

传媒资讯系列

世界电视台 与传媒机构

唐世鼎 黎 斌 主编

中国传媒大学 出版社

传媒资讯系列 ▶

世界电视台 与传媒机构

唐世鼎 黎斌 主编

中国传媒大学 出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

世界电视台与传媒机构 / 唐世鼎, 黎斌主编. —北京: 中国传媒大学出版社, 2005. 8

(传媒资讯系列)

ISBN 7 - 81085 - 544 - 1

I. 世… II. ①唐…②黎… III. 电视事业—概况—世界
IV. G229.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 088938 号

世界电视台与传媒机构

主 编 唐世鼎 黎 斌

责任编辑 赵 欣

封面设计 北京灵麒时代广告

出 版 人 蔡 翔

出版发行 中国传媒大学 出版社 (原北京广播学院出版社)

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

<http://www.cucp.com.cn>

经 销 新华书店总店北京发行所

印 刷 北京市后沙峪印刷厂

开 本 787 × 1092mm 1/16

印 张 20.25

版 次 2005 年 8 月第 1 版 2005 年 8 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 7 - 81085 - 544 - 1/K · 355 定 价: 48.00 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

前 言

在经济和文化日益全球化的今天,传播思想和传播技术也在发生着日新月异的变化,电视传媒面临着崭新的挑战和机遇。中国电视业要与国际接轨,首先要了解全球传媒业。作为国家电视大台,中央电视台充分重视研究国际电视业的发展趋势,台长赵化勇曾经指出:“电视事业发展很快,要加强调查研究工作,与国外同行进行比较分析,以求知己知彼,明确方向,推动改革。”为此,作为战略决策的研发机构,台办公室事业发展调研处于2004年专门启动了大型研究课题“国际电视前沿跟踪对比研究”。事业发展调研处组织了多名传媒研究专家和中青年教师、研究生,成立了专门的研究小组,分专项系统深入地开展了研究工作。希望通过及时的追踪和系统的研究,掌握国外竞争对手的动态,学习借鉴国际大台的经营管理模式,为各级领导提供有价值的决策参考,应对加入WTO带来的竞争局面。

研究小组在前期工作中进行了充分的资料准备:共访问了2 000多个中英文传媒网站,参阅了4 000多本传媒书目,浏览了200多份传媒期刊,走访了大部分外国驻华使馆文化处、国际大台驻京联络机构等,建立了700多兆的中外电视对比研究电子数据库。这些丰富而翔实的研究资料,为研究小组开展研究工作奠定了良好的基础,使得研究小组的各项工作研究报告实现了预期的工作目标,推出了《国际电视前沿跟踪分析报告2004》,包含媒介经营、电视广告、儿童电视、体育电视、动画产业、媒介公关、数字电视、新闻频道等8个专题报告。得到了领导的肯定和好评。

不少业界专家认为,我们在研究过程中形成的大量资讯具有很强的实用性,如果公开出版发行,对于广大传媒从业者、传媒院校师生都能起到一定参考和帮助作用。同时也对

扩大我们研究成果的更广泛应用,促进整个行业的发展起到积极的作用。于是我们陆续从数据库中提取了相关内容,整理编辑包括《世界电视台与传媒机构》、《世界传媒院校》、《世界电视节目荟萃》三册在内的传媒资讯系列丛书。

《世界电视台与传媒机构》是一本截至目前为止最为系统全面地介绍全球各大洲的电视台以及主要传媒机构的资讯图书。它对分布在北美洲、欧洲、亚洲、大洋洲、非洲共计 61 家世界知名的电视台及传媒机构进行了深入全面的介绍,内容包括各电视台或传媒机构的概况、主要频道及节目介绍、经营与管理、知名主持人等。通过该书可以了解目前世界各大电视台及传媒机构的概貌。对于电视及传媒行业的从业者以及未来有志于传媒业的学子具有非常实用的参考价值。

《世界传媒院校》一书介绍了涵盖北美洲、欧洲、亚洲、大洋洲、非洲等五大洲的 63 所知名传媒院校或专业。内容包括学校概况、地理位置、传媒院系介绍、专业及课程设置、师资力量、联络方式及奖学金等学校资源情况。为有志于出国留学的传媒学子及传媒从业人士提供了相关参考。

