

媒体参与监管在食品安全治理中的作用

The influence of media supervision on food safety administration

熊寿遥^{1,2} 杜志伟² 曹 裕²
XIONG Shou-yao^{1,2} DU Zhi-wei² CAO Yu²
宁静恒³ 陈启杰³ 王建辉³
NING Jing-heng³ CHEN Qi-jie³ WANG Jian-hui³

(1. 长沙理工大学数学与统计学院, 湖南 长沙 410114; 2. 中南大学商学院, 湖南 长沙 410012;
3. 长沙理工大学化学与生物工程学院, 湖南 长沙 410114)

(1. School of Mathematics and Statistics, Changsha University of Science & Technology, Changsha, Hunan 410114, China; 2. Business School, Center South University, Changsha, Hunan 410012, China; 3. College of Chemical and Biological Engineering, Changsha University of Science & Technology, Changsha, Hunan 410114, China)

摘要:随着网络的迅速发展及普及,媒体及自媒体的信息传播对食品安全治理的影响和作用凸显。文章阐明媒体参与监管对消费者、企业和政府的影响和效能:于消费者而言,媒体能给消费者传递食品安全知识,改变消费者信息不对称的现状;于政府而言,媒体参与监管能弥补政府对食品安全监管的不足,能促进政府完善食品安全政策法规;于企业而言,媒体参与监管能改善企业生产行为,促进企业长远发展。但是,媒体参与监管也会对三者产生负面影响,研究明确了媒体在食品安全监管中应扮演的角色,并提出改善媒体监管行为的途径。

关键词:食品安全治理;媒体监管;消费者;企业;政府

Abstract: With the development of media, the role of media in the supervision of food safety industry is becoming more and more important, and the impact of media to the subject of supervision and regulation is also growing. Based on the existing literature, this paper elaborates the influence of media regulation on consumers, enterprises and government. To consumers, the media regulation can transmit food safety knowledge and improve the bad condition of information asymmetry; to government, the media regulation can

make up the shortages of the government supervision; to enterprises, the media regulation can improve their production behavior. However, the media regulation has its disadvantages. The study clarify the role of the media in food safety supervision and put forward a way to improve media supervision behavior.

Keywords: food safety administration; media regulation; consumers; enterprises; government

食品安全问题是一个全球性的公共卫生问题^[1-2],因而,建立专门的食品安全监管机构是世界各国加强食品安全监管的基本方法^[3]。1998 年,美国政府成立“总统食品安全管理委员会”,成员主要是各级食品安全监管职能部门负责人,此委员会的基本职责在于协调美国的食品安全工作,对食品安全工作进行一体化管理^[4]。2001 年,欧盟理事会发表了“食品安全白皮书”,决定加强对食品“从农场到餐桌”的控制,针对日益突出的食品安全问题,欧盟形成了一个较完善的食品安全法律法规体系。

近年来,中国政府也一直在不断加大食品安全监管的力度,一方面,各类食品安全相关法律法规相继颁布。2015 年 10 月 1 日,新修订的《食品安全法》开始实施,该法以“预防为主,风险管理,全程控制,社会共治”为指导原则,被称为“史上最严《食品安全法》”;2016 年 5 月 1 日,包括《流通领域商品质量监督管理办法》《食品生产经营日常监督办法》在内的 10 项食品新法规正式实施。另一方面,政府的检查机制也由过去的单随机检查升级为双随机检查,同时,各级政府也相继使用可溯源等新机制保障食品安全。

尽管政府相关政策措施相继执行,但仍远未达到预期效

基金项目:国家自然科学基金(编号:71573281);中南大学创新驱动项目(编号:2016CX040);湖湘青年英才支持计划项目(编号:2015RS4051);湖南省教育厅一般项目(编号:15C0027);湖南省水生资源食品加工工程技术研究中心开放基金资助项目(编号:2016GCZX07)

