文 余海秋 中国（昆明）南亚东南亚研究院泰国研究所所长、研究员
方 渝 中国（昆明）南亚东南亚研究院研究实习员

深化中马媒体合作的思考

中马关系自建交以来不断发展，双方在政治、经济、文化等领域均取得显著成就。马来西亚是中国在东盟的第二大贸易伙伴，中国则连续15年保持马来西亚最大贸易伙伴地位。深化媒体合作有助于加强中马之间的政治互信与战略合作，推动“一带一路”倡议在马来西亚的落地实施，促进双边经贸往来及文化交流，构建更加积极正面的舆论环境。

中马媒体合作的现状

马来西亚主要的华文媒体：马来西亚最具影响力的华文报纸之一《星洲日报》（Sin Chew Daily）、以商业和经济新闻为主要特色的《南洋商报》（Nanyang Siang Pau）、以社会新闻和娱乐新闻见长的《中国报》（China Press）、马来西亚历史最悠久的中文报纸之一《光华日报》（Kwong Wah Yit Poh）、以独立立场和深度报道著称的《东方日报》（Oriental Daily News）以及Astro华丽台旗下的中文电视频道等。近年来，中马媒体合作呈现出多领域、多层次、多渠道的态势，主要表现在新闻交流与互访、联合制作与内容共享、媒体平台互联互通、媒体人才培养与交流及华文媒体合作等方面。

新闻交流与互访：近年来中马两国媒体通过互派记者、联合采访等方式，增强了对彼此国家的了解。如：2024年是中国和马来西亚建交50周年，2024年9月，双方媒体共同举行了跨国融媒体采访活动，中国南宁市融媒体中心记者探访了马来西亚怡保市，对其传统文化保护进行了采访报道，加深了中国民众对怡保的认知和印象。

联合制作与内容共享：双方媒体联合制作纪录片、专题片等，推动文化传播。2020年1月，由中国国务院新闻办公室监制，中国五洲传播中心、广西广播电视台与马来西亚外交部等机构联合制作的纪录片《光阴的故事——切水不断》在马来西亚播出。“光阴的故事”系列是讲述中国与世界各国友好交往故事的品牌节目。“切水不断”是马来西亚谚语，借喻中马传统友好关系。这部纪录片以2019年中马建交45周年为契机，讲述了中马跨越千年的交往故事，展示当下两国日益紧密的合作关系与美好合作前景。

媒体平台互联互通：2024年4月，马来西亚星报媒体集团与中国《当代世界》杂志签署协议，双方确定在新闻来源上进行合作，并探索进一步的合作机会。

培训与人才交流：中国为马来西亚媒体从业人员提供培训机会，提升马方人员的专业素养。成立于2015年的厦门大学马来西亚分校（Xiamen University Malaysia，简称XMUM）是中国高校在海外创办的第一所分校，学校开设了中文、传播学等多个领域的课程，采用中英双语教学，并提供马来语等多种语言课程，为马来西亚培养了大量的适应新时代的媒体人才。

华文媒体合作：近年来，中马华文媒体合作不断深化。中国的中央电视台（CCTV）、新华网、人民网等华文媒体与马来西亚《星洲日报》《南洋商报》《中国报》等华文媒体建立了紧密联系。这些合作不仅体现在新闻内容的互通共享上，还涉及文化交流节目、纪录片和影视剧的联合制作。2024年9月，中国国家广播电视总局与马来西亚通讯部签署双边合作谅解备忘录，旨在深化两国在媒体和广播领域的合作关系。

中马媒体合作面临的主要挑战

尽管中马媒体合作已经取得了一定的成绩，但双方在文化与价值观差异、政策与法律层面、市场竞争及受众范围、技术与资源、语言障碍与人才短缺等因素的影响下，深化媒体合作面临着多重挑战。

文化与价值观差异。一方面，媒体内容和表达方式存在差异。中国与马来西亚在文化背景、宗教信仰以及社会价值观方面存在较大差异，导致媒体报道角度和内容呈现方式存在理解差异，一定程度上影响合作的深度。另一方面，受众需求差异大。马来西亚媒

中国知网 https://www.cnki.net

体受众由多个族群组成（如：马来人、华人和印度人等），他们对媒体内容的需求多样化，这对中国媒体适应本地化提出了更高的要求。

*媒体环境和法律法规差异。*从媒体监管政策来看，马来西亚的媒体环境相对开放，但也有严格的新闻审查机制。中国媒体在合作时需要遵守马来西亚本地的媒体法律和审查标准，在内容合作方面受到一定限制。从新闻自由度来看，两国的标准有一定的差异，在版面编排等内容上，双方的禁忌原则也存在差异。

