

## 中文新聞文本之宣傳手法標記與分析

# The Analysis and Annotation of Propaganda Techniques in Chinese News Texts

施孟賢\*、段人鳳<sup>+</sup>、鍾曉芳<sup>#</sup>

Meng-Hsien Shih, Ren-feng Duann, Siaw-Fong Chung

### 摘要

新聞媒體常在政治新聞文本中運用宣傳手法(propaganda techniques)表達媒體本身之政治立場，企圖影響讀者之立場。目前尚無具宣傳手法標記之中文語料供立場分析，本文以可解釋性的方式，人工細部標記中文新聞文本所使用之宣傳手法、並以 Bootstrap 方式擴展標記規模的資料集，再分別以人工檢核與先導實驗來確保標記資料集之效能。透過單純貝式分類器搭配基本的詞袋特徵進行訓練後，機器判讀行段是否包含宣傳手法的準確率達 74.26%。本宣傳手法之人工標記資料已公開釋出，可應用於未來機器訓練與學習預測新文本之立場。

### Abstract

In political news media, propaganda techniques are often employed to express one's political view, or to influence the audience's stance. Chinese corpora with the

---

\* 國立清華大學臺灣語言研究與教學研究所；國立中正大學通識教育中心  
Institute of Taiwan Languages and Language Teaching, National Tsing Hua University; Center for  
General Education, National Chung Cheng University  
E-mail: simon.xian@gmail.com

<sup>+</sup> 國立臺東大學通識教育中心（通訊作者）  
Address for correspondence: Center for General Education, National Taitung University. No. 369, Sec.  
2, University Road, Taitung, Taiwan 950, Republic of China  
E-mail: rduann@nttu.edu.tw. Tel: 886-(0)89-517955. Fax: 886-(0)89-517494

<sup>#</sup> 國立政治大學英國語文學系  
Department of English, National Chengchi University  
E-mail: sfchung@nccu.edu.tw

annotation of propaganda techniques are yet to be developed. In this paper, with an explainable approach, we annotated the use of propaganda techniques in Chinese political news texts, and enlarged the dataset by bootstrapping using a small set of manually annotated data. To ensure the validity, we manually corrected the bootstrapped dataset and ran a pilot machine-learning experiment using a naïve Bayes classifier trained with the bag-of-words feature. A precision of 74.26% was reached for the binary classification (with or without propaganda technique). The manually annotated data with propaganda techniques is available online for the application of machine training and learning to predict the stance of new texts.

**關鍵詞：**情感（立場）分析、語言資源、宣傳手法、台灣新聞媒體

**Keywords:** Sentiment (Stance) Analysis, Language Resource, Propaganda Techniques, Taiwan News Media

## 1. 緒論 (Introduction)

宣傳(propaganda)一詞<sup>1</sup>，原為宗教用語，表示羅馬天主教會的傳教活動，於 19 世紀中葉該詞漸漸用於政治領域，且開始帶有貶意(Diggs-Brown, 2011)。Lasswell (1927, p. 9)將宣傳定義為「使用重要的符號來控制意見」<sup>2</sup>。大英百科全書也將之定義為「訊息（事實、論點、謠言、半事實、或謊言）的傳播，以期影響輿論」(Smith, 2020)。Zollman (2019, p. 335)引述 Bussemer (2005, pp. 29-30)，將宣傳定義為「透過象徵性的傳播，散布經由媒體所形成之政治或社會團體對某事件的見解／態度」以及「產製支持特定利益的群眾」的行為。報紙做為宣傳的平台由來已久，Riegel (1935, p. 206)即指出，單就新聞選材而言，報紙即遵循一套本質為政治的準則。而美國人普遍認為報紙充斥商業與政治宣傳，因而對報紙內容始終存疑。Riegel 確立了報紙作為一個宣傳場域的事實。另一方面，該論文指出當代對於商業與政治宣傳的檢視方法，大多基於主觀、短暫並且不確定的參考方式 (p. 202)。過往研究試圖提出一套準則，俾使研究者檢視宣傳的技巧（如 Lee & Lee, 1939; Weston, 2018）。近年來，隨著科技的發展及語料蒐集技術的演進，計算學者提出新方法，以客觀、一致的準則來偵測報紙或新聞媒體中的宣傳手法（如 Barrón-Cedeño *et al.*, 2019; Da San Martino *et al.*, 2019）。然而，這些研究都是以英文新聞媒體為探討對象，針對中文新聞媒體的宣傳手法辨識的方法則付之闕如。

本研究以 Da San Martino *et al.* (2019)所提出的 18 種宣傳手法為出發點，分析台灣兩個政治立場相反的報紙對同一事件撰寫的社論，提出中文報紙使用的宣傳手法，為第

<sup>1</sup>Diggs-Brown (2011)指出，propaganda 衍生自 1622 年由天主教會所創的 Congregatio de propaganda fide（意指由樞機主教組成的行政單位，其任務為在天主教國家執行教會事務）。1790 年代，propaganda 的英文擴及非宗教層面，19 世紀中葉該詞漸漸用於政治領域，且開始帶有貶意。本文將 propaganda 翻譯為「宣傳」。

<sup>2</sup> 本文引述的英文文獻皆由作者翻譯為中文。

一篇以語料庫探究、提取中文新聞媒體宣傳手法的研究。本研究所辨識的方法與詞彙，可做為日後自動偵測的訓練語料。研究發現，由於報紙社論的特質，Da San Martino *et al.* (2019)的諸多方法並未出現在本研究語料中。再者，我們也發現在 Da San Martino *et al.* 提出的手法之外，中文報紙尚採用了兩個手法：(1) 引用歷史：報紙引用歷史事件或人物，讓讀者連結、類比當前事件與歷史事件，意圖影響讀者立場；(2) 預設立場：報紙透過修辭性問句(rhetorical question)和評價標記(evaluative marker)來表明其預設立場，藉以暗示並影響讀者對該事件的看法。就中文報紙使用的部分宣傳手法，本研究也給予更明確的語言上的定義。同時，某些手法出現次類，我們也針對這些次類舉例說明。

本文主要回答下列三個研究問題：

- 一、中文政治新聞文本中使用的宣傳手法為何？
- 二、中、英文政治新聞採用的宣傳手法有何異同？
- 三、以 Bootstrap 方式擴增中文政治新聞宣傳標記之成效如何？

本文第 2 章回顧新聞媒體與宣傳、篇章分析與宣傳，以及計算機語言學之相關研究；第 3 章說明本研究採用的語料、標記方法、檢核方式與先導實驗；第 4 章陳述結果與討論，第 5 章則說明本研究的貢獻與限制。

## 2. 文獻回顧 (Literature Review)

立場偵測(stance detection)與情感分析(sentiment analysis)是相關但不同的工作，情感分析通常著重於決定文本為正面、負面或中性，立場偵測則在於確認文本傾向的特定對象，亦即「立場」。而相同的立場可能經由正面的語言表達，也可能以負面的語言表達 (Mohammad *et al.*, 2017)，並無法直接藉由文本的情感分析獲知其立場，因此立場偵測有其獨特重要性，且廣泛運用於資訊擷取 (information retrieval) 與文本摘要 (text summarization) 領域。

新聞媒體的立場對大眾有一定的影響力，且常藉由宣傳手法(propaganda techniques)表達其立場，進而影響讀者對新聞事件之看法。Zollmann (2019, p. 329)認為，「對於形成輿論而言，宣傳舉足輕重」，並且「新聞媒體顯然成為擴散宣傳的管道」。然而，Zollmann 也指出，「當代傳播、媒體和新聞等相關研究多半忽略了媒體在製造與散布宣傳時所扮演的角色」。

Zollman (2019, pp. 337-341)亦參考了 Kromrey (2009)對於宣傳面向的看法，進一步說明了宣傳的三個面向：

**面向 1：**整合新聞媒體宣傳與意識形態（透過省略某些觀點並以框架呈現某事件、議題或參與者；刪除重要的評論；使用在意識形態上具爭議性的概念，例如「戰爭」、「犯罪」、「屠殺」、「種族滅絕」、「恐怖主義」、「民主」或「社會主義」等)(Herman & Peterson, 2010; Keeble, 1997; Zollmann 2017, 轉引自 Zollmann, 2019, p. 337)。

**面向 2：**有技巧的新聞媒體宣傳與「事實」(扭曲事實，邊緣化事實或敘述)(Zollmann, 2019,

p. 340)。

面向 3：妖魔化(demonising)新聞媒體宣傳與惡行（負面聯想、貼標籤）(Zollmann, 2019, p. 341)。

以篇章分析(discourse analysis)探討新聞的研究在西方始於 1970 年代後期(Hodge, 1979)，且持續獲得學者重視，例如 Fowler (1991)、Fairclough (1995)、van Dijk (1988, 1995)、van Leeuwen (2008)……等，皆針對新聞中的用字遣詞與再現，來揭露新聞欲傳達的意識形態。在中、英新聞報導的篇章分析對比研究方面，Wang (2007)探討了中文和（澳洲）英文報紙對 911 事件評論中的文本特徵和互文使用，洪見合(2014)則分析中文與英文報紙社論的篇章修辭架構和用字特點，兩者皆聚焦不同語言和文章結構之互動，並未探討新聞中的宣傳。新聞宣傳之篇章分析相關的研究屈指可數，Patrona (2018)探討了希臘境內歷時 15 年主流黃金時段的新聞，發現希臘的新聞界出現了「個人意見／觀點升級為『事實』的新聞報導」的現象(p. 185)，再者，新聞已轉變為帶有政治宣傳的「對話」，並具有形塑輿論的功能。【例 1】摘自 Patrona (2018, pp. 190-191)分析 2015 年 6 月 28 日 SKAI 頻道的新聞(H 代表女主播，P 代表記者)：

