

DIANSHIGUOJICHUANBO

YANTAOWENJI 杨刚毅◎主编

电视国际传播 研讨文集



中国  广播电视出版社
CHINA RADIO & TELEVISION PUBLISHING HOUSE

DIANSHIGUOJICHUANBO

YANTAOWENJI 杨刚毅◎主编

电视国际传播 研讨文集

中国  广播电视出版社
CHINA RADIO & TELEVISION PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

电视国际传播研讨文集 / 杨刚毅主编. — 北京:
中国广播电视出版社, 2013. 9
ISBN 978-7-5043-6995-6

I. ①电… II. ①杨… III. ①电视—传播媒介—中国—文集 IV. ①G229.2-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 236416 号

电视国际传播研讨文集

杨刚毅 主编

责任编辑 任逸超

装帧设计 丁琳

责任校对 谭霞

出版发行 中国广播电视出版社

电 话 010-86093580 010-86093583

社 址 北京市西城区真武庙二条9号

邮 编 100045

网 址 www.crtpt.com.cn

电子信箱 crtpt8@sina.com

经 销 全国各地新华书店

印 刷 廊坊报业印务有限公司

开 本 710 毫米 × 1000 毫米 1/16

字 数 325(千)字

印 张 18.25

版 次 2013 年 9 月第 1 版 2013 年 9 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5043-6995-6

定 价 40.00 元

(版权所有 翻印必究 · 印装有误 负责调换)

主 编：杨刚毅

副主编：王广令 马 勇 王文昌 田忠卿

编 委：杨刚毅 王广令 马 勇 王文昌
田忠卿 张利中 王有才 吴晟炜
王未来 王 峰 王世林 包军昊
周晓岚 张 恒 王东民 杨奉涛

编 辑：张 力

目 录

CONTENTS

专 稿

利玛窦入明朝

——跨文化传播角度的观察 / 王文昌 / 001

重视海外华语电视媒体在国际传播中的作用 / 杨奉涛 / 007

对外传播专题研讨

发挥特色优势，做好国际传播

——关于四川国际频道扩大影响力的思考 / 杜娟 / 013

论中国元素在国际传播中的运用 / 王至扬 / 019

直面世界关切 讲好中国故事 / 庾慧明 / 024

提高对外电视传播节目的吸引力和亲和力 / 陈海燕 / 028

中国新领导集体执政新风对提升媒体自信的几点启示 / 高辉 / 033

城市品牌国际传播刍议 / 晏萌 石群峰 / 039

理论与实践

“海峡特色”的传播模式与创新追求 / 梁杨菁 / 045

电视对外传播的地方试验

——省级电视台国际频道的发展现状与思考 / 黄文峰 / 054

以温柔的力量传递 / 王言玲 / 062

浅谈对外传播专题片的艺术表现和镜头语言的运用

——关于易地采访的几点思考 / 王继伟 / 066

从《舌尖上的中国》看中国纪录片对外传播理念的转变 / 刘 娟 / 074

对外传播方略之嬗变 / 董 鑫 刘彦臣 / 079

中文电视在加拿大的发展格局 / 方 健 / 084

中国影视文化产品开拓国际市场策略 / 刘小兰 / 089

002 视频在电视文艺晚会中的形态及功能变迁 / 胡 婧 / 096

CCTV-4 电视易地采访活动与地方电视台对外传播 / 杨正义 / 105

浅析电视纪录片的艺术性与美学价值 / 董 婷 许 睿 / 110

廿载天涯共此时

——《天涯共此时》开播 20 周年的回顾与探索 / 张冬华 / 117

打造全球华语电视媒体交流合作的新模式

——以福建对外、对台电视节目协作网为例 / 叶造 / 122

新媒体视界

社交媒体时代电视对外传播新战略 / 施燕峰 / 127

国际一流电视媒体在产业与新媒体融合方面的举措和对中央电视台的借鉴意义
/ 王 蕊 / 132

电视在移动互联网时代的发展趋势和应对策略研究 / 王春浩 / 138

创作札记

品读“秋晚”的美学秋韵 / 张育华 杨怡静 / 143

轻松游中国 快乐学汉语

——谈《快乐汉语》旅游系列的汉语教学 / 王 锋 / 147

电视随笔 / 石志远 / 152

我在美国寻隐者 / 刘彦臣 / 157

电视新闻访谈节目中的话题控制

——以《海峡两岸》为例 / 马 威 / 163

浅析外国嘉宾在电视节目中的运用 / 林康楠 / 170

《外国人眼中的红色中国》采访后记 / 张 鹤 / 176

浅谈新形势下益智类节目的创新

——第十一届海峡两岸知识大赛的启示 / 袁 静 / 184

理论园地

独立电影“教父”

