

- 和启示[J]. 理论学刊, 2011, (12): 33-37.
- [26] 中国网络电视台. 央视“五问食品安全新政”之一: 零风险, 有多远? [EB/OL]. (2012-03-26) [2012-08-15]. <http://cctv.cntv.cn/lm/shenghuozaocankao/20120326/123188.shtml>.
- [27] 胡弘. 论公民意识的内涵[J]. 江汉大学学报(人文科学版), 2005, 24(1): 70-74.
- [28] 陈星星. 人民时评: 我们需要怎样的科学素养[J]. 大观周刊, 2011, (9): 1.
- [29] 来玲玲, 胡志刚. 高中生化学批判性思维培养的现状调查报告[J]. 化学教学, 2012, 5(16): 16-19.
- [30] 杨发莲, 何作顺, 张丽兰. 云南成年人营养与食品卫生知识、态度和行为调查[J]. 中国健康教育, 2003, 19(6): 406-408.
- [31] 钟凯, 任雪琼, 郭丽霞. 食品添加剂的“污名化”现象与风险交流对策探讨[J]. 中国食品卫生, 2012, 24(5): 490-492.
- [32] 长江日报. 中国食品安全总体合格率 90% [EB/OL]. (2011-09-1) [2012-08-15]. http://cjmp.cnhan.com/cjrb/html/2011-09/01/content_4881649.htm.
- [33] 郑保卫. 加强道德修养担负职业责任维护新闻真实——从“纸馅包子”假新闻事件谈起[J]. 中国广播电视学刊, 2007, (8): 1.
- [34] 戴黍. 网络传播的特征、问题与对策[J]. 华南师范大学学报(社会科学版), 2001, (4): 8-13.
- [35] 郭顺华. 新媒体时代地方政府公共沟通模式的变革[D]. 厦门: 厦门大学, 2008.
- [36] 严三九. 新媒体概论[M]. 北京: 化学工业出版社, 2011.
- [37] 韩蕃璠, 樊永祥. 国外食品安全风险交流的方法学与应用[J]. 中华预防医学杂志, 2010, 44(8): 834-837.
- [38] 颖子. 食品安全不能不细说[J]. 公关世界: 上半月, 2012, (5): 64-65.
- [39] 杨彦辉. 信息过剩现象及其负面影响[J]. 社会科学论坛, 2001, (3): 33-36.
- [40] 黄毅. “抢盐”风潮下的媒体应对[J]. 中国记者, 2011, (4): 88-89.
- [41] DIANNE B. Risk, communication & health psychology[M]. New York: Open University Press, 2004.
- [42] 韩蕃璠. 政府食品安全风险交流策略的研究[D]. 北京: 疾病预防控制中心, 2010.
- [43] 桑毅, 许正林. 微博意见领袖的形成机制及其影响[J]. 当代传播, 2011, (3): 12-14.
- [44] 新华网. 国务院食品办印发《食品安全宣传教育工作纲要(2011-2015年)》[EB/OL]. (2011-05-8) [2012-08-15]. http://news.xinhuanet.com/politics/2011-05/08/c_121390918.htm.
- [45] 陈峰. 提高全民对食品营养及安全的认知是解决食品安全的关键[J]. 中国食品学报, 2006, 6(6): 1-3.
- [46] 世界卫生组织. Five keys to safer food manual[EB/OL]. (2010-2-1) [2012-8-15]. <http://www.who.int/foodsafety/consumer/5keysmanual/en/>.
- [47] 中华人民共和国卫生部. 疾控人员与记者角色互换活动启动[EB/OL]. (2012-02-17) [2012-08-15]. <http://www.moh.gov.cn/publicfiles/business/htmlfiles/mohbgt/s6717/201202/54138.htm>.
- [48] 贾鹤鹏. 科学传播获得新动力——第七届世界科学记者大会侧记[J]. 科普研究, 2011, 6(4): 93-96.

