

• 信息传播与信息规制 •

# 社交媒体信息迷雾演化机理与应对策略研究

张艳丰 邱 怡 洪 闯

(湘潭大学公共管理学院, 湖南 湘潭 411105)

**摘 要:** [目的/意义] 阐明社交媒体信息迷雾演化过程, 分析社交媒体信息迷雾演化机理, 有助于深入研究社交媒体信息迷雾, 为管理部门更好地应对社交媒体信息迷雾所致的问题和困境提供建议与对策参考。[方法/过程] 辨析了社交媒体信息迷雾概念, 基于生命周期理论对社交媒体信息迷雾进行探究, 构建社交媒体信息迷雾演化机理关系模型, 解析机理之间的内在关联关系。[结果/结论] 立足于社交媒体信息迷雾的机理研究, 从社交媒体公司、政府管理部门的角度出发, 分别从管理和技术升级两个方面提出社交媒体信息迷雾应对策略。

**关键词:** 社交媒体; 信息迷雾; 演化机理; 生命周期理论

DOI: 10.3969/j.issn.1008-0821.2022.08.015

(中图分类号) G203 (文献标识码) A (文章编号) 1008-0821 (2022) 08-0149-08

## Research on the Evolutionary Mechanism and Coping Strategies of Social Media Misinformation

Zhang Yanfeng Qiu Yi Hong Chuang

(School of Public Management, Xiangtan University, Xiangtan 411105, China)

**Abstract** [Purpose/Significance] This paper clarifies the evolution process of social media disinformation, analyzes the internal causes of disinformation and the evolution mechanism of disinformation. It is helpful to have a deep understanding of disinformation and provide suggestions and countermeasures for management departments to better deal with the problems and dilemmas caused by disinformation. [Method/Process] Based on the life cycle theory, this paper explored the disinformation in social media, constructed the relationship model of the formation mechanism of social media disinformation, and analyzed the internal correlation between the mechanisms. [Results/Conclusion] Based on the research on the mechanism of disinformation, from the perspective of social media companies and government management departments, puts forward coping strategies of social media disinformation from two aspects of management and technology upgrade.

**Key words:** social media; disinformation; evolution mechanism; life cycle theory

2019 年 12 月, 新型冠状病毒肺炎( COVID-19) 疫情( 下称新冠疫情) 急速扩散与蔓延, 海量关于新冠疫情的话题在微博、微信、抖音、Facebook、Twitter 等社交媒体中迅速传播, 继而在全球范围引发严重恐慌。其中, 通过这些社交网络平台故意传播, 用以影响公众舆论或掩盖事件真相的虚假信息称为社交媒体信息迷雾( Disinfor-

mation)<sup>[1]</sup>。由于社交媒体平台用户基数大、信息交互频繁等特点, 有关新冠疫情信息迷雾的传播范围更广、受众更多、破坏力更大。受社交媒体信息迷雾的影响, 用户产生的不安、焦虑等负面情绪迅速发酵并蔓延, 最终导致新冠疫情信息被恐慌性传播, 严重干扰大众做出正确的认知决策, 不仅给正确防控新冠疫情带来阻碍<sup>[2]</sup>, 还可

收稿日期: 2022-01-10

基金项目: 湖南省社会科学基金青年项目“社交媒体用户健康信息回避行为生成机理与引导策略研究”(项目编号: 20YBQ091)。

作者简介: 张艳丰(1987-), 男, 副教授, 博士, 硕士生导师, 研究方向: 用户信息行为、数据挖掘。邱怡(1995-), 女, 硕士研究生, 研究方向: 用户信息行为、文本分析。洪闯(1991-), 男, 讲师, 博士, 硕士生导师, 研究方向: 信息资源管理。

能会引发社会失序问题进而导致社会动荡<sup>[3]</sup>。尽管目前我国在疫情防控与治理方面取得了瞩目成就,但我国局部地区仍不时有小范围疫情病例出现,社交媒体平台上也会产生一些不实传闻。尽管多数情况下官方会及时发声进行澄清,但仍难以完全阻断社交媒体中的信息迷雾传播路径。伴随着偶发疫情的反复出现,在一些国外社交媒体平台上关于“5G 传播新冠病毒”“牛尿解毒”“印度病毒变异株可躲过疫情检测”等谣言的持续传播,表明当前全球社交媒体信息迷雾管控形势依然严峻,如何控制与驱散社交媒体信息迷雾依然是当前亟需解决的重点问题。基于此,本研究立足于新冠疫情全球大流行背景下社交媒体信息迷雾广泛传播的典型社会现象,辨析信息迷雾的内涵,阐明信息迷雾的演化机理,为后疫情时代社交媒体信息迷雾的驱散提供理论与应用参考。

## 1 相关概念界定

“信息迷雾”(Disinformation)自古有之,春秋时期兵法巨著《孙子兵法·用间篇》中就有对信息迷雾使用的描述,“死间者,为诳事于外,令吾间知之,而传于敌间也”。意为“故意散布虚假情况的信息,让我方间谍知晓而传递给敌方”。“信息迷

