

“一带一路” 国家媒体指南

唐世鼎 主编

UNDERSTANDING
THE MEDIA
ALONG THE BELT
AND ROAD

中国传媒大学出版社

“一带一路” 国家媒体指南

唐世鼎 主编

申家宁 张琳 赵子忠 副主编

UNDERSTANDING THE MEDIA
ALONG THE BELT AND ROAD

中国传媒大学出版社

· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

“一带一路”国家媒体指南 / 唐世鼎等主编. —北京:
中国传媒大学出版社, 2018. 8
ISBN 978 - 7 - 5657 - 2382 - 7

I. ①一… II. ①唐… III. ①传播媒介 - 研究 - 世界
IV. ①G219. 1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 196485 号

“一带一路”国家媒体指南
“Yidaiyilu” Guojia Meiti Zhinan

主 编 唐世鼎
副 主 编 申家宁 张 琳 赵子忠
策划编辑 欣 雯
责任编辑 程 平 蒋 倩
封面制作 大鹏设计
责任印制 曹 辉

出版发行 中国传媒大学 出版社
社 址 北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮编 100024
电 话 86 - 10 - 65450532 65450528 传真: 65779405
网 址 <http://www.cucp.com.cn>
经 销 全国新华书店

印 刷 北京教图印刷有限公司
开 本 787mm × 1092mm 1/16
印 张 29.5
字 数 633 千字
版 次 2018 年 9 月第 1 版
印 次 2018 年 9 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978 - 7 - 5657 - 2382 - 7/G · 2382 定 价 98.00 元

版权所有 翻印必究 印装错误 负责调换

唐世鼎 高级编辑，中国国际电视总公司副总裁，中国广播电影电视节目交易中心、中视传媒等公司董事长。

“一带一路”国家媒体指南

编写组成员

王金涛	张 啸	蔡丹翔	杨 晶
卢 迪	李维瑄	台 娜	武雅楠
林艳婷	周 静	宫 辰	陈 雪
韩银丽	许 雅	沈秋芳	钟亚楠

序 言

“一带一路”建设是构建人类命运共同体的世纪工程。这个伟大倡议自 2013 年提出以来,逐渐从理念转化为行动,从愿景转变为现实,成果丰硕,前景光明。“一带一路”重在互联互通,互联互通的关键在于民心相通,而媒体正是促进民心相通,增进国家之间了解与互信,搭建文明交融互鉴的桥梁和纽带,是推动“一带一路”建设与多元文化交流的重要力量。

为更好地服务“一带一路”建设,全面反映“一带一路”沿线国家媒体发展现状,由中国国际电视总公司和中国传媒大学组织编写的《“一带一路”国家媒体指南》,主要介绍了“一带一路”沿线国家的基本概况(包括人口、语言、宗教、同中国的关系等)、主要媒体机构、当地受众的基本特征、市场发展的最新状况以及部分国家的媒体监管法规,并有针对性地选择了沿线一些具有代表性的电视机构和新媒体机构进行了简要分析。本书旨在为广大读者与媒体“走出去”提供有价值的信息参考,增进其对“一带一路”沿线国家媒体生态和市场环境的了解,进一步促进媒体之间的国际交流与合作,推动“一带一路”倡议深入有效地实施。

本书着力体现以下几个特点:

一是材料新、数据新。本书重点汇集“一带一路”沿线国家媒体最新的发展动态与数据信息,主要研究数据来源于中国广视-索福瑞媒介研究(CSM)、中国传媒大学新媒体研究院,以及“一带一路”沿线国家媒体机构提供的部分第一手材

料,结合中国电视“走出去”实践的迫切需求,紧扣当前国际媒体发展的特点,力求资讯丰富、研究深入、资料翔实、数据新颖,为广大读者呈现鲜活生动的最新成果。

二是涵盖传统媒体和新媒体。本书突破了以往媒体研究单纯聚焦传统电视的局限,对“一带一路”国家的新媒体发展现状有了更多篇幅的展现,力求全景构建反映“一带一路”沿线国家的媒体发展概貌。在当前新兴媒体蓬勃发展、媒体融合日益加深的格局下,这种研究拓展尤为重要,引人关注。

