

# 教育行政機關新聞媒體 經營之探討— 以國立公共資訊圖書館的 媒體運作策略為例

劉仲成

國立公共資訊圖書館館長

## 壹、前言

數位時代人人可以是傳播者，並擁有發表言論的平台傳遞訊息。傳統上的傳播者或訊息傳遞都是需要藉由媒體來傳輸，如大家所熟知的廣播電台、報紙、電視、雜誌亦或是廣告傳單等，演變到後來的網路媒體，更衍生出所謂的新媒體，如部落格、社群媒體-Facebook、LINE、Instagram等，傳播的方式不僅多元、迅速、便利，且具互動性。企業運用媒體傳播創造品牌知名度、締造品牌價值，進而創造企業成長，政府亦需要運用媒體傳達各項政策與成效，讓人民感受到政府存在的價值。圖書館是教育行政機關，不僅是閱讀教育的基礎，更是終身學習及休閒生活的最佳園地，亟需加強與媒體互動，以發揮社教功能。

隨著資訊化、數位化及網路化的普及，現代化的圖書館已不再是一座藏書樓，除了具有原本豐富的實體館藏以及日漸新增的數位化資源外，必須融入創新科技、智慧服務、休閒娛樂及生活美學等元素，舉凡展覽、參觀、休閒、活動、娛樂等都堂而皇之進駐圖書館裡，以滿足民



眾多元閱讀的需求。當今傳統圖書館已轉型，日漸趨向類博物館化，各式各樣的型式都可能在圖書館呈現，像文創咖啡廳、密室逃脫、創客活動、桌遊、表演藝術、AI機器人等都能在圖書館應用，圖書館的精進和你想得大大不一樣。為了吸引民衆更親近圖書館、運用圖書館更多元的知識資源，就更需借助媒體的傳播力量，讓民衆喜歡圖書館，愛上圖書館，成為你我生活中的大書房。以下就是針對國資圖在媒體經營的策略上做一分析與探討。

## 貳、新聞媒體經營的概念

### 一、新聞媒體的意涵

當前的社會環境-「新聞媒體」已成為人們仰賴的資訊來源，而各行各業甚至無法在缺乏新聞媒體的社會中生存。隨著全球資訊網與網際網路的發達，加上人們對汲取新知的需求，於是造就了今日各種新聞媒體的蓬勃發展。根據維基百科（2018a）的定義：「新聞媒體是大眾媒體的一個類別，指的是以新聞為主要表現形式的大眾媒體」，其下可以再細分為印刷媒體（大眾媒體，報紙或雜誌）、廣播媒體（廣播，指廣播電台或電視台）與網際網路媒體。並將報紙、廣播、電視、雜誌、網路視為新聞媒體的五大類型。隨著數位時代的來臨，報紙、廣播、電視、雜誌等4項媒體又被歸類為傳統媒體（亦稱舊媒體），透過網路而新興起的數位報紙、數位雜誌、數位廣播、社群媒體、部落格等則被稱為新媒體（MBA智庫百科，2014）。

簡言之，媒體就是傳遞訊息的載具（工具），舉凡報紙、廣播、電視、雜誌、網路等我們所熟悉的媒體工具，亦可稱為大眾媒體。透

過媒體的傳播讓人民在知的方面獲得滿足，提供所有人都能透過媒體知道社會甚至是全球國際發生的種種事件，這也是媒體在生活中扮演著相當重要的角色之因。

## 二、新聞媒體的使用

新媒體的使用漸漸取代傳統媒體，根據世新大學自2004年起至2015年，針對15歲至74歲民衆進行電話訪問，媒體和新媒體使用行為題組有效樣本共5000份，報紙、雜誌、廣播、電視、網路題組有效樣本則各1000份，調查顯示，五大媒體中，以電視之使用率（92.1%）最高（賴心樺，2015年7月16日）。而從媒體監測服務公司-潤利艾克曼國際事業有限公司（2018）2017年第4季至2018年第3季的媒體大調查結果顯示，民衆對電視的接觸率仍為五大媒體之冠，平均每季超過83.83%，但有下降的趨勢；網路媒體的接觸率僅次於電視，平均77.11%，呈現成長的趨勢，而報紙則是持續衰退中。根據這兩個單位的調查結果可發現，民衆透過網路新媒體來接收或傳遞訊息漸漸成為主流，但傳統媒體之使用仍然存在。了解民衆對於媒體的使用習慣，將有助於在媒體經營上的策略運用與規劃。

