

全媒体时代食品安全舆情危机应对研究

陈 慧, 罗 杰*

(国家药品监督管理局高级研修学院, 北京 100073)

摘 要: 全媒体时代, 食品安全舆情传播迅速且复杂, 易引发公众恐慌和信任危机。本研究深入分析食品安全舆情危机的特点、根源及演化机理, 从信息传播、公众心理和需求层次等角度探讨其形成机制, 并借鉴美国食品安全舆情管理体系经验, 提出快速反应、态度谦卑、换位思考和正确引导等应对策略, 并给出提升食品安全舆情危机应对能力的有关建议。

关键词: 全媒体; 食品安全; 舆情; 危机公关; 公众心理

Coping Strategies for Food Safety Public Opinion Crises in the Era of Omnimedia

CHEN Hui, LUO Jie*

(National Medical Products Administration Institute of Executive Development, Beijing 100073, China)

Abstract: In the omnimedia era, food safety public opinion spreads rapidly, widely and interactively, thereby easily triggering public panic and trust crises. This paper provides an in-depth analysis of the characteristics, roots, and evolutionary mechanism of food safety public opinion crises and discusses their formation mechanism from various perspectives such as information dissemination, public psychology, and Maslow's hierarchy of needs. Drawing on the experience of food safety public opinion management in the United States, this paper proposes coping strategies such as rapid response, humble attitudes, empathy, and proper guidance and puts forward suggestions for enhancing the ability to respond to food safety public opinion crises.

Keywords: omnimedia; food safety; public opinion; crisis public relations; public psychology

DOI:10.7506/spkx1002-6630-20241206-048

中图分类号: F203

文献标志码: A

文章编号: 1002-6630 (2025) 13-0438-10

引文格式:

陈慧, 罗杰. 全媒体时代食品安全舆情危机应对研究[J]. 食品科学, 2025, 46(13): 438-447. DOI:10.7506/spkx1002-6630-20241206-048. <http://www.spkx.net.cn>

CHEN Hui, LUO Jie. Coping strategies for food safety public opinion crises in the era of omnimedia[J]. Food Science, 2025, 46(13): 438-447. (in Chinese with English abstract) DOI:10.7506/spkx1002-6630-20241206-048. <http://www.spkx.net.cn>

民以食为天。“舌尖上的安全”是人民群众生命和健康安全的基础保障, 食品安全是健全公共安全体系的重要一环, 也是社会治理体系的一部分。对食品安全危机的稳妥有效处理, 更是落实“以人民为中心”发展理念, 不断健全完善食品安全全方位监督的重要渠道。尽管现阶段我国食品安全形势总体稳中向好, 但是, 在食品生产、流通和消费各环节的安全事件时仍有发生。特别是在全媒体时代, 往往偶发、轻微的食品安全问题会通过一些自媒体平台, 迅速演变成网民带有倾向性的围观、声讨与谴责, 并形成网络舆情风暴, 进而放大具体

问题, 演化成舆情危机。如部分自媒体、社交媒体一度流传过“棉花制作肉松”“黑色塑料做紫菜”等虚假视频, 迅速引发了公众对肉松和紫菜等食品的安全信任, 并进而引发对政府的信任危机^[1]。可见, 在全媒体时代, 信息多元化的生产与传播, 容易形成舆论分化, 并极易导致公众对感知事件真相和新闻真实性的困难^[2]。特别是涉及民生的食品安全类舆情, 由于利益关系群体广, 无论内容虚实或程度轻重, 如果政府和市场主体未能及时有效予以处置, 则容易存在遭致网络非议、公众批评等严重损害政府公信力和市场主体信任的公关危机, 加剧

收稿日期: 2024-12-06

第一作者简介: 陈慧 (1984—) (ORCID: 0000-0003-3472-2285), 女, 副研究员, 博士, 研究方向为应急管理、食品药品监管。

E-mail: ch@nmpaied.org.cn

*通信作者简介: 罗杰 (1972—) (ORCID: 0009-0007-6576-3227), 男, 教授, 博士, 研究方向为行政法、政府规制。

E-mail: luojie@nmpaied.org.cn

和放大人民群众对食品安全问题的忧患心态，形成政府和市场主体双输的被动局面。

1 全媒体时代食品安全舆情危机的特点

全媒体时代，信息传播的方式和速度发生了翻天覆地的变化，这一变革对食品安全领域产生了深远的影响，尤其是当涉及到食品安全舆情危机时。以2018年“权健事件”为例，该事件最初由自媒体曝光，随后迅速在微博、微信、短视频平台等渠道传播，引发公众广泛关注。根据《中国新闻周刊》的报道，事件曝光后短期内，相关话题在微博上的阅读量就超过10亿次，评论量超过10万条，这种快速传播的特性使得舆情危机迅速发酵，给监管部门和企业带来了巨大的应对压力。可见，全媒体时代的特点——信息传播速度快、覆盖面广、互动性强，不仅加速了信息的流通，也极大地改变了公众对食品安全事件的认知与反应模式^[3]。因此，食品安全舆情危机在全媒体时代展现出了新的特点，主要体现在以下几个方面。

1.1 突发性

全媒体时代，信息的传播不再受限于时间和空间，一条关于食品安全的微博、微信公众号文章或是短视频，能在几分钟甚至几秒钟内迅速传遍全网，引发广泛关注^[4]。这种信息的即时传播特性，使得食品安全问题一旦被发现，几乎可以立即转化为一场公众关注的舆情危机。相较于传统媒体时代，全媒体环境下的舆情危机更加难以预测和控制，其爆发往往出乎意料，给相关企业和监管部门留下极少的反应时间，增加了危机管理的难度^[5]。

1.2 广域性

全媒体时代，食品安全舆情危机的传播范围极为广泛。不同于传统媒体时代，信息传播受到地域、时间等限制，全媒体时代的信息传播几乎不受任何限制^[6]。一个食品安全事件发生后，不仅会在国内迅速传播，还可能通过国际媒体传播到世界各地，这种广泛性使得食品安全舆情危机的影响范围大幅扩大，涉事企业和监管部门需要面对来自各方面的压力和质疑。

1.3 敏感性

在全媒体平台上，每个人都可以成为信息的发布者和传播者，这种“人人都有麦克风”的现状^[7]，使得公众对于食品安全这类直接关系到自身健康和利益的问题格外敏感。一旦有食品安全问题的消息传出，很容易在网络上引起共鸣，迅速形成舆论浪潮。公众情绪的敏感性还体现在对信息真实性的判断上，往往在没有充分核实的情况下，基于情感驱动做出反应，导致谣言和误传频发，进一步加剧了舆情危机的复杂性^[8]。此外，媒体为了吸引眼球，可能会过度渲染或选择性报道，进一步激化公众情绪，使舆情危机更加敏感和难以平息^[9]。

1.4 复杂性

食品安全涉及从农田到餐桌的整个过程，因此食品安全舆情危机往往涉及多个方面，如养殖种植、生产、加工、运输、销售、社会监督等各个环节^[10]。在全媒体时代，公众对食品安全的关注度极高，对食品安全的认知也呈现出多元化的特点。因此，食品安全舆情往往涉及多个利益相关方，包括消费者、企业、监管部门、媒体等^[11]。这种复杂性使得食品安全舆情危机的应对变得更为困难，需要各方共同努力，形成合力^[12]。

