

---

## Medijski prostor Ruske Federacije u tranziciji

---

JELENA JURIŠIĆ\*

*Sažetak*

Tranzicija je za ruske medije započela i prije stvaranja Ruske Federacije, odnosno raspada bivšeg SSSR-a. U razdoblju perestrojke, u drugoj polovici 80-ih godina, mediji su djelovali u granicama autoritarnog sistema i bili su instrumentalizirani. Prihvaćanjem Zakona RF o tisku i drugim sredstvima masovne informacije godine 1991. nastupio je kraj instrumentalnog modela, i u prvi plan izdignute su ideje o depolitizaciji sredstava javnog informiranja i ideje o medijima kao "četvrtoj vlasti". Uloga medija i njihova popularnost u to vrijeme još su više porasli. Medijski prostor u Rusiji danas se još uvijek nalazi u procesu tranzicije, osjetljivo reagirajući na političke, gospodarske i socijalne promjene u zemlji.

*Ključne riječi:* Ruska Federacija, mediji, Internet, novinarstvo

Tranzicija je za ruske medije započela i prije stvaranja Ruske Federacije, odnosno raspada bivšeg SSSR-a. "Za funkcionalne promjene u djelatnosti medija u prelaznom razdoblju karakteristično je da se one događaju stalno, i u posljednjih deset godina formirala su se najmanje četiri modela njihovog funkcioniranja".<sup>1</sup>

U razdoblju perestrojke, u drugoj polovici 80-ih godina, kad je Mihail Gorbačov iznio tezu o glasnosti, mediji su djelovali u granicama autoritarnog sistema i bili su instrumentalizirani. I premda je to već bio instrument promjene, instrument napuštanja autoritarizma pokrenut odozgo, prema mišljenju prof. Zasurskog, radilo se o modelu medija kao instrumenta vlasti. Uloga me-

\*

Dr. sc. Jelena Jurišić je predavač na Hrvatskim studijima Sveučilišta u Zagrebu.

1

Засурский Я.Н. Закономерности и тенденции развития журналистики в переходный период/Журналистика в переходный период: проблемы и перспективы, М., МГУ, 1998, str. 4.

dija u mijenjaju socijalnog i ekonomskog ustroja SSSR-a, a samim time i Rusije, tih je godina bila iznimno velika, a ostvarena je u znatnoj mjeri upravo u granicama tog modela, kao instrumenta u rukama Gorbačova kao rukovoditelja komunističke partije. "Ovaj se model može nazvati prelaznim iz totalitarnog u demokratski, pošto su se demokratske reforme provodile u medijima koji su djelovali u granicama autoritarne paradigme".<sup>2</sup>

Prihvatanjem Zakona RF o tisku i drugim sredstvima masovne informacije godine 1991. nastupio je kraj instrumentalnog modela, i u prvi plan izdignute su ideje o depolitizaciji sredstava javnog informiranja i ideje o medijima kao "četvrtoj vlasti". Naravno, uloga medija i njihova popularnost u to vrijeme još su više porasli, što se odrazilo na rekordnim tiražama novina i revija. Tijekom 1991.-1992. najčitanija izdanja prodavala su se dnevno po 20-24 milijuna primjeraka, a u listopadu 1991. tjednik "Argumenti i fakti" postavio je svjetski rekord – jedan njegov broj prodan je u 31,4 milijuna primjeraka.<sup>3</sup>

Model medija kao "četvrte vlasti" osporavan je i osporava se i danas, no unatoč tome on je postojao, a neki stručnjaci smatraju da još uvijek djeluje. Ali u razdoblju predsjedničkih, parlamentarnih i lokalnih izbora od 1996. do 1997, u razdoblju konsolidacije različitih političkih snaga u Rusiji, tisak, televizija i radio, premda već u uvjetima demokratskih struktura, nastupali su ponovno kao instrumenti političke borbe. "Međutim, specifična osobina tog instrumentalnog modela bila je da su mediji ponovno postali instrumentom, ali ovog puta ne u rukama partije ili njenog generalnog sekretara, već u rukama onih koji su organizirali predsjedničku kampanju, a ta značajna razlika odrazila se, i na funkcioniranju sredstava javnog informiranja".<sup>4</sup>

