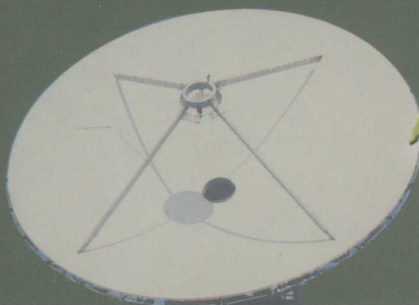


蘇



俄

新聞傳播史論

胡逢瑛、吳非◎合著

G219.512.3
20081

蘇



俄

新聞傳播史論

胡逢瑛、吳非◎著

蘇俄新聞傳播史論 / 胡逢瑛, 吳非作. -- 一版

. -- 臺北市 : 秀威資訊科技, 2006[民 95]

面 ; 公分. -- (社會科學類 ; AF0046)

參考書目:面

ISBN 978-986-7080-64-6(平裝)

1. 新聞 - 俄國 - 歷史 2. 大眾傳播 - 俄
國 - 歷史

890.948

95012569



社會科學類 AF0046

蘇俄新聞傳播史論

作 者 / 胡逢瑛 吳 非

發行人 / 宋政坤

執行編輯 / 林世玲

圖文排版 / 張慧雯

封面設計 / 羅季芬

數位轉譯 / 徐真玉 沈裕閔

銷售發行 / 林怡君

網路服務 / 林孝騰

出版印製 / 秀威資訊科技股份有限公司

台北市內湖區瑞光路 583 巷 25 號 1 樓

電話 : 02-2657-9211

傳真 : 02-2657-9106

E-mail : service@showwe.com.tw

經銷商 / 紅螞蟻圖書有限公司

台北市內湖區舊宗路二段 121 巷 28、32 號 4 樓

電話 : 02-2795-3656

傳真 : 02-2795-4100

<http://www.e-redant.com>

ISBN-13 / 978-986-7080-64-6

ISBN-10 / 986-7080-64-5

2006 年 6 月 BOD 一版

定價 : 450 元

• 請尊重著作權 •

Copyright©2006 by Showwe Information Co.,Ltd.

註明：

本課題屬於中國大陸國家新聞211課題
「關於中國傳媒體制的調整與創新建設」

目次

緒 論	1
問題背景與研究發現	1
本書結構與內容安排	2
研究現況與資料來源	9
課題支援與致謝對象	11
第一章 俄羅斯報業控管模式與印刷媒體市場化趨勢	13
第一節 俄羅斯印刷廠和新聞紙受政府管制	15
一、印刷廠分級定類決定市場區隔	15
二、新聞紙控制有利於大報生存	17
三、國外資本首先進入俄出版事業	21
第二節 俄羅斯報紙行銷通路走向市場運作	22
一、報紙零售業務鎖定中青年讀者	24
二、零售方式將制約報紙發展	26
三、建立報紙發行網路與回收制度	28
第三節 俄羅斯印刷媒體顯市場化趨勢	30
一、大報增長趨勢逐漸穩定	31
二、嚴肅類型報紙得到發展	39
三、俄機關型大報面向機關團體	40
四、免費報紙經歷發展階段	42
五、經濟類報紙反應國家政策取向	44

第四節	俄政府宏觀調控與管理媒體成為必然.....	46
一、	俄政府對於定期出版物進行支援.....	46
二、	俄政府建立媒體的國際戰略功能.....	48
三、	普京建立與媒體管理高層直接溝通模式.....	52
第二章	俄羅斯廣播電視發展進程與體制改革.....	57
第一節	俄羅斯廣播電視業的發展進程.....	58
一、	私有商業電視臺相繼出現.....	59
二、	第一電視臺歷經重組發展.....	62
三、	俄羅斯國家電視臺隸屬聯邦政府.....	67
四、	俄羅斯電視臺	
—	環球頻道整合新聞、影集和體育.....	69
五、	文化電視臺國有公共服務制第一步.....	72
六、	國家電視佔據主要收視市場.....	76
第二節	全俄羅斯廣播電視公司聯邦屬性和職能.....	79
一、	全俄廣電公司的權力來源和管理範圍.....	79
二、	855 號總統令——媒體全面行政改革的開始.....	85
三、	專業記者團隊成為主力.....	87
四、	節目鎖定年輕觀眾.....	88
五、	全俄羅斯廣播電視公司在選舉期間操控媒體.....	89
第三節	俄廣電媒體從多元化轉向國有公共服務制.....	93
一、	俄羅斯電視臺運作轉向多元化.....	93
二、	廣電記者逐漸專業化與年輕化.....	95
三、	媒體所有權與管理結構的改變.....	97
四、	國家所有廣電公共服務體制確立成型.....	101

