

問題是丟臉新聞，不是假新聞： 從列維納斯觀點思索與假新聞 共處之道^{*}

陳志賢^{**}

摘要

面對來勢洶洶的假新聞，列維納斯提供一種新的共處策略：以退為進，從本體論與認識論轉進至倫理學，先存而不論資訊的真實性，改先確定是否樹立「不丟臉」的倫理主體，以悅納異己、回應他者臉龐為前提，避免疲於應付層出不窮的事實查核爭議，也不致於啟人限縮言論自由的疑竇。在如此的倫理策略下，本文建議先藉由假新聞的挑戰反省新聞專業的盲點，再想像衍伸列維納斯與假新聞共處的可能，試圖策略性地制度化「不丟臉」的傳播溝通，化假新聞的危機為親炙他者的契機。

關鍵詞：列維納斯、事實查核、倫理學、假新聞、第三者、臉龐

^{*} 本文為科技部專題研究計畫《假新聞、事實查核、與人我影響評估：以第三人效果觀點分析「後真相」時代政治訊息更正的「逆火效應」(MOST 109-2410-H-992-002)部分研究成果。作者感謝編委會與匿名評審的寶貴建議。

^{**} 陳志賢為國立高雄科技大學文化創意產業系教授，Email: viking@nkust.edu.tw。
投稿日期：2020/02/28；通過日期：2020/09/18

壹、前言

所謂的假新聞由來已久，但於今尤烈。馬克吐溫曾戲謔地形容「真相穿鞋時，謊言已然繞過半個世界」，這在數位時代感受特別深刻（胡元輝，2018a；羅世宏，2018）。海量資訊既可能方便事實查核求證，也可能造就謠言偏見混水摸魚、以訛傳訛、藉機牟利的溫床（Lynch, 2016）。2016 年的美國總統選舉與英國脫歐公投引起許多人注意假新聞的運作與對民主的傷害（Glaser, 2017）。假新聞因此被美國事實查核組織 PolitiFact 選為當年度代表性謊言，而「後真相」（post-truth）一詞也成為牛津字典的該年度代表字彙（胡元輝，2018a，頁 39）。只不過，假新聞的認定卻往往是各自表述，例如：雖然都覺得政治人物該負相當責任，美國共和黨支持者比民主黨支持者更傾向歸罪於新聞記者與社運團體（Mitchell, Gottfried, Stocking, Walker, & Fedeli, 2019, June 5），民主黨支持者相信是川普與外來的假新聞干擾了總統大選的結果，而共和黨支持者則多半將假新聞歸罪於國內主流大眾傳播媒體對川普的詆毀（Jang & Kim, 2018; Stocking, Grieco, & Gottfried, June 5, 2019）。眾說紛紜，事實與假新聞的判斷反而常讓位給指責假新聞與宣稱指責假新聞本身就是假新聞的口水戰，假新聞之為假，有時並非黑白分明，毫無爭議。

反智、不信任主流媒體、目標打倒既有建制的民粹主義更為假新聞披上「信者恆信，不信者恆不信」的狂熱宗教般外衣，非我族類的訊息一概貶為假新聞，而自己認同的觀點遭否定時，陰謀論的懷疑便直覺而起。一旦意識型態的選邊先於理性的實事求是，假新聞的認定爭議往往同時是社會分裂、政治兩極化的因與果。同溫層裡看著鏡子找事實或者根本不在意事實的「後真相」時代氣氛中，素人與精英專家平起平坐，人人一把號固然一時爽，無從檢驗的胡扯瞎說卻日積月累地破壞追求真理越辯越明的民主集體審議基礎（Davis, 2017），營造缺乏建設性的群眾懷疑主義（mass skepticism, McIntyre, 2018）。

臺灣政治性假新聞的狀況又更複雜，除了國內既有的政治競爭角力外，不少人憂心中國的干擾（何清璉，2019；曾韋禎，2019）。瑞典哥德堡大學（Göteborgs Universitet）的一項 V-Dem 計畫調查指出，臺灣是 2018 年全球「遭受外國假資訊攻擊」第一名的國家（黃泓瑜，2019 年 12 月 20 日）。假新聞攻擊猛烈，但是臺灣的防禦卻明

顯不足。滅香、年金改革、與關西機場等假新聞事件中，都曾傳出有中國因素的介入，政府也指責某些內容農場與假新聞網站生產假訊息，再經由 Line 等社群媒體，大量且快速地散佈（仇佩芬，2019 年 7 月 21 日）。為對抗來自中國的假新聞，政府通過反滲透法，藉以防止「境外敵對勢力」指示、委任、資助假訊息的散播而干擾選舉。反對黨批評此為販賣恐懼、操弄選舉（中央社，2019 年 11 月 29 日），也有學者擔心相關的國安修法可能侵害新聞與言論自由，呼籲政府應從「資訊公開、新聞媒體自律、媒體公民素養教育、第三方事實查核、社群平台問責與打假技術改良等途徑」，尋求適當的解決之道（羅世宏，2018 年 9 月 27 日）。

弔詭的是，「後真相」時代的真實有時難以證明，有些人反而常常透過被否認駁斥而肯定既有認知的真實性，批評得越體無完膚，越顯現它承受百般打壓的難能可貴。明明已經被查核糾錯多次了，這些訊息仍然繼續在社群媒體上傳佈（Friggeri, Adamic, Eckles, & Cheng, 2014; Shin, Driscoll, & Bar, 2016）。大規模的社群媒體使用數據分析也顯示，有些人甚至刻意避開更正的訊息，執泥於尋求假新聞（Mocanu, Rossi, Zhang, Karsai, & Quattrociochi, 2015）。如此一來，假新聞的事實查核不僅無濟於事，還可能產生反效果的「逆火效應」（backfire effect），強化訊息接收使用者對既有認知的虛幻真實感（Garrett, 2011; Nyhan & Reifler, 2010），而且無意中誤導民眾以為未被查核標示為假新聞的訊息皆為真，以至於降低對其他假新聞的戒心（Pennycook & Rand, 2017）。選擇性接觸與理解訊息的「逆火效應」挑戰事實查核機制的必要性，也考驗民主政治需要充分資訊以理性溝通的假設（Flynn, Nyhan, & Reifler, 2017）。

新世紀面對來勢洶洶的所謂假新聞，不少人就借鏡德國思想家 Jurgen Habermas 的公共領域概念與溝通行動理論（theory of communication action）進行批判，嘗試建立媒體的社會責任與問責機制（García-Marzá, 2017；胡元輝，2018a）。相對而言，與之齊名的 Emmanuel Levinas（列維納斯）則被忽略，無限他者觀點可能提供的回應與洞見也尚未被傳播學者重視。

雖然同樣訴諸溝通行動的倫理，列維納斯並未對 Habermas 的溝通理性投以青睞，對形塑共識的公共領域更是抱持質疑批判的態度。若要追求理想的溝通與社會，他認為保持距離的理性還不如臉龐親近

的感性來得重要，因為客觀冷靜討論所達成的齊一原則永遠掩蓋不了邊緣例外者被忽視或犧牲的歧異身影與聲音。而且，若要解決論述過程中為何必須堅持溝通倫理的根本難題，期待 Habermas 的理性無異緣木求魚。列維納斯相信倫理不是來自理性，理智分析無法保證遵從倫理是唯一或最佳的選擇。相反地，理性來自於倫理，只有先確立不斷召喚與回應他者的熱情，藉由與他者相遇的經驗方能生成一切客體經驗與主體意識 (Levinas, 1963/1990, p. 293)。換句話說，不關懷他者的傳播溝通是迴避臉龐 (the face/ visage) 的「丟臉」行為，缺乏倫理基礎，就毫無存在的資格、也不需要費時去檢驗過濾訊息的真假。

不管是從實然重於應然的實證主義、或戮力於唯物批判的馬克思主義等陣營來看，列維納斯奉倫理學為第一哲學的主張，多少顯得有些不食人間煙火般的迂闊。乍看之下，以事實、效果、意識形態、或論述權力來檢驗傳播，遠比高談悅納異己來得務實，Habermas (1981/1984) 於理想話語情境所標榜的真實性、理解性、真誠性、正當性等真理共識四項有效性宣稱，也比每次依不同的遭逢而回應無限他者的要求更為具體。

但是在社群媒體同溫層或回聲室裡，信者恆信的執著熱情似乎超越實事求是的冷靜，不理解集體信念與社會條件的事實查核不僅於事無補，甚至還可能導致反效果 (Margolin, Hannak, & Weber, 2018; Nyhan & Reifler, 2010)。更重要的是，事實與否有時候端看從何臉龐的眼中看出，不洞悉假新聞社群的脈絡與原委也將無法返身照見體制內所謂正確客觀新聞的盲點 (Winston & Winston, 2021)。列維納斯重視溝通倫理，相信自我只能在不斷與無數他者相遇的過程中成長，彷彿提醒數位時代的人們欲速則不達，別急著排除假新聞，彼此多花時間對話，聆聽他者的言說 (saying)，不間斷地探索與回應「未說」(unsaid)，才有可能干擾或破壞「已說」(said) 的整體霸權。本文即試著從列維納斯的觀點出發，探索溝通倫理學中假新聞的定位、新聞報導專業面對他者的盲點、與整體傳播環境能夠「不丟臉」的制度改革，希望能提供管制防治之外另一種與假新聞共處的態度與方法。

貳、列維納斯的第一哲學

傳播史學者 John Durham Peters (1999, p. 21) 曾宣稱，當今傳播領域最有影響力的思想家當推 Habermas 與列維納斯。兩人皆選擇從語言 (language) 與話語 (speech) 切入，建構傳播的倫理基石，強調溝通對話是社會之所以可能的關鍵，並依此衍伸出社會正義的準則。話雖如此，前者在學界的實際權威與通俗世界的知名度卻遠超過協助翻譯將現象學引介至法國的後者。兩人皆從語言中推導出溝通倫理，列維納斯彰顯訊息交換詮釋之前靠近他者的自剖揭露情義，Habermas 則強調互動過程的理性程序與理想言詞情境，一重實質肉體感受與關懷被程序排除者，另一則重形式公平與追求互為主體的共識 (Hendley, 2000)。當 Habermas 言必稱溝通時，列維納斯卻不惜藉由中斷溝通以迫使重新面對他者。對列維納斯而言，溝通失敗才是真正溝通的開始。

1906 年列維納斯出生於立陶宛的一個猶太家庭，第一次世界大戰時學家逃往烏克蘭，自小熟讀希伯來經典，十八歲赴法國 Université de Strasbourg 研讀哲學，之後又前往德國 Universität Freiburg 跟隨胡賽爾學習現象學，也與海德格過從甚密，屬於法國最早注意到現象學的一群知識分子，更合作搶先將胡賽爾《笛卡兒式的沈思錄》一書翻成法文，影響沙特等人。第二次世界大戰時，列維納斯淪為德軍戰俘，戰後獲釋才發覺家人多因猶太身分而罹難。接下來的一段時間，他投入在猶太教育與猶太經典《塔木德經》的鑽研。

