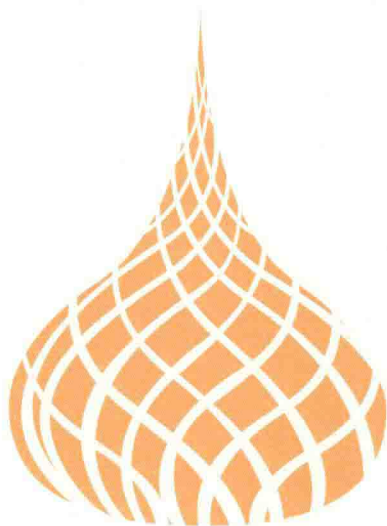


俄罗斯社会与文化译丛 王加兴 主编

Средства массовой  
информации России



# 俄罗斯大众传媒



Засурский Я. Н.

〔俄〕亚·尼·扎苏尔斯基 主编 张俊翔 贾乐蓉 译

南京大学出版社

俄罗斯社会与文化译丛 王加兴 主编

Средства массовой  
информации России

## 俄罗斯大众传媒

Засурский Я. Н.

〔俄〕亚·尼·扎苏尔斯基 主编 张俊翔 贾乐蓉 译

南京大学出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

俄罗斯大众传媒 / (俄罗斯) 扎苏尔斯基主编 ; 张俊翔, 贾乐蓉译. — 南京 : 南京大学出版社, 2015. 11  
(俄罗斯社会与文化译丛 / 王加兴主编)  
ISBN 978-7-305-15401-0

I. ①俄… II. ①扎… ②张… ③贾… III. ①大众传播—传播媒介—研究—俄罗斯 IV. ①G219.512

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 133344 号

Средства массовой информации России  
by Засурский Я. Н. и др.  
Original publisher: Аспект-Пресс  
Simplified Chinese edition copyright © 2015 by NJUP  
All rights reserved  
江苏省版权局著作权合同登记 图字:10-2010-052 号

出版发行 南京大学出版社  
社 址 南京市汉口路 22 号 邮 编 210093  
出 版 人 金鑫荣

丛 书 名 俄罗斯社会与文化译丛  
书 名 俄罗斯大众传媒  
主 编 [俄罗斯]亚·尼·扎苏尔斯基  
译 者 张俊翔 贾乐蓉  
责任编辑 潘琳宁 编辑热线 025-83686722

照 排 南京南琳图文制作有限公司  
印 刷 南京爱德印刷有限公司  
开 本 787×960 1/16 印张 22 字数 335 千  
版 次 2015 年 11 月第 1 版 2015 年 11 月第 1 次印刷  
ISBN 978-7-305-15401-0  
定 价 58.00 元

网址: <http://www.njupco.com>  
官方微博: <http://weibo.com/njupco>  
官方微信号: njupress  
销售咨询热线: (025) 83594756

---

\* 版权所有, 侵权必究

\* 凡购买南大版图书, 如有印装质量问题, 请与所购图书销售部门联系调换

## 当代俄罗斯媒体发展的过程观照(代译序)

从20世纪80年代中期起,以戈尔巴乔夫为总书记的苏共中央开始推行“公开性”、“民主化”政策,这为苏联的传播媒介开了禁。大众媒体由宣传意识形态的工具向提供全面信息并使民众有机会参与社会管理的中介过渡,逐渐涉足苏联政治改革的核心,扮演了旧体制“掘墓者”的角色。苏联解体后,大众传媒在深刻介入国家政治、经济、文化新格局的过程中发生了根本性的变化。当代俄罗斯媒体的构成形态和话语方式如何?其传播理念、生产机制和经营模式是什么?其变化规律和未来趋势怎样?这一系列的问题都亟待考察。由亚·尼·扎苏尔斯基主编的《俄罗斯大众传媒》一书正是对俄罗斯大众传媒的新变进行即时观察和跟踪研究的结果。该书第一版于2005年问世,2006年和2008年分别加印;2011年该书推出增补版,更新了相关数据,添加了新信息。时至今日,《俄罗斯大众传媒》已经是了解和把握当代俄罗斯传媒体制的必读书目。

