



久居海外的华侨华人应该都在华文报纸或华文网络上看到过“安装中文电视卫星天线”的广告；也有很多华侨华人，一天忙碌过后，轻按电视遥控器，看中文电视，有了“他乡遇故知”的感慨。华文电视总能为旅居他乡的同胞拂去一抹乡愁。

有美国华文电视从业者介绍了一档华文电视的节目“他们在美国”，清华人出镜，讲述自己旅居美国的故事，包括衣食住行、找工作、旅游、上学、与税务等政府部门打交道等内容，对美国华人决定有参考价值或引起共鸣。

华文电视 慰藉乡愁

王丕屹

抓住华人受众、开拓华商市场，是海外华文电视人的共识。2008年，美南国际电视走进休斯敦地区千家万户，这个被称为“24小时永不打烊”的休斯敦唯一一家华文电视台，受到华人社区的热捧。澳大利亚天和电视台是悉尼市的第一家华语电视台，专门开辟了华人社区板块，内容涵盖了华人社区的活动消息，华人团体的组建情况，以及中澳文化交流的内容。

受众群体的限制给华文电视的发展带来压力。华文电视台不得不面对资金不足、资源欠缺，传播渠道成本高、挑战多的压力。也有专家给了很好的建议，华文电视台应把跨媒体方式运作、实现媒体类型多元化作为发展策略。媒体类型多元化的最直接效果就是受众覆盖面的最大化，这也是解决海外华语受众分化严重问题的重要途径。

华文电视发展历史不长，短短20、30年中，从无到有，从弱小到壮大，一路波折，一路收获，但谁都不能否定，她为旅居异国的同胞带来了一抹乡愁。

泰国

观众众多

郭蕊

华人在泰国分为两大群体，一是以潮汕人为主、在泰国生活两代以上的老华侨；另一群体是新移民，大部分在泰国生活时间20年以下。老华侨平均年龄70岁以上，他们的第二代继承人大多还懂些中文，能看中文。但第三代和第四代华人（平均年龄在40岁以下）就几乎不懂中文了。这些第三、四代华人有近千万人口，已经和泰国人完全同化，几乎不会去关注华文媒体，只有年龄在50岁以上的第一代和第二代华人还保留着消费中文媒体的习惯。

华文电视的观众包括近年移民泰国华人，他们大多是第一代在泰国生活扎根的，加上在泰国投资工作留学的人群，这一个族群来自中国各个地方，语言以普通话为主，平时关注的媒体也以中文为主，家里基本上都有卫星收视系统，他们喜欢观看华文电视节目。

华人群体的情况造成了在泰国的华文电视的发展瓶颈，受众的选择、文字的选择、内容的选择、包括市场的定位等，都成为了华文电视在泰国发展的难题。而泰国对于卫星电视频道的开放，也造成了泰国拥有几百个卫星电视频道可供选择，而真正收录在卫星电视接收器

的内置频道则仅30-100个频道，所以形成了空中飘浮着众多卫星电视的信号，而真正入户达到收视的少之又少，剩下这数百个电视频道的节目白白在空中被浪费掉了，当地人调侃这一现象为“给神仙看的电视节目”，众多电视台只能在市场销售时用信号覆盖地区面积中的用户数量来代替收视率数字，而这些用户量只能说明有卫星接收设备可以接收该频道信号，而不能代表用户真的去把这个调频信号调出来作为常看台来看。

泰国华文台的节目制作成本很高，自制的节目数量很少，多以旅游类语言类为主，新闻则在时效性方面无法和当地的主流媒体相比，因制作流程中专业人员的缺乏和设备限制，甚至比中国主流媒体驻泰国的记者站还要慢一些。很大一部分是从中国引进的其他电视台的节目转播或是电影电视剧的回顾播出，造成华文电视台内播出的节目质量和收视感觉非常欠缺。

其实泰国华人有上千万，华文电视做得好不仅吸引华人看，学中文的泰国人也在看，一年来泰国旅游400万中国游客，几十万长期居住泰国的中国新移民、留学生、中



图为本文作者在国际中文台主持节目

资企业人员都看。还有现在泰国在学中文的人数大概在50万以上，很多政治家、外交家的子女都在学中文。这是一个非常好的市场和定位需求，怎么去吸引这些客户是摆在电视人面前的大问题。

只有在解决了以上的问题，有充分雄厚

的资金支持，有专业的又懂得两国文化语言的媒体人的操作，专心去做节目，提高节目质量，使节目本土化，进入泰国主流社会，解决入户收看问题，才是泰国华文电视台的出路。

(作者曾任泰国国际中文台台长)

