

**NANYANG
TECHNOLOGICAL
UNIVERSITY**

SINGAPORE

**Window to the World: The Chinese
International Channel of China Central
Television and Its Relations with Chinese
Diaspora**

全球传播之窗：中国中央电视台中文国际频道和
华人华侨关系研究

Tang Ni

汤妮

SCHOOL OF HUMANITIES

人文学院

2020

**Window to the World: The Chinese
International Channel of China Central
Television and It Relations with Chinese
Diaspora**

全球传播之窗：中国中央电视台中文国际频道和
华人华侨关系研究

Tang Ni

汤妮

School of Humanities


人文学院

A thesis submitted to the Nanyang Technological
University in partial fulfilment of the requirement for
the degree of Master of Arts

2020

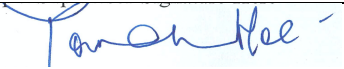
Statement of Originality

I certify that all work submitted for this thesis is my original work. I declare that no other person's work has been used without due acknowledgement. Except where it is clearly stated that I have used some of this material elsewhere, this work has not been presented by me for assessment in any other institution or University. I certify that the data collected for this project are authentic and the investigations were conducted in accordance with the ethics policies and integrity standards of Nanyang Technological University and that the research data are presented honestly and without prejudice.

Date:	13 DEC 2019
Name of student:	Tang Ni
Signature of student:	

Supervisor Declaration Statement


I have reviewed the content of this thesis and to the best of my knowledge, it does not contain plagiarised materials. The presentation style is also consistent with what is expected of the degree awarded. To the best of my knowledge, the research and writing are those of the candidate except as acknowledged in the Author Attribution Statement. I confirm that the investigations were conducted in accordance with the ethics policies and integrity standards of Nanyang Technological University and that the research data are presented honestly and without prejudice.

Date:	13 DEC 2019
Name of Supervisor:	Yow Cheun Hoe
Signature of Supervisor:	

Authorship Attribution Statement

Please select one of the following; *delete as appropriate:

*(A) This thesis **does not** contain any materials from papers published in peer-reviewed journals or from papers accepted at conferences in which I am listed as an author.

Date:	13 DEC 2019
Name of student:	Tang Ni
Signature of student:	

致谢

两年的研究生生活匆忙结束，有不舍、有留恋、有怀念、有遗憾，但是更多的是感谢。

感谢我的导师游俊豪副教授这两年来对我的教育和培养，从论文的选题、撰写、修改到定稿，游老师都非常耐心的为我讲解，即便工作繁忙也不忘叮嘱和监督我的论文进度，在此向游老师致以最崇高的敬意。

感谢中文系其他老师对我的教诲和鼓励，各位老师渊博的学识、专业的授课、踏实的精神都给予我前进过程中巨大的力量。

感谢我的同门以及办公室里的各位同学给予我学习和生活上的帮助，感谢向志利老师、闫博同学、卢晓雯师姐在我迷茫时给予我精神上的抚慰以及论文上的意见，感谢耿博文、曾亚峻、黄玉君、陆倩婷、吴唯玮、张蕾、李云飞、钱昊等同学给予我论文写作过程的支持。

感谢南洋理工大学为我提供良好的研究条件，让我在轻松愉悦的氛围中度过研究生生涯。

感谢我的家人给予我大力的支持和关怀，让我度过了人生当中最有意义的研究生生活。

感谢那么多可爱可敬的人给予我无言的帮助。回想两年的研究生生活，简单美好、充实快乐，那些闪着光的日子，会一直在我记忆深处。

目录

致谢.....	i
摘要.....	iv
Abstract.....	v
第一章 导论.....	1
第一节 研究对象和动机	1
第二节 研究问题	2
第三节 研究现状及文献回顾	2
第四节 研究方法	6
第五节 研究理论	7
第六节 章节安排	10
第二章 华人华侨形象及国际影响力.....	12
第一节 海外华人华侨简介	12
第二节 海外华人形象演变	16
第三节 海外华人的国际影响力	18
第四节 小结	20
第三章 中央电视台中文国际通道的历史沿革.....	21
第一节 中央电视台不同时期对外传播的发展.....	22
第二节 中央电视台中文国际频道发展变迁	26
第三节 小结	34
第四章 中央电视台中文国际频道对内传播.....	35
第一节 中央电视台中文国际频道对内传播方式.....	35
第二节 中央电视台中文国际频道宏观比较	40
第三节 中央电视台中文国际频道对内传播过程中的困扰及举措.....	48
第四节 小结	54
第五章 中央电视台中文国际频道对外传播.....	55
第一节 中央电视台中文国际频道对外传播布局.....	56
第二节 新闻与两岸	58
第三节 医药与文艺	65
第四节 中央电视台中文国际频道对外传播方式.....	71

第五节 中央电视台中文国际频道对外传播过程中的困扰.....	72
第六节 小结	79
第六章 结论.....	80
附录.....	83
参考文献.....	91

摘要

中国中央电视台中文国际频道(CCTV-4)自 1992 年开播以来便承担着服务全球华人的重要职责,并且也是海外华人了解中国、增强情感的关键纽带和窗口。世界各地的华人虽然在某些方面还保持着华人的特性,但还是受到当地文化因素的影响而产生变化。本文主要研究 CCTV-4 在华人华侨群体传播过程中对其身份认同、形象构建、华语传播方面做出的努力。CCTV-4 对外传播过程中一直不断探索调整、满足全球华人收视需求,但还有不足之处。鉴于中国电视对外传播中的责任和使命,以及目前新媒体时代华语电视的竞争环境和现状,CCTV-4 要想成为“全球第一华语电视频道”必须塑造出辨识度高、受众接受度高、社会大众认可的媒体形象。CCTV-4 对外传播的内容考虑“内”与“外”的差别,部分节目可以吸引中国人的关注,但并不代表外国受众依然青睐,本论文利用资料收集、对比研究、案例研究等方法,以 CCTV-4 节目内容、具体节目类型、节目文本为落脚点,遴选出具有代表性的栏目,对其节目内容进行全方位多角度的观察,尝试指出 CCTV-4 对内、对外传播的异同及 CCTV-4 和海外华人的关系,分析目前 CCTV-4 对外传播中的困扰及举措。

关键词: CCTV-4、华人华侨、对外传播

Abstract

Since its inception in 1992, the Chinese International Channel of China Central Television (CCTV-4, hereafter) has undertaken the significant task of serving Chinese worldwide as a key bonding tie and window for Chinese diaspora to gain knowledge of China and maintain emotional attachment to China. This thesis examines CCTV's efforts of shaping the identity of Overseas Chinese and promoting Chinese-language communications among the Chinese diaspora. This study reveals that CCTV-4 has consistently endeavoured to explore and fulfil the needs of overseas Chinese, but with shortcomings. In view of its responsibilities and missions in foreign communications as a Chinese television media and considering the current competition it faces in the era of new media, CCTV-4 has to position itself better with high identification, high acceptance, and high recognition in the hope of being the "World's No.1 Chinese Television Channel". The foreign publicity of CCTV-4 needs to take notes of the differences of "domestic" and "foreign" communications as some of the contents might work for Chinese viewers but fail to attract foreigners. This thesis adopts methods such as data collection, comparative analysis, and case studies, and focuses on the program contents, types, and transcripts of CCTV-4. It selects representative programs for a comprehensive, multi-angle observation. Tentatively, this thesis points out the similarities, differences in CCTV-4's domestic and foreign correspondence, the relations between CCTV-4 and Chinese diaspora, and the current weaknesses and measures in CCTV-4's international communications.

Keywords: CCTV-4, Overseas Chinese, Foreign Publicit

第一章 导论

第一节 研究对象和动机

本文的研究对象主要是中央电视台中文国际频道（CCTV-4）放映的节目。中文国际频道自开播以来便承担着面向全球华人华语传播的重要职责，并且也是海外华人了解中国、增强情感的关键纽带和窗口。但香港、台湾等地区也有对外传播华语电视媒体，国内湖南电视台也开办有国际频道，东方卫视、广西卫视等也利用地区优势和特色走上了国际化发展的道路。鉴于中国电视对外传播中的责任和使命，以及目前华语电视的竞争环境和现状，中央电视台中文国际频道要想成为“全球第一华语电视频道”必须塑造出辨识度高、受众接受度高、社会大众认可的媒体形象。

根据国务院侨办《华侨华人研究报告（2012）》蓝皮书中数据，全世界华侨华人总数超过 5000 万人，其中新移民数量为 1030 万人。无论从数量上还是影响力上，海外华侨华人都是中国国际传播战略中不容忽视的重要群体。¹ 海外华人群体存在着很大的差异性，他们由于生长环境不同、移民时间不同及教育背景等不同等因素可以分为不同的群体，他们对于华语的使用有不同的习惯和要求。一般来说，大陆到国外去的华人受众，习惯听汉语普通话，看简体中文；而港、澳、台等地区到国外去的华人受众，习惯听粤语，看繁体中文；那些本来就出生在海外的华人受众，可能中文基础不是很好，但是对所在国的母语比较熟悉。² 中央广播电视台中文国际频道对于这样一个复杂的群体，在传播方面如何做出努力和调整？

CCTV-4 在对外传播中扮演着非常重要的角色，它不仅在争取世界“话语权”方面发挥着重要作用，同时也在传播中国文化、服务全球华人的责任中充当重要的一支队伍。肩负着讲好中国故事，传递中国声音的使命。但是通过数据观察、

¹ 孙宝国：《中国电视对外传播研究》，（北京：中国广播影视出版社），2014 年版，页 15。

² 张春林《当代中国传媒的受众策略》，（重庆出版社），2006 年版，页 234-235。

收视分析等，笔者发现中央电视台中文国际频道依然在节目编排、采集能力、受众反馈等方面有待提高。那么这篇论文将试图从微观层面对中央电视台中文国际频道形象构建、节目内容、塑造和传播情况进行具体分析，从中探讨中国中央电视台中文国际频道和海外华人的关系，并从中找到改进之处。

第二节 研究问题

1. 中央电视台中文国际频道的节目对内和对外传播有何不同？
2. 中央电视台中文国际频道对外传播应对海外华人群体差异的对策。
3. 中央电视台中文国际频道对外传播中的困扰及举措。

1992年10月1号中国中央电视台（现称为：中央广播电视总台）国际频道（CCTV-4）开播，是中央电视台唯一一个面向全球播出的中文频道，它是以外华侨华人、港澳台同胞为主要服务对象的专业频道。³ 1995年7月1日，央视国际频道对外播出呼号正式由“中国中央电视台国际频道”改为“中国中央电视台中文国际频道”同年频道也进行了一系列改版，使用普通话、粤语、英语播出节目。为了适应全球观众的收看习惯，中央电视台中文国际频道于2007年1月1日分频为亚洲版、欧洲版和美洲版。三个板块分别针对各地区时差安排节目播出。此举使得不同地区的华人可以根据自己所在地时区和收视习惯收看中文国际频道。CCTV-4从1992年创立至今，播出的节目数不胜数。不少耳熟能详的节目已经深深烙印在人们心中，伴随着大家的成长。本文将在接下来的篇幅中针对中央电视台中文国际频道不同节目做详细分析，从中找出中央电视台中文国际频道和华人华侨之间的关系。

第三节 研究现状及文献回顾

在当前的学术研究当中，关于华人华侨领域和央视中文国际频道的研究已经

³ 《CCTV-4与APUS达成全球战略合作 携手传播中国声音》，人民网，<http://media.people.com.cn/n1/2017/0512/c120837-29272175.html>（浏览日期：2019年3月21日）。

有相当规模，但是将两者结合起来进行的相关研究甚少。笔者选择与本文相关的关键词：“CCTV-4”、“华人华侨”。在中国知网检索中，显示的结果为 0。在国外文献方面对于中央电视台的研究，已经在有关中国对外宣传、媒体传播方面有相当的体现，但是对于 CCTV-4 的专题研究，数量较少。这也在一方面形成了本文的研究意义与创新之处。

在相关书籍当中，有一些关于中央电视台对外传播策略的思考，孙宝国的《中国电视对外传播研究》⁴ 一书中对于中央电视台中文国际频道的发展脉络、节目变更、频道的起步、发展和提升时期的记述相当详细，为笔者的研究提供了很多信息。例如，在书中第五章当中作者提到：

2010 年 12 月 1 日 4:00，央视中文频道进行了成立以来的第六次改版。这次改版调整了央视中文国际频道的频道定位，由“以新闻为主的综合频道”拓展为“新闻·文化综合频道。”改版后，央视中文国际频道侧重点除了新闻之外，中国文化类栏目在频道编排中占有更大的比例。

中文对央视中文国际频道的栏目架构、节目改版情况的分析较为清晰。但是文中对华人华侨群体的观察、CCTV-4 节目受众的反馈以及收视情况等等都没有做出相应调查。李宇的《中国电视国际化与对外传播》⁵ 一书关注到了中国电视行业对内对外传播的现状、节目内容选择的正面及负面分析。并写到海外华人受众群体的差异化，例如作者在书中第四章当中提到：

海外华人受众基于籍贯地域和移民时间而形成不同的亚群体。海外华语受众大体分为三个群体：(1) 早期移民的后代。中国人自秦汉起就流寓海外。清朝鸦片战争之后，华人开始大量移民海外，他们中的大部分是华工，也有一部分商人和知识分子，且大都来自东南沿海地区。他们的后代主要生活在东南亚、美国、加拿大、澳大利亚以及南非。(2) 港台移民。20 世纪 60 年代以后，美国、加拿大、澳大利亚等国开始放宽移民限制，大批港、台投资移民和技术移民前往这些国家。(3) 大陆新移民。1978 年以后，中国开始改革开放，国门重新打开。自那时起，特别是 20 世纪 80 年代以后，中国大陆出国留学、定居的人数不断增

⁴ 孙宝国《中国电视对外传播研究》（北京：中国广播影视出版社，2014）。

⁵ 李宇《对外电视与文化传播研究》（安徽：安徽大学出版社，2012）。

加。

但遗憾的是对于海外华人这一群体的收视情况记录较少，没有深入研究。在相关的论文当中，关于中央电视台第四频道为主要分析对象的研究成果较多。例如，叶虎在其论文《CCTV-4 国际传播能力建设省思》⁶ 中，分析了 CCTV-4 海外华语观众的构成，并在 CCTV-4 的建设方面提出了诸多设想；中央电视台副台长张长明在发表了文章《传承中华文化服务全球华人》，⁷ 收录了一些海外华人观众的来信，信件中大多表达了中央电视台的节目对于海外华人的重要性，成为大家的精神食粮，并总结了自己对于 CCTV-4 创办十年之际的感悟，引发我们的深思。中央电视台中文国际频道副总监王广令在其发表的文章《打造海外第一华语电视媒体——中央电视台中文国际频道加强国际传播能力建设的实践与思考》一文当中分析了 CCTV-4 开播至 2012 年间取得的成果以及未来发展方向的探索，其诸多观点时至今日仍然可以借鉴。

关于海外华人研究领域，王赓武教授可谓是重要的开拓者和奠基人，他的学术理论和研究方法给这个学科带来不容忽视的影响。他在分析海外华人群体时，将海外华人移民分为四种形态：华商、华工、华侨、华裔。对于华人和华侨这两者的概念，王赓武教授也给出了清晰的解释，他在《天下华人》一书当中提到：“华侨”一词通常被翻译成“Overseas Chinese”，但是严格来说，其意思是“中国旅居者”这是因为“侨”（旅行、暂住）这个字特别是与“居”（住）这个字连起来就成为暂时居住的同义词。⁸ 也就是说“华侨”早晚有一天会回到中国，并且在国籍上还是属于中国。迄今为止，主要变化的是“华侨”一词已被普遍地抛弃不用了。如今，在东南亚的当地中国人要么称自己为“华人”或“华裔”（中国人的后代），要么称作中国血统的泰国人、菲律宾人、印度尼西亚人和马来西亚人。但是，这还远远不能断言他们所有的人都已失去了作为“华侨”的那种感觉。对该名称的抛弃不用倒确实来自中国，当中华人民共和国废除了那些血统主义的原则，并将“华侨”一词的使用限制于自己的公民时，这种抛弃使用有些类似于一种非殖民化的过程。⁹ 简单来说，华人是长期居住在国外，并且加入了当

⁶ 叶虎《CCTV-4 国际传播能力建设省思》，《电视研究》第 1 期（2017）。

⁷ 张长明《传承中华文化 服务全球华人》，《电视研究》第 10 期（2002）。

⁸ 王赓武《天下华人》（广东：广东人民出版社，2016），页 2。

⁹ 同上，页 13。

地国国籍的中国人，华侨是保留了中国国籍，但生活在中国之外的中国人，他们迟早有一天会回到中国。王赓武教授以历史为出发点并且特别注意历史不同时期的演变。

华侨在历史的发展当中有着卓越的贡献，“华侨为革命之母”在革命时期流传甚广。黄坚立在其著作《“华侨为革命之母”赞誉之来历与叙述》¹⁰当中翻检孙中山著作及演讲，未见有此句表述，后人引用此句多依据张永福于1933年出版的《南洋与创立民国》一书，该书指出：“现在有许多人，都承认孙先生说的‘华侨有功革命’，‘华侨为革命之母’这些话。”但黄坚立通过对张永福著作上下文的分析，指出这赞誉不是历史事件的客观评价，而更多是一句针对华侨的政治呼唤，迫切地向他们争取更多的资助，来克服中国危机重重的政局。这样的政治呼唤是需要的，至于华侨是否都是爱国的，需要具体的分析与判断，可能有的华侨需要有人去鼓励启发，有的华侨则是有一颗始终爱国的心，有的华侨最初是爱家乡继而萌生的爱国心态，有的华侨借以“爱国”的口号做关乎自己利益之事。这个爱国主义中的“国”是否大部分仍旧关注家乡安危，而不是认可党派与政府？在历史过程当中，华侨的爱国主义是不是有被政府夸大与不断宣传加以利用的嫌疑？相信从不同的史料与史家观念出发，我们可以更深入多角度的理解华侨自身也面临着社会、政府等方面所带来的压力，我们在分析这个问题的时候，还需要从多重方面思考，不要单纯的把他们纳入爱国或者不爱国的两者阵营当中去。CCTV-4在对外传播过程当中是否关注这一群体的心理特征及变化？有没有对节目精心编排而适应华人华侨的收视需求？笔者在接下来的研究当中将会思考这一问题。黄坚立对于史料的考究及严谨治学的态度引发我们对于研究的重新审视，对于史料文献的选择以及思考需要加以慎重。李元瑾在《林文庆走向厦门——一个新加坡海峡华人的寻根历程》一文当中介绍了林文庆从文化的回归到政治的转向，最终走入厦门大学的寻根之旅。文章中李元瑾提出疑问：“一个身上流动着马来亚土著血液的华人，一个受殖民地英文教育并赴英国深造的知识分子，一个活跃于新马政坛、商场、医界、社会的时代宠儿，为什么会在中年时候舍弃名利和地位奔向中国厦门大学，并在长期承受财政拮据、政局紊乱、学潮澎湃和人事纠纷交相逼迫的大专学府里坚持奋斗16年？”¹¹ 海峡华人群体中不少做出了类似的

¹⁰ 黄坚立《“华侨为革命之母”赞誉之来历与叙述》，《华人研究国际学报》第三卷第二期。

¹¹ 李元瑾《林文庆走向厦门——一个新加坡海峡华人的寻根历程》，庄国土编《世纪之交的海外华

行为或者具有相应的倾向。这就意味着这种“矛盾”状态不仅仅是林文庆的个案，而有更大的结构性意义。这首先意味着历史给海峡华人群体提供了复杂身份选择的空间，同时反过来，这也意味着做出了这种身份选择的海峡华人在当时的华人群体、殖民地社会具有较为独特的社会结构。在这个意义上，探讨林文庆的个案就不能只局限于林文庆个人。文章勾勒了林文庆晚年选择走向厦门大学的多重原因，而借助对林文庆早年经历的讨论，李元瑾归纳出林文庆从“民族认同”到“文化回归”，进而到“政治转向”的思想转变历程。这其实意味着在李元瑾看来，晚年厦大的选择其实是林文庆早年思想转变的必然结果。文章对于林文庆的经历分析透彻，思路清晰。由林文庆的个人经历为代表，折射了整个海外华人群体身份认同的矛盾及心理变化。

第四节 研究方法

一、采访及资料收集法

收集不同领域的资料，和海外华人、媒体、传播学、等等不同方面的文献资料。按照类别进行收集、整理。在进行课题研究时，收集的这些资料要对自己的研究内容有所帮助，资料存放时，一定要标注好题目，分门别类有序整理。避免要用时出现盲目翻看，不易寻找的情况。

二、对比研究法

尽管中央电视台中文国际频道自开播以来便承担着面向全球华人华语传播的重要职责，并且也是海外华人了解中国、增强情感的关键纽带和窗口。但香港、台湾等地区也有对外传播华语电视媒体，国内湖南电视台也开办有国际频道，东方卫视、广西卫视等也利用地区优势和特色走上了国际化发展的道路。中文国际频道最大的竞争对手是凤凰卫视。与 CCTV-4 相同，凤凰卫视也把目标受众锁定为全世界华人，其“拉近全球华人”的宗旨也与中文国际频道“传承中华文明，服务全球华人”的频道宗旨有所交叉，二者在竞争中各具优势：凤凰卫视占据有利

人》（福州：福建人民出版社，1998）。

的地理位置，根植于宽松的政策环境中，自由度与发展空间大，同时其拥有商业电视台高效的运营机制；而中文国际频道在对信息的权威发布上因其国家媒体的身份而略胜一筹，而且占有更多的国家资源，在发展规模和海外覆盖率方面也比其他华语媒体有优势。不能否认，凤凰卫视在短时间内异军突起并受到观众肯定，除了与其充分利用自身独有条件密切相关外，还源于其较好的媒介形象建构能力，赢得了社会大众的信赖。通过对比不同电视媒体的节目差异，找到 CCTV-4 对外传播的方法策略。

三、案例研究

媒体通常会以报道、图片的展示、记录的手法、声音的传递等传达节目的内容。对于第四频道而言，节目繁多，在某几档节目中，找到其传播内容涉及的对象作为案例，仔细调查分析，从而获得新的角度来观察问题。

第五节 研究理论

华人研究有关于历史学、社会学、人类学方面等方面；家族、种族、国族等命题；全球化、跨国主义、离散族群、华人的同质性、多元性、杂糅性等概念理论。本文将根据课题需要，将借用这些理论进行探讨。

一、种族、国族的概念

本研究中，可以从种族、国族两个层面来探讨海外华人从移民到成为当地国的公民的历史演化进程。种族问题不可避免地涉及“原住民”(Indigenous People)、“土著”(Aborigine)、“第一民族”(The First People/The First Nations)等概念。所谓原住民，通常指最早栖息在某一区域的居民。与最早生活在某一区域的居民相比，后来者则被称为移民。原住民分为两种情形：一是自创世以来，某一群体的出生地；二是某一群体最早不是诞生在这里，因为各种原因在很久以前就迁徙至此，而且来的时候这里属蛮荒之地，不曾有人居住过。“土著”(aboriginal)来自拉丁语，它的使用至迟在 16 世纪，意即“第一或最早知道的原住民”。“第一民族”原来是加拿大的一个种族称谓，与印第安人同义，指的是在当今加拿大境内的北美洲原住民及其后裔，后来也可指代其他国家的意在凸显其历史渊源、独

特文化和地位的原住民。¹² 对人类学家而言，种族的含义与动物学中的含义是一样的；它是指实际血统，通过血缘结成的亲缘关系。然而语言和历史研究中的种族却并不意味生理学角度的划分。短头型、长头型这类词汇并不见诸于历史学和语文学研究。¹³ 在本文研究中，“种族”的认知与意识，却是时局更易中的历史产物、秩序变动下的社会构建。¹⁴ “国族”则与国家有关，效忠于同一个国家的人民可以归纳为同一国族。¹⁵

二、离散与离散华人的界定

离散族裔的词汇源头是希腊文，*diaspora* 结合了动词 *speiro* 和介词 *dia*，意思是遍地播种。¹⁶ “离散”一词随处可见。它在社区、政治、新闻和大众使用中越来越普遍。但离散是什么意思呢？直到最近，这个词还有一个具体和有限的含义，主要指的是犹太人的每一种意愿和流亡。在二十世纪，这一术语的含义逐渐扩大到包括其根据意愿非自愿或其他人口。¹⁷ 包含了移民、流亡者、难民、外劳、侨民与族裔社群。¹⁸ 全球化语境中移民活动和现象日益重要，离散族裔的研究领域也因此获得拓展和修正。¹⁹

三、电视与“想象共同体”

本尼迪克特·安德森提出的“想象共同体”是在传播学和社会学研究领域影响很大的一个概念，安德森用这一概念来说明民族国家如何通过印刷媒体和统一的语言让读者在阅读、想象和记忆的共时性中产生强烈的归属感。²⁰

¹² 汪诗明〈种族问题研究中三个基本概念的界定与阐释〉，《安徽史学》，第一期(2015)，页 108-114。

¹³ 厄内斯特·勒南著、陈玉瑶译〈国族是什么？〉，《世界民族》，第一期（2014），页 59-69。

¹⁴ Howard Winant, "Race and Racism: Towards a Global Nature", *Ethnic and Racial Studies*, 29(5) (September 2006), pp.986-1003; Micheal Banton, *Race Theories* (Cambridge University Press, 1998).

¹⁵ 游俊豪《新马华族群的重层脉络》，（上海三联书店，2014），页 13。

¹⁶ Robin Cohen, *Global Diasporas: An Introduction* (London: University College London Press, 1997), p.ix.

