



转型期俄罗斯新闻业透视（下）

时间：2002-7-24 21:34:23 来源：中国新闻研究中心 作者：程曼丽 阅读1383次

从印刷媒体唱主角到电子传媒唱主角

俄罗斯是一个喜爱阅读的国家，其报刊发行量一度排列世界前几位。曾有一段时间（80年代末期），《真理报》发行量达到1100万份，《消息报》800万份，《共青团真理报》高达1700万份。当时莫斯科的报刊零售点时有长队出现，过了早8点，大部分当日报纸就已告罄。那是怎样的繁荣景象。今天俄罗斯报刊出版业已风光不再。媒体走上商业化道路以后，报纸、杂志等印刷媒体的数量虽然在增加，市场却日渐萎缩，发行量逐年减少。下表足以说明这个问题。

俄罗斯报刊发行情况（1950—1998）^③年代 出版物 期数 零售分数（千） 一份报纸的平均零售数

1950	23	4663	9423	408、6
1970	28	4874	62364	941、0
1990	43	5383	110810	2577、0
1998	245	12507	32914	134、3

（说明：直至2001年年底，报刊发行下滑的趋势仍未得到控制）

之所以出现这种情况，原因有二：一是俄民众经济承受力下降。80年代末、90年代初，俄（苏）居民收入水平虽然不高，但报价也相对低廉，首都莫斯科主要报纸的价格只有几个戈比，一个家庭订阅十几份报纸是很正常的事。俄实行自由价格政策（私有化）以后，由于纸张、印刷和发行费用猛增，成本提高，报纸价格也长上来了。目前莫斯科主要报纸的价格一般在3、5—5卢布之间，随手买上两份报纸，就要花费10个卢布左右。而俄罗斯人的平均收入水平为1500卢布上下（约为50美金。另据报纸报道，目前俄尚有近百万人生活在最低工资—300卢布的水平线上）。如果按每人月收入1500卢布计算，倘若订阅十份报纸的话，其花费正好与工资数额相抵。因此，对俄国普通民众来说，像从前那样订阅报纸已经是不可能的了。事实上，目前俄罗斯家庭的报刊订阅量已从十几份下降到一、二份。

二是俄民众政治兴趣减弱。90年代初期俄民众对报刊的兴趣，实际上反映了他们对改革的兴趣。他们盼望通过眼前的政治、经济改革消除腐朽、落后的东西，建立“自由、民主”的国家，全面提高生活水平。而报刊恰恰被作为改革的舆论先导。因此他们对报刊给予了极大的关注。但是改革十年，他们并没有看到预期的结果，也没有得到应有的实惠，久而久之就对政府失去了信心，对改革的急先锋——报刊失去了信任与好感。一项社会调查结果表明，1995年尚有70%俄罗斯人对新闻媒体（和教会）抱有信任和好感，而到2000年，这个比例数下降到30—40%。具体到报刊，今天只有13%的俄罗斯人认为报刊可信（对电视的信任度要高一些，约

- 二战前夜德国报纸政策
- 《人权宣言》及法国百...

为36%)④。

在这种情况下，更多的人将注意力转向了电视。从经济的角度讲，电视是一种廉价的媒体，除了一台电视接收器外，几乎不需要任何支出（电费的支出不计入内），人们从中既可获取新闻信息，也可获得娱乐。这使电视迅速取代了报纸的地位，成为拥有受众最多的媒体。目前电视已经成为俄罗斯人了解新闻信息的主要渠道，据称有40%的人每天通过中央频道获取新闻（而通过全国性报纸的获取新闻的人不超过20%）⑤。广播的普及率也高于报纸。1999年的一项调查表明，82%的俄国人相对定时收听广播，完全不听广播的只占18%⑥。国际互联网的发展，同样分走了报刊市场（甚至电视市场）的“一杯羹”。尽管目前俄网络基础设施尚不完备，与西方发达国家比还有一定的距离，但上网人数也达到了1000万。更由于许多报纸、杂志、广播电台、电视台都有了自己的电子版，上网获取新闻已成为一种普遍现象（年轻人中尤其普遍）。

这样一来，过去大而统一的报刊市场和相对稳定的读者群体就不复存在了。受众由印刷媒体分流至电子传播媒体，又由电子传媒分流至新媒体，由此形成了不同媒体种类、不同层次、分布广泛的受众市场。

