

國立政治大學傳播學院傳播碩士學位學程

碩士學位論文

電視記者查證災難新聞之社群媒體依賴研究

TV Journalists' Social Media Dependency in Disaster News

Verification



指導教授：江靜之 博士

研究生：趙敏雅 撰

中華民國一〇八年七月

謝辭

「有時候，我們可能脆弱的一句話就淚流滿面；有時候，卻也發現自己不知不覺咬著牙走了很長的路。」-莫泊桑

期許更好的自己，踏上了這一段路。2017年2月進入政大傳院，經歷很紮實的2年半研究生涯。謝謝指導教授江靜之老師悉心地指導與幫助，不厭其煩地協助我梳整邏輯思路，在我陷入低潮時，耐心地給予鼓勵。而老師對學術嚴謹的態度，也讓我受益良多！謝謝口試委員林淑芳老師、郭文平老師的指導與協助，衷心感謝老師們為我的論文提供寶貴的建議！

謝謝在碩班遇到所有的人，謝謝105、106暖心的大家，謝謝韻涵、祖傑、彥竹、馨儀、家茹、郁琇、鵝、遙遙、蕤蕤、盈銖，一直給予我鼓勵與幫助，感謝戰友們！

謝謝Yahoo孟燕與宥儒的包容與信任，能一邊工作一邊寫論文，讓心安定不少，而在我動搖時，也叮囑我要好好堅持走完研究之路，並總為我加油打氣！

謝謝世新新聞系在業界打拚的同學撥冗協助。謝謝願意受訪的哥姊。

謝謝昕柔、熊、佳蓉、昭容、舒晴、念樺、May～七仙女，總是給予我關心，耐心地協助我梳理思緒及重整心態，感謝大家相伴於我左右，總是被大家的愛與支持療癒，我愛妳們！

謝謝張乃蓉，在那些暴哭、受挫的時刻，給予陪伴，在快要放棄之際，比我自己都還要相信我，同理之餘給予鼓勵與支持，謝謝有妳一路相伴，我愛妳！

謝謝家人的支持！謝謝媽媽無條件的體諒、尊重與陪伴，作為我強力的後盾，在我氣餒時要我不要急，總是悉心傾聽並給予建議，以及包容我的情緒！能當妳的孩子很幸福！沒有妳，我絕對走不到這裡！我愛妳！

最後謝謝咬牙堅持到底的自己，謝謝妳很努力始終沒有懈怠，謝謝妳沒有放棄，請記得曾如此堅持、致力達到目標的自己，未來也要繼續勇敢往前走！

摘要

在突發的災難中，社群媒體讓使用者即時提供訊息，填補新聞記者不在現場而缺乏的資訊，確認事發經過與災情。不過，社群媒體的匿名性，及使用者相隔螢幕互動，使部分新聞記者對網路訊息存有疑慮，包含對社群媒體使用者，與其提供訊息的信任感。以媒介依賴理論視角而論，個人缺乏足夠訊息，需透過媒介訊息排疑解惑、完成目標，就會對媒介產生依賴。過去研究亦顯示，媒介依賴與信任具有相關性，故本研究援引此架構，初探新聞記者如何依賴社群媒體查證災難新聞，並關注新聞記者對社群媒體的信賴。

本研究透過深度訪談法，訪問十位電視記者，了解電視記者報導自然災難，使用社群媒體達到社會理解、行動定向與互動定向等三目標，而在災難發生、救援與恢復重建等三階段，電視記者透過社群媒體取得的證據類型，以及其對社群媒體科技與人際信任信念的感知。本研究有四點主要發現：第一，電視記者使用社群媒體獲取證據，解決災難訊息缺乏之問題。第二，電視記者認為畫面有線索能比對網友所言，並能直接以畫面為證，故在災難三階段均偏好使用社群媒體獲取非供述證據。第三，電視記者對社群媒體使用者的人際信任信念為親身經歷與專業知識，並認為多數人出於善意地提醒，無蓄意欺騙或作假之動機。第四，電視記者對社群媒體的科技信任信念為其查證所需的五大功能，其中僅 Facebook 均具有，故十位電視記者皆表示對 Facebook 較為信任，視 Facebook 為查證災難必備工具。

關鍵字：災難新聞、電視記者、查證、證據、社群媒體、媒介依賴、信任信念

Abstract

Social media allows users to provide real-time information to supplement remote news media reports and confirm the events and severity of damages during emergency disasters. However, the anonymity of social media and how users interact through digital displays causes some reporters to harbor doubts towards information from the internet, including trust towards social media users and their provided information. From the perspective of media dependency, the individual lacks sufficient information and must utilize information from mediums to remove doubt and complete goals, thus producing a reliance on mediums. Past studies show a correlation between medium reliance and trust so this study will introduce this structure in a preliminary exploration of how news reporters rely on social media to investigate disaster news as well as focus on reporter trust in social media.

This study utilizes in-depth interviews with 10 TV Journalist to understand their use of social media for social understanding, action orientation, and interaction orientation when reporting natural disasters in the phases of occurrence, rescue, and rebuilding; the interviews will determine the types of evidence obtained by TV Journalist through social media as well as their perception of social media technology and interpersonal trust beliefs. This study made 4 primary discoveries: first, TV Journalist relies on social media to obtain evidence as a solution to insufficient disaster information. Second, TV Journalist believe that image evidence can be used to compare against statements made by internet users as well as directly provide images of evidence; thus, there is a preference to use non-testimonial evidence from social media in all 3 phases of a disaster. Third, the interpersonal trust beliefs of TV Journalist towards social media are based on personal experience and professional

knowledge. There is the belief that most individuals provide information based on goodwill and do not harbor motivations to misinform or falsify. Fourth, TV Journalist utilize technology trust beliefs as one of the 5 major functions they require for verification; Facebook is the only social media held by all 10 reporters and they all expressed a stronger sense of trust towards Facebook and view it as a required tool for verifying disasters.

Keyword: Disaster News, TV Journalist, Verification, Evidence, Social Media, Media Dependency, Trust Beliefs



目錄

第一章	緒論.....	1
一、	社群媒體成為一種查證工具.....	2
二、	社群媒體輔助新聞記者查證災難.....	3
三、	社群媒體是新聞記者查證的雙面刃.....	4
四、	援引媒介依賴概念於記者查證災難之社群媒體使用.....	6
第二章	文獻探討.....	8
第一節	災難新聞查證與社群媒體.....	8
一、	災難新聞的內涵.....	8
二、	新聞查證與社群媒體.....	11
三、	社群媒體在災難新聞查證的應用.....	15
第二節	證據類型.....	17
一、	供述證據.....	18
二、	非供述證據.....	21
第三節	媒介依賴.....	24
一、	巨觀層面.....	24
二、	微觀層面.....	26
三、	信任與媒介依賴.....	30
第三章	研究方法.....	37
一、	深度訪談法.....	37
二、	研究對象與案例類型.....	38
三、	訪談執行.....	40
第四章	研究資料分析.....	44
第一節	運用社群媒體查證災難新聞之情況.....	44
一、	社會理解.....	44
二、	行動定向.....	47
三、	互動定向.....	52
第二節	社群媒體證據類型.....	56
一、	災難的發生階段.....	56
二、	災難的救援階段.....	60
三、	災難的恢復重建階段.....	68
第三節	社群媒體信任信念.....	73
一、	人際信任信念.....	73
二、	科技信任信念.....	87
第五章	研究結果與討論.....	103
第一節	主要研究發現.....	103

一、	記者使用社群媒體解決災難訊息之不足.....	103
二、	記者在災難三階段均偏好獲取非供述證據.....	104
三、	人際信任信念為親身經歷與專業均出於善意.....	105
四、	科技信任信念為五大常用功能不易故障.....	107
第二節	研究貢獻、限制與建議.....	109
一、	研究貢獻.....	109
二、	研究限制與未來建議.....	110
參考文獻	112



表目錄

表一：個人媒介系統依賴關係的目標.....	27
表一：人際信任信念與科技信任信念.....	33
表三：訪談大綱.....	40
表四：本研究受訪者資料.....	41



第一章 緒論

在資訊科技蓬勃發展的二十一世紀，社群媒體迅速崛起，改變人與人之間的互動方式，讓使用者能夠快速與他人聯繫、溝通、交換訊息等，因而掀起一陣席卷全球的熱潮。根據 We Are Social 和 Hootsuite 在 2017 年 8 月公布的全球數位統計（Global Digital Statshot）指出，全球社群媒體的活躍使用者較同年 4 月增加 1.2 億人，總數突破 30 億大關，且未有成長趨緩的跡象（黃偉誌，2017 年 8 月 9 日）。由此顯示社群媒體已深入人們的日常生活，同時，隨著使用者不斷激增，也奠定社群媒體成為當今不可或缺的資訊傳遞管道。

社群媒體作為共享資源與訊息的交流平台，不僅是提供資訊傳送、意見討論的空間，且具有極強的即時傳播、人際關係串連等特性。新聞媒體因而意識到社群媒體具有即時性、匯集人潮等優點，紛紛投入經營並擴大運用，將其用於傳遞報導以及輔助新聞工作（林照真，2014）。其中，社群媒體賦予使用者參與訊息產製的能力，使其從被動的訊息消費者，轉為主動的訊息生產者（施伯燁，2014），因此，當社群媒體使用者持續以驚人的速度成長，其平台上的資訊也隨之快速增加。鑑於大量的使用者與豐富的資訊，愈來愈多新聞記者轉向社群媒體，將使用者的想法、意見以及提供的訊息，作為理解、分析、查核新聞事件的重要來源（Hermida, 2012）。如此之下，社群媒體不只打破資訊傳送者與接收者的角色，更改變新聞媒體的產製方式。

自 2010 年，學者相繼關注新聞記者於產製過程中，使用社群媒體的概況，其中，包含透過社群媒體輔助之工作項目。Hermida（2010）初探美國新聞記者運用 Twitter 的情況，指出社群媒體有助於即時傳播來自各種官方和非官方的來源，並讓新聞記者可以立即與數百萬人交流、分享和討論，進而理解複雜之事，因此 Twitter 已經迅速為新聞記者所採用，成為發佈突發新聞的重要機制，或做為蒐集資訊、訊息來源與探查事實的工具。Willnat 與 Weaver（2014）調查發現，

約 40% 美國工作者認為社群媒體非常重要，且表示每天在社群媒體上花費大約 30 到 60 分鐘，此外，其常使用社群媒體進行的活動，依序是查閱突發新聞、查閱其他新聞組織發佈的新聞、尋找新聞線索、與觀眾或讀者保持聯繫、尋找事件的額外資訊。劉蕙苓與羅文輝（2017）以台灣地區報紙、電視、廣播、通訊社及網路新媒體的新聞記者為研究對象，發現 97% 的新聞記者每天都使用社群媒體輔助新聞工作，平均每天使用的時間為 101 分鐘，至於台灣新聞記者使用社群媒體完成的活動，主要以「查閱蒐集訊息」為最多，包含查看其他新聞媒體正在報導的消息、查閱最新消息、查證與確認資訊、找到更多補充資訊等。

一、社群媒體成為一種查證工具

事實是新聞報導的基礎與核心。對新聞記者來說，查證不僅是專業展現，也是職業倫理。查證被視為新聞工作的根本，因而為了掌握事件真相、力求準確，新聞記者不能忽略查證這一個求真實的程序，必須確實驗證資訊。其中，在全面性地探討新聞記者使用社群媒體輔助工作的研究中，可以發現新聞記者會將社群媒體用於查證新聞事件，像是蒐集訊息來源、確認資訊以及找到事件的補充資訊等。針對新聞記者使用社群媒體進行查證的情形，Gulyas（2016）於 2013 年發展大規模跨國調查，結果顯示在加拿大、芬蘭、德國、瑞典、荷蘭、英國和美國等七國，分別都有高達 60% 以上的新聞記者，會使用社群媒體進行新聞查證。依此可見，社群媒體是眾多新聞記者查證不可缺少的工具。

談及新聞記者運用社群媒體完成查證的經典實例，莫過於美國國家公共廣播電台（NPR）記者 Andy Carvin，在民主化運動「阿拉伯之春」期間，儘管當時他在美國，但是通過善用社群媒體，得以蒐集與查核訊息，藉此確認現場狀況與事件的發展，因而被《衛報》譽為「推特革命的人」（Kiss, 2011）。2011 年北非與中東地區民主化浪潮之下，促成一連串大規模革命的爆發，Ingram（2014）表示，Andy Carvin 透過與 Twitter 好友的連結，以及 Twitter 搜索功能，找到現場的目擊者、參與者，並且按照「主題標籤」（Hashtag / #）搜尋相關發文，與

突尼西亞、埃及、巴林、利比亞、葉門與敘利亞等國的目擊者及參與者接觸及聯繫，有效地接收與查核一系列關於革命的資訊，同時，藉由詢問消息來源、相關專業人士，以及動員社群中的追隨者，一同驗證資訊。在此過程，Andy Carvin 藉著使用社群媒體，聯繫在電腦螢幕後面、遠距離的事發當地目擊者，為事件提供最新進展的說明，得以迅速發佈準確的新聞報導。

台灣也不乏有新聞記者憑藉社群媒體使用者發佈的訊息，釐清事發經過。2016 年，發生名人與計程車司機爆發口角與肢體衝突一案，事後雙方互控傷害，分別召開記者會，指責對方動手毆打，並為自己辯白，讓該起糾紛演變成羅生門。但是，曾目擊現場經過的網友，後續在 Facebook 社團「爆料公社」貼出當天在事發現場的側拍畫面，完整記錄雙方皆有出手打人的經過，顯示兩人在記者會上都沒說實話（溫雅雯，2016 年 11 月 3 日）。

經由上述兩個案例，可以發現社群媒體的參與性、開放性、連結性，促成訊息多元且快速地流動，幫助新聞記者填補不在事件現場而缺乏的資訊，此外，經過社群媒體使用者對新聞記者的協助，一起對事件展開核查，得以實踐多元協作、集體智慧的特性，完成新聞事件的查證（Hermida, 2012）。

二、社群媒體輔助新聞記者查證災難

對新聞記者而言，當事件相關的事實資訊相當零散、渾沌不明，此時，為了釐清事實，就會找尋更多可以佐證的訊息（徐志偉，2010，頁 75）。新聞記者查證作為的起始，往往是新聞事件的原始資料不明、消息來源的不確定性、情境脈絡斷裂等資訊不足之境（蕭伊貽，2011，頁 30）。就新聞記者報導的事件而論，其中，又以無法預料的災難危機，為高度情況不明的題材。由於新聞記者難以預料災難，通常事發後才會接獲消息而前往事件現場，故握有的資訊較少，也不清楚事件的全貌，在此之下，社群媒體的輔助對新聞記者尤其重要。Little（2012）認為災難發生時，社群媒體上會出現相關討論，當中，有人是目擊者，有人則是傳遞消息，並都有檢驗事件真實與否的功能。

英國 BBC 從 2005 年倫敦爆炸事件開始，注重網友對於重大事件所提供的直接經驗，與網友合作，經由蒐集目擊者的說明、照片與影片，了解事件發生經過，並再透過各個網友的描述與相關紀錄，加以交叉比對，來核實已掌握訊息的準確性。之後，在 2007 年緬甸袈裟革命，以及 2009 年伊朗暴動，BBC 也繼續依循上述與網友合作的模式，在 Twitter、Facebook 上進行新聞資訊的蒐集與確認，完成報導 (Newman, 2009)。而後，在 2011 年日本地震、2012 年美國颶風重災、2013 年波士頓馬拉松爆炸案、2013 年菲律賓海燕颱風、2016 年比利時恐攻事件等災難事件，新聞記者都通過使用社群媒體，獲取目擊者與當事人的描述，取得災難現場的照片與影音，以及追蹤官方單位發佈的最新消息，依此檢核聽聞的消息是否為事實，並且掌握事件的發展(林照真, 2014 ; Schifferes, Newman, Thurman, Corney, Göker, & Martin, 2014 ; Rauchfleisch, Artho, Metag, Post, & Schäfer, 2017)。

從以上所述可發現，由於災難存有無法預知的特性，使新聞記者無法精確掌握災難發生的時間與地點，導致在災難發生當下，新聞記者大多不在現場，僅是接獲消息或取得片面訊息，再加上災難具有時間緊迫性，因而新聞記者不僅必須依據現場目擊者與當事人的描述、照片或影片，以理解災難的發生與趨勢，同時，亦面臨時效壓力。如此一來，社群媒體的立即性、互動性，讓使用者能夠提供即時的災難資料，以及發表對於事件發表的看法 (林照真, 2014)，均可彌補新聞記者因不在場而缺乏的訊息，藉此擁有災難事件的相關資訊，才能夠進一步查核災難的事發經過與最新情況。這過程也彰顯社群媒體在災難發生時，能幫助新聞記者解決資訊不足的困窘、協助其迅速了解事發經過，及檢核事件是否屬實。

三、社群媒體是新聞記者查證的雙面刃

儘管社群媒體可以幫助新聞記者解決資訊缺乏的困境，然而，當新聞記者愈仰賴社群媒體的輔助，卻也因為網路的匿名特質，面臨新的查證壓力。如部分網友自感真實身分難遭曝光，認為不用為自身在網路的言行負責任，而提供假爆料、

放出假消息（黃芳銘、楊金寶，2004）。尤其，劉蕙苓（2014）指出，隨著網路取材的常規化，記者在網路找新聞素材的時間多於經營路線，故藉由路線經營學習相關知識的經驗變少，並缺乏人脈，以至於遇到有疑慮的資訊，無法充份確認，有時短時間內也聯絡不上發佈訊息的網友，因而難以確實查證，這都使新聞內容的品質與可信度愈來愈低落，遭致批評。對新聞記者而言，網友的素材雖然提供更多元的報導角度、更豐富的資訊、更多的消息來源，但卻也因網路的隱密性，網友未必使用真實身分、姓名，致使消息來源身分的核對，及訊息真偽的確認，都挑戰新聞記者查證的能力。再者，如今處於即時性的壓迫，新聞記者先發佈再查證的現象提高，甚至開始出現不查證的情況（Rauchfleisch et al., 2017）。

當新聞記者直接以網友提供的資訊為主軸製播新聞，未經查驗，將使假新聞層出不窮（陳宜加、陳瑩萱，2015年10月18日），新聞也容易遭大眾視為一種未經查證的小道消息。當處資訊爆炸的時代，事實的確認是新聞記者更需具備的能力。一旦新聞記者未查核資料就加以報導，不僅產製的新聞品質堪慮，也將造成新聞專業備受質疑並逐漸喪失，甚者更淪為謠言傳聲筒，致使社會對媒體產生負面評價。故在眾多的資訊中何以找尋出事實，更加考驗新聞記者的查證能力，尤其社群媒體的訊息繁雜，讓新聞查證更顯得重要。

社群媒體的訊息繁多，由於未經過濾，加上使用者之間隔著螢幕的互動，甚至有時無法親自見面，也讓新聞記者對社群媒體的信任遭到挑戰（Heravi & Harrower, 2016 ; Wintterlin, 2017），影響新聞記者將社群媒體用於查證工作的情形。Heravi 與 Harrower（2016）指出，一部分的新聞記者表示對社群媒體無法信任，而很少使用社群媒體獲取確認事件的資訊，以進行查證，另一部分的新聞記者則基於社群媒體的龐大使用者、資訊傳遞快速等特質，因而使用社群媒體進行查證，但會藉著社群媒體的連結，以找尋多方消息來源，採取交叉比對的方式，完成查核。

綜上所述，新聞記者雖然透過社群媒體能夠取得更多資訊與消息來源，但無

法避免匿名性、真實性等問題。有些網友公開的個人資訊有限，或不是以個人姓名當作帳號，使記者難以查核網友身分，有時記者也不一定能迅速與網友取得聯繫以確認訊息內容。尤其，再加上即時新聞的壓力，記者要查核社群媒體的訊息來源及內容，更顯困難。基於網路匿名性難以對付，訊息準確性的判別也並非容易，導致新聞記者的網路訊息使用，始終存有分歧的意見（康庭瑜，2015年11月12日）。而且，新聞記者與社群媒體使用者相隔螢幕進行遠端互動，更挑戰新聞記者對社群媒體使用者，及其提供訊息的信任感。進而，這可能影響新聞記者的社群媒體查證行動，包含是否會選擇使用社群媒體獲得用於證明事實的訊息，或是透過縝密的查證方式加以確認，如透過社群媒體連結進行交叉比對、留意社群媒體使用者對事件的描述程度等。

新聞記者轉向社群媒體獲取確認事件的資訊，雖然有前述困難，但 BBC、CNN 等知名媒體組織對於新聞記者在災難題材上，進行社群媒體查證已達共識，主要為社群媒體形成龐大的人際網絡，有助於突破傳統查證方式。由於現場民眾比記者更了解災難現場狀況，所以有不可替代的重要性，可以幫助記者快速得到資訊，抑或是可協助記者取得更正確的資訊（康庭瑜，2015年11月12日；林照真，2014）。

簡言之，在突發、無法預知的災難事件中，新聞記者利用社群媒體的即時性、人際串聯以及豐富資訊，能夠取得事件相關訊息與聯繫消息來源，解決資訊不足的困境。故此，社群媒體成為新聞記者查證災難事件的有利工具，也致使新聞記者依賴社群媒體獲取與災難相關資訊，了解事發經過及影響（Bruno, 2011；Rauchfleisch et al., 2017）。

四、援引媒介依賴概念於記者查證災難之社群媒體使用

從媒介依賴理論的角度來看，當個人缺乏足夠訊息，尤其像是發生自然災難、政治動亂等，更需要通過媒介訊息來排疑解惑。亦即，媒介協助人們完成目標，致使人們對媒介產生依賴（DeFleur & Ball-Rokeach, 1989, p. 316）。

Ball-Rokeach 與 Defleur (1976) 指出，個人對媒介的依賴愈強，媒介或媒介的訊息（如電影、書、廣播、電視節目、手機）也隨之愈容易影響個人的認知、態度、情感、行動等。而且，過去研究發現，新聞記者以社群媒體進行查證之作為，還扣連著其對社群媒體的信任 (Heravi & Harrower, 2016; Wintterlin, 2017)。過去結果顯示，媒介依賴與信任具有顯著關係，對媒體依賴程度較高的個人，對媒體的信任較高 (Jakob, 2010)。因此，探討新聞記者如何依賴社群媒體查證，可了解記者查證對媒介之依賴與信任關係。

尤其對於無法預料的災難，新聞記者特別依賴社群媒體的人際網絡與訊息等資源，進行查證。這一情形可運用媒介依賴的內涵視之，為人們通過媒介資源的協助達成目標時，即對媒介產生依賴。再者，媒介依賴也觸及信任相關的主題。因此，本研究將借取媒介依賴視角，探討新聞記者如何使用社群媒體進行災難新聞之查證，包含記者使用社群媒體查證的情境，獲取何種證據類型，以及其對社群媒體的信任等。

不過，媒介依賴理論過去研究的主题，大多討論一般閱聽人的媒介依賴，如對電視或廣播節目、網路等媒介，或手機等特定媒介商品之依賴程度，以及研究閱聽人媒介依賴程度與其擬社會互動、購買行動等相關性 (Grant, Guthrie, & Ball-Rokeach, 1991; Skumanich & Kintsfather, 1998; Mafé & Blas, 2006; Amran, Liew, Abdul, & Rini, 2015)，因而採用量化的問卷調查法。但由於截至目前，尚未有媒介依賴理論運用於研究新聞記者查證與媒介使用之關係，且考量新聞記者查證是從繁雜資訊中抽絲剝繭所展開的行動，會因新聞事件的變化而有所不同。故此，基於上述理由，本研究參考媒介依賴理論之核心概念，著重新聞記者查證的個人經驗及動態過程，採用深度訪談法，探究新聞記者如何依賴社群媒體查證災難新聞，以及新聞記者對社群媒體的信任感。

第二章 文獻探討

本研究旨在探討新聞記者如何依賴社群媒體查證災難新聞，以及其對社群媒體的信任感。本章共分為三節，第一節討論社群媒體於災難新聞查證中扮演的角色，首先講述災難新聞的涵義，其次說明新聞查證的概念，接續梳理社群媒體的定義與類型，以及整理社群媒體在災難新聞查證的應用。由於記者不得捏造新聞，必須依循證據進行報導，因此在第二節借引法律的證據觀點，聚焦討論新聞證據類型，了解新聞查證之具體意涵。而後，鑑於記者仰賴社群媒體的資源以理解與確認災難事件，故第三節介紹媒介依賴理論，通過巨觀與微觀層次，爬梳媒介依賴的情境與內涵。再者，媒介依賴也曾用信任研究，故援引此架構，以探究記者在依賴社群媒體查證災難新聞的情境中，對社群媒體的信任感。

第一節 災難新聞查證與社群媒體

一、災難新聞的內涵

論及災難新聞，首先需說明災難的涵義。就此，以社會學者 Fritz (1961) 的定義最廣為人引用，即災難是指在某個時空、社會環境下，所發生的事件，造成物質損害及生命傷亡，以致社會結構混亂或瓦解，無法完成重要功能或工作(轉引自張宜君、林宗弘，2012)。災難伴隨破壞力強且涉及範圍廣，其情境與成因可分為不同的類別，如：自然災難、能源災難、長期且劇烈疾病引發的災難、人類活動造成的災難、涉及複雜技術所引發的災難等 (Singer & Endreny, 1994)。

針對災難的種類，卓春英與盧芷儀 (2010) 將其區分為自然衝擊與人為衝擊兩大類，自然衝擊包括颱風、海嘯、火山爆發、山崩、傳染病等；人為衝擊則包括嚴重污染、火災、空難、重大車禍或意外事故等。對於災難新聞中的「災難」，王洪鈞 (1995) 認為包括天災 (如大規模的水災、旱災、傳染病) 和人禍 (如戰

爭、恐怖攻擊)兩大類。臧國仁與鍾蔚文(2000)也指出,主要可以分類為自然事件,如地震、水災、乾旱、土石流等,以及人為危機,如墜機、爆炸、核能輻射等。因此,災難新聞所談的災難種類,囊括自然因素與人為因素形成之衝擊,包含颱風、地震、水災、乾旱、土石流、傳染病、戰爭、嚴重污染、火災、空難、恐怖攻擊、重大車禍或意外事故等事件。

隨著災難層出不窮,新聞媒體在其中所扮演的角色愈發關鍵,常被視為災難處理過程的重要一環。新聞媒體在災難事件的作用,包括傳遞與散布災難資訊、報導救災及支援行動、增進災難知識、阻止謠言散播、協助民眾解讀資訊等。故此,媒體可謂是災難發生時,大眾滿足資訊需求與渴望的途徑,也是災難後期,傳遞救援進度與復原狀況的管道(臧國仁、鍾蔚文,2000)。

對於災難爆發到災後復原、重建的一系列過程,林照真(2013)指出,可根據災難管理的過程,分為鎮定期、準備期、因應期、重建期等四個時期,且新聞媒體隨著不同階段,發揮不同功能,如在鎮定期,新聞媒體是教育大眾防災;在準備期,新聞媒體發揮警示作用;在因應期,新聞媒體著重蒐集與傳遞災情;在重建期,新聞媒體則成為檢討平台,監督與報導災難後續的復原處理與責任歸屬。不過,林照真(2013)研究電視新聞之災難報導時,發現災難新聞報導的高峰始於災難突發後,由於在災難的鎮定期、準備期都相當稀少,因而,她在研究中,將災難新聞報導的範圍聚焦於災難的因應期與重建期等兩階段,即是傳遞災情資訊與復原狀況。除了以災難管理的視角,觀察新聞報導的轉變,而後,周玲秀(2015)也指出在災難的防範與警告階段,鮮少有相關的新聞報導,並依據災難發生後的時程,細分四個階段(1) 影響階段:災難發生的第一天,指災難發生、破壞與衝擊的最大日;(2) 救援階段:災難的第二天起,至無重大災情再傳出之日為止,此階段包含第一時間未被發現的災情,意即直到災難事件轉入穩定之前,都屬於此階段;(3) 恢復階段:災難後近兩個月,災區出現恢復跡象,受災者的生活狀況逐步穩定,能夠因應災難所造成的影響;(4) 緩和階段:災難帶來的創傷逐漸

緩和，政府擬定長遠計畫，以減少未來類似事件造成的生命財產損害，此階段往往長達數月，報導數量趨少。其中，周玲秀（2015）統計發現，在災難發生當天的影響階段，就會出現災情描述的相關報導；災後第二天起的救援階段，報導主題牽涉第一波勘災、賑災、救災、災難歸因等，為期一周內數量即迅速攀升；災後約兩個月的恢復期，因為進入穩定期，報導量明顯下降；災後超過兩個月的緩和期，報導量持續下滑，甚至超過十日均無報導。