三是点面结合,涉及国家广泛而又不失重点。“一带一路”沿线涉及65个国家、40多亿人口、50余种官方语言、数10种宗教与派别,各个国家情况千差万别。本书在全面梳理、统筹规划、突出重点的基础上,沿用“丝路电视国际合作共同体”对成员所属区域的划分,将“一带一路”沿线的65个国家分为东盟、西亚、南亚、中亚、中东欧及其他六大区域,覆盖全面,同时明确重点国家、重点媒体、重点市场,既有广泛性、又有代表性,有利于有关各方精心选择合作对象,实施“一国一策”“一媒一策”,开展精准传播。

四是弥补空缺,注重实用性。以往的国际媒体研究往往侧重西方发达国家,而“一带一路”沿线大多为新兴市场国家和发展中国家,国内有关该区域媒体的研究与介绍很少涉及,本书开展的基础性、开拓性研究将填补此前的空白。与此同时,本书更注重实务与应用指导。他山之石可以攻玉。丝路沿线各国媒体可以通过本书增进相互了解,借鉴发展经验,深化务实合作,实现共赢发展,更好地服务于各国人民,推动“一带一路”建设。

当今世界经济全球化、社会信息化深入发展,作为核心资源的大数据,是决定未来竞争力的关键因素。正如专家所言:数据是新的石油,是新世纪最为珍贵的财产。“谁掌握了数据,谁就掌握了主动权。”大数据技术的广泛应用,对各个行业的发展产生了深远影响,也引领着媒体发展的未来。目前,中国国际电视总公司正与中国传媒大学联合打造“一带一路”电视国际传播大数据平台,汇聚丝路媒体的海量信息,促进资源共享、互联互通,共同讲好中国故事与丝路故事,不断贡献中国智慧和力量。本书的研究成果为搭建“一带一路”电视国际传播大数据平台奠定了基础,迈出了可喜的第一步。

由于研究水平与时间有限、研究手段不尽完备,本书内容中存在的不足与疏漏在所难免,恳请广大读者、专家与媒体同行给予批评指正,以便今后进一步修订、完善。

唐世鼎

2018年8月

申家宁 博士，高级编辑，中国国际电视总公司总裁助理，中国广播电影电视节目交易中心总经理。

张琳 中国广播电影电视节目交易中心/中国国际电视总公司节目代理部副总经理。

赵子忠 教授、博士生导师，中国传媒大学新媒体研究院院长。

目 录

东盟编	1
新加坡共和国	3
马来西亚	12
印度尼西亚共和国	21
缅甸联邦共和国	30
泰王国	38
老挝人民民主共和国	47
柬埔寨王国	53
越南社会主义共和国	62
文莱达鲁萨兰国	72
菲律宾共和国	76
 西亚编	 87
伊朗伊斯兰共和国	89
伊拉克共和国	96

土耳其共和国	101
阿拉伯叙利亚共和国	106
约旦哈希姆王国	110
黎巴嫩共和国	115
以色列国	121
巴勒斯坦国	126
沙特阿拉伯王国	130
也门共和国	138
阿曼苏丹国	142
阿拉伯联合酋长国	147
卡塔尔国	157
科威特国	165
巴林王国	170
塞浦路斯共和国	175
格鲁吉亚	180
阿塞拜疆共和国	185
亚美尼亚共和国	192
阿富汗伊斯兰共和国	197
 南亚编	 201
印度共和国	203
巴基斯坦伊斯兰共和国	214
孟加拉人民共和国	223
斯里兰卡民主社会主义共和国	231
马尔代夫共和国	240
尼泊尔联邦民主共和国	245
不丹王国	252

