

浅析网络谣言的符号学特征及控制策略

重庆大学人文社会科学高等研究院 刘扬

重庆大学新闻学院 秦斯

【摘要】网络社会和仿真时代语境下的谣言在其生成、传播以及带来的危害性等方面已经引起公共空间、媒介治理、司法立法等多方面的关注而成为一个重要的传播学话题。本文借助巴尔特符号学的“神话”理论，对典型个案如秦火火微博谣言的剖析，试图探析符号学路径下网络谣言的生成机制与文本特征，同时提出相应的控制策略，以减少网络谣言的负面影响，构建一个更和谐的网络公共空间。

【关键词】网络谣言；符号学特征；控制策略

【分类号】G20

Analyze Online Rumor's Semiotic Characteristics and Control Strategy

Institute for Advanced Studies in Humanities and Social Sciences, Liu Yang

School of Journalism, Chongqing University, Qin Si

Abstract: In the context of the network society and the simulation period, the emergence, dissemination and harmfulness of online rumor have attracted many research areas' attention, such as public space, media management, judicature, legislation and so on. This essay uses Barthes' Mythologies theory to analyze online rumor. Through the research of typical cases such as Qin Huohuo's micro-blog rumor, the article tries to explain online tumor's generative mechanism and content features based on the semiotic method. Also, the essay provides some corresponding control strategies to ease negative influences of online tumor and construct a more harmonious cyberspace.

Keywords: Online Rumor, Semiotic Characteristics, Control Strategy

互联网作为第三次革命浪潮最具传播力的信息交互平台，改变了市民社会在传统意义上的公共领域构建模式。一方面，因其传播空间的虚拟化、自由化以及速时性，各种自媒体（如微博）和虚拟社区（如论坛）应运而生，爆炸化的海量信息则通过如是不同的传播中介，在传者和受众间即时地流通和扩散。其中，网络谣言这种极度缺乏准确性但时效性却很强的信息，大量存在于赛博公共空间里；

另一方面，当代消费文化语境下，网络媒介构置了一个宏大的仿真空间。其特点是符号、形象、信息的繁衍遮盖了生产^[1]，符号消费在某种意义上超越了实物的占有。而网络谣言本质上也是由表征符号组合而成的信息，故谣言的复制、篡改以及扩散过程，即是大众对符号的一再模仿和重复消费，结果导致的是更多人卷入一个由符号的符号构建起来的拟像世界里。在这个狂热的虚拟世界中，充斥的只是沉默的大多数和被受众大量滥用、误解、篡改或复制的网络谣言。

作为一种不实信息，网络谣言在公共领域的负面效应远远大于正面作用，它对个人、群体乃至整个社会的消极影响也远远超过其他的信息类型，因此有必要对其在网络社会语境和仿真时代背景下的生成机制与新特点进行分析。借助巴尔

特的“神话”理论，从符号学角度诠释网络谣言的文本特征，对于深入理解网络谣言如何被制造的逻辑过程，以及如何规避、控制与治理网络谣言具有现实启发意义。

一、网络谣言的生成语境

1、网络社会的崛起

卡斯特在《网络社会的崛起》一书中得出这样一个综合性的结论：作为一种历史趋势，互联网构建了一个新型的社会形态，即网络社会，其特征之一就是文化交流，变成了电脑沟通中介和观众之间多样化的符号与意义互动。

一方面，网络社会的崛起使得电脑中介沟通（CMC）发挥出最大效能，即个人化与互动化，并导致单向传播受众的终结。个人化媒介（如博客）的兴起，使得网络谣言的生成与散播成级数增加；而互动式沟通媒介的形成（如论坛），则大大加快了受众的信息共享频率。二者协同作用，最终瓦解了传统意义上上传者与受众之间信息的单向传播模式，形成一种信息的双向乃至多向传播格局，网络谣言正是在这种背景下迅速生成和广泛传播的。不仅如此，网络谣言还一直追逐着受众偏爱的沟通媒介：从手机的短信群发到论坛的发帖与转载，再到自媒体兴起后更加言论自由的博客以及更迅速及时的微博。网络谣言“与时俱进”地不断更替着生成模式与传播方式，结果就是令谣言传播得更快、更广，带来的社会负面效应也更严重；另一方面，网络社会也催生一种新的文化，即卡斯特所形容的“真实虚拟的文化”^[2]（culture of real reality）。这一虚拟文化导致的结果是令现实本身完全陷入且浸淫于虚拟意向的情境之中，而处于这种虚拟现实中的受众个体，往往会由于互联网的匿名性而抱持着“法不责众”的侥幸心理，因为“在网上没人知道你是一条狗”。故当他们在制造、评论、转载或转发网络谣言时，会“心安理得”地认为不需要承担风险与法律责任，于是更加肆无忌惮地散播不实信息。