總結以上兩個研究所述，處於防災預警階段，報導數量甚少，新聞媒體大多在災難發生後開始進行報導。此外，在災難發生與進行救援等情勢混亂之際，媒體的報導量較多，當災區逐步復原、重建等情況穩定，報導數量則日益減少，這之中彰顯，從災難發生的危急緊張到緩和回穩，新聞媒體的報導數量隨之變化。因此，本研究參考上述文獻依循災難的爆發，後續救援行動進入災區協助恢復，以及災情獲得控制而情勢趨向平穩，對應提出災難的發生、救援、復原重建等三個階段：

- （一）發生階段：災難爆發，造成衝擊與破壞，救援行動尚未正式展開之時期。主要在於災情相關資訊的蒐集與傳遞。
- （二）救援階段：救難人員及團體在災區展開救助，直到救難工作停止。換言之，即是災難所致的影響或後續出現的災情，在該期間內救難行動的執行，包括財務、人員、設施的搶救，此階段主要以救災為主。
- （三）復原重建階段：救援行動結束。災區的復原、受災者的生活逐步恢復，以及災後的檢討，包括毀損物清除、受災者受領補助、住宅安置與重建、災因與傷亡損失的檢討。

在災難自發生到復原重建等情勢的演變中，災難新聞除了報導災難本身及災情之外，與災難有關的影響、救援行動、復原情形、衝擊之統計、災難原因等也屬於其範疇。對此，Larson（1980）認為媒體的災難新聞報導中，一系列有關災

難所致的傷害整理、受害者的反應，以及相關減災作為、重建努力等資訊，都會奠定大眾對於災難的認識與態度。簡言之，媒體報導災難新聞不僅是訊息的傳遞，還影響大眾對災難事件的認知。綜合以上所述，再連結災難包含自然與人為因素形成之衝擊，因此，本研究所論之災難新聞，為媒體於自然與人為因素所致之災難事件中，在發生、救援、復原重建等三階段所發揮的資訊傳播作用，以作為大眾認知災難的重要資訊來源。

二、新聞查證與社群媒體

在災難突發、影響範圍難以預估的危急情況，新聞媒體是滿足大眾對於災情相關資訊需求的訊息提供者，也形塑大眾對災難的理解。這過程顯示新聞媒體在災難中扮演重要的角色。由於新聞媒體是大眾接收訊息的主要管道之一，大眾藉著新聞媒體的報導了解事件，從中發展出對災難事件的認知與態度。因而，新聞報導正確，在新聞界是一項被要求的專業守則，所謂正確，可定義為新聞報導與事件的真實情況沒有差異（周慶祥，2011，頁 78）。故此，記者應扮演一個探求真實的角色，查證則為記者判斷事實的歷程（黃郁琄，2000，頁 8）。

論及新聞記者的查證，大多始於聽聞消息、察覺一些事件，從中掌握線索，對於已存有的線索再追蹤與驗證，通過可供核對的資料，自混沌不明的情況中抽絲剝繭，逐漸揭開事件真實面貌，確認取得的消息是否為真，（蕭伊貽，2011，頁 21-22）。Shapiro, Brin, Bédard-Brûlé 與 Mychajlowycz（2013）指出，記者驗證與蒐集訊息的過程已密不可分，搜尋訊息的同時，也會確認事件的真實性，並經由找尋不同的來源與額外相關資訊，交叉比對，核實訊息。以上述觀點視之，查證屬於一種行動，是新聞記者為了確認事實，力求報導正確，對事件相關資訊進行蒐集、查核及判斷。

簡言之，記者的查證行動可視為找尋可供參照的資料，加以核對，判斷事件是否屬實。然而，當新聞事件突發、影響範圍廣泛、事件現場遙遠等情形時，新聞記者通常僅接獲消息，或只擁有零碎資訊，且在時效壓力下，又難以迅速獲取

大量事件相關訊息，而無法確認事發經過，理解事件全貌。對此，社群媒體因為資訊公開、共享，且具有即時傳播、互動等特質，被認為能夠解決記者資訊匱乏的困境，以及協助記者驗證事件是否屬實。Hermida(2012)指出 Twitter、Facebook 等社群媒體，在重大新聞事件的報導中，可發揮顯著的協助作用，因為社群媒體可以提供現場轉播，讓新聞記者依據在現場的民眾所發佈的影片，來對照與查核所聽聞的消息是否為真。Broersma 與 Graham (2012) 則表示社群媒體可以讓記者能夠與多個消息來源聯繫，獲得各方的表述，使聲音多樣化，並將社群媒體喻為集體智慧的巨大集合。

Brandtzaeg, Lüders, Spangenberg, Rath-Wiggins 與 Følstad (2016) 與 24 位歐洲記者訪談後，發現社群媒體還可以幫助記者辨識在線來源，如 Twitter、Facebook 等社群媒體，在驗證真實性與信任人物、品牌的帳戶後，會給予其配置的藍色標記註明，此外，社群媒體能縮短新聞事件的距離，透過用戶之間的交流互動、訊息網絡，新聞記者可接觸與訪問目擊者、新聞事件相關人等，有助於評估消息來源。於是，許多記者使用社群媒體辨識來源與採訪目擊者，以蒐集與驗證訊息，進而分析新聞事件的發展。

針對 Twitter、Facebook 等社群媒體的功能，Thurman (2018) 指出新聞記者只要在搜尋引擎上，透過打出關鍵字、短語等，即可查找資訊，且藉著「主題標籤」(Hashtag / #)，也能夠搜尋、追蹤特定主題的訊息內容，並經由「主題標籤」(Hashtag / #)，迅速篩選出社群媒體使用者針對某一主題所發佈的相關照片、影像等內容，並直稱對於大多數的新聞記者來說，社群媒體已經是不可或缺的專業工具。綜上所述，可以發現無論社群媒體本身給予使用者的藍色標章認證、「主題標籤」(Hashtag / #)等功能，抑或是社群媒體作為一個平台，加速使用者與訊息的串聯，都讓新聞記者能藉此聯繫目擊者、與新聞事件有關之人等，獲取其對於事件的說明，或找到記錄事發經過、事件現場的影片及照片，得以查核事件與相關消息。以下將進一步講述社群媒體的定義及類型。

（一） 社群媒體定義

現今 Facebook 和 Twitter 等已廣被使用，對於二十一世紀崛起的社群媒體，至今仍沒有一致的定義與通則性解釋（Carr & Hayes, 2015）。許多學者都為其內涵下註解，指出社群媒體為 Web 2.0 衍生的媒體型態，並具有使用者生成內容（User Generated Content）的特質（Kaplan & Haenlein, 2010 ; Obar & Wildman, 2015 ; Carr & Hayes, 2015）。因此，討論社群媒體的定義與特徵之前，需先分別闡述 Web 2.0 與使用者生成內容的意涵。

Web 2.0 術語於 2004 年被提出（蘇健華，2007）。此概念的創始人 O'Reilly（2005）認為 Web 2.0 為一種網路應用，在以網路為平台之下，涵蓋各種裝置的連結，並善用平台優勢，持續更新來提供軟件、服務，當越來越多人使用、消費和混合他人的數據，資料將進行重組，形成一種共同參與架構，帶給使用者更豐富的體驗。

鑒於 Web 2.0 強調資料開放、使用者貢獻內容，且人人都可以對他人內容進行補充或創作，也彰顯出走向使用者生成內容的模式。使用者生成內容旨在使用者可以在開放性的網站平台上，自行創作內容或整合他人創作，以文字、圖片或視訊等形式呈現，提供其他使用者瀏覽，如 Flickr、YouTube 都是使用者生成內容的網站代表（陳鈞瑤，2008）。

經由 Web 2.0 含有互動、共同參與等主要理念，以及使用者生成內容強調共享的特點。Obar 與 Wildman（2015）針對社群媒體提出 4 項共同特徵：社群媒體服務是基於 Web 2.0 網路技術的應用程式；用戶生成內容是社群媒體的命脈；個人或團體在社群媒體服務所維護的網站或行動應用程式，創建個人檔案頁面；社群媒體服務通過把個人資料與其他個人 / 團體的資料連接，以促使在線社交網絡的發展。Carr 與 Hayes（2015）將社群媒體定義為「在網路基礎之下，以非同步、持續的大眾人際溝通渠道，促進用戶之間互動性的感知，並從使用者生成內容獲取價值」。透過以上學者所言，能夠發現 Web 2.0 和使用者生成內容，是構

成社群媒體的重要意涵。由於 Web 2.0 和使用者生成內容均具有更高度的分權，藉著傳播內容的產製權力分散至個人，轉向以使用者為中心，達到分享訊息、知識與意見交流的行為實踐。因此，本研究認為根基於 Web 2.0 網路應用技術與互動特性，以及融合使用者生成內容之產製與分享等核心宗旨，進而興起的社群媒體，其定義可以統整為「在以網路為基礎的平台上，使用者之間相互連結和交換訊息，自行創建的個人檔案與產製的訊息，透過發表、分享，與他人聯繫、互動及交流。」

(二) 社群媒體類型

隨著社群媒體興起，各個平台上成員的共同興趣、目標，以及分享的訊息開始趨向多元化，並存有差異性。Hogan 與 Quan-Haase (2010) 認為依據使用者群的共同特徵，社群媒體功能跟著有所不同。換言之，線上平台能夠被分成不同類型的社群媒體。而後，Kaplan 與 Haenlein (2010) 依據媒介豐富程度與自我呈現 / 揭露程度，區分為六類：(1)協作計畫，如維基百科；(2)部落格；(3)內容社群，如 YouTube、SlideShare；(4)社群網站，如 Facebook；(5)虛擬遊戲世界，如《第二人生》、《無盡的任務》；(6)虛擬社交世界，如《魔獸世界》。

van Dijck (2013) 則依照使用者之目的，將社群媒體分成四種類型：(1)社會性網路服務 / 社群網站 (Social network sites)：旨在促進個人或社群的人際互動，如 Facebook、Twitter、Linkedin；(2)使用者生成內容平台 (User-generated content)：以支持創作、促進內容交流為主，如 YouTube、Flickr；(3)交易與市場網站 (Trading and marketing sites)：主要在交易產品，不過也提供社群互動與連結平台，如 eBay、奇摩拍賣、淘寶網；(4)遊戲網站 (Play and game sites)：使用者之間在遊戲過程中產生互動，如多人連線遊戲。

具有中度媒介豐富與高度自我呈現的社群網站，其使用者目的在於人際之間的互動與交流。有關社群網站的定義，Ellison 與 boyd 曾在 2007 年提出，之後於 2013 年，兩人將 Web2.0 的脈絡納入考量，重新以三個要素定義之。Ellison 與

boyd (2013) 指出社群網站為網路傳播平台，使用者在上面能夠：

1. 具有獨特、可以辨認的個人檔案，包含使用者自己提供的內容、其他使用者提供的內容、系統提供的數據。
2. 關係連結是公開的，可以自由地被他人瀏覽及穿越。
3. 透過網路的連結可以消費、生產使用者生成內容，並與這些內容互動。

由此而論，社群網站主要是以個人的人際關係為連結基礎，為使用者提供互動的平台，經由公開張貼個人資訊、創建內容，或是通過系統內的關係連結，瀏覽其他使用者提供的內容，進而與他人達到互動。基於本研究關注之主題為記者使用社群媒體的輔助，來完成查證工作之情形，著重記者的人際網絡互動。故此，本研究談之社群媒體屬於其中的社群網站類型，即強調人際之間的互動性，為一種提供使用者創建與發表訊息，與他人產生聯繫，並經由分享與交換訊息，進一步互動與交流的網路傳播平台。

三、社群媒體在災難新聞查證的應用

社群媒體具有參與、分享與互動的特質，能夠讓訊息高度傳播與流通，並與他人聯繫，因而新聞記者開始採用社群媒體進行查證。其中，Rauchfleisch et al. (2017) 指出，尤其災難是難以預料的危機事件，事發當下，新聞記者大多不在現場，所以很大程度上都仰賴目擊者等人在社群媒體發佈的照片、影片，以及其對於事件的相關描述說明。Bruno (2011) 也認為社群媒體可被視為提供新聞記者有關災難的事件背景脈絡，以及查證訊息正確與否的有利工具。

Schifferes、Newman、Thurman、Corney、Göker 與 Martin (2014) 以 2013 年波士頓馬拉松爆炸案為例，指出事件發生後，Twitter 累積數百條訊息與評論，警方也透過其官方帳戶公布第二名犯罪嫌疑人訊息，促使記者經由關注 Twitter 上的訊息，獲取目擊者與警方的說法，掌握事件的發展，並透過與目擊者訪談，來完成報導。Schifferes et al. 進一步訪問 22 名新聞記者，整理出社群媒體輔助新聞工作的重要項目，包括新聞記者得以追蹤與確認事件、迅速訪問推文或視頻的

發佈者、迅速訪問目擊者或其他可信賴的線人、向社群媒體使用者提問，以了解事件的發展與趨勢。

社群媒體除了能夠使新聞記者獲取目擊者等人的描述說明之外，還能夠讓新聞記者找出災難事件現場的照片，以及記錄下災難事發過程、災後情形的影音，藉此掌握災難事發當下及災後情形。Rauchfleisch、Artho、Metag, Post 與 Schäfer (2017) 以 2016 年比利時布魯塞爾遭遇恐怖攻擊為例，指出只接獲消息而不在事發現場的新聞記者，經由 Twitter 找到目擊者所發佈的照片、影片，得以核實訊息與了解事件。早在此前，2009 年全美航空哈德遜河事故、2011 年日本地震、2011 年日本地震中東地區的民眾抗議、2012 年美國東岸遭遇颶風珊迪所出現重災等，新聞記者也都通過社群媒體，取得目擊者所提供的照片、影音等，確認災難事件的發生經過與事發後的情況 (Schifferes et al., 2014)。

社群媒體的優勢在於大量使用者之間產生廣泛的連結與交流，促成多元互動，並提升資訊豐富度並使其流動。因此，面對災難無預警的發生，新聞記者大多不在現場，只握有雜亂的片斷資訊，故社群媒體的資源，如目擊者、當事人等一手消息，抑或是其所發佈災難現場的照片、記錄災難事發經過的影片等，都能夠快速幫助記者補足事件有關的資訊，解決對事發經過的零碎認知，並盡可能還原事件的原貌，確認災難的發生與影響。

第二節 證據類型

對於新聞記者來說，報導事實真相，不僅是專業，也是職業倫理。新聞一旦失真，新聞專業便無以為繼（江靜之，2016）。故此，新聞記者為力求新聞報導與事實吻合，查證這一項對資訊進行蒐集、查核及判斷，以確認事件真實的行動，可謂是記者探求事實的重要手段。談及事實，鍾蔚文、翁秀琪、紀慧君、簡妙如（1999）指出可以經由外在具有可供參考的資訊來對照，如人名、地名、數字等。由於事實有賴於資料的證明，所以，新聞組織通常要求新聞工作者在報導時，需要有引用消息來源的姓名或出處，或者採用數字或可供判斷的資料（陳百齡、王凌霄，2011）。

國內探討新聞查證的學術研究不多。黃郁瑛（2000）歸納新聞記者查證的判斷歷程。蕭伊貽（2011）針對電視新聞取用網友上傳的影音素材，提出查證行動之建議及原則。陳百齡與王凌霄（2011）援引史學方法，對電視影音素材提出新聞查證之法。江靜之（2016）則闡述新聞機構情境如何影響記者查證，及指出記者查證行動的特殊性。

其中，陳百齡與王凌霄（2011）指出記者基於專業與倫理要求，報導必須持之有據，意即記者必須提出證據，不得憑空捏造新聞。不過，卻未著墨新聞查證之證據類型。因而，本研究援引法律的證據論點，區分與界定新聞查證的證據類別及內涵。

陳啟垂（2018）指出，在法律方面，針對能夠據以證明事實的資料，即稱為「證據資料」，亦是常稱的「證據」。Diekerhof 與 Bakker（2012）認為新聞工作者資料蒐集的重點是在檢查事件真實。Godler 與 Reich（2015）指出新聞工作者為了達到報導正確，會尋找可用於確認事實的資料並將其比對，故查證可視為一種證據原則。在此之下，查證即是新聞工作者憑藉蒐集證據，來確認事實，基於此，本研究所談的新聞查證為新聞工作者獲取用於確認事實之證據。

美國石溪大學（Stony Brook University）新聞素養中心（Center for News

Literacy) 列舉出新聞工作者查核事實所需要蒐集的證據，包含事件直接相關人或涉及事件的目擊者，以及未直接參與事件，但能夠對其主題提供專業說明者(見 <http://drc.centerfornewsliteracy.org/content/how-does-verification-work-0>)。新聞工作者確認事實之途徑，一方面經由取得事件相關人、目擊者、專家的說法，另一方面，也可以透過蒐集一些能夠確認細節的檔案紀錄來證明，如官方報告、照片、影像 (Steve Buttry, 2010; Shapiro, Brin, Bédard-Brülé, & Mychajlowycz, 2013)，由此可以發現，新聞工作者用於查核事實的證據，包括人的述說、文件、照片以及影像等。林裕順 (2007) 指出，在法律上，證據的類型若以是否來自於「人的言語表達」作為基準，即為是否經由人的知覺或感官留存的記憶，以敘述傳達該項訊息內容，可以區分成「供述證據」與「非供述證據」等兩類。

一、 供述證據

供述證據是以人的陳述，作為證明陳述內容事實之用，可為口頭或言語轉化成的書面陳述，主要源自人對於事件的思考及見聞，是以對於事實的體驗或其他知識，透過敘述以表達該項訊息內容，因此，往往涉及人的知覺能力、記憶能力、敘述能力以及人格特質等四項因素，所以，常伴隨對供述人之詰問(林裕順, 2007; 劉秋伶, 2010, 頁 69-70; 許福生, 2014)。

在法律方面，供述證據是基於人的經驗或知識藉由言語表達，包括被告人自白、被害人等利害關係人的陳述、目擊證人證言、鑑定人之鑑定，以及各該人言語陳述轉化成的書面 (林裕順, 2007)。所謂陳述書面，包括偵查人員所記載供述內容的供述筆錄，或供述者自行記載供述內容的供述書，如犯罪嫌疑人在日記自白犯罪計畫與犯罪步驟等內容，則屬之 (吳冠霆, 2012; 許福生, 2014; 溫陽, 2016, 頁 101-105)，此外，錄音或錄影之內容若是人的自白、證言等供述，牽涉知覺、記憶、敘述、個性等因素，並不是記錄現場狀態、事發經過等直接原貌呈現，亦不是記錄聲音 (犯人之聲音、被害人慘叫等)，均稱為供述錄音、供述錄影，即是供述證據的範疇 (劉秋伶, 2010, 頁 84-86)。

針對新聞工作者查證所需獲取人的供述，主要是找到消息來源與其聯繫 (Wardle, 2014)，當事件涉及法律、醫學等專門知識，新聞工作者盡量尋求專家、學者協助 (周慶祥，2011，頁 227)，此外，一般網友有時因為對於事件具有相關經驗、觀察，或因其興趣愛好等而對事件訊息有所了解，故能夠協助新聞工作者掌握事件的細節 (趙敏雅，2018)。假使當事件內容涉及對他人的指控，必須進一步查核，需採訪當事人與事件的相關人，避免只有一方的意見或說詞 (周慶祥，2011，頁 231)，針對災難等新聞事件，新聞工作者需向官方單位求證，或是通過事件現場的目擊者、參與者的說法來確認 (Belair-Gagnon, Agur, & Frisch, 2017)。以上述所言，新聞工作者需取得消息來源、專家學者、一般網友、當事人與事件的相關人、目擊者、官方單位等六者之供述，以查明事實。

細究六者的供述內容與形式，首先可以分為分析評論與描述說明等兩種，由於專家學者、一般網友與其他四者不同，並非提供事件現場相關訊息，而是分別以其專業知識、相關經驗，來為事件提供分析、評論，對應之下，官方單位、事件的目擊者或參與者、當事人與事件的相關人等四者，都是提供事件現場相關訊息給媒體的消息來源，因此，所謂描述說明即是強調供述人對於事件現場相關所見所聞之敘述。不過，就四者的供述而論，其中，當事人與事件的相關人，可能同時也是事件的目擊者或參與者，因此，本研究再依據供述人之利益或利害與事件的相關程度加以區分，當利益或利害與事件為高度相關者稱為當事人或利害關係者；當利益與利害關係與事件為低度相關者則是現場目擊者，與未親身經歷，僅是轉述他人所見所聞的供述者，即非掌握第一手消息的轉述聽聞者，以及官方單位。

依此來看，新聞工作者查證的供述證據，可以分為以下六種：

- (一) 當事人或利害關係人的描述說明：當事件涉及利益或利害相衝突時，新聞工作者找到與事件具有利益或利害的相關者，獲取其分別對於事件發生經過的敘說 (周慶祥，2011，頁 231)，通過各方的說明，

盡可能拼湊出事件的完整樣貌，或進一步比對，確認事實。

- (二) 現場目擊者的描述說明：對於恐怖攻擊、戰爭等災難事件，新聞工作者多是接獲消息，才趕往現場，往往難以掌握事發當下的狀況，此時，現場目擊者所提供的災難事件發生之敘述，能夠協助新聞工作者查核事實 (Rauchfleisch, Artho, Metag, Post, & Schäfer, 2017 ; Belair-Gagnon, Agur, & Frisch, 2017) 。
- (三) 轉述聽聞者的描述說明：有時新聞工作者未必能迅速找到第一手的資訊，此時，通過獲取轉述者所聽聞有關事件的發生情況與進展，即使為第二手、第三手的訊息，但也能讓新聞工作者初步了解事件，並藉著取得以取其述說，展開進一步的查核 (Shapiro et al., 2013) 。
- (四) 官方單位的描述說明：當災難新聞涉及到傷亡的數字、姓名等災情，或是欲確認與掌握事件發展之狀況，可以透過向官方單位求證。(周慶祥，2011，頁 227；Belair-Gagnon, Agur, & Frisch, 2017) 。
- (五) 專家學者的分析評論：有關涉及到經濟、科學、法律、醫學等具有專業知識的事件，或是需要有專家鑑定、見解之事件，新聞工作者可以獲取該領域專家學者對於事件的評析、解說，來確認是否屬實 (Oberlechner & Hocking, 2004；周慶祥，2011，頁 227) 。
- (六) 一般網友的分析評論：以汙染事件為例，長期關心該議題，以及留意擴散情形的網友，自開放資訊中整理相關訊息，連結當地汙染情況，做出分析比較，並提出自己的論點，讓新聞工作者確認事實 (吳淑君，2018 年 6 月 11 日)。依據網友對於事件的經驗與觀察，以對事件發表之分析，新聞工作者可以了解事發經過與細節，或進一步追查。

新聞工作者訪問當事人、目擊者、官方單位等，以及取得專家等權威消息來源之解答 (蕭伊貽，2011，頁 82-88)，抑或是，通過一般網友根據自身經驗或觀

察等所提供的評論，新聞工作者得以了解事件。因此，新聞工作者確認事件是否屬實所需要獲取的供述證據，可以包括當事人與利害相關人、現場目擊者、轉述聽聞者、官方單位等四者的描述說明，以及專家學者、一般網友等兩者的分析評論等六種。

二、非供述證據

在法律上，許福生（2014）指出，以物及文書本身之存在或其性質、狀態作為證據，如以數字、文字等符號或圖形所記載的證明之書面與文件，屬於非供述證據。隨著電腦資料、科技視聽等技術應運而生，即時通、電子郵件等對話紀錄、錄音錄影等新型態證據出現，在法界引起討論。針對即時通、電子郵件、行動電話簡訊等文字對話的訊息紀錄，過去曾有判例，最高法院指出經由電腦與行動電話所儲存的文字對話訊息紀錄，是作為認定被告與他人之間關係親暱的證據，並判定屬於非供述證據（李榮耕，2011）。關於照片與錄音錄影，我國實務判決以及日本東京高等裁判均認定，因為分別是經由機器拍攝、顯影、沖洗之過程，以及利用錄音、錄影等數位技術所反映、儲存與輸出的聲音與影像，本身是以科學、機械之程序記載現場狀況或結果，是直接表徵事件現場與其情況之照片與錄音錄影，並無牽涉知覺、記憶等問題，所以，照片與錄影錄音原則上被認定屬於非供述證據的範疇（劉秋伶，2010，頁 82-87；吳冠霆，2012）。此外，當新聞媒體報導成為證據時，在法界也引發爭辯，不過，我國實務判例中，曾就新聞媒體刊載事件相關之報導，以作為證明事件確實發生之文書（趙永鈺，2014 年 6 月 1 日），針對新聞媒體之拍攝，我國法院則認為是透過科學、機械方式，記錄事件的現場情況，將其認定為非供述證據（劉秋伶，2010，頁 87），故新聞媒體報導也可被歸類於非供述證據。

基於大多數新聞事件發生的當下，新聞工作者很少在現場，Steve Buttry(2010)提出新聞工作者查證的面向，不僅能與人交涉，還能透過尋求文件等線索來查核事實，而且，隨著科技的進步，頻繁可見的錄影機、手機，都能夠為新聞工作者

提供可以確認事件一些細節的紀錄，如照片、影像。此外，蕭伊貽（2011）指出新聞工作者經常參閱已經先行發佈之媒體同業的報導，因此，對於新聞工作者的非供述證據，可以分為以下五種：

- （一）新聞媒體報導：針對新聞工作者交叉比對資料的方式，蕭伊貽（2011）指出常見的類型之一，為新聞工作者透過媒體同業的報導以佐證事件。換言之，新聞工作者查證時，常會參照其他媒體的報導以完成資訊比對。根據新聞同業對於事件的報導，新聞工作者除了能夠確認事實，也能從中獲取相關資訊，了解事件發展。這種新聞工作者需要參閱其他新聞媒體報導之情形，尤其顯現在國際事件發生時，由於新聞工作者無法立即前往現場，所以大多會先根據當地通訊社或媒體所掌握的資料，確認事件。此外，趙敏雅（2018）與電視新聞工作者訪談時，發現由於平面媒體可以長期追蹤新聞事件，致使電視新聞工作有時會通過參照平面媒體報導，查核事件細節。
- （二）數據或文字報告：透過查找官方數據、文字紀錄、文件報告、名單等文書資料，可以幫助新聞工作者確認或反駁消息，藉此查核事實（Steve Buttry, 2010）。
- （三）文字訊息紀錄：行動電話簡訊、電子郵件、即時通、通訊軟體等，經過行動電話或電腦儲存或輸出之文字對話的訊息紀錄，因為其存在能夠認定事件是否確實發生等事實，所以也為證據（李榮耕，2011，朱應翔、孫珮瑾，2015年1月29日）。
- （四）照片：新聞工作者對於事件的情況與狀態，可以通過查找照片來確認，如2011年日本地震以及地震中東地區的民眾抗議，新聞工作者皆通過現場民眾所拍攝的照片，來查核現場與事件發展（Schifferes, Newman, Thurman, Corney, Göker, & Martin, 2014）。
- （五）錄音或錄影：影像與錄音檔案，也可以幫助新聞工作者確認現場與

事發經過 (Steve Buttry, 2010), 如面對災難事件, 新聞工作者往往是發生之後, 趕赴現場, 通常掌握較少訊息, 因此, 藉由目擊、紀錄器、監視器的影片音檔, 能夠確認事件發生當下的經過

(Rauchfleisch et al., 2017; 蕭伊貽, 2011, 頁 99)。

新聞工作者接獲消息時, 往往事件已經發生, 除了著手與人探問, 取得可以確認事實的描述說明之外, 也能透過獲取文書報告, 以及有關事件現場或是事件發生當下的紀錄與檔案, 即新聞媒體報導、數據或文字報告、文字訊息紀錄、照片、錄音或錄影等五種非供述證據, 來確認事實。

綜上所述, 本研究將新聞記者查證所需的證據類型分為「供述證據」(當事人或利害關係人的描述說明、現場目擊者的描述說明、轉述聽聞者的描述說明、官方權責單位的描述說明、家學者的分析評論、一般網友的分析評論) 及「非供述證據」(新聞媒體報導、數據或文字報告、文字訊息紀錄、照片、錄音或錄影)。

第三節 媒介依賴

新聞記者面對突發、無法預知的災難，常需要通過社群媒體，獲得目擊者等人對災情的描述等供述證據，以及事發當下的照片、影片等非供述證據，進行災難新聞查證。Rauchfleisch et al. (2017) 即指出，新聞記者報導災難，大多依賴社群媒體取得災難相關資訊，以掌握、核實災難事發經過及進展，完成報導。對此，Ball-Rokeach 與 Defleur (1976) 闡述個人、媒介與社會的依賴關係，提出媒介系統依賴理論，將「依賴」定義為關係中的一方為了需求或目標實現，有賴於另一方的訊息資源。Ball-Rokeach 與 Defleur (1976) 指出當社會結構變得越來越複雜，且媒介能夠履行越來越多的獨特功能，囊括訊息收集、處理和傳遞，社會和個人就會增加對該媒介的依賴。因此，媒介依賴系統理論主要著重媒體、社會、個人三方關係的交互影響，認為媒介是社會的核心訊息系統，連結了個人與社會結構。

