

泰国华文新媒体内容生产研究—基于中华文化传播视角 Research on Production of Chinese New Media in Thailand -- Based on the Perspective of Chinese Culture Communication

Wang Wenzhen^{*1}, Tanes Imsamran²

¹Guilin Tourism University

²College of Chinese Studies, Huachiew Chalermprakiet University¹

*Email : 1115687943@qq.com

摘要

本文研究目的是通过微信公众号泰国《世界日报》和《星暹传媒》近两年半的推文内容数据采集“窥斑见豹”，对两大公众号发展优势、不足、及发展路径进行总结分析，探索中华传统文化与泰国华人同胞及泰国民众深入融合的传播方式对泰国华文新媒体的发展提供一定的理论参考和现实指导。本研究通过爬虫工具从《世界日报》和《星暹传媒》微信公众号 2020 年 1 月至 2022 年 6 月发布的新闻内容标题抽取样本数据，进行数据去重、删除异常数据和缺失数据，将有效数据导入 SPSS25.0 软件，内容包括：华文教育、中泰合作、华侨社团活动、旅游经济、跨境电商贸易、中老泰高铁、公共卫生、东盟博览会利用扎根理论进行定量分析和定性研究。基于研究结果，为充分发挥泰国华文媒体讲好中国故事、传播好中国声音，展现可信、可爱、可敬的中国形象提供借鉴意义。

关键词：《世界日报》，《星暹传媒》，泰国华文新媒体，中华文化传播，内容生产

Abstract

The purpose of this article is to conduct a study on the development strengths, weaknesses, and paths of two WeChat public accounts, Thailand's "World Daily" and "Star Siam Xingsien Media", through the collection and analysis of data from their push content over the past two and a half years. By exploring the ways in which traditional Chinese culture can be deeply integrated with Thai Chinese compatriots and the Thai people, this study aims to provide theoretical reference and practical guidance for the development of Chinese-language new media in Thailand. In this study employed the crawler tool to extract sample data from news content headlines published by world daily and Star Siam Xingsien Media on wechat from January 2020 to June 2022, perform data deduplication, delete abnormal data and missing data, import valid data into SPSS 25.0 software, the content includes: Chinese language education, Sino-Thai cooperation, Overseas Chinese community activities, tourism economy, cross-border e-commerce, Sino-Laos-Thailand high-speed railway, public health, and ASEAN Expo, using the grounded theory to conduct Quantitative analysis and qualitative research.

Keywords : World Daily; Star Siam Xingsien Media; Chinese New Media in Thailand; Chinese cultural communication; content production

绪论

一、研究的背景及研究意义

在中泰两国一家亲的背景下，泰国华文媒体从纸质媒体到现在网络新媒体的迅速发展。泰国华文纸质报纸种类主要有《星暹日报》《世界日报》《亚洲日报》《新中原报》《京华中原联合日报》《中华日报》《中华青年报》《暹泰时报》等八种。如今随着时代的发展网络新媒体行业发展迅速，广大读者一改看报纸读纸质书籍的阅读习惯。

中共二十大报告明确提出“推进文化自信自强，铸就社会主义文化新辉煌”的方略目标，提出增强中华文明传播力影响力。坚守中华文化立场，提炼展示中华文明的精神标识和文化精髓，加快构建中国话语和中国叙事体系，讲好中国故事、传播好中国声音，展现可信、可爱、可敬的中国形象。加强国际传播能力建设，全面提升国际传播效能，形成同我国综合国力和国际地位相匹配的国际话语权。深化文明交流互鉴，推动中华文化更好走向世界。

本研究意义旨在：一是为在东盟地区构建积极正面的“中国形象”，中国传媒与东盟国家华文媒体合作，可以更好的实现中国媒体“走出去”，提供国家软实力的工程提供参考，帮助东盟国家华文媒体走出生存困境。二是有助于加强对东盟地区各国的华侨社团的统战工作，助力在东盟国家的新移民、新一代华裔、华侨等华文读者群体中树立正面的、积极的中国国家形象。让海外华文教育在华人华侨心中保持持久强劲的学习动力，不断增强对中国文化的认同感和民族自豪感。三是优化华文媒体经营和管理模式，泰国华文媒体面对资金运转和创收问题，如何扩大受众群体，提高媒体内容的点击率和关注度，必然优化经营模式及管理方式为华文媒体提供资金支持。四是有助于开展传媒外交，构建新一代的海外华侨华裔增强中国认同感，增强在海外创业华人、海外留学学生、新移民等华文读者的国家自豪感。

一、研究的范围、目的、主要内容、方法和创新性

（一）研究范围

选取微信公众号泰国《世界日报》《星暹传媒》2020年-2022年6月两年多的数据近15000条样本，有关华文教育、中泰经贸合作、中泰旅游、跨境等方面侧重点进行分析研究。