## 三、新聞媒體的特性

媒體是社會公器，肩負著社會責任，其目的在於監督民衆利害關係人如政府、企業，同時提供民衆知的權利，進一步關懷弱勢和實現社會正義。媒體具傳播力強、即時又迅速、互動性高（網路媒體）、無遠弗屆、無孔不入、不可控制等特性，故媒體可以讓人一夕成名（上天堂），也可以讓人瞬間身敗名裂（下地獄）。就像今年（2018）九合一選舉的韓流現象，高雄市長當選人韓國瑜所颯起的



韓流風，其所借助的就是媒體力量，再者如知名部落客貴婦奈奈捲款潛逃乙案，一夕間各媒體爭相報導，人盡皆知，可謂成也媒體敗也媒體。不同的媒體則各有其特性，研究者依據實際觀察與實務經驗，針對五大媒體的特性整理其關鍵屬性及一般特性如表1。

表1 不同的媒體有其不同特性

類型	關鍵屬性	一般特性
報紙	即時且多元+圖文兼具。	溝通效果佳、可承載較大量的文字及圖片內容、可以保存、隨時閱讀、重複閱讀、版面多元多樣、具地方分版、讀者範圍廣、報導綜合性。
電視	主播報導+讓畫面說故事。	具時效性、影音效果佳、容易刺激民眾的感官、傳遞範圍廣大。
廣播	主播報導+內容故事化+搭配音樂。	聽覺媒體、隨身性強、過程生動活潑、可鎖定區域目標、可網路化（以APP方式隨選、隨聽、線上閱讀）。
網路	即時新聞播報+快速修正訊息。	立即性高、播報快、易獲取、互動效果佳、連結度廣、無遠弗屆、多媒體(影音)、可直播。
雜誌	專題報導+圖文兼具	依民眾關心及社會趨勢列專題、精準接觸目標群、圖像表現豐富、可數位化、可重複閱讀、傳播時效長、可保存。

#### 四、新聞媒體關係

媒體關係是希望透過媒體來獲得民衆的了解與信任，機關和媒體之間的關係經營則有賴於公關人員之溝通和協調。黃宗忠（1995）認為圖書館公共關係是圖書館運用傳播手段使自己與公眾相互了解、相互協調的一種行為。具體來說，圖書館公共關係是對內不斷加強團

結，對外不斷擴大圖書館影響力，樹立圖書館良好形象，爭取社會的支持與協助，為圖書館生存和發展創造有利的條件。夏學理等人（2003，頁167）認為「好的媒體關係等於好的輿論關係。透過新聞界，可實現與廣大公眾溝通，密切組織與社會公眾之間的聯繫，但若妥善擁有運用大眾傳播手段，大前提必須建立良好的媒體關係。」。孫秀蕙（1997）指出公共關係：是協助個人或組織（營利或是非營利），透過多樣且公開的溝通管道與溝通策略，與不同的公眾建立良好的關係。簡言之，媒體關係就是公共關係。

至於在媒體關係運用上組織可藉由記者會的召開、專訪安排、公關新聞稿發布、媒體餐敘、媒體聚會（歲末年終、會員大會、記者節）、廣編稿刊登（廣告運用）都是建立良好媒體關係的方式。其中記者會的辦理是媒體關係經營中最佳的形式，召開記者會容易拉近與媒體記者間的距離，更可藉由記者會的流程中安排專訪和簡單茶敘，來增進媒體關係的維繫。

### 叁、國資圖媒體運作策略

在多元開放社會中，機關應善用媒體的功能，讓相關政策及理念傳達給社會大眾了解，並與媒體建立良好的互動關係，從認識媒體，到了解媒體，從而善用媒體，以正確傳達機關訊息與提高機關能見度及形象，未來無論在危機處理或包裝宣傳上，都會有很大的助益。茲以國資圖媒體運作策略說明如下：



## 一、設專責窗口

國立公共資訊圖書館（以下簡稱「國資圖」）設有媒體公關聯絡窗口（新聞聯絡人）及對外發言人，建置媒體聯絡名單且定期更新，以避免獨漏媒體。而固定的聯絡窗口其重要性有：可避免一問三不知或找不到對的窗口、讓訊息可即時傳遞，避免記者刊登錯誤的訊息、透過媒體聯絡人確保訊息的發布之正確性、遇危機事件發生時可在第一時間應對或排除，此外面對所有媒體需保持一視同仁（一致性），切勿有任何差別待遇。其中最重要的就是要避免提供所謂的獨家新聞，也就是新聞訊息發布要同步。