——米拉麦克斯公司与独立电影的相互影响 / 张丛奕 / 189

浅析电视栏目的定位与观众 / 王燕通 / 196

浅析对外综艺节目的制作 / 李小珊 / 200

大众传播经济功能的特点及其现状分析 / 丁银杰 / 204

影像纪实本性 / 秦 雯 / 211

地方台专业频道如何提升核心竞争力 / 田秀珍 / 217

传播与创新

国际文化传播成功例证分析 / 水 力 / 221

符号冗余在媒介事件国际传播中的作用

——北京与伦敦奥运会开幕式电视转播文本的比较研究 / 王 军 / 227

浅析《中国好声音》的成功模式 / 刘晓钦 / 234

文化遗产的有机组成：以文化遗产为主题的传媒产品 / 葛俐杉 / 242

央视国际频道《中国新闻》对外传播特色探析

——与《新闻联播》比较分析 / 段晓明 吴 慧 / 246

地方电视台的对外传播 / 郭 鹰 / 252

如何加强电视对外传播的文化针对性 / 张子力 / 256

四川国际频道的对外传播与文化共鸣 / 左 韬 / 261

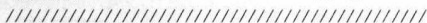
如何提升央视驻外记者的传播能力

——以莫言获奖报道为例 / 李晶思 张韶明 / 265

电视新闻评论类专题节目的发展分析 / 王庆峰 / 270

浅析我们在影视作品的国际传播中应该补上的课 / 吕晓佳 / 274

以《春晚》为例浅析现实类题材纪录片的创作模式 / 苟 博 / 278



利玛窦入明朝

——跨文化传播角度的观察

中央电视台中文国际频道副总监 王文昌

1582年8月7日，快满30岁的利玛窦乘船来到了中国的澳门，此时为明朝万历十年。作为训练有素的天主教传教士，利玛窦奉命前来传教。此前，他的先辈已经失败，甚至被驱逐。

利玛窦西来中国，一路曲折。1577年5月他离开意大利家乡，到葡萄牙里斯本接受培训。1578年3月24日从葡萄牙的里斯本乘船出发，历经近半年的艰苦航行，9月6日才到印度半岛西部的果阿，并在果阿待了快三年，取得了神父资格，其间一场热病差点要了他的命。1582年4月26日，利玛窦从果阿出发，经马六甲海峡，航行102天，终于到达澳门。此后，利玛窦与同事辗转肇庆、韶州、南昌、南京等地，最后到达北京，直至1610年5月逝去。

利玛窦尽管训练有素，但在人生地不熟的中国，他面临一系列的困难，比如语言不通，穿戴、肤色、饮食也不同，文化迥异。为了传教，利玛窦吸取罗明坚等传教士的经验教训，展开新的尝试。

一、中文 服装 三棱镜

利玛窦到澳门后，很快开始学习中文，努力阅读汉语书籍，而且学的是各地通用的“官话”。1585年，也就是到中国3年后，利玛窦已经声称：“我可以没有翻译而与每一个人交谈，而且可以相当熟练地写作和阅读。”同时，他

开始翻译教义，学习汉语写作^①。

耶稣会士初入肇庆时，身份为“天竺僧”，着僧服，剃光头。利玛窦初入中国时也是如此。利玛窦的前辈罗明坚就开始穿僧服，剃光头，改变耶稣会传教士欧式服装、满脸胡须的形象。随后，利玛窦等人也效仿。“现在我们这么做了，也就是说我们已经成为中国人，以便为基督赢得中国”^②。约从1594年秋天起，利玛窦蓄发留须。利玛窦在给同事的信函中说道：“在不到一年的时间内，我和郭居静神父的胡子长至腰间，中国人非常惊讶，他们虽然也有长须者，但一般下巴上只有四根毛。”一年后的一封给耶稣会总会长的函中，利玛窦说，“中国人胡须很少，一般人一毛不毛，或者只有八根到十根胡须”^③。