Te 1997. pojavila se nova tendencija. Novinarstvo koje je u vrijeme predizborne kampanje bilo instrument predizborne borbe počelo je prelaziti u privatne ruke, u ruke velikih korporacija. Događali su se proces koncentracije i "korporativizacije" ruskih medija, kojima su oni pretvoreni u instrument velikih financijskih grupa, banaka, industrijskih korporacija. Oni su, pak, vodili međusobne ratove, borbe s konkurentima u kojima su se koristili sredstvima javnog informiranja kao svojim instrumentima banaka i velikih korporacija. Ta situacija dovela je do niza sukoba, od kojih je najpoznatiji onaj oko "Izvjestije". Taj je dnevni list najprije je pao pod utjecaj naftne kompanije "LU-Koil", a zatim je veći dio njegovih dionica kupila jedna od najvećih banaka u Rusiji "Onesimbank". Na taj način novina je pripadala tadašnjem naftnom monopolistu i velikoj financijskoj grupi.

"Ti modeli: instrumentalno-tradicionalni, 'četvrte vlasti', autoritarno-korporacijski i nezavisnog novinarstva odražavaju složenost u razvoju rus-

2

*Ibid.*, str. 5.

3

Засурский Я.Н. Закономерности и тенденции развития журналистики в переходный период/Журналистика в переходный период: проблемы и перспективы, М., МГУ, 1998, str. 5.

4

*Ibid.*

kih sredstava javnog informiranja", zaključio je prof. Zasurski. "Naravno, mnogo se može govoriti o tome koliko je moguće postojanje toliko različitih modela, ali takva je sada struktura ruskih medija".<sup>5</sup> U međuvremenu, nakon odstupanja s vlasti Borisa Jeljcina i preuzimanja predsjedničke dužnosti Vladimira Putina pojavio se i peti model. Ponovno je uvedeno državno reguliranje medija, od kojih veći dio nije u državnom vlasništvu, već pod kontrolom vlasti, što je postignuto oduzimanjem sredstava javnog informiranja oligarhima različitim metodama.<sup>6</sup> Tako su deset godina nakon nestajanja tog modela ruski mediji, posebno televizija, ponovno postali instrument u rukama vlasti.

Razmatrajući strukturne promjene u ruskim sredstvima javnog informiranja od početka 90-ih godina, treba istaknuti napuštanje vertikalne strukture, koja je bila karakteristična za sovjetski sustav. To je bilo odustajanje od strukture u kojoj je glavni bio tzv. centralni, moskovski tisak: "Pravda" i "Izvestija", "Komsomoljskaja pravda" i "Trud", razinu ispod kojeg nalazile su se ostale novine, i kojim se upravljalo iz jednog centra, Centralnog komiteta KPSS.<sup>7</sup> Navedene novine praktički su bile kažiprst vlasti i formirale su te kontrolirale javno mišljenje, a pretplata na njih bila je obavezna za sve tvornice, poduzeća, članove partije i sindikata itd. Stoga ne čudi da je zajednička dnevna tiraža tih novina dosegala i 100 milijuna primjeraka. Važnu ulogu, naravno, imali su radio i televizija, ali uloga tiska ipak je bila dominirajuća.

Taj vertikalni ustroj ustupio svoje mjesto drugim strukturama, koje više nisu imali jedinstveni rukovodeći centar i djelovali su paralelno. Zakonom o tisku SSSR (1990.), a zatim i Zakonom RF o tisku i drugim sredstvima javnog informiranja (1991.) proglašeno je pravo ne samo partijskih, već i komercijalnih te društvenih organizacija, kao i privatnih lica na osnivanje medija.<sup>8</sup>

Zahvaljujući tome postojeća sredstva javnog informiranja promijenila su osnivače, a u većini slučajevima to su postali sami kolektivi. Kako je slikovito opisao Aleksandar Grabeljnikov, "samostalnost i sloboda medija, o kojima su novinari maštali, konačno su došle u redakcije. Nije se više trebalo polagati račune partijskom komitetu za svaki oštiri, kritički istup protiv struktura vlasti, koristiti ezepov jezik, misliti nad time kako zaobići ove ili one prepone cenzure".<sup>9</sup>

5  
Засурский Я.Н. Закономерности и тенденции развития журналистики в переходный период/Журналистика в переходный период: проблемы и перспективы, М., МГУ, 1998, стр. 6.

