

政治

转型前苏联大众传媒与政治传播

许华

【内容提要】苏联后期，以“公开性”、“民主化”为指导思想的政治体制改革引发了媒体的转型与重新定位。伴随着政治上从一党执政过渡到党政分离、多党制、自由选举和总统制的模式，苏联的新闻理论、传播主体、传播内容、传播渠道乃至媒体的经营管理和受众定位等因素也不断演变，催生出了以民主化、公开性和舆论多元化为特征的传媒体制。在新的政治传播格局中，大众传媒属于苏共专有的垄断局面被改变，以党报党刊为核心的苏联传媒体系开始崩溃，而境外媒体的渗透与和平演变，更加剧了社会动荡，催化了政权的更迭。

【关键词】政治传播 大众传媒 苏联解体

【中图分类号】D73/77.512.4【文献标识码】A

【文章编号】2095-1094（2016）02-0069-0008

十月革命以后，在列宁主义指导下，苏共创建了一套完整的思想宣传和大众传媒体系。一直到20世纪80年代中期，苏联的传媒体制在传播马克思主义理论、增强社会主义意识形态的吸引力和苏联社会的凝聚力方面发挥了非常重要的作用。但是，随着社会历史条件的演进和新的传播形式的出现，原有的简单化、教条化和公式化的宣传方式严重阻碍了苏共的政治传播能力。1985年，戈尔巴乔夫上台开始进行经济政治改革，推行“公开性”、“民主化”和“新思维”战略，引发了媒体的转型与重新定位，开启了苏联政治体制和传媒体制急速变化的进程，大众传媒经历了一场巨变。伴随着政治上从一党执政过渡到党政分离、多党制、自由选举和总统制的模式，苏联的新闻理论、传播主体、传播内容、传播渠道乃至媒体的经营管理和受众定位等因素也不断演变，催生出了以民主化、公开性和舆论多元化为特征的传媒体制。

一、苏联传媒理论的演变

长期以来，苏联新闻理论植根于马列主义的宣传观，这一新闻理论的重大特征是“喉舌论”、“工具论”、“导向论”。媒体被视为统治阶级用来传播意识形态的工具，而非具有自主性的组织体系。媒体是无产阶级和社会主义的新闻事业，必须坚持无产阶级革命和社会主义建设的方向，必须用正确的舆论引导自己的受众沿着正确的方向前进。党性原则是马克思主义新闻学的根本原则。列宁在《党的组织和党的出版物》一文中，明确提出了新闻事业应当是由马克思主义政党领导的整个社会主义事业的一个组成部分，指出“报纸应当成为各个党组织的机关报”，“应受党的监督”^①。

^① 冯健主编：《中国新闻实用大词典》，新华出版社1996年版，第11页。

【作者简介】许华，中国社会科学院俄罗斯东欧中亚研究所副研究员。

正是在这种思想的指导下,苏联媒体被打造成宣传苏共政策方针的喉舌,具有鲜明的政治主张和政治倾向。“大众传媒”在苏联被称作“大众信息和宣传工具”(средство массовой информации и пропаганды 简称СМИП),突出其进行政治宣传而非传播信息和娱乐大众的职能。“苏联媒体的首要任务是履行思想功能和组织功能,而文化娱乐功能则退居其后。”^①有关“宣传”的定义也被高度政治化:“广义来说,宣传是指在社会上传播和推广政治、哲学、科学、艺术思想,狭义的理解是指政治理念和意识形态的传播。宣传的目的是在受众心中构建某种特定的价值观体系。”“共产主义宣传的主要内容是传播马列主义,教育、培养和组织群众是其主要目标。宣传是党在革命斗争、建设和更新社会主义的过程中采取的一种统治手段,其基本原则是科学性、党性、公开性、实事求是和密切联系生活。”^②

苏联新闻理论的简单化、教条化和公式化一直为人所诟病。这种依靠书报检查制度的行政压力和强制手段、片面强调新闻媒体“喉舌”功能的传媒体制,到了20世纪80年代则被视为造成社会“停滞”、阻碍社会发展的因素之一,成为改革的对象。1987年,当经济领域的改革出现问题和困难时,戈尔巴乔夫把改革目标转向了政治领域和传播领域。他修正了此前的传媒“喉舌论”思想,推行“公开性”,试图把媒体打造为阻止保守势力对重大改革进行“本能反抗”的政治力量^③。戈尔巴乔夫认为:“造成党和国家思想和行动停滞不前的许多保守主义现象、错误和失误,是与缺乏反对派、缺乏不同意见有关。在当今社会发展阶段,我们的报刊可以成为独特的反对派。”^④主管苏联中央宣传部和舆论工作的苏共政治局委员亚·雅科夫列夫则提出“镜子论”的说法,主张放弃苏共对舆论工具的垄断权力,允许马克思主义以外的各种思想和意见自由存在和传播。此后,苏联媒体从形式到舆论导向都发生了极大变化。