第四、从马列主义到西方理论

苏联解体前（尤其是80年代中期以前），尽管国内新闻学界时有不同学术观点的论争，但占主导地位的新闻理论始终是马克思列宁主义新闻理论。当时的新闻媒介被称作“大众新闻和宣传工具”（средство массовой информации и пропаганды简称 СМИП），其职能是列宁所归纳的“集体的宣传员、集体的鼓动员和集体的组织者”。马克思列宁主义的新闻理论观不但对新闻实践起着直接的指导作用，还被规定为大学新闻院系的主体课程。80年代中期，在莫斯科大学新闻系的专业课程设置中，这类课程就占有较大的比重，如“苏联新闻学概论”（以列宁报刊理论为主）、“党和苏维埃报刊的理论和实践”、“外国共产主义及工人报刊史”、“资产阶级新闻理论与实践批判”等。

苏联解体后，新闻理论及理念发生了根本性的变化。尽管早在1986年苏共27大报告中，就改称“大众新闻和宣传工具”（СМИП）为“大众新闻工具”（СМИ），这个概念被广泛使用和普遍接受还是在解体以后。这一时期，列宁的新闻思想不再被人们提起，原苏联的新闻模式也被作为反面教材而遭批判。在莫斯科大学新闻系的专业课中，“苏联新闻学概论”、“资产阶级新闻理论与实践批判”之类的课程已不见踪影，取而代之的是“新闻理论导论”（以西方新闻传播理论为主）“信息基础理论”、“外国新闻史”、“外国大众新闻媒体经验对我国媒体发展的意义”等课程。在各类新出版的新闻学教材或著作中，“公民社会”、“新闻自由”、“第四等级”之类的概念已屡见不鲜，李普曼、拉斯韦尔、施拉姆、哈贝马斯等西方学者的名字以及他们的理论也为人们耳熟能详。

俄新闻理论界的情形反映了整个俄罗斯理论界的现状：旧有的理论体系被打破了，新的理论框架又没有建立起来，于是便搬用或套用西方理论，以填补空白。俄新闻理论界热衷引述的理论主要有：

1. 自由报刊理论

俄新闻理论界对西方早期自由主义报刊理论十分推崇，认为它所主张的报刊不受政府干预，新闻媒介有充分的出版权、采访权、发布权，可以自由发布任何新闻和发表任何意见的主张，是俄民主社会发展的重要保障。为此他们对苏联第一任总统戈尔巴乔夫有着很高的评价，认为他开舆论自由之先河，是一代民主的总统。莫斯科大学新闻系主任扎苏尔斯基在一篇文章中写道：“今天，自由报刊（报刊自由）作为一个政治概念，已经在俄罗斯人的意识中生出了根”，“十年民主改革的结果是，极大地加深了人们对报刊自由的理解”。他认为目前对新闻自由最大的威胁是中央以及地方政府新的集权的产生。他同时援引“报刊的社会责任理论”，认为

“自由和责任是不可分的。在我们的新闻中，那些不可靠的、不准确的信息和浮躁的举动，直接导致大部分读者对报刊失去信任”。因此他认为：“‘自由有了就不需要理智了’的认识是不合理的，也是危险的”。⑦

2. “第四种权力”理论

俄新闻理论界对由美国第三任总统托马斯-杰佛逊的思想引申而来的报刊的“第四种权力”的观点十分赞赏，认为自由报刊应当成为对行政、立法、司法三权起到某种制衡作用的力量。在俄新闻学者看来，1990—1993年的三年间，就是俄“第四种权力”发挥作用的“黄金时期”。1990年通过了苏联第一部新闻法，紧接着又宣布苏共停止活动，党的报刊就像其他社会组织的报刊一样被转到了新闻工作者手中。这一年又先后创办了独立的“莫斯科回声”广播电台和《独立报》，它们“开始把自己看作是‘第四种权力’，把自己和国家对立起来，力求度独立于所有的国家机构”。但是由于经济原因，这一时期很快结束了。这之后出现的一些新问题，诸如政府施加影响、媒介寡头的压力等，都使人们更加怀念那一时期，并大造舆论希望有朝一日媒体重返“第四种权力”。