1.5 破坏性和持久影响性

食品安全舆情危机的破坏性不仅体现在直接的经济损失上，更重要的是对涉事品牌形象和整个社会信任体系的破坏^[13]。在全媒体时代，负面信息的传播速度和广度被无限放大，一次食品安全事件就足以让一个长期积累的品牌声誉毁于一旦。消费者对于食品安全的信任一旦受损，重建将是一个漫长且艰难的过程^[14]。此外，频繁的食品安舆情危机还会引发公众对整个食品行业的信任危机，影响社会的稳定和谐。这种破坏性是深远且长期的，不仅关乎个别企业的生死存亡，更关乎整个行业的健康发展和社会秩序的稳定。而且即使舆情危机得到暂时平息，涉事企业和监管部门也可能需要长期面对公众和媒体的质疑和关注，这种持久影响性使得食品安全舆情的应对成为一个长期而艰巨的任务。

全媒体时代食品安全舆情危机与一般舆情危机特点对比详见表1。

表1 全媒体时代食品安全舆情危机与一般舆情危机特点对比
Table 1 Comparison of characteristics between food safety public opinion crises and general public opinion crises in the omnimedia era

维度	食品安全舆情危机	一般舆情危机
事件性质	与食品安全直接相关，关系公众健康与生命安全	涉及广泛话题，如社会事件、政治争议等
公众关注度	极高，容易引发强烈情绪和广泛关注	根据话题而异，可能高也可能低
传播速度与范围	传播速度快，范围广	传播速度和范围因话题和媒体关注度而异
影响程度	对涉事企业、监管部门及政府形象影响深远	影响程度因话题和舆情走向而异
持续性	热度持续时间长，期间可能几度起落仍不消退	持续性因话题热度和公众关注度而定
否定性	一旦曝出问题，容易引发全盘否定，即使其他方面表现良好	否定性可能因话题和舆情而异，不一定全盘否定
工具化风险	可能被不当牟利者故意抹黑或夸大，甚至成为政治斗争的工具	工具化风险相对较低，但也可能存在
应对难度	应对难度大，需要迅速反应、积极应对以消除公众疑虑	应对难度因话题和舆情走向而异，但通常相对较低
对信任的影响	严重影响公众对涉事企业和监管部门的信任	对信任的影响因话题和舆情处理情况而定
后续影响	可能引发长期的社会关注和讨论，对涉事方造成持续压力	后续影响可能有限，除非话题持续发酵或引发新的舆情

2 食品安全舆情危机的根源及演化机理

食品安全舆情的根源及演化机理是一个复杂而多元的过程，涉及信息传播、公众心理、需求层次等多个方面，如图1所示。为了有效应对食品安全舆情危机，

需要政府、企业和社会各界共同努力,加强信息沟通、提高公众素养、完善法律法规体系等多方面的措施。

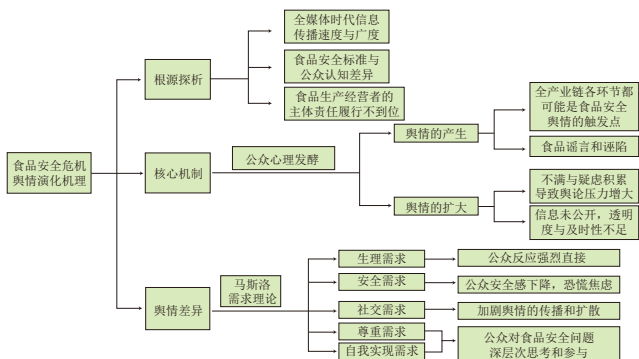


图1 食品安全危机舆情演化机理

Fig. 1 Evolutionary mechanism of public opinion in food safety crises

2.1 根源探析：全媒体时代信息传播挑战与市场主体责任缺失风险

在当前的全媒体时代背景下,信息传播的速度与广度达到了前所未有的水平^[15]。通讯技术、网络技术和社交媒体的飞速发展,为信息的即时传播提供了无限可能,但同时也为食品安全舆情的迅速扩散埋下了伏笔^[16]。一条关于食品安全的消息,可以在几分钟甚至几秒钟内,通过微博、微信、短视频平台等渠道,实现病毒式的传播,形成强大的舆论压力^[17-18]。这种爆炸式的辐射型传播模式,不仅加剧了公众对食品安全问题的恐慌情绪,也给相关企业和政府部门带来了极大的应对挑战。

此外,一方面随着食品技术的不断进步,新型食品、食品添加剂、转基因技术等不断涌现,食品安全标准也随之频繁调整,以适应科技、法规和国际贸易的新要求^[19];另一方面由于公众对于食品安全专业知识的了解相对滞后,导致信息不对称,不仅使得公众难以准确判断食品的安全性,还容易引发对食品安全问题的误解和偏见,从而为食品安全舆情的产生提供了土壤。

在全媒体时代,食品安全舆情危机的根源不仅在于信息传播的快速性和公众认知的差异性,食品生产经营者的主体责任履行不到位同样是关键因素。作为食品安全的第一责任人,市场主体的行为和管理水平直接影响食品安全舆情的产生和发展。部分食品生产经营者责任意识淡薄,为追求利益而忽视食品安全标准,滥用添加剂、使用劣质原材料或忽视卫生条件等,这些问题一旦曝光,极易引发公众质疑和恐慌,导致舆情危机。同时,市场主体的诚信与道德风险不容忽视。在市场竞争中,部分企业为短期利益采取不正当手段,如虚假宣传、隐瞒问题或篡改信息,这些行为不仅损害消费者权益,也破坏公众信任,成为舆情危机的重要诱因。此外,市场主体舆情应对能力不足也加剧了危机的复杂性。当问题曝光后,部分企业初期选择沉默或推诿责

任,导致公众疑虑和不满情绪积累,一些企业在危机处理中信息披露不及时、不透明,甚至发布虚假信息,进一步加剧公众不信任感,使得舆情危机迅速扩大。

2.2 公众心理发酵：舆情演化的核心机制

食品安全舆情演化的实质,在于因食品安全问题引发的公众心理发酵。这一过程可以分为两个阶段:舆情的产生与舆情的扩大。

在舆情的产生阶段,主要涉及从农田到餐桌的全产业链各环节,包括原料采购、生产加工、仓储运输、销售流通等^[20]。任何一个环节的疏漏,都可能成为食品安全舆情的触发点。例如,农药残留超标、添加剂滥用、假冒伪劣产品等问题,一旦曝光,就会立即引发公众的强烈关注和讨论。此外,针对食品的谣言和诬陷也是舆情产生的重要原因,这些不实信息往往能够迅速传播,造成公众对食品安全问题的误解和恐慌。

在舆情的扩大阶段,公众心理发酵的作用尤为显著。当食品安全问题被曝光后,如果相关企业和政府部门未能及时、有效地进行应对和解释,公众的不满和疑虑就会不断积累,进而形成更大的舆论压力。这种压力不仅会影响企业的品牌形象和市场声誉,还可能引发社会不稳定因素^[21-22]。