1986年,在苏共二十七大纲领修订本和苏共章程中,尽管苏共还是“遵循马克思列宁主义学说”的政党,但“大众信息和宣传工具”(СМИП)的“宣传”一词已被去掉,更改为“大众信息工具”(СМИ)。1988年的苏共第十九次代表会议后,苏共不再以马克思列宁主义作为唯一的指导思想,其思想基础变成了包含马克思列宁主义、民主社会

主义、人道主义哲学和基督教学说的混合体。1990年,苏共二十八大通过新的苏共纲领草案,此时苏共已经变成“一个社会进步和民主改革的党,一个维护社会公正和全人类价值的党,一个主张经济、政治和精神自由的党”,其全部活动将遵循“人道主义和全人类价值”、“民主和自由”等原则。

苏共的性质和指导思想的演变自然传导至媒体领域,苏联新闻理论由此发生了颠覆性的变化,“自由报刊”、“第四权力”、“公共领域”等概念成为传媒改革中的热词。与此相呼应的是,1990年颁布的《苏联出版与其他大众传播媒体法》(Закон СССР «О печати и других средствах массовой информации», 以下简称《苏联传媒法》)在第一章第一条明确规定:“报刊及其他舆论工具是自由的”、公民有“以任何形式(包括印刷和其他大众传媒)发表意见和寻求、收集和传播信息和思想的权利”,“舆论不受检查”^⑤。在苏联历史上,《苏联传媒法》可谓具有划时代意义的法律,它标志着苏共放弃了在宣传领域的控制权。更重要的是,该法赋予苏联传媒全新的职能,奠定了苏联(俄罗斯)传媒转型的理论基础,确定了未来俄罗斯传媒的发展方向。

二、苏联大众传媒管理体制的演化

在苏联几十年的历史上,个人和一般社会组织不被允许也不具备创办媒体的条件,媒体创办权和管理权都集中在党和国家的手中。苏共和苏联政府分别设有专门的媒体管理机构:苏共中央宣传部曾设有报刊司、报刊和出版社部、出版局等,苏联政府也设有从国家出版局、苏联国家出版印刷发行委员会到苏联部长会议国家出版、印刷、图书贸易委员会等不同名称的机构。事实上,由于坚持党性是苏联媒体的首要原则,传播领域的领导权一直集中在苏共手中。在苏联的不同时期,媒体管理机构

① [苏]E. 普罗霍罗夫等:《新闻学概论》,赵水福、郑保卫、许恒声译,新华出版1987年版,第86—89页。

② Советский энциклопедический словарь, Гл. Ред. А. М. Прохоров, М.: Сов. Энциклопедия, 1989, С. 1080.

③ [美]大卫·科兹、弗雷德·威尔:《来自上层的革命——苏联体制的终结》,曹荣湘等译,中国人民大学出版社2008年版,第70—71页。

④ Ненашев М. «Заложник времени», М.: «Прогресс», 1993, С. 351.

⑤ 苏联《真理报》1990年6月20日全文刊登戈尔巴乔夫批准生效的《苏联出版与其他大众传媒法》。

的名称有所变化,但苏共宣传部门集中管理思想文化领域的形式并没有改变,政府的出版局、委员会负责对一些出版机构进行具体的协调、监督、审批等活动。

列宁提出的关于“一切出版机构都应该服从党和国家的领导,党领导的各种机关报刊都必须由已经证明是忠于无产阶级事业的可靠的共产党人来主持编辑工作”的指示得到了很好的执行。这体现在传播宗旨上,即媒体传播必须符合党纲、党章、党的策略决议;还体现在组织上,苏共中央对媒体如同对待党委、政府机构,通过会议、文件、指令等下达目标任务,进行管理检查。媒体的职能设置、干部任命、人员编制、机构岗位、人事变更等,均由党的领导部门决定。媒体内部参照党政机构设置部门、岗位,用行政命令方法指挥传媒业务。党委、政府集媒体的所有者、举办者、运营者、管理者等多重角色于一身,统辖各级各类报纸、杂志、广播、电视等传媒事业单位。

苏共中央宣传部设立的诸如报刊司、报刊和出版社社、出版局等机构,负责制定新闻出版方面的方针、政策,用党的文件形式发给新闻出版单位,选拔、培养新闻出版干部,审查、批准新闻出版工作计划等。中央委员会机关日常“追踪”发表了些什么文章,督导员向领导报告自己的观察结果和评价,驯服听话的人得到鼓励,“爱挑刺儿”的人受到严惩^①。

