



突发疫情应急科普中的媒体传播新特征

——以新冠肺炎疫情舆情分析为例

汤书昆^{1*} 樊玉静²

(中国科学院科学传播研究中心, 中国科学技术大学科技传播与科技政策系, 合肥 230026)¹

(中国科学技术大学科技传播与科技政策系, 合肥 230026)²

[摘要] 新型冠状病毒感染肺炎疫情突发, 全国性的封闭环境使新媒体成为信息传播的主要渠道。应急科普“主战场”相应从线下转至线上, 在大规模开放使用、涌现型即时参与、多热点广泛互动的互联网空间中呈现一系列新特征, 同时也暴露出科学传播供给端存在的若干问题。通过考察此次疫情应对的科普体系运营情况, 总结应急科普中的科学传播特征与问题, 提出改善建议, 以期为今后突发公共事件的应急科普体系运行提供借鉴。

[关键词] 应急科普 科学传播 新媒体 新冠肺炎

[中图分类号] G206 **[文献标识码]** A **[DOI]** 10.19293/j.cnki.1673-8357.2020.01.010

在大规模突发疫情的应急科普工作中, 除了事件本身需要快速妥善处理之外, 还需要对突发事件引发的分歧和情绪进行“寻求真相”的报道和解读, 以达到消除误解、破除谣言、合理引导社会舆论的目的。因此, 突发疫情应急科普对于处于疫情中的民众了解事件真相、获得研判事件迫切需要的科学知识来说显得尤为重要。进入移动互联时代后, 媒介环境发生了巨大改变, 应急科普面临更加复杂的信息场域, 真实、准确、科学的科普知识内容有效传递至公众的难度陡然增大。

1 突发疫情应急科普面临高度复杂的信息场域

1.1 民众信息依赖与心理恐慌加剧

本次新型冠状病毒肺炎疫情(以下简称

新冠肺炎疫情)暴发后, 诸如多地市民凌晨排队抢购双黄连口服液、将湖北回乡人员房门焊死的变味儿隔离、武汉返乡人员的身份证号个人信息在各个微信群里被“转发提示”等因恐慌导致的扭曲事件层出不穷, 映射出公众因面对严重事态的本能恐慌、信息获取强不对称等风险而产生了大范围的传染性焦虑, 由此发生了一系列群体极化和“集体失智”的抗疫“异化”行为。信息迭代高度频繁的移动互联和自媒体扩散时代, 人们对于未知“真实”信息的渴求与依赖使社会公共事件比以往任何时代都更引人关注。新冠肺炎疫情暴发这一特殊时期, 全国性的封闭环境导致社交媒介传播空前加速, 也使民众对准确、易得、权威的外界信息有更为迫切的需求。特殊的疫情事件与舆情环境, 如何使

收稿日期: 2020-02-20

* 作者简介: 汤书昆, 中国科学院科学传播研究中心、中国科学技术大学科技传播与科技政策系教授, 研究方向: 科学传播、公共管理, E-mail: sktang@ustc.edu.cn。

应急科普发挥有效作用成为科学传播工作者全新的挑战。

1.2 移动互联网时代的信息噪音空前加大

移动互联网的广泛普及使社交媒体展现出巨大能量,微信、微博、抖音、快手、bilibili等社交平台成为疫情信息传播的主要渠道,传统媒体(如《人民日报》和《南方都市报》)、网络媒体(如腾讯新闻和网易新闻)、自媒体(如“丁香医生”和“回形针paperclip”)交织着广泛参与其中。然而,社交网络传播技术在建构出前所未有的个性化自由传播空间的同时,也相应地制造了更为直接和严重的信息噪音^①干扰^[1]。新冠肺炎疫情突发后,纷乱而巨量的信息快速跨越传播媒介、受众阶层的区隔,裹挟着大量本身扭曲失真的信息噪音抵达受众,进而引发理解偏差、以讹传讹、谣言四起等状况,信息基于平台用户社交圈的即时裂变扩散更是加剧了这一现象,极大程度上削弱了精准事件解读、正确防疫措施等优质信息的传播效力,限制了民众对真实信息的有效提取,加大了疫情信息“失序漫流”中的辟谣难度。