¹⁷ Kevin Kenny, "What is diaspora?", *Diaspora: A Very Short Introduction*, (Oxford University Press, 2013), :2.

¹⁸ 李有成《离散》（台北：允晨文化实业股份有限公司，2013），页 35。

¹⁹ Yow Cheun Hoe, "Global Capitalism and Diaspora in the Modern and Postmodern Era", *Cross-Cultural Studies* 12 (2) (December 2008), pp.43-64.

²⁰ 张媛〈“想象共同体”的媒介构筑：电视与少数民族国家认同〉，《中国新闻传播研究》，（2016）。

“民族是想象的，因为即使是最小的民族，其成员也不可能认识大多数的彼此，和彼此相遇，甚至听说过彼此，然而，成员间相互联结的意象却活在彼此心中。事实上，所有比面对面接触的原始村落更大的共同体都是想象出来的，区别不同共同体的基础，不是他们的虚假/真实性，而是他们被想象的方式。”随后，安德森深层次的探讨了使用同一语言的大众媒体如何是个人跨越时空限制，联系到了更多的同胞。他认为印刷语言以三种不同的方式奠定了民族意识的基础：第一，印刷资本主义与语言的统一增强了传播的便利性，使得不同的方言可以被接受和理解，这就聚集了很多的同胞；第二，印刷语言具有一种固定模式，长期传承下来有助于巩固民族形象的地位；第三，印刷资本主义建立了语言和权利的链接，提升了印刷语言的使用群体。²¹

如果说关于民族的记叙是从印刷术开始的，那么在当今电子传媒时代，民族这个“想象共同体”就是由电视媒体通过声音、文字和影像的方式传递到千家万户当中。大众媒体因为其庄严性，在对外传播过程当中，对宣传国家形象，对增强民族凝聚力以及加强国家身份认同感起了非常重要的作用。这样的想象，不单单是建立在具体的地理边界、看得见真实有形的事物之间，而更多的是一种无形的力量，在情感、思想、意识之上存在。不同的传播形态、传播方式对于构筑“想象共同体”的方式也不同，电视让民众更容易、更直观地“看到”了国家社会生活的诸多方面。因此，电视成为构筑民族身份认同的重要工具，主要表现在：一方面，电视通过播出各类节目（新闻、专题、综艺娱乐、纪录片等），建构出一种供千百万人同时共享、消费与想象的民族文化资源，在为家庭或国家的仪式提供新内容的同时，也在传承和弘扬传统的民族文化。另一方面，媒介事件通过电视现场直播，塑造了一种仪式的集体参与感，促使一个国家的民众在特定时空形成。无论你在哪里，无论我们彼此相距多远，我们都能在同一时间，收看到同样的信息，听到同样的声音。电视作为空间的媒介，将民族共同链接在一起，给观众带来一种“天涯共此时”的无时空阻碍的感觉。

综上所述，笔者将用历史学的分析手段，回归华人华侨的发展及演变过程，分析 CCTV-4 的历史沿革。以人类学的分析手段，深入华人华侨群体，了解他们对于 CCTV-4 的了解及看法。用对比研究方法，来探讨 CCTV-4 节目的优劣，思

²¹ 本尼迪克特·安德森著、吴叡人译《想象的共同体：民族主义起源与散步》（上海：上海人民出版社，2011）。

考改进之处。既有系统的调查资料，又有重要的理论概念，还有大量的文献记载为佐证。由此，得出客观、公正的评价。

第六节 章节安排

本研究分为六个章节，第一章导论交代研究缘起及目前的现状，并提出研究问题 1. 中央电视台中文国际频道的节目对内和对外传播有何不同？2. 中央电视台中文国际频道对外传播应对海外华人群体差异的对策。3. 中央电视台中文国际频道对外传播中的困扰及举措。

第二章主要对华人华侨群体作出了一个全面的概念分析以及分布情况。华人的移民历史距现在已有 2000 多年，本文搜集大量文本资料以及视频资料来解释华人和华侨在身份上的区别、华人身份的演变。同时，用个案分析方法观察杰出华人形象，分析传播对象人群，了解华人华侨与国民间共有的文化渊源。有助于中央电视台中文国际频道海外受众的具体研究路径。从传者及受着角度分别看待文化的多元性，搭建传播内容的桥梁。从此思路出发，探讨中文国际频道的对外传播便有了更加明确的依据。

第三章以中央电视台中文国际频道的对外传播作为研究对象，梳理了中国中央电视台从 1958 年正式成立到 1992 年中文国际频道的建立这一时期对外传播的发端、再立足中文国际频道的建立发展，来进一步了解中文国际频道在这一过程当中所做出的努力，发现中文国际频道在面向国际对外传播的历史中具有不可磨灭的功能性，在某种程度上引发了中国和华人华侨间的情感联系，媒体搭建起双方信息共享、情感共鸣的关键纽带。因此，探究中国中央电视台及中文国际渠道的历史沿革非常有必要。

第四章和第五章相互呼应，分析了中央电视台中文国际频道内外传播的异同。“内容为王”是媒体传播的基本规律，所以本文研究要从节目内容出发，以具体节目类型、节目文本为落脚点。因此在第四章和第五章的撰写上都以具体节目内容作为分析。第四章利用对比研究方法比较了中央电视台中文国际频道与国内电视频道以及凤凰卫视中文台之间的节目类型、节目内容等。观察其间的区别来进一步印证中央电视台对内传播过程中的中国特色。

第五章采用数据调查法，首先对中央电视台中文国际频道的类型进行分类，遴选出具有代表性的栏目，对其节目内容进行全方位多角度的观察，从而发现中文国际频道在对外传播方面的优势和不足。探讨在播出时是否考虑到华人华侨的收视习惯及需求。

第六章综合全文发现中文国际频道在对外传播方面存在一些不足之处，以海外华人华侨作为受众主体，反观中文国际频道的具体节目，对其提出建设性意见，在其注重中国特色的同时也要注重创新。守住“内外有别”的传统，强化“内外有别”的传播思路，进行进一步的区分，从而达到更好的传播效果。

第二章 华人华侨形象及国际影响力

海外华人的身影遍及世界各处，如果追溯到秦汉时期，那么华人的移民历史距现在已有 2000 多年，大规模的移民浪潮开始于鸦片战争前后。华人华侨分散在全球 150 多个国家，主要集中在东南亚地区。历经 70 余年的国际迁移（1840-1911），中国大规模国际的迁移变化让海外诸多地区的华人华侨人数大为增长，形成了海外华人华侨社会，并在当地发挥重要作用。在海外华侨社会逐渐形成的华人资本，在世界经济当中起了一定作用。所以，海外华人华侨群体是一支不容忽视的力量。²² 华人华侨大多都是爱国人士，当祖国陷入为难之际，他们出钱出力，尽心支援，在和平年代，他们更是积极投身于祖国的建设当中，对四个现代化作出诸多的贡献。²³ 在中国与国外的经济与文化交流方面，中国人民与各国人民友好合作关系上，华人华侨发挥着重大的作用，是中外友好关系的桥梁。这也是我们将其作为受众作为传播研究的原因之一。

本章节将分为三节，从海外华人、华人华侨的概念、海外华人形象、海外华人的国际影响力方面分析。梳理海外华人的历史，才能更好的了解中央电视台中文国际频道的节目在传播过程中的传播策略。

第一节 海外华人华侨简介

一、华人华侨概念分析

1883 年郑观应在《稟北洋通商大臣李傅相为招商局与怡和、太古订立合同》一文中说“凡南洋各埠华侨最多之处，须逐布置，亦派船来往。”²⁴当中提到“华侨”一词之后，此后渐渐使用。“侨”有暂时居住之意，至 19 世纪末，人们把移居外国的中国人成为“华侨”。根据《中华人民共和国归侨侨眷权益保护法》规

²² 朱国宏《中国的海外移民——一项国际迁移的历史研究》（上海：复旦大学出版社，1994），页 254。

²³ 朱杰勤《华侨史》（桂林：广西师范大学出版社，2011），页 9。

²⁴ 同上，页 7。

定，“华侨是指定居在国外的中国公民。²⁵ 所以，华侨是保留了中国国籍，但生活在中国之外的中国人，他们迟早有一天会回到中国。

关于华人的概念，学术界有不同的理解。王赓武教授认为，“华人”这个字眼所指的是，那些居住在中国版图以外，也就是居住在中国大陆、台湾、香港及澳门以外的华裔。²⁶ 吴前进教授认为：“华人”（Chinese Overseas），它通常可以被用来指代不同的含义：第一，指已入籍居住国的中国血统人，以与“华侨”概念相区别，突出政治法律身份的当地化。第二，泛称已入籍或未入籍的所有居住海外的中国血统人，着重其人种学上的意义。第三，指已入籍居住国，但在心理情感和文化价值方面较多地倾向于中国的海外中国血统人。²⁷

中国在 1955 年之前，主要采取血统主义。1909 年 3 月 28 日清政府颁布国籍法，并规定以血统主义为原则，凡中国血统之父亲所生的子女，都是中国人，中国人凡未经清廷内政部批准出籍而加入外国籍者，中国仍视之为中国国籍人民。1912 年 11 月 18 日，临时参议院更新国籍法，采取以血统主义为主、出生地主义为辅的立法原则。²⁸ 但在 1980 年之后，中国以成文法规定中国不承认中国公民的其他国籍。所以此后，对于华人华侨的身份问题更加明朗。

简单来说，华人是长期居住在国外，并且加入了当地国国籍的中国人，但是这个定义是根据不同的情境有不同的理解。比如对于很多马来西亚人来说，他们认为不会华语就不是华人；而印度尼西亚华人很多不会华语，但他们认为会说闽南语就是华人；很多峇峇娘惹只会说英语，但是他们有很多习俗继承了华人的传统，如果读者今天去到位于新加坡的土生华人博物馆，就会轻易的发现，有关土生华人的婚丧嫁娶，都呈现出了明显的华人社会、华人族群的特点。所以本文中探讨的“华人”的这个概念具有流动性，它和自我的身份认同有很大的关系。

（一）老一代华人华侨

早期的华人华侨大多是因为在家乡生活及其困苦，所以背井离乡外出务工。

²⁵ 国务院侨务办公室官方网站，

<http://www.gqb.gov.cn/node2/node3/node5/node9/userobject7ai1272.html>（浏览日期：2019 年 5 月 20 日）

²⁶ Wang Gungwu, "Greater China and the Chinese Overseas," *The China Quarterly* 136 (1993): 926-948.

²⁷ 吴前进《国家关系中的华侨华人和华族》（北京：新华出版社，2003），页 7。

²⁸ 李恩涵〈第七章：清代中叶前对海外移民的政策及其后之改变〉，《东南亚华人史》（台北：五南图书出版有限公司，2003），页 172-173。

他们大多都是劳苦阶级，做一些苦力工作。在诸多学者的著作当中都有记载早期华人移民困顿艰苦的生活。周丹尼博士的著作《沙捞越乡镇华人先驱》²⁹一文中详细说明了早期移民到马来西亚的华人华侨作为船贩有苦难言的漂泊生活。作者将这群劳工称为“拾荒者”，他们所处的生活环境十分恶劣。这其实代表了那一代华人移民的真实状况。他们大多从事矿工、车夫、佣人、洗衣工等底层工作。大部分这类海外华人移民会认为自己的奋斗是暂时的，他们的目标就是赚够一笔钱，早日归还故土。

（二）华人新移民

新移民主要指 1949 年改革开放以来，从中国大陆移居国外者。它大致包括四种类型：留学生移民（在海外受教育后合法地定居当地或移民第三国）；技术移民；通过家庭、婚姻关系的连锁移民及非法移民。³⁰ 新移民相对于老一辈的华人移民而言，教育水平较高。另外的一个显著特点是，华人新移民的经济实力增强。他们在居住国的生存处境较好。改革开放 30 年来，移民海外的新一代华人华侨已经超过 600 万。近 20 年来，移居发达国家的华人（尤其是美加的台湾留学生）中有相当部分是受教育程度较高的留学生，他们已成为当地科技界不容忽视的华裔科技队伍。³¹

（三）华人第二代和新生代

作为华人第二代，他们有可能在中国出生，也有可能在国外出生。他们从小受到父辈的影响，深谙中华传统文化，在思想、政治、文化方面认同中国。这一部分华人具备艰苦奋斗、顽强拼搏的精神，大多经济实力较强。对于华人新生代，他们从小接受的是居住国的教育，受到当地国的环境影响，对中文文化和对故乡、祖籍的认知是陌生的。

二、离散族裔概念分析

离散族裔的词汇源头是希腊文，*diaspora* 结合了动词 *speiro* 和介词 *dia*，意思

²⁹ Dr.Daniel Chew,*Chinese Pioneers On The Sarawak Frontier,1841-1941*,(Oxford University Press,1990).

³⁰ 刘宏〈全球化时代的新移民和跨国华人：实证分析和理论思考〉，《战后新加坡华人社会的嬗变：本土情怀、区域网络、全球视野》（厦门：厦门大学出版社，2003），页 217。

³¹ 庄国土〈第四章：1949 年以后中国对海外华侨华人的政策及其成效〉《华侨华人与中国的关系》（广州：广东高等教育出版社，2001），页 287。

是遍地播种。³² “离散”一词随处可见。它在社区、政治、新闻和大众使用中越来越普遍。但离散是什么意思呢？直到最近，这个词还有一个具体和有限的含义，主要指的是犹太人的每一种意愿和流亡。在二十世纪，这一术语的含义逐渐扩大到包括其根据意愿非自愿或其他人口。³³ 包含了移民、流亡者、难民、外劳、侨民与族裔社群。³⁴

“离散空间”是一个由新旧认同之间力量的紧张关系发展出的关键概念，融合、排斥、她者与归属的范畴都受到了挑战。这为展望后殖民关系提供了一种有用的方式，因为它把本地人与移民者共同放入同一个既有冲突又有协商的空间：“作为一个概念范畴的离散空间不仅被移民者和他们的后代’居住着’，也平等地被那些被建构出来和成为代表的土著者居住着”（Brah 1996:181）。这一空间承认了土著居民与外来人口之间的互惠效应，因此，如 Soysal 所论述的，它是中心、边缘关系的激烈重组，被频繁使用的“离散”一词，重申了带有族群中心主义与沙文主义的民族国家的中心地位。但是，由 Brah 发展出的“离散空间”这一概念颠覆了这个内涵，虽然移民者和土著社群并不平等，但是他们都被认定处于流动，非稳定，与混合的状态之中。³⁵

然而，学界对于“离散”也有不同的声音发出，史书美在其论文《何谓华语语系研究》中说道：“想想在魁北克的法国人、在美国与澳大利亚的英国人、在美洲的西班牙与葡萄牙人；当我们以“离散”的概念套用在这些移民之上的时候，我们往往是在美化这些帝国的国民对当地原住民系统性而大规模的暴力。这种移民的模式很明显地属于定居殖民主义（settler colonialism），而不是离散。³⁶ 陈志明在其演讲《迁移、本土化与交流：从全球化的视角看海外华人》当中说：“英文所用的 Chinese diaspora，其实应该只指这些还与中国有着千丝万缕的关系而且还认同中国的新移民，尽管为了方便很多学者也以 Chinese diaspora 指称所有在中国以外的华人。若是指所有在海外的华人，中文的“海外华人”已经很恰当了。

³² Robin Cohen, *Global Diasporas: An Introduction* (London: University College London Press, 1997), p. ix.

³³ Kevin Kenny, “What is diaspora?”, *Diaspora: A Very Short Introduction*, (Oxford University Press, 2013), 2.

³⁴ 李有成《离散》（台北：允晨文化实业股份有限公司，2013），页 35。

³⁵ Stephen Spencer, *Race and Ethnicity: Culture, identity and representation*, (London and New York: Routledge, 2006), p. 191.

³⁶ 史书美〈何谓华语语系研究〉，《文山评论：文学与文化》第九卷第二期，页 105-123。

从字面上看，流寓给人的印象是离开家乡到别处居住但还未落地生根而且还心系原籍地的家乡，这正是 diaspora 的现象。但有些人可能感觉到有点贬义。³⁷

离散主要指人的跨越地理、历史、语言、文化与国家疆界的流动。³⁸ 离散华人是一个族群，不是一盘散沙，也不是离开中国就称为离散华人。作为一个族裔，他们必然有一个内部的链接，链接的纽带关乎诸多方面，包括语言、文化、与中国的关系等等。目前可以看出关于离散的表述在学界存在多样性，这其中有一个问题值得思考，所有的华侨华人都是离散华人吗？

第二节 海外华人形象演变

中国共经过四次移民浪潮，海外华人在每个阶段所呈现出的形象不尽相同。早期的华人华侨大多是苦力劳工形象，在 20 世纪 80 年代之后，海外华人社会发生了根本性的变化，这个群体快速崛起，成为了社会发展的中流砥柱。

一、早期华人形象

在很多小说著作中，都有早期华人移民的形象诠释，例如《埃伦诗集》、《苦社会》、《金山歌集》等等描述了早期美国华人移民的血泪史。林语堂先生的《唐人街》中亦写到，华人劳工因为矿产资源枯竭，铁路建设完毕后被强行驱逐的惨痛遭遇。

（一）人力车夫

十八世纪到鸦片战争前后，很多华人选择下南洋，有些是因为经济所迫，外出务工，而有些是遭遇中介的拐骗。人力车在 19 世纪末开始在新加坡出现，拉车人大多都是从福建、广东、福清和兴化南来的过番客。他们工作艰苦，赚的钱又不多，经常是吃一餐饿一餐，不过最怕的还是生病。为了减轻痛苦，很多人力车夫抽起了鸦片，结果毒瘾难戒，搞得债台高筑。³⁹ 新加坡新传媒 8 频道制作的节目《星期二特写》：《过番客》第一集当中记载，早期在南洋的人力车夫的生活

³⁷ 陈志明〈迁移、本土化与交流：从全球化的视角看海外华人〉，廖建裕、梁秉赋主编《迁移、本土化与交流：华人移民与全球化》，（新加坡：华裔馆，2011），页 8。

³⁸ 李有成《离散》，（台北：允晨文化实业股份有限公司，2013），页 36。

³⁹ 8 视界新闻 1995 年制作节目《星期二特写》<https://www.youtube.com/watch?v=rrbnkKpO91U>（浏览日期：2019 年 5 月 20 日）。

状态。片中受访者还原当时的场景：

“做牛做马，一日拉到晚，过年也得拉车，大节日也得拉车。碰到阴天没人坐，就赚不到钱。要出大太阳、风大、雨大才有人坐。拉车一趟只赚两分、三分钱。没有办法，是我命该如此，辛苦。”

节目中其中一位受访者倪福弟回忆：“拉车的时候有时穿草鞋，有时没鞋穿。脚被滚热的黑油路烫伤起泡。”倪福弟拉车的辛酸往事其实也是其他人力车夫所经历的。为了养家糊口每天出卖脚力赚取几块钱，要挨得住风吹雨打，有时还有同行的排挤。

（二）红头巾

早期南来的中国妇女，大多都是出嫁后随着丈夫过番而来的。但是从广东三水南来的红头巾，却是只身来到南洋打拼。她们在工地挑泥、搬砖，养活自己和家乡的亲人。她们大多有着一段辛酸的往事，所以决定终身不再嫁。虽然命苦，但是她们从不向命运低头，宁愿做粗工也不愿到当女佣，看人脸色。⁴⁰ 她们大多是在橡胶厂、建筑工地做工。主要的工作是：挑水、搬砖和调配水泥。一天的工作下来，她们有时肩膀、脚底会受伤，非常疼痛。为了节省医药费，通常都是自己包扎，等伤势好转后继续工作。虽然环境恶劣，辛苦不堪，可是她们从不向命运低头。表现出了一代坚忍、顽强、吃苦耐劳的女性形象。

（三）早期商人

背负着时代加注在他们身上的错误命运，很多早期的华人移民更多表现出的是不被现实状况所打倒，他们不惜漂洋过海去到陌生的城市谋求发展，寻找生活的机会。有的替人打工、有的开创自己的事业。创业的道路也不是顺顺利利的，尤其是背井离乡，刚开始都是要摸索，只有具备不怕苦不怕累，一步一个脚印的精神才能在异乡得到机会。屡败屡战、不屈不挠的品质是这些过番客白手起家，最终成功的重要原因。

二、19 世纪末 20 世纪初的杰出华人形象

“华侨为革命之母”是一句流传甚广的名言，历来被认为是孙中山所言，

⁴⁰ 8 视界新闻，1995 年制作节目《星期二特写》 <https://www.youtube.com/watch?v=ZOxFoHj-OIQ> (浏览日期：2019 年 5 月 20 日)。

黄坚立翻检孙中山著作及演讲，⁴¹ 未见有此句表述，后人引用此句多依据张永福于 1933 年出版的《南洋与创立民国》一书，该书指出：“现在有许多人，都承认孙先生说的‘华侨有功革命’，‘华侨为革命之母’这些话。”⁴² 但黄坚立通过对张永福著作上下文的分析，指出这一赞誉不是对历史事件的客观评价，而更多是一句针对华侨的政治呼唤，迫切地向他们争取更多的资助，来克服中国危机重重的政局。

媒体对这一群体具有报道的责任，他们的形象同样也是华人形象的典范树立。

第三节 海外华人的国际影响力

海外华人虽身处他国，但无论从情感上还是从经济上都与中国保持着千丝万缕的联系，各行各业当中都有出色华人的身影。革命时期，“华侨乃革命之母”赞誉激荡在所有海外华人心中，他们心系祖国，不遗余力捐资捐物。近代以来，海外华人积极投身于国家建设，侨汇、投资大力推动了中国经济的发展。

一、海外华人的经济影响力

邓小平在 1992 对上海视察时就曾说过，中央当时设置的四个经济特区目的之一就是吸引海外华人华侨和港澳同胞们前来投资：“那一年，确定四个经济特区，主要是从地理条件考虑，深圳毗邻香港，珠海靠近澳门，汕头是因为东南亚国家潮州人多，厦门是因为闽南人在外国经商的很多。”⁴³ 海外华人对中国最突出的经济影响在于外资。这其中包含海外华人寄回母国的资金还有华商们在母国的一些投资。

侨汇是一个国家外汇收入的重要来源。⁴⁴ 建国初中国人民银行行长南汉宸说：“我们国家正在进行建设，需要进口的东西很多，也就更需要外汇。侨汇汇回来，不仅是利益归了侨胞自己，同时也有功于国家，过去我计算过，一年的侨汇，要等于山西全省（1000 万人）的国民经济收入，也就是等于国家在国外还有一个

⁴¹ 黄坚立《“华侨为革命之母”赞誉之来历与叙述》，《华人研究学报》第三卷第二期，页 24-27。

⁴² 张永福《南洋与创立民国》（上海：中华书局，1933），页 1。

⁴³ 邓小平《邓小平文选》，（北京：人民出版社，1993），页 366。

⁴⁴ 庄国土《第四章：1949 年以后中国政府对海外华侨华人的政策及其成效》《华侨华人与中国的关系》（广州：广东高等教育出版社，2001），页 267。

省。”⁴⁵ “侨汇”的记载至迟在明代后期就已出现。据晋江大仑乡《蔡氏族谱》记载，明嘉靖年间（1523~1566），侨居菲律宾的华侨就携款贍家，“买地盖屋”，帮助兄弟“择姻娶妇”、“分惠银两”接济亲人。⁴⁶

华侨在中国大陆的投资始于 19 世纪 60 年代，据林金枝教授的估计，1973—1991 年间，外商在中国大陆的投资额为 268.85 亿美元，其中海外华人华侨资本约 15 亿美元，占外商总投资的 5.57%。⁴⁷ 1996~1997 年，外资直接投资更达 875 亿美元，其中 75%来自海外华人。⁴⁸

无论是在动荡不安的革命时期，还是在中国经济的高速发展的蓬勃时期，海外华人都起着至关重要的桥梁作用。

二、海外华人的政治影响力

随着海外华人经济实力越来越强大，海外华人在居住国的政治影响力也得到了提升。许多华人（含有华人血统者）政界高层人物崭露头角。诸如：美国运输部长赵小兰，新加坡李光耀（总理）、吴作栋（总理）、李显龙（副总理），泰国挽澜、照华立和乃川（总理），加拿大克拉克森夫人（原名伍志冰、女、总督），在泰国的高级军政官员中具有中国血统的约占一半以上。⁴⁹ 在美国历届政府中，“在政府委任方面，里根任职期间（1981 年 1 月—1989 年 1 月），华人被任命为联邦公职的不到 10 名，而老布什执政期间（1989 年 1 月—1993 年 1 月），任命亚裔公职人员 200 多名，其中 60%左右是华裔，华裔人士在政府中担任了比以往任何时候都更高的职务。”“克林顿在他第一次执政期间（1993 年 1 月—1997 年 1 月），就任命了 197 位亚裔人士出任联邦政府公职，其中多数是华人。”⁵⁰ 不管华人参政的程度如何，不可否认的是，它目前已经成为一个很普遍的现象。⁵¹

⁴⁵ 中行行长南汉宸《关于侨汇问题的报告》，（南洋研究院馆存资料，1950）。

⁴⁶ 林金枝《华侨汇款及其对中国经济发展和侨乡建设的重大贡献》，《华侨历史论丛》，第七辑，页 194。

⁴⁷ 谭天星《华侨华人与中国社会经济发展》，《八桂侨刊》第 4 期（1994），页 32。

⁴⁸ 庄国土《晋江侨乡调查的目的和意义》，《南洋问题研究》第 1 期（1999）。

⁴⁹ 向大有《二十世纪海外华侨华人沧桑巨变》，《八桂侨刊》第 2 期（2000）。

⁵⁰ 孟令明《九十年代美国华人参政剖析》，《八桂侨史》第 3 期（1997），页 33。

⁵¹ 陈传仁《海外华人的力量》，（北京：世界知识出版社，2007），页 286。

第四节 小结

海外华人华侨塑造、传播了中国形象，在中国的发展当中做出巨大贡献，促进了中国经济的发展，并且向世界传播中华文化，是中国形象的代言人。随着海外华人华侨经济实力、政治地位的提高，这个群体在世界的国际影响力愈来愈大。所以说，海外华人华侨是中国宝贵的财富。对海外华人华侨形象的梳理发现，从历史上的华人形象关照当今，海外华人华侨的奋斗历程离不开与祖国情感的勾连，其艰苦奋斗的精神内核与新中国广播电视事业的发展相契合，在逐步前进的道路上离不开艰苦奋斗、顽强拼搏。而中央电视台中文国际频道作为海外传播的文化桥梁，为海外华人华侨提供了探寻文化血脉的窗口。从笔者者翻阅到的材料当中了解到海外华人华侨对于收看中文国际频道节目的愿望十分迫切。这也是中央电视台中文国际频道所肩负对外传播的重任。

第三章笔者将详细梳理中央电视台和中文国际频道的发展历程，透过这段历史着重筛选中央电视台中文国际频道对外传播方面的策略方法以及所做出的努力，尝试探寻其对外传播的思路方法，如何承载对外传播功能。

第三章 中央电视台中文国际频道的历史沿革

电视是 20 世纪科学技术最伟大的发明创造之一，它凝聚着人类的智慧和创造力，产生了巨大的社会功能与影响。⁵² 今天媒体的影响力已经无所不在，就像神话中的地图，似乎覆盖了世界的每处方寸之地。⁵³ 中国电视起始于 1953 年，中央广播事业局派遣 10 名技术人员赴捷克斯洛伐克学习电视技术。为中国电视事业的开启作准备。1955 年 2 月 5 日，中央广播事业局向国务院报告，提出在北京建立一座中等规模电视台的计划。1958 年 5 月 1 日 19 时，中华人民共和国第一座电视台，中央电视台的前身——“北京电视台”⁵⁴ 正式成立。中国电视事业到现在已经走过了六十一个年头。从无到有，中央电视台的对外发展之路日臻完善。从 1953 到 2019，中国电视走过 66 载，中央电视台对外传播的道路当中始终传递着中国声音，符合中国国情，纵观中央电视台对外发展的历史，从 1958 年中央电视台成立之初，就兴办了国际新闻板块，注重国际视野。在不断的发展变化中逐渐明确传播理念，从而找到最适合的传播方式，随着中央电视台对外传播的实力不断扩大，在对外传播探索了 34 年之久，终于 1992 年，有了属于中国第一个面向全球观众 24 小时播出的对外窗口，中央电视台第四频道成立，中央电视台第四频道在发展历史中大大小小改版 14 次，较大规模和影响的改版共 6 次，通过观察中央电视台中文国际频道的发展历程，才能明确其对于海外华人华侨群体对其需要程度，从而探讨两者之间的关系。

本章共分为两节，第一节将介绍中央电视台不同时期对外发展到 1992 年成立中央电视台第四频道的过程。20 世纪 90 年代由于传播条件的限制，海外华人华侨可以接收到的中国信息十分薄弱，作为第一代海外华人华侨来说，心灵是孤独寂寞的，这时，以服务全球华人华侨以及港澳台同胞为主的 CCTV-4 诞生，第二节将诠释 CCTV-4 开办至今所做出的成绩，一步一步成为海外华人华侨了解中国的重要窗口、信息依赖的过程。

⁵² 赵化勇《中央电视台发展史 1958~1997》（北京：中央广播电视出版社，2008），页 3。

⁵³ Stephen Spencer, *Race and Ethnicity: Culture, Identity and Representation*. London & York: Routledge, 2006, pp115-135.

