

第一章 緒 論

第一節 研究動機與研究方法

一、研究動機

大眾傳播媒體是多數國家主要的產業之一，許多受歡迎的娛樂節目、新聞和教育節目都是利用電臺、電視臺的播放直接傳達到人民的家中。很多國家都設置通訊部（Ministry of Communications）來管理傳播系統（Broadcasting System）。大眾傳播媒體可依傳遞方式分為平面媒體和電子媒體，平面媒體是印刷出版後，透過人力寄送給讀者；電子媒體，如廣播電臺和電視臺則是使用電磁頻道（electromagnetic spectrum）將聲音和影像的訊號，藉由電磁波傳送給各地的聽眾和觀眾。與平面媒體相較之下，電視能迅速地傳送及時的訊息，可以更快速地滿足人們的好奇心，並且提供更多訊息。¹

現今已進入電子知覺（teleconsciousness）時代，大眾傳播媒體能使訊息交流，並促進社會文化形成，為當代的重要資源。在大眾傳播媒體之中，電視的影響力增加幅度最大，已密切融入人們的經濟生活與政治活動之中，尤其是政治活動。透過電視傳媒的傳播，提高人民對政治的認知，人民可依其理性和所獲得之消息做出決策，在這種情況下，電視即成為最重要而有效的政治傳播工具。²正因為大眾傳播媒體的獨特和重要性，有些國家認為媒體應該扮演獨立的角色，政府不應干涉媒體運作。但是，也有一些國家運用頒發執照給私人廣播公司、電視公司，或是允許國家和私人商業公司共同經營大眾媒體事業，來對媒體進行一定程度的管制。本文所研究的主體--俄羅斯就是屬於後者。

¹ Neil Postman, *Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business*. New York: Penguin Books, 1985, p. 87.

² 李萬來 著。《電視傳播與政治》。台北：正中書局，1995 年，頁 66。

以俄羅斯為例，早在蘇聯時期，蘇維埃當局就十分重視運用大眾傳播媒體來灌輸群眾意識形態的功能。大眾傳媒是共黨政權作為宣傳、教育、散播訊息的工具，而不是為提供人民娛樂消遣之用。為了達到有效控制人民的目的，在共黨和政府嚴密地監督和設計之下，確立了蘇聯傳播媒體的制度、組織及節目內容。共產黨領導的政治局（Politburo），固定在每週的會議中討論與電視有關的議題。不論是在莫斯科或其他地區，電視台官員和他們的產品--電視節目（尤其是新聞節目）--都被國家徹底調查，嚴密監督。蘇聯共產黨十分重視對媒體的控制，不讓媒體有獨立發聲的機會。在此列舉蘇聯領導人的發言作為例證，史達林曾說：「報紙是一種重要工具，透過它，黨可以擁有自己的語言，每日、每小時與勞動階級說話，作為黨與勞動階級的聯繫。」赫魯雪夫說：「報紙是我們思想上的主要武器。.....黨若沒有像報紙這樣強大的武器，在思想戰上也不能得到成功。因此，我們不能把報紙放在不可靠的人們的手裡。它必須由最忠實、可靠而且決心獻身共產主義偉大建設事業的人去主持。」³

然而，經過戈巴契夫改革及蘇維埃政權瓦解，原本受國家控制的大眾傳播媒體已藉由公開化（гласность, glasnost）、自由化（либерализация; liberalization）和民營化（приватизация, privatization）企圖尋求更大的發聲空間。俄羅斯大眾傳播媒體從早期的政府主辦、控制媒體與提供訊息，演進至由黨派辦理報紙與雜誌為其理念與政綱進行宣傳，再轉變到由企業經營媒體以營利為目的型態，且因媒體經營者經營的理念不同，其所控制的媒體對政治參與程度也各異。隨著俄羅斯民主政治的興起，政黨、利益團體、企業家和傳播網絡交織在一起。媒體形成社會輿論和公眾意見表達的公共空間，成為民眾獲得資訊和反饋意見的橋樑。但是，當作為傳送資訊的大眾傳播媒體，變成鞏固政權、影響公眾判斷的政治工具之時，我們必須追問，失去真實性和媒體自由的大眾傳播媒體是否還有其存在的價值？

³ 李瞻 著。《世界新聞史》，台北：三民，1993年，頁514~526。

分析自葉爾欽當選總統後到普欽總統就任至今為止，俄羅斯傳播媒體的發展經歷三個階段⁴：

- (一) 1991-1993，不負責任的自由 (freedom without responsibility)；
- (二) 1994-1998，媒體帝國和媒體贊助 (media empires and media sponsorship)；
- (三) 1999-迄今，只有責任沒有自由 (responsibility without freedom)。

