

俄罗斯新媒体发展研究

陈 强

(新疆维吾尔自治区科学技术厅国际合作处, 乌鲁木齐 830011)

摘 要: 20世纪90年代以来, 以互联网和手机为代表的新媒体迅速发展, 使世界各国传统媒体产生巨大的变革, 俄罗斯新兴媒体行业也迅速崛起。通过较全面地调研俄罗斯数字电视、宽带互联网、移动终端、社交网站、数字化产品、短信业务等为代表的新型媒体发展现状, 分析研究了新媒体在俄罗斯现代社会新闻传播中的作用, 从广播电视、语音广播、信息数字化、知识产权保护以及信息开放等方面预测了俄罗斯新媒体未来发展趋势, 以期对我国了解、研究俄罗斯新媒体发展并开展新媒体合作具有参考意义。

关键词: 俄罗斯; 新媒体; 数字媒体

中图分类号: G209(512) **文献标识码:** A **DOI:** 10.3772/j.issn.1009-8623.2015.02.004

20世纪90年代以来, 以互联网和手机为代表的新媒体迅速发展, 使世界各国传统媒体产生巨大的变革。在这一过程中, 俄罗斯媒体行业也经历了深刻的变化, 新兴媒体迅速崛起, 传统媒体不断转变, 深刻影响和改变着俄罗斯社会和俄罗斯民众的日常生活。

1 新媒体发展历史

从20世纪90年代开始, 俄罗斯的大众传媒经历了私有化到市场化的转型期, 一度被金融寡头操控, 21世纪伊始, 普京政府实施了一系列传媒新政, 开始强化和整合国家媒体, 将大众传媒定位为“国家的服务者”, 国家资本成为传媒领域的最大控股人。如今, 俄罗斯大众传媒采用俄罗斯特色的国家控制下的市场化模式, 在保持传统媒体固有优势的基础上, 以互联网技术为代表的新媒体形式得到了迅速的发展。

与欧美国家相比, 由于特殊的政治经济体制及社会发展轨迹, 俄罗斯互联网新媒体起步较晚, 它经历了4个发展阶段^[1]。

1.1 第一阶段——1998年底前

1998年底前, 散居在境外尤其是美国和以色列的俄罗斯人, 在俄罗斯开始建设互联网。俄罗斯首个互联网“Релком”于1990年8月1日建成, 采用拨号上网方式收发电子邮件, 用户为莫斯科、列宁格勒(现称圣彼得堡)、新西伯利亚和基辅的科研机构工作人员。1990年8月28日, 苏联库尔恰托夫核动力研究所首次与芬兰赫尔辛基大学实现了互联网的境外连接。这一时期俄罗斯互联网的特点是版权优势, 互联网媒体参与者规模小、活跃度低、资金投入少。

1.2 第二阶段——1999年—2000年初

这一时期, 俄罗斯互联网开始活跃, 这与1999年12月19日的俄罗斯国家杜马选举以及2000年3月26日的俄罗斯总统大选有着直接的关系。俄罗斯国内开始出现一些对新闻媒体和政治议题感兴趣的互联网参与者, 他们大手笔的投入加速推动了俄罗斯互联网媒体的发展进程。也正是在这个阶段, 俄罗斯开发实施了一批网络建设项目, 为今天俄罗斯互联网媒体领域的发展奠定了坚实的

作者简介: 陈强(1972—), 男, 主任科员, 主要研究方向为国际科技合作。

收稿日期: 2014-12-15

基础。1996年，俄罗斯建成俄罗斯最大的搜索引擎 Rambler (www.rambler.ru)；同年，建成俄罗斯第一个并曾流行一时的社交网站 Кроватка；1997年9月23日，俄罗斯搜索引擎 Yandex 开始运营；1998年10月1日，Mail.Ru 运行并很快成为保持至今在俄罗斯拥有用户最多的网站；2000年9月28日，门户网站 Страна 建成，成为传递国家最高权力机关信息的喉舌^[2]。

1.3 第三阶段——2000年—2004年

这一阶段被称为“投资潮”，一批新的互联网媒体玩家开始进入。有别于第二阶段的互联网媒体参与者，他们没有明确的政治诉求，但他们却与西方国家尤其是美国的风险基金有着千丝万缕的联系。他们大量尝试在俄罗斯互联网推广简单易懂的“美国模式”，并大规模开发信息资源，被不太准确地冠以“门户网站”的称号。

1.4 第四阶段——2004年—目前

2004年，俄罗斯民众对政治变革的关注度开始下降，然而，从那时开始直至目前，俄罗斯互联网获得了足够自我发展的独立性。

互联网技术的迅速发展和普及，使俄罗斯传统媒体遭受巨大的冲击——互联网轻而易举地将成本不菲的报纸内容共享，加之人们对网页的热衷，使得报刊在新闻媒体领域失去固有的“领导性地位”，发行数量与广告收入双双下滑。一些著名的纸媒，如，《真理报》、《论据与事实》、《消息报》等，为了应对这种局面，开始纷纷加快数字化进程，创办自己的网站并推出网络版和手机版，方便用户阅读，以适应新媒体带来的激烈竞争。

同时，互联网、移动互联网、社交网站、电子图书等新媒体形式发展迅速，攫取传统媒体占据的领域。据全俄罗斯社会舆论调查中心数据显示：2013年，俄罗斯每天有5.01亿人次上网；到2013年6月，俄罗斯国民中已经有57%的人每天至少上网一次。

2 新媒体发展现状

信息化建设被俄罗斯视作国家经济现代化的战略目标之一，大力发展高速通信与互联网普及技术，拓展数字化服务的需求，扩大信息、教育和娱乐数字内容性产品规模，是俄罗斯信息化建设的