第三章 俄羅斯國家廣播電視集團所有權集中化現象 109

第一節 俄廣電監管與營運機構相互整合 110

一、俄廣電管理主管機關重新整合 111

二、全俄廣電公司成為廣電事業領導機構 112

第二節 俄政府與金融寡頭瓜分媒體市場 115

一、俄政府強化國家電視臺全俄覆蓋力 115

二、金融工業集團形成跨媒體集團 116

三、媒體國家化趨勢再度成為主流 123

第三節 俄國家電視發展前景和困境 130

一、歐洲公共電視受到挑戰 131

二、俄中央仍堅持保留一個國家電視臺 133

三、股權比例分散原則解除寡頭產生隱患 134

四、俄政府規劃傳媒發展方向 136

第四節 俄廣播電視數位化困境與國家發展方向 138

一、俄媒體理論的機關與工具論點 139

二、俄媒體中央集權的資訊空間一體化政策 142

三、俄電子媒體以國家資本運作為主 145

四、俄國家電視廣播全面展開數位化進程 148

第四章 俄羅斯金融工業寡頭、跨媒體集團

與普京能源外交 151

第一節 俄金融工業集團形成跨媒體集團 153

一、媒體寡頭興起集合權錢於一身 153

二、寡頭結構阻礙媒體民主功能.....	160
三、俄羅斯與西方根本利益不同.....	162
第二節 俄能源工業寡頭展開內部鬥爭.....	164
一、兩大能源集團選前擴張勢力.....	164
二、俄能源寡頭重新劃分勢力範圍.....	166
三、俄媒體在能源外交中擔負責任.....	169
第三節 普京重新整編俄羅斯媒體秩序.....	177
一、普京當局著手對付俄媒體寡頭.....	178
二、俄媒體危機中的國家化與專業化發展.....	181
三、普京總體改革逐漸具體精緻化.....	186
第四節 普京致力解決寡頭政治經濟.....	190
一、寡頭統治背離俄羅斯政治體系.....	191
二、霍多爾科夫斯基趁勢崛起.....	192
三、霍氏遭捕後獄中「自白」.....	196
四、普京終結霍式現象與寡頭媒體模式.....	199
第五章 比較自由主義與蘇聯列寧主義新聞觀體系	205
第一節 英美自由主義新聞理論從建立發展到陷入僵化.....	206
一、自由主義影響媒體與新聞理論體系的建立.....	208
二、一戰後美國廣播管理的建立與報紙煽情新聞 的興衰.....	210
三、二戰後美國新聞傳播模式與媒體專業化軌道 的建立.....	214
四、西方媒體的新聞自由原則陷入僵硬化困境.....	217

