

網路謠言的跨國傳播現象初探

李欣穎、汪志堅、駱少康、方文昌

臺北大學資訊管理研究所

queeney@mail.ntpu.edu.tw wangson@mail.ntpu.edu.tw

ntpu-lo@yahoo.com.tw fang@mail.ntpu.edu.tw

摘要

謠言是一種古老的現象，過去謠言多透過口耳相傳的方式流傳，但網路所具備的特性改變人類傳遞謠言的方式。本研究在觀察國內及國外所流傳的網路謠言後，發現許多在台灣地區以及國外地區流傳的網路謠言內容非常相似，因此推測，在台灣地區所流傳的部分謠言，極可能是從國外所流傳之謠言內容中擷取某一段原文直接翻譯或改編而來，這也使得網路成為跨國傳播謠言的媒介。本研究蒐集台灣地區及國外謠言網站上所收錄之網路謠言，並採用內容分析法針對內容相同或相近的網路謠言進行歸納及比較。分析結果發現，在台灣地區的謠言中，有 25% 的謠言是從國外謠言翻譯或改編而來，顯示已有相當多比率的謠言有跨國傳播的現象，進一步分析其內容發現，翻譯謠言多為負面且不實的訊息，另外，謠言在傳遞的過程中也有刪減、強調、同化、滾雪球等現象產生。

關鍵字：網際網路、網路謠言、跨國傳播、內容分析、質化研究

[收稿]2003/5/12; [初審]2003/6/16; [接受刊登]2003/6/27

壹、緒論

過去謠言多透過口耳相傳的方式流傳，其散播範圍有限，且謠言也會隨時間而消失。但網際網路的出現，改變了此一狀態，由於利用網路媒體傳播成本較低且效果極大，因此謠言只要被有心人士挑起或是無心人士散佈，便會廣泛地流傳。舉例來說，2000年在網路上流傳一則「徵求捐屍肝」的求救信函，作者在信中希望大家幫忙尋找有緣人捐助屍肝給他女兒，並留下醫院的電話號碼。根據發出此封求救信件的父親表示，他一開始時只傳給十位朋友，但此封信件在網路上流傳後，醫院在二週內就接獲上百通的查證電話，由於電子郵件具有大量轉寄的功能，且在網路上訊息的生命週期比一般用口耳相傳的方式更長，因此即使在信件寄出一年後此位小女孩已完成移植手術，此封信件仍繼續在網路上流傳著，反而造成當事人及醫院方面的困擾，由此可知網路的傳播效果及影響範圍均較以往的口頭傳播來得大。值得我們深入研究的是，許多人都曾在一天內同時收到相同的信件，雖然信件的內容大致相同，但在轉寄的過程中已經被編輯成好幾種版本，每封的標題也不一樣，在該案例中，甚至有相同症狀病童的家長會附上自己的姓名與電話，再繼續轉寄出去。

觀察在台灣地區所流傳的網路謠言中，有許多屬於原本在國外即已廣泛流傳的謠言，例如「止汗劑會導致乳癌」、「易開罐不可直接喝」、「純液體不能在微波爐中加熱」、「日本最新流行內褲外穿」、「廁所蜘蛛毒死人」、「阿斯巴甜會致癌」、「保鮮膜勿進微波爐」、「A.I.D.S.VIRUS 病毒」、「史上最離奇的自殺案」等最近在網路上所流傳的謠言，均與國外流傳的謠言相同或相似，極可能是擷取原始謠言中的某一段原文直接翻譯，甚至是將原先內容改編而來，致使網路成為跨國傳播謠言的媒介。而 Kapferer(1990，中文版譯本為鄭若麟、邊芹，1992)在其研究中亦發現謠言具有跨國傳播的現象產生，例如一則關於餐館裡有老鼠的謠言，也曾流傳於美國、法國、英國、德國、及丹麥，但 Kapferer 並未進一步深入研究此議題。相較於傳統媒體而言，網路媒體允許使用者匿名發訊且其散播速度極快，使得許多未經證實的訊息在網路中不斷地流傳著，而網路媒體同時也兼具人際面對

面溝通的功能，也有助於謠言的傳播。因此，本研究在文獻探討方面首先說明謠言的定義與分類，並探討謠言的產生與傳遞、謠言內容在傳遞過程中的演變，以及電腦中介傳播對謠言傳遞的影響，接下來以內容分析法的方式整理分析台灣地區與國外地區所流傳網路謠言中相同或相似的部分，藉此觀察網路謠言在經過跨國傳播後所產生的現象。

貳、相關文獻探討

一、謠言的定義與分類

謠言(rumor)是一種自古以來就存在的現象，中國古代的「曾參殺人」故事就是一個謠言傳播的典型案例。根據《戰國策 秦策二》的記載，「昔者曾子處費，費人有與曾子同名族者而殺人。人告曾子母曰：『曾參殺人』。曾子之母曰：『吾子不殺人。』織自若。有頃焉，人又曰：『曾參殺人。』其母尚織自若也。頃之，一人又告之曰：『曾參殺人。』其母懼，投杼逾牆而走。」這個故事隱含有謠言極具威脅性的涵意，像曾參這樣有名的孝子，他的母親在聽到三個人陸續通報其子殺人後，也不得不相信這個沒有事實根據的傳言，由此可知當謠言不斷被重複時，會使得人們很難根據自己的經驗來明辨是非。

雖然自古以來謠言對人們的影響已不容輕忽，但這方面的研究並未受到足夠的重視，直到第二次世界大戰時，許多關於戰事的謠言嚴重影響到美國人民及部隊士氣，因此美國的學者才開始針對謠言進行系統性的研究。謠言相關研究眾多，但一般學者在討論到謠言的定義與謠言研究的起源時，經常追溯到 Knapp (1944)與 Allport and Postman (1947)的研究，Knapp(1944)認為謠言是一種「與當前時事有關且旨在使人相信的宣言，在未經官方證實的情況下廣為流傳」，Knapp 所指稱的「官方」，並非指的是政府單位，而是被謠言所指涉之當事人，包括政府、廠商或是任何個體或組織，這些當事人的澄清，或是由客觀公正之第三者來出面澄清說明，都是 Knapp 所稱的官方證實。至於 Allport and Postman(1947)在早期所進行的研究則認為謠言是一種與

當時事件相關的命題(proposition)，以口耳相傳的方式在人們之間流傳著，但卻缺乏具體的資料以証實其正確性。隨著科技的進步，謠言除了藉由口耳相傳的方式傳遞之外，印刷媒體以及電子媒體也會助長謠言的傳遞(Rosnow, 1988)。

「謠言」這個名詞在中西方字典中的解釋，都具有負面的意涵，且一般大眾均會認為謠言是一種錯誤的訊息，但在學術研究上，謠言不一定完全是錯誤的訊息，而是未經證實的訊息，因此從學術上的定義或實際的情況來看，謠言可能只是誇張的訊息，而不是虛假的訊息，或者根本就是正確的訊息，只是未經證實而已。因此本研究認為謠言是傳遞與事實或現實相關，且未經證實的訊息，透過人際間的溝通或資訊的傳輸來交流，最終目的在於使人相信其所傳達之訊息。

二、謠言內容在傳遞過程中的演變

謠言是並未被證實的訊息，這種未被證實的訊息為何會被傳播，確實是個重要問題，許多學者也紛紛針對謠言傳播影響因素進行討論（例如 Knapp, 1944; Allport and Postman, 1947; Rosnow, 1977, 1988; Fiske and Taylor, 1991; DiFonzo and Bordia, 1994, 2000; Bordia and Rosnow, 1998 等）。DiFonzo and Bordia (2002)綜合各學者的看法，整理出影響謠言活動的四個主要因素，分別為不確定性(uncertainty)、焦慮性(anxiety)、重要性 (importance)以及相信程度(belief)。Fiske and Taylor (1991)認為人們較會注意到與個人生活有關或對未來有影響的訊息；而利用謠言所提供的資訊可以促進個人的利益，針對這種個人利益，Pendleton (1998)認為是導因於散播謠言者自以為比他人早一步獲知此重要訊息，因此會有高人一等的感覺，或者是藉由交換重要訊息以尋求社會認同或期望在往後獲得回報。

謠言為何會傳播確實為重要課題，但並非本研究的主要關心重點，本研究將焦點放在謠言是否會在傳播過程中產生變化，並以國內外跨國傳播謠言作為實證資料佐證，來討論此種謠言傳播過程中產生的變化。Allport and Postman (1947)曾針對訊息內容在傳遞過程中的變化情況做過一項有趣的實驗，他們請第一個試驗者將其所看到的圖片內容轉述給第二位試驗者，接著請第二位試驗者再將聽到的圖片內

