

新媒体时代俄罗斯 印刷媒体的困境与转型^{*}

李淑华

【内容提要】 随着新媒体的出现和发展，俄罗斯传统印刷媒体的发展陷入诸多困境，其中表现最为明显的是印刷媒体发行量下降，其主要原因包括：新媒体快速发展对俄罗斯印刷媒体产生巨大冲击，一些印刷媒体经济效益下降，国家取消对订阅的支持、邮政运营商缺乏责任等也严重影响了俄印刷媒体的发行量。2020年以来，新冠肺炎疫情暴发则进一步导致俄印刷媒体发行量走低。俄罗斯印刷媒体向数字化转型，实际上也是其与网络新媒体融合发展的过程，是传统印刷媒体与网络媒体在技术层面的相互渗透，利用一切可利用的技术手段生产媒体产品。数字化与转型是俄罗斯印刷媒体发展进程中的必然趋势，但印刷媒体转型并不意味着纸质报刊等的消失，而是印刷媒体吸引新技术，不断发展，找到新的信息呈现形式。

【关键词】 俄罗斯 新媒体时代 印刷媒体 数字化

【作者简介】 李淑华，黑龙江大学俄罗斯语言文学与文化研究中心、中俄全面战略协作省部共建协同创新中心副研究员。

印刷媒体也称平面媒体，是指通过印刷、复印或数字技术等方式向社会公众传播信息的中介物，这类媒体可以通过自动化程序制作多个副本，包括书籍、通报、报纸、杂志、平版印刷品、备忘录、小册子和其他类型的印刷品。印刷媒体也指通过报纸、杂志等定期出版物专门从事媒体印刷和发行的行业。印刷媒体是最古老、最基本的媒介之一，对信息和知识的传播作用重大，即使在电子媒体出现后，印刷媒体也没有失去现实意义。本文所谈及的俄罗斯印刷媒体主要指报纸和杂志。

^{*} 本文系国家社科基金重大项目“中俄媒体交流、战略传播与全球治理中制度性话语权的构建研究”（16ZDA217）的阶段性成果。

一 俄罗斯印刷媒体的发展现状

俄罗斯大众传媒包括正在营业、停业和暂时停业 3 种状态。2019 年,正在营业的大众传媒类型及所占比例如下:杂志 36%、报纸 27%、其他印刷媒体 5%、电子媒体 16%、网络出版物 8%、定期电子出版物 6%、通讯社 2%^①。近年,俄罗斯注册的大众传媒数量呈下降态势。据俄罗斯联邦通信、信息技术和大众传媒监督局 2019 年 11 月发布的信息,2019 年第三季度俄罗斯注册大众传媒数量与 2018 年同期相比大幅下降,从 73 207 种减至 67 340 种,其中报纸和杂志数量从 45 554 种减至 41 038 种,减少数量超过 5 000 种^②。另据国际文传电讯社 2020 年 1 月 13 日对近 10 年俄罗斯注册的媒体情况的总结,俄罗斯注册印刷媒体为 42 861 家,其中在俄罗斯联邦通信、信息技术和大众传媒监督局国家机关注册的占 3/4,在地方机关注册的占 1/4^③。以 2019 年为例,在 42 861 家注册印刷媒体中,有 31 410 家由中央机关注册,有 11 820 家由地方分支机构注册^④。2008 年以来,俄罗斯印刷媒体数量一直呈下降态势,2008~2018 年,俄罗斯联邦登记注册的印刷媒体缩减 34%;2009 年俄印刷媒体数量为 72 498 种,2018 年为 47 883 种,2019 年为 42 861 种,包括 2019 年在内的 10 年间,俄罗斯登记注册的印刷媒体数量下降 40%^⑤。

俄罗斯停业媒体所占比重较大,通常情况下,如果媒体停业,其注册时所获得的证书随即失效。俄罗斯媒体停业的原因包括:第一,在不同的注册机关重复注册;第二,大众传媒编辑部在 12 个月内多次违反《俄罗斯联邦大众传媒法》第 4 条的规定,注册机关或俄罗斯联邦新闻出版部因此对创办人和(或)编辑部(总编)多次发过书面警告,以及编辑部不执行法院关于暂停大众传媒业务活动的判决^⑥;第三,注册后没有从事出版行为;第四,法院对法人进行清算;第

① Мониторинг состояния рынка печатных СМИ и полиграфии, Департамент средств массовой информации и рекламы города Москвы, Москва, 2019, С. 3.

② Количество печатных СМИ в России за год сократилось на 5 тысяч. <https://echo.msk.ru/blog/oskin/2537275-echo/>

③ Число газет и журналов в России за десятилетие сократилось на 40% // Независимая газета, 13 января 2020 г.

④ В 2019 году госсубсидии бумажным СМИ превысили 550 млн рублей. <https://www.interfax.ru/business/690955>

⑤ Число газет и журналов в России за десятилетие сократилось на 40%.

⑥ 参见胡太春:《世纪之交的俄罗斯传媒》,中国文史出版社 2003 年版,第 65 页。

五，自然人死亡；第六，违反有关俄罗斯联邦大众传媒注册的相关要求；第七，不具备申请权利的人作为创始人提交注册申请；第八，未支付国家相关税费；第九，创始人主动停止大众传媒经营活动；第九，媒体从事违法行为；第十，媒体从事违规行为且屡教不改，等等。

俄罗斯登记的报刊等印刷媒体类型多样，其中俄罗斯报纸类型根据受众区域分为全国性报纸、联邦主体报纸（共和国报、州报、边疆区报）、地方报纸（市报、区报）、企业报纸（针对特定企业工作人员出版发行的报纸）；根据题材分为商业类报纸、政治（政党）类报纸、行业类报纸、广告信息类报纸、娱乐类报纸、综合类报纸^①；根据出版周期分为日报（早报、晚报），周报；根据开本尺寸分为A4版、柏林版式^②、A3版、A2版；根据装帧分为彩色报纸、黑白报纸、带有彩色插图的黑白报纸。

