

中俄媒体合作： 发展阶段、模式、效果与存在的问题

贾乐蓉 周 南

【内容提要】 本文对中俄媒体合作的发展阶段、模式进行考察，认为中俄媒体合作是由两国高层推动、两国国有主流媒体积极参与的一种新型国际传播实践，其目标指向夯实两国关系。作为其结果，当前两国民众对对方相互好感度显著提高。但这种合作难以解决两国信息舆论场中存在的负面消息以及两国的文化差异问题。此外，两国媒体合作与政治联系密切、与经济联系较少。这需要结合两国不同的文化背景、历史传统对其进行优化。

【关键词】 中俄关系 媒体合作 国际传播

【作者简介】 贾乐蓉，中国传媒大学传播研究院副教授；周南，中国传媒大学传播研究院。

一 研究缘起

21世纪以来，中俄关系不断升温。2001年7月，中俄两国签署了《中俄睦邻友好合作条约》，这份条约以法律形式明确两国“世代友好，永不为敌”的思想，成为指导21世纪中俄关系发展的纲领性文件。2012年6月，中俄联合发表的《关于进一步深化平等信任的中俄全面战略协作伙伴关系的联合声明》指出，中俄关系成熟稳固，已超越双边范畴。2013年3月，两国联合发布的《中俄关于合作共赢、深化全面战略协作伙伴关系的联合声明》认为，中俄关系已达到前所未有的高水平，为大国间和谐共处树立了典范，为促进地区乃至世界和平与安全发挥着重要的稳定作用。2019年6月，两国又签署了《中华人民共和国和俄罗斯联邦关于发展新时代全面战略协作伙伴关系的联合声明》，意味着中俄关系进入到了提质升级的新阶段。2020年新冠疫情发生后，两国又携手共同对抗疫

情以及后疫情时代的复杂国际局势。

正是在此背景下，两国媒体合作日益展开并受到双方政府的重视，目前已经发展成为一种新型的国际传播实践。这一问题吸引了一些中国和俄罗斯学者的关注。但是，中俄媒体合作的发展过程如何？目前效果怎样？其传播模式是什么？有何问题存在？这些问题仍值得进一步探讨和研究。本文试图在中俄关系发展的脉络中，探究两国媒体合作的主要发展阶段、传播模式及效果，并在此基础上对当前中俄媒体合作中存在的问题作初步分析。

二 中俄媒体合作的主要发展阶段

中俄媒体合作有其独特性，本文依据中俄媒体合作的深入程度，将其划分为三个阶段。

（一）中俄媒体自发合作阶段（1991～2001年）

中国改革开放后，改变高度集中、高度集权的体制机制，破除封闭孤立的状态，进入全球化的进程，“某种程度上是‘去苏联化’”^①。而苏联解体后的俄罗斯在政治、经济方面向西方民主市场制度转型，叶利钦政府在意识形态领域表现出强烈的亲西方倾向。因此，整个20世纪90年代，两国在意识形态、国家制度层面都存在巨大差异。与之相应，此一阶段，两国政府间虽然签署了一些文化领域内的合作文件，但很少涉及新闻业。这一时期两国签署的合作文件主要是由两国文化部主导的，唯一的例外是1994年6月由两国外交部签署的《中华人民共和国外交部和俄罗斯联邦外交部新闻领域合作议定书》，强调两国媒体应在双边外交关系中发挥作用，如提出“双方保证在对等基础上定期交换（或应索提供）关于两国外交部活动情况的消息，包括发送新闻资料和其他公开的出版物”，“应协调高级访问和双边其他重大外交活动的新闻报道工作。”^②该议定书实质上以加强外交领域的新闻报道活动为目的，并不专门以媒体合作为目的。

因此，这一时期，两国媒体之间的交往仅限于业务合作层面，具体表现为，两国媒体为完成在对方国家报道的任务而进行内容交换与相互提供技术支持。例

^① 冯玉军：《改革开放以来的中（苏）俄关系：思考与启示》，载《国际论坛》2019年第2期。

^② 《中华人民共和国外交部和俄罗斯联邦外交部新闻领域合作议定书》，<http://law736.infoeach.com/view-NzM2fDY3NDYz.html>

如,1997年11月11日,俄塔社社长维塔利·伊格纳坚科应邀访问新华社,双方签署了新华社和俄塔社合作协定。根据协定,俄塔社可以使用新华社北京—莫斯科人造卫星系统分流线路,此外,双方还进行了业务合作——彼此在准备材料方面给对方提供帮助。这一时期,也有合作创办媒体的情况。例如,1999年12月26日,由《黑河日报》社与在俄罗斯阿穆尔州的华人企业家联合创办的第一家中俄双语报纸《商务指南报》诞生,2001年中俄间第一个合作网站俄罗斯中国网(ruschina.net)在莫斯科开通,它使用中俄双语向中国与俄罗斯推送有关两国在政治、经济、科学、文化方面的交流和发展等信息。但总体而言,与后来阶段相比,这一时期两国媒体间的合作活动主要出于为两国媒体在对方国家开展正常新闻业务的目的,少量合作属民间自发性质,自觉的媒体合作尚未出现。

