

谣言中的人际传播与大众传播

——以“谣盐”事件实证研究为例

□ 谢 越

【摘要】2011年3月,日本福岛核电站发生泄漏,在发生灾难的同时谣言四起,人们把碘盐同碘片混为一谈,认为碘盐可以有效地预防核辐射。基于这种态度,我国一些地方爆发了大规模的食盐抢购。此次谣言事件中“碘盐防辐射”这一信息始终围绕着人际传播和大众传播两条路线展开,这两种传播方式对谣言的传播产生了不同的作用和影响。

【关键词】谣言;大众传播;人际传播

2011年3月11日,日本发生9级地震;3月12日,日本时事社援引东京电力公司的消息说,日本福岛县第一核电站1号机组爆炸后释放大量的核辐射造成重大二次灾害,其后2号、3号、4号机组均发现泄漏情况。核辐射对人体危害极大,核泄漏事件立即成为社会热议,“碘盐防辐射”的消息在社会上不胫而走,传遍街头巷尾,煽动众多民众抢购食盐,致使多地食盐脱销。此次谣言传播历经多种媒介,归纳起来大致可分为人际传播与大众传播两个范畴,这两种类型的传播在谣言中扮演了怎样的角色?起了什么作用?它们之间有什么样的关联?通过本次实证研究,这些问题都将一一得到解答。同时,“谣盐”事件也是公共危机中谣言传播的一个绝好案例,对它的研究具有非常实际的意义。

理论探讨

谣言。最早对谣言进行的系统性研究是第二次世界大战期间社会上盛传的谣言对部队和人民士气产生的消极影响,由此谣言研究进入一个繁荣的时期。关于谣言的定义不下数十种。比较广为人知的是奥尔波特与波兹曼的观点、纳普的观点,以及彼得森和吉斯特的观点。奥尔波特和波兹曼认为谣言是一个“与当时事件相关联的,为了使人相信,一般以口传媒介的范式在人们之间流传,但是却缺乏具体资料以证实其准确性”;纳普认为谣言是一种“旨在使人相信的宣言,它与当前时事有关,在未经官方证实的情况下广为流传”;而彼得森和吉斯特则认为谣言是一种“在人民之间私下流传的,对公众感兴趣的事物、事件或问题的未经证实的阐述或诠释”。这三种说法都认为谣言是为了使人相信,三个定义均倾向描述谣言的内容及效果,而没有在谣言的传播方式上做比较详细的说明。

人际传播。郭庆光在《传播学教程》中指出,人际传播是社会生活中最直观、最常见、最丰富的传播现象,是个人与个人之间的信息传播活动,也是由两个个体系统相互连接组成新的信息传播系统。他认为人际传播大致分为两种方式:一种是对面的传播,另一种是借助某种有形的物质媒介的传播。^[1]随着媒介技术的发展,人际传播突破了传统的面对面的形式,打破了时间与空间的限制,运用先进的技术,如网络、手机等,催生了新兴的人际交往方式,使人际传播变得丰富多彩。

大众传播。所谓大众传播无非是指媒介组织通过大批复制并迅速传播信息,从而影响庞杂的受众这么一个过程。^[2]具有组织性、信息流动单向性、受众不知名和参差不齐等特点。

大众传播与人际传播最直观的区别在于人际传播属于点对点的传播,而大众传播属于点对面的传播。

研究方法

本次实证研究以问卷法为主,研究总体为年龄在18岁至60岁的广州市民,样本的容量为300,适用于中性调查,既具有可信度,又具有可操作性。为最大限度地体现研究总体的代表性,反映总体特征,本次调查的抽样方法综合了配额抽样、随机抽样和多级整群抽样。首先以性别为标准建立配额表。配额表依据性别要素占广州市民总数的比例进行加权,得出男性抽取156人,女性抽取144人;然后采用随机的方式从广州市下辖的10个区中抽取白云、天河、荔湾、黄埔、海珠5个区为一级抽样框;接着根据这5个城区官方网站公布的行政区划抽取5条街道作为二级抽样框;最后根据收集到的街道人口信息依据性别和年龄划分为3个层次,建立数表从中抽取,发放问卷。调查从2011年4月开始,到2011年6月结束。共计发放问卷462份,回收问卷381份,有效回收率为82.5%。全部数据资料检验核实之后以人工录入的方式输入统计分析软件SPSS15.0分析得出结果。同时本次调查还辅以文献法。