【例 1】

H the prime minister used the word shame, addressing  
it to the European institutions  
(0.1)

P

((gesturing)) maybe - but here it is clear, (.)and  
unfortunately, (.) we must see it as it is -  
((raised pitch)) it's being revealed before our  
eyes (.) and we will not be able to say on Sunday  
night, we didn't see it - it's being revealed, that  
Mr Tsipras has a plan which he is keeping ((raised  
pitch)) secret  
((turns omitted))

【例 1】中，Patrona 說明畫底線的詞語 ‘institutions’、‘unfortunately’、‘it's being revealed’、‘our eyes’、‘secret’ 等，皆帶有政治宣傳意味；再者，這些詞語以不同形式呈現，可以是單詞、短語、子句等。換句話說，宣傳所使用的語言不限於單一形式。

Bensa & Wijaya (2017)探討了 2016 年中國主張的九段線(nine-dashed line, 9DL)納入了印尼的那吐納水域(Natuna waters)，印尼向中國駐印尼使館口頭抗議後，印尼的 Kompas 和中國的新華社報導中，中國和印尼的關係。Bensa & Wijaya 分析印尼媒體採用的宣傳手法，包含「貼標籤」、「裝飾法」、「轉移法」、「親民法」、「證詞法」、「選擇法」、「從眾效應」及「替罪羔羊」等，表 1 為該論文對這些方法的定義與範例：

表1. 新聞媒體8種宣傳手法(Bensa & Wijaya, 2017, p. 3)  
 [Table 1. Eight media propaganda techniques (Bensa & Wijaya, 2017, p. 3)]

序號	手法	定義	範例
1.	Name Calling (貼標籤)	讓觀眾不經思考，直接接收宣傳者觀點的手法。通常使觀眾以負面概念去理解某個人物或想法。	宣傳者稱呼其政敵為「陰謀者」、「騙子」、「恐怖份子」
2.	Glittering Generality (裝飾法)	使用正向評價的概念與信念，抓住觀眾的情緒，確保目標觀眾感覺正向、積極，並進而接受宣傳者要傳達的內容。	印尼是個民主國家！
3.	Transfer (轉移法)	將欲宣傳的事物和受尊敬的象徵連結起來，以改善該事物的形象。這個手法可促使觀眾認同特定權威。	使用代表輿論共識的山姆大叔。
4.	Testimonial (證詞法)	請名人(演員/政治人物)宣傳商品或為候選人站台。這一手法訴求觀眾的情緒而非邏輯思考，因為證詞內容的邏輯可能相當薄弱。	歐普拉支持歐巴馬競選總統。
5.	Plain Folks (親民法)	將宣傳者的形象塑造為平民百姓，讓觀眾認為宣傳者是自己的一份子，並相信宣傳者與民同在、苦民所苦。	Maspion 為印尼製造，請使用印尼製產品。
6.	Card Stacking/ Selection (選擇法)	選擇片面事實來支持宣傳者欲保障的利益，或證明其以往的言論。	自由市場的負面效應。
7.	Bandwagon (從眾效應)	心理學說明了個人內心都想和大多數人一樣，宣傳者於是利用這個心態，暗示觀眾倘若不和其他人一樣，將會錯過良機甚或有所損失。	「每個人都這麼做，你也該這麼做。」
8.	Frustration of Scapegoat (代罪羔羊)	當問題發生時，宣傳者找尋代罪羔羊以便將所有問題歸咎於他/她。這個手法也可以引發觀眾的憤恨。	「都是他/她(害的)。」

Bensa & Wijaya 雖探討了媒體的宣傳手法，卻未說明如何辨識這些宣傳手法，在相關的研究方法上，仍有待後續研究發展。

計算機語言學對宣傳的探討，早期以英文為研究主體的文獻中，大多從文件的層次(document level) 偵測宣傳文章，甚至僅標記文章出處是否為宣傳來源，而將該來源所有

文章視為宣傳。但 Horne *et al.* (2018)指出，宣傳的文章來源也會定期發佈客觀的非宣傳文章以提高該來源之可信度。此外，以文件層次標記訓練出來之計算模型較缺乏可解釋性(explainability)。

另一方面，Barrón-Cedeño *et al.* (2019) 提出一套以新聞寫作風格、可讀性和詞彙豐富性為基礎的模型，試圖偵測新聞報導是否隱含宣傳目的，並計算其宣傳分數(propaganda score)。該研究結果顯示，這套系統優於過往的偵測系統，但該文也建議相關學者未來可研究以語句的片段層次(fragment level)來辨識新聞文本宣傳手法。有鑑於此，Da San Martino *et al.* (2019, pp. 5637-5639)聚焦於語句的片段層次，針對來自宣傳性新聞媒體網站的文章中，可從內部判定、無須外在訊息支援之宣傳文章，列出表 2 的 18 種宣傳手法，並據此檢視 372 篇英文新聞（約 35 萬詞）。

**表 2. 英文新聞的 18 種宣傳手法(Da San Martino *et al.*, 2019, pp. 5637-5639)**  
 [Table 2. Eighteen propaganda techniques in English news articles (Da San Martino *et al.*, 2019, pp. 5637-5639)]

1. Loaded language <sup>3</sup>	7. Flag-waving	13. Whataboutism
2. Name calling	8. Causal oversimplification	14. Reductio ad Hitlerum
3. Repetition	9. Slogans	15. Red herring
4. Exaggeration or minimization	10. Appeal to authority	16. Bandwagon
5. Doubt	11. Black-and-white fallacy	17. Obfuscation
6. Appeal to fear	12. Thought-terminating cliche	18. Straw man

本研究以這 18 種手法為出發點，並參考 Da San Martino *et al.* (2020) 新標記之 550 篇新聞文本資料<sup>4</sup>，以分析中文報紙社論的宣傳手法。表 2 列出的 18 個英文新聞宣傳手法之定義與實例詳見「3. 研究方法」中的表 4。

以中文為主體的相關研究多半聚焦中國的社群媒體檢查制度。Knockel *et al.* (2015) 探討中國如何執行資訊管控，該研究針對中國人常用的四個社群影音平台，透過逆向工程(reverse engineering)，辨識客戶端的關鍵詞檢查制度，並歸納出分屬六大主題（政治、社會、人物、事件、科技、雜項）共計 17,547 關鍵詞詞表，該研究發現，不同平台對執行審查仍留有各自的彈性，再者，與「集體行動」和「批評政府」相關的貼文常為審查標的。Arefi *et al.* (2019) 沿用了 Knockel *et al.* (2015)的詞表，採用深度學習、卷積神經網路定位(CNN localization)及自然語言處理技術(NLP techniques)，針對 14 個受審查的類別<sup>5</sup>，探討中國新浪微博受到審查和未受審查的貼文與圖片。該研究發現，情感(sentiment)

<sup>3</sup> 表 2 以粗體字呈現之宣傳手法亦出現於本研究的中文新聞文本中。

<sup>4</sup> 標記新聞資料取得方法參考此網頁 <http://propaganda.qcri.org/semEval2020-task11>。

<sup>5</sup> 這 14 個類別為：(1) 薄熙來、(2) 鄧小平、(3) 火災、(4) 死亡／傷害、(5) 劉曉波、(6) 毛澤東、(7) 人民大會、(8) 軍／警、(9) 抗爭、(10) 色情／裸露、(11) 暴雨、(12) 小熊維尼、(13) 習近平、(14) 周克華。

為不同主題的唯一共通審查指標，不同主題也受到不同層次的審查，而受到審查的貼文僅有少於三小時的網路存活時間。上述研究所使用的關鍵詞，皆以社群平台貼文主題為分類基準，以宣傳手法作為詞彙／語句片段層次分類基準的研究仍有待進一步發展。

在標記品質的評估測量上，有別於傳統的分類標記問題，宣傳手法之標記屬於序列標籤(sequence labeling)問題，需同時考慮標記不定長度之單詞／短語／子句，以及該單詞／短語／子句之標籤，另需考量不同標記者之標記文字部份重疊之評測。有鑑於此，Mathet, Widlocher & Métivier (2015, pp. 441-447)提出  $\gamma$  評測以評估此類序列標籤的標記者間一致性。惟本文做為首篇標記中文宣傳手法之研究，目前僅初步評測標記者間針對同一行的標記是否一致的百分比(Scott, 1955, p. 323; Artstein & Poesio, 2008, p. 558)，詳細的評測基準請見本文「4.結果與討論」。

### 3. 研究方法 (Methodology)

本文選擇的中文報紙為台灣兩份政治立場相反的主流報紙：自由時報與聯合報。自由時報傾向由民主進步黨領導的陣營，在國家認同上主張台灣獨立，因而對中國及其相關事務採取保留的態度；聯合報則支持由中國國民黨領導的陣營，認同 1912 年建立的中華民國，對中國及相關議題較為友善。

本研究選出上述兩報有關太陽花學運的社論。選擇社論的原因，乃根據 Smith (2020) 說明，社論可視為隱蔽型(covert)的宣傳，即閱聽人對宣傳者身份或來源一無所知。Riegel (1935)不諱言社論具有宣傳的特質，以往亦有社論作為宣傳的研究（例如，賴馨，1965；游承季，2001），我們因而將報紙社論視為宣傳的一類。