作者简介:熊寿遥,男,长沙理工大学讲师,中南大学在读博士研究生。

通信作者:王建辉(1980—),男,长沙理工大学教授,博士。
E-mail: wangjh0909@163.com

收稿日期:2017-04-09

果,也未能改变食品安全问题频发的现状^[5-6]。深究食品安全问题频发的根源,政府监管的有效性不足是重要原因之一^[7-8]。基于此,为了更好地提升食品安全的监管质量,构建多主体共同参与的食品安全社会共治格局,吸引了众多学者^[9-10]的研究。其中,媒体作为覆盖面最广的第三方,已成了学者研究的重点。李小华^[11]针对媒体对食品安全事件报道的客观性等方面存在的问题,从法律规范的角度探讨了相应的处理策略。孙昊等^[12]研究认为,要进一步转变食品安全监管理念,扶持非政府组织的发展,充分肯定第三方监管机构的监管效应,应该基于多元化的监管主体,建立政府主导,社会参与的协同监管机制。为了鼓励公众积极参与食品监管,要保障媒体采访报道食品安全事件的权利,充分利用网络等各种平台,发挥媒体的社会监督功能,建立信息共享机制。

政府、消费者和企业是食品安全监管的三大主体,媒体参与监管必定对这三者造成影响。一方面,媒体参与监管能改善三者的行为,从而有利于保障食品安全;但媒体监督是一把双刃剑,在强化监督的同时,会带来负面效果。本文拟从监管主体出发,立足于研究媒体参与监管对消费者、企业和政府的影响,以期对未来对媒体监管研究的完善提供指导,为改善媒体监管行为提供依据和建议。

1 媒体监管对消费者的影响

近年来由于各类食品安全问题频发,使得消费者的信任危机问题成为目前食品安全治理中存在的最主要的问题,而媒体参与监管可能成为消费者信任危机产生的助力,也可能帮助减少消费者的信任危机。一方面,消费者是食品安全的最后把关人,这样的责任使命使得消费者必须具备相关食品安全知识,而媒体则是消费者获取相关知识的最重要的来源之一,媒体传递信息的科学性对消费者的认知有重大的影响。另一方面,由于政府信息公布的正式性要求,政府只在官方网站及相关电视台正式公布消息,再由各大媒体进行转述。加之中国食品行业发展不平衡,各类食品企业呈现量大面广、产品参差不齐等特点,食品质量安全生产的信息透明度低,单纯依靠行政监管部门消费者很难彻底实现消费知情权^[13]。而由于媒体传播覆盖面的广泛性,使得媒体成为消费者获取食品安全信息、了解食品安全现状最重要的渠道之一。

1.1 媒体参与监管能改善信息不对称的现状

媒体介入监管有利于改善消费者处于信息弱势方的地位。普遍认为,广大消费者在选择食品时,对其原料处理、生产工艺、化学添加剂等信息的了解处于完全的信息不对称状态,所处风险较大^[14]。如果没有媒体曝光,食品安全的危害将会隐蔽地体现在人口平均寿命、各类疾病的发病率以及医疗负担等社会福利水平上,从消费者的角度而言,媒体承担了“排险者”的角色。Andrew等^[15]将委托代理理论用于解决生产者与消费者之间的信息不对称问题。在中国特色的制度体系中,解决企业和监管者合谋的问题主要通过高层行

政机构,但仍然难以摆脱代理人“隐匿行动”和“隐匿信息”的双重可能,而解决上述难题的最优选择就是最大限度地降低信息不对称程度,其中,降低媒体监管的交易成本是降低信息不对称程度的有效方法^[16]。因此,新闻媒体在报道食品安全事件时,不仅仅只是单纯关注食品安全事件本身,更重要的是要促使专家学者运用专业的食品安全知识,对食品安全事件进行客观的评价,使消费者对事件的危害性和危害程度有较为清晰的认识^[17]。

1.2 媒体参与监管有利于改善消费者的危机识别和处理行为

媒体监管对消费者危机识别和处理行为具有重大影响。研究发现,一方面,当消费者面对食品安全危机时,特别是食品安全危机的初始阶段,受众普遍表现出强烈的传递一切相关信息的动机^[18],而社会媒体为此提供了快速而广泛的传播平台;另一方面,面对食品安全事故产生的原因和事故责任,只有当危机受众广泛地参与认定讨论时,才更容易表达出对食品安全事件的态度^[19],对于危机处理者而言,他们能清楚地了解受众的反应,进而采取相应措施降低危机影响,在这一点上具有极为积极的意义;再者,食品安全事件发生后,消费者很容易产生广泛的恐慌情绪,而充分利用社会媒体的传导功能,可以对公众大面积的恐慌施加正面影响和引导,如2011年日本核电站爆炸事件使得中国民间产生了海盐可能被污染的传言并被公众大肆传播,出现了大范围盲目抢盐的状况,最后权威专家通过媒体进行辟谣,才使这场风波渐渐平息。因此,社会媒体具有防止危机扩散的潜力^[20]。