2.3 马斯洛需求层次理论视角下的舆情差异

根据马斯洛需求层次理论,人类的需求从低到高依次为生理需求、安全需求、社交需求、尊重需求和自我实现需求^[23]。在食品安全舆情中,不同层级的需求对应着不同的舆情表现。生理需求是人类最基本的需求之一,对于食品安全而言,就是确保食品能够满足人体的基本营养需求且健康无害。当食品安全问题威胁到这一需求时,公众的反应通常是最为强烈和直接的。安全需求则体现在公众对食品安全的期望和保障上。当食品安全问题频发时,公众的安全感会大幅下降,进而产生恐慌和焦虑情绪。此时,政府和企业的及时回应和有效措施对于缓解公众情绪至关重要。社交需求体现在公众对食品安全问题的讨论和交流上。社交媒体等平台的兴起为公众提供了表达意见和看法的平台,也加剧了舆情的传播和扩散。尊重需求和自我实现需求则更多地体现在公众对食品安全问题的深层次思考和参与上,如推动食品安全法规的完善、参与食品安全监督等。

3 美国食品安全舆情管理体系经验借鉴

在食品安全舆情管理方面,美国构建了一套较为完备且富有成效的管理体系,其涵盖了监测、应对、法律法规支撑以及公众参与等多个维度,形成了相对成熟的治理模式。

3.1 美国食品安全舆情监测体系

3.1.1 监测机构设置

美国的食品安全舆情监测体系由多个机构共同构成, 主要涉及美国食品药品监督管理局(Food and Drug Administration, FDA)、美国农业部(United States Department of Agriculture, USDA)的食品安全检验局(Food Safety and Inspection Service, FSIS)以及疾病控制与预防中心(Centers for Disease Control and Prevention, CDC)等关键机构^[24]。FDA作为食品监管的核心机构之一, 其主要职责集中在食品的生产与加工环节^[25]。FDA依据《联邦食品、药品和化妆品法》等相关法律法规, 对食品生产企业的生产环境、工艺流程、原材料使用、添加剂使用、标签标识等方面进行全方位监管。例如, 在食品生产环节, FDA会定期检查企业的生产车间是否符合卫生标准, 对食品中的各类添加剂进行严格检测, 确保其在安全使用范围内, 同时监督食品标签的真实性与准确性, 防止虚假宣传等误导消费者的行为。FSIS承担着肉类、家禽、蛋制品等动物源性食品在屠宰、加工、处理、储存和运输过程中的重要监管职责。从农场到餐桌实施全链条严格监管, 确保农产品源头的质量安全^[26]。如在肉类加工环节, FSIS会对屠宰场的操作流程、卫生状况、产品检验检疫等进行细致监督, 严厉打击病死畜禽流入食品市场等违法行为, 保障消费者能够购买到放心的肉类产品。CDC专注于食品安全事件的流行病学调查和公共卫生应对工作。当食品安全事件发生时, CDC利用其专业的流行病学知识和技术手段, 迅速开展病例监测、溯源分析等工作, 为确定食品安全问题的源头、范围及传播途径提供关键依据。例如, 在加州爆发的大肠杆菌感染事件中, CDC通过收集患者的病例信息、饮食习惯、生活环境等数据, 运用先进的分子生物学检测技术和数据分析方法, 快速锁定受污染的食品来源, 为后续的控制措施提供精准指导。

3.1.2 监测技术应用

美国在食品安全舆情监测领域广泛运用先进的技术手段, 包括大数据分析、人工智能和生物传感器技术等, 从而实现了高效、精准的监测效果。通过整合社交媒体数据、消费者投诉信息和市场监测数据并进行分析, FDA和USDA能够实时捕捉食品安全舆情的动态变化, 及时察觉潜在的食品安全问题。利用机器学习算法对海量数据进行分析预测, 提前预警可能出现的食品安全风险。生物传感器技术的应用使得食品质量检测更加高效和精准^[27]。如在食品生产流水线上安装生物传感器, 能够实时监测食品中的微生物含量、化学物质残留等指标, 一旦发现异常, 可立即发出警报, 有助于在舆情危机初期快速锁定问题食品, 采取相应的措施。

3.1.3 数据共享机制

美国建立了相对完善的数据共享机制, 以确保各监测机构之间的信息流通顺畅, 实现协同合作。1) 食品安全信息网络(Food Security Information Network, FSIN): FDA和USDA之间通过该网络实现数据共享, FSIN整合了食品生产、加工、流通和消费环节的监测数据, 为舆情管理提供了全面且系统的信息支持。2) 国际合作数据共享平台: 美国还积极与国际组织和其他国家建立数据共享平台, 及时获取和分享全球食品安全信息, 加强在国际食品安全领域的合作与交流, 共同应对跨国食品安全挑战。

3.1.4 具体应对措施

美国在食品安全舆情应对方面采取了一系列切实可行的具体措施, 以有效化解危机, 恢复公众信心。1) 快速召回机制。企业一旦发现食品安全问题, 必须在规定时间内启动召回程序, 并通过多种渠道(如媒体、社交媒体、官方网站、电子邮件等)向公众发布召回信息, 确保问题产品能够及时从市场上撤回, 防止危害进一步扩大。2) 信息公开透明。政府和企业通过各种渠道及时向公众通报食品安全事件的最新进展和处理结果, 保持信息的透明度, 减少公众的恐慌情绪。3) 公众教育。通过开展广泛的公众教育活动, 提高公众对食品安全问题的认知水平和防范意识。例如, 学校、社区、媒体等会定期开展食品安全知识普及活动, 向公众传授食品选购、储存、加工等方面的知识和技巧, 增强公众的自我保护能力。

3.2 美国食品安全舆情管理体系特点

3.2.1 多主体协同合作

在美国, 食品安全舆情应对涉及政府、企业和社会组织等多类主体, 各主体分工协作, 在应对过程中发挥着不同的关键作用。政府部门主要负责制定政策、实施监管以及协调各方行动。其中FDA和USDA在舆情危机中承担着发布权威信息、指导企业召回问题产品的重要职责, 并协调各方资源积极开展应对工作。企业作为食品安全的第一责任人, 在食品安全舆情应对中起着至关重要的作用。在危机发生后, 企业需要迅速启动应急预案, 主动召回问题产品, 并及时、透明地向公众公布处理过程, 以降低事件对品牌形象的负面影响。社会组织则通过宣传、教育和监督等方式积极参与舆情管理。例如, 消费者权益保护组织会通过举办食品安全知识讲座、发布消费警示等活动, 提高消费者的食品安全意识和自我保护能力, 同时对政府的监管工作和企业的行为进行监督, 推动食品安全舆情的合理解决。

3.2.2 高效的协调机制

美国构建了高效的协调机制, 以确保各主体在舆情应对过程中能够紧密协同合作, 形成强大的工作合力,

主要是跨部门协调委员会和食品安全应急响应中心。FDA和USDA之间通过跨部门协调委员会定期召开会议,共同讨论食品安全舆情的应对策略和具体措施。在会议上,双方分享各自的信息和资源,协调行动方案,避免出现职责不清、推诿扯皮等问题。在舆情危机发生时,食品安全应急响应中心发挥统一指挥和协调各方行动的关键作用,确保应对措施及时性和有效性,并通过整合各方资源,实现信息的快速传递和共享,提高应急响应的速度和效率。