而後，DeFleur 與 Ball-Rokeach (1989) 進一步將媒介系統依賴區分為巨觀與微觀兩個層次。巨觀層面，是置於社會情境之下，探究媒介系統與各社會結構的依賴關係，以及檢視媒介系統與政治、文化、組織等社會各系統的互動。微觀層面，則是聚焦於個體，強調個人與媒介的依賴關係，認為個人有欲達成的目標，而需要得到媒介系統所控制的訊息資源。

一、巨觀層面

災難是難以預料的事件，因而被視作新聞記者報導的高度不確定題材 (Rauchfleisch et al., 2017)。在巨觀層面，媒介依賴理論關注社會系統的變化、差異與衝突。由於社會系統從不保持不變，且往往又趨向更複雜的形式演進，在此之下，媒介系統因為掌控整個社會、社會系統、組織、群體、個人等，為了達成目標所依靠的珍貴訊息資源，故其效力即會增強，甚至成為主要訊息系統 (DeFleur & Ball-Rokeach, 1989, p.299)。如當社會出現威脅等情況不明時，個人缺乏足夠訊息，無法釐清及理解情況，或無法在眾說紛紜的情況中做出選擇，

個人就需要通過媒介訊息，了解情況的發展，這種社會出現明顯威脅伴隨情況不明之情境，如自然或社會災難、動亂、衝突等危機（DeFleur & Ball-Rokeach, 1989, p.316）。依此，Hirschburg、Dillman 與 Ball-Rokeach（1986）曾將媒介依賴理論用於探討華盛頓聖海倫斯山爆發，人們對媒體的依賴，指出媒體所提供的訊息，由於具專有性和專業化水平，使個人對媒體依賴性變得非常強烈。且 Hirschburg、Dillman 與 Ball-Rokeach 發現，在事發初期及一個月內，媒體都是個人接收火山爆發相關訊息的主要來源，取代親友所組成的人際網路。

此外，DeFleur 與 Ball-Rokeach（1989）表示在巨觀的媒介依賴中，媒介系統也可被設想為社會結構的一個重要部分，且媒介被解讀為控制稀少珍貴訊息資源的系統，其他社會系統、組織、群體、個人等社會體系中各個系統依靠其資源運作，產生依賴關係，達到共生，不過，在此關係中，社會各系統或其規範、知識、價值觀、法律等，可能會提供或出現類似的服務來替代媒介，從而影響個人的媒介使用。過去 Tai 與 Sun（2007）調查中國 2003 年 SARS 疫情期間個人的媒體依賴，結果發現中國政府被認為在主流媒體上控制 SARS 有關的訊息，促使個人尋求其他媒體，如線上討論板、微信等，獲取未受政府過濾的 SARS 訊息，顯示政治此社會中的系統，影響個體與媒體之間的依賴關係。

鑑於巨觀的媒介依賴理論關切媒介、社會、個人等三者的關係，DeFleur 與 Ball-Rokeach（1989）進一步指出，當個人所身處的環境不同，如面臨威脅、社會變化，或意見領袖不能直接經歷或觀察個人所欲理解的事情，即會促使個人對媒介資源的依賴更加強烈。以本研究所言之個人所處環境變化，是指新聞記者查證災難新聞的情境，為依循災難自爆發到恢復重建等不同階段，新聞記者查證所處的情形隨之不同。

Bruno（2011）認為社群媒體主要能協助新聞組織填補新聞真空的問題，尤其在災難發生當下，新聞記者尚未抵達事發現場進行採訪的期間，此時，社群媒體平台上有許多來自受災民眾、目擊者等人記錄災難當時情況的第一手消息，抑

或是災情的相關討論，這些都可幫助新聞組織快速查核災難現場狀況及事發經過。而後，Bruns (2013) 以 2011 年紐西蘭基督城地震為例，觀察新聞組織該段期間的社群媒體使用，結果發現，新聞組織使用社群媒體確認地震相關訊息，及透過關鍵詞的「主題標籤」(Hashtag / #) 標記，加以連結搜尋災情訊息，此兩者的高峰期，都落在災難發生當天與事發後兩日，而災難發生的三日後就迅速下降，其中，雖然關鍵詞「救援」總數量最多，但多分布在災後三日，相比之下，關鍵詞「恢復」的總數量大為減少，又集中在災後一周。根據以上所述，可發現新聞記者的社群媒體使用，依循災難事發後的各階段而有所不同。對此，本研究將依據所分災難的發生、救援、恢復重建等三階段，進一步探究新聞記者在災難此三個不同階段中，如何依賴社群媒體查證。

二、微觀層面

微觀的媒介依賴，是指個人對媒介系統的依賴，過去常被用於描述個人與特定媒介的依賴，抑或是個人與特定媒體產品之間的依賴 (Jung, 2017)，如 Grant, Guthrie 與 Ball-Rokeach (1991) 以此探討消費者個人對於電視購物節目的依賴。Patwardhan 與 Yang (2003) 探討線上購物者個人對於網路的依賴。Amran, Liew, Abdul 與 Rini (2015) 則探討消費者個人對於智慧型手機的依賴。

以微觀的個人媒介依賴而論，DeFleur 與 Ball-Rokeach (1989) 認為媒介訊息資源是個人達到目標的途徑之一，表示媒介系統的力量在於掌握個人達到目標所需要的訊息，個人愈是感知從媒介獲得有用的訊息，只要還未感到失望，依賴就會愈強。在這意涵之下，針對個人對媒介的依賴，Grant, Guthrie 與 Ball-Rokeach (1991) 說明，相比於通過個人使用媒介的頻率進行衡量，依據個人感知媒介對其目標達成的有用性來界定，較符合媒介依賴的概念。由此，所謂「依賴」，是指個人感知媒介訊息可幫助其達成目標之結果，意即「個人感知媒介訊息資源對其目標達成的有用性」(Ball-Rokeach, 1985, p.495 ; Skumanich & Kintsfather, 1998, p.210)。

個人需要媒介訊息的幫助來達成目標，因此，個人目標在個人與媒介之間發揮重要作用（Jung, 2017），DeFleur 與 Ball-Rokeach（1989）假設生存與成長是人類最基本的需求，進一步提出個人媒介系統依賴關係中，三個主要目標，如表一所示，包括「理解（understanding）」、「定向（orientation）」與「娛樂（play）」：

- （一）「理解依賴」分為「自我理解」與「社會理解」。「自我理解」為個人通過媒體資訊，維持或擴大個人信念、行為、自我認知或個性；「社會理解」為個人使用媒介訊息，獲悉與解讀現在、過去、未來的人、事件與文化。兩種依賴關係都涉及意義與知識。
- （二）「定向依賴」分為「行動定向」和「互動定向」。「行動定向」是指個人與媒介建立依賴關係，以獲得具體行動的指南，如決定消費行為、解決日常危機的行動等；「互動定向」需要有一個以上的互動對象，當個人從媒介蒐集訊息之後，能夠適當且有效地處理人際關係以及在社會上的表現。
- （三）「娛樂依賴」分為「自我娛樂」及「社交娛樂」。「自我娛樂」主張媒介內容本身的美感、享樂、刺激或放鬆的特性，對個人具有吸引力；「社交娛樂」是媒介訊息能夠促進人們交往，在這層面上，媒介訊息為次要，重要的是在個人與朋友、家人或其他人的共同參與、來往等行動。

表一：個人媒介系統依賴關係的目標

理解（understanding）	定向（orientation）	娛樂（play）
自我理解 (self- understanding)	行動定向 (action orientation)	自我娛樂 (solitary play)
（如：了解自己與個人成長。）	（如：決定要買什麼、穿什麼、或如何維持身材。）	（如：獨處時的放鬆或自我休閒）

社會理解 (social understanding) (如：了解世界與社群。)	互動定向 (interaction orientation) (如：獲得如何處理新情 況或困境的建議。)	社交娛樂 (social play) (如：與家人或朋友去看 電影、聽音樂)
--	---	---

資料來源：摘自 *Theories of Mass Communication* (5thed.) (p.306), by M.L. DeFleur, and S. Ball-Rokeach, 1989, NY: Longman.

個人媒介系統依賴建立於媒介系統提供的訊息，是個人實踐理解、定向、娛樂等目標的資源，個人依賴媒介的程度，以往研究則皆稱在於個人感知媒介訊息能幫助其達成目標的程度 (DeFleur & Ball-Rokeach, 1989, p.313 ; Grant, Guthrie, & Ball-Rokeach, 1991 ; Skumanich & Kintsfather, 1998, p.210)。

參考實證研究，Ball-Rokeach, Rokeach 與 Grube (1984) 探究民眾收視電視節目之依賴，發展個人媒介依賴的量表內容，與王舜偉 (2002) 調查閱聽人依賴廣播賣藥節目程度之量表。在六項目標的內涵及測量的題項，可以發現，(1)「自我理解」是針對自己信念、行為、想像的解釋與擴張，如：「更了解自己」、「掌握自身健康與身心發展」(Ball-Rokeach, Rokeach & Grube, 1984)，及「了解一些做事情的方法」(王舜偉，2002)；(2)「社會理解」則是對於世界、國家、社區的認識與掌握，如：「了解世界發生的事情」、「掌握社區發生的事情」、「了解社區或國家中發生的紛爭」(Ball-Rokeach, Rokeach & Grube, 1984)，及「了解社會、國家、世界上發生的事情」(王舜偉，2002)；(3)「行動定向」是獲得具體的行為指導，如：「決定要買什麼、決定要去哪裡買」(Ball-Rokeach, Rokeach & Grube, 1984)，及「知道要去哪裡得到一些關於生活、健康、財務、買東西等各方面的消息」(王舜偉，2002)；(4)互動定向是個人處理自身與他者或多人的關係、交流，如：「表達我的意見」(Ball-Rokeach, Rokeach & Grube, 1984)，及「知道如何與朋友親戚或同事相處、講話、在一起」(王舜偉，2002)；(5)自我娛樂為關

乎獨自一人的消遣放鬆，如：「一個人獨處打發時間」(Ball-Rokeach, Rokeach & Grube, 1984)，及「讓你放鬆」(王舜偉，2002)；(6)社交娛樂則是促進自己與群體的交往、共同參與，如：「決定周末與朋友到哪裡玩」(Ball-Rokeach, Rokeach & Grube, 1984)，及「讓你知道和親朋好友去哪裡玩？怎麼去玩？」(王舜偉，2002)。

將上述六個目標的意涵，對應至本研究關注之主題，即新聞記者依賴社群媒體查證災難新聞的情形，為新聞記者通過社群媒體的訊息，解決查證的困境。由於本研究聚焦於記者工作期間查證災難之社群媒體使用，故較不涉及「自我娛樂」之用於獨處的時間打發與放鬆，及協助個人與群體的遊玩等「社交娛樂」，也因為記者查證期間未有依賴媒介以了解自己、解釋自身信念與行為等情形，所以又與「自我理解」無關。

基於記者查證可謂在眾多雜亂的資訊抽絲剝繭，找出證據，了解災難的事發經過，此現象即符合 DeFleur 與 Ball-Rokeach (1989) 所言，個人利用媒介訊息理解與解釋現在、過去、未來的人與事件，就產生「社會理解」依賴關係。因而，本研究依此探查記者依賴社群媒體獲取哪些證據以了解災難的經過，完成查核。此外，DeFleur 與 Ball-Rokeach (1989) 說明，無論是日常生活繁瑣的行為，或是具有更大後果的醫療、法律、應對自然災害等危機，只要透過媒介訊息，取得對自己行動的具體指導，都隸屬於「行動定向」。對此，記者基於社群媒體的訊息，進行後續一系列的查證行動，以確認消息是否屬實，這個過程即個人通過媒介的訊息資源，獲得實際、確切的行動指南，故本研究將留意記者依賴社群媒體的指引，展開哪些災難查證之行動。針對「互動定向」依賴關係，DeFleur 與 Ball-Rokeach (1989) 指出源於個人從媒介吸取訊息來處理個人與他人的關係。由於記者使用社群媒體訊息查證災難新聞，從中蒐集相關證據，將涉及根據自身找到的資訊，與消息來源進行探問，並且依循證據向長官回報，這些互動均奠基於社群媒體訊息所發展的人際交流。因此，本研究也將關注記者依賴社群媒體的訊息查證災難新聞，當中何以與消息來源、組織長官等人進行互動。

個人媒介依賴目前大多用於個人的生活情境，例如探討閱聽人對電視購物節目、廣播賣藥節目、手機等的媒介依賴，尚未探究個人在工作場域上的媒介依賴。但對新聞記者來說，社群媒體確實已成為其查證災難新聞的重要來源，並且從中可獲取用於確認事實之不同證據，如本研究前述之「供述證據」與「非供述證據」。

三、信任與媒介依賴

媒介依賴研究也曾觸及有關信任的主題，例如 Jakob (2010) 探討媒體依賴感知、非媒體訊息來源搜尋頻率、媒體信任等三者關係。其研究結果顯示，媒體依賴與媒體信任具有顯著相關，亦即對媒體依賴程度較高者，對媒體的信任較高，此外，重度接收媒體訊息來源者，對媒體信任較高；積極搜尋非媒體訊息（官方機構或專家）來源的個人，則對媒體的信任較低。因此，Jakob 認為，積極搜尋非媒體訊息（官方機構或專家）來源，代表訊息多元化程度較高，可獲得各種來源；對媒體依賴較低的個人，在多元的資訊系統中，也隨之減低對媒體的信任。

過去研究發現新聞記者使用社群媒體查證，與其對於社群媒體的信任有關 (Heravi & Harrower, 2016; Wintterlin, 2017)。趙敏雅 (2018) 訪談電視新聞記者，發現記者經常通過社群媒體找到較難接觸的消息來源、與事件有關的補充資訊等。不過，受訪記者也常質疑社群媒體的訊息，或因相隔著螢幕與社群媒體用戶交流互動，而信任感較低，所以會特別留意消息來源描述事件的細節程度等，或搜尋社群媒體上是否有照片、影片等記錄，以判定可信度。除了上述評估可信度的依據之外，Wintterlin (2017) 指出，新聞記者使用社群媒體找到遠端消息來源，會留意社群媒體是否給予該位使用者藍色標章認證，抑或是從消息來源描述事件或其背景訊息的準確性等，判定其可以信任的程度，並決定是否需再尋求其他消息來源，以進一步交叉核對。由此可見，探究記者如何依賴社群媒體查證新聞，其中，「信任」是個值得關注的議題。故，本研究將援引信任與媒介依賴的架構，探究新聞記者對社群媒體的信任感。

事實上，社會學、心理學、管理學等不同領域的學者，過去廣泛討論「信任」主題。Mayer、Davis 與 Schoorman (1995) 整理二十三篇有關信任與其來源的文獻，將信任定義為不論是否能監督或控制，一方預期另一方會採取對其有利或善意的行動，同時，提出信任方感知被信任方的可信賴性，可以透過能力(Ability)、正直(Integrity)、善意(Benevolence)等三個構面衡量，針對三項指標的內涵說明如下：

- (一) 能力：為被信任方具有的技能、能力或特徵，並足以在某一領域影響他人，若沒有在該一個領域具備相關經驗或受過訓練，而是具有人際知識或善於人際交流，也能夠獲得較高的被信任程度。
- (二) 正直：有誠實、誠懇之意，為被信任方能夠遵循信任方的原則，或被信任方與信任方抱持的理念密切扣合。
- (三) 善意：亦稱為仁慈，指被信任方排除利己動機，並以在乎與考慮信任方的目標來行事，即為被信任方具有善意的程度與作為，如關心和感受信任方的需求和利益，或是採取某種行動協助、確保信任方的利益。

而後，McKnight、Cummings 與 Chervany(1998)也指出，Mayer et al.(1995)所言之能力(Ability)、正直(Integrity)、善意(Benevolence)等三項信任的衡量依據，是信任信念的核心屬性。所謂「信任信念」(trusting beliefs)，由McKnight、Cummings 與 Chervany (1998)提出，認為信任是建立在人或事物其屬性上的某種信念，因而，定義為在某種情況下，信任方觀察被信任方的特徵或行為，知覺與判斷被信任方值得信賴的程度。

隨著網際網路的發達，線上預訂系統、線上下載音樂或軟體、線上購物等新服務相繼出現。McKnight (2005) 開始關注在資訊科技中的信任(Trust in Information Technology)，指出人和資訊科技具有相似和差異的屬性，這些相似性和差異性也分別定義兩者的信任信念。McKnight (2005) 表示，就相似性來

說，資訊科技和個人在做事情方面都具有能力素質。對一個人能力的信任信念，意味著該對象被認為有能力完成任務或履行責任。對資訊科技能力的信任信念，意味著科技信念被認為具備執行委託人想要完成任務的功能。在差異性的部分，McKnight 指出，人可以被描述為正直、具有善意，但兩者卻難以適用在探討資訊科技上，故此，信任人與信任資訊科技，主要區別即在於特定信任信念之間的適用性。

對此，Lankton 與 McKnight (2008) 進一步界定人與科技兩者信任信念的內涵，分別將其稱為人際信任信念 (Interpersonal Trust Beliefs) 與科技信任信念 (Technology Trust Beliefs)，如表二所示。人際信任信念的內涵為 Mayer et al. (1995) 指出的能力、正直、善意等三項指標，循此，Lankton 與 McKnight (2008) 依據上述三個人際信任信念的衡量構面，並參考 Muir 與 Moray (1996) 曾就自動化技術信任，表示需考量技術正常運行的程度，即能力，以及技術在不同時間點對類似情況的反應程度，為可靠性，提出科技信任信念三項相對應的衡量指標，為功能 (Functionality)、可靠性 (Reliability)、有益性 (Helpfulness)，有關科技信任信念的三項指標之概念起源與內涵，如下：

(一) 功能：個人認為科技具有完成任務所需的功能或特徵程度。功能的觀念源於人際信任信念之能力，該信念代表被信任方具有有效執行的技能和專業知識。個人能夠通過良好地執行任務或提供好的建議來展示能力，相對地，科技則是通過順暢地執行功能或提供用戶執行任務所需的系統功能，來展示其能力。因此，對科技能力的信任通常是指科技執行任務的功能。

(二) 可靠性：個人認為科技將持續正常運行的程度，或者將以一致、完美的方式運作，此科技信任信念以人際信任信念的正直概念為基礎，即被信任方遵守信任方在意的原則，或與信任方抱持的理念相符，如個人是通過說實話來表達可靠，科技則是藉由穩定的執行功能且

具有一致、完整性，來證明可靠。

(三) 有益性：個人認為科技能夠提供充分幫助和響應的程度。樂於助人是人際信任信念中的善意概念，為被信任方關心並以信任方的利益行事，或是考量信任方的利益，而願意提供協助。不過，科技無法有意識地關心個人，故此，則以通過幫助個人實現目標來證明其有益性。

表二：人際信任信念與科技信任信念

人際信任信念 (Interpersonal Trust Beliefs)	科技信任信念 (Technology Trust Beliefs)
能力 (Ability) 一組技能或特徵，使一方能夠對某個特定領域產生影響。	功能 (Functionality) 個人預期科技具有完成任務所需的功能與特徵程度。
正直 (Integrity) 被信任方能夠遵循信任方所在意原則的程度，如誠實、誠懇。	可靠 (Reliability) 個人預期技術持續正常運行或以一致的完美方式運作的程度。
善意 (Benevolence) 信任方認為被信任方排除自我為中心的動機，在乎與考慮信任方福利的程度。	有益性 (Helpfulness) 個人預期技術提供充分幫助或響應的程度。

資料來源：整合自 Do People Trust Facebook as a Technology or as a "Person"?

Distinguishing Technology Trust from Interpersonal Trust. by N. K. Lankton, and D. H. McKnight, 2008, August. Paper presented at the Fourteenth Americas Conference on Information Systems, Toronto, Canada.

Lankton 與 McKnight (2008) 分別以「人際信任信念」與「科技信任信念」調查就讀商科的大學生對社群媒體的信任感知。Lankton 與 McKnight (2008) 說明，由於超過八成受訪者表示 Facebook 是他們最頻繁使用的社群媒體，依此分析 Facebook 用戶的信任信念結構，結果顯示，用戶可以區分對 Facebook 和其技術等兩者的信任。因此，Lankton 與 McKnight (2008) 表示科技信任信念(功能、可靠性、有益性)與人際信任信念(能力、正直、善意)等六項指標，為適合的衡量依據，能夠了解 Facebook 用戶對其信任態度。

Lankton 與 McKnight (2008) 的研究中，詢問受訪者的人際信任信念對象，為其對社群媒體本身的感知。不過，Grabner-Kräuter 與 Bitter (2013) 指出，社群媒體的用戶(人、組織或其他社會實體)是通過一系列關係，與其他用戶連結與聯繫，例如：友誼、交易關係或訊息交換，其中彼此交流時，會依據對方是否具備 Mayer et al. (1995) 所言之能力、正直、善意等特徵，評估對其的信任信念。就此，Chari、Christodoulides、Presi、Wenhold 與 Casaletto (2016) 研究 Facebook 使用者與好友之間的人際信任信念程度時，就直接使用能力、正直、善意等三項指標測量。再者，社群媒體本身也可以被視為信任的對象，為網路做為傳輸介質，或更具體的 Web 2.0 等科技技術層面，Grabner-Kräuter 與 Bitter 加以援引 Lankton 與 McKnight 於 2008 年針對科技方面，提出功能、可靠性、有益性等三項科技信任信念指標，並指出 Mayer et al. 整理的人際信任信念內涵(能力、正直、善意)，加上 Lankton 與 McKnight 所提出的科技信任信念(功能、可靠性、有益性)，能夠關注到社群媒體中所包含人際與科技的雙重性質。

根據過去學者認為談及社群媒體的信任，牽涉社群媒體使用者，也涉及社群媒體此科技物，於是分為人際信任信念與科技信任信念兩種。因此，本研究探討新聞記者依賴社群媒體查證災難新聞時，其對社群媒體的信任感，有關新聞記者對社群媒體的信任內涵，也區分為人際信任信念與科技信任信念。依此分別梳理

新聞記者對社群媒體使用者、社群媒體的信任感，進而了解其決定採納社群媒體使用者的訊息之依據，以及選擇使用社群媒體查證之原因。

參考實證研究對「人際信任信念」與「科技信任信念」的測量，其中，Lankton 與 McKnight (2008) 的「人際信任信念」題項，「能力」為社群媒體「有能力及有效地提供線上社交網絡」、「對線上社交網絡非常了解」、「發揮其促進在線社交網絡的作用」、「是一個有能力和熟練在線社交網絡提供者」。經上述可知，「能力」之衡量，在於被信任者對事件的了解、資訊量或具備專業性。「正直」為社群媒體是「誠實的」、「真誠的」、「誠懇的」，「打交道時是真實的」，由上顯示，「正直」源於信任者與被信任者互動，從中感知被信任者的誠實、真實、真誠、誠懇。「善意」則是社群媒體「符合我的利益」、「當我需要幫助時，會盡力協助我」，與「考量我的福利，不僅僅是自己的福利」。綜合以上所述，本研究將以「人際信任信念」的能力、正直、善意等三面向，探查新聞記者使用社群媒體查證災難新聞，對社群媒體使用者的信任感。

對於 Lankton 與 McKnight (2008) 擬定的「科技信任信念」題項，「功能」為社群媒體「具有我需要的功能」、「具有我在線社交活動所需的功能」、「有能力做我想做的事」。從中顯示，「功能」之核心，在於信任者通過科技物所具有的功能設計，得以執行需要或想要完成之事。「可靠性」為社群媒體「是一個可靠的網站」、「不會讓我失望」、「對我來說沒有故障」、「提供沒有錯誤的結果」，經以上所述，可知使用過程是否曾遭遇故障，或對科技物感到失望等情形，是評估科技物可靠性的準則。「有益性」則為社群媒體「通過幫助功能提供我需要的幫助」、「通過幫助功能提供我需要的合適指導」、「當我有需要時，提供非常明智和有效的建議」。經由以上所述，本研究將從「科技信任信念」的功能、可靠性、有益性等三方面，探究新聞記者使用社群媒體查證災難新聞，對社群媒體此科技物的信任感。

整體而言，本研究欲探究之研究問題如下：

- 一、記者使用社群媒體查證災難新聞的情境為何？
- 二、記者在災難的發生、救援、恢復重建等三個不同階段中，使用社群媒體獲取哪些證據類型？
- 三、記者使用社群媒體查證災難新聞時，其對社群媒體的人際及科技信任信念為何？



第三章 研究方法

本研究主要關注記者報導災難新聞如何使用社群媒體進行查證，研究問題包括新聞記者在災難的發生、救援、恢復重建等三個不同階段中，依賴社群媒體獲取哪些證據類型，以及新聞記者對社群媒體的人際及科技信任信念。在本章節，將進一步說明採用的研究方法，以及研究對象與案例類型。

一、深度訪談法

以往對於媒介依賴的研究多使用問卷調查法，不過，討論的主題普遍為一般閱聽人對於電視或廣播節目、網路等特定媒介的依賴，或是個人對於手機等單一媒介商品之依賴（Grant, Guthrie, & Ball-Rokeach, 1991；Skumanich & Kintsfather, 1998；Mafé & Blas, 2006；Amran, Liew, Abdul, & Rini, 2015）。相對地，媒介依賴理論尚未被用於探究個人工作的媒介使用等相關主題之研究。再者，本研究關注新聞記者查證災難新聞的社群媒體依賴，其中涉及到災難爆發至平復等不同階段，以及查證又是從混亂資訊中抽絲剝繭出事實資訊的一系列行動。針對上述複雜性的考量，有鑑於深度訪談法，著重受訪者個人的經驗陳述，藉著問答、對話，了解受訪者的想法與行為（林金定、嚴嘉楓、陳美花，2005）。故此，本研究採用深度訪談的質性研究方法，以媒介依賴理論初探新聞記者查證災難新聞的社群媒體使用。

深度訪談是研究者與研究對象之間以語言為媒介，並且是目標導向的溝通，談話的內容會聚焦於特定的主題，透過語言交流，從被研究者那方蒐集資料，因此，深度訪談是讓研究者了解受訪者的思想、價值觀、意見與行為等方式，同時也能知曉受訪者如何看待其使用經驗，對其相關事件的意義解釋，讓研究者分析受訪者的看法、態度與行動（陳向明，2002）。

深度訪談又依照訪談過程的控制程度，依序分有結構式訪談、半結構式訪談，及非結構式訪談，其中，結構式訪談是標準化的訪問，過程高度控制，包含提出

問題、提問順序與方式，都需完全相同；非結構訪談是沒有提出問題的標準程序，只給一個題目，由訪談者和受訪者依題目自由交談；介於結構與非結構訪談之間的半結構訪談，則是有一定主題，提問的問題有重點和焦點，並非漫無邊際，大多根據談話的進度，適時的追問和修正問題，提問的方式和順序也可依受訪者的回答隨時提出，具有彈性（袁方，2002）。

本研究蒐集資料的方法主要為深度訪談法的「半結構訪談」，又被稱為「引導式訪談」，為研究者利用較寬廣的研究問題作為訪談的依據，以導引訪談進行（胡幼慧，1996）。半結構訪談的目的主要希望在開放且設計過的訪談情境中，使受訪者較能清楚表達自身主要觀點，此外，使用相同的訪談大綱可使訪談資料具有共同語言（李政賢、廖志恆、林靜如譯，2007），而訪談大綱也是一種提示，研究者會再據受訪者訪談情境與內容作出調整，延伸相關問題，透過此方式能對研究對象有較廣闊、整體性視野，並能從多重角度對事件進行深入且細緻的描述（陳向明，2002）。以本研究而論，半結構訪談法有助於新聞記者講述依賴社群媒體查證災難新聞的經驗，藉著新聞記者的敘述描繪其真實使用經過，使答案浮現。

二、研究對象與案例類型

目前尚未有研究以媒介依賴理論探討新聞記者查證災難新聞的社群媒體使用，與新聞記者對社群媒體的人際、科技等信任信念。因此，本研究透過立意抽樣選取最適合研究目的之受訪者。因為立意抽樣之邏輯與效力在於選擇資訊豐富的個案，做深度研究（吳芝儀、李鳳儒譯，1995，頁 149-151）。萬文隆（2004，頁 22-23）也認為，深度訪談只要透過立意抽樣，找到符合研究目的、研究對象的人，並依照訪談程序進行，就具有可信任性。