第二節	列寧主義新聞觀的建構發展	226
一、	列寧主義建構蘇聯的國際體系架構	227
二、	列寧建立新聞黨性原則與黨內監督機制	229
三、	列寧新經濟政策與國家崛起	233
第三節	史達林時期國家工業化與媒體角色	241
一、	史達林國家工業化的強國方針	242
二、	冷戰開始與意識型態的對立	245
三、	史達林強國政策的影響	248
第六章	蘇聯政治改革與媒體發展的互動關係	259
第一節	蘇聯媒體職能基礎演變與逆反現象	261
一、	蘇聯媒體職能的基礎與演變	262
二、	蘇聯報刊制度中的逆反現象	267
第二節	蘇共政治方針決定媒體發展方向	271
一、	蘇維埃政權短暫的多黨報業時期	272
二、	內戰期間一黨化傳媒體系的建構	274
三、	列寧新經濟政策時期的傳媒發展	276
四、	史達林時期的傳媒發展	280
五、	赫魯雪夫的新憲法革新與傳媒角色	284
五、	勃列日涅夫與安德羅波夫時期的意識形態危機	290
六、	戈巴契夫的「公開性」改革牽動傳媒變革	294
第三節	蘇聯「公開性」改革的思想演變及其影響	296
一、	「公開性」改革引發知識份子爭論	297
二、	「公開性」改革振盪東歐意識形態	302
三、	「公開性」改革引領媒體新戰線	305

四、「公開性」改革催生媒體新階層.....	310
五、「公開性」改革影響媒體模式的改變.....	314
第七章 普京媒體改革與意識形態的關聯性	325
第一節 俄羅斯意識形態與強國概念的聯繫.....	325
一、列寧與史達林是俄頭號世紀人物.....	326
二、Who is Mr. Putin?—俄羅斯政壇新強人	328
三、蘇聯意識形態管理顯現弊病.....	330
第二節 普京總統建立新意識形態體系.....	332
一、犬儒主義顛覆蘇聯統治文化.....	333
二、愛國主義成為普京意識形態核心.....	334
三、媒體是意識形態集中的地方.....	336
四、普京改革媒體重塑意識形態.....	337
第三節 俄羅斯需加強意識型態的包容性.....	338
一、俄需建構俄羅斯發展模式.....	339
二、俄應謀求內部整合	340
三、俄需從意識型態包容性入手.....	341
第四節 獨聯體國家分裂危機與媒體角色.....	342
一、烏傳媒在大選中分裂	342
二、吉爾吉斯國家意識現危機.....	344
三、車臣成為俄意識形態的芒刺.....	348
四、人質案影響俄新聞發展	349
第五節 俄公民社會意識與媒體發展的互動關係.....	352
一、媒體推動組織公民社會	352

二、政府需健全傳媒法制環境	355
三、俄媒體精英影響政府運作	356
參考資料—ЛИТЕРАТУРА	361

緒論

問題背景與研究發現

2000 年前夕，普京在葉利欽總統的拔擢之下接掌了政權，一夕之間在俄羅斯從默默無聞的政治官僚變成了家喻戶曉的政治明星，然而，西方國家卻非常擔憂這匹政治黑馬究竟要將俄羅斯帶往何方？普京這位在俄羅斯國內極具民意支援的民選總統，終歸要在任期屆滿時離開政治舞臺的中央，因此筆者認為，普京在兩任總統任期之內，最重要的貢獻將會是建立一個可預測性的和有法可循的政治機制，以確保俄羅斯政權能夠和平轉移，以及國家機器保持正常運行和政治制度得以完善規範，促使俄羅斯將在後普京時代仍能夠繼續朝著強國之路穩定發展，而關於強國的戰略，普京首先贏得俄羅斯民眾的認同主要體現在堅決打擊恐怖活動和解決寡頭政治兩個方面，因為維護俄羅斯國家的領土完整、社會的秩序安全以及能源的經濟戰略，都與俄羅斯重振國力有著密切不可分的關係，筆者也發現，大眾傳播媒體正是在普京的治國方略中扮演著最關鍵的輔助角色，普京對媒體體制的一系列改革，一方面結束了寡頭媒體動搖國本的紛亂年代，另一方面開啟了媒體國家化與社會化的進程。

