

关注网络诚信建设系列报道⑦

传播正确知识 讲求通俗方式 使用亲民渠道

# 网络辟谣，三招击中“命门”

本报记者 钱一彬 林小溪

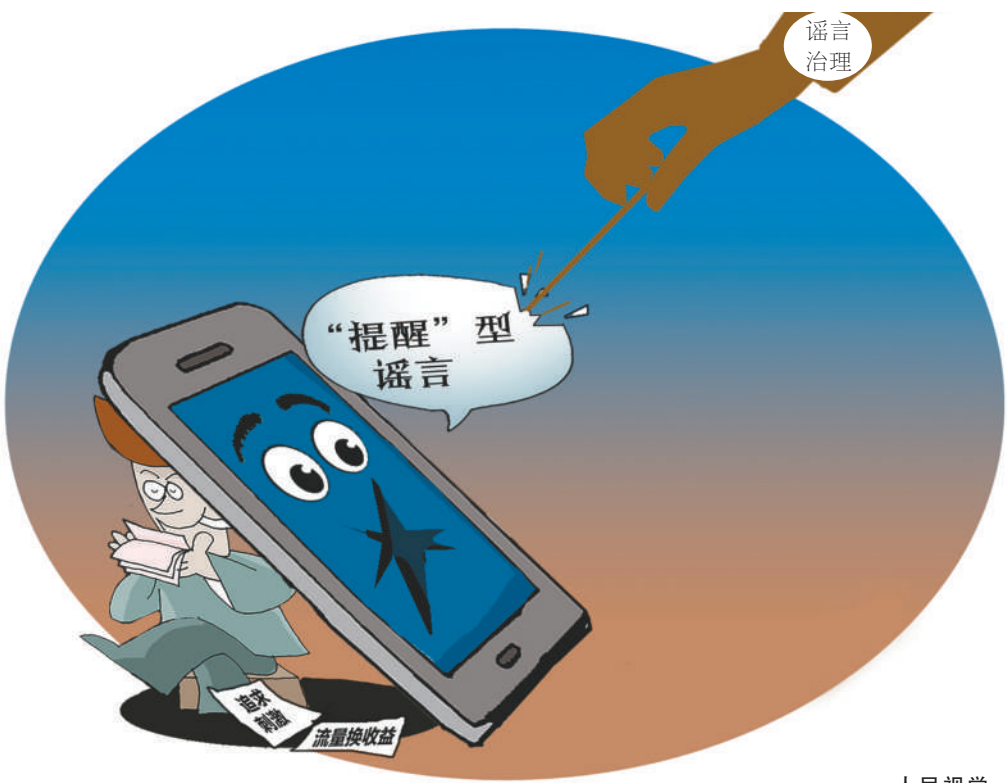
往期回顾：7月5日新媒体版《斩断网络诈骗黑色产业链》；7月12日新媒体版《撕开网络欺诈5张“假面具”》；7月19日新媒体版《为在线钱包加把“防盗锁”》；7月26日新媒体版《网络假证 严打追责》；8月9日新媒体版《让网上“剪刀手”无处可藏》；8月16日新媒体版《公益“众筹”要有“监管”》

住院超15天不能医保报销，私人诊所买小孩当活教材，走街串巷的充气城堡是偷孩子的陷阱……日前，中国互联网联合辟谣平台发布近期热点谣言盘点，一则则近期热转盛传的谣言赫然在列。

当前，一些网络谣言翻新伎俩，谣言辨识难度不断升级：有的杜撰惊悚夸张表述，多种套路演绎“舌尖谣言”；有的拼接真实视频、移用新闻图片，冠以虚构情节混淆视听；还有的一味造

求流量恶意炒作，甚至形成谣言传播产业链……

应对网络谣言新伎俩，须拿出新对策，添加“快捷键”。近日，中国记协新闻道德委员会召开专题评议会，针对造谣传谣等失信行为剖析成因危害，探讨治理举措。与会委员们认为，打击网络谣言乱象，应加快构建综合治理格局，压实互联网平台责任，提升网民媒介素养，共同培育向上向善的网络文化氛围。



人民视觉

从“塑料紫菜”“棉花肉松”到“低钠毒盐”“活吃蝌蚪治病”，“舌尖谣言”打着食品安全提示的幌子，配以“中毒”“致病”等耸人听闻的标题，套用反复出现的模板，屡屡“旧谣新编”。中国社会科学院研究报告显示，在各类网络谣言中，食品安全谣言占比达45%，位居第一。

《2017年食品谣言治理报告》显示，截至2018年7月，中国健康传媒集团食品药品舆情监测中心谣言数据库，已积累谣言及辟谣数据超过5万条。其中，2017年与食品谣言相关的信息达1.7万余条。

