

食品安全危机信息在 社交媒体中的传播研究

韩大平 著

Shipin Anquan Weiji Xinxì Zài Shuǒjiā Méiti Zhongde

Chuanbo Yanjiu

中国社会科学出版社

食品安全危机信息在 社交媒体中的传播研究

韩大平 著

Shipin Anquan Weiji Xinxu Zai Shejiaomedia Zhongde

Chuanbo Yanjiu

中国社会科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

食品安全危机信息在社交媒体中的传播研究/韩大平著. —北京: 中国社会科学出版社, 2018. 6

ISBN 978 - 7 - 5203 - 2638 - 4

I. ①食… II. ①韩… III. ①食品安全—突发事件—互联网—舆论—研究—中国 IV. ①TS201.6②G219.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2018)第 124970 号

出 版 人 赵剑英

责任编辑 刘晓红

责任校对 周晓东

责任印制 戴 宽

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>

发 行 部 010 - 84083685

门 市 部 010 - 84029450

经 销 新华书店及其他书店

印 刷 北京明恒达印务有限公司

装 订 廊坊市广阳区广增装订厂

版 次 2018 年 6 月第 1 版

印 次 2018 年 6 月第 1 次印刷

开 本 710 × 1000 1/16

印 张 12.25

插 页 2

字 数 169 千字

定 价 48.00 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

山东省高等学校科研计划项目“食品安全危机网络舆情演化与预警研究”（J16YF04）成果

德州学院人文社会科学研究项目“社交媒体环境下公众参与食品安全风险治理研究”（2016skrc03）成果

德州学院学术著作出版基金资助项目

前 言

过去几年,我国食品安全问题频发,“福喜问题肉事件”“地沟油事件”“瘦肉精事件”等被公开曝光,生产和销售伪劣、有毒有害食品的安全事件层出不穷,对社会大众造成了严重的影响,不断打击着消费者对我国食品安全的信心。新浪新闻中心 2011—2014 年连续发布的消费者食品安全信心报告显示,超过 90% 的受访者认为,中国食品安全存在问题,85% 以上的人对此表示“关注”,食品安全问题已经成为大众最关注的焦点问题之一。当食品安全事件发生后,危机发生的原因、发展态势、涉事企业的反应和政府部门的态度的态度也成为消费者最为关心的问题之一,而社交媒体中的信息通过发布、转发、评论等方式,沿着用户关系实时传播和演进,其信息传播呈现裂变式扩散,在曝光食品安全危机信息方面发挥着不可替代的作用,已经成为重要的新闻源头,社交媒体增加了大众对食品安全危机事件参与的积极性和可能性。为了丰富社交媒体信息传播理论成果,更好地解决食品安全问题,本书对食品安全危机信息在社交媒体中的传播进行了探索性的研究。

本书共分为五部分,主要内容总结归纳如下:

第一部分是绪论和相关理论基础(第一章和第二章),主要是对食品安全危机的相关理论和研究进行梳理。首先对相关文献进行梳理,介绍了食品安全危机信息在社交媒体中传播的相关概念和理论基础,并从食品安全、公共治理、危机信息在社交媒体中的传播几个方面对国内外的研究成果进行综述,发现国内外学者对危机信息传播的相关研究主要集中在政府、企业对危机的应对、危机传播

的各阶段特点、媒体在危机传播中的作用等方面，对食品安全危机信息在社交媒体中传播的研究较少，有关利用公共治理理论解决食品安全问题的研究基本上都是围绕目前食品安全监管存在的不足，引入公共治理的必然性和消费者、食品企业、政府三方合作的食品安全治理模式和机制方面的研究，实证研究尤其是对大众通过社交媒体参与食品安全治理方面的研究很少，基于此，提出本书的主要研究内容：食品安全危机信息在社交媒体中的传播规律和机制、传播速度、传播对各主体的影响、食品安全危机管理体系构建。

第二部分主要对社交媒体中信息传播内容和传播特征进行分析（第三章）。通过分析发现，以微博、微信为代表的社交媒体已经颠覆了以往的信息传播模式，在信息传播和社会热点事件发酵方面起到了举足轻重的作用。

第三部分是实证分析（第四章和第五章）。本部分选取“地沟油事件”等九个典型食品安全危机事件信息在新浪微博中传播的实际数据，建立食品安全危机信息传播网络。探讨食品安全危机信息传播的内在规律和演化规律，对食品安全危机信息社交媒体中传播模式进行模拟，结合社交媒体信息传播的特点对食品安全危机信息传播阶段进行划分，并总结了各阶段特征。接着，以新浪、腾讯、搜狐和网易4个微博平台上的实际数据，对典型食品安全危机事件信息的传播速度进行建模，建立了短期、长期信息传播速度模型，并对比了不同预测模型的可行性和预测结果的精确性。