⁵⁴ 中央电视台成立之初为“北京电视台”，1978 年 5 月 1 日，北京电视台正式改称中央电视台，英文缩写为“CCTV”。

第一节 中央电视台不同时期对外传播的发展

一、中央电视台艰苦创业期（1958~1966年）

电视台首先是新闻机关，新闻是党和人民的喉舌，办好新闻是首要任务。北京电视台成立之初，由于人员较少，条件有限，只能制作一些简单的节目和新闻。1958年5月5日，北京电视台播出了第一档新闻纪录片：《到农村去》，从此便开启了漫长的新闻工作之旅。第一代电视工作者用忘我的工作精神，为中国电视留下坚实足迹。但毕竟是频道刚刚起步，节目大多不够成熟，属于摸索阶段。

（一）国内新闻的起步

《图片报道》是中国电视新闻最初的节目样态，1958年5月15日，《图片报道》开播，稿源有的是来自新华社，有的是由北京电视台记者自己拍摄，播出时是由播音员解说图片的内容。同年11月，电视新闻出现另外一种形态：《简明新闻》。由中国第一位播音员沈力在演播室出图像直播，每期5分钟。⁵⁵电视新闻最主要的表现形式是电视新闻片，这种新闻每一条大概两三分钟，每次播放三到四条，但是由于设备和条件的限制，《电视新闻》播出时间不规律，没有固定的播出时间，每个星期播出两三次。⁵⁶

除了以上介绍的三种形式之外，还有实况转播也是初期新闻比较常见的形式。电视台常常会转播一些重大活动的现场，让观众可以在第一时间接受到新闻讯息。例如1959年10月1日，转播首都庆祝中华人民共和国成立10周年阅兵典礼和群众游行实况；1961年6月30日，转播首都庆祝中国共产党成立40周年大会的实况。⁵⁷

随着国家经济情况的逐渐好转，电视行业加快了发展的步伐。部分省份的电视台将他们的新闻素材寄到北京，由北京电视台播出。北京电视台也先后在上海、广州、天津、沈阳等地建立记者站，方便把地方的新闻信息记录发送。为扩大地

⁵⁵ 赵化勇《中央电视台发展史1958~1997》（北京：中央广播电视出版社，2008），页9。

⁵⁶ 杨伟光《中央电视台发展史》（北京：北京出版社，1998），页12。

⁵⁷ 同上，页13-14。

方新闻提供有利条件。

（二）国际新闻的兴办

北京电视台成立初期的国际新闻主要是和外国机构互换或互购的电视新闻片。从1958年5月8日，第一次播送外国电视节目后，逐渐播送越来越多国家的新闻专辑。1959年下半年开始，国际新闻素材来源变多，此时选择的余地增大。国际新闻改变以往单个国家播放专辑新闻的方法，将国际新闻版块改为《国际新闻》专辑，综合选编外国新闻片。

可以看的出，北京电视台建立初期自办节目的能力很低，主要靠外界的支持。中国电视的对外传播也只是试探阶段，体系还不完善。中央电视台重视国际传播影响力，在创办初期就建立国际新闻版块，加大与各国间的联系。

二、中央电视台艰难曲折期（1966~1978年）

一场“文化大革命”的暴风雨袭来，让原本正在前进的电视道路经受了巨大的曲折。当时，各派群众组织都投入到“文化大革命”的运动当中，文化团体停止演出，以前的影片停止发行，电视节目缺乏来源。1967年1月6日，北京电视台暂停播放，一个月之后恢复播出。“文化大革命”开始后，北京电视台的对外交流进入萧条时期，与外界互购节目的方式也中断。1976年10月，中国的电视重新与观众见面，此前没有播放过的外国译制片也重新搬到荧屏，北京电视台于1978年5月1日正式更名为中央电视台，从此步入高速发展阶段，也奠定了中央电视台成为国家媒体的重要地位。

三、中央电视台高速发展期（1979~1998年）

对于新时期的电视事业，党和国家高度支持。此时是中央电视台向世界大舞台迈进的阶段。1978年1月1日正式创办《新闻联播》。1958年5月开办《观察与思考》栏目。从1984年起，又先后增办了《午间新闻》、《晚间新闻》、《英语新闻》、《经济新闻》、《体育新闻》、《早间新闻》等。80年代初，中央电视台每年只播出新闻三四千条；到80年代末，已增加到2万条左右；90年代初，每年播出的新闻，包括国际新闻在内，已达到4万条左右。⁵⁸可以看出，新闻的比重在

⁵⁸ 赵化勇《中央电视台发展史1958~1997》（北京：中央广播电视出版社，2008），页114。

不断增加，成为电视节目当中，不可或缺的骨干部分。

（一）海外报道初步尝试

1、《国际见闻》栏目成立

1979年9月1日，《国际新闻》保留了其节目名称并入《新闻联播》中播出，这大大提高国际新闻的选择比重。1980年4月，中央电视台开办《国际见闻》栏目，每周播放三次，每次15分钟。其主要节目内容有外国经济建设成就、科技成果、风土人情、人民生活 and 奇闻异事。该节目于1983年2月停播。

2、《今日世界》栏目的诞生

《国际新闻》并入《新闻联播》播出之后，增大了国际新闻版块，但这些国际新闻还是不够规整，较为零散。为了使观众们能够对重大国际事件有一个清晰直接深入的了解，中央电视台负责国际新闻的工作人员着手筹备了一个国际评论节目。1980年底，《国际评论》栏目与大家见面，该栏目主要内容是对当前国际热点新闻发表时事评论，是一档周播节目，播出一年之久。1984年7月，《今日世界》在电视正式与大众见面，该栏目对近期国际发生的热点事件进行详细报道和深入点评。《今日世界》的播出经历十年之久，到1994年被《世界报道》栏目替代。

（二）、海外报道迅速发展

1978年12月党的十一届三中全会以后，中央电视台的国际节目交流工作有了较快的发展。在此期间，中央电视台不断加强对外联系，向外国电视媒体交流、学习、合作。中央电视台对外中心及时制作专门对外的新闻杂志节目《中国报道》，以此为核心的《今日中国》英语版在美国华盛顿、纽约、洛杉矶、芝加哥等地每周定时播出。纵观世界卫星电视的发展之后，中央电视台制定了对外宣传要分三步走的战略计划。首先第一步就是主要针对华人华侨而制定：根据国外有近5000万华人、华侨的情况，首先要建设一个中文频道。让全世界的华人、华侨和懂中文的外国人都可以看到中国的电视节目、了解中国的传统文化，将中国的经典发扬光大。这样，中国电视才能走出去。这位此后建立中央电视台中文国际频道埋下了伏笔。第二步：建设一个英语频道，让西方国家看到中国电视节目。第三步：发展多语种的对外频道。

为了制作更加适合海外观众需要的特别节目，1992年5月29日，正式推出以海外华人华侨及港、澳、台同胞为主要服务对象的节目《天涯共此时》。这个

节目的创办，为世界各地的华人华侨及港、澳、台同胞开设了一个了解中国的窗口。⁵⁹

（三）、海外报道持续突破

步入 90 年代之后，中央电视台对外传播取得了突破进展。1992 年 10 月 1 日，中央电视台第四套节目成立。这是中央电视台第一个国际卫星电视频道。第四套节目的成立，是中国对外传播历史上的一个重大事件，是中国电视走向国际的一个新起点。

第四套节目首先通过“亚洲一号”卫星覆盖了亚洲、欧洲、东欧、中东、北非等 80 多个国家和地区。第四套节目以新闻为主体，以文艺、体育、专题、经济、社科、电视剧为一体。1993 年 1 月 1 日，中央电视台通过国际卫星，实现首次向北美卫星传送一小时节目，有《中国纪实》、《中国报道》、《旅行家》等。1993 年 5 月，《荧屏荟萃》文化类节目开播，以弘扬中华文化为宗旨，激发海外华人华侨对故乡的牵挂之情。1995 年 5 月，《中国新闻》开始采用现场直播方式，每天八次循环播出，《中国新闻》此后便成为中央电视台第四套的王牌节目，保留至今已成立了 24 年。为国内外的观众们传送时下热点新闻，是观众了解中国、了解世界必不可少的节目。1995 年 7 月 1 日，第四套节目对外播出呼号改为“中国中央电视台国际频道”。次年《中国文艺》栏目创办。此后的多年当中，形成了《中国新闻》、《中国报道》、《中国文艺》三个重点栏目的海外传播新格局。1996 年和 1997 年的农历新年，中央电视台在美国的洛杉矶和加拿大的多伦多成功举办《祝福你，中国—96 洛杉矶华人华侨春节联欢晚会》、《枫雪桑梓情—97 多伦多华人华侨春节联欢会》，晚会中，多伦多华侨华人合唱团演唱的《我的祖国》和《长江之歌》充满了对祖国浓浓的思念之情。来自台湾的八位老婆婆出演的《六百岁》、歌颂海外华工修建的多伦多铁路的《思乡曲》等节目，让晚会丰富多彩、精彩绝伦。引发国内外观众一致好评。为庆祝中央电视台国际频道开播五周年，1997 年 11 月 30 日晚，国际频道向海外现场直播了《跨越星空—庆祝中央电视台国际频道开播五周年晚会》来自全球众多国家的艺术家们参加了演出。

第四套节目从创办初期，就注重吸取海外电视的优势，发展自己的独特道路。1992 年 10 月 1 日第四套节目开播时，主要覆盖亚洲地区，1996 年 4 月，提前实

⁵⁹ 赵化勇《中央电视台发展史 1958~1997》（北京：中央广播电视出版社，2008），页 239-242。

现全球覆盖，到 1997 年在海外落地取得了突破性的进展，基本实现在亚洲、澳洲、欧洲、非洲、北美和拉丁美洲播出。

四、中央电视台日臻成熟期（1998 年至今）

中央电视台前任台长赵化勇曾说：“步入新世纪以来，中央电视台作为国家电视台的地位日益彰显，作用日渐重要，电视事业和电视产业都取得了举世瞩目的成就”。⁶⁰ 随着中国综合国力的增强，国际影响力和地位越发显著，中央电视台此时海外传播的规模和实力也在不断扩大，十年间，中央电视台中文国际频道从创办期到国际频道期再到中文国际频道期，一步一个脚印将频道特色逐渐彰显。2003 年对伊拉克战争全面、客观、及时的持续报道让中文国际频道的影响力迅速加大，此间，收视率大幅攀升，最高比平时高出 28 倍，充分彰显中央电视台在突发性报道中的实力水平。⁶¹ 至此，中央电视台的海外传播之路已从最初的往海外寄送节目转变为通过卫星传送节目，由单一频道转变为多频道，由传统媒体转变为多媒体，由对外单一节目版本转变为“内外有别”传播方式。

第二节 中央电视台中文国际频道发展变迁

1958 年，中央电视台的前身—北京电视台建立。创台初期中央电视台就注重国际平台的发展，在国内新闻开播的同时，国际新闻随之创办。据不完全统计，目前居住在海外的华人华侨约有 5000 万，经过几代人的共同努力，他们的国际地位和经济实力不断提高，大多数海外华人与祖国保持息息相通的联系，海外华人成为了让中国走向世界，让世界了解中国的一个桥梁，是中国更好的走向国际舞台不可或缺的重要力量。中央电视台作为沟通海外华人华侨的窗口，如何与海外华人华侨这一宝贵财富建立连接是值得深深思考的一个问题，纵观中央电视台中文国际频道的发展可看出，CCTV-4 不断的努力着。

一、开播初期（1992-2000 年）

⁶⁰ 赵化勇《中央电视台发展史 1998—2008》（中国广播电视出版社，2008），页 2。

⁶¹ 同上，页 53。

1992年10月1号中国中央电视台（现称为：中央广播电视总台）国际频道（CCTV-4）开播，是中央电视台唯一一个面向全球播出的中文频道，它是以海外华侨华人、港澳台同胞为主要服务对象的专业频道。⁶²精选了中央电视台适合对外传播的新闻、文艺、体育、资讯、访谈、电视剧等节目。栏目最先开办的节目是《中国新闻》，该节目以传播国内外新闻为主，汇集了国内要闻、国际新闻以及地方、社会、文体、科技等方面信息，以其简单明快的方式受到观众的喜爱。在当时，中央电视台第四套覆盖了香港、澳门、台湾和亚洲、大洋洲、俄罗斯、东欧、中东、非洲的80多个国家和地区。国际频道24小时不间断播出各类节目，其中18小时中文节目、6小时英文节目，覆盖了全世界98%的国家和地区。央视第四套节目陆续开办了68个栏目，其中主打节目有《中国新闻》、《中国报道》、《天涯共此时》、《海峡两岸关系论坛》、《英语新闻》、《粤语新闻》等。⁶³可以看出，在90年代初期，国际频道以新闻栏目为主要的节目内容。

1995年1月1日，CCTV-4再一次扩大了全球的覆盖面，通过国际通讯卫星将信号发送到了除亚洲、东欧、东非之外的北美、欧洲、大洋洲和非洲。越来越多的海外华人可以在全球大部分地区收看到CCTV-4，中国的声音走向国际。

1995年7月1日，央视国际频道对外播出呼号正式由“中国中央电视台国际频道”改为“中国中央电视台中文国际频道”⁶⁴同年频道也进行了一系列改版，使用普通话、粤语、英语播出节目。

1998年6月1日，CCTV-4自开办以来第一次全新改版，目的是凸显频道整体形象，标志着CCTV-4走上了更加专业化的发展道路。频道节目编排由原来按3个时区8小时为一单元，改为按4个时区6小时为一个单元，进一步解决了时差问题，更便于根据不同地区的黄金时段有针对性地安排节目。这次改版确定了频道整体风格，制作了频道宣传片和重点栏目的新片头、对频道形象进行了整体包装设计，标志着中央电视台中文国际频道走上了频道专业化道路。⁶⁵频道栏目也由原来的68个减少到47个，新开办了《千秋史话》、《东方家园》、《中华医药》、《记录中国》等四个介绍中国优秀传统文化、地理、历史、医药的对外宣传

⁶² 《CCTV-4 与 APUS 达成全球战略合作携手传播中国声音》，人民网，<http://media.people.com.cn/n1/2017/0512/c120837-29272175.html>（浏览日期：2019年3月21日）。

⁶³ 孙宝国《中国电视对外传播研究》（北京：中国广播影视出版社，2014），页79。

⁶⁴ 同上，页79。

⁶⁵ 同上，页80-81。

针对性较强的栏目。⁶⁶ 新闻类节目有所增加，占全天播出量的 38%，体现 CCTV-4 以新闻为龙头的特点。此次改版确定了 CCTV-4 整体的发展风格，树立 CCTV-4 在海外观众心中的权威形象。之后的几年 CCTV-4 在摸索过程中发展迅速，改版频率加快，每年都有小部分调整，两年有大方向调整。

二、频道发展期（2000-2009 年）

2000 年 CCTV-4 再次改版，此次改版隆重推出《新闻 60 分》。该节目以北美地区的华人华侨、留学生为收视主体。2002 年 CCTV-4 以“加强新闻，突出对台，弘扬文化，荟萃精华”为宗旨，推出 24 次整点新闻和《走遍中国》、《名将之约》、《同乐五洲》等新节目。提出“整点有新闻，次次有更新”的口号。2002 年 9 月首次实现了 24 小时整点有新闻的宗旨，日复一日的新闻直播，历练了一批又一批新闻人的工作经验，此时的 CCTV-4 已经完全具备对重大突出时间随时报道的基本能力。

2003 年对于中文国际频道来说，是值得纪念的一年，更可以说是具有里程碑的一年。连续一个多月对伊拉克战争的持续报道，创下中央电视台单一事件直播时间最长，收视率最高等记录。同年，《中国新闻》与《中国报道》栏目合为一体，沿用《中国新闻》栏目名称。半年后，访谈栏目从《中国新闻》独立出来，创办《今日关注》栏目，该栏目是一档针对当下热点话题时事评论节目。也是在同年，《中华情》栏目开播，这是一档音乐类的节目，有来自全球各地的演唱嘉宾齐聚舞台，更有打动人的情感故事，传递正能量。

为了使中文国际频道更好地向港、澳、台、侨“四位一体”的华人频道方向发展，2006 年 1 月 30 日，中文国际频道又一次全新改版，此次改版的总体策略是“贴近实际、贴近需求、贴近习惯”的原则，保持了以新闻为主，专题、文艺、服务类节目为辅的综合频道定位。新创办了《华人世界》、《台商故事》、《台湾万象》等节目。《华人世界》这档节目的播出引起海外华人的广泛关注。

2007 年 1 月 1 日北京时间 4 点，基于海外国际电视网的发展态势，依据当地观众收视习惯和收视需求，CCTV-4 分频为亚洲版、欧洲版和美洲版。三个板块分别针对各地区时差安排节目播出，此举使得不同地区的华人可以根据自己所在

⁶⁶ 李宇《对外电视与文化传播研究》（安徽：安徽大学出版社，2012），页 55。

地时区和收视习惯收看中文国际频道,也为频道由“信号覆盖”进一步转变为“节目收视”创造了条件。此次扩版,将整点新闻由原先的13次分别增加到亚洲版17次,欧洲版18次,美洲版17次。涉台节目在亚、欧、美三个频道中有所增加。三个版本在节目编排上有少许不同,亚洲观众对两岸关系和中国经济的发展较为关心,所以亚洲版在涉台节目的比例占到12.65%,同时增大财经报道的比例。欧洲版则以文化和服务类节目为主,播出比例分别为13.09%和11.41%。美国的中老年群体对文艺节目需求量高,美洲版增加了文艺类节目的比例,达13.69%。⁶⁷中文国际频道通过增加亚洲、欧洲、美洲版本,实现了无时差播出,可以针对国外当地的时间安排节目,让观众在最佳时间收看精彩节目。解决了因为时差和收视习惯不同的问题。笔者将尝试整理中央电视台中文国际频道2008年的亚洲、欧洲、美洲三版日播节目的内容来做观察。其中读者可以观察题材选择的部分,对比发展,三版播出在题材选择上几乎雷同。

表 3.1:2008 年 CCTV-4 (中文国际频道·亚洲版) 栏目播出表

栏目	时长	日播次数	首播时间
中国新闻	60'	2次	04:00 12:00
中国新闻	30'	1次	21:00
今日关注	30'	1次	21:30
新闻 60 分	60'	1次	08:00
中国新闻	15'	2次	16:00 00:00
中国新闻	10'	5次	06:00 10:00 14:00 19:00 02:00
中国新闻	10'	4次	11:00 15:00 17:00 23:00
环球时讯	30'	2次	07:00 18:00
华人世界	30'	2次	13:00 17:15
海峡两岸	30'	3次	20:30 07:30 11:30
国宝档案	10'	3次	18:50 05:35
台湾万象	30'	3次	07:00 13:30 17:50
互动空间	45'	3次	14:10 次周 02:10 06:10
天涯共此时	50'	2次	09:00 22:00

⁶⁷ 赵化勇《中央电视台发展史 1998—2008》(中国广播电视出版社, 2008), 页 60。

台商故事	30'	3次	13:00 18:20 01:30
缘分	30'	3次	13:00 18:20 01:30
走遍中国	30'	3次	20:00 05:05 10:10
中国文艺	30'	2次	18:20 01:30
中华情	60'	3次	15:00 22:00 02:55
同乐五洲	50'	2次	09:00 22:00
中华医药	50'	2次	09:00 22:00
学汉语	10'	3次	05:45 09:50 13:50
奥运中国	30'	3次	07:00 13:30 17:50
名将之约	50'	2次	09:00 22:00
体育在线	50'	2次	09:00 22:00

资料来源：《中央电视台年鉴 2008》自行整理

表 3.2:2008 年 CCTV-4 (中文国际频道·欧洲版) 栏目播出表

栏目	时长	日播次数	首播时间
中国新闻	60'	2次	04:00 12:00
中国新闻	10'	9次	06:00 11:00 14:00 17:00 19:00 20:00 23:00 01:00 02:00
中国新闻	30'	1次	21:00
中国新闻	15'	1次	16:00
华人世界	30'	2次	05:00 15:10
中国文艺	30'	3次	05:30 18:00 03:30
电视剧	50'	1次	06:10 11:10 20:10
海峡两岸	30'	1次	07:00
走遍中国	30'	2次	07:30 18:30
新闻 60 分	60'	1次	08:00
艺术人生	60'	2次	09:00 22:00
体育新闻	10'	1次	10:00
国宝档案	10'	3次	10:10 19:50
百家讲坛	40'	3次	10:20 17:10 23:15

探索·发现	30'	2次	13:00 19:10
财富故事会	30'	3次	13:30 16:30 00:15
讲述	20'	2次	14:10 15:40
天天饮食	10'	2次	16:20 01:10
子午书简	10'	3次	17:50 19:40 02:10
今日关注	30'	1次	21:30
财经新闻	15'	1次	00:00
快乐驿站	10'	1次	00:45
夕阳红	30'	1次	01:30
大风车	40'	1次	02:20
新闻联播	30'	1次	03:30

表 3.3:2008 年 CCTV-4 (中文国际频道·美洲版) 栏目播出表

栏目	时长	日播次数	首播时间
中国新闻	60'	2次	04:00 12:00
夕阳红	30'	1次	05:00
中国文艺	30'	2次	05:30 14:25
中国新闻	10'	8次	06:00 14:00 15:00 17:00 19:00 23:00 01:00 02:00
子午书简	10'	2次	06:10 14:10
新闻联播	30'	1次	07:00
华人世界	30'	3次	07:30 12:00 20:00
新闻 60 分	60'	1次	08:00
电视剧	50'	3次	09:05 17:10 01:10
艺术人生	60'	3次	10:00 22:00
走遍中国	30'	2次	11:00 18:30
海峡两岸	30'	2次	11:30 20:30
财富故事会	30'	3次	13:30 15:20 19:20