风险交流

新媒体时代食品安全风险交流的机遇与挑战

韩蕃璠, 钟凯, 郭丽霞

(国家食品安全风险评估中心, 北京 100022)

摘要: 新媒体发展迅猛, 如何与时俱进, 建立适应新媒体特点的风险交流体系已成为食品安全风险监管与检测机构关注的热点。本文简述新媒体对食品安全风险交流的意义, 以实例分析工作中面临的主要机遇与挑战, 进而提出几点建议, 以期引发更广泛的讨论。

关键词: 食品安全; 风险交流; 新媒体

中图分类号: R155.5 **文献标识码:** A **文章编号:** 1004-8456(2012)06-0586-04

The opportunities and challenges for using new media in food safety risk communication practices

Han Fanfan, Zhong Kai, Guo Lixia

(China National Centre for Food Safety Risk Assessment, Beijing 100021, China)

Abstract: Application of new media (including popular social media) has become the focus of food safety risk communication practices in recent years. This study is aimed to articulate challenges, opportunities and suggestions of using new media tools. Several domestic and international cases were analyzed to promote further discussion.

收稿日期: 2012-05-11

作者简介: 韩蕃璠 女 博士 研究方向为食品安全政策与风险交流 E-mail: fanfanhan@gmail.com

Key words: Food safety; risk communication; new media

食品安全领域中风险交流的重要性日益凸显^[1],国际组织和一些发达国家强调,要有策略地开展风险交流;其中,传播手段和时效性直接影响风险交流效果^[2]。随着 Web2.0 时代的到来,多样的新媒体在舆论传播中逐渐占据优势。通过新媒体,个人与机构能够与社会大众建立更加直接、便捷和互动的交流渠道。在当前我国食品安全风险交流较为薄弱的背景下^[1],重视新媒体带来的新机遇与挑战显得十分紧迫。

1 风险交流的重要性与原则

所谓食品安全风险交流是科学家、监管者、消费者、企业和媒体就某项食品风险相互交换信息的过程^[3]。风险交流不仅要向公众说明风险背景和科学评估的结果,还要表达政府对风险的关注、意见以及采取的控制措施等信息。无论是日常科普还是应对突发事件,有效的风险交流能促进社会各界正确认识食品安全风险、引导公众做出知情和理性的决策(informed decision)、引导媒体客观报道,有利于政府采取管理决策^[4]。

但“知易行难”,作为涉及食品安全、媒体传播、危机管理、大众心理学和公共政策的交叉学科,风险交流是一个需要综合运用多学科经验和现代传播技术手段的新兴专业领域。在实践方面,国内外都有过失败的教训,如:苏丹红、多宝鱼、疯牛病事件等等,不一而足^[1]。在总结以往经验与教训的基础上,专家们为政府部门提出了促进风险交流成功的几项原则^[5],包括:①政府要成为最具有公信力的信息源;②及时透明,避免信息真空;③实现双向互动;④定向覆盖影响人群;⑤预先建立应对机制与计划。

风险交流工作离不开4项任务,即:确定传播内容、确定受众、选择传播手段和保障实效性^[3]。以报纸、电视和广播为代表的传统媒体主要以传播机构为发布中心、传播机构创造内容、使用单一媒介并且多是单向宣传,在互动性和公众参与等方面有局限性。近年来,新媒体得到迅速发展和应用。

2 新媒体的定义与应用

“新媒体”是一个相对的概念。一般来讲,泛指继报纸、电视、广播等传统媒体之后发展起来的新型媒体形态的总和^[6]。新媒体主要基于数字化和网络技术,主要有以下应用。

2.1 互联网新媒体:博客、微博、社交网络、网络视

频/播客、网络图片分享、数字报刊杂志、搜索引擎、维客百科、即时聊天工具、维基百科、RSS 订阅、网络电视。

2.2 移动新媒体:手机互联网、手机报、手机短信。

2011年,我国互联网用户达到4.2亿,微博用户超过4亿,手机互联网用户达2.77亿^[6]。由于新媒体具有开放性、互动化、自媒体、即时快捷、多媒体融合和免费使用等诸多新特点,它已成为人们尤其是年轻人获取资讯的主要渠道。短短6年,新媒体已应用于商业广告、病毒式营销(Viral Marketing)、电子商务、危机公关、文化娱乐、教育科技和政策宣传等多个领域。

