



教育部哲学社会科学系列发展报告（培育）项目

中国食品安全网络舆情 发展报告（2015）

Introduction to 2015 China Development Report on
Online Public Opinion of Food Safety

洪 巍 吴林海 等著

中国社会科学出版社



教育部哲学社会科学系列发展报告（培育）项目

中国食品安全网络舆情 发展报告（2015）

Introduction to 2015 China Development Report on
Online Public Opinion of Food Safety

洪 巍 吴林海 等著

中国社会科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国食品安全网络舆情发展报告. 2015/洪巍等著. —北京: 中国社会科学出版社, 2015. 12

ISBN 978 - 7 - 5161 - 7365 - 7

I. ①中… II. ①洪… III. ①食品安全—互联网络—舆论—研究报告—中国—2015 IV. ①TS201.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 313164 号

出 版 人 赵剑英
责任编辑 卢小生
特约编辑 林 木
责任校对 周晓东
责任印制 王 超

出 版 中国社会科学出版社
社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号
邮 编 100720
网 址 [http: //www. csspw. cn](http://www.csspw.cn)
发 行 部 010 - 84083685
门 市 部 010 - 84029450
经 销 新华书店及其他书店

印 装 北京君升印刷有限公司
版 次 2015 年 12 月第 1 版
印 次 2015 年 12 月第 1 次印刷

开 本 710 × 1000 1/16
印 张 21.75
插 页 2
字 数 363 千字
定 价 80.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书, 如有质量问题请与本社营销中心联系调换
电话: 010 - 84083683

版权所有 侵权必究

处于风口浪尖上的中国食品安全舆情： 认识规律，正确引导人文关怀*

（代序）

食品安全和网络舆情都属当下中国最引人注目也是最值得关注的事项，一旦它们有了交集，就更加需要花大力气去研究。摆在我们面前的《中国食品安全网络舆情发展报告》（以下简称《报告》）为公众和研究者提供了丰富的材料、提出了富有启发的思路 and 观点。

如今互联网已成为公开透明的利益表达和利益博弈场所，成为各种突发事件和热门话题极其重要的信息集散地。2000年，食品安全事件成为网络热点事件。此后，尤其是2011年、2012年，公众对食品安全的网络负面舆情倍加关注，甚至群情鼎沸。当科学素养和独立判断能力尚不足以解惑之时，人们难免会感慨：“在中国，还有什么能吃？”，甚至在网络上言辞激烈地批评政府监管不力。有时，科学家就食品安全问题发表理性意见，却会被刻薄地斥责为包庇政府或为企业开脱，甚至被调侃为“砖家”、“叫兽”。但是，在这看似“一边倒”的混沌的信息背后，透过那些乱箭伤人的情感表达，以及负面舆情的无序发展，还是能发现，网络舆情的发展其实包含着独特的运行逻辑：在网民多种意见、观点的交相呈现和反复激荡中，理性的声音必然会逐渐上升，最终会形成多元互补格局。务必记住，网络舆情研究既要忠于事实，解读社情民意，又不能被网上的喧哗、流言甚至谣言所牵引，随波逐流。社会管理者必须运用更高的智慧，把握网络舆论的深层规律，以便正确应对和引导网上随时可能喷薄出的舆论能量。

本《报告》在中国食品安全舆情研究的历史上应具标志性。它紧紧抓住近年来出现的相关典型事件，对食品安全网络舆情的内生机理、传播

* 此序言是刘大椿教授为《中国食品安全网络舆情发展报告（2012）》所作。

规律、预警和引导机制做了细致的研究,揭示了食品安全网络舆情的社会影响力和深层机理,致力于引导公众理性地看待中国社会的食品安全舆情,具有很高的学术价值和重大的现实意义。本《报告》还给社会管理者以现实的启迪:食品安全网络舆情的引导不是仅凭悲天悯人的情怀就能处理好的,而是既要热心体会民生冷暖,也要冷眼观察舆论的潮起潮落;只有认识到网络舆情的生成、传播的内在特征,客观地评估政府与新闻媒体、网络民意的互动效果,认真审视新闻发布、民众诉求应对、官员问责等事项,才能真正有效地引导舆论的良性发展,提高公众的科学素养和研判能力。对于媒体而言,客观、公正的资料采集、整理、分析、总结、评论,及时寻找对策并与民众进行交流沟通,才能将最为合理的评价传递给受众,引导群众理性应对风险,避免社会心理恐慌。

