

关键考虑因素：2019冠状病毒病疫情中的在线信息、错误和虚假信息（2020年3月）

本简报针对在2019冠状病毒病（COVID-19）大流行背景下，就信息、错误信息和虚假信息通过网络媒体特别是社交媒体网络而流通，提出了实务的考虑因素。它详细地分析了各种类型的网络媒体，社交媒体的主要参与者和具影响力的人，以及确保良好信息和阻断错误和虚假信息的策略。为了确定如何以正面和反面的方式来驾驭社交媒体，须要分析在不同渠道中流通、不同类型的信息及其传播方式与传播对象。

世界卫生组织(WHO)建议在突发公共卫生事件期间采取积极主动的传播工作，从而“鼓励公众采取保护行为，为升级的疾病监测开道，减少人们无所适从的感觉，并为更有效地分配资源创造条件——这些均为有效应对所必须的”。¹ 社交媒体拥有全球影响力，在突发公共卫生事件期间有必要对其特别加以考虑，世界卫生组织COVID-19全球研究路线图社会科学工作组也将它列为一项关键议题。通过所有媒体渠道进行及时、准确的传播，是确保民众对应急活动信心的一项关键部署。

Anthrologica (Nadia Butler和同事)为人道主义行动中的社会科学平台(SSHAP)编制了本简报，Jennifer Cole (伦敦大学皇家霍洛威学院)担任专家顾问。英国国际发展研究院(IDS)、伦敦卫生与热带医学院、诺丁汉特伦特大学、Novetta、Internews和全球疫情警报和反应网络(GOARN)的同事对本简报进行了审阅。SSHAP对本简报内容负全责。

考虑因素总览

- 当前的媒体环境有可能助长错误和虚假信息快速产生和传播，但社交媒体也可以用来迅速、有效地对抗错误和虚假信息。必须抓住并尽量利用社交媒体发挥这种积极作用的机会。
- 信息匮乏或反过来过多时，错误和虚假信息可以激增。错误和虚假信息的扩散可导致人们不遵从公共卫生措施，延续政治冲突和歧视，并且造成负面的心理和社会影响。
- 社交媒体是全球性的，但社交媒体用户的行为却具有独特的本土性。需要通过快速评估来全面了解人们喜爱的传播渠道、最信任的信息来源、读写水平和媒体素养，以及接受和分享消息时倾向采用的语言和形式。这些细节对在突发事件中与不同人群最有效地沟通不可或缺。
- 公共机构应该确保他们通过社交媒体分享给人们的信息是事实并且来自官方（如世界卫生组织、美国疾病控制与预防中心、卫生部等）。他们应该通过多种渠道推送信息并且保持讯息传达的一致。缺乏不断更新的信息可以产生一个信息真空，任猜测去填补。举报不准确的信息的责任应该属于从新闻机构以至个人用户的所有人。
- 人们更倾向采信并且分享的信息有几个特点，即传达的讯息清楚而简单、他们信任消息的来源和传播渠道、讯息与人们原有的想法吻合、讯息能与人们产生情感共鸣（例如诉诸幽默、恐惧或厌恶）；包含大量文字的讯息不如感性的内容般能吸引人们的注意力。人们对从多个信息来源（不管是什么来源）看到的一致信息，会感觉更安心，更愿意信任。错误和虚假信息在传播过程中获得接受和公信力也是基于同样的原因。
- 如果在错误和虚假信息冒头时没有处理掉，它们可以扩散开去。识别并且直接应对虚假信息，加上迅速辟谣，能够非常有效遏制它的扩散，并为可靠、相关的信息的传播腾出空间。谣言折射出来的，往往是潜藏在人们心中的焦虑或原本就抱持的社会或政治立场与信念，所以处理谣言的根源非常重要。传播工作聚焦于解决方案、让人们感觉有自救能力、希望和自主性，并建基于现有的资源与力量，有助舒缓恐惧，并促成人们遵从公共卫生建议。
- 在诸如突发公共卫生事件等瞬息万变的情况下，官方消息来源承认有些东西是他们不知道的，同时向公众保证一有新信息出现就会告诉大家，这是可以接受的做法。通过这种透明的做法，可以质疑那些传播没有证据支持的信息的人。
- 信任随双向对话的出现而产生。人们可使用的传播渠道必须让人们可以提问，而共享的信息中亦反映了这些问题的答案。通过这种方式，人们可以获得相关的信息并且看到他们的现实处境以及担忧在更广阔的传播环境中获得确认。
- 备受信任的专家和“有社会影响力的人士”应该获邀来帮助以更吸引大众的方式传播信息，而他们往往比官方消息来源更获人们信任。官方机构应与有社会影响力的人士合作，以增强关键讯息的传达。
- 与其冒着让信息流向WhatsApp等更私密的平台的风险去把信息审查掉，倒不如将信息标记为不准确，并在同一些渠道上代之以大量合乎事实的信息，这样做可能更有效。
- 要更好地了解错误的健康信息背后的来源与动机，并分析旨在遏制其传播和减轻其危害的措施的有效性，有需要进行更多的研究。

社交媒体在突发公共卫生事件中的作用

社交媒体是一种互动式的电子通讯形式，用户通过它创建在线社区来分享信息、想法、个人讯息和其他内容，并通过来分享、共同创建、讨论、参与和修改用户生成的内容或自行从网上筛选的内容。在突发公共卫生事件中，社交媒体发挥着越来越明显、也越来越重要的传播作用。数学模式推演显示，通过社交网络和有组织的公共卫生宣传运动获得的信息，有助于减缓疾病的传播和管理疫情防控。^{3,4,5} 社交媒体需要放在更广阔的传播生态系统中去理解，这个系统包括其他在线渠道以及如电视、电台、印刷媒体和面对面沟通等传统媒体。信息在这些渠道之间流通。社交媒体问世后迅速获人们采用，创造出崭新和层出不穷的机会，让信息以至错误和虚假信息均以前所未有的广度和速度为人们所分享。错误信息是人们误以为正确而分享给别人、但其实并不正确的信息，虚假信息是指故意分享给别人的不正确信息。两者的区别很微妙。同一个内容可以因为原发布者的动机而被视为具有虚假信息的特征，但它其后由对它信以为真的人所分享时，也可以被视为具有错误信息的特征。¹² 在社交媒体和其他在线平台有各种各样与COVID-19相关的内容在流通。⁶

在社交媒体上流通、与COVID-19相关的内容种类

事实信息：官方和专业机构、国家政府和在线新闻网站在其网站和社交媒体页面上发布关于COVID-19的准确和最新信息，包括病例数字、防控活动、疫苗和治疗方案进展，以及公共卫生建议。这些信息来源广受接触。^{8,9} 个人也会以容易理解的形式重新包装并且传播官方发布的事实信息。例如，一位美国高中生利用世界卫生组织和美国疾病控制与预防中心的数据绘制了一幅地图，目前由一支有40多名志愿者组成的团队负责维护，他们以众包方式从当地新闻报道和政府通报中采集关于新病例的信息。¹⁰ 事实信息也通过在reddit等网络论坛和个人社交媒体账户的发帖而获分享。除了健康信息之外，这些发帖的内容还可以包括更广泛的个人忧虑和对于当前形势的描述。

不完整或偏颇的信息：这类信息可能有误导性，但不一定不准确。过时的或断章取义的信息都属于这类，可以造成混乱、压力和谣言。例如，南安普顿大学的研究人员在推特上发布了一张过时的全球航空旅行地图，一些观看者把这幅地图错误解读为显示武汉实施封城前两周该城居民乘坐飞机出行的估算。后来，世界各地的新闻媒体又转载它，包括一位新闻报道员说，这幅地图显示有500万武汉居民逃离这座城市。¹¹ 以煽情的手法描绘事件的倾向也可以导致正在发生的事情以偏颇的形象出现。失诸偏颇的信息往往与某些政治议程相呼应，并可能与负面标签和仇外心理有关。

幽默的内容：这类帖子可能没有传达准确信息，但它们本来也没有打算被拿来当真。人们试图通过创造或许是幽默或讽刺的媒因（memes）和视频，来冲淡局势的沉重性。这些内容加重了与COVID-19相关的“信息疫情”。一些分析表明，虽然幽默的内容有宣泄和提供机会去团结人们的作用，但基于其潜在的权力结构和假设，这些内容也可能引发争议，在原本已存在压力的环境中可以成为引发紧张和对抗的导火线。