苏联的媒体管理方式,尤其是书报检查制度给国家的政治、经济、文化和社会生活带来深远的影响,履行这一功能的是报刊保守国家机密管理检查总局(Главное управление по охране государственных тайн в печати)。该局曾是内务部下属机构,后归苏联部长会议管辖,实质上是苏共控制媒体的另一重要机构。管理检查总局拥有意识形态把关权,有权禁止印刷出版“不合适”的文稿,有权审查电台电视台的工作,有权暂停出版书刊或取消节目播出,有权减少发行量,有权关闭出版社并将责任领导送交法院或将案件移送政治局。管理检查总局最后成了苏联的“意识形态克格勃”,一切传媒在它面前都战战兢兢^②。

在“新思维”、“公开性”方针的指导下,苏联长期固化的传媒管理机制开始松动。1986年,苏联国家出版委员会通过了《关于扩大出版新闻自主权和完善选题计划》的决定。1988年,戈尔

巴乔夫提出“全部权力归苏维埃”的口号,媒体的管理权开始从苏共向苏联国家机关转移。1988年,报刊保守国家机密管理检查总局的审查职能被取消,成为一个有名无实的研究机构,对西方报刊的过滤与审查也被停止。1991年,管理检查总局的地位进一步降低,成为苏联信息出版部下属的“大众传媒保密局”(Агентство по защите государственных секретов в средствах массовой информации при Министерстве информации и печати СССР)。

1989年,苏共中央制定了《现代化条件下的苏联图书出版业到2005年的发展前景预测》(草案)。该设想中制定的传媒改革的有关原则,使得苏共和苏联政府对出版业的控制进一步减弱。

1990年出台的《苏联传媒法》,在“舆论工具活动的组织管理”这一章里,直接颠覆了苏共在宣传领域长期占据的领导地位。第二章第七条规定,国家机构、政党、社会组织、群众运动、创作协会等团体,宗教团体和其他团体,以及年满18岁的苏联公民都具有创办舆论工具的权利,不允许任何一种舆论工具被垄断。第二章第十条规定,“企业、社会组织、教学和科研机构有权不经登记,即可出版和传播其必需的信息资料 and 文件。通过技术手段制作不供公开传播,或作为手稿复制的印刷品、视听制品无须登记”;“印刷品发行量不足1000份的媒体无须注册登记”。社会组织获得更多的传播自由,实质上为传播领域的“去苏共化”潮流开启了闸门,苏联的大众传媒不再是社会主义宣传的独家阵地,苏共作为传媒头号管理机构的地位就此丧失。自此,反对派政党、社团组织和国际上的反苏反共势力可以充分利用传媒这一政治斗争工具,通过创办媒体结成反党反社会主义的舆论阵营。

此外,《苏联传媒法》还给予报刊创办者、编辑部、创办人充分的自主权,包括生产经营权、人事任免权、发稿权,规定政府不得干预。主编的地位得到极大的提升,可以公开对抗来自苏共和政府的指示。改革后期,一度主管宣传工作的瓦·梅德韦杰夫承认,任凭他怎样打招呼,一些出版社和杂

① [俄]米·谢·戈尔巴乔夫:《戈尔巴乔夫回忆录(全译本)》,述强等译,社会科学文献出版社2003年版,第380页。

② 李玮:《转型时期的俄罗斯大众传媒》,上海外语教育出版社2005年版,第15—16页。

志社仍我行我素，公开发行包括索尔仁尼琴等作家的“禁书”。1988年底，《论据与事实报》刊登了一则关于戈尔巴乔夫已经不是国内最受爱戴的政治人物的调查结果，编辑弗·斯塔夫科夫因此受到来自中央委员会的责难，并被要求辞去职务，但该报编委会投票决定对抗苏共中央委员会的命令，斯塔夫科夫得以留职，此事充分显示了苏共中央权威的减弱。

《苏联传媒法》正式生效两个月后，就有700多家报刊登记注册。其中除了政府、政党创办的报刊外，大部分为社会团体、各类组织和公民个人所有。与此同时，一些原先为苏共或政府所有的报刊，如《真理报》、《消息报》、《共青团真理报》、《文化报》等掀起了“去苏共化”浪潮，纷纷脱离苏共和苏联政府媒体管理机关的管辖，宣布“独立”和“自主办报”，成为社会组织或编辑记者集体所有的媒体。《消息报》取消了报头上“全世界无产者联合起来”的口号，宣布与政府机关报的地位脱钩，成为俄罗斯激进派和自由派的舆论平台。《论据与事实》周报于1990年10月重新登记后，在报纸的头版声明：“请读者注意，我们原来报头上标注的全苏知识协会主办，已经变更由编辑记者集体自己主办。”