主编扎苏尔斯基教授曾在1965年至2007年间担任莫斯科大学新闻系主任,是俄罗斯大众传媒教育与研究领域的传奇人物和权威专家。在他的带领下,莫大新闻系汇集了雄厚的师资力量,形成了强大的科研团队,被公认为培养媒体从业者的摇篮和新闻传播研究的重镇。参与本书撰写的该系十余位教授学养丰厚,每人负责的章节均是各自长期关注的领域,确保了材料的翔实、论述的深入和判断的准确。例如,第二章“传媒经济与传媒结构”的著者叶·列·瓦尔塔诺娃现任莫大新闻系主任,多年来专攻传媒经济和传播理论,著述颇丰;而第四章第三节“网络媒体”的著者玛·米·卢金娜则是互联网传播和新媒体技术领域的资深专家。

《俄罗斯大众传媒》一书探析俄罗斯媒体的结构和经济特征,廓清全球化、信息化、市场化背景下媒体与政治、媒体与法律、媒体与受众的关系,爬梳印刷传媒和电子传媒的状况。全书首先追踪俄罗斯大众传媒最近二十余年的变迁轨迹,概述其总体的运行态势,随后转入对新闻自由的法律基础这一原则性问题的讨论,描述传媒领域现行的联邦法律,点评相关的立法活动和司法实践。鉴于大众传媒与政权的关系复杂而敏感,本书就 20 世纪 90 年代以来俄罗斯的传媒政治体系展开专论,结合书刊检查制度的兴废、言论自由的推行、行政部门的监管、文化—思想范式的影响等洞察媒体政治化的表现。论及俄罗斯传媒经济时,著者则从媒介产业化、媒介基础设施、媒介营销等方面切入,整合相关信息,探求传媒产业发展的总体特性。在系统描述新时期俄罗斯传媒的特质、功能和流变之后,著者把报纸、期刊、图书、广播、电视、网络媒体、新闻通讯社悉数列为样本,全方位地评析其特征与类型。总而言之,全书结构合理,逻辑性强,论述深入浅出,构成了一个严谨而又独具特色的科学体系。

### 一、媒体转型的理论探究与媒体生存的实况考察相结合

撰写本书是俄罗斯学界探索苏联解体后传媒发展规律的尝试,其首要任务在于构建大众传媒发展的现实依据与理论逻辑,包括开掘后社会主义国家传媒体制转型的动因等核心论题。近年来,与传媒转型相关的理论研究并不少见,它们基于对社会转型这一复杂现象的跨学科解析,运用经济学、社会学、传播学、文化学等学科的成果,从市场营销、企业管理、文化价值等角度审视传媒业的嬗变。然而,没有哪一种现成的理论能够全面解释俄罗斯传媒在制度变迁的条件下发生的翻天覆地的变化。本书结合日裔美籍政治学家 F. 福山、爱沙尼亚社会学家 M. 劳里斯京、波兰社会学家 P. 什托姆普卡、斯洛文尼亚学者 S. 斯皮里乔尔以及美国学者 D. 唐宁等人对后社会主义国家的社会形态和传媒状况的思考,吸收各家的思想内涵,搭设可用于研判当代俄罗斯传媒的理论框架。著者认为,传媒转型受到社会内部变革的深刻影响,并与持续变化的社会和经济结构相互作用;与此同时,传媒的转型特征应被纳入全球体系进行思考,随时保持动态更新;而传媒转型模式的确立则是对民族传统和文化特性的现实呼应。“若要描述

后社会主义国家传媒体制的实际变化,‘向市场和民主迈进’是过于宽泛的概念。当转型期的‘共同机制’启动之后,当从前的社会经济制度被破坏、国民经济的私营成分得以确立、共产党在社会政治体系中的主导地位被取消、公民社会的制度被平行地建立起来之后,下一个阶段便已到来。这个阶段,首要因素是国家性质。在后社会主义国家里,诸如文化传统、语言和民族心理、商业文化和伦理等特点对于转型的影响越发明显。几乎所有此类国家都面临形成后社会主义国家认同的问题,这种认同应当不依赖于后社会主义转型的共同机制,而依赖于各国独特的历史文化特点。”