(二) 政府主导下媒体合作机制的建立与两国媒体围绕主题年活动开展报道阶段(2002~2013年)

进入21世纪之后,伴随两国关系的不断升温以及两国分别将对外传播纳入本国重要的国家议程,政府框架下的中俄媒体合作机制形成。这一时期,两国媒体围绕各种国家主题年活动进行的报道和联合采访,增进了两国民众对对方的了解,此外,两国媒体还尝试合作创办媒体。在中俄新闻教育领域,自2005年起,莫斯科大学、中国传媒大学和中国人民大学连续举办了十一届“中俄大众传媒研讨会”,是这一时期两国新闻教育领域内重要的学术交流平台。

1. 两国政府高层框架内双边媒体合作机制的建立

2000年11月3~4日,中俄双方在总理定期会晤机制框架内成立了中俄教文卫体合作委员会。2002年7月,在中俄教文卫体合作委员会框架下成立了中俄媒体合作工作小组,这标志着在两国政府高层框架内双边媒体合作机制的建立。

此后,两国在新闻、出版、广电领域的交流活动日益频繁,“超出了以往记者们习惯的交换信息和为传播信息而相互提供技术服务的范围”^①。2002年10月,俄罗斯联邦新闻出版、广播电视和媒体部部长列辛应邀访华,与中国广电总局签署了广播电视合作协议,这是中俄两国自1991年以来签署的第一个政府部门间的双边广播电视合作协议。2002年10月15日,《人民日报》社与俄罗斯新

^① Исаев А. С. Институты формирования общественного сознания КНР и вопросы сотрудничества СМИ России и Китая. Китай в мировой и региональной политике: История и современность. 2016. 21. С. 218 - 233.

闻社签署了《人民日报社与俄罗斯新闻社互换新闻及合作协定》。2006年,新华社与俄新社签署《新华社与俄罗斯新闻社合作协议》。

2007年,为加强和协调两国在人文领域的合作,中俄教文卫体合作委员会更名为中俄人文合作委员会,下设媒体合作分委会,取代了此前的中俄媒体合作工作小组。至2018年,媒体合作分委会通过定期会议机制召开11次会议,“参与方包括两国政府相关部门,主要媒体单位等,通过定期会议机制,两国合作举行的相应活动有了有效的沟通和计划的同时也解决了很多潜在的分歧与问题”^①。

2. 中俄媒体围绕主题年活动开展报道

尽管中俄媒体合作小组已于2002年成立,但直到2006年两国举办主题年活动之前,特别引人注目的媒体合作实践并没有出现。

2006~2007年两国互办“国家年”期间,中国国际广播电台联合塔斯社策划实施了2006年“中俄友谊之旅·俄罗斯行”活动,“来自7家国内主流媒体和3家俄罗斯主流媒体的40多名记者,历时45天,从北京天安门广场出发,对俄罗斯20多座城市进行采访”^②,“其间累计发表各类新闻报道作品500余件,图片800余张”^③。2007年,中国国际广播电台俄语部和塔斯社共同承办“中俄友谊之旅·中国行”活动,组织12家俄媒和4家央媒的记者走访中国15个省市区^④。

2009年中国举办“俄语年”期间,中国国际广播电台策划并组织了“情动俄罗斯——中国人唱俄语歌大赛”,活动共吸引了12000多名选手参赛,两国主流媒体高度关注这一活动,60余家媒体发布了200多篇(条)相关报道和400多张图片对此进行报道^⑤。2010年5月,俄罗斯举办“汉语年”期间,由中国国际广播电台制作的大型多媒体文化项目“你好,中国”在俄罗斯国家级电视频道——“文化频道”播出。6月,由中央电视台俄语频道与俄罗斯新闻频道在莫斯科和圣彼得堡合作拍摄的“俄罗斯的汉语热”电视专题片开机。9月,《人民日报》社和新闻社主办的大型有奖网上汉语知识竞赛在北京和莫斯科同时启动。