雾”不仅可以表示人为故意传播的不准确信息或者被操纵的信息内容<sup>[4]</sup>,也可以描述成为故意传播,以达到欺骗人们为目标的有害信息<sup>[5]</sup>。联合国教科文组织认为信息迷雾是一种精心策划的通过虚假信息传播谎言的活动,对信息生态系统具有极大影响<sup>[6]</sup>。信息迷雾是一种故意且以相对隐秘的形式传播以影响公众舆论或掩盖真相的虚假信息<sup>[1]</sup>,其特殊性在于其具有主观故意性,通过包装后,普通人难辨真假,是以欺骗特定目标为目的传播错误信息的行为。

新冠疫情下,与信息迷雾相近的概念包括:信息疫情、虚假信息、恶意信息、网络谣言与恶作剧等。信息疫情是一种由信息失真与信息过载造成的信息爆发状态<sup>[7-8]</sup>,传播内容既包含能引起恐慌的真实信息,又包含虚假信息<sup>[9]</sup>。虚假信息指对人们有误导性的信息,但并不是有意创造或传播的,无特定影响对象<sup>[10]</sup>;恶意信息是未经他人许可,恶意传播他人不便公开的真实信息<sup>[2]</sup>;谣言是制造者以取悦公众为目的,通过各种渠道散播的未被证实的消息<sup>[11]</sup>;恶作剧是指为了达到欺骗他人的目的而传播的不实信息<sup>[12]</sup>。本研究针对信息迷雾相似词汇的概念和特征进行辨析与比较,如表 1 所示。

表 1 相关概念辨析与比较

概 念	释 义	信息 真伪	是否具有 主观故意性	是否具有 危害性	是否有 特定目标
信息迷雾	人为故意传播被操纵的信息内容 <sup>[4]</sup>	假	是	是	是
信息疫情	由于信息真假莫辨,普通人在海量信息中难以捕获到可靠的信息来源和信息指导 <sup>[13]</sup>	不一定	否	是	否
虚假信息	错误的、对人们有误导性的信息 <sup>[10]</sup>	假	否	是	否
恶意信息	不便公开的真实信息被恶意传播 <sup>[2]</sup>	真	是	是	是
网络谣言	通过各种渠道传播未被证实、取悦公众的信息 <sup>[11]</sup>	假	是	是	不一定
恶作剧	以欺骗他人有目的传播的不实信息 <sup>[12]</sup>	假	是	是	不一定

为应对信息迷雾带来的不良后果,国内外学者开展了一系列相关研究,提出了具体的技术和方法指导。技术指导方面,以社交媒体为研究对象,探索如何使用自然语言和数据挖掘技术建立信息迷雾自主识别模型<sup>[14-15]</sup>,基于模型融合、深度学习方法建立信息迷雾中社交媒体机器人识别系统模型<sup>[16]</sup>。为了量化单个参与者在传播信息迷雾中的影响,结合机

器算法和图形分析提出用以自动检测虚假信息叙述者和传播过程中具有影响力的行为者框架<sup>[17]</sup>。方法指导方面,以信号传输节点为实验场,分别对防御者和攻击者进行建模后得到信息迷雾最优防御策略和最优进攻策略<sup>[18]</sup>。也有学者将类型化代理引入有界信任模型,添加动态机制,以证实人们可以通过改变自身想法、知识结构等方式使自己免受信息迷

雾的困扰<sup>[19]</sup>。目前的研究大多集中于如何挖掘、控制和防御信息迷雾，对社交媒体信息迷雾演化机理进行系统性研究较少。基于此，本研究以生命周期理论为基础，系统地探究社交媒体信息迷雾演化机理，以及在各个演化阶段过程中的内在关联，以期对社交媒体信息迷雾相关研究提供理论与实践指导。

## 2 社交媒体信息迷雾演化过程

生命周期理论被广泛运用于突发事件的演化研究<sup>[20]</sup>，社交媒体中的信息迷雾作为突发公共卫生

事件下的信息事件，从产生到衰退要经历“萌芽—扩散—爆发—衰退”4个时期。信息迷雾作为特殊的信息产品，比一般事件更具复杂性。因此，本研究依据社交媒体信息迷雾的发展历程，以结构化的过程描述绘制社交媒体信息迷雾演化过程，探究社交媒体信息迷雾在4个时期的发展状态，以期对情报和管理部门识别和管控社交媒体信息迷雾提供理论与实践指导。基于生命周期理论的社交媒体信息迷雾演化过程如图1所示。



图1 社交媒体信息迷雾演化过程

### 2.1 信息迷雾萌芽期

萌芽期是信息迷雾生命周期中的最初时期，生产对象为信息迷雾制造者，负责信息迷雾的生成环节，是信息迷雾产生过程中的萌芽阶段。在这个时期，信息迷雾制造者计划行动步骤，制造信息迷雾。这些迷雾生产者初衷多种多样，有的出于热度，有的出于金钱利益，有的出于情绪宣泄，但无论是追求物质还是弥补情感，其本质是为了自身需求得到满足。一般而言，信息迷雾制造的前期准备工作极为繁琐，包括挖掘热点话题、搜寻相关资料、确定目标人群、寻找传播媒介、计算成本收益等。在此过程中，信息迷雾制造者始终保持理智，确定要制造什么样的信息迷雾，以及制定生产信息迷雾的具体实施计划等。在疫情尚未消散的当下，有关疫情的话题热度始终居高不下，流量市场价值巨大，制造吸睛的迷雾信息能给迷雾制造者带来巨大的收益。