容轉述給下一位試驗者，依此類推，研究結果發現圖片內容和最後一位試驗者所敘述的內容之間關聯性不大，並也觀察到訊息在傳遞的過程中，會經歷刪減(reduction)、強調(accentuation)及同化(assimilation)等三種演變階段，因此他們認為謠言在傳播的過程中，雖然會被加入一些文句或詳細的細節，但其內容並不會如同滾雪球般越來越多。當訊息開始傳遞時大部分的細節在刪減的階段中就被忽略，而訊息的長度和形式在此階段便大致成形，在刪減後的訊息中某些細節會特別被誇大，尤其是訊息中關於行動(action)、數字(numbers)或尺寸大小(sizes)的說明。最後在同化的階段中，所有的細節都會藉由演變並融入某種特定的情節中。Allport and Postman (1947)認為遺忘規律 (the laws of forgetting) 以及心理學中的完形理論(Gestalt)可以用來解釋此種現象，遺忘規律說明人們在一開始時能夠記住很多細節，但在經過一段時間後，人們對細節的記憶就只能固定在某個範圍內。而完形理論則是說明人們會為保留下來的記憶構築出一個連貫且令人滿意的情節，因此在經過遺忘和同化過程後，訊息形成一種簡潔的形式，讓人不容易遺忘。但有些學者卻觀察到謠言在傳遞的過程中，其細節部分在一開始時反而不會產生簡化的現象，例如 Peterson and Gist (1951) 發現多數謠言的起源是相同的，但許多細節卻有差異，亦即個人的意見常會在傳遞的過程被加入謠言內容，因此謠言在傳遞的過程中會如同滾雪球般擴大。Allport and Postman (1947)與 Peterson and Gist (1951) 在謠言在傳遞過程中是否會如同滾雪球般擴大的想法並不一致，但相同的是，均認為謠言會隨著傳播的過程而產生訊息細節內容的差異。

Kapferer (1990)認為採用的觀點不同會導致研究結果上的差異，他認為謠言在一開始傳遞時會被加入新的細節以達到連貫與可信的情節，在此時謠言就如同 Peterson and Gist 的研究結果，會產生滾雪球般的效應，但隨著時間的流逝，遺忘效應就會使謠言歷經 Allport and Postman 提出的刪減、強調以及同化的過程。Allport and Postman 與 Peterson and Gist 的研究結果均顯示訊息在傳遞的過程中會與原先訊息內容產生極大的差異，但也有學者抱持相反的看法，例如 Caplow (1947)認為謠言在傳遞的過程中，錯誤的訊息將會被察覺並刪除，因此謠言內容在經過傳遞後反而會越來越正確。

影響謠言傳遞的因素眾多，其中 Allport and Postman (1947)在「The Psychology of Rumor」一書中所提出的謠言基本法則 (the basic law of rumor)為往後學者的研究基礎，該書中認為謠言內容對收訊者的重要性(importance)，以及謠言內容本身的模糊性(ambiguity)是影響謠言傳遞的兩大因素，而且兩者關係是乘法關係，因此只有在重要性以及模糊性兩者其中一個為零時，謠言才會消失。

Chorus (1952)認為 Allport and Postman 所提出的謠言基本法則並未將個人的差異列入考慮，例如社會智力 (social intellect) 會影響謠言傳遞的過程，因此他在公式中加入 c 這個因素， c 代表個人的評斷能力(critical sense)，也就是對社會事件的洞察力。Chorus 的觀點在 Buckner (1965)的研究中被証實，Buckner 的研究結果顯示，人們在面對謠言時可能會採取評斷(critical set)、不評斷(uncritical set)或是傳播 (transmission set) 等三種態度。當人們對於謠言內容具備相關知識，或可根據過去經驗來判斷謠言內容，或是可由訊息發送者的可信度來判斷謠言內容的真偽時，人們會採取評斷的態度，因此人們可能採取的做法為(1)刪掉與主題無關的內容，只傳送最重要的謠言內容。(2)察覺出謠言中的錯誤訊息並忽略謠言。(3)若未能查出不相關或錯誤的訊息則會將全部謠言傳送給他人。

但人們也會在某些情況或情緒下無法運用其評斷能力，例如當謠言可滿足人們的需求、人們無法取得進一步的資訊、沒有可靠的消息來源、或是對謠言內容缺乏知識時，人們可能採取的做法有(1)猜測謠言所代表的意義，以符合自我的思考架構或態度。(2)修改謠言的形態，也就是所謂的同化作用。(3)傳遞不同版本的謠言給他人。(4)曲解謠言內容以滿足精神上的需求。(5)在原先的謠言內加入先前與謠言相關的傳聞並傳遞給他人。另外，有時人們認為謠言根本就與他不相關，但卻喜歡將謠言傳遞給他人，因此當人們處於傳播狀態時，他可能會(1)忽略不了解的狀況，直到他理解為止。(2)用自己熟悉的語言來理解謠言內容。(3)選擇性的忘掉部分謠言內容。(4)將謠言視為通知事項來傳遞給他人知道。(5)不會以有目的的態度來曲解或更正訊息。

被廣泛傳播的謠言是否具有特別的特性，為學術界與實務界關心的課題，在探討謠言的產生與傳遞現象時，許多學者均發現負面感受的謠言較正面感受的謠言更容易被傳播，且傳播範圍較廣泛 (Knapp, 1944; Mizerski, 1982; Herr et al., 1991; Kapferer, 1990)。

三、電腦中介傳播與謠言的傳遞

過去學者在研究面對面溝通(Face-to-Face Communication, FtF)的方式對謠言傳遞的影響時，僅能以記錄的方式進行，因此研究者很難去記錄收訊者與發訊者間的互動過程(Bordia and Rosnow, 1998)，然而隨者網路科技的發展，電腦中介傳播(Computer-Mediated Communication, CMC)，例如電子郵件、電子佈告欄系統以及聊天室等，有利於研究者觀察與記錄謠言傳遞時人們的互動過程。Bordia et al. (1999)認為過去的學者在研究電腦中介傳播時，均未考慮到社會脈絡線索(social context cues)，但 Walther (1996)所提出的超個人傳播(hyperpersonal communication)結合媒體特性、社會現象以及社會心理過程三者，則可藉由檢視溝通過程中的發訊者、收訊者、溝通管道特性以及回饋過程，了解人際面對面傳播及電腦中介傳播的相同點及相異點，而電腦中介傳播系統中的人際互動與面對面的人際互動關係也是相似的(Walther and Burgoon, 1992; Hollingshead et al., 1993; Walther, 1995; Bordia and Rosnow, 1998)。

網路所具備的特性改變人類傳遞資訊的方式，Rogers (1995)認為網路媒體與傳統媒體最大的差異在於傳播的型態，因為網路媒體的互動性(interactivity)與小眾化(demassifying)的特性具有近於人際傳播的互動本質及大眾傳播(mass communication)的功能，且非線性(non-linearity)的傳播方式，讓所有的使用者都成為訊息的參與者，而此種非同步性(asynchronous)則可增加使用者在運用上的彈性。在電腦中介傳播系統對謠言的傳播的研究中，目前學者多著重於分析電腦中介傳播中群體之互動對謠言陳述與散播的影響，例如 Rosnow (1998)研究 Help-Net 討論群六天中的謠言互動過程，並利用內容分析法以了解人際間的互動對謠言傳播的影響，其研究結果符合 Wheelan et al. (1994)所提出之群體聚合的五個階段：依賴與需要(dependency and

inclusion)、反依賴與鬥爭(counterdependency and fight)、信任與結構(trust and structure)、運作(work)以及終止(termination),換言之,謠言出現的第一天會產生大量互相依賴的言論,第二天及第三天則出現反對對方論點及想法的衝突性言論,而群體的價值觀在討論的過程中也逐漸穩固,接下來在第四天時群體的發展逐漸趨於一致化,最後一天的互動漸漸減少,群體關係也就因此終止。另外,Rosnow (1998)的研究結果說明謠言是一種群體解決問題的過程,此研究結果亦證實Shibutani (1966)與 Fisher (1998)的看法,Shibutani (1966)認為謠言的三大特性是集體行為、非正式性以及有特定目的,而 Fisher (1998)認為在網路中的溝通行為與謠言相似的,因為使用網路也是一種集體行為,在溝通時會使用較不正式的表達方式,且也通常意味著要藉由網路溝通來解決特定問題。

在上述的討論中,我們發現資訊分享與人際互動是影響謠言傳遞的重要因素之一,雖然電子郵件(e-mail)是屬於個人化的傳播方式,但其方便、快速與普及程度高的特性也使得電子郵件成為人們用來維持人際關係的工具之一。但由上述的討論中可知,學者較少觀察電子郵件對於謠言產生與傳遞之影響,本研究認為電子郵件中的轉寄功能已使得電子郵件成為謠言傳播的溫床,由於使用者只要有他人的電子郵件地址,即可輕鬆地將網路上之文字或圖檔資訊傳送出去,因此轉寄程序的方便性與匿名的特性,使電子郵件成為有心人士散播謠言的工具,若再加上無心人士的轉寄行為,謠言的影響範圍將更為廣大。另外值得注意的是,原先郵件內容在轉寄前也有可能已經被轉寄者修改或加註過,因此謠言內容也有可能出現許多與原先謠言內容不同的版本。