苏共在报刊领域的影响力急剧下滑，在注册登记的报刊中，苏共掌握的仅占1.5%。新的社会组织和新政党的机关刊物，如俄联邦共产党的周刊《新生活》、俄罗斯民主党的《民主党出版物》以及《独立报》和《自鸣钟报》等私人报刊、商业报刊如雨后春笋纷纷出现，仅1990年一年就出版了1173种由各种政党和组织创办的报刊。它们通过登记注册取得了合法地位，一些还成为引领社会思潮的主流媒体^①。

媒体是政治组织、政治力量推广政治主张和影响民众的主要手段，宣传工具更是苏共执政能力的保障之一。戈尔巴乔夫时期媒体改革的进程，也是苏共对媒体的管控从放松到主动放弃领导地位的历程。长期以来大众传媒属于苏共专有的垄断局面改变了，以党报党刊为核心的苏联传媒体系开始崩溃，多元化报刊管理方式逐渐形成。

三、政治传播变局与苏联解体

大众传媒是政治传播的主要载体，是政治信息

得以有效传播的主要渠道。苏联后期的大众传媒转型，一方面，打破了原有的政治传播模式，改变了长期以来政治表达渠道不畅和公民政治参与受限的局面，苏联民众参与政治的广度和深度都得到增强。另一方面，反对派得以利用开放的媒体大肆宣传自己的主张，攻击苏共和社会主义制度。在新的传媒格局中，苏联的政治传播也不再局限于传递政治信息、灌输政治思想等内容，而是成为政治力量进行政治动员最重要的手段。媒体被彼此之间存在根本利益冲突的内外几股政治力量操纵，直接参与或密切伴随各种重要事件的发生。与此同时，对境外媒体宣传限制的取消，使得境外势力长驱直入，这更加剧了社会动荡，催化了政权的更迭^②。

（一）苏共高层的内斗和媒体失控

戈尔巴乔夫提出“公开性”、“民主化”的本意，如其所述，是要改革和完善社会主义制度，但事情的发展却与初衷相违。随着改革的深入和推进，苏共中央内部对改革出现了不同的理解，这些分歧产生了摩擦、挑战和尖锐的政治冲突。戈尔巴乔夫、叶利钦、利加乔夫、雅科夫列夫等人不仅应用政治手段和政治技巧在各种会议和政治交易中维护自身利益，还利用媒体武器相互攻讦。尖锐的冲突公开表现在媒体上，引发媒体混战的同时，也使人民对苏共的领导失去信任。

戈尔巴乔夫一直重视宣传，他认为：“苏共中央在开始改革时依靠两种强大的实际力量——党的委员会和舆论工具”，希望能借助媒体来消除改革的反对力量^③。担任总书记后，他立即提拔亚·雅科夫列夫^④为苏共中央宣传部部长和中央书记处书记，并在重要媒体中进行布局。得到高层信任的叶戈尔·雅科夫列夫、柯罗季奇等分别出任《莫斯科新闻》、《星火》杂志的主编，而不同意“改革”方针的《共产党人》的主编科索拉波夫被撤职，类似情况也发生在《新世界》、《旗》、《十月》、

① Овсепян Р. П. История новейшей отечественной журналистики (февраль 1917-90-е гг.). Издательство МГУ, 1999, С. 202-204.

② 1988年，戈尔巴乔夫下令停止对自由欧洲电台和自由电台的干扰，使得这两个电台的节目能够顺利进入苏联全境。此后，更多的境外媒体不仅可以把信号传入苏联，还可以与苏联媒体合作制作节目。

③ [苏]米·谢·戈尔巴乔夫：《改革与新思维》，新华出版社1987年版，第91页。

④ 亚·尼·雅科夫列夫是苏联时期政治人物、历史学家，20世纪80年代担任苏联官员，并进入苏联共产党政治局和书记处。作为意识形态的主管，雅科夫列夫被称为“公开性”运动的奠基人、隐身于戈尔巴乔夫之后的“精神教父”，是苏共高层领导中西化、自由化的代表人物。

《民族友谊》、《青春》、《文学报》、《苏维埃文化报》等报刊编辑部。

随着改革的全面展开和“公开性”的推动,苏联媒体的传播内容发生了巨大变化。苏联大众传媒中频频出现与多年来国家舆论传播基调大相径庭的内容。报刊从批判社会现实到揭露斯大林、赫鲁晓夫等领导人,继而开始否定苏联历史与现实;苏联电视更是成为反对派与政府斗争的急先锋和新阵地。在苏联电视的政论性节目“视点”、“第五车轮”的直播现场,出现了质疑、攻击、谩骂苏共和社会主义制度的言论。从公开暴露社会普遍存在的矛盾、问题,发展到组织人们对党和政府的大政方针、对已有历史定论的历史事件和人物进行重新审视和评价,苏共和苏联政府把持的舆论控制权面临着猛烈的冲击。

