

# 21 世纪海外华文传媒的新传播——基于新媒体背景的东南亚华文传媒个案考察

李苏瑶

广西艺术学院，广西壮族自治区南宁市，530000；

**摘要：**在 21 世纪这个全球化与数字化交织的时代背景下，海外华文媒体不仅是联结五湖四海华人华侨的情感纽带，更是搭建中国与世界沟通的桥梁，它们在传承文化、强化联系与塑造国家形象方面发挥着不可小觑的作用。该篇聚焦于新媒体浪潮下海外华文媒体的转型与创新，以《联合早报》这一标杆性媒体为例，深度剖析其如何在新媒体平台上高效促进文化共识，积极构建正面的国家形象。以传播空间的拓展、传播内容的融合、分众化传播的优势，成为中华文化的传承者、中外友好的推动者，不仅增强了全球华人的文化归属感，也向世界展现了中国发展的多元面貌与深厚内涵。这不仅是对华文媒体新时代角色的探索，更是对中华文化全球影响力提升路径的深刻思考。

**关键词：**海外华文媒体；新媒体传播；《联合早报》

**DOI：**10.69979/3041-0673.25.11.045

## 1 海外华文传媒研究理论文献综述

近年来，随着我国经济实力和综合国力等硬实力的提高，中国日益走进世界舞台的中央。如何树立一个自信自立、胸怀天下、开放包容的国家形象是亟待解决。海外华文媒体作为一支独具特色的力量在搭建与世界沟通的桥梁、塑造国家形象方面具有独特作用。

早在 20 世纪 20 年代，戈共振先生便将海外华文媒体作为重要内容进行研究。到了 80 年代，一大批关于海外华文传媒的学者和刊物在中国涌现。

方积根和胡文英在《海外华文报刊的历史与现状》中按照地域分布及所属国别论述了各海外华文媒体的发展历程、特点及趋势；王士谷在《华侨华人百科全书·新闻出版卷》中较为系统地分析了其历史与现状；北京大学新闻传播学院程曼丽教授在《关于海外华文传媒的战略性思考》中，立足于全球传播的战略高度，重新审视了海外华文媒体的性质特征和作用。暨南大学新闻传播学院讲师彭伟步在《海外华文传媒概论》中，用新闻学、社会学等理论揭示了华文媒体与华人之间的鱼水关系，指明了海外华文传媒的发展方向，体现了华人的精神面貌。讴歌了华人在海外艰苦奋斗的精神和传播中华文化的思想。

该篇选取了比较有新加坡《联合早报》为研究对象进行实证分析，探究海外华文媒体在促进文化共识、构建正面国家形象上起的独特作用。并对今后如何加大对海外华文媒体的支持、促进海外华文传媒的发

展提出粗浅的看法，希望能够在理论层面或是实践层面对这一领域有更多的关注和思考。

## 2 海外华文传媒的现状与传播优势

### 2.1 东南亚地区华文传媒的发展

根据周南京、王士谷 1999 年出版的《华侨华人百科全书·新闻出版卷》中的调查数据显示，从 1815 年到 1996 年的 180 多年间，在海外共有 52 个国家和地区出现过华文或华文与其他文字合刊的报刊，累计总数近 4000 种。<sup>[1]</sup>1959 年，东南亚地区华文报刊占海外华文报刊总数的 80%。从国别来看，新加坡的华文报刊数量最多，美国、马来西亚位列第二、第三位。进入 21 世纪，新生代中国大陆留学生以及海外移民不断涌入东南亚，致使其仍然是海外华文传媒的主要发展区域。

### 2.2 新加坡《联合早报》的现状与传播优势

《联合早报》是由新加坡报业控股公司出版的华文综合性日报，其前身是创刊于 1923 年的《南洋商报》和创刊于 1929 年的《星洲日报》。<sup>[2]</sup>虽然是一份在弹丸之地新加坡出版发行的华文报纸，但其影响力却远超过一国地域之局限，在华人世界乃至全球都有较高的声誉。

受到新冠疫情与新媒体的双重夹击，以《联合早报》为代表的纸媒广告与订阅收入下跌严重，新加坡报业控股运营收入在 2019 年 8 月到 2020 年 8 月的财年中，媒体业务首次出现亏损，亏损金额为 1140 万新元。<sup>[3]</sup>为适应了新媒体时代市场的变化和读者需求的变化，《联合

