

國立政治大學傳播學院傳播碩士學位學程
碩士學位論文

中國大陸新冠肺炎假新聞特徵與事實查核研究

A Study of COVID-19 Fake News and the Fact-Check Process
in Mainland China



指導教授：林怡潔 博士

研究生：杜遙 撰

中華民國 110 年 05 月

謝辭

這座小島特別喜歡下雨，或許是文山區特別愛下雨，在修電影鑒賞的課時，老師說，作者的創作靈感經常來自於他所處環境，我在剛到政大時在朋友圈分享了一首小情歌，而在離開的時候，我希望用天天晴朗作為留給四年裡碩士生活的最後一首歌。

嘿，你好，我喜愛的小島。並不寬敞的指南路裡熙攘的人潮與車流，小貓咪與古早味早餐店擠滿學生的豆漿和蛋餅，麥側旁邊永遠擁擠卻有序的斑馬線，711裡的飯糰豆漿和茶葉蛋，打印店時不時當機的電腦和臭臉的阿姨，總圖窗戶外的晚霞和貓空纜車，聖誕市集與新年市集的金包銀和鹹酥雞。而這些風景裡，我最珍惜的是有你們的陪伴，賽男姐、頤姍、蔓婷與金枝在我學位考試的鼎力相助，耕與、郁琇、佳菡、李琪、菁莪、敏雅、宇軒、庭昊、哲維、嵩荃陪我度過了最難忘的生日，靜雯、小豪、舒怡一直以來地支持與陪伴，正華老師與梅芳老師細心地幫忙，以及願意接受我碩士論文訪談的所有受訪者。

我喜歡的小島，它擁有的善意是細碎卻溶於生活的暖意：

是蘇蘅老師在研究方法課前的早餐與課後的披薩和炸雞；是式文老師最後在郵件上寫你吃冰淇淋的樣子真的很可愛；是瓊文老師抱著 37 周的肚子說，這張圖片太血腥，妹妹在害怕；是威威老師在每次通話時都會輕輕地詢問你現在方便接電話嗎；是俊銘老師第一次當老師的認真與細心；是翠娟老師用心安排三校聯合的每週工作坊；是裕蔡女神在很久之後還能叫出我的名字；是昌德男神在得知我的生日後在課間特地跑去買泡芙給我慶生；是秀鳳老師和耀德老師一直關心著我學習的每一步；是祝帥老師與雪芳老師在我迷茫時的指點；是我的口試委員元輝老師與宇君老師對待學術的專業與嚴謹。

而我最要感謝的人是導師林怡潔老師，以及和我一個星座的方念萱老師，我不知道要如何形容我有多愛她們。應該這麼說，你有想過自己未來會成為什麼人嗎？我有，因為她們就是我想長成的樣子。沒想過，但是真實，此生有幸與賢者共行一段，不僅在學術上更在生活裡，一些改變就這樣美好地發生在我的身上。最後，我要感謝我的父母，很幸福也很幸運我有托底的父母，讓我有勇氣也有毅力不斷地挑戰自己，成就自己。是他們尊重我的選擇，支持我的決定，才讓我有機會與基礎完成碩士階段的學習。

碩士論文起始於 2020 年立春，止於 2021 年立夏。那一天武漢封城，這一天台灣啟動三級防疫警戒，我們被突發衛生公共事件裹挾著向前，而我的碩士論文研究選題也被人類歷史上的重大災難事件改變了方向。我常在想，傳播專業的學生於社會而言的責任在哪裡，完成碩士論文的時候，我或許明白一二。如研究觀察，事實查核從一個概念落在不同的地域，生長出不同的樣貌，在巨大的的輿論場裡，我們在驗證、校對、細分概念、尋找真相，最終去建立批判意識，並且帶著這樣的意識，在紛繁嘈雜的輿論環境中，去嘗試維持輿論秩序與安撫民眾心理。

研究之路漫漫，而我將繼續走下，因為縱有千古，橫有八荒；前途似海，來日方長。

《摘要》

在新冠肺炎流行期間，雖然全球新聞媒體密切關注新冠肺炎並加以報導，然而，新冠肺炎相關的「不實訊息」仍在各種媒體上不斷流竄，造成社會成員之間的恐慌與不信任，甚至影響防疫行爲。

因此，本文欲針對中國大陸在新冠疫情肺炎發生後，設立事實查核網絡專區的假新聞文本進行分析，更深入地探索不同時期的假新聞主題、形式、圖文的特徵。並分析查核文本如何拆解假新聞，使用何種查核來源以及查核新聞的敘事特徵。同時，從事實查核人員的角度出發，探究在事實查核中的方法與挑戰，以幫助事實查核機構打擊不實訊息。

本研究以 2020 年 1 月至 7 月中國大陸事實查核平台「騰訊較真」對於新冠肺炎相關查核文本爲例，以內容分析法深入探討在疫情發展不同時期的假新聞特徵，並分析查核文本的訊息來源以及拆解假新聞之策略與論述結構。其次，根據 HOI 三層級對中國大陸事實查核相關人員進行訪談，探討目前事實查核人員的查核流程。最後，總結出中國大陸事實查核面臨的挑戰以及提出方法與建議。

研究發現，假新聞主題趨勢變化與疫情發展情況相吻合。新聞陳述方式以敘事型最多，其次是推論型，新聞報道型及清單型；在所述對象中，以事件爲最常見，其次是某種食品／藥品／物品。大部分假新聞缺乏科學佐證，較多訊息來源爲個體網民透過社群媒體傳播。查核平台對類型結果認定爲謠言類爲最多，其中也有捏造、誤傳或不實資訊，亦有僞科學。

依循 HOI 模型的三個層級，就個人層面而言，查核記者的角色認知是黨政的喉舌，擔任反應輿論引導輿論的責任。從常規層面來看，在對訊息來源的可信度驗證上，目前主要是通過當地線人與記者聯通群，依靠數字技術手段的方式暫未形成有效地驗證體系。在判斷訊息來源的可信度上，記者主要遵循「權威性原則」、「屬地原則」、「科學性原則」以及「常識性原則」四項基本原則。而在組織層面，媒體機構受到編輯政策與組織文化的高度影響，查核新聞配合著重大突發公共衛生事件的議程設置，以達到媒體機構維持輿論穩定的責任。組織文化雖受到編輯政策的影響，但是卻爲記者在查核不同議題時提供可彈性的報導空間。根據分析結果，本研究提出建議未來中國因應突發衛生公共事件及相關假新聞時之相關作爲。

關鍵字：事實查核、假新聞、健康傳播、影響層次模型、新冠肺炎

Abstract

Since the discovery of confirmed cases of COVID-19 in Wuhan, China at the end of 2019, it has rapidly evolved into a severe pandemic spreading around the world within only a few months due to frequent global contact, which has tested the risk management and communication of global governments. Epidemic prevention is not just about preventing the virus and quarantining the patients. It also requires good risk communication so that the public can take appropriate measures and share correct information.

Therefore, this study aims to analyze the fake news texts in the Fact Checking Network area set up after the COVID-19 outbreak in mainland China, and further explore the theme, form and graphic features of fake news in different periods. It also analyzes how the check text deconstructs the fake news, what kind of check source is used and the narrative characteristics of the check news. And explore fact-checking methods and challenges from a fact-checker's perspective to help fact-checking agencies combat fake news.

This study takes the fact-checking texts related to COVID-19 from "Tencent's fact-checking platform" of China from January to July 2020 as examples and uses content analysis method to study the features of fake news, and the sources, strategies and structure of the verification texts. The study also uses qualitative method to analyze how journalists in mainland China conduct fact checking.

Based on the results from the empirical analysis. The findings showed that the topical trend of fake news are consistent with the development of the pandemic. The most common style of misinformation is narrative, followed by followed by inference, news report and checklist. As for the subjects, events are the most common, followed by a certain food/drug/article. Most of the fake news lacks scientific evidence, and most of the sources are individual netizens and spread through social media. The verification platform identified the most types of results as rumors, including the fabricated, misinformation or disinformation, and pseudo-science.

According to the three levels of the HOI model, from the personal level, the journalist's role perception is the gatekeeper of the party and government, taking the

responsibility of reflecting public opinion and guiding public opinion. From the conventional level, the credibility verification of information sources is mainly through the connection group of local informants and journalists, and the digital technology method has not yet formed an effective verification system. Journalists mainly follow four basic principles: "authority principle", "territoriality principle", "scientific principle" and "common sense principle". At the organizational level, Organizational culture is influenced by editorial policy, but it provides flexible reporting space for reporters to check different issues.

Based on the results of the analysis, this study provides suggestions for future actions in response to public health emergencies and related fake news in China.

Keywords: Fact-checking, Fake News, Health Communication, HOI model, COVID-19



目 錄

第壹章 緒論.....	1
第一節 研究背景.....	1
第二節 研究動機.....	2
第三節 研究目的.....	4
第四節、研究問題.....	5
第貳章 文獻探討.....	6
第一節 假新聞是甚麼？.....	6
一、假新聞發展與基本定義.....	6
(一)、假新聞的定義.....	6
(二)、中國大陸假新聞研究.....	8
二、假新聞的類型.....	11
第二節 假新聞與健康傳播.....	17
一、健康傳播的發展與定義.....	17
二、媒介上的健康傳播.....	18
三、突發公共事件中社群媒體上的健康傳播與假新聞.....	20
第三節 事實查核.....	24
一、事實查核的定義.....	24
二、事實查核的發展.....	27
(一)、西方事實查核現狀.....	27
(二)、事實查核的困境.....	31
三、中國大陸事實查核.....	32

(一)、大陸事實查核現狀.....	32
(二)、騰訊較真平台.....	35
四、事實查核與 COVID-19.....	38
(一)、事實查核方法.....	38
(二)、事實查核文本可信度.....	41
(三)、COVID-19 假新聞查核研究.....	42
第叁章 研究設計與方法.....	46
第一節 內容分析法與樣本選擇.....	46
一、內容分析法.....	46
二、研究對象.....	47
三、取樣時間.....	48
四、分析框架.....	48
(一)、內容特徵.....	49
(二)、表現方式.....	52
(三)、事實查核文本編碼.....	53
五、前測信度檢驗與資料分析.....	54
第二節 半結構式訪談與理論框架.....	56
一、半結構式訪談法.....	56
二、半結構式訪談理論框架.....	56
三、半結構式訪談要求.....	57
四、資料分析方式.....	58
第肆章 研究結果.....	59

第一節 假新聞特徵與表現方式.....	59
一、查核文本總體數量情況.....	59
二、假新聞時間與主題分析.....	60
三、假新聞陳述方式.....	62
四、假新聞內容特徵.....	63
(一) 所述對象.....	63
(二) 假新聞所述時間與地點.....	64
(三) 假新聞佐證.....	66
(四) 假新聞主張類別.....	67
(五) 假新聞訊息來源.....	68
(六) 假新聞出處類別.....	71
五、查核文本與假新聞分類.....	71
六、假新聞特徵與小結.....	76
第二節 查核文本結構.....	78
一、事實查核訊息來源.....	78
二、事實查核文本結構.....	79
第三節 事實查核訪談數據蒐集與分析.....	84
一、訪談數據蒐集.....	84
二、個人層面.....	84
三、常規層面.....	85
(一)、訊息蒐集.....	85
(二)、訊息加工.....	88

(三)、訊息分發.....	90
四、組織層面.....	91
五、查核人員訪談小結.....	92
第五章 結論與建議.....	95
第一節 研究結論.....	95
一、新冠肺炎時期假新聞文本特徵與防範措施建議.....	95
二、新冠肺炎時期事實查核流程與限制.....	99
第二節 研究限制與研究建議.....	102
一、研究限制.....	102
二、研究建議.....	103
(一)、學術研究層面.....	103
(二)、媒體實務層面.....	103
參考文獻：.....	104
附檔一：新冠肺炎大事記.....	128
附檔二：新冠肺炎時期假新聞內容分析項目說明.....	135
附檔三：半結構式採訪提綱.....	143

表 次

表 2-1：錯誤訊息矩陣.....	12
表 2-2：錯誤資訊分類.....	15
表 3-1：假新聞與查核文本項目內容分析編碼員前測信度表.....	55
表 3-2：半結構式訪談編碼框架表.....	57
表 3-3 研究問題與分析策略表.....	58
表 4-1：假新聞時間與主題數量分布與比例.....	60
表 4-2 假新聞陳述方式百分比.....	63
表 4-3：假新聞所述時間與地點百分比.....	65
表 4-4：假新聞佐證類型百分比.....	66
表 4-5：科學佐證個數百分比.....	67
表 4-6：假新聞所述訊息來源百分比.....	69
表 4-7：假新聞訊息來源與主題.....	70
表 4-8：假新聞出處類別.....	71
表 4-9：虛假訊息類別百分比.....	74
表 4-10：查核文本訊息來源.....	78
表 4-11：查核文本訊息來源與查核主題.....	79
表 4-12：騰訊較真查核文本結構.....	80
表 4-13：受訪者編碼表.....	84

圖次

圖 2-1：事實查核與驗證的區別.....	26
圖 2-2：全球事實查核機構數量.....	27
圖 2-3：中國大陸網路關謠過程概略圖.....	34
圖 2-4：謠言篩選步驟圖.....	37
圖 2-5：騰訊較真事實查核平台關謠流程圖.....	38
圖 4-1：查核文本數量分佈趨勢表.....	59
圖 4-2：假新聞所述對象百分比.....	64
圖 4-3：假新聞主張類別.....	68
圖 4-4：查核平台查證結果.....	72
圖 5-1：中國大陸查核記者事實查核流程圖.....	99



第壹章 緒論

第一節 研究背景

時間倒推回 2019 年 12 月 30 日，中國湖北武漢市部分醫院發現多例具有華南海鮮市場暴露史的不明原因的肺炎病例。李文亮等八位醫生在微信群中小範圍提醒親屬及同事需要注意這類似「SARS」的冠狀病毒。同一天，武漢市衛健委正式印發《關於做好不明原因肺炎救治工作的緊急通知》，通知中要求「未經授權任何單位、個人不得擅自對外發布救治資訊」。在 2019 年的最後一天，武漢市衛健委發佈《武漢市衛健委關於當前我市肺炎疫情的情報通報》，該通報中稱目前發現的 27 例病例中 7 例病情嚴重，其餘病情「穩定可控」。

如果有預知後果的能力，作為發哨子的人之一的艾芬醫生在接受騰訊網（2020）的採訪中說：「作為當事人的我非常後悔，早知道有今天，我管他批評不批評我，『老子』到處說，是不是？」。

2020 年 1 月初，武漢華南海鮮市場關閉、李文亮等八名醫師在漢市中南路街派出所簽下「訓誡書」，1 月 7 日，WHO 將武漢不明原因肺炎命名為 2019 新型冠狀病毒（Novel coronavirus, 2019-nCoV），接著武漢出現首例肺炎死亡病例。1 月 20 日，中國工程院院士鐘南山稱該病存在「人傳人」現象，具有武漢旅居史的病例逐漸在全國各省份出現。三天後武漢封城，全國抗「疫」序幕正式拉開，作為輸送歸家遊子的重要車站——漢口火車站周邊聚集了無法出城的旅客。所有武漢進出口要道拉起警戒線、放置柵欄，員警、軍人實行 24 小時值守。接下來的幾週，新冠肺炎快速擴散使得武漢各醫院的醫護人員面臨前所未有的壓力，醫療物資緊缺、病患人數不斷增加、武漢各大醫院一位難求。緊接著全國 31 個省份陸續啓動「重大突發公共事件一級響應」，不僅香港、澳門陸續出現首例確證病例、乃至於台灣、新加坡、東南亞等國，以及歐洲、美洲等地區不斷增加新冠肺炎病例，成為影響全球的傳染病大流行。

2020 年春節如期而至，只是這個春節武漢靜止了，湖北靜止了，喜迎新春的中國大地忽然「安靜了」，沒有走親訪友、闔家團聚，有的是「這是從 XX 發回的報導」的抗「疫」聲音匯聚於電視新聞中；是「叮、叮、叮」微信、微博、短信 24 小時不停地推送的防疫訊息；是「叩、叩、叩」社區工作人員挨家挨戶

地排查詢問；是藥局門口消費者頻頻探問「還有嗎？還有嗎？」人們急急等待一時間被瘋搶光的口罩和酒精的迫切詢問；是空無一人的街道上冬風「呼、呼、呼」肆意衝撞的聲音；是新年午夜零點人們彼此互傳「祝你平安健康」的語音裡對新年的期盼與焦慮。疫情突如其來，人們不知道這次的疫情什麼時候能結束，無法判定常見的咳嗽、發熱是不是新冠肺炎的前兆，更不知道網路上傳播的訊息（中國大陸用語為「信息」）是真是假。新冠肺炎疫情忽然爆發，使人們生活秩序突然陷入反常，鋪天蓋地的資訊不斷透過大眾媒體、社群媒體湧入生活中，人們雖居家隔离，卻無法徹底地隔離惶恐與焦慮。

第二節 研究動機

突發流行性疾病容易引起社會恐慌，擾亂國家安全與人民生活，不僅是疾病本身對人們健康造成威脅，還由於人們對突發性疾病現狀的「不了解」，使得恐慌心態蔓延到整個社會（張夢新、李勤，2003）。根據 DeFleur & Ball-Rokeach（1976）提出的媒介依賴理論（Media-system dependency），媒介系統、社會系統與受眾系統三者間是依存並且互動的關係，其中，社會的變動越是劇烈，對人造成的不確定感也越強，閱聽人對媒介依賴也就越深。

由於在疫情發生初期，官方媒體缺位，尤其是武漢當地媒體並未傳遞出及時有效的資訊，疫情相關報導篇幅較少，因此延誤了資訊公開與擴大傳播影響的最佳時機（樂軼玫，張雅琦，2020）。而在社群媒體與網際網路普及的年代，人們在面對突發事件時較常求助於網路獲取訊息，根據《大數據文摘》與《微博熱搜排行版》數據統計，從1月1日至2月21日每天中午十二點微博熱搜榜前50的條目，一共得到2600條熱搜數據。其中，武漢封城當天微博熱搜榜前50條有31條與新冠肺炎相關，搜索量合計達到553億次（〈兩個月微博熱搜分析〉，2020年2月21日）。1月20日至2月3日，根據內容產品服務平台《新榜》提供的數據在採取的31萬個微信公眾號活躍樣本中，標題與「抗疫」、「疫情」、「肺炎」有關的微信推文共達97萬篇，平均閱讀量3425.3次，是同期所有文章平均閱讀數（1853.9）的兩倍（〈新榜數據〉，2020年3月20日）。此外，2月份微信公眾號有29篇閱讀量破千萬，在看數10萬以上的內容也全部與疫情有關（〈新榜數據新媒體2月抗疫記錄〉，2020年3月9日）。

當網路平臺提供大量疫情訊息的同時，卻也讓假新聞傳播有機可乘。在此次新冠肺炎疫情發展的前期，新浪微博已出現不少與健康有關的假新聞，例如：「喝高度酒、蒸桑拿可以抵抗新型冠狀病毒、嚼大蒜可治療新型冠狀病毒感染的肺炎、雙黃連可以預防新型冠狀病毒」（〈關於「新型肺炎」的 10 大最新謠言〉，2020 年 2 月 20 日），其微博熱度峰值平均在 25 至 28 之間¹；社會議題相關的假新聞也出現，例如：「武漢紅十字會售賣壽光援助的蔬菜、武漢協和醫院西院自製口罩及塑膠袋充作防護服、世衛組織宣佈中國為疫區國」（來源同上），根據《廈門日報》（2020）的調查，此類假新聞在新浪微博的熱度峰值最高達到 74.44，最低也達到 52.8，顯示出在社群媒體上假新聞受到許多關注。

目前學界對假新聞的定義眾多，Wardle（2017）將「假新聞」中的「假」拆解開，分為兩種：錯誤訊息／誤傳（mis-information）指無意間發佈的虛假訊息，與不實訊息（dis-information）指故意製造與發佈已知的虛假訊息，即錯誤的內容，包括從故意到有意控制欺騙等都是假新聞。

近年假新聞對社群媒介用戶的影響，已逐漸受到學界關注，在數位匯流的時代，真假訊息混合有可能導致公眾困惑、沮喪、麻木、訊息負載過重或對以驗證的健康建議採取抵制行為（Arora, Hesse, Rimer, Viswanath, Clayman, & Croyle, 2008; Nagler, 2014）。世界衛生組織（2013）也指出錯誤的訊息傳播，包括假新聞會對健康議題產生重大影響。亦有學者注意到假新聞對健康傳播產生影響，並探討疫苗接種、營養、幹細胞等主題相關假新聞之研究（Marcon, Murdoch, & Caulfield, 2017; Lazer, Baum, Benkler, Berinsky, Greenhill, Menczer, & Schudson, 2018）。

在面對重大突發事件時，假新聞的影響力不容小覷，Boehm（1994）很早便指出當人們對健康訊息猶豫不決時，若在假新聞中反覆暴露人們就可能相信假新聞並且產生有效效應（validity effect），若假新聞證實人們的先驗知識或假設，即確認偏誤（confirmation bias）（Nickerson, 1998），就可能危及其接受正確訊息。如果存在具有組織性的錯誤資訊網路，就可能導致公眾遠離準確的資訊並促使公眾輿論呈現兩極化（Marcon, et al., 2017）。Zhou & Zafarani（2018）的研究指出，受到社群媒體中演算法與回聲室效應（echo chamber）的影響，相較於傳

¹ 熱度峰值：數字代表相對於圖表中指定區域和指定時間內最高點的搜索熱度，熱度最高的字詞得 100 分；熱度是前者一半的字詞得 50 分；沒有足夠數據的字詞得 0 分。

統的報紙與電視，假新聞在社交網路上的傳播速度更快，且傳播成本更低。張振宇、喻發勝、王然（2019）對中國大陸近 20 年的假新聞文獻進行梳理，發現在特定歷史脈絡與社會語境中假新聞反映了社會現實問題、大眾群體心理以及權力的運作方式。匡文波與武曉立（2020）指出人們獲取謠言中的訊息，用來滿足因為焦慮、恐慌或害怕等心理因素所帶來的不安感，構建對於「事實」的自我理解，並且通過轉發訊息來宣洩情緒，基於此動機也使得新冠肺炎時期假新聞的搜索量一度在各個平臺熱度不減。

第三節 研究目的

中國大陸作為新冠肺炎疫情主要發生地，也是主要輿論陣地，假新聞、謠言一直在此消彼長地進行中。因此，在一月底，各大媒體與查核²機構全力參與疫情相關訊息的整合與報導，主流媒體利用其專業性與權威性，佔據媒體報導的主體部分，無論是中央主流媒體 CCTV、《人民日報》還是以《財新》為代表的市場化主流媒體，或是地方媒體如《楚天都市報》的新媒體客戶端，都在搶第一時間發佈即時內容，通過兩微一端（微博、微信、客戶端）並結合圖文與影像的多渠道覆蓋受眾。

此外，官方事實查核機構與媒體平台紛紛開闢出新冠肺炎關謠專欄，幫助民眾在魚龍混雜的資訊世界裡甄別訊息。以騰訊旗下的「較真查證」平台為首的媒體互聯網平台，於 2020 年 1 月 18 日聯合中國醫師協會健康委員會開闢「新型冠狀病毒肺炎實時關謠專區」；作為由中央網信辦違法和不良資訊舉報中心主辦、新華網承辦的官方關謠平台「中國互聯網網路關謠平台」在 1 月 22 日開闢「新冠肺炎疫情防控關謠專區」，聯動各地媒體平台與地方權威機構，第一時間發佈官方權威關謠訊息。佔據中國市場份額 73.7% 的微信則引進第三方關謠機構，對微信平台中的不實訊息進行關謠；微博平台推出的關謠小助手，則從 2020 年 2 月 7 日開始，每兩日向微博用戶推送微博上假新聞的匯總訊息。以上這些查核機制在中國新冠肺炎疫情中扮演最重要的假新聞事實查核角色。

2020 年上半年間，隨著疫情在亞洲地區快速擴散、非洲地區出現確診病例、歐洲地區迎來疫情爆點。在全球抗擊新冠肺炎的戰場之外，社群媒體儼然成爲另

² 中國大陸稱為事實核查，臺灣則用事實查核

一個戰場，不實資訊在跨國、跨語言、跨社群平台之間流竄，中國大陸在經歷了「疫情潛伏期、疫情爆發期、疫情可控期」後，又迎來了全球疫情爆發。目前尚未有研究對 2020 年上半年，中國社群媒體上的肺炎疫情相關假新聞進行完整的探索，中國大陸的假新聞/謠言，乃至全球的假新聞影響在此次新冠疫情期間已達到「關鍵時刻」。錯誤訊息的「訊息流行」(infodemic) 影響著人們的社群媒體訊息環境，查核機構要如何澄清假新聞，成為此次疫情期間中國大陸事實查核面臨的挑戰。事實查核人員在因應媒介環境的改變，尤其是在訊息複雜與多元的背景下，如何對假新聞進行事實查核，以確保（在新冠疫情期間）查核文本的可信度，以及查核平台如何聯動合作，達成快速消解假新聞的目的，也是值得探究的問題。

因此，本文欲針對中國大陸在新冠疫情肺炎發生後，設立事實查核網絡專區的假新聞文本進行分析，更深入地探索不同時期的假新聞主題、形式、圖文的特徵。並分析查核文本如何拆解假新聞，使用何種查核來源以及查核新聞的敘事特徵。同時，從事實查核人員的角度出發，探究在事實查核中的方法與挑戰，以幫助事實查核機構打擊不實訊息。

第四節、研究問題

- (1)、從 2020 年 1 月到 7 月，新冠肺炎相關假新聞，在不同階段，其主題、訊息結構、陳述方式、類型、主張、訊息來源，呈現怎樣的趨勢變化？
- (2)、從 2020 年 1 月到 7 月，新冠肺炎事實查核文本中，查核訊息來源與查證結果，有什麼特徵和趨勢？查核文本的敘事結構為何？
- (3)、事實查核相關領域的從業人員對於新冠肺炎疫情相關事實查核的認知與查核新聞的價值判斷為何？事實查核的流程為何？媒體機構內的編輯政策與組織文化對事實查核有何影響？

第貳章 文獻探討

第一節 假新聞是甚麼？

本部分首先將梳理假新聞的定義發展，並確定本研究所指假新聞的意義，其次通過對中國大陸假新聞的定義、產生脈絡與原因等因素進行回顧，找出大陸假新聞研究的空白與不足。最後通過梳理假新聞的類別與背後動機，繪製出假新聞類別表，為後續分析提供概念框架。

一、假新聞發展與基本定義

(一)、假新聞的定義

二十一世紀網路與社交媒介快速發展，「假新聞」(fake news)也逐漸流竄於不同社群媒體平台間，滲透到民眾的日常生活中，然而假新聞並非新現象。十九世紀時美國的《太陽報》以天文學為主題對月球的長篇報導，帶來了極高的日銷量，但最後被證實其內容為「假新聞」，被人稱為「月亮的騙局」(the great moon hoax)。《旁觀者》雜誌在1898年就曾把「假新聞」描述為「內容是由故事新聞組成」，此時的「假新聞」僅以名詞而非概念存在(汝緒華，2019)。到了十九世紀末，不少報章媒體為了追求發行量與廣告收入，將煽情主義運用到新聞報導中，訊息未經查證便被刊發，更是使得假新聞的生產進入高峰，稱之為黃色新聞時期(yellow journalism)(Shumate, 2017)。這股黃色新聞浪潮在二十世紀初落幕，二十世紀八十年代末，美國出現以諷刺新聞為主的新聞組織，於是帶有鮮明諷刺意味的「洋蔥新聞」開始出現。借古鑑今，可以得知訊息正確與否，能夠影響政治權力，也能對社會大眾的心理產生影響。從黨派之爭的假新聞到煽情的小道消息、黃色新聞，乃至於以惡搞與諷刺的假新聞，早在社群媒體興起前，假新聞就已經存在。

在2016年美國總統大選期間(Albright, 2016)，由於社群媒體上充斥著虛假訊息與假新聞，使得學界與政界熱烈關注假新聞相關的問題。除了美國總統大選，有不少「假新聞」的熱點多與政治議題相關，例如英國脫歐公投、法國與德國大選、加泰羅尼亞獨立公投等都成為「假新聞」探討的案例(林照真，2018)。

羅世宏(2018)指出，假新聞的傳播與其帶來的社會影響，使我們不得不關注背後的政治社會脈絡與經濟狀況。但目前假新聞的定義為何卻尚未統一，

Allcott & Gentzkow (2017) 的研究中，將「假新聞」定義為可能誤導讀者的故意捏造的「新聞文章」，並指出假新聞的生產動機是獲取商業利益或宣傳意識形態。假新聞並不是為了告知，而是希望散播懷疑的種子，讓人分心，並且提供矛盾的、使人困擾的新聞訊息 (Borel, 2017)。儘管「假新聞」多指社群媒體上的虛假新聞，但也用於抹黑與攻擊新聞機構的重要報導，妖魔化傳統新聞組織，因此，關於假新聞的討論的更加混亂 (Tandoc, Lim, & Ling, 2018)。

從假新聞早期的發展歷史可以看出，假新聞的產生多與官方機構或是新聞媒體的錯誤報導有關。臉書公司在 2017 年發佈的研究報告中，將與新聞相關的虛假訊息定義為錯誤新聞 (false news)。然而在社群媒體與網路的快速發展過程中，假新聞只是披著「新聞」外衣的模仿、偽造與替換的錯誤訊息嗎？其實，美國學界使用假新聞 (fake news) 時也指出並非與新聞機構有關，因為美國大選期間假新聞的多數來源並非主流媒體，但因為沒有適當的名詞只能用假新聞 (fake news) 指稱。此外，眾多假新聞文本也並不符合新聞的最基本定義，Lazer, et al. (2018) 提出這些捏造出來的訊息模仿「新聞內容」，且缺少新聞媒體的規範編輯流程，其準確性與可信度遭到質疑。

根據 Allcott & Gentzkow (2017) 對 2016 年社群媒體與假新聞的研究，排除了六項「類假新聞」的分類：1、無意的錯誤報導；2、謠言並非來自於某則新聞報導 (排除了坊間公眾自發散佈的謠言)；3、陰謀論 (常源於人們自身的認知想象)；4、諷刺內容誤解為事實；5、執政者的虛假陳述；6、報導失真但並未完全錯誤 (扭曲而非過濾 (黃宇弘, 2019))。然而，這六項分類隨隨著假新聞的定義逐漸清晰以及研究數量的增加皆被納入了假新聞的分類類別 (Tandoc, et al., 2018; Zannettou, et al., 2019)。

假新聞的定義為何？Claire Wardle (2017) 指出假新聞 (fake news) 這一現象的訊息已經超出「新聞」範疇，而可應用在整個訊息生態系統的相關現象。

Wardle (2017) 將「假新聞」中的「假」拆解依照意圖分為兩種：錯誤訊息 (mis-information) 與不實訊息 (dis-information)，錯誤訊息 (mis-information) 是指無意間發佈的虛假訊息，不實訊息 (dis-information) 則是指故意製造與發佈已知的虛假訊息。此外，還需關注假新聞的三個重點：(1) 不同類型的內容；(2) 創造內容的動機；(3) 內容傳播方式。關於假新聞的創造動機，有學者認為這些錯誤訊息經常透過社群媒體快速傳播，創造點擊率，目的多是獲取商業

或政治利益（蘇蘅，2018；Wardle, 2017）。Craig Silverman（2017）也用「假新聞」來指涉完全為盈利而創造和傳播的「虛假訊息」。Meel & Vishwakarma（2019）則將「假新聞」定義放置於更大的脈絡背景下，即將訊息生態系統中被污染的訊息，定義為虛假訊息（false information），其中包括假新聞（以類新聞稿形式出現的假新聞）、謠言、諷刺、模仿等。

綜上所述，假新聞得到學界較為統一的定義是內容失實，且可能被操控、目的是獲取利益虛假訊息。因此，本文以 Claire Wardle（2017）定義為主並結合 Meel & Vishwakarma（2019）的定義衍生，整合為本文所稱「假新聞」，意即不止於通過新聞媒體傳播的虛假新聞，而是泛指在互聯網與社群媒體上「多種類」內容失實/錯誤的虛假訊息。

（二）、中國大陸假新聞研究

在中國，探究假新聞出現至少可追溯到十世紀至十三世紀的宋代，當時在雕版印刷術日漸盛行之下，政治分野與學術歧見引發的激烈黨爭產生「假新聞」，「邸報」便成為假新聞的傳佈媒介（周寶榮，2002）。而在清朝乾隆時期發生的「叫魂」事件即為謠言造成的社會恐慌，由於貧富懸殊的社會差距，剪髮剃頭的民間辟邪迷信被貼上政治「陰謀論」的標籤，影響力蔓延至十二省，險些威脅清朝統治。中國在現代意義報刊誕生後，從原始失實到官方謠言，假新聞一度氾濫成災（李良榮，1982）。

中國大陸學界與業界雙重認可的學術期刊《新聞記者》，自 2001 年開始每年匯總書寫的《年度虛假新聞報告》成為大陸學者對假新聞研究重要參考範例（呂山、李理，2017；肖松瓊，2019；陳盼盼，2019）。筆者根據《互聯網發展歷程》從 2011 年各大企業微博、媒體微博、政務微博的井噴式發展的社群媒體元年為起點，梳理近九年來《年度虛假新聞報告》中虛假新聞的發展，從研究對象、定義、產生原因、傳播模式與治理進行討論。

首先，在研究對象的選擇上，《年度虛假新聞報告》的目的是從傳統媒體的出發點研究虛假新聞，以助於規範傳統媒體新聞行業。因此，在近九年的研究中，研究對象主要選自「報紙與媒體互聯網門戶網站」。在 2013 年是媒體的轉型年，媒體的官方微博、新聞客戶端、微信公眾號帶來的媒體融合使得虛假新聞數量大幅度增加，並且不少官方與主流媒體集體淪陷於虛假新聞的製造與傳播，因此《虛

假新聞報告》將媒體的官方微博、新聞客戶端、微信公眾帳號也納入虛假新聞的研討範圍。不過，2019年，《虛假新聞報告》提出，區分「專業媒體」與「自媒體」的新聞生產與傳播變得困難，自媒體的新聞生產與傳播為了獲得更高的點擊率，目的與立場可能存在偏頗產生虛假新聞，而專業媒體常常未經審核地使用自媒體的訊息源，便會造成社群媒體上假新聞的傳播。

《虛假新聞報告》的研究對象範圍逐漸拓展，從「報紙與媒體互聯網門戶網站」逐漸納入社群媒體微博、微信中的官方與媒體的帳戶，而專業媒體與自媒體的新聞生產與傳播難以區分後，在2019年的假新聞案例分析中選擇了自媒體微信公眾號所發佈的假新聞案例。雖然，《虛假新聞報告》還是著重於傳統新聞媒體散佈的虛假新聞，但是研究對象的取樣範圍也逐步擴展，這也與假新聞定義改變有著密不可分的關係。

其次，大陸假新聞的定義有所改變，但始終圍繞者媒介上的虛假、錯誤新聞。在2018年之前，《2015年度虛假新聞報告》中的假新聞是指，經過「新聞媒體報導」的失實、虛假的新聞。假新聞應當與網路上所流傳的謠言區分開，網路謠言只是假新的新聞來源而非假新聞。即社群貼文傳播再廣，影響力再大若「無專業媒體的報導」都不能稱為新聞，此為貼文與新聞的界限也同樣是謠言與虛假新聞的區別。此外，虛假新聞最重要的一條是違背新聞「真實」的性質。然而，2018年《年度虛假新聞報告》提出，學界應該對假新聞的研究範式進行修改。雖然《年度虛假新聞報告》研究虛假新聞的標準僅限於專業媒體和門戶網站的錯誤新聞，但必須承認的是，虛假新聞的邊界開始變得模糊。如今，社群媒體成為人們獲取資訊的主要渠道，資訊生產者從專業媒體擴大至普通用戶，專業媒體不再是唯一的甚至主要的新聞生產者與傳播終端（劉鵬，2019）。虛假新聞（fake news）的概念已經不足以解釋媒體融合後的虛假新聞現狀，在2019年的《年度虛假新聞報告》中研究者提出，根據歐盟2018的虛假新聞報告，虛假新聞意指「有意設計和推廣造成威脅公共權益與謀取利益的虛假、不準確的誤導訊息（Kalsnes, 2018）。

從大陸虛假新聞定義的改變可看出，從錯誤訊息需要「專業新聞」加持後才算是虛假新聞、堅持謠言等錯誤訊息只是虛假新聞的來源，到二元對立的不具備新聞真實性便是假新聞，假新聞定義始終圍繞著專業新聞的定義展開。而2018年後，媒介融合、自媒體興起、平台算法的影響力漸增，《年度虛假新聞報告》

也開始參考國外學術界的定義。

此外，假新聞的傳播模式也從傳統大眾媒介的單向傳播轉為多渠道擴散。2011年至2012年，互聯網成為假新聞的重要傳播管道，主要有兩種傳播形式：（1）、報紙刊發新聞→網路媒體轉載→廣泛傳播；（2）、微博首發→網路擴散。此時的虛假新聞還是較為單一的傳播路徑。在2013年，各種媒介呈現多功能一體化的趨勢，媒介融合現象產生，最為明顯的現象是出現了圖片與影像引發大量斷章取義的虛假新聞。在2017年，社群媒體依然是虛假新聞產生的溫床，同時社群媒體既是虛假新聞爆發的源頭，又在傳播過程中成為助推器。而在2019年，虛假新聞走向了「新聞生態系統」內的傳播，在專業媒體平台與自媒體之間融合傳播。

最後，假新聞產生的原因，分為新聞媒體行業內部的原因與社群媒體的原因。新聞行業內產生虛假新聞的原因是：1、新聞記者故意編造或技術失誤；2、配合黨政機關意識形態的片面宣傳與幫助企業公關宣傳獲取經濟利益。3、傳播機制的漏洞，社群媒體與互聯網帶來的新的新聞工作常規（news routine）帶來的事實查核的困難，使得媒體和記者製造虛假新聞的幫手；4、「流量至上」成為當前媒體進行新聞生產的主導邏輯。5、虛假新聞成因：傳統媒體犯錯成本低；6、媒體人混淆網帖和新聞的概念，出現「網帖新聞化」的虛假新聞。

社群媒體造成虛假新聞的原因是：1、新媒體傳播生態模糊了事實與虛構的界限。2、去人工化的演算法主導熱點內容被機器自動抓取，未經編輯核實就推送給用戶，進一步成為其他媒體進行報導的資訊來源，於是導致虛假新聞的大面積擴散。3、社群媒體上各類自媒體（商業網站及其平臺，各種政府機關、企事業單位和自然人等）針對熱點事件發聲，眾聲喧嘩而產生的虛假訊息傳散。4、社群媒體平臺為具有社會敏感問題的虛假新聞的快速擴散提供管道，傳播範圍廣、關謠難。

整合近九年來的《年度虛假新聞報告》可知，隨著科技物的發展與社群媒體平台擴大與普及，虛假新聞的定義與傳播對象開始改變，雖《年度虛假新聞報告》更加關注「報紙與媒體互聯網門戶網站」，但是社群媒體與自媒體中的虛假新聞也得到重視。然而，白紅義、張恬、陳斌（2019）也提到，在中國的新聞語境下，虛假新聞目前尚未構成新聞業中的「關鍵時刻」（critical incident）（Tandoc et al., 2018）引起訊息道德恐慌（information moral panic）。因此，國內外的假新聞研

究截然不同，學術界對其的重視也有較大差異。

根據中國大陸 1980 年至 2018 年的假新聞學術研究進行反思，張振宇、王然等人（2019）提出目前研究的四個特點：1、從新聞典範上看，大陸假新聞主要集中在新聞真實性的思辨研究與治理策略研究。2、從研究成果與學術及創新上，未引起學術界的重視。3、在新聞學與其他社會學科裡，還存不同於主流批判視角的「邊緣話語」，有利於重新審視假新聞。4、研究文獻來源與假新聞取樣局限於國內案例與譯著，較少參考國外範式。

不可否認的是，隨著互聯網與社群媒體深入日常生活的肌理，中國大陸目前的假新聞生態系統已經成形（白紅義等人，2019）。但目前，中國大陸的假新聞研究仍著重於新聞機構的假新聞生產研究，以及政府措施與媒體平台的假新聞治理研究。在資訊浪潮下，假新聞生成方式、傳播模式以及表現樣態日趨複雜，若僅以專業新聞媒體為考察對象，勢必無法勘探假新聞發展的全貌。因此本文將參考國外假新聞的研究範式，欲提供更為完整的假新聞定義與研究方法，對假新聞研究進行補充。

在釐清假新聞的定義之後，假新聞的類型究竟有哪些？是如何產生的？也成為學術界研究的問題，以下則更進一步說明目前為止學界對於假新聞研究類型的發現與趨勢。

二、假新聞的類型

Tandoc et al.（2018）通過谷歌學術數據庫在 2003 至 2017 年間，以「假新聞」為關鍵字，搜索到 34 篇學術文章，基於此他們歸納出六種假新聞類別，分別為：諷刺（*satire*）、模仿（*parody*）、捏造（*fabrication*）、圖片操縱（*photo manipulation*）、宣傳（*propagation*）、廣告（*advertisement*）。

1、新聞諷刺（*news satire*）：在評論文章與節目組最常見的操作假新聞的方式，諷刺性節目也被認為顯著影響了公眾的話語，觀點和政治信任（Brewer et al., 2013）。

2、新聞模仿（*news parody*）：模仿和諷刺相同都是為了用幽默吸引觀眾，而模仿則較常使用非事實訊息，同時作者的意圖與讀者的輕信是不同步的（洋蔥新聞網站（The Onion）較常使用該表現方式）。

3、新聞捏造（*news fabrication*）：此類新聞沒有事實依據，但以新聞文章

的形式發表以建立合法性的文章，成功的新聞捏造內容在社群媒體廣泛流傳並具有合法性的原因，是新聞內容是借鑒了先前存在的模因或偏見。

4、圖片操縱（photo manipulation）：通過簡單地調整視覺新聞，包括增加色彩飽和度和刪除次要元素使其他脫離了原始的背景，有意或無意地用其代表一個捏造的故事。