2012~2013年两国互办“旅游年”期间,在俄罗斯联邦旅游署和中国国家旅游局协助下,由俄罗斯非商业组织——“世界无国界”旅游协会主办的“北

① 赵梦媛:《中俄战略伙伴语境下报业合作研究》,郑州大学硕士学位论文2018年,第34页。

② 陈恒哲:《改革开放以来国际台对俄传播研究》,中国人民大学硕士学位论文2018年,第31页。

③ 刘蓉蓉、饶彬彬:《向北向西 两位中国记者在“中俄友谊之旅”的行走故事》,重庆出版社2007年版,第265页。

④ 陈恒哲:《改革开放以来国际台对俄传播研究》,第31页。

⑤ 刘岩:《CRI对俄合作传播路径与效果分析》,载《国际传播》2017年第5期。

京-莫斯科”中俄记者自驾车联合采访成为中俄旅游交流史上的首创。2012年6月5日,由30余名中俄主流媒体代表组成的记者团,乘坐12辆汽车从北京天安门出发,在28天内横穿欧亚大陆,跨越1万公里,于7月2日抵达莫斯科红场。参与此次活动的媒体代表分别来自新华社、中国国际广播电台、中央电视台科教频道、《环球时报》、“俄罗斯之声”、“灯塔”广播电台、俄新社旅游频道、《莫斯科共青团员报》等。这次活动填补了中俄自驾游市场的空白,也推动了中俄旅游业合作^①。2013年,中国国家旅游局邀请俄罗斯近百家媒体共计151名记者组成17个采访团队,自5月24日至6月4日来中国进行采访报道,深入考察中国各地文化观光、滨海度假、温泉疗养、生态旅游等旅游产品。参加采访团的媒体中既有通讯社,如塔斯社,也有广播、电视,如俄国家电视台、圣彼得堡电视台、叶卡捷琳堡电视台、伊尔库茨克电视台、布里亚特共和国电视台、“俄罗斯之声”电台等,还有报纸杂志,如《俄罗斯报》《独立报》《共青团真理报》《生意人报》《消息报》等报纸,《环球》《休闲》《时尚》《旅行》等杂志。此外,俄境内多家颇具人气的网络媒体记者参团来华采访,成为本次活动的一大亮点^②。

3. 合作创办媒体

这一时期,两国主流媒体还尝试合作创办新的媒体。2008年,中国国际广播电台俄语部与《俄罗斯报》合作在俄六大城市发行《中国风(俄文)》杂志。2012年12月8日,《环球时报》与《俄罗斯报》合作发行中文专刊《透视俄罗斯》。

4. 中俄新闻教育领域的学术交流

在中俄新闻教育领域,2005年,由莫斯科大学新闻系时任系主任扎苏尔斯基教授倡议、中国传媒大学和中国人民大学积极参与的第一届“21世纪的中俄大众传媒研讨会”在莫斯科举办,此后,两国学者每年轮流在本国主办一届,直至2015年,三校联合共举办了十一届研讨会。这是这一时期中俄高等新闻教育领域内唯一连续举办的学术会议,研讨会的议题涉及中国与俄罗斯社会转型中大众传媒领域的变化,公共外交与跨文化传播,信息化社会与健康传播,信息化、全球化与国家形象,新媒体与危机管理,国际话语权与国际传播战略传媒改革,

^① 转引自孙学文:《苏联解体后的中俄人文外交》,黑龙江大学硕士研究生学位论文2014年,第31页。

^② 《旅游局:百名俄罗斯记者体验“美丽中国之旅”》, http://www.gov.cn/gzdt/2013-05/25/content_2411207.htm

国际传播与社会共识,生态危机与环境传播,中俄国家形象与公共外交的策略比较等多个热点问题,“成为中俄新闻学界开展合作与学术交流的知名品牌”^①。

(三) 中俄媒体合作向全方位拓展阶段(2014年至今)

在中俄关系不断升温以及两国媒体的合作水平与质量不断提高的背景下,尤其是2014年乌克兰危机以来俄罗斯积极采取“向东看”政策后,中俄关系进一步升温。2015年5月8日,中国国家主席习近平与俄罗斯总统普京共同宣布,中俄两国将于2016年和2017年举办“中俄媒体交流年”,这意味着中俄媒体合作上升到了国家战略层面。

1. 成立民间媒体交流机构——“中俄友好、和平与发展委员会媒体理事会”

2014年中俄建交65周年期间,为积极配合两国外交,中俄友好、和平与发展委员会^②发起成立了媒体理事会,并推选中国国际广播电台台长王庚年出任中方主席,“今日俄罗斯”国际新闻通讯社总裁德米特里·基谢廖夫为俄方主席。媒体理事会是民间组织,旨在通过媒体间交流合作,促进两国人文交流,增进两国民众认知,传播中俄世代友好、合作共赢的理念,是对中俄两国政府间外交的积极配合和有益补充。这说明,中俄媒体合作机制进一步从政府层面向民间层面扩展。此后,媒体董事会每年召集会议共同商讨中俄媒体合作中的关键问题。