谣言从出现到消失大致上经历了三个时期:爆发期、转向期和消亡期。本文将把人际传播与大众传播置于这三个时期内来考察。

“谣盐”爆发中的人际传播。社会学家希布塔尼认为,谣言总是起源于一桩重要而扑朔迷离的事件,他设想谣言是一种集体行动,目的是为了给无法解释的事件寻求一个答案。日本发生核泄漏之后人心惶惶、情绪焦虑,同时又对核辐射一知半解,这为孕育谣言提供了温床。

本课题对受众获知“谣盐”信息的渠道做了调查,数据显示,网络、亲友转述、电视是受访者获知“碘盐”事件信息的主要渠道。300人中有262人对此进行了分析,52.7%的人选择亲友告知,38.2%的人选择电视,21.4%的人选择报纸,7.3%的人选择广播,1.1%的人选择其他。这足以说明在谣言传播初期人际传播的力量。

调查受众对“谣盐”的转述情况也是非常必要的,数据显示,大部分市民在接收到“碘盐防辐射”的信息后都进行了转述。196位市民对周围是否有人转告“谣盐”事件做出了回答,74.5%的人选择了是,只有15.6%的人选择了否,而9.9%的人则选择了其他。受众的转述行为扩大了谣言的传播源,接收

到信息的受传者很有可能转变为新的传播源,从而展开新一轮的谣言传播。

麦克卢汉在《理解媒介:人的延伸》一书中提出媒介是人的感觉能力的扩展和延伸。报纸是人视觉的延伸,广播是人听觉的延伸,电视则是视听综合的延伸。随着现代技术的飞速发展和新型传播工具的普及,人际传播发生了天翻地覆的变化,现代技术打破了人际传播的局限,增强了人际传播的力量。

在通过何种方式谈论“谣盐”事件的题目中,70.9%的人选择面对面告知,51.5%的人选择打电话告知,35.2%的人选择QQ聊天,9.7%的人选择发短信告知,4.6%的人选择发微博,3.6%的人选择其他,2.6%的人选择在社交网发状态,1%的人选择论坛发帖。可见面对面交流、打电话告知与QQ聊天是人们讨论此事的主要渠道。打电话、发短信、QQ聊天无疑扩展了谣言的传播范围。而发微博、发帖、在社交网上发状态等所占比例虽小,但带来的影响却很大;这些交流网实际上是一个一个的圈子,圈子越是紧密,传播就越是容易,这已经不是单纯的人际传播,而是人际裂变式的传播,接收到谣言的受众可呈几何级增长,同时谣言扩散的速度也大幅度提高。

“碘盐防辐射”这一信息最早在“私下”中流传不是偶然的。首先个体在谣言传播中更倾向于传播那些带有刺激性的可以缓解焦虑情绪的信息,这使得个体难以对信息的真实度做出理智的判断。同时人际传播的模糊性极大,在口语传播过程中,由于传播环境、传播主体和接受环境等方面的影响导致信息缺失,从而使得个人依据猜测、想象,对事物做出自己的解释。在这个过程中信息不断被加工、改造,经多次传递以后面目全非,真实性大打折扣。

相较于人际传播而言,大众传播更加理智,它的社会功能和背后的权力话语也更加明确和清晰,大众传播关系着信息的通达、社会的稳定,维护着权力者的统治。在谣言中大众媒介往往担负起发布官方信息、告知真相、安抚人心的作用。但大众传播的反应速度通常比人际传播迟缓,“谣盐”事件闹得沸沸扬扬后引起了媒体和官方的重视,大众传播才加入进来,大众传播的加入使得谣言进入转向期。

坊间流传“碘盐防辐射”的错误消息导致了食盐抢购,影响了正常的社会生活。针对该错误信息,官方、大众媒介有义务有责任进行澄清。然而在大众处于极度紧张状态以及“碘盐防辐射”信息先入为主时,突然出现的官方新闻发布并不能在短时间内打消公众心中的疑团,反而使得公众对“谣盐”的认知出现了严重的不和谐。尤其是在我国,政府干预媒体,媒体对负面的事件通常采取“缓报、不报”的简单处理方式,降低了公众对媒体的信任度。因此,在谣言的转向阶段,大众传播与人际传播并存,并呈现出博弈的形态,此消彼长。受众在这个过程中经过无数次的比较、权衡与分析,最终才确定自我态度的偏向。