至此，网络社会语境下的迅速发展的互联网技术，打破了以往传统媒介单向传播的僵硬模式，以一种双向乃至多向的模式，将所有人整合进网络的节点中。^[3]同时，个体在网络社会特有的“真实虚拟的文化”掩护下，没有法律的约束甚至连道德自律也日渐式微之时，肆意制造与散播着网络谣言。种种因素相互作用，最终导致了网络谣言被更广泛地制造、复制和传播。

2、消费社会语境下仿真时代的到来

波德里亚认为，我们已经步入一种新的社会形态：消费社会，同时，我们也正生活在消费社会语境下的仿真时代里，在其中，形象、景观和符号的作用代替了生产和阶级冲突的逻辑，而成为当代社会的主要组成部分。^[4]

换言之，在仿真时代背景下大众对实物的消费逐渐让位于对信息和符号的消费，同时大众寻求的也不是意义，而是景观。因此，网络谣言大范围的迅速复制、转发、模拟，本质上是大众对符号的复制和模仿，对符号消费的狂热追逐。不仅如此，网民在利用互联网几分钟内传播上万条错误信息的同时，也在同一过程中不断地改动、删减或增添一些虚构情节^[5]。这就表明，他们不仅在消费符号，而且还在以各种不同的方式，通过多样的媒介滥用、利用、制造或误解这些信息，结果导致了更多更爆炸性更耸人听闻的谣言被迅速传播出去，直至最后形成一场盛大的符号景观，将更多不明真相的被动受众，卷进这场对符号和信息狂热的主

动消费过程中。

如果说大众对符号景观的盲目崇拜心理，是网络谣言快速扩散的内部动因，那么官方与民间、正式与非正式、中心与边缘区域信息分布不均衡的社会现状，就是网络谣言被制造和传播的外部动因。当受众无法及时从权威的官方渠道得到某个事件全面而真实的信息时，民间的非正式的小道消息就成为正式信息的补充，进入符号交流过程，其后果往往不仅是打破信息流通的平衡，甚至会引起政治动荡和社会信任危机。现实世界并非人类终极向往的和谐“乌托邦”，矛盾与冲突无处不在，而谣言则起于信息分布不均的个体与群体的裂缝边缘。

由此可见，网络谣言产生的生态环境极为复杂，其生成不仅受到政治、经济、历史、文化等外部因素的支配，也受到群体心理机制、个体认同等内在因素的影响。所以控制和规避网络谣言的问题，需要符号学、新闻学、传播学和社会学等多学科互相协同，共同解决。在此之前，首先要厘清网络谣言的本质和特征。网络谣言本质上依然是信息，是“携带意义的感知”，由声音、文字、图像等表征符号按照既定的符号学规则与逻辑关系组合而成。从符号学角度分析网络谣言的文本特征，可借用法国学者巴尔特的二级符号系统理论，对现代网络谣言的“神话”性进行解读。

二、巴尔特符号学理论下的网络谣言文本特征

1、巴尔特符号学“神话”理论

巴尔特最具个人鲜明色彩和深远影响的理论，就是他总结出的二级符号系统论。在《神话——大众文化诠释》一书中，巴尔特对该理论进行了深刻的阐述：“神话是一个奇特的系统，它从一个比它早存在的符号学链上被建构：它是一个二级符号学系统。那是在第一个系统中的一个符号（也就是一个概念和一个意象相连的整体），在第二个系统中变成一个能指……”^[6]换句话说，在一级符号系统中，能指与所指初步组合成“符号”，巴尔特将该“符号”所附加的意指意义定义为“外延”。当这个初步组合成的“符号”延伸到二级符号系统中，就成为新的能指，并且与新的所指组合起来成为“新符号”，从而产生新的意义，这个新的意义被巴尔特定义为“内涵”。当“新符号”被社会性地一再重复使用，其语用理据性会不断增加，一旦理据性增加到一定程度，其“内涵”也相对固定下来，而这个“新符号”也就可以被称为一个“象征”。^[7]