## 二、新聞稿的撰寫與發布

新聞稿目的在完善告知，訴求簡單、明瞭、切中題旨，講求事實、勿灌水、勿誇大。基本內容中必要有單位組織名稱、聯絡方式、發稿日期、吸引人的標題、引言、內文以及照片，照片則須附上圖說。至於吸引人的標題方面可多注意目前的流行趨勢和用語，像釣魚式的標題可視新聞稿內容或主題而加以應用。另外，新聞稿須統一標準格式，統一的標準格式就像企業logo一樣，是一種形象更是確立發稿單位的可靠性。（如圖1）



## 【國立公共資訊圖書館新聞稿】

發布時間：106年1月25日

承辦科長：閱覽諮詢科

聯絡人：輔導推廣科

聯絡方式：(04)2262-5100 ext.

### 現代人到底都看那些書呢

#### 國資圖 105 年度借閱統計 結果是.....

國立公共資訊圖書館今發布 105 年度借閱統計，實體書總借閱為 183 萬 3,340 冊次，數量較去年增加 4.7%，合併視聽資源借閱後則為 210 萬餘冊次，成長 4.2%，呈現穩定微幅成長的狀態。

#### 網路、影視文學作品長紅

文學類書籍歷來均是最受讀者歡迎的作品類型，並以小說體裁最為熱門，105 年文學書熱門榜中，前 20 名清一色是小說，黃易的《日月當空》蟬聯年度冠軍，金庸的《射鵰三部曲》、《天龍八部》、《鹿鼎記》等經典武俠小說人氣不減；輕小說中《灼眼的夏娜》、《零度領域》、《奇諾の旅》等也蟬連榜內。在影視相關作品中，《后宮·如懿傳》、《步步驚心》、《別相信任何人》等原著翻拍影視、或由影視改編小說的作品也很受歡迎。

圖1 新聞稿統一標準格式

發稿時間由於網路新聞已成為主流，發稿最佳時間以上午為優，先在網路曝光，透過點擊率、按讚率和分享數，可拉長曝光時間甚至進而以紙本（實體）刊出。有關新聞發布注意事項及基本作業原則如表2，國資圖新聞發布流程如圖2。



表2 國資圖新聞發布注意事項及基本作業原則

政策/公告/活動	記者會	典禮/儀式
<ol style="list-style-type: none"> <li>1.奉核公文決後會閱。</li> <li>2.郵寄新聞資料電子檔（附件-新聞稿範例、檢核表）。</li> <li>3.政策法案需附總說明</li> <li>4.修正草案需附總說明及修正對照表。</li> <li>5.於發布當日先行告知新聞聯絡人，以備記者詢答。</li> <li>6.活動最好附圖片檔1-2張（jpg檔500kb以上）。</li> <li>7.至遲於活動前兩日供稿。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.奉核公文決後會閱。</li> <li>2.活動至少3天前提供新聞資料電子檔（附件-新聞稿範例、檢核表、採訪通知）。</li> <li>3.提供受訪名單、連絡電話。</li> <li>4.提供5張相關活動照片檔（jpg檔500kb以上）。</li> <li>5.記者會中之演講、報告等相關資料（有助正面報導本活動內涵之內容者）。</li> <li>6.至遲於活動前三日供稿</li> <li>7.準備3-5題記者採訪模擬題庫。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.奉核公文決後會閱。</li> <li>2.完成新聞資料電子檔（附件-新聞稿範例、檢核表、採訪通知）。</li> <li>3.受獎名單、連絡電話及事蹟（請推薦特殊優異受訪對象）電子檔。</li> <li>4.受獎者照片檔（jpg檔500kb以上）。</li> <li>5.請斟酌提供會議中之演講、報告等相關資料。</li> <li>6.典禮會場另設專訪區，有主題背景可供受獎者拍照用。</li> <li>7.至遲於活動前一日供稿。</li> </ol>

