

农产品质量安全舆情科普模式研究

戴 芬¹ 王 强¹ 于国光¹ 姚佳蓉¹ 邓 玉² 李祥洲^{2*}

(浙江省农业科学院农产品质量标准研究所, 杭州 310021)¹

(中国农业科学院农业质量标准与检测技术研究所,
农业农村部农产品质量安全重点实验室, 北京 100081)²

[摘 要] 基于多年的农产品质量安全舆情监测分析数据及风险应对实践经验, 综合相关典型案例的调研分析结果, 本研究提出了农产品质量安全舆情科普的基本概念及特点, 明确了农产品质量安全舆情科普以政府部门、专业机构、专家学者以及其他社会团体和个人为主体, 面向农产品质量安全管理者、生产经营者、舆情参与者及一般消费者, 针对性地普及农产品质量安全相关法律法规、政策措施、科学研究、成果成效, 以及农产品质量安全生产基础知识、农产品生长发育基本常识、安全限量标准及安全消费知识等主要内容; 根据科普的目的、方式和时间节点对农产品质量安全舆情的不同模式进行了研究归纳, 并梳理了在新媒体环境下舆情科普交流信息载体、媒介、时机及频率等方面的研究及应用情况。

[关键词] 农产品 质量安全 舆情风险 风险交流 科普方法

[中图分类号] N4 **[文献标识码]** A **[DOI]** 10.19293/j.cnki.1673-8357.2018.05.007

2012—2017 年项目团队持续的网络舆情监测分析结果显示, 社交媒体中有关食品农产品质量安全问题事件报道、爆料近一半的是谣言^[1-3]。据腾讯公司对微信朋友圈 2015 年数据的分类统计显示, 当年朋友圈流言的举报处理总量为 2 169.5 万余件, 其中, 科学常识类占 11%、食品农产品质量安全类占 20%, 各种披着科学外衣的相关流言占到总量的 40%, 全年近 868 万件, 这其中约有一半是食品农产品质量安全类流言^[4]。在有关谣言、流言形成的网络舆情中, 不少是因为网

民及媒体人缺乏食品农产品安全生产、安全消费的基本知识, 不了解农产品生长发育规律, 不熟悉植物与动物的生理区隔^[5-7], 这类舆情风险迅速累积并突然释放, 常常给利益相关方造成严重的负面影响。当前, 有关农产品质量安全一般性的科普工作做得比较多, 但这些工作的目的性比较宽泛, 解决问题的迫切性不一样。在发生了突发性农产品质量安全问题事件之后, 及时消解舆情风险, 把负面舆情给消费者、生产者、经营者及管理

收稿日期: 2018-05-07

基金项目: 国家农产品质量安全风险评估项目计划“专业性农产品质量安全舆情信息监测及机制构建与示范”(GJFP201701701); 中央级公益性科研院所基本科研业务费专项“食用农产品质量安全谣言传播机制及其治理研究”(1610072016013)。

* 通信作者: E-mail: lixiangzhou@caas.cn。

露出的特定问题事件, 创新方式方法, 开展精准的科学解读和风险交流, 回应社会关切, 化解公众疑虑, 拆除风险隐患, 就显得十分重要。具有高度针对性的舆情科普交流已成为农产品质量安全风险交流的重中之重^[8]。如何开展农产品质量安全舆情科学普及和风险交流, 目前见诸报道的系统研究还不多。本文在长期农产品质量安全舆情监测分析数据的基础上, 综合相关典型案例的调研分析结果, 研究了农产品质量安全舆情科普的模式、方法, 以期能为农产品质量安全舆情风险管理工作提供参考。

