采访华媒论坛的新发现

本报记者　王丕屹

全球500家有影响的华文媒体分布在全世界100多个国家。随着中国移民人数的增加，海外华文媒体“与时俱进”了吗？第七届世界华文传媒论坛日前在青岛举办，记者采访时发现，与传统华文报纸相比，很多新兴华文媒体体现了地域性更广、专业性更强和融入性更好的新特点。

第七届世界华文传媒论坛开幕现场

中国国务院侨办主任裘援平在论坛上讲话

青岛市委书记李群在论坛上讲话

1 地域性更广

来自全球50多个国家的400多位代表参加了华媒论坛，有些代表来自非“热门”移民国家，如非洲尼日利亚、科特迪瓦，南美洲的苏里南、厄瓜多尔和多米尼加。华文媒体在世界的布局越来越广阔。

如果让新移民选择旅居澳大利亚的城市，悉尼、墨尔本和布里斯班恐怕是首选的3个城市，在这3个华人移民喜欢定居的城市，华文传媒很多，有电视台、电台、报纸、杂志、网站等数十家。近几年，与澳大利亚大陆隔海相望的塔斯马尼亚岛也有了华人移民和华文媒体。塔斯马尼亚岛是澳大利亚7个州中面积最小、人口最少的一个州，是澳大利亚著名的旅游胜地。一个州仅50万人口中，华人数量有1万人。2009年，塔州唯一的一份中文报纸《塔州华人》创办了，报社越来越有影响力，采访过州长、市长、议员等。

在非洲的华文媒体也开始发展，东部非洲已经办起了《经贸快讯》、《肯尼亚华声报》、《非洲之声每日电讯》和非洲之声网站等，这些媒体的受众覆盖了肯尼亚、埃塞俄比亚、乌干达、坦桑尼亚、索马里等非洲国家，华侨华人和中资公司可以更好地了解非洲各国的政策法规。

2 专业性更强

移民抵达一些国家和城市后，都会在唐人街看到各式各样的华文报纸，在华人超市、中餐馆摆放，读者随手取阅，这些报纸大多是综合性周报。现在，移民热门国家的中国移民会发现，华文媒体做得更加专业，有专门做房地产、汽车、生活信息等的各种专业媒体。

随着旅居加拿大多伦多的华人移民数量激增，这些华人需要一个迅速了解多伦多生活信息的媒体。2012年在多伦多创立的《多伦多生活字典》就是要为华人提供日常生活信息平台。总经理戚萌萌在论坛上介绍，“生活字典”收集整合了多伦多地区各类生活信息，包括政治、法律、移民、金融、地产、餐饮、医疗、美容、心理等方面内容，而且信息定期更新，要为中国移民的日常生活起到“指南针”作用。

《澳洲汽车杂志》和澳洲汽车网2003年在悉尼创办，是目前澳大利亚国内唯一的一份非英文的汽车周刊和网站，已经服务悉尼华人10年。杂志还开辟了专家评车的栏目，吸引了很多车迷。此外，杂志和网站互动，无论是新移民、还是老移民，在网站上随时可以浏览任何一期杂志，为移民买车提供了参考意见。

3 融入性更好

华文社会怎样融入当地主流社会，成为其中的一员？论坛上，来自世界各国的华文媒体代表都试图在为这一问题寻找答案。已经有很多华文媒体为融入主流社会踏出了第一步，如，开设当地语言的版本，开发当地客户，发行至当地学中文的读者。

阿根廷新大陆周刊创办于1997年1月，已连续出版14年多，是阿根廷最具影响力的华文媒体之一。日前，新大陆周刊创办人与中国媒体合作出版西班牙语杂志《视点中国》双月刊。根据发行计划，第一阶段将覆盖阿根廷首都布宜诺斯艾利斯市，及首都外80公里范围内的书报亭，此外还将进入中国工商银行阿根廷分行在阿各省市的100多家分行网点。

《澳洲财富》是在澳大利亚专注做地产、移民、投资的杂志，论坛上，代表看到了这份杂志2013年第一期“创刊号”。封面人物是时任总理陆克文，主打文章是陆克文在2013年7月29日“澳洲杰出华裔精英颁奖晚会”上的讲话。文章亲切地称呼陆克文为“老陆”，并引用他的话说，澳大利亚华人已经快要超过100万了，华人对澳大利亚社会的重要性越来越显著。此外，该杂志在第二页、第三页刊出了汇丰银行、墨尔本银行的广告，可见，主流银行吸引华人客户也要通过华文媒体。

青岛市副市长王广正与贵阳市副市长朱桂云交接会旗，下一届世界华文传媒论坛将在贵阳市举办。　廖　攀摄

华媒论坛《青岛宣言》

第七届世界华文传媒论坛代表围绕“中国梦——世界变局与华文媒体的新使命”的主题进行深入研讨和交流，通过了《青岛宣言》：

一、当今世界正处于大发展大变革大调整时期，世界经济与政治格局发生着深刻变动。新闻媒体是时代的记录者，也是参与者和建设者，与所处的时代同呼吸共命运。我们呼吁，全球各地的华文媒体以推动人类进步和社会发展为己任，传播正能量，建立公信力，在不同地区、不同族裔、不同文化的人民之间，架设沟通之桥、理解之桥、友谊之桥。

