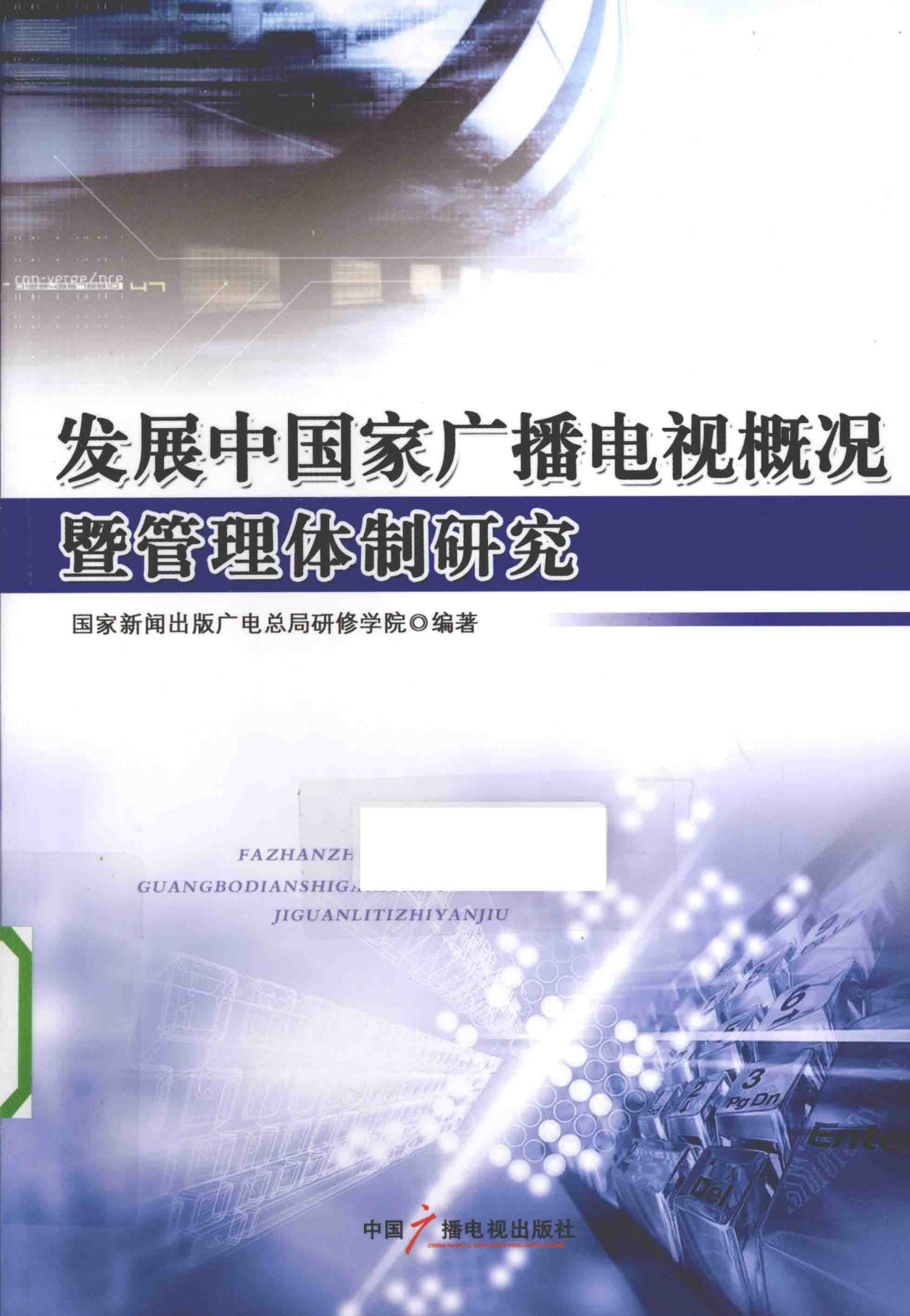




发展中国家广播电视概况 暨管理体制研究

国家新闻出版广电总局研修学院◎编著

FAZHANZHONGGUO
GUANGBODIANSHIGUANG
JIGUANLITIZHIYANJIU

中国  广播电视出版社
CHINA RADIO & TELEVISION PUBLISHING HOUSE

发展中国家广播电视概况 暨管理体制研究

国家新闻出版广电总局研修学院◎编著

FAZHANZHONGGUOJIA
GUANGBODIANSHIGAIKUANG
JIGUANLITIZHIYANJIU

中国  广播电视出版社
CHINA RADIO & TELEVISION PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