语言学家索绪尔研究的重点在于“语言”符号的能指与所指功能，而巴尔特的研究对象范围囊括了语言以及文本、照片乃至大众文化，从而更清晰地阐明“神话”是如何通过二级符号系统发挥意指作用。由于“神话”是在两个层级的符号系统中生成，所以天然具有两个功能：一是直接意指功能，即用信码将能指（事物，形象本身）与所指任意地组合起来，得到一种广泛的、一致的意义（外延）；二是含蓄意指功能，即将一级符号系统中的意义看作新的能指，并结合新的所指与更广泛的主题联系，使得解码者能够根据已有的意识形态，如价值观，知识框架，个人信仰等，来进一步解释符号的意义（内涵）。声音、文本、图像乃至电视、电影等大众文化，这些多种多样的符号表征系统，都是通过这种“二级符号系统的再建构，使得外部世界得以渗透、侵入，从而表达出更精妙复杂和意识形态化的信息和意义^[8]。”

巴尔特借用希腊神话凭空产生的毫无根据性，将一段文字，一张图片，一种

服饰风格等等大众文化的形成和固定，归结为类似“神话”的制作过程：人为的力量在背后推动或有目的地创作。而不同的社会背景，包括不同历史时期经济、政治、文化的不同，以及个体价值观、普遍信仰的差异，是“神话”及其意义不断变动、更改直到内涵相对固定的原因。

造谣者正是利用内涵已经相对固定的“神话”，添加一些已有的事实，组合成看似符合事实其实毫无逻辑关联的讯息——谣言。造谣者巧妙地利用“神话”已经相对固定的内涵，甚至直接借用“象征”，将部分事实、“神话”和其他无关信息拼凑成“有理有据”的符号文本，不仅看似合情合理，而且兼具吸引人眼球的爆炸性特点。

2、网络谣言的符号学特征

造谣者利用“神话”的含蓄意指功能，一方面给谣言“去伪存真”，使其内容显得合理、真实；另一方面重构“事实”的内在逻辑联系方式，将碎片式的“神话”，部分事实和其他无关信息组合起来，最终生成符合逻辑的事实整体，目的是让受众在解码过程中产生情感认同和理性认知。

以秦火火“动车天价赔偿”的微博谣言为例。原文为“刚得到消息，铁道部已向动车事故中意大利遇难者茜茜协议赔偿三千万欧元(折合人民币接近两亿)，据悉，这是铁道部参照欧洲法律中有关人身意外伤害条款后，不得不同意此赔偿协议。若此赔偿协议属实，将开创中国对外个人意外最高赔偿纪录。”^[9]秦火火将“7.23 动车事故”这一事实，与“神话”和“赔偿三千万欧元”等无关的虚假信息，一齐组合起来，最终制造出了动车天价赔偿的网络谣言。

从这则网络谣言中可以看出，造谣者利用“欧洲法律”、“意大利遇难者”、“欧元”等一些“内涵”相对固定、意指功能一致的“神话”，使得当受众对信息进行解码时，自然而然联想到欧洲社会良好的福利制度，对个人生命价值的尊重，不断修改和完善的法律等诸多方面，本质上是造谣者利用“神话”已具备的象征性意义，潜移默化地影响受众的对信息的解读。正是利用这些“神话”，受众被引导着“自发”将“赔偿三千万欧元”这一行为理解为合情合理的。不仅如此，“铁道部”代表了“权威”，“中国”，同时也是对赔偿能力的隐喻，这就更让天价赔偿的行为显得不那么夸张和虚假。由此，造谣者又一次巧妙地利用“神话”的含蓄意指，令受众产生理性认同感，自然而然地被“理性”所说服。

另一则被大肆传播的“转基因食用油致不孕不育”网络谣言也利用了类似的方法，潜移默化地影响着受众的解码，使其产生心理认同。这则谣言主要来源于郭成林发布的《金龙鱼，一条祸国殃民的鱼》一文，该文章被大量转载、评论、转发，结果一度引发消费者的恐慌和市场混乱。原文中提到“金龙鱼靠什么成功，就是靠一条全球转基因大豆产业链……中国的消费者从来不看金龙鱼食用油的配料表！转基因农产品在欧洲和日本是绝对禁止人民食用的，因为对我们的儿孙身体有不可预测的风险……金龙鱼大豆油是化学浸出法！这种工艺的优点是出油率高，企业能降低成本，缺点是产生两种物质：铅汞残留和反式脂肪酸！这两种物质是强烈致癌物质……”^[10]造谣者同样利用了一个事实：食用油的原料包含转基因农产品，同时将事实与一系列“神话”，如“转基因”、“化学浸出法”、“强烈致癌物质”、“欧洲日本禁止”等组合在一起，最后添加一些虚假信息，如“金龙鱼的成功就是靠全球转基因大豆产业链”等，制造出一则有理有据的网络谣言。