食品安全是事关民生的大问题,本《报告》以新媒体环境下中国食品安全的网络舆情现状为立足点,整合传播学、管理学、社会学、计算机科学、信息科学等多学科研究视角,娴熟地运用定量与定性相结合的方法,不仅在理论研究上卓有建树,而且对我国食品安全网络舆情的公众认知、态度的倾向性以及政府应对的得失等方面开展了广泛的应用研究。本《报告》着重实证研究,通过大量的问卷和问题来厘清食品安全网络舆情的焦点、强度、演变轨迹。本《报告》不回避当今公众对食品安全事件太深的无奈和太沉的期待,体现了研究者对实事求是精神的坚守和强烈的人文关怀,会人感动。

网络支撑起的虽是虚拟空间,然而表达的常为关乎民生的现实社会问题。在虚实之间,互联网正成为提升当代社会凝聚力的平台。善待网民,信任人民,提高公众素养,此乃当务之急。愿本《报告》的出版,有助于减少“转型期社会”的震荡和阵痛,打破官民间习见的精神隔膜,促进中国食品安全事业的和谐发展。倘如此,则本《报告》功莫大焉。

中国人民大学一级教授、图书馆馆长刘大椿

2012年10月3日于北京

导 论

《中国食品安全网络舆情发展报告(2015)》(以下简称《报告》)是江南大学江苏省食品安全研究基地第四次出版的关于食品安全网络舆情的年度报告。在过去三个年度出版的基础上,继续以核心主体——网民为切入点,探讨食品安全网络舆情的演化机理与监管引导策略,并引入大数据与计算机模拟仿真等理论方法,以提高研究方法的先进性与研究结论的科学性。导论通过介绍研究背景、研究主线、研究方法、研究内容与主要结论等方面的内容,简要、全面地展现本《报告》的整体概况。

一 研究背景

食品安全直接关系到公众的生命健康,是关乎国计民生的重大问题。政府相关部门高度重视,将食品安全风险治理工作提升到前所未有的高度。在政府以及社会各界共同努力下,我国的食品安全状况总体上呈现出“整体稳定、趋势向好”的良好态势,但世界上食品安全不可能实现“零”风险,风险始终存在,其治理是一项复杂的系统工程,食品安全问题难以在短期内完全解决。2014年7月,作为麦当劳、必胜客等知名快餐企业的肉类供应商上海福喜公司被曝光涉嫌使用过期变质肉品加工快餐原材料,消息一经曝出,舆论哗然,公众纷纷在网络上发表评论,表达对食品安全状况的不满与担忧。或许正是因为如此,在食品安全状况逐渐向好的现实情况下,公众对食品安全状况的评价却并不高,甚至认为变得更糟糕。这种反差必定会对政府的公信力产生负面影响,从而降低政府食品安全风险治理工作的效能,形成恶性循环。

既然食品安全风险治理是一项长期工作,食品安全事件的发生短期内难以避免,那么是否可以食品安全风险治理过程中所发生的食品安全事

件置之不理?是否可以对公众的认知偏差不闻不问?当然不可以。民以食为天,食品安全关系人民的生命健康,影响国家的和谐稳定。虽然现阶段政府的食品安全风险治理工作可能难以获得所有公众的认同,但随着政府与社会的不懈努力,食品安全状况的不断好转,必将赢得越来越多公众的认同,这是食品安全风险治理必须经历的过程。公众是食品安全风险治理的重要参与主体。必须充分发挥公众的力量才能事半功倍,而消除公众对食品安全的认知偏差、促使公众客观、理性地认识与评价食品安全问题是调动公众积极性、引导公众科学高效地参与食品安全风险治理的重要前提。食品安全网络舆情是公众参与食品安全监管的重要平台,是连接政府、媒体、企业等舆情参与主体的重要纽带,因此在进一步加强食品安全风险治理的同时,一方面,需要继续深入分析食品安全网络舆情中公众的舆情参与行为特征以及对食品安全状况产生认知偏差的主要原因;另一方面,需要研究食品安全网络舆情的演变机理以及公众舆情参与行为的引导机制。