亚·雅科夫列夫坦言:“改革开始后,公开性使得各种现实利益、立场、观点都暴露出来……但是目前我们尚不能很好地协调和解决彼此之间的各种矛盾和冲突,不是随时都能拥有相应的手段、机制、经验和法律,要解决这一切暂时还很困难。”^①“人们对新生活的渴望和国内复杂局势的压力交织在一起,使形形色色的观点、各种各样的情绪产生了猛烈的碰撞。国家茫然不知所措。无原则的斗争、愚昧的莽撞、对真理狂热的追求以及对自由和正义的执着追求充斥着整个国家。”^②

在苏联社会动荡不安的时候,苏共党内的舆论战和宣传战也在媒体上愈演愈烈。1988年3月13日,《苏维埃俄罗斯》报发表了尼娜·安德烈耶娃的《我不能放弃原则》一文。文章提出了哪个阶级或阶层应是改革的领导力量和动员力量,承认不承认党和工人阶级的领导地位,社会主义意识形态应占有什么样的地位和起什么样的作用等重大问题。该文起初在社会上收到良好反响,但几天后舆论风向急转,戈尔巴乔夫把这封信定性为“反对改革”。雅科夫列夫暗指这是由利加乔夫^③策划的行为:“复仇势力欲东山再起的纲领”,“问题不在于这篇文章本身,而在于对这篇文章人为的重视,而且这是党的机关,其中包括苏共中央机关所为”^④。随后雅科夫列夫组织围攻,亲自撰写文章进行舆论围剿。《苏维埃俄罗斯》报被审查,支持安德烈耶娃的来信也被禁止刊登,以《真理报》为首的媒体连续刊文,掀起了一场批判“反改革势力”的运动。这场论战一年之后,利加乔夫被解除苏共中央书记

处和意识形态方面的工作,改为负责农业政策问题。

“安德烈耶娃事件”后,苏共内部原有的分歧质变为分裂,相关政治群体抢夺媒体控制权的斗争更加激烈。1991年2月,电视台播出叶利钦的讲话,他激烈抨击戈尔巴乔夫,指责他抱有专制野心,要求他立即辞职,苏联内部两大权力相互对抗的局面显露无遗。1991年8月15日,《莫斯科新闻》报突然刊登了一直保密的新联盟条约的最后一稿。8月16日,苏联所有主要报纸都刊登了新联盟条约草案,这在社会上掀起轩然大波,民意被严重撕裂,也因此间接刺激苏共内部的保守派采取行动^⑤。

在1991年爆发的“8·19”事件中,叶利钦向手握重兵的“国家紧急状态委员会”发动进攻的角斗场,正是媒体传播领域。8月19日清晨,叶利钦来到他所工作的“白宫”,向数十名新闻记者发布了《告俄罗斯公民书》,该文迅速在苏联全国传播开来。随后,苏联中央电视台最受欢迎的新闻节目播放了叶利钦在“白宫”门口的坦克上宣读《告俄罗斯公民书》的画面,圣彼得堡市长索布恰克也通过电视发表讲话,严厉谴责“国家紧急状态委员会”的行为。苏联中央电视台的信号可覆盖苏联全境,而圣彼得堡电视台在苏联的核心区域影响极大,几乎全苏民众都接收到这一信息,支持叶利钦的集会随即在全国举行。支持“国家紧急状态委员会”的集会也在一些地方举行,但都局限在一些工厂的车间,根本没有对局势发展产生任何影响。仅仅三天,失去媒体和舆论支持的“国家紧急状态委员会”便以失败告终,而掌握了俄罗斯电视台的叶利钦一派赢得了胜利。

苏联政治的核心人物之间的摩擦、矛盾不断升级,激进改革、渐进改革和保守等各种不同的政治势力较量对抗,导致媒体的政治化更加明显。党内纷争严重削弱了苏共的凝聚力和领导力,苏共和苏联政府掌握的政治传播资源逐渐消耗殆尽。而叶利

① [俄]亚·雅科夫列夫:《“改革新思维”与苏联之命运》,高洪山等译,吉林人民出版社1992年版,第40页。

② 同上,第96页。

③ 叶·库·利加乔夫是苏共党内主张稳重改革的代表人物之一,主张在社会主义选择范围内进行改革,反对否定苏联七十年社会主义成就的观点,强调阶级斗争、共产党的领导,曾与叶利钦、雅科夫列夫等人发生多次冲突。

