

一触即碎 网络成谣传温床

约三分钟视频令康师傅“躺枪”

8月2日下午,一段2分41秒的视频在网络传开,视频中导游直指康师傅母公司顶新集团“馊水油”问题,并呼吁大陆一起响应台湾“灭顶(新)行动”,抵制顶新旗下康师傅等产品。对此,康师傅控股8月3日发严正声明否认大陆产品涉及“馊水油”并称已报警。

从这一事件可以看出,在社会化媒体发达的今天,人人都可以是内容的生产者和发布者。这种舆论“去中心”化成了新媒体时代的一个重要特征,这有利于普通网民在话语传播上的增权,但是这种传播环境也带来了很多的副作用。

那么问题来了,一则在社交媒体上流传的视频让康师傅不得不发表声明,还要请司法介入,顶新集团的油到底有没有问题?然而,目前并没有最终的结论。

事件回放:一波三折目前尚无定论

台湾导游视频爆红后,康师傅表示,自2014年开始,康师傅已多次通过官方及媒体渠道进行事实澄清,国家质量监督检验检疫总局和国台办也分别于2014年10月22日和2014年10月29日正式发布澄清消息,证实其在中国内地生产所使用的油品安全无虞,并贴出了上述两部门发布通告的截图,力证清白。

顶新集团的“问题油”事件可以追溯到2013年底,直到2014年一共发生了三次油品安全事故,分别是2013年10月,顶新集团旗下的顶新制油公司被查出向大统长基食品公司购买含铜叶绿素的食用油品;2014年9月,顶新集团旗下味全公司因向强冠公司采购劣质地沟油,导致该公司包括味全肉酱、味小宝肉松等12款产品在台湾下架;2014年10月,顶新集团旗下正义公司向鑫好股份有限公司购买动物性饲料用油,掺在自己的油品产品中销售。

在出现第三次油品安全问题后,这家台湾企业就遭到了台湾各界抵制,全面退出台湾油品市场。而集团旗下的康师傅、味全品牌也都被卷入其中,股价应声下跌。

由于康师傅主要业务在内地,约有90%的销售额都是来自内地市场。为此康师傅专门发表声明,重申与台湾味全食品工业、顶新制油实业及正义股份为独立运作,无直接关联,内地生产及销售产品未涉及台湾油品事

件。声明发表后,康师傅股价有所回升。

然而,就在几天前,“剧情”却出现了反转,媒体爆出顶新集团饲料油事件或许是乌龙。2015年7月28日,媒体曝光的法院审理进程让当初认定“顶新集团铁定是黑心企业”的媒体和观众目瞪口呆:顶新集团从越南大幸福公司购入的食用猪油根本不是什么饲料油、馊水油等废弃油脂,而是完全合格的食用油。当天公布的检验报告证明,彰化检方使用不规范的方式进行的检验,而该份检验报告正是彰化检察官控诉顶新公司的主要证据,更让人感觉“剧情”反转。

随后的8月2日下午,一段2分41秒的视频在网络传开,视频中导游直指康师傅母公司顶新集团“馊水油”问题,并呼吁大陆一起响应台湾“灭顶(新)行动”,抵制顶新旗下康师傅等产品。该段台湾导游的视频在微信、微博等社交媒体迅速传播,并包括一些网络名人参与其中。微博认证为“台湾著名歌手,主持人,作家”的黄安也转发了该段视频,并且留言“顶新的背后是日本日清集团,同胞们吃一碗,小日本赚一碗,他能瞧得起人傻钱多的咱吗?”进行谴责。内地崔永元、李开复等人转发称“应该让更多人知道”,不过李开复目前已经删除该微博。

该段视频爆红网络后,许多人在朋友圈表示,抵制康师傅产品,在表达愤怒之情并谴责康师傅的同时,质疑政府部门的失职。康师傅显然坐不住了。随后他们针对近日网络中流传的“某台湾导游恶意中伤康师傅”的视频,发表严正声明如下:

一、康师傅在中国内地生产与销售的产品从未涉及台湾近年来的油品事件。康师傅从未进口并使用台湾相关油品。康师傅在生产经营各环节均严格遵守国家相关法律法规和各项标准,严守食品安全底线。

二、自2014年开始,康师傅已多次通过官方及媒体渠道进行事实澄清,国家质量监督检验检疫总局和国台办也分别于2014年10月22日和2014年10月29日正式发布澄清消息,证实康师傅在中国内地生产所使用的油品安全无虞。

三、针对相关视频中的恶意中伤行为,康师傅已于第一时间向相关媒体平台进行举报,并已向所在地区警方报案,提请司法介入调查。

四、针对个别自媒体社

交账户持续煽动及散播谣言的行为,康师傅将按照国家针对“散播网络谣言”的法律规定,严肃追究其法律责任,坚决维护企业品牌名誉及合法权益。

五、在此,康师傅强烈呼吁,社交媒体平台应加强对涉及食品安全信息的管理,勿使社交媒体成为造谣的利器、传谣的温床,并期盼社会各界共同维护健康和谐的网络环境。

直到今天,我们仍然无从判断康师傅这起事件的是非曲直,顶新劣质油案件目前还在审理中,最终判决结果还需等待较长时间。但是从之前一边倒的所谓“灭顶(新)行动”,到现在的证据和司法介入后的反转,让事件的发展进入更为复杂的程度。