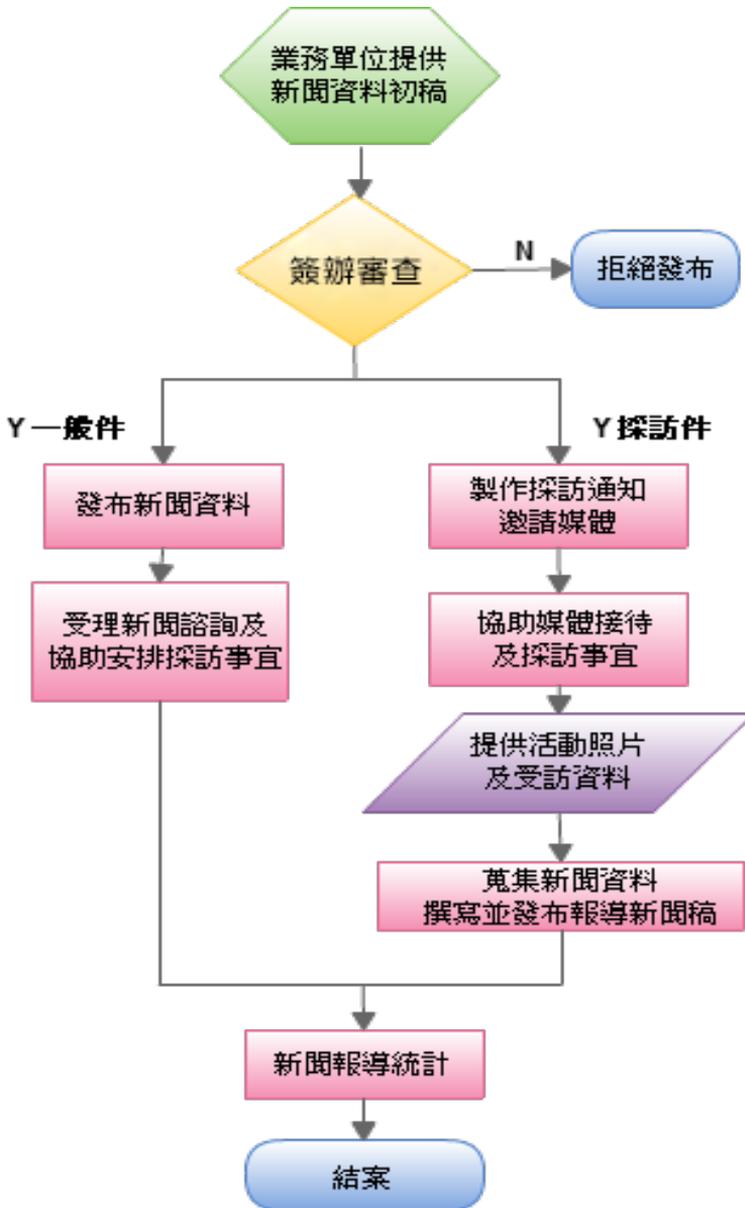


圖2 國資圖新聞發布流程圖



### 三、記者會的辦理

辦理記者會除了有助於與媒體互動外，新聞訊息也較易於上報或曝光，而一場記者會的舉辦則必須注意以下重點方針：(1)最佳的舉辦時間為上午10點~11點、(2)記者會時間以不超過1小時為原則、(3)備記者資料袋、(4)備簡易茶點或點心盒、(5)開場演出活動安排、(6)明顯的接待處及專人接待、(7)最佳的拍照點（位置）、(8)創意且有slogan的活動儀式以供記者捕捉畫面、(9)受訪人安排、(10)專人攝影以利事後稿發布使用、(11)長官以及來賓致詞錄音以利廣播電台使用及事後查考、(12)發布事後新聞稿、(13)活動內容及新聞稿張貼官網。記者會的辦理最好於一周前即發出採訪通知函，記者會活動前2天再以Line或電話提醒。如記者未出席必定要在記者會後發出事後稿與活動照片，相關流程如圖3，活動過程及報導如圖4-8。

