

【美國】【政治】真假新聞

2019-06-14 10:41:00

原文網址：<http://blog.udn.com/MengyuanWang/127463732>

我以往曾多次提起，在過去三十年中，從我還是哈佛物理系的博士生時期開始，我最喜歡的期刊是英國人出版的《The Economist》，《經濟學人》。既然有這麼久的閱讀經驗，對它幕後的團隊以及思想理念自然有了相當程度的熟悉。

《經濟學人》的文章，和其背後的編輯團隊，可以簡單地分為兩大類：雜誌前半的各地區時事，和後半的專業消息。兩者都以新聞報導為主幹，再加上偶爾的分析研究，但是前者明顯是新聞或政治專業的文科生寫的，而後者則由經濟或金融的畢業生來做。

從讀者的觀點來看，前者夾帶意識形態私貨的趨勢極為嚴重，例如仇中仇俄，經過幾十年數代主編而不衰，連新聞報導都不能專注在事實證據上，社論分析自然更加慘不忍睹；後者就理性得多，即使對市場經濟有迷信，文章的主體仍然試圖從事實出發來做邏輯推演，因而往往可以經得起客觀檢驗並有很好的參考價值。

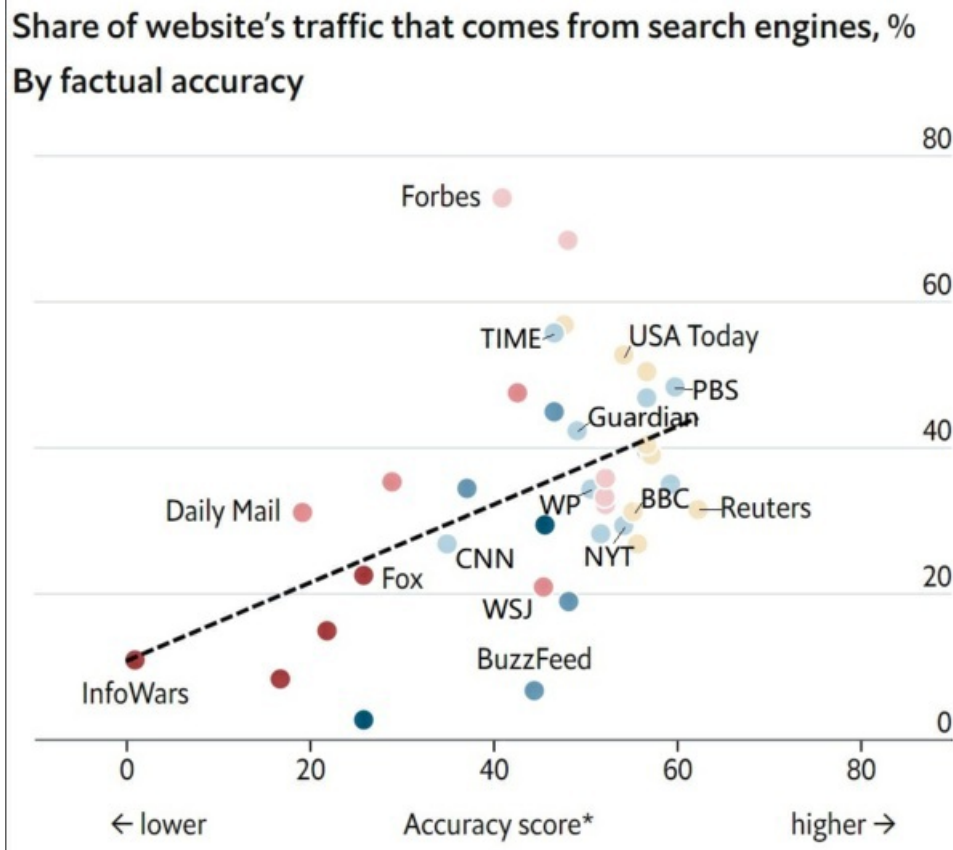
尤其《經濟學人》百多年（它創立於1843年）的累積沉澱，搜集的資料非常廣汎，隨便一篇分析性的文章，內容都可以等同於高水準的碩士或博士論文（事實上這類文章，多半是直接引申自最新的學術界成果，《經濟學人》自己內部獨立完成的並不多），然而又寫得精簡易懂，所以我從入門到現在，始終覺得開卷有益。