澳大利亚

传播文化

施岩



图为澳大利亚天和电视台网站华人社区频道的节目单

相对于澳大利亚的华文报纸而言，澳大利亚的华文电视媒介显得比较薄弱，迄今尚无全天24小时播出的华语电视台，而只有租用公共电视频道每天2至3小时播出的华语电视节目。

难能可贵的是，澳大利亚有一个由政府出资的民族电视台，供各族裔社区分时段使用。这个电视台是一个多民族文化交流的平台，也是各个国家移民来到澳大利亚后展示文化生活的平台。在这个平台上，每一个国家的民族文化都有表现，那种文化的传递很有意思。也有几位热心的华人志愿者参与，华人节目自1992年开播至今，每星期数小时节目大多是自己录制的，政府规定不允许插播广告变相收费，而只能靠民间集资和商家赞助，因此运作难度很大。

几年前，中国新移民还创办了几家华文电视台，相当活跃。中华卫星电视集团董事长宿曜曼介绍，澳大利亚中华电视是一个以中英双语为播出语言的华人电视台，在墨尔本C31电视台播出。包括华人生活、华人资讯、中华艺术等。利用媒体把中国文化传递到海外，让更多的人相互了解，是生活在海外的媒体人都在做的。但是，华人与其他移民不同的地方更多地表现在文化的差异上，主要是文字的不同。要让海外的华人传承中华文化，把中华文化最根本的文字保留、传递是十分紧要的事情。

生活在海外的华人都有感受，第一代移民还会去看华文书报，喜欢使用华文表达意思，到了第

二代可能就只是说华语，写汉字成了很大的难题，如果是第三代的海外华人，可能连说都很困难了。这是海外华人的文化现状。如何使中华民族的文化根基牢牢扎在华人的心里，进而传播，是海外华文媒体的一个任务。澳大利亚中华电视台已经开播两年多了，坚持用中英文双语制作节目，记录了海外华人的故事，把华人的贡献、华人的精神、华人的文化向澳大利亚传递。

最近，澳大利亚还有几家华网电视台开播，也许是受技术条件和网速限制，收视率并不高。但是，随着网络普及和网络电视机的大量上市，华网网络电视将是一个发展方向。

(作者为旅澳华人)

加拿大

血拼家产

甄荣

加拿大目前有大大小小不到十家传统中文电视台，这里所说的“传统电视台”指有独立频道、能够全天播出、通过卫星或有线线路传入居民家庭的电视台。如果加上主流电视台里的中文节目时段以及近年来兴起的网络电视，就有几十家之多。这些中文电视台大多集中在华人比较集中的多伦多和温哥华两地。

加拿大最早的中文电视台是在上世纪80年代中期由中国香港移民在多伦多创办的。当时因为其独一无二的地位，便取名为“加拿大中文电视”。但是，这家以粤语为主的电视台经营了不到10年，便因为亏损严重被迫易手。

本世纪前10年应该是加拿大中文电视的“黄金时期”。在这期间出现的中文电视有四五家，而且其中半数百分之百的普通话电视台。这些电视台几乎全都是收费电视台，居民订阅这类电视台，每月需要交纳3加元至10加元不等的费用。

加拿大中文电视台的受众是本地的华人移民及留学生，这就决定了其节目设置及关注的焦点都集中在华人感兴趣的方面。从新闻方面说，除了要报道加拿大发生的政治经济大事以及重要国际事件之外，本地华人社区自然是报道重点；加拿大联邦、省、市三级政府施政措施政策中与华人相关或对华人的影响也是必不可少的重点。例如，加拿大政府每次移民政策的调整，都会被各中文电视台详细报道解释。

除了新闻，由于资金的限制，各中文电视台在专题节目上投资不多，大多制作一些低投入的谈话类节目，内容不外乎时政评论、婚姻家庭、衣食住行之类；娱乐节目由于所需投资巨大，各华人电视台几乎很少自行制作，大多是花钱购买中国电视台制作的节目来填充时间。他们购买节目时，大多选择加拿大华人喜欢的知识类、旅游类等可以重复播出的节目。由于资金所限，在选择电视剧和其他大型娱乐节目时，他们一般买不起当红的节目，更多是选择已经下档的产品。

加拿大各个中文电视台的财政收入主要是来自于两个方面：一是订户缴纳的订费，二是广告收入。在订户交费方面，电视台要同负责传输信号的电视公司分成。一

般只能拿到订户交费的不足一半。以雄踞加拿大中文电视“霸主”地位的“新时代电视”为例，在加拿大130万华裔人口中，在最好的黄金时期能够取得约3万左右的订户。但算下来，每月这方面的实际收入最多也只有10万加元，远远不够日常开销。因此，广告收入便成为各电视台财政来源“生命线”。