天天饮食	10'	2次	15:10 19:10
国宝档案	10'	3次	15:50 19:50 03:45
中国新闻	15'	2次	16:00 03:00
百家讲坛	40'	2次	16:15 00:15
中国音乐电视	30'	2次	18:00 03:15
中国新闻	30'	1次	21:00
今日关注	30'	1次	21:30
讲述	20'	2次	23:10 02:10
探索·发现	30'	2次	23:30 02:30
财经新闻	15'	1次	00:00

观察发现，CCTV-4 从 2008 年开始便注重新闻的传播。亚洲版平均每天新闻节目播出量为 24 次，欧洲版 19 次，美洲版 19 次。其中《中国新闻》栏目每天实现滚动播出，节目时长为 60 分钟、30 分钟、15 分钟或 10 分钟。可见 CCTV-4 新闻资讯类节目占据了相当大的比重。新闻是大众了解世界的窗口，中文国际频道选择以新闻类节目占到骨干部分符合中国对外宣传的目的，让世界了解中国，了解中国在国际问题方面的官方立场，随着国家硬实力的增强，人均国民生产总值将突破 1 万美元的发展势头，中文国际频道作为国家对外宣传的重要桥梁，通过新闻传播的方式，发挥了中国在文化交流、政策宣传、经济纽带上的效能。

其次从综艺类节目的节目种类来看，亚洲版播出的综艺类节目 12 档、欧洲版播出 14 档、美洲版播出 13 档，欧洲版和美洲版稍见丰富。

最后从节目时间安排来说，三版节目播出顺序有很大调整，更好的适应当地人群收视习惯。但节目类型没有更改，三版大部分节目相似，没有特别安排海外版本。

三、频道提升期（2009 年至今）

2010 年 12 月 1 号起，中文国际频道又一次推出全新改版，继续以“传承中华文明，服务全球华人”为宗旨，力求塑造更加国际、民族、主流的具有人文情怀和意境的频道品格，频道的定位也再次发生变化，由原来的以新闻为主的综合

频道拓展为“新闻+文化”的综合频道。凸显了六大亮点：首先，重磅推出四大新栏目（《文明之旅》《城市1对1》《远方的家》《流行无限》），着力打造文化品牌；其次，全面优化升级原有各档节目；第三，精选优质电视剧目，精细化编排，满足全球华人的欣赏需求；第四，节目采取集群式编排以便更加符合海外受众的收视习惯；第五，重点栏目实行中英文双语字幕播出；第六，频道形象包装焕然一新。

2011年1月1日起，中文国际频道与电视剧频道、科教频道、新闻频道、音乐频道等一同更换了新的台标：CCTV-4 下面加注：“中文国际”。

2016年2月5日，CCTV-4 欧洲版的高清信号开播。同日与 CCTV-NEWS 高清版一同落地法国地区有线网，当地民众可通过 SFR、SFR 留尼汪、FREE、VIRGIN 和 Numericable 这五家当地运营商收看这些频道的高清版。⁶⁸

CCTV-4 从 1992 年 10 月 1 号开播至今，不断发展多次改版，注重“新闻+文化”的内容模式，精选优质电视节目，寻找更加适合海外受众的节目需求。

四、中央电视台中文国际频道大事记

笔者通过联系北京国家图书馆、中国传媒大学图书馆、中央电视台总编室等，找出 1992 年至 2011 年的《中央电视台年鉴》以及《中央电视台大事记》、《中央电视台发展史》等书。认真翻阅每一本的记载，总结汇总了有关中央电视台第四频道的大事记，为了更好的了解中文国际频道通过一些大事的变迁一步步得到如今的发展，通过这些变迁，进一步扩展了海外观众收视群；在频道的内容创作上从单一的新闻节目到逐渐多元的文化节目方面的调整，符合了海外观众对于节目丰富内容的需求；在传播领域上，从 1997 年开始，注重针对港澳台地区节目制作，此后逐渐加大对世界重大事件的报道；覆盖面从 1992 年创立初期到目前覆盖全球 98% 的国家和地区，实现质的飞跃。笔者详细列举这一过程的变化，以便于观察中央电视台第四频道的发展之路。（见附录）

从 1992 年到 2011 年中央电视台中文国际频道的大事记（见附录）可以看出，中央电视台中文国际频道从创台初期到目前已覆盖全球 98% 的国家和地区一

⁶⁸ 《CCTV-4、CCTV-NEWS 高清版在法国落地播出》，央视网，<http://www.cctv.cn/2016/02/16/ARTIVs9oYMwDiO9FRyj54MI8160216.shtml>（浏览日期：2019 年 3 月 25 日）。

直不断努力着，中央电视台中文国际频道的发展注重几个方面，首先是注重新闻，新闻栏目占据中文国际频道大部分篇幅，并且国内外凡大事都会在中文国际频道的新闻栏目中播送。其次是突出对台，《海峡两岸》、《天涯共此时》等栏目的开办跟踪海峡热点，反映两岸民意，展示新闻背景，提供权威分析。对两岸的热点话题及时跟进，记录百姓生活。最后是荟萃精华、注重弘扬中国文化，大型系列节目《传奇中国节》的首场直播、《中华情》的中秋晚会，《中国文艺》当中传达的文化品位及人文色彩，都展现了中央电视台中文国际频道弘扬文化的理念。

第三节 小结

纵观中央电视台的发展之路，从 1958 年创台初期，就打开了全球传播的局面。中央电视台在发展对内传播的同时，也在摸索对外传播模式。中央电视台中文国际频道是中国第一个面向全球播放的对外频道，在创办初期主要包括中英文节目，以海外华人华侨及港、澳、台同胞为主要服务对象。经过十多年的经营和打造，中文国际频道目前已成为全球最具影响力的频道之一。截止 2010 年中央电视台中文国际频道共经过多次改版，最终调整为以“新闻+文化”的传播方式。中文国际频道作为中国对外传播的桥梁，不仅承担了输出中国文化与政策的角色，同时在桥梁的另外一端，作为中央电视台最国际化的电视频道，中文国际频道在国内观众了解世界，促进各国不同文化和政策的相互理解上起到关键作用。甚至在某种程度上成为国内观众打开视野、了解世界可依赖的平台。中文国际频道的目标受众主要以海外华人华侨及港、澳、台同胞为主，频道在节目的表达内容和表达的方式上进行了具体的细分与规划，而不是参考对内传播的模式进行对外传播。

第四章笔者将从节目内容、传播策略方面详细解读中央电视台中文国际频道对内传播的方式方法，中央电视台中文国际频道在多年的探索当中逐渐形成独特的传播模式，“内外有别”成为中央电视台中文国际频道一直以来提倡的基本传播理念，那么在多年的实践探索当中是否实现这一传播方法，笔者在接下来的章节将继续探讨。

第四章 中央电视台中文国际频道对内传播

中国中文国际频道（CCTV-4）于1992年10月1日开播，其服务群体为全球华人，特别是居住在海外的华人、华侨以及港、澳、台同胞，是内地中央电视台唯一的一家面向全球播出的中文频道。与面向全国频道不同，中央电视台中文国际频道属于国际化的频道，其传播的内容更多元且更加复杂。本章重点分析中央电视台中文国际频道对内传播的方式、中央电视台中文国际频道宏观比较以及中央电视台中文国际频道对内传播过程中的困扰及举措。

第一节 中央电视台中文国际频道对内传播方式

一、目标受众

中央电视台中文国际是以海外华侨、华人和港澳台同胞为主要服务对象的卫星电视综合频道，也是中央电视台唯一的一个面向全球播出的中文频道。目前，CCTV-4通过亚洲、欧洲、美洲3个频道，覆盖包括中国大陆、港澳台在内的全球104个国家和地区，是全世界中文电视里覆盖最广泛的频道。⁶⁹在国内，平均每天有1.77亿观众收看CCTV-4，收视份额达2.24%；在海外，CCTV-4整频道落地用户已达6470万。⁷⁰对受众的重视与研究是中国学界和业界从传统的传者本位向受众本位话语迁移和实践的结果。⁷¹近年来，CCTV-4针对对内传播受众服务和调查反馈明显不足的现状，积极与专业调研咨询机构、国内高校等合作，针对海外观众对CCTV-4的收视行为、收视偏好、满意度等进行调查，以此作为改进和提升节目质量，促进频道国际传播能力建设的参考依据。其中之一来自中央电视台海外传播中心和零点研究咨询集团对多位在国内生活的观众通过中央电视台官方网站自行填写的调查问卷。统计分析发现，年龄与平均收视频率成正比，观众年龄越大，收视频率越高，年轻观众的收视频率则相对较低。例如，日

⁶⁹ 杨璐〈CCTV-4《中国新闻》栏目中国传统节日的报道框架浅析〉，《传播力研究》第13期（2019），页30。

⁷⁰ 数据来源：CCTV官网——频道资源解读会数据自行整理。

⁷¹ 闫琼〈全国性大型纪念类活动与国家形象的建构——以CCTV-4《中国新闻》栏目“9·3”纪念活动报道为例〉，《新闻知识》第11期（2016），页81-84。

均收看 CCTV-4 两次以上收视行为调查中,22 岁以下青少年的比例在 40%以下, 26 岁至 35 岁的中青年观众达到 50%以上,45 岁至 64 岁的中老年观众占到了 70%左右, 65 岁以上的老年观众则高达 80%以上。⁷² 经常收看 CCTV-4 的观众主要集中在中老年人群, 25 岁以下的年轻群体所占比重较低。其中, 65 岁至 75 岁观众中, 有 94.2%的观众最常收看 CCTV-4, 55 岁至 64 岁、45 岁至 54 岁观众中, 最常收看 CCTV-4 的比例分别为 94.2%和 95%;而 22 岁至 25 岁观众中只有 84.4%的观众最常收看 CCTV-4, 16 岁至 21 岁观众的比例为 86%。⁷³ 在对栏目偏好的调查中, 尽管《中国新闻》拔得头筹, 位居观众最喜欢栏目榜首, 观众评分平均高达 90.26, 不过其中 22 岁至 25 岁的观众却给出 88.42 的平均分。另一项来自 2013 年 CCTV-4 与中国传媒大学受众研究中心联合举行的“中央电视台中文国际频道海外观众调查”, 调查发现, CCTV-4 对内传播观众的构成有三个特征: 高端、男性、中老年。

不可否认的是, 近年来 CCTV-4 各类的双语播音主持节目的投放情况相对不如预期。CCTV-4 对内传播节目投放的现状是以国际化、高端化的少数几个受众定位为“精英群体”, 且节目本质上还是一档由汉语主持人主持的汉语节目。本文认为, 在中外交流日益频繁, 包括 CCTV-4 在内的各类华语节目对内传播越来越多的情况下, 要重视对内传播节目内容“落地”的同时, 也要重视努力填补专门针对在华外国人的媒体稀缺地带, 对在华外国人的传播和影响也是中国形象对外传播的重要内容⁷⁴。

二、栏目设置

在 2006 年 1 月 30 日 CCTV-4 进行了诞生以来最大的一次改版, CCTV-4 这次改版停播了部分节目, 如《欢聚一堂》、《神州戏坛》等栏目; 同时也新开播了一些栏目, 如《直通香港》、《华人世界》等。如 2007 年 8 月 30 日的《直通香港》的节目《双城故事 粉彩紫荆》通过香港与景德镇的互动来纪念香港回归十周年, 节目《双城故事 粉彩紫荆》生动记录了庆祝香港回归十周年的港岛和瓷都的良

⁷² 数据来源: CCTV 官网——频道资源解读会数据自行整理。

⁷³ 数据来源: CCTV 官网——频道资源解读会数据自行整理。

性互动，为双城互相了解提供了有效的渠道，见下图。《华人世界》刚果这期节目重点表现海外华人克服恶劣自然条件，参与修建现代化环保矿山；墨西哥这期节目则以表现当地民众学习中国水墨画 近距离接触中华文化为主；澳大利亚则以华人康荣雅为代表，表现其传承家族精神 曾获羽毛球双打冠军的奋斗精神；美国这期节目则以纽约华社抗议在华埠建监狱、望通过法律途径维护华人权益来表达华人法律诉求等等。CCTV-4 在这次改版后正式实行了亚洲、美洲、欧洲三版同时播出，频道完成了由单一的统一播出平台转变为面向全球观众播出、针对亚洲、欧洲、美洲地区进行同时播出，频道完成了由单一的统一播出平台转变为面向全球观众播出、针对亚洲、欧洲、美洲地区进行针对性编排播出。2009年8月1日，为进一步加强和改进新闻宣传工作，提高国际传播能力，CCTV-4进行了第5次改版。以“丰富新闻信息，提高新闻时效，加强新闻评论，传播中国观点”为目标，还增加文艺和影视节目，吸引海外观众。《快乐汉语》《深度国际》同期开播。2010年4月，CCTV-4（亚洲版）以地面数字信号覆盖形式，在新西兰华人电视台节选播出。2012年1月22日，CCTV-4（亚洲版）正式开始日语化播出。2013年1月1日，CCTV-4进行了调整，改版之后的栏目数量由38个减少为33个。2015年7月1日，CCTV-4亚、欧、美三版对早间6:00-9:00时段的新闻节目编排进行了调整。2016年1月1日，CCTV-4有序推进栏目改版升级。经过多次改版升级后，现在中央电视台中文国际频道具体栏目如下表4.1（栏目资料来自中央电视台官网）。



图 4.1 《直通香港》的节目《双城故事 粉彩紫荆》



图 4.2 《华人世界》

表 4.1 CCTV-4 栏目表（部分）

分类	栏目名称	节目时长	作用
新闻	海峡两岸	25 分钟	通过分析涉台时事新闻使国内受众了解新闻热点与两岸关系与文化交流现状，强化对内传播。
	今日关注	25 分钟	通过分析时事述评，紧密跟踪国内外重大新闻事件，强化对内传播。
	中国新闻	全天 24 小时滚动播出	对内对外传递最新、最快、最权威的新闻资讯，强化对内对外传播。
	今日亚洲	26 分钟	时事述评新闻，强化对内对外传播。
	华人世界	28 分钟	对海外华侨华人的新闻资讯类宣传节目，强化国内外文化与时事互动。
	深度国际	27 分	对国际新闻事实做深层次剖析，强化对内传播。
	中国舆论场	60 分钟	通过大数据分析全媒体平台舆论热点，强化国内外文化与时事互动。
综艺	中国文艺	58 分钟	综艺栏目，强化国内外文化传播。
	中华情	57-60 分钟	对内对外传递华夏综艺，强化对内对外传统文化传播。
生活	远方的家	43 分左右	关注百姓民生、社会发展，强化对内传播。
	走遍中国	26 分	大型专题报道栏目，强化对内传播。
	城市一对一	40 分左右	城市交流访谈节目，强化对内传播。

科教	国宝档案	15 分左右	国宝级文物重器揭秘建档节目，强化国内外传统文化与知识的传播与互动。
	国家记忆	26 分左右	重点创新节目，强化国内外传统文化传播。
	外国人在中国	26 分左右	以外国人为主体的纪实性专题节目，强化国内外文化互动。
	快乐汉语	周六 17: 15	推广汉语和中国文化的栏目，强化国内外文化互动。

上述栏目的不断完善与升级也是切合中国十八大以来，党中央对电视国际传播工作高度重视并提出的具体愿景和要求。CCTV-4 的改版优化意义如下，一是中国电视国际传播领域因应中国国际地位提升以及面临新的外交形势进行的重大变革。二是 CCTV-4 改版是中国电视国际更好地运用最先进的传播技术、设备和理念进行对内对外传播的必然选择。三是 CCTV-4 的改版在推动电视国际国内传播竞争格局变革方面具有积极意义，CCTV-4 改版有助于 CCTV-4 在中国内外的传播领域竞争更为平衡。综上可知，CCTV-4 依托中央电视台建立起一个宏大的对外与对内的电视频道体系，CCTV-4 的不断改版旨在加强新闻、突出对台、弘扬文化、荟萃精华，不断推出具有鲜明特点的节目，强化对内传播。

三、传播方式

CCTV-4 主要目的是“凝聚华人、了解中国、促进统一”。CCTV-4 对内传播方式既体现出节目设置方面的中国特色，同时也不断确保节目内容符合中国国情，这也是 CCTV-4 对内传播的主要方式。

（一）、节目设置体现中国特色

CCTV-4 在对内传播的节目设置体现中国特色，表现为：第一，CCTV-4 的频道定位是以新闻为主导、荟萃各类节目精华的综合频道。它的新闻节目是采取全天 24 小时滚动更新的方式进行播出，以立足中国、放眼全球的视角，及时、客观地报道新闻、点评时事、发布信息来展开对内传播。作为一个综合频道，CCTV-4 汇集专题、纪录片、综艺、电视剧等各类节目于一体，特别是其中的《天涯共此时》、《海峡两岸》等对台节目在台湾地区有着非常大的影响。第二，CCTV-

-4 对内传播整体上采取一种全球化视角、国际化的语态的方式进行栏目设置和新闻报道，将中国传统特色的东西糅合在各个栏目中，以一种国际化和时尚化的方式进行演示和对内传播，比如《走遍中国》、《中国文艺》等栏目的设置。频道取舍新闻的标准在于这条新闻对于海外华人的重要程度，以及与国家发展的相关程度，因此一般来说该频道的新闻头条都会是国内要闻，但新闻栏目都会有专门的国际新闻板块，对国际上的重大新闻事件也十分重视，会及时报道。比如，《新闻 60 分》栏目设有综合要闻、国际要闻、财经报道、文化报道、体育新闻、点击今日、DV 看世界、报纸摘要等板块，利用现代传播理念，使观众看了《新闻 60 分》，便知天下事，使国内受众更好地了解世界，有效提升了对内传播效应。

（二）节目内容符合中国国情

CCTV-4 在对内传播的节目内容强调要符合中国国情。如其对内传播时，将新闻类节目排除在外，以文化娱乐类和生活资讯类节目是该频道对内传播比较重视的部分，两类基本占总时长的 37% 左右，不仅所占份额比较大，节目形式也很活泼、多样。比如，《环球 360》就是 CCTV-4 新推出的一档的资讯专题类节目，主要介绍中国乃至全球最新的科技、文化、教育、社会生活以及意想不到的创造，以此拓展对内传播视野，为发展提供新思路；《走遍中国》则是大型的纪录片栏目，它用纪录片的形式和故事化的叙述方式，揭秘历史事件，记录现实生活，讲述人物命运，探究热门现象，以点带面，生动而深入地反映中国的历史和现实的发展变化。频道的节目的最终目的在于传递中国文化，使国内受众充分感受到中国传统文化的厚重感。同时该频道在对内传播节目的表现形式上，注意融入时代气息，追求比较轻松、活泼的风格。另外 CCTV-4 对内传播的新闻节目中，为了使观众能及时了解到最新的信息，一般会在正常的节目进行过程中，将一些最新获得的新闻以横飞字幕的形式出现在屏幕下方，这类新闻没有固定的播出时间和长度，这样做的主要目的，就在于能协调对内传播节目时间有限与信息不断更新之间的矛盾。

第二节 中央电视台中文国际频道宏观比较

一、中央电视台中文国际频道与国内电视频道比较

全球化的影响不仅存在于国际上，全球化带来的竞争，使市场化的作用越来越明显，⁷⁵ 通过与国内主要的面向海外的电视频道相比较，可以看出 CCTV-4 的独特之处。东方卫视隶属于中国第二大传媒集团—上海文广新闻传媒集团，是目前中国规模最大、最具影响力的卫星电视机构之一。目前东方卫视海外版在北美、日本、澳大利亚、欧洲及澳门等国家和地区落地，是目前中国辐射海外最广的省级卫星频道。在全球覆盖 6 亿多观众，影响广泛。东方卫视海外版是以东方卫视国内版为基础，又荟萃了上海文广新闻传媒集团(SMG)优秀节目进行重新编排，全天 24 小时专门面向海外观众播出的版面。

CCTV-4 与东方卫视海外版均是专门面向海外观众而设计的栏目，是一天 24 小时滚动播出的综合性频道，但仔细研究这两个频道的节目可知，它们所面对的目标受众并不相同。CCTV-4 的目标受众是海外华人华侨、港、澳、台同胞，这些人基本上都通晓汉语；而东方卫视针对的观众群的界定并不是很明确，涵盖了所有能接收到东方卫视信息的地区，由于面向的目标受众的不同，就使得两个频道节目的编排方式和体现的重点不同，CCTV-4 主要是从大的角度上体现一种中国比较大气的特色，而东方卫视则是极具上海特色的节目编排方式，体现一种海派的时尚风格。具体来说，CCTV-4 的节目可以分为六类，按其一天节目播出时长进行排序：文化娱乐类节目，新闻节目，面向海外的特色节目，影视剧，生活类节目，科技类节目；东方卫视的节目可分为七类，按期一天节目播出时长进行排序：影视剧，新闻节目，文化娱乐类节目，专题、纪录片栏目，生活类节目，经济类栏目，面向海外的特色栏目。具体比较内容如下表：

表 4.2:中央电视台中文国际频道与东方卫视海外版的比较

电视台	栏目		播出时长
CCTV-4 总时长 1440 分 钟	新闻类	《中国新闻》、《华人世界》、《海峡两岸》、《今日亚洲》、《今日关注》、 《中国舆论场》、《谢谢了，我的家》、 《深度国际》	播出总时 长 550 分 钟、占总 时长 38.1%
	科教类	《国宝档案》、《国家记忆》、《外国人	播出时长

⁷⁵ Flew, Terry. *Understanding Global Media (Interloan 329770)*. Macmillan International Higher Education, 2018.

		在中国》、《快乐汉语》、《记住乡愁》、《文明之旅》、《流行无限》、《天涯共此时》	450 分钟、 占总时长 31.25%
	生活类	《远方的家》、《走遍中国》、《城市 1 对 1》	播出时长 90 分钟、 占总时长 6.25%
	其他类	《中国文艺》、《中华情》、《中华医药》等	——
东方卫 视海外 版 总时长 1440 分 钟	新闻类	《看东方》、《东方新闻》、《东方午新闻》、《东方夜新闻》、《东方快报》、《体育新闻精选》	播出总时 长 395 分 钟、占总 时长 27.4%
	科教类	《亚洲经营者》	播出时长 60 分钟、 占总时长 4.17%
	生活类	《You Are The Chef》（英语专题）	播出时长 60 分钟、 占总时长 4.17%
	其他	《英语新闻》、《纪录片编辑室》、《往事》等	——

综上所述可知，首先，CCTV-4 在栏目安排上比较重视服务性和文化的传递性，更重要的是这个频道在对海外的栏目设置上作的很到位，《海峡两岸》体现了对港台同胞的关心，《学汉语》、《华人世界》则体现了对海外华人的体贴服务，这样的安排不仅符合国际频道的特色，而且还起到了很好的传播效果；而东方卫视在这方面做的不是很到位，仅有少量英文节目且多是资讯提供类的，并不能很好的体现频道海外版的特色。

其次，CCTV-4 的新闻板块比较规整，多在正点出现，均匀的分布在一天的各个时段，实现了新闻的滚动播出，为各个时段的观众服务：东方卫视新闻的播出规律与 CCTV 类同，但新闻板块的安排上则显得比较灵活，甚至有 5 分钟的《东方快报》，将新闻资讯打散分布到各个时段，体现了频道轻松活泼的特色，针对不同的时段给予不同的名称和编排，特别是长达 150 分钟的大型晨间直播节目《看东方》栏目的设置，体现了一种新的资讯播报思路，比较好的体现了上海大都市的生活新风尚。

最后，CCTV-4 为了追求板块的简单、明了，没有设立专门的经济类报道，将其合并到频道固定的新闻板块中进行报道；东方卫视在这一方面比较细化，每周安排一档人物专访栏目《亚洲经营者》，节目通过面对面的深入访谈，向观众展示亚太地区最有影响力的商业精英们鲜为人知的成功秘诀。CCTV-4 很重视历史文化栏目的设置和编排，其中有体现中国地理文化的《走遍中国》，展现中国古老文化的《国宝档案》，还有表现中国活泼艺术的《中国文艺》，形式上有比较庄重的，也有比较活泼的，形成了对中国文化的立体性展现，很好的体现了国际频道的中国特色。东方卫视更多体现的是中国国际化和都市化的东西，注重时尚化和趣味化，传统的东西比较少。同时东方卫视更倾向于生活化的主题，要求比较轻松活泼或是比较时尚的影视剧。

二、中央电视台中文国际频道和凤凰卫视中文台节目对比

CCTV-4 从 1992 年创立至今，播出的节目数不胜数。不少耳熟能详的节目已经深深烙印在人们心中，伴随着大家的成长。为了方便研究中文国际频道节目，笔者将尝试整理中央电视台中文国际频道 2019 年亚洲、美洲、欧洲三版日播节目的内容来做观察。观察后发现 CCTV-4 亚洲版、美洲版、欧洲版的部分日播节目每天的安排略有不同，但大体相似。三个频道的节目播出时间、电视剧的选择上有稍许不同、内容选择上针对欧洲版和美洲版有特殊的个别节目。例如，《智力快车》（海外版）、《探索发现》（海外版）等等。但大体的节目一致。CCTV-4 新闻类的节目居多，《中国新闻》的播出时间分别为 21:00—21:30、12:00—13:00、4:00—5:00，四点档的《中国新闻》主要针对欧洲观众播出。除此之外，每天还有十几档整点《中国新闻》，节目时长为 10 分钟或 15 分钟。可见 CCTV-4 新闻资讯类节目占据了相当大的比重。