太陽花學運為一場由大學生主導的社會運動，肇因於當時的執政黨（中國國民黨）在立法院企圖迅速通過海峽兩岸服務貿易協定（簡稱「服貿」），這項協定被抗議學生與公民團體認為有損台灣現狀並會危及台灣中小企業，他們因而進入立法院，佔領立法院長達 24 天之久(2014 年 3 月 18 日至 4 月 10 日，Lin & Hsieh, 2017)，創下台灣歷史上立法院被佔領的首例。

本研究的新聞資料來自台灣的自由時報與聯合報網站，搜尋日期介於 2014 年 3 月 18 日至 2016 年 12 月 31 日之間，含「服貿」或「太陽花」關鍵詞之社論。如表 3 所示，自由時報有 78 篇（佔本語料庫文章數的 34%）共 147,562 詞（佔本語料庫詞數的 41%），分為 17,098 行；聯合報有 150 篇（佔本語料庫文章數的 66%）共 213,437 詞，（佔本語料庫詞數的 59%），分為 17,888 行。經過初步標記兩份報紙日期最早的前 10%社論（自由時報自 2014 年 3 月 18 日至 2015 年 3 月 20 日共 8 篇 1,073 行，聯合報自 2014 年 3 月 18 日至 2014 年 4 月 5 日共 15 篇 1,825 行）的宣傳手法之後，我們發現，Da San Martino *et al.* (2019)提出的用於標記英文新聞的 18 種宣傳手法並未完全出現於中文新聞文本上。由於本研究採用的語料為報紙社論，而社論主要為「報社對新聞議題深思熟慮後所形成之見解，此見解以肅穆、說理的筆觸，常態地呈現在每期報刊上，目的在於聲明報社對該議題之立場，並欲勸服讀者採取一致的立場。」（朱灼文, 2003, pp. 18-19）；社論可

用來倡導或反對某主張，內容多半採取「理性客觀的口吻、莊重持平的語調」(p. 358)，因此，諸如過度簡化因果(Causal oversimplification)、「那又怎麼說」主義(Whataboutism)、刻意模糊與混淆(Obfuscation, intentional vagueness, confusion)、轉移焦點(Red herrings)...等缺乏理性論證與完整討論，或不合邏輯的手法便不會出現在本研究的語料中。

**表 3. 本研究從自由時報和聯合報取得太陽花學運相關社論文章的統計**  
**[Table 3. Basic information of the editorials of the Liberty Times and the United Daily News]**

	自由時報	聯合報	總和
文章數	78 (34%)	150 (66%)	228 (100%)
詞數	147,562 (41%)	213,437 (59%)	360,999 (100%)
行數	17,098 (49%)	17,888 (51%)	34,986 (100%)

再者，我們在標註語料時，也發現某些詞語無法歸類於 Da San Martino *et al.* 提出的 18 項手法，我們認為這是中文新聞獨有的宣傳手法，因此將之獨立出來，並分別命名為「引用歷史」和「預設立場」，茲說明如下：(1) 引用歷史：報紙引用歷史事件（例如，美麗島事件、天安門事件）或人物，語言特徵為「『台（灣）版』+歷史事件名稱」或「歷史事件名稱+『翻版』」，或使用類比或比較文字「如」、「像」、「相較」，讓讀者連結、類比當前事件與歷史事件，意圖影響讀者立場；(2) 預設立場：報紙透過修辭性問句(rhetorical question)和評價標記(evaluative marker)來表明其預設立場，藉以暗示並影響讀者對該事件的看法。關於修辭性問句，根據湯廷池(1981)主張，國語的疑問句可分為要求回答的「徵訊問句」和不要求回答的「非徵訊問句」，修辭性問句為「非徵訊問句」的一種，即形式上雖是問句，但說話者實則表示個人的觀點或看法，語言特色為否定疑問句或者是附加問句。另一方面，Bednarek (2006, p. 67)提出六種評估英文媒體的「核心評價參數」，其中的預期性(Expectedness)的評價標記如 *strikingly* 和 *unexpectedly*，即對應到中文新聞文本中「竟（然）」、「居然」這類的評價標記，我們認為，中文新聞使用這些標記來凸顯報社的預設立場。

表 4 列出 Da San Martino *et al.* (2019)提出的 18 種宣傳手法，以及本研究發現的中文新聞特有的 2 種宣傳手法、定義及英、中文實例。我們援引 Patrona (2018)，主張帶有宣傳意味的詞語以不同形式呈現，可以是單詞、短語、子句。此外，我們將本研究對於某些手法的補充說明放入定義下方括號內以斜體字呈現。本研究參考表 4 之定義和實例進行研究語料的宣傳手法之標記工作：



表4. 英、中文新聞宣傳手法使用與實例(依Da San Martino et al., 2019 順序編排)  
 [Table 4. Propaganda techniques in English and Chinese new articles (In the order of that in Da San Martino et al., 2019)]

宣傳手法	定義 (本研究的補充說明)	英文報紙實例	中文報紙實例
1. Loaded language (LL, 評價語言)	以帶有正面／負面評價的語言描述某人、某政治群體或事件，可能是單詞、短語或子句。  (因社論主要以評論時事為主，且具有監督執政黨的責任，通常負面語言較多。)	“[...] a lone lawmaker’s childish shouting.”	負面語言的例子： 「以 <u>膚淺</u> 的理由 <u>宰殺</u> 了社會正義」(聯合 2014-03-22)；正面語言的例子：「 <u>激勵</u> 愈來愈多人民抗爭」(自由 2014-03-26)。
2. Name calling or labeling (NCL, 貼標籤)	將宣傳陣營的目標貼上讀者所恐懼、厭惡、不歡迎，或者受讀者喜愛或讚揚的標籤。  (標籤可正面或負面，以名詞片語呈現，大多是修飾結構(modifier-modified)。可以是人物的標籤，也可以是行為、政策或事件的標籤。)	“Republican congressweasels”, “Bush the Lesser.”	負面標籤的例子： 「馬卡茸總統」(自由 2014-03-26)；「憲政荒謬劇」(聯合 2015-08-02)；正面標籤的例子：「司法鐵漢」(聯合 2014-03-22)、「太陽花學子」(自由 2014-04-04)。
3. Repetition (RE, 重複)	反覆出現同樣的訊息使得讀者終將接受該訊息。	Farrakhan repeatedly refers to Jews as “Satan.” He states to his audience [...] call them by their real name, ‘Satan.’	本研究語料未出現此宣傳手法。
4. Exaggeration or minimization (EM, 誇大或淡化)	用過度的方法再現事件，使其看起來更好或更壞，進而影響讀者立場。	“Democrats bolted as soon as Trump’s speech ended in an apparent effort to signal they can’t even stomach being in the same room as the president”; “I was not fighting with her; we were	「一夕之間」(聯合 2014-06-09)。

		just playing.”	
5. Doubt (DT, 質疑)	媒體質疑政治人物或政黨可信度(credibility), 進而影響讀者立場的手法。 (通常以問號結尾)	A candidate says about his opponent: “Is he ready to be the Mayor?”	「哪來『深自反省』?」(自由 2015-03-20);「難道連自己面臨什麼危機都不明白?」(聯合 2014-04-17)。
6. Appeal to fear/prejudice (ATF, 訴諸恐懼/偏見)	使用引發讀者恐懼/偏見的文字, 進而影響讀者對該事件的看法。	“stop those refugees; they are terrorists.”	「統戰」(自由 2014-03-18)、「最厲的鬼魅」(聯合 2014-03-22)。
7. Flag-waving (FW, 高舉大旗)	訴諸國民或某群體(種族、性別或政治群體)的價值偏好, 以便對讀者宣揚某些想法, 文字上彰顯某些(普世)價值與願景。	“stop those refugees; they are terrorists.”	「民意向背」(自由 2015-04-15)、「台灣的出路是由 ECFA 到 TPP」(聯合 2014-03-23)。
8. Causal oversimplification (CO, 過度簡化因果)	當一項議題或事件有諸多成因, 然而撰稿者卻僅咎責其一, 無視其他原因, 即為過度簡化因果。	“If France had not declared war on Germany, World War II would have never happened.”	本研究語料未出現此宣傳手法。
9. Slogans (SL, 呼口號)	使用簡短有力的語言來煽動觀眾情緒, 其中可能帶有標籤或刻板印象。	“Make America great again!”	本研究語料未出現此宣傳手法。
10. Appeal to authority (ATA, 訴諸權威) <sup>6</sup>	僅僅因為某個權威或專家的支持, 即認為某個主張為真。 (引用有名的/有影響力的媒體或人物等專有名詞。)	Monsignor Jean-Francois Lantheaume, who served as first Counsellor of the Nunciature in	「《時代》駐北京特派員指出」(自由 2014-03-26)。

<sup>6</sup> 本文援引 Da San Martino *et al.* (2019) 對於「訴諸權威」手法的定義：權威人士／專家／媒體／機構的主張即為真，其不同於「引用來源」之處在於，引用來源可能來自於不知名或身分模糊的人士或團體（例如台灣的媒體有時會引述網民、市民或國人等發言），而「訴諸權威」的言論則來自於權威人士／專家／媒體／機構。由於訴諸權威的重點是發言者的權威性，其發言內容的邏輯不在考量範圍內，本文因此暫不討論權威者的發言是否有「邏輯謬誤」的可能。

