

Research on the Mechanism of WeChat Rumor Propagation Based on Covid-19 Pneumonia Epidemic

Lanchao Huang

Beijing University of Posts and Telecommunications, Beijing, 100086, China

Abstract

COVID-19 is characterized by wide spread, strong infectiousness, long incubation period, asymptomatic transmission, unpredictability and uncontrollability. Its emergence and sustainable development affect the vital interests of the public and also affect social stability. In the era of Internet development, WeChat is one of the most frequently used software. When covid-19 is not under control, there are many hidden dangers and problems, which provide conditions for the manufacture and spread of covid-19 rumors. The Internet is convenient, but it also has a sense of anonymity and virtual "presence", which can easily induce the public to create, adapt, share and forward COVID-19 rumors. Under the epidemic situation, WeChat rumors are extremely harmful. For example, during the Chinese New Year 2020, shuanghuanglian oral liquid was snapped up like crazy, the rumor instantly triggered the whole society into panic, which seriously endangered the social stability. Therefore, this paper studies the WeChat rumor propagation mechanism under covid-19 from four parts, analyzes the characteristics of the subject of WeChat rumor propagation under covid-19 and the contents of rumors spread during this period, analyzes the reasons for the emergence of rumors, and summarizes the adverse effects caused by WeChat rumor.

Keywords

epidemic; WeChat; rumor; spreading

基于新冠肺炎疫情下的微信谣言传播机制研究

皇蓝超

北京邮电大学, 中国·北京 100086

摘要

新冠疫情具有传播范围广、传染性强、潜伏期长、无症状传播、难以预测和难以控制等特点,它的产生及持续发展状况影响大众的切身利益,同时也波及到社会稳定。在互联网发展的时代背景下,微信是使用最频繁的软件之一,在新冠疫情没控制下来的情况下,存在着许多隐患及问题,给新冠疫情的谣言制造与传播提供了条件。互联网具有便利性,但也具备匿名性、虚拟“在场”感,容易蛊惑大众对新冠疫情谣言进行创作、改编、分享、转发。疫情下,微信谣言的危害极大。例如,在2020年中国春节期间造成的双黄连口服液遭到疯抢的事件,谣言瞬间引发整个社会陷入恐慌情绪中,严重危及社会的稳定。因此,论文从四个部分研究疫情下的微信谣言传播机制,分析新冠疫情下微信谣言传播主体的特点以及这期间传播的谣言内容,探析谣言诞生的原因,总结微信谣言造成的不良影响。

关键词

疫情; 微信; 谣言; 传播

1 引言

新冠疫情下的微信谣言指的是在微信平台编造、传播的已被官方证实为虚假的信息以及由个人、组织围绕着此次新冠疫情中捏造、改编等手段发布对社会造成影响的信息。其最大的特点在于它具有突发性、不可控性以及破坏性。

站在历史角度来看,此次新冠疫情属于传染性疾病,传染性疫情在中国历史中上千年来一直存在,一旦发生,不仅导致人类死亡,还对国家建设、社会文明造成重大伤害,这类疫情的时间延续性更进一步加重了大众内心的恐惧。因此,

此次的疫情中产生的谣言,比一般的网络谣言更具有代表性,疫情谣言的影响力由于互联网的推动,其危害不比新冠疫情本身的危害小。

2 新冠疫情下微信谣言的传播主体

疫情下的微信谣言的传播主体有信息内容的传播者和接收者,呈现出“双向去中心化”的特征。互联网背景下,“双向去中心”指的是受众不再像传统传播模式中被动接收信息,每个微信用户都是信息传播的主体,在微信疫情谣言的传播中,传受双方都包含着信谣与传谣的双重身份,而传受双方

则形成了“非理性”传播的模式,让谣言得以发展。

2.1 传播主体:双向去中心化

在《第二媒介时代》一书中,马克·波斯特提出的“第一媒介时代”是大众媒介时代,此时没有互联网,此时的传播媒介以电视、广播、书籍为主,此时的信息传播是自上而下、单向的,受众只可以被被动接收信息;发展到第二个时——互联网时代,此时的传播成了散点的双向传播,大众开始具有话语权,因此产生了双向去中心化的传播^[1]。从波斯特的理论来看,在微信平台中,传者与受者的区分不再明显,打破了传统从中心到边缘的传受主体关系,但正是这样的关系,为谣言的产生与发展提供了条件。