第四部分是对策建议（第六章至第八章）。基于以上研究结论，本部分提出了食品安全危机信息在社交媒体中的传播对消费者、政府监管部门、食品企业、经销商几个方面的影响，通过实证研究验证了大众在社交媒体中食品安全危机信息传播的作用，将公众纳入到食品安全问题解决的过程中，丰富了公共治理理论的研究成果。最后从如何提高大众的食品安全意识，更好地发挥监督作用、充分发挥媒体认证用户的作用、促进政府履行监管职责、食品产业组织引导诚信建设和食品企业提升社会责任等方面提出更好地解决食品

安全问题的对策和措施,为社交媒体平台上食品安全类舆情的监测、预警和食品安全危机管理体系构建提供依据。

第五部分是进一步的研究。在以往研究的基础上,对比了典型食品安全事件的全网信息,2016—2017年典型食品安全事件与以往事件的传播特点和规律,总结网络舆情演化特点及发展趋势,并提出对策建议。

本书的创新点主要体现在以下几个方面:

(1) 揭示了食品安全危机信息在社交媒体中的传播规律和传播网络结构特征,对危机信息传播阶段进行了重新划分。本书选取“福喜问题肉事件”等九个典型食品安全危机事件信息在新浪微博中传播的实际数据,对食品安全危机事件信息的传播路径进行模拟,建立食品安全危机信息传播网络。探讨食品安全危机信息传播的内在规律,结合社交媒体危机信息传播的特点,对危机发生后信息传播阶段进行划分,并讨论了各阶段特征。

(2) 通过实证检验验证了公众在参与食品安全治理中的作用,丰富了公共治理理论的研究成果。公共治理发展到网络时代,社交媒体等新媒体的传播优势和传播影响力可以扩大公众参与渠道,吸引公众更多地参与公共事务,而食品安全近几年成为公众最关心的焦点问题,因此引导大众利用社交媒体积极参与食品安全问题的曝光和食品安全隐患的揭发,必然会给食品生产企业、经销商和政府监管部门带来压力,这对于食品安全治理有非常重要的意义。本书通过典型食品安全事件信息传播情况进行实证分析结果表明,近几年的食品安全事件大都是由消费者曝光的,食品安全危机信息在社交媒体发布后,短时间内就呈爆炸式扩散,并且扩散的过程是由大量的普通用户推动的,研究结果验证了大众在社交媒体中食品安全危机信息传播的作用,将公众纳入食品安全问题解决的过程中,丰富了公共治理理论的研究成果。

(3) 定量研究了食品安全危机信息在社交媒体中的传播过程。本书以微博平台上的实际数据,对九个典型食品安全危机信息的传

播速度进行建模,建立了短期、长期信息传播速度模型,结果表明从短期来看食品安全危机曝光微博发出后评论数和转发数呈现高度相关,24 小时内的传播速度服从高斯函数,运用 ARMA 模型和 BP 神经网络方法进行长期趋势预测,对通过实际数据和两种方法的预测数据进行对比来验证模型的精确性和适用性,发现从长期预测效果看,BP 神经网络预测值要比 ARMA 预测值更精确,但是,短期内 ARMA 预测结果稳定性要优于 BP 神经网络预测。

目 录

第一章 绪论	1
第一节 研究背景与意义	1
第二节 研究目的与主要内容	3
第三节 研究方法与路线	6
第四节 本书的主要创新点	8
第二章 相关理论与文献综述	10
第一节 相关概念界定	10
第二节 相关理论基础	13
第三节 国内外研究综述	18
第三章 社交媒体信息传播内容和特征分析	40
第一节 中国网民规模及互联网普及率	40
第二节 传播内容分析	45
第三节 传播特征分析	49
第四章 食品安全危机信息在社交媒体中的传播规律和 机制研究	53
第一节 食品安全危机信息在社交媒体中的传播规律	53
第二节 食品安全危机信息在社交媒体中的传播网络 结构分析	68

