

论中俄当代传媒的“新闻宣传与信息传播”^{*}

张举玺

(河南大学传媒研究所,河南开封475001)

摘要:新闻宣传是中国新闻事业的核心功能,信息传播是俄罗斯当代传媒的首要功能。研究发现,两国传媒的新闻宣传和信息传播在传播过程、主体倾向、内容选择方面存在本质区别。由此而引发两国新闻宣传的特点不同,当代传媒功能的发展趋势不同。

关键词:新闻宣传;信息传播;中俄传媒;宣传功能;传媒功能

中图分类号:G210 **文献标志码:**A **文章编号:**1672-0598(2012)03-0013-08

俄罗斯是世界性大国,又是中国最大的邻国。俄罗斯的发展与变化对中国产生过并将继续产生影响。同时,俄罗斯也是一个正在重新崛起的大国,其荣辱兴衰与中国息息相关。

苏联作为世界上第一个社会主义国家,其办报实践和办报思想曾对新中国的新闻理论构建产生过深刻影响。20世纪80年代中期,苏联在戈尔巴乔夫领导下开始改革。戈尔巴乔夫首先提出了“公开性”战略构想,认为本着“公开性”原则,媒体可以揭露改革中的不正当现象,从而推动改革进程。但是,他所倡导“公开性”的目的并不是为了实现新闻自由,而是要配合政策的变化进行有效的宣传。

在这种情况下,改革初期的新闻报道主要是围绕改革的具体进程展开的,配合苏共的要求,宣传改革,揭露妨碍改革的缺点。

1990年6月,在戈尔巴乔夫的推动下,通过了苏联历史上第一部新闻法,即《苏联出版与其

他大众传媒法》。该法典直接取消了新闻审查,确立了言论自由,给予多种主体以创办大众传媒的权利,把对大众传媒的行政管理转变为法制管理。

戈氏所倡导的改革最初是在社会主义范畴内展开的,但在改革的进程中,它渐渐偏离了最初的方向,并最终演变成为一场颠覆社会主义制度的剧变。由于俄罗斯大众传媒始终置身于这场剧烈的社会转型之中,其职能随着苏联解体、俄罗斯的独立发生了翻天覆地的变化,由“新闻宣传”功能转变成为“信息传播”功能。

与俄罗斯不同,中国坚定不移地走社会主义道路,在坚持四项基本原则的基础上,中国新闻事业不断开拓创新,使新闻本位功能与宣传功能实现了有机结合,建立起社会主义新闻事业的中国特色与中国个性。

在这种框架下观察中俄当代传媒的新闻功能定位与传播效果,不仅具有重要的学术意义,更具

* [收稿日期]2012-03-27

[基金项目]国家社科基金项目(08BXW001)

[作者简介]张举玺(1964—),男,河南辉县人;博士,河南大学传媒研究所所长,河南大学新闻与传播学院教授,主要从事新闻理论与实务、跨文化传媒研究。

有重要的现实价值。

一、新闻宣传与信息传播之间的关系

新闻宣传,即阶级或社团运用新闻媒介,通过新闻、评论等形式所进行的表达与传播观念,以影响人们的思想与行为的社会活动。^[1]提起新闻宣传,我们有必要首先廓清“新闻”与“宣传”的关系。新闻是新近发生的事实的报道,以传播信息为己任。宣传是个人或团体通过各种传播媒介表达自己的观念,以影响受众的态度和思想的社会活动,以传播观念为目的。^[2]

由此可见,新闻与宣传是两种不同的社会行为方式,其根本区别在于传播的内容和目的不同。但是,在现实生活中新闻与宣传常常并存,并且可以同时完成,这是因为新闻常常具备双重的价值,既有信息值,又有评价价值——通过新闻手段巧妙并且明确地表示出对新闻事实的特殊评价。而这种评价,正是寓于事实客观报道中所进行的一种宣传——观念的表达与传递。^[3]这样看来,新闻宣传是新闻与宣传的融合体,它以新闻内容为载体,以宣传观念为目的,是一种主观行为。

既然新闻宣传是一种有目的的主观行为,恰当的宣传技巧和方法是十分必要的。正如胡锦涛主席在2002年1月全国宣传部长会议上所说:“要尊重舆论宣传的规律,讲究舆论宣传的艺术,不断提高舆论引导的水平和效果。”^[4]