1 农产品质量安全舆情及其科普属性

1.1 农产品质量安全舆情类型及特征

舆情是指公众的态度和意见。研究明确, 农产品质量安全舆情是以有关的问题事件为核心, 通过媒介表达和传播的, 公众对农产品是否符合保障人的健康、安全要求所持有的多种情绪、态度、意见和观点的表达、传播与互动, 以及后续影响力的集合^[9]。2012年以来, 项目团队在国家农产品质量安全风险评估项目计划的支持下, 持续开展了国内外农产品质量安全网络舆情风险实时监测分析研究工作, 年均监测获取农产品质量安全相关舆情信息 200 万条以上。监测发现, 农产品质量安全有效网络舆情(剔除同一问题事件的舆情跟踪)包括政策法规措施成效类、

表 1 2013—2017 年农产品质量安全有效网络舆情分类统计(单位: 个)

舆情分类 \ 年度	2013	2014	2015	2016	2017
政策法规措施成效类	557	519	495	491	479
质量安全问题事件类					
问题隐患	340	287	225	218	239
谣言传言	183	199	177	194	230
科技进步类	31	18	28	29	34
科学缺陷类	8	21	26	24	21
其他	52	34	107	87	78
合计	1 171	1 078	1 058	1 043	1 081

质量安全问题事件类、科技进步类、科学缺陷类等类型(见表 1)。

监测发现, 农产品质量安全舆情涉及农产品生产、初加工、贮运保鲜和销售等环节。其中, 生产环节是农产品质量安全最容易发生问题事件舆情的环节, 也是媒体和公众关注度最高的环节, 占比 55%(见图 1)。近年来, 发生在收贮运和销售环节的农产品质量问题事件的数量占比呈上升态势, 初级农产品离开产地进入流通和销售环节后出现的质量安全风险隐患越来越受到媒体和公众的关注^[1-3]。

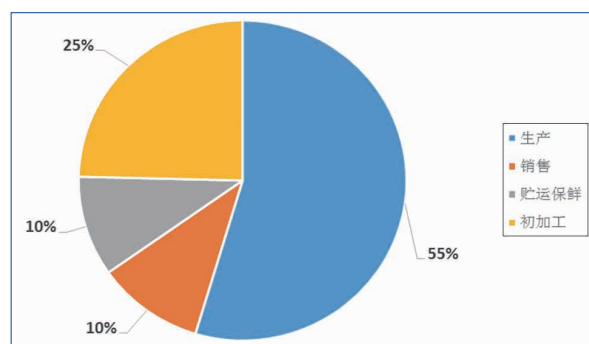


图 1 农产品质量安全舆情涉及的产业链环节

从诱发农产品质量安全舆情的角度分析, 相关舆情的爆发涉及农兽渔药残留、重金属超标、微生物污染、寄生虫、生物毒素、添加剂或非法添加非食用物质、制假售假及违法违规加工等风险因子^[1-3] [5-7] (见图 2)。

