

研究論文

傳播生態理論視角下關謠資訊分享的 影響因素研究

吳曼麗^{ab}、裴一鳴^a

^a 華中科技大學新聞與信息傳播學院，武漢市，中國大陸

^b 教育部大數據與國家傳播戰略實驗室，武漢市，中國大陸

摘要

網絡謠言的持續氾濫引發了社會的廣泛關注。儘管政府組織和媒體平台在謠言的檢測和闢謠上做了諸多努力，但關謠資訊的傳播速度和傳播範圍有限，闢謠效果不佳，謠言的阻斷還需要網絡用戶積極參與關謠資訊的傳播。本研究基於傳播生態理論，採用訪談和問卷調查相結合的混合研究方法，旨在釐清用戶關謠資訊分享的影響因素。通過訪談，本研究發現用戶關謠資訊分享意願受技術、內容、社會和個人因素的影響；通過問卷調查得到的結果進一步表明，平台可信度、資訊質量、信源可信度和社會影響正向影響關謠資訊可信度，進而影

吳曼麗，華中科技大學新聞與信息傳播學院講師、教育部大數據與國家傳播戰略實驗室副研究員。研究興趣：健康傳播、虛假資訊傳播、社交媒體使用。電郵：mlwu@hust.edu.cn

裴一鳴，華中科技大學新聞與信息傳播學院廣播電視學系碩士研究生。研究興趣：虛假資訊傳播、健康傳播。電郵：pym2220208784@163.com

論文投稿日期：2024年1月10日。論文接受日期：2024年5月8日。

《傳播與社會學刊》，(總)第72期(2025)

響用戶的闢謠資訊分享意願。與預期結果不同的是，用戶負面情緒負向調節闢謠資訊可信度和闢謠資訊分享意願之間的關係。通過對資訊傳播過程中技術、內容、社會和個人因素的系統分析，本研究提供了理解網絡用戶闢謠資訊分享的綜合理論框架，研究結果可為鼓勵網絡用戶參與闢謠資訊分享提供思路，有助於促進網絡闢謠資訊的傳播，減少謠言的危害。

關鍵詞：闢謠資訊分享、闢謠資訊可信度、傳播生態理論、負面情緒

Research Article

A Communicative Ecology Study of Users' Sharing of Misinformation Correction

Manli WU^{ab}, Yiming PEI^a

^a Journalism and Information Communication School, Huazhong University of Science and Technology, Wuhan, Mainland China

^b Philosophy and Social Sciences Laboratory of Big Data and National Communication Strategy, Ministry of Education of the People's Republic of China, Wuhan, Mainland China

Abstract

The prevalence of online misinformation has gained worldwide attention. Although governments and media platforms have made efforts to detect and correct misinformation, the efficiency of misinformation correction is suboptimal due to the limited dissemination speed and scope of corrections. The effective control of misinformation calls for the active participation of online users in sharing corrections. This study builds on the communicative ecology theory and employs mixed research methods in an effort to uncover the predictors of users' intentions in sharing corrections. Through the use of

Manli WU (Lecturer). Department of Radio and Television, School of Journalism and Information Communication, Huazhong University of Science and Technology; Philosophy and Social Sciences Laboratory of Big Data and National Communication Strategy, Ministry of Education of the People's Republic of China. Research interests: health communication, misinformation diffusion, social media usage. Email: mlwu@hust.edu.cn

Yiming PEI (Master's Student). Department of Radio and Television, School of Journalism and Information Communication, Huazhong University of Science and Technology. Research interests: misinformation diffusion, health communication. Email: pym2220208784@163.com

Article History: Received on 10 January 2024. Accepted on 8 May 2024.

Communication and Society, 72 (2025)

interviews, this study reveals that users' intentions to share corrections are influenced by technological, content, social, and personal factors. The results of the online survey further indicate that platform credibility, information quality, source credibility, and social influence positively affect correction credibility, which then affects users' intentions to share corrections. Contrary to our expectation, users' negative emotions negatively moderate the relationship between correction credibility and their sharing intentions. By systematically analyzing technological, content, social, and personal factors in the information dissemination process, this study provides a comprehensive theoretical framework for understanding users' correction sharing. The results of the study can provide insights for encouraging users to participate in correction sharing, which can promote the dissemination of misinformation correction and reduce the threats of misinformation.

Keywords: correction sharing, correction credibility, communicative ecology theory, negative mood

引言

根據 Statista (2023) 發佈的全球數字人口報告，截至 2023 年 10 月，全球有 53 億互聯網用戶，佔全球人口的 65.7%。越來越多人參與到網絡資訊的傳播中，成為資訊的生產者、使用者和傳播者(郭路生等，2020)。然而，網絡平台中資訊生產的低成本、資訊傳播的低門檻、以及嚴格內容審核機制的缺乏造成了網絡謠言的氾濫(喻國明，2018)。謠言的傳播不僅影響公眾對於事實的科學認知，而且具有社會危害性(劉瑞生，2013)。美國、歐盟、中國等國家和相關組織都採取了完善法律、加強網絡平台管理和建立核查平台或機構等措施來應對網絡謠言。然而，由於網絡謠言數量多、闢謠話語單一且用戶使用第三方闢謠工具的積極性不高(周雅琦等，2020)，「傳謠一張嘴，闢謠跑斷腿」的現象頻現，闢謠效果有限。

謠言止於智者，謠言治理不應僅依靠平台的力量，還應發揮用戶的重要作用。事實上，一些平台提供了核查和舉報謠言的功能，但用戶很少使用(Gimpel et al., 2021)，在謠言治理中呈現出「缺場」狀態(楊正等，2021)。儘管有研究指出闢謠資訊能夠增強用戶的批判性思維，使用戶在資訊處理的過程中具有更強的辨別能力(Tanaka et al., 2013)，也可以抑制用戶的傳謠意願(呂途等，2020)。但是，面對闢謠資訊，用戶傾向於依賴其對資訊的初印象進行判斷，相信原始謠言，忽視闢謠資訊，造成「闢謠失靈」(屈楠偉等，2021；Flynn et al., 2017)。提高用戶對闢謠資訊的信任和分享有助於引導用戶參與謠言的協同治理(謝新洲、胡宏超，2022)，也有助於減少謠言的危害(Li & Chang, 2023)。因此，謠言的阻斷不僅需要依靠相關平台發佈權威有效的闢謠資訊，還需要充分調動網絡平台中廣大用戶群體參與闢謠資訊的傳播。

近年來，用戶的闢謠參與已經引起了學界的關注，已有研究主要探討了個人因素(Borah & Lorenzano, 2023)、資訊因素(Aruguete et al., 2024)和社會因素(Gimpel et al., 2021)對用戶參與謠言核查、舉報和糾正的影響。然而，減少謠言危害的關鍵是將糾正後的資訊傳播出去(Li & Chang, 2023)。儘管一些研究開始關注用戶的闢謠資訊分享，但多側重探討單一類型因素(如個人因素、資訊因素)對分享的影響(王晰巍

《傳播與社會學刊》，(總)第72期(2025)

等，2022；Chen et al., 2023；Yu et al., 2023）。既然網絡環境在謠言的快速傳播中發揮著重要作用，那麼有必要釐清網絡中的傳播生態對關謠資訊分享的影響（Yu et al., 2023）。然而，以往研究對關謠資訊分享的多重影響因素和其行為產生機制缺乏充分解釋。為了揭示用戶分享關謠資訊的影響因素和影響機制，本研究首先使用訪談法探索用戶關謠資訊分享意願的影響因素，並基於紮根理論構建用戶關謠資訊分享意願的理論模型；之後，使用問卷調查法，結合傳播生態理論進一步對理論模型進行分析與驗證。本研究的開展有助於豐富關謠資訊分享的研究視角，為推動用戶參與平台謠言治理、促進關謠資訊傳播提供建議。

文獻綜述

網絡謠言治理研究

由於謠言給政治、經濟和社會生活帶來了負面影響，學者們開始探究不同的方法以抑制謠言傳播。一些研究者關注不同的謠言檢測手段，如人工檢測、機器學習和深度學習等。人工檢測準確度高但耗費精力，基於機器學習的檢測雖能彌補人工檢測的不足，但在人工提取和選擇階段同樣需要耗費人力，因此目前主要通過深度學習來實現更好的檢測效果（高玉君等，2020）。使用技術手段檢測謠言，並對其進行攔截的方法已運用於臉書和X（前身為Twitter）平台的謠言治理中（Alkhodair et al., 2020; Devi & Karthika, 2021; Eysenbach, 2020）。從現實來看，完全清除網絡環境中的謠言傳播節點工程量大，並非易事。相比於刪除或者限制謠言傳播，發佈關謠資訊的效果更好（Askarizadeh & Ladani, 2021）。

現有研究從不同角度出發分析了關謠資訊有效性的影響因素，指出關謠主體、關謠內容、用戶個體因素等都會影響關謠資訊的有效性。在關謠主體方面，Guo和Zhang（2020）指出官方關謠平台依據其官方背景，發佈的資訊具有較高可信度，關謠效果較好。這是因為，用戶對資訊內容缺乏了解的情況下更容易根據信源可信度來對資訊進行

