

100 条定律 | 网络舆情的原始微博法则

原始微博法则 (Original microblog Rule), 是指人们倾向于转发包含错误信息的原始微博, 选择忽视随后发出的更正信息, 由美国新闻学者克雷格·西尔弗曼提出。由于原始微博包含更多吸引人眼球的新闻元素, 而更正的事情真相信息则索然无味。这些错误信息在微博上更多表现为传言谣言。沃顿商学院营销学教授乔纳·伯格提出, 比起纠正性、解释性或调整性的事实报道, 以惊惧、愤怒或惧怕为情感色彩报道总能得到更广泛传播。在自相矛盾的证据面前, 人们往往首先罔顾事实, 诉诸情绪, 中立客观报道很难引起共鸣。

传言谣言几乎与人类历史同龄, 随着互联网兴起和普及, 更加变得无处不在。2007年4月16日, 弗吉尼亚理工大学发生枪击案。一个韩裔学生身穿防弹衣, 携带两把手枪打死32人, 最后举枪自杀。《芝加哥太阳报》率先爆料, 称凶手可能是中国留学生江伟恩。该报专栏作者麦克·斯尼德称, 这名24岁冷血杀手于2006年8月7日从上海飞抵旧金山。江伟恩的博客显示, 他爱好枪支, 其个人博客有很多他的持枪照片。同时, 他有“感情受挫”杀人动机。麦克·斯尼德的这篇博客几小时内点击率近4万。江伟恩的博客贴出声明说: “我不是枪手。在整个事件过程中, 我收到了无数个死亡威胁和诽谤指控, 手机也因为接电话太多而没了钱。”美

国广播公司也证实，江伟恩并没有被列入怀疑名单，警方根本没有调查他。不久，美国警方确认是个韩国学生。然而更正信息的传播远比不上谣言传播的广泛。那些谣言可能已经影响了上千万人甚至上亿人。当你花更大力气纠正这个错误的时候，效果还不如那个谣言传播的更广。

哥伦比亚大学研究者开发出一款 **Emergent** 谣言传播跟踪工具，可记录每一个传言及质疑或辟谣的分享次数。从统计数据看，大部分谣言获得的分享次数都要比辟谣的信息高得多。如，网传佛罗里达州一女子植入第三个胸，假消息迅速获得 18.8 万次分享。尽管媒体随后澄清是假新闻，但辟谣消息获得的分享数不足谣言的 1/3。再如，武汉大学互联网科学研究中心对马航失联传言进行统计，梳理了 6 条较重要的更正、澄清微博，其中转发量和评论量最高分别只有 3569 次和 1885 条。但这些传言却有 696 万条微博，其中，中国军舰全速驶向事发海域总曝光量超过 4079 万次。这印证了中国一句俗语，“传言动动嘴”，转发千万条；“更正跑断腿”，只有几千条。

2016 年 9 月，《经济学人》杂志封面文章《社交媒体时代的后真相政治》，有一张数据显示的是 **Facebook** 文章被分享的次数，证明了真相跑不过谣言。谣言与辟谣本身就是一场博弈。轻信谣言是因为人的潜意识会很自觉地排斥那些和我们价值观不符的信息，遇到一个新鲜事情，第一反应不是

看它合不合理，而是看它符不符合自己的看法。



横轴是分享次数，从最少到最多。纵轴是比例，即有多少比例文章被分享这么多次。线条是下降趋势，因为大多数文章都只被分享了很少次数，只有极少数文章被分享很多次。红色线条是谣言文章，蓝色线条是真相文章。可以看到，红色线条尾端高于蓝色线条，表明最火谣言文章比最火真相文章更具传播力。

2018年3月出版的《科学》刊登麻省理工学院3位研究者对《网上真实与虚假信息传播》(The Spread of True and False Information Online)的研究成果。他们对2006-2017年被300万人转发450万次的12.6万篇新闻的Twitter传播情况进行了分析，发现与发表真实新闻的推文相比，发表不实新闻的推文被转发的概率高70%。不实新闻比真实新闻跑得更快、更深、更广。