（二）研究目的

1. 探索新时代习近平大外宣理论体系下面向东盟国家形象与命运共同体华文外宣的实践路径与策略，深化文明交流互鉴，推动中华文化更好走向世界。

2. 加强国际传播能力建设，全面提升国际传播效能，形成同我国综合国力和国际地位相匹配的国际话语权。

（三）研究主要内容

根据对泰国华文新媒体微信公众号泰国《世界日报》《星暹传媒》推文主题、主题分类、阅读数、点赞数、在看数的收集和分析，采用SPSS软件25.0进行频率分析两家媒体报道的有关中华文化传播相关内容的侧重点以及报道规律，可以为如何充分发挥泰国华文媒体讲好中国故事、传播好中国声音，展现可信、可爱、可敬的中国形象提供借鉴意义。通过抽样方法抽取报道有关中国经济、文化、教育、跨境、旅游等相关的新闻标题样本，并导入SPSS软件进行频率分析，可以深入了解泰国华文媒体在报道中华文化传播方面的特点和规律，为进一步提高中国形象在泰国的认知度和影响力提供有力支撑。

（四）研究方法

本研究采用质性文本分析、扎根理论等研究方法，使用MAXQDA软件进行数据分析，相比其他多数方法，扎根理论更集中地探讨了如何建构类目的问题¹³（Charmaz & Bryant, 2006; Glaser & Strauss¹⁴, 1998; Strauss & Corbin¹⁵, 1996）提出扎根理论中的编码和建构类目与执行文本中的截然不同，却对如何在质性文本中建构类目有着启迪作用。严格意义上讲，不能讲扎根理论中的类目构建称作一种方法，因为该理论本身形成了许多的分支。扎根理论是一种研究方法，明确地关注如何生产假设和理论，旨在通过多层面的分析在数据基础上直接构建类目。抗腐蚀编码是分析数据的第一步骤，其核心在于识别和/或命名概念。在扎根理论中，概念是现象的标签或标记，是生成理论的基础，（Strauss & Corbin 1996:43-46）以“注意力”、“信息传递”、“提供支持”、“监管”、“客人满意度”、“体验”等作为概念命名的案例。扎根理论中，整个分析过程被看作编码过程的一部分，在质性文本分析中，“编码”更为明确地指代将为数据段标记上相应的符码即类目的实际活动。概念在标准化量化研究者起

¹³ Charmaz, K. (2006). *Constructing Grounded Theory: A Practical Guide Through Qualitative Analysis*.

¹⁴ Glaser, B.G., & Strauss, A.L. (1998). *Grounded Theory. Strategien qualitativer Forschung*. Bern: Huber.

¹⁵ Strauss, A.L., & Corbin, J.M. (1996). *Grounded Theory. Grundlagen qualitativer Sozialforschung*. Weheim: Beltz.

着相似的作用。详细概念需要脱离数据，去形成理论¹⁶。(Strauss & Corbin)也将编码过程称作“潜入”(diving into)数据之中。

阅读文本可以是一行，也可以一句、一段、甚至整段文本篇章，要自我思考，“该句子、段落或文本是什么意思？”要对各种现象进行命名，提出问题，并比较数据中的异同点。扎根理论中的概念尽可能的具体而精确，不仅是释义，更为抽象、概括化(Strauss & Corbin 1996:106-107)列举了“在厨房干活”、“注意力”、“信息传递”、“谦虚”和“游客满意度”等概念，并进行类目划分¹⁷。使用扎根理论，既有助于创建理论，又可以了解如何在数据基础上去创建理论。这种经验为本的分析也是质性文本分析的特征，每个类目和子类目所呈现的各种关联性、做出的每个评估，以及所建立的各种类型模式(typology)，都源自数据，这种记录无论是专家还是普通读者，都可追溯查证。从一开始，扎根理论就旨在创建理论类目，扎根理论不需要所有数据都被编码，只需关注研究如何进展下去，关注如何形成类目，形成理论，而置数据于身后。

根据上述扎根理论，本研究对新闻标题编码分为中老泰高铁、跨境电商贸易、中泰合作、旅游经济、华文教育、公共卫生、华侨社团活动、东盟博览会，具体如下表 1:

(五) 研究创新性

一、学术思想与学术观点创新

本论文认为，泰国华文媒体内容生产与中国经济文化的发展深度相关，泰国接近中国，为促进东盟国家华文媒体讲好中国故事、构建文化共同体、区域命运共同体的使命与责任；泰国华文媒体营运机制与盈利模式对中华文化传播相关内容生产过程与内容生产具有代表性意义。

二、研究方法等方面的特色和创新

本课题采用定量与定性研究方法结合，采用大数据挖掘技术，通过对比分析泰国媒体的内容差异，探索其内容生产与媒体内容发布重点和异同，找出新媒体发展对中华文化传播的有利作用。

三、研究综述

(一) 国内研究综述

本研究以“海外华文媒体”和“东盟国家华文媒体”为主题在中国知网 CNKI 进行检索发现，2015 年以来共发表的文献共 209 篇。研究聚焦主要关注中国故事^[1]、国际话语体系中的海外传播、“中国梦”世界变局与人类命运共同体^[2]、“话语体系”、“一带一路”建设^[3]、海外华人、华侨华人、华人社区海外华文媒体^[4]、外宣工作、“文化经济”^[5]、中国国家形象^[6]等主题。以“泰国华文媒体”为主题进行检索，在 CNKI 检索发现，2004 年以来，共计 51 篇文献，2011 年以来相关文献仅 49 篇，发现以下特点，研究成果发文高峰在 2018 年，共计 10 篇，其次是 2013 年，共计 7 篇，见图 1；期刊类文章占比 45.1%，硕士论文占比 33.33%，国际会议论文占比 11.76%，见图 2；学科分布方面，新闻与传媒占比 68.63%，中国语言文字占比 17.65%，经济体制改革占比 5.88%，新闻传媒研究成果与领域占比绝对的大头和研究领域及方向，见图 3。

¹⁶ Strauss,A.L., & Corbin, J.M. (1996). Grounded Theory. Grundlagen qualitativer Sozialforschung. Weiheim: Beltz.

