

食品安全新闻的平衡报道研究

□ 李丽英 韩春秒

【摘要】随着新闻理念的发展和报道实践经验的丰富,平衡原则在食品安全报道领域愈来愈受到重视,但是依然存在着不容忽视的问题。本文多角度分析了食品安全报道失衡的表现,提出保持食品安全报道平衡的方法:健全食品安全信息传播模式、加强连续报道、扩大报道监督区域和阶层等,希望能推进平衡报道原则在食品安全报道领域更好地使用。

【关键词】平衡报道;食品安全新闻;失衡;信息传播模式

【中图分类号】G206 【文献标识码】A

食品安全新闻自上世纪90年代出现以来,便以震撼性的内容和非常态的采访手段强烈地吸引着受众的目光。从批评性报道的沃土中产生的食品安全新闻,历经二十多年的发展和完善,在平衡报道方面取得了较为显著的效果,但依然存在着不容忽视的问题。这些问题一方面误导了消费者对消费环境的认识,诱发了民众对食品消费现状的不满,另一方面也降低了媒体在公众心目中的公信力和权威性。如何正确认识食品安全新闻在平衡报道方面存在的问题并找出解决的方法,在最大限度规避负面效果的同时,为受众构建客观和谐的消费环境,成为当前食品安全报道的一个重要问题。

平衡报道是指在新闻报道中,记者必须兼顾矛盾双方,从不同的消息源获取信息,并将对立面的事实和观点同时予以报道。从内涵上讲,平衡报道不仅包括信息报道中不同意见、态度和观点的平衡,还包括信息获取来源、手段和途径的平衡。报道平衡不仅仅是技巧问

题,还涉及更深层次的理念和社会规范下的伦理道德要求。^①就食品安全新闻而言,要求通过平衡原则的运用,为受众构建全面、客观、真实的消费环境。

一、食品安全新闻报道失衡的表现 (一)负面新闻过多过集中

我国的食品安全新闻出现在20世纪90年代,其产生的沃土是当时大行其道的批评性报道。90年代蓬勃兴起的舆论监督和批评报道新闻,使人们发现与生活息息相关的、攸关生命的食品监督存在如此多的漏洞和黑幕,每一条具有轰动性的食品安全新闻又足以引发观众的无比恐慌。也正因为如此,食品安全新闻从一开始就同“扫黑”“曝光”“揭露”“暗访”等字眼紧密联系,负面新闻似乎成为食品安全新闻的代名词。

纵观近年来媒体关于重大食品安全事件的报道,负面报道、揭露性报道占有相当大的比重。从2001年的“南京冠生园月饼馅儿”事件到2004年的阜阳毒奶粉事件、2005年的苏丹红事件,再到

2008年震惊全国的三鹿奶粉事件,直至2011年的地沟油和瘦肉精事件。这些报道一方面让消费者了解了许多触目惊心的事实,反映了媒体从业者的社会责任感及其为百姓的食品安全所付出的艰辛努力。另一方面,这种有取舍的选择性报道,负面新闻的连续冲击,使观众对消费现状产生严重的认知偏差,瓦解了受众的消费信息,诱发了受众对消费现实的不满,不利于社会的和谐和稳定。就传播本身而言,也不符合大众传媒进行舆论监督的目的。

(二)媒体间互设议程,跟风炒作
当前的食品安全报道形成了一种“跟风式”现状。一旦有媒体曝出某种食品的安全问题,立刻有多家媒体迅速跟进,形成媒体“围剿”之势。各媒体之间频繁的“议程互动”,迅速将食品安全事件、涉事企业和品牌推到舆论的风口浪尖。

大众传播学认为,传媒“具有一种为公众设置‘议事日程’的功能,传媒的新闻报道和信息传达活动以赋予各种

‘议题’不同程度的显著性 (salience) 的方式,影响着人们对周围世界的‘大事’极其重要性的判断。”^②在食品安全新闻的报道中,媒体的议程互动有利于合成舆论,形成强势传播,促进事件的解决。但是一些媒体对于食品安全事件的集中报道和重笔渲染,却是受商业利润的驱使。当有更新的事件出现,媒体即刻转移焦点。之前的食品安全事件的前因后果如何?人们对事件的反响如何?事件最终是通过什么途径怎样解决的?这些问题很难再从媒体的报道中找到答案。