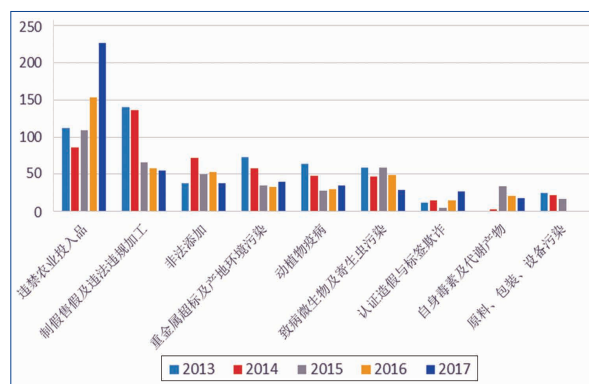


图 2 农产品质量安全舆情涉及的风险因子

近年来的舆情风险应对实践表明, 这些舆情类型、发生环节及风险诱因都有相应的大量科普工作需要跟进, 需要科学地普及农产品质量安全政策法规措施标准, 普及农产

品质量安全生产、安全消费科学技术知识常识,化解公众疑虑,正确引导公众情绪、态度和意见的形成及其良性发展。

1.2 农产品质量安全舆情科普的特点

农产品质量安全舆情科普是基于舆情风险评估结果,以消解舆情风险为目的,利用各种媒介以浅显的、让公众易于理解、接受和参与的方式向普通大众及时针对性地介绍农产品质量安全专业知识、科技成果、科学方法、科学思想的活动。简言之,舆情科普即就舆情中发现的公众欠缺的知识而进行的有针对性地科学普及。在媒体上进行科普解读、科普宣传是一种回应社会关切的态度、意见和观点,也会引发公众的看法、态度和意见,本身也是一种舆情,这就是科普舆情,如果这种科普舆情成为了主流,与公众的态度和意见产生了共鸣,或与负面舆情形成了有效对冲,就成功化解了负面舆情风险,引导了舆论的良性发展。农产品质量安全舆情科普属于应急科学传播的范畴,在传统科普的概念基础上,引入舆情要素,不仅要求以适当的方式向公众传递科学知识,更要肩负疏解民众情绪,引导舆论良性发展的使命。研究发现,相比于一般科普,农产品质量安全舆情科普至少具备以下特点。

1.2.1 科普时间具有周期性

农产品质量安全问题事件的曝光在时间上呈现出明显的周期性特征。在一年中,夏秋季节是相关问题事件曝光的重点时节,尤其每年的3月份前后,是相关问题事件的多发时节;冬春季则是曝光的淡季,尤其2月份前后,一般是全年相关问题事件曝光量的最低点。此外,在时间节点上,如“两会”期间、“3·15”、节假日前后是食用农产品质量安全问题事件容易曝光的重要时间节点。舆情的周期性规律要求科普活动呈周期性态势,如在相关农产品集中上市的时节,应适时开展

相关产品谣言类舆情的科普辟谣活动。

1.2.2 科普信息传播具有多向性

与传统媒体主导舆论的时代不同,在新媒体“自我赋权”的时代,每个人手中都握有一个“麦克风”,只要借助新媒体技术,几乎所有人都可以实现向他人发布、传播、互动相关信息及意见,公众的角色也逐渐从信息获取者向信息制造者转变。农产品质量安全舆情科普是基于当前全媒介环境下的科普活动,自带信息交互属性。一遇突发问题事件,网络中各种专家、评论家很多,声音多元、真假难辨;网民根据个人兴趣上网查找、了解和发布科普知识;针对专家和媒体发布的科普解读,网民也通过留言、转发等形式发表自己的观点,即使权威专家的发言也会受到网民的严格检验。如今,企图用一个声音一次性解决所有问题已经是不可能的了。

1.2.3 科普传播媒介具有社交性

社交化是当前科普工作变革的重要方向。以果壳网、知乎等为代表的新兴科普传播平台在兼顾传统科普媒介优势的基础上,引入社交化元素,放低姿态和调门,力求得到更多网民的认可,力求吸引更多网民参与。舆情科普发轫于网民的舆情交流,社交化无疑是化解网络戾气,建立科普统一战线的有力举措。近年来,众多食品农产品质量安全研究机构和报刊等传统媒体纷纷开发自己的微信公众号。这些机构或单位长期以来积累了丰富的专业资源,具有权威的科普地位,走亲民路线后在微信平台上很容易得到原有读者群的认可和关注,因此往往在关注度和信息的转发量上具有得天独厚的优势。

2 农产品质量安全舆情科普的主体、对象及内容

2.1 舆情科普的主体

舆情科普的主体,即舆情科普的组织者、

实施者及责任方。我国农产品质量安全工作属于公共事务，其舆情科普主体主要包括政府部门、专业机构及其专家学者，以及其他社会团体和个人等。

2.1.1 政府部门

政府部门作为舆情科普的主体，制订科普计划，提供财政资金支持，从各方面保证舆情科普工作的顺利开展；组织和支持专业机构及其专家学者等做好舆情科普工作；政府部门的工作人员，在技术推广和认证、执法等活动中，直接开展或参与科普工作。

