

# 自媒体食品安全网络谣言的影响及治理思路

贾栋丽, 张清安\*

(陕西师范大学, 食品工程与营养科学学院, 西安 710119)

**摘 要:** 随着自媒体在我国快速发展, 大量的网络信息不断地冲击着人们的认知。面对互联网上很多良莠不齐的信息, 大部分人无法辨别其真伪, 更难以用理性的思维去探究其背后的含义, 这为网络中的食品安全谣言问题提供了巨大的可能性。本文主要分析了自媒体环境下食品安全网络谣言的现象及其对食品企业、行业, 社会, 政府的影响, 并在此基础上提出了企业自觉生产, 行业积极自净, 政府创新治理, 消费者理性传谣等相应的治理对策, 以期营造一个积极向上的食品消费环境。

**关键词:** 自媒体; 食品安全; 谣言; 影响; 治理

## Effects and governance strategy of the food safety network rumors under the we-media circumstances

JIA Dong-Li, ZHANG Qing-An\*

(College of Food Engineering and Nutrition Science, Shaanxi Normal University, Xi'an, 710119, China)

**ABSTRACT:** With the rapid development of we-media in China, a large amount of network information constantly impacts people's cognition. Faced with a lot of good and bad information online, most people cannot identify its authenticity, and it is even more difficult to use rational thinking to explore the meaning behind it, which provides a huge possibility for the problems of food safety rumors online. This paper mainly analyzed the phenomenon of food safety network rumor and its influence on food enterprises, industry, society and government under the environment of we-media, and put forward the corresponding countermeasures such as conscious production of enterprises, active self-cleaning of industry, innovative governance of government, rational rumors of consumers, etc. on this basis, in order to create a positive food consumption environment.

**KEY WORDS:** we-media; food safety; rumors; effect; countermeasures

## 1 引 言

2003 年, 谢因波曼与克里斯·威理斯两位美国人明确提出了“we-media”这一概念, 自媒体一词由此进入人们的视野<sup>[1]</sup>。我国研究人员对自媒体的定义有很多不同的见解, 其中申金霞<sup>[2]</sup>认为“所谓自媒体是指传播者通过互联网这一信息技术平台, 以点对点或点对面的形式, 将自主采集或

把关过滤的内容传递给他人的个性化传播渠道”。随着科技的不断发展, 互联网技术突飞猛进, 加之自媒体本身具有广泛性、个性化、交互性强、及时性、传播迅速等优势<sup>[3]</sup>, 使传统媒体的地位“一落千丈”, 自媒体成了人们获取信息的主要途径之一。但是由于自媒体的双重性, 人们在享受便利的同时, 大量充满迷惑性、误导性的谣言也随之而来。其中, 关于食品安全的网络谣言占绝大多数, 这一现象使

基金项目: 陕西师范大学 2019 年度校级教学改革综合研究项目(19JG42)

Fund: Supported by the Comprehensive Research Project of School Level Teaching Reform of Shaanxi Normal University in 2019 (19JG42)

\*通讯作者: 张清安, 副教授, 主要研究方向为食品物理场加工与食品安全。E-mail: 1976357677@qq.com

\*Corresponding author: ZHANG Qing-An, Associate Professor, Shaanxi Normal University, No.620, West Chang'an Street, Xi'an, 710119, China. E-mail: 1976357677@qq.com

民众对国内食品市场的信任度逐渐下降,影响了我国食品行业的发展、降低了人们对社会和政府的信任度。因此,对食品安全网络谣言应当引起相关部门的重视。本文就自媒体食品安全网络谣言的影响和治理思路做出简要分析,为食品企业、行业,社会,政府等关于食品安全谣言问题提供可行的建议。

## 2 自媒体食品安全网络谣言现象及其影响

据中国互联网络信息中心发布的《中国互联网发展状况统计报告》<sup>[4]</sup>显示,截止 2019 年 6 月份,我国网民数已达 8.54 亿,其中手机用户占 99.1%。与此同时,自媒体行业迅速发展,微信、微博、抖音、快手、全民小视频等手机 APP 逐渐进入大众视野,成为了人们生活娱乐不可或缺的一部分。这些自媒体信息的广泛传播,加速了信息化社会的形成,使人们在第一时间便可以便捷地获取到想要的信息。但由于自媒体数量过于庞大,监管体系过于复杂,使许多“不法之徒”趁机利用自媒体进行谣言传播并获取非法利益,食品谣言的传播就是其中较为常见的一种。