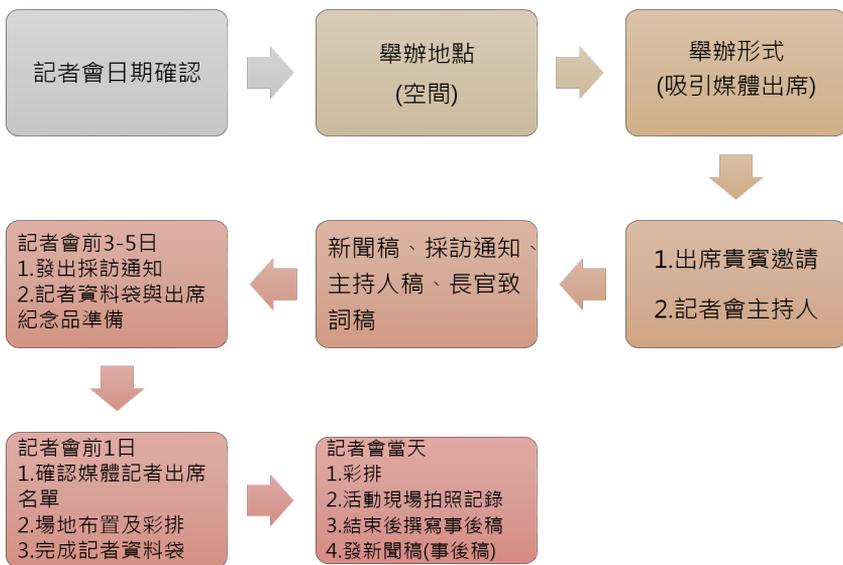


圖3 記者會辦理流程圖



圖4 記者會媒體接待處



圖5 專訪安排



圖6 創意的記者會活動



圖7 具特色的活動記者會



圖8 媒體報紙的報導曝光剪報(蘇孟娟, 2017年11月23日)



## 肆、成功記者會的關鍵因素

以國資圖的「智慧生活·聰明閱讀－圖書館智慧科技應用與服務創新」記者會為例。2018年10月26日國資圖辦理「圖書館智慧科技應用與服務創新」記者會，對外發表引進第3代機器人，落實「智慧生活·聰明閱讀」的創新經營模式和服務。該記者會相當成功，普獲好評，當天網路新聞即露出，隔天媒體更大幅報導（如圖9-11），其關鍵因素歸納如下：

### 一、有梗

舉辦記者會一定要有梗，找出「新聞價值的賣點」（即「新聞亮點」），創造能引人入勝的「奇異吸引子」，以擄獲民衆的好奇心。本次引進凱比及酷比機器人在全國公圖為首創，成為馬上可供使用的服務，且其創新有趣的獨特性相當吸睛，故能成功地受到民衆的喜愛，引起廣大的回響。加上近年來民衆十分關注AI智能、機器人等議題，讓本館持續推出創新服務的形象深植人心。

### 二、有內容

記者會的內容須豐富多元，主要內容及附加內容須分明，藉由巧心安排，將優質的內涵、最佳的服務，綜以呈現在大眾眼前。此次記者會的主要內容即緊扣圖書館服務的核心價值，發表引進具說故事、學英語的「凱比陪伴型機器人」，以及具推薦好書、服務導覽的「酷比服務型機器人」；並藉機附加對外公布在全館同仁這兩年的努力下，分別榮獲出版界最高獎項「金鼎獎」（自建圓夢繪本資料庫），以及107年資訊月百大創新產品獎（自行開發iLib Guider尋書導引

APP) 等二個獎項，對外呈現完整且多元的行銷內容。

### 三、有人潮

好的行銷推廣策略，必須掌握其存在的「價值」，才利於宣傳，人、事、物三者缺一不可，記者會的安排與發表內容齊備後（事、物），創造「人潮」便是重要一環。記者會當天同時舉辦「圖書館智慧科技應用與服務創新」研習課程，且研習學員皆來自各縣市圖書館界的從業人員，對圖書館創新服務相當關切，現場人潮匯流，氣氛活躍，讓記者感受到此次發表內容是重要的、廣受注目的，也讓外界了解館內的創新服務受到大眾的重視，增益活動效益，並將成果擴展至各縣市。

### 四、有故事

有故事，才能打動人心，且能呈現出持續不斷、精益求精的努力歷程，並將好的品牌不斷分享出去。該記者會安排機器人三代同堂，共有三隻機器人同台登場，將館內多年來服務持續精進的成果具體展現於眾。此外，酷比機器人的名字源自於“Could be”，意指館內落實圖書館館所之教育理念，透過教育為孩子開啓無限的「可能」，讓活動更添故事性。