发展中国家广播电视概况暨管理体制研究 / 国家新闻出版广电总局研修学院编著. — 北京: 中国广播电视出版社, 2014. 3

ISBN 978-7-5043-6831-7

I. ①发… II. ①国… III. ①发展中国家—广播事业—研究—世界 ②发展中国家—电视事业—研究—世界 IV. ①G229.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 014942 号

发展中国家广播电视概况暨管理体制研究

国家新闻出版广电总局研修学院 编著

责任编辑 高子如

封面设计 丁琳

责任校对 张哲

出版发行 中国广播电视出版社

电 话 010-86093580 010-86093583

社 址 北京市西城区真武庙二条9号

邮 编 100045

网 址 www.crtv.com.cn

电子信箱 crt8@sina.com

经 销 全国各地新华书店

印 刷 河北高碑店市德裕顺印刷有限责任公司

开 本 710 毫米 × 1000 毫米 1/16

字 数 194(千)字

印 张 13.5

版 次 2014 年 3 月第 1 版 2014 年 3 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5043-6831-7

定 价 29.00 元

(版权所有 翻印必究 · 印装有误 负责调换)

让合作引领未来（代序）

这本书在编纂过程中我们就说过：这是一本在市场上注定不会畅销的书，这是一本在图书馆里注定要被束之高阁的书，但这也是一本注定要填补空白的书。

现在这本书面世了，我们把它定义为一本专门为中外媒体（尤其是广播电视媒体）合作而出版的书。

改革开放 35 年来，中国与世界的联系变得越来越紧密，中国与联合国的大多数成员国都建立起相对成熟的外交关系、政治关系和经贸关系。但有一种关系却没有出现令人满意的变化，这就是中国与各国的民间关系。由于职业原因，我有机会接触大量外国媒体的朋友，他们都惊羡于中国经济社会发生的巨大变化，但其中 80% 的人又都对中国抱有这样或那样的偏见。这些偏见大多出自民间，涵盖了中国的历史、文化、民族、宗教、人文等诸多领域。从中不难看出，尽管中国已经走到了世界舞台的中心，但世界并没有完全了解中国。再让我们反过来扪心自问：中国有着世界上数量最多的广播电视播出机构，而我们又能从中对这个世界了解多少？

很显然，这是国与国之间媒体缺乏互信，缺乏沟通，缺乏合作所造成的结果。事实正是如此，相对于中国与大多数国家在其他领域里的合作水平而言，媒体的合作还处在非常初级的阶段。媒体人对国家关系的贡献率远不及政治家、外交家和企业家。这势必导致一种大家都不愿意看到的现象：官方关系热，民间关系冷；经贸关系热，人文关系冷；老一辈人关系热，年青一代关系冷。人们之间的信任和友谊并没有伴随着国家关系的发展必然地建立起来。

我始终坚持这样的观点：媒体合作最崇高的目的是推动民间交往，建立起人民之间的互信和友谊。“国家亲不亲，关键看民心”，媒体的一个重要职



责就是要让不同国家的人民“人相近、心相通、情相亲”。非洲联盟前主席让·平先生说过一句话：“媒体是沟通民意的重要武器”。这句话的引申意义可以理解为：没有紧密的民间交往和坚实的民意基础，就没有巩固的国家关系。

进入新世纪以来，中国加强了国际传播能力建设，中国媒体加大了“走出去”的步伐。单就广播电视媒体而言，近些年就与许多国家建立了良好的合作关系。中国声音在这个世界上越来越有影响力，中国形象在这个世界上越来越有吸引力。这在很大程度上动摇了长期以来由西方媒体把持的不公正的国际舆论秩序。