《世界电视节目荟萃》是截至目前最为系统全面地介绍当前世界常见的各种电视节目的一本参考书。它将电视节目分为十二类,即新闻节目、电视纪录片、娱乐节目、电视剧、电视电影、生活服务类节目、体育类节目、儿童节目、动画片、游戏竞技类节目、谈话类节目及真人秀等,分类介绍了共 800 多个电视节目的内容、制作特色、制播机构及相关资讯。除电视节目外,本书还在附录中简要介绍了部分世界上知名的节目制作机构。希望能为传媒从业人员特别是节目制作人员提供借鉴与参考。

由于本次出版的三本资讯类书籍信息量非常庞大,加之很多信息都来自于网络或其他二手文献,而且大多数是外文,不仅有英文,还包括许多小语种,所以,我们工作中的各种疏漏就在所难免。希望广大读者和各方面专家不吝赐教,使我们后续的相关工作不断得到提高。

中央电视台办公室
事业发展调研处
2005 年 7 月

目 录

第一篇 美洲电视台与传媒机构

美洲电视综述	(3)
美国广播公司 (ABC)	(10)
全国广播公司 (NBC)	(16)
哥伦比亚广播公司 (CBS)	(23)
ESPN 有线电视网	(29)
特纳广播公司 (TBS)	(33)
美国有线新闻网 (CNN)	(38)
福克斯广播公司 (FOX)	(44)
家庭影院频道 (HBO)	(50)
MTV 音乐电视网	(55)
彭博电视	(58)
加拿大电视台 (CTV)	(62)
加拿大广播公司 (CBC)	(65)
加拿大环球电视台 (Global)	(71)
尼克罗迪恩儿童频道 (Nickelodeon)	(75)
探索频道 (Discovery Channel)	(78)
美国国家地理频道 (NGC)	(82)
美国帕克森传播公司 (Paxson)	(85)
美国独立电视台 (ITVS)	(88)
黑人娱乐频道 (BET)	(93)
联合派拉蒙电视网 (UPN)	(97)
华纳兄弟电视网 (WB)	(100)
饮食电视网 (Food Network)	(103)
美国 Lifetime 电视公司	(106)
巴西环球电视台 (Rede Globo)	(108)
智利国家电视台 (TVN)	(113)
墨西哥 Televisa 电视台	(116)

第二篇 欧洲电视台与传媒机构

欧洲电视综述	(123)
爱尔兰广播公司 (RTE)	(130)
德国电视二台 (ZDF)	(136)
法国电视二台 (FR2)	(141)
英国天空广播公司 (BskyB)	(144)
意大利广播公司 (RAI)	(149)
英国第四频道 (C4)	(154)
英国独立电视台 (ITV)	(159)
英国广播公司 (BBC)	(162)
俄罗斯第一电视台 (ORT)	(171)
西班牙国家广播电视台 (RTVE)	(174)
荷兰国际新闻电视台 (RTL4)	(178)
法国电视一台 (TF1)	(185)
德国 ProSiebensat. 1 传媒集团	(189)
欧洲广播联盟 (EBU)	(197)

第三篇 亚太电视台与传媒机构

太亚电视综述	(211)
日本广播协会 (NHK)	(219)
半岛电视台 (Al Jazeera)	(226)
印度 Zee Telefilms 有限公司	(230)
澳亚卫视	(235)
凤凰卫视	(239)
台湾电视台	(244)
亚洲电视台 (ATV)	(248)
台湾“中国电视公司”	(251)
韩国广播公司 (KBS)	(254)
文化广播公司 (MBC)	(259)
日本富士电视台 (Fuji TV)	(264)
新加坡传媒集团	(271)
菲律宾 ABS - CBN 广播电视公司	(278)
星空传媒 (Star TV)	(282)
土耳其国家广播电视公司 (TRT)	(285)
澳大利亚广播公司 (ABC)	(288)
澳大利亚民族电视台 (SBS)	(292)
新西兰电视台 (TVNZ)	(295)

第四篇 非洲电视台与传媒机构

非洲电视综述	(301)
阿尔及利亚国家电视台 (ENTV)	(306)
埃及国家电视台 (ETV)	(309)
南非广播公司 (SABC)	(313)