2. 两国媒体间签署大量合作协议

在此期间,两国媒体间签署了大量合作协议。2014年,中国国际广播电台、人民网与“今日俄罗斯”国际新闻通讯社签署合作协议(10月13日);2015年,新华社与“今日俄罗斯”国际新闻通讯社签署新闻交换与合作协议(1月28日)、中国新闻社与“今日俄罗斯”通讯社签署合作协议(6月25日)、中国国际广播电台与俄罗斯西伯利亚媒体集团签署《中国国际广播电台与西伯利亚广播电台合作协议》(12月17日);2016年《中国日报》社与俄罗斯报社签署《中国日报社与俄罗斯报社长期合作框架协议》(3月25日)、人民网与俄罗斯卫星新闻通讯社签署协议(3月25日)、中国国际广播电台与“今日俄罗斯”国际新闻通讯社签署《中

^① 李淑华、靳会新:《中俄媒体合作的现状、问题与建议》,《俄罗斯东欧中亚研究》2019年第2期。

^② 中俄友好、和平与发展委员会系1997年4月由中俄两国元首倡议成立的民间友好组织,得到两国政府大力支持,并被确定为中俄民间友好交往主渠道。委员会的宗旨是巩固中俄全面战略协作伙伴关系的社会民意基础,积极宣传两国世代友好的和平理念,扩大两国人民间的相互理解,加深传统友谊,推动各领域友好交流与合作。主要任务是向两国政府提出相关建议,负责协调双方其他民间组织交往。委员会吸引了双方社会各界代表广泛积极参与,为促进中俄世代友好、深化双方各领域合作、推动两国民间交往做了大量卓有成效的工作。

国国际广播电台与“今日俄罗斯”国际新闻通讯社共建移动融媒体平台的合作协议》(6月25日);2017年,环球网与俄罗斯卫星通讯社签署新闻信息互换协议(4月18日)、中国国际广播电台与俄罗斯网络视频运营商SPB TV公司签署合作协议(7月4日);2018年,中央广播电视总台与“今日俄罗斯”国际新闻通讯社《中央广播电视台与今日俄罗斯国际通讯社国际战略合作协议》(9月11日)、人民网与俄罗斯MKR-Media媒体集团签署合作备忘录(12月11日);2019年,中国中央广播电视与俄罗斯SPB电视集团签署合作协议《关于中国环球电视网英语、俄语频道和央视中文国际频道在俄罗斯播出许可及提供相关转播准备服务的协议》(6月5日)。

3. 中俄媒体合作实践常态化

两国媒体间签署的大量合作协议为媒体深化合作提供了基础。这一期间,两国媒体合作实现常态化,包括在对方媒体上转载新闻、共同策划活动以及创办媒体等。

中国国际广播电台俄东地区广播中心俄语部主任刘岩认为,“在开展国际传播的过程中,采用与对象国当地媒体机构协作配合的形式,能够有效地拓宽传播渠道,提升传播效果。一般来说,各国受众获取信息总是倾向于本国媒体。换言之,借助海外成熟的传播平台加强对外传播,可以收到事半功倍的效果。”^①以中国国际广播电台为例,根据2015年12月17日中国国际广播电台与俄罗斯西伯利亚媒体集团签署的《中国国际广播电台与西伯利亚广播电台合作协议》,双方将进行节目互换和推介。自2016年5月30日起,国际台俄语部每天向俄方提供半小时俄文广播专题节目,并在西伯利亚广播电台旗下调频广播电台中播出,而俄方制作的中文广播节目在中国国际广播电台旗下客户端开设的专栏中进行发布^②。而中央广播电视总台自2018年4月成立以来,同“今日俄罗斯”国际通讯社、全俄电视广播总公司、《俄罗斯报》社、RT电视台、塔斯社、俄罗斯西伯利亚媒体集团等俄中央及地方媒体展开了多层次合作,2019年6月5~7日习近平对俄罗斯进行国事访问期间,中央广播电视总台制作的“平‘语’近人——习近平喜欢的典故”(俄语版)媒体产品得以全方位、多形式登陆与之合作的俄罗斯媒体,形成了较大影响。

此外,这一时期两国媒体延续国家年活动期间联合采访的经验,继续策划和实施一系列活动并进行报道,在对象国有效地引导了舆论^③。2014年9月24~30

① 刘岩:《CRI对俄合作传播路径与效果分析》。

② 陈恒哲:《改革开放以来国际台对俄传播研究》,第45页。

③ 刘岩:《CRI对俄合作传播路径与效果分析》。

日,《人民日报》社和塔斯社共同主办了中俄边境口岸城市巡礼——“龙江行”中俄主流媒体大型联合采访活动^①。2016年6月,《人民日报》社和俄罗斯塔斯社共同举办以“俄中边界-和平与合作的边界”为主题的主流媒体联合采访活动。同年10月,由国际台与“今日俄罗斯”国际新闻通讯社共同策划,联合《人民日报》、新华社、《中国日报》、中央电视台、中央人民广播电台,以及塔斯社、“今日俄罗斯”国际新闻通讯社、“今日俄罗斯”电视台、《俄罗斯》报社等主流媒体,组成记者团,走访中国丝绸之路沿线主要城市,实施“丝路中俄”全媒体采访中国行活动。这些有意为之的议程,不仅增进了两国媒体工作者之间的友情,还加深了两国民众对对方国家的相互了解。