从发行范围来看，俄罗斯多数杂志均为全国性期刊，只有少数杂志在地方出版发行。从出版周期来看，俄罗斯出版的杂志大多是周刊或月刊，但也有周两刊、旬刊、半月刊、双月刊、季刊等。从发行方式来看，大致分为终端零售、邮局定阅、直邮、免费派发、复合发行方式等。俄罗斯杂志的开本通常与标准纸张尺寸密切相关，依照国际通用标准，纸张的尺寸分为A1（594×840毫米）、A2（594×420毫米为A1的1/2）、A3（420×297毫米为A1的1/4）、A4（297×210毫米为A1的1/8）、A5（210×148.5毫米为A1的1/16）、A6（148.5×105毫米为A1的1/32）。俄罗斯杂志的开本基本为A4纸，也有杂志采取非标准开本，但这类并不多见。俄罗斯杂志依照读者与主题可以分为以下一些类别：社会政治类、科普类、科学类、通俗类、生产实践类、文学类、文摘类。此外，一些杂志还带有附件或者副刊，其中包括的内容有视频、音频、磁带、文本信息、图

^① 严功军对转型期的俄罗斯报纸的分类更为详细，有综合性社会政治类报、工业报、农业报、军事报、法律报、文化报、旅游报、汽车报、商业报、医疗健康报、生态报、体育报、能源报、娱乐报、宗教报、民族报、青年报、妇女报、儿童报、电脑报、企业报、俄侨报等。详见严功军：《变迁与反思：转型期俄罗斯大众传媒研究》，四川大学博士学位论文2004年，第32页。

^② 柏林版式的俄文名称为 Берлинер，英文为 Berliner，中文称柏林版，系欧洲大陆流行的3种主要报纸版式之一，主要由报纸尺寸作为区分，由尺寸的不同进而再决定内容的编排。采用这种版式的报纸通常的尺寸为470mm×315mm。在第一次世界大战之前，这种尺寸的报纸就已经由专门设计的报纸滚筒轮转印刷机印刷。尽管德国柏林出版的《柏林日报》（*Berliner Zeitung*）经常简称为Berliner，但它并不使用柏林版式，如此简称只是因为它诞生、出版于柏林。目前世界上采用柏林版式的报纸有：法国《世界报》（*Le Monde*）、《回声报》（*Les échos*）、德国《每日新闻》（*Die Tageszeitung*），意大利《共和报》（*La Repubblica*）、比利时《晨报》（*De Morgen*）、克罗地亚《晚报》（*Vecernji List*）、英国《卫报》（*The Guardian*）以及美国《信使报》（*Journal and Courier*）等。

片信息、海报、贴纸、模型等。

二 俄罗斯印刷媒体面临的困境及成因

随着新媒体的出现和发展，俄罗斯传统印刷媒体的发展面临诸多挑战，其中表现最为明显的是印刷媒体发行量与收入下降。

（一）俄罗斯印刷媒体发行面临的困境

世界报业和新闻出版协会（WAN - IFRA）专家指出，2019 年全球印刷媒体市场的主要问题是发行收入与广告收入下降，其主要原因是市场参与者不愿意也不善于正确地利用新技术和创新获得更多的受众、达到更好的经济效果，即内容和平台的货币化。近年，俄罗斯印刷媒体市场上一些在现代化经营方面最成功的期刊编辑部正在改进内容，拓展向受众传递内容的方式，改进风格、开本、装帧和优化营商环境的办法等。因此，这类出版物的受众总量即使缩减，也是微不足道的，其广告收入、订阅量和零售量都维持在原来的水平上^①。但俄罗斯印刷媒体市场出现的积极变化并不能从总体上扭转此类媒体发行量下降的局面，甚至随着 2020 年卢布持续贬值以及新冠肺炎疫情的持续而越发走低。

1991 年末到 2008 年，俄罗斯印刷媒体发行量一直呈增长态势，但 2008 年全球经济危机终止了这一态势。这场席卷全球的经济危机对俄罗斯大众传媒市场是一个严峻的考验，最先感受到危机后果的是印刷媒体。自 2009 年开始，俄罗斯印刷媒体无论是发行收入还是发行量都大幅下降，2008 年俄印刷媒体发行收入为 7 360 亿卢布，2017 年降为 5 870 亿卢布，2018 年降至 5 850 亿卢布^②。从 2018 年与 2017 年俄罗斯印刷媒体发行收入对比情况来看，2018 年仅比 2017 年低 2 亿卢布，表面上看这一下降幅度不大，但如果将 2018 年俄印刷媒体总体价格上涨 20% 的因素考虑进去，那么，2018 年俄印刷媒体发行总收入实际比 2017 年要低很多^③。2014 ~ 2019 年，俄罗斯的报刊发行量下降 45%，平均每年下降 9%。塔斯社援引行业代表的资料指出，“计算机”和“汽车”领域的报刊损失最

^① Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям. Российская периодическая печать: Состояние, тенденции и перспективы развития. 2020. С. 7.

^② Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям. Российская периодическая печать: Состояние, тенденции и перспективы развития. 2019. С. 59.

^③ Там же.

大,平均每年下降15%~16%;新闻资讯类、收藏类杂志、室内设计类杂志的发行量平均下降12%~14%;“女性”“娱乐”“烹饪”“电视指南”类出版物的发行量减少7%~9%;发行量最稳定是儿童类报刊以及园林、菜园和花卉等版本报刊,上述报刊发行量平均下降2%~5%^①。

俄印刷媒体发行量下降导致一些杂志和报纸被迫关闭,2019年因此而关闭的印刷媒体名单进一步扩大,如《汽车世界》《智慧》《我美丽的花园》等,柯尼卡电子传媒集团则完全退出传媒市场。而印刷媒体数量减少反过来又会影响到此类媒体的发行量。为了稳定俄印刷媒体市场、增加发行量,2019年10月,俄总统普京责成俄联邦政府对印刷媒体进行扶持,其中包括稳定新闻纸张价格等措施,这一措施或能对俄印刷媒体发行量增长起到促进作用。但2020年以来,俄印刷媒体发行量下降趋势仍然没有停止,降幅已达40%~50%,俄《议会报》销售员称,到2020年年底俄印刷媒体发行量降幅达75%,因此损失300亿~400亿卢布。此外,由于新冠肺炎疫情的影响,城市交通客流量急剧减少,地铁出版物的销量明显下降。虽然每年俄罗斯都会有新的印刷媒体创刊,但是由于许多报刊缺乏稳定读者群^②,俄印刷媒体下降的趋势仍将持续。