中亚编	257
哈萨克斯坦共和国	259
乌兹别克斯坦共和国	268
土库曼斯坦	276
塔吉克斯坦共和国	280
吉尔吉斯共和国	287
中东欧编	295
乌克兰	297
白俄罗斯共和国	303
摩尔多瓦共和国	311
波兰共和国	315
捷克共和国	323
斯洛伐克共和国	332
匈牙利	337
斯洛文尼亚共和国	345
克罗地亚共和国	350
波斯尼亚和黑塞哥维那	355
黑山	360
塞尔维亚共和国	365
阿尔巴尼亚共和国	373
罗马尼亚	378
保加利亚共和国	387
马其顿共和国	392
其他	397
俄罗斯联邦	399
立陶宛共和国	413
爱沙尼亚共和国	418

拉脱维亚共和国	423
希腊共和国	428
阿拉伯埃及共和国	433
蒙古国	442
附录 1	448
附录 2	455
参考资料	459

东 盟 编

东南亚国家联盟 (Association of Southeast Asian Nations) , 简称东盟 (ASEAN) , 于 1967 年 8 月 8 日在泰国曼谷成立, 东盟秘书处设在印度尼西亚首都雅加达。东盟是东南亚地区以经济合作为基础的政治、经济、安全一体化合作组织, 建立了一系列合作机制, 以“同一愿景, 同一立场, 同一联盟”为格言。本着平等与合作精神, 共同促进本地区的经济增长、社会进步和文化发展, 为建立一个繁荣、和平的东南亚国家共同体奠定基础, 以促进本地区的和平与稳定为宗旨和目标。

东盟目前共有 10 个成员国, 分别是马来西亚、印度尼西亚、泰国、菲律宾、新加坡、文莱、越南、老挝、缅甸和柬埔寨, 总面积约 448 万平方千米, 人口 6.39 亿。

中国与东盟自 1991 年开启对话进程。经过 20 多年的共同努力, 双方政治互信明显增强, 经贸合作成效显著, 其他领域合作不断拓展和深化。目前中国是东盟第一大贸易伙伴, 东盟是中国第三大贸易伙伴。中国 - 东盟关系充满活力, 发展前景广阔。

东盟国家代表媒体列表

国家 名称	传统电视媒体	新媒体		
		视频网站	新闻门户	IPTV/OTT
新加坡	1. 新传媒集团 (Mediacorp) 2. 星和视界传媒有限公司 (StarHub)	Toggle	Hardware Zone	1. StarHub 公司 2. Singtel TV
马来西亚	1. Media Prima 集团 2. 大马控股有限公司 (Astro) 3. 马来西亚广播电视台 (RTM)	The Star TV	Malaysiakini	1. Unifi TV 2. Astro IPTV
印度尼西亚	1. 印度尼西亚电视台 (TVRI) 2. 雄鹰电视台 (RCTI) 3. 美都电视台 (MetroTV)	Uzone	Detik	1. Telkom Indonesia 2. MNC Play
缅甸	1. 缅甸广播电视台 (MRTV) 2. 妙瓦底电视台 (MWD) 3. 天网卫星电视台 (Sky Net)	mrtv. gov. mm	7daydaily	1. MPT 2. YTP
泰国	1. 泰国大众传播机构 (MCOT) 2. 泰国皇家军队 (RTA) 3. Workpoint TV	Sanook Video	Sanook	1. TOT IPTV 2. AIS playbox
老挝	1. 老挝国家电视台 (LNTV) 2. 老挝之星 (Lao Star TV) 3. 老挝电视台 (TV Lao)	Guchill	1. laopost. com 2. pasaxon. org. la	
柬埔寨	1. 柬埔寨国家电视台 (TVK) 2. 巴戎电视台 (Bayon TV) 3. CTN 电视台	Wicam. tv	Sabay News	1. SingMeng 2. soyo
越南	1. 越南电视台 (VTV) 2. 胡志明市电视台 (HTV) 3. 人民公安电视台 (ANTV)	Keonhacai	VnExpress	1. VIETTEL 2. Danet
文莱	文莱广播电视台 (RTB)	Dramafire		
菲律宾	1. 人民电视网 (PTV) 2. ABC-CBN 3. GMA	Pariwiki	ABS-CBN News	1. Globe 2. ABS-CBN IPTV

