



เรียนรู้เพื่อรับใช้สังคม

การศึกษาวิเคราะห์เนื้อหาสื่อใหม่ภาษาจีนในประเทศไทย
บนพื้นฐานมุมมองด้านการเผยแพร่วัฒนธรรมจีน
RESEARCH ON CONTENT ANALYSIS OF CHINESE NEW MEDIA
IN THAILAND BASED ON CHINESE CULTURAL
DISSEMINATION PERSPECTIVE
泰国华文新媒体内容分析研究——
基于中华文化传播视角

WANG WENZHEN

(王文珍)

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การสอนภาษาจีน)

วิทยาลัยจีนศึกษา มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

พ.ศ. 2566

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

การศึกษาวิเคราะห์เนื้อหาสื่อใหม่ภาษาจีนในประเทศไทยบนพื้นฐาน
มุมมองด้านการเผยแพร่วัฒนธรรมจีน

RESEARCH ON CONTENT ANALYSIS OF CHINESE NEW MEDIA
IN THAILAND BASED ON CHINESE CULTURAL
DISSEMINATION PERSPECTIVE

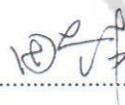
泰国华文新媒体内容分析研究——基于中华文化传播视角

WANG WENZHEN (王文珍)

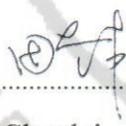
ได้รับพิจารณาอนุมัติให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การสอนภาษาจีน)
สอบวันที่ 14 พฤษภาคม พ.ศ. 2566



อาจารย์ ดร.ทชัย แซ่เจี๋ย
ประธานกรรมการสอบ



Prof. Dr. Tian Chunlai
อาจารย์ที่ปรึกษา



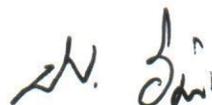
Prof. Dr. Tian Chunlai
กรรมการสอบ



ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เนนศ อิมสำราญ
ประธานหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
(การสอนภาษาจีน)



Prof. Dr. Li Chao
กรรมการสอบ



ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เนนศ อิมสำราญ
คณบดีวิทยาลัยจีนศึกษา

RESEARCH ON CONTENT ANALYSIS OF CHINESE NEW MEDIA IN THAILAND BASED ON CHINESE CULTURAL DISSEMINATION PERSPECTIVE

Wang Wenzhen

Master of Arts (Teaching Chinese)

Thesis Advisor: Prof. Dr. Tian Chunlai

ABSTRACT

This study extracted sample data from the news content headlines published on the WeChat official accounts of World Journal and Xing Sian Media from January 2020 to June 2022 using web crawling tools. The data was processed by removing duplicates, abnormal and missing data, and importing valid data into SPSS 25.0 software. The content includes analysis and research on Chinese education, Sino-Thai cooperation, overseas Chinese community activities, tourism economy, cross-border e-commerce trade, China-Laos-Thailand high-speed railway, public health, and ASEAN Expo, using grounded theory for quantitative and qualitative analysis. Based on the research approach, this study provides reference significance for fully leveraging Thai Chinese media to tell good Chinese stories, spread good Chinese voices, and present a credible, lovable and respectable image of China.

Through the analysis of the content of the World Journal and Xing Sian Media WeChat official accounts, it is found that: firstly, active interaction and in-depth understanding of user needs are required; secondly, diverse content should focus on quality and improve dissemination effectiveness; thirdly, maintaining distinctive brand characteristics and strengthening close cooperation between different media. Therefore, the following inspirations for the development of Chinese culture's overseas dissemination can be drawn: first, to develop a platform for Chinese language teaching content to expand the audience readership; second, to strengthen domestic and foreign media cooperation to broaden sources of articles; third, to establish common cultural points among Chinese communities to help promote the dissemination of Chinese culture; fourth, to use digital platforms to achieve multi-dimensional dissemination of Chinese culture; fifth, to promote in-depth integration of Sino-Thai cultural, economic, and tourism exchanges through travel exchanges. Therefore, overseas Chinese new media is a mirror of the economic and social development of the host country and is closely linked to the image of China. The dissemination of Chinese traditional culture is conducive to economic and cultural exchanges between China and Thailand.

Keywords: World Daily, Star Siam Media, Chinese New Media in Thailand,
Chinese cultural communication

泰国华文新媒体内容分析研究——基于中华文化传播视角

王文珍

文学硕士学位（汉语教学）

指导教师：田春来 教授

摘要

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。基于研究思路，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。

通过对《世界日报》和《星暹传媒》微信公众号内容进行分析发现：一是需要积极互动、深入用户需求；二是多元内容注重品质、提高传播效果；三是保持鲜明的品牌特色、加强不同媒体之间的紧密合作。从而得出中华文化在海外传播发展的启示如下：一是开发汉语教学内容平台，扩大受众读者；二是加强海内外媒体合作，拓宽稿件来源；三是建立华人社群文化共同点，助力中华文化传播；四是利用数字平台，实现中华文化立体多元化传播；五是以旅交流推动中泰文化经济旅游深度融合。因此海外华文新媒体是所在国的经济社会发展的一面镜子与中国形象是紧密相连的，中华传统文化的传播有利于中泰之间经济文化的交流。

关键词：《世界日报》 《星暹传媒》 泰国华文新媒体 中华文化传播

目 录

ABSTRACT	I
摘 要	II
目 录	III
绪 论	1
第一章 泰国华文媒体的发展演变	17
第一节 泰国华文纸质媒体发展现状	17
第二节 泰国华文新媒体发展现状	18
第三节 泰国主要华文媒体现状及作用	19
第二章 泰国《世界日报》与《星暹传媒》微信公众号内容生产对比研究	24
第一节 微信公众号基本情况	24
第二节 内容生产侧重点分析	26
第三节 小结	44
第三章 《世界日报》与《星暹传媒》读者反馈与中华文化传播	46
第一节 《世界日报》与《星暹传媒》新媒体质性分析结果	46
第二节 《世界日报》与《星暹传媒》新媒体目前共同存在的问题	48
第三节 本研究结果对中华文化传播发展的启示	50
第四章 结论	55
第一节 研究结论	55
第二节 研究启示	56
第三节 本文的局限和后续研究展望	57
致 谢	58
参考文献	59
附 录	63
论文发表同意书	66

绪论

一、国内外研究综述

1. 国内研究动态

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。



图 1 研究成果发表趋势

来源：CNKI 检索

网址：<https://www.cnki.net>

- [1] 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.
- [2] 郭蕊.“家国情怀”和新媒体时代的创新与转型[C]//.“中国梦”世界变局与华文媒体的新使命——第七届世界华文传媒论坛论文集.,2013:54-58.
- [3] 彭伟步.海外华文媒体构建“一带一路”信息互联互通机制及其实施路径[J].国际传播,2017(01):32-39.
- [4] 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.
- [5] 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.
- [6] 罗奕,梁媛.泰国华文媒体构建“中国形象”认同研究——以泰国《星暹传媒》和《世界日报》微信公众号新闻推送为例[J].传媒,2016(24):57-59.

资源类型分布

■ 期刊 ■ 其他 ■ 硕士 ■ 国际会议

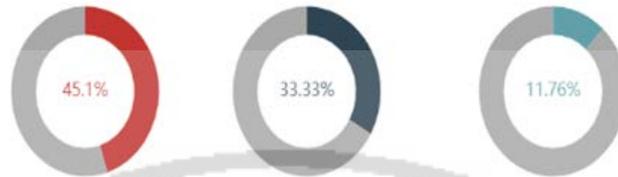


图 2 成果类型

来源：CNKI 检索

网址：<https://www.cnki.net>

学科分布

■ 新闻与传媒 ■ 其他 ■ 中国语言文字 ■ 经济体制改革



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：

一是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]。

表 1 国内研究有关华文媒体升级与转型研究文献

发表年份	学者	发表类型	题名	观点	不足之处
2019	钟慕岳, 董李瑜俊	新闻	海外华媒的时代担当	从中国声音、社会舆论的监督、华人利益维护、中外友谊维系维护等方面，提出泰国华文媒体未来发展走向。	在分析今后华文媒体具体发展上只是简单概述媒体的情况，没有详细的发展方案。
2013	吴倩倩	硕士论文	泰国《星暹日报》2012年改版原因及其意义研究	从《星暹传媒》的发展历程和转型前后的变化作了分析,探究其在激烈的竞争压力下保持发展动力的原因,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。	在研究上因年代久远，只能了解到华文媒体的历史，不能了解到其他的发展情况。

[7] 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.

[8] 吴倩倩. 泰国《星暹传媒》2012年改版原因及其意义研究[D]. 广西大学, 2013.

[9] 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.

发表年份	学者	发表类型	题名	观点	不足之处
2019	罗恒, 罗奕	期刊	重构想象共同体: 泰国《星暹传媒》微信公众号报道研究	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。	在提出传统媒体和新媒体的融合上没有展开深入研究。

二是中外媒体合作研究, 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]。

[10] 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.

[11] 张帅. 中国-老挝媒体合作传播研究[D]. 广西大学, 2019.

[12] 刘妮. 泰国华文报业的影响力研究[D]. 广西大学, 2012.

[13] 石维有. 泰国华文媒体助推华文教育的路径[J]. 玉林师范学院学报, 2015, 36(03): 43-46.

表 2 国内研究有关中外媒体合作研究文献

发表年份	学者	发表类型	题名	观点	不足之处
2017	刘丹	硕士论文	中国新闻社与海外华文媒体的合作模式研究	中国新闻社与泰国华文媒体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。	在提出中国新闻社与海外媒体的合作没有从个案进行细致分析如何进行合作、创新合作方式。
2019	张帅	硕士论文	中国-老挝媒体合作传播研究	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。	在探索性研究中没有直接参与到中国与老挝媒体合作的具体实践中。
2012	刘媿	硕士论文	泰国华文报业影响力研究	跨国主义视角下中泰媒体合作研究,拓展跨国贸易,强化泰国华人华侨与中国的关系等方面,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。	泰国华文媒体的发展受众多因素的影响,如何从根本上解决泰国华文媒体的危机和窘境还需要深入探究如何大力发展本地华文教育,培养华文读者和从业人才,有了广大受众读者的市场支持,今后的发展将更加顺畅。
2015	石维有	期刊	泰国华文媒体助推华文教育的路径	提出华文传媒丰富合作形式,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发展。	在提到华文媒体已经初步形成了一个华文教育助推体系,这个体系是怎么的体系还可以深入研究,通过图标将能更直观地展现给读者。

三是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传媒中的使用与传播,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、政经实事实类、经济类等分析了各类新词新语使用频次,而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]。

[14] 刘郭熙,刘华,祝晓宏,刘慧. 东南亚华文媒体字母词表(示例)[C]//. 语言生活皮书——中国语言生活状况报告(2011), 2020:309-310.

[15] 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.

[16] 刘慧玲. 泰国华语特色词语研究[D]. 暨南大学, 2018.

[17] 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.

[18] 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.

表3 国内研究有关华文媒体语料库研究文献

发表年份	学者	发表类型	题名	观点	不足之处
2020	郭熙, 刘华, 祝晓宏	论文集	东南亚华文媒体字母词表(示例)	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, 建立东南亚华文媒体字母词表, 词库。	词表仅仅对每一条词条给出提示性释义, 没有给出详细用例。
2019	张名扬	硕士论文	汉语新词新语在海外华语中的使用与传播研究	提出开展海内外华文媒体多元合作、构建网站共享机制、拓宽传播渠道等对策建议。	对新词新语的历时研究不够, 在新选词上数量受限制, 具有一定片面性。
2018	刘慧玲	硕士论文	泰国华语特色词语研究	提出在保留词汇区域特色的同时与普通话词汇相协调, 提高泰国华语词汇的规范性的建议。	词汇规范化是一样综合复杂的工程, 在发挥泰国社会各方面如何进行规范, 通过哪些途径来规范没有进行深入地研究。
2018	徐新伟	期刊	新马泰主要华文媒体非通用规范汉字略论	提出华文视域下汉字的指导思想作为“一带一路”有关的语言文字政策、文字规范协调、文字传播等方面的建议。	在提出海外华文用字与区域的协调关于协调主体、汉字的本体规划, 字库、字表的优化, 汉字传播规划没有深入展开研究。
2018	王祖嫒	博士论文	东南亚五国汉语传播与中国国家形象认知的相关性研究	提出以华人华侨主导的汉语传播模式以中华文化遗产为导向, 拓宽汉语传播的主题、内容、方式以及渠道。	问卷调查方面抽样不够平衡, 对各国汉语传播资料使用田野调查法收集, 描述偏多, 缺少数据模型, 定量分析不足。

四是华文媒体与华文教育和中华文化传播,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]。

表4 国内研究有关华文媒体与华文教育和中华文化传播研究文献

发表年份	学者	发表类型	题名	观点	不足之处
2020	赵文刚	期刊	海外华文媒体讲好中国故事的路径探析	发现泰国国家语言政策中,支持、促进泰国华文教育的分量随着中国经济的强大越发越重的规律。	文中仅仅通过列举案例的形式进行分析海外华文媒体讲好中国故事的国际路径,研究定位过于鸿大。
2018	郭光明,孟晓	期刊	泰国华文教育发展的启示	发现泰国华文教育自1992年开始进入国民教育体系对推华文教育的发展发挥了助推作用。	在搭建华文教学平台,改进华文教学条件等方面没有深入提出详细的论证。
2012	徐心欣	硕士论文	泰国华文媒体与中国国家文化形象	提出了继承弘扬我国传统文化、兼收并蓄国外先进文化、深化完善文化体制改革、践实社会主义核心价值	论文在样本抽取中还可以优化细致,存在一些主观因素。

[19] 赵文刚. 海外华文媒体讲好中国故事的路径探析[J]. 对外传播, 2020, (08): 46-48.

[20] 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.

[21] 徐心欣. 泰国华文媒体眼中的中国国家形象研究[D]. 云南大学, 2012.

[22] 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.

发表年份	学者	发表类型	题名	观点	不足之处
			——对《世界日报》的个案分析	值等提升我国软实力因素的策略。	
2017	郑慧曦	硕士论文	华文媒体对泰国华文教育的影响研究	提出运用泰国华文媒体促进泰国华文教育的策略等。	论文中问卷调查和采访环节的问题设置还可以更精细更有针对性为论文提供更真实可靠的数据支持。

2. 国外研究动态

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。(John McMullan, 2020)^[23] 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。

(Shihu, Zou, 2021)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^[24]。(Liu Jun & Zhang Sheng, 2020)研究中国传统文

[23] 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).

[24] Shihu Zou. Research on Perceived Value and Follow-Up Behavior of New Media Users[J]. Financial Engineering and Risk Management, 2021, 4(5).