主要方向。据俄罗斯大众传媒与通信部部长介绍，2013年俄信息产业产值已占到国内生产总值的3.9%。

2.1 互联网

据俄罗斯 J'son & Parners Consulting 咨询公司数据^[3]：2012年，俄罗斯有线宽带上网用户数量为2745万户，其中，家庭用户2640万户，企业用户105万户；市场规模为1253亿卢布（1美元约合32卢布），其中，个人用户规模为866亿卢布（占市场总规模的69%），集团用户规模387亿卢布。咨询公司专家还预测，到2016年，俄罗斯有线宽带上网家庭用户数量将达到3750万户，企业用户数量达到157万户，也即俄罗斯有线宽带家庭用户普及率将从2012年的48%提高到68%，集团用户从66%提高到74%；个人和集团宽带用户市场规模将分别达到1253亿和521亿卢布。

俄罗斯有线宽带互联网的迅速普及，主要得益于个人网络终端设备销售价格的降低、资费标准的下调以及数据网络传输地理覆盖范围的不断扩大。

2012年，俄罗斯互联网市场使用宽带技术标准情况见图1所示。可见，俄罗斯有线宽带互联网接入普遍采用的是GPON、FTTB和ADSL3种技

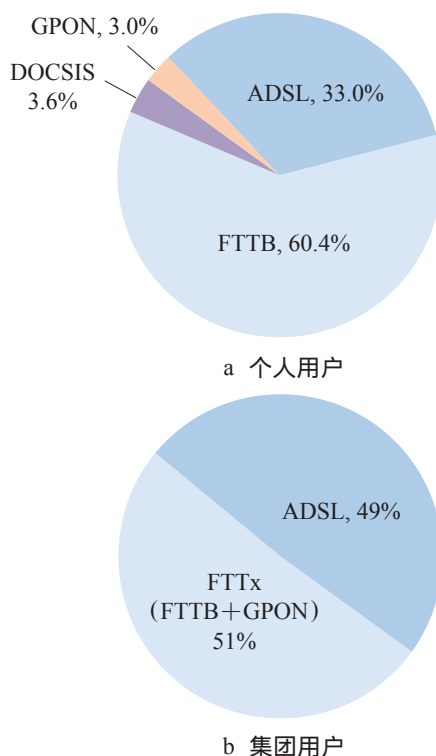


图1 2012年俄罗斯互联网市场使用宽带技术标准情况
数据来源：J'son & Parners Consulting 数据。

技术标准，个人宽带用户接入主要采用 FTTB 技术标准，而集团宽带用户接入主要采用 FTTx（FTTB+GPON）光纤传输技术标准。

俄罗斯宽带互联网家庭用户数量已从 2010 年的世界第七位上升至 2012 年的第五位，其与世界主要国家的比较见图 2 所示。

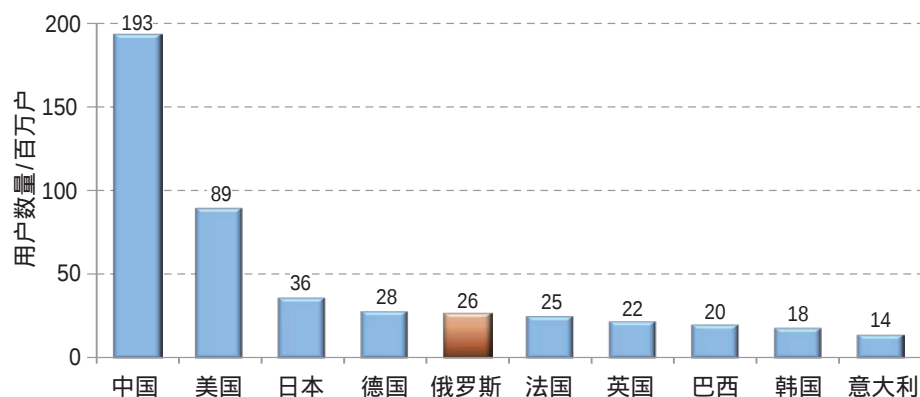


图 2 2012 年俄罗斯家庭宽带用户数量与世界主要国家比较

数据来源：J'son & Parners Consulting 数据。

俄罗斯有线宽带家庭用户主要集中在大中型城市，即 50 万以上人口城市，其用户占了 50%，见图 3 所示。

2.2 移动互联网

目前，俄罗斯互联网接入服务中，有线接入仍占主导地位，但无线接入服务发展迅速。据统计^[4]，截至 2012 年，俄罗斯通过 SIM 卡移动设备，包括，智能手机、移动电话和平板电脑，接入互联网服务的用户已达 6 550 万户，使用 USB modem（电脑通过手机上网）的用户达到 1 190 万户。虽然俄罗斯移动互联网用户比例是世界平均水平的 2 倍，但相比欧洲一些国家及日本、美国和韩国还有一定差距，见图 4 所示。

