

理性还是偏见?透视西方对中国产品问题报道

中新网 10 月 1 日电 今年 3 月以来,西方许多媒体就中国产品质量和食品安全问题进行了大规模、高密度的报道和评论。一时间,“中国制造”在世界各地消费者心目中物美价廉、物有所值的形象受到严重损害。最新一期的《求是》杂志刊文指出,综观西方媒体的此番报道,其要害在于以偏概全,渲染、夸大个别的事实,歪曲“中国制造”的全貌。

客观报道,还是以偏概全?

文章说,真实是新闻的生命。新闻不仅要真实、准确地报道单个事实,而且必须真实、客观地反映事物的全貌。如果一叶障目、不见泰山,甚至刻意地去放大这一叶、这一点,以至让这一叶、一点遮蔽事物的全貌,那就从整体上背离了新闻的真实性,就是在误导公众。

文章指出,中国方面对美国媒体所爆炒的“问题食品”逐一核查,证实所涉及的均属个案。据权威部门的数据,2007 年上半年,中国出口食品总体合格率为 99.75%,其中,出口美国食品的合格率为 99.1%,出口日本食品的合格率为 99.8%,出口欧盟食品的合格率为 99.8%。这些数据说明,近几年中国出口食品的合格率均在 99.0%以上。这是铁的事实。也正是基于这一事实,中国质检总局敢于承诺,有信心保证中国的产品物美价廉,同时安全健康。

文章指出,因为个别产品存在问题,就怀疑中国出口商品的总体质量,这不是一种科学、理性的态度。随着经济全球化的深入,中国积极发展同世界各国的经济合作和贸易往来,“中国制造”已成为世界经济贸易发展的重要动力。2006 年,中国出口总额已达 9690 亿美元,仅次于德、美,位居世界第三,是欧盟、日本最大进口来源国,是美国第二大进口来源国。质优价廉的“中国制造”,对降低全球生产成本、优化资源配置发挥了重要作用,已成为很多国家消费者生活中不可缺少的部分。

文章介绍,据中国商务部数据,目前,中国的空调、DVD 机、照相机、笔记本电脑等 700 多种产品出口居世界第一位。中国出口商品每天都在经受全球消费者的检验。29 年来,中国产品出口能够保持年均 17% 的高速增长,这本身就说明各国贸易伙伴和广大消费者是接受“中国制造”的质量和服务的。如果中国产品真如某些西方媒体所渲染的那样整体上质量低劣,又怎能支撑起如此庞大的世界市场占有率和如此高的出口增长速度?

公正、理性,还是片面、偏见?

文章指出,公正无私地报道事实和发表评论,传播理性的声音,是新闻媒体的职责。但是在报道中国产品质量和食品安全问题时,许多西方媒体显然丧失了应有的公正立场和理性态度。

近年来,全球范围内食品安全事件屡有发生,像欧洲疯牛病、日本“不二家”使用过期原料制作糕点、美国菠菜细菌污染等。正如世界卫生组织总干事陈冯富珍指出的那样,食品安全是全世界面临的共同问题,并非一个国家所独有,发展中国家和发达国家都面临加强食品安全的问题。显然,西方媒体以中国产品为特定对象,仅对中国食品安全问题大肆炒作的做法,是不公正、不公平的。

文章还指出,在世界市场上,产品召回是正常现象。今年 7 月,通过美国消费品安全委员会发布的召回就有 30 起。8 月初,美国福特汽车公司宣布召回 360 万辆汽车,原因是汽车导航系统电路可能导致起火,据报道至少已有 2 人因此丧生。就在最近两三年,中国人也经历过多起跨国公司产品召回事件,包括索尼电池导致笔记本电脑自燃,美国宝洁公司旗下的 SK-II 品牌化妆品被中国有关部门检测出含有化妆品禁用物质铬和钹等一系列事件。而美国媒体对于这些召回却大多是一笔带过或只字不提。

文章说,西方企业对华投资,推动了西方国家产业结构升级,却向中国转嫁了环境压力。据美国《新闻周刊》报道,美国人扔掉的垃圾,从报废汽车的车身、废铜、废纸到废旧螺丝,被大量出口到中国,2006 年的出口额就达到 67 亿美元,中国的工厂收走美国废品出口总量的 42%。还有,前几年中国媒体报道了多起美国未经处理的有毒有害的“洋垃圾”,包括医疗垃圾、电子废品、污

秽衣物等被非法偷运到中国的事件。这些事如果发生在西方国家，一定是骇人听闻的大新闻；但由于发生在中国，西方媒体却很少报道，更不见尖锐谴责、反复转载和滚动播出。对比西方媒体对中国产品问题的炒作，人们看到的恐怕不仅仅是自私和偏见，甚至是歧视了。

请不要忽视 13 亿中国人民的感受

文章指出，随着中国的发展，西方媒体对中国的关注度越来越高。中国希望有一个客观友善的国际舆论环境，但事实表明这并不容易。

西方媒体经常抱怨中国对它们开放不够，总在批评中国缺乏新闻自由。但事实却是：中国公众通过中国媒体的报道对西方国家的了解，比西方国家公众通过本国媒体的报道对中国的了解，要真实、全面、深入得多。中国人到西方国家旅游，看到的情况与他们印象中的并无太大差别，甚至原来的印象可能比实际看到的更好；而西方人来中国旅游，常常会惊叹实际的中国与他们原来印象中的中国反差巨大。

文章说，公众对外部世界的印象，在很大程度上正是媒体报道造成的。也就是说，中国媒体对西方的报道，相当充分、全面、客观；而西方媒体对中国的报道，不仅谈不上充分、全面，而且常常抱有偏见。当 13 亿中国人感受到的西方舆论是充满偏见时，那绝不是西方媒体的“成功”！

文章最后指出，在产品质量和安全问题上，中国欢迎客观、公正的舆论，欢迎贸易伙伴按国际标准对中国产品作出检验和评价，主张理性地看待和处理问题。但坚决反对以偏概全、刻意炒作，反对将个别问题扩大化，从整体上诋毁、丑化“中国制造”。那样不仅会损害中国产品的形象，而且也是在误导消费者，为正常贸易设置障碍，而贸易保护主义是没有前途的。任何一个国家都不能保证其产品的绝对安全，但中国面对不足百分之一的问题，仍会给予百分之百的重视，追求百分之百的合格率。针对产品质量和食品安全方面发生的问题，中国也正在采取大规模的专项整治行动。
(郭纪)

来源：<http://finance.cctv.com/20071001/100777.shtml>