

中国公众的事实核查观及其影响因素*

——基于两项在线问卷调查

◇ 闫文捷 宋爽**

摘要:事实核查是一种新型的新闻形态和实践方式,在全球范围内发展迅速,近年来在中国崭露头角。本文基于两项在线问卷调查数据($N_1 = 508$, $N_2 = 917$),从好感度、熟悉度和使用频率三个维度考察中国公众对事实核查的态度和行为反馈,并尝试从新闻使用与媒介态度层面检视影响其事实核查观形成的经验条件。本文认为,中国公众对事实核查持有普遍的积极态度;使用或回避新闻的倾向以及不同层次的媒介信任不同程度地形塑其事实核查观。本文从受众视角呈现了有关事实核查在地化发展的新证据,为理解中国事实核查发展提供了有益的经验补充。

关键词:事实核查;新闻接触;新闻回避;媒介信任;新闻创新

一、引言

从 21 世纪初美国三大事实核查机构 PolitiFact、FactCheck 和 Fact Checker 相继成立,至此后十余年内事实核查事业在欧美社会快速发展,再至新冠疫情催生的全球范围内事实核查运动广泛兴起,事实核查作为新闻

* 基金项目:北京市社会科学基金规划项目重点项目“社交媒体环境下虚假信息的传播与治理研究”(编号:20XCA004)、北京师范大学中央高校基本科研业务费专项资金资助项目“中国式现代化视域下媒介化治理创新研究”(编号:1233300010)。

** 闫文捷,北京师范大学新闻传播学院教授;宋爽,北京师范大学新闻传播学院博士研究生。

业的一种创新实践,无论是内容边界还是参与者都在不断变化拓展之中。比如,除传统的事实核查机构以外,以脸书(Facebook)和推特(Twitter,现为X平台)等为代表的社交网络平台逐渐进入这一实践领域,基于用户、专业核查人员和算法技术的多重组合,以限制虚假信息可见性的方式拱卫网络空间中公共信息的真实性和准确性(Cotter et al., 2022)。作为全球事实核查浪潮的一部分,事实核查实践近年来日兴于中国。媒体习惯于将2021年称为“中国的事实核查元年”(澎湃新闻,2021)。一时间,以有据核查、澎湃明查、平台辟谣等为代表的事实核查服务相继涌现。虽然它们呈现的形式和侧重的领域各有不同,但均以打击虚假信息、提升公共话语的准确性为己任。

值得注意的是,由于研究者多秉持一项基本假定,即把事实核查视作一种在高选择媒体环境下,有望帮助公众辨伪识真、提高公共讨论质量,乃至重建公众对新闻业的信任的工具,故而研究的重点多落脚于事实核查中的记者角色(Brandtzaeg et al., 2018)和事实核查在打击虚假信息中的有效性(Porter & Wood, 2021)等方面,而对公众基于自身立场如何理解事实核查,以及在日常新闻消费中如何运用事实核查却鲜有论述(Kyriakidou et al., 2022)。

了解公众如何认识和评价事实核查,不仅可以在已有成果的基础上拓宽研究视野,推动研究者更加全面深入地把握事实核查及其在社会公共生活中的角色功能,还有望基于对受众观念的呈现,廓清新闻从业者与公众之间围绕事实核查在认知及期待等层面存在的差异,从而更具针对性地调适事实核查的新闻实践,提高新闻业的职业权威。从公众的视角剖析事实核查,探讨新闻受众如何评价和使用事实核查,正是本文旨在回答的问题。为此,本文将公众对事实核查的一系列态度和行为反馈统称为“事实核查观”,通过两项在线问卷调查对其在中国公众中的样貌进行勾勒,并尝试探究影响这一事实核查观形成的媒介—心理因素。具体而言,第一项问卷调查侧重于考察个体的新闻使用偏好、新闻观和媒介信任的影响,第二项调查作为对第一部分研究结果的补充和细化,通过纳入个体的新闻回避倾向和更为细致的媒介信任测量,进一步讨论可能影响公众事实核查观的因素。总体

而言,本文旨在展示作为新兴新闻实践的事实核查在中国公众中的接受与普及程度,并尝试提出中国公众事实核查观的解释框架。

二、事实核查与公众的事实核查观

最初的事实核查作为新闻业内部的操作规范,要求记者在新闻采写编的过程中交叉检验信源与文本的事实性细节,保证新闻的准确性(虞鑫、陈昌凤,2016)。有学者从概念指称上将此称为“事实核对”(闫文捷等,2022),以便与当下所探讨的“事实核查”做出区分。在西方选举现实的推动下,事实核查实践的重点由对新闻报道事实性内容的核查演变为对政治人物公开言论的真实性和媒体言论的正当性进行系统评估(Walter et al.,2020)。专业事实核查机构旨在以客观中立的立场,凭借甄别政治话语中的谎言、创立信息真实性测量工具等手段,发挥政治监督的职能,并通过鼓励质疑,将潜在的虚假信息的相关事实呈现给公众,推动事实层面的一致理解、完善公共话语(Graves & Glaisyer,2012)。对新闻专业精神的追求往往被视作事实核查的主要驱动力(Graves et al.,2016)。随着记者针对政客言论展开核查,并以新闻报道的形式公布核查结果,事实核查从新闻业的幕后走向台前,由此,事实核查新闻(fact-checking journalism)作为一种新兴的新闻样式及实践逐渐兴起。

事实核查发端于美国新闻业,随之得到世界范围内新闻从业者的积极响应。在欧洲,继英国第四新闻频道(Channel 4 News)率先开通政治事实核查博客后(Graves,2016),其他国家纷纷开启了事实核查的实践,并通过建立联盟推动事实核查建制化。例如,欧洲事实核查标准网络(European Fact-Checking Standards Network)于2022年发布《欧洲独立事实核查组织标准准则》(European Code of Standards for Independent Fact-Checking Organizations)。该准则由全球40多个事实核查组织研究讨论而成,就欧洲事实核查成员的准入标准、事实核查技术方法论、道德伦理等做出了详细界定(EFCSN,2022)。而在亚洲,泰国、新加坡和马来西亚等同时出现了国家和民间的事实核查网站或服务。新冠疫情暴发前,全球已有68个国家至少建立了210

个事实核查组织(Cristina et al., 2019);新冠疫情防控期间,美国波因特研究所(Poynter Institute)创建的冠状病毒事实联盟数据库(The CoronaVirusFacts Alliance Database)联合了全球范围内百余名事实核查人员,转译有关新冠疫情的虚假信息 and 事实,并以40多种语言发表其核查的内容。在新冠大流行所伴生的“信息疫情”的笼罩下,事实核查再一次被寄予厚望。联合国曾在2020年发起“核实”(Verified)全球倡议行动,倡导网络意见领袖和媒体组织发布可信准确的内容,并与社交媒体展开协作,最大限度消除包括虚假信息在内的有害言论(联合国,2020)。相较以往,当下的事实核查从其所报道的内容到行动主体和呈现样态都已得到大幅拓展(闫文捷等,2022)。有学者提出,事实核查已呈现出“驳斥转向”(debunking turn),以此强调它在实践取向上的兼容并包(Graves et al., 2023)。