早报》与华为合作,根据新媒体的传播规律从多方面进行数字化转型,逐步扩大自己的新媒体矩阵,向着智媒体、大数据信息发布和个性化算法方向发展。目前,《联合早报》开设了网站、APP、公众号、视频号、微博、B站、小红书等,呈现出内容广、影响大、粉丝多的特点。根据最新公布的 2023 年下半年世界华文传媒新媒体影响力榜公布的数据显示,在海外地区总榜、社交媒体影响力榜和短视频影响力榜的排名中,新加坡《联合早报》均位于榜首。<sup>[4]</sup>

### 3 东南亚华文传媒的传播新格局及作用

#### 3.1 平台拓展

在东南亚主要国家和地区中,新加坡的华人在社会中占据重要地位,华人人口占到了新加坡总人口的 74%,华人的语言、文化以及传统在这里得到了充分的认可和尊重。大多数新加坡华人的祖先源自中国南方地区,如福建、广东、海南、等。伴随着留学热的兴起,中国大陆的留学生和海外移民成为构成新加坡华人的新生力量。

同时,综观目前东南亚华文传媒的发展格局,新加坡也是研究的一个中心节点。《联合早报》,这份最早可追溯到 1923 年的中文报纸,经过一百多年的发展,已经成为东南亚地区最具影响力的华文媒体之一。目前,《联合早报》除了在新加坡发行外,也在中国大陆、中国香港以及文莱等地少量发行,其传播力和影响力已超过本国范围。此外,《联合早报》大力发展“网上”与“掌上”双平台。网上,《联合早报》开设联合早报网,早报网跨越了时空的距离,将内容传送到世界各地。掌上,《联合早报》开设公众号与视频号“新加坡鱼尾文”;B站“联合早报网”,17.3 万粉丝,单条视频最高播放量为 256.1 万;小红书“新小枣”,2.6 万粉丝,共获 13.3 万赞与收藏;微博“早报网”,354.9 万粉丝,共获 1336.2 万转赞评。通过“网上”、“掌上”双平台的传播,《联合早报》在发挥地缘优势的同时,又突破了传播地域的限制,将其影响力拓展至东亚、东南亚地区,甚至辐射回了国内。<sup>[5]</sup>

#### 3.2 内容融合

新媒体的出现为海外华文传媒带来了更加丰富的报道形式。与传统报纸报道的内容比,联合早报网与微博、公众号、视频号、B站、小红书等平台在内容传播上不受版面的限制,可以实现随时发、一天多发。同时,内容也更加丰富,与读者的互动性也增强。以《联合早报》B站账号“联合早报网”为例,自 2020 年 4 月入驻

B站,经过 1000 天的努力,粉丝量突破 7 万,点赞量达 50.1152 万次,分享量达 8.755 万次,评论量达 5.7645 万个,弹幕达 4.7279 万条,成为新加坡华文资讯最火的 B 站账号。可以说,新媒体转型在为老读者提供更加便利的接收方式外,也吸引到了更多年轻用户群体,为《联合早报》带来了新的生机与活力。

#### 3.3 分众传播

新媒体时代大数据与人工智能等技术的应用使得海外华文传媒进行细化分类与分众化传播成为可能。例如,联合早报网网站的报道内容以新加坡、中国等其他国家的政治、经济、社会新闻为主,风格较为严肃;B站“联合早报网”的报道更加轻松活泼,并辅以街采的方式和当下年轻人喜欢的音效;小红书“新小枣”则更多报道旅游、美食、活动等资讯。通过在不同平台上进行分众化传播,老牌的、传统的《联合早报》在新媒体时代成功地吸引到了更加年轻的受众群体。

#### 3.4 海外华文传媒的作用

海外华文媒体不仅是联结五湖四海华人华侨的情感纽带,更是搭建中国与世界沟通的桥梁,它们在传承文化、强化联系与塑造国家形象方面发挥着不可小觑的作用。

北京大学国家战略传播研究院院长程曼丽提到,海外华文传媒的特殊性在于它的创办者及受众与祖国或祖籍国存在千丝万缕的联系,让他们在全球思维格局中作为有机体发挥作用,产生合力。<sup>[6]</sup>