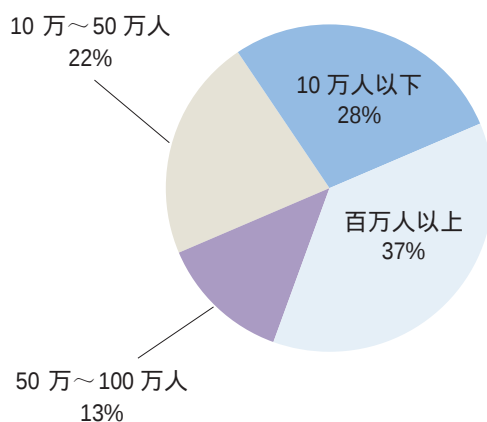


图 3 2013 年第 2 季俄罗斯家庭宽带用户按城市人口规模分布情况

数据来源：J'son & Parners Consulting 数据。

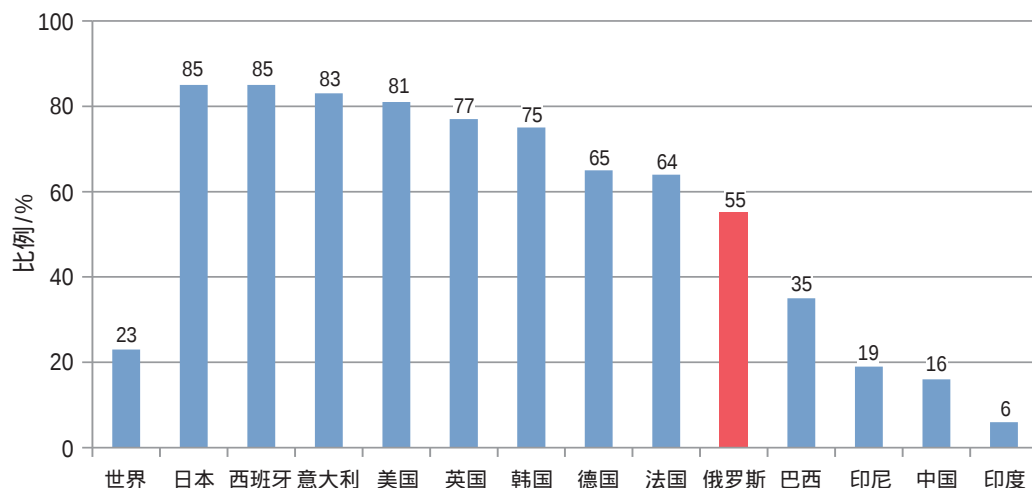


图 4 2012 年世界主要国家移动互联网所占市场比例

数据来源：J'son & Parners Consulting 数据。

据 J'son & Parners Consulting 所做 2012 年的调查问卷显示，俄罗斯 83% 的互联网用户使用无线接入互联网服务（包括从运营商提供的移动互联网、WI-FI 信号等），其中：8% 的用户更多使用无线接入方式，5% 的用户只使用无线接入方式；26% 的用户更多使用固定接入方式，17% 的用户仅使用固定接入方式；还有 44% 的用户对两种接入方式没有使用偏好。

大部分俄罗斯用户通过普通手机登陆移动互联网（见图 5 所示），是因为普通手机的平均资费要低于通过智能手机、平板电脑或者 USB modem 上网的费用。2012 年，俄罗斯拥有智能手机用户总数为 2 720 万户，其中，2 250 万户通过智能手机登陆互联网，约占智能手机用户总数的 83%，同比增长 88%，占使用移动终端设备上网用户的 34%；智能手机用户月平均使用移动数据流量为 303 兆，相



图 5 俄罗斯移动终端用户数据流量使用情况
(2012 年 10 月)

数据来源：J'son & Parners Consulting 数据。

比 2011 年增长了 150%；拥有平板电脑的用户数量为 352 万户，其中，通过平板电脑上网用户 250 万户，占平板电脑用户总数的 71%，占使用移动终端设备上网用户数量的 4%，平板电脑用户月平均使用移动数据流量为 450 兆，同比增长 80%。

相关数据显示，俄罗斯有 74% 的智能手机用户和 65% 的平板电脑用户使用移动网络办公。图 6 显示出俄罗斯用户每天登录互联网次数统计情况。

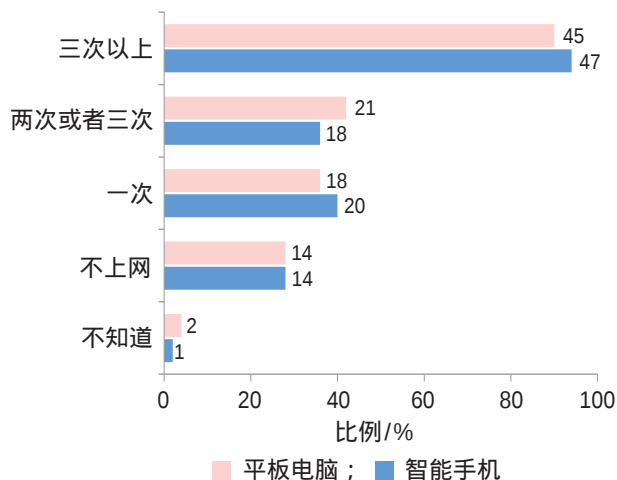


图 6 俄罗斯用户使用移动设备每天登陆互联网
频率调查 (2012 年 10 月)

数据来源：J'son & Parners Consulting 数据。

俄罗斯移动数据流量的显著增加，主要得益于移动互联网服务和应用的普及，也得益于智能手机强大的功能。图 7 所示为俄罗斯民众对智能手机的态度，从中反映出智能手机用户移动数据流量大增的原因。

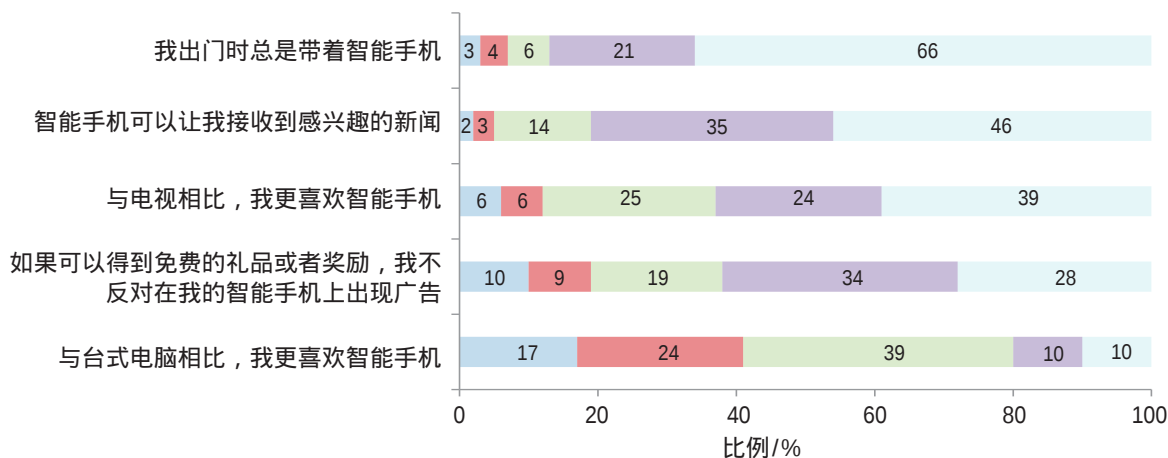


图 7 俄罗斯民众对智能手机态度的调查 (2012 年 10 月)

