

“汉语桥”大学生中文比赛雅加达赛区影响力测评
***INFLUENCE EVALUATION OF THE "CHINESE BRIDGE"
COMPETITION FOR COLLEGE STUDENTS IN JAKARTA***

Guan Nan¹⁾, Eveny Meida Wijaya²⁾
Chinese Language Department, Bunda Mulia University
¹guannan@bundamulia.ac.id · ²eveny.meida@gmail.com

Diterima tanggal 11 Februari 2019 / Disetujui tanggal 1 Maret 2019

摘要

“汉语桥”中文比赛已成为各国学生学习汉语、了解中国的重要平台，在中国与世界各国青年之间架起了一座沟通心灵的桥梁。本文旨在研究“汉语桥”大学生中文比赛在雅加达赛区的开展情况及对参赛者的影响。为获得可靠资料，采访了两位“汉语桥”中文比赛的主办方负责人，并对近三年来 45 位历届参赛者进行问卷调查。研究结果表明，“汉语桥”大学生中文比赛已举办了 17 届，参赛者不只局限于华裔，非华裔的数量不断增加。大部分参赛者认为“汉语桥”中文比赛有助于提升汉语及中华文化相关知识，尤其是在中华才艺环节与即兴问答环节，这两方面对于参赛者水平的提高有很大的促进作用。在调查过程中我们还发现早期参赛者的资料已经很难获取，比赛活动对外普及推广力度还需要加强。建议将比赛相关信息和资料发布到专门的网站或者社交媒体。

关键词：汉语桥；开展现状；影响力

ABSTRACT

The "Chinese Bridge" Competition has become an important platform for students from all over the world to learn Chinese and understand China, and it has built a bridge of spiritual communication between young people in China and other countries. This article aims to study the development of the "Chinese Bridge" Competition for College Students in Jakarta and its impact on the participants. In order to obtain reliable information, two persons in charge of the organizers of the "Chinese Bridge" Competition were interviewed, and questionnaire surveys were conducted on 45 previous contestants in the past three years. The research results show that the "Chinese Bridge" Competition for College Students has been held for 17 years, and the participants are not limited to ethnic Chinese, but the number of non-Chinese is increasing. Most of the contestants believe that the "Chinese Bridge" Competition is helpful to improve their knowledge of Chinese language and Chinese culture, especially in the Chinese talent and impromptu question-and-answer sessions, which greatly promote the improvement of the contestants' level. During the investigation process, we also found that it is difficult to obtain the information of the early contestants, and the external promotion of the competition needs to be strengthened. It is recommended to post competition-related information and materials to a dedicated website or social media.

Keywords: Chinese Bridge; development status; influence

引言

近年来，随着中国经济的持续高速发展和综合国力的不断提升，越来越多的外国人开始学习汉语，目前印尼首都雅加达有不少人把汉语作为第二外语。主要原因在于，一是实用，例如要从事外交、经贸、

交流等工作需用汉语；二是为了满足了解中国文化、国情与知识的需求。

在这样的一个有利形势下，应运而生了一种汉语国际推广形式——“汉语桥”大赛，“汉语桥”是由中国国家汉办/孔子学院总部主办的国际比赛。与其说它是一个紧张刺激的比赛，不如说是一个可以展

示自我的舞台。中文学习者借此机会讲述自己学习汉语的经历，表达对中国文化的喜爱。“汉语桥”中文比赛，用独特方式自然和谐地使世界各国加深了对中国的了解。

“汉语桥”中文比赛是“汉语热”不断升温下的产物，它的出现就是为了更好地推广汉语和中国文化。“汉语桥”比赛不仅为学习汉语的外国人提供了交流和竞技的平台，更让越来越多的外国人看到汉语和中国文化的魅力所在，吸引更多的人来学习汉语，了解中国文化。

陈昱晨（2011）提出：“汉语桥”由国家汉办/孔子学院总部主办。首届“汉语桥”举办于2002年，参赛者均为30岁以下、母语为非汉语的外国国籍者。活动每年举办一次，旨在弘扬中华优秀传统文化、增进世界各国人民对中国的了解和认识，推动中国与各国的交流与合作。