5、宣傳（propagation）：政治團體創建以影響公眾的新聞報導，目的是為了使公眾人物、政府或組織受益。可能被解釋為「戰略敘事」和政治參與者在特定問題上表達立場並塑造國內外觀眾的看法和行為的工具。

6、廣告（advertisement）：廣告利用新聞格式賦予其更多的合法性，利用新聞價值吸引關注，趨勢受重點及影響網站，目的是為了盈利。廣告與宣傳存在灰色地帶，因為可能存在重疊動機。

Tandoc et al. (2018) 基於對 34 篇學術文章的整理得出以上六種歸類，這些歸類是基於之前學術研究中定義假新聞的方式，我們可以較為清晰地發現，眾多假新聞研究圍繞著政治操作與基於主流媒體新聞特質所展開。新聞查核組織 First Draft 的主管 Claire Wardle (2017) 提出，關於何為「假新聞」已經出現了很多矛盾，她則根據假新聞的錯誤訊息(mis-information)與不實訊息(dis-information)的標準，對社群媒體上出現的「假新聞」的樣態與動機進行分類（見表 2-1）。

表 2-1：錯誤訊息矩陣

動機 \ 類型	諷刺 模仿	誤導性內容	偽新聞媒 體網站	刻意捏造 的內容	錯誤連 接內容	絡錯 誤內容	刻意操 弄 的內容
不良新聞業		√			√	√	
為了模仿	√		√	√			
為了激怒 熱情			√	√			√
黨派之爭		√				√	
利益			√		√		
政治影響力		√		√		√	√
宣傳		√	√	√		√	√

資料來源：Claire Wardle(February 2017), First Draft Publisher: First Draft Research and Editorial Team: Fake news. It's complicated.Retrieved from: <https://www.rcmediafreedom.eu/Publications/Reports/Fake-news.-It-s-complicated>

從錯誤訊息矩陣中可得知，錯誤訊息背後的傳播動機有重疊也有不同，例如：以熱情為動機的錯誤訊息有脈絡錯誤的內容，此類動機的產生與傳播通常與行動者對特定組織、群體有相當失實訊息高的忠誠度，熱情的行動者會對訊息中的意識形態視而不見，而並未意識到訊息錯誤（Eliot, 2016）；動機惡意（為了激怒他人），包含了冒充知名新聞媒體的新聞網站、刻意捏造的內容、刻意操弄的內容。這類虛假訊息的背後是指各種意圖驅使欲造成對目標行動者的傷害。

在對後真相時期的國家安全與假新聞研究中，南洋理工大學學者 Vasu, Ang, Teo, Jayakumar, Raizal, & Ahuja, (2018) 將「假新聞」作為一種媒介現象，並將其分為四類包括：1、（謊言「falsehoods」和謠言「rumours」散佈可能為國家資助的虛假宣傳活動，目的是危害本/他國家安全；2、錯誤訊息（分為兩種，其一，謊言與謠言作為一個國內組織/相對的/基於意識形態偏見對事實的不同解釋的政治議程而傳播；其二，謊言和謠言的傳播沒有廣泛的政治目標，無論是否有惡意都達到病毒狀態）；3、娛樂（entertainment）——謊言用於模仿、諷刺或看似幽默的作品；4、為獲取經濟利益而傳播的謊言。在這次研究中，學者將「假新聞」的分類與謊言「falsehoods」和謠言「rumours」結合，在社群媒體上此類訊息以病毒式傳播威脅國家安全，同時作為資訊武器對其他國家進行攻擊。

網路上的虛假訊息分類，還需重視的是謠言。中國大陸學者雖目前對虛假訊息中假新聞的經驗性研究較為欠缺，但謠言與網路謠言研究數量卻不少，與假新聞篩選的相同條件，以「謠言」為關鍵字在中國知網進行搜索，其中，網路謠言 2214 條，是假新聞研究數量的 7 倍。

謠言通常被定義為資訊傳播過程中未經證實或不確定的訊息（Miller, 1992；Donovan, 2007），且是出於某種動機製造與傳播且沒有事實依據、誇大並扭曲的虛假資訊（樂玉樹，2020）。網路謠言（Internet rumour）主要是以互聯網平台為傳播媒介，具有傳播速度快、受眾廣、互動性高、來源模糊等特性（楊帥、趙翼，2020），且為未經官方證實或者已經被官方所闢謠的訊息（何志平、李明菲，2011）。

謠言雖對公眾具有告知的能力，但缺乏足夠的證據證實其真實性，謠言內容的細節大部分被丟失且一些特定性細節被選擇性傳播（趙娜、李永鑫、張建新，2013），謠言主題主要涉及突發事件、公共事件、名人政要、違背傳統等事件（于

培培，2014；劉建明，2001）。謠言的來源可能為政治、商業或其他組織、個人的刻意製造，散佈不利競爭對手的不實訊息，或是突發公共事件中，權威訊息缺位使得互聯網上的小道訊息有機可乘，此外輿情主體公信力不足使得未經證實的網路訊息成為民眾的訊息來源（于理，2014）。

謠言產生有兩個條件：1、謠言內容涉及社會性的重要議題，引起民眾的關注；2、權威媒體渠道未能提供關於謠言的更多佐證，同時公眾獲取謠言的渠道變得多元（Allport, 1947）。在社群媒體的作用下，謠言的傳播與環境存在不確定性，與議題的重要性、個人與議題的相關性、政治環境、新聞價值等多個因素有關（吳建、馬超，2015）。Buvkner（1965）提出謠言的傳播模式有兩種，一對一，從一個人單向傳給另一個人，以及一對多，一則謠言同時傳遞給多個主體。然而在互聯網普及後，尤其是 2009 年到 2011 年微博、微信開始興起，自媒體「去中心化」的訊息傳播特徵開始產生，且逐步形成「多對多」的交互傳播模式（于理，2014）。

要討論謠言與假新聞，我們關鍵應該釐清他們的區別。以社群媒體與互聯網為背景，假新聞與謠言的相同之處在於：1、傳播方式相同，都存在「去中心化」的傳播特徵；2、主題相同，涉及名人政要、突發事件、公共事件等。不同之處在於：1、訊息內容：假新聞分為錯誤訊息（mis-information）與不實訊息（dis-information），為內容失實的錯誤訊息。而謠言的內容則可能為真實訊息也可能為錯誤訊息；2、產生背景與目的存在差異，假新聞產生的目的可能是為了破壞新聞秩序、爭奪政黨利益、或是有意而為之的模仿、激怒與宣傳。謠言大量產生更與環境有關，尤其是公共突發事件發生時的權威訊息缺位與主體輿情失信，雖傳播目的與假新聞有些許類似，但更多還是依賴於產生謠言的環境進行討論。

在以「媒體為中心」的假新聞研究中，陳力丹（2014）與何志平（2018）提出假新聞是謠言披上新聞的外衣，炮製者採用新聞報導的手法，在形式上力求逼真，借助新聞公信力獲取社會信任，引發社會恐慌。此外，何志平（2018）還認為，網路謠言包含著網路假新聞，網路假新聞一定是網路謠言，但網路謠言不一定是網路假新聞。在此基礎上，筆者提出質疑，在大陸的網路謠言研究的取樣中，謠言似乎為大容器任何網路虛假訊息都可以往裡面裝（徐麗娟，2020；丁穎、張焱 2019；郭澤蘋，2019；劉績紅、柯惠新，2018），並未進行細緻的劃分其產

生動機與訊息結構，因此，作者提出質疑不同類別的虛假/錯誤訊息所產生的動機與背後的影响力不能一概而論。曹軻（1997）認為通過假新聞可以看見社會心理與某種真相；吳君（2003）提出假新聞在國際政治中具有戰爭攻擊的作用。胡泳（2009）從社會學角度研究對假新聞相關的謠言進行研究時提出，作為「反權力」的謠言，是對經濟上的剝削、政治上的壓迫與社會中的不平等進行反抗。

Tandoc et al.（2018）透過谷歌學術數據庫在 2003 至 2017 年間，以「假新聞」為關鍵字搜索，從蒐集到的 34 篇學術文章歸納出六種假新聞類別，分別為：諷刺（satire）、模仿（parody）、捏造（fabrication）、圖片操縱（photo manipulation）、宣傳（propagation）、廣告（advertisement）。

假新聞的分類中，以新聞形式包裝訊息，也在逐漸增加。本研究根據目前研究對假新聞的研究分類（Meel & Vishwakarma, 2019；Zannettou, Caulfield, De Cristofaro, Sirivianos, Stringhini, & Blackburn, 2019），整理出較為完整的假新聞分類，如下表 2-2 所示：

表 2-2：錯誤資訊分類

類別	定義	影響力
謠言 Rumor	真實性含糊不清或從未得到證實的資訊，不一定是錯誤的，也可能為真。	對事實的不確定性和困惑造成謠言快速流竄及不良影響。
偏見或單向立場 Biased or one-sided	指的是極端單方面或有偏見的故事。	在社群媒體上易形成回聲室，多數人認為扭曲的故事就是事實的全部。
誤傳 Misinformation	由於誠實的錯誤，粗心大意或認知偏見而無意中流傳的資訊。	危害較小，但對事實的錯誤解釋會導致重大損失。
不實資訊 Disinformation	故意散佈的欺騙性資訊。	宣傳信念，想法，金錢收益或損害對手的形象。
點擊誘餌 clickbait	故意使用誤導性標題來鼓勵訪問者點擊特定網頁。	賺取廣告收入，引發網路釣魚攻擊。但這是錯誤資訊中最不嚴重的類型之一，因為用戶可較為輕鬆的區分標題和 / 或縮圖是否具有誤導性。
惡作劇 Hoax	錯誤的故事，特別是通過玩笑，惡作劇，幽默或惡意的欺騙手段，偽裝成真相。	虛假被視為真理與現實。
諷刺/模仿 staire/parody	文章主要包含幽默和諷刺意味。	無有害意圖，動機有趣，但讀者有可能被愚弄。洋蔥新

		聞是諷刺新聞的先祖。
垃圾評論 Opinion Spam	對產品和服務的虛假或有偏見的評論或評論。	造成更多的不真實的用戶意見。
宣傳 propaganda	根據旨在促進特定觀點或政治議程的預定策略，在目標社區中傳播不公正的偏見和欺騙性資訊，是捏造新聞的一個例子。	獲取政治/財務利潤，熱情的用戶對他們的意識形態視而不見，並意識到錯誤資訊正確無誤，並有助於其整體傳播
陰謀論 Conspiracy theories	在沒有證據的情況下，有權勢的行動者援引陰謀解釋某種情況，通常出於動機或政治動機，完全基於偏見。	對人類和社會極為有害，且是違法行爲。
捏造 Fabricated	完全虛構的故事與真實事實完全脫節。	如果存在嚴重的政治，宗派，種族或文化差異，且社會動蕩，那麼人們將更容易受到虛假新聞的傷害。
假新聞 false news	以真實新聞為幌子傳播的虛假資訊通常是通過新聞媒體或網際網路傳播的。	目的是在政治上或財務上獲得利益，增加讀者群，偏見損害代理機構，實體或個人或獲得財務/政治利益。

資料來源：“Fake News, Rumor, Information Pollution in Social Media and Web: A Contemporary Survey of State-of-the-arts, Challenges and Opportunities” by Meel & Vishwakarma (2019). Expert Systems with Applications, 153, 112986.

在對錯誤訊息的分類表中，這些類別的錯誤訊息也存在重疊部分，例如（1）謠言的傳播可能通過點擊誘餌增加閱讀量吸引更多的閱讀者；（2）點擊誘餌與捏造新聞都是通過散佈虛假資訊，增加網站上的流量使廣告收入增加，並為組織或網站帶來的金錢利潤等。這些例子表明，虛假訊息生態系統實際上極為複雜，爲了更深入研究，在研究取樣時，需要考慮「各種類型」的虛假訊息。本文以表 2-2 爲新冠肺炎時期假新聞的類別分類表爲基礎，對社群媒體上的假新聞進行研究。

第二節 假新聞與健康傳播

本節將從健康傳播取徑探討媒介上的健康資訊，在此背景下，探討突發公共事件中社群媒體上的健康傳播與假新聞，強調在突發衛生公共事件中，社群媒體的重要性與錯誤健康訊息的危害，基於此明確錯誤健康訊息的定義與訊息內容以及傳播形式。

一、健康傳播的發展與定義

健康傳播是傳播學下的一個獨立分支學科，也是尚處於發展中的學科。在二十世紀七十年代，美國傳播學者與心臟科醫師在公共衛生宣導的議題中運用傳播理論，開創社區介入健康議題的里程碑—「史丹福大學的心臟病防治計劃」。在學術界，國際傳播協會（International Communication Association, ICA）在1975年成立了健康傳播學分會（Division of Health Communication），1977年國際傳播學會出版《傳播年鑑》（Communication Yearbook）首次開闢了健康傳播的專題，提出了健康傳播的本質、目的與研究範疇。1988年，健康傳播學領域第一本學術期刊《健康傳播》（Health Communication）正式創刊。

1992年，美國學者 Jackson 首次明確「健康傳播」的概念，意旨通過大眾媒介傳遞健康資訊、促進健康的傳播活動。Rogers（1994）年對健康傳播的概念進行完善，認為科學傳播是將醫學成果轉化為大通俗易懂的知識，通過影響公眾認知減低疾病風險增強健康意識的行為。健康傳播研究涉及多種學科建制，例如：傳播學、教育學、心理學與人類學等，且健康傳播依賴於不同傳播活動與行動領域（Bernhardt, 2004; World Health Organization, 2003）。Rogers（1996）擴大了健康傳播的範圍，即任何一種關於健康的人類傳播都可稱為健康傳播，並提出健康傳播以傳播為主軸，藉由人內傳播（個人生理、心理狀況）、人際傳播（醫患傳播）、組織傳播（醫護人員訓練）與大眾傳播（媒介議程設置與閱聽人）四個層次傳播健康相關內容的行為。

早期健康傳播的學術研究主要集中在傳播本身，稍有涉及社會學、醫學以及護理等領域，二十一世紀後健康傳播研究範圍擴大。在台灣，健康傳播從疾病需求與認同、健康決策與醫患關係到媒介上的健康資訊效果研究、議程設置等（陳

意寧，2011）。而在中國大陸，健康傳播仍處於發展階段，學科建制與健康研究還未完善，但在風險視野下，健康議題被持續關注，中國大陸學者的研究議題也朝著閱聽人研究、危機預警、風險傳播與健康意識培養等方向轉換（陳虹、梁俊民，2013）。

劉瑛（2011）提出目前健康傳播的六大分支，分別是醫患傳播、健康傳播運動（health communication campaign）、大眾媒介的健康傳播、風險傳播、健康傳播的新技術與健康傳播的研究方法，這六大分支都涉及不同類型的健康訊息如何呈現與傳播。例如健康傳播最早的研究領域，病人與醫生之間的治療方案溝通（Bertakis, Callahan, Helms, Azari, Robbins, & Miller, 1998）以及有目的性的讓大範圍的受眾，能在一定時間內進行特定性為改變的健康傳播運動（Rogers & Storey, 1987）。

健康訊息有兩種形式，正式與非正式，非正式來源可以是朋友、家人與鄰居，正式來源則是更為權威的醫生與健康方面的專家，而存在於這兩個來源之外的補充訊息則為媒介訊息（Thomas, 2006），包括報紙、雜誌與廣播、電視，在此我們主要討大眾媒介上的健康傳播。

二、媒介上的健康傳播

二十世紀八十年代初期，大眾媒介上的健康傳播研究中主要是針對電視、雜誌、報紙與新聞中與健康以及疾病相關的內容，健康議題涉及吸煙、酒精，肥胖到癌症等問題（劉瑛，2011）。陳憶寧（2011）對新聞媒體在健康傳播中的角色進行分析，媒體能透過新聞與其他媒介形態提升公民健康素養與知識，成為發生健康危機時的參考；就媒介效果而言，媒介訊息影響個人及大眾的健康行為、認知和看法。

二十一世紀，互聯網與社群媒體興起，不僅為大眾提供獲取健康訊息的多元的渠道，同時創造 E-health 的可能性（陳憶寧，2011）。在 2013 年皮尤研究中心（Pew Research Center）的報告中，隨著移動設備與互聯網的發展逐漸成熟，手機查找健康資訊已成普遍現象，且健康應用程序也開始被人們接受，超過半數的受訪者提出在就醫前，會上網查詢病症的可能情況以及醫院的醫療狀況。在 2020 年皮尤研究發現，在 50 至 64 歲之間的女性，最有可能在新冠疫情大流行之前，為高於此年齡層的人提供互聯網資訊，在疫情期間互聯網上的健康資訊正

在逐漸影響高年齡層人群對網路資訊的需求。

但是，大眾媒介上的健康訊息內容卻存在一些問題，一方面，大眾媒介上的訊息不足以幫助個人改善對健康的理解，另一方面，大眾媒介可能會加強與鞏固與健康有關的社會和政治權利。Kine (2006) 提出大眾媒介上的健康傳播研究可分為：身體健康問題與政治以及社會文化背景下的健康問題。

新聞媒體中所呈現的身體健康問題，存在以下幾個特點，第一，媒體對於疾病的報導。首先，媒體所呈現的疾病範圍往往未能反映出普遍存在的疾病情況 (Finnegan, Viswanath, & Hertog, 1999; Fouts & Vaughan, 2000; Subervi-Vélez, 1999; Vargas, 2000)。例如，在新聞與雜誌的報導上，愛滋病與糖尿病比癌症以及心血管機型的報導更多，且各種癌症的死亡率並不能有效可靠 (Hoffman-Goetz & MacDonald, 1999; Hoffman-Goetz, Gerlach, Marino, & Mills, 1997)。其次，大眾媒體上所提供的疾病資訊的有效性也受到質疑，因為新聞工作者報導疾病預防與治療的專題，但是這些資訊往往是模稜兩可或是不完整的，而且對症狀和傳播方法，治療方式，政策和經濟學的報導也很少 (Krishnan, et al., 1997; Hoffman-Goetz, Friedman, & Clarke, 2005; Wallace & Ballard, 2003)。最後，大眾媒體常會污名化病患或者殘障人士，造成刻板印象，例如，精神病患者通常會為認為是不可測的、危險的、暴力的與怪異的 (Allen & Nairn, 1997; Diefenbach, 1997; Hazelton, 1997)。第二，媒體對具有危險或危害的生活方式的報導存在歧義，抽煙、酗酒、吸毒等行為有害身體，然而研究顯示最受年輕人歡迎香煙品牌廣告覆蓋最廣，香煙廣告使年輕人認為抽煙是無不良後果及有魅力的 (Pechmann & Ratneshwar, 1994)；媒介上宣傳的理想身材可能導致受眾的過度減肥與不良飲食習慣 (Wilson & Blackhurst, 1999)。

政治與社會文化背景下的健康問題，主要與公共政策、爭論、健康惶恐與意識形態有關。首先，在媒介話語中的特權利益，Andsager & Smiley (1998) 提出，大眾媒體的修辭策略會引導受眾認同某些特殊觀點與說法，並忽視相對的觀點。其次，有權利的群體比下層群體擁有更高的話語權，從而構成社會權力的差異 (Condit, 1994; Logan, Park, & Shin, 2004)。此外，健康話語中還存在性別不平等關係，研究發現對女性產生壓迫性話語，例如醫學上的更年期 (Kaufert & Lock, 1997) 和生理期 (Cheek, 1997; Markens, 1996)。最後，不同的媒介角色在健康報導中賦予特權的方式與立場不同，在管理與護理的報導中，一般報紙的新聞報

導比較中立，商業媒體較為關注經濟利益與健康訊息之間的關係（Brodie, Brady, & Altman, 1998），不同的新聞來源依舊包含著政治偏見（Stewart, 2005）。

在數位匯流的背景下，傳播大眾媒介的訊息通過自己的門戶網站與社交帳號直接在互聯網與社群媒體上傳播，其對健康訊息的報導與控制是否也同時表現在社群媒體上也值得研究。互聯網與社群媒體上的訊息來源更為繁雜，人們搜索健康之訊的同時，隱患也隨之產生，例如線上的虛假訊息、謠言、假新聞氾濫。互聯網上關於健康養身、疾病類文章時常來源不明、內容模糊，使得公眾難以區分真假。新媒體上良莠不齊的大量資訊帶來偽健康的傳播，專業「守門人」缺失導致虛假氾濫，「偽專家」與「偽健康」也被有目的地包裝營銷（王麗娜，2012）。更為嚴重的是，當與健康有關的虛假訊息肆意傳播成為「病毒」時，會引起公眾的恐懼心理，摧毀社會信任體系（Chua & Banerjee, 2017）。當面對突發公共衛生事件時，民眾面對此危機會引發大量的傳播與溝通需求（McComas, 2006），此時缺少若官方資訊缺位、媒體報導難以說服受眾，便可能發生錯誤健康訊息在社群媒體與互聯網中氾濫的情況。

三、突發公共事件中社群媒體上的健康傳播與假新聞

近年來，世界各地爆發了一系列傳染性疾病，例如：伊波拉病毒（Ebola）、登革熱（Dengue）、茲卡病毒（Zika）、新型流行性感冒（flu）與新型冠狀病毒肺炎（Corona virus）。嚴重的傳染性疾病爆發所帶來的大範圍傳染，對生命造成威脅，同時產生大量的恐慌。此類突發公共衛生事件的治理過程中，也牽涉到緊急風險傳播（Emergency Risk Communication）是否有效，對於公共衛生與安全都至關重要（Toppenberg-Pejcic, Noyes, Allen, Alexander, Vanderford, & Gamhewage, 2019），其挑戰尤在於，在疫情爆發初期，治療、恢復確切方式均高度不確定（Lin, McCloud, Bigman, & Viswanath, 2016），人們難以獲得關於其風險與預防的訊息（Reynolds & Seeger, 2005）。尤其當傳統媒體無法為公眾提供及時的相關資訊時，社群媒體便成為主要即時資訊資源（Jang & Paek, 2019; Kilgo, Yoo, & Johnson, 2019）。

現今，社群媒體成為日常生活的一部分，在疫情爆發期，媒體與受眾間不再僅是傳統的單向傳播的模式，社群媒體提供多元的訊息傳播與交換的方式，成為最重要訊息渠道，公眾可從中獲取疾病相關訊息並且與家人、朋友分享（Jang &

Paek, 2019)。同時，社群媒體用戶扮演著重要的「守門人」的角色，他們決定傳播訊息的內容，重塑或放大媒體報導的特定敘述（Kilgo, et al., 2019）。例如，H1N1 流感的爆發的初期，疫情相關訊息是通過社群媒體進行報導（Ding & Zhang, 2010），在寨卡病毒和埃博拉疫情等新興傳染病爆發時，疾病控制與預防中心（Disease Control and Prevention）等政府機構已經開始使用社群媒體向公眾通報疫情情況（Chan et al., 2015）。

在此次新冠肺炎期間，中國大陸的社群媒體與主流媒體的報導內容相互合作，取長補短。社群媒體不僅配合主流媒體的議程設置，在不同時間節點通過微博話題發動群眾自發抗擊疫情。通過社群媒體，用戶自主生產內容為主流媒體製造新聞來源（金澤香，2020）。比如，在雷神山與火神山還未啓用前，微博關注度極高的熱門話題標籤#肺炎患者求救#，通過聯動武漢地方政府與標記央視新聞、人民日報，開通過肺癌患者求助專區³，讓肺炎患者與非肺癌患者能夠得到救治。其從，通過微博通過#武漢日記#、#海外抗疫日記#等影像網路日誌的方式，引導網友自製內容的同時又得到主流媒體地報導。在社群媒體上，公眾對健康類訊息的關注度更高，根據微信發佈的《微信戰「疫」數據報告》顯示，微信「看一看」⁴欄目的閱讀量高達 11.75 億次，政府類疫情服務及醫療類疫情服務的小程序，用戶訪問量的增長率分別為 60%、347%。百度健康推出了「戰疫直播間」，邀請權威機構推出抗疫知識直播超過 1 億人次觀看、互動。根據百度 App 用戶戰疫實錄，健康醫典推出的「新型冠狀病毒感染的肺炎」詞條累計滿足用戶搜索需求超過 2 億，百度健康「問醫生」單日諮詢量超過 85 萬。換句話說，從這次新冠肺炎疫情中可發現，社群媒體成為突發公共事件發生時，人們獲取媒介與官方訊息的主要渠道，以及獲取健康訊息的重要渠道。

然而，社群媒體卻常被批評是傳播錯誤健康訊息的渠道，由於新媒體技術打破了權威對知識與訊息的壟斷（Castells, 1996），大量個人經驗成為集體性的知識，分散並削弱了專業醫療的權威性，專業性的健康知識面臨被大量業餘知識所排擠的危險（Adams, 2010）。隨着 E-health 研究的推進，互聯網與社群媒體上健康訊息的質量和準確度（Hansen, Derry, Resnick, & Richardson, 2003; Skinner,

³ #肺炎患者求助#超話開通以來，微博和武漢市政府及相關部門、人民日報、央視新聞、新浪互助、雷火救援隊等合作，先後投入 900 多人，24 小時進行求助訊息收集、審核、上報。微博平臺累計收到上萬條求助，排重並核實後已向政府報送超過 3000 條資訊。

⁴ 微信看一看欄目的閱讀量高達微信平臺上線一系列疫情專項服務，包括微信看一看欄目新增「疫情動態」、不同類型的小程式、城市服務開通疫情專區、防疫話題的公眾號等。

Biscope, Poland, & Goldberg, 2003)、可接近性與可讀性(Berland, Elliott, Morales, Algazy, Kravitz, Broder, & Watkins, 2001)都引起不少質疑。在健康訊息的傳播上，因社群媒體上大量訊息被產製，卻缺少專業的守門人審核訊息，便有可能導致錯誤訊息的快速傳散(Briones, Nan, Madden, & Waks, 2012)。更為嚴重的是，錯誤健康訊息造成的錯誤健康觀念會阻礙人們展開有效的預防或是治療行為(Jolley&Douglas, 2014)。然而，在突發公共衛生事件中，根據Johnson&Kaye(2000)對社群媒體中茲卡(Zika)病毒相關訊息的研究發現，人們相信所依賴的特定平台的訊息，即使其中的健康訊息是錯誤或偽造的。Kilgo(2018)在對伊波拉(Ebola)病毒傳播時期，紙媒與社群媒體平台上的新聞進行研究時發現，社群媒體上健康類錯誤訊息、誇大訊息的傳播會加劇疫情的恐慌與不確定性。

界定健康錯誤訊息／偽健康訊息(health misinformation)並非易事，錯誤健康訊息傳播常被放置在偽科學(pseudoscience)的範疇下研究(Eve,2007; Baum,2009)，其與科學事實相關。Tan, Lee, & Chae(2015)提出，對錯誤健康訊息的定義應參考「此時」的時間概念，因為事實、知識以及專業共同體的共識會隨著時間的改變，遵循此邏輯，錯誤健康訊息是「此時」醫學權威人士認定為假(非真、非科學)的健康訊息(吳世文，2016)。

綜上所述，本文對於假新聞的界定，是以互聯網與社群媒體上「多種類」內容失實／錯誤的虛假訊息為探討出發點，更進一步，將焦點放在界定突發公共衛生事件期間的健康錯誤訊息。突發公衛事件的健康錯誤訊息之定義為「在健康傳播的過程中涉及健康內容，通過多種管道傳播、公眾感興趣但違背科學根據，且在當下較常一段時間未經/已經被醫學或權威人士認證的錯誤訊息」。

本研究探討的重點則是突發衛生公共事件下，網路上的健康錯誤訊息，可定義為「在造成或者可能造成社會公眾健康嚴重損害的重大傳染病疫情影響公眾健康的背景下，涉及健康的訊息、通過社群媒體/互聯網傳播、關係公眾切身健康利益，但違背科學根據，且在當下較常一段時間未經/已經被醫學或權威人士認證的錯誤訊息」。

錯誤健康訊息在傳播的過程中常被披上「科學」的外套混淆視聽，主要類型以廣告、健康謠言、健康虛假新聞、健康知識等形式存在於社群媒體中，具有欺騙性、敏感性、誤導性及非科學性(吳世文，2016;吳世文、王一迪、鄭夏，2019)。值得注意的是，錯誤健康訊息雖然是以健康傳播為目的，但本質上與科學規律與

邏輯相悖，是偽科學的重要類型之一（呂媛媛、胡光，2010；鄭怡卉，2013）。

錯誤健康訊息的訊息內容與傳播方式，有以下幾個特點（吳世文，2016）：

1、訊息的內容結構：錯誤健康訊息中的核心內容（論點、論據等）是非科學的，整體內容類似健康訊息，但是科學理論支撐薄弱，甚至相關科學知識已經過時（Martin, 1994），導致「行為訊息」（說服受眾採取響應的行為）具有誤導性；社群媒體中的健康錯誤訊息由「事實訊息+情感訊息+行為訊息」組成，與「事實稱述、情感導向和行為引導」對應。較常採用「敘事型」與「新聞報導」的方式進行敘事，在敘述時較少有確切的人稱，偶有採用第一人稱敘事（羅文伶、邱銘心，2015）。

2、訊息的論證及邏輯：錯誤健康訊息的論據可能是非科學的或科學的，但在論證的邏輯推理中是無法支持科學的結論，這也是錯誤健康訊息與（科學）健康訊息之間的重要分隔標準；在網路健康謠言最常見的訊息引述中，較常使用來自醫生以及自身經驗作佐證證據，傾向於採用專業說服增強訊息的說服力（羅文伶、邱銘心，2015）。

3、訊息的目的：健康訊息的傳播目的是為了傳播健康知識提升人們的生活質量，具有公益性。錯誤健康訊息常常出於商業目的或是個人主觀意見。

4、從訊息的傳播過程來看，錯誤訊息易造成群體感染的「非常態化」傳播，因為在社群媒體上的訊息強滲透下，人們沒有足夠的知識與能力處理辨別錯誤健康訊息與科學訊息（Shen& Zhou, 2020），且錯誤健康訊息包含著聳人聽聞或是訴諸恐懼的內容。此外，在公共衛生危機發生時，錯誤健康訊息也可能降低危機的嚴重性，拖延受眾的防疫時間（Toni, van der Meer, & Yan, 2020）。

在互聯網與社群媒體的脈絡中，錯誤健康訊息常常具有「誇張或絕對」的表述風格，此外以「獨特、絕密」等字眼試圖說服讀者，甚至明確顯示出「誘導性、鼓動性」等宣傳目的（李月林等，2018；吳世文等，2019），但受眾為了規避錯誤健康訊息中的健康風險，抱著將信將疑的態度轉發，由此導致錯誤健康訊息的擴散（曹乘瑜，2012）。互聯網存在「群體極化」與「回聲室效應」，容易產生謠言的溫床，人們通常無法認識到所接受的訊息是否正確，直至他們所相信的訊息被糾正或者被撤回（Lewandowsky, Ecker, Seifert, Schwarz, & Cook, 2012）。

第三節 事實查核

本節首先將對事實查核的定義與發展進行梳理，其次，分別探究西方具有代表性的事實查核機構，包括類型與查核方式，以及目前中國大陸事實查核的發展現狀。此外，明確事實查核與驗證的具體方法，最後，回顧目前 COVID-19 假新聞與查核研究的研究成果，找出研究空白並確定本文的研究目標。

一、事實查核的定義

事實查核制度起源於二十世紀初的美國，是傳統新聞業中的一項內部查核制度，即對新聞媒體產製內容的真實性、有效性進行查核的把關程序(程曾芬, 2018)。作為事實查核創始人之一 Dobbs (2012) 認為，事實查核是對客觀性解釋的一種修正，用於平衡雙方或者多方的真實性。根據《牛津新聞業詞典(2014)》對事實查核 (Fact-Checking) 的解釋，其包含兩層含義：1、在新聞作品發表之前，對訊息真實性進行的評估；2、由博客或媒體組織在新聞已經發表，或發佈之後對其真實性所進行調查核實，並將結果公佈於眾。

事實查核作為新聞機構的內部審查機制，被美國、德國等西方新聞媒體所接受。美國《時代周刊》(Time) 的創辦 Henry 和 Briton Hadden 為保證刊物內容質量，成立了第一個由女性組成的事實查核團體。不久後，《時代周刊》的主要競爭對手《紐約客》(The New Yorker)，以及德國的《明鏡》周刊 (Der Spiegel) 都擁有自己的事實查核團隊。在傳統新聞機構中，早期的事實查核是媒體文本內容刊發前的「事前查核」(Internal fact-checking) (Fellmeth & Horwitz, 2009)。事前查核一般需兩次檢驗，稱之為「雙重查核」(double check)，在新聞採編的過程中，記者需對訊息來源進行事實查核；在成稿審閱時，由編輯、事實查核員再次對未發佈的報導審閱與核實，通過兩道流程提高新聞的可信度。事實查核本質上屬於媒介內容把關程序的一部分，查核工作在新聞機構內部完成，不需藉助第三方機構 (Silverman & Jarvis, 2007)。

現代事實查核始於二十世紀八十年代，總統選舉是早期事實查核的最佳研究對象 (Amazeen, 2016)。當時，參選人的政治廣告與廣播宣傳帶有著欺騙性與攻擊性，媒體記者事後對政治人物的競選言論、宣傳文本展開事實查核工作，以

確保其準確性與公正性 (Cappella&Jamieson, 1994) , 隨後逐漸發展為專門的報導內容, 這便是事後查核 (External fact-checking) (Graves& Amazeen, 2019) 。

進入二十一世紀, 互聯網、社群媒體、移動技術構成的傳播生態, 衝擊了傳統新聞生產模式。網路空間與社群媒體產生大量的用戶生產內容 (UGC) , 如 Facebook、YouTube、Instagram 和 Twitter 的社交媒體網站, 成為了專業記者的新聞訊息來源, 但其真實性與客觀性受到質疑 (Brandtzaeg, Følstad, &Chaparro Domínguez, 2018) 。此外, 由於新聞行業內預算縮減, 編輯失真成為行業內假新聞產生的原因。同時, 迫於新聞時效性的壓力, 新聞內部查核的程序被忽略, 導致主流媒體的公信力持續下降(馬曉彥, 2017 ;張滋宜、金兼斌, 2017; Chadwick, Vaccari, & O'Loughlin, 2018) 。事實查核第三方機構之所以誕生, 是因為在假新聞肆虐的政治選舉背景下, 民眾擔心傳統新聞業已不再或不願意要求政治行為者對其主張的真實性負責 (Amazeen, 2016) 。所以, 人們越來越需要線上的事實查核, 以辨別傳統新聞媒體所帶來的錯誤訊息, 和社群媒體上複雜多樣的假新聞 (Graves, Nyhan, & Reifler, 2016 ; Diana Gonimah, 2018) 。

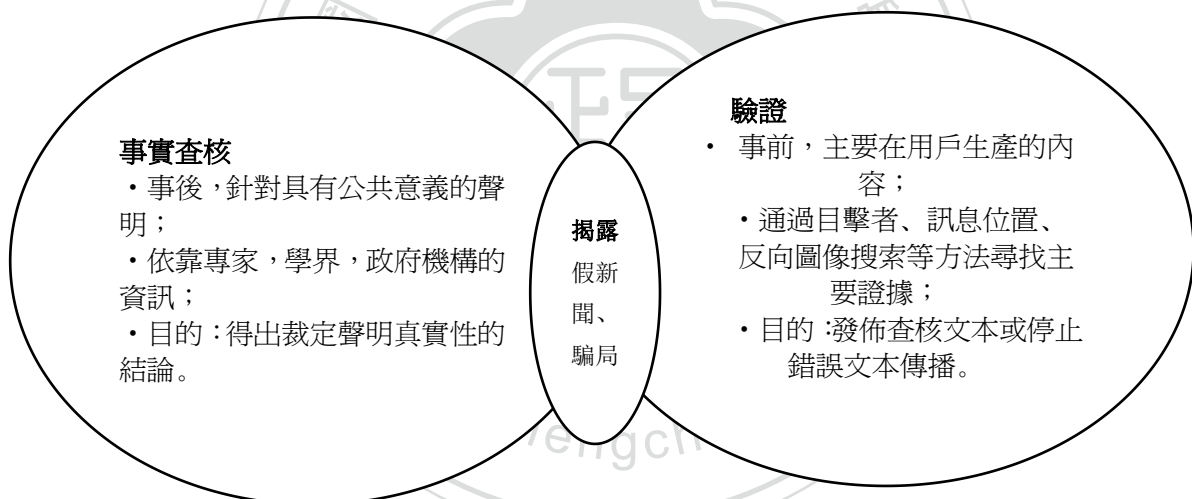
事實查核的目的就是向受眾提供清晰和經過嚴格審查的資訊, 以便他們在投票和重要決策中擁有充分的認識與明晰地選擇 (Elizabeth, 2014) 。正是在這樣的要求下, 有「兩個時間節點」對事實查核新聞的發展至關重要(Mantzaris, 2018) , 一個是在 2009 年, 因實施查核獲得普利策獎的 PolitiFact, 其創新之處是建立了真實性測量表 (Truth-O-Meter) , 為事實查核流程增加了結構性與清晰度。這種結構化的方法不僅能清晰地向公眾說明整治實施查核的內容, 還能監督公眾人物為其言行負責 (Mantzaris, 2017) 。

而另一個是, 運用算法的新型訊息查核機構。在社群媒體上, 訊息 (通常是錯誤訊息) 從私人社群傳播到公開網路平台, 當意見領袖分享與宣傳錯誤訊息, 由於未經編輯審查加之演算法加速錯誤訊息的傳播速度, 增加個人確認偏見, 回聲室過濾對立聲音, 錯誤訊息如同「數字野火」在社群媒體上傳播 (Diana, 2018) 。因此, 新型訊息查核機構的誕生為事實查核提供了新的方法, 例如, Google 新聞實驗室提供一些列工具與數據, 幫助新聞從業者尋找準確訊息素材, 並在 Google 新聞中將 factcheck.org 等事實查核機構的文章標準「事實查核標籤」 (Google, 2016) 。同樣, Facebook 與事實查核機構合作, 設置舉報假新聞功能 (Jamieson&Solon, 2016) 。首個社群網路通訊社 Storyful 運用訊息監測工具

newswire，對 Instagram、Twitter、Facebook、YouTube 等社群媒體上的用戶生產內容（UGC）進行實時監測與查核。針對社群媒體上的錯誤訊息，事實查核主要集中在公眾言論查核，而不是揭露（Debunking）假新聞或者騙局。揭露是事實查核的一個子集，並且與驗證（Verification）共用一組特定的驗證方法，尤其是對社交媒體上的用戶生產內容。

Brandtzaeg et al. (2018) 提出事實查核是針對具有影響力的個人或組織，分析和確定具有公共意義聲明和內容的準確性，並為用戶提供具有可信度的內容。而驗證是對在線內容（例如文本，圖像和影像）進行身份驗證過程的工具，通常應用算法驗證。事實查核通常比驗證具有更廣泛的潛在用戶群，因為可以提供對線上聲明或內容的完整分析和評估。如圖 2-1，為事實查核、揭露與驗證之間的關係。

圖 2-1：事實查核與驗證的區別



改繪自：Mantzaris, A. (2018). Fact-checking 101. Ireton, Cherilyn; Posetti, Julie. Journalism, fake news & disinformation: Handbook for journalism education and training. Francia: Unesco, 85-100.