研究人员将新闻定义为“在Twitter上发表的任何信息”，可以是文字、照片或网上的文章链接。研究人员避免使用争

议性术语“假新闻”（fake news），而使用“不实新闻”（false news）。他们将新闻分类为真实（true）或虚假（false）。如果一条 Tweet 被标记为虚假，并不意味着发 Tweet 的人试图欺骗，只表明 Tweet 中的信息不准确。任何类型的新闻在 Twitter 上传播时，它就变成流言（rumor）。特定 Tweet 传播的模式是流言级联（rumor cascade）。如果一条 Tweet 在一条完整链中被转发 10 次，那么它就是一个大小为 10 的级联。如果两个人独立推送同一条消息，并且每条 Tweet 都在一个完整链中被转发 5 次，那么就是两个流言级联，每个级联的大小是 5。研究人员使用这个框架来分析 Twitter 上的信息传播，分析了约 126000 个流言级联。

研究者依据 6 家事实核查网站（专门核查消息真假的网站）的数据，对于每一个流言级联都从四个维度比较分析真实和不实新闻的传播力。

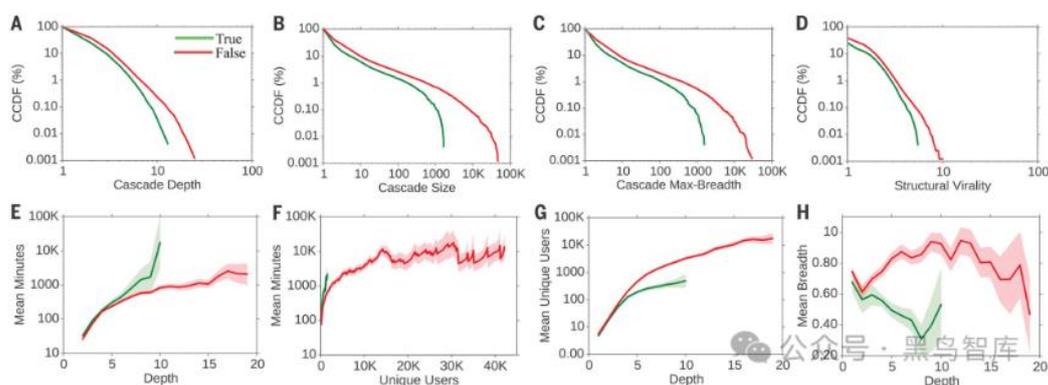
一是深度，即转发的“层级”，也就是在一个不间断链中转发的数量。如 A 转发给了 B，B 又转发给了 C，深度就是 3 层。研究人员研究了流言级联传播中最高的 0.01%，发现不实新闻比真实新闻在推特空间（Twittersphere）传播深度要高 8 个层级（diffused eight hops deeper）。假新闻传播深度超过真新闻，最深层级可超 19 层，真新闻传播层级基本不超 10 层。

二是大小，即从开始到结束参与到级联的人数，也就是

参与转发的账号数量。真实新闻很少被超 1000 人转发，至少有 1% 的不实新闻，经常性地做到这一点，可传播 1000 到 10 万人。要传播扩散到 1500 人，真实新闻所需时间是不实新闻的 6 倍。真实新闻的传播深度要达到 10 级，时间比不实消息要长 20 倍。

三是宽度，即任何深度的级联中最大数量的人，也就是在任意一个层级（深度）级联中参与转发的最多人数。真实新闻传播宽度只能刚刚超 1000 人，不实新闻最多能达几万人。

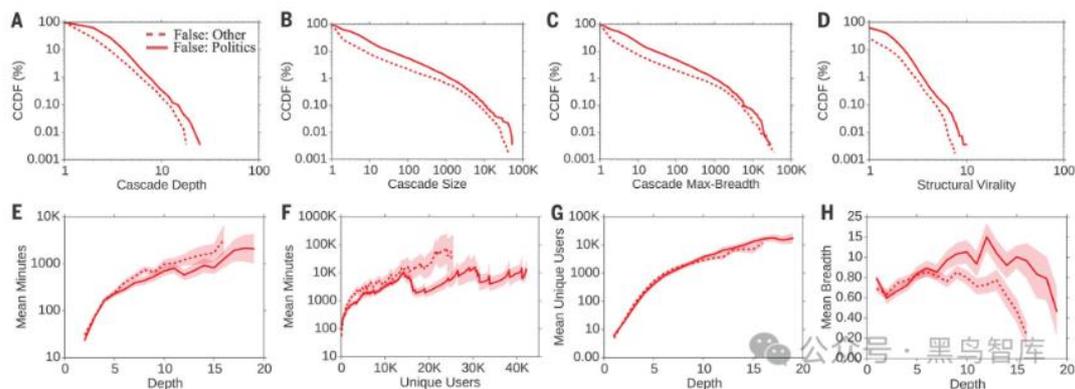
四是结构性病毒式传播力。衡量造成特定 Twitter 传播的人数，同样是不实新闻传播力更强，不实新闻更可能形成病毒式传播。不实新闻不仅转推链更长，而且更有可能分叉形成新的传播链。