刘纪新、赵文玲（2012）提出：举办“汉语桥”的目的是为了展示中文学习者的汉语水平，搭建一个互相交流汉语学习经验的平台，使中文学习者们进一步了解发展变化中的中国。

李冰（2016）提出：“汉语桥”比赛对汉语及中国文化的国际传播与推广发挥了重要作用。增进中国语言及文化的对外传播及交流，加强参赛者对中国的认知及支持。

李冰（2016）提出：“汉语桥”项目是使用“引进来”传播策略的重要体现。国家汉办通过不同类别的“汉语桥”项目，有针对性地全方位、多角度、分层次、分步骤“引进来”，用别样的方式进行语言及文化对外传播，从而提高国家的感召力和吸引力，提升国家美誉度。积极加强对外传播，向世界展示自己的文化、主动传播社会的信息，发出自己的声音塑造自己的形象。“汉语桥”让更多人通过他们自己的亲身经历接触、感受中国，并在此基础上产生对中国文化的理解和认同。

Hafidz（2017）提出：活动组织是探索世界的活动，展览与教育由一个团队建立，记录事件过程的每一个细节，保证活动的安全，及准备好需要用的东西，直到活动报告与评估。活动开展的过程分为：拟定计划、先期考察、确认时间、参加者、

场地（舞台、灯光、音响、安保）、媒体宣传、活动汇报与评估，等等。

Gunn（2016）提出：“比赛能帮助人们认识并了解那些聪明、优秀、成功的人士。每个人都有成功的机会，但你需要的是勤奋以及坚持。”比赛对参赛者的影响力包括但不限于以下几点：一直感兴趣参加同类型的比赛；无论输赢都能平静地接受比赛结果；有助于学习到新的知识；更加具有创造力；享受比赛过程并逐渐提升自信心。

从2002年第一届“汉语桥”世界中文比赛在雅加达的成功开展，至今已经持续了十七年的时间，比赛从形式到赛制都日趋成熟，参加的人数也比最初几届有所增加，近几年来相对比较稳定。比赛形式设置演讲、才艺展示、即兴问答等基础环节。全国赛还增加了笔试环节。

本研究主要考察“汉语桥”大学生中文比赛在雅加达赛区的开展情况，并考察比赛对参赛者带来了哪些影响。

前人研究有刘纪新、赵文玲（2012），研究了“汉语桥”在华留学生汉语比赛的文化内涵，主要对文化类试题与比赛的赛况进行调查。研究结果显示，第六届比第一届比赛的试题类型更加丰富，文化类试题也明显增加。

蔡雨书（2016）研究了“汉语桥”世界中文比赛在泰国的开展情况及其影响，研究对象是泰国在校中学生与大学生，正在或者曾经在泰国任教的汉语教师。研究结果显示，研究者调查的泰国东北地区学校中，没参加过“汉语桥”世界中文比赛的学校只有21%开设了口语课，参加“汉语桥”世界中文比赛三次以上的学校开设口语课的比例占到了88%。

本研究与前人有所不同，主要考察“汉语桥”大学生中文比赛在雅加达的开展情况，以及该比赛对雅加达参赛者的影响力测评。

研究方法

本研究采用定量与定性相结合的混合研究方法，通过对研究对象采访与发放问卷的方式收集数据并进行统计分析。

采访对象是比赛主办方雅加达华文教育协调机构相关负责人，21道采访问题主要围绕比赛开展情况展开，包括参赛者数量、举办目的、宣传方式、运作过程、评委标准、以及遇到的困难，等等。而问卷对象是“汉语桥”大学生中文比赛第十五届至第十七届的参赛者，每一届15名，共45名参赛者，15道问卷题目涉及比赛开展情况及对参赛者的影响力。

研究结果与分析

针对收集到的数据和信息，我们从主办方和参赛者两个角度来进行分析，并相互印证。

1) 比赛主办方角度：

2002年雅加达首次举办“汉语桥”中文比赛，目的是为了给雅加达的大学生提供一个展示自身汉语水平的平台，交流切磋，良性竞争，不断提升高校中文系汉语教学质量。

作为中国大使馆指定主办方，雅加达华文教育协调机构从首届比赛开始一直全程负责赛事的运作，但由于机构工作人员变化调整，第十四届及以前历届比赛的部分相关资料已无法找寻，很多信息只能依据机构负责人的口头陈述。