化的传播和新媒体音乐的创作进行了研究^[25]。(Khalip, Jacques et al., 2020)就新媒体构建形象进行了研究^[26]。(Andrew S. Ross and Damian J. Rivers, 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^[27]。(Ye Liu, 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^[28]。(Zhang Qiying, 2022)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^[29]。

表 5 国外研究相关文献

发表年份	学者	观点	不足之处
2020	John McMullan	提出网络数字计算机是终结所有媒介的元媒介,将 YouTube、SoundCloud 和 Twitter 等网络平台称为数字媒体。	在未来的研究中还需要进一步厘清旧媒介与新媒介、数字媒介之间的关系,有助于我们在现有社会的基础上更有效地被网络平台采纳和使用。
2021	Shihu, Zou	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。	新媒体平台具有多样性,在探讨新媒体平台共性的同时还需要考虑不同新媒体间的差异性。
2020	Liu Jun & Zhang Sheng	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。	在互联网高速发展阶段,将中国传统文化融入到新媒体音乐之中借助数字艺术传播进行高效高质、健康良性的可持续发展路线还需要深入探究。

[25] Liu Jun, Zhang Sheng. Research on the fusion of new media music creation and chinese traditional culture[J]. BASIC & CLINICAL PHARMACOLOGY & TOXICOLOGY, 2020, 127.

[26] 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.

[27] Andrew S. Ross, Damian J. Rivers. Sport in the new media landscape: Community, participation and discourse[J]. Discourse, Context & Media, 2020, 35(C).

[28] Ye Liu. Chinese Internet Nationalism in the Era of New Media[J]. Journal of Social Science and Humanities, 2020, 2(10).

[29] 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).

发表年份	学者	观点	不足之处
2020	Khalip, Jacquesetal.	就新媒体构建形象进行了研究。	新媒体展现给大众是多元复杂化, 涉及各个领域, 因此在构建哪一方面的形象需要明确定位, 构建的方式方法可谓多样化, 可以尝试探索媒体间的合作模式。
2020	Andrew S. Ross and Damian J. Rivers	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。	网络世界是一个虚拟的社会交流场所, 打破了传统式的线下交流, 新媒体的兴起拉近了人与人之间的距离, 如何建立一个有益健康积极向上的言语社区值得大众的研究探索。
2020	Ye Liu	研究探讨了随着互联网技术的发展和国内外形势的变化。	将爱国青年为核心的群体为导向, 结合中国新媒体的时代特点与中国互联网民族主义发展为路径值得深入探索和研究。
2022	Zhang Qiying	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。	在新媒体时代资源、信息是多元化的, 传统媒体与新媒体相互补充, 在新媒体时代对主持人的要求更富有生机活力, 因此在探索主持人在新媒体时代面临的机遇和危机是需要抓住受众需求这一要素进行探究。

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, 着力于研究“加快构建中国在国际社会中的地位和影响力, 提升中国国际话语权,”为我国改革发展稳定营造有利于外部舆论环境, 为推动构建人类命运共同体做出积极贡献, 从泰国华文媒体内容生产营运机制发展、泰国华文政策流变开展研究, 提出新方法和新观点; 进一步探索中华文化传播和泰国华文新媒融合发展新路径。

3. 研究内容

泰国华文新媒体微信公众号《世界日报》和《星暹传媒》2020年1月至2022年6月两家媒体的推文报道的内容有关中华文化相关内容, 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。拟解决“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、可敬的中国形象的积极作用？”通过新媒体微信公众号泰国《世界日报》《星暹传媒》2020年-2022年6月推文主题、主题分类、阅读数、点赞数、在看数进行收集，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，将收集的数据导入SPSS软件；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，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。

二、论证思路

本课题以新时代习近平立足于“构建大外宣格局”这一指导思想，以东盟国家华文媒体为研究对象，提出“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、可敬的中国形象的积极作用？”这一问题，材料获得通过对微信公众号《世界日报》和《星暹传媒》2020年1月—2022年6月推文标题、阅读量、点赞量、在读数进行统计，并对标题进行分类分析，并以提出问题、分析问题、解决问题为研究脉络和思路，具体研究思路如下：

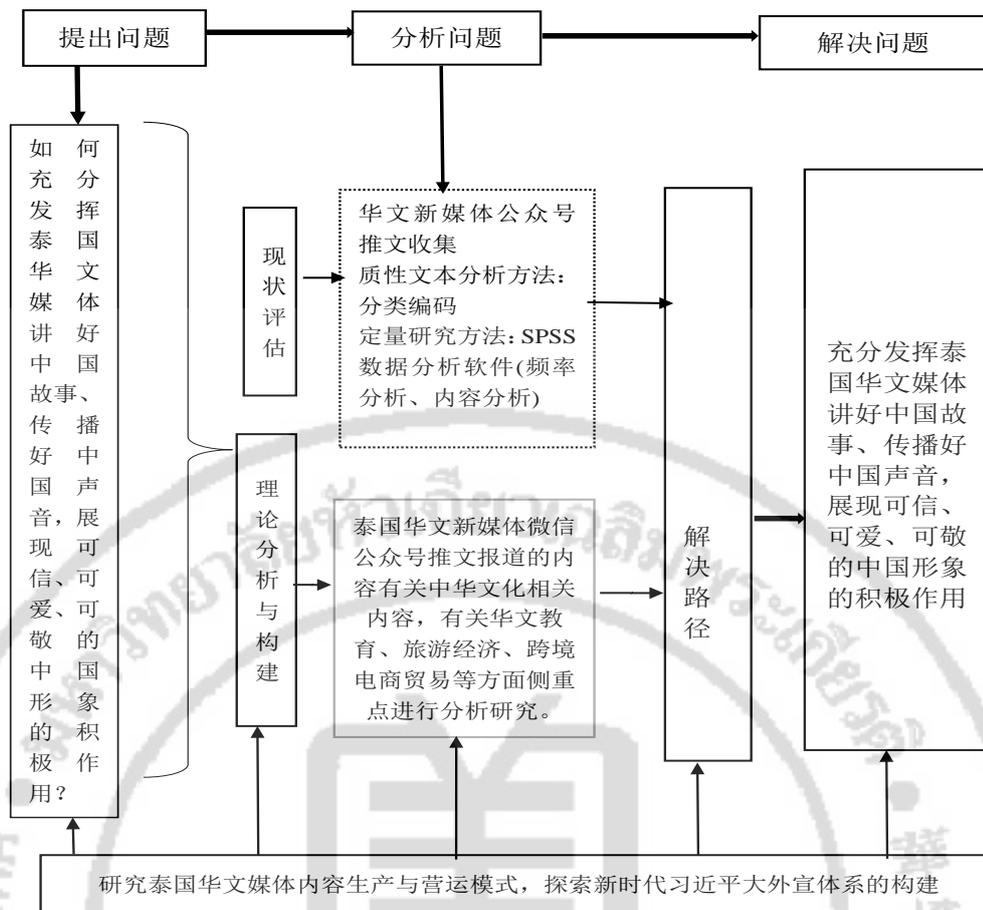


图 4 研究框架图

来源: 笔者绘制

1. 研究计划

第一阶段: 文献检索与分析, 检索国内外海外华文媒体相关研究内容进行分析总结。

第二阶段: 数据采集, 通过大数据手段, 收集两家媒体报道主题、点赞数、阅读数、在看数。

第三阶段: 对比研究和定量研究进行数据分析, 对微信公众号泰国《世界日报》《星暹传媒》报道有关中华文化的相关内容进行分析类比, 找出差异性与共同规律。

2. 可行性

首先是在研究分析微信公众号泰国《世界日报》和《星暹传媒》近两年半推文内容生产情况, 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度融合的传播方式。希望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”，对泰国华文新媒体的发展提供一定的理论参考和现实指导。在次是研究方法和研究计划：本论文研究方法有的放矢、具有针对性，科学可行。最后是研究条件：本人目前工作于桂林旅游学院图书馆负责桂林旅游学院图书馆公众号的管理，同时能利用数据库资源对文献、数据采集提供了有利条件。

3. 本文的创新之处

一是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。

二是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。

4. 研究主题

作为海外华人社会的“三宝”之一的华文媒体，毫无疑问是东盟国家华人华侨认识中国形象的中国重要平台，也是了解、洞悉泰国社会形态的重要渠道。本研究选取具有代表性的泰国两家华文媒体——泰国《世界日报》和《星暹传媒》的微信公众号中关于泰国疫情防控和国际疫情发展变化的新闻资讯进行收集整理，采用 SPSS25.0 版本进行量化分析，主要包括描述性内容分析，进而研究两家媒体对后疫情时期的内容生产进行研究。

三、样本抽取、编码

1. 样本抽取

本研究采用爬虫工具从《世界日报》和《星暹传媒》微信公众号 2020 年 1 月至 2022 年 6 月发布的新闻标题抽取样本数据，对数据进行数据去重、删除异常数据和缺失数据，采取定性文本分析法和编码分类进行分析，通过 MAXQDA 软件进行代码子代码片段和双例、单例模型进行数据分析结果的可视化操作，最终解读华文媒体内容生产的内在机理与特征。

2. 编码及原则

本研究采用质性文本分析、扎根理论等研究方法，使用 MAXQDA 软件对泰国《世界日报》和《星暹传媒》十年来，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^[30] (Charmaz & Bryant, 2006; Glaser & Strauss, 1998; Strauss & Corbin, 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 和 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着相似的作用。详细概念需要脱离数据, 去形成理论。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、甚至整改文本篇章, 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 和 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^[31]。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, 具体如表 6:

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

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

表 6 标题分类编码

1 中老泰高铁
2 跨境电商贸易
3 中泰合作
4 旅游经济
5 华文教育
6 公共卫生
7 华侨社团活动
8 东盟博览会

四、研究重点和难点

1. 研究重点

泰国华文新媒体微信公众号泰国《世界日报》和《星暹传媒》2020 年 1 月至 2022 年 6 月两家媒体的推文报道的内容有关中华文化相关内容，有关华文教育、中泰经贸合作、中泰旅游、跨境等方面侧重点，新媒体内容生产与读者阅读量、关注量、点赞量等指标数据进行对比分析。微信公众号泰国《世界日报》《星暹传媒》内容生产方向与中华文化传播之间的关系，分析两家媒体微信内容生产的规律及原因，找出其中的共性和特性，探索中华文化海外传播的路径。

2. 研究难点

针对微信公众号泰国《世界日报》《星暹传媒》收集的近两年多的数据总计 15000 条新闻样本如何从中准确找出其中的规律并梳理，以年月日时间维度对内容生产重点进行定量分析和对比分析。探索两家媒体的动态演变过程。

解决方法：采用文本质性分析方法，使用 SPSS 软件能很好处理微信公众号泰国《世界日报》《星暹传媒》收集的近两年多的数据，对相关中华文化传播内容进行文本质性分析，能直观可视化数据中的联系。

第一章 泰国华文媒体的发展演变

第一节 泰国华文纸质媒体发展现状

一、纸媒的概念

纸媒，从广义上理解，指以纸质材料作为信息的载体，以向特定人群传播作为主要目的的媒介，包括报纸、期刊、书籍及其他纸质媒体如传单、海报及商业邮寄信息等；而从狭义上理解，纸媒主要指以纸质材料作为信息的载体，以向特定人群传播作为主要目的并且信息定期更新的媒介。随着“一带一路”战略推出，提倡“一带一路，语言铺路”“一带一路 语言先行”。目前有60多个国家和地区将汉语教学纳入国民教育体系，170多个国家开设汉语课程或汉语专业，在我国之外全球汉语学习人数多达1亿^[32]。因此在未来不久，汉语将作为一种全球性语言成为世界第二大语言。通俗的讲报纸、期刊和书籍统称为纸媒。

二、泰国华文纸媒的概念

泰国华文纸媒，是指在泰国当地公开发行的、以华文作为主要发行文字、以华人作为主要受众的纸质平面媒体。从泰国华文纸质媒体《汉今日报》的诞生，出现了第一份华文报纸，到今天已经有120个年头了^[33]。

泰国华文报纸和期刊、汉语学习书籍记录了在泰华人的历史发展，成为异国他乡的华人了解中国文化的一个窗口，更为华裔的语言文化传承和对在泰国形成中国国家形象树立一个正面的认知。

泰国华文报纸种类现在还在创办的有《京华中原联合日报》、《新中原报》、《星暹日报》、《中华日报》、《世界日报》、《亚洲日报》、《中华青年报》报纸；泰国华文期刊种类有《泰中学刊》、《泰国风》、《泰国游》、《时代论坛》、《泰华文学》、《东盟商界》等；在泰汉语学习书籍有《汉语教程》、《新实用汉语课本》、《体验汉语》、《快乐汉语》、《实用汉语教程》、《初级汉语》等。

[32] http://www.moe.gov.cn/jyb_xxgk/xxgk_jyta/jyta_yys/201803/t20180302_328518.html

[33] 黄海珠. 泰国华文纸媒研究[M]. 中国社会科学出版社, 2013. 5

表 7 泰国主要华文报纸、华文期刊、汉语教材汇总表

序号	华文报纸	华文期刊	汉语教材
1	《京华中原联合日报》	《泰中学刊》	《汉语教程》
2	《新中原报》	《泰国风》	《新实用汉语课本》
3	《星暹日报》	《泰国游》	《体验汉语》
4	《中华日报》	《时代论坛》	《快乐汉语》
5	《世界日报》	《泰华文学》	《实用汉语教程》
6	《亚洲日报》	《东盟商界》	《初级汉语》
7	《中华青年报》		

第二节 泰国华文新媒体发展现状

一、新媒体的概念

新媒体，指除纸质媒体以外的新形式的媒体，因此称为新媒体。随着时代的发展，互联网以一种无法抗拒的自然力量渗透到我们生活、社会、经济的各个方面。当下在中国提到新媒体最为热门的包括互联网、门户网站、手机媒体、新闻客户端、微博、微信、腾讯 QQ 等媒体；同时我们还会想到一些 APP 软件如：抖音、快手、小红书、美团、支付宝等。新媒体是一个随着时间的变化随时在变化着的，是个变动的概念，没有固定的名称，形态形式在不断变化发展。从时间、技术、社会这三个维度来看。从时间维度看，时间是一个相对的概念，相对、发展的概念，不会终结于某个形态，具有数字化和互动性，凡是近期出现的媒体，我们都称为新媒体。从技术维度看传播更广泛，应用更普遍，具有网络化、移动化、融合化这三个特点。从社会维度看，以一对多的单向传播到点对点的多向传播，广泛联系，相互依存的网状社会结构。

二、泰国华文新媒体的概念

泰国华文新纸媒，是指在泰国当地公开发行的、以华文作为主要发行文字、以华人作为主要受众的，除纸质媒体以外的新形式的媒体。

泰国华文新媒体目前包括华文广播电视媒体、泰国中文电视台泰华卫视和泰国国际中文电视台收看卫星波段：KU 一 BAND/ NSS。6，调频：11635/ 27500 mhZ。其主要节目有《TCI 新闻》、《@Siam》、《Wow, Bangkok》、《泰国游游游》、《动漫汉语》^[34]。学习汉语的 APP 软件《快乐汉语》APP，电子词典《汉泰词

[34] 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.