数据来源：J'son & Parners Consulting 数据。

从俄罗斯网民使用移动网络登陆网页偏好看，使用最多的搜索引擎是 Google，而不是俄罗斯国内的 Yandex 网站（见图 8 所示）；登陆视频网站最多的是 YouTube（见图 9 所示）。

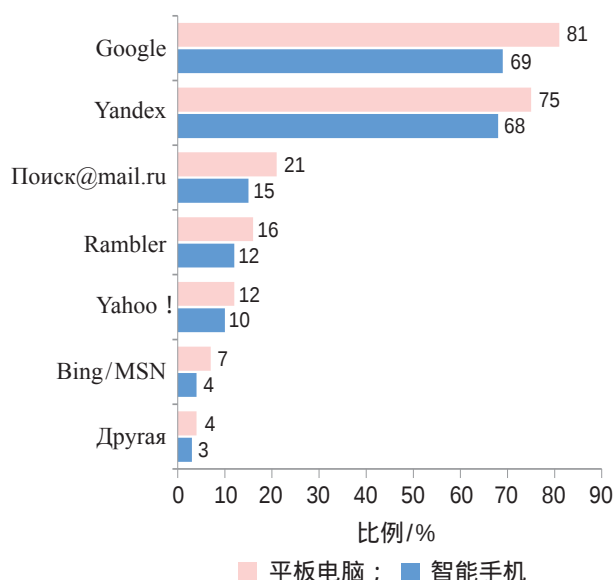


图 8 俄罗斯移动通讯设备用户使用主要搜索引擎排名 (2012 年 10 月)

数据来源：J'son & Parners Consulting 数据。

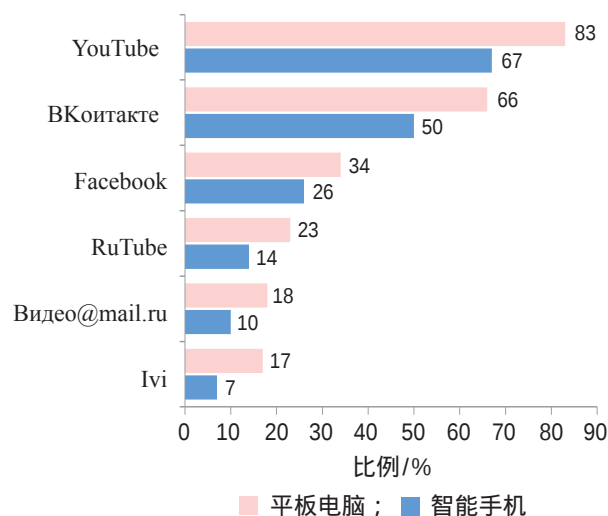


图 9 俄罗斯移动通讯设备用户登陆视频网站排名 (2012 年 10 月)

数据来源：J'son & Parners Consulting 数据。

移动互联网终端销售方面，预计 2015 年，俄罗斯智能手机销售量达到 2 220 万台，平板电脑销售量为 580 万台；流量使用方面，预计到 2016 年，俄罗斯用户通过移动网络传输数据总量将达到 3 160 PB，相比 2012 年增长 5 倍。

2.3 数字电视

俄罗斯传统媒体的电视和广播更多地使用新媒体技术手段，目前，俄罗斯电视用户群分为 3 类：第一类是公共电视节目用户，这类人群接收收看的是电视模拟信号和其他不收费的开放的电视信号；第二类是公共电视节目用户，通常只能收看到不超过 30 个电视频道，每月按照市政服务（相当于国内的水电费）标准缴纳一定数量的费用；第三类是付费电视节目用户，能收看到服务商提供的 30 个以上的付费电视节目频道。

俄罗斯付费电视节目市场是世界上规模最大的市场之一，据 IKS-Consulting 咨询公司发布的《2012 年俄罗斯付费电视市场调查结果》^[5]，2012 年，俄罗斯共有 3 190 万户家庭收看包括有线电视、卫星电视和网络互动电视在内的付费电视节目，占俄罗斯家庭总数的 55%，相比 2011 年，用户数量增加了 14%，远高于同期 6% 的世界平均增长水平，付费电视服务营业收入超过 470 亿卢布。据预测，到 2017 年，俄罗斯收看付费电视的家庭将达到 4 002 万户，届时，付费电视市场将占到 74% 的市场份额^[6]。2011—2017 年俄罗斯付费电视用户数量、增速及预测趋势见图 10 所示。

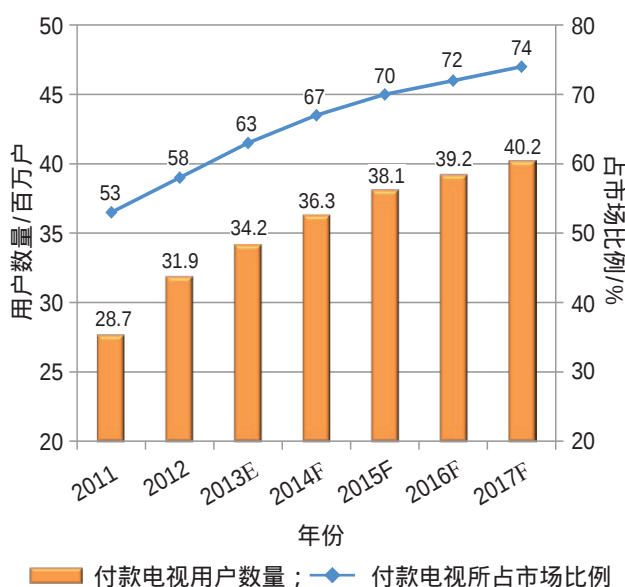


图 10 2011 年—2017 年俄罗斯付费电视用户数量、增速及预测

数据来源：J'son & Parners Consulting 数据。

根据 J'son & Parners Consulting 统计数据（不包括收看公共电视节目用户），2012 年，俄罗斯收

看付费电视节目用户中，增长最快的是卫星电视和网络互动电视用户群，其中，收看网络互动电视用户数量项目相比 2011 年提高了 56%，而收看卫星电视的用户数量增长了 20%（见表 1 所示）。