穿戴也变了。1594年11月，利玛窦戴上方巾。他后来的回忆录说，方巾乃是“文人”所戴，其他人只能戴圆巾^④。当代学者宋黎明描述利玛窦1595年4月18日离开韶州的情形：“他坐在轿子里，长须飘飘，身穿丝绸直裰，头上戴着一顶东坡巾。”直裰是宽袍大袖的服装。这样的穿戴让利玛窦觉得自己“全然成为中国人”。在给友人的一封信函中说，在拜访一位知县时，他特地身穿在韶州订制的丝绸礼服。“我们已经考虑放弃中国人藐视的和尚的名称，并采用巡察使神父允准的文人的称谓，我们留须并蓄发至耳，穿上文人相互拜访时所穿的特别服装，而不再是过去的和尚打扮。在这个地方，我们第一次留须并穿上上述服装出访此官员，衣服由深紫色的料子制成，下摆和领口均有半掌宽的蓝色镶边，袖口也有同样的镶边，它很宽敞，与威尼斯人们所做的大体相同；还有一根镶蓝边的同样颜色的料子制成的长腰带，系在腰间紧腰。这是中国文人使用的服装，与威尼斯人的服装很相似”^⑤。

利玛窦的西洋器物对当时的中国人来说新奇异常。比如三棱镜、自鸣钟、日晷、地球仪等等。三棱镜十分吸引当时的中国人。在苏州，利玛窦为了表达

① 剑桥中国明代史，1368-1644年，下卷/[英]崔瑞德、[美]牟复礼编；杨品泉等译。-北京：中国社会科学出版社，2006年12月。第763-764页、第762页。

② 剑桥中国明代史，1368-1644年，下卷/[英]崔瑞德、[美]牟复礼编；杨品泉等译。-北京：中国社会科学出版社，2006年12月。第763-764页、第762页。

③ 神父的新装：利玛窦在中国：1582-1610/宋黎明著。-南京：南京大学出版社，2011年5月。第87页、第88页、第100页、第135-138页、第110-111页、第130-138页、第165-167页、第117页、第119页、第108页、第144-145页、第147-149页。

④ 神父的新装：利玛窦在中国：1582-1610/宋黎明著。-南京：南京大学出版社，2011年5月。第87页、第88页、第100页、第135-138页、第110-111页、第130-138页、第165-167页、第117页、第119页、第108页、第144-145页、第147-149页。

⑤ 神父的新装：利玛窦在中国：1582-1610/宋黎明著。-南京：南京大学出版社，2011年5月。第87页、第88页、第100页、第135-138页、第110-111页、第130-138页、第165-167页、第117页、第119页、第108页、第144-145页、第147-149页。

对照顾自己的老朋友瞿太素感谢，送上了一枚三棱镜。这是瞿太素梦寐以求的宝物，早在韶州时就提出购买，时隔十年才终于到手。瞿太素立即让人做一个装三棱镜的银盒，银盒两边系以金链，并刻上自撰的铭文，中称三棱镜为“天物”。在南京买到房屋定居下来后，利玛窦举行了贡品展览，三棱镜等新奇物品让南京人蜂拥而至参观^①。

引起别人的注意，利用别人的好奇，这是利玛窦在中国传教的第一层手法。

二、西仕定位 结交权贵

学会中文，改换穿戴，利用了新奇的三棱镜，利玛窦的传教效果依然不佳。比如在肇庆和南京，利玛窦还是被官员驱逐。连连碰壁，促使利玛窦设法结交当时的权贵人物，解决安身问题。不过，利玛窦想的不止于安身，为了传教，他还要扬名，特别是在中国社会上层和士子阶层中扩大影响。