典》；电子教材《快乐汉语》、《体验汉语》；在线视频资源有 Little Fox Chinese (<https://chineselittlefox.com/en>) 里面分为分级阅读、故事绘本、儿歌、游戏等汉语学习界面，YouTube 可以订阅 Chinese Fairy Tales 有各种汉语学习视频中文配音+英文字幕；YouTube 还可以订阅儿歌系列。

第三节 泰国主要华文媒体现状及作用

一、主要泰国华文报纸现状

表 8 泰国主要华文报纸简介表（下页续）

序号	报纸名称	报纸特点	不足之处
1	《京华中原联合日报》	由《京华日报》和《中原日报》联合出版，属于综合性报纸，重视社会新闻。	报道侨乡新闻过多偏向于潮汕新闻。
2	《新中原报》	立场倾向于中国。	曾面临资金不足的现状。侨社侨领的广告版面偏多。
3	《星暹日报》	立足泰国，面向中国和东盟，致力于打造泰国最好的华文主流媒体。排版版面导读索引方便阅读。	由于立场过于保守，建报初始具有反共色彩，1975 年中泰建交后立场逐渐转变。2012 年改版前，长期使用繁体字。
4	《中华日报》	内容丰富，开设《教与学》版面为汉语教育者、学习者提供了学习交流的平台。	立场不坚定，随潮流变化不断。
5	《世界日报》	中国国民党与泰华侨领合办。	报道立场倾向台湾，字体仍用繁体字。
6	《亚洲日报》	坚持站在不偏不倚中立的政治立场。开辟了“电视教学版面”，分期刊登《实用汉语教程》	字体仍用繁体字。
7	《中华青年报》	开辟了“中文教室”、“中文阅读”、“学唱中文歌”、“教与学”等版面，标注汉语拼音，配有泰文翻译，并用简体字作为发行文字，受众定位新一代华人青年。	华人华侨关注度还不够高。

《京华中原联合日报》

现状：1984年7月16日在曼谷创刊，由《京华日报》和《中原日报》联合出版，属于综合性报纸，版面内容有：要闻、国际新闻、华社新闻、两岸消息、侨团版、潮汕风情、南粤新闻、经济、股市与商情、影视、卫生与健康、教育等。

作用：尊重泰国政策，宣扬尊崇王室、宗教，维护国家安全，比较重视社会新闻，对华人侨团较为重视，特别重视中国与乡情的报道，服务于泰国社会，促进华人华侨了解中国文化。

《新中原报》

现状：1974年创刊，前身为1939年在曼谷创刊的《中原报》，1974年改为《新中原报》，创办人李其雄，报刊特色侧重新闻特写，版面内容包括“要闻、国际新闻、商情、经济新闻、侨团新闻、泰国国内新闻、社会新闻、体育、海峡两岸、国际财经、热点追击、大众文艺、新半岛、春秋、冰淇淋、小说、综合副刊”等。

作用：对中国态度友好，比较客观地报道中国情况，坚持展现对话友好，主张促进泰中关系合作发展的立场。

《星暹日报》

现状：1950年元旦之际在曼谷创立，创刊同时出版《星泰晚报》，但晚报与1973年7月停止刊发。创办人由胡文虎与泰国华侨富商郭实秋合办，后胡氏收购郭氏股权，胡氏兄弟去世后，胡蛟接管，1972年改由李益森接管。

作用：报刊经济版面特色鲜明，为商界提供一系列经济发展和金融信息。

《中华日报》

现状：1953年由《新报》周刊改编而成，1960年改为《中华日报》；由陈纯等人创办，报刊特色主要侧重报道中国新闻，政治立场随潮流转变，1970年以前倾向台湾当局，1975年以后转向拥护共产党，中泰建交后，常采用新华社和中国新闻社电讯，报道中国和泰国有好的消息。

作用：该报刊为沟通中泰两国文化，促进两国人们亲切友善交流。

《世界日报》

现状：1955 年创刊于曼谷，创办人为世界报业有限公司，报刊特色主要报道台湾的新闻及报道。原为台湾联合报系在东南亚的分支机构，后态度从倾向台湾当局变为中立，甚至有所偏向内地。以商业报道为主，版面包括：政治、经济、文化、旅游、华侨同胞等相关信息，具体有“要闻、泰京新闻、东南亚新闻、泰国经贸、泰国证券、国际新闻、国际经济、台湾新闻、台湾经济、中国新闻、中国经济、社会新闻、体育新闻、侨乡风采、经济生活、工商服务、娱乐天地、教与学、湄南河副刊、小说世界、健康、妇女家庭、旅游休闲、侨社新闻、侨社活动、内地新闻以及周日特刊”等。

作用：促进侨社和谐、团结、繁荣和进步，拥戴王室，支持政府，遵守法令，服务社会。

《亚洲日报》

现状：1993 年在曼谷创立，言论比较客观，坚持站在不偏不倚中立的政治立场。版面内容有“国际要闻、国际经济、国内要闻、社会要闻、侨团新闻、各府通讯”等。

作用：弘扬中华文化，促进中泰文化交流，并作为海外华人沟通的桥梁。

《中华青年报》

现状：2004 年 5 月 6 日创立刊物，创办人胡娟，中泰文对照排版，报刊特色属于文艺类，报道内容以新潮时尚、文娱动向、华文在线发展、政商学界知名人士专访为主要内容，并开辟了学唱中文歌、教与学等版面，标注汉语拼音，配有泰文翻译，并用简体字作为发行文字，受众定位新一代华人青年。

作用：推行简体字，宣传中华文化，为学习中文的读者提供了一份课外有益读物。

二、主要泰国华文报刊现状及作用

《泰中学刊》

现状：1994 年创刊，泰中协会创立刊物，属于学术性社团期刊，每年刊发一次；由洪林任主编。

作用：每年刊发 200—300 本，有效促进了泰中文化交流。

《泰国风》

现状：2005 年创立，每月刊发，由泰国商务部、泰国旅游局主管，属于综合性华文期刊，同时获准在泰国及中国进行发售。

作用：聚焦社会新闻、文化、旅游等内容进行选文，介绍了中泰两国社会、文化等方面的发展。

《泰国游》

现状：1994 年创刊，王鸿宾为出版人，属于综合性中英文月刊，并在各大酒店、机场等公共场合免费赠阅。内容聚焦名胜古迹、风土人情、文化历史、泰华社会和工商投资等提供咨询和实用资料。

作用：通过景点、文化、节庆、美食、航班等旅游信息介绍，促进了中泰两国经济、文化和旅游等方面的交流。

《时代论坛》

现状：1994 年于曼谷创刊，由陈静人董事长，属于时政类刊物，主要报道经济、社会及人文内容，设立了专题特辑，报道实事重大课题。

作用：在国际新闻报道主要报道中国新闻，介绍中国发展、民风民俗和传统文化，促进了中泰经济文化相互了解和交流。

《泰华文学》

现状：1955 年创刊，不久后停刊，1999 年复刊。初为月刊后改为季刊，泰国华文作家协会进行主办，以华文文学作品，文体以小说、散文、诗歌、评论为主要内容。拒绝商业广告，由泰国华人社团及泰国华商共同赞助出版，属于华文文学期刊。

作用：属于泰国为数不多的纯文学类杂志，《泰华文学》促进了中华文化传播。

《东盟商界》

现状：2009 年 10 月创立，韩中渭创办，商业性月刊，中泰双语杂志。有《东盟经济时报》和《世界商贸》两家杂志联合主办的，属于当时唯一一份以东盟自贸区为主题的杂志。目前已经在中国云南设立了代表处，在越南有了特约记者，在老挝开拓了发行渠道，将有望发行至更多的国家。

作用：通过面向东盟区域各国商界、企业人士，为东盟各国企业和企业家提供了合作交流的平台。

三、主要泰国华文新媒体现状及作用

泰国华文新媒体目前包括华文网站、华文电视广播、社交媒体、学习汉语的 APP 软件及电子书。

华文网站

现状：泰国网 www.taiguo.com，谷歌 Google.co.th，油管 Youtube.com，中国华文教育网，中国侨网 <https://www.chinaqw.com/>。泰国网是泰国新泰日报旗下的新媒体^[35]，在泰国用户中口碑较好的地域性中文综合门户信息网站，为泰国中文商务信息、求职招聘、前沿的旅游信息发布提供了一个便捷的平台。其中，中国侨网包含华侨华人、中华文化、华文教育、经济科技、侨务心声、华助中心、侨乡传真、环球旅游、广告服务等方面。

作用：华文网站是海外华人华侨以及汉语学习者了解中华文化的一个窗口，为宣传弘扬中华文化，促进各界经济、文化交流合作提供了一个平台。

华文电视广播

现状：泰国中文电视台有泰华卫视、泰国国际中文电视台、腾讯视频海外版 WeTV 与泰国 8 台电视频道（简称：泰国 8 台）建立战略合作伙伴，以娱乐节目、海外姐妹和体育节目为主，其中电视剧《三生三世枕上书》、《传媒中的陈芊芊》、《明月照我心》在泰国 8 台播出。泰国中文电视台泰华卫视和泰国国际中文电视台收看卫星波段：KU 一 BAND/ NSS。6，调频：11635/ 27500 mhZ。其主要节目有《TCI 新闻》、《@Siam》、《Wow, Bangkok》、《泰国游游游》、《动漫汉语》^[36]。作用：华文电视的播放吸引了中文用户的关注，促进了中华文化的传播，更为汉语学习者提供了丰富的汉语学习资源。

社交媒体

现状：社交媒体有 Facebook、Twitter，新浪微博、微信、腾讯 QQ、抖音海外版等。

作用：海外华文类社交媒体为汉语学习者提供了一个学以致用用的平台，同时为初学者熟悉汉语环境提供了一个很好的机会。

学习汉语的 APP 软件及电子书

现状：学习汉语的 APP 软件《快乐汉语》APP 由人民教育出版社、人民教育电子音像出版社共同研发，是一款专为海外中小學生打造的国际汉语精品数字教材；APP 软件 YouTube 可以订阅 Chinese Fairy Tales 有各种汉语学习视频中文配音+英文字幕；YouTube 可以订阅儿歌系列。电子词典《汉泰词典》；电子

[35] 门户 - Powered by Discuz!<http://www.taiguo.com/portal.php>

[36] 郑慧曦，华文媒体对泰国华文教育的影响研究[D]湖南师范大学硕士学位论文. 2017.

教材《快乐汉语》、《体验汉语》；在线视频资源有 Little Fox Chinese (<https://chineselittlefox.com/en>) 里面分为分级阅读、故事绘本、儿歌、游戏等汉语学习界面。

作用：学习汉语的 APP 软件及电子书逐日增多，加大了中华文化的传播力度，为汉语学习者提供了更轻松便捷的方式方法。



第二章 泰国《世界日报》与《星暹传媒》微信公众号内容生产对比研究

第一节 微信公众号基本情况

一、《世界日报》基本情况

泰国《世界日报》是目前泰国最大、最权威的华文报。新浪微博号：世界日报；网址：www.udnbkk.com；微信号：udnbkk，认证主体为“通河县通正金桥信息咨询有限公司”。名称记录 2021 年 09 月 14 日“泰国世界日报”认证，2021 年 09 月 19 日变更为“UDNTHAI”，认证为“UDNTHAI”。经营范围：二手房买卖及房屋中介信息服务；饮水机销售；家政服务；小区物业管理；从事广告业务；进出口贸易；电子商务平台；户外广告招牌、标识、泛光艺术照明的设计；网站、网页设计、制作；货物进出口业务；货运代理；企业形象策划；进口特产商品（含食品和化妆品）批发与零售。资讯末尾放有小编微信号、订报电话和广告电话。

微信界面点开服务有“往期事”和“游在泰国”，界面没有看到视频号相关视频。界面“服务”中的往期事包含：热点新闻、生活秘籍、海外产地。热点新闻——一点开后最晚发布的新闻是 2018 年 7 月 14 日发布主题为普吉酒店预定 70%被取消，损失几百亿，还说没影响吗？最早发表的是 2017 年 9 月 30 日婚礼不够 17 岁新郎落跑 女方家长要报警。生活秘籍——一点开后最晚发布的是 2017 年 9 月 30 日发布主题为曼谷新增 60 例兹卡病毒病例 请做好防蚊措施。最早发布的是 2017 年 5 月 5 日发布主题为【5.5 更新!】泰国买买买 大牌 1 折起！及时打折信息怎能少？！海外产地——一点开后最晚发布的是 2017 年 9 月 26 日发布主题为欲在泰购买房屋的外籍人士 请注意了 陷阱一个比一个深。最早发布的是 2017 年 3 月 20 日发布主题为泰国内阁批准放宽外国人投资限制。

二、《星暹传媒》基本情况

打开星暹传媒微信公众号的界面，公众号简介是这样介绍，有华闻，有泰度！70 年星暹传媒，打造泰国第一华文主流媒体。网址：www.singsianyerpao.com；官方微博：泰国星暹传媒；微信号：ssdaily，账号主体云南新暹文化传媒有限公司。2019 年 5 月 10 日注册“新暹泰国”，同年 7 月 30 日“新暹泰国”账号迁移改名“星暹传媒”。开设视频号：主题有#泰国、#中国、#每周三星暹直播、#疫情、#教育、#中泰交流、#泰国星暹传媒地产直

播、#星暹传媒教育直播系列、#交流、#旅游等视频共 242 个视频（统计截止 2023 年 3 月 16 日）。资讯页头放有发广告有关房产物流、跨境电商的相关广告以及广告投递联系方式。

视频号每周三直播中国时间 15:30 分，其中包含中泰教育医疗直播介绍泰国高校有朱拉隆功大学、易三仓大学的留学项目，泰国中小学有华文国际学校；介绍学校的环境师资等情况；泰国旅游及房产，介绍正大集团旗下的各大房产的地理位置及性价比。视频号最早的视频是 2021 年 4 月 5 日发布的主题为“泰国搞笑征兵现场！“拼人品”的时候到了”点赞 0 次，点爱心 11 次，转发 1 次，评论 0 次。最近一次发布的视频是 2022 年 5 月 18 日发布的主题为“面对内卷的中国直播市场，已经有商家出海闷声发大财”点赞 31 次，点爱心 62 次，转发 138 次，评论 3 次。从第一次视频号视频推出到最近一次视频号视频推出。从点赞 0 次到 31 次，点爱心 11 次到 62 次，转发 1 次到 138 次，评论 0 次到 3 次，说明公众号推出的视频从受众读者对视频私密的喜欢，没有把视频推荐给微信好友的潜在想法到不仅喜欢公众号推出的视频，还把它推荐给微信好友。从大数据时代网络传播的角度来看，好的视频能让受众读者形成一个正向循环，将好的信息传播推送到更多的读者面前。