信息传播,即机构或组织借助新闻媒介向社会大众传递信息的行为和过程。新闻信息能够消除人们对周围情况变化的不确定性,并且为人们的行为和决策提供参考。因此,新闻的信息传播功能以满足人们的信息需要为出发点和归宿点。

事实是信息传播的实质内容和要素。在传播过程中,事实总要表现为一定的物质形式,旨在显示事物的存在状态与变化趋势,具有客观性。信息传播是客观事实以物质形式的流通过程,其传播目的是为了满足不同人们对信息的需要。由此可见,信息传播是一种客观行为。

综上所述,新闻宣传是一种主观行为,信息传播是一种客观行为。认清两者之间的区别关系,有助于我们进一步考察中俄当代传媒的新闻宣传功能和信息传播功能。

二、中国当代传媒的新闻宣传功能

(一)新闻宣传是中国新闻事业的核心功能

从中国新闻事业的产生和发展历程来看,新闻的宣传功能一直占据着重要地位。早在革命时期,党报就被当作宣传工具,在宣传党的路线、方针、政策中发挥了重要作用。直到今天,新闻宣传功能依然是中国新闻事业的核心功能。

与以往相比,当代传媒宣传功能的内涵虽然有了进一步的延伸,但是这种功能的实现不再是简单说教,而是通过反映、影响和引导舆论来完成,其中舆论导向的作用最为明显。

正确引导社会舆论是中国当代传媒宣传功能的重要体现。正如胡锦涛主席在2003年12月全国工作会议上所说:“新闻工作要牢牢把握正确的舆论导向,坚持团结稳定鼓劲、正面宣传为主的方针,唱响时代主旋律,在全社会形成和发展积极健康的主流舆论。”^[5]宣传功能的发挥离不开新闻媒体。中国媒体属于党和政府的喉舌。鉴于此,中国新闻媒体必须坚持宣传功能,只有在无条件完成宣传任务的前提下,才能履行其他如信息沟通、提供娱乐、传播知识、舆论监督等方面的职能,这是中国新时期新闻改革的硬性要求。

要想更好地发挥当代传媒的宣传功能,必须严格遵循新闻规律,在新闻规范操作的前提下,适当地进行新闻宣传。所谓适当,第一是有理,即有足够的新闻信息可以作为载体;第二是有利,即新闻信息的价值指向对宣传者意欲宣达的观点有益;第三是有节,即宣传的力度与新闻信息的承受量相宜,两者平衡。^[6]

(二)中国当代传媒的宣传特点

1. 以正面宣传为主

正面宣传是中国当代传媒宣传功能的一个显著特点。以正面宣传为主,即新闻传播机构及其新闻工作者着力去宣传报道,鼓舞和启迪人们发展社会生产力,坚持四项基本原则、坚持改革开放,推进社会主义民主和法制建设,加强社会主义精神文明建设,热爱伟大祖国和弘扬民族文化,维护国家统一和民族团结,为推动世界和平与发展而斗争。^[7]

“正面宣传”被认为是中国记者的行动指南。

这项新闻政策近半个多世纪以来一直没有什么改变。^[8]坚持以正面宣传为主,目的是为了正确地发挥新闻的舆论导向功能,即通过传播正确舆论,正确指导人民群众思想和行动。

实践证明,新闻既要讴歌伟大的成就,也要对存在的问题展开批评;既要赞颂时代的壮举,也要对消极丑恶现象进行揭露。但是,正面宣传必须占主导地位,批评与揭露性的报道只能占次要位置,并且要十分注意把握分寸。^[9]

2. 突出典型报道

典型报道是指对具有普遍意义的突出事物的强化报道和宣传。典型报道是中国新闻宣传工作的有力武器和重要手段,是发挥新闻媒介舆论引导功能的有效形式。

典型人物是时代精神的集中体现者和践行者。通过对典型的报道和挖掘,宣传党的方针、政策,弘扬社会正气和良好道德风尚,是中国新闻报道的一大特色。在中国面临重要战略转型时期的今天,典型报道对于弘扬主旋律,构建和谐的社会舆论环境,起着重要作用。