第一篇

美洲电视台与传媒机构

南北美洲经济发展水平很不平衡。北美洲是世界工业最发达的地区之一，南美洲国家则都属于发展中国家，且各国经济发展水平和经济实力相差比较大。与美洲国家之间经济发展水平的差异一致，美洲各国间的电视传媒业也存在着从发展水平到组织特征的巨大差距和差别，呈现出参差不齐的局面。

北美洲电视传媒业在当今世界处于举足轻重的地位，其中美国是电视传媒业中的“巨无霸”国家。到目前，美国电视传媒业无论是从电视技术的发展水平、电视媒介市场的发育程度，还是从跨国媒介集团在全球的影响力来说，都处于世界遥遥领先的位置。

拉美的广播电视事业起步较晚。墨西哥于 1950 年成为拉美第一个开办电视的国家，这标志着拉美电视事业的开端。随后，巴西、古巴、阿根廷、委内瑞拉和多米尼加也都开始发展本国的电视事业。哥伦比亚、波多黎各、危地马拉、萨尔瓦多和乌拉圭等国在 20 世纪 50 年代中期开办了自己的电视事业。到 60 年代末 70 年代初，绝大多数拉美国家都有了电视。至 80 年代末，拉美各国的电视事业普遍建立起来。

美洲电视综述

一、美洲概况

美洲的全称是“亚美利加洲”，得名于意大利的航海家亚美利哥·维斯普奇。1502年，亚美利哥·维斯普奇继哥伦布之后到达南美洲，并肯定这里是“新大陆”，后来人们以其名字命之。

美洲大陆位于西半球，中部的巴拿马运河将其分为北美洲和南美洲两部分。美洲东临大西洋，西濒太平洋，南与南极洲相望，北与北冰洋相接，西北以白令海峡与亚洲为界，东北隔着格陵兰海和丹麦海峡与欧洲为邻。美洲总面积约为4219.8万平方公里，总人口约为7.74亿。居民大部分是英、法等欧洲国家移民的后裔，其次是印第安人、黑人和混血种人。北美洲主要通用英语、西班牙语、法语等，南美洲主要通用葡萄牙语、西班牙语和印第安语等。居民主要信奉天主教和基督教新教，少数人信奉原始宗教。

北美洲的主要国家是美国和加拿大。美国拥有强大的经济实力和综合国力，是当今世界惟一的超级大国。美国在国家经济事务中采取自由放任主义，这一形式保障了高度竞争的市场机制。在美国的这种开放的、自由的、以私人经济和资本主义为主体的经济环境中，美国的广播电视机构得以以私营为主体，言论和新闻自由受宪法保护，这样的客观环境有利于美国电视传媒得以实现今天这样的高度商业化的发展。

加拿大地广人稀，经济发达。其西北部与美国阿拉斯加州相邻，南部与美国本土相连，与美国有着长达5500多公里的共同边界，加上历史传统和文化背景都与美国相似，因此在各方面受美国的影响很大。

在南美，拉美民族语言具有高度的统一性和一致性。西班牙语是墨西哥、中美洲、南美洲和西印度群岛18个国家的官方语言，覆盖了拉美总面积的55%；葡萄牙语是巴西各民族的官方语言，覆盖了拉美总面积的41%。拉美民族语言高度的统一性和一致性使拉美广播电视事业的发展遇到较少的语言障碍，使拉美地区成为西班牙语广播电视的大本营。

拉美地区种族和民族来源具有多样性和复杂性，民族文化传统表现出多样性的特点。同时，由于西班牙、葡萄牙殖民者的长期统治和文化传统的影响，拉美民族文化传统以欧洲文化成分为基础，吸收古老的印第安文化成分和非洲、亚洲文化成分，最终形成各民族共同的文化传统，又表现出高度的统一性。此外，拉美各民族在各自不同的生活区域和环境中也不同程度地保留和发展了本民族的文化传统，显示出本民族的文化特征。这些特征又决定了本地区广播电视节目富有浓郁的民族特色和地方色彩。

二、美洲电视发展概况

南北美洲经济发展水平很不平衡。北美洲是世界工业最发达的地区之一，南美洲国家则都属于发展中国家，且各国经济发展水平和经济实力相差比较大。与美洲国家之间经济发展水平的差异一致，美洲各国间的电视传媒业也存在着从发展水平到组织特征的巨大差距和差别，呈现出参差不齐的局面。