6  
Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики, М., РИП-Холдинг, 2002., изд. 5, стр. 152.

7  
Власть, зеркало или служанка? (Энциклопедия жизни современной российской журналистики), под ред. Г.Содганик, М.Штудинер, М., Союз журналистов России, 1998., т. 1, стр. 42.

8  
Средства массовой информации в современном обществе: тенденции развития, подготовка кадров, под ред. А.А. Грабельникова, М., РУДН, 1995, стр. 3.

9  
Грабелбников А.А. Русская журналистика на рубеже тысячелетей. М., РИП-Холдинг, 2000, стр. 15.

Međutim, pojavile su se poteškoće s kojima se ranije novinari nisu suočavali i koje nisu očekivali. Naime, raspad KPSS-a, a zajedno s njime i nestajanje službenih, partijskih organa upravljanja medijima rezultiralo je njihovom dezorganizacijom. Kako ne bi izgubili do tada neupitnu financijsku potporu, mnogi partijski listovi prešli su pod nadzor najprije sovjetskih, a onda i ruskih organa vlasti. Drugi su krenuli u potragu za sponzorima, koji bi financirali gubitašku djelatnost. Treći, kako ne bi propali, svoje su dali strani ce reklamnim oglašivačima. Na taj način na politiku novina, na njihov sadržaj neizravno su počele utjecati one socijalne strukture koje su ulagale u njih novac.<sup>10</sup> Dakle, stupivši na put tržišnih odnosa sredstva javnog informiranja odmah su osjetili svu njihovu složenost. Posebno tisaak, jer, primjerice, tvornice papira konačno su mogle prodavati papir po tržišnim cijenama, zbog čega je na tržištu nekoliko godina vlada nestašica papira. S druge strane, unatoč tome pojavljivali su deseci, stotine informativno-komercijalnih novina i časopisa kojima visoka cijena papira nije bila problem.<sup>11</sup>

No, taj demokratski pluralizam u ruskom novinarstvu, s njegovom novom, horizontalnom strukturom znatno je promijenio sliku sredstava javnog informiranja u Rusiji, posebno kvalitetno stanje informacijskog prostora u zemlji. Sustav medija koji se u Rusiji počeo formirati početkom 90-ih godina ima za osnovu informacijske potrebe svih sudionika procesa reformiranja društva: osobe – subjekte raznovrsnih društvenih odnosa, grupe – socijalne, nacionalne, regionalne i dr., organizacije – političke, gospodarske, znanstvene i dr. A te potrebe formiraju informacijsko tržište s konkurencijom, s prodavačima i kupcima informacijskog proizvoda, koji posjeduje određeni sadržaj, tipološku strukturu, obujam i diferenciranost distribucije.<sup>12</sup>

Nestanak KPSS i stvaranje demokratskog društva izazvao je porast potreba za događajnom i drugom operativnom informacijom, što je aktualiziralo informativne funkcije ruskih medija. Tako, informativne emisije nacionalnih televizijskih postaja na listi njihovih najgledanijih emisija uglavnom zauzimaju drugo mjesto, iza filmova. Gledanost emisije "Vremja" na "1. kanalu" je prosječno 85,6%, "Vesti" na RTR-u – 71,3%, a "Sevodnja" na NTV-u – 60,8%.<sup>13</sup> Slična je tendencija i u radijskom eteru, gdje su najpopularnije one postaje koje često, ali kratko informiraju svoje slušatelje u najvažnijim događajima u zemlji i svijetu – "Radio Rassiji", "Majak", "Evropa plus" i "Eho Moskve".

10

Средства массовой информации в современном обществе: тенденции развития, подготовка кадров, под ред. А. А. Грабельникова, М., РУДН, 1995. – стр. 4.

11

Грабельников А.А. Русская журналистика на рубеже тысячелетей. М., РИП-Холдинг, 2000. – стр. 15.