最近這期（2019年六月8-14日）《The Economist》就有一篇他們獨立做的分析，叫做《Seek And You Shall Find》（參見<https://www.economist.com/graphic-detail/2019/06/08/google-rewards-reputable-reporting-not-left-wing-politics>；遵循《經濟學人》的傳統，這個標題又是雙關語：它本身是基督教聖經英文版中的名句，但是“去找就會有所得”當然也可以指Google的搜索引擎），研究的對象是Google對美國國內政治類新聞話題的搜尋結果。

美國的右派民粹（亦即前文《21世紀的民粹》中解釋過，受土豪操控，由Trump帶頭的當權派）對“主流媒體”（“Mainstream Media”）“Liberal Bias”（“開明放任派偏見”，有關“Liberal”這個字匯的真正含義，請參見前文《咬文嚼字》中的討論）的抱怨歷史悠久，基本從1960年代白左剛興起就開始了。Trump上臺之後，“Fake News”（“假新聞”）這個字眼更是家喻戶曉（不過當然不是Trump發明的），連國會都有許多共和黨議員反復批評報導不公，其中Google尤其是眾矢之的。

一個很有名的例子，是Google對“Idiot”（“白癡”）這個字的搜索結果，Trump的頭像在圖片類有主宰性的頻發率。當然這不算什麼證據，因為對一方的批評，並不一定是主觀的偏見，也有可能是客觀的邏輯結論。在美國國內政治這種人人有意見的議題上，Google更可以說是純粹反應佔60%人口的反Trump民衆意見。

《經濟學人》的這篇文章，就是希望對Google是否有政治偏見這個問題，做一個客觀理性的資料分析。不過右派民粹本來就不懂也不在乎事實和邏輯，所以我認為會去關注這種研究的讀者，先天就知道假新聞並不是左派的專利，那麼《經濟學人》似乎是花了大功夫來證明一般有頭腦的人都已經明白的簡單道理。但是我一看文章裏的核心圖片，不禁啞然失笑，覺得必須和大家分享。



圖中的每個點都代表一個知名的政治評論媒體，藍色是左派親民主黨的，紅色則是右派偏共和黨的，黃色是中間派。橫軸是報導內容細節的準確性，根據目前兩個權威Fact Check（檢驗事實）網站Adfontesmedia.com和Mediabiasfactcheck.com的數據統計結果；縱軸則是政治類報導文章讀者經由Google而點擊的比率，這大約對應著出現在Google搜索結果首頁的頻率，可以代表Google的“偏好”。黑色虛線是簡單回歸分析（Simple Regression Analysis）的結果，可以看出Google的搜索引擎智商還是不錯的，基本上越準確的媒體，就越受重視。

在虛線以上的媒體，享受著超越本身報導準確性應該獲得的重視程度；反之，在虛線下方的公司，則可以說被Google歧視了。那麼很簡單就可以看出Google並沒有偏好左派的趨勢，反而是右派媒體獲得優待。例如圖片最上方的兩個點都是粉紅色的，分別代表著《Forbes》和《Fortune》；而被歧視最嚴重的，卻是兩個深藍色的媒體平臺，分別對應著《BuzzFeed》和《DailyKos》。

如果我們忽略橫軸（亦即報導的準確性水平），只看Google搜尋頻率和黨派左右之間的關係，就會覺得有很好的對稱和平衡。不過因為深紅色的點獨占著準確性的低端，所以它們是“罪有應得”，而深藍色的媒體，其實準確性和中立主流接近，被Google無視就顯得無辜了。

以上是《經濟學人》這篇研究的作者想要傳達的結論，但是我覺得更有意思的，是如果我們忽略縱軸，而專注在準確性和黨派立場之間的關係，那麼我們會看出大部分的主流媒體，準確性在45-60分之間，並沒有太大的差異。這其中又可以細分為三個梯隊：《PBS》和《Reuters》最高，在60左右；《BBC》、《USA Today》和《New York Times》則是50出頭；這兩個梯隊都是相對中立的公司。第三梯隊則包括《WSJ》、《Forbes》和一些深藍媒體，準確性40+，已經明顯不太可靠。