在南昌期间，利玛窦结识了白鹿洞书院的名儒章璜，又拜访了建安王，赠送日晷、地球仪等，为了巩固与建安王的关系，还特别写成西方交友格言录《交友论》，迅速在明朝知识分子中形成广泛影响。巡抚陆万垓召见时，利玛窦身穿礼服，长跪不起^②。利玛窦的这套交往办法收效不错，所到各地的官员对稀奇的欧洲传教士大多网开一面。

1597年8月，利玛窦升任天主教中国传教团团长，同时被授权携带礼物前往北京觐见皇帝。1598年6月初，利玛窦认识的南京礼部尚书王忠铭经过南昌，利玛窦拜访并献上自鸣钟，王忠铭答应带利玛窦北上，虽然历经周折，但还是在9月7日第一次到达了北京，并通过王忠铭见到了一位太监，并且看了携带的贡品。不过，未达目的，只能返回南京。在南京，除了王忠铭之外，利玛窦往来的权贵还有刑部侍郎王樵、刑部尚书赵参鲁、户部尚书张孟南、礼部侍郎叶向高等。在南京买房居住的难题，也是工部主事刘斗墟设法帮忙的^③。

1600年5月19日，利玛窦从南京启程，第二次沿着运河北上，目的地是

① 神父的新装：利玛窦在中国：1582-1610/宋黎明著。-南京：南京大学出版社，2011年5月。第87页、第88页、第100页、第135-138页、第110-111页、第130-138页、第165-167页、第117页、第119页、第108页、第144-145页、第147-149页。

② 神父的新装：利玛窦在中国：1582-1610/宋黎明著。-南京：南京大学出版社，2011年5月。第87页、第88页、第100页、第135-138页、第110-111页、第130-138页、第165-167页、第117页、第119页、第108页、第144-145页、第147-149页。

③ 神父的新装：利玛窦在中国：1582-1610/宋黎明著。-南京：南京大学出版社，2011年5月。第87页、第88页、第100页、第135-138页、第110-111页、第130-138页、第165-167页、第117页、第119页、第108页、第144-145页、第147-149页。

北京。7月，到达临清，开始与驻守这里的太监马堂艰难地打交道。马堂给皇帝写了奏折，称有外国陪臣利玛窦准备进贡，在天津候旨。直到皇帝有一天想起要看自鸣钟，利玛窦才得以在1601年1月24日进京。并经过结交礼部官员，称病走出专门接待宾馆——会同馆，实现留在北京居住的目的。此后，利玛窦继续结交礼部尚书冯琦、吏部尚书李戴等高官，游走于官员与士子中间^①。

在频频试水之后，利玛窦明晰了自己在中国的形象定位，开始有意识地塑造自己的西士形象，甚至娴熟地利用自己西士的独特形象。取中文名利玛窦，自号泰西。数万里航海而来的传说、怪异的外国相貌、三棱镜、烫金书籍和天主像等奇珍异宝，都是吸引中国人的重要因素。此外，记忆术和“数学”，尤其是有关黄白术（自造金银）的传闻更让利玛窦具有传奇色彩^②。

容貌独特的西士利玛窦成为当时传奇人物。当时北上北京的利玛窦，利用京城各地士子云集的条件，广泛与文人学士交往。1595年10月28日至友人科斯塔函中，利玛窦说自己的饭局很多：“一周我有两三次被邀请做客，有时一天两次在不同的地方做客，两次我都要去^③。”

他的最灵验的办法是用他的新奇器物引起别人的好奇，如地图等，与人交流，再与兴趣浓厚的士子或官员进行深入的交流，对特别深入交流的人士加以诱导，劝其皈依天主教。徐光启等“四大支柱”即如此。传说明末流亡的永历帝皇后和一些太监也是天主教的皈依者。

结交权贵，注重在知识分子中扩大影响，这是利玛窦在中国传教的第二层手法。

三、争辩：文化核心层面的碰撞

1595年6月，利玛窦被南京官员徐大任逐出南京。只好到南昌碰碰运气。在沿长江折回南昌的路上，利玛窦做了一个梦，决定在中国“摧毁其古法并移

① 神父的新装：利玛窦在中国：1582-1610/宋黎明著。-南京：南京大学出版社，2011年5月。第87页、第88页、第100页、第135-138页、第110-111页、第130-138页、第165-167页、第117页、第119页、第108页、第144-145页、第147-149页。