1.3 数字媒介使用和媒介素养“洼地”普遍存在

虽然伴随智能手机普及和信息基础设施覆盖率提高,信息消费接入层面的数字鸿沟^②显著缩小,但“使用沟”和“素养沟”却很难在短时间内弥合。在此次疫情期间则集中表现为青年数字原住民群体和中老年数字移民群体之间的数字代沟:两群体对疫情严重性的评价存在明显不同。

从媒介使用层面看,2020年2月18日,“北大新媒体”调查结果显示,有66.7%的老年一代首次知晓疫情是通过手机新闻客户端,

83%的年轻一代则是通过微博^[2],而相较于新闻资讯整合平台,微博自媒体平台信源更多样、信息更新更快。据1月25日百度发布的《新型肺炎搜索大数据报告》^[3],通过百度搜索疫情信息的用户中,40岁以上人群占比不足10%,一定程度上说明中老年民众较少主动搜索和持续了解疫情的最新进展,主要通过被动接收媒体平台和社交圈信息的方式了解疫情。

从媒介素养层面看,2月20日发布的《百度App用户战疫实录》报告显示,对辟谣信息尤其关注的人群主要集中于80、90后年龄段人群,占比近50%^[4],而中老年群体受媒介使用能力和社交圈层限制,主要依据主观经验判断信息、辨别谣言,存在明显的素养差别。在史无前例的全国封闭环境中,线下物理社区等人际传播场域的效力大减,中老年人作为更需要重点防范新冠肺炎疫情的群体,选择和评估互联网信息的能力相对较弱,成为应急科普的重点难点。

2 新冠肺炎疫情中应急科普呈现的新特征

2.1 垂直领域新媒体影响力凸显

相较2003年在全国暴发的“非典”疫情,新冠肺炎疫情期间新闻爆点以几乎令人目不暇接的频率出现并快速迭代是新的特征,媒体信息借助互联网和自媒体大量堆积、快速刷新,信源及内容真假难辨。民众的时间、注意力被持续分散分裂而破碎化,饱受信息超量供给而无力辨析的困扰。这种特定情境下,相较于综合全面的快餐式信息流,特定领域内的“专家”式信息供给与深度解读显然更符合民众当下诉求。

① 1949年,信息论创始人克劳德·香农提出信息传播中的“噪音”概念,指由于技术故障或技术不完善造成的干扰并使得发出信号与接受信号之间出现的信息失真。目前该概念已扩充至非技术范畴,可指发挥负效用的信息,如虚假信息、不良信息、危害公共安全的信息。

② 1990年,美国未来学家托夫勒首次提出“数字鸿沟”概念,最初被美国国家远程通信和信息管理局定义为“一个在那些拥有信息时代的工具的人以及那些未曾拥有者之间存在的鸿沟”,主要包括“接入沟”和“使用沟”两个维度。随着研究不断深入,传播学领域将“素养沟”纳为第三个维度。



截至2020年2月20日12时,由互联网医药领域新媒体平台“丁香园”制作的“全国新冠肺炎疫情实时动态”页面浏览人次达23.2亿,成为民众获取信息的重要来源之一。该页面主要提供信息型(如疫情实时数据动态、重点信息实时播报、疫病知识科普)和服务型(如全国发热门诊查询、患者同乘查询、在线义诊)两类内容,和其他科普内容生产者相比,“丁香园”在处理疫情信息时的最大优势是专业度。一方面,“丁香园”一直专注于提供医学、医疗、药学、生命科学等相关领域的专业知识、最新科研进展以及技术服务,疫情中定位鲜明的“医疗专业主义”体现权威性,增加了其发布内容的可信度。另一方面,没有医学背景的内容生产者,在理解疫情中涌现的医学名词概念、梳理内在线索上需要花费更多时间,而深耕医药领域的“丁香园”在疾病科普和公共卫生防控知识上已有大量积淀,在内容处理上的效率和敏感性也更高。

