

厨房里这些小动作,很可能危及生命!

厨房,本来是香气四溢的地方,但如果操作不当,很可能就是悲剧发生的地方,这几起要命的事件都发生在厨房里!

在燃气灶旁倒面粉

厦门一居民家中就发生过一起闪爆事故。当时,夫妻二人正在厨房炒菜,其中一人在烤箱旁,正倒面粉准备烤甜点,而这时发生了闪爆,两人烧伤面积都在50%以上,属于特重度烧伤,家中窗户连同防盗网都从楼上飞落下来。

事件发生后,有人做了一项试验,一边开火,一边倒面粉,结果火苗瞬间蹿起。

那么在封闭的空间里呢?在密封的箱子里倒上面粉,用鼓风机把面粉吹起来,结果箱子瞬间爆炸。

原因:面粉是非常细小的粉尘颗粒,倾倒时扩散到空气中,达到一定浓度时,遇到哪怕一丝明火,都会引起爆炸。

因此,千万不要在有明火的地方倒面粉。

冷冻食品直接进油锅

苏州匡女士着急煎饺子,速冻水饺没有解冻就进油锅,结果油溅了出来,把匡女士手烫伤了一大片,几天都不见好。

此前,美国消费产品安全委员会做了一项模拟实验,将一只冷冻的火鸡放入热油锅。当火鸡被放入油锅的瞬间,油锅被点着,大火殃及旁边的模拟房屋。

原因:没解冻的冷冻食品直接放进热油锅里,食物外层的冰迅速变成水蒸气,会让油锅立即沸腾。这时不仅锅里的食物会炸飞伤人,沸腾的油溢出来,落到燃气灶的火苗上还会起火。

因此,经冷冻的食物一定要在解冻后才能再入油锅烹饪。

湖北武汉朱先生将生鸡蛋放入盛满水的塑料碗中,之后用微波炉加热。两分钟后,当朱先生打开微波炉时,鸡蛋爆炸,炸裂物飞得到处都是。由于当时朱先生正脸面对微波炉,导致眼睛受到重创,双目失明。

用微波炉加热鸡蛋

原因:煮鸡蛋是热量从外传递到内,而用微波炉煮鸡蛋却正好相反,鸡蛋内部加热膨胀,而蛋壳却阻挡了气体的膨胀,就会出现爆炸。

因此,凡是带硬壳或者带皮的密封食品,都必须进行开封处理才能用微波炉加工。专家建议,鸡蛋最好别用微波炉加热,如果一定要用,就像做蛋羹那样,去壳打散。

做饭时喷杀虫剂

北京一位主妇在厨房煮饭时,发现有几只蟑螂在燃气灶下面,她顺手抓起一瓶杀虫剂朝着正在着火的煤气炉喷射,结果发生了爆炸。

原因:所有杀虫剂都含有高度挥发性和易燃的溶剂,只需一点火花就会在含氧气的空气中点燃,发生爆炸。

厨房煲汤没人盯

湖北一女士用小火在炉子上煲汤,之后人却出门办事。几个小时过去,汤烧干了,锅烧穿了,抽油烟机,燃气灶都被烧毁,玻璃碎了一地。幸亏被路过的环卫工看到,集体扑灭了火,才阻止了火势蔓延。

因此出门时,一定要关好燃气灶。

厨房燃气泄漏

浙江丽水一位老人在厨房里收拾东西,也没有点火,突然“嘭”的一声,身上的羽绒衣爆炸了,衣服背面被炸出好几个“大窟窿”。

消防人员解释,冬天天气比较干燥,很多衣物会产生静电,煤气泄露达到一定浓

度后,很容易发生爆炸。因此,使用完燃气,一定要及时关闭,连接灶具的燃气专用胶管也要及时更换。

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。

自媒体谣言特点: 题目惊悚、视频呈现、无时间地点

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。

济南市刘先生说,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,被广泛传

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 微信粉丝达到5000就可接广告

记者调查发现,一些自媒体生产谣言,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的对手通过

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账号。

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造谣的常用手段。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;有媒体报道了廉价猪肉是速生鸭,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害处。

那些吓死人的食品安全谣言

原来是这么炮制的



食品安全领域 已成为自媒体造谣“重灾区”

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。

食品安全领域已经成为自媒体造谣的“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。