错误信息/虚假信息：关于COVID-19的错误和虚假信息继续广泛流传，在遭到反击前经常获多家媒体平台重复转载。¹⁶ 例如，坊间流传着有关COVID-19起源的猜测（例如，这种病毒是作为一种生物武器^{13,8} 开发出来的，或者创造这个病毒是为了贩卖疫苗谋利）。¹⁴ 坊间还流传着关于预防和病毒传播的虚假信息。有一条讯息列出关于病毒传播和治疗的错误信息和建议，它在各种平台和不同语言版本间不断改头换面，并赋予各种不同的出处，包括卫生专业人士和联合国儿童基金会。¹⁵ 人们开发了很多方法揭露网上流传的不准确信息，例如世界卫生组织开辟了“传言和事实”（myth busters）页面。⁷

用于传播COVID-19相关信息的社交媒体渠道

人们偏好的社交媒体平台因地域和人口统计学特征而异，也因应在在疫情爆发的不同阶段人们搜索信息行为的变化而异。人们初时倾向于使用他们熟悉的平台来交换疫情信息，但以健康为主题的网络论坛慢慢可以替代人们在理想情况下跟日常医疗保健服务提供者进行的讨论。¹⁷

在中国以外，脸书继续拥有全球最大的社交媒体市场份额（2020年2月为62%）。它是全球最流行的媒体，而优兔、推特、Instagram和WhatsApp等其他媒体的使用率则因地而异。¹⁸ WhatsApp是在脸书旗下的一个免费保密讯息传递应用程序，上面每个群组最多可以加入256名用户，这些群组在WhatsApp上直接交换加密格式的信息。在欧洲、非洲和亚洲，WhatsApp是被下载最多的应用程序之一。¹⁹ 在非洲部分地区，以WhatsApp分享新闻较用脸书和推特更流行。²¹ 所有类型的媒体都在WhatsApp中流通，包括音频档案、视频、文本讯息、图像和外部网站链接。因为它是私用的，所以在这个平台流通的信息难以受监控。^{19,22} 撰写本文时，reddit论坛的帖子“r/coronavirus”有130万名成员，不过值得注意的是，reddit的所有用户中近乎50%来自美国。²⁰

在中国，脸书、优兔和推特遭屏蔽，流行的替代品包括即时通讯应用程序微信、微博（类似推特的微型博客网站）、QQ空间（类似脸书和汤博乐的结合体）以及视频共享平台TikTok和抖音。自COVID-19疫情爆发以来，由于人们在隔离医学观察期间寻找新的沟通和自娱方式，这些平台的使用率大幅上升。微博的使用量增加了31%，视频分享平台抖音则增加了102%。中国政府已使用微博提供关于COVID-19的数据、详细信息和公共卫生讯息。除了用微博来获取卫生建议之外，中国的年轻人还用它来进行社交互动、参加“云狂欢”（虚拟舞会），并上传他们在隔离期间制作的诙谐视频。²³

在疫情爆发之初曾对政府的抗疫响应提出批评的在线账户已经消失，中国政府亦审查掉所有包含指向该病毒的词汇的帖子，而这些词汇的清单在不断变化。中国的“网民”（活跃于在线社区的人）不断寻找有创意的方法避开审查员，包括使用随审查员亦步亦趋的封杀而演变的缩写，甚至创造新语言。一篇对武汉一位吹哨人医生的访谈在微信上发布又迅速遭审查掉后，该文章又以摩尔斯电码、盲文、表情符号、古汉字、十六进制计算代码、昆雅语（J. R. R. 托尔金虚构的精灵语）和《星际迷航》中的克林贡语的形式重新出现。^{24,25}

主要参与者和具影响力的人

我们可以根据分享信息的动机来区分社交媒体的用户群体。了解这些动机对于确定最佳策略去发放官方信息和处理错误和虚假信息的传播至关重要。社交媒体领域现有三类主要参与者：事实信息散播者、可能出于善意或中立的意图而转发谎言的错误信息散播者，以及为谋取政治、经济或社会利益而制造并散播谎言的虚假信息制造者。这三类群体在传统媒体环境中也很活跃，然而，互联网的90-9-1法则指出，90%的社交媒体用户只消费信息，9%的用户会参与一些互动，1%的用户会经常参与互动。^{17,30}摆在面前的难题是要识别那10%可能会在任何一个在线社区中转发信息的人，并试图了解什么驱使他们这样做，同时要识别那1%有潜质可获邀去运用他们可能拥有的各种影响力以捍卫全球公共利益的活跃用户。有网络影响力的人往往拥有经济资源和社会文化影响力，在网络沟通上投入大量时间，并且具备影响算法的能力与知识。²⁶这些特质走在一起可以获正面增强，从而让这些用户建立他们的关注者群。在全球范围而言，使用互联网的机会并不平等，而且大多数在线内容都是英文。然而，在另一方面，网络环境又提供了一个公平竞技的舞台，因为没有经济资源、基础设施或正式资格的个人也能与掌握着更多资源的机构竞争。^{27,28,29}

事实信息的散播者：除了官方机构之外，具社会影响力的个人也会通过他们的个人社交媒体账户散播关于COVID-19的事实信息。诸如reddit等平台以及维基百科等其他众包平台设有健康论坛，这些论坛的用户已经形成了试图用事实信息来对抗错误信息的风气。reddit最近的一项研究表明，该社区的成员通常会给那些包含正确信息的帖子投票，这些帖子因而给放在显著位置，并变得更显眼。¹⁷专家也参与这些论坛，并以事实信息回答用户直接发布的问题。¹⁷众包社交媒体平台和官方平台各有所长。官方消息来源传递的是经确认属实的信息，而众包信息的来源或准确性可能就难以核实。另一方面，众包平台往往更迅速提供回应，也允许言论自由，而官方来源则可能反应迟缓，而信息要受政府或官方机构控制。

错误信息的散播者：这个群体中的人无意中传递了他们信以为真的不准确信息。用户必须受鼓励在转贴前核实消息。挑战权威的互联网用户给视为具有“社运人士”的特征，他们出于善意试图制造新知识，但不总是做得对，而“有魅力的业余人士可以成为具有影响力的错误信息来源。”²⁷文献已记载，那些不能及时对错误信息做出反应并且/或者纠正错误信息的专家机构，败给了那些更成功以有利于自己的方式使用社交媒体的机构。²⁷与受灾社区沟通（CDAC）网络将谣言分为三类：基于人们的希望而编造的愿望谣言、以焦虑为基础的恐惧谣言，以及基于威胁而创造的故意谣言。¹²在人道主义危机中，恐惧谣言通常是三者中最盛行的。

虚假信息的制造者和散播者：虚假信息的制造者不计其数，其中有政客、高调和知名的阴谋论者，以及那些希望攫取经济和社会利益的人。政府和组织，包括社交媒体平台在内，面临着越来越大的压力要去打击虚假信息。例如，纽约州总检察长最近命令美国广播节目主持人、阴谋论者亚历克斯·琼斯（Alex Jones）停止推广和贩售他误称能治愈COVID-19的产品。亚历克斯·琼斯一边声称美国国土安全部正在抢购应急食品，一边在他的网店上宣传口粮。³²他的网站有时达到140万的日访问量，超过了《经济学人》和《新闻周刊》等主流新闻媒体。^{33,34}无独有偶，美国电视福音传道者吉姆·巴克（Jim Bakker）因在其电视节目中推广所谓COVID-19治疗方法而遭起诉。³⁵研究表明，个人和团体试图从这类事件中获利，以煽情的手法描绘事件来壮大其受众基础并且/或者利用他们在社交媒体上的知名度创造可以转化为财务利益的“点击诱饵”。^{28,36}支持川普、阴谋论和反疫苗的组织匿名者Q声称，COVID-19是一场“有计划的”、“给散播出来的”疾病，是比尔·盖茨阴谋的一部分，这一阴谋论获得接受，包括在推特、面书和优兔上获多番转发。¹⁴在这次疫情中，美国官员还报告称，数以千计与俄罗斯有关的社交媒体账户发动有组织的舆论攻势，用多种语言发送几乎相同的讯息，宣称COVID-19是美国中央情报局制造的生物武器。这些账户曾经就其他全球事件发表过亲俄的言论，账户上可以找到类似俄罗斯新闻媒体（例如今日俄罗斯（RT）和卫星社（Sputnik））发布的讯息。³⁷值得注意的是，生物武器之说并非第一次出现，在过去爆发疫情时这种说法也曾流行过，包括西非的埃博拉³⁸和拉丁美洲的寨卡³⁹。人们发现，发生出乎意料或悲剧事件之后阴谋论激增，因为它有助人们解释或减轻失控或混乱感。^{48,49}合作伙伴意识到可能会出现阴谋论，就可以让他们准备好讯息，在这些阴谋论出现时给予迎头痛击。然而，另一些类型的虚假信息旨在加剧焦虑和制造混乱，使人们不再接触并且不再信任所有媒体。这类虚假信息及其潜在的影响是非常难对抗的。