“打药的目的是除草、杀虫，黑木耳的栽培过程中至少要打两次药，打农药是为了保证黑木耳的产量。”日前，一段“黑木耳打农药”的视频在网上流传。视频中的男子背着打药箱对黑木耳打药，并称“自己不吃这样的黑木耳”。视频传播后，引发不少网友担忧。随后，中国食用菌协会发布声明，指责视频内容“具有明显的动机不良和恶意抹黑的意图”，有摆拍嫌疑。

不仅摆拍视频混淆视听，一些掐头去尾、移花接木的拼接视频和图片更令不少网友真假难辨。今年7月，一段反映武汉某公司挖

“限购了，限购了，我有什么办法呢？”今年5月，一段所谓“50余万元现金却买不到房”的视频在四川成都热传。视频中的男子情绪激动，并将一把现金甩到地上。不久后，成都市公安局新都区分局的通报揭开了背后的猫腻：所谓的抢购视频，竟是当地某房地产中介公司工作人员制造截图，以制造抢购氛围。

从现实情况看，以往网络谣言在传播扩散上多为以讹传讹，根源在于信息不对称；而如今，不少网络谣言背后不乏经济利益驱动，其中自媒体逐渐成为网络谣言传播黑色产业链中的重要一环。专家指出，应针对实际从严管理，杜绝“谣言推手”，斩断“造谣黑链”。

“全球媒体刷屏！我们喝进嘴里的咖啡，

竟然都是这种东西！”今年3月，一个名为“澳洲Mirror”的公众号发布了一则消息，声称某品牌咖啡中含有强致癌物。该文情绪愤慨、措辞惊悚，打着海外媒体旗号大肆散布谣言。中国记协新闻道德委员会委员们表示，一些商业网站、自媒体平台等为博取眼球赚取点击量，罔顾新闻真实性，传播或炮制虚假新闻、不实传言，误导社会舆论，破坏媒体形象，损害媒体公信力、诚信度。

## 套用模板 标题惊悚

### 警惕“旧谣新编”

宋小卫分析，网络谣言的重要特征之一，是用耸人听闻的表述和绝对化的语言作为“兴奋点”，吸引眼球，受众如不仔细辨别核实，往往会误信中招。

动辄冠以“震惊”类标题，虚构耸人听闻的事实、极力渲染紧张情绪……网络谣言的

## 真假掺杂 拼接伪造

### 识破“仿真骗局”

掘机暴力施工的视频被大量转发，画面充斥暴力场面，然而经当地公安机关核实，所谓的暴力施工视频竟为3段毫无关联的视频拼接而成。

“此车号使用权归政府所有，请尽快到车管所办理退办手续。”去年12月，一张挂有

## 刷量炒作 肆意转载

### 杜绝“谣言推手”

“一些自媒体恶意编撰、恶意猜测和恶意解读，其目的在于通过一系列吸引眼球的内容获取关注和流量，赚取流量费和广告费；有的甚至因为经济利益驱使，故意对某一企业和行业进行商业诽谤。”张铮认为，近年来出现的洗稿、刷量等乱象，使得治理自媒体谣言传播面临新考验。

据自媒体行业人士介绍，一些所谓的专业团队内部分工严密，包括制造谣言推手、营销公

息室、保险等除机票以外的附加服务设置为旅客自主选择项，以有效避免旅客误选的情形发生。

“在消费者支付的过程中，票务平台对搭售的服务要有明确的提示，不能存在选项隐蔽等行为，同时要反复提醒消费者搭售的项目，否则就会对消费者的知情权和选择权造成损害。”中国政法大学传播法研究中心副主任朱巍说。

## 捆绑销售藏猫腻

还有不少消费者反映，通过第三方平台购买机票时，会遭遇各式各样的捆绑销售。因工作需要经常出差的伊先生告诉记者，自己订机票时会发现多出约200元的额外花费，除了必要的机场建设费和燃油费外，还包括航空意外险、退改无忧险以及VIP休息室套餐、接机服务等。“这些服务大多都是默认勾选的，一不留神就会直接付款，还有部分默认勾选选项藏在下一级页面里，就算想取消也很难找到。”

2017年8月，民航局运输司发布《关于规范互联网机票销售行为的通知》，明确要求各互联网机票销售平台、航空公司及销售代理人在销售机票时，不得以默认选项的方式“搭售”机票以外的服务产品。按照通知要求，应当通过清晰显著、明白无误的形式将贵宾休