¹⁷ Strauss,A.L., & Corbin, J.M. (1996). Grounded Theory. Grundlagen qualitativer Sozialforschung. Weiheim: Beltz.

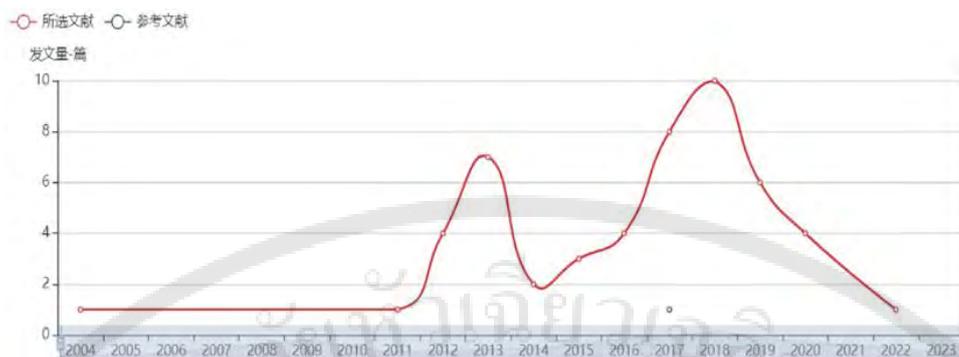


图 1: 研究成果发表趋势
来源: CNKI 检索
网址: <https://www.cnki.net>



图 3: 研究成果学科分布
来源: CNKI 检索
网址: <https://www.cnki.net>

为确保研究的时效性, 本课题选取在 CNKI 检索发现 2011 年以来相关文献仅 49 篇文献作为分析的对象, 研究领域聚焦在下列几个方面:

一、华文媒体升级与转型

如泰国华文新媒体发展的优势、弱势、机会和威胁分析, 总结和思考泰国华文新媒体发展的优势、劣势、机遇及威胁, 并以此为依据提出相应的发展策略, 提出泰国华文新媒体的未来发展走向, 即因地制宜的本土化发展和优化经营模式及管理方式, 实现经济效益与媒体发展的可持续性^[7]、泰国华文报纸转型发展分析, 提出坚持“内容为王”、关注受众的体验感、加强

人才培养和引进、推进新媒体深度融合等泰国华文媒介的融合发展方向和路径^[8]、泰国《星暹传媒》微信公众号报道内容研究,提出密切关注中国发展进步、服务泰国华人社团、推进传统媒体与新媒体融合转型的发展升级策略^[9]。

二、中外媒体合作研究

如中国新闻社与泰国华文媒体合作模式二者的合作模式进行归纳。认为以改革开放为界,二者的合作模式由单向性的政治嵌入式合作向受资本和互联网技术影响的融合性政治脱嵌的模式发展,并且得出模式变化的原因主要是受市场(资本)和互联网的影响^[10]。中国-老挝-泰国媒体合作传播,提出通过“点对点”合作的方式,两国的地方媒体间相互传递信息,借助联合报道、安排人员等举措,实现跨文化、跨地域业务交流,提升新闻报道水平和质量^[11]。跨国主义视角下中泰媒体合作研究,泰国华文媒体在报道和进一步构建华人族群的国际性联系网络,拓展跨国贸易,增强民族自豪感,强化泰国华人华侨与中国的关系等方面发挥着举足轻重的作用,与泰国当地媒体的合作可以走入“他者”,深入了解泰国华人社会的现状和诉求;进而与泰国主流社会进行沟通和交流,从而有助于新时期我国国家形象的传播和国际话语权的建立^[12]。泰国华文媒体的文化传播形式与社会功能,提出通过华文传媒特有的地方性社会服务功能,在华文传媒的平台建设作用下,丰富多样的合作形式。有效利用华文传媒平台展开文化接触,进行国家形象建设,推动中华文化走出国门,提升国家软实力,双边信息沟通、民族交往和社区文教事业需求增大,借助地方传媒的特殊力量,能更好地增进民间交往,促进多文化的和谐发展^[13]。