简化性与措辞：能够流传开来的谣言和讯息通常都非常简单。⁴⁰引人注目、在文字或图像运用上巧妙的消息，更容易引发人们把它重述。简单又幽默的媒因（例如，带有诙谐文字的照片）、推文以及包括视频或音频记录在内的多媒体信息，更有可能被疯传。包括文盲或不习惯长时间专注文字为主的沟通的受众，都能轻易和迅速消化这些形式的讯息，甚至对而言。²⁸

了解社交媒体用户在疫情期间的行为和动机

疾病爆发分为三个显著不同的阶段，人们在每个不同的阶段会需要并且寻求不同类型的信息，并以不同方法达到这一目的。^{17,40}“危险尚在远处”是最早的阶段，这时个人与疫情爆发地距离遥远，没有受感染的真实和即时危险。“危险临近”阶段的特征是个人身处的地区已有确诊个案，但此人常去的特定地点并没有个案。如果个人密切交往的社交圈中已有人确诊并且个人接触过已染病者，则进入了“真正处于危险中”阶段。¹⁷在“危险尚在远处”阶段，人们聚焦于收集或消费信息，并且倾向于通过他们常用的新闻渠道开始察觉疫情。随着对疫情的关注度增加，人们开始更积极地搜索信息，在越来越多的信息来源上找资料，并且通过比较信息来源以判断信息的真伪。疫情发展到“危险临近”和“真正处于危险中”的阶段后，人们的行为变得更具协作性，在线社区会合力回答问题、提供建议或支持。进入“危险临近”阶段，人们更有可能开始在自己原本就在使用的社交媒体平台上发布提问帖或猜测帖。此外，他们还会开始拓展自己的信息来源，在很多平台上搜索专家建议，将可信度较低的信息来源与可信度较高的信息来源做比较。他们渴望获得更详细、更特定的信息，开始看重回复的速度而不是回答的准确性。这时，错误信息就有更为泛滥的可能。在“真正处于危险中”阶段，人们再次限制了他们的信息来源，从他们的亲密社交圈中获取并且分享线上和线下信息。当危险越来越逼近和切身，人们渴望从那些与他们有联系、有相同遭遇的人那里获得信息。^{17,41}

一个人是否会相信一条讯息、是否愿意在他/她的人际网络中分享这条讯息是由许多因素共同决定的，这些因素包括此人对于发送讯息者以及讯息传送渠道的信任度、原有的信念和偏见、政治和历史背景、这条讯息的接收者的情绪状态和诱因、就相关议题可获的信息量，以及该讯息本身的存在形式与风格。^{40,28}人们分享信息的动机有很多，可能是因为他们想要解释一个情况或一件事情，分享有用的或有趣的信息，自我界定为“知情者”，将信息当作通货使用以开拓社会关系，或感觉到与影响自己的事件有关联。¹²

对信息来源和渠道的信任：一条讯息是否会获采信，信任是重要的决定因素。如果信息是传递自一位获信任的朋友或家庭成员或一个获信任的、与接收者信念相符的新闻来源或权威，这项讯息获得相信的可能性就会比较大。⁴⁰生活在不同地区和不同社会背景的人最信任的消息来源会有所不同。在今天的数字文化中，在社交媒体上拥有大量关注者的“具影响力人士”，往往比公认的专家或官方消息来源更受人信任。²⁸研究人员已经辨认出信息交换过程中令讯息可信的4项元素，包括信息来源（对信息来源是否熟悉和信任）、讯息本身（是否相关和表述是否妥当）、渠道（对媒体本身是否熟悉和信任）以及接收者（由他们的社会、政治、历史背景和情感状态所形塑）。⁴²

关键考虑因素：2019冠状病毒病疫情中的在线信息、错误和虚假信息（2020年3月）

当疫情还处于“危险尚在远处”阶段时，人们通过他们原本就信任的渠道来获取信息，因此他们判断该讯息是可信的。随着疫情的发展，人们开始更积极地寻找信息，这时他们往往会对信息渠道进行批判性的反思。因此，在疫症爆发的最初阶段，通过原本就受欢迎并且获广泛使用的平台发布公共卫生信息可能是有效的。¹⁷ 一般而言，由多个信息来源通过多个渠道推送、内容一致的信息最能令人们安心，讯息也最有可能获得人们采信。⁴¹

政治、社会和历史背景以及先入为主的信念：错误信息要放在它流通的背景来理解。人们发现，当谣言的内容吻合受众原有的信念、形势艰难或令人痛苦，以及存在相信谣言的动机，谣言就能获得到最大程度的接受。^{40,28} 例如，人们发现，在塞拉利昂的埃博拉危机期间，谣言其实与长期的结构性暴力有关。对美国、政府和外国卫生工作者根深蒂固的怀疑，为有关疾病起源和抗疫行动为背后动机的谣言和理论的扩散提供了肥沃的土壤。可以追溯到殖民时期对地方首领的不信任为谣言再火上浇油。⁴³ 类似的场景在最近刚果民主共和国境内的埃博拉疫症再次上演。⁴⁴ 至于COVID-19疫症，利用美国和俄罗斯之间的政治不信任做文章的谣言甚嚣尘上，而潜在的反华情绪则助长全球各地具种族主义色彩的评论（美国总统川普就曾用“中国病毒”来称呼COVID-19）。⁴⁵

心理和情感动机：研究发现人们更容易相信并且在社交媒体上积极转发能够引发强烈情感反应的内容，这些情感反应包括厌恶、恐惧、愤怒以及惊讶等。^{46,28,47} 这个现象在当前的COVID-19大流行中表露无遗。社交媒体分析公司Brandwatch报告称，在全球关于冠状病毒的帖子所表达的感受中，最常见的是厌恶，其次是恐惧。另一家分析公司Sprinklr发现，在2020年2月与冠状病毒最常连在一起的表情符号是又哭又笑的表情符号，这表明幽默亦有获得广为分享的倾向。² 研究人员也留意到，有时明明知道是错误的信息也会被分享，单单因为它很幽默或者用以突显其宣称的荒谬性（正如上文所讨论的）。²⁸

信息匮乏或过剩：缺乏准确的信息可以为错误信息的扩散腾出空间。世界卫生组织2004年H5N1疫症期间开展的调研发现，大多数谣言是在疫症爆发头几周出现的，当时人们对该疾病知之甚少。¹² 由于掌握的信息越来越丰富，谣言背后的问题得到解答，流传的谣言数量随之减少。这项发现与另一项研究的结果一致，该项研究发现用户有分享未核实的故事的倾向，但一旦故事证明是假的，他们就会停止分享。⁵⁰ 反之，关于任何特定主题的信息太多，就像现时COVID-19疫症正在发生的情况，也可以导致社交媒体用户难以选出正确信息。¹² 在这种环境下，在媒体中曝光时间较多的讯息获得可信性，结果某些信息获得分享的次数越多，就有越多的人可能会相信它。⁴⁰ 能够做到知之为之、不知为不知，同时解释其中的原因，并且能在证据发生变化时被修订的信息，有可能赢得人们的信任。把不确定性掩藏，会加深公众的不信任。