④ [俄]亚·尼·雅科夫列夫:《一杯苦酒——俄罗斯的布尔什维主义和改革运动》,徐葵等译,新华出版社1999年版,第195页。

⑤ [俄]罗伊·麦德维杰夫:《苏联的最后一年》(增订再版),王晓玉等译,社会科学文献出版社2009年版,第56页。

钦班子则利用传媒,并“把大众传播媒介搞成了自己那个党的喇叭筒,千方百计地压制对手的出版物”^①。在1991年6月的俄罗斯加盟共和国总统选举中,叶利钦以绝对优势击败曾任苏联总理的政坛老将雷日科夫。“8·19”事件后,叶利钦揶揄苏联克格勃主席克留奇科夫之流“缺乏远见”:“‘国家紧急状态委员会’的那些老人,根本就无法想象新的信息手段的广度和深度,伫立在他们面前的完全是另外一个国家。他们按照‘党的做法’悄悄地组织人所不知的政变,可想不到会被一场完全公开的决斗所代替。”^②

(二) 西方媒体的渗透与和平演变

美国在冷战期间的战略体系十分庞杂,围绕“遏制”苏联这一核心任务,实施和平演变战略、开展心理宣传战是美国外交界和情报界的一项重要任务。媒体是实施和平演变战略的有力武器之一,攻击苏联的社会主义制度,鼓吹西方的民主、自由,宣传西方的价值观念和生活方式,成为西方国际传播的重要内容。

美欧媒体在国际传播格局中长期领先,美联社、路透社、法新社三大通讯社是国际主流媒体,覆盖率居世界前列。此外,西方国家还分别建立起专门针对社会主义国家的新闻媒体,如美国之音广播电台、自由欧洲广播电台、自由广播电台、德意志广播电台等。这些媒体是进行文化冷战的重要武器,“承担着铁幕后的心理战的全部责任”^③。冷战中,各国政府利用媒体进行目标明确和坚持不懈的宣传活动,其激烈程度毫不逊色于“热战”。这些电台电视网都由政府提供巨额经费,设备先进,用数十种语言文字、长期持续对社会主义国家进行反动宣传。其中,美国之音以深受苏东国家人民欢迎的广播内容成为宣扬美国生活方式和美国政府政策主张的“最为人所熟知的、最直接和最熟悉的方式”,美国政府因此可以成功“穿越铁幕”,和苏联人民进行直接交流^④。

苏联问题专家是西方媒体节目的重要撰稿人,在节目中以高质量的文章向受众传播“自由”、“改革”、“民主”、“私有制”等西方观念。美国之音极力炫耀美国经济发达、科技先进、生活富裕的同时,竭力贬低苏联在各方面取得的成绩,煽动苏联听众对政府的不满,力图唤醒苏联听众对西方社会的向往。美国之音还通过各类文化节目来达到潜移默化和平演变年轻人的目的。在本土化的节目设

置中,特别关注苏联共产党内部的倾轧斗争、领导人的健康、被隐瞒不报的意外事故和灾难等消息。并针对其主要听众——青少年制作了宣传西方“民主”、“自由”、文化艺术和生活方式的节目^⑤。

此外,在苏联培植亲西方的媒体工作者,资助“持不同政见者”兴办反苏传媒机构,或者直接聘用他们到西方媒体进行反苏反共的宣传也是西方进行媒体渗透的重要方式。“持不同政见者”是西方反苏宣传的得力帮手,西方不仅引导他们撰写反苏宣传品,还雇佣部分人士到开展对苏广播的电台工作,让他们直接对苏联听众发表讲话,鼓动人们起来反对现行制度。例如涅克拉索夫、沃依诺维奇、马克西莫夫、弗拉基莫夫、多夫拉托夫等人,都曾经在自由电台工作过。由著名“持不同政见者”萨哈罗夫创办的《公开性》在巴黎用俄文发行,在纽约用英文出版,有时还用法文、德文、西班牙文进行传播。1989年9月,苏联国家广播电视委员会和一家由苏、意、法合资的公司创办了“国际文传电讯社”,很快成为叶利钦等民主派的喉舌,并在新闻影响力上超过塔斯社。事实证明,这些媒体在苏东剧变中起了很大作用^⑥。