表 1 2010—2012 年俄罗斯付费电视用户群数量及增长速度

节目类别	用户群数量/百万户			增速/%	
	2010	2011	2012	2011/2010	2012/2011
卫星电视	6.6	9.2	11.1	40	20
有线电视	16.4	17.9	18.3	9	2
网络互动电视	0.5	1.6	2.5	220	56
总 计	23.5	28.7	31.9	22	11

数据来源：J'son & Parners Consulting 数据。

俄罗斯收费电视中，卫星电视的优势是收费低、覆盖面广、信号稳定，不受网络传输速度的影响。俄罗斯《三色旗电视台》是收视率最高的电视台，开通卫星电视服务的 190 万用户中，有 140 万用户收看《三色旗电视台》的节目。

网络互动电视的优势在于视频点播和互动服务。目前，俄罗斯网络电视市场的运营商主要有俄罗斯电信、ВымпелКом 和 МТС 3 家公司。俄罗斯网络互动电视的快速发展也带动了宽带网络服务业务的增长。

与卫星电视和网络互动电视相比，俄罗斯有线电视发展速度稍显缓慢，因此，俄罗斯运营商积极向网络现代化及数字视频广播方向转变，提供诸如视频点播、catch-up-TB（“追赶电视”，指可通过时移电视或者网络 PVR 等功能点播观看过的老节目）等服务内容。

2012 年，俄罗斯有线电视市场占有率为 57%，比 2011 年下降了 5 个百分点；卫星电视市场占有率为 35%，比 2011 年上升 3 个百分点；网络互动电视市场占有率为 8%，比 2011 年上升 2 个百分点。

在俄罗斯，收看付费电视的用户群主要集中在俄罗斯的欧洲部分，见图 11 所示。

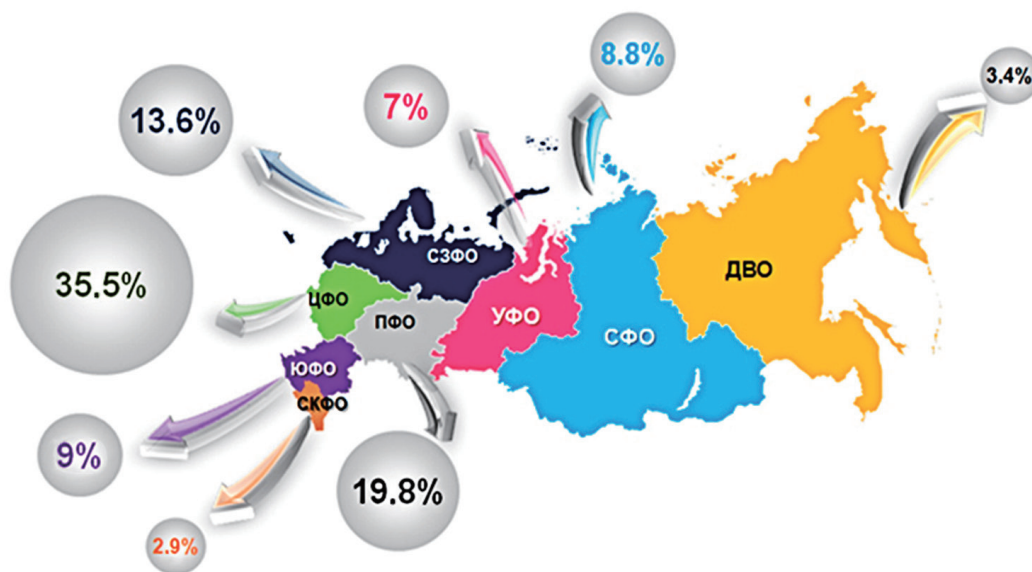


图 11 2012 年俄罗斯付费电视用户群地域分布比例

数据来源：J'son & Parners Consulting 数据。

俄罗斯付费电视未来数年发展趋势是：OTT（Over the Top，即互联网公司越过运营商，发展基于开放互联网的各种视频及数据服务业务，强调服务与物理网络的无关性）以及电视内容制作商与从事 OTT 业务的互联网企业建立联盟；网络电视普及；多平台电视；网络终端下载云存储视频内容

的开放。

在大力发展付费电视的同时，2011 年 5 月 12 日，梅德韦杰夫签署《2009 年 6 月 24 日全俄罗斯义务普及电视频道和广播频道修正案》俄罗斯联邦总统令^[7]，规划建设覆盖俄罗斯全境的义务普及电视频道和广播频道，其电视和广播频道清单见

表 2 所示。全俄罗斯义务普及电视和广播频道模拟及数字信号地面转播的服务由联邦国家单一制企业

“俄罗斯电视和广播网”承担，并且，“俄罗斯电视和广播网”免费提供其服务。

表 2 全俄罗斯义务普及电视及广播频道清单

类 别	序 号	频 道	服务商
电视	1	第一频道	“第一频道”开放式股份公司
	2	《俄罗斯-1》	联邦国家单一制企业“俄罗斯电视和广播网”
	3	《俄罗斯-2》	联邦国家单一制企业“俄罗斯电视和广播网”
	4	HTB	“HTB 电视台”开放式股份公司
	5	彼得堡-5	“彼得堡电视广播台”开放式股份公司
	6	《俄罗斯-文化》	联邦国家单一制企业“俄罗斯电视和广播网”
	7	《俄罗斯-24》新闻频道	联邦国家单一制企业“俄罗斯电视和广播网”
	8	《旋转木马》青少年频道	“旋转木马”封闭式股份公司
	9	《俄罗斯公共电视》	“俄罗斯公共电视”自主非赢利组织
	10	莫斯科电视中心	“莫斯科电视中心”开放式股份公司
广播	1	FM 新闻	联邦国家单一制企业“俄罗斯电视和广播网”
	2	玛雅克	联邦国家单一制企业“俄罗斯电视和广播网”
	3	俄罗斯广播	联邦国家单一制企业“俄罗斯电视和广播网”

