

新媒体时代的食品安全舆论监督与引导

■殷琦

摘要

新媒体的兴起深刻地改变了传统媒体的传播方式,它在影响现代人的媒体行为与社会生活的同时,也给食品安全舆论监督与引导带来了更多的机遇与挑战。本文在对当下食品安全事件中的新媒体舆论特点予以归纳总结的基础上,给出新媒体时代如何积极、科学、有效地进行食品安全舆论监督与引导的建议与策略。

关键词

新媒体
食品安全
舆论监督
舆论引导

近年来,随着经济发展、生活水平的提高,人们对健康问题日益关注。据凤凰网在今年进行的一项调查结果显示,18458名被调查人员中,有93.4%的人认为中国当前的食品安全形势十分严峻,没有什么是吃的放心的;6%的人认为食品安全形式比较严峻,很多食品都有问题;仅有0.5%的人认为食品安全领域只是部

分地方出现问题,整体还好。

在此形势之下,近段时期如味千高汤、血燕窝、人造羊肉等食品安全事件都迅速成为媒体与社会公众关注的热点。在这些食品安全事件被曝光并激起社会舆论巨大反响的过程中,新媒体都扮演着重要角色,网络论坛、微博、QQ群、手机短信已然成为食品安全舆论监督与引导的重要新平台之一。

食品安全事件中的新媒体舆论特点

凭借独特的数字技术特性,互联网、手机等新媒体的兴起深刻地改变了之前传统媒体的传播方式,广泛地渗入并影响着现代人类的媒体行为与社会生活,也使得食品安全舆论监督与引导面对更多的机遇与挑战。

蓝皮书《中国法治发展报告2011》显示,在2010年138起社会舆情热点事件中,新媒体首次曝光的为89起,占比65%,在舆情传播中的作用举足轻重。特别是在新近发生的食品安全事件中,传统媒体的舆论监督逐渐出现弱化现象,新媒体作为舆论源头的首发优势日益明显。如“瘦肉精”事件、“染色馒头”

事件、“地沟油”事件等,都是新媒体抢先介入,传统媒体再继续跟进,继而新媒体与传统媒体形成合力呈现巨大的舆论影响力。

从发展趋势上看,新媒体作为舆论监督的重要组成部分,是反映社会舆论、推动社会管理的重要力量,其舆论呈现出与传统媒体大相径庭的新特点。

1、个体经历的零散表述

据工业和信息化部2011年5月24日发布的通信业运行状况显示,我国手机用户总数数量突破9亿。在互联网和移动通信技术发展的基础上,博客、微博、QQ、MSN、短信等多种传播交流手段,使得几乎每个人都拥有了即时传播手段。

这些新媒体,尤其如电子布告栏系统(BBS)、博客(Blog)、播客(Podcasting)、微博(MicroBlog)、手机群发(Group Message)等自媒体的兴起,使得个人实现了从“受众”(audience/reader)向用户(user)的转型,意味着信息发布与传播的主动权由传媒机构转入个人手中。用户只需在如新浪微博、优酷博客、天涯论坛等提供自媒体服务的网站上,或通过移动、联通等电信运营商

提供的手机服务,创建属于自己的信息发布平台,就能随心所欲地通过文字、音乐、图片、视频等形式描述自己在遭遇食品安全事件时所见所闻、表达观点、探讨话题。这种信息发布形式突破了传统媒体曝光食品安全问题时所需的组织选题、深入调查走访、向有关部门核实信息、审核与编发稿件等规范新闻制作流程故而在时效性方面经常领先一筹,却往往因为缺乏专业知识背景与系统培训,更多地只是一种个体经历的片段式、碎片化、浅显性的表述。但是,这些个体经历依托于新媒体数量巨大的用户基础就能迅速的产生影响并形成舆论。

2、交织式裂变式传播

新媒体时代的舆论影响力主要架构于社会关系之上,脱离了社会关系,舆论赖以发展的社会基础就荡然无存。

美国社会学家马克·格兰诺维特(Mark Granovette)认为人与人之间的关系可区分为强纽带和弱纽带。强纽带就是互动频率高、感情深厚、关系亲密、互惠交换多的人,如你最要好的朋友、你的家人;反之则是弱纽带,如那些你虽认识但不太关心的人。一项针对随机挑选的3000人的研究表明,平均每个美国人只有4个强纽带,大部分的强纽带在2个到6个之间;而弱纽带大部分人最多只能保持在150个左右。

