

全国政府网站和政务新媒体 疫情辟谣信息专题分析报告

（第二期）

（数据来源：31个省及部委网站公开数据）

2020年2月10日

结论：通过分析各级政府网站及政务新媒体（微信、微博）的疫情辟谣信息发布情况、疫情辟谣信息特征等数据指标，总结发现：1. 谣言止于公开，重大疫情的舆情面前，及时准确发布权威信息，才能最大程度地消除社会恐慌，赢得群众理解和配合，赢得国际社会支持，在疫情防控阻击战中牢牢掌握主动权；2. 政府权威发布，鉴于大多数时候媒体内容来源于新闻采访，属于二次加工信息，只有政府自身平台的权威发布，媒体大量转发才是最优的辟谣方式。

一、全国疫情辟谣信息发布情况

（一）辟谣信息发布综述

本节报告重点说明本次疫情报道中的辟谣信息的采集和整理过程，从数据采集范围、辟谣信息来源、辟谣信息发布方式等三个方面阐述。

1. 数据采集范围

本次报告辟谣信息来源于 31 个省（自治区、直辖市）政府门户网站及政务新媒体，国家部委网站及政务新媒体，国家及 31 个省级卫生健康委员会网站及政务新媒体，人民日报、央视新闻等官方媒体微博数据。

2. 辟谣信息发布方式

结合对政府网站、政务新媒体的考察，此次关于疫情辟谣信息的发布方式包括：



图 1 辟谣信息发布方式

3. 辟谣信息内容分类

基于辟谣内容，我们对辟谣信息做了如下分类：



图 2 辟谣信息内容分类

（二）政府网站辟谣信息发布情况

1. 总体宣传情况

截止 2020 年 2 月 6 日，全国 31 个省级政府门户网站均已开通疫情防控专题，集中进行疫情相关报道，防疫科普栏目覆盖率 100%，辟谣信息均集中于此栏目及信息公开中的回应关切栏目发布。

85 个国家部委中，民政部、公安部、国资委、科技部、教育部、市场监管局等已开通疫情防控专题，辟谣信息集中在此发布，未开通专题的部委辟谣信息较为分散。

国家卫健委门户网站有大量防疫科普知识及新闻发布会实录，未发布辟谣信息；6 个省级卫健委网站直接发布了辟谣文章，而浙江卫健委以链接跳转至浙江在线“捉谣记”平台集中辟谣。