		Washington, confirmed that “Vigano said the truth. That’s all”	
11. Black-and-white fallacy, dictatorship (BW, 非黑即白)	引導讀者認為僅存在兩種可能，但事實上仍存在其他可能。有以下兩個次類別：(1) 非 A 即 B (Black-and-white fallacy, BWF)，(2) A 或非 A (Dictatorship, DS)。	“You must be a Republican or Democrat; you are not a Democrat. Therefore, you must be a Republican”; “There is no alternative to war.”	(1) 非 A 即 B：「學生的要求是畫蛇添足還是無理找碴？」(聯合 2014-03-25) (2) A 或非 A：「這不是私有化是什麼？」(聯合 2014-03-19)。
12. Thought-terminating cliché (TTC, 格言論證)	使用某些訴諸讀者常識的文字，讓讀者認為報社論點屬於常識，進而影響其立場。這些文字通常為簡短、通用的句子，為複雜的問題提供簡單的回答，讓讀者不去思考其他可能。	“it is what it is”; “you cannot judge it without experiencing it”; “it’s common sense”; “nothing is permanent except change”; “better late than never”; “mind your own business”; “nobody’s perfect”; “it doesn’t matter”; “you can’t change human nature.”	「眾所皆知」(自由 2014-08-15); 「可謂已是在兩岸議題上的常識」(聯合 2014-03-27)。

13. Whataboutism (WH, 「那又怎麼說」主義)	意指撰稿者不直接反駁對手論點，轉而攻擊對手言行不一而削弱對手立場的可信度。	Russia Today had a proclivity for whataboutism in its coverage of the 2015 Baltimore and Ferguson protests in the US, which revealed a consistent refrain: “the oppression of blacks in the US has become so unbearable that the eruption of violence was inevitable”, and that the US therefore lacks “the moral high ground to discuss human rights issues in countries like Russia and China.”	本研究語料未出現此宣傳手法。
14. Reductio ad Hitlerum (RH, 希特勒歸謬法)	暗示某些行動或想法受到大眾厭惡的團體所支持，進而說服觀眾不支持該行動或想法。	“Only one kind of person can think this way: a communist.”	本研究語料未出現此宣傳手法。
15. Red herring (RD, 原文為紅鯡魚，本文譯為「轉移焦點」)	撰稿者引入與討論議題無關的題材，以轉移讀者焦點。	“You may claim that the death penalty is an ineffective deterrent against crime – but what about the victims of crime? How do you think surviving family members feel when they see the man who murdered their son kept in prison at their expense?...”	本研究語料未出現此宣傳手法。

16. Bandwagon (BA, 從眾效應)	用「每個人都這麼做」的說詞，說服觀眾加入	“Would you vote for Clinton as president? 57% say yes.”	本研究語料未出現此宣傳手法。
17. Obfuscation, intentional vagueness, confusion (OIVC, 刻意模糊與混淆)	撰稿者刻意使用不清楚的或有多重語意的文字，讓讀者有自行解讀與詮釋的空間。	“It is a good idea to listen to victims of theft. Therefore, if the victims say to have the thief shot, then you should do it.”	本研究語料未出現此宣傳手法。
18. Straw man (SM, 稻草人)	用類似的說法來取代對手的主張並加以駁斥，爾後宣稱已駁倒對手的論述。	“Take it seriously, but with a large grain of salt.” Which is just Allen’s more nuanced way of saying: “Don’t believe it.”	本研究語料未出現此宣傳手法。
19. Historical allusion (HA, 引用歷史)	中文新聞獨有。使用歷史事件或人物，引發讀者對當下事件與歷史事件的類比與聯想。語言特徵為「『台(灣)版』+歷史事件名稱」或「歷史事件名稱+『翻版』」，或使用類比或比較文字「如」、「像」、「相較」。	Da San Martino <i>et al.</i> (2019) 未提出此手法	「台灣版天安門事件」(自由 2014-03-26)、「仍如三十多年前美麗島事件的翻版」(自由 2014-04-04)、「有人將這場太陽花學運與一九九〇年的野百合學運相較」(聯合 2014-04-05)。
20. Presupposition (PS, 預設立場)	中文新聞獨有。利用修辭性問句(rhetorical question, RQ)和評價標記(evaluative marker)來傳達報紙預設立場。其中，修辭性問句的語言特色為否定疑問句或者是附加問句，而評價標記則為中文新聞使用的「竟(然)」、「居然」這類的詞彙。	Da San Martino <i>et al.</i> (2019) 未提出此手法	(1) 修辭性問句：「豈不反諷之至？」(聯合 2014-04-29)； (2) 評價標記：「竟開放了一些不該開放的項目給中國」(自由 2014-03-18)。

本研究的標記者即為本論文作者，三位標記者皆為取得國立大學博士學位的語言學者，且專長皆涵蓋語料庫語言學和詞彙語意學。第一位標記者和資深標記者專長亦包含認知語言學，第二位標記者亦精通計算機語言學。在標記宣傳手法的過程中，三位標記者透過持續討論，確定宣傳手法定義和標記原則，並持續檢視標記結果來達到標記的一致性。

在進行標記的工作之前，我們先以中央研究院 CKIP 的斷詞系統將兩報關於太陽花學運的社論進行斷詞<sup>7</sup>，並以其分行結果為原則，以單行做為標記的單位。我們以【例 2】說明：

【例 2】在國會全武行的混亂中，這紙影響重大的政治與經濟開門條款，是否如國民黨團宣稱的「視為已審查」？（自由 2014-03-18）

經中研院 CKIP 斷詞及分行的結果如下：

【例 2'】

第一行：在 國會 全武行 的 混亂 中，

第二行：這 紙 影響 重大 的 政治 與 經濟 開門 條款，

第三行：是否 如 國民 黨團 宣稱 的 「 視為 已 審查 」 ？

基於未來計算應用上的考量，我們在判斷標記時，並不考慮前後文，亦不標記跨行之宣傳手法<sup>8</sup>。也就是說，這三行各自形成獨立單位，例如，第一行「在 國會 全武行的 混亂 中」，三位標記者咸認為「混亂」這個詞具備負面評價，且可單從該行判斷「混亂」為評價語言(Loaded language)，而這個詞的使用，也會影響讀者對該詞所形容事物的觀感，因此我們僅就該行中的「混亂」一詞進行標記；第二、三行亦如此。

再者，一行內部可能出現多於一個的宣傳手法標記，也可能包含多於一種的宣傳手法，例如，【例 3】包含了兩個評價語言的標記，即「膚淺」和「宰殺」；【例 4】則出現了一個貼標籤的標記「九趴總統」，和兩個評價語言標記「執迷不誤」與「一意孤行」：

【例 3】以膚淺的理由宰殺了社會正義（聯合 2014-03-22）

【例 4】九趴總統至今仍執迷不誤*[sic]*、一意孤行。（自由時報 2014-04-04）

標記程序分成三階段，在第一階段時，第一和第二標記者根據前述表 4 之宣傳手法定義對同一份文件分別進行標記。第二階段中，兩位標記者與資深標記者討論，並請資深標記者針對不一致處做最終版本之標記。三位標記者決議，標記者間一致性以最嚴謹的三位標記者的宣傳手法標記皆一致的百分比(unanimous percentage)進行評估。

<sup>7</sup> 為便利單詞的計算、標記與量化，本文在分析新聞語料前仍須先以斷詞系統處理語料。

<sup>8</sup> 本文做為中文政治宣傳手法標記之先導研究，現階段依循英文之類似研究，僅以單一行內之前後文脈絡，做為判斷宣傳手法標記之依據。若考慮文章段落層次之前後文脈絡，人工標記將需要更多時間，計算任務上亦須先修改引用的 Da San Martino *et al.* (2019)之模型，以應用於訓練根據段落內含跨行線索之複雜層次標記，否則將無法凸顯長脈絡線索標記之優勢。後續的研究中，我們將會考量長脈絡運用於宣傳手法標記之可能性。

為了加快標記速度與增加標記規模，初步人工標記完前 10%的文章後，以 Bootstrap 方式將人工標記做為種子，比對其他 90% 的文章是否含有與人工標記相同之內容，若分行中出現曾標記過之單詞／短語／子句，即將同一單詞／短語／子句視為相同宣傳手法，做為第三階段之標記資料。例如：在第二階段三位標記者一致認為「癱瘓」在【例 5】中為評價語言：

【例 5】抗爭運動不僅癱瘓國會運作（聯合 2014-03-30）

Bootstrap 即以「癱瘓」一詞，比對 90%未經人工標記的文章，並將【例 6】－【例 12】行段中的「癱瘓」標記為評價語言：

【例 6】向來是癱瘓的時間比運作的時候多；（聯合 2014-04-09）

【例 7】皆有假藉抗爭的道德性來癱瘓體制的危險。（聯合 2015-03-18）

【例 8】並幾乎癱瘓了馬政府的執政能力；（聯合 2015-08-03）

【例 9】學生占領國會、癱瘓政府的行動，（聯合 2015-10-22）

【例 10】因為這將癱瘓政府機構的正常運作。（聯合 2016-05-26）

【例 11】當時學生以占領議場癱瘓國會，（聯合 2016-07-01）

【例 12】為何當時學生癱瘓國會被捧為英雄，（聯合 2016-11-04）

經過 Bootstrap 擴展的標記資料，以人工檢核方式提高標記的品質。在此過程中，我們也發現以單詞為主的標記手法 Bootstrap 的成效較佳，例如貼標籤、誇大或淡化、質疑、訴諸恐懼、高舉大旗、引用歷史…等，而評價語言和預設立場中，部分短語（如「為反對而反對」）或子句（如「你們心中真的還有別人嗎？」）則因斷為不同單詞，需要在人工檢核時修正，這可列為未來機器學習訓練特徵的考量之一。

