



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（2014）

Introduction to 2014 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（2014）

Introduction to 2014 China Development Report on
Online Public Opinion of Food Safety



洪 巍 吴林海等 著

图书在版编目 (CIP) 数据

中国食品安全网络舆情发展报告. 2014/洪巍等著. —北京: 中国社会科学出版社, 2014. 12

ISBN 978-7-5161-5202-7

I. ①中… II. ①洪… III. ①食品安全—互联网络—舆论—研究报告—中国—2014 IV. ①TS201.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 289656 号

出 版 人 赵剑英
责任编辑 卢小生
责任校对 董晓月
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>
中文域名: 中国社科网 010-64070619
发 行 部 010-84083635
门 市 部 010-84029450
经 销 新华书店及其他书店

印 刷 北京市大兴区新魏印刷厂
装 订 廊坊市广阳区广增装订厂
版 次 2014 年 12 月第 1 版
印 次 2014 年 12 月第 1 次印刷

开 本 710 × 1000 1/16
印 张 20.25
插 页 2
字 数 342 千字
定 价 60.00 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发行部联系调换
电话: 010-84083683

版权所有 侵权必究

江苏省高校哲学社会科学优秀创新团队和国家自然科学基金青年项目（71303094）研究成果

处于风口浪尖的中国食品安全舆情： 认识规律 正确引导人文关怀 (代序)

中国人民大学教授 刘大椿

食品安全和网络舆情都属当下中国最引人注目也最值得关注的项，一旦它们有了交集，就更加需要花大力气去研究。摆在我们面前的系列《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、提出了富有启发性的思路 and 观点，我愿意把它介绍和推荐给大家。

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“荣登”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的意见，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，最终形成多元互补的格局。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而出的舆论能量。

本《报告》在中国食品安全网络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。《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,客观评估政府与新闻媒体、网络民意的互动效果,认真审度新闻发布、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,客观而公正的资料采集、整理、分析、总结、评论,及时寻找对策并与民众进行交流,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展开了广泛的应用研究。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重的期待,体现了研究者对实事求是精神的坚持和强烈的人文关怀,令人感动。

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,互联网正在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,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。

2012年10月3日于北京

刘大椿:中国人民大学一级教授,图书馆馆长。此序言为刘大椿教授为《中国食品安全网络舆情发展报告(2012)》所作。

目 录

导 论	(1)
一 研究背景	(1)
二 研究的主线	(2)
三 研究方法	(4)
(一) 文献归纳法	(4)
(二) 调查研究法	(4)
(三) 案例分析法	(4)
(四) 模型计量法	(5)
四 研究的主要内容	(5)
五 研究的主要结论	(7)
(一) 国内食品安全舆情的研究文献与研究 热点有新的增加	(7)
(二) 舆情数量急剧减少, 微博继续成为公众参与食品 安全网络舆情的重要平台	(7)
(三) 大部分网民对食品安全状况满意度 不高, 信心不足	(8)
(四) 食品安全网络舆情对食品市场具有一定的影响	(8)
(五) 网民对政府食品安全网络信息接受意愿受到感 知有用性、信任、感知易用性等因素的影响	(8)
(六) 食品安全问题的媒体呈现对网络舆情具有重要影响, 应坚持客观平衡报道并保持持续的关心热度	(9)
(七) 网络意见领袖在微博谣言传播过程中扮演着 助推器的角色	(9)
(八) 食品安全网络舆情引导需要引入善治之道	(9)