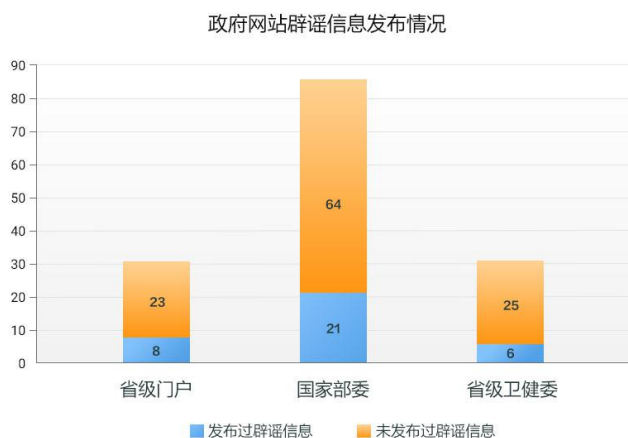


图 3 政府网站辟谣信息发布情况

2. 发布信息统计

8 个省份疫情防控新闻涉及辟谣信息，覆盖率 25.8%，共发布辟谣信息 90 篇，湖北作为疫情最严重的省份，发布的辟谣信息最多，为 40 篇。

发布排行前五的省份为：湖北（科学辟谣栏目）、重庆（辟谣专题栏目）、湖南（辟谣台栏目）、海南（科学辟谣栏目）、北京（回应关切栏目）。

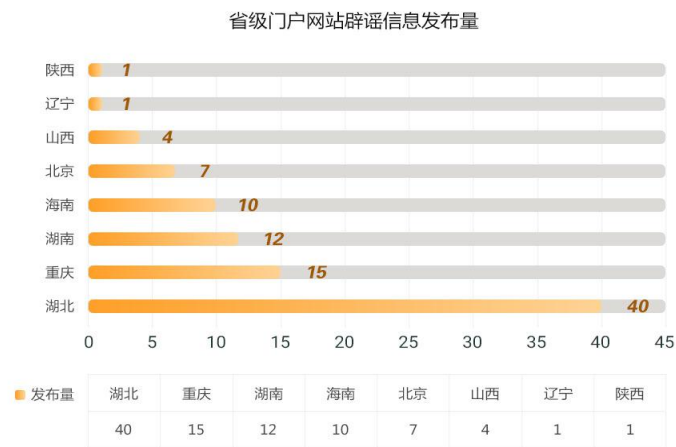


图 4 省级门户网站辟谣信息发布排行

85 个国家部委网站有 21 家发布了辟谣信息，覆盖率 24.7%。共发布辟谣信息 45 篇。其中中央广播电视总台发布 16 篇。

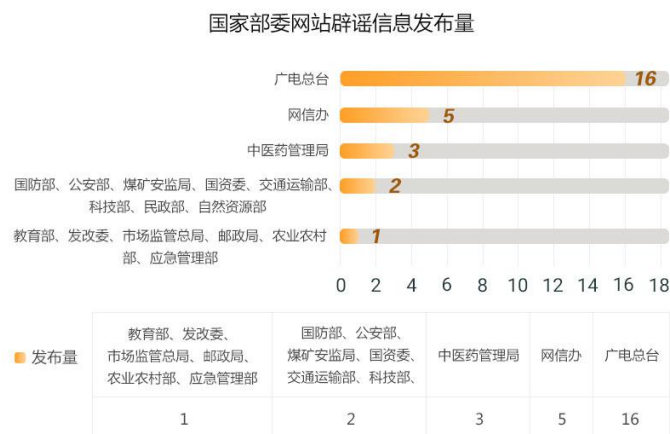


图 5 国家部委网站信息发布量

内蒙古卫健委在其防控专题辟谣栏目发布 7 篇文章，福建卫健委在其防控专题防控科普栏目发布 6 篇文章，安徽、北京、湖北、四川卫健委各发布 1 篇文章。

以上 152 篇辟谣信息，按内容分类占比如下，公众生活及预防科普类信息占比 61%，为主要辟谣内容。

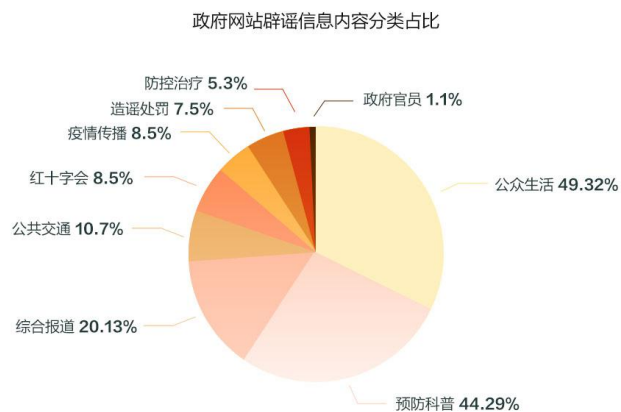


图 6 政府网站辟谣信息内容分类占比

(三) 政务微信辟谣信息发布情况

1. 总体宣传情况

各省级政府官方微信防控科普文章覆盖率 100%，但仅有 4

个省发布了 11 篇辟谣文章,1/3 以综合报道的方式集中辟谣。

85 家部委中有 20 家在其官方微信发布了辟谣信息，占比 23.5%，共发布辟谣信息 39 篇。

国家卫健委微信未发布辟谣信息。13 个省级卫健委在官方微信共发布辟谣信息 30 篇。

2. 发布信息统计

截止 2 月 6 日，省级政务微信中，湖北发布 8 篇文章，北京、安徽、湖南各发布 1 篇文章。

国家部委中，科学技术部发布 7 篇，国家中医药管理局发布 5 篇，其他各部委发布量均在 3 篇及以下：

序号	部委名称	发布量
1	国家卫生健康委员会、国家信访局	3
2	外交部、工业和信息化部、国家市场监督管理总局、中国科学院、国家保密局	2
3	国家民族事务委员会、公安部、司法部、财政部、海关总署、国家统计局、新华通讯社、国家行政学院、国家铁路局、国家邮政局、国家知识产权局	1