理论的价值在与实践的对接中才能得到充分展现。本书著者立足于对现实的观察,在语境化、具体化的理论指引下选取事实材料,以鲜明的时代意识为先导展开讨论,阐明相关媒体事件的前因后果。比如,在讨论作为公共领域的传媒如何在国家、商业与民众之间寻求平衡的问题时,著者从新时期俄罗斯媒体的自由与责任出发,基于实例,揭示传媒在完善自身产业体系、发展公民社会的过程中发挥的作用和遭遇的困难。具体而言,首先从民主和权力制衡的角度厘清自苏联时期以来出现的工具模式、公司集权模式等五种业态模式,透视传媒在国家意志、商业规律和民众预期这三股力量之间依时而变、顺势而动的现实状态;接下来从经济发展的角度论证媒体企业缺乏经营自由对其实现自身良性循环造成的障碍;最后从业界新风格形成的角度整理现有经验,形成对发展原则的理性认识。在上述分析中,麦克卢汉的“媒介即讯息”理论、哈贝马斯关于民主社会的“公共领域”理论以及现代性、消费文化等理论资源都得到了合理的借鉴与运用。

媒体的实际情况最直接地反映体制变迁的结果。本书对俄罗斯印刷传媒和电子传媒进行分门别类的盘点。著者先从所有制形式、受众、信息的生产与传输、经营管理等方面概观各种媒体样态,而后转入对典型类别的梳理,既整合共性,又突出个性。比如新闻通讯社,作为专业化程度很高的媒体企业,近年来它们在信息服务的范围与内容上变化颇大。本书以新闻通讯社的演变历史为纲,对国家级通讯社,地区级通讯社,经济、社会文化类专业通讯社以及网络通讯社的业务活动与信息产品展开条分缕析,探究它们之间的竞争对自身发展和行业未来的影响。同时,本书把握时代脉搏,参照媒介经营管理理论,关注网络新媒

体的出现带来的传媒产业结构调整,探析传统媒体在先进信息技术的支持下如何把握新闻市场趋势,如何与新媒体发生交叉和渗透。

## 二、在全球化的视野中动态聚焦俄罗斯媒体

本书把俄罗斯媒体置于全球传媒语境中加以观察,避免因为囿于本土而造成视域局限。在著者看来,当代社会,尽管各国各地区的大众传媒表现出多样化的运作方式,但互相之间的共同点远远多于不同点。无论意识形态和社会制度如何,在绝大部分国家和地区,媒体的发展均与全球趋势相契合。基于这一判断,本书特别强调多极世界的大背景。“冷战”结束,两个超级大国的对抗终结,两极世界随之瓦解。20世纪后期,苏联解体和中东欧国家的剧变改变了世界力量的对比,国与国的新型关系得以建立。著者认为,俄罗斯传媒放弃报道国内外新闻事件时教条、极端的“冷战”风格,积极转向多元化、个性化的解读方式,这与其说跟自身转型相关,不如说是为了顺应当代世界信息传播的新现实。

本书辩证地看待全球化造成的趋同性和区域化造成的差异性。俄罗斯传媒与全球媒介语境的融合依赖于互联网技术革新带来的数字化,这让俄罗斯传媒业界意识到必须把自身的产品视为全球信息结构的有机组成部分。然而,正如英国学者特希·兰塔能所言:“全球化并非在真空中推进,而是与民族媒体体制密切相关。”<sup>①</sup>不可否认,各国各地区全球化和网络化进度不同,媒介文化各具特点,区域因素在传媒发展中起着至关重要的作用。数字技术的分割和差别对传媒、国家、市场和公民的相互作用产生机制性的影响。“在这个问题上俄罗斯也不例外,它同样遵从总体的全球化趋势。由于科技和人力资源充足,这一趋势会显得很强劲,但由于经济和结构的状况,有时这个趋势又显得很微弱。”本书不仅分析俄罗斯传媒在全球化与区域化进程中面临的矛盾,而且积极寻求化解矛盾之道。投资方面,俄罗斯传媒以国家资本的运作为主;技术方面,在符合国家信息空间一体化政策的基础上展开全面数字化,重点扶持信息缺乏地区;理念方

---

<sup>①</sup> Терхи Рантанен: Глобальное и национальное. Масс — медиа и коммуникации в посткоммунистической России, М., 2004. С. 25.