二 研究主线

网民是食品安全网络舆情的核心参与主体,政府、媒体、企业等通过发布食品安全网络信息影响网民的认知与行为,从而推动食品安全网络舆情的发展。本《报告》在2012年、2013年、2014年研究工作的基础上,继续以“食品安全网络舆情的现实发展状况与特征分析—基于网民视角的食品安全网络舆情实证研究—食品安全网络舆情的演变机理与监管引导机制理论研究”为研究主线,进一步探讨食品安全网络舆情的现实发展状况、演变机理、监管与引导机制等重要问题。与以往研究不同的是,本《报告》考虑了企业在食品安全网络舆情中的作用及传播策略,并引入大数据以及计算机模拟仿真等理论与方法,力求更加全面、科学地探寻食品安全网络舆情的发展规律。具体来说,本《报告》主要从如下三个视角展现食品安全网络舆情的现实特征与演变规律:

(1) 收集与整理2014年主要的食品安全网络舆情,从舆情热度、舆情性质等方面分析本年度食品安全网络舆情的总体特征,并基于食品行业划分,探讨各食品行业的舆情发展状况。

(2) 在全国范围开展食品安全网络舆情网民行为问卷调查,并基于调研数据,分析网民对食品安全网络舆情的认知与评价,以及舆情参与行为的特征与影响因素。鉴于问卷调查具有一定的局限性,本《报告》利用网络爬虫工具,通过抓取与分析食品安全网络舆情信息,研究网民舆情信息传播行为。

(3) 利用社会学、传播学、计算机科学、管理学、科技哲学等多个学科的理论与方法,对食品安全网络舆情的演化机理、监管与引导机制进行理论研究。具体内容包括运用传播学理论研究企业在食品安全事件中的传播策略;运用计算机模拟仿真研究食品安全网络舆情的传播机理;运用大数据理论探讨食品安全网络舆情的监管策略等。

三 研究方法

本《报告》主要采用如下研究方法:

(一) 文献归纳法

本《报告》的研究建立在对大量研究文献的回顾与分析基础上,这些重要研究文献不仅有助于追踪国内外相关领域的研究前沿与热点问题,了解相关问题的研究进展,还为相关问题的深入研究提供了丰富的思路与方法支撑。此外,国家相关部门与研究机构的统计数据与研究结论以及重要媒体的新闻报道也为本《报告》的撰写提供了坚实的数据与案例基础。

(二) 调查研究法

调查研究方法的使用是本《报告》的基本特色之一。为了持续追踪与研究食品安全网络舆情网民的行为特征,研究团队在前三年问卷调查基础上对问卷进行了重新设计与优化,且在调查地点的选择上尽可能与之前保持一致。2015年2—3月,在全国范围内选取涵盖我国的东部、西部、南部、北部、中部地区的12个省区共48个不同规模的城市,针对网民对食品安全的评价、网民在食品安全网络舆情中的非理性行为等问题展开实地调研。

(三) 案例分析法

案例分析法仍然是本《报告》重要的研究方法,如第八章以2014年的热点食品安全网络舆情——上海福喜事件为例分析企业在危机传播情境

中的传播策略;第十三章以转基因食品安全问题争论为例分析公众对转基因食品安全的认知以及转基因食品中的伦理问题。案例分析法的运用有助于提高本《报告》研究内容的可读性与研究结论的可信度。

(四) 模型计量法

为了提高研究过程的严谨性以及研究结论的科学性,本《报告》除了运用定性分析方法,还针对部分问题采用数学建模以及计算机模拟仿真的研究方法,例如,运用计算模拟仿真的方法研究食品安全网络舆情的传播机理;运用马尔可夫链模型研究食品安全网络舆情的热度预测等。

四 研究内容

《中国食品安全网络舆情发展报告(2015)》共十五章,主要包括食品安全网络舆情发展现状(上篇)、食品安全网络舆情实证分析(中篇)和食品安全网络舆情理论研究(下篇)三大部分。其中,第一章和第二章为上篇,主要分析2014年食品安全网络舆情的总体状况、行业网络舆情的发展现状以及舆情热点事件的诱发因素与生成特征;中篇由四章构成,主要运用实证分析方法研究食品安全网络舆情网民的行为特征,探讨舆情监管与引导的机制与方法;下篇由九章构成,主要运用社会学、传播学、计算机科学等学科的理论与方法,探讨食品安全网络舆情的演化机理以及监管与引导机制,并通过相关文献的整理与分析,探讨食品安全网络舆情的研究现状及发展趋势。