在此背景下，一系列「事實查核新聞」實踐應運而生，事實查核從早期菁英媒體內部的審查機制，轉變為一種獨立的新聞樣態，即事實查核新聞（fact-checking journalism）（虞鑫、陳昌鳳，2016）。「事實查核新聞」與傳統意義上的新聞發佈前的審核制度不同，它主要是在針對發佈的內容進行事後查核，

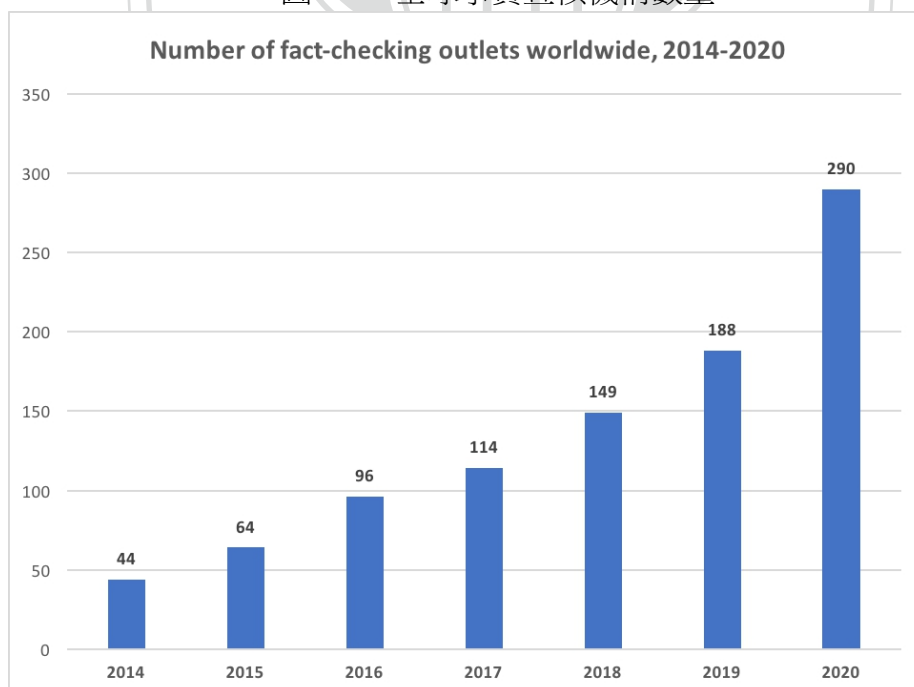
是一種類似「勘誤」、「糾正錯誤」的行為，旨在揭發言論中的不實之處（Birks, 2019）。事實查核網站將事實查核的過程與結果，通過新聞的形式發佈給受眾，幫助受眾對媒體報導的公信力做出判斷，「事實查核新聞」多數是由第三方事實查核新聞網站完成。從政治事實查核到不同公共事件的事實查核，不論是在美國或者其他西方國家，還是在中國等亞洲國家，再過去十年間都得到了極大的發展（Amazeen, 2015）。

二、事實查核的發展

（一）、西方事實查核現狀

事實查核在 2010 年後，從美國開始向全世界廣泛傳播（Mantzaris, 2018）。根據杜克記者實驗室（Reporters'Lab）2020 年的事實查核項目，全球事實查核機構與查核人數有著明顯的增長。Mark Stencel & Joel Luther（2020）在調查中發現，在 2019 至 2020 這一年間事實查核機構增長最快的是亞洲國家，從 35 個增至 75 個，南、北美洲與歐洲也增加了 43 個，非洲國家在這一年內也增加了 10 個。

圖 2-2：全球事實查核機構數量



資料來源：Mark Stencel&Joel Luther(2020).Fact-checking count tops 300 for the first time October 13, 2020.Retrieved

from:<https://reporterslab.org/tag/fact-checking-database/>

值得一提的是，自今年二月以來，新冠疫情大流行，全球各國的事實查核核網站成爲民眾搜索最高的網站之一（Mark Stencel & Joel Luther, 2020）。突發流行性疾病議題成爲事實查核關注的議題，國際事實查核網（International Fact-Checking Network/ IFCN）通過 #CoronaVirusFacts Alliance，揭露關於 COVID-19 的虛假新聞，同時協調了新冠肺炎的查核覆蓋範圍，截止 2020 年 6 月 CoronaVirus 聯盟已經進行了 6000 多次的事實查核。根據全球事實查核地圖顯示，全球至少有五個事實查核機構關注公共衛生與醫療議題，針對流行性疾病的事實查核開始成立健康記者查核團隊，例如，2019 年啓動的「健康印度計劃」就是其中之一。

此外，爲了應對層出不窮的線上錯誤訊息，尤其是社群媒體 Facebook，WhatsApp，Google 和 YouTube 等，美國的事實查核平台開始鼓勵查核人員，尤其是簽訂 IFCN（國際事實查核組織）原則的查核人員，向他們提供額外的資金與技術支持提高工作效率。同時，事實查核人員也成爲國家與地區合作關係的一部分，例如杜克記者實驗室與巴西的 Comprova 合作，哥倫比亞 RedCheq 與玻利維亞 Verifica 合作，這樣的短期合作逐漸延演變爲長期合作，激勵參與組織提高事實查核能力。

雖事實查核關注的議題開始向公共事件與健康議題移動，但事後查核主要（但不限於）集中在政治廣告、競選演講與政黨宣言上（Mantzaris, 2018）。最具有代表性的美國事實查核機構誕生，2003 年首次出現的 FactCheck.org，以及 PolitiFact 和《華盛頓郵報》的「fact checker」在 2007 年問世（Amazeen, 2015）。美國事實查核機構成熟的查核模式，也成爲世界各國的事實查核的借鑒模板，那麼美國或西方主要進行查核的機構有哪些？其如何對假新聞或虛假訊息進行查核，查核原則、議題選擇分別爲何？馬曉彥（2017）提出西方事實查核機構可大致分爲兩大類，以傳統媒體爲基礎的事實查核機構、以專業人士創辦的事實查核網站。

1、以傳統媒體爲基礎的事實查核機構

美國《華盛頓郵報》是傳統媒體在事實查核中具有較大影響力的新聞組織，在 2007 年推出事實查核專欄「Fact Checker」，並在 2008 年總統大選期間推出事實查核特刊，在 2011 年正式將 Fact Checker 作爲永久性查核欄目通過《華盛

頓郵報》「Fact Checker」的網站以及《華盛頓郵報》週日印刷版的隨附專欄，旨在通過蒐集相關政治參選人的資料，對其相關言論進行事實查核。利用傳統媒體的優勢，「Fact Checker」邀請讀者提供查核內容，在查核文本中有 50% 的事實查核來源於讀者的提問，內容包括政治候選人、利益關係集團與媒體錯誤主張。

「Fact Checker」查核人員必須遵循事實查核十大原則(Kessler, 2017)，(1)、對事實進行查核操作而不是對意見進行查核；(2)、選擇對選民重要的議題進行查核，而非查核全部內容；(3)、查核人員盡量保持中立並屬於無黨派身份；(4)、保持查核議題的中立性；(5)、以政治人物的言論作為政策問題的考察點，確定事實查核的範圍與重要性；(6)、根據《事實檢查器操作視頻指南》，找出政治人物誤導受眾運用的技巧，使用典型案例告知受眾；(7)、由核實人員對核實言論負責；(8)、根據《華盛頓郵報》的政策，事實查核人員不得參與或組織在黨派政治活動；(9)、提供查核訊息來源與資金支持，提供受眾自驗證的權利；(10)、隨時接受糾正反饋。此外，「Fact Checker」最具創新的是使用匹諾曹測驗來展現事實的真偽程度，由一到四個匹諾曹⁵，代表著從事實大部分正確到重大遺漏再到重大錯誤以及最後彌天大謊，在 2018 年，事實查核推出無底匹諾曹，意即錯誤言論程度已達到三到四個匹諾曹，且在政治人物的發言中至少重複了 20 次以上，就會被標記為無底匹諾曹，並且顯示在他的登入界面上。

2、以專業人士創辦的事實查核網站

賓夕法尼亞大學傳播學院的安納伯格公共政策研究中心 (Annenberg Public Policy Center) 創辦 FactCheck.org (2003)，以及由 Poynter 媒體研究學院所有的 PolitiFact.com (2018)，還有首個社群網路通訊社 Storyful 為代表，此外還有英國的 Fullfact.org 和歐盟的 FactCheckEU.org 網站。

PolitiFact 是事實查核新聞類網站中最具代表性的一個，在 2018 年《坦帕灣時報》報紙將 PolitiFact 的所有權轉讓給 Poynter 媒體研究所，使得 PolitiFact 能夠充分發揮非營利性國家新聞機構的作用 (Angie, 2018)。PolitiFact 網站主要從報刊、廣播、電視、社交媒體等獲取政治人物的言論與表態，並對言論真實性進行查核 (Adair, 2011)。憑藉 2008 年美國總統大選期間優秀的報導，獲得 2009 年普利策獎。PolitiFact 的獨立查核有以下幾個特點，首先，有五大基本查核原

⁵ 匹諾曹：「Fact Checker」用以說明事實的真偽程度的代表性符號，個數越多代表錯誤程度越嚴重。

則：（1）、言論具有可驗證性；（2）、言論可能會誤導公眾；（3）、言論具有潛在的社會與政治影響力；（4）、言論已廣泛傳播；（5）、言論具有模糊性。其次，在查核過程中，對所有查核資料進行全面在線搜索，要求權威人士進行最終審查，對重要訊息來源與原始文本直接尋求政府報告、學術研究提供核實訊息，不依賴於媒體報導與選舉人的發言，通過查核團隊進行獨立查核。此外，最著名的是其自創的真實性測量表（Truth-O-Meter），依據事實的真偽程度分為六個等級，分別是：真實、基本真實、半真半假、基本失實、失實、荒謬。通過三位查核編輯進行真實測量，最終給出真實性測量結果。最後，還創立了針對性測量工具——Flip-O-Meter 評級，主要只針對政治人物在某些議題上的一致性，以提供選民對政治人物態度轉變的參考標準。同時，PolitiFact 網站擴大了查核範圍，還開闢了「Pundit Fact」項目，將專欄作家、博客寫手、政治分析家、脫口秀嘉賓和主持人等人員的言論真實性納入了查核的範圍。

不同於華盛頓郵報的「Fact Checker」與 PolitiFact 網站，Storyful 查核網站主要是針對跨數字平台，尤其是社交媒體的內容進行查核。根據路透社 2016 年的調查，使用社群媒體作為新聞來源的人數在 2016 年上升了 46%，是 2013 年的兩倍。然而，社群媒體上假新聞、被操縱的內容與謠言已是日趨嚴重的問題（Brandtzaeg et al., 2017; Silverman, 2015; Silverman et al., 2016; Thurman, 2017）。針對此，Storyful 研發出一套訊息檢測工具「newswire」，對社群媒體上的用戶生產內容（UGC）進行實時監測，查核人員憑藉抓取的數據判斷錯誤訊息與重要訊息，藉由對影像、圖片核驗，確定是否為錯誤訊息，Storyful 再與訊息來源聯繫，根據訊息來源的回復情況，為圖片或影像貼上「事實清晰」、「等待回復」、「已經授權」、「尚未回復」等標記（史安斌、饒慶星，2016）。查核過程可分為以下三個步驟：1、確認訊息來源：通過大數據技術，在所有社交網站中搜索訊息來源軌跡，使用嵌入式數據技術與定位技術找到新聞訊息來源的發佈者，再與其聯繫確認訊息發生的時間、事件細節等。2、核驗訊息發生的地點：查核人員逐個分析畫面，比對當日天氣、口音、標誌性建築等，使用數據取證技術，若條件允許，與當地社會團體聯繫，確認地點。3、確認訊息發生時間：針對可交換圖像數據與影像數據進行評估，確認上傳時間，再用交叉核驗的方式複查。目前路透社、紐約時報、BBC 等多家傳統媒體成為 Storyful 的註冊用戶，通過對媒體熱點內容的查核，Storyful 將非職業記者、傳統媒體和受眾串聯了起來，因此，

業界稱該網站為「社交媒體時代的通訊社」（張滋宜、金兼斌，2017）。

（二）、事實查核的困境

雖事實查核機構與網站已有明確的查核準則，以及對查核人員有嚴格的規定，但是依舊存在一些困境。首先，查核內容與政治相關議題時，存在事實查核新聞生產的立場偏向。在對 PolitiFact 的事實查核新聞的內容進行分析，發現 PolitiFact 的事實查核新聞有明顯的黨派偏向，除去查核內容文本的因素，來自共和黨的言論更容易被選擇報導為「失實」，佔總體查核數量的 76%（Ostermerier, 2011）。Marietta, Barker, & Bowser（2015）在研究 PolitiFact、factchecker、factcheck.org 查核內容中發現，在三大爭議議題「種族主義」、「財政赤字」、「氣候變化」的查核比重上有明顯不同，且相同言論的查核也有不同的態度與評價。

其次，事實查核新聞生產流程被質疑無法呈現事實全貌。Birks（2019）重新引入新聞的「客觀性」與「規範性」準則去探討查核流程。在傳統新聞報導中，儘管客觀性與事實性或與真實相關聯，但它只能被理解為是避免主觀立場偏向，因此新聞室內通過使用直接引述多方言論，使新聞文本接近中立立場。然而查核新聞的操作方法，例如驗證流程，通常僅限於訊息來源、日期、地點與原始文本，Graves & Cherubini（2016）調查發現 80% 的事實查核人員都以評級系統去衡量查核文本的真實性，但是並不是所有文本都適用量表的方法，可能存在「脫離脈絡」與「絕對性判定」。事實查核涉及查核資料與訊息來源主張的實質，因此可能被批判過於解釋性與主觀性。

再次，事實查核一直在挑戰改變公眾接受假新聞的認知，從心理學角度上來說為確認偏誤（confirmation bias），即人們傾向於根據既有觀點與立場尋找解釋證據（Nickerson, 1998）。確認偏誤不僅發存在於一般民眾中，而且會發生在社經地位較高的公職人員中，例如最高法院的法官（Westen, 2008），尤其是發生與政治或種族主義等具有爭議的議題時，確認偏誤的作用會十分強烈（Taber & Lodge, 2006），因此事實查核可能無法減少公眾對於錯誤訊息的理解。胡元輝（2018）提出，當公眾遇到存在矛盾的事實時，可能會強化其原有意識形態中的事實信念。若此種狀態普遍存在且無法逆轉，則會威脅新聞事業的運作（Flynn, Nyhan, & Reifler, 2017）。

最後，是事實查核在網路時代最大的難題，社群媒體上的假新聞或是錯誤訊息的產生與分發的速度之快，常令查核人員措手不及，在對查核平台 Hoaxy 的

研究表明，假新聞的共享通常會超過對事實查核新聞文本的傳播（Shao, Ciampaglia, Flammini, & Menczer, 2016）。

三、中國大陸事實查核

（一）、大陸事實查核現狀

中國大陸事實查核的起步較晚，且多以「闢謠」的形式出現，面對著網路平台與社群媒體中海量訊息裹挾著層出不窮的「謠言」（王軍、王鑫，2019），以及不到三層的網民有查核意識⁶的低媒介素養現狀，中國大陸事實查核發展迫在眉睫。以騰訊較真平台為例，根據 2016-2019 年度的《網路謠言治理報告》顯示，從 2016 年到 2019 年，騰訊較真查核平台推出的闢謠文章從每年 40 餘篇增加到 17881 篇，闢謠文章閱讀量總數從 8 億次增加到 11 億次，加入騰訊闢謠中心的闢謠機構從 470 家增加到 774 家。僅在 2017 年就查處了 18 萬個散佈謠言的公眾號。由此可見，大陸事實查核的力度與查核機構的發展都在逐年上升。目前，大陸事實查核組織成可大致分為五類。

第一類事實查核組織是由民間力量所組成（程曾芬，2018），在 2011 年，網友自發組織、旨在澄清微博謠言的「闢謠聯盟」成立，在運營期間成功地促使新浪微博頒布社區管理規定，並建立官方闢謠團隊與機制。他們以 QQ 群為查核會議室，由 8 位審核人員對虛假訊息進行審核，使用多渠道對網路訊息檢索，例如在新聞網頁、微博、論壇進行關鍵詞搜索，找到聯繫謠言作者或確定謠言來源，通過「多數同意」與「一票否決」的原則進行闢謠，這些都是中國大陸事實查核的早期雛形（陳永傑、吳冰麓，2011）。但民間闢謠組織還存在著許多不足，「闢謠聯盟」這類民間自發組織的網路闢謠組織，在澄清謠言的訊息發佈的過程中，只有簡單的謠言文本與真相文本，真相文本並未有足夠的佐證支持，辨別虛假訊息的過程也未詳細說明，其公信力並未完全得到公眾的認可，以至於發展到後期部分民間闢謠組織走向衰敗。

第二類是與民間查核同時起步的「傳統媒體創辦的事實查核報導」（李凌凌、秦瑞，2020），例如 2011 年《人民日報》的「求證」專欄，動用主流媒體的資源對爭議新聞、疑點事件進行深入調查與核實，截止 2018 年 9 月，已經刊登 300

⁶ 根據中國互聯網信息中心（CNNIC）發佈的《2016》中國互聯網新聞市場研究報告顯示，60.3%的網民在轉發新聞前並不會核實文本真實性就直接進行轉發，僅有 25.7%的用戶有查核意識。

多期報導。人民網要聞部在同年推出「求真」欄目，主要對廣泛傳播的網路熱議事件進行查核，開闢原創闢謠專欄。傳統媒體的事實查核具有更高的公信力，在查核文本上與敘事細節都更貼近真相，但是在時效性上卻遠落後於新媒體上的闢謠組織（程曾芬，2018）。

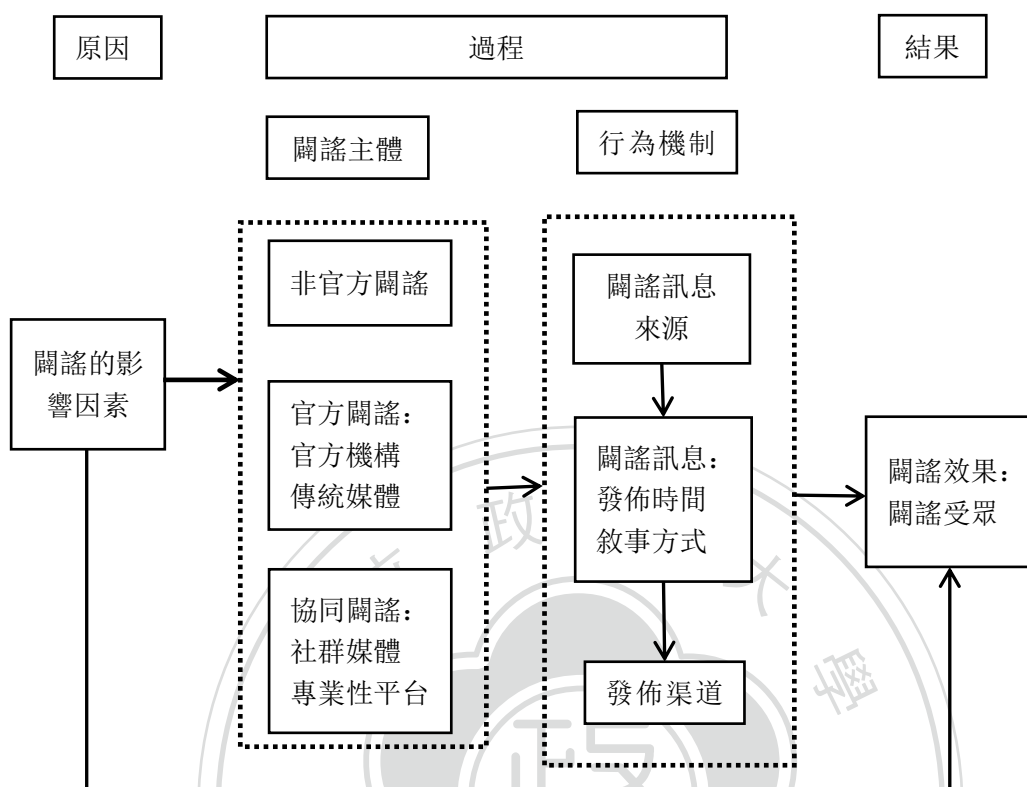
第三類事實查核則是由社群媒體成立的事實查核網站，例如，新浪微博在2016年聯合公安部推出「全國闢謠平台」，其內容審核受到北京互聯網資訊辦公室的監督，通過在微博開設便捷管道，接受網民對互聯網謠言的舉報。在2018年，新浪微博整合3.3萬個媒體帳號，集合各大官方媒體的力量，推出「媒體闢謠平臺」，受邀媒體帳號可通過微博舉報窗中的闢謠專用入口，進入媒體闢謠平臺，將特定微博標記為謠言，而網友則可以通過被標記謠言下方的櫥窗進入聚合頁，對相關謠言和闢謠資訊進行查閱。此外，新浪微博用於澄清的帳號「微博闢謠」，目前已擁有232萬粉絲，日均閱讀量達到10萬以上。微信在2017年推出「微信闢謠助手」的「小程序」，其闢謠內容資訊來源是合作的第三方闢謠機構發布的謠言澄清資訊，「微信闢謠助手」本身並不生產闢謠文本，而是一個資訊整合平臺。

第四類是有官方機構主辦的闢謠網站，例如，2018年由中央網信辦違法和不良訊息舉報中心主辦、新華網承辦的「中國互聯網聯合闢謠平台」上線，該平台通過聯合新華網、地方性闢謠平台、媒體門戶網站與專家智庫，建立對網路謠言「聯動發現」、「聯動處置」、「聯動闢謠」的工作模式（鄭海鷗，2018）。

第五類是由專業性平台發起的闢謠平台，例如，在2010年，以泛科技為主題的果殼網，在2010年推出「謠言粉碎機」，通過高學歷的網站工作人員與網路上科學愛好者，對食品安全以及醫療健康等生活類訊息進行事實查核；健康資訊平台「丁香醫生」對針對醫療健康類訊息進行查核，通過簽約的數千位醫生對健康類資訊進行審核，並在微信平台設置公眾號定期推送健康資訊的闢謠訊息（陳漫琪、李昕洋，2020；郝玉佩，2019）。

童文勝與易柏慧(2020)對中國大陸目前網路闢謠類型的學術研究進行整合，歸納出目前網路闢謠三步圖，分別是闢謠的原因，即影響闢謠主體行動的內外部因素；過程，確定不同闢謠主體如何有效開展網路闢謠，行為機制是指闢謠訊息來源、發佈訊息與傳播模式/渠道；結果則為闢謠效果研究，圖2-3為中國大陸學術研究網路闢謠過程的概略圖。

圖 2-3：中國大陸網路闢謠過程概略圖



改繪自：童文勝、易柏慧（2020）。〈網絡辟謠:國內研究進展與理論分析框架〉，《情報雜誌》，6：28-134+202。

在網路謠言的研究中，「闢謠主體」分為官方闢謠、非官方闢謠、協同闢謠。在網路時代，官方主體在闢謠中存在兩大困難，分別是資訊獲取渠道的局限與網路相關議題選擇的被動狀態，因此，會影響官方對於謠言判斷的準確性（尹金鳳、徐舟，2017），所以，引入第三方力量協同闢謠，不僅能藉助行業專家與意見領袖的影響力，還能發揮多方渠道訊息覆蓋能力，從而提高闢謠主體的公信力。

闢謠過程的行為機制可拆解為，首先確定闢謠訊息來源，即闢謠訊息的生產者，訊息來源可能是政府、媒體、民間組織、權威人士、智庫人士、意見領袖或是普通網民（曾潤喜、陳創，2018）。需要注意的是，不同訊息來源在謠言澄清的可信度上有所不同，例如地方政府的「自我闢謠」、「替代性闢謠」往往難以說服公眾（周慶安、吳坤，2016）。其次，在闢謠訊息的傳播方面，網路上的意見領袖能夠延長闢謠訊息的傳播時間，甚至將闢謠訊息帶上熱門討論（宗乾進，黃子風，2017）。闢謠訊息的發佈時間一般按照「黃金一小時」的定律，力求在

謠言還未引起足夠影響力時消解（童文勝、易柏慧，2020）。闢謠訊息多以強制性糾正模式為敘事方式（胡華濤，2015）。最後，發佈渠道一般分為兩類，一類是微博、微信等社群媒體平台；另一類是專業性闢謠網站，包括果殼網等科普性平台、騰訊較真等媒體闢謠平台以及中國互聯網聯合闢謠平台等權威平台。

學者在闢謠效果研究中，討論較多的是受眾的媒介素養與心理情緒因素。在社群媒體平台的參與式文化與裂變傳播的作用下，媒介素養的缺失給了謠言產生與傳播的機會，因此有必要增強公眾對社群媒體訊息的理性識別與客觀分析能力（李伶俐、杜忠鋒，2020；庹繼光、曹雪桐，2020；曲升剛，2019）。施愛東（2016）提出，相信謠言的受眾更多出於非理性的情緒因素，因為謠言涉及他們的某些訴求或是意識形態。

目前，中國大陸的查核機構與組織發展迅速，但是依然存在不足之處，首先，查核網站多以闢謠網站為名，如「全國闢謠平台」、「中國互聯網聯合闢謠平台」，亦或是《人民日報》的「求證」與新華社的「網聞求證」欄目都被歸於「闢謠」名下（馬曉彥，2017）。闢謠不免讓人有一種為查核就先入為主的印象，意即不可避免地用「真」與「假」的二元對立進行判斷，這樣會為後續的澄清帶來困難，Uscinski & Butler（2013）提出，事實查核人員常常錯誤地使用因果關係去預測與定義真或假的事實，這樣會使得受眾對如部分真實、部分錯誤的定義混淆，甚至混合歸類。但網路上的虛假訊息、錯誤訊息分類不僅一種，需要具體分析而非直接放入真假框架中。其次，根據騰訊《2018年網路謠言治理報告》，中國大陸目前的查核網站集中於食品安全與公共衛生醫療方面，對社會重大事件的查核還不夠完善。最後，李凌凌與秦瑞（2020）提出目前我國各查核機構建的良性合作並不密切，查核作為一種系統工程需要各方配合，若查核數據難以實現共享，則可能造成資源浪費與效率降低。

（二）、騰訊較真平台

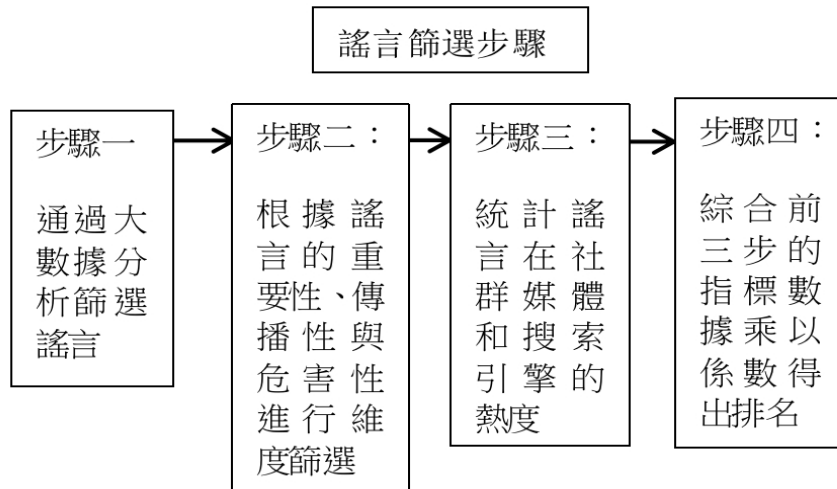
騰訊較真平台是中國大陸最早推出闢謠服務的事實查核平台，在2015年騰訊上線「較真」欄目，該欄目在2017年初正式升級為專業的闢謠平台，同年，騰訊較真平台作為首個中文查核平台加入國際事實查核網路（International Fact-Checking Network），成為全球494個事實查核網站數據庫的站點之一，致力於事實查核新聞的創作。

目前，騰訊較真平台已有較為成熟的運作模式。首先，在查核人員的選擇上，騰訊網副總編輯李天亮介紹到，查核平台實行推薦與邀請機制組成查證人員，他們屬於不同領域的專業人士，通過書寫查核文章且文章質量與數量能達到平台審核標準，才可正式進入查核團隊（時政新聞騰訊較真，2017年1月10日）。此外，騰訊較真對當下熱門事件，針對不同的選題分配不同專業領域的查核人員，保證能對事件中的內容與細節有針對性的評估。在最後查核文本成稿方面，還需交由專家團至少兩位查核人員再審。查核人員須遵循四點準則：1、長期從事某領域研究、負責與管理相關工作；2、具有掌握實時社會動態與監測相關領域數據的能力；3、具有足夠的社會關懷與國際視野；4、無商業立場與偏見。

其次，查核文本的來源有兩個渠道，一是通過實時監測微博、微信與知乎等社群平台發佈的訊息。通過大數據技術與雲計算對訊息進行過濾，篩選出可能被質疑的訊息；根據重要程度、迷惑程度、傳播程度與危害程度進行評估確定訊息，再統計這些訊息在社群媒體與搜索引擎中的熱度，最後用指數乘以係數得出最終排名，如圖 2-4。這樣篩選訊息有三個優點，1、可以直接對網友關心的問題進行及時澄清；2、能直接有效地遏制虛假訊息的大範圍擴散，防止多節點傳播；3、保證查核新聞能有足夠的閱讀量，保持文章持續的熱度。

二是通過征集網友存疑的訊息進行事實查核，早期的騰訊較真只有網頁版，在與用戶互動方面存在不便，後借由微信平臺，建立了微信公眾號「全民較真」和微信小程序「較真闢謠神器」，不僅方便了用戶閱讀，也增加了與用戶互動的管道。騰訊較真平台有三個提問入口，分別是微信公眾號「全民較真」、微信小程序「較真闢謠神器」、較真平台網頁的提問區。

圖 2-4：謠言篩選步驟圖



來源：研究者製作

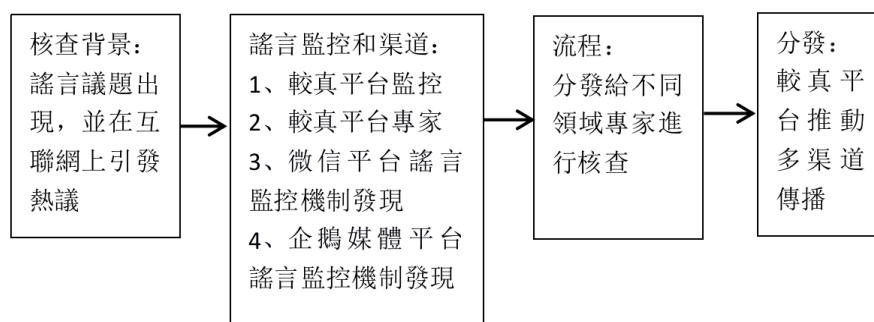
此外，騰訊較真平台相較於其它事實查核平台，查核主題多集中在食品藥品與公共衛生醫療方面（劉暢，2019），李凌凌與秦瑞（2020）在對騰訊較真平台的查核文本進行研究，在 100 篇查核樣本中，食品安全與公共衛生佔據 64%。程曾苓（2018）對騰訊較真工作人員進行訪談時得知，騰訊較真查核主題有如此偏向是以用戶為主要導向的選擇，由於食品安全、公共衛生類訊息出現錯誤時，更容易導致網友恐慌釀成悲劇，因此他們更著重查核此類議題。同時，根據 2017 年騰訊研究院發佈的《2017 騰訊公司謠言治理報告》，健康類謠言標題具有四個特點：1、感歎命令的敘述結構；2、使用「權威」話語；3、誇張事實表達以恐嚇；4、刻意煽情。謠言的內容特徵有：1、將謠言來源平臺包裝為專業的資訊分享平臺，以「教你」、「知識」、「智慧」、「爆料」等詞彙對自身形象進行包裝。2、使用與特定主題相關的帳號名稱，以此契合分享平臺的形象，例如健康、養生、生活。健康謠言的兩大特點：1、編造或者擴大健康危害、2、刻意散佈錯誤的健康資訊。

最后，騰訊較真平台借鑒了谷歌新聞的事實查核標籤⁷，在每一篇查核新聞的標題後藉助查核標籤進行分級，將訊息劃分為綠色（真實），灰色（有疑問）與（紅色）虛假訊息三個等級，此外還會為訊息分類，確定是屬於謠言、假新聞、

⁷ 谷歌新聞將訊息分為三種形式綠色（真實）、黃色（待查）、紅色（虛假）以此提示受眾訊息真實層級。

偽科學等。結合以上的查核流程，圖 2-5 為騰訊較真事實查核平台的闢謠流程圖。

圖 2-5：騰訊較真事實查核平台闢謠流程圖



改繪自：程曾苓（2018）。《騰訊較真平臺事實核查新聞生產機制研究》，中央民族大學。

從流程圖上可以看出，騰訊較真平台有四種監控渠道抓取錯誤訊息，通過算出係數得出謠言排名，再依據謠言排名，有針對性地分配給不同領域的查核人員、專家書寫查核新聞。最後的環節是事實查核新聞的分發，騰訊結合自身優勢，傳播範圍覆蓋騰訊新聞客戶端、騰訊新聞微信版、全民較真微信公眾號、「較真闢謠神器」微信小程序、天天快報以及騰訊新聞 QQ 版，輻射更多人群。截止到 2019 年 2 月，「全民較真」微信公眾號粉絲數量達到 35 萬以上。企鵝號上共有 8 萬粉絲，短短數年時間，「全民較真」就迅速崛起，並成長移動出版領域中的一大範本（李春靈，2019）。

四、事實查核與 COVID-19

（一）、事實查核方法

事實查核是新聞報導中重要的組成部分，學界將其定義為一門驗證的學科（Shapiro, Brin, Bédard-Brûlé, & Mychajlowycz, 2013），事實查核與驗證經常被交換使用，但是最近的研究試圖將它們定義為兩種不同但是互補的過程（Silverman, 2016）。事實查核能闡釋聲明的邏輯、連貫性與脈絡（Mantazrlis, 2015），而驗證被定義為獲得事實核正確事實的科學方法（Kovach & Rosenstiel, 2014）。

Mantazrlis（2016）提出查核人員進行事實查核方法包括：1、查核文本取樣：

通過查詢立法記錄、媒體渠道文本、社群媒體內容尋找事實查證的主張。這個過程包括：(a)、哪些重要的公共主張可以被查核；(b)、哪些主張應該被事實查核。需要確定的是，必須尋找可進行事實查核的聲明，事實查核的重點至少包含一個事實或者主張的真實性可進行客觀驗證。需要強調的是事實查核並不能評估意見、預測、誇大的內容。

2、尋找查核證據：通過確定需要被查核的主張尋找最佳證據來尋找事實。尋找事實證據必須有六個特徵：(a)、查核文本是否與證據有接近性 (proximity) (例如：引用報導中的失業數據並不接近於國家統計的真實失業數據，這樣的數據有沒有什麼參考價值)；(b)、專業性：證據的文本內容是引用權威來源；(c)、在證據收集上必須嚴格 (rigour)，尤其是對關於民族主義或是女性議題，需要參考地域、年齡、經濟因素；(d)、文本中數據與佐證是否具有透明度 (Transparency)；(e)、證據是否具有可靠性 (reliability)，(f)利益衝突 (Conflict of interest)，證據或者訊息來源是否具與查核文本內容或立場有個人或集體利益衝突。

3、評估文本真實性：根據事實證據，依照真實性量尺評估被查核主張的真實性，並修正該主張的查核記錄。例如，politifact 的真實量表、華盛頓郵報的匹諾曹指數，都可作為查核訊息真實性的評級量表。同時，評級量表不一定是線性從真實到陳述不正確可信度逐漸下降的範圍，也可以直接使用無法證明之類的標記，因為證據的真實性可能取決於有爭議但尚未確定的事件。

隨著社群媒體平台成為主要的傳播媒介，訊息量與訊息傳播速度均超過了人工查核的範圍，因此人工智能與大數據演算法成為事實查核的主要方法。(李希光，吳艷梅，2018)，驗證作為與事實查核相互補充的方法，細化了查核的流程。根據 First Draft (2019) 在線訊息驗證指南提出的驗證方法，驗證主要從出處 (provenance) — 「假新聞是出自原始帳號、文章還是內容片斷？」、來源 (source) — 「誰製造了假新聞？」、日期 (date) — 「什麼時候製造的？」、定位 (location) — 「帳戶在哪創建？假新聞內容在那裡獲取的？」、動機 (motivation) — 「為何發佈假新聞」的五個層面，對假新聞進行核驗。

原始出處是在驗證過程中最重要的一項檢查，因為它可以幫助揭示假新聞的脈絡與可能動機，尋找假新聞原始出處，也是為接下來的驗證確定準確的核驗方向，否則可能會導致一系列無用的查核。在尋找原始出處時，First Draft 提出可

以使用反向圖像搜索（reverse image searches）方法，原因有二：首先，視覺媒介更易引起人們注意，這也就意味著有更多的錯誤訊息是以照片或影像方式出現；其次反向圖像搜索可以找到內容來源，至少可以找到相關錯誤訊息老舊版本內容，這樣就能立即判斷是否是斷章取義或者重新編輯。

核實訊息來源，最重要的是找到關鍵訊息的發佈者，需要確認五點包括誰是上傳者、他的上傳帳戶內容有些什麼、他是否是影像創作者、當事件發生時帳戶發佈者是否為目擊者、確認他是否可以提供聯繫方式。在搜索訊息來源時，還可以透過數字足跡去確認與發佈賬號相關聯的鏈接，是否能提供足夠的訊息證明發佈內容的真實性。若是未知來源的文本，可將其新聞標題、內容與其他數據庫進行比對，尋找訊息來源並進行可靠性查核（Sirajudeen, Azmi, & Abubakar, 2017）。

社群媒體的帖子都具有時間標記，顯示影像上傳日期，但並不是訊息內容的發生時間。在確定訊息發生的位置時，最重要的是查核照片或是影像中的地理位置的細節。包括是否有主要的道路標誌，特色建築、街道上的車牌、商業標誌、文字訊息、以及天氣訊息、陰影分析都可作為重要參考因素。

動機的驗證是最具有挑戰性的，因為很難從已經發佈的內容去確認為什麼帳戶持有者會分享此內容，最有效的方法時詢問發佈者，雖不一定能得到真相，但至少可以獲得一些線索。但在推理動機時，有五點可以參考包括：發佈者是否是意外地目擊者；發佈的內容是否有可疑的操弄嫌疑；他的社群媒體資料是否顯示其為運動人士或者煽動者；此人是否是隸屬於政府、機構或公司；是否為支持或推動特定事業發展的成員。

除了這五個驗證角度外，Sirajudeen et al. (2017) 提出，也應對假新聞的文章訊息與寫作風格進行驗證。基於文章訊息的驗證，主要是為了找出查核文本中關鍵訊息的真偽。例如通過自然語言（NLP）的處理技術，對文章的主題、標題、正文與權威媒體文本進行比較。因為虛假新聞內容往往雜糅了不同新聞文本，或是偷換標題與內容。在寫作風格進行驗證時，常通過抓取文章的組織形式、敘事風格對文章的真實性做出判斷。因為虛假新聞較常使用聳動、煽動性與極端化的敘事風格吸引受眾，與專業新聞媒體的敘事風格差別較大。此外驗證工具可根據文章中的的偏頗、極端的詞頻與文章結構劃分文章風格，篩選出可疑的虛假新聞。

（二）、事實查核文本可信度

事實查核文本要如何有效澄清假新聞，其一，更正錯誤訊息的訊息來源被認為是提升可信度最重要的因素，抵制虛假訊息與假新聞必須「考慮訊息來源」（Kiely & Robertson, 2016）。因為，當訊息來源被認為是可信時，受眾更有可能相信並採取一系列行動（Marsh & Yang, 2018）。比起個人在社交媒體上發佈核實訊息，具有公信力的意見領袖或是專家的發佈，更有可能帶來積極效果（Vraga, 2017）。這說明專家或是專業查核組織的證明可以提升糾正效果。因此，Vraga & Bode（2017）建議美國疾控中心以及相關健康組織的專家，應及時在社群媒體上發佈已查核的錯誤健康訊息。Chan, Jones, Jamieson, & Albarracín（2017）提出，查核假新聞若指定其真假，更正效力並不大，其中還需包擴澄清假新聞細節的新資訊，揭露的細節越為詳細，更正才越有效。因此，可採取減少對假新聞論述的詳細或重複闡釋，鼓勵受眾自我查核與反證，在查核文本中加入新資訊，使用幽默影片降低假新聞認知效果，提升注意力降低混淆度（Young, Jamieson, Poulsen, & Goldring, 2018; Chan, et al., 2017）。

從訊息論發展出的「訊息來源」概念是訊息傳播模式中的重要環節，啟動了傳播過程（Dominick, 2013），訊息來源是指組織或者個人出於某種傳播目的，有選擇性地組織與加工後的訊息（黃曉鐘、楊效宏、馮鋼，2005）。訊息來源與新聞的可信度密切相關，Van Dijk（2003）認為，與新聞訊息相關的人所講述的內容，更加真實可信。因此，高可信度訊息來源能增加新聞的說服效果，反之則可能帶來負面影響（文志輝，2003）。訊息來源的可信度包括兩個維度：專業性「expertise」與可信賴性「trustworthiness」。專業性包含專業、有經驗、知識豐富、有資質、有扎實技能，從能力知識的角度評估訊息來源是否可提供正確的訊息；可信賴性，包含誠實、可靠、真誠、可信的指標，藉此確認訊息來源能否給出真實的訊息。隨著訊息來源的可信度在傳播學與營銷學中的廣泛運用，又將權威性（authoritative）與特質（character）（McCroskey, 1966）、安全性（safety）（Berlo, Lemert, & Mertz, 1969）、「吸引力」（attractive）（Ohanian, 1990）增加到訊息來源維度中，但因定義與操作還不夠完善，仍在被重新解釋。

訊息來源的可信度是說服效果的影響因素之一（Slater & Rouner, 1996），Eagly & Chaiken（1993）提出高可信度訊息來源更有說服力，例如在政治議題的查核聲明中，政府機構或是知名機構發佈的訊息的可信度遠高於普通民眾或是不

知名組織的訊息 (Knobloch-Westerwick & Johnson, 2014)。此外，訊息來源的傳播者是該領域的專家、家人、朋友的可信度影響力超過不被信賴的傳播者 (McGinnies & Ward, 1980)。根據逆火效應的研究中顯示，新聞訊息來源可能引起讀者的抵抗，此時若能選擇與錯誤訊息相同意識形態或立場的專業人士更正訊息，避免訊息來源被認為具有黨派動機或意識形態，就能更好地增加訊息來源的可信度 (Nyhan & Reifler, 2013)。但需要認識到的是，可信賴性與專業性對說服效果還是存在影響，即使同一個訊息來源，受眾在接受時仍可能產生認知偏差或是虛幻真實效應 (曹乘瑜, 2012)。若是具有權威身份的人士，立場不中立或具有黨派偏見，便可能導致其發佈的訊息來源可信度下降，這也就意味著一個訊息來源的專業性與可信度並非總保持一致，可同時存在或者相互獨立。

其二，從逆火效應與更正訊息的研究中發現，事實查核文本的敘事結構，也是影響查核效果的重要因素，胡元輝 (2018) 根據拉斯維加斯槍擊案為樣本，分析了美國具有代表性的三家事實查核組織 (PolitiFact, FactCheck.org, Snopes) 查核報告的「敘事結構」，PolitiFact 的查核報告呈現三段論式「背景—論證—裁定」，簡練地整理出所查核的言論重點與對立觀點證據，所有證據都附上來源參考。FactCheck.org 是四段論式「結論—背景—論證—裁定」，在開篇直接澄清關於槍擊案件所聲稱的背景鏈接為錯誤、虛構或未經證實，接著書寫嫌犯的背景資料，之後對訊息來源訊息進行追蹤論證，最後在文末做出「無證據」裁定。Snopes 的查核報告結構與 PolitiFact 類似，都是使用三段論式「背景—論證—裁定」，以裁定結果與傳言為開頭，再接背景與一系列論證。Snopes 的查核報告結構更為符合逆火效應所關注的更正部分策略，例如不使用具有黨派立場或與意識形態有關的訊息來源，盡量使用可信度較高的訊息來源。

Nyhan & Reifler (2012) 為事實查核文本提出九點建議，包括及時處理錯誤訊息，發佈查核訊息，防止錯誤訊息擴散，不使用或少使用否定式敘述；減少錯誤訊息的重複論述；減少黨派立場與意識形態的暗示；使用可信訊息來源；使用圖表；注意選擇性暴露 (selective exposure) 等。

