
大学生群体对食品安全信息的认知以及科学传播策略初探

——以重庆大学大学生为例

万凌云 桑超凡 李晓锋

(重庆大学新闻学院, 重庆 401331)

【摘要】新媒体的发展为食品安全谣言提供了滋生的土壤,如今食品安全谣言已居谣言榜首,对人们的生活造成了极大的困扰,毒害了大众舆论环境,这对政府、媒体、科技界、产业界等都带来了极大的挑战。扛课题组从大学生群体入手,运用文献分析、抽样调查法、问卷调查法进行研究,对调查结果进行统计分析,从而得出大学生群体对食品安全信息的认知情况以及此群体倾向的信息传播策略。最后从食品安全信息需求的强化、传播主体的确定、传播渠道的把握、传播方式的多样化与技术化等角度提出相关建议。

【关键词】大学生群体;食品安全谣言;网络传播;整合传播

【中图分类号】G2**【文献标识码】**A**【文章编号】**1674-6708(2015)144-0015-02

随着微博、微信、论坛等自媒体和新媒体的发展,为谣言的滋生提供了土壤,食品安全谣言已居于网络谣言首位[1]。农夫山泉不如自来水?献血有害健康?牛奶致癌?转基因大豆致癌?被催熟的果蔬都对人体有害?等等这些关于食品安全的谣言困扰人们的生活选择,毒害了大众舆论环境,急需采取相关措施,制止相关危害的进一步扩大。

食品安全是人类赖以生存的物质基础。食品安全谣言传播增加了群众对食品安全风险的担忧,影响人们的生活品质,增加了食品市场的不稳定性。

信息真空往往造成信息误读和消解,给了食品安全信息谣言大行其道的机会,这往往会进一步促进假消息、空消息的传播,甚至助长了某些食品商家的恶性竞争。以此深入展开食品安全的正确舆论导向,建立健全食品安全谣言传播预防机制,完善食品安全信息传播偏离主观预期轨道和客观规律时的应对措施,加强食品安全谣言传播的预防和救治,促进社会和谐稳定。

另外,大学生群体是网络主体之一,有自身对信息传播的偏好。通过研究调查,明确大学生群体对食品安全信息倾向的传播策略,有助于大大提升其知识储备,提高抵抗谣言的能力。另外,大学生群体大都是接受高等教育、具有一定的学习方法、有一定的影响力的群体。在他们中传播正确的食品安全信息观,有助于带动其他群体抵制食品安全的谣言。发挥大学生群体意见领袖的作用,助力于良好健康的舆论环境的营造。

1 大学生对食品安全信息的认识现状

本次针对重庆大学学生各年级进行问卷的发放,共发放问卷 200 份,回收问卷 182 份,回收率为 91%,经分析有效问卷为 175 份,有效率为 96%。

问卷回收结果男生与女生比例为 49.32%:50.68%。

1.1 了解情况

通过问卷中对 10 项有关食品安全信息知识的提出，大部分同学知道 3-5 个相关知识，占总体的 30%-50%，另外在问卷 2 中 20 个问题的提问中平均率达 40.96%的疑问选项选择率，可以看出，大学生对与食品安全信息知识的了解情况还是相当匮乏的。

1.2 辨识能力

题号	正确选项选择率	错误选项选择率	疑问选项选择率
1	39.76%	24.10%	36.14%
2	25.30%	15.66%	59.04%
3	28.92%	39.76%	31.33%
4	48.19%	12.05%	39.76%
5	45.78%	9.64%	44.58%
6	18.07%	36.14%	45.78%
7	28.92%	43.37%	27.71%
8	16.87%	15.66%	67.47%
9	31.33%	31.33%	37.35%
10	30.12%	28.92%	40.96%
11	54.22%	6.02%	39.76%
12	72.29%	7.23%	20.48%
13	48.19%	13.25%	38.55%
14	55.42%	9.64%	34.94%
15	38.55%	19.28%	42.17%
16	18.07%	36.14%	45.78%
17	38.55%	16.87%	44.58%
18	37.35%	15.66%	46.99%
19	30.12%	38.55%	31.33%
20	46.99%	8.43%	44.58%
平均数	37.65%	21.39%	40.96%

在对问卷中的 20 个问题的正误选项统计分析后，可见正确率的平均值达 37.65%，错误率的平均值达 21.39%以及疑问率的平均值为 40.96%，并且问题的错误率明显高于正确率。由此可见，大学生对食品安全信息有一定的判断力，但是对于其了解还是很少，存在拿捏不准的现象。整体上，对食品安全信息的辨识度比较差。

1.3 传播情况

对于食品安全的信息，大都不查证，不传播，而查证后传播的数量较少当获取食品安全类的谣言，大都不会查证其出处，看看就算了。而当看到与自己有关的谣言，比如自然灾害类的则会加以思考。

由此可见大学生，对于与其自身相关的信息会加以思考和查证，而当一般类食品安全信息则往往看过且过，对于获取信息的真实性、准确性，没有过多的追求。在食品安全信息谣言的传播方面，他们往往是不知谣、不传谣。

