

媒介生态学视域下健康传播网络谣言的治理研究

陈维航, 耿梦瑶, 徐瑜瑾

济南大学, 文化和旅游学院, 山东 济南
Email: 913386103@qq.com

收稿日期: 2021年3月26日; 录用日期: 2021年5月7日; 发布日期: 2021年5月14日

摘要

随着新媒体平台的发展, 网络谣言的产生及治理问题也逐渐暴露在公众面前, 我国对网络谣言的治理已逐渐被提上日程, 但对网络谣言的成因及治理措施的相关研究仍不够系统。本文从网络谣言的传播内容分类入手, 选择分类中健康传播类别下的网络谣言并进行现状及分类研究, 同时从媒介生态学角度入手, 以媒介内生态、媒介原生态及媒介外生态三个角度, 对健康传播网络谣言进行了成因分析, 并依据其相关成因, 对健康传播网络谣言的治理措施进行了媒介生态学三个角度的探讨研究。

关键词

媒介生态, 健康传播, 网络谣言治理

Research on the Governance of Internet Rumors in Health Communication from the Perspective of Media Ecology

WeiHang Chen, Mengyao Geng, Yujin Xu

College of Culture and Tourism, University of Jinan, Jinan Shandong
Email: 913386103@qq.com

Received: Mar. 26th, 2021; accepted: May 7th, 2021; published: May 14th, 2021

Abstract

With the development of new media platform, the generation and governance of Internet ru-

mors are gradually exposed to the public. The governance of Internet rumors in China has been gradually put on the agenda, but the research on the causes and governance measures of Internet rumors is still not systematic. This paper starts with the classification of the spread content of network rumors, selects the network rumors under the category of health communication in the classification, and carries out the status quo and classification research. At the same time, from the perspective of media ecology, this paper analyzes the causes of network rumors of health communication from three perspectives of media internal ecology, media original ecology and media external ecology, and according to the relevant causes, analyzes the network rumors of health communication. In this paper, we discuss the control measures from three aspects of media ecology.

Keywords

Media Ecology, Health Communication, Internet Rumor Control

Copyright © 2021 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 健康传播网络谣言的研究现状

随着互联网技术的发展, 公众逐渐拥有了更多的话语权, 但随之产生的网络谣言也逐渐成为热点问题, 引起了学术界的重视。美国学者彼得逊和盖斯特认为“谣言是未经证实的阐述或诠释” [1]; 我国学者郭庆光则对谣言进行了以下定义: “谣言是有意凭空捏造的信息或消息。” [2] 而健康传播这一名词首次运用在 1971 年的“斯坦福心脏病预防计划”中 [3], 美国学者罗杰斯认为“健康传播是在传播中所有涉及健康的内容” [4]; 我国学者通常认为它是指以人的健康为出发点, 运用各种传媒渠道及方法, 为维护和促进人类健康而制作、传递、分散、交流、分享健康信息的过程 [5]。综合上述观点, 本文给健康传播网络谣言的定义为: 以人类生命健康为出发点, 以健康、养生、医疗等人类生命日常需求为角度, 通过互联网平台进行传播的未经证实或缺乏依据的虚假消息。

加快对网络谣言的治理是我国互联网治理行业发展正面临的一个重要课题, 对此问题国内学者纷纷从不同角度进行了研究与实践。丁颖与张焱的《突发事件及网络谣言实证分析——网络谣言的学术甄别》 [6] 将网络谣言分为现实介入型和原发型两种类别, 并通过与传统谣言进行对比, 从学术角度针对网络谣言进行甄别分析, 总结出了网络谣言的逐利动机、畸形表现欲、迅捷性、多媒体联动、钩沉性五大特征。刘慧姣的《疫情背景下网络谣言的成因与特征分析》 [7] 将网络谣言与新冠肺炎疫情紧密结合, 从疫情下网络谣言的成因、传播特征与解决对策三个角度进行研究, 有效地提出了营造风清气正网络环境的重要意义。但我国当前针对健康传播网络谣言的治理问题仍缺乏较为系统的研究, 对于健康传播网络谣言如何进行系统的分类, 并针对相关分类进行相应的成因与治理措施分析, 我国健康传播网络谣言的治理措施要如何发展, 仍需要更多的研究探讨。