(三)、COVID-19 假新聞查核研究

2020 年中旬，世界衛生組織宣佈，新型冠狀病毒肺炎大流行伴隨著錯誤訊息的「訊息流行」 (infodemic) (Zarocostas, 2020)。COVID-19 雖對科學、技

術來說並不是新的挑戰，但眾多學者、記者、各國決策者與世衛組織看法一致，錯誤訊息的大流行對於公共衛生與公共行動構成嚴重風險。國際事實查核網（IFCN）的副總監 Cristina Tardaguila（2020）稱，COVID-19 是對事實查核人員面臨的最大挑戰。從數據中可以看出，僅 First Draft 而言，從一至三月，以英文文本為基礎的事實查核數量增加了 900%以上（Brennen, Simon, & Nielsen, 2020）。

根據對 First Draft 查核的 COVID-19，一至三月的錯誤訊息進行分析，可發現 COVID-19 錯誤訊息在格式上，對真實訊息進行扭曲、重構、再脈絡化的錯誤訊息占 59% 完全捏造的錯誤訊息佔 38%。在社群媒體上傳播的錯誤訊息佔 87%，完全捏造的佔 12%。從訊息來源來看，呈現自下而上的趨勢，社群媒體的參與者則佔據 69%，而政治人物、名人到公共意見領袖，只佔據樣本中的 20%，自下而上的錯誤訊息實際在社群媒體引起很大的影響，由於無法核實私人團體平台上的訊息，便為錯誤訊息的傳播提供了平台。就錯誤的公共聲明而言，包括來自政府、國際組織（世界衛生組織、聯合國）和地方公共衛生組織被刻意誤導的政策或者措施（Brennen et al., 2020）。該研究雖已對虛假訊息類別、來源與聲明進行較為詳細的分析，但並未對錯誤訊息的主題、動機以及查核人員如何澄清進行敘述。

COVID-19 的錯誤訊息在西方世界蔓延的高峰期是三月後，然而作為新冠肺炎發生最嚴重的中國，錯誤訊息又呈現出怎樣的發展趨勢。

王燦發與于印珠（2020）對中國互聯網闢謠平台專區中 2019 年 12 月 1 日至 2020 年 3 月 24 日的 471 條謠言進行分析，根據中國國家衛生健康委發佈的疫情時間節點，將疫情期間謠言發展劃分為四個階段，分別為：潛伏期、蔓延期、高峰期與回溯長尾期。以時間為量尺，分析謠言訊息發展特點。在「潛伏期」，網上的謠言與真實訊息同時存在，例如，當時「並未出現人傳人現象」是事實，而事後被證實「存在人傳人」。在「發展蔓延期」，謠言有三個特點：1、謠言內容上圍繞著「非典」主題，一方面喚起民眾對非典的群體記憶，另一方面民眾能更快記住這類病毒。2、錯誤訊息使用數據作為佐證加強可信度。3、謠言呈現的情緒，普遍反映民眾的恐慌心理。在「爆發高峰期」，闢謠平台平均每天 9.356 條謠言。

在內容上，健康謠言的重複性大，其中內容以防疫手段為主，詞頻出現最高的「阿莫西林、酒、板藍根、大蒜」以及「口罩、預防、酒精」。傳播形式上，

藉由權威人士增加訊息可信度，包括鐘南山、李蘭娟等。在情緒發展上，指向政府的負面情緒煽動性更強，由於疫情帶來的恐懼與焦慮，加之網路的匿名性，誘發群體極化，涉及社會公平、官民衝突等敏感話題的謠言一時爆發出現，相比內容的誤導性，此時謠言對民眾的情緒煽動影響更為嚴重。在「回溯長尾期」，謠言主要來自於微信群的政策通知類內容，該主題平均每天出現 5.63 條，此外在民眾期待疫情狀況向好的情緒與擔憂外部輸入的情緒相互交叉。

樂玉樹（2020）對新華社每日闢謠在同樣時間區間內進行分析，總結出五種主要的謠言主題：病毒來源、疫情爆發情況、疫情隔離與管理、病毒的治療與預防、抗疫物資管理。

在對一至二月騰訊較真平台的研究中，陳雅賽（2020）提出微信與微博成為謠言的主要來源地，微信 131 例（51.2%），微博 97 例（37.9%）。此外，對事實查核訊息來源，權威機構政府回應速度進行研究，在 1 月 25 日前，政府闢謠時間為 3 天以上，主要圍繞武漢出現不明原因肺炎，1 月 25 日之後回應速度在 2 天以內，一月底以後，基本一天已回覆，回覆文本也從不完善發展到闢謠同時還補充更多訊息。

匡文波與武曉立（2020）指出各個事實查核平台的謠言發展具有五個共同特點：1、謠言隨著疫情的發展而波動，但總體生命週期較短；2、關於健康類的謠言數量最多，主要集中在新冠肺炎防疫方面；3、微信成為謠言的主要傳播渠道，傳播內容圍繞著錯誤政策的傳播；4、公眾情緒成為謠言傳播的最大因素；5、名人效應成為謠言真實性的保障。

梳理新冠肺炎期間中國大陸謠言可發現，研究時間都集中在一月至三月的區間範圍，並未加入更長的時間取樣，但新冠肺炎在三月後在全球迅速蔓延，在五月與六月全國各地又出現疫情反復，此時中國大陸的假新聞是否有所改變並未探討。其次，中國大陸學者對各個事實查核平台中新冠肺炎的謠言類型、主題、發展時間已有較為完善的歸納，但都限制於謠言類別進行探討，並未對虛假訊息的類別與動機進行區分，因此不同訊息背後的立場與意識形態難以清晰地呈現。此外，新型冠狀病毒肺炎涉及公共健康的議題，在目前的研究中除了對謠言的研究方法外，並未使用其他研究取徑，例如風險傳播、健康傳播等議題，分析結果多為描述性，因此在錯誤健康訊息的內容結構、論證及邏輯、論據的科學性上都未涉及，因此在後續分析上，理論支撐上較為薄弱。最後，並未提及在假新聞文本

與查核文本的對話，有效的查核文本是如何針對虛假訊息進行澄清的，在目前中國大陸新冠肺炎議題的研究中是空白的。

因此，本文欲通過延長取樣時間，探索不同時期事實查核平台上的假新聞，梳理出假新聞類別、主題、形式、圖文、敘事結構和來源，藉由健康傳播對偽健康訊息的定義，研究 COVID-19 假新聞中的偽健康訊息特徵。此外，研究查核文本如何針對假新聞進行澄清，分析事實查核文本呈現方式，並通過訪談，對傳統媒體與新媒體記者的事實查核工作流程、操作準則與面臨的困境進行探究。



第叁章 研究設計與方法

本研究採取內容分析法與半結構式訪談法，探究新冠肺炎時期假新聞文本的出處、主題、類別、動機、佐證、動機、敘事方式與訊息來源，以及事實查核文本的訊息來源、敘事方式以及查證類別。通過內容分析法，可了解假新聞與查核文本的總體情況，以及假新聞文本與事實查核文本的樣貌與變化特徵，並明晰事實查核文本的敘事結構。其次，本研究根據 HOI 模型制定半結構式訪談框架，透過訪談第一線事實查核工作的媒體從業人員，以探知事實查核人員在查核中的事實查核現狀與挑戰。

第一節 內容分析法與樣本選擇

一、內容分析法

Earl Babbie 提出，內容分析法是關於各種人類溝通傳播記錄的研究，適合用於回答傳播研究的一個典型問題：誰說了什麼、對誰說、為什麼說、如何說以及產生什麼效果，可以對書本、雜誌、網頁、信件、網路上的訊息、法律規章，以及以上各類組件與集合物進行研究（Earl Babbie, 2007／林秀雲譯，2013）。內容分析實質上是編碼的操作，編碼是將原始資料文本轉換成標準形式的過程。研究文本中的某類屬性，通過計算、統計、推論與解釋，尋求文本背後的意義，即從「量變」的積累來推論「質」（吳紹群，2002），是一種量化研究與質化研究兼具的研究方法。因此本研究可通過此方法，對假新聞文本與事實查核文本進行類目編碼，探究假新聞文本與查核文本的特質與形態，此外，還可以通過觀察查核文本的敘事結構，總結其敘事特徵。

內容分析法具備系統、定量與客觀等特性，對於分析非結構性資料可進行大量以及系統化處理（王石番，1989）。Pellechia（1997）提出，內容分析法在分析長時間文本內容上的優勢是，能夠呈現與比較較長時間範圍內內容的變化趨勢。本研究屬於歷時性研究，因此透過內容分析的方法能夠更加系統地觀察不同時間節點，假新聞文本的變化趨勢。

本研究的數據蒐集與分析採用 Krippendorff（1980）提出的內容分析的六步驟進行，依序確認研究步驟、建立分析框架。六步驟分別為：1、確定資料分析

對象；2、進行定義；3、確定抽取的母體與樣本；4、發掘與分析資料關聯的脈絡；5、界定分析範圍；6、確定推論的目標。內容分析法的分析工具為編碼表，編碼表的表單有記錄序號以及變項的資料欄位，便於登錄分析結果（Neuman, 2000／潘中道、郭俊賢、黃瑋瑩譯，2002）。

內容分析執行步驟與編碼表的建立，詳述於樣本選擇與分析框架中。本研究參考過去假新聞與健康傳播相關研究，選取騰訊新聞較真平台「新型冠狀病毒肺炎實時關謠」作為研究母體，針對新冠肺炎疫情時期假新聞建構類目分析表與事實查核文本類目分析表，並且使用 SPSS 作為分析工具。

二、研究對象

本研究選取以騰訊新聞較真平台「新型冠狀病毒肺炎實時關謠」作為研究母體，選擇原因如下：

（一）、騰訊較真關謠平台在新冠肺炎期間，專門開闢「新型冠狀病毒肺炎」特別版「新型冠狀病毒肺炎即時關謠」。騰訊較真關謠平台與權威專家、機構與媒體合作，利用 AI 等技術工具進行高效關謠。相較於新冠疫情期間的其他關謠平台，例如：新浪關謠、丁香醫生等，騰訊較真查核文本最為細緻，內容涉及謠言文本、查證依據、訊息來源、權威數據等（陳雅賽，2020）。針對本次疫情網站設置三大板塊「較真提問」、「疫情數據」、「風險自評」，其中「較真提問」作為查核機構的錯誤訊息來源之一，不僅利用用戶提供假新聞訊息擴大查核範圍，而且高效實時澄清網友關心的假新聞（張蕾，2020）。根據中國國家訊息中心發佈的《新型冠狀病毒肺炎公眾認知與訊息傳播調研報告》顯示截止 2020 年 2 月 15 日，已經提供 5.36 億次服務。

（二）、騰訊較真平台關謠可信度高、覆蓋面廣，陳雅賽（2020）提出，參照中國政府部門與 WHO 發佈的數據，騰訊較真平台的關謠可信度達到 98%，因涉及病毒治療、傳染、防疫方式還未在醫學及達成共識，所以信度未到 100%。通過百度指數對比分析，騰訊較真平台查核的謠言涵蓋多種類別，關謠訊息覆蓋廣，涉及謠言內容與主題較為全面。

（三）、騰訊較真平台優勢，新型冠狀病毒肺炎即時關謠平台整合了騰訊平台的眾多資源，包括騰訊新聞 APP、微信公眾號、騰訊新聞、騰訊較真關謠小程序、騰訊網，都設有實時關謠點擊入口，並且關謠內容在各平台上同步呈現，大

範圍覆蓋騰訊平台上的眾多用戶（鍾漢成，2020）。根據中國國家訊息中心發佈的《新型冠狀病毒肺炎公眾認知與訊息傳播調研報告》顯示，此次疫情期間的網路媒體疫情訊息傳播滿意度，騰訊網僅次於人民網與新華網排名第三，在傳播力上力壓官方媒體，位列第一。依託騰訊平台，實時闢謠平台在 2020 年 1 月創下兩個微博微指數⁸高峰，以「較真」、「闢謠」為關鍵詞搜索，在 1 月 13 日指數為 114 798，1 月 31 日為 142 513，並在 3 月 1 日創下最高值為 11 995 335。

鑒於以上三點原因，本研究將對騰訊新聞較真平台「新型冠狀病毒肺炎實時闢謠」專區，進行分析。觀察在新冠疫情期間，假新聞與查核文本的呈現方式與特徵。

三、取樣時間

根據中國大陸疫情發展與全球疫情發展時間，本研究的取樣時間為 2019 年 12 月 27 日至 2020 年 7 月 31 日，以中國大陸疫情發生第一階段起始時間為起點，到全球疫情第二輪發展半年後的疫情高峰為止（新型冠狀病毒肺炎時間發展大事記，如附檔一）。通過對騰訊新聞較真平台「新型冠狀病毒肺炎實時辟謠」的梳理，第一條事實查核新聞發佈時間為 2020 年 1 月 18 日，因此，本研究將研究取樣時間最終確定為 2020 年 1 月 18 日至 2020 年 7 月 31 日。

基於時間取樣區間與疫情發展趨勢，將本研究將時間分為六個階段，一、疫情潛伏期（1 月 18 日至 1 月 20 日）；二、疫情爆發期（1 月 21 日至 2 月 20 日）；三、疫情蔓延/全球疫情潛伏期（2 月 21 日至 3 月 17 日）；四、疫情可控期/疫情全球爆發期（3 月 18 至 5 月 4 日）；五、疫情全球蔓延期（5 月 5 日至 5 月 28）；六、全球疫情反復期（5 月 29 日至 7 月 31 日）。在此期間內共蒐集到計查核文本 652 條，假新聞文本 520 條。依查核新聞與假新聞各冠以英文字母為代碼，再根據相關時間類別歸於同一條目下。編碼順序為文本類別（V 指事實查核新聞，F 指假新聞）+時間區間（共六個由 A-F）+序號的方式產生。例如 FA-01 為疫情潛伏期的第一條假新聞。

四、分析框架

本研究分析框架根據汪志堅與駱少康（2002）的研究框架，並結合本研究的

⁸ 微指數是對提及量、閱讀量、互動量加權得出的綜合指數，更加全面的體現關鍵詞在微博上的熱度情況。

研究問題、研究目的與現有研究結果確定最終分析項目。本研究根據新冠肺炎疫情假新聞的特徵，分為假新聞「內容特徵」與「表現方式」兩大類目，結合匡文波與武曉立（2020）以及王燦發與于印珠（2020）以及台灣事實查核中心的新冠肺炎專區提出的新冠肺炎相關主題，羅文伶與邱銘心（2015）提出的假新聞表現方式，以及 Tandoc et al.（2018）、Meel & Vishwakarma（2019）、Zannettou et al.（2019）的假新聞類型進行研究架構修訂。在事實查核文本的構建類目中，主要根據吳世文等（2019）、鄭宇君（1998）、陳雅賽（2020）與騰訊查核標準表，對訊息來源以及查證結果進行類目建構，以下為詳細說明，詳細編碼表如附檔二。

（一）、內容特徵

1、假新聞主題

假新聞主題編碼為單選，是編碼 1 否編碼 0。本研究以全篇假新聞文本為評判標準，選取文本中強調或提及最多的一類主題為本篇主題。判斷方式為主題討論篇幅至少佔據本文的百分之五十，方可納入編碼，存在兩種或以上分量相同的主題討論，則依據假新聞標題為參考依據。本研究參考匡文波、武曉立（2020）以及王燦發、于印珠（2020）以及台灣事實查核中心的新冠肺炎專區提出的新冠疫情時期假新聞的主題為初步參考。

主題分類為：

——健康主題

- （1）偏方：為民間流傳不見於古典醫學著作的中藥方。
- （2）治療：新冠肺炎的治療方式。
- （3）疫苗與藥物：針對新冠肺炎的疫苗與治療性藥物。
- （4）防控措施：具體對新冠肺炎疫情的防控（例如：口罩如何使用）。

——官方主題

- （5）政府/官方行動：針對官方與政府的態度、行動與舉措。
- （6）政策通知：政府發佈的政策或通知意見。
- （7）防疫物資：與疫情相關的訊息內容（例如救援物品等）。

——新冠病毒主題

- （8）病毒特性：病毒特徵與樣態。
- （9）傳播途徑：病毒可能通過何種方式傳播。
- （10）病毒源頭：新冠肺炎疫情病毒來源（例：來自義大利、美國，而非武

漢)。

——疫情與日常生活

(11) 新冠肺炎與動物：疫情期，動物被拋棄或成爲病毒攜帶體（例如，人可能通過家中寵物被傳染）。

(12) 疫情與生活改變：疫情狀態下的民眾生活或是行動發生改變。

(13) 疫情失控：某地區疫情失去管控。

此外添加國際主題，細分爲以下類別：

(1)、種族歧視：對不同種族或民族採取敵視、迫害和不平等對待的行爲，尤其是對疫情較爲嚴重的國家和地區。

(2)、各國封城與隔離措施。

(3)、各國疫情失控。

(4)、各國疫情數量。

(5)、歐美地區沒有人權（例如：放棄治療老人）。

(6)、其他：不屬於以上類別的其他主題，包括主題不明晰也屬於此類。

2、假新聞訊息來源，訊息來源的編碼爲複選，可指假新聞中話語的直接發佈者，或是話語被引用者，以及出現身份並提供訊息的人。假新聞訊息來源藉以下三項標準決定採納順序：1、話語直接發佈者；2、佔據全篇假新聞比例最高者；2、出現於假新聞開篇者。

根據羅文伶、邱銘心（2015）與吳世文等（2019）與的研究，初步將假新聞資訊來源分爲以下幾類：

(1)、科研機構或科研人員、專家

(2)、商業機構或其人員

(3)、醫療機構或醫療領域專業人士

(4)、民間組織或其人員（包括民眾調查）

(5)、官方機構

(6)、個體網民

(7)、俗語或民間諺語（包括約定俗成的經驗等）

(8)、中醫（包括書籍、秘方、經絡圖、補氣的原理與說法、土藥方等）

(9)、媒體

(10)、無明確資訊來源（某醫院、某專家、某醫生等）

(11)、其他

3、指涉目標，指涉目標編碼為複選，主要是針對假新聞中訊息所指涉的對象、假新聞內容發生時間以及假新聞發生地點，參考王志堅與駱少康（2002）之架構，將所述對象、發生時間、發生地點，細分為一下類別：

(1)、假新聞所述對象：a、特定團體／企業；b、特定個人；c、政府；d、某種食品／物品；e、某一特定行爲；f、某一事件；g、其他。

(2)、內容發生時間：明確日期、模糊日期、持續發生。

(3)、內容發生地點：明確地點、模糊地點、無地點。

4、假新聞出處，假新聞出處編碼為單選，此編碼主要針對假新聞出於何種平台進行分類，參考陳雅賽（2020）假新聞研究，主要細分為一下類目：（1）、微信平台；（2）、微博平台；（3）、新聞網站；（4）、論壇；（5）、自媒體；（6）、短影像平台；（7）、來源不明；（8）、其他。

5、假新聞佐證證據，假新聞佐證證據的編碼為複選，此項主要探討假新聞文本為提高其可信度，所依附或者提供的證據，根據王志堅與駱少康（2002）與羅文伶、邱銘心（2015）提出的框架進行修改，細分為一下類別：

(1)、照片／圖示／影片：假新聞文本中含有至少一類。

(2)、專家／專門團體說法／研究報告說法：使用權威人士或研究報告的話語作為佐證。

(3)、專有名詞：利用行業專有詞彙增加文本可信度。

(4)、親友/本人/其他人親身經驗：提高文本的親近性，增強說服力。

(5)、聯絡方式／查證管道

此外，添加是否述及某些科學研究，參考 Marcon et al.（2017），增加以下類別：

(1)、是否述及某些科學研究。

(2)、是否有提供期刊名稱。

(3)、是否有提到科學效果。

(4)、標題是否能引起恐慌、不信任或懷疑。

(5)、內文是否引起恐慌、不信任或懷疑情緒。

(二)、表現方式

1、假新聞文本表現方式，此項主要討假新聞訊息結構、陳述方式與謠言主張確定編碼類目。此項參考羅文伶、邱銘心（2015）研究類目建構，進行修改。

(1)、陳述方式：內容事件陳述方式，此項編碼為單選：

a、敘事型：敘事以事件為主、時間為序，描述以場景為主，概括性強。

b、推論型：推論性陳述，就是在一切都未定的情況下,作出結論。

c、假新聞報導型：以真實新聞為幌子傳播的虛假資訊通常是通過新聞媒體或互聯網傳播的。

d、清單型：成列清單對原因、影響、效果等因素進行評價。

e、未辨明何種陳述方式。

(2)、謠言主張，謠言主張的編碼為複選。

a、注意、警惕：以提示性方式要求受眾遵循。

b、求助：向特定目標或公眾尋求幫助。

c、分享新知：為受眾提供新的知識訊息，主要以「精英/權威/官方人士」為主要訊息源。

d、建議採取行動：建議受眾採取文本中的意見並實踐。

e、抵制：不讓「消極或錯誤」的事物侵入或發生作用。

f、國族主義：以自我民族的利益為基礎而進行的思想或運動。

g、種族仇恨：對除本身所屬的人種外的人種，採取一種蔑視、討厭及排斥的態度，並且在言論行為上表現出來。

h、其他。

2、假新聞類別，此項主要針對假新聞文本類別進行編碼，編碼為單選，參考 Meel & Vishwakarma（2019）；Zannettou et al.（2019）的類別進行類目建構，主要參考文本的訊息來源、動機與主題進行類別確定：

(1) 謠言：訊息來源於個人或是民間團體，真實性含糊不清或從未得到證實的資訊，不一定是錯誤的；也可能為真。

(2) 偏見或單向立場：指的是極端單方面或有偏見的故事。

- (3) 誤傳：粗心大意或認知偏見而無意中流傳的資訊。
- (4) 不實資訊：故意散佈的欺騙性資訊，資訊基於已有訊息進行修改。
- (5) 點擊誘餌：故意使用誤導性標題來鼓勵訪問者點擊特定網頁。
- (6) 惡作劇：錯誤的故事，特別是通過玩笑，惡作劇，幽默或惡意的欺騙手段，偽裝成真相。
- (7) 諷刺/模仿：文章主要包含幽默和諷刺意味。
- (8) 垃圾評論：對產品和服務的虛假或有偏見的評論或評論。
- (9) 宣傳：根據旨在促進特定觀點或政治議程的預定策略，在目標社區中傳播不公正的偏見和欺騙性資訊，是捏造新聞的一個例子。
- (10) 捏造：完全虛構的故事與真實事實完全脫節。
- (11) 假新聞：以真實新聞為幌子傳播的虛假資訊通常是通過新聞媒體或互聯網傳播的。
- (12) 脈絡錯誤的內容：文章的內容脈絡存在歧義或是明顯錯誤。
- (13) 其他：不同於上述類型之內容。

(三)、事實查核文本編碼

1、查核平台訊息來源類別，綜合偽健康訊息與糾正訊息（吳世文等，2019），基因新聞（鄭宇君，1998）與新冠肺炎時期查核類別（陳雅賽，2020），加上研究者對樣本的初步觀察，歸納為以下九類，本部分編碼為單選。

- (1)、科研機構或科研人員、專家：包括科學、醫療與衛生領域的專家。
- (2)、事實查證平臺：
- (3)、查核人員：事實查核記者與查核工作人員。
- (4)、官方與衛生機構：政府/衛生部發佈權威文件、政府發言人等。
- (5)、民間組織或其人員（包括民眾調查）：民間團體、非營利組織獲利數與這些團體的代表。
- (6)、醫學科普平臺：醫療衛生訊息的權威平台。
- (7)、媒體/期刊：包括期刊、研究報告或以媒體作為訊息來源。
- (8)、其他

2、查證結果，查證結果根據騰訊較真查核平台的查證量表為編碼類別，本部分編碼為單選。分別為：(1)、謠言；(2)、偽科學；(3)、假新聞；(4)、

偽常識；（5）、尚無定論；（6）、有失實；（7）、分情況（8）、存在爭議；（9）確實如此；（10）、確有此事。

五、前測信度檢驗與資料分析

為檢測內容分析類目的可靠性，本研究在正式編碼前，隨機選擇 653 篇文本的 10%，計假新聞文本與查核文本各 65 篇，由三位編碼員（研究者本身與另外兩位傳播專業研究生）進行編碼前測，為保證編碼效果，在同一時間內對文本進行編碼，並計算檢驗信度，計算方式如下（王石番，1989）。

$$\text{相互同意度} = 2M / (N1 + N2)$$

M：完全同意的數目；N1：第一位編碼員應有的同意數目；N2：第二位編碼員應有的同意數目。

$$\text{信度} = n \times (\text{平均相互同意度}) / 1 + [(n-1) \times \text{平均相互同意度}]$$

N：參加編碼人員總數

通過假新聞文本與事實查核文本的前測編碼後，依據三位編碼員編碼結果是否一致，計算出編碼員之間的相互同意度，再依據信度檢驗公式計算出假新聞文本與事實查核文本各類目間的信度，若信度低於 0.8，則編碼員之間討論各自在登入內容時的疑慮，對概念模糊，爭議、未窮盡或互斥的項目進行重新修訂與編碼。本研究採用統計分析軟件 SPSS18.0 進行數據統計分析。

在前測過程中，研究者與另兩名編碼員進行多次討論，本研究前測信度以最後一次編碼結果進行計算，三位編碼員的相互同意度平均數為 0.9。各類目信度見表（3-1）所示，介於 0.85~1 之間，總信度為 0.94，符合所能接受之最低標準。

	分析項目	信度	編碼項目	分析項目	信度
假新聞主題	假新聞國內主題分類/國外主題	0.92	查核文本訊息來源	科研機構或專家	0.96
假新聞訊息來源	訊息來源項目分類	0.91		事實查證平臺	1
指涉目標	所述對象	0.91		查核人員	1
	發生時間	0.96		官方與衛生機構	0.93
	發生地點	0.94		民間組織或其人員	0.94
假新聞出處	假新聞出處分類	0.87		醫學科普平臺	0.91
新聞佐證證據	假新聞佐證類別	0.91		媒體/期刊	1
	科學佐證	0.93		其他	1
假新聞訊息結構（複選）	標題使用誇大等詞彙	0.85	查核文本查證結果	查證結構分類	1
	內文使用誇大等詞彙	0.86	假新聞陳述方式	敘事型	0.96
	段落間無邏輯關係	0.85		推論型	0.94
假新聞主張	假新聞主張類別	0.9		新聞報導型	0.93
假新聞類別	假新聞	0.93		清單型	1
				其他	1
整體信度:0.93					

表 3-1：假新聞與查核文本項目內容分析編碼員前測信度表

第二節 半結構式訪談與理論框架

一、半結構式訪談法

本研究在內容分析結果的基礎上，探究媒體從業人員如何打擊特定假新聞的經驗，以對資料進行更深入的詮釋與分析，並採用半結構式訪談的方法蒐集質化研究資料。半結構式的採訪，對於訪談主題結構嚴謹提出相關問題，而問題本身則具有開放性、彈性的優點，以引導訪談進行（Sharan, 2011/2009），此方式可以從受訪者處獲得獨特的資料。「在訪談的過程中，受訪者將會願意對研究者揭露他或她的感受、意圖、意義，或是他/她對於一個主題，情景或者是感念的想法」（Lichtman, 2010/江吟梓、蘇文賢譯，2010），以下則進一步說明沿用的理論框架。

二、半結構式訪談理論框架

HOI (Hierarchy of Influence) 模型從媒介社會學的角度結合民族誌視角，從微觀與宏觀的角度為新聞學研究提供分析框架。在新聞實踐研究中，HOI 模型是被廣泛運用的理論模型（Ferrucci, 2018; Kwanda & Lin, 2020），Reese & Shockerman (2013) 在對新聞業的研究中，充分考慮目前媒介發展的背景，在之前的基礎上將 HOI 模型進行空間轉向，強調現在通常被視為鬆散地「網絡化的公共領域」，甚至是「全球網絡化的領域」，正在影響著新聞室的運作與重組。在此背景下，Reese & Shockerman (2013) 重新整理 HOI 模型，整合了考慮影響媒介因素的五個層次，分別是個人層面、常規層面、組織層面、社會建制層面以及社會系統層面（Shoemaker & Reese, 2013）。以這五個層次衡量媒體力量的不穩定和重組，以及為各層級因素如何相互作用與影響提供方法。

同時本研究遵循 HOI 模型所強調的行動者與建制間的關係，賦予行動者更大的能動性，用以達到對各個層次的觀察，並為綜合因素分析提供框架，對多個層級的分析提供更大的解釋力。因此，遵循本研究的研究目的，將事實查核記者作為半結構式對象，將依循 HOI 模型的三層級，即個人層面、常規層面、組織層級作為訪談框架，並整合文獻回顧中事實查核概念與查核流程、數據分析中的相關結果以及研究問題制定出編碼框架，詳見表 3-2。在個人層面，主要討論事實查核相關人員的角色認知與新聞價值判斷；常規層面涉及新聞製作流程與事實

查核；組織層面包括編輯政策與組織文化。通過以上三個層次回答第三個研究問題：事實查核記者對於事實查核的認知與查核新聞的價值判斷為何？事實查核的流程為何？媒體機構內的編輯政策與組織文化對事實查核有何影響？

三、半結構式訪談要求

本文探究事實查核記者如何打擊特定假新聞的半結構式採訪大致分為：

(1)、事實查核記者對於事實查核的認知與查核新聞的價值判斷為何？(2)、事實查核的流程為何？(3)、媒體機構內的編輯政策與組織文化對事實查核有何影響？

訪談及招募：招募本研究受訪者的過程中，筆者通過在媒體實習時結交的人脈，尋找到多位符合本研究的受訪者，並根據「滾雪球」的研究方法，通過受訪者聯繫獲得更多相關人士的支持，邀約訪談。本研究的受訪者需要符合下列要求：

(1)、省級或以上查核機構/媒體機構行業從業人員；(2)、具有事實查核經驗的從業人員；(3)、具有社會關懷與國際視野且無商業立場與偏見。

事實查核記者的半結構式採訪訪綱，見附檔三。

表 3-2：半結構式訪談編碼框架表

編碼	次級編碼	定義
個人層面 Individual level	角色認知 新聞價值判斷	專業新聞需要具有價值
常規層面 Routine level	訊息來源可信度 時間節點與時間線 訊息來源知識	訊息來源可以解釋聲明 即時公佈相關訊息 訊息來源可提供議題相關知識
事實查核流程 一、訊息蒐集	建構/校對 選擇聲明進行查核 追蹤錯誤陳述 尋找證據 反饋訊息給專業人士 評估文本真實性	
二、訊息加工	分發渠道 編輯政策 組織文化	
三、訊息分發 組織層面 Organization level		

資料來源：研究者整理

四、資料分析方式

由於本研究的項目皆為名目變項目，因此，除了頻率分析外，卡方檢定為主要使用的統計方法，本研究之研究問題所設計類目與對應方法詳述於表 3-3。

表 3-3 研究問題與分析策略表

研究問題	(1)、從 2020 年 1 月到 7 月，新冠肺炎相關假新聞，在不同階段，其主題、訊息結構、陳述方式、類型、主張、訊息來源，呈現怎樣的趨勢變化？											
變項或變項之間的關係	主題	主題/日期	訊息結構	陳述方式	主題/陳述方式	假新聞佐證	假新聞出處	假新聞類型	假新聞類型/出處	假新聞結構	主張	假新聞訊息來源
分析策略	次數分配	卡方檢定	次數分配	次數分配	卡方檢定	次數分配	次數分配	次數分配	卡方檢定	次數分配	次數分配	次數分配
研究問題	(2)、從 2020 年 1 月到 7 月，新冠肺炎事實查核文本中，查證的訊息來源與查證結果，有什麼特徵和趨勢？											
變項或變項之間的關係	訊息	查證結果	假新聞主題/查核訊息來源									
分析策略	次數分配	次數分配	卡方檢定									
研究問題	(1)、事實查核媒體從業人員對於事實查核的認知與查核新聞的價值判斷為何？											
研究問題	(2)、事實查核的流程為何？											
研究問題	(3)、媒體機構內的編輯政策與組織文化對事實查核有何影響？											
受訪者	事實查核相關人員											
分析策略：主題分析	查核人員個人認知 事實查核流程 行業內部編輯政策 目前的困境與挑戰											

第肆章 研究結果

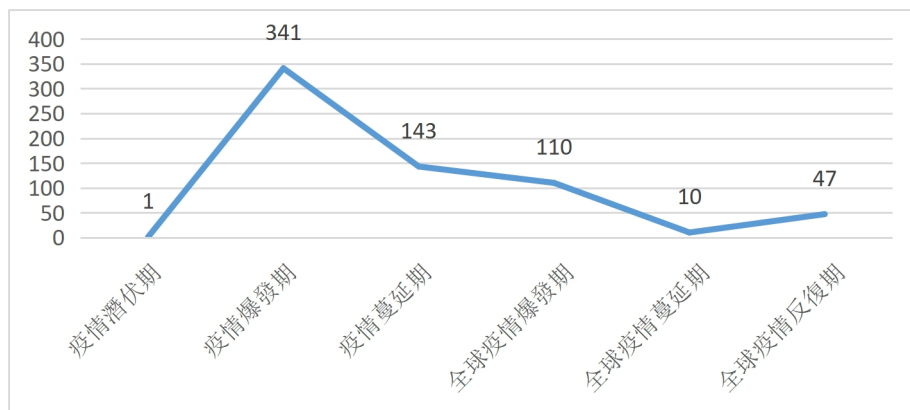
本研究探討新冠肺炎時期假新聞文本與查核文本特點，分析內容為以下幾部分。首先，對不同時期假新聞數量、主題、訊息結構、陳述方式、類型、訊息來源進行資料統計，其次，對查核文本的查證結果與訊息來源進行資料統計，歸納查核文本論述結構。最後，通過半結構式訪談結果分析中國大陸事實查核操作流程、編輯政策與組織文化。

第一節 假新聞特徵與表現方式

一、查核文本總體數量情況

根據騰訊較真平台「新型冠狀病毒肺炎實時闢謠平台」的查核文本，共累計查核文本 652 條。其中，查核結果為「尚無定論」、「分情況」、「確有此事」與「存在爭議」等已經確認真實性的訊息或暫時無法判定真實性的訊息共 132 條，而確認為不實訊息文本有 520 條，約佔所有查核資料之八成，以下亦交互使用「不實訊息」或「假新聞」代稱。以前述六個時期進行分析查核文本數量趨勢，結果發現，假新聞數量與本國疫情發展有關，在疫情潛伏期為個位數；在 1 月 21 日後進入疫情爆發期，查核文本數量也達到峰值（N=341），每日查核文本數量平均為 11.36 條，數量最高峰值出現在 2 月 26 日（N=24）；在疫情蔓延期間（N=143），與疫情全球爆發期（N=110），查核文本數量都破百；進入 5 月 5 日疫情全球蔓延期，查核文本數量下降，到了全球疫情反復期又增加到 47 條。

圖 4-1：查核文本數量分佈趨勢表（N=652）



資料來源：研究者製作

二、假新聞時間與主題分析

本研究接著將查核文本中已確認真實或有爭議的文本 (n=132) 排除，單純以經查核確屬不實訊息之假新聞文本 (n=520) 進行分析，發現不同時間段的主題分類不存在顯著差異，經卡方檢驗 ($X^2=102.172$, $P<.001$) 確認時期與主題二者存在關聯性。從表 4-1 可知，在疫情潛伏期與疫情爆發期，出現最多的主題是「健康」類 (47.52%)，其次是「疫情與日常生活」(18.79%) 以及「官方」主題 (17.73%)。到了疫情蔓延期，「健康」主題 (32.23%) 與「官方」主題 (19.83%) 依舊佔比最高，而「疫情與日常生活」與「國際」主題的題材均顯著增加。進入疫情全球爆發期，「國際」主題佔比顯著增加，佔所有假新聞超過四成 (40.51%)，其次才是「官方」主題 (24.05%)。當疫情進入全球蔓延期時，假新聞數量下降，假新聞主題主要圍繞在「健康」主題與「國際」主題，均為 42.86%。進入全球疫情反復期，「健康」主題 (35.48%) 與「新冠病毒」主題 (25.81%) 數量再度上升。

表 4-1：假新聞時間與主題數量分布與比例

	總計	健康主題	官方主題	新冠病毒主題	疫情與日常生活	國際主題
疫情潛伏期與爆發期	282	134 (47.52%)	50 (17.73%)	35 (12.41%)	53 (18.79%)	10 (3.55%)
疫情蔓延期	121	39 (32.23%)	24 (19.83%)	16 (13.22%)	21 (17.36%)	21 (17.36%)
全球爆發期	79	13 16.46%	19 24.05%	4 5.06%	11 (13.92%)	32 (40.51%)
全球蔓延期	7	3 (42.86%)	0 (0)	1 (14.29%)	0 (0)	3 (42.86%)
全球疫情反復期	31	11 (35.48%)	2 (6.45%)	8 (25.81%)	6 (19.35%)	4 (12.90%)

$X^2=102.172$, $P<.001$

來源：研究者製作

從疫情發展的六個時間段中不同主題數量差異可以發現，假新聞主題趨勢變化與疫情發展情況相吻合。首先，在中國大陸疫情的潛伏期與爆發期出現的重要

事件，也決定了不同時期假新聞主題類別。在疫情潛伏期間，「中國呼吸病學專家鍾南山通過中央電視台確認，病毒可通過人傳人；WHO 宣布將 2019 新冠狀病毒全球危險等級調升為「高」、中國地區為「極高」，武漢建設「方艙」醫院，收治第一批病患」等，這一時期假新聞主題主要圍繞著健康主題、官方主題、疫情與日常生活是佔比最高的三個主題，在健康主題中，偏方、治療方式與防控措施是被選擇最高的三個選項，例如，使用類似風油精與小磨香油可以預防新冠肺炎病毒的偏方類：「杭州醫生提示：在人中塗風油精可有效預防呼吸道疾病」（編碼 FB-17）、「小磨香油滴在鼻孔，可以阻斷一切的流感和瘟疫傳染」（編碼 FB-25）；亦或是與治療相關的謠言，比如隔離艙或是藥物阿司匹林治療：「這個玻璃裝置是隔離艙，用它進行患者的隔離」（編碼 FB-06）、「阿司匹林能有效延緩新冠肺炎病情」（編碼 FB-69）；以及限制口罩買賣與解放軍將接管武漢醫院類的防控措施，如：「2 月 4 日起，福州將實施預約搖號購買口罩」（編碼 FB-129）、「2 月 10 號疫情不好轉，解放軍將全面接管武漢」（編碼 FB-145）等假謠言。

其次，在疫情蔓延期，中國-世界衛生組織新冠狀病毒肺炎聯合專家組到湖北省開展調研，以及 WHO 宣布，COVID-19 是「全球大流行疾病」（Pandemic）並可能將進一步擴散。此時，健康主題與官方主題依舊佔比最高，健康主題的相關假新聞與疫情爆發期基本相同。官方主題則主要針對政府行為或是政策通知，例如：「人民大會堂一人一桌招待世衛組織客人」（編碼 FC-47）、「國家體育總局下發 4 月 30 日前禁止辦賽通知假謠言」（編碼 FC-33）。同時，國際主題佔比也開始上升，例如關於歐美地區的疫情情況：「美國吹哨人爆料美國新冠肺炎感染者已超 1000 例」（編碼 FC-28）、「義大利 86 人因新冠肺炎被隔離在妓院裏 14 天」（編碼 FC-80）。

進入疫情全球爆發期後，全球疫情嚴峻，確診人數破百萬大關，義大利、西班牙、美國、法國等歐美地區疫情數量急劇上升，全球多個國家延長封鎖令。這個時期增加了更多與國外疫情失控有關的假訊息，如：「義大利政府將新冠病人屍體丟入萬人坑」（編碼 FD-43）、「病毒惹的禍：美國有很多感染的人絕望跳海了」（編碼 FD-50）。或是與國家元首、名人相關假新聞，例如：「特朗普請巫師到白宮施法以驅除新冠病毒」（編碼 FD-68）、「新加坡總理李顯龍確診感染新冠肺炎」（編碼 FD-48）、「世界男高音多明戈因新冠肺炎於 3 月 26 日去世」（編碼 FD-35）。

在全球疫情爆發期，中國大陸的新冠肺炎也得到控制。處在「最長寒假」的民眾期盼能夠復工、復產、復學。以校園復學為例，截止 2020 年三月中下旬，根據各地區疫情風險等級，全國已有 16 個省份陸續發佈中小學以及高校的開學時間，但是整體情況而言，在教育廳尚未發佈確切開學時間時，其餘省份還需要等待開學訊息（中國互聯網新聞中心，2020 年 3 月 23 日）。因此，與復工、復產與開學相關的假新聞，成為了官方主題中政府通知最主要的組成部分，例如：「北京市於 4 月 8 日宣佈高三年級 4 月 27 日開學」（編碼 FD-60）、「遼寧省教育局 3 月 28 日前公佈了各學校具體開學時間」（編碼 FD-37）。

進入了新冠肺炎全球蔓延期後，此時期假新聞數量下降到個位數，主要圍繞健康主題與國際主題。最後，在全球疫情反復期，在此期間 WHO 主席譚德塞召開記者會，稱 COVID-19 是「史上最嚴重全球衛生緊急事件」。此時，健康主題與新冠病毒主題佔比相同，新冠病毒主題開始圍繞在病毒變異、病毒會帶來後遺症等方面，如：「新冠病毒已變異，武漢又有幾十人中招（編碼 FF-23）」、「新冠恐怖後遺症出現！每個患者都會出現可怕血栓（編碼 FF-30）」。其他各類主題佔比相差不大，與之前的各個時期的假新聞主題類別基本相同，但數量變少。

三、假新聞陳述方式

在假新聞陳述方式方面，本研究分為敘事型、推論型、新聞報導型、清單型，如表 4-2。其中敘事型的陳述方式佔比最高為 45.58%（N=237），主要以說故事的方式描述事件內容。其次是根據某些訊息自行推論的陳述方式（佔 21.35%，N=111）。例如，根據官方指南推論新冠肺炎康復患者不具傳染性，因此可以復工復產：