第一章 2013 年食品安全网络舆情总体分析	(11)
第一节 相关研究说明	(11)
第二节 主要热点网络舆情的热度分析与等级分类	(12)
一 网络舆情热度的计算方法	(12)
二 网络舆情热度的等级分类标准	(13)
三 主要的食品安全网络舆情	(13)
四 网络舆情热度的具体分析	(15)
第三节 2013 年主要热点网络舆情深度分析	(17)
第四节 2013 年与 2012 年度主要热点网络舆情的比较	(21)
一 共同特征	(21)
二 不同特征	(22)
第二章 食品安全网络舆情公众调查报告	(24)
第一节 调查说明与受访网民特征	(24)
第二节 网民对当前食品安全状况的认知与评价	(26)
一 过去受到食品安全事件影响的程度	(26)
二 对当前市场上的食品安全满意度的评价	(26)
三 与过去 (如 2012 年) 相比食品安全的总体状况	(27)
四 对未来食品安全状况的信心	(28)
五 目前我国不断出现食品安全问题的主要原因	(28)
第三节 网民获取食品安全信息的主要渠道	(29)
一 获取食品安全相关信息的渠道	(30)
二 受到食品安全报道影响的程度	(30)
三 易于接受的食品安全问题的报道手段	(30)
四 对媒体有关食品安全报道的满意程度	(31)
五 当前食品安全报道存在的问题	(32)
第四节 网民对食品安全网络信息的信任	(33)
一 对政府食品安全网络信息真实可靠性的评价	(33)
二 对媒体食品安全网络信息真实可靠性的评价	(34)
三 对网络意见领袖食品安全网络信息 真实可靠性的评价	(34)

第五节	网民传播未经证实的舆情信息的行为意愿	(35)
一	传播未经证实的舆情信息可能带来的负面影响	(36)
二	相关主体对传播未经证实的舆情信息 行为的支持	(37)
三	相关因素对传播未经证实的舆情信息 行为的约束	(39)
四	传播未经证实的舆情信息的行为意愿	(42)
第六节	食品安全网络舆情对食品市场的影响	(43)
一	黄浦江死猪事件	(43)
二	新西兰毒奶粉事件	(44)
第七节	主要结论	(46)
一	大部分网民对食品安全状况满意度不高 且信心不足	(46)
二	网民对媒体报道的满意度不高	(46)
三	与媒体及意见领袖相比网民对政府食品安全信息的 信任度总体较高	(46)
四	大部分网民传播未经证实的舆情信息的 行为意愿并不高	(47)
五	食品安全网络舆情对食品市场具有一定的影响	(47)
第三章	网民接受政府信息的影响因素	(48)
第一节	研究视角	(48)
第二节	文献回顾及模型提出	(49)
一	信任	(50)
二	技术接受模型	(54)
三	信任与 TAM 的交互作用	(55)
第三节	研究设计	(56)
第四节	变量测量	(58)
一	信度与效度检验	(58)
二	探索性因子分析	(58)
三	验证性因子分析	(60)
第五节	研究结论与讨论	(63)

一	研究结论	(63)
二	研究贡献与展望	(65)
第四章	网民对媒体信息的接受意愿	(66)
第一节	模型选择与研究思路	(66)
第二节	文献回顾与理论框架	(67)
一	文献回顾	(67)
二	研究假设	(69)
三	假设模型的理论框架	(72)
第三节	问卷设计与数据收集	(73)
第四节	假设模型检验与分析	(74)
一	信度与效度检验	(74)
二	探索性因子分析	(74)
三	验证性因子分析	(76)
第五节	主要结论与展望	(79)
一	主要结论	(79)
二	研究展望	(81)
第五章	网民对网络意见领袖的信任	(82)
第一节	问题提出	(82)
第二节	理论分析与研究假设	(84)
第三节	调研设计与描述性统计分析	(86)
一	变量设置	(86)
二	受访网民对网络意见领袖信任的总体描述	(87)
第四节	实证模型与结果讨论	(88)
一	模型选择	(88)
二	Logistic 回归分析结果	(88)
第五节	研究结论与政策建议	(100)
第六章	网民接受网络意见领袖信息的影响因素	(102)
第一节	研究假设与模型提出	(102)
一	TAM	(102)

二	信任	(103)
三	TAM 与信任的交互作用	(103)
第二节	调研设计与数据收集	(104)
第三节	数据分析与结果	(105)
一	探索性因子分析	(105)
二	验证性因子分析	(106)
第四节	研究结论与展望	(108)
第七章	网民传播未经证实舆情信息行为的影响因素研究	(110)
第一节	文献回顾	(110)
第二节	模型提出	(111)
第三节	研究设计	(113)
第四节	模型检验	(114)
一	探索性因子分析	(114)
二	验证性因子分析	(115)
第五节	研究结论与讨论	(118)
一	研究结论	(118)
二	研究展望	(119)
第八章	基于社会网络分析的食品安全网络谣言研究	(120)
第一节	网络谣言治理面临的挑战	(120)
第二节	文献综述	(121)
第三节	社会网络分析	(122)
一	网络密度	(123)
二	小世界研究	(123)
三	中心性	(123)
四	结构洞	(124)
第四节	应用研究	(125)
一	微博谣言的传播阶段划分与数据采集	(125)
二	社会网络分析	(126)
第五节	结论	(134)
一	微博谣言的传播呈现出大众传播的特点	(134)