第二节 内容生产侧重点分析

一、《世界日报》内容生产侧重点

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 9。

表9 《世界日报》新闻内容主题频率分析表

	项目	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	

二、《星暹传媒》内容生产侧重点

《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 10。

表10 《星暹传媒》新闻主题频率统计表

		频率	百分比	有效百分比	累积百分比
有效	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	

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 月发布的新闻标题抽取样本数据，对数据进行数据去重、删除异常数据和缺失数据，将有效数据导入 SPSS 软件利用扎根理论得出中老高铁为主题的有效数据《世界日报》有 6 条，《星暹传媒》有 6 条；跨境电商贸易为主题的有效数据《世界日报》有 19 条，《星暹传媒》有 15 条；旅游经济为主题的有效数

据《世界日报》有 73 条《星暹传媒》有 24 条，华文教育为主题的有效数据《世界日报》有 23 条《星暹传媒》有 49 条，公共卫生为主题的有效数据《世界日报》有 57 条《星暹传媒》有 59 条，华侨社团活动为主题的有效数据《世界日报》有 3 条《星暹传媒》有 71 条，东盟博览会为主题的有效数据《世界日报》有 6 条《星暹传媒》有 1 条。《世界日报》有效数据总量为 209 条，《星暹传媒》有效数据总量为 235 条。《世界日报》排名第一、第二、第三的分别是旅游经济、公共卫生、跨境电商贸易。《星暹传媒》排名第一、第二、第三的分别是华侨社团活动、公共卫生、华文教育。见表 11。

表 11 代码矩阵

代码列表	世界日报	星暹日报	总数
🚄 中老泰高铁	6	6	12
🛒 跨境电商贸易	22	10	32
🤝 中泰合作	19	15	34
🏞️ 旅游经济	73	24	97
🎓 华文教育	23	49	72
🏥 公共卫生	57	59	116
👥 华侨社团活动	3	71	74
🌐 东盟博览会	6	1	7
📊 总数	209	235	444

从两家媒体主题数量排名可以看出，《世界日报》侧重于旅游经济和跨境电商贸易类的新闻，《星暹传媒》侧重于华侨社团和华文教育类，公共卫生是两家媒体共同关注的主题，其次是旅游经济，华侨社团活动和华文教育排第三和第四。

通过表格代码相关分析可以得出新闻内容以中老泰高铁为归类主题内容同时涉及跨境电商贸易、中泰合作和华文教育的新闻总计 5 条；以跨境电商贸易为归类主题内容同时涉及中老泰高铁、中泰合作和华文教育的新闻总计 11 条；以中泰合作为归类主题内容同时涉及中老泰高铁、中泰合作和华文教育的新闻总计 5 条；以旅游经济为归类主题内容同时涉及中泰合作、公共卫生和华侨社团活动的新闻总计 6 条；以华文教育为归类主题内容同时涉及中老泰高铁、跨境电商贸易、中泰合作、公共卫生、华侨社团活动和东盟博览会的新闻总计 19 条；以公共卫生为归类主题内容同时涉及旅游经济和华文教育的新闻总计 9 条；以华侨社团活动为归类主题内容同时涉及旅游经济和华文教育的新闻总计

9 条；以东盟博览会为归类主题内容同时涉及跨境电商贸易和华文教育的新闻总计 3 条。通过分析话题重叠交叉新闻报道总计 70 条。见表 12。

表 12 代码相关分析

代码列表	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	总数
中老泰高铁		3	1		1				5
跨境电商贸易	3		1		5			2	11
中泰合作	1	1		2	1				5
旅游经济				2		6	1		9
华文教育	1	5	1			3	8	1	19
公共卫生				6	3				9
华侨社团活动				1	8				9
东盟博览会		2			1				3
Σ 总数	5	11	5	9	19	9	9	3	70

通过分析新闻内容同时涉及主题最多有 6 个主题。话题分类报道总数排名第一、第二的分别是：华文教育 19 条，跨境电商贸易 11 条；话题分类以旅游经济、公共卫生和华侨社团活动并列排名第三，报道总数都为 9 条。

通过分析华文教育成为报道的重点，占比 27.14%；其次是跨境电商贸易，占比 15.71%。

双例模式

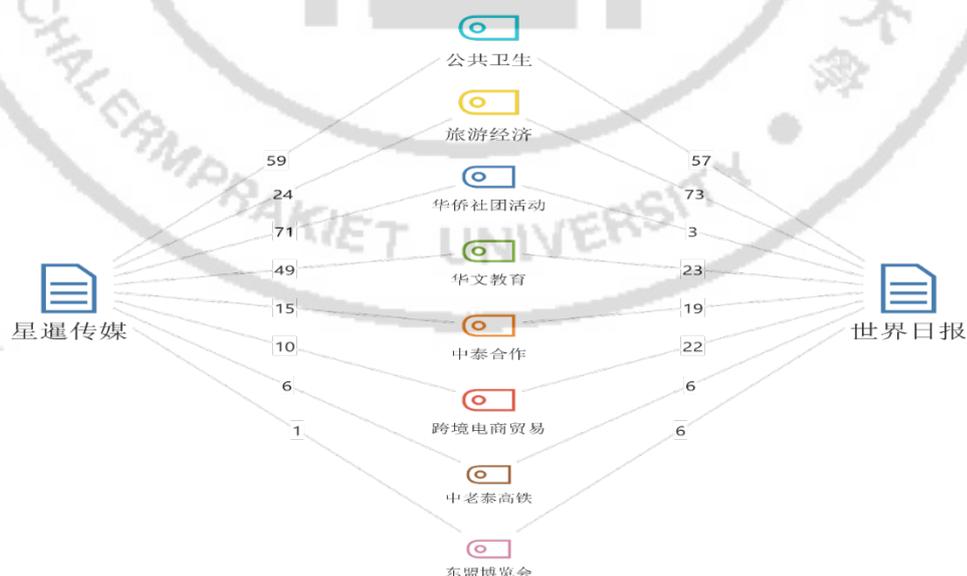


图 5 代码共显双例模式

《星暹传媒》和《世界日报》报道的主题统计，公共卫生主题分别为 59 次和 57 次，旅游经济分别为 24 次和 73 次，华侨社团活动分别为 71 次和 3 次，华文教育分别为 49 次和 23 次，中泰合作分别为 15 次和 19 次，跨境电商贸易分别为 10 次和 22 次，中老头高铁被两家媒体报道的次数均为 6 次，东盟博览会分别为 1 次和 6 次。可以发现，公共卫生实践是两家媒体报道的重点，此外，华侨社团活动是《星暹传媒》报道的重点内容，《世界日报》对华侨社团活动的关注不高，不是其内容生产的重点。

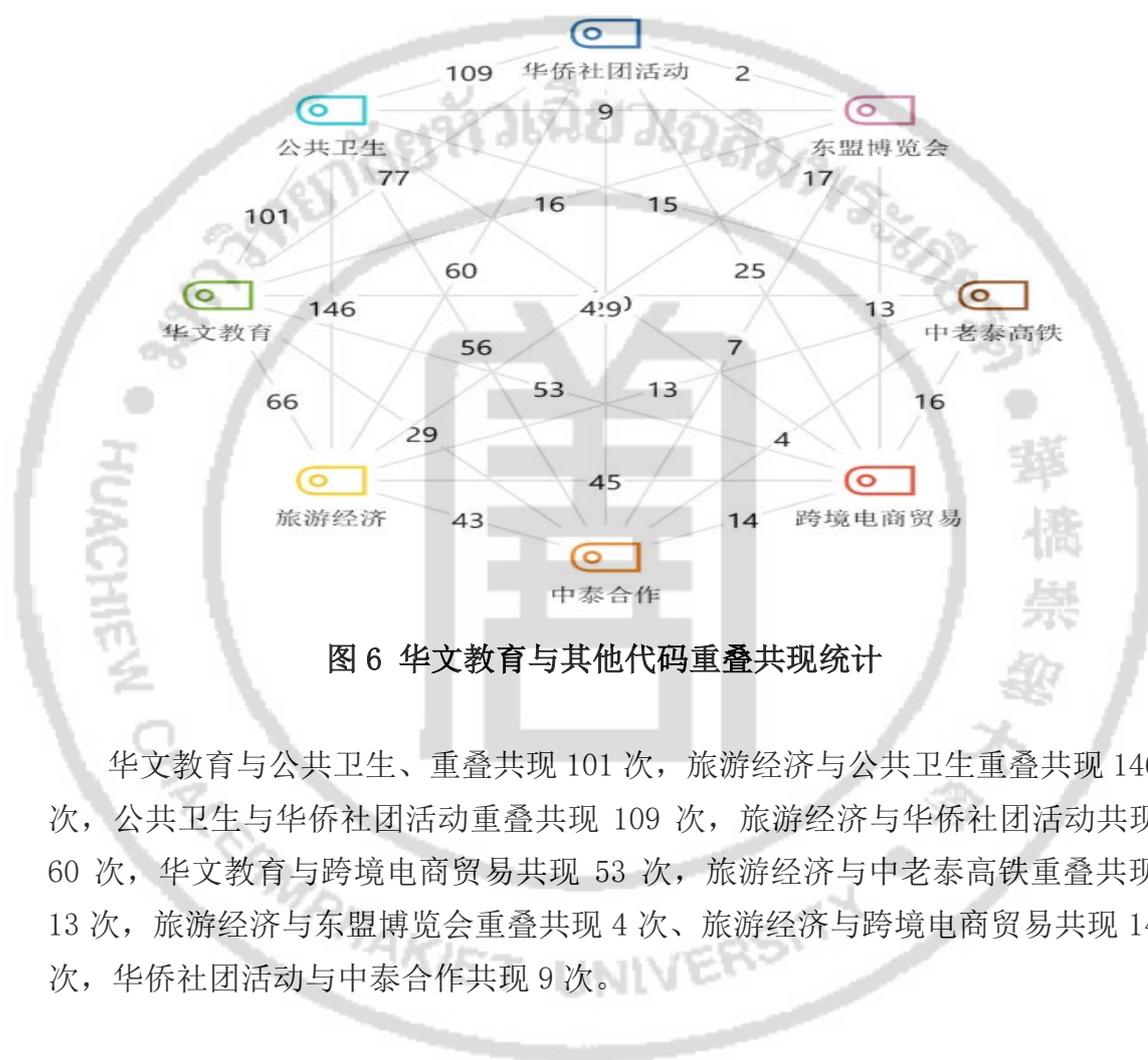


图 6 华文教育与其他代码重叠共现统计

华文教育与公共卫生、重叠共现 101 次，旅游经济与公共卫生重叠共现 146 次，公共卫生与华侨社团活动重叠共现 109 次，旅游经济与华侨社团活动共现 60 次，华文教育与跨境电商贸易共现 53 次，旅游经济与中老泰高铁重叠共现 13 次，旅游经济与东盟博览会重叠共现 4 次、旅游经济与跨境电商贸易共现 14 次，华侨社团活动中与泰合作共现 9 次。

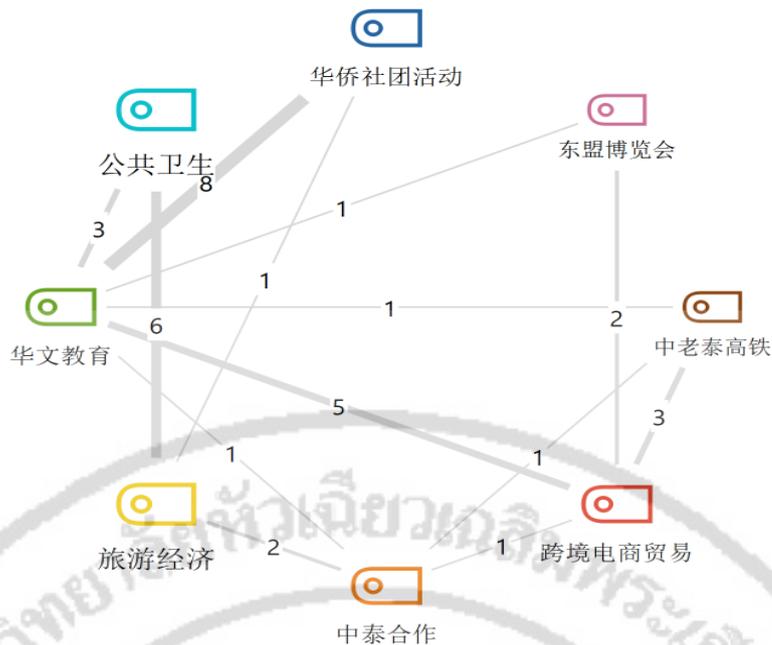


图 7 华文教育与其他代码重叠共现统计

图 7 华文教育与其他代码重叠共现统计发现：以华文教育为报道主题有 19 条，内容同时重叠共现涉及 6 个主题，其中跨境电商贸易 5 条，公共卫生 3 条，中泰合作 1 条，中老泰高铁 1 条，东盟博览会 1 条；以旅游经济为报道主题有 9 条，内容同时重叠共现涉及 3 个主题，其中公共卫生 6 条，中泰合作 2 条，华侨社团活动 1 条；以中泰合作为报道主题有 5 条，内容同时重叠共现涉及 4 个主题，其中旅游经济 2 条，华文教育 1 条，中老泰高铁 1 条，跨境电商贸易 1 条；以跨境电商贸易为报道主题有 11 条，内容同时重叠共现涉及 4 个主题，其中华文教育 5 条，中老泰高铁 3 条，东盟博览会 2 条，中泰合作 1 条；以中老泰高铁为报道主题有 5 条，内容同时重叠共现涉及 3 个主题，其中跨境电商贸易 3 条，中泰合作 1 条，华文教育 1 条；以东盟博览会为报道主题有 3 条，内容同时重叠共现涉及 2 个主题，其中跨境电商贸易 2 条，华文教育 1 条；以华侨社团活动为报道主题有 9 条，内容同时重叠共现涉及 2 个主题，其中华文教育 8 条，旅游经济 1 条；以公共卫生为报道主题有 9 条，内容同时重叠共现涉及 2 个主题，其中旅游经济 6 条，华文教育 3 条。