(一) 上篇

上篇“食品安全网络舆情发展现状”包括两章内容,分别为:

第一章 2014年食品安全网络舆情总体分析。在收集与整理2014年主要的食品安全网络舆情的基础上计算网络舆情的热度,根据热度对舆情事件进行分类,并进一步分析超热度及高热度食品安全网络舆情的性质;比较2014年与2013年的主要热点网络舆情,分析当前食品安全网络舆情的总体特征与发展趋势。

第二章 2014年食品安全网络舆情行业研究。以行业划分为视角,论述肉制品、油制品、乳制品、白酒与饮料等食品行业网络舆情的整体状况,并深入分析各行业典型的食品安全网络舆情,探讨食品行业网络舆情

发展特征。

（二）中篇

中篇“食品安全网络舆情实证分析”包括四章内容，分别为：

第三章 食品安全网络舆情公众调查报告。本章以食品安全网络舆情的核心参与主体——网民为研究对象，通过对涵盖我国东部、西部、南部、北部以及中部 12 个省份 48 个不同城市的 2640 名受访网民的问卷调查，深入分析网民对食品安全的关注、网民在食品安全网络舆情中的非理性行为、网民对网购食品可靠性与安全性评价等问题。

第四章 食品安全网络舆情中网民非理性行为实证研究。在复杂的网络环境中，食品安全知识相对匮乏的网民在面对专业性强且成因复杂的食品安全事件，往往处于有限理性的状态，容易采取非理性行为，从而造成舆情的爆发，对食品市场的健康发展产生负面影响，甚至危害社会和谐稳定。本章基于第三章的问卷调查数据，运用聚类分析等方法，研究食品安全网络舆情中网民的非理性行为及其与网民个体特征之间的关系。

第五章 网购食品风险感知影响因素实证研究。近年来，随着网购热度不断升温，网购食品已成为食品消费的重要方式，其所暴露的食品安全风险问题日益显著。本章基于第三章的问卷调查数据，研究消费者在网购食品过程中的风险感知，探寻影响消费者网购行为的重要因素，为商家提高服务水平，降低消费者的感知风险，引导网购食品行业的健康发展提供理论支撑。

第六章 食品安全网络舆情中网民微博转发行为影响因素研究。问卷调查数据具有一定的局限性。本章以上海福喜事件为例，利用网络爬虫工具，采集新浪微博中相关微博数据，并运用多项 Logistic 回归模型展开分析，探讨网民在食品安全网络舆情中转发行为特征与主要影响因素。

（三）下篇

下篇“食品安全网络舆情理论研究”包括九章内容，分别为：

第七章 食品安全网络舆情与网络民间社会的生长——以“转基因食品与安全争议”为例。本章以 2014 年“转基因食品与安全争议”事件为例，分析民间力量如何通过制造或参与舆情讨论，运用民意影响转基因技术应用的政府决策；分析中国网络民间社会发展所面临的困境，探寻食品安全事务协调合作、共同治理的有效路径。

第八章 企业危机传播情境中的传播策略和效果研究。在食品安全事

件中,相关食品企业作为涉事主体,对食品安全网络舆情发展产生重要作用。本章以上海福喜事件为例,运用情境式危机传播理论分析食品安全事件中企业所面临的危机情境,探讨企业的危机传播策略及策略效果。

第九章 食品安全微博舆情传播的社会网络分析——以媒体微博为例。信息传播主要通过社会关系进行。其中,媒体微博基于转发等关系形成信息传播网络,网络结构决定信息传播效果。本章运用社会网络分析方法,从网络整体结构和内部子结构两个层次定量研究2014年食品安全微博舆情传播网络的结构特征。

第十章 食品安全网络舆情传播仿真研究。本章在考虑信息真伪基础上,通过分析信息、网民以及传播网络等食品安全网络舆情传播过程的影响因素,构建舆情传播仿真模型,并运用MATLAB进行计算机仿真研究,探讨食品安全网络舆情的传播机理。