但在这个过程中，我们似乎也有误区。

一是偏重整频率、整频道在国外落地的硬件建设，忽略了媒体产品交流、交换、交易等的软实力开发。合作首先意味着开放，任何有效的合作都应当是双向的，互利的，双赢的。传播能力的建设既包括建设我们“走出去”的能力，也包括建设我们“引进来”的能力。非洲、中亚、南亚等国家的一些媒体朋友曾经对我说，他们理解中国在国际上争取话语权的愿望，但他们同时也希望中国也能够公平地报道他们所在国的真实情况。事实上，与友好国家媒体建立产品交流、交换、交易的长效合作机制，并与他们保持良好的伙伴关系，不仅可以使中国媒体的“走出去”取得成本低、见效快、事半功倍的效果，而且有助于在国际上建立起有别于西方的、新型的、独立、均衡、多元的话语体系。

“走出去”与“引进来”相比，后者更难。它不仅考验我们的智慧，还考验着我们媒体的开放程度，考验着我们的自信能力。

二是偏重于中央媒体的“单打独斗”，忽略了地方媒体潜在的外宣能力。随着中国改革开放的深入，地方媒体正面临着“走出去”的天然良机。据中国友好城市协会统计：迄今中国有30个省、市、自治区的418个城市，与五大洲的131个国家的1390个城市建立了2030对友好城市。假如中国友好城市的媒体都能与对方相应城市的媒体建立起交流、交换、交易的合作关系，将会对中国声音、中国形象的传播产生重大的战略意义。

因此，在当下国际传播能力建设上，我们推荐的策略是：地方媒体整体

推进，中央媒体重点突破。

如果上述观点成立，如果合作能成为普遍愿望，那么，我们这本书就能派上用场。

我想告诉读者，在这本书的每一个章节里，都有我们的朋友，都有对合作的期待。我还想告诉读者，这本书的编纂者是一个优秀的团队，他们已经和全世界 139 个国家的 1767 名媒体人士建立了或深或浅的友谊。找到他们，可以让你的合作变得更具体。

让合作引领未来，是为本书代序。

李革华

（作者系国家新闻出版广电总局研修学院院长）

2013 年 12 月 5 日

目 录

CONTENTS

第一章 发展中国家广播电视概况及管理体制概述 / 1

第一节 国际现行广播电视管理体制概略 / 1

第二节 发展中国家广播电视情况及管理体制概况 / 3

第二章 东欧及前独联体国家广播电视概况及管理体制 / 6

第一节 东欧及前独联体国家广播电视概况及管理体制 / 6

第二节 白俄罗斯广播电视概况及管理体制 / 11

第三节 乌克兰广播电视概况及管理体制 / 19

第四节 摩尔多瓦广播电视概况及管理体制 / 27

第五节 哈萨克斯坦广播电视概况及管理体制 / 33

第六节 中亚发展中国家广播电视概况及管理体制 / 41

第三章 亚洲部分发展中国家广播电视概况及管理体制 / 44

第一节 东盟发展中国家广播电视概况及管理体制 / 44

第二节 南盟发展中国家广播电视概况及管理体制 / 94

第四章 阿拉伯国家广播电视概况及管理体制 / 118

第一节 阿拉伯国家广播电视概况及管理体制 / 118

第二节 阿尔及利亚广播电视概况及管理体制 / 125

第三节 埃及广播电视概况及管理体制 / 128

第四节 叙利亚广播电视概况及管理体制 / 132



第五章 非洲部分国家广播电视概况及管理体制 / 136

- 第一节 南非广播电视行业发展管理和南非广播公司 / 137
- 第二节 尼日利亚广播电视概况及管理体制 / 140
- 第三节 肯尼亚广播电视概况及管理体制 / 144
- 第四节 马拉维广播电视概况及管理体制 / 149
- 第五节 津巴布韦广播电视概况及管理体制 / 150
- 第六节 撒哈拉以南其他主要国家广播电视概况及管理体制 / 152
- 第七节 非洲部分国家与中国广播电视交流及节目落地情况 / 158

第六章 拉丁美洲部分国家广播电视概况及管理体制 / 166

- 第一节 拉丁美洲广播电视发展及管理体制总体情况 / 166
- 第二节 古巴广播电视概况及管理体制 / 167
- 第三节 墨西哥广播电视概况及管理体制 / 170
- 第四节 巴西广播电视概况及管理体制 / 174
- 第五节 乌拉圭广播电视概况及管理体制 / 177