3. “公共领域”理论

“公共领域”的概念是德国学者哈贝马斯在其经典著作《公共领域的结构转型》中提出来的。近年来，随着国家与市民社会研究在俄罗斯的兴起，这个概念也被人们广泛运用。按照哈贝马斯的解释，在私人领域和政治权力之间，有一个公共领域，在这个既区别于政治、又区别于市场的空间里，人们可以对权力机构的政策以及其他共同关心的问题进行评判，以消除社会对抗，维护公众利益。俄学者认为，为了使公共领域在现代条件下发挥职能，必须有公共媒体。而在诸种公共媒体中，公共广播电视起着特殊的作用。这种公共广播电视“依靠用户的支持，有时是国家的支持，在财政上独立于广告主”，是一种社会—权力机构。莫斯科大学新闻系主任扎苏尔斯基指出：“目前俄罗斯国家频道向社会—权力机构的演进，原则上是可行的”，“如果PTP（国家电视频道）公开表示有时候不直接支持政府行为的意图的话，它就可以被称为是公共电视台”⑧。但是新闻学界也有人指出，谈公共媒体为时尚早，因为公共领域在俄罗斯远未形成。

经常被俄新闻学界引用的西方理论还有其他一些，也有学者在西方传播理论的基础上有所创新、发展。在此就不一一列举了。

总而言之，十年转型期，俄罗斯媒体从体制、结构到运行方式都发生了深刻的变化。从政治角度看，它由中央操控的垂直管理变成地方自治的平行管理；从经济角度看，它由计划统筹变为市场运作；从技术角度看，它摆脱了“孤岛”状态，融入了信息全球化的潮流中。在寻求新的发展模式的过程中，俄新闻理论工作者试图从建立（援引）一套关于传媒自由与责任的理论出发，进而建立起完善的媒介工业体系，以实现自身良性循环，促进公民社会的发展。但是，事情并不像预期的那么顺利。“经济的无效性，媒介巨头的无责任心以及新闻记者对低级趣味的迎合”，都使媒体发展呈现出曲折多变的特点。对此扎苏尔斯基有一个生动的比喻，说目前俄新闻媒体如同沿着向下运行的电梯奋力地向上攀登。对俄媒体发展的前景，他认为有三种可能性：“第一种是乐观的。经济改革的成功将创造文明的、成熟的市场，大众传媒将获得更多的有支付能力和知识水准的受众以及多元化、多样性的广告市场的支持。结果是高质量报纸的销量大增，最终将消灭政治化新闻和犯罪新闻，报道范围将得到最大程度的拓展。第二种是悲观的。国家的作用增强，以至于媒体成为宣传和公关的一种结合物。同时还会出现庸俗出版物—从占星术到媚俗新闻，甚至还会出现淫秽书刊出售商，报道的范围缩小。第三种是经济领域中的不景气现象将直接导致传媒业的不景气。一些刊物尤其是一些高质量刊物的发行量下降，而庸俗报刊的销量增长，影响扩大。报道范围将会缩小”⑨。上述哪一种可能性将会变成现实，最终取决于俄罗斯政治、经济的改革方向和社会整体的发展水平。

相关专栏：程曼丽

- 国际传播中的出境信息控制分析 (2006-8-5)
- 国际传播主体探析 (2006-2-28)
- 海外华文媒体的新变化 (2004-11-26)
- 论中国传媒在世界传播格局中的崛起 (2003-9-28)
- 浅析新闻史研究中的“滤色效应” (2003-1-24)

[>>更多](#)

相关文章：新闻业

- 2006年，中国新闻业怎么走？ (2006-1-9)
- 网络新闻业：英雄传奇的开始 (2004-12-24)
- 2004：中国新闻业回望（上） (2004-12-10)
- BBC新闻台台长访谈：处于十字路口的新闻业 (2004-1-10)
- 2003年中国新闻业回望（下） (2003-12-29)

[>>更多](#)

← 转型期俄罗斯新闻业透视（下） 会员评论[共 0 篇] →

← 我要评论 →

会员名

密码：

提交

重写

[关于CDDC](#) ◆ [联系CDDC](#) ◆ [投稿信箱](#) ◆ [会员注册](#) ◆ [版权声明](#) ◆ [隐私条款](#) ◆ [网站律师](#) ◆ [CDDC服务](#) ◆ [技术支持](#)

对CDDC有任何建议、意见或投诉，请点[这里](#)在线提交！

◆ [MSC Status Organization](#) ◆ [中国新闻研究中心](#) ◆ 版权所有 ◆ 不得转载 ◆ Copyright © 2001--2009 [www.cddc.net](#)
未经授权禁止转载、摘编、复制或建立镜像. 如有违反，追究法律责任.