

事实核查： 专业新闻生产者可为的创新实践

——一项在线实验的启示

■ 闫文捷 刘于思 周睿鸣

【本文提要】 事实核查是全球新闻业用以应对数字化浪潮冲击所尝试的新闻创新项目之一。有别于欧美国家通常由专业新闻机构或人员从事事实核查，由平台发起、用户参与的信息纠偏成为我国本土的一种核查创新。本研究通过一项三因素混合设计在线实验（ $N = 508$ ），检验了不同媒体来源和行动主体组合作用于真假新闻核查时，对中国社交媒体用户新闻真实性判断和转发倾向的影响。结果显示，接触事实核查能够显著降低人们对假新闻误以为真的判断，同时提升他们对真新闻的准确度感知。其中，新闻机构和专业人员完成的“识真”式事实核查具有尤为显著的正面效果；相反，两者在“辨伪”式事实核查中未显示出有别于辟谣平台和网络用户的影响效果。文章基于以上研究结果，对事实核查创新实践的可持续性，以及如何将其纳入我国当下的虚假信息治理等问题做出了讨论。

【关键词】 事实核查 新闻创新 假新闻 平台辟谣 **【中图分类号】** G210

DOI:10.16057/j.cnki.31-1171/g2.2023.02.003

一、社交媒体时代的事实核查及其创新

伴随数字新闻业的发展，社交媒体、聚合新闻源等网络平台纷纷涌现，极大丰富了新闻用户的信息来源，受到使用者青睐。这些新型网络平台不仅打破了传统新闻业对新闻生产和分发的垄断（Hermida, 2012），使包括普通受众在内的非专业行动者可以参与信息的发布和扩散，进而模糊了信息生成者和消费者的角色边界（Lewis & Westlund, 2015），也由此削弱了传统新闻生产与扩散过程中的专业机构把关机制，使得大量未经验证的信息得以在网上自由流通（Waruwu et al., 2021），其中不乏假新闻、失实报道等错误及误导性信息。一方面，社交媒体上的假新闻凭借个体分享可能在瞬间实现几何级数的传播（Vosoughi et al., 2018），

闫文捷系北京师范大学新闻传播学院副教授，刘于思系浙江大学传媒与国际文化学院副教授，周睿鸣系浙江大学传媒与国际文化学院百人计划研究员。本文为国家社科基金一般项目“社交平台虚假信息治理模式比较研究”（21BXW065）的阶段性成果。

再加上算法的加持，更为其大范围传播提供了便利；另一方面，面对复杂的市场竞争，不少专业新闻媒体不惜以牺牲报道的准确性为代价以追求新闻发表速度（Stepp, 2009）和用户点击量（Scott, 2017）的倍增。在多种因素的综合作用下，信息环境越发真假难辨，新闻受众比以往任何时候都更需要就信息的真实性做出小心明辨与求证。甚至在一定程度上可以说，假新闻的泛滥正在无形中推动普通受众担当起较以往更为重大的裁定事实真相的责任（Tandoc Jr. et al., 2018）。

如何回应甚至消除公众对于新闻真实性的质疑？事实核查的研究者和实践者认为，通过对新闻中政治精英或其他权威人物的公开声言展开真实性核验与报道，新闻工作者能够协助公众了解事实真相，并在此基础上就涉及其自身利益的公共事务决策做出准确判断和知情的决定（Elizabeth, 2014）。在实践中，事实核查已成为近年来全球新闻业用以应对数字化浪潮冲击所尝试的最重要的创新项目之一（Graves et al., 2016）。美国专业新闻记者组成的三大事实核查机构——FactCheck.org、PolitiFact 和 Fact Checker 相继成立，事实核查也受到世界各国新闻工作者的重视（Kessler, 2014），一时间掀起全球范围的事实核查运动（Graves, 2018）。据粗略估测，美国几乎所有的全国性报纸和广播类新闻机构，以及数十家州或地方新闻媒体都在或多或少地从事某种形式的事实核查报道工作（Adair & Thakore, 2015; Moore, 2012; Spivak, 2011）。以《华盛顿邮报》的 Fact Checker 为例，从2007年创办至今，它始终围绕政治人物的公开声言展开核验，以此为公众提供客观准确的新闻信息。其标志性的“匹诺曹形象指数”作为新闻真实性程度的视觉呈现已深入人心。与海外新闻业相比，事实核查在中国起步稍晚。过去几年间，以澎湃新闻、腾讯新闻等新闻媒

体和互联网平台为代表的媒体机构相继进入事实查证实践领域，或通过组建专业团队，或借助社会协作等形式向公众提供事实核查服务。作为一项新闻创新，事实核查及其在中国的萌发与形成具有其自身特点。

首先，作为一种创新的新闻形态，事实核查以新闻报道中可验证的事实为对象，以遵循新闻生产或社会科学逻辑的分析手段验证和表达事实，并依据“透明性”原则向读者完整呈现核查展开所依据的证据、论证过程及判定结果（郑佳雯, 2020）。故而，与客观性规范限定下新闻记者力图避免针对事实性争议或相互竞争的政治宣称选边站队的惯有做法不同，事实核查报道需要对事实性宣称做出直接的准确性评估（Graves et al., 2016）。

其次，我们注意到在当下的中国，除去专业性的事实核查之外，辟谣是另一种更为社会公众所熟悉的信息纠偏形态，其中，尤以新浪微博的“微博辟谣”和腾讯新闻旗下的“全民较真”最广为人知。如果说可验证的声言或反声言、证据、论证过程和最终的事实性判断是支撑起一项完整的事实核查所必不可少的构成性要素（Coddington et al., 2014），那么相比之下，辟谣在内容构成和样貌呈现等维度上的要求都要松散得多。

再次，在差异化的新闻形态之下，“核查”和“辟谣”构成中国语境下事实核查新闻的两套实践方案和路径选择。与欧美新闻业通常由组织化、独立性的新闻机构发起并报道事实核查不同（周睿鸣，刘于思, 2017），以辟谣样貌出现的中国式事实查证常常源自互联网商业平台的推动、依赖社交媒体等平台类媒体的发布，同时着手于核查工作的关键执行者亦由常见于事实核查报道中的职业记者扩展至平台管理者和普通新闻用户，后者或通过提供新闻线索，或直接发起谣言举报，卷入具体的查证行为。也就是说，不仅“核查”和“辟谣”所倚

赖的媒体来源常常不同，而且从事这两类事实核查实践的主体也往往存在显见的差异。

基于以上考虑，本文将辟谣视作事实核查在中国本土化发展过程中所出现的一种独特变种，它同由新闻机构所主导的核查一起，构成现存于中国媒介系统内两种辨析事实真相的新闻实践路径和取向。

那么，在新闻机构或网络平台作为发布事实核查的媒体来源，以及专业核查者或普通用户作为执行事实核查的行动主体的情景下，事实核查报道在怎样的经验条件及其组合之下可能更为有效地纠正虚假信息对于公众的误导，进而遏制其在网络上进一步扩散？就此问题，已有实证研究尚未提供明确的经验证据。本文希望沿此方向迈出第一步，从效果研究的视角出发为这一兼具理论与实践意义的问题提供探索性解释。