现状:网络成谣传温床

在“台湾导游”视频于网络爆红之前,针对公众疑问,国家质量监督检验检疫总局已经发布消息称,2013年以来大陆没有从台湾进口过食用猪油脂。然而时隔不到一年,同样的“馊水油”质疑却卷土重来并迅速发酵。

仔细观看这段冠以“惊天内幕”的视频可以发现,“台湾女导游”并未拿出真凭实据,也没什么有力的信息佐证。但就是这样一段视频,却掀起了能量巨大的冲击波。在刨根问底追问真相的同时,背后暴露出的问题也值得深思。

在社会化媒体时代,信息的传递呈几何级数传播,一个大众关注的话题,可以瞬间引爆网络,成为一个公共事件。微博、微信正在成为一些谣言传播的“放大器”,食品安全领域一些未经证实或已经证实为谣言的信息屡屡被转发,更有甚者一些网民为博取眼球甚至“编谣传谣”。不可否认,信息传播的变革有利于增加信息的透明和缩减不对称信息,但是无疑这又是一把双刃剑。若所传事件为谣言,那么这种伤害对企业个体也是巨大的。大企业、集团也许经历这些事件会伤筋动骨,但是对一般的中小企业可能就是致命的。

在2015年全国食品安全宣传周第七届中国食品安全论坛上,中山大学传播与设计学院院长张志安发布了《中国网民食品安全认知研究报告2015》。该报告指出,2012年至2014年的食品安全事件中存在着15.93%

的虚假信息。

“一段并未提供真凭实据的视频,却能在网上引起一呼百应的舆论关注,充分说明公众食品安全信心依然十分脆弱。”天津市社科院舆情所所长王来华说。

尽管国家对网络传谣行为采取了严厉的打击措施,然而网络“微传播”仍然乱象纷纷。天津九河律师事务所律师杨月明说,从接触的维权案件看,微信是以点对点传播为主兼具小范围的点对面传播,信息多在熟人之间互相传播,更容易让接受者相信。其具有精准传播和快速扩散的优势,传谣的杀伤力更大但却成本低、维权难,打击网络传谣必须进一步加大对微信传谣的治理力度。

“对网友来说是动动手转发或者骂两句的事儿,对企业来说可能就是灭顶之灾。”天津市一位食品企业负责人对记者表示,尤其是在食品安全这根弦高度紧绷的今天,微信、微博上一个不值得推敲的谣言都会影响行业的发展。

对策:加强监管增强信息透明度

专家认为,对于监管部门来说,在食品安全问题上应采取“零容忍”的态度,堵塞监管空隙,做实监管举措,从严从重打击一些食品安全违法行为。同时,针对社会舆论的关切,也要第一时间发布权威信息,增强信息透明度。

王来华表示,食品生产企业和消费者之间的信息关系往往是脱节的,这种不对称的关系就会产生信息真空,也是谣言产生的温床。监管部门应加大对食品安全领域的监管力度,用更全面的信息展示食物生产过程,对社会焦点及时回应,这样才能有效消除这种信息的不对称性,恢复群众信心。

“谣言止于智者”,作为网民的一个分子,不管是论坛、搜索引擎等等有关介质都好,应该有自己的真假识别能力,面对舆论需要更多的理性与中立思考。而对于可能造成重大影响和个人伤害的事件,应该先获得权威信息公布后,再确定自己的立场和观点。

公众一方面要勇于揭露和举报食品生产者的违法违规问题,另一方面,要保留一份独立判断能力,守住信息发布或转发的底线,不要把道听途说、缺乏证据的信息当成新闻来传播。



链接→

还有哪些食品企业曾经“躺枪”

肯德基——

研发“蜘蛛鸡”供应鸡翅鸡腿?

近年来,网络图片出现6只翅膀8条腿的“蜘蛛鸡”,另外有号称“有图有真相”的长蛆炸鸡……关于肯德基的这些“独家爆料”,相信不少人都在各种微信公众号里看见过。如今肯德基终于“反击”了。2015年6月,肯德基所属的百胜新近将10个涉嫌造谣的微信账号告上法庭,目前上海徐汇区法院已经受理此案。

农夫山泉——

谣传“农夫山泉即将停产”

2014年11月,因发布停产谣言,农夫山泉一纸诉状将名为“蜜琪儿”的微信认证公众号告上法院。日前,法院判决,因损害农夫山泉名誉权,该微信公众号遭到重罚:立即删除谣言文章,并在其显著位置刊登向农夫山泉道歉的声明(存续时间不得少于一个月),此外,赔偿经济损失20万元。

金龙鱼——

谣传“转基因与金龙鱼的阴谋”

网民郭某林利用网络散布谣言,通过堆砌、编造子虚乌有的资料,称美国通过转基因技术渗透中国,金龙鱼就是其在中国的合作方。称“金龙鱼,一条祸国殃民的鱼”……2011年3月,记者从南山警方获悉,犯罪嫌疑人郭某林利用网络散布谣言,损害了金龙鱼食用产品的商业信誉,目前郭某林被南山区检察院依法批准逮捕。

安利——

安利老板服用纽崔莱致死?

安利旗下的核心产品——纽崔莱蛋白质粉一直是中国大陆畅销多年的产品。7月17日,安利(中国)日用品有限公司就“安利老板服用纽崔莱保健食品致死”等消息作出声明,称上述消息均为恶意捏造和散布谣言,侵犯和损害公司名誉权,将采取法律行动,依法追究不法分子的法律責任。

(中国食品科技网)