红色线条代表不实新闻，绿色线条代表真实新闻

谣言越是蔓延，四个因素越大。其中，有关政治的不实新闻比其他类别的新闻更容易传播。其他依次是都市传说、商业、恐怖主义、科学、娱乐和自然灾害。这些不实新闻最

终都将传播给关心政治、都市传说和科学的大多数人。有关政治的不实新闻，传播到 2 万人的速度，比其他类型的不实新闻传播到 1 万人的速度快 3 倍。

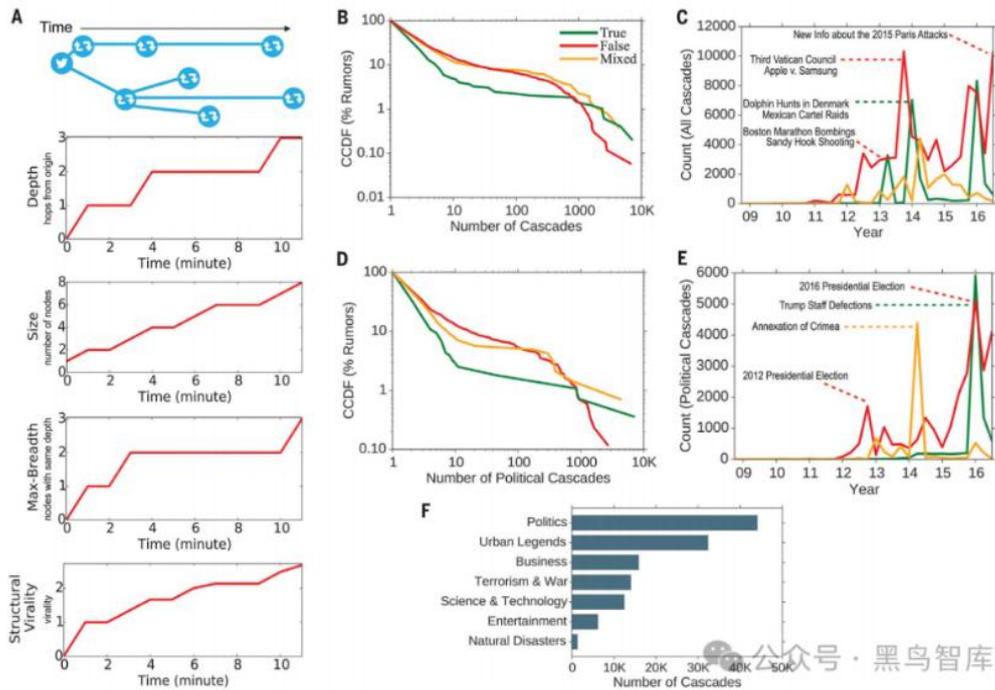


实线代表不实政治新闻，虚线代表其他类型不实新闻

研究人员得出结论：不实新闻比真新闻扩散得更远、更快、更深，影响也更大。研究还发现：与传播真实新闻的人相比，传播不实新闻的人更多是 Twitter 新用户，粉丝较少，活跃程度较低，更少被认证。虽然这些用户影响力不强，但不实新闻却通过它们获得极强传播力。而且，不管有没有机器人参与，不实新闻都跑得更快。