3 食品安全风险交流使用新媒体的可行性

对于风险交流工作,使用人们习惯的传播工具是促进交流的重要策略。现结合上述风险交流原则,从传播角度对新媒体的特点进行阐述。

3.1 公信力:在食品安全领域,真实的科学信息往往处于劣势,而误导信息却大占上风,消费者对食品安全现状的过度担心,已严重影响政府的公信力^[1],如:食盐加碘引起甲状腺疾病上升、转基因食品尚无定论等误导信息广泛流传。只有使真实、科学的信息快速传播,及时占领舆论阵地,才能积极维护政府的公信力。

3.2 及时透明:作为“自媒体”,新媒体不受传统媒体采编、排版的局限,通过电子邮件订阅、RSS 摘要订阅等传播手段即可使受众在第一时间接收监管机构发布的动态;还能通过手机订阅和微博等形式得到不断更新并且方便迅速转发。这在突发事件处理中可尽早占据舆论阵地。

3.3 双向互动:博客、微博、论坛、网络视频这类新媒体具有开放留言和评论等功能,鼓励社会参与并公开发表意见,能够更有效地获取公众反馈并开展互动交流。

3.4 定向覆盖:新媒体具有融合多种媒体的功能并以视频、图片、文字、音频等不同形式传播信息,最大限度地覆盖不同人群;用户还可通过论坛和日志标签等方式,订阅自己所需的信息,使信息投放目标更加明确。

3.5 建立机制:一些发达国家的政府机构已将新媒体纳入风险交流整体计划中并成立专门部门开展多种新媒体风险交流活动,比如:美国食品药品监督管理局在食品召回、花生酱沙门菌污染等突发事件处理中综合使用新媒体工具。

但新媒体也有局限性,比如:新媒体的使用突出实时性、及时反应和公众互动作用,这对发布内容和技巧都提出更高的要求,而且更加消耗人力、时间^[7];其次,受信息容量的限制(如微博),一种新媒体须与其他新媒体或传统媒体相结合使用;最后,基于网络技术的新媒体一旦遇到系统故障等问题,则完全失去效力。

4 食品安全风险交流采用新媒体的机遇与挑战

任何一类媒体都不会自动产生符合理性需要的内容,使用者要熟悉新媒体的舆论环境以及优势与局限性。

4.1 新媒体带来的新机遇

风险交流贵在及时准确,由于减少了中间媒介转述不当和断章取义的风险,新媒体能更直接地与广大公众建立理性沟通和互动的桥梁,更准确地传播信息。新媒体的信息传播模式为用户之间“病毒化传播”,依靠用户多维度的网络社交关系使信息从点到线到面再到整个关系网。当前舆论形势下,不使用新媒体等于主动放弃了这一渠道,使社会上其他机构、个人和媒体占有舆论先机。因此,对于一些机构来讲,迫切的问题已不再是“是否使用新媒体”,而是研究如何趋利避害,尽早有策略地予以使用。

近年来,我国人民网、新华网等主流媒体积极融合新媒体以争取更多的市场;一些政府部门,如:公安和宣传部门等也使用微博等新媒体作为信息发布和舆情监测的渠道,如:@平安北京和@上海发布等。在食品安全领域,陈君石院士等少数科学家通过博客和微博就食品安全热点发表个人观点,如:《乳制品和速冻面米新国标争议》和《食品安全的零容忍与零风险》等博文得到数以万计的阅读量和转发评论。一些民间科普媒体或机构,如:果壳网和科学松鼠会成为人们获取热点事件评论和辟谣信息的渠道^[8],除了使用群博/微博和社交网络推广包括食品安全在内的科普短文,它们还开展科学传播训练营等多种线下活动,受到年轻人和媒体记者的欢迎。

国外一些政府机构十分重视新媒体应用,尤其是突发事件处理过程中进行的信息推广。以美国为例,负责食品安全监管的部门主要有:美国农业部(USDA)、美国卫生部下属的食品监督管理局(USFDA)以及疾病预防控制中心(USCDC)。这些部门都有官方博客/微博,并在社交网络建立账户供公众关注、留言和评论,还在各自机构网站上集中多种新媒体应用,方便公众使用。比如,2009年