第五章 食品安全危机信息在社交媒体中传播速度预测	77
第一节 食品安全危机信息在社交媒体中传播速度计算	77
第二节 食品安全危机信息传播预测	84
第六章 食品安全危机信息传播影响研究	106
第一节 对消费者的影响分析	106
第二节 对食品企业的影响分析	110
第三节 对经销商的影响分析	124
第四节 对食品监管部门的影响分析	125
第七章 食品安全危机管理体系构建	128
第一节 引导消费者积极参与媒体监督	128
第二节 充分发挥媒体认证用户对食品安全的监督作用	142
第三节 增强政府部门的监管意识,切实履行食品质量的 安全监管职责	143
第四节 食品企业在危机发生后应与媒体积极沟通	146
第五节 食品产业组织引导诚信建设	147
第八章 结论和展望	149
第一节 研究的主要结论	149
第二节 研究不足与展望	150
第九章 进一步的研究	152
第一节 近两年典型食品安全事件分析	152
第二节 典型食品安全事件全网信息分析	159
附录	173
参考文献	176

第一章 绪论

第一节 研究背景与意义

一 研究背景

食品是人类维持生命与健康的必需品，是人类进行一切社会活动的物质基础。食品安全问题不仅影响到人民群众的身体健康和生命安全，而且对经济发展和社会稳定也有着巨大的影响。近年来，随着食品种类的不断增多，科技的迅速发展，生活水平的改善，大众对生活质量要求也在不断提高，但是，“三鹿奶粉事件”“福喜问题肉”“地沟油事件”“毒胶囊”“瘦肉精事件”“染色馒头”“费列罗质量门”“毒豆芽”等食品安全事件频繁发生，各种食源性疾病充斥着人们的生活，添加有毒有害物质、生产和销售假冒伪劣等不合格食品的信息不断被揭露。随着信息传递的日益便捷和网络不断介入食品安全领域，被曝光的食品安全事件呈现出越来越多的趋势，食品安全问题层出不穷，体现了现阶段我国食品安全监管的不足，也对消费者的心理和购买行为产生了影响。食品安全问题和风险得不到解决和防范，大众的身心健康得不到保障，严重时可能会扰乱社会秩序，造成社会福利和生产效率的降低。根据《小康》调查结果，食品安全问题已经成为2011—2014年连续三年我国最受关注的焦点问题，食品安全已经受到包括我国在内的世界各国的高度关注，世界卫生组织2015年将世界卫生日的主题定为“食品安

全”，倡导在食品整个产业链各个领域采取行动，共同促进食品安全。食品安全事件发生后，食品安全危机信息通过电视、报纸、广播、书籍、面对面、网络等多种渠道传播，网络技术的发展使网络成为目前影响范围最广、传播速度最快、大众最信赖的信息传播平台，根据互联网中心发布的报告，2014年网民规模比2013年增加了3117万人，网民平均上网时长也比2013年增加了1.1小时，互联网发展重心从“广泛”转向“深入”，互联网对网民生活全方位渗透程度进一步增加。随着网络用户的逐年增长，大众获取社会热点信息咨询的平台和工具已经转变为网络。截止到2014年12月，我国微博注册账号13亿，微信用户6亿，微博、微信、人人网等社交媒体已经成为公众信息交流、观点传递的最重要的工具。最近几年的重大食品安全问题大部分是由消费者通过网络媒体曝光的，在社交媒体中，每一个用户都是监督者，应该充分发挥其公众协同监督的作用，使不安全食品无所遁形。同时社交媒体由于其使用门槛低、信息获取便捷、传播速度、广度和深度方面的影响力等优势吸引了越来越多的用户参与食品安全相关信息的关注和传播，食品安全相关信息在社交媒体中的快速传播，加大了消费者对食品安全的宣传力度和防范意识，可以促进监管部门及时采取措施解决食品安全问题，约束食品企业合法合规生产经营，对食品安全问题的解决起到了监管的作用。

基于此，本书运用复杂网络、管理学、公共治理、传播学等相关学科的理论和研究方法，对于食品安全危机信息在社交媒体中的传播进行研究，采用案例分析、社会网络分析、实证分析等方法对社交媒体中信息的传播规律和传播机制进行系统性研究。

二 研究意义

本书通过分析典型食品安全危机信息在社交媒体中的传播变化趋势，发现食品安全危机信息传播的内在特质和规律，并对传播网络空间结构、短期和长期传播速度进行实证分析，食品安全危机信息在社交媒体中的传播对消费者、政府监管部门、食品企业、经销