我們可以看出 1994-1998 年是俄羅斯媒體自由的轉折點，1994 年之前媒體享有不負責任的自由，而在經歷媒體帝國和媒體贊助階段之後，傳播媒體就只剩責任且失去自由。這四年內發生的大事為 1995 年國會選舉、1996 年總統選舉和 1998 年俄羅斯金融危機，其中與大眾媒體關係最深的是 1996 年的總統選舉。這次的選舉在俄羅斯媒體引起熱烈的討論和報導--不論是平面媒體、廣播或電視--幾乎所有傳媒都傾巢而出為總統候選人喉舌。此時，俄國媒體專家和媒體工作者利用媒體宣傳的力量型塑特定政治人物的善惡形象，而無視於真相。媒體宣傳使人民相信葉爾欽是帶領俄羅斯民主進步的象徵，而共產黨的朱加諾夫則是破壞民主與和平的萬惡代表，藉此影響選民的投票行為，改變總統選舉結果。1996 年的俄羅斯總統選舉是大眾媒體影響俄羅斯政治最明顯的例子，也正是本文要探討媒體作用的中心議題。

事實上，葉爾欽時期的大眾傳播媒體，不論是國營或是私有媒體，與蘇聯時期相較之下，都有較大的表達自由和對政府提出批評的空間。但是剛成長的俄羅斯傳媒是否有足夠的能力擺脫前蘇聯時期的遺緒，開始擔負專業、客觀且獨立的訊息傳播角色？這一點相當值得深入探討。此外，俄羅斯政府在面對媒體尖銳的批評時，政府本身是否願意尊重媒體自由，進而抑制政府干涉媒體報導的慾望？特別是在敏感的選舉時期，政府和媒體的表現是否符合普世的民主標準？人民是否真能接收到客觀、多元且全面的報導，以促使選民能為自己的選擇負責

⁴ Gillian McCormack, "Patterns of Media Control in Post-Soviet Elections", *Russia and Eurasia Review*, 2002, Vol.1, Issue10, p.5.

(responsible choices)？這都是十分值得探究的部分。

從俄羅斯媒體發展過程來看，國家和媒體之間有一段合作、對立、相互平衡的互動關係。這段互動同時也顯示了媒體自身角色的演進歷程。筆者對於此種情況相當感到興趣，所以本文決定以 1996 年的總統選舉來作為研究俄羅斯媒體的背景，以分析媒體對群眾和政治產生影響的方式，同時，也剖析媒體因政治互動，而對自身自由度產生的影響，進而探討媒體會否捍衛公眾利益和人民權利，或繼續淪為政治工具的可能性。

二、研究方法

研究方法 (research method) 是指蒐集與處理資料的技術。⁵ 本文採取的研究方法是歷史研究途徑 (historical approach)，並運用個案研究 (case-study analysis) 的分析印證。歷史研究方法是社會科學中常用的研究方法，藉由此途徑來探求過去某一已發生的歷史事件的前因後果，藉以了解事件何以會發生，發生之後對未來某一事件是否又造成影響，產生可能是立即的、骨牌式的效應。⁶ 個案研究 (case-study analysis) 是指探討單一或數個個案，檢視其中事件的過程或是行為者的言行是否如理論所推測地一般。⁷ 本文是以 1996 年俄羅斯總統選舉為個案，透過質化和量化的方式來觀察總統選舉進行的過程和選舉結果，藉以了解俄羅斯媒體與政治的關聯性，歸納出葉爾欽時期媒體自由化的轉變現象。

⁵ Isaak, Alan C., *Scope and Methods of Political Science: An Introduction to the Methodology of Political Inquiry*. Dorsey Press, 1985.

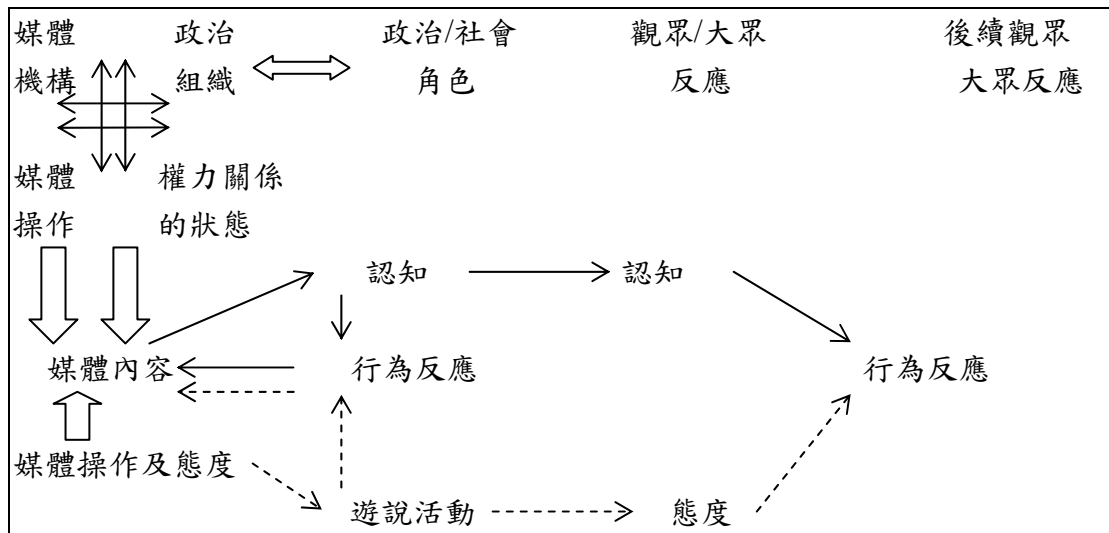
⁶ 易君博 著。《政治理論與研究方法》。台北：三民書局，2004 年，頁 164~170。

⁷ Stephen Van Evera, *Guide to Methods for Students of Political Science*. Ithaca: Cornell University Press, 1997, p. 29.