1月,美国爆发了沙门菌污染花生酱事件,致病人数超过500人,召回食品超过3800多种。在事件处理中,美国卫生部、USCDC与USFDA联合使用了15种新媒体工具进行风险交流活动,突出了交流的实时性、传播覆盖面和便捷性^[9]。主要做法有:①使用Widget(微缩网页)实时更新召回产品信息并链接数据库,方便公众根据品牌等条件查询,共得到1500万人浏览、2万人将其嵌入个人的博客;②发送e-card(电子卡片)介绍沙门菌污染事件,为公众提供详细信息的链接;③使用官方博客和Youtube(视频网站)播放科学家和官员介绍的事件调查进展,鼓励留言提问;④通过Flickr链接(照片分享社交网站)上载被召回产品的照片,方便公众使用其他新媒体转发;⑤使用Twitter(微博)传播科普短文《沙门菌是藏起来的致病菌:教你7个保障食品安全的小窍门》,增加了3000余人关注;⑥将更新召回信息实时发送到公众移动互联网设备。

综上所述,如运用得当,新媒体能够拓宽传播渠道并与传统媒体互为补充,在促进政府与公众直接交流、提高透明度和促进社会参与等方面取得更理想的风险交流效果。

4.2 新媒体的挑战

4.2.1 新媒体舆论环境增加政府应对的压力和难度。

当前对媒体的科学引导和规范机制尚未健全,新媒体的舆论环境对政府应对和管理风险信息效能提出了新的挑战,如:新媒体用户创造内容削弱政府的舆论引导作用,发布快捷的特点加快了风险爆发和传播的速度,内容趋向“碎片化”和“缺乏广度深度”,“把关人”的缺失,使谣言和错误信息得到更广泛地传播等^[6]。

如同“双刃剑”,新媒体加快了信息(尤其是负面信息)的传播速度和影响范围,根据Lofsted等^[10]学者总结的风险社会化放大理论,这比传统媒体更容易放大实际风险并导致社会恐慌。

例1. 手机短信因其贴身性强、人际关系信任程度高和随时发布等特点得到广泛应用。通过手机短信传播夸大的风险信息,负面效应显著,如:2008年有一条广为传播的手机信息:“告诉家人和同事朋友暂时不要吃橘子,今年广元橘子发现小蛆病虫,四川埋了一大批,还撒了石灰。”这则短信将四川广元部分果农的柑橘生虫演变成成为全国性事件,各地很多民众不敢购买橘子,给全国种植柑橘的果农造成巨大经济损失^[11]。

例2. “意见领袖”的误导作用^[12]。在博客或微博中拥有上百万甚至千万“粉丝”的意见领袖(很多

是商界、新闻或者娱乐名人),其中一些人不具备科学素养,却又热衷对食品安全事件发表观点(不乏偏激和无知的评论),或者转发未经证实的食品信息。比如:2012年4月,中央电视台某主持人使用微博发布有关“老酸奶、果冻制作内幕”。8小时内这条未证实的微博被转发了13万次,网民评论超过8万,从评论观察,大多数公众对酸奶、果冻产品普遍产生恐惧和不信任的反应。

4.2.2 现有风险交流工作的基础薄弱

笔者认为,作为全新形态的传播形式,新媒体不仅是传播工具和技术,也是一种新的工作思维模式。新媒体的使用注重实时性、系统性与融合性,必须建立在现有风险交流工作基础上并纳入整体规划,还要使之与风险评估、风险管理和突发事件应急处理等相关工作结合才能发挥效力;而当前,食品安全风险交流困难重重,无论与国际水平还是现实需求相比都存在较大差距^[1],包括:相关制度和机制尚不健全、专业人才匮乏、经费投入不足,加上媒体误导频繁。使用新媒体要逐渐解决缺乏重视、缺乏新媒体专业化人才资源、缺乏建立新媒体风险交流机制和规范等现实问题。