错误和虚假信息的影响

不遵从公共卫生建议：针对公共卫生措施发布的错误信息以及含糊不清或前后不一致的信息，可以导致对公共卫生机构不信任的效果，进而令人们不遵从公共卫生机构建议的公共卫生措施。这方面的一个例子是反疫苗的错误内容，它促成接种疫苗的人数下降，进而导致美国、英国和其他国家麻疹病例增加。^{51,52,53} 在2018至2019年间，虚假和错误信息泛滥，阻碍刚果民主共和国应对埃博拉疫症，削弱当地人对卫生专业人员的信心，令人们对使用治疗中心和疫苗却步，并导致对埃博拉治疗中心的暴力袭击。⁵¹ 同样情况也发生在西非埃博拉疫症期间，那里的病人因为有谣言称治疗中心正在传播这种疾病而不愿使用这些治疗中心。患者不愿去治疗中心，导致了疾病传播加剧。⁴⁰ 最近一项关于气候变化的研究发现，接触过关于气候变化阴谋论的人采取行动以减少自己的碳足迹的可能性较低。⁵⁴ 相同结论在个人预防传染病方面或许也是成立的。⁴⁸

延续政治冲突和种族歧视：COVID-19疫症导致反华情绪在社交媒体内外蔓延，网络偏见和霸凌的事例给广为报道，而社交媒体则是表达仇外情绪的主要平台。⁵⁵ 发表在社交媒体上的种族主义讯息可能转化为线下针对那些被视为属于某特定群体的人士的种族主义，正如在最近几周发生在世界各地的亚裔人士身上的情况。^{55,27} 肯尼亚记者Waihiga Mwaura描述了这场大流行如何在中国与肯尼亚两国原有经济关系紧张的基础上，为肯尼亚的反华偏见火上浇油。⁵⁹

心理社会影响：COVID-19疫情期间，社交媒体在心理健康和社会心理健康方面表现出既可为善又可为恶的特性。过大的信息量可以令人在心理上承受不了和痛苦，而当内容属危言耸听或虚假时尤甚。⁵⁶ 群众性恐慌的事件可能通过社交媒体以及较传统的媒体而给火上浇油。⁵⁷ 全球皆出现的囤积物资事件，就是由媒体越滚越大的威胁感、稀缺感和紧迫感，可以促成这种行为的例子。⁵⁸ 值得注意的是，恐慌可能是一个极端的用语，去描述一个本质上是人类正常的适应行为，以尝试在感觉情况已经失控时获得或重获控制感。随着患者及其家庭受到来自世界各地的网络欺凌，有关COVID-19的其它种类负面标签也给抽出。世界卫生组织倡议公众以富有同理心、正面的讯息积极填满社交媒体空间，并建议如果学校开放的话，应在劝阻负面网络行为方面发挥积极作用。⁵⁶ 此外，社交媒体也可以提供一个让人们以匿名方式讨论自己的恐惧的渠道，容许他们以一种在线下未必感到那么自在和愿意的、更坦率的方式去讨论。⁶⁰

更广泛的社会影响：研究人员已经注意到，病毒引发的忧虑在社交媒体上的散播速度可能比病毒本身还要快，进而可能导致太严厉的公共政策（例如旅行限制、隔离医学观察和其他增加社交距离的措施），以及民众的恐惧与焦虑反应。¹ 在乌克兰，有谣言说一架从武汉来的飞机上的人感染了病毒，这则谣言迅速散播开来，而当地居民则使用脸书、Instagram以及通讯应用程序Viber进行组织，封锁了该城镇的街道，阻止一辆公共汽车把那些抵埗人士送往疗养所隔离医学观察，而一封声称是政府发送的假电邮进一步加深人们对那些抵埗人士感染了该病毒的恐惧。这件事引发的骚乱导致9名警察受伤⁶¹。

为准确信息保驾护航的策略

作为疫情流行准备工作的一部分，与公众进行有效双向沟通的机制应当时常就绪，并且在有需要时可在疫情爆发之初扩容升级。⁶² 为了压缩谣言和错误信息由于信息真空而得以扩散的时间，公共卫生机关和响应团队应从一开始就准备好通过有效的、获信任的渠道传播正确和及时的信息。以下几个方面应获考虑。

了解传播生态系统：不同的地区、国家和社会群体对他们使用和信任的媒体、他们信任的消息来源，以及他们喜欢的语言和格式，都有不同的偏好。弄清哪些人使用网络媒体，哪些人不使用（向他们传达讯息时可能要采取不同的方式）以及识别相关的政治和社会背景（这亦大大影响谣言如何散播和它们如何被接收）有其重要性。研究以了解阻碍和推动信息流通的因素，并识别具影响力的人士以及使用和滥用信息的机会，可以有助让宣传活动变得更有效，并且帮助集中力量打击错误信息。从理想的角度而言，进行深入的信息生态系统评估或更具针对性的信息需求评估应被纳入卫生或其它突发事件的准备措施中。¹ 这类评估还应承担着寻找传播合作伙伴的任务，以便可以开展协调的宣传活动，并避免讯息之间出现矛盾。

放大学家的声音：确保正确和最新的信息得以传播的一项关键策略，是支持真正的专家充分、定期在最受欢迎的信息渠道上发声，即使更经常使用这类渠道的是较年轻的受众。这次COVID-19疫情期间，美国学者特雷弗·贝德福德(Trevor Bedford)使用推特和英国退休护士教师约翰·坎贝尔(John Campbell)使用优兔的方式都是极佳的例子。

采用具适应性的接触策略：针对虚假信息制造者与一般社交媒体用户群体的策略会有所不同，因为后者既有潜质成为事实信息散播者，也可能成为错误信息散播者或意见散播者（其意见或多或少有点依据）。要对付虚假信息制造者，采用能够影响算法并且能减少接触虚假信息的技术更可能凑效，而公开、透明和社会性的传播方式则适用于针对普罗大众。

通过获信任和熟悉的渠道提供明确的信息：主管部门和响应伙伴需要通过获信任、熟悉和经过测试的沟通渠道提供清晰、简单和易于理解的信息。他们应提供必要的信息和工具，以容许并鼓励人们采纳正确的卫生建议，同时，应致力通过传递关于大流行实时、准确的消息来减少不确定性、恐惧和恐慌。⁶³ 保持透明性、对于不知道的事情老实承认不知情也是很重要的。⁵¹ 谷歌的分析结果显示，许多与COVID-19相关的搜索都集中反映出对于有用的信息的渴求，这类信息包括洗手应该洗多长时间。² 简单、容易记住的指示，更有可能获采纳。此外，容易消化的信息格式，例如诙谐而只有少量文字的媒因、推文、图片和视频被分享的几率最大。^{28,40} 专家指出，当前数字传播生态系统的特点就是以媒因的形式传播信息，卫生机关应顺其道而行，调整宣传方法。³⁶ 卫生机关和响应伙伴通过与社交媒体平台合作，以便向用户提供准确信息的例子不胜枚举。

进行双向沟通和回应公众的忧虑：公众不是等待被信息填充的“空容器”。让“公民科学”和有根据的经验获得分享的平台，有助于促成有用的对话。如果要迅速和准确地直接处理大众的忧虑，必须有双向的沟通，这在“危险临近”和“真正处于危险中”的阶段尤为重要，因为民众在这时候开始提出问题并且迫切要求确切的答案。当错误信息和谣言出现时，重要的是处理背后的问题和恐惧。⁴⁰ 各种社交媒体平台都可以助长双向沟通，例如reddit，该平台目前在一些国家是最受欢迎的社交媒体平台之一。⁶⁵ 该平台设有论坛，会员可以在论坛上投票给自己喜欢的帖子，得票最多的帖子被置顶而吸引更多访客观看。一项研究发现，健康论坛的成员通常会甄别并且投票给正确的信息，这意味这些平台拥有一种由“群体智慧”支配的自发质量控制机制。^{1763,66} 一旦有突发事件冒头，相关专家可获预先安排在这些论坛上解答疑问。^{41,68} 讨论平台还可以获得诸如ProMED、WebMD等受人信任的品牌的支持，并且发布提供相关健康信息和最新消息的通知。⁶⁷ 有些情况下，健康论坛可以代替与卫生专业人员的面对面互动。^{63,67,17} 对世界卫生组织脸书页面和优兔频道，以及英国国家医疗服务体系、美国疾病控制与预防中心和其他国家政府的脸书页面的观察发现，这些页面上数以千计的评论并没有在原来的页面或帖子中得到直接回复，这就为虚假信息的扩散留下了很多肆虐的空间。⁶⁹ 一个接触受众较为正面的例子包括由位于黎巴嫩的联合国难民事务高级专员办事处创建一系列脸书群组，这些群组由难民管理，供难民分享信息、监察并打击谣言。这些群组有超过10万名成员。这线上网络与线下志愿者网络挂钩，承认了信息在线上平台和线下平台之间流通这个现象。¹² 这些对特定的、处于危险中的群体有良好渗透率的现有平台应获支持去提供与COVID-19相关的、量身定制的内容。

