

尼古拉斯·迪方佐 著
林錚顛 譯

專文推薦——范立達（資深媒體人、評論家）

The Watercooler Effect:
A Psychologist Explores
the Extraordinary Power of Rumors

茶水間的八卦效應

透視謠言背後的心理學

謠言，在每個耳朵裡傳播，在每根舌頭上成長。

為什麼人們相信謠言，無論它有多離譜？

政壇、商場、職場上的謠言如何產生，又如何影響我們？



Original Title: "The Watercooler Effect: A Psychologist Explores the Extraordinary Power of Rumors" © 2008 by Nicholas DiFonzo

All rights reserved including the right of reproduction in whole or in part in any form.

This edition published by arrangement with Avery, a member of Penguin Group (USA) Inc. arranged through Andrew Nurnberg Associates International Ltd.

Complex Chinese translation right © 2011 by Goodness Publishing House

社會意識 010

茶水間的八卦效應：

透視謠言背後的心理學

作者 尼古拉斯·迪方佐 (Nicholas DiFonzo)

譯者 林錚顛

發行人 楊榮川

總編輯 龐君豪

企劃主編 歐陽瑩

責任編輯 何宜穎

特約編輯 譚鍾瑜

封面設計 郭佳慈

出版者 博雅書屋有限公司

地址 106台北市大安區和平東路二段339號4樓

電話 (02)2705-5066

傳真 (02)2706-6100

劃撥帳號 01068953

戶名 五南圖書出版股份有限公司

網址 <http://www.wunan.com.tw>

電子郵件 wunan@wunan.com.tw

版權代理 英國安德魯·納伯格聯合國際有限公司 臺灣代表處

法律顧問 元貞聯合法律事務所 張澤平律師

出版日期 2011年3月初版一刷

定價 新臺幣300元

有著作權 翻印必究

(缺頁或破損請寄回更換)

國家圖書館出版品預行編目資料

茶水間效應：透視謠言背後的心理學 / 尼古拉斯·迪方佐 (Nicholas DiFonzo) 著；林錚顛譯。

-- 初版。-- 臺北市：博雅書屋，2011.03

面；公分。-- (社會意識；10)

譯自：The watercooler effect : a psychologist explores the extraordinary power of rumors .

ISBN 978-986-6614-84-2 (平裝)

1. 謠言 2. 社會心理學

541.772

99016224



社會意識

010

茶水間的八卦效應

透視謠言背後的心理學

The Watercooler Effect: A Psychologist Explores the Extraordinary Power of Rumors

尼古拉斯·迪方佐 (Nicholas DiFonzo)

林錚顛 譯

著

目次

范立達推薦文：謠言止於智者，起於……？

5

第一章 造謠是人性……

11

第二章 浸泡在謠言中

流言的盛行與力量……

23

第三章 很明顯的那是不清楚的

謠言如何協助我們理解一個不確定的世界……

47

第四章 類似的家族成員

八卦和市井傳說，謠言親近的表兄弟……

67

第五章 茶水間四周是個小小世界

謠言在何處、如何散播、傳播何事……

87

第六章 相信或不信

為什麼我們相信這些謠言而不相信其他的……

123

第七章 事實終歸是事實

對街談巷議做出判斷

149

第八章 管理謠言作坊

185

後記 把謠言做好

215

致謝

221

註釋

223

譯名對照表

261

謠言止於智者，起於……？

范立達（資深媒體人、評論家）

俗話說得好，謠言止於智者。但，謠言起於何處？

以前，我們在玩團體遊戲時，有一種遊戲規則是：「第一個人含一口水之後，把一段話轉述給第二個人聽；第二個人含口水後，再把這段話傳給第三個人。餘類推。」傳到最後一人時，他公開傳述給大眾的內容，一定與第一個人所述的内容相距十萬八千里。

另外，「吐一口痰變成吐出一隻鵝」的故事，也告訴我們，訊息在層層轉述時，會如何的失真、誇大、扭曲，最後終於變得和原貌完全不同。

謠言似乎無所不在。

以前跑新聞時，最常被採訪對象笑說：「謠言，都是你們這些記者搞出來的！」這話，雖有一竿子打翻一船人的味道，但細究下來，其實與事實也相去不遠。

因為，除非是記者會現場的一問一答，除非是有著書面新聞稿的照本宣科，否則，記者採訪新聞時，常常得動用扒糞、挖掘、旁敲側擊、迂迴轉進、威逼利誘……等各種不同手法，讓受訪對象說出不欲為外人知的內情。而有時，面對堅不吐實的受訪者，或是「見面只說三分話」的保守份

