



媒体传播对食品安全风险感知影响的定量研究

冯 强 石义彬

摘 要: 食品安全的个体风险感知会受到媒体传播因素的影响。个体对媒体中食品信息的关注程度显著正向影响到他的风险感知程度。媒体渠道的可信度在个体风险感知中扮演重要角色,其中电视可信度越高,个体对风险严重性感知程度越高。系统式处理信息机制显著正向影响个体的风险感知,而直觉式处理对个体风险感知产生负向影响,信息处理机制在信息输入和风险感知之间扮演着重要中介作用。不同媒体的风险感知效果存在差异。媒体传播对个体风险感知的影响是媒体信息输入、媒体可信度和个体信息处理机制有机互动的结果。

关键词: 食品安全; 风险感知; 媒体使用; 信息处理

中图分类号: G206;R197.3 **文献标识码:** A **文章编号:** 1671-881X(2017)02-0113-09

一、研究问题的提出

“民以食为天,食以安为先”。在食品安全事件频频发生的当下,食品安全问题把政府、专家、媒体、企业和公众等利益关联者紧密联系在了一起,并折射出公众对周遭环境的风险认知。在媒介化社会,这种风险认知受到媒体报道的影响。既往研究指出,就食品、安全、营养等健康议题而言,在信息获取方面,新闻媒体比医生、营养专家等更为重要^①。大众媒体在塑造民众的食品反应和习惯中也起着重要作用。反化学的营养和生活习惯依赖于知识,并且是通过对报纸、电视的有关新闻报道的反应而形成的^②。因此,研究食品安全问题就必须研究媒体报道如何影响到受众对食品安全的风险感知问题。

既往一些研究考察了媒体传播与风险感知间的有机勾连。不少研究针对媒体文本进行分析,以此揭示媒体建构风险议题的过程和框架。媒体往往问题化和戏剧化风险议题,同时对风险议题的报道集中于问题的呈现及危害,但缺乏能让受众规避和处理风险的建设性报道。谢君蔚和徐美苓对转基因食品报道的分析发现,食品报道中最常用的消息来源是专家和政府官员,新闻媒体对专家权威信息源过度依赖。媒体最常用的报道框架是科学框架,而强调转基因食品风险的框架论述非常缺乏^③。全燕以台湾“美牛风波”为例阐释了风险报道的叙事模式,包括如何建构冲突的受害方与责任方,建立冲突性框架和故事逻辑。同时,媒体报道以英国“疯牛病”危机隐喻“美牛风波”危机,从而再生产了该议题的风险严重程度^④。

① HAMPL J S. Conflicts of Interest and Hyperbole: Nutrition in the Media. *Journalism & Mass Communication Educator*, 2004, 58(4): 364-372.

② 贝克. 风险社会. 何博闻,译. 南京:译林出版社,2004:37.

③ 谢君蔚,徐美苓. 媒体再现科技发展与风险的框架与演变:以基因改造食品新闻为例. *中华传播学刊*, 2011, (20): 143-179.

④ 全燕. 风险传播中的新闻生产——以台湾“美牛风波”为例. *中国地质大学学报(社会科学版)*, 2013, 13(4): 44-48.

在食品安全议题的受众调查中,弗莱明(Fleming)等对524位美国居民电话调查发现,报刊阅读时间和电视新闻食品议题关注度都会影响个体风险感知,并受到详析处理(elaborative processing)和积极反应(active reflection)两种信息处理策略的中介影响^①。牟怡(Mou Yi)对中国1409名网民调查发现,互联网使用时间和微博使用频次均正向影响公众的食品风险感知,但电视新闻收看时间、报纸和杂志阅读时间、微博使用时间对公众的食品风险感知影响并不显著^②。吴文汐和刘博晰对长春大学生的调查研究发现,传统媒体更容易促使大学生对食品安全状况产生负面评价;相较于传统媒体,通过自媒体渠道了解“老酸奶”事件的受访者对政府处理方式的满意度最低^③。

可以看出,既往研究大多指出了媒体对风险议题传播的放大作用,也分析了大众媒体对公众风险感知的影响效果。然而,大多数研究是基于传统媒体的报道框架和议程设置功能展开的,对新媒体变量、媒体可信度属性和公众信息处理机制等对风险感知的影响研究付之阙如。在媒介化社会,风险感知是如何受到媒体传播影响的?其中哪些因素是背景因素和中介因素?这些因素如何发挥作用?在新媒体时代,不少信息通过网络途径进行传播,新媒体因素是否影响食品安全问题的风险感知?目前少有研究对此展开综合深入的探讨。