為確保標記資料集的效能，我們進行先導實驗以為外部評估。我們選取第一階段經由人工標記、包括含有宣傳手法與不含宣傳手法的所有行段進行機器學習，並分別在這兩批資料中，選取含有宣傳手法標記與不含宣傳手法標記的行段之各 70%，作為機器訓練的語料，透過單純貝式分類器(Naïve Bayes classifier)與詞袋特徵(bag of words feature)進行機器學習。在機器學習完成後，先清除這兩批資料另外的 30%行段中的所有標記，並讓機器判讀一行段是否包含宣傳手法<sup>9</sup>。實驗結果將呈現於第 4 章「結果與討論」。

#### 4. 結果與討論 (Results and Discussion)

本研究的語料經中研院 CKIP 斷詞系統處理後，得到自由時報社論共 17,098 行，聯合報社論共 17,888 行。標記後發現，自由時報共有 2,312 行含有宣傳手法標記，聯合報共有 2,413 行含有宣傳手法標記。由於本標記工作較傳統分類問題複雜，第一階段在自由時報前 8 篇共 1,073 行中，第一位標記者共標記了 445 個宣傳手法，第二位標記者則有 86 個

<sup>9</sup> 基於時間考量，現階段的先導實驗，我們先以機器判讀一行段中是否存在宣傳手法為原則。機器判讀宣傳手法種類之研究，需要更多時間，我們留待下一階段的研究執行。

宣傳手法標記，其中有 594 行兩位標記者皆認為不含宣傳手法，並有 28 個兩位標記者標記一致的宣傳手法；聯合報前 15 篇共 1,825 行中，第一位標記者標出了 577 個宣傳手法，第二位標記者有 104 個宣傳標記。第一階段兩位標記者間的一致性(inter-annotator agreement)僅達 63.3%<sup>10</sup>。三個階段分別處理的標記數整理如表 5。

**表 5. 三個階段分別處理的標記數量**  
[Table 5. Number of markers at the three stages]

	自由時報	第一位 標記數	第二位 標記數	聯合報	第一位 標記數	第二位 標記數
第一階段	1,073	449	86	1,825	577	104
第二階段	同第一階段	-	-	同第一階段	-	-
第三階段	2,312	-	-	2,413	-	-

關於第一階段兩位標記者宣傳手法標記數量上的差異，來自於第一位標記者認為單詞／短語／子句皆可傳達某種宣傳手法，而第二位標記者僅針對單詞進行標記。第二階段兩位標記者與資深標記者討論，對於帶有宣傳手法的詞語進行定義（即單詞／短語／子句皆可傳達某種宣傳手法），並請資深標記者針對不一致處做最終版本之標記，最後決議標記者間一致性以最嚴謹的三位標記者的宣傳手法標記皆一致的百分比(unanimous percentage)進行評估，則分別為自由時報的 14.9%（共有 67 個三位標記者皆一致的宣傳手法標記）以及聯合報的 9.9%（57 個完全一致的宣傳手法標記）。最後再進行第三階段以 Bootstrap 方式擴增資料標記規模，並以人工校正<sup>11</sup>確保 Bootstrap 標記品質。

人工校正的筆數如表 6 所示，以 Bootstrap 方式擴展但遺漏處，再以人工新增筆數，分別為自由時報 266 筆以及聯合報 328 筆；另自由時報有 77 筆、聯合報有 105 筆 Bootstrap 不盡正確處再以人工更正，其中含 Bootstrap 誤標之 59 筆（自由時報）與 66 筆（聯合報）。第一階段的標記最後成為最終版本之百分比達 85.2%（自由時報）<sup>12</sup>以及 82.1%（聯合報）。

<sup>10</sup> 本研究以第一標記者為基準，與第二標記者對同一行標記結果是否一致的百分比。本研究使用的新聞文本大部分的行數並未使用宣傳手法，我們僅針對含有宣傳手法的行段進行統計分析。

<sup>11</sup> 使用 Bootstrap 擴大後，由於 Bootstrap 可能會有缺漏之處，因此需要以人工校正來檢視，人工校正階段在經由三位標記者同意後確認。

<sup>12</sup> 由於本文的 Bootstrap 方式純粹根據第二階段的人工標記最終版本，僅比對相同單詞／短語／子句即進行同樣的標記。原第二階段的人工標記（視為標準答案，100%正確），加上 Bootstrap 後正確的總筆數為 1,969 筆，其他修正的筆數則為 266+77=343 筆，因此憑藉第二階段標記（含原人工標記數）而產生的標記正確率為  $1,969 / (343+1,969) = 85.2\%$ 。此百分比亦與 Bootstrap 方法的表現相關。



表6. 人工校正兩報社論之宣傳手法標記之統計  
 [Table 6. The statistic of the manual correction of the propaganda technique markers in the Liberty Times and the United Daily News]

校正方式	自由時報	聯合報
新增(A)	266 (11.5%)	328 (13.2%)
更正(Y)	77 (3.3%)	105 (4.4%)
正確	1,969 (85.2%)	1,980 (82.1%)
總計	2,312 (100.0%)	2,413 (100.0%)

表7. 自由時報社論各宣傳手法標記之 Bootstrap 正確率統計 (依照總筆數排序)  
 [Table 7. The statistic of the Bootstrapped markers of the propaganda techniques of the Liberty Times (In the order of the total number of each technique)]

宣傳手法	更正筆數	新增筆數	正確筆數	總筆數	正確率
1 評價語言	15	199	1,116	1,330	83.9%
2 高舉大旗	0	16	416	432	96.3%
3 貼標籤	2	39	90	131	68.7%
4 非黑即白	0	3	127	130	97.7%
5 訴諸恐懼	0	4	123	127	96.9%
6 預設立場	0	4	42	46	91.3%
7 訴諸權威	1	0	34	35	97.1%
8 引用歷史	0	0	12	12	100.0%
9 格言論證	0	0	6	6	100.0%
10 質疑	0	0	3	3	100.0%
11 誇大或淡化	0	1	0	1	0.0%
12 其他(X)	59	0	0	59	•
總和	77	266	1,969	2,312	85.2%

表7、表8分別呈現兩報各項宣傳手法之 Bootstrap 正確率（與人工檢核比較），其中更正筆數表示 Bootstrap 標記錯誤、經人工更正成正確的標記筆數；新增筆數為 Bootstrap 未比對出之標記，經人工新增之標記筆數；其他未經變動的筆數皆為正確筆數，總筆數則代表最終標記版本中，該宣傳手法出現的筆數，正確率之算法則為正確筆數除以總筆數。表格中第12類標記為其他(X)者，表示以 Bootstrap 方式標記錯誤，該行並未含有任何宣傳手法。

以表7自由時報社論中評價語言宣傳手法的標記為例，有15筆被 Bootstrap 方式

錯標為其他手法，後來經人工更正為評價語言標記；另 Bootstrap 遺漏 199 筆評價語言標記，而在最後人工檢核階段，經人工新增為評價語言標記；剩下 1,116 筆為以 Bootstrap 方式比對後完全正確，未再經人工變動的正確筆數；最後自由時報社論中，總共標記了 1,330 筆評價語言，正確率為  $1,116 / 1,330 = 83.9\%$ 。

**表 8. 聯合報社論各宣傳手法標記之 Bootstrap 正確率統計 (依照總筆數排序)**  
**[Table 8. The statistic of the Bootstrapped markers of the propaganda techniques of the United Daily News (In the order of the total number of each technique)]**

宣傳手法	更正筆數	新增筆數	正確筆數	總筆數	正確率
1 評價語言	13	278	1,449	1,740	83.3%
2 非黑即白	15	0	257	272	94.5%
3 預設立場	0	9	146	155	94.2%
4 貼標籤	10	23	26	59	44.1%
5 訴諸恐懼	0	4	31	35	88.6%
6 高舉大旗	1	3	27	31	87.1%
7 誇大或淡化	0	0	17	17	100.0%
8 格言論證	0	4	9	13	69.2%
9 引用歷史	0	1	10	11	90.9%
10 質疑	0	3	7	10	70.0%
11 訴諸權威	0	3	1	4	25.0%
12 其他(X)	66	0	0	66	
總和	105	328	1,980	2,413	82.1%

從表 7 和表 8 中可見，兩報社論以 Bootstrap 比對方式標記的平均正確率皆達八成以上（自由時報為 85.2%，聯合報為 82.1%），惟其他未經 Bootstrap 的行銷尚有可能含有遺漏之標記。

我們發現常見的宣傳手法之比例如表 9 所述。相較於 Da San Martino *et al.* (2019, p. 5641) 在英文新聞的標記結果，中文報紙和英文報紙的「評價語言」的手法出現頻率皆屬最高，然而其餘手法卻呈現不同的面貌：排除「其他」這個類別，英文報紙第二、第三和第四高比例的手法分別為「貼標籤」、「誇大或淡化」和「質疑」，而中文報紙第二、第三和第四高比例的手法則是「高舉大旗」和「非黑即白」，以及未在英文新聞中