第二節 研究途徑與章節架構

一、研究途徑

不同的媒體內容，會反映大眾傳播媒體與被報導角色、事件之間的不同關係。本文以功能主義（functionalism）的輸出和反饋的概念來解釋政治傳播模式，說明媒體與政治之間的關係，以及探求他們輸出訊息後，受眾（觀眾/大眾）的反應對結果的影響。下圖（1-2-1）中提示政治精英與一般大眾的傳統差別，政治組織與媒體機構的關係較接近，而民眾無論對政治事務再怎麼熟悉，通常都只能做為媒體訊息的接受者。⁸政治精英與媒體扮演著獨特的角色，不僅是傳播消息，他們也激盪產生新思想與政治立場。在此將 1996 年俄羅斯總統選舉個案套入此一政治傳播模式，亦即意識形態不同的政黨各自推出屬意的總統候選人，他們的競選活動經過媒體機構轉化為媒體內容輸出，經由俄羅斯選民吸收之後，使選民眾作出決定，產生總統選舉結果。俄羅斯大眾傳播媒體的單向式選舉報導，在整個總統選舉的過程中控制、引導選民，直到投票那一刻。



◎圖 1-2-1：政治傳播模式

資料來源：奈葛林 (Ralp, Negrine)，《媒體與政治》。台北：木棉，2001 年，頁 17。

⁸ 奈葛林 (Ralp, Negrine) 著，蔡明燁譯。《媒體與政治》。台北市：木棉，2001 年，頁 16。

當競選活動經過媒體機構轉化為媒體內容輸出時，媒體能否秉持職業道德和遵守媒體法的規範，肩負起公平公正的傳播角色，是民主選舉是否能落實的重大關鍵。事實上，俄羅斯媒體經營者會為了獲得利益而替政府政策護航，政府也會為了鞏固政權而給予媒體特權，雙方形成暫時的利益共同體。政經力量的干預使得大眾傳播媒體本身的媒介特性改變，也令中立的公共空間(public sphere)產生變化。媒體經營者為了自身的利益，傾向運用媒體來引導對自己有利的輿論，而非站在維護全民利益和致力媒體獨立自主的立場。民眾無形中被媒體灌輸特定觀點，觀點形成輿論，輿論再由媒體傳達到更多地方，使輿論成為一股力量，一股足以影響政治情勢的強大力量。當媒體擁有者與執政者有共同目標時，輿論將成為一項利器，打著民意的旗幟會使執政者推動事務更加順利。但是當執政者和媒體經營者的利益取向不同時，合作關係產生變局，媒體經營者反到可以運用輿論來對抗執政者，雙方轉而走向競爭關係。

結構功能學派下的自由多元主義論(pluralism)認為社會務求不同的利益團體並存，取得權力的相互制衡。媒體應該具有相當程度的自主性，多樣性，而這也正是實現媒體自由的途徑。媒體須擁有自主權，獨立於政府、政黨與壓力團體或是行政、立法、司法之外，構成相當於「第四權力」的部門。當媒體擁有專業的自由權，各個不同的利益群體才能藉以相互制衡，來維持社會的動態平衡發展。⁹因此媒體必須努力爭取新聞媒體自主權和獨立性的發展空間。但由於逐漸興起威權主義政府(authoritarian government)和經濟不景氣，使得多數的獨立國協國家不能打破壓制媒體自由的循環。歐洲媒體研究機構的報告顯示，在獨立國協出現令人憂心的模式：民主社會需要的自由媒體發展緩慢且不完整。¹⁰俄羅斯的媒體發展也不例外，特別是在選舉期間，國營媒體仍是被執政黨牢牢地控制。莫斯科大學新聞學系系主任亞辛·札蘇爾斯基教授(Засурский Я., Yasen

⁹ 林東泰，*大眾傳播理論*。台北：師大書苑，1999年，頁11-14。

¹⁰ Gillian McCormack, "Patterns of Media Control in Post-Soviet Elections", *Russia and Eurasia Review*, The Jamestown Foundation, Vol.1, Issue10, 2002, p. 6.