由中央网信办违法和不良信息举报中心指导,中山大学和腾讯公司联合出品的《2018 年网络谣言治理报告》<sup>[5]</sup>显示,2018 年微信平台累计拦截了 8.4 万多条谣言,其中,食品安全类谣言数量位居前三甲,表明我国食品安全谣言现象较为严重,不容忽视。戈晶晶<sup>[6]</sup>指出我国食品安全网络谣言多以违背事实依据、偷换食品安全概念、原有谣言事件翻炒、有意戏谑嘲讽 4 种形式进行传播。下文将就食品谣言的传播对食品企业、行业、社会以及政府的影响进行逐一概述。

### 2.1 对食品企业、行业的影响

面对自媒体网络涌现出的大量信息,大多数消费者无法对食品安全事件的真伪而做出正确的判断。胡立彪<sup>[7]</sup>研究表明:人们在面对关系到自身利益的问题时,往往会以感性的姿态对待。所以在面对自媒体输出的各种食品安全谣言轰炸时,为了使自身处于一个相对安全的状况,消费者宁可相信这些虚假谣言的真实性,也不愿去“以身犯险”,而这种处理方式往往会给相应的食品企业及行业带来巨大的经济损失。如 2018 年的“星巴克致癌”<sup>[8]</sup>和“茶叶农残”事件<sup>[9]</sup>、“食盐中的亚铁氰化钾有毒”<sup>[10]</sup>,2019 年的“柿子牛奶不能同时食用”事件<sup>[11]</sup>,在当时都对食品企业和行业造成了巨大的经济损失,严重打击了食品企业生产的积极性,使相应食品产业在很长时间内一蹶不振。2017 发生的“塑料紫菜”事件,正是由于“不法分子”的恶意污蔑加之自媒体平台非理性传播,使晋江 65 家紫菜公司产品积压,无法销售,不仅造成巨大的经济损失,同时也大大降低了群众我国对食品行业的信任<sup>[12]</sup>。

### 2.2 对社会的影响

田慧凤<sup>[13]</sup>指出网络谣言给社会造成的影响主要表现在:造成社会不必要的恐慌,危害社会和谐发展、降低公众对网络的信任度、增加了谣言的解决难度、损害个人和集体名誉等 4 个方面。随着大量自媒体食品安全谣言的肆意传播,如果社会无法保障消费者的食品安全,消费者会出现恐慌情绪,进而对社会产生不满,易引发大规模游行示威活动或故意破坏社会秩序等一系列危害,如“速成鸡”事件的发生,使民众对鸡肉生产产生怀疑,造成社会恐慌<sup>[14]</sup>。

### 2.3 对政府的影响

首先,自媒体食品安全谣言的大量传播不利于政府政策的实施,很多自媒体平台往往为博取眼球,有意散播一些违犯国家政策的不法言论。其次,谣言的长期存在会使公众对政府的信任度下降,引起公众对政府执法部门能力的怀疑。久而久之,政府很难在公众面前建立威信,其做法、言论也会受到质疑和否定,增加其对社会治理的难度。

## 3 自媒体食品安全网络谣言的治理策略

### 3.1 提高门槛严格考核,自媒体自净需加强

根据艾媒咨询 (iiMedia Research) 数据显示,大多数自媒体从业者学历为专科和本科,其中专科学历占到 17.2%,本科学历占到 57.5%<sup>[15]</sup>。学历水平普遍不高,且超过半数自媒体人所在的行业领域与其专业背景不相符。这使得大多数自媒体从业者缺乏相关的职业素养和责任担当。作为自媒体平台,应该建立相应的行业标准进行行业自净。

2017 年 12 月 1 日,国家互联网信息办公室公布实施了《互联网新闻信息服务单位内容管理从业人员管理办法》<sup>[16]</sup>(以下简称《办法》),办法规定应对专门从事互联网工作的单位人员进行教育培训,并建立健全从业人员准入、奖惩、考评、退出等制度,但并没有对自媒体人员进行相应的规定。首先,作为自媒体平台应紧跟国家政策,提高自媒体从业者准入门槛,将专业背景和从业领域一致化。其次,对已经进入自媒体行业的从业者应进行从业资格的评定以及职业教育,同时,定期对其进行测试、考核,最后根据考核成绩对其进行分级,根据其分级情况进行不同层次自媒体经营。

2017 年国家互联网信息办公室还发布了《互联网用户公众账号信息服务管理规定》<sup>[17]</sup>并对自媒体注册账号上限及违法违规情况进行了一定说明,但没有提出具体的措施。自媒体平台作为自媒体最为集中的场所,应对自媒体账号进行严格管理。平台应丰富其评判标准,坚决杜绝“流量至上”的不良风气,点击量不应作为自媒体账号影响

力评判的唯一标准。自媒体平台可以根据各自媒体发布内容的真实性、影响力等因素综合考查,并根据其考察成绩对自媒体账号进行分级。平台可以根据不同的自媒体等级来限制各自媒体不同的粉丝上限,严格把控其粉丝数量。该考查可以按照月或季度进行,考察成绩优异者进行升级;考察成绩不符者,对其进行相应的降级;若有严格违背行业准则者,永久取消其从业资格。通过星级评判制可以使整个自媒体行业处于一个良性循环的状态,使自媒体平台成为传播正能量的“圣地”。