本研究焦點為新聞記者如何使用社群媒體查證災難新聞，因而研究對象需為在新聞產製中，較常以社群媒體進行查證的記者。對此，劉蕙苓與羅文輝（2017）調查台灣記者在查證與確認資訊、尋找不認識或無法接觸的消息來源、找到更多

補充資訊等工作之社群媒體使用，發現電視新聞記者均明顯高於報紙、廣播、網路等其他三類媒體，並指出電視記者是社群媒體的積極使用者。因此，本研究選擇電視新聞記者為研究對象，研究其在災難發生、救援、恢復重建等三個階段，依賴社群媒體獲取的證據類型，以及其對於社群媒體的人際及科技信任信念。

鑑於每個災難的情境伴隨災難的類型、程度以及周遭環境的不同，其發展也不同。儘管災難新聞的範疇包括天災與人禍兩大類（王洪鈞，1995；臧國仁、鍾蔚文 2000）。不過，相較於人禍，有學者認為天災不確定性較高，Lewis（1988，轉引自羅雁紅、鍾宜珈，2016，頁 42）以決策情境觀點，認為人類無法掌控大自然，因此自然災難具有較高的風險，包含高度動態變化、後果難以預測、資訊不全、時間緊迫等情形，複雜性較高。湯京平、蔡允棟、黃紀（2002）指出自然災害的威脅更龐大，不僅影響範圍廣泛，自然災害還具有高度不確定性，意指對自然災害發生後的狀況，難以有效預測，如地震發生後的餘震仍具危險性，使災民無法確定自身的安全，而救難者也可能成為受害者。

依據上述學者所言，連結媒介依賴強調個人對媒介的依賴，往往始於出現威脅、陷入不明情況，在混亂之際，個人缺乏訊息而無法掌握事件，因而依賴媒介訊息資源。故此，本研究將災難新聞案例限縮在自然災難，如颱風、地震、水災等。

此外，考量新聞記者使用社群媒體查證，會與該用戶交流，又本研究關注主題包括以人際信任信念討論記者對社群媒體用戶的信任感，故所論之社群媒體為著重人際互動的社群網站類型。所謂社群網站，為使用者創建與發表訊息，透過訊息分享與交換，與他人聯繫、互動與交流的網路傳播平台。過去學者指出 Facebook 與 Twitter 均是社群網站（Kaplan & Haenlein, 2010；van Dijck, 2013）。而後，原本只是促進使用者生成內容交流的平台 YouTube，2016 年時宣布啟動新計畫，轉向社群網站之類型，讓用戶上傳影片之外，可以張貼圖片、連結、文字分享、直播等功能，除了內容分享，也能夠與他人留言、直播即時互動，還可

以設定提醒通知，掌握最新動態，如同 Facebook 等社群網站（林昀璇，2016 年 9 月 18 日）。此外，2010 年發佈的圖片及視訊分享之社群媒體 Instagram，也陸續新增直播、即時留言、一對一訊息互動等功能，並可以設定提醒通知，因此，在 2017 年時，成為追蹤者互動率最高的平台，每個月活躍用戶已達到 6 億，也成為以人際互動為主的社群網站（莊晨伶，2017 年 2 月 15 日；鄭勝得，2018 年 3 月 24 日）。其中，因為 Twitter 在台灣使用人數較少，所以，本研究談的社群媒體為社群網站之類型，以 Facebook、YouTube、Instagram 等三者為主。

值得說的是，本研究所論社群媒體之社群網站範疇並未包含 Line。因為，Line 使用者與他人的互動大多源於已認識者，需透過電話號碼或 ID 等兩種搜尋方式，或掃描 QR Code，雙方加為好友後，才能夠進一步傳訊息、通話等交流，並觀看對方發佈的內容。由於本研究並非僅關注已認識者在社群媒體上的交流，是廣泛探究記者與社群媒體使用者的互動。再者，只要在 Line 上，兩人並未有對方電話號碼、ID 或 QR Code，就無法成為好友，在搜尋欄亦無法搜尋找到對方的帳戶名等資訊，無法進一步與對方聯繫、傳遞訊息與接收其動態消息。換言之，Line 的使用者無法自由瀏覽他人發佈的資訊，彼此之間的關係連結屬非公開，也無法透過網路連結消費他人生成的內容，不能與他人的內容互動，而不符合 Ellison 與 boyd（2013）指出社群網站應具有使用者之間關係連結為公開而可自由瀏覽內容與互動之特色，故本研究談社群媒體之社群網站不包含 Line。

三、訪談執行

根據研究問題為新聞記者在災難使用社群媒體查證之情境為何，又其在災難發生、救援、恢復重建等三個階段，使用社群媒體獲取哪些證據類型，以及新聞記者對於社群媒體的人際及科技信任信念為何，擬定針對電視記者的訪談大綱。透過以下訪談題目，探究電視記者報導自然災難新聞，運用社群媒體查證之情境，及使用社群媒體獲取的證據類型，與其對社群媒體的人際、科技信任信念。本研究之訪談大綱如表三。

表三：訪談大綱

討論主題	訪談問題
<p>第一部分：記者報導災難時如何 使用社群媒體查證</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 請問您報導過哪些自然災難新聞？ 2. 請您以過去報導的自然災難新聞為例，描述查證的過程？ 3. 請問您在查證自然災難新聞的過程，會使用哪些工具進行查證？怎麼使用？ 4. 請您以過去報導的自然災難新聞為例，說明使用社群媒體查證的過程為何？
<p>第二部分：記者報導災難時使 用社群媒體查證之情形</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 請您以過去報導的自然災難新聞為例，說明在災難爆發，救援行動尚未正式展開，該期間如何使用社群媒體查證？ 2. 請您以過去報導的自然災難新聞為例，說明在災難的救援階段，救難人員及團體進駐災區展開救助直到停止，該期間如何使用社群媒體查證？ 3. 請您以過去報導的自然災難新聞為例，說明在災難的恢復重建階段，救援行動結束，進入災區的復原、災後的檢討等，該期間如何使用社群媒體查證？
<p>第三部分：記者報導災難時對 社群媒體的人際信任信念</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 請問您為何會選擇社群媒體使用者的訊息，進行自然災難新聞的查證？ 2. 請問您查證自然災難，採納社群媒體使用者的訊息時，會與對方交涉嗎？交涉過程，會留意對方哪些方面？

-
- 第四部分：記者報導災難時對社群媒體的科技信任信念
1. 請問您查證自然災難新聞時，會使用社群媒體什麼功能？怎麼使用？
 2. 請問您查證自然災難新聞，有遇過社群媒體故障嗎？都會使用社群媒體嗎？
 3. 請問您查證自然災難新聞，為何會使用社群媒體查證？
 4. 請您以過去報導的自然災難新聞為例，請問您使用社群媒體，對查證的幫助為何？
-

本研究邀訪曾有報導自然災難，並且使用社群媒體查證之電視記者。本研究採滾雪球方式邀訪電視新聞記者，直到資料飽和為止。由於訪談問題涉及受訪者過往採訪自然災難的經驗，故訪談前研究者先把本研究主旨與受訪者溝通，並提供訪談大綱，使受訪者在受訪前有充裕時間準備，以提供比較詳盡的研究資料。此外，本研究在與受訪者進行訪談前，先蒐集受訪者過去採訪自然災難新聞的相關報導，更了解受訪者的經驗，以便於訪談執行，及適時豐富內容。訪談時間自2019年3月5日至2019年4月1日止，共訪問十位電視記者，如表四所示。每位受訪者皆以面對面訪談進行，每場訪談約進行一個半小時至兩個小時，十位受訪者相關資料形如表四。

表四：本研究受訪者資料

受訪者代號	性別	電視台	年資	查證自難災難之經驗
A	女	M台	5.5年	2016美濃地震、2018花蓮地震、水災（雙北……等）、颱風（莫拉克、蘇迪勒……等）
B	女	M台	3年	2018花蓮地震、颱風（瑪莉亞……等）、水災
C	男	N台	9年	2016美濃地震、2018花蓮地震、水災、颱風

D	女	N台	3.5年	2018 花蓮地震、水災、颱風
E	女	O台	4年	2016 美濃地震、2018 花蓮地震、水災、 颱風
F	男	O台	2.5年	2018 花蓮地震、水災(2018 南部大淹水、 2018 基隆大淹水)、颱風
G	男	P台	4.5年	2016 美濃地震、2018 花蓮地震、水災、 颱風(尼莎、海棠……等)
H	男	Q台	8年	2013 南投大地震、2016 美濃地震、2018 花蓮地震、水災(2018 基隆大淹水)、颱風 (梅姬、蘇迪勒……等)
I	男	Q台	9年	2016 美濃地震、2018 花蓮地震、水災、 颱風(蘇迪勒……等)
J	女	Q台	5.5年	2016 美濃地震、2018 花蓮地震、水災(2018 基隆大淹水)、颱風

正式訪談時，本研究皆徵得受訪者同意，全程錄音，以利詳細記錄訪談內容與後續資料整理。訪談過程中，搭配訪談前蒐集的受訪者報導自然災難之經歷，適時協助受訪者回憶，讓訪談內容更具體詳細。訪談結束後，將錄音檔過錄為逐字稿。逐字稿可確保受訪資料完整，便於後續分析時，運用受訪者的話語呈現受訪內容(范麗娟，2004)。本研究針對十位受訪者訪談資料進行彙整與分析。其中，證據類型中包含新聞媒體報導，為了不曝光受訪者的身分，因此當受訪者提及其他媒體的名稱，將以「OOO(媒體類型)」表示，如「OOO(平面媒體)」。

本研究將受訪者回答的內容，對應關注的研究主題，找出有意義的陳述，以歸納整理電視記者查證自然災難新聞，使用社群媒體的情境，及在自然災難的發生、救援、恢復重建等三個階段中，其使用社群媒體獲取的證據類型。再者，從中梳理電視記者使用社群媒體查證自然災難時，對社群媒體的人際及科技信任信念，以明瞭電視記者報導自然災難新聞，使用社群媒體進行查證之方式。

第四章 研究資料分析

本研究經由與電視新聞記者深度訪談所取得的資料，了解新聞實務場域中，記者報導自然災難何以使用社群媒體進行查證。本章共分為三節，第一節分析電視新聞記者報導自然災難期間，依賴社群媒體進行查證的目標。第二節歸納整理電視新聞記者在自然災難的發生、救援、恢復重建等三個階段中，分別使用社群媒體獲取的證據類型。第三節則是討論電視記者報導災難新聞，依賴社群媒體進行查證的過程中，對於社群媒體的人際與科技信任信念。

第一節 運用社群媒體查證災難新聞之情況

本節將依據 DeFleur 與 Ball-Rokeach (1989) 提出個人媒介依賴，區分的「社會理解」、「行動定向」與「互動定向」等三目標，審視記者報導災難新聞時，如何依賴社群媒體查證。

一、社會理解

Ball-Rokeach、Rokeach 與 Grube (1984) 指出個人透過媒介訊息了解與掌握世界發生的事情，了解社區或國家中發生的紛爭，以達「社會理解」。就電視記者採訪經驗而論，報導災難期間，會通過社群媒體上的訊息，了解災難發生的經過與導致的影響，以及掌握救災進度與恢復重建的狀況，並在討論責任歸咎時，了解受災者與被指控方之間的爭議事件。

在災難期間，記者會使用社群媒體，填補不在現場而缺乏的訊息，了解事件發生經過，並掌握應變處理之進度。其中，記者缺席災難現場的情境包含事發當下、救援過程以及災情嚴重或災區範圍較廣之恢復重建。

受限於未在災難現場，首先記者無法明瞭災難發生當下的情形與造成的衝擊，但為了求快，又要進行即時播報。此時，受訪的十位電視記者，均會藉著網友在

社群媒體對事發情形的述說及現場紀錄，了解災難事發經過與災情。如電視記者 A 透過臉書社團，得以知道受災較嚴重的區域及現場情況，進而即時完成報導：

花蓮地震時台北我覺得搖起來還好，感覺沒有很嚴重，但一打開臉書，動態上出現網友在「爆料公社」、「黑色豪門企業」、花蓮的地方性社團，PO 出統帥飯店第一時間坍塌的照片跟影片，我才知道花蓮災情超慘。事發大概 5 分鐘，長官就電話來說 5 分鐘後要連線，我之後就是看社團網友 PO 的訊息來說。（電視記者 I）

接著，記者因未參與第一線的救災，不清楚救難隊在災區的救援過程，且現場救單難位首要之務是釐清災情並即時救助，故不會即時向記者更新救援進度。如電視記者 J 表示：「災情指揮中心雖然會統一回覆救援進度，但最重要還是救人，就不會一直隨時聯繫媒體，去回報最新的救援情形。」因此，記者要了解救災行動，會直接透過電話和通訊軟體詢問救難隊，但災區現場支援的救難隊眾多，且記者未必都有聯絡方式，而有些救難單位會持續更新臉書，告知全台民眾受災者傷勢及救災經過，也會記錄受困及獲救的災民姓名，便於受災者家屬取得訊息。記者亦能從中掌握救難隊最新搜救進度。對此，除了電視記者 C 主要經由熟識的官方單位，進一步聯繫現場救難人員，而未透過社群媒體取得救難隊的訊息，另九名受訪的電視記者，均會使用救難單位的粉絲專頁，了解救災進度，如電視記者 B 說：

花蓮地震現場救難隊從很多地方來，都不認識，而且救難隊救人都來不及了，不太有空檔一直回記者話。我看到現場有「屏東消防局」，就去搜他們的臉書粉專，上面就有寫說特搜大隊搜救到哪邊，然後什麼時間點因為建物哪邊不穩，暫時撤出，那可能有民眾的親人在倒塌大樓裡，

會擔心，就有更新說在哪尋獲幾個人，狀態分別怎麼樣，姓什麼，又還沒找到誰。

再者，在災難現場支援的記者，遇到災區重建期較久時，記者往往會先被調回原本工作的地點，不會長期駐守災難現場，無法隨時掌握災區恢復的狀況。故此，社群媒體的訊息，能夠幫助已離開災難現場的記者，了解災區恢復重建的進度。受訪的八位電視記者均未曾繼續報導災區復原，僅電視記者 C 與 I 具有追蹤災難的經歷，而兩人皆在追蹤花蓮震後重建時，使用社群媒體，了解災區復原進度。

復原狀況，對當地政府來說，是政績的一環，不會吝嗇說，像花蓮縣政府就有在臉書講雲翠大樓已經開拆了，但是因為高度及傾斜狀態，所以這個拆除作業是全國目前最難的，但會在當年元宵節拆完。（電視記者 C）

臉書地方社團「我是花蓮人」、「花蓮人」，就會有網友寫說現在所在的災區整理的怎麼樣。這樣就算我人在台北，從裡面也能知道花蓮各區重建成怎樣。（電視記者 I）

此外，記者即使身處災區現場，當災難影響範圍過大時，記者一個人無法同時抵達各個災區，掌握其復原狀況，故受訪的十位電視記者會使用社群媒體，經各地網友的回報，從中了解各區域的恢復情形。如電視記者 D 說：

颱風是一個人負責一個縣市，像是宜蘭就是一位記者負責，但可能頭城、礁溪受災程度不同，恢復進度就會不一樣，那現場就我一個人，頂多加

上駐地（記者），不可能宜蘭的恢復全部都知道，這時候地方社團裡，會有網友 PO 出所在地整理清潔的樣子，講說目前復原的狀況。

另一方面，記者會使用社群媒體，彌補未經歷事件而缺乏的訊息，了解災難利害關係人與被指控方之間的爭端。在討論災情責任歸屬時，記者不是事件利害關係人，亦非為災民，因此不了解受災者與被指控方之間的問題。且災民獲救後第一時間即送往醫院，不會在現場接受記者訪問，又記者未有災民的聯絡方式，因而記者無法直接採訪災民，難以明瞭雙方的爭點。故此，受訪的十位電視記者，會透過網友在社群媒體發佈的訊息，了解利害關係人對某人發表指控的原因。如電視記者 G 以維冠大樓在地震中倒塌，使用其他利害關係人的臉書，得知該建商的爭議事件，了解該建商涉及的紛爭：

維冠受困災民被救出來，就是送到醫院，那我又不知道維冠建商到底做過什麼，或評價怎樣，後來有跟維冠建商合作的廠商、住在維冠建商蓋的房子的人，就在臉書闡述知道建商偷工減料的狀況，我就知道建商哪些事情有爭議。那就會用這些評價，去整理維冠建商究竟跟合作人、住戶有過多少糾紛。

基於社群媒體具有即時互動且資訊公開的特性，使用者可發表資料，並瀏覽其他使用者提供的內容。使用者彼此迅速分享與交換資訊之際，記者從中能夠補足因不在現場與未經歷事件而缺乏的訊息，以確認事發情形與應對處理之進度，及了解當事人或利害關係人與被指控方之間的爭點。

二、行動定向

所謂「行動定向」目標，Ball-Rokeach、Rokeach 與 Grube（1984）表示為個人依賴媒介以獲得具體行動的指南。依此而論，在災難期間，電視台長官會通

過社群媒體，展開後續行動，決定調派記者前往哪些災難現場採訪。而電視記者亦會使用社群媒體決定前往進行採訪的地點，此外，電視記者還會直接聯繫受訪者求證。

長官通過社群媒體，能夠判別災情較嚴重的地區，進而決定記者前往的災難現場，報導災難事件。正如身兼社會組副組長的電視記者 H 說：

看到各地網友講說當地的災情，我們才會知道有災情比較嚴重的地方，網友其實把訊息上傳到社群媒體的速度很快，我們就能確認災情有多嚴重，趕快衡量要不要派記者到現場，又要派多少人。因為人就是這麼多，可能當下公司只有三組、四組，如果有五、六、七、八、九、十個點的話，我還是得挑一下。像是有大樓倒塌跟玻璃碎，一定是去大樓倒的點。
(電視記者 H)

由於公司的電視台長官，會持續關注社群媒體上的相關訊息，以隨時發令調動，十位受訪的電視記者表示，抵達災區，仍會接到長官調派至採訪現場的指示。如電視記者 J 與 I 在災區，皆曾因長官透過社群媒體上平面記者的報導，知曉災難相關故事，而後接獲長官指示，到現場採訪：

我根本不知道這故事，是長官看到平面報導，才知道有隻狗這麼辛苦，牠在哪裡受了傷，今天還是帶傷上陣還找到人，要我在現場找那隻狗，完成採訪。(電視記者 J)

維冠倒塌那時候是在小年夜，到除夕的時候，因為 OOO (平面媒體) 有寫在除夕，有幾個飯店業者幫大家辦年夜飯。在台北的長官看到 OOO (平面媒體) 在臉書推播這一則新聞，就想說也要有個結合過年的故事，

就在下午 order 我晚上到 000 (平面媒體) 報導的那個現場，去找業者跟災民訪。(電視記者 I)

此外，記者抵達災區，需要即時移動至災情慘重之確切地點，進行現場採訪。不過，記者未必了解被派駐地區的情況，在當地亦未必有人脈可運用，因而難以獲知災情，且記者到達災區後，會持續被公司要求電話連線，播報最新災情，故受訪的十位電視記者會使用社群媒體，判斷各地區災情的嚴重程度，以決定要前往的災難現場，經親自查看後，完成連線與採訪，如電視記者 J：

出去採訪，就是要連線，可能一小時就好幾通，你不可能講一樣的東西，但在當地除了駐地，誰都不認識，但又不能一直煩駐地，所以就要自己去籌訊息，這時候一定會用社群媒體，會去看網友的回報，知道爆出新災情的地方，或災情比較嚴重的地點，趕快去現場確認，這樣才有東西可以連線跟報導。

十位電視記者均還以報導颱風為例，描述電視台會先根據氣象局預報，在預測風雨較大的縣市分派人力。但十人平時都在台北工作，當被派駐到外縣市，雖然可以跟駐地記者聯繫，不過仍都是分頭採訪。因此，十位電視記者還會使用社群媒體，從网友上传的訊息，掌握各處災情，至不同現場進行採訪。如電視記者 B 抵達被派駐的地區，會先加入當地臉書社團，從當地居民上傳的訊息，決定前往哪個災區現場，報導災情：

駐地大哥也有自己的工作，不可能一直理我。颱風就是風雨，我之前去高雄，就會趕快加入「我是高雄人」、「我是岡山人」、「我是仁武人」，就是在跟高雄有關的地方社團去找，看哪邊災情比較嚴重，就到哪邊，

像是網友說岡山哪邊低窪區淹很慘、仁武淹水淹到胸啊，因為我人已經在高雄了嘛，就是直接過去現場看了。（電視記者 B）

除了現場勘查，記者還會直接聯繫受訪者求證。記者的查證行動始於獲知消息，從中掌握線索，進而再追蹤與驗證，故 Shapiro, Brin, Bédard-Brülé 與 Mychajlowycz（2013）認為記者蒐集訊息，同時也在查證事件。對此，陳百齡與王凌霄（2011）也指出新聞組織要求記者報導時，要有消息來源佐證。故記者查證行動包含找尋受訪者進行採訪。當災區範圍過大，受訪的十位電視記者會透過社群媒體上的訊息，找到受災戶，直接向當事人求證。如電視記者 E 舉出颱風採訪經驗，描述網友為了呈現災情嚴重性，會在臉書社團發佈颱風災情與清理後的對比照片，而電視記者 E 亦能從中知道災區恢復的進度，進一步找尋當事人求證：

基隆淹水時，「爆料公社」上有網友 PO 兩張照片，是一間藥局，一張是淹水當下架上的一些藥都泡在水裡，另一張是清掃之後，藥都被丟到垃圾袋，因為全部都不能用，一看就知道損失很慘重，那我就去找到那間藥局，問一下老板、老板娘，損失估計大概多少，現在收拾的怎麼樣。

災後雖然真相未明，但網友會在社群媒體談論應被咎責的對象。林照真（2013）指出新聞媒體會成為檢討的平台，討論災難後續的責任歸屬。周玲秀（2015）也發現新聞記者災後會報導初步的災難歸因。對此，受訪的十位電視記者依據網友在社群媒體發表的說法，找尋被咎責的當事人訪問，若未聯繫上當事人，則會呈現查證的行動。如電視記 H 談及維冠大樓倒塌後，根據網友在社群媒體的爆料，直接去找建商求證，即使無法與建商聯絡上，記者也會在新聞中，保留致電無人接聽的撥號過程，向觀眾表明已向對方求證之行動。

網友在社群媒體爆料建商很黑心，就是直接去找建商，但都找不太到，因為他先躲起來了，不出來嘛，那就是打電話，錄下嘟嘟嘟無人接聽，呈現出來，讓大家知道我們有給當事人機會說明了。（電視記者 H）

論及當事人未直接回應時，受訪的十位電視記者還會透過找尋不涉及事件的第三方出面說明，進行採訪。如曾報導美濃地震、維冠大樓倒塌的七位受訪電視記者皆表示，因為災後檢討備受大眾關注，故無法等到法院判決出爐才報導災情肇因，而七位電視記者當時均引述網友指稱建商偷工減料的說法，進一步與專家約訪，請專家分析災情歸因。如電視記者 I 表示：「為了做到我們（記者）不能一面倒向網友說怎麼樣，所以會去找土木技師，先以網友的角度做，再找專家講。」電視記者 E 也說：

災後大家都會很關心災情原因，最熱的時候，記者才會去報，畢竟才會有人看啊。誰對誰錯，記者等不到法院判決那麼久，所以當很多網友爆料，說這一棟樓當初就是怎樣，哪一間建商蓋的，就會引述網友爆料的內容，再去找找土木技師，還是結構技師，看一下維冠大樓到底是哪個地方出問題，來檢討這些事情，當初建照怎麼會過的。

綜上所述可知，在災難時，電視台長官經由社群媒體，能夠指派記者前往哪些災難現場勘查及完成報導。另當電視記者抵達災區，因需要隨時移動至災情嚴重之地點，故會使用社群媒體決定前往採訪的確切位置，在現場親眼確認，且還能直接向受訪者求證。在過去社群媒體輔助記者查證災難的相關研究，多關注網友於社群媒體發表的訊息，幫助記者確認災難事件是否屬實，及了解事發經過與

追蹤其影響。本研究訪談還發現，社群媒體亦是記者查證行動的指引。就如 Bruno (2011) 指出社群媒體是新聞記者查證災難事件的有利工具。

三、互動定向

對於「互動定向」目標，DeFleur 與 Ball-Rokeach (1989) 指出是個人通過媒介的訊息，來處理個人與他人的關係。當電視記者查證災難新聞時，使用社群媒體上的證據，進行互動的對象包含記者與長官、記者與記者、記者與事發單位。

記者與長官的互動，就受訪的十位電視記者表示，經社群媒體獲知災難消息後，需將該訊息迅速傳至公司的通訊軟體群組中，即時向長官回報，讓長官請駐地記者確認災情是否屬實。如電視記者 F 談及花蓮地震，表示：「我看到社群媒體網友講樓倒了，先傳給長官，讓長官去問駐地，駐地就用他的人去問，回傳確定有這件事情。」電視記者 E 也描述災情爆發後，會一邊將社群媒體網友的訊息傳進公司群組，一邊向長官回傳查證的進度，尤其新聞競爭激烈，為了避免獨漏，因此當社群媒體上一有災難相關消息，記者必須向長官報告，讓長官了解查證進度，並能發揮自身人脈確認災情。

災難發生後，就是要大量的網搜，更新資訊，回報給長官。任何消息就回報到群組裡，無論大小，就先丟回去跟長官說網友 PO 出消息，我現在在問警消，你要讓長官知道有這件事情，不要其他家都查完了，其他家長官都派人去，已經報了，你長官卻什麼都不知道，長官就會火大，為什麼別人都已經發了，你沒有告訴我，我也可以幫你去問，畢竟長官也有自己的人脈，多一個人去問可以更快問到災難發生狀況，那災情又是怎樣。(電視記者 E)

此外，十位受訪者指出電視台長官第一時間分派前往災難現場的記者中，至少會有一組機動組，關注陸續傳出的災情，如電視記者 B 說：「現場至少會一

組人是機動打游擊的，因為災情是陸續傳出來，或有什麼突發狀況，那機動組就要隨時去看。」其中，僅電視記者 A 曾身為現場機動組成員。在花蓮大地震中，電視記者 A 表示，在災區除了接獲長官指示，還需持續搜尋網友在社群媒體發佈的訊息，並回報予長官評估與調度：

我在臉書搜到花蓮還有民宅也倒的很誇張，講到是在國盛街。貼文地下的留言，幾乎一片都是說是國盛街一整條都很慘，所以我就把貼文的連結直接丟給長官，長官看一下回覆說很嚴重可以做，那我就直接去國盛街看，就有找到那棟坍塌下陷的大樓。（電視記者 A）

針對記者與記者互動的情形，因為災難期間，記者採輪班制，分批前往災難現場，十位受訪者指出未被分派前往現場的記者，都會在公司使用社群媒體整理訊息，再傳送給已抵達災區現場記者，讓現場記者直接勘查與採訪，如電視記者 G 說：「災難是長期戰，記者分批去災區，還沒輪到要去現場的人，就是繼續在公司網搜，然後丟給現場記者去查。」其中，八位電視記者皆為首批赴災難現場者，僅電視記者 B 與 G 曾以第二批接力抵達災區，兩人表示在趕赴災區之前，會在公司持續搜尋社群媒體上網友上傳的訊息，確認周邊災情與受災民眾的故事，以協助災難現場記者採訪。如在花蓮地震的救援初期，電視記者 B 被分為第二批前往現場者，因而先在公司蒐集網友在社群媒體發佈的訊息，協助第一批現場記者確認周邊災情，並聯繫受災戶：

比較細的周邊小災情，要在臉書到處看，我就有滑到裂的亂七八糟、災情嚴重的民宿，網友講說我家民宿很慘，我私訊之後，她回覆說是民宿老闆的女兒，經過反覆交涉，對方之後願意提供地址，我就傳給在現場的記者，讓他直接過去那間民宿採訪。（電視記者 B）

論及記者人力調派，當災難恢復期較長，各地前往災區支援的記者，會先被調回到原本的工作地點，不過有些記者任職的電視台仍會持續追蹤，基於一個縣市僅有一位駐地記者，難以長時間關注單一事件，故未必了解災區恢復情形。因此當時在現場採訪的記者經社群媒體了解災區復原進度，會將訊息傳給駐地記者去現場確認實際情形。如電視記者 I 說：

駐地一個人要知道一個縣市每天發生的大小事，不可能隨時顧一個災區變成怎樣了，那就是當時去現場採訪的記者，會持續 follow 一下災區復原，看到相關訊息就會丟給駐地，讓駐地記者去現場看情況到底是怎麼樣。

十位受訪者中，僅電視記者 C 與 I 具有持續報導災區復原進度之經驗，兩人均表示，看到災民在社群媒體發佈重建進度的訊息，就會先行聯繫發文者，並轉貼給駐地記者，交由駐地記者接手，以及赴現場勘查與採訪。如電視記者 C 描述花蓮地震採訪經歷：