三、华文媒体语料库研究

如东南亚华文媒体字母词表,调查语料来自马来西亚、新加坡、泰国、印度尼西亚、越南5个国家,包括马来西亚的《光华日报》电子新闻、独立新闻在线、韩视新闻中心、马新社中文网、《亚洲时报》,新加坡的《联合早报》、新动网、亚洲新闻网,泰国的《世界日报》,印度尼西亚的《国际日报》《印尼商报》和越南的越南唐人网共12家媒体,采用的是计算机自动处理和人工校对相结合的方法提取字母词,建立词库^[14]。汉语新词新语在海外文化媒体中的使用与传播,通过2019之前近十年来的网络新词新语在海外华语中的使用情况进行分析研究,将新词新语归类为:综合类、政经实事类、经济类等分析了各类新词新语使用频次,而海外海外华文媒体作为海外华侨的语言生活部分,海外华文媒体为现代汉语新语新词的传播提供了重要平台^[15]。泰国华语特色词语,通过泰国华语特色词语非对应词语和对应词语,包括泰国华语特有词语、东南亚华语通用词语、实同形异词语、形同实异词语、特色古语词等进行研究,总结泰国华语词汇的规范与泰国的社会状况和华人的语言背景,以及泰国的语言政策有关。^[16]。新马泰主要华文媒体非通用规范汉字,通过研究“新马泰”华文媒体繁体字、异体字、旧字形、特殊用字及异域字等多种用字现象。^[17]。东南亚五国汉语传播与中国国家形象认知的相关性研究,通过孔子学院、中国高校在东南亚五国得到充分发挥。^[18]

四、华文媒体与华文教育和中华文化传承

如泰国华文媒体与中华文化的传承,梳理总结了泰国华文媒体、华文教育以及泰国华文政策的流变,发现泰国华文媒体与华文教育命运休戚与共的关系。^[19]。华文媒体助推华文教育,发现泰国华文教育自1992年开始进入国民教育体系,泰国华文媒体在改善华文教育环境,提供汉语学习知识,加强中华文化传播,增强中华文化自信,搭建华文教学平台,改进华文教学条件等方面对推华文教育的发展发挥了助推作用^[20]。泰国华文媒体与中国国家文化形象,研究发现,泰国《世界日报》的内容生产中,中国的政治形象、经济形象是报道的重点内容和主推方向^[21]。华文媒体对泰国华文教育的影响,通过对泰国南部洛坤府采访调查的具体数据资料,分析华文媒体对泰国华文教育的影响。^[22]

(二) 国外研究综述

国外研究动态来看,本研究以“New media”为关键词在Web of Science检索,发现下列研究动态:给出了新媒体的定义和界定,即在线平台,如YouTube,直接地与传统的模拟媒体,如电影和电视进行对比,证明了过去的“新媒体”时期的存在。新媒体是由关键技术的引入所带来的,催生出新的特定媒介,颠覆了纸质媒介的传播模式,数字化是驱动新媒体发展的关键基础技术,基于软件的在线媒体平台,如YouTube、SoundCloud和Twitter,也称为数字媒

体。从数字媒介的发展进程视角阐释了线上平台作为新媒体的发展案例。（John McMullan, 2020）

探讨了用户使用新媒体平台意愿的影响因素和路径,拓展了现有研究领域的成果,发现(1)感知有用性和感知娱乐性能够对功能价值、社会价值和情感价值产生正向影响;(2)非货币成本和货币成本都可以降低功能价值;(3)功能价值、社会价值和情感价值能够正向促进态度;(4)态度能够正向影响使用意向。(Shihu, Zou, 2021)研究中国传统文化的传播和新媒体音乐的创作进行了研究。(Liu Jun & Zhang Sheng, 2020)就新媒体构建形象进行了研究。

(Khalip, Jacques et al., 2020)从社区参与和言语构建视角研究了文化在新媒体应用中的脉络。(Andrew S. Ross and Damian J. Rivers, 2020)研究探讨了随着互联网技术的发展和国内外形势的变化,以爱国青年群体为核心的演员迅速形成了联系。基于新媒体技术,特别是针对社交媒体平台,他们使用各种视觉符号作为武器,分析了中国互联网民族主义的现状及其在中国新媒体时代的特点和影响。(Ye Liu, 2020)概述了跨界主持人的定义,然后分析了传统媒体主持人在新媒体时代面临的机遇和危机。(Zhang Qiyong, 2022)

以上分析发现:有关“海外华文媒体内容生产以及中华文化海外传媒”的研究成果还不多。在讲好“中华文化”的故事,构建习近平新时代大外宣体系中,海外华文媒体具有文字基因、文化基因、媒介基因等方面的线条优势。

本研究在之前研究的基础上,立足于现有研究基础之上,加快构建中国话语和中国叙事体系,积极践行讲好中国故事、传播好中国声音,展现可信、可爱、可敬的中国形象。加强国际传播能力建设,全面提升国际传播效能,形成同我国综合国力和国际地位相匹配的国际话语权这一宏大历史使命,从泰国华文媒体内容生产于营运机制发展、泰国华文政策流变开展研究。

四、总结内容

(一) 泰国《世界日报》微信公众号统计分析

根据前文的抽样方法抽取的新闻标题样本和分类方法,采用 SPSS 软件 25.0 进行频率分析,《世界日报》有效样本 196 份,见下表。采用频率分析方法,对《世界日报》微信公众号内容生产侧重进行了定量分析,对新闻内容主题频率分布进行分析,“旅游经济”是其内容生产重点,占比 52%,共计 102 条,“公共卫生”次之,共计 53 条,占比 27%，“华文教育”,共计 29 条,占比 14.8%，“跨境电商”,共计 6 条,占比 3.1%，“东盟博览会”、“华侨社团”和“中泰合作”,共计 2 条,占比 1.0%。见表 1。