媒体合作还体现在创办媒体方面。2017年11月1日,俄罗斯“第一频道”电视台与中国中央电视台合作创办的“喀秋莎”频道在华开播。同年,中国国际广播电台与“今日俄罗斯”国际新闻通讯社两家媒体合作推出的“中俄头条”双语移动客户端上线,目前,“中俄头条”已经成为开放、便捷的双边多功能平台和中俄双边资讯旗舰,在两国民众中均有较高的认知度。

4. 地方媒体合作

尽管中俄之间的地方媒体合作早已有之,在2018~2019年“中俄地方合作交流年”期间,中俄地方媒体合作继续深化。2018年9月,在符拉迪沃斯托克举行的中俄媒体高层论坛上,吉林省和俄罗斯滨海边疆区媒体签署了成立中俄地方媒体联盟意向书,双方有意通过该联盟,形成中俄地方媒体合作的长效机制。此后双方还启动了电视合作项目和跨境联合采访活动^②。2018年11月14~18日,由国务院新闻办公室主办,内蒙古自治区人民政府新闻办公室、俄罗斯布里亚特共和国总统办公厅信息政策委员会承办的2018年第七次中国东北地区与俄罗斯远东地区媒体定期交流活动在布里亚特共和国乌兰乌德市举办,有来自中俄15家地方媒体的30多名代表参加。其间,内蒙古自治区人民政府新闻办公室与布里亚特共和国总统办公厅信息政策委员会确认了《深化媒体交流合作意向书》,内蒙古广播电视台与贝加尔网络公司签署了《全天候转播蒙古语卫视协议书》、与布里亚特圣水电视台签署了联合制作“民族艺术盛典”节目协议书,

^① 安莉:《新闻领域人文合作在路上——“龙江行”中俄主流媒体大型联合采访侧记》,载《新闻战线》2014年第11期。

^② 《做好中俄合作发展的记录者 让中俄友谊薪火相传》, <http://www.jlio.gov.cn/index.php/jlwx/wxdt/11851-2018-09-25-08-10-21.html>

《满洲里日报》社与《布里亚特真理报》、《信息快报》、《论据与事实报》、《贝加尔湖》杂志签署了四项合作协议^①。2019年8月，俄罗斯卫星新闻通讯社和广播电台在哈尔滨与中国知名媒体“东北网”签署合作备忘录。

三 中俄媒体合作的模式

在对中俄媒体合作历程进行分析的基础上，我们绘制了中俄媒体合作路线图（见图1）。

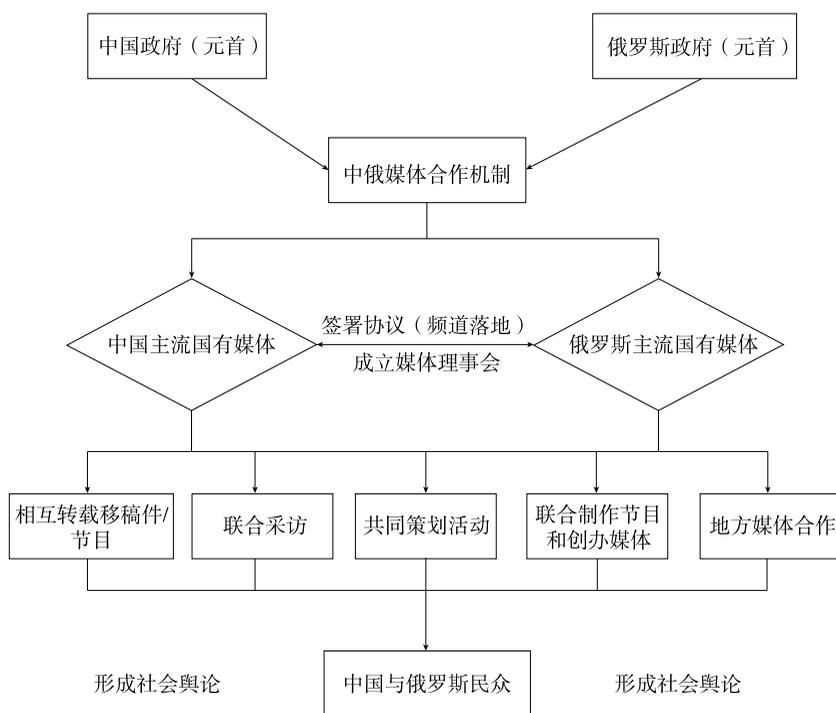


图1 中俄媒体合作路线图

俄罗斯汉学家季塔连科认为，中俄合作“具有多层面和多支线的特点，有高级的国家机构参与”。在“多层面和多支线”方面，“囊括了所有主要的合作方

^① 《第七次中国东北地区与俄罗斯远东地区媒体定期交流活动》，<http://www.manzhouli.gov.cn/mzl/zfz/xwj/szyw/888362/index.html>