二、文献综述

(一) 食品安全问题的风险感知

在知识语境中,风险不是纯粹客观的存在,而是被社会建构和被社会感知到的意识存在^④。风险感知(risk perception)通常被定义为个体对风险特征和严重性的主观判断,它依赖个体对风险可能性和负面影响的评估^⑤。风险感知又被等同于受众对风险的态度、信念、感受、认知^⑥、知觉、判断和体验^⑦,并包含了推断、认知、情感和行为等组成部分。顿伍迪(Dunwoody)和纽沃斯(Neuwirth)分析了风险判断的两个维度:认知维度和情感维度。认知维度涉及个体如何评估他们面临危害的可能性,情感维度涉及个体对风险的关心、担忧或者害怕^⑧。

风险感知是个体对外界危险发生的可能性和危害程度的评估,这体现出学者对风险的研究范式从本体论向认识论转移。科勒曼(Coleman)认为,学者使用风险感知这一概念旨在区分两种风险:感知的风险(perceived risk)和真实的风险(real risk)。前者是公众对风险的潜在理解,后者类似于风险的科学理解,感知的风险和真实的风险之间存在偏差和分歧,人们往往夸大小的风险事件并低估大的风险事件^⑨。另外,风险感知和风险评估(risk assessment)存在不同。“那些使用复杂深奥的分析技术的分析家们在评估危险时使用的是风险评估法,而与此同时,大多数公众依靠的则是直觉风险判断,一般称为风险感知”^⑩。

在各种社会风险中,食品安全与治理越来越成为受人瞩目的风险话题。近些年中国食品安全事件

① FLEMING K, THORSON E, ZHANG Y. Going Beyond Exposure to Local News Media: An Information-Processing Examination of Public Perceptions of Food Safety. *Journal of Health Communication*, 2006, 11(8): 789-806.

② MOU Y. Social Media and Risk Communication: The Role of Social Networking Sites in Food-Safety Communication. *Univ. of Connecticut*, 2012.

③ 吴文汐, 刘博晰. 食品安全事件的认知、态度与媒介使用——基于长春高校大学生的一项实证研究. *新闻界*, 2013, (3): 8-12, 20.

④ 项一嵛, 张涛甫. 试论大众媒介的风险感知——以宁波PX事件的媒介风险感知为例. *新闻大学*, 2013, (4): 17-22.

⑤ WOO J J, LEE H S, PARK J H. Roles of Media Exposure and Interpersonal Experiences on Country Brand: the Mediated Risk Perception Model. *Journal of Promotion Management*, 2009, 15(1-2): 321-339.

⑥ COLEMAN C L. The Influence of Mass Media and Interpersonal Communication on Societal and Personal Risk Judgments. *Communication Research*, 1993, 20(4): 611-628.

⑦ 刘金平. 理解·沟通·控制: 公众的风险认知. 北京: 科学出版社, 2011: 5.

⑧ DUNWOODY S, NEUWIRTH D. Coming to Terms with the Impact of Communication on Scientific and Technological Risk Judgments/ WILKINS L, PATTERSON P. *Risky Business: Communicating Issues of Science, Risk and Public Policy*. New York: Greenwood, 1991: 11-30.

⑨ COLEMAN C L. The Influence of Mass Media and Interpersonal Communication on Societal and Personal Risk Judgments. *Communication Research*, 1993, 20(4): 611-628.

⑩ 保罗·斯洛维奇. 风险的感知. 冯欣, 林垚, 赵延东, 译. 北京: 北京出版社, 2007: 250.

层出不穷,在众多风险问题中,食品安全问题非常典型和突出,是民众风险感颇高和安全感颇低的社会问题。王俊秀调查发现,在财产、人身、交通、医疗、食品和劳动等六种有关人们生活问题的安全感中,满足人们最基本需求的食品的风险最高,安全感最低^①。按照《小康》杂志社联合清华大学媒介调查实验室在全国范围内每年开展的“中国综合小康指数”调查结果,2012年至2015年,食品安全问题均排在最受公众关注的十大焦点问题的首位,高于物价、腐败、房价、医改等其他社会话题。

(二) 食品安全风险感知的媒体影响机制

在1988年发表的关于风险传播的经典文献《风险的社会放大:一个概念框架》中,卡斯帕森等学者指出了“风险的社会放大”框架。该理论指出,风险的放大(或缩小)效应通过两种机制:风险信息的传递和社会的反应。在风险传递过程中,大众传媒也是风险的“社会放大站”之一,在风险的放大、缩小和过滤过程中扮演了关键角色^②。然而,风险的社会放大框架对媒体角色和作用机制并未充分阐释,“风险的社会放大框架至多只不过是提供了对媒体在放大和弱化风险中的角色和影响的一种高度简单化的解读”^③。风险学者的媒介研究集中于用内容分析方法描述媒体报道如何戏剧化、污名化和歪曲风险议题。卡斯帕森通过对128项灾难事件进行文本分析,发现媒体报道仅仅与个体的风险恐惧感密切相关。但他同时谨慎地指出,由于在研究中受众实际上并未暴露在媒体面前,该研究无法对这一关系做出任何肯定性结论。他强调,“媒体报道对于群体和个体在风险感知方面的影响需要进一步注意”^④。本研究尝试征用媒介效果研究的既有范式,对风险感知影响因素中的媒体变量展开探讨。