(1) 赛前通知方式

比赛通知一直以来主要是以邮件方式发送给各高校中文系负责人或者系里指定的辅导老师。此外，主办方也会将比赛信息刊登在华文报刊。通知一般会在比赛前一个月发布，最迟不低于两周。

(2) 场地选择

场地的选择标准是交通方便、价格优惠、舞台大小足以符合才艺展示环节的需求。通常比赛场地会选择在学校，但主办方都会事先确认该校没有学生参加“汉语桥”中文比赛，尽量做到公平公正。按照赛制规定，才艺展示是“汉语桥”比赛分数比重最大的一个环节，所以场地是否能够满足参赛者的需求就变得十分重要，比如：地毯湿滑、灯光不到位、桌椅不匹配等因素都可能会影响表演效果的呈现，甚至直接导致该环节表演失败。

(3) 参赛者情况

据主办方介绍，参赛者不分年龄，只要是在校大学生均可参加。原则上不限制往届参赛者重复参加“汉语桥”中文比赛，但如果在往届比赛中曾经被选送到中国参加全球赛，就不得再次参加之后的雅加达“汉语桥”中文比赛。这主要是考虑到鼓励更多学生参赛的热情，毕竟如果已经获得了去中国的大赛经验，就应该把这一难得的机会留给后来的参赛者，有利于促进良性竞争。

雅加达比赛组委会尤其鼓励非华裔选手参赛，激发更多友族青年热爱学习汉语，了解中国文化。从这几年的发展趋势来看，非华裔参赛者人数越来越多。但每年参赛者的总人数基本保持稳定，没有出现激增或者断崖式下降。这应该是由雅加达高校中文系数量近几年一直保持稳定，没有太大变动，而主办方对于每所高校选派人数有上限规定的原因。

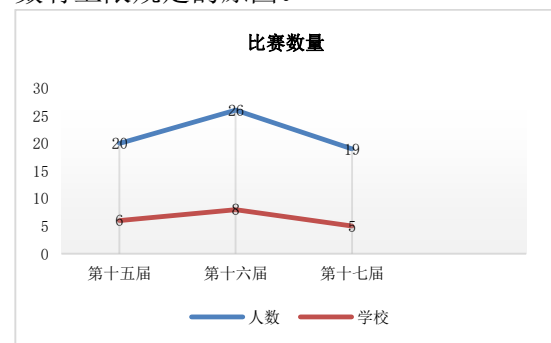


图1 第十五至十七届选手与学校数量

通过统计最近三届比赛选手与学校数量，我们发现最近的一次，即第十七届数量没有保持上升态势，反而有所下降。主办方表示，临近比赛时也曾联系相关高校负责人询问无人报名参赛的原因，获得的信息包括以下几方面：有些学生得知比赛信息通知的时间距离正式比赛比较紧迫，担心无法做好充分准备，以良好的状态参赛；也有学生表示快要毕业了，要专心撰写论文，无心备赛；有的学生无法找到合适的辅导老师，不知该如何应对多项比赛环节；还有一些往届参赛选手表示想把机会让给其他同学。

我们认为，其实有些情况完全是可以避免的，比如关于比赛信息通知时间过迟和找不到合适辅导老师的问题，既然“汉语桥”比赛在十多年的时间里已经成为高校中文系参与的一个常规赛事，四月是“汉语桥”中文比赛雅加达赛区选拔赛，

五月是“汉语桥”中文比赛印尼赛区总决赛，每年的比赛规定也基本大同小异。因此学校完全可以提前制定计划，不需要等主办方正式发布比赛通知就先未雨绸缪，包括选拔有潜力并有意愿参赛的学生，并指定辅导老师甚至辅导团队进行专项培训。一旦主办方公布了比赛的确定日期与比赛细则，参赛者只需做相应调整就能够做到胸有成竹，也便于在正式比赛时呈现更好的状态，避免临急抱佛脚。而且对于学生的选拔最好避开毕业班的学生，数量最好也不要仅限于一两个学生而已。