3. 加强政策指导与动员

党和政府是政策的实际制定者,但政策的落实,不仅需要党和政府的努力,更离不开人民群众的支持与配合。党和政府的某些政策制定以后,需要广大干部群众很好地贯彻执行。这就需要新闻媒介通过宣传报道及时加以引导,以帮助干部群众尽快地认识和把握这一政策的精神实质,以及贯彻执行的措施和方法。^[10]

在当代中国的政策宣传中,一个富有特色的政治传统形式是,对于中央出台的特别重大的政策,往往会在一段时间内,通过组织化的程序调动大量的媒体资源,进行大规模的政策动员。^[11]

4. 实施热点引导

热点引导,即对人们普遍关注的事件和问题,集中时间和版面进行报道,并对社会舆论加以积极引导的一种报道方法。所谓“热点”,是指人们热切关注的要点,具有广泛的社会性和较大的集中性,能够调动人们关注和参与的热情。^[12]

近年来,中国新闻传媒在政策宣传方式和效果方面的进步,在某种程度上与“热点引导”宣传

观念的提出有很大关系。以“引导”的方式来对待社会问题和社会舆论,反映了党、政府和新闻媒介在传播观念上的进步,即不再是仅仅从党和政府的政策出发,以灌输式的宣传为主要传播方式,而是着眼于公众关心、舆论关注的问题,在此基础上追求政策宣传——公众认同的良性循环。^[13]

(三) 中国当代传媒功能的发展趋势

改革开放以后,中国新闻领域进行了前所未有的改革,新闻功能由单一的宣传转向多元化。对中国新闻事业社会属性的重新认识是新闻功能发生转变的重要原因。新闻事业既属于上层建筑范畴,又属于信息产业。随着市场经济体制的逐步建立和完善,新闻事业显示出了强大的经济力量,成为市场经济中能够创造经济效益的重要组成部分。

“事业性质,企业管理”是上述双重属性在当前中国新闻事业中的外在表现形式。这一模式在保证中国新闻事业作为党和政府、人民喉舌的根本性质的同时,也保持了新闻事业双重属性的张力,有利于协调发挥新闻事业的多重功能。^[14]

新闻事业实行双轨制,事业单位企业经营这种新型模式,有利于新闻传媒的经营管理体制冲破旧有模式。从重视宣传忽视经营,转变为新闻传播为主兼顾经营,新闻媒介实行自主经营模式。国家对新闻媒介的调控手段从过去单纯的行政调控,转变为行政调控与利益调控兼顾。^[15]

近年来,随着政府将传媒业作为重点发展的文化产业,并加大扶持力度,传媒业的市场化进程进一步加快。随着传媒市场化程度的加深,必然会带来新闻改革不断推进,新闻功能以新闻宣传为主,集信息传播、娱乐教育、舆论监督等于一身的趋势将进一步增强。

综上所述,中国新闻事业以宣传为基本功能,在宣传党和国家的重大方针政策,正确引导社会舆论等方面发挥着重大作用。当代传媒宣传功能主要是通过反映、影响和引导舆论来完成。

改革开放以来,伴随着社会政治和经济结构的不断调整,中国当代传媒功能发生了重大转变,从以往单一宣传功能逐渐转向以宣传为主,集信息传播、娱乐教育、舆论监督等多重功能于一身。

随着政府扶持力度加大,传媒业市场化进程加快,这一发展趋势日益显著。

三、俄罗斯当代传媒的信息传播功能

(一) 信息传播是俄罗斯当代传媒的核心功能

苏联解体后,俄罗斯的新闻功能发生了根本性的变化。传媒职能从隶属于政府机关的宣传机构转换成为一个信息流通的独立阶层,新闻的基本功能从单一宣传转变为信息传播。^[16]

俄罗斯传媒信息传播功能的确立,主要由下列原因促成。

1. 西方自由主义“传播”概念的引入

20世纪90年代初,西方自由主义价值观在俄罗斯得到广泛传播。与此同时,西方自由主义新闻理念被引入,强烈冲击着信息即新闻、新闻即传媒全部功能的观念,大大拓宽了传媒概念的范围。随着私有化和市场化在传媒领域的逐步实现,“信息产业”“信息产品”被人们理解和接受,信息传播过程具有工业和商业双重属性。^[17]这对俄罗斯大众传媒产生了重大影响,促使传媒的社会角色发生了根本性改变:从以往的宣传者转变为信息传播者。