聚焦中国,事实核查实践经过权威媒介体制的重构后,呈现出一些特有的样貌(Liu & Zhou, 2022)。根据实践主体不同,我国的事实核查大体可以分为三类。第一类为专业新闻机构依托固有的媒体资源优势所展开的事实核查,其中以澎湃新闻旗下专注于国际新闻查验的事实核查栏目“澎湃明查”最具代表性。通过将传统新闻报道与核查技术相结合,此类由新闻机构主导的核查项目致力于建立事实核查报道的专业标准(李智刚, 2022)。在国际新闻的事实核查方面,澎湃明查的公共性和执行性直追国际主流事实核查机构(陈炜漫等, 2023)。第二类事实核查项目主要以志愿协作的形式发起并运行,其中比较有代表性的包括“有据核查”和南京大学的校园媒体“NJU核真录”。此类事实核查主要依托前媒体人、高校师生及相关专业领域的志愿者协作完成,较少受到商业利益的驱动,组织运行上的官僚化约束程度也相对较弱。但也由于缺乏强制力、核查人员的流动性较大等,其在创作的稳定性、人员规模及核查影响力等方面存在局限(郑佳雯, 2020)。最后一类事实核查由互联网商业平台主导实施。相比于前两类事实核查实践,平台类事实核查在我国出现的时间较早,如今广为人知的“腾讯较真”和“微博辟谣”均属于此类范畴。它们多以辟谣的形式出现,依赖社交媒体等网络平台发布,同时核查工作的关键执行者亦由记者拓展至专业领域的专家学者、平台管理者和普通用户。核查所针对的议题多集中于食品安全、医疗健

康等社会民生领域(吴涛、张志安,2022)。

在以上三类事实核查实践中,由专业新闻机构和志愿协作所驱动的事实核查通常以培育公共理性(Graves et al.,2023)为目标指引,围绕“循证”的话语逻辑而展开(Coddington et al.,2014);平台主导的“辟谣”查证则旨在保护公众免受虚假信息荼毒,维护公共健康,无论是内容构成还是呈现形式都相对更为松散(Graves et al.,2023)。三者的事实核查的认知和话语等方面具有鲜明的差异,但同时保有维持公共话语空间信息流通秩序的共同目标,一道构筑了中国语境下事实核查的传播格局。

在事实核查日盛并被赋予规范化愿景(闫文捷等,2022)的当下,中国公众对这一新闻创新实践持有怎样的态度和接受程度?事实核查不该只被少数人调阅,核查行动的目标之一便是让事实在更大范围内抵达更多的公众(Amazeen,2013)。然而事实上,公众对于事实核查的熟悉与接受程度并不高(Lyons et al.,2020)。

早期面向美国公众的调查显示,美国公众对于事实核查虽不熟悉,但呈现出普遍的支持态度(Nyhan & Reifler,2015)。后续针对脸书用户对话的分析表明公众对事实核查的态度处于两极分化状态:一部分用户质疑事实核查人员的专业性,认为事实核查网站通过歪曲事实加剧了政治选举中的欺骗和混乱;另一部分用户则认同事实核查网站服务的有效性(Brandtzaeg et al.,2018)。事实核查在公众中的普及常常面临认知和意识形态层面“不对称的阻力”(Lyons et al.,2020)。首先,那些政治知识储备更丰富以及对政治更感兴趣的公众对事实核查这种新闻样式可能更为熟悉,也更具好感(Nyhan & Reifler,2015)。其次,在党派分歧严重的政治环境下,公众对事实核查的态度还可能存在意识形态层面的不对称。有研究显示,近一半的美国公众认为事实核查人员带有偏见(Flamini,2019),而持有这一观念的共和党人数更是占其总数的70%(Walker & Gottfried,2019)。

在美国以外,近期一项面向瑞典、德国、意大利、西班牙、法国和波兰等六国公众开展的比较研究(Lyons et al.,2020)显示,总体而言欧洲公众对于事实核查的熟悉程度有限,但对其好感度普遍较高。与此同时,欧洲公众对事实核查的态度呈现出显著的地区间差异以及党派不对等性;在机构信任

程度普遍更高的瑞典和德国,公众对事实核查的熟悉和接受程度也都更高,那些倾向于支持左翼政党、拥护欧盟以及对民主现状更加满意的公众对事实核查的好感度也更高。

公众对事实核查的熟悉程度及其所持态度,与其直接使用核查服务的可能性息息相关,在非常不熟悉事实核查的美国公众内部,仅有15%左右的人表示会偶尔访问事实核查网站(Robertson et al., 2020)。基于焦点小组和质化访谈,英国的新闻学者同样观察到,英国民众对事实核查的使用在很大程度上仍处于边缘地位,事实核查对英国公众新闻消费的影响微乎其微(Kyriakidou et al., 2022)。

随着这种新闻样式和实践在中国的发展,本文认为有必要基于在地化视角探究推动或限制事实核查得到更广泛的社会认同与接纳的经验条件。

既有文献中关于中国公众事实核查观的经验研究整体上处于空白状态。本文透过一项基于44名微信用户的小规模访谈研究注意到,微信用户对于微信内置的事实核查功能并不熟悉,甚至对此并不关心,超过半数受访者对未来是否会使用事实核查服务的态度不明朗(Lu et al., 2020)。鉴于现有的关于中国公众事实核查观的经验证据十分有限,本文提出第一组研究问题:

RQ1:中国公众对于事实核查的(a)好感度、(b)熟悉度和(c)使用频率如何?

三、新闻使用与事实核查观

个人的新闻消费构成其事实核查观念和使用行为的重要基础。一方面,即便有人很少甚至从未使用过事实核查服务,透过新闻接触到事实核查的相关提示仍然能够影响其对事实核查的态度。例如,瑞典和德国公众对事实核查的熟悉和接受程度显然高于欧洲其他国家,这与当地发达的公共媒体事业密不可分(Lyons et al., 2020)。美国公众的事实核查观多体现了新闻消费的党派逻辑。对自由派新闻(liberal news)更为关注(Robertson et al., 2020)以及自认为是自由派的媒介使用者(Graves, 2016)都倾向于更了解事

实核查、更频繁地使用核查服务,对事实核查的态度也更加正面。这与 CNN、MSNBC 等自由派媒体在其报道中频繁引证事实核查的内容密切相关。值得注意的是,在党派倾向被控制后,新闻消费对事实核查观的预测力依然十分显著(Robertson et al.,2020)。

另一方面,在关注与消费新闻的过程中,人们难免遇到对立的观点与信息,这可能促使他们采用额外的方式,譬如借助事实核查网站和工具来进一步确认事实(Kim et al.,2021)。总而言之,由新闻消费带来的偶遇事实核查内容、深度使用事实核查工具等经历,成为形塑公众事实核查观的重要条件。