泰国《世界日报》微信公众号关注的新闻主题涵盖了旅游经济、公共卫生和华文教育等多个方面。其中,旅游经济、公共卫生和华文教育的关注度排名分别为第一、第二和第三,原因如下:

首先,旅游经济是泰国的重要产业之一,对泰国经济的发展起着至关重要的作用。泰国《世界日报》微信公众号作为华人社区的主要媒体之一,关注旅游经济的新闻能够帮助华人读者及时了解泰国旅游业的发展情况,提供有关旅游景点、旅游服务和旅游安全等方面的信息和建议。

其次,公共卫生一直是全球关注的焦点,尤其是在疫情期间更是备受关注。泰国《世界日报》微信公众号作为华人社区的主要媒体之一,关注公共卫生的新闻能够帮助华人读者及时了解泰国的疫情动态和防疫政策,提高公众的健康意识和防疫意识。

最后,华文教育是泰国华人社区的重要需求之一,通过推广和加强华文教育,可以帮助华人更好地传承和发扬中华文化。泰国《世界日报》微信公众号关注华文教育的新闻能够帮助华人读者及时了解泰国华文教育的发展情况和相关政策,提供有关华人学校、学生学习成绩和华文教育活动等方面的信息和建议。

(二) 小结:

1. 挖掘中泰文旅交融元素,推动中泰文化经济旅游深度融合

联合中泰各界推进文化、旅游交流,举办多项合作项目,如“汉语桥”大赛、中文日、美食节和音乐会等。同时,签订自贸协议、建立物流产业园等经贸合作议题。通过种植和培育中泰文明交流的种子,两国共同促进文明交流繁荣。在推广健康旅游概念的同时,通过传播茅台原创文化精髓和中华美食文化集市品牌“悟空古镇 Gokoo Town”,深度融合中泰文

化, 让更多人感受到中国传统文化的魅力。这是一个成功将文旅、经济融合的例子, 也是积极推进中泰经济与中国文化融合的实践。

2. 加强海内外媒体合作 拓宽稿件来源

加强海内外媒体合作, 拓宽稿件来源。与东盟国家华文媒体合作, 丰富新媒体宣传内容, 打破单向性内部供稿渠道。在编辑处理稿件时, 利用互联网终端智能技术, 抓住受众读者的需求和关注点, 丰富华文媒体传播的多样性。通过多媒介操作方式方法, 对图文、音频、视频等进行智能加工处理, 为读者呈现完美的资讯。除了新华社、人民日报等渠道, 还可以通过汉办、汉语教师、企业等筛选报道, 塑造符合事实的、积极的、正面的、良好的中国国家形象的优质稿件。这将成为当地华侨和国民的中国认同信息平台, 是新媒体时代对外传播的重要课题和使命。

表 1: 《世界日报》新闻内容主题频率分析

		频率	百分比	有效百分比	累积百分比
有效	东盟博览会	2	1.0	1.0	1.0
	公共卫生	53	27.0	27.0	28.1
	华侨社团	2	1.0	1.0	29.1
	华文教育	29	14.8	14.8	43.9
	跨境电商	6	3.1	3.1	46.9
	旅游经济	102	52.0	52.0	99.0
	中泰合作	2	1.0	1.0	100.0
	总计	196	100.0	100.0	

(三) 泰国《星暹传媒》微信公众号统计分析

《星暹传媒》同样采用 SPSS 软件 25.0 进行频率分析, 有效样本 201 份, 见下表。采用频率分析方法, 对《星暹传媒》微信公众号内容生产侧重进行了定量分析, 对新闻内容主题频率分布进行分析, “华侨社团活动”是其内容生产重点, 占比 42.3%, 共计 85 条, “华文教育”次之, 共计 58 条, 占比 28.9%, “公共卫生”, 共计 39 条, 占比 19.4%, “旅游经济”, 共计 18 条, 占比 9.0%, “跨境电商贸易”, 共计 1 条, 占比 5.0%。见表 2。

泰国《星暹传媒》微信公众号关注的新闻主题涵盖了华侨社团活动、华文教育和公共卫生等多个方面。其中, 华侨社团活动、华文教育和公共卫生的关注度排名分别为第一、第二和第三, 原因如下:

首先, 华侨社团活动是泰国华人社区的重要组成部分, 这些社团在推广中华文化、促进华人团结和维护华人权益等方面发挥着重要作用。泰国《星暹传媒》微信公众号作为华人社区的主要媒体之一, 关注华侨社团活动的新闻能够帮助华人读者及时了解社团活动的情况和相关政策, 提供有关华侨社团的信息和建议。

其次, 华文教育是泰国华人社区的重要需求之一, 通过推广和加强华文教育, 可以帮助华人更好地传承和发扬中华文化。泰国《星暹传媒》微信公众号关注华文教育的新闻能够帮助华人读者及时了解泰国华文教育的发展情况和相关政策, 提供有关华人学校、学生学习成绩和华文教育活动等方面的信息和建议。