具体而言，本文希望通过报告一项基于中国社交媒体用户样本的调查实验结果，探究事实核查的媒体来源和行动主体如何在中国公众接触核查报道后影响其对于新闻真实性的判断和转发趋向。通过提供来自非西方社会情境的经验证据，本文结果可能更有助于我们理解并阐明作为一项具有创新意涵的新闻实践，事实核查进入中国之时以何种方式展开并展现于公众面前，能够更为有效地实现其探究真相、澄清事实的目标和初衷。

二、事实核查与公众对新闻真实性的判断和分享

客观报道可验证的事实既体现出新闻从业者的职业素养，帮助他们规避由于报道新闻而招致的个人或组织风险（Tuchman, 1972），同时也构成新闻职业伦理的内核。在由传统媒体所主导的大众传播时代，少数社会精英掌握公共传播渠道，并因此获得向公众传递信息的权力，新闻受众依赖新闻媒体对公共信息的准

确性进行核验。在很长一段时间内，事实核验都只是专业新闻工作者新闻生产过程中的一道基本工序（周睿鸣，刘于思，2017）。

互联网平台的兴起在理论上令所有普通用户都可能从单纯的新闻消费者转变为自主的生产者与传播者，形成以个体为信息网络中心的用户新闻生产机制（刘鹏，2019）。显然，“全世界都在说”在提升了新闻的开放性以及新闻生产过程的非结构化和去制度化等特点的同时（刘鹏，2020），也带来了数字新闻环境的泥沙俱下，令公共信息领域充斥着虽呈现出新闻样貌但实际上混杂了事实、宣传、谣言和怀疑的混合物（科瓦奇，罗森斯蒂尔，2011/2014）。

在中国，虚假新闻在日常生活和社会政治议题领域均广泛存在。有政治学者指出，中国公众对于政治谣言的信任程度与其人格特征和意识形态立场存在着“匹配效应”：高权威人格者和左派群体更倾向于相信与政府立场一致的谣言，更不愿意相信与政府立场不一致或不利于政府的信息（马得勇，2018）。这与李艳红、刘佳诺（2022）对疫情期间国内媒体的新闻呈现及公众反馈的观察是一致的：一些宣扬“他国阴谋或破败”的假新闻更易被民族主义者相信，另一些鼓吹“他国先进性”的假新闻则更为自由主义者所偏爱；尽管作者认为，对当下中国而言，以上观念形态的分化仅存在于少数网民当中，但社会政治类虚假新闻的广泛传播或将强化我国未来的社会观念分化，乃至加剧群体间对立。如何提升中国公众对于假新闻的警惕意识和识别能力，进而防止由于误信误判而卷入对虚假信息的转发和扩散，对于中国在未来发展中整合社会关系、促进社会和谐的意义不言自明。

然而，准确辨识假新闻比人们想象中的难度更大。美国皮尤中心发布的一项调查报告显示，高达84%的美国公众相信自己具有识别假新闻的能力（Barthel et al., 2016），但实

际上,他们中的大多数人在未被明确告知新闻真伪之前往往意识不到自己接触了假新闻,不仅无法识别假新闻,甚至可能错误地信以为真(Silverman & Singer-Vine, 2016)。常人在展开人际交往的过程中具有“真相默认”(truth default)的倾向(Levine, 2014),这不仅表现在,人们与他人交流时常常具有一种“真相偏向”(truth bias),对他人交流的真实性和真诚性予以信赖;同时在辨别信息真伪时往往表现出一种“真实性效应”(veracity effect),即正确判别真实信息为真的概率显著高于正确判别虚假信息为假的概率(Levine et al., 1999)。尽管有研究表明,随着外部情境从人际互动转而设定为对新闻可信性的评价,并从线下转入社交媒体场景,“真相默认”效应并不明显,但结果还显示,人们正确判别真实新闻为真的概率低于50%的随机水平(Luo et al., 2020)。这些研究结论整合在一起,一方面对人们为何并不擅长在日常社会互动中发现欺骗性信息和行为做出了部分性解释(Bond & DePaulo, 2006),另一方面似乎也暗示我们,网络环境下的情况也许会变得更为复杂。

如果是这样,事实核查或可通过提示人们所读新闻存在事实性争议乃至错误而起到警示作用。这几乎成为所有事实核查的倡导者所共享的一个基本假定,即通过提供验证信息,便可消除假新闻接触者的误解(Thorson, 2008)。已有研究显示,通过向社交媒体用户发出关于误导信息的一般性预警,或对具体新闻标题打上“有争议”或“评定为假”的标签,均可降低人们对假新闻的准确性评价;一般性预警甚至可能降低人们对真实新闻的准确性打分(Clayton et al., 2020)。虽然后者似乎在提示研究者,有必要进一步厘清如何在不扭曲真实信息感知的前提下更有针对性地打击虚假新闻的有效机制,但以上研究确也表明,警示信息可能吸引公众注意,进而降低他们被

假新闻误导的可能。另有研究显示,接触事实核查不仅可能减少受众的错误认知(Bode & Vraga, 2018),而且可能通过激发第三人感知而最终降低他们分享假新闻的意愿(Chung & Kim, 2021),起到减少假新闻实际流转的作用。据此,本文提出第一组研究假设:

H1a: 接触事实核查将降低人们对虚假新闻事实准确度的评价和分享意愿。

H1b: 接触事实核查将提高人们对真实新闻事实准确度的评价和分享意愿。

三、事实核查的媒体来源及其对核查效果的影响

需要指出的是,事实核查的实际效应不仅规模有限(Clayton et al., 2020),而且受到发布核查报道的媒体来源的影响。面对过载的网络信息,可靠的信息来源有助于减轻个体在评估特定信息内容时的认知负荷,因此信息来源的可信度常被人们用作评价信息内容可信性的启发式线索(heuristic cue)(Chen et al., 1999)。甚至在面临一条可信来源发出的错误信息时,后续纠正性的努力也效果甚微(Walter & Tukachinsky, 2019)。媒体是人们核实周遭信息准确性的重要机构来源(Metzger et al., 2003)。面对真实性可疑的新闻,除了通过个人关系等人际渠道加以核实之外,人们可能或主动或被动地在不同媒体来源之间寻求交叉验证(Tandoc et al., 2018)。

具体到中国当下的事实核查,大体源自两类系统:一类是提供专业性新闻报道的机构媒体,另一类是商业导向的互联网平台。前者以澎湃新闻及其下属的致力于国际新闻查验的“澎湃明查”最为人所熟知,后者则常以辟谣的形式,广泛分布于各主要社交媒体和新闻聚合平台,如“微博辟谣”、“腾讯较真”等。新闻机构的事实核查主要集中于国际新闻领域,核查报道突出对论据和论证过程的呈现,据此