### 五、有品牌

找到內部的定位，發展自身的品牌。以此次發表第3代機器人為例，資訊、AI即為國資圖的定位，應以此元素對外發展具口碑性的品牌，創造出兼具全新的、首次的、用得到的，以及民衆關注AI議題的「奇異吸引子」，並與大眾耳熟能詳的企業品牌－亞太電信合作，其為增加讀者對館內品牌的信任感，深化其記憶點。



## 六、有媒體公關

平常即須用心經營媒體公關，保持正向良善的關係，重要活動時媒體才會協助報導。本次記者會因平日與媒體維持良好互動，也運用各種方式提升國資圖的能見度及形象，故在特別情商媒體協助下，各家報紙、網路新聞等紙本、數位媒體皆大幅報導，顯見該館持續推廣創新服務之成效，受到媒體及民衆的關注及認同。



圖9 智慧生活聰明閱讀活動記者會



圖10 中時電子報曝光



圖11 紙本報紙的曝光剪報

## 伍、是真是假—假消息、假新聞

俗話說水能載舟亦能覆舟，媒體亦然。由於網路媒體的即時性、方便性、傳播速度快，亦衍生出許多問題，例如相當氾濫的假訊息、假新聞充斥。

### 一、何謂假新聞

假新聞（Fake news）是刻意以傳統新聞媒體或是社會化媒體的形式來傳播錯誤資訊，目的是誤導大眾，帶來政治或是經濟的利益。假新聞為了增加讀者或網路分享，常會配合吸引人的標題或是完全假造的新聞故事。假新聞類似標題黨，主要都是靠所產生的廣告收入，不管內容的正確與否。假新聞容易取得廣告收入、增加政治上的兩極分化，因著社會化媒體的無所不在，Facebook newsfeed和假新聞的散布有相當的關係。一些沒有標示維護者或編輯者的匿名網站，由於很難針對製造假新聞的作者起訴，也會成為假新聞的媒介之一。（維基百科，2018b）

### 二、沒有假新聞，只有不實的新聞

新聞是依據事實、事件的發生，經過記者的採訪報導而形成訊息，民衆透過新聞而了解政府政策以及社會甚至是全球所發生的事。新聞具有一定的影響性、公正性，因此是否為事實就相當的重要，否則將造成社會秩序失序與混亂。學者張家琪（2005）提出新聞具有事實性、正確性、時間性、客觀性、平衡性之本質。何旭初（2007）針對新聞的定義：是一種記事，是根據事實的報導（若非根據事實叫謠言），必須是最近發生的事（否則是歷史），或者雖發生有一段時



間卻不為人知（否則是舊聞）。根據以上的探究，進一步歸結「沒有假新聞，只有不實的新聞」，既然傳播或披露的內容不是事實的新聞或訊息，就有相關法律規範來約束或制裁，例如《社會秩序維護法》（2016年6月1日修正）來遏止假新聞、假訊息的蔓延。該法內政部於2018年12月6日部務會議通過修正部分條文及《災害防救法》第四十一條草案，對假新聞、假訊息做了更明確規範並加重罰則，其中《社會秩序維護法》部分條文修正草案，修法內容參考《數位通訊傳播法草案》，增訂第六十三條之一，「針對經舉報意圖影響公共秩序，散布傳播明知為不實之事，足以使公眾產生畏懼或恐慌者，始予以處罰」；罰則方面，則由現行三萬元以下，大幅調高至三萬元以上、三十萬元以下（林麒璋，2018年12月7日）。

### 三、如何辨別真假新聞

新聞真假之別，就是事實與謠言，過去我們慣用的謠言之詞，今日的流行用語稱之為假新聞、假訊息，對於真假新聞究竟要如何辨別，根源就在於對媒體識讀的養成，雖然有法可以約束與罰則，然而最根本的還是需要人民養成對媒體識讀的正確觀念。另外該如何辨別假訊息呢、如何避免成為假訊息的轉發者，國際圖書館協會聯盟（IFLA, 2018）提出8個如何識別假訊息（新聞）的檢查步驟，依序分別為考慮資訊來源、詳細閱讀、查核作者、資料來源、檢查發布日期、這是個笑話嗎？摒除偏見、向專家請教等，內容詳圖12。