2.1.2 专业机构及其专家学者

农产品质量安全科研、检测、风险评估等专业机构及其专家在舆情科普中的地位和作用无可替代。专业机构具有凝聚专家的作用，而专家具有专业知识，掌握科学数据，能够用数据说话、释疑解惑。专业机构的专家组织风险评估，预先过滤片面或错误的意见和观点，最终形成全面和科学的结论。专业机构作为相对独立的第三方，专家也是普通消费者，可以起到上联政府、下通百姓的作用。

2.1.3 其他社会团体和个人

近年来，一些公益性质的科普组织和个人（如网络大V），在舆情科普方面做了大量工作，发挥了较大的作用。要重视和培育“科学网红”和“意见领袖”，充分发挥他们的作用。一些民间科普组织和个人在利益驱动下，常常发布不实信息或夸大宣传，对企业、行业、消费者和政府部门带来负面影响，也应加强规范。

2.2 舆情科普的对象和内容

科普对象，也可以称之为科普客体，即接受科普的人。舆情监测数据显示，网络舆情科普对象应包括管理者、生产者、舆情传播参与者和一般消费者等。不同的科普对象拥有不同的人群属性特征，在舆情风险形成

和管控过程中所扮演的角色也不尽相同。因此，应当针对不同的科普对象选择投放不同的科普内容。

2.2.1 管理者

一些管理者常常并没有直接管理农产品质量安全工作，也不是农产品质量安全专家，他们对农产品质量安全问题缺乏深入了解，但在有关大政方针决策的时候，或者是在农产品质量安全突发问题事件中有表决权、发言权或言论自由，他们的态度和意见在决策及舆情发酵过程中常常产生导向性影响，这些管理者既是科普主体又是科普对象。对管理者的科普主要包括3个方面：一是现阶段我国社会的主要矛盾构成及发展阶段性认识；二是农产品质量安全监管方面的法律法规、政策措施、科学研究、成果成效等的了解；三是农产品安全生产基础知识、农产品生长发育的基本常识、标准限量及安全消费知识等。

2.2.2 生产经营者

生产经营者是农产品质量安全问题的第一责任人，安全的农产品最终靠生产者生产出来。对生产经营者的科普，要注重提高生产经营者的质量安全生产意识、知识和技能，提升农产品安全生产相关法律法规素养，加强安全生产、收获、加工、贮存、保鲜、运输等技术指导，以及面对及应用媒介时客观宣传、正确表述农产品安全属性的能力等。

2.2.3 舆情参与者

舆情传播参与者包括媒体人、网络大V、发帖转帖跟帖的普通网民等。对于这类对象，要加强农产品质量安全生产、安全消费知识的科普和自律教育，引导媒体人能够真实、准确、客观地报道相关问题事件，网络大V和普通网民不造谣、不信谣、不传谣。

2.2.4 一般消费者

对消费者的科普，主要是普及农产品质量安全生产、安全消费知识，以提高消费者

的农产品质量安全认知水平，帮助树立正确的消费观念，养成正确的消费习惯。如能正确地看待农兽渔药和添加剂的作用和残留，不过度追求零农药、零兽药、零添加剂等；不过分注重农产品的外观；如何选择安全优质的农产品，以及正确的消费方法，等等。

3 农产品质量安全舆情科普模式

3.1 根据科普的目的和方式划分

根据科普的目的和方式，农产品质量安全舆情科普分为长期科普、短期科普和应急科普模式。

3.1.1 长期科普（教学）模式

长期科普模式，就是将食品农产品质量安全舆情科普教育切实纳入正规的教育体系之中，无论是幼儿园、小学、中学还是大学，开设食品农产品质量安全教学课程。普及食品农产品质量安全知识，要从娃娃抓起，让人们从小就知道不安全生产、不安全消费的危害，从小养成安全生产、安全消费的良好习惯、素养，从小就能客观、理性地看待质量安全问题，这对于提高社会整体的食品农产品质量安全认知水平，培育良好的舆论氛围，将会取得事半功倍的效果。