俄羅斯媒體國家化進程最明顯的特徵就是國家資本進入金融寡頭的媒體，以及國家電視廣播媒體監管機關和領導集團—全俄羅斯廣播電視公司的中央集權管理形式的建立。在俄羅斯是否在足夠的公共領域空間成為西方關注的一項的焦點，國家與社會的區隔性是界定媒體是否有哈貝馬斯（J.Habermas）所稱的公共領域的標準。若是將國家社會型態以政府、社會團體與公民個人在公共領域中的互動關係來看，那麼政府介入媒體專業化運行越多，導致社會團體與公民在媒體發聲的權力就越小，也就形成了一種「國家社會化」或是「社會國家化」的重疊狀況，這一種缺乏公共領域的狀態，例如蘇聯時期，另一種沒有公共領域的狀態是媒體在體制內由於非專業化的介入因素而完全失效，媒體脫離社會團體與公民個人，導致上層建築與下層建築完全脫離，媒體沒有發揮聯繫協調的作用，例如蘇聯末期最為明顯。因此公共領域的範圍大小與媒體是在國家社會中運行的範圍有關。目前在俄羅斯媒體的公共領域當中

仍存在相當大的新聞自由的論述空間，媒體各有自身的政治立場，包括批評普京總統的媒體、支援普京的媒體和中立的媒體，他們都有各自支援的媒體集團與讀者群，那麼媒體與政府互動的空間範圍與關鍵尺度在哪裏？筆者在研究中發現，從蘇聯到俄羅斯政治改革時，其中有一個重要的因素一直存在於媒體改革當中，就是當主流媒體在國家資本的控制之下，任何普京的政敵，若是想利用國家安全系統泄密給媒體的方式來操作政治鬥爭或針對普京進行人身攻擊的話，這種事情是可以避免的，例如在戈爾巴喬夫執政末期與葉利欽執政時期在媒體中出現過多的人事鬥爭與政府醜聞，因此普京不完全是為了控制新聞或言論自由才發展國家媒體，更重要是避免媒體在國安系統介入後可能出現過多的政治鬥爭的新聞醜聞，普京是國安系統出身，深知這種操作的利害程度。當然，普京的強國作為與他對媒體回歸國家社會的規劃，更避免了本可能在俄爆發的顏色革命，這也就遏制了俄羅斯被肢解成為一個能源供應地弱國的可能性。

本書結構與內容安排

本書首先探討的是俄羅斯報業控管模式與印刷媒體市場化趨勢。俄羅斯政府對媒體的控管主要著重在平面媒體與廣播電視上面。在 1991 俄羅斯通過聯邦《大眾傳播媒體法》之後，俄羅斯的印刷傳媒在整體上的發展方向是向市場化方向進行的，俄羅斯報紙市場化對於報社而言主要是兩個方面的改革，一是管理，另外一個是編輯集體。1994 年到 1998 年間，報紙的管理是依靠寡頭的經濟支援而得以維持，2000 年，在普京總統執政以後，俄羅斯印刷傳媒開始走入正規，印刷傳媒的主要收入來源為發行量和廣告兩項，政府同時還通過國家預算來平衡媒體在某些時候所出現的虧損，同時俄羅斯政府也意識到自己應當在預算中加入國家公關行為的資金投入，這些資金主要投入在媒體、政黨、群眾組織和基金會當中，資金來源是政府管理與媒體生存的聯繫紐帶。俄羅斯政府控管報紙與印刷業務的方式是首先著力在政策方面的把關，在報紙生成的最開始階段就在政策上把印刷業分級定類，可以說俄羅斯報業競爭仍是在非市場經濟條件下運作完成的，這樣俄羅斯整個報業的運作就可以回到普京對於未來意識形態發展的定位上，報業的基本職能在遇到任何