2. 媒体自身生存发展的必然选择

苏联解体后,俄罗斯传媒经营的所有权走向多党化、多元化和私有化,大众传媒从国有化快速转型为私有化与市场化,其结果是除国家通讯社伊塔尔—塔斯社与中央政府机关报《俄罗斯报》由中央预算补助之外,其他媒体都自负盈亏,不再享有政府的任何财政支持,媒体的生存受到了较大冲击。^[18]生存的压力迫使这些媒体开始寻求新的经济支撑点。

与此同时,随着市场越来越成为左右人们经济生活的巨大力量,人们面临的竞争压力增大,对信息的需求也就更强烈。这样,对受众信息需求的满足便成为新闻媒介自身生存发展的必然选择。^[19]

俄罗斯传媒的信息传播功能被确立为首要功能,以提供新闻信息为核心,提倡新闻的时效性和客观性,只要是受众感兴趣的就是最好的,就是应该报道的,使受众的知情权得到最大限度的满足,从而扩大信息销售,获得经济效益。

(二) 俄罗斯当代传媒的宣传功能

俄罗斯当代传媒的首要功能是信息传播,这是毋庸置疑的,但并不是说在俄罗斯不存在新闻宣传。尽管“宣传”一般和社会主义国家的媒体联系紧密。但是转型时期的俄罗斯传媒在担负信息传播功能的同时,也承担着一定的宣传功能。这从普京执政期间对媒体重新整肃的初衷中就能看得出来。

普京在2000年执掌俄罗斯之后,逐步确立了政府资本独大的新垄断形势,使俄罗斯传媒逐渐成为政府的宣传机器,在多数情况下扮演政府的喉舌角色,引导社会舆论,服从国家利益。可以说,俄罗斯传媒宣传功能的体现与发挥是权力集团——俄罗斯政府竭力推动的结果。

除此之外,俄罗斯媒介集团及新闻工作者也是宣传链条上重要的一环。转型之后的俄罗斯新闻界推崇的是西方式新闻自由,许多新闻工作者一方面认为自己是中立地服务于公众,不再受制于政府宣传模式的约束,可以自由进行新闻传播活动。另一方面,尽管俄罗斯的新闻记者已不再受雇于政府,但是一旦他们被指派任务,就会习惯地戴上官方消息来源的坚固枷锁,依照官方的调子进行报道,不得不在某些问题上沦为政府的“传声筒”。^[20]

进入21世纪以来,俄罗斯媒体摆脱了传媒寡头的控制,迈进了国有化时代。政府加强了对广电和报业的管制,严禁媒介损害国家利益,规定媒介有义务宣传俄罗斯政府的对外政策与反恐政策。

在新闻实践中,俄罗斯传媒的宣传功能以一种更加隐性的形式来体现,传播者往往把自己的思想倾向和立场隐匿于事实之中,以达到客观宣传目的。

俄罗斯传媒的宣传功能具体表现在以下方面:

1. 总统大选中的宣传

俄罗斯传媒的宣传功能在总统大选期间发挥到极致。早在俄罗斯首任总统叶利钦于1996年争夺第二届连任之时,俄罗斯国家电视台曾不遗余力地把叶利钦称为俄罗斯改革之父、民主之父,极力博取民众对叶利钦的支持,最终促成叶利钦蝉联俄罗斯总统。

在普京竞选期间,大众传媒也发挥了重要的宣传功能。在2000年总统选举即将到来时,普京开始不断利用国家媒体替他宣传,其中用得最频繁的就是俄罗斯国家电视台。该电视台时而报道他在各地的出访,时而显示他强壮的体魄。^[21]借助各类媒体的强大报道声势,普京向公众宣传自己的政治主张,其勤政亲民的形象深入人心,最终赢得大选。2008年梅德韦杰夫当选俄罗斯总统和2012年重新就任俄罗斯总统的普京,无不是借助大众传媒的宣传造势。