到了《CNN》（36）、《FOX》（26）和《Daily Mail》（19），基本是謊話連篇，只能當做娛樂性刊物來讀了。至於《Breitbart》（17）和《InfoWars》（1），那更是專業造謠的平臺，純粹反應了當前美國右翼民粹的非理性本質。

我想強調一下，這裏的準確率計算，不包含主觀意見和預測，完全局限在美國國內當前政治議題

討論之中，所引用的既有事實證據，換句話說，就是一般所謂的時事新聞報導，絕對都是簡單、相關而且容易驗證的話題，例如Trump有沒有說Meghan Markle是Nasty（潑辣），或者2018年的官方財政逆差數字比上一年增減多少，而不是非常專業、或有統計誤差的複雜主題。所以出現了“不準確”的事實，如果不是有意誤導讀者，至少也算是極度不敬業，連到網絡上復查都懶得做。

我隔海看臺灣的媒體網站，覺得《中國時報》還勉強可比《CNN》，《聯合報》類似《Daily Mail》，而《自由時報》之流的綠營宣傳管道，就完全是臺灣版的《InfoWars》，任何文章如果不刻意造假，就不適合刊登了。

至於《經濟學人》自己，準確度的排名如何呢？其實它屬於第二梯隊，也就是圖中《BBC》和《NYT》左上方附近的那個被大半遮掩的粉紅點。50左右的分數，實在不是特別嚴謹。不過他們研究經濟專業的部門，願意揭自家新聞部同僚的瘡疤，這種實事求是的態度，還是值得贊揚的。

5 条留言

呐呐溪

2019-06-14 12:54:00

補充個小故事 在 Google 上用 "idiot" 搜尋而得到川皇的頭像並不是新鮮事；早在 2004 年小布希當政的時候，如果在 Google 上用 miserable failure 來搜尋，第一個結果就是白宮官方網站小布希簡歷(bio)的頁面。這是當時一群討厭小布希的部落客利用 Google 搜尋排序運算法的一個漏洞玩的惡作劇；後來還取了個名詞叫做 Google Bombing。絕大多數的人都不了解 Google 是怎麼運作的，有些愛國的美國民眾非常生氣，寫信到 Google 表示抗議，認為 Google 不尊重國家元首。

“

Google認定Trump是Idiot的緣由，有種說法是2018年七月他第一次訪問英國的時候，英國人為了抗議，翻出一首叫《American Idiot》的老歌，讓它登上排行榜第一名，於是全世界Google的用戶才有志一同把Trump和Idiot聯在一起。《American Idiot》其實是2004年，一個美國樂團抗議小布希所作的。我覺得這個故事固然有道理，但沒有足夠的證據，仍然可能是Urban Legend。不論如何，到了2018年十二月，Google的CEO到國會備詢的時候，這事就成了大新聞。

狐禪

2019-06-20 16:44:00

沒有真正的客觀，只有不同角度的偏見。偏見收多了，才有希望趨近客觀。

“

有經驗、有智慧，就可能對報導存疑，但是要明白真相，仍然必須有正確的事實證據被揭露。

無知者，無畏

2019-06-26 06:05:00

定向推送 每個媒體都清楚知道自己的受眾是誰，他們發布消息主要是針對自己的受眾。可以說什麼樣的受眾，就有什麼樣的媒體。基於市場的考慮，很多時候必須發送他們的受眾愛聽的東西，這樣一方面可以讓他們的受眾感覺自己的判斷力超群，另外一個方面也可以怎麼自己的影響力。我曾經修在紐西蘭讀過《多媒體》課程，先生對媒體的定義直言不諱地說，是“Ideology Broadcasting”，所以他們當然有對自己受眾的意識形態的宣傳動因，按照比較通行的說法就是“輿論引導”。世上的任何一件事情，都有多方面的看法，由自己價值觀的觀眾會從不同的角度來看和評論事件的特性而忽略事件本身，對事件報導的側重點肯定會符合自己和自己受眾的價值觀。據一個例子，針對一個會議的報導，如果會議中針對某一件事情的投票，贊成票有98票，反