在中国的媒介话语空间内,事实核查虽非主流,但其作为一个独立的新闻样态也并非全新的事物。即使媒体对事实核查的引用具有明显的偶然性和自发性,日常消费新闻依然从概率上决定了公众有更大可能触及事实核查的报道(Chia et al.,2022)。并且,事实核查所提供的溯源查验式报道能够更好地满足公众知情需求,并向其提供深度了解社会议题和公共生活的契机,这些都可能驱动公众对事实核查抱持正面的态度与评价。本文由此推断,在一般意义上,公众消费新闻越频繁,越有机会接触事实核查新闻,这也为其对事实核查形成正面的态度和评价奠定了基础。鉴于频繁关注和消费新闻是个体具有较强新闻偏好的表现,本文据此提出以下研究假设:

H1:公众对新闻的偏好与事实核查观显著正相关。具体表现为:公众的新闻偏好越强,对事实核查的(a)好感度和(b)熟悉度越高,同时(c)越频繁使用事实核查网站。(研究一)

在强调个体新闻偏好的同时,本文注意到数字新闻业的发展让新闻变得唾手可得,但公众与新闻之间的黏性却并未由此增强,而是出现了公众对新闻无意或有意的不关心甚至回避新闻的趋向(Skovsgaard & Andersen,2020)。新闻回避的出现与媒介信息环境和个体偏好均有关联。一方面,高选择媒介环境加剧了新闻信息的选择性接触,新闻认知向扫读(scanning)方式倾斜(Panek,2016),新闻回避渐成常态(Karlsen,2020);另一方面,无处不在的新闻远远超出常人的信息认知和处理能力,由此产生的感知过载促使人们逃离新闻(Park,2019)。

对此,研究者不同程度地表露出他们的隐忧:回避新闻可能侵蚀公民建立共识的机会。新闻业的使命之一是培育知情的公众,人们正是透过新闻得以了解社会生活与外部世界。不接触新闻便意味着人们很难就公共话题展开理性的讨论并达成事实层面的共识(Goyanes et al.,2023)。沿着这样的思路,如果公众不关注新闻,便不易对信息的真假产生怀疑,也便因此缺少了主动接触事实核查的动机。在缺乏对事实核查表现与实践的直观感受的前提下,很难想象公众会对其形成支持性的态度。基于以上逻辑推理,本文提出第二组研究假设:

H2:公众对新闻的回避与事实核查观显著负相关。具体表现为:公众越回避新闻,对事实核查的(a)好感度和(b)熟悉度越低,同时(c)越少使用事实核查网站。(研究二)

四、媒介态度与事实核查观

公众的事实核查观除了受到其新闻使用的影响之外,还有赖于他们对媒介所持有的一般性态度(Lyons et al.,2020)。媒介态度是一个非常宽泛的概念范畴,常见于文献中的指标变量包括个体的媒介信任程度、对媒体质量的评价以及对媒体功能的评价等。本文参考德国传播学者法兹(Fawzi,2019)的概念化方式,从朴素媒介观与媒介信任两个维度考察公众对媒体的态度及其对事实核查观的影响。

朴素媒介观占据个体评价媒介的重要部分。这个概念假定公众对于大众传媒的组织形式、报道内容、受众和社会功能等方面均有大致的了解,由此对媒体形成规范性预期,并在此基础之上对记者角色、媒体报道和媒体机构做出评价(Fawzi,2019)。简言之,朴素媒介观体现了个体对于媒体表现的多重评价,观念越“朴素”意味着人们对媒体的评价越为负面。现实中,新闻媒体可能因传播假新闻、与政治精英交往过密或者报道内容背离现实等问题而受到社会批评(Tsfati et al.,2020),削弱公众对于媒体表现的评价。

媒体表现与公众对事实核查的看法密切相关。当新闻报道充满谎言或偏见,新闻媒体难以承担提供真实信息、监督社会的责任时,公众对媒体的

普遍失望可促使公众转向事实核查。事实核查以守卫真相为核心追求,通过直观展现科学数据和核查的逻辑及过程,显著提升了事实报道和呈现的透明度(Humphrecht,2020),在直接回应模糊不定的原始新闻内容的基础上,帮助公众形成知情的判断。因此,面对持有较强的朴素媒介观的公众,事实核查有望凭借公开、科学的方式帮助公众寻获真相,弥补原始新闻报道的失职,重建公众对媒体的积极评价。对此,本文提出以下研究假设:

H3:公众的朴素媒介观与事实核查观显著正相关。具体表现为:公众的朴素媒介观越强(即对媒体的评价越为负面),对事实核查的(a)好感度和(b)熟悉度越高,同时(c)越频繁使用事实核查网站。(研究一)

朴素媒介观体现的是公众对媒体表现的整体评价。以此为前提,公众可能对不同的媒体平台或内容形成差异化的感知与信任。官方媒体、机构媒体与网络平台媒体是我国媒介传播格局的核心组成部分。官方媒体主要由我国各级政府主办,是政府部门与社会大众进行公共沟通的权威渠道。官方媒体的新闻生产遵循严格的流程,旨在通过事实核查、编辑审核、政府管理等步骤和手段确保公信力(Wang & Mark,2013)。可以说,我国公众对官方媒体表现出的普遍的高信任度,很大程度上是出于对官方媒体事实核查品质的信任。

在官方媒体以外,专业的机构媒体旨在凭借报道内容与报道形式方面的持续创新,赢取公众的信任(Xie & Zhao,2014)。商业导向的网络平台媒体则聚合了多方新闻内容,通过强化社交属性、个性定制等方式向用户推送新闻,以此提升用户的新闻接近性(白红义,2018);但也由于内部审核不力、利益驱使等原因,虚假内容在网络平台媒体经常出现(倪天昌等,2022),由此危及平台可信度。不同面向的媒介信任对公众事实核查观的影响存在不同的角度和可能,为此本文提出第二组研究问题:

RQ2:公众对不同类型的媒体(即官方媒体、机构媒体和网络平台媒体)及其报道内容的信任水平与其事实核查观具有怎样的关联?(研究一、研究二)

五、研究方法

(一) 抽样与样本构成

本文中的两项调查分别于2022年2月和8月,通过网络调查公司极术云的在线数据收集平台完成。调查参照中国互联网络信息中心(CNNIC)2022年发布的《中国互联网络发展状况统计报告》,根据中国网民的性别和年龄进行配额抽样。在剔除无效和低质样本(如填答时间过短、未通过注意力检测)后,最终研究一收回有效问卷508份,研究二收回有效问卷917份。附表对比显示了两项研究中受访者的基本特征。两份样本整体上的多样性有助于反映总体的异质性,进而提升本文研究结论的可推广性。

(二) 变量测量

1. 因变量

事实核查观。作为本文的核心变量,在参考既有文献中相关测量的基础上(Lyons et al., 2020),事实核查观具体包括受访者对事实核查的好感度、熟悉度和使用频率三个方面。