2. 车臣战争中国家利益至上的新闻宣传

车臣战争是一场俄罗斯主权国家中央政府进行的反分裂、反恐怖的国内战争。在第一次车臣战争期间,由于俄罗斯新闻媒体与政府对立,在全国掀起反战浪潮,导致政府的军事行动因缺乏民众支持举步维艰。1998年第二次车臣战争爆发后,俄罗斯政府吸取上次车臣战争的教训,对战争中的新闻宣传予以高度重视,确立了国家利益至上的报道原则,为俄军和政府发布政策、鼓舞士气,形成了强大的宣传攻势,为赢得战争胜利营造了有利的舆论环境。

战争期间,面对西方媒体的指责,俄罗斯媒体与西方媒体就车臣战争和媒体报道的客观性进行辩论。这场辩论突出体现了俄媒体在战争问题上与政府一致性和国家利益至上的报道原则。^[22]

(三) 俄罗斯当代传媒功能的发展趋势

俄罗斯传媒经历了一系列的改革与调整,新闻功能从最初纯粹的信息传播逐步转向可控传播。

从1991年到1998年,是俄罗斯新闻改革的第一个阶段。俄罗斯新闻媒体处于自由发展和无政府状态中,信息传播功能得到前所未有的重视,成为新闻传媒的主要功能。新闻界追崇西方自由模式,新闻自由得到无限放大,俄罗斯金融寡头们在媒介私有化过程中拉开了“圈地运动”的序幕。

到90年代后期,俄罗斯媒介市场被新出现的金融工业集团瓜分完毕。其中,七大金融寡头掌控了俄罗斯所有的电子媒体和大部分报刊。传媒大王古辛斯基和别里佐夫斯基几乎控制了俄罗斯70%的媒介市场。为了巩固和扩大自己的经济利益,他们利用手中的媒体,操纵舆论,影响社会经济和政治生活,干预政府决策,左右民众政治情

绪。^[23]俄罗斯新闻界处于一片混乱状态。

从1998年起,俄罗斯政府开始调整政策,加大了对媒介的控制和影响,俄罗斯新闻改革进入第二阶段。2000年普京上任之后,他强调“媒体中央集权”的理念。一方面,开始着手打击利用媒体跟政府作对的寡头势力,用国有资本夺回传媒控制权,形成政府控制主要媒体,影响大多数媒体的局面。^[24]另一方面,政府扩大全俄罗斯国家广播电视公司的职权,使其在发挥政府喉舌功能的同时,负责监督、管理地方电视广播公司。

经过一系列改革措施,俄罗斯政府收复了国家的主要媒体,并且利用这些主流媒体进行信息控制和舆论引导,俄罗斯传媒功能的可控性逐渐得到增强。2004年别斯兰人质事件中,政府对新闻报道的控制就充分证明了这一点。尽管在这次事件中,政府用行政手段处理新闻报道的做法,曾引起许多新闻媒体的强烈反应,但普京的态度和做法则充分显示了政府加强对传媒控制的决心和努力。

随着政府对传媒控制力的不断加强,俄罗斯当代传媒功能的发展趋势是:由纯粹的信息传播功能转向可控传播与宣传功能。

综上所述,俄罗斯独立初期,信息传播成为俄罗斯当代传媒的首要功能。这种功能既是俄新闻界接受西方自由主义理念的结果,也是媒体自身生存发展的必然选择。

当然,转型时期的俄罗斯传媒在承担信息传播功能的同时,也肩负着一定的宣传功能,这不仅是俄罗斯政府竭力推动的结果,与俄罗斯媒介集团及新闻工作者也有很大关系。宣传功能在俄罗斯总统大选期间和车臣战争期间得到过充分表现,对舆论引导发挥了重要作用。

四、中俄当代传媒新闻宣传与信息传播功能比较

(一) 中国的新闻宣传与俄罗斯的信息传播有本质区别

1. 传播过程不同

新闻宣传首先是一种主观行为,在信息产生以后进行,通过宣传某种思想、观点和看法来影响受众,目的在于影响客观现实,达到某种效果和目的。由此可见,中国新闻宣传的过程是从主观到客

观的。^[25]从主观宣传意图出发,借助新闻事实说话,进而促成客观结果是中国新闻宣传的全过程。

信息传播的基础是信息,具有客观性,在信息传播活动后产生主观效果。由此可见,俄罗斯的信息传播是一个从客观到主观的过程,与中国和苏联时期的新闻宣传过程正好相反。

苏联时期新闻事业的核心就是宣传社会主义事业,弘扬先进,针砭落后与丑恶。新闻媒体根据国家不同时期的建设需要,从主观角度出发,选择并树立起先进人物和宣传先进事迹,作为全国人民学习的楷模,以期达到形势所需要的客观结果。

