

从同情到质疑再到证实 刷爆朋友圈的陈新刚夫妇寻子是真的吗？ 一张寻子照片引发的舆论反转

陈新刚以一种意外的方式在社交网络上刷了屏——寻子4年至今未果，他在街头散发寻子信息的照片，6月29日突然点燃了朋友圈和微信群等社交平台，并在不到24小时内经历了被质疑、被证实的两次戏剧性反转。

据《北京晚报》报道，这不是陈新刚寻子首次在社交网络中

上演双重反转剧情。就在两个月前，辽宁大连一名女子胸前挂着与陈新刚自制的寻子启事一模一样的牌子，由此引发“关注—质疑—证实”的反转剧情。对于被“误伤”的陈新刚而言，至少有更多人知道了他儿子的信息。而舆论多次反转，暴露出民众在信息多元化中的盲目盲从。

陈新刚穷尽一切寻子4年

陈新刚，37岁，河北唐山滦县古马镇包麻子村村民。他的儿子陈杨朝梵，小名“大雨”，2004年6月出生，于2012年3月10日在河北唐山滦县家门被拐走。

循着近年来对陈新刚寻子的报道，可以勾勒出他如现实版《失孤》一样的寻子经历。

2004年6月，陈杨朝梵出生。孩子6个月大时，陈新刚和妻子到外地打工，孩子由爷爷奶奶照顾。

2012年，陈杨朝梵读小学二年级。当年3月10日是个周六，陈杨朝梵吃完午饭，拿着望远镜出去玩，一会儿出去一会

儿回来，在家里进进出出，最后一次回家时带回了一块铁路上的石头，问爷爷是否好看，随后又出去了。一个多小时后，不见他回家的奶奶开始到处寻找，从此，家人再也没有见过他。当时，陈新刚和妻子都在保定，赶到家时已经是当天晚上11时。

4年里，陈新刚从滦县开始，去北京、天津、拉萨等地寻子，即便大山里的偏僻村庄也不放过。印海报、发名片、挂胸牌，在网络、社交平台以及电视节目上发布寻子信息，所有能够想到的方式陈新刚几乎都用了，孩子却依然没有音信。

不到24小时舆论两度反转

2016年6月29日，陈新刚在马路上的寻子照片，在不少人的朋友圈、微信群里“霸屏”。

照片里的陈新刚戴着眼镜、面容憔悴，胸前挂着自制的寻子启事，印着孩子的基本信息。照片被接力式转发，迅速传播。

没多久，事件出现反转——质疑之声出现。

骗子、炒作、博眼球、消费他人善心等指责声开始出现。有人开始贴出署名为某老师的朋友圈评论截图，称此事“疑点重重”。比如，声称“打电话过去，这位父亲不愿意多说就挂电话”，质疑信息发布时间距离孩子丢失“隔了4年多的时间”，移动电话归属地为保定，QQ空间关于孩子丢失的信息过少等。

随着“质疑帖”刷屏，事件再次反转。

有人爆出消息称，男孩失踪是真的。4月23日大连的那个女青年是某校的表演系学生，本意也是帮助男孩父母寻人。记者从陈新刚口中证实了这一说法，陈新刚确认女孩联

系他时是4月23日下午。但记者在网络中搜索发现，最早爆出“闹市寻子”的消息是在4月23日中午。也就是说，表演系女生并非事先与陈新刚取得联系、获得允许后才进行“街头寻人”，而是“先斩后奏”。

6月29日下午，致力于帮助父母寻找被拐、走失儿童的公益网站“宝贝回家”表示：“无论他在哪里寻找孩子，此寻人信息都是属实的，请大家帮帮他。”并附有2012年3月16日滦县公安局立案决定书照片。公安部刑侦局副巡视员、公安部刑侦局打拐办主任陈士渠也发声：“图片中孩子失踪属实，河北唐山公安机关已立案侦查。”

《人民日报》官方微博也发布消息，证实男童陈杨朝梵失踪事件的真实性。

至此，事件第二次反转，由被质疑变为被证实。一名北京网友称，经历了连续反转后，自己对此事已“累觉不爱”。

截至发稿，记者多次拨打陈新刚手机，均显示正在通话中，未能接通。



陈新刚寻子资料图

两月前也有一次双重反转

这并不是陈新刚第一次因社交网络接力式转发而被动成为新闻焦点。

今年4月23日，大连的繁华商圈马栏广场，一名年轻女子手举“寻子启事”站在广场上，引发了当地人关注。“寻子启事”上的内容与陈新刚自己制作的寻子启事一模一样。

但人们没有询问她与孩子的关系。有网友认为，“当时我觉得她跟孩子的关系是明摆着的，她用这种方式寻子，那肯定是孩子的妈妈。”当天中午开始，以“帮帮这位年轻妈妈”为主题，这名女子街头寻子的照片在短时间内得到大量转发，一度在当地人的社交媒体中刷屏。