新加坡共和国

Republic of Singapore

一、国家概况^①

新加坡共和国(简称“新加坡”)位于东南亚,是由5个社区(行政区)组成的一个城邦制国家。国土由新加坡岛及附近63个小岛组成,全国面积约719.2平方千米,其中首都新加坡(Singapore)所在的新加坡岛占全国面积的88.5%。

新加坡位于马来半岛南端、马六甲海峡出入口,北隔柔佛海峡与马来西亚相邻,南隔新加坡海峡与印度尼西亚相望,属热带海洋性气候,常年高温、潮湿多雨。

新加坡全国人口561万^②,其中华族为最大族群。马来语为国语,英语、汉语、马来语、泰米尔语为官方语言,英语为行政用语。主要宗教为佛教、道教、伊斯兰教、基督教和印度教。

新加坡实行议会共和制。独立以来,人民行动党长期执政,政绩突出,地位稳固,历届大选均取得压倒性优势。

新加坡属外贸驱动型经济,以电子、石油化工、金融、航运、服务业为主,高度依赖美、日、欧和周边市场,外贸总额是GDP的4倍。2008年和2011年,分别受国际金融危机和欧债危机负面影响,经济增长放缓。2013年以来经济逐步起底回升,进入缓慢增长的“大象经济”时代。2016年新加坡GDP为2 970亿美元,人均GDP达52 961美元,属于高收入国家^③。

人口

新加坡总人口约561万,其中公民和永久居民393万,华族占75%左右,其余为马来族、印度族和其他种族。

语言

新加坡国语为马来语,官方语言为英语、马来语、汉语和泰米尔语,行政语言为英语。

① 相关资料来自中华人民共和国外交部网站。

② 数据来自世界银行2016年统计结果。

③ 数据来自世界银行2016年统计结果。

宗教

新加坡的主要宗教有佛教、道教、伊斯兰教、基督教和印度教。

同中国的关系

1981年9月中新互设商务代表处,1990年10月3日两国正式建交。中新建交以来,高层互访频繁,两国在经贸、人文、科技、教育、文化、旅游、环保等各领域的互利合作成果丰硕。2015年11月,中国国家主席习近平对新加坡进行国事访问,中新发表联合声明,宣布建立“与时俱进的全方位合作伙伴关系”。2016年9月,新加坡总理李显龙来华出席二十国集团领导人杭州峰会并访问重庆,习近平主席会见;同月,中国国务院总理李克强在赴老挝出席东亚合作领导人系列会议期间会见了新加坡总理李显龙。2017年9月,新加坡总理李显龙正式访华。

二、媒体简况

报刊 新加坡有汉语、英语、马来语和泰米尔语等语言的报纸,主要报纸有英语的《海峡时报》和《商业时报》、汉语的《联合早报》和《联合晚报》、马来语的《每日新闻》和泰米尔语的《泰米尔日报》等。

广播电台 新加坡广播电台于1936年开播,1959年1月起以马来语、英语、汉语、泰米尔语广播,现有15个波段,每周广播1307小时,拥有并经营12个国内电台和3个国际电台。

电视台 新加坡电视于1963年开播。新加坡政府以最大股东身份控制新传媒集团(Mediacorp),经营新加坡所有的7个地面免费电视频道,垄断新加坡的免费电视市场,播送汉语、英语、马来语、泰米尔语节目。