表 1 部委政务微信辟谣信息发布统计

各省级卫健委微信公众号辟谣发布情况如下：

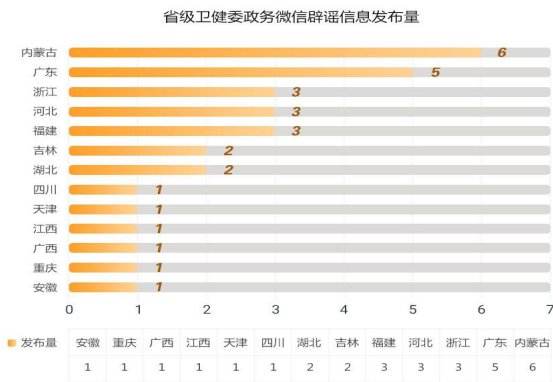


图 6 省级卫健委政务微信发布排行

（四）政务微博辟谣信息发布情况

1. 总体宣传情况

全国 13 个省级政务微博发布了辟谣信息，占比 42%，其中预防科普、公共交通、公众生活是发布最多的三类辟谣信息。

85 个国家部委官方微博仅 10 家发布了辟谣信息，占比 11.8%。共发布辟谣信息 12 条。

国家卫健委仅在其官方微博“健康中国”发布了一条转载自人民日报的辟谣信息。6 个省级卫健委在官方微博共发布 7 条辟谣信息。

2. 发布信息统计

截止 2 月 6 日,13 个省级政务微博共发布 44 条辟谣信息，湖北、陕西、四川、浙江发布的信息最多，具体分布如下：

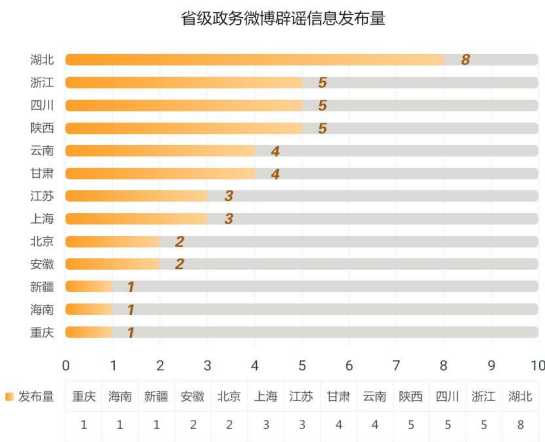


图 7 省级政务微博辟谣信息发布情况

基于微博辟谣信息的高度相似性，我们选取了省级卫健委的 7 条微博为代表，其所涉及的内容均属于新冠病毒预防科普范畴。

序号	省份	标题
1	内蒙古	关于武汉病毒性肺炎，这 5 大谣言 千万别信！
2	上海	辟谣：吸烟能预防病毒感染？假的！
3	福建	肆意散播谣言？疫情处置不力？严惩！
4	重庆	关于武汉病毒性肺炎，这 5 大谣言 千万别信！
5	四川	转给身边人！关于食物和新冠病毒肺炎的传言，只有一条是真的
6	四川	扩散！这 9 个关于新冠病毒的说法，别信！不信谣！不传谣！
7	陕西	转发辟谣！#这些新冠肺炎传言是假的#