新媒体的信息传播是强纽带与弱纽带的交织式传播。在新媒体平台上通过家人、好友这种强纽带的信息传播往往令人深信不疑,甚少积极求证;而通过弱纽带,如网络论坛爆料、微博传播、QQ群发消息、手机群发消息等方式的传播则可以实现信息传播速度与范围的几何级

数式增长。

如今年日本地震时期的“抢盐”风波,就是源自于3月15日的一则手机短信:“BBC报道,日本政府已经确认严重核泄漏,所有亚洲国家应该立即采取必要措施……首批污染物质下午4点就会到达菲律宾”。这则手机短信最早在江浙一带传播并引发“抢盐”风潮,后经由手机短信、QQ群、微博、网络论坛的推动,“抢盐”行为迅速蔓延至全国。而伴随3月17日全国各大媒体发布“国内食盐九成是井矿盐”、“国家存盐充足”的辟谣消息之后,“抢盐”风潮逐渐平息。

于是,9亿手机用户、近5亿网民通过短信、QQ、BBS、微博等新媒体平台,以及强纽带与弱纽带的交织传播方式,使得这些信息既具可信度又能实现快速覆盖,从而形成强大的舆论甚或谣言。

3、非理性情绪与负面效应放大

2010年美国尼尔森发布的亚太各国网民的用户习惯报告称,中国网民最喜欢发布负面产品评论,也只有中国网民发表负面评论的意愿超过正面评论,约有62%的中国网民表示,他们更愿意分享负面评论。而全球网民的这一比例则为41%。中国青年报社会调查中心上周的调查显示,对于尼尔森这一调查结果,41.3%的中国网民明确“认同”,41.9%的网友认为批评性言论更有价值;35.6%的网友认为负面评论多表明中国网民维权意识增强。因此,负面情绪在我国的网络用户及新媒体用户中体现得尤为明显,而食品安全事件频发更是加重公众对食品安全的非理性态度及对周围食品安全环境的不信任。

4、真实性与科学性有待提升

新媒体,特别是互联网的开放

性、匿名性、互动性等特征让社会公众轻松拥有了话语权,特别是匿名性所带来的特有保护功能,使得人们通过新媒体表达言论能够畅所欲言,无所顾忌。但是,在肯定网民的意见表述和情绪表达具有一定的真实性的同时,我们也不能忽视网络虚拟身份所引发的无责任感,以及由此带来的信息真实性和科学性问题。

例如卫生部于2010年4月22日在其网站公布了《生乳》(GB19301-2010)等66项食品安全国家标准,随后国内多家媒体对通告及其内容进行了报道,并以“新乳品国标”、“三聚氰胺零容忍”等主题进行了评论。其中约有40%的网络信息非常关注乳制品中可能存在的非食用物质——三聚氰胺的限量值和检测方法,并以“三聚氰胺零容忍”、“从允许限量添加更改为不允许添加”,等观点对新闻进行传播和转载,引起了消费者对新国标的误解,也对监管部门的政策准确性提出了异议。而这些缺乏真实性与科学性的信息一旦流传开来,就会形成谣言,引发人们恐慌心理,对社会秩序的稳定带来极大危害。

新媒体时代的食品安全舆论监督与引导策略

新媒体在改变人们日常生活及政治参与方式的同时,也逐渐承载起了舆论监督与引导的重要职能。在进行食品安全舆论监督与引导工作中,新媒体同样是不容忽视的重要力量。我们既要充分利用新媒体舆论反应迅速、互动性强的优势,又要克服与消减新媒体舆论的非理性以及真实性与科学性匮乏,通过新媒体舆论监督积极发现与解决食品安全问题,并实现对舆论积极、科学、有效的监督与引导。

1、善用新媒体平台,加强政府信息公开与反馈机制

“民以食为天,食以安为先”,食品安全直接关系到人民的身体健康与生命安全,可谓是人民生活的头等大事。但是,2011年2月24日由中国社科院法学发布的法制蓝皮书《中国法治发展报告2011》显示,食品安全信息是政府透明度短板。蓝皮书指出,食品安全信息的公开情况不理想,不少地方政府的质量技术监督部门、工商行政管理部门、食品药品监督管理部门的网站无法打开,或者信息栏目内容极少,或者食品安全信息的更新不及时。