面,倡导建立不同民主理念和媒介文化之间的对话机制。

著者在全球化的框架下统揽俄罗斯媒体,自始至终贯穿一种互动的认知方法论,不将其当成静态的研究对象,也不孤立地阐述其存在立场,而是将其与政治、经济、文化、科技等的关联放在持续变动的社会环境下加以透视,视野宽广,视角多维。比如,关注传媒技术的推广。本书指出,世纪之交,俄罗斯传媒发展的突出表现之一便是强化技术的功用,以开放的心态引进、开发传媒技术,而技术进步又在不断革新传播业的面貌。又如,研究传媒市场的运作。俄罗斯媒体令著者感兴趣的不仅是内容,还有其成为占据本国经济一定分量的独立产业的过程。市场在传媒产业中起着主导作用,有鉴于此,市场结构、市场需求、国家利益与商业利益的协调、广告在传媒经济中的作用等都是本书讨论的重点。再如,传媒与权力的关联是审度当代俄罗斯无法回避的热点,本书抽丝剥茧地剖析各派政治力量与大众传媒的分布,并以世纪之交的俄罗斯总统竞选为个案,分析媒体对竞选活动的报道方略,寻求关于总统与媒体的互视互动和互相制约、执政党与反对党的媒体政策等问题的答案。

当代的传媒经济在一定程度上就是数字经济,因此,让数字说话成为本书把握俄罗斯传媒的重要手段。著者结合定性研究与定量分析,对相关数据展开全方位的索查和引涉,借助统计学工具厘定分析对象的属性,探寻其分布和变动规律,避免以偏概全的判断。全书共收入近40个涵盖各类指标的图表,对它们的逐一解读清晰地展示出俄罗斯传媒业的核心变化。以第三章第五节“当代俄罗斯的图书出版”为例,此节共有8个图表,既包括对图书种类和印数的历时观察,又有对出版机构数量及比例的共时呈现,两相结合,客观地勾勒出俄罗斯图书出版业的历史演变与现实情景。值得一提的是,鉴于俄罗斯图书出版业市场关系的形成经历了一个复杂而矛盾的过程,本书尤为细致地就国家的价格调节、居民的消费能力、出版机构的营销策略、图书发行的组织工作等展开了时间跨度超过30年的追踪,在明辨市场关系阶段性变化的基础上管窥其整体走势。

俄罗斯社会历史条件的急剧变化促成了传媒业的质变,这一过程涉及范围广,影响深远,以至于对它进行全景式勾勒和整体解读显得颇为困难。扎苏尔斯基教授带领团队挑战学术前沿,分析新情况,论证新问题,成就了一部集全面性、



专业性、创新性于一体的著述。它既是记载世纪之交俄罗斯传媒状况的历史档案,又是立体呈现媒体转型与现实发展复杂历程的鲜活材料。当然,俄罗斯传媒时刻都在求新、求变。比如,2005年开播的“今日俄罗斯”电视台在短短数年间已经跻身世界知名媒体之列;而在2013年年底,俄罗斯总统普京签署命令,撤销俄罗斯新闻社与“俄罗斯之声”广播电台,将其与“今日俄罗斯”电视台重组,成立了“今日俄罗斯”国际新闻通讯社。面对日新月异的媒介生态环境,研究者们还须深入调研,对传媒的未来走向展开合理的预判和科学的指导。

本书第一章和第三章由张俊翔翻译,第二章和第四章由贾乐蓉翻译。需要说明的是,本书包含大量与媒体名称相关的专有名词,在翻译过程中我们尽量采用约定俗成的中文译名,对于未能查找到中文译名的媒体名称以及存在明显偏颇的译名,我们给出了自己的翻译方案,并且添加了必要的注释。

南京大学外国语学院的王加兴教授对本书的翻译给予了热情的支持,南京大学出版社的沈清清、潘琳宁女士为本书的出版付出了大量心血,在此谨表示衷心的感谢。

由于译者水平有限,译文中存在错误和不足在所难免,敬请读者提出批评意见。

张俊翔

2015年初夏于南京仙林

# 目 录

第一章 当代俄罗斯社会的大众传媒	1
第 1 节 大众传媒在当代俄罗斯社会中的运作态势(Я. И. 扎苏尔斯基)	3
1.1.1 新闻自由的发展	3
1.1.2 作为公共领域的新闻业:在国家、商业和公民之间寻找平衡	8
1.1.3 俄罗斯大众传媒运作的基本态势	17
1.1.4 当代俄罗斯大众传媒类型的变化	34
第 2 节 新闻自由的法律基础(А. Г. 里希特)	46
1.2.1 新闻自由的发展状况	46
1.2.2 大众传媒领域的现行法律:对联邦法律的简要描述	50
1.2.3 立法机关正在审议的主要法律草案	54
1.2.4 权力执行机关的立法活动	56
1.2.5 司法实践	58
第 3 节 大众传媒与政权——20 世纪 90 年代的俄罗斯(И. И. 扎苏尔斯基)	61
1.3.1 传媒政治体制、重构俄罗斯	62
1.3.2 传媒政治体制转归国家,或曰新的政治时期	72
1.3.3 1999 年选举前夕政治力量与大众传媒的分布	77