「世衛組織發佈了關於調整 COVID-19 應對工作下一階段的公共衛生和社會措施的指南。一些國家政府建議，對引起 COVID-19 的 SARS-CoV-2 的抗體進行檢測，並以此作為發放『免疫護照』或『無風險證書』的依據，使人們認為自己已獲保護，不會再次感染，因而可以出行或復工」（編碼 FD-78）。

以新聞「外衣」傳播錯誤訊息的文本佔比 10%（N=52），此類文本的形式包括（1）使用舊新聞但移花接木到現在的事件進行詮釋；如借用老年報八年前的報導，並套用相關專有名詞，提出老年報早在八年前就預測出新冠肺炎會爆發，「《老人報》八年前預測新型冠狀病毒會輸入爆發」（編碼 FC-120）；（2）

以新聞報導書寫格式進行商業宣傳；例如：標題為「新冠抗體重大突破，100%抑制病毒，4天內清除」（編碼 FF-01）的假新聞，實則內容是一家醫藥公司在文章中宣傳與疫情毫不相關的藥品；（3）使用國外新聞網站的報導，對關鍵訊息進行修改，例如某文本事件的背景是，美國佛羅里達州疫情嚴重，新冠陽性數字不斷攀升。考慮到佛州此前是防疫措施最鬆弛、防護觀念最差的大州之一。所以這個後果本並不奇怪。但不少中文自媒體有不同的看法，它們齊齊發帖稱，佛州疫情嚴重，是因為醫院造假，把數字編大了，便加上個人意見改寫新聞並轉發。事實上，此新聞報導的感染人數沒有錯，錯的是檢測數字。佛州部分檢測機構的陽性率的確有偏差，但不是因為多報陽性患者，而是少報了陰性患者導致的。

此外，清單型的陳述方式（4.81%, N=25）多出現在官方主題的假新聞中，通常假新聞文本會以重點條列式呈現，內容並涵蓋對應某些官方措施詳細的數據或者日期，以假亂真。

有不少的假新聞並未有明確的陳述方式，在本研究中歸於其他類（18.27%, N=95），其中有部分假新聞僅用一句話陳述訊息，例如：「能夠憋氣 10 秒就是沒有感染新冠病毒」（編碼 FD-11）、「新冠病毒能通過通過皮膚侵入人體，皮膚裸露有感染風險」（編碼 FC-8）。

表 4-2 假新聞陳述方式百分比

假新聞陳述方式	敘事型	推論型	新聞報導型	清單型	其他
個數	237	111	52	25	95
百分比	45.58%	21.35%	10%	4.81%	18.27%

來源：研究者製作

四、假新聞內容特徵

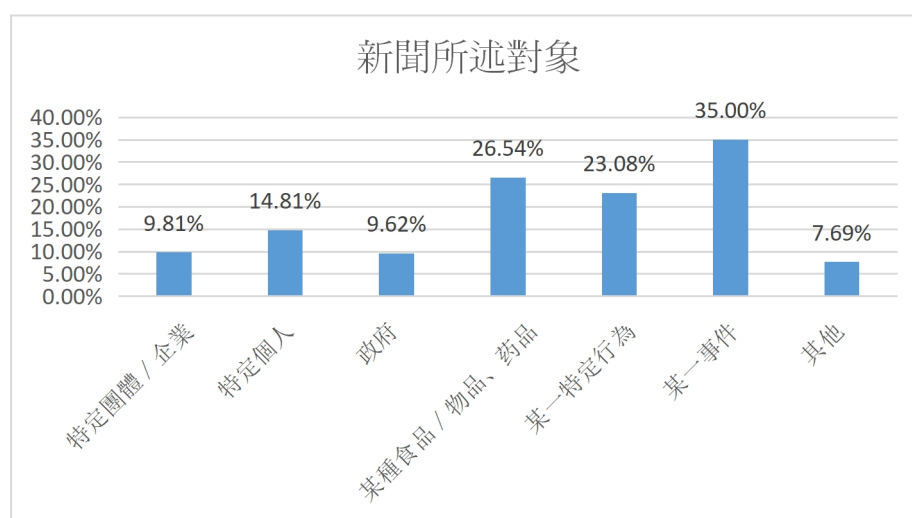
以下探討假新聞所述對象、時間和地點，以了解在新冠肺炎時期，假新聞文本較常指涉的對象。

（一）所述對象

在所述對象方面的分析選象為複選，一則假新聞文本至少可以選擇七個變項進行編碼。從圖 4-2 可知，所指為某一事件的選項百分比最高，達到 35%，其次是指涉某一種食品／藥品／物品，達 26.54%，食品主要圍繞在烘焙事物、肉類

食物以及生食食物，例如：「停止食用烘焙食品！食用烘焙食品容易感染新冠病毒」(編碼 FD-55)、「牛蛙、甲魚等已被列入禁食名單、別吃魚肉，特別是草魚做的酸菜魚水煮魚，會感染病毒」(編碼 FC-83)；排在第三的是某一特定行為，百分比為 23.08%。所述對象為特定個人百分比為 14.81%，在所述對象中名人、國家領導人以及醫務人員出現頻次較高，例如：鍾南山、李蘭娟、比爾蓋茨、川普等，如圖 4-2 所示：

圖 4-2：假新聞所述對象百分比



說明：本選項為複選，故總百分比超過 100.0%，無法進行卡方檢定。

來源：研究者製作

(二) 假新聞所述時間與地點

從假新聞文本中，無地點與無時間同時出現的比例最高，在兩成左右；其次是明確時間與明確地點同時出現，可見也有不少假新聞更注意捏造細節；同一篇文本存在模糊時間與明確地點，百分比佔 17.50%。此外，模糊時間與模糊地點、持續時間與無地點，分別佔比 10.38%與 10.77%。其餘各類目之間同時出現在一篇文本中的比例都在 10%以下（表 4-3）：

表 4-3：假新聞所述時間與地點百分比

	明確地點 (N=228)	模糊地點 (N=89)	無地點 (N=203)
明確時間 (N=122)	20.38%	1.54%	1.54%
模糊時間 (N=176)	17.50%	10.38%	5.96%
無時間 (N=146)	5.00%	2.50%	20.77%
持續時間 (N=76)	0.96%	2.96%	10.77%

來源：研究者製作

根據表中數據可知，假新聞文本中所指時間地點主要出現兩種情況，一種是比例最高的無時間與無地點，此類的假新聞文本主要圍繞在健康主題，例如偏方「喝單樅茶可以預防新冠肺炎」(FC-44)；治療與預防：「使用光催化設備能有效預防新型冠狀病毒感染(FC-31)、預防肺炎的疫苗能防止新型冠狀病毒感染(FB-149)」。病毒主題，例如傳播途徑或者是病毒特性「新型冠狀病毒是SARS 病毒的進化」(FB-200)。由於健康主題與病毒主題在疫情發展中具有不確定性，假新聞文本不提及事件的時間與地點，以增加事件的模糊性。

至於明確時間與明確地點的假新聞佔比也很高，此類假新聞文本，主要圍繞在官方主題，例如：「武漢官方：在武漢上空開始播撒消毒粉液(FB-14)；鄭州上午九點到十一點將空中噴灑消殺藥物(FB-31)」等，以及疫情與生活主題，例如：「北京超市、菜市場要關門一周(FB-83)」。

在國際主題中假新聞文本較高頻率出現模糊時間與明確國家名稱，例如各國治療與隔離措施「澳洲斥資 20 億澳元專門開發新冠肺炎疫苗(FB-252)、新加坡拒絕超過 116 名來自武漢的旅客入境」(FB-32)，疫情數量情況與失控情況「美國新冠感染數字造假，往大了編(FF-31)、病毒惹的禍：美國有很多感染的人絕望跳海了(FD-50)、義大利女孩確診新冠肺炎後陽臺自殺(FD-54)、義大利 86 人因新冠肺炎被隔離在妓院中 14 天(FD-80)」；疫情與生活「受疫

情影響，遊客減少，威尼斯出現天鵝和海豚游泳（FD-14）、國外地區無人權「義大利新冠疫情嚴重（FD-105）、軍方動用坦克封城、義大利員警當街把 65 歲以上的老年人都抓了關起來（FC-108）」。曹軻（1997）認為通過假新聞可以看見社會心理與某種真相；在國際主題的假新聞文本中可發現，主要集中在攻擊歐美地區的人權，即在宣稱具有絕對人權的地區，並無法真正有效維護每個公民的權益，甚至出現在妓院被隔離或是動用軍隊封城，亦或是剝奪年長者的生命等。吳君（1993）提出假新聞在國際政治中具有戰爭攻擊的作用，研究推測這些假新聞的出現，能引起中國大陸民眾的共鳴，對國外的政府防疫方式與措施與人權維護產生質疑，從而對本國的政策防疫產生信心與希望。

（三）假新聞佐證

本部分研究假新聞佐證，以了解新冠肺炎時期，假新聞文本較常使用哪些佐證增加可信度。本項為複選，一則假新聞文本至少可以選擇五個變項進行編碼。研究結果為，假新聞文本最常使用的佐證方式是專家／專門團體說法／研究報告說法，達到 26.92%；其次是使用照片／圖示／影片，百分比為 22.50%。使用專有名詞的比例為 12.50%；而通過親友/本人/其他人親身經驗、或是聯絡方式/查證管道，都低於 10%（如表 4-4）。

表 4-4：假新聞佐證類型百分比

佐證	(1) 照片 ／圖示／ 影片	(2) 專家/ 專門團體說 法／研究報 告說法	(3) 專有 名詞	(4) 親友/ 本人/其他 人親身經 驗	(5) 聯絡 方式/查 證管道	(6) 無佐 證
個數	140	117	65	51	24	214
百分比	26.92%	22.50%	12.50%	9.81%	4.62%	41.15%

來源：研究者製作

本研究計算假新聞所使用佐證數量，結果發現使用一個佐證者最多（佔 43.08%，n=224），次之為「無佐證」，佔 41.15%（n=214），使用兩個佐證者佔 13.65%（n=71），有三個佐證及以上的比例最少，僅佔 2.12%（n=11），可見佐證數量越少，其資訊品質越可疑。至於在假新聞文本使用科學佐證情況，無佐證

情況佔據大多數，達到 84.62%；使用科學佐證，涉及科學研究的佔比 7.50%，提供科學研究期刊名稱與科學效果的僅為 1.73%與 4.62%。標題與文本引起恐慌等情緒分別佔比 5.39%與 9.04%，如表 4-5 所示。本選項為複選，故未進行卡方檢定。

表 4-5：科學佐證個數百分比

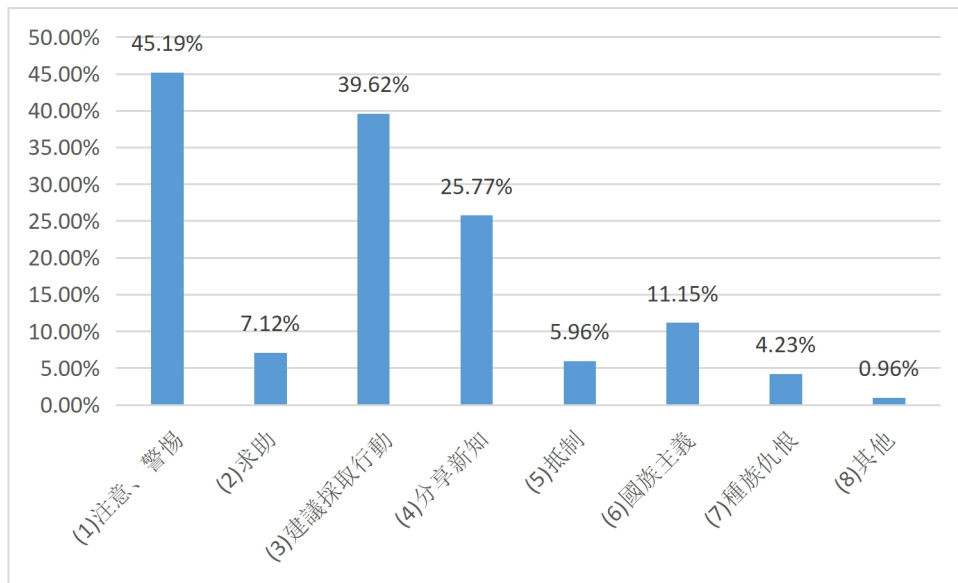
	(1) 是否述 科學佐證 研究	(2) 是否 及某些科學 刊名稱	(3) 是 有提供期 科學效果	(4) 標題是 否有提到 否能引起恐 慌等情緒	(5) 內文是 否引起恐 慌無佐證 等情緒	
個數	39	9	24	28	47	440
百分比	7.50%	1.73%	4.62%	5.38%	9.04%	84.62%

來源：研究者製作

(四) 假新聞主張類別

在新冠肺炎期間，假新聞所傳達為單一主張佔大多數（72.88%），兩個主張為（26.15%），三個或三個以上僅為（0.96%）。在研究分析中，我們發現假新聞主張主要集中在注意、警惕（45.19%）、比如新冠病毒主題，如提醒人們新冠病毒變異某地出現多例感染病例，亦或是疫情與生活主題，告知交通封閉或是網絡成為新冠病毒的傳播途徑。而假新聞為采取行动（39.62%）的主張，多數圍繞在治理，例如偏方類與防疫方式上。分享新知（25.77%）則是藉由某些「權威人士、專家」對新冠病毒的治理、防禦提出看似「專業的訊息」。

圖 4-3：假新聞主張類別



來源：研究者製作

(五) 假新聞訊息來源

本研究對假新聞文本中訊息來源進行分析，結果發現，除了無明確訊息來源（佔比 42.12%）外，個體網民（26.73%）是比例最高的一項訊息來源，其次是媒體（8.65%）與官方機構（6.92%）醫療機構或醫療領域專業人士（4.23%）科研機構或科研人員、專家（2.31%）（見表 4-6）。在用戶生產內容（UGC）的時代，個體網民的訊息多數並不具備專業性，且觀點多數源於自身經驗或是個人認知。但個體網民通常被認為有「經驗可信度」（吳世文等，2019），在訊息大量生產但正確資訊仍然模糊，人們更傾向信任個別用戶。在假新聞文本中，個體網民訊息來源多以提醒、分享訊息等方式出現，如「水果表面有新型冠狀病毒，疫情期間吃水果必須削皮」（編碼 FB-247）、「明天早上四點杭州飛機灑消毒藥水，大家別出門」（編碼 FB-45）。其次，假新聞文本使用媒體與官方機構作為訊息來源，其意圖是提升文本的可信性，獲取人們的信任。此次，新冠肺炎假新聞文本雖與健康主題相關的數量較多，但是使用科研機構人員、專家或是醫療機構與專業人士作為訊息來源的比例並不高。

假新聞所科研機構商業醫療機構民間官方個體網 述訊息來人員專家構與人或專業人組織機構民 源 員 士	個數	百分比	無明確資訊 來源	其他
	12	2.31%	219	20
	10	1.92%		
	22	4.23%		
	6	1.15%		
	36	6.92%		
	139	26.73%		
	10	1.92%		
	1	0.19%		
	45	8.65%		
	219	42.12%		
	20	3.85%		

來源：研究者製作

表 4-6：假新聞所述訊息來源百分比

經卡方檢驗，不同假新聞所述「訊息來源」與「主題」存在顯著差異（ $X^2=59.503$ ， $P=.024<.05$ ），二者存在關聯性（表 4-7）。僅健康主題中提到較多科研機構或人員作為訊息來源，個體網民在各個主題的佔比都最高，也是此次新冠肺炎時期

較主要的訊息來源。

表 4-7：假新聞訊息來源與主題

主題	健康主題	官方主題	新冠病毒主題	疫情與日常生活	國際主題	
假新聞訊息來源類別	科研機構	5	1	4	2	0
	人員、專家	41.67%	8.33%	33.33%	16.67%	0.00%
	商業機構	4	1	1	1	3
	或其人員	40.00%	10.00%	10.00%	10.00%	30.00%
	醫療機構	9	1	4	5	3
	或專業人士	40.91%	4.55%	18.18%	22.73%	13.64%
	民間組織	2	0	1	2	1
		33.33%	0.00%	16.67%	33.33%	16.67%
	官方機構	6	13	5	6	6
		16.67%	36.11%	13.89%	16.67%	16.67%
	個體網民	61	19	20	16	23
		43.88%	13.67%	14.39%	11.51%	16.55%
	俗語或諺語	5	1	0	3	1
		50.00%	10.00%	0.00%	30.00%	10.00%
	中醫	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (100.00%)
	媒體	15	7	6	13	4
	33.33%	15.56%	13.33%	28.89%	8.89%	
無明確訊息來源	88	49	19	38	25	
	40.18%	22.37%	8.68%	17.35%	11.42%	
其他	4	3	6	5	2	
	20.00%	15.00%	30.00%	25.00%	10.00%	

($X^2=59.503$, $P=.024 < .05$)

來源：研究者製作

(六) 假新聞出處類別

在新冠肺炎期間，假新聞出處類別，無明確出處的數量佔據多數，達到 45.38%，其次，假新聞在微信平台佔比最高，為 23.08%，此外，其他出處類別（10.19%）主要來自國外網站例如：Facebook、新聞網站、惡搞網站等。微博平台（8.65%）、新聞網站（5.00%）、短影音（影像）平台（4.04%）、自媒體（2.50%）與論壇（1.15%）的分佈較為平均，且所占比重不大（如表 4-8），由此可見疫情假新聞主要透過社群媒體傳播。

表 4-8：假新聞出處類別

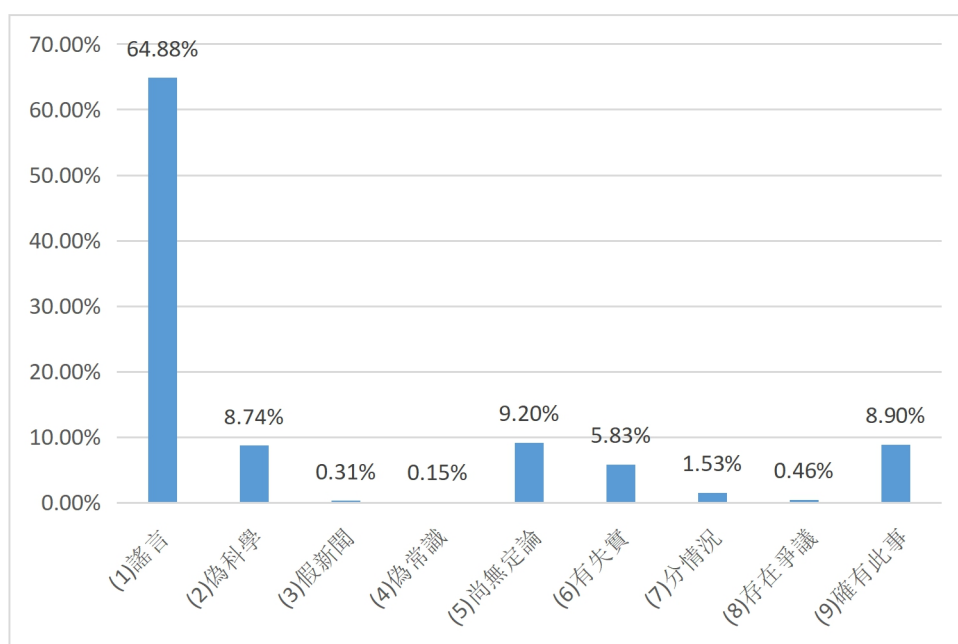
微信平台	微博平台	短影像平台	新聞網站、新聞論壇	新聞網站、新聞論壇	自媒體	來源不明	其他
120	45	21	26	6	13	236	53
23.08%	8.65%	4.04%	5.00%	1.15%	2.50%	45.38%	10.19%

來源：研究者製作

五、查核文本與假新聞分類

在實務工作上，騰訊較真事實查核平台的查證結果類型主要分為九類，相較之下，本研究文獻中學術上對於假新聞的定義較為細緻（如表 2-2 整理共 12 類），在查核實務工作上為了方便民眾理解，並未對內容進行那麼詳盡的分類。在騰訊較真的分類中，佔比最高的是謠言（64.88%），其次是尚無定論（9.20%）、確有此事（8.90%）、偽科學（8.74%），此外，有失實（5.83%）、分情況（1.53%）、假新聞（0.31%）、偽常識（0.15%）、存在爭議（0.46%）。（如圖 4-4）。

圖 4-4：查核平台查證結果 (N=652)



來源：研究者製作

然而，經過本研究編碼員仔細檢視查核平台的查證結果，發現查核平台可能因為查核記者不同，有部分屬於「假新聞」類型的資料計入「謠言」。本研究依照文獻回顧（表 2-2）提出假新聞的類別進行更深入的分析，對於查核平台認定結果重新分類，例如查核平台中屬「謠言」內容，更進一步分為「捏造」（完全虛構）、個體網民在訊息高度不確定的環境中轉發的模糊資訊（表 4-9 的「謠言」），以及依其目的可判斷為「誤傳」或有其他個人政治或營利企圖者（「不實資訊」）。

研究結果發現，捏造的虛假訊息文本佔比最高（27.31%），如表 4-9 所示，大多數假新聞是完全虛構的故事與真實事實完全脫節，例如：

王辰院士在 4 月 3 日答記者問時表示：中國已明確要抄英、德、美的作業——群體免疫，趁秋天之前讓中青年人感染，才能以最小的代價控制住疫情。否則中國人將被鎖在國內，出不了門」（編碼 FD-77）。

但事實是，根據公開報導和資料，並未發現「王辰院士說中國已決定實行群體免疫」的紀錄。而文本中談及與歐美相關的防疫方式，僅是王辰院士提到不同國家處理疫情的情感取向，他在一次南方都市報採訪中提到：

疫情並未遠去，先要考慮我們和歐美之間的差別。他們會比較理性的，在資源短缺的情況下斷指求存。我們比較感性，重感情，一定要把每個人到維護住。於是，在將來就可能出現歐美人群受了大的損失之後，人群免疫能力提升，可以敞開國門。而我們後期可能面臨被動局面，對我們的經濟社會發展、國際交流和開放帶來不利影響（南方都市報，2020.04.07:GA02）

整個採訪中，王辰院士並未提到「中國已決定實行群體免疫」。

「不實資訊」的比例佔據第二，這些文本採用斷章取義或是使用某些關鍵詞對文章進行改編。這類文本基於某些已有資訊進行修改，進而傳播，例如：「義大利研究人員在廢水中檢測到了新冠病毒，水會傳播新冠病毒被證實」（編碼FF-17）。但是，6月18日，義大利高等衛生院發佈一項研究結果顯示，研究人員在米蘭和都靈的廢水樣品中確實檢測到新冠病毒的存在。而實驗中檢測出的是病毒核酸片段，並不是完整的具有感染活性的病毒，這並不代表廢水能直接感染人類，此前荷蘭、美國等多國在污水中檢測到的也均為新冠病毒核酸片段。

再次之為「誤傳」與「謠言」類，主要數量出現在疫情爆發期，依託於疫情發展環境的不確定性，謠言在此時期大量爆發，並多以個體網民為訊息來源進行傳播，在訊息高度不確定的情況下，誤傳的訊息也大量產生。謠言出現主要集中在疫情爆發的初期，由於在突發公共事件中，權威訊息缺位使得網際網路上的小道訊息有機可乘，此外輿情主體公信力不足使得未經證實的網路訊息成為民眾的訊息來源，並且出於某種動機製造與傳播且沒有事實依據、誇大並扭曲的虛假資訊（欒玉樹，2020）。例如：

溫州出現新病毒，490例裡40%是全新變異的病毒，2月24日，在本地微信群、朋友圈中流傳影像稱本來已經穩住了，今天一下子又爆發出來.....等」（FB-241）。

但向溫州市新冠肺炎疫情領導小組辦公室核實，該內容為謠言。據統計，溫州2月24日新增確診病例數為0，官方單位也要求市民以官方權威發佈為準。排名第五的假新聞是以真實新聞為幌子傳播虛假訊息。其他類別佔比都在5%以

下（如表 4-9）。

表 4-9：虛假訊息類別百分比（N=520）

排名	類別	數量	百分比（%）
1	捏造	142	27.31%
2	不實資訊	107	20.58%
3	誤傳	85	16.35%
4	謠言	75	14.42%
5	假新聞	35	6.73%
6	偏見或單向立場	21	4.04%
7	脈絡錯誤的內容	14	2.69%
8	點擊誘餌	9	1.73%
9	宣傳	8	1.54%
10	惡作劇	3	0.58%
11	諷刺、模仿	2	0.38%
12	垃圾評論	2	0.38%
13	其他	17	3.27%
合計		520	1

來源：研究者製作

依照研究結果，在疫情的期間與真實故事完全脫節的「捏造」訊息在疫情期間佔比最高，在整體研究樣本中「捏造」訊息的主題類別從國際主題，到官方主題，再到疫情與生活主題，涉及對象包括各國政府機構與國內外名人。由於疫情期間不穩定的疫情形勢與紛雜的輿論環境，捏造訊息可能引起民眾對於政治的憂慮，以及在種族與文化議題上的對立。

從捏造訊息的主題分類來看，最常見的捏造訊息是官方部門關於疫情期生活管控的政策頒布。值得注意的是，關於官方與政府的行為與發佈病毒防禦資訊的公共傳播聲明，此類捏造訊息很可能挑戰權威機構傳遞訊息的可信度。雖然該類

訊息較常明確地提供所述對象、時間與某一特定事件，使得查核人員更易進行查核，但也從側面體現出，在疫情期間官方與權威機構並非總能夠成功地將清晰、可信賴的訊息提供給受眾以解決緊迫的衛生公共問題。然而在疫情期間訊息量不足、覆蓋面不廣，捏造的假新聞就可能填補公眾理解的空白，而藉以官方或是權威機構發佈的訊息，則有可能更容易被民眾接受，造成後期澄清上的困難。

其次，國際主題是捏造訊息來源較常涉及到的另一個議題，並且主要圍繞著國外名人政要提出的防控措施、或是感染新冠病毒的內容，藉由名人明星的影響力，進而達到產生輿論疊加效應增加假新聞的傳播速率的目的（李彪，喻國明，2018）。此外還包括某些種族傳播病毒的內容，甚至少量涉及類似陰謀論的種族滅絕計劃，使用例如「生物戰、種族滅絕計劃、人類清除計劃」這一類訴諸仇恨的詞彙，增加民眾的危機感與緊迫感。

最後，不實訊息與誤傳的內容並非完全虛構，其內容是通過不同訊息地重新配置而產生，其中包含了一些真實訊息，但是細節被重新處理與選擇使得文本脈絡具有欺騙性與誤導性。在本研究中，謠言依託（問題的）重要性 \times （事實的）模糊性進行定義，歸納為謠言的訊息類別都是確定為假的訊息。而騰訊較真平台並未詳細區分謠言的不同類別，事實上騰訊較真平台所定義的謠言還可包含至少四類假新聞類型，詳細地分類可使讀者在閱讀查核文本時，對於不同類別的虛假訊息結構與主題特徵有更深入的了解，若再次遇到此類訊息，根據查核文本所建構的詳細分類能提升受眾的判斷能力。

假新聞除了文字表現形式外，使用圖片、影片等感性元素也是表現形式之一，在本研究的分析中照片、圖片與影片作為假新聞主要有三種表現形式：一、照片、影片為真，但是被誤用在錯誤的語境中，僅以「有圖有真相」的方式增加文本的可信度，此為誤傳；二、照片、圖片的部分內容為真，但作為佐證被多次轉載後，訊息內容被過分誇大，此為不實訊息；三、照片／圖示／影片本身就為捏造，作為假新聞佐證或者就是影像類假新聞。由於大陸不少短影像 APP 興起，影音上傳方便，平台與查核人員無法通過關鍵詞直接對影音文本進行查核，由於在形式上對受眾具有視覺衝擊，此種假新聞表現形式在新冠疫情期間比例開始上升。

六、假新聞特徵與小結

根據內容分析結果可知，在假新聞與查核文本的總體趨勢情況上，假新聞數量的變化趨勢與中國大陸國內疫情的發展存在緊密關聯，在疫情爆發期假新聞數量達到最高值 282 條，此後中國大陸國內疫情逐漸穩定可控，假新聞數量也從 121 條逐漸下降到 80 條。在全球疫情爆發期與疫情反復期，假新聞數量有所上升，但都在 30 條以內。查核文本的數量變化趨勢與假新聞數量變化趨勢相同，在疫情爆發期達到 341 條，不同的是查核文本的數量在疫情蔓延期與全球爆發期都在 100 條以上。也就是說，雖然此時假新聞數量降低，但是整體網絡訊息環境中需要核實的訊息數量依舊較高。此數據僅依循騰訊較真「新型冠狀病毒肺炎實時闢謠平台」所公佈數據進行趨勢研究，大致分析出整體趨勢，但並不能絕對說明查核文本數與假新聞數下降代表此時整體輿論環境中假新聞數量減少，因為還可能存在之前已被查核過的假新聞再次出現，但並未被查核平台納入再次查核範圍的情況。

在對假新聞發展時間段與主題的卡方分析中，可清晰地發現在不同時間段，假新聞的主題變化具有差異，首先在疫情潛伏期與爆發期，健康主題、官方主題、疫情與日常生活主題分佈較多，新冠病毒主題也佔比超過 10%。在疫情蔓延期，健康主題、新冠病毒主題與官方主題依然佔據主要分佈，但是國際主題佔比增加。而到了疫情全球爆發期，國際主題成爲分佈最多的類別，在疫情全球蔓延期，由於假新聞數量爲個位數，新冠病毒主題、國際主題以及健康主題還是在此期間出現。在全球疫情反復期，健康主題依舊佔據最高比例，與新冠病毒主題具有相同的分佈佔比。在疫情發展時間段與主題的對比中可發現，不同時間段的主題與當時的疫情發展狀況、政策、國際形勢的變化有著密不可分的關係。

而假新聞文本中，最常使用的陳述方式是敘事型。此外，清單型的陳述方式主要出現在政府通知或是宣傳文件中，用日期或是數據，條例清晰地對應某些特定行爲或是事件。推論型的敘事往往和某些科學研究或是新冠肺炎治療手段、防控措施、政策宣導相關，用以得出某些結論指導或告知人們事件結果或者行爲結果。在對假新聞主題與陳述方式進行卡方檢定後發現二者間無關聯性。

在假新聞文本結構的分析方面，本研究以量化方式拆解假新聞的文本結構，發現首先在新冠肺炎假新聞文本中，假新聞所述對象佔比最高的是指涉某一事件，在假新聞所述時間與地點上，假新聞文本使用無時間與無地點的比例最高，其次

是明確時間與明確地點同時出現，可見也有不少假新聞更注意捏造細節。在假新聞文本佐證上，最常使用的佐證方式是專家／專門團體說法／研究報告說法，通過此方式增加假新聞文本的權威性與專業性。雖此次新冠肺炎期間，健康類假新聞佔據比例最高，但是八成以上的假新聞文本並未使用科學佐證。總體上來說，假新聞文本使用一個佐證的佔比最高，使用三個或者三個以上佐證佔比很低。在假新聞訊息來源的研究中，較多使用的訊息來源是個體網民，同時根據假新聞出處的研究中，微信平台佔比第一，因此也呼應假新聞的訊息來源來自個體網民。而在查核文本中，佔比最高的為是科研機構或科研人員、專家、醫療人員，具有權威可信度的查核訊息來源成為此次新冠肺炎期間查核的主力。根據查核平台給出的假新聞分類，謠言佔比最高，其次是偽科學與尚無定論。



第二節 查核文本結構

一、事實查核訊息來源

從上述研究結果可以發現，假新聞文本內容類型龐雜，引述訊息來源也有不少專家權威，以假亂真，那麼查核平台如何查證？查核平台記者在實務工作中，也會找尋自己的可靠訊息來源進行查證，而根據查核平台所發布查核結果進行統計，同時對查核文本訊息來源與查核主題進行卡方檢定，發現不同主題與查核訊息來源存在顯著差異，經卡方檢驗（ $X^2=229.326$ ， $P<0.001$ ）確認查核主題與查核訊息來源二者存在關聯性。

查核平台主要有六類訊息來源，其中佔比最高的訊息來源是科研機構或科研人員、專家、醫療人員（34%），原因是由於假新聞文本主題多與健康主題與疫情與生活主題相關。其次是自事實查證平台與平台人員（27.72%），其中最主要的是騰訊較真平台，以及部分地方闢謠平台，此外還有騰訊較真平台中不同領域的專業人士組成的專業查核人員，通過利用平台優勢與整合平台資源確保假新聞內容與細節有針對性的評估（程曾苓，2018）。

佔比第三的是媒體與期刊（24.96%），傳統媒體與查核平台相互聯動成爲查核訊息來源的重要組成元素之一，傳統媒體利用自身在地優勢，查核地方訊息更有效率，同時發佈闢謠訊息更具權威性以及全面性。來詳細各項訊息來源數量和比例，如表 4-10 與 4-11 所示：

表 4-10：查核文本訊息來源

	類別	數量	百分比 (%)
1	科研機構或科研人員、專家、醫療人員	222	34.00
2	事實查核平台人員 (包括署名與未署名)	181	27.72
3	媒體期刊	163	24.96
4	醫學科普平臺	52	7.96
5	官方與衛生機構	34	5.21
6	民間組織或人員	1	0.15

資料來源：研究者製作

表 4-11：查核文本訊息來源與查核主題

	查核訊息來源					
	科研機構或 科研人員、事實查證 專家、醫療平臺 人員			民間組織 或其人員醫學科普 （包括民平臺 眾調查）		
健康主 題	134 (52.76)	40 (15.75)	12 (4.72)	0 (0.00)	29 (11.42)	39 (15.35)
官方主 題	9 (9.18)	27 (27.55)	9 (9.18)	0 (0.00)	4 (4.08)	49 (50.00)
查核 主題 新冠病 毒主題 疫情與 日常生 活	56 (51.85)	18 (16.67)	6 (5.56)	0 (0.00)	15 (13.89)	13 (12.04)
國際主 題	15 (13.04)	44 (38.26)	4 (3.48)	1 (0.87)	4 (3.48)	47 (40.87)
	8 (10.26)	52 (66.67)	3 (3.85)	0 (0.00)	0 (0.00)	15 (19.23)
(X ² =229.326, P<0.001)						

資料來源：研究者製作

二、事實查核文本結構

騰訊較真平台的查核文本主體結構採用四段式論證，第一段，在標題處列出所查核假新聞的標題，並用 100-300 字簡述假新聞內容；第二段，給出假新聞的裁定，例如謠言、偽健康訊息等；第三段，用 3-4 個分點說明，拆解假新聞文本中錯誤的內容或者細節，並在結尾部分，附上查核訊息來源，例如某媒體、科研人員、查核平台等；第四段，則為假新聞原文文本與查核內容的詳細說明。論證方式大致上呈現「背景—論證—結論—詳細說明」這四個步驟。不論是哪一類查核主題，都是以此結構進行陳述（表 4-12）。

表 4-12：騰訊較真查核文本結構

結構	內容 (VD-92)
背景	流傳說法：最近，一篇標題為《新冠病毒可通過鞋底傳播，傳播距離至少為 4 米》的文章廣為傳播，文章提到一篇論文，說論文最終的結論是：病毒能通過醫務人員的鞋底傳播至少 4 米。
裁定	假謠言
論證	<p>查證要點：</p> <p>1 《新冠病毒可通過鞋底傳播，傳播距離至少為 4 米》這一標題並不準確。在原論文中，研究者只是在醫護人員的鞋底檢測到了病毒，「鞋底攜帶病毒」並不代表「鞋底傳播病毒」。這一標題還容易使讀者錯誤地認為「病毒能通過醫務人員的鞋底傳播至少 4 米」，但在原論文中的「4 米」指的是「ICU 病房中，在離患者頭部 4 米遠的地板處採樣，樣本新冠病毒檢測呈陽性」，這和「鞋底攜帶新冠病毒」是兩個獨立的發現，二者並沒有聯繫。</p> <p>2 原論文中建議醫護人員在走出新冠肺炎患者的病房後對鞋底進行消毒，而不是說任何人的鞋底都要消毒。在《新型冠狀病毒肺炎公眾防護指南（第 2 版）》中，也並不包含「鞋底消毒」這一項，日常生活中我們沒有必要對鞋底進行消毒。</p> <p>查證者： XX 醫學博士、副主任醫師、中華醫學會科普分會青年委員</p> <p>詳細說明 報導原文</p>

資料來源：研究者製作

書寫不同主題的查核文本，在詳細說明的部分有所不同。從假新聞主題與查核訊息來源進行分析，可較為清晰地看出，研機構或科研人員、專家、醫療人員在健康主題（52.76%）與新冠病毒主題（51.85%）佔比最高。在此類查核文本的詳細說明結構為，科研機構或科研人員、專家在確定為假的健康主題的論證上多數直接抓取關鍵概念，在論證部分用分點的方式直接證偽，若涉及治療方式、疫苗與藥物、傳播方式的理論研究、醫學研究則會有詳細的理論背景梳理與相關專業論點的分析，最後附上參考來源。

以查核文本「假謠言——有論文證明新冠病毒可以通過鞋底傳播 4 米」（VD-92）詳細說明為例，在此類參考文章中先指出存疑的論證觀點：這篇稿件有三個問題：1、混淆「傳播」和「攜帶」兩個概念；2、「鞋底攜帶病毒」和「4 米遠」並無關係；3、建議醫護人員對鞋底消毒並非美國 CDC 提出。其次，提出若遇到這樣的情況民眾可採取的防護方法：日常生活中需要對鞋底消毒嗎？以《新型冠狀病毒肺炎公眾防護指南（第 2 版）》作為權威參考。最後附上本文書寫的參考來源：最後附上參考來源：國家衛生健康委辦公廳, 國家中醫藥管理局辦公室《新型冠狀病毒肺炎診療方案（試行第七版）》。

但是若是涉及偏方、新冠肺炎與動物主題，則較少出現詳細說明，一般直接使用關鍵概念在論證部分進行解釋。如：「抗病毒藥阿昔洛韋能有效預防新冠肺炎」（VC-118），首先解釋這類藥物的主要功效：1、阿昔洛韋作為治療單純皰疹和帶狀皰疹病毒的首選藥物。其次，提出權威闢謠觀點：不建議將阿昔洛韋用於預防新冠肺炎，接著闡釋類藥物是否能治理新冠肺炎病毒：2、不建議將阿昔洛韋用於預防新冠肺炎。中華結核和呼吸雜誌最新的文章《針對 2019 新型冠狀病毒的潛在抗病毒藥物》中提到：目前臨床上常用的抗病毒藥物，包括神經氨酸酶抑制劑（奧司他韋、帕拉米韋、扎那米韋等）對 2019-nCoV 均無效（因為冠狀病毒不產生神經氨酸酶），均不建議臨床應用。

媒體期刊是官方主題（50%）、疫情與生活主題（40.87%）最主要查核訊息來源，媒體作為官方機構的發聲窗口可以第一時間獲取最新政策頒布，並能夠及時向官方機構求證相關通知的發佈「假謠言——天津市教育局於 3 月 27 日公佈中小學及高校開學時間」（VD-43）。其次利用各地媒體的在地性優勢，在疫情與生活的主題上「假謠言——物美員工出現群體性發熱，涉及北京 7 家門店」（VC-72）能夠更加精準地進行查核。查核文本的詳細說明論述內容為媒體的查核新聞。

以「天津市教育局於 3 月 27 日公佈中小學及高校開學時間」（VD-43）為例，內容為新聞的基本書寫模式，主要是第一段 5W1H 書寫謠言內容，並增加官方或是權威機構的聲明：

近日，網絡上流傳著一張有關天津市中小學和高校「分批陸續開學」的「文件截圖」，文中表示，天津初高三將於 4 月 8 日起，分批錯峰開學，其他中小學則將於 4 月 14 日開學；而高校也將於 4 月 21 日起陸續開學。「文件」煞有介事，

落款為「天津市教育局」。為此，記者詢問了天津市教委有關工作人員，該工作人員表示，此文件屬於明顯偽造。

第二段查核過程與謠言中存在爭議的細節：

「天津市教育局」這一稱呼早已撤銷，現在的正式名稱為「天津市教育委員會」。這樣的落款是明顯錯誤的，何況也沒有加蓋公章。

第三段為安撫民眾情緒，告知目前情況：

市教委該工作人員表示，對於後續天津市各大中小學開學的具體時間，市教委會第一時間向社會公佈，請廣大市民耐心等待。

事實查核平台作為查核訊息來源在五大主題中均有占比，最高的是國際主題（66.67%）其次是疫情與生活主題（38.26%）。查核平台的詳細說明部分，先以敘事型的方式簡單闡明假新聞的內容，再用推論型的方式分點論述假新聞中的關鍵內容的錯誤為何，最後在裁定結果的書寫中，使用國外權威機構的裁定結論或是附上權威機構的聲明。在文本中放入蒐集到的假新聞、謠言的相關圖片，並用帶有假字的醒目水印覆蓋在假訊息圖片上，作為支撐裁定結論的證據。在報導的結尾都會附上相關資料的鏈接，或者是國外網站的網址。

以查核文本「假謠言——5G 是新冠病毒的元兇，沒有 5G 就不會爆發疫情」（VD-81）為例，在詳細說明中列出 5G 和新冠肺炎究竟是怎麼聯繫上的？傳播鏈條：Thomas Cowan 的影像——Keri Hilson 的社交賬號——社交媒體轉發。

其次對傳播源頭 Thomas Cowan 醫生作為權威來源是否可信進行論述：

這位「醫生」對 5G 的控訴真的有道理嗎？該醫生曾經在 2017 年被限制行醫，期限長達 5 年。

最後，再對 5G 的定義以及危害性進行闡述，得出結論：

至於 5G，歸根到底只是一種普通的電磁波信號，並沒有明確證據證明對人體有害（較真小程序搜索「5G」查看更多訊息），和新冠病毒也沒有什麼關係，大家不用恐慌。

騰訊較真平台的查核文本主體敘述結構為四段式論證，所有類型的查核主題都按照「背景—論證—結論—詳細說明」四步驟進行排列書寫。不同類別的查核訊息來源的詳細說明各有敘事結構特點。首先，專家或權威人士書寫的查核文本傾向拆解假新聞錯誤觀點，用分點論證的方式以專業理論與知識作為支撐，進行書寫。其次，媒體機構的詳細說明，則為查核新聞文本，用標準的新聞書寫格式