2.1.1 微信谣言主体的人群在不断扩大

在微信平台中,谣言的发起者没有任何限制,任何人都可以一对一、一对多的方式发起谣言,发起谣言的也可以是任一组织。当疫情谣言进入微信平台,谣言通过好友之间的聊天以及朋友圈的发布、转发等方式传播开,由于大众的心理不同,造谣、传谣动机也存在差异。

2.1.2 微信谣言主体可以主动生产、传播谣言

编造谣言者将谣言通过各种方式传播出去,而微信一般以强关系为主,谣言就会沿着这层强关系迅速传播^[2]。此外,微信用户通过其他不同平台看到的谣言,再对谣言的内容加工、异变,利用点赞、评论的方式诱导他人的信任以及删改原文的部分内容从而颠覆原文含义,或是编撰夸张的标题来渲染谣言真实度。

2.2 传受主体:非理性的个人

微信谣言主体的非理性特征是指容易带有个人偏见或是基于自己的经验来辨别谣言,凡是个人认为是真实的就会分享转发。社会学家古斯塔夫·勒庞认为,人们在生产生活中分为理性与非理性两种状态,理性指的是人的行为是独立自主的,个人能控制自我的行动与思想;而非理性指人的行为是非自主自为的,个体无法控制自己的思想行为,在社会生活实践中往往是突发和非逻辑的。

群体行为的心理特征包括从众倾向、群极化倾向以及首因效应等。例如,首因效应,简单来说就是一种“先入为主”的心理倾向,大脑里的第一个想法会影响对于后面信息的判断^[1]。因此,在微信传播谣言时,首因效应同样发挥了作用,微信谣言中给受众第一印象的就是标题,只要标题能吸引大

众眼球,微信用户才会有打开原文阅读。为此,谣言制造者为了能吸引受众,编造谣言时更加注重对于标题的夸张、渲染,内容往往配上图片、视频加以证实。微信群体各个年龄段不同,受教育程度也大不一样,难以区分谣言内容真假,对于谣言没有判断力。

3 新冠疫情下微信谣言的传播内容

论文通过对为微信小程序“微信辟谣助手”上的163条谣言进行文本分析^[2],总结出微信谣言传播内容的四大特征。论文研究的主要对象为2019年12月至2020年6月30日由“微信辟谣助手”发布的谣言以及笔者微信获取的被官方证实的谣言样本,筛选掉重复样本后,有效谣言样本共计62个。

3.1 说服方式:利用“证据”使谣言真实

新冠疫情下,微信谣言的内容在往往更偏向于理性的说服方式,其谣言的标题更倾向于感性,标题一般比较耸人听闻,再加上一些标点符号以及利用使人恐慌的词汇诱导大众,但从微信谣言的内容来看,说服方式更注重诉诸理性、强调证据,因为65%的微信谣言编造时都偏向运用诉诸理性的方法。

谣言内容为了以假乱真,让大众信以为真,谣言制造者通常会配有可靠的“证据”来证实谣言真实度以及举例具体事件帮助证实,甚至直接引用专家、权威机构的话语,利用大众对权威的信服,从而相信谣言的内容。例如,从春节期间的武汉“神秘疾病”被确定为新型SARS,到接下来的“钟南山院士被感染”“武汉小汤山将停工”等谣言广泛传播,微信平台中还流传着大量来源不明的聊天记录截图等,谣言造成了大众对疫情的恐慌。而35%的微信谣言内容利用诉诸感情的说服方式,为了调动受众的情感,运用一些含有感情色彩的词汇、语句。

3.2 议题建构:利用故事情节编造谣言

新媒体背景下,讲故事是传播任何信息的最好方式,编造的故事情节比原本事实一般都更生动,借助讲故事的方式,很多谣言制造者将谣言隐藏在看似有趣或是真实的故事中,用故事掩盖谣言,目的则是为编造、传播谣言。例如,此次疫情中,李文亮医生去世后,许多网民都自发性在社交端悼念李文亮医生,与此同时,微信群和朋友圈大量转发了一张关于李文亮妻子的求助书截图(如图1),根据该截图,之后李文亮妻子发布朋友圈,证明以下截图内容为虚假信息。