子，記者蒐集到手的，只有一些斷簡殘篇。要如何把這些零碎的資料串連起來，變成可用的資訊，或是具有可讀性的故事，就要靠記者發揮高度的想像力，去填補訊息中間一段又一段的空白了。

這種「補白」的行為，其實不是記者所獨有。在本書中，作者就明白的點出：「人性討厭解釋的真空。在團體中的人，對於曖昧不明的狀況，會利用謠言去建構、評價以及提煉出解釋。」實際之間的謠言，就是這麼發生的。記者筆下的謠言，也就是這麼創造的。

謠言被創造出來後，就有了自己的生命，它會隨著傳播的速度及管道，自己長大。

這其中，最經典的例子就是發生在一九九〇年九月間的「中廣丐童事件」。

當年九月四日上午，由中廣主播的全國廣播聯播節目中，進行到「聽眾熱線」時段時，有一名馬小姐 ☰☷ 到電台，如泣如訴的指出，在台北行天宮附近，有一名殘障小孩跪地行乞。她仔細一瞧，才發現，這名小孩是從朋友家走失的孩子。但在廟口前見到他時，卻發現他已被斷手割舌。馬小姐說，顯然這孩子是被不法集團擄走後，被殘忍的製造成殘障孩童，並被送到街頭行乞。她泣訴，警政單位應該想想辦法，救救這名可憐的孩子，並把不法集體一舉成擒。

由於馬小姐說得逼真萬分，且她 ☰☷ 到電台的時間，剛好是上班尖鋒時段，再加上當時又是全國聯播節目，開車族只要扭開收音機，幾乎都能聽到她泣訴的說法。因此，她的投訴馬上轟動全國。

警方面對如此令人髮指的暴行，自然也不能坐視。但是，在接連調查之後，卻發現行天宮前，並沒有如馬小姐所說，具有缺手斷舌特徵的孩童。警方循線找到馬小姐，馬小姐卻說，她並沒有親

眼目擊丐童，而是聽朋友轉述的（這很妙，聽朋友轉述，還能邊說邊哭，說得跟真的一樣！），警方查證到後來，發現這是一則謠言，傳到馬小姐時，已經是第十八手傳播了。

從「中廣丐童事件」這則謠言傳遞的過程中，即可發現，在之前的十七手傳播，都是靠著茶水間的口耳相傳，以小眾傳播方式傳遞訊息，但傳到馬小姐耳中後，她決定透過大眾傳播媒體將訊息傳播給所有的閱聽眾，所以謠言也就傳遞得特別快，影響也就特別的深遠。

馬小姐為何要透過大眾傳播讓社會大眾都知道此事呢？之前的十七手為什麼要不斷轉述此事呢？轉述的人，是基於什麼心態？本書作者迪方佐告訴我們：「分享謠言是一種社會交流。」這句話，說明了一切。

我們再想想，如果「中廣丐童事件」的第一手訊息，就是透過大眾傳播媒體散布出去，那麼，它所造成的影響性，會有多大？

二〇〇五年六月，時任台北市議員，也是電視主持人的王育誠，在記者會中公布錄影帶指稱，有某些殯葬業者把供奉死人的腳尾飯回收後，拌入自助餐的菜餚中販售。由於各家電視台都播出此消息，馬上轟動全國。一時之間，殯葬業者有如過街老鼠，人人喊打，而台北公館商圈的自助餐店面，生意馬上一落千丈。但最後，警方查出，這件事根本就是王育誠和他的助理自導自演的假事件。

無獨有偶，大陸地區也曾發生過類似的事件。

二〇〇七年六月，北京電視台報導有黑心商人製作「紙餡包子」，消息一出，震驚各界。結

果，大陸公安最後查證發現，整起新聞根本是電視台員工自導自演的假事件。

前述的例子，只是有心人透過媒體散布謠言的事例，至於記者本身，就是謠言製造者的例子，更是不勝枚舉。

一九八〇年，華盛頓郵報記者珍妮特·庫克獨家調查報導，一名八歲名叫吉米的黑人小孩，因為母親男友吸毒，而致使吉米也跟著吸毒的故事。庫克因「吉米的遭遇」此篇感人肺腑的報導獲得普立茲獎，但隨後被查出整篇報導完全是她坐在辦公桌前杜撰出來的。她被炒了魷魚，獎項也被收回。

二〇〇六年，TVBS 電視台獨家報導，有某些不肖業者用瀝青幫鴨子剔除細毛，並呼籲警政及衛生單位應該重視國人飲食健康。在輿論的壓力下，檢警及衛生單位全面動員，並將查扣疑似瀝青的膠狀物送驗，但化驗結果卻發現，這些黑色的膠狀物只是對人體無害的松脂，並非瀝青。但鴨農卻因為「瀝青鴨事件」的報導，而使得銷量狂跌，損失慘重。

