

去年至今,微信已辟谣超百万条

小心中了这些“好心”的圈套

近年来,带有“别再吃了”、“别再喝了”、“别再用了”等字样的“关怀式”提醒类谣言在微博、微信中频繁出现。据了解,仅去年以来,微信辟谣工具就已对超过 100 万条谣言进行辟谣。你“抵制”过长辈转发的谣言吗?背后有何利益链?

“关怀式”谣言有时会产生严重后果

“别再喝了!桶装水开封 3 天后细菌增加 227 倍。”这是微信“辟谣”工具 12 月份最新揭秘的谣言之一。这个谣言中有所谓媒体试验、权威机构观点,如此“专业”的“科普”文章,可能会迷惑许多读者,进而“温馨提示”转发给身边的亲戚朋友。

济南市民罗女士说,她的母亲经常会给她发一些这样的文章,并不时提醒“最近鸡爪不能吃”、“豆皮不能吃”等,一开始她还跟母亲争辩,后来就干脆“呵呵”了事。还有的采访对象说,现在在亲友群里辟谣成了一件“不道德的事”,会被人认为“当面打脸”,或“没礼貌”,很是苦恼。

“关怀式”谣言不仅给读者带来一些生活上的困扰,有时还会产生严重后果。如有的读者看到

朋友圈文章说,阿司匹林在心脏病发作时是“救命药”,而不知道部分类型的心脏病患者服用阿司匹林反而会“夺命”,最终酿成恶果。

到底有多少类似的“关怀式”谣言?朋友圈到底有多少谣言?记者了解到,仅微信安全中心从 2015 年开始,就发布了几十期当时的“十大谣言”,其中“关怀式”谣言占有很大比例,例如,2016 年及今年上半年两次发布的十大谣言里,食品安全、养生急救、儿童安全等提醒类谣言均超过半数。据《微信生态安全报告(2016)》,微信去年已处罚造谣传谣账号约 10 万个,朋友圈处理谣言链接数超过 120 万条。同时,微信专门开发的“微信辟谣助手”显示,至今年 12 月已辟谣的文章数已超过 100 万条。

不经意的阅读和转发给幕后操作者带来收益

记者采访了诸多微信从业者及专家,并经多方调查后发现,微信谣言背后有故意打击对手、诱导用户泄露个人信息、引导用户打吸费电话等多重图谋,但最为重要的还是其背后的“圈粉”、转发广告等利益链。

记者在一家大型公众号广告对接平台上了解到,一万名粉丝数以下的公众号广告标价费用为 200 至 400 元,而 5 万名粉丝数的则上升十几倍至 3000 元左右,有的甚至上万元。一位不愿意透露姓名的微信公众号运营者说,阅读量和公众号粉丝数是广告价格的主要依据,因此许多公众号为迅速增加粉丝,不惜违法制造“关怀式”“事件类”等谣言。

同时,业内人士介绍,许多谣言页面上,特别最上端与下端,附有大量的推广二维码及广告内容,读者在阅读及转发的过程中也会使转发者获得一定的收益。记者根据这位人士的介绍,下载了几款 APP,

发现上面有大量带有广告的文章可以转发,价格一般为每条 0.1 元—0.12 元。记者注册成功并将部分文章分享给朋友或发至朋友圈后,随着朋友圈点击量上升,APP“账户”上显示的收益不时增加。达到最低提现门槛 5 元时,记者尝试提现,几个小时后记者绑定的微信零钱账号中便收到相应转账。此外,在多个类似平台上,还有“徒弟”制度,已注册用户介绍进来新注册用户即“徒弟”后,老用户不仅可以立即得到几元钱的返现,还可永久获得以后“徒弟”20%的收益分成和“徒弟”10%的收益分成,形成类似“传销”的利益结构。

山东大学新闻传播学院副教授倪万分析认为,谣言制作者往往会利用人们关心食品安全、同情弱者等心理,获取较大的传播效果。还有的业内人士指出,“关怀式”谣言还抓住老人“宁可信其有”以及渴望和子女沟通的心理,使其自愿转发,并且养生健康类谣言不易受到公安部门打击。