出現的「預設立場」。

**表9. 中、英文新聞之常見宣傳手法與比較（依照中文的百分比排序）**  
**[Table 9. The comparison between the propaganda techniques employed in the Chinese and English news articles (In the order of the percentage of each technique in the Chinese news articles)]**

宣傳手法	自由時報	聯合報	總標記數	百分比	Da San Martino et al.	百分比
1. 情緒語言	1,330	1,740	3,070	65.0%	2,547	34.1%
2. 高舉大旗	432	31	463	9.8%	330	4.4%
3. 非黑即白	130	272	402	8.5%	134	1.8%
4. 預設立場	46	155	201	4.3%	-	-
5. 貼標籤	131	59	190	4.0%	1,294	17.3%
6. 訴諸恐懼	127	35	162	3.4%	367	4.9%
7. 訴諸權威	35	4	39	0.8%	169	2.3%
8. 引用歷史	12	11	23	0.5%	-	-
9. 格言論證	6	13	19	0.4%	95	1.3%
10. 誇大或淡化	1	17	18	0.4%	571	7.6%
11. 質疑	3	10	13	0.3%	562	7.5%
12. 其他 (X)	59	66	125	2.6%	1,411	18.9%
總數	2,312	2,413	4,725	100.0%	7,480	100.0%

外部評估的先導實驗結果顯示，以單純貝式分類器搭配詞袋特徵進行訓練後，機器判讀的準確率可達 74.26%，顯示本宣傳手法標記資料確實有助於機器自動判讀宣傳手法。

## 5. 結論 (Concluding Remarks)

本文已回答了前述三個研究問題，首先我們針對中文的政治新聞提出 11 種宣傳手法，其中「引用歷史」和「預設立場」有別於英文，為中文新聞獨有之宣傳手法。而根據標記自由時報與聯合報共 228 篇(360,999 詞)太陽花學運相關社論的結果統計，中英文新聞除了皆最常使用「評價語言」手法之外，其他宣傳手法呈現完全不同的分佈。惟本研究之中文新聞取材僅限於社論此一類，與 Da San Martino *et al.* (2019)所採用宣傳型新聞網站之新聞文類不盡相同，因而此處的中、英統計數據之比較會有所限制。未來在文類選擇上，我們將選取更高可比性的文類，並將新聞主題變項、報導發布時間與文章篇數等條件納入選材之考量。

以 Bootstrap 比對方式擴增標記之正確率兩報皆達八成左右，但尚有其他未經 Bootstrap 比對出之行數，也可能使用宣傳手法。我們未來將繼續檢視本宣傳手法標記資料中，是否尚有其他未比對出之標記，並進行評估。

本文做為首篇標記中文宣傳手法之研究，目前僅初步評測標記者間針對同一行的標記是否一致的百分比，尚未考慮其他統計學者所提出之  $\gamma$  評測，針對不同標記者部分標記重疊進行評測。此為本初步研究之限制，後續研究在本標記手法定義之基礎上，可專注於標記者事前的訓練，並採取單一階段之標記流程，以達較高的標記品質。再者，由於宣傳手法標記之複雜度，本文除了基本的標記一致性之百分比，僅將人工標記之宣傳手法資料用 Bootstrap 方式擴展資料集，最後進行人工檢核。關於運用機器計算模型於此類型標記之可能性，將列為未來繼續研究之議題。

本文人工標記之宣傳手法語料，已開放用於偵測宣傳手法以及相關研究<sup>13</sup>，亦可用於媒體中立程度之評估。本研究未來將延續目前的宣傳資料標記，並擷取其中常見之語言特徵（如關鍵詞頻或句法結構），自動判讀其他未標記新聞，並偵測其所採用之宣傳手法。

### 致謝 (Acknowledgements)

本論文承蒙國立政治大學資訊科學系江玥慧老師協助分析英文新聞之宣傳手法、科技部計畫 MOST 109-2811-H-004-503、109-2410-H-004-163- 與 110-2811-H-007-502 補助，以及三位匿名審查委員的指導，特此致謝。

### 參考文獻 (References)

- Arefi, M. N., Pandi, R., Crandall, J. R., Tschantz, M. C., Fu, K.-W., Shi, D. Q., & Sha, M. (2019). Assessing post deletion in Sina Weibo: Multi-modal classification of hot topics. In *Proceedings of the 2nd Workshop on NLP for Internet Freedom: Censorship, Disinformation, and Propaganda*, 1-9. <https://doi.org/10.18653/v1/D19-5001>
- Artstein, R., & Poesio, M. (2008). Inter-coder agreement for computational linguistics. *Computational Linguistics*, 34(4), 555-596. <https://doi.org/10.1162/coli.07-034-R2>
- Barrón-Cedeño, A., Jaradat, I., Da San Martino, G. & Nakov, P. (2019). Propopy: Organizing the news based on their propagandistic content. *Information Processing and Management*, 56(5), 1849-1864. <https://doi.org/10.1016/j.ipm.2019.03.005>
- Bednarek, M. (2006). *Evaluation in Media Discourse: Analysis of a Newspaper Corpus*. New York: Continuum.
- Bensa, C. P. & Wijaya L. (2017). Media propaganda techniques in the South China Sea dispute. *Jurnal Komunikasi ISKI*, 02(01), 1-5. <https://doi.org/10.25008/jkiskiv2i1.86>
- Bussemer, T. (2005). *Propaganda: Konzepte und Theorien*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

<sup>13</sup> 本標記資料集可於此網址下載

[http://simonshih.tw/propaganda/propaganda\\_phrase\\_list.{LT,UDN}.bootstrapped.tsv](http://simonshih.tw/propaganda/propaganda_phrase_list.{LT,UDN}.bootstrapped.tsv)。

- Da San Martino, G., Barrón-Cedeño, A., Wachsmuth, H., Petrov, R., & Nakov, P. (2020). SemEval-2020 Task 11: Detection of propaganda techniques in news articles. In *Proceedings of the 14th International Workshop on Semantic Evaluation*, 1377-1414.
- Da San Martino, G., Yu, S., Barrón-Cedeño, A., Petrov, R., & Nakov, P. (2019). Fine-grained analysis of propaganda in news articles. In *Proceedings of the 2019 Conference on Empirical Methods in Natural Language Processing and the 9th International Joint Conference on Natural Language Processing*, 5636-5646. <https://doi.org/10.18653/v1/D19-1565>
- Diggs-Brown, B. (2011). *Strategic Public Relations: An Audience-Focused Approach*. Boston: Wadsworth Cengage.
- Fowler, R. (1991). *Language in the News: Discourse and Ideology in the Press*. Routledge.
- Fairclough, N. (1995). *Critical Discourse Analysis*. Longman.
- Herman, E.S. & Peterson, D. (2010). *The Politics of Genocide*. New York, NY: Monthly Review Press.
- Hodge, B. (1979). Newspapers and communities. In Fowler, R., Hodge, B., Kress, G., & Trew, T. (eds.) *Language and Control*, (pp.157-174). Routledge & Kegan Paul.
- Horne, B. D., Dron, W., Khedr, S., & Adali, S. (2018). Sampling the news producers: A large news and feature data set for the study of the complex media landscape. In *Proceedings of the Twelfth International AAAI Conference on Web and Social Media*, 518-527.
- Keeble, R. (1997). *Secret State, Silent Press: New Militarism, the Gulf and the Modern Image of Warfare*. Luton: John Libbey Media.
- Knockel, J., Crete-Nishihata, M., Ng, J. Q., Senft, A., & Crandall, J. R. (2015). Every rose has its thorn: Censorship and surveillance on social video platforms in China. In *Proceedings of the 5th USENIX Workshop on Free and Open Communications on the Internet*, 1-10.
- Kromrey, H. (2009). *Empirische Sozialforschung, 12<sup>th</sup> edn*. Stuttgart: Lucius & Lucius.
- Lasswell, H. D. (1927). *Propaganda Technique in the World War*. Michigan: Peter Smith.
- Lee, A. M., & Lee, E. B. (1939). *The Fine Art of Propaganda*. New York: The Institute for Propaganda Analysis.
- Lin, Y., & Hsieh, J. F. (2017). Change and continuity in Taiwan's public opinion on the cross-Strait economic interactions. *Journal of Asian and African Studies*, 52(8), 1103-1116. <https://doi.org/10.1177/0021909616649210>
- Mathet, Y., Widlocher, A., & Métivier, J.-P. (2015). The unified and holistic method gamma ( $\gamma$ ) for inter-annotator agreement measure and alignment. *Computational Linguistics*, 41(3), 437-479. [https://doi.org/10.1162/COLI\\_a\\_00227](https://doi.org/10.1162/COLI_a_00227)
- Mohammad, S. M., Sobhani, P., & Kiritchenko, S. (2017). Stance and sentiment in tweets. *ACM Transactions on Internet Technology*, 17(3), 1-23. <https://doi.org/10.1145/3003433>

