

“爆款”食安谣言是如何炮制的？

利用自媒体造谣呈现公司化运作趋势，微信粉丝5000就可接广告

燕麦致癌、食盐有毒……在很多网络自媒体上，食品安全谣言层出不穷。一些旧谣言甚至在专家辟谣后，过一段时间改头换面卷土重来，阅读量动辄10万以上，引发人们的焦虑。

《2017年食品造谣治理报告》显示，微信是食品谣言传播主平台，占比高达72%；其次是微博，占21%。“新华视点”记者调查发现，利用自媒体造谣已呈现公司化运作趋势，形成“以谣生利”的产业模式。

自媒体食品安全谣言内容荒谬毫无科学性

近日，记者收到群众举报，称“中医养生”“万病不求人”“华人老板”等多个微信公众号存在食品类不实言论。

济南市民刘先生称，阅读“华人老板”发布的文章“扩散！全球43种燕麦片可能致癌！千万别给孩子吃啦！”之后，发现家里就有文中所述品牌燕麦片，出于恐慌将燕麦片都扔掉了。过了几天，他看到华南农业大学食品科学教授赵力超发表在微信公众号“全民较真”上的辟谣文章：“麦片中的草甘膦不致癌，该买就买。”刘先生说，有的自媒体太不靠谱了，给民众造成不必要的困扰。

28岁的济南市民张琳琳说，由于她的母亲笃信各类食品谣言，前一阵看到“食盐中亚铁氰化钾对人体有害”之后，家里吃了好几个月不加盐的菜。

上海市食品学会食品安全专业委员会主任马志英表示，很多自媒体转发的食品谣言内容荒谬、毫无科学性，被广泛转发，加深了消费者对食品安全的不信任感，使食品行业被抹黑，政府部门的公信力受损。

记者对近年来多起涉食品安全的自媒体造谣事件分析发现，这些谣言常借助视频方式进行传播，缺乏时间、地点等基本要素，强调后果严重，在标题制作中故意耸人听闻、故弄玄虚，吸引受众注意力。例如：“千万不要吃某某”“抗癌十大食品”“震惊了，某食品竟然……”等，常常成为网络爆款。

谣言为何层出不穷？警方介绍，网络谣言制造门槛低，经微信群、朋友圈、公众号、网上论坛、微博等转发，传播速度快，影响范围广。由于取证难、溯源难，侦破食品安全网络谣言案件并非易事。

“谣言加工厂”公司化操作，已形成利益链

记者调查发现，一些自媒体生产谣



□新华社发

言，目的是敲诈勒索和故意抹黑竞争对手。

部分造谣者凭空捏造事实，自导自演，炮制图片、视频等“证据”，进行敲诈。例如，去年，几段展现“塑料紫菜”的视频在网上广泛传播，引发一轮“塑料紫菜”风波。造谣者王某在食用晋江某食品有限公司生产的紫菜后，猜想这些紫菜是塑料做的，便指挥员工拍摄视频并上传到朋友圈。其后，王某联系被害公司索要人民币10万元，威胁称若公司不想解决，就把事情闹大。

此外，有的企业利用自媒体谣言抹黑竞争对手。采访中，多家食品企业对于一些集中爆发的网络谣言，首先都将怀疑的矛头指向竞争对手。中国传媒大学教授王四新表示，确实有一些别有用心竞争对手通过抹黑的方式故意散布谣言，意图牟取不当市场利益。

记者调查还发现，自媒体“谣言加工厂”已经形成公司化操作，吸引流量赚广告费，同一家公司旗下往往拥有许多公众号。

2017年9月，内蒙古和林格尔县人民法院裁判的一起案件中，泉州市江鸿网络科技有限公司发布“蒙牛纯牛奶被检出致癌物超标”的视频。这一视频被大量点击并转发，仅发布后十几天时间就被1073个微信公众号转发，使人误以为是

最近刚发生的事件，其中数个公众号转发视频浏览量过10万次。其中，仅江鸿公司管理的微信公众号就有“闽南第一手”“石狮视”“一手”“时事爆料”“热门街拍”等5个，公司负责人说，这样做是为了扩大知名度，增加点击量，赚取收入。

记者调查发现，不少微信公众号或微博账号在推送此类谣言时，顶部或底部常有广告，甚至通过读者阅读及转发也可以获得一定收益。

一位自媒体公号运营者介绍，部分自媒体与广告商形成了一条利益链，阅读量和粉丝数高，就会有广告商找上门。粉丝达到5000就可以成为流量主接广告，每个粉丝每条可以收0.2元到0.5元不等。如果有1万粉丝，每条推广就可

以收取2000元到5000元。

紧跟新闻热点衍生谣言也是自媒体传谣的常用手段。比如，今年一些地区出现猪瘟，有自媒体发布“吃了猪肉已经中毒”等谣言；有媒体报道了廉价鸭肉是速生鸭，就有公号立刻编造子虚乌有的“专家”，编造食用这些鸭肉有哪些益处。

食品安全领域已成为自媒体传谣“重灾区”

食品安全领域已经成为自媒体传谣的“重灾区”。有关数据显示，网络谣言中食品安全信息占45%。2017年，仅公开报道就有50余件(次)食品谣言处罚追责案例，其中9件当事人被追究刑事责任，40人被处以行政拘留、7人被处以行政处罚等其他处罚。

如何减少“舌尖上的焦虑”？专家表示，首先要加强网络监管，对于网民投诉要及时回应，加强对爆款文章和自媒体的监控，发现异常及时约谈或封号。

“食品安全话题靠近公众日常生活，共享度高。这一领域的谣言扩散成本较低，加之部分人因个别食品安全问题触发的‘宁信其有，不信其无’的心态，导致关涉食品安全的谣传频现。”中国记协新闻道德委员会委员、中国社科院新闻与传播研究所研究员宋小卫分析，网络谣言的重要特征之一，是用耸人听闻的表述和绝对化的语言作为“兴奋点”，吸引眼球，受众如不仔细辨别核实，往往会误信中招。

应对网络谣言新伎俩，须拿出新对策，添加“快捷键”。近日，中国记协新闻道德委员会召开专题评议会，针对造谣传谣等失信行为剖析成因危害，探讨治理举措。与会委员们认为，打击网络谣言乱象，应加快构建综合治网格局，压实互联网平台责任，提升网民媒介素养，共同培育向上向善的网络文化氛围。

国家食品安全风险评估中心总顾问陈君石认为：“老百姓容易被谣言误导，关键在于食品安全领域信息的不对称。需要搭建一个平台，及时传播正确的食品安全知识和信息，填补信息真空地带。”

科信食品与营养信息交流中心副主任钟凯表示，“从政府层面来讲，要增加工作透明度，以主动公布的姿态，接受社会监督。”

“建立以政府为主导，企业、专家学者、媒体、非营利组织、公众等协同的网络食品安全谣言多元共治机制，是治理网络食品安全谣言的较优方案。”中国科学院大学公共政策与管理学院教授叶中华表示。 据新华社、人民日报