(二) 俄罗斯印刷媒体发行量下降的原因

1. 新媒体快速发展对印刷媒体产生巨大冲击

当今世界,互联网的作用快速增强,数字技术对媒体环境的影响越来越大,在互联网和移动设备的影响下,俄罗斯居民信息需求来源发生了巨大变化。网络等新媒体的兴起使报刊等印刷媒体的零售与订阅出现系统性危机,报刊发行量日益萎缩,消费者阅读兴趣不断下降。俄罗斯民众每天花在报纸、杂志等印刷媒体上的时间越来越少,从2011年的每天11.6分钟降至2019年的7.4分钟,2020年降至7分钟,而与此相对比,2011年俄罗斯人均使用网络电视、桌面媒体、移动媒体的时间为451.7分钟,2018年为517.1分钟。从2017~2020年数据来看,俄罗斯民众用于报纸、杂志、电视、广播的时间呈下降态势;而用于网络电视、桌面媒体、移动媒体的时间则越来越长(见表1)。随着网民数量的不断增加,

^① Продажи газет и журналов в России упали на 45%. Каждый третий киоск закрыт. <https://eadaaily.com/ru/news/2020/01/13/prodazhi-gazet-i-zhurnalov-v-rossii-upali-na-45-kazhdyy-tretyi-kiiosk-zakryt>

^② Печать теряет место: Ежедневную прессу скоро будет негде купить, газетные киоски закрываются по всей стране//Российская газета, 27 ноября 2018 г.

俄罗斯印刷媒体发行量下降的趋势将持续保持^①。综合来看，传统印刷媒体发行量下降的主要原因是互联网普及率迅速提升，越来越多的人喜欢使用网络浏览信息，而不买纸质报刊等印刷媒体。

表 1 2011 ~ 2020 年俄罗斯人均每天使用媒体的时间（单位：分钟）

年份 \ 媒体	报纸	杂志	电视	广播	电影	网络电视	桌面媒体 ^②	移动媒体 ^③	合计
2011	6.3	5.3	196.7	182.0	2.0	59.4	59.4	-	451.7
2012	5.6	4.6	215.4	179.0	2.2	68.0	68.0	-	474.8
2013	5.0	4.4	212.5	177.5	2.7	65.7	65.7	-	467.7
2014	4.6	4.1	214.3	175.5	2.0	74.0	74.0	-	474.4
2015	3.9	3.4	213.0	176.0	2.3	130.9	78.8	52.1	529.5
2016	3.2	2.8	213.7	179.5	2.3	130.0	67.9	62.2	531.6
2017	4.4	4.2	202.2	188.1	2.9	117.5	63.8	53.7	519.3
2018	4.1	3.9	202.2	184.3	2.9	119.7	60.6	59.1	517.1
2019	3.8	3.6	200.2	182.5	2.9	122.5	57.6	65.0	515.5
2020	3.6	3.4	198.2	180.7	2.9	126.2	54.7	71.5	514.8

资料来源：Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, Российская периодическая печать. Состояние, тенденции и перспективы развития. 2020. с. 11

注：* 2020 年为预测值。

俄罗斯社会舆论调查中心 2011 年的一项调查显示，只有 25% 的俄罗斯人愿意付费查看或下载互联网上的信息^④。然而，只有不到一半的网民在观看或下载互联网内容时被版权方警告是非法的，更多的人根本分不清互联网上合法内容和非法内容的区别。

① Подписка без господдержки сократилась на 20 процентов//Российская газета, 07 июля 2014 г.

② 桌面媒体是创新的互联网媒体形式，作为一种新出现的网络新媒体形式，它继承了互联网和传统平面媒体的优点，以用户的电脑桌面为载体，利用用户闲暇时间提供以图片为核心形式的资讯等服务来创造品牌广告价值。互联网进入 web2.0 时代为网络服务内容质量的提升创造了可能，使得网络服务的互动性更强，用户从单纯使用者向参与者进行转变，从大众传播方式向个人传播方式变化，在这个过程中，媒体终端也有了多种平台，比如手机、电脑、IPTV 等等。

③ 移动媒体是所有具有移动便携特性的新兴媒体的总称，包括手机媒体、平板电脑、掌上电脑、psp、移动视听设备（如 MP3、MP4、MP5）等。

④ Дуленкова А. Осторожно: качка; Больше половины пользователей не могут опознать нелегальный контент в Интернете//Российская газета, 15 августа 2011 г. № 178.

2010年11月，俄罗斯各大互联网资源的负责人就提出了互联网用户问责问题，要求俄罗斯立法者从法律层面划定网络知识产权侵权的责任。从目前的情况来看，俄罗斯网络知识产权所有者更愿意将那些上传非法内容的人，而不是互联网业务提供商绳之以法，他们通常忽略了这样一个事实，即向数百万用户提供服务的公司既没有法律依据，也没有技术上的可能性来追踪每一个用户的每一个行动并评估其合法性或非法性^①。

当传统印刷媒体内容的传播媒介从纸质版转向互联网，直接导致受众从传统印刷媒体流向互联网，进而导致这类媒体发行量的锐减和广告收入的持续下降，直接影响了传统印刷媒体的经济效益。独立民调机构皮尤研究中心（Pew Research Center）发现：印刷媒体在数字化方面收益1美元，却要在印刷方面流失10美元^②。而与此同时，在俄罗斯，无论是传统媒体还是新媒体，在数字内容收费方面一直都比较艰难。以印刷媒体网络版为例，无论其内容多么吸引人、网页设计多么精美，只要是设置“付费墙”，用户就会大量流失。收费策略是“付费墙”运营中的重要环节，如何通过设置合理的价格协调媒体收益与保持受众数量的关系成为俄罗斯印刷媒体面临的重要话题。当“付费墙”的概念于21世纪初在美国出现后，俄罗斯的一些传统媒体就开始这方面的尝试。俄罗斯专门为精英阶层打造的杂志《上流社会》和《专家》杂志等印刷媒体就曾在互联网上尝试过“付费墙”，但最终两家杂志还是放弃了这种运营模式^③，原因与用户流失及收益下降有直接关系。在俄罗斯使用“付费墙”的成功案例也有很多，如《公报》在2014年时拥有1.4万名付费用户，每年从“付费墙”获得150多万美元的收入^④。但有专家认为，一些俄罗斯印刷媒体设置“付费墙”似乎不是为了赚钱，而是为了找到忠实的受众。在这种情况下，如何解决因印刷媒体数字化而带来的纸质版受众流失与经济效益下降的困境，成为俄罗斯印刷媒体从业者必须面对的问题。总体上看，俄罗斯传统印刷媒体市场面对来自新媒体的竞争表现出越来越多的积极变化，其中利用数字技术实现报刊编辑部工作现代化则是传统印刷媒体

① Дуленкова А. Осторожно: качка: Больше половины пользователей не могут опознать нелегальный контент в Интернет.