看過前述這麼多的「恐怖謠言」，或許讀者們心中都會浮起一個問號，那即是：「為什麼會有那麼多人都相信謠言？」事實上，謠言之所以能夠存在、生長、茁壯，最重要的原因，就是因為聽過的人都相信它，而且因為相信，所以才會轉述它。本書作者迪方佐告訴我們：「缺乏反駁，是導致相信謠言的另一個因素。」

因此，作者在書中也提供我們一個防堵謠言竄生的方法——「檢查」。是的，透過檢查，我們才能究明每一項訊息的真實性，同時避免在尚未證實前，就將它任意散播出去。所以，不管謠言是

不是「起於記者」，但它一定能「止於智者」。

其實，不管謠言製造者的心態如何、不管謠言散布的管道如何，套一句美國前總統林肯說的話：「你可以矇騙所有的人於一時，也可以矇騙一些人於一世，但不可能矇騙所有的人於永遠。」水落、石出。再怎麼美妙的謠言，還是敵不過時間的沖刷，真相，總是會有浮現的一天。

現在我們見到的，只不過像鏡子拙劣的反射。

——使徒保羅，哥林多前書¹¹

第一章 造謠是人性

有一天，我問內人在她的辦公室裡有沒有飲水機。她回答說：「那叫做咖啡壺。」

她非常了解我的問題。我對於人們聚集以及流言所傳播的場所感到好奇。只要是人們共同生活、工作或娛樂的地方，就會出現飲水機效應。謠言在飲水機四周、咖啡壺附近、在酒店、在廣場、在方形中庭、在聊天室、在街上、在理髮廳、在部落格，或者跨越後院籬笆而傳播。舉凡謠言傳播的地方，都會產生飲水機效應。

赫爾曼·梅爾維爾在他一八五〇年的小說《白鯨記》裡，^[2]描寫了他擔任一般水手時所駕駛的一艘海軍三桅方帆戰艦上的飲水機。當時被稱做飲水桶：^[3]

飲水桶是個直立放置、上了漆的美麗圓桶，如果打開上蓋，可以看見裡面有個狹窄而環形的架子，為了飲者方便而在上面擺著好幾個錫杯。在飲水桶的中心，樹立著一個鐵製的幫浦，它連結在貨艙內的巨大水櫃上，確保能不斷供應令人讚賞的淡啤酒。

梅爾維爾把它描寫成一個既熱鬧又擁擠的地方，整天有五百個來自船上各處的水手、僕人、廚師聚集於此。飲水桶正是一個非正式談話與謠言滿天飛的場所：「在戰艦上，沒有任何一個地方比緊鄰飲水機的四周，有著許許多多陌生人來往，並且無意中聽到泛泛之交的問候與謠言……」在解渴時，某個水手可能在耳力所及之處，對任何人說：「我們將直航波士頓——我無意間從船長的親信聽來的。」或者耳語說：「海軍部長是個墮落的老兀鷹。」^[4]或者抱怨說：「我聽說在諾福

克，有塊告示牌寫說：『狗和水手禁止踐踏草坪。』^[5]這些話經常藉著飲水桶而迅速地傳遍每個船員。因此，許多年之後，這個特別用語已轉而意味著任何種類的謠言、流言、口碑或者八卦了。

這本書是關於發生在謠言世界裡的心理學。它關心的是，人們無論在飲水機旁、電話線上，或者虛擬網路上的日常互動中，所產生的基本心理與社交歷程。而它探討的是我們面對不確定時的集體智慧。它探討不斷發展變化的理解過程，此理解工作也是我們人類社會經驗的特徵。它探討的是關於謠言，這個尋常現象的不凡力量。

當我在寫這本書的時候，前 KGB 間諜亞歷山大·利特維年科因放射性反應物鈾—210 中毒而死。^[6]起初，警方以為，他和義大利人馬里歐·斯卡拉梅拉在倫敦一家壽司吧會面時，遭人放入致命物質；斯卡拉梅拉也被測出毒藥的陽性反應，雖然只是微量而已。從那時起，嫌疑轉而落在另一個前 KGB 特工安德烈·盧戈沃伊的身上，因為同一天他與利特維年科一起喝過茶。在這使人聯想起優秀間諜小說的陰謀故事中，利特維年科提出一紙公開的臨終起訴書，內容是說俄羅斯總統普亭是此次罪行的犯人。有關利特維年科的死亡謠言迅速增長：有人將中毒描寫為自殺；另一人說斯卡拉梅拉也將死於非命；第三種說法是，英國的原子科學家證實鈾—210 是人造的，而且是在俄羅斯的核子反應爐裡製造出來的。時間可能——或不可能——揭露這個真實的政治疑案之真相。