二	微博谣言传播网络呈现出“小世界现象”	(135)
三	“意见领袖”在微博谣言传播过程中扮演着 助推器的角色	(135)
第九章	食品安全网络舆情政府监管决策机制研究	(136)
第一节	食品安全网络舆情的特点和公众诉求	(137)
一	食品安全网络舆情的特点	(137)
二	食品安全网络舆情中的公众诉求	(138)
第二节	政府在食品安全网络舆情应对中面临的挑战	(139)
第三节	食品安全网络舆情的政府监管决策机制	(140)
一	舆情信息评估	(143)
二	信息发布	(144)
三	政府与媒体的沟通	(145)
四	政府与公众的沟通	(146)
第四节	政府监管决策机制的优化建议	(146)
第十章	媒体信息对网民认知与行为的影响	(148)
第一节	转基因食品关注度分析	(148)
一	事件回顾	(149)
二	媒体关注度分析	(153)
三	微博关注度分析	(156)
四	网络言论关注度分析	(159)
第二节	从传播学视角透视转基因食品认知偏差	(160)
一	认知偏差现状	(160)
二	认知偏差产生的原因	(163)
第三节	传播学视角矫正转基因食品认知偏差	(165)
一	传播主体: 重塑公信力	(165)
二	传播技巧: 两面提示、诉诸理性	(166)
三	长效机制: 议程设置	(167)
四	弥补措施: 舆论对冲	(167)

第十一章 食品安全问题的媒体呈现对网络舆情的影响	(168)
第一节 “恒天然毒奶粉”事件报道分析	(168)
一 “恒天然毒奶粉”事件报道所涉及的内容及范围	(168)
二 “恒天然毒奶粉”事件报道的主要特征	(175)
第二节 “恒天然毒奶粉”事件舆情分析	(178)
一 新浪官方微博事件热度对比分析	(178)
二 “天涯论坛”事件热度分析	(181)
第三节 研究建议	(182)
一 发挥主流媒体优势,保持持续的的关注热度	(182)
二 注重信息来源的多样性,坚持客观平衡报道	(182)
三 发挥议程设置能力,引导受众科学分析和理性思考	(183)
第十二章 数字媒体时代网络食品安全舆论中的意见领袖	(184)
第一节 研究视角与主要问题	(184)
一 数字媒体时代食品安全舆论中主导意见的形成	(184)
二 数字媒体时代的意见领袖鉴别	(185)
三 数字媒体时代意见领袖的可控性	(185)
第二节 食品安全网络舆论现象中的意见领袖	(186)
第三节 舆论学视角分析	(186)
一 概念厘清:舆论及其构成要素	(186)
二 数字媒体时代的舆论研究	(188)
三 意见领袖在舆论形成和网络食品安全舆论引导中的作用	(190)
第四节 微博舆论的形成	(191)
一 微博舆论的定义及基本要素	(191)
二 微博舆论的形成过程及意见领袖的作用	(192)
三 微博食品安全舆论事件梳理	(193)
第五节 微博平台的意见领袖	(198)
一 微博平台的意见领袖定义及分类	(198)