第十一章 食品安全网络舆情风险评估模型研究。本章通过层次分析法构建食品安全网络舆情风险评估指标体系,运用基于中心点三角白化权函数的灰色聚类建模技术,构建食品安全网络舆情风险评估模型,为政府监控食品安全网络舆情提供理论支撑。

第十二章 基于马尔可夫链的食品安全舆情热度预测。本章基于2014年食品安全热点舆情事件,搜集舆情事件在主要微博、主流食品安全论坛中的发帖量、转载量以及回复量,运用熵权法计算评价指标权重,采用马尔可夫链构造状态转移矩阵,预测食品安全舆情事件的趋势变化区间。

第十三章 转基因食品安全认知与伦理挑战。本章论述了公众对转基因食品安全的认知,包括公众对转基因食品认知的现状、转基因食品安全问题的争论以及产生争论的原因,分析了公众认知转基因食品的渠道所存在的问题,进而探讨了转基因食品中的伦理问题。

第十四章 网络舆情大数据与食品安全政府监管创新。本章在论述我国食品安全网络舆情监管意义基础上,分析基于互联网的食品安全监管的发展趋势,探讨如何更好地利用网络舆情数据推动政府监管创新,并围绕大数据分析,分析大数据背景下网络舆情数据在食品安全监管领域的应用前景。

第十五章 网络舆情与食品安全网络舆情研究热点。本章在检索与整理我国近年来网络舆情以及食品安全网络舆情的相关研究文献的基础上,

分析相关研究领域的研究热点,指出食品安全网络舆情引导与发展需要重点关注的内容。

五 主要结论

主要介绍《报告》中最重要的研究性结论,以便读者能够便捷、清晰地认识 2014 年我国食品安全网络舆情的发展概况。

(一) 网民行为、网络意见领袖、舆情危机与风险控制等是近年来国内食品安全网络舆情研究焦点

利用 CNKI 中的中国知网期刊、特色期刊、博士学位论文和硕士学位论文、国内会议论文、学术辑刊数据库检索与分析食品安全网络舆情研究文献,指出网民行为、网络意见领袖、舆情危机与风险控制、舆情构成体系、传播模型与引导机制等是我国近年来食品安全网络舆情研究主要关注的问题,提出“重视食品安全舆情引导的策略机制”;“完善舆情监测体系,提高舆情研判能力”;“加强信息透明度,尽量避免信息不对称,提升政府的公信力”;“发挥意见领袖作用,传播正能量”;“防止虚假信息的发布和传播”;“新媒体和传统媒体互动与互补,实行舆情全方位立体化引导”等是引导与发展食品安全网络舆情所要重点关注的内容。

(二) 舆情事件涉及面更广,转基因仍是关注焦点

2014 年发生的舆情事件不是只局限于一个行业中的一个企业或是某个地区,而基本反映了整个行业中大部分企业或全国普遍地区的共同问题,如“毒豆芽”、“毒腐竹”、“工业盐冒充食用盐”在全国多个地区都有发现,桶装水不合格情况涉及多批次、多品牌,多款面粉均被曝出含有增筋剂,多品牌功能性饮料含有二类精神药物等。此外,2013 年、2014 年对于转基因食品的关注总热度都达千万以上,是热度最高的舆情事件,对于转基因食品的安全争议继续,并且对于进行转基因食品的标识以保证群众知情权与选择权的呼声不减。虽然对于转基因食品的争议一直存在,但是,进一步发展转基因食品是不可避免的趋势,因此人们对于转基因食品的关注度也会一直保持在相对的热度。

(三) 大部分受访网民易受未经证实的负面信息的影响

调查数据表明,网络中有关食品安全的未经证实的负面信息对受访网民的食品安全信心有较大影响。而有关“转基因食品食用行为”的调查结果也表明,对于安全性问题尚无定论的食品,负面信息对受访网民的影响明显大于正面信息所产生的影响。这可能是因为食品安全问题直接关系到生命健康安全,公众在面对相关负面信息时往往持有“宁可信其有,不可信其无”的心态,这也可以从侧面解释为何虽然我国食品安全状况“总体稳定、趋势向好”,但公众对目前食品安全形势评价不高。在未来的食品安全网络舆情监管与引导过程中,一方面需要进一步加大打击造谣、传谣行为的力度,尽可能减少网络中的虚假信息,努力净化网络环境;另一方面需要发挥食品安全专家以及食品安全专业机构在食品安全风险交流过程中的积极作用,通过风险交流培养与提高公众对食品安全网络信息的甄别能力,避免公众遭受虚假信息的误导,促使公众客观地认识与评价我国食品安全状况,并引导公众更加科学高效地利用食品安全网络信息,理性地参与食品安全网络舆情。