2. 健康传播网络谣言的分类

在依据传播内容分类的网络谣言中, 健康传播网络谣言是社会群众目前最为关心的内容, 根据大众普遍在意的四大角度对健康传播网络谣言进行细分, 可将其区分为突发性公共卫生事件类网络谣言、生活日常类网络谣言、医疗健康类网络谣言以及养生保健类网络谣言四种类别。

2.1. 突发性公共卫生事件类网络谣言

我国 2011 年 1 月修订的《突发公共卫生事件应急条例》对突发性公共卫生事件作出了以下解释：突发公共卫生事件是指突然发生，造成或可能造成社会公众健康严重损害的重大传染病疫情、群体性不明原因疾病、重大食物和职业中毒以及其他严重影响公共健康的事件[8]。此类网络谣言最为典型的代表事件即新冠肺炎疫情期间的“双黄连”事件。疫情初期，上海药物所发布消息称初步发现双黄连口服液对新冠病毒有一定抑制作用。然而各大营销号及公众对其进行大肆夸大宣扬，将“抑制”变为“治愈”，最终掀起一场抢购热潮。

2.2. 生活日常类网络谣言

生活日常类网络谣言主要表现为两大主题，一是对实际影响甚微的生活习惯进行大肆渲染，如“隔夜水和千滚水能致癌”等；二是传播没有科学依据或与现实相反的假知识，如“蓝光会导致失明爆发”等。此类谣言凭借其与日常生活息息相关的独特优势及部分受众判断力不足的弱点，采用各种模糊性字眼，增强诱导力，以骗取公众的关注。

2.3. 医疗健康类网络谣言

医疗健康类网络谣言利用受众对于医疗知识的匮乏，采取捏造数据、偷换概念、堆砌专业术语等手段，直接传播错误信息。此类网络谣言大致有两种类别：第一种主要将过时或本身就错误的“偏方”进行生搬硬套，如“疟原虫可以治癌症”等；其次主要是夸大或扭曲信息式谣言，如“藿香正气水与头孢同时吃会导致死亡”等。

2.4. 养生保健类网络谣言

养生保健类网络谣言主要利用受众对其自身生命的延续心理，对养生概念进行特意曲解，以达成营销目的。此类网络谣言主要针对受众的相应养生或保健需求，将保健或养生产品冠以医药头衔，对其疗效进行夸大，典型例子如“吃了忘不了，可以让孩子过目不忘”“五谷杂粮粉可以治愈糖尿病”等。

3. 媒介生态学视域下健康传播网络谣言的成因分析

媒介生态学理论将媒介与生态传播系统划分为媒介内生态、媒介原生态和媒介外生态三个部分[9]，从媒介生态学理论入手，将受众—媒介—相关部门三个层次看作一个具有“生命”特征的动态开放系统，可更加直观地对健康传播网络谣言的形成原因进行探讨分析。

3.1. 媒介内生态角度下健康传播网络谣言的成因

媒介内生态主要涉及受众的需求与行为等层面，从媒介内生态角度对于网络谣言成因的分析主要在于对信息受众的心理及行为分析。通过对健康传播网络谣言的媒介内生态角度分析，可以得出部分受众参与相关网络谣言产生及传播过程的主要原因在于其对需求的过度关注及认知基模差异产生的群众模仿行为。

1) 受众对所需信息的过度关注

人的行为很大程度上取决于对自我需求的认识，当受众认识到自己缺失的因素所在，出于对其生存与发展需求的保证心理，会对相应的事物或信息产生一定的关注。社会生活中相当一部分受众具有较强的自我保护意识，对所需信息的关注力度远远超过其他受众，而由于健康传播这一领域在满足受众个体相应需求的同时涉及到受众个人的生命安全，加之网络信息环境中多样复杂的信息流冲击，会使部分受众对相关信息的关注度进行关注，不加甄别地接收各种渠道来源的相关信息，并传播至各类社交媒体，最