按照与其他服务商签署的服务或者租用设备协议，“俄罗斯电视和广播网”负责将全俄罗斯义务普及电视和广播频道的信号传输至信号转播无线电子设备，再通过其他服务商向俄罗斯全境提供免费的转播服务。“俄罗斯电视和广播网”支付转播和广播服务的补偿费用，包括为 10 万人以下城市提供的转播服务。俄罗斯模拟信号服务的补偿从 2011 年开始直至模拟信号停播为止，无线数字信号和广播服务费用补偿从 2016 年开始。

除上述付费电视和义务普及电视节目外，根据 2012 年 4 月 17 日总统令，俄罗斯大众传媒和通信部按照公共广播服务原则于 2013 年 3 月 19 日开通了“俄罗斯公共电视台”(OTP)。该台的节目自动加入俄罗斯境内所有卫星电视和有线电视数据包，采用 DBV-T2 标准(第二代欧洲数字地面电视广播传输标准)免费向公众提供节目信号，由俄罗斯大众传媒和通信部提供开通技术支持^[6]。

OTP 运营及节目的制作坚持独立的原则，接

受社会和企业捐赠，不使用国家财政拨款，由社会监督委员会负责管理。OTP 运营的宗旨是将其建设成为一个讨论社会焦点、热点问题的平台，一个政府与民众之间公开、直接互动的媒介，其关注的重点是历史、科学、文化价值和国家取得的成就。OTP 通过各种手段吸引最广大的观众群体参与频道信息内容的创作。该台电视节目表现的特点是：更多地采用直播或者其他调动观众积极性的播出方式，观众可直接参与节目的创作；吸纳大量的非专业记者参与节目制作；电视节目主要关注点是民生，其选材的优先方向是反映不同国家、社会、宗教和亚文化社会团体间建设性的对话。

2.4 社交网站

据俄罗斯 Mail.Ru 网站的调查^[3]，俄罗斯每天上网人数为 6 590 万人，其中，90% 为社交网站用户，社交网站信息分为用户信息、热点讨论、商品和服务、娱乐活动等类型。社交网站的信息量中，40% 为用户的转帖和评论(如果出现公众关

心的热点信息时,这一比例会明显提高),15%~20%是关于用户或者用户周边的信息。

俄罗斯本土的“结交”(英语 VKontakte,俄语 ВКонтакте)和“同学”(英语 Odnoklassniki,俄语 Одноклассники)是俄罗斯用户访问量最大的2个社交网站,用户月访问量分别为5 270万户和4 260万户,其次是“我的世界”(俄语 Мой мир)月访问量为3 060万户,“脸谱”(Facebook)和“推特”(Twitter)月访问量分别为2 540万户和1 160万户。

俄罗斯中央联邦区(包括莫斯科市、莫斯科州、特维尔州、图拉州、雅拉斯拉夫州等18个联邦主体,2014年人口3 882万人,占俄全国总人口的27.02%,约50%人口居住在莫斯科和莫斯科州,城市人口比例81.42%)居民占“脸谱”和“推特”网站用户访问量分别为31%和30%。而俄罗斯西伯利亚联邦区和南部联邦区的居民更偏爱“同学”社交网站,俄罗斯西北联邦区居民喜欢“结交”和“推特”社交网站。

调查显示:43%的“同学”用户居住在10万人以下的小城市;34%的“脸谱”用户和35%的“推特”用户居住在80万人以上的大城市。另,俄罗斯各社交网站男、女用户数量相当,其具体用户比例关系见表3所示。

表3 俄罗斯社交网站男、女用户比例关系

社交网站	用户比例/%	
	男性	女性
“同学”	44	56
“我的世界”	46	54
“脸谱”	47	53
“结交”	47	53
“推特”	52	48

调查还显示,俄罗斯社交网站中最活跃的年龄段是25~34岁。“推特”和“结交”是俄罗斯拥有最多青少年用户群的社交网站,其中,12~17岁的用户群分别占12%、11%,18~24岁人群分别占23%、20%。“脸谱”网站则更被年龄更长的用户所喜爱,用户中有30%超过45岁。

据用户忠实度调查显示,俄罗斯近一个月没有登录其他社交网站的用户情况为:“结交”网站排名首位,用户比例为14%;其次是“同学”,不到7%;“我的世界”和“脸谱”为3%;“推特”只有1%。

博客是社交网络的一种重要形式,俄罗斯的博客用户群也具有相当规模。日前,俄罗斯 Yandex 网站评出俄罗斯十大知名博主,他们拥有261 452名粉丝。十大知名博主从事的职业有记者、摄影师、设计师、作家、社会活动家等。排在首位的是鲁斯杰姆·阿塔卡莫夫,职业是平面设计师、摄影师,还是 СУП ФАБРИК 多媒体博客公司的主编,拥有粉丝48 842位。

2014年5月5日,俄罗斯总统普京签署《知名博主新规则法》,规定,网页日均访问量超过3 000人次的博客博主将被认定为“知名博主”,知名博主必须履行俄罗斯法律对大众媒体提出的要求,不能匿名,但有权发布广告。普京认为,如果某几个人对几千人、几万人都有影响力,那原则上这个博主与大众传媒没有多大区别,因为,他在影响几千、几万,甚至几十万人的观点。

2.5 内容丰富的数字化产品

据 J'son & Parners Consulting 公司调查^[10],2012年,世界内容丰富化的数字产品货币规模为580亿美元,俄罗斯的产值为14亿美元,占世界总量的2%(其中,有29%是通过智能手机和平板电脑移动设备购买消费的),其一些国家数字化产品产值占世界总量的比例情况见图12所示。

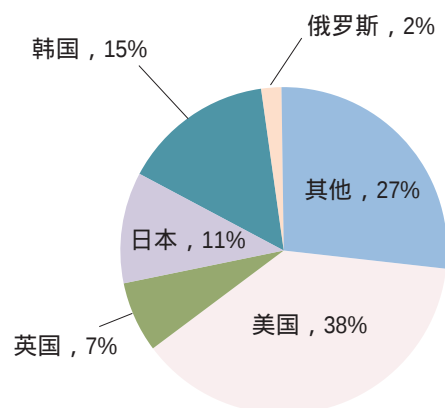


图12 2012年一些国家数字化产品产值占世界总量的比例

数据来源: J'son & Parners Consulting 数据。

2010—2016 年世界数字化产品市场规模及预测见表 4 所示。

表 4 2010—2016 年世界数字化产品
市场规模及预测

年 份	市场规模/百万美元	同比增长率/%
2010	29 305	
2011	43 135	47
2012	57 948	34
2013 E	71 989	24
2014 F	85 144	18
2015 F	97 853	15
2016 F	109 467	12