Zasursky)¹¹對此現象也提出警語，「政府操縱媒體的危機仍然存在，這確實是對民主制度有害」。¹²另外值得注意的是，俄羅斯政府藉著運用恫嚇、利誘和金融操縱等手段，也將私有媒體併入了這個循環。

融合上述的概念，以下再由葉爾欽的態度、媒體經營者的作為和媒體自由的展現等三方面來做基本假設，導引出在 1996 年的總統選舉中俄羅斯媒體參與政治變化的現象。首先，在葉爾欽執政時期，國營和私有大眾傳播媒體已較常運用多元觀點來進行報導，也能主動對政府政策提出批評和建言。由於葉爾欽並不屬於任何政黨，他必須與盡量媒體緊密合作，確保自己能透過媒體得到民眾堅定的支持。就如同 1991 年八月政變時，葉爾欽捍衛白宮、譴責政變的英勇形象藉由電視傳播到俄羅斯人民的心中，成為人民心中的英雄。¹³所以，在不嚴重危害到葉爾欽政府既有利益的前提下，政府是願意尊重媒體自由且與媒體維持良好互動關係的。但是在選舉期間，尤其是攸關全俄羅斯的總統選舉，執政黨絕對不會願意媒體上出現任何對己方不利的負面新聞。所以當 1996 年俄羅斯進行第二次總統選舉時，尋求連任的葉爾欽發覺自己聲勢下滑，當然會想盡辦法運用現任總統職位的優勢以及大眾媒體來贏回民眾的選票。

民營化的過程中，發展傳播媒體需要投入大量的資金，所以私有媒體在發展之際多已被金融工業集團瓜分。財力雄厚的金融集團利用旗下的傳媒來灌輸群眾對集團有利的政治和經濟意象。所以當 1996 年俄羅斯舉行總統選舉時，這群在民營化過程中奪得大量財富的企業家們，在評估共產主義復辟的可能性時，顯得

¹¹ 亞辛·札蘇爾斯基主張應當保障國家政府、國有企業或私人公司都可以成為媒體的股份持有者，但媒體新聞的編輯製作應當由專業媒體工作者操作。

¹² Ford Peter, "Russia's Free Press Opts not to Play Fair before Elections", *Christian Science Monitor*, 1996, Vol.88, Issue106, p.2.

¹³ 八月政變由於軍方的分裂和葉爾欽的堅強抵抗而告失敗，成千上萬的公民公開支持民主，反對政變。最高蘇維埃主席魯庫諾夫 (Anatoly Lukyanov) 因為參加 1991 年 8 月企圖推翻蘇聯總統戈巴契夫的政變而被審判。

相當謹慎，害怕財富化為烏有的他們，在衡量之後決定挺身支持葉爾欽總統連任。最直接的辦法就是運用其所擁有的大眾傳播媒體為葉爾欽造勢，改變輿論的方向，影響選民的決定。雖然並非所有的媒體都是屬於金融集團所有，有一小部分的媒體還是堅定自己的立場盡量持平地報導各個候選人的競選活動，但終究無法與支持葉爾欽的主流媒體抗衡。

媒體是以其專業精神，發揮守門員的功能以提供一個中立的公共空間，落實民眾知的權利。俄羅斯傳媒自由發展的時間尚短，相關的媒體法制規範並不完善，所以無法保障媒體免於政府的干涉。而剛萌芽的俄羅斯大眾傳播媒體也因對於專業媒體素養的概念和媒體自由的認知相當匱乏，而容易受到外力的扭曲，導致媒體自由成長緩慢且不公正。1996 年俄羅斯總統選舉過程顯示出俄羅斯媒體自由已受限制，同時也失去作為大眾媒體公正的內涵，只剩下形式上的自由。

從蘇維埃體制轉型到自由民主時，俄羅斯民眾歷經轉軌所帶來的政治不安和經濟不穩定。俄羅斯民眾才剛接受民主體制，在面對政治動盪、犯罪率升高、貧富不均、生活水準低落的種種打擊之下，對舊蘇聯強權俄羅斯的思念之情油然而生。俄羅斯人民開始對民主制度產生懷疑，不確定揚棄舊蘇聯的共產主義道路是否正確。所以在 1996 年俄羅斯總統選舉時，俄羅斯選民的心情擺蕩不定，因為選民的心同時被民主制度的自由和共產主義的穩定所吸引。事實上，在選前的三個月多數中間選民都尚未決定投票對象，而促使他們做出最後決定的依據，便是媒體在選前所傳達的資料。

但是這次的總統選舉報導因為受到上述的媒體法制規範不完善、政府直接干涉、媒體缺乏專業素養和金融集團控制媒體等負面因素，導致了媒體自由受限制及報導不公正，所以選民得到的媒體內容是經過篩選和修飾的。媒體對廣大的群眾刻畫出葉爾欽的正面舉止，同時貶低其他競爭對手。並讓葉爾欽出現在電視上

宣傳的時間遠超出其他候選人，改變群眾對葉爾欽的認知。在資訊有限的情況下，民眾所能作出的決定也是受到制約的，而這就影響了選舉結果。

這次葉爾欽的勝選可說是政治傳播模式呈現的成功範例，透過傳媒和政府的合作關係，枉顧媒體自由來進行媒體操作，將塑造好的媒體內容輸出到社會形成輿論，最後影響受眾的態度，改變選民的投票結果，使其行為反應符合傳播者的意願。政府和媒體達成共同努力的目標--贏得 1996 年總統選舉--之後，政府和媒體經營者的合作達到巔峰，但做為媒體最重要的內涵--媒體自由卻在這場選舉中喪失了。