② 神父的新装：利玛窦在中国：1582-1610/宋黎明著。-南京：南京大学出版社，2011年5月。第87页、第88页、第100页、第135-138页、第110-111页、第130-138页、第165-167页、第117页、第119页、第108页、第144-145页、第147-149页。

③ 神父的新装：利玛窦在中国：1582-1610/宋黎明著。-南京：南京大学出版社，2011年5月。第87页、第88页、第100页、第135-138页、第110-111页、第130-138页、第165-167页、第117页、第119页、第108页、第144-145页、第147-149页。

植天主教之法”^①。于是转而要走进当时中国的“三教”，即儒、释、道，接触中国思想领域，甚至核心价值。

利玛窦交往日广，中西文化核心层面的思想碰撞不时显露出来。当时的哲学家和前知府李贽在《与友人书》中，对利玛窦的传教的深层目的表达了惊叹、疑惑和忧虑：“今能言我此间之言，作此间之文字，行此间之礼仪，是一标致人也。中极玲珑，外极朴实，数十人群聚喧杂，讎对各得，傍不得以其间斗之使乱。我所见人未有其比，非过亢则过谄，非露聪明则太闷闷瞢瞢者，皆让之矣。但不知到此何为？我已经三度相会，毕竟不知到此何干也。意其欲以所学易吾周孔之学，则又太愚，恐非是尔”^②。

其他文人也在与利玛窦的交往中，感觉到利玛窦非儒非道非释，隐隐感觉到利玛窦带来的奇特文化对中国文化道统的威胁。于是，著名的佛教居士李本固精心安排了一场宴会，请著名的佛教大师三淮和尚和利玛窦出席，看看会有怎样的论战发生。这场饭局有二三十人参加，利玛窦被安排在三淮和尚邻座，两人很快言语短兵相接。据利玛窦自己的记述，论战集中在三个议题上：谁为天地之主？日月在心还是在镜？人性是善还是恶？但是，利玛窦和三淮和尚都是各自引述各自体系的经典，各说各话。研究利玛窦的学者宋黎明评价他们“打成平手”^③。

中西文化使者触手之时，竟然是这样戏剧性地从此开启核心价值观的内力比拼。

四、利玛窦的跨文化传播意义

1610年利玛窦在北京故去，之后获明朝廷允准，赐葬于北京阜成门外。按照耶稣会士的比喻，利玛窦“成功探索了中国大院的内部构造，进入了他们私密的领地，现实已经远远超出了他最初的期望”^④。

① 神父的新装：利玛窦在中国：1582-1610/宋黎明著。-南京：南京大学出版社，2011年5月。第87页、第88页、第100页、第135-138页、第110-111页、第130-138页、第165-167页、第117页、第119页、第108页、第144-145页、第147-149页。

② 神父的新装：利玛窦在中国：1582-1610/宋黎明著。-南京：南京大学出版社，2011年5月。第87页、第88页、第100页、第135-138页、第110-111页、第130-138页、第165-167页、第117页、第119页、第108页、第144-145页、第147-149页。

③ 神父的新装：利玛窦在中国：1582-1610/宋黎明著。-南京：南京大学出版社，2011年5月。第87页、第88页、第100页、第135-138页、第110-111页、第130-138页、第165-167页、第117页、第119页、第108页、第144-145页、第147-149页。

④ 利玛窦：紫禁城里的耶稣会士/[美]夏伯嘉著；向红艳，李春园译。董少新校。-上海：上海古籍出版社，2012年4月。第3页。

利玛窦为传教的使命而来，但客观上充当了中西文化交流的使者和桥梁。他不仅将天主教等西方文化带到了中国，也通过翻译一些中国经典，向西方传播中国文化，具有开创意义。复旦大学朱维铮教授这样说：“利玛窦不是第一位进入中国大陆的欧洲耶稣会传教士，却是第一批入华耶稣会士中间最具历史影响的杰出人物。”“就跨文化研究的角度来看，不论中外学界关于利玛窦其人其学的价值判断多么分歧，大都承认由历史所昭示的两点事实：他用中文撰述的论著和译作，使中国人开始接触文艺复兴以后的欧洲文化；他用西文记叙中国印象和在华经历的书信、回忆录，以及拉丁文翻译的《四书》，也使欧洲人初步了解传统正在起变化的中国文化^①。”可以说，利玛窦在不自觉的情况下，在人类文化交流和传播史上做了独特的贡献。