### 2.2 信息迷雾扩散期

扩散阶段的主要传播载体是媒介，按形式划分为传统媒体和新媒体，尽管两种媒介在信息迷雾的传播过程中起到的作用各不相同，但是二者均能发酵迷雾、扩散迷雾，增大迷雾影响。具体而言，传统媒体常常被人们贴上可靠、权威、值得信任的标签，因此一旦传统媒体播报了虚假信息，将导致传统媒体的受众对虚假信息深信不疑，加深信息迷雾的可信度。但传统媒体缺少交互端口，接收者无法进行即时的信息交互，仅通过口口相传的方式，信息迷雾扩散的范围受到极大限制；而新媒体平台用户在此次新冠疫情中信息迷雾的爆发阶段参与度极高，由于社交媒体用户量大、使用灵活、交互性强等特点，在短时间内就将迷雾信息传播给大量用户<sup>[21]</sup>，对信息迷雾的进一步蔓延起到了推波助澜的作用。新媒体和传统媒体结合的双轨道传播方式，最终导致迷雾信息被更多用户终端接收，信息

迷雾危机扩散。

### 2.3 信息迷雾爆发期

爆发期的信息迷雾除迷雾制造者和媒介两种传播途径以外,大量的传播者参与其中。传播者接收媒介传播的信息之后,转化成自己的见解,在社交媒体转述和讨论,最终影响他人。以有影响力的意见领袖为例,此类人群本身就具有极高的曝光度且自带热度,传播话题速度快、范围广、受众多,极易影响追随者(粉丝)的观点<sup>[22]</sup>,是主要的信息迷雾传播渠道。而普通用户虽然不具备类似的高影响力,但其社交范围内亲友居多,关系经营较为亲密,所以由普通用户传递给亲友的迷雾信息更具说服力,更易被接受。爆发期的信息迷雾接收者人数以指数级增长,人员交互加速,语义解读多样,造成更加混乱的信息生态局面,致使社会舆论持续发酵,事件关注度不断增强,大量观点糅杂下,事件似乎变得更加复杂,信息迷雾热点议题不断爆发。

### 2.4 信息迷雾衰退期

衰退期信息迷雾表现出讨论减少、关注度下降、热度降低等特征。一是由于不断涌现的新热点覆盖原有热点话题,且人们更加青睐于片段化且在短时间内能被快速接收的信息,随着时间推移,迷雾信息的关注度会自然降低或者被遗忘<sup>[23]</sup>。二是由于人工干预,管理部门或情报部门监测到迷雾信息存在,采用强制删除虚假信息、及时发布辟谣信息、对迷雾制造者和传播者进行处罚、切断传播路径等方式进行信息迷雾的破除工作。总之,不论是从制造者入手还是从媒介和传播者入手,切断虚假信息的传播链,信息迷雾就能得到缓解,除非在后续时间段有新的刺激点出现给予重复刺激,否则信息迷雾将不再保持讨论热度,也无法具有欺骗的能力。衰退时期的信息迷雾虽然破坏力有所减轻,但依然未消散,需要管理部门和情报部门持续关注,避免新的刺激引起信息迷雾二次爆发。

## 3 社交媒体信息迷雾演化机理

根据信息迷雾生命周期演化逻辑,笔者提取出利己机理、触发机理、扩散机理、干扰机理、控制机理 5 种与信息迷雾演化相关的机理,分别揭示社交媒体信息迷雾生命周期各个阶段的内在特征和驱动过程;剖析信息迷雾所处各阶段状态的成因和内在逻辑关系;解释社交媒体信息迷雾在不同阶段呈现迥异外在表现(传播速度、扩散范围、受影响人

群等)的根本原因。

### 3.1 利己机理

利己机理指社交媒体用户在进行信息交互过程中会考虑自身利益的最大化来制造和传播信息迷雾。在对社交媒体信息迷雾全生命周期进行探索后,从信息迷雾萌芽阶段、爆发阶段和扩散阶段提取出 4 种利己驱动类型,分别是热度驱动、利益驱动、情绪驱动和立场驱动。热度驱动型追求流量和热度;利益驱动型追求收益收割;情绪驱动型追求个人情绪满足;立场驱动型指敌对势力在疫情中希望借助信息迷雾引发不良后果,造成社会失序。对于社交媒体信息迷雾利己机理的考量包括成本控制和产出收益两部分,信息迷雾制造者和散播者统筹考虑信息迷雾制造和散播的经济成本(如聘请写手和水军)与社会成本(如判断行为是否违法),将其控制在符合心理预期的范围内,再对产出的收益部分进行估算(如粉丝增加、收到佣金、满足情感),如果产生收益部分大于成本,则出于利己的目的,助力社交媒体中信息迷雾的制造和传播;若成本大于收益,则不符合利己的目的,进而做出不制造传播信息迷雾的选择。社交媒体信息迷雾利己机理如图 2 所示。