參、謠言內容分析

本研究之主要目的在於瞭解網際網路謠言是否具有跨國傳播的現象產生,以及謠言內容在傳遞的過程中是否會有差異存在,由於國內及國外均有專門的網站針對網路上所流傳之謠言進行蒐集與整理,並有針對謠言內容之真實性提供相關資訊,因此本研究比較國內

東森新聞網所屬之網路追追追網站

(<http://www.ettoday.com/etrumor/index.htm>) 以及國外三個關謠網站 (<http://urbanlegends.about.com/>、<http://www.snopes.com/>、<http://hoaxinfo.com/>) 內所收錄之網路謠言，針對國內及國外關謠網站中內容相同或相近的謠言做為本研究之研究標的。本研究以民國九十二年三月十五日國內東森網路追追追網站內所收錄之謠言為取樣對象，彙整後共取得 397 則謠言，在扣除類似或重複的 53 則謠言後，總計納入本研究範圍內謠言有 344 則，列表如附錄二所示。本研究將彙整後的 344 則謠言依東森新聞網路追追追網站中的分類方式，區分為消費後窗、科技醫藥、社會名人、其他等四大類，再依照能否証實該謠言同時具有國外版本與台灣版本，而將謠言分為本土謠言以及翻譯謠言兩大類，其中「本土謠言」指未能証實其為跨國流傳之謠言，占全部謠言的 79.65%，這些謠言並不一定真的是台灣特有的謠言，而只是在本研究中未收集到國外版本的謠言而已。而「翻譯謠言」則占全部謠言的 20.35%，顯示目前已有相當多比率的網路謠言具有跨國傳播的現象。

被本研究界定為翻譯謠言者，又可進一步區分為三種：第一種是「有外文版本者」，指的是能在國外關謠網站上覓得之謠言，占全部謠言的 10.47% (即附錄二的第 1~36 則謠言)；第二種是「東森註明者」，指的是在東森網站上有說明其內容來自其他網站，但本研究未能在國外關謠網站上覓得之謠言，占全部謠言的 8.72% (即附錄二的第 37~66 則謠言)；第三種是「根據推測者」，指的是東森網站未說明其來源，且未能在國外關謠網站上覓得，但根據內容，推測其為跨國流傳之謠言，占本研究分析謠言的 1.16% (即附錄二的第 67~70 則謠言)。

表一 網路謠言統計

謠言分類	謠言總數	本土謠言	翻譯謠言		
			有外文版本者	東森註明者	根據推測者
消費後窗	78	74	3	1	0
科技醫藥	100	83	15	2	0

社會名人	55	52	1	2	0
其他	111	65	17	25	4
總計	344	274	36	30	4
佔總謠言比例	100%	79.65%	10.47%	8.72%	1.16%

說明：本表之謠言分類係依據東森新聞網路追追追網站上之分類方式

在研究方法的選擇上，由於內容分析法是以系統類目的方式對文章內容予以定量性分類，且具有非親自訪查以及便於處理非結構性資料兩項主要特點（王石番，1992），因此本研究將以內容分析法的方式，針對有外文版本的謠言內容進行歸納與比較。在謠言的真實性部分，研究結果發現在 36 則有外文版本的中文謠言中（見附錄一），謠言內容為真實的只有「保鮮膜不可放進微波爐加熱」這 1 則（2.78%），而部分真實或不確定的有 5 則（13.89%），內容不實者有 30 則（83.33%）。且從謠言的類型來看，分析結果顯示在跨國傳播的謠言中，負面性的謠言較容易被傳播，例如網路上被廣為傳播的「某速食連鎖店用生化雞」的謠言，主要內容在於攻擊特定的廠商所提供的食品，「聞香水送命」的謠言內容則在於傳達令人恐懼的訊息，這些負面的謠言在網路上被不斷地反覆傳播。

在與國外謠言內容的差異部分，研究結果顯示有 9 則（25%）中英文謠言均無差異（見表二第 28~36 則案例），而這 9 則謠言中除了「生活是美好的.pps」的病毒警告信之外，其他 8 則謠言在轉寄郵件時均有附上相關的照片以及簡短的說明；另外，有 27 則（75%）中文謠言內容與英文謠言內容有所差異，顯示有相當大比例的謠言在跨國傳播後其內容與原先內容有所出入。本研究在比較 27 則中英文版有差異的謠言後發現，謠言在傳遞的過程中可能同時會有增加、減少或修改內容的情形，中文版有增加情節的共有 7 則（25.93%），減少情節的有 12 則（44.44%），修改情節的有 16 則（59.26%）。因此在本研究所分析的謠言中，在經過跨國傳播的過程後，謠言似乎確實有經歷過刪減、強調、同化、滾雪球等情況。

根據內容分析結果，發現在增加情節的中文謠言中，傳播者會加入個人的評論，例如在「Progesterex 會導致不孕」的謠言中說明以台

灣接受北美資訊的速度，相信台灣很快就會有類似案件發生，或舉出台灣的實例來增加謠言的可信度，例如在「加油時要關機」的謠言中說明台灣某石油公司在其所屬的加油站也有張貼相關的警告標語。在減少或修改情節的中文謠言中，發現謠言在經過跨國傳播後，較不相關或不重要的細節會被刪除或更改，例如在「法國星象學家預言 911 恐怖攻擊事件」的謠言中，謠言主要在強調此位法國星相學家曾預言世貿大樓被攻擊的情況，因此中文版將較不重要的「恐怖之神即將從天而降」的字眼刪除，並將英文版中的「第三次世界大戰來臨」修改成「世界末日來臨」。

值得注意的是，在英文版中「維生素 C 配蝦類會致死」的謠言說明此事曾在台灣發生過，另外，「吃嬰屍」的謠言在台灣流傳的版本中說明是中國大陸人所為，但在英文版本中卻說明這是台灣餐廳的最新菜單，根據英文版本的說法，此謠言是從東南亞某國家的某雜誌文章上所擷取而來的，而此英文版本的謠言也使得台灣的外交部在國際媒體上發表嚴正的澄清聲明。由此可知一旦不實謠言被有心人士翻譯或散佈，謠言所帶來的影響力是無遠弗屆的。

另一項亦值得深入探討的是網路謠言重複出現的現象，在這些跨國傳播的謠言中，有五則謠言在台灣或在國外均曾在不同的時點重複出現，例如，「!Auto Sending Stop」可防止散發病毒信」的謠言是在其出現一年前台灣的網路謠言「!0000」可防止散發病毒信」的改編，而「純液體不可在微波爐中加熱」的謠言也是由兩年前「水不可在微波爐中加熱」的台灣網路謠言改編而來，此兩則謠言也是從國外翻譯的謠言（但東森新聞網路追追追網站已將此兩則謠言刪除，故未列入本研究 344 則謠言範圍內），由此可知，謠言在跨國傳播之後，會以不同的形式在不同的時間重複出現。另外，「螞蟻入侵腦細胞」、「盜腎傳說」以及「愛滋病針頭」3 則在網路上已經流傳十幾年的謠言，其每次出現的主題大致相同，但細節部分卻有極大的差異，本研究認為這種現象正符合 Hannah and Sternthal (1984)提出的記憶作用(the role of memory)。由於保存在記憶中的訊息並未明確說明之前類似的謠言是錯誤的，因此記憶作用會讓人們在看到謠言時無法判斷謠言之

真偽，再者，當謠言一再重複流傳或出現時，謠言會變的越來越有說服力，讓收訊者認為謠言是真的，中國成語「三人成虎」也就是在說明這種謠言重複的力量之可怕。

肆、討論

由於網際網路缺乏一般媒體的過濾機制，且可向不特定人士傳播訊息，因此網路上充斥著各種未經證實的訊息，而電腦中介媒體是一種低成本、高報酬的傳播管道，且其類似人際溝通的功能，也使得謠言在網路中盛行。根據本研究所歸納出的跨國謠言，發現因為謠言大多是與在台灣人民現實生活相關連的訊息，因此較容易引起大眾的興趣，才會被有心人士翻譯成中文並藉由網路的方式傳遞，例如「保鮮膜不可放進微波爐加熱」的訊息；另外，有些謠言也會說明其訊息來自於國外的研究報告或某人的朋友，使收訊者不易向發訊者查證此訊息之真偽，例如「止汗劑會導致乳癌」的訊息，因此我們可以確定此種類型的跨國謠言具有資訊及影響力的功能，且符合傳播謠言的重要性或模糊性兩大因素之一。而這些謠言的內容多半是負面性的謠言，這也代表著負面性的謠言比較可以滿足人們對現實生活的不確定感，亦即傳送此訊息的目的之一在於警告可能在現實生活中會發生的危險，本研究推測謠言之所以會產生跨國傳播的現象，可能是有心人士在看到國外的訊息後，認為如果國人對這則無論是真實或不實的訊息一無所知的話，相同的危險情況可能也會在國內發生。另外，在分析謠言內容時也可發現，部分謠言會跨國傳遞不是因為此謠言具有資訊及影響力的功能，而是因為此謠言所提供的娛樂功能，例如「注視女性胸部會較長壽」的訊息內容說明誇張，因此多數收訊者在閱讀時會將此訊息視為娛樂消遣，並從中獲得滿足感。綜合本研究之內容分析結果，具有資訊、影響力或娛樂此三大功能之一的謠言均曾經有心人士的翻譯後產生跨國傳播的現象。