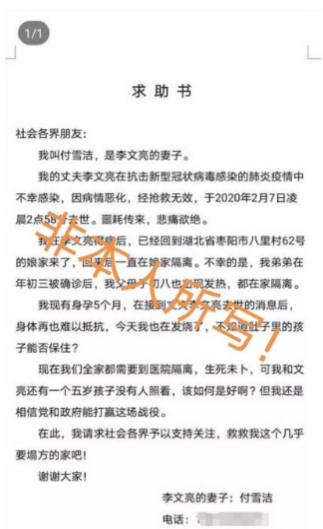


图1 虚假的求助信截图案例

3.3 词汇文体：利用官方话语包装谣言

疫情下，微信谣言往往利用官方词汇进行包装，为了使谣言让大众信服，使用权威人士及官方机构的消息来源，以及使用医学、警方的专业术语。例如，在案例“市公安局网络中心封群通报”这则谣言（如图2），在微信群中曾被大量转发，这条“通报”不仅在微信出现，在网络各类平台中都出现过类似“通报”的各种版本。微信群中在疫情期间就发布过“今晚八点起，禁止发关于武汉疫情各类链接，如发现将永久封号……微信中的钱将无法取出。有关细节可看中央电视台。”的虚假信息（如图3）。

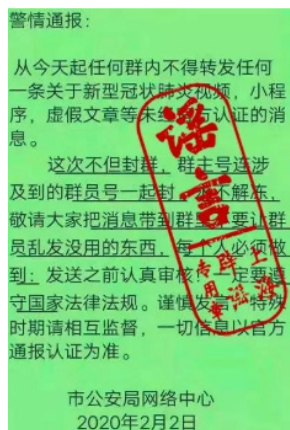


图2 以公安局身份发布的谣言案例

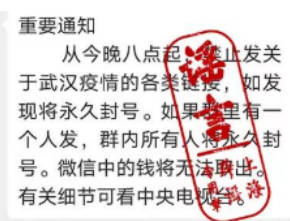


图3 以公安局身份发布的谣言案例

以上两则谣言编造看起来相对“专业”，但根据证伪后发现，上海市公安局从未以“市公安局网络中心”的名义发布过相关的消息，而中央广播电视台也没有播报过以上的新闻。通过收集的谣言样本，类似的“通报”消息还有很多，都在全国各地流传。在中国浙江嘉兴、江西南昌、福建泉州、陕西西安等，多个地方的网警也对此谣言辟谣。

此外，大量使用语气副词也能引发受众的兴趣，诱导受众关注。语气副词具有表达语气、强调语气的作用，可以生动形象地传达表达者的语气、态度等细节。例如，在微信谣言中，经常使用“居然”“竟然”“导致”等词汇来表示意外的事件，利用受众的猎奇心理诱导受众，利用绝对化的语气副词加重说话的语气，通过反复强调谣言信息，使受众信服^[1]。

3.4 文体特征：利用新闻语体制造谣言

受微信的交际目的、交际领域、交际方式和交际对象等因素的影响，将疫情中微信谣言的样本分类为通知类语体、新闻类语体、说明文语体以及图片或视频类。据此次疫情中收集的样本，通知类语体的微信谣言使用最多，占总数的35%，依次为说明文语体的微信谣言，与通知类占比差不多，为34%，新闻类语体、图片和视频类的微信谣言，占比分别为18%和13%。



图4 虚假“今日头条”APP 谣言

微信所发布的链接打开，该谣言模仿官方新闻文体，以“国务院办公厅通知：延长2020年春节假期至2月20日起正常上班”为标题（如图4），该截图看似来源于“今日头条”官方APP所发布的内容，其内容还摘录了“通知”的全文，

以疫情防控需要为理由,发布关于春节假期的消息,具体安排了如图中三点,最后以“国务院办公厅”的名义落款,从截图来看,当时就已有3.6万次阅读过该谣言。

对此疯狂分享、转发的通知,登陆中国政府的网上信息公开版块,其中“最新政策”发布新闻中,与春节假期延长相关的通知只有1月26日发布了“延长至2月2日”这一条,在2月7日前后并没有发布相关新政策。在“今日头条”APP进行关键词搜索,也查询不到相关春节假期的新闻。由此可以得出结论,上述截图中转发的内容其实为一则经过包装的谣言。