向与领域”，在有“高级的国家机构参与”方面，“两国首脑每年正式互访和利用最重要的国际论坛平台举行多次会晤已经成为惯例。政府首脑也同时进行定期会晤，副总理级别的三个委员会正在开展工作——贸易、能源和人文合作委员会，还有联邦行政权力机构领导人级别的二十多个委员会和工作组在运行”^①。如季塔连科所言，“除了中国，俄罗斯和其他任何一个国家都没有建立如此多层面的协作格局。”^②中俄媒体合作正是发生在这一框架内的。

一般认为，国际传播是指“主要依靠大众传播媒介进行的跨越国界的信息传播”^③。我们认为，中俄媒体合作是一种新型的国际传播实践，具有独特的传播模式。它发生在友好国家之间，由两国政府高层发起并推动，服务于促进和加深两国间关系的大局，具有鲜明的政治动机。中俄媒体合作的倡导者来自两国政府高层和元首，目标指向巩固和推进中俄关系。因此，表现在组织层面上是两国主流国有媒体机构之间签署了大量合作协议、积极在对方国家扩展渠道并展开合作，两国媒体将合作常态化。其结果是，在两国出现了越来越多关于对方的正面报道，反映到社会舆论层面，表现为双方民众对对方的好感度提高。

这种模式之所以能够实现，所依托的是两国独特的政治体制与传媒体制。尽管俄罗斯在苏联解体后实行三权分立、民主选举，并且通过了禁止新闻审查、保障言论自由的大众传媒法，但俄罗斯当局对传媒尤其是国有媒体仍有较强的控制力量，而中国媒体的定位是党和国家的耳目喉舌。

四 关于中俄媒体合作的评价及效果

2017年7月4日，普京总统在两国商务代表团会议上高度评价了两国媒体合作。他认为，两国媒体代表“为营造信任和相互理解、巩固俄罗斯与中国的国际地位做出了重要贡献”^④。

根据俄罗斯调查机构“列瓦达”中心自2006年起进行的关于俄罗斯人认为

① [俄]米·季塔连科、弗·彼得罗夫斯基：《俄罗斯、中国与世界秩序》，粟瑞雪译，人民出版社2018年版，第102页。

② 同上。

③ [美]罗伯特·福特纳：《国际传播：全球都市的历史、冲突及控制》，刘立群译，华夏出版社2000年版，第6页。

④ Путин оценил гуманитарное сотрудничество России и Китая; Политика; Россия. <https://lenta.ru/news/2017/07/04/gymanizm/>

的最亲密的朋友、盟友的调查结果，我们绘制了俄罗斯民众对于中国态度变化的曲线图（见图2）。

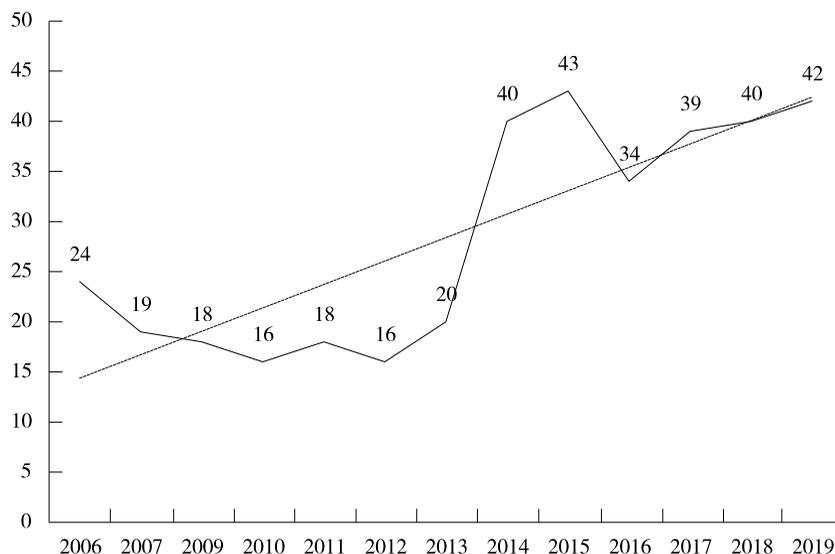


图2 2006~2019年俄罗斯民众对“中国是俄罗斯最亲密盟友”的支持率(%)