1. 媒体暴露

在风险的公共论述过程中,大众媒体扮演重要角色,承担着对风险事件进行报道、阐述、归因和建构的功能,是人们了解和判断风险问题的重要信息依赖渠道。它“强烈地影响着社会认同、风险定义、风险选择,以及关于风险的知识,因此媒体是风险意识的核心,也是解释人的风险反应的核心”^⑤。媒体关注哪些社会风险,新闻从业者如何报道和跟进社会风险事件,都可能会影响市民如何理解风险成因、责任和应对^⑥。媒体也是风险利益相关者进行话语博弈和争夺的公共平台,通过公共论述和讨论,公众的风险意识逐步形成。在风险感知的社会生产中,媒介因素极为重要,有学者提出“风险的媒介化”观点^⑦。围绕疾病、车祸、犯罪等风险议题的研究也证明,大众媒介是人们进行风险判断的重要来源^⑧。

在风险议题报道中,出于新闻价值和吸引受众的考虑,媒体往往有意无意地夸大风险问题的严重性。在食品安全议题上,正是由于报纸、电视、网络等媒体对关于食物存在种种问题的不断报道和传播,才形成了公众对食品问题的风险意识。因此,我们可以推断,在食品安全议题上,媒体曝光行为显著影响着个体的风险感知程度。媒体使用时间是研究者用来测量媒体曝光或接触行为的重要指标。麦库姆斯指出,媒体使用频次是公众议程与媒体议程之间一致性的最佳预测变量^⑨。在风险感知研究中,也有不少研究采用媒体使用频次或使用时间作为解释变量^⑩。我们形成以下假设:

H1:在食品安全议题中,媒体使用时间正向影响到个体的风险感知。

① 王俊秀. 面对风险:公众安全感研究. 社会, 2008, (4): 206-221.

② KASPERSON R E, RENN O, SLOVIC P, et al. The Social Amplification of Risk: A Conceptual Framework. Risk Analysis, 1988, 8(2): 177-187.

③ 阿拉泽夫斯基. 健康与风险//泰勒-顾柏, 金. 社会科学中的风险研究. 黄觉, 译. 北京: 中国劳动社会保障出版社, 2010: 157.

④ 卡斯帕森. 风险的社会放大效应: 在发展综合框架方面取得的进展//克里姆斯基, 戈尔丁. 风险的社会理论学说. 徐元玲, 孟毓焕, 徐玲等译. 北京: 北京出版社, 2005: 188.

⑤ 金, 泰勒-顾柏. (管理)新风险的挑战//泰勒-顾柏, 金. 社会科学中的风险研究. 黄觉, 译. 北京: 中国劳动社会保障出版社, 2010: 52.

⑥ 陈智杰. 机构的风险责任与公共论述——传媒呈现香港汇丰控制负面消息的个案研究. 传播与社会学刊, 2011, (15): 187-214.

⑦ 王俊秀. 面对风险: 公众安全感研究. 社会, 2008, (4): 206-221.

⑧ HAN G, SHEN G, CHU K. Perceived H1N1 Flu Vaccine Efficacy and Likelihood of Vaccine Uptake in China and the U. S. : Assessing the Influences of Mass Media, Risk Perception and Self-efficacy. 国际新闻界, 2013, (1): 152-168.

⑨ 麦库姆斯. 议程设置——大众媒介与舆论. 郭镇之, 徐培喜, 译. 北京: 北京大学出版社, 2008: 72.

⑩ FLEMING K, THORSON E, ZHANG Y. Going Beyond Exposure to Local News Media: An Information-Processing Examination of Public Perceptions of Food Safety. Journal of Health Communication, 2006, 11(8): 789-806. Zhao X, LEISEROWITZ A A, MAIBACH E W, et al. Attention to Science/Environment News Positively Predicts and Attention to Political News Negatively Predicts Global Warming Risk Perceptions and Policy Support. Journal of Communication, 2011, 61(4): 713-731.

既往研究发现,新闻关注度对某些议题的知识和态度具有显著的正向影响,比如政治事务的知识研究^①、干细胞研究^②、农业生物技术^③、纳米技术^④等。赵小全(Zhao Xiaoquan)等通过对新闻关注与气候变暖风险感知影响的研究发现,受众对政治新闻关注越多,(气候变暖)风险感知度越低;科学、环境类新闻关注越多,风险感知度越高^⑤。这启示我们要注意研究不同类型的新闻所产生的风险感知差异。新闻关注度的测量与对具体议题的新闻信息卷入度的测量基本相似。相关议题的信息卷入度是媒体接触的重要变量^⑥,是影响受众认知的重要因素。作为预测变量,信息关注度常常比媒体接触时间更具有预测力和解释力。对此,我们形成以下假设:

H2:对食品安全信息的关注程度对个体的风险感知产生显著正向影响。

2. 媒体可信度

媒体可信度与整个社会系统尤其是政治机构关系紧密,实际上,公众对“媒体可信度”的评价在很大程度上是社会信任的一部分,也可以说是社会信任的结果之一^⑦。对大众媒体的信任是一种现代的信任 and 一种制度信任^⑧。

摩尔(Moore)和瑟森(Thorson)认为,可信度的问题同时涉及发送讯息的信源和转载该讯息的渠道^⑨。从狭义上而言,媒体可信度是指媒体渠道的可信度。不同的媒体形态或传播渠道的可信度并不相同。廖圣清等在上海调查发现,电视可信度最高,其次是广播和报纸,最后是杂志和互联网^⑩。沈菲和张志安的调查也得到了类似结果,电视可信度最高,报纸居中,互联网可信度较低^⑪。这说明在对媒体传达信息的真实、准确和公正的受众评判方面,电视媒体仍然最具优势。尽管社交媒体发展迅速,使用群体日益广泛,但就可信度而言,互联网可信度排在大众媒体的末端。互联网可信度低与互联网信息的用户生成内容机制和把关相对缺失等因素有关。

与对媒体可信度影响因素的研究形成反差的是,对媒体可信度的产生效果或者说影响的研究非常稀少,媒体可信度效果研究是一个值得进一步开发的领域。既往研究发现,媒体可信度可以增加个体对媒体信息的接触和依赖,并增强议程设置效果^⑫。另外,媒体可信度也是风险感知的预测变量。沈菲和张志安研究发现,受众对电视和报纸的可信度评价与社会问题严重性的感知存在微弱的正向相关关系,但互联网的可信度评价与社会问题严重性的感知并不存在显著性关联^⑬。沈菲、陆晔、郭中实和周葆华通过对中国大陆4个城市的2409名受访者调查发现,媒体可信度评价影响受众对媒体是否能帮助解决民众实际问题的看法,从而影响他们联系媒体爆料、反映社会问题的意愿^⑭。根据以上讨论,本研究提出以下问题:

控制了人口统计学和媒体使用等变量后,媒体可信度是如何影响食品安全风险感知的?

①EVELAND W P. The Cognitive Mediation Model of Learning from the News Evidence from Nonelection, Off-year Election, and Presidential Election Contexts. *Communication Research*, 2001, 28(5): 571-601.

②HO S S, BROSSARD D, SCHEUFELE D A. Effects of Value Predispositions, Mass Media Use, and Knowledge on Public Attitudes Toward Embryonic Stem Cell Research. *International Journal of Public Opinion Research*, 2008, 20(2): 171-192.

③BROSSARD D, NISBET M C. Deference to Scientific Authority Among a Low Information Public: Understanding US Opinion on Agricultural Biotechnology. *International Journal of Public Opinion Research*, 2007, 19(1): 24-52.

④LEE C, SCHEUFELE D A. The Influence of Knowledge and Deference toward Scientific Authority: A Media Effects Model for Public Attitudes toward Nanotechnology. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 2006, 83(4): 819-834.

⑤ZHAO X, LEISEROWITZ A A, MAIBACH E W, et al. Attention to Science/Environment News Positively Predicts and Attention to Political News Negatively Predicts Global Warming Risk Perceptions and Policy Support. *Journal of Communication*, 2011, 61(4): 713-731.

⑥周葆华. 突发公共事件中的媒体接触、公众参与与政治效能. *开放时代*, 2011, (5): 123-140.

⑦李晓静. 西方“媒介可信度”研究述评(下). *新闻大学*, 2007, (2): 52-60.

⑧喻国明, 张洪忠. 中国广播电视公信力评测报告. *民主与科学*, 2006, (4): 14-17.

⑨MOORE J, THORSON J. Strategic Planning for Integrated Marketing Communications Programs: An Approach to Moving from Chaotic toward Systematic. *Integrated Communications: Synergy of Persuasive Voices*, 1996: 135-152.

⑩廖圣清, 李晓静, 张国良. 解析中国媒介新闻可信度. *新闻大学*, 2007, (4): 66-73.

⑪沈菲, 张志安. 媒介公信力再探: 公信力评价个人层面效果分析. *新闻大学*, 2012, (6): 31-41.

⑫WANTA W, HU Y W. The Effects of Credibility, Reliance, and Exposure on Media Agenda-setting: A Path Analysis Model. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 1994, 71(1): 90-98.

⑬沈菲, 张志安. 媒介公信力再探: 公信力评价个人层面效果分析. *新闻大学*, 2012, (6): 31-41.

⑭SHEN F, LU Y, GUO S, et al. News Media Use, Credibility, and Efficacy: An Analysis of Media Participation Intention in China. *Chinese Journal of Communication*, 2011, 4(4): 475-495.