第七章 南太平洋地区发展中国家广播电视概况及管理体制 / 178

- 第一节 南太平洋地区发展中国家广播电视发展特点 / 178
- 第二节 南太平洋地区发展中国家广播电视概况及管理体制 / 180

附录 / 184

- 附录一 发展中国家广播电视相关国际组织 / 184
- 附录二 发展中国家广播电视主要监管机构和播出机构名录 / 186

主要参考文献和资料 / 197

后记 / 199

CONTENTS

Chapter 1 An Overview of the Situation and Management System of Radio and Television of Developing Countries / 1

- Section 1 The Current International Management System of Radio and Television / 1
- Section 2 The Situation and Management System of Radio and Television of Developing Countries / 3

Chapter 2 The Situation and Management System of Radio and Television of the Countries in Eastern Europe and the Former Commonwealth of Independent States (CIS) / 6

- Section 1 The Development and Management System of Radio and Television of the Developing Countries in Eastern Europe and the Former CIS / 6
- Section 2 Belarus / 11
- Section 3 Ukraine / 19
- Section 4 Moldova / 27
- Section 5 Kazakhstan / 33
- Section 6 Developing Countries of Central Asia / 41



Chapter 3 The Situation and Management System of Radio and Television of Some Asian Developing Countries / 44

- Section 1 Developing Countries in Association of Southeast Asian Nations (ASEAN) / 44
- Section 2 Developing Countries in the South Asian Association for Regional Cooperation (SAARC) / 94

Chapter 4 The Situation and Management System of Radio and Television of Arab Countries / 118

- Section 1 The Development and Management System of Radio and Television of Arab Countries / 118
- Section 2 Algeria / 125
- Section 3 Egypt / 128
- Section 4 Syria / 132

Chapter 5 The Situation and Management System of Radio and Television of some African Developing Countries / 136

- Section 1 South Africa and South African Broadcasting Corporation / 137
- Section 2 Nigeria / 140
- Section 3 Kenya / 144
- Section 4 Malawi / 149
- Section 5 Zimbabwe / 150
- Section 6 Other Major Sub – saharan African Countries / 152
- Section 7 The Radio and Television Exchanges and Programs Introduction Between China and Some African Countries / 158

Chapter 6 The Situation and Management System of Radio and Television of Some Latin American Countries / 166

- Section 1 The Overall Situation of the Development and Management System of Radio and Television in Latin America / 166
- Section 2 Cuba / 167
- Section 3 Mexico / 170
- Section 4 Brazil / 174
- Section 5 Uruguay / 177

Chapter 7 The Situation and Management System of Radio and Television of Developing Countries in the South Pacific / 178

- Section 1 The Features of the Radio and Television Development of Developing Countries in the South Pacific / 178
- Section 2 The Situation and Management System of Radio and Television of Developing Countries in the South Pacific / 180

Appendix / 184

- I. Relevant International Broadcasting Organizations / 184
- II. List of Major Regulators and Broadcasters in Developing Countries / 186

References and Materials / 197

Epilogue/ 199

第一章 | CHAPTER 1

发展中国家广播电视概况及管理体制概述

第一节 国际现行广播电视管理体制概略

20 世纪人类文明的重大成就之一便是广播电视在世界范围内的普及。一个多世纪以来,世界各国在发展这种具有重大社会影响的大众传播事业的过程中,形成了各种不同的经营管理体制。发展中国家广播电视事业的发展受本国政治、经济、文化各因素影响,其管理体制独具特色,但是总体来讲,这些国家广播电视管理体制的建立依旧是在国际现行广电管理体制的框架下发展起来的,并且遵循广播电视行业管理的一般规律。

因此,谈及发展中国家广播电视管理体制探寻与研究,就必须首先对国际现行广播电视管理体制有所认识。按照当前学界普遍认同的观点,根据资金来源、组织结构、运作方式、同政府和社会其他组织的关系等方面的区别,可以将目前国际现行的广播电视管理体制分为五大类:

一、国有国营的广播电视管理体制

国有国营的广播电视管理体制是以社会主义国家,多数发展中国家电台电视台运营管理为代表的体制。在这种体制下,媒体资产为国家所有,政府将其作为国家事业单位直接领导和管理。媒体领导成员由政府任命,业务活动受到政府监督,媒体运作经费大多由国家拨款。

