

Российский медиарынок:
интеграция и развитие

俄罗斯媒体格局 与融合发展

以“今日俄罗斯”为例

Опыт МИА “Россия сегодня” и телеканала RT

中国国际广播电台◎著



世界出版 出版社

俄罗斯媒体格局与融合发展

以“今日俄罗斯”为例

中国国际广播电台◎著



世界知识出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

俄罗斯媒体格局与融合发展: 以“今日俄罗斯”为例 / 中国国际广播电台著. —北京: 世界知识出版社, 2016.8

ISBN 978-7-5012-5290-9

I. ①俄… II. ①中… III. ①传播媒介—研究—俄罗斯

IV. ①G219.512

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 201904 号

- 书 名 俄罗斯媒体格局与融合发展: 以“今日俄罗斯”为例
Российский медиарынок: интеграция и развитие:
Опыт МИА “Россия сегодня” и телеканала RT
- 作 者 中国国际广播电台
- 责任编辑 柏 英
- 责任出版 王勇刚
- 出版发行 世界知识出版社
- 地址邮编 北京市东城区干面胡同 51 号 (100010)
- 电 话 010-65265923 (发行) 010-85119023 (邮购)
- 网 址 www.ishizhi.cn
- 投稿邮箱 xueshuchuban@126.com
- 经 销 新华书店
- 印 刷 北京盛通印刷股份有限公司
- 开本印张 889 × 1194 毫米 1/32 6¼ 印张
- 字 数 146 千字
- 版次印次 2016 年 9 月第一版 2016 年 9 月第一次印刷
- 标准书号 ISBN 978-7-5012-5290-9
- 定 价 48.00 元

版权所有 侵权必究

编委会

项目指导

胡邦胜

主 编

李支援

副主编

刘 岩 孙宇峰

编写组成员

王德禄 燕 玺 盛晶晶 孙 娟

金 钟 赵雪予 王毓韵

Sergey Smirnov Olga Gudenko

Maksim Klyagin Vasily Pushkov

Olga Rumyantseva

序言一

今年适逢《中俄睦邻友好合作条约》签署 15 周年和中俄战略协作伙伴关系建立 20 周年。中俄全面战略协作伙伴关系呈现前所未有的积极发展态势。

中俄媒体承载着增进双方相互了解和认知、促进友谊、深化合作的使命。近年来，双方媒体不断拓展合作，为夯实中俄关系的社会民意基础发挥了不可替代的作用。媒体合作成为两国关系不可或缺的一部分。

中俄友好、和平与发展委员会中方媒体理事会推出《俄罗斯媒体格局与融合发展》一书，为读者了解俄罗斯媒体和国情打开了一个窗口，对深化双方媒体合作、推动两国相互进行正确客观报道和舆论引导具有重要意义。

今年是中俄媒体交流年。希望以中国国际广播电台和“今日俄罗斯”国际新闻通讯社为代表的两国媒体加强合作、互学互鉴，见证和记录中俄两国携手共创的历史新篇章。

谨代表中俄友好、和平与发展委员会向《俄罗斯媒体格局与融合发展》的出版表示祝贺！

中俄友好、和平与发展委员会中方主席

戴秉国

2016年9月

序言二

《俄罗斯媒体格局与融合发展》一书是中国国际广播电台俄语传播从业者研究俄罗斯媒体发展的最新学术成果，是中俄媒体加强相互理解、交流与合作的体现，是双方媒体聚力共促双边关系发展之愿望的实践。

该书从媒体格局与现状、媒体市场、媒体特点与发展趋势等方面，详细介绍了20世纪90年代以来俄罗斯媒体的发展路径，概括和总结了俄媒发展特点，展望了俄媒发展趋势。结合国内媒体和社会各界关注的热点，本书以“今日俄罗斯”国际新闻通讯社和“今日俄罗斯”电视台（即RT电视台）为例，结合经典案例，解读了俄罗斯主要对外传播媒体的经验以及启示。“今日俄罗斯”品牌的成功说明世界新闻传播格局正发生剧烈变化。