3.2.3 完善的法律法规体系

美国的食品安全舆情管理体系得到了完善法律法规框架的有力支持,相关法律为食品安全监管和舆情管理提供了明确的法律依据和规范保障。1)《联邦食品、药品和化妆品法》,明确规定了食品生产经营者的责任和义务,以及对违规行为的处罚措施。同时,也赋予了政府在食品安全舆情应对中相应的职责和权限,确保政府在处置食品安全事件时有法可依。2)《公共卫生服务法》,为公共卫生应急响应提供了法律框架,确保在食品安全事件发生时,政府能够迅速调动资源,采取必要的防控措施,保障公众的健康安全。3)《信息自由法》,要求政府在食品安全舆情事件中及时向公众公开相关信息,充分保障公众的知情权和监督权。这一法律规定促使政府在面对食品安全问题时必须保持信息透明,否则将承担相应的法律责任。这些法律法规不仅为食品安全舆情管理提供了坚实的法律基础,同时也对舆情应对中的各方行为形成了有效的约束,确保整个舆情管理工作在法治轨道上有序运行。

3.2.4 广泛的公众参与

美国高度重视公众在食品安全舆情管理中的重要作用,并建立了多元化的公众参与机制,鼓励公众积极参与食品安全治理。政府和企业通过开展形式多样的公众教育项目,如食品安全宣传周、食品安全知识竞赛、社区讲座等活动,向消费者普及食品安全知识,提高公众的风险意识和自我保护能力。设立了专门的消费者投诉热线(如FDA的投诉热线)和在线举报平台,方便公众及时举报食品安全问题。这些平台有专业的工作人员负责接听和处理投诉信息,对公众反映的问题进行及时调查和反馈,鼓励公众积极参与食品安全监督。各类社会组织通过举办研讨会、宣传活动和志愿者活动等方式,积极推动公众参与食品安全治理。

4 食品安全舆情危机应对策略:全面、系统、高效

在当今信息高度发达的社会,食品安全舆情危机一旦发生,便如野火燎原,迅速蔓延,造成难以估量的损害^[28]。因此,构建一套全面、系统且高效的应对策略尤为重要。

4.1 快速反应,抢占舆论先机

在食品安全舆情事件发生后,抢占舆论的主阵地至关重要,需要第一时间作出快速反应^[29]。这不仅仅关乎到危机处理的效率,更直接影响到公众对企业的信任^[30]。首先,要立即启动应急机制。应预先制定详细的舆情危机应急预案,明确各部门职责和应对流程。一旦事件发生,便能够迅速响应,确保各项措施有序展开。同时,要成立专门的舆情应对小组,负责统筹协调危机处理工作^[31]。第二,要及时发布官方声明。通过官网、官方微博以及主要社交媒体等迅速发布声明,表明对事件的重视和正在采取的行动。声明应简洁明了,既要包含事件的基本信息,也要明确态度和后续的处理计划。这样不仅能够抢占舆论先机,还能为后续的危机处理奠定坚实基础^[32]。第三,要建立舆情监测体系。利用专业的舆情监测工具,对关键词、话题进行实时追踪,确保信息的准确性和时效性。同时,要安排专人24 h不间断地监控网络舆论动态,及时发现并处理潜在的舆情风险^[33-34]。对于不实信息和谣言,要及时澄清和反驳,避免造成进一步损害。近年来,食品质量检测技术取得了显著进展,特别是快速检测技术在食品安全领域的应用。例如,免疫检测技术利用抗原抗体反应的特异性,能够在短时间内检测出食品中的有害物质,如农药残留、兽药残留和病原体等。研究表明,免疫检测技术在检测效率和准确性方面表现出色,能够在舆情危机初期快速锁定问题食品,减少公众的恐慌情绪^[35]。最后,要快速响应公众关切。通过官方渠道及时回应公众的疑问和关切,展现责任感和担当。对于公众的投诉和建议,要认真记录并及时反馈,确保公众的声音得到重视,从而不但能够增强政府公信力,还能为危机处理赢得更多的理解和支持^[36]。

4.2 态度谦卑,勇于承担过失责任

在舆情危机中,组织的态度直接影响公众的情绪和判断。一个真诚、勇于承担责任的态度,能够赢得公众的同情和理解,为危机处理创造有利的舆论环境^[37]。首先,要明确承认错误。在道歉声明中,应明确承认错误,表达深刻的反省和自责。避免含糊其辞或推卸责任,以免加剧公众的愤怒和不满。如2017年海底捞“老鼠门”事件中,企业4 h内在其官方网站及各类主要媒体发布公开致歉声明,以“经公司调查,认为媒体报道中披露的问题属实”^[38]的确定性表述完成责任认定,使危机舆情峰值停留大幅度缩短。同时,在道歉声明中还应详细阐述问题产生的原因和经过,让公众了解事件的真相^[39-40]。其次,要表达诚挚歉意。向受害者及其家属表达诚挚的歉意,表明对事件的深刻反思和对受害者的深切关怀,必要时还应构建物质补偿与情感共鸣的双重机制。这种真诚的态度能够触动公众的情感,为危机处理赢得更多的理解和支持^[41]。如在2019年非洲猪瘟事件

中，三全食品通过多维度危机应对策略，成立了专项工作组，承诺对涉事批次产品进行全额召回，并开通消费者热线处理赔付事宜。同时，其在声明中表达了诚挚歉意，并强调食品安全是企业的生命线，获得了一定程度的公众认可，有效缓解了舆情压力。第三，要承诺整改措施。详细阐述将采取的整改措施，包括召回问题产品、赔偿受害者损失、加强内部管理、完善食品安全体系等。这些措施不仅要具体可行，还要有时间表和责任人，确保整改工作能够落到实处^[43]。最后，要主动接受监督。邀请第三方机构进行独立调查，以证明整改措施切实可行。同时，主动接受社会的监督，展现透明度和公信力^[43]。在处理舆情危机过程中，面向公众的话语展示积极表达认错和改错的态度，并通过主要媒体的发布，在各类自媒体的关注传播之下，尽快形成对公众的意见影响力，从而给予公众重拾信心的机会^[44]。

4.3 换位思考，统筹各类角色心态

舆情危机处理中，换位思考是理解公众需求、制定有效策略的关键^[45]。应站在公众、媒体、政府等不同角度，深入理解他们的关切和期待，从而制定出更加符合实际、更加有效的应对策略。在舆情事件的发酵过程中，公众往往从切身利益出发，其关注的核心议题、次要议题和衍生议题可能与政府、企业的判断或者掌握的情况存在偏差。如某餐饮企业陷入食品安全危机事件中，核心议题往往是能否继续安心前往该餐饮企业用餐；次要议题是暴露了我国食品安全监管问题；衍生议题是食用该企业不安全食品后的补偿、赔偿等。企业往往更关注的是可否继续维持公众的信任和认可度，监管部门更关注的则是社会稳定和监督责任履行。因此，在处理危机的过程中，需要换位思考，以感同身受的思维方式统筹各类角色心态，尽量形成具有人文关怀的对话，满足公众核心利益诉求，而要避免因科层体系运作所导致的公众关心、企业强调、政府监管的三方不对称，才能取得理想效果。从公众角度来看，最关心的是自身健康和安全。因此，要重点解释问题产品的流向、影响范围及补救措施，确保公众的安全感。同时，要通过公开透明的信息披露，让公众了解事件的真相和处理进展，消除他们的疑虑和恐慌^[46]。从媒体角度来看，他们追求的是新闻的真实性和时效性。因此，应主动与媒体建立良好的沟通机制，提供准确的信息源和采访机会。同时，也要尊重媒体的报道权利，对于不实报道要及时澄清和反驳，避免误导公众。从政府角度来看，关注的是社会稳定和监管责任。因此，要积极配合政府的调查和处理工作，及时报告事件进展和整改情况。同时，也要主动向政府提出建设性意见，参与行业标准的