二	微博舆论中意见领袖的作用特点	(204)
第六节	网络媒体平台舆论传播特征的呈现	(207)
一	舆论的表层性	(207)
二	舆论的动态性	(207)
第十三章	食品安全网络舆情网民参与行为的引导机制	(208)
第一节	网民舆情参与行为的作用机制	(208)
一	孵化器：新旧传媒的双向介入	(209)
二	主导性因素：网民需求	(209)
三	支配性因素：网民情绪	(212)
四	诱发性因素：危机处理不力	(214)
第二节	网民舆情参与行为的潜在风险	(217)
一	“公众的智慧”	(218)
二	“羊群效应”	(220)
三	“塔西佗陷阱”	(222)
第三节	网民舆情参与行为的善治之道	(223)
一	优势视角下的“赋权”	(223)
二	风险交流下的“联动”	(228)
三	沟通理念下的“软引导”	(234)
第十四章	食品安全监管公共参与的必要性分析	(238)
第一节	食品监管中的“有组织的无责任”	(238)
一	“有组织的无责任”概念	(238)
二	多部门监管是否力度更强	(239)
第二节	技科学视角的解决措施	(241)
一	政治监管	(242)
二	法律约束	(243)
第三节	SEE 视角的强化	(248)
第四节	公众参与的现实路径分析	(250)
一	公众切实参与食品安全问题的权利没有被重视	(251)
二	公众缺少在相关问题分析与处理中的技能	(251)
三	食品安全问题中存在着专家、政府与公众之间的信息	

不对等的情况	(251)
第五节 结语	(252)
第十五章 中国食品安全网络舆情研究热点与发展趋势	(254)
第一节 舆情分析与研究方法	(254)
一 舆情分析研究	(254)
二 研究方法	(255)
第二节 文献来源与作者分析	(256)
一 文献检索	(256)
二 文献来源分析	(256)
三 作者分析	(257)
第三节 关键词提取	(258)
第四节 高频关键词共词矩阵的构建	(259)
第五节 标准相关矩阵和相异矩阵的构建	(260)
第六节 多元统计分析	(261)
一 因子分析	(261)
二 聚类分析	(263)
三 多维尺度分析	(266)
第七节 2013 年国内食品安全舆情研究综述	(268)
一 婴幼儿配方乳粉生产、进口监管与质量检测, 奶牛 标准化规模养殖	(268)
二 消费者对食品安全的投诉举报以及 如何加强基层监管	(270)
三 反式脂肪酸摄入水平、风险评估以及社会管理	(271)
四 农业转基因食品生物技术的社会舆情分析	(271)
五 食品安全监管的企业社会责任	(272)
六 食品生产经营者与食品安全法、食品安全标准	(273)
七 重大食品安全事件引发的舆情分析及危机公关	(274)
八 生产日期、农药残留等食品问题与人体健康	(276)
九 网络舆情、新媒体等食品安全新闻报道, 社会 舆论及舆论监督	(278)
第八节 国内食品安全舆情研究发展趋势分析	(280)

一 研究文献数量逐年增多	(281)
二 来源文献的变化	(281)
三 关键词的变化	(281)
四 研究热点的变化	(282)
五 讨论与说明	(282)
主要参考文献	(284)
后记	(301)

图 目 录

图 1-1	2012 年食品安全网络舆情等级结构	(23)
图 1-2	2013 年食品安全网络舆情等级结构	(23)
图 2-1	受访网民过去受到食品安全事件影响的程度	(27)
图 2-2	受访网民对当前市场上的食品安全满意度评价	(27)
图 2-3	受访网民对当前食品安全总体状况的评价	(28)
图 2-4	受访网民对未来食品安全状况的信心情况	(28)
图 2-5	受访网民对造成目前我国不断出现食品安全问题的 主要原因的认识	(29)
图 2-6	受访网民获取食品安全相关信息的渠道	(30)
图 2-7	受访网民受到食品安全报道影响的程度	(31)
图 2-8	受访网民易于接受的食品安全问题的报道手段	(31)
图 2-9	受访网民对媒体有关食品安全报道的满意程度	(32)
图 2-10	受访网民对当前食品安全报道所存在 问题的看法	(32)
图 2-11	受访网民对政府提供真实可靠信息的认同程度	(34)
图 2-12	受访网民对媒体提供真实可靠信息的认同程度	(35)
图 2-13	受访网民对网络意见领袖提供真实可靠 信息的认同程度	(35)
图 2-14	受访网民对“传播未经证实的舆情信息可能降低其他 网民对自己的信任”的认同程度	(36)
图 2-15	受访网民对“传播未经证实的舆情信息可能因触犯 法律法规而带来负面影响”的认同程度	(37)
图 2-16	受访网民对“传播未经证实的舆情信息会引发 网民的恐慌心理、非理性行为甚至舆情爆发”的 认同程度	(38)