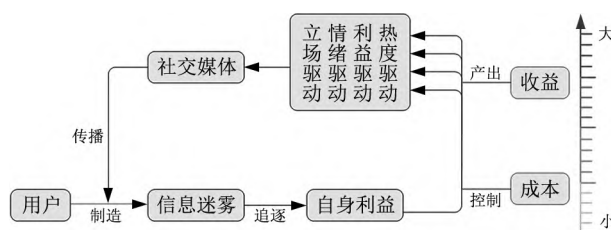


图 2 社交媒体信息迷雾利己机理

### 3.2 触发机理

新冠疫情下,大量与疫情相关的信息在社交媒体上交互和传播,引发持续关注。一些社交媒体用户通过信息推荐或信息偶遇,意外得到有用的信息线索,在经过可行性分析和行动规划后,最终在社交媒体中触发信息迷雾。尽管在初期一些社交媒体用户只是通过系统推荐或随机偶遇信息迷雾,但是在后续的持续关注和信息搜索过程中,用户注意力不断下沉,偶遇或推荐信息转变为集中性刻意关注和搜寻信息,外在信息体验内化成内在认知需要<sup>[24]</sup>,促使其专注于某一话题,在海量同质化信息的冲击下产生焦虑不安等情绪,最终促进了信息疫情的产生,触发信息迷雾的制造和传播,在信息疫情与信



息迷雾的交互作用下,事件本身更加扑朔迷离。此外,一些社交媒体软件违规收集用户隐私信息,根据用户关注偏好使用算法推荐技术进行数据精准投放,使用户陷入信息茧房效应,出现反复搜索同一话题的刻板行为,最终导致此类用户对于同一事件情感强化并陷入其中,受情绪驱动和信息茧房的双重影响,最终触发信息迷雾的生成和传播。社交媒体信息迷雾触发机理如图3所示。

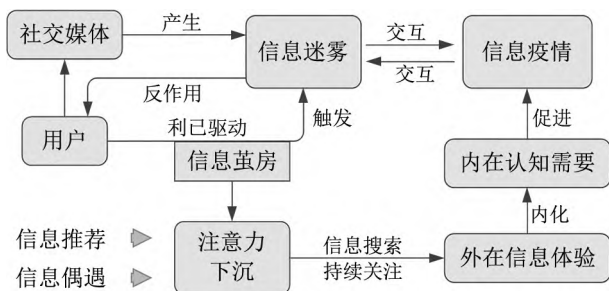


图3 社交媒体信息迷雾触发机理

### 3.3 扩散机理

社交媒体信息迷雾扩散机理是指用户受社交媒体迷雾信息压力的反复刺激,达到一定的信息行为嬗变阈值,由量变产生质变,触发用户信任感知,使其对迷雾信息产生兴趣或深信不疑,致使用户自发通过社交媒体散播迷雾信息,并对其他用户产生影响,造成信息迷雾的进一步扩散。以新冠疫情为例,官方发布准确信息之前,由于迷雾信息的冲击,受个人认知有限性的影响或意见领袖的干扰,用户被各种焦虑、不安、怀疑的负面情绪裹挟,迫使自己持续关注、不断刷新并参与话题讨论、陷入猜疑、产生自我否认,最终因为信息过载导致误判,对网络上存在的大量迷雾信息产生亲近和信任的感知,自发在社交媒体上传播迷雾信息,造成信息迷雾的扩散。社交媒体信息迷雾扩散过程中,新闻媒体、意见领袖和普通用户广泛参与其中,传播主体的多样化造成信息迷雾扩散范围增大、影响力增强、热度暴增,继而引发又一轮的用户焦虑,进一步扩大信息迷雾的传播范围。社交媒体信息迷雾扩散机理如图4所示。

### 3.4 干扰机理

大数据时代,互联网的广泛应用使得社交媒体用户能够轻易实现数据互联,大体量的用户数量导致网络通讯生态群具备复杂性特征,用户间相互影响并呈现出高速的观点聚合演化<sup>[25]</sup>,社交媒体信息