制定和提升，展现企业的社会责任感。通过换位思考，能够更好地理解各方的关切和期待，从而制定出更加符合实际、更加有效的应对策略。这不仅能够增强危机处理的针对性和实效性，还能为长远发展奠定坚实基础。

4.4 正确引导，各方密切协调配合

在食品安全舆情事件的发酵过程中，组织应对、媒体报道、专家言论、自媒体讨论、政府行为等各方面因素，都会影响公众（包括高层领导、意见领袖等）对事件本质属性的认识，因而正确舆情引导的关键，就是把握对事件定性的主动权和话语权。如在山东疫苗事件中，事件本质属性是非法经营，疫苗质量安全并非主要问题，因此无论是在回应稿件的内容、接受采访的措辞，还是组织媒体报道，都应当强调这一事件属性，甚至包括回应舆论主体、发布会的主发言人，都应当体现政府对事件属性的判断。在舆情危机处理过程中，首先涉事主体要迅速做出回应，并及时认错、改错，同时还要掌握对事件定性的话语权，正确引导舆论；此外，还应认真配合调查，履行整改措施，与政府监管主体密切配合，既实现对监管权威的借用，也有助于改善公众情绪。市场主体、政府主体和媒体间的有效配合衔接，才能够使整个食品安全事件能够围绕公众关心的核心利益诉求进行展示，没有被别有用心竞争对手或社会组织“带节奏”，最终实现危机化解。

食品安全舆情危机的应对是一个系统工程，需要从多个方面入手，制定全面、系统的应对方案。通过快速反应、真诚道歉、换位思考、正确引导等措施的实施，能够有效地应对舆情危机并恢复形象和消费者信任。在未来的发展中，还需不断创新和完善应对机制，以适应不断变化的市场环境和舆情态势，实现可持续发展。

食品安全舆情危机具体应对策略总结见表2。

表 2 食品安全舆情危机应对策略		
Table 2 Coping strategies for food safety public opinion crises		
总体原则	应对策略	具体内容
全面、系统、高效	快速反应，抢占舆论先机	立即启动应急机制，明确职责和流程；及时发布官方声明，表明态度和行动；建立舆情监测体系，实时追踪舆论动态；快速响应公众关切，增强政府公信力
	态度谦卑，勇于承担过失责任	明确承认错误，表达反省和自责；表达诚挚歉意，触动公众情感；承诺整改措施，具体可行并有时间表；主动接受监督，展现透明度和公信力
	换位思考，统筹各类角色心态	站在公众角度，解释问题产品流向、影响范围及补救措施；站在媒体角度，提供准确信息源，尊重报道权利；站在政府角度，积极配合调查，提出建设性意见；通过换位思考，理解各方关切，制定有效策略
	正确引导，各方密切协调配合	把握事件定性的话语权，正确引导舆论；涉事主体迅速回应，认错改错；配合政府调查，履行整改措施；市场主体、政府主体和媒体间有效配合，围绕公众关心核心利益诉求进行展示；避免被别有用心竞争对手或社会组织“带节奏”，实现危机化解

5 提升食品安全舆情危机应对能力的有关建议

习近平总书记强调：“食品安全是民生，民生与安全联系在一起就是最大的政治”^[47]。食品安全问题的重要性不仅体现在对人民生命和健康的安全保障方面，更体现在因食品健康安全问题可能导致的信任危机和社会不稳定因素中^[48]。在全媒体时代，网络舆情以润物无声的渗透方式，实现了公众声音的广泛聚集和无限表达，呈“井喷”态势的网络舆情往往引起对现实社会的映射，诱发各类不稳定因素^[49-50]。食品安全问题涉及到市场主体、政府主体和社会公众3个主要维度^[51]。对于关系群众切身利益的食品类舆情危机，如果处置不及时，容易因谣言传播和网络民粹主义煽动而演化为社会群体性事件。对此，政府部门既要高度重视食品安全各环节监管，更要密切关注全媒体时代网络舆情生成和发展的趋向特征，研究舆情防控和危机化解的新思路，不断回应群众关切，维护政府公信力，为食品安全的市场主体建设良好发展空间^[52]。

5.1 提升规范市场主体应对舆情危机处置能力

2020年5月，中央发布了《关于新时代加快完善社会主义市场经济体制的意见》，意见对市场经济基础性制度、要素市场化配置体制机制和创新政府管理和服务方式等方面提出了新要求^[53]。在相对成熟的市场经济体制下，市场中的经营主体是负责应对舆情危机的主要力量。涉及食品的生产流通和销售各环节企业，都面临食品安全的舆情风险。但是因企业规模、企业文化等各方面差异，当前食品行业的市场主体舆情危机应对能力参差不齐。因此，当舆情危机发生后，即存在市场主体未能及时应对或处置失当的现象，也存在地方政府因防控风险等原因越俎代庖的情况，有悖于新时代市场经济建设理念。

因食品安全问题而引发的舆情危机，其成因复杂多样，可能涉及生产流程缺陷、供应链管理失控、标准执行不力或信息不对称等多重因素。在常规食品安全舆情危机中，作为直接责任主体的食品企业应当主动面向公众开展危机公关，这既是市场经济条件下权责对等的必然要求，也是化解公众信任危机的关键环节。在舆情危机处理中，政府应通过制定和发布市场规则的方式实现监督管理，为舆情危机化解提供基本参考依据。同时，政府可以鼓励倡导和组织安排食品经营企业开展舆情危机化解等方面的学习和培训，协助市场主体形成舆情化解的行动理念、规范动作和执行模式。经过一段时期的企业自我建设和政府监管规范，当舆情危机发生时，大多数市场主体都能够形成准确的舆情危机概念认知、舆情危机应对措施，并借助政府的具体监管措施，在公众舆论中，实现对食品安全保障的改善和提高。食品安全

舆情的应对和引导，离不开市场主体的积极参与和有效应对。然而，当前部分市场主体在食品安全舆情应对方面仍存在诸多不足。因此，提升市场主体的应对能力，强化其主体责任，是保障食品安全和舆情稳定的必然要求。首先，应强化市场主体的责任意识和诚信教育。政府和行业协会应通过培训、宣传和案例警示等方式，引导企业树立“食品安全是第一责任”的理念。同时，建立企业诚信档案，对违规行为进行记录和公示，对诚信经营的企业给予表彰和奖励，形成良好的行业风气。其次，市场主体应建立完善的食物安全管理体系。从原材料采购、生产加工、质量检测到产品销售的全过程进行严格把控，配备专业的食物安全管理人员，定期开展内部自查和风险评估，及时发现并整改潜在问题。此外，企业应积极引入先进的食物安全技术和标准，提升自身食物安全管理水平。最后，市场主体应提高舆情应对能力。制定完善的舆情应急预案，明确应对流程和责任分工。在舆情危机发生时，迅速启动应急机制，及时发布准确信息，回应公众关切，避免因信息不对称引发的误解和恐慌。同时，企业应积极与政府、媒体和公众进行沟通，主动接受监督，展示企业的责任担当。通过强化责任意识、完善管理体系和提升舆情应对能力，市场主体能够更好地履行食物安全责任，有效防控食物安全舆情危机，保障公众健康和社会稳定。