② 《美国传统印刷媒体转型数字化发展步履蹒跚》，https://www.duoduoyin.com/yinshuajishuinfo/66206_1.html

③ Николаева Ю. Перспективы paywall в России: Сможет ли платная модель насовсем вытеснить рекламу из интернет – СМИ. <https://www.sostav.ru/publication/perspektivy-paywall-v-rossii-8200.html>

④ Там же.

适应数字媒体发展环境的重要表现。报纸、杂志等传统印刷媒体正在迅速被新的信息源取代，传统印刷媒体数量正在迅速减少。而更有专家预判，面对来自网络等新媒体的竞争，俄罗斯传统印刷媒体有可能会消失。

2. 国家取消对订阅的支持及邮政运营商缺乏责任

21 世纪初，在德国，一份周报半年的邮发费用为 5.76 欧元（213 卢布），尽管德国的邮局有国家所有也有私人所有，但国家对邮发费用都会给予一定的补贴；法国每年拨付 5 亿欧元用于补贴报刊发行。而自 2014 年下半年起，俄罗斯已经从国家层面取消对印刷媒体订阅的支持，这一措施颁布后，俄罗斯报纸和杂志订阅量下降近 40%，限制了公民获得信息的途径。俄罗斯印刷品分销商协会认为，这是俄罗斯财政部的严重失误^①。2017 年，俄罗斯印刷媒体订阅量与上年同期相比下降 11%，其中下降幅度最大的 3 个联邦主体是印古什共和国（下降 47%）、乌德穆尔特共和国（下降 37%）和涅涅茨自治区（下降 36%）；订阅量增长或与上年同期持平的联邦主体包括：车臣共和国（上升 55%）、楚科奇自治区（上升 6%）、阿尔泰共和国（上升 2%）、斯塔夫罗波尔边疆区（上升 1%）、阿穆尔州（持平）和斯维尔德洛夫斯克州（持平）。

俄罗斯邮政运营商缺乏责任，报纸投递不及时、不规范；由于许多俄罗斯报纸定价不合理，造成俄罗斯邮政的邮发成本甚至高于报纸本身的成本；在报纸订阅环节，缺乏对邮递员的激励制度；依照非市场化的资金周转规则，“俄罗斯邮政”每年仅在公司报纸订阅活动结束后，两次向出版商返还部分资金^②。上述问题导致一些报纸编辑部不堪重负，或减少发行量，或者停业。

3. 一些印刷媒体经济效益下降

俄罗斯部分印刷媒体效益下降主要体现在以下几个方面：收入减少，特别是广告收入减少；成本增加，包括新闻纸价格不断上涨。

近年，俄罗斯印刷媒体（不含数字印刷媒体广告收入）广告收入一直呈下降态势，2018 年下降 12%，2019 年下降 16%。其中，2019 年俄罗斯报纸广告下降 22%、杂志下降 13%。同期，俄罗斯纸质报刊广告收入为 151 亿卢布，数字

^① Без господдержки подписка падает. <http://sovetreklama.org/2017/03/bez-gospodderzhki-podpiska-padaet/>

^② Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям. Российская рынок периодической печати: Состояние, тенденции и перспективы развития. 2014. С. 44.

报刊广告收入达 154 亿卢布（增长 10%），首次超过纸质报刊广告收入。2019 年俄罗斯印刷媒体广告总收入为 305 亿卢布，比 2018 年下降 5%^①。2019 年，俄罗斯 15 个最大城市（不包括莫斯科市）的印刷媒体广告市场总收入为 18.68 亿卢布，其中圣彼得堡市以较大优势位居第一，为 5.59 亿卢布；排在第二位的是新西伯利亚市，为 2.12 亿卢布；位列第三位的是叶卡捷琳堡市，为 1.62 亿卢布。这 15 座城市的印刷媒体广告收入在 2019 年均出现不同程度的下降，其中下降幅度最大的是车里雅宾斯克市和彼尔姆市（25%），下降幅度最小的是圣彼得堡市（15%）。一般来说，印刷媒体的发行市场和广告市场相互影响、相互促进，发行的目的是为了获得丰厚的广告收入，而丰厚的广告收入则是促进印刷媒体发行增长的有效动力。从近两年俄罗斯印刷媒体广告市场收入情况来看，其不断下降的态势成为俄印刷媒体发行量下降的影响因素之一。

2014 年以来，俄罗斯印刷媒体所使用的新闻纸价格一直上涨，到 2018 年累计涨幅已经超过 50%。到 2018 年年中，俄罗斯新闻纸平均出口价约为每吨 4.3 万卢布，而俄罗斯国内市场每吨新闻纸价格最低为 3.4 万卢布。由于世界市场上纸浆价格上升，俄罗斯制浆造纸企业将生产重点调整为向国外出口制浆原料和新闻纸，2016~2019 年，俄罗斯新闻纸出口总量总体呈上升态势（见表 2），2019 年比 2016 年增长 18.3 万吨，增幅达 17.2%。新闻纸出口总量在生产总量中的占比也在不断提升，根据俄森林在线网站统计，2011 年，上述占比为 68%，到 2019 年已经上升至 82%。

表 2 2016~2019 年俄新闻纸生产与出口情况对比

年份 指标	2016	2017	2018	2019
生产（万吨）	146.9	143.8	152.7	151.6
出口量（万吨）	106.3	112.5	116.4	124.6
出口占比（%）	72	78	76	82

资料来源：Экспорт газетной бумаги в 2019 г. , 01 марта 2020 г. https://www.lesonline.ru/analytic/?cat_id=12&n=395303

有鉴于此，俄罗斯新闻纸生产企业对供应国内市场的新闻纸实行严格的配

^① Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям. Российская рынок периодической печати: Состояние, тенденции и перспективы развития. 2020. С. 77 – 78.