3.1.2 短期科普（培训）模式

短期科普是指为了解决某一个问题的或

某一类问题而进行一段时间的集中科普宣传培训活动。这类短期科普（培训）很多，相关法律法规和标准出台后，开展的宣贯培训普及；各级农业部门举办的农产品质量安全监管培训班；基层农业部门针对农兽渔药安全使用等问题或相关农产品举办的各类科普培训；各级农业部门经常组织的进社区、进学校、进基地开展科技讲座、展览、咨询和“农产品质量安全周”活动，等等。通过举办短期培训活动，一定程度上让公众对农产品质量安全生产、安全消费有更深层次的了解，对减少和化解农产品质量安全舆情风险有很好的效果。

3.1.3 应急科普（解读）模式

突发问题事件舆情发生后，相关部门为了及时回应社会关切，化解公众疑虑，引导舆情发展方向，消除舆情负面影响，在第一时间开展的具有高度针对性的专家科学解读、科学常识普及。应急科普常常通过传统媒体（如报纸、电视、广播等）或新媒体（如微博、微信、微视频和客户端等）等多媒介平台，实时权威发布有关法律法规标准，专家科学解读、普及问题所涉及的基本科学常识。

不同科普模式的应用案例及成效见表 2。

3.2 根据科普节点划分

根据科普节点，农产品质量安全舆情科普

表 2 不同科普模式的应用案例与成效

科普模式	应用案例	成效
长期科普(教学)模式	食品安全教育纳入北京市中小学相关课程：2016 年 10 月东城区教委启动青少年“健康·成长 2020”工程，该工程将食品安全教育纳入中小学相关课程	在东城区中小学普及食品安全知识，提高了青少年学生食品安全自我防护能力，引导青少年学生树立营养健康观念
短期科普(培训)模式	2017 年全国食品安全宣传周农业部主题日：发布农产品质量安全十大谣言真相	十大谣言的曝光达到了正本清源的目的，同时也保障了消费者的知情权。数据显示，全国 200 余家网络及平面媒体参与了对十大谣言真相的传播和报道，社会反响良好
应急科普(解读)模式	农业部专家辟谣“避孕药无籽葡萄”：2016 年 9 月，某视频网站曝光称“无籽葡萄都是蘸了避孕药的”。对此农业部组织行业权威专家通过新华网等权威媒体在第一时间发布应急科普文章，道明真相，科普基本常识	监测数据显示，该科普文章在各平台的总转发量超过 1 000 余次，阅读量 2 万余人次。此文发布后，网络空间中相关负面舆情比例显著下降，网民中有关辟谣和反思性的理性发言逐渐增多

分为事前科普、事中科普和事后科普等模式。

3.2.1 事前科普

我国的农产品质量安全舆情，除一小部分确实属于农产品质量安全问题类外，大部分属于认知类或恶意攻讦类谣言，很大程度上折射的是公众对农产品质量安全的焦虑及知识的局限。在平时有计划地在各种媒体上科学解读有关农产品质量安全舆情热点，宣介有关政策法规标准措施、成果成效，或者是季节性农产品上市销售之前，针对常见周期性舆情问题做好事前（预防）科普，正面引导舆论，可以减少农产品质量安全问题事件舆情的发生。比如，浙江省农业部门在草莓、杨梅、葡萄等舆情高敏农产品上市前，经常组织开展农产品质量安全科普宣传直通车进社区、进基地等活动，并组织专家针对农药使用、植物生长调节剂等问题进行科学解读^[10]，让公众了解农产品的生产过程，化解公众的疑惑，对于减少舆情的发生起到了一定的作用。

3.2.2 事中科普

事中科普是在舆情的发展过程中进行有针对性科普的一种模式。对于影响较大且比较复杂的舆情，相关部门要第一时间发声，并组织权威专家进行科学解读，及时解除舆情风险。如避孕药黄瓜、避孕药葡萄等舆情发生时，农业部第一时间发声，组织专家在新华网进行科学解答辟谣^[11]。