本研究在利用內容分析法比較 36 則中英文版本的謠言後發現，跨國流傳的謠言符合 Peterson and Gist (1951) 的觀察結果，亦即多數謠言所強調的主題內容大致相同的，但在說明細節上卻有差異存在。Chorus (1952)認為個人對訊息的評斷能力會影響謠言的傳遞，但由於

本研究採用內容分析法的方式比較謠言內容在某特定時點上經過跨國傳播後的差異，因此無法觀察到不同發訊者的評斷能力如何影響謠言內容，也無法了解發訊者是否會在看到謠言後，因為焦慮及不確定的因素而影響到訊息的傳遞與否，這也是本研究限制之一。根據本研究的分析結果，謠言在經過跨國傳播後，的確會產生如 Allport and Postman (1947)、Peterson and Gist (1951)以及 Chorus (1952)所描述之現象，例如只傳送最重要的謠言內容並刪除與主題無關的內容、在原先的謠言內加入先前與謠言相關的傳聞再傳遞給他人、傳遞不同版本的謠言給他人等。

由於網路具有匿名性及跨國傳播的特性，因此要藉由追查網路謠言的來源以減輕謠言傳播的影響將有所困難，本研究認為要遏止網路謠言繼續傳播可從訊息接收者及被謠言影響之當事者兩方面來討論。在訊息接收者方面，當接收到訊息時應思考訊息被流傳的因素為何，並可透過其他方式以確認此資訊是否正確，尤其是關於健康、家庭或商業等與自身相關之議題，以避免因相信不實之資訊而損害自身或他人之利益。在被謠言影響之當事者方面，DiFonzo and Bordia (1994)在與美國九家曾受謠言影響的公司進行深度訪談並收集過去與謠言相關的研究資料後，發現所有的謠言活動都會經過產生 (generation)、評估 (evaluation) 以及傳播 (dissemination) 三個階段，因此要防止謠言傳播，應該在不同的階段採取不同的因應措施。在本研究跨國傳播之謠言中可發現，被有心人士翻譯成中文以告知大眾之產品多半與健康有關，例如「杯麵碗含毒性蠟」、「保鮮膜不可放進微波爐加熱」、「止汗劑會導致乳癌」、「易開罐不可以直接喝」等，而所指涉的廠商則不論在國內及國外均有提供相關的產品或服務，例如「某網站免費信箱要收費」、「某速食連鎖店用生化雞」、「某止痛藥會傷肝」等，然而由於跨國傳播的謠言均已處於傳播的階段，因此企業在面對謠言的攻擊時，可請具公信力之第三者或透過可信度較高之大眾媒介進行客觀的報導，另外，受到謠言攻擊之企業或有提供謠言指涉產品之企業也可在企業網頁中發表澄清聲明，並可透過相同的傳遞媒介隨時觀察謠言的發展，以控制謠言對企業之影響。

參考文獻

- 王石番(1992)《傳播內容分析法：理論與實證》，台北：幼獅文化事業。
- 鄭若麟、邊芹(譯)(1992)《謠言》，台北：桂冠圖書。原著：Kapferer, J.N.(1990). *Rumors: uses, interpretations, and images*, New Brunswick: Transaction Publishers.
- Allport, G. W. and L. J. Postman (1947). *The psychology of rumor*, New York: Holt, Rinehart & Winston .
- Bordia, P., N. DiFonzo and A. Chang (1999). “Rumor as group problem solving: developing patterns in information computer mediated groups,” *Small Group Research* 30(1), 8-28.
- Bordia, P. and R. L. Rosnow (1998). “Rumor rest stops on the information highway,” *Human_Communication Research* 25(2), 163-179.
- Buckner, H. T. (1965). “A theory of rumor transmission,” *The Public Opinion Quarterly* 29(1), 54-70.
- Caplow, T.(1947). “Rumors in war,” *Social Force* 15, 302.
- Chorus, A. (1952). “The basic law of rumor,” *The Journal of Abnormal and Social Psychology* 48, 313-314.
- DiFonzo, N. and P. Bordia (1994). “Reining in rumors,” *Organizational Dynamics* 23, 47-62.
- DiFonzo, N. and P. Bordia (2000). “How top PR professionals handle hearsay :corporate rumors, their effects, and strategies to manage them”, *Public Relations Review* 26(2), 173-190.
- DiFonzo, N. and P. Bordia (2002). “Corporate rumor activity, belief and accuracy,” *Public Relations Review* 28, 1-19.
- Fisher, D. R. (1998). “Rumoring theory and the Internet,” *Social Science Computer Review* 16(2), 158-168.
- Fiske, S. T. and Taylor, S. E. (1958). *Social Cognition*, 2nd edn. McGraw-Hill, New York.
- Hannah, D. B. and Sternthal, B. (1984) “Detecting and Explaining the Sleeper Effect,” *Journal of Consumer Research*, 17 (2), 632-642. ch, Sep84, Vol. 11 Issue 2, p632, 11p, 1 chart;
- Herr, P. M., Kardes, F. R., and Kim, J. (1991). “Effect of word-of-mouth and product-attribute information on persuasion: An accessibility diagnostic perspective,” *Journal of Consumer Research*, 17, 454-462.

- Hollingshead, A. B., McGrath, J. E., and O'Connor, K. M. (1993). "Group task performance and communication technology: A longitudinal study of computer –mediated communication versus face-to-face work groups," *Small Group Research* 24, 304-333.
- Kapferer, J. N. (1990). *Rumors –uses, interpretations, and images*, New Brunswick: Transaction Publishers.
- Knapp, R. H. (1944). "A psychology of rumor," *Public Opinion Quarterly* 53, 467-481.
- Mizerski, P. (1982). "An attribution explanation of the disproportionate influence of unfavourable information," *Journal of Consumer Research* 19, 301-310.
- Pendleton, S. C. (1998). "Rumor research revisited and expanded," *Language & Communication* 18, 69-86.
- Peterson, W. and N. Gist (1951). "Rumor and public opinion," *American Journal of Sociology* 57, 159-167.
- Rogers, E. (1995). *Diffusion of innovation*, 4th ed. Free Press, New York.
- Rosnow, R. L. (1977). "Gossip and marketplace psychology," *Journal of Communication* 27(1), 158 -163.
- Rosnow, R. L. (1988). "Rumor as communication: A contextual approach," *Journal of Communication* 38(1), 12-28.
- Shibutani T. (1966), *Improvised news: A sociological study of rumor*, Indianapolis, IN: Bobbs-Merrill.
- Walther, J. B., and Burgoon, J. K. (1992). "Relational communication in computer-mediated interaction," *Human Communication Research* 19, 50-88.
- Walther, J. B. (1995). "Rational aspects of computer –mediated communication: experimental observations," *Organizational Science* 6, 180-203.
- Walther, J. B. (1996). "Computer-mediated communication: impersonal, interpersonal, and hyperpersonal interaction," *Communication Research* 23(1), 3-43.
- Wheelan, S. A., Verdi, A. F., and McKeage, R. (1994). *The group development observation system: origins and applications*, Philadelphia: PEP Press.