(三) 报道多关注发达地区和城市,对农村和农民等弱势阶层的报道不足。近年媒体关于食品安全的报道涉及食品消费的方方面面,内容丰富且影响广泛。但是在报道领域和监督层次上,依然存在漏洞和不平衡的现象。集中体现为媒体对城市食品消费市场的安全状况报道比较密集,而对食品安全隐患更加严重的农村消费市场缺乏平衡的关注。

综合考察城市消费市场和农村消费市场会发现,农村食品市场的质量安全问题更严重。《2008年流通领域食品安全调查报告》显示,农村市场时常出现的食品安全问题中,无标签、标识的食品占18.40%,假冒伪劣产品占18.00%左右,过保质期的食品占15.60%,注水肉、病害肉占13.2%。生肉销售大多没有保鲜措施,生熟食品不分区域销售,卖鲜肉的案板2-3天才清洗一次仍是常见现象。^③各种“三无”食品、过期不合格食品以及被城市市场拒之门外的食品普遍流向农村市场。更为令人担忧的是,当前农民的食品安全意识相对比较薄弱,这些“味道好”且价格低廉的小食品,非常受农民尤其是农村少年儿童的欢迎。长此以往,必将给农村消费者尤其是农村青少年的身体健康造成极大影响。

媒体在食品安全领域的报道和监督对城市的倾斜有复杂和综合的原因,择其要有三:一是城市居民对食品质量的关注度较高,同时相关的监督检查措施比较到位。二是城市居民知识层次相对农村居民更高,消费维权意识较强。

同时,城市居民对媒体的作用有着较为清楚的认识,并且掌握更加通畅的维权渠道。当城市居民的消费权益受到侵害的时候,他们能自觉有效地通过各种途径引起媒体关注,通过媒体的报道和参与推进事件的解决。而农民受观念影响维权意识比较淡漠,即使是意识到自己的合法权益受到侵害,也因不掌握“话语权”而投诉无门。如城市居民向媒体反映,在对某品牌的冷鲜肉进行烹饪的过程中发现蛆虫,立刻引来多家媒体关注。同样的事情如果发生在农村和农民身上,也许就不了了之了。三是在当前社会价值观的主导下,城市题材比农村题材更容易吸引众人眼球,能给媒体带来更大的经济效益。

媒体对于食品安全新闻报道的这种“隐形失衡”不像在报道内容、报道数量等方面的失衡那样容易被察觉,但其社会危害更大。它会使农村食品安全领域存在的问题因得不到关注和解决而逐渐加剧,最终爆发并危害社会的安全与稳定。

二、加强食品安全新闻平衡报道的途径和方法

(一) 加强正面报道,实现信息的横向平衡

1. 加强媒体、政府和企业之间的交流,健全食品安全信息传播模式

我国近几年的食品安全报道,一般都表现为这样的传播模式:出现问题——媒体进行报道——相关部门介入并进行查处。几乎无一例外的是,每当有重大的食品安全事件发生,媒体都是充当“先锋”,率先对发生安全问题的厂家或者品牌进行曝光,报道迅速引发强烈的社会反响。相关职能部门在事发后匆忙介入,调查、取证、惩处,但其效果与报道引发的社会影响相比较,却犹如亡羊补牢。新闻报道所带来的公众恐慌和社会信任危机,很难因为相关部门事后采取的补救行为而消除。其结果是,公众抱怨职能部门不作为,职能部门责怪媒体“添乱”,而媒体记者在报道食品安全的过程中,多采用“暗访”的形式,扮演私家“侦探”角色,人身

安全得不到保障,甚至在报道后还要承担被威胁和吃官司的后果。同时,由于记者专业知识的局限性,在对食品安全信息准确性和科学性的把握上,很难做到准确无误,这为报道引发负面社会效果埋下了隐患。