在大规模突发疫情中,获取更新及时、解读专业、权威可信的精准科普信息是民众的根本诉求。相较于资讯类平台,医药领域新媒体平台专注于医学、医疗内容,内容解读更加专业和深刻。相较于“单打独斗”的自媒体作者,其面对突发事件时的反应力和执行力更强,例如,从创意到上线可自主查询的疫情地图1.0版本,“丁香园”只用了1天。垂直领域新媒体确实实现了更快速、准确地满足民众的疫情科普信息需求,在帮助公众正确认识疫情发展态势方面发挥了独具特色的聚焦服务作用。

2.2 丰富多彩的数据可视化应用可圈可点

由于基本数据发布强管控的因素,各类媒体在本轮疫情报道中引用的实时动态数据基本上都来自国家及各省市卫生健康委员会、各省市区政府、港澳台官方渠道。在数据来源高度一致的情况下,各传播平台在报

道时积极运用多种新技术支撑的可视化手段,深度挖掘数据信息、丰富数据展示形式形态,期待以可视、交互方式有效提高科普信息的接收率和服务品质。

疫情地图是新冠肺炎疫情中使用最高频的查询工具,这也是各个内容平台不约而同采用的数据可视化形态,如百度“实时疫情大数据报告”、网易新闻“肺炎疫情实时动态播报”、新浪新闻“新型冠状病毒感染肺炎疫情实时动态追踪”等。不同于卫健委系统的数据发布,这些疫情地图对原始数据进行二次加工,以中国地图的方式动态呈现各省疫情状况。折线图也是反映国内疫情变化趋势的常用方法。一些新颖的可视化方法,如“疫情变化晴雨表”,运用像素可视化方法表示各地每日新确诊人数,方块面积表示具体的数量,方块颜色表示和前一天比较,是否有更多的新增确诊病例。这些可视化方法,可以非常明确地表示地区随时间变化的疫情情况,也能够使公众非常直观地比较各地最新疫情变化情况,较为便利(见图1)。



图1 疫情变化晴雨表(国际版)部分截图

注:截图来自“新型冠状病毒感染肺炎疫情可视分析系列”网页(<http://vis.pku.edu.cn/ncov/barometer/>),制作者为北京大学数据可视化研究所。(截图时间:2020年2月20日11时)

本次疫情数据呈现的另一个明显特点是页面的交互设计。以“DNABlockchain·2020年新型冠状病毒疫情持续跟踪”网页为例（见图2），该疫情地图具备地图和曲线图可交互、数据表自动排序、数据表下钻等特点。交互设计通过组织和筛选数据使页面更加简洁有序，同时突出了数据重点，提高用户单位时间获取信息的能力。这也充分考虑了民众在“被科普”中的主动性，为其提供灵活的数据映射方式，使其可以从多个维度探索数据背后的信息，辅助加深对科普信息的理解。

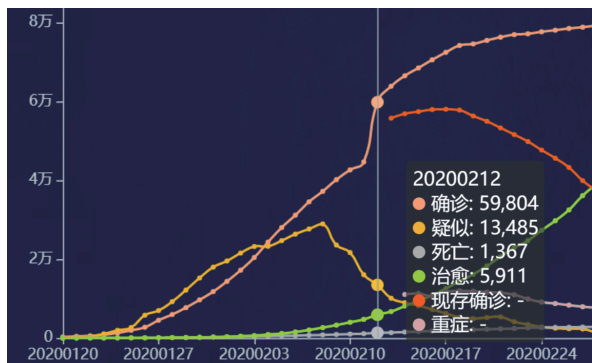


图2 可交互曲线图：随鼠标移动出现当日疫情数据

注：截图来自“DNABlockchain·2020年新型冠状病毒疫情持续跟踪”网页（<https://www.dnablockchain.cn>），制作者为IT个人从业者李志刚。（截图时间：2020年2月25日11时）