附錄一 網路謠言中英文版本案例之彙整

本研究所列出之各謠言內容均經過摘要整理，詳細謠言內容可參見各關謠網站。謠言內容真實與否，為本研究之主觀判斷，主要指的是謠言的大部分內容的真實程度，而非全部內容的真實程度，不實的謠言中可能包含有真實的成分，真實的謠言中也可能包含不實的成分。

案例	中文謠言主要內容	與國外謠言差異	資料來源	謠言真實性
1	「「! Auto Sending Stop」可防止散發病毒信」：只要在通訊錄中新增一個「! Auto Sending Stop」的聯絡人，就可以防止病毒郵件自動轉寄。	1. 英文版：新增「AAAAAAA」並設為第一個聯絡人，並將其 e-mail 設為 WormAlert@somewhere.com	【1】 【3】	不實。經東森新聞查證，新增「! Auto Sending Stop」，並無法防止病毒信的散發。
2	「A.I.D.SVIRUS 病毒」：一封名為「OPEN:VERY-COOL!」的電子郵件含有「A.I.D.SVIRUS」病毒，此病毒會破壞電腦的記憶體、音效卡、喇叭和硬碟，且會影響滑鼠或鍵盤上的游標鍵，並在吃掉 5MB 的硬碟以及毀壞所有程式後，自行 Format 終結。	1. 英文版：「A.I.D.S」的病毒	【1】 【2】 【3】 【4】	不實。據英國防毒軟體公司 Sophos 網站提供的資料，有以「A.I.D.S」為名的病毒(蟲)或是特洛伊木馬，但此謠言內容與真正病毒無關。
3	「「Jdbgmgr.exe」的病毒警告信」：「Jdbgmgr.exe」屬於惡作劇病毒(hoax)，建議搜尋並直接刪除之，以免對電腦造成傷害。信件中並附上此檔名的圖片。	1. 英文版：會藉由某即時傳訊軟體發送。 2. 英文版：感染後第 14 天會對電腦造成傷害。 3. 中文版：說明是惡作劇病毒。	【1】 【2】 【4】	不實。根據台灣微軟的答覆，Jdbgmgr.exe 是 IE 環境執行 Java 語言除錯的必要檔案元件，刪除它對主系統不會有太大影響。

4	「某網站免費信箱要收費」：台灣某入口網站已開始針對用戶收取加值版美金 29.99 元，商業版美金 9.95 元，未付費者不能再收發 e-mail，而使用 POP、Outlook Express 的免費用戶，也無法直接在電腦上收發信件。	1. 英文版：其他入口網站將收取月租費，但若將此訊息傳給一定人數(10 萬~100 萬)則可免費。	【1】 【3】 【4】	不實。該公司已出面澄清只有美國地區會針對 POP 服務收費，目前在台灣地區仍然是免費提供。
5	「某即時傳訊服務要收費」：某網站將針對使用該網站所提供的即時傳訊服務收費，若希望繼續免費使用則需將此訊息通知所有認識的人，若獲得 100 萬個簽名則免費，若無法取得 100 萬個簽名，則將收取每月美金 10 元的月租費。	1. 英文版：其他入口網站將收取月租費，但若將此訊息傳給一定人數(10 萬~100 萬)則可免費。	【1】 【2】 【4】	不實。該公司表示並沒有針對此項服務收費的計畫。
6	「杯麵碗含毒性蠟」：有位在外國唸書的留學生，在吃了一年半的杯麵後死亡，醫生發現他的胃壁附著一層蠟，原來是杯麵容器裡的毒性蠟，而肝臟無法分解這種毒蠟，因此造成這位學生死亡。	1. 英文版：他朋友的姪子。	【1】 【4】	不實。經東森新聞查證，泡麵的包裝均經過嚴格的檢驗。
7	「保鮮膜不可放進微波爐加熱」：有些塑膠膜有些聚氯乙烯塑膠包裝產品，含有簡稱為 DEHA 的塑化劑 DEHA 會滲入食物中，且含有干擾內分泌的物質，擾亂人體內的荷爾蒙，導致許多疾病 由於只有在動物實驗中證明 DEHA 對人體有害，因此美國政府尚未禁止工業界使用 DEHA，而英國在 10 年前，就已規定改用其它較安全的塑化劑。	1. 英文版：刊登在醫學雜誌。 2. 英文版：醫師指出用保鮮膜覆蓋在含油脂的食物，再放入微波爐中加熱會產生戴奧辛。	【1】 【3】 【4】	真實。經衛生署證實，保鮮膜含 DEHA 塑化劑，遇高溫可能會融化，雖然尚無對人體造成傷害的證據，但在動物實驗中證實，有影響健康的風險。

8	<p>「眼袋長蟲」：某人眼睛不舒服，結果醫生從眼袋取出一隻肥蟲，信中附上五張照片，第一、二張照片為某人的眼睛，第三、四張照片為醫生夾取出蟲的過程，第五張則顯示取出的蟲。</p>	<p>1. 英文版：某人走在路上時，誤以為灰塵飛入眼睛，就用手揉，過幾天後因為眼睛腫脹，到藥房買眼藥水，但仍然無效，開刀後才發現。</p>	<p>【1】 【2】 【4】</p>	<p>不實。經醫師的鑑定，信中所附的其中三張照片是眼袋中的脂肪，另兩張為其他照片。</p>
9	<p>「某止痛藥會傷肝」：報紙曾報導一位年輕人吃某止痛藥自殺，因為此藥會對肝臟及循環系統造成無法補救的傷害，因此只要服用二十六顆就會致命。此藥品的廣告會讓消費者以為此藥品無副作用，而此藥雖然不會傷胃卻會傷害肝臟，造成 GOP 及 GPT 值升高。</p>	<p>1. 英文版：她 15 個月大的小孩服用此止痛藥後吐血。 2. 英文版：有說明詳細的藥性。 3. 中文版：有說明在台灣的廣告內容。</p>	<p>【1】 【3】</p>	<p>部分真實。經廠商說明此藥品成分中的乙醯胺酚，在藥品的運用上非常的廣泛，但只要遵照醫生指示劑量服用，就不會危及生命。</p>

10	<p>「止汗劑會導致乳癌」：市面上的止汗商品阻止了身體毒素從腋窩排出，毒素便囤積在腋下淋巴結內，形成惡性腫瘤，也難怪乳癌多好發在乳房外側上方的區域。</p>	<p>1. 英文版：從醫學研討會中得知此消息。 2. 英文版：市面上的止汗劑多為防臭劑與止汗劑混合用品，防臭劑不會致癌，但止汗劑會致癌。 3. 英文版：男性較不會得乳癌是因為他們沒有除腋毛的習慣，止汗劑不會直接接觸皮膚。 4. 英文版：可親身實驗，保證會得乳癌。</p>	<p>【1】 【2】 【3】 【4】</p>	<p>不實。經醫師證實，止汗劑的成分並不會對人體產生不良副作用。</p>
11	<p>「螞蟻入侵腦細胞」：有位小朋友在睡前將糖果放在枕頭邊，結果螞蟻鑽入他耳朵，螞蟻不但他在腦中寄生，還在啃食完腦部組織後啃食身體的其他部分。</p>	<p>1. 英文版：蝸牛、蛆侵入腦中</p>	<p>【1】 【4】</p>	<p>不實。經醫師證實，耳朵有耳膜保護，螞蟻無法鑽進腦中。</p>
12	<p>「不要用舌頭舔信封」：一位任職於加州郵局的女士，每天都用舌頭舔郵票或信封代替海棉沾水，一週後，她發現自己的舌頭異常腫大，醫生進行外科手術後發現一隻活蟑螂從她舌頭的切開處爬出來，原來信封的封口處沾上了蟑螂卵，而人類的舌頭和唾液剛好成為讓蟑螂卵孵化的環境。</p>	<p>1. 英文版：某媒體曾經報導過。</p>	<p>【1】 【2】 【3】</p>	<p>不實。經醫師證實，蟑螂卵不可能在人類舌頭中孵化或存活。</p>

13	<p>「Progesterex 會導致不孕」：Progesterex 與 Rohypnol 在國外被強姦犯溶入飲料中當作約會強姦藥一起使用。Rohypnol 可使受害者不記得發生的事，避孕藥 Progesterex 可使女性一輩子無法懷孕。由於 Progesterex 取得容易，國外各校園即將爆發出大量案件，而以台灣接受北美資訊的速度，可能很快就有歹徒使用此種藥品犯罪。</p>	<p>1.英文版：有一個網站專門教人如何使用 Progesterex。 2.中文版：說明以台灣接受北美資訊的速度，可能很快就有歹徒使用此種藥品犯罪。</p>	<p>【1】 【3】 【4】</p>	<p>不實。經衛生署管制藥品管理局查證，目前並沒有 Progesterex 這種藥品。</p>
14	<p>「阿斯巴甜會致癌」：某品牌的無糖口香糖添加了人工甘味劑阿斯巴甜，也就是代糖，而阿斯巴甜會造成腎臟的極大負擔，且在美國已有動物實驗證實阿斯巴甜會導致癌症。並附上包裝照片，照片中的英文上有註明「經動物身上實驗證實，會導致癌症」的英文警語。</p>	<p>1.英文版：由美國某政府單位所公布之資料。 2.英文版：說明食用阿斯巴甜會導致的症狀與疾病。 3.中文版：說明某品牌的口香糖會致癌。</p>	<p>【1】 【2】 【3】 【4】</p>	<p>不實。經衛生署證實到目前為止，尚無阿斯巴甜會致癌的醫學報告，而所附的照片其實是加註警語的「糖精代糖包」，糖精是另外一種代糖，與阿斯巴甜不同。</p>
15	<p>「維生素C配蝦類會致死」：某家服飾店的老闆暴斃，警方認為死亡原因是因服用維他命C藥劑後再吃蝦所造成。根據美國某大學的研究實驗發現，蝦等軟殼類食物含有濃度較高的 - 五鉀砷化合物，這種物質對人體並無毒害作用，但是在服用維生素C片劑之後，由於化學作用，變為有毒的三鉀砷，也就是人們俗稱的砒霜。</p>	<p>1.英文版：他的朋友從醫學報導中得知。 2.英文版：在台灣有發生類似案例。</p>	<p>【1】 【4】</p>	<p>不實。經醫師證實兩者很難產生化學反應，因此同時食用兩者並不會致死。</p>