12

Шкондин М. В. Система средств массовой информации (Основы организации и характер структурной трансформации в условиях реформирования общества). М., МГУ, 2000. – стр.13.

13

Система средств массовой информации России, под ред. Я.Н. Засурского, М., Аспект Пресс, 2001. – стр.25.

S druge strane, operativne informacije u tisku je malo. Izdaje se oko 300 novina, koje izlaze 4-5 puta tjedno s ukupnom dnevnom tiražom od 14,2 milijuna primjeraka. Među 245 nacionalnih novina samo ih 17 izlazi maksimalno često, pet puta tjedno (novine u Rusiji ne izlaze nedjeljom i ponedjeljkom). Godine 2001. njihova ukupna dnevna tiraža iznosila je 5,1 milijuna primjeraka, a preostalih 228 novina – 27,8 milijuna primjeraka.<sup>14</sup> Istodobno mnogi gradovi Ruske Federacije ne dobivaju niti jedan primjerak moskovskih novina, premda su u sovjetskom razdoblju u tisućama kilometara udaljenim gradova od Moskve centralne novine čitali više nego vlastite lokalne.

Ipak, najveće promjene doživjelo je analitičko novinarstvo, a najveće gubitke analitičke novine i časopisi. Njihova godišnja tiraža 90-ih se godina smanjila za više od osam puta, dok dnevnih novina – četiri puta. Tako se u Rusiji 1998. izdavalo više od 2400 časopisa, koji su se prosječno tiskali u tek 33,8 milijuna primjeraka.<sup>15</sup> Potreba za ozbiljnom i detaljnom informacijom i dalje izaziva pojavljivanje novih analitičkih izdanja, no oni više nisu masovni, već su uglavnom orijentirani na gospodarsku i političku elitu.

Povećanje zanimanja čitateljstva za aktualnom i operativnom informacijom promijenila je situaciju na tiskovnom tržištu u korist lokalnih i regionalnih izdanja. Od 1993. njihova ukupna dnevna tiraža, veća je od tiraže nacionalnih novina, a počevši od 1995. udio regionalnih i lokalnih novina u obujmu izdanja na koje se svake godine pretplaćuju ruski građani, što je najčešći način kupovine tiskovina, iznosi 75%.<sup>16</sup> Jačanje pozicija regionalnog tiska na informacijskom tržištu, stalni rast njihovog utjecaja na javno mišljenje, po mišljenju ruskih stručnjaka, uvjetovan je nizom uzroka. To su: ekonomsko i političko jačanje samostalnosti regija, što je učvrstilo položaj lokalnih izdanja; smanjenje kupovne moći stanovništva, koje je prisiljeno izabrati jedno, jeftinije izdanje, kakve su obično lokalne novine; monopol distributera, zbog čijih je visokih cijena na dostavu izdanja neisplativo prodavati masovne novine u provinciji; lokalni tisak lokalna politička i ekonomska elita smatra kanalom utjecaja na javnost; rušenje ideala snažne centralizirane države rezultiralo je prebacivanjem interesa čitatelja s nacionalnih na regionalne.<sup>17</sup> Zanimljivo je da se u republikama Ruske Federacije, autonomnim pokrajinama i okruzima izdaje više od 300 novina, koje se tiskaju u više od 5 milijuna primjeraka te na 37 nacionalnih jezika.<sup>18</sup>

14  
*Ibid.*, str. 26.

15  
Печать Российской Федерации в 1998 году: Статистический сборник, ред. Г. И. Матрюхин, М., Эпидавр, 1999, str. 107.

16  
Система средств массовой информации России, под ред. Я.Н. Засурского, М., Аспект Пресс, 2001, str. 66.

17  
Реснянская Л. Л. Особенности процесса формирования системы современной периодики. М., МГУ, 1996, str. 32.

18  
Овсеян Р. П. Региональная пресса и межэтнические конфликты/ Журналистика в переходный период: проблемы и перспективы. М., МГУ, 1998, str. 58.