1. 北美电视发展状况

北美洲电视传媒业在当今世界处于举足轻重的地位，其中美国是电视传媒业中的“巨无霸”国家。到目前，美国电视传媒业无论是从电视技术的发展水平、电视媒介市场的发育程度，还是从跨国媒介集团在全球的影响力来说，都处于世界遥遥领先的位置。

例如，到2001年，美国已连接的模拟有线电视用户达6900万，数字有线电视用户达到1370万。据统计，到2002年美国已有244个数字电视台正式播出。在这期间，美国数字电视广播和模拟电视广播还是同时播放，到2006年全美将停止模拟电视的广播。同时，美国的优先互联网业务开展得也很快，2002年1月通过了Cable Modem DOCSIS 2.0标准。北美Cable Modem数量到2001年底达820万个，估计到2005年底可达到1760万个。

另据统计，美国98%的家庭拥有电视机，而所有拥有电视机的家庭中，98%有1台彩电，65%的家庭拥有1台以上的电视机，80%的家庭有录像机，60%的家庭接入了有线电视系统。典型的美国家庭平均每天看电视的时间（至少是开着电视机）达7个小时。美国电视业者将全国电视市场按其影响地区分为209个市场，其中纽约市就拥有近700万电视用户。

美国电视产业的发展始于20世纪30年代。1928年，通用公司制作的电视剧《女王信使》在纽约州WGY广播电台播出，这是人类历史上第一座电视台。30年代初，全国广播公司（NBC）和哥伦比亚广播公司（CBS）在将百老汇戏剧改编为电视剧方面进行了大量有益的探索。1939年，美国第一家电视台开播，随后NBC和CBS也相继成立了自己的电视台。1941年7月，美国联邦通信委员会向18家电视台发放许可证，标志着美国商业广播的开始。

二战直接影响了美国电视业的发展，许多电视台停播。战后美国电视业的发展速度加快，战后几年内大量全美性电视台成立，节目时间增长至每周近50个小时。美国广播公司（ABC）、全国广播公司（NBC）、哥伦比亚广播公司（CBS）三大广播网开始定期播出电视新闻，标志着美国电视新闻的开始。1947年5月，NBC推出了第一部直播电视剧栏目。

20世纪50年代，美国迎来电视的“黄金时代”，电视剧获得长足发展，电视栏目大增。1956年，磁带录像技术进入市场并逐渐为美国电视界广泛采用。60年代，电视剧基本放弃直播形式，采取多机拍摄、现场切换的录制方式，这种方式逐渐成为主流并延续至今。

如今，美国的电视广播产业基本上可以分为两大类型：公共电视机构和商业电视公司。

美国公共电视机构和电视台由各州政府、各州的有关机构、学区管理单位、大学或者其他非营利的机构和团体等支持和管理，以服务公共利益为宗旨。1967年，联邦通信委员会通过《公共广播法》，联邦政府开始资助公共广播电视。1969年，公共电视台（PBS）成立。目前，美国约有上千家公共电视机构和电视台，每天播放总时间超过两万个小时。公

共电视台为非赢利电视台,经费来源为政府资助、各种基金会捐赠、企业资助(非广告方式)等。公共广播电视台的节目多为教育和文化等性质的节目,如各种纪录片、严肃音乐、儿童教育节目等。

在美国,公共及非商业广播电视业始终面临着商业广播电视业的巨大冲击。它们在受众、市场等方面都处于劣势。商业广播电视以自己灵活、多变、通俗、接近受众的内容吸引了大量的受众,占据了主要市场。

商业电视一直是美国电视业的主体。美国的大部分电视台、节目制作公司和节目辛迪加经营者都是私人所有的商业电视台。美国现有电视台 2000 多家,商业电视台占到全国电视台总数的 80%。美国以前主要是由 ABC、NBC 和 CBS 这三大传统广播网所垄断,以后福克斯公司(FOX)、联合派拉蒙电视网(UPN)、华纳兄弟公司(WB)相继崛起,随着近年来美国跨媒体、跨行业兼并浪潮的兴起,美国又出现了时代华纳公司、迪斯尼集团、新闻集团和维亚康姆新的四大巨头。

目前,美国电视集团中影响力较大的电视网主要有:

(1) 美国广播公司(ABC)