傳播生態理論視角下闢謠資訊分享的影響因素研究

評估，可信度更高的主體發佈的闢謠資訊更容易被用戶相信 (Kim et al., 2023)。在闢謠內容方面，既有研究主要關注資訊內容和內容呈現形式。相比僅駁斥謠言的單面說服策略，同時陳述謠言和闢謠資訊的策略說服效果更好 (劉中剛, 2017)；闢謠資訊的超鏈接、原創標識、文本長度等因素會影響闢謠資訊的傳播效果，視頻、圖片等視覺化元素更能增強說服力 (陳娟等, 2018；阮文翠、夏志傑, 2020)。還有一些研究探討了用戶個體因素對闢謠資訊有效性的影響，提出捲入度 (趙文軍等, 2023) 和媒介素養 (Borah & Lorenzano, 2023) 會影響用戶對闢謠資訊的接受。然而，上述研究將互聯網用戶看作闢謠資訊的被動接收者，未探討普通網民對闢謠的主動參與。

近年來，學界開始關注用戶在網絡謠言治理中的主動作用，探討了用戶對謠言的糾正。研究表明，個人動機 (Chen & Fu, 2022; Sun & Ma, 2023) 和能力 (Borah & Lorenzano, 2023)、社會規範 (Gimpel et al., 2021; Xiao, 2022)、信息框架 (Aruguete et al., 2024) 等因素都會影響人們對謠言糾正的參與。謠言的治理不僅需要用戶參與謠言糾正，還需要及時地將闢謠資訊傳播出去，減少謠言危害的關鍵是讓更多人了解真實資訊 (Li & Chang, 2023)。然而，謠言的傳播比真實資訊更遠、更快、更深、更廣 (Vosoughi et al., 2018)。在過去十年間，學界對網絡用戶的謠言分享展開了探討，對闢謠資訊分享的研究卻不足 (Yu et al., 2023)。與真實資訊相比，謠言更具有情緒引導性，二者傳播模式存在差異 (Vosoughi et al., 2018)，因此有必要關注用戶的闢謠資訊分享。儘管已有研究開始關注用戶對闢謠資訊的分享，但主要探討單一類型因素的影響，缺乏對影響因素的系統性分析 (Yu et al., 2023)。例如，王晰巍等人 (2022) 聚焦個人因素，指出動機、機會和能力會影響用戶對虛假資訊的闢謠意願。Chen 等人 (2023) 聚焦資訊因素，分析了闢謠資訊特點對用戶闢謠資訊轉發的影響。

總體來看，儘管已有文獻開始關注用戶在謠言治理中的積極作用，但對於用戶闢謠資訊分享的影響因素和影響機制還缺乏深入分析。具體體現為，在變量的選取上，已有研究大多聚焦個體因素和資訊因素，對個體所處的外部環境，比如發佈資訊的平台、個體的社會關係等資訊傳播生態中的其他因素探討不足，缺乏對用戶闢謠資訊分

《傳播與社會學刊》，(總)第72期(2025)

享的系統性思考。同時，已有研究僅討論了個體因素與闢謠資訊分享之間的因果關係，很少考慮個體因素導致的行為差異化。在研究方法上，現有研究以單一問卷調查為主，而用戶的闢謠資訊分享是一個複雜的過程，單一問卷可能無法揭示用戶闢謠資訊分享的過程。因此，本研究綜合考慮網絡謠言的傳播生態，結合訪談法與問卷調查法，基於傳播生態理論，探究用戶闢謠資訊分享的影響因素和影響機制。

傳播生態理論

傳播生態理論解釋了技術、內容和社會三者之間的動態關係，以及三者如何影響人類的行為與活動(Altheide, 1994)。傳播生態理論包含三個層面，即技術層、內容層和社會層(Foth & Hearn, 2007)。技術層由資訊技術和媒介組成，為傳播活動提供技術基礎設施，使得人際互動成為可能；內容層包括傳播活動中的主題或想法等實際內容；社會層描述了參與傳播活動中的人或群體，包括他們的社會結構和社會關係(Foth & Hearn, 2007)。

通過對不同層面因素的分析，傳播生態理論為理解用戶資訊傳播提供了綜合視角。一些研究者基於該理論分析了社交媒體平台中個體傳播健康知識的影響因素，發現健康平台的技術、健康資訊的內容及社交媒體平台中的同伴都會影響個體對健康資訊的傳播(Jin et al., 2019; Riaz et al., 2021)。該理論還被用於分析社交媒體平台質量、內容質量以及社交互動質量等三個層面的傳聞生態理論，對個體內容傳播的影響(Seol et al., 2016)。

網絡資訊傳播是一個複雜的過程，受多種因素影響(王晰巍等，2022)。以往謠言研究表明了平台技術因素、資訊內容因素以及社會因素會對用戶資訊行為產生影響。首先，平台特性會影響闢謠資訊的說服力。與非官方平台相比，官方平台發佈資訊具有高可信度，闢謠更具說服力(Guo & Zhang, 2020)。第二，資訊內容會影響闢謠資訊接受。例如，闢謠資訊的可讀性和闢謠資訊質量會影響用戶對闢謠資訊的接受(Wang et al., 2022)。第三，社會因素會影響人們對謠言的認知。例如，其他用戶對謠言的評估會影響個體對謠言的態度(Pennycook

傳播生態理論視角下闢謠資訊分享的影響因素研究

& Rand, 2019)。本研究中的闢謠資訊分享是網絡平台中的闢謠資訊內容在用戶之間的傳播，整個傳播生態中涉及平台、闢謠內容和用戶之間的社會互動(王晰巍等, 2022)。因此，有必要從技術、內容和社會層出發系統地探討以上幾類因素對用戶闢謠資訊分享的影響。傳播生態理論可以提供一個綜合的理論視角，探究以網絡平台為傳播媒介的闢謠資訊傳播生態中三個層面的影響因素及其影響機制。根據傳播生態理論，本研究將用戶闢謠資訊分享的影響因素分為內容層、技術層和社會層，系統地分析不同層面的因素對用戶闢謠資訊分享意願的影響。此外，本研究進一步對傳播生態理論進行拓展，探究個人認知和情緒在闢謠資訊分享中的作用方式。

研究設計與概念模型構建

本研究使用混合研究方法，採用探索性序列設計，將訪談法與問卷調查法相結合，以實現研究模型的構建和驗證。首先對參與闢謠資訊分享的用戶進行深度訪談，使用紮根理論對訪談資料進行分析，通過「開放式編碼—主軸編碼—選擇性編碼」自下而上識別和總結出影響用戶分享闢謠資訊意願的因素，並基於傳播生態理論，從技術、內容、社會和個人層面確定關鍵變量，為問卷設計提供基礎。鑒於前期質化研究的樣本僅涉及年輕群體，本研究採用問卷調查法收集更廣泛的樣本，參考中國互聯網絡信息中心(2023)的第52次《中國互聯網絡發展狀況統計報告》中的網民年齡和性別結構對樣本進行配額，以確保問卷調查中研究樣本的代表性，通過問卷資料的收集和分析對結構方程模型進行檢驗，來解釋技術、內容、社會和個人因素與用戶闢謠資訊分享意願之間的關係，驗證從第一階段質化研究和相關文獻中得出的假設。

訪談資料收集

本研究在前期文獻分析的基礎上初步擬定訪談提綱並根據預訪談結果進行調整，針對不同受訪者的回答和側重點設置區別化情境並採

《傳播與社會學刊》，(總)第72期(2025)

取開放式引導策略。訪談提綱主要包括三個部分：訪談對象個人資訊、關謠資訊接觸經歷和關謠資訊分享行為，訪談大綱包含的訪談問題主要有：

- (1) 您平時通過哪些渠道獲取關謠資訊？
- (2) 關謠資訊的哪些方面會影響您對它的信任與分享？
- (3) 您的家人/朋友如何看待這些關謠資訊？關謠平台中的其他用戶如何影響您對於關謠資訊的信任與分享？
- (4) 您在什麼樣的情形下會更願意分享關謠資訊？

已有研究發現，年輕群體更願意參與關謠 (Heiss et al., 2023)。因此，本研究採用目的抽樣和滾雪球抽樣，選取年輕群體作為訪談對象。訪談工作集中在2022年4月至5月，最終，共有20名年齡在18至25歲的受訪者參與了半結構化訪談，所有受訪者均接受過高等教育，並且在過去三個月內接觸過關謠資訊且具有關謠資訊分享經歷。每名受訪者的訪談時長約為30分鐘，經訪談對象允許採取錄音的方式整理成錄音資料。訪談結束後，研究者將錄音資料通過訊飛軟件的語音辨識功能轉錄成文本形成訪談筆記。

關謠資訊分享的影響因素：基於紮根理論的三級編碼

I. 開放式編碼

開放式編碼是研究人員對於經驗材料進行初步分解，並整理、歸納、總結出不同範疇的過程。本研究在訪談結束後，對錄音進行文本轉換共得到240條語句，經過研究員之間的探討，剔除掉諸如「沒有」、「不知道」、「無」等18條無效語句，共得到原始語句222條。編碼者在反覆閱讀文本資料後，儘量不帶任何預設和偏見整理原始訪談資料，使用NVivo11軟件進行分類歸納形成初始範疇。

