

胁迫要求签订商业合作协议。

这种情况并不少见。采访中，多家企业都经历过自媒体打着“舆论监督”旗号，实施敲诈勒索的情况，但都敢怒不敢言。

“最近，一家境外商业媒体写了一篇涉及我们企业的不实文章，我们通过各种关系终于找到对方负责人，对方直接开口要30万元才删稿。”彭娟说，公司经营本来就有压力，管理处不同意花钱删稿。

彭娟透露，平时她处理企业舆情时，一般会先跟自媒体平台或者作者直接联系，有些通过申诉就能很顺利地删掉涉企侵权文章，有些谣言则可能得花点钱与自媒体合作才能删掉。“那些没办法做工作的网络媒体，我们就直接不管了。”彭娟说。

今年3月，华南一家大型制造业企业也遭遇了同样的“苦恼”。一家自媒体突然发布了一篇涉及企业管理层薪资的文章，文中所列薪资数据全部失实，文章擅自将管理层薪资数字放大。

熟悉这家企业内部情况的人士告诉《中国经济周刊》记者：“公司管理处看到这篇文章后，十分恼火，让品牌部门处理。品牌部门跟撰文的自媒体沟通多次，最终删除了文章。”

张奋说：“网络谣言背后，一些自媒体都有着利益诉求。目前，通过花钱删稿删评论，甚至降微博热度都形成了一条隐形的产业链，很多企业碰到侵权信息时对此束手无策。”

## 网络谣言维权有多难

面对网络谣言的负面影响，由于

维权成本高，不少企业和机构有时候只能束手待毙。

“我们医院根据掌握的证据，去相关部门报案。但有关部门迫于舆论压力，让医院不要再把事情搞大。”王振表示，一些地方监管部门面对网络舆情引发的纠纷，都采取息事宁人的态度，这也是网上涉企谣言无法根除的原因之一。

王振分析称，涉企侵权案件立案难，一方面，有关部门协同机制没有发挥作用，比如针对经济类案件，破案后相关办案部门可以获得奖励，而涉企侵权案件办案并没有配套奖励；另一方面，有关办案机关在处理网络大V涉企侵权案件时，也会有“惹一身骚”的顾虑，担心网络大V将舆情引至办案机关自身。

采访中，记者了解到，针对网络谣言侵害企业权益声誉的行为，某省有关部门多次召开协调会，研究处理涉企的侵权信息问题，但此类案件在基层仍遭遇立案难困境。

一位研究网络舆情的不具名人士告诉《中国经济周刊》记者，损害商业信誉罪，从互联网层面判定当事人是否违法犯罪，相关部门对这块工作缺乏可借鉴的经验，尤其在给企业带来直接经济损失量化工作上，没有一套可操作的量化标准。


上述人士举例说，损害商业信誉罪立案标准之一是“给他人造成直接经济损失数额在五十万元以上的”，为打击网络涉企侵权行为，他们企业邀请深圳第三方机构就网上水军以及大V的涉企言论给企业商业信誉带来的

损失作了一个评估，评估报告给出的企业损失达到了5000多万元，但企业相关负责人把这个评估报告递送给有关部门，依然没有获得立案。

张奋认为，网络谣言遭遇立案难进一步让造谣者有恃无恐，有关部门应该协同监管，加强对造谣者的打击力度。

一位宣传系统的人士向《中国经济周刊》记者表示，大型企业遭遇网络谣言，很多都陷入“大炮打蚊子”的境地，即使通过诉讼打赢了官司，企业除了收获道歉往往很难拿到赔偿；而且就算打赢了官司，执行难也让企业家焦头烂额。

“总而言之，网络造谣违法成本太低，但企业维权成本又太高了；加之有关部门一般都息事宁人，企业家也不想因为小事大动干戈，影响企业正常生产经营。”上述人士说。

面对这样的情况，有关部门也展开行动严厉打击网络谣言。2023年12月，公安部召开新闻发布会指出，公安机关以“三打三挖”为原则，即“打团伙、打链条、打生态，挖幕后、挖金主、挖资产”，以编造传播虚假信息进行“造热点”“蹭热点”“带节奏”的网红大V、进行引流牟利的“网络水军”团伙，以及幕后操纵的MCN机构（专门从事短视频内容创作与营销的机构）等为目标，查明黑灰利益链条，彻底穿透行业运行生态，不断提升网络谣言案件类案打击和生态打击能力。

（应采访对象要求，文中为张奋、方芳、彭娟、王振为化名）

责编：郭霁瑶 guojiaoyao@ceweekly.cn  
美编：孙珍兰