16	「聞香水送命」：在香港已有七名婦女因吸入寄來的免費香水試用品而喪命，因此務必丟棄所收到化妝水、香水、尿布或濕紙巾等免費樣品。官方不希望造成民眾的恐慌，因此未公佈此消息。	1. 英文版：在美國量飯店的停車場。 2. 英文版：因吸入乙醚昏迷而被洗劫。	【1】 【3】 【4】	不實。專家認為利用試用品來散佈有毒物質的可能性極低。
17	「阿姆斯壯登月向鄰居道賀」：謠言內容敘述，1969 年搭乘太空船阿波羅 13 號登月的阿姆斯壯在返回太空艙時，突然說：「祝你好運！高斯基先生！」。在 1995 年的記者會上，阿姆斯壯說出在他還是個少年時，聽到了隔壁的高斯基太太對她先生大叫「口交？你想口交？我告訴你，除非隔壁的那個小毛頭在月亮上走路！」。	1. 中文版：說明是阿波羅 13 號。	【1】 【2】	不實。根據 NASA 官方紀錄，阿姆斯壯並無說此句話，且 1969 年登上月球的是阿波羅 11 號。
18	「史上最離奇的自殺案」：在美國發生一起離奇的死亡案件，死者從十一樓頂落下時，卻被從九樓窗戶射出的子彈擊中。經調查發現，原來是死者企圖利用父親用獵槍嚇唬母親的習慣，將獵槍裝上火藥，借父親之手殺死母親，但事隔一段時間後，卻正巧死者從十一樓跳樓時，其父親卻剛好在九樓擊發了槍枝。	1. 英文版：發生在 1994 年的曼哈頓。 2. 英文版：死者從 15 樓跳下，其父母親住在 15 樓	【1】 【2】	不實。Dr. Mills 出面說明這是他在 1987 年出席會議時杜撰的故事，用以作為討論個案。

19	「吃嬰屍」：在中國大陸有人吃嬰屍，信中並附上某人吃嬰屍者用餐時的照片。	1.英文版：某雜誌曾報導。 2.英文版：是台灣餐廳最新的菜單。 2.英文版：醫院將嬰兒以每個美金 50 到 70 元賣給餐廳。	【1】 【2】 【3】 【4】	部分真實。根據東森新聞查證，這是中國大陸藝術家朱昱的作品。
20	「廁所蜘蛛毒死人」：有三個女人突然死亡，驗屍結果發現三人均無外傷，調查發現她們在死前均曾居住過的飯店馬桶坐墊下有劇毒的南美紅蜘蛛。且發現往南美航班的飛機上有 4 個南美紅蜘蛛的巢穴，因此這些蜘蛛可能已經在各國境內繁殖。	1.英文版：根據醫學期刊的報導。 2.英文版：3 位死者是在同一間餐廳被咬。	【1】 【2】 【3】 【4】	不實。根據東森新聞查證，並無有毒的南美紅蜘蛛。
21	「加油時要關機」：澳洲一名青年在加油站加油時，疑似因為接聽手機而產生火花，並引起火災，因此在加油時行動電話需關機。台灣某石油公司在加油站中張貼注意標誌，且許多手機說明書中也有此警告說明。	1.英文版：美國某石油公司在其加油站中貼出警告標語。 2.中文版：台灣某石油公司有張貼警告標語。	【1】 【2】 【3】 【4】	不確定。根據東森新聞查證，可能性極低並不代表不可能，而中油公司及手機廠商均有發出警告。
22	「注視女性胸部會較長壽」：一項實驗結果顯示，每天欣賞女性胸部可降低血壓，使脈搏減緩，且罹患心血管疾病與中風的機會也會減半。	1.英文版：建議男性每天看 D 罩杯以上的胸部 10 分鐘，或多看花花公子之類的雜誌或電視，且建議觀看某些女星的胸部。	【1】 【2】 【3】 【4】	不實。根據東森新聞查證，新英格蘭醫學學報未曾刊登過此篇文章，此篇消息源自於美國的 Weekly World News 八卦報導。

23	「純液體不可在微波爐中加熱」：他的朋友將一杯水放在微波爐中加熱到沸騰的程度，當他把杯子拿出後的瞬間，那杯水就在飛濺到他的臉上，造成臉部 1 至 2 度的灼傷。因此只要是純液體都不可以單獨在微波爐裡加熱。	1. 英文版：他的兒子灼傷。 2. 中文版：說明只要是純液體都不可以單獨在微波爐裡加熱。	【1】 【2】 【3】	部分真實。根據專家指出，除非液體一直反覆加熱至超熱，才有可能發生。
24	「易開罐不可直接喝」：夏威夷曾有人因為吸入老鼠或老鼠屎乾掉後產生的灰塵，導致器官衰竭而過世，台灣也有人直接喝剛從商店中所購買的罐裝飲料而昏迷死亡。另外，某疾病控制中心調查認為，罐裝飲料頂部外皮可能殘留具毒性且會致命的老鼠尿。	1. 中文版：說明台灣的報導。	【1】 【2】 【3】 【4】	不實。根據東森新聞查證，罐頭被老鼠屎污染的機會非常低。
25	「盜腎傳說」：美國某大學的報紙曾刊登某人在參加派對之後，醒來發現他全身赤裸地躺在全部都是冰的浴缸中，並發現他的背部有兩條九英寸長的切割傷口，因為他的腎臟被偷了，而每對腎臟在黑市中值 15,000 美元。最近各主要城市都曾發生類似的案件。	1. 英文版：每個腎臟值 10,000 美元。	【1】 【2】 【3】 【4】	不實。根據華盛頓郵報記者查證，認為這則謠言是來自於一份被退稿的電影劇本。
26	「愛滋病針頭」：汽車駕駛人需注意在加油槍扳機下可能藏著帶有愛滋 HIV 病毒的針頭，因為已經有十七人被這種針頭所刺傷，且全國也有十二個相關報導。	1. 英文版：愛滋病針頭亦曾傳出在戲院座椅、公共電話的退幣孔、自動販賣機取物孔。	【1】 【2】 【3】 【4】	不實。根據東森新聞查證，這些故事都是虛構的。

27	<p>「法國星象學家預言 911 恐怖攻擊事件」：法國星象學家諾斯特拉馬斯早在 1654 年就預言，在新世紀的第九個月會有兩隻金屬製的大鳥撞上兩兄弟，而偉大的領導人也會屈服，接著世界末日就來臨了。</p>	<p>1. 英文版：恐怖之神即將從天而降。 2. 英文版：當大城市燃燒時，第三次世界大戰就來臨的， 3. 中文版：世界末日來臨。</p>	<p>【1】 【2】 【3】</p>	<p>不實。根據 CNN 報導，此位法國星象專家並無預言此事。</p>
28	<p>「瓶中貓」：紐約有人販售一種叫做「瓶中貓」(Bonsai Cat) 的新產品，此人將幼貓塞進玻璃瓶或罐子裡面，用塑膠管分別餵食及清潔排泄物，並且餵食一種會軟化骨頭的化學藥物。信中除了附上一些瓶中貓的照片外，亦提供此網站的位址，讓網友自行連結上網觀看。</p>	<p>無差異</p>	<p>【1】 【2】 【3】 【4】</p>	<p>不實。經美國 FBI 調查發現，網站主持人為了開朋友玩笑而架設這個網站。</p>
29	<p>「登月計畫是騙局」：美國的阿波羅登月計畫是為了冷戰宣傳需要，在攝影棚內拍攝的作品。信中並附上八張主要的登月照片，並指出每一張照片的疑點，包括光影變化、天空中星星消失、降落時月球表面應出現坑洞、沒有水卻能產生清晰輪胎印...等。</p>	<p>無差異</p>	<p>【1】 【4】</p>	<p>不實。根據東森新聞查證，信中提出的疑點並無不合理的地方。</p>