3.2.3 事后科普

舆情回落消解后，认真进行总结，对一些有偏颇的信息和科普内容及时更正，把应急处置时可能零散的科普内容进行归纳整理，结合风险评估结论，进行系统的、完善的科普交流。此外，对于一些复杂的、有争议的农产品质量安全舆情事件，可能存在结论不明确、依据不充分的情形，经过一段时间的研究，有了充分的依据和明确的结论后，再进行科普交流。

4 农产品质量安全舆情科普方法

农产品质量安全舆情科普及风险交流要让公众喜闻乐见，看得到、听得懂、学得会、记得住、用得上，科普交流方法很重要。近年来，新媒体快速发展，舆情信息源快速增殖，同时也拓展了科普的方法和内容，以移动化、碎片化、社交化为特征的网来网去、线上线下的交流互动，丰富了舆情科普工作的想象空间。在大量的调查研究基础上，我们梳理了在新媒体环境下舆情科普交流信息载体（形式）、媒介、时机及频率等方面的一些探索应用情况。

4.1 科普媒介

4.1.1 传统媒体

舆情监测显示，报纸、电视、广播、书刊等传统媒体仍然是公众获取信息的主要来源之一，其权威性和可信度到目前为止还是网络媒体无法取代的，在舆情发生发展过程中具有十分重要的作用，尤其是传统媒体在舆情科普及风险交流中具有十分重要的地位^[1-3]。在农产品质量安全舆情科普中，要重视和发挥报纸、电视、广播等传统媒体的作用，要坚守报纸、电视等传统媒体的舆论阵地，充分利用传统媒体宣传平台进行科普，消除舆情负面影响。此外，科普讲座、科普展览、知识竞赛、科技咨询、科技活动周、科普活动月以及公共场所的科普展板、宣传栏、电子屏等科普宣传载体仍然是有效的食品农产品质量安全科普方式。

4.1.2 网络媒体

近年来，互联网快速发展，来自网络媒体信息源的舆情数量已超过传统媒体信息源^[1-3]。在“互联网+”背景下，信息传播形式和载体更加多元，舆情科普工作的环境、任务、内容和对象复杂多变，舆情博弈的主战场也就在网络之中，社会舆论的议程设置越来越多地来自于互联网，人们也发展了基于互联网的各种新媒体舆情科普平台，比如食品农产品质量安全

科普资源共享服务平台、官方科普社交平台、农业科技手机报、主题科普宣传网站(网页)、科普微博、科普微信公众号、科普微视频、科普APP等^[12],以微博、微信、微视频和手机客户端为代表的“三微一端”对食品农产品质量安全舆论议程设置的主导作用日益凸显。如针对“草莓致癌”、“蘑菇重金属”、“无籽葡萄抹避孕药”、“牛奶致癌”等网络谣言,农业农村部组织农产品质量安全风险评估专家利用新华网、中国食品辟谣联盟、农产品质量安全科普天地微信公众号等主流媒体和自媒体发表了各类针对性的科普辟谣文章,在舆情消解过程中起了很大的作用。

4.1.3 融媒体科普

以互联网和手机等为代表的新兴媒体,具有融合多种媒体的信息整合功能,新媒体与传统媒体的多重立体组合,表现出信息传播形式的多样性与传播内容的多元化,具有更好的传播效果^[13]。近年来,以@人民日报、@央视新闻、@新华社发布、@澎湃新闻、@凤凰资讯等为代表的众多传统媒体进军新媒体,把报纸、电视、电台等传统媒体与互联网、手机、手持智能终端等新兴媒体传播渠道有效结合起来,使得原本单一的文字、音频、视频节目有了更为丰富多彩的文字、图片、音频、视频乃至动漫等融合表现形式,公众可以打破原有的时间、空间限制,随时随地接受科学知识,自由地搜看自己喜欢的视频资料。要重视和加强融媒体科普在食品农产品质量安全舆情科普方面的作用,打造基于融媒体矩阵的科普产品。此外,手机等智能终端还可以通过后台云计算、大数据和个性化的分析,了解用户兴趣点,进行有针对性的科普知识推送。