最后, 公共卫生一直是全球关注的焦点, 尤其是在疫情期间更是备受关注。泰国《星暹传媒》微信公众号作为华人社区的主要媒体之一, 关注公共卫生的新闻能够帮助华人读者及时了解泰国的疫情动态和防疫政策, 提高公众的健康意识和防疫意识。

(四) 小结

1. 发展汉语数字化教学 扩大受众读者

推广汉语数字化教学, 扩大受众范围是海外华文新媒体发展的关键。泰国越来越多的人热衷于学习汉语, 这为华文教育普及奠定了基础。通过推动泰国本地人对中华文化的认知, 海外华文新媒体的发展将得到提升。全球已有 146 个国家建立了 525 所孔子学院和 1113 个中小学孔子课堂, 其中“一带一路”沿线有 53 国设立 140 所孔子学院和 136 个孔子课堂。越来越多

的高校和中小学在全球开设汉语课程。在泰国的美斯乐村，华文教育成为传承中华文化的载体，让更多的泰国人了解和认识到中国文化和背景。HSK 证书已经成为留学申请的硬性语言标准，持有该证书的海外学生可以享受多种福利。应当利用新媒体网络技术的优势，打破时空地域的限制，为世界各地的汉语学习者创建一个随时随地学习汉语的便捷方式。同时，培养本土化汉语国际教育师资队伍将更进一步提升中华文化传播的力度和广度。

2. 发挥华人社群的优势 助力中华文化传播

泰国是东南亚最具活力和商机的国家之一，也是一个拥有众多华人社群的国家。华人社群在泰国经济、文化、社交等领域都扮演着重要角色。加强对华侨社团的统战工作，能够助力树立积极的中国国家形象。随着互联网技术的发展，泰国华文新媒体兴起，为华人社群提供了更加便捷和广阔的信息平台。华文媒体能够客观传播信息、反映社会民情、民意，展现中国传统文化，传播社会正能量，发挥社会舆论引导和监督作用。我们应当借鉴老一辈侨团的经验和长处的同时，发挥年轻一代侨团的优势，为中华文化传播的发展添砖加瓦。

表2：《星暹传媒》新闻主题频率统计

有效		频率	百分比	有效百分比	累积百分比
	公共卫生	39	19.4	19.4	19.4
	华侨社团活动	85	42.3	42.3	61.7
	华文教育	58	28.9	28.9	90.5
	跨境电商贸易	1	.5	.5	91.0
	旅游经济	18	9.0	9.0	100.0
	总计	201	100.0	100.0	

（五）《世界日报》与《星暹传媒》新媒体质性分析结果

《世界日报》和《星暹传媒》的报道主题频率统计中见表4，频率最高的是旅游经济，共计120条，占比30.2%，公共卫生事件的报道频率为92条，占比23.5%，华侨社团活动和华文教育均为87条，占比均为21.9%，跨境电商贸易为7条，占比1.8%，东盟博览会为2条，占比0.5%。上述数据反映出，旅游经济是泰国全社会关注的共同话题，公共卫生事件则成为影响泰国旅游经济政策运转的主要因素，华侨社团活动和华文教育是两家媒体进行内容生产的重点，与两家媒体的生产文字和读者群体均为华裔、华侨以及在泰国工作、经商、留学的中国公民有关，而东盟博览会因每年举办的时间不超过7天，导致这一话题在两家媒体内容生产中只是具有很少的关注度。见表3

泰国《世界日报》和《星暹传媒》微信公众号关注的新闻主题涵盖了旅游经济、公共卫生、华侨社团活动和华文教育等多个方面。其中，将两家媒体新闻汇总统计，发现它们推送这些主题新闻的频率排名“旅游经济”、“公共卫生”、“华侨社团活动”和“华文教育”推送的频率分别排名第一、第二和第三。分析原因如下：

首先，旅游经济是泰国的重要产业之一，对泰国经济的发展起着至关重要的作用。因此，泰国《世界日报》微信公众号作为华人社区的主要媒体之一，可能会更加频繁地推送与旅游经济相关的新闻，以满足读者对旅游行业的关注和需求。

其次，公共卫生一直是全球关注的焦点，尤其是在疫情期间更是备受关注。因此，泰国《世界日报》和《星暹传媒》微信公众号都可能频繁推送与公共卫生相关的新闻，以提高公众的健康意识和防疫意识，同时报道政府的防疫政策和疫情动态等信息。

其次，华侨社团活动和华文教育是泰国华人社区非常关注的话题，因此，泰国《星暹传媒》微信公众号可能会更加频繁地推送这些主题的新闻，以满足读者对华人社区和华文教育的关注和需求。同时，这些新闻也可以帮助华人社区更好地了解自己的文化和历史，并更好地融入当地社会。

表3: 主题频率统计

主题	频率	百分比	有效百分比	累积百分比
有效				
东盟博览会	2	.5	.5	.5
公共卫生	92	23.2	23.2	23.7
华侨社团活动	87	21.9	21.9	45.6
华文教育	87	21.9	21.9	67.5
跨境电商贸易	7	1.8	1.8	69.3
旅游经济	120	30.2	30.2	99.5
中泰合作	2	.5	.5	100.0
总计	397	100.0	100.0	