仔细分析不难发现,导致这种矛盾的主要原因有两个:一是政府职能部门、媒体和企业之间缺乏必要的沟通;二是食品安全风险评估专家未能及时地将科学的评估结果通过媒体告知消费者,导致科学家和消费者对食品安全的认知存在分歧。因此,加强媒体与政府部门和企业之间的沟通和交流,以科学的分析和论证引导受众的消费心理,是健全食品安全信息传播模式的必然要求。

2. 要加大对辨别食品安全知识的报道与普及

打击假冒伪劣,净化市场环境是媒体义不容辞的责任。但是在现实生活中,消费者不仅需要知道什么不能吃,更需要知道什么能吃,什么能放心地吃。然而当前的现实是,消费者对食品安全的内容缺乏必要的认知。消费者在消费时除了查看品牌和生产日期外,对食品的质量检测标准知之甚少,品牌依赖似乎成为一个普遍的消费现象。一旦某个大品牌曝出安全问题,消费者的信心就会遭受沉重打击。在“瘦肉精事件”中曝光的我国某著名肉制品品牌就是其中一例,且在此后各种媒体尤其是网媒关于该品牌质量问题的报道接连不断。多年信赖的大品牌出现严重的质量安全问题,这使得消费者在消费此类食品时感到不知所措。本能地从回避风险的消费理念出发,他们必然会对安全的火腿食品也保持敬而远之的态度,甚至对整个肉制品行业的质量安全产生怀疑。因此,媒体应该高度重视信息对称问题,加大对辨别食品安全知识的报道。使消费者及时获取食品安全信息的同时,增加食品质量辨别能力,从而减弱其品牌依赖心理。同时,要通过有力的宣传和引导,倡导健康的饮食习惯和消费习惯,从多方面为人们的食品安全提供信息和服务。

(二) 正确设置议程, 完善连续报道, 实现信息的纵向平衡

传播学指出, 受众接触媒体尤其是收看新闻节目的主要动机是监测环境, 从节目中获得与自己的生活直接或间接相关的各种信息, 及时把握环境的变化以调整自己的行为。^④媒体在报道事件并引发广泛关注后, 要对事件的发展进程进行持续关注, 及时报道问题的发展变化和最终处理结果, 最大程度地消除消费者心理上的不确定性。媒体不仅是问题的揭露者, 也应该做社会的“解压阀”, 应该是解决问题的推动者和公众恐慌的平息者。从这个意义上来说, 食品安全报道不能以披露和爆料为目的, 事件始于媒体也应止于媒体。媒体报道不能虎头蛇尾, 更不能不了了之。

2010年, 央视《每周质量报告》关于小龙虾的报道, 就是通过连续报道实现信息平衡的极好范例。2010年9月5日, 《每周质量报告》播出《小龙虾疑云》, 对南京等地的消费者食用小龙虾后出现横纹肌溶解综合症的事件进行了报道。节目中, 专家分析认为, 导致食用者患病的原因很可能是一种未知的生物毒素。节目播出后引起了观众的强烈反响, 尤其是“未知的生物毒素”更是使消费者对小龙虾产生了强烈的恐惧感, 南京的小龙虾市场出现价跌量少的状况。9月12日《每周质量报告》继续推出《小龙虾事件追踪》, 通报了相关部门对事件的调查情况。就小龙虾到底还能不能吃, 这个消费者最为关注的问题, 通过专家解答的方式告知消费者, 只要注意饮食习惯, 即使医学领域没有发现致病的细菌毒素, 也完全可以预防哈夫病。食源性疾病可防可控, 不必因噎废食。

需要指出的是, 媒体的连续报道只能是在一定程度上平息公众恐慌。要恢复消费者对被曝光企业和品牌的信任 and 信心, 需要被涉及的企业正视自身问题, 严把产品质量关, 杜绝安全事件再次发生。