本文通过两个问题询问了受访者对于事实核查准确度的看法及整体的好感度:“总的来说,您认为事实核查人员能够弄清事实,还是说他们的报道往往不准确?”(0=常常不准确,1=能弄清事实)、“总的来说,您对事实核查的总体看法是好是坏?”(1=非常不好,7=非常好)。相关分析结果显示两个题项高度相关(研究一: $r = 0.46, p < .01$;研究二: $r = 0.33, p < .01$),本文将二者取值转换到0-1值域范围内后取均值,创建了事实核查好感度的综合指数($M = 0.62, SD = 0.31$)。

事实核查熟悉度。本文采用7点量表(1=非常不熟悉,7=非常熟悉),询问受访者以下问题:“您对事实核查有多熟悉?”($M = 4.06, SD = 1.55$)。

事实核查使用频率。受访者采用7点量表(0=从不,6=经常),回答下

列问题:“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?”($M = 4.09, SD = 1.54$)。

2. 自变量

本文从新闻使用和媒介态度两个方面考察影响中国公众事实核查观的潜在因素。具体来看,新闻使用包括受访者对新闻的偏好与回避程度,媒介态度则表现为公众对媒体所持有的朴素媒介观和信任水平。这四个概念在研究一和研究二中各有侧重,分别得到不同程度的测量。

新闻偏好。研究一借鉴既有文献中的测量方式(Hameleers et al., 2017),采用7点量表(1=非常不同意,7=非常同意),针对个体的新闻使用情况,询问受访者在多大程度上同意以下说法:“我不想错过重要的新闻”“我喜欢复杂的新闻故事,即使它需要全神贯注才能理解”“我每天都会关注当日新闻”。三个题项的均值构成了新闻偏好指数,数值越高说明受访者的新闻偏好越强($M = 4.75, SD = 1.17, \alpha = 0.73$)。

新闻回避。在研究一的基础上,研究二从新闻回避的角度测量了受访者的新闻使用特征。受访者采用7点量表(1=非常不同意,7=非常同意)表示他们在多大程度上同意“当谈到国际新闻信息,有时无知才是幸福的”“当国际新闻信息出现时,我会故意转移视线”“我会故意忽略国际新闻信息”等六项陈述。六个题项取均值构成新闻回避指数,数值越高说明新闻回避的趋向越强($M = 3.20, SD = 1.20, \alpha = 0.72$)。

朴素媒介观。研究一参考法兹(Fawzi, 2019)的测量方式,以7点量表(1=非常不同意,7=非常同意)询问受访者在多大程度上同意关于我国媒体表现的七项表述,例如“媒体常常对公众隐瞒一些重要的社会事件”“在中国,所有媒体的报道都一样”“媒体报道无非是在支持政治或资本力量”等。七个题项的均值构成整体的朴素媒介观,数值越高表示受访者对媒体的综合评价越负面($M = 4.47, SD = 1.08, \alpha = 0.76$)。

媒介信任。研究一和研究二以不同方式对媒介信任做出了测量。研究一侧重于受访者对具体的新闻平台或机构的信任程度。具体而言,受访者运用7点量表(1=可信度极低,7=可信度极高,99=不知道)对新浪微博、微

信、百度、今日头条、果壳网和知乎等六家平台媒体($M = 5.04, SD = 0.93, \alpha = 0.74$)和澎湃新闻、新京报、环球时报、观察者网、南风窗等5家机构媒体($M = 5.18, SD = 0.76, \alpha = 0.56$)的可信度做出评价。

有别于研究一,研究二参考现有中文文献中有关媒介类别的划分方式(马得勇、黄敏璇,2023),着重考察受访者对不同类型媒体上新闻报道内容的信任水平。受访者通过7点量表(1=可信度极低,7=可信度极高)分别对官方媒体(中央电视台、新华社、人民日报的时政报道;地方电视台的时政新闻节目、政务类门户网站、政务类微博或微信公众号发布的新闻)($M = 4.96, SD = 1.46, \alpha = 0.72$)和非官方的网络媒体(自媒体平台新闻、论坛或网站的时政帖子)($M = 4.09, SD = 1.45, r = 0.43, p < .001$)所发布的报道和信息内容做出可信度评价。

3.控制变量

研究一和研究二分别纳入了一系列政治心理和社会人口学特征作为控制变量。政治心理变量在研究一中体现为受访者的国际政治知识水平($M = 2.66, SD = 1.38$)和分析性思维($M = 3.85, SD = 1.92$),在研究二中包括对各类媒体的权威信任($M = 4.51, SD = 1.19, \alpha = 0.85$)和对系统正当性的认同程度($M = 3.90, SD = 1.46, \alpha = 0.75$)。两项研究中分别控制了受访者的年龄、受教育程度、性别、家庭月收入、是否有工作和政治面貌六项社会人口学特征。

(三)分析方法

本文的研究重点在于从公众对事实核查的好感度、熟悉度和使用频率方面考察其事实核查观,并在此基础上探究影响其事实核查观的媒介—心理因素。为此,本文首先就受访者的事实核查观展开描述性分析,进而针对这一概念的三个面向分别估测一组OLS线性回归模型,以此检验可能在现实中推动或限制事实核查观发展的经验条件。

六、研究结果

(一) 描述性分析

回应 RQ1 有关中国公众事实核查观的整体状况,两项调查结果所展现的受访者对于事实核查的态度与行为反馈相差不大。如图 1 所示,首先,受访者对事实核查具有普遍的好感,两项研究中的好感度均值分别达 0.62 ($SD = 0.31$) 和 0.68 ($SD = 0.31$),显著高于量表的中位数[研究一: $t(507) = 8.58, p < .001$; 研究二: $t(891) = 17.78, p < .001$]。其次,受访者对事实核查的熟悉度居于中间水平,与量表的中位数持平[研究一: $M = 4.06, SD = 1.55, t(507) = 0.89, p = 0.37$; 研究二: $M = 4.02, SD = 1.63, t(916) = 0.37, p = 0.72$]。最后,受访者使用事实核查网站的频率也基本处于中间水平,未显著有别于量表的中位数[研究一: $M = 4.09, SD = 1.54, t(507) = 1.36, p = 0.18$; 研究二: $M = 4.10, SD = 1.86, t(916) = 1.60, p = 0.11$]。