1987年,苏联开放门户,停止干扰美国之音、英国广播公司、自由电台等西方电台的广播,并以官方途径进口大量西方报刊。西方媒体在苏联国内的受众大幅增加,其在苏联媒体空间的作用也从“渗透”、“侵蚀”上升为“舆论操控”、“话语垄断”甚至“现场指挥”。“8.19”事件中,西方媒体的报道成为许多苏联人了解事件进程的重要渠道。有意思的是,无论是在解体初期,还是时隔多年,大部分俄罗斯民众对于“停止干扰西方电台”这一举措一直持肯定的态度^⑦。与苏联对西方媒体严防死守形成鲜明对比的是,西方国家没有干扰苏联的对外广播,因为苏联在西方受众中的宣传效果较差,

① [俄]米·谢·戈尔巴乔夫:《戈尔巴乔夫会议录(全译本)》,第546页。

② [俄]罗伊·麦德维杰夫:《苏联的最后一年》(增订再版),第69页。

③ 于群主编:《新冷战史研究——美国的心理宣传战和情报战》,上海三联书店2009年版,第79页。

④ 同上,第59页。

⑤ 胡正荣、关娟娟:《世界主要媒体的国际传播战略》,中国传媒大学出版社2011年版,第76页。

⑥ 曹长盛等主编:《苏联演变进程中的意识形态研究》,人民出版社2004年版,第416页。

⑦ Горшков М., Петухов В. Перестройка глазами россиян: 20 лет спустя, <http://www.gorby.ru/userfiles/file/petuhov.pdf>

西方国家的听众对苏联的国际广播并无兴趣^①。由此可见,在美苏的国际传播竞争中,苏联的宣传政策、机构建制和的操作技巧确实存在重大缺陷。

四、结语

苏联剧变是由内部崩溃和外部攻击共同造成的。苏联后期的媒体不仅成为苏联内部精英的战场,各种政治人物和利益集团相互攻讦的工具,更是敌对势力辐射影响力的重要范围。这虽然不是导致苏联解体的最主要原因,但由此产生的社会不稳定,却助推了联盟的解体。

苏联传媒体制是国有型和政党型合二为一的体制,媒体既是国家政权的附属物,也是执政党的组成部分,所有的媒体资产归掌握政权的苏共所有。苏联传媒体制在当年的社会主义国家中得到了不同程度的复制。苏联媒体属于典型的政治宣传型媒体,是实践国家目标的忠实助手,其核心任务是宣传苏共的路线、方针、政策,报道内容围绕苏共的政治需要,编辑方针由政府制订。各类媒体按照行政区域被划分为中央媒体、加盟共和国媒体、州媒体及地方媒体。媒体在政治上接受同级党委的领导,在经济上由国家预算资助。苏联媒体长于进行高效、集中的宣传活动,这种体制在特定的年代,尤其在争夺政权和战争时期发挥过很大的作用。但到了20世纪80年代,随着传播方式的改变和传播技术的提高,那种强制性的、简单化的、教条化的宣传手段,以及掩盖问题、粉饰太平、阿谀奉迎的宣传内容引起了民众的不信任感和反感。苏联时期有句俏皮话,“《消息报上》无消息,《真理报》上无真理”,表达的就是民众对苏联传媒体制的不满。俄罗斯专家罗伊·麦德维杰夫认为,苏联人民的精神需求甚至比物质需求更为贫乏、更为不足^②。

在戈尔巴乔夫提出“新思维”、“公开性”的口号,鼓励社会“民主化”和“多元化”之后,苏联传媒业的变革逐步展开,大众传媒成为发挥政治影响的重要手段。有学者把戈尔巴乔夫时期的新闻业模式称为“改革模式”,认为其与苏联模式的最大不同在于:大众传媒虽然仍处于党和国家强权的管理之下,但它已经成为批评官僚和行政体制的民主化工具^③。在保障民众行使舆论监督的权利、沟通苏共和群众之间联系的同时,自我封闭、僵化退步的苏联官方媒体暴露出其无法应对信息开放的

新形势的弱点,从一个极端走向另一个极端,从僵化的监管迅速过渡到放任。由此导致的意识形态混战以及政治人物的揭丑大战使苏共和苏联政府形象一落千丈,官方媒体的可信度急剧下滑,加剧了社会的离心倾向。因此,戈尔巴乔夫改革后期不仅出现了政治、经济的失控,还有宣传领域的失控。