以上分析可以发现：从华文教育与泰国的华侨社团活动之间的联系最紧密，华侨社团活动本身具有海外华人群体性，其中的沟通媒介为华文，华侨社团活动的开展，能增加华文的语言文字的使用频率，语言既是文化的媒介，本

身也是文化的内容和特征，所以华侨社团活动能推动中华文化的传播，也能推动华文教育的开展。

表 13 话题分类 * 来源媒体 * 主话题 交叉表
计数

主题		来源媒体		总计	
		世界日报	星暹传媒		
东盟博览会	次主题	餐饮业	1	0	1
		开放	1	0	1
	总计	2	0	2	
公共卫生	次主题	案件重审	1	0	1
		芭堤雅开放	1	0	1
		芭堤雅疫苗	1	0	1
		补助	1	0	1
		春祭	0	1	1
		春苗行动	2	0	2
		戴口罩	1	0	1
		电商	1	0	1
		东博会	1	0	1
		方舱医院	1	0	1
		观光	2	0	2
		国会大厦	1	0	1
		华侨	0	5	5
		华人	1	1	2
		机场	1	0	1
		交通规则	1	0	1
		接种疫苗	1	0	1
		解禁	2	0	2
		捐赠	0	1	1
		开学	1	0	1
		旅行疫苗	1	0	1
		旅游	0	2	2
		旅游业	1	0	1
		曼谷开放	1	0	1
		明星综艺	0	1	1
		企业	1	0	1
		气象	1	0	1
侨社头条	0	10	10		
侨社综合	0	1	1		
庆泰国国王华诞	1	0	1		

主题	计数	来源媒体		总计
		世界日报	星暹传媒	
	确诊	4	0	4
	入境	2	0	2
	社会/泰国旅游	0	1	1
	社会/卫生医疗	0	1	1
	社会生活	3	0	3
	生产权	1	0	1
	双检测	1	0	1
	水灯节	1	0	1
	泰房产购买	1	0	1
	泰国卫生医疗	1	0	1
	泰华人学口语	1	0	1
	卫生医疗	0	7	7
	卫生医疗防控	1	1	2
	心形西瓜	1	0	1
	疫苗	0	1	1
	疫苗厂牌	1	0	1
	疫苗短缺	1	0	1
	游芭堤雅	1	0	1
	游客	1	0	1
	云上东博会	1	0	1
	中国	4	0	4
	中国新闻	0	4	4
	中国自贸港	1	0	1
	中泰	0	1	1
	中泰友谊	0	1	1
	总计	53	39	92
	毕业生	0	1	1
	病毒	0	1	1
	大学	0	2	2
	高铁	0	1	1
	隔离	0	2	2
华侨社团活动	次主题			
	股票熔断	1	0	1
	国际	0	1	1
	海外置业	1	0	1
	华侨	0	1	1
	华人	0	6	6
	教育	0	4	4

主题	计数	来源媒体		总计
		世界日报	星暹传媒	
经济	0	1	1	
捐赠	0	1	1	
旅游	0	4	4	
侨社头条	0	19	19	
侨社综合	0	7	7	
社会	0	2	2	
社会、汉语	0	1	1	
双十一	0	1	1	
泰国旅游	0	1	1	
卫生医疗	0	12	12	
卫生医疗、政治	0	1	1	
卫生医疗防控	0	1	1	
卫生医疗分布	0	1	1	
卫生医疗影响	0	1	1	
新春联欢	0	1	1	
学生	0	1	1	
疫苗	0	1	1	
援助	0	1	1	
中国	0	2	2	
中国美食	0	1	1	
中国新闻	0	4	4	
中泰贸易	0	1	1	
朱拉大学	0	1	1	
总计	2	85	87	
北京冬奥会	1	0	1	
春苗行动	1	0	1	
慈善公益	0	1	1	
第18届东博会	1	0	1	
电影《花木兰》	0	1	1	
电子烟	1	0	1	
东博会	1	0	1	
高铁	0	2	2	
观光	2	0	2	
国际航线开通	1	0	1	
汉语教师	0	1	1	
华侨	0	5	5	
华人	0	5	5	

主题	计数	来源媒体		总计
		世界日报	星暹传媒	
华人华侨	0	1	1	
华商大会	0	1	1	
纪念辛亥革命	0	1	1	
教育	0	6	6	
接种疫苗	3	0	3	
捷运	1	0	1	
景点	1	0	1	
旅客	1	0	1	
旅游	0	1	1	
侨社头条	0	7	7	
侨社综合	0	4	4	
确诊	3	0	3	
入境	1	0	1	
社会现象	0	1	1	
失业危机	1	0	1	
水灯节	1	0	1	
泰国稻米	0	1	1	
泰国教育	0	1	1	
泰国旅游	0	1	1	
泰航	1	0	1	
泰华文化	0	1	1	
卫生医疗	2	5	7	
卫生医疗、彩票	0	1	1	
卫生医疗防控	2	0	2	
卫生医疗分布	0	1	1	
新年活动	0	1	1	
星暹教育	0	1	1	
疫苗	0	1	1	
游客	1	0	1	
云南	1	0	1	
政治	0	1	1	
中国故事	0	1	1	
中国新闻	0	3	3	
中泰	1	0	1	
中泰合作	0	2	2	
Lotus's	1	0	1	
总计	29	58	87	

主题	计数	来源媒体		总计
		世界日报	星暹传媒	
跨境电商贸易	次主题			
	旅游业	1	0	1
	确诊	1	0	1
	入境	1	0	1
	社会生活	2	0	2
	网购	0	1	1
	卫生医疗	1	0	1
总计	6	1	7	
旅游经济	次主题			
	阿里云	1	0	1
	巴西	1	0	1
	边境政策	1	0	1
	出口货物	2	0	2
	春节活动	1	0	1
	大米价跌	1	0	1
	东博会	1	0	1
	独资拍卖	1	0	1
	佛节	1	0	1
	复工	1	0	1
	高尔夫隔离	1	0	1
	观光	4	0	4
	航空	1	0	1
	航线开通	1	0	1
	豪华酒店	1	0	1
	华侨	0	1	1
	华人	1	1	2
	火车票	1	0	1
	火锅	1	0	1
	交付150万剂科兴疫苗	1	0	1
	教育	1	0	1
	接种疫苗	1	0	1
	捷运	2	0	2
	经济	4	1	5
	警察执法	1	0	1
	巨型石雕	1	0	1
	抗疫	0	1	1
	考古	1	0	1
	客机	1	0	1
	联谊会	0	1	1

主题	计数	来源媒体		总计
		世界日报	星暹传媒	
榴莲	3	0	3	
旅行泡泡	1	0	1	
旅游	5	3	8	
旅游业放开	1	0	1	
曼谷	1	0	1	
贸易新格局	1	0	1	
美食	0	1	1	
农产品	1	0	1	
签证	0	1	1	
侨社头条	0	1	1	
侨社综合	0	1	1	
确诊	13	0	13	
日本	1	0	1	
入境	2	0	2	
沙盒计划	2	0	2	
社会	0	1	1	
社会民生	1	0	1	
社会生活	4	0	4	
社会事件	1	0	1	
失业	1	0	1	
水果	1	0	1	
水果输中国	1	0	1	
宋干节	1	0	1	
泰国航班	1	0	1	
泰民丧生	1	0	1	
泰中建交	1	0	1	
卫生部长	1	0	1	
卫生医疗	2	2	4	
卫生医疗好转	1	0	1	
新冠卫生医疗	1	0	1	
新年祝福	1	0	1	
新型毒品	1	0	1	
学校	2	1	3	
云泰高球联谊赛	1	0	1	
征集	0	1	1	
政策	1	0	1	
中国	10	0	10	

主题	计数	来源媒体		总计
		世界日报	星暹传媒	
	中国新闻	0	1	1
	自然花境	1	0	1
	MRT	1	0	1
	总计	102	18	120
中泰合作	次主题			
	北京	1	0	1
	中泰联合声明	1	0	1
	总计	2	0	2
	阿里云	1	0	1
	案件重审	1	0	1
	芭堤雅开放	1	0	1
	芭堤雅疫苗	1	0	1
	巴西	1	0	1
	北京	1	0	1
	北京冬奥会	1	0	1
	毕业生	0	1	1
	边境政策	1	0	1
	病毒	0	1	1
	补助	1	0	1
	餐饮业	1	0	1
	出口货物	2	0	2
	春祭	0	1	1
中老泰高铁	次主题			
	春节活动	1	0	1
	春苗行动	3	0	3
	慈善公益	0	1	1
	大米价跌	1	0	1
	大学	0	2	2
	戴口罩	1	0	1
	第18届东博会国外展区			
	总展览面积	1	0	1
	电商	1	0	1
	电影《花木兰》	0	1	1
	电子烟	1	0	1
	东博会	3	0	3
	独资拍卖	1	0	1
	方舱医院	1	0	1
佛节	1	0	1	
复工	1	0	1	

主题	计数	来源媒体		总计
		世界日报	星暹传媒	
高尔夫隔离	1	0	1	
高铁	0	3	3	
隔离	0	2	2	
股票熔断	1	0	1	
观光	8	0	8	
国会大厦	1	0	1	
国际	0	1	1	
国际航线开通	1	0	1	
海外置业	1	0	1	
汉语教师	0	1	1	
航空	1	0	1	
航线开通	1	0	1	
豪华酒店	1	0	1	
华侨	0	12	12	
华人	2	13	15	
华人华侨	0	1	1	
华商大会	0	1	1	
火车票	1	0	1	
火锅	1	0	1	
机场	1	0	1	
纪念辛亥革命	0	1	1	
交付150万剂科兴疫苗	1	0	1	
交通规则	1	0	1	
教育	1	10	11	
接种疫苗	5	0	5	
捷运	3	0	3	
解禁	2	0	2	
经济	4	2	6	
景点	1	0	1	
警察执法	1	0	1	
巨型石雕	1	0	1	
捐赠	0	2	2	
开放	1	0	1	
开学	1	0	1	
抗疫	0	1	1	
考古	1	0	1	
客机	1	0	1	

主题	计数	来源媒体		总计
		世界日报	星暹传媒	
联谊会		0	1	1
榴莲		3	0	3
旅客		1	0	1
旅行泡泡		1	0	1
旅行疫苗		1	0	1
旅游		5	10	15
旅游业		2	0	2
旅游业放开		1	0	1
曼谷		1	0	1
曼谷开放		1	0	1
贸易新格局		1	0	1
美食		0	1	1
明星综艺		0	1	1
农产品		1	0	1
企业		1	0	1
气象		1	0	1
签证		0	1	1
侨社头条		0	37	37
侨社综合		0	13	13
庆泰国国王华诞		1	0	1
确诊		21	0	21
日本		1	0	1
入境		6	0	6
沙盒计划		2	0	2
社会		0	3	3
社会、汉语		0	1	1
社会/泰国旅游		0	1	1
社会/卫生医疗		0	1	1
社会民生		1	0	1
社会生活		9	0	9
社会事件		1	0	1
社会现象		0	1	1
生产权		1	0	1
失业		1	0	1
失业危机		1	0	1
双检测		1	0	1
双十一		0	1	1

主题	计数	来源媒体		总计
		世界日报	星暹传媒	
水灯节	2	0	2	
水果	1	0	1	
水果输中国	1	0	1	
宋干节	1	0	1	
泰房产购买	1	0	1	
泰国稻米	0	1	1	
泰国航班	1	0	1	
泰国教育	0	1	1	
泰国旅游	0	2	2	
泰国卫生医疗	1	0	1	
泰航	1	0	1	
泰华人学口语	1	0	1	
泰华文化	0	1	1	
泰民丧生	1	0	1	
泰中建交	1	0	1	
网购	0	1	1	
卫生部长	1	0	1	
卫生医疗	4	26	30	
卫生医疗、彩票	0	1	1	
卫生医疗、政治	0	1	1	
卫生医疗防控	3	2	5	
卫生医疗分布	0	2	2	
卫生医疗好转	1	0	1	
卫生医疗解绑	1	0	1	
卫生医疗影响	0	1	1	
心形西瓜	1	0	1	
新春联欢	0	1	1	
新冠卫生医疗	1	0	1	
新年活动	0	1	1	
新年祝福	2	0	2	
新型毒品	1	0	1	
星暹教育	0	1	1	
学生	0	1	1	
学校	2	1	3	
疫苗	0	3	3	
疫苗厂牌	1	0	1	
疫苗短缺	1	0	1	

主题	计数	来源媒体		总计
		世界日报	星暹传媒	
游芭堤雅		1	0	1
游客		2	0	2
援助		0	1	1
云南		1	0	1
云上东博会		1	0	1
云泰高球友谊赛		1	0	1
征集		0	1	1
政策		1	0	1
政治		0	1	1
中国		14	2	16
中国故事		0	1	1
中国美食		0	1	1
中国新闻		0	12	12
中国自贸港		1	0	1
中泰		1	1	2
中泰合作		0	2	2
中泰贸易		0	1	1
中泰友谊		0	1	1
朱拉大学		0	1	1
自然花境		1	0	1
Lotus's		1	0	1
MRT		1	0	1
总计		196	201	397

表 13 话题分类*来源媒体*主话题交叉表发现:

东盟博览会为报道主题分别报道了有关餐饮业和开放,《世界日报》总计出现 2 次,《星暹传媒》有关东盟博览会为主题的新闻报道次数出现 0 次。

公共卫生为主题的报道总计 92 次,《世界日报》《星暹传媒》报道次数分别为 53 次和 39 次。《世界日报》报道次主题:确诊有 4 次,社会生活 3 次,春苗行动、观光、解禁、入境 2 次,案件重审、芭提雅开放、芭提雅疫苗、补助、春祭、东盟博览会、华人、水灯节等各为 1 次,《星暹传媒》报道次主题:侨社头条 10 次,卫生医疗 7 次,华侨 5 次,中国新闻 4 条,春祭、华人、捐赠、明星综艺、侨社综合、卫生医疗防控、疫苗、中泰、中泰友谊分别为 1 次。

华侨社团活动为主题的报道总计 87 次，《世界日报》《星暹传媒》报道次数分别为 2 次和 85 次。《世界日报》报道次主题：股票熔断 1 次，海外置业 1 次。《星暹传媒》报道次主题：侨社头条 19 次，卫生医疗 12 次，侨社综合 7 次，华人 6 次，教育、旅游、中国新闻分别为 4 次，大学、隔离、社会、中国分别为 2 次，毕业生、高铁、国际、经济、社会、汉语等分别为 1 次。