受众在解码“转基因”这一文本符号时，联想到的是诸如“食品安全”，“致癌”，“隐患”等等负面概念。转基因食品的安全性一直未确定，学界也抱持着怀

疑的态度，许多发达国家也将其列为可能具备潜在风险的食品种类里，所以“转基因”已经逐渐成为了“神话”，含蓄意指了“危险”，“致癌”等消极意义。一旦受众接受了“转基因”的内涵意义，那么对于其导致的负面后果，即“不孕不育”，也会从情感上的认同跨越到理智上的肯定，认为这是有可能且符合事实的。本例的逻辑推演过程是这样的：食用油包含转基因农作物（事实）→转基因食品不安全→食用油化学压榨法致癌→导致不孕不育→食用油导致不孕不育，而“转基因”，“化学压榨法”等文本符号的神话性，更加合理化整个推演过程，最终令受众自然而然地认同谣言，结果导致了谣言的大量转发和评论，扩大其消极影响。

借助巴儿特的二级符号系统是为了说明一个问题：造谣者怎样利用既定的事实，“神话”和其他无关的虚假信息，用合乎逻辑的编码方式，将若干信息碎片组合在一起，并且让结论显得合情合理，让受众在解码过程中产生逻辑认同，而这种认同正是谣言不断疯传甚至让人深信不疑的重要原因之一。理性认同主要可能会引起两类效果，第一类，加剧受众的情感认同，第二类，影响甚至改变受众的行为，最典型的例子就是抢盐风波中疯狂抢购和囤积食盐的消费者。

三、网络谣言的控制策略

通过上述符号学路径对网络谣言的生成传播的学理分析后，可思考如下网络谣言的控制策略：

1、“稀释”谣言，制造积极的符号消费新热点

如前所述，网络谣言包含了一部分事实，“神话”和其他虚假信息，而大多数网络谣言迅速扩散的原因就在于，其包含的事实正是当下媒介议程框架中的热点。换句话说，也就是消费社会里大众的符号消费热点。制造，评论，转发网络谣言等行为，可以看作是娱乐至死的受众对热点符号发起的一场更狂热的消费。

遏制谣言的疯狂散播，降低大众对该符号消费热点的关注度，可以通过制造积极的新议题，大量发布辟谣信息优先占据搜索引擎等方式，“稀释”网络谣言的信息密度，从而转移公众的注意力，避免网络谣言的“疯传”，减轻其负面影响。

2、理性批判，打破谣言生成与传播的逻辑链条

为了有效控制网络谣言的进一步散播，减轻其消极影响，辟谣者首先要做的就是消除网络谣言的“神话”性，还原符号的直接意指功能。这就需要辟谣者通过官方或正式渠道及时发布辟谣信息，澄清事件的原貌，还原真实情况，利用自身的权威性和可信度抵消“神话”性。以“转基因导致不孕不育”为例，卫生部，农业部，食品药品监督管理局，相关专家、意见领袖乃至一些有影响力的科学网站（如果壳网的谣言粉碎机）等，都可以通过报纸、电视、官方微博等渠道澄清事实，普及对“转基因”农产品的科学认知态度，消除其神话性。譬如彭于发等多位院士一致认为，转基因作物中的转基因物质在榨油中已经被分离，故食用油中并不含转基因物质。

其次，需要辟谣者具备理性的批判态度，在充分了解事实的基础上提出合理质疑，从而彻底破除网络谣言生成与传播的逻辑链条。如“新疆籍艾滋病人通过滴血食物传播病毒，多人感染艾滋病”的网络谣言。针对此谣言，一方面新疆维吾尔自治区公安厅通过官方新浪微博“平安天山”进行辟谣：“近日有部分用户通过发微博、QQ及短信等形式，称一伙新疆籍艾滋病感染者在全国部分城市用自己的血滴到食物里，有人被感染。对此，我们联合多部门进行了核查，截至目前，未