终参与相关网络谣言的传播过程。

2) 受众的认知基模具有差异

受众认知基模的可随成长环境变化的特点决定了每个受众的基模都具有一定区别,同时不同基模间的区别又决定了不同受众对同一新信息的不同反应,即会产生多样性的信息处理过程。如由于受教育程度等环境因素的不同,一些低学历人群和未成年人在接受新信息时,其基模对新信息的处理缺乏一定的甄别性,即不能正确判断言论的真实性,导致其基模对新信息的反应为无条件接受并参与传播。当具有高度不确定性的突发事件产生时,部分受众的生命安全本能决定了其与多数人保持一致行动的希望,即产生群众模仿。同时由于群体模仿行为主要表现为无意识的条件反射,受众往往会盲目地轻信群体传播的信息,并不会主动去查证来辨别信息的准确性。如日本核辐射食盐疯抢事件及上文提及的“双黄连”事件,参与事件的受众在突发事件发生时,轻易接受外来的流言,模仿大多数人买盐、买双黄连的行为,在无意识中参与此类网络谣言的传播活动,同时在无意识中助长了此类网络谣言的产生行为。

3.2. 媒介原生态角度下健康传播网络谣言的成因

媒介原生态主要涉及媒介产业组织方面,即从媒体平台自身的角度入手。从媒介原生态角度剖析健康传播网络谣言的成因主要有两方面因素:一是新媒体平台一定的利益驱动,二是新媒体平台目前内容审核技术的限制。

1) 新媒体平台的利益驱动

新媒体时代,各大新媒体平台均奉行“流量为王”这一理念。新媒体平台利用热点新闻在短期时间段内获得高热度的讨论,能够使其用户流量呈现爆发式增长。普通的健康食品,在经过新媒体团队的精心策划包装后,仅用15秒的时间,就可获得大量粉丝并成功售出,在产品卖家及视频制作者获利的同时,也可使新媒体平台获得一定流量与利润。由于各种健康养生类产品直击受众生命安全需求,本身便具有较高的群众关注度,即新媒体平台所需的用户流量。故即使健康养生类产品卖家为了获利而过度夸大其功能,甚至为了进行营销而传播一定的网络谣言,部分新媒体平台为了其拥有的用户流量,也会对其产生纵容,间接默认并助长了健康传播网络谣言的传播扩散。

2) 新媒体平台过滤技术有限

以互联网为依托的媒介具有的最显著特点就是更新时间短、传播速度快。受众每日被大量的碎片化信息所包围,通常想要关注最新发生或最有热度的信息。想要引起受众的兴趣,获得尽可能多的关注,新媒体平台就需要在短时间内推送与更新大量的内容。而由于技术有限,很多信息没有经过内容审核部门的监管便被他人散布至某平台,使得部分缺乏“把关人”的网络谣言未经平台过滤就出现在了大众面前,使得网络谣言具备了一定的传播可能性。

3.3. 媒介外生态角度下健康传播网络谣言的成因

从媒介外生态角度对网络谣言的成因分析主要在于对相关政治部门驱动作用的分析。当前我国相关部门对于网络谣言把控的力度具有一定的缺失也是网络谣言产生的原因之一。对于健康传播网络谣言,我国目前并没有一个明确的规定界限,无法判定具体的违法行为,而由于大众对生命健康的重视,导致健康传播网络谣言近年来层出不穷。同时,对于谣言所传播的信息,相关部门有时并不能及时了解大众对于其是否真实可靠、是否造成人身财产安全危害等一系列问题的诉求,无法通过官方平台对信息进行及时地公开,未能及时掌握话语权,最终导致“小道信息”在微博、朋友圈等新媒体平台迅速发酵。而当相关部门意识到需要对相关谣言进行治理时,由于相关谣言已经具有了一定的热度,相关部门并不能对其进行及时的完全监管。

4. 媒介生态学视域下健康传播网络谣言的治理措施研究

媒介生态学从媒介内生态、媒介外生态及媒介原生态三个角度对当前健康传播网络谣言的成因进行了一定分析,指出受众个人、媒体平台及相关部门在健康传播网络谣言的形成及传播过程中所占问题成分。如何利用媒介生态学提出相应治理措施,使受众—媒介—相关部门形成媒介生态圈,是解决上述问题的关键。

4.1. 媒介内生态:培养受众个人信息免疫能力

受众认知基模的有差异性表明,受教育程度较低的受众,面对新信息时很容易产生群体模仿现象。所以,要培养受众个人信息免疫能力,首先应建立并完善媒介教育体系,通过对不同年龄段的受众进行媒介相关知识教育,构建受众个人的认知基模,增强受众对媒介信息的辨别意识。同时受众个人也要树立自己的媒介生态价值观,对新信息的真实性自觉进行辨别并对虚假信息自觉抵制。拒绝接受虚假信息是第一步,监督传播平台是第二步。受众构建及完善个人的生态价值观,加强对新媒体平台的监督,要求媒体工作者坚守职业道德,可有效地避免健康传播网络谣言的产生。