對票有兩票（可能是激烈反對），一個公正的報導當然是按實說，但是如果是一個支持反對意見的媒體，他會怎麼報導？他通常會說，“該次會議有激烈反對”，而可以忽略98%的支持意見。媒體有假新聞和片面報導的原因，並不是一個簡單的職業操守可以解釋，而是背後媒體自己的價值體系在起決定性作用。在日本收購了《經濟學人》之後，可能短時間不會對該刊的編輯指手畫腳，但是遲早會全部控制它的價值體系。我自己在從事零售業務的時候，也有賣報紙雜誌，New Agency是我們的供貨方，他們會給我們詳細介紹這些雜誌的擁有人信息。以汽車雜誌為例，目前在澳大利亞銷售的大致5種有關車輛的雜誌（包括來自海外的），無一例外都被日本的財閥控制，所以，你基本上見不到任何一篇文章說日本汽車的壞話，所有雜誌，從頭到尾都在吹噓日本汽車而貶低其他國家的車輛。我的問題是，日本車真的那麼好嗎，不見得吧？！事實是，日本人通過對汽車雜誌的控制，在汽車這個行業裡面，其他人根本就沒有話語權，也就是說，只有他說，沒有妳說，公道從何而來？綜合而論，所有媒體都毫無例外地針對自己的受眾進行價值觀和意識形態的“定向推送”。

“

沒錯，然後英美特別說資本控制是好事，政府控制才是壞事。這其實在政治、經濟、文化、社會等議題上，都是他們打擊異己的核心宣傳論點。

游客 越雷

2019-07-02 15:11:00

王先生，观察者网转载了一个纽约时报的视频，是对“美国是富人的乐园”“美国贫困人口很多”之类的问题进行反思，这是视频链接<https://b23.tv/av57561415>这是文章的链接https://m.guancha.cn/international/2019_07_02_507848.shtml

“

好，謝謝。

刺史

2019-07-03 23:15:00

大陆学生回应王先生 王先生 前段时间中国的联想公司因为一则反对华为5G的谣言，引爆了国内网民的负面舆论，360度无死角骂联想是卖国公司。联想公司为了辟谣，公布了一篇5G科普文章，然而我在观察者网文章评论下面看到的不是理性的声音，绝大部分人都不会仔细看文章怎么讲，或者是看不懂，连联想问题都捋不清楚，却都毫不犹豫的踩上一脚。我现在都不愿意去翻那些评论，看了心底一阵阵凉意，回应了几次都遭到人身攻击。我本身抱着的态度是没有知情权就没有发言权，即使不知道，也绝对不轻易妄自评论。这类似的事情在网民数量庞大的中国，司空见惯。我想这类现象与国内各类不负责，只为博取眼球赚钱的自媒体离不开关系，断章取义，颠倒是非，添油加醋，他们是样样精通，然而他们的受众确实巨大的。我并不认为言论自由是金科玉律，连理性客观的态度都难以做到，何谈言论自由？希望王先生能谈谈对于联想负面舆论事件和对国内自媒体监督的看法 这是联想辟谣文章，评论区是重灾区，《联想时隔三年回应“5G投票事件”》www.guancha.cn/industry-science/2019_05_16_501916.shtml

“

我買手機，向來盡可能用國貨。HTC自毀之後，我買了兩次Motorola，然後才知道聯想的劣跡；今年春新買的是Huawei P30。美國沒有，我就找了加拿大來的水貨。聯想的劣跡，不在於5G標準的投票，而是一個自私商人玩弄政治手段，驅逐了做技術發明的科研人，又搶股東的錢，給自己大發股權獎勵而自肥。原本這只是一家公司內部的事，但是聯想廣告卻以民族品牌自稱，還拿了無數政府的補助和訂單，偏偏沒有為國家貢獻科技突破，連生意都往國外搬；換句話說，就是做了婊子還要用公款立貞節牌坊。我對婊子和貞節牌坊都沒有意見，但是詐騙公款我是一直反對的。