(四) 网民网购食品的风险感知受到诸多因素影响

食品安全知识了解程度对网民网购食品的风险感知有重要影响,应通过媒体宣传、专业知识讲座等方式进一步普及食品安全知识,提升公众食品安全素养,引导公众正确认识与科学应对食品安全风险。消耗时间过多、售后服务问题、私人信息安全、商家诚信问题是影响网民网购食品风险感知的重要因素,应进一步提高信息搜寻与购物程序的人性化,系统优化网购食品的流程,减少消费者在购物过程中所消耗的时间;构建覆盖面广、响应及时、专业高效的售后服务体系,加强售后服务保障;运用先进的信息安全技术,并制定完善的信息安全保障制度,防止消费者个人私密信息泄露、丢失或被非法利用,保护消费者在整个购物过程中私人信息的安全。此外,通过设计科学合理的奖惩制度,引导商家诚信经营,降低消费者因商家的不诚信或欺诈行为而导致的损失。网民对网络评价的关注度及信任度也是影响网购食品风险感知的重要因素,应进一步完善网购食品的网络评价制度,一方面通过打击不正当竞争行为抑制网络评价中的虚假信息,包括商家通过威逼利诱的方式逼迫消费者给予不符合实际的评价以及竞争对手的恶意评价;另一方面引导消费者客观、理性地进行评价,为其他消费者提供有效的选择依据。

（五）发帖者微博的粉丝数、微博数、认证情况等因素影响网民的微博转发行为

发帖者微博的粉丝数与微博数是影响其微博被转发次数的重要因素，且存在正相关关系。发帖者微博的认证情况对其微博的被转发次数有影响。其中，对于仅有主帖内容的微博（类型Ⅰ微博），无认证的微博比官方认证的微博更容易被转发；对于转发了他人内容的微博（类型Ⅱ微博），官方认证的微博比达人认证以及个人认证的微博更容易被转发。微博内容是否有链接影响发帖者的微博被转发次数。对于仅有主帖内容的微博，若发帖者的微博中无链接，则其微博更容易被转发；而对于转发了他人内容的微博，若被转发者的微博中有链接，则发帖者的微博更容易被转发。对于仅有主帖内容的微博，发帖者微博内容的情感倾向对其微博被转发次数有影响，且呈现批评情感倾向的微博最容易被转发，中立情感倾向次之，同情情感倾向最次；发帖者微博内容是否有视频对其微博被转发次数也有影响，且若微博内容有视频，更容易被转发。对于转发了他人内容的微博，被转发者微博的粉丝数与发帖者的微博被转发次数负相关，而被转发者的微博被转发次数与发帖者的微博被转发次数正相关。

（六）媒体微博的公信力、权威性以及与食品安全事件的相关度是判断其是否为核心节点或意见领袖的重要标准

通过研究由“福喜肉”、“台湾地沟油”、“病死猪”、“毒鸭血”、“毒腐竹”、“毒粉丝”以及“毒胶囊”等具有代表性的食品安全舆情事件所构造的2014年食品安全微博舆情传播网络可以发现，在食品安全微博舆情传播过程中，尽管“青岛交通广播FM897”等普通媒体微博可以便捷地获取食品安全事件信息，但是其传播范围局限于狭小的媒体子群。而《人民日报》等媒体微博作为舆情信息传播的核心节点，在舆情信息传播中扮演重要角色。这些媒体微博用户的公信力与权威性较高，拥有大量的媒体粉丝，其发布的信息能够引起普通媒体微博的重视与转发，其舆情传播行为、舆情态度等在很大程度上影响舆情信息传播速度、整体走向等。然而，不局限于媒体的公信力和权威性，媒体微博与食品安全的相关度同样也是判断媒体是否为核心节点或意见领袖的主要标准。以“看看新闻网”为代表的食品安全事件关联媒体微博（“福喜肉”事件）是食品安全微博舆情的“风暴眼”所在，扮演着不可忽视的重要角色，在一定程度上决定了舆情信息形成、传播的初始规模。