在2014年博鳌亚洲论坛媒体领袖圆桌会议上，我曾说过，“当今传媒业的变局，发端于技术的革新进步，发酵于观念的交融交锋，发展于资本的推动运作”。回顾历史，不难得出结论，各国媒体的发展历程均受媒体技术、

理念创新、资本运作这三者的影响。同时我们也看到，与欧美媒体的发展模式相比，中俄两国媒体选择了更适合本国国情的发展道路。因此，在目前的全球媒体格局下，两国媒体间合作有利于双方民众的相互了解，有利于为“丝绸之路经济带”建设与欧亚经济联盟建设的对接创造良好的舆论环境。同时，还有利于两国主动争取国际话语权，共同推动中俄全面战略协作伙伴关系深入发展。如同时任俄罗斯总统办公厅主任谢尔盖·伊万诺夫 2016 年 3 月在北京出席第二届中俄媒体论坛时所指出的：“你们向国际信息空间推送的是真实的、而不是人为杜撰的文明价值观和价值取向”。

如书中所言，在塑造国家形象方面，媒体的作用愈发重要，是“软外交”的重要构建元素。就中国的对外传播媒体而言，连接中外、沟通世界、发展国际合作是工作的重点内容之一。在这方面，国际台积累了丰富的经验。自 2006~2007 年中俄举行“国家年”活动以来，我台与塔斯社，全俄国家电视广播公司旗下的文化频道、历史频道和“我的星球”频道，《俄罗斯报》，“今日俄罗斯”国际新闻通讯社，“今日俄罗斯”电视台，西伯利亚广播电台等，在系列“主题年”框架内实施了多个具有国际影响力的媒体项目。最新例证是在中俄青年友好交流年期间推出的大型多媒体文化项目《你好，中国》青春季（第三季）。中国国务院总理李克强在“青年年”闭幕式上致

辞时表示,“中方拍摄的多集微电影《你好,中国》之《中国创客》一集,在俄罗斯受到广泛好评,收看人数超过1亿人之多,充分反映出两国人民渴望交流沟通、分享各自经验的共同心愿”。此外,在中俄人文合作委员会及中俄友好、和平与发展委员会的框架下,两国间的媒体合作取得了一系列实际成果。

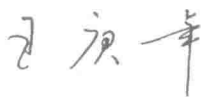
与俄罗斯媒体相似,中国媒体特别是对外传播媒体现阶段也正经历着变革时期。中国国际广播电台创办于1941年。在75年的发展历程中,国际台发展成为沟通中国与世界的重要桥梁,成为中国推动建设和谐世界的重要舆论力量。特别是最近十余年间,在全球化、综合化、本土化、品牌化、融合化的发展道路上,国际台成为中国开展对外传播和国际媒体合作诸多理论、理念、合作模式的首倡者和实践者。展望未来,无论是中国媒体,还是俄罗斯媒体,集团化和综合化是发展趋势。在这一过程中,新媒体将发挥重要作用。在传统媒体与新媒体融合方面,俄罗斯媒体的发展趋势主要呈现出四大特点:一是传播手段和渠道融合,二是内容生产方式融合,三是品牌融合,四是机构融合。这些对于发展道路的探索以及经验值得中国媒体借鉴。