1.3 新媒体有利于促进消费者之间、消费者与他方的交流

新媒体作为媒体的新兴势力,在近年发展十分迅速。相对于传统媒体的单向传递^[21],新媒体不但能给消费者传递信息,同时消费者也能通过媒体深究信息根源,可有效实现信息的双向传递。通过新媒体,消费者能够互相交流探讨,更能通过与发布消息的媒体交流,深挖事件的根源;并且,这种双向交流是直接的,不会涉及由中间媒介带来的转述不当和断章取义的风险,这样的渠道有助于广大公众建立理性的沟通和互动,因此,新媒体能更准确地传播信息^[22];同时,新媒体能极大地鼓励公众参与监督的热情,消费者可以在自媒体平台上直接表达、转发和评论自己的意见和不满,不需向有关部门投诉或向新闻媒体爆料即可获得实际影响食品市场的效果^[23]。如今,像《中国食品安全报》等许多传统媒体均开通了微信公众号、微博等新媒体平台,并在平台上发布关于食品安全的新闻,公众可以在平台里留言并对日常的食品安全问题进行揭露;另外,公众也能在自己的新媒体平台上对食品安全问题进行揭露,引发社会关注,比如2012年的白酒塑化剂事件,就是最先由消费者通过自媒体公布报道,并最终引起社会的广泛关注的。

1.4 媒体参与监管对消费者的负面影响

媒体参与监管在一定程度上也会对消费者产生负面影响。一些媒体或者个人为了片面追求关注度,故意人为地夸

大事件影响深度和广度,制造骇人听闻的效果,这样传播的信息是不准确的,尤其一些伪科学信息,最容易误导受众,进而改变一个人的生活习惯和对事物的看法^[24]。食品安全问题一旦经媒体夸大报道,将严重影响消费者对该类食品的消费欲望,甚至产生“恐慌”,从而影响市民正常的消费活动和生活^[25];同时,媒体的不实报道会造成民众对食品的信任危机,人们在谈食色变之际,发出“我们还能吃什么”的惊呼,严重打击到大众的消费信心,伤害市民的切身利益^[26]。而以微博为代表的自媒体在曝光食品安全问题中也具有强大的民众认知引导作用,在不清楚微博曝光的食品安全事件是否属实时,仍然会改变其购买行为^[13]。

媒体是消费者获得食品安全信息最主要的途径,媒体的监管行为无时无刻不影响着消费者的心理和行为。作为媒体,传递给消费者的应是准确及时的信息,应以消费者的利益为价值导向,而不是为了某些私利而故意传播一些不实的信息,误导消费者,进而引发社会恐慌,政府也应进一步加强此方面的立法和执法。

2 媒体监督对企业的影响

企业是食品的提供者,是食品安全最主要的责任主体之一,企业的生产加工行为对食品安全起着决定性作用。但近年来,企业的生产行为令人担忧。一方面,由于人的趋利本性,部分企业为获得更多利益,恶意降低成本,“劣币驱逐良币效应”产生,合规食品企业由于合法生产无利可图,被迫实施不安全生产行为,最后导致行业食品生产不安全;另一方面,由于企业生产环境及储存等技术不过关,造成食品的二次污染,导致食品安全问题。而媒体作为第三方介入行业监督必然对企业造成重大影响。贺建刚等^[27]以五粮液集团的案例研究了在中国特殊的制度环境下,在利益输送过程中媒体监督对公司治理的积极影响;李培功等^[28]也通过实证分析的方法验证了媒体参与监管对公司治理有促进作用。