做出的新闻真实性判定有真有假。平台辟谣覆盖的话题则可能跨越时政、健康、社会等不同领域，内容展现上既可能基于对政府或权威公告的转发，也可能来自平台或第三方做出的辟谣，故而判定结果以驳斥假消息为主。

两类来源相比，新闻机构从事事实核查在中国尚处于起步阶段，无论是行业规模，还是社会关注度或影响力均较有限，但它的出现在事实上打破了“辟谣”作为单一信息纠偏机制长期垄断中国公共话语空间的局面，为事实核查实践提供了一种新的路径选择，或可为研究者就不同媒体来源如何作用于事实核查的有效性做出比较提供崭新契机。的确，已经有研究者开始关注媒体来源的核查效果。一项基于新加坡受众的实验研究显示，尽管源自不同类型媒体的事实核查对公众的风险感知不具有显著的主效应，但在参与者有机会与他人进行在线讨论的情况下，相比当地的主流新闻媒体（如报纸网站），国营事实核查机构发布的核查信息能够更为有效地降低公众由于假新闻而产生的错误认知（Ho et al., 2022）。

中国公众身处迥异的媒介系统，媒体与外部体制环境之间的结构性关联成为他们评价媒体的现实基础（闫文捷，2012）。中国公众对报纸、电视等传统主流媒体具有较高的可信度评价，这往往植根于他们对政治体制的整体性信任（Pan et al., 2011）。也就是说，人们对于特定媒体来源的信任程度取决于媒体与权威之间关系的紧密程度。这种结构性关联即便在互联网深度普及、各种新型媒体频繁涌现的当下依旧存在。比如一项面向北京高校学生展开的、针对传统媒体与网络媒体可信度比较的小型问卷调查结果显示，《人民日报》和新华社等传统党媒的新闻网站比新浪、搜狐等商业新闻网站收获更高的可信度评价（Xie & Zhao, 2014）。另一项面向44名微信用户开展的深度访谈则显示，被访者对微信平台的辟谣服务

表现出普遍的漠然甚至消极态度（Lu et al., 2020）。综合以上论证，我们从逻辑上推断，新闻机构相比商业平台在整体可信度及其所提供的信息准确性方面享有更高的公众评价。我们进一步推断，媒体来源对人们就新闻真实性判断的影响同时受限于新闻自身的真实性。与新闻机构倾向于享有更高的可信性评价相一致，同样一条新闻在经过机构媒体“证实”或“证伪”后，可信度或许更高。基于以上论证，本文提出第二组研究假设：

H2a: 相比辟谣平台，人们倾向于认为被新闻机构发布的事实核查验证为真的新闻事实准确度更高。

H2b: 相比辟谣平台，人们倾向于认为被新闻机构发布的事实核查验证为假的新闻事实准确度更低。

人们对于信息真实性的信念可能构成其后续有关信息处置意愿的行动基础，进而影响他们与他人分享信息的意愿（Van Bavel et al., 2021）。但这一推断似乎并未获得强有力的经验支持。心理学学者彭尼库克等人基于一系列实验研究得出结论，人们对信息真实性的认知信念和他们在社交媒体上实际分享的内容之间存在巨大的脱节，究其原因，并不是人们有意分享错误信息，而主要是由于社交媒体分散了使用者的注意力，以致人们转发信息之前未能足够留意（inattention）内容的准确性（Pennycook & Rand, 2021；Pennycook et al., 2021）。此外，我们也缺少足够的证据以支持媒体来源直接作用于新闻分享意愿。有鉴于此，本文提出研究问题一：

RQ1: 事实核查的媒体来源对人们的新闻分享意愿具有怎样的影响？

四、事实核查的行动主体及其对核查效果的影响

事实核查的影响效果不仅有赖于发布核

查的媒体来源，事实上，由谁完成核查同样很重要。伴随新闻生产主体的日益多元化，新闻机构和职业记者不再是唯一的新闻生产者，已成为由数字技术赋能的新媒介生态的重要特征之一。国内外研究者相继提出“参与式新闻”（Lawrence et al., 2018）、“液态新闻”（陆晔，周睿鸣，2016）和“用户新闻”（刘鹏，2019）等诸多能够体现更新中的新闻生产模式及文化的新概念，其内涵虽然各有侧重，但无一不体现出对于新闻生产与传播过程中公众作为参与者身份的认可。

事实核查这一特定的新闻样式同样可能在专业的新闻传播主体和非专业的个人或组织传播主体之间实现资源和文本的“共享”和“共产”（杨保军，2013）。通过对参与式事实核查在国内外实践形态的梳理，我们观察到，公众可能以多种方式、在事实核查展开的多个阶段参与其中，一些较为常见的参与形式包括，基于众包模式对新闻内容的准确性打分、评级和添加注释，提供更为可靠的信源，以及向专业核查人员建议核查选题等（闫文捷，刘于思，周睿鸣，2022）。

将公众带入事实核查，一方面可以令核查过程与呈现都变得更为可见，增强核查新闻的透明度；同时，专业和非专业的核查者以合作的方式，就复杂问题中何为事实和非事实做出共同裁决，可以增强事实核查的协作性（Hermida, 2012）。这些都可能理论上令事实核查的过程和结果在公众眼中更有效、可信（Brandtzaeg et al., 2018）。然而另一方面，机械地开放公众参与而罔顾其真实的关切，甚或由此引致参与的形式化乃至民粹化，均有可能在事实上对新闻活动的认知权威造成伤害（闫文捷，刘于思，周睿鸣，2022）。

无论是由新闻机构主导的事实核查还是平台辟谣，都在其具体实践中为公众提供了参与的空间。在以“微博辟谣”为代表的平台辟谣

模式中，平台用户多以“举报人”身份出现，对个人存疑的信息向平台发出举报，而用户在此过程中几乎无需承担关乎事实核查活动内核的举证与核验责任。与之相比，“澎湃明查”所代表的源自新闻媒体的事实核查为读者提供的参与空间在广度和深度上均有不同表现。读者可以向机构媒体提供新闻线索或核查证据，向编辑部发起求证，也可能以志愿群组的形式与专业团队展开协作生产。那么，公众的卷入是否令事实核查在纠正错误信念、抑制假新闻扩散等方面更为有效？我们只能基于有限的研究做出谨慎的推断。在前文述及的针对微信用户的深度访谈中（Lu et al., 2020），研究者观察到，相较而言，普通微信用户最相信政府或高校等权威机构做出的辟谣，其次是微信的官方辟谣，对第三方辟谣信息的可信性则心存疑虑，原因在于，这些第三方主体被认为“权威性”不足。这一观察结果与政治学研究中关于中国公众对政府和公共机构具有更高的信任度这一长久发现相一致（Ries et al., 2018）。不难想象，在中国的社会及新闻体制场景下，职业记者或平台团队作为专业性的事实核查主体，比普通用户更紧密地依附于并体现着背后机构的权威性，也就是常言所谓的“官宣”的权威性。公众对于专业核查者的信任是对其权威性身份的信任。在此基础上，与媒体来源影响新闻感知的效果受限于新闻自身真实性的逻辑相一致，核查者身份对人们就新闻准确性评价的影响同样可能受到新闻真实性的调节：经专业核查者判定为真或假的新闻，结论或许更具说服力。基于以上论证，本文提出最后一组研究假设：