由此看来,中国的新闻宣传与苏联的新闻宣传如出一辙,都是在为社会主义建设鼓劲。由主观出发,为社会主义事业建设服务,传播效果可以控制。这与当代俄罗斯所奉行的信息传播过程截然不同,虽然在报道事实的立场上可以保持客观,但是对传播所引起的主观效果则无法预料。

戈尔巴乔夫所发起的“新闻自由化”运动,促使苏联晚期新闻媒介由新闻宣传转向了信息传播,在揭露苏联历史黑暗面和现存体制缺点的同时,直接动摇了苏联社会主义的根基。这是中国新闻媒介引以为戒的教训。

2. 主体倾向性不同

中国新闻宣传的主体倾向性十分明确,即中国共产党执政为民,全心全意为人民谋福祉。这是执政党自身的利益所在,新闻宣传正是要实现这种自身利益的手段。所以,新闻宣传不仅符合中国政治方针,而且无条件地服从党和国家的需要。

俄罗斯信息传播以报道事实、传递信息为出发点和落脚点,而事实、信息是一种客观的物质形式,因此信息传播功能的主体倾向性不明确,其核心是信息。

苏联时期,新闻媒体是政府的喉舌,宣传什么,不宣传什么,都是紧紧围绕国家建设需要进行。这与中国目前新闻宣传的主体倾向相同,即新闻宣传的主体是政府,始终为国家政治服务。俄罗斯推行的信息传播功能则缺失主体倾向,游离于政府管辖之外,所传播的信息时不时对政府构成威胁,影响政府执政威信,破坏国家政治,这是中国新闻事业所不能犯的错误。

3. 内容选择及信息容量不同

新闻宣传是建立在事实基础之上的,事实是

其开展报道和评论的基础和依据。但新闻事实的选择和表现必然有一定的倾向性和局限性,围绕宣传主题,服务于宣传目的,这在某种程度上会影响某些事实信息的精确度,削弱内容选择的随意性,缩小信息容量。中国的新闻作品所选择的事实并非新闻的主要传播内容,而是把寓于事实之中的观念当作真正的传播核心。这在宣传时代楷模的新闻报道中屡见不鲜,成为中国新闻宣传的一大特色。

俄罗斯信息传播以信息为主要传播内容,以受众信息需要为出发点,重在服务。因此,俄罗斯的新闻作品所包含的信息容量较大,内容选择空间不受任何限制。但是,这种传播是发散式的传播,缺失明确传播目的。

苏联时期的新闻宣传不是以信息传播为主要目的,而是以维护党性原则、对群众实施政治动员、组织和教育为核心,在各个历史阶段都突出其政治宣传功能,创造出辉煌的社会主义伟业。从这个立足点来观察中国的新闻宣传,可以发现后者不仅传承了前者新闻宣传的精髓,而且还创造了具有典型中国特色的新闻宣传模式,即新闻宣传与信息传播并重。

这种特色不仅突破了苏联新闻宣传的单一模式,也有别于俄罗斯传媒纯粹的信息传播,在信息量上不仅有利于贴近现实,在宣传内容选择上更有利于把握全局,服务国家政治。

综上所述,中国的新闻宣传与俄罗斯的信息传播在传播过程、主体倾向性、内容选择及信息容量等方面存在较大差异。俄罗斯追求的信息传播与苏联时期的纯粹新闻宣传相比是发展与进步,但是一味固守信息传播,新闻媒介将无法实现为国家政治服务的功能。实践证明,中国的新闻宣传模式更适合中国社会主义建设。

(二) 中俄传媒新闻宣传的特点不同

1. 新闻媒体的主体自觉性不同

新闻宣传是中国新闻事业的一贯传统和主要任务。尽管改革开放后的新闻功能不再以单一宣传为主要特点,但新闻宣传的主导地位并未改变。因此,作为新闻宣传的主体,中国新闻媒体的自觉性更强。