# 如何識別假訊息



## 考慮資訊來源

對可疑網站及其使命和聯絡方式進行調查



## 詳細閱讀

為了吸引讀者，標題可能誇張失實，要詳細閱讀內文



## 查核作者

對作者進行快速搜尋，查核是否真有其人、具良好信譽？



## 資料來源

點擊網站的連結，確定提供的資訊有助理解內文



## 檢查發佈日期

重新發佈舊的新聞故事，並不代表它們與現今的事件相關



## 這是個笑話嗎？

查究網站和作者，以確保是真實。



## 排除偏見

信仰可能會影響個人的判斷



## 向專家請教

向圖書館館長諮詢或瀏覽可檢查到事實的網站

Translation: Helen Chan

IFLA

International Federation of Library Associations and Institutions

With thanks to [www.FalseCheck.org](http://www.FalseCheck.org)

圖12 如何識別假訊息

資料來源：IFLA(2018). How to spot fake news. Translation-中文(Chinese-Traditional characters). Retrieved from [https://www.ifla.org/files/assets/faife/images/chinese\\_traditional\\_-\\_how\\_to\\_spot\\_fake\\_news.pdf](https://www.ifla.org/files/assets/faife/images/chinese_traditional_-_how_to_spot_fake_news.pdf).



## 陸、結論

新聞媒體是一種產業，也有市場供需，需要各種事件、活動編輯成新聞，以滿足社會大眾對知的慾望。對企業、政府部門而言，需要改變過去與新聞媒體的互動模式，運用新聞媒體來宣傳營運方針、政策、新品以及品牌形象等，達到政策行銷及實際運作的效果。圖書館是教育行政機關，為了推廣全民閱讀及倡導終身學習，除積極結合社會發展與時俱進外，更應不斷創新與精進，才能滿足民衆多元閱讀的需求，及成為民衆在家庭、工作外的第三個生活空間。而種種創新的作為都是需要尋求媒體的刊登與報導，吸引民衆踴躍踏進圖書館來參與多元的閱讀活動，享受閱讀的幸福。因此，無論是舊媒體或是新媒體，就圖書館而言，都需要積極營造良好的媒體關係，以提升館的形象與能見度。

## 參考文獻

- 何旭初（2007）。圖書館公關概念與實務操作。在國立臺中圖書〔編〕，96年公共圖書館閱讀推廣及行銷管理人才培訓手冊（頁31）。臺中市：編者。
- 林麒璋（2018年12月7日）。內政部修社維法 散布假消息最重罰30萬元。聯合新聞網。取自<https://udn.com/vote2018/story/6656/3523199>。
- 夏學理、陳尚盈、羅皓恩、王瓊英編著（2003）。文化市場與藝術票房。臺北市：五南。
- 陳淑芬（2018年10月26日）。國資圖人工智慧服務再升級 凱比酷比機器人伴閱讀。中時電子報。取自<https://www.chinatimes.com/realt>

imenews/20181026004181-260405。

陳淑芬（2018年10月27日）。凱比 酷比伴讀 國資圖AI服務升級。中國時報，A13中彰投新聞。

張家琪（2005）。如何撰寫新聞稿。在賴甫昌等編輯，公共圖書館行銷經營（頁159-160）。臺中市：國立臺中圖書館。

孫秀蕙（1997）。公共關係：理論、策略與研究實例。臺北市：正中書局

黃宗忠（1995）。圖書館管理學。臺北市：天肯。

潤利艾克曼國際事業有限公司（2018），媒體大調查。取自<http://www.xkm.com.tw/HTML/tw/main03-2.htm>。

維基百科（2018a）。新聞媒體。取自<https://zh.wikipedia.org/wiki/新聞媒體>。

維基百科（2018b）。假新聞。 <https://zh.wikipedia.org/wiki/假新聞>。

賴心樺（2015年7月16日）。網軍崛起!2015媒體風雲榜 網媒使用率僅次電視。風傳媒。取自<https://www.storm.mg/article/57533>。

蘇孟娟（2017年11月23日）。國資圖辦拍賣會 憑閱讀點數競標。自由時報，台中新聞A14。

MBA智庫百科（2014）。新媒體。取自<https://wiki.mbalib.com/zh-tw/%E6%96%B0%E5%AA%92%E4%BD%93>。

International Federation of Library Associations and Institutions (IFLA) (2018). *How to spot fake news*. Retrieved from <https://www.ifla.org/publications/node/11174> and [https://www.ifla.org/files/assets/faife/images/chinese\\_traditional\\_-\\_how\\_to\\_spot\\_fake\\_news.pdf](https://www.ifla.org/files/assets/faife/images/chinese_traditional_-_how_to_spot_fake_news.pdf).