H3a: 相比网络用户，人们倾向于认为被专业人员完成的事实核查验证为真的新闻事实准确度更高。

H3b: 相比网络用户，人们倾向于认为被专业人员完成的事实核查验证为假的新闻事实准确度更低。

基于和前文相似的逻辑，由于缺少经验证据以支持事实核查的行动主体影响新闻分享意愿的直接或间接效果，本文提出研究问题二：

RQ2: 事实核查的行动主体对人们的新闻分享意愿具有怎样的影响？

最后，出于贴近并反映现实境况的目的，本文尝试综合考量事实核查的媒体来源和行动主体对于核查效果的协同性影响。为此，我们提出最后一个研究问题：

RQ3: 事实核查的媒体来源和行动主体如何相互作用，共同影响人们对新闻准确度的评价及分享意愿？

五、研究方法

（一）研究设计、实验物料和实验程序

我们委托调查公司于2022年3月4日至23日，依据中国互联网络信息中心发布的《中国互联网发展统计报告》最新数据（CNNIC，2022年2月），在性别和年龄两个维度上通过配额抽样，面向中国社交媒体用户样本（ $N = 508$ ）开展了一项在线调查实验。实验采用2（媒体来源：新闻机构 vs. 辟谣平台） \times 2（行动主体：专业人员 vs. 网络用户） \times 2（新闻真实性：真 vs. 假）的混合设计。其中前两项为被试间因素，第三项为被试内因素。经过G*Power软件测算，在统计效力为0.95的情况下，该混合设计所需最小样本量为400，本研究达到了最低样本量的基本要求。

在同意参与研究后，被试者首先完成一份基准调查（baseline survey），测量他们的新闻使用偏好和国际政治知识水平。之后，被试者被告知，我们将向其展示一组网络新闻，并在每条新闻标题后询问其几个问题。此处，被试者被随机分入基于事实核查的媒体来源与行动主体而形成的四个实验组之一。他们以随机的顺序先后阅读8条国际新闻标题。标题全部选自公开的中文事实核查报道，并以其惯有

的问句形式出现，以凸显新闻内容的不确定性（如：“韩国成为日本公民流出主要目的地之一？”、“加拿大清查境外购房者资金来源？”）。8条新闻标题中4条为真、4条为假。三位作者在数字新闻领域较具影响力和代表性的新闻机构和辟谣平台中各选4家作为实验刺激物中出现的事实核查的媒体来源。其中，新闻机构组的新闻标题分别源自《南风窗》、澎湃新闻、《新京报》和观察者网4家机构媒体；辟谣平台组的标题由腾讯较真辟谣、头条辟谣、微博辟谣和百度辟谣4家平台账号发布。每条新闻标题由三项元素组成：一个问句形式的标题，一张新闻配图以及顶部出现的相应媒体来源的标识。每条标题以截图的形式呈现给被试者。针对每条标题，被试者就其是否看到过这则消息，为消息点赞、转发和阅读全文的可能性，以及对新闻准确度的判断依次做出回答。

接下来，被试被告知我们将向其展示针对这则新闻的准确性所做的核查，他们需要在阅读事实核查后再次回答几个与之相关的问题。每则事实核查长约180字，内容选编自己已被权威来源验证并报道的新闻，包括事实性证据和据此做出的“真”或“假”的验证结论。“专业人员”组的核查显示由相应新闻机构的记者或平台官方团队执行完成，“网络用户”组的核查则显示由该媒体来源的某位网友提供。四个实验组的被试者所接触的事实核查的内容完全一致，差别仅在于发布核查的媒体来源和具体从事核查工作的执行者身份。^①事实核查阅读完毕后，被试者需要就其对新闻真实性的判断和转发意愿再次做出报告。调查同时包括被试者的社会人口特征、知识水平、思维模式以及对事实核查的使用和态度等一系列相关问题。

（二）变量测量

1. 因变量

新闻真实性判断。被试者在阅读每条新闻标题后被要求对其事实准确度打分：“据您

所知,这则消息在事实上有多准确?”(1 = 完全不准确,10 = 十分准确)。被试在阅读过核查信息后使用相同的量表,根据核查信息,对新闻的准确度再次打分。重复测量的目的在于帮助我们对被试阅读事实核查前后就新闻准确度的主观评价做出比较。完成第二次打分后,被试被要求对原始报道的真实性做出总体判断(1 = 真实,0 = 不真实)。如果被试者判定真新闻“真实”或者假新闻“不真实”,表明他们的判断准确。我们依据每位被试做出准确判断的百分比,计算了他们识别新闻真伪的准确率。

新闻分享意愿。同样,在接触事实核查前后,被试者采用7点量表(1 = 完全不可能,7 = 极其可能),回答下列问题:“如果在网上(再次)遇到这则新闻,您在多大程度上会把它转发给他人?”

2. 控制变量

新闻熟悉程度。阅读过每条新闻标题后,被试者对其是否“在此前看到过或听说过这则消息”(1 = 有,2 = 没有,3 = 不确定)做出回答。

认知反思测试(CRT)。我们使用了Frederick(2005)和Oppenheimer(2016)两个版本共7项的CRT测试题目。每个问题的答案被编码为1(正确)或0(错误)。正确答案求和汇总成一个总指数,分值越高,表明被试者展开分析性思考的倾向越大($M = 3.85$, $SD = 1.92$, $\alpha = .69$)。

事实核查观。被试者完成所有的实验测试后,首先回答3个有关其事实核查使用与态度的问题。其中,熟悉度的测量问题是:“您对事实核查有多熟悉?”(1 = 非常不熟悉,7 = 非常熟悉);使用频率的问题为:“您多久访问一次事实核查网站(如澎湃明查、腾讯较真等),以了解关心的新闻消息是否准确?”(0 = 从不,6 = 经常);好感度通过如下问题测量:“您

认为我国新闻界目前开展的事实核查的数量如何?”(1 = 数量过多,2 = 数量合适,3 = 数量较少,9 = 不知道)。

社会人口变量。除去以上变量,我们在分析中还控制了以下社会人口学特征:年龄、性别、教育程度、家庭月收入。

(三) 统计分析方法

首先,本文就人们接触事实核查前后对新闻的真实性判断和分享意愿展开描述性分析,以此对事实核查在多大程度上有望改变人们基于假新闻形成的错误观念做出整体呈现。在此基础上,我们通过双因素方差分析(two-way ANOVA),初步检验事实核查的媒体来源和行动主体对新闻真实性判断和分享意愿的影响效果。