1961 年出版的《整體與無限》(Totality and infinity) 富含原創性吸引學界的注意，也幫助列維納斯獲得法國大學的教席。儘管如此，八十年代以前列維納斯在荷語地區引起的重視遠高於法語與英語世界，直到 Blanchot, Derrida, Lyotard, Ricoeur 等撰文引介，八十年代中期以後，列維納斯才被公認為法國哲學圈翹楚之一，美國也開始出現列維納斯哲學評論的專著 (Davidson & Perpich, 2012)。中文學界之前雖有零星的翻譯與介紹，大多相關學術著作發表在二十一世紀間，2006 年中國杭州還舉辦了三天的學術研討會紀念列維納斯一百周年誕辰。而臺灣學者的專書屈指可數 (賴俊雄, 2009 & 2014)，臺灣傳播學者注意到列維納斯的思想更是最近幾年的事了 (劉慧雯, 2017)。

受猶太教影響，列維納斯著作作用字晦澀，詩般風格常令讀者不易瞭解掌握，而以希伯來文化批判性地介入西方哲學，質疑自希臘以來的愛智理性傳統尤其別出新意，某種程度上，顛覆啟蒙運動賴以支撐之理性思考主體（logos）的中心地位。列維納斯以倫理為第一哲學，高舉悅納異己的他者哲學，宣稱若不先確立為他倫理，則傳統的本體論與知識論將失去哲學上成立的堅實基礎，藉由反省二戰大屠殺的悲劇，反將他的老師胡賽爾與海德格一軍，動搖過去哲學強調我思的執念，也挑戰現代新聞學以事實認知為優先的學科預設前提。

根據列維納斯（1961/1998a），他者擁有永遠無法捉摸、接近、與理解的他異性（alterity），與其自大地夸談整合異見，還不如在思考詮釋之前先盡力接受與認可。承認他者的複雜與差異，也坦然面對我思的不足與盲點，所以他認為哲學的起點不該始於如此脆弱殘缺或虛構的所謂自我或主體，而應轉向擁抱無限的他者。沒有與他者臉龐遭逢的經驗，就沒有形成自我意識與建構倫理主體的機會。相反於過往西方人本主義我思故我在的哲學信念，如上帝般高高在上的他者召喚人們單向且無條件地回應，因此列維納斯批評以自我丈量世界、甚至以相互主體性尋求共識，皆是某種褻瀆或自戀，也是加諸於他者身上的暴力。這種對他者的無限責任並非單純的佛心來了，亦非法律規範或利害計算的結果，而是人之所以能為人、主體之所以能逐漸從渾沌中形成的關鍵。所謂的自我其實是包容於龐雜的他者之內，沒有自我，他者依然巨大沉默地轟鳴，但摒棄他者等於把自我的可能性也一起丟掉（Levinas, 1973/1989）。換句話說，自我與他者絕非平起平坐，認同也無資格和差異形成二元對立，他者的差異是最原始的、無限的、與超越的，而他者臉龐凝視之後才人為形成的自我認同只能是脆弱不定的，只有透過不斷地接近與回應他者，倫理主體方得以暫時確立，有了倫理主體才有資格談論更後端的存在本體與認識主體。

列維納斯顛倒西方哲學傳統，將邊緣的倫理學置中，更將倫理主體當成本體論與認識論建構的基礎，如此一來，倫理已經不是做不做的選擇，而是一旦為人的責任與義務，不傾聽他者也非對錯的問題而已，而是夠不夠資格稱為人的基本評判。倫理學超越本體論，外在於並且優於存有（Levinas, 1975/1987），因此，應然先於實然，我行比我思重要，行善不需要先致知悟道，懂得道理也無法保證不做壞事。

顯然地，二戰屠殺猶太人的悲劇讓列維納斯深刻反省西方愛智形

上學的不足與偏頗，經過奧斯威辛集中營事件後，不僅寫詩是野蠻的，談論本體論也是殘忍的。他不滿從「認識自己」的蘇格拉底到「在世存有」（being-in-the-world）的海德格所承繼的西方哲學觀，批判其中的本體優先、我思中心、與壓抑他者（Peperzak, 1998）。窮究世界本質的結果卻是將豐富的經驗化約為簡要的知識，強將原本難以歸類的歧異框限為井然有序的整體性（totality），再優雅的本體論在他眼裡都是一種暴力，而西方哲學與奠基於其上的科學、政治、與法律皆參與了這一連串對他者的屠殺（Wright, Hughes, & Ainsley, 1988, p. 170）。

笛卡爾的理性與胡賽爾的意向性都將外在世界視為圓滿自足內在自我的延伸，列維納斯反其道而行，宣稱所謂的主體其實駁雜多孔、內外難分、易於被他異穿透。我思不一定故我在，反而離開自我去追尋他者才可能是真實的存有，每次自我出現破綻矛盾時，都是他者對人們的召喚，召喚自我與他者一起遭逢、改變、成長，不斷回應他者時也拯救了倫理主體免於被同一的本體論凝固宰制（Levinas, 1974/1998b）。

列維納斯在倫理學確立之前不承認主體的存在，這面臨如何定位有熱情與能力持續回應他者的自我，難道這樣的自我沒有本質？不算是主體？他很技巧地辯護，擁抱他者、自我否定的自我根本超乎本體論層次所能理解討論，而且永遠心繫他方的倫理，隨他者變幻飄盪，根本沒有定錨的本質（Cohen, 1984, p. 10）。更有甚者，倫理先於本質與存有，列維納斯（1975/1987）因此區格倫理主體與本體論的主體，前者是離心的歧異，後者是向心的同一；前者是自混沌的無限他者溢出、無法被思考的慾望，而後者則是被「已說」的整體性規訓、我思故我在的理性。西方世界本末倒置地以後者為尊，妄自托大地從自己看天下，釀成人類世（Anthropocene）的文明與生態浩劫，列維納斯（1963/1990, p. 295）沉痛地呼籲重拾責任悅納異己，不要急著分析、理解、控制，先試著親近感受他者，學習擺脫為己生存的爾虞我詐，目的是成為「別於存有」（otherwise than being）：「讓我成為絕對被動的自我，亦即我是他者的替身、他者的人質。」

語言與溝通在列維納斯的第一哲學中扮演微妙的角色：語言拉近我們與他者的距離，增加與他者的「臨近性」（proximity），因此是倫理慾望的一種內在形式，透過溝通我們才能與他者遭遇（Levinas,

1974/1998b, p. 7)。但是，語言的功用不在於利用「已說」以進行闡明、解釋、說服、或認同的任務，而是希望在不斷的「言說」中，以指望月、過河拆橋式地往「未說」的陌生國境邁進。溝通的目的也不在於尋找所謂的真理、權力、或共識，而是自覺整體性的貧瘠，對他者心嚮往之的愛慕。溝通是與他者建立關係的橋樑，但是這路是單行道，指向浩瀚的他方，一去不返。

參、臉龐與言說

列維納斯（1961/1998a, p. 299）形容倫理主體是位「好客的主人」，熱心歡迎各種外客進駐，而主人單向的盛情則源自於他者臉龐的凝視質問。列維納斯所謂的臉龐不僅僅是肉體的面對面，也是雙眼直擊他者龐雜他異性的浮現，有溫度與生命皺褶的參差臉龐拒絕整體齊一的整形，反對理性秩序的美容，被如此臉龐盯著看，不斷提醒自我，任何抽象的概念、原則、與表述都可能掛一漏萬，忽略邊緣、不起眼、不上相的一張張臉龐。臉龐的力量並非來自它的強勢對立，而是它的平凡脆弱與無助，激起「Thou shall not kill」（你不該殺戮）的憐憫之心，促動人們挑起回應並照顧他者的責任。積極回應臉龐，自我才可能重燃尋求外部他異性的慾望，進而成為一個倫理主體。

語言是通往如此慾望的途徑與形式，明知符號象徵與肉體有隔，臉龐隨時滿溢並沖垮既有的固定形象，也只能依靠薄弱的語言接近他者。因此，臉龐必然是面目與言說的綜合，既凝視又召喚回應，仰望眾多張臉即是談論這個世界，臉龐其實是列維納斯的溝通小縮影（Levinas, 1961/1998a, pp. 66, 174）。言說總是由一張臉啟動，並為一張臉而說，因此語言如果有本質的話，那就是與他者的關係（Levinas, 1961/1998a, p. 207），表意溝通為語言注入被回應的機會，同時也承擔被他者質疑的可能性。

起於臉龐也止於臉龐的溝通有三項特色（Atterton, Calarco, & Friedman, 2004）：首先，倫理主體往外的溝通是單向不對稱的，自我有義務與他者對話，但他者不必然得參與；其次，自我與他者的對話是不對等的，平等對待他者是不夠的，因為他者不是對談的夥伴，他者自我成為倫理主體的導師；最後，溝通是持續永久的過程，不管多縝密周詳的對話，還是會遺漏疏忽，總有更多的臉龐等待相遇相

談。

由於是臉龐間的溝通，使用的語言就不僅是符號系統而已，尚且包括情感與體感的接觸，親密關係中的溝通多半無需言語，過度仰賴資訊、知識、與理性往往拉遠了與他者的距離（Levinas, 1961/1998a）。相對於傳播的傳輸與儀式兩項典範模式（modes of transmission and ritual, Carey, 1989），列維納斯類似於主張複調對話的 Mikhail Bakhtin，認為溝通的目的並非正確有效的傳遞訊息或凝聚強化群體的認同，而是與他者的接觸，每次的對話都是為了更靠近陌生的世界、滋養更悅納異己的新自我（Erdinast-Vulcan, 2008; Murray, 2000）。何況溝通過程中，接觸都早於理解（It makes contact before it makes sense），碰面的感覺又遠超過所能言詮的範圍，所以列維納斯（1974/1998b）心目中的溝通是前本體論的尋覓摸索他者，語言則是不完美的管道形式，只能且說且修，甚至慢慢發展新的表達方式，方便現行語言無法表意傳情的他者透露存有的痕跡。許多的溝通失敗都留有這樣的痕跡，如此的痕跡證明了倫理主體的慾望，也加添了不放棄溝通的責任（Handelman, 1991）。成功溝通其實是將他者化約為同一、將無限約束為整體，溝通失敗反而代表往外成功遇見他者、打斷視為理所當然的「已說」與存有在場性。