2.1 媒体监督有利于企业的长期发展

人具有趋利的本性。研究^[21]发现,监管是促使企业良性发展的重要手段,政企合谋等权利寻租现象也是在没有有效监管的情况下产生的。媒体监管有利于企业的长效发展,一方面,媒体监管能充分曝光食品企业负面信息,从而影响社会形象、品牌声誉,进而影响企业利润,因此,媒体监管可促使企业履行企业责任,减少失责,促进行业正当竞争;另一方面,在应对食品安全危机时,危机情景传播理论表明企业可利用媒体减少负面影响,而受众负面情绪、受众负面口碑、受众接受度是影响受众态度的关键因素,这些可以分别施行否定策略、削弱策略和重塑策略加以调整,从而最终影响受众态度^[29]。最后,媒体作为企业与消费者的信息传递中介,可帮助企业了解消费者需求,从而帮助企业建立与消费者之间的信任桥梁^[30]。

2.2 媒体参与监管对企业的负面影响

当媒体引导的舆论导向错误时,可能对企业产生极为不利的影响。通过研究重大安全实例,周善^[26]发现媒体在报

道食品安全事件的新闻时存在一味追求“抢眼球”和轰动效应的现象,不科学地过度炒作食品安全事件,严重误导消费者的消费意向,使被曝光的企业蒙受巨大的经济损失;甚至于合格食品的销售商也因为媒体的夸大报道而严重影响到其正常的收益^[25]。曾经轰动一时的老酸奶事件,对老酸奶行业造成极大影响,事件之后老酸奶产品一度面临退市。

企业是媒体监管的对象,媒体对企业食品安全情况的披露决定着企业的命运,故媒体在传递食品安全信息时,首先,要再三确认信息的真实性和科学性,力求精准明确,实事求是;其次,报道应具有针对性,不能因为某个企业存在问题而使整个行业蒙受损失;再者,由于新媒体言论自由的特性,媒体平台应加强对舆论的监督,防止不真实的食品安全信息的大肆传播。

3 媒体监管对政府的影响

政府是保障国民食品安全的重要责任主体^[31],政府监管是遏制食品安全问题产生的重要途径。但是目前中国拥有的食品生产企业量大面广,面对庞大的监管对象,政府监管难度较大,加之许多食品小作坊地址隐蔽,政府难以查处^[32],很多地方监管存在盲区^[33-34];另外,中国的监管体制也存在一定问题,很长一段时间以来,分段监管为主、品种监管为辅的监管方式使得食品安全监管出现“九龙治水”的尴尬状况,“没有问题都来管,出了问题都不管”的情况层出不穷,重复监管、重复抽检的情况也屡见不鲜。覆盖面广是媒体的重要特质,而这一特质恰好能弥补政府对监管盲区的缺陷;另外,媒体作为政府与消费者、与企业之间的信息中介,能够帮助政府了解到自身体制等其他方面的不足,促进相关政策、体制的完善。但若媒体引导舆论不当,也会给政府造成不利影响。

3.1 媒体介入行业监管有利于政府根据民众需求完善政策法规

由于目前中国政府相关职能部门的体制尚未理顺,对食品安全各级监督制度难以建立,政府相关职能部门的反应速度不能满足消费者对知情权的诉求,因此,更需要媒体在短时间内将全面、科学的声音传达出去,为受众解惑。现有研究^[35]认为,媒体已成为中国食品安全问题的重要监督者和发布者。张蕾^[36]对人民日报等媒体从事互联网舆情的监测和分析研究工作的现象进行分析,发现网络媒体是政府决策的助推剂和加速剂,扩大效应促使政府迅速对事件进行反应,加快了解决问题的速度。而国外学者同样认为媒体具有帮助政府完善政策制定的作用。Alston 等^[37]在研究了利益集团活动政策、媒体参与之间的关系时,采用了巴西无地农民运动案列,无地农民通过媒体报道最终促使执政者出台了相关有利政策。2008 年中国“三鹿奶粉”事件引发了全球媒体的关注,各大媒体对于此事都进行了一系列的报道,而这件事最后促使中国政府于 2009 年 2 月颁布了中国第一部《食品安全法》。