敘述假新聞內容，並詳細書寫假新聞中的錯誤細節反駁假新聞論述，使用官方或權威機構說法作為結論裁定，最後以安撫民眾情緒，號召大家不信謠不傳謠為結尾。最後，查核平台的詳細說明書寫以推論型為主要敘事導向，先提出假新聞中的爭議點，再以收集到的圖文證據進行澄清，得出裁定結論，最後在報導的結尾都會附上相關資料的鏈接。

從卡方檢定分析，三類查核訊息來源所查核的主題都具有針對性，能盡可能地發揮出在不同主題上查核訊息來源的可信度優勢。在此基礎上，三類查核訊息來源在詳細說明中也都使用可信來源(或是查核者就為可信來源)作為裁定依據，同時用具有因果性解釋或推論敘事方式拆解假新聞中的爭議點，進而削弱受眾對於假新聞的認知強度。根據查核文本的分析可知，騰訊較真查核文本的主體敘事結構與詳細說明，在一定程度上切合逆火效應等訊息更正研究的發現，根據 Nyhan & Reifler (2012) 為事實查核文本提出的建議，騰訊較真查核文本符合減少或者不使用否定式敘述，同時，減少了對錯誤訊息的重複論述，並使用可信訊息來源加上列點表述或者使用圖表的方式，提升查核文本的清晰度與可接受度。

第三節 事實查核訪談數據蒐集與分析

一、訪談數據蒐集

騰訊較真平台新冠肺炎闢謠專區與中國醫師協會健康傳播工作委員會合作，相較於之前的日常闢謠專欄，新冠疫情期的闢謠專欄把更大的核查力度放在醫療健康領域，根據本研究對騰訊較真查核文本訊息來源的整理（表 4-10）可發現，騰訊較真平台主要有三大類訊息來源，科研機構或科研人員、專家、醫療人員佔比第一，其次，是事實查核平台人員（包括署名與未署名），第三則是與查核平台合作闢謠的媒體期刊。通過對事實查核相關人員進行滾雪球抽樣，並進行半結構式訪談。最終，訪談取樣對象主要集中於與「查核平台合作」的「媒體期刊」中的五名事實查核記者。訪談規模取樣較小的原因是本研究議題涉及的訪問主題較為敏感，因此在招募相關受訪者時難度較大。

本研究訪問了與騰訊較真事實查核平台合作的媒體包括紙媒、新媒體與電視媒體的一線記者、新媒體編輯、新媒體總監，提供有深度與廣度的訪問結果。受訪者編碼表見（表 4-13）。

表 4-13：受訪者編碼表

受訪者編碼	媒體類別	職位	工作年資	性別
J1	新媒體	新媒體總監	28 年	男
J2	紙媒	記者	2 年	女
J3	電視媒體	記者	6 年	女
J4	電視媒體	編輯	15 年	男
J5	電視媒體	記者	4 年	女

資料來源：研究者整理

二、個人層面

從記者對於自身角色的定位而言，受訪者皆認為，新聞事業是黨和人民的喉舌，新聞報導擔負反映輿論、引導輿論的任務。在此新聞生態下，記者們自覺擁護政黨的政策與言論。因此，在新冠疫情查核主題中，有兩種類型的新聞記者基本不查核，一是涉及到疫情感染人數與死亡人數，記者根據官方數據為準。二是地區發生重大（災難性/突發性）新聞，具體原因與狀況目前無法進行核實，記

者不會介入調查，以權威部門的官方發佈訊息為準。

在專業性的認知上，受訪者認為自己是追求中立客觀的報導，貼近受眾需求，且具有可信賴度的新聞人。

在疫情期間，最重要的是保證我們所查核的新聞議題是具有接近性，比較多的都是與民生主題相關的內容，還有就是我們需要保證我們所報導的所有訊息都具有準確性（J3）。

誠如在數據分析結果，與健康主題與生活主題相關的假新聞較多，記者在查核假新聞時，由於「接近性原則」，這一類的查核新聞也更常出現在查核類新聞報導中。其次，記者還認為自己應該具有價值判斷，做出客觀且全面的報導，特別是針對具有商業宣傳目的假新聞。

有的時候事實查核就不單純是去確定訊息是都準確，還存在立場的問題，因此，採訪到一個事件的當事多方是重要的。不能為了達到時效性而只採用片面、單方面的說辭，這樣就是新聞媒體自己在製造假新聞（J2）。

在處理新冠肺炎時期的假新聞時，依循著角色的認知與定位，媒體機構中的查核記者的新聞理想排序不一定是第一位。但是，若記者能夠進入到新聞現場進行採訪報導，搶奪時效性與真實性依舊是查核記者的第一選擇。

當時疫情隔離點泉州佳欣酒店坍塌，我們團隊第一時間進入現場採訪，只要第一時間能把訊息發出來，即使後來被減稿了也沒關係（J5）。

總體而言，在處理疫情時期相關假新聞上，民生類新聞的查核，記者們認為能夠實現角色定位與新聞價值相統一，在處理有關敏感議題的新聞上，新聞理想與立場還是存在衝突。因此，除非時效性與新聞價值兼具的報導會直接刊發第一手資訊，不然多數時候還是以官方口徑為主。

三、常規層面

（一）、訊息蒐集

在新冠肺炎期間的訊息蒐集上，查核記者獲取訊息來源與日常訊息蒐集渠道基本相同。主要來源是通過新聞機構的線索平台，其次是新聞機構的新媒體平台，例如官方微信公眾號、直播號、視頻號以及抖音平台蒐集相關新聞線索，後台工作人員會對推文點讚數高、或者是熱門評論、後台留言進行蒐集，再通過微信工作群發送給記者。

在收集到新聞線索後，若訊息來源來自個體網民需要對訊息中已有目擊者、圖像、以及時間進行驗證。首先，受訪記者均表示，對訊息來源的驗證一定需要聯繫到訊息來源提供者。

我們要求一定要採訪到事件當事人，或者是到訊息來源的現場去找到目擊者，同時盡量能爭取聯繫到多方，不能只聽一家之言（J2）。

其次，在圖像的驗證上，要先確定圖像與影像是否為真，是否存在脈絡錯誤或者斷章取義的情況。

我們有兩種驗證的方法，一種是向事發當地可靠的線人進行驗證，詢問他在視頻中或者圖片中的地點是不是他們當地的，再問他是否有發生這樣的事情，發生的時間是否是準確的。另一種是，我們有一個省內記者聯通群，如果是比較重大或者典型的事件一般都會有訊息被發在群組裡，我們可以直接拿已有的訊息進行確認，或者我們可以直接在群組裡詢問駐地記者是否有這樣的事情（J3）。

此外，通過新媒體的手段進行人工查核，此類查核主要是查核國際主題相關的假新聞。1、是通過追溯訊息源頭對訊息的真實性進行確認，避免多次轉載後產生的內容歧義；2、是使用大數據關鍵詞搜索，通過大量的搜索詞條與討論去判定某一條新聞是否為假新聞。受訪者皆認為，雖然在互聯網上的謠言與假新聞氾濫需要防治，但是如何通過數字技術手段去查核，目前在媒體機構內還未形成有效地數字查核體系。現在媒體機構內的情況是，根據查核記者個人技能素養與經驗獲取查核資訊，依據編輯決策評估其虛假程度與重要性，再進行查核新聞製作。

確認訊息來源的可信度，查核記者主要圍繞四項基本原則，分別是「權威性原則」、「屬地原則」、「科學性原則」以及「常識性原則」。首先，「權威性原則」是遵循權威媒體進行訊息來源與內容選取，在媒體體系中有一個轉載「白名單」例如人民日報、新華網等，白名單除了中央媒體外，各省區市有地方媒體訊息白名單，白名單上的訊息來源可以直接使用。另外，由於個體網民發佈訊息的動機和目的不確定，以及訊息內容未必全面，因此記者為確保訊息來源的可信

度，除非訊息來源經過驗證不然幾乎不使用來自個體網民的訊息來源。

其次，如果出現非本地區發生的新聞，但是具有較高的新聞價值，則遵循「屬地原則」，一般的做法是聯繫當地媒體進行求證與邀稿。

因為有一些新聞是在省外的，如果具有較高的新聞價值，但是我們無法盡快驗證，這時候我們就會給發生地的合作媒體打電話，這樣做不僅能夠保證訊息來源的可信度，還能夠節省人力與物力（J1）。

此外，「常識性原則」是判斷訊息是否為假新聞的基礎原則，尤其假新聞的新聞內容經常是離奇且違背常識，即使有圖片與影片加以說明，記者依舊可以篩選與判斷，若無法找到訊息發佈者，這一類的訊息來源將不被採用。但有一種例外，即大部分媒體都發佈，且具有新鮮性的內容可能會成為發佈的新聞，被稱之為「大路貨」即「大家都做我們也做」。

這些內容可能目前無法有固定的答案，因此新聞人作為具有好奇心的角色，採用這樣的訊息來源去傳播報導，告知受眾這樣的現象，或許隨著科學技術的發展，就能夠具有一個準確的答案（J1/J2）。

最後，「科學性原則」是補足記者在使用常識無法預先判定訊息的真假時，要求記者對科學知識有足夠的了解，以輔助記者判斷訊息來源的可信程度，及時遏制假新聞的傳播與擴散。

當一則網絡新聞的轉載量非常高，且多家權威媒體也轉載了，我們一般會選擇先上這條新聞，比如之前討論很火爆的我國鴨子被派到國外去解決蝗蟲災害，新聞內容甚至計算了一隻鴨子一天能吃多少蝗蟲，但事實上我們也沒有去確認這個推算是否合理，其實這是一則假新聞，這就缺乏這種科學原則導致的判斷失誤（J1）。

即使查核記者遵守以上原則，還是可能出現對訊息可信度的錯誤判斷。首先，權威性來源本身也可能出現錯誤，新華社盤點年度十大假新聞時，有一半以上的假新聞內容出現在傳統媒體刊發的內容中。其次，從眾心理會導致記者與編輯在

審查時產生錯誤判斷，在新聞新鮮性與準確性之間如何相互平衡，也是記者需要提升的功課。

在訊息驗證的過程中，查核記者等待官方聲明可能會延遲報導時間，但大部分記者認為，「與時效性相比正確性更加的重要」。可能新聞會慢一些，但是你能夠做出更具有權威性與全面性的查核新聞，這一點更為重要（J2）。若政府部門或權威機構為提供相關數據或時間，與記者調查的結果存在出入，那麼記者會選擇模糊處理具體部分數據。

有時候官方宣傳部門可能想要弱化事件的影響，我們在報導疫情期間某小區發生火災，明明火是在十一點半才熄滅，但是官方第二天的通稿是十點半就滅了，這時候我們的訊息與官方發布的訊息有所衝突，那麼我們在後期處理的時候就會再聯繫那個小區的居民詢問具體時間，如果他們也不確定，我們就會在報導中放寬時間範圍，例如書寫記者第二天早上八點回訪時發現，火勢已經全部控制住（J3）。

查核記者在調查中承認官方提供數據的重要性，但是在不影響新聞真實性的同時會彈性使用官方數據。但絕大多數情況下，查核記者的例行做法還是等待官方的聲明，新聞報導的內容書寫也較為謹慎。

（二）、訊息加工

在媒體機構內，查核記者所選擇的聲明與所屬不同新聞口有關，在選擇何種聲明進行查核，主要是根據某一事件的接近性與影響力。

最容易被媒體機構選擇的聲明，是官方已經發佈認為是謠言或者假新聞的言論，一方面跟進官方的聲明能夠增強官方的權威性，另一方面能補充查核過程的詳細資訊並且擴大訊息的傳播範圍。與日常採訪的查核流程相同，記者根據官方發佈中所提到的訊息進行查核，譬如根據謠言訊息所提到的地點或是公司名稱，去現場了解事件發生的脈絡，通過找法人代表、工作人員或者是目擊者多方對話去找出謠言產生的原因與具體細節。

我們先接到的線索是被網警確認為謠言的「疫情期間華商在國外很難」的公眾號推文，這條推文其實除了地名改了之外，文章的內容風格全部都是一樣的，並且用不同的公眾號發了兩三百條推文，我們通「國家信用資訊公示系統」找到

了發佈謠言的傳媒公司，通過走訪在公司見到了工作人員和法人代表，他們承認通過真樣的行為只是為了漲粉，不過所有受訪者都很不願意再去談論這件事情，所以最後我們還原了整個查核的過程，在結論的部分還是以官方發佈的數據作為依據，告知大家這是一個謠言（J3）。

目前，媒體中的查核記者更傾向選擇已經被政府或者權威部門確定為謠言或已被澄清的事件作為查核聲明，再進一步探究這樣的謠言究竟是怎樣發生的，通過走訪與調查確定謠言、假新聞傳播背後的原因與傳播的方式，用數字手段去確定謠言中的虛假訊息創建者的位置、追蹤虛假訊息的發酵情況，最後以官方聲明作為最有力的支撐。

受訪記者皆表示，當假新聞涉及到專業領域的知識，就必須向權威機構的專業人士進行核實。若假新聞涉及醫療健康類的新聞，主要向醫生或者是健康領域的專家學者進行求證。

類似新冠肺炎導致瘋牛病，牛肉不可食用這類的訊息，查核記者第一時間向動物檢疫部門與衛生部門核實是否發生此類情況，可能帶來何種危害（J1）。

涉及法律層面的問題，則向與媒體機構合作的律師事務所進行法律諮詢。此外，在新冠肺炎期間，不同新聞口的記者通過對接不同類別的政務宣傳部門，比如交通、醫療、體育、重點工程、學校等，向相關政府部門求證疫情情況。

疫情期間衛健委經常召開記者會，負責這一條線的記者會在網絡上蒐集相關的疫情訊息，在記者會上進行提問，同時對於疫情數據、防疫物資發放、交通管制的訊息我們都是以官方口徑進行報導（J5）。

在查核文本的書寫上，首先還原假新聞、謠言的具體內容，其次，盡可能將走訪查核時所獲得的證據與細節呈現在報導中，作為有效支撐，此外為了進一步提升文本的可信度，一般要求查核文本中至少要有一個權威人士的發言，或是使用官方發佈的資訊。

（三）、訊息分發

訊息分發前，稿件有嚴格的三審制度，記者採訪寫稿交給採訪主任審稿後發送至值班編輯定稿確定分發，傳統的這一套嚴格的三審流程也直接下沉到了新媒體端的訊息審核。不同的是新媒體端的審核可以更快，在疫情期間開通「綠色通道」，三審流程的審核時間可以縮短在半小時之內，第一時間就能把資訊內容發佈到各個新媒體平台上。

目前大部分媒體機構主要有五個分發渠道，一、官方門戶網站、電視媒體的電視端節目頻道；二、各大社群媒體上的官方賬號，例如：抖音（短視頻平台）、微博（社群媒體平台）、百家號、企鵝號；三、媒體機構自主開發的應用程式，除了內容分發之外，還有各類功能版塊，例如在線直播、爆料專區等；四、微信公眾號，用於推送每日最重要的頭版頭條新聞。五、合作媒體之間相互取用稿件。

在疫情期間，由於假新聞與謠言的傳播速度快，因此對於訊息分發的覆蓋性與速度有著極大的考驗。媒體受到傳統操作流程與固定播出時間上的分發限制，因此，使用官方帳號在社群媒體上發佈及時查核訊息能夠補足時間上的不足，同時能夠增加覆蓋範圍與產生更大的瀏覽量，我們今年四月的時候在企鵝號上的幾篇文章點擊率總計達到了三億次（J1）。而自主開發的應用程式中的直播功能，更能打破時間與地域上的限制。

比如疫情隔離點泉州佳欣賓館倒塌，我們就是先派駐地記者過去，核實網路上的訊息與視頻的真實性，直接先從新媒體客戶端發佈出去。等我們的記者到現場之後，直接用手機 APP 開直播，然後到電視播出的時間時，進行現場連線（J4）。

而微信公眾號能夠通過多次多內容推送的方式，向民眾傳播疫情期間的重要的資訊。

輿情之前一天是最多的 3 發，疫情期間他為了第一時間傳播快速傳播，它達到 8 發到最多的時候可以到 11 發，也就流量非常大，這個量就保證你就第一時間能把各種各樣有效的聲音傳播出去（J2）。

此外，微信群也成為醫療線記者每日蒐集謠言訊息以及傳遞核實訊息最快速

的渠道。

衛計委跟記者合作地特別好，記者每天早上六七點就會在群裡發今天更新的一手數據，碰到謠言馬上對接查核，因為我們大屏播出時間還是比較固定，但是我們新媒體端是一個非常有力的補充，我覺得在那段時間還是發揮了很大的作用（J5）。

不同地區各個媒體間是相互聯動的，甚至多數是從屬於一個新聞集團，某一家媒體產出的查核新聞會被當地互聯網謠言中心採用，同時中國大陸的互聯網謠言中心也是相互聯網，因此稿件可以相互取用，打破地區查核上的限制。

在疫情期，媒體機構的訊息分發是具有策略性，發佈查核資訊——發佈正確防護資訊——發佈宣導性的內容三階段的方式，逐步建立起大家正確的資訊認知體系。當遇到健康主題的假新聞、謠言時，尤其是防護與治療上主題相關，首先用權威求證的方式告訴受眾假新聞中的錯誤方法不可行，其次將正確的資訊傳播出去，最後用具有趣味性的宣導性內容加強受眾的接受度。同時受訪者也強調了這個策略的方式就是分發相當數量的相關資訊。因此在疫情期，微博微信的發佈數量與發佈頻次都達到了發佈量的上線。有些不良的這種東西它迅速地覆蓋掉了。很簡單，就是你一個東西一個拳頭出來，我用個十個拳頭給你打掉（J1）。

此外，在內容中去強調權威來源的重要性也是策略之一，就是培養受眾對於權威資訊的認知，因為在疫情期間，衛生系統對於各地疫情程度的監測是有一套嚴格的系統，因此來源於網民的資訊是不建議受眾採納。

四、組織層面

編輯政策主要決定在查核過程中新聞編輯室處理假新聞的方法，而組織文化則有助於加強新聞慣例。

「嚴肅性原則」是官方媒體或者權威媒體在進行新聞編輯中最為重要的原則（J1）。即新聞編輯室在製作新聞時，需要遵守核心價值觀。媒體機構作為嚴肅性媒體，在查核議題選擇應盡量避免雞零狗碎的東西，即使議題很熱門，但是違背新聞價值的立場與主流意識形態，便要捨棄，此原則也是逐步建立完善的聲明選擇的查核準則之一。

在報導突發重大衛生事件或者災難性事件時，媒體機構內有議程設置，大致可分為四個階段，第一階段是描述目前疫情現象，第二階段報導官方介入救援，第三階段疫情中後期居民自救，第四階段是整體形勢總體向好，生產生活逐步恢復正常秩序。新聞媒體機構最主要的任務是維持整體輿論環境的穩定，尤其是在疫情期間，對於媒體所在地的謠言快速核實，應盡量避免假新聞、謠言所造成的民眾恐慌，遵循內部編輯政策以最大程度減少過度報導的可能性。同時，以不破壞政治生態為基準，盡可能避免涉及到軍隊、宗教、少數民族等議題。

訪談後發現，媒體的組織文化則讓新聞編輯室有了更多彈性空間，具體而言包括以下特點：

一、官方與媒體間的相互博弈，在新聞選題以及查核過程中，為了保障新聞媒體作為輿論監督方具有可信度，官方機構與新聞機構之間有一種的默契，官方機構依賴於媒體的宣傳報導，媒體依賴於官方機構所提供的一手資訊。因此，媒體在日常報導中繼續行使監督責任，同時也履行宣傳官方機構發佈新政策的義務。

二、新聞編輯室的取舍，在涉及商業性的新聞選題時，媒體機構為了避免製作假新聞，一般有兩種處理方式，一種是直接將商家資訊對接給媒體機構內的廣告部；另一種則是書寫新聞「軟文」，但是在書寫內容上，會將絕對性的商業宣傳話語刪除以確保新聞內容中無誇大性描述，所以有的時候後面就把這些類似於廣告的，就像百分百治病，一個類似這樣的把它刪掉（J2）。

三、相互監督保證新聞的時效性與新聞價值，由於負責不同口的記者彼此跑線不交叉，但是如果查核到對方口的假訊息或者負面新聞，便有責任與義務進行報導，即使最後被滅稿，也做到了輿論監督的作用。

編輯政策是記者與編輯在查核與製作新聞上明確的細則，以確保維持輿論環境的有序與穩定。組織文化提供了記者平衡新聞理想與遵守編輯政策的可能，在確保客觀、真實的前提下，相同的查核議題報導、負面新聞揭露以及商業、宣傳，可以依據時間、處理方式與輿論監督做彈性調整。

五、查核人員訪談小結

依循 HOI 模型的三個層級，可較為細緻地描繪出新聞編輯室內，事實查核各個層級間各自的運作方式以及相互影響的程度，記者的角色認知是黨政的喉舌，擔任反應輿論引導輿論的責任，因此在疫情期間報導主題盡量避免涉及疫情數據

與突發災難性的報導。

為確保訊息來源的可信度，事前查核記者主要遵循「權威性原則」、「屬地原則」、「科學性原則」以及「常識性原則」的四項基本原則。在驗證流程上，最重要的是，記者皆強調必須找到訊息來源的提供者、當事人或者目擊者；其次，在確保查核新聞的可信度時，一定要向專業領域或是官方機構進行訊息真實性確認。最後，在查核文本的書寫上除了還原謠言、假新聞的錯誤內容，還需補充查核過程中蒐集到的證據，以及至少要求一位以上的權威人士發言。

從常規層面的查核過程來看，Birks (2019) 提及以新聞的「客觀性」與「規範性」準則去探討查核流程。相比於查核平台，以評級系統去衡量查核文本的真實性 (Graves & Cherubini, 2016)。傳統媒體內的事實查核，更加強調回歸查核議題本身，追蹤與還原查核事件，以此避免「脫離脈絡」與「絕對性判定」。同時，傳統媒體內的查核記者強調使用直接引述多方言論，使得新聞文本接近中立立場，更有效地避免於解釋性與主觀性。

查核記者所獲得的訊息來源渠道多元，不僅有傳統的媒體線索平台，新媒體平台也為訊息來源拓寬了渠道。但傳統媒體在以查核為主題的議題選擇上並不多，一般依循具有接近性且網路討論度高的某議題、或是已經被官方證實為謠言的議題進行核實。若涉及網絡賬戶追蹤、數字足跡查找或是以自然語言處理技術，對文章的主題、標題、正文與權威媒體文本進行比較，傳統媒體內的查核記者幾乎很少採取數字技術手段的處理方式。在對訊息來源的可信度驗證上，目前主要是通過當地線人與記者聯通群，依靠數字技術手段的方式暫未形成有效地驗證體系。換言之，傳統媒體的事實查核具有更高的公信力，在查核文本上與敘事細節都更貼近真相，但是由於選題的限制及技術手段善未完善，在時效性上落後於新媒體上的闢謠組織。

目前，媒體的訊息分發主要有五個渠道，各個渠道之間互補已達成在疫情期間查核訊息的快速傳播與全面覆蓋。同時，媒體與查核平台之間已經逐步建立起良性地相互合作關係，但在面對突發衛生公共事件，尤其是與食品與醫療相關，各平台與媒體之間還是以自製內容為主。雖然各媒體與查核平台的定位不同，所書寫的查核新聞各有針對性與專業性。但在疫情期，查核新聞的時效性十分重要，民眾難以在短時間之內在多個平台進行訊息搜索。因此，媒體與事實查核平台應在面對突發衛生公共事件時應加強數據共享，盡可能避免資源浪費與效率降低。

媒體機構受到編輯政策與組織文化的高度影響，這些政策改變了記者的查核選題，查核新聞作為新聞編輯室內的一個新聞類別，配合著重大突發公共衛生事件的議程設置，以達到媒體機構維持輿論穩定的責任。而組織文化雖受到編輯政策的影響，但是卻為記者在查核不同議題時提供可彈性的報導空間。



第五章 結論與建議

第一節 研究結論

一、新冠肺炎時期假新聞文本特徵與防範措施建議

假新聞在中國大陸的語境下，是以主流媒體機構製作與發佈的虛假消息為主要定義。在新冠肺炎時期，社群媒體與互聯網上虛假訊息氾濫，披著假新聞外衣出現的虛假訊息的製作主體不再是主流媒體，而以中國大陸較常使用的謠言作為虛假訊息的統稱，又難以探清新冠肺炎時期假新聞的類型。因此，本研究整合國外虛假信息分類（Meel & Vishwakarma, 2019；Zannettou, Caulfield, De Cristofaro, Sirivianos, Stringhini, & Blackburn, 2019），擴大新冠肺炎時期的假新聞樣本，延長取樣時間。以更加全面的視角探查中國大陸在新冠肺炎時期的假新聞類別與特徵，為中國大陸假新聞研究提供不同角度的研究範式。

從假新聞特徵層面而言，研究發現，新冠肺炎時期中國大陸假新聞類別主要集中在與真實故事完全脫節的「捏造」訊息，以及並非完全捏造而是不同訊息地重新配置而產生的「不實訊息」與「誤傳」，和可能為真或為假的「謠言」。對比騰訊較真平台，佔比最大為謠言類別的虛假訊息，本研究認為至少還可以包含四種假新聞類型。以往研究文獻指出，中國大陸不論是新聞媒體還是查核平台幾乎都是以「闢謠」作為查核平台的關鍵詞，可能會使受眾產生定性思維，做「真、假」的二元對立判斷。然而，從本文研究結果可以發現，假新聞類別的判定並非如此簡單，虛假訊息可能存有主觀推演或是觀點論述、亦或是誇大、拼湊與虛構的情況，並不適合簡單地放入真假框架中。騰訊較真平台在查核文本的書寫上，與假新聞類別歸納上已經進行相應調整，但查核類別分類還可以更加細緻，引導讀者以追問者的方式接受事實查核訊息，避免絕對的二元區分，保持訊息查核的中立性，對消除虛假訊息的影響可能更為有利。

根據內容分析可以得知，以時期來看，假新聞的主題變化與疫情發展情況相吻合，而不同時期的假新聞主題類別也有所不同，本研究建議若未來發生突發衛生公共事件時，在不同時期應可以有公衛傳播的不同重點。例如，「疫情潛伏期」，COVID-19 假新聞以健康主題、政府措施以及疫情與日常生活主題居多，則政府與媒體應透過各種媒體（報紙、媒體、網路新聞、社群媒體）等，多針對健康主

題、政府措施，以及疫情對日常生活相關主題進行宣導，亦可以主動闢謠，提醒民眾不要輕易相信偏方與非正規的治療方式，特別是與食品、藥品、物品有關訊息，應該多加查證。在疫情蔓延期，COVID-19 假新聞以官方主題和健康主題居多，政府和媒體的宣導也應以持續教育健康知識及更新政府措施為重點。Paek and Hove (2020) 指出，在面對新冠肺炎疫情諸多不確定性，如何向民眾溝通正確的訊息，專業和可信賴度、簡潔、即時、多方合作這些面向都很重要。因此政府採取開放透明治理的方式，以每日記者會的形式對於病毒已知或未知的事實皆會誠實以對，可大幅度提升民眾對於權威機構的信賴程度，也能減少對於疫情的恐慌情緒。在疫情全球爆發期，「國際新聞」相關新聞製播部門，則應有更多國外新聞資訊，減少不必要的假新聞傳播影響力。在全球蔓延期，民眾對於健康主題，特別是病毒的變異或後遺症等問題，則需要加強科學傳播之力道，以簡明易懂的方式，向民眾加強宣導與病毒、預防傳染相關知識。

從假新聞的表現方式與健康傳播的角度來看，以往文獻對錯誤健康訊息的傳播特徵歸類為陳述方式最多使用「敘事型」與「新聞報導」，論證邏輯中（論點、論據等）是非科學的，較常使用來自醫生以及自身經驗作佐證證據。根據本研究的研究結果，在新冠疫情時期，假新聞主題中健康主題是佔比最高的主題，敘事型不僅是健康主題較常使用的一種陳述方式，而且絕大多是虛假訊息都是以此方式進行陳述。在錯誤健康訊息的論證上，科學佐證作為論據的使用率極低，換言之，在突發衛生公共事件中，大多數與健康相關的訊息往往缺少科學佐證，而且使用來自權威專家說法作為佐證的比例也少於個體網民的經驗性說法。總體而言，在新冠肺炎疫情期間，中國大陸的錯誤健康訊息雖然有廣告、健康謠言、健康虛假新聞、健康知識等表現形式，但主要還是以健康謠言為主，並且利用謠言的模糊性（疫情的不確定）與議題的重要性（健康類訊息）的特點，錯誤健康訊息主題往往傾向於偏方、治療與防疫措施。

就查核文本書寫而言，本研究發現新冠肺炎相關假新聞，在使用佐證的情況下，使用一個佐證（43.08%）的情況最多，不少假新聞也使用照片、影片（26.92%）以及專家說法（22.50%）作為佐證。針對此現象，查核記者以注重資訊來源的專業性與可信賴性作為應對方式。與 Toni et al. (2020) 的研究相同，在本研究的訪談結果中發現，查核記者在針對不同假新聞議題分類進行求證，通過不同領域的專業人士、權威人士、官方機構的權威訊息提升查核文本的可信度。尤其是在

公共衛生危機期間，權威性的查核訊息能夠對抗人們對錯誤訊息的理解，並提高信念的準確性。在查核文本的書寫上，根據「逆火效應」，查核文本較少使用或少使用否定式敘述，並且減少錯誤訊息的重複論述，提高受眾的接受度。最後，本研究也建議民眾在接收與自身相關且具有重要性的訊息時，若訊息未有佐證訊息或是只有一個佐證訊息時須有警覺性。在疫情發生時，核查機構與核查記者應持續透過具有公信力，民眾能認同其立場之專家，公佈具有正確的訊息來源，以「逆火效應」方式來對治假新聞。

從核查議題的訊息來源來看，騰訊較真平臺利用自身數字技術的優勢，補足了媒體機構無法利用數字技術追蹤或者驗證的疫情與生活主題的虛假訊息。而作為國際事實查核網路（International Fact-Checking Network）事實查核網站數據庫的站點之一，提升了國際主題假新聞的核實能力。與官方合作，獲得具有權威性的一手訊息，與專業人士約稿，使得查核文本更具針對性，同時與媒體機構建立查核新聞聯動資料庫，擴大核查議題的覆蓋面與準確性。此外，與其他查核平台合作節省了查核成本，同時擴大了中國大陸的查核資料庫。

作為目前中國大陸正在發展的事實查核技術，是可以依託於人工智能技術的成熟，利用大數據甄別假新聞（李彪、喻國明，2018）。因此，本研究建議可將假新聞審查提前化，即在假新聞傳播初期就進行大數據有效識別，直接進行干預，讓假新聞在傳播初期就被控制，將假新聞的傳播危害將至最低。此外，Ahmed, Vidal-Alaball, Downing, & Seguí（2020）使用推特上的數據抽樣內容分析及社交網絡分析（social network analysis），該研究提出，在肺炎疫情時，推特應該儘早下架散播假訊息的帳號，或應該要由具公信力的公衛權威提供正確訊息，使民眾得以在社群媒體上追隨。因此本研究認為，事實查核平台可對假新聞節點的社會網絡結構進行分析，在數據庫中引入更多的假新聞識別變量，釐清活躍節點的圈層結構，進而對假新聞傳播鏈中的角色進行識別。

在出處方面，查核平臺上的資料，有將近半數的訊息無法辨別來源，在可辨識出處的資料中，為數甚多的假新聞來自微信平臺（23.08%）。與中國大陸謠言出處相似的是 Kouzy, Abi Jaoude, Kraitem, El Alam, Karam, Adib, ... & Baddour,（2020）分析推特上有關 COVID-19 英文的標籤（hashtag）及相關資訊內容，在相關推文的使用者當中，來自非正式的個人或團體帳號中，未經核實的帳號中有較多的不實訊息比例，而來自健康公衛專業人士的帳號中的不實訊息比率最低。

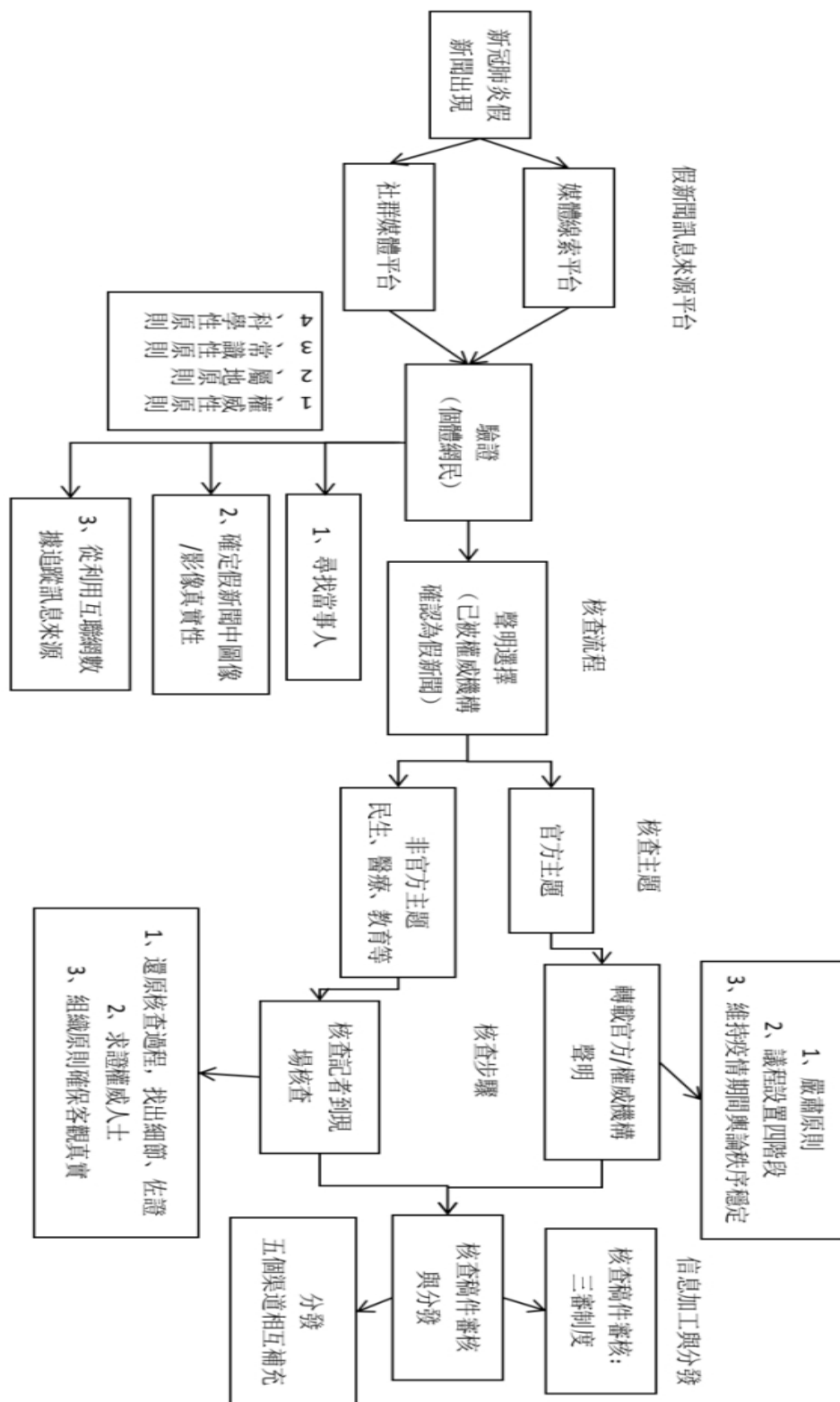
因此，社群媒體平臺可建立一套假新聞觸發機制，設置假新聞關鍵字，當關鍵字在社群媒體上傳播達到相對數量時，觸發查核預警並推送給查核平臺或是權威專家進行核實。此外，微信平臺為一封閉的媒體系統，需要多提醒用戶可利用「闢謠小助手」或「聯合闢謠平臺」等方式查證自己收到的訊息，並且避免轉發未經查證、會引起恐慌之訊息。新聞媒體也應加強查證，也應經常提醒用戶，轉發假訊息可能觸法。

最後，提升民眾的媒體素養可以減少假新聞，也是未來可以努力的方向之一。中國大陸的假新聞防治單位，在面臨全球假新聞之疫情，應可透過增進與國際媒體、假新聞防制組織之合作，共同思考未來如何減少假新聞在國際間流傳，而這也是未來研究者可以繼續探索的研究方向。



二、新冠肺炎時期事實查核流程與限制

圖 5-1：中國大陸查核記者事實查核流程圖



資料來源：研究者整理

本研究繪製出中國大陸查核平台中，查核訊息三大來源之一的媒體機構的查核流程圖，從個人層面、常規層面與組織層面三大角度，對查核主體、查核過程與影響查核的各個因素進行探究，更為結構化與細化了中國大陸媒體機構的查核流程。

在中國大陸，不同於國際事實查核網要求查核人員需為無黨派身份，大陸查核記者的角色認知與定位形成的關鍵因素是擁護中國共產黨的領導，是政黨的喉舌。因此，中國大陸的查核記者在處理不同主題的查核議題上需要權衡角色定位與新聞價值之間的統一。在事實查核的流程上，雖然查核記者並未詳細說明是否參考 IFCN，亦或是國際查核組織的查核操作流程。但是在實際查核的過程中，已經逐步將驗證與查核兩種不同但是互補的過程（Silverman, 2016）在實際操作中建立起了相對成熟的體系。對假新聞出處的驗證在選擇查核聲明之前，意即為事前查核。此步驟主要針對來自於個體網民所發佈的內容，對當事人（目擊者）、圖片、影像以及原始出處進行驗證。但目前，使用數字技術手段作為驗證的方法較少被查核記者所使用，中國大陸的查核記者多數方法還是求證與當地的新聞線索提供者或者記者互聯網絡，較少使用數據庫比對或者是反向圖像搜索（reverse image searches）等方法（Sirajudeen et al., 2017; First Draft, 2019）。因此，未來媒體機構可以向查核實務發展較為成熟的第三方查核平台學習查核方法，定期組織記者提升數字技術能力與查核素養，逐步完善事實查核能力。

媒體內的查核記者主要製作兩種類型的查核新聞，一種是直接轉載官方或權威機構發佈的查核聲明，符合媒體組織作為官方向外界發佈訊息的喉舌的嚴肅媒體的定位。尤其是在突發衛生公共事件中，查核新聞作為媒體生產新聞類別的一種，並配合著整個疫情期的媒體議程設置，以達到維持疫情期輿論環境穩定的目的。第二種方式則是記者根據官方聲明中的內容進行查核。First Draft（2019）提出最有效驗證訊息來源真實性的方式就是詢問訊息發佈者，查核記者在實際工作中也強調了這一點的重要性，找到發佈者或者目擊者是查核最關鍵的一步。同時，在尋找查核證據的過程中，查核記者必須呈現選題的接近性、自身的專業性與資訊的可靠性，在遇到利益衝突時，查核記者強調應該具有價值判斷力。

本研究發現，在提升查核文本的更正效力上，查核記者與編輯強調還原查核過程以及在查核文本中盡可能澄清假新聞中的「細節資訊」。如在查核文本結構分析部分，媒體所發佈的詳細說明盡可能地求證假新聞中所指涉的對象、還原事

件發生的時間與地點。查核記者認為，當假新聞中提出詳細時間地點可為驗證提供更多的線索，也能讓查核文本內容更具準確性與針對性。事實闡述與簡單的反駁相比，能夠改變個人採取預防措施的意圖（Lewandowsky et al., 2012）。在這一點上，與 IFCN 所強調的查核過程與查核文本編寫中需透明與準確不謀而合。尤其是在突發衛生公共事件中，詳細的查核資訊有助於幫助人們建立一種新敘述體系並動員他們採取預防措施。

在突發衛生公共事件發生時，媒體機構通過社群媒體作為資訊補強平臺，盡快審核盡快發佈的方式，傳播與健康訊息、疫情數據相關的內容，搶第一時間發佈權威資訊的方式避免假新聞的產生與二次傳播。在此次新冠肺炎期間，為了避免可能產生認知偏差或是虛幻真實效應，媒體機構澄清假新聞後還會繼續跟進相關資訊的補充與科普性知識的宣導，通過足夠數量的查核文本與新聞文本的內容分發，覆蓋假新聞資訊，藉助平臺影響力把正確資訊傳播出去，逐步建立受眾甄別假新聞的能力。

然而，在媒體機構內的查核還存在以下幾點不足：1、受到編輯政策的影響查核選題具有局限性，雖然在某些議題上媒體機構內的查核記者具有能動性，但總體而言查核議題還是受到管控與限制。2、在突發衛生事件的健康傳播層面，除了強調發佈查核資訊的準確性與時效性，目前查核記者還缺乏專業層面的醫療知識素養，在面對龐雜的虛假訊息時，由於整體疫情環境的混亂，也應提升自身的醫療知識儲備，才能夠能夠盡快的選擇並且過濾訊息，找出需要查核的關鍵性概念。

本研究建議，在未來，中國大陸事實查核平台可繼續整合政府、查核平台、媒體、企業與高校的力量，並且積極與國外事實查核機構合作，形成一個國家級的多元主體闢謠平台，通過預防式的科普宣傳提升全民媒介素養，在應對突發衛生公共事件時，整合聯動達到治理假新聞維持輿論穩定的效果。

第二節 研究限制與研究建議

一、研究限制

本研究選取騰訊較真平台新冠肺炎疫情專區作為假新聞樣本進行研究，雖然騰訊較真平台查核主題較廣，但單一平台還是無法完全探查新冠疫情期間中國大陸假新聞的全貌，例如中國互聯網闢謠平台、丁香醫生平台、微博闢謠平台等事實查核平台在疫情期間的闢謠內容並未納入本次研究取樣，因此在假新聞主題與特徵上的研究不夠全面，也未能進行比較性研究，為研究限制之一。