二、新一届中国政府提出实现中华民族伟大复兴“中国梦”的奋斗目标。“中国梦”是友好相处、合作共赢的和睦周边之梦；是持久和平、共同繁荣的和谐世界之梦；是民族复兴、国家富强、人民幸福的和平发展之梦；是融通中外、文化互鉴、文明互动的人类文明之梦。我们呼吁，海内外中华儿女和衷共济，凝心聚力，同圆共享“中国梦”，促进人类社会与不同文明共同进步。

三、当今全球传媒产业数字化发展，新媒体与传统媒体融合共生，全媒体化日趋成为主流。微博、微信等社交媒体爆发式成长，既是媒介形式的变革，更预示着媒体生态和商业模式重大转型，华文媒体发展出现集团化、网络化、跨国化等新趋势。我们呼吁，全球华文媒体审时度势，把握变革带来的巨大机遇与挑战，发挥后发优势，积极转型求变，努力创新开拓，弥补“数字鸿沟”，增强全球华文媒体的软硬实力。

四、中国传媒业发展迅速，已经跃居全球第三大传媒和娱乐产业消费市场。但包括中国媒体在内的全球华文传媒整体实力较弱，在国际舞台上声音不够响亮，国际传播力和辐射力亟待增强。我们呼吁，中国媒体与海外华文媒体携手合作，做中华文化和民族精神的传承弘扬者，做“中国故事”的全球讲述者，共同致力建设一个公正、平衡、合理的国际话语新体系，为人类文明的共同进步创造更加和谐的国际舆论氛围。

非洲——“华媒新大陆”

宋方灿

第七届世界华文传媒论坛上，来自非洲各国的媒体代表，就新的世界变局下非洲的华文媒体如何生存、发展、壮大发表看法。随着大量华文新媒体的创办和新华侨华人的拥入，非洲正在打造华文传媒的“新大陆”。

海外的华文媒体虽然有上百年的历史，但非洲的华文媒体大部分却只创办了几十年、十年，甚至几年。东部非洲华文传媒联盟主席韩军是“老非洲”，但依然算是“新”媒体人。他表示，肯尼亚是新兴的国家，华文媒体在该国也是新兴的事物，东非的第一份中文报纸、杂志都只有10多年的历史。在他看来，传统媒体面临越来越多的挑战，应该打破传统观念，尝试新的报道形式和展现方式。对于海外华文媒体人员力量的现状，他认为自己看到了大量年轻人加入了采编队伍，这是一种好现象。

同样来自肯尼亚的高玮是华文媒体中的年轻从业者。他强调媒体既要立足所在国家服务华侨华人，也要以不同的渠道和技术方式来迎合新形势下的需求。他还表示，非洲的华人基本都是新侨民，以年轻人为主。读者的年龄层次决定了读者的口味，应该多了解他们的需求，以提供更适合他们的新闻。

虽然非洲是世界各国关注的“新大陆”，但在非洲的华人并不多，40多个国家总共也只有几十万，甚至不如东南亚某一个国家的华人总数。《西非华声》报主编金浩奔波于科特迪瓦等西非国家，为生计奔波的同时，他也投身于华文媒体的创办与发展事业中。他坦陈，非洲很多国家的华人较少，华文媒体基本是靠商人和侨团支撑，很难盈利。在变局面前，纸媒受到的冲击很大，目前他已经在考虑通过手机报，创建App等，尝试新的赢利点。虽然前路多艰，但金浩依然对未来信心满满：“中非关系正处于蜜月期，而且这将持续很长一段时间。希望更多的人走进非洲，成为我们的读者。”

马强是埃及《中国周报》的社长，过着刀口上办报纸的生活。这是一份2012年刚创建的中文和阿拉伯文的双语报纸，创刊后一度收支平衡甚至略有盈余。不过，随着埃及政局持续近三年的动荡，在埃及工作、生活的华人从5万人锐减到8000人，报纸的读者数量也大幅下降，报纸生存受到了挑战。对于未来，马强仍感乐观，他表示将坚持下去，在报纸走入苏丹和约旦等国后，希望今后还能有进一步的壮大与发展。

近年来，南非的治安情况恶化以及出行成本的增加，给华文媒体也带来了新的挑战。《非洲时报》常务副社长梁铨表示，虽然南非有近40万华人，但报纸无法满足读者订阅的需求，送报上门可谓是既不安全又不够本钱。南非的几家华文媒体基本都集中在当地的一些超市等地点出售。也许，南非媒体未来需要考量的是：如何让订户足不出户就能读到新鲜出炉的报纸。

23岁的南京京来自博茨瓦纳的《华侨周报》，作为一名“90后”，年轻时尚的她女承父业，成为一名华文媒体从业者。此次参加华文传媒论坛，她感觉受益良多。她说，父辈们习惯早晨起来就看报，但现在他们这些年轻人都是“手机控”、“微信控”，喜欢利用微信等平台阅读、发布新闻，并积极运作一些新闻客户端。她还表示，除了做好新闻，在海外的华文媒体还应该组织一些活动，扩大在当地的影响力。唯有如此，华文媒体才能与时俱进，跟上时代的步伐。

会场内供人取阅的华文图书

第七届世界华文传媒论坛分论坛场景　本报记者　赵永琦摄

来自泰国的华文媒体总编辑