额，导致 2018 年俄新闻纸价格上涨两倍^①。对印刷媒体来说，新闻纸成本一直是所有成本中最重要的，俄罗斯国内新闻纸价格的上涨无疑让本已处在困境的印刷媒体生产雪上加霜，一些非主流报刊的发行量和版数不断缩减，有些甚至停刊。除新闻纸价格不断上涨外，俄罗斯印刷市场对报刊的发展也有一定的影响，绝大多数俄罗斯报刊等印刷媒体都是在印刷公司印刷的，而印刷服务价格的增长速度比产品质量提高的速度要快得多，许多报刊无法利用现代技术印刷彩色的报刊或者调整正确的格式，导致出版印刷质量不高^②，在一定程度上影响了报刊的发行量。

对印刷媒体征收环保税也是影响俄罗斯报刊发行量下降的一个主要原因。根据 2015 年 9 月 24 日颁布的第 1886 - p 号政府令，家用电器、服装、各种包装、文具、内衣、地毯、玻璃、电器产品等制造商和进口商必须支付环保税。被列入清单的商品共分为 36 类，报刊出版被列入第 36 类，其他纸和纸板制品被列入第 13 类^③。到 2017 年年初，俄罗斯环保税征收标准为每吨 2 378 卢布。依照俄政府的相关规定以及俄环保税的征收标准，俄罗斯报刊出版商购买每吨新闻纸的价格约增加 8% ~ 10%，在经济效益下降，尤其是广告收入日益减少的情况下，俄报刊出版机构不得不通过缩减报刊发行量降低费用。

为振兴俄印刷媒体行业，俄罗斯出版商建议对新闻纸出口征税，对新闻纸进口实行零关税，取消报刊生产和纸张、纸板销售的增值税，将报刊邮发补贴退还给“俄罗斯邮政”，取消印刷媒体的环保费。

4. 印刷媒体从业人员减少

受多种因素影响，近年，俄罗斯印刷媒体从业人员数量不断减少，而且这一趋势可能还会持续下去。截至 2018 年年底，俄印刷媒体从业人数为 27.3 万人，2019 年为 20.8 万人，减少 24%^④。研究人员预测，到 2023 年，俄罗斯印刷媒体从业人员数量将减至 15.7 万人，将比 2018 年减少约 41%^⑤。俄罗斯印刷媒体从业人员减少的原因一是电子媒体、网络媒体等的迅速发展，不仅抢占了印刷媒体

① Рост цен на газетную бумагу поднимет стоимость печатных СМИ. <https://www.sostav.ru/publication/rost-tsen-na-gazetnuyu-bumagu-podnimet-stoimost-pechatnykh-smi-34310.html>

② 参见尤莉娅：《俄罗斯平面媒体发展的问题、趋势及前景》，载《当代传播》2013 年第 5 期。

③ Геннадий Кудий. Роспечать: Экологический сбор для печати ввели бездарно и кулуарно. <https://mediaguide.ru/?p=news&id=587b002>

④ Печать сокращения: Бумажные СМИ теряют рабочие места//Коммерсантъ, 17 июля 2019 г.

⑤ Там же.

的市场、读者，同时也造成印刷媒体专业人才的大量流失；二是随着人工智能时代的来临，智能机器人给俄罗斯大众传媒，尤其是印刷媒体带来巨大影响和冲击：首当其冲的是俄罗斯印刷媒体从业人员的失业危机，其次是媒体机构生存危机；三是2020年油气价格暴跌、新冠肺炎疫情大流行、卢布贬值、居民购买力下降等因素导致俄罗斯印刷媒体从业人员收入下降、人员进一步流失。

5. 报刊亭数量不断减少

转型前，俄罗斯报刊亭在地铁、公交车站、商业街、公园、地下过街通道、居民区等地随处可见，而现在这种局面正在逐渐消失，俄报刊亭数量正以惊人的数量减少。2004年全俄有6.1万个报刊亭等报刊销售网点，2015年，莫斯科市政府对街头报刊亭进行整顿导致一些报刊亭消失。从2014年到2018年，俄罗斯报刊亭数量从4.1万个减至3.52万个，到2019年底，已经不足1.6万个^①。俄罗斯记者协会主席弗拉基米尔·索洛维约夫称，“俄罗斯平均每天消失10个报刊亭”^②，近十年俄罗斯报刊亭数量减少58%。俄联邦出版与大众传媒署2018年公布的俄罗斯定期出版物状况报告指出，在保障报刊销售设施方面俄罗斯早就落后于发达国家，在欧洲大多数国家，每个报刊销售设施平均面向700~2000人^③，而在俄罗斯则远远落后于这一数值（见表3）。俄罗斯政府曾于2016年5月确定了全国居民报刊亭最低保障标准，即每千人拥有1.7个报刊亭或报摊，但实际情况与此有较大差距。

表3 2018~2019年俄罗斯各联邦区报刊亭分布情况

联邦区	报刊亭数		每个报刊亭面向居民人数		每万人拥有报刊亭数	
	2018年	2019年	2018年	2019年	2018年	2019年
中央联邦区	5 204	2 273	7 553	7 239	1.32	1.38
西北联邦区	1 847	5 091	7 554	7 735	1.32	1.29
乌拉尔联邦区	1 526	1 743	8 097	8 016	1.24	1.25
南部联邦区	1 801	981	9 129	8 347	1.10	1.20

^① Продажи газет и журналов в России упали на 45%. Каждый третий киоск закрыт. <https://easily.com/ru/news/2020/01/13/prodazhi-gazet-i-zhurnalov-v-rossii-upali-na-45-kazhdyy-tretyi-kiosk-zakryt>

^② 《世界报刊亭扫描：英法俄美中德的报刊亭现状究竟如何？》，载《参考消息》2018年9月6日。

^③ 同上。

北高加索联邦区	438	1 406	22 428	8 784	0.45	1.14
伏尔加河沿岸联邦区	2 792	1 825	10 581	9 410	0.95	1.06
西伯利亚联邦区	2 281	2 838	8 456	9 975	1.18	0.97
远东联邦区	685	390	9 000	25 229	1.11	0.40
总计	16 574	16 647	8 862	8 871	1.13	1.13

资料来源：Российская периодическая печать. Состояние, тенденции и перспективы развития. Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, 2019. с. 59