溝通旨在曝露不足，不在尋求真理或權力，列維納斯主張謙卑的倫理主體方能降低西方本體論與認識論傳統的傷害。可惜在強調數位互動的時代裡，拙於溝通彷彿一無是處，而懂得運用媒體操弄傳播似乎無往不利，對所謂完美溝通對話的渴望被發明、放大（Peters, 1999 & 2008）。列維納斯（1974/1998b, p. 120）嘗試將溝通重新構連於貼近他者臉龐的倫理責任脈絡中，正面看待溝通過程中模糊不定、詞不達意、有口難言的尷尬狀況，他直指溝通就是主體的冒險，尋求與他者的相遇是一段段危險的旅程，但是無風險就無收穫，未經過他者嚴酷洗臉批判的溝通（也就是所謂的成功傳播）只是複製現有的知識/權力佈署，弊遠大於利。傳播就是要探索邊界，會卡住的溝通表示我們走得夠遠，意味著有機會和陌生的他者見面。挫折不是溝通的結束，反倒是自我與他者之間倫理關係的起始。而同溫層與回聲室的相濡以沫、彼此取暖，雖然有助於聲量的運作，卻阻斷他者臉龐的浮現，一旦無法成為倫理主體，傳播就失去存在的價值與真假判別的需要性。如果倫理是列維納斯的第一哲學，被打斷的溝通就是他眼中的首要溝

通。

肆、溝通與正義

不斷回應無限他者常遭批評為過於天真，畢竟現實生活難免需要認知定錨與整體秩序，否則流於相對主義或不可知論，恐怕適得其反地淪為反倫理的不正義窘境（Simmons, 1999）。為了回應類似的質疑，列維納斯（1974/1998b）於《別於存有：或超越本質》（*Otherwise than being: Or beyond essence*）一書中提出「第三者」（the third）的概念，處理超過兩人的社會裡接納他者的問題。他承認現實社會的溝通必須「從他異性的倫理視野轉移至整體性的本體論視野」，兩人之間單向絕對悅納異己的倫理此刻不得不讓位給權衡諸多責任的正義，否則無人有能力同時對龐雜、甚至相互矛盾牴觸的他者負責（Levinas, 1974/1998b, p. 94）。對列維納斯而言，所謂標準或制度的建立是必要的罪惡。即便如此，列維納斯仍堅持「第三者」雖然屬於你我之外的其他社會份子，一樣是值得擁抱的他者，只是這個他者永遠是臨近性的他者，倫理熱情被迫分散至眾多的「第三者」身上，無法全心全意地回應，唯有不斷修正標準與制度以儘量臨近揣度（Levinas, 1974/1998b, p. 158）。

自我與他者的遭逢溝通是倫理學層次的問題，絕對他者的超越性使得單向無條件的回應成為義務，然而自我與「第三者」的現實應對則需折衝妥協，為本體論層次的議題，在平等地位的前提下，原本只要對等互惠即可，列維納斯（1974/1998b, p. 213）卻仍將倫理慾望植入正義政治，要求理性調處時不忘時時回應「在他者眼中凝視我的第三者」（The third party looks at me in the eyes of the Other）。模糊抽象的「第三者」在一張張面對面遭逢的容顏裡找到形象，因為每張具體的他者臉龐也都嵌鑲在社會無限的生命差異裡。他者的臉龐就是人類的臉龐，列維納斯如是說。

如此一來，列維納斯（1974/1998b, pp. 154-159）的正義同時跨越了倫理學與本體論的層次，並未親身遭逢的「第三者」要求人們擔負起如同回應絕對他者的無限責任，但受限於能力，又只能先從無私的原則做起，透過「歷時性」（diachrony）經驗不同的生命差異，持續調整、逐漸撥雲見日，希望能貼近拼湊出「第三者」的龐雜臉龐，減

少社會不公不義的現象。相較而言，Habermas（1981/1984）是從本體論與認識論發展溝通倫理，井然有序，卻限縮他者的異議於一定的遊戲規則中；列維納斯（1974/1998b）則從溝通倫理檢驗本體論與認識論，如同自我否定的倫理主體，社會正義的原則也是用來顛覆打破的，列維納斯坦承正義原則的必然不完美，不過，他並不甘心止步於所謂務實者口中的必要罪惡，為了進一步回應他者的臉龐，打掉重練他也在所不惜。

即使在現實政治的無奈壓力下，列維納斯（1974/1998b）仍不滿足於合法守分的正義，他擔憂再怎樣深思熟慮或擁有再高共識的制度法規都可能忽略某些他者臉龐，一味談法律的正當性，卻不考量倫理的責任義務，恐將流於「平凡的邪惡」，集體毫無罪惡感地以某種規則分類抹殺他異性。因此，列維納斯期待的正義依舊奠基於第一哲學的責任，除了達到是非分明、懲惡揚善、各得其份之外，更在意對正義原則的自省，鼓勵社會積極尋找並回應他者，藉由集體持續溝通而讓「未說」的發聲、模糊的痕跡顯現容顏，擁抱他異性讓正義原則更包容周延。

時值民粹主義當道，列維納斯憂心合法但不合倫理的警告有如暮鼓晨鐘，缺乏倫理就無資格談存有的讜論更是差煞眾多鑽營私利、聰明玩法的「理性人」。對列維納斯，正義並非社會成員彼此互惠平等而已，而是整個社會能無條件、不求回報地主動親炙他者的臉龐（Vetlesen, 1997）。正義不得不起源於理性運籌帷幄後的「已說」，但是列維納斯堅持正義運作時，應持續積極主動透過言說親近感受他者，不放棄希望地相信，溝通責任的掙扎挫折將柳暗花明地帶領我們發現「未說」的臉龐，豐富新正義社會的言說（Waldenfels, 2002）。

列維納斯的正義正是在一連串溝通走走停停的過程中，辯證地調和了理性客觀、依法不依人的「已說」與感性親近、直視臉龐的「未說」，既重視程序公平，卻又處心積慮企圖幫他者量身訂做新規則。反對者批評如此可能導致法制不穩定、朝令夕改、各說各話、或成本過高，支持者則反駁這只是為社會既得利益者的怠惰無能、便宜行事、保守自滿、甚至冷血無情找藉口（Hendley, 2000）。

如果正義的起手式必須是倫理的話，談論言論自由之前就得先確定當事人是否已經承擔親近他者的責任，爭取公平分配之前要先捫心自問是否已經補償邊緣人更多資源（affirmative action），而進行理性

溝通的審議式民主之前也應該多用心感受不擅言詞的容顏所流露之喜怒哀樂。一如 Jacques Derrida (1993/1994) 的政治幽靈，這些倫理的天命 (calling) 將一再透過他者臉龐的浮現，如鬼魂般糾纏、打斷正義的形式與運作，提醒我們虧心與心虛的點點滴滴。列維納斯並沒有全盤否定 Habermas 的溝通理性與公共領域，可是他期望聽見溝通過程中失言胡言無言，與看見公共領域裡鬼影幢幢、人鬼同棲。對他而言，理想的溝通是容許失敗的溝通，真正解放的政治則是對自己開槍、革自己命的政治！

伍、人工智慧持續凝視下的網路溝通

二戰後列維納斯 (1947/2001) 就開始重思現象學的主體意向性，逐漸往外而非往內尋找存有的基礎，他者也因此不再是該被排除的雜質，而是能夠更豐富自我的養分。列維納斯最初的溝通概念即是自我親近他者的過程，為了一睹他者被隱蔽的臉龐，人們必須得捨去自說自話、同聲相和、或說服操縱的順暢溝通，改走崎嶇蜿蜒、山窮水盡疑無路的傳播迴圈。因為，擁抱他者的溝通路上，已讀不回、話不投機、雞同鴨講等挫折經驗都是最佳的路標指示，溝通失敗是他的最佳在場證明，而成功溝通反倒是遺忘差異與驅趕他者的迷障。

和戰後美式傳播學的發展完全背道而馳，列維納斯著迷於這些學者避之唯恐不及的溝通困局，不想克服齟齬、優化傳播效果，卻企圖放大冷場無言的困頓與焦慮，希望在語言失能與理性停步的邊境，改搭上體會與熱情的感性便車突圍而去、尋覓親近他者的縫隙。他嘲諷成功傳播實際上是為躊躇自滿的主體征服他者而鋪的康莊大道，心有靈犀的溝通只不過是殖民者粉飾太平的煙霧彈。唯有溝通失敗時，我們才會意識到他者、尊重他者。

列維納斯和他的老師海德格一樣，將傳播溝通視為哲學問題，也同樣採用現象學方法分析，只是海德格認為溝通的本質是互為主體的存有分享 (Being-with)，語言提供且見證分享的可能性。而列維納斯提升溝通到第一哲學的倫理層次，倫理主體必須無條件主動悅納異己 (Being-for)，先把自我全心暴露在他者之前，跨越語言「已說」的極限，才有可能親炙他者臉龐流露的「未說」(Peperzak, 1998)。海德格念茲在茲的仍是主體，而列維納斯掛心的早已是自我以外的他

者，因為他者存在於主體之前，經由與他者的遭逢，倫理的慾望才能化身為避開本體論暴力的「別於存有」——一個充滿他者的主體。

所以列維納斯推崇的溝通是長期、不放棄的努力，藉由無限他者的光照，持續自我糾錯改進以發現更好的我、更良善的人際關係、與更正義的社會。如此的溝通觀點看似高調，卻非常適合當前海量資訊被大量網民生產、傳遞、接收的數位時代。列維納斯可能沒想到，他心儀但辛苦還不見得能企及的臉龐，如今在網路臉書（Facebook）等社群媒體的幫助下，一觸鍵就能瞻仰他人生活裡的一顰一笑。然而，列維納斯卻也可能早已預知同溫層之間黨同伐異的問題，他提醒網路上永遠有一張臉龐召喚著我們體會接納差異，只要不偏愛成功順遂的溝通，不盡信美言順耳的宣傳，不執著於上網淨找自我的投影，不要光說不聽、光想不做，網路酸言酸語與無數跳過、退訂、封鎖、unfriend、dislike 的身影都可能教我們如何欣賞溝通失敗的不和諧、如何從溝通的困頓不悅中找回被排除的真善美，幫助我們接觸新的或被討厭、遺忘的人事物，讓自我持續演進為更包容的、更為他者設想的倫理主體。

另一方面，列維納斯還強調溝通中的語言符號既是工具也是障礙，協助往外探索，同時也阻斷臨近他者臉龐的路徑。溝通單靠對話是不夠的，因為他者常結巴木訥或說著不同的語言。所以只停留在線上、利用文字圖像中介摸尋臉龐是利弊參半的，它方便往外對著龐雜的他者言說，發出悅納異己的熱情與邀請，但是也忽略了拙於以此中介表達的素樸容顏，偏袒了巧於運用此套語言規則而裝扮的精美面具。各種套裝的貼圖、GIF、meme、修圖軟體與濾鏡等在網路上被混雜地使用，模糊了臉龐與面具的界線，有時有助於撐過社交尷尬，但是過度約定俗成地套用 emoji、問候語、拍攝角度姿勢、修圖構圖技巧，反而懈怠了打破社交禮儀或默契以一探究竟、一親他者芳澤的溝通熱情。也許，無限的他者既在線上也在線下，少一些時間留在臉書等社交媒體上往彼此臉上貼金，多一些時間離線幫別人的臉龐擦汗拭淚，當沉溺網路已經成為事實，有時下線回應他者就成為義務。