3. 信息处理模型

个人的信息处理模式是媒介效果的重要中介变量。查肯(Chaiken)的启发式—系统式信息处理模型^①是对信息处理研究中经常使用的模型。启发式处理指的是个体根据信息的表层线索来处理 and 做出判断,系统式处理则对信息进行深度加工和仔细考察。启发式处理和系统式处理并非相互独立的两种信息处理方式,而是只存在信息处理程度的差异。实际上,决定一个人是否采用系统式处理或启发式处理,取决于个体的判断信心(judgment confidence)。当一个人越感觉信息与其相关,越可能进行思考来形成做出判断的信心,其越可能采用系统式信息处理方式^②。

另外,信息加工的路径受到信源可信度的影响。在低卷入度的情况下,高可信度的信息源能够对消费者接受信息产生正面的影响^③。信息处理策略也与受众对媒体的可信度评价有关,沈菲和张志安研究发现,受众对电视、报纸和互联网的可信度评价都与他们的新闻深度处理策略存在正向相关关系。对不可信的媒体,公众通常采取不思考策略,只有对可信度高的媒体信息,才会采用深度处理信息策略^④。

新闻关注度是影响信息处理策略的先决条件和必要条件。如果人们不注意新闻信息,就不太可能把该新闻信息和先前知识和经验连接,也就不会产生新闻思考^⑤。因此,我们形成如下假设:

H3:在食品安全议题上,信息处理策略对信息关注度的风险感知效果存在中介效应。

三、研究方法

(一) 数据来源

本研究面向 18 周岁以上的成年群体展开调查。在正式调查前,研究者进行了试调查(N=40),就问卷的有效性、简洁性和准确性征求受访者意见,并修订了存在问题的题项。本研究正式调查实施如下:1. 网上问卷调查。总共获得 559 份调查问卷。经人工排查后,我们获得有效问卷为 500 份,有效率为 89.4%;2. 网下问卷调查。通过电话调查、邮寄调查和面访等方式发放问卷 200 份,共收回 165 份问卷,回收率为 82.5%。其中有效问卷 142 份,有效回收率为 86.1%。总共获得有效问卷为 642 份。

人口统计学变量描述如下:就性别而言,本课题共获得 640 人有效应答。其中男性 317 人,占到 49.5%;女性 323 人,占到 50.5%。就年龄而言,由于样本群体是 18 周岁以上的成年人,平均年龄为 30.5 岁,标准差(SD)为 9.78。就学历而言,本次调查样本的分布情况是:24%具有大学以下学历,大学学历占到 47.5%;研究生以上学历者占到 28.5%。就个人年收入而言,年收入为 3 万元以下者有 36.1%,4 至 6 万元者有 33.6%,7 至 9 万元者占 15.0%,10 万以上者占 15.3%。

(二) 变量测量

风险感知。本研究测量食品安全问题风险感知的量表由斯帕克斯(Sparks)和谢菲德(Shepherd)对食品生产和消费的潜在风险感知量表^⑥修改而成,采用七个题项测量风险严重性感知(表 1)。

本研究采用证实性因子分析(confirmatory factor analysis)以检验量表构造效度,通过 KMO(Kaiser-Meyer-Olkin)检验(KMO=0.812)和巴特利特球体检验(Bartlett test of sphericity)($\chi^2=1.127$, df=21, P<0.001)可知,原有量表题项间具有较强的相关关系。采用主成分分析(Principal Component Analysis)法我们析出 1 个因子,总共可以解释 45.8%的变差,通过加总后取均值得出,食品安全的风

① CHAIKEN S. Heuristic Versus Systematic Information Processing and the Use of Source Versus Message Cues in Persuasion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1980, 39(5): 752.

② BRAUN J, NIEDERDEPPE J. Disruption and Identity Maintenance in Risk Information Seeking and Processing. *Communication Theory*, 2012, 22(2): 138-162.

③ CHAIKEN S, MAHESWARAN D. Heuristic Processing Can Bias Systematic Processing: Effects of Source Credibility, Argument Ambiguity, and Task Importance on Attitude Judgment. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1994, 66(3): 460.

④ 沈菲, 张志安. 媒介公信力再探: 公信力评价个人层面效果分析. *新闻大学*, 2012, (6): 31-41.

⑤ 罗文辉, 苏卫. 媒介暴露与资讯处理策略对新流感相关知识的影响. *新闻学研究*, 2011, (107): 173-206.

⑥ SPARKS P, SHEPHERD R. Public Perceptions of the Potential Hazards Associated with Food Production and Food Consumption: An Empirical Study. *Risk Analysis*, 1994, 14(5): 799-806.