30	「某速食連鎖店用生化雞」：根據美國某大學的研究發現，此某速食連鎖店的雞其實是以遺傳基因控制，靠管子插入供給血及營品維生的有機體，此種基因雞沒有嘴、羽毛及腳，且其骨頭結構變態地萎縮，以長出更多的肉。信件中並附上基因雞的照片。	無差異	【1】 【2】 【3】 【4】	不實。專家認為並沒有與這種基因雞的相關的證據，且此種方式不符合成本效益。
31	「911 恐怖攻擊前的照片」：信中照片為一名遊客在飛機撞上世貿中心前幾秒站在世貿大樓頂樓上所拍的，照片中可清楚看見該名男子的背後正好是衝向世貿大樓的民航機。	無差異	【1】 【2】 【3】	不實。根據 CNN 報導，此為合成照片。
32	「世貿大樓出現撒旦臉孔」：附在世貿大樓著火時所拍攝照片，照片中所冒的濃煙出現撒旦的臉孔，因此這是大災難來臨前的一種警訊。	無差異	【1】 【2】 【3】	不確定。雖然照片為真，但東森新聞認為出現撒旦的臉孔只是人們想像的。
33	「鯊魚咬直昇機」：附上一張「鯊魚咬直昇機」的照片，並說明這張是某國家地理雜誌年度提名的照片。	無差異	【1】 【2】 【3】 【4】	不實。國家地理頻道在其網站上鄭重澄清此為合成照片。
34	「日本最新流行內褲外穿」：向來走在時代尖端的日本女生，穿著彩繪有內褲圖樣的裙子逛街，信件中並附上五張內褲外穿的照片。	無差異	【1】 【2】 【4】	不實。根據東森新聞查證發現照片是合成的。
35	「世界上最大的女人」：照片中的女性來自荷蘭，她是世界上最大的女性，照片顯示出其他男性或女性的身高只到此位女性的胸部。	無差異	【1】 【2】	不實。根據東森新聞查證，此位女性的身高並非世界上最高的。

36	「「生活是美好的.pps」的病毒警告信」：某軟體公司和某防毒軟體公司共同發布消息指出，此Power Point 文件，會損壞電腦且防毒軟體並不能清除之，製造此病毒的駭客正和某軟體公司對簿公堂中。	無差異	【1】 【2】 【3】 【4】	不實。根據東森新聞證實，並無此病毒。
----	---	-----	--------------------------	--------------------

資料來源： 【1】東森新聞網--網路追追追網站

<http://www.ettoday.com/etrumor/index.htm>

【2】國外關謠網站 <http://urbanlegends.about.com/>

【3】國外關謠網站 <http://hoaxinfo.com/>

【4】國外關謠網站 <http://www.snopes.com/>

附錄二、本研究所取樣之謠言

本研究取樣對象為東森新聞網站中網路追追追上所收錄之謠言(資料取得時間點為 2003 年 3 月 15 日, 該網站內資料隨時在進行增刪), 為避免對謠言指涉對象造成傷害, 因此所列出之謠言標題均為本研究命名, 並已儘量刪除可能傷害謠言指涉對象的字眼。第 1~36 則為有外文版本之謠言, 第 37~66 則在東森新聞網站上有註明其來源為國外者, 第 66~70 則是本研究根據內容推測認為應為翻譯至國外的謠言。各謠言真實或虛偽程度不一, 請讀者明察。

1. 「!Auto Sending Stop」可防止散發病毒信
2. 「A.I.D.SVIRUS」病毒
3. 「Jdbgmgr.exe」的病毒警告信
4. 某網站免費信箱要收費
5. 某即時傳訊服務要收費
6. 杯麵碗含毒性蠟
7. 保鮮膜不可放進微波爐加熱
8. 眼袋長蟲
9. 某止痛藥會傷肝
10. 止汗劑會導致乳癌
11. 螞蟻入侵腦細胞
12. 不要用舌頭舔信封
13. Progesterex 會導致不孕
14. 阿斯巴甜會致癌
15. 維他命 C 配蝦類會致死
16. 聞香水送命
17. 阿姆斯特壯登月向鄰居道賀
18. 史上最離奇的自殺案
19. 吃嬰屍
20. 廁所蜘蛛毒死人
21. 加油時要關機
22. 注視女性胸部會較長壽
23. 純液體不能在微波爐中加熱
24. 易開罐不可直接喝
25. 盜腎傳說
26. 愛滋針頭
27. 法國星象學家預言 911 恐怖攻擊事件
28. 瓶中貓
29. 登月計畫是騙局
30. 某速食連鎖店用生化雞
31. 911 恐怖攻擊前的照片
32. 世貿大樓出現撒旦臉孔
33. 鯊魚咬直昇機
34. 日本最新流行內褲外穿
35. 世界上最大的女人
36. 「生活是美好的.pps」的病毒警告信
37. 基因改造黑名單
38. 超級筆記型電腦
39. 某明星的合成裸照
40. 某地區的學生被殺
41. 某頻道拍到食人族
42. 某修女死後宛如在生
43. 某國當街賣菜人

- 44.吹汽艇爆炸案
- 45.太歲的真實模樣
- 46.像真人的充氣娃娃
- 47.某電影的另類網站
- 48.頭髮豎直是雷擊前兆
- 49.哈利波特的隱形衣
- 50.麥田圈疑雲
- 51.最美的木乃伊
- 52.木乃伊生小孩
- 53.國際換日線的照片
- 54.飛機馬桶會吸人
- 55.足球比賽主審被刺身亡
- 56.用鼻子行走的生物
- 57.某國人用雷射光攻擊他隊球員
- 58.臉上會長蟲
- 59.某國科學家提議炸掉月球
- 60.冰棍插死婦女
- 61.阿富汗徵友網站
- 62.回教月曆預告 911 恐怖攻擊
- 63.西班牙牧師的預言
- 64.外星變種人
- 65.某漫畫人物原是植物人
- 66.某漫畫的完結篇
- 67.某鴨子造型的客機
- 68.某國貨幣暗藏吊死鬼
- 69.Word 字型預言 911 恐怖攻擊
- 70.外星魔嬰
- 71.某金融機構的編號更改
- 72.某銀行現金卡糾紛
- 73.某大眾運輸工具的悠遊卡
- 74.某兩個知名化妝品效果相同
- 75.某農莊詐欺
- 76.某飯店漠視會員權益
- 77.某葯妝店的綠色小標籤
- 78.某行動電話一號兩賣
- 79.某飲料有屍水
- 80.捷運站的馬桶飯
- 81.持發票到某遊樂區有優惠
- 82.某行動電話的用戶要小心
- 83.某活動溫泉券騙人
- 84.購物後可無條件退費
- 85.市售水不宜生飲
- 86.銀行存錢需付管理費
- 87.某補習班漠視學員權益
- 88.某飲料不能喝
- 89.某葯妝店賣壞掉的電池
- 90.某大哥大的收費問題
- 91.口紅含鉛
- 92.某些牛乳不能喝
- 93.不要住某大飯店
- 94.某唱片公司有瑕疵專輯
- 95.某咖啡連鎖店有免費時段
- 96.某銀行的催帳公司惡劣
- 97.某人壽保險公司的保險糾紛
- 98.某飲料含磺胺劑
- 99.B 肝帶原者保險無效
100. 某國旅行團騙錢
101. 不是所有的 0800 都免費
102. 刷卡買機票不會理賠
103. 加油站送的礦泉水
104. 某手錶壞了不能修
105. 某旅遊網站的特惠機票騙人
106. 某國龍眼荔枝的用火藥施肥
107. 出國最好取消語音信箱
108. 加油站偷油
109. 鋁箔包不可重複使用
110. 塑膠 6 號杯有毒

- 111.椰子有回收
- 112.如何節省電話費
- 113.某車的集體檢修服務
- 114.某行動電話變相收費
- 115.某溫泉業者使用回鍋水
- 116.某樂園可免費入園
- 117.某便利商店的三明治
- 118.彩券作弊手法
- 119.攤販引用湖水煮湯洗碗
- 120.廁所偷包包大盜
- 121.拿電話機可退錢
- 122.某葯妝店騙人
- 123.某聯名卡申辦設陷阱
- 124.某公司汽油較耗油
- 125.某大哥大語音信箱收費
- 126.某網站低價拍賣電腦
- 127.便利商店便當含有高量防腐劑
- 128.某機車店蓄意破壞機車
- 129.某人壽保險公司指保戶是人渣
- 130.買過期發票以製造偽卡
- 131.煮麵加明礬
- 132.手機計費方式
- 133.買門號配手機免費
- 134.選用免過敏的清潔產品
- 135.喝奶茶導致癱瘓
- 136.某電信公司變相加收維護費
- 137.某百貨公司平價鞋當成高檔貨
- 138.關東煮的湯頭
- 139.某便利商店關東煮聚集蒼蠅
- 140.某 KTV 亂按鈴就加錢
- 141.雞精使用淘汰雞
- 142.無花果的製作過程
- 143.洗臉用的海棉
- 144.某夜市的米粉湯
- 145.某線上傳呼軟體的暱稱
- 146.棉花要馬上丟棄
- 147.喝牛奶會使骨質疏鬆
- 148.某版本軟體免費升級
- 149.戴隱形眼鏡看電腦螢幕會失明
- 150.搭機會使隱形眼鏡變形破裂
- 151.抗 UV 隱形眼鏡等於太陽眼鏡
- 152.找手機的方法
- 153.電腦鍵盤會傳染疾病
- 154.用健保 IC 卡需多付費
- 155.眼睛雷射手術
- 156.烤肉不可戴隱形眼鏡
- 157.印表機內有小型抽水機
- 158.某行動電話號碼不能接
- 159.某多媒體放映軟體抓盜版
- 160.防治癌症的新方法
- 161.某線上遊戲帳號被詛咒
- 162.治療登革熱的祖傳秘方
- 163.某軟體公司執行版權控管
- 164.正確洗臉方法
- 165.某入口網站有免費網路硬碟
- 166.某些品牌的維他命不能吃
- 167.「某名主播」的病毒信件
- 168.三明治加優酪乳會致癌
- 169.轉寄信件可做善事
- 170.急徵骨髓配對
- 171.中國傳統食物有錯誤搭配
- 172.不要吃合成食品
- 173.電玩公司的刮刮樂