利玛窦来华，地理上，由远而近、由边疆入京城；礼俗上，由番而华，由僧而儒；学问上，由西而汉，由宗教而哲学。利玛窦来华的经历，大体上印证了文化传播由浅入深的规律，即从表层的日常生活、继而到礼俗制度、进而深入到核心价值层面。

利玛窦来华如今依然应该是中外学者研究的重要课题。尽管利玛窦一心只为来中国传教，但是他的西方文化背景，使他不自觉地充当了西方文化向中国传播的先锋，使他不自觉地充当了跨文化传播的先锋。今天我们也可以从文化传播的角度来深入研究利玛窦来华的经历，可从这个著名的文化传播案例中摸索规律，为中华文化对外传播提供借鉴。作为中华文化传播队伍中的一员，我们虽然少了些航行大洋中的惊涛骇浪，但我们不能没有开拓的勇气、坚韧不拔的耐性，以及融通他文化的方法和智慧。

^① 利玛窦中文著译集/[意]利玛窦著；朱维铮主编。—上海：复旦大学出版社，2012年2月。导言第1-2页。

重视海外华语电视媒体在国际传播中的作用

中央电视台中文国际频道节目部副主任 杨奉涛

根据国务院侨办《华侨华人研究报告(2012)》蓝皮书中推断,全世界华侨华人总数超过5000万,其中新移民数量为1030万人。无论从数量上还是影响力上,海外华侨华人都是我国国际传播战略中不容忽视的重要群体。具有200多年历史的海外华文媒体与华人社团、华文学校并称华人社区“三宝”。华文媒体是海外传承中华文化、沟通民族情感的重要载体,在海外华人中有着广泛的影响力。据美国新加州传媒(New California Media)2005年公布的一项调查显示:美国少数族裔人群偏好本族裔传媒,而华裔中更有近四成表示主要从华文传媒取得信息。

在海外华文媒体中,华语电视媒体起步较晚,但近些年发展迅速,据不完全统计目前数量已经达到50多家。华语电视媒体大多集中在一些发达国家和地区,由于电视制作成本较高、程序复杂,因此,除新加坡新传媒、美国中文电视台、新西兰中华电视网等少数实力较强外,绝大多数华语电视媒体都规模较小、条件较差,普遍面临着一缺资金、二缺节目、三缺专业人才的困难。但由于其根植于海外华人社区、与海外华人及当地主流社会联系紧密、拥有固定观众群等特性,其发展前景不可被小视,其未来在海外传播中华文化、传播中国声音的作用更不可被低估。

一、建立全球华语电视媒体协作机制

为加强国际传播能力建设,国内主流媒体纷纷“借船出海”,广交海外朋友,采取多种形式深化与海外合作伙伴的关系,建立定期会晤协作机制。中国新闻社从2001年开始举办“世界华文传媒论坛”,每两年主办一届,已先后在南京、长沙、武汉、成都、上海、重庆举办过六届,目前已经与近200家海外华文媒体建立起固定合作关系;人民日报海外版从2008年开始每两年举办一次海外合作伙伴恳谈交流会,至今已经举办了三届,目前人民日报海外版除自