假新闻为什么跑的更快？研究者发现，被转发的假新闻有一个明显特质：新鲜。他们测量了一个推特帐号在发布假新闻之前 60 天读到的推文和假新闻之间的“信息距离”，发现推特帖文之间越“八竿子打不着”，信息距离就越大。比起真新闻，假新闻确实是和转发者此前接收到的信息距离更远，更为新鲜。研究者分析假真新闻引发的情绪反应，得出结论：假新闻传播主要缘于猎奇心理，因为人们对假新闻的

常见情绪反应是恐惧、厌恶和惊讶，对真新闻的常见情绪反应是期望、悲伤、快乐和信任。人们更有可能转发让他们感到惊讶的新闻，假新闻与真新闻相比往往更令人惊讶和新奇。



(A) 以时间为序列反映一个谣言案例及传播深度、人数、宽度和结构性病毒营销。(B) 真实、虚假和混合(部分为半真半假)的互补累积分布函数(CCDFs)级联，测量出给定数量的级联的谣言的比例。(C) 2006-2017年，推特上所有真实、虚假和混合谣言的季度统计。(D) 真实、虚假和混合政治级联的互补累积分布函数(CCDFs)级联。(E) 2006-2017年，推特上所有真实、虚假和混合政治谣言的季度统计。(F) 有7个最常见的主题类别。

新闻聚合网站 **Buzzfeed** 研究发现，美国大选期间，相比传统媒体新闻，假新闻在社交媒体传播速度更快。特朗普竞选期间，社交媒体的假新闻、阴谋论一度泛滥成灾，“调查希拉里邮件门的 FBI 探员被谋杀”“披萨店内窝藏与希拉里有关恋童癖团伙”等假新闻曾重挫希拉里的支持率。据统计，在美国总统投票日前的三个月，社交网站的选举假新闻，比真实新闻还要更受关注。来自虚假新闻网站与极端博客页面

的 20 大虚假新闻的转发率高达 870 万，而《纽约时报》《华盛顿邮报》《赫芬顿邮报》等主流媒体的 20 大选举新闻，转发率却只有 740 万。

社交媒体一次又一次的爆料、辟谣、再爆料、再辟谣的循环模式，使受众厌烦媒体对所谓事实的郑重报道，看到信息第一时间不是思考信息是否是事实，而是怀疑整个事实的真实性。人们对假新闻假消息早已习以为常，见怪不怪了，即使出现大量未经证实的假新闻、假消息，很少有人会持续关注后期对假新闻的纠错报道。真相在社交媒体时代被严重屏蔽、忽略，劣币已成功驱逐良币。《忽悠的原理与技巧》一书在总结了信息污染对人的影响机制后提出，一般人取信 5% 的谣言，因为这是知识与经验盲点的部分；识破 75% 的谣言，使之无效；20% 的谣言被辟谣，但因为辟谣成本高，传播力弱，所以无法覆盖全部谣言接收者。

美国学者泰勒、桑斯坦在著作《谣言》中提出，事实经验的缺乏、情感和偏见导致了谣言的滋生、传播和影响力的扩大。因为“谣言与相信谣言的人已有信念相吻合，并且能够被这些人接受。一些人和群体倾向于接受特定谣言，因为谣言与他们的一己私利相吻合，或与他们心目中的真相相符”。因此，人们通常并不是中立地处理信息，其偏见会影响他们对信息的反应，人们常以有偏见的方式来吸收和消化信息。那些已经接受谣言的人不会轻易放弃相信谣言，特别

是当人们对这种偏见有着强烈的情感依赖时，谣言就更加不容易被放弃。在这种情况下，要驱逐人们头脑中的固有想法，简直困难至极。即便是把事实真相呈现在人们面前，他们也很难相信。

防止互联网时代越来越容易被引爆的谣言，最好的方法在于摸清散布谣言者的心理机制和谣言的传播机制。把人们置于均衡信息环境，让受众及时接收并相信知情者发布的更正信息。

作者介绍：张鹤，原中央机关网络舆情处长，人民日报社传播内容认知全国重点实验室资深研究员、乌镇数字文明研究院特聘研究员、华南师范大学专业学位硕士生校外导师。曾以笔名出版《操纵：大数据时代的全球舆论战》《效应：舆论传播的100个定律》《监视帝国：棱镜掌握一切》《2020：世界网络大战》《中国输不起的网络战争》《网络战争：互联网改变世界简史》等著作。