*市场竞争激烈。*从马来西亚本地媒体情况来看，马来西亚媒体占据绝对主导地位，中国媒体进入马来西亚市场面临着巨大的压力；从国际媒体介入情况来看，马来西亚媒体受西方媒体影响较深，尤其是在掌握意识形态话语权的马来上层人士常年接受西方教育，受西方文化影响较大。因此，中国媒体面临着争夺市场份额和话语权的双重压力。

*合作渠道单一。*中国与马来西亚媒体合作在传播渠道上仍显单一，主要依赖传统电视、报刊以及官方媒体平台，缺乏多元化的数字媒体和新兴社交平台的深入融合。这种渠道局限可能导致传播覆盖面有限，难以充分触达年轻受众和多语言族群，从而削弱合作内容的影响力和传播效果。

*技术与资源差距。*近年来，中国在数字技术方面取得了长足的进步，技术差距和资源不对等成为双方媒体合作中的障碍。马来西亚部分地区的媒体基础设施落后，限制了高质量内容的制作与传播，还存在因技术标准不兼容而影响合作效率的现实难题。

*语言障碍与人才短缺。*马来西亚是一个多语言国家，英语、马来语和中文并用。尽管中文媒体在马来西亚有一定影响力，但要实现全面覆盖，需要增加多语言内容生成，对中国媒体是严峻的挑战。从媒体人才来看，双方均缺乏熟悉对方文化背景、媒体环境及熟练掌握多种语言的人才。

深化中马媒体合作的路径与方法

媒体合作是促进中马两国民众相互了解的重要桥梁。通过合作传播真实、立体、多元的信息，有助于增进文化认同，消除误解，夯实两国友好合作的民意基础，为双边关系的持续发展提供坚实支撑。为进一步深化中马媒体合作，应该积极探索合作的路径和方法。

*加强高层交流与政策引导。*中马双方应在建交50周年取得的成就的基础上，加强双边政府高层交流，推动媒体合作走深走实，共同制定中长期发展规划。加强政策引导，通过制定和完善合作框架，搭建官方媒体交流机制，鼓励两国媒体在新闻报道、内容制作、技术共享等方面深入合作。

*深挖潜力和拓宽渠道。*中马媒体合作中的一些积极元素尚未被全面挖掘，需要在精准分析受众目标的前提下，设定可衡量的合作成果，如曝光量、点击率、互动率或者用户增长量等，并及时根据数据来调整媒体合作的方向；在数据分析的基础上选择合作的媒体伙伴，包括传统媒体（电视、广播、报纸）、新媒体（社交媒体、自媒体、短视频平台）、行业垂直媒体和意见领袖（KOL）等。

*精准对接与行业延伸。*媒体合作中需要注意媒体类型的适应性对接，如政论型媒体与政论型媒体的对接，商界媒体与商界媒体的对接，甚至是板块的对接。同类型的内容较容易激发双方民众的共鸣，也才能产生衍生效应，对行业发展取得实实在在的效果。

*资源置换与互利互惠。*中马双方可在各自平台上相互推广优质资源，引流彼此的粉丝群体，扩大双方的影响力。品牌之间可以通过置换资源，如广告位、活动冠名、产品赞助等降低合作的成本，实现互利共赢。如近年来已初具规模的中马汽车拉力赛，可在现有品牌基础上升级，以体育促商贸、促文化，提升合作效能。

*建立长期合作关系。*要着眼于长期合作，逐步深化合作关系，形成品牌与媒体之间的强绑定。保持双方的持续沟通，定期复盘合作效果，不断优化合作方式，以适应不断变化的市场需求，借鉴成功经验进行创新突破。

*合作培养媒体人才。*中马两国可在媒体人才培养方面通过多种方式深化合作，建立更加紧密的合作关系。如通过高校联合培养与学术合作、举办短期媒体技能培训班、定期举办媒体发展与合作论坛等。

深化中马媒体合作，不仅有助于增进两国人民之间的理解与友谊，也将为中马关系的全面发展注入新的动力。通过加强政策引导、拓展合作渠道、深化文化互鉴和推动人才交流，中马媒体合作将迎来更加广阔的发展前景。

［本文系云南省社会科学院、中国（昆明）南亚东南亚研究院“智库专家南亚东南亚行”马来西亚团组出访的阶段性成果］

（责任编辑　李　雯）

中国知网 https://www.cnki.net