## 抢票神器花样多

国庆长假，北京的安先生打算回东北老家探亲。在网上购买往返火车票时，他发现不少第三方网络购票平台号称有“抢票”功能，消费者将购票平台的链接分享到微信群或朋友圈里，或者额外多付一定数目的金额购买，都可获得抢票“加速包”。一旦有人退票，抢票软件能立即发现，并迅速下单，加速包越多，抢到票的几率越大。安先生花费30元购买加速包后，最终抢到了在购票平台上显示“无票”的车次。平台的这种行为是否属于新型“黄牛”，令人质疑。有专家表示，由于这种行为并不属于代

## 新媒观察

数据自古有之，在互联网出现、普及之后，因为数码化而记录、积累成为可供计算机快速提取、分析的大数据。近几年来，它被广泛地运用于人类社会的生产、生活、管理和社会治理，成为并列于资本、劳动和自然资源的新的要素禀赋。

这一新禀赋的出现，对世界政治、经济、文化的影响将不亚于15世纪末美洲新大陆的发现，值得社会各界认真研究和关注。

我国虽然起步晚于美国等发达国家几年，但是由于人口规模、经济体量和快速发展，在大数据这一禀赋及其开发运用上相比世界上其他国家具有比较优势，并且已经涌现了百度、阿里巴巴、腾讯、今日头条等世界前沿的领先企业和众多的独角兽公司，党和政府也正式提出了“国家大数据战略”，先后出台了《促进大数据发展行动纲要》《大数据产业发展规划（2016—2020年）》等指导性文件，大数据的开发、运用正处于方兴未艾的阶段。

# 大数据开发运用 方兴未艾

林毅夫

《数文明》为中国第一位系统研究大数据的权威学者徐子沛所著的第三本力作，分享了他对大数据给人类、社会和文明的各个层面所可能带来的际遇和挑战的探索和思考，纵横历史、文字隽永、深入浅出，信息量大、涉及面广，读之获益甚多，不忍释手。

作者预言了数据经济时代的到来，其观点独到，具有前瞻性。毫无疑问，大数据将成为全球经济的重要组成部分，其对中国经济的赋能作用也将日益凸显。但作者也提出，它也可能给经济社会投下阴影，如何发挥它的正向作用、限制它的负面影响，我希望看到更多的研究和讨论。

（本文系《数文明》序言，作者为北京大学新结构经济学研究院院长，世界银行原高级副行长、首席经济学家）

# 政府网站清理“户口”防山寨

吴 姗

我国首次就政府网站域名管理发布专项文件，严准入、去“山寨”，严整治、强安全，严监管、重规范，向政府网站域名管理不善、被仿造被假冒等现象挥出一记重拳

有的政府部门直接从注册商或代理商处获取域名，处于监管真空地带；有的单位任意使用商业网站域名，申请数量随心所欲；有的非政府办事机构盗用政府网站域名，开设假冒网站实施诈骗……

《国务院办公厅关于加强政府网站域名管理的通知》日前下发，要求各地区、各部门对所持政府网站域名进行全面梳理整顿。

这是我国首次就政府网站域名管理发布专项文件，严准入、去“山寨”，严整治、强安全，严监管、重规范，向政府网站域名管理不善、被仿造被假冒等现象挥出一记重拳。

作为政府网站的身份标识，域名的真实性和完整性关系着政府网站的权威性和安全性。一直以来，我国政府网站域名管理存在一些漏洞，责任不清、使用无序、命名不规范、注册审批制度不完善等等，一定程度上也导致“僵尸”“山寨”政府网站现象屡禁不绝，影响百姓办事效率，损害政府公信力，危害网络安全。

据第三方网络安全公益组织安全联盟统计，上半年我国有近七成假冒政府网站域名使用了“.com”后缀，超六成网站域名加入“gov”字样，混淆视听。比如，“www.abcgov.cn”与“www.abc.gov.cn”，乍看之下谁能分辨？再比如，最近有网友发现一个名为“神话故事大全”实为博彩类的网站，公然使用“.gov.cn”的域名。此外，除各地区政府门户网站外，交通运输部、住建部门、人社部门、工商部门等涉及职称评审、人员招录、就医就学内容的网站，成为假冒“重灾区”。

三年来，国务院办公厅高度重视全国政府网站建设，持续抽查考核，多次曝光域名管理不到位引发的网站运维问题，并要求问题网站及时纠错整改。随着我国政府网站建设管理水平迈上新台阶，相关部门对网站建设更加重视，办事群众对网站要求越来越高。作为一项基础性工作，进一步规范域名管理，提上了政府网站建设的议事日程。