5.2 建设完善监管主体应对舆情危机制度体系

由于食物安全工作的特殊重要性，意见着重强调“以食物安全、药品安全、疫苗安全为重点，健全统一权威的全过程食物药品安全监管体系”^[4]。市场经济条件下，市场监管主体对于应对舆情危机的制度体系建设也是全过程食物药品安全监管体系的应有之义。十九届四中全会对国家治理体系和治理能力现代化建设作出了全面部署，在涉及食物安全舆情危机应对方面，其监管主体制度体系建设主要体现在事前研判预警、事中调查评估、事后监督整改等环节。由于食物安全工作的社会治理属性，监管主体应对舆情危机的制度体系也不能全部由食药监部门承担，而是包括宣传、网监、公安、基层政府等各级各类政府主体的共同责任。

在舆情危机中，政府职能在事前研判预警方面是弱项和短板。有研究认为，在涉及食物安全的舆情处置中，存在舆情治理模式粗放、以暂时性解决对策和补救措施为主的“放羊式”“运动式”“马后炮式”舆情处置特点^[54]。在完善政府监管的事前预警研判方面，可以通过采取购买服务、人工搜索与智能搜索相结合、政府部门间强化相互协作等方式开展实施。在监测舆情信息基础上，对信息进行定性与定量分析，并核实舆情真假，做出初步研判，确保舆情管理人员及时向有关上级行政监管部门报告并请求指示，根据舆情的敏感严重性和影

响程度对信息分析研判,确定舆情应对级别,各级别应分别对应设置详细的食品安全舆情突发事件应对程序^[55]。

在事中调查评估阶段,应注意监管主体的“裁判员”角色和权威地位。首先对舆情事件危机内容进行细致分类,在此基础上甄别是舆情事件还是真实食品质量安全事件。如果是真实食品质量安全事件,监管部门应采取权威认证、专家鉴别舆情以及主动发声等积极方式进行应对。客观而言,政府的执法行为具有不主动公开的特征,然而在全媒体时代,政府行为需要建立与公众对话的透明机制,否则因为信息不对称,会为因自媒体引流、蹭热度等因素所产生的断章取义伪新闻创造传播机会,并迅速引发各种妄议和不实言论。因此,在舆情危机发生中的应对,政府应建立面向公众的透明执法运行模式,及时向公众澄清事实与真相,对于市场主体存在的问题,说明问题与原因,坦诚相告,提升民众对政府行为的感知与期待,避免公众对政府和市场主体责任认识模糊,降低公众将对市场经营行为的不满情绪转移给政府和认为执法人员对不良行为有包庇举措等风险。

就近几年食品安全网络舆情事件的演化规律来看,事件从问题曝光到生成舆情的周期越来越短。要想对舆情进行有效管控,政府就必须主动掌握话语权,尽快提升舆情回应速度,及时向社会公布调查结果。只有让社会公众拥有真实完整的信息,才能够对事件真相进行客观评价,进而减少信息不对称带来的误判误读,从而才可能更好防控舆情风险,化解舆情危机^[56]。

5.3 形成维护引导舆情危机全方位协同网络

在处理涉及食品安全的舆情危机处理中,引发舆情的多为市场经营主体,因此,经营主体也应该是舆情危机处理的主体,但由于经营主体的权力有限性,建立统筹协调的全方位舆情引导与危机处置网络就显得尤为重要。

在协同网络中,实际上包括监管主体、经营主体、信息媒介和社会公众4个方面。在监管主体方面,当前政府在应急处置方面都基本建立了完备的应急联动机制,当有应急情况发生时,会立即启动突发事件指挥中心,将舆情突发事件的处理从非流程化的决策过程,转变为程序化的决策过程,迅速提高有关部门的响应时间,及时采取有效措施,沉稳地应对事件,消除影响,减轻危害^[57]。但是,涉及食品安全的舆情问题大小不一,如果对群众生命健康构成伤害,则涉及到政府部门的范围更广,如果安全伤害小,舆情风险低,则并不需要政府部门的全面应急处置。因此,在政府部门的运作之外,协同型的舆情控制网络重点建设范围应该是经营主体、信息媒介和社会公众。在经营主体方面,大的企业多建立了食品安全应急预案,并有企业公关关系建设的部门,而部分生产加工型企业和中小企业,自身的企业形象建设和危机公关意识还比较薄弱,监管部门可以对企

业危机公关能力进行指导,督促企业建立和完善相关职能,并建立政企对接联系,共同处置舆情危机。在媒介建设方面,全媒体时代的信息,如通过封锁等手段进行控制,成本极高,可行性极低,这使得有针对性地建立分区、分领域的媒体对接尤为重要。在涉及食品安全的舆情引导中,主流媒体具有追求信息真实、服务社会公众的特点,而自媒体则往往以正义姿态出现,掺杂各类因素,甚至蓄意模糊事实。因此,一旦研判到舆情危机的发生,就应督促引发食品安全问题的经营主体尽快发布事实相关调查内容,回应公众诉求,从而借助主流媒体对于问题真相的报道,形成舆论热点,并在公众对于报道的回应和关注中,寻找公众需要解决的核心利益诉求,完成危机公关。

社会公众虽然是舆情危机的客体,但实际上也是参与处置危机网络的潜在构成要素。全媒体时代,社会公众中往往有群体相对认可的意见领袖或公众人物,很多舆论的走向也受到意见领袖或公众人物的影响。因此,在舆情危机网络中,可建立与意见领袖、公众人物等群体的常规联系。

5.4 培养发展食品安全公众健康知识认知模式

在改革开放以来的经济高速发展中,食品安全问题一度成为民生顽疾,由于企业的追求利益特征和市场监管、社会监督等方面问题,以“三聚氰胺”为代表案例的食品安全,给人民群众生命安全带来巨大伤害,以“地沟油”“苏丹红”等为代表案例的食品加工安全风险,让人民群众对食品安全的心理防范意识迅速提升^[58]。一度赴港购买奶粉、奶粉“海淘”等现象成为公众之痛,对食品供给各领域普遍存疑也影响了政、企与社会公众的关系。

随着经济发展理念的转换和“以人民为中心”发展观的确立,食品安全问题正在改变以直接健康伤害风险为主的“硬安全风险”,而更多是诸如卫生环境、深加工等方面以心态伤害为主兼有健康伤害风险的“软安全风险”。因此,在涉及食品安全的舆情危机应对中,培养建立公众对于健康知识和食品安全的认知模式也尤为重要^[59]。

