# 　《汉语桥》：中国语言文化从云端走向世界

（《光明日报》2021.06.15）

前不久，由教育部中外语言交流合作中心联手央视频打造的第十九届“汉语桥”世界大学生中文比赛节目在云端落下帷幕。该节目会集全球五大洲选手，为观众奉献精彩纷呈的中国语言文化盛宴，让这座汉语桥再次连通不同文化，连通全世界。

　　过去，《汉语桥》节目都是选手们齐聚现场参与比拼，今年五大洲选手相聚云端同时在线参与比赛，在《汉语桥》系列节目中当数首次。受疫情影响，《汉语桥》搬上云端虽是迫不得已之举，但其成功也给我们以深刻启示：中国语言文化可以通过云端更快、更好地走向世界。

　　互联网打破了现实空间的限制，使人们可以随时随地学习中文，了解中华文化。目前，中文已进入70多个国家的国民教育体系，世界各国特别是“一带一路”国家的中文需求旺盛，而本土教师匮乏、教学资源不均的现状严重阻碍了中文教育事业的发展，而互联网是解决这些问题的重要途径，甚至可以说是最佳途径。“汉语桥”五大洲选手可以通过云端展示中文水平以及中华文化和中国国情知识，中文教育也完全可以在云端找到属于自己的领地。

　　互联网为中华文化走出去开辟了一条新路。中国是当前拥有世界自然与文化双遗产数量最多的国家，也是拥有世界非物质文化遗产数量最多的国家。中华文化辉煌灿烂，而中国的发展道路和治国理政经验又是中国智慧的当代体现，对其他国家富有启示意义。互联网能让世界各国人民方便获取中国文化信息，以可视化、叙事化方式认识中国，了解中国，理解中国，让中国文化走得更远，更加深入人心。刚结束的《汉语桥》节目通过融媒体技术将中国古老文化和当代成就客观生动地展示给五大洲选手，获得了成功，说明云端并没有拉大汉语学习者与中国的距离，而是让古老中华和当代中国离得更近，更可感可亲。

　　另外，《汉语桥》也颇具时代气息。上至文化价值引领、文化内涵呈现，下至受众内容偏好、流行文化趋势，长期以来，《汉语桥》在内容的打磨和呈现上做到了精准把脉。莜面鱼鱼、鱼香茄子、西湖醋鱼，哪一道菜里有鱼？茶的英语为什么是TEA？“投之以桃，报之以李”潜藏了中国人怎样的价值观？中国首次火星探测任务被命名为什么……《汉语桥》的考题生动鲜活，兼具了烟火气与时代感。

　　让中国语言文化通过云端走向世界，是机遇，也是挑战。作为汉语母语国，我们要准备充足的资源，服务全球中文教师和学习者。这些资源要能以受众喜闻乐见的方式讲授汉语，讲述中国文化，讲好中国故事。探索网络传播规律，研究线上教育特点，创建中国语言文化传播品牌，实现国际中文教育事业可持续发展，也是当务之急。

　　《汉语桥》始于2002年，经过近20年努力，已被全球汉语学习者所熟知，参加《汉语桥》成为很多人的梦想。云端《汉语桥》的成功说明，我们完全可以利用这一品牌，通过央视频这样的融媒体传播，让汉语文化走向世界。刚结束的《汉语桥》全球总决赛借助央视频“5G＋4K＋AI”技术，让一百多个国家的选手能够在云端一展风采。

　　借助云端力量，中国语言文化散发出绚丽光彩。《汉语桥》诞生于互联网时代，我们要在云端创造奇迹，就要深入挖掘这一品牌的潜力，丰富其内涵，进一步增强吸引力和传播力，将之前单一的年度比赛变成一项日常活动，使中国语言文化具体化、趣味化、生活化，让世界各国青年通过这个平台相识相知，在这个平台展示中国语言文化知识和技能，同时把自己国家的文化展示给全世界，实现文明交流互鉴，为构建人类命运共同体贡献力量。