深入分析该新闻标题“延长2020年春节假期至2月20日起正常上班”,改标题在中文语法上属于并不通顺的句子。从时间逻辑来推算发布日期,在2020年春节假期,官方已延长过一次假期,日期为2月2日正常上班,但该截图中发布时间为2月7日,假设再次延长,必然会在2月2日之前发布消息,不会在2月2日之后再次发布新闻。此次疫情持续时间较长,与此相似的谣言仍然多发,应多加甄别。

4 新冠疫情下微信谣言的传播动因

环境不同,微信谣言的散布也不同,由此所形成的舆论场也会不一样,传播者所处的外环境、内环境以及媒介环境与微信谣言息息相关,综合分析微信谣言的传播动因,须结合当代社会环境与当前背景综合考察,才能把握微信传播疫情谣言特定的传播规律。

4.1 社会因素:“风险社会”引发信任危机

1986年德国社会学家乌尔里希·贝克提出“风险社会”的概念。贝克认为风险社会是现代社会背景下的常态,这种风险是由于自然环境的恶化、科学化和现代化带来的,伴随着不安感、风险感,高速发展下城市化带来的危害越来越多,正是现代生活中越来越多的不可预测的风险,让人们感到害怕。现代社会的人们更关注自身,关注信息的获取,而人们一旦感受到人为、自然灾害的威胁,就希望通过各种途径获取危机信息,以此感知风险。社会风险的不确定性越大,公众就越容易感到危机和恐慌^[4]。

在风险社会的背景下,极易产生信任危机。现代社会的价值观呈现多样化,尤其当一个国家的主流价值观受到冲击时,大众获取不到权威信息的渠道,就会迷失在别人的意见中,无法分辨真伪信息。社会共识是一个国家兴旺发达的基

础,只有社会信任才能维护社会稳定,但如果失去社会共识,就会引发最深层次的矛盾。当一个社会处于动荡之中时,无尽的社会矛盾就会产生谣言。

陈立丹曾指出,“谣言可以看作是一种特殊的潜舆论”,所谓的潜舆论不是公开发表的意见,与显舆论不同,它的目的是为了反映当下个人对某事的情绪和态度,这种谣言蕴含着一种潜在的集体情绪,在群体中具有相对一致性。因此,谣言在被官方证伪之前,是作为正确信息在受众中传播,是由谣言制造者编码到受众解码的过程,在传播的过程中有着选择性机制,也就是谣言根据自身需求有选择地传播偏离的内容,而受众和传谣者有选择地解读谣言信息,使自己达到认知平衡。

此外,中国不仅要应对频繁发生的洪涝、台风等自然灾害问题,还要应对各种政治矛盾、突发危机事件、社会阶层分化等不断引发的各种问题。当今社会,社会风险越来越多样化、复杂化,在这一时期,人们对事物的需求也越来越元化。在农业社会,小农思想下的人与人之间的交流非常封闭。发展到工业社会,随着机器时代的到来,组织和工会这类群体产生。发展至今,随着互联网时代的到来,当前的社会模式已经从自上而下的传播模式转变为自下而上的网络模式。

传统的社会结构被瓦解,精英阶层不再是信息的掌控者,互联网的去中心化将话语权分散,人人都有了话语权,几乎没有门槛,这种包容开放的模式,使普通民众可以与上层社会进行对话和交流,不需要受上级的控制。形成了去中心化的网络格局,正是在这种开放环境下,就很容易让微信谣言产生并发展。在微信平台中,都是自己平时的圈层朋友,没有上层精英的控制,每个人都可以自由表达自己的意见与观点,不管是对错之分,都在其中随意传播,这种传播模式为微信谣言的泛滥提供了条件,没有引导与控制,许多恶意谣言制造者就会毫无顾忌地造谣传谣。在这样的环境下,微信平台成为大量网民情绪的宣泄平台,舆论会在每个人不同的言论传递中被放大。

4.2 媒介因素:微信“把关人”的缺失

当代学者怀特曾指出,新闻领域的“把关”过程实质上是信息选择的过程。在传统新闻领域中,一直有一个“把关人”,其主要职责是审查信息,控制不恰当的信息传播。传统媒体中,记者与编辑都是把关人,第一道把关是记者核实信息来源和细节真实性,第二道把关则是编辑对内容审核,信息是否符