2.3 主流媒体与自媒体开放合作呈现新局面

在抗击疫情中，“互联网+”自媒体发挥的传播力、动员力、影响力引人关注。如2月4日，新浪微博开辟了“肺炎患者求助”超级话题，设置了发布求助、免费义诊、防治服务、发热门诊板块，对接政府部门与主流媒体设置的专门核实通道。截至2月20日12时，该超话阅读量突破20亿，平台已核实信息超过1300条。2月5日，“人民日报全媒体行动”随后开启了“新型冠状病毒肺炎求助通道”，借助新浪微博平台扩散征集求助者信息，在新浪微博平台上引起广泛关注（见图3）。主流媒体主动借助网络积极开辟信息求真印证渠道，这种以往少见的深度即时合作开启了一种媒介服务新模式，即：以官方媒介渠道的权威性弥补了微博等社交自媒体带来的信息

不确定性，社交自媒体平台则辅助实现了官方信息在民众间的快速扩散和开放参与。这一高效服务的创新举措发挥出权威性与自由度、稳定性与即时反映能力的双向优势，获得普遍赞誉，起到了开放对接公众需求、系统稳定公众心理的作用，使应急科普最大程度发掘利用了互联网时域性、互动性效能，为抗击疫情提供了另一种途径的融媒体服务模式。

又如被广泛关注的“丁香园·疫情地图”，本质上更像是一款整合疫情信息的公共产品。“丁香园”与人民日报社达成包括疫情地图在内的内容产品生产合作，后期合作伙伴也扩大到了“学习强国”“健康中国”等覆盖人群极广的国家级知识传播、信息发布平台。这种合作，不仅可以使“丁香园”通过中宣部、卫健委等国家级渠道更及时获取准确的疫情一线素材，《人民日报》等资讯平台也可以通过向民众提供更优质的科普信息和事态报道，实现有效的舆论引导。自媒体与主流官方媒体联合，成为本次疫情应急科普中服务保障的重要特点。社交自媒体传播信息、完成交流、发起讨论的传播分工，契合了疫情期间特殊的人际和组织交流环境。各种主流官方媒体发布的政策法规、防疫知识、疫情动态



图3 “新型冠状病毒肺炎求助通道开启”在新浪微博平台引起广泛关注

注：截图来自《人民日报》新浪官方微博。（截图时间：2020年2月20日11时）



等关键信息在社交媒体的帮助下，打破社交圈层、地理限制完成短时间内高效传播，并最终快速转化为实际执行力。

3 新冠肺炎疫情应急科普中存在的科学传播供给端问题

3.1 优质科普内容生产者仍然缺位明显

新冠肺炎疫情实时数据解读、健康类和社会类谣言辟谣、疫情防控知识等宽泛意义上的应急科普内容，借助“互联网+”自媒体平台取得了相对显著的传播成效。但狭义上，通过进行符合传播规律的科学知识大众化的创造性、艺术性转换，将原本晦涩难懂的专业知识原理解读成公众通晓易懂内容的“爆款”科普作品却相对少见，如对新型冠状病毒本身、病毒感染机制进行专业解读的通俗易懂且传播快捷的作品产出不多。受疫情突发性和公共卫生专业领域门槛限制，被按下加速键的专业科普还是以图文版疫情预防手册、专业人士出境讲解的短视频 Vlog 等常见的形式出现，形式相对欠缺生动性。

2月2日，名为“回形针 paperclip”的科普团队在其微信公众号、抖音号、bilibili 等平台发布了视频“关于新冠肺炎的一切”，引起社会广泛关注，微信文章阅读量2小时破“10万+”。该视频通过三维建模动画形象展现病毒传播途径及背后原理，同时多处引用专业数据推算病死率，以病死率反推确诊人数，深入浅出地为民众解释勤洗手、戴口罩的根本原因，在特殊时期具有很强的教育意义。类似的，由bilibili科技类作者“Ele实验室”制作的“计算机仿真程序告诉你为什么现在还没到出门的时候”以疫情传播计算机仿真程序模拟了疫情传播与暴发的过程，使受众直观了解了“不出门”对控制疫情的重要性。该视频被央视网和人民日报社转载，刷屏各大新媒体平台，作者“Ele实验室”的粉丝数

