

有一说二

警惕微信谣言背后的利益驱动



近期,有关北京各区县小孩被偷、被抢的消息屡屡刷爆微博、微信朋友圈。这些信息时间、地点、人物各要素齐备,并且都声明是被警方证实的真实案例。随后,警方只能出来一次次地辟谣。近日平安北京发布“抢孩子谣言通用模板”,宣传如何甄别类似信息。为何“抢孩子”谣言会频现?抢孩子谣言的发布者究竟是谁?

房清江

网络便利的传播方式,提供了谣言滋生和蔓延的土壤。谣言之所以能广泛流传,就因为它契合社会对特定热点关注的心态,迎合了普遍担忧、感兴趣的心理诉求。有研究数据表明,在诸多微信谣言中,65%的主题与人身安全、食品安全和疾病养生三大主题有关。换言之,谣言本身并不只是始作俑者对事实的夸大或有意制造社会恐慌,而事实上正在成为炒作手段之一。最近一段时间,由打拐乌龙事件引起的“打拐”立法等的讨论,也给“抢娃”谣言滋生积蓄了舆论的基础。当然,正如同没有无缘无故的爱一样,也没有无缘无故的谣言。随着时间的推移,特别是一些“聪明人”看到微信背后的商

机或其他可以利用的价值后,微信就开始失去了最初的纯粹,变成了功利的工具。越来越多的谣言事件背后都有所谓“公众号”炮制的烙印,如5月的“肯德基6翅8腿鸡”事件,造谣并发布谣言的10个公众号分属3个企业,6月肯德基将这三家企业告上了法庭。同样的,在这一轮“抢孩”谣言中,也大量充斥着公众号的“魅影”。

在平安北京发布的“一图告诉你抢孩子谣言里的那点猫腻”中,关于哪些人在发布这些谣言,位列第一的便明确写明:“互联网从业人员,微信、微博大号发布虚假信息,以博取点击量、转载量,完成工作指标,增加粉丝数。”同时,一些业内人士也透露了微信广告推送的“潜规则”:一个4万粉丝的公众号,接一个头条图文的广告收费标准是800

元,15万粉丝的号收费2250元,13万粉丝的号收费1950元……谣言与广告之间,已然建立了目标与手段的因果关联,利益已经成为其内在驱动。

对于微信谣言,不能由官微等官方媒体亦步亦趋地辟谣和粉碎,也不能只针对谣言本身给予必要的惩处,况且在网络治理法规尚存短板、可操作性还有欠缺的语境下,并不能有效消除谣言滋生的土壤。打蛇还要打七寸,既然利益驱动催生谣言,就该拿谣言背后的利益动刀。一者,建立微信广告推送管理的机制,把微信广告纳入监管与监测的范畴,未经登记备案的微信号一律不得从事广告业务;二者,把微信广告运营与微信信息发布监测对应起来,凡有造谣和发布不良信息炒作记录的,应该禁止运营广告或者直接封号。

三类主题“谣言”文章数量多



“谣言”热点话题讨论 热度最高的地区
广东、福建、江苏、浙江

讨论食品安全类“谣言”较多的省份
山东、河南、河北、安徽
江苏、浙江和广东

对谣言不能再宽容

赵付芹

近期,不仅北京各县区小孩被偷、被抢的消息甚嚣尘上,甚至一度传到了很小的一些乡镇、村子,人们口耳相传,谈虎色变,一时间,各地人心惶惶。但据警方证实,这些消息多为网络谣言,是一些居心叵测之人编造出来的。而广大网友却抱着“宁可信其有不可信其无”的心态来看待这些微信谣言,对谣言编造者表现出极大的宽容,认为那也只是“善意的提醒”,反而对警方的澄清抱着“半信半疑”的态度,这种反差不禁令人深思。

的确,现在频发的拐卖儿童事件令广大的家长们时刻处于精神紧绷的状态,稍有风吹草动,都能引起他们激烈的反应。很多网络造谣者也正是摸透了家长们的这种心态,以“偷孩子、抢孩子”作为噱头,大肆造谣传谣,以吸引粉丝,赚取点击量。

这些披着“善意提醒”外衣的谣言并不像大多数人想的那样只是一个“提醒”或者“玩笑”,不会给社会带来什么大的影响。当这些谣言大肆传播的时候,轻则给受害者造成

极大的精神困扰;重则影响社会稳定,给正常的社会秩序带来现实或潜在的威胁,甚至损害政府和国家的形象。如果听之任之的话,时间一长,这些谣言给人们带来的精神恐慌和生活困扰甚至会演变成一种“精神污染”,让人们变得不辨真伪,暴躁易怒,甚至仇视社会。这样的后果是国家和社会所不能承受的。

对待此类网络谣言,网民们不要一味“宽容”,这样的“宽容”只会让那些造谣传谣者更加肆无忌惮,致使各种对社会造成恶劣影响的谣言就会越来越多,最终让我们的生活充斥“谎言”,人们之间的信任随时面临着“土崩瓦解”的危机。

因此,除了相关部门要及时辟谣以外,广大网民也要行动起来,自觉抵制各种网络谣言,对未经证实的网络言论不跟帖、不传播,时刻以一种理智的心态看待“火”极一时的微博帖子和微信言论。而对那些破绽百出且恶毒十足的网络谣言,不仅不围观、不支持,还要坚决抵制,及时举报,将那些影响社会稳定的谣言扼杀在摇篮里,让每个人都成为网络谣言的“终结者”。