合主流价值观。在这种重重把关下,受众接受到的都是都是一丝不苟、严谨审核的稿件,这种“把关人”使受众接受到的信息都真实可靠^[5]。

然而,发展到互联网时代,“把关”的过程被忽视,互联网的便捷性和低门槛,使查找、获取任何信息都非常快捷。互联网的随意性,还可以对搜索到任何新闻线索通过拼贴,成为一个新的故事。甚至都不需要核实信源、鉴别真伪,更不用说“把关”,以至于是门户编辑和自媒体工作者也都在习惯这种工作方式。这类人只为了赚取点击率以及流量,却没有尽到把关人的职责,而编辑甚至使用夸张的标题来诱导受众。

此外,多媒体时代下,微信谣言呈现更加丰富贴切。在信息量巨大的微信平台中,微信运营商无法对每一条信息都进行逐一审核,目前的技术也无法及时控制图片和视频数据,面对该现象下的信息洪流,传统的把关人角色在微信平台中已无立足之地。

微信朋友还可以无成本转发谣言,因此任何人发布信息都很容易,不管是什么信息,即使分享的是谣言,一方面没有人会提醒转发者,另一方面即使知道转发的为不良信息,但传播谣言的成本很低,也不会造成个人影响。因为转发谣言是无成本的,难找到造谣信源,造谣者无需付出代价。即使娃哈哈集团遭遇谣言危机,损失高达20亿元以上的时候,造谣者并没有因此受到严惩,只是当庭道歉。在这种情况下,公众会下意识地转发任何信息,“宁可信其有,不会漏转发”。

4.3 受众因素:“强关系”交流中的受众心理

社会学家马克·格兰诺维特认为,人与人之间的关系可划分为“强关系”与“弱关系”。^[6]“强关系”为主,“弱关系”为辅,是微信平台的关系模式。在微博平台上,常常可以看到某网红的任意一条微博都会有大量的评论,更何况是发生公共突发事件时,官方媒体微博的最新消息的评论数更是不计其数,微信不同于微博平台上活跃的人数以及评论、关注的无门槛性,微信平台相对封闭,微信以好友为主,大多以自身相对亲密的社会关系为主,是熟人圈子构成的社交平台。用户与用户间的关系更为紧密,交流也更频繁,互动性也相对高。

当微信这种“强关系”的信息传播时,信息扩散的范围会更广、速度会更快。其一,当微信用户在接收到好友发送

的信息时,能明确发出消息的对象是谁,双方是信任且亲密的人际关系,这样关系下来源的信息,会表现出更强的可靠性与真实性,信源的影响力也会更大,这种现象也正是基于“强关系”的优势。其二,每个人每天都会多次打开微信,与好友建立各样的联系,微信与其他平台不同,微信平台下的用户之间的互动频率相对较高,微信通讯录中大多都是熟人,正是这样的熟人团体中,一旦有谣言开始扩散,一传十、十传百、百传无数,传播的态势也比其他平台更快,所以微信的“强关系”也为谣言提供了条件背景。

不同于传统谣言,微信平台下如果大多数相互认识的人之间都相信谣言,因此各方就会接受他人的信念,极易相信谣言。尤其是大众都处于完全不知晓的情况下,对真实事件的内容都不了解的情况下,就更容易相信。微信舆论下,闭环式的传播环境会减弱用户的独立思考能力,会选择更加相信“强关系”里的熟人。此外,因为微信通讯录中强关系的规模有限,限制了传播的范围,微信的朋友圈功能则扩大了其传播规模,一个微信用户能扮演多层社会角色,同时可以拥有多个不同的朋友圈团体。

微信的强关系沟通导致了辟谣一定无法及时,使微信谣言可以大肆传播,一旦社会环境发生转变、产生威胁,公众更迫切需求信息。假设缺乏最新的权威信息传播渠道,在心理状态处于认知不协调下,公众就会想尽办法从其他渠道得到一些来源不明的信息,在传播的过程中,不同的人出于不同目的,对本来不确定的信息进行篡改、加工,从而产生谣言。

5 新冠疫情下微信谣言的不良影响

谣言实质上是中性词,究其本质应属于一种信息交流,其影响也具有双面性。在某些特殊的情况与环境下,谣言也能产生积极的作用,如战争期间,利用谣言可以迷惑敌方、瓦解敌方士气。就新冠疫情下微信谣言来说,在官方渠道的相关信息不足的情况下,微信谣言能缓解焦虑,满足大众对疫情高度关注的心理需求与情绪的宣泄。但相比之下的积极影响,疫情微信谣言的负面影响更为突出,下面从网络环境、社会秩序和政府公信力三个方面来阐述疫情下微信谣言的负面影响。