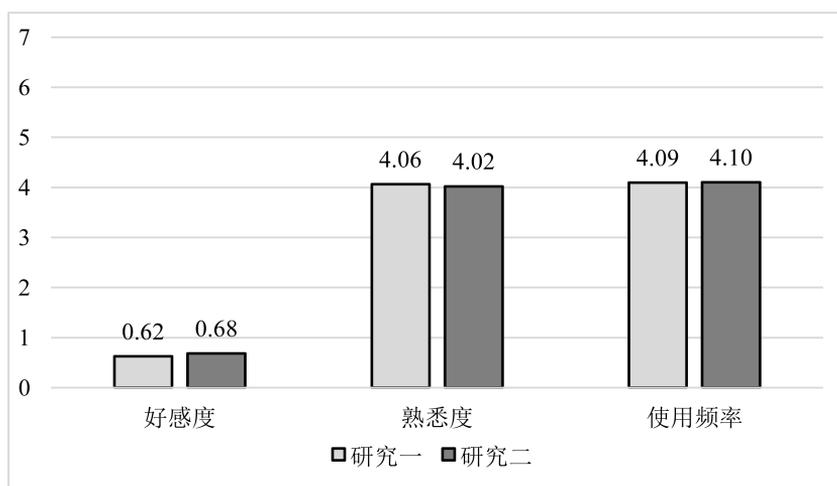


图 1 公众事实核查观的均值分布

(二) 影响公众事实核查观的媒介—心理因素

在描述性统计分析的基础上,本文转入对公众事实核查观的影响因素的考察。反映事实核查观的三个面向,即人们对事实核查实践的好感度、熟悉度和使用频率,表1呈现了三组共六个线性回归模型的结果。每一组模型对应事实核查观的一个维度,每一组下面的两个模型则分别呼应研究一和研究二的样本。各个模型中的“媒介—心理因素”是解读结果时重点关注的内容。从数据的总体拟合程度来看,六个模型中的自变量组合能够解释事实核查观不同面向中9%—24%的差异,显示出模型具有较好的解释力。

表1 预测媒介—心理因素对公众事实核查观的 OLS 线性回归模型

	好感度		熟悉度		使用频率	
	模型1 研究一	模型2 研究二	模型3 研究一	模型4 研究二	模型5 研究一	模型6 研究二
变量	<i>B</i> (<i>SE</i>)					
常量	-.21 (.13)	.30*** (.70)	2.07** (.59)	1.72*** (.38)	2.49*** (.62)	1.47** (.43)
控制变量						
年龄	.002 (.001)	.001 (.001)	-.03*** (.01)	.002 (.004)	-.02*** (.01)	.01 (.004)
受教育程度	.03* (.01)	.02* (.01)	-.42*** (.06)	.20*** (.05)	-.31*** (.06)	.21*** (.06)
女性	.04 (.03)	.01 (.02)	.05 (.12)	-.08 (.11)	-.001 (.13)	-.14 (.12)
家庭月收入	-.00 (.00)	-.00 (.00)	.00 (.00)	.00* (.00)	.00 (.00)	.00 (.00)
有工作	.02 (.03)	-.01 (.02)	.05 (.16)	-.03 (.11)	.12 (.16)	.02 (.12)
党员	-.04 (.03)	-.01 (.03)	.28 (.15)	.49** (.18)	.16 (.16)	.46* (.21)
国际政治知识	.03* (.01)	--	.04 (.05)	--	-.05 (.05)	--

续表

	好感度		熟悉度		使用频率	
	模型 1 研究一	模型 2 研究二	模型 3 研究一	模型 4 研究二	模型 5 研究一	模型 6 研究二
分析性思维	-.01 (.01)	--	-.10 ** (.04)	--	-.11 ** (.04)	--
权威信任	--	.04 *** (.01)	--	.12 * (.05)	--	.14 * (.06)
系统正当性	--	.01 (.01)	--	.10 ** (.04)	--	.10 * (.04)
媒介—心理 因素						
新闻偏好	.08 *** (.01)	--	.32 *** (.06)	--	.21 ** (.06)	--
新闻回避	--	-.04 *** (.01)	--	-.06 (.05)	--	-.16 ** (.05)
朴素媒介观	.03 (.01)	--	.03 (.06)	--	-.03 (.07)	--
机构媒体信任	.07 ** (.02)	--	.16 (.10)	--	.17 (.10)	--
平台媒体信任	-.02 (.02)	--	.37 *** (.08)	--	.38 *** (.08)	--
官方媒体新闻 信任	--	.05 *** (.01)	--	.02 (.05)	--	.11 * (.05)
网络媒体新闻 信任	--	-.02 * (.01)	--	.16 *** (.04)	--	.17 *** (.05)
修正 R^2	.15 ***	.16 ***	.24 ***	.09 ***	.16 ***	.10 ***

注: $N_1 = 503, N_2 = 878$, 表格内为非标准化回归系数, 括号内为标准误差; * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$ 。

表 1 中前两列有关事实核查好感度的分析结果(模型 1 和模型 2)显示, 受访者的新闻使用行为在此具有显著影响。新闻偏好越强的受访者对事实核查的好感度越高(研究一, $B = 0.08, p < .001$), 相反, 倾向于回避国际新闻

的人对事实核查的好感度则明显较低(研究二, $B = -0.04, p < .001$)。H1a和H2a分别被支持。

在媒介态度方面,研究一数据显示,朴素媒介观($B = 0.03, ns$)和平台媒体信任($B = -0.02, ns$)均未与公众对事实核查的态度呈现显著关联,而对机构媒体具有较高信任水平($B = 0.07, p < .01$)的受访者对事实核查的好感度更高。研究二的数据进一步延伸了这一结果:对官方媒体发布的新闻更信赖($B = 0.05, p < .001$),同时对非官方的网络媒体新闻信任度较低的受访者对事实核查与实践都更倾向于做出积极的评价($B = -0.02, p < .05$)。综合以上结果,H3a不成立,RQ2得到初步回应。

在所有的社会人口学特征中,受教育程度是唯一显著的正向影响因素(B 分别为0.03和0.02,均为 $p < .05$)。国际政治知识(研究一, $B = 0.03, p < .05$)以及权威信任($B = 0.04, p < .001$)各自有助于提升人们对事实核查的好感度。

对公众就事实核查熟悉度的分析如表1中间两组回归模型(模型3和模型4)所示,印证H1b,受访者的新闻偏好对其事实核查熟悉度具有显著的正向影响(研究一, $B = 0.32, p < .001$),新闻回避虽然在方向上预示着受访者可能对事实核查更为陌生,但这一结果未达到统计显著的水平($B = -0.06, ns$),H2b未成立。

媒介态度对事实核查熟悉度的影响几乎与其对好感度的预测力呈现出完全相反的趋向。一方面,受访者的朴素媒介观未能显著影响其对事实核查的熟悉度(研究一, $B = 0.03, ns$),H3b不成立。另一方面,受访者对平台媒体的信任(研究一, $B = 0.37, p < .001$)及其对非官方的网络媒体新闻的信任水平(研究二, $B = 0.16, p < .001$)显然对其了解事实核查具有更为积极正面的影响,RQ2得到进一步回应。

在社会人口学特征的影响方面,年龄与事实核查的熟悉度呈负相关($B = -0.03, p < .001$),而受教育程度在两项研究中呈现出相反方向的预测力(B 分别为-0.42和0.20,均为 $p < .001$)。