20世纪80年代,媒体的传播手段日益丰富,覆盖面扩大,发挥的作用进一步增强。民众可以通过媒体了解到更多的本国政府和别国政府的活动和政策内容,一国内部和国际间的政治、经济、文化活动更加公开和透明化。媒体传播带来的舆论压力迫使领导人的决策过程变得开明。由于媒体技术的升级,苏联政府对传播的控制力不断减弱,国家垄断信息的状况已经发生改变,社会对政府决策民主化和透明度的要求越来越高。苏共已经不能继续以前那种单向的灌输式的宣传,而是要在执政集团和民众之间保持畅通的信息通道,在进行决策时考虑国内民众的意见和国际社会的呼声。俄罗斯科学院社会研究所和俄“社会舆论”基金会在近20年来所做的调查数据显示,赞成“扩大公开性和言论自由,取消书报检查制度”的俄罗斯人一直占六成以上^④。因此,从技术发展的角度和俄罗斯人的民意倾向来看,即使戈尔巴乔夫当年不主动实施“公开性”,传播技术革命的迅猛发展也会逼迫苏联政府改革那种垄断的、单向的、灌输式的宣传,采取一种也许不叫“公开性”,但内容类似的举措。

苏联在改革初期提出公开性的初衷是良好的,在戈尔巴乔夫改革头三年,“加强社会主义民主”、“扩大公开性”对于调动人民群众的政治热情和积极性有正面的促进作用。但长期受僵化的思想理论影响、习惯于依赖强力却不善于管控新形势下媒体的苏共领导人没有控制好信息开放的步骤,在激进势力和极端民族主义以及西方意识形态的进攻中铩羽而归。

伴随着政治领域的急速变革,苏联的传媒体制

① 刘笑盈、何兰:《国际传播史》,中国传媒大学出版社2011年版,第39—40页。

② [俄]罗伊·麦德维杰夫:《苏联的最后一年》(增订再版),第186页。

③ [俄]亚·尼·扎苏尔斯基主编:《俄罗斯大众传媒》,张俊祥、贾乐蓉译,南京大学出版社2015年版,第4页。

④ Горшков М., Петухов В. Перестройка глазами россиян: 20 лет спустя, <http://www.gorby.ru/userfiles/file/petuhov.pdf>; Левада Ю. А. Общественное мнение о перестройке, Пресс выпуск, <http://www.levada.ru/press/2000101100.html>

与传媒功能发生了深刻而剧烈的变化,原来那种自上而下的传媒管理体制逐渐弱化,到苏联解体时已经土崩瓦解。1990年,《苏联出版与其他大众传播媒体法》的颁布是苏联(俄罗斯)传媒转型过程中里程碑式的事件,标志着以官方垄断、高度集中、高度封闭为特征的苏联传媒体制完全被打破,多元化的媒体所有制和多样化的媒体管理方式以立法形式得以确立。自此,苏联传媒从“党管”、政府控

制演变为国有的、私有的以及编辑部集体所有等多种所有制成分并存,公共媒体、私人媒体并存的多元模式。

俄罗斯独立后,一种新的政治参与形式、新的政治传播方式逐渐形成,利益集团代表——寡头获得了充分的话语权,形成了对媒体新的垄断,媒体成为一种由金融寡头和利益集团操控的帝国。

(责任编辑 靳会新)

Soviet Union's Mass Media and Political Communication before the Transformation

Xu Hua

Abstract: At the later stage of Soviet Union, the political restructuring guided by the doctrine of “openness” and “democracy” set off the media’s transformation and repositioning. Politically, with the transition of one party rule to the pattern of separation of the communist party and the government, multi-party system, free election and presidential system, such factors as Soviet Union’s journalism theories, communication subjects, communication contents, communication channels and even the media’s operation and management and audience orientation, etc, evolved continuously, catalyzing a media system oriented to democracy, openness and public opinion pluralism. In the new political communication pattern, the monopoly of mass media by Communist Party of Soviet Union (CPSU) was changed and the Soviet Union’s media system with the communist party’s newspapers and publications as the core started to collapse, while foreign media’s permeation and peaceful evolution intensified the social instability and catalyzed the alternation of the regime.

Keywords: political communication; mass media; dissolution of Soviet Union

Советские СМИ и политическая коммуникация в период до преобразований

Сюй Хуа

【Аннотация】 В поздний период существования Советского Союза “гласность” и “демократия”, в качестве ведущей идеологии реформирования политической системы, привели к трансформации и репозиционированию СМИ. По мере того, как осуществлялся переход от однопартийной системы управления к многопартийной, вводились свободные выборы и создавалась президентская система правления, менялись теория и содержание СМИ, каналы распространения информации и даже методы управления и целевая аудитория. Рождались СМИ, которые руководствовались принципами демократии, гласности и плюрализма. В новом формате политической коммуникации произошла ликвидация монополии КПСС на СМИ, рушилась система советских СМИ, в основе которой лежала партийная печать. Проникновение иностранных СМИ и кампания “мирной эволюции” еще больше усугубили социальные волнения, ускорили процесс смены власти.

【Ключевые слова】 Политическая коммуникация; СМИ; распад СССР