但不久，有当地网友公开对此事真伪表示怀疑，有网友认为女孩年龄看起来20岁上下，而被拐男孩陈杨朝梵今年已经12岁，显然年龄“合不上”。当晚，一张朋友圈截图再次“刷屏”——“有位同学，为了一个三分种的观察人物练习，做了海报化了妆，换了服装，跑到繁华的地段开始体验生活了”。

不过很快，此事再度反转。陈新刚称，4月23日曾有一女子打电话给他，自称是大连某高校学生，近期有社会实践课的作

业，表示希望制作“寻找陈杨朝梵”的信息板在街头宣传，这样她在完成作业的同时，也可以帮陈新刚扩散寻子信息，收集更多有效线索。

陈新刚在接受《大连晚报》采访时表示，“当时我表示了同意”，“我很感激”，同时他觉得女子的举动可能给大家造成了误会，“我也向大家说声抱歉”。

按照陈新刚的话说，他相信女生本心是好的，整件事在网络中出现，对他们夫妇寻找孩子是件好事，至少很多有爱心的帮他们转发了寻子信息及他们的电话，这是他们走遍大半个中国发布寻子信息也没能达到的效果。

至此，整件事的脉络已经十分清晰：起初，好心女生在街头表演引起了人们对男童失踪的关注；接着有人发现女生的年龄与男童妈妈的身份不符，进而质疑女生身份；随后，女生的表演系学生身份被曝光，就在女生的行为开始受到指责和质疑时，又有消息称她的言行得到了男童父亲的认可；直到近日，权威媒体和业内权威人士发布消息，证实男童失踪一事是真。至此，更多的同情、怜悯声出现，完全淹没了之前“街头寻子”引爆眼球的行为。

传播学者： 公众容易被当事人贴的标签左右

中国传媒大学传播学教授宫承波认为，舆情反转的事件一般表现为舆情发生阶段、舆情反转阶段、舆情发酵阶段、舆情平息阶段。“就寻子一事，便有着这样的特征，从微信朋友圈中疯传，到有人质疑真伪，而后事件进入了一个发酵阶段，直到权威方出面解释，才有所平息”。

宫承波认为，当一个受人关注的事件出现后，人们很容易出现被当事人贴有的标签左右的情况。微信朋友圈中，多数为相互熟识的人，许多人抱有“宁可信其有不可信其无”的心态进行转发与分享。当有人贴上了弱者的标签，公众便很容易一边倒地站在弱

者一边，“被这种标签牵着鼻子走，根据当事人的身份去判断，没有探究事实和非”，“但是当事件出现新的变化后，身处舆论场中的人们也出现了情绪变化，又不愿多做研究和思考，便很快站到了此前的对立面”。

宫承波说，在新媒体时代下，人人都拥有渠道发声，因此便存在着多元的信息来源。多元的信息常会让事件出现变化，这也使得许多热点事件出现了反转。“但这种反转多是没有经过权威部门或权威人士回应的反转。”宫承波说，“直到权威回应或是媒体发掘真相后，议程才会退出，舆论也随之平息。”

(习楠 赵喜斌)

平顶山日报传媒集团发行中心真诚为读者服务——

订奶活动开始啦！活动仅限晶珠奶品(7月1日-7月31日)

为给两报读者提供更好更优的优质服务，平顶山日报传媒集团发行中心特推出晶珠、三剑客、花花牛系列奶品送到户服务；品种丰富，新鲜可口，每日投送，风雨无阻。

奶品有：生鲜乳、低温袋装纯奶、牧场鲜奶、瓶装味启酸奶、瓶装原味酸奶、瓶装无糖酸奶、瓶装草莓酸奶、杯装原味酸奶、杯装蓝莓酸奶、袋装酸奶饮品。

咨询电话：
8980198 4943059



生鲜乳

- 一斤/日，一次性订奶两个月，立减现金30元或送馨柜蛋糕房电子消费券48元。
- 一斤/日，一次性订奶三个月，立减现金50元或送馨柜蛋糕房提供的价值88元6寸蛋糕一个。
- 一斤/日，一次性订奶六个月，立减现金110元或送馨柜蛋糕房提供的价值168元12寸蛋糕一个。
- 半斤/日，一次性订奶两个月，立减现金15元或送馨柜蛋糕房电子消费券20元。
- 半斤/日，一次性订奶三个月，立减现金25元或送馨柜蛋糕房电子消费券40元。
- 半斤/日，一次性订奶六个月，立减现金55元或送馨柜蛋糕房提供的价值88元6寸蛋糕一个。

瓶酸、杯酸：一份/日，一次性订奶一个月，立减现金5元；一份/日，一次性订奶两个月，立减现金15元；一份/日，一次性订奶三个月，立减现金25元。