商等各方的影响,并根据实证研究结论提出食品安全危机管理体系构建的对策和措施。通过本书研究的成果,食品监管部门可以了解食品安全危机信息传播规律,为进一步研究网络舆论传播提供理论基础。同时,可以通过社交媒体引导大众积极参与食品安全问题的曝光和信息的传播,引导大众参与食品安全治理,对大众通过社交媒体等平台反馈、举报的食品生产领域的各种违法行为进行严厉打击,对在监管过程中的不作为等行为进行责任追究和严肃查处,对食品安全事件进行有效防控。对于食品企业而言,时刻应该注重企业的生产经营合法合规和食品质量安全,当行业或者国家相关的标准变化后企业生产要及时调整,平时通过社交媒体和消费者进行沟通,当发生本企业虚假的食品危机时应采取适当方式进行澄清或者声明,减少不必要损失的发生,危机发生后可以迅速做出回应,找出安全隐患进行改进。对消费者而言,通过积极利用各种社交媒体工具对产品进行评论或指出问题,增加信息的透明度,食品企业为了获得用户的信赖必然会采取措施提升产品品质。产品质量不达标的企业或者厂商会进一步被曝光或举报,食品问题的揭露和曝光会促进食品企业提升产品质量,为食品安全治理提供新的途径。

第二节 研究目的与主要内容

一 研究目的

食品安全危机事件由于和每个消费者的生命健康息息相关而成为公众最为关注的信息之一,而社交媒体中的信息通过发布、转发、评论等方式,沿着用户关系实时传播和演进,其信息传播呈现裂变式扩散,社交媒体目前已经成为重要的新闻源头。当食品安全危机事件发生后,危机发生的原因、发展态势、主管部门的态度等相关的大量信息在社交媒体中迅速传播,另外还有不同渠道产生的谣言信息。社交媒体提高了大众对食品安全危机事件参与的积极性

和可能性,社交媒体在曝光食品安全危机信息方面发挥着不可替代的作用,如何提高大众的食品安全意识,更好地发挥社交媒体对食品安全的监管作用,促进监管部门及时采取有效措施,提升食品企业社会责任,使食品安全问题得到解决、丰富社交媒体信息传播理论成果、为社交媒体平台上食品安全类舆情的监测和预警以及食品安全危机管理体系构建提供依据是本书的主要研究目的。

二 研究的主要内容

本书共分为九章,主要内容如下:

第一章绪论,首先分析了研究背景和意义,提出本书的研究问题,接着介绍了研究目的和主要研究内容、研究方法和研究路线、研究的主要创新点。

第二章相关理论与文献综述,首先对食品安全、危机、社交媒体几个概念进行界定,其次对信息传播理论、社交媒体、复杂网络理论、食品安全理论相关理论基础进行介绍,对国内外研究现状进行归纳、总结和评价。

第三章对社交媒体信息传播内容和特征进行分析,社交媒体用户之间通过个体和群组多种方式进行信息、观点的交流与传播。本章通过调查问卷的方式了解社交媒体用户的信息获取行为和对食品安全信息的需求程度。主要调研目标是针对社交媒体用户信息获取行为和对危机信息的关注以及危机发生后的信息获取和传播情况。然后对社交媒体信息传播特征进行分析,主要分析了社交媒体在传播速度、信息聚合与共享、信息发布平台等几个方面的特征。

第四章食品安全危机信息在社交媒体中的传播规律和机制研究。社交媒体上的用户行为受个体对食品安全的认知水平、个体特征、内心情感等多方面的影响,社交媒体用户通过微信、微博等平台交流、表达观点和传播信息,对社交媒体用户行为规律进行研究和探讨,从社交媒体的网络节点认证类型、传播地域、信息获取和传播能力、传播次数、传播影响人数等角度探讨食品安全危机信息传播的内在规律和演化规律。分析食品安全类危机信息在社交媒体平台

上传播和舆论演进的规律和特征,为进一步对社交媒体中食品安全危机信息传播进行研究打下基础。

第五章食品安全危机信息在社交媒体中传播速度预测,通过建立模型对食品安全危机话题的传播速度进行计算,并对话题传播速度的趋势进行预测。社交媒体中信息传播是一个复杂系统,食品安全危机话题在社交媒体中的传播必然受到网络结构、用户行为、话题内容和人为因素等多方面的综合影响。因此,针对食品安全危机相关话题趋势预测的研究会比较困难。本章首先分析食品安全危机信息的传播规律,建立短期信息传播模型。其次将实际数据代入模型,拟合传播速度函数,利用模型拟合数据和实际数据进行对比来验证模型的合理性。最后通过 ARMA 模型、BP 神经网络方法和对收集到的食品安全危机信息时间序列数据进行长期预测,对预测趋势和实际数据进行对比来验证模型预测的精确性。

第六章食品安全危机信息传播影响研究,主要分析食品安全危机信息在社交媒体中传播对食品企业、消费者、经销商、食品监管部门造成的影响。

第七章提出了食品安全危机管理体系构建,借鉴国外引导大众参与治理食品安全问题治理机制和经验,结合第四章、第五章中得出的关于食品安全危机信息在社交媒体中传播的研究结论,探讨如何引导大众利用社交媒体参与食品安全治理,从消费者、媒体认知用户、政府、企业等多方面采取措施提高食品安全治理的效率。