招募人们信任的品牌和具影响力人士：人们更有可能相信并分享来自他们信任的来源的信息，所以评估谁是最获得信任的消息来源，然后邀请这些个人、机构或品牌去传递讯息是很重要的。他们可能是卫生专业人员而非政客，^{70,51} 也可能是教师、宗教领袖或名人。在社交媒体或获得信任的网站上拥有众多关注者的“具社会影响力人士”可以获招募去散播正确的信息和辟谣。^{47,27,71,17}

提高媒体素养：告诉公众和媒体如何识别错误信息，以及当他们看到错误信息时该怎么做，是减轻错误信息的危害的一个重要方法。人们应受鼓励去斟酌信息的来源和作者是否可信、阅读标题之外的内容、核实支持该信息的来源、查核日期并且查找其它可信的消息来源，看看它们能否印证该信息。²⁸ 世界卫生组织建议人们花尽量少的时间去接触社交媒体上令其感到不快的信息，并且提倡人们采取“区分事实与恐惧”的方法来对待信息。^{56,72} 用户应受鼓励以负责任的态度分享信息，即只分享他们确信是正确信息。

谣言追踪、社区反馈和媒体监察：人们开发了一些适合在突发事件中使用的社区反馈和谣言追踪方法（例如，作为2018年刚果民主共和国埃博拉疫情响应工作一部分而开发的红十字会与红新月会国际联合会社区反馈门户网站）。要建立有效的聆听机制，就必须对传播生态系统进行评估，以认识人们用以沟通的渠道，以及该人群的文化、语言和社会经济概况。聆听有助了解人们对疫情的认知程度、有哪些种类的错误信息正在流传、人们如何回应疫情爆发、对响应措施的信任度和信心，以及人们打算依从建议的程度。此外，媒体监察工作也不可或缺，具体任务包括使用搜索引擎和其他形式的互联网警示机制来监察新闻网站和博客。¹ Novetta所使用的开源数据馈送(data feeds)就是以创新和有效的方式实现聆听的实例。通过把社交媒体(WhatsApp、脸书、推特)、印刷媒体、广播媒体和当地现场团队的分析整合和相互参照，Novetta识别讯息传递趋势的变化或正冒头的威胁，并能够在24至48小时内提供可用于行动的数据。这种方法曾经在西非和刚果民主共和国埃博拉疫情等难以获取信息的环境中，用以追踪讯息传递趋势。脸书的媒体监察工具Crowdtangle（记者和研究人员可以使用）让用户使用预设的关键字搜索脸书、Instagram和reddit的公共页面，用户可以查看哪些帖子已获分享，并追踪讯息的出处和传播轨迹。现时有许多机制可用以检验信息的真伪。巴西的Comprova计划就是其中一个例子，这个计划专注WhatsApp，并利用一个记者团队来调查一些宣称。调查结果公布在Comprova的网站和24家参与计划的新闻媒体上。⁴⁵ 其他自动化工具，例如Reveal，可以核实发布在网上的图片、文字和视频是否出自可信的来源。⁷⁶ 谣言追踪、社区反馈和媒体监察工作必须在整个响应过程中协调一致，并让多方伙伴参与。⁴⁰ 一个实时显示关于COVID-19的错误信息在全球范围内散播的互动式平台和图像仪表板(dashboard)，将对了解如何以最佳方式干预宣传活动有极高参考价值。⁵⁵

社会心理影响：社交媒体可以成为保护、促进心理健康和社会心理安康的有用工具。除了单纯地作为信息来源，社交媒体现在还是获取远程社会支持的方法，而社会支持是幸福度的一个稳定的预测指标。⁷³ 中国示范了在隔离医学观察和限制人口流动期间，如何正式地将社交媒体作为工具加以利用，这包括心理健康专业人员和卫生机关通过不同的渠道提供在线心理健康服务：在微信、微博和抖音等传播

平台上向医务人员和广大公众提供的在线心理健康教育；由中国心理卫生协会出版的关于心理健康与COVID-9的免费电子书，包括《新型冠状病毒感染的肺炎公众心理自助与疏导指南》；在中国大陆全部31个省、市、自治区提供的在线心理咨询服务，包括利用微信为平台的心理咨询资源；以及网上心理自助干预系统/应用程序，包括针对抑郁症、焦虑和失眠的在线认知行为治疗。⁷⁴ 其他也实施限制人口流动和互动的国家也很有必要开发此类措施。Reddit寄存了r/COVID19_support这个帖子，让用户可以在一个由合格的治疗师主持的平台上互相支持。

阻断、影响错误信息的流通

就虚假和错误信息的处理一直存在争议，包括是否把它们从社交媒体网站上审查掉、由社交媒体公司主动删除、以法律手段来劝阻，或允许但标记为错误信息。

推广正确信息：世界卫生组织与谷歌、推特、脸书、腾讯(reddit的主要股东)和抖音合作，试图确保内容准确并将用户引导至权威网站。现在，当人们在谷歌、优兔或脸书上搜索关于COVID-19的信息时，他们会引导至世界卫生组织的网站。^{21,36,77} 推特也推出了一个“提示弹出”功能，可以在用户搜索信息时，将他们引导至美国疾病控制与预防中心网站，而reddit则在其主页上提供了一条横幅链接，指向其众多冠状病毒论坛中最可靠的那个。³⁶

利用技术阻断信息流：脸书和WhatsApp等社交媒体平台已采取措施来限制错误信息的流动。脸书限制用户最多只能与5个聊天群组分享信息，并且试图封杀含有关于COVID-19的错误信息的帖子、照片和视频，例如虚假的治疗方案。⁸ WhatsApp已开始试验限制用户每次转发信息的数量，⁴⁵ 并且封杀了百万计群发或自动发送信息的账户，试图取缔虚假信息攻势。¹⁹ 不幸地，这也带来反效果，限制了联合国儿童基金会的U-Report计划等平台向其成员群发事实信息。Instagram也限制分发被其事实核查合作伙伴评定为“虚假”的内容。³⁶

利用法律阻断信息流：许多国家都立法禁止制造和分发明知是虚假的信息，尽管在有些个案中，这类立法对社交媒体平台并不适用。现行法律规定，肯尼亚公民发布或分享关于疫情的假新闻，可处以5万美元的罚款或两年监禁。⁷⁸ 印度最近通过了一项新的法律，将散播关于COVID-19的错误信息列为一项可惩处的罪行。⁷⁹ 然而，迄今为止几乎没有证据表明此类法律对社交媒体用户行为有何影响。同时，虽然恶意的虚假信息运动与无意间将不正确的信息分享给别人显然是有差别的，强硬的法律会冒着令并无恶意而只是接收了错误信息的人也成为打击目标的风险，同时还可能有限制言论自由和压制辩论的风险。⁸⁰ 中国的社交媒体公司承担着删除非法或政治敏感内容的责任，未能履行这个责任可能会面临严重后果。因此，他们倾向于过于谨慎和过度审查，导致事实的卫生信息和自由言论遭审查掉。^{81,82} 回应当前疫情，新加坡修改了法律，容许国家命令在线平台删除被认定为违背公共利益的内容。⁸³ 作为政府法规的替代品，欧盟则在2018年出台了一套旨在打击网络错误信息的“自愿行为守则”，脸书、谷歌、推特和其他主要社交媒体公司都已签字表示愿意遵守。⁸⁴