在本文的主体分析部分,我们充分利用重复测量设计和多变量控制的统计功效,通过估计一组多层线性模型(multilevel linear models)将分析的重点转向横跨新闻标题和个体层面的诸多因素,考察其如何构成事实核查产生效果的经验条件,如何共同作用于人们对于新闻的准确度判断及转发分享的行为趋向。

六、研究结果

在正式检验研究假设之前,我们先进行了随机化和操纵检验。首先,4个条件组的被试者在社会人口特征以及国际政治知识和新闻使用偏好等方面均不存在显著差异,表明随机化成功。其次,操纵检验结果显示,与辟谣平台作为核查的媒体来源相比,新闻机构组的被试者更倾向于指认其接触的核查新闻不是由微博、微信、百度和今日头条等平台客户端所发布($\chi^2(1, N = 484) = 8.92, p < .01$);专业人员组的被试者更倾向于认定事实核查由记者或专业团队所完成($\chi^2(1, N = 484) = 8.84, p < .01$)。综合以上检测结果,两项实验要素的操控有效。

(一) 对于事实核查影响效果的初步分析

在对被试接触事实核查前后就新闻准确度给出的评分加以比较后,我们观察到,事实核查显著降低了人们对假新闻误以为真的判断($M_{前} = 5.41, SD = 1.88, M_{后} = 5.12, SD = 2.04, t(507) = 4.27, p < .001, \text{Cohen's } d = .10$),同时也显著提升了他们对真实报道的真实度判断($M_{前} = 5.68, SD = 1.94, M_{后} = 6.14, SD = 1.82, t(507) = -7.92, p < .001, \text{Cohen's } d = -.19$)。H1a和H1b得到初步支持。

新闻真实性判断可能进一步转化为分享意愿。被试者接触事实核查后表现出更高的新闻转发意愿($M_{前} = 3.50, SD = 1.48, M_{后} = 3.66, SD = 1.36, t(507) = -3.94, p < .001, \text{Cohen's } d = .18$),尤其是针对真实新闻的转发意愿显著提升($M_{前} = 3.54, SD = 1.51, M_{后} = 3.93, SD = 1.45, t(507) = -8.20, p < .001, \text{Cohen's } d = .36$),H1b得到进一步验证。虽然人们对假新闻的转发意愿在事实核查后略有降低,但没有达到统计显著的水平($M_{前} = 3.47, SD = 1.56, M_{后} = 3.40, SD = 1.53, t(507) = 1.33, ns$),H1a仅得到部分支持。

在描述性分析的基础上,我们进而通过双因素方差分析考察了事实核查的媒体来源和行动主体对新闻真实性判断和分享意愿的影响效果。结果显示,媒体来源对新闻真实性判断的准确率具有显著的主效应($F(1, 508) = 3.94, p < .05, \eta^2 = .01$):新闻机构发布的事实核查($M = 63.62\%, SD = 21.10\%$)比平台辟谣($M = 60.02\%, SD = 17.12\%$)能够更有效地提升人们判断新闻真假的准确率。媒体来源和行动主体无论对于被试者的新闻准确度评价还是分享意愿,均未显示出显著的主效应或交互效应。

(二) 预测新闻准确度评价和分享意愿的多层线性模型

本文主体部分的分析重点在于考察媒体来

源和行动主体如何与一些新闻内部特征,如新闻自身的真实性相互作用,共同影响人们的新闻感知和分享意愿。表1报告了针对这两个结果变量的线性混合效果模型结果。在每个模型中,我们控制了被试者的分析性思维倾向、事实核查观的不同面向和社会人口特征,以及新闻标题层面的接触经验。重点关注的预测变量即实验因素包括新闻标题层面的新闻真实性,以及个体触及的事实核查在媒体来源和行动主体上的差异。在主效应之外,我们在模型中纳入了三组二阶交互项,以评估新闻真实性对媒体来源和核查主体,以及后两者之间的调节作用。被试者对每条标题的准确度评分进而作为自变量被纳入模型二,以此反映个体的新闻真实性信念构成其新闻使用行为的基础这一逻辑(Van Bavel et al, 2021)。

首先来看模型一的结果,个体的事实核查观以及新闻自身的真实性具有最为稳定的预测力。其中,对事实核查越熟悉($B = .15, SE = .05, p < .01$)、使用越频繁($B = .10, SE = .05, p < .05$)、好感度越高($B = 2.1, SE = .19, p < .001$)的被试,越倾向于在阅读事实核查后给予新闻内容以更高的准确度评价。其次,印证描述性分析的结论,事实核查有助于提升人们对真实新闻的准确度评价,同时降低他们误判虚假新闻为真的可能($B = .71, SE = .10, p < .001$)。最后,虽然事实核查的媒体来源和行动主体对新闻准确度评分的影响效果未达到统计显著的水平,两者之间似乎也不存在交互作用(RQ3),但它们对准确度评价的影响效果均受到新闻真实性的调节。

具体而言,如图1所示,新闻机构和辟谣平台发布的事实核查在影响公众对于假新闻的准确度评价方面效果相当(H2b),两者间的效果差异主要体现在,源自新闻机构的事实核查对提升真实新闻的准确度评判具有更为显著的正向效果($B = .25, SE = .13, p < .05$)

表 1 预测新闻准确度评价和分享意愿的混合效果模型

	模型一 新闻准确度评价	模型二 新闻分享意愿
层次 1 (N = 503)：标题层次固定效果		
新闻真实性 (1 = 真实)	.71 (.10) ***	.07 (.05)
曾听说过该新闻 (1 = 是)	.45 (.07) ***	.13 (.04) **
层次 2 (N = 4024)：个体层次固定效果		
媒体来源 (0 = 辟谣平台, 1 = 新闻机构)	.12 (.17)	.05 (.11)
核查主体 (0 = 网络用户, 1 = 专业人员)	-.01 (.17)	-.00 (.11)
准确度评价	—	.32 (.01) ***
分析性思维 (CRT)	-.11 (.03) ***	-.05 (.02) **
对事实核查的熟悉度	.15 (.05) **	.30 (.03) ***
使用事实核查的频率	.10 (.05) *	.19 (.03) ***
对事实核查的好感度	2.10 (.19) ***	.55 (.13) ***
交互效应		
媒体来源 * 新闻真实性	.25 (.12) *	.13 (.06) *
核查主体 * 新闻真实性	.38 (.12) ***	.15 (.06) *
媒体来源 * 核查主体	-.22 (.23)	-.02 (.15)
随机效应的方差		
截距	1.19 (.10) ***	.54 (.04) ***
χ^2 (M1: $df = 17$; M2: $df = 18$)	699.03***	2434.79***

注：两个模型均为线性混合效果模型，采用限制性最大似然法 (REML) 估测，表格中为非标准化回归系数。括号内为标准误差。控制变量未在表格中出现，包括年龄、性别、教育程度、家庭收入、新闻机构可信度和平台媒体可信度。
* $p < .05$. ** $p < .01$. *** $p < .001$.