其次，在研究時間的取樣上，選取了 2020 年 1 月至 7 月，雖此取樣區間基本涵蓋了中國大陸整體疫情發展的時間脈絡，但在假新聞主題研究中發現，國際主題的樣本較少，由於 2020 年 7 月之後，中國大陸疫情得到有效控制，但國際疫情形勢依然嚴峻，因此若擴大研究取樣時長更能對中國大陸事實查核平台上的國際主題假新聞有更全面的研究，此為研究限制之二。

再次，在對假新聞類別編碼時，雖已整合了較為完整的假新聞類別作為編碼項目，但在實際研究操作中，學術定義上的假新聞類別編碼與實務上的編碼依舊存在差別。因此，假新聞類別的學術定義在與實務定義對話時，依舊存在定義差別所導致的詮釋困難，此為研究限制之三。

最後，在對查核文本進行敘事結構拆解時，僅以描述性的方法整理了三大查核訊息來源（科研機構或科研人員、專家、醫療人員/媒體期刊/事實查核平台）在五大查核主題（健康主題、官方主題、新冠病毒主題、疫情與生活主題以及國際主題）的敘事結構的特徵，僅以具有代表性的查核文本作為取樣文本，並未覆蓋所有查核文本，此為研究限制之四。

此外，在半結構式訪談中，由於本次選題具有敏感性。因此主要訪談對象取樣主要集中在媒體機構內，並未對事實查核平台機構的查核人員以及進行查核文本書寫的專業人士進行訪談，只能從文獻回顧的層面了解查核平台的運作機制，無法確切了解查核平台在此次新冠疫情期間的查核流程與行業政策的樣貌、以及與日常查核有哪些不同，在描繪大陸整體事實查核流程中不夠全面，此為研究限制之五。

二、研究建議

(一)、學術研究層面

根據本研究的研究發現在假新聞文本佐證上，最常使用的佐證方式是專家／專門團體說法／研究報告說法，且假新聞使用佐證的比例較高。若假新聞在傳播過程中使受眾產生虛幻的認知效應，尤其是在公共衛生突發事件發生時，查核文本的更正效率是否能達到消除虛假訊息的效果，人們在面對未知情境下的溝通，會產生哪些特定認知、情緒和行為反應尚且未知。因此建議在後續研究中，可將公眾的媒介素養與查核平台的更正效果進行研究，從受眾的角度出發探究突發衛生公共事件中查核平台的更正效力。

(二)、媒體實務層面

在此次訪問中可知，目前中國大陸已逐步建立一整套完善的查核訊息數據聯動網。但媒體部門的查核選題還是以官方闢謠訊息為主，在選題上有所局限，同時因為數字技術水平與平台支持的不完善，記者並沒有足夠的能力與完備的渠道進行訊息核驗，只能靠最傳統的「親自到現場」進行核實。但在突發公共衛生事件發生時，鋪天蓋地的訊息湧入公眾生活，「當謠言跨國半個地球，真相還在穿鞋時」。作為具有權威性的媒體機構需要提升查核能力，而不是等待投餵。因此，媒體機構可以向查核實務發展較為成熟的第三方查核平台學習查核方法，定期組織記者提升數字技術能力與查核素養，逐步完善事實查核能力。

參考文獻：

- 丁穎、張焱（2019）。〈突發事件及網路謠言實證分析——網路謠言的學術甄別〉，《新聞研究導刊》，10（24）：1-3+52。
- 于培培（2014）。《網路謠言的成因、表現及治理》，鄭州：河南大學。
- 王敏、饒茗柯（2018）。〈虛假新聞病理研究——基於我國歷年“十大假新聞”的統計分析（2001-2017）〉，《中國出版》，24：22-28。
- 王燦發、于印珠（2020）。〈新冠肺炎疫情中謠言傳播的階段性特徵及闢謠策略探析〉，《中國報業》，7：16-19。
- 王石番（1989）。《傳播內容分析法：理論與實證》，台北：幼獅文化。
- 王理（2014）。《突發公共事件中的網路謠言傳播研究》，上海交通大學。
- 王軍、王鑫（2019）。〈國內外對事實查核新聞的查核機制初探〉，《新聞愛好者》，2：42-45。
- 王麗娜（2012）。〈健康謠言的傳播學分析與科學輿論引導〉，《新聞愛好者》，20：13-14。
- 文志輝（2003）。〈增強新聞的可信性〉，《當代傳播（漢文版）》，4，35。
- 尹金鳳、徐舟（2018）。〈謠言對現代社會的啓示：現象透視與本質挖掘〉，《江淮論壇》，1：107-112。
- 白紅義、張恬、陳斌（2020）。〈2019年虛假新聞研究報告〉，《新聞記者》，1：22-33。
- 白紅義、張恬、陳斌（2019）。〈2018年虛假新聞研究報告〉，《新聞記者》，1：4-14。
- 白紅義、張恬、陳斌（2018）。〈2017年虛假新聞研究報告〉，《新聞記者》，1：21-31。
- 白紅義、張恬、陳斌（2017）。〈2016年虛假新聞研究報告〉，《新聞記者》，1：4-15。
- 白紅義、張恬、陳斌（2016）。〈2015年虛假新聞研究報告〉，《新聞記者》，1：4-15。
- 白紅義、張恬、陳斌（2015）。〈2014年虛假新聞研究報告〉，《新聞記者》，1：27-38。
- 阿仁、白紅義、張恬、陳斌（2014）。〈2013年虛假新聞研究報告〉，《新聞記

- 者》，1：3-20。
- 白紅義、張恬、陳斌（2013）。〈2012年虛假新聞研究報告〉，《新聞記者》，1：44-52。
- 白紅義、張恬、陳斌（2012）。〈2011年虛假新聞研究報告〉，《新聞記者》，1：18-29。
- 史安斌、饒慶星（2016）。〈事實查核類新聞的興起：救贖還是縱容？〉，《青年記者》，16：85-87。
- 呂媛媛、胡光（2010）。〈科技傳播中的偽科學現象分析〉，《文化學刊》，2：140-144。
- 呂山、李理（2016）。〈後真相與早發聲：虛假新聞生成因素的顯性關係研究——基於2010~2016年《新聞記者》「年度虛假新聞案例」的內容分析〉，《新聞研究導刊》，8（12）：16-19+27。
- 匡文波、武曉立（2020）。〈突發公共衛生事件中網路謠言傳播模型及特徵研究〉，《新聞與寫作》4：83-87。
- 曲升剛（2019）。〈網路時代全民媒介素養教育的提升策略——以印度「反假新聞培訓」為例〉，《傳媒》，2：59-60。
- 汝緒華（2019）。〈國外假新聞研究：緣起、進展與評價〉，《新聞與傳播評論》，72（05）：58-70。
- 李春靈（2019）。《移動出版視野下的科普知識生產與傳播機制探微》，南昌大學。
- 李伶俐、杜忠鋒（2020）。〈認知失範與能力構建：論培養公眾新媒介素養應對公共事件的路徑〉，《學術探索》，7：62-67。
- 李靜、王綺慧（2011）。〈微博假新聞氾濫的原因及對策——從日本大地震後微博反應說起〉，《編輯學刊》5：85-88。
- 李良榮（1982）。〈從「原始失實」到「官方謠言」——舊中國資產階級報刊真實性問題的歷史考察〉，《新聞大學》，5：65-67+63。
- 李月琳、張秀、王姍姍（2018）。〈社群媒體健康資訊品質研究：基於真偽健康資訊特徵的分析〉，《情報學報》，37（03）：294-304。
- 李希光、吳豔梅（2018）。〈「後真相」時代的事實查核新聞：發展與局限〉，《全球傳媒學刊》，2：52-75。

- 李凌凌、秦瑞（2020）。〈我國事實查核網站現狀及發展趨勢〉，《新聞愛好者》，5：43-45。
- 李彪、喻國明（2018）。〈「後真相」時代網絡謠言的話語空間與傳播場域研究——基於微信朋友圈 4160 條謠言的分析〉，《新聞大學》，2：103-112+121+153。
- 江吟梓、蘇文賢譯（2010）。《教育質性研究：實用指南》台北：學富文化。（原書 Marilyn Lichtman（2010）. *Qualitative research in education: A user's guide*.（Y. Z. Zhang, W. X. Su, Trans）. Taipei City, Taiwan: Pro-Ed Publishing Company）。
- 肖松瓊（2019）。〈新媒體環境下虛假視頻新聞及其成因分析——以《新聞記者》「年度十大假新聞」為例〉，《新聞前哨》，7：12-13。
- 何志平、李明菲（2011）。〈新聞「透明性」原則：規避虛假新聞的可能性探討——基於《新聞記者》2010-2018 虛假新聞研究報告的分析〉，《新聞春秋》，1：63-66+75。
- 汪志堅、駱少康（2002）。〈以內容分析法探討網路謠言之研究〉，《Journal of Information, Technology and Society》，1：131-145。
- 吳世文（2016）。〈社群媒體中偽健康資訊傳播研究的問題意識、理論想像與路徑方法〉，《新聞與傳播評論》，39-47。
- 吳世文、王一迪、鄭夏（2019）。〈可信度的博弈：偽健康資訊與糾正性資訊的信源及其敘事〉，《全球傳媒學刊》，6（03）：73-91。
- 吳建、馬超（2015）。〈謠言傳播公式：溯源、修正與發展〉，《新聞界》，13：20-23。
- 吳紹群（2002）。內容分析法與圖書館學研究。
- 吳君（1993）。〈國際新聞還是國際謠言——從有關朝鮮的假新聞看國際政治鬥爭〉，《國際新聞界》，6：25-26。
- 何光瑛（2010）。〈新聞真實性的模糊認識仍需澄清——讀《2009 年十大假新聞》所想到的〉，《新聞記者》，5：36-38。
- 周寶榮（2020）。〈宋代假新聞的氾濫狀況與原因及整治新探〉，《河南大學學報（社會科學版）》，5：110-114。
- 周睿鳴、劉於思（2017）。〈客觀事實已經無效了嗎？——“後真相”語境下事實

- 查驗的發展、效果與未來》，《新聞記者》，1：36-44。
- 林照真（2018）。〈假新聞情境初探：以阿拉伯世界的資訊逆流為例〉，《傳播研究與實踐》，8（1）：1-26。
- 林秀雲譯（2013），《社會科學研究方法》，臺北市雙葉。（原書：Babbie,E.（2007）.The practice of social research Belmont.CA: Wadsworth/Thomson.）
- 周慶安、吳 珮（2016）。〈新聞發佈如何回應謠言〉，《新聞與寫作》，4：53-56。
- 宗乾進、黃子風（2017）。〈社交媒體闢謠資訊的擴散機理研究——基於闢謠資訊演化網路的縱向分析〉，《現代情報》，37（9）：44-52。
- 施愛東（2016）。〈闢謠公式的三項要素〉，《民族藝術》，4：99-107。
- 胡元輝（2018）。〈造假有效，更正無力？ 第三方事實查核機制初探〉，《傳播研究與實踐》，8（2）：43-73。
- 胡華濤（2015）。〈強制性糾正與匡正新實踐：闢謠新聞論證的社會傳播功能研究〉，《國際新聞界》，37（3）：120-133。
- 胡泳（2009）。〈謠言作為一種社會抗議〉，《傳播與社會學刊》，9：67-94。
- 郭澤萍（2019）。〈微信平臺健康謠言的特徵與治理思路——基於微信小程序「微信闢謠助手」的樣本分析〉，《現代視聽》，6：44-48。
- 馬 超（2019）。〈健康議題闢謠社群的類別構成與社群結構研究——基於多主體謠言協同治理的視角〉，《情報雜誌》，38（1）：96-105。
- 馬曉彥（2017）。〈事實查核”在新傳播生態環境下的演變及應用〉，《編輯之友》，10：38-42。
- 陳永傑、吳冰麓（2011）。《闢謠聯盟回應質疑：誓與謠言鬥爭到底》北京科技報。
- 陳漫琪、李昕洋（2020）。〈健康類公眾號在新冠肺炎疫情中的傳播——以「丁香醫生」為例〉，《視聽》，6：125-126。
- 陳雅賽（2020）。〈突發公共衛生事件網路謠言傳播與治理研究——基於新冠疫情的網路謠言文本分析〉，《電子政務》，6：2-11。
- 陳力丹（2014）。〈網站假新聞的追蹤與追問〉，《新聞界》，14：17-19。
- 陳憶寧（2011）。〈健康傳播與公共衛生〉，《傳播與社會學刊》，17：19-29。
- 陳盼盼（2019）。《專業媒體虛假新聞的產生原因及治理》中央民族大學。
- 秦殿傑（2011）。〈傳播假新聞教訓何在〉，《中國記者》，1：119。

- 郝玉佩（2019）。〈短視頻中的健康傳播探討——以“丁香醫生”抖音號為例〉，《新聞世界》，2：75-77。
- 許穎（2017）。〈媒體融合時代的新聞核實與查核——以2016年部分假新聞為例〉，《新聞與寫作》，2：84-86。
- 虞繼光、曹雪桐（2020）。〈新媒介素養與網路謠言的治理〉，《中國報業》，7：27-29。
- 徐麗娟（2020）。〈新媒體語境下網路謠言的生成與傳播機制分析——以「重慶公交墜江」事件為例〉，《新媒體研究》，6（05）：26-28。
- 曹軻（1997）。〈關於假新聞現象的理性思索〉，《新聞大學》，37（2）：12-14。
- 童文勝、易柏慧（2020）。〈網絡辟謠：國內研究進展與理論分析框架〉，《情報雜誌》，6：28-134+202。
- 張振宇、喻發勝、王然（2019）。〈諷刺畫、預警器和煙幕彈——對國內假新聞研究的反思與重構（1980-2018）〉，《國際新聞界》，41（11）：156-174。
- 張夢新、李琴（2003）。〈健康傳播與社會恐慌〉，《資當代傳播》，5：24-25。
- 張蕾（2020）。〈新冠肺炎疫情期間媒體闢謠平臺的運作邏輯與社會價值〉，《傳媒》，6：79-82。
- 張滋宜、金兼斌（2017）。〈西方媒體事實查核新聞的特點與趨勢〉，《中國記者》，1：121-123。
- 黃宇弘（2019）。《大學生假新聞認知與教育看法研究》政治大學圖書資訊與檔案學研究所學位論文。
- 黃曉鐘、楊效宏、馮鋼（2005）。《傳播學關鍵術語釋讀》，成都：四川大學出版社。
- 程曾芬（2018）。《騰訊較真平臺事實查核新聞生產機制研究》，中央民族大學。
- 曾潤喜、陳創（2018）。〈涉民族類網路謠言輿情傳播過程中不同主體治理行為實證研究〉，《中南民族大學學報（人文社會科學版）》，38（1）：22-26。
- 喻國明（2008）。〈記者應成為資訊不對稱社會的平衡者〉，《青年記者》，11：23-24。
- 楊帥、趙翼（2020）。〈新型冠狀病毒疫情期間網路謠言的時間序列特徵及社會心理分析〉，《宜賓學院學報》，20（04）：8-14+55。
- 楊帆、余升翔、陳璟、周劼、謝筱玲（2017）。〈基於不公平感的謠言對轉基因

- 風險評價的影響》，《心理科學》，40（04）：941-946。
- 翟 玥、夏志傑、葛 濤（2015）。〈優化用戶使用效能的闢謠資訊網站建設探究〉，《圖書館學研究》，16：37-42。
- 虞鑫、陳昌鳳（2016）。〈美國“事實查核新聞”的生產邏輯與效果困境〉，《新聞大學》，4：27-33。
- 羅世宏（2018）。〈關於「假新聞」的批判思考：老問題，新挑戰與可能的多重解方〉，《資訊社會研究》，35：51-86。
- 羅文伶、邱銘心（2015）。〈網路健康謠言內容分析研究〉，《教育資料與圖書館學》，52（1）：3-31。
- 戴麗娜（2020）。〈2019 年全球網路空間內容治理動向分析〉，《資訊安全與通信保密》，1：22-26。
- 鍾漢成（2020）。〈新冠肺炎疫情防控期間的闢謠現狀和對策分析——以騰訊新聞較真平臺「新型冠狀病毒肺炎即時闢謠」為例〉，《科普研究》，2：43-51。
- 趙娜、李永鑫、張建新（2013）。〈謠言傳播的影響因素及動機機制研究述評〉，《心理科學》，36（4）：965-970。
- 鄭海鷗（2018）。〈中國互聯網聯合闢謠平臺正式上線〉，《現代企業》，9：69。
- 鄭怡卉（2013）。〈新聞中的「偽科學」內容分析研究〉，《新聞學研究》，116：47-90。
- 蔣建國（2014）。〈加大打擊力度加強行政監管讓新聞敲詐和假新聞無處遁形〉，《傳媒》，9：8-10。
- 聶靜虹、馬夢婕（2020）。〈突發公共衛生事件中的謠言傳播與治理〉，《新聞與寫作》，4：23-30。
- 劉鵬（2019）。〈用戶新聞學：新傳播格局下新聞學開啓的另一扇門〉，《新聞與傳播研究》，26（02）：5-18+126。
- 劉建明（2001）。《輿論傳播》出版社：清華大學出版社。
- 劉暢（2019）。〈事實查核平臺發展機遇與效果困境研究——以國內三類平臺為例〉，《新聞知識》，5：83-86。
- 劉績宏、柯惠新（2018）。〈道德心理的輿論張力：網路謠言向網路暴力的演化模式及其影響因素研究〉，《國際新聞界》，40（07）：37-61。
- 竇雲蓮、李昊青、張 鵬（2018）。〈微信政治謠言的生態治理對策研究〉，《現

- 代情報》，38（11）：33-38。
- 樂玉樹（2020）。〈新冠肺炎疫情謠言傳播特徵及其治理機制研究——對新冠肺炎疫情期間 318 個謠言個案的綜合分析〉，《新聞研究導刊》，11（06）：68-69+104。
- 樂軼玫、張雅琦（2020）。〈新冠肺炎疫情報導中的資訊呈現與媒體表現〉，《新聞戰線》，3：12-15。
- 金澤香（2020 年 6 月 10 日）。〈以微博為例，試析網路媒介在新冠肺炎防疫期間所發揮的獨特作用〉，搜狐網《文藝美刊》。取自：https://www.sohu.com/a/400827505_120672494。
- 曹乘瑜（2012 年 2 月 28 日）。〈權威在哪里？關於焦點調節和信源選擇的研究〉，《人民網》，上網日期：2020 年 6 月 1 日。取自：<http://media.people.com.cn/GB/22114/150608/150617/17243727.html>
- 蘇蘅（2018 年 9 月 20 日）。〈假新聞為何不能由當權者認定？〉，上網日期：2020 年 3 月 24 日。網址：https://19110101.blogspot.com/2018/09/blog-post_62.html
- 〈關注網路謠言治理：騰訊公司發佈 2017 騰訊公司謠言治理報告〉（2017 年 12 月 20 日）。《環球網》。上網日期：2020 年 8 月 1 日，取自：<https://tech.huanqiu.com/article/9CaKrnK6690>
- 〈2018 年網路謠言治理報告發佈 774 機構在微信闢謠〉（2019 年 1 月 18 日）。《騰訊網》。上網日期：2020 年 8 月 1 日。取自：<https://new.qq.com/omn/20190118/20190118A043KO.html>
- 〈2019 年網路謠言治理報告揭秘三大謠言高發領域〉，（2019 年 12 月 26 日）。《經濟日報》，上網日期：2020 年 8 月 1 日。取自：<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1653974863407785799&wfr=spider&for=pc>
- 〈較真發佈：第一季度醫療健康類 10 大謠言 | 較真榜單〉（2020 年 8 月 5 日）。《騰訊較真》。取自：http://www.360doc.com/content/17/0518/11/153907_654948533.shtml
- 〈發哨子的人〉（2020 年 3 月 12 日）。《騰訊網》，上網日期：2020 年 8 月 1 日。取自：<https://xw.qq.com/amhtml/20200312A09TCI00>
- 〈百度 App 用戶戰疫實錄：每天超 10 億人搜索新冠肺炎資訊〉（2020 年 2 月 20 日）。《行業動態》。取自：<http://so.baidu.com/news/xydt/2543.html>

- <關於「新型肺炎」的 10 大最新謠言，你信了幾個>（2020 年 2 月 20 日）。《廈門日報》。取自：<https://xw.qq.com/cmsid/20200201A0IAEQ00?f=newdc>
- <兩個月微博熱搜分析：疫情之下，哪些時、地、人、物處在輿論的風口浪尖>（2020 年 2 月 25 日）。《大數據文摘》。取自：<https://mp.weixin.qq.com/s/HNcrChBRQSWZ5Q5ogil6Ug>
- <新榜數據>（無日期）。《新榜》，上網日期 2020 年 3 月 20 日。取自：<https://www.newrank.cn>
- <騰訊較真>（無日期）。《騰訊較真闢謠平台》，上網日期：2020 年 6 月 24 日。取自：<https://vp.fact.qq.com>
- <新聞記者（期刊雜誌）>（無日期）。《百度百科》，上網日期 2020 年 3 月 20 日。取自：<https://baike.baidu.com/item/新聞記者/16013221>
- <中國互聯網發展歷程>（無日期）。《百度百科》，上網日期 2020 年 3 月 22 日。取自：<https://zhidao.baidu.com/question/26482605.html>
- <中國互聯網戰疫報告 微信看一看的閱讀量達 11.75 億次>（2020 年 2 月 17 日）。《紫金財經》。取自：<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1658771551128049989&wfr=spider&for=pc>
- 全球事實檢查站點，上網日期：2020 年 7 月 22 日，來源：<https://reporterslab.org/fact-checking/>
- <騰訊發佈 2016 微信生態安全報告 累計處理謠言文章 20 多萬篇>（2016 年 11 月 24 日）。《騰訊新聞》。取自：<https://news.qq.com/a/20161124/039113.htm?t=1480114090284>
- <闢謠聯盟>（無日期）。《百度百科》，上網日期：2020 年 5 月 3 日。取自：<https://baike.baidu.com/item/闢謠聯盟/242580?fr=aladdin>
- <突發公共衛生事件應急條例>（無日期）。《中國國務院官網》上網日期：2020 年 4 月 3 日。取自：http://www.gov.cn/gongbao/content/2011/content_1860801.htm
- <中國互聯網聯合闢謠平臺上線：已整合接入各地資訊 3 萬餘條>（2018 年 8 月 29 日）。《中國互聯網聯合闢謠平臺》。取自：https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_2390947
- <果殼網科技有意思>（無日期）。《果殼網》，上網日期：2020 年 4 月 3 日。

取自：<https://www.guokr.com/article/441903/>

中華人民共和國國務院新聞辦公室（2020年6月），《抗擊新冠肺炎疫情的中國行動白皮書》，上網日期：2020年6月20日。取自：
<http://www.scio.gov.cn/ztk/dtzt/42313/43142/index.htm>

國家資訊中心（2020年2月），《新型冠狀病毒肺炎公眾認知與資訊傳播調研報告》，上網日期 2020年7月1日。取自：
<http://www.sic.gov.cn/archiver/SIC/UpFile/Files/Default/20200226101829580669.pdf>

〈王辰院士意見值得傾聽，戰疫決勝最終要靠科技〉（2020年4月7日）。《南方都市報》，上網日期：2020年5月20日。取自：
http://epaper.oeeee.com/epaper/A/html/2020-04/07/content_10822.htm

〈李天亮：較真平臺介紹&成員合作計畫〉（2017年1月10日）。《時政新聞騰訊較真》，上網日期：2020年3月10日。取自：
<https://news.qq.com/a/20170110/020344.htm>

〈16省開學時間已定！2020全國開學時間匯總表〉（2020年3月23日）。《中國互聯網新聞中心》。取自：
<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1661939378450287649&wfr=spider&for=pc>

Reference :

Ahmed, W., Vidal-Alaball, J., Downing, J., & Seguí, F. L. (2020). COVID-19 and the 5G conspiracy theory: social network analysis of Twitter data. *Journal of medical internet research*, 22(5), e19458.

Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of economic perspectives*, 31(2), 211-36.

Albright, Jonathan. 2016. "The #Election 2016 Micro-Propaganda Machine." Medium.

Arora, N. K., Hesse, B. W., Rimer, B. K., Viswanath, K., Clayman, M. L., & Croyle, R. T. (2008). Frustrated and confused: The American public rates its cancer-related information-seeking experiences. *Journal of General Internal Medicine*, 23(3), 223-228.

Anderson, C. A., & Lindsay, J. J. (1998). The development, perseverance, and change

- of naive theories. *Social Cognition*, 16(1), 8-30.
- Andsager , J. L. & Smiley , L. (1998). Evaluating the public information: Shaping news coverage of the silicone implant controversy . *Public Relations Review* , 24 , 183-201.
- Allport, G. W., & Postman, L. (1947). The psychology of rumor.
- Agunga, R. A.(1997)Developing the Third World: A Communication Approach. Commack, N.Y.: Nova Science,
- Allen , R. & Nairn , R. G. (1997). Media depictions of mental illness: An analysis of the use of dangerousness . *Australian & New Zealand Journal of Psychiatry* , 31 , 375-381.
- Adams, S. A. (2010). Revisiting the online health information reliability debate in the wake of “web 2.0”: an inter-disciplinary literature and website review. *International journal of medical informatics*, 79(6), 391-400.
- Amazeen, M. A. (2015). Sometimes political fact-checking works. Sometimes it doesn't. Here's what can make the difference. *The Washington Post*, 3.
- Angie Drobnic Holan(2018) , The Principles of the Truth-O-Meter: PolitiFact's methodology for independent fact-checking , available : <https://www.politifact.com/article/2018/feb/12/principles-truth-o-meter-politifact-s-methodology-i/>
- Adair, B. (2011). Principles of PolitiFact and the truth-o-meter. PolitiFact. com. February, 21, 2011.
- Amazeen, M. A. (2016). Checking the fact-checkers in 2008: Predicting political ad scrutiny and assessing consistency. *Journal of Political Marketing*, 15(4), 433-464.
- Berlo, D. K., Lemert, J. B., & Mertz, R. J. (1969). Dimensions for evaluating the acceptability of message sources. *Public opinion quarterly*, 33(4), 563-576.
- Bernhardt, J. M. (2004)“Communication at the Core of Effective Public Health.”*American Journal of Public Health*, 94(12), 2051–2053.
- Ball-Rokeach,S. J., &DeFleur,M. L.(1976).A dependency model of mass-media effects. *Communication Research*, 3(1),3–21.

- Ball-Rokeach, S. J., & DeFleur, M. L. (1976). A dependency model of mass-media effects. *Communication Research*, 3(1), 3–21.
- Bolton, D. M., & Yaxley, J. (2017). Fake news and clickbait—natural enemies of evidence-based medicine. *BJU international*, 119, 8-9.
- Boehm, L. E. (1994). The validity effect: A search for mediating variables. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 20(3), 285-293.
- Buckner, H. T. (1965). A theory of rumor transmission. *Public Opinion Quarterly*, 29(1): 54-70
- Bertakis, K. D., Callahan, E. J., Helms, L. J., Azari, R., Robbins, J. A., & Miller, J. (1998). Physician practice styles and patient outcomes: differences between family practice and general internal medicine. *Medical Care*, 879-891.
- Briones, R., Nan, X., Madden, K., & Waks, L. (2012). When vaccines go viral: an analysis of HPV vaccine coverage on YouTube. *Health communication*, 27(5), 478-485.
- Brodie, M., Brady, L. A., & Altman, D. E. (1998). Media coverage of managed care: Is there a negative bias? *Health Affairs*, 17, 9-25.
- Berland, G. K., Elliott, M. N., Morales, L. S., Algazy, J. I., Kravitz, R. L., Broder, M. S., & Watkins, K. E. (2001). Health information on the Internet: accessibility, quality, and readability in English and Spanish. *Jama*, 285(20), 2612-2621.
- Brennen, J. S., Simon, F., Howard, P. N., & Nielsen, R. K. (2020). Types, sources, and claims of Covid-19 misinformation. Reuters Institute, 7.
- Brandtzaeg, P. B., Følstad, A., & Chaparro Domínguez, M. Á. (2018). How journalists and social media users perceive online fact-checking and verification services. *Journalism practice*, 12(9), 1109-1129.
- Brandtzaeg, Petter Bae, and Asbjørn Følstad. 2017. “Trust and Distrust in Online Fact-Checking Services.” *Communications of the ACM* 60 (9), 65–71.
- Birks, J. (2019). *Fact-Checking Journalism and Political Argumentation: A British Perspective*. Springer Nature.
- Brewer, P. R., Young, D. G., & Morreale, M. (2013). The impact of real news about

“fake news”: Intertextual processes and political satire. *International Journal of Public Opinion Research*, 25(3), 323-343.

Borel, B. (2017, January 4). Fact-checking won't save us from fake news.

Five Thirty Eight. Retrieved from <https://fivethirtyeight.com/features/fact-checking-wont-save-us-from-fake-news/>

Chadwick, A., Vaccari, C., & O'Loughlin, B. (2018). Do tabloids poison the well of social media? Explaining democratically dysfunctional news sharing. *New Media & Society*, 20(11), 4255-4274.

Cappella, Joseph N., and Kathleen H. Jamieson. (1994). Broadcast adwatch effects: A field experiment. *Communication Research*, 21(3), 342–365.

Chadwick, Andrew, Cristian Vaccari, and Ben O'Loughlin. 2018. 'Do Tabloids Poison the Well of Social Media? Explaining Democratically Dysfunctional News Sharing', *New Media & Society*, 20: 4255–74.

Chan, M. S., Winneg, K., Hawkins, L., Farhadloo, M., Jamieson, K. H., & Albarracín, D. (2018). Legacy and social media respectively influence risk perceptions and protective behaviors during emerging health threats: A multi-wave analysis of communications on Zika virus cases. *Social Science & Medicine*, 212, 50–59.

Castells, M. (2011). *The rise of the network society* (Vol. 12). John Wiley & sons.

Condit, C. M. (1994). Hegemony in a mass-mediated society: Concordance about reproductive technologies. *Critical Studies in Mass Communication*, 11, 205–230.

Chua, A. Y., & Banerjee, S. (2017). To share or not to share: the role of epistemic belief in online health rumors. *International journal of medical informatics*, 108, 36-41.

Cheek, J. (1997). (Con)textualizing Toxic Shock Syndrome: Selected media representations of the emergence of a health phenomenon 1979–1995. *Health*, 1, 183-203.

Chan, M. P. S., Jones, C. R., Hall Jamieson, K., & Albarracín, D. (2017). Debunking: A meta-analysis of the psychological efficacy of messages countering

- misinformation. *Psychological science*, 28(11), 1531-1546.
- Craig Silverman(December 31, 2017) 。 I Helped Popularize The Term “Fake News” And Now I Cringe Every Time I Hear It 。 Retrieved from: <https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/i-helped-popularize-the-term-fake-news-and-now-i-cringe#.nfwV346wr>
- Claire Wardle(February 2017), First Draft Publisher: First Draft Research and Editorial Team: Fake news. It’s complicated.
Retrieved from: <https://www.rcmediafreedom.eu/Publications/Reports/Fake-news.-It-s-complicated>
- Cristina Tardáguila(2020 March 31) .How fact-checkers are fighting coronavirus misinformation worldwide “ COVID - 19 is the biggest challenge fact checkers have ever faced,Retrieved from: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/risj-review/how-fact-checkers-are-fighting-coronavirus-misinformation-worldwide>。
- Dominick, J. R. (2010). *The dynamics of mass communication: Media in the digital age*. Tata McGraw-Hill Education.
- Donovan, P. (2006). How Idle Is Idle Talk? One Hundred Years of Rumor Research. *Diogenes*, (1), 74-106.
- Danielle K. Kilgo, Joseph Yoo & Thomas J. Johnson (2019) Spreading Ebola Panic: Newspaper and Social Media Coverage of the 2014 Ebola Health Crisis, *Health Communication*, 34(8), 811-817,
- Diefenbach , D. L. (1997). The portrayal of mental illness on prime-time television . *Journal of Community Psychology* , 25 , 289-302.
- Ding, H., & Zhang, J. (2010). Social media and participatory risk communication during the H1N1 flu epidemic: A comparative study of the United States and China. *China Media Research*, 6(4), 80–91.
- Dobbs, M. (2012). *The Rise of Political Fact-checking How Reagan Inspired a Journalistic Movement: A Reporter's Eye View*. New America Foundation.
- Diana Gonimah, Content Marketing Manager(2018,November 5),From Fringe to

- Mainstream: Tracking the Pathways of Misinformation on Social Media. Retrieved from: <https://storyful.com/thought-leadership/from-fringe-to-mainstream-tracking-the-pathways-of-misinformation-on-social-media/>
- Elizabeth, J. (2014). Who are you calling a fact checker. American Press Institute. American Press Institute,
- Eagly, A. H., & Chaiken, S. (1993). The psychology of attitudes. Harcourt brace Jovanovich college publishers.
- Editorial Staff of The Outlook. *The Spectator*. The Outlook, 1898, 59(1): 367.
- Eliot Higgins(2016). Fake news is spiraling out of control—and it is up to all of us to stop it. Retrieved from : <https://www.ibtimes.co.uk/fake-news-spiralling-out-control-it-all-us-stop-it-1596911>.
- Eugene Kiely and Lori Robertson(November 18, 2016),How to Spot Fake News,FACTCHECK POSTS Retrieved from : <https://www.factcheck.org/2016/11/how-to-spot-fake-news/>
- Finnegan , J. R. , Jr. , Viswanath , K. , & Hertog , J. (1999). Mass media, secular trends, and the future of cardiovascular disease health promotion: An interpretive analysis . *Preventive Medicine* , 29 , S50 – 58.
- Flynn, D. J., Nyhan, B., & Reifler, J. (2017). The nature and origins of misperceptions: Understanding false and unsupported beliefs about politics. *Advances in Political Psychology*, 38(S1), 127-150
- Fellmeth, A. X., & Horwitz, M. (2009). Guide to Latin in international law. Oxford University Press.
- Ferrucci, P. (2018). Networked: Social media’ s impact on news production in digital newsrooms. *Newspaper Research Journal*, 39(1), 6-17.
- First Draft: Verifying online information: The absolute essentials October 14, 2019 Retrieved from : <https://firstdraftnews.org/latest/verifying-online-information-the-absolute-essentials/>

- Fact-checking. "In A Dictionary of Journalism (1st ed.)", Oxford, UK: Oxford University Press. 2014.
- Fouts, G. & Vaughan, K. (2000). Television situation comedies: Male weight, negative references, and audience reactions. *Sex Roles*, 46, 439 – 442.
- Fox, S. (2013). Health and Technology in the U.S. Pew Research Center. December 4, 2013, Retrieved from :
<https://www.pewresearch.org/internet/2013/12/04/health-and-technology-in-the-u-s/>
- Fox, S. (2006). Online health search 2006. Washington, DC: Pew Internet and American Life Project. July 12, 2010, Retrieved from :
http://www.pewinternet.org/~media/Files/Reports/2006/PIP_Online_Health_2006.
- Fox, S. (2011). Health topics: Food safety, drug safety, and pregnancy information are among eight new topics included in our survey. Pew Research Center. May 12, 2011, Retrieved from :
http://pewinternet.org/~media/Files/Reports/2011/PIP_HealthTopics.
- Graves, L., & Amazeen, M. A. (2019). Fact-checking as idea and practice in journalism. In Oxford Research Encyclopedia of Communication.
- Graves, L., & Cherubini, F. (2016). The rise of fact-checking sites in Europe.
- Hoffman-Goetz, L., Gerlach, K. K., Marino, C., & Mills, S. L. (1997). Cancer coverage and tobacco advertising in African-American women's popular magazines. *Journal of Community Health*, 22, 261–270.
- Graves, L., Nyhan, B., & Reifler, J. (2016). Understanding innovations in journalistic practice: A field experiment examining motivations for fact-checking. *Journal of Communication*, 66(1), 102-138.
- Hoffman-Goetz, L. & MacDonald, M. (1999). Cancer coverage in mass-circulating Canadian women's magazines. *Canadian Journal of Public Health*, 90, 55-59.
- Hoffman-Goetz, L., Friedman, D., & Clarke, J. N. (2005). HIV/AIDS risk factors as portrayed in mass media targeting First Nations, Metis, and Inuit peoples of

- Canada . *Journal of Health Communication* , 10 , 145-162.
- Hazelton , M. (1997). Reporting mental health: A discourse analysis of mental health-related news in two Australian newspapers . *Australian & New Zealand Journal of Mental Health Nursing* , 6 , 73-89.
- Hansen, D. L., Derry, H. A., Resnick, P. J., & Richardson, C. R. (2003). Adolescents searching for health information on the Internet: an observational study. *Journal of medical Internet research*, 5(4), e25.
- Jackson, L. D. (1992). Information complexity and medical communication: The effects of technical language and amount of information in a medical message. *Health communication*, 4(3), 197-210.
- Jamieson, K. H., & Cappella, J. N. (2008). *Echo chamber: Rush Limbaugh and the conservative media establishment*. Oxford University Press.
- Jang, K., & Paek, Y. M. (2019). When information from public health officials is untrustworthy: The use of online news, interpersonal networks, and social media during the MERS outbreak in South Korea. *Health Communication*, 34(9), 991–998.
- Johnson, T. J., & Kaye, B. K. (2000). Using is believing: The influence of reliance on the credibility of online political information among politically interested internet users. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 77, 865–879.
- Jolley, D., & Douglas, K. M. (2014). The effects of anti-vaccine conspiracy theories on vaccination intentions. *PloS one*, 9(2), e89177.
- Jamieson, A., & Solon, O. (2016). Facebook to begin flagging fake news in response to mounting criticism. *the Guardian*.
- Kalsnes, B. (2018). *Fake News*. In *Oxford Research Encyclopedia of Communication*. Oxford University Press.
- Kessler, G. (2017). About the fact checker. *The Washington Post*. Jan. 2, 2017
Retrieved from:
<https://www.washingtonpost.com/politics/2019/01/07/about-fact-checker/>
- Kilgo, D. K., Yoo, J., & Johnson, T. J. (2018). Spreading Ebola panic: Newspaper and social media coverage of the 2014 Ebola health crisis. *Health communication*.

- Kline, K. N. (2006). A decade of research on health content in the media: the focus on health challenges and sociocultural context and attendant informational and ideological problems. *Journal of health communication, 11*(1), 43-59.
- Kaufert, P. A. & Lock, M. (1997). Medicalization of women's third age. *Journal of Psychosomatic Obstetrics & Gynecology, 18*, 81-86.
- Kilgo, D. K., Yoo, J., & Johnson, T. J. (2019). Spreading Ebola panic: Newspaper and social media coverage of the 2014 Ebola health crisis. *Health communication, 34*(8), 811-817.
- Krishnan, S. P., Durrah, T., & Winkler, K. (1997). Coverage of AIDS in popular African American magazines. *Health Communication, 9*, 273-288.
- Knobloch-Westerwick, S., & Johnson, B. K. (2014). Selective exposure for better or worse: Its mediating role for online news' impact on political participation. *Journal of Computer-Mediated Communication, 19*(2), 184-196.
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2014). The elements of journalism: What newspeople should know and the public should expect. Three Rivers Press (CA).
- Krippendorff, K. (1980). Content analysis. Beverly Hills.
- Kwanda, F. A., & Lin, T. T. (2020). Fake news practices in Indonesian newsrooms during and after the Palu earthquake: a hierarchy-of-influences approach. *Information, Communication & Society, 23*(6), 849-866.
- Kouzy, R., Abi Jaoude, J., Kraitem, A., El Alam, M. B., Karam, B., Adib, E., ... & Baddour, K. (2020). Coronavirus goes viral: quantifying the COVID-19 misinformation epidemic on Twitter. *Cureus, 12*(3).
- Logan, R. A., Park, J., & Shin, J. H. (2004). Elite sources, context, and new topics: How two Korean newspapers covered a public health crisis. *Science Communication, 25*, 364-398.
- Lin, L., McCloud, R. F., Bigman, C. A., & Viswanath, K. (2016). Tuning in and catching on? Examination of the relationship between pandemic communication and awareness and knowledge of MERS in the USA. *Journal of Public Health, 39*(2), 282-289.
- Lazard, A. J., Scheinfeld, E., Bernhardt, J. M., Wilcox, G. B., & Suran, M. (2015).

- Detecting themes of public concern: A text mining analysis of the centers for disease control and prevention's Ebola live twitter chat. *American Journal of Infection Control*, 43(10), 1109–1111.
- Lupia, A. (1994). Shortcuts versus encyclopedias: Information and voting behavior in California insurance reform elections. *American Political Science Review*, 88(1), 63-76.
- Lewandowsky, S., Ecker, U. K., Seifert, C. M., Schwarz, N., & Cook, J. (2012). Misinformation and its correction: Continued influence and successful debiasing. *Psychological science in the public interest*, 13(3), 106-131.
- Lazer, D. M., Baum, M. A., Benkler, Y., Berinsky, A. J., Greenhill, K. M., Menczer, F., ... & Schudson, M. (2018). *The science of fake news*. *Science*, 359(6380), 1094-1096.
- Meel, P., & Vishwakarma, D. K. (2019). Fake News, Rumor, Information Pollution in Social Media and Web: A Contemporary Survey of State-of-the-arts, Challenges and Opportunities. *Expert Systems with Applications*, 112986.
- Marcon, A. R., Murdoch, B., & Caulfield, T. (2017). Fake news portrayals of stem cells and stem cell research. *Regenerative medicine*, 12(7), 765-775.
- Miller, D. E. (1992). “Snakes in the greens” and rumor in the innercity. *The Social Science Journal*, 29(4), 381-393.
- Martin, M. (1994). Pseudoscience, the paranormal, and science education. *Science & Education*, 3(4), 357-371.
- Markens, S. (1996). The problematic of “experience”: A political and cultural critique of PMS. *Gender & Society*, 10, 42-58.
- Marsh, E. J., & Yang, B. W. (2018). Believing things that are not true: A cognitive science perspective on misinformation. *Misinformation and mass audiences*, 15-34.
- McComas, K. A. (2006). Defining moments in risk communication research: 1996–2005. *Journal of health communication*, 11(1), 75-91.
- McGinnies, E., & Ward, C. D. (1980). Better liked than right: Trustworthiness and expertise as factors in credibility. *Personality and Social Psychology Bulletin*,

6(3), 467-472.