美国广播公司于 1943 年由原美国广播公司“蓝色广播网”分立而成,在 1949 年经合并成为联合大剧院公司,1953 年时再次合并,改名为美国广播一大剧院公司,到 1965 年改为现名。总部设在纽约,公司在创立初期常居全国广播公司和哥伦比亚广播公司之后,并且连年亏损。到 20 世纪 70 年代后,ABC 的经营有所好转,曾经一度跃居首位。1995 年,ABC 被迪斯尼公司兼并。到 1999 年,ABC 决定与哥伦比亚广播公司和福克斯公司的新闻网合并组成新闻合作社,同时,保持互相竞争的独立媒体机构身份并维持原有营运方式。

(2) 全国广播公司(NBC)

全国广播公司成立于 1926 年 11 月 15 日,是美国最早成立的全国性广播电视网。它隶属于美国无线电公司(1985 年与通用电器公司合并)。NBC 一向在美国三大电视网中名列第一,它于 1965 年最先播出彩色电视节目,1989 年首次进行了美国制式的高清晰度电视 ACTV 的实验。它有两个有线电视服务机构,其中有关商业和经济信息等的 CNBC 扩大到了欧洲和亚洲市场,而与微软合作的有线新闻网和因特网新闻站点 MSNBC 也在世界范围内影响力大增。2004 年,NBC 同维旺迪环球集团合并成立的 NBC 环球(NBC Universal)已经成为全世界第一大广播电视网。

(3) 哥伦比亚广播公司(CBS)

哥伦比亚广播公司创立于 1926 年,原名为独立广播电台联营公司,1928 年改建为哥伦比亚广播公司(CBS)。CBS 总部设在纽约,1997 年和西屋电器公司合并组成哥伦比亚广播公司电视集团,2000 年被维亚康姆公司兼并。主要经营遍布全美国的 CBS 广播网和电视网,共拥有 5 座电视台和 200 多个附属台,节目包括娱乐、新闻、体育等。它还是全球最大的节目制作发行商,在全球范围内销售节目。

(4) 福克斯电视网(FOX)

福克斯电视网于 1986 年由新闻集团在购买了 20 世纪福克斯公司和 6 家电视台、联合了 105 家独立电视台后而建立,是美国全国性的广播电视网。1990 年,FOX 的联网电视台发展到 156 家,覆盖美国 92% 的地区,到 20 世纪 90 年代中期已经同三大广播网(NBC, ABC, CBS)比肩齐驱。1997 年,FOX 已经可以覆盖到世界近 75% 的人口。目前,福克斯

广播公司有 200 个附属电视台，还拥有许多联合派拉蒙的附属电视台。福克斯电视网的地面电视业务覆盖超过 40% 的美国电视用户，它在全球范围内也具有广泛的覆盖面和影响力。

(5) 美国有线新闻网 (CNN)

美国有线新闻网隶属于美国第二大传媒集团——时代华纳旗下，以提供即时性新闻而著称。CNN 总部设在亚特兰大，是美国第一家通过卫星向有线电视网和卫星电视用户专门提供全天新闻节目的电视公司，也是世界上第一家开办 24 小时全新闻频道的电视公司。CNN 于 2001 年随时代华纳集团并入了美国在线 (AOL)。CNN 覆盖 6 大洲，是世界历史上第一个名副其实的全球电视网。

(6) 联合派拉蒙电视网 (UPN)

联合派拉蒙电视网是美国七大电视网之一，隶属于维亚康姆公司 (Viacom)。UPN 于 1995 年 1 月开播，由派拉蒙电影公司和美国联合电视集团 (现属于新闻集团) 共同出资成立，二者各控股 50%。2000 年，维亚康姆公司从美国联合电视集团手中购得其余 50% 的股份，完全控股派拉蒙电视网。据统计，截止到 2003 年，派拉蒙电视网在美国拥有大约 143 家完全所有并经营的电视台或一级附属台，以及 65 家播出派拉蒙部分电视节目的二级附属台，信号覆盖全美 85.98% 的居民。