2018 年，在俄罗斯各联邦区中，中央联邦区与西北联邦区状况最好，每个报刊亭平均分别面向 7 553 人和 7 554 人，即每万人拥有 1.32 个报刊销售设施，北高加索联邦区状况最差，每个报刊亭平均面向 22 428 人，即每万人拥有 0.45 个报刊亭^①。根据俄罗斯出版与大众传媒署公布的数据，2018 年，全俄各联邦区中每万人拥有报刊亭居前 10 的联邦主体包括加里宁格勒州、阿尔泰共和国、布里亚特共和国、阿尔汉格尔斯克州、图拉州、车里雅宾斯克州、库尔斯克州、莫斯科市、奔萨州、利佩茨克州。这 10 个联邦主体每个报刊亭面向的居民人数在 3 684 ~ 6 355 间，即每万人拥有 1.57 ~ 2.71 个报刊亭；而排名靠后的联邦主体如印古什共和国、萨哈（雅库特）共和国、犹太自治区、库尔干州、车臣共和国、卡拉恰伊 - 切尔克斯共和国、达吉斯坦共和国，每个报刊亭面向 23 401 ~ 71 849 人，即每万人拥有 0.14 ~ 0.43 个报刊亭^②。从以上数据来看，俄罗斯报刊设施保障水平远未达到政府预计的基础指标。

近来俄罗斯报刊亭数量减少也与新冠肺炎疫情暴发有关。受到疫情的冲击，俄罗斯许多报刊亭本就处于入不敷出的状态，以销售口香糖、非酒精饮料、冰激凌等为收入来源的报刊亭因支撑不起日常费用，纷纷关闭。在此种情况下，有人提出可以在报刊亭销售香烟，但是反对者指出，这可能导致感染人数的增加。虽然俄罗斯政府也在努力支持报刊亭的发展，但是效果如何还有待观察。

6. 新冠肺炎疫情影响印刷媒体发行量

2020 年以来，受新冠肺炎疫情以及困难的经济形势影响，俄罗斯报刊等印刷媒体发行量开始急剧下降。由于隔离和行动自由受限，俄罗斯人很少购买报纸

^① Российская периодическая печать. Состояние, тенденции и перспективы развития. Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, 2019. С. 59.

^② Там же. С. 60 - 62.

和杂志。俄国家杜马信息技术与通信委员会第一副主席谢尔盖·博亚尔斯基称，“我们从未经历过这样的挑战。我担心，在自我隔离之后，转向数字化渠道的人数会增加，报刊发行量下降的趋势会进一步加剧”^①。近年来，俄罗斯许多纸媒，尤其是关于政治、经济、商业出版物等内容的印刷媒体在咖啡馆、餐厅广泛流行，但是由于疫情原因，人们减少出行，许多咖啡馆、餐厅也处于关闭状态，印刷媒体的流通渠道减少^②。

为了抑制新型冠状病毒通过纸张传播，俄罗斯政府颁布了禁止所有文化活动的禁令，其中包括禁止通过“手递手”的方式发行印刷媒体等措施。俄罗斯联邦通信、信息技术和大众传媒监督局在其官方网站上不止一次刊登有关新型冠状病毒在塑料和纸张表面将存活5天的消息^③。莫斯科的有关指令导致一些印刷媒体暂时停止运营，俄罗斯一些著名报纸，如《消息报》《公报》《俄罗斯商业咨询》等纷纷在疫情期间宣布停止纸媒印刷^④。俄罗斯部分居民对政府的这一指令并不满意，因为一些退休人员不习惯通过网络浏览新闻，他们更希望每天都能通过纸质媒体了解新冠肺炎疫情的情况。

7. 俄罗斯各大超市纷纷缩减报刊销售区域

俄罗斯各大超市纷纷缩减报刊销售区域等也是俄印刷媒体发行量下降的原因之一。俄罗斯居民购买力下降，莫斯科及其他一些大城市的付费报纸的发行量和读者人数都在下降，对昂贵的“光面”杂志兴趣不大^⑤。2020年3月，俄罗斯政府批准了生活必需品名单，将印刷媒体列入其中，但此举并没有阻止俄罗斯许多超市减少报刊销售区域的趋势，它们留出更多的地方放置食品等生活必需品，以增加销售收入。

此外生活节奏加快，很多人不再驻足观看报纸，人们在堵车、等车时迅速通过移动传媒浏览信息。

① Коронавирус убивает газеты. <http://distpress.ru/2009-01-28-14-46-10/290234-koronavirus-ubivaet-gazety.html>

② Коронавирус может убить печать. <https://www.rosbalt.ru/moscow/2020/03/27/1835155.html>

③ Карантин ударил по прессе. Почему Смольный запретил печатать газеты? // Аргументы и Факты, 27 марта 2020 г.

④ Бумага стерпит? Коронавирус серьезно ударил по печатным СМИ // Новые известия, 30 марта 2020 г.

⑤ Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям. Российская рынок периодической печати: Состояние, тенденции и перспективы развития. 2012. М., с. 10.

三 俄罗斯印刷媒体的转型与数字化发展

21 世纪以来,数字资源的作用越来越重要,获取信息的传播渠道和选择逐年增加,读者对电子媒体和有声读物的兴趣越来越大^①。从全球范围来看,传统媒体企业特别是印刷媒体企业的业务正在“缩水”,而广告商们也开始从传统印刷媒体向新媒体转换。尽管许多企业开始尝试在网络、移动手机和平板电脑上进行拓展,但仍未找到一个可持续性的业务发展模式^②。互联网技术的快速发展,给俄罗斯传统印刷媒体带来前所未有的机遇与挑战,在这种情况下,俄罗斯公民特别是年轻人的媒体消费习惯发生了巨大的变化,这就需要重新审视传统印刷媒体的发展模式。为适应时代要求,使广大受众获得更多更好的媒体产品,许多俄罗斯大型传统印刷媒体成功转型,纷纷把发展的目光投向互联网^③,积极采取措施向数字化方向发展。21 世纪初,俄罗斯许多著名出版集团都实行了数字化,其中表现比较突出的是:“普罗托-莫斯科”出版集团旗下的 108 家报纸均实现了数字化,俄罗斯“专业媒体管理”出版集团(90 家报纸)、《莫斯科共青团员报》报业集团(78 家报纸)、《论据与事实》报出版集团(74 家报纸)、《生活》信息投资集团(60 家报纸)、“网络媒体集团”出版集团(62 家报纸)、俄罗斯州立出版集团(46 家报纸)、俄罗斯“为您服务”出版集团(36 家报纸)等^④也逐渐向数字化发展。2012 年,赫斯特-什库列夫出版集团投入数千万美元扩大其在互联网上的影响力,收购了俄罗斯下诺夫哥罗德州、彼尔姆边疆区和萨马拉州 3 个联邦主体的政府门户网站,并在索契启动该集团自己的互联网项目,上述举措使赫斯特-什库列夫出版集团当年受众达 1 220 万人次^⑤。一些报纸则完全转向网络版,其中较为明显的例子是,自 2010 年 4 月 1 日起,俄罗斯《报纸》纸

① Мисливская Г. Матвиенко отметила ценность печатных СМИ в цифровую эпоху//Российская газета, 3 января 2021.