1.3.4	对1999至2000年竞选活动的报道	78
1.3.5	“施季里茨上校”——我们的总统	84
1.3.6	集合点——伟大的俄罗斯	95
1.3.7	大都市	98
第二章 传媒经济与传媒结构		105
第1节 后社会主义国家传媒体制的转型期(Е. Л. 瓦尔塔诺娃)		107
2.1.1	转型期的特点	107
2.1.2	后转型期的传媒结构	113
2.1.3	新的俄罗斯传媒秩序	116
2.1.4	全球化条件下的俄罗斯大众传媒	119
第2节 俄罗斯大众传媒的经济特点(Е. Л. 瓦尔塔诺娃)		123
2.2.1	俄罗斯传媒产业:总体特征	124
2.2.2	所有制结构	127
2.2.3	大众传媒的基础设施:新部门的诞生	135
第三章 印刷传媒		149
第1节 大众传媒的系统特征(М. В. 什孔金)		151
3.1.1	大众传媒体制的完整性	152
3.1.2	大众传媒体制及其环境	155
3.1.3	大众传媒的结构	160
3.1.4	大众传媒的类型	166
3.1.5	大众传媒的受众特点	171
3.1.6	信息的特点和类型	175
3.1.7	出版物和节目的目标任务	178
第2节 印刷传媒的受众(И. Д. 福米乔娃)		181
3.2.1	影响的程度	181
3.2.2	受众行为的发展趋势	182

3.2.3	中央报刊和地方报刊 .....	189
3.2.4	日常生活的兴趣 .....	193
3.2.5	对读者的情况了解多少? .....	196
第3节	报 纸(Л. Л. 雷斯尼亚斯卡娅) .....	199
3.3.1	全俄报纸 .....	199
3.3.2	地区报纸 .....	213
第4节	杂 志(М. И. 绍斯塔克) .....	229
3.4.1	杂志类型的主要指标 .....	230
3.4.2	杂志的类型 .....	234
第5节	当代俄罗斯的图书出版(М. И. 阿列克谢耶娃) .....	244
3.5.1	图书市场的形成 .....	245
3.5.2	1997至1999年的俄罗斯图书出版 .....	249
3.5.3	21世纪初图书出版业的发展状况 .....	256
第四章	电子传媒 .....	265
第1节	俄罗斯电视业的转型(А. Г. 卡其卡耶娃) .....	267
4.1.1	1990至2001年:革命的十年 .....	267
4.1.2	2002至2003年:政权的现代化、国家官僚制度的强化与电视的 产业前景 .....	273
4.1.3	2004至2005年:从“被管理的”到“被审查的”电视政策 .....	283
第2节	当代广播业的特点(Л. Л. 博洛托娃) .....	289
4.2.1	俄罗斯广播业的结构(从所有制的角度) .....	289
4.2.2	广播市场的发展趋势 .....	294
4.2.3	广播电台的类型 .....	296
4.2.4	新趋势 .....	300
第3节	网络媒体(М. М. 卢金娜) .....	304
4.3.1	俄文网的受众与网络媒体的用户 .....	304

## 4 俄罗斯大众传媒

4.3.2	网络媒体的出现 .....	307
4.3.3	网络媒体的系统特征与专门特征 .....	309
4.3.4	俄罗斯网络媒体的分类 .....	310
4.3.5	俄罗斯网络媒体的模式 .....	314
4.3.6	俄文网传媒市场的发展趋势 .....	316
第4节	新闻通讯社(Т. И. 弗罗洛娃) .....	318
4.4.1	通讯社的类型特征 .....	319
4.4.2	俄罗斯新闻通讯社的历史 .....	324
4.4.3	新闻通讯社体系 .....	326