当前，美国商业电视的播放主要是付费电视，其形式可以分为 3 种：

有线电视，又称电缆电视，出现于 20 世纪 80 年代。它比传统的无线电视节目更清晰稳定，因而更受观众欢迎。其基本可分为普通有线电视节目和特殊频道节目。普通有线电视节目一般在新闻台 (如 CNN, FOX News 等)、文化生活台 (如 The TV Food Network, The Discover 等) 和普通信息台 (如 The Weather Channel 等) 播出；特殊频道节目需要缴纳月费才能接通，如 HBO, Cinemax, Disney 等。美国目前约有无线电视系统 4000 多个，覆盖范围包括美国 and 周边地区；有线电视公司约 50 家，其中著名的有时代华纳有线电视公司、美国有线电视公司等。美国有线电视用户约占总电视用户的 40%。

卫星电视出现于 20 世纪 80 年代，1982 年联邦通讯委员会批准卫星直接广播服务，标志着卫星电视的开始。卫星电视收费与有线电视相当，却可以接收数字化质量的画面和声音，并且最多可收到 225 个频道，因此与有线电视的竞争越来越激烈。1994 年，直接广播卫星系统开发出了数字电视服务，此后接受该服务的美国家庭数量迅速增加，目前已达到 1670 多万用户，约占全美电视家庭的 17%。

网络电视出现于 20 世纪 90 年代后期，是最新出现的电视传播方式。它在电脑网络上播放，因而拥有其他方式所没有的优点。比如，观众可以根据爱好下载某个电视节目，并可以反复收看、修正、移动、变换图像等。此外，网络电视图像清晰、稳定、方便，因而很受美国观众尤其是年轻人的喜爱，发展很快。

虽说美国商业广播电视是独立于政府的，它们可以自己决定发展战略、报道内容、传播方式、节目方针、市场开发战略等，但是他们的运作也要受到一定机构的管理和引导。

联邦通信委员会 (FCC) 是美国负责以行政手段来管理广播电视的独立的国家机构。FCC 委员会由主席领导，有 5 个专员，直接由总统指定并经参议院认可，一任 5 年。FCC 直接向国会负责，主要职责是依法管理美国各州和跨国的电台、电视台、卫星、有线电视等业务，包括批准无线电台、电视台的建造和频率的申请，授权经营有线电视，调节广播电视所有权的限制，调节全国广电业的结构以及对节目的内容进行要求等。联邦通信委员

会拥有很大的权力，被称作是美国广播电视业的家长。

美国于1995年和1996年两次通过的大众传播媒介管理新法案，使强大的电视传媒公司可以合法地进行大规模的吞并或兼并活动，美国的媒介业之间以及媒介业与其他相关产业间大量兼并集中，产生了前所未有的巨大媒介集团。美国电视高度私有的商业模式，使得美国广播电视业呈现出高度竞争、高度商业化、高度自由的特征，并朝着运用高新技术和手段改进节目以更贴近受众需求的方向发展。

加拿大人口只有3000万，全国电视机拥有量却超过2000多万架。电视覆盖基本已经达到饱和程度。全国有电视台140多座，其中公营台40多座、民营台100多座。加拿大的广播电视体制既不同于英国式的由政府严格控制的公共广播电视体制，也不同于美国式的几乎没有政府控制的完全商业化的私营广播电视体制，它二者兼而有之，因而被称为“综合体制”。全国有电视网4个，两个属于加拿大广播公司（CBC），另外两个分别是民营的加拿大电视网有限公司（CTV）和民营的魁北克法语电视网（TVA）。

（1）加拿大广播公司（CBC）

CBC是加拿大的国家公共广播机构，是加拿大最大的文化机构之一。CBC的电视网由31家电台组成，还有一定数量的附属台，覆盖率达全国人口的99.2%。CBC通过多个频道面向加拿大居民播出节目，包括8个国家广播电视网络、全方位服务的Web网络和数字电视频道等等。CBC以英文、法文和8种土著语言播放节目，富有地域和文化特色。CBC是加拿大广播业的巨无霸，规模之大无人可比。

（2）加拿大电视网有限公司（CTV）

CTV是加拿大第一家、也是最大的民营电视公司，由25家民营电视台联合投资，总部设在多伦多，用英语播音。CTV广播公司经营的常规电视业务在电视的专业服务方面处于领先地位，拥有很多加拿大最著名和流行的品牌节目。CTV覆盖加拿大97%的面积和98%的人口，在国内有8个分部，在世界5个主要城市驻有记者。