問題的前提上都會馬上回到預定的政策上。自蘇聯解體之後，在 1992-2000 年年間，儘管俄羅斯媒體發展的方向發生了翻天覆地的變化，與此同時俄羅斯還執行了首部被稱為有自由傾向的傳媒法，但在俄羅斯媒體八年的發展過程當中，在俄羅斯國內出現的新聞亂像卻與新聞自由沒有直接的關係，因為 1996 年之前，儘管在俄羅斯出現了所謂的完全新聞自由，俄羅斯人可以根據傳媒法來自由辦報或者成立電臺或者電視臺，但是政府會進行嚴格的審查把關。2004 年在俄羅斯發生的國外大型媒體購並俄羅斯出版社的案例中，我們不難發現，這些案例少了俄羅斯報紙的資本與外國媒體的結合，這其中的主要原因主要可以歸結為，進入俄羅斯報紙的門檻太高，問題不在於合作的資本，而是合作後按照俄羅斯現在的行政規定，這些資本將會被用於印刷設備的更新，而不是進入編輯的管理階層或廣告的運營上。俄羅斯很多的媒體人和學者就公開指出，現在俄羅斯媒體最大的問題就在於媒體如何進行市場化管理與營運。媒體專業出版社總經理阿克波夫就指出，俄羅斯報紙市場尚未成型，而市場化的先決條件並不存在，這其中最主要的原因就在於現在俄羅斯的報紙系統有 90% 的資金都來源於政府系統和依賴政府的個人投資者，這些投資者通常比較關心報紙在資金運用上是否能夠取得政府的支援，這其中出版單位和印刷廠成為報紙主要關注的單位，俄羅斯報業機構現在很少制定非常詳盡的未來發展計劃，對於報紙資金的管理計劃也很少涉及。關於俄羅斯報紙的市場化趨勢與管理，作者在本書的第一章節中做出問題闡述與探討。

俄羅斯政府對於 21 世紀電子媒介環境的總體設想與廣播電視體制的改革，反映在跨媒體的「國家所有公共服務體制」的形成，這個概念始於俄羅斯前總統葉利欽執政的後半階段。1997 年 8 月 25 日，葉利欽頒布總統令《全俄國家電視廣播公司的問題》，1998 年 5 月 8 日，葉利欽又簽署總統令《關於完善國家電子媒體的工作》，葉利欽以總統令的方式宣佈以俄羅斯國家電視臺為基礎，成立以國家股份為基礎的跨媒體國家壟斷集團——全俄羅斯國家廣播電視公司，在原有的全俄羅斯國家廣播電視公司的名義之下擴大規模，這一國家媒體的勢力範圍包括俄羅斯國家電視臺、文化電視台、體育台、俄羅斯電台、燈塔電台以及遍及八十八個行政區、自治共和國的地方電視廣播與技術轉播中心。這一總

統令的頒布表示，俄羅斯聯邦政府已經開始逐漸收回自前蘇聯解體之後各大電視臺獲得新聞自由權，同時中央與地方共同建設新聞媒體的構想已經逐漸形成，至於其他出現在 90 年代的商業型電視臺的如：獨立電視臺（已被國家化）、第六電視臺（已被取消頻道經營執照）等等，那只是對於國家媒體的有益的補充，並且進一步在普京執政時期，政府完成了商業媒體國家化的重組工作。20 世紀的 90 年代，在俄羅斯從計劃經濟向市場經濟轉型的過程中，電視行業的變化最引人注目。按照俄羅斯傳媒法的規定，電視播出所必需的許可證必須由廣播電視委員會頒發，電視許可證是每一年都需要審核一次，如果電視臺沒來得及申請的話，許可證會自動延長一年。自葉利欽執政之後，各大電視臺對於許可證的審核過程都持懷疑的態度，認為傳媒法對於許可證的規定過於寬泛，而使得該項法律都需要依靠廣播電視委員會來進行具體的解釋與操作，其中爭論的焦點就在於電視節目在轉播過程中會用到屬於國家財產的電視塔，因而國營與私營的電視臺應當保證國家的機密不被泄露，電視臺經營許可證只是一種手段。全俄羅斯國家廣播電視公司就控制著電視塔的發射權力，也等於間接影響電視許可證的發放或延續。這個權力在普京 2000 年執政之後被更加實際地控制住。2004 年普京再度連任總統之後，8 月份頒布總統令成立文化與大眾傳播部，正式將廣播電視改革的方向與文化發展結合起來，這一點顯示俄羅斯的國家媒體勢必得到發展，商業媒體不是俄羅斯政府弘揚國家主義的主戰場，文化與大眾傳播部成立後，廣電監管結構也所變化。對於俄羅斯廣播電視的管理問題，作者在本書的第二章節中做出探討。