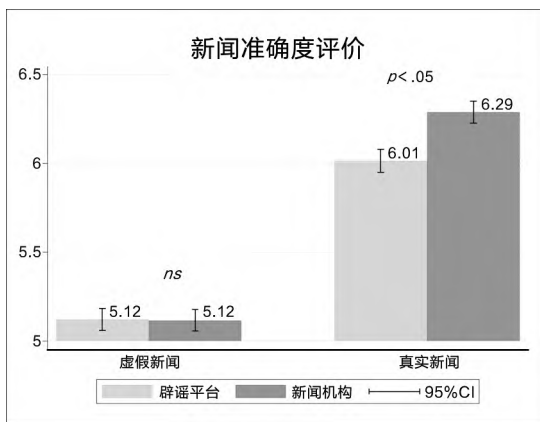


图 1 新闻真实性与媒体来源对新闻准确度评价的交互影响

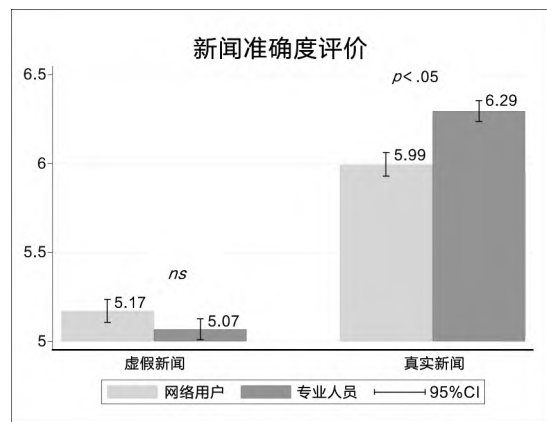


图 2 新闻真实性与核查主体对新闻准确度评价的交互影响

(H2a)。与之相应，作为行动主体的专业核查者与普通用户相比，在降低人们误信假新闻方面并不具有明显优势 (H3b)，前者更明显的影响在于显著提升了人们对于真实新闻的准确度评判 ($B = .38, SE = .12, p < .001$) (H3a, 图 2)。

接下来，我们转向有关新闻分享意愿的估

测模型。如表 1 中模型二所示，人们更愿意分享他们曾经听说过 ($B = .13, SE = .04, p < .01$) 或者自认为准确的新闻 ($B = .32, SE = .01, p < .001$)。对事实核查的熟悉度 ($B = .30, SE = .03, p < .01$)、使用频率 ($B = .19, SE = .03, p < .001$) 和好感度 ($B = .55, SE = .13, p < .001$) 同样有助于提高人们转发新

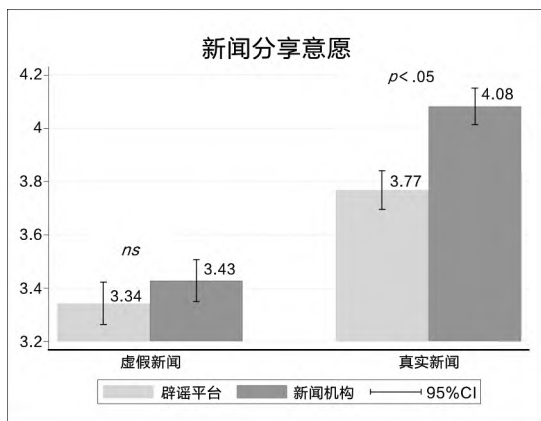


图3 新闻真实性与媒体来源对新闻分享意愿的交互影响

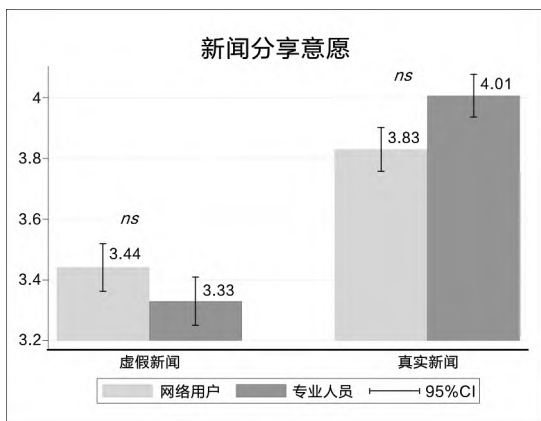


图4 新闻真实性与核查主体对新闻分享意愿的交互影响

闻的意愿。针对事实核查的媒体来源和行动主体，我们仍未观察到任何统计显著的主效应（RQ1 和 RQ2）或交互效应（RQ3），但它们对于新闻分享的影响效果再次受到新闻真实性的调节（ $B = .13, .15, SE = .06, p < .05$ ）：和二者对新闻准确度评价的影响趋势相一致，媒体来源与核查主体对新闻分享意愿的影响主要体现在由新闻媒体发布、专业人员完成的事实核查能够更为显著地提升人们转发真实新闻的意愿（见图3、4）。

七、结论与讨论

不同于欧美国家以新闻媒体和职业记者等专业核查机构与核查人员为主的运作机制，辟谣平台和网络用户在中国的事实核查实践中扮演着重要角色。本文将事实核查视为一种新闻创新，聚焦它进入中国发展后在媒体来源和行动主体方面表现出的多元化特点，通过一项在线调查实验，检验这些多元的因素如何共同构成事实核查有效运行的经验条件，以最终改变公众对虚假新闻的错误判断和分享意愿。

我们首先观察到，如研究者与实践者所期待的那样，事实核查具有“辨伪”、“识真”的可能：接触事实核查能够显著降低人们对假新

闻误以为真的判断（H1a），同时提升他们对真新闻的准确度感知（H1b）。双因素方差分析的结果显示，新闻机构发布的事实核查可能提升人们辨别新闻真假的准确率。与其对新闻的真实性判断相呼应，人们在接触事实核查后表现出更高的新闻转发意愿，对真新闻尤为如此（H1b）。尽管有研究显示，纠错信息难以完全消除虚假信息对人们的影响，进而令信息接触者的态度和观念恢复到未接触假消息之前的水平（Ecker et al., 2014; Walter & Tuckachinsky, 2019），但本研究结果则表明，事实核查至少呈现出纠正错误观念、夯实准确认知的短期效果，可能成为新闻业帮助公众应对信息污染的干预措施。如何将这些认知层面的短期效应转化为长期效果，乃至进一步推动公众转变其由于接触假新闻而形成的深层态度，值得后续研究予以关注。

其次，媒体来源或行动主体不足以单独构成转变公众判断和行为意愿的事实核查要件，两者之间也未呈现出任何可观察到的相互影响（RQ3）。虽然我们无法确定这种“无效果”的出现是源自实验假象，抑或反映了现实中的无效果，但一种可能性的推断是，事实核查在中国属于新生现象，公众对它尚未形成稳定的认