最后,事实核查观的第三个方面涉及公众对事实核查的行为反馈,即使用频率。表1最后两组回归模型报告了相关的分析结果(模型5和模型6)。

受访者对新闻的偏好和回避倾向再次显示出强劲的影响力:新闻偏好整体越强(研究一, $B = 0.21, p < .01$)、新闻回避整体越弱(研究二, $B = -0.16, p < .01$)的人越可能更加频繁地使用事实核查服务。H1c 和 H2c 分别获得支持。虽然个体的朴素媒介观对其事实核查的使用行为依旧不具有显著影响力(研究一, $B = -0.03, ns$), H3c 未成立,但公众对不同类型媒体及其内容的信任呈现出类似于对事实核查熟悉度的预测力。对平台媒体(研究一, $B = 0.38, p < .001$)和网络媒体新闻(研究二, $B = 0.17, p < .001$)信任水平更高的受访者更倾向于频繁使用事实核查网站。

七、结论与讨论

虚假信息并非新鲜事物,却在社交媒体的催化下呈现出泛滥的趋势。当新闻信息越是庞杂、公共话语质量遭遇危机之时,公众对事实真相的需求便越发迫切,作为制衡虚假信息手段的事实核查应运而生。如果说事实核查是新闻业用以应对数字化浪潮冲击所尝试的新闻创新,体现了新闻工作者对于专业精神的固守和捍卫,那么公众对事实核查的态度和行动反馈则预示着它在现实中的实践潜能。本文基于两项在线问卷调查,旨在描摹中国公众的事实核查观,并尝试从新闻使用和媒介态度等媒介—心理因素角度就这一观念的形成做出解释和预测。

本文首先观察到,两项研究中公众对事实核查抱有普遍的好感(RQ1a)。这或许跟事实核查进入中国后体现出的本土化特征有关。首先,平台主导的事实核查服务在我国存续的时间较长,基本可以实现规律性、持续性的内容更新。核查主要围绕健康、科学和民生等软性社会领域展开,成为公众实现健康决策、放松消遣和科学素养累积的重要资源(Liu & Zhou, 2022)。其次,平台主导的事实核查主要以“辟谣”的形式出现,相较于核查的过程,更强调对虚假内容简明的断定和有利的驳斥,这对面对网络信息过载的普通大众而言,是更为经济友好的呈现形式。当然本文无法排除受访者受社会期望(social desirability)的驱动而对事实核查的理念目标与预期效用做出积极评价的可能(Lyons et al., 2020)。

然而对事实核查持有好感并不意味着公众必然熟悉或者频繁使用事实核查(RQ1b和RQ1c)。相关分析显示,好感度与熟悉度及使用频率之间的相关系数并不高,而后两者之间达到中度相关的水平(研究一: $r = .62, p < .01$;研究二: $r = .56, p < .01$)。可以说公众对事实核查的好感度多建立在其对这一公共服务的工具性期待的基础上,熟悉度和使用频率则更为直接地关乎其使用事实核查的现实经历,反映出公众对事实核查更实际的接受程度。我们乐见公众对事实核查实践的肯定与接纳,但三者不对等的分布亦说明中国公众的事实核查观仍处于形成和发展的过程之中(闫文捷等,2023)。值得注意的是,事实核查的在地化过程面临着如何有效吸纳并转化新闻专业主义的理念和操作规范的挑战。以辟谣式核查为例,它在突出强调结论的同时,或将以牺牲事实核查的专业性规范为代价,譬如忽略提供声言信源、较少使用数据和叙事证据,以及在缺少充分实证的前提下断言论断结果等(Liu & Zhou,2022)。虽然本文未在问卷中要求受访者就不同类型的事实核查予以单独评价,但从整体结果来看,公众似乎并未对事实核查中可能存在的非专业化实践有足够的警惕。长期来看,这可能并不利于“基于事实与逻辑以求证真相”的慎思公众的形成,也因此或将削弱公众以公民个人身份进入事实核查领域的潜能。

更进一步,本文观察到个体的新闻偏好对其事实核查好感度、熟悉度和使用频率具有稳定、显著的正向影响(H1a-H1c)。与之对应,新闻回避不利于人们对事实核查好感度的养成和使用(H2a、H2c),虽也可能妨碍公众了解事实核查,但这一负面影响未达到统计显著(H2b)。无论是出于对特定事实核查新闻的接触,还是基于其他新闻对事实核查内容的援引,对新闻的关注有助于公众澄清周边的信息环境,消除潜在的错误观念并保持与外部世界的联结。在这个意义上,接触并使用新闻构成知情的民意和社会共识的基本要件。相反,新闻回避实实在在地阻碍了公众理解和接触事实核查,由此引发错误观念弥散,若得不到及时有效的纠正,个体或将被社会抛弃(周睿鸣、刘于思,2017)。

最后,关于媒介态度的影响,一方面,朴素媒介观对公众的事实核查观基本不具有统计学意义上的显著效果(H3a-H3c)。公众在现实中从对媒体

表现感到不满,进而转化为借助基于科学论证的事实核查以寻获事实性信息,尚存在文化和社会层面的机制性障碍。另一方面,机构媒体和官方媒体新闻的社会信任水平与公众对事实核查的好感度之间的正向关联,以及平台媒体信任与网络媒体新闻信任与熟悉度和使用频率之间普遍的正向关联(RQ2),再次印证了媒体与政治体制之间的结构性关联锚定了公众对媒介类型及其呈现内容的基本评价。但不容忽视的是,在机构媒体和官方媒体基于自身权威有助于公众对事实核查做出积极评价的同时,网络媒体平台和信息内容公信力的提升同样可能加强公众对事实核查的了解和使用。这与前文述及的由平台主导的辟谣式核查更常见于我国的媒介话语,及其重结论而轻论证的话语形态对用户更友好均不无关联。网络平台在推广普及事实核查,并使其由小众新闻形态进入主流视野方面所具有的潜能,值得事实核查研究者和实践者关注。

本文在社会人口学特征方面的发现虽不是解读的重点,但依旧可能为研究者带来一些启示。既有研究表明,男性、高收入群体通常会更频繁地使用包括专业事实核查网站在内的诸多方式来验证信息(Chia et al., 2022),但性别在本文的结果中始终未显示出对事实核查观具有任何显著影响,收入的预测力也仅仅体现在熟悉度一个方面。反而是受教育程度对好感度、熟悉度与使用频率呈现出稳定的影响,但需要注意的是,这一影响力的方向性并不稳定,仍待后续研究加以验证。另外,党员对事实核查的熟悉度、使用频率都较高,显示出政治面貌在中国场景下作为事实核查观预测指标的可能性。

作为一项探索性研究,本文无疑存在研究局限。首先,本文对事实核查的类型未做出明确区分,所尝试解答的问题也尚未触及这个层面。“核查”和“辟谣”构成中国语境下事实核查新闻的两套并行路径(闫文捷等, 2023),遵循着不同的设计方案和实践逻辑。专业事实核查的落脚点在于通过确证公共信息的事实性涵化知情公众、培育社会范围内的理性精神;辟谣式的核查以假定“谣言”存在危害为基本前提,视公众为虚假信息的被动受害者与潜在传播者。不同的设计理念和运行逻辑如何影响这两类事实核查在中国公众中的认知和接纳程度等方面的差异,需要研究者在后续研究中予以细致