4.2 科普形式

4.2.1 平面式科普

以平面化的文字、图片(包括图表、照

片和漫画等)为主要内容的科普形式。专家学者通过图书、报纸、期刊、展板、宣传栏、电子屏、网站(网页)、博客、微博、微信公众号等发表食品农产品质量安全科普文章,介绍安全生产、安全消费科普常识,都属于文字科普形式。文字科普是舆情科普的重要形式之一,除了要贴合公众的关注点和认知水平、增强针对性外,特别应注意内容简洁、通俗易懂和趣味性。对科普内容进行文学加工,如科学童话、科普故事、科普诗歌、科普小品、科普歌曲,特别是科普段子(顺口溜)等,也是公众比较喜爱的科普形式。目前网络空间调侃食品安全问题的段子很多,流传得也比较快。但是,好的科普段子,以及科普小品、科学童话、科普故事却不是很多。文学式科普可以提升公众对谣言的群体免疫力^[14],这方面有待进一步加强。

4.2.2 音频式科普

农产品质量安全舆情科普内容可以制作成音频在电台、社区广播、网络、手机、电脑中播放。人们在开车送孩子上学的路上、在吃饭时、在睡觉前就能通过电台、手机或车载音响等听科学家讲几段妙趣横生的科普故事,既不占用额外的时间,又能轻松地获得科技知识,培育正能量粉丝群体,引导公众的态度和意见。这也是食品农产品质量安全舆情科普的一种可用的形式。

4.2.3 视频式科普

电视(网络电视)、网络直播、微视频、动漫视频等形式的科普,形象直观,变静态科普为动态科普,专家现身说法,或者生动形象的动漫主角的台词代言,更容易让公众接受,如农业部农产品质量安全专家编导的“空心草莓”、“避孕药黄瓜”、“甲醛白菜”等科普视频在微信、微博中大量转载传播,以及“塑料紫菜”和“塑料粉丝”事件利用视频辟谣,都属于视频科普的形式。

4.2.4 交互式科普

传统意义上的科普形式多为单向信息传播,信息流从信息源单向流动至信息宿主。针对新媒体环境下舆情信息传播的多向性,利用可交互式手段实现信息的多向流动将是未来舆情科普的重要发展方向。例如,二维码使用简单,应用也越来越广泛。如果所有食品农产品的包装上都有一个该产品的二维码,消费者只要用手机对着二维码扫一扫,就可以看到曾经流传于网络的谣言及相关的科普知识^[15-16],并可以留下自己的评论和感想,那自然就滤掉了相应的谣言和似是而非的认识。此外,电视、网络、手机中以及现场游戏互动的科普形式,增强了趣味性和互动性,深受公众特别是青少年的喜爱。2016年食品安全校园行暨第二届食品安全科普创新公益大赛用全视觉化科普创意助力食品安全,问答互动、转发集赞、看视频学食安、食安rap、街舞、拉丁、武术、歌曲等将食安科普玩出了新花样,微视频、H5等作品将科普引向互联化、动态化、多媒体化^[17]。2017年第三届食品安全科普创新公益大赛把食品安全科普活动设置成为游戏和闯关的形式,“食安PK台”“食安我创造”“食安控日志”等游戏,都获得了很好的科普效果^[18]。此外,通过电视或网络等开展的食物农产品安全知识竞赛(大会),也是很好的综艺互动类科普形式,对营造良好的舆论氛围十分有效。

4.3 科普投放

4.3.1 科普时机

舆情科普宣传不是商业广告,不能狂轰滥炸、让人生厌,要有目的、有计划、恰到好处,

才能入脑入心。事前科普属于预防性科普,可以周期性、季节性及常规性投放。突发事件发生后,对于公众关注度高、可能会产生较大影响的舆情,越早进行科普(如发生期或发酵期前,舆情应对的“黄金4小时原则”),越有利于控制和扑灭舆情。事后科普一定要等舆情回落平息后才能进行,防止舆情反弹;也不能让时间拖太长,如果拖的时间太长、公众的关注度下降,会降低科普的效果。