“谣盐”消亡中的大众传播。今天,已不可能将谣言传播的速度与大众传播媒介对大众的态度截然分开了。大众传播媒介对谣言或保持沉默,或敞开它的专栏和提供试听节目的时间,那么一切都会随之大相径庭。^[3]在“谣盐”发生的两三天后政府发布了辟谣信息,从调查结果中可看出,300份问卷中共有143人从网络、报纸、亲友、广播和电视中选择自己最先从何处获取辟谣信息,其中网络获选率高达51.7%,选择电视

的占39.2%,选择报纸的占11%,选择广播的占3.5%,累计有88.4%的人选择了大众媒介,而仅有11.6%的人选择了亲友。

由于人际传播的传者是一个人,在传播中受主观色彩影响很大,传播具有随意性,而大众传播媒介作为专业的媒介组织,拥有众多的资源查实信息,发布正确的消息,把关人的存在也提高了消息的可靠性,并且由于大众媒介特性的影响,传播信息不易缺失,因此大众媒介相较于人际传播在辟谣的可信程度上也更有优势。本次调查中共有153人回答了关于辟谣可信度的问题。电视被选择为最可信的媒介,占71.2%;其次是报纸,占19%;选择亲友的仅占7.8%。由此观之,在辟谣方面大众传播媒介更受信赖,更具权威性。

辟谣过程中,人际传播在流动的信息中自动退位,大众传播的信息占主导。尽管人际的力量在谣言传播中逐渐放大,但在辟谣阶段却收效甚微,并出现“倒戈”的情况——原本宣扬“碘盐防辐射”的人转而相信并传播官方消息,即“碘盐不能防辐射”。同时大众传播的时效性加速了谣言的消亡,正是由于大众媒介的及时参与,促使谣言的消亡期提早到来。

结语与探讨

在“谣盐”传播的不同阶段,人际传播与大众传播分别扮演了不同的角色。由于谣言兴起之初在“私下”进行传播,因此在谣言爆发期,大众媒介往往不能及时洞悉并发布可靠信息,这个阶段的主要传播类型是人际传播,人际传播往往起着放大谣言和扩散谣言的负面作用。

而在辟谣阶段则以大众传播为主要力量,相比而言,大众传播有组织、有规范、有把关,传播内容更加客观,而且它的中间环节比人际传播少,所以信息中的失真程度也较小。同时,大众传播拥有强大的技术手段和硬件设施,能够保证大众传播的速度优于人际传播的速度,因此大众传播在辟谣方面有很显著的效果。

从“谣盐”传播中可以清楚地看到,目前在谣言传播中人际传播与大众传播呈现一种对抗、博弈的关系,而并没有达到融合、合作的理想状态。这两种传播方式所传达的信息内容相悖,人际传播更乐于传播负面的消息,促进谣言的散播,大众传播必须与之抗争,在经历一番较量之后占上风的一方取得意见领袖的地位。

两种传播方式对立的情况不利于谣言流传的控制,也不利于社会稳定。因此提高受众的素养是非常必要的,有利于从事件的模糊性这个维度上减小谣言在人际中流传的几率;另外,政府和媒体应该重视人际传播的力量,重视培养大众传播与人际传播的互动关系,以良好的公信力引导人际传播,同时建立谣言预警机制,及早公布信息,统一人际传播与大众传播中的信息内容,缩短谣言在人际中散播的时间。

(本文数据来源为暨南大学新闻与传播学院学生课程调查:《人言的“魔力”——人际传播在谣言传播过程中的角色界定》)

参考文献:

- [1]郭庆光.传播学教程[M].中国人民大学出版社,1999:81.
- [2]李彬.传播学引论[M].2003:164.
- [3]卡普费雷.谣言——世界最古老的媒介[M].新华出版社,2008:67.

(作者为暨南大学新闻与传播学院2010级硕士生)

编校:施宇