傳播生態理論視角下闢謠資訊分享的影響因素研究

表一 開放式編碼結果

編號	初始範疇	原始語句
1	官方媒體可信度	一些官媒，比如人民日報、央視新聞這樣的媒體，其資訊來源更加全面，而且不會像有些自媒體為了流量去騙人。
2	社交媒體可信度	我經常從微信公眾號獲取闢謠資訊，認為來自公眾號的資訊比較可信，因為微信公眾號需要實名註冊，相對可信一些。
3	人際傳播可信度	從社會聯繫較緊密的人那裏獲得的資訊更可信。
4	平台專業性	有一個專門的平台肯定會好很多，因為闢謠資訊都整理在一起，更加綜合而且更加專業了，去搜索查看也比較方便，也能過濾一些虛假的資訊。
5	平台流行度	像抖音、微博、今日頭條這樣的網絡平台，流量較大，消息更新快，傳播也快，用戶較多，我覺得有利於闢謠的資訊傳播。
6	形式豐富性	闢謠資訊裏的資料、文字表述、信源、圖文、視頻多形式結合，越多越好。
7	謠言誤導性	社會上出現有關事件的誇張言論對自身行為容易產生誤導的時候，我就會更加關注闢謠資訊。
8	信息質疑	剛開始會相信，後來謠言越來越多，被欺騙過很多次就會對接觸到的資訊持懷疑和觀望態度，總體上我對闢謠資訊的信任度是逐漸下降的。
9	資訊有用性	當收到的闢謠資訊呈現出新的有意義的觀點時，我會認為它可信。
10	資訊及時性	闢謠是否及時會影響我對闢謠資訊可信度的判斷。
11	資訊相關性	那就看闢謠資訊說的內容是不是和我的生活有關，比如疫情期間流傳的蓮花清瘟能否預防新冠，如果是真的我就可能會想囤一點。
12	焦慮情緒	焦慮的時候就更相信闢謠資訊，因為闢謠資訊可以緩解我的焦慮，我也願意轉發闢謠資訊幫助別人緩解焦慮。
13	害怕情緒	如果是驚慌、恐懼的情況下，我會更加相信官方的闢謠資訊，主動遵從資訊中的指引採取相應行為（例：不傳謠、不信謠或者轉發闢謠資訊）。
14	從眾壓力	闢謠微博的轉評讚數據會影響我的看法，如果評論有較多的支持者那我會更相信資訊的真實性。
15	意見領袖可信度	比如一些有很多粉絲或擁護者的微博大V，他們的本職工作可能就是在政府或者是相關行業工作，他們獲得的消息可能更加準確，他們說的話我覺得可信度會比一般的媒體更高一些。

II. 主軸編碼

主軸編碼是紮根理論中的二級編碼，通過對開放式編碼的聚類分析，發現這些範疇之間的潛在邏輯關係，形成更具有概括性、抽象性的編碼結果。本研究通過對記錄資料的分析，最終形成了六個主範疇和四個維度，分別為闢謠平台可信度、資訊質量、社會影響、信源可信度、謠言風險感知和負面情緒六個主範疇，進而歸納為技術、內容、社會和個人四個維度。

《傳播與社會學刊》，(總)第72期(2025)

表二 主軸編碼結果

維度	主範疇(維度)	對應範疇	概念
技術	關謠平台可信度	平台專業性	平台具有較高的專業性
		平台流行度	平台具有通暢的資訊傳播渠道
內容	資訊質量	資訊相關性	資訊與個人相關程度的感知
		資訊有用性	資訊接收者對信息有用程度的感知
		資訊及時性	資訊的更新頻率及時
	信源可信度	形式豐富性	內容呈現給資訊接受者的形式豐富程度
		官方媒體可信度	來自官方媒體的資訊可信度
		社交媒體可信度	來自社交媒體的資訊可信度
		人際傳播可信度	來自社會聯繫緊密的人提供資訊的可信度
社會	社會影響	從眾壓力	資訊接收者對資訊的接受和決策會受到親近社會關係層面的影響，例如家人、朋友
		意見領袖可信度	資訊接收者對資訊的接受和決策會受到權威人士的影響，例如意見領袖
個人	謠言威脅感知	謠言誤導性	擔心受謠言信息誤導
		信息質疑	受謠言資訊影響對接收的資訊產生質疑
	負面情緒	焦慮情緒	感到焦慮的負面情緒
		害怕情緒	感到恐懼的負面情緒

同時，我們以關聯式結構的方式描述關謠資訊分享的影響因素，解析以上六個概念的潛在脈絡，探析其中的邏輯關係，形成理論構架。表三中表明關謠平台可信度、資訊質量、社會影響、信源可信度、謠言風險感知和情緒因素六個主範疇對關謠資訊的分享意願存在影響。其中，關謠平台可信度、資訊質量、社會影響、信源可信度是外部傳播生態因素，直接影響用戶對關謠資訊可信度的判斷；而謠言風險感知和負面情緒因素作為個人因素是內部因素，它會影響關謠資訊可信度和關謠資訊分享意願的聯結關係。

III. 選擇性編碼

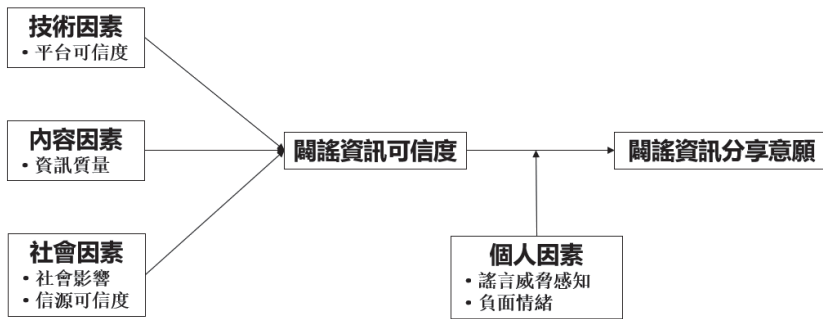
本研究旨在探索影響關謠資訊分享的典型關聯式結構，構建了「傳播生態—關謠資訊可信度—關謠資訊分享意願」的理論框架，揭示了關謠資訊分享的影響因素及其作用機理。概念模型如圖一所示。

傳播生態理論視角下闢謠資訊分享的影響因素研究

表三 基於主軸編碼的典型關聯式結構

典型關聯式結構	關聯式結構內涵
傳播生態—闢謠資訊可信度—闢謠資訊分享意願	闢謠資訊傳播生態是闢謠資訊可信度的影響因素，它直接影響用戶對闢謠資訊可信程度的判斷，而用戶對可信度的理念會作用於實踐，對於闢謠資訊的感知可信度越高，越願意進行闢謠資訊分享
技術因素影響闢謠資訊可信度	技術因素是影響闢謠資訊可信度的傳播生態條件，它影響用戶對闢謠資訊的信任程度
內容因素影響闢謠資訊可信度	內容因素是影響闢謠資訊可信度的傳播生態條件，它影響用戶對闢謠資訊的信任程度
社會因素影響闢謠資訊可信度	社會因素是影響闢謠資訊可信度的傳播生態條件，它影響用戶對闢謠資訊的信任程度
闢謠資訊可信度影響闢謠資訊分享意願	闢謠資訊可信度作為用戶的認知會影響到用戶的闢謠資訊分享意願
個人因素調節闢謠資訊可信度對闢謠資訊分享意願的影響	個人因素是影響闢謠資訊分享的內在條件，用戶闢謠資訊信任對其闢謠資訊分享意願的作用會受到個人因素的影響

圖一 用戶闢謠資訊分享影響因素的概念模型



有效性分析

I. 理論飽和度檢驗

本研究整理正式訪談的文本資料得到了部分概念範疇，然後對剩下的正式訪談文本資料進行紮根編碼，進一步補充和完善新的概念範疇。由於本研究採用了目的抽樣和滾雪球抽樣，直到收集到的資訊達到飽和

《傳播與社會學刊》，(總)第72期(2025)

即可停止(陳向明, 2000)。當進行到第16份訪談文本編碼時,本研究發現已無法得到新的概念範疇,說明已有的概念範疇較為完善。通過繼續對剩下的四份訪談文本資料進行編碼,本研究發現所得到的概念範疇基本可以被已有的概念範疇所包含,表明達到理論飽和度。

II. 信效度分析

在訪談前,研究人員通過預訪談情況對訪談大綱進行修正。在訪談過程中,充分尊重受訪者的回答並對不理解的情況進行記錄。在訪談結束後,使用專業錄音文本識別軟件並輔以人工檢查,確保訪談文本和錄音內容一致,並且不存在遺漏情況。為了確保編碼員間的信度,本研究使用霍爾斯蒂公式: $R=2N/(N1+N2)$,其中R為信度指數,N為分類數量,N1為第一分類數,N2為第二分類數。一般來說,R \geq .80時,表明分類間信度較好,可以接受。本研究中,每一步編碼中信度指數均高於.80,因此本次訪談整體信度較高。同時,為了避免編碼員主觀判斷所造成的誤差,在編碼結果的呈現中,盡可能使用被訪者的原文來說明概念。在獲得各層級編碼之後,參考已有文獻來確定最終範疇,從而確保了研究的有效性。

研究假設與數據分析

根據紮根理論所得概念與關聯式結構,本研究基於傳播生態理論進一步探究影響用戶分享關謠資訊的影響因素。由於在訪談中受訪者提到了個人因素對關謠分享的影響,我們將對傳播生態理論進行拓展,綜合考慮技術層、內容層、社會層和個體層因素對用戶分享關謠資訊的影響。