二、章節架構

基於以上基本假設，本文的章節架構已清晰可見。本論文共分成五章，第一章為緒論，說明研究動機、研究方法同時整理分析相關文獻。1996 年總統選舉是俄羅斯媒體參與最深的一次選舉活動，媒體大亨為了保障自身利益，紛紛透過傳播媒體製造輿論，協助葉爾欽。第二章首先對蘇聯時期和俄羅斯聯邦的媒體生態作一概論性介紹，並且深入探討媒體自由化、市場化和集團化對整個媒體產業和俄羅斯民眾的影響。第三章開始介紹 1996 年總統選舉各個候選人的背景、民調支持率和選舉結果。第四章則針對俄羅斯聯邦法律有關媒體在選舉活動中的規範，以及各個總統候選人與電視媒體的合作關係，分析媒體影響選舉過程和結果的操作手法。第五章為結論，透過 1996 年的總統選舉個案與媒體運作模式的分析，揭示俄羅斯媒體自公開性之後的媒體自由化現象。在進入正文之前，針對傳播媒體作操作性定義上的解釋。因為大眾傳播媒體涵蓋的範圍廣泛，本文主要是以當前最具代表性的電視作為探討的中心主題，由電視媒體在 1996 年俄羅斯總統選舉期間的作用，來推測整個俄羅斯傳播媒體自由化的轉變，不過本文仍會針對俄羅斯的平面、廣播和電視媒體作一概括性的介紹。

第一章 緒論

《俄羅斯傳播媒體自由化之分析：以 1996 年俄羅斯總統選舉為例》

第一章 緒論

第一節 研究動機與研究方法

第二節 論文基本假設與章節架構

第三節 文獻分析

第二章 蘇聯結束後的媒體生態

第一節 蘇聯時期的傳媒運作及歷史遺產

第二節 俄羅斯聯邦的傳媒生態與基本類型

第三節 媒體自由化與市場化

第四節 民營化、媒體大亨崛起與媒體集團化現象

第三章 俄羅斯總統候選人與競選

第一節 俄羅斯總統候選人的背景與民調

第二節 競選議題、選舉活動與結果

第四章 俄羅斯總統選舉中的媒體運作

第一節 媒體與選舉運作的法制相關規範

第二節 候選人與媒體的合作與對立關係

第五章 結論：俄羅斯媒體自由化的演變分析

第三節 文獻分析

筆者收集與主題相關的中外學術論著、期刊、報章以及網路資源加以分析；俄羅斯官方與非營利研究組織的調查和統計資料也是本書重要的研究材料。本文對事件的陳述多為質化的分析，此外，在正文中亦大量引用歐洲媒體研究機構（the Dusseldorf-based European Institute for the Media；EIM）在 1996 年俄羅斯總統選舉期間對媒體報導所作的量化分析¹⁴。

歐洲媒體研究機構自 1992 年以來，一直觀察東歐、中歐、前蘇聯國家，包括羅馬尼亞、塞爾維亞、俄羅斯、烏克蘭、白俄羅斯、摩達維亞、匈牙利、馬其頓、愛沙尼亞、喬治亞和亞塞拜然的全國性選舉。該機構對俄羅斯總統選舉的研究著手於 1996 年 5 月 5 日，詳實紀錄俄羅斯三個主要的全國電視台，俄羅斯公眾電視台（OPT；Russian Public Television）、俄羅斯國家廣播電視台（PTP；Russian Television and Radio）和獨立電視台（HTB；Independent Television）對各個總統候選人選舉活動報導的內容和篇幅。研究顯示，三家電視台極度偏愛現任總統葉爾欽，大幅報導有關葉爾欽的正面消息，曝光率佔全體候選人的 53%，而共黨總統候選人朱加諾夫僅獲得 18% 的報導時間，至於其他候選人則被媒體邊緣化，選民幾乎無法透過媒體得到這些候選人的消息。在政治傳播模式中，透過電視傳媒的傳播可以提高人民對政治的認知參與，人民可依其理性和所獲得之消息，根據對其有利的因素而做出決策。但是，俄羅斯媒體僅傳達片面的總統選舉報導和特定候選人的訊息，這導致選民無法獲得客觀且充分的資訊，來作為圈選候選人的依據。

新聞(journalism)、公共空間(public sphere)與民主(democracy)被社會學家認為

¹⁴ 在俄羅斯進行觀察的專家共六人：Benedicte Berner、Jonathan Steele、Richard Schoonhoven、Bernd-Peter Lange、Yasha Lange、Alexei Pankin。

是重要的「三角關係」。¹⁵社會學理論家哈伯瑪斯 (Jurgen Habermas) 在其著作《公共領域的結構轉型》(*The Structural Transformation of the Public Sphere*) 一書中指出，民主的公民社會應具備健全的政治論辯與公共參與機制，大眾媒體的公共空間應保持獨立，不應受市場及政治力量的干擾及操控。¹⁶在資本主義的國家，公共空間常受到廣告及公關等經濟活動的影響。而在極權國家，公共空間則被政治控制、經濟干擾等因素影響，造成公共空間不振。¹⁷守門人¹⁸過濾要傳播給大眾的資訊，如果受到刻意的扭曲或斷章取義，這都會導致受眾的意識形態偏差。政府服務人民，而媒體扮演政府和人民聯繫的管道，媒體和政府都服務人民。