险严重性感知程度均值为 4.42(SD=0.561)。由于最高值为 5,说明公众认为食品安全的风险严重性程度非常高。

表 1 风险严重性感知量表的因子分析、均值和标准差*

	因子	均值	标准差
目前,食品安全问题变得越来越严重	0.702	4.32	0.877
我很害怕食品出现安全问题	0.729	4.37	0.831
食品安全问题会对我们的下一代产生影响	0.753	4.56	0.741
食品安全出现问题会带来灾难性后果	0.728	4.31	0.905
食品风险影响的人数很少(反向)	0.597	4.32	0.873
我不关心与食品质量安全有关的问题(反向)	0.551	4.37	0.883
食品安全关系到大多数人的利益	0.652	4.68	0.711

* 注释:对于反向编码的 2 个题项,为便于与其他正向编码的值比较,在进行因子分析和均值计算时,重新对其进行了编码转换。其均值越高,意味着问题越严重。

媒体可信度。本研究采用量表形式测量每种大众媒体的信度,每种媒体均用三个指标来进行测量:(1)可信的;(2)公正的;(3)全面的。通过可信度计算可知,在食品安全信息中,电视可信度最高,均值为 3.71(SD=0.997),报纸可信度次之,均值为 3.52(SD=0.930);网站可信度再次,均值为 3.09(SD=0.934);最后是社交媒体可信度,均值为 2.71(SD=1.043)。

表 2 信息处理策略量表的因子分析、均值、标准差

题 项	因子 1	因子 2	均值	标准差
为了弄清楚食品安全问题,我支持媒体提供更多观点和视角	0.562	-0.106	4.25	0.881
我会努力弄懂食品安全报道里面的专业术语(如三聚氰胺等)	0.576	0.165	3.50	1.021
因为身边人讨论食品问题,我会努力从新闻中去了解这些问题	0.689	0.073	3.80	0.811
食品安全新闻能为我提供我对相关问题的看法	0.659	0.008	3.80	0.851
当新闻中出现食品安全问题时,我会留神关注	0.727	-0.098	4.26	0.835
对我而言,凭借过去的经验,食品安全不会困扰我	-0.160	0.645	2.40	0.998
我的信息储备已能满足形成我对食品安全问题的判断	0.101	0.851	2.75	0.985
我感觉我已经很具备寻找和使用食品安全相关信息的能力	0.206	0.758	2.86	1.022

信息处理策略。在本研究中,对信息处理策略的测量采用和修改克莱格(Craig)等的启发/系统式处理的操作化模式^①。对信息策略量表进行证实性因子分析,通过 KMO 检验(KMO= 0.685)和巴特利特球体检验($\chi^2=875.892$,df=36,P<0.001)可知,各题项具有较强的相关关系。采用方差最大旋转法和主成分分析法可知 9 个题项隐含两个因子,总共可以解释 45.5%的方差。同时,第 4 项题“对于食品安全问题,我更愿意依赖专家的观点”其因子载荷在两个因子上均较低,被剔除。因子 1 为“系统式处理”,因子 2 即“直觉式处理”。

通过合并和均值计算,样本群体在“系统式处理”的均值为 3.92(SD=0.577),在“直觉式处理”的均值为 2.67(SD=0.762)。通过配对样本 T-检验,受访者在采用“系统式处理”和“直觉式处理”的信息处理策略上存在显著差异(t=34.562,df=634,p<0.001)。这说明,在食品安全问题上,个体倾向采取“系统式处理”这一信息加工机制。

媒体使用时间。媒体使用时间是预测风险感知的重要变量。对这一变量的操作化是通过对不同媒体的使用时间或频次来测量的,比如,赵小全的全球变暖风险研究便是把公众对电视、网络的使用时间和报纸使用频次建构为“媒体使用”变量^②。研究也证实这种测量方式具有较好的外部效度。在本研究

① TRUMBO C W, MCCOMAS K A. The Function of Credibility in Information Processing for Risk Perception. Risk Analysis, 2003, 23(2): 343-353.
② 在该研究中,作者利用了 2006 年美国综合社会调查(GSS)的数据来进行二次分析,检验媒介使用与风险感知间的关系。其中测量媒介使用的包括三个变量:1. 电视。一般情况下,你每天用在看电视的时间是多少小时? 2. 报纸。你阅读报纸的频次是? 每天、一周几次、一周一次、一周不到一次、从不? 3. 网络。不算收发邮件,你每周花在网络上的时间是多少? 参见: ZHAO X, LEISEROWITZ A A, MAIBACH E W, et al. Attention to Science/Environment News Positively Predicts and Attention to Political News Negatively Predicts Global Warming Risk Perceptions and Policy Support. Journal of Communication, 2011, 61(4): 713-731.

中,依然采用最常用的测量方式,即通过对不同媒体的使用时间来进行测量。

信息关注度。我们对信息关注度的测量借鉴了以往研究的测量方法,通过询问受访者是否关注报纸、电视、网站及社交媒体的食品安全报道或信息,采用 5 级李克特量表的形式。1=“从不关注”,5=“非常关注”。

四、研究发现

本研究采用阶层回归分析方法,首先把人口统计学变量以及人际传播变量纳入模型。统计发现,个人年收入越高,风险严重性感知程度越低。与未婚者相比,已婚者认为食品安全风险严重性程度更高。在人际讨论方面,与其他群体交流食品安全问题越多,其风险严重性感知程度越高。在目前食品问题较为严峻的现实环境下,人们对食品问题的交流和讨论会使个人对食品安全问题风险严重性的估计变高。