在对公众的食品安全教育宣传方面,首先要为公众在行使监督市场经营主体方面创造便利条件,在公众的权利行使中实现认识改变。如公众对于餐厅卫生的监督,往往只有通过网络曝光才可能引起监管主体的重视,而公众直接与餐饮企业缺乏对话渠道。对于规模餐厅企业,倡导企业开放厨房、吸引公众参与生产经营等,使公众能够对企业经营问题随时发现监督并实现良性互动,形成健康的行业与公众关系,并最终改变公众对食品行业的潜在意识,是舆情控制的常规性、基础性工作。

同时,在政府层面,在涉及食品工作宣传中,紧紧围绕问题导向、制度建设、效果提升和渠道拓展等方面,面向公众做好正能量宣传和科普知识普及宣传,从而使公众具备更好的信息判别和分析能力,降低舆情危机中公众盲从参与的风险^[60]。

5.5 充分运用新研究成果助力食品安全舆情危机应对

将食品科学研究成果融入舆情应对策略的制定,不仅可以提升应对策略的科学性,还能增强其可行性。近年来,食品质量检测技术取得了显著进展,尤其是快速检测技术在食品安全领域的应用方面。例如,免疫检测技术利用抗原抗体反应的特异性,能够快速检测食品中诸如农药残留、兽药残留和病原体等有害物质。研究表明,免疫检测技术在检测效率和准确性方面表现突出,能够在短时间内提供可靠的检测结果,为舆情应对提供科学依据。食品溯源技术是食品安全管理的重要手段之一,也是舆情应对的关键技术之一。区块链技术通过分布式账本和加密算法,可确保食品供应链信息的不可篡改和透明化。物联网技术则通过传感器和网络传输,实现食品从生产、加工、运输到销售的全流程信息可追溯。在食品安全舆情危机中,这些技术可以帮助快速追踪问题食品的流向,及时召回问题产品,减少舆情危害,减少公众恐慌,维护社会稳定。

6 结 语

全媒体时代,信息数据海量生产,新型传播方式不断涌现,政府主体和市场主体所面对的舆情环境已经发生深刻变化。在政治性和民生性兼具的食品安全领域,不仅要以及时准确、公开透明、真诚互动为原则,从而有效引导舆情、化解舆情危机,更要做好公众宣传教育的基础性工作,建立完善舆情引导和处置的网络体系,通过结合新形势新变化的制度建设,为公众参与食品安全监督创造条件,依托全社会的力量,共同筑牢食品安全的人民防线,这不仅是对民众健康的保障,更是构建和谐社会的必然要求。

参考文献:

- [1] 王明,林泳岑.公共食品安全类网络舆情的政府应对策略研究[J].东华理工大学学报(社会科学版),2018,37(4):360-364.
- [2] 杨丽雅,赵玉莹.人机协同:传统记者与新闻机器人的共存路径[J].传媒论坛,2024,7(5):57-60.
- [3] WU M H, YANG J F, HONG Z L. Propagation modeling of food safety crisis information update based on the multi-agent system[J]. Advance Journal of Food Science and Technology, 2015, 9(3): 215-219. DOI:10.19026/ajfst.9.1997.
- [4] 李慧杰.新媒体时代突发事件网络舆情的应对策略研究[J].新闻传播,2022(6):115-116.
- [5] 姚巧华.全媒体场域下网络舆情的演化特点与协同治理[J].中共郑州市委党校学报,2023(6):58-62. DOI:10.15875/j.cnki.zgzzswdxxb.2023.06.013.
- [6] 刘开源.基于价值理性差异的舆论表达引导机制研究[J].江西社会科学,2021,41(11):231-237.
- [7] 于英.新媒体时代城市形象传播的机遇与挑战[J].新闻战线,2017(12):132-133.
- [8] 纪晶.舆论热点中公众理性思维的引导策略[J].全媒体探索,2024(10):87-88.
- [9] 白月.领导干部应对突发公共卫生事件舆情和舆论的方式方法[J].领导科学,2020(8):32-35. DOI:10.19572/j.cnki.lidkx.2020.08.010.
- [10] 邓影妹,吴莹莹,何瑞云,等.食品安全网络舆情的分类、特征及应对[J].现代食品,2023,29(11):106-109. DOI:10.16736/j.cnki.cn41-1434/ts.2023.11.026.
- [11] JIN H, ADEWOYE L, DUPOUY E, et al. Principles and practices of effective food safety risk communication-introducing the Asia-Pacific economic cooperation food safety risk communication framework[J]. European Journal of Nutrition & Food Safety, 2023, 15(8): 11-27. DOI:10.9734/ejnf/2023/v15i81324.
- [12] 任立肖,张亮.食品安全突发事件网络舆情的分析模型:基于利益相关者的视角[J].图书馆学研究,2014(1):65-70. DOI:10.15941/j.cnki.issn1001-0424.2014.01.001.
- [13] 韩羽欣.食品安全问题及对策研究[J].中国食品工业,2024(16):44-46.
- [14] 江惠芳,刘维蓉.食品安全事件下消费者信任修复策略探究[J].食品安全导刊,2022(27):20-23. DOI:10.16043/j.cnki.cfs.2022.27.003.
- [15] 胡忠均.全媒体生态视域下的舆情治理探微[J].传媒,2022(14):77-79. DOI:10.3969/j.issn.1009-9263.2022.14.027.
- [16] LIU J S, WANG S, WANG Z H, et al. Research on online public opinion dissemination and emergency countermeasures of food safety in universities-take the rat head and duck neck incident in China as an example[J]. Frontiers in Public Health, 2024, 11: 1346577. DOI:10.3389/fpubh.2023.1346577.
- [17] LI Z G, CHEN H Q. Research on the application of network public opinion in government crisis management[C]//Proceedings of the 2015 3rd International Conference on Education, Management, Arts, Economics and Social Science. Changsha, China. Atlantis Press, 2015. DOI:10.2991/icemaess-15.2016.2.
- [18] 陈丽.乡村振兴视域下地方涉农出版物短视频营销研究:以漳州市为例[J].闽南师范大学学报(哲学社会科学版),2023,37(3):14-22.
- [19] 沈静.食品安全监管法律法规体系完善与创新研究[J].现代食品,2024,30(6):109-111. DOI:10.16736/j.cnki.cn41-1434/ts.2024.6.036.
- [20] 闫逢柱.透视食品企业诚信体系建设之困境[J].中国经济和信息化,2012(12):2.
- [21] 韩羽欣.食品安全问题及对策研究[J].中国食品工业,2024(16):44-46.
- [22] ZHONG J H, LIN C J. Local government online public opinion governance in the new media era based on the perspective of public crisis management[J]. Media and Communication Research, 2023, 4(8): 41-49. DOI:10.23977/mediacr.2023.040806.
- [23] MASLOW A H. A theory of human motivation[J]. Psychological Review, 1943, 50(4): 370-396. DOI:10.1037/h0054346.
- [24] About FoodSafety. FoodSafty.gov[EB/OL]. (2024-11-21)[2024-12-06]. <https://www.foodsafety.gov/about>.
- [25] What we do[EB/OL]. (2023-11-21)[2024-09-20]. <https://www.fda.gov/about-fda/what-we-do#mission>.
- [26] 高姗姗.美国、欧盟与日本食品安全监管体系与机制[J].世界农业,2013(3):33-36. DOI:10.13856/j.cn11-1097/s.2013.03.009.
- [27] 刘怡琳.计算机信息技术在食品质量安全与检测中的实践[J].大众标准化,2023(15):181-183.