预计到 2016 年底，俄罗斯内容丰富的数字化产品规模将扩大到 25 亿美元，相比 2012 年，将增长 82%。

2012 年，俄罗斯数字化产品产值及各类数字产品市场份额以及与美国、日本的比较见图 13 所示。俄罗斯视频、书籍、音乐和游戏四大数字内容产品发展表现的特点是：数字音乐最受欢迎，2012 年，俄罗斯移动设备音乐占在线音乐市场份额的 19%，相比 2011 年增长了 173%；在线视频 2012 年同比增长 116%，移动视频产品 2012 年同比增长更是达到了 143%；电子书市场最具发展前景，预测到 2016 年，市场规模将达到 1 900 万美元，2013 年底迎来了市场发展的巅峰，利润收入达到 1 330 万美元。

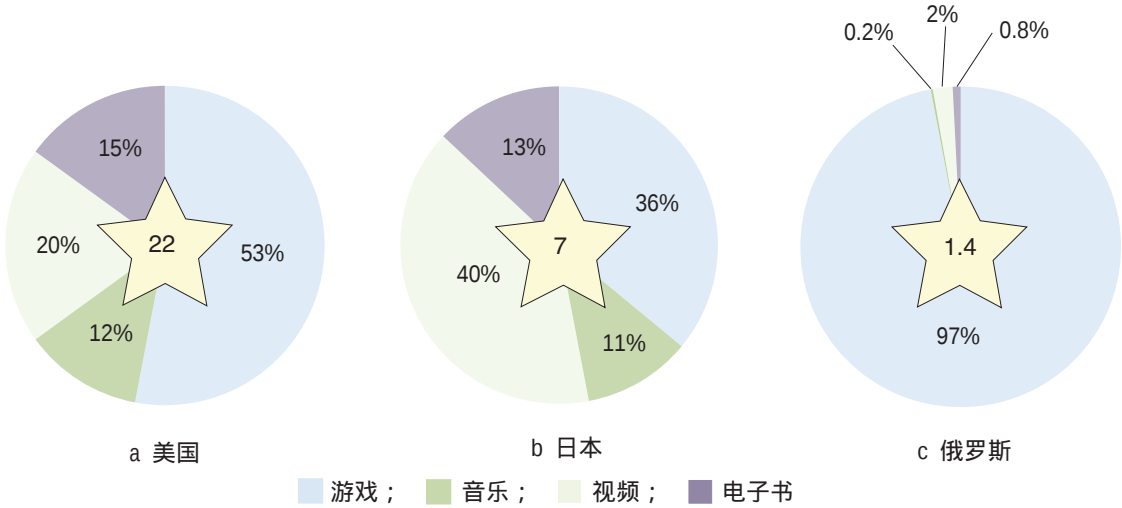


图 13 2012 年俄罗斯、美国和日本数字化产品产值(单位：10 亿美元)及各类产品市场份额

数据来源：J'son & Partners Consulting 数据。

2.6 手机短信

这里涉及的手机短信主要是指群发类公众短信。据统计^[11]，截至 2013 年底，俄罗斯 A2P（国内习惯称其为应用短信，应用短信基本都以 106、95 开头的短信通道发送，是非垃圾类短信）广告业务中，有 70% 为银行业务短信，其他 30% 为商业广告、网上商店、交通运营商或服务类企业短信。2012 年，俄罗斯手机短信市场收入为 0.6 亿美元，2013 年为 1.01 亿美元，与 2012 年相比，增长了 68%。由于广告短信中有相当一部分是垃圾短信，到 2013 年第 4 季度，俄罗斯广告短信中银行业务短信下降至 50%~60%。

据俄罗斯 Мегафон 通讯公司数据，近年来，俄罗斯垃圾短信数量称爆炸式增长，仅 2013 年 Мегафон 手机用户每月收到的垃圾短信数量就有 20 亿条，相比 2011 年增长了 1 000 倍。俄罗斯 MTC 通讯公司的报告称，其移动用户收到 98% 的垃圾短信是由其他通讯服务商发送的。ВнепелКом 通讯公司俄罗斯的业务经理说，2013 年 8—10 月，他们的用户平均每月收到 12 条非订阅的短信。

俄罗斯移动短信主要来源：第一类是正规服务商；第二类是“灰色”服务商，其与移动运营商没有直接合作关系，也没有分包服务商的资质；第三类是“黑色”服务商，他们没有固定的办公场所和

联系人,他们为自己的客户提供群发信息服务,绝大部分是垃圾短信。预测到2016年,俄罗斯短信市场收入将达到1.37亿美元。

3 新媒体发展规划与发展方向

根据俄罗斯大众传媒和通信部出台的2012—2018年发展规划^[12],在移动通讯方面,俄罗斯将逐步取消移动电话的全国漫游费,所有拨出电话只按俄罗斯境内当地资费标准计费,拨入的电话在全国范围内实行免费。到2018年,俄罗斯使用4G网络的用户将达到2000万人,网速达到100兆/s。移动通讯和网络服务将覆盖境内包括飞机在内的所有交通工具。

3.1 网络覆盖方面

俄罗斯将推出运营商建设覆盖全境的光纤通讯网络,由国家投资建设边远居民点网络基础设施,计划到2018年,俄罗斯安装宽带家庭达到500万户,80%的居民可以使用网速达到100兆/s的网速服务,俄罗斯宽带普及率进入世界排名前十位。

3.2 广播电视方面

到2015年,俄罗斯将推广使用DVB-T2(第二代欧洲数字地面广播电视传输标准),将现有的频段容量提高30%~50%。到2018年,俄罗斯电视转播信号将全部转换为数字信号,其境内任何角落都将接收到至少20个电视频道,大多数居民可观看支持16:9分辨率的高清晰度电视。