国有国营的广电管理体制便于国家实施统一管理,有计划地安排人力物力财力;合理安排各单位设置,协调互补;使广播业务更符合国家需要,从而使社会效益得到保证。在这种管理体制下,广播电视事业突出强调其政治



属性,实行高度集中的行政化管理。

二、国有公营的广播电视管理体制

以欧洲发达资本主义国家广播电视管理体制为代表的国有公营体制,媒体资产为国家所有,电台电视台保持相对的独立性,实行企业化管理运作。媒体领导者是该媒体的董事会,其成员由政府提名、国家元首批准。媒体受到政府规范和监督,具体业务由电台电视台自主决定。媒体运作经费来自受众缴纳的视听费和国家拨款,辅之以广告收入。

国有公营的广播电视管理体制便于国家宏观调控,媒体具有相对的独立性,避免了政府过多的行政干预;董事会成员来自社会,有利于实现媒体的社会化管理;收入来源以视听费为主,一方面保证了媒体经营运作的财政支持,另一方面也使媒体受到受众监督。但是,由于国家介入媒体组织管理,这种体制下的媒体运作仍会或多或少有行政化倾向;而且由于受到政府保护,财政来源有保证,很容易在社会上处于垄断地位,缺乏有效竞争。

三、社会公营的广播电视管理体制

社会公营的广播电视管理体制中,国家对媒体进行宏观调控管理,媒体一般是独立的法人单位。广播电视事业以服务社会为宗旨,在法律许可的范围内独立进行经营管理和业务运作,资金来源多样化。

社会公营的广播电视管理体制下的媒体不受政府直接干预,能较好地体现创办者的独立意愿;媒体不受商业集团控制,更注重社会效益,有利于节目品质的提高。但是,媒体实际上难以真正保持独立性,并且经营运作缺乏有力的经济后盾,易出现财政危机。

四、私有私营的广播电视管理体制

私有私营的广播电视管理体制中,媒体资本为私人所有,媒体在法律范围内自主经营,自行决定业务方针。国家采用法律形式进行宏观调控,不加行政和经济干涉。媒体通常以营利为目的,采取商业化经营、市场化运作。

这种体制中媒体不受政府干预,媒体在市场环境下生存和发展,善于在激烈的竞争中改善经营管理、更新技术;媒体自主运作的空间大,有利于形成激励机制。但是,媒体以营利为目的,为追求经济利益常常忽视社会效益;以广告收入为经济命脉,经营管理和业务运作上容易受到广告商、赞助商的牵制。

五、公私合营的广播电视管理体制

公私合营的广播电视管理体制下国家通常处于主导地位,广电媒体在实行商业化经营的同时,又受到国家宏观控制和相关机构的制约。

国家可以通过多种方式对电台电视台进行调控制约,保证节目内容符合国家利益;媒体实行自主经营,能够重视受众需求,使节目贴近听众,争取高收视率和市场占有率。但是,媒体经营运作奉行商业化、市场化的方针,可能会导致私有私营体制内容媚俗、受制于广告商等缺陷。

以上五种体制中,国有国营、国有公营和社会公营的广电体制通常被称为公共广播管理体制;私有私营、公私合营两种广电体制通常被称为商业广电管理体制。这五种体制中,国有公营体制在世界上占重要地位,该体制是欧洲各国多年来在广播电视经营管理方面奉行的标准模式,而美国广播电报业奉行私有私营体制,二者已成为当代资本主义世界广电管理体制的两大模式。发展中国家广播电视管理体制的建立则是在这五种体制的框架下延展丰富,自成体系的。

第二节 发展中国家广播电视情况及管理体制概况

进入新世纪以来,世界传媒产业正发生着日新月异的变化。随着手机网站、手机报刊、IPTV、移动数字电视、网络广播、网络电视等新型传播媒体的出现,广播电视产业在这种大环境下也发生着巨大的变革。

发展中国家广播电视的发展较发达国家起步晚、水平低、发展不均衡。但是,传媒巨变给这些发展中国家广电发展和管理带来挑战的同时也提供了机遇。让他们有机会在新时期的广播电视发展过程中后发先至,取得第三世