数据来源：<https://www.levada.ru/2019/06/14/soyuzniki-i-vragi-sredi-stran/>

注：2008年无数据

由图2可见，俄罗斯民众对中国的好感度近年来总体呈上升趋势。目前，在与俄罗斯友好国家的排名中，中国已经超过俄罗斯传统友好国家哈萨克斯坦，成为仅次于白俄罗斯的国家^①。

中国方面所作的调查也得出了与之接近的结论。根据中俄友好、和平与发展委员会媒体理事会发起，中央广播电视总台国际频道客户端、北京益派市场咨询有限公司和俄罗斯 iPanel 公司发布的《2018 中俄关系民意调查报告》，“两国民众对中俄全面战略协作伙伴关系现状都给予了较高的评价。认为中俄双边关系‘很好’或‘良好’的两国受访者比例高达87%。”^②其中，“93.6%的中国受访者积极评价当前中俄关系，78.3%的俄罗斯受访者认为中俄关系正佳”^③。

① <https://www.levada.ru/2019/06/14/soyuzniki-i-vragi-sredi-stran/>

② 《2018 中俄关系民意调查报告》(2018)，<http://oss.sinorusfocus.com/%EF%BC%881217>

③ 同上。

在两国民众对构建“中俄命运共同体”的前景方面，“看好‘中俄命运共同体’前景的中国受访者比例为84.6%，俄罗斯受访者比例为59.6%”^①。此外，报告还显示，“两国民众对中俄关系的现状表达了绝对的支持，对未来双边关系的走向也表示了积极乐观”^②。这在最新发布的“2020年中俄社民意调查”的结果中，再次得到了印证。

虽然一国民众对其他国家的认知并非仅来自于媒体的报道，但媒体的报道是重要的影响因素之一。由此可见，近年来两国媒体间日益频繁、深入的合作的确在增进两国关系方面发挥了重要作用。

五 中俄媒体合作存在的问题

21世纪中俄媒体合作是在两国关系不断升温背景下进行的。总的来说，“近十年来，随着中俄两国关系的深入发展、中俄主题年活动持续举办、中俄‘一带一路’对接战略的提出，中俄主流媒体的合作传播水平不断提高，两国民众心理距离得以缩短，跨文化传播取得成效”^③，但这种合作模式也存在出一些问题。

首先是参与主体的局限性。中俄关系经常被评价为“政热经冷”“官热民冷”和“上热下冷”，这一特点也在中俄媒体合作中有所体现。虽然原则上国际传播的主体可以是国家、非政府组织、个人等，但目前参与中俄媒体合作的机构仅限于两国的国有主流媒体之间。尽管在俄罗斯，除国有媒体外，传媒市场上还有私营媒体和外资媒体，但参与合作的俄罗斯媒体都是国有主流媒体。因此，在参与合作的媒体报道中，多见关于两国的正面报道，而关于对方的负面消息都是从不参与合作的媒体中传出的。

其次，这种合作模式由于是由两国高层倡导的，因此，关于敏感话题，“双方政府和智库迄今很少触及，更未能采取积极措施予以化解”^④。较之中国，俄罗斯社会舆论更加多元，“‘中国威胁论’、‘黄祸论’、俄罗斯或成为中国‘能源附庸’、中国对俄进行‘移民扩张’等词句不时见诸俄罗斯媒体”^⑤，“有些报道

① 《2018 中俄关系民意调查报告》(2018), <http://oss.sinorufocus.com/%EF%BC%881217>

② 同上。

③ 刘岩：《CRI 对俄合作传播路径与效果分析》。

④ 王海运：《深化中俄在俄东部开发合作需要消除“中国威胁论”的干扰》，载《俄罗斯学刊》2019年第1期。

⑤ 李淑华、靳会新：《中俄媒体合作的现状、问题与建议》。

专门挖掘中国社会生活的阴暗面，诸如矿难、交通事故、爆炸、犯罪等负面新闻”，“导致部分俄罗斯民众尤其是远东民众对中国抱有敌意”^①。目前的合作模式尚难以解决类似问题。

再次，两国的文化差异难于消除。尽管两国民众对对方的认知近年来越来越趋于正面，但是，文化差异很难以当前的媒体合作模式在短期内消除。在中国与俄罗斯当前关系中，显示出两国在政府层面保有高度互信、但民间文化亲近感不强的现象。例如，在调查中发现，“对待中国文化，俄罗斯人表现出一定的接触意愿，但被吸引和被感召的效果不明显。俄罗斯民意调查基金会进行过一项关于中国文化影响力的调查，数据显示：在文化倾向方面，大部分俄罗斯人对欧洲文化更感兴趣，接近过高等教育的人群表现更为突出……如果让俄罗斯人自由选择，他们更愿意居住在欧洲，而不是中国（49% VS. 28%），18 - 30 岁年龄段的青年一代对欧洲的好感尤为强烈（61% VS. 27%）。”^②