由于不同媒体使用时间和关注度间存在多重共线性,因此,在基准模型基础上,我们采用阶层纳入回归模型的方法,把媒体变量分别加入预测模型。就媒体时间变量而言,公众对报纸、电视、门户网站和社交媒体的使用时间的风险严重性感知影响没有达到显著程度,假设 1 没有得到证实。这与前人结果基本保持一致,例如,牟怡研究了互联网使用时间、微博使用时间、电视新闻观看时间、报纸阅读时间和杂志阅读时间对食品风险感知的影响,仅互联网使用时间对食品风险感知存在微弱影响,其他媒体接触时间对食品风险感知没有显著影响^①。在媒体内容丰富和多元化的当下,媒体接触时间越长并不意味着对有关公共议题的接触和了解越多。后续研究需要对“媒体接触时间”因素作进一步细化考察。

表 3 媒体使用预测风险严重性感知的阶层回归模型^a

自变量		风险严重性感知			
		标准化回归系数			
基准模型	性别(0=女)	0.041	0.040	0.053	0.063
	婚姻(0=未婚)	0.201***	0.202***	0.193***	0.184***
	年龄	-0.070	-0.073	-0.053	-0.054
	收入	-0.097*	-0.095*	-0.098*	-0.089*
	教育程度	-0.042	-0.039	-0.048	-0.053
	人际讨论	0.194***	0.192***	0.202***	0.205***
模型 1	报纸阅读时间	-0.057			
	报纸关注	0.077			
	报纸可信度	0.053			
模型 2	电视观看时间		0.019		
	电视关注		0.096 [#]		
	电视可信度		0.08 [#]		
模型 3	网站浏览时间			-0.035	
	网站关注			0.156**	
	网站可信度			0.008	
模型 4	社交媒体使用时间				-0.002
	社交媒体关注				0.095 [#]
	社交媒体可信度				0.031

^a 各模型均为在基准模型基础上分别纳入。进入的都是标准化回归系数[#] $p<0.1$; * $p<0.05$; ** $p<0.01$; *** $p<0.001$

就关注程度变量而言,公众对电视新闻、门户网站新闻和社交媒体中食品信息的关注程度均可以显著正向预测风险感知的严重程度。假设 2 得到证实。就电视而言,电视具有生动逼真的画面,在呈现食品问题方面具有拟像效果,极易增强个体感知的风险严重程度。门户网站的新闻受众面广,并通过文字、图片、视频等多媒体形式报道食品安全议题,传播效果具有叠加效应。加之我国有影响力的门户网站多是商业化媒体,更注重报道食品安全的负面新闻及其消极后果,这些为门户网站带来较强的议程设

①MOU Y. Social Media and Risk Communication: The Role of Social Networking Sites in Food-Safety Communication. Storrs: University of Connecticut, 2012.

置效果;另外,微博等社交媒体传播速度快,同时内容生产和传播缺乏严格的把关机制,不少食品问题的谣言也在社交媒体上传播,社交媒体的信息使用提高了个体的风险感知。

媒体可信度对食品安全议题风险感知的影响得到了一定证实。控制相应变量后,电视可信度可以显著预测个体的风险严重性感知。即电视可信度越高,个体对食品安全的风险严重性感知度越强。在样本范围内,报纸可信度、网站可信度和社交媒体可信度均正向预测个体对食品安全问题的风险严重性感知程度。

就信息处理的中介效应而言,首先,通过多元回归分析,系统式处理和启发式处理对风险感知均存在显著影响。其中个体的系统式处理策略显著提升了个体的风险感知,个体的启发式处理策略显著降低了个体的风险感知。同时,对媒体中食品信息的关注程度显著影响到信息处理策略。

表 4 信息处理策略对信息关注度与风险感知关系的中介效应分析

风险感知	中介变量纳入前	
	中介变量纳入前	纳入后
报纸关注度	0.077	-0.010
电视关注度	0.096 [#]	-0.029 [#]
网站关注度	0.156 ^{**}	0.015
社交媒体关注度	0.095 [#]	-0.024

[#] $p<0.1$; ^{*} $p<0.05$; ^{**} $p<0.01$;

其次,在不同媒体的风险感知预测模型基础上,引入系统式处理和启发式处理变量后,信息关注度对风险严重性感知的的影响效应发生了显著变化。当引入信息处理策略后,电视食品新闻关注度对食品风险严重性感知的的影响变弱(回归系数 β 从 0.096 降至 -0.029),网站食品信息关注度对风险严重性感知的的影响不再显著(回归系数 β 从 0.156 降至 0.015,同时显著性从非常显著到不再显著),社交媒体食品信息关注度对风险严重性感知的的影响不再显著(回归系数 β 从 0.095 降至 -0.024,显著性从非常显著到不再显著),这说明信息处理策略对不同媒体中食品信息关注度与食品问题的风险严重性感知之间的关系产生中介效应。假设 3 得到证实。与弗莱明等的研究发现保持一致^①,媒体关注对公众风险感知的影响并非直接的,这种影响受到信息处理策略的把关作用,或者说信息关注对风险感知的影响关系深受公众“主体性”机制的中介影响。