- Patrona, M. (2018). Mediated conversation and political propaganda: A discourse analysis of news practices on Greek prime-time news. *European Journal of Communication*, 33(2), 185-199. <https://doi.org/10.1177/0267323118760321>
- Riegel, O. W. (1935). Propaganda and the press. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 179, 201-210.
- Scott, W. (1955). Reliability of content analysis: The case of nominal scale coding. *Public Opinion Quarterly*, 19(3), 321-325.
- Smith, B. L. (2020). Propaganda. In *Britannica*. Retrieved from [www.britannica.com/topic/propaganda](http://www.britannica.com/topic/propaganda) on 18 February 2021.
- van Dijk, T. (1988). *Discourse as News*. Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- van Dijk, T. (1995). Opinions and ideologies in editorials. Paper presented at *the 4th International Symposium of Critical Discourse Analysis*, Athens, Greece.
- van Leeuwen, T. (2008). *Discourse and Practice. New Tools for Critical Discourse Analysis*. Oxford University Press.
- Wang, W. (2007). *Genre across Languages and Cultures: Newspaper Commentaries in China and Australia*. VDM Verlag Dr. Muller.
- Weston, A. (2018). *A Rulebook for Arguments, 5<sup>th</sup> edn*. Cambridge: Hackett Publishing.
- Zollmann, F. (2017). *Media, Propaganda and the Politics of Intervention*. New York, NY: Peter Lang.
- Zollmann, F. (2019). Bringing propaganda back into news media studies. *Critical Sociology*, 45(3), 329-345. <https://doi.org/10.1177/0896920517731134>
- 朱灼文 (2003)。社論的論證結構分析。國立政治大學新聞研究所碩士論文。[Chu, C.-w. (2003). *The Analysis of Argument Structures in Editorials*. M.A. Thesis, National Chengchi University.]
- 洪見合 (2014)。中英文新聞社論之跨文化篇章分析：系統功能語言學觀點。國立高雄應用科技大學應用外語系暨英語專業溝通與教學科技碩士論文。[Hung, C.-H. (2014). *A Genre Analysis of Chinese and English Newspaper Editorials across Cultural Variations: A Systemic Functional Perspective*. M.A. Thesis, National Kaohsiung University of Science and Technology.]
- 游承季 (2001)。大陸經濟改革的內容和宣傳策略研究(1992-1996)－以「人民日報」社論內容為例。國立政治大學新聞研究所碩士論文。[You, C.-C. (2001). *On the Contents and Propaganda Strategies of China's Economy Reformation (1992-1996) in the Editorials of the People's Daily*. M.A. Thesis, National Chengchi University.]
- 湯廷池 (1981)。國語疑問句的研究。師大學報 26, 1-59。[Tang, T.-c. (1981). On the interrogative sentences in Chinese. *Journal of National Taiwan Normal University*, 26, 1-59.]
- 賴賢 (1965)。人民日報社論的反美宣傳分析。國立政治大學新聞研究所碩士論文。[Lai, M. (1965). *Analyzing the Anti-USA Propaganda in the Editorials of the People's Daily*. M.A. Thesis, National Chengchi University.]

## 附錄1 (Appendix 1)

第一階段人工標記的自由時報宣傳手法以及相對應的單詞／短語／子句（以英文字母排序）

Appeal to authority (ATA, 訴諸權威):《 彭博 商業 周刊 》《 時代 》「 紐約時報 」  
紐約時報《 紐約時報 》中國 移居 美國 的 經濟 社會 學者 華爾街日報「 經濟 學  
人 」 希拉蕊 傳統 基金會 華爾街日報 國際 媒體 威爾遜 華爾街日報 台灣 公報 希  
拉蕊 · 柯林頓 鄭秀玲 經濟 學人 雜誌 華爾街日報 長期 關心 台灣 的 專家 甄妮

Appeal to fear/prejudice (ATF, 訴諸恐懼): 一 中

Black-and-white fallacy, dictatorship (BW, 非黑即白): 任何 一 個 上軌道 的 國家 絕不  
會 允許 在 毫無 討論 、 不准 修正 改良 的 粗暴 過程 中 絕不 絕非 必須

Doubt (DT, 質疑): 其 此 之 謂 乎 ? 哪來 「 深 自 反省 」 ? 難道 是 這樣 的 想  
法 嗎 ?

Flag-waving (FW, 高舉大旗): 民主 價值 民意 心聲 公民 覺醒 民意 國家 安全 公眾  
支持 捍衛 民主 普遍 心聲 民意 民調 正常 民主 程序 國家 安全 民意 基礎 主權  
國安

Historical allusion (HA, 引用歷史): 美麗島 事件 天安門 事件 「 引 清兵 入關 」

Loaded language (LL, 評價語言): 血腥 毀滅 不倫 「 氣 爆扯 服貿 」 食言而肥 紙  
上談兵 一意孤行 , 吐 槽 任 人 宰割 馬王 惡鬥 內慚 神明 閉門思過 熱潮 幹譙  
向 中國 傾斜 卸責 搪塞 令人 感嘆 可悲 食髓知味 食髓知味 , 敲詐 併吞 門戶  
大開 罔顧 矛盾 玩弄 慢半拍 一意孤行 執迷 不誤 寶貴 的 誘使 陷阱 震撼 低迷  
罔顧 濫行 賤 招 撐腰 低聲下氣 無能 來 洗 人民 的 腦 臭 酸 的 暴力 背對 人民  
目 無 頭家 戲本 粗暴 強 渡 關山 操控 傷害 優哉游哉 , 無能 無心 偷偷 覺醒 傷  
害 惡評 爽 歪歪 障礙 公民 覺醒 遍地 開花 威脅 衝擊 危機 專制 權謀 算計 剝  
奪 「 無能 」 助成 失靈 嫁禍 製造 事端 報復 粗糙 輕忽 暴力 自恃 自我 吞噬 賠  
上 黑箱 語言 暴力 墮落 垂涎三尺 變 不 出新 把戲 執迷不悟 五花大綁 嘈雜 紛亂  
詬病 封殺 石破天驚 壓制 動盪 嚴重 淪為 逆來順受 撕毀 崩盤 譴責 嚴厲 惡評 混  
亂 有志一同 大放厥詞 。 公民 覺醒 熱力 啟發 壯志 宰殺 不可 原諒 險境 , 盜取  
破產 當頭棒喝 傷害 嚴峻 復健 永無寧日 癱瘓 強推 賣國 叛國 暴力 霸凌 分官 分  
贓 搶 立委 情何以堪 。 黑 箱 危機 自失 受 威脅 風險 困境 抹黑 爛 講義 抹黑  
謊言 羅織 罪名 嚴厲 譴責 不實 反擊 揭露 破解 過氣 放任 媚共 恥 卑躬屈膝 暗  
潮 浪花 傷害 反感 言行 不一 行動 暴力 中肯 一意孤行 圖謀 污名 化 杯葛 唯命  
是從 對付 打壓 併吞 蕩然無存 毫 不 在 意 。 奮起 漁獵 激勵 黑箱 蹂躪 朝氣 清新  
愚蠢 致命 錯誤 恐嚇 毀壞 伎倆 黑道 恐嚇 無比 威力 偷渡 濫 可笑 硬 愚蠢 粗暴  
粗糙 蠻橫 「 改變成 真 」 惡果 憂慮 封殺 回 槍 投票 部隊 招數 玩弄 虛假 哈腰  
諂媚 「 以 商 逼 政 」 虛晃 一 招 罔顧 民怨 罔顧 恐嚇 牌 施暴 開門揖盜 肆 背  
離 遭 打 臉 威脅 唬弄 咎由自取 轉捩點 慷慨 陳詞 見賢思齊 。 諷刺 謊話 連篇

尚 話 顏面 盡失 灰頭土臉 輸掉 一廂情願 蠻幹 軟土 深掘 跳針式 喊話 傲慢 糞土 危機 國民黨 「暴政」 怵目驚心 落伍 向中國 靠攏 圍事 失敗 的最爛 開門揖盜 恐怖 悲哀 沒救 的高高在上 逢迎 一針見血 惡果 煙霧 門戶 洞開， 害台 權力的 傲慢 束手無策 目無 災民 離題 挺身而出 無能 不當 專制 牢籠 衝突 冥頑不靈 交叉 感染 遺毒 變不出新 把戲 偷渡 門戶 洞開 蠶食 鯨吞 「獨裁」 被迫 「無能」 強推 黑箱 沾沾自喜 日薄西山 獨沾 中國 一味 騙局

Name calling or labeling (NCL, 貼標籤): 「半分忠」 民怨 火山 「鐵蹄」 「太陽餅 馬戲團」 「馬卡茸 總統」 「現代 吳鳳」 勇敢 婦人 中國 台商 投票 部隊 「抓漏 大隊」 元凶 九 趴 總統 即將 下台 的馬英九 們 馬英九 們 馬 黨國 無心 也 無能的 馬 政府 傾中 政策 老共 追求 「終極 統一」 的 馬英九 「今日 香港」 「一條 龍」 九 趴 總統 國會 全武行 向中國 傾斜 政策 明日 台灣」 幫腔 幫閑 者 「台灣版 天安門 事件」 未來的 主子 鳥籠 公投 「公民 不服從 運動」 背離 民意的 政府 黑箱 服貿， 把國旗 收起來 的小官， 不適格 不適任 者 黨國 輿論 製造術 反民主 鬧劇 有勝算 者 有識之士 列寧式 黨 機器 馬 黨國 「天龍國」 黨外 精英 「中國 軍閥 鐵蹄」 醜 角色 紅頂 商人 元凶 幫凶 共匪 太陽 花 學子 老把戲 「婉君」 九 趴 總統 長期 關心 台灣 的 專家 「暴鎮」 中國黨 「無能 領導者」 違法 總統 這個 「自絕於 國人」 的 政府 雙手 獨攬 權力的 馬英九 「暴鎮」 馬 黨國 老狗 馬英九 們， 黑箱 服貿