但從俄羅斯媒體發展歷史來看，對大眾媒體最嚴厲的控制來自於政府。蘇聯時期的問題是，政府和共產黨直接擁有全部報紙、廣播、電視，禁止私人擁有媒體。蘇聯政府在壟斷傳媒的同時，等於壟斷輿論和人民的思想。俄羅斯的問題是政府與媒體經營者利用合法手段對媒體進行操控，漠視媒體本身的新聞自由以及人民知的權利。直到戈巴契夫的公開性改革後，俄羅斯媒體才真正開始體驗民主社會中媒體自由的意涵。曾任《巴爾的摩太陽報》(*«The Baltimore Sun»*) 莫斯科特派員的史考特·向恩 (Scott Shane) 在其著作《解散的烏托邦：資訊如何終結蘇聯》(*Dismantling Utopia: How Information Ended the Soviet Union*) 中表示，1987 年到 1991 年出現活躍多種類的報紙、廣播和電視，是戈巴契夫時期留下來最具活力的遺產。蘇維埃的列寧意識型態已經被報紙和電視徹底粉碎了，1991 年的民意測驗顯示，多數俄羅斯人已經對蘇維埃體系失去信心，但在此同時，他們仍對資本主義一詞仍感到陌生與害怕。生活水準的降低、種族紛爭和政治反動都會侵蝕媒體自由，只要沒有戰爭和脅迫，俄羅斯媒體將不會回到公開性前

¹⁵ 蘇鑰機、李月蓮，*新聞網站、公共空間與民主社會*。http://www.com.cuhk.edu.hk/nea/text2.doc

¹⁶ 哈伯瑪斯 (Habermas Jurgen) 著，曹衛東譯。*公共領域的結構轉型*。台北：聯經，2002 年。

¹⁷ 李月蓮，*江澤民、傳媒與公共空間*。http://www.rthk.org.hk/mediadigest/md0101/01.html

¹⁸ 心理學家李溫提出「守門人」(gatekeeper) 觀念，之後此觀念成為傳播者研究一個重要的理論基礎。「守門」是一個過程，即是將每日全球上億的新聞訊息，裁減及轉換為數百條新聞，再於特定的日子中傳遞給特定的人們。負責挑選新聞稿件及決定稿件呈現方式的編輯決定了那些要刊登新聞，那些新聞應該被強調，這些行為都會影響人們所能接收訊息的質與量。

(pre-glasnost) 的卑躬屈膝。¹⁹

上述史考特·向恩的論點認為，只要媒體不受到脅迫，俄羅斯媒體將繼續保有公開性所帶來的獨立性和新聞自由。換言之，當媒體面臨到 1996 年總統選舉，葉爾欽總統無法順利連任將可能威脅到媒體生存的自由時，媒體確實會選擇拋棄作為大眾媒介的責任，終止作出中立的選舉報導。俄羅斯媒體再度淪為政治工具，回到公開性之前，為政府服務的角色，與葉爾欽的政府徹底合作。因為俄羅斯媒體自由化的程度尚淺，所以面對有可能破壞新聞自由的一點風吹草動都會嚴陣以待。當媒體選擇以非專業的態度來捍衛自由時，實際上已經踏出破壞自由的第一步。媒體自由的崩壞，並不是因為朱加諾夫的共產黨，而是媒體本身開始了破壞媒體自由的序曲。

民主機制將選舉權、創制、複決權置於民衆手中，取大多數民衆的共同選擇為正確，尊重少數，服從多數。這種決策機制的前提，在於民衆能夠充分瞭解資訊，並有自主決定的能力。因此大眾傳播媒體不僅要獲取新聞自由，也要擔負社會責任。健全開放的媒體使民衆能獲得充分的資訊，作出正確決策。但由於俄羅斯媒體受縛於脆弱的經濟能力，且公共資源所能提供的資金不足，政府未能妥善地規範一個可行的方法，來處理言論的自由和公平的問題。結果導致在國營和私人媒體施行無用的訊息管理政策，致使媒體注入了金融寡頭和媒體所有者的想法，而非把最好的利益帶給投票者。莫斯科大學新聞學系系主任亞辛·札蘇爾斯基教授表示：「自由的媒體不代表就是公正的媒體，黨派附和行為 (partisanship) 的古老傳統仍然存在著」。²⁰這正是俄羅斯傳媒現狀的寫照--媒體經營者會為了自身利益而迎合權貴，導致媒體中立的公共空間受到扭曲。當民眾置身在不開放的公共空間，無法獲得充分且公正的報導，因此也無從做出正確的政治參與，選出

¹⁹ Scott Shane, *Dismantling Utopia: How Information Ended the Soviet Union*, Chicago: Ivan R. Dee, 1994.