網路世界當然不會僅是兩人的倫理關係，開放的社交平台帶來回應不完的「第三者」凝視，順了姑意逆嫂意，持續溝通以臨近他者是長遠目標，但是短期內面對臉龐之間的資源不對等與政客財團的操弄，自律與管制的方案都是不得不然的現實措施。列維納斯

(1974/1998b) 寫作《別於存有：或超越本質》一書時已經在思考如何兼顧無限他者的倫理學要求與公平制度的本體論或知識論權宜必要性，所以他應該不反對形成線上正義與優質新聞的法制。不過他可能擔憂本質化與均質化的壓力與惰性會讓法制僵化，害怕網路資訊自由多元的嬰兒隨著不當內容的洗澡水而被倒掉，例如：為了反網路色情，卻檢舉、封鎖、停權「解放乳房」運動的圖文，或者為了管制壓迫者的仇恨語言，反而壓制被壓迫者的怨恨不滿發洩。這些都沒有速成的解決方法，重要的是，列維納斯不贊成立完法、提出主張後就雙手一攤，少數只能服從多數，視某些錯誤或犧牲為不得不然的工具理性。也不同于 Habermas 以理想話語情境為最終答案，猶太教彌賽亞的信念促使列維納斯憧憬更美好的未來，因此願意積極不斷調整正義程序與法制，樂觀相信多關注回應一張臉龐，可以使抽象的「第三者」形象更清晰、更包容。

問題是，網路上的「第三者」已經不只是龐雜人生百態之抽象濃縮反映而已，數位的連結與相遇往往依賴程式演算法的中介，而所謂的大數據其實是「一種高度政治性的數字技術與美學技術」（劉昌德，2020，頁 163），對偏見缺乏反省的人工智慧設計在特定的文化與制度結構內隱晦地運作，並且被拜物化、神話化（Mosco, 2014）。固然邊緣的身影能在線上嶄露頭角，網路也提供親炙眾多他者的絕佳機會，政客與財團卻不見得樂於見到如此稜角分明、難以馴服歸類的臉龐。意識形態與利潤掛帥的政經勢力追求的是透過寫手與網軍引誘煽動、從己身權力與利益觀點投影繪製、選擇性編碼演算的美容整形後「第三者」。豐富的資源與經驗確實有助於優化「第三者」面容的掌握，但也有可能收編、同化、或排斥不可欲的臉龐。政經操作下的「第三者」廣納容顏，卻精巧地避開不利於己的溝通失敗情境，相反地，列維納斯堅持不論如何周延的「第三者」都會面臨無法適切代表某些臉龐、難以與某些他者對話的窘境。所以關鍵不在於權與錢形塑的「第三者」是否扭曲、大數據視覺化的「第三者」是否精準、或社運抗爭團體揭櫫的另類「第三者」是否更真實，而在於從列維納斯觀點來看，所有的「第三者」不管彙整了多少千百面容，永遠都不夠、永遠都有缺漏。這點是非常有解構的特色，列維納斯相信具倫理特色的「第三者」正是藉由這些破綻、出格、與外溢，反躬自省而浴火重生，隨時渴望與任何一位否定「第三者」的他者相遇，才能成為更體

貼、更包容的「第三者」。行銷宣傳的「第三者」追求成功說服不遺餘力，成本效益評比下，即使錯失幾張臉龐仍在所不惜，而倫理的「第三者」卻獨孤求敗、享受被他者否定的樂趣。自滿於「第三者」的代表性或真實性常有意或無意地導致集體的壓迫，面對無法窮盡之無限他者的謙卑學習反倒是「第三者」貼近絕對他者、以退為進的迂迴民主路數。

另一方面，人工智慧與相關數位科技早有辦法幫網民塑臉，建立可能連我們自己也無從知覺或干預的個人檔案（personal profile），網路上的我變成異化的自我，而連結互動的人事物與資訊背後中介著渾沌複雜的資料、程式、與演算法。列維納斯的自我因悅納異己而成為倫理主體，可是當代的自我與「第三者」往往是數位世界裡的一抹痕跡，這些數位足跡要如何排列組合才能引發倫理慾望？要如何按鍵連結才能迎向他者？又要如何才能臨近「第三者」凝視的聲量與趨勢？網路世界裡的溝通如果受資料驅動（data-driven）、程式化選擇、機器學習之演算法所影響的話，怎能突破同溫層的過濾泡（filter bubble）？溝通的倫理性與正義性將何在？而且與他者溝通是人之所以為人、成為倫理主體的關鍵，一旦這溝通操之在網路媒體與平台時，我們是不是喪失了成為主體的機會？而掌控主體存有生殺大權的網路媒體與平台是上帝或是撒旦？該把決定存有的權力拱手讓給媒體與科技業者嗎？

陸、數位時代的假新聞

隨著數位傳播科技的日新月異，越來越多人捨棄傳統大眾傳播媒體，而改透過網路社群媒體瞭解外在世界，將近三分之二（62%）的美國人就是經由社群媒體獲得新聞（Gottfried & Shearer, 2016）。糟糕的是，路透社新聞研究中心（Reuters Institute for the Study of Journalism）的一項跨國調查顯示，不到四分之一（24%）的受訪者認為社群媒體善盡區分訊息真假之責（Newman, Fletcher, Kalogeropoulos, Levy, & Nielsen, 2017）。根據 Pew Research Center 的最新調查，更僅有一成左右的受訪者自認為完全不會或幾乎不會被捏造的訊息、改造的影音、未查核的突發資訊、與片面的事實所欺騙混淆。相較而言，政治意識與知識高者較傾向於認為自己看到較多的假新聞，也較相信

假新聞對整個民主體制有更多的負面影響，這群人因此開始查核訊息的真實性與改變接收訊息的來源或習慣；而政治意識與知識低者較容易散佈假新聞，也較傾向於減少接觸新聞以避免假新聞的影響（Mitchell, Gottfried, Stocking, Walker, & Fedeli, 2019, June 5）。

假新聞從傳統媒體擴散至新媒體，缺乏規範的社群媒體成為不少假新聞的溫床，透過人際網絡、匿名帳號、機器人程式、病毒式演算法、機器學習優化、與精準投放的推波助瀾，讓整個媒體生態陷入真假難分、劣幣驅逐良幣的窘境（Newman, Fletcher, Kalogeropoulos, Levy, & Nielsen, 2017; Zubiaga, Aker, Bontcheva, Liakata, & Procter, 2018）。如今，假新聞一詞早已不侷限於傳統意義的新聞範疇，而是泛指整個資訊的生態系統（林照真，2017）。

歐洲的「公共數據實驗室」（The Public Data Lab）利用開放原始碼軟體、開放資料、與公民黑客（civic hacking）等方法，進行一系列研究，追蹤描繪假新聞的生產熱點與流通模式。其中，以 CrowdTangle 瀏覽器擴充功能偵測的分析顯示，假新聞與關謠訊息在臉書上觸及的民眾其實不太一樣。例如，涉及 2016 年美國總統大選的假新聞中，只有六個傳佈假新聞的臉書公開頁面實際分享假新聞關謠的網頁，其他分享關謠訊息的主要是記者、事實查核倡議者、與若干進步派人士（Bounegru, Gray, Venturini, & Mauri, 2018／胡毓容譯，2018，頁 58-59）。施毒與解毒者宛若處於平行時空，不同的傳播網絡顯然不利於訊息的撥亂反正。

雖然有些學者認為假新聞的傷害被高估與簡化了（Allcott & Gentzkow, 2017; Nelson, 2020），但是越來越多人同意，繼續放任假新聞的話，輕者造成對人事物的誤解詆毀、帶風向誤判輿論氣氛、海量傳散混淆視聽，重者可能破壞對既有新聞生態系統與民主體制的信任感（Stefănită, Corbu, & Buturoiu, 2018）。網路社群媒體上的假新聞對主流大眾傳播媒體的議題設定，更可能導致人們不再關注真正重要的問題（Vargo, Guo, & Amazeen, 2018）。Pew Research Center 最近的調查指出，半數的美國受訪者認為假新聞是非常嚴重問題，比例高於恐怖主義與非法移民等議題，而且 68% 與 54% 受訪者分別擔憂假新聞影響民眾對政府與對人們彼此之間的信心，56% 的人甚至悲觀地描繪未來五年假新聞愈發嚴重的景象，年長者又比年輕者更悲觀，而超過半數（53%）的受訪者直指新聞媒體最該擔負起減少假新聞的

責任，近八成（79%）的民眾支持採取行動以限制假新聞（Mitchell, Gottfried, Stocking, Walker, & Fedeli, 2019, June 5）。

針對線上違法內容，歐美皆要求社群媒體遵守「通知與移除程序」（notice and take down procedure），相對於美國仍委由媒體自律的消極態度，歐盟執委會（European Commission）先後於 2016 年針對仇恨的不法言論，要求社群媒體需在二十四小時內回應檢舉，並於 2018 年要求網路平台制定共同遵守的處理假新聞實踐準則（code of practice）、設立獨立的事實查核組織網絡、形成假新聞的網路識別系統、提升歐盟人民的媒體素養（引自胡元輝，2018a，頁 41）。無奈現實上，社群媒體處理違法內容已不甚積極，更不要談努力主動防制屬於灰色地帶的假新聞（羅世宏，2018，頁 71-73）。

原本以平台而非媒體自居的臉書與 Google、Twitter，在美國朝野的壓力下，一改以往開放或放任線上資訊的態度，自 2016 年起陸續採取一些自律措施，包括：增強對假新聞的人工與自動化查核、與具公信力的媒體以及第三方事實查核組織合作糾錯並標示、利用演算法延緩被標示為假新聞者的傳播速度、也不讓假新聞網站利用網路廣告分潤機制而獲利，可惜迄今效果有限，查核太慢、標示未落實、更無法制止假新聞被揭露後反而加速擴散的反效果（胡元輝，2018a）。比照傳統媒體的透明化規範，美國國會也於 2017、2019 年嘗試立法強制線上平台業者揭露政治廣告出資者的相關資訊，並保留檔案供公眾查詢，只是至今兩黨議員仍缺共識（Montellaro, 2019, May 9）。Twitter 於 2019 年十月底則宣布禁播政治人物與政治議題相關的投放廣告，以避免付費買關注的不公平狀況（Wong, 2019, November 19）。Google 與旗下的 YouTube 跟進禁播誤謬的政治廣告，並限制利用大數據與個資所建立的 Customer Match Tool 進行政治行銷精準投放（micro-targeting），然而臉書以保障政治言論自由為由，仍然堅持不禁止也不查核政治廣告（The Economist, 2019, November 28）。