信息传播是俄罗斯媒体第一选择。只有提供大量信息满足受众信息需求,才能为媒体带来经

济利益,为生存发展提供经济支撑。在这种情况下,俄罗斯传媒宣传功能的体现与发挥并非媒介本义,而是受制于国家新闻政策或者特定集团利益;在一定时期和特殊条件下也进行新闻宣传,并非出于媒介集团本身追求经济利益的主动选择,而是被动选择。

苏联新闻媒介的主人是执政党和政府,主动进行新闻宣传是媒介的本义。与苏联新闻宣传的功能相比,俄罗斯的新闻宣传则失去了政党和政府的政治执政功能,只是临时性发挥作用,缺乏持久性。

因此,作为宣传主体,中国新闻媒体继承了苏联的新闻宣传功能,始终秉持党中央的意志,自觉服务于政府,服务于国家利益。俄罗斯媒体则失去了国家政治功能,处于财团和利益集团的控制之中,其新闻宣传处于被动地位。

2. 舆论引导区别较大

“正面宣传为主”是中国新闻宣传的原则和显著特征,通过对主流价值观和社会主旋律的宣传,正确指导人民群众思想和行动,发挥新闻的舆论导向功能。典型报道和热点引导是中国新闻宣传的有效手段。通过对人们普遍关注的热点问题集中报道,并加以积极引导,是新闻媒介引导舆论的一种常用报道方法。

虽然社会舆论在俄罗斯政治、经济和社会生活中同样有着举足轻重的作用,俄罗斯政府也千方百计地利用新闻媒体加强对舆论的控制和引导,但相对而言,所发挥的舆论引导功能不明确,特点不显著。

新闻宣传在苏联的舆论引导方面一直发挥着强大的功能。这种舆论引导无论是在十月革命之后的苏俄时期,在第二次世界大战反法西斯战争中,还是在战后重建以及苏美对峙和核危机当中,都曾发挥过重要作用。

中国新闻宣传所奉行的原则和舆论导向功能与苏联时期相比,两者相同。与当代俄罗斯的新闻宣传相比,则完全不同。俄罗斯没有继承苏联新闻宣传的优良传统,中国新闻宣传对舆论的引导优于俄罗斯的舆论引导。

3. 政策宣传有所差异

中国新闻媒体肩负着政策宣传的重要任务。宣传党和国家的方针政策,保持政令畅通、上情下达是新闻宣传功能的主要方面。更重要的是,中

国政府在重大政策出台之后,往往要集中大量媒体资源在全社会进行广泛的政策动员,号召人民群众积极贯彻执行,这已成为富有中国特色的政治传统。

对于俄罗斯政府而言,政策宣传也十分必要。在政策制定之后,政府通常会利用新闻媒体在全社会进行广泛宣传,将政策告知公众,并做出解释和说明,以取得公众的理解与信任,保证政策的顺利实施。但是,由于受经济基础和社会环境的影响,俄罗斯新闻宣传功能有一定局限性,在进行政策动员方面显得力不从心。

政策宣传一直是苏联新闻媒介的重要任务之一。从对“新经济政策”的宣传开始,第二次卫国战争中所实施的各种政策、战后重建政策,到勃列日涅夫时期的苏美争霸政策等,都无不彰显出媒介对苏共和政府所颁布实施政策的大力宣传,自觉发动人民支持和拥护执政党的号召。

可以说,政策宣传是苏联媒介的政治任务。中国新闻媒介所承载的政策宣传功能与苏联时期的相同。与苏联媒介注重政策宣传相比,俄罗斯媒介并没有将政策宣传当作一项政治任务来重视。

总之,在政策宣传方面,中国不仅表现为政策告知,更侧重政策指导与动员,俄罗斯则主要表现为政策发布与告知。

(三) 中俄当代传媒功能的发展趋势不同

中国传媒功能的调整与变化是改革开放以来,在市场经济体制的直接影响和推动下进行的,传媒进入市场,成为独立的经营实体。传媒功能不再是单一宣传,而是逐渐向以宣传为主,集信息传播、娱乐教育、舆论监督等为一身的转变,呈现出更为多元化的特点,开放性、包容性更强。

