



养生谣言“满天飞” “银发族”成传播主力

●本报记者 吴艳

近年来,随着越来越多的中老年人加入微信大军,他们在利用朋友圈交流心得、分享心情的同时,也饱受各种谣言带来的困扰,甚至不知不觉充当起了谣言的“二传手”。记者查看“微信辟谣助手”小程序发现,统计数据表明,2017年6月正式上线至今,“微信辟谣助手”已辟谣文章10189篇。仅去年12月份,该平台就刊发了99条谣言,其中健康养生类的87条,几乎占到90%之多。

“茶叶可以杀死新冠病毒”“癌症最怕的一种东西!家家都有!”“电吹风用好了能治疗鼻病”……打开老年人的微信朋友圈,形形色色的传言令人眼花缭乱。

相信不少年轻网友也有这样的经历:在微信群、朋友圈中,长辈们热衷于转发健康养生、食品安全等类型的文章,有的“一看标题就不靠谱”,但长辈们却关怀备至地将这些养生帖发给他们,并要求多吃“某某东西”,不能吃“某某东西”。

正因此,一些网友感叹,谣言带给自己的困扰,不仅是“父母竟然相信”,更是“父母竟然要求我们一起相信”,以至于“躲过了各种微商、晒娃、自拍,却躲不过爸妈的传谣”。

1 年龄越大,越愿意转发养生信息

小韩是一名大二学生,一提到妈妈的朋友圈,她就一肚子苦水。

“我妈经常在朋友圈转发关于养生和食物方面的文章,还提醒我一定要看,这些文章看标题就知道不靠谱。”小韩说。

小韩的妈妈今年48岁,是一家保险公司的业务员。学会使用微信后,她朋友圈一天起码会上七八条“关怀式”文章。

《千万别这样吃大蒜致癌!赶紧告诉家人》《白米饭——垃圾食品之王》《农大教授:剩饭剩菜里就有最好的血管扩张剂!不需要额外补》……看到此类文章,小韩一开始会耐心跟妈妈解释,后来渐渐麻木,直接忽略不回复。但妈妈还经常询问小韩,是否按照她说的做了。

“这是谣言难道你一点都看不出来吗?”上个月,小韩实在看不下去,直接在电话里跟妈妈吵了起来。对此,小韩的妈妈也觉得委屈。她在电话另一头抱怨道:“我觉得说得挺好的呀,所以才想转给你看看。”

无独有偶,来自一家事业单位的吴先生也备受朋友圈谣言困扰。他的“麻烦”同样来自家中长辈。

“为了方便联系,我建了一个微信群,把亲戚们都拉了进来,一开始大家有事没事还在群里寒暄几句,后来慢慢就变成了长辈们分享各种谣言文章的集散地。”吴先生直言,不胜其扰的他直接开启了微信消息免打扰功能。

不过,出于对长辈们的尊重,吴先生从未在微信群内公开辟谣,甚至偶尔还会回复几句。

《中国新媒体发展报告》认为,随着微信平台使用频率的增加,60%的谣言来自微信,微信正在成为谣言传播的主渠道,而朋友圈为谣言传播提供了便利。调查显示,“60后”和“70后”倾向于认为自己的晚辈朋友爱转发真伪难辨的健康信息,而“80后”和“90后”倾向于认为自己的父母长辈爱转发此类消息。这说明,在人们的印象中,中老年人更容易被谣言蛊惑。

2 线上流量线下“变现”

“我们家老太太属于中毒比较深的,太固执了!”接受记者采访时,33岁的市民刘先生说。

刘先生的母亲今年60岁,小学文化程度。做饭和接送孙子上下学是她每天的主要“工作”。不过,带娃之余,刘母不仅成为了微信朋友圈谣言的刷屏者,还升级为线下活跃人群和主要消费者。

除了转发微信朋友圈谣言外,刘母还会和一群老姐妹一起去参加商家组织的线下活动。

去年,刘母通过微信文章底部的“阅读原文”按钮关注了一个不知名的实体养生药店,并按照指示前往药店参加了线下活动。活动结束后,刘母还特地买回来各种号称包治百病的药物。刘先生检查“药物”发现,那只是批号为“健”字头的保健食品。

在刘先生看来,微信朋友圈谣言泛滥的根本原因在于商家的逐利性。制造这些谣言并非“好心”,而是借此触动人们的神经吸引关注,进而实现流量变现。

记者梳理发现,健康养生、食品安全、热点事件等类型的网络谣言是父母们关注的重点对象。此类谣言素材和人们生活息息相关,制造者们为其冠以耸人听闻的标题,常常让人“不得不点开”。来自父母的微信朋友圈谣言文章大多具备以下特征:

一是强制关注和转发。文章末尾都会附上二维码,添加诸如“赶紧扩散转发,让亲戚朋友知道真相”之类的引导语,引导读者关注并大量转发。

二是导入第三方平台。多数文章下面都会留有导入第三方平台的“阅读原文”按钮,将人们引导至其他平台添加关注。

三是流量主和广告主盈利。依托谣言积攒而来的高粉丝量吸引广告,通过广告点击量或广告主文案盈利。

四是引导购买实物。很多谣言文章的末尾都会附上养生食品药品或健康微课堂图片和购买链接,通过转发打折或发放红包等方式诱惑人们购买。

3 为什么中老年人更易轻信谣言

面对官方一次次的辟谣,来自父母们微信朋友圈的谣言似乎并没有呈现减弱之势,反而愈演愈烈。

记者从微信朋友圈内随机选取一篇标题为《不要再买这个菜了!因为它100%致癌》的文章核实发现,早在2014年此文就经官方认定为谣言。4年间,该谣言先后被诸多公众号推转传播。

“江湖上一直有传说吃蕨菜的人容易得胃癌、食道癌和肠癌。经过一系列实验,得出了非常权威的数据:蕨菜确实致癌,而且有强致癌性!”文章开头便以“权威”口吻得出结论。

不过,细读全文,记者却发现此文自始至终未提及实验过程及实验组织方,也未注明出处。

为什么中老年人更容易对朋友圈的谣言信以为真,被谣言蛊惑并热衷传播呢?

“无根据的事例+不严谨的论述+不科学的结论”,类似谣言文章存在不少破绽,为何却能得到“银发族”青睐呢?

为此,沧州市二医院心理科主任韩庆林给出了分析,心理专家将原因归结于老年人的“好奇心”“热心”“好心”三个方面。

“好奇心”指老年人刚学会使用微信,对于网上的一切信息都感到新奇,忍不住转发。

“热心”指上了年纪开始关注健康养生,看到此类信息就热心转给身边人。

“好心”指有些谣言带有诅咒性质,老年人容易被谣言中所谓的亲情、灾难等绑架,怕殃及子女亲人,于是不顾一切地转发求心理安慰。

韩庆林说,每个人都有长寿不老的心理需求,也有对死亡的恐惧心理映射,尤其是年长者,距离正常生理死亡年龄越近,对健康的关注和心理需求就越高。仔细推究这些文章就会发现,它们抓住了老年人害怕衰老和生病的心理,通过“有毒”“致癌”“致死”等刺激性语言,配合看似“专业”的名词、“确凿”的数据、“客观”的实验,让他们产生焦虑和恐慌,从而落入谣言的圈套。此外,有些老年人网龄短,不了解网络世界信息繁杂的特点,甄别网络信息真伪的能力较弱,时常被网络谣言误导,因此成为谣言传播的“易感人群”。

4 来源不明的信息多为谣言

在铺天盖地的健康养生帖中,究竟哪些信息更可能是谣言呢?业内人士的一份大数据报告给出了答案。报告称,假借权威、捏造数据、制造恐慌、嫁接图片、偷换概念等是谣言传播常采用的手段。

许多谣言都有看似理性、权威的来源,如“美国环境医学科学研究院推出报告称……”“根据日本学者研究得出……”等表述,成功地将谣言包装成为“科学研究”。

恐惧诉求也是谣言信息的一大特征,“毁容”“有毒”“致癌”“身亡”等相关词会被经常使用,再辅以偷梁换柱的图片支撑,用随意捏造的数据,耸人听闻的说法引发读者恐慌,人们往往会采用“宁信其有,不信其无”的保守心理,不敢轻易忽略或否定这样的消息。

据业内人士分析,朋友圈的健康谣言大多出自营销账号之手,其背后多为商业利益驱使。某些营销号片面追求点击率和关注度,有意无意地制造噱头、编造信息。用户“随手转发”实则是被营销账号所利用,成为谣言传播的推手。

如何在朋友圈中鉴别谣言,避免成为营销号的帮凶呢?

微信平台公开发布的《“谣言”分析报告》提出两个办法,一是查看信息是否为老帖。健康谣言往往具有重复传播的特点,一些陈年旧帖往往在改头换面后被再次传播;另一个方法是查看信息来源和出处,那些证据来源不明、穿插广告、专业性不强、数据不客观的信息,基本可判定为谣言。用户还可以对微信公众号的定位和所发内容进行对比,比如房地产商转发医学问题,显然就不如权威认证的医疗账号来得可靠。

此外,用户也可关注“谣言过滤器”“微信辟谣助手”等微信小程序,及时了解被证伪的健康信息。