Takve tendencije zahvatile su i radio te televiziju u Rusiji, koji su također decentralizirani, demonopolizirani i regionalizirani. Stalno raste broj lokalnih televizijskih postaja, a u 2001. bilo ih je registrirano 1.024.<sup>19</sup> Radio je s demokratizacijom još više od tiska i televizije počelo uvažavati interese različitih grupa slušatelja, zbog čega su iz etera praktički nestali ranije karakteristični monolozi spikera i voditelja, a zamijenili su ih dijaloški žanrovi.

Još jedan novitet koji je snažno utjecao na razvoj ruskog medijskog prostora je reklama, koje u bivšem SSSR-u u njenoj suvremenoj ulozi gotovo i nije bilo. S početkom raspada te države, u uvjetima ekonomske krize, ona se pojavila kao "slamka spasa" za ruske medije. A već 1992-1993. godine reklama je izazvala značajne promjene u strukturi tiska pojavljivanjem reklamnih i reklamno-informativnih izdanja, mnoštva poslovnih novina i časopisa, te medija za kategorije stanovništva koji imaju visoke prihode. Reklama je također imala velik doprinos u razvoju "žutog", senzacionalnog tiska u Rusiji.<sup>20</sup>

Tek postupno ona je postala jednim od glavnih izvora prihoda medija, a snažan razvoj zabilježen je 1999. Tada je na oglašavanje u medijima u Rusiji potrošeno 650 milijuna dolara, 40% više nego prethodne godine. Astronomski rast ruskog reklamnog tržišta istim se tempom nastavlja se i dalje. Naime, prošle godine obujam tržišta dosegao je 2,680 milijardi dolara, čak 51% više nego u do tada rekordnoj 2001. Najviše sredstava od oglašivača dobile su televizijske postaje – 900 milijuna dolara, zatim tisak – 600 milijuna, a najmanje radio – 90 milijuna.<sup>21</sup>

Istražujući rusko novinarstvo u tranziciji neophodno je obratiti pozornost i na to da su se na informacijskom tržištu pojavili novi "igrači" – oglašivači, privatne banke, korporacije, kojima je vlast iz vlastitih interesa sredinom 90-ih godina otvorila dio medijskog tržišta. Time su oblici ekonomskog i političkog utjecaja na medije postali su raznovrsniji, ali ne i manje opipljiviji nego ranije. I premda se dominirajućim smatra pritisak banaka i korporacija, postoji također i pritisak države. On je, doduše, dobilo novi karakter: država ostvaruje svoj utjecaj na sredstva javnog informiranja ne samo preko svojih vlastitih, državnih medija, već i "prijateljskim" privatnim kanalima, pri čemu ti privatni kanali ponekad štite državnu vlast čak i aktivnije, nego oni koji neposredno pripadaju državi. To se odnosi i na tisak, gdje postoje privatna izdanja koja su također bliska vladi, jer su joj bliske ove ili one financijske grupe.

Najbrojnijom i najmoćnijom grupom posljednjih godina postala je država, odnosno izdavaštva i mediji koji se nalaze u potpunom ili većinskom državnom vlasništvu. Tako se iz državnog proračuna financiraju nacionalne tv-postaje "Kultura" i RTR i njenih 99 regionalnih tele-radio organizacija, vo-

19

Атлас Российского телевидения 2001, М., Министерство печати, радио-телевизионного вещания и других средств массовой информации, 2002, стр. 8.

20

Система средств массовой информации России, под ред. Я.Н. Засурского, М., Аспект Пресс, 2001, стр. 21.

21

Российская реклама, 2002., М., Российская ассоциация рекламных агентств, 2003, стр. 5

deće informativne agencije ITAR-TASS i RIA "Novosti", dnevni list "Rossijskaja gazeta" te tisuće lokalnih izdanja. Državi pripada 74% dionica najveće nacionalne tv-postaje "1. kanal". Također je faktički monopolist na distribuciju tiska "Rospečat" državna tvrtka, a privatizacija praktički još nije dotakla tiskare, kao i brojna izdavaštva, dok je sva radio-televizijska tehnička infrastruktura državna imovina. A veliku grupu medija financira vlada Moskve: TV-Centr, gradski kabelski kanal TV-Centr-Stolica, novine "Tverskaja, 13", "Večernaja Moskva", "Delovaja Moskva sevodnja", "Moskvička", "Vedomosti", itd.<sup>22</sup>