表 2 省级卫健委政务微博辟谣信息

二、疫情辟谣信息特征分析

（一）辟谣信息宣传特点

我们选取了省级政府、部委、省级卫健委三个维度，从网站、微信、微博三个发布渠道对疫情辟谣信息进行整理跟踪，汇总发现如下宣传特点：

1. 科普为主，辟谣为辅的宣传策略

围绕本次疫情防控主题，政府通过网站和新媒体开设专题、超话，大量宣传公众预防措施，日常防护消毒手段等科普知识，但从整体发布量来看，辟谣信息仅仅占据疫情主题报道很小的部分，体现了科普为主，辟谣为辅的宣传策略。

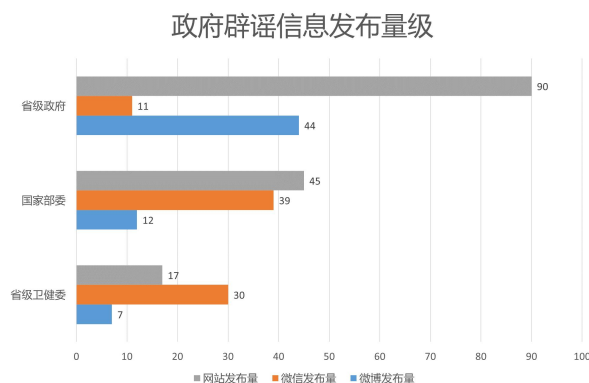


图 8 政府辟谣信息发布量级

2. 内容的高度重合

通过对政府网站和政务新媒体辟谣内容的研究，我们发现无论通过哪种渠道发布的辟谣信息，其内容具有高度重合性，且有相当数量的信息源自国家级官方媒体。如吸烟能预防病毒感染，喝板蓝根和熏醋可以预防武汉肺炎，饮高度酒对抗冠状病毒，各地飞机喷洒消毒药水等被反复辟谣传播。

3. 供给侧与需求侧的一致性

通过对政府网站和政务新媒体辟谣内容进行归类，我们发现预防科普、公众生活、公共交通类辟谣信息占比最大，体现了供给侧的发布趋势；而另一层面，从辟谣信息传播影响力角度，我们发现对这几类信息的公众关注度也是最高的。体现了供给侧与需求侧的一致性。

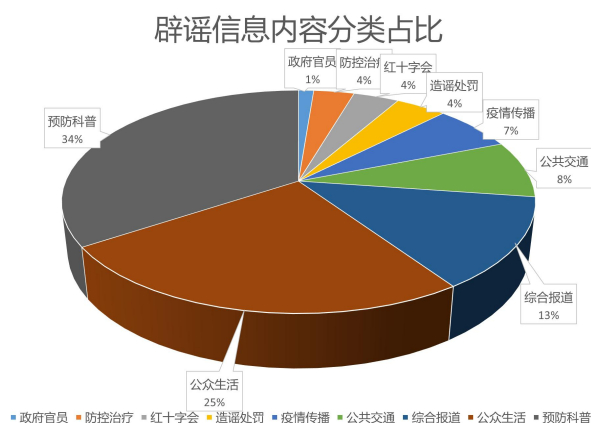


图 9 政府辟谣内容分类占比

(二) 辟谣信息内容分析

去除以图文方式无法识别的辟谣信息，我们将辟谣内容分为网站和公众号长文章及微博简短文字两种模式，分别统计分析了内容词频。分析发现：1、二者关键词重合度高；2、紧紧围绕新冠病毒疫情防控；3、特殊地域的报道会引发特殊高频词，如武汉市、红十字会等。

1. 长文章辟谣信息词云

以文章辟谣内容为素材，选择词频最高的前 20 个词汇，形成的长文章辟谣信息词云：



图 10 政府网站辟谣信息词云

2. 简短文字辟谣信息词云

以政务微博辟谣内容为素材，选择词频最高的前 20 个词汇，形成的简短文字辟谣信息词云：



图 11 政务微博辟谣信息词云

(三) 辟谣信息传播影响力分析

为直观统计判断辟谣信息传播影响力，我们选择微信的阅读、在看，微博的转发、评论、点赞作为衡量指标，对政府疫情辟谣信息的传播影响力进行了分析，同时参考了官方媒体的辟谣信息内容与传播影响力，以发现异同。