(4) 经费问题

在采访过程中，主办方表示，推动“汉语桥”中文比赛很大的一个困难就是活动经费不足，因为要租借场地、购买器材、提供比赛当天相关人员餐食、评审及颁奖等等，每个环节都有相应的支出，而主办方本身属于非盈利机构，虽然比赛报名会收取一定费用，但也只是象征性而已，相较于比赛各方面的支出真的是杯水车薪。我们认为，主办方需要寻找更多有志于发展华文教育的赞助方，一起推动这项比赛的开展和宣传，扩大社会影响力的同时，也解决经费问题，可谓一举两得。

(5) 评委构成

“汉语桥”中文比赛一般会根据参赛者人数的多寡邀请 5 至 7 名评委。中国和本土评委比例基本平衡，而且尽量保证是对印尼华教界比较熟悉的人士。此外主办方还非常注意避嫌原则，为避免发生利益冲突，不会邀请印尼高校教师担任大学组的评委。

(6) 组委会任务分工

活动组织分为两个类别，赛务组与接待组。赛务组负责工作主要包括：报名工作、胸牌制作（包括工作人员、参赛者、辅导老师）、奖杯、汇总名单、证书制作（参赛者、评委）、舞台幕布设计、布置会场、选手签到并抽签、制作抽签号码等。而接待组的任务主要是：颁奖仪式、迎宾接待、致辞安排等。方方面面，事无巨细，都需要事先考虑周全。组委会基本来自于雅加达华文教育协调机构成员和阿拉扎孔子学院志愿者，其中不少已过花甲之年，但热情完全不输给年轻人。在敬佩感慨其奉献精神的同时，我们也深深地意识到年轻后备力量的培养还需要再接再厉。尤其

是随着时代的发展，很多环节都需要科技的支持，这个时候尤其需要年轻人发挥力量。

(7) 赛后评估

比赛结束之后组委会一般会一起讨论，进行内部总结，比如在整个过程中哪一个环节出现了问题，如何避免今后发生类似的情况。但可惜的是，对于相关评估和总结的整理工作还不够到位，更多仅局限于口头交流，缺乏书面记录，不便于为之后的比赛提供参考借鉴。第十四届及以前历届比赛的相关资料的保存不到位，

我们认为在赛后评估时主办方除了内部讨论总结，还可以对参赛选手或者辅导老师进行问卷调查，倾听当事人的声音，征求大家对比赛的建议和意见，并及时整理记录，以便在未来可以做得更好。

2) 参赛者角度:

对近三届 45 名参赛者的问卷调查数据具体分析如下:

(1) 比赛通知时间:

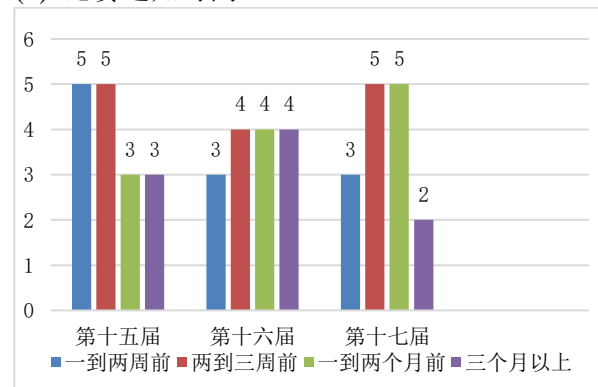


图 2 选手获得比赛通知时间

数据显示选手接到通知的情况逐年有所改善，但直到最近这一届仍有三名选手只提前一到两周才接到通知，基本来不及做好准备，因为比赛各个环节都不是可以一蹴而就的。除了背演讲稿，练习即兴答题，还需要花时间练习才艺环节（跳舞、武术、茶艺、唱歌、弹古筝、吹葫芦、绕口令、书法、变脸、插画等），而且大部分参赛者是通过在中国的淘宝网等电商平台购买服装（道具、首饰等），寄送到