标记但不删除错误信息：有一些证据显示“审查掉”有争议的信息并禁制辩论，可以把心怀不满的用户推向支持更极端观点的在线空间，或令他们转入地下，使用WhatsApp等难以监察的平台。¹⁷ 与其这样，更可取的做法可能是将错误信息标记为“错误信息”，同时相应地提供准确信息来揭穿那个宣称。⁸⁵ 例如，WhatsApp已引入一个“转发”标签，让收件人知道一项讯息并非由发信人原创。⁸⁶ 脸书则将内容被发现不准确的帖子标记为“虚假”，并且使用算法将其降级；任何试图分享该贴的人都会收到警告，并且被引导至事实核查的页面。²¹ Reddit是一个有审核机制的平台的好例子，不准确和准确的信息在这个平台上并存，但reddit已利用张贴警告的方式把一些论坛“隔离检疫”，警告用户这些论坛的内容并不可靠，而且已完全删除另一些论坛。在较负责任的论坛上，版主没有迅速捕获的不准确信息往往会在平台会员投票中败给准确的信息，而准确信息则会在页面上被置顶。在reddit这个平台上，讨论可以公开进行，为解决分歧和消除误解提供了机会。¹⁷ 然而，研究也显示，致力提醒人们注意错误信息的存在，可以导致意想不到、减低人们对准确信息的信任度的效果。⁴⁸ 而为一些事项附上警告的做法，可以导致没有贴警告的事项被视为真确，而其实后者可能并未获核实。⁸⁷ 由此可见，除了把信息标记为不准确外，齐心合力地制作正确信息、聆听并且回答问题、处理导致人们相信错误信息的深层原因，均有其需要。^{88,71} 一般来说，通过用大量事实信息填充虚假信息藉以扩散的渠道来控制主流论述，可以抗击网络生态系统中的错误信息。分享次数越多、曝光量越大的信息，就获得越高的可信性。²²

联系方式

如果您对有关COVID-19疫情的响应有直接要求，包括获取简报、工具、更多的专业技术知识或远程分析，或者希望加入顾问网络，请向Olivia Tulloch(oliviattulloch@anthrologica.com)和Santiago Ripoll(s.ripoll@ids.ac.uk)发送电子邮件以联系“人道行动中的社会科学平台”。平台关键联络点包括：联合国儿童基金会(nnaqvi@unicef.org)、世界卫生组织(falerom@who.int)、红十字会与红新月会国际联合会(ombretta.baggio@ifrc.org)以及全球疫情警报和反应网络研究社会科学小组(nina.gobat@phc.ox.ac.uk)。



The Social Science in Humanitarian Action is a partnership between the Institute of Development Studies, Anthrologica and the London School of Hygiene and Tropical Medicine. Funding to support the Platform's response to COVID-19 has been provided by the Wellcome Trust and DFID.