地方社團有在地居民 PO 說復原的情況，像是已經恢復到過去的狀態，或是 60 年的老店整理好，又重新開張了，那就是會聯繫 PO 文的網友，詢問地點以及是否方便受訪，然後再把資訊丟給花蓮駐地，叫花蓮駐地去現場看看，也跟受訪者碰面。

記者與事發單位的互動，基於災難有時爆出的災情，對事發單位來說，屬於不利的消息。為了確認應對處理進度，受訪的十位電視記者能夠將網友於社群媒

體發佈的訊息為依據，向事發單位表明已知曉災情細節，並迫使該單位出面說明救災措施。如電視記者 G 舉出台北午後暴雨，造成東門捷運站淹水為例，描述捷運公司起初不願跟記者說明，直到拿出网友上传的影片，才獲得救援進度的回覆：

「爆料公社」上，很多網友 PO 東門捷運站淹水，淹到約半個人高，捷運很少淹水而且還淹這麼高，這個算是對捷運公司很不利的時候，捷運公司絕對不跟記者說，不肯說，當時一開始捷運公司就不太願意講，是拿著網友 PO 的影片，去要求捷運公司說，他們才出面回應處理的進度。

經訪談資料可知，記者基於社群媒體的訊息，得以向長官回報災難情形與查證進度，讓長官發揮自身人脈協助確認訊息。而當記者未身處災區現場，亦能將社群媒體的訊息傳給現場記者，進一步在現場勘查，或直接向本人求證，接力查核訊息。由此顯示，社群媒體的訊息能促使記者、長官與災區現場記者或駐地記者，協力查證災難事件。此外，記者與傳出災情的事發單位交涉時，記者能夠以社群媒體的訊息，督促負責的單位回應救災行動。

第二節 社群媒體證據類型

本研究依據法律上的證據分類，區分新聞記者查證所需的證據類型。依此，本節將整理新聞記者在災難的發生、救援、恢復重建等三階段，透過社群媒體獲取之證據類型。

一、災難的發生階段

災難有不可預知，且伴隨破壞力強與影響範圍難以預測的特性。因此，災難爆發時，記者通常只是接獲消息，因而，需檢核災難發生消息是否屬實，以及確認事發的經過與災情。根據根據訪談資料，電視記者會透過現場目擊者與當事人在社群媒體的描述說明、照片與影片，以及平面媒體在社群媒體發佈的報導等證據，迅速了解災難事件。

(一) 目擊者與當事人描述說明、照片與錄影直播

十位受訪的電視記者均表示，災難突發後，因為不明瞭事發狀況，但為了求快，又要進行即時播報，故會經由現場目擊者與當事人在社群媒體上的描述說明，上傳的現場照片與影片，確認事發經過與災難造成之衝擊。十位電視記者還會將現場目擊者與當事人的描述、照片與影片，作為報導的證據，直接用於即時播報的報導內容。如電視記者 G 說：

台南維冠那次，台北的長官根本不知道台南房子倒成一塌糊塗，總之就是人在台北，根本不知道發生什麼事，又是大半夜又很突然，所以是值班長官看到「爆料公社」、「我是臺南人」，有網友 PO 照片跟影片說有樓倒了，畫面真的就是一棟大樓躺在地上，留言串也是說聽到很大的聲響超恐怖，才知道原來台南災情很慘，大概十分鐘後就趕快開棚，立刻開地震特報，播報的內容就是用現場目擊者、當事人的影片、照片、留言描述去支撐。

此外，受訪的十位電視記者，會透過強調訊息來源為網友，並看圖說故事描述網友拍攝的現場畫面，彌補第一時間查證之不足。如電視記者 A 與 E 都提及會將現場目擊者與當事人對災難現場的描述，並加上「網友說」，如電視記者 A 說：「網友寫現場有大樓倒了，聽到一聲巨響，我就會重複同一句話，只是要說是『網友說』的，然後截圖網友的 PO 文。」電視記者 C 也表示：「事發十分鐘開棚，會直接播現場網友的影片，標註來源然後說從現場網友的畫面來看，或是『網友說』現場怎樣。」電視記者 F 亦說：「按照網友的畫面描，根據現場網友的照片、影片，可以看到房子都倒了，根據現場『網友說』，有人壓在裡面。」再者，電視記者 A、D、F 與 I 等四人還會直接翻攝網友留言，而不講述尚未獲官方證實的災難所致傷亡人數，填補即時報導之查證不足，如電視記者 D 說：

花蓮地震後，長官電話來講說五分鐘後連線，我還在家裡，根本沒有訊息，太急迫了，不可能打給駐地、花蓮消防單位問，所以就是上臉書，看「爆料公社」、「花蓮人」裡面目擊者拍的畫面跟說明哪邊倒塌了，哪些街道有災情。像是一篇發文下面，也會有很多相關受災的網友，留言自己家牆壁裂、東西碎一地，就也會翻攝。那我連線就是不會去講多少人受困，而是講說根據現在現場目擊者、當事人的畫面跟留言，可以看到大樓已呈現傾斜，還有人在呼救，有人家裡受害情況。（電視記者 D）

根據上述訪談可知，電視記者在災難發生階段，透過看圖說故事、強調訊息來源為網友，以及拍攝網友留言等方式，彌補第一時間的查證之不足。對此，鄭宇融（2014，頁 91）發現平面記者報導即時新聞，在查證不足狀況之下，「為求資訊正確無誤，只好以看圖說故事將畫面描述成文字。」蕭伊貽（2011）也

指出，電視記者取用第三方影音內容，除了會以看圖說故事的方式描述畫面，或拍攝網友留言，還會採用路人對畫面的看法轉移新聞重點，填補查證之不足。

另方面，受訪的十位電視記者皆認為，因為直播是直接錄製現場情況，未經剪接，亦不可能是經過刪減的錄影片段，故相較為社群媒體上的照片、影片與留言描述，現場目擊者、當事人的直播錄影更可靠。如電視記者 C 說：「直播完全沒有問題，因為就是當下直接拍給大家看，然後還一邊說現場狀況，是不可能剪接或刪減的，就 OK。」電視記者 H 則表示：

因為直播就現在，就是現場目擊者或災民一邊走一邊說，畢竟任何人都不能創造一個土石流、淹水、樓倒的現場，所以沒問題，電視台就是在畫面直接寫翻攝自、引用自誰誰誰，直接播出。像是花蓮地震，有網友就是在現場開直播，那時候各家都用他的直播。

(二) 平面媒體報導與直播

在人力配置上，電視台與平面媒體不同。十位受訪者均表示，電視台的駐地記者一縣市只有一位，但平面媒體的駐地人數較多，故受訪的十位電視記者均有追蹤平面媒體的臉書粉絲專頁，尤其電視記者 J 強調：「一定要加 OOO（平面媒體）的臉書粉專」，並說：「新聞中心在台北、台中、高雄，其他縣市就一個駐地，要趕到災難現場，還要聯絡當地警消，沒那麼快有訊息。」電視記者 A 指出相較於電視台，平面媒體不僅駐地記者人數較多，每一位記者的採訪路線還分得較細，人脈經營較深入，能迅速更新災難訊息，故電視記者 A 會參照平面記者在社群媒體上的報導：

平面媒體分線是轄區制，跟地方的官方都很熟，交情夠深確認消息就很快，所以像是 OOO（平面媒體）、OOO（平面媒體），這些平面的臉

書粉絲專頁，災難發生常不斷發佈「更新」、「最新」、「即時」的推文。像是花蓮地震，我沒有值班，準備要睡了，但接到長官要求十分鐘後連線的電話，就先掃了一下 OOO（平面媒體）的臉書粉專，確認災情資訊，把平面報導的訊息，作為連線要講的內容（電視記者 A）

在產製報導方式，電視台基於畫面需求，通常記者必須立即前往現場拍攝。相對地，平面記者未必需要畫面，只要完成災情的查核，將求證後的訊息寫成報導即可發佈，故能夠即時統整資訊，因而電視記者會參考平面記者的訊息，並在報導時不提及訊息來自平面記者。如電視記者 E 說：

平面的即時，可以先出一個快訊，但對我們來說，出手就是要有畫面，所以平面一直問訊息，一直更新就可以。所以不只災難，電視一直都會抄平面的，那也不可能去註明是抄哪家平面，就是拿平面報的直接去報。

電視記者 I 曾在淹水現場接獲公司的指令，而後依據平面記者在社群媒體發佈的即時新聞，進行報導：

雙北暴雨轟炸，我到了有淹水的西門町，剛拍完，還在車上打稿。家裡編輯台電話就來了，要連線，然後說希望把雙北有淹水的地區都講一下，啊我只知道西門的狀況，那時候我就看 OOO（平面媒體）粉專的發文，因為沒幾分鐘就一直疊訊息進去，說信義路有淹、新生南路也淹水、大安森林附近也淹，畢竟平面只要確認災情就好，不用喬畫面，所以把各地區災情非常快速整理，我就不停刷 OOO（平面媒體）的臉書粉專，用 OOO（平面媒體）的訊息，完成電話連線。

不過，平面記者現在也在社群媒體進行直播。對此，十位受訪者中，電視記者 A、B 與 J 等三人都曾將平面媒體的直播錄影作為證據。電視記者 A 與 J 報導花蓮地震時，都將平面媒體的現場直播作為證據，進行連線報導。電視記者 B 指出平面記者平時在外工作，無需回公司作業，故直接前往災難現場速度較快，能直接開手機在臉書進行現場直播：

平面記者就全部都撒在外面，之前新北市下暴雨，我看到臉書通知顯示的蘋果現場直播，就是蘋果的記者已經在泰山直播，講說淹水淹到半個輪胎高，那我就先趕快把這個災情訊息，出一條乾稿。（電視記者 B）

綜上所述，受訪的電視記者在災難發生階段，報導災難消息與災情，使用社群媒體取得的證據，以非供述證據而論，有平面記者的報導與直播，以及現場目擊者及當事人或利害關係人的照片、影片與直播。供述證據則有現場目擊者，以及當事人或利害關係人的描述說明。

另外，電視記者運用不同證據時，會有不同的論述策略。當電視記者將平面媒體在社群媒體發佈的報導與直播，直接作為災難報內容，並不會說明出處。而現場目擊者、當事人或利害關係人的照片、影片及直播，電視記者直接引用時，會在畫面中加上網友的社群媒體帳號名稱，說明出處來源，並會表明為「網友拍攝」，完成播報。至於現場目擊者，以及當事人或利害關係人發佈的文字描述說明，電視記者會強調該言論為「網友說」，並翻拍網友在社群媒體該篇文章或留言，放於報導中強調訊息來源為網友。

二、災難的救援階段

災難造成衝擊，進而引發災情。此時，救難單位一接獲通報，即會派員前往現場查看，並成立救災指揮站，統合災情與評估災害現場環境，決定救助的優先

順序及調度分工，讓執行救災救護的作業組正式展開行動(內政部消防署，2012，頁 1209)，故在災難救援的階段，記者會關注救災的進度。此外，本研究從訪談資料發現，電視記者在救難期間，除了需更新救援行動，還會再確認第一時間未注意的周邊災情，以及著重人情故事。為了求證上述災難新聞內容，受訪的電視記者會使用社群媒體獲取官方、當事人或利害關係人的描述說明、照片與影片，及平面媒體的報導等，作為證據，完成報導。

(一) 官方的描述說明、照片與影片

救難隊進駐災難現場執行救援期間，記者需確認救援的進度，除了電視記者 C 會直接致電聯繫詢問熟識的官方單位，並經由人脈取得現場救難隊員聯絡方式。另外九名受訪的電視記者，均會關注官方在社群媒體的 PO 文，藉著官方的描述說明，確認救災的情形。如電視記者 E 曾在報導颱風時，發現有些救難單位會將救災細節，記錄在臉書，包括發佈傳出災情的時間、地點、前往災區救援的分隊，以及救災經過的照片與影片，因而電視記者 E 只要聽聞當地出現災情時，就會到救難單位在社群媒體的官方粉絲專頁，確認救援狀況：

「即時消防-新北市」、「新北消防發爾麵」都是官方粉絲專頁，都會 PO 出幾月幾號幾點幾分，災情在哪裡，出動分隊是誰跟救援情形，然後還有 PO 在現場救援的照片或影片，就會用在報導，所以只要有颱風來了，或是傳出新北市哪邊淹水，我就會到這兩個官方的粉專看。(電視記者 E)

電視記者 J 指出如今救難隊員執勤時，均配戴 GoPro 跟密錄器，能夠完整拍攝搜救的過程，因而電視記者 J 會主動搜尋救難隊的臉書粉絲專頁，經由官方上傳的描述與影片，確認救援的細節，直接作為報導的內容：

救難隊現在都會戴 GoPro 跟密錄器，出來後就會把救難過程的影片，上傳到臉書粉專。花蓮那時候我人在現場，就是去看有哪些救難隊有來，然後上臉書搜，像是「新竹消防局」就有 PO 影片，畫面就是救難隊在倒得亂七八糟的房子裡面，嘗試各種角度進入去救人，然後描述說最後怎麼救援成功。那就是照寫，影片直接用。（電視記者 J）

此外，因為災區支援救援的救難隊數量多，現場往往十分混亂。受訪的電視記者還會從網友轉傳官方的訊息，獲知官方在社群媒體發佈救援貼文與影片，從中掌握救災的細節並直接取用，完成報導。如電視記者 O 說：

現場大家進進出出，非常亂，我滑「爆料公社」，看到網友轉發某特搜隊的貼文跟影片，是用密錄器記錄，說有找到陸客，但擔心破壞樑柱，會造成大樓有瞬間倒塌的危險，只好先做標記，把大樓一層層拆除，之後再進場徒手將大體挖出，因為轉發上面都會保留原 PO 是誰，我就直接點進去那個特搜隊的粉專，按照上面的資訊寫，直接用影片。（電視記者 O）

（二）目擊者與當事人的描述說明、照片與錄影

在上一章的互動定向，本研究發現十位受訪者會將社群媒體的訊息，傳給事發單位，迫使該單位出面回應救災進度。針對社群媒體的訊息，十位受訪記者均表示，相較於目擊者與當事人對事件的描述，其上傳的照片與影片，更能讓事發單位難以推託，勢必會回應與說明。如電視記者 B 說：

對某單位不利的事情，對方絕對不會認，我會先說臉書上網友都在說，那他如果跟我說沒有啊，我接下來就是把影片或照片截圖，跟對方說你

怎麼會沒有聽說，我傳給你看，這樣對方就不得不回應了。

電視記者 D 以暴雨導致桃園機場淹水為例，說明透過社群媒體上目擊者與當事人的照片與影片，迫使起初不願正面回應的官方，必須出面說明救災的進度：

桃機公司怎麼可能會跟記者說不好意思喔，我們因為下午瞬間暴雨所以大淹水。既然桃機公司不告訴記者，那記者也就不會知道，都是在現場的旅客把各種誇張淹水的照片、影片，上傳到社群媒體，一開始問桃機，一定都是講了解調查中，我就說不用查，旅客就是拍到哪裡淹水了，我可以給你看，那你們現在到底處理進度到哪裡，對方才回說現在出動了多少大型抽水機。

從電視記者 B 與電視記者 D 的言論，可發現照片與影片等非供述證據，更容易迫使對方回應救災行動。事實上，在刑法中，非供述證據是以物及文書之存在或狀態為證，具有客觀性、某程度之不可代替性、長時間不會變易，以及無預見日後可能會被提供作為證據之偽造動機，評價之裁量較供術證據強（溫陽、關偉，頁 101）。對此，新聞記者追查所使用的證據，亦為照片與影片等非供述證據的強度，勝過描述說明等供述證據。

在救援階段，有時災難的影響仍持續發酵，故受訪的十位電視記者會使用社群媒體取得當事人的訊息，追查周邊災情。除了會以當事人的描述說明為證之外，更需要經由照片與影片，確認災情嚴重程度，此亦彰顯相較於供述證據，非供述證據更強而有力，如以下電視記者 C 與 J 表示：

在貼文上，把時間、地點、事情發生經過，受災的細節講得非常清楚，

我還是會說服他，可不可拍一張照片或影片，就是我得要確定一下有多慘。（電視記者 C）

到底多誇張、裂的有多嚴重，不會覺得災民會誇大，但容易有認知上的不同，可能記者看過很多災難，有時候會覺得還好，但對災民來說，那未必，所以需要看照片跟影片。（電視記者 J）

電視記者 J 進一步舉出曾以當事人在社群媒體描述受災情形，並上傳的照片與影片佐證，報導周邊災情：

花蓮地震的時候，很多當地居民會在臉書 PO 出家裡受損的樣子，當時七星潭社區的災民，講說家園都毀了，要爬窗才能進去房子裡，看災民拍的照片跟影片，真的就是門窗整個變形，牆壁龜裂，地面隆起，非常誇張，所以直接去現場報導。

對受訪的十位電視記者而言，當事人的照片與影片，也是在報導人物故事需使用社群媒體獲取的證據。電視記者 C 直言：「故事終究都還是需要有照片或影片去佐證。」電視記者 B 亦強調：「對我來說，照片影片就是一個印證，至少要有一張相關照片。」因而，十位電視記者，均表示救援階段，會根據官方提供的傷亡與失蹤名單，或在避難收容所跟災民聊天，抑或是聽聞家屬的描述，發掘人物故事，進一步從社群媒體找尋當事人的照片與影片佐證。對此下列依序為電視記者 A、C、E 與 B 報導災難報導人物故事時，都會再找出當事人社群媒體的照片與影片，以證實相關描述屬實，完成人物故事報導：

中南部通常都會給失蹤者、傷者、死者的全名，這時候搜臉書就非常的

快，一定會有家屬在現場等救援結果，就跟家屬確認找到的臉書是不是當事人再問一下受困者的是怎麼樣的人，喜好是什麼，像是說很開朗，很愛去旅遊，那就會去看受困者的臉書上有沒有旅遊的照片、影片，有就可以做故事。（電視記者 A）

災民中，有人說同棟住戶某某某是好人好事代表，因為是鄰居用講的嘛，我會把某某某的名字拿去臉書上面搜尋，然後拿臉書給跟鄰居看，這個人是不是就是他講的那個人。像好人好事獲獎這種光榮開心的事情，一般人都會發文，或者是會有朋友主動在留言牆祝賀，所以我就開始直接點留言版跟相片，從裡面去找，我曾經有找到某個人拍下去領好人好事獎的照片，這就能做成故事。（電視記者 C）

會去收容所問說認不認識某某某，家人感情怎麼樣啊，有什麼特別的故事，同時，趕快打開臉書，在搜尋欄輸入名字，跑出結果之後，一點開大頭貼，跟鄰居確認說得是哪一位。像是鄰居可能還會說一家四口很開心感情很好，沒想到就發生這樣事情，可能只剩下幾個人，光聽說詞很難確定是有多親密，那就會去找家族合照或家人之間比較親密的合照、影片，來印證關係很親密。（電視記者 E）

花蓮地震時，我有去守醫院，就聽到受傷學生學校的某個主任要來探望，說到 13 樓，我就跟到 13 樓，等到大家人散了，我就去找他姊姊聊一下，知道那名學生從小就練習打棒球，非常喜歡，姊姊也提到他打棒球打得很不錯，那到底有多不錯，我就有去社群媒體找，發現有得獎盃的照片，還有平時練球的影片，所以就從打球很不錯，去做成人物故事。（電視記者 B）

由上述可知，人物故事的主角可能為傷者、死者或尚在失蹤名單上，受訪的電視記者大多無法親自採訪到當事人，而追查人物故事的源頭往往為官方名單、鄰居或家屬的描述，因此，電視記者還會輔以當事人的照片與影片佐證。Sundar（2008，轉引自江靜之，2016，頁6）指出影像與真實世界相似性較高，可引發人的「真實性捷思」（realism heuristic），提高資訊可信度，故電視記者偏好照片、影片為證。

（三） 平面媒體的報導

基於不同媒體，工作模式與產製方式不同，故十位受訪的電視記者在救援階段，還會使用社群媒體上的平面記者報導為證據。如電視記者 G 指出平面記者多駐守於負責採訪的官方單位，無需回公司作業，當官方更新訊息，平面記者就能夠迅速掌握，再者，平面記者無畫面需求，未必需要立即前往災難現場，故出稿速度也較快：

警消有訊息，也是要先整理好，才會丟出來到各大媒體的公框，但平面記者就坐在救災中心，訊息一進來或一更新，馬上就知道了，也不用像電視台還要籌畫面，平面就是把聽到的消息寫出來，或是電話打通了，對方願意說了，聊完稿子打一打就可以出了，但是電視台需要出攝影機，要有人去現場拍，兩者性質的差異就在電話講完，平面是開始寫稿，電視是才要動身去採訪，還要回來在做新聞，時間差非常多。（電視記者 G）

先前在災難發生階段，十位受訪者將平面記者在社群媒體發佈的報導，用於確認災情。在救援期間，受訪的十位電視記者則是在報導與災難有關的故事以及災情整理報導時，會使用社群媒體獲取平面記者的報導，展開追查。

平面媒體的報導是十位受訪電視記者追查與災難相關故事的依據，如電視記者 F 以美濃地震為例，描述經由在社群媒體上平面媒體發佈的貼文，知曉救援周邊的故事，進而完成報導：

平面媒體說嘉義救難特搜隊長的臉書發文，提到父親病重住院，但還是決定先選擇趕往維冠現場救災，直到醫院發出父親病危通知，他才放下搜救任務，到醫院陪父親。那我人就在現場，就去找嘉義救難特搜隊問，後來那個隊長因為已經回去陪父親了，所以後來先採訪副隊長，再用電話訪問那位隊長。（電視記者 I）

此外，電視記者 H 表示：「電視台是用畫面取勝，平面的優勢則是很會挖故事，把資訊整理得很詳細，電視台就會去參考。」當報導災情的回顧與今昔比較時，十位受訪者中，四位電視記者未參照平面記者於社群媒體發佈災的報導，而電視記者 A、D、G、H、I 與 J 等六人則會依循社群媒體上，平面記者文中整理的災難名稱與年份，掌握災情整理的訊息，進一步調閱電視台的資料帶參照，完成災情整理的報導，如電視記者說 F：

平面蠻擅長處理資訊的細節跟整理，颱風時會整理過去相同的路徑，哪個地方最嚴重，死傷又是多少。或者是過去同名的颱風，都會造成很嚴重的災情，像是 200 幾年的海棠颱風，造成什麼災情，死了多少人，201 幾年的海棠颱風，又怎樣。電視台這邊就依據平面寫颱風發生的年份跟受災區，去調當時的資料帶，然後去報導災情回顧跟比較。（電視記者 F）

由以上訪談資料可知，電視記者在救援階段，通過社群媒體獲取的證據，不僅有官方、目擊者、當事人等描述說明，還均會以上述三個來源發佈的照片與影片等非供述證據為輔助，抑或是以平面媒體的報導為證據，調閱資料帶參照。從電視記者偏好照片與影片帶等證據，可發現除了透過鏡頭，影像被視為反應真實世界，讓電視記者講究「眼見為憑」之外，對電視記者來說，也因為對於畫面的需求，故照片與影片成為最佳證據。

三、災難的恢復重建階段

當救援行動結束，即是災難所造成的災情已轉為緩和，災區進入復原。此時，災民已能夠應對災難的影響，包括房屋受損暫有所居、受災者領取補助等，受災者生活逐漸恢復（周玲秀，2015，頁 46）。當災區處於恢復重建階段，經由訪談資料可知，電視記者為了確認復原狀況與咎責追溯，會使用社群媒體獲取的證據，包括官方的描述說明、當事人或利害關係人的描述說明、照片、影片、數字或文字報告、文字訊息記錄，以及專家學者和一般網友的分析評論。

（一）官方的描述說明、照片與影片

十位受訪者中，僅電視記者 C 與 I 曾持續追蹤災區復原進度，兩人均就花蓮地震經歷，指出會仰賴社群媒體，取得官方發佈的貼文與影片為證據，確認災區復原與重建進度，完成報導。如電視記者 C 表示：

官方的社群媒體，像是花蓮縣政府、花蓮縣長傅崐萁的臉書就都有發文，附上照片，還有發佈一個縮時攝影，講說現在統帥飯店都已經拆除完畢，而且變成停車場。然後也將說接下來還有哪些地方也有重建計畫，那就直接拿到報導用了。（電視記者 C）

（二）當事人或利害關係人的描述說明、照片與影片

受訪的十位電視記者為了確認災區復原重建進度，還會將群媒體上，當事人的貼文說明、照片及影片，作為證據。如電視記者 H 表示：

就算離開災區，但都還有當地居民會 PO 啊，在維冠的時候，地方社團「我是台南人」，災民有 PO 文跟照片，講說目前已開始重建工程了，花蓮地震的時候「我是花蓮人」，也都有在地居民 PO 文、照片、影片，寫說日子已經開始漸漸恢復往常，整理怎麼樣，所以就可以報導災區復原的狀況，或是請駐地去現場看。

電視記者 D 指出，經過網友在社群媒體發佈災情當下與事後清理家園的照片與影片，可以掌握災區復原狀況。電視記者 G 則描述颱風時，僅一人駐點於屏東，為了確認屏東各地恢復情形，通過社群媒體上當事人的照片與影片，了解受災嚴重者的復原進度，並得以找出受災戶確認與報導：

我看到網友在「爆料公社」PO 兩段影片，一則是廁所變魚池，就是一個馬桶全部都是黃泥水，有屎、蟑螂、蜈蚣什麼的，像噴泉依樣一直湧出來，魚還被衝出來，所以有魚在廁所游泳，非常恐怖。一則是清理完，拍屋子外面堆滿泥沙，面積有多大這樣。所以我就看貼文中說住在某里，依照著影片拍到屋外的景觀，直接去找，後來就有找到那戶人家，直接訪。（電視記者 G）

在復原重建階段，新聞媒體報導的焦點，不僅有復原重建的進度，還包含對於災情的咎責追溯。針對災情責任歸屬的討論，受訪的十位電視記者認為當事人是經驗分享，抑或是親自經歷，對當地或該件事有一定了解，故會使用社群媒體，獲取當事人或利害關係人的描述說明為證據。如電視記者 C 說：

美濃地震那次，當時有個在地的耆老，活了六七十年就講說回想在四十年前，某條地基塌陷的街，原本是個大魚塢，所以那邊根本土質就是鬆軟的，不適合蓋民宅之類的，但當時又是誰要蓋。那這個東西是有憑有據，就他生活經驗來做一個分享，那就是直接引述放在報導中。

（三） 當事人或利害關係人的文字報告與訊息紀錄

當事人在社群媒體點名應為災情負責的對象時，電視記者 H 指出當事人不僅會發佈描述說明，還會上傳契約等文書報告，或文字訊息記錄，作為指控言論的佐證：

同樣住在維冠建設蓋的房子的住戶，都人心惶惶，在「爆料公社」PO 文跟照片，都講說那些人蓋了之後就不理他們的一個狀況，住戶有 PO 出地契簽約文件證明確實是購屋者，還有跟其他建築師的對話紀錄，講述說房子哪邊有問題。另外當時還有建築師，也有在「爆料公社」PO 文說曾和維冠建設負責人合作，講說被積欠款項等對方的黑歷史，有附上簽約的文件，就直接以受災戶的角度單純作一則報導。

（四） 一般網友與專家學者的分析評論

關於被列為咎責討論的對象，受訪的十位電視記者會經由社群媒體，取得一般網友的分析評論，並在報導時強調為「網友說」，而電視記者 A、D、F 與 I 等四人還會直接翻攝網友留言，藉此表明僅是引述網友的說法，並會作為追查的證據：

臉書上會有網友的評論，講說維冠的建商之前捲入什麼糾紛，維冠就是

豆腐渣工程啊，那電視台記者就會直接翻攝臉書上網友的留言，然後再去聯繫一些懂建築的專家。（電視記者 I）

維冠大樓倒了之後，現場有出現沙拉油桶和保麗龍，「爆料公社」上就有網友說這次倒這麼慘，就是因為維冠建設偷工減料，然後講說維冠這間公司很有問題什麼，過去有哪些糾紛，所以先以網友的角度去做，會講說「網友說」，去講網友批評什麼，之後再去找土木技師來分析。（電視記者 J）

（五） 專家學者的分析評論

在災情的肇因剖析方面，十位受訪者中，八位電視記者會向其他記者詢問專家的聯絡方式，直接致電，僅電視記者 B 與 H 等兩人會使用社群媒體，取得相關領域專家的分析評論，作為咎責的證據，用於報導中。如電視記者 B 說：

我看到「爆料公社」上有網友很詳細地分析說這次花蓮統帥跟雲翠會倒這麼嚴重的原因，我一點進去那個網友的臉書頁面，就發現簡介那一欄位，寫著在某某建築師事務所工作，就是確定是建築方面的專家，那就有把那段分析截圖，用畫面呈現出來，也有放在稿子裡面。