华文教育为主题的报道总计 87 次，《世界日报》《星暹传媒》报道次数分别为 29 次和 58 次，《世界日报》报道次主题：接种疫苗、确诊分别为 3 次，卫生医疗、卫生医疗防控分别为 2 次，北京冬奥会、春苗行动、东盟博览会、国际航线、景点、旅客、失业危机、水灯节、泰航等分别为 1 次；《星暹传媒》报道次主题：侨社头条 7，教育 6 次，华侨、华人、卫生医疗分别为 5 次，侨社综合 4 次，中国新闻 3 次、高铁、中泰合作 2 次，慈善公益、电影《花木兰》、汉语教师、华商大会、纪念辛亥革命、泰华文化、星暹教育、中国故事、中国新闻等分别为 1 次。

跨境电商为主题的报道总计 7 次，《世界日报》《星暹传媒》报道次数分别为 29 次和 58 次，《世界日报》报道次主题：社会生活 2 次，旅游业、确诊、入境、卫生医疗分别为 1 次，《星暹传媒》报道次主题：网购 1 次。

旅游经济为主题的报道总计 120 次，《世界日报》《星暹传媒》报道次数分别为 102 次和 18 次，《世界日报》报道次主题：确诊 13 次，中国 10 次，旅游 5 次，观光、社会生活分别为 4 次，榴莲 3 次，出口贸易、捷运、入境、沙盒计划、卫生医疗、学校 2 次，阿里云、巴西、边境政策、春节活动、大米跌价、东博、泰中建交等方面分别为 1 次；《星暹传媒》报道次主题：旅游 3 次，卫生医疗 2 次，华侨、华人、经济、侨社头条、侨社综合、社会等分别为 1 次。

中泰合作为主题的报道总计 2 次，《世界日报》《星暹传媒》报道次数分别为 2 次和 0 次，《世界日报》报道次主题：北京、中泰联合声明分别为 1 次。

根据表 14 可以得出旅游经济是两家媒体最关注的话题，其次是公共卫生，再次是华文教育和华侨社团，跨境电商、东盟博览会次之。《星暹传媒》报道内容主要侧重于华侨社团、华文教育，开设侨社头条和侨社综合栏目，侧重于华人华侨经济、生活、教育等新闻的报道，已经成为一个特色专栏。但是在旅游经济的内容报道上可以适当增加内容。《世界日报》在报道内容上主要侧重于旅游经济方面的内容，而有关华侨社团为主题的内容相对较少，在今后的报道上可以适当增加对华人华侨相关内容的报道。

第三节 小结

通过对比泰国《世界日报》和《星暹传媒》两家华文媒体微信公众号推文内容并主题分布、阅读量、点赞数、在看数进行分析发现泰国华文新媒体内容生产特征如下：

一、媒体内容形态丰富，内容创新不断

泰国《世界日报》《星暹传媒》两家华文媒体都涵盖了电子报纸、微信公众号、社交媒体等多种形态，信息内容也覆盖了政治、经济、文化、社会等多个领域。旅游业作为泰国经济的支柱产业，受到的关注度最高，被报道的频率最高。在国际公共卫生事件下，一方面旅游业放开始终是泰国政府考虑的政策选项和经济走出困境的固有招数；另一方面国际公共卫生事件所导致的旅游业损失令泰国政府的政策出现反复，泰国政府出台的政策受到各个利益阶层的左右。泰国华文新媒体的内容创新日益活跃，涵盖了政治经济、文化、社会等多个领域，在专题报道、调查报告、深度分析等内容，今后还可以推出更多更丰富的内容，为用户获得更加丰富和深入的信息。可以发现泰国《世界日报》《星暹传媒》在国际公共卫生事件背景下，报道内容反应出泰国政府经济发展的手段和政策比较单一，除了放开旅游业控制之外，没有更好的策略来应对旅游业控制。尤其是国际游客入境的控制导致的旅游业萧条、相关餐饮(尤其是小餐饮店)关闭、失业、家庭债务攀升等系列社会问题，导致泰国社会撕裂和动荡。拓展中国市场、开展跨境经贸合作、签订中国海南与泰国的贸易协定、寻求中国援助，成为泰国政府、业界解决经济问题的出路。

二、用户群体广泛，内容以华人社群的活动为主

泰国《世界日报》《星暹传媒》两家华文媒体用户群体主要是泰国的华人社群，但随着泰国对外开放步伐加快，以及中国国际地位日益提高，汉语成为全球第二大通用语言，越来越多的泰国本地人开始学习汉语，也开始了解和使用华文新媒体，这也促进了泰国华文媒体的发展壮大。可以发现泰国《世界日报》《星暹传媒》两家东盟具有代表性的华文媒体，对中国的报道都呈现正面性，无负面报道，内容聚焦在以“汉语桥”大赛、国际中文日、中秋节、中泰音乐会等中泰文化交流活动，签订中国海南-泰国自贸协议、中国老高铁通车、建立中国-泰国-东盟物流产业园等中泰经贸合作议题。泰国华侨社团的日常活动和泰国华侨社团在国际公共卫生事件下捐赠活动也成为华文媒体的内容生产

重点之一，受到的关注和报道较多，反映出东盟国家华人、华侨社团活动具有组织性，中华文化在东南亚得到了华侨的积极传播，华文媒体对中华正面形象的树立和传媒起到了积极的作用。

三、对中国报道呈现正面内容

《世界日报》2021年11月13日推出“中国驻泰大使韩志强拜会巴育总理 泰盼尽快恢复两国人民正常往来”一文，文中韩志强表示，当前中泰关系发展面临新机遇，中方愿同泰方一道，推进抗疫和复苏合作，深化发展战略对接，拓展数字经济、绿色经济等新兴领域合作，加强在国际和地区事务中的沟通协调，泰政府感谢中方持续提供抗疫支持，愿同中方进一步深化疫苗、抗疫药物等方面的研发和生产合作。希望双方加强「泰国4.0」和「一带一路」倡议、泰「东部经济走廊」和中国粤港澳大湾区发展对接，建设好中泰铁路、中老（老挝）泰铁路连接线等重大项目。巴育表示，泰方坚定奉行一个中国原则，赞赏中方在国际地区事务中展现出负责任大国形象，愿同中方深化在东盟—中国、澜湄合作、三河流域经济合作战略等框架下的协调与配合。《星暹传媒》2020年4月1日推出“泰国国会主席：中国抗疫经验值得学习”一文，通过报道中国针对疫情防治采取积极有效措施，疫情防控形式持续向好，中国给包括泰国在内的各国提供了抗击疫情的帮助，展现了中国的大国担当，证实在抗击疫情的的经验是科学有效的，中国在泰国报道呈现正面形象的特征。

通过泰国《世界日报》和《星暹传媒》两家东盟具有代表性的华文媒体，对中国的报道大都呈现正面性，无负面报道。泰国华侨社团的日常活动和泰国华侨社团在疫情期间的抗击疫情的捐赠活动也成为华文媒体的内容生产重点之一，反映出东盟国家华人、华侨社团活动具有组织性，中华文化在东南亚得到了华侨的积极传播，华文媒体对中华正面形象的树立和传媒起到了积极的作用。中国驻泰大使馆的抗击疫情公报和活动，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。

第三章 《世界日报》与《星暹传媒》读者反馈与 中华文化传播

第一节 《世界日报》与《星暹传媒》新媒体质性分析结果

通过对《世界日报》和《星暹传媒》进行数据筛选，针对获取的有效数据导入SPSS25.0进行质性分析发现：

如表14所示，《世界日报》和《星暹传媒》的报道主题中，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。

表14 主题频率统计表

主题	频率	百分比	有效百分比	累积百分比
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：

一、《世界日报》阅读量、点赞数、在看数描述统计

《世界日报》的阅读量的平均值为 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 15。

表15 《世界日报》阅读量、点赞数、在看数描述统计表

	N 统计	最小值 统计	最大值 统计	合计 统计	均值 统计	标准偏差 标准错误	标准偏差 统计	偏度 标准 错误	偏度 统计	峰度 统计	峰度 标准错 误
阅读量	196	138.00	8886.00	218040.00	1112.0	85.96770	1203.54773	3.459	.174	15.478	.346
点赞数	196	.00	17.00	348.00	1.7755	.21301	2.98210	2.815	.174	9.244	.346
在看数	194	.00	28.00	377.00	1.9433	.27319	3.80508	4.122	.175	20.238	.347
有效个 案数 (成 列)	194										

二、《星暹传媒》阅读量、点赞数、在看数描述统计

《星暹传媒》的阅读量最小值为 82 次，最大值为 24000 次，均值为 2142 次，合计 430604 次，均值为 2142 次。在看数和点赞数的最小值都为 0 次，在看数的最大值为 44 次，均值为 1.28 次，合计 257 次，点赞数的最大值为 59 次，均值为 4.15 次，合计 836 次，见表 16。

表 16 《星暹日报》阅读量、点赞数、在看数描述统计

	N 统计	最小值 统计	最大值 统计	合计 统计	均值 统计	标准偏差 标准错误	标准偏差 统计	偏度 统计	偏度 标准 错误	峰度 统计	峰度 标准错 误
阅读量	201	82.00	24000.00	430604.00	2142.3085	249.04211	3530.78123	3.601	.172	16.229	.341
在看数	201	.00	44.00	257.00	1.2786	.30167	4.27691	6.574	.172	54.858	.341
点赞数	201	.00	59.00	836.00	4.1592	.55150	7.81886	3.996	.172	20.272	.341
有效个 案数 (成 列)	201										

第二节 《世界日报》与《星暹传媒》新媒体目前共同存在的问题

随着互联网技术的不断发展，新媒体已经成为人们获取信息和娱乐的重要渠道。新媒体可以通过网络、移动设备等多种形式向用户提供各种服务，具有即时性、互动性和可定制化等特点。《世界日报》和《星暹传媒》也在不断探索和创新新媒体平台，为读者提供更好的服务。然而，新媒体的发展也面临着一些问题和挑战，需要不断加以优化和改进。总结《世界日报》和《星暹传媒》两家新媒体目前共同存在的问题如下：

一、内容质量不高

随着新媒体的快速发展，内容生产和传播的门槛降低，导致大量低质量、重复、无价值的内容泛滥。《世界日报》和《星暹传媒》的新媒体平台也面临着这个问题。例如《世界日报》推文标题为“泰国民代接连确诊 议长：国会仍安全”标题是要表达泰国人民代表，而标题简称“民代”在阅读上引发歧义。标题为“有意增课咸食税 助减盐分摄取”，文中提到“为照顾泰国国民健康、减少盐分的摄取量，财政部长阿空表示，政府有意逐步对咸食及盐味加工食品课税务”此处提到“政府有意逐步对咸食及盐味加工食品课税务”并没有将话讲完是增加课税，还是减少课税，此处应该为“政府有意逐步对咸食及盐味加工食品课税增加”在推文标题拟题和内容表述上还需要更进一步规范和提高内容质量，让读者一目了然，减少阅读障碍。《星暹传媒》推文标题为“泰国国会主席川立派会见王寅教授”看内容才得知是泰国国会主席兼下议院议长川·立派阁下，标题为了简洁，“泰国国会”简洁为“泰国会”，“川·立派阁下”简洁为“川立派”标题完全改变了题意，造成读者误读。《世界日报》和《星暹传媒》都存在这种现象一些文章标题过于简洁的现象屡见不鲜，不仅给读者带来了阅读困难，而且也导致文章内容缺乏深度和广度。一些文章只是简单地描述事物，缺乏对其进行评论和分析的思考，甚至直接复制或转载其他平台的内容，缺乏独特性和原创性，难以吸引读者的注意力。

因此，作为写作者，我们应该注重标题的吸引力和准确性，同时还要注意文章的深度和广度，提供有意义的评论和独特见解，努力创造原创性的内容，这样才能吸引并留住读者。

二、用户黏性不够

用户黏性是新媒体平台发展的关键，但是《世界日报》和《星暹传媒》的新媒体平台在这方面还存在一些问题。从两家新媒体阅读量、点赞数、在看数来看，《世界日报》所抽样的 194 条有效数据中，阅读量的最小值为 138 次，最大值为 8886 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，点赞数的最大值为 17 次，均值为 1.7755 次，见表 16。《星暹传媒》所抽样的 201 条有效数据中，阅读量最小值为 82 次，最大值为 24000 次，在看数和点赞数的最小值都为 0 次，在看数的最大值为 44 次，均值为 1.28 次，点赞数的最大值为 59 次，均值为 4.15 次，见表 17。一方面，说明由于内容质量不高，用户往往只是浏览一下就离开了。另一方面，说明缺乏有效的社交互动机制，难以吸引用户留下来参与互动。这些问题导致了用户的流失和参与度的下降。

这种情况下，需要对内容质量进行提升，确保网站上的信息有价值、有吸引力，能够引起用户的兴趣和关注。同时，需要增加社交互动机制，如评论区、点赞功能、分享按钮等，让用户能够更方便地参与互动，增强用户黏性和留存率。此外，还可以通过推荐相关内容、定期更新等方式来增加用户粘性和留存率。

三、广告收入不稳定

虽然新媒体广告市场前景广阔，但是《世界日报》和《星暹传媒》的新媒体平台在广告收入方面也存在一些问题。打开《世界日报》微信公众号主页面可以看到下方设置了三个链接，分别是：往期事、关于我们、游在泰国。往期事里面包含热点新闻、生活秘籍、海外地产。广告费来源通过各主题推送同时附带广告有：保险代理、签证办理、海外地产酒店赌场配套含项目申请、购物旅游广告、泰国网招聘找人才、找工作等领域收取广告费。打开《星暹传媒》微信公众号主页面有消息和视频号按钮，消息是推送每天的新闻事件，视频号精选热点信息进行推送。不论是消息推送还是视频推送，广告费来源通过泰国佛牌介绍、泰国珠宝和鳄鱼制品、泰国星暹日报地产、泰国高校推介、旅游房地产等领域收取广告费。推文的开头放有星暹微信广告投放，请联系：1034238039。让读者第一时间能联系到负责广告推送的联系人。我们发现两家微信公众号在广告收入上：一方面，两家微信公众号每一期广告推送商家不是固定不变的，由于内容质量不高，广告商愿意在上面投放广告的积极性不高；另一方面，新媒体广告市场竞争激烈，广告收入不稳定，因此两家微信公众号

一直在不断寻求新的广告推送需求者，仅仅依靠广告收入是难以维持平台运营和发展的。

因此，两家微信公众号需要采取更加积极的策略来提高内容质量和吸引广告商家，通过开展精准营销，根据读者的兴趣和需求，为广告商提供更准确的投放目标，提高广告效果和回报，吸引更多的读者关注和转发，增加广告商的投放积极性。同时积极开拓其他收入来源，比如发布付费专栏、举办线下活动、推出品牌商品等，多元化收入可以降低广告收入不稳定带来的风险。以保证平台的长期稳定运营。