研究假設

平台可信度是影響用戶交流的重要條件(Jin et al., 2019; Riaz et al., 2021)。關謠平台作為關謠資訊的發佈主體,其可信度是影響用戶對關謠資訊感知可信度的重要依據。通常來說,用戶認為依託於官方背景

傳播生態理論視角下闢謠資訊分享的影響因素研究

的闢謠平台更加權威，所發佈的闢謠資訊可信度更高 (Guo & Zhang, 2020)，因此，本研究認為：

H1：平台可信度正向影響闢謠資訊可信度。

資訊質量是個人評價資訊對其有用程度的主觀判斷 (查先進等，2015)。已有研究發現，資訊質量與用戶的資訊滿意度和資訊採納有關，用戶對高質量的資訊滿意度更高 (李健等，2018)，而且在行為上更傾向分享高質量的資訊 (王少劍、汪玥琦，2015)。因此，本研究提出：

H2：資訊質量正向影響闢謠資訊可信度。

信源可信度是用戶對資訊的發佈來源可信任程度的主觀判斷 (查先進等，2015)，當用戶對資訊內容把握不定時，信源可信度可以是一個參照。闢謠實質是一種說服傳播，信源可信度越高，資訊的說服力越大，也就意味著用戶對資訊的接受程度更高 (薛可等，2018)。因此，本研究提出：

H3：信源可信度正向影響闢謠資訊可信度。

社會影響是指用戶會受到來自家人、朋友或者其他人的影響 (王晰巍等，2022)。社會影響會影響用戶對闢謠資訊的判斷。網絡中他人的闢謠資訊傳播行為會增加用戶對闢謠資訊的信任 (王晰巍等，2022)。因此，本研究提出：

H4：社會影響正向影響闢謠資訊可信度。

用戶對於闢謠資訊的認知會影響其闢謠參與行為。闢謠資訊可信度用來衡量用戶對接收到的闢謠資訊的感知 (唐雪梅、賴勝強，2020)。政府或官方媒體發佈的闢謠資訊因其專業與權威性，用戶認為更可信，因而轉發量更高 (陳娟等，2018)。因此，本研究提出：

H5：闢謠資訊可信度正向影響闢謠資訊分享意願。

謠言威脅感知是指用戶面對互聯網中良莠不齊的資訊時，個體擔心受到欺騙而感知到的威脅。張衛東等 (2019) 認為謠言是一種風險，會影響到個體的心理和決策行為。因此，當個體相信闢謠資訊時，謠言所帶來的威脅越大，人們越願意進行闢謠資訊的分享。因此，本研究提出：

《傳播與社會學刊》，(總)第72期(2025)

H6：謠言威脅感知正向調節關謠資訊可信度和關謠資訊分享意願之間的關係。

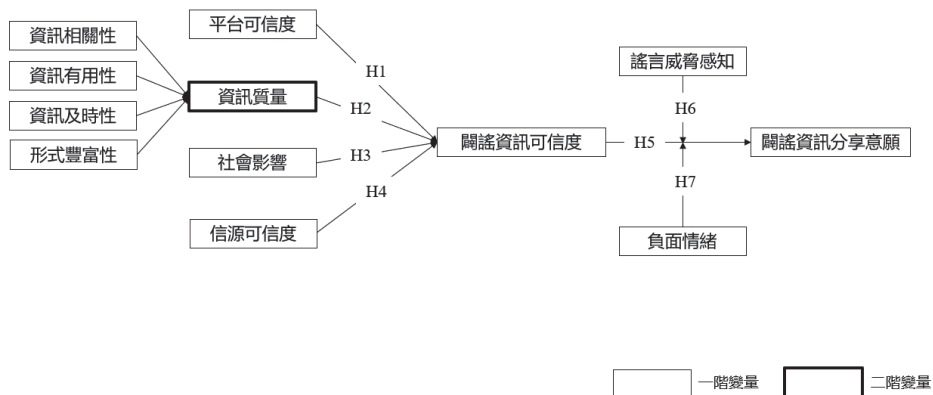
關謠資訊可以削減謠言的不確定性，緩解人們的恐慌和焦慮等負面情緒 (Zeng & Zhu, 2019)。Forgas 和 Tan (2013) 發現在負面情緒的影響下，用戶會減少內心自私的衝動，更加關注外在的資訊環境。因此，面對可信度高的關謠資訊，處於負面情緒影響下的用戶更願意分享關謠資訊以緩解負面情緒。基於此，本研究提出：

H7：負面情緒正向調節關謠資訊可信度和關謠資訊分享意願之間的關係。

模型建構

本研究結合紮根理論結果和現有文獻構建研究模型 (圖二)，將平台可信度、資訊質量、信源可信度和社會影響作為自變量，其中資訊質量構建成二階反應——形成性變量，由資訊相關性、資訊及時性、資訊有用性和形式豐富性四個一階變量所構成，平台可信度、社會影響、信源可信度、謠言威脅感知、負面情緒、關謠資訊可信度和關謠資訊分享意願均為一階變量。

圖二 研究模型



數據分析與模型檢驗

I. 樣本選擇

本研究採用「問卷星」平台進行線上問卷收集，共回收509份，根據預測試的時間預估，剔除作答時間小於120秒大於1,200秒，答案重複率95%以上無效問卷，有效問卷共456份，有效率89.59%，其中，男性、女性比例分別為48.5%和51.5%；從年齡分佈來看，18至29歲年齡佔比31.1%，30至39歲佔比23.7%，40至49歲佔比17.3%，50歲以上佔比27.9%，基本符合中國互聯網絡信息中心2023年8月發佈的第52次《中國互聯網絡發展狀況統計報告》中的網民年齡結構；在受教育程度上，本科學歷佔比最大達到77.2%。

II. 變量測量

本研究涉及的變量測量均參考已有研究的成熟量表，並根據研究情境進行了調整。所有量表均採用七點李克特量表（從「非常不同意」=1分，到「非常同意」=7分）進行測量。變量如下：

平台可信度。參考Qin等人(2021)的研究，本研究根據被試獲取闢謠資訊的平台詢問他們在多大程度上同意以下陳述：(1)我認為這些平台是值得信任的；(2)我相信這些平台能幫助我了解事實的真相；(3)我相信這些平台在闢謠方面是專業的。

資訊質量。本研究將資訊質量作為二階形成性變量，採用二階結構可以減少結構模型中的關係數量，使路徑模型更加簡潔，還可以減少共線性問題(Sarstedt et al., 2019)。根據前期紮根理論所得結果，資訊相關性、資訊有用性、資訊及時性和形式豐富性都構成了資訊質量的一部分，將四個指標聯合起來解釋資訊質量能夠反應出用戶對於闢謠資訊質量的評估維度，更細化地理解闢謠資訊質量。因此，資訊質量由資訊相關性、資訊有用性、資訊及時性和形式豐富性四個一階反應性變量構成。

資訊相關性。本文參照查先進等人(2015)的研究，通過以下三個題項來測量被試對資訊相關性的看法：(1)闢謠資訊大多與我的日常生活是相關的；(2)闢謠資訊大多對我的日常生活有影響；(3)闢謠資訊大多對我的日常生活很重要。

《傳播與社會學刊》，(總)第72期(2025)

資訊有用性。本文參照賴勝強和唐雪梅(2017)的研究，通過以下三個題項測量資訊有用性：(1) 關謠資訊能幫助我更好地糾正對謠言的認知；(2) 關謠資訊裏大多有我需要的內容(包括事實、真相、知識等)；(3) 對我來說，關謠資訊提供了有用的內容。

資訊及時性。參考查先進等人(2015)的研究，本文採用以下三個題項測量資訊及時性：(1) 一般來說，關謠資訊是對近期傳播的謠言的反駁；(2) 關謠資訊的發佈大多是及時的；(3) 平台發佈關謠資訊時，我通常能及時收到。

形式豐富性。本研究對關謠資訊形式豐富性的測量參考了Gorla等人(2010)和Zheng等人(2013)的研究：(1) 關謠資訊的呈現形式大多是豐富的；(2) 關謠資訊的呈現形式大多是生動的；(3) 關謠資訊通常是多種呈現形式的組合。

信源可信度。參考查先進等人(2015)有關信源可信度的量表，本研究通過以下四項陳述測量關謠資訊的信源可信度：(1) 一般來說，提供關謠資訊的信源是可信的；(2) 一般來說，提供關謠資訊的信源是可靠的；(3) 一般來說，提供關謠資訊的信源是專業的；(4) 總體來看，平台中關謠資訊的提供者是該領域的專家。

社會影響。本研究參考Venkatesh等人(2012)的研究，並結合前期紮根理論中用戶所提及來自社會層面的影響進行改編，採用以下三個題項對社會影響進行測量：(1) 我會相信我家人推薦和轉發的關謠資訊；(2) 我會相信我朋友推薦和轉發的關謠資訊；(3) 我會相信權威和專業人士推薦和轉發的關謠資訊。

關謠信息可信度。參照唐雪梅和賴勝強(2020)的研究，我們從「準確、真實、值得信賴」三個維度來測量受訪者對關謠資訊可信度的同意程度：(1) 一般而言，關謠資訊很少有錯誤；(2) 我認為關謠資訊大多是真實的；(3) 我認為關謠資訊大多是值得信賴的。