Zajedno s tom grupom djeluje i koncern "Gazprom-media", koji je zahvaljujući mješanju države preuzeo 2001. Godine upravljanje medijskim carstvom prvog ruskog medijskog mogula Vladimira Gusinskog. Tako u programu NTV-a i regionalne televizijske mreže TNT više ne zvuči kritika protiv Kremlja, a za nove vladnike pretjerano oporbeni dnevni list "Sevodnja" i tjednik "Itogi" odmah su zatvoreni.

"Prof-media", korporacija financijsko-industrijske grupe ONESIM kontrolira dnevne listove "Izvestija" i "Komsomoljskaja pravda", listove "Zakon" i "Ekspert", radio "Evropa plus", informativnu agenciju "Prime" itd. Pod utjecajem najpoznatijeg ruskog tajkuna Borisa Berezovskog, još se uvijek nalaze dnevni listovi "Komersant" i "Nezavisimaja gazeta" te tjednik "Ogonjek", a vlasnik je 75% dionica TV-S.

Istodobno je velikim i značajnim medijskim kućama postalo nekoliko izdanja i televizijskih postaja, koje je takvim učinio uspjeh kod publike. Među njima možemo izdvojiti "Argumenti i fakti", koji izdaje istoimeni tjednik i niz specijaliziranih izdanja, "Moskovski komsomolec" – dnevni list, njegovi regionalni prilozi i senzacionalni tjednik "MK-bulvar" te "REN TV", koja je od producenstke kuće postala najuspješnija komercijalna postaja s 15 regionalnih kanala.<sup>23</sup>

Međutim, gotovo istodobno s procesom tranzicije u Rusije, kao i u drugim zemljama s prostora bivših socijalističkih zemalja, u svijetu je, u sredstvima javnog informiranja, pod utjecajem razvoja civilizacije te posebno s novom tehnologijom informacijskih procesa i razmjene informacija počeo paralelni prelazni proces. Dakle, karakter medija i struktura dostupa informaciji mijenja se u cijelom svijetu i to, svakako, ostavlja svoj trag na razvoj medija u Rusiji.<sup>24</sup> No moderni svjetski trendovi sporo mijenjaju tradiciju ostalu iz sovjetskih vremena da se novac zarađen u medijima ne ulaže u njihovu infrastrukturu i razvoj.

Najviše zaostatak Rusije u korištenju novih tehnologija utječe na rad i razvoj radija i televizije, koja je postala najpopularnijim i najutjecajnijim me-

22

Система средств массовой информации России, под ред. Я.Н. Засурского, М., Аспект Пресс, 2001, стр. 21.

23

*Ibid.*, стр. 22.

24

Elena Vartanova, National Infrastructure for the New Media in Russia/Changing media and communications, edited by Y.N. Zassoursky and E. Vartanova, M., ICAR, 1998, стр. 175.

dijem. Tehnička sredstva omogućavaju da 98,8% stanovnika prima televizijsku informaciju, ali broj onih koji pri tome koriste nove tehnologije je praktički zanemariv. Kabelsku televiziju ima 8% anketiranih, a satelitsku – tek 0,8%. Doduše, videotehniku posjeduje 45,9% sudionika ispitivanja.<sup>25</sup>

Pod utjecajem novih informacijskih i komunikacijskih tehnologija najbrže se razvija Internet. Međutim, u Rusiji na mrežu je priključeno tek 0,13% od tisuću stanovnika. Time ona zauzima 35. mjesto na svijetu, a za usporedbu taj omjer u SAD-u iznosi 21,82%, Velikoj Britaniji – 8,3% i u Njemačkoj – 5,85%.<sup>26</sup> Isto tako Internet za ruske medije, za razliku od mnogih diljem svijeta, nije alternativni način učvršćivanja svojih pozicija na tržištu, kao i dodatni način zarade. Razlog tome je mali broj korisnika Interneta u Rusiji, premda su mnogi prestižni listovi otvorili svoje web-stranice još 1996. Tada je počeo proces stvaranja internet-izdanja, agencija, radijskih, pa čak i televizijskih postaja, kojih u ruskoj Mreži ima na tisuće. Na početku 21. stoljeća praktički nema dnevnih novina, tjednika, radio i televizijskih postaja koje svoje materijale uglavnom besplatno i u potpunosti ne objavljuju na Internetu ili pružaju mogućnost praćenja programa "u živo".<sup>27</sup> Zanimljivo je da je amandmanima u Zakon RF o tisku i drugim sredstvima javnog informiranja Internet u Rusiji 2002. godine dobio status elektronskog medija, a svi oni koji na njemu žele imati svoju stranicu moraju je registrirati kao da je riječ o tiskovini.<sup>28</sup>