发现有关艾滋病病人投毒的案件。”另一方面，卫生部也发表声明称该信息纯属捏造，并且给出了科学而合理的解释：“艾滋病传播有三种途径，即血液途径、性途径和母婴途径。艾滋病病毒不能通过餐具、饮水、食品而传染。自艾滋病病毒发现以来，国内外没有一例经食品传播艾滋病病例的报告。”^[1]此例可以看出，辟谣者在质疑谣言真实性的基础上，对其合理性和科学性也进行了批判，并给出关键性的科学证据和解释作为辟谣的依据，从而彻底破除网络谣言的逻辑链条。一旦逻辑链条被打破，受众的理性认同感会大大降低，其结果会导致受众行为模式也做出相应的改变，从而有效地抑制了网络谣言进一步扩散与传播。

3、信息透明，及时消除官方与民间的信息博弈

民间与官方，边缘与中心，集体与个体之间都存在着信息不对称的状况，网络谣言往往就是在二者的信息博弈中产生。当对立的双方无法及时有效地进行信息交流和沟通时，谣言往往就会转化成为一种“代偿性信息”，通过网络对信息的承载与加速作用，被信息匮乏的受众轻易接受。

从根源上避免网络谣言的产生，最主要的方法就是预防这种信息博弈局面的出现，消除信息分布不均衡的状况。可以通过建立网络新闻发言人制度，全面、及时地公开真实信息。也可以构建一个非盈利的辟谣平台，使得信息匮乏的普通网民，能够与信息饱和的意见领袖和权威部门自由平等地互动。如陕西传媒网的辟谣平台“第一回应”^[2]就是这样一个舆论平台，网友在通过微博获得辟谣信息的同时，还可以参与话题互动、提供谣言线索。这种信息的良性循环与交流，对网络谣言的扩散起到抑制作用，并且就其长期效果来看，可以从源头上消除网络谣言的生成。

四、总结

现代社会生活的诸多变端带来了或明或暗的不确定感，网络使用者的媒介素养和科学知识的缺失，以及社会信息管理的滞后等等因素给网络谣言的生成和传播带来了可乘之机，因此对网络谣言的治理是一个长期而系统的工程。本文试从符号学学理层面剖析了网络谣言的生成、传播与控制，期望在知识内爆、多元文化并存的今天找出网络谣言生成的根源，解决问题的症结，期待构建一个更健康有序的和谐网络公共空间。

参考文献

- [1][4][美]道格拉斯·凯尔纳.波德里亚，一个批判性读本[M].陈维振，等译.江苏：江苏人民出版社,2008:11.
- [2][3][美]曼纽尔·卡斯特.网络社会的崛起[M].夏铸九，等译.北京：社会科学文献出版社,2003:462-464.
- [5]王国华，方付建等.网络谣言传导：过程、动因与根源——以地震谣言为例[J].北京理工大学学报（社会科学版），2011(2):112.
- [6][法]罗兰·巴尔特.神话——大众文化诠释[M].许蔷蔷，等译.上海：人民出版社,1999:174.
- [7] 赵毅衡.符号学[M].江苏：南京大学出版社,2012:248.
- [8] 李彬.传播符号论[M].北京：清华大学出版社,2012:103-104.

[9]网易新闻.动车事故天价赔偿[EB/OL].
<http://news.163.com/13/0822/14/96SVH8B300014Q4P.html>, 2013-8-22.

[10]天涯论坛.金龙鱼，一条祸国殃民的鱼.[EB/OL].
<http://bbs.tianya.cn/post-develop-495297-1.shtml>

[11]国际商报网.造谣新疆籍艾滋病人滴血投毒事件.[EB/OL].
<http://ibd.shangbao.net.cn/b/i/247077.html>,2011-11-16.

[12]陕西传媒网.辟谣平台“第一回应”在陕西传媒网上线.[EB/OL].
<http://esb.sxdaily.com.cn/shtml/sxrb/20140512/232885.shtml>

基金资助：本文是国家社科基金项目《德波景观社会文化批评理论及其影响性研究》（12xww006）的阶段性研究成果。

作者简介：

刘扬，男，1974-，重庆大学人文社会科学高等研究院副教授，博士，研究领域为文化、传播与战略管理。

秦斯，女，1989-，重庆大学新闻学院 2012 级学术型硕士，研究方向为传播学与符号学。

联系方式：重庆市沙区沙正街 174 号，重庆大学 A 区文字斋 107 办，刘扬，400044