办发行外，还与20多家海外华文媒体合作创办日刊、周刊及专版，覆盖五大洲80多个国家和地区。

近年来，中央电视台高度重视发展与海外华语电视媒体的合作关系。2006年年初，中文国际频道CCTV-4创办央视唯一一个以海外华人为内容主体的栏目《华人世界》，在海内外侨界产生广泛影响，并为海外华语电视媒体搭建了一个节目展示的平台。2006年6月，由《华人世界》栏目承办的首届CCTV与海外华语电视媒体协作会在北京举办，16个国家和地区的20余家海外华语电视媒体50余位代表与会，代表们就如何进一步加强华语电视媒体的合作关系、如何继续提升华语电视传媒影响力等议题进行了深入研讨；2008年5月，第二届CCTV与海外华语电视媒体协作会在北京举行，来自全球22个国家和地区的41家海外华语电视媒体负责人出席会议，会议围绕“交流、合作、发展、共赢”的主题进行研讨，宣布创立全球华语电视媒体联盟并发表《共同宣言》；2012年11月，第三届海外华语电视媒体协作会在北京举行。来自亚、非、欧、北美、大洋等5大洲52家华语电视媒体100多位代表与会，这是近年来全球华语电视媒体规模最大的一次盛会，会议围绕“深化合作、实现共赢”的主题进行了深入探讨，中央电视台与海外华语电视媒体在节目、人员、活动等领域达成了实质性合作，实现了互利共赢。会议商定，协作会今后每两年举办一次。

协作会的成功举办对密切全球华语电视的团结合作、向世界更好地传播中国、推动中华文化走向世界等方面具有重要意义，标志着以中央电视台为核心、海外华语电视媒体积极参与的全球华语电视媒体对话、交流与合作的机制已经形成。这一机制的建立将实现三个“有利于”：

一是有利于巩固和扩大全球华语电视媒体联盟。

国际传播领域有个不变的规律就是“多能胜寡”。之所以现在全球传播“西强我弱”，主要在于西方国家掌握了全球大多数的舆论工具。汉语拥有世界上四分之一的人口，但国际上以汉语为传播符号的信息量只占总量的5%左右，在海外，华文媒体的声音则更加微弱，这除了有媒体自身实力等因素外，还有一个很重要的原因就是：海外华文媒体普遍“单打独斗”、“势单力薄”。要改变这种局面，全球华语电视媒体必须要走团结联合之路，资源共享、优势互补，共同做大做强中文电视。

海外华语电视媒体对中央电视台通过协作会为全球华语电视搭建沟通交流的平台给予高度评价。印尼ESA电视台总监武毅说，中央电视台牵头组织全球华语电视媒体协作会让他们有了一种找到组织的感觉，这样一种协作模式是他们期待已久的。台湾无线卫星电视台执行副总经理杨盛昱认为，举办协作会充分展现了中央电视台的大气，这样的做法和胸襟，再次证明中央电视台作为全

球华语电视的一个主导力量不可动摇的地位。在这样一种联盟协作机制下,各成员单位可以通过定期会议、高层互访、日常交流等形式,协调立场、统一行动、加强沟通、开展合作,同时还可通过协作会日常办事机构中央电视台中文国际频道做好新成员吸纳、组织协调联盟内相关事务等项工作,团结更广泛的华语电视力量,在国际上集中展示华语电视的实力。

二是有利于正确传播中国声音,推动中华文化走向世界。

一些西方媒体在报道中国时,经常会戴着有色眼镜,散布一些虚假不实报道,损害中国国家形象和中华民族的利益。参加协作会的澳门广播电视股份有限公司执行委员会主席梁金泉在发言中提到,以主流媒体自居的部分西方媒体,并没有做到全面公正客观地呈现中国真实的面貌,导致不少外国朋友对中国一知半解。新西兰中华电视网营运长张国明就表示,海外华语电视媒体有责任准确地将有利于中国的信息报道给当地的社会,让当地的社会更全面地了解中国。因此,在事关国家、民族利益的大是大非面前,全球华语电视可以通过协作会机制协调立场,主动发声、集体发声,以正视听。例如“拉萨3·14事件”、“新疆7·5事件”发生时,境外各种杂音甚嚣尘上,有许多海外华人也不明真相。为此,CCTV-4专门制作和播出了多部反映事件真相的新闻专题节目,并主动提供给海外协作伙伴,美国中文电视、澳大利亚翡翠互动台、新西兰中华电视网等多家华语电视媒体都在自己的平台上播出了相关节目,对于在海外团结华人力量、抵制“藏独”“疆独”活动、维护国家和民族利益等都起到了很好的舆论作用。