泰国《世界日报》《星暹传媒》阅读量、点赞数、在看数对比分析,本文采用 SPSS 软件对《世界日报》和《星暹传媒》报道主题的阅读数、点赞数和在看数进行量化分析,具体如下:

1.《世界日报》的阅读数的平均值为 1112.449,最小值为 138 次,最大值为 8886 次,合计为 218040 次。在看数和点赞数的最小值均为 0 次,在看数均值为 1.94 次,最大值为 28 次,合计为 377 次,点赞数的最大值为 17 次,均值为 1.7755 次,合计为 348 次,见表 4。

泰国《世界日报》阅读量最大值是 8886 次,推文主题为:泰国入境管制首波解禁!6 类外国人获通融 每日限额不超 200 人,点赞数最大值是 17 次,推文主题为:中国征进口榴莲 13% 增值税 泰商叫苦,在看数最大值是 28 次,推文主题为:泰女排集体确诊 医师评析「无完美疫苗」,总结阅读量、点赞数、在看数最大分析原因如下:

首先,新闻要求具有实用性和时效性。这些新闻关注度高与当前热门话题和社会关注的议题相关,泰国入境管制解禁和每日限额的消息对于正在计划前往泰国旅游或者需要回到泰国的人来说具有重要的实用性和时效性,因此吸引了大量关注。其次,引发共鸣和情感共鸣。这些文章的标题和内容都比较突出,能够吸引读者的眼球,从不同角度介绍了泰国的政治、经济、社会等方面的情况,让读者能够更好地了解泰国的发展现状和热点问题。中国征进口榴莲增值税的消息引发了一些泰国商家的抱怨和不满,这些情绪在部分读者中也会引发共鸣和情感共鸣,从而吸引了他们的关注。此外,这些文章在发布时间、推送方式等方面也做得比较好,得到了足够的曝光,以及一些互动和讨论。这些因素共同作用,使得这些文章的阅读量、点赞数、在看数都相对较高。

阅读量最小值是 138 次,推文主题为:东博会秘书处与多国共办方举行会谈 共推动“云招展”,在看数为 0 次,阅读量小的原因可能有以下几个方面:

首先,该新闻主题相对较为专业和局部,对于不关注东博会或展览业的读者来说,可能没有太大的吸引力。因此,阅读量可能会受到一定程度的影响。其次,这篇新闻的标题和内容可能不够突出,无法很好地吸引读者的眼球。如果标题和内容能够更加精准地表达文章的主旨和价值,或者采用一些更有趣、有互动性的方式呈现,可能会吸引更多的读者。最后,可能是因为这篇新闻在发布时间、推送方式等方面存在一定的问题,导致它没有得到足够的曝光。如果在发布时间上选择更加合适的时段,可能会提高文章的阅读量。

表4:《世界日报》阅读量、点赞数、在看数描述统计

N	最小值	最大值	合计	均值	标准偏差	偏度	峰度
统计	统计	统计	统计	统计	统计	统计	统计
				标准错误		标准错误	标准错误

结语

通过对《世界日报》和《星暹传媒》两家公众号推文内容进行分析研究,我们发现泰国华文新媒体的发展过程中需要与中国形象塑造紧密联系起来;海外华文媒体是泰国经济社会发展的一面镜子;华文媒体内容生产基础以中国传统文化为基因,促进了中泰之间文化交流。

一、海外华文媒体与中国形象塑造

《世界日报》和《星暹传媒》在2020年至2022年期间不断报道中国政府援助泰国疫苗物资,体现了中国对兄弟泰国人民抗疫斗争的真诚关心和帮助;两家媒体同时对中泰铁路、中老泰铁路连接线等重大项目的报道,充分展现了中国作为一个负责人的大国形象,在东盟地区构建了积极正面的“中国形象”,中国传媒与东盟国家华文媒体合作,提供国家软实力的工程提供参考;有助于加强对东盟地区各国的华侨社团的统战工作,助力在东盟国家的新移民、新一代华裔、华侨等华文读者群体中树立正面的、积极的中国国家形象。有助于开展传媒外交,构建新一代的海外华侨华裔增强中国认同感,增强在海外创业国民、海外留学学生、新移民等华文读者的国家自豪感。

二、海外华文媒体是所在国经济社会发展的镜子

从典型华文媒体《世界日报》和《星暹传媒》微信公众好中新闻内容生产侧重点分析发现:2020年至2022年全球公共卫生事件下,通过分析泰国华文媒体新闻内容反映出来的泰国政府和社会民众的经济出路关注点是旅游业的放开。因此,开拓中国市场,拓展与中国的经贸合作,是泰国发展经济民生的最大公约数。

三、华文媒体内容以中国传统文化为基因,促进了中泰之间文化交流

东盟国家的华人华侨社团有着天然的中华传统文化基因,在不同的国家和地区,华侨社团就是中国的符合,华侨社团的各种社会组织活动和抗击疫情的活动,都树立了积极的中国人形象,传递了积极、担当、团结互助的信号。泰国《世界日报》《星暹传媒》与中国驻泰大使馆、海内外媒体、教育机构等进行合作交流,报道的有关中华文化传播的活动及对泰的友好往来,对在泰中国人的帮助受到了广泛的关注,得到了广泛的支撑,增强了在泰中国人的爱国热情和华侨华人对祖国的认同,增加了中华文化的软实力。