五、结语与讨论

本研究从媒体效果的角度展开媒体传播对风险感知影响问题的具体分析。媒体传播构成了个体风险感知的重要影响因素,对不同媒体中有关食品新闻或信息的关注程度对个体风险严重性感知程度都产生了积极影响。公众对电视、门户网站或社交媒体中有关食品新闻报道或信息的关注程度越多,公众对食品安全问题的风险严重性感知越为强烈。另外,与社会信任有利于降低个体风险感知相悖的是,个体对媒体信任的增加却提升了个体的风险严重性感知。以电视媒体对风险感知的影响为例,由于电视是可信度最高的媒体渠道,同时电视经常对食品安全问题进行揭露、曝光,电视可信度可以显著提升个体对食品安全问题的风险感知严重程度。

媒体信息接触和关注是个体习得公共知识和新闻事务的先决条件,但这种习得效果无法直接获知,必须考虑具体环境中个体对信息的处理和加工机制,即信息处理的主体性差异问题。针对既有风险研究忽视信息输入和风险输出之间的“暗箱”问题,本研究分析了系统式处理和启发式处理两种信息处理机制在媒体制造风险中的中间角色。在食品安全这一风险问题上,个体更倾向于采用“系统式处理”信

①FLEMING K, THORSON E, ZHANG Y. Going Beyond Exposure to Local News Media: An Information-Processing Examination of Public Perceptions of Food Safety. Journal of Health Communication, 2006, 11(8): 789-806.

息加工机制。个体对风险信息的媒体接触和获得对形成系统式处理机制具有铺垫效应(*priming effect*),在信息处理机制启动后,风险信息得以加工并形成个体的风险感知。这也意味着,在风险传播实践中,信息管理者不应把受众看作消极被动接受风险信息的群体,而应正视他们的能动性。

本研究对卡斯帕森等提出的“风险的社会放大”框架具有拓展价值。作为风险信息动态传播的隐喻,“风险的社会放大”框架一直是风险认知领域研究中的经典理论。然而,“风险的社会放大”仅仅是一个研究框架,需要更多的经验研究加以论证。卡斯帕森等创始者也认为,“媒体报道、公众认知和第二阶段放大过程之间的关系是复杂的,而且与放大过程的其他组成部分是高度互动的”^①。过往的风险管理研究集中于对风险议题报道的文本分析,缺乏对具体媒体因素的风险影响机制的多维考察,亦忽视了媒体可信度问题及影响。同时,媒体信息传播与个体信息加工因素的互动也需要加以探讨。本研究以食品安全问题为例,综合检验了媒体暴露、媒体可信度和信息处理机制对个体风险感知的影响,从而在一定程度上建立起分析媒体因素如何影响公众风险感知问题的基本模型,这一模型有利于拓展对“风险的社会放大”框架中“大众媒体”这一风险“社会放大站”的进一步理解。

在风险社会,科技、环境和健康等不同类型的议题中都可以看到媒体传播和个人风险感知的持续互动。未来研究还可以用其他类型的具体议题来检验媒体使用、媒体可信度和信息处理机制对个体风险感知的影响。作为社会信任和制度信任的重要构成部分,政府、企业、大众媒体、科学机构等不同社会系统的信任与风险感知的关系也有待继续研究。本研究对“风险感知”的测量只涉及“风险严重性”这一维度,在量表效度方面亦存在可改进之处。

The Impact of Media Use on Individuals' Risk Perception of Food Safety: An Empirical Study

FENG Qiang & SHI Yibin (Wuhan University)

Abstract: How does media use influence on individuals' risk perception of food safety issue? Attention to information regarding food safety positively affects people's risk perception. Media credibility also yields positive effects on individuals' risk perception; such that the highly credible television leads to strong perception of food risks. Meanwhile, both systematic processing and heuristic processing play significant mediation roles in risk perception. Systematic processing positively affects individuals' risk perception, while heuristic processing has negative effect. This study suggests different effects of media use on risk perception and explores individuals' subjectivity and information processing procedure. There are complex effects among media information input, media channel credibility and information processing mechanism in influencing individuals' perception of food safety.

Key words: food safety; risk perception; media use; information processing

● 收稿日期: 2016-04-19

● 作者地址: 冯 强, 武汉大学新闻与传播学院; 湖北 武汉 430072。Email: f. q. geduo@163. com
石义彬, 武汉大学新闻与传播学院。

● 基金项目: 湖北省社会科学基金一般项目(2015239)

● 责任编辑: 何坤翁

① 皮金, 卡斯帕森, 斯洛维奇. 风险的社会放大. 谭宏凯, 译. 北京: 中国劳动社会保障出版社, 2010: 28.