在“瘦肉精”事件的报道中, 媒体从销售“健美猪”猪肉的市场到“健美

猪”的运输销售环节, 再到“健美猪”生猪喂养环节, 抽丝剥茧般地最终查出“健美猪”真相。节目播出后, 栏目组派出多支报道队伍到节目中涉及到的所有重要地区进行连续跟踪报道。同时, 其它知名栏目也都对此进行了跟踪报道和深入点评。整个频道各个栏目在当天及此后的一段时间, 都将“瘦肉精”作为报道内容和重点关注对象, 使节目的辐射面和影响力大大增强。在此后更长时间的连续报道中, 更是从围剿“瘦肉精”到直击“瘦肉精”大案, 再到后来公安部“打四黑除四害”。从报道方式和报道规模上来看, 后续报道追根溯源有始有终, 彻底挖掘事物本质。报道促使有关部门迅速介入, 采取强有力措施依法查处。这让消费者看到了政府治理食品质量问题的决心, 很大程度上稳定了社会情绪。但是媒体和政府行为, 并不能彻底消除消费者对于涉事肉制品品牌甚至整个肉制品行业质量安全的怀疑。从“瘦肉精”事件曝光到现在, 关于某品牌肉制品的负面信息接连不断, 从火腿腐烂到冷鲜肉生蛆的报道在网媒上隔段时间就会出现。如果企业不采取积极措施, 从生产、运输、销售等多个环节保证产品质量安全, 想要重树品牌形象, 再次得到消费者的信任, 恐怕不是件容易的事情。

(三) 扩大报道范围, 实现报道领域的平衡

1. 媒体要正确处理社会效益和经济效益的关系, 从促进社会发展与稳定的角度出发, 加强对农村食品安全报道的力度

在传媒运作日益商业化的今天, 一些媒体的价值观发生了很大的变化, 他们利用将自己受众的传媒作为盈利的工具。对于能给自己带来经济效益的新闻题材和社会人群趋之若鹜, 而忽视经济地位和社会地位较低微的农民, 形成农民在媒体上“话语权缺失, 只能发出微弱的声音甚至没有声音。”^⑤“当今的传媒, 是城市的传媒, 而不是农村的传媒; 是富人的传媒而不是穷人的传媒。”^⑥反映在食品安全报道领域也是如此。

2. 媒体要强化服务意识, 通过多种形式的宣传和报道, 增强农民的维权意识

农民是我国社会主义现代化建设的生力军, 农民安居乐业是构建社会主义和谐社会的重要基础。“没有农民的小康, 就不可能有全国人民的小康。”提高农民的生活水平和生活质量, 是全面建设小康社会的必然要求。媒体应强化服务意识, 从大局出发, 以社会效益为根本, 关注农村食品安全现状, 加强农村食品市场的监督力度。通过多种形式的宣传和报道, 普及食品安全知识增强农民食品安全意识和维权意识的同时, 加大对农村市场假冒伪劣问题食品和无证生产小作坊的曝光力度。净化农村食品市场, 保障农民食品安全。促使城乡食品市场状况趋向平衡, 真正实现城乡经济共同发展。

食品安全问题是我国由食品供应安全向食品质量安全转变期难以回避的问题, 也是在食品经济快速发展的过程中日益凸现出来的全球性问题。媒体工作者作为“船头的瞭望者”, 在食品安全领域的工作任重道远。媒体既不能错误议程扰乱受众认知造成社会消费恐慌, 也不能畏首畏尾放弃自己的监督职责。媒体应保持科学的认识和冷静的判断, 站在构建和谐社会的角度, 平衡食品安全报道, 为受众呈现客观和谐的食品消费环境。

▲ 基金项目: 本文受西安外国语大学科研基金资助, 为该校校级重点项目“电视食品安全新闻衍生效果研究”(项目编号: 08XWA06)的阶段性成果

参考文献

- ① 杜建华. 风险传播悖论和平衡报道追求[J]. 当代传播, 2012(1)
- ② 郭庆光. 传播学教程[M]. 中国人民大学出版社, 1999: 214
- ③ 2008年流通领域食品安全调查报告[R/OL]. <http://www.foodqs.cn/news/gnspzs01/2009422114430306.htm>, 2009-4-22
- ④ 郭庆光. 传播学教程[M]. 中国人民大学出版社, 1999: 182
- ⑤ 王国栋. 和谐社会视野下新闻报道的平衡原则[J]. 青年记者, 2007(12)
- ⑥ 汪凯. 转型中国: 媒体、民意与公共政策[M]. 复旦大学出版社, 2005

(作者简介: 李丽英, 西安外国语大学新闻与传播学院教师; 韩春秒, 河北省社会科学院新闻与传播学研究所)