謠言經常與當時的事件糾纏在一起。例如，在二〇〇一年九月十一日的餘波裡，謠言不受約束地到處流傳：^[7]「小心 Ryder · U-Haul 與 Verizon 卡車：在過去的二十四小時，有三十輛（被阿拉伯人租借的）尚未歸還——無疑地用於殘酷的恐怖份子爆炸行動。」「一艘拖船和海岸巡邏站——兩

者都在密西西比——遭噴灑農藥的飛行器傾瀉炭疽熱。「聯邦緊急應變中心人員，在九一一攻擊的前一天，被派去紐約市，這證明了政府事先已知道此事。」這些故事反映了某些人類的疑慮、奇想、疑問和恐懼，而且充滿了那些日子。

本能的，我們所有人都和謠言扯上關係；我們關注、討論，或者傳播它們——通常每天如此。它們是社會人的一個基本現象。每個人類歷史的段落裡，這星球上的每一個人，幾乎都免不了受到某一方面傳聞的影響，或甚至牽涉其中。這是個人類普遍的活動。只要有人類互動的地方，謠言便會增長。有電腦的謠言、團體的謠言、禍患的謠言、醫療的謠言、軍事的謠言、人事的謠言、政治的謠言、學校的謠言，以及有關宗教、種族與血統關係的謠言。其中，職場的謠言傳播得特別廣泛。一九九二年秋天，位於密西根州伊斯蘭堤的通用汽車廠的員工們接到通知說，來年的夏天結束時，該工廠將停工。^[8]工會領袖鮑勃·哈樓站在員工停車場中，站在「把你外國製造的車子停到別的地方去——別停在這裏」的招牌正前方，告訴媒體說，他不曾接到更多有關的信息。謠言在工廠工人之間廣泛地傳播著，他們當然很擔心他們工作的未來：「工廠將被日本人接收。」「責任在於北美自由貿易協定。」「工廠將保持原狀以生產鈦星車款。」對這些雇員來說，這是個惱人的時代，而且在全球化的時期，這樣的事件經常重複出現在生產部門中。

在有關個人和團體的心理方面的傳聞研究，有許多東西必須說出來。我的謠言研究，幫助我了解人們如何看待和思考自己、別人，以及這個世界。對謠言的調查讓我足以洞察人的焦慮。了解謠言，拓寬了我對於觀點如何產生與改變，人們如何處理資訊，我們如何集體發展解釋，偏見與刻板

印象如何顯現並維持不墜，衝突如何不斷升高終至失控，對話中如何存在人與人的關係與和諧，在人類所有事物中個人之間的信任的至高價值，以及為何公共關係策略未必有說服力等的知識。有關智人的心理，謠言有許多東西可以教導我們。

謠言引起熱烈的興趣，且無所不在，同時提供人類心理學一個窗口。這些都是研究謠言的好理由——但並不是我開啟這條探索路線的理由。我對傳聞的研究工作，就像是一種長距離跑步的嗜好。慢跑者通常因現實的動機而開始——例如減重或社會壓力——直到更高尚的動機開始主宰為止：對運動的熱愛、對「跑步者之快感」的感動、對移動之「藝術」的欣賞、對風景的喜愛。對我而言，謠言這個概念，是我那備受推崇與鼓舞人心的指導老師羅夫·羅斯諾的興趣所在。羅夫——一位非凡的智者，主要以他在資料分析的技術、心理學中的哲學問題、志願研究對象的效應等研究而聞名——對於有關謠言的已知部分貢獻極鉅，而他也激勵我從事流言的研究工作。

羅夫在讀了戈登·奧爾波特與里歐·波斯特曼出版於一九四七年以《謠言心理學》為主題的初步研究之後，對謠言產生了興趣。⁽⁹⁾奧爾波特與波斯特曼採用類似「耳語傳話」遊戲的系統對謠言進行研究。在他們的研究中，一個人把對一張圖片的描述——憑著記憶——口頭傳遞給下一個人，依此直到最後一個人為止。在傳遞時，彼此不准討論。因為人們在剎那間只能記住些許的資料，這導致被傳遞的「謠言」持續地減少——也就是說，訊息的細節在每次的複述中遺失掉了。如同奧爾波特與波斯特曼所陳述的一般，謠言「縮水」了。然而羅夫卻從一個始於一九六九年的實際謠言，亦即披頭四的保羅·麥卡尼之死，觀察到相反的結論。⁽¹⁰⁾這個謠言似乎隨時間而成長——