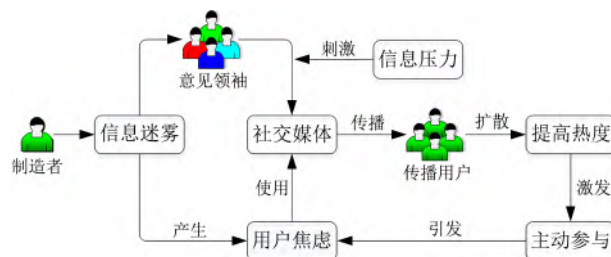


图4 社交媒体信息迷雾扩散机理

迷雾呈辐射状交互扩散。在扩散过程中,受大众利益的协同认知,群体决策会呈现出极端化、趋同化的立场<sup>[26]</sup>,当个体面对不实信息主导舆论时容易产生从众心理,认同大多数人表达出的相似观点<sup>[27]</sup>。信息迷雾的影响作用由亲密度高的关联网开始,通过网络互联的社交媒体以“人—机—人”的渠道向外界扩散并辐射其他关联用户<sup>[28]</sup>,对其他用户的自主判断造成干扰。由于社交媒体平台用户量大,信息交互频繁,数据丰富,用户或出于从众心理,或出于各种不同立场驱动,在社交平台反复讨论,海量数据交织,污染澄清渠道,使信息更加复杂,真假难辨,干扰普通用户搜寻真实信息,造成用户和信息迷雾之间循环干扰的现象。社交媒体信息迷雾干扰机理如图5所示。

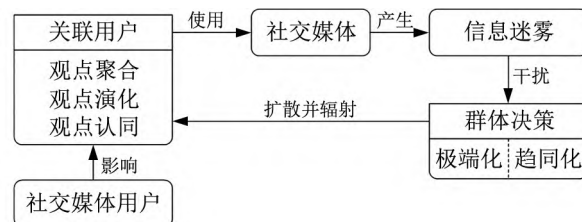


图5 社交媒体信息迷雾干扰机理

### 3.5 控制机理

控制是影响用户行为的重要驱动因素,是用户实际体验过程中主观感受的外显体现,包含认知控制、决策控制和行为控制3个范畴<sup>[29]</sup>。认知控制主导用户对社交媒体迷雾信息的甄别和理解,帮助用户保持用户原有认知结构和信息迷雾冲击之间的平衡,保持认知系统不失衡,能够避免因迷雾信息冲击造成盲目跟风,在疫情下始终保持清醒的认知;决策控制主导用户根据识别的信息做出决策,抗击新冠肺炎疫情的第三阶段(2020年2月21日—3月17日)<sup>[30]</sup>,中共中央做出有序复工复产的重大决策,然而由于社交媒体平台上的信息迷雾仍未消散,用户仍然面临出行、复工、自我隔离等个人抉择,此时决策控制主导用户根据客观情况及主观理

解做出符合自身预期的决策选择；行为控制主导用户面对刺激时的行为应对，如在隔离期间，社交媒体用户通过移动设备接收到海量负面信息，易产生信息焦虑等负面情绪，行为控制主导用户进行应对和管控，在行为控制的主导下采取规避信息获取、减少信息交互等措施进行自我保护。社交媒体信息迷雾控制机理如图 6 所示。

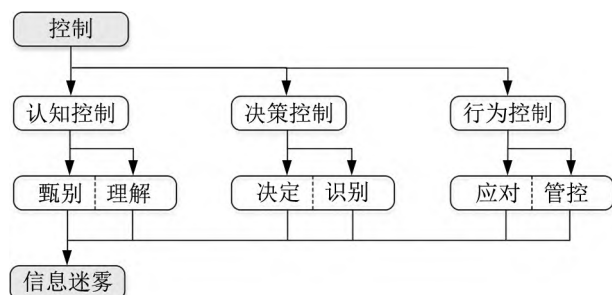


图 6 社交媒体信息迷雾控制机理

#### 4 社交媒体信息迷雾演化内在机理关系

社交媒体信息迷雾在经历“萌芽阶段—扩散阶段—爆发阶段—衰退阶段”的 4 个阶段中，参与者做出了诸如制造迷雾、传递迷雾、扩大迷雾、辨识迷雾、控制迷雾等行为回应，广大社交媒体用户多维参与到了社交媒体信息迷雾生命周期中。通过对社交媒体信息迷雾演化的机理分析，能较为清晰地看出信息迷雾的发展演化是渐进、复杂、连续的。本研究从利己、触发、扩散、干扰、控制 5 个维度探究社交媒体信息迷雾发展各个时期的关联关系和内在驱动。①用户基于利己属性被多种收益类

型驱动，为满足自身利益编造、扩散迷雾信息，参与社交媒体信息迷雾的生成和传播；②社交媒体平台的信息偶遇和信息推荐使用户注意力下沉，外部信息刺激使用户从被动推荐转为主动关注，在情绪刺激下参与信息迷雾的演化，触发社交媒体信息迷雾；③由于对疫情话题的持续关注 and 社交媒体平台信息的精准投放，用户广泛参与迷雾信息传播，扩大社交媒体信息迷雾的影响范围，导致社交媒体信息迷雾的持续扩散；④社交媒体用户长时间关注迷雾信息，出于恐慌心理频繁刷新、灌水干扰相关用户，污染信息迷雾澄清渠道，导致信息迷雾爆发；⑤用户经过一段时间的信息识别、知识更新和自我管控后，基于认知水平对现有迷雾信息进行判断并做出决策，根据符合自身认知水平的决策做出相应的顺从、抵抗、澄清等行为回应。