界的话语权。特别是发展中国家里新兴经济体在经济上的飞速发展为此国家的广电发展提供了基础和保障,广播电视世界范围内的普及和因特网传播推进下广电新业态的发展其基本的动力始终是市场经济的发展,它顽强地为现代广电行业的发展开辟着道路。政治的需要会造就社会对政治信息的需求,但是不会持久地拥有最广泛的社会性市场。发达国家广播电视的发展历经波折,都是在广电行业全面进入市场经济以后才最终稳固发展起来的。亚太、非洲、拉美等发展中国家现代广电业的发展也是在市场经济向全球的推进中得以发展的。

广播电视因社会政治制度和经济发展的不同而各有特征。相对发达国家广播电视高度商业化和垄断化的特征而言,发展中国家广播电视的主要作用还是维护国家独立、协助发展民族经济、满足本国人民的信息和娱乐需要。在这样的主旨下,发展中国家广播电视形成的管理体制依旧遵循着广播电视行业管理的一般规律和普遍原则:即普遍把广播电视行业界定为特殊的行业,将广播电视服务视为特殊的服务。主要观点在于:

一是认为广播电视服务是一种准公共产品,受众对它的消费具有非排他性和非竞争性;

二是认为广播电视服务是一种社会必需的服务,需要有特殊的制度安排来保障这种社会必需品的稳定、可靠供给;

三是认为广播电视业具有自然垄断属性,其运行过程会产生规模经济和范围经济;

四是认为广播电视行业和广播电视服务具有广泛而强烈的外部性,因此该行业的发展必须兼顾经济社会发展的总体要求,符合社会成员的共同利益;

五是认为广播电视产品是一种信息和文化产品,事关国家信息和文化安全,涉及民族文化遗产和文化多样性保护,政府有责任维护文化主权,保护文化多样性。

基于广播电视行业管理的一般规律和普遍原则,发展中国家的广播电视管理体系在强调规范性的前提下主要归纳为四种模式:自由—多元的市场模式;社会责任—公共利益模式;专业主义模式;非主流媒介模式。这四种模式,或自成一体贯穿始终,或犬牙交错相互辉映,编织出了发展中国家广播

电视独具特色的管理体制网。

不同地域的政治、经济、文化促成了不同地域的广播电视行业发展，不同地域的广播电视行业发展情况继而决定了不同地域的广播电视管理体制。我们以地缘政治和国际上研究传媒产业的地域划分惯例为指标，将分别对前独联体、亚洲（阿拉伯国家以外）、阿拉伯国家、非洲（阿拉伯国家以外）和拉美等地区发展中国家广播电视发展情况和管理体制进行阐述，并针对这些地区广播电视发展和管理体制方面具有特色的国家予以分析研究。



第二章 | CHAPTER 2

东欧及前独联体国家广播电视概况及 管理体制

第一节 东欧及前独联体国家广播电视概况及管理体制

一、东欧及前独联体发展中国家广播电视业发展概况

20 世纪 80 年代末和 90 年代初,阿尔巴尼亚、保加利亚、罗马尼亚、波兰、斯洛伐克以及南斯拉夫(1992 年解体)、中亚细亚等东欧及前独联体国家先后发生了政治动荡,这些国家广播电视发展的历史,与其经济政治的历史密不可分。它们最终脱离前苏联而走上了自己的道路。

这些国家在经济改革中提出鼓励私人资本主义的企业发展,政治上处于从权威的政治体制转型为西方式民主时期,要求广电保障公民自由表达的权利。一些传媒开始利用机会向政府和政治领袖宣战,另一些传媒从业者由于深受政府权威教育的影响,仍然绝对的服从政府的要求,这些国家的许多广播电视仍属于政府所有。东欧及前独联体国家在宪法中规定保障新闻和言论自由,信息法保障记者获得政府信息。

东欧及前独联体广播电视的发展经历了以下几个阶段:

(一) 经历历史巨变的 1990~1992 年^①

随着苏联的解体,国际和国内的各种政治力量处于较量之中,东欧及前独联体各个国家的政府普遍放松了对广播电视的管制,因此老的传媒随意地

^① 陈中原:《东欧媒体的发展及现状》,来自第 5 届世界传媒经济学术会议的信息(之二),2002 年 11 月,海外新闻界。