鸣谢中文版顾问：

CCOUC灾害与人道救援研究所陈英凝教授、黄智诚先生

参考文献

1. WHO. (2008). *WHO outbreak communication guidelines*. WHO. https://www.who.int/csr/resources/publications/WHO_CDS_2005_28/en/
2. Molla, R. (2020, March 12). *How coronavirus took over social media*. Vox. <https://www.vox.com/recode/2020/3/12/21175570/coronavirus-covid-19-social-media-twitter-facebook-google>
3. Funk, S., Gilad, E., Watkins, C., & Jansen, V. A. A. (2009). The spread of awareness and its impact on epidemic outbreaks. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 106(16). <https://doi.org/10.1073/pnas.0810762106>
4. Funk, S., Gilad, E., & Jansen, V. A. A. (2010). Endemic disease, awareness, and local behavioural response. *Journal of Theoretical Biology*, 264(2), 501–509. <https://doi.org/10.1016/j.jtbi.2010.02.032>
5. Cole, J. (2016). Communications during a health emergency. In *Health Emergency Preparedness and Response*. CABI Publishing. <https://www.amazon.co.uk/Health-Emergency-Preparedness-Response-Sellwood/dp/1780644558>
6. Stahl, B. (2008). On the Difference or Equality of Information, Misinformation, and Disinformation: A Critical Research Perspective. *Informing Science Journal*, 9. <https://doi.org/10.28945/473>
7. WHO. (n.d.). *Coronavirus disease (COVID-19) advice for the public: Myth busters* [World Health Organisation]. World Health Organisation Emergencies. Retrieved 14 March 2020, from <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/myth-busters>
8. Romm, T. (2020, February 29). Millions of tweets peddled conspiracy theories about coronavirus in other countries, an unpublished U.S. report says. *The Seattle Times*. <https://www.seattletimes.com/nation-world/millions-of-tweets-peddled-conspiracy-theories-about-coronavirus-in-other-countries-an-unpublished-u-s-report-says/>
9. Johns Hopkins University & Medicine. (n.d.). *Johns Hopkins Coronavirus Resource Center* [University website]. Johns Hopkins Coronavirus Resource Center. Retrieved 14 March 2020, from <https://coronavirus.jhu.edu/>
10. nCoV2019.live. (n.d.). *Coronavirus Dashboard*. NCoV2019.Live. Retrieved 14 March 2020, from <https://ncov2019.live/>
11. Reality Check team. (2020, February 19). How a misleading coronavirus map went global. *BBC News*. <https://www.bbc.com/news/world-51504512>
12. CDAC Network. (2017). *Rumour has it: A practice guide to working with rumours*. CDAC Network. <http://www.cdacnetwork.org/contentAsset/raw-data/f8d2ede4-d09e-4dbe-b234-6ba58e21e0dc/attachedFile2>
13. Huang, Y. (2020, March 10). U.S.-Chinese Distrust Is Inviting Dangerous Coronavirus Conspiracy Theories. *Foreign Affairs*, March/April 2020. <https://www.foreignaffairs.com/articles/united-states/2020-03-05/us-chinese-distrust-inviting-dangerous-coronavirus-conspiracy>
14. Broderick, R. (2020, January 23). QAnon Supporters And Anti-Vaxxers Are Spreading A Hoax That Bill Gates Created The Coronavirus. *BuzzFeed News*. <https://www.buzzfeednews.com/article/ryanhatsthesis/qanon-supporters-and-anti-vaxxers-are-spreading-a-hoax-that>
15. Reality Check team. (2020, March 8). Coronavirus: The fake health advice you should ignore. *BBC News*. <https://www.bbc.com/news/world-51735367>
16. Kasprak, A. (2020, February 24). *Do Sulfur Emissions from Wuhan, China, Point to Mass Cremation of Coronavirus Victims?* Snopes.Com. <https://www.snopes.com/fact-check/sulfur-coronavirus-cremations/>
17. Cole, J. (2017). *The Role of Online Discussion Forums during a Public Health Emergency* [PhD, Royal Holloway University of London]. [https://pure.royalholloway.ac.uk/portal/en/publications/the-role-of-online-discussion-forums-during-a-public-health-emergency\(9697fc87-d267-4658-964c-8d68al3c5442\).html](https://pure.royalholloway.ac.uk/portal/en/publications/the-role-of-online-discussion-forums-during-a-public-health-emergency(9697fc87-d267-4658-964c-8d68al3c5442).html)
18. Statcounter Global Stats. (n.d.). *Social Media Stats Worldwide*. StatCounter Global Stats. Retrieved 16 March 2020, from <https://gs.statcounter.com/social-media-stats>
19. Romm, T. (2020, March 3). Fake cures and other coronavirus conspiracy theories are flooding WhatsApp, leaving governments and users with a ‘sense of panic’. *Washington Post*. <https://www.washingtonpost.com/technology/2020/03/02/whatsapp-coronavirus-misinformation/>
20. Statista. (2020). *Reddit.com desktop traffic share 2019*. Statista. <https://www.statista.com/statistics/325144/reddit-global-active-user-distribution/>
21. WHO Regional Office for Africa. (n.d.). *Inoculating against the ‘infodemic’ in Africa*. WHO | Regional Office for Africa. Retrieved 11 March 2020, from <https://www.afro.who.int/news/inoculating-against-infodemic-africa>
22. IFRIC, WHO, BBC Media Action, & Internews. (2020, March 4). *The Role of Media in Containing COVID-19 and Saving Lives: A Discussion* [Webinar]. <https://event.voiceboxer.com/playback/gtsnms>
23. Khalid, A. (n.d.). *Coronavirus spells trouble for platforms like Weibo despite user spike*. Quartz. Retrieved 13 March 2020, from <https://qz.com/1810453/apps-in-china-see-a-spike-in-usage-amidst-coronavirus/>
24. Amnesty International. (2020, March 6). Pho noodles and pandas: How China’s social media users created a new language to beat government censorship on COVID-19. *Amnesty International*. <https://www.amnesty.org/en/latest/news/2020/03/china-social-media-language-government-censorship-covid/>
25. Borak, M. (2020, March 12). Censored coronavirus news shows up again as emoji, Morse code and ancient Chinese. *Abacus*. <https://www.abacusnews.com/culture/censored-coronavirus-news-shows-again-emoji-morse-code-and-ancient-chinese/article/3074611>
26. Bourdieu, P. (1972). *Outline of a Theory of Practice* (Reprint 2013). Cambridge University Press.
27. Mikhailov, D. (2020, February 23). *How spreaders of misinformation acquire influence online*. Medium. <https://medium.com/@daniil.s.mikhailov/how-spreaders-of-misinformation-acquire-influence-online-456757723e50>
28. Curtis, J. (2020). Fake News and Anthropology: A Conversation on Technology, Trust, and Publics in an Age of Mass Disinformation: A discussion with Andrew Graan, Adam Hodges, Meg Stalcup. *PolAR: Political and Legal Anthropology Review*. <https://polarjournal.org/2020/02/16/anthropology-and-fake-news-a-conversation-on-technology-trust-and-publics-in-an-age-of-mass-disinformation/>
29. Becket, C. (n.d.). *Communicating for Change: Media and agency in the networked public sphere*. Polis, London School of Economics and Political Science. <http://eprints.lse.ac.uk/48813/1/Communicating-For-Change.pdf>
30. Nielsen, J. (2006, October 8). Participation Inequality: The 90–9–1 Rule for Social Features. *Nielsen Norman Group*. <https://www.nngroup.com/articles/participation-inequality/>
31. Shuham, M. (2020, March 12). *NY AG Orders Alex Jones To Stop Selling Unapproved ‘Fake Coronavirus Treatments’*. Talking Points Memo. <https://talkingpointsmemo.com/news/ny-ag-orders-alex-jones-to-stop-selling-unapproved-fake-coronavirus-treatments>
32. Broderick, R. (2020, February 26). Trump’s Biggest Supporters Think The Coronavirus Is A Deep State Plot. *BuzzFeed News*. <https://www.buzzfeednews.com/article/ryanhatsthesis/trump-supporters-coronavirus-deep-state-qanon>
33. Nicas, J. (2018, September 4). Alex Jones Said Bans Would Strengthen Him. He Was Wrong. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2018/09/04/technology/alex-jones-infowars-bans-traffic.html>
34. Beauchamp, Z. (2016, October 28). Alex Jones, Pizzagate booster and America’s most famous conspiracy theorist, explained. *Fox*. <https://www.fox.com/policy-and-politics/2016/10/28/13424848/alex-jones-infowars-prisonplanet>
35. Associated Press. (2020, March 13). Conspiracy Theorist Alex Jones Must Stop Hawking Phony Coronavirus Treatments, NY Attorney General Demands. *Time*. <https://time.com/5802437/alex-jones-stop-hawking-phony-coronavirus-treatments-ny-attorney-general/>
36. Brandy Zadrozny, Rosenblatt, K., & Collins, B. (2020, January 31). Coronavirus misinformation surges, fueled by clout chasers. *NBC News*. <https://www.nbcnews.com/tech/social-media/coronavirus-misinformation-surges-fueled-chase-attention-n1126511>
37. Glenza, J., & agencies. (2020, February 22). Coronavirus: US says Russia behind disinformation campaign. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/world/2020/feb/22/coronavirus-russia-disinformation-campaign-us-officials>
38. Feuer, A. (2014, October 18). The Ebola Conspiracy Theories. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2014/10/19/sunday-review/the-ebola-conspiracy-theories.html>
39. Infowars. (2016, February 1). *Top Expert: Zika Virus A Bioweapon*. <https://www.infowars.com/top-expert-zika-virus-a-bioweapon/>
40. Internews. (2019). *Managing Misinformation in a Humanitarian Context | Internews Rumour Tracking Methodology*. Internews. <https://internews.org/resource/managing-misinformation-humanitarian-context>
41. Cole, J., & Watkins, C. (2015). International employees’ concerns during serious disease outbreaks and the potential impact on business continuity: Lessons identified from the 2014–15 West African Ebola outbreak. *Journal of Business Continuity & Emergency Planning*, 9(2), 149–162.
42. Wathen, C. N., & Burkell, J. (2002). Believe it or not: Factors influencing credibility on the Web. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 53(2), 134–144. <https://doi.org/10.1002/asi.10016>
43. Wigmore, R. (n.d.). *Contextualising Ebola rumours from a political, historical and social perspective to understand people’s perceptions of Ebola and the responses to it*. <http://www.ebola-anthropology.net/wp-content/uploads/2015/10/Contextualising-Ebola-rumours-from-a-political.pdf>
44. Fidler, D. P. (2019, August 20). Disinformation and Disease: Social Media and the Ebola Epidemic in the Democratic Republic of the Congo. *Council on Foreign Relations*. <https://www.cfr.org/blog/disinformation-and-disease-social-media-and-ebola-epidemic-democratic-republic-congo>
45. Brinto, C. (2020, March 19). *President Trump uses term ‘Chinese virus’ to describe coronavirus prompting a backlash*. CBS News. <https://www.cbsnews.com/news/president-trump-coronavirus-chinese-virus-backlash>
46. Bell, C., & Sternberg, E. (2001). Emotional selection in memes: The case of urban legends. *Journal of Personality and Social Psychology*, 81(6), 1028–1041. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.81.6.1028>
47. Luckerson, V. (2014, October 8). Fear, Misinformation, and Social Media Complicate Ebola Fight. *Time*. <https://time.com/3479254/ebola-social-media/>
48. Carey, J. M., Chi, V., Flynn, D. J., Nyhan, B., & Zeitoff, T. (2020). The effects of corrective information about disease epidemics and outbreaks: Evidence from Zika and yell fever in Brazil. *Science Advances*, 6(5), eaaw7449. <https://doi.org/10.1126/sciadv.aaw7449>
49. Whitson, J. A., & Galinsky, A. D. (2008). Lacking Control Increases Illusory Pattern Perception. *Science*, 322(5898), 115–117. <https://doi.org/10.1126/science.1159845>
50. Zubiaga, A., Liakata, A., Procter, R., Hoi, G. W. S., & Tolmie, P. (2016). Analysing How People Orient to and Spread Rumours in Social Media by Looking at Conversational Threads. *PLoS ONE*, 11(3), e0150989. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0150989>
51. Merriam, S., & Behrendt, H. (2020, February 24). Covid-19: How do we encourage the right behaviours during an epidemic? *The Behavioural Insights Team*. <https://www.bi.team/blog/covid-19-how-do-we-encourage-the-right-behaviours-during-an-epidemic/>
52. Robeznieks, A. (2019, March 15). Stopping the scourge of social media misinformation on vaccines. *American Medical Association*. <https://www.ama-assn.org/delivering-care/public-health/stopping-scurge-social-media-misinformation-vaccines>
53. Vaida, B. (2018, October 26). Assessing infectious disease risks and impact of social media. *Association of Health Care Journalists*. <https://healthjournalism.org/blog/2018/10/assessing-infectious-disease-risks-and-impact-of-social-media/>