目前中文国际频道最大的竞争对手是凤凰卫视。与 CCTV-4 相同，凤凰卫视也把目标受众锁定为全世界华人，其“拉近全球华人”的宗旨也与中文国际频道“传承中华文明，服务全球华人”的频道宗旨有所交叉，二者在竞争中各具优势：凤凰卫视占据有利的地理位置，根植于宽松的政策环境中，自由度与发展空间大，同时其拥有商业电视台高效的运营机制；而中文国际频道在对信息的权威发布上因其国家媒体的身份而略胜一筹，而且占有更多的国家资源，在发展规模和海外覆盖率方面也比其他华语媒体有优势。不能否认，凤凰卫视在短时间内异军突起并受到观众肯定，除了与其充分利用自身独有条件密切相关外，还源于其较好的媒介形象建构能力，赢得了社会大众的信赖。因此选取凤凰卫视中文台作为 CCTV-4 的比较对象，希望通过这种比较得出 CCTV-4 的特点以及传播的优势之处。

CCTV-4 的节目可以分为六大类，按节目数量排序为：新闻类、科教类、生活类、综艺类、体育类、健康类；凤凰卫视中文台的节目可以分为六大类，按节目数量排序为：新闻类、科教类、健康类、综艺类、生活类。

表 4. 3:CCTV-4 和凤凰卫视中文台节目内容比较

CCTV-4	新闻类	科教类	生活类	综艺类	健康类
总时长 1440 分 钟	《中国新闻》、《华人世界》、《海峡两岸》、《今日亚洲》、《今日关注》、《中国舆论场》、《谢谢了，我的家》、《深度国际》	《记住乡愁》、《国家记忆》、《国宝档案》、《天涯共此时》、《文明之旅》、《快乐汉语》、《流行无限》、《外国人在中国》	《远方的家》、《走遍中国》、《城市一对一》	《中国文艺》、《中华情》	《中华医药》
	播出总时长： 550 分钟	播出总时长：295 分钟	播出总 时长：	播出总时 长：120	播出总 时长：

			120 分钟	分钟	40 分钟
	占总时长： 38.1%	占总时长：20.49%	占总时长： 8.3%	占总时长： 8.3%	占总时长： 2.8%
凤凰卫视中文台	新闻类	科教类	生活类	综艺类	健康类
总时长 1440 分钟	《凤凰子夜快车》、《一虎一席谈》、《时事直通车》、《时事亮亮点》、《今日看世界》、《有报天天读》、《全媒体大开讲》、《财经正前方》、《凤凰焦点关注》、《凤凰全球连线》、《石评大财经》、《凤凰快报》	《文化大观园》、《世纪大讲堂》、《鲁豫有约》、《皇牌大放送》、《凤凰气象站》、《名人面对面》、《凤凰大视野》、《冷暖人生》、《军情观察室》、《风云对话》、《中国战法》、《问答神州》	《筑梦天下》、	《笑逐言开》、	《生命密码》、《中华养道》
	播出总时长： 455 分钟	播出总时长：415 分钟	播出总时长： 30 分钟	播出总时长： 35 分钟	播出总时长： 50 分钟

			钟		钟
	占总时长： 31.6 %	占总时长：28.8%	占总时 长： 2.1%	占总时 长：2.4%	占总时 长： 3.5%

从对比可以看出 CCTV-4 在节目种类方面更偏向于新闻资讯类，栏目设置全面，《天涯共此时》、《海峡两岸》关注两岸热点话题，《快乐汉语》、《外国人在中国》《华人世界》等关注于海外华人群体，《快乐汉语》是语言教学类节目，每期节目一方为外国学员，一方为中国专家。学员进行学习和提问，专家负责解答问题，展现中外文化的碰撞与交流。该节目不但关注到全球受众，同时也给海外华人提供一个学习中国语言的平台。《华人世界》是中央电视台唯一一档宣传海外华侨华人的新闻资讯类节目，栏目的宗旨是关注华人生活、传递华人声音、展现华人风采、服务全球华人。栏目的核心理念是关注人、讲故事、追大事、追热点。每天报道全球华侨华人的新闻资讯，关注热点新闻背景下的华侨华人，讲述华侨华人在海外奋斗的感人故事，力争打造成为全球华侨华人的“精神家园”。例如 2019 年 10 月 9 号的节目当中介绍了乌干达华人张志刚建设国家级工业园，为当地民众解决就业问题。同时吸引大批中国企业去驻，为中国企业“走出去”解决后顾之忧。张志刚的奋斗故事为华人形象在海外的树立良好的影响作用，其心系祖国的热忱之心在华人群体当中产生共鸣。CCTV-4 的节目针对性强，体现了中文国际频道的特色。而凤凰卫视中文台的节目海外版较少，更过的是新闻资讯类，节目内容不全面，不能够很好体现海外版的特色。虽然中国的广播业务在某些方面已经全球化，但在许多其他方面仍然是地方性的。中国广播公司展示了全球视野，为变革和挑战做好准备，不再回避消极性的消息。尽管如此，更多的新闻事件 CCTV-4 报道的是积极的而不是消极的。与 CCTV-4（中国和北京的电视台）相比，凤凰卫视（香港频道电台）能够接受更多负面新闻报道。就新闻报道中涉及的移动结构而言，中国广播公司和记者在很大程度上增加了对话故事的使用结构，全球流行的新闻故事模式。在凤凰卫视的新闻建设中，对话移动结构的使用

最为明显，而 CCTV-4 则不那么明显。⁷⁶ 凤凰卫视和央视作为两地的主流媒体，无论从资源配置还是受众人口数量都具有降强的影响力，但是由于二者的新闻政策不同导致其报道原也有所区别。例如在灾难性报道方面，央视采用的是自上而下的方式，以小事件或小人物为切口，报道大多为正面信息，题材积极向上，作为政府的喉舌，央视履行了指责。和央视不同的是，凤凰卫视采取自下而上的报道方式，凤凰卫视对灾难性报道的方面，重点聚焦在人民对于灾难的态度、心情、以及之后对于新生活的展望和期许。自下而上的报道模式能够使记者深入新闻事件本身，打破传统生硬的口号化新闻报道语言。CCTV-4 时刻代表国家，因此在灾难报道面前遵循报道原则，将最真实客观的事实展现在受众面前。凤凰卫视打破传统的报道模式，将冷冰冰的数据改变为口语化、娱乐化的传播方式，用较为轻松的方式将“播”新闻转变为“说”新闻，在一定程度上缓解了受众因灾难带来的恐惧，打破传统报道的严肃性，使受众理解灾难。在这一方面，央视可以向凤凰卫视学习。

CCTV-4 的报道坚持正面报道原则，凤凰卫视保持客观中立原则。对于国家来说，通过积极正面的报道会给世界带来了信心，而凤凰卫视作为香港本土媒体，在新闻事件的报道方面，有更多的自由性，它对新闻的报道更注重还原新闻事件本身。凤凰卫视体制为私有化，收视率是衡量其成败的主要因素，所以会因受众的喜好进行新闻报道。但受众喜好和关注度并不是衡量媒体成功的唯一因素。海外华人受众通过 CCTV-4 及凤凰卫视等媒体平台更多的是关切中国大陆及港澳台地区的新闻事件和新鲜动态，如果可以真正了解海外华人受众的需求，作出真实有品质的电视节目，电视业的发展才会更加人性化及个性化。

CCTV-4 的新闻板块非常清晰，《中国新闻》全天 24 小时各个时段滚动播出，为各个时间段的观众带来全天资讯。凤凰卫视中文台的新闻节目与 CCTV-4 的播出规律比较相似，《凤凰快报》每天在不同时间段循环播出，每天播出十次。CCTV-4 没有设置专门的经济方面的节目报道，而是将此方面内容归于新闻版块当中，而凤凰卫视中文台在此方面比较细化，设有经济类节目，例如《财经正前方》、《石评大财经》等。凤凰卫视奉行泛中国政策，定位新闻节目，关注海外华人世界，作为培养和传播中国文化认同感的目标受众。尽管两个频道在坚持民族主义

⁷⁶ 黎斌《国际电视前沿聚焦》（北京：中国传媒大学出版社，2007）。

意识形态方面有着强烈的共识,但凤凰卫视在实现和实践中更倾向于采用更个性化的方法。⁷⁷

CCTV-4 比较注重历史及传统文化的传播,例如《国家记忆》、《国宝档案》体现了中国古老的文化记忆。《走遍中国》帮助海内外观众深入了解当代中国。《中国文艺》主要以弘扬中华民族传统文化、传播五千年古老文明、关注中国与世界重大的文艺活动、把生活当中的文艺作品、中国文化,用电视呈现给海内外华人观众,为海外华人打开一扇精神视窗,展现了中国特色。凤凰卫视中文台的节目多数体现国际视野、都市化,传统化的东西比较少。⁷⁸

第三节 中央电视台中文国际频道对内传播过程中的困扰及举措

一、中央电视台中文国际频道对内传播过程中的困扰

一是频道所提供内容要更具针对性。在对内传播中履行“内外有别”原则同样重要,这是因为国外受众并不是单一实体,不同国外群体之间也存在巨大差异。即便是同一国家和地区的民众,其收视兴趣、价值观念和意识形态也存在差异。忽视或淡化上述差异,往往会使传播的针对性大打折扣,传播效果可想而知。为避免出现上述情况,CCTV-4 与海外华语电视媒体应该协同合作,对当地的受众市场特别是华人受众市场调查分析,在此基础上按照不同国家和地区的要求乃至同一国家不同人群的需求进行内容的定制与生产,以免产生“传而不通”甚至“传而不受”的负面效果。⁷⁹

二是淡化所提供信息产品的政治和意识形态属性的表达。将对内传播彻底从政治生态中脱离出来不符合中国的媒体体制,也不符合当下的国际传播现实。实际上,对内传播的关键不仅在于“说什么”,更在于“怎么说”。中央电视台海外传播中心、零点研究咨询集团的调查曾以《中国新闻》为例进行分析,调查指出,从学历构成来看,本科和硕士及以上学历的观众对《中国新闻》的喜好程度在总

⁷⁷ 任金州.《电视外宣策略与案例分析》(北京:中国广播电视出版社),2003。

⁷⁸ 金冠军、郑涵、孙绍谊.《国际传媒政策新视野》(上海:上海三联书店),2015。

⁷⁹ 刘继南、周积华、段鹏:《国际传播与国家形象—国际关系的新视角》(北京:北京广播学院出版社),2002。

体人群中相对较低，评分均在 90 分以下，官方气息浓、报道不够全面、缺乏中立性是导致上述现象的重要原因。再以涉台时事新闻评论栏目《海峡两岸》为例，节目邀请的海峡两岸的嘉宾不少，但多元的声音、多维的分析比较匮乏，观念市场尚未形成，在用事实巧妙说话方面有待加强。当我们将包括海外华语电视在内的海外华语传媒绑在“大外宣”的战车上，以此来加强国际传播能力建设，提升国家软实力时，必须清醒地认识到，CCTV-4 对内传播的角色定位并不是完全由外部推动、促进和确定的，必须考虑其在历史发展进程中媒体体制、关注重点以及报道视角和内容等方面的差异。唯有如此，CCTV-4 要用专业的手法和高度的政策、策略水平，潜移默化，把具有不同背景和理念的观众吸引过来。

三是 CCTV-4 媒体反应不够迅速。全球传媒业，国际性新闻事件报道不仅体现着一个国家新闻传播组织的实力，还体现着谁拥有媒介话语权和舆论主导权，更在某种程度上反映着一个国家的媒介形象乃至国家形象。海外华人掌握着两种以上的语言，他们可以从华语媒体上获取信息，也可以从外文媒体上获取信息，客观上说，媒介形象更具公信力和传播力的新闻组织才能被选择。而且，随着中国在国际上的影响力越来越大，“中国事件”和“中国问题”已经成为世界关注的焦点，而 CCTV-4 相较国外媒体而言，在对内传播时效性上有欠缺，这导致对内传播的舆论影响力容易在受众中先入为主。CCTV-4 作为国家级媒体，在这方面的反应不够迅速，难免受牵制于国外媒体的议程设置。当突发事件发生时，如果 CCTV-4 作为权威，其准确消息姗姗来迟，有些国外媒体蓄意扭曲中国国家形象 的报道会迅速占领对内传播空间，我们再想力挽狂澜占据主动就很困难。CCTV-4 作为国家媒体对内传播的主要力量，在影响国内在中国问题上的认知取向和价值观方面所做的努力不够，文化软实力建设步履维艰。

二、中央电视台中文国际频道对内传播的主要举措

中央电视台中文国际频道对内传播是一个非常复杂的工程，即进行对内宣传议程设置（布置宣传任务）的时候，要做到内外兼顾，避免舆论反冲以及可能引发的外溢，CCTV-4 对此采取前摄措施，强化对内传播效应。

一是充分“外延”思考，避免授人以柄。中央电视台中文国际频道对内传播时即要考虑节目宣传报道的内容和方式、方法，又要突出对内传播与宣传效果。如 CCTV-4 在 2016 年 10 月推出《世界听我说—两岸及港澳大学辩论赛》是一档

以中华文化为主题，兼具社会、文化和教育意义的大型辩论竞赛节目。《世界听我说》以辩论赛为基本载体，结合创新的电视节目形式，通过不同地区大学的辩论，促进两岸及港澳地区青年的深入交流，对内传播中华文化的同时也着眼于向世界传递中国的声音。随后在 2017 年 11 月 27 日播出第二季，2018 年 11 月 24 日开始播出第三季，《世界听我说》不断邀请各地著名主持人、作家、各界成功人士等全球华人优秀代表，以创新的赛制、极具文化内涵的内容，不仅备受观众认同，同时也收获了《人民日报》、《人民日报海外版》、《光明日报》、《中国文化报》、《中国青年报》、《文汇报》、《北京青年报》等权威媒体的积极点赞。强化对内传播效应的同时也成为直接向全球展示华夏文化的重要窗口。又如《中国舆论场》是 CCTV-4 推出的首档“融媒体”新闻评论节目，其借助大数据，每天发布的舆情指数，就各类热点问题进行评价和解读，如中美经贸高磋商、雄安新区建立、一带一路等热点媒体舆情数据业务在对内传播的节目内容生产中进行有效的应用探索，并取得不俗的成绩。⁸⁰ 栏目开播至今收视表现在同时段节目中遥遥领先，截至 2019 年 3 月，节目平均收视率为 1.05%，平均收视份额 3.32%，最高收视为 1.71%，最高收视份额为 5.17%，⁸¹ 传播效果明显。

二是突出对内传播的时效性。CCTV-4 各类对内传播节目在过滤和吸收西方优良文化的传播活动中：首先 CCTV-4 利用自身语言与媒体优势将西方文化引进到国内，应具双重文化的理解力将其分析，并且以中国文化评判标准修己使其与中国文化相兼容，最终用专业视角的节目将正能量内容传播给国内广大受众。CCTV-4 的国际受众主要是生活在国外的华人华侨，其强化对内传播的目的并不是为了学习语言和文化，而是了解国外有关中国的新闻信息。就传播速度而言如果将 CCTV-4 作为传播西方文化的主要载体，那中国观众则可在第一时间了解西方最新文化、潮流的发展趋势，正确掌握对内传播时效性。

三是灵活把握对内传播时机。CCTV-4 在对内传播的有关方面布置的重要宣传任务，所以要灵活把握时机，在可能的情况下 CCTV-4 要根据实际需求调整各类节目对内传播的内容设置，拿捏好力度。由于全球范围内不同的时区的受众作息规律不同，不同地区受众的收视习惯和收视偏好也可能不同，时间和空间差异

⁸⁰ 王健《电视融媒体节目的创新与改进—以 CCTV-4《中国舆论场》为例》，《新闻世界》第五期（2017），页 8-12。

⁸¹ 数据来源：CCTV 官网数据自行整理。

是一个国际化频道实现其传播目标时面临的首要问题。根据需要调整节目的编排和设置是时间空间问题的解决之道，自 1992 年开播以来，CCTV-4 经历了从无到有，从小到大的过程，期间为了更好的适应受众需要，实现功能的最大化，频道进行了多次改版，对节目内容设置进行了重组和编排中央电视台中文国际频道是中央电视台唯一一个面向全球播出的中文频道，也是全世界中文电视里覆盖最广泛的频道。多年来，中央电视台中文国际频道在对内传播能力建设方面进行了不懈的探索，取得了有目共睹的成绩。同时中央电视台中文国际频道对内传播在海外华语观众构成、与海外华语电视媒体合作、借助媒体融合推动国际传播能力建设等方面也需要进一步完善。新形势下，频道应充分利用资源、人才和平台等方面的优势，抓住发展机遇，努力推进国际传播能力建设，打造海外第一华语电视媒体，讲好中国故事，传播好中国声音。

四是对内传播突显华夏优秀文化。CCTV-4 一直以中华文化中优秀的思想和价值观来进行对内节目的制作，确保这类优秀价值观可以落实在具体的节目中，通过节目将传统文化与人们的现实生活紧密地结合起来，关注人类共同关注的问题，尤其是在观照人性上下功夫。如《中国文艺》是 CCTV-4 唯一一档 365 天日播综艺栏目，承担着文化传承的特定功能，即以文艺的形式增强海内外受众对中国传统文化的深度感知和情感凝聚。《中国文艺》抛却对传统文化意识形态的纠缠和宣扬，仅从人文角度来阐释对中国各类艺术形式、传统技艺、武术、礼仪、风俗、伦理的客观展示。《中国文艺》在 2019 年陆续推出的系列节目“向经典致敬”、“组合也经典”、“电影金曲也流行”及“青春有梦”都获得了高关注度和高收视率。收视份额最高时达到同时段 3.81%，如下图。



图 4.3 中国文艺系列节目

另外如 CCTV-4 制作的纪录片《中华优秀传统文化展播》，该节目将中国优秀民俗与道德传统以短视频的方式进行展现，使国内外受众可以重温并传承传统文化，将家和万事兴、受恩莫忘、百事孝为先、医者仁心、重诺讲义、天道酬勤等优秀华夏文化通过短片的形式强化对内传播，使传统文化的生命力得以不断强化，对内传播要注重和积累的同时也要不断学习和发扬，如下图。2018 年第四季度《中华优秀传统文化展播》的前 37 集观众到达规模 10.21 亿人次，全球网络点击量 26.42 亿次。说明海外受众对于中文国际频道推出的有关传统文化类的节目较为关注。通过《中华优秀传统文化展播》这了节目，国家文化部全面完成第一次全国可移动文物普查，普查可移动文物 1.08 亿件、文物收藏单位 1.1 万个，基本摸清家底；全国古籍普查登记有序推进，登记数量达 232 万条、12500 函，发布古籍数据 43.1 万条、413 万册。

另外如 CCTV-4 制作的纪录片《中华优秀传统文化展播》，该节目将中国优秀民俗与道德传统以短视频的方式进行展现，使国内外受众可以重温并传承传统文化，将家和万事兴、受恩莫忘、百事孝为先、医者仁心、重诺讲义、天道酬勤等优秀华夏文化通过短片的形式强化对内传播，使传统文化的生命力得以不断强化，对内传播要注重和积累的同时也要不断学习和发扬，如下图。2018 年第四季度《中华优秀传统文化展播》的前 37 集观众到达规模 10.21 亿人次，全球网络点击量 26.42 亿次。通过《中华优秀传统文化展播》这了节目，国家文化部全面完成第一次全国可移动文物普查，普查可移动文物 1.08 亿件、文物收藏单位 1.1 万个，基本摸清家底；全国古籍普查登记有序推进，登记数量达 232 万条、12500 函，发布古籍数据 43.1 万条、413 万册。



图 4.4 《中华优秀传统文化展播》系列节目

五是实地走访，即时动态记录。CCTV-4 文化类电视节目带有鲜明的人文性与逻辑性，既要在展示各地自然景致、历史风貌、传统风俗的过程中做到客观与精准，又要在语言设计、画面剪辑、音效处理等环节做到严密与规范，这样才能满足观众日渐苛刻的观赏要求，也能让其通过观赏节目来获取各地文化信息，强化对内传播效果。正是基于兼顾实现人文性与逻辑性的中心诉求，CCTV-4 采取了实地走访与动态记录相结合的处理方式，推出凸显海外华人风采、体现国外文化风貌的《华人世界》、《中华情》等寻访类文化节目，就为国内受众提供了了解海外同胞生活、奋斗，欣赏外国社会自然文化的窗口。以《华人世界》为例，节目每期都会确定单个或多个身居海外、心系华夏的采访对象，不仅记录他们在国外的起居生活、工作学习以及社交娱乐等片段，而且也会通过拍摄当地的自然景观、生活片段、友人评价等，来全面展示海外同胞的生活状况，提高了国内受众对国外社会、文化的理解与认知程度。媒介形象的定位传播在海外华人华侨心中树立起来，中国受众与海外华人受众形成良性互动。

六是借助媒体融合推动自身传播能力建设。融媒体时代，用户从被动接纳的内容接收者变为主动的“生产消费者”，不但享受媒体提供的资讯、娱乐等服务，也积极地进行着信息生产。要使普通用户在社会化媒体中生产的内容真正发挥价值，还需要运用大数据技术，对体量巨大的碎片化内容进行筛选、挖掘，并与专业媒体的内容整合在一起。从这一意义理解，数据技术正在促进内容生产由机构化的专业生产转变为用户生产与专业生产的深度融合。近年来，CCTV-4 借助媒体融合在对内传播方面进行先行先试，如在中央电视台台内率先委托发展研究中

心专门开展 CCTV-4 新媒体战略、产品设计规划应用研究，与央视网对接，详细了解 IPTV、互联网业务、全球视频分发监控、国家新媒体集成播控平台等。CCTV-4 频道对内传播的媒体融合不断加大对内传播节目的生产力度。CCTV-4 的栏目如《走遍中国》、《远方的家》等因前期内容相似度较高，对饮食文化介绍过多，海外开发、包装和营销不足等问题，需要进一步改善。对此 CCTV-4 运用大数据技术，提升中华文化传播效果。⁸² 运用大数据技术，可以对受众进行全而和即时的分析，通过对各国不同年龄、性别、职业、收入的收视群体分类，充分了解不同人群的基本素质、活动规律、信息接收习惯、相应的利益需求，以做到文化的定向对内传播，并根据不同受众的不同需求提供服务，实现满足个体差异化需求的“精确对内传播”。⁸³ CCTV-4 在借助大数据、云计算等技术后，使其节目得以通过大数据分析把抽象的文化概念落实到具体的符号上，在此基础上对受众做更精准的传播，这是文化对内传播的重要技术支撑点。

第四节 小结

总之，随着中国国力的提升，中央电视台中文国际频道在强化对内传播，体现华夏文明方面不断进行着在主体、语种、层级等方面的多元化传播尝试。CCTV-4 对内传播既不断树立并强化节目制作创新观念，将对内传播资源进行整合并形成传播合力，不断提升自身在国际和国内传播中的传播实力、能力和竞争力。其对内传播和报道同时也发挥着对外传播和报道的作用和效应，尤其是在中国加快国际化进程，对内传播与对外传播迅猛增长的时代背景下，这种对内传播的效应会越来越显著。

第五章作者将重点研究中央电视台对外传播方法策略。从其节目编排、节目内容、节目案例当中探讨中文国际频道在对外传播方面的优势和不足。

⁸² 向巧〈主流媒体如何践行群众路线—以 CCTV4《远方的家》为例〉，《传媒》第 7 期（2017），页 66-68。

⁸³ Paxson, Peyton. *Mass Communications and Media Studies: An Introduction*. Bloomsbury Publishing USA, 2018.

第五章 中央电视台中文国际频道对外传播

对外传播是指一国跨越国界、信息流向由内到外的传播，或在一国针对境内外国受众的传播，针对其特征而言，有学者认为，对外传播是一种跨国的、跨文化的、跨语言的传播。⁸⁴ 中国电视的对外传播从 1958 年电视业的诞生开始，从无到有、从对外宣传到对外国际化传播。这一路的艰辛历程逐渐磨合出了中国独特的对外传播之路。中国电视的对外传播和中国的发展进程有很大的关系，中央电视台中文国际频道作为中国唯一一家面向全球播出的中文频道承担着传播中国文化、服务全球华人的重要使命。中国电视很可能在没有太多言论和新闻自由的发展中国家具有一定的影响力。问题是，中国愿意从其新闻报道中删除多少宣传。这种报道不再具有任何实质内容。这可能需要一段时间，但中国有决心采取必要措施以宣传为中心向海外报道以更积极的国际交流。在适当的时候，它将开始放松对国内报道的控制。⁸⁵ ⁸⁶ 在西方社会中，“宣传”一词带有贬义的色彩，在中国，“宣传”虽然是一个中性词，但是也难免会产生误解，因而学术界渐渐将“对外宣传”改为“对外传播”。但是其对外宣传的功能没有改变。中文国际频道运营的政治意义略大于商业意义。起初“让世界了解中国”的口号可以看得出这一阶段中文国际频道是世界了解中国的窗口。随着中国受众对于该频道的关注，而后，又提出了“让中国了解世界”的口号。从 2010 年改版之后，中文国际频道的目标受众更加明确，即“服务全球华人”。对外传播的过程当中如果忽略“传播”和“宣传”的区别，很容易造成“对内”与“对外”传播观念的混淆，从而影响传播效果。

本章从中央电视台中文国际频道的节目内容出发，详细解读中央电视台中文国际频道对外传播的方式方法，第二章《华人华侨形象及国际影响力》当中，我们曾提到海外华人华侨因受到当地国文化因素的影响，形成其独有的特点，收视习惯也与中国有较大区别，因此面对海外华人群体复杂性问题时，本章将解读中央电视台第四频道如何从节目内容构建、传播策略上调整为符合海外观众收看的

⁸⁴ 沈苏儒《对外传播的理论与实践》（北京：五洲传播出版社，2004），页 34。

⁸⁵ Yamada Ken'ichi, "China's Focus on External Publicity: The Impact of Changing Media Policy at Home and Abroad," *NHK Broadcasting Studies*(2011):208.

