

《半月谈》韩朝阳

在发布门槛低、传播速度快的社交媒体平台上,反映各类矛盾纠纷的维权帖、曝光帖并不鲜见。不可否认,许多不良现象、侵权行为因此得到快速处理,促进了问题解决,伸张了社会正义。但记者在基层调研发现,“网络维权”内容真假难辨,面对刻意编造谣言,煽动情绪的“网闹”乱象,一些基层政府难以招架,大量公共资源被拖入“谁闹谁有理”的泥潭。



遏制违法行为,反引骂声一片

一段剪辑视频、几句煽情文字,不说“事实”选“立场”、不究“情理”煽“情绪”,相关内容如果对准基层政府,往往容易将一个事件迅速推上热搜。不少基层干部对记者表示,澄清无人听,解释被曲解;不回应挨骂,回应也挨骂,实在两难。

前不久,某地发生一起拆除厂房舆情事件,当事人一方在网上发布歪曲剪辑的视频,称乡镇政府组织不明身份人员进行强拆,控诉基层政府滥用职权,甚至痛斥执法活动是“黑社会性质行为”,同时称自己是当地“招商引资企业”,做的是“扶贫项目”。视频在互联网平台广泛传播后,被攻击谩骂的基层干部无奈表示,违规占地就这样被舆论“洗白”。

实际上,当事人违规占用基本农田建设厂房的证据十分清晰。数年间,由于村民举报、上级巡查交办等原因,当地自然资源局、乡镇政府曾先后4次向当事人送达《土地使用违规行为限期整改通知书》等相关法律文书,并组织听证会,要求其纠正违法行为,但当事人拒不配合。

此外,当事人和当地政府部门也通过诉讼途径解决此事,县、市两级法院判决书均认定当事人未经批准占用耕地事实清楚、证据充分,但相关法律文书均未能得到当事人认可。近期,当地组织执法时,当事人在微信群里“号召”村里60岁以上老人来企业附近阻止,并给出每人100元的许诺,导致不少村民围观、阻挠,场面混乱。

事发后,当事人一方以厂房是“扶贫车间”、招商引资项目等理由进行辩解,但根据调查结果来看,所在村庄从未收到过租金,项目也没有分红,所谓“扶贫车间”并非事实。

在汹汹舆情裹挟下,这样一起违法占地事件的当事人似乎成了“受害者”。哪怕当地事后发布了情况通报,澄清了事实,但在社交媒体平台的评论区,大量质疑和攻击的声音并未就此消退,恶劣影响一时难以消除。

谁守规矩谁吃亏?

在时不时发生的“网闹”现象背后,不乏一些“好事者”推波助澜。他们用掐头去尾的视频、拼接过的截图等碎片化信息收割流量,甚至企图借此牟利。

某地曾发生一起学生校内坠亡事件,一组被描述为“死者身上有伤痕”的照片在网上广泛传播,甚至还有“死者被打得哀嚎惨叫,最后被人用被子裹着拉去楼顶”等不实信息在网上流传。但直到3天后,当地才发布了一条仅有200字的情况说明,称排除刑事案件。当地干部没有料到,信息发布后,

网络舆情不仅未“降温”,反而愈演愈烈。

面对这种情形,当地宣传干部说,县里根本应付不过来,线上线下一度失控,不少其他地方的人都准备赶往当地直播,加之各种小道消息流传,网络“断案”盛行。最终,详细调查结果也没有对外公布,“因为发出来网民也不信”。

在“信息茧房”“算法推送”“圈层传播”等因素影响下,情绪往往被置于事实之前,导致以讹传讹、情绪煽动大有市场。更有甚者,利用造谣生事牟利,从脚本设计、素材拼凑,到账号发布、层层分包,形成买谣、造谣、传谣的网络产业链。

面对这一情况,基层政府往往疲于应对、无计可施。“舆情来势汹汹,我们应对的手段很有限,联系平台官方举报或发函协商,几乎得不到回应,负面信息反而越刷越多。”上述拆违舆情发生地的一位宣传干部说。

“网闹”事件博人眼球,反映出规则法度一定程度的失灵。当事人认为越是理性维权、遵守规则,其利益越难以得到保障;基层政府则希望尽快“息事宁人”,认为越按规则办事越被动。这无形中造成了“嗓门越高越有理,闹得越大越得利”的结果。“按闹分配”成功的个案,又会借助社交媒体平台快速传播,进而成为其他人的“行动指南”。

线上线下,两手发力

不少基层干部用“上诉不如上访,上访不如上网”来形容“网闹者”的心态。实际上,“网闹”难治,既有少数基层政府确实存在问题的原因,也有地方应对能力不足、处置失当的原因,还有平台失管、流量为王等原因。

基层政府必须提升管网水平,提高舆情处置能力。公权力部门面对网络质疑时,倘若回应迟滞生硬、瞻前顾后,很容易导致负面情绪累积,形成舆情“堰塞湖”。要及时公布权威详细的调查结果,实事求是、不护短,依法打击不手软。尤其要提升关键岗位领导的管网能力,避免面对舆情“畏之如虎”,抱着“鸵鸟心态”,总想绕过规则息事宁人。