- [28] 陈静静, 刘升. 基于大数据挖掘的食品安全管理研究[J]. 中国物价, 2020, 45(7): 86-88.
- [29] 温洁. 浅议政务舆情的应对与防范[J]. 中国地市报人, 2024(10): 95-96. DOI:10.16763/j.cnki.1007-4643.2024.10.014.
- [30] ALLARD-HUVER F. Mediators, transparency and circulation of scientific information in the public sphere: understanding crisis response apparatus in the context of food safety controversies. Panel SFSIC[C]//The 69th Annual International Communication Association Conference (ICA19). Communication Beyond Boundaries. 2019.
- [31] 杨敬林, 汪铁铮, 姚蕊, 等. 基于灾害脆弱性分析的医院舆情治理体系建设探索[J]. 中国医院管理, 2024, 44(11): 88-90.
- [32] 张雪峰, 黄叶琳. 突发公共事件回应的公众认可度研究: 基于在线文本透明度与同理心情感分析[J]. 科技情报研究, 2024, 6(4): 66-80. DOI:10.19809/j.cnki.kjqbyj.2024.04.006.
- [33] 尹俊. 政府治理现代化视角下社会网络舆情应对的策略研究[J]. 中共银川市委党校学报, 2017, 19(1): 76-80. DOI:10.3969/j.issn.1671-1157.2017.01.022.
- [34] 顾小云. 我国网络舆情应对机制的完善[J]. 中共山西省委党校学报, 2013, 36(1): 26-28. DOI:10.13964/j.cnki.zgsxswdx.2013.01.010.
- [35] 张丽玲. 在突发事件中媒体舆论引导的积极意义探析[J]. 采写编, 2024(6): 25-26; 44.
- [36] 孙天娇. 总体国家安全观视角下政府应急传播的价值、困境与进路[J]. 科技传播, 2024, 16(20): 16-23. DOI:10.16607/j.cnki.1674-6708.2024.20.005.
- [37] 郑显涛, 赖胜强. 共情表达在网络舆情危机沟通中的情绪疏导效果研究[J]. 新闻与传播评论, 2024, 77(2): 47-57. DOI:10.14086/j.cnki.xwycbpl.2024.02.004.
- [38] 澎湃新闻. 海底捞就北京部分门店老鼠进食品柜致歉: 问题属实, 惭愧自责[EB/OL]. (2017-08-25)[2025-01-26]. https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_1774621.
- [39] 杨兴坤. 网络舆情引导方法与技巧[J]. 电子政务, 2015(1): 8-17. DOI:10.16582/j.cnki.dzzw.2015.01.013.
- [40] 梁洁, 方付建, 王国华, 等. 官员舆情危机事件应对方式研究[J]. 情报杂志, 2012, 31(11): 5-10.
- [41] 杨安华. 如何让道歉成为危机处理的利器: 基于克利费尔道歉4R模式分析[J]. 吉首大学学报(社会科学版), 2019, 40(3): 143-153. DOI:10.13438/j.cnki.jdx.2019.03.018.
- [42] 白玉萍, 王广新. 社交媒体背景下学校危机事件中的舆情管理[J]. 中小学管理, 2022(4): 31-33. DOI:10.3969/j.issn.1002-2384.2022.04.010.
- [43] 吴洋. 突发事件舆情引导的“大学问”[J]. 人民论坛, 2019(10): 122-123.
- [44] 郭致杰, 王灿发. 重大突发公共卫生事件中我国新闻发布会的传播效力提升策略: 以新冠肺炎疫情事件为例[J]. 新闻爱好者, 2020(8): 30-33. DOI:10.16017/j.cnki.xwzh.2020.08.008.
- [45] 田建立. 网络舆情应对“五要五不要”[J]. 新闻爱好者, 2020(7): 86-89. DOI:10.16017/j.cnki.xwzh.2020.07.027.
- [46] AN Y H. The strategy and effect evaluation of the government's response to emergencies in the era of network media: taking the gas explosion incident of Yinchuan barbecue store as an example[J]. Academic Journal of Humanities & Social Sciences, 2024, 7(2): 233-238. DOI:10.25236/ajhss.2024.070232.
- [47] 新华社. 习近平对食品安全工作作出重要指示[EB/OL]. (2016-01-28)[2024-12-06]. http://www.xinhuanet.com/politics/2016-01/28/c_1117928490.htm.
- [48] 费威. 食品安全供给侧的市场与政府机制及其关系[J]. 宏观经济研究, 2017(5): 134-142. DOI:10.16304/j.cnki.11-3952/f.2017.05.016.
- [49] 金华, 李奕贤. 基于改进SEIQR模型的突发网络舆情传播与控制研究[J]. 情报理论与实践, 2024, 47(3): 149-157. DOI:10.16353/j.cnki.1000-7490.2024.03.019.
- [50] 吴旭红. 新媒体时代的网络舆情及其治理范式的转变与创新[J]. 北方民族大学学报(哲学社会科学版), 2017(2): 107-111. DOI:10.3969/j.issn.1674-6627.2017.02.023.
- [51] 汪全胜, 宋琳琳. 现代治理视野下食品质量安全监管机制的完善路径[J]. 宏观质量研究, 2021, 9(1): 58-68. DOI:10.13948/j.cnki.hgzlyj.2021.01.005.
- [52] 王明, 林泳岑. 公共食品安全类网络舆情的政府应对策略研究[J]. 东华理工大学学报(社会科学版), 2018, 37(4): 360-364.
- [53] 新华社. 中共中央 国务院关于新时代加快完善社会主义市场经济体制的意见[EB/OL]. (2020-05-18)[2024-12-06]. http://www.xinhuanet.com/politics/2020-05/18/c_1126001431.htm.
- [54] 孙越. 网络舆情的伦理秩序建构: 基于食品安全问题的分析[J]. 江西师范大学学报(哲学社会科学版), 2017, 50(6): 48-52. DOI:10.3969/j.issn.1000-579X.2017.06.008.
- [55] 何莲, 董洁, 唐丹, 等. 食品安全网络舆情应对调查: 基于四川省代表城市调查分析[J]. 食品与发酵科技, 2019, 55(4): 100-106. DOI:10.3969/j.issn.1674-506X.2019.04-019.
- [56] 王明. 论公共突发事件中信息传播的对称性与政府公信力[J]. 情报杂志, 2015, 34(12): 116-120.
- [57] 余永刚. 统一机制, 合力共处: 政府机关网路舆情应对工作浅议[J]. 考试周刊, 2014(51): 194. DOI:10.3969/j.issn.1673-8918.2014.51.167.
- [58] 朱贤能. 我国食品质量安全现状及全面质量管理对策[J]. 食品界, 2018(6): 26.
- [59] 刘馨蔚, 尚兆荣. 食品安全风险评估与风险预防策略研究[J]. 食品安全导刊, 2024(26): 156-158. DOI:10.16043/j.cnki.cfs.2024.26.038.
- [60] 尚勇. 深入学习贯彻党的十九大精神 服务新时代食品药品监管治理体系建设[J]. 社会治理, 2018(2): 9-18.