⁸⁶ CAI, Australia PETER. "Chinese State-Owned Media Going Abroad: A Case Study of Australia." *In Global Media and Public Diplomacy in Sino-Western Relations*, 123-39: Routledge, 2016.

电视频道。

第一节 中央电视台中文国际频道对外传播布局

笔者第二章提到，目前海外华人的数量已超过 5000 万人，分布范围及其广泛。和早期的华人移民不同，如今的海外华人群体当中不乏各界的精英人士。他们的国际影响力不容忽视，所以做好海外华人华侨这一群体的话语传播工作将有利于更进一步的沟通好中国与世界各国间的联系，从而建立友谊。

一、战略定位

中央电视台中文国际频道前后经过 6 次改版，是以新闻为主导、荟萃各类丰富节目的综合频道，最终以“新闻+文化”的方式对外传播。目前 CCTV-4 拥有亚、欧、美三个频道，24 小时不间断播出。对外传播的重要目标之一就是讲好中国故事，传播中华文化。CCTV-4 通过对文化的传播，促进海外华人华侨对中华文化的了解和认同。CCTV-4 从创办初期就秉承着弘扬中华文化的宗旨，所以在此后的改版当中又增加了不少文化类节目。例如 1998 年第 1 次改版创办的《中华医药》栏目还有 2004 年开播的《国宝档案》栏目等。⁸⁷

二、受众群体

中央电视台中文国际频道的受众群体主要是港澳台同胞和海外华人华侨，但是，全球华人并不具有同一性和均质性，他们存在着很大的群体差异。⁸⁸ 2005 年“美国人对华态度”调查结果显示：美国 10%的华人倾向于收看英文电视节目，54%的华人倾向于收看中文电视节目，35%的华人倾向于收看双语电视节目，1%的华人不确定。⁸⁹ 但是随着新移民数量的逐年增加，第二代第三代华人在海外华人群体数量的比重越来越大，所以在 CCTV-4 的第 6 次改版当中将海外华裔第二代受众群体纳入重点目标受众范畴，并且在节目内容和文字编排上有所考量。比如增加节目的时尚元素，部分节目增加英文字幕，并且专门设置了《学汉语》栏目，

⁸⁷ 李宇《对外电视与文化传播研究》（安徽：安徽大学出版社，2012），页 198。

⁸⁸ 李大玖《海外华文网络媒体—跨文化语境》（北京：清华大学出版社，2009），页 37。

⁸⁹ 周敏《美国华人社会的变迁》（上海：上海三联出版社，2006），页 319。

为需要学习汉语的海外观众提供服务。

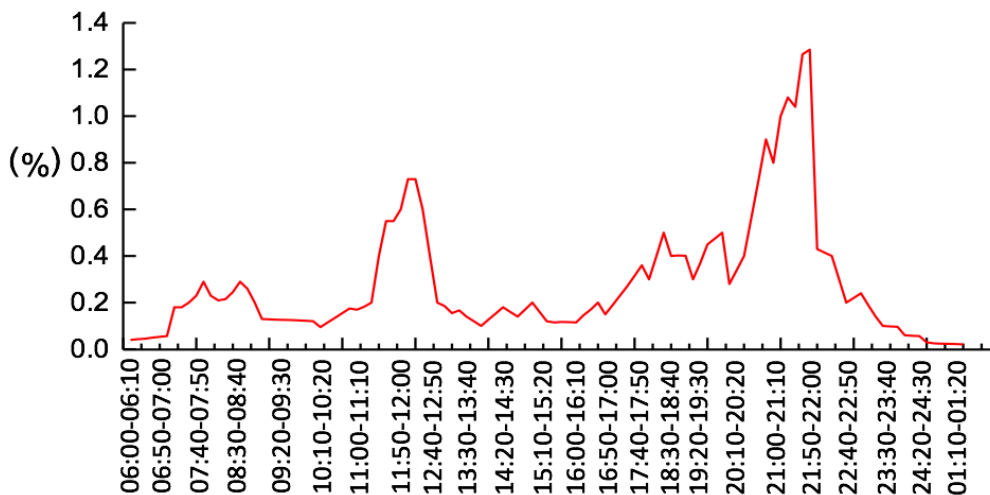
三、收视情况

2012 年，中文国际频道在长城美国平台的平均收视份额排名第一，遥遥领先于长城平台上其他 30 个频道。在长城美国、加拿大、欧洲、拉美、东南亚、澳大利亚、非洲八大平台网站频道电子节目单点击量排名中，中文国际频道全部稳居榜首。在每月平均收视率排名前 20 位的节目中，中文国际频道的节目几乎都能占到一半以上。截止 2012 年年底的统计，中文国际频道的信号覆盖全球 171 个国际和地区，拥有超过 5200 万海外用户，中文国际频道成为绝大多数海外观众首选的中文电视频道。⁹⁰

四、遴选标准

观察中文国际频道的收视曲线发现，每天早、午、晚，特别是晚间新闻节目时段(亚洲版北京时间 20:30~22:00)收视曲线都如奇峰突起(见图 5.1)。

图 5.1:CCTV-4 收视率分时走势图



数据来源：央视-索福瑞

可以看出 20:00 点到 22:00 点档的收视相当高，而这一时段是中文国际频道的晚间新闻时段，所以受众对于新闻的重视度显而易见，这也是中文国际频道新闻栏目数量多的原因之一。在中央电视台中文国际频道的众多新闻栏目当中，

⁹⁰ 王广令<打造海外第一华语电视媒体—中央电视台中文国际频道加强国际传播能力建设的实践与思考>，《电视研究》第 7 期（2013），页 22。

《中国新闻》与《海峡两岸》的收视情况稳居全台前三（见后文数据），具有研究代表性。《中国新闻》自中央电视台中文国际频道开办之日起就随之成立，是 CCTV-4 非常权威的新闻栏目。《海峡两岸》是中央电视台唯一一档涉台时事新闻评论栏目，成为海内外观众朋友关注度极高的热门栏目。因此笔者选取《中国新闻》及《海峡两岸》作为中央电视台中文国际频道新闻栏目的代表性节目进行研究。

近年来中央电视台中文国际频道秉承“新闻+文化”节目的传播模式，文艺类节目是对外电视渠道的重要组成部分，不仅为海外的观众提供娱乐，更是传播中华文化的重要方式，那么中央电视台中文国际频道最具代表性的文艺类节目其中之一便是《中国文艺》，其开办年代距今已有 23 年，从时间来说具有代表性。节目致力于将中华艺术和传统文化介绍给海内外华人，增强了海外华人对祖国文化的认同感。《中华医药》于 1998 年开办，是中国最早的对外健康类电视栏目。节目不仅推广普及中医知识，还传播了中华传统文化。中国独一无二的经典传统文化可以恰到好处的作为推开国际大门的敲门砖，成为链接全球华人华侨的精神纽带。固笔者选择《中国文艺》和《中华医药》作为文化类节目的研究对象。

第二节 新闻与两岸

一、《中国新闻》

1992 年，CCTV-4 创办《中国新闻》栏目，并实现了全天滚动播出。《中国新闻》是中央电视台最重要、最具影响力的新闻节目品牌之一，也是中央电视台中文国际频道着力打造的龙头栏目。《中国新闻》的目标受众主要是港澳台同胞和海外华人华侨。为了向全球华人传播最快、最新、最权威的新闻资讯，《中国新闻》通过多种方式报道新闻事件，对一些重大的新闻事件会采取反复播报方式，达到扩大传播力的效果。《中国新闻》栏目每天除了有 10 档时长在 10 分钟或 15 分钟左右，还有 4 点、8 点、12 点、21 点的节目时长为 30 分钟或 60 分钟，新闻内容丰富多样。《中国新闻》主要以国际新闻为主、国内新闻为辅的传播模式。总体观察，《中国新闻》具有一定的深度，但是对国内新闻的报道相应较少，并

且很少涉及敏感话题，这种情况下，海外华人要了解到国内大事的难度加大。

（一）、报道题材

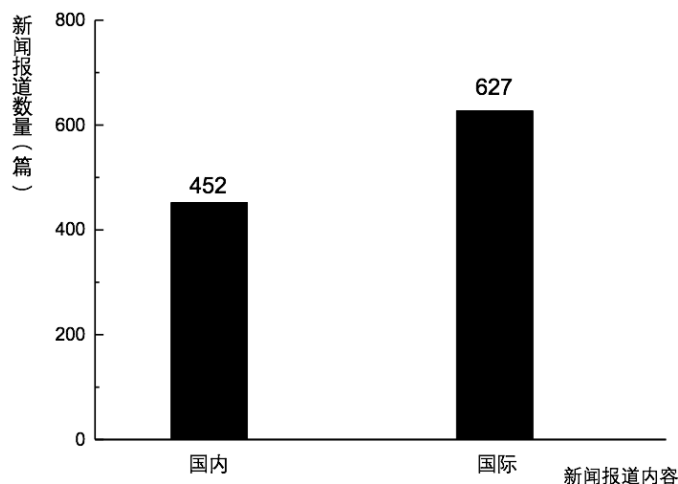
为了方便对《中国新闻》进行研究分析，笔者选取了《中国新闻》2019年7月1日至7月10日的节目，发现报道的题材大致分为以下几类。

表 5.2: 《中国新闻》报道题材

政治	国家领导人对外国事访问、重要会议、重要改革
经济	市场、经济会议或法案
军事	军事力量、军事演习
文化	国内外文化节、大型比赛、电视剧
外交	外交访问、外交会议
科技	科技进展、科学发明
其他	天气预报、体育、环境、灾害

在一共 1079 条新闻当中，国际新闻所占的比重远远超过国内新闻，具体情况见图：5.3。

图 5.3: 《中国新闻》国内、国际数量分布



资料来源：央视官方视频资料自行整理

从图表中可以看出，《中国新闻》在播出数量上非常重视国际新闻的报道，体现了该栏目全球化的新闻视野。美国精英华人团体百人会在 2005 年开展了名

为“美国人对华态度”的调查，调查对象包括美国华裔和美国普通公众。调查显示，美国华裔最关注的三个有关中国的问题分别是：人权（20%）、环境恶化（17%）、侵犯知识产权（11%）。⁹¹ 从这份调查结果来看，《中国新闻》传递的信息和海外受众想要了解的内容存在错位的问题。从制作层面上讲，《中国新闻》没有做好“内外”的区分。《中国新闻》的节目制作内容、题材的选择和《新闻联播》有些区别，但差距不大，沿用了中国对内传播的新闻选择标准，这样的策略降低了对外传播的效果。海外华人华侨对祖国的认识最直观的方式是通过媒介——特别是最具权威的电视新闻节目，所以承担此重任的《中国新闻》更应该以多种报道题材、多样的报道形式满足海外观众的需要。

对《中国新闻》的新闻来源进行分析，如表 5.4 所示：

表 5.4：《中国新闻》21:00 档新闻报道来源

	条数	百分比
中国政府、官方、机构、团体	12	7.1%
本台记者	29	17.3%
国内其他媒体	2	1.2%
央视驻外记者	5	3.0%
港澳台政府、通讯社、电视媒体	3	1.5%
其他国家政府、通讯社、电视媒体	46	27.4%
综编、编译	16	9.5%
不明确	55	32.7%
总计	168	100%

资料来源：张颖《论 CCTV-4 中文国际频道形象的建构与传播》

从数据可以看出，《中国新闻》的新闻来源比较多样化，但是不明确来源渠道的数量较多。说明在这一方面《中国新闻》还不够严谨。驻外记者的报道只有 3.0%，说明《中国新闻》的采编能力还有待提高，新闻原创性需要加强。

（二）、栏目特色

1、内容丰富

⁹¹ 李宇《中国电视国际化与对外传播》（北京：中国传媒大学出版社，2010），页 36。

据粗略统计,《中国新闻》栏目 30 分钟的每期新闻当中,播报新闻数量达 30 余条,有国际新闻、国内新闻、民生新闻、社会新闻、体育新闻及系列报道等等。栏目信息量大、内容丰富,准确及时报道国内外重大新闻。2004 年以来,加大了对台宣传的力度,抓住了全球华人关注台湾问题这一焦点,得到较高关注度。

2、精心编排

《中国新闻》栏目对外传播除了日常新闻节目之外,在特别的节日当中也会专门编排一些特别节目,每逢传统节日,都会发布一些相关的新闻,特别是在春节等大型节日。表 5.4 是 2019 年除夕当天《中国新闻》的部分节目编排。

表 5.4 CCTV-4《中国新闻》相关节目（2019 年 2 月 3 日部分资讯）

1	高雄年货大街的年味与乡情
2	台湾春节市场“鸡蛋荒”愈加严重
3	亚洲游客今年春节最爱旅游城市 台北台中高雄上榜
4	2019 年春运 两岸航班 带同胞回家
5	不一样的春晚：中西合璧 全英中国留学生春晚举行
6	国际政要新春佳节祝福
7	海外也庆“中国年”
8	快闪：新春唱响“我和我的祖国”

资料来源：央视官网资料自行整合

表 5.4 列出了此档新闻的部分节目,可以看出这组新闻报道了节日当中相关的事件,同时也有国际政要讲话,还有世界各国华人如何庆祝这个节日。除此之外,《中国新闻》在特别节日还会有特别板块,例如 2019 年春节时,《中国新闻》推出“新闻特写：维和官兵的春节思念”等。传播了文化符号,同时传达了“天下一家亲,天涯共此时”的文化理念。

总体来说,《中国新闻》追求的是多样的报道方式及丰富的报道内容,但是通过分析我们也发现了在对外传播过程当中需要改进的问题,在新闻素材方面,《中国新闻》还有需要努力的方向,作为中央电视台中文国际频道的骨干节目之一,《中国新闻》必须在国家意识形态、海外受众收视热点及新闻客观事实等方面找到立足点,做到客观表达新闻事实,客观传播全球信息,同时也要平衡“客观现实”和“主观现实”间的关系。

二、《海峡两岸》

《海峡两岸》的首播时间为每晚 20:30，该时间段为中国电视传统的“黄金时段”。即一天当中收视率最高的时段。从节目类容来说，节目每期的“热点透视”部分都会讨论时下热点话题，并邀请台湾及大陆专家分别发表言论。（如图所示。



资料来源：央视官方网站



资料来源：央视官方网站

《海峡两岸》在 2010 年的时候还没有设置嘉宾评论环节，并且大多以台湾人士为主，几乎没有出现代表中国大陆意识形态方面的专家。但现在的节目每一期都邀请了两岸专家发表看法，这个改变是非常大的。就评论时长而言，《海峡两岸》每期 25 分钟左右，评论时长占到了 15 分钟以上，还有的一整期节目全部为话题评论部分。每期邀请的嘉宾身份多元，这使得节目的评论视野更加开阔。让观众听到不同的声音，也满足观众追求新鲜感的收视习惯。

《海峡两岸》是中央电视台唯一的涉台时事新闻评论栏目，节目宗旨为“跟踪海峡热点，反映两岸民意”。节目分为两大板块，第一板块为“热点扫描”主要报道当日和近期台湾岛内的热点新闻；第二板块是“热点透视”，主要是当日或近期涉台热点深度报道及两岸专家对此事的评论。⁹²《海峡两岸》在全国的新闻节目排行榜上经常名列榜首，连续 6 年被评为“央视十大品牌栏目”。

（一）、栏目特色

首先，海峡两岸具有权威的声音。《海峡两岸》节目经常邀请两岸文化界的专业人士来讲解两岸文化交流的过程，具有深度，使得栏目既保持政治性又不失文化元素。

其次，栏目聚焦热点话题，《海峡两岸》节目是一档评论类节目，分为新闻播报和两岸新闻时事评论两大板块。它总是把最新的信息传达给海内外的观众朋友。深度的报道和及时的评论，深度解读问题，引发观众的强烈关注。

再次，栏目具有强大新闻解读功能。对于很多复杂的两岸新闻及局势，很多观众不能全面的了解真实情况，所以《海峡两岸》节目非常注重对于新闻事件相关现象的深度分析和解读。比如：柯文哲 郭台铭 王金平谈不拢，新党提“一国两制”台湾方案等等问题，两岸的专家都会帮助观众分析事件背后的来龙去脉。

最后，栏目的收视率一直排名靠前。两岸问题一直是海内外观众关心的问题，近些年来，台海局势时时刻刻都有新的情况发生，受到世界人民的关注，这就增加了目标受众。表 5.5 是《海峡两岸》2018 年 9 月到 11 月的部分收视情况。通过表中我们可以看出，《海峡两岸》收拾一直保持在前列。

表 5.5: CCTV-4 栏目排名前三分布

⁹² 中央电视台中文国际频道《传承中华文明 服务全球华人》（北京：人民出版社，2017），页 21。

2018年9月30日-10月6日栏目视频播放数据		
全台排名	栏目名称	PC端+移动端播放时长(小时)
3	今日关注	201257
7	海峡两岸	135098
20	今日亚洲	52065
2018年10月7日-10月13日栏目视频播放数据		
3	今日关注	210917
6	海峡两岸	167138
27	中国新闻	43639
2018年10月14日-10月20日栏目视频播放数据		
4	今日关注	185464
6	海峡两岸	174414
19	国家记忆	48367
2018年10月21日-10月27日栏目视频播放数据		
4	今日关注	180465
8	海峡两岸	164529
19	今日亚洲	59082
2018年10月28日-11月3日栏目视频播放数据		
3	今日关注	219736
7	海峡两岸	151061
24	今日亚洲	51159
2018年11月4日-11月10日栏目视频播放数据		
5	今日关注	212616
7	海峡两岸	178612
17	今日亚洲	65109

资料来源：央视-索福瑞

从数据中我们可以看出,《海峡两岸》在全台的排名很长一段时间都保持在了全台前十, CCTV-4 全频道前 3 的位置, 说明该节目的确受到了高度的关注。《海峡两岸》于 1996 年开播至今已有 20 余年的历史, 对台湾问题的研究比一般

的媒体要更加权威和专业，这使得《海峡两岸》的信息渠道更加广泛、评论逐渐专业有深度，这也是该节目收视率稳居前位的原因之一。

（二）、栏目意义

《海峡两岸》节目有很强的导向作用，肩负着向世界传送权威的信息，代表国家的声音。《海峡两岸》的传播特点偏向于稳重权威成熟，节奏较慢，节目内容使海内外观众容易接受。同时，此节目经常站在“大陆”视角关注两岸交流的新闻内容，业内专业人士对于热点事件的讲述、畅谈以及对两岸交流的理解和认识非常有深度，这也使得该栏目收视率一直排在 CCTV-4 全栏目前三位。栏目以访谈的形式展开，内容比较专业，可以抓住重要问题，主持人与嘉宾的交流促进收听效果，其次在编排上面《海峡两岸》一直在寻求更多的形式，目前时空连线 and 演播室内访谈的形式出现较多。但是存在节目安排少灵活性，实效性不强。在深度方面，《海峡两岸》一直不断努力但是由于信息数量的有限，要将所有信息都深度化比较困难，并且受众不同，观众对于台湾问题的看法、价值观各有不同，众口难调也给节目做到生层次的报道加大了难度。

第三节 医药与文艺

一、《中华医药》

健康类节目时下是比较重要的电视节目类型，可以为观众朋友们带来健康知识和保健方法，普及健康理念。CCTV-4 的健康类节目一直深受海外受众的喜爱。在海外观众对 CCTV-4 的反馈中，日本宇都宫市的观众野崎清隆说：“我和老伴一直在认真收看《中华医药》栏目，受益匪浅，了解了许多防病治病的方法和求医信息，我还买了《中华医药》丛书。”⁹³ 很多海外华人受众观看《中华医药》栏目是因为节目当中蕴含的传统文化知识，这也正是该栏目对外传播的目的之一，美国波士顿的观众杨孔丽向 CCTV-4 有关部门反映说：“我很喜欢 CCTV-4 的《中华医药》，这个栏目让我学习到许多的中医理疗的知识，很吸引人，令人受益匪浅

⁹³ 中央电视台海外中心联络部《海外观众反映》第 5 期（2007）。

浅。⁹⁴ 《中华医药》栏目开播于1998年6月1日，是中国电视媒体当中唯一一档向海内外传播中国传统医药文化的电视健康类节目，已经成为中央电视台中文国际频道深受海内外观众欢迎的品牌栏目之一。⁹⁵

（一）、栏目简介

中央电视台中文国际频道《中华医药》栏目开办于1998年6月1日，是中国最早的对外健康类节目。栏目创办初期（1998-2002）、日臻成熟期（2004-2006）、栏目奋斗期（2007-2008）、栏目成熟期（2009-现在）。此后，随着中央电视台的数次改版，《中华医药》栏目逐渐发展成熟。从创办初期开始，栏目就注重对于中华文化的传播，争取为海外观众提供健康服务、情感服务等。

（二）、栏目定位

《中华医药》创办十周年的时候，制片人刘文总结说：“十年来我们共回复了海内外来信八万多封、电话近二十万个、电子邮件近三万封，是中央电视台收到观众来信、来电数量最多的栏目之一。”⁹⁶ 《中华医药》通过健康理念的传播以及生命的关怀，增强海外华人华侨对祖国传统文化的认同。另外又通过深厚的历史积淀映射出中华民族的特性。《中华医药》秉承着“讲述中国人的生命智慧”为基本宗旨。《中华医药》栏目向海外观众传播人人都可以直观接触到、感受到、体验到的医学成果，体现了中华民族五千年的文化积淀，非常具有人类意义和世界意义，因为健康是世界各国所有人都需要的，尤其是中医中药，对海外五千万华侨华人而言，具有极强的民族亲和力和文化凝聚力。⁹⁷

（三）、节目风格

《中华医药》节目通过中医的理念传达中华文化深厚的价值，在解释治疗的方案过程中说明了中医“天人合一”的理念。例如，2019年5月25日节目当中，介绍了生姜对人体的帮助，主持人这样说道：

论语中就记载了“不撤姜食不多食”的饮食习惯，相传，孔子每次饭后都会嚼服几片生姜。但是不多吃，而且一年四季如此。要知道在人

⁹⁴ 中央电视台海外中心联络部《海外观众反映》第14期（2008）。

⁹⁵ 中央电视台中文国际频道《传承中华文明 服务全球华人》（北京：人民出版社，2017），页169。

⁹⁶ 刘文《〈中华医药〉创办手记》，《现代传播》第四期（1998）。

⁹⁷ 中央电视台中华医药栏目组《健康收藏》（上海：上海科学技术文献出版社，2007），页260。

均寿命不足 40 岁的春秋战国时期，孔子绝对算得上是长寿了。中医认为，脾胃是后天之本，人体所有生命都要依靠脾胃的运行，而生姜恰好可以健运脾胃，帮助消化。除此之外，生姜还可以振奋身体的阳气。所以，每天食用生姜，就是在给身体源源不断地输送正气和能量。

从节目中可以看出，《中华医药》节目将中医的文化理念、知识融入节目当中，将中华文化作为传播的重要载体，很好的完成传播中华文化的任务。这种非显现的对外文化传播模式，无形当中将中华传统文化和文化意识形态一起传播给电视机前的海内外受众，那么对于海外华人华侨来说，通过节目的传播，中华传统文化的回归是他们产生文化的共鸣以及文化的认同感。中华传统中医的博大精深融汇了道家、儒家的思想精髓，受到海外观众的高度关注。《中华医药》栏目既有医药养生类节目的特色，又有传统文化节目的特色，普通科普类节目往往会给受众带来“枯燥、乏味、单一”的情况，为了避免此类现象的发生，《中华医药》节目在制作上尽可能要求画面美感，在主持人语言上增加口语化、对象感及趣味性，使观众在良好的视觉欣赏中获得传统文化和健康知识。

随着海外华人新一代的人数不断增长，健康类节目要注重对于这一群体的传播，如何提高他们对于传统文化、中医文化的兴趣，成为时下需要不断改进的问题。节目更加时尚多元，更加趣味性的表达才能更加贴近年轻人的生活。如能在节目当中增加美容、减肥、健体等方面的内容，才可以更容易吸引年轻一代群体，这也是《中华医药》栏目在之后的发展当中需要探索的方向之一。

二、《中国文艺》

文艺类节目不仅是海外受众提供放松、娱乐的载体，同时也是向海外受众传播中国文化的重要方式。《中国文艺》从 1996 年开播至今已经陪伴观众 23 年，节目致力于将中华艺术和传统文化介绍给海内外华人，增强了海外华人对祖国文化的认同感。《中国文艺》分为平时版和周末特别版。每周一到周五播出的日常版节目为文艺专题，综合了节目欣赏和幕后解读，类似于文艺汇编，有时会有观众点播，综合了中央台优秀的文艺作品进行放送，观众喜闻乐见的文艺节目都会在平时的节目当中呈现。达到良好的传播效果。既满足收听收看的心态，同时将优秀经典的文艺节目向海内外观众普及。中文国际频道是面向全球的海外华人，传播经典优秀的文艺作品有助于海外华人了解中国文艺、进一步推进经典文化的

传播。周末有特别专题版。那么如何使文化和娱乐相辅相成、如何在高雅传统文化和大众流行文化当中做到平衡，笔者试图通过中央电视台中文国际频道《中国文艺》栏目找到答案。

（一）、《中国文艺》简介

《中国文艺》于 1996 年 5 月 1 日正式开播，栏目的定位是：弘扬中华民族传统文化、播撒五千年古老文明、关注中国与世界重大的文艺活动、用精彩的电视文艺作品为海内外华人观众打开一扇精神的窗户。既然秉承着“传承中华文化”的使命，《中国文艺》所播出的文艺节目就要具有深厚的文化底蕴及内涵。从 2014 年底《中国文艺》推出了周末班系列专题“向经典致敬”，节目大多邀请艺术家、歌唱家、词曲作家、朗诵家等，重温经典记忆，通过访谈、表演等形式邀请艺术家分享学习成长的脉络，来向艺术家致敬、向经典致敬、向一代人致敬。例如 2019 年 4 月 20 日的节目当中，邀请京剧表演艺术家杨春霞。节目以访谈形式展开，嘉宾杨春霞讲述了一路走来的经历，自己对京剧表演的理解以及京剧片段的展示，加深海内外观众对于中国传统文化京剧文化的了解。