也从3万涨至13.9万。这两个应急科普作品都体现了科学传播的专业性与大众性非常出色的融合，从而成为应急科普高效服务的产品。但综观实际的科普产品产出，虽然与疫情相关的科普产品近似汗牛充栋，但类似二者的高质量内容服务和效果并不多见。虽然制作数量庞大，但优质科普内容供给者缺位现象依然突出，导致多数民众对于疫情“只知其然，不知其所以然”，并且民众对疫情严重性的感知容易伴随长时间跨度而进入倦怠期，不利于从根本上提高从防控信息到防控行动的转化效率。同时，缺乏对疫病感染途径、机制的理解，也不利于提高民众抗疫信心，较难真正消除恐慌情绪易反复滋生的心理环境。

3.2 科学共同体声音出现无奈的“隐身”

随着新冠肺炎疫情的不断蔓延，社交媒体上每天都充斥着大量真真假假的新消息和来自多元主体的复杂评论，其中针锋相对、相互争辩的观点和论据很多，导致民众经常被带入“歧途”而不知所措。当民众自身完全无能力做出理性判断时，毫无疑问会选择相信其信任者所发出的声音。由于新冠肺炎是全新的病毒类型，连最前沿的病毒研究者对诸多关键问题，如来源和宿主、轻症转重症的节点、对症治疗方式等都莫衷一是，普通百姓在疫情中则自然表现为对科学家群体声音的信任和渴望。

然而，由于事件一开始国家卫健委专家组、国家级研究机构科学家等就因发声不当或发声被严重扭曲而深陷舆情漩涡难以自拔，导致科学共同体的权威发声一时“噤若寒蝉”，直接在一线的三位临床医生兼防疫“大咖”钟南山、李兰娟、张文宏则在疫情防控和治病救人话题范围内“大胆直言”，并迅速成为全民愿意倾听的应急科普偶像。相较科普媒体人的行动之迅速，绝大多数在疫情中“集体受伤”

的科学家不愿以公开身份进行自我观点的公开表达，对短时间爆款的流行错误说法没有第一时间站出来进行事实证伪，而是选择似乎非常无奈的“集体隐身”。为什么在重大疫情应急科普中会出现这种“集体隐身”，从传播机制和原理上需要做更深入的探究。

3.3 常态化的协作联动辟谣机制亟待建立

本次疫情中，各类主体充分意识到了科学辟谣的重要性。如湖南主流媒体结成“辟谣侠盟”及时编发辟谣信息；江苏常州公益组织“辟谣联盟”有近600人参与辟谣工作，还拥有3000多个“线人”。腾讯微信安全中心于1月26日发布《关于新型冠状病毒肺炎相关谣言专项治理的公告》，明确宣布散布疫情谣言或被永久封号；2月11日，最高人民法院、最高人民检察院、公安部、司法部联合印发《关于依法惩治妨害新型冠状病毒感染肺炎疫情防控违法犯罪的意见》提到，依法严惩造谣传谣犯罪，疫情期间确实也有多人因散布谣言被行政拘留。

这种多管齐下式的谣言治理方式，取得了辟谣信息“量”上的明显改善，但多箭齐射的方式也使辟谣信息资源明显呈现碎片化和分散性特点，难以形成合力。一方面，受不同阶层、地区公民群体的媒介使用和科学素养差异影响，直击民众恐慌和健康痛点的谣言仍在社交平台上基于人际网络高强度传播，导致一部分缺乏主动了解辟谣信息意识和积极性的民众出现从众行为短板，如“喝板蓝根+熏醋能预防新冠肺炎”导致板蓝根抢购脱销的状况出现。另一方面，对社会类谣言的辟谣力度有待加强，一些社会类谣言如“xx市将全城断网，以禁止医务人员分享相关信息”“xx慈善总会27亿善款上缴市财政”，谣言来源隐蔽，求证困难，迷惑性强，更容易造成社会心理波动，破坏防疫形势与