Dakle, medijski prostor u Rusiji još uvijek se nalazi u procesu tranzicije, osjetljivo reagirajući na političke, gospodarske i socijalne promjene u zemlji. Po mišljenju Aleksandra Grabeljnikova, "ruski mediji još se uvijek nalaze u potrazi svojim mjestom i ulogom u društvu, svojim licem. Izgubljen je zaštitnički karakter ruskog i sovjetskog novinarstva, tvrde i principijelne zaštite nacionalnih interesa, odgajanja naroda u ljubavi prema Domovini, njenoj povijesti i precima. Demokratska vlast nije uspjela pronaći snažno izraženu vlastitu ideju društvenog razvoja zemlje, a pokušaji provođenja starih zapadnih liberalnih ideja nisu dobili potporu većine stanovništva Rusije".<sup>29</sup>

25

Система средств массовой информации России, под ред. Я.Н. Засурского, М., Аспект Пресс, 2001, стр. 21.

26

*Ibid.*

27

Грабельников А.А. Русская журналистика на рубеже тысячелетий, М., РИП-Холдинг, 2000, стр. 39.

28

Закон РФ о печати и других средствах массовой информации//www.mptr.ru

29

Грабельников А.А. Русская журналистика на рубеже тысячелетий, М., РИП-Холдинг, 2000, стр. 31



*Literatura*

- Атлас Российского телевидения 2001., М., Министерство печати, радио-телевизионного вещания и других средств массовой информации, 2002.
- Власть, зеркало или служанка? (Энциклопедия жизни современной российской журналистики), М., Союз журналистов России, т. 1-2, 1998.
- Грабельников А.А. Русская журналистика на рубеже тысячелетий, М., РИП-Холдинг, 2000.
- Журналистика в переходный период: проблемы и перспективы, М., МГУ, 1998.
- Закон РФ о печати и других средствах массовой информации//www.mptr.ru
- Печать Российской Федерации в 1998 году: Статистический сборник, ред. Г.И. Матрюхин, М., Эпидавр, 1999.
- Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики, М., РИН-Холдинг, изд. 5., 2002.
- Реснянская Л.Л. Особенности процесса формирования системы современной периодики. М., МГУ, 1996.
- Российская реклама – 2002., М., Российская ассоциация рекламных агенств, 2003.
- Система средств массовой информации России, под ред. Я.Н. Засурского, М., Аспект Пресс, 2001.
- Средства массовой информации в современном обществе: тенденции развития, подготовка кадров, под. ред. А.А. Грабельникова, М., РУДН, 1995.
- Шкондин М.В. Система средств массовой информации (Основы организации и характер структурной трансформации в условиях реформирования общества). М., МГУ, 2000.
- Changing media and communications, edited by Yassen N. Zassoursky and Elena Vartanova, ICAR, Moscow, 1998.

---

*Summary*

---

Transition for the Russian media had begun even before the Russian Federation was established, i.e. before the former Soviet Union collapsed. At the time of perestroika in the second half of the 80's, the media functioned under conditions of an authoritarian system and they were instrumentalized. When the RF Law on press and other mass media was adopted in 1991, the instrumentalization model came to an end and ideas on depoliticization of the mass media and ideas on the media as of "the fourth government" came to the foreground. The role of the media and their popularity grew even more in this period. The media space in Russia today still undergoes the process of transition, reacting with considerable sensitivity to political, economic and social changes in the country.