媒体监管法规政策^① 为了避免传媒在民族冲突中被人利用、操纵,同时也为了使本国经济文化等方面得到充分发展,新加坡创造出一种“控制+开放”的新闻传媒管理模式。

长期以来,新加坡政府形成了一整套严格和完备的新闻出版管理法规和体制,颁布了一系列新闻出版法规,其中对电视的管理主要通过《广播法》来进行。法律规定政府有开办和经营广播电视的特权,设立电视台必须申请经营执照,执照的期限和条件由政府主管部门决定,许可证不得转让。

新闻通讯及艺术部(MICA)(Ministry of Information, Communication and the Arts)是新加坡新闻传播事业的主管部门,其对电视的具体管理活动通过媒体发展管理局来实施。媒体发展管理局由新加坡广播管理局、影片及刊物局和新加坡电影委员会合并而成,2002年10

① 相关资料来自张卓,王瀚东.亚洲电视新景观[M].武汉:华中科技大学出版社,2011:188.

月 31 日经国会批准《新加坡媒体发展局令》生效后成立,目的是推动媒体业发展而不仅仅是加强对媒体的管制,电视业原有的审查条例不变。

新成立的媒体管理局将新加坡定位为环球媒体城市,媒体管理局创造和开发媒体服务和内容,通过在国际市场上的交易和经销,提升并促进媒体业在国内生产总值中的比例。

除了法律和政府主管部门的监管,媒体自律同样重要。新加坡全国新闻工作者联盟制定并颁布的《执业行为准则》是媒体从业人员的自律准则。

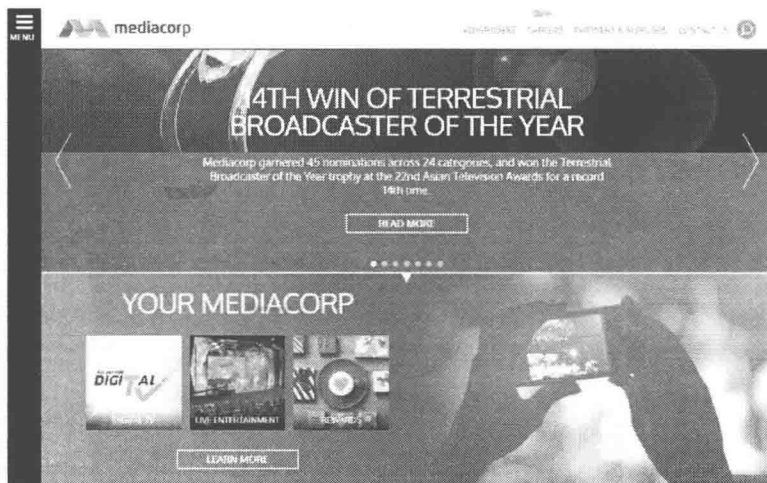
三、主要电视机构

新传媒集团是目前新加坡媒体中规模最大者,经营新加坡所有的 7 个落地免费电视频道和 14 个免费广播频道,垄断新加坡的免费电视市场。新加坡政府曾经试图在电视界引入竞争机制,于是支持 SPH 成立了中文电视 CHANNEL U 和英文的 CHANNEL I,但最后由于新加坡市场太小,这两个频道不得不与新传媒集团合并,结果 CHANNEL U 被新传媒集团收归旗下,CHANNEL I 则走入历史。

1. 新传媒集团 (Mediacorp)

Logo:  mediacorp

官方网站: www.mediacorp.sg



新传媒集团是新加坡的主要媒体集团,业务遍及电视、广播、杂志、电影和数字媒体,堪称最全面的媒体平台。

作为新加坡唯一的免付费电视台,新传媒集团旗下的电视频道不仅为观众呈献优质的本地节目,也播出许多国际获奖作品;同时,新传媒集团的节目也荣获了多个国际奖项,例如 PromaxBDA 和纽约广告节。此外,新传媒集团通过联合摄制的节目、电影以及亚洲首创的英