《中国文艺》20190817 向经典致敬 本期致敬人物——词作家 易若



《中国文艺》20190813 向经典致敬 本期致敬——九四版电视连续剧《三国演义》



《中国文艺》20190810 向经典致敬 本期致敬人物——作曲家 金凤浩



《中国文艺》20190803 向经典致敬 本期致敬人物——作曲家 铁源



《中国文艺》20190727 向经典致敬 本期致敬人物——作曲家 孟庆云



《中国文艺》20190720 向经典致敬 本期致敬人物——梁波罗

节目当中无论是嘉宾的讲述还是主持人的徐徐道来都情真意切、深入人心。从 2017 年开始《向经典致敬》进一步拓宽视野，由单纯的经典人物，扩展到乡经典电视剧《红楼梦》、歌剧《江姐》、大型音乐剧《东方红》等优秀作品致敬。节目秉承“感受经典恒久的魅力，重温往昔鲜活的回忆，聆听岁月划过的声音，传递民族艺术的力量”的创作理念，进行深度的思考，想各类艺术当中的泰斗级人物致敬，力求为当代文艺留下珍贵的回忆。

（二）、《中国文艺》栏目宗旨

综艺类节目通常是让观众带来轻松娱乐的休闲时光，想要通过综艺节目传达文化精髓难度很大，有一位海外观众给 CCTV-4 的观众联络部门写信说：

事实上，海外侨胞接触最多的是港台的流行歌曲，身处异国他乡，侨胞们更加期望欣赏到来自祖国并且带有传统文化和民族风格、令坐在电视机前的一家人眼前一亮、心中一热、耳目一新的画面和声音。中国的文化有五千年深厚的积淀，无论形式和内容都丰富多彩。但是我觉得今天内地的歌坛缺少对传统文化的弘扬。⁹⁸

这位观众的来信代表了很大一部分海外华人华侨的诉求。所以在此后的改版当中，《中国文艺》更加注重文化的输出。但是毕竟是娱乐类节目，如果在传播理念上太过枯燥又不能满足大众的需求。所以说娱乐大众是基础，传播文化是最终目的。以 2019 年 4 月 30 日推出的“时代华章”系列节目为例，中华文化很多都是在流行歌曲中传送的，这一期播出了 12 首歌：

凤凰传奇《中国味道》、《中国喜事》、《最炫民族风》

关晓彤、金瀚《赞赞新时代》

扎西顿珠、黄宥明《时间的远方》

平安、喻越越《乘风破浪》

林志炫《卷珠帘》

尚雯婕《木兰诗》

张信哲《时间都去哪了》

吴磊、杨紫《小梦想大梦想》

朱一龙《少年壮志不言愁》

武大靖、邹市明、范可新、赵丽娜《相信梦想》

从这些歌曲当中，海外受众可以感受到浓浓的中华味道，同时也可以体会到年轻歌手带来的时尚元素。体现出了古典与现代的文化交融，时尚与经典的艺术碰撞。所以《中国文艺》在激发观众收看兴趣，让观众获得娱乐的基础上，传播了中华文化。

《中国文艺》的节目都是按照每一期的主题进行节目的汇编，其中有不少主

⁹⁸ 中央电视台海外中心联络部《海外观众反映》第 2 期（2007）。

题都和故乡有关。例如 2019 年 7 月 4 号的系列节目“醉美故乡情”，从不同的节目当中反映了中国人的乡土观念。这一期的节目是：

莫文蔚、齐秦《外面的世界》

李健《异乡人》

李玟、林俊杰《梦想之城》

好妹妹乐队《一封家书》

成方圆《异乡》

蔡明、潘长江、穆雪峰 小品《车站奇遇》

刘德华《回家的路》

传统的中华文化中都带有浓郁的乡土观念，海外华人通过电视节目也能体会到“家乡”的概念。“海上生明月，天涯共此时。”海外华人华侨在欣赏节目的同时，也能从中获得文化的内涵。著名表演艺术家蓝天野这样回忆道：

在如雨后春笋般的荧屏节目大发展的今天，CCTV-4 自开播以来一直秉承“国际时尚风范、中国文化气派、经典品牌气质”的大家风范。而在《中国文艺》节目中，“走进中国文艺，重温经典记忆”的主题更是让观众在耳目一新的节目格局和更具观赏性、艺术性的栏目形态中，有了更深层次的收获。⁹⁹

“经典，是出世的归宿，亦是入世的起点。”《中国文艺》秉承着传承经典文化的使命，让一代又一代的海内外年轻人都能欣赏到中国经典流行文化。让他们记住并将艺术之光发扬光大，在浮躁的时代下，《中国文艺》坚守着对经典最本真的还原，做出这样有深度的节目，是不易的。

（三）、《中国文艺》对外传播面临的挑战

综艺节目凭借着其轻松愉快的表达方式获得了观众的好评，但在对外传播方面依然面临着问题，笔者认为主要有以下几个方面：

第一，如何满足海外华人华侨收拾需求。笔者此前多次提到，海外华人华侨由于地域以及接受的文化不同，从而收视习惯也千差万别。《中国文艺》有一些节目具有地域特色，那么很多海外华人无法欣赏此类艺术之时，需要做好权衡，最大限度的符合大众口味。

⁹⁹ 中央电视台中文国际频道《传承中华文明 服务全球华人》（北京：人民出版社，2017），页 159。

第二，如何平衡通俗文化与高雅文化的结合。我们看到《中国文艺》的节目当中每一期尽可能的多元化表达，有年轻时尚的新鲜元素，也有经典文化的情感表达，二者皆有其利弊之处，流行文化更受年轻受众追捧，高雅文化更有助于传播我们经典文化精髓。如何在节目当中兼顾两者是一种很大的挑战，虽然《中国文艺》在节目形态中已经卓有成效，但在未来的发展过程当中仍然需要深度思考。

第四节 中央电视台中文国际频道对外传播方式

传播方式决定了传播效果，而传播效果又是衡量一个媒体实力的重要标准之一。“虽然我们也许无法说出任何特定时间里的特定节目所有的传播效果，但是其长期的效果存在于我们的所有时日之中。”¹⁰⁰ 媒体作为对外传播的窗口，将世界各地的同胞通过荧屏汇聚在一起。¹⁰¹ CCTV-4 在对外传播过程当中逐渐形成了自己的传播方式。

一、跨文化传播方式

如若把 CCTV-4 的对外传播方式单纯的看作是跨文化的传播方式似乎不太准确，因为它是不同文化间的传播，但受众大多有着相同的文化背景。CCTV-4 更符合“中国特色的跨文化传播”，目的是在各种文化汇合、交融的过程中更好的发扬本民族的文化特色。

二、本土化传播方式

若想更稳的立足于市场，频道的节目就必须做到本土化，因地制宜，有设计，有目的的对外传播，CCTV-4 利用各种方式尽可能做到节目本土化，例如《中华医药》节目的设置，它将节目完全放置于中华传统文化的氛围当中，用浓浓的中国特色来满足海外华人对于祖国文化信息的需求，除了空间上追求本土化之外，更深层次的在人文意识形态上追求本土化的表达，CCTV-4 在栏目设置上大费心

¹⁰⁰ 威尔伯·施拉姆《传播学概论》（北京：新华出版社，1984），页 266。

¹⁰¹ Rantanen, Terhi. *The Media and Globalization*. Sage, 2004.

思，让节目从形式到内容尽可能符合观众口味，加大节目的传播效果。

三、品牌化传播方式

品牌（Brand）一词来源于挪威文字 brandr，其原本的意思是烙印，意思是牲畜背部烙上的印记，用来起到识别以及证明的作用。换个角度来说，品牌的意义在于在消费者心中留下一个印象。早在 1999 年，中央电视台就提出了“频道专业化、栏目个性化、节目精品化”的战略模式，如果想要吸引住观众眼球，就必须除了完善频道的专业化之外，更要使频道具备自身独特的品牌效应。传媒品牌指的是“媒体名称、节目标识、节目特色及风格、节目宗旨、节目包装、节目结构、观众认同等总和。”¹⁰² 2005 年央视便提出“频道品牌化”这一概念。CCTV-4 以新闻为主导，其放眼全球的视角使得该频道逐渐国际化，频道的新闻节目力求及时、准确、深度地报道及评论国内和国际的信息，得到了海内外观众的认可，逐渐形成“有大事，看四套”的品牌形象。另一方面，CCTV-4 作为一个综合类频道，为海内外观众也提供了文化、娱乐、健康、科教、财经等领域的综合节目。成为连接世界各国的文化桥梁，被誉为“海外华人观众的精神家园”，频道的品牌形象再次得到巩固。

第五节 中央电视台中文国际频道对外传播过程中的困扰

中央电视台中文国际频道在节目设置方面，注重中国特色，用中国特色来满足海外华人对于祖国信息的了解，从时空上将身在海外的华人观众拉回祖国身边。但是海外华人所处的环境及其复杂，他们的自我认同受到当地的教育、历史、人文、政治环境所影响，这些环境潜移默化让海外华人找到自我的身份、文化、民族认同。华人在当地国居住的时间是他们融入当地的一个重要因素，特别是没有出生在中国的华人，虽然他们的父母或祖辈是来自中国，但是他们从小接受出生国的教育，受当地环境的影响，这就造成了存粹的文化灌输效果不大，一般的节目也很难能够引起他们的注意。2007 年开始 CCTV-4 增开了亚洲、欧洲、美洲三个版本，笔者对比了 2008 年（见第三章表 3.1、3.2、3.3）和 2019 年亚洲、欧

¹⁰² 李海、李静〈电视栏目要注重品牌形象〉，《新闻前哨》第 7 期（2004），页 25。

洲、美洲三个版本的节目播出表，发现 11 年过去，节目编排方面没有太大差异。（如表 5.6、5.7、5.8 所示）。

表 5.6:2019 年 CCTV-4 亚洲版节目播出表

时间	栏目	题材
7:00	中国新闻	新闻资讯
7:31	今日关注	新闻评论
8:00	中国新闻	新闻资讯
9:00	国家记忆	国史节目
9:30	中国文艺	中国传统和现代艺术
10:00	中国新闻	新闻资讯
10:13	走遍中国	聚焦中国新变化
11:00	中国新闻	新闻资讯
11:10	国宝档案	中国历史
11:30	海峡两岸	新闻评论
12:00	中国新闻	新闻资讯
13:00	华人世界	新闻资讯
13:30	走遍中国	聚焦中国新变化
14:00	中国新闻	新闻资讯
14:13—16:26	电视剧：寻路	红色革命题材
17:15	远方的家	旅游栏目
18:00	中国新闻	新闻资讯
18:15	中国文艺	中国传统和现代艺术
18:45	中国新闻	新闻资讯
19:30	今日亚洲	新闻解读
20:00	国家记忆	国史节目
20:30	海峡两岸	新闻评论
21:00	中国新闻	新闻资讯
21:31	今日关注	新闻评论
22:00	走遍中国	聚焦中国新变化

22:30	新闻联播	新闻资讯
-------	------	------

表 5.7:CCTV-4 欧洲版节目播出表

时间	栏目	题材
8:00	中国新闻	新闻资讯
9:00	华人世界	新闻资讯
9:30	中国文艺	中国传统和现代艺术
10:00	中国新闻	新闻资讯
10:15	电视剧：抓住彩虹的男人	爱情剧
11:00	中国新闻	新闻资讯
11:10	电视剧：抓住彩虹的男人	爱情剧
12:00	中国新闻	新闻资讯
13:05	记住乡愁	中华传统文化
13:15	国宝档案	中国历史
13:30	国家记忆	国史节目
14:10	远方的家	旅游栏目
15:00	海峡两岸	新闻评论
15:30	中国文艺	中国传统和现代艺术
16:00	走遍中国	聚焦中国新变化
16:30—17:15	电视剧：抓住彩虹的男人	爱情剧
18:00	中国新闻	新闻资讯
18:20	探索发现（海外版）	中华历史、地理、文化
19:00	中国新闻	新闻资讯
19:30	今日亚洲	新闻解读
20:00	记住乡愁	中华传统文化
20:15	开讲啦（海外版）	人物励志
21:00	中国新闻	新闻资讯
21:30	今日关注	新闻评论

22:00	国家记忆	国史节目
22:30	国宝档案	中国历史
22:45—23:30	电视剧：我的二哥二嫂	爱情、家庭

表 5.8：2019 年 CCTV-4 美洲版节目播出表

时间	栏目	题材
7:00	中国新闻	新闻资讯
7:30	今日关注	新闻评论
8:00	中国新闻	新闻资讯
9:00	电视剧：索玛开花	脱贫攻坚主题
10:30	国家记忆	国史节目
11:00	远方的家	旅游栏目
11:45	国宝档案	中国历史
12:00	中国新闻	新闻资讯
13:00	海峡两岸	新闻评论
13:30	中国文艺	中国传统和现代艺术
14:00	中国新闻	新闻资讯
14:15—15:00	电视剧：猎豺狼	革命题材
15:45	国家记忆	国史节目
16:15	走遍中国	聚焦中国新变化
16:45	记住乡愁	中华传统文化
16:55	国宝档案	中国历史
18:00	中国新闻	新闻资讯
18:15	电视剧：索玛花开	脱贫攻坚主题
19:00	中国新闻	新闻资讯
19:30	今日亚洲	新闻解读
20:00	中国文艺	中国传统和现代艺术
20:30	华人世界	新闻资讯
21:00	中国新闻	新闻资讯

21:30	今日关注	新闻评论
22:00	寻宝（海外版）	中国历史
22:45	探索发现（海外版）	中华历史、地理、文化

资料来源：央视官方网站自行整理

CCTV-4 亚洲版、美洲版、欧洲版的部分日播节目每天的安排略有不同，但大体相似。表 5.6、5.7 和 5.8 中，笔者例举了 2019 年 3 月当中七点到二十三点半三个频道的部分日播节目，还有一些周播和季播的节目笔者没有例举。例如：周播节目：《谢谢了，我的家》、《今日关注》、《海峡两岸》、《今日亚洲》、《中国舆论场》、《中华医药》、《中国文艺》、《天涯共此时》、《深度国际》、《文明之旅》、《快乐汉语》、《流行无限》、《外国人在中国》、《城市一对一》。季播节目：“汉语桥”全球外国人汉语大会》、《世界听我说一两岸及港澳大学辩论赛》、《传奇中国节》（只在春节、清明节、端午节、中秋节等中国传统节日播出）。

不难发现三个频道的节目播出时间、电视剧的选择上有稍许不同、内容选择上针对欧洲版和美洲版有特殊的个别节目。例如，《智力快车》（海外版）、《探索发现》（海外版）等等。但大体的节目一致。

CCTV-4 也很大程度上关注到海外华人群体，专门设置了为海外华人收看的节目，如《快乐汉语》、《外国人在中国》、《探索发现》（海外版）等等。但对于受众的调查研究较少，节目海外受众的收视率调查由于难度较大，这些年数据也较少，这些方面的缺失，在很大程度上对中央电视台中文国际频道内容选择和编排上的参考和指导效果不能给予改进和支持。所以 CCTV-4 在这方面需要投入更多的时间和精力来展开相关工作。另外考虑到海外华人受众群体华语水平的差异，部分观众对于节目当中主持人的语速是有需求的，有些观众华语水平较差，而大部分新闻节目主持人的语速相对来说都很快，所以在这方面还应该做出相应整改。中央电视台中文国际频道经过五次大规模改版之后确定“新闻+文化”的主要传播方向，可以看到新闻节目已有完整规模，但文化类的节目大多形式老旧，例如《中国文艺》平时的节目当中每一期有特定主题，并精选时下热点、关注度高的艺术作品汇总，这样的节目类型已经不受观众喜爱了，尤其是时下新媒体时代的冲击，观众想要掌握欢迎程度较高的节目非常容易，想要找到适合海外华人观众收看的节目必须要了解这一群体的收看需求。这样才能更好的改进节目质量、做好节目播出品质、达到理想的传播效果。以下是笔者认为 CCTV-4 在对外传播中

形象构建存在的问题：

一、新闻采集能力不强

作为国家对外传播的关键力量，中文国际频道从开播之日起就注重打造媒体形象及国家地位，从 2003 年伊拉克战争的优秀报道使得中文国际频道取得飞跃性表现。但是与此同时我们也意识到如何能在国际媒体当中站稳脚步是需要我们在面对全球重大及突发事件有敏锐的报道能力、有游刃有余的真功力才可以。前文提到，中文国际频道在国际新闻报道方面的自采新闻比例并不高，目前 CCTV-4 播出的国际新闻大部分来自于西方媒体的通讯社。中文国际频道有一句的口号是：“有大事，看四套。”大事面前，不应该仅有快速的新闻发布，更应该多一些该台记者的新闻报道。近年来中央电视台也在逐渐增加海外记者站的数量，但是海外记者更多的是陪同领导人出访、文化交流等相关是新闻事件中发挥力量，在国际方面的重大新闻事件仍然难以实现第一时间赶质量完成新闻的采访报道。¹⁰³这就需要中央电视台在完善国内方面报道的同时，增加国际新闻自采的能力。

二、受众调查反馈缺乏科学性

CCTV-4 在塑造形象、对外传播过程中，需要建立在受众的反馈基础之上。应与受众保持密切联系，满足受众的共性需求的同时最大化的满足个性需求。对于 CCTV-4 这样一个面向全球华人华侨的频道，其受众分布范围极广，他们属于不同国家、不同民族、有着不同经济、政治、环境以及不同的价值观念。我们对这个群体不够了解，或者说研究不够，就会使得我们在对外传播过程中不能做到有的放矢，只能凭借着自己的猜测和想象去传播，那么在传播内容、传播方式上不能考虑到受众的特点，这样使得传播效果大打折扣。¹⁰⁴ 中文国际频道于 1992 年成立之初就一直没有建立相关的受众调查研究机构。1997 年，中央电视台海外节目中心成立了观众联络组，但是其组织可以开展的工作有限。基本上是通过信件及电话沟通这样的方式进行受众调查，但是这种方式很难称为科学有效的调查方式。只有做好海外受众的需求研究，明白他们的收视需求，才可以在未来发展之路中打造成为全球华人首选的电视频道。中央电视台中文国际频道在这方面

¹⁰³ 段艺琳《央视提升国际传播能力的策略研究》（硕士论文，济南：山东大学，2012），页 46。

¹⁰⁴ 甘险峰《中国对外新闻传播史》（福建：福建人民出版社，2004），页 322。

还需努力。

三、节目编排缺乏新意

CCTV-4 虽然在 2007 年实现了亚、欧、非三版播出，但是节目编排并无实质上的差别。所以，节目的整体编排不仅要了解节目的基本情况，还要明确节目的收视群体。目前，无论是 CCTV-4 的自办节目，还是影视节目，能依据观众的收视时间及兴趣来合理编排，但有时收视效果不是非常明显，这也跟受众调查研究的忽视有很大的关系。

中央电视台中文国际频道应该进一步努力制作原创节目，增强收集和编辑海外新闻的能力，建立全球新闻报道网络，磨练其调查新能力。它还应加强与世界主要媒体组织的合作关系，努力与它们有效地分享资源。中央电视台应促进与亚洲电视台和其他地区发展中国家的关系；通过与他们分享新闻资源，可以扩大其海外广播的范围。这种合作应该为双方带来双赢的结果，使中国和亚洲其他地区的声音受到世界瞩目。鉴于西方对“新闻自由”和“媒体独立”的崇拜，很难赢得许多海外观众的信任。除此之外还需要做的是让中国的国际广播系统更加开放，从而使中国电视能够在海外开拓自己的新领域，建立适合中国国际社会现状的媒体产业。¹⁰⁵

该频道的节目大多偏向于中国的传统文化，文化类节目的整体风格较为“古旧”。这种风格体现了中国的古典韵味，但是时间久了，受众对于中国的了解就便单一化，但是随着新媒体及科技的发展，中国的文化呈现多元化，节目应该紧随时代步伐。在介绍传统文化之时要深入探究，不能浅浅罗列，这样才能让海外观众在文化中找到自身共性。

中文国际频道主打“新闻+文化”模式，但是综艺类节目较少。现有的也是中国的其他综艺节目荟萃、回顾等，节目缺乏新鲜内容。目前收拾率高的综艺节目其内容都会与时尚和领先有关，但中文国际频道的综艺类节目体现的更多的是怀旧的情怀。对于海外受众来说，光有怀旧是不够的。

节目的互动性方面也有待提高。综艺节目的核心在于受众的互动性，如果可以建立节目和海外华人受众间的互动链接，会带动大批海外受众的关注量。

¹⁰⁵ Zhou Qian, “China’s International Television Broadcasting and Internal and External Challenges,” < 25th JAMCO Online International Symposium > (accessed: July 04, 2019) .

21 世纪以来，中国无论从经济、综合国力还是国际地位当中都得到了大幅度的提高，“硬实力”提高的同时，国家“软实力”也在不断进步。现在世界各地都可以听到中国声音，但是在对外传播实力以及国际话语权方面距离西方国家还相距甚远。中央电视台中文国际频道虽一直在不断寻求改变从而得到进一步发展，虽取得了长足的进步，但问题依然存在。因此，中央电视台中文国际频道应该利用其所长，不断创新，强化自身建设，未来依然任重道远。

第六节 小结

海外华人华侨是全球化背景下的一个特殊的群体，由于他们的生活环境超越了地理环境的限制，他们接触或经历了两种或两种以上的不同文化形态，因此这个群体的身份认同已经不再依靠地缘、血缘、种族等因素，而往往陷入一种混杂的多重身份之中。电视作为空间的媒介，将民族共同链接在一起，给观众带来一种“天涯共此时”的无时空阻碍的感觉。CCTV-4 作为国家电视台，国家媒体就要承担着重要责任和使命。CCTV-4 是以海外华人华侨和港澳台同胞为主要的服务对象，是海外华人华侨了解中国的窗口，从 CCTV-4 的发展来看，一直做的很好。随着人工智能、新媒体时代的冲击，传统电视媒体面临着前所未有的挑战，CCTV-4 打造世界华人首选的华语电视频道还需要不断加强自身优势，扬长避短，在智能互联时代走出一条特色之路。

第六章 结论

目前，中国的国际影响力显著提升，综合实力正在不断加强。中央电视台作为国家媒体，肩负着对内和对外传播的重任。从 1958 年中央电视台成立之初，就极为重视国际视野，一直把对外传播作为一项重要的任务。1992 年，中央电视台第四频道的成立，标志着中国对外传播的实力有了一次突飞的跨越。截至目前 14 次的大小改版让中央电视台中文国际频道不断优化完善，使得成为全球海外华人华侨观望中国首选的中文电视频道。

第一章《导论》主要以中央电视台中文国际频道为研究对象和重心。观察历年来学者们对于 CCTV-4 和华人华侨的关系这一课题的研究成果，但遗憾的是大多关于中央电视台的研究著作中，对于海外华人这一群体的收视情况记录较少，没有深入研究。在相关的论文当中，关于中央电视台第四频道为主要分析对象的研究成果较多。但是深入了解华人华侨这一群体对于中央电视台需求度方面的研究较少。笔者通过这一现状，通过观察 CCTV-4 的发展脉络进一步勘测海外华人华侨群体对于 CCTV-4 的兴趣和接受程度。

第二章《华人华侨形象及国际影响力》详细介绍了华人华侨、老一代华人华侨、华人新移民以及华人第二代和新生代的概念及其形象的演变，分析了海外华人华侨群体目前的世界影响力，海外华人华侨是中国非常宝贵的财富，是传播中华文化十分重要的载体。所以，重视海外华人华侨这一群体具有重要的现实意义，加大媒体对外传播是增进中国和海外华人华侨交流互通的渠道之一。

中央电视台中文国际频道是中国第一个面向全球播出的中文频道，它是连接海外华人华侨和中国的重要桥梁。第三章《中央电视台中文国际频道的历史沿革》当中，笔者通过资料的搜集详细解读了中央电视台对外传播的过程，以及中文国际频道从开播初期到发展期再到提升期一步步走来所做出的努力。作为中国对外传播的主力军，中央电视台中文国际频道表现出来的专业水准在国际竞争中得到了赞誉。

为了落实笔者在第一章当中提出的研究问题，笔者在第四章通过数据的调查、节目的内容解读，分析了中央电视台中文国际频道对内传播的方式方法。CCTV-4 对外传播的内容考虑“内”与“外”的差别，部分节目可以吸引中国人的关注，但并不代表外国受众依然青睐，CCTV-4 对内的传播注重中国特色、节目内容符

合中国国情。但观察来看，CCTV-4 更注重对外传播的效果。同时，笔者也采用了对比研究的方法，观察中央电视台中文国际频道与东方卫视海外版、中央电视台中文国际频道与凤凰卫视中文台之间的区别和联系。调查发现 CCTV-4 的新闻板块非常清晰，注重历史及传统文化的传播，优势明显。