關謠資訊分享意願。本文參考Lai和Yang(2015)的研究，通過三個題項對關謠資訊分享意願進行測量：(1) 我願意與他人分享關謠資訊；(2) 我會在社交媒體(微信、微博等)上分享關謠資訊；(3) 當我看到關謠資訊時，我會分享給其他人。

傳播生態理論視角下闢謠資訊分享的影響因素研究

謠言威脅感知。參照Laato等人(2020)的研究並結合禁根理論所得的概念闡釋，本研究通過以下三個題項來測量謠言威脅感知：(1)一般而言，謠言產生的負面影響較大；(2)謠言可能會誤導我對事實的判斷；(3)如果相信謠言，會對我產生不利影響。

負面情緒。本研究參考Laato等人(2020)的研究，通過以下三個題項來測量負面情緒：(1)閱讀有關社會風險的資訊時，我會感到焦慮；(2)閱讀有關社會風險的資訊時，我會感到害怕；(3)閱讀有關社會風險的資訊時，我會感到沮喪。

III. 測量模型檢驗

本研究採用SmartPLS 4.0進行數據分析。SmartPLS採用偏最小二乘法進行統計分析，對樣本量的要求較低，不要求資料呈正態分佈，能夠同時評估測量模型和結構模型，也更適合處理形成性變量(Hair et al., 2011)。在研究模型中，資訊質量被概念化為一個形成性二階變量，由資訊相關性、資訊有用性、資訊及時性和形式豐富度四個反應性一階變量組成，因此，本研究中是反應—形成性結構模型。根據Becker等人(2012)的建議，當高階模型為形成性層次結構時，採用兩階段分析方法更合適。

在第一階段，我們將資訊相關性、資訊有用性、資訊及時性和形式豐富度四個一階變量的所有指標作為資訊質量的指標，然後計算了各一階變量的因數載荷、Cronbach's α 值、組合信度(Composite Reliability, CR)值和平均方差萃取(Average Variance Extracted, AVE)值。由表四中的結果可知，本研究中Cronbach's α 和CR的值均高於.70，因此，信度分析結果可靠。AVE最小值為.61，高於.50的可接受閾值，表明量表的聚合效度較好(Garson, 2016)。同時，通過Fornell-Larcker標準，表五給出各一階變量之間的相關係數，對角線的數字為各變量AVE的平方根，從表五可知各變量AVE平方根值大於任意潛變量間的相關係數，表明本研究的測量量表具有較好的區別效度。

在第二階段中將資訊相關性、資訊有用性、資訊及時性和形式豐富性的潛變量係數用作二階變量資訊質量的形成指標。表六顯示了形成性變量指標權重的值、t值和方差膨脹因數(Variance Inflation Factor,

《傳播與社會學刊》，(總)第72期(2025)

VIF)，VIF值遠低於3，表明多重共線性不會對資訊質量的形成性測量造成威脅(Yang, 2021)。此外，資訊質量與資訊相關性、資訊有用性、資訊及時性和形式豐富性之間的相關性都很顯著，表明將資訊質量作為二階形成性變量是合適的。

H1、H2、H3和H4解釋了傳播生態中技術因素、內容因素和社會因素與闢謠資訊可信度之間的關係。結果表明，平台可信度($\beta = .19, p < .001$)、資訊質量($\beta = .18, p < .01$)、信源可信度($\beta = .39, p < .001$)和社會影響($\beta = .14, p < .05$)對闢謠資訊可信度有積極且顯著的影響。因此，本研究支持H1、H2、H3和H4四個假設。闢謠資訊可信度($\beta = .59, p < .001$)對闢謠資訊分享意願有積極且顯著的影響，表明用戶對闢謠資訊的感知可信度越高，越願意分享闢謠資訊，因此，研究假設H5成立。

H6和H7關注個體因素對闢謠資訊可信度和闢謠資訊分享意願關係的調節作用。結果表明，謠言威脅感知($\beta = .03, p > .05$)的調節效應不顯著，假設H6不成立；負面情緒($\beta = -.12, p < .05$)對闢謠資訊可信度和闢謠資訊分享意願之間的關係起到負向調節的作用，表明負面情緒越強烈的用戶，在闢謠資訊感知可信度更高的情況下更不願意對其進行分享，H7未得到支持。

在控制變量方面，年齡($\beta = -.09, p < .05$)對於闢謠資訊分享意願具有負向影響，表明年齡越大的用戶，越不願意分享闢謠資訊。性別($\beta = .05, p > .05$)、受教育程度($\beta = -.06, p > .05$)、收入($\beta = .06, p > .05$)等人口統計學變量均對闢謠資訊分享意願的影響均不顯著。

表四 一階變量的因數載荷、AVE、Cronbach's α 和CR值

變量	觀測項	因數載荷	AVE	Cronbach's α	CR
平台可信度(PC)	PC1	.86	.75	.84	.90
	PC2	.87			
	PC3	.87			
資訊相關性(IR)	IR1	.85	.75	.83	.90
	IR2	.87			
	IR3	.88			
資訊及時性(IT)	IT1	.70	.64	.71	.84
	IT2	.84			
	IT3	.84			

傳播生態理論視角下闢謠資訊分享的影響因素研究

變量	觀測項	因數載荷	AVE	Cronbach's α	CR
形式豐富性 (FR)	FR1	.85	.75	.83	.90
	FR2	.88			
	FR3	.86			
資訊有用性 (IU)	IU1	.75	.67	.75	.86
	IU2	.84			
	IU3	.86			
信源可信度 (ISC)	ISC1	.83	.69	.85	.90
	ISC2	.87			
	ISC3	.82			
	ISC4	.81			
社會影響 (SI)	SI1	.82	.68	.76	.86
	SI2	.84			
	SI3	.81			
謠言威脅感知 (MTP)	MTP1	.78	.61	.68	.83
	MTP2	.79			
	MTP3	.78			
負面情緒 (NM)	NM1	.89	.78	.86	.91
	NM2	.88			
	NM3	.88			
闢謠資訊可信度 (CC)	CC1	.76	.71	.79	.88
	CC2	.88			
	CC3	.88			
闢謠資訊分享意願 (CSI)	CSI1	.84	.76	.84	.91
	CSI2	.87			
	CSI3	.90			

為驗證闢謠資訊感知可信度的中介效應，本研究採用 Bootstrap 方法進行中介效應檢驗，通過 Bootstrap 法反覆運算五千次重複抽樣，在 95% 的置信水準下，結果顯示平台可信度、資訊質量、信源可信度和社會影響的置信區間均不包含 0，表明闢謠資訊可信度在平台可信度、資訊質量、信源可信度和社會影響對闢謠資訊分享意願影響的中介效應顯著，均為部分中介效應（見表七）。

《傳播與社會學刊》· (總) 第 72 期 (2025)

表五 區別效度檢驗

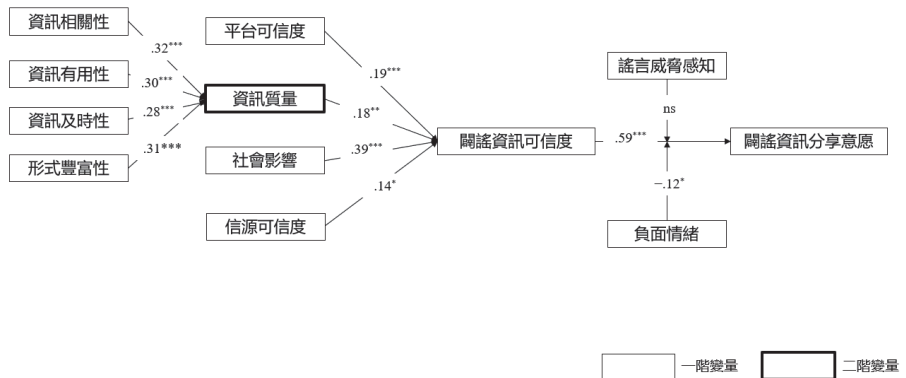
	PC	IR	IT	IU	FR	ISC	SI	MTP	NM	CC	CSI
PC	.87										
IR	.51	.87									
IT	.53	.60	.80								
IU	.62	.59	.61	.82							
FR	.46	.53	.59	.55	.86						
ISC	.65	.53	.61	.66	.51	.83					
SI	.57	.52	.54	.58	.54	.70	.82				
MTP	.36	.36	.36	.49	.30	.45	.42	.78			
NM	.15	.16	.09	.14	.12	.15	.22	.31	.88		
CC	.63	.49	.57	.61	.49	.72	.62	.41	.14	.84	
CSI	.60	.57	.54	.58	.51	.61	.60	.38	.20	.66	.87

註：對角線(加粗)表示AVE的平方根

表六 形成性變量的外部權重、t值和VIF值

形成性變量	觀測項	外部權重	t值	VIF
資訊質量	資訊相關性	.12	1.41	1.85
	資訊有用性	.53	7.10	1.92
	資訊及時性	.36	4.45	2.04
	形式豐富性	.17	2.02	1.74