4.2. 媒介原生态:建立新媒体行业导向传播体系

新媒体所提供的内容对受众的判断有着非常大的影响,甚至可以说新媒体平台的舆论导向决定了部分受众的导向判断。因此新媒体行业导向体系的建立显得尤为重要。而建立新媒体行业导向传播体系的第一步是要加强新媒体平台自身的内容净化能力。加强新媒体平台内容审查技术,安装过滤技术软件并建立媒介内容分级管理机制,指定相应的分级标准,将虚假信息及时拦截删除并精准投放相关真实信息给相应分级人群。内容净化的同时也需树立新媒体行业导向传播准则。目前大部分新媒体平台对媒体道德准则的遵守仍旧依靠新媒体工作者的自觉规范。通过树立包含信息传播、平台监督等方面的新媒体行业导向传播准则,并对新媒体行业导向传播工作进行定期评估与发布,最终促进新媒体行业导向传播体系的构建。

4.3. 媒介外生态:构建健康传播网络谣言内容监管机制

健康传播网络谣言内容监管机制主要通过建立健康传播网络谣言内容库来对库内收录的健康传播网络谣言内容进行实时监控。发现相关网络谣言并拦截的同时,可利用相关追踪技术追踪到该网络谣言内容的传播者,对其进行一定程度的惩罚,以达到控制健康传播网络谣言产生及传播的目的。除了对内容的监控,内容库内容的补充也是极为重要的一环,通过将健康传播网络谣言内容监管落实到个人及新媒体平台,利用大众的广泛数量及新媒体平台的内容审核机制来面对实时变化发展的信息流,对库内健康传播网络谣言进行及时有效的内容补充,从而实现对健康传播网络谣言内容的及时监管。

5. 结论

由于生命健康领域涉及社会群众最为关心的内容之一,即群众的生命安全需要,健康传播网络谣言的治理问题目前已然逐渐被推向高峰。通过媒介生态学角度对健康传播网络谣言的成因分析可以发现,健康传播网络谣言是被动接受与主动传播的结合体。针对相关网络谣言的治理中,既有受众个人认知基模构建的教育环境因素,又有新媒体平台技术发展问题,更有相关部门的驱动作用。健康传播网络谣言的治理需要受众个人、媒体平台与相关监管部门三者合力为之,通过媒介生态学理论构建“受众—媒介—相关部门”的媒介生态圈,健康传播网络谣言的治理成绩定将跨出巨大的一步。

基金项目

本文系国家级大学生创新创业训练计划项目“基于媒介生态学视野的新媒体内容低俗化问题研究”

(201910427017)、山东省社会科学规划互联网发展研究专项“媒介生态学视野下新媒体内容低俗化问题综合治理研究”(18CHLJ24)阶段性研究成果。

参考文献

- [1] Peterson, W.A. and Gist, N.P. (1951) Rumor and Public Opinion. *American Journal of Sociology*, **57**, 159-167.
- [2] 郭庆光. 传播学教程[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 1999: 88.
- [3] Noar, S.M. (2006) A 10-Year Retrospective of Research in Health Mass Media Campaigns: Where Do We Go from Here? *Journal of Health Communication*, **11**, 21-42.
- [4] Rogers, E.M. (1994) The Field of Health Communication Today. *The American Behavioral Scientist*, **38**, 208.
- [5] 米光明, 王官仁. 健康传播学原理与实践[M]. 长沙: 湖南科学技术出版社, 1996: 8.
- [6] 丁颖, 张焱. 突发事件及网络谣言实证分析——网络谣言的学术甄别[J]. 新闻研究导刊, 2019, 10(24): 1-3+52.
- [7] 刘慧姣. 疫情背景下网络谣言的成因与特征分析[J]. 新闻研究导刊, 2020, 11(13): 46-47.
- [8] 中华人民共和国中央人民政府. 突发公共卫生事件应急条例[EB/OL]. http://www.gov.cn/gongbao/content/2011/content_1860801.htm, 2011-01-08.
- [9] 闫伟娜. 基于媒介生态学视野的新媒体内容低俗化问题研究[J]. 中国出版, 2017(19): 59-62.