電視記者 H 以維冠大樓嚴重倒塌為例，表示在確認倒塌原因時，直接加入土木跟結構技師的臉書社團，透過專家的分析，了解維冠大樓建築疏失：

維冠大樓倒塌的時候，我就去加土木技師公會跟結構技師公會的臉書社團，裡面大家都在講說認為維冠大樓哪邊有缺失，畢竟這些技師是根據專業發表觀點，那是技師才有的知識背景跟了解，記者不可能每個都知道，所以會去把技師的分析截圖，也拿來寫稿。（電視記者 H）

根據以上訪談資料可知，受訪的電視記者在災難恢復重建階段，會使用社群媒體取得官方、當事人的描述說明等供述證據，以及照片與影片等非供述證據，確認復原的進度。報導災情咎責追溯時，社群媒體上當事人與利害關係人的描述說明、文字報告、文字訊息記錄，抑或是一般網友、專家的分析評論等證據，都是輔助記者掌握應被列入災情責任歸屬範疇的對象。

細究受訪的電視記者報導災情咎責歸因，追查被點名需為災情負責的對象，對於一般網友的評論，大多會拍攝其留言為紀錄，讓觀眾「眼見為憑」，並輔以「網友說」，表明並非電視記者經過確切的查核，再由專家說明。由此可知，電視記者透過翻攝網友留言，並強調為「網友說」的方式，除了用於災難發生階段，彌補第一時間的查證之不足，亦是討論災情責任歸屬期間，填補法院判決未出爐而真相未明之時。另外，電視記者 H 提及契約等文書報告與文字訊息記錄，兩者非供述證據為當事人指控咎責者的強力支持，故電視記者可單就為受災戶發聲的角度書寫報導。對此，過去 Shapiro, Brin, Bédard-Brûlé 與 Mychajlowycz(2013) 指出，記者表示相較於消息來源的陳述，文件報告等白紙黑字的證據更可靠，尤其在處理紛爭與指控事件，記者會更重視文書資料及報告等證據。由此可見，文書報告與文字訊息記錄等非供述證據，屬於更有效的證據，既是印證當事人的言論，也是電視記者報導的佐證。

第三節 社群媒體信任信念

本節探討電視記者在災難中，依賴社群媒體查證的過程，對社群媒體人際與科技信任信念的感知，以分別了解報導災難新聞，電視記者採納社群媒體使用者的訊息，及選用社群媒體作為查證工具之原因。

一、人際信任信念

人際信任信念為關係中的一方，透過衡量交涉對象的能力、正直、善意等三個方面，知覺該對象的可信賴性（Mayer, Davis, & Schoorman, 1995 ; Lankton, & McKnight, 2008）。以本研究主題而論，關注記者依賴社群媒體查證獲取證據，對於社群媒體使用者的人際信任信念，意即討論記者查證災難新聞時，對社群媒體使用者的能力、善意、正直等三面向之感知。

（一） 從身分感知能力

在能力方面，當信任方感知被信任方具有足以影響他人的技能或特徵，或在某一領域有相關經驗、受過訓練，抑或具有人際知識，善於與人交流，此時信任程度較高（Mayer, Davis, & Schoorman, 1995）。當社群媒體使用者親眼目睹災難，親自參與救災與恢復重建過程，了解災難當下、救援與復原的細節，或基於切身經歷、專業知識，而具有分析災情肇因的資格與能力，對受訪的電視記者而言，具有可信賴性。換言之，電視記者較信任現場目擊者、執行救災與復原的官方，及知曉災情肇因的當事人與利害關係人或專家。此外，電視記者認為平面記者人脈經營較深，能夠迅速與災難相關人士交流，確認訊息，故電視記者對平面記者的信任程度亦高。

絕大部分災難爆發，記者都不現場。對於目擊者與當事人在災難事發現場，親眼目睹或親自經歷，並在社群媒體上提供相關描述，以及發佈災難事發過程的照片與影片等記錄，受訪的十位電視記者認為，唯有在現場的目擊者與當事人，才知道災難事發經過，能夠以照片、影片、直播錄影記錄災難現場的情況，確實

掌握第一手訊息，反之，不在現場者就無法提供上述訊息，故十位電視記者對目擊者與當事人信任較高，進而根據其提供的訊息確認災情：

災民跟目擊者在現場，是經歷或目睹災難發生的人，能描述災難現場的情境，或隨手一拍就有現場照片跟影片，所以不在災難事發現場的記者，就會相信臉書上面網友即時提供的訊息，畢竟記者需要依靠現場災民、目擊者的描述，或是影片、照片，來釐清災難發生經過跟現場狀況。（電視記者 A）

發生地震，有大樓倒了，會有聲音，目擊者跟住在當地的居民跟一聽到，會講說狀況怎樣，也會開始拍，有影片跟照片，記錄事發經過，因為記者就不在現場啊，連警消也是事後才到，都不清楚事發經過。那目擊者也好，災民也好，都是親眼跟親身經歷天災的人，當然會相信他們啊，然後從他們的訊息，去了解災難的狀況。（電視記者 C）

樓剛倒，大家都在大叫，有人喊說趕快趴下來，有人衝上去把一些人、嬰兒抱下來，那個直播跟錄影，就是記錄全程，除了現場的目擊者跟當地居民以外，不會有其他人看到跟知道，記者不相信他們要相信誰。記者勢必要仰賴目擊者跟當地居民 PO 的訊息，才能知道災難現場情形跟災情。（電視記者 J）

若社群媒體使用者並非為災難現場目擊者或當事人，十位受訪電視記者均認為可信賴性較低。如電視記者 B 表示：「網友寫聽說什麼，或是轉傳訊息，我都不太相信，不會用。」電視記者 G 表示接獲災難相關訊息，會先釐清訊息的來源，確認社群媒體使用者是否在災難現場並親自記錄，假若訊息來源不清楚，

社群媒體使用者亦非目擊者與當事人，即使有現場照片與影片等紀錄，電視記者 G 仍無法信賴社群媒體使用者：

南部淹大水的時候，我朋友傳給我一個影片，跟我說嘉義水淹得很誇張，就是大馬路大淹水，有人在裡面游泳，我看到之後就問是你拍的嗎？他說不是他拍的，是朋友 PO 的，他說我去問我朋友，後來他回說我朋友說不是他拍的，是網路上哪邊傳來的，那我就不敢用。

儘管 Little (2012) 認為災難發生時，社群媒體上目擊者與傳遞消息的網友，都有檢驗事件真實與否的能力。不過，當社群媒體使用者僅是轉述消息，不在災難現場，未實際見聞事發經過，也無法說明親身經歷與記錄災難細節的對象，十位受訪電視記者對其的信任即會降低，不採用轉傳者提供的訊息。受訪的十位電視記者對轉述聽聞者信任較低，亦出現在討論災情責任歸屬時，如電視記者 I 表示若社群媒體使用者無法說明訊息來源，亦不是居住在災區，而未必明瞭當地情況，電視記者 I 會對轉述聽聞者的評論有疑慮，難以信任：

像花蓮的房子，有網友就評論說倒掉的飯店以前那地方是賣場，本來沒有這樣，是飯店業者進來才打掉的，但進一步去問，對方說是聽說，卻又講不出是聽到誰說，明明不是當地人，那是憑什麼依據，去評論一個跟你毫無關係的旅社，就沒辦法確認。

在咎責追溯時，受訪的十位電視記者因為當事人或利害關係人在事件中的親身經歷，及了解災情發生的背景脈絡與前因後果，認為其具有指控應為災情負責者的資格與能力，故表示會產生信任，並採用其在社群媒體上發佈的說法，如電視記者 E 與 F 說：

維冠受災戶出面說曾發現一樓的隔間被拆除、主要樑柱打掉，一戶打通變成五戶，指控影響大樓結構，那因為受災者是 PO 出切身經歷，描述居住時發生的事件，對於災情前因後果跟事件脈絡，是最清楚的人，所以不會懷疑，就是直接採納。（電視記者 E）

雲翠大樓有住戶指控會倒成這樣，是因為一樓的什麼店，當初有請人評估怎麼樣，不該拆樑柱，但就是執意把中間的樑柱全都打掉，造成他們這次災情這麼嚴重。受災戶指控就是證據，畢竟受災戶知道事件的背景，那當然是相信啊。（電視記者 F）

電視記者 F 與 H 兩人均還提及，當事人或利害關係人不僅對導致災情發生的背景有所了解，還會握有文書資料，包含契約、資金記錄單、簽約文件等，以及對話的文字訊息等，進而點名應該為災情負責的人。文書資料不僅能證明當事人不是口說無憑，電視記者 H 亦指出，若當事人或利害關係人在社群媒體上發文，未附有相關文件與文字紀錄佐證，就會被其他社群媒體使用者質疑，故表示當事人或利害關係人具有相關文書才會發文指控，且要偽造多件文書的可能性極低，因此會採用當事人或利害關係人的說法，及其所提供的白紙黑字證據，如電視記者 H 說：

住戶或是合作廠商講說黑心建商的不負責任，彼此都有簽約文件，或是曾經的通訊軟體的文字訊息，他們手上都有東西，不會沒有然後出來 PO 文，這會被其他網友質疑是亂說，而且簽約文件、契約、資金來往文件、文字訊息這作假的可能性太低了，要偽造多少東西，誰有那麼多的時間去編故事……自然災難不會。

此外，即使受訪的八位電視記者選擇直接致電聯繫專家，但是當結構與建築等專家在社群媒體上分析與評論災情肇因，十位電視記者均會因為相信其具有專業知識，而對結構與建築等專家產生信賴。如電視記者 G 直言：「記者又不是神，不可能懂每個領域的專業知識，怎麼可能一個人什麼都知道，當然信任專家的說法。」 電視記者 B 亦信任專家對某一領域的知識，故在花蓮地震，經由地質、結構與建築等專家在社群媒體發佈的詳細分析，得以了解統帥飯店處在斷層帶，以及飯店業者更動結構造成的影響：

有地質教授的貼文被貼在「爆料公社」上，內容就是分析說因為斷層帶在哪裡，所以影響很嚴重。也有是結構技師或在建築師事務所工作的網友，也在「爆料公社」發文，分析統帥飯店的結構，質疑偷工減料，然後整理一些致命缺失。（電視記者 B）

十位受訪者中，在救援期間，僅電視記者 C 多直接聯繫相識的官方單位，另外，在復原重建期間，電視記者 A、B、D、E、F、G、H 與 J 等八人未長期追蹤災區恢復之經歷，但當救援單位及災區地方政府在社群媒體發佈描述說明、照片與錄影錄音，十位電視記者皆認為救援單位及災區地方政府為第一線執行救援與擬定重建復原計畫者，故感知救援單位及災區地方政府具有可信賴性。在災難的救援階段，除了電視記者 C，另九名電視記者指出，只有執行救災的救難人員，才明瞭救援經歷，故會對救難單位產生信賴，並因為其身上配戴的 GoPro 或密錄器錄下救災過程，記者才能夠掌握救援的細節，如電視記者 J 與 D 表示：

我們記者永遠不可能跟著救難隊進到倒塌的大樓，所以裡頭發生什麼事情，救援是怎麼樣，記者永遠都親自看不到，只可以透過救難隊的描述，或 GoPro 錄下來救援的過程，才能知道救災細節。（電視記者 J）

我們就是在災區外圍等待救災結果，不能影響救災，更不可能跟著救難隊進去救人，所以救難過程發生什麼事情，記者不會知道，也不可能拍到，只有救難隊知道，那就要等救難隊的說明跟密錄器的紀錄。（電視記者 D）

十位受訪者，僅有電視記者 C 與 I 長期追蹤災區復原進度，兩人指出，當恢復重建時期較長，需耗費數個月，由於無法隨時追蹤及記錄復原的進度，災區的當地政府為擬定災區重建計劃者，唯有其清楚災區恢復的細節與目標，故兩人會對官方產生信賴，進而採納官方在社群媒體發佈的恢復重建訊息：

災區重建可能兩三個月，我不可能每天都到重建的地方去拍，去看說災區怎麼從一片廢墟，到夷為平地，成為停車場，或是重建大樓，那這過程就是地方政府才知道，才拍得到，像是只有花蓮縣政府，才能夠發縮時攝影。（電視記者 I）

恢復重建很重要在官方，記者沒時間花幾個月去追，災區也都圍起來施工，記者不會知道復原的情況，跟做到什麼程度、什麼時候才是表示重建完成。（電視記者 C）

受訪的十位電視記者指出因為有些災民畏懼鏡頭，而平面記者無畫面壓力，較有利於與他人交流。此外，平面記者可長期駐守於單一地點，能夠與受訪對象建立較深的交情，進而迅速求證災難相關訊息，故電視記者會對平面記者產生信賴。如電視記者 H 與 G 表示：

對電視台來說，要拍攝，然後有些人又不想要上鏡頭，覺得說我家都已

經遇到這個事情了，你們記者還要這樣拍我，就不願意。甚至，很多人看到鏡頭就避開了，等於是已經把我們電視記者從第一道聊天這一關就擋掉了，不像平面只要聊天就好，所以電視台就會抄平面。（電視記者 G）

電視記者要回公司做帶子，平面記者不用回公司工作，可以駐守一個點，駐點時間較長，就能跟官方也好，跟災民也好，搏感情，當交情比較好比較深，又沒有攝影機拍，就沒有怕鏡頭的問題，對方自然就會願意說，所以電視台很常在抄平面的報導。（電視記者 H）

綜上所述，受訪的電視記者信任社群媒體上的目擊者與當事人，因為相信兩者親眼目睹或親身經歷災難，並具有描述事發經過的能力，其中社群媒體上的當事人或利害關係人還了解災情前因後果，及具有白紙黑字證據，足以協助記者追究導致災情的責任歸屬。而電視記者信任社群媒體上的專家，則是其具有某一領域的專業知識，擁有分析災情肇因的能力。此外，電視記者認為官方為執行災區救難與重建的單位，影響災民的救助與生活復原，明瞭救災與恢復過程的細節，因而對社群媒體上的官方產生信賴，而電視記者信任社群媒體上的平面記者，主要為相信其人脈經營較深，較善於與災難相關人士交流，具有較多人際知識。再者，唯有親自目睹、經歷或參與的目擊者、當事人或利害關係人、官方，才能夠掌握災難事發、救援、恢復重建的照片與影片，以及與咎責有關的文件與文字訊息記錄，上述文書訊息不僅佐證目擊者、當事人及官方言之有據，讓電視記者與觀眾皆眼見為憑，亦符合電視記者的畫面需求。故此，受訪的電視記者使用社群媒體取得證據時，對目擊者、當事人、官方、專家、平面媒體等五種身分者的信任程度較高。

（二） 從動機感知善意

在善意方面，意指在互動過程，信任方感知被信任方排除利己的動機，如被信任方關心和感受信任方的需求和利益，或採取某種行動協助、確保信任方的利益，從中衡量可信賴性（Mayer, Davis, & Schoorman, 1995；Lankton, & McKnight, 2008）。以記者的工作而論，新聞媒體肩負公眾利益與社會責任，具有監督之責，需要查明事實完成報導。林照真（2013）則指出媒體報導災難時，應不宜誇大災情、反映受災民眾需求，以符合公共利益。因而，善意所謂之利益、需求，意即符合公眾利益、考量公共福祉。對了達到傳播與公眾利益相符的訊息，報導災難時，受訪的電視記者會根據社群媒體使用者上傳訊息的動機，以及災民的親身經歷，評估可信賴性。

十位受訪的電視記者均指出，災難牽涉他人的生命安全，故相信社群媒體使用者不會存有作亂或開玩笑的心態。在災難期間，受訪的電視記者認為社群媒體使用者發佈訊息的動機，為提醒他人注意或呼籲救災，抑或是提供補給，再者，受訪的電視記者未遭遇社群媒體使用者欺瞞的情況，所以對社群媒體使用者的信任較高，如下列五位受訪的電視記者表示：

我覺得在天災的時候，不會有人唯恐天下不亂去造謠，比較偏向公眾利益的議題，不會有人去作亂，就是提醒哪邊災情嚴重，要大家注意，或是喊現場還沒有消防或救難隊，所以不會去懷疑。（電視記者 A）

災難的時候，PO 文者不會說謊，都是說實話的，大家其實都是心存善念，好心要提醒大家，抱持說這麼嚴重喔，那我要趕快讓大家知道真的非常嚴重，讓大家知道這邊需要幫忙，或是請大家要注意。（電視記者 B）

大家都是好心提醒，說某地方有災情，或是哪裡災情很慘，呼籲大家幫

忙，像是捐物資或捐血，或是供災民居住，我沒碰過天災有網友騙人的。

（電視記者 C）

沒有惡搞的人，大家都是拼命傳自己看到的情況，都是很驚慌，講說情況有多慘多糟糕，快來救，都是真實的，網友沒那麼無聊，災難有什麼好騙的。（電視記者 D）

天災生死的東西，大部分網友不會開這種玩笑，都是在描述災情很恐怖，然後還有說在等救援，我就是以相信為主，目前我沒有碰過有人刻意要刷存在感而騙人，或是惡作劇。（電視記者 J）

電視記者 E 還指出，因為災難事件涉及公眾的利益，所以對發佈社群媒體使用者都會一同檢視訊息，假若發現其他使用者上傳訊息有誤，會在該訊息的留言處回以批評，致使災難時，不會有人在社群媒體發佈假訊息，故感知社群媒體使用者具有可信賴性：

災難的訊息，大家不敢亂 PO 錯的或假的東西都這種事關生死，公共利益的事情，是不會拿來開玩笑的，就是出於好心說哪邊有災情，況且一旦搞不清楚還亂 PO 鐵定會被罵，現在網路太發達，你一 PO 幾年前的東西，絕對會被發現，然後被大家在留言把你罵到翻。輪不到記者懷疑，網友會先罵，所以網友會 PO 出來的，就都會相信。（電視記者 E）

另方面，十位受訪的電視記者都以投訴新聞相對照，直指災民欺騙記者無法獲得任何利益，因而認為災民無動機向記者說謊，故對其具有信任，會採用災民

在社群媒體對於受災情形的說明，及其發佈的照片與影片，如電視記者 F 與電視記者 C 表示：

投訴很多是想要藉由記者的報導，給對方施壓，或是讓對方難看。透過媒體去威脅另一方，你還不跟我好好談。但天災不一樣，網友如果是災民，我絕對會相信，災民騙記者是沒有好處的，記者又不能給他什麼。

（電視記者 F）

天災不會有目的，不會覺得網友說謊，通常會有目的、會是假的，比較是詐騙、投訴，因為被騙會發生就是因為貪心才會中計，但是被騙那一方還是說怎麼那麼過分，希望別人同情、為他講話，那就要很小心。這就跟天災不同。（電視記者 G）

再者，受訪的十位電視記者認為災難無法預期且衝擊大，多數人都不願無端受害，更不會有人故意謊稱為受災戶，或營造出身為災民的假象，反之災民會氣憤地對受災情形表達不滿，因而，十位電視記者均會信任災民於社群媒體上傳的說明、影片及照片，如電視記者 A 與電視記者 I 說：

網友 PO 影片跟照片，內文會直接說「XX 的，哪邊淹水了」就是會很生氣罵髒話，畢竟誰想家沒了或是東西泡爛了，然後生活突然被搞的一團糟。沒有人想碰到災難，沒必要造謠，我完全不會懷疑，就是百分之百相信。（電視記者 A）

災難就是災民真的很慘，沒有什麼好騙的。誰會想要去騙記者說房子倒了，家沒了，哪個家人失聯或過世了，所以網友表明災民，描述受到的

衝擊，我是都會相信。（電視記者 I）

此外，電視記者 H 提及受災民眾往往並非一人，受災難影響的人數眾多，所以，無論災民是向政府或某一業者咎責，都屬於爭取公眾的權益，且當多數受災人發表說明，以及還有照片為證，而指控同一個對象時，可信賴程度也會比較高。但相比於災民，電視記者 H 認為專家為無牽涉利益的第三方，且具有某一領域的專業知識，所以較信任專家，故還會進一步請專家分析：

維冠災民這麼多，有災民是在臉書上講建商黑心的事情，有災民是說建商擅自變更原始設計圖，去打掉什麼隔間，還有照片，導致大樓基礎不穩，這麼多災民不會無緣無故都在指責同一個人，如果沒有做錯事情，不會被這麼多人攻擊，所以會相信災民的指控，覺得建商有一些問題，不過問題真正出在哪裡，還是要去讓專家來說。（電視記者 H）

綜上所述，可見對受訪的電視記者而言，身為災難報導者，肩負公眾利益，因而需如實報導災情，以及協助受災民眾監督與咎責。受訪的電視記者感知社群媒體使用者發佈訊息的動機，為提醒他人注意安全，或為傳遞災情的嚴重性，以喚起關注而儘速獲得救援與補給，並會一同協力檢視其他使用者在社群媒體上傳的訊息，發現有誤即會在留言處指正，故對社群媒體使用者產生信任。此外，電視記者認為災民在社群媒體上發佈描述說明，無作假與欺騙他人的動機，亦對其具有信任。再者，當大多數的災民於社群媒體以親身經歷發表述說，並提供相關照片佐證，共同指責同一個對象，受訪的電視記者也會認為災民所言可信度高，並將遭指控的對象，列為應被咎責的對象，展開後續追查。不過，相較於災民，電視記者認為專家與災情無利益關係、具有專業知識，故對其信任較高，會再請專家分析災情肇因的責任歸屬。

（三） 從回覆與訊息感知正直

在正直方面，為互動中，信任方感知被信任方遵守自身在意的原則，如誠實、真誠、誠懇及打交道時是真實的，以評估可信賴性（Mayer, Davis, & Schoorman, 1995; Lankton, & McKnight, 2008）。受訪的十位電視記者與社群媒體使用者交涉時，首先不認識對方，其次還有與時間賽跑的壓力，所以無法耗時與對方相處，更如 Winterlin（2017）所言，記者有時無法與社群媒體使用者親自見面。電視記者隔著螢幕與使用者互動，難以判別對方誠實、真誠、誠懇與否，因而電視記者會從社群媒體使用者是否回覆訊息，講述災難中人事時地物是否清楚，以及將社群媒體使用者的描述與影片或照片比對，感知對方是否切身經歷而了解災難事發經過，評估的社群媒體使用者可信賴性。

當社群媒體使用者願意持續回覆應記者的提問，甚至提供其他聯絡方式，受訪的十位電視記者會認為其並未說謊，可信賴程度即較高，反之，若社群媒體使用者收到記者的提問之後，反應為讀取訊息但不回覆，電視記者會對其產生疑慮，可信賴程度便較低，如電視記者 A 與 C 說：

網友願意私訊回我，甚至給我電話，那我就覺得沒問題，因為網友要說謊，就不會回覆我了，也不會一直回答我的問題，可能因為答到一半就答不出來，就已讀不回，消失了。（電視記者 A）

如果說私訊 PO 訊息的網友，PO 的人已讀私訊但都不回應，那我會覺得奇怪了，只是問個資訊又不是要訪問你，為什麼不回答，是答不出來或是怕被拆穿嗎，我會比較不相信。（電視記者 C）

受訪的十位電視記者均認為，災難人事時地物不易編造，因而當社群媒體使

用者清楚描述災難事發經過，現場災情狀況，以及災民呼救情形等，回答時又未說詞反覆，可信賴信即較高：

那我就是直接去問網友人事時地物，因為災情的東西太難編了，網友要講出實際看到誰在呼救，形容看到倒塌的過程，這個沒有親自經歷，要講出來根本非常難，就是頂多回說我不清楚，那我就不會用，為了要騙記者要接受訪問，然後掰出一個自己經歷災難的情形，我覺得不可能。

（電視記者 G）

那我看到網友 PO 訊息，會私訊問他說當時情形是怎麼樣，從他的回答就可以知道他是不是在騙你，因為他需要跟我描述事發地點、時間、他經歷的狀況，然後在什麼時機拍下照片跟影片，這時候他回答不了，或是很跳針一直重複同句話，我會覺得有問題，就不會用。（電視記者 I）

我沒那麼多的時間去懷疑網友，沒空關心他是怎麼樣的人，我就是去看網友 PO 出來的貼文、照片跟影片，有沒有寫時間、地點，災難事發經過怎麼樣，沒有的話，就私訊他說想了解他拍攝這一張照片或影片的時候，是什麼狀況，如果對方答不出來，我就會有疑慮。（電視記者 F）

從上可見，受訪的電視記者對社群媒體使用者的信任，在於其親眼目睹或親身經歷災難。因而，電視記者會透過社群媒體使用者是否願意回覆私訊提問，以及能否清楚回應災難事件的時間、地點，與事發當下所見的情況，感知社群媒體使用者是否說謊，判別對其的可信賴性。

此外，受訪的十位電視記者表示會將社群媒體使用者的描述，與附上的照片與影片相互參照，核對說明與影片或照片的相符性，以評估可信賴的程度。當社

群媒體使用者的描述，與其提供的影片內容相符，電視記者會對社群媒體使用者產生信賴，如電視記者 D 表示：

花蓮雲翠大樓倒塌那時候，網友跟我說樓倒了，有人在窗戶那邊呼救，非常恐怖。因為那個網友還有上傳影片，的確影片就是一棟大樓傾斜，有人在飯店窗口揮手喊救，還有人用閃光燈示意要求救援，那這個描述跟影片就是一致的，我就覺得沒什麼問題，會相信。

電視記者 B 指出當社群媒體使用者能夠講述災難中的人事時地物，即具有可信賴性，不過，相比於描述，現場照片與影片可以佐證社群媒體使用者所言，更為可信，故電視記者 B 會要求該名社群媒體使用者協助拍一張照片或影片，透過照片或影片再次檢核其的說明，若社群媒體使用者的描述，與現場照片及影片吻合，即具有較高的信任。

天災的時候，PO 文的人有回私訊，人事時地物也都講清楚，大抵上就沒什麼問題了，可以不用照片影片了，但我為了保險，通常還是會請網友幫我錄一段或照一下你現在那邊怎麼樣，網友其實都願意拍照或錄影，回傳上來，然後目前我碰到都是描述跟照片或影片相符合的，就都蠻可信的。（電視記者 B）

十位受訪者中，兩位電視記者 H 與 J 亦表示，影片除了可以用於比對網友的說明，協助記者從影片與網友描述的相符性，判別可信程度，影片顯示的錄製日期、影片中的聲音、錄製所用的軟體，也是記者判別可信賴性的線索。雖然十位受訪者均認為社群媒體使用者在災難時，發佈訊息多為了提醒他人注意或呼籲救災，無騙人的動機，不過電視記者 H 說：「網友有時候也不是故意騙人，就

是收到訊息，沒多想就 PO 出來好心要提醒大家，但那個訊息可能是有點疑慮的。」如電視記者 H 曾從影片上的文字、聲音腔調及地區軟體使用習慣，發現與社群媒體使用者所言不相符，包括描述與影片出現的錄製時間不同、影片中主角口音並非為台灣腔調，且該錄製軟體為台灣人鮮少使用，電視記者 H 因而感到可信賴程度較低，決定不採用該社群媒體使用者的訊息，最終官方證實為錯誤訊息：

有一次網友 PO 文說大家來看 13 日暴雨後，員林淹一片，出現正港的流水席，但影片上方有錄製日期是 15 日，那次暴雨的確是在 13 日，日期對不起來，我就覺得有問題，況且影片中大家的口音不是台語，又有特別的腔調，又是用抖音錄的，就非常奇怪，我就不太敢相信，沒有報，然後幾個小時之後，彰化縣政府就出面說不是在員林，是中國。（電視記者 H）

綜合以上訪談資料，受訪的電視記者與社群媒體使用者交涉時，主要在意的原則為其是否親身在災難現場而明瞭事發經過。因此當社群媒體使用者願意回覆記者的提問，能夠說明災難事發經過、時間、地點，及其講述的內容與照片或影片相符合，電視記者會感知社群媒體使用者確實為災難現場目擊者或當事人，切身經歷災難，與親自以照片與影片記錄現場，故可信賴的程度較高。

二、科技信任信念

科技信任信念為個人通過科技的功能、有益性、可靠性，覺察該科技的可信賴性 (Lankton, & McKnight, 2008)。以本研究關注的主題，即是記者依賴社群媒體查證獲取證據，對社群媒體的科技信任信念。基於本研究談的社群媒體為社群網站之類型，主要為 Facebook、YouTube、Instagram 等三者，以下將分別討論電視記者查證災難新聞時，對 Facebook、YouTube、Instagram 等功能、有益性、可靠性等三面向之信賴。