1. 政府网站及政务新媒体传播影响

我们选取了阅读量超过一万的辟谣信息形成如下政务微信影响力排行，可以发现：1、有三个部委辟谣信息阅读量超 10 万，说明部委微信公众号具有广泛受众及传播影响力；2、多个省级卫健委辟谣信息阅读量过万，具有部门属性和

地域特征；3、省级政府中，仅首都之窗发布的一篇辟谣信息阅读过万，主要与省级政府在微信发布的辟谣信息较少有关。

序号	发布单位	标题	阅读量/在看
1	新华通讯社	专家：新型冠状病毒不是 SARS 冠状病毒	10 万+/2114
2	国家保密局	抗击疫情，让真相永远跑在谣言前头！	10 万+/603
3	海关总署	“从海外寄口罩被海关征用？”假的！	10 万+/304
4	健康湖北	关于武汉病毒性肺炎，这些都是谣言！	37000/101
5	健康广东	这些预防新型冠状病毒感染的肺炎谣言，第一个很多人就信了……	19000/80
6	江西卫生健康	别传了！这样消毒并不管用！	19000/70
7	首都之窗	新型冠状病毒会被雪花带到地面？专家辟谣：不用担心！	11000/44

表 2 政务微信影响力排行

通过统计分析，我们发现政府发布的各类微博辟谣信息，其转发、评论和点赞指标几乎都在百位、十位数量级，仅有如下两条微博的点赞量破千，可见在传播范围最广、舆情发生最多的微博领域，政府各单位无论是辟谣信息发布数量还是传播影响力均较低。

序号	发布单位	标题	转发	评论	点赞
1	健康中国	喝板蓝根和熏醋可以预防武汉肺炎？辟谣：不可以！	1793	648	3150
2	陕西发布	辟谣“东大街道已封闭？”官方辟谣：传闻不实！！	39	1608	6430

表 3 政务微博影响力排行

2. 官方媒体传播影响力参考

基于粉丝规模及本次疫情防控报道影响力，我们选取了人

民日报和央视新闻的官方微博，整理分析了其辟谣信息的内容及特点。对比发现：

- 其辟谣内容信息与政府报道高度重合
- 由于借助新闻报道、专家连线直播等配合手段，其传播影响力显著高于政府网站及政务新媒体

(1) 人民日报

截止 2 月 6 日，人民日报共有 1.1 亿多粉丝，共发布了 11 条与疫情相关的辟谣信息。其内容得到了政府网站及政务新媒体的广泛转载。

通过其传播影响力的统计可以看出，从量级规模来看，点赞量最高的 19 万+，转发量最高超过 2 万，评论量最高 7 千多，其传播影响力显著高于政务新媒体，且点赞量>转发量>评论量。