社交媒体中信息迷雾的演化机理是一个综合有机体，贯穿社交媒体信息迷雾生命周期，是社交媒体信息迷雾的内在驱动机制。利己机理、触发机理、扩散机理、干扰机理、控制机理通过用户行为形成相互联系、相互制约的联通路程，解析社交媒体信息迷雾的内在驱动、推荐触发、扩散强化、演化干扰和控制应对，在确定关联与路径的基础上对机理模型进行阐释，有助于社交媒体平台和管理部門深入探究社交媒体信息迷雾生成与演变规律，从而优化社交媒体信息迷雾应对方式。本研究构建的社交媒体信息迷雾演化内在机理关系如图 7 所示。

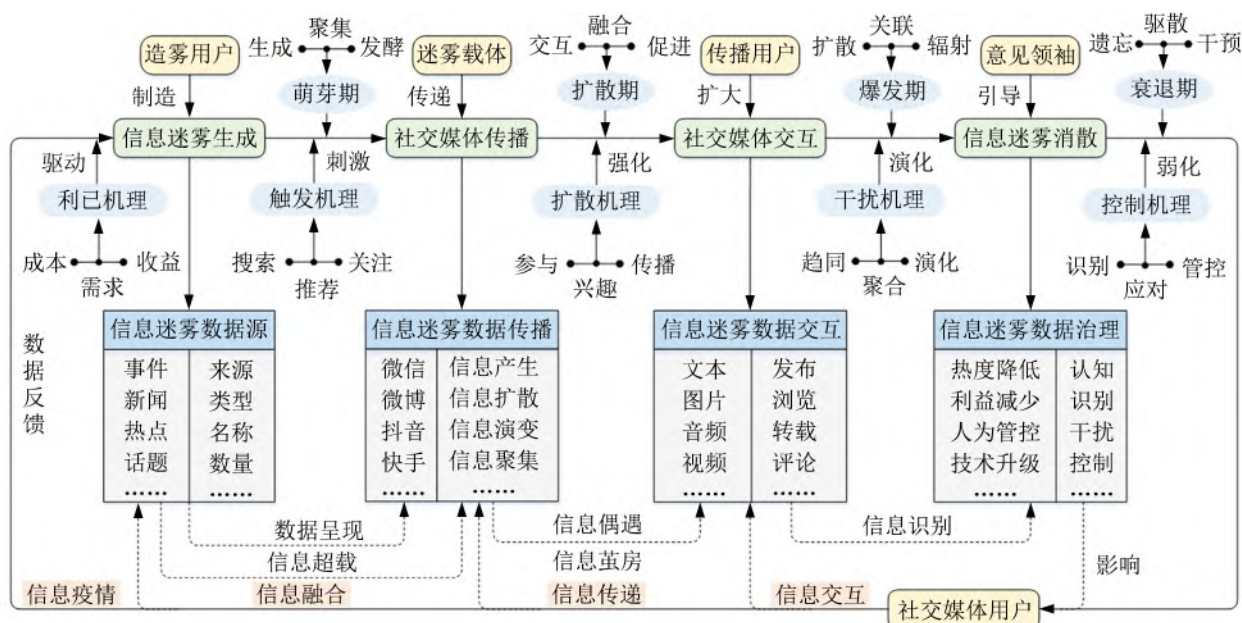


图 7 社交媒体信息迷雾演化内在机理关系

## 5 社交媒体信息迷雾的应对策略研究

### 5.1 关注用户需求, 及时公开信息

众多专家和学者对信息公开在抗疫中的重要性进行了论述, 肯定了信息公开在防控疫情过程中起到的作用<sup>[31]</sup>。疫情期间, 政府及时公开感染者行动轨迹, 方便用户进行密接自查, 有效避免因病例行迹未知而人人自危引发的大规模恐慌。此外, 多数用户都有“不信谣不传谣”的自觉, 但实际上主要难题并不在“传”与“不传”之间, 而在于信息的真假难辨。公众无法仅凭个人经验判断信息真伪, 且社交媒体信息迷雾造成的信息过载现象明显, 普通人难以在海量的信息中准确判断各种爆料和辟谣信息的真实性。这种情况之下, 只有通过官方渠道及时发布真实情况通报, 才能中断迷雾信息的持续扩散。同时, 官方还应关注用户信息需求和现实状况, 多渠道详尽通报真实情况, 确保真实信息在媒介、传播者、接收者之间有效交互, 避免信息迷雾在社交媒体上进一步扩散。

### 5.2 增强秩序管理, 倒逼技术升级

国内外学者和企业一直致力于破除信息迷雾的难题, 兰德公司推出的“在线对抗信息迷雾”(Fighting Disinformation Online) 工具库<sup>[32]</sup>, 是目前较为成熟的信息迷雾监测系统。该数据库从机器人账号识别、标准检测、信度打分、虚假信息跟踪、教育引导、图像验证检测、站点黑白名单分类7个方面寻求信息迷雾治理的突破点<sup>[33-34]</sup>。此外, 有学者构建了自动检测迷雾制造者的识别分类系统<sup>[15]</sup>、社交软件信息迷雾自动识别、分类系统<sup>[35]</sup>。各种应对信息迷雾的系统和方法层出不穷, 带来源源不断的社交媒体信息迷雾应对方法创新。因此, 增强社交媒体信息迷雾各阶段的秩序管理, 重视迷雾中的民众意见, 以社交媒体信息迷雾受害者感受为出发点, 倒逼更多识别技术、管理技术、应对技术升级, 逐个击破迷雾各个阶段, 全面瓦解信息迷雾。