5 食品安全风险中采用新媒体的建议

风险交流机构使用新媒体应基于现有条件,从相对简单、投入人力较少的新媒体工具开始,从简到繁、稳步推进,建议从以下三方面入手。

(1)纳入规划:应将新媒体纳入食品安全风险交流的整体规划与策略中。新媒体一旦投入使用,必须保障足够的人力、时间、技术支持和经费,使之成为常态模式。

(2)建立机制:建立从舆情监测、热点研判、事件处置、互动交流、媒体推广和线上线下活动等一整套程序,加强对各部门使用新媒体的规范和指导。

(3)掌握新媒体技术与策略:借鉴国内外相关机构的经验,熟悉新媒体工具的优劣势以及传播、推广和效果评价的方法。

综上所述,信息多元化的趋势已对食品安全风

险交流工作提出更高的要求。在“人人为媒体”的时代,加强新媒体应用规范化、制度化和专业化,使之在日常与突发事件中发挥舆论主导作用,具有十分重要的现实意义。相信经过不断实践,在食品安全风险交流领域,中国政府与技术部门一定能制定出适合国情的新媒体应用策略。

(志谢 衷心感谢国家食品安全风险评估中心陈君石研究员的指导与审阅)

参考文献

- [1] 陈君石,韩蕃璠.解读《食品安全法》[J].中华预防医学杂志,2009,43(6):470-474.
- [2] 韩蕃璠,樊永祥.论风险信息交流在食品安全工作中的应用与挑战[J].中华预防医学杂志,2009,43(6):463-469.
- [3] Food safety risk analysis: a guide for national food safety authorities[EB/OL].(2008-12-01)[2012-02-09]
<http://www.who.int/foodsafety/publications/micro/riskanalysis06.en>.
- [4] Codex Alimentarius Commission. Procedural manual [EB/OL].(2011-01-20)[2012-03-01]
ftp://ftp.fao.org/codex/Publications/ProcManuals/Manual_16c.pdf.
- [5] 毛群安.突发公共卫生事件风险沟通的体会和启示.[EB/OL].(2011-01-20)
[2012-02-09]. <http://www.bjhb.gov.cn/zfwfq/ztlm/xzxx/200912/P020101105611551957604.ppt>.
- [6] 严三九.新媒体概论[M].北京:化学工业出版社,2011:5-19.
- [7] USDA social media tools and resources[EB/OL].(2012-02-01)[2012-03-01]. http://www.usda.gov/wps/portal/usda/usdahome?navid=USDA_STR.
- [8] 杨书卷,苏青.科学博客:一股不可忽视的科学传播新力量——以科学网科学博客社区为例[J].科学传播,2010(4):74-76.
- [9] 美国FDA召回花生酱沙门氏[EB/OL].(2011-01-20)[2012-03-01]. <http://www.fda.gov/Safety/Recalls/MajorProductRecalls/Peanut/ucm164103.htm#MicroBlogs>.
- [10] 韩蕃璠,樊永祥.国外食品安全风险交流的方法学与应用[J].中华预防医学杂志,2010,44(8):834-837.
- [11] 郑萍.手机危机短信强效传播的博弈分析——以“广元蛆虫柑橘”手机短信传播为例[J].理论导刊,2009(1):90-92.
- [12] 刘锐.微博意见领袖初探[J].新闻记者,2011(3):57-60.

(上接第573页)

- [6] European Commission. The European Parliament and of the Council on maximum residue levels of pesticides in or on food and feed of plant and animal origin and amending Council Directive 91/414/EEC[EB/OL].(2005-03-08)[2011-07-08]. [http://](http://ec.europa.eu/food/plant/protection/pesticides/index_en.htm)

ec.europa.eu/food/plant/protection/pesticides/index_en.htm.

- [7] 毛雪丹.日本肯定列表制度及其农药残留限量标准[J].中国食品卫生杂志,2006,18(1):91-92.
- [8] 汪小福,厉建萌,陈笑芸,等.日本转基因产品溯源管理模式[J].浙江农业科学,2010,4:701-704.