参考文献

- 王国安. 泰国华文新媒体发展分析[J]. 新闻研究导刊, 2020, 11(23): 154-155.
- 徐薇婷. 新媒体时代泰国《星暹传媒》转型分析[J]. 沿海企业与科技, 2020(04): 73-77.
- 谢干兰. 中华文化对海外桂籍商会组织的影响研究——以泰国广西总商会为例[J]. 现代商贸工业, 2020, 41(25): 38-39.
- 郭熙, 刘华, 祝晓宏等. 东南亚华文媒体字母词表(示例)[C]//国家语言文字工作委员会. 语言生活皮书——中国语言生活状况报告(2011). 商务印书馆(The Commercial Press), 2020: 309-310.
- 罗奕, 罗恒. 跨国主义社会场域下的中泰媒体合作——以泰国《星暹传媒》为例[J]. 传媒, 2019(20): 50-53.
- 编者. 前言[C]//. 牵手世界 见证时代——华文媒体的“中国故事” 第十届世界华文传媒论坛论文集., 2019: 3.
- 钟慕岳, 董李瑜俊. 海外华媒的时代担当[C]//. 牵手世界 见证时代——华文媒体的“中国故事” 第十届世界华文传媒论坛论文集., 2019: 24-27.
- 张帅. 中国-老挝媒体合作传播研究[D]. 广西大学, 2019.
- 罗恒, 罗奕. 重构想象共同体: 泰国《星暹传媒》微信公众号报道研究[J]. 东南传播, 2019(09): 71-73.
- 徐新伟. 新马泰主要华文媒体非通用规范汉字略论[J]. 语言文字应用, 2018(02): 20-26.

- 郭光明, 孟晓. 泰国华文教育发展的启示[J]. 智库时代, 2018(39):267-269.
- 赵娟娟. 冷战时期华侨华人在中泰人文交流中的作用[J]. 文化学刊, 2018(07):208-211.
- 叶虎. 高铁外交背景下海外华文媒体角色省思——以泰国批准高铁项目为例[J]. 东南传播, 2018(07):83-86.
- 王祖嫒. 东南亚五国汉语传播与中国国家形象认知的相关性研究[D]. 中央民族大学, 2018.
- 张名扬. 汉语新词新语在海外华语中的使用与传播研究[D]. 暨南大学, 2019.
- 刘慧玲. 泰国华语特色词语研究[D]. 暨南大学, 2018.
- 黄伊. 《世界日报》报道中中国国家形象分析[J]. 传播力研究, 2018, 2(11):27+29.
- 汪碧寒. 泰国华文报纸《星暹传媒》涉华报道研究(2016.9-2016.12)[D]. 吉林大学, 2018.
- 李洁琼. “一带一路”背景下的汉语传播[D]. 厦门大学, 2018.
- 谢朝武, 黄倩, 杨钦钦. 福建在东盟地区的形象构建及传播策略研究[J]. 发展研究, 2018(01):58-72.
- 刘丹. 中国新闻社与海外华文媒体的合作模式研究[D]. 云南师范大学, 2017.
- 徐佳友, 郑文标. 中国近代政治变迁视域下的海外华文媒体[J]. 齐齐哈尔大学学报(哲学社会科学版), 2017(07):44-47+51.
- 戴明. 海外华文媒体研究述论(1979—2015)——以中国知网数据为例的分析[J]. 华侨华人历史研究, 2017(02):54-63.
- 郑慧曦. 华文媒体对泰国华文教育的影响研究[D]. 湖南师范大学, 2017.
- 周潇潇. 仪式观视域下中华文化在东南亚华人社会的传播研究[D]. 重庆大学, 2017.
- 林进桃. 泰国华文媒体与在泰华人的身份认同[J]. 东南亚南亚研究, 2017(01):96-100+110.
- John McMullan. A new understanding of 'New Media': Online platforms as digital mediums[J]. Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies, 2020, 26(2).
- Shihu Zou. Research on Perceived Value and Follow-Up Behavior of New Media Users[J]. Financial Engineering and Risk Management, 2021, 4(5).
- Liu Jun, Zhang Sheng. Research on the fusion of new media music creation and chinese traditional culture[J]. BASIC & CLINICAL PHARMACOLOGY & TOXICOLOGY, 2020, 127.
- Khalip Jacques, Mitchell Robert, Agamben Giorgio, Casarino Cesare, Geimer Peter, Hansen Mark. Releasing the Image: From Literature to New Media[M]. De Gruyter: 2020-08-19.
- Andrew S. Ross, Damian J. Rivers. Sport in the new media landscape: Community, participation and discourse[J]. Discourse, Context & Media, 2020, 35(C).
- Ye Liu. Chinese Internet Nationalism in the Era of New Media[J]. Journal of Social Science and Humanities, 2020, 2(10).
- Zhang Qiying. The Core Qualities that TV Program Hosts Should Have in the New Media Era——Taking Sa Beining as an Example[J]. Frontiers in Art Research, 2022, 4.0(12.0).