3.2 媒体通过影响中央和地方的代理关系改善政府的监管

基于委托代理理论和契约理论研究发现,如果把媒体监管纳入地方政府的政绩考核,能较好地增进上级机构对地方政府履职情况的了解,从而会影响中央政府对地方政府的业绩评价,更严重的还能引发渎职问责等^[38]。一般认为,媒体曝光这一激励机制的加入,一方面,地方政府为规避被曝光风险,在监管问题等代理问题上将自觉付出更多努力;另一方面,媒体监管能同时降低中央和地方信息不对称的情况,分担中央政府监管成本,降低实际的平均监管投入,提高监管效率^[39]。2012年的“速成鸡”事件很好地体现了媒体参与监管的此类影响,一开始农业官员由于地方保护主义的存在,以及一些别的原因否认养殖户存在问题,而最后是通过央视暗访,才引起中央和地方政府的重视。

3.3 媒体的存在对政府监管带来的负面影响

媒体参与监管也可能会加大政府监管的难度,尤其是当媒体的舆论导向错误时。新媒体舆论的逆反性易被利益集团所利用,加大了政府监管的难度。毕竟,新媒体环境下的消息源,特别是自媒体的消息源,有很大一部分会受专业知识所限,从而容易传播不实信息。特别是部分人理性不足,认识问题片面,对正统思想观念、主流意识形态容易产生逆反心理。这种逆反性最容易被某些“网络推手”所利用,他们通过设置议题,制造热点,操控网上舆论,甚至出现利益集团以“黑金”操控网站言论、影响政府决策、进行恶意商业竞争的现象^[40]。

媒体监管应是政府监管的有益补充,媒体理所当然应扮演好这一角色,发挥自身覆盖面广的特性,深挖食品安全事件根源;媒体还应该充当政府监管者的角色,监管政府的行为,避免“官商相护”的情况产生。另外,媒体还是消费者与政府沟通的桥梁,媒体应及时将消费者的需求信息和发现的食品安全问题传递给政府,促进政府实施以消费者利益为导向的行为。

4 结论与对策

食品安全关系着国民生计,媒体监管作为政府监管的补充,发挥着重要的作用,并对消费者、企业和政府产生巨大的影响。媒体作为信息渠道、沟通平台等,对消费者心理、行为和生活状态影响显著;媒体参与监督更能约束企业行为,使企业更注重长远利益。与此同时,媒体参与监管对提高政府监管效率、改善中央与地方代理关系起到积极的作用;不实报道的存在又可能给企业带来毁灭性的打击。总而言之,媒体参与食品安全监管,对政府、消费者和企业具有正向作用的同时,也存在一定的负面影响,针对这种情况,政府应采取相关措施减少媒体监管的不利影响,时刻关注媒体引导的舆论导向。

近年来对媒体监管这方面的研究尚存在一些不足。比如:现有的研究主要是根据具体事例和代理理论进行分析研究,而很少考虑媒体与消费者、企业以及政府之间的博弈,而媒体参与监管实际上也可以看成媒体与各主体博弈的过程。

就现有媒体参与食品安全监管方面,可以通过以下途径予以完善:

(1)借助科学家团队,对媒体监管进行监管。对新闻媒体(包括新闻媒体的自媒体平台)有关食品安全方面的报道,建议由食药监部门设立“新闻检查”部门及配套的制度,由具有较高专业知识水平的管理人士担任新闻发言人,外来的或内部的新闻稿件由省级以上(含省级)食品学会或食品协会专家团队,而不是专家个人,进行专业审核,确保食品安全新闻报道的科学性。

(2)专家团队除了审核新闻稿件外,还可以定期在新闻媒体上进行食品安全知识的普及宣传,搭建科学权威的食品科学知识的发布平台,及时对食品安全事件进行权威的分析,消除食品安全谣言带来的恐慌,提高消费者的辨别能力。

(3)由新闻出版管理部门与食药监局联合,组织食品学科专家,对从事食品安全报道的记者定期开展食品科学基本常识的培训,提高新闻从业人员的科学素养,理性对待食品安全的报道。对未经审查擅自抢发食品安全相关新闻报道的媒体及从业人员严肃处理;对涉嫌与利益集团勾兑,故意发布有关食品安全不实报道的记者、编辑,取消从业资格,并予以相应的法律惩处,承担相应的经济赔偿。

(4)网监部门一方面要加强对自媒体(网站、微博、微信等)的监管力度,经常性提醒自媒体从业人员强化新闻自律,谨慎处理不明来源的信息;另一方面,对自媒体上发布相关食品安全谣言及时上传食药监局新闻检查部门,即时予以撤销,并对屡教不改的自媒体予以取缔,直至送交法办。