解答。当然,探究这些差异并非将不同类别的事实核查活动完全剥离,进而区别待之,而是希望从受众的视角详细检视事实核查存在的现实状况,助力专业媒体与网络平台各施所长,并为双方在未来的事实核查实践中展开协作提供公意基础。融入比较的视野也将有助于研究者拓宽审视公众事实核查观的思路。事实核查在中国发展至今,已经体现出些许有别于其在欧美社会发展轨迹的差异。例如,事实核查在欧洲的开启时间先于中国,但西班牙、法国、意大利等国的公众对其熟悉程度似乎并未明显高于中国公众(Lyons et al., 2020)。这看似令人困惑,但类似的问题指向了理解不同媒介体制和社会情境下,公众在事实核查观及其形成的经验条件等方面存在的差异之重要性。这些问题也为具体探究和展望事实核查在中国的前景提供了思考的方向。

附表 研究一与研究二的样本描述统计和比较

	研究一 N = 508	研究二 N = 917	显著性检验
女性(%)	48.40%	48.50%	.001
年龄(岁)	37.64	38.13	-.65
本科及以上学历(%)	34.60%	26.70%	9.81 **
家庭月收入(元)	24910.54	32921.69	-2.02 *
有工作(%)	76.20%	51.10%	85.43 ***
党员(%)	26.20%	9.80%	66.19 ***

参考文献

- 白红义,2018.重构传播的权力:平台新闻业的崛起、挑战与省思[J].南京社会科学,(2): 95-104.
- 陈炜漫,谭慧琳,林未未,等,2023.中美核查新闻生产的比较分析:以俄乌冲突为例[J].全球传媒学刊,10(4):90-112.
- 李智刚,2022.事实核查:网络时代的舆论校准器:以《澎湃·明查》的新闻实践为例[J].青年记者,(13):37-39.
- 联合国,2020.打击虚假信息 联合国发起“核实”全球倡议[EB/OL].<https://news.un.org/zh/story/2020/05/1058042>.

- 罗斯,2017.观看的方法:如何解读视觉材料[M].肖伟胜,译.重庆:重庆大学出版社.
- 马得勇、黄敏璇,2023.网络舆论中的态度极化与虚假共识[J].国际新闻界,45(7):47-73.
- 倪天昌,朱润萍,黄煜,等,2022.霍夫斯泰德文化维度视域下媒介信任归因的差异探析:基于对欧洲24国资料的考察[J].国际新闻界,44(6):27-49.
- 澎湃新闻,2021.116天,澎湃明查的全球事实核查实践[EB/OL].https://m.thepaper.cn/newsDetail_forward_16093990.
- 吴涛,张志安,2022.新新闻生态系统中的事实核查及对新闻真实观的影响[J].新闻与写作,(7):37-45.
- 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[J].全球传媒学刊,9(3):156-174.
- 闫文捷,刘于思,周睿鸣,2023.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[J].新闻记者,(2):46-59.
- 虞鑫,陈昌凤,2016.美国“事实核查新闻”的生产逻辑与效果困境[J].新闻大学,(4):27-33,66,149.
- 郑佳雯,2020.开放的探索:事实核查实践与公共生活的相互依存——以“NJU核真录”为例[J].新闻记者,(8):20-31.
- 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[J].新闻记者,(1):36-44.
- AMAZEEN M A,2013. Making a difference:a critical assessment of fact-checking in 2012[EB/OL].<https://www.newamerica.org/new-america/making-a-difference/>.
- BRANDTZAEG P B , FØLSTAD A , DOMÍNGUEZ M Á C,2018. How journalists and social media users perceive online fact-checking and verification services[J].Journalism practice, 12(9):1109-1129.
- CHIA S C, LU F,GUNTHER A C,2022.Who fact-checks and does it matter? Examining the antecedents and consequences of audience fact-checking behaviour in HongKong[J]. The international journal of press/politics, 19401612221142439.
- CODDINGTON M, MOLYNEUX L,LAWRENCE R G,2014. Fact checking the campaign: how political reporters use Twitter to set the record straight (or not)[J]. The international journal of press/politics, 19(4):391-409.
- COTTER K,DECOOK J R, KANTHAWALA S,2022. Fact-checking the crisis: COVID-19, in-

- fodemics, and the platformization of truth[J].*Social media+society*, 8(1):1-13.
- CRISTINA T, MARK, S, JOEL L, 2019. There are 210 active fact-checkers in 68 countries, says the duke reporters' lab[EB/OL].<https://www.poynter.org/fact-checking/2019/there-are-210-active-fact-checkers-in-68-countries-says-the-duke-reporters-lab/>.
- EFCSN, 2022. The European code of standards for independent fact-checking organisations [EB/OL].<https://efcsn.com/code-of-standards/>.
- FAWZI N, 2019. Untrustworthy news and the media as "enemy of the people?" How a populist worldview shapes recipients' attitudes toward the media[J].*The international journal of press/politics*, 24(2):146-164.
- FLAMINI D, 2019. Most republicans don't trust fact-checkers, and most Americans don't trust the media[EB/OL].<https://www.poynter.org/ifcn/2019/most-republicans-dont-trust-fact-checkers-and-most-americans-donttrust-the-media/>.
- HAMELEERS M, BOS L, DE VREESE C H, 2017. The appeal of media populism: the media preferences of citizens with populist attitudes[J].*Mass communication and society*, 20(4):481-504.
- HUMPRECHT E, 2020. How do they debunk "fake news"? A cross-national comparison of transparency in fact checks[J].*Digital journalism*, 8(3):310-327.
- GOYANES M, ARDÈVOL-ABREU A, GIL DE ZÚÑIGA H, 2023. Antecedents of news avoidance: competing effects of political interest, news overload, trust in news media, and "news finds me" perception[J].*Digital journalism*, 11(1):1-18.
- GRAVES L, 2016. Deciding what's true: the rise of political fact-checking in American journalism[M]. New York: Columbia University Press.
- GRAVES L, BÉLAIR-GAGNON V, LARSEN R, 2023. From public reason to public health: professional implications of the "debunking turn" in the global fact-checking field[J].*Digital journalism*, 1-20.
- GRAVES L, CHERUBINI F, 2016. The rise of fact-checking sites in Europe[EB/OL].<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/research/files/The%2520Rise%2520of%2520Fact-Checking%2520Sites%2520in%2520Europe.pdf>.
- GRAVES L, GLAISYER T, 2012. The fact-checking universe in Spring 2012[EB/OL].<https://core.ac.uk/download/pdf/71362008.pdf>.
- GRAVES L, NYHAN B, REIFLER J, 2016. Understanding innovations in journalistic practice:

- a field experiment examining motivations for fact-checking[J].*Journal of communication*, 66(1): 102-138.
- KARLSEN R, BEYER A, STEEN-JOHNSEN K, 2020. Do high-choice media environments facilitate news avoidance? A longitudinal study 1997 - 2016[J].*Journal of broadcasting & electronic media*, 64(5):794-814.
- KYRIAKIDOU M, CUSHION S, HUGHES C, et al., 2022. Questioning fact-checking in the fight against disinformation: an audience perspective[J].*Journalism practice*, 1-17.
- KIM B, COOKS E, KIM Y, 2021. Thinking, checking and learning: testing a moderated-mediation model of social media news use conditional upon elaboration on political knowledge via fact-checking[J]. *Online information review*, 46(5):920-936.
- LIU Y, ZHOU R, 2022. "Let's check it seriously": localizing fact-checking practice in China [J]. *International journal of communication*, (16): 4293-4315.
- LU, Z, JIANG Y, LU C, et al., 2020. The government's dividend: complex perceptions of social media misinformation in China [R]. Paper presented at CHI Conference on Human Factors in Computing Systems.
- LYONS B, MÉROLA V, REIFLER J, et al., 2020. How politics shape views toward fact-checking: evidence from six European countries[J].*The international journal of press/politics*, 25(3): 469-492.
- MENG F, WEI J, ZHU Q, 2011. Study on the impacts of opinion leader in online consuming decision[C]//2011 International Joint Conference on Service Sciences, 140-144.
- MITCHELL W J T, 1994. *Picture theory: essays on verbal and visual representation*[M]. Chicago: University of Chicago Press.
- NYHAN B, REIFLER J, 2015. The effect of fact-checking on elites: a field experiment on US state legislators[J].*American journal of political science*, 59(3):628-640.
- NYHAN B, REIFLER J, 2015. Estimating fact-checking's effects: evidence from a long term experiment during campaign 2014 [EB/OL]. <http://www.americanpressinstitute.org/wp-content/uploads/2015/04/Estimating-Fact-Checkings-Efect.pdf>.
- PANEK E, 2016. High-choice revisited: an experimental analysis of the dynamics of news selection behavior in high-choice media environments[J].*Journalism & mass communication quarterly*, 93(4):836-856.
- PARK C S, 2019. Does too much news on social media discourage news seeking? Mediating role

- of news efficacy between perceived news overload and news avoidance on social media[J]. *Social media+ society*, 5(3):1-12.
- PORTER E, WOOD T J, 2021. The global effectiveness of fact-checking: evidence from simultaneous experiments in Argentina, Nigeria, South Africa, and the United Kingdom[J]. *Proceedings of the national academy of sciences*, 118(37).
- ROBERTSON C T, MOURÃO R R, THORSON E, 2020. Who uses fact-checking sites? The impact of demographics, political antecedents, and media use on fact-checking site awareness, attitudes, and behavior[J]. *The international journal of press/politics*, 25(2):217-237.
- SKOVSGAARD M, ANDERSEN K, 2020. Conceptualizing news avoidance: towards a shared understanding of different causes and potential solutions [J]. *Journalism studies*, 21(4):459-476.
- TILL B D, BUSLE M, 2000. The match-up hypothesis: physical attractiveness, expertise, and the role of fit on brand attitude, purchase intent and brand beliefs[J]. *Journal of advertising*, 29(3):1-13.
- TSFATI Y, BOOMGAARDEN H G, STRÖMBÄCK J, et al., 2020. Causes and consequences of mainstream media dissemination of fake news: literature review and synthesis[J]. *Annals of the international communication association*, 44(2):157-173.
- WALTER N, COHEN J, HOLBERT R L, et al., 2020. Fact-checking: a meta-analysis of what works and for whom[J]. *Political communication*, 37(3):350-375.
- WALKER M, GOTTFRIED J, 2019. Republicans far more likely than democrats to say fact-checkers tend to favor one side [EB/OL]. <https://www.pewresearch.org/short-reads/2019/06/27/republicans-far-more-likely-than-democrats-to-say-fact-checkers-tend-to-favor-one-side/>.
- WANG Y, MARK G, 2013. Trust in online news: comparing social media and official media use by Chinese citizens [C]//Paper presented at conference on computer supported cooperative work.
- XIE W, ZHAO Y, 2014. Is seeing believing? Comparing media credibility of traditional and online media in China[J]. *China media research*, 10(3):64-73.

pretation of issue relations during media coverage can help overseas audiences establish similar issue relationship associations. However, further analysis shows that there are differences in the specific discourse between overseas audiences and CGTN under the framework of same issues. The results of the sentiment analysis show that the effect of CGTN on setting the emotions of overseas audiences varies depending on the topics covered by the media. Under micro issues such as national image, national quality and national life, mainstream media CGTN have significant influence on the sentiment of overseas audiences, while under macro issues with obvious positive orientation, the impact may not be significant.

Keywords: Mainstream Media; International Communication; Network Agenda Setting; Affective Agenda Setting; Emotion

The Chinese Public's View of Fact-checking and Its Influencing Factors: Evidence from Two Online Surveys

Yan Wenjie, Song Shuang

Abstract: Fact-checking is a form of journalism innovation that has been growing rapidly around the world. As part of this worldwide trend, fact-checking emerged in China in recent years. Based on two online surveys ($N_1 = 508$, $N_2 = 917$), this study examines the Chinese public's attitudes and behavioral inclinations toward fact-checking in terms of their favorability, familiarity, and frequency of use of fact-checking. It is also aimed to examine the extent to which such views on fact-checking have been influenced by individuals' news use and general attitudes toward media. The results show that in general, the Chinese public views fact-checking positively, and that their tendencies to use or avoid news as well as different levels of media trust shape their views on fact-checking to different extent. This study sheds new light on the development of fact-checking in China from an audience perspective.

Keywords: Fact-checking; News Exposure; News Avoidance; Media

Trust; Journalism Innovation

Attitude is Important: A Study on the Influencing Factors of Environmental Protection Intention in the Public Sphere—Discussing the Moderating Role of Face Awareness

Tan Yunpeng, Zhang Nan, Huang Liyao

Abstract: As internal and external factors related to people's attitude and behavior, personality trait and social media have an important relationship with the public's intention to protect the environment. Through data analysis of 995 questionnaires, it was found that: (1) personality trait, social media environmental information exposure and intention to environmental protection in the public sphere are positively correlated; (2) Opinion leadership and the social media environmental information exposure can have a positive impact on the intention of environmental protection in the public sphere through environmental attitude; (3) Face awareness weakens the positive correlation between opinion leadership and environmental attitude. The study clarified the importance of personality trait and social media in the process of generating environmental protection intention in the public sphere; it is suggested that when promoting environmental protection through social media, not only the call of opinion leaders should be considered, but also the cultural factor.

Keywords: Opinion Leadership Characteristics; Environmental Information Exposure; Environmental Attitude; Face Awareness; Environmental Protection Intention in Public Sphere

“Fostering Data”: Digital Infrastructure and Labor Practices—Take the Cross-Border E-Commerce L Platform As an Example

Xu Tianmin, Lin Ying

Abstract: As a practical activity of digital platforms, cross-border e-com-