5.1 扰乱健康有序的网络环境

随着微信的不断发展,微信群、朋友圈的功能已经成为信息自由流动的开放领域,也为谣言的制造与传播提供了便

捷的途径。由于微信具有无门槛性、开放性和匿名性,谣言也利用以上特点肆意传播。微信谣言大多离不开整个网络环境,其负面影响也首先作用于网络环境。其一,微信谣言的传播造成大众情绪的不安与恐慌,这种负面情绪的相互传递会引起集体恐慌;其二,谣言在微信群的传播中极易被误传,也会极大地挑战公信力信息^[7]。

疫情下的微信谣言还会直接影响公众的生命安全,疫情下的公众对相关信息都比较敏感,因此更容易在整个网络环境下快速传播。这种情况诞生,会使整个互联网的信息真假难分,让整个互联网环境陷入到无序化的状态之中。

5.2 扰乱社会秩序

从社会学的角度来看,疫情下的微信谣言传播极易导致社会恐慌,对社会稳定秩序造成威胁。科技不断在进步,大众生活水平也在提高,大众也越来越注重疾病健康问题。该背景下,谣言更容易引起大众主义,引发不必要的恐慌情绪,严重情况下,甚至引发受众对医护人员的专业素质、医院的设备体制产生质疑。例如,此次疫情中,微信谣言信息有提及到当地医院、卫生室、诊所等机构,提出有相关医护人员对新冠患者、感冒患者置之不理的不良信息,该类谣言在一定程度上会影响卫生机构在大众心中的形象,而在这种质疑的过程中,大众也非常担心自己身边有无传染新冠肺炎对象,自己是否会被传染的可能,因此也就影响了正常的生活秩序。

疫情谣言在微信平台、网络各个平台肆意蔓延,引发大众恐慌及社会动荡。当疫情谣言在微信中,不断被熟知的人重复转发分享达到一定程度时,便会造成以假乱真的现象。大众受到群体效应的作用和谣言的误导,就极易表现出情绪上的冲动,引发集群性的社会公众事件。

5.3 降低政府的公信力

在经济社会转型的环境下,人们大多处于高压的生存状

态,但对生活的高期望却无法在现实中实现,这种巨大的心理鸿沟导致人们对社会的怀疑以及对政府的不信任。疫情爆发后,在这种心理的影响下,大众会习惯性将疫情责任归咎于政府的不作为,并利用疫情谣言来发泄对政府和相关机构的不满。

根据谣言样本,大量的谣言内容都是充满了抱怨与质疑,对象直指医院和政府。例如,谣言文本称“某地发现数起疫情病例,但被政府遮掩不报,或卫生机构为了不担责而不报”。由于微信信息量巨大,谣言追踪源头困难,谣言迅速传播过程,必然会丑化政府和医护人员的形象,因此造成政府的公信力低下。

尤其是在其余多地疫情再次频频发生的情况下,这些谣言的内容更容易迷惑人心,使大众本能地抵制政府。假设政府、官方都不对谣言做出回应,没有及时发布疫情的相关信息与应对措施,公众就会进一步陷入迷途,从而影响政府的公信力,甚至会严重引发社会信任危机。

参考文献

- [1] 马克波斯特. 第二媒介时代 [M]. 南京: 南京大学出版社, 2001.
- [2] 赵前卫, 马缘园. 自媒体时代微信谣言传播特点初探 [J]. 新闻研究导刊, 2014(16): 11-16.
- [3] 腾讯. 微信年度谣言分析报告 [R]. 中山大学数据传播实验室, 2016.
- [4] [德] 乌尔里希·贝克, 风险社会 [M]. 何博闻, 译. 南京: 译林出版社, 2004.
- [5] 郭庆光. 传播学教程 [M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2011.
- [6] 马克波斯特. 第二媒介时代 [M]. 南京: 南京大学出版社, 2001.
- [7] 雷霞, 新媒体时代抗议性谣言传播及其善治策略研究 [D]. 北京: 中国社会科学院, 2014.