（3）魁北克电视网（TVA）

魁北克电视网是加拿大第二大民营电视公司，1971年9月成立，由10家民营地方电视台联合组建，主要为讲法语的加拿大人提供节目，收视率达到34%。公司总部蒙特利尔。

（4）罗杰斯传播公司（Rogers）

罗杰斯传播公司是加拿大最大的有线电视公司，属于爱德华·罗杰斯家族所有，总部也是设在多伦多。1986年，罗杰斯传播公司收购了加拿大惟一的全国性的无线电话公司——Cantel AT&T公司。目前约有750多万的加拿大有线电视用户和几十万的美国用户。

此外，加拿大还有地区性英语电视台环球电视台、地区性法语电视台四季电视台等。

尽管加拿大的广播电视基础设施发展很快，电视频道也增加了很多，但加拿大电视业却始终面临着被美国文化渗透的困扰。统计显示，在加拿大的英语节目中，本土节目只占到30%多，绝大多数的节目是从美国进口。如何抵制美国文化渗透，促进加拿大多元文化的发展，将是加拿大电视业在未来最大的任务。

2. 拉美电视发展状况

拉美的广播电视事业起步较晚。墨西哥于1950年成为拉美第一个开办电视的国家，这标志着拉美电视事业的开端。随后，巴西、古巴、阿根廷、委内瑞拉和多米尼加也都开始

发展本国的电视事业。哥伦比亚、波多黎各、危地马拉、萨尔瓦多和乌拉圭等国在 20 世纪 50 年代中期开办了自己的电视事业。到 60 年代末 70 年代初,绝大多数拉美国家都有了电视。至 80 年代末,拉美各国的电视事业普遍建立起来。1967 年墨西哥开播彩色电视,此后拉美国家的彩色电视事业才普遍发展起来。有线电视大约于 80 年代才在部分国家出现,但发展较慢,普及率不高。近几年,随着卫星电视在拉美的新进展,有线电视的发展速度有所加快。

巴西是拉美各国中,新闻事业最发达的国家。目前,巴西共有各类电视台 240 多座,其中商业电视台 220 多座,教育电视台 20 多座。全国性电视网有 4 个,分别是环球电视网 (Rede Globo)、骑士电视网 (Bandeirantes)、巴西电视网 (SBT) 和标题电视网 (TV Manchete)。此外,还有各地方建设的电视网 100 多个。有线电视台有两家:巴西有线电视台 (NET) 和 CNT 电视台。卫星电视频道主要是四月电视台 (TVA) 和环球卫星频道 (Globosat), 24 小时连续播出节目。目前,巴西电视机数量超过 3260 万台。

阿根廷的电视创办于 1951 年,在拉美国家中也比较发达。目前,全国拥有各类电视台超过 1000 家,其中无线电视台 220 多家,有线或闭路电视台 860 多家,平均每 1.7 万人就拥有一家电视台。阿根廷于 1980 年起开始播放彩色电视,目前,全国电视机数量超过 742 万台。

墨西哥的新闻事业是该国所骄傲的事业之一,它的电视事业比较发达且发展迅速,现有电视台 540 多座,有线台 110 多座。目前,较大的电视公司是阿兹特加电视公司、特莱维萨电视公司、有线电视公司和多视像电视公司。到 2000 年为止,墨西哥全国电视机数量超过了 1350 万台。

哥伦比亚于 1954 年开办电视节目,目前共有电视台 15 座,其中 3 座全国性电视台为国家所有,其余皆为商业电视台。重要的有:泛美广播电视公司 (Radio Television Interamericana S. A., 简称 RTI)、全国广播网 (Radio Cadena Nacional S. A., 简称 RCN)、卡拉克尔 (蜗牛) 广播网 (Primera Cadena Radial Colombiana S. A., 简称 Caracol) 等。目前,全国电视机数量为 400 多万台。

智利于 1962 年开播电视,到 1977 年彩色电视开播。全国现有电视台 8 座,主要有:国家电视台 (7 台)、智利电视台 (11 台) 和天主教大学电视台 (13 台)。目前,全国电视机数量超过 290 万台。

古巴电视开办于 1950 年,现有两套全国性电视台“古巴电视台” (Cubavision) 和“起义者电视台” (Telerebelde), 分别自首都哈瓦那和圣地亚哥播出。另有 8 座地方电视台,播出地方性的新闻、文化和经济类节目。目前,全国电视机数量为 180 多万台。