相比较而言,俄罗斯传媒功能则经历了一个由放到收的发展过程,从初期的信息传播为主逐渐转变为可控传播。俄罗斯独立初期,受政治、经济制度的变迁影响,导致传媒不再是国家的宣传机构,在私有化、商业化浪潮下政治功能弱化,信息传播成为传媒的主要功能。随着普京政府对传媒一系列控制手段的实施与加强,传媒功能渐渐从纯粹的信息传播走向可控传播。显然,这其中政府的力量发挥了很大的作用。

由此可见,中国传媒功能的发展趋势呈现由收到放的特征,开放性不断增强;俄罗斯传媒功能

则表现为由放到收的功能趋势,开放性有所减弱。

五、结语

考察结果表明,中俄传媒的新闻功能定位与传播效果不同。中国的新闻宣传从主观宣传意图出发,借助新闻事实说话,进而促成客观行为产生。俄罗斯的信息传播是一个从客观行为到主观意见的过程。

在政策宣传方面,中国不仅表现为政策告知,更侧重政策指导与动员,俄罗斯则主要表现为政策发布与告知。中国传媒功能的发展趋势呈现由收到放的特征,开放性逐步增强;俄罗斯传媒功能则表现为由放到收的趋势,开放性明显减弱。

通过比较中俄当代传媒的新闻宣传与信息传播功能,我们发现了俄罗斯当代传媒由全盘自由化重新走向国家化的发展经验和教训。我国新闻事业不管如何进行改革,也不论 WTO 规则对我国新闻事业造成多么严峻的挑战,我国新闻事业都必须坚守党性原则,严格遵守宣传功能。俄罗斯传媒事业的昨天和今天,为我们树起了一面警示镜。

[参考文献]

- [1] [3][6] 童兵. 界定“新闻”和“宣传”[J]. 新闻与写作,1995(2).
- [2] 甘惜分. 新闻理论基础[M]. 北京:中国人民大学出版社,1982:50.
- [4] 胡锦涛. 在全国宣传部长会议上的讲话[Z]. 2002-01-11.
- [5] 胡锦涛. 在全国宣传思想工作会议上的讲话[Z]. 2003-12-05.
- [7] 童兵. 理论新闻传播学导论[M]. 北京:中国人民大学出版社,2000:133.

- [8] 李希光. 畸变的媒体[M]. 上海:复旦大学出版社,2003:270.
- [9] 童兵. 中西新闻比较论纲[M]. 北京:新华出版社,1999:348-349.
- [10] 郑保卫. 当代新闻理论[M]. 北京:新华出版社,2003:419.
- [11] 汪凯. 转型中国:媒体、民意与公共政策[M]. 上海:复旦大学出版社,2005:157.
- [12][13] 童兵. 马克思主义新闻经典教程[M]. 上海:复旦大学出版社,2002:272-273.
- [14] 李良荣. 新闻学概论[M]. 上海:复旦大学出版社,2003:105.
- [15] 丁柏铨. 中国当代理论新闻学[M]. 上海:复旦大学出版社,2002:98.
- [16] [18][21] 吴非,胡逢瑛. 转型中的俄罗斯传媒[M]. 广州:南方日报出版社,2005:41,35,248.
- [17] 李玮. 转型时期的俄罗斯大众传媒[M]. 上海:上海外语教育出版社,2005:103-104.
- [19] [23] 梅琼林,国秋华. 社会转型与俄罗斯新闻传播观念的嬗变[J]. 上海交通大学学报,2003(1).
- [20] 刘建明. 西方的新闻宣传观念[J]. 新闻爱好者,1996(11).
- [22] 文武英. 新闻宣传与国家利益[J]. 中国记者,2000(5).
- [24] 刘笑盈. 中外新闻传播史[M]. 中国传媒大学出版社,2006:427.
- [25] 张举奎. 中俄现代传媒文体的比较研究[M]. 河南大学出版社,2006:291.

(责任编辑:朱德东)

On News Publicity and Information Dissemination of Contemporary Media between China and Russia

ZHANG Ju-xi

(Media Research Institute, Henan University, Henan Kaifeng 475001, China)

Abstract: News publicity is the core function of China news cause and information dissemination is the chief function of contemporary Russian media. Research shows that there is essential difference in disseminating process, main tendency and contents selection of news publicity and information dissemination between the media of the two countries, based on this, the characteristics of news publicity and the developing trends of contemporary media functions between the two countries are different.

Key words: news publicity; information dissemination; media of China and Russia; propaganda function; media function