圖三 研究模型結果



註：*** $p < .001$ ；** $p < .01$ ；* $p < .05$ ；ns 不顯著

傳播生態理論視角下闢謠資訊分享的影響因素研究

表七 中介效應檢驗

自變量	中介變量	因變量	中介效應檢驗					仲介效應	
			間接效應	95% 置信區間		直接效應	95% 置信區間		
			效應值 (標準誤差)	LLCI	ULCI	效應值 (標準誤差)	LLCI		ULCI
PC			.36 (.05)	0.26	0.45	.69 (.04)	0.60	0.77	部分 中介
IQ	CC	CSI	.57 (.06)	0.45	0.69	.92 (.05)	0.83	1.02	部分 中介
ISC			.35 (.06)	0.24	0.47	.73 (.04)	0.64	0.81	部分 中介
SI			.37 (.05)	0.27	0.47	.70 (.04)	0.62	0.79	部分 中介

討論和結論

網絡謠言的持續氾濫及其危害使得謠言治理成為亟待解決的問題。網絡用戶參與闢謠資訊分享可以加快闢謠資訊的傳播速度，擴大闢謠資訊的傳播範圍，減少謠言帶來的危害。本研究基於傳播生態理論，探討了闢謠資訊傳播過程中技術、內容、社會層因素對用戶闢謠資訊可信度及闢謠資訊分享意願的影響。研究結果顯示，闢謠資訊所發佈的平台更權威可信、闢謠資訊質量越高、信源可信度越高、社會影響越強，闢謠資訊可信度就越高，用戶分享闢謠資訊的意願就越強烈。值得注意的是，不同於以往研究，本研究將資訊質量作為二階形成性變量，從資訊相關性、資訊有用性、資訊及時性和形式豐富性四個維度揭示闢謠資訊質量的影響，更細緻地討論能夠為內容生產者提高闢謠資訊質量提供參考。此外，研究結果表明了平台可信度是影響闢謠資訊可信度和闢謠資訊分享的關鍵因素，這也為資訊發佈者在選擇闢謠資訊發佈平台提供了參考。

本研究根據紮根理論所得結果，進一步探討了個人因素在闢謠資訊可信度和闢謠資訊分享意願之間的調節作用。結果顯示，用戶的謠言威脅感知不會調節闢謠資訊可信度與闢謠資訊分享意願之間的關係。可能的解釋是本研究的訪談資料收集正值疫情期間，謠言對用戶

《傳播與社會學刊》，(總)第72期(2025)

的生命健康和經濟安全產生較大影響，用戶受到「信息疫情」的影響對謠言更敏感，而問卷發放期間疫情臨近結束，用戶對謠言的威脅感知不強烈。因此，謠言威脅感知的調節作用不明顯。負面情緒負向調節關謠資訊可信度與關謠資訊分享意願之間的關係，表明負面情緒越強的用戶，接觸到可信度更高的關謠資訊時，反而不願意分享關謠資訊，這與最初的研究假設不一致。本研究嘗試給出可能的解釋。首先，關謠資訊是對謠言資訊的反駁，接觸關謠資訊的用戶處於雙面資訊的影響下，負面情緒可能會減少人們對當前情形的感知控制 (Yin et al., 2014)，引發對模稜兩可情況的謹慎心態 (Forgas, 2002)。因此，負面情緒更強烈的用戶即便在接觸到可信度更高的關謠資訊時，出於謹慎考慮，也可能不願意立即進行關謠資訊分享。第二，大多數人使用網絡媒體是以享樂為目的，缺乏足夠的動機對網絡中的資訊進行深入思考 (Kim & Dennis, 2019)。Petty 和 Briñol (2015) 指出，除非有很強的動機，否則處於高情緒狀態下的人們通常採用簡單直接的資訊處理方式，付出較低的認知努力做判斷。因而，負面情緒強烈的用戶傾向於使用啟發式的資訊處理方式，而不是依賴於資訊的可靠性去採取行動。由此，負面情緒可能減弱關謠資訊可信度和分享之間的正向關係。

最後，研究結果顯示年齡對關謠資訊分享意願具有負向影響。這表明年輕用戶更傾向於分享關謠資訊，而年齡越大的用戶越不願意分享關謠資訊。可能的解釋是面對謠言帶來的負面影響，年輕群體的第三人效應更明顯，更有可能認為其他人受到謠言的影響要比自己更大 (Corbu et al., 2021)，更願意參與關謠 (Heiss et al., 2023)。因此，當年輕群體接觸到關謠資訊時，更願意傳播關謠資訊。此外，有研究發現，老年群體在接觸到關謠資訊後，對原始謠言資訊的信任反而會增加，產生逆火效應 (Vijaykumar et al., 2021)。這種適得其反的效果也可能是削弱老年群體的關謠資訊分享意願的原因。

研究意涵

首先，本研究關注用戶在網絡謠言治理中的積極作用，聚焦用戶對關謠資訊的分享。與近年來關注單一類型因素影響用戶關謠資訊分

傳播生態理論視角下闢謠資訊分享的影響因素研究

享的研究不同(王晰巍等, 2022; Chen et al., 2023), 本研究嘗試從多個層面理解闢謠資訊分享的影響因素。本研究通過訪談法提取了影響用戶闢謠資訊分享的多重因素, 並基於傳播生態理論將影響因素劃分為技術層、內容層和社會層, 而後使用問卷調查法進一步釐清各因素的影響, 為理解闢謠資訊分享提供了綜合框架, 填補了現有研究關於用戶闢謠資訊分享的研究空缺。

其次, 本研究考慮網絡闢謠資訊的傳播生態, 將傳播生態理論用於解釋網絡環境中用戶的闢謠資訊分享, 為闢謠資訊傳播研究提供了新的理論視角的同時, 拓展了傳播生態理論的應用場景。此外, 考慮到用戶分享闢謠資訊是一種個人行為, 存在個人差異性, 本研究將負面情緒作為調節變量, 並進一步闡明了其邊界效應, 有助於理解情緒因素在闢謠資訊分享中的作用。個人因素的探討也對傳播生態理論中的技術、資訊和社會因素進行了補充。

最後, 本研究採用訪談與問卷調查相結合的混合研究方法, 先使用訪談法定性建立多重因素對闢謠資訊分享的作用關係, 然後使用問卷調查法定量分析各因素對闢謠資訊分享的影響。混合研究方法的使用, 有助於克服現有闢謠研究採用單一研究方法的局限性, 訪談法和問卷調查法相結合, 可以更好地進行理論的建構和驗證, 有助於深入理解闢謠資訊分享影響因素的複雜性。

實務意涵

從實踐層面看, 本研究有助推動網絡用戶分享闢謠資訊, 並營造健康的網絡環境。首先, 本研究指出, 平台可信度會影響人們對闢謠資訊的信任和分享, 為媒體平台和相關機構促進闢謠資訊分享提供建議。相關媒體平台可以加強自身管理和資訊審核, 提升平台的可信度; 相關機構在發佈闢謠資訊時, 可以選擇可信度更高的平台, 以促使用戶積極參與資訊分享。第二, 通過將資訊相關性、資訊有用性、資訊及時性和形式豐富性作為資訊質量的一階變量, 本研究表明了闢謠資訊質量可由多個維度組成, 為提升闢謠資訊質量提供了重要參考。這一結果表明, 相關主體在發佈闢謠資訊時, 不僅需要關注資訊

《傳播與社會學刊》，(總)第72期(2025)

的有用性，還要注意闢謠的及時性，注重發佈與用戶相關的闢謠資訊，且應以豐富的形式呈現闢謠資訊，以此提升用戶對闢謠資訊的信任和分享。第三，本研究發現，用戶的負面情緒負向調節闢謠資訊可信度和資訊分享意願之間的關係，揭示了其對闢謠資訊分享意願的抑制效應。新冠肺炎疫情後，大量有關疫情和健康的謠言在互聯網中傳播，使人們產生害怕和焦慮等負面情緒。相關組織和平台，在及時發佈闢謠資訊的同時，還應採取措施及時安撫用戶負面情緒，以促進用戶對闢謠資訊傳播的參與，減少謠言危害。

研究限制與未來研究方向

本研究存在局限性，未來研究有可改進之處。首先，本研究僅探討了用戶闢謠資訊分享的影響因素，但闢謠參與還有多種表現形式，後續研究可考慮用戶的其他闢謠參與行為，分析其他闢謠參與行為的影響因素和影響機制。第二，本研究在選擇樣本時，基於網絡人口的性別和年齡分佈做了配額，但在教育程度和收入等方面，可能與整體的網絡人口情況有差異。儘管本研究使用了混合研究方法，使研究結果儘量嚴謹可信，控制變量的研究結果顯示，教育程度和收入對闢謠資訊分享的影響不顯著，但仍建議有條件的研究者，在未來能夠對樣本進行更精確的配額，提升樣本的代表性。第三，本研究考察了負面情緒對用戶闢謠資訊分享的影響。根據情緒的認知評估理論，不同情緒背後存在著認知差異(Yin et al., 2014)。每種情緒皆受獨特的認知評估模式所影響，不同類型的負面情緒可能對用戶行為產生不同的影響。未來研究可以考慮不同類型的負面情緒，更細緻地闡釋其在用戶闢謠資訊分享和闢謠參與中的影響。

披露聲明

本文作者未報告潛在的利益衝突。

Disclosure Statement

No potential conflict of interest was reported by the authors.

研究經費資助

本文受到教育部人文社會科學研究青年基金項目的資助(23YJCZH235)。

Funding

The work was funded by the Youth Project of Ministry of Education Foundation on Humanities and Social Sciences of China (23YJCZH235).