### 5.3 加强处罚力度, 提高造雾成本

面对社交媒体信息迷雾, 应增加“成本—收益”方面的考量, 需要注意的是。此处的收益不仅是指资金收益, 还包括个人需求被满足的收益, 如热度满足、流量满足、情绪满足等。在社交媒体信息迷雾生命周期中, 萌芽阶段的迷雾制造者造雾驱动和收益有关, 扩散阶段媒介对信息迷雾的传播

也与收益密不可分。因此面对成本收益考量时, 增加成本和减少收益都是阻止社交媒体信息迷雾进一步发展的有效手段。通过增加处罚力度, 提高造雾成本, 让制造者和传播者认为制造和传播社交媒体信息迷雾的行为成本过大, 无法满足自身利益诉求, 促使其在以后的生产活动中主动避开社交媒体信息迷雾, 形成“制雾者不制造, 传播者不传播”的良性态势。我国有关部门应依法对散播不实信息行为进行处罚, 保证惩处到位, 起到敲山震虎的威慑作用, 切实保障公民信息权益。

### 5.4 完善治理链条, 规范信息行为

社交媒体信息迷雾形成链中参与者众多, 无法仅靠单个参与方自发治理达到驱散迷雾的效果。治理社交媒体信息迷雾应贯穿始终, 因此构建多元协同的治理体系十分必要。对于传播社交媒体信息迷雾的媒介平台而言, 应该明确自身定位, 做好迷雾信息的“守门人”, 安排专业人员或成立专业部门辨别信息真伪, 力求站好“第一班岗”。对于意见领袖而言, 应杜绝在所获信息未辨真假时发声, 避免自身影响力被利用致使事态扩大, 给自己带来不必要的麻烦, 影响口碑。此外, 治理社交媒体信息迷雾还要注意“治于未病, 防于未起”, 即在苗头刚出现而迷雾未生成时进行治理, 要求管理部门做好信息跟踪与信息监测工作, 定期评估信息环境。此外, 还可以邀请用户参与社交媒体信息迷雾监测或增加其他治理渠道以完善社交媒体信息迷雾治理链条, 规范信息行为, 创造和谐稳定的信息环境。

## 6 结 语

本研究以社交媒体信息迷雾为研究对象, 基于生命周期理论构建研究框架, 揭示社交媒体信息迷雾演化包括: 萌芽期、扩散期、爆发期、衰退期4个阶段, 阐明社交媒体信息迷雾的演化机理及其内在关联关系, 最终提出社交媒体信息迷雾的应对策略。研究结果为社交媒体信息迷雾研究提供了理论支撑与模型解析, 有助于丰富信息迷雾研究理论范式, 构建合理的社交媒体识别与驱散管理体系。但本研究仍然存在一些不足, 如仅以社交媒体中的信息迷雾为研究对象, 对其他媒介中的信息迷雾未有涉及, 后续研究将增加对多种媒介下信息迷雾的思考, 开展信息迷雾传播规律的定量分析与实证研究, 为全方位解析信息迷雾做更多的实践探讨。