##### 3.4.1 海外华文传媒是中华文化的传承者

海外华文媒体因具有融通中外的特性成为传播与传承中华文化的优秀载体。它不仅是联系海内外中华儿女的感情纽带和精神寄托,也是各国民众了解中华文化的窗口,成为中华文化走向世界的中介力量。

近年来,以中医药文化为代表的中华文化在国际上声名鹊起,其中就有海外华文媒体的作用。如《联合早报》在报道话语的建构上,通过设定关键词,选择与中友好的中医药报道新闻框架,设定具有说服力与亲和力的文字与图片,强化当地民众对中医药及中医药文化的理解与接受。其发布的《王乙康:将识别优秀中医师助力健康 SG 计划》一文中,选取新加坡卫生部长微笑挥手的照片,并配上文案“我希望未来中医药发挥与西医相辅相成的作用,成为我们医疗保健体系中不可或缺的一部分”,充分展现了新加坡政府对中医药文化的认可与推广。

##### 3.4.2 海外华文传媒是中外友好的推动者

裘援平在第八届世界华文传媒论坛上提到,海外华文媒体在增进中外交流、促进民众相互理解、间接影响对华政策等方面可以大有作为,是公共外交的重要渠道。

[8]

我国“一带一路”倡议成为串联起中国与沿线国家利益的纽带。新加坡是“一带一路”的沿线国家，也是中新经济走廊共建“21世纪海上丝绸之路”的重要组成部分。2016年3月，新加坡《联合早报》推出“一带一路”专网，推动新加坡企业以及东南亚国家深入了解“一带一路”的积极影响，并为全球关注“一带一路”的中文读者提供新加坡与东南亚的视角。

2024 年 10 月是新中两国政府合作开发苏州工业园区 30 周年，新加坡《联合早报》在苏州工业园区举办第六届新中论坛并提前在《联合早报》app 首页以弹窗形式推送给每一位用户，促进用户对论坛的了解。此次论坛邀请了新中两国政界、商界和学界人士，旨在讨论未来城市的治理与创新问题，如人工智能如何改变人与人、人与环境的关系？传统文化是如何赋予未来城市底蕴？人工智能如何形塑与治理未来城市？等。

海外华文媒体通过报道与两国民生息息相关的信息促进了中国与其他国家的友好互动与交流，是中外友好的推动者。

#### 4 提升海外华文传媒在塑造国家正面形象中作用的对策

海外华文传媒是华侨华人文化事业的重要组成部分,因其与华侨华人所在国具有地缘与心理上的优势成为塑造国家形象中一支非常独特的力量。但由于一些历史与主观因素的影响,海外华文媒体与其他国家主流媒体相比仍然处于弱势地位,通过加强与国内媒体的合作、进行多语种互动争夺话语权等方式,最大限度发挥海外华文传媒在塑造国家形象上的独特作用。

对策一：定期举办媒体合作论坛，加强海外华文传媒与国内媒体的合作。如中国——东盟媒体合作论坛的举行，我国与东盟十国的媒体负责人、媒体代表、相关智库专家学者等针对如何加强媒体间密切合作展开讨论。通过论坛加强了媒体间的交流与合作，打造了交流合作的长效机制，用好了新技术与新合作渠道，客观公正地报道，传播友好合作正能量。达到了资源共享与互利共赢的目的，既为海外华文媒体的生存发展提供空间，又起到了扩大中国国家影响力，塑造国家正面形象的作用。

用。

对策二：坚持客观公正地报道新闻，提高海外华文媒体的公信力。编辑部内部应保持客观严谨的态度，同事间相互学习，取长补短，发出文章要关注时事热点，肩负起其应有的社会责任感。正如曾任《联合早报》总编辑的林任君所说“主流媒体须与社交媒体保持‘若即若离’，密切关注它的动态，及时适当跟进，必要时抢过话筒，将话题引到本身的严肃平台，以负责任的方式进行健康理性的讨论，发挥本应肩负的引导舆论作用，也将社交媒体的一些眼球，尤其是新媒体原住民的年轻一代眼球吸引过来”。

## 参考文献

- [illegible]

作者简介：李苏瑶（2002.02），女，汉族，河南省南阳市，硕士研究生在读，研究方向：跨文化传播研究。