### 3.2 智能追溯网络科普,政府治理需创新

首先,政府可以应用5G、人工智能、云计算等新型技术建立相应的食品谣言鉴定、控制、追溯体系。根据在食品信息中是否存在一些譬如“中毒”“致癌”“致死”等敏感词汇,以及该信息传播的速度是否符合常理等因素综合考虑,鉴别该信息是否属于谣言。若确定其谣言性质,政府应及时对其进行阻拦及控制,并根据已有的追溯体系追根溯源,将谣言的制造者“连根拔起”。若谣言已经在网络中大范围传播开,政府应及时组织专家进行舆情风险分析、风险交流,对谣言进行剖析解读、全面辟谣,进而稳定民众情绪、恢复健康的网络局面。

其次,政府应顺应自媒体时代潮流,建立自媒体账号对食品安全问题进行辟谣。目前,中国食品安全网抖音官方账号已正式上线,仅仅靠135个作品就赢得103.6万粉丝,其中单个视频点赞量最高达113.1万次,可见公众对自媒体传播形式的认可。全国各省、市、区、县也应紧跟时代步伐建立自己的自媒体宣传账号,积极鼓励市民加入,以视频化、音频化、动画化等新形式吸引更多人关注食品安全问题,使食品谣言不攻自破。

再次,政府应对民众进行科普宣传教育。一般来说,食品安全谣言的受害者大部分集中在中老年群体。因此,政府机构可以通过在老年社区、老年公园和广场等老年人较为集中的地方进行线下食品安全知识的普及与宣讲。同时,也可以通过中老年人喜欢看的一些养生节目进行线上科普,如养生有道、健康之路、养生宝典等节目,通过领域内知名权威专家进行科普宣讲的方式会使中老年人更容易接受。

最后,政府应建立专门针对自媒体的法律制度。以严厉的惩罚机制和丰厚的奖励机制,积极鼓励社会各界反驳谣言、举报谣言,形成一种全民打击谣言的风潮,使食品安全谣言无处可逃。

### 3.3 规范生产公开透明,企业生产需自觉

首先,食品企业应严格遵循食品生产规范,保证其食品品质。在此基础上,食品企业在面对食品安全谣言问题时也应敢于发声,拿起法律武器去维护自身合法权益。如2017年5月24日,中国食品辟谣联盟和金龙鱼公司首次

提出了“亮剑网络食品谣言”的倡议,呼吁各食品企业严厉打击食品谣言事件,营造良好的食品舆论环境<sup>[18]</sup>。

其次,食品企业也可以在不影响企业正常生产及泄露企业机密的前提下,将部分生产工艺流程向民众开放,将生产线透明化,让民众亲自体验产品的整个生产流程,使其对食品生产的安全性有一定的直观感受,形成一定的理性认识。在经济实力允许的情况下,食品企业还可以设立专门的公益性科普基地,向消费者进行食品安全知识科普宣讲。

### 3.4 传经解惑勇于担当,行业辟谣需客观

首先,食品行业应严格自律,并定期举办行业协会座谈会,针对企业出现的技术性问题进行探讨及解答。其次,在面对食品谣言事件时,食品行业协会应以客观的态度对待,不可为维护行业利益而对真相进行搪塞和掩盖,也不可因“惧担责”、“惧舆论”而保持沉默。行业协会应起到企业、政府和消费者之间的桥梁作用,科学地还原真相。

### 3.5 科学分析综合判断,消费者传谣需理性

消费者应该理性看待自媒体平台发布的有关食品安全的各种谣言。增强对基本食品安全问题的认知能力、提高理性判断和分析能力,让谣言止于智者。其次,消费者还应充当食品安全谣言的卫士,在发现食品安全谣言传播问题时及时向有关部门进行反映。

## 4 结语

自媒体是把双刃剑,在给人们带来方便的同时,也引起了谣言的滋生与弥漫,这对社会产生了一定的消极影响。本文通过分析,发现网络中的食品安全谣言问题对我们的社会、政府、食品行业产生了巨大的危害。同时提出应积极从自媒体平台、政府、食品企业、行业和消费者等这几个方面同步发力的治理策略,为能够降低自媒体食品安全谣言带来的消极影响,肃清网络环境提供参考意义,同时为“健康中国”的实施提供良好的市场环境。

### 参考文献

- [1] Chris W, Shayne B. We media [M]. The Media Center, 2003.
- [2] 申金霞. 自媒体的信息传播特点探析[J]. 今传媒, 2012, 20(9): 94-96.  
Shen JX. An analysis of the characteristics of self media information dissemination [J]. Mod Media, 2012, 20(9): 94-96.
- [3] 吴亚楠. 传统媒体与自媒体的博弈研究[D]. 哈尔滨: 黑龙江大学, 2012.  
Wu YN. Research on the game between traditional media and self media [D]. Harbin: Heilongjiang University, 2012.
- [4] 于朝晖. CNNIC发布第44次《中国互联网络发展状况统计报告》[J]. 网信军民融合, 2019, (9): 30-31.  
Yu CH. CNNIC released the 44th Statistical report on the development of China's Internet [J]. Civ Mil Integr Cybersp, 2019, (9): 30-31.