② 参见《美国传统印刷媒体转型数字化发展步履蹒跚》, https://www.duoduoyin.com/yinshua/jishuinfo/66206_1.html

③ Бондаренко А., Ковалева А., Петрова Е. Интернет – версии печатных СМИ: опыт классификации// Научно – культурологический журнал, 2014, №5. <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu - www.woa/wa/Main?level1 = main&level2 = articles&textid = 3873>

④ Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям. Российская рынок периодической печати: Состояние, тенденции и перспективы развития. 2005. С. 15.

⑤ Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям. Российская рынок периодической печати: Состояние, тенденции и перспективы развития. 2013. С. 12.

质版彻底消失，全面上网。该报的所有文章都将独家出现在《报纸》报网络版上。《报纸》报网络版主题更加多样化，其中包括图片信息、在线视频、社交信息服务等，同时还广泛报道莫斯科等特大城市的大都市生活。

俄罗斯印刷媒体向数字化转型，实际上也是其与网络新媒体融合发展的过程，是传统印刷媒体与网络媒体在技术层面的相互渗透，利用一切可利用的技术手段生产媒体产品；通过尽可能多的信息渠道发布传媒信息内容；是利用传统印刷媒体与网络媒体将不同形式的信息传递给不同人群的媒体组合；是传统印刷媒体与网络媒体这两种媒体产品的结合。

早在 20 世纪 80 年代就出现了多媒体化（мультимедиагизация）一词，但当时这个概念表示的是各种媒体资本的融合，而不是从媒体本质上向多媒体内容的转化。也就是说，媒体资本和传统媒体的所有权与文化产业领域（电影业、图书、唱片公司）和电信领域（有线电视、卫星以及后来的移动运营商）发生了合并。这可以说是包括报刊在内的传统媒体数字化的开端。

俄罗斯印刷媒体转型始于 20 世纪 90 年代末，许多传统印刷媒体在 1997 年就已经开通了网站，但多数网站运行状况欠佳；2001 年秋季以来，《消息报》和《共青团真理报》网站成为俄罗斯互联网上十大在线媒体之一；2002 年，俄罗斯传统印刷媒体网站获得了独特的“重生”^①。这一时期俄罗斯印刷媒体网络版主要内容以重要事件的评论与分析为主，以新闻报道为辅。俄罗斯出版与大众传媒部通过对俄罗斯互联网受众行为的长期观察发现，在重大事件中，网民首先会到独立网络媒体网站浏览新闻，因为这类网站常常会在第一时间对相关事件进行报道，但网民在解决了最初的信息饥饿（информационный голод）后，往往会访问报纸网站，寻找相关事件的深层次解读^②。由此看来，俄罗斯网民更多的是将独立网络媒体看作是一种传递信息的渠道，但他们更信任的却是传统媒体网络版，尤其是官方媒体网络版发布的消息、报道、分析和评论。

老旧报刊数字化是印刷媒体数字化的一个重要表现。老旧报刊数字化是对印刷文化遗产的保护，其主要原因在于，第一，老旧报刊中不仅包含大量信息，还包括报刊出版时代的新闻和历史事件，因此，对老旧报刊进行数字化，就是为了保存历史记忆。第二，老旧报刊使用的机械制浆生产的新闻纸寿命一般只有 50

^① Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям. Российский рынок периодической печати: Состояние, тенденции и перспективы развития, М.: 2005. С. 10.

^② Там же.

年，因此对老旧报刊数字化非常必要。很多俄罗斯历史上的老旧报刊存在文字太小、印刷质量差、纸张发黄腐烂等问题，给老旧报刊数字化工作带来诸多不便的同时，也更激发了有关机构对老旧报刊数字化的兴趣，他们通过扫描、文字识别、后期处理，甚至手工输入等方式对老旧报刊进行数字化，对于挽救和保存老旧报刊起到了积极作用。第三，老旧报刊数字化资料，特别是稀有和过往的资料，能够进一步增加传统印刷媒体的潜在读者数量，扩大读者获取所需信息的渠道。在很多情况下，没有必要使用原件。如果需要的话，可以在本地或网上查阅数字化的文件，此举的优势在于更方便读者的全文检索。俄罗斯许多图书馆都对馆藏的老旧报刊进行目录或文献本身的数字化工作，因此，现在在互联网上很容易找到一些老旧报刊的数字化版本，但还有数以万计的老旧报刊需要进行数字化处理。

印刷媒体的数字化进程使得这一媒体形式在内容、形式、传播方式等方面都出现了不同程度的创新。

20 世纪 90 年代末，在数字化转型初期，俄罗斯印刷媒体在内容方面开始与其他类型的媒体相互渗透，最初，俄罗斯印刷媒体网络版是纸质版的精确拷贝。21 世纪以来，当报纸、杂志等在互联网上建立一个对应的媒体时，其结果就已经不再是简单的复制，而是出现了不同的版本，报刊网络版可以为受众提供越来越多的新信息，而不是简单重复报刊上面的文字。近年，俄罗斯印刷媒体利用“人工智能”“大数据”“云计算”获取适合自身的新闻素材，其主要变化包括以下几个方面：第一，缩减了报刊的成本，提高了信息流通性，实现了资源共享，同时数字化转型还打破了俄罗斯印刷媒体在容量方面的限制，使其不再受版面、字符的约束，并且能够传播更多的信息。第二，印刷媒体的内容不断拓展与丰富，在充分保留记者文字的前提下，在问题意识、文字表达、栏目设计上都发生了重大变化。第三，印刷媒体新闻和内容的稀缺性进一步被稀释，受众可以在报纸、杂志、广播、电视、互联网等多种媒体上接收到同类甚至同样的信息，纸质报刊的新闻价值被进一步低估。第四，俄罗斯印刷媒体上出现越来越多带有主观指导倾向性的付费短文广告，有时还会通过赞助社会活动、公益事业等方式提升广告主企业品牌形象和知名度。品牌内容对新闻质量的要求很高，对报刊自身的风格也有清晰的认识，编辑和广告部常常需要良好的配合。一些报刊甚至单独聘请了一批记者来制作这方面内容^①。

