

移动即时通信鱼龙混杂——

公众号，何以服众

本报记者 朱海兵

核心提示：

如今，人们打开手机，微信、来往、米聊、陌陌、易信……几乎每个人都会下载一款或几款的即时通信软件，在方便人们沟通的同时，也为一些违法行为提供了温床。最近，国家互联网信息办公室联合相关部门开展专项治理行动，严厉打击移动即时通信公众信息领域传播谣言、暴力、恐怖、欺诈、色情信息等违法违规行，而具有传播和社会动员功能的公众号，成为重点整治对象。

几乎每个移动即时通信圈里，都盘踞着人们戏称的“四大天王”：鸡汤天王、晒娃天王、美食天王和自拍天王。

诸多和朋友分享的精彩段子从哪里来？除了朋友转发之外，公众号是最大的信息来源。但很多人并没有意识到，公众号并非“公信号”，里边同样鱼龙混杂。

《即时通信工具公众信息服务发展管理暂行规定》自今年 8 月 7 日发布后，腾讯公司对微信公众号进行全面梳理，并对有假冒社会公共机构和媒体名义、传播淫秽色情信息、涉暴力恐怖、发布虚假广告、编造传播谣言、破坏民族团结、诽谤他人、侵犯个人隐私等 8 类违规行为的公众号采取了处置措施。向国家互联网信息办公室报送的第一批微信公众账号处置名单显示，截至 8 月 25 日，已暂停更新公众账号 311 个、永久关闭公众账号 46 个。

直击：

不实信息满天飞

首批永久关闭的 46 个微信公众账号中，有一个山寨版“浙江新闻”，因假冒媒体机构发布虚假信息被关闭。该微信公众号谎称“国务院新闻机构确定的地方重点新闻平台，浙江省唯一的省级重点新闻微信。以‘权威媒体、大众网站’为基本定位，内容和经营实力已跃居全国地方网媒前列”。经网民举报并核实，该公众号系虚假号，其冒用新闻网站公众账号名义长期发布不实信息。

国家互联网信息办公室发布的《规定》明确指出，新闻单位、新闻网站开设的公众号可以发布、转载时政类新闻，取得互联网新闻信息服务资质的非新闻单位开设的公众号可以转载时政类新闻。其他公众号未经批准不得发布、转载时政类新闻。

那么，现况又是如何呢？通过微信平台火起来的资讯阅读应用“今日头条”，自 2012 年 8 月份上线以来，累计用户已经超过 1 亿多。根据个体用户的兴趣爱好完成信息遴选，是“今日头条”火爆微信平台的法宝。但火爆的背后，是“李鬼”横生，真假难辨。

记者在微信“添加朋友”选项中选择“添加微信公众号”，搜索“今日头条”，谁知跳出一大串的“今日头条”微信公众号，记者粗略数了一下，有 80 多个。

这些公众号图标大多是白底红字的“头条”两个字，有的号称“最精准的头条新闻”，里边却多是广告营销；有的自称“零距离与你相伴，不出门也能知天下大小事”，内容大都是不堪入目的小道消息；有的竟直接用美女头像做图标，内容也是乱七八糟。还有不少公众号打起了“擦边球”，如“减肥今日头条”、“今日头条八卦”、“今日手机头条”、“舌尖上的大理今日头条”等名字，可谓“创意十足”。

随后，记者又搜索了“新闻头条”，发现同样也是鱼龙混杂，大多与新闻无关，有的信息甚

至涉黄。而搜索“CCTV”等，同样发现充斥着不少未认证公众号，不仅名称与认证号相同，图标也几乎一模一样，有从未发送过消息的“僵尸号”，也有推送毫不相关的内容或广告。

忧心：

真假难辨藏陷阱

真假难辨的微信公众号背后，更令人忧心的是谣言肆虐、财产损失、隐私泄露等。

宁波警方最近就披露了两起案例。今年7月，秦某从微信中看到多条“加微信公众号并转发朋友圈，免费领取小米手机一台，100%领取100%送”的帖子，就关注了名为“**缘”的微信公众号并在朋友圈中转发了该微信。随后，该微信公众号发消息给秦某，称其已获得领取小米手机资格，需先支付15元“体验金”至指定账户，待其收到手机后即退回。秦某将15元转入账户，结果该微信公众号又以需交纳运费、保证金等为由令其重复转账汇款，秦某方才发觉被骗。

另一起案件的受骗者齐某，在微信中收到知名游戏公众号“***之队”发来的“诚招网络兼职，帮助淘宝卖家刷信誉，可从中赚取佣金”的推送消息。因该游戏公众号系官方的微信公众号，齐某信以为真，遂按照对方要求多次购物刷信誉，将1200元转入对方支付宝账户。后经查，该微信公众号被人盗用。