1.4 信息获取情况

大学生主要从网络获取信息，而报纸杂志、电视等则相对较少，并且主要以文字的形式获取科普知识，视频次之，而书籍、游戏则寥寥无几。

大学生对专门用于辟谣的网站了解很少，69%都是“不知道”的答案，另外知道的辟谣网站主要是果壳网、食品安全监管局官网、知乎、科学松鼠会、贴吧等等。其中有些答案并不是正确的，由此可以对于专门辟谣网站地址知晓的缺乏，导致很多时

候使得大学生求索信息不得的苦恼。

2 大学生对食品安全信息传播的倾向

2.1 倾向的传播主体

绝大部分大学生都希望政府以及官方媒体能在第一时间辟谣。因为政府、媒体是权威的象征，拥有公信力，群众对其有依赖意识。

从“两级传播”和“意见领袖”^[2]的理论出发，当政府和媒体在第一时间将信息进行披露时，需要扩大各个渠道的影响力，尽可能地减少谣言的危害范围，那么政府需要和网络上的意见领袖达成协同，获得意见领袖的帮助。有时，甚至需要意见领袖优先发出相关消息，然后媒体政府进而强化消息的准确性与官方性，从而达到更好的辟谣效果。

2.2 倾向获得信息的渠道

大部分大学生希望通过网络为主电视为辅的渠道，获取相关信息。由于网络是大学生接触信息的主要方式，通过网络可以更方便、更快捷地获得信息。

2.3 倾向的传播形式

从回答的问卷来看，大部分受访者提出了视频、游戏、电视专题节目、线下宣传的方式进行传播。

大学生群体青睐的信息传递与授受方式不再是单一的文字或者老师的讲课，在日常生活中的游戏、视频、动画等如果能有效地、合理地穿插相应的知识内容，对于大学生群体甚至其他群体的知识储备都有极大的作用。

3 结论

1) 大学生对食品安全信息的认知与求知欲薄弱，传者需抓准切入点。

大部分学生对食品安全类信息尤其是与自身情况关系不大的信息，兴趣较小，对于其真实性，不愿意深入探究。那么，当其遇到相关的谣言时，容易导致其对谣言的抵抗能力小，很容易受到其影响。

但是，安全需求是人的基本需求之一，每个人都会对自身的安全与否极度关注。从问卷中也可以看到大学生对于自身相关的信息还是会进行一定的思考。那么从有关切身安全需求信息的角度切入，在传播中加强对食品安全信息重要性的陈述，加强人们对知识的注意力和关注度，利用网络传播多媒体融合的方式，结合动画、视频、图表等形式，则可以很好地引起其兴趣帮助其记忆与运用。

2) 大学生倾向于也主要从网络获取食品安全类信息，传者应优化创新网络传播方式。

在校期间，大学生主要接触的媒体是网络，并从中获取大量的信息，手机甚至成为大学生不离身的移动媒体。大学生主要从网络中获取信息，也熟悉和倾向于网络传播方式。然而，网络是个多样性、信息混杂的场所，要保证正确信息的有效传递、网民知识储备的日益增长、保证谣言的抵挡和破除力度，则需要相关食品安全信息传播部门把握好网络的传播渠道，占据主要地位，利用微博、微信、官方网站等进行大范围地扩大正确信息的影响力。

3)多样性食品安全信息传播方式受到青睐，提升植入安全知识的技术水平。

大学生提到在视频、科学实验、游戏、专家讲座、校园宣传等方式中融入相关食品安全知识的传播，而不是单一在网络中以文字的形式，进行传播。

在对大学生群体的食品安全信息的传播中，传播者应当注重结合线上线下双重奏效，从线上的活泼有趣到线下提问与解答的亲近，从点对点的新闻推送功能，点对多的专家论坛、视频制作、新闻等方式进行。

4)政府、媒体应及时辟谣，确保正式渠道的畅通。

政府、媒体是辟谣、传播信息的最具公信力以及权威性的主体，平时应创造政治宽松、信息透明的社会环境，注重关注网民舆论，及时平息矛盾，最主要的是从社会矛盾的根源出发。另外，当涉及重大事件的谣言产生时，政府、媒体应及时跟进，保证正式传播渠道的畅通，增强信息的透明度，证实谣言的虚假性，配合一定的法律手段，依法打击谣言的制造者和传播者。

同时，应发挥意见领袖的积极作用，他们熟练运用网络语言，有自己的传播渠道和一定的影响力，并且对专业领域的知识有一定的掌握。

由美国社会学家奥尔波特和波斯特曼提出的谣言公式，在传播学者克罗斯发展后提出，谣言=(事件的)重要性 x(事件的)模糊性-公众批判能力。^[3]通过使用科学的传播策略，加强大学生群体对信息的储备，拥有抵抗谣言的能力，加之政府、官方保持畅通的信息环境，从而杜绝谣言滋生的可能。

参考文献

[1] 食品安全居网络谣言首位中国食品辟谣联盟成立[EB/OL]. 新华网, [2015-08-29].http://news.xinhuanet.com/fortune/2015-08/29/c_128178901.htm.

[2] 保罗·F.拉扎斯菲尔德,伯纳德·贝雷尔森,黑兹尔·高德森.人民的选择:选民如何在总统选战中做决定[M].唐茜,译.3版.北京:中国人民大学出版社.

[3] 郭庆光.传播学教程[M].北京:中国人民大学出版社,2011.