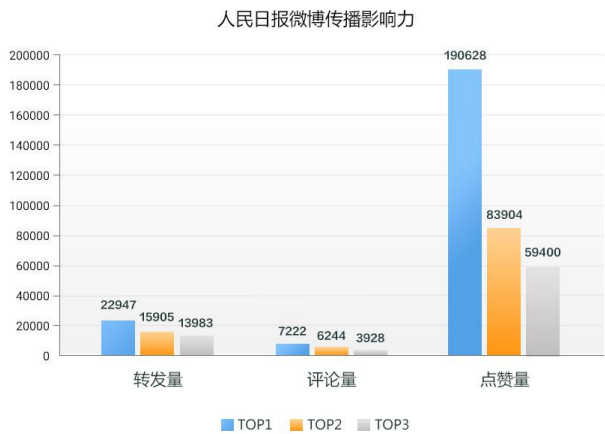


图 11 人民日报微博传播影响力 TOP3

（2）央视新闻

截止2月6日，央视新闻共有1亿多粉丝，共发布了10条与疫情相关的辟谣信息。

通过其传播影响力的统计可以看出，从量级规模来看，其传播影响力高于人民日报，亦显著高于政务新媒体，且点赞量>转发量>评论量。

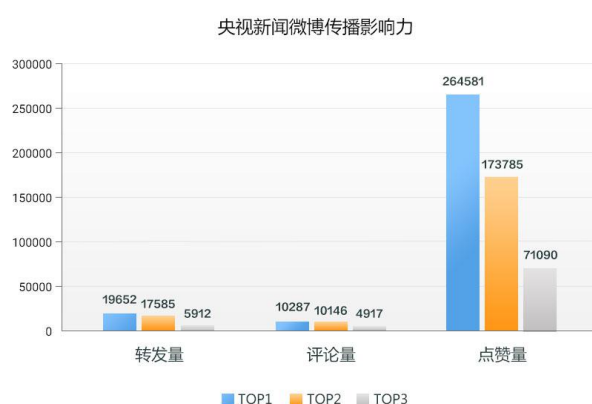


图 12 央视新闻微博传播影响力 TOP3

（四）辟谣信息与疫情发展对比分析

我们梳理了自1月20日至2月6日疫情防控过程中的重要新闻线索，同时整理出这段时间内传播影响力最大的几条辟谣信息进行对比。可以发现：

- 自国务院进行工作部署的第二天，政府及媒体就开始进行预防科普知识的辟谣，每一次对病毒和治疗进展的报道都会再次引发相关辟谣；
- 以钟南山为代表的专家组对疫情发展的判断和对防控措施的建

众人物名义产生的各类谣言；

- 各类药物的治疗效果得到了公众极大的关注，导致出现公众连夜排队购买双黄连的危险行动，以及瑞德希韦临床试验的谣言。



图 13 辟谣信息与疫情发展时间轴

三、对舆论引导工作的启示

通过对本次疫情防控中，政府网站和政务新媒体辟谣信息发布宣传的分析，统计发现辟谣信息的各类特征，为今后面临公共突发事件的舆论引导提供参考借鉴，并提出以下几方面建议：

（一）中央指示精神落实

1月27日，习近平总书记主持召开中央政治局常委会会

议，对新型冠状病毒感染的肺炎疫情防控工作作出重要部署，把加强信息公开和舆论引导作为重要工作来抓，为安定民心、增强信心注入强大正能量。

各级政府网站及政务新媒体在疫情防控工作的宣传中，**应牢牢把握信息公开和舆论引导两个要点，及时回应公众关切，传递正能量，团结一致，稳定民心。**

（二）变被动辟谣为主动公开

通过对辟谣信息的内容分类及传播影响力的排行分析，我们发现分类占比较高的辟谣信息，其谣言产生的原因集中于如下几个方面。其中：

疫情发展情况公布不及时、新增疑似病例行踪不确定、防控措施对公众影响无预警等易使公众产生恐慌且严重影响正常生活规划；

药物治疗临床试验效果、民间预防偏方、病毒研究进展的专家言论则是百姓最关注也最需要科普的知识；

在疫情防控工作中，政府各部门职责分工不同，重要关键部门工作信息如无法及时公开，则容易产生误解怀疑，进而滋生谣言。



图 14 谣言滋生的几大原因

针对本次疫情防控中的一些重要谣言信息，政府网站及政务新媒体随及时进行了辟谣，但通过分析以上谣言滋生的原因可以发现：政府以其所掌握的一手信息资源优势，对可能产生谣言的领域具有精确信息及权威发布的优势，应转变思路，变被动辟谣为主动公开，对信息公开加以优化提升，努力避免谣言的公众负面效应。

结合本次辟谣信息的分析，我们建议的具体优化方向包括：

- 1、全面、精准、及时的疫情数据公开
- 2、专家言论严谨及时的公开
- 3、强化政府部门与官员的工作报道，更贴近群众
- 4、重要防控措施的及时预警
- 5、微博舆论方向的把控，着力提升影响力
- 6、短视频传播方式的学习及补充