3. 美洲电视国际组织

在电视传媒业的发展过程中,美洲地区国家间形成了或是参加了一些国际性的电视组织。主要有:

(1) 北美全国广播协会 (NANBA)

NANBA 成立于 1978 年 6 月,总部设在加拿大首都渥太华,是北美洲国家间广播电视机构联合组织,成员有加拿大广播公司、加拿大电视网、墨西哥电视公司、美国广播公司、美国全国广播公司、特纳广播系统、美国公共广播系统等。宗旨是解决北美洲国家全国性广播电视机构活动中出现的国际问题。领导机构为执行理事会,成员包括 1 名主席,2 名副

主席及每个成员组织派出的 1 名代表。执行理事会每年召开 4 次会议。该协会下设技术委员会、法律委员会、体育委员会、新闻与时事委员会。

(2) 国际广播协会 (IAB)

IAB 于 1946 年成立于墨西哥城, 时名美洲广播者协会, 1985 年改为现名。成员包括 25 个国家和地区 (主要是南美) 的全国性组织、私营广播机构、广播电视企业。该协会将广播业 (包括电台和电视台) 作为自由表达思想的一个渠道加以保护, 促进全国性和国际性组织中的公共或私营广播机构之间的合作。

(3) 加勒比广播联盟 (CBU)

CBU 创建于 1969 年, 由加勒比地区国家、英联邦英语国家和其他国家广播电视系统组成, 秘书处设在巴巴多斯。现有成员 33 个, 联系成员 13 个。每年举行一次全体大会, 主要任务是协调该地区某些成员之间每天通过卫星进行的电视交换活动, 促进成员国之间的交流与合作。

此外, 部分拉美国家还加入国际法语广播电视理事会、国际广播电视组织等国际电视组织。

三、美洲电视发展的新趋势

随着传播技术日新月异的飞速发展, 美洲的电视 (主要以美国为代表) 出现了未来发展的新趋势, 可以总结为全球化、数字化和商业化。

首先, 随着越来越多的大媒介集团进入全球传媒市场, 巨大的媒介联合企业兼并不断出现, 呈现出娱乐业、新闻业和信息业高度融合的趋势。在全球文化工业的重组过程中, 美国电视业已经成为大媒介联合企业的世界性跨行业协同运作体系中的一部分。

一是随着节目发行系统的完善和全球观众的增长, 美国一些大的广播电视公司或娱乐公司开始建立自己的卫星—有线电视联播网系统, 电视节目播出逐渐面向全世界。在时代华纳成功实现兼并后, 其拓展国际电视市场的实力大大增强, 而后来其与美国在线的成功联合, 更使其在网络时代的电视竞争中先拔头筹。

二是如今美国的大媒介集团已经越来越依赖于国际市场的开发。例如 NBC, 其除了拥有和运作十余个分布在美国本土主要大市场的无线电视台以外, 还进入了有线电视、国际电视和新媒介等传播领域。它的两个有线电视服务 CNBC 和 MSNBC, 在世界范围内越来越有影响。

其次, 美国的数字电视发展早, 速度快。在 1999 年, 美国开播 DTV 节目的电视台数量就已达 160 家, 开通的城市数量达到 30 个, 覆盖美国 53% 的电视观众。到 2001 年 9 月, 美国数字有线电视用户达到 1370 万, 同年底, 数字电视机的拥有量达到 222 万台。到 2002 年 2 月, 美国已有 244 个数字电视台正式播出, DTV 覆盖率已达 75%。预计到 2006 年全美将停止模拟电视的广播, 全部实现数字电视广播。

再次, 在信息产业高度发达的美国, 电视传播媒介的经营和运作出现了进一步商业化的趋势。随着市场竞争的进一步激化, 为了分散市场风险, 扩大赢利范围和提高赢利的可能性, 各大电视媒介集团开始兼营与广播电视不同性质、不同生产层次和不同市场运作模式的其他媒介产品, 如印刷媒介或音像制品等, 并且开始加强对同一媒介产品上下游市场的开发和整合, 比如利用广播电视节目资源来开发相关的音像副产品等等。各大电视传媒机构的种种行为, 不管是兼并还是整合, 是集中还是垄断, 都是商业利益趋势的结果。随着美国商品经济的深化发展和知识经济的加速前进, 电视媒介的各个方面都打上了深深的商业烙印。