同时要压实网络平台责任,不能“造谣热热闹闹,辟谣冷冷清清”。要把好入口审核关,打通政企互动桥梁,对于影响恶劣的造谣事件,不能在谣言传播时给流量、博关注,在政府辟谣时不理睬、不推流。

要持续提升社会治理能力,线下治理和线上处置两手抓。当前,一些执法权限下放至乡镇一级,但如何用好执法权,仍是一个重大课题。基层执法者要严格执法程序,及时释法说理,避免执法过程中出现不当举措,这样哪怕被曝光、被“挂网”,也经得起舆论检验。要守住法治底线,树立执法权威,让“按规则办事”成为社会共识,从根源上压缩“网闹”生存空间。

《扬子晚报》许倩倩

近年来,一种号称含有铁、镁等多种矿物质而呈现粉红色的“玫瑰盐”(也称喜马拉雅岩盐)在网络上走红,且售价昂贵。某品牌380克的“玫瑰盐”甚至卖到近40元,成为不少消费者眼中的“高端食盐”。但前不久,有专业测评人对部分在电商平台销售的“玫瑰盐”做了测评,结果显示一些产品中检出了铅、砷、铬等多种重金属,其含量远超普通食盐。测评同时指出,“玫瑰盐”并不能算作食用盐,它是按照工业盐的标准进口的。那么,食用“玫瑰盐”到底安不安全?消费者能放心购买吗?带着这些疑问,记者进行了采访。

有人追求“天然营养”,也有人担心安全隐患。“玫瑰盐”凭借“天然零添加”“富含微量元素”等标签吸引了不少顾客。宝妈刘小姐告诉记者:“朋友推荐的,我也稍微看了一下,发现它比一般的盐营养要多一些,所以就买回来给宝宝做食物用。”她表示,自己品尝后感觉比普通盐的咸度要低,所以更放心。

在国外生活过一段时间的梁女士使用“玫瑰盐”已有几年。“因为它是粗盐,比普通盐融化得更慢一些,所以我经常会用它来干腌牛排,腌过夜也不会渗透得很厉害,肉就不会太咸。”她坦言,回国后在线下超市基本没看到这种盐,所以经常会请朋友代购,都是买一公斤装的大罐。

与此同时,也有消费者出于安全考虑,对“玫瑰盐”的食用持谨慎态度。“买回来之后,还是因为颜色的问题犹豫了。用水溶解了一下,发现很浑浊,就没敢用。因为我们正常吃的食用盐溶于水后,水是很清澈的。”林小姐说。

“玫瑰盐”不算食用盐,营养也微乎其微。在我国,食用盐的原料本就是天然的,主要来自海水、盐湖等。为了确保其安全、纯净,符合食品安全标准,还需要经过严格的处理和检测,去除不必要的矿物质和杂质。根据我国GB 2721-2015《食品安全国家标准 食用盐》及GB/T 5461-2016《食用盐》的规定,食用盐的感官要求为:色白(白度≥45)、味咸、无异味、无明显与盐无关的外来物。

按照国标,“玫瑰盐”在色泽上就不符合相关标准要求。记者还发现,在少部分售卖“玫瑰盐”的店铺内,产品详情页面会有“符合原产国和品牌地的食品标准”“因与中国国内盐业标准规定的颜色不符,被判定为非食用盐”等提示字样。

目前,网上售卖的“玫瑰盐”多为进口产品。记者随机询问一家店铺相关产品是否以“食用盐”或“调味品/混合调味料”的身份申报进口时,从客服的回复中得知,因为我国只有白盐可归入食用盐类目,所以他们的粉盐产品只能归入其他盐类,且在国内也只是符合GB2762-2017《食品安全国家标准 食品中污染物限量》要求。但在咨询中,客服仍会暗示该产品是食用级玫瑰盐,可以放心购买。

“需要注意的是,喜马拉雅岩盐的纯度不高,也不符合中国食品生产标准要求,甚至本来是应用于洗浴,或动物补盐的粗加工工业用品。”江苏省南京市消协相关工作人员在接受记者采访时介绍。消费者在购买盐等调味品时,必须认准Qs生产许可标志,同时符合GB2721-2015食品安全标准编号,建议在正规的超市购买,不要只关注产品的外形或色彩。

“我们建议正常人群每日盐摄入量为6克,所以通过几克盐摄入的微量元素几乎可以忽略不计,更不足以对人体健康产生什么有益影响。”南京明基医院营养科主任周彤表示。商家所宣称“玫瑰盐”中含有的一些营养元素,完全可以从普通食物中获取,且更安全 and 高效。比如补铁可以吃猪肝和各种肉类,补镁可以吃绿叶蔬菜和坚果,硅也可以通过全谷物、蔬菜和坚果获得等。

测评发现「高端食盐」含有多种重金属
网红「玫瑰盐」,能放心购买吗

嗓门越高越有理

?

基层为何越来越怕「网闹」

?