

微

周刊

(9-16版)



不少人遭遇“群扰症”： 网络群组成恶意营销聚集地

“微信群、QQ群、贴吧群……加的群越多，为何越烦？”

翻看被群聊信息占据的聊天列表，不少网友抱怨自己正遭遇“群扰症”：“这种食物不能再吃了！”醒目标题让人真假难辨，不少聊天群甚至成为谣言传播的温床；有的群组由于缺乏平台监管，有意无意地成为违法犯罪行为的“帮凶”；有的群聊看似信息满满实则杂糅，从花式营销信息到拉票寒暄，令人烦恼不已。

破解群组困扰，规矩必不可少。日前，国家互联网信息办公室印发《互联网群组信息服务管理规定》（以下简称《规定》），不仅明确互联网群组信息服务提供者落实信息内容安全管理主体责任，也对群组建立者、管理者包括群组成员列明规矩、画出红线。

花样迭出 肆意传播 群聊天滋生谣言

“你吃的肉松蛋糕竟是棉花做的！”今年5月，不少微信群、QQ群中开始流传这样一则令人瞩目的视频。该视频通过水洗、火烧等所谓实验手段，试图证明部分肉松系棉花制成。很快，食品监管部门辟谣：“可燃并不能证明肉松是棉花做的。”

随着各类手机即时通信软件的应用和普及，“群生活”已成为很多网友的日常必需。然而，一些网络群组却被人利用，成为谣言散布和传播的“始发站”。从闻所未闻的健康养生信息到骇人听闻的治安事件，从煞有介事的文字描述到“有图有真相”“视频为证”的推波助澜，起源于群聊的谣言内容花招迭出。群成员稍有不慎便会中招轻信，甚至在无意中参与了谣言的扩散传播。

网络群组缘何成为谣言“重灾区”？清华大学新闻与传播学院副教授常江分析，区别于新闻报道和自媒体，源自网络群组的信息在生产和流通上缺乏把关机制，再加上网络平台本身的传播特质，使得这些群内聊天能

被便捷地二次传播，导致群聊中谣言易发多发。

破除群聊谣言，群主应负责任。《规定》明确“谁建群谁负责”“谁管理谁负责”的责任体系，同时要求群主“依据法律法规、用户协议和平台公约，规范群组网络行为和信息发布，构建文明有序的网络群体空间”。

“不造谣，不信谣，不传谣！所谓的内部资料、历史秘闻等猎奇微信，不发！”去年11月，山西日报理论评论部创设了“晋理轩·好好学习”微信群，创立之初就通过制定详细群规，对微信群聊内容加以规范，同时安排管理员值班，对谣言等不良信息予以警告提醒，拒不听劝者则将被“请”出群组。

群主有权，但也并非独大。“群成员能做的，不仅仅是单纯被动地遵守群规。”中国社科院信息化研究中心秘书长姜奇平建议，借助高效的协同合作模式，群成员不仅可以协助群主及时发现和处理谣言及造谣者，还能对不作为的群主加以监督。

涉赌涉黄 诈骗传销 群行为触碰底线

“输了就想赢回来，后来下注越来越大。”今年9月，广西南宁一名中学生收到家人的学费及生活费转账后，却参与了某QQ群赌局，两天内被骗走了1.6万元学费。据了解，在当事人加入该QQ群时，群中人数已超1200人。

今年9月，天津市首例利用微信赌博案开庭。去年底，3名犯罪嫌疑人通过组建网络群组，组织群内成员以发红包金额的尾数大小为“押注”，谎称猜中者可获得倍数不等的奖励，先后召集百余人参与这场“虚拟赌局”。截至案发时，群组内所发赌资累计已超过30万元。