3.3 语音广播方面

俄罗斯计划到2018年前,建成覆盖全境每个角落的语音广播系统,每个角落至少可以收听50个广播电台。

3.4 信息数字化方面

俄罗斯将建成数字化图书馆和国家视听资源库,公民可通过网络在数分钟内查找所需的科技、文化和艺术作品资料。

3.5 知识产权保护方面

俄罗斯通过网络向公民提供正版音乐、电影、书籍、游戏等数字信息服务,不断扩大保护力度以促进原创作品数量的提高。

3.6 信息开放方面

2013年6月7日,俄罗斯政府公布第112-ФЗ号俄罗斯联邦《关于信息、信息技术和信息保

护法》、《国家机关和地方自治机构政务信息公开法》修正案,要求俄罗斯联邦和地方机关以电子版形式在网站公开相关政务工作信息。

此外,俄罗斯政府还出台规定,从2014年开始,规定公民更换移动运营商,可以保留使用原有的移动电话号码,新的移动运营商无权取消用户原有的电话号码,原有移动电话号码不随运营商或者服务区域的改变而变更。这项规定也适用于公民使用的市内电话。

俄罗斯全面鼓励新媒体的发展,加之国内拥有一批世界顶尖专业水平的信息技术人才,相信在不远的未来,俄罗斯互联网及新媒体的应用将更加广泛,在日臻成熟中跨入世界先进行列。

4 结语

一个新媒体的出现往往与老媒体相伴相随,新媒体的兴起,需要传统媒体的支持,这是一个与传统媒体互相学习,相互融合的过程,传统传媒与互联网、移动终端、数字电视等新技术的融合是必然趋势。传统报业的核心在“报”,而不在“纸”,“纸”只是一种载体,随着媒体形态的融合,“纸”将变为一种显示终端和存储介质,就像电脑、手机、PDA、手持阅读器一样。与俄罗斯传统媒体一样,我国的传统媒体也同样具有充足的发展壮大空间,数字媒体在相当长一段时间不会、也不可能消灭传统媒体,传统媒体必将会加快运用新技术,是各种媒体共存、互补、融合、创新,形成新的媒体形态。■

参考文献:

- [1] Останин Лев Сергеевич. Специфика и тенденции развития электронных СМИ в России[R/OL].(2011-06-14)[2014-09-08]. <http://www.bestreferat.ru/referat-323587.html>.
- [2] Михаил Фамичев. История развития российского Интернета. Справка[R/OL].(2011-09-19)[2014-09-08]. http://ria.ru/history_spravki/20110919/439857350.html.
- [3] J'son & Partners Consulting. Перспективы рынка широкополосных сетей в России. Сравнение с зарубежным рынком[R/OL].(2013-10)[2014-09-08]. http://www.json.ru/poleznye_materialy/free_market_

- watches/analytics/perspektivy_rynka_shirokopolosnyh_setej_v_rossii_sravnenie_s_zarubezhnym_rynkom/.
- [4] J'son & Partners Consulting. Обзор российского рынка мобильного интернет-доступа. Использование мобильного интернета на смартфонах и планшетных ПК[R/OL]. (2013-01)[2014-09-15]. http://www.json.ru/poleznye_materialy/free_market_watches/analytics/obzor_rossijskogo_rynka_mobilnogo_internet-dostupa_ispolzovanie_mobilnogo_interneta_na_smartfonah_i_planshetnyh_pk/.
- [5] iKS-Consulting (ИКС-Консалтинг). 55% российских семей пользуются платным ТВ[EB/OL]. (2012-12-20)[2014-09-15]. <http://www.iksconsulting.ru/ratings-69.html>.
- [6] J'son & Partners Consulting. Рынок платного телевидения в России, 2012–2017[R/OL]. (2013-02)[2014-09-15]. http://www.json.ru/poleznye_materialy/free_market_watches/analytics/pay-tv_market_in_russia_2012-2017_022013/.
- [7] Медведев Д. О внесении изменений в Указ Президента Российской Федерации от 24 июня 2009 года N 715 “Об общероссийских обязательных общедоступных Телеканалах и радиоканалах” и в перечень, утвержденный этим Указом[R/OL]. (2011-05-12)[2014-09-20]. <http://docs.cntd.ru/document/902278282>.
- [8] Министерство связи и массовых коммуникаций Российской Федерации. Общественное телевидение начало работу в России[EB/OL]. (2013-05-19)[2014-09-20]. http://minsvyaz.ru/ru/news/index.php?id_4=43763.
- [9] Журнал ИКС. Соцсети популярны у россиян[EB/OL]. (2014-03-24)[2014-10-03]. <http://www.iksmedia.ru/news/5058561-Soczseti-populyarny-u-rossiyan.html>.
- [10] J'son & Partners Consulting. Рынок цифрового контента в России и мире, 2010-2016[R/OL]. (2013-10)[2014-10-03]. http://www.234info.com/NewsDetail/14/140806/273694_1.html.
- [11] J'son & Partners Consulting. Российский рынок SMS-рассылок[R/OL]. (2014-02)[2014-10-03]. http://www.json.ru/poleznye_materialy/free_market_watches/analytics/sms_market_in_russia_2014/.
- [12] Министерство связи и массовых коммуникаций Российской Федерации. ЦЕЛИ МИНКОМСВЯЗИ РОССИИ 2012–2018[EB/OL]. (2014-02)[2014-10-03]. <http://2018.minsvyaz.ru/>.

Development of the New Media in Russia

CHEN Qiang

(The International Cooperation Department, Science and Technology Office of
Xinjiang Uygur Autonomous Region, Wulumuqi 830011)

Abstract: The paper studies the development status of Russian new media represented by digital television, broadband Internet, mobile communication, social networking sites, digitalized products, text-messaging business, analyses the role of new media in the news transmission in Russian modern society, and predicts the development trend of new media from the perspective of radio and television, voice broadcast, digitization of information, intellectual properties protection and opening of information. Also the text will benefit the understanding of Russian new media and the promotion of cooperation between Russia and China.

Key words: Russia ;new media ;digital media