该书出版于中俄友好、和平与发展委员会媒体理事会第三次圆桌会议举行前夕。在2015年9月举行的首次会议上,中俄媒体发布了关于深化双边合作的倡议书。

我深信，此次会议将进一步推动中俄媒体的合作实践。两国媒体将以务实合作赋予中俄媒体交流年丰富的内涵，并以此为这一主题年活动的成功举办作出贡献。

同时，以此书向中俄致力于双边关系发展的全体媒体同仁致敬！

中俄友好、和平与发展委员会媒体理事会中方主席
中国国际广播电台台长



2016年9月

目 录

序言一 戴秉国 /I

序言二 王庚年 /III

第一章 俄罗斯媒体格局与发展现状 /1

第一节 新闻通讯社 /3

一、综合性通讯社 /5

二、专业性通讯社 /10

三、互联网通讯社 /13

第二节 报纸杂志 /14

一、报业市场现状 /15

二、杂志市场现状 /21

三、报纸杂志市场面临的挑战 /24

第三节 广播电视 /25

一、广播产业概况 /26

二、电视产业概况 /31

第四节 互联网媒体 /45

一、网络新闻媒体发展概况 /45

二、网络社交媒体发展概况 /51

第二章 俄罗斯媒体市场的融合概况 /55

第一节 俄罗斯当代媒体市场的形成过程 /55

一、第一个时期（1992~1998年） /57

二、第二个时期（1999~2008年） /61

三、第三个时期（2009年至今） /64

第二节 俄罗斯媒体融合的政治环境 /65

一、第一个时期（1992~2000年） /66

二、第二个时期（2000年至今） /69

第三节 俄罗斯当前五大媒体集团 /73

一、全俄国家电视广播公司 /73

二、俄罗斯天然气工业媒体控股公司 /77

三、俄罗斯“国家媒体集团” /79

四、“CTC传媒”集团 /80

五、乌斯马诺夫媒体集团 /81

第三章 “今日俄罗斯”电视台（RT） /85

第一节 整体概况 /85

一、建设情况 /85

二、传播效果 /88

第二节 运作特点 /91

一、追求报道内容的差异化 /91

二、追求镜头的开放性和鲜活性 /92

三、善于开发名人效应 /93

四、国家财政支持有力 /94

五、善于自我营销和炒作 /94

六、大胆启用新人和外籍员工 /95

七、重视应用新技术 /96

第三节 从 RT 探究俄罗斯国际传播发展战略 /96

一、打造和培育新的媒体品牌 /96

二、借力社交网络放大品牌效应 /98

第四章 俄罗斯“外宣航母”：“今日俄罗斯”国际新闻通讯社 /101

第一节 组建的战略意图 /102

一、从国际政治方面考虑 /102

二、从人事方面考虑 /104

三、从财政方面考虑 /105

四、其他因素 /106

第二节 组织架构 /107

一、俄新社 /107

二、“俄罗斯之声”电台 /108

第三节 海外布局与本土化运作特点 /109

一、对内传播以俄新社为主 /109

二、对外传播以“卫星”通讯社为主 /110

三、“今日俄罗斯”通讯社的发展策略 /112

第五章 俄罗斯媒体国际传播案例分析 /115

第一节 国际关系的战略定位决定了“媒体战”不可避免 /116

第二节 具体案例 /119

一、基于地缘政治利益的“媒体战” /119

二、由俄罗斯主办的大型国际性活动的对外传播实践 /130

三、就国家核心利益与西方的直接舆论交锋 /136

第六章 俄罗斯媒体的发展特点和新趋势 /141

第一节 媒体市场监管政策趋紧 /143

第二节 传统媒体与新媒体的融合 /148

第三节 媒体的集团化发展 /152

第七章 “今日俄罗斯”品牌的启示 /159

第一节 “今日俄罗斯”品牌成功的原因 /160

一、高层给予高度重视 /160

二、资源得到有效整合 /162

三、本土化传播与国际化叙事成功结合 /164

四、重视品牌建设 /167

第二节 “今日俄罗斯”模式对中国对外传播的启示 /169

一、加大对对外传播的重视程度 /169

二、优化资源配置 加大资金投入 /170

三、改进报道方式 强化本土化传播 /172

四、整合资源 打造重量级外宣品牌 /174

参考文献 /177

第一章

俄罗斯媒体格局与发展现状

作为文化大国，苏联（俄罗斯）的媒体市场有着起步时间早、发展规模大、结构复杂等特点。20 世纪 90 年代苏联解体对于俄罗斯媒体市场的冲击影响尤为明显。如今，我们来探讨俄罗斯媒体市场的格局现状和发展趋势，更多的也是定位于苏联解体后的这个时期，不仅仅因为在这一时期俄罗斯媒体市场与苏联时期相比发生了根本性的变化，更重要的是，俄罗斯媒体的市场经济转型进程对于同处于这一时期的中国媒体市场来说，有一定的借鉴意义。