如果深入探究存在这一问题的原因，或许应从两国的文化认同中寻找答案，尤其是俄罗斯方面。“俄罗斯精英历来认为自己的国家是欧洲国家——既非亚洲的也非欧亚的，而是欧洲的。社会调查表明，俄罗斯社会基本上也认为俄罗斯属于欧洲国家。”^③ 俄罗斯与欧洲不仅有着贸易和文化上的传统联系，俄罗斯知识分子在思想上也倾向于欧洲，“21 世纪初之前，包括中国在内的东方在俄罗斯战略文化中仅仅居于次要地位。”^④ 可以说，直到“2014 年之前，俄罗斯的主要合作伙伴为欧洲”，只是在乌克兰危机发生之后，“随着制裁政策的实施，俄罗斯与欧洲的经贸关系急剧恶化。俄罗斯由此开始积极发展与亚洲国家而不仅是与中国之间的经济关系”^⑤。

因此，两国的接近主要是出于双方共同利益的需要，但政治上的接近难于在短期内消除长时期形成的文化差异与疑虑。两国不仅分属不同的文明，在俄罗斯政治精英和舆论领袖中长期存在着“反华”的怀疑论者^⑥，中国的国力上升和国际地位的提高不仅使一些俄罗斯政治精英在心理上不适应，也使其面临着两国不

① 李淑华、靳会新：《中俄媒体合作的现状、问题与建议》。

② 转引自许华：《中俄文化互鉴：如何有效培育两国民众间的亲近感》，载《对外传播》2018 年第 9 期。

③ [俄] 德米特里·索洛维伊：《战略文化在俄罗斯对外政策中的作用与意义》，载《俄罗斯东欧中亚研究》2019 年第 3 期。

④ 同上。

⑤ 同上。

⑥ [俄] 米·季塔连科、弗·彼得罗夫斯基：《俄罗斯、中国与世界秩序》，第 104 页。

对称关系的挑战。正如 A. C. 伊萨耶夫所说,“中俄媒体合作可以极大地推进两国的国家形象,但同时这种合作也是有边界的甚至存在着风险,因为每个国家的媒体,包括中国和俄罗斯联邦,都首先是服务于本国利益的。这必然会影响媒体机制的相互作用。”^①

最后,一般来说,“传媒秩序是政治秩序的副产品,是经济秩序的延伸”^②,而在当前的中俄媒体合作模式中,由于合作动力来自两国高层,参与主体是两国官方媒体,因而显示出了传媒秩序与政治秩序之间的紧密联系,而传媒秩序与经济秩序之间的联系不清晰或基本缺失。关于这一点,李兴和董云的研究也发现,“尽管当前中俄媒体合作项目逐渐增多,但合作项目主要以顶层推动为主,民间媒体参与度低,媒体市场活力还未充分释放”^③。中俄两国传媒近几十年来都已经发展出了各自的传媒产业,若期待合作更深入发展,如何实现媒体盈利是题中应有之义。

结 论

近年来,国际政治经济格局发生了深刻变化,在中俄战略合作不断深化背景下,当前这种由两国政府倡导、服务于高层政治、主要在两国主流国有媒体之间的合作模式将在相当长一段时间内存续。虽然中俄媒体合作目前仅发生在两国之间,但可以把它看作是正在出现的另类国际传播秩序的一种尝试,是对业已存在的“实质上是新自由主义资本主义体系的一部分”的“私有化的全球传播体系”^④的挑战。

针对当前中俄媒体合作中存在的一些问题,比如媒体合作层次过高,主要在官方媒体之间,难于消除负面声音和文化差异,媒体合作中的经济联系较少等,还需要作进一步细致的分析,并结合两国不同的文化背景、历史传统对其进行优化,而这需要业界与学界共同探索和努力。

(责任编辑 陆齐华)

^① Исаев А. С. Институты формирования общественного сознания КНР и вопросы сотрудничества СМИ России и Китая. Китай в мировой и региональной политике: История и современность. 2016. 21. С. 218 - 233.

^② 姜飞:《从强大走向伟大:构建世界传媒新秩序的中国方向》,载《当代中国政治传播研究巡检》2014年第5期。

^③ 李兴、董云:《“一带一路”框架下中俄媒体合作的问题与对策》,载《贵州省党校党报》2019年第3期。

^④ [英]达雅·屠苏:《国际传播:延续与变革》,新华出版社2004年版,第62页。