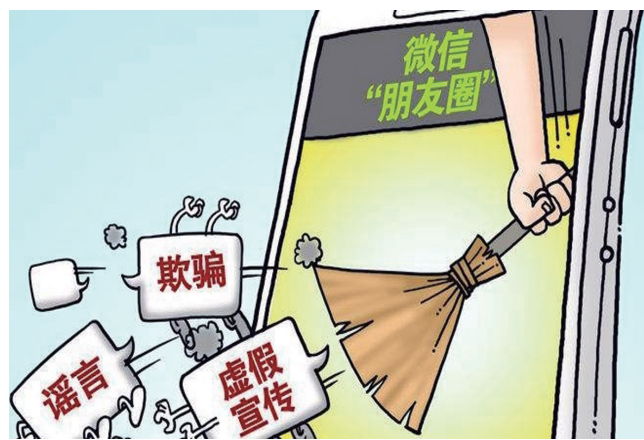
不仅是层出不穷的在线赌博骗局，如今不少违法分子屡屡借助网络群组私密性强、扩展迅速的特性“掩护”其违法行为。有的利用网络群组寻找交易公民个人信息的买家，甚至有的还在群组中公然售卖公民个人信息；有的通过收款入群等手段传播、售卖色情淫秽视频；还有的则盯上了网络群组背后的熟人关系和圈子特点，打着各类旗号从事非法传销行为。

“大胆跟着干，月收入上万。”“动动手，张

张嘴，收入就像自来水。”今年以来，成都市公安经侦部门已先后侦办“1040工程”“五行币”“众善行”等系列组织领导传销案件，这些传销案件多利用网络群组进行宣讲洗脑和上下线联系。报告显示，这些微传销参与人员保守估计在千万人以上，参与金额可达数千亿。

“在一些不法分子眼中，网络群组已成为其进行犯罪预备、犯罪联络甚至销赃的重要方式。”中国政法大学传播法研究中心副主任朱巍指出，这些群主建群的目的就在于组织犯罪，同时也存在群主明知某成员利用群工具进行犯罪却放任不管的情况，进而造成违法行为的二次传播。

群主有意为之，平台不能放任。姜奇平认为，互联网群组信息服务提供者应发挥平台技术优势和管理优势，对恶意从事违法违规行为的群组采取警示整改、暂停发布、关闭群组等处置措施，直至报有关部门处理。同时也应与网络监管部门等形成良性互动，明确权责界定，改变诸如“技术可行却无权处理”的管理困局。



营销拉票 低质杂糅 群生活遭遇骚扰

第四十次《中国互联网络发展状况统计报告》的数据显示，截至2017年6月，我国手机即时通信用户达6.68亿，较2016年底增长2981万，占手机网民的92.3%。“一人多群”的“群生活”成为常态，然而随之而来的“群骚扰”却令人不胜其烦。

打开聊天软件，点开一看却发现多为各类营销广告，“有时候怕错过了重要信息，还不得不点开看看。”冗余满溢的营销信息或许无用，恶意营销却实属有害。教师节前夕，辽宁沈阳不少市民所在的聊天群出现了一条名为“教师节红包收取中”的链接，点击打开后用户需要先将相关页面分享至其他群才能获得所谓的“现金红包”，甚至点击退出后还会被强制跳转至某购物页面。

中国人民大学新闻学院副教授黄河建议，群成员作为潜在消费者，不仅需要自主学习，提高媒介素养尤其是分辨恶意营销信息和虚假违法广告的能力；还应当积极行动，抵制虚假营销信息的骚扰。

“求帮忙！我正在参加一项比赛，请为我投票！”从才艺比拼到作品评选，各种商业或非商业的微信投票，如今已成为“搅和”一些微信群的主要原因，甚至有网友直言“只是为了投票而存在的群，不加也罢。”

越来越多的网友吐槽，网络群组已沦为商品恶意营销、网络投票和低质杂糅信息的“聚集地”，严重影响了正常交流和使用体验；而群聊中的跟风附和与动辄而来的语言攻击，更让不少人苦恼。“人们在网络社交群组中的一切言论和行为，都不应当有和线下不同的标准。”常江建议，在一些有专门主题或功能的群组中，以成员共识的方式确保沟通有效性，是消除“群骚扰”的办法之一。

“健康良性的群组状态，离不开平台、群主和群成员三方的共同努力。”朱巍表示，对于不涉及违法违规行为的群聊烦恼，需要群成员自觉承担虚拟空间的社会责任，“群主和平台保证的是底线，而关键更在于每一个群成员的公民意识和责任意识，要能跟上虚拟空间和网络技术发展的速度。”