(一) 功能具有五項輔助查證

在功能方面，是指個人認為科技具有完成任務所需的功能，因而認為科技可信賴 (Lankton, & McKnight, 2008)。十位受訪電視記者會使用社群媒體查證災難，主要基於其「社團」、「私訊」、「留言」、「關於」及「直播」等五項功能，且皆表示對社群媒體有信賴感。

1. 「社團」功能

十位受訪的電視記者查證災難新聞，均會使用 Facebook 的「社團」功能。Facebook 任何一位使用者都能加入社團，只要身為社團成員，不用與其他成員互加為好友、追蹤，在自己的動態牆上，就會主動出現其他成員在社團發佈的訊息。在 Facebook 中，最為著名的社團為「爆料公社」，截至 2019 年 4 月底，該成員多達 302 萬人。大量的社團成員能夠協助受訪的十位電視記者確認災難事件是否為真，以及了解災情。電視記者指出社團還會設有災情專區，或臉書本身就有演算法，會將最新的貼文，以及留言數、按讚數、分享數較多的貼文，自動浮現在個人的動態牆上方，尤其社團成員眾多，新貼文的發佈速度很迅速，按讚、留言、分享等互動數量也很高，故「社團」功能可聚集社團成員，並是一個成員交流的平台，多人共同回報災情，有利於記者查證災難訊息。從中可見 Facebook 發揮社群媒體之特性，促成大量使用者產生連結，進而互動交流，讓訊息快速傳佈 (Carr, & Hayes, 2015)：

我覺得一個人比不上千千萬萬個人啊，記者只有一個人，像是「爆料公社」裡面幾百萬人啊，而且在臉書社團上面，你可以很快跟人連結，就算不是好友，也都可以看到網友的貼文跟照片影片。(電視記者 C)

社團為了統合訊息，都會再創立一個災情回報區，像是「花蓮地震消息請往這邊集中」然後附上一個連結，或是「地震消息回報」貼文。通常

連結裡面，跟貼文下面的討論都會爆棚，好幾千人發佈說哪裡怎麼了，哪條街隆起嚴重、哪棟樓多人受困等。（電視記者 A）

在臉書社團上面的貼文，除了是 PO 文時間比較近的之外，災情很嚴重的貼文，然後按讚數跟留言數比較多，也會自動浮在頁面上。「爆料公社」裡面網友這麼多人，有些是當地人、有些是目擊者，會即時上傳提供災難現場的狀況，社團等於是一種線上的社區公告欄，只要一上臉書，就可以看到全國各地，如果沒有社團讓網友回傳，記者不會知道到底發生什麼事情，可能要等到報警或通報消防局，官方才會發新聞稿給記者，那這樣都慢了。（電視記者 H）

Facebook 有囊括全台灣各地網友的「爆料公社」之外，如今還有出現某一特定地區的地方社團，包含各縣市與各個行政區，如：「我是花蓮人」、「我是高雄人」、「我是內湖人」、「細說淡水」等。電視記者 A：「地方社團不要小看，成員數也都破萬，甚至數十萬，裡面也是會一直更新貼文，不管事情大小都會傳也都有討論。」地方社團除了與「爆料公社」一樣，能夠聚集成員並促成交流互動，此外地方社團中，網友以當地居民為最多，因此發佈的訊息也都是以該地區為主，訊息相對比較聚焦。當受訪的十位電視記者獲知重災區或被分派到某一縣市時，地方社團是用於了解當地災情的有利功能。如電視記者 B、D 與 G 表示：

臉書上面目前有台灣各地人成立的社團，我是某某人，幾乎每縣市都有一個，甚至連某一地區，汐止、淡水這種，那其實裡面訊息都很多，也更新很快，大小事都會有，所以當台北下暴雨，就會去容易淹水的汐止、淡水地方社團，看說有沒有災情，各地災情又分別怎樣。（電視記者 B）

像是震央在花蓮，就會看「我是花蓮人」、「花蓮好山好水」，地方社團就是比較多在地人聚集，震央跟附近區域勢必比較嚴重，在現場的人或是花蓮人一定會拍，然後傳上網路，就能迅速知道當地災情的嚴重程度。（電視記者 D）

地方社團是專門 For 某個地方，裡面訊息跟討論也都很多，尤其在颱風非常好用，因為電視台在颱風天，會預先派人到氣象局預測會有災情的地方，那要一直觀察當地的狀況，因為會要連線，這時候就要趕快搜尋地方性社團，像是「我是台東人」，去看網友 PO 哪裡有積水。（電視記者 G）

此外，十位受訪者中，唯有電視記者 C、D、E、H 等四人還會使用 YouTube 的「社團」功能。四位電視記者指出，由於網友於 YouTube 發佈的訊息需為影片，並依據影片類型成立社團，能夠填補電視記者的畫面需求並用於掌握災情，如電視記者 E 說：

會去看 YouTube，因為一定是有畫面的東西，現在上面還有一些行車記錄器社團，或者是什麼監視器的社團，我之前花蓮地震，就是看到行車記錄器社團中，有网友上传剛好錄到民宅倒塌瞬間的影片，才知道還有民宅倒的這麼誇張。

2. 「私訊」功能

受訪的十位電視記者查證災難消息，皆會使用 Facebook 的「私訊」功能。由於在「社團」中，成員未必是彼此相識，需要透過私訊像對方取得聯繫，進一

步完成探問。故 Facebook「私訊」為十位受訪電視記者聯繫網友的必需功能，能夠確認網友為親自經歷或親眼目睹，抑或親自記錄，而後決定是否採納網友的訊息。如電視記者 I 說：

像網友 PO 的影片有點恐怖，講說颱風的風雨很大，家門口淹水，外面花盆也都被吹倒，都摔破了。我就會去私訊問說我是某台的記者誰誰誰，看到你講說家裡好像有淹水的情況，我可以跟你進一步聯絡嗎？跟阿他如果說可以啊，那就會說請問確切的地點，啊是什麼時後跟什麼情況下拍的，他能夠回答，就可以確認，就會用。

此外，「私訊」功能沒有任何限制或封鎖，因而，十位電視記者為了迅速掌握災難細節，能夠同時私訊詢問多位有發佈災難訊息的網友，並表示均至少會收到一人回覆說明災難的現場情形，藉此得以確認災難事發經過與災情，如電視記者 E 說：

臉書上面，災難絕對不會只有一個人 PO 文、照片或影片，那就會私訊有 PO 訊息的網友，去問事發經過是怎樣，目擊的情形怎樣，反正問這麼多人，都會至少有一兩個會回覆，我是沒有碰過沒人回覆。

除了 Facebook 的「私訊」功能，十位受訪者中，電視記者 A、B 與 J 等三人在與發佈訊息的網友交涉時，還會使用 Instagram 的「私訊」功能。電視記者 J 經過 Instagram「私訊」功能，得以聯繫發佈災難尋訊息的網友，獲知災難現場狀況，並確認影片為該網友本人親自拍攝，故直接用於報導，如電視記者 J 說：

有一次下午暴雨之後，我在 IG 看到有網友 PO 說汐止淹水，很多機車都沒辦法騎了，下來用牽的，影片看起來就用黃水滾滾那種，我就直接用 IG 私訊他，最後他在 IG 回我，講說經過現場的時候是怎麼樣，淹的程度大概是到半個輪胎，也確認是他本人拍的，就直接用跟報導了。

（電視記者 B）

此外，電視記者 A 與 B 皆指出，目前 Instagram 能夠與 Facebook 的帳號相連結，所以可以在 Facebook 的頁面，同時看到 Instagram 的帳號，因此當在 Facebook 私訊網友未獲得回覆時，會進入頁面註記的 Instagram 帳號，再次私訊網友，確認是否親自記錄災難事發經過，如電視記者 A 說：

之前有網友 PO 大安森林暴雨有淹水，臉書私訊沒回，我看到那個網友在臉書有放 IG 帳號，我就再用 IG 私訊去問，後來對方就有用 IG 私訊回我，那我就問說你現在那邊災情怎樣，看到你有 PO 影片，是你本人拍的嘛，大概是在什麼情況下拍的，確認是本人拍的，目前還有在淹水，就有直接報。（電視記者 A）

3. 「留言」功能

有時候私訊網友，未必會即時得到當事人回覆，受訪的十位電視記者，均還會使用 Facebook 的「留言」功能。經由網友的即時留言回報目睹災難情況相同，或提供補充資訊，抑或是反駁未遭遇相關經歷，甚至指正網友發佈的訊息為錯誤，都能幫助受訪的電視記者查核災難消息是否屬實：

有時候官方未必即時回報，私訊網友可能也沒有很快有回覆，記者就會去看貼文下方的留言，如果留言很多，然後大部分都是呼應附和，講說

我剛剛經過那邊，真的很恐怖，或是我家在這邊，超級嚴重，那就沒問題，會直接用。（電視記者 F）

有些網友都是柯南，發文的人沒說地點，只是拍一個路牌或店面，下面網友就會回覆說這是在哪裡，我剛剛也在那邊，真的很慘，那當然就很謝謝那些網友，提供記者確切地點，同時，也是再多一個目擊者的佐證。

（電視記者 I）

有網友說我過去也是風很大，或是也是目擊到相同的情況。網友很多，會一起檢查，像是有人傳了多年前的影片，以為是這一次的災情，就會有網友說我在那個現場，沒有看到喔，還會有網友會說這影片不是這一次，明明之前哪次的。我覺得網友的留言很重要，真的要稍微掃一下。

（電視記者 J）

4. 「關於」功能

受訪的十位電視記者查證災難消息，均會使用到 Facebook 的「關於」功能。由於在 Facebook 的「關於」欄位，網友會填寫出生地、居住地、學歷與工作經歷等資訊，電視記者會將該紀錄與網友所言相比對，完成查證。如電視記者 C 表示在討論災情的責任歸屬時，經由網友在 Facebook 「關於」欄的註記，可以知道對災情事件發表評論的網友，是否曾居住於災區，或對災區的了解程度。因此，「關於」功能有助於記者評估網友是否依據對災區的了解，而發表對災情責任歸屬的看法，如電視記者 C 說：

網友臉書頁面的「關於」，可以看 he 過去生活的地方，如果出生地、現居地、就學跟工作地點，都跟災區無關，那我會覺得你憑什麼評論誰要

被咎責，假設你一個台北人，大學念東海大學，那就是待過台北跟台中啊，這時候你跟我說花蓮那個雲翠大樓之前怎樣，我會覺得有點不太合理吧。

電視記者 G 則是在報導人物故事時，會以故事主角名字在 Facebook 搜尋，再將已獲知的資訊，對照 Facebook「關於」功能上的記錄，確認為當事人的臉書，進一步在當事人 Facebook 取用照片與影片，佐證電視記者 G 聽聞的消息：

維冠那時候就剩下幾個人還沒被找到，那會要做故事，因為記者會拿到名單，就會在搜尋欄打失蹤者的名字，再把聽到的資訊對照一下「關於」，像是有一個是某某學校老師，就會去看搜尋結果中，居住在台南，任職某某學校，就可以確定是那位失蹤者了，畢竟誰會剛好是這個名字，又住在台南，又在那個學校當老師。那聽到家屬或鄰居說她深受小朋友喜歡，很親切，就會去再去看臉書上面的照片跟影片，直接拿到報導去用。

5. 「直播」功能

受訪的十位電視記者查證災難新聞時，均會使用 Facebook 的「直播」功能。直播是現場的實況轉播不能後製剪接，位於現場的社群媒體使用者以此記錄當下災難發生經過與災情，能夠協助記者掌握災難現場情況，如電視記者 I 與 F 表示：

直播就是正在進行式 ING，不可能造假，也完全沒有是之前災情的疑慮，就是在現場的網友邊走邊講，記錄樓半倒，感覺還不太穩，然後地面龜裂，有人在大叫，大家很狼狽的逃，那都是真的，可以直接拿來報導。

（電視記者 I）

直播就是現在當下，就是正在進行式，都拍現場啊，又不可能翻拍電腦，都是一邊錄一邊講，像是花蓮那時候，網友就直播說統帥飯店倒了，目前還沒有消防車，也有網友直播說七星潭大橋裂了，那都直接用來報了。

（電視記者 F）

此外，十位受訪者中，唯有電視記者 C 還會使用 YouTube 的「直播」功能。電視記者 C 表示如今各家媒體都在 YouTube 設有官方頻道，因為平時已訂閱平面媒體的 YouTube 頻道，所以當平面的駐地記者於災難現場直播，會收到通知，進而從平面記者的現場直播，了解災難所致的衝擊：

像是 OOO（平面媒體）的 YouTube 這是一定要訂閱的啊，OOO（平面媒體）記者多，灑在各處，都不用回公司，一知道災難發生，就直衝現場，所以像是之前雙北暴雨淹水，我就是看到手機有 OOO（平面媒體）YouTube 直播的通知跳出來，然後趕快點進去看，就是 OOO（平面媒體）的記者已經在台北連雲街直播，現場水就是淹到小腿。（電視記者 C）

綜上，社群媒體的「社團」、「私訊」、「留言」、「關於」及「直播」等五項功能，為十位受訪的電視記者查證災難新聞所需的輔助功能。再者，十位受訪者指出 Facebook、YouTube、Instagram 等三個社群媒體，僅 Facebook 囊括上述五項功能，故十位電視記者報導災難主要的查證工具為 Facebook，也表示對 Facebook 較為信賴。十位受訪者中，電視記者 C、D、E 與 H 等四人則分別因為 YouTube 有「社團」與「直播」兩項功能，而表示對 YouTube 有信賴感，另外六位受訪的電視記者談及查證災難新聞，未使用 YouTube 的原因，指出無「私

訊」功能，難以與網友進一步確認是否為親眼目睹與親自記錄災難經過，如受訪者 A 說：

YouTube 有個困難點，就是很難跟 PO 影片的網友聯繫，無法去問是不是本人拍的，拍攝當下情況怎麼樣，有時候，影片下方的說明也沒講清楚時間、地點，但沒有私訊功能，沒辦法直接密 PO 影片的網友去問。所以，比起來，臉書就是可以直接跟 PO 文者互動。

受訪的十位受訪者，電視記者 A、B 與 J 等三人因為 Instagram 具有「私訊」一項功能，而表示對 Instagram 有信賴感，其他七位受訪的電視記者在查證災難新聞時，均未使用 Instagram，主因為 Instagram 未有「社團」功能，網友發佈的訊息難以集中，網友之間亦無法協力檢核訊息：

會先以臉書為主，IG 幾乎沒有，像是臉書爆料公社就是一次容納幾百萬，訊息發佈非常即時，網友也會一起來檢查跟回應，尤其是還有地方性社團，裡面都是當地人，是聚焦討論某一地區的災情，但 IG 就沒有社團，這很不方便，訊息很零散，也不可能不認識的網友一起在留言討論災情，都是認識的人比較會去留言。

（二） 有益性二大功能提供協助

有益性意指個人認為技術提供充分幫助或響應，而對科技產生信賴(Lankton, & McKnight, 2008)。十位受訪電視記者使用社群媒體查證災難新聞，透過其「搜尋欄」與「篩選」功能，能夠更迅速取得網友發佈的災難相關訊息，獲得協助完成查證，故認為社群媒體產生可信賴。

1. 「搜尋欄」功能

針對社群媒體的功能，Thurman（2018）指出新聞記者只要在搜尋引擎上，透過打出關鍵字，即可查找資訊，或打上主題標籤(Hashtag / #)，亦能夠搜尋、追蹤特定主題的訊息內容，迅速篩選出社群媒體使用者對某一主題所發佈的相關照片、影像等內容。對此，十位受訪電視記者都認為 Facebook 的「搜尋欄」，有助於其查證，而皆表示對 Facebook 有信賴感。受訪的十位電視記者均表示，只要在 Facebook「搜尋欄」，打上災難名稱、類型、地區等關鍵字，勢必能夠取得查證災難所需的訊息，如下列三位受訪的電視記者說：

打上災難類型，像是地震或颱風，或是再加上災區，像是永和、新店，多多少少都會跑出相關的訊息，可能五分鐘前、三分鐘前、一分鐘前，就都有人 PO 訊息、PO 影片上去了，就算是小小的水災，我都覺得從臉書上面去搜尋，是非常有收穫。我沒有遇過去搜，然後完全沒有收穫。

（電視記者 H）

像是颱風都會有名字，那就直接打梅姬颱風，或是只打梅姬，一搜尋，直接全台各地的相關貼文、照片與影片就會跑出來，如果有特定要找某一地區的災情，就會再加上地名，例如「梅姬 宜蘭」、「梅姬 高雄」，災難去搜，都會搜到訊息。（電視記者 B）

當看到一些貼文在講某一個地點有淹水或地震，只要回到搜尋欄上面，直接打地點查詢，像直接打「花蓮」，或是地名加上災難的種類，就是「花蓮 地震」或是「花蓮 淹水」。以天災來講，按照我過去經驗，一定都會搜得到資訊，真的是一定，我沒有碰過搜不到訊息的狀況，（電視記者 I）

此外，電視記者 C、D、E、H 等四人使用 YouTube 查證災難新聞，均也會在 YouTube 的「搜尋欄」，打上災難類型或名稱，並加上地區等關鍵字，找出災難相關的影片。如受訪的電視記者 D 表示：

用 YouTube 去搜，就是在搜尋欄那邊，打災難類型跟地點去搜，像「地震 花蓮」、「暴雨淹水 台北」，或是災難有名稱，像是颱風名字，就是名字加上地點，「海棠 台南」，只要這樣一打，都會跑出相關的影片。

電視記者 A、B 與 J 等三人查證災難新聞，皆也會使用 Instagram 的「搜尋欄」，透過打上災難與災情類型的主題標籤 (Hashtag / #)，能夠快速查找災難相關的訊息，確認災情，如電視記者 B 說：

在 IG 搜尋欄用 Hashtag (#) 搜尋，像是暴雨要看哪邊淹水，我會打「#暴雨」或「#下雨」或是「#淹水」搜尋，就會出現暴雨所致淹水災情的相關貼文、照片、影片。

2. 「篩選」功能

十位受訪者中，僅電視記者 A 一人還提及 Facebook 的電腦版有「篩選」功能，因為在搜尋欄打上關鍵字後，會在加上日期與地點的「篩選」功能，迅速過濾訊息，取得用於檢核災難消息是否屬實的證據：

電腦版的臉書，左下角可以設定時間，就是「發佈日期」那一欄位，看災難當天是幾年幾月幾日，把時間選好，就會跳出最新的發文，然後如果是要專門在找某一地區的災情討論，左下角也有一欄為是「標註的地

點」，可以在上面打某一縣市，那就可以很快過濾出來某縣市災情的討論貼文。

此外，會使用 YouTube 查證災難新聞的四位電視記者，唯電視記者 H 使用 YouTube 的搜尋欄之外，還會再加上時間「篩選」功能，過濾所需的災難訊息：

YouTube 現在還是會看，因為有搜尋欄，也是會打災難的種類跟縣市，「淹水 台北」或「暴雨 台北」，再勾選 PO 影片的時間，YouTube 可以篩選時間，像是今天，很迅速的來過濾出網友今天上傳的影片，這非常方便，可以很快就找到災難當天的影片。（電視記者 H）

受訪的三位電視記者使用 Instagram 查證災難，其中，電視記者 A 與 J 還會直接用地點與時間「篩選」功能，迅速找出所需的災難訊息：

IG 還可以直接點選地標，用特地的地點或縣市來搜尋，只要是公開的貼文、影片、照片，都可以搜尋的到，然後再去點「最新」，就可以找到網友在該地點最新的貼文，之前台北淹水，我就是直接打大安森林公園、西門町，去看災情。（電視記者 A）

IG 可以直接打上縣市名，點選地標，譬如說你知道那個地點，維冠大樓，就直接在地標那邊打，或是創意型的地標，例如網友會打卡「在我家」，或是淹水，在什麼什麼路，直接打路名，都會搜的到，之後再用「最新」排序，去看網友的貼文（電視記者 J）

（三） 可靠性高若故障無礙工作

在可靠性方面，為當科技能夠持續正常運行，或以一致的完美方式運作，個人對科技信賴性即會較高（Lankton, & McKnight, 2008）。十位受訪電視記者使用社群媒體查證災難新聞，未曾遭與社群媒體故障，而皆表示對社群媒體有信賴感。即使有些電視記者在非災難新聞查證期間，使用社群媒體時曾出現部分功能故障的情形，但不影響電視記者工作，因而不降低電視記者對社群媒體的信賴。

十位的受訪者均表示從未在災難時，遭遇 Facebook 故障，而對 Facebook 具有高度信賴，是查證災難新聞的必備工具，如電視記者 A 說：「在災難的時候，我完全沒有遇過臉書故障，所以每次聽到有災難發生，都會趕快打開臉書看網友上傳的訊息。」電視記者 E 表示：「災難的時候，我都沒有碰過臉書壞掉，所以每次災難發生，一定都會開臉書來看網友 PO 的訊息。」

受訪的十位電視記者在查證災難新聞，未遇過 Facebook 故障。不過，十位受訪者中，電視記者 C、H 與 I 等三人提及，在多年的使用經驗中，Facebook 曾出現故障，但系統迅速恢復正常，抑或是電視記者工作不受功能故障影響，故不會減少電視記者對 Facebook 的信賴感：

有次工讀生幫我搜「爆料公社」的訊息，結果發現頁面一直是等待載入的圖示，問我說是不是網路有問題，我試了也是一樣，所以應該就是臉書的問題，但大概過了五分鐘，重新載入後，就恢復正常。但真的非常少遇到故障的狀況，就算有故障，就都像那次很快就會排解，恢復正常了，所以沒什麼影響。（電視記者 C）

我自己跑天災的時候，是沒有遇過臉書故障，平時臉書雖然印象中有故障幾次，但其實對電視記者影響不大，主要都是可以登入頁面，但是不能按讚或發文，對於電視記者來說，是去看網友 PO 文，不是 PO 文者，所以沒什麼影響。（電視記者 H）

印象中臉書故障比較久，像是半天、一天都修不好，都是發文功能故障，但是，電視記者又不發文，是小編比較困擾，流量受到影響，新媒的小編就很崩潰。所以對我來說，根本沒差啊。（電視記者 I）

電視記者 C、D、E、H 等四人在使用 YouTube 查證災難新聞時，皆直指未遭遇故障的狀態，故均多次使用 Instagram 查核災難相關訊息。電視記者 C：「我要用的時候，沒有遇過 YouTube 不能搜尋的狀況，在災難期間，都會去看 YouTube。」電視記者 E 則表示：「我在災難的時候，沒有碰過 YouTube 故障，要用的時候都是好的，所以災難發生，就會搜搜看。」電視記者 H 亦說：「我完全沒有碰過 YouTube 壞掉，有災難就都會用 YouTube 去搜。」

不過，電視記者 D 曾在非災難的平時採訪中，遭遇 YouTube「上傳」功能故障，但因為電視記者不需要在 YouTube 上傳訊息，故不影響電視記者 D 對 YouTube 的信賴感：

YouTube 幾乎沒有故障吧，好像只有一次，那次故障是不能上傳東西或發東西，但就電視記者來說，工作上根本不用在 YouTube 上傳影片，所以對我來說沒什麼影響，就是在搜尋欄位打字搜尋，目前採訪災難，是都沒有碰過 YouTube 故障。

此外，三位電視記者 A、B 與 J 使用 Instagram 查證災難新聞，均表示未遭遇故障，因而三人均表示對 Instagram 有信賴感，當聽聞災難發生，皆多次使用 Instagram 查證。電視記者 B 說：「我跑災難的時候，IG 沒有故障過，平時工作要用，也沒碰過，當知道有災難，就會開來搜。」電視記者 J 說：「過去跑災難，沒碰過 IG 壞掉，所以會用 Hashtag（#）跟地標去搜。」電視記者 A 亦表示：

不管是地震還是暴雨淹水，還是颱風，在災難的時候，我是都沒有遇過 IG 壞掉耶，所以只要聽到哪邊有災難，就會打開 IG，去打災難類型，或是用地點，都去搜搜看。



第五章 研究結果與討論

本研究旨為探討記者報導災難新聞如何使用社群媒體查證，從上一章可以看出電視新聞記者查證自然災難，運用社群媒體查證之情境，以及在災難的發生、救援至恢復重建，三個階段使用社群媒體獲取的證據類型，與其對社群媒體的人際與科技信任信念。本章分為兩節，第一節將進一步統整結論第四章的研究發現，了解電視記者報導自然災難，使用社群媒體查證的情境與獲取的證據類型，以及其會運用社群媒體查證與採納社群媒體使用者之證據的原因。第二節為本研究之貢獻與限制，以及對於後續研究的相關建議。

第一節 主要研究發現

一、記者使用社群媒體解決災難訊息之不足

媒介依賴理論的巨觀層面，關注社會出現威脅及情況不明之際，包括災難，DeFleur 與 Ball-Rokeach (1989) 指出，當個人不能直接經歷或觀察所欲理解之事，就會需要通過媒介訊息排疑解惑，了解情況的發展。由於災難具突發性且影響範圍難以預料，電視記者大多是災難發生後接獲消息，因為不在現場，未能親身經歷，亦無法親自勘查，而僅握有零散的訊息，不明瞭災難事發經過及災情，此時，電視記者面臨即時壓力，需盡速了解災難所致之衝擊以完成報導，故會透過社群媒體解決災難訊息缺乏之問題，確認災難情形。對此，Bruno (2011) 指出在災難發生當下，記者尚未抵達事發現場進行採訪的期間，此時社群媒體上受災民眾、目擊者等人對災難情況的記錄或相關討論，可幫助記者快速查核災難現場狀況及災情。因此，2007年緬甸袞袞革命與2009年伊朗暴動，BBC均在Twitter、Facebook上進行新聞資訊的蒐集與確認，完成報導(Newman, 2009)。之後，2011年日本地震、2012年美國颶風重災、2013年波士頓馬拉松爆炸案、2013

年菲律賓海燕颱風、2016 年比利時恐攻事件等災難事件，多位新聞記者也都是使用社群媒體獲取證據，完成查證與報導（林照真，2014；Schifferes, Newman, Thurman, Corney, Göker, & Martin, 2014；Rauchfleisch, Artho, Metag, Post, & Schäfer, 2017）。

媒介依賴理論的微觀層面，是指出媒介上有個人達到目標所需要的訊息，當個人感知從媒介獲得的訊息有用，就會對媒介具有依賴，而依賴可被定義為個人感知媒介訊息的有用性。災難期間，社群媒體上網友的記錄與討論具有有用性，能夠補足電視記者不在現場與未經歷事件而缺乏的訊息，了解災難發生的經過、救援細節與恢復重建進度，及受災者與被指控方之間的爭議事件，達到社會理解目標。社群媒體上網友的證據，亦是電視長官與記者展開查證行動之依據，為決定前往現場採訪之地點與直接聯繫受訪者求證，達到行動定向目標。而電視記者使用社群媒體取得證據，還能夠在查證災難新聞時，向長官回報災難的情況，協助災區現場記者或駐地記者現場採訪，以及迫使事發單位出面回應，達到互動定向目標。

此外，Ball-Rokeach 與 Defleur（1976）提出媒介依賴理論時，表示當媒介能夠履行越來越多的功能，個人會增加對該媒介的依賴。談及社群媒體的功能，其重要意涵為 Web 2.0 和使用者生成內容（Kaplan & Haenlein, 2010；Obar & Wildman, 2015；Carr & Hayes, 2015），強調傳播內容的產製權力分散至個人，轉向以使用者為中心，達到分享訊息、知識與意見交流的行為實踐。因而，在社群媒體上，使用者不僅透過發文或直播以傳遞訊息，也可以留言或私訊，進一步互動。當多位社群媒體使用者分享與交換訊息，進行交流之際，電視記者從中能搜尋與追蹤災難相關訊息，亦能聯繫與訪問社群媒體使用者，獲取其對事災難件的說明，及找到災難現場的影片及照片等記錄，確認災難事發經過與影響。

二、記者在災難三階段均偏好獲取非供述證據

在災難的發生、救援與恢復重建等三階段，電視記者均會使用社群媒體，取

得照片、影片、數據或文字報告、文字訊息紀錄等非供述證據。電視記者認為相較於描述說明、分析評論等供述證據，非供述證據更具有效力，其一是電視新聞記者畫面需求獲得滿足。其二是電視記者可以從畫面找出線索，進一步比對網友所言是否為真。其三是電視記者會根據畫面撰稿，直接以畫面為證，作為一種事實呈現。

在災難發生階段，電視記者不在場而無法記錄事發過程，欠缺畫面，所以現場目擊者、當事人上傳至社群媒體的第一手現場照片與影片，為電視記者的主要消息來源，從中電視記者能確認災情。不過，因為電視記者尚未抵達災難現場，故會僅描述畫面顯示的內容，傳達災難事發經過與現場情形。再者，基於電視的畫面要求，電視記者偏好影像為證，因而目擊者、當事人在社群媒體發佈描述說明，並附有現場的照片或影片，皆會成為電視記者優先採納之證據。此外，電視記者會根據照片或影片錄製的現場狀況、錄製時間、錄製所用的軟體、影片中的對話聲音，核對目擊者、當事人的描述說明，確認其提供的災難相關訊息是否屬實。