第八章对研究的主要结论进行概括,指出研究的不足与未来要深入研究的方向和重点内容。

第九章对典型食品安全事件的全网数据做进一步分析,总结了食品安全网络舆情的演化特点及发展趋势,并提出对策建议。

第三节 研究方法路线

一 研究方法

(一) 文献研究法

通过信息传播理论、复杂网络理论、食品安全、公共治理理论,结合国内外危机信息传播相关研究成果,梳理出研究意义和研究思路,进一步通过食品安全危机信息在社交媒体传播的国内外相关研究成果,为后继深入分析做好铺垫。

(二) 定性研究法

主要从社交媒体用户的个体特征、信息获取行为、对食品安全信息的需求程度,危机发生后信息在获取和传播途径等方面进行分析。

(三) 案例分析法

本书以2011—2014年发生的典型食品安全危机事件为主要案例分析对象,结合具有代表性的社交媒体网站的技术功能和传播内容分析食品安全危机信息的传播效果和社会影响。

(四) 实证研究法

通过对“地沟油事件”“瘦肉精事件”“染色馒头”“福喜问题肉”“毒胶囊”“费列罗质量门”“毒豆芽”“酸奶添加明胶事件”“农夫山泉质量门”九个典型食品安全危机事件的信息有关数据进行收集和分析,计算食品安全危机事件话题在社交媒体的传播速度,建立社交媒体食品安全危机信息传播模型,并对长期传播速度进行预测。

(五) 社会网络分析法(SNA)

借鉴相关领域研究者的经验,通过建立社会网络模型,对食品安全危机信息在社交媒体中传播的数据进行实证分析。通过对九个典型食品安全危机事件信息传播的溯源和传播节点分析,对各传播

节点认证类型、地域进行汇总,接着对每个事件的传播次数、影响人数进行分析,然后提取出传播节点中的关键节点,并对各关键节点进行网络结构分析,计算出每个节点的信息传播能力、信息获取能力、影响力等指标。并通过传播网络结构图对食品安全危机信息在社交媒体中的传播进行直观展示。

二 研究路线

本书的研究思路见图 1-1。

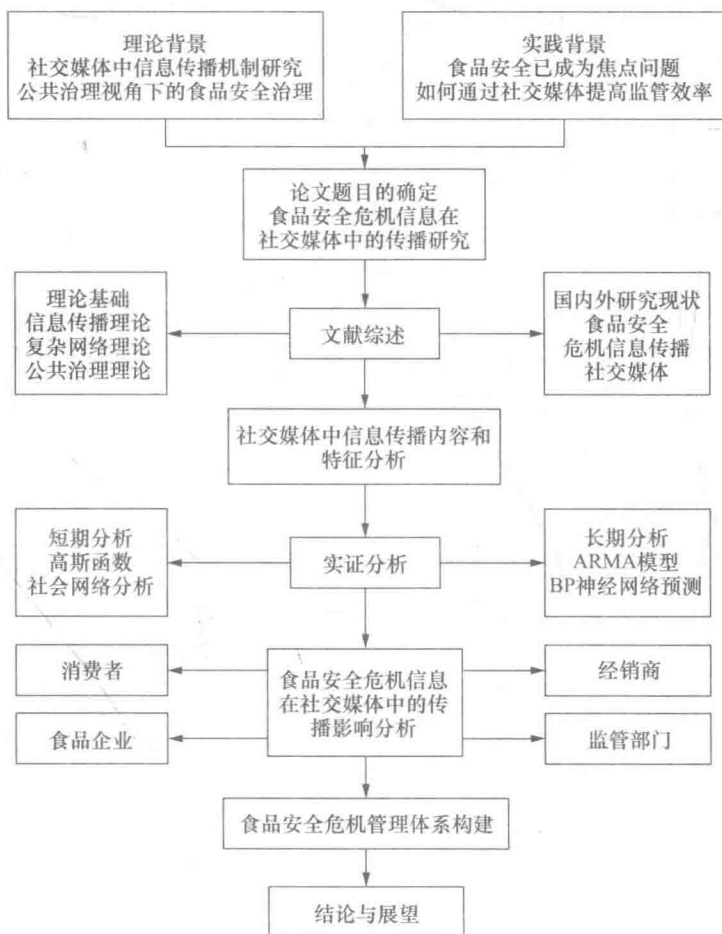


图 1-1 本书的研究思路