(5)食药监局新闻检查部门应开设面向全社会的畅通的食品安全信息热线(电话、邮箱或其他),随时接受社会团体或个人的举报,及时组织专人调查核实,第一时间予以处理。对新闻媒体开设特别联络热线,形成新闻媒体与政府相关职能部门间的常态化沟通机制。

食品安全事关全民健康和社会稳定,需要政府监管部门的高度重视,也需要媒体的监督和信息传递;食品安全毕竟是专业的科学问题,必须借助专业的科学家团队予以明辨是非,从科学的角度理性对待食品安全事件。政府、企业、消费者都是与食品安全息息相关的,只有各部门联合,媒体参与监督,全民关心,才能确保食品安全长治久安。

参考文献

[1] 杨明亮,刘可浩,刘进,等. 食品安全:一个遍及全球的公共卫生问题[J]. 中国卫生监督杂志,2003,10(4):193-197.

[2] 郑小霞. 我国食品安全监管现状及对策[J]. 法制与经济,2010(4):78-80.

[3] 黄浩,周清杰. 食品市场中的市场失灵与政府规制[J]. 河南商业高等专科学校学报,2007,20(2):28-31.

[4] 刘素君. 美国食品法律制度体系构成、特点及其对中国的启示[J]. 食品与机械,2016,32(8):224-226.

[5] 龚强,张一林,余建宇. 激励,信息与食品安全规制[J]. 经济研

究, 2013(3): 135-147.

[6] 刘鹏. 中国食品安全监管: 基于体制变迁与绩效评估的实证研究[J]. 公共管理学报, 2010, 7(2): 63-78.

[7] 王莹. 公众参与食品安全监管的困境及其完善策略[J]. 食品与机械, 2014, 30(6): 261-263.

[8] 齐萌. 从威权管制到合作治理: 我国食品安全监管模式之转型[J]. 河北法学, 2013, 31(3): 50-56.

[9] 李洪峰. 食品安全社会共治的现实困境与发展对策[J]. 食品与机械, 2016, 32(4): 234-236.

[10] 曹渝, 代欣, 蒋美仕, 等. 构建具有中国特色的“社会共治”食品安全治理机制: “第五届全国科学技术与公共政策论坛·2016”综述[J]. 食品与机械, 2016, 32(6): 225-227.

[11] 李小华. 媒体对食品安全监督作用的法律规范[J]. 食品与机械, 2015, 31(1): 265-268.

[12] 孙昊, 张炜炜. 食品安全多部门监管机制研究[J]. 学理论, 2015(1): 155-157.

[13] 吴光秋, 郑贡献. 媒体力量与食品安全: 兼析央视《每周质量报告》对食品安全的有效监督[J]. 中国广播电视学刊, 2004(8): 34-36.

[14] 吴元元. 信息基础, 声誉机制与执法优化[J]. 中国社会科学, 2012(6): 115-133.

[15] ANDREW S. Moral hazard, inspection policy, and food safety [J]. American Journal of Agricultural Economic, 2005, 87(1): 15-27.

[16] 倪国华, 郑风田. 媒体监管的交易成本对食品安全监管效率的影响: 一个制度体系模型及均衡分布[J]. 经济学, 2014, 13(2): 559-579.

[17] 何计国. 媒体责任: 慎重报道食品安全事件[J]. 团结, 2007(1): 43-45.

[18] LIU Brooke-fisher, ASUTIN L, JIN Yan. Hoe publics respond to crisis communication strategies: The interplay of information form and source[J]. Publics Relations Review, 2011(37): 345-353.

[19] SCHWARZ A. How publics use social media to blame games in crisis communication: The love parade tragedy in Duisburg 2010[J]. Public Relation Review, 2012, 38(3): 430-437.

[20] MEERT, VERHOEVEN P. Public framing organizational crisis situations: Social media versus news media[J]. Public Relations Review, 2013, 39(3): 229-231.

[21] 郑策, 夏慧, 黎桂宏, 等. 社会共治视角下新媒体与食品安全——作用与机制[J]. 食品工业, 2015, 36(1): 232-236.