ORCID

吳曼麗 (Manli WU) <https://orcid.org/0000-0003-0078-7416>

裴一鳴 (Yiming PEI) <https://orcid.org/0009-0002-8289-971X>

參考文獻

中文部分 (Chinese Section)

中國互聯網絡信息中心 (2023年8月28日)。〈第52次中國互聯網絡發展狀況統計報告〉。上網日期：2024年3月11日，取自中國互聯網絡信息中心，
<https://www.cnnic.net.cn/n4/2023/0828/c88-10829.html>。

China Internet Network Information Center (2023, August 28). *Statistical report on the development of the Internet in China (No. 52)*. Retrieved March 11, 2024, from <https://www.cnnic.net.cn/n4/2023/0828/c88-10829.html>.

王少劍、汪玥琦 (2015)。〈社會化媒體內容分享意願的影響因素研究——以微博用戶轉發行為為例〉。《西安電子科技大學學報(社會科學版)》，第1期，頁19–26。

Wang, S., & Wang, Y. (2015). Factors influencing the willingness to share content on social media: A case study of Weibo users' reposting behavior. *Journal of Xi'an University of Electronic Science and Technology (Social Science Edition)*, 1, 19–26.

王晰巍、邱程程、李玥琪、孟盈 (2022)。〈突發公共衛生事件用戶闢謠信息傳播意願研究〉。《現代情報》，第1期，頁87–96、176。

《傳播與社會學刊》，(總)第72期(2025)

- Wang, X., Qiu, C., Li, Y., & Meng, Y. (2022). Research on user willingness to disseminate anti-rumor information during public health emergencies. *Modern Information, 1*, 87–96, 176.
- 呂途、陳昊、林歡、周建林(2020)。〈突發公共事件下網絡謠言治理策略對謠言傳播意願的影響研究〉。《情報雜誌》，第7期，頁87–93。
- Lü, T., Chen, H., Lin, H., & Zhou, J. (2020). The impact of strategies for managing online rumors during public emergencies on the willingness to spread rumors. *Information Journal, 7*, 87–93.
- 李健、張軍、苑清敏、王穎(2018)。〈在線商品評論對消費者效用的改進分析——基於信息質量和消費者滿意度理論視角〉。《情報科學》，第7期，頁137–144。
- Li, J., Zhang, J., Yuan, Q., & Wang, Y. (2018). An analysis of online product reviews on improving consumer utility: Based on information quality and consumer satisfaction theory. *Information Science, 7*, 137–144.
- 阮文翠、夏志傑(2020)。〈社交媒體用戶分享謠言信息意願的影響因素分析〉。《科學與管理》，第2期，頁39–44。
- Ruan, W., & Xia, Z. (2020). An analysis of factors influencing social media users' willingness to share anti-rumor information. *Science and Management, 2*, 39–44.
- 周雅琦、敬卿、牛宇(2020)。〈「全民戰疫」背景下圖書館參與虛假信息治理的研究〉。《圖書情報工作》，第15期，頁177–183。
- Zhou, Y., Jing, Q., & Niu, Y. (2020). Research on libraries' participation in managing false information during the “national war against epidemic” context. *Library Information Work, 15*, 177–183.
- 屈楠偉、夏志傑、王詣銘(2021)。〈基於用戶信息行為的社交媒體謠言效果研究〉。《情報科學》，第1期，頁111–119。
- Qu, N., Xia, Z., & Wang, Y. (2021). Research on the effectiveness of anti-rumor measures in social media based on user information behavior. *Information Science, 1*, 111–119.
- 查先進、張晉朝、嚴亞蘭(2015)。〈微博環境下用戶學術信息搜尋行為影響因素研究——信息質量和信源可信度雙路徑視角〉。《中國圖書館學報》，第3期，頁71–86。
- Zha, X., Zhang, J., & Yan, Y. (2015). Factors affecting users' academic information search behavior in Weibo: A dual-path perspective of information quality and source credibility. *Journal of the Chinese Library Science, 3*, 71–86.

傳播生態理論視角下闢謠資訊分享的影響因素研究

- 唐雪梅、賴勝強 (2020)。〈網絡闢謠信息如何影響受眾的感知可信度——信息介入度的調節效應〉。《國際新聞界》，第8期，頁27-48。
- Tang, X., & Lai, S. (2020). How online anti-rumor information affects audience's perceived credibility: The moderating effect of information involvement. *International Journalism*, 8, 27-48.
- 高玉君、梁剛、蔣方婷、許春、楊進、陳俊任、王浩 (2020)。〈社會網絡謠言檢測綜述〉。《電子學報》，第7期，頁1421-1435。
- Gao, Y., Liang, G., Jiang, F., Xu, C., Yang, J., Chen, J., & Wang, H. (2020). A review of social network rumor detection. *Electronic Journal*, 7, 1421-1435.
- 張衛東、樂碧雅、李松濤 (2019)。〈基於信息風險感知的網絡虛假信息傳播行為影響因素研究〉。《情報理論與實踐》，第9期，頁93-98、110。
- Zhang, W., Luan, B., & Li, S. (2019). Research on factors influencing the spread of online false information based on perceived information risk. *Theory and Practice of Information*, 9, 93-98, 110.
- 郭路生、廖麗芳、胡佳琪 (2020)。〈社交媒體用戶健康信息傳播行為的影響機制研究——基於風險認知與問題解決情境理論〉。《現代情報》，第3期，頁148-156。
- Guo, L., Liao, L., & Hu, J. (2020). Research on the influence mechanism of social media users' health information dissemination behavior: Based on risk perception and problem-solving context theory. *Modern Information*, 3, 148-156.
- 陳向明 (2000)。《質的研究方法與社會科學研究》。教育科學出版社。
- Chen, X. (2000). *Qualitative research methods and social science research*. Education Science Press.
- 陳娟、劉燕平、鄧勝利 (2018)。〈政務微博闢謠信息傳播效果的影響因素研究〉。《情報科學》，第1期，頁91-95、117。
- Chen, J., Liu, Y., & Deng, S. (2018). Factors influencing the effectiveness of anti-rumor information dissemination on government microblogs. *Information Science*, 1, 91-95, 117.
- 喻國明 (2018)。〈網絡謠言的文本結構與表達特徵——基於騰訊大數據篩選鑒定的6,000+謠言文本的分析〉。《新聞與寫作》，第2期，頁53-59。
- Yu, G. (2018). The textual structure and expressive characteristics of online rumors: An analysis based on over 6,000 rumor texts identified through Tencent big data screening. *Journalism and Writing*, 2, 53-59.

《傳播與社會學刊》，(總)第72期(2025)

- 楊正、胡象明、劉浩然(2021)。〈從「缺場」到「在場」：公眾在網絡謠言協同治理中的新「人設」及特徵〉。《電子政務》，第11期，頁69-79。
- Yang, Z., Hu, X., & Liu, H. (2021). From “absence” to “presence”: The new “persona” and characteristics of the public in collaborative governance of online rumors. *E-Government*, 11, 69-79.
- 趙文軍、孫麗、易明(2023)。〈在線健康謠言闢謠效果的影響機制研究：信息框架、信息來源及話題捲入度的作用〉。《圖書情報工作》，第4期，頁80-90。
- Zhao, W., Sun, L., & Yi, M. (2023). Research on the mechanisms influencing the effectiveness of online health rumor refutation: The roles of information framing, information sources, and topic involvement. *Library Information Work*, 4, 80-90.
- 劉中剛(2017)。〈雙面信息對闢謠效果的影響及闢謠者可信度的調節作用〉。《新聞與傳播研究》，第11期，頁49-63、127。
- Liu, Z. (2017). The impact of dual information on the effectiveness of refutation and the moderating role of refuter credibility. *Journalism and Communication Research*, 11, 49-63, 127.
- 劉瑞生(2013)。〈微傳播時代的網絡謠言特徵與治理路徑〉。《新聞與寫作》，第12期，頁14-16。
- Liu, R. (2013). Characteristics and governance pathways of online rumors in the era of micro-communication. *Journalism and Writing*, 12, 14-16.
- 賴勝強、唐雪梅(2017)。〈基於ELM理論的社會化媒體資訊轉發研究〉。《情報科學》，第9期，頁96-101。
- Lai, S., & Tang, X. (2017). Research on social media information retransmission based on ELM theory. *Information Science*, 9, 96-101.
- 薛可、許桂蘋、羅晨辰、趙袁軍(2018)。〈自然災害中網絡報導對大學生利他行為意願的影響——信源可信度與信息質量的相互作用〉。《浙江學刊》，第2期，頁105-112。
- Xue, K., Xu, G., Luo, C., & Zhao, Y. (2018). The impact of online reporting during natural disasters on college students' altruistic behavior willingness: The interaction of source credibility and information quality. *Zhejiang Journal*, 2, 105-112.
- 謝新洲、胡宏超(2022)。〈社交媒體用戶謠言修正行為及其影響路徑研究——基於S-O-R模式與理性行為理論的拓展模型〉。《新聞與寫作》，第4期，頁57-69。

傳播生態理論視角下闢謠資訊分享的影響因素研究

Xie, X., & Hu, H. (2022). Research on social media users' rumor correction behavior and its influencing paths: An expanded model based on the S-O-R model and the theory of rational behavior. *Journalism and Writing*, 4, 57–69.