加拿大的华裔人口虽然10年增加了20万人，但投入广告市场的资金却增加有限。在电视台、广播电台、报纸、网络媒体数量都在不断增加的情况下，传统电视台能够拿到手的广告费用却不增反降。这导致了几乎所有传统电视台都面临严重的财政危机。

进入21世纪第二个10年后，随着中国大陆资金的大量涌入，有经济实力华人移民一心想圆自己开办电视台的梦想。于是，突然间又出现了几个新电视台，但几个月后便发现电视台很“烧钱”。花光了启动资金，很快陷入困境。

业内人士说，现在加拿大的中文电视台基本上是老板在“拼家产”，因为每个月都需要老板自掏腰包维持运转。谁的家庭厚，便能够扛得住，否则便只能关门。不过，大众传媒研究界认为，在网络高速发达的今天，传统电视台压力很大。

(作者为加拿大华文电视从业者)



2013年12月“新时代电视”在温哥华举行华裔小姐选美大赛。图为前三名获奖者。

美国

适者生存

谢方文/图

美国是汇聚世界各族裔最多的国家，“多元文化”也充分反映在美国的电视业上。在美国办电视台很容易，只要有钱，买得起设备和频道，注册一家公司，雇上几个专业人士，电视台就可开张。因此，美国各族裔都有自己的电视台。据统计，在美国少数族裔的电视事业中，非洲裔最多，占首位，其次是西班牙语裔，日裔与韩裔占第三、第四，华语电视台只能算第五名。

虽然是“老五”，但华人创办的电视台不少，最多的时期是在上世纪80年代90年代，美东美西的华语电视台多达十几个。仅纽约市就有海外电视、宏声电视、华语电视、苹果电视、世界电视、美国中文电视，共5家华语电视台。当时犹如“春秋战国”，数台争雄，抢着占领华人观众市场。

直到今天，美国少数族裔电视台还不能与主流电视台相比，那些主流电视台发射塔高，设备好，波段长，画面清晰，但费用非常高。由于财力有限，少数族裔的电视台只能在私人经营的有线或无线电视台里购买时段，播放时间短，画面质量差。尽管这样，办电视台的钱仍十分可观，多数华语电视台因缺乏资金难以以为继，只好关门。以纽约为例，2000年以后，规模较大的华语电视台只

留下华语电视和美国中文电视两家。

目前，在美国观众最多的电视台是“美国中文电视”，该台于1990年开播，在纽约市、长岛以及纽约周边的3个州的部分地区，以地面数字电视和有线电视平台播出。栏目众多，有美国新闻、社区新闻、中国新闻、港台新闻、名人访谈、粤语和国语的剧集、综艺影集、英语学习等。此外，还有报道北京、天津、深圳、广东、江苏、浙江、福建等省市的专题节目。经过20多年的耕耘，美国中文电视有很大发展，是海外华语电视中第一个实现制作技术全数字化的电视媒体。该台多元化的节目已经成为美东地区近百万华人观众不可或缺的精神食粮，成为今天美东地区最具影响力的电

视媒体之一。

美国华语电视台也面临一些问题，主要问题出自节目内容、观众数量和广告市场这3个方面。其一，关于节目内容，由于美国的华语电视台受人力物力限制，自行组织拍摄制作节目少，而且水平有限。其二，观众数量的问题，实际上是收视率问题。除了电视接收等技术条件的限制外，美国华人由于地域方言、年龄、文化层次等影响，美国华语电视节目的收视率都不是很高。其三，关于广告市场，运营成本高，广告收入不足，是当前各华语电视台遇到的最大问题。

虽然华语电视台步履维艰，但是随着中国移民的增加，中老年人看华语电视的观众不会减少，他们习惯了看中文报纸和中文电视，通过中文媒体来了解中国的变化，了解华人社区的各种信息。华裔新一代的出生，也使学习中文的人群在美国增多，也给华语电视台扩大观众，增加收视率带来机遇。

随着中国经济迅速发展，已经促使全球形成一股中国汉语热。据了解，现在美国已有3000所中小学准备开设华文教育课程，而且越来越多的大学会开设华文课程。从这种趋势来看，未来华语电视的观众会越来越多。只要美国的华语电视台因地制宜，解决面临的问题，未来发展的路会越来越宽。

(作者为旅美华侨)



美国中文电视举办美国华裔青少年才艺大赛，新苗舞蹈团的丝带舞获金奖。