社会秩序。

4 对策与建议

4.1 加快建设数字媒体应急科普内容生产的示范与激励机制

从本次新冠肺炎疫情中的应急科普来看，举国动员之下，来自政府和民间的应急科普知识产品生产数量巨大，显示出供给端强大的生产能力。但冷静观察，具有强影响力的优质科普内容并不多，除了应用智慧技术的数据查询平台服务产品一枝独秀，较大量的都是知识及解读方式同质化、知识直接图解化的科普产品，还有相当数量出现负面影响的劣质产品。

从传播场域来看，新冠病毒应急科普是中国第一次以“移动媒体+自媒体”为主要交流空间进行的超大流量科普传播，传统科普媒介渠道已经不是主要场域。由此带来的思考是：传统媒体对传播的科普内容多已建立了社会价值大于商业价值的奖惩与评价办法，数字媒体反而较为混乱，通常流行的是“在网络世界实验+强商业意图”的奖惩办法，而且随着“热媒介”快速迭代，办法也在“急速变化”式变化。

从数字媒体已经成为应急科普主场域的现状及趋势看，亟需官产学研联合探讨数字媒体应急科普内容生产如何建立有引导力、有示范性的激励机制这一问题。目前，这一议题的建设路径并没有被明确提上议事日程。

例如，可探索支持新媒体平台以流量叠加推荐、增加科普类内容流量收益的方式，鼓励高手集成资源生产“精品”科普内容。在平台审核把关机制支撑下，开通科普内容消费“打赏”按钮，以知识付费方式切实为优质内容生产者提供适合网络世界消费的激励路径，强调促进优质内容产出。又如，需



要明确制定平台设置相应科普内容纠错通道的办法,通过建立官产学研协同的各级专家库与审核平台,督促内容生产和发布形成奖惩“闭环”,在最短时间内规避错误失真内容导致的舆情事件。

本次疫情中,及时纠错在若干平台上也在起作用。如“回形针 paperclip《关于新冠病毒的一切》发布后,“知乎”的作者“光泽君”指出该视频对 ACE2(血管紧张转化酶 2)在人体中的主要分布位置表述有误,并不是视频中举例的咽喉、眼皮、鼻腔等黏膜处,科普作家方舟子在平台的错误内容发布后也快速质疑“ACE2”应表述为“ACE2 受体”,这种及时纠正消解了不恰当科普知识的误导。又如,针对影响广泛、反复出现的科普知识谣言进行证实性纠正,以快速科学辟谣,建立防伪纠错机制切实稳定公众情绪,也是这次疫情中暴露出来明显不足的重要需求。而像这样的行为如何纳入常态化和“战时化”应急科普的示范机制中是亟需创造性设计的。

4.2 探索科学共同体与媒体协同发声兼顾及时性与准确性的新机制

在本次新冠肺炎疫情的应急科普中,某些科学共同体及科学家深陷于因发声不当而造成的负面舆情之中。从科学共同体及科学家与媒体的联动关系看,涉及科技的重大事

件,国家和民众都要求共同体和专家发声,而发声就面临与媒体的联动。在本次疫情科普中,专家与机构发声形成舆情风波主要是在“自媒体+网络媒体”上先聚焦成型的,直接由官方主流媒体触发风波较少,多为舆情焦点出现后重新翻出官媒上发声的“老帐”。因此,科研机构和科学家如何把握好与自媒体的协同是难点,也是机制建设的重点。