^① Борисова С. Г., Бирюков В. А. Инновации в СМИ. <https://izron.ru/articles/o-nekotorykh-voprosakh-i-problemakh-ekonomiki-i-menedzhmenta-sbornik-nauchnykh-trudov-po-itogam-mezhsektoriya-2-ekonomika-i-upravlenie-narodnym-khozyaystvom-spetsialnost-08-00-05/innovatsii-v-smi/>

随着信息技术的发展，以网络媒体为代表的俄罗斯新媒体产业迅速崛起。手机、数字电视、电脑、移动终端、社交网站等逐渐渗透到个人与家庭中，俄罗斯传统印刷媒体在形式上也出现创新模式，进一步弥补在发展过程中的不足与缺失。这种形式上的创新，使印刷媒体在传播信息以及与受众建立联系方面出现了新的机会，打破了过去出版一份报纸或一本杂志的漫长过程。第一，受众可以通过某一报刊的网络版进入其“过刊”或“档案库”里查找若干年前的文章或资料，如《俄罗斯森林工业信息》杂志网站出版杂志的PDF版本，并且可以自由登录，免费下载。第二，通过VK（ВКонтакте）、脸书（Facebook）等社交媒体拓展受众获取信息的思路，促进传统印刷媒体的融合发展，同时读者还可以通过以上平台对报刊等网络终端发布的内容进行反馈、评论，参与投票和问卷调查等；受众还可以通过网络平台的超文本链接，由一个文件连接至另一个文件，从而查看文章的进一步评论、补充材料以及深度分析。第三，读者有机会订阅某些标题或作者文章，并在信息更新时收到通知。相较于传统印刷媒体的订阅，由于网络技术的发展，新闻订阅、博客订阅越来越深入日常生活。为了让目标受众能多次关注其信息资源，网站通常通过电子邮件营销、推送通知和订阅聚合内容（RSS feeds）来完成网站更新订阅^①。如果网站缺乏更新通知的功能，受众会流失，成千上万的用户只会访问一次，然后就不再光顾。第四，传统印刷媒体依托短视频传播信息。短视频所承载的信息相比传统印刷媒体更加丰富，带给受众的感受也更加直观；短视频上传速度快，因为它们不会占用太大的空间，这意味着它们比长视频更容易被受众所接受。第五，虚拟现实（VR）技术在俄罗斯应用的范围越来越广，包括游戏、娱乐、房地产、教育、建模、汽车工程和医学等领域^②。虚拟现实技术的出现在改变俄罗斯民众生活的同时，也带动了俄罗斯传统印刷媒体的数字化发展，促进其改革和创新。虚拟现实技术所带来的多感官感知与体验，为受众提供了接受信息的新体验^③。这一点在多数俄罗斯报刊网络版上均可以看到实例。

为了适应大众传媒的数字化发展趋势，俄罗斯大型出版集团以及全国性媒体成功实施了数字化战略。俄罗斯传统印刷媒体数字化给该类媒体带来的最明显变

^① Как создать подписку на обновления сайта. <https://serpstat.com/ru/blog/kak-nastroit-podpisku-na-obnovlenija-sajta/>

^② Покупатель хочет увидеть//Российская газета, 31 марта 2019 г. № 70.

^③ Суходолов А. П., Тимофеев С. В. СМИ и виртуальная реальность: новые возможности и перспективы//Научный журнал Байкальского государственного университета, 2018. № 7.

化就是，近年传统媒体网络版访问量明显高于报刊单期发行量。俄罗斯印刷媒体转型初期，报刊等纸质版发行量在多数情况下都超过了网络版用户数量，但很快就出现了相反的发展趋势。2016 年《俄罗斯采访》杂志每周出版一次，单期发行量为 16.81 万份，而该杂志网络版的日访问量为 6.7 733 万人，按照一周计算，则其网络版每周的访问量为 47.4 131 万人；《生意人报》的单期发行量约为 12.5 万份，其网络版日均访问量为 50 万人次，每周为 35 万人次；《俄罗斯报》纸质版单期发行量为 17.1 005 万份，网络版日均访问量为 95 万人次，每周为 665 万人次；《时尚先生》(Esquire) 杂志(月刊)单期发行量为 8.5 万份，网络版月均访问量为 95 万次；《访谈》(Interview) 杂志每年出版 9 期，其单期发行量为 10 万份，仅 2014 年 3 月其网络版访问量就为 15.6 981 万人；《女性健康》(Women's Health) 杂志每期发行量 8.3 万~8.5 万份，其网络版每月的访问量愈 30 万人；《时尚芭莎》单期发行量为 9 万份，其网络版月访问量为 50 万人^①。

俄罗斯许多地方报刊也采取了优先数字化出版(Digital first)，其主要方式为一些报刊编辑部以印刷媒体即将刊登的稿件为出版内容，先于印刷媒体在网站上发布相关内容(即所谓的“优先出版”)，然后再在纸质报刊上刊登。俄罗斯地方报刊通过优先数字出版灵活、快速的特点，打造受众喜爱的新媒体产品，在全媒体时代大众传媒的竞争中，突出印刷媒体的特色，大大拓展了受众面，进而增加地方印刷媒体的吸引力。这些变化显示，传统媒体的创新变革改变了其传播模式，使相应的报刊机构在大众传媒业的转型与发展中更具竞争力。

21 世纪，伴随着报刊等传统媒体的发展，互联网已经非常普及。互联网在即时性、可视性和可获得性等方面的能力超过了传统媒体^②。新媒体可以通过任何接收技术设备(智能手机、平板电脑)进行访问。目前来看，互联网不能取代报纸和杂志，后者可以吸引新技术，不断发展，找到新的信息呈现形式。

(责任编辑 胡冰)

^① См. : Круглова Л. А. Российские печатные СМИ: специфика онлайн - версий//Медиаскоп, 2016. № 4. 其中一些周或者月访问量系笔者依照原作者提供的数据计算得出。

^② Долгина Е. С., Гуржий Д. А. Проблема современных традиционных СМИ в России// Восемнадцатая всероссийская научно - практическая конференция Нижневартговского государственного университета; Статьи докладов/отв. редактор А. В. Коричко. 2016. С. 147.