知和态度。这从我们的数据中可以得到印证：单样本 t 检验的结果表明，被试对于事实核查无论在熟悉程度 ($M = 4.06, SD = 1.55, t(507) = .89, ns$) 还是使用频率 ($M = 4.09, SD = 1.54, t(507) = 1.36, ns$) 上的得分均未显著有别于量表的中点。对中国公众而言，官方或者平台辟谣是一种更为常见的公共信息“纠错”方式，辟谣的特点在于重结论而轻论证过程。习惯于辟谣的受众对新闻真伪的判定结论也许比对验证由谁发布以及结论由谁做出更为敏感。这可能部分地解释了为何事实核查的媒体来源或行动主体是谁似乎并不影响人们对新闻的事实准确度判断和分享意愿。当然在缺少直接数据支持的情况下，这种解释仍然只是一种猜测，有待未来研究加以检验。

然而我们观察到，媒体来源和行动主体的影响效果受到新闻自身真实性的制约。通过事实核查“辨伪识真”，尤其在开展“识真”式核查的情况下，新闻机构和专业核查者的“官宣”拥有较辟谣平台和普通用户而言更佳的核查效果，能够更为显著地提升公众对真实新闻的准确度感知 ($H2a$ 和 $H3a$) 和转发意愿 ($RQ1$ 和 $RQ2$)。从这些研究结果来看，面对嘈杂的网络信息生态环境，新闻机构与专业核查者在负责向公众确证新闻真实性方面具有独特的优势。从这个意义上来说，事实核查有望成为当下专业新闻媒体一种可为的创新实践，为媒体凭借自身独特的体制内资源创造公共性回报提供可能。这一研究结论更是呼唤我们正视新闻业当以何种姿态投入创新实验——尊重事实、讲求证据，基于开放、透明的逻辑论证为公众揭示真相，提供高品质的核查报道，是专业新闻组织及个人不仅发起并参与事实核查，并且使其创新实践能够获得可持续发展的根本保证。这对于我国大多数尚未步入事实核查领域的新闻媒体和职业新闻工作者来说，既发出一份沉甸甸的警示，也意味着一个新的机遇。一

个延伸的观察是，与既有研究多集中于探究事实核查的“纠偏”效果相比，以上有关“识真”效果的观察显示出基于中国语境的核查创新有可能对现有的事实核查研究进行内容填补，甚至予以边界拓展的地方。

本研究的局限在于，为了聚焦媒体来源与行动主体的核查效果，本文控制了核查信息的内容与文本形式。这样的处理方式以丧失部分实验现实性为代价，实现了对于核心变量的操纵。举例来说，现实中公众参与事实查证多通过举报或举证的方式实现，鲜以本研究设计中采用的论证形式出现。语言风格及文本形式上的不同，也许恰恰构成了用户与专业核查者从事事实核查活动的一项重要差异。当然，现实中少有的实践形式并不意味着未来不会出现，也不表明公众不可能以论证—说理的风格参与事实核查。至少从本文的研究结果来看，以网络平台为来源、以普通用户为主体完成的“辨伪”式事实核查，在纠正公众的错误观念及降低其分享假新闻的意愿等方面并不逊色于职业新闻组织和从业者。事实上，本文认为，平台的直接卷入和广泛的公众参与都是令事实核查在当下中国具有创新意义的元素，它们和新闻媒体及职业核查者所主导的实践活动共同构成中国事实核查版图上一不可分割的一部分。研究者可以进一步思考的问题是，如何在推动专业新闻机构以更大规模采纳事实核查的同时，将平台辟谣的“辨伪”功能充分纳入网络虚假信息治理的空间？网络平台如何可能借助专业核查者的力量以提升自身在“识真”领域的潜能？这些问题关系到如何通过丰富事实核查创新的多元性和理性程度，以更好地实现其服务公共利益的价值与使命。它们均有待未来更多的实践和研究加以确认。作为一项探索性研究，本文为事实核查的研究者及实践者提供了一个审视这一具有新意涵的新闻实践的可能视角，不仅有望帮助我们更好地理解它在中国落地生

根的过程中，以何种形态样貌出现才可能更为有效地实现其探寻真相、呈现事实的目标和初衷，同时也为我们深入探究并着手从事事实核查拓宽了一些想象的空间。■

注释：

① 由于篇幅所限，文章未完整显示新闻标题与事实核查的具体内容，感兴趣的读者可向作者索要。

参考文献：

- 比尔·科瓦奇，汤姆·罗森斯蒂尔（2011/2014）。《真相：信息超载时代如何知道该相信什么》（陆佳怡，孙志刚译，刘海龙校）。北京：中国人民大学出版社。
- 李艳红，刘佳诺（2022）。人们为什么相信假新闻：对“假新闻信念”的认知心理学解释。《新闻界》，（8），14-26。
- 刘鹏（2019）。用户新闻学：新传播格局下新闻学开启的另一扇门。《新闻与传播研究》，（2），5-18。
- 刘鹏（2020）。“全世界都在说”：新冠疫情中的用户新闻生产研究。《国际新闻界》，（9），62-84。
- 陆晔，周睿鸣（2016）。“液态”的新闻业：新传播形态与新闻专业主义再思考——以澎湃新闻“东方之星”长江沉船事故报道为个案。《新闻与传播研究》，（07），24-46。
- 马得勇（2018）。“匹配效应”：政治谣言的心理及意识形态根源。《政治学研究》，（05），54-66。
- 闫文捷（2012）。网络时代重谈媒体评价：传统媒体与互联网、网民与非网民之间的比较。《新闻大学》，（6），20-30。
- 闫文捷，刘于思，周睿鸣（2022）。从“核查什么”到“谁来核查”：事实核查的边界协商及其规范性愿景。《全球传媒学刊》，（9），156-174。
- 杨保军（2013）。“共”时代的开创——试论新闻传播主体“三元”类型结构形成的新闻学意义。《新闻记者》，（12），32-41。
- 中国互联网络信息中心（CNNIC）。第49次《中国互联网络发展状况统计报告》。检索于 http://www.cnnic.net.cn/NMediaFile/old_attach/PO20220721404263787858.pdf。
- 周睿鸣，刘于思（2017）。客观事实已经无效了吗？——“后真相”语境下事实查验的发展、效果与未来。《新闻记者》，（1），36-44。
- Adair, B., & Thakore, I. (2015). Fact-checking census finds continued growth around the world. Duke Reporters' Lab. Retrieved from <https://reporterslab.org/fact-checking-census-finds-growth-around-world/>.
- Barthel, M., Mitchell, A., & Holcomb, J. (2016). Many Americans believe fake news is sowing confusion. Pew Research Center. Retrieved from <https://www.journalism.org/2016/12/15/many-americans-believe-fake-news-is-sowing-confusion/>.
- Bode, L., & Vraga, E. K. (2018). See something, say something: Correction of global health misinformation on social media. Health Communication, 33(9), 1131-1140.
- Bond Jr, C. F., & DePaulo, B. M. (2006). Accuracy of deception judgments. Personality and Social Psychology Review, 10(3), 214-234.
- 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.
- Chen, S., Duckworth, K., & Chaiken, S. (1999). Motivated heuristic and systematic processing. Psychological Inquiry, 10(1), 44-49.
- Chung, M., & Kim, N. (2021). When I learn the news is false: How fact-checking information stems the spread of fake news via third-person perception. Human Communication Research, 47(1), 1-24.
- Clayton, K., Blair, S., Busam, J. A., Forstner, S., Gance, J., Green, G., . . . & Nyhan, B. (2020). Real solutions for fake news? Measuring the effectiveness of general warnings and fact-check tags in reducing belief in false stories on social media. Political Behavior, 42(4), 1073-1095.
- Coddington, M., Molyneux, L., & Lawrence, R. G. (2014). Fact checking the campaign: How political reporters use Twitter to set the record straight (or not). The International Journal of Press/Politics, 19(4), 391-409.
- Ecker, U. K., Lewandowsky, S., Fenton, O., & Martin, K. (2014). Do people keep believing because they want to? Preexisting attitudes and the continued influence of misinformation. Memory & Cognition, 42, 292-304. DOI: 10.3758/s13421-013-0358-x
- Elizabeth, J. (2014). Who are you calling a fact checker? American Press Institute. Retrieved from <https://www.americanpressinstitute.org/fact-checking-project/fact-checker-definition/>.
- Graves, L. (2018). Boundaries not drawn: Mapping the institutional roots of the global fact-checking movement. Journalism Studies, 19(5), 613-631.
- Graves, L., Nyhan, B., & Reifler, J. (2016). Understanding innovations in journalistic practice: A field experiment examining motivations for fact-checking. Journal of Communication, 66, 102-138. DOI:10.1111/jcom.12198.
- Hermida, A. (2012). Tweets and truth: Journalism as a discipline of collaborative verification. Journalism Practice, 6(5-6), 659-668.
- Ho, S. S., Chuah, A. S., Kim, N., & Tandoc Jr, E. C. (2022). Fake news, real risks: How online discussion and sources of fact-check influence public risk perceptions toward nuclear energy. Risk Analysis, 42(11), 1-15. DOI: 10.1111/risa.13980.
- Lawrence, R. G., Radcliffe, D., & Schmidt, T. R. (2018). Practicing engagement: Participatory journalism in the Web 2.0 era. Journalism Practice, 12(10), 1220-1240.
- Levine, T. R. (2014). Truth-default theory (TDT): A theory of human deception and deception detection. Journal of Language and