因此,一方面,依托新媒体搭建食品安全信息整合和交换平台应是政府进行食品安全管理工作时的重要工作内容,此外政府还可充分利用新媒体技术,通过网络论坛、官方微博和短信等多种新媒体平台发布食品安全相关信息,并让社会公众借助新媒体参与到食品安全舆论监督中来,真实、充分地表达自己的意愿和看法,加强公众就食品安全问题与政府的互动,充分发挥新媒体舆论监督在食品安全事件中的积极作用。

另一方面,当面临突发性食品安全事件时,“疏”比“堵”能更有效地发现问题与解决问题。除日常的信息发布外,政府还可通过新媒体平台搜集分析舆情并进行舆论引导,这样,在突发性食品安全事件发生初期就能及时地了解舆情并予以迅速反应。在此过程中,网络发言人的培养与设立颇为重要。由既懂得新闻传播规律与宣传政策,又熟悉网络特性的网络发言人在食品安全事件发生时,迅速、主动、准确地发布权威信息,回应各种误解、疑虑和传闻,把握新媒体舆论引导的主导

权才能增强政府在食品安全管理工作中的主动权和话语权。

2、传统媒体与新媒体积极互动,主动引导舆论

新媒体因其自由、开放、匿名的特点令新媒体舆论极易呈现不稳定性、非理性和散漫性,以及基于数字技术的新媒体拥有的海量存储功能所造成的信息超载使得并非所有人都能通过新媒体接触或接受所有的食品安全信息,这些都是新媒体舆论引导的弱势所在,但是单凭新媒体自身技术特性无法消弭这些缺陷。

相对而言,传统媒体多年来积累的公信力和权威性,使得它们在舆论引导方面可以发挥巨大作用,形成社会舆论强势,对引导舆论将起到积极的作用。传统媒体可以通过媒介议题构建有效地左右人们关注某些事实或意见,甚至还可影响人们的态度或行为。议程设置理论的提出者麦考姆斯和肖(McCombs & Shaw)曾宣称“媒介不仅告诉我们想什么,而且还可以告诉我们怎么想”,此后又再度提出“议题设置”的效果将从认知层面进入到态度和行为层面。基于此,在舆论声音混杂、方向模糊、信息泛滥的新媒体时代,传统媒体作为重要的舆论引导工具,可以通过议程设置功能让人们在对传统媒体传递的食品安全相关信息的接触与阅读中就某些看法与观点建立共识,从而形成主流价值观念引导下的价值观整合。

3、加强政府与新闻工作者、公众的新媒体素养教育

随着新媒体的不断发展,人人都有可能成为食品安全信息的发布者与传播者。新媒体的技术特性使得任何人可以借助数字技术的平台及虚拟身份畅所欲言,这里没有技术、文字的把关,也缺乏道德的约

束,在促成公众意见自由表达、鼓励公众积极进行舆论监督的同时,也易为谣言的生成创造机会。

就政府部门及新闻机构的工作人员而言,因其身份的特殊性,他们在使用新媒体时往往会出现职业行为与个人行为的交叉与混淆,有时会出现个人情绪化与琐碎化的表达,脱离职业身份,忽略自己也代表着政府及媒体的形象和声音。这样的行为不仅有损政府与媒体的形象,甚至还可能误导公众。因此,应对政府部门及新闻机构的工作人员的新媒体使用行为予以规范,或者使用制度性条款给予约束,强化他们发言的权威性和可信度。

公众的新媒体素养教育也非常重要。一方面是提升公众对新媒体信息的鉴别能力,能区分出哪些是科学知识,哪些是虚假信息,使得公众在接触食品安全相关信息时能避免盲从行为,不会轻信谣言。另一方面,要教育公众科学合理地利用新媒介获取食品安全相关信息与进行舆论监督,远离和抵制滥用新媒体的行为。

总而言之,开展新媒体素养教育,既有利于新闻媒体对食品安全问题与事件的监督与舆论引导,也有利于公众积极进行舆论监督,提高他们对正向舆论的认可度和对负向舆论的免疫力,还有利于政府食品安全管理工作开展,以及提高政府利用新媒体获解舆情、调控舆论的水平和能力。

(本文系国家社科基金艺术学项目“手机媒体对社会文化生活的影响研究”成果,项目号11CG122)

作者单位:厦门大学新闻传播学院