[22] 韩蕃璠, 钟凯, 郭丽霞. 新媒体时代食品安全风险交流的机遇与挑战[J]. 中国食品卫生杂志, 2012, 24(6): 586-589.

[23] 郭兰英, 单飞跃, 赵文煊. 食品安全自媒体监督: 现状问题及法律规制[J]. 宏观质量研究, 2014, 2(1): 76-82.

[24] 张书娟. 从科学传播角度审视新闻媒体食品安全监督[J]. 今传媒, 2011(8): 46-47.

[25] 黄舒屏. 从食品安全问题反思媒体的角色定位[J]. 青年记者, 2007(14): 168-168.

[26] 周善. 从食品安全报道看媒体社会责任[J]. 新闻实践, 2007(5): 20-21.

[27] 刘峰, 贺建刚, 魏明海. 控制权、业绩与利益输送: 基于五粮液的案例研究[J]. 管理世界, 2004(8): 102-110.

[28] 李培功, 沈艺峰. 媒体的公司治理作用: 中国的经验证据[J]. 经济研究, 2010(4): 14-27.

[29] 史波, 翟娜娜, 毛鸿影. 食品安全危机中社交媒体信息策略对受众态度的影响研究[J]. 情报杂志, 2014, 33(10): 59-65.

[30] CORDISCHI T. 大众媒体与食品安全的关系[J]. 上海商业, 2013(4): 62-63.

[31] 周应恒, 王二册. 中国食品安全监管: 一个总体框架[J]. 改革, 2013(4): 19-28.

[32] 胡煜雷. 食品流通安全监管体系新探[J]. 中国工商管理研究, 2010(4): 62-65.

[33] 胡晓鹏. 经济全球化与中国食品加工业的产业安全[J]. 国际贸易问题, 2006(2): 48-53.

[34] 赵林度. 零售企业食品安全信息管理[M]. 北京: 中国轻工业出版社, 2006: 14-62.

[35] 吕继红, 顾潜. 食品安全危机中媒体监督正能量的蓄积和发挥[J]. 上海商业, 2013(4): 64-65.

[36] 张蕾. 食品安全事件中网络媒体的呈现视角与功能分析[J]. 新闻知识, 2011(11): 48-50.

[37] AINSTON L J, LIBECAP G D, MUELLER B. Interest groups, information manipulation in the media, and public policy: the case of the landless peasants movement in Brazil[R]. Cambridge MA: National Bureau of Economic Research Working Paper, 2010.

[38] 张曼, 喻志军, 郑风田. 媒体偏见还是媒体监管?: 中国现行体制下媒体对食品安全监管作用机制分析[J]. 经济与管理研究, 2015, 36(11): 106-114.

[39] ZHANG Man, QIAO Hui, WANG Xu, et al. The third-party regulation on food safety in China: A review[J]. Journal of Integrative Agriculture, 2015, 14(11): 2 176-2 188.

[40] 刘景景, 陈洁, 邓志喜. 论新媒体时代的食品安全信息传播与监督预警[J]. 中国农垦, 2013(2): 45-48.

(上接第 185 页)

[12] 王家利, 辛秀兰, 陈亮, 等. 气相色谱-质谱法分析比较不同酵母发酵红树莓果酒的香气成分[J]. 食品科学, 2014, 35(6): 107-112.

[13] 田晓菊. 石榴发酵酒加工工艺的研究[D]. 西安: 陕西师范大学, 2007: 4-16.

[14] 李冬梅, 尹凯丹. 榴莲的保健价值和加工利用[J]. 中国食物与营养, 2009(3): 32-33.

[15] 曾霞, 陆燕, 曹建平. 桑葚酒发酵工艺优化及其主要香气成分分析[J]. 酿酒科技, 2016(1): 120-124.

[16] 王冉. 酵母发酵黄花梨酒加工工艺研究[D]. 重庆: 西南农业大学, 2004: 1-11.

[17] 钟瑞敏, 张振明, 刘健南, 等. 岗稔鲜果、果汁和果酒香味物质的 GC-MS 初步比较分析[J]. 食品与机械, 2009, 25(6): 29-32.

[18] 侯格妮, 李俊, 李然洪, 等. 蓝莓白兰地特征香气成分的 GC-MS 分析[J]. 食品与机械, 2013, 29(3): 21-26.