英文部分 (English Section)

Alkhodair, S. A., Ding, S. H., Fung, B. C., & Liu, J. (2020). Detecting breaking news rumors of emerging topics in social media. *Information Processing & Management*, 57(2), 102018.

Altheide, D. L. (1994). An ecology of communication: Toward a mapping of the effective environment. *The Sociological Quarterly*, 35(4), 665–683.

Aruguete, N., De Nazaré Batista, F., Calvo, E., Guizzo-Altube, M., Scartascini, C., & Ventura, T. (2024). Framing fact-checks as a “confirmation” increases engagement with corrections of misinformation: A four-country study. *Scientific Reports*, 14(1), 3201.

Askarizadeh, M., & Ladani, B. T. (2021). Soft rumor control in social networks: Modeling and analysis. *Engineering Applications of Artificial Intelligence*, 100, 104198.

Becker, J., Klein, K., & Wetzels, M. (2012). Hierarchical latent variable models in PLS-SEM: Guidelines for using reflective-formative type models. *Long Range Planning*, 45(5–6), 359–394.

Borah, P., & Lorenzano, K. (2023). Who corrects misinformation online? Self-perceived media literacy and the moderating role of reflective judgment. *Online Information Review*, 48(4), 661–675.

Chen, J., Lin, Y., Tang, X., & Deng, S. (2023). Fostering netizens to engage in rumour-refuting messages of government social media: A view of persuasion theory. *Behaviour & Information Technology*, 43(10), 2071–2095.

Chen, L., & Fu, L. (2022). Let's fight the infodemic: The third-person effect process of misinformation during public health emergencies. *Internet Research*, 32(4), 1357–1377.

Corbu, N., Oprea, D., & Frunzaru, V. (2021). Romanian adolescents, fake news, and the third-person effect: A cross-sectional study. *Journal of Children and Media*, 16(3), 387–405.

Devi, P., & Karthika, S. (2021). Rumor identification and verification for text in social media content. *The Computer Journal*, 65(2), 436–455.

Eysenbach, G. (2020). How to fight an infodemic: The four pillars of infodemic management. *Journal of Medical Internet Research*, 22(6), e21820.

Flynn, D., Nyhan, B., & Reifler, J. (2017). The nature and origins of misperceptions: Understanding false and unsupported beliefs about politics. *Political Psychology*, 38(S1), 127–150.

Forgas, J. P. (2002). Feeling and doing: Affective influences on interpersonal behavior. *Psychological Inquiry*, 13(1), 1–28.

- Forgas, J. P., & Tan, H. B. (2013). To give or to keep? Affective influences on selfishness and fairness in computer-mediated interactions in the dictator game and the ultimatum game. *Computers in Human Behavior*, 29(1), 64–74.
- Foth, M., & Hearn, G. (2007). Networked individualism of urban residents: Discovering the communicative ecology in inner-city apartment buildings. *Information Communication and Society*, 10(5), 749–772.
- Garson, G. D. (2016). *Partial least squares: Regression & structural equation models*. Statistical Publishing Associates.
- Gimpel, H., Heger, S., Olenberger, C., & Utz, L. (2021). The effectiveness of social norms in fighting fake news on social media. *Journal of Management Information Systems*, 38(1), 196–221.
- Gorla, N., Somers, T. M., & Wong, B. (2010). Organizational impact of system quality, information quality, and service quality. *The Journal of Strategic Information Systems*, 19(3), 207–228.
- Guo, L., & Zhang, Y. (2020). Information flow within and across online media platforms: An agenda-setting analysis of rumor diffusion on News Websites, Weibo, and WeChat in China. *Journalism Studies*, 21(15), 2176–2195.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *The Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139–152.
- Heiss, R., Nanz, A., Knupfer, H., Engel, E., & Matthes, J. (2023). Peer correction of misinformation on social media: (In)civility, success experience and relationship consequences. *New Media & Society*. Advance online publication.
- Jin, X. L., Zhou, Z., & Yu, X. (2019). Predicting users' willingness to diffuse healthcare knowledge in social media: A communicative ecology perspective? *Information Technology and People*, 32(4), 1044–1064.
- Kim, A., & Dennis, A. R. (2019). Says who? The effects of presentation format and source rating on fake news in social media. *Management Information Systems Quarterly*, 43(3), 1025–1039.
- Kim, H., Khan, E. M., Huh, J., & Srivastava, J. (2023). Fighting negative rumors with trust-based rumor-refutation strategy. *Journal of Marketing Communications*, 29(7), 676–700.
- Laato, S., Islam, A. K. M. N., Islam, M. N., & Whelan, E. (2020). What drives unverified information sharing and cyberchondria during the COVID-19 pandemic? *European Journal of Information Systems*, 29(3), 288–305.
- Lai, C., & Yang, H. (2015). Determinants of individuals' self-disclosure and instant information sharing behavior in micro-blogging. *New Media & Society*, 17(9), 1454–1472.
- Li, J., & Chang, X. (2023). Combating misinformation by sharing the truth: A study on the spread of fact-checks on social media. *Information Systems Frontiers*, 25(4), 1479–1493.

傳播生態理論視角下闢謠資訊分享的影響因素研究

- Pennycook, G., & Rand, D. G. (2019). Lazy, not biased: Susceptibility to partisan fake news is better explained by lack of reasoning than by motivated reasoning. *Cognition*, 188, 39–50.
- Petty, R. E., & Briñol, P. (2015). Emotion and persuasion: Cognitive and meta-cognitive processes impact attitudes. *Cognition & Emotion*, 29(1), 1–26.
- Qin, L., Qu, Q., Zhang, L., & Wu, H. (2021). Platform trust in C2C e-commerce platform: The sellers' cultural perspective. *Information Technology and Management*, 23(4), 233–243.
- Riaz, M., Wang, X., Sherani, & Guo, Y. (2021). An empirical investigation of precursors influencing social media health information behaviors and personal healthcare habits during coronavirus (COVID-19) pandemic. *Information Discovery and Delivery*, 49(3), 225–239.
- Sarstedt, M., Hair, J. F., Cheah, J., Becker, J., & Ringle, C. M. (2019). How to specify, estimate, and validate higher-order constructs in PLS-SEM. *Australasian Marketing Journal*, 27(3), 197–211.
- Seol, S., Lee, H., Yu, J., & Zo, H. (2016). Continuance usage of corporate SNS pages: A communicative ecology perspective. *Information and Management*, 53(6), 740–751.
- Statista. (2023, October 25). *Internet and social media users in the world 2023*. Retrieved from <https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/>.
- Sun, M., & Ma, X. (2023). Combating health misinformation on social media through fact-checking: The effect of threat appraisal, coping appraisal, and empathy. *Telematics and Informatics*, 84, 102031.
- Tanaka, Y., Sakamoto, Y., & Matsuka, T. (2013). Toward a social-technological system that inactivates false rumors through the critical thinking of crowds. *Proceeding of 2013 46th Hawaii International conference on system sciences*, 649–658.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology. *Management Information Systems Quarterly*, 36(1), 157–178.
- Vijaykumar, S., Jin, Y., Rogerson, D., Lu, X., Sharma, S., Maughan, A., Fadel, B., De Oliveira Costa, M. S., Pagliari, C., & Morris, D. (2021). How shades of truth and age affect responses to COVID-19 (mis)information: Randomized survey experiment among WhatsApp users in UK and Brazil. *Humanities and Social Sciences Communications*, 8(1), 1–12.
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359, 1146–1151.
- Wang, Y., Tang, Y. Y., Zuo, J., & Bartsch, K. (2022). Exploring rumor combating behavior of social media on NIMBY conflict: Temporal modes, frameworks and strategies. *Environmental Impact Assessment Review*, 96, 106839.

《傳播與社會學刊》· (總) 第 72 期 (2025)

- Xiao, X. (2022). Let's verify and rectify! Examining the nuanced influence of risk appraisal and norms in combatting misinformation. *New Media & Society*, 26(7), 3786–3809.
- Yang, X. (2021). Exchanging social support in social commerce: The role of peer relations. *Computers in Human Behavior*, 124, 106911.
- Yin, D., Bond, S. D., & Zhang, H. (2014). Anxious or angry? Effects of discrete emotions on the perceived helpfulness of online reviews. *Management Information Systems Quarterly*, 38(2), 539–560.
- Yu, W., Payton, B., Sun, M., Jia, W., & Huang, G. (2023). Toward an integrated framework for misinformation and correction sharing: A systematic review across domains. *New Media & Society*, 25(8), 2241–2267.
- Zeng, R., & Zhu, D. (2019). A model and simulation of the emotional contagion of netizens in the process of rumor refutation. *Scientific Reports*, 9(1), 14164.
- Zheng, Y., Zhao, K., & Stylianou, A. C. (2013). The impacts of information quality and system quality on users' continuance intention in information-exchange virtual communities: An empirical investigation. *Decision Support Systems*, 56, 513–524.

本文引用格式

吳曼麗、裴一鳴 (2025)。〈傳播生態理論視角下關謠資訊分享的影響因素研究〉。《傳播與社會學刊》，第 72 期，頁 83–116。

Citation of This Article

Wu, M., & Pei, Y. (2025). A communicative ecology study of users' sharing of misinformation correction. *Communication and Society*, 72, 83–116.