174. 隱形眼鏡使血管增生
175. 某硬體廠商發病毒警告
176. 病毒警告信：誰是最受歡迎
 主播
177. 某醫院的缺德醫師
178. 駭客可入侵未關機的電腦
179. 改 vbs 預設會使電腦中毒
180. 援交易導致早產
181. 洗澡會致癌
182. 某軟體在台灣的售價最貴
183. 某拍賣網站的詐騙案
184. 某發酵乳與某化妝品的效果
 相同
185. 網路詐騙新手法
186. 某行動電話的合約內容
187. 某電信公司多收月租費
188. 改 0 與 1 可讓盜版變正版
189. 惡劣的網站
190. 反制偷窺的方法
191. 免費軟體會洩密
192. 某分享軟體爭議
193. 手機要隨時充電
194. 某作業系統會告密
195. 冰淇淋可治感冒
196. 咖啡粉的妙用
197. 燙傷不能擦某藥膏
198. 某軟體公司針對盜版求償案
199. 某作業系統的當機管理員功
 能
200. 太嫩的牛排會致癌
201. 手機浮現人頭
202. 龍眼肉可治療近視眼
203. 手機可打 112 求救
204. 烤肉不可喝可樂
205. 某化妝水含有毒溶劑
206. 某作業系統隱藏反盜跟蹤碼
207. 牛奶加蜂蜜可治貧血
208. 某分享軟體要抓盜版
209. 吃勾芡食物易痛風
210. 高倍速光碟機會爆片
211. 喝冰水會不孕
212. 換牙可獲保險理賠
213. 常翹二郎腿會造成傷害
214. 吃烤肉配可樂會導致骨癌
215. 經期時不要喝綠茶
216. 喝汽水導致魏尼克腦病
217. 膠囊灼傷食道
218. 面紙含有細菌
219. 不要吃剛出爐的麵包
220. 不要用精鹽洗蔬菜
221. 喝桔茶會中毒
222. 有鋼圈的內衣易致癌
223. 蠶絲被會使人疲憊
224. 手機可當雷達測速器
225. 深色內衣會致癌
226. 某胃腸藥會致癌
227. 某地方政府停管處網址騙人
228. 某禪寺的規定
229. 小狗受虐案
230. 某高中女生被撞死
231. 紅豆伯的故事
232. 某度假飯店發不出薪水
233. 旅行社之狼
234. 水牛伯的心願
235. 電話被盜打
236. 某政府機構遷建案
237. 詐財簡訊的某律師
238. 網路色狼

239. 某遊樂園的意外事件
240. 尋找一位失智母親
241. 某政府單位的收費通知
242. 黑道兄弟強暴疑雲
243. 色狼夫妻檔
244. 詐騙新手法：支票存款
245. 金融卡內碼被盜賣
246. 協尋許小妹妹
247. 陪酒公主集體染愛滋
248. 民意代表不開會仍可照領薪水
249. 冤枉無辜遭開單可申訴
250. 紅燈右轉會罰款
251. 酒後駕車要受罰
252. 亂開霧燈要罰款
253. 協尋某人的兒子
254. 澎湖色狼
255. 資遣空姐向總統告狀
256. 新偶像團體照曝光
257. 某名人幫明星逃避兵役
258. 美國總統的中文名字
259. 某歌星的性愛光碟
260. 某政治人物的清涼寫真
261. 某購物商場被偷拍
262. 某明星未婚懷孕墮胎
263. 某明星當兵被整
264. 最新犯罪手法
265. 火鍋店提供重農藥蔬菜
266. 徵求捐屍肝
267. 某明星狗喪生
268. 警察利用路邊臨檢抓盜版
269. 某義工隊創辦人性騷擾
270. 某集團用算命程式詐財
271. 某人拒絕追求而被砍
272. 詐騙新手法：中獎函
273. 老師雙眼被刺案
274. 收費站花招
275. 討債妙招
276. 強姦犯開計程車
277. 乞丐假裝殘障騙財
278. 律師獨子的告白
279. 肥皂絲可以除登革熱
280. 星座共有 13 個
281. 全民健保的優惠措施
282. 某政黨開色情網站
283. 泡完溫泉不可進入烤箱
284. 賞鯨船造成鯨豚擱淺
285. 某國家的暴動事件
286. 某國家的反華人網站
287. 敦煌的月牙泉
288. 某國家公園被世界國家公園組織除名
289. 某遊樂區設備扯下遊客頭皮
290. 辦理身份證遺失的程續
291. 透明小瓢蟲
292. 某大學賣文憑
293. 免費拖吊服務
294. 小心隱翅蟲
295. 某遊樂區歧視同志
296. 淡水妙對聯
297. 買彩券中獎可抵稅
298. 健保可幾付國外醫療費
299. 垃圾換衣服
300. 如何看到鬼
301. 某遊樂區發生兇殺慘案
302. 某宗教集團的名稱問題
303. 不要用金融卡刷門禁
304. 某國家有啃人頭女鬼

305. 百慕達三角洲新解
306. 抗議無路燈的標語
307. 某國家的有趣標語
308. 某國家的體育競賽技巧
309. 某國家公園除污後的情形
310. 某航空公司失事有外力影響
311. 會飛的蝦子
312. 關於某國的地震預言
313. 某航空公司空難原因
314. 某失事班機曾載過遺體
315. 罰單可抵所得稅
316. 行人不靠右走會罰款
317. 某禪寺訂購電腦
318. 某紀念館的階梯
319. 某大學將購買日本片
320. 特大號慢跑鞋車
321. $2=1$ 的推論
322. 整形病患遭偷拍
323. 行人未依兩段式左轉會受罰
324. 劉伯溫的預言詩：偷拍光碟
325. 某電子公司的如廁規定
326. 訓導主任上線抓學生
327. 劉伯溫的預言詩：總統大選
328. 某公司的汽車廣告
329. 少林棒球
330. 飛機欲攻擊某大樓
331. 某地方政府用噴漆綠化草皮
332. 殺蟑實錄
333. 透明水袋可以驅蠅
334. 糖水捕蚊妙方
335. 養蜘蛛對付蟑螂
336. 殺狗課長
337. 火車票上的「望巴屋歸」
338. 某電子公司新規定
339. 某影城當月老
340. 拍廣告害死小狗
341. 某企業主嘉惠聽障人
342. 螞蟻入侵腦細胞
343. 早產兒伸手抓醫生
344. 打公共電話省錢招數

An Exploratory Study on the Transnational Dissemination Phenomenon of Internet Rumors

**Hsin-Ying Lee, Chih-Chien Wang
Shao-Kang Lo, Wen-Chang Fang**

**Graduate Institute of Information Management,
National Taipei University**

Abstract

Rumor is an ancient phenomenon. In the past, it was usually passed along from person to person orally. However, the Internet has changed the way people transmit the rumors. We found that the content of some prevailing Internet rumors in Taiwan are the same with as or similar to those spread in the other foreign countries. Therefore, it could be conjectured that some rumors in Taiwan were possibly translated from or adapted to Chinese from the overseas originals; in other words, the Internet is also a form of mass media that facilitates the spread of rumors abroad. This paper collected the Internet rumors from four websites in Taiwan and in other foreign areas and adopted content analysis to find out the similarities and differences between the Chinese translations and the originals. The results reveal that twenty-five percent of the Internet rumors in Taiwan are translations, thus the transnational dissemination phenomenon does exist in Taiwan. Moreover, most of the translated rumors are not only negative but also false, and they involve the several kinds of processes along the communication chain: reduction, accentuation, assimilation and snowballing effect.

**Key Words: Internet; Internet rumor; Transnational communication;
content analysis; Qualitative research**