²⁰ Peter Ford, "Russia's Free Press Opt not to Play Fair before Elections", *Christian Science Monitor*, 1996, Vol.88, Issue 106, p.5.

理想的候選人。

歐洲媒體研究機構專案負責人，基麗恩·麥可馬克（Gillian McCormack）在〈後蘇維埃選舉媒體控制模式〉（“Patterns of Media Control in Post-Soviet Elections”）一文指出，俄羅斯毫無疑問是獨立國協中媒體環境最為複雜的，過去幾年俄羅斯媒體的發展導出一個令人不安的結論——新的獨裁主義（authoritarianism）在媒體環境中已經出現了。²¹俄羅斯外交部莫斯科國際關係大學國際新聞系政治傳播學博士胡逢瑛和莫斯科大學社會新聞傳播學博士吳非合著的《透視蘇俄傳媒轉型變局》，也指出新生的大眾傳播體系在整個政治體制轉軌過程中，不斷受到政府機關和各方政治勢力的介入，致使媒體的專業活動受到許多不合理的牽制和不合法的干涉。²² 根據奧特斯·薩拉（Oates Sarah）博士的〈政治與媒體〉（“Politics and the Media”）一文指出，俄羅斯 1995 年國會選舉和 1996 年總統大選這兩次選舉中，金融集團都利用手中傳媒來宣示其政治影響力的企圖。²³ 但是 1995 年國會大選時，各金融集團媒體各自資助某個政黨或團體的議員候選人，行動較為分散，輿論亦多樣化。人民可以透過不同的媒體窺視真相，得到多元資訊。然而，1996 年的總統選舉，經由政府和金融集團的合作，共同介入媒體，致使媒體再度成為一言堂。在選舉期間，俄羅斯報紙和電視明顯地支持他們唯一偏愛的候選人——葉爾欽。

俄-美新聞和資訊中心（USAID-funded Internews and Russian-American Press and Information Center）在俄羅斯媒體發展計畫方案的主持人阿列克謝伊·潘金（Alexei Pankin）的文章〈俄羅斯選舉誤報〉（“Russia’s Elections Misreported”）也對俄羅斯媒體作出批判。他舉出 1991 年和 1996 年的俄羅斯總統選舉為例，1991

²¹ Gillian McCormack, “Patterns of Media Control in Post-Soviet Elections”, *Russia and Eurasia Review*, 2002, Vol.1, Issue10, p.5.

²² 胡逢瑛、吳非著，*透視蘇俄傳媒轉型變局*。台北：秀威資訊科技，2005 年，頁 193。

²³ 收錄於 Stephen White, Alex Pravda and Zvi Gitelman, 等編著的 *Developments in Russian Politics*. Hampshire: Palgrave, 2001.

年時俄羅斯只有兩個全國電視網絡，俄羅斯公眾電視台（當時稱為 Гостелерадио, Gosteleradio）和俄羅斯國家廣播電視台。雖然這兩個全國電視台對 1991 年總統選舉的報導都相當粗野，但是當俄羅斯國家廣播電視台偏袒葉爾欽之時，俄羅斯公眾電視台會提供另一個觀點，作出平衡報導，而這至少給了俄羅斯觀眾不同資訊來源的選擇權。

然而，1996 年的總統選舉卻顯現出媒體自由和媒體發展的大幅退步。三個全國電視台都偏愛同一個候選人--葉爾欽，他們避免談論葉爾欽在過去五年總統任期的紀錄，而是傾向談論俄羅斯在蘇聯時期的歷史，並且宣稱朱加諾夫的獲勝將會使歷史重演。反共產主義的資料經常以文件和紀錄片的型式呈現在觀眾眼前。影片強烈的批評共產主義，毫無疑問地加強了葉爾欽選舉陣營的論點。民眾只能不斷接受著同樣的選舉宣傳和固定的反共意識形態，民眾沒有選擇權，只能接受單一的媒體暗示。

Bookings Institution Press Washington, D.C. 是美國一個非營利組織，致力於研究、出版與國內外政策相關的刊物。該組織的研究員侯福（Jerry f. Hough）、達維艾斯（Evelyn Davidheiser）和列門（Susan Goodrich Lehmann）合著《1996 年總統選舉》（*The 1996 Russian Presidential Election*）。這本書寫在選舉結果出爐之前，但這些美國學者對葉爾欽和朱加諾夫兩強相爭的總統選舉，仍提供了一些值得注意的觀點。他們認為藉由西方經驗的激勵，蘇聯早期領導人嘗試著引進民主制度，同時促進激烈的市場化、減少政府規範，並提高對外貿易自由化。俄羅斯希望民主制度可以使改革過度時期有合法性並抵銷改革所帶來的痛苦、混亂。1996 年總統選舉為此實驗提供了第一場關鍵的考驗，主要的爭奪者中，朱加諾夫承諾改變經濟政策的方向，以更漸進的方式實現之；反之，葉爾欽總統則宣稱