第三节 本研究结果对中华文化传播发展的启示

文化是一个广泛的概念，可以被定义为一组共同的信仰、价值观、行为和传统，这些共同的元素是由特定社群或国家所共享和传承的。文化可以表现在不同的形式中，如语言、艺术、音乐、食物和宗教等。文化是人类发展的重要组成部分，也是人类社会不同于其他物种的重要标志之一。中华文化指的是中国传统文化，是中国数千年来的历史、文化和传统价值观的总称，是中国人民长期生产和生活实践中形成的文化体系。中华文化由多个地域、多个民族、多种文化交汇而成的，包括语言、文字、宗教、哲学、文学、艺术、科技、风俗等方面的文化。中华文化源远流长，历经沧桑，具有深厚的历史底蕴和独特的文化内涵。中华文化是中国人民的精神家园，也是中国走向世界的文化使者。

中华文化传播对于社会的影响不容忽视，它可以促进不同地区、不同国家之间的文化交流和融合，增强人们的文化认同感和归属感，促进文化多样性的发展。中华文化同样在泰国华文新媒体的传播中发挥了重要作用。而海外媒体（报纸、广播、电视、网络等）又对中华文化传播具有积极的推动和引导作用，是中华文化传播的一条重要途径。同时“一带一路”倡议的提出及实践，需要符合不同国家和地区的外宣策略，更需要当地土壤生长起来的媒介，东盟国家华文媒体生长在当地，发展在当地，但其文化基因还是中华方块字，也因华文媒体的生存处境比较艰难不易，这些媒体积极构建“中国形象”的认同需要与中国传媒界开展立体全方位的合作，尤其在当前数字新媒体融合转型的大趋势下，中国传媒与东盟国家华文媒体合作，既可以更好的实现中国媒体“走出去”，提供国家软实力的工程，又可以帮助东盟国家华文媒体走出生存困境，通过泰国华文报纸、微信公众号、抖音、Facebook（2021年后改名为Meta，逐步向元宇宙领域转型）、Twitter等渠道，向用户传递中华文化中传统文化、美

食、旅游、教育、医疗等各领域各方面的精华和魅力，从而扩大汉语与中华文化传播的力度和影响力。

一、开发汉语教学内容平台 扩大受众读者

泰国华文新媒体发展的好坏取决于受众读者的多少，如何扩大读者范围，从根本上取决于华文教育在泰国的普及程度，越来越多的泰国人热衷于学汉语，会汉语的人越来越多，那么就不缺乏读者。推动泰国本地人对中华文化的认知，随着泰国本地人开始了解和使用华文媒体，他们也开始了解和认识到中国文化和背景。华文新媒体不仅能够让泰国本地人了解中国的传统文化，还能够帮助他们更好地理解中国的历史、风俗、礼仪等方面，从而推动泰国本地人对中华文化的认知。因此，海外新媒体的发展取决于华文教育以及中国文化在的普及和推广。至今已成功举办十一届的孔子大会介绍，“目前全球已有 146 个国家（地区）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”。全球越来越多的高校以及中小学陆续开设汉语课堂。在泰国清莱府西边 60 公里处的一个村——美斯乐村，美斯乐人跟我们中国人一样爱过中国的传统节日，一样热衷说中文、学中文，华文教育成为美斯乐传承中华文化的载体，在“一带一路”方针政策下，我们坚持文化自信，将中国优质的文化向外输出，让世界各国各族人民，更懂中国，用中华文化的内在魅力去感染更多的美斯乐人。2021 年 12 月 9 日《世界日报》微信公众号推文主题为“外籍免试读清华北大？！华人孩子都在考的 HSK 证书，竟然这么牛！”其中介绍了清华大学和北京大学 2020 年的招生简章，HSK 作为硬性语言标准，已经被写在了留学申请要求里；持有 HSK 证书的海外学生可以享有高等院校课程免修、学分授予；用人机构录用、培训、晋升工作人员；以及相关汉语教学单位、培训机构评价教学或培训的机会。公众号还推出了“悟空中文”的课程体系，直接对接 HSK 及 YCT 考试标准。还免费推出了《100 节中文课大礼包》包含 20 节阅读打卡营、20 节每日一字视频课、40 节中华经典阅读课、20 节走遍中国阅读课、1 节 1 对 1 中文私教课。在中华文化传播视角下应当结合媒体的优势“线上”“线下”相结合，打破时空地域的限制，充分利用新媒体网络技术的优势，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。2020 年 7 月 20 日《星暹传媒》微信公众号推文主题为“泰国中小学汉语教师远程培训圆满成功”。培训通过现代新科技，采用“走出去、请进来、在线教育等模式”以泰国汉语课堂问题为导向的教学方式，突破时空的限制，实现了时时可学，处处能学的新机遇。因此，培养合格的本土

化汉语国际教育师资队伍的强大将更进一步提升中华文化传播的力度和广度。

二、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，拓宽稿件来源范围，丰富新媒体宣传内容，打破单向性内部供稿渠道，在稿件编辑处理时要充分利用互联网终端智能技术，抓住受众读者的关注点和需求，丰富华文媒体传播的多样性，将图文、音频、视频等进行智能加工过程中借助多媒介操作方式方法进行处理，为读者呈现一份完美的资讯。其中《星暹传媒》稿件有来源新华社、人民日报和编辑撰稿在稿件来源上可以拓宽渠道，通过汉办，汉语教师、企业等渠道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，使之成为当地华侨和国民的中国认同的信息平台，将成为新媒体时代对外传播的重要课题和使命。

三、建立华人社群文化共同点 助力中华文化传播

泰国作为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、社交等领域都有着不可忽视的作用。华侨社团在海外其他国家的不同社会群体和种族群体，代表着中国的形象和符号。加强对华侨社团的统战工作，能够助力树立正面的、积极的中国国家形象。随着互联网技术的迅速普及和发展，泰国华文新媒体逐渐兴起，为华人社群提供了更加便捷和广阔的信息平台。其中，我驻东盟地区大使馆，通过东盟国家华文媒体发布相关的报道，保护在海外的国人，开展传媒外交。“侨媒、侨团、侨校”做为侨社“三宝”，华文媒体为客观传播信息、反映社会民情、民意，展现中国传统文化，传播社会正能量，发挥社会舆论具有引导和监督作用。2021年7月11日《星暹传媒》公众号推文主题为大使馆举办“中国百年沧桑巨变”研讨会，大使馆临时代办杨欣作主旨讲话，泰国中华总商会主席林楚钦、潮馆主席黄迨光等发言，文中指出发挥旅泰侨胞侨智、侨力和中泰跨文化优势，积极参与中泰各领域的交流合作，深化和谐侨社建设，展现中华民族良好形象，讲好中国发展的故事、中泰关系的故事，当好桥梁纽带和民间使者，助力中泰友好关系友好发展；旅泰侨胞在新生代培养教育上珍视中华名族的语言、文化和传统，继续大力传承弘扬中华优秀传统文化，坚持学中国话、写中国字，赓续红色血脉，构建新一代的海外华侨华裔增强中国认同感，增强在海外创业的国民的国家自豪感，积极促进中华文化的传播。因此，我们应当借鉴老一辈侨团的经验和长处的时候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。

四、利用数字平台，实现中华文化立体多元化传播

人工智能、云计算、大数据、虚拟现实、物联网等技术成果的涌现，技术风暴席卷而来，几乎所有领域都在发生“数字蝶变”，“达尔文主义”同样适用于大数据时代，“技术快速更迭，社会快速变迁，适者生存，优胜劣汰”。海外新媒体的发展在顺应时代潮流的同时，要将中华文化元素融入媒介环境嬗变创新传播思维，利用大数据激发中华文化传播创新潜力，借助虚拟仿真 VR/VR/MR 技术和元宇宙营造中华文化体验场景，让汉语学习者不论身在何处，通过生成元宇宙智能在线学习环境可以体验中国文化，包括体验汉服、书法、中国美食，通过元宇宙在线教育技术让学习视觉上感受到中国服饰的魅力；触觉上体验到方块字书写的乐趣；更能通过味觉感知到中国美食的独特^[37]。运用多元传播矩阵“讲好中国品牌故事、传播好中国声音，展现可信、可爱、可敬的中国形象”，实现汉语学习者利用元宇宙通过视觉、听觉、触觉以及全身感官体验的穿戴设备，低延迟感与高拟真感的交互技术让汉语学习者产生身临其境的感官刺激，享受中华文化沉浸式体验。“2021年4月1日《星暹传媒》报道主题为“刘敬师侨务参赞莅访星暹日报及泰国泉州晋江联合总会”一文中讲述了《星暹日报》作为泰国历史最悠久的华文媒体，七十多年来始终秉持公正办报、客观报道的宗旨，第一时间将泰国资讯和侨社新闻报道给中国社会，向泰国讲述中国的发展和故事，成为中泰两国人民相互了解的重要桥梁，积极推动中泰友好关系的发展。海外华文媒体应当顺应“多媒体”“融媒体”时代发展趋势，建构立体、多元化的发展方向和出路。其中《星暹日报》在发展过程中在泰国六大华文报纸中最先顺应中文发展潮流使用简体字办报；在人才结构中积极吸纳年轻新一代、充满朝气干劲、有才干、肯奉献的新生力量，充分利用现代通讯技术手段，不断实现海外华文媒体的升级和转型。海外华文媒体在对内外传播通过相关微博账号、微信公众号、Facebook（2021年后改名为Meta，逐步向元宇宙领域转型）、Twitter等账号利用元宇宙以及5G技术的基础上，不断拓展海外华文媒体网络化和电子化。同时对各平台数据进行采集分析，强化市场调研；增加营销、策划等方面的业务服务，深入研究海外受众群体的喜好和关注点，以市场为导向；集中时间和精力加强客户端新闻和公众号的更新频率和密度，增加VR虚拟体验馆和元宇宙中华文化在线教学相关的内容，生产有温度、

[37] 刘革平, 王星, 高楠等. 从虚拟现实到元宇宙: 在线教育的新方向[J]. 现代远程教育研究, 2021, 33(06): 12-22.

有深度、有广度的新闻资讯。

五、以旅交流推动中泰文化经济旅游深度融合

联合中泰各界举办促进中泰文化、旅游交流的有关经济、教育、文化、旅游等方面的合作项目。如举办“汉语桥”大赛、国际中文日、中秋节、中华美食节、中泰音乐会等中泰文化交流活动，签订中国海南-泰国自贸协议、中国老高铁通车、建立中国-泰国-东盟物流产业园等中泰经贸合作议题；携手中泰各界共同播下中泰文明交流合作的种子，中泰双方精心栽培、共同呵护，汇聚中泰各界之力培育中泰文明交流繁荣之花。2020年7月20日《世界日报》微信公众号报道为“推广体育活动泰国华晟公司以发扬体育风气、履行社会责任为理念”的推文，结合高球体育与中华文化，在推广健体旅游概念之余，传播茅台原创文化精髓，让更多人了解中国茅台的深厚文化底蕴。2022年2月2日《世界日报》微信公众号报道为“悟空旗下中华美食文化集市品牌“悟空古镇 Gokoo Town”在泰发布”这一推文，泰国领军华人生活服务平台悟空集团与 Central 集团在 2022 年春节期间举办虎年新春中华美食节，通过汇集中华各地美食、特色商品、Gokoo 与著名艺术家联名衍生品及中国特色艺术表演等，将中华美食与中国传统文化深度融合，让泰国民众体验浓郁的中国春节氛围，感受到了中国传统文化的魅力。

以上就是一个很好的将文旅、经济融合的例子，积极推进新时代中泰经济与中国文化的融合，深化中泰经济、文化和旅游发展并积极实践探索更多文旅融合的项目活动，联合中国当代艺术，潮流文化，通过以文塑旅，以旅彰文，推动中泰文化旅游深度融合。

第四章 结论

第一节 研究结论

泰国华文新媒体的发展已经逐渐成为泰国华人社群的重要信息平台，同时也在推动中华文化在泰国的传播和认知方面起到了积极的作用。在未来的发展中，泰国华文新媒体需要不断创新和改进，跟随时代的步伐，尽可能地满足读者的需求，才能够更好地为用户提供更加全面和便捷的信息服务。

一、积极互动、深入用户需求

泰国华文新媒体应该积极与用户互动，可以通过在线讨论、调查问卷以及社交媒体等方式，加强与读者之间的互动，深入了解用户需求，并且根据用户的反馈和建议进行调整和优化，让用户获得更加便捷和全面的信息。

二、多元内容注重品质、提高传播效果

泰国华文新媒体应该提供多元化内容，包括时政、社会、文化、历史、生活、经济、旅游、教育等方面，以满足不同读者的用户需求；同时注重内容的品质，提高传播效果。只有内容质量得到保证，才能吸引和留住用户，提高媒体的传播力和影响力。利用微信、微博、抖音、Facebook、Twitter、Instagram 等社交平台进行广泛宣传和推广，吸引更多的读者和关注者。

三、保持鲜明的品牌特色，加强不同媒体之间的紧密合作

海外华文新媒体应该在内容上保持独特的品牌特色，让读者能够记住并认同这个品牌。比如建立用户关注度高的话题专题栏目。泰国华文媒体可以加强与其他华文媒体的合作，如：与当地媒体、中国媒体、机构、社团等进行合作交流，共同打造更加完整和多元的华文媒体生态系统，这样不仅能够提高媒体的传播效果，也能够为用户提供更加多元化和全面的信息服务。

第二节 研究启示

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。



《世界日报》微信公众热词云



《星暹传媒》微信公众号热词云

图8 热词云图对比分析

第三节 本文的局限和后续研究展望

本文的局限性主要体现在研究样本的普遍代表性，本研究最终选定的研究样本为近400条左右，可能无法覆盖泰国所有的华文新媒体的内容生产全貌。后续研究展望，未来的研究将从研究方法与研究对象的适配性，华文媒体在中华文化海外传播的盈利机制与运营模式等方面。

致谢

时光如指间流沙转瞬即逝，从2020年8月入学泰国华侨崇圣大学开启研究生学历课程第一门课程，到完成修完所有研究生课程。

感谢我的论文指导老师田春来教授，从确定论文指导老师后，对我们含辛茹苦的指导过程，以及严谨治学的学术态度深深影响这我们；还记得第一次召开论文指导小组会议到晚上11点，您对每一位同学都耐心细致的进行课题指导，今日论文落成离不开老师悉心的指导！感谢您！