相比去年6月出台的政府网站发展指引，此次国办《通知》专项聚焦域名管理，从注册、注销到信息变更、集约统筹推进等方面全流程规范，直指网络监管不到位、技术防护存难度的管理痛点。其中，首次明确多项要求：在域名结构上，政府门户网站要使用以“.gov.cn”为后缀的一级英文域名，政府部门开设的网站要使用本级人民政府门户网站的下级英文域名，为打通数据壁垒，破除信息孤岛，实现网上一站式服务提供了基本制度保障；在监管职责上，“把域名管理情况纳入常态化抽查范围”；在集约建设上，“业务系统、办事平台原则上不再作为独立网站运行”，等等。

这些要求，具有现实针对性和可操作性；其贯彻落实，将健全政府网站域名管理体制，规范政府网站域名结构，优化政府网站域名注册注销等流程，进一步促进政府网站健康有序发展。政府网站清理“户口”，让域名管理更精准、更优质、更有效，将从源头上铲除“山寨”政府网站生存土壤，提升政府网站可靠可信的权威形象，还网络空间一片净土。

和图像处理技术的门槛日渐降低，平台监测识别难度大，进而造成不少谣言以视频和图片形式在移动端扩散，给网民识别判断增加难度。

专家指出，如今的网络谣言很少通篇虚构，会有意模糊其与真实信息的界限。清华大学新闻与传播学院副教授张铮举例，一些谣言制造者从科学知识甚至是自然科学定律出发，有意模糊或忽略其适用前提和条件，对其中部分内容加以绝对化。受众必须睁大眼睛加强识别，方能破除这类谣言。

司和自媒体运营者等多个环节。现实中，一些自媒体账号转载实行“明码标价”，拥有一万粉丝的公众号转发一次标价可达300元。

压缩谣言传播空间，需要放大科学声音。中国记协新闻道德委员会委员们建议，新闻媒体应当积极履行责任、恪守职业道德，坚持科学求证，传播正确知识，有效遏制不实传言谣言。

精准辟谣固然有效，而要让真相从源头“跑过”谣言，赢在起跑线上，周逵还建议，研究机构和媒体应加强科普宣传，讲求通俗方式，运用亲民渠道，将条文式科学原理转化为可得可学的“简单答案”，为普通网民识别谣言提供触手可得的“快捷方式”。

可。这些二手票务平台的做法，从根本上来说是对消费者的一种价格歧视。

## 取消订单没商量

除了随意加价溢价等行为，买票之后的服务也问题颇多，随意取消订单等是消费者投诉的热点。

北京市朝阳区的刘先生今年7月购买了两张演唱会门票，焦急等待了一个月后，却被卖家单方面取消了订单。刘先生与客服联系，却被告知由于演出门票过于紧俏，无法正常出票。刘先生申请退款，平台竟以协议中“如果无法正常出票概不退款”为由拒绝，最后只补偿了刘先生一些优惠券。

业内人士透露，二手票务交易平台由于缺乏监管，也为“黄牛”泛滥提供了温床。遇到火爆演出，“黄牛”一般会先把票务信息散播出去，如果拿到足够数量的票，就优先给买票的消费者，反之则取消订单，让消费者十分被动。

今年6月，文化和旅游部为加强营业性演出市场监管，部署开展违规票务网店专项整治，对2600余家网店进行专项清理，部署北京、上海等19个地区查处143家违规从事票务经营活动的网店，规范了营业性演出市场秩序。

朱巍建议，对于在线票务平台和平台上商户，有关部门要加强监管。接到消费者投诉后，行政处罚、赔偿消费者和失信惩戒机制应配套使用，加大震慑。平台要严审商品供应商合法资质。消费者也应加强自身防范，选择正规购票渠道，在交易过程中反复核实，确保无误；如权益受到损害，勇于举报维权。



调查

# 在线票务四大乱象困扰消费者

本报记者 董丝雨 赵梦阳

今年国庆假期，不少热门旅游线路的火车票紧俏万分，但售票窗口却鲜有人通宵排队，大多数人选择了网上购票。此外，随着互联网发展，线上购买电影票、演唱会门票的渠道也越来越多。

多类型的票务平台为人们提供便捷，免去了排队的烦恼，但其背后存在的付费“抢票”、任性加价、捆绑销售、随意取消订单等诸多乱象，也着实令消费者头疼。

## 加价溢价无依据

演出类票务平台，尤其是二手演出类票务平台，也是用户投诉重灾区。

“原价280元的演唱会门票被平台标价为980元”“加价多少没有任何依据，也不知道是否合理”……在某二手票务平台的留言页面，这样的抱怨声屡见不鲜。记者调查发现，许多二手票务网站加价溢价问题非常普遍，且金额随意，没有任何规矩可言。

朱巍认为，这种任意加价行为，侵犯了《消费者权益保护法》中规定的消费者知情权和公平交易权。因为某种原因加价或者不加价，必须告知消费者且须获得消费者许