4.3.2 科普频率

舆情科普主体要根据问题的严重性及公众的关注度,确定科普的投放、报道或转载数量和频率。对于公众比较关注的舆情,政府部门应及时发声并加强科普,鼓励和支持媒体进行报道和转载,增加科普频率。对于公众不太关注的舆情,政府部门和专家学者不要进行过度科普,以免刺激公众的逆向思维,激化舆情。

5 结语

舆情科普是农产品质量安全应急处置的重点工作,对消除舆情风险隐患、化解公众疑虑、稳定提升消费信心、保护产业发展、维护政府公信力都有十分重要的作用,值得高度重视。应加强新媒体环境下农产品质量安全舆情科普工作顶层设计,持续推进舆情科普机构人才队伍建设,不断创新舆情科普方式方法,稳定提高舆情科普工作成效;构建农产品质量安全舆情科普资源库,建立健全舆情风险信息与科普信息共享机制,探索建立舆情科普的长效机制,推动农产品质量安全舆情科普工作制度化、规范化、科学化。

参考文献

- [1] 李祥洲,钱永忠,邓玉,等.2014年农产品质量安全网络舆情特征分析研究[J].农产品质量与安全,2015(1):41-47.
- [2] 李祥洲,钱永忠,邓玉,等.2015—2016年我国农产品质量安全网络舆情分析及预测[J].农产品质量与安全,2016(1):8-14.

- (编辑 袁博)

(编辑 张英姿)

(编辑 袁博)

great significance to understand the knowledge and technology that illustrates tacit root of articulating knowledge and the practical character of tacit knowledge. China's current agricultural technology popularization is facing dilemma, which are perceived evidently among the farmers and the science popularizers. From the perspective of epistemology, the lack of clear understanding of the essence of agricultural technology popularization is a major cause of the dilemma. In order to get out of the current "dilemma", the following ideas can be used for reference: 1) Rethinking the three main subjects of agricultural technology popularization and their relation; 2) Fully recognizing the tacit attributes and priority of agricultural technology popularization; 3) The application of tacit knowledge in the development, promotion and acquisition of agricultural technology.

Keywords: tacit knowledge; agricultural technology popularization; practical character

CLC Numbers: N4 **Document Code:** A **DOI:** 10.19293/j.cnki.1673-8357.2018.05.006

A Study of Public Opinion on Popular Science Mode of Agro-products Quality and Safety

Dai Fen¹ Wang Qiang¹ Yu Guoguang¹ Yao Jiarong¹ Deng Yu² Li Xiangzhou²

(Institute of Quality and Standard for Agro-products, Zhejiang Academy of Agricultural Sciences, Hangzhou 310021) ¹

(Institute of Quality Standards & Testing Technology for Agro-products, Chinese Academy of Agricultural Sciences, Key Laboratory for Agro-product Quality and Safety, Ministry of Agriculture and Rural Affairs, Beijing 100081) ²

Abstract: Based on years' agro-products quality and safe public opinion monitoring, analysis data, risk response practical experience, and typical case investigation and analysis, the paper proposes the basic concepts and significant features of agro-products quality and safety science popularization on public opinion. Agro-products quality and safety Public opinion science and technology is mainly composed of government departments, professional organizations, experts and scholars, and other social groups and individuals. It disseminates the main development of our country for agricultural product market managers, producers, and public opinion participants. Furthermore, it popularizes the laws and regulations, policies and measures, scientific research, and achievements of agricultural product quality and safety supervision, as well as basic knowledge of agricultural product quality and safety production, basic knowledge of agricultural product growth and development, safety standards limits, and safe consumption knowledge. The research further divides the different models of agricultural quality and safety science popular science in line with the purpose and timelines of popular science, and makes a logic and clear analysis of the information carrier of science popularization, media, timing and frequency of popular science communication under new media environment.

Keywords: agro-products; quality and safety; public opinion risk; risk communication; popular science method

CLC Numbers: N4 **Document Code:** A **DOI:** 10.19293/j.cnki.1673-8357.2018.05.007