同时也感谢所有为我们上过课的老师，你们认真备课，为了高效率的讲好每一堂课。感谢为我们教授研究方法论课程的李寅生院长，教会我们如何进行论文选题，踏踏实实学习知识文化，保持学术的敏感度，深入探索国际汉语传播的发展路径。感谢韩颖琦教授在跨文化交际课程中让我们在小组互动中分享各自在泰国的跨文化交际中遇到的困难和问题，感受不同文化的碰撞交流。感谢李晨兰教授在汉语教学研讨课程中巧妙设计课堂活动，轻松活跃的课堂氛围，让大家在交流分享汉语教学备课的小技巧时，拉近了全班同学的距离。感谢潘立慧副教授在第二语言习得课程中，耐心细致的教会我们如何选读学术文献，如何提炼文章形成自己的学术观点。感谢刘儒教授为我们讲授汉语作为第二语言教学这一课程，通过论文写作的形式让我们扎扎实实学习第二语言教学的四大流派，建构了扎实的理论基础。还要感谢为我们上课的覃东生副教授、熊柱副教授、赵平博士、慈伟民博士和徐伟杰博士。同时还要感谢王明月老师为我们解答一切在泰学习生活和办理签证的相关事宜，还要感谢一路走来共同奋斗的同窗好友们，一路上风雨兼程，互帮互助。

同时感谢父母、公公婆婆和爱人宋友开的支持，一直鼓舞我，给了我精神上的支柱；感谢爱人帮忙分担照顾家庭和两个孩子的辛苦，为我腾出一个安静学习研究写作论文的时间和空间，感谢家人为我提供完成硕士论文课程学习和硕士论文写作的一切有利条件和帮助，感谢你们！

最后，我还要感谢在百忙中审议、评定本文及参与本人论文的答辩专家们，你们辛苦了！感谢你们！

参考文献

学术论文类:

- [1] 张帅. 中国-老挝媒体合作传播研究[D]. 广西大学, 2019.
- [2] 刘慧玲. 泰国华语特色词语研究[D]. 暨南大学, 2018.
- [3] 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.
- [4] 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.
- [5] 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.
- [6] 李洁琼. “一带一路”背景下的汉语传播[D]. 厦门大学, 2018.
- [7] 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.
- [8] 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.
- [9] 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.
- [10] 秀莲(Chanicha Kidprasert). 泰国华语与汉语普通话书面语差异研究[D]. 黑龙江大学, 2016.
- [11] 吕秀雯. 中泰建交前后泰华社会的演变[D]. 河北大学, 2015.
- [12] 黄慧玲. 媒介生态学视角下柬泰华文报刊微信发展研究[D]. 暨南大学, 2015.
- [13] 周丽. 媒介地理学视阈下的《星暹传媒》研究[D]. 山东大学, 2014.
- [14] 任晓萌. 泰国华文报纸的受众分析[D]. 山东大学, 2014.
- [15] 吴倩倩. 泰国《星暹传媒》2012年改版原因及其意义研究[D]. 广西大学, 2013.
- [16] 纪勇敢. 《亚洲日报》中国国家形象建构分析[D]. 广西大学, 2012.
- [17] 刘妮. 泰国华文报业的影响力研究[D]. 广西大学, 2012.
- [18] 徐心欣. 泰国华文媒体眼中的中国国家形象研究[D]. 云南大学, 2012.
- [19] 吴振海. 泰国“星暹传媒”的历史与现状研究[D]. 重庆大学, 2012.

论文集:

- [1] 郭熙, 刘华, 祝晓宏, 刘慧. 东南亚华文媒体字母词表(示例) [C]//. 语言生活皮书——中国语言生活状况报告(2011)., 2020:309-310.

- [2] 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.
- [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.
- [4] 编者. 前言[C]//. “中国梦”世界变局与华文媒体的新使命——第七届世界华文传媒论坛论文集., 2013:3-4.
- [5] 郭蕊. “家国情怀”和新媒体时代的创新与转型[C]//. “中国梦”世界变局与华文媒体的新使命——第七届世界华文传媒论坛论文集., 2013:54-58.
- [6] 姚宾. 把握机遇开拓市场创办中文报刊[C]//. “中国梦”世界变局与华文媒体的新使命——第七届世界华文传媒论坛论文集., 2013:62-63.
- [7] 何韵. 泰国华文媒体与中华文化的传承[C]//. 国际话语体系中的海外华文媒体——第六届世界华文传媒论坛论文集., 2011:46-47.

期刊论文类:

- [1] 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.
- [2] 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.
- [3] 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.
- [4] 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.
- [5] 罗恒, 罗奕. 重構想象共同体: 泰国《星暹传媒》微信公众号报道研究[J]. 东南传播, 2019 (09) : 71-73.
- [6] 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.
- [7] 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.
- [8] 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.
- [9] 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.
- [10] 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.

- [11] 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.
- [12] 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.
- [13] 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.
- [14] 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.
- [15] 董光鹏.“一带一路”背景下新生海外华文媒体发展初探——以泰国亚洲大众传媒有限公司为例[J].声屏世界,2017(02):65-68.
- [16] 彭伟步.海外华文媒体构建“一带一路”信息互联互通机制及其实施路径[J].国际传播,2017(01):32-39.
- [17] 彭伟步.东南亚华文传媒业极化现象探析[J].中国新闻传播研究,2016(02):54-64.
- [18] 罗奕,梁媛.泰国华文媒体构建“中国形象”认同研究——以泰国《星暹传媒》和《世界日报》微信公众号新闻推送为例[J].传媒,2016(24):57-59.
- [19] 李志凌.大华语视野下泰国华文媒体的文化传播形式与社会功能[J].对外传播,2016(05):54-56+1.
- [20] 石维有.泰国华文媒体助推华文教育的路径[J].玉林师范学院学报,2015,36(03):43-46.
- [21] 魏浩浩.城事[J].走向世界,2013(42):94-95.
- [22] 张弓长,郭晓明.以中华文化为纽带增进与泰国华侨华人的联系和交流[J].广西社会主义学院学报,2013,24(04):34-36+41.
- [23] 丁刚.记者的社交礼仪及道德约束[J].新闻战线,2013(03):21-23.
- [24] 范佳宁.东南亚地区华文媒体发展特点与转型探索[J].升屏世界,2021.06:106-108.
- [25] 刘晋,蔡昌卓.印度尼西亚华文媒体的“一带一路”报道研究——以《国际日报》为例[J],传媒,2020,(22):50-52.
- [26] 王劲竹.海外华文媒体的发展进路与角色担当[J].今传媒,2020,28(12):133-135.

外文类

- [1] Andrew S. Ross, Damian J. Rivers. Sport in the new media landscape: Community, participation and discourse [J]. *Discourse, Context & Media*, 2020, 35(C).
- [2] 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).
- [3] 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.
- [4] Liu Jun, Zhang Sheng. Research on the fusion of new media music creation and chinese traditional culture [J]. *BASIC & CLINICAL PHARMACOLOGY & TOXICOLOGY*, 2020, 127.
- [5] Shihu Zou. Research on Perceived Value and Follow-Up Behavior of New Media Users [J]. *Financial Engineering and Risk Management*, 2021, 4(5).
- [6] Ye Liu. Chinese Internet Nationalism in the Era of New Media [J]. *Journal of Social Science and Humanities*, 2020, 2(10).
- [7] Zhang Qiyang. 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).

附录

附录一：代码描述性统计分析

项目	N	平均值	样本标准差	最小值	中值	最大值	全距	均值下限 (95%)	均值上限 (95%)	缺失	缺失 (%)
中老泰高铁	2	6.00	0.000	6.00	6.00	6.00	0.00	6.00	6.00	0	0.00
中老泰高铁 (世界日报)	1	6.00	0.000	6.00	6.00	6.00	0.00	6.00	6.00	0	0.00
中老泰高铁 (星暹传媒)	1	6.00	0.000	6.00	6.00	6.00	0.00	6.00	6.00	0	0.00
跨境电商贸易	2	16.00	6.000	10.00	16.00	22.00	12.00	-60.24	92.24	0	0.00
跨境电商贸易 (世界日报)	1	22.00	0.000	22.00	22.00	22.00	0.00	22.00	22.00	0	0.00
跨境电商贸易 (星暹传媒)	1	10.00	0.000	10.00	10.00	10.00	0.00	10.00	10.00	0	0.00
中泰合作	2	17.00	2.000	15.00	17.00	19.00	4.00	-8.41	42.41	0	0.00
中泰合作 (世界日报)	1	19.00	0.000	19.00	19.00	19.00	0.00	19.00	19.00	0	0.00
中泰合作 (星暹传媒)	1	15.00	0.000	15.00	15.00	15.00	0.00	15.00	15.00	0	0.00
旅游经济	2	48.50	24.500	24.00	48.50	73.00	49.00	-262.80	359.80	0	0.00
旅游经济 (世界日报)	1	73.00	0.000	73.00	73.00	73.00	0.00	73.00	73.00	0	0.00
旅游经济 (星暹传媒)	1	24.00	0.000	24.00	24.00	24.00	0.00	24.00	24.00	0	0.00
公共卫生	2	58.00	1.000	57.00	58.00	59.00	2.00	45.29	70.71	0	0.00
公共卫生 (世界日报)	1	57.00	0.000	57.00	57.00	57.00	0.00	57.00	57.00	0	0.00
公共卫生 (星暹传媒)	1	59.00	0.000	59.00	59.00	59.00	0.00	59.00	59.00	0	0.00
华侨社团活动	2	37.00	34.000	3.00	37.00	71.00	68.00	-395.01	469.01	0	0.00
华侨社团活动 (世界日报)	1	3.00	0.000	3.00	3.00	3.00	0.00	3.00	3.00	0	0.00

项目	N	平均值	样本标准差	最小值	中值	最大值	全距	均值下限(95%)	均值上限(95%)	缺失	缺失(%)
华侨社团活动 (星暹传媒)	1	71.00	0.000	71.00	71.00	71.00	0.00	71.00	71.00	0	0.00
东盟博览会	2	3.50	2.500	1.00	3.50	6.00	5.00	-28.27	35.27	0	0.00
东盟博览会 (世界日报)	1	6.00	0.000	6.00	6.00	6.00	0.00	6.00	6.00	0	0.00
东盟博览会 (星暹传媒)	1	1.00	0.000	1.00	1.00	1.00	0.00	1.00	1.00	0	0.00
华文教育	2	36.00	13.000	23.00	36.00	49.00	26.00	-129.18	201.18	0	0.00
华文教育 (世界日报)	1	23.00	0.000	23.00	23.00	23.00	0.00	23.00	23.00	0	0.00
华文教育 (星暹传媒)	1	49.00	0.000	49.00	49.00	49.00	0.00	49.00	49.00	0	0.00



附录二：相关性分析

	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
中老泰 高铁		0.000 (p=1.0000) N=2						
跨境电 商贸易	0.000 (p=1.0000) N=2		1.000 (p=0.0000) N=2	1.000 (p=0.0000) N=2	-1.000 (p=0.0000) N=2	-1.000 (p=0.0000) N=2	-1.000 (p=0.0000) N=2	1.000 (p=0.0000) N=2
中泰合 作	0.000 (p=1.0000) N=2	1.000 (p=0.0000) N=2		1.000 (p=1.0000) N=2	-1.000 (p=0.0000) N=2	-1.000 (p=1.0000) N=2	-1.000 (p=0.0000) N=2	1.000 (p=1.0000) N=2
旅游经 济	0.000 (p=1.0000) N=2	1.000 (p=0.0000) N=2	1.000 (p=1.0000) N=2		-1.000 (p=0.0000) N=2	-1.000 (p=1.0000) N=2	-1.000 (p=0.0000) N=2	1.000 (p=1.0000) N=2
华文教 育	0.000 (p=1.0000) N=2	-1.000 (p=0.0000) N=2	-1.000 (p=0.0000) N=2	-1.000 (p=0.0000) N=2		1.000 (p=0.0000) N=2	1.000 (p=0.0000) N=2	-1.000 (p=0.0000) N=2
公共卫 生	0.000 (p=1.0000) N=2	-1.000 (p=0.0000) N=2	-1.000 (p=1.0000) N=2	-1.000 (p=1.0000) N=2	1.000 (p=0.0000) N=2		1.000 (p=0.0000) N=2	-1.000 (p=1.0000) N=2
华侨社 团活动	0.000 (p=1.0000) N=2	-1.000 (p=0.0000) N=2	-1.000 (p=0.0000) N=2	-1.000 (p=0.0000) N=2	1.000 (p=0.0000) N=2	1.000 (p=0.0000) N=2		-1.000 (p=0.0000) N=2
东盟博 览会	0.000 (p=1.0000) N=2	1.000 (p=0.0000) N=2	1.000 (p=1.0000) N=2	1.000 (p=1.0000) N=2	-1.000 (p=0.0000) N=2	-1.000 (p=1.0000) N=2	-1.000 (p=0.0000) N=2	



หนังสือยินยอมการเผยแพร่ผลงานวิจัย
Letter of Consent for Publication of Research
论文发表同意书

เขียนที่ At 写于 มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

วันที่ Date 日期 เมื่อวันที่ 13 มิถุนายน 2566

ข้าพเจ้า นาย/นาง/นางสาว 姓名 MRS. WANG WENZHEN รหัสนักศึกษา Student ID 学号 646098-815

ระดับ Level 学位 ปริญญาโท Master's degree 硕士 ปริญญาเอก Ph.D 博士

หลักสูตร Courses 课程 Master of Arts สาขาวิชา Field of Study 专业 Teaching Chinese

คณะ Faculty 学院 College of Chinese Studies Email 电子邮件: 1115687943@qq.com

ชื่อเรื่อง Title 论文题目 (ดุซก๊วินพนธ์博士论文/วิทยานิพนธ์硕士论文/การศึกษาอิสระ自由研究)

(ชื่อภาษาไทย) (Thai Title) (泰文题目) การศึกษาวิเคราะห์เนื้อหาสื่อใหม่ภาษาจีนในประเทศไทยบนพื้นฐาน มุมมองด้านการเผยแพร่วัฒนธรรมจีน

(ชื่อภาษาอังกฤษ) (English Title) (英文题目) RESEARCH ON CONTENT ANALYSIS OF CHINESE NEW MEDIA IN THAILAND BASED ON CHINESE CULTURAL DISSEMINATION PERSPECTIVE

(ชื่อภาษาจีน) (Chinese Title) (中文题目) 泰国华文新媒体内容分析研究——基于中华文化传播视角

อนุญาต ให้ศูนย์บรรณสารสนเทศ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ เผยแพร่งานวิจัยของข้าพเจ้าสู่ สาธารณะ เพื่อเป็นผลงานทางวิชาการ ผ่านระบบฐานข้อมูลงานวิจัย ThaiLIS

Permit the Information Center at Huachiew Chalermprakiet University to publish my research to the public as an academic achievement through the ThaiLIS research database system

我同意將本人論文透過华侨崇圣大学信息中心發表至泰国文献数据库 ThaiLIS

ไม่อนุญาต Not permitted 不同意

ลงชื่อ Sign..... 王文珍 ผู้วิจัย Researcher 作者签名

(MRS. WANG WENZHEN)