McCroskey, J. C. (1966). Scales for the Measurement of Ethos. *Speech Monographs*, 33(1), 65-72

Marietta, M., Barker, D. C., & Bowser, T. (2015, December). Fact-checking polarized politics: Does the fact-check industry provide consistent guidance on disputed realities?. In *The Forum* (Vol. 13, No. 4, pp. 577-596). De Gruyter.

Mantzaris, A. (2016). Fact-checkers experiment with Snapchat, GIFs and other stuff millennials Retrieved from: <https://www.poynter.org/news/fact-checkers-experiment-snapchat-gifs-and-other-stuff-millennials> [accessed 28/03/2018].

Mantzaris, A. (2017). In its first decade, PolitiFact helped define political fact-checking far beyond Washington, D.C. [online] Poynter. Retrieved from: <https://www.poynter.org/news/its-first-decade-politifact-helped-define-political-fact-checking-far-beyond-washington-dc> [accessed 28/03/2018].

Mantzaris, A. (2018). Fact-checking 101. Ireton, Cherilyn; Posetti, Julie. *Journalism, fake news & disinformation: Handbook for journalism education and training*. Francia: Unesco, 85-100.

Mark Stencel & Joel Luther (2020). Fact-checking count tops 300 for the first time October 13, 2020. Retrieved from: <https://reporterslab.org/tag/fact-checking-database/>

Nagler, R. H. (2014). Adverse outcomes associated with media exposure to contradictory nutrition messages. *Journal of Health Communication*, 19(1), 24-40.

Nickerson, R. S. (1998). Confirmation bias: A ubiquitous phenomenon in many guises. *Review of general psychology*, 2(2), 175-220.

Nyhan, B., & Reifler, J. (2013). Which corrections work. Research results and practice recommendation.

Nyhan, B. (2012). Misinformation and fact-checking: Research findings from social science. New America Foundation.

Nardelli, Alberto, and Craig Silverman. (2016. NOVEMBER 29), "Italy's Most

Popular Political Party Is Leading Europe in Fake News and Kremlin Propaganda.” Retrieved

from:<https://www.journalism.org/news-item/italys-most-popular-political-party-is-leading-europe-in-fake-news-and-kremlin-propaganda/>

Nickerson, R. S. (1998). Confirmation bias: A ubiquitous phenomenon in many guises. *Review of general psychology*, 2(2), 175-220.

Neuman, L., 王佳煌、潘中道、郭俊賢、黃瑋瑩譯 (2002)。《當代社會研究--質化與量化途徑》台北：學富文化事業有限公司。(原書 Social research method: Qualitative and quantitative approaches. Boston: Allyn & Bacon.)

Oh, S.-H., Paek, H.-J., & Hove, T. (2015). Cognitive and emotional dimensions of perceived risk characteristics, genre-specific media effects, and risk perceptions: The case of H1N1 influenza in South Korea. *Asian Journal of Communication*, 25, 14-32.

Ostermeier, E. (2011). Selection bias? PolitiFact rates Republican statements as false at three times the rate of Democrats. Times the Rate of Democrats.” Retrieved from:<http://editions.lib.umn.edu/smartpolitics/2011/02/10/selection-bias-politifact-rate/>

Ohanian, R. (1990). Construction and validation of a scale to measure celebrity endorsers' perceived expertise, trustworthiness, and attractiveness. *Journal of advertising*, 19(3), 39-52.

Pellechia, M. G. (1997). Trends in science coverage: a content analysis of three US newspapers. *Public Understanding of Science*, 6(1), 49-68.

Pechmann, C., & Ratneshwar, S. (1994). The effects of antismoking and cigarette advertising on young adolescents' perceptions of peers who smoke. *Journal of Consumer Research*, 21(2), 236-251.

Paek, Hye-Jin and Thomas Hove 2020. “Communicating Uncertainties during the COVID-19 Outbreak.” *Health Communication*, 35(14): 1729-1731.

Rogers, E. M. (1994). The field of health communication today. *American Behavioral Scientist*, 38(2), 208-214.

Rogers, E. M. (1996). Up-to-date report. *Journal of Health communication*, 1(1),

15-24.

Rogers, E. M., & Storey, J. D. (1987). Communication Campaign. Dalam CR Berger & SH Chaffe (Eds.), Handbook of Communication Science. New Burry Park.

Reynolds, B., & Seeger, M. W. (2005). Crisis and emergency risk communication as an integrative model. *Journal of Health Communication*, 10(1), 43–55.

Shoemaker, P. J., & Reese, S. D. (2013). Mediating the message in the 21st century: A media sociology perspective. Routledge.

Stewart, C. O. (2005). A rhetorical approach to news discourse: Media representations of a controversial study on “reparative therapy” *Western Journal of Communication*, 69, 147.

Subervi-Vélez, F. A. (1999). Spanish-language television coverage of health news. *The Howard Journal of Communications*, 10, 207-228.

Shen, L., & Zhou, Y. (2020). Epistemic Egocentrism and Processing of Vaccine Misinformation (Vis-à-vis Scientific Evidence): The Case of Vaccine-Autism Link. *Health Communication*, 1-12.

Skinner, H., Biscope, S., Poland, B., & Goldberg, E. (2003). How adolescents use technology for health information: implications for health professionals from focus group studies. *Journal of medical Internet research*, 5(4), e32.

Silverman, Craig. 2015. “Lies, Damn Lies and Viral Content. How News Websites Spread (and Debunk) Online Rumors, Unverified Claims and Misinformation.” Columbia Journalism School. Retrieved from: http://towcenter.org/wp-content/uploads/2015/02/LiesDamnLies_Silverman_TowCenter.pdf.

Silverman, Craig, Ellie Hall, Lauren Strapagiel, Jeremy Singer-Vine, and Shaban Hamza. 2016. “Hyperpartisan Facebook Pages Are Publishing False and Misleading Information at an Alarming Rate.” BuzzFeed News, October 20. Retrieved from: https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/partisan-fb-pages-analysis?utm_term=.gaWbVjmoq#.etJ0Wk37V.

Silverman, C. (2016). This analysis shows how viral fake election news stories

- outperformed real news on Facebook. BuzzFeed news, 16.
- Silverman, C. & Jarvis, J. (2007). Regret the error: How media mistakes pollute the press and imperil free speech. *Union Square Press*, 275-276.
- Sirajudeen, S. M., Azmi, N. F. A., & Abubakar, A. I. (2017). ONLINE FAKE NEWS DETECTION ALGORITHM. *Journal of Theoretical & Applied Information Technology*, 95(17).
- 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.
- Shao, C., Ciampaglia, G. L., Flammini, A., & Menczer, F. (2016, April). Hoaxy: A platform for tracking online misinformation. In Proceedings of the 25th international conference companion on world wide web (pp. 745-750).
- Slater, M. D., & Rouner, D. (1996). How message evaluation and source attributes may influence credibility assessment and belief change. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 73(4), 974-991.
- Sharan B. Merriam (2011). Qualitative research: A guide to design and implementation. (Ning Yan, Trans). Taipei City, Taiwan: Wu-Nan Book Inc. (Original work published 2009).
- Scott, Mark, and Melissa Eddy (2017, February 20). "Europe Combats a New Foe of Political Stability: Fake News." *The New York Times*. Retrieved from <https://www.nytimes.com/2017/02/20/world/europe/europe-combats-a-new-foe-of-political-stability-fake-news.html>
- Shumate, R. (2017, May 18). Fake news isn't new; history offers a way to fight it. Mediashift. Retrieved from: <http://mediashift.org/2017/05/fake-news-isnt-new-historyoffers-way-fight/>
- Tandoc Jr, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018). Defining "fake news" A typology of scholarly definitions. *Digital journalism*, 6(2), 137-153.
- Thomas, R. K. (2006). Health communication. Springer Science & Business Media.
- Toppenberg-Pejcic, D., Noyes, J., Allen, T., Alexander, N., Vanderford, M., & Gamhewage, G. (2019). Emergency risk communication: Lessons learned from a

- rapid review of recent gray literature on Ebola, Zika, and yellow fever. *Health Communication*, 34(4), 437-455.
- Toni G. L. A. van der Meer & Yan Jin.(2020). Seeking formula for misinformation treatment in public health crises: The effects of corrective information type and source. *Health Communication*, 35(5), 560-575.
- Tan, A. S. L. , Lee, C. J. & Chae, J. Y. (2015). Exposure to Health (Mis)Information: Lagged Effects on Young Adults'Health Behaviors and Potential Pathways. *Journal of Communication* , (65), 674-698.
- Taber, C. S., & Lodge, M. (2006). Motivated skepticism in the evaluation of political beliefs. *American journal of political science*, 50(3), 755-769.
- Thurman, Neil. 2017. "Social Media, Surveillance and News Work: On the Apps Promising Journalists a 'Crystal Ball'". *Digital Journalism*.
- Uscinski, Joseph E., and Ryden W. Butler. 2013. 'The Epistemology of Fact Checking', *Critical Review*, 25: 162–80.
- Vasu, N., Ang, B., Teo, T. A., Jayakumar, S., Raizal, M., & Ahuja, J. (2018). Fake news: National security in the post-truth era. RSIS.
- Vargas , L. C. (2000). Genderizing Latino news: An analysis of a local newspaper's coverage of Latino current affairs . *Critical Studies in Media Communication* , 17 , 261-293.
- Vraga, E. (2017),Expert organizations can be effective in correcting health misinformation on social media , Retrieved from:<https://blogs.lse.ac.uk/usappblog/2017/10/26/expert-organizations-can-be-effective-in-correcting-health-misinformation-on-social-media/>
- Vraga, E. K., & Bode, L. (2017). Using expert sources to correct health misinformation in social media. *Science Communication*, 39(5), 621-645.
- Van Dijk, T. A. (2013). News as discourse. Routledge.
- van der Meer, T. G., & Jin, Y. (2020). Seeking formula for misinformation treatment in public health crises: The effects of corrective information type and source. *Health Communication*, 35(5), 560-575.
- World Health Organization Regional Office for Europe. The Solid Facts: Health

- Literacy (2013).
- Wallace , L. S. & Ballard , J. E. (2003). Osteoporosis coverage in selected women's magazines and newspapers, 1998–2001 . *American Journal of Health Behavior* , 27 , 75-83.
- Wilson , N. L. & Blackhurst , A. E. (1999). Food advertising and eating disorders: Marketing body dissatisfaction, the drive for thinness, and dieting in women's magazines . *Journal of Humanistic Counseling, Education and Development* , 38 , 111-122.
- Westen, D. (2008). *The political brain: The role of emotion in deciding the fate of the nation*. PublicAffairs.
- Wardle,Claire.(2017).“Fake News.” It’s Complicated. Retrieved from <https://medium.com/1st-draft/fake-newsits-complicated-d0f773766c79>.
- Yun, G. W., Morin, D., Park, S., Joa, C. Y., Labbe, B., Lim, J., ... & Hyun, D. (2016). Social media and flu: Media Twitter accounts as agenda setters. *International journal of medical informatics*, 91, 67-73.
- Young, D. G., Jamieson, K. H., Poulsen, S., & Goldring, A. (2018). Fact-checking effectiveness as a function of format and tone: Evaluating FactCheck. org and FlackCheck. org. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 95(1), 49-75.
- Zannettou, S., Sirivianos, M., Blackburn, J., & Kourtellis, N. (2019). The web of false information: Rumors, fake news, hoaxes, clickbait, and various other shenanigans. *Journal of Data and Information Quality (JDIQ)*, 11(3), 1-37.
- Zhou, X., & Zafarani, R. (2018). Fake news: A survey of research, detection methods, and opportunities. arXiv preprint arXiv:1812.00315.
- Zarocostas, J. (2020). How to fight an infodemic. *The Lancet*, 395(10225), 676

附檔一：新冠肺炎大事記

根據中國國務院新聞辦公室發佈的《抗擊新冠肺炎疫情的中國行動》白皮書，按照政府對疫情的具體措施與政策發佈為基準，將此次新冠肺炎疫情發展分為五個階段，分別是：

第一階段疫情發展初期（迅即應對突發疫情），時間從 2019 年 12 月 27 日至 2020 年 1 月 19 日。在此期間有幾個重要時間節點包括：



- 1、 2020 年 1 月 1 日，華南海鮮市場關閉，中國大陸病例人數上升到 40 例。
- 2、 2020 年 1 月 3 日，武漢市衛健委發佈發佈，未發現人傳人證據、未發現醫務人員感染。
- 3、 2020 年 1 月 6 日，世界衛生組織首次對中國不明原因肺炎發佈新聞，不建議對中國實施任何履行或者貿易限制。
- 4、 2020 年 1 月 11 日，首例新冠肺炎病人死亡，未發現明顯人傳人證據。
- 5、 2020 年 1 月 13 日與 1 月 16 日分別在泰國與日本發現首例新冠肺炎病例。

第二階段疫情爆發（持續遏制疫情蔓延勢頭），時間從 2020 年 1 月 20 日至 2 月 20 日；在此期間



- 1、 2020 年 1 月 19 日，武漢市百步亭社區舉辦萬家宴，活動結束後至少 50 棟樓出現發熱居民。1 月 20 日，中國呼吸病學專家鍾南山通過中央電視台確認，病毒可通過人傳人。
- 2、 2020 年 1 月 21 日，中國大陸九個省份確證首例新冠肺炎，台灣地區出現首例新冠肺炎患者，世界衛生組織宣佈可能發生人傳人現象。
- 3、 2020 年 1 月 23 日，武漢市宣佈「封城」，同時，火神山醫院開始建設；其外，香港、新加坡與越南也傳出確診病例。
- 4、 2020 年 1 月 25 日，中共中央成立疫情工作領導小組，武漢市決定再建雷神山醫院，北京首次確認無湖北接觸史病人。
- 5、 2020 年 1 月 26 日，中國國家衛生健康委稱，新冠病毒具有潛伏期最長可達十四天。
- 6、 2020 年 1 月 30 日，WHO 宣布將 2019 新冠狀病毒全球危險等級調升為「高」、中國地區為「極高」。WHO 將疫情列入「國際關注的突發公共衛生事件」。
- 7、 2020 年 2 月 2 日至 5 日，火神山醫院正式交付使用，首批患者被轉移進入該醫院；武漢建設「方艙」醫院，收治第一批病患。



8、 2020 年 2 月 7 日，李文亮醫生搶救無效去世。

9、 2020 年 2 月 10 日，湖北省小區全面實行封閉式管理，以北京、上海為代表，超過八十座城市實行封閉社區以及半封城措施。港澳疫情數量持續上升，臺灣宣佈暫緩港澳人士、學生入境。

10、 2020 年 2 月 11 日，WHO 宣布，將 2019 新型冠狀病毒肺炎，更名為「COVID-19」。

11、 2020 年 2 月 13 日，應勇任湖北省委書記，王中林任武漢市委書記，武漢十所方艙醫院投入使用，由於臨床診斷數納入病例數，湖北單日新增 14 840 例新冠肺炎病例。

12、 2020 年 2 月 18 日，日本油輪鑽石公主號被列為疫區。

13、 2020 年 2 月 20 日，中國大陸五所監獄內出現犯人感染新冠肺炎情況。

第三階段為疫情蔓延期（控制病例增長），時間從 2 月 21 日至 3 月 17 日

1、 2020 年 2 月 22 日至 2 月 29 日，中國-世界衛生組織新型冠狀病毒肺炎聯合專家組到湖北省開展調研，國家新聞辦表示，新冠肺炎已的有效抑制，國家衛生健康委發佈《中國-世界衛生組織新型冠狀病毒肺炎（COVID-19）聯合調查報告》。

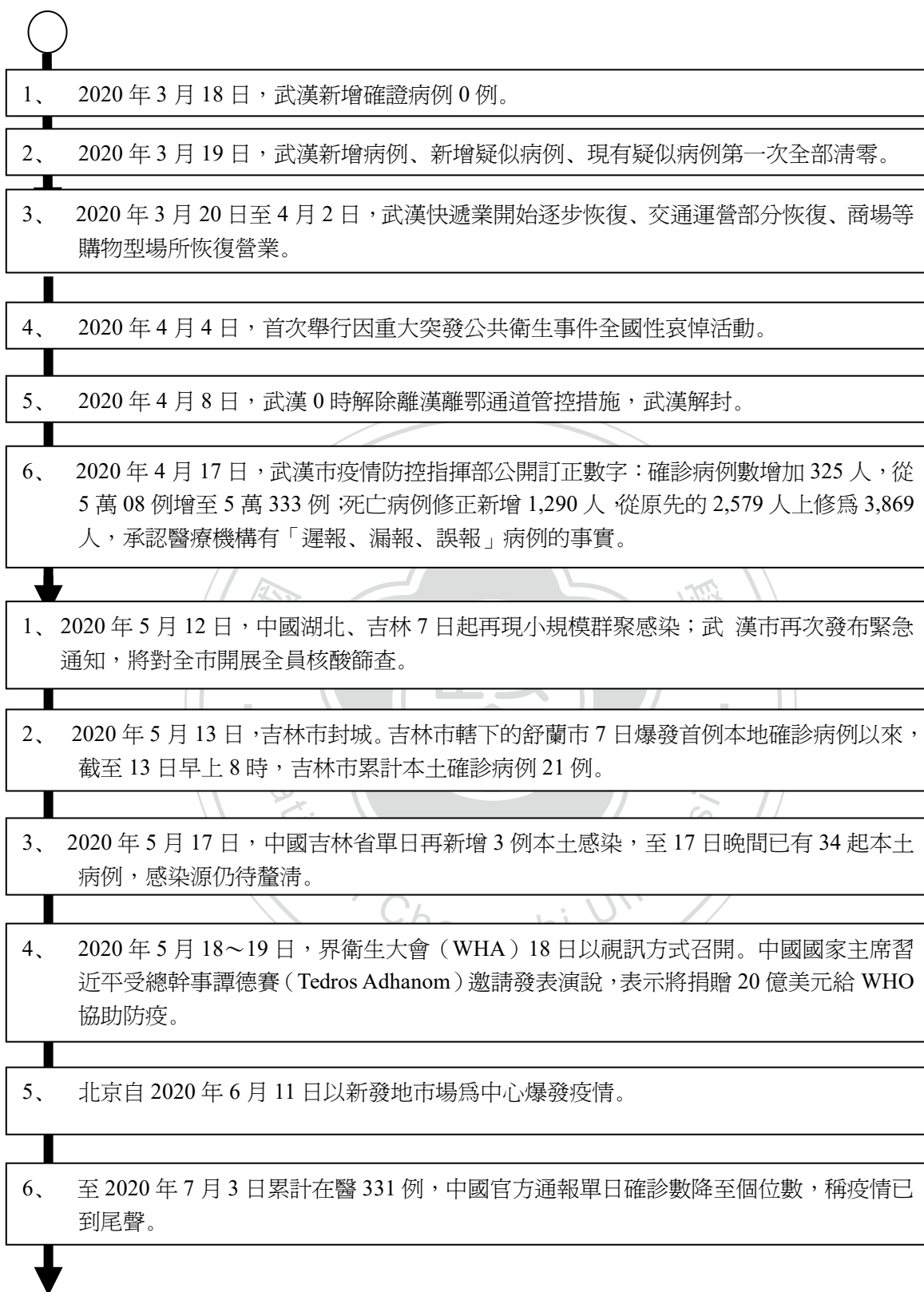
2、 2020 年 3 月 1 日，武漢首家方艙醫院全部休艙。

3、 2020 年 3 月 6 日，習近平抵達武漢時差新冠肺炎防疫工作，武漢方艙醫院全部休艙。

4、 2020 年 3 月 12 日，WHO 宣布，COVID-19 是「全球大流行疾病」（Pandemic），並可能將進一步擴散。

5、 2020 年 3 月 17 日，援鄂醫療隊員開始撤離。

第四階段為疫情可控期（取得湖北保衛戰決定性成果），時間從 3 月 18 日至 4 月 28 日



新冠肺炎疫情在全球的發展脈絡從 2020 年 3 月開始爆發。

1、 3 月 9 日，義大利成爲歐洲疫情最嚴重的國家，嚴重度僅次於中國，封鎖紅區擴大至全國。美國肺炎疫情蔓延 30 多州 華盛頓州、紐約州、加州和俄勒岡州等 8 州相繼宣布 進入緊急狀態。

2、 3 月 12 日，WHO 宣布，COVID-19 是「全球大流行疾病」(Pandemic)，並預期將進一步擴散。美國全美已有 23 州，包括華盛頓特區進入緊急狀態。義大利死亡人數破千，是疫情爆發以來，單日最多新增病例數。

3、 3 月 13 日，歐洲疫情持續擴大，繼義大利鎖國後，歐洲各國政府陸續提出相應防疫對策。

4、 3 月 14 日，美國總統川普宣布進入「國家緊急狀態」國際上已有超過 110 國有確診病例，超過 70 國出現本土傳播疫情。指揮中心將全球未列旅遊疫情建議的國家全部提升至第一級：注意 (Watch)。

5、 3 月 17-18 日，全球旅遊疫情警示大升級：東歐 13 國、中東 15 國與 1 地區、北非 5 國及中亞 9 國，疫情建議提升至第三級：警告 (Warning)。歐盟發布戰後最大規模旅行入境禁令，26 國將關閉邊境 30 日。

6、 3 月 24 日，全球已有超過 35 萬人感染病毒，1.5 萬人病故；超過五分之一人口、東京奧運會改在 2021 年夏天前舉辦。

7、 3 月 25 日，西班牙成爲第二個超越中國死亡人數的國家。

8、 3 月 27 日全球確診數突破 50 萬人。美國確診數則突破 8.3 萬人，超越中國成爲全球通報確診病例最多的國家。

9、 3 月 29 日全球確診人數逾 66 萬，總死亡數突破 3 萬。義大利總確診人數逾 8.5 萬，與美國 (累計確診人數達 12 萬) 均已超越中國。

10、 3 月 30 日全球確診數突破 72 萬，死亡數突破 3 萬人，致死率突破 4%。

2020.4.3 全球疫情嚴峻



1、 4月3日全球疫情嚴峻，確診人數破百萬大關，死亡人數超過 5.1 萬，治癒人數則為 20.8 萬。美國的確診案例逼近 27.4 萬人，佔全球四分之一。

2、 4月8日繼義大利、西班牙、美國後，法國因疫情死亡的人數也超過 1 萬人。美軍航母出現確證病例。

3、 4月9日全球確診人數超過 150 萬，死亡 8.8 萬人。多國病例數創下單日新高，匈牙利政府宣布無限期延長全國封鎖。

4、 4月10日，多國增加行動限制令與延長封鎖期限。

5、 4月11日全球確診人數超過 170 萬，死亡 10 萬人。美國死亡病例超越 2 萬，成為全球最多，美國史上首次 50 州全數進入災難狀態。

6、 4月16日日本宣布擴大全國實施緊急狀態，擴展到全國共 47 個都道府縣。

7、 4月19日全球確診數突破 230 萬例，死亡突破 16 萬人。新加坡成為東南亞確診最多國家。

8、 4月20日至5月4日，全球確診人數超過 350 萬人，雖然疫情仍是進行式，但各國陸續鬆綁管制，歐洲各國禁令鬆綁，部分商店重新開張，東南亞國家逐步開放商業營業場所。





1、 5月11日，法國、丹麥、瑞士逐漸解除全國性限制。

2、 5月12日，韓國首爾市梨泰院夜店5月初爆發群聚感染累計確診破百例，韓國學生到校上課日期延期。

3、 5月16日，全球確診突破450萬例，死亡人數突破30萬。義大利宣布6月3日起全面開放邊境，並恢復境內旅行。日本疫情趨緩，單日新增5例以下。印度確診數超越中國，印度全國第三度延長全國封鎖期。

4、 5月18~19日，世界衛生大會（WHA）18日以視訊方式召開。美國總統川普對譚德塞發出白宮正式信，要求WHO必須在未來30天內提出有效的具體改革對策，否則美國將永久刪除凍結中的WHO會費，並考慮退出WHO的組織。

5、 5月21日，全球確診數突破500萬，死亡人數突破32萬。

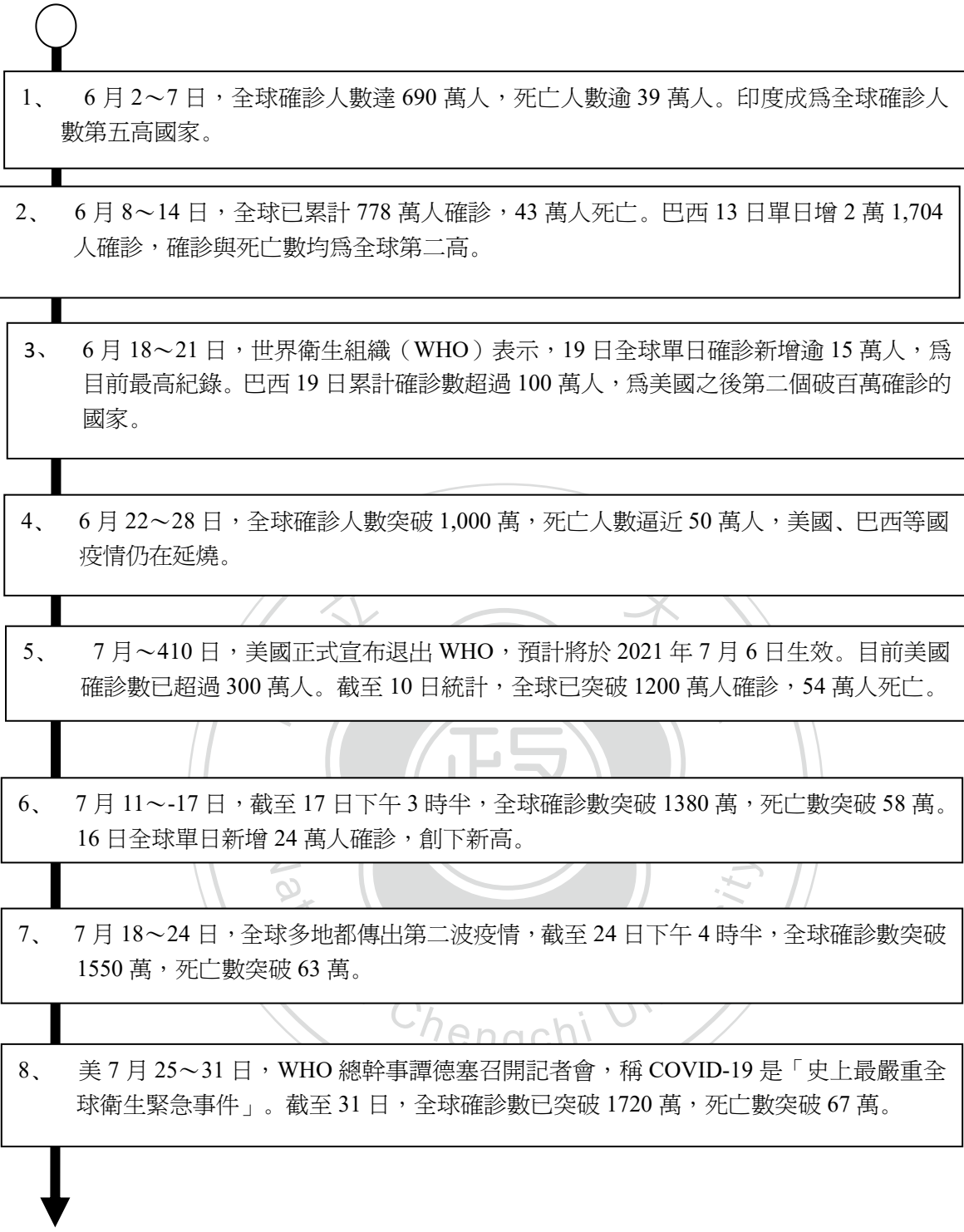
6、 5月24日，巴西累計確診人數逾34萬，超越俄羅斯，成為全球第二高確診國。

7、 5月25日，日本全面解除緊急事態宣言。

8、 5月29日，日、韓、印尼陸續鬆綁防疫政策，但卻引起疫情反彈。美國宣布退出WHO，並宣布將切斷供給資金。

9、 5月31日，全球感染人數累計達600萬，逾36萬人死亡。



- 
- 1、 6月2~7日，全球確診人數達690萬人，死亡人數逾39萬人。印度成爲全球確診人數第五高國家。
 - 2、 6月8~14日，全球已累計778萬人確診，43萬人死亡。巴西13日單日增2萬1,704人確診，確診與死亡數均爲全球第二高。
 - 3、 6月18~21日，世界衛生組織（WHO）表示，19日全球單日確診新增逾15萬人，爲目前最高紀錄。巴西19日累計確診數超過100萬人，爲美國之後第二個破百萬確診的國家。
 - 4、 6月22~28日，全球確診人數突破1,000萬，死亡人數逼近50萬人，美國、巴西等國疫情仍在延燒。
 - 5、 7月~410日，美國正式宣布退出WHO，預計將於2021年7月6日生效。目前美國確診數已超過300萬人。截至10日統計，全球已突破1200萬人確診，54萬人死亡。
 - 6、 7月11~-17日，截至17日下午3時半，全球確診數突破1380萬，死亡數突破58萬。16日全球單日新增24萬人確診，創下新高。
 - 7、 7月18~24日，全球多地都傳出第二波疫情，截至24日下午4時半，全球確診數突破1550萬，死亡數突破63萬。
 - 8、 美7月25~31日，WHO總幹事譚德塞召開記者會，稱COVID-19是「史上最嚴重全球衛生緊急事件」。截至31日，全球確診數已突破1720萬，死亡數突破67萬。

附檔二：新冠肺炎時期假新聞內容分析項目說明

1、假新聞內容特徵編碼表

觀察項目	編碼項目	說明	觀察項目參考來源
1.查證結果	調查報告之查證結果	[開放性編碼]根據假新聞對應調查報告，紀錄查證結果	
一、假新聞主題	分析假新聞主題是否屬此類型，是者編碼1，否者編碼0。		參考來源： 匡文波、武曉立（2020）； 王燦發、于印珠（2020）； 台灣事實查核中心的新冠肺炎專區。
	健康主題		
	(1) 偏方	為民間流傳不見於古典醫學著作的中藥方。	
	(2) 治療	新冠肺炎的治療方式。	
	(3) 疫苗與藥物	針對新冠肺炎的疫苗與治療性藥物。	
	(4) 防控措施	具體對新冠肺炎疫情的防控（例如：口罩如何使用）。	
	官方主題		
	(5) 政府/官方行動	針對官方與政府的態度、行動與舉措。	
	(6) 政策通知	政府發佈的政策或通知意見。	
	(7) 防疫物資	與疫情相關的訊息內容。	
	新冠病毒主題		
	(8) 病毒特性	病毒特徵與樣態。	
	(9) 傳播途徑	病毒可能通過何種方式傳播。	
	(10) 病毒源頭	新冠肺炎疫情病毒來源（例：來自義大利、美國，而非武漢）。	
疫情與日常生活			
(11) 新冠肺炎與動物	疫情期，動物被拋棄或成為病毒攜帶體（例如，人可能通過家中寵		

			物被傳染)。	
		(12) 疫情與生活改变	疫情狀態下的民眾生活或是行動發生改變。	
		(13) 疫情失控	某地區疫情失去管控。	
一、假新聞主題續	1.2 國際主題	(1) 種族歧視	對不同種族或民族採取敵視、迫害和不平等對待的行為，尤其是對疫情較為嚴重的國家和地區。	
		(2) 各國封城與隔離措施		
		(3) 各國疫情失控		
		(4) 各國疫情數量		
		(4) 歐美地區沒有人權。	例如：放棄治療老人	
		(5) 其他	不屬於以上類別的其他主題，包括主題不明晰也屬於此類。	
2 假新聞訊息來源	2.1 假新聞訊息來源類別	(1) 科研機構或科研人員、專家		參考來源： 吳世文等 (2019)；羅文伶、邱銘心 (2015)
		(2) 商業機構或其人員		
		(3) 醫療機構或醫療領域專業人士		
		(4) 民間組織或其人員（包括民眾調查）		
		(5) 官方機構		
		(6) 個體網民		
		(7) 俗語或民間諺語	包括約定俗成的經驗等。	
		(8) 中醫	包括書籍、秘方、經	

			絡圖、補氣的原理與說法、土藥方等。		
		(9) 媒體			
		(10) 無明確資訊來源	某醫院、某專家、某醫生等		
		(11) 其他	不屬於以上類別的其他類別。		
3 指涉目標	3.1 假新聞所述對象	(1) 特定團體／企業		參考來源： 羅文伶、邱銘心（2015）。	
		(2) 特定個人			
		(3) 政府			
		(4) 某種食品／物品			
		(5) 某一特定行為			
		(6) 某一事件			
		(7) 其他	[開放性編碼] 記錄不同於上述類型。		
	間	3.2 內容發生時間	(1) 明確日期		
			(2) 模糊日期		
			(3) 持續發生		
		3.3 內容發生地點	(1) 明確地點		
			(2) 模糊地點		
			(3) 無地點		

4 假新聞出處	4.1 假新聞出處類別	(1) 微信平台		參考來源： 陳 雅 賽 (2020)。
		(2) 微博平台		
		(3) 新聞網站		
		(4) 論壇		
		(5) 自媒體		
		(6) 來源不明		
		(7) 其他	[開放性編碼] 記錄不同於上述類型。	
5 假新聞佐證證據	5.1 假新聞佐證證據類別	(1) 照片／圖示／影片		參考來源： 王志堅與駱少康 (2002) 與羅文伶、邱銘心 (2015)
		(2) 專家／專門團體說法／研究報告說法	使用權威人士或研究報告的話語作為佐證。	
		(3) 專有名詞	利用行業專有詞彙增加文本可信度。	
		(4) 親友/本人/其他人親身經驗	提高文本的親近性，增強說服力。	
		(5) 聯絡方式／查證管道		
		是否使用科學佐證		
	(1) 是否述及某些科學研究		參考來源： Marcon, A. R., Murdoch, B., & Caulfield, T. (2017)	
	(2) 是否有提供期刊名稱			
	(3) 是否有提到科學效果			
	(4) 標題是否能引起恐慌、不信任或懷疑			
	(5) 內文是否引起恐慌、不信任或懷疑情緒			
		(6) 其他	[開放性編碼] 記錄不同於上述類型。	

2、假新聞表現方式編碼項目說明

觀察項目		編碼項目	說明	觀察項目參考來源
一、假新聞訊息結構	一、假新聞訊息結構類	(1) 標題使用誇大或聳動的詞語	能引起恐慌、不信任或懷疑。	參考來源： 林筱芸（2013）；羅文伶、邱銘心（2015）。
		(2) 內文遣詞使用誇大或聳動的詞語	是否使用引起恐慌、不信任或懷疑情緒。	
		(3) 假新聞內容堆砌訊息來源話語，或段落間無邏輯關係。	訊息段落間無明顯關係，或者邏輯。	
		(4) 其他	[開放性編碼] 記錄不同於上述類型或未辨明何種陳述方式	
二、假新聞陳述方式	二、假新聞陳述方式類別	(1) 敘事型	敘事以事件為主、時間為序，描述以場景為主，概括性強。	
		(2) 推論型	推論性陳述，就是在一切都未定的情況下，作出結論。	
		(3) 假新聞報導型	以真實新聞為幌子傳播的虛假資訊通常是通過新聞媒體或互聯網傳播的。	
		(4) 清單型	成列清單對原因、影響、效果等因素進行評價。	
		(5) 其他	[開放性編碼] 記錄不同於上述類型或未辨明何種陳述方式	
三、假新聞主張	三、假新聞主張類別	(1) 注意、警惕	以提示性方式要求受眾遵循。	根據羅文伶、邱銘心（2015）。
		(2) 求助	向特定目標或公眾尋求幫助。	
		(3) 建議採取行動	建議受眾採取文本中的意見並實踐	
		(4) 分享新知	為受眾提供新的知	

			識訊息，，主要以「精英/權威/官方人士」為主要訊息源	
		(5) 抵制	不讓「消極或錯誤」的事物侵入或發生作用。	
		(6) 國族主義	以自我民族的利益為基礎而進行的思想或運動。	為本研究新增之分析要素
		(7) 種族仇恨	對除本身所屬的人種外的人種，採取一種蔑視、討厭及排斥的態度，並且在言論行為上表現出來。	為本研究新增之分析要素
		(8) 其他	[開放性編碼] 記錄不同於上述類型之內容。	
▶ 假新聞類別		(1) 謠言	訊息來源於個人或是民間團體，真實性含糊不清或從未得到證實的資訊，不一定是錯誤的，也可能為真。	參考來源： Meel& Vishwakarma (2019) ； Zannettou.,et al (2019)
		(2) 偏見或單向立場	指的是極端單方面或有偏見的故事。	
		(3) 誤傳	粗心大意或認知偏見而無意中流傳的資訊。	
		(4) 不實資訊	故意散佈的欺騙性資訊，基於某些已有資訊進行修改。	
		(5) 點擊誘餌	故意使用誤導性標題來鼓勵訪問者點擊特定網頁。	
		(6) 惡作劇	錯誤的故事，特別是通過玩笑，惡作劇，幽默或惡意的欺騙手段，偽裝成真相。	
		(7) 諷刺/模仿	文章主要包含幽默和諷刺意味。	
		(8) 垃圾評論	對產品和服務的虛	

			假或有偏見的評論或評論。
		(9) 宣傳	根據旨在促進特定觀點或政治議程的預定策略，在目標社區中傳播不公正的偏見和欺騙性資訊，是捏造新聞的一個例子。
		(10) 陰謀論	在沒有證據的情況下，有權勢的行動者援引陰謀來解釋某種情況，通常出於動機或政治動機，完全基於偏見。
		(11) 捏造	完全虛構的故事與真實事實完全脫節。
		(12) 假新聞	以真實新聞為幌子傳播的虛假資訊通常是通過新聞媒體或互聯網傳播的。
		(13) 脈絡錯誤的內容	文章的內容脈絡存在歧義或是明顯錯誤。
		(14) 其他	不同於上述類型之內容。

表四：事實查核文本編碼表

觀察項目		編碼項目	說明	觀察項目參考來源
一、查核平台訊息來源	一、查核平台訊息來源類別	(1) 科研機構或 科研人員、專家	包括科學、醫療與衛生 領域的專家。	吳世文等， (2019)； 鄭宇君 (1998)； 陳雅賽 (2020)
		(2) 事實查證平 臺		
		(3) 查核人員	事實查核記者與查核 工作人員。	
		(4) 官方與衛生 機構	政府/衛生部發佈權威 文件、政府發言人等。	
		(5) 民間組織或 其人員(包括民眾 調查)	民間團體、非營利組織 獲利數與這些團體的 代表。	
		(6) 醫學科普平 臺	醫療衛生訊息的權威 平台。	
		(7) 媒體/期刊	包括期刊、研究報告或 以媒體作為訊息來源。	
		(8) 其他	[開放性編碼] 記錄不 同於上述類型。	
二、查證結果	2.1 查證結果	(1) 謠言	沒有事實存在而捏造 的訊息。	騰訊較真平 台查核標準
		(2) 偽科學	已經被實踐(包括科學 實驗)證偽、但仍然當 做科學予以宣傳推廣 的理論假說或假設。	
		(3) 假新聞	虛構的新聞文本。	
		(4) 偽常識	違背日常共識的訊息。	
		(5) 尚無定論	目前無法確定訊息的 類別與真實性。	
		(6) 有失實	部分文本不符合真實 情況。	
		(7) 分情況	不同脈絡下，訊息觀點 所表達的真實性不同。	
		(8) 存在爭議	目前學界或是醫學界 等，對訊息觀點無法達 成共識。	
		(9) 確有此事	此情況確實存在。	

附檔三：半結構式採訪提綱

——傳統媒體記者（電視與報紙）：

- 1、在選擇新聞線索與發佈新聞時，行業內記者需要遵循的準則有哪些？
- 2、關於是否有事實查核的流程與操作方法？
- 3、在採訪前對新聞線索的蒐集渠道有哪些？
- 4、對於具有新聞價值的線索是如何進行查核確定其真實性？
- 5、新聞線索中的圖像與影像如何驗證與使用？
- 6、如何處理與發佈商業（或有其他動機）性質的訊息？對於可能導致受眾可能無法完全辨別特殊性質的新聞（例如商業性廣告）內容是否提前有預案？請問可以舉例說明嗎？
- 7、社群媒體為傳統採編帶來了哪些優勢與弊端？（多元渠道為傳統訊息蒐集與查核帶來了什麼挑戰）請問可以舉例說明嗎？

——新媒體記者（微信、微博平台）：

- 1、在選擇新聞線索與發佈新聞時，行業內的準則有哪些？有哪些是明令禁止的？
- 2、關於是否有事實查核的流程與操作方法？
- 3、在微信、微博平台轉載或是發佈訊息前，訊息來源分別有哪些？
- 4、如何查核網路訊息來源？是使用大 V 或者是官方媒體/權威媒體還是自己進行驗證？
- 5、如何查核網路新聞訊息的可信度？
- 6、查核新聞的主題/議題如何選擇？
- 7、是否有協同闢謠/查核組織（如：合作的機構與政府單位）？彼此間如何合作？
- 8、是否使用查核或者驗證工具？有哪些？
- 9、在微信、微博平台發佈的內容與一般新聞書寫方式有何不同？
- 10、不同主題的查核文本間在書寫上是否有差異？差異為何？
- 11、發佈的查核內容的貼文內容與一般新聞內容有何不同？
- 12、在查核文本書寫時，如何選擇書寫方式與排版方式？
- 13、如何尋找證據去支撐查核內容？
- 14、通常什麼樣的訊息會較容易/高頻率被查核？

15、如何處理與發佈商業（或有其他動機）性質的訊息？對於可能導致受眾可能無法完全辨別特殊性質的新聞（例如商業性廣告）內容是否提前有預案？會如何考慮發布時機和方式？有沒有內部的準則？請問可以舉例說明嗎？

16、目前，在事實查核過程中遇到的最大的挑戰是什麼？