华语电视同时也是海外传承中华文化、沟通民族情感的重要载体。国务院侨办发布的2011年《华侨华人蓝皮书》“海外华文媒体调查报告”显示,多达88.6%的海外华文媒体高度认同要在传承中华文化方面发挥作用。在海外华语电视媒体协作会上,中央电视台和各华语电视媒体都一致表示,扩大中华文化的国际影响是华语电视义不容辞的责任,今后将下大力气、加大力度向海外积极传播中华文化,推动中华文化走向世界。

三是有利于加强CCTV国际传播力和影响力。

中央电视台经过半个多世纪的发展,无论综合实力还是影响力上都绝对堪称中国第一媒体,然而在向国际一流媒体迈进的过程中,还需不断加强国际传播能力建设,建立与海外华语电视媒体的协作机制便是其中一个重要举措。

海外华语电视媒体长期根植于海外社会,熟悉海外环境、受众、语态和市场。中央电视台可以以海外华语电视媒体协作会为媒,通过节目、活动、人员等方面的交流,实现将中央电视台生产的节目授权给部分海外华语台播出,借用海外华语电视的平台来延伸中央电视台的海外传播力,扩大节目海外落地范

围,从而增强国际影响力;还可以使中央电视台的工作人员更加熟悉海外传播对象,学习海外传播语态,制作出更加符合海外受众收视习惯的节目;同时还可以荟萃海外华语电视的节目精品为我所用,自从协作会机制形成以来,海外华语电视媒体已向中央电视台提供了上千条次反映当地华侨华人生活的新闻和专题节目,还参与了中国载人航天工程、上海世博会等重大事件的报道,丰富了央视荧屏、贴近了海外观众,进一步增强了中央电视台的海外传播力。

二、推动与海外华语电视媒体务实合作

在第三届海外华语电视协作会上,中央电视台台长胡占凡就加强合作提出四点建议:一是整合优势资源,共享发展成果;二是传播中华文化,强化双向交流;三是创新合作模式,实现互利共赢;四是延伸合作领域,推动联合发展。中央电视台主管国际传播的副台长魏地春就如何建立长效合作机制、密切节目和人员交流、推动联合采访活动、开展新媒体领域合作等提出具体思路。这些都为今后中央电视台与海外华语电视媒体开展务实合作指明了方向。笔者认为,在推动与海外华语电视媒体协作过程中,有几项工作值得重视:

1. 搭建中文电视节目海外输出平台

改革开放 30 多年来,大批国人走出国门,移居海外,目前海外华人的构成已经逐步向“于我有利”的方向发展。最新的美国社区调查数据表明,在美华侨华人中,来自中国大陆的移民占 38.9%,已经超过出生于美国本土的华裔美国人(占 35.6%),所占比例最大,出生在台湾和香港的分别占 9.6% 和 5.4%。由于海外华人受众的结构发生变化,海外华语电视媒体势必会更加需要大量来自中国大陆生产的优秀电视节目,以满足大陆新移民的收视需求。

部分海外华语电视媒体多年来已经通过自己的平台播出中央电视台的节目。例如,日本 CCTV 大富电视频道、泰国中文电视台、美国旧金山 KTSF26 台经常收录中央电视台中文国际频道的新闻和专题节目,经过改编后在当地播出。澳大利亚翡翠互动台、墨尔本澳华电视台以及新西兰中华电网从 2006 年开始与中央电视台中文国际频道开展合作,播出中央电视台的节目。但面对新的形势,我们应该尽快搭建起一个中文电视节目的海外输出平台,该平台要拥有新闻、专题、文化娱乐、纪录片、影视剧等丰富的节目类型,要为海外华语台在节目资源上提供周到服务和热情帮助,要在节目版权、费用等方面对华语台放宽条件,甚至主动、无偿提供节目,以提高央视节目在全球华语电视媒体的使用率和转播率。未来还可通过民间注资、参股等方式,购买海外华语台甚至主流台部分播出时段,来达到输出和传播更多我们的主流电视节目的目的,以更好地影响海外舆论。