Presupposition (PS, 預設立場): 竟然 不是 更應該 閉門思過、內慚 神明 嗎？ 台灣 經濟 會 愈拚 愈 倒退 嗎？ 竟 實質 薪資 所得 會 愈拚 愈 回去 嗎？ 竟 是否 如 國民黨團 宣稱 的 「視為 已 審查」？ 武官 還 怕 甚麼？ 滿意度 會 一路 滑到 九 趴 嗎？ 竟 誰 會 看 不懂、想 不清楚？ 貧富 差距 會 持續 擴大 嗎？ 這 叫 甚麼？ 這 豈不 說明 M 503 航路 對我國 飛安 與 國安 確實 存在 威脅？ 還 有 多少 看 不到 卻 更 恐怖 的事情 正在 發生？ 難道 這是 人民的 「暴力 杯葛」 嗎？ 馬英九 不 也是 如此 心態 嗎？

Thought-terminating cliché (TTC, 格言論證): 不 誠 無物 眾所周知， 答案 當然是 否定的 自不待言

## 附錄2 (Appendix 2)

第一階段人工標記的聯合報宣傳手法以及相對應的單詞／短語／子句(以英文字母排序)

Appeal to authority (ATA, 訴諸權威): 嚴 長壽 彭淮南 施振榮 童子 賢 附庸 化 「害台 禍台」 邊緣化 絕路 民主 倒退 邊緣化 最厲 的 鬼魅

Black-and-white fallacy, dictatorship (BW, 非黑即白): 沒有 任何 國家 能 容許 完全是 朝野 立委 爾虞我詐、機關 算盡 的結果。 不可能 靠著 街頭 抗議 或 國際 鎂光燈 解決 絕不 這 不是 民進黨 的 「私有化」 是什麼？ 這個 國家 豈不 注 定 要在 想像 與 現實 的 兩極 間 自我 拉扯？ 絕不 學生的 要求 是 畫蛇 添足



還是無理找碴？抗中或害台？絕不這不是民進黨的「私有化」是什麼？必須

Doubt (DT, 質疑): 卻仍要將台灣帶上絕路？卻連這點想法也容不下？又在維護什麼樣的司法正義？又如何贏得民眾認同？會不會又要商請俄國寬限，為台灣爭取利益？烏克蘭財政會不會崩潰，在彰顯什麼樣的法律價值？

Exaggeration or minimization (EM, 誇大或淡化): 轉瞬一夕之間永遠

Flag-waving (FW, 高舉大旗): 「媽媽反核能」「學生反服貿」台灣的出路是由ECFA到TPP。國會正是民主憲政中由選舉產生的最高民意機關，國會象徵的就是民意。「人民」「捍衛民主」民主大教室呵護我們得來不易的自由「台灣全球化機遇」反映民意承載民意讓學生們平安地回到學校及家庭吧！「全民總統」民主精神「人民」

Historical allusion (HA, 引用歷史): 「茉莉花革命」「五二〇農運」被釘上十字架泰國的紅衫軍和黃衫軍之爭烏克蘭十年前的橘色革命野百合

Loaded language (LL, 評價語言): 無可逆轉伎倆權謀鬥爭不攻自破底蘊崩盤戲碼虛矯「政府的失能」濫用磨刀霍霍蒙上陰影上演攻防爛戲抄襲搬弄抹除牛頭不對馬嘴逾越徒添困惑矯情斥為難堪狠狠長才趨吉避凶排擠悲劇誤解畫蛇添足危害風暴惶恐焦慮狂暴步步退讓淪陷羞愧撕裂窄巷宰殺膚淺以製造騷亂自得，鬧劇姑息漠然潰敗仇恨焦慮、猜疑揭竿而起崩毀矛盾被踐踏短短絕無可能喪志喪膽戲碼杯葛脫序衝突暴力過激惡化凶險憂慮脫序汗顏錯覺今非昔比撇開故意漫天喊價扭曲戰場一搭一唱壟斷嚴重衝擊區區妨礙嚴重脫軌害台禍台傷痛絕路以占領或攻擊政府機構為樂動輒投鼠忌器氣焰高漲頤指氣使害台禍台輕輕撇到一旁不理口惠落空喪權失土大毒瘤毒瘤伎倆唾餘權謀鬥爭陷奪取託詞反智井然有序摧毀大爆發醜化藉口亂刀命喪「民主的失控」得寸進尺崩裂蹉跎結黨營私壟斷逼得得寸進尺光榮侵犯光榮熱鬧無理找碴畫蛇添足義憤難安玩弄於股掌之上權謀鬥爭耽溺見獵心喜機關算盡爾虞我詐本末倒置錯愕驚駭不成體統正大鬥垮無效自傷動輒撕裂傷害殘害聲望連挫干擾無底洞失格羞辱國家、羞辱民主蕩然無存兵疲馬困怒火引爆勃然大怒霸凌鬥爭絕路不堪想像得不償失。得寸進尺不見天日壟斷狡猾失之偏頗狗尾續貂大話為反對而反對走投無路流失硬生生咬死害台抗中癱瘓拖了手指使破壞憲政挾制民意伏擊杯葛鬥爭戰場「不作為」打發癥結痞啞難辭其咎一廂情願強推政策悍然危機一針見血混亂程序杯葛令人痛心的嚴重政治災難狹隘拉高身段難堪破裂，根本不忍卒睹醜態根本剝奪集體暴力根本坐收漁利下了如此重手交易拖延杯葛前車之鑑光榮煽風點火為鬥爭而鬥爭視人民為政黨可驅遣之「工具」「霸權」大刺刺

併吞 令人三嘆 抹煞 賠上 停損點 唾面自乾 地耗 著 惡性 循環 陷 流產 政治 危機 爆發 杯葛 鎮日 霸占 倉皇 利益 交換 密室 協商 煽動 脫序 唱和 糾纏 軟弱 軟弱 可欺 暴力 蒙上了 譴責 倒退 不能 動彈 被 卡住 「反 民主」 「黑箱」， 錯誤 百出 諷刺 脫序 袖手旁觀 憂心忡忡 嘆為觀止 予取予求 窘境 內亂 困窘 迫使 讓人 遺憾 亂子 嚴酷 挾制 自我 拉扯 漠視 風暴 混亂 衰變 通病 恥 悲劇 迅雷不 及掩耳 地 荒謬 政府的 失能 決裂 扭曲 拘泥 不化 動輒 一黨之私 汲汲 罔顧 倒錯 逼得 黨政 不分 遑論 害台 禍台 幻影 傷痕 卸下 踐踏 肆無忌憚 隨便 「干 涉 步步 退讓 狂暴 反對 置若罔聞 受挫 步步 退讓 一敗塗地 賠上 薄弱 羞辱 驅逐 衝撞 葬送

Name calling or labeling (NCL, 貼標籤)：「司法 鐵漢 「零容忍」的社會 「包 養 條約」，正義 之師 揭弊者 關說者 「台灣 社會 良心」的 意見領袖 意見 領袖 鬥獸場 「解嚴 後 首波 民主 世代」 馬戲團 鬥獸場 「以商 圍政」 之術 霸占 國會 者 野百合 北極 狼 忠誠 堪虞的 人民 民主 大教室 關說者 活 在 「象牙塔 裡」的人？ 天王 們 法匠 結黨 結派的 政客 服貿 黑箱 「反中 抗中」 的 風暴 棉花糖 最厲的 鬼魅 法匠 這堂 課 反服貿 大火 風暴 服貿 風暴 風暴 法匠 立法院 之 恥 民主 鬧劇 「解嚴 後的 民主 嬰兒」

Presupposition (PS, 預設立場)：「占領 國會」就能 等同於 「領導 國家」嗎？ 「領導 國家」難道 不 需要 經過 公職 選舉 嗎？」這種 說法 不是 很有 力嗎？不 就是 司法 干預 政治 的 危險 嗎？不是 嗎？不 覺得 太過 自大 及 反民主 嗎？並 不 令人 意外 他 不 就能 把 支持 服貿 的 社會 力量 拉 進來 當成 自己的 憑藉 嗎？但 整個 政府的 顏面 可以 如此 被 踐踏 嗎？ 你們 心中 真的 還有 別人 嗎？又 豈 對 台灣 有利？豈 對 台灣 有利？ 台灣 的 政府 體制 可以 伸縮 自如 到 隨便 誰 來 指揮 嗎？否則 台灣 豈 有 可能 訂出 一紙 「只取 不給」的 條約？國家 能否 由 霸占 國會 者 來 領 導 學生 是否 應當 自問：法官 在 擒縱 之間 豈非 更 不符 比例 原則？竟 法官 難道 是 活 在 「象牙塔 裡」的人？絕非 竟 竟 以 可以 救濟 的 「程序 正義」 賠上 分秒 必爭 且 無可 逆轉 的 「台灣 全球化 機遇」，竟 莫非 就是 看穿 了 總統 的 軟弱 可欺？被 卡住 不能 動彈 的 議案 豈止 服貿 協議 一 案？豈 不 變成 自己 所 鄙薄 的人？這 不是 在 阻斷 台灣 加入 TPP 及 RCEP 之 路 嗎？豈 不 這 真的 有 把 服貿 當 回事 嗎？這 豈 符合 其 「捍衛 民主」的 口號？這 豈非 政黨 政治 的 扭曲？這 難道 不是 民主 的 失控？這些 人 有 認真 看待 學生的 不滿 嗎？都 不可能 簽名 交出 自己 的 代議權 吧？難道 應當 鋪紅 地毯 相迎？顯然

Thought-terminating cliché (TTC, 格言論證)：可想而知 常識 毫無疑問