## 第一章

# 1

## 当代俄罗斯社会的大众传媒



## 第1节 大众传媒在当代俄罗斯社会中的运作态势

(Я. И. 扎苏尔斯基)

苏联解体以来,后苏联空间的新闻业发生了根本性的变化,《俄罗斯联邦大众传媒法》颁布,大众传媒成了一个重要而庞大的产业——传媒产业。大众传播的面貌发生了变化。除了报刊、广播和电视等人们业已习惯的信息传播渠道,新兴的信息技术也得到了广泛的应用,互联网为传统媒体(报纸、广播、电视)和电子出版物提供了发布平台。

### 1.1.1 新闻自由的发展

俄罗斯的民主发展在大众传媒领域体现得非常明显。如今,新闻自由的理念已经成为共识。可以说,俄罗斯的民主变革使得人们对新闻自由的理解更加深入。

新闻自由是观点的自由。新闻自由是表达观点的自由,是政治自由,是自由表达思想的可能性。作为一种政治理念,新闻自由已经在俄罗斯人的意识里扎下了根。

同时,新闻自由又是对俄罗斯的记者和大众传媒提出的严峻挑战。事实上,媒体的政治自由并不意味着随时可以自由表达思想和想法。新闻自由的经济特征日趋明显。报纸、杂志、广播和电视想要自由运作,必须依托良好的经济基础。经济领域尚存在妨碍新闻自由发展的困难。

大众传媒遭遇经济困难的前因可以追溯到苏联时期,当时,媒体是高利润行业,不过,出版报纸和杂志的收入都被划归到党、工会、共青团和其他社会组织的账目上,最终进了国库。然而,这些收入并未被用于发展大众传媒的基础设施。民主的俄罗斯落到了没有信息资本的境地,成了一个信息匮乏、经济不受保护的国家。

俄罗斯的经济遭受了严重的困难,这自然也在大众传媒领域有所反映,因此,新闻自由的经济问题并未得到解决。投资缺乏,纸张、运输和印刷的价格昂



贵,这让报刊难以盈利。遗憾的是,广告市场的发展也很缓慢。除此以外,还存在主观方面的困难。为了赢得受众,增加销量,报纸不惜降低质量标准,出现了许多旨在制造轰动效应的无聊的甚至是虚假的新闻。总之,新闻自由遭遇的不仅有经济上的考验,还有道德标准的考验。

新闻的政治自由首先意味着不受审查。这一点媒体做到了:新闻审查已被禁止。然而,按照“有自由,没头脑”的原则行事是不明智的,也是危险的。只有与责任密切相连,自由才能得以实现。自由和责任密不可分。况且在俄罗斯的新闻业界,不可靠、不准确和不深入的信息让相当多的受众失去了对报刊的信任。读者的失望加重了报刊行业的危机,使其受信任程度、受关注程度和订阅量下降。定期出版物的发行量锐减。这些问题在民主俄罗斯发展的最初几年就已经显现。

遭遇失败的同时,也有一定的进步。为了看到进步之所在,必须认真回顾俄罗斯新闻业的发展之路。最引人注目的是,在报纸发行量下降的同时,其种类有所增加,尤其是地方报纸的数量显著增加。就连基尔扎奇和谢尔吉耶夫波萨德这样的小城市都有数种报纸。显然,在大众传媒的发展过程中,报纸种类的“井喷”这一独特现象改变了新闻业的状况,扩大了获取信息的可能性。

在俄罗斯,大众传媒的发展不均衡,可以粗略地把这一发展过程分为几个阶段。

最初三年,媒体都忙于从旧的传统和形式当中解脱出来。它们曾经都是党的工具,在苏联体制瓦解和苏联共产党被禁以后,它们不再承受外部的压力。这一时期的标志是:基于多元化原则并且独立于国家的新型新闻业开始形成。

这里可以划分出新闻业的两种模式。第一种是改革模式,它与苏联第一位也是唯一的一位总统 M. C. 戈尔巴乔夫密切相关。在改革过程中,苏联的大众传媒成了批评官僚和行政体制的工具,成了民主化的工具。记者可以自由地思考和写稿。与此同时,党的领导作用得以保留,媒体推动民主化自上而下地实现。这是新闻业的工具模式;它与苏联模式的不同之处在于,在戈尔巴乔夫及其支持者手中,新闻业是民主化的工具,但它仍然处于党和国家强权的管理之下。