俄罗斯政府一直对媒体市场管理监督工作非常重视，这从俄罗斯政府的基本框架中就能看出：尽管机构名称以及建制在近 20 多年来发生了多次变化，但在俄罗斯政府的顶层设计中，主管媒体舆论的部门始终是俄罗斯政府框架内的部级行政主体。在俄罗斯政府最近一次机构改革中，这个部门被命名为俄罗斯联邦通信与大众传媒部。其前身是苏联通信部，统管全国的邮政、电报电话、无线电通讯以及广播、电视、期刊等大众传媒事务。苏联解体后，俄罗斯联邦政府成立了俄罗斯联邦通信部，其职能分工与苏联通信部相同。1997 年，俄罗斯联邦通信部被改组为国家通信

与信息委员会。1999年，改组为国家电信委员会。同年年底，在国家电信委员会基础上设立了俄罗斯联邦通信与信息化部。2004年，通信与信息化部被废除，代之以俄罗斯联邦信息技术与通信部。2008年，信息技术与通信部被改组为如今的俄罗斯联邦通信与大众传媒部。其具体职能为：行使俄罗斯最高行政机关在信息技术、电子通信、大众传媒（包括网络、数字媒体）领域的政策制定和依法管控权力。

从俄罗斯通信传媒主管部门在短短20多年间的频繁改组就能看出，俄罗斯媒体市场的发展在苏联解体后出现过相对混乱、缺乏监管的时期，这也是俄罗斯媒体市场发展的三个阶段当中最为艰难、无序的一个阶段。步入新世纪以后，随着政治企稳、经济复苏，俄罗斯的媒体市场才慢慢进入稳定发展阶段。也正因为这段复杂多变的经历，如今的俄罗斯媒体市场格局具备了不同于其他国家尤其是欧美国家的特质。

当前，俄罗斯联邦通信与大众传媒部下设两个直属机构来直接管理俄罗斯种类繁多的媒体组织。这两个机构分别是：联邦出版与大众传媒署，联邦通信、信息技术与大众传媒监督局。其中，出版与大众传媒署主要负责制定俄罗斯媒体市场的各类政策，为媒体提供各类国家服务，管理协调俄罗斯国有媒体资源等，而联邦通信、信息技术与大众传媒监督局则主要负责审核媒体资质、监督和管理各类媒体机构的市场活动等。

整体上，在俄罗斯联邦通信、信息技术与大众传媒监督局合法注册的从事媒体活动的组织可以分为以下几类：通讯社、报纸、杂志、电视、广播、电子期刊、网络媒体以及没有自营传播平台、专门为其他媒体提供各类媒体产品的节目制作商。

据俄罗斯联邦通信、信息技术与大众传媒监督局2014年5

月发布的 2013 年度工作报告的相关内容,截至 2013 年年底,俄罗斯境内合法注册的通讯社共有 1619 家,报纸 26983 家、杂志 32278 家、电视频道 2468 个、广播频道 2816 个、电子期刊 5963 家、节目制作商 16000 多家。互联网方面,截至 2014 年年初,在俄罗斯境内合法注册的网站数量约为 587 万个。

需要指出的是,在俄罗斯,媒体名称与媒体所有者的名称大多不一样,因此,在俄罗斯的一些相关报告中,有关媒体数量以及产业规模的数据时常会有出入。莫斯科大学新闻系副教授斯米尔诺夫在其 2014 年出版的《俄罗斯媒体集团》一书中就坦承,当前,进行俄罗斯媒体市场研究最常碰到的一个系统性问题就是统计数据的混乱。本书中所采用的相关数据,主要来自俄罗斯联邦出版与大众传媒署,俄罗斯联邦通信、信息技术与大众传媒监督局,国立莫斯科大学新闻系的相关研究报告,以及“今日俄罗斯”国际新闻通讯社提供的内部资料和数据。

第一节 新闻通讯社

俄罗斯各类新闻通讯社近 20 年间的发展,与俄罗斯市场经济转型、俄罗斯新闻市场对于独立且客观信息的需求不断增长有着密切的联系。在这个过程中,很多老牌通讯社以及一些成立于 20 世纪 80 年代末、90 年代初的通讯社克服了各类组织、技术难题,发展迅速。

截至 2013 年,在俄罗斯联邦通信、信息技术与大众传媒监督局合法注册的通讯社共有 1619 家。根据各自的运营特点,当前俄罗斯的通讯社大体可以分为三类:综合性通讯社、专业性通讯社和互联网通讯社。