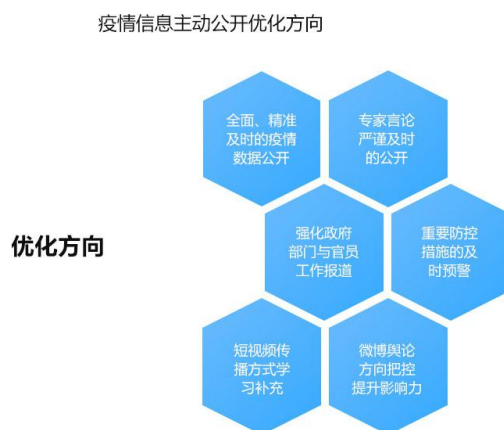


图 15 疫情信息主动公开优化方向

（三）及时回应群众关切

本次疫情的发源地湖北省，因其红十字会工作情况遭到公众质疑后未及时予以有效的回应，产生了公众对红十字的诸多负面评论，更重要的是降低了公众对该组织的信任。相关辟谣信息反映出及时回应群众关切的意義。

谣言与辟谣是时间、事实和传播能力的竞争，但同时辟谣更是澄清事实，释放重要信息回应疑惑的主动行动。政府网站及政务新媒体应总结经验，发现问题第一时间从信息来源、信息内容及传播途径上展开分析，回应关切。

（四）加强对官方媒体与自媒体的合作引导

在本次疫情辟谣的信息发布中，官方媒体如人民日报、央视新闻等发布了多条热门辟谣信息，并得到众多政务新媒体转载。而自媒体中的优秀代表，如丁香医生，以其对全国疫情统计数据的完整搜集展现，专业的医学知识介绍，赢得了

公众极大的信任与共鸣。

政府网站及政务新媒体应积极发挥自身掌握一手数据信息的优势，及时进行多渠道权威发布，并与官方媒体和自媒体开展合作，鼓励其对政府权威发布的转载传播，进而扩大政府公信力及传播影响力，强化对舆论的引导。

附件：重大影响疫情辟谣案例

（五）案例一 民航总局辟谣

就公众关心的病毒是否在机舱内蔓延的谣言信息，以新闻发布会的方式进行了及时回应，有效解除公众恐慌。



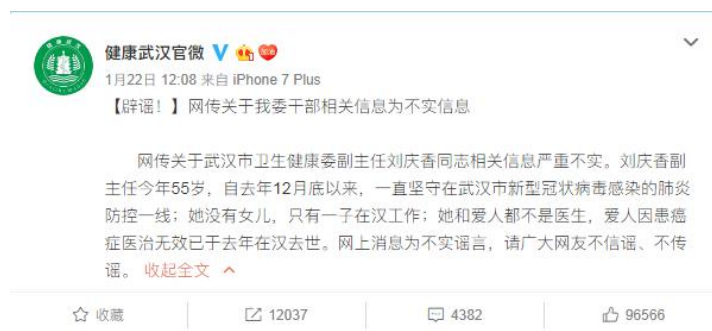
（六）案例二 各地飞机喷洒消毒水

网传杭州、郑州、乌鲁木齐、成都、福州、合肥等多地飞机喷洒消毒水的信息，人民日报微博予以辟谣，多个政府官方微博予以转载。网民转载、评论、点赞排行众多。



（七）案例三 武汉卫健委副主任

针对网传武汉卫健委副主任刘庆香擅离职守，被确诊患有肺炎后从上海某医院逃离的信息，由武汉卫健委健康武汉官微发布辟谣信息，转发量 12037，评论量 4382，点赞量 96566，远远高于该账号所发布其他信息的转发、评论及点赞量。



（八）案例四 双黄连被辟谣

1 月 31 日，有媒体从中国科学院上海药物所获悉，该所和武汉病毒所联合研究初步发现，中成药双黄连口服液可抑制新型冠状病毒。导致群众连夜排队，“双黄连口服液”基

本脱销。央视新闻在第二天进行了辟谣，获得了 370 多万阅读量，26 万多点赞量。



（九）案例五 瑞德西韦药效

针对互联网上流传的抗病毒药物瑞德西韦在武汉“显效”的传闻，人民日报在官方微博发布了辟谣信息，并于同日发布了金银潭医院临床试验的消息。