——王嘉:北京某高校大三学生

“我宿舍楼下有个煮中药的地方,很多人为了调肠胃、养颜去那儿煮药。”平时比较关注饮食方面的养生,在食堂点餐都注意荤素搭配,营养均衡。汤饮上,除了养生的瓦罐汤,像脱脂奶粉、蜂蜜柚子茶、黑苦荞茶都是自己偏爱的。

——孙远:某会计师事务所的员工

27 岁的孙远平时非常关注缓解疲劳的技巧,“我常坐办公室,颈椎很容易酸,这时我就按几个穴位来快速放松。此外,热水从不离手,基本每隔两小时我就去接杯热水”。

除了担忧脱发,还关注养生

90 后也拿保温杯、泡枸杞了

如今,健康养生活题已经不再是中老年群体的“专利”,不少 90 后甚至 95 后也开始研究各类养生细节。边熬夜边喷水保湿、喝啤酒泡几粒枸杞、吃完火锅喝茶“刮油”、拿着保温杯还要搭配点茶叶,选洗发水也从闻香味变为挑护发发育功能……这群人们口中任性的 90 后,生活已经开始变得“精致”、“细致”起来。

上周,一项针对 1979 名 90 后进行的调查显示,79.6%的受访 90 后开始关注养生信息,79.4%的受访 90 后自认存在脱发发育的焦虑和困扰。50.7%的受访 90 后表示关注养生信息是因为工作压力大。受访者中,已经工作的占 87.9%,还未毕业的占 12.1%。

据报道,今年“双 11”当天开抢不到 30 分钟,天猫国际直营进口防脱发洗发水就全线售罄。在购买保温杯的人群中,北上广深的年轻女性明显很“积极”。调查显示,79.6%的受访 90 后开始关注养生信息,其中 20.1%的受访 90 后非常关注。具体到脱发发育上,79.4%的受访 90 后表示存在焦虑和困扰,其中 23.0%的受访 90 后表示非常严重。

专家

中国心理学会青年工作委员会委员、华东交通大学心理素质教育研究院常务副院长舒曼表示,90 后正处于奋斗打拼的年龄段,再加上他们大多身在城市社会,环境污染、交通拥堵的问题,会让人感到较大压力。“同时,90 后这一群体以独生子女为主,他们普遍承担了父母、家庭及社会太多的期待。”

舒曼表示,如今 90 后脱发、过劳胖甚至过劳死等,都是与他们这个年龄段极不相符的现象。“这个问题应得到社会的普遍关注,同时也要让社会各界认真思考,如何才能行之有效。”舒曼认为,90 后群体应掌握必要的心理健康知识,比如正确地进行自我评价,合理地制定目标、量力而行,同时要科学地安排时间,适度地健身运动等。

(中青)

多读一点

谣言止于智者,更应止于“治者”

近年来,谣言屡辟不止,花样翻新,虽然许多只是造成人们的生活困惑或是“安全焦虑”,但不少还产生了巨大危害。例如此前“打针西瓜”、“塑料紫菜”等谣言给相关种植户和企业带来巨大经济损失,类似“塑料大米”等谣言更是引发强烈关注,甚至影响到行业形象。

中国人民大学新闻学院教授匡文波说,谣言传播遵循这样一个公式:谣言杀伤力=信息重要程度×信息模糊程度。要减少谣言危害,需要相关部门、单位、个人等及时回应,提高信息透明度,降低模糊性。倪万建议,许多看似正能量的谣言,辟谣需要寻证、分析,成本相对较高,可以选取同一类谣言中最有代表性、传播最广的一条予以回应,进而让读者产生“既然

这条信息是假的,类似的信息是不是都不一定是真的”的思考。

据了解,近年来为打击谣言,微信等平台也采取了一系列措施。例如,微信官方不仅不定期发布谣言榜,还开发了“微信辟谣助手”小程序。据微信相关负责人介绍,目前这一平台已有超 800 个第三方权威机构加入,包括网警、国家食药监系统、中央媒体等。近半年来就处罚公众号约 4.5 万个。

中国科普研究所助理研究员王大鹏建议,政府相关部门不仅要“对事件性”谣言加大打击力度,还要着重对其他如养生、健康等类别谣言加大关注,特别是对有组织、有利益动机的谣言制造者加大处罚力度,揪出背后的利益链。

(中新)