問題是，假新聞不是只來自於造假或誤導的政治廣告，更多時候是透過社群媒體的生產、轉發與分享（Allcott & Gentzkow, 2017）。相較於主流新聞網站，社群媒體更容易導引使用者到假新聞的頁面（Nelson & Taneja, 2018）。半數（52%）的美國民眾自承曾分享過假新聞，但其中絕大多數宣稱轉發時不知道訊息有誤（Mitchell,

Gottfried, Stocking, Walker, & Fedeli, 2019, June 5)。事實查核的支持者經常忽略了一般民眾對訊息的選擇性接觸與理解，評估假新聞更正的效果時，未將訊息接收者的既有立場、社群認同、與使用模式考慮進來，以至於結果有時不如預期。根據大數據分析，Twitter 上假新聞傳播的速度與範圍遠高於真實新聞（Vosoughi, Roy, & Aral, 2018），而即使是老牌媒體如紐約時報揭穿假新聞的報導，不是被忽略，就是在網路社群被大量鄉民質疑圍剿（Mihailidis & Viotty, 2017）。一些實證研究也顯示，當假新聞與訊息接收使用者既有的立場價值相符時，事實查核更正的效果便極為有限（Garrett, Nisbet, & Lynch, 2013），甚至有時出現「逆火效應」，反倒讓這些人更相信假新聞（Nyhan & Reifler, 2010）、更不信任這些事實查核單位（Brandtzaeg & Følstad, 2017）。

真理看不到謊言的車尾燈，僅僅努力糾錯更誤明顯是不夠的。不少學者因此建議事實查核的更正訊息應更貼近一般民眾的心理機制，以較能被接受的方式呈現，藉此提升更正效果。這些更正訊息策略包括：引用與錯誤認知者相同立場的媒體與消息來源以進行更正、正面表列事實而非負面表列錯誤、提供新的因果解釋而非單純否認（Nyhan & Reifler, 2013）、第一時間處理、越早更正越好、更正訊息中減少再重複陳述錯誤宣稱、淡化政黨與意識形態暗示、多運用可信度高的來源、與適當運用圖表（Nyhan & Reifler, 2012）、多用影像吸引注意力（Young, Jamieson, Poulsen, & Goldring, 2017）、提供錯誤資訊的誤謬點與駁斥性資訊的細節、鼓勵民眾參與討論與審視（Chan, Jones, Jamieson, & Albarracín, 2017）、由可能傷及自身利益者出面闢謠（Berinsky, 2017）、或拋棄僵化的正反並陳方式，改依照擁有科學證據與通過事實檢驗的比例呈現爭議訊息（O'Connor & Weatherall, 2019）。

除此之外，假新聞的防治還得從結構改變著手，透明化事實查核的組織管理、運作過程、與資金來源（Brandtzaeg & Følstad, 2017），正視各式的審查制度與企業操弄問題，尋求更民主積極的線上參與、更周全的隱私保護、更信賴的資訊交流與更批判性的討論（Iosifidis & Wheeler, 2016）。而媒體識讀教育雖然可能變成媒體與平台卸責的藉口，卻確實能降低人們過度自以為是的第三人效果（the third-person effect），正視假新聞對自我的影響，也減少對持不同意見者的

輕蔑 (Boukouvidis, Labbe, & Henderson, 2020)。乘此，澳洲一方面著手強化新聞的自律機構（澳洲新聞協會，The Australian Press Council, APC），要求媒體成員們遵循報導的原則與標準，回應抱怨與檢舉，並照實刊登協會的裁判決策，另一方面則於學校與家庭推廣媒體識讀，於國際上尋求跨國合作，規範數位平台的責任與公平競爭的環境 (Podger, 2019)。致力於事實查核的國內學者胡元輝 (2018b, 頁 63) 也建議「多管齊下」，建立透明、公正、客觀的事實查核組織、推廣媒體素養教育、與「透過機器學習與認知科學所嘗試開發的假新聞偵測機制」。更有人呼籲廣告主減少在假訊息猖獗的網站投放廣告，以斷絕其財源 (何吉森, 2018)。

民調顯示，三分之二左右 (64%) 的美國人表示政治兩極化分裂是解決假新聞問題的最大阻礙，四成以上的民眾也認為假新聞背後的商業機制、人民欠缺足夠的意識與行動、以及不透明的網路科技讓打擊假新聞的努力事倍功半 (Mitchell, Gottfried, Stocking, Walker, & Fedeli, 2019, June 5)。有學者因此建議社群媒體平台設置對立觀點與意外發現的按鈕 (opposing viewpoint and serendipity buttons)，幫助網路使用者突破同溫層或回音室的資訊迴圈 (Sunstein, 2017)；或要求數位媒體的演算法必須納入公共利益的因素、提高透明度並接受監督、強化數位媒體公司治理 (Napoli, 2015)；或進一步提議徵收數位科技業者額外稅負，將稅收挹注於數位社群平台公共化與另類社群媒體的開放共享 (胡元輝, 2018a；陳志賢, 2017 & 2018；Fuchs & Sandoval, 2015; Iosifidis & Wheeler, 2016)；甚至提議改革既有民主體制，轉為科學專業知識為基礎的審議式民主 (O'Connor & Weatherall, 2019)。

柒、列維納斯與假新聞共處之道

列維納斯的觀點特別之處在於將當代溝通的問題提高到倫理的第一哲學層次討論，因此重點不是資訊真假的判別爭辯與假新聞防制，而是線上與線下的溝通是否回應他者或「第三者」的臉龐。假新聞是當代溝通的危機與轉機，除了消極被動的查證改錯，應更積極主動地創造與他者溝通的貼心環境，不只改正已出現的假新聞，還希望進一步藉由假新聞的挑戰，拓展主流新聞的視野、尋求未出現或被壓抑的

他者身影。

據此，批評假新聞之前，數位媒體與社群平台如果自稱為溝通媒介，就必須擔負強制性的倫理責任，確保使用者不困於同溫層或回音室，若不履行義務，則不能以新聞或溝通之名經營媒體與平台。試圖片面單向說服的政商宣傳明顯涉及權力操控，不是親炙他者的溝通，因此必須肩負自行舉證為真的責任，否則無資格享受寬容的新聞自由保障。責任清單將包括：平衡呈現、連結提供對立或不同意見、允許隨機連結選項、降低搜尋引擎優化（search engine optimization, SEO）的干擾、並修改程式與演算法加入一定比例的隨機或意外發現（serendipity）等。也因為線上「第三者」的臉龐是數位足跡的排列組合選擇，有可能被操縱形塑，進而影響正義的決策與結果，所以網路媒體與社群平台的資料儲存、保護、與運用必須嚴謹與透明，經營結構、政商關係、財務狀況、與廣告業配也應公開並接受定期查核檢驗。

列維納斯的謙論絕非全然天馬行空，某些部分已經質疑新聞的常規，照見專業的盲點。例如：強調事實對錯的新聞專業其實掩藏訊息處理守門（gatekeeping）過程中有意或無意的再現取捨與框架，因此，即使是最正確的新聞也是片面不完整的訊息，某種程度上，所謂的客觀新聞早就潛藏著假新聞的根基（Winston & Winston, 2021）。而悅納異己的為他倫理則將每一次假新聞的出現等同於前所未見或視而不見臉龐可能顯影的機會，嘗試將假新聞的威脅轉化為親炙他者的契機，如此正面看待與查證假新聞，讓無冕王不再以真理自居而高高在上，改而積極聆聽種種被賤斥的聲音，於不疑處有疑，並為媒體不斷地主動深入調查報導提供先驗的責任基礎。

親炙並回應臉龐的職業倫理前提還可以擴展多元新聞消息來源、反省只報導有頭有臉達官貴人的保守方式。親身採訪是尊重他者的起點，透過接近與理解感受他異性，方能突破記者與媒體報導的既有侷限。有特別消息來源的假新聞無異於提供了理所當然受訪名單之外的人選，不宜先入為主貶為誤謬而不採訪。具倫理性的新聞拒絕的不是乍聽荒謬、粗糙、不順耳、不熟悉的聲音，而是模糊或不說明發言臉龐身分的陳述，更不容許沒有多元消息來源或不親自訪問。所謂的「三器新聞」（抄自網路瀏覽器、行車紀錄器、街頭監視器的內容充作新聞）提供某些臉龐的表象，需要記者按圖索驥、繼續靠近相遇，

聆聽其喜怒哀樂，以避免純然看圖說話、將自我投射在他者身上的暴力。而來源模糊可疑的內容農場與毫無臉龐的機器人新聞（robot journalism）根本沒資格稱為溝通，媒體與平台應為其尋找臉龐，否則不宜刊登與傳送。

列維納斯心目中的他者臉龐是無限且持續凝視的，既然無限，媒體就該跨區域、跨國合作，以集體協作的力量回應龐雜他者的需求；既然持續，媒體就該重視有系統的長期耕耘努力，注重後續新聞的追蹤報導，而非三分鐘熱度的一窩蜂新聞。數位科技方便了長期協作的溝通實踐，與他者一起合作報導與查證更是倫理性新聞的典範。儘管如此，有能力、時間、與資源參與公共領域溝通者從來就不是人人有份，唯有不斷自省、賦權、擴大參與，小心合作對象選擇的侷限偏見與身分複雜的交織性（intersectionality），無限他者的臉龐才不會被少數相對優勢的認同身影所遮蔽。

除了貼近臉龐的人情趣味新聞（human interest stories）外，面對複雜的社會現象，現代媒體必須善用精準新聞學與資料新聞學的統計與大數據分析，加上配合脈絡的詮釋報導，儘量讓抽象的「第三者」顯現樣貌，同時留心例外或反例，尊重「第三者」的龐雜難測，避免本質化與均質化臉龐。他者的複雜他異性遠超乎語言所能傳達掌握，因此記者必須謙虛謹慎、用語保留地報導，避免經不起否證的陳腔濫調、刻板印象、普遍全稱、與極端形容詞，小心不要掉入族群、性別、階級、年齡等集體偏見陷阱。

另一方面，臨近「第三者」時，應提防政商勢力以精美面具取代隱晦臉龐。與他者溝通常是曲折費力的，如果缺乏資源注入與堅持，戴著精美面具的公關新聞、假事件（pseudo events）、資訊津貼（information subsidies）、與政商置入性新聞，經常能以輕快順暢的溝通誘惑媒體與記者放棄回應他者的艱難責任。這些政商勢力推銷的面具也許具有相當數量的臉龐基礎，能形塑主流的「第三者」形象，但是，不管真實性與代表性有多高，一旦停止回應他異性，只在宣傳行銷中進行單方面訴求陳述，未提供不同與對立論點，就無法成為倫理主體。如果擁有足夠資源，「別於存有」的媒體應利用這些面具認識某種樣貌的「第三者」，然後額外尋找被忽略的臉龐與「未說」。缺乏資源的話，媒體至少應盡到揭露面具來源的義務。

最後，由於絕對他者的超越性，自我與他者的關係是先於本體論

的本質定位與認識論的真假判別而存在，所以當媒體不主動持續接觸與回應他者，即非進行溝通，也就無法成為倫理主體，當然沒資格以傳播媒體定位自居。而缺乏對他者的體會感受，即使資訊的真假查核萬般嚴謹，也可能限縮在社會建構的既定認知典範框架內（Graves, 2017），被排除或壓抑的「言說」與「未說」，將難以挑戰優勢「已說」的知識/權力佈署與論述形構。

列維納斯提供數位時代面對假新聞的一種新策略：以退為進，從本體論與認識論轉進至倫理學，先存而不論新聞資訊的真實性，改先確定是否樹立「不丟臉」的倫理主體，以悅納異己、親炙並回應異質的、隱晦的、無限的臉龐為前提，避免一開始就疲於應付層出不窮的真假與動機犯意爭議，也不致於啟人打壓言論自由的疑竇。新聞倫理並非在事實對錯中選邊站，而是在做真假判斷之前，要求新聞訊息先接觸與回應不同的容顏聲音。實質查核需要具備公信力、專業、經費、與足夠時間，吃力不討好又容易各說各話，相較而言，擁抱他者的倫理形式判斷就明顯易行。況且假新聞真正的問題多半不在於真假，而在於排斥不同聲音的他者、自我標榜為事實真理的反倫理、狂妄姿態。假新聞並不可怕，展現不同臉龐的假新聞甚至有存在價值，真正可怕的其實是丟臉的新聞！相對於治標的事實查核，對所謂真新聞或假新聞的溝通者都課以持續親炙駁雜他者的倫理義務才是治本之道。倫理主體的要求並不止步於媒體工作者與教育者，對列維納斯而言，親炙他者的溝通是人之所以為人的先決條件，因此帶有倫理色彩的媒體識讀必須成為基本義務教育的核心，先聽再說，從小培養回應與照顧他者的責任，而尊重外部他異性的溝通，更是人成為倫理主體的關鍵。

在如此的倫理策略下，本文嘗試拋磚引玉，想像衍伸列維納斯與假新聞共處的幾項可能，試圖化假新聞的威脅為資產，視假新聞的爭議為親炙他者的契機。也呼應列維納斯的社會正義現實需求與法制的「歷時性」自我顛覆，隨時可過河拆橋的傳播制度化只為了確保「不丟臉」的溝通，協助「第三者」更臨近無限他者的豐富肌理，因此這些制度規劃隨時可因應更多不同他者的遭逢經驗而調整。以下將策略性地討論溝通倫理責任下，新聞報導、新聞媒體、新聞教育、社群媒體與數位平台可以進行的制度改革。

首先，新聞本質的共識正遭逢嚴厲質疑，一方的重要新聞很可能

是另一方眼中的假新聞，打擊假新聞又可能被批評為壓制言論，該報導什麼經常動輒得咎，事實查核有時面臨證據侷限，有時又查不勝查或緩不濟急。此刻，倫理優先的觀點可以利用機器學習的人工智慧，並不查核真假，而是相對清楚容易地從報導姿態上判別報導是否悅納異己，操作上要被認可標示為具倫理性的新聞，真正「別於存有」的新聞，必須符合明確且多元消息來源、引述當事人（特別是被批評攻擊者）回應、正反併陳、非公關業配宣傳等形式標準。透過演算法計算建立新聞的識別系統，每則資訊出現在網路上就隨之賦與符合倫理與否的標籤或符合新聞資格的分數，該則資訊獲得新聞資格之後還需持續接受網民集體智慧的回饋評估，並保障記者或報導者說明與反駁的權利（如揭發弊案時引用匿名消息來源的必要），藉以彌補機器判別的缺失。

當然假新聞一直快速演化形變，形式合格不一定就是真實的報導，形式不合格也不代表一無可取，可是資源有限時，事實查核的功夫可以先聚焦在回應他者的合格新聞上，也至少逼使任何新聞訊息都不能一言堂，必須在訊息中展現與回應他者。正面表列標示也能提醒民眾接觸非「別於存有」新聞的「丟臉」資訊時必須謹慎小心，它不一定錯，卻一定是片面、自以為是的。倫理形式的資格認定還意味著親炙他者比事實查證更重要，因為逃避倫理責任的訊息陳述就算在特定脈絡條件下被判定為事實，也是具有潛在法西斯暴力的論述。即使出現事實認定上的「逆火效應」也不能豁免倫理責任的要求，原因很簡單，不滿他人打壓自身相信的訊息就更不該放任這些訊息排除他人的聲音，「逆火效應」下可以堅信假新聞為真，但不能宣稱它是「不丟臉」的訊息。所以，假新聞的生猛挑戰可以成為體制內媒體臨近他者的養分，但是假新聞本身也不該屠殺它貶為假新聞的他者、錯失從不同臉龐凝視自我的大好機會。捨棄爭一時的新聞對錯，總是願意成為他者人質、展現他者容顏的訊息才是真金不怕火煉！

爭論訊息對錯之前，能悅納異己才有資格傳播溝通，因此在定時（如每年或每季）的持續自律與他律檢驗中，媒體如果一再無法提供足夠比例、符合倫理要求的資訊，新聞媒體的資格便可能喪失，藉以確保新聞與溝通之名不被濫用，媒體老闆個人的言論自由不被混淆為媒體的新聞自由。在數位時期之前，取消新聞媒體資格的舉動或威脅，往往有操控言論的威權嫌疑，但是眾聲喧嘩的網路上，被摘除新

聞媒體的地位並不會顯著影響發聲的權利，只是改為非新聞媒體的身分而已，仍舊可以吸引網民，甚至訴諸民意而挑戰取消資格的判決。相反的，許多所謂非名門正派、資源名聲不光鮮亮麗的自媒體、獨立媒體、或另類媒體，只要通過一樣的倫理檢視，即能正名為新聞媒體，享受相對更被尊重的身分地位、更寬容的新聞自由以及司法判決、與旨在提升言論多元性的津貼補助或財稅減免。

新聞報導與新聞媒體的資格認定是面對眾多模糊「第三者」時不得已的權宜之計，如此臨近性的他者需要具體溝通過程的「歷時性」不斷反思修正，因此新聞標準應定期審議修訂。只是修訂絕非老闆、廣告主或學者專家說了就算，理當涵蓋新聞價值賴以生產的專業工作者、受訪者、內容使用者與多元 NGO 團體等遭忽略的他者（Graves, 2018）。所謂的「在他者眼中凝視我的第三者」猶如勞資協商中具體工會代表背後無數歧異勞動者發展出來的勞動階級意識與利益，透過由下而上的協議方式，動態且民主地表達他者的容顏，免於新聞標準被同一的本體論凝固宰制。

如果新聞資格與標準都不可能完美，皆只是臨近無限他者的速寫，符合倫理的新聞教育就不能照本宣科，也不該重蹈職業訓練的覆轍，因為面對歧異的芸芸眾生，訓練再優秀的新聞從業人員也會面臨溝通失敗的困境，有時訓練越紮實、越堅持某些判準原則，盲點越多，所以理想的學校教育與在職訓練要教的反而是質疑挑戰所學、尋找失敗的溝通，化危機為轉機，大膽地在所謂的假新聞中淘金瀝沙，從中尋找陌生的臉龐與壓抑的言說，並摸索與學習「別於存有」的倫理溝通模式，複調地呈現自我中的他者與他者中的他者。大學與職場新聞教育的任務在於持續發明更臨近他者的溝通方式，大學若能不懈於親炙他者、又能免於權錢的不當干擾，則適宜擔任新聞資格與標準的研發中心。既有的新聞教育將被策略性地過河拆橋，資格與標準的爭議正是課堂最重要的教材。大學不再被動回應產業的新聞生產線需求，而是出發冒險、主動擁抱無數被忽略的沉默他者，嘗試聽懂詰屈聱牙、南腔北調的聲音，領先業界描繪新的面容與新的對話可能。

至於假新聞最大溫床的社群媒體與數位平台也必須在使用偏好的設定、隱私的保障、立即危險的警示、數位落差的消弭上善盡倫理義務。

為確保數位溝通中的外部他異性，媒體與平台有責任提供使用者

習慣偏好之外的資訊與連結，不能自滿於不斷優化搜尋結果，演算法應當清楚寫入多元資訊與另類訊息出現的比例。而使用者願意實際踏出舒適圈、接觸不同人事物觀點的程度，也應明白呈現於個人數位檔案中，進而影響後續的機器學習。由於倫理學導向的人工智慧認為不接近他者的人是「丟臉」的人，沒資格評斷資訊的真假優劣，因而越是獨沽一味的使用者，演算程式越會頻繁地為其連結不同品味的訊息，越會延緩、降低排序、或警示其推文與按讚的外擴效應，協助使用者走出同溫層、看見他者、擔負起欠缺的倫理責任。

隱私的侵犯在數位時代防不勝防，與其消極防堵，不如以近用權（access rights）取代所有權（ownership），民主開放分享資料（Coyle & Nguyen, 2019），將個資從科技新貴手中奪回，做更具倫理性的運用。以個人化服務為名，數位媒體與社群平台早已是資料驅動的經營模式，只是資料的選擇與塑形多半不是過度偏向利潤導向，就是向權力低頭，資訊資本主義鼓勵使用者將消費與監視視為必然，卻不把資訊交流的溝通責任認真當一回事。如此的半調子數據分析成全了工具理性的主體，同時抹殺了傾身感受異己的倫理主體。為了倫理化大數據，資料庫建置、演算法程式編寫、搜尋引擎優化、與機器回饋學習皆應將極大化與多元化接觸他者的機會與經驗列為最優先任務，接受公開檢驗評比，並列為媒體與平台公司治理的根本。不倫理化大數據，就沒資格近用、紀錄、利用個資營利。以隱私換取倫理的溝通情境並不禁止高度個人化的政商訊息內容精準投放，但是每次投放都必須伴隨著相關內容的不同與多元訊息。企圖影響人們的訊息當然要成為「他者的人質」，接受他異性的洗禮，擺脫整體同一的暴力。

當假新聞或片面資訊鋪天蓋地湧來造成個人或公共的立即危險時，事實查核往往緩不濟急、甚至查而無效。有鑑於此，倫理化的資訊安全注重的是預防，而非亡羊補牢。藉由倫理學導向的人工智慧，很容易在數位環境中偵測到突起的、巨量的、單一、抹殺異議的聲量，媒體與平台有責任即時地示警、延緩傳散、找出核心動員的節點、與提供多元聲音。而假新聞或片面訊息的接收者出現危險的反應（如：自殺或攻擊）時，亦可能儘快發現徵兆因應處理。如此倫理性的介入完全未針對訊息內容本身的對錯真假進行處分，也因為跳過事實查核的複雜過程，才能夠快速應對，只針對訊息悅納異己的程度作

判別。所以，倫理性介入不致於招來破壞言論自由的罪名，列維納斯並未打壓任何人說話的權利，他念茲在茲的只是保障他者也能一起露臉對話的相遇。

列維納斯一再強調語言與溝通既臨近又凝固他者的曖昧性，再便利普及公平的傳播方式都可能不便於、不及於、不利於某些群體，蓋各言爾志式的言論自由市場論者經常責備沉默者的消極退縮與詞窮者的無心無知，造成他者的二度傷害。而倫理化溝通環境超越平等雙向對話的公共領域之處，正在於主動積極、持續單向地為他者付出，並學習用他者的表達方式溝通。職此，媒體與平台內容呈現與連結的程式演算法在相關性、權威性、時間順序性之外，應加入倫理性，透過數據及早發現落差所在，讓涉及議題的弱勢地區與人有能力近用、優先發聲，並鼓勵長期蹲點感受、深入報導數位資訊相對較少觸及的人事物。後台的大數據也應定期盤點，與其他非數位的資料比對，反省數據的偏見與缺口。

列維納斯的觀點雖然重倫理、輕實證，卻為事實查核奠下可行性的基礎。所謂的事實從來就不是一翻兩瞪眼的客觀對應那樣簡單，而是鑲嵌在既定的認知典範與環境脈絡中，真假判別因此需要更多元周延的協作與對話（Graves, 2017）。聚焦在「別於存有」與具有立即風險的訊息上，事實查核的工作不僅減輕許多，也課予單向片面訊息尋求不同聲音觀點的責任，事實查核所需的成本經費更可以名正言順地取自於長期不符合倫理要求的媒體與平台。經常出錯或欺騙的媒體與平台固然要支付代價，只說不聽、生產出無數聲音與憤怒，卻不盡溝通責任的傳播者也同樣要被課徵費用，並承受取消新聞媒體資格的羞辱。

2020年三月至十月間包括俄羅斯與菲律賓等十七個國家，以控制疫情為名，通過打擊假新聞的相關立法（The Economist, 2021, February 13）。問題是，假新聞不一定為偽，有可能是被打壓的他者，值得親炙臨近，毋須必定除之而後快。當然，假新聞本身也無法壟斷真理，不該打壓其他他者。體制內新聞可能透過假新聞的挑戰而接觸陌生的臉龐，而假新聞也應該包容其他不同聲音與臉龐，尊重他者中的他者。對列維納斯而言，能讓被壓抑的他者重返、能擁抱無限多元他者的真假新聞都有存在的必要，因此，當代主要的溝通問題不是假新聞，是丟臉的一言堂新聞。當代民主的危機也不只是所謂的

「後真相」困局而已，多元參與式民主的深化才是真正的難題，民主的關鍵在於參與，不在於事實，況且，真相時代從未存在，何來「後真相」（Farkas & Schou, 2020）？與其忙於事實查核，不如改革媒體與民主環境，並認真要求所有參與者負起溝通的倫理責任，防止獨裁的幽靈以找回真理或共識為名借屍還魂、排除異己。

列維納斯的理論看似保守，實則基進，他並非實質審查資訊內容的對錯，而是以解構的方式落實自由主義的基本要求：「即使不贊成你的觀點，仍誓死捍衛你說話的權利」（I disapprove of what you say, but I will defend to the death your right to say it）。倫理學作為第一哲學協助當代民主避開「破壞言論自由的言論能否享有自由」的弔詭困境，他並未打壓言論自由，而是讓所謂的誓死捍衛他者露臉說話的權利不要變成口惠實不至，直接要求傳播者主動負起悅納異己的責任，一旦他者說話，我也能說話，不讓他者露臉，自己也沒資格傳播溝通。不像資本主義的自由意見市場，但求給我說話的權利，至於他者就自求多福、自行設法發聲，說不出話或沒人聽只能怪他者本身。列維納斯體貼脆弱的他者，更冀望與他者相遇，利人利己，幫助主體變成一個更完整、更美好的我。擁抱有臉的假新聞，拒絕丟臉的新聞，列維納斯要的不僅是治標不治本、春風吹又生的拔雜草、除誤謬，他還要翻轉規則習性，不再視資訊真假爭議為撕裂社會的幫凶，而是待之為自以為是的主體往外親炙他者的契機，以生物多樣性取代同一整齊的秩序，建立他者與主體共存共榮共生的生態系統。

參考書目

- 中央社（2019年11月29日）。〈反滲透法草案，立院無異議逕付二讀〉，《中央社》。取自
<https://www.cna.com.tw/news/firstnews/201911295003.aspx>
- 仇佩芬（2019年7月21日）。〈紅色假新聞：滅香、年改重傷蔡政府，造謠源頭爆來自中國〉，《上報》。取自
https://www.upmedia.mg/news_info.php?SerialNo=21235
- 何吉森（2018）。〈假新聞之監理與治理探討〉，《傳播研究與實踐》，8(2)：1-41。
- 何清璉（2019）。《紅色滲透中國媒體全球擴張的真相》。台北：八旗文化。
- 林照真（2017）。〈假新聞情境初探：以阿拉伯世界的資訊逆流為例〉，《傳播研究與實踐》，8(1)：1-26。
- 胡元輝（2018a）。〈商業社群媒體的自律與問責：政治經濟學取徑的批判〉，《傳播、文化、與政治》，8：37-76。
- 胡元輝（2018b）。〈造假有效、更正無力？第三方事實查核機制初探〉，《傳播研究與實踐》，8(2)：43-73。
- 胡毓容譯（2018）。《揭穿假新聞教戰守則》。台北：優質新聞發展協會。（原書 Bounegru, L., Gray, J., Venturini, T., & Mauri, M. [2018]. *A field guide to "fake news" and other information disorders: A collection of recipes for those who love to cook with digital methods*. Amsterdam, NL: Public Data Lab）
- 曾韋禎（2019）。《全面滲透：中國正在遙控臺灣》。台北：主流出版社。
- 陳志賢（2017）。〈新盲點辯論與賽伯人商品生產：數位使用者的勞動、剝削與抵抗〉，《政治與哲學評論》，6：65-129。
- 陳志賢（2018）。〈數位媒體與社群平台使用者之勞動分析〉，《資訊社會研究》，35：13-50。
- 黃泓瑜（2019年12月20日）。〈網軍假新聞操弄民意，三大社群媒體防禦作戰〉，《臺灣事實查核中心》。取自
<https://tfc-taiwan.org.tw/articles/1626>
- 劉昌德（2020）。〈新聞機器人為誰「勞動」？自動化新聞學引入新聞產製的影響及論述〉，《中華傳播學刊》，37：147-186。

- 劉慧雯 (2017)。〈建構「倫理閱聽人」：試論社群媒體使用者的理論意涵〉，《新聞學研究》，131：87-125。
- 賴俊雄編 (2009)。《他者哲學：回歸列維納斯》。台北：麥田。
- 賴俊雄 (2014)。《回應他者：列維納斯再探》。台北：書林。
- 羅世宏 (2018)。〈關於「假新聞」的批判思考：老問題、新挑戰與可能的多重解方〉，《資訊社會研究》，35：51-85。
- 羅世宏 (2018 年 9 月 27 日)。〈打擊假新聞還是打擊民主自由？〉，《蘋果日報》。取自
<https://tw.appledaily.com/headline/daily/20180927/38136979/>
- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *The Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211-236.
- Atterton, P., Calarco, M., & Friedman, M. S. (Eds.) (2004). *Levinas and Buber: Dialogue and difference*. Pittsburgh, PA: Duquesne University Press.
- Berinsky, A. J. (2017). Rumors and health care reform: Experiments in political misinformation. *British Journal of Political Science*, 47(2), 241-262.
- Boukouvdis, T., Labbe, P., & Henderson, M. (2020). Can media literacy reduce biases in beliefs about susceptibility to fake news? A survey experiment. In J. Grimm (Ed.), *Fake news!: Misinformation in the media* (pp. 89-107). Baton Rouge, La: Louisiana State University Press.
- Brandtzaeg, P. B., & Følstad, A. (2017). Trust and distrust in online fact-checking services. *Communications of the ACM*, 60(9), 65-71.
- Carey, J. (1989). *Communication as culture*. New York and London: Routledge.
- Chan, M. S., Jones, C. R., Jamieson, K. H., & Albarracin, D. (2017). Debunking: A meta-analysis of the psychological efficacy of messages countering misinformation. *Psychological Science*, 28, 1531-1546.
- Cohen, R. A. (1984). Translator's introduction. In Emmanuel Levinas, *Ethics and infinity* (pp. 1-15). Pittsburgh, PA: Duquesne University Press.
- Coyle, D., & Nguyen, D. (2019). Cloud computing, cross-border data flows and new challenges for measurement in economics. *National Institute Economic Review*, 249 (1), 30-38.

- Davidson, S., & Perpich, D. (Eds.) (2012). *Totality and infinity at 50*. Pittsburgh, PA: Duquesne University Press.
- Davis, E. (2017). *Post-truth: Why we have reached peak bullshit and what we can do about it*. London, UK: Little Brown.
- Derrida, J. (1993/1994). *Specters of Marx: The state of the debt, the work of mourning, and the New International* (Peggy Kamuf, Trans.). New York, NY: Routledge.
- Erdinast-Vulcan, D. (2008). Between the face and the voice: Bakhtin meets Levinas. *Continental Philosophy Review*, 41, 43-58.
- Farkas, J., & Schou, J. (2020). *Post-truth, fake news and democracy: Mapping the politics of falsehood*. New York, NY: Routledge.
- Flynn, D. J., Nyhan, B., & Reifler, J. (2017). The nature and origins of misperceptions: Understanding false and unsupported beliefs about politics. *Advances in Political Psychology*, 38(S1), 127-150.
- Friggeri, A., Adamic, L. A., Eckles, D., & Cheng, J. (2014). Rumor cascades. In *Proceedings of the Eighth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media* (pp. 101-110). Retrieved from <http://www.aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/ICWSM14/paper/download/8122/8110>
- Fuchs, C., & Sandoval, M. (2015). The political economy of capitalist and alternative social media. In C. Atton (Ed.), *The Routledge companion to alternative and community media* (pp. 165-175). London, UK: Routledge.
- García-Marzá, D. (2017). From ethical codes to ethical auditing: An ethical infrastructure for social responsibility communication. *El Profesional de la Información*, 26 (2), 268-276.
- Garrett, R. K. (2011). Troubling consequences of online political rumoring. *Human Communication Research*, 37(2), 255-274.
- Garrett, R. K., Nisbet, E. C., & Lynch, E. K. (2013). Undermining the corrective effects of media-based political fact checking? The role of contextual cues and naïve theory. *Journal of Communication*, 63(4), 617-637.
- Glaser, A. (2017). Apple CEO Tim Cook says fake news is “killing people’s minds” and tech needs to launch a counterattack. *Recode*, 12 February. Retrieved from <http://www.recode.net/2017/2/12/14591522/apple-ceo-tim-cook-tech-launch-campaign-fake-news-fact-check>
- Gottfried, J., & Shearer, E. (2016). News use across social media platforms

2016. *Pew Research Center*, 26.
- Graves, L. (2017). Anatomy of a fact check: Objective practice and the contested epistemology of fact checking. *Communication, Culture & Critique*, 10, 518-537.
- Graves, L. (2018). Boundaries not drawn: Mapping the institutional roots of the global fact-checking movement. *Journalism Studies*, 19(5), 613-631.
- Habermas, J. (1981/1984). *The theory of communication action, Vol. one: Reason and rationalization of society* (Thomas A. McCarthy, Trans.). Boston MA: Beacon Press.
- Handelman, S. (1991). *Fragments of redemption: Jewish thought and literary theory in Benjamin, Scholem, and Levinas*. Bloomington, IN: Indiana University Press.
- Hendley, S. (2000). *From communication action to the face of the Other: Levinas and Habermas on language, obligation, and community*. Lanham, MD: Lexington Books.
- Iosifidis, P., & Wheeler, M. (2016). *Public spheres and mediated social networks in the western context and beyond*. Basingstoke, UK: Palgrave Macmillan.
- Jang, S. M., & Kim, J. K. (2018). Third person effects of fake news: Fake news regulation and media literacy interventions. *Computer in Human Behavior*, 80, 295-302.
- Levinas, E. (1947/2001). *Existence and existents* (Alphonso Lingis, Trans.). Dordrecht, NL: Martinus Nijhoff.
- Levinas, E. (1961/1998a). *Totality and infinity: An essay on exteriority* (Alphonso Lingis, Trans.). Pittsburgh, PA: Duquesne University Press.
- Levinas, E. (1963/1990). *Difficult freedom: Essays on Judaism* (Seán Head, Trans.). Baltimore, MD: The John Hopkins University Press.
- Levinas, E. (1973/1989). Ideology and idealism. In *The Levinas Reader* (Seán Head, Trans., pp. 235-248). Oxford, UK: Blackwell.
- Levinas, E. (1974/1998b). *Otherwise than being or beyond essence* (Alphonso Lingis, Trans.). Pittsburgh, PA: Duquesne University Press.
- Levinas, E. (1975/1987). God and philosophy. In *Collected philosophical papers* (Alphonso Lingis, Trans., pp. 153-174). Dordrecht, NL: Martinus Nijhoff.

- Lynch, M. (2016). *The internet of us: Knowing more and understanding less in the age of big data*. New York, NY: W. W. Norton and Company.
- Margolin, D. B., Hannak, A., & Weber, I. (2018). Political fact-checking on Twitter: When do corrections have an effect? *Political Communication*, 35(2), 196-219.
- McIntyre, L. (2018). *Post-Truth*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Mihailidis, P., & Viotty, S. (2017). Spreadable spectacle in digital culture: Civic expression, fake news, and the role of media literacies in “post-fact” society. *American Behavioral Scientist*, 61(4), 441-454.
- Mitchell, A., Gottfried, J., Stocking, G., Walker, M., & Fedeli, S. (2019, June 5). Many Americans say made-up news is a critical problem that needs to be fixed. *Pew Research Center*. Retrieved from <https://www.journalism.org/2019/06/05/many-americans-say-made-up-news-is-a-critical-problem-that-needs-to-be-fixed/>
- Mocanu, D., Rossi, L., Zhang, Q., Karsai, M., & Quattrociocchi, W. (2015). Collective attention in the age of (mis)information. *Computers in Human Behavior*, 51, 1198-1204.
- Montellaro, Z. (2019, May 9). The honest ads act returns. *Politico*. Retrieved from <https://www.politico.com/newsletters/morning-score/2019/05/09/the-honest-ads-act-returns-615586>
- Mosco, V. (2014). *To the cloud: Big data in a turbulent world*. Boulder, CO: Paradigm.
- Murray, J. W. (2000). Bakhtinian answerability and Levinasian responsibility: Forging a fuller dialogical communicative ethics. *Southern Communication Journal*, 65(2-3), 133-150
- Napoli, P. M. (2015). Social media and public interest: Governance of news platforms in the realm of individual and algorithmic gatekeepers. *Telecommunications Policy*, 39(9), 751-760.
- Nelson, J. L. (2020). Connecting partisan selective exposure and fake news. In J. Grimm (Ed.), *Fake news!: Misinformation in the media* (pp. 73-88). Baton Rouge, La: Louisiana State University Press.
- Nelson, J. L., & Taneja, H. (2018). The small, disloyal fake news audience: The role of audience availability in fake news consumption. *New Media & Society*, 20(10), 3720-3737.
- Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., Levy, D. A. L., & Nielsen, R. K. (2017). *Reuters Institute digital news report 2017*. Oxford, UK:

- Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Nyhan, B., & Reifler, J. (2010). When corrections fail: The persistence of political misperceptions. *Political Behavior*, 32, 303-330.
- Nyhan, B., & Reifler, J. (2012). *Misinformation and fact-checking: Research findings from social science*. Washington, DC: New America Foundation.
- Nyhan, B., & Reifler, J. (2013). Which corrections work? Research results and practice recommendations. *New America Foundation*. Retrieved from <http://www.dartmouth.edu/~nyhan/nyhan-reifler-report-naf-corrections.pdf>
- O'Connor, C. & Weatherall, J. O. (2019). *The misinformation age: How false beliefs spread*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Pennycook, G., & Rand, D. G. (2017). The implied truth effect: Attaching warnings to a subset of fake news stories increases perceived accuracy of stories without warnings. *SSRN*. Retrieved from <http://ssrn.com/abstract=3035384>
- Peperzak, A. T. (1998). *Beyond: The philosophy of Emmanuel Levinas*. Evanston, IL: Northwestern University Press.
- Peters, J. D. (1999). *Speaking into the air: A history of the idea of communication*. Chicago, IL: Chicago University Press.
- Peters, J. D. (2008). Institutional opportunities for intellectual history in communication studies. In D. W. Park & J. Pooley (Eds.), *The history of media and communication research: Contested memories* (pp. 143-162). New York, NY: Peter Lang.
- Podger, A. (2019). Fake news: Could self-regulation of media help to protect the public? The experience of the Australian Press Council. *Public Integrity*, 21(1), 1-5.
- Shin, J., Driscoll, K., & Bar, F. (2016). Political rumoring on Twitter during the 2012 U.S. presidential election: Rumor diffusion and correction. *New Media & Society*, 19(8), 1214-1235.
- Simmons, W. P. (1999). The third: Levinas' theoretical move from anarchical ethics to the realm of justice and politics. *Philosophy and Social Criticism*, 25(6), 83-104.
- Ștefăniță, O., Corbu, N., & Buturoiu, P. (2018). Fake news and the third-person effect: They are more influenced than me and you. *Journal of Media Research*, 11(3), 5-23.
- Stocking, G., Grieco, E., & Gottfried, J. (2019, June 5). Partisans are

- divided on whether they associate the news media or Trump with “made-up” news. *Pew Research Center*. Retrieved from <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/06/05/partisans-are-divided-on-whether-they-associate-the-news-media-or-trump-with-made-up-news/>
- Sunstein, C. R. (2017). *#Republic: Divided democracy in the age of social media*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- The Economist (2019, November 28). Platforms shoo: Big tech changes the rules of election campaigning. *The Economist*. Retrieved from <https://www.economist.com/united-states/2019/11/28/big-tech-changes-the-rules-for-political-adverts>
- The Economist (2021, February 13). Inconvenient truths: Censorious governments are abusing “fake news” laws. *The Economist*. Retrieved from <https://www.economist.com/international/2021/02/13/censorious-governments-are-abusing-fake-news-laws>
- Vargo, C. J., Guo, L., & Amazeen, M. (2018). The agenda-setting power of fake news: A big data analysis of the online media landscape from 2014 to 2016. *New Media & Society*, 20(5), 2028-2049.
- Vetlesen, A. J. (1997). Worlds apart? Levinas and Habermas. *Philosophy and Social Criticism*, 23(1), 1-20.
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359, 1146-1151.
- Waldenfels, B. (2002). Levinas and the face of the other. In S. Critchley & R. Bernasconi (Eds.), *The Cambridge companion to Levinas* (pp. 63-81). Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Winston, B., & Winston, M. (2021). *The roots of fake news: Objecting to objective journalism*. London, UK: Routledge.
- Wong, J. C. (2019, November 15). Twitter’s political ad ban to limit micro-targeting, putting pressure on Facebook. *The Guardian*. Retrieved from <https://www.theguardian.com/technology/2019/nov/15/twitter-facebook-ad-ban-micro-targeting>
- Wright, T., Hughes, P., & Ainsley, A. (1988). The paradox of morality: An interview with Emmanuel Levinas. In R. Bernasconi & D. Wood (Eds.), *The provocation of Levinas: Rethinking the Other* (pp. 168-180). London, UK: Routledge.
- Young, D. G., Jamieson, K. H., Poulsen, S., & Goldring, A. (2017). Fact-checking effectiveness as a function of format and tone: Evaluating

FactCheck.org and FlackCheck.org. *Journalism & Mass Communication Quarterly*. Retrieved from <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1077699017710453>

Zubiaga, A., Aker, A., Bontcheva, K., Liakata, M., & Procter, R. (2018). Detection and resolution of rumors in social media: A survey. *ACM Computing Surveys (CSUR)*, 51(2), 1-36.

The Problem Is “De-Faced” News, Not Fake News!: Rethinking How to Live with Fake News from the Levinas Perspective

Chih-Hsien Chen*

Abstract

The primacy of the ethical relation to the Other proposed by Levinas may be an alternative strategy for managing the onslaught of fake news in today’s world. Instead of working on the levels of ontology and epistemology for fact-checking, Levinas prioritizes ethics and demands that communication be a response to the face of the Other, lest subjectivity become “de-faced.” Such a strategy may not only save people from becoming trapped in countless disputes surrounding fact-checking but also dispel the suspicion of a crackdown on freedom of speech. Journalistic practices of professionalism are proposed herein to be the best starting points from which to realize Levinas’s ideal encounters with various Others. This paper describes creative arrangements that can be made to transform the threat of fake news into an opportunity—that of approaching unfamiliar Others and institutionally sustaining ethical communication.

Keywords: Levinas, fact-checking, ethics, fake news, the third, the face/visage

* Chih-hsien Chen is Professor at the Department of Cultural and Creative Industries, National Kaohsiung University of Science and Technology, Kaohsiung, Taiwan.