本書的第三章節是探討全俄羅斯國家廣播電視公司集團所有權中化的困境與前景。1991 年 12 月 26 日，蘇聯正式解體，俄羅斯新的政治體系開始發展形成，新的傳播體系也隨之開始建立發展，媒體進入了激烈的轉型時期。俄羅斯政治學者伊爾欣（Ирхин Ю. В.）認為，任何政治體系中的社會關係都包含著政府權威部門的決策。俄羅斯莫斯科國立大學新聞系教授施匡金（Шкондин М. В）認為，由社會各個成員組成的資訊關係應該形成一個統一整體的資訊空間體系。俄羅斯執政當局創辦媒體、建立媒體事業領導集團，並且持續加強新聞宣傳主管單位統合、分配和管理的功能，這是俄中央政府在媒體轉型過渡期間逐步摸索

出控制媒體的方式。而在這個整體的資訊空間中，俄羅斯政府以部級的新聞主管機關——俄羅斯聯邦廣播電視服務處、俄羅斯聯邦廣播電視委員會和俄羅斯聯邦出版委員會合並為後來的出版印刷、廣播電視與大眾傳播部（МПТР）負責全俄政策研議與技術管理，以及國家媒體事業領導集團——全俄羅斯國家廣播電視公司（ВГТРК）負責廣播電視事業的規劃、監督、管理與營運的單位，兩者結合來強化政府在資訊空間中的主導地位。2004 年 6 月，俄羅斯出版、廣播電視與大眾傳播部又重新調整，出版部被政府獨立出來成立為另一個部級單位——出版印刷與大眾傳播辦公室，廣播電視部則與文化部合並成為文化與大眾傳播部，廣播電視的功能是屬於娛樂功能或是文化功能基本上在此已有一個明確的定位，這樣的定位讓發展商業媒體變成次要的發展方向，而國家的廣播電視媒體則必須成為承擔弘揚文化任務的重要載具。在獨聯體國家這兩年當中相繼爆發顏色革命之後，美國外交關係委員會近期發表報告認為，美國不應再把俄羅斯當成戰略夥伴，而應對普京「獨裁」政府採取「選擇性合作」或「選擇性抵制」新策略，該委員會同時建議美國應該加速俄羅斯鄰國烏克蘭與格魯吉亞加入北約的內容，並且應該增加對俄羅斯民主團體的支援。俄羅斯政府一向認為國家媒體政策是防堵顏色革命的重要手段，在俄羅斯廣播電視全面轉向數位化之際，國家資本仍是發展俄羅斯國家廣播電視的主要資金來源，俄羅斯媒體的職能與屬性與俄羅斯的國家發展有密切不可分離的關係。筆者在研究中發現，普京在急欲恢復俄羅斯昔日大國雄風的過程中，部分延續採取了列寧與史達林的媒體中央集權的政策，俄羅斯國家廣播電視在數位化過程中仍是秉持著普京的資訊空間一體化的媒體政策原則，因此普京的做法與強國之路是相輔相成的關係。

本書的第四章節是探討俄羅斯金融寡頭、跨媒體集團和普京的能源外交關係。2000 年後，很多菁英則主要是進入俄羅斯國家的國安系統。1995 年後出現的一批專業菁英，其主要目的在於快速提升國家整體的經濟實力，另外拉攏選民中對葉利欽有好感的選票，並且吸引中間選民改變政治傾向。在 1996 年選舉之後，俄羅斯專業菁英的範圍開始逐漸擴大，尤其反應在 2000 年後的媒體中。協助普京制定新聞方面的智庫以及各個媒體單位中都充滿了專業媒體菁英的身影。俄羅斯媒體專業青