在災難的救援階段，相較於供述證據，以物之存在為證的照片與影片等非供述證據，更強而有力，能讓記者迫使災難事發的主管單位出面回應，亦能使記者確認周邊災情嚴重程度，以決定是否進一步報導。此外，救援期間，電視記者報導主題其一為人物故事，當聽聞當事人的事蹟，電視記者會進一步透過當事人的社群媒體，取得與事蹟有關的照片與影片，佐證所聞之消息是否屬實，同時，照片與影片亦是電視記者論述的支撐，向觀眾表明該報導有所依據。在災難的復原重建階段，受訪電視記者認為，受災者與利害關係人，在社群媒體上指控需為災情負責的對象，其描述說明等供述證據，容易受到主觀意念影響，可靠程度不如數據或文字報告、訊息紀錄等非供述證據。

三、人際信任信念為親身經歷與專業均出於善意

電視記者查證災難時，會採納社群媒體使用者的貼文、照片、影片作為證據。電視記者表示對於社群媒體使用者的信任，主要基於目擊者的親眼目睹、官方對救災與復原進度的了解、專家學者的知識，當事人或利害關係人的親身經歷，且輔以文書資料發表說明，彰顯非憑空捏造，以及平面記者可長期駐點、無鏡頭的阻撓，易與當事人建立交情。因而，電視記者感知以上五種身分者均有能力描述災難爆發經過、救援細節，以及討論恢復重建之咎責議題。故此，電視記者對於目擊者、當事人或利害關係人、官方、專家學者、平面記者報導的信任程度較高。反之，社群媒體上的轉述聽聞者，未親眼目睹或未親身經歷災難，僅是轉傳他人的訊息，電視記者會感知其未有說明災難細節的能力，故對轉述聽聞者的信任較低。

從上亦顯示，電視記者對目擊者與當事人的信任，源於感知對方遵守自身在意的原則，意旨是否親自目睹或切身經歷災難，而知曉事發經過。因此，當社群媒體使用者願意回覆電視記者的訊息，不閃避電視記者的提問，能夠說明災難相關的人事時地物，且該說明與照片、影片顯示的內容相符，電視記者會認為該社群媒體使用者未說謊，確實在現場經歷災難或親自記錄現場情況，可信賴的程度較高。

另一方面，災難為公共利益議題，電視記者從中感知社群媒體使用者大多出於善意，提醒其他使用者避免行經有災情之地點，或請求儘速救援。電視記者還指出，社群媒體使用者都會一同檢核訊息，並指正錯誤訊息，因而不會有人上傳假訊息。再者，電視記者查證災難時，未遭遇網友蓄意造假與欺騙的情形，故感知網友具有可信賴性。此外，在恢復重建階段，討論災情咎責，受災的當事人或利害關係人，會於社群媒體點名應為災情負責者，對此電視記者認為任何一個人都不想無端受害，受災者僅是分享親身經歷，且因為災難衝擊範圍廣，故會視現身說明的災民，在為受災的族群爭取權益。因此，電視記者亦會信任受災的當事人或利害關係人於社群媒體發佈的描述說明。

四、科技信任信念為五大常用功能不易故障

針對電視記者查證災難新聞，會以社群媒體輔助之緣由。根據 We Are Social 和 Hootsuite 在 2018 東亞數位報告 (Digital in 2018 in Eastern Asia) 指出，台灣 2017 年臉書活躍社群使用者共有 1900 萬人，且全台 77% 的人會使用臉書，為最多人使用的社群媒體，其次為 YouTube，共有 75% 的人會使用，Instagram 則有 35% 的人會使用 (We Are Social, 2018)。由上可知，社群媒體擁有千萬使用者，又分布於全台個人，已遠遠勝過記者一人所有的人脈。論及電視記者對於社群媒體的科技信任信念，為社群媒體具有「社團」、「直播」、「留言」、「私訊」及「關於」欄等五大功能，以及關鍵字與篩選機制的輔助，且不易故障，均協助電視記者快速獲取用於確認災難的證據，故電視記者表示對社群媒體具有信賴。

以本研究所談為社群媒體為社群網站之類型，包括 YouTube、Instagram、Facebook 等三者為主。其中，電視記者認為 YouTube 雖然不易故障，且具有搜尋欄的關鍵字查找，以及時間的篩選功能，協助電視記者快速取得用於確認災難的證據。YouTube 雖然具有「社團」、「直播」等二項功能，但缺乏「私訊」功能，電視記者無法直接向發佈訊息的使用者探問求證，故僅有四位受訪的電視記者表示對 YouTube 具有信任，會運用 YouTube 確認災難相關訊息。

電視記者使用 Instagram 未出現故障，且擁有私訊功能，可以直接訊息發佈者聯繫與確認，亦有搜尋欄「主題標籤」(Hashtag / #) 查找，及地點與時間的篩選功能，能迅速獲得檢核災難的證據，不過，Instagram 缺乏「社團」功能，難以迅速統合社群媒體使用者的訊息，因而只有三位受訪的電視記者表示對 Instagram 具有信賴，會使用 Instagram 查證災難新聞。

相較之下，Facebook 囊括的功能最多，具有記者查證災難常用的五大功能，「社團」功能可集結社群媒體使用者的訊息，「直播」可記錄當下的最新發展，「留言」是各地使用者的即時回報與協力檢核，「私訊」能供電視記者進一步探問訊息發佈的使用者，「關於」欄則是讓電視記者根據社群媒體使用者的個人資

料、依此比對其所言，或了解該位使用者的經歷。此外，Facebook 的搜尋欄、時間與地點的篩選功能，有助於記者迅速過濾訊息，尤其，記者過往查證災難的經驗，通過搜尋欄的關鍵字查找，打上災難類型與地點，都能獲得能夠確認災難的證據。Facebook 除了具有記者查證災難所需的功能，又因為當機頻率低，即便故障，大多為無法發佈文章，不影響電視記者工作。因而，十位受訪的電視記者均表示對 Facebook 較為信任，而 Facebook 亦是十位電視記者查證災難必會使用的工具。



第二節 研究貢獻、限制與建議

一、研究貢獻

本研究援引媒介依賴理論的架構，關注電視新聞記者面對難以預料的災難，使用社群媒體查證之情形，包括災難發生、救援、恢復重建等三階段，依賴社群媒體取得的證據，以及對社群媒體人際與科技信任信念。過去媒介依賴理論研究主題多是探討一般閱聽人的媒介依賴，本研究將該理論首次用於工作情境中，探討電視記者查證災難新聞，對於社群媒體的依賴，因而進一步對媒介依賴理論提出討論。媒介依賴理論將依賴定義為個人感知媒介訊息對其目標達成的有用性，過去研究採用問卷調查法，讓受訪者自評媒介訊息的有用程度，為心理的感知，不過，電視記者的查證為使用媒介確認事件，屬於在情境中的行動，對此當依賴的定義為個人感知媒介訊息之有用性，將難以區分電視記者運用社群媒體是產生依賴，或視為一般的工具使用，故本研究發現此依賴的定義，無法得知電視記者在工作情境中是否對社群媒體具有依賴性。

再者，媒介依賴理論未加以區分個人依賴的對象是媒介本身，還是媒介上的訊息內容。電視記者報導災難，會使用社群媒體獲取救難單位及地方政府等官方的描述說明、照片與影片。不過，官方的說明與記錄，對記者而言，是查證時均會採納的權威消息來源（蕭伊貽，2011，頁 28）。因而，難以分辨電視記者依賴的對象為社群媒體還是權威消息來源。故此，本研究發現媒介依賴理論用於探討工作情境之時，尚有不足之處。

此外，目前國內研究尚未著墨新聞記者查證之證據類型，因而，本研究援引法律的證據論點，將新聞記者查證所需的證據分為「供述證據」（當事人或利害關係人的描述說明、現場目擊者的描述說明、轉述聽聞者的描述說明、官方權責單位的描述說明、家學者的分析評論、一般網友的分析評論）及「非供述證據」（新聞媒體報導、數據或文字報告、文字訊息紀錄、照片、錄音或錄影），依此

討論電視記者使用社群媒體查證災難時，偏好的證據類型，以及隨著獲取的證據不同，所採取不同的報導方式。

二、研究限制與未來建議

本研究限制之一為研究對象單一，由於新聞媒體類型不同，產製方式大相逕庭，對證據的偏好也不一致，基於本研究為初探新聞記者使用社群媒體查證災難，故此，根據過去研究指出電視記者是社群媒體的積極使用者，以及本研究之興趣，故僅聚焦於電視新聞記者，初步討論電視新聞實務使用社群媒體輔助查證災難的情境與獲取之證據，以及對於社群媒體人際與科技的信任信念。不過，本研究發現，電視記者常透過社群媒體常獲取平面報導，故後續研究可關注平面記者使用社群媒體獲取證據之類型。此外，在科技信任信念中，電視記者不會使用上傳功能，而當其故障並未影響電視記者對社群媒體的信任信念，不過上傳功能恐為網路記者工作時必備功能，故未來研究可討論網路記者對社群媒體的科技信任信念。簡言之，經由關注平面媒體、網路原生媒體等，理解各類媒體使用社群媒體查證災難的不同行動，及感知社群媒體人際與科技信任信念的差異，能夠更加釐清社群媒體在記者查證災難新聞中所扮演的角色。

限制之二為本研究在社群媒體的選擇，基於 Line 僅是認識者之間的互動，雙方必須互加為好友，才能進一步傳訊息、通話等交流，因此不符合 Ellison 與 boyd (2013) 所指社群網站使用者之間關係連結為公開，可自由瀏覽內容與互動之特色，故未納入討論。不過，實務上，新聞記者均會以 Line 與同業、官方等聯繫，因而建議後續研究可探討新聞記者查證時，使用 Line 取得證據之類型。

限制之三為研究案例類型僅侷限為自然災難，由此認識電視記者報導自然災難，使用社群媒體查證之行為特徵，以及對社群媒體使用者的人際與科技信任信念。不過，基於新聞記者信任信念感知，會根據情境有所變動，查證歷程亦會隨著災難規模大小，具有不同之處，建議後續研究可以納入人為災難，或依循災難的規模，挑選個案，分別就個案的特性，探討新聞記者使用社群媒體查證及對其

人際與科技信任信念之差異，釐清新聞記者所處情境、使用社群媒體查證，以及對社群媒體人際與科技信任信念，三者之間的關聯性。



參考文獻

- 內政部消防署 (2012)。《消防實用法令(101)》。新北：內政部消防署。
- 王舜偉 (2002)。《廣播賣藥節目研究－媒介系統依賴理論之觀點》。南華大學傳播管理學系研究所碩士論文。
- 王毓莉 (2001)。〈「電腦輔助新聞報導」在臺灣報社的應用—以中國時報、工商時報記者為研究對象〉，《新聞學研究》，68: 91-115。
- 朱應翔、孫珮瑾 (2015 年 1 月 29 日)。〈又 LINE 了嗎？—新型態通訊軟體的法律問題〉，《今周刊》。取自 <http://www.businesstoday.com.tw/article/category/154685/post/201501290047/%E5%8F%88LINE%E4%BA%86%E5%97%8E%EF%BC%9F%E2%80%94%E6%96%B0%E5%9E%8B%E6%85%8B%E9%80%9A%E8%A8%8A%E8%BB%9F%E9%AB%94%E7%9A%84%E6%B3%95%E5%BE%8B%E5%95%8F%E9%A1%8C>
- 吳芝儀、李鳳儒譯 (1995)。《質性研究導論》。台北：桂冠。(原書 Michael QuinnPatton [1990]. *Qualitative Evaluation and Research Methods*. London: Sage.)
- 吳冠霆 (2012)。〈偵查階段供述證據保全的法理探討—以刑訴法第一五八條之第二項為中心〉，《司法新聲》，101(1): 75-86。
- 李政賢、廖志恆、林靜如譯 (2007)。《質性研究導論》。台北：五南。(原書 Uwe Flick[2002]. *An Introduction to Qualitative Research*. CA:Stage.)
- 李榮耕 (2011)。〈傳聞證據之認定--最高法院九十九年台上字第四八號刑事判決〉，《月旦裁判時報》，9: 85-91。
- 江靜之 (2016 年 6 月)。〈記者求真路：論新聞查證〉，「2016 中華傳播學會年會」，嘉義：中正大學。
- 卓春英、盧芷儀 (2010)。〈貧窮、社會性別與災難〉，《社區發展季刊》，131: 154-168。

- 林金定、嚴嘉楓、陳美花 (2005)。〈質性研究方法：訪談模式與實施步驟分析〉，《身心障礙研究》，3：122-136
- 林昀璇(2016年9月18日)〈YouTube 推專屬社群平台 力抗 Facebook〉，《CNEWS 匯流新聞網》，取自 <https://cnews.com.tw/YouTube%E6%8E%A8%E5%B0%88%E5%B1%AC%E7%A4%BE%E7%BE%A4%E5%B9%B3%E5%8F%B0-%E5%8A%9B%E6%8A%97facebook/>
- 林裕順 (2007)。〈偵查階段供述證據保全的法理探討—以刑訴法第一五八條之二第二項為中心〉，《月旦法學雜誌》，149: 89-105。
- 林照真 (2013)。〈台灣電視新聞之災難報導：以「莫拉克」風災為例〉，《新聞學研究》，115: 141-185。
- 林照真 (2014年6月)。〈社群網站與新聞生產：從聚合觀點檢視全球性媒體如何經營社群網站〉，「2014 中華傳播學會年會」，台北：銘傳大學。
- 周玲秀 (2015)。《宗教電視台之災難新聞呈現—以大愛新聞為例》。政治大學傳播學院在職專班碩士論文。
- 周慶祥 (2011)。《新聞查證：理論與研究》，新北：風雲論壇。
- 胡幼慧 (編) (1996)。《質性研究：理論、方法及本土女性主義研究實例》。台北：巨流。
- 胡幼慧、姚美華 (2008)。〈一些質性方法上的思考〉。胡幼慧 (編)，《質性研究理論、方法及本土女性研究實例》，頁 27-45。台北：巨流。
- 范麗娟 (2004)。〈深度訪談〉，謝臥龍 (編)，《質性研究》，頁 81-126。台北：心理出版社。
- 施伯燁 (2014)。〈社群媒體—使用者研究之概念、方法與方法論初探〉，《傳播研究與實踐》，4(2)：207-227。
- 袁方 (2002)。《社會研究方法》。台北：五南。
- 陳向明 (2002)。《社會科學質的研究》。台北：五南。

陳百齡、王凌霄（2011）。〈判讀影音檔案：援引考據辨偽方法於新聞畫面查證工作〉，《臺大新聞論壇》，10: 3-53

陳宜加、陳瑩萱（2015年10月18日）。〈爆料照單全收 媒體賠上招牌〉，《中國時報》。取自 <http://www.chinatimes.com/newspapers/20151018000318-260102>

康庭瑜（2015年11月12日）。〈BBC 也會抄網路？老牌媒體的網路報導大冒險〉，《轉角國際》。取自 https://global.udn.com/global_vision/story/8664/1310166

1310166

陳啟垂（2018）。《民事訴訟法（下冊）》，台中：新學林。

莊晨伶（2017年2月15日）。〈2017年 Instagram 廣告會怎麼變？社群專家列3大行銷重點〉，《SmartM》，取自 <https://www.smartm.com.tw/Contact/About>

陳鈞瑤（2008年5月5日）。〈行動 UGC 服務發展分析 行動網路營運商概觀〉，《CTIMES》。取自 <https://www.ctimes.com.tw/DispArt/tw/Slide.com/UGC/Wikipedia/Google/Flickr/0805050000P1.shtml>

許福生（2014）。〈論兩岸刑事司法互助調查取證之證據能力〉，《日新司法年刊》，10: 150-164。

黃芳銘、楊金寶（2004）。〈從被害人理論探討國中女生網路交友性侵害潛在危險之研究〉，《師大學報》，49(1): 21-40。

黃郁瑋（2000）。《記者查證之判斷歷程研究》。輔仁大學大眾傳播研究所碩士論文。

黃偉誌（2017年8月9日）。〈社群媒體活躍用戶突破 30 億大關！而且沒有成長趨緩的跡象〉，《數位時代》，取自 <https://www.bnext.com.tw/article/45730/social-media-mobile-phone-global-digital-statshot-internet>

萬文隆（2004）。〈深度訪談在質性研究中的應用〉，《生活科學教育月刊》，3：17-23。

溫陽（2016）。《105年刑法及刑事訴訟法》。新北：千華數位文化。

溫陽、關偉（2018）。《108年刑法及刑事訴訟法》。新北：千華數位文化。

- 溫雅雯 (2016 年 11 月 3 日)。〈李妍憬與小黃司機互毆 記者會都沒說實話〉，《鏡周刊》，取自 <https://www.mirrormedia.mg/story/20161101ent017/>
- 趙永紘 (2014 年 6 月 1 日)。〈33 年前舊報紙 兇宅證據〉，《工商時報》取自 <https://www.chinatimes.com/realtimenews/20140601001208-260402>
- 趙敏雅 (2018 年 6 月)。〈分辨消息的真偽：電視新聞工作者查證網路素材之作為〉，「2018 中華傳播學會年會」，新竹玄奘大學。
- 劉秋伶 (2010)。《數位證據之刑事證據調查程序》。政治大學法律學研究所碩士論文。
- 鄭宇融 (2014)。《即時新聞與媒體勞動-以蘋果日報為例》。中正大學電訊傳播研究所碩士論文。
- 鄭勝得 (2018 年 3 月 24 日)。〈臉書掰掰 Instagram 成社群網站新寵〉，《中時電子報》，取自 <http://www.chinatimes.com/newspapers/20180324001016-260203>
- 劉蕙苓 (2014)。〈匯流下的變貌：網路素材使用對電視新聞常規的影響〉，《新聞學研究》，121: 41-87。
- 劉蕙苓、羅文輝 (2017)。〈數位匯流的新工具採納：記者的社群媒體使用與影響評價〉，《新聞學研究》，132: 107-150。
- 謝麗紅、巫珮如 (2017)。〈團體領導者工作同盟量表編製與相關研究〉，《中華輔導與諮商學報》，49: 17-52。
- 鍾蔚文、翁秀琪、紀慧君、簡妙如 (1999)。〈新聞事實的邏輯〉，《國家科學委員會研究彙刊：人文及社會科學》，9(4): 575-589
- 蕭伊貽 (2011)。《電視新聞工作者取用第三方影音素材之研究》。政治大學新聞研究所碩士論文。
- 羅雁紅、鍾宜珈 (2016)。〈「救急」的媒介溝通效果：以災難新聞為例〉，《傳播與社會學刊》，38: 37-82。
- 蘇健華 (2007)。〈WEB 2.0 發展介紹〉，《資訊社會研究》，13: 1-124。
- Amran, H., Liew, T. S., Abdul, W. M. K., & Rini, S. S. (2015). Smartphone

- Dependency and Its Impact on Purchase Behavior. *Canadian Center of Science and Education*, 11, 196-211.
- Ball-Rokeach, S. J. (1985). The Origins Of Individual Media-System Dependency. *Communication Research*, 12(4), 485-510.
- Ball-Rokeach, S., & Defleur, M. (1976). A Dependency Model of Mass-Media Effects. *Communication Research*, 3(1), 3-21.
- Ball-Rokeach, S. J., Rokeach, M., & Grube, J. W. (1984). *The Great American Values Test: Influencing Behavior and Belief Through Television*. New York, NY: The Free Press.
- Ball-Rokeach, S. J., Power, G. J., Guthrie, K. K., & Waring, H. R. (1990). Value-Framing Abortion In The United States: An Application Of Media System Dependency Theory. *International Journal of Public Opinion Research*, 2(3), 249-273.
- Belair-Gagnon, V., Agur, C., & Frisch, N. (2017). Mobile sourcing: A case study of journalistic norms and usage of chat apps. *Mobile Media & Communication*, 6(1), 53-70.
- Brandtzaeg, P. B., Lüders, M., Spangenberg, J., Rath-Wiggins, L., & Følstad, A. (2016). Emerging Journalistic Verification Practices Concerning Social Media. *Journalism Practice*, 10(3), 323-342.
- Broersma, M., & Graham, T. (2012). Social Media As Beat. *Journalism Practice*, 6(3), 403-419.
- Bruno, N. (2011) Tweet First, verify Later ? How real-time information is changing the coverage of worldwide crisis events. Retrieved from <http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/publication/tweet-first-verify-later> Google Scholar.
- Bruns, A. (2013) Social media and journalism during times of crisis. In J. Hunsinger, & T. M. Senft (Eds.) *The Social Media Handbook* (pp. 159-176).

- New York: Routledge.
- Carr, C. T., & Hayes, R. A. (2015). Social media: Defining, developing, and divining. *Atlantic Journal of Communication*, 23(1).
- Chari, S., Christodoulides, G., Presi, C., Wenhold, J., & Casaletto, J. P. (2016). Consumer Trust in User-Generated Brand Recommendations on Facebook. *Psychology & Marketing*, 33(12): 1071–1081
- DeFleur, M.L., Ball-Rokeach, S. (1989). *Theories of Mass Communication*. (5thed.). NY: Longman.
- Diekerhof, E., & Bakker, P. (2012). To check or not to check: An exploratory study on source checking by Dutch journalists. *Journal of Applied Journalism & Media Studies*, 1(2), 241-253.
- Ellison, N. B. , & boyd, D. M. (2013). Sociality through social network sites. In Dutton, W. H. (Ed.), *The Oxford handbook of Internet studies* (pp. 151–172). Oxford, England: Oxford University Press.
- Godler, Y., & Reich, Z. (2015). Journalistic evidence: Cross-verification as a constituent of mediated knowledge. *Journalism: Theory, Practice & Criticism*, 18(5), 558-574.
- Grabner-Kräuter, S., & Bitter, S. (2013). Trust in online social networks: A multifaceted perspective. *Forum for Social Economics*, 44(1), 48-68.
- Grant, A. E., Guthrie, K. K., & Ball-Rokeach, S. J. (1991). Television Shopping. *Communication Research*, 18(6), 773-798.
- Gulyas, A. (2016). Hybridity and Social Media Adoption by Journalists. *Digital Journalism*, 5(7), 884-902.
- Hermida, A. (2010). Twittering The News. *Journalism Practice*, 4(3), 297-308.
- Hermida, A. (2012). Tweets And Truth. *Journalism Practice*, 6(5-6), 659-668.

- Hirschburg, P.L., Dillman D.A., & Ball-Rokeach S.J. (1986) Media System Dependency Theory: Responses to Mt. St. Helens, in S.J. Ball-Rokeach, & M.G. Cantor (eds) *Media, Audience, and Social Structure* (pp. 117-26). Beverly Hills, CA: Sage.
- Hogan, B., & Quan-Haase, A. (2010). Persistence and change in social media: A framework of social practice. *Bulletin of Science, Technology and Society*, 30(5), 309-315.
- How does Verification work? (n.d.). Retrieved from Stony Brook University, Center for News Literacy Web site:
<http://drc.centerfornewsliteracy.org/content/how-does-verification-work-0>
- Ingram, M. (2014). Putting the Human Crowd to Work. In C.Silverman, (Ed.), *Verification handbook: A definitive guide to verifying digital content for emergency coverage* (pp. 70-75). Maastricht, Netherlands: European Journalism Centre.
- Jakob, N.G. (2010). No alternatives? The relationship between perceived media dependency, use of alternative information sources, and general trust in mass media. *International Journal of Communication*, 4, 589-606.
- Jung, J. (2017). Media Dependency Theory. In Rössler, P. (Ed.), *The International Encyclopedia of Media Effects* (pp.1-10). Chichester, West Sussex: Wiley Blackwell.
- Kiss, J. (2011, September 4). Andy Carvin: The Man Who Tweets Revolutions. The Guardian. Retrieved from <https://www.theguardian.com/media/2011/sep/04/andy-carvin-tweets-revolutions>
- Lankton, N. K., & McKnight, D. H. (2008, August). *Do People Trust Facebook as a Technology or as a "Person"? Distinguishing Technology Trust from*

Interpersonal Trust. Paper presented at the Fourteenth Americas Conference on Information Systems, Toronto, Canada.

- Larson, C. P. (1980). Efficacy of prenatal and postpartum home visits on child health and development. *Pediatrics*, *66*, 191-197.
- Little, M. (2012). Finding the wisdom in the crowd: Storyful helps news organizations verify social media. *Nieman Reports*, *66* (2), 14-17.
- Mafé, C. R., & Blas, S. S. (2006). Explaining Internet dependency. *Internet Research*, *16*(4), 380-397.
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An Integrative Model of Organizational Trust. *Academy of Management Review*, *20*(3), 709-734.
- McKnight, D. H., Cummings, L. L., & Chervany, N. L. (1998). Initial trust formation in new organizational relationships. *Academy of Management Review*, *23*(3), 473-490.
- McKnight, D. H. (2005). Trust in Information Technology. In G. B. Davis (Ed.), *The Blackwell Encyclopedia of Management, Vol. 7 Management Information Systems* (pp. 329-331). Malden, MA: Blackwell.
- Muir, B. M., & Moray, N. (1996) Trust in automation. Part II. Experimental studies of trust and human intervention in a process control simulation. *Ergonomics*, *39*(3), 429-460.
- Newman, N. (2009). *The rise of social media and its impact on mainstream journalism: A study of how newspapers and broadcasters in the UK and US are responding to a wave of participatory social media, and a historic shift in control towards individual consumers*. Oxford: University of Oxford, Reuters Institute for the Study of Journalism.

- Obar, J. A., & Wildman, S. S. (2015). Social Media Definition and the Governance Challenge : An Introduction to the Special Issue. *Telecommunications Policy*, 39(9), 745-750.
- Oberlechner, T., & Hocking, S. (2004). Information sources, news, and rumors in financial markets: Insights into the foreign exchange market. *Journal of Economic Psychology*, 25(3), 407-424.
- O'Reilly, T. (2005). What is Web 2.0: Design patterns and business models for the next generation of software. O'Reilly. Retrieved from <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>.
- Patwardhan, P., & Yang, J. (2003). Internet Dependency Relations and Online Consumer Behavior. *Journal of Interactive Advertising*, 3(2), 57-69.
- Rauchfleisch, A., Artho, X., Metag, J., Post, S., & Schäfer, M. S. (2017). How journalists verify user-generated content during terrorist crises. Analyzing Twitter communication during the Brussels attacks. *Social Media+ Society*, 3(3), 1-13.
- Schiffes, S., Newman, N., Thurman, N., Corney, D., Göker, A., & Martin, C. (2014). Identifying and Verifying News through Social Media. *Digital Journalism*, 2(3), 406-418.
- Shapiro, I., Brin, C., Bédard-Brûlé, I., Mychajlowycz, K. (2013). Verification as a strategic ritual: How journalists retrospectively describe processes for ensuring accuracy. *Journalism Practice*, 7(6), 657-673.
- Singer, E., & Endreny, P. M. (1994). Reporting on risk: How the mass media portray accidents, diseases, disasters, and other hazards. *Choice Reviews Online*, 31(5), 261-270.

- Skumanich, S. A., & Kintsfather, D. P. (1998). Individual Media Dependency Relations Within Television Shopping Programming. *Communication Research*, 25(2), 200-219.
- Steve Buttry. (2010). Tips on verifying facts and ensuring accuracy. Retrieved from <https://stevebuttry.wordpress.com/2010/10/28/tips-on-verifying-facts-and-ensuring-accuracy/>
- Tai, Z., & Sun, T. (2007) Media dependencies in a changing media environment: the case of the 2003 SARS epidemic in China. *New Media & Society*, 9(6): 987-1009.
- Thurman, N. (2018). Social Media, Surveillance, and News Work. *Digital Journalism*, 6(1), 76-97.
- van Dijck, J. (2013). *The culture of connectivity: A critical history of social media*. New York: Oxford University Press.
- Wardle, C. (2014). Verifying User-Generated Content. In C.Silverman, (Ed.), *Verification handbook: A definitive guide to verifying digital content for emergency coverage* (pp. 25-31). Maastricht, Netherlands: European Journalism Centre.
- We Are Social. (2010). Digital in 2018 in Eastern Asia. Retrieved from <https://www.slideshare.net/wearesocial/digital-in-2018-in-eastern-asia-86866557>
- Willnat, L., & Weaver, D. H. (2014). *The American journalist in a digital age: Key findings*. Bloomington, IN: School of Journalism, Indiana University.
- Winterlin, F. (2017). Trust in distant sources: An analytical model capturing antecedents of risk and trustworthiness as perceived by journalists. *Journalism: Theory, Practice & Criticism*, 146488491771600.