- [5] 佚名. 《2018 年网络谣言治理报告》在京发布[J]. 中国报业, 2019, (3): 51.  
Anonymous. *Report on the governance of Internet rumors in 2018* was released in Beijing [J]. *Chin Newspaper Ind*, 2019, (3): 51.
- [6] 戈晶晶. 提高网民素质抵制网络谣言[J]. 中国信息界, 2019, (3): 55-58.  
Ge JJ. Improve the quality of Internet users and resist Internet rumors [J]. *Inf Chin*, 2019, (3): 55-58.
- [7] 胡立彪. 治理食品安全谣言的关键在哪儿[N]. 中国质量报, 2019-06-27(2).  
Hu LB. Where is the key to control food safety rumors [N]. *Chin Qual Dly*, 2019-06-27(2).
- [8] 任然. 喝着星巴克转发致癌传闻, 为哪般?[J]. 科学大观园, 2018, (8): 58.  
Ren R. Drink Starbucks to forward the cancer rumors, why? [J]. *Sci Grand View Gard*, 2018, (8): 58.
- [9] 王小丹. 喝茶等于喝农药? [J] 家庭医药, 快乐养生, 2018, (9): 85-86.  
Wang XD. Does tea equal pesticide? [J]. *Home Med*, 2018, (9): 85-86.
- [10] 张明芳. 盐里加了亚铁氰化钾, 吃了会中毒吗? [J]. 家庭科技, 2018, (11): 54-55.  
Zhang MF. If potassium ferrocyanide is added to the salt, will it be poisoned? [J] *Sci Technol Family*, 2008, (11): 54-55.
- [11] 孙树侠. 牛奶? 柿子? 空腹到底不能吃什么[J]. 家庭医药, 快乐养生, 2017, (11): 22-23.  
Sun SX. Milk? Persimmon? What can't you eat on an empty stomach [J] *Home Med*, 2007, (11): 22-23.
- [12] 方炜杭, 赵鹏. 媒体融合发展中的舆论引导能力-从“晋江塑料紫菜”舆情谈起[J]. 新闻战线, 2017, (13): 86-88.  
Fang WH, Zhao P. The ability of guiding public opinion in the development of media integration-from the public opinion of "Jinjiang plastic laver" [J]. *News Front*, 2017, (13): 86-88.
- [13] 田惠凤. 网络谣言的社会危害及治理对策研究[D]. 石家庄: 河北师范大学, 2012.  
Tian HF. A study on the social harm of Internet rumor and its countermeasures [D]. *Shijiazhuang: Hebei Normal University*, 2012.
- [14] 贾雁. “45 天速成鸡”事件暴露公众科普缺失[J]. 猪业观察, 2012, (23): 3.  
Jia Y. "45 day quick chicken" event exposed the lack of popular science [J]. *Swine Ind Outlook*, 2012, (23): 3.
- [15] 艾媒报告 | 2017 年中国自媒体从业人士生存状况调查报告[R/OL]. [2017-02-14]. <https://www.iimedia.cn/c400/48685.html>  
Iimedia report 2017 China's self media practitioners' living conditions investigation report [R/OL]. [2017-02-14]. <https://www.iimedia.cn/c400/48685.html>.
- [16] 国家互联网信息办公室. 互联网新闻信息服务单位内容管理从业人员管理办法[S].  
State Internet information office. Measures for the management of content management practitioners of Internet news and information service units of the state Internet information office [S].
- [17] 国家互联网信息办公室. 互联网用户公众账号信息服务管理规定[S].  
State Internet information office. Regulations on the management of Internet users' public account information service [S].
- [18] 佚名. 中国食品辟谣联盟向谣言“亮剑”[J]. 质量与认证, 2017, (6): 75.  
Anonymous. China's food rumor dispelling alliance has turned to rumor as a "sword" [J]. *Chin Qual Cert*, 2017, (6): 75.

(责任编辑: 李磅礴)

## 作者简介



贾栋丽, 主要研究方向为食品质量与安全。

E-mail: 1360219168@qq.com



张清安, 副教授, 主要研究方向为食品物理场加工与食品安全。

E-mail: 1976357677@qq.com