对此，有专家分析指出，因用户对认证的微信公众号普遍比较信任，因此通过盗取公众号来诈骗，相对容易得手。特别是针对不同微信号“订制”的中奖消息，迷惑性更大。此外，为了确保用户体验，避免海量信息对用户的骚扰，一般微信公众号每日只能推送一次信息，但这同样造成一个问题：发现错误无法及时向用户澄清，也给了不法分子作案空隙。

不仅如此，在一些别有用心的人操纵下，不少微信公众号更已成为谣言和虚假广告的温床。有一篇题为《微波炉厂家打死都不说的惊人秘密》的文章，曾被微信用户热转，所谓的“秘密”包括：微波炉辐射会致癌、微波炉烹调食物会导致营养流失等。事实上，微信中还有更多耸人听闻的谣言，像人死于酸性活在碱性、榴莲致癌等类似打着科学、养生旗号的伪科学文章流传甚广，转发率也很高。有微信公众号营销人员承认，由于当前关注养生的人比较多，因此制作并发布各种虚假的养生信息，及所谓的“心灵鸡汤”，以骗取用户关注，已成为一些公司营销的常用手法。

期盼：

重塑公信严把关

“很多营销公司都在做公众号，甚至成了主营业务。”一家网络推广公司负责人透露，许多山寨号实际被营销公司所注册和控制，而目的也很简单，通过这种手段吸引用户关注。“比如有10多个山寨号，每个山寨号有近千个粉丝，用这些账号推送同一个广告，那就有1万多个用户会看到，我们就靠这个数字去找客户要推广费。”

公众号为何容易被利用？专家分析认为，当前对微信等移动即时信息的监管确实存在相当大的难度，主要原因有：资讯生产的自主性、随意性强，没有相关的组织约束审核机制；公众号的终极传播是在圈层化的封闭、有限开放空间内进行，不在圈层群组内就难以发现和监管；公众号信息是基于强关系链的私密交互传播，碍于圈层的“熟人”关系不易直接澄清、对质。简而言之，因为是“我”所熟悉的“你”转的，所以我更愿意相信——这种偏听偏信、以讹传讹的行为恰恰强化了不实信息、谣言、欺诈等有害信息的传播。

“包括微信公众号等现有和未来社交应用工具的平台运营商，对其产品正常运营的自我监管和治理是第一责任人，也必须时刻肩负社会责任和义务。”中国传媒大学媒介与公共事务研究院高级研究员侯锬表示，微信公众号等移动即时信息媒介具有移动便携、即时抵达、交互性强、传播私密等独特优势，实际上是一种人人皆可拥有的“自媒体”。这也使得微信公众号在“去中心化”的传播环境下，更容易产生因“把关人”缺失而形成的大众传播风险。

据了解，如今微信公众号的总数超过580万个，日均增长数由去年的8000个上升至现在的1.5万个。但几乎是从微信推出公众号开始，“垃圾信息”轰炸式营销和虚假、诈骗、色情等有害信息相伴而生。来自腾讯公司针对不良信息以及网络黑色产业链专项清理的“雷霆行动”数据显

示，目前其已累计封停假货公众号 3 万个；每日封停欺诈广告 1000 万条；QQ 和微信针对有风险网站链接每天给用户提供 29 万次提示；上半年配合各地警方打掉网络黑色产业链团伙 10 余个，抓获约 80 名嫌疑人，涉案金额接近 2500 万元人民币。

为规范即时通信工具公众信息服务，国家互联网信息办公室发布的《即时通信工具公众信息服务发展管理暂行规定》，明确给包括微信平台在内的公众号套上“紧箍咒”，并要求公众号需“实名制”审核备案。

“无论什么样的公众号，无论用户数达到多大规模，信息发布都应遵循法度，没人真正喜欢虚假的信息和谣言。”浙江大学传媒与国际文化学院院长吴飞教授认为，任何信息传播渠道，如果想在信息市场上获得长久的价值回报，都会对自己发布的信息进行比较严格的审核。从这一角度说，政务公众号、媒体公众号都必须建立起必要的信息发布流程和审核机制，传播真实、有价值的信息，才能在信息市场上起引领作用，使公众号平台的秩序变得有序。

专家观点

人民网舆情监测室秘书长祝华新：对公众号的管理，不仅是互联网治理的新课题，而且是社会管理的新挑战。公众号运营者需要审慎发声，遵守法律和公序良俗，特别是时政类公众号，需要传播真实信息，凝聚社会共识，而不是扩大社会分歧。