（七）公共参与在食品安全事件中发挥重要作用

转基因食品安全性问题至今仍为人们所争论。除了公众的科学素养以及理解科学的能力有待提升之外，信息不公开、信息不对等情况也是现实中争论的问题之所在，传统媒体与新媒体在信息的传播过程中充当着重要的角色，但是，媒体本身对信息的准确性、全面性、真实性的把握也存在问题，因此，网络舆情是转基因食品安全性争论中备受关注的层面，也是值得深究的一个问题。公众参与在一些社会公共事务中起到了积极的作用，在转基因食品争论中，值得学习的就是丹麦的共识会议。公众参与在丹麦的转基因技术的共识会议中，提醒科学家注意转基因技术中的伦理问题以及社会维度的其他问题，这对于科学研究来说是很好的补充。但是，需要注意的是，即使公众可以参与，其主观能动性的发挥也要受到科学合理性的限制，公众参与也会呈现出只看眼前利益，或是受鼓动的盲目参与，便会对事情的发展产生负面影响。因此，在公众参与过程中，需要把握好科学合理性 with 主观能动性之间的张力。

（八）大数据为食品安全监管带来了机遇与挑战

每天有数以万计的信息产生，数据的规模呈现爆炸式增长，这为食品安全监管带来了机遇与挑战。一方面，互联网上的海量数据和资源具有巨大的潜在价值，如果可以快速识别关键信息，并进行有效分析，有助于更快地感知到食品安全风险，向公众发出预警。但是，海量数据的获取和分析并非易事，信息发布的源头纷繁复杂，一定程度上造成了信息管理的混乱，不确定信息和虚假信息的传播难以控制，为谣言传播提供了丰富的土壤。另一方面，社交媒体为公众参与食品安全监督提供了便捷的平台，促进了社会监督力量的发展，但是，网络舆情中的不理性声音也给政府监管带来了很大困扰，网民中负面情绪的传播给社会稳定埋下了一些潜在风险。如何有效利用海量信息提高政府监管能力，并引导社会监督发挥积极作用，是“社会共治”理念下，食品安全监管创新亟须解决的重要问题。

目 录

导 论	1
一 研究背景	1
二 研究主线	2
三 研究方法	3
四 研究内容	4
五 主要结论	7

上篇 食品安全网络舆情发展现状

第一章 2014 年食品安全网络舆情总体分析	3
一 相关研究说明	3
二 主要热点网络舆情的热度分析与等级分类	4
三 2014 年主要热点网络舆情深度分析	9
四 2014 年与 2013 年主要热点网络舆情比较	19
第二章 2014 年食品安全网络舆情行业研究	22
一 肉制品行业网络舆情	22
二 油制品行业网络舆情	34
三 乳制品行业网络舆情	40
四 白酒与饮料行业网络舆情	47

中篇 食品安全网络舆情实证分析

第三章 食品安全网络舆情公众调查报告	63
一 调查说明与受访网民特征	63

二	网民对食品安全的关注	65
三	网民在食品安全网络舆情中的非理性行为	68
四	网民对网购食品可靠性与安全性的评价	76
五	主要结论	82
第四章	食品安全网络舆情中网民非理性行为实证研究	85
一	文献回顾	85
二	食品安全网络舆情中网民非理性行为分析	88
三	问卷设计与数据收集	89
四	结果分析	91
五	研究结论	97
第五章	网购食品风险感知影响因素实证研究	99
一	文献回顾	99
二	问卷设计与样本特征	102
三	受访网民网购食品行为特征与风险感知	103
四	网购食品风险感知影响因素的 Logistic 回归分析	104
五	研究结论与展望	108
第六章	食品安全网络舆情中网民微博转发行为影响因素研究	112
一	文献综述	112
二	上海福喜事件概述与关注度分析	115
三	新浪微博网民转发行为特征统计描述	119
四	新浪微博网民转发行为影响因素回归分析	120
五	研究结论	129

下篇 食品安全网络舆情理论研究

第七章	食品安全网络舆情与网络民间社会的生长	
	——以“转基因食品与安全争议”为例	133
一	争议中的社会建构	133