共黨的勝利將代表真正改革的結束。²⁴ 由於葉爾欽任內俄羅斯的經濟情況並無好轉，葉爾欽也無法說服民眾相信自己連任後會有更好的表現。因此，葉爾欽在選舉過程一直運用負面的宣傳手法來製造人民對共產黨的恐懼，營造朱加諾夫是邪惡的一方，是民主的敵人。

凱瑟琳·鄧肯 (Catherine Danks)，現職是曼徹斯特大都會大學 (Manchester Metropolitan University) 歷史和經濟史學系的資深講師。在其著作《俄羅斯政治與社會》(*Russian Politics and Society*) 一書中表示，儘管媒體很在意葉爾欽企圖監控他們的活動，但媒體更擔憂 1996 年的總統選舉讓共產黨復辟的可能性。如果媒體保持中立，可能會導致共產黨的勝利，這將會使改革倒退，媒體自由也將告終。易碎的俄羅斯民主促成了愛國的民主人士以反-民主(Anti-democratic)的方式來維護他們在 1990 年初期的民主收穫。另一個因素則是，俄羅斯的金融寡頭害怕自己在民營化過程中所累積的財富，會因為朱加諾夫的當選而化為烏有。因此，寡頭運用其擁有的媒體支持葉爾欽。²⁵ 在民營化的過程中，俄羅斯媒體急需要新的財源挹入，此時的金融寡頭也注意到媒體的重要性，企圖透過媒體而進入其他領域獲得更多的特權。於是，寡頭開始收購媒體成為媒體的經營者。至此，俄羅斯媒體已脫離為蘇聯中央政治局服務的“意識形態陣線的工人”的角色，轉變成金融寡頭和政治菁英的發聲筒。例如，在選舉期間除了葉爾欽以外，其他候選人發現很難擁有曝光機會。寡頭用媒體來服務葉爾欽，企圖影響輿論，獲得他們想要選舉結果，使自己免於失去財富的可能。當政府和媒體擁有者企圖運用不公正的報導，不尊重公共空間的中立性來保護媒體自由，事實上，這對媒體自由本身而言就已經是一種迫害。

聖彼得堡知名的媒體工作者塔波羅夫 (Виктор Топоров, Viktor Toporov) ,

²⁴ Jerry f. Hough, Evelyn Davidheiser and Susan Goodrich Lehmann, *The 1996 Russian Presidential Election*, Bookings Institution Press Washington, D.C., 1996.

²⁵ Catherine Danks, *Russian Politics and Society: An Introduction*. England: Longman, 2001.

在 1996 年總統選舉後在《自由思潮》(*Свободная мысль*) 期刊發表〈選舉的虛擬實境〉(“The Virtual Reality of the Election”) 中談到，為了確保現今國家領袖的權力能延長，媒體灌輸群眾虛擬實境的意識。透過虛擬實境，可以將人們對總統的不滿最小化或消除，運用資訊編劇法 (information dramaturgy) 創造總統的新形象。為了巧妙操縱觀眾，持久反覆的宣傳是最直接的手段，不信或存疑的觀眾最終將會被媒體征服。這個假設在 1996 年的總統選舉被發揮的十分成功，民眾彷彿是被洗腦一般地灌輸「兩權相害取其輕」的意念，葉爾欽斯相對於朱加諾夫無疑是較佳的選擇。現任 Duke University 新聞系教授的愛倫·麥基維茲 (Ellen Mickiewicz Propper) 在〈剽竊、政策和俄羅斯新興的媒體市場〉(“Piracy, policy, and Russia’s emerging media market”) 一文也指出，選民儘管不歡迎葉爾欽，但大多數的俄羅斯人在 1996 年的總統選舉中還是選擇葉爾欽擔任總統。選民明白共產黨的代表朱加諾夫將會把國家帶向回頭路。大多數的俄羅斯人認為不必要求完美的候選人，只需要將選票用在避免最糟的情況發生就好。²⁶選民的反應就是媒體枉顧真相，為達到勝選目的，而利用資訊編劇法對選民洗腦的最佳實證。

現任莫斯科大學新聞系中媒體、文化和溝通實驗室的主任，伊凡·札蘇爾斯基 (Засурский И., Ivan Zassoursky) 在《後蘇維埃的俄羅斯媒體和權力》(*Media and Power in Post-Soviet Russia*)²⁷ 一書中談到，電視，尤其是新聞節目已變成最有力的選舉工具，為了選舉勝利一直被用來操縱民意。對俄羅斯政治系統和大眾媒體來說，總統選舉的重大意義在於一個新的媒體管理階層的提升，在 1996 年總統選舉之前，媒體擁有者還不知道如何管理媒體機構，但藉由這次的總統選舉整合了國家機關、廣告機構和許多金融工業集團資源，政治和媒體精英學會操縱大眾媒體，製造輿論，並掌握民眾的意識。

²⁶ Mickiewicz Ellen Propper, “Piracy, Policy, and Russia’s Emerging Media Market”, *Harvard Journal of Press/Politics*, 2001, Vol.6, Issue2, p.32.

²⁷ Ivan Zassoursky, *Media and Power in Post-Soviet Russia*. New York: M.E. Sharpe, 2004.