## 参 考 文 献

- [1] 于伟, 赵柯然. 检视信息迷雾 探寻研究哨位——记第 52 次情报科学读书会 [J]. 情报理论与实践, 2020, 43 (10): 185-186.
- [2] 苏鹏, 王延飞. 对信息迷雾的情报观察: 概念、形成与应对 [J]. 情报理论与实践, 2021, 44 (3): 6-12.
- [3] 曾祥敏, 张子璇. 场域重构与主流再塑: 疫情中的用户媒介信息接触、认知与传播 [J]. 现代传播: 中国传媒大学学报, 2020, 42 (5): 65-74, 83.
- [4] Bennett W L, Livingston S. The Disinformation Order: Disruptive Communication and the Decline of Democratic Institutions [J]. European Journal of Communication, 2018, 33 (2): 122-139.
- [5] Lazer D M J, Baum M A, Benkler Y, et al. The Science of Fake News [J]. Science, 2018, 359 (6380): 1094-1096.
- [6] UNESCO. Journalism, 'Fake News' and Disinformation: A Handbook for Journalism Education and Training [EB/OL]. <https://en.unesco.org/node/296002>, 2021-07-17.
- [7] 人民网. 社交媒体时代的“信息疫情” [EB/OL]. <http://media.people.com.cn/n1/2020/0221/c40606-31598114.html>, 2021-09-29.
- [8] 王伟伟. 略论“信息疫情”十大特征 [J]. 图书馆杂志, 2020, 39 (3): 19-23.
- [9] 方兴东, 谷潇, 徐忠良. “信疫” (Infodemic) 的根源、规律及治理对策——新技术背景下国际信息传播秩序的失控与重建 [J]. 新闻与写作, 2020, (6): 35-44.
- [10] Fetzer J H. Disinformation: The Use of False Information [J]. Minds and Machines, 2004, 14 (2): 231-240.
- [11] Rosnow R L. Inside Rumor: A Personal Journey [J]. American Psychologist, 1991, 46 (5): 484-496.
- [12] Rodríguez-Ferrándiz R, Sánchez-Olmos C, Hidalgo-Marí T, et al. Memetics of Deception: Spreading Local Meme Hoaxes during COVID-19 1st Year [J]. Future Internet, 2021, 13 (6): 152-171.
- [13] Caulfield T. Pseudoscience and COVID-19 We've Had Enough Already [J/OL]. Nature [2020-09-28]. <https://www.nature.com/articles/d41586-020-01266-z>.
- [14] Yu Y, Yu G, Li T, et al. Quantitative Characterization and Identification of the Company-related Disinformation Channel among Media [J]. IEEE Access, 2020, 8: 29196-29204.
- [15] Vosoughi S, Roy D, Aral S. The Spread of True and False News Online [J]. Science, 2018, 359 (6380): 1146-1151.
- [16] 卢林艳, 李媛媛, 卢功靖, 等. 社交机器人驱动的计算宣传: 社交机器人识别及其行为特征分析 [J]. 中国传媒大学学报: 自然科学版, 2021, 28 (2): 35-43, 53.
- [17] Smith S T, Kao E K, Mackin E D, et al. Automatic Detection of Influential Actors in Disinformation Networks [J]. Proceedings of the National Academy of Sciences, 2021, 118 (4).
- [18] Lin C, Xiao H, Kou G, et al. Defending a Series System with Individual Protection, Overarching Protection, and Disinformation [J]. Reliability Engineering and System Safety, 2020, 204.
- [19] Douven I, Hegselmann R. Mis- and Disinformation in a Bounded Confidence Model [J]. Artificial Intelligence, 2021, 291: 103415.
- [20] 安璐, 杜廷尧, 李纲, 等. 突发公共卫生事件利益相关者在社交媒体中的关注点及演化模式 [J]. 情报学报, 2018, 37 (4): 394-405.
- [21] 魏超. 新媒体技术发展对网络舆情信息工作的影响研究 [J]. 图书情报工作, 2014, 58 (1): 30-34, 71.
- [22] 王晰巍, 张柳, 韦雅楠, 等. 社交网络舆情中意见领袖主题图谱构建及关系路径研究——基于网络谣言话题的分析 [J]. 情报资料工作, 2020, 41 (2): 47-55.
- [23] 吴小君, 张丽, 龚捷. 从网络热点到网络群体性事件的舆论转化机制 [J]. 现代传播: 中国传媒大学学报, 2012, 34 (11): 111-114.
- [24] 郭海霞. 网络浏览中的信息偶遇调查和研究 [J]. 情报杂志, 2013, 32 (4): 47-50, 62.
- [25] 张艳丰. 信息行为嬗变视阈下移动用户社交媒体倦怠行为机理研究 [J]. 情报资料工作, 2020, 41 (1): 87-93.
- [26] 黄微, 李瑞, 孟佳林. 大数据环境下多媒体网络舆情传播要素及运行机理研究 [J]. 图书情报工作, 2015, 59 (21): 38-44, 62.
- [27] Crocker J, Major B, Steele C M, et al. The Handbook of Social Psychology [M]. New York: Mc Graw-Hill, 1998: 151-192.
- [28] Hyegyu I, Jung O H. Normative Mechanism of Rumor Dissemination on Twitter [J]. Cyberpsychology, Behavior and Social Networking, 2017, 20 (3): 164-171.
- [29] Averill J R. Personal Control over Aversive Stimuli and Its Relationship to Stress [J]. Psychological Bulletin, 1973, 80 (4): 286-303.
- [30] 中华人民共和国国务院新闻办公室. 《抗击新冠肺炎疫情的中国行动》白皮书 [EB/OL]. <http://www.scio.gov.cn/ztk/zx/Document/1681866/1681866.htm>, 2022-03-02.
- [31] 赵润娣, 黄雪凤. 公共需求视角下的我国突发公共卫生事件信息公开问题探析 [J]. 现代情报, 2020, 40 (6): 27-37.
- [32] Rand Corporation. Fighting Disinformation Online [EB/OL]. <https://www.rand.org/pubs/tools/TL323.html>, 2021-07-24.
- [33] 赵柯然, 王延飞. 信息迷雾的情报感知研究 [J]. 情报理论与实践, 2021, 44 (3): 1-5, 12.
- [34] 王海霞. 信息迷雾治理: 国外行动与启示 [J]. 情报理论与实践, 2021, 44 (8): 196-203, 152.
- [35] Vereshchaka A, Cosimini S, Dong W. Analyzing and Distinguishing Fake and Real News to Mitigate the Problem of Disinformation [J]. Computational and Mathematical Organization Theory, 2020, 3 (26): 350-364.

(责任编辑: 陈 媛)