第五章从中央电视台中文国际频道的节目内容出发，主要探讨中央电视台对外传播的方法策略，在海外华人华侨群体当中的影响。通过数据的调查发现 54% 的华人倾向于观看中文电视节目，但随着第二代第三代华人数量的增加，CCTV-4 调整节目的部分元素，最大化符合这一群体的收视需求。其次，笔者通过图表分析、节目内容观察、以及对比研究等方法详细解读了《中国新闻》、《中华医药》、《海峡两岸》、《中国文艺》栏目，找到其对外传播的方式以及目前出现的问题。对外传播与对内传播不同，对外传播的节目需要克服各国海外华人华侨文化折扣的障碍，才能达到良好的传播效果。所以 CCTV-4 在对外传播过程中更加注重跨文化以及本土化传播。CCTV-4 发展至今，不断完善节目类型、优化节目质量，形成了独特的对外传播方式。近些年来 CCTV-4 取得了一系列良好的反响，但依然存在着改进之处。笔者在研究过程发现，CCTV-4 对于海外观众的反馈采集十分匮乏，若不能深入了解受众的需求，很难做到有的放矢。CCTV-4 虽改版多次，但部分节目的编排依然不够新颖，这也是未来 CCTV-4 要逐渐完善的方面。CCTV-4 要想在人工智能、新媒体逐渐强大的今天依然在海外华人华侨群体受众当中站稳脚步，就必须不断增强自身实力，扬长避短。

在全球传播的背景下，人们接触到更加多元的文化，虽然在世界范围内促进了异质文化之间的交往，但是全球文化互动的复杂性与多样性在某种程度上削弱了民族身份认同。斯图亚特·霍尔认为，只要不同文化的碰撞中存在着冲突和不对称，文化身份的问题就会出现，由此可以看出海外华人华侨也面临着身份认同的问题。CCTV-4 对于海外华人受众这一特殊群体的节目定位和选择做出了不少尝试和努力。多数媒体都开办了不同语种的频道供不同层次要求的受众选择，但通过比较之后发现，中国媒体对外传播过程中，依然是华语频道的传播效果最佳。CCTV-4 应当抓住机遇，重视对外传播的作用，争取国际话语权，随后要加大国际频道的建设，在内容、形式、包装上进行创新，1、强化“内外有别”的传播思路。CCTV-4 一直以来强调传播方式“内外有别”，但是目前来说这种区分不够明显，节目针对性不强，应该加强对外节目的制作，有针对性的做一些考量。具

体节目内容也应在亚洲版、欧洲版及非洲版当中作出调整。主持人的选择也可以多样化。2、明确传播意图，针对海外华人华侨的节目是否可以将主持人语速放慢？作出相应调整。3、节目投放可以再做细化，目前虽然 CCTV-4 实现了亚洲、欧洲、美洲三版播出，但是节目编排几乎雷同。需要把握跨文化传播的大规律，及时了解受众需求，针对不同地区细化播放时间。CCTV-4 应该借助目前新媒体发展的大趋势，努力搭建全球华人华侨情感交流的平台，打造成为世界一流媒体。

附录

表：3.4:中央电视台第四频道 1992-2011 大事记

年份	月份	事件
1992年	10月1日	第四套节目正式开播
	10月18日	“十四大”胜利闭幕，第一套、第四套节目中插播“十四大”闭幕的新闻。
1993年	1月1日	洛杉矶“中国电视有限公司”、纽约中文电视台、和美国芝加哥3C集团董事长发来贺电：“新调整的中、英文节目，布局合理，便于各华语电视台传播，符合观众不同收拾心理和需求。”
	4月23~5月2日	第四套节目编辑部四名记者前往新加坡采访“汪辜会谈”，发回新闻十余条。
	5月17日	第四套节目的《中国中央电视台新闻》改为《新闻》。节目长度由10分钟增加至15分钟，即日起除港澳台地区播出外，同时向北美地区传送。
	7月20~23日	第四套节目编辑部召开“沿海城市台新闻部主任会议”。会议研究了如何办好第四套节目，尤其是新闻节目。
	9月1日	中央电视台第四套节目开辟《沿海行》和《故乡行》新栏目。
	9月10日	中央电视台第四套推出《荧屏荟萃》新栏目。
	9月13~16日	中央电视台第四套节目编辑部和文化部联合主办北京国际京剧票友电视大赛。参加决赛的60名选手中境外选手有22名。
	11月1日	中央电视台第四套节目的15分钟新闻每天零点30分左右在香港亚洲电视完整播出。
	12月1日	《中国中央电视台新闻》的长度由每天15分钟增加到

		20 分钟。同时首播时间从每天 21 点 30 分提前到 20 点 30 分，之后在 23 点 10 分和零点依次重播。这一重大举措，标志着中央电视台海外新闻节目又迈出了新步子，进一步扩大了报道面，增加了信息量和报道深度。
1994 年	3 月 5 日	国务院对台办公室举行 1991-1993 年度优秀对台电视录像节目评奖，《天涯共此时》第一期获一等奖。
	5 月 1 日	《中国中央电视台新闻》由 20 分钟改为 30 分钟。
	10 月 17 日	第四套节目推出《粤语新闻》，每日 22 点至 22 点 20 分播出，这是中央电视台首次粤语节目播出。
1995 年	1 月 1 日	第四套节目实现全天 24 小时播出，《中国中央电视台新闻》改名为《中国新闻》。
1996 年	5 月 1 日	第四套节目 12: 00 推出《中国新闻午间报道》，时长 20 分钟。《午间报道》的首次对外直播成功，标志着《中国新闻》又上了一个台阶。
	5 月 1 日	《中国文艺》改版后，在第四套节目正式播出。
	8 月 5 日	中央电视台第四套节目（国际频道）的《中国新闻》粤语版首次直播成功。
	10 月 15 日	中央电视台海外新闻部拍摄的大型连续报道《边疆行》开始在《中国新闻》中播出。
1997 年	1 月 20 日	第四套国际频道通过卫星向海外播出。
	2 月 6 日	《97 春节联欢晚会》在第一套节目播出，并通过国际频道向全世界直播。
	3 月 23 日	《中国新闻》栏目推出百集系列节目《香港百题》。
	6 月 30 日~7 月 3 日	第四套节目实现了在欧洲和非洲的落地，收看中央电视台国际频道的中国驻外领事馆从 69 个增加到 92 个；转播中央电视台国际频道的海外电视台从 14 个增加到 64 个。
	7 月 28 日	第四套节目早间新闻栏目《中国新闻》开播。这是一个

		综合性要闻栏目，以直播的方式，每天上午 8 时播出。
1998 年	5 月	创办于 1996 年 1 月 30 日的《海峡两岸关系论坛》栏目更名为《海峡两岸》
	8 月 21 日	《人民日报·海外版》开始刊登中央电视台国际频道，此举进一步扩大了国际频道在海外的影响。
	11 月 15 日	与中央电视台第一频道成功并机直播了 1998 年中国航空航天博览会开幕式，这是中央电视台首次对飞行表演进行现场直播。
	12 月 20 日	美国对伊拉克发动空袭。《中国新闻》栏目主持人通过国际卫星实现了与本台驻巴格达记者的连线报道。这是《中国新闻》首次与驻国外的本台记者连线报道。是一次通过中央电视台国际频道向世界展示中国电视记者在国际重大新闻事件现场形象的有意尝试。
1999 年	3 月 31 日~7 月 7 日	《中国新闻栏目连续播出百集系列报道《澳门万象》。
	9 月 27 日~10 月 10 日	为庆祝新中国成立 50 周年，中央电视台中文国际频道推出“中国电视周”展播活动。137 个国家和地区的 190 家电视机构参与“中国电视周”活动。此次活动成为中国电视在海外举办的规模最大的展播活动。
	12 月 19 日~21 日	针对澳门回归祖国进行了 36 个小时直播报道。
2000 年	2 月 7 日	中央电视台中文国际频道《中国新闻 60 分》栏目开播。
	9 月 16 日	中央电视台新闻·综合频道、中文国际频道并机直播《2000 钱塘江潮直播特别节目》。让全球电视观众首次从电视屏幕上欣赏到钱塘江潮这一世界奇观。
2002 年	3 月 3 日	《闽南话时间》栏目正式播出。
	7 月 20 日	为纪念中韩建交十周年，中央电视台中文国际频道与韩国文化广播公司（MBC）共同主办的首届《“北京—汉城

		之夜”中韩优秀歌手演唱会》在中央电视台一号演播大厅现场录像。
	11月8号	中国共产党第十六次全国代表大会开幕式在京举行。截止11月8日11:30,全球共有74个国家和地区的219家电视机构转播或部分使用了中文国际频道或英语国际频道的开幕式直播节目信号。
	12月16日	中文国际频道播出《走进非洲》。
		12月22日~29日 中央电视台与台湾中天电视台联合举办的《首届海峡两岸知识大赛》在中央电视台中文国际频道连续播出。
2003年	8月3日	中央电视台通过综艺频道、中文国际频道、体育频道、英语国际频道,现场直播2008年北京奥运会会徽发布仪式,并为国际奥委会和多家国内外媒体提供转播信号。
2004年	1月6日~7日	《中华情—全球华语优秀原创歌曲大型演唱会》和《中华情·爱在人间—全球华语优秀原创歌曲大型演唱会》分别于农历年正月初三、初七在中央电视台中文国际频道播出。
2005年	4月26日~5月13日	中央电视台新闻频道、中文国际频道全程跟踪报道“连、送大陆行”,分别推出历时18天的“连战大陆行”和“宋楚瑜大陆行”特别报道。
	8月25日~9月27日	中央电视台中文国际频道和新疆电视台联合策划推出大型系列报道《直播新疆》。
	10月1日	中央电视台新闻频道、中文国际频道、西班牙语-法语国际频道全程直播报道新疆维吾尔自治区成立50周年庆典活动。
	10月12日~17日	“神舟”六号飞船搭载两名航天员飞向太空。中文国际频道对“神舟”六号从发射升空到返回的全过程进行跟

		踪报道。
	10月25日	中文国际频道《中国新闻》栏目推出台湾光复60周年特别节目。直播“中华情—纪念台湾光复60周年”大型文艺晚会。
2006年	1月30日	中央电视台中文国际频道推出首个报道海外华人的《华人世界》栏目。
	3月21日	中文国际频道全程直播报道中俄两国元首出席的“俄罗斯年”开幕式暨庆祝文艺演出活动。
	3月22日	中央电视台综合频道、中文国际频道、英语国际频道、新闻频道和西班牙语频道对胡锦涛主席和普京总统出席的中俄经济工商界高峰论坛开幕式进行电视直播。
	4月4日	中央电视台中文国际频道大型系列节目《传奇中国节》的首场直播《放歌三月三》在广西百色田阳县拉开帷幕，历时2小时40分钟，向全球集中展示了以壮族文化为主的多民族文化精华。
	4月21日	中央电视台综合频道、中文国际频道、英语国际频道、英语频道和西班牙语—法语国际频道全程直播国家主席胡锦涛在尼日利亚众议院议会厅发表演讲活动。
	6月15日	中央电视台综合频道、中文国际频道、英语频道推出140分钟特别节目，现场直播大型文艺晚会《和谐礼赞》—庆祝上海合作组织成立五周年暨成员国艺术节开幕式。
2007年	1月1日	中央电视台中文国际频道实现亚洲、欧洲、美洲分版播出，对外呼号统称“CCTV-4(亚洲版、欧洲版、美洲版)”。
	6月22日	中央电视台综合频道、中文国际频道、英语国际频道和西班牙语—法语国际频道与香港无线电视台(TVB)相继播出八集大型电视记录片《香港十年》。
	10月15日	中国共产党第十七次全国代表大会在北京隆重开幕。中央电视台综合频道、新闻频道、中文国际频道(亚洲版、欧洲版、美洲版)、英语国际频道、法语国际频道、西班

		牙语国际频道现场直播大会开幕式盛况，并向全球电视、广播及网络媒体提供公用信号。
	10月22日	中央电视台综合频道、新闻频道、中文国际频道、英语国际频道、法语国际频道和西班牙语国际频道并机现场直播新一届中共中央政治局常委同中外记者见面会。
2008年	3月2日	中央电视台综合频道、综艺频道、中文国际频道现场直播“《情满中国》—2008年抗击冰雪专题文艺晚会”。
	3月15日起	中央电视台综合频道、新闻频道、中文国际频道、英语国际频道、法语国际频道、西班牙语国际频道等针对发生在西藏拉萨的打、砸、抢、烧破坏事件连续做了揭露性真实报道。
	4月26日	中央电视台新闻频道、中文国际频道、英语国际频道及央视网直播报道海南建省办经济特区20周年庆祝大会。
	5月18日	“《爱的奉献》—2008宣传文化系统抗震救灾大型募捐活动”直播成功，中央电视台综合频道、综艺频道、中文国际频道和央视网现场直播。
2010	2月19日	新闻频道和中文国际频道《中国新闻》栏目快速反应，及时播出美国总统奥巴马会见达赖、中国外交部表态等新闻。
	3月3日	中央电视台综合频道、新闻频道、中文国际频道、英语国际频道，成功直播全国政协十一届三次会议开幕会。
	4月	中文国际频道首次以地面数字信号覆盖形式在新西兰华人电视台节选播出。
	5月6日	海峡两岸共同举办多项纪念妈祖诞辰1050周年活动。中文国际频道重点时段《中国新闻》从多个侧面反映妈祖文化对两岸交流的促进作用。
	7月15日	由中文国际频道承办的第六届世界合唱比赛开幕式晚会在浙江绍兴市举办。
	7月19日	中文国际频道《今日亚洲》栏目正式启动与马尔代夫国

		家电视台 TVM 的新闻交换合作。
	8 月 10 日	中文国际频道《中国新闻》持续跟踪报道中国、肯尼亚两国考古学家联合搜寻明代“郑和宝船”活动，揭示 600 年前中非经济往来的历史。
	8 月 11 日	中文国际频道第三届“汉语桥”在华留学生汉语大赛新闻发布会暨启动仪式举行。8 月 18 日起，中文国际频道连续播出决赛实况。
	8 月 19 日	中文国际频道 10:00 推出“权威发布”特别节目，全程直播文化体制改革新闻发布会；12:00《中国新闻》在突出位置播发《文化体制改革进展顺利成效显著》等新闻。
	8 月 28 日	中文国际频道亚洲版、欧洲版、美洲版向全球现场直播第三届“汉语桥”在华留学生汉语大赛总决赛暨颁奖晚会。
	9 月 7 日	中国一艘渔船在钓鱼岛海域同两艘日本巡逻船相撞。中文国际频道《中国新闻》从当日 16:00 起持续关注事件发展情况。
	11 月 15 日	新闻频道、中文国际频道通过直播等方式报道京沪高铁全线铺轨贯通。
	12 月 1 日	中文国际频道正式改版播出。改版坚持“传承中华文明，服务全球华人”宗旨，将原来“以新闻为主的综合频道”拓展为“新闻·文化综合频道”。
2011 年	2 月 19 日至 23 日	中央电视台中文国际频道播出五集电视系列片《大美青海》，这是继 2005 年播出电视专题片《三江源》之后，对青海又一次充满的开拓和展现。
	6 月 30 日	中央电视台综合、综艺、中文国际、军事农业频道在黄金时段同步播出《我们的旗帜—庆祝中国共产党成立 90 周年文艺晚会》。
	7 月 1 日	庆祝中国共产党成立 90 周年大会在人民大会堂举行。中央电视台综合频道、新闻频道、中文国际频道（亚洲

		版、欧洲版、美洲版) 等同步并机直播。
	9月12日	中央电视台综合频道, 中文国际频道向全球成功直播《江门月·中华情》2011年中秋晚会。
	10月27日	国家广电总局副局长田进出席在缅甸仰光举行的中央电视台中文国际频道、英语新闻频道和纪录片频道在缅甸落地开播仪式。
	11月26日	中央电视台中文国际频道正式落地美国纽约联合国总部, 在其内部电视系统中播出。此次落地填补了该系统内没有中文电视频道的空白。
	12月23日	中央电视台中文国际频道完成日语化播出项目所有前期工作, 进入为期一个月的试播阶段, 每天试播时段为日本当地时间 18:00~24:00 点(即北京时间 17:00~23:00), 其中新闻类节目采用同声传译方式实时直播, 非新闻节目采用配制日语字幕延时播出。这也是中央电视台首次在海外实现国际频道的本土化译制, 播出。

资料来源: 1992-2011《中央电视台年鉴》、《中央电视台大事记》、《中央电视台发展史》自行整理

理

参考文献

中文

专著

本尼迪克特·安德森著、吴叡人译《想象的共同体：民族主义起源与散步》（上海：上海人民出版社，2011）。

陈传仁《海外华人的力量》，（北京：世界知识出版社，2007），页 286。

陈志明〈迁移、本土化与交流：从全球化的视角看海外华人〉，廖建裕、梁秉赋主编《迁移、本土化与交流：华人移民与全球化》，（新加坡：华裔馆，2011），页 8。

邓小平《邓小平文选》，（北京：人民出版社，1993），页 366。

甘险峰《中国对外新闻传播史》（福建：福建人民出版社，2004），页 322。

游俊豪《新马华人族群的重层脉络》，（上海三联书店，2014），页 13。

黎斌《国际电视前沿聚焦》（北京：中国传媒大学出版社，2007）。

刘宏〈全球化时代的新移民和跨国华人：实证分析和理论思考〉，《战后新加坡华人社会的嬗变：本土情怀、区域网络、全球视野》（厦门：厦门大学出版社，2003），页 217。

李大玖《海外华文网络媒体—跨文化语境》（北京：清华大学出版社，2009），页 37。

李恩涵〈第七章：清代中叶前对海外移民的政策及其后之改变〉，《东南亚华人史》（台北：五南图书出版有限公司，2003），页 172-173。

李有成《离散》（台北：允晨文化实业股份有限公司，2013），页 35-36。

李宇《对外电视与文化传播研究》（安徽：安徽大学出版社，2012），页 55、198。

李元瑾〈林文庆走向厦门—一个新加坡海峡华人的寻根历程〉，庄国土编《世纪之交的海外华人》（福州：福建人民出版社，1998）。

李元瑾〈林文庆走向厦门大学〉，李元瑾编著《东西穿梭、南北往返：林文庆的厦大情缘》（新加坡：南洋理工大学中华语言文化中心、八方文化创作室，2009），页 197。

沈苏儒《对外传播的理论与实践》（北京：五洲传播出版社，2004），页 34。

孙宝国：《中国电视对外传播研究》，（北京：中国广播影视出版社），2014年版，页15、79、80-81。王赓武《天下华人》（广东：广东人民出版社，2016），页2。

威尔伯·施拉姆《传播学概论》（北京：新华出版社，1984），页266。

吴前进《国家关系中的华侨华人和华族》（北京：新华出版社，2003），页7。

杨伟光《中央电视台发展史》（北京：北京出版社，1998），页12、13-14。

游俊豪《新马华族群的重层脉络》，（上海三联书店，2014），页13。

张春林《当代中国传媒的受众策略》，（重庆出版社），2006年版，页234-235。

张永福《南洋与创立民国》（上海：中华书局，1933），页1。

赵化勇《中央电视台发展史1958~1997》（北京：中央广播电视出版社，2008），页3、9、114、239-242。

赵化勇《中央电视台发展史1998—2008》（中国广播电视出版社，2008），页2、53、60。

中行行长南汉宸《关于侨汇问题的报告》，（南洋研究院馆存资料，1950）。

中央电视台中华医药栏目组《健康收藏》（上海：上海科学技术文献出版社，2007），页260。

中央电视台中文国际频道《传承中华文明 服务全球华人》（北京：人民出版社，2017），页21、159、169。

周敏《美国华人社会的变迁》（上海：上海三联出版社，2006），页319。

朱国宏《中国的海外移民——一项国际迁移的历史研究》（上海：复旦大学出版社，1994），页254。

朱杰勤《华侨史》（桂林：广西师范大学出版社，2011），页9。

庄国土〈第四章：1949年以后中国对海外华侨华人的政策及其成效〉《华侨华人与中国的关系》（广州：广东高等教育出版社，2001），页287。

庄国土〈第四章：1949年以后中国对海外华侨华人的政策及其成效〉《华侨华人与中国的关系》（广州：广东高等教育出版社，2001），页267。

期刊

- 段艺琳《央视提升国际传播能力的策略研究》（硕士论文，济南：山东大学，2012），页 46。
- 厄内斯特·勒南著、陈玉瑶译〈国族是什么？〉，《世界民族》，第一期（2014），页 59-69。
- 黄坚立〈“华侨为革命之母”赞誉之来历与叙述〉，《华人研究学报》第三卷第二期，页 24-27。
- 李海、李静〈电视栏目要注重品牌形象〉，《新闻前哨》第 7 期（2004），页 25。
- 林金枝〈华侨汇款及其对中国经济发展和侨乡建设的重大贡献〉，《华侨历史论丛》，第七辑，页 194。
- 刘文《〈中华医药〉创办手记》，《现代传播》第四期（1998）。
- 孟令明〈九十年代美国华人参政剖析〉，《八桂侨史》第 3 期（1997），页 33。
- 史书美〈何谓华语语系研究〉，《文山评论：文学与文化》第九卷第二期，页 105-123。
- 谭天星〈华侨华人与中国社会经济发展〉，《八桂侨刊》第 4 期（1994），页 32。
- 王广令〈打造海外第一华语电视媒体—中央电视台中文国际频道加强国际传播能力建设的实践与思考〉，《电视研究》第 7 期（2013），页 22。
- 王健〈电视融媒体节目的创新与改进—以 CCTV-4《中国舆论场》为例〉，《新闻世界》第五期（2017），页 8-12。
- 汪诗明〈种族问题研究中三个基本概念的界定与阐释〉，《安徽史学》，第一期（2015），页 108-114。
- 向大有〈二十世纪海外华侨华人沧桑巨变〉，《八桂侨刊》第 2 期（2000）。
- 向巧〈主流媒体如何践行群众路线—以 CCTV4《远方的家》为例〉，《传媒》第 7 期（2017）页 66-68。
- 闫琼〈全国性大型纪念类活动与国家形象的建构—以 CCTV-4《中国新闻》栏目“9·3”纪念活动报道为例〉，《新闻知识》第 11 期（2016），页 81-84。

杨璐〈CCTV-4《中国新闻》栏目中国传统节日的报道框架浅析〉，《传播力研究》第13期（2019），页30。

叶虎〈CCTV-4国际传播能力建设省思〉，《电视研究》第1期（2017）。

叶钟玲〈林文庆、邱菽园与华人好学会（1896-1905）〉，《亚洲文化》第27期（2003），页134。

张长明〈传承中华文化 服务全球华人〉，《电视研究》第10期（2002）。

张媛〈“想象共同体”的媒介构筑：电视与少数民族国家认同〉，《中国新闻传播研究》，（2016）。

中央电视台海外中心联络部《海外观众反映》第2期（2007）。

中央电视台海外中心联络部《海外观众反映》第5期（2007）。

中央电视台海外中心联络部《海外观众反映》第14期（2008）。

庄国土〈晋江侨乡调查的目的和意义〉，《南洋问题研究》第1期（1999）。

网页

8 视界新闻 1995 年制作节目《星期二特写》

<https://www.youtube.com/watch?v=rrbnkKpO91U>（浏览日期：2019年5月20日）。

8 视界新闻，1995 年制作节目《星期二特写》

<https://www.youtube.com/watch?v=ZOxFoHj-OlQ>（浏览日期：2019年5月20日）。

《CCTV-4 与 APUS 达成全球战略合作 携手传播中国声音》，人民网，

<http://media.people.com.cn/n1/2017/0512/c120837-29272175.html>（浏览日期：2019年3月21日）。

《CCTV-4 与 APUS 达成全球战略合作携手传播中国声音》，人民网，

<http://media.people.com.cn/n1/2017/0512/c120837-29272175.html>（浏览日期：2019年3月21日）。

《CCTV-4、CCTV-NEWS 高清版在法国落地播出》，央视网，

<http://www.cctv.cn/2016/02/16/ARTIVs9oYMwDiO9FRyj54MI8160216.shtml>（浏览日期：2019年3月25日）。

国务院侨务办公室官方网站,

<http://www.gqb.gov.cn/node2/node3/node5/node9/userobject7ai1272.html> (浏览日期: 2019年5月20日)

英文

- Chew, Daniel. *Chinese pioneers on the Sarawak frontier, 1841-1941*. Oxford University Press, USA, 1990.
- Cohen, Robin. *Global Diasporas: An Introduction*. Routledge, 2002.
- CAI, Australia PETER. "Chinese State-Owned Media Going Abroad: A Case Study of Australia." In *Global Media and Public Diplomacy in Sino-Western Relations*, 123-39: Routledge, 2016.
- Flew, Terry. *Understanding Global Media (Interloan 329770)*. Macmillan International Higher Education, 2018.
- Wang, Gungwu. "Greater China and the Chinese Overseas." *The China Quarterly* 136 (1993): 926-948.
- Ken'ichi, Y. "China's Focus on External Publicity: The Impact of Changing Media Policy at Home and Abroad." *NHK Broadcasting Studies (9)* (2011).
- Paxson, Peyton. *Mass Communications and Media Studies: An Introduction*. Bloomsbury Publishing USA, 2018.
- Rantanen, Terhi. *The Media and Globalization*. Sage, 2004.
- Spencer, Stephen. *Race and Ethnicity: Culture, Identity and Representation*. Routledge, 2014.
- Stephen Spencer, *Race and Ethnicity: Culture, Identity and Representation*. London & York: Routledge, 2006, pp115-135.
- Winant, Howard. "Race and Racism: Towards a Global Future." *Ethnic and Racial studies* 29, no. 5 (2006): 986-1003.
- Yow Cheun Hoe, "Global Capitalism and Diaspora in the Modern and Postmodern Era", *Cross-Cultural Studies* 12 (2) (December 2008), pp.43-64。
- Zhou Qian, "China's International Television Broadcasting and Internal and External Challenges," < 25th JAMCO Online International Symposium > (accessed: July 04, 2019) .