在涉及科技的重大公共危机事件暴发时,科研机构需要强化自有科普自媒体在应急科普中的发声力度,如新冠病毒疫情事件需要重点普及诸如病毒来源、传播途径等基础科学领域知识,但同时又需积极拓展与市场化专业科普团队的合作渠道,以联动方式形成“权威知识+科普转化”,在应急科普中以更快捷、更精准的方式产出更多优质科普内容。对科学家来说,需要进一步提升科普支撑应急管理责任思维,避免出现集体性意识和行动缺位、错位而导致媒体发布科学性、解释度不足的信息误导民众。

此外,应急科普还需要加强政府、科学共同体、官方主流媒体、网络媒体、自媒体平台与内容制作者各主体间的即时协同,以充分利用互联网的开放使用、即时参与、广泛互动形成应急科普协同合力发声的机制,形成面向大众疫情防控应急科普的高效供给。

参考文献

- [1] 易容, 周晓丽. 新媒体时代的信息噪音与控制——对手机短信文化空间的现状分析 [J]. 新闻实践, 2004(7): 40-41.
- [2] 程玮如. 代沟与反哺: 疫情之下的两代人 [EB/OL]. (2020-02-18) [2020-02-20]. https://mp.weixin.qq.com/s?src=11&tmestamp=1583403609&ver=2198&signature=5qM7d926laLP6sPtET9ivy8SGjE6p5neEHgIEf2KI6M*j2COc1Rd50o2biQotJx8siGihuX8Jt6NIRH2BAvJ7DQcOdaqdUcoieYpYgl3d9.
- [3] 百度. 百度新型冠状病毒肺炎搜索大数据报告(1月21-24日) [EB/OL]. (2020-01-25) [2020-02-20]. http://pro.baidu.com/new/home/product/details?id=6400&ly=article_prev.
- [4] 中国新闻网. 百度 App 用户战疫实录: 日均超 10 亿人次搜索、浏览疫情信息 [EB/OL]. (2020-02-20) [2020-02-20]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1659038863220162816&wfr=spider&for=pc>.

(编辑 颜 燕 张英姿)

Media Communication Characteristics of Emergency Science Popularization in the Course of Combating COVID-19

Tang Shukun¹ Fan Yujing²

(Center of Science Communication, Chinese Academy of Sciences
STPC, University of Science and Technology of China, Hefei 230026)¹
(STPC, University of Science and Technology of China, Hefei 230026)²

Abstract: The outbreak of COVID-19 makes new media the main channel for science communication, i.e., the main battlefield of emergency science popularization develops from offline to online communication. A series of new characteristics of emergency science popularization emerge in cyberspace, with several problems revealed on the supply side of science communication. This article summarizes the characteristics and problems of media communication in emergency science popularization, and puts forward suggestions on improving emergency science communication system for future response to unexpected public events.

Keywords: emergency science popularization; science communication; new media; COVID-19

CLC Numbers: G206 **Document Code:** A **DOI:** 10.19293/j.cnki.1673-8357.2020.01.010

Infodemic: Study on the Spread of and Response to Rumors about COVID-19

Jiang Sujia

(School of Public Administration and Communication,
Beijing Information Science and Technology University, Beijing 100192)

Abstract: Based on the database of rumors maintained by WeChat Counter-Rumor Platform and Dingxiangyuan (DXY, a connector and digital service provider in the healthcare industry of China), this article analyzes 230 rumors collected from late December 2019 to February 13, 2020. The spreading characteristics and the social basis of epidemic rumors have been researched and findings are reached as following out: people's cognitive limitations and iterations on emerging issues make the epidemic situation full of ambiguity; lack of information transparency puts the public into a cognitive predicament; and the social media communication environment may further exacerbate the complexity of rumor spreading. This article proposes a strategy to cope with rumors, that is, to establish a socialized collaborative rumor refuting mechanism.

Keywords: infodemic; rumor; science communication; COVID-19; public emergency

CLC Numbers: G206 **Document Code:** A **DOI:** 10.19293/j.cnki.1673-8357.2020.01.011