54. Jolley, D., & Douglas, K. M. (2014). The social consequences of conspiracism: Exposure to conspiracy theories decreases intentions to engage in politics and to reduce one's carbon footprint. *British Journal of Psychology*, 105(1), 35–56. <https://doi.org/10.1111/bjop.12018>
55. Depoux, A., Martin, S., Karafillakis, E., Preet, R., Wilder-Smith, A., & Larson, H. (n.d.). The pandemic of social media panic travels faster than the COVID-19 outbreak. *Journal of Travel Medicine*. <https://doi.org/10.1093/jtm/taaa031>
56. WHO. (2020, March 10). *Ask WHO on mental health during #COVID19*. <https://www.pscp.tv/WHO/10wxWqboPqDGQ>
57. Garrett, O. (2020, February 13). A Case of Modern Mass Hysteria? The Coronavirus. *Exposé Online*. <https://expose.com/2020/02/13/a-case-of-modern-mass-hysteria-the-coronavirus/>
58. Lufkin, B. (n.d.). Coronavirus: The psychology of panic buying. *BBC*. Retrieved 18 March 2020, from <https://www.bbc.com/worklife/article/20200304-coronavirus-covid-19-update-why-people-are-stockpiling>
59. BBC News. (2020, March 9). Letter from Africa: The spread of coronavirus prejudice in Kenya. *BBC News*. <https://www.bbc.com/news/world-africa-51770856>
60. Chester, A., & Glass, C. A. (2006). Online counselling: A descriptive analysis of therapy services on the Internet. *British Journal of Guidance & Counselling*, 34(2), 145–160. <https://doi.org/10.1080/03069880600583170>
61. Miller, C. (2020, March 9). A small town was torn apart by coronavirus rumors. *BuzzFeed News*. <https://www.buzzfeednews.com/article/christopherm51/coronavirus-riots-social-media-ukraine>
62. IFRC. (2019). *From Words to Action: Towards a community-centred approach to preparedness and response in health emergencies*. IFRC. https://apps.who.int/gpmb/assets/thematic_papers/tr-5.pdf
63. Watkins, C., & Cole, J. (2013, August). Social Technologies for Community Responses to Epidemics. *Proceedings of the Conference Tackling Antimicrobial Resistance, 6 February 2013*. Tackling Antimicrobial Resistance: Identifying Future Research Themes: <https://rusi.org/publication/occasional-papers/tackling-antimicrobial-resistance-identifying-future-research-themes?page=92>
64. Internews. (2015, March 26). Combatting Rumors About Ebola: SMS Done Right | Internews. *Internews*. <https://internews.org/story/combating-rumors-about-ebola-sms-done-right>
65. Alexa. (n.d.). *Alexa—Top Sites for Countries*. Retrieved 18 March 2020, from <https://www.alexa.com/topsites/countries>
66. Cole, J., Kleine, D., & Watkins, C. (2016). Internet discussion forums: Maximizing choice in health-seeking behaviour during public health emergencies. *2016 International Conference On Cyber Situational Awareness, Data Analytics And Assessment (CyberSA)*, 1–4. <https://doi.org/10.1109/CyberSA.2016.7503283>
67. Cole, J., Ezziane, S., & Watkins, C. (2019). Rapid Creation of an Online Discussion Space (r/nipah) During a Serious Disease Outbreak: Observational Study. *JMIR Public Health and Surveillance*, 5(4), e13753. <https://doi.org/10.2196/13753>
68. Discombe, M. D. (2020, March 5). Medical students and new doctors could be drafted in to fight coronavirus. *Health Service Journal*. <https://www.hsj.co.uk/acute-care/medical-students-and-new-doctors-could-be-drafted-in-to-fight-coronavirus/7027060.article>
69. Ayala Iacucci, A. (2020, March 11). COVID-19: A preliminary analysis of digital risk communications. *The Unwilling Colonizer*. <https://theunwillingcolonizer.com/2020/03/11/covid-19-a-preliminary-analysis-of-digital-risk-communications/>
70. Glencorse, B. (2020, March 4). What the fight against Ebola can teach us about beating the coronavirus. *Washington Post*. <https://www.washingtonpost.com/opinions/2020/03/03/what-fight-against-ebola-can-teach-us-about-beating-coronavirus/>
71. BBC Media Action. (n.d.). *A guide for the media on communicating in public health emergencies*. BBC Media Action. <http://downloads.bbc.co.uk/mediaaction/pdf/communicating-in-public-health-emergencies-english.pdf>
72. IFRC, UNICEF, & WHO. (2020). *Social Stigma associated with COVID-19: A guide to preventing and addressing social stigma*. IFRC, UNICEF, WHO. https://www.epi-win.com/sites/epiwin/files/content/attachments/2020-02-24/COVID19%20Stigma%20Guide%2024022020_1.pdf
73. Diener, E., & Seligman, M. E. P. (2002). Very Happy People. *Psychological Science*. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1111/1467-9280.00415>
74. Liu, S., Yang, L., Zhang, C., Xiang, Y.-T., Liu, Z., Hu, S., & Zhang, B. (2020). Online mental health services in China during the COVID-19 outbreak. *The Lancet Psychiatry*. [https://doi.org/10.1016/S2215-0366\(20\)30077-8](https://doi.org/10.1016/S2215-0366(20)30077-8)
75. ECDC. (2020). *Systematic scoping review on social media monitoring methods and interventions relating to vaccine hesitancy*. European Centre for Disease Prevention and Control. <https://www.ecdc.europa.eu/en/publications-data/systematic-scoping-review-social-media-monitoring-methods-and-interventions>
76. Jaere, L. (2017, June 5). Exposing fake news on social media. *Scienconorway*. <https://partner.sciencenorway.no/communication-and-media-forskningno-norway/exposing-fake-news-on-social-media/1446348>
77. Zarocostas, J. (2020). How to fight an infodemic. *The Lancet*, 395(10225), 676. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(20\)30461-X](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(20)30461-X)
78. Reality Check team. (2020, March 13). Coronavirus: What misinformation has spread in Africa? *BBC News*. <https://www.bbc.com/news/world-africa-51710617>
79. Rumour-mongering about COVID-19 is a punishable offence now. (2020, March 11). *The Hindu*. <https://www.thehindu.com/news/national/karnataka/rumour-mongering-about-covid-19-is-a-punishable-offence-now/article31042702.ece>
80. Bauvois, G. (2018). Anti-fake news law: Macron's impossible challenge? *Totuudenjälkeinen Aika-Blogi*. <https://researchportal.helsinki.fi/en/publications/anti-fake-news-law-macrons-impossible-challenge>
81. Chiu, K. (n.d.). How WeChat Censors Coronavirus Messages. *Abacus*. Retrieved 18 March 2020, from <https://www.abacusnews.com/culture/wechat-reportedly-censors-messages-about-coronavirus-even-when-theyre-true/article/3064966>
82. Mantas, H. (2020, March 4). Chinese social media sites blocked medical information about the coronavirus, research indicates. *Poynter*. <https://www.poynter.org/fact-checking/20/chinese-social-media-sites-blocked-medical-information-about-the-coronavirus-research-indicates/>
83. CNA. (n.d.). POFMA temporary exemptions to be lifted, move 'critical' given evolving coronavirus situation: MCI. *CNA*. Retrieved 18 March 2020, from <https://www.channelnewsasia.com/news/singapore/wuhan-virus-pofma-temporary-exemptions-lifted-mci-12371666>
84. European Commission. (2018, September 26). Code of Practice on Disinformation. *Shaping Europe's Digital Future - European Commission*. <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/code-practice-disinformation>
85. Ozturk, P., Li, H., & Sakamoto, Y. (2015). Combating Rumor Spread on Social Media: The Effectiveness of Refutation and Warning. *2015 48th Hawaii International Conference on System Sciences*, 2406–2414. <https://doi.org/10.1109/HICSS.2015.288>
86. Vanderslott, S., Dadonaite, B., & Roser, M. (2013). Vaccination. *Our World In Data*. <https://ourworldindata.org/vaccination>
87. Pennycook, G., Bear, A., Collins, E., & Rand, D. G. (2019). *The Implied Truth Effect: Attaching Warnings to a Subset of Fake News Headlines Increases Perceived Accuracy of Headlines Without Warnings* (SSRN Scholarly Paper ID 3035384). Social Science Research Network. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3035384>
88. Chandler, C., Fairhead, J., Kelly, A., Leach, M., Martineau, F., Mokuwa, E., Parker, M., Richards, P., & Wilkinson, A. (2015). Ebola: Limitations of correcting misinformation. *The Lancet*, 385(9975), 1275–1277. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(14\)62382-5](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(14)62382-5)