- Social Psychology, 33, 378-392. DOI: 10.1177/0261927X14535916.
- Levine, T. R., Park, H. S., & McCornack, S. A. (1999). Accuracy in detecting truths and lies: Documenting the “veracity effect.” *Communication Monographs*, 66, 125-144. DOI: 10.1080/03637759909376468.
- Lewis, S. C., & Westlund, O. (2015). Actors, actants, audiences, and activities in cross-media news work: A matrix and a research agenda. *Digital Journalism*, 3 (1), 19-37.
- Lu, Z., Jiang, Y., Lu, C., Naaman, M., & Wigdor, D. (2020, April). The government’s dividend: complex perceptions of social media misinformation in China. In *Proceedings of the 2020 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (pp. 1-12).
- Luo, M., Hancock, J. T., & Markowitz, D. M. (2020). Credibility perceptions and detection accuracy of fake news headlines on social media: Effects of truth-bias and endorsement cues. *Communication Research*, 00(0), 1-25. DOI: 10.1177/0093650220921321.
- Metzger, M. J., Flanagin, A. J., Eyal, K., Lemus, D. R., & McCann, R. M. (2003). Credibility for the 21st century: Integrating perspectives on source, message, and media credibility in the contemporary media environment. *Annals of the International Communication Association*, 27(1), 293-335.
- Moore, R. T. (2012). Multivariate continuous blocking to improve political science experiments. *Political Analysis*, 20(4), 460-479.
- Pan, Z., Yan, W., Jing, G., & Zheng, J. (2011). Exploring structured inequality in Internet use behavior. *Asian Journal of Communication*, 21(2), 116-132.
- Pennycook, G., & Rand, D. G. (2021). The psychology of fake news. *Trends in cognitive sciences*, 25(5), 388-402.
- Pennycook, G., Epstein, Z., Mosleh, M., Arechar, A. A., Eckles, D., & Rand, D. G. (2021). Shifting attention to accuracy can reduce misinformation online. *Nature*, 592(7855), 590-595.
- Ries, T. E., Bersoff, D. M., Adkins, S., Armstrong, C., & Bruening, J. (2018). Edelman Trust Barometer Global Report. <https://www.edelman.com/trust-barometer>.
- Scott, M., & Eddy, M. (2017). Europe combats a new foe of political stability: fake news. *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>.
- Silverman, C., & Singer-Vine, J. (2016). Most Americans who see fake news believe it, new survey says. *BuzzFeed News*. Retrieved from <https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/fake-news-survey>.
- Spivak, C. (2011). The fact-checking explosion. *American Journalism Review*, 32, 38-43.
- Stepp, C. S. (2009). The quality--control quandary: as newspapers shed copy editors and post more and more unedited stories online, what’s the impact on their content? *American Journalism Review*, 31(2), 42-48.
- Tandoc, E. C., Ling, R., & Westlund, O., et al. (2018). Audiences’ acts of authentication in the age of fake news: a conceptual framework. *New Media & Society*, 20(8), 2745-2763.
- Thorson, E. (2008). Changing patterns of news consumption and participation: News recommendation engines. *Information, Communication & Society*, 11(4), 473-489.
- Tuchman, G. (1972). Objectivity as strategic ritual: An examination of newsmen’s notions of objectivity. *American Journal of Sociology*, 77(4), 660-679.
- Van Bavel, J. J., Harris, E. A., Pärnamets, P., Rathje, S., Doell, K. C., & Tucker, J. A. (2021). Political psychology in the digital (mis) information age: A model of news belief and sharing. *Social Issues and Policy Review*, 15(1), 84-113.
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146-1151.
- Walter, N., & Tukachinsky, R. (2019). A meta-analytic examination of the continued influence of misinformation in the face of correction: How powerful is it, why does it happen, and how to stop it? *Communication Research*, 47(2), 155-177.
- Waruwu, B. K., Tandoc Jr, E. C., Duffy, A., Kim, N., & Ling, R. (2021). Telling lies together? Sharing news as a form of social authentication. *New Media & Society*, 23(9), 2516-2533.
- Xie, W., & Zhao, Y. (2014). Is seeing believing? Comparing media credibility of traditional and online media in China. *China Media Research*, 10(3), 64-73.

公 示

根据《新闻记者证管理办法》有关规定和《国家新闻出版署关于开展2022年度新闻记者证核验工作的通知》(国新出发电〔2023〕6号)要求,《新闻记者》编辑部已领取记者证人员刘鹏、周岩、王侠、姜一明拟通过年度核

验,特予公示。

《新闻记者》杂志监督举报电话:
021-62472686,上海市新闻出版局举
报电话:021-64370176。

《新闻记者》编辑部
2023年2月