知风

作为微信的一大亮点,朋友圈已成为不少人生活中不可或缺的一部分。伴随着微信用户群的不断发展壮大,通过微信朋友圈散播谣言等有害信息的行为也愈演愈烈。日前,腾讯微信方面宣布将加码清理微信谣言的举措;国家互联网信息办公室也已发布《即时通讯工具公众信息服务发展管理暂行规定》,对包括微信在内的即时通讯工具加强了管理。业界认为,备受诟病的微信朋友圈伪科学、谣言横行及诱导分享行为已经发展到了“不能忍”的地步。

微信是一款主打熟人社交的产品,在微信中对于无论是好友还是公众账号的关注,都基于信任心理,因此谣言更容易被相信,也更具有隐蔽性和蛊惑性。“随手刷微信”成了大多数人生活中的习惯,朋友圈便被一些别有用心的人盯上。因此,对微信采取适当的监管措施,是维护国家安全和社会稳定、保护公共利益的必要手段。

为何微信朋友圈散播谣言等有害信息的行为会愈演愈烈,几乎成了谣言的孳生地?从硬件而言,这是一种迅捷而低成本交流和传播方式;从市场需求上说,这可以通过虚拟的网络社会,满足各种现实社会的利益需求。微信

微言

@路人Xman: 因为有过先例,所以人们情愿相信这些谣言。希望以后别总是呼吁,什么小心身边的人,要是孩子们从小就对身边人抱着一种不信任提防的心态,以后还如何健康成长。政府做点实际有意义的事情去打击这样的恶行,只有这样,这个社会才更加值得信任。

@T_T疯妖精: 朋友圈代购、谣言,真是够了。这样的朋友圈还有继续下去的意义吗?

@胡寶仁blog: 真假给自己提一个醒吧。反正无风不起浪

传播,不但比现实社会的信息交流速度快、影响力大,而且可以规避现实社会各种法律法规的监督和制约。

客观地说,微信朋友圈的不堪现状发展到“不能忍”的地步,除了别有用心的人趁机作乱外,与微信平台上公众的普遍意识密不可分。有人认为,“朋友圈不产生谣言,只是谣言利用了朋友圈”,那么,谣言为何要利用朋友圈?有业内人士认为,看上去“权威、能唤起共鸣”的帖子总能在朋友圈煽动用户情绪、迅速传播,如果是谣言的话,就可以成功“混淆视听”。其实,无论在虚拟社会或现实社会,谣言始终存在。在现实社会中,某个谣言在朋友圈间传播,范围是极其有限的;即使在网络上出现,大多数人也是将信将疑、看过就算。但在微信朋友圈就不一样。朋友圈内的微信人群,对转发来自朋友圈的微信不会产生清晰的扩散认知,在个人微信朋友圈转发被很多人以“内传”心理随手传播。而且,出于某种虚荣心,不少人用转发离奇、怪异的信息显示自己消息灵通,扮演新奇信息的第一手获取者。

不妨看看那些已被认定的虚假信息。“僵尸肉”、“留心牙膏标志”等都是耸人听闻的表述方式下,利用公众的心理敏感点。然而,对于这种“小道消息”,一

呀。现在这个社会太黑暗了。

@王二姑娘二姐: 有时一些信息说的有名有姓,也知道一部分是假的,但真的也太多了啊!之前中央台13频道报道的一个五岁男孩出去买牛奶被人贩子强行抱走的,你说哪个妈妈看到不害怕?我有时候都在想孩子五六岁时候,是不是都得时时刻刻看着孩子,孩子出去玩我们也不能时刻盯着啊?还是警方打击力度不够。

@桐庐科技: 三思而后信。流言止于智者,让我们先求真再表意,而不是情绪化的转发,让

般的公众缺乏核实消息真实性的能力,但又觉得事关切身利益,当然就觉得有与朋友分享的必要,无意中成了某些谣言的推手。还有一种原因,就如中国科学院心理研究所副研究员樊春雷说,“社会焦虑和情感需求是产生网络谣言的社会原因”,目前我国正处于社会转型期,各种社会问题逐渐凸显,导致公众产生一种社会焦虑感;而工作、生活的压力也让人需要进行情感宣泄。这两方面的因素加上社会热点话题的触动,就容易产生网络谣言。而看到这些信息的人,也会因同样的原因,对这些信息进行转发,导致谣言扩散。

由此看来,通过微信朋友圈散播谣言等有害信息的行为愈演愈烈,除了一些别有用心的人通过制造谣言攻击商业对手、获取经济利益,甚至通过造谣诽谤达到各种目的之外,朋友圈在某种程度上,也确实成了这些谣言的温床和孳生地。而主观制造谣言源头的发布者,就是利用了微信朋友圈的这一现实状态。对此,首先要在监管上填补法律方面的空白,把现实社会的现行法律向虚拟的网络空间延伸;其次,在普遍提高网民个人素质的同时,推动相关公共信息的及时公开与透明。在此基础上,还需建立处罚机制、提高违规成本,使各微信公众账号自觉杜绝谣言,规范传播行为。

@喵不可言: 极其厌恶一些传谣!然而真是要佩服微信圈的朋友每次收风传播得这么飞速!感觉目前为止微信圈是传播谣言最多最快的社交媒体,跟风跟风,真是跟“疯”了。

@破魔的桔梗: 前几天闹的起劲的“僵尸肉”是以讹传讹么?剧情反转,有的媒体说是真,有的说假。媒体都闹这样的笑话,谣言什么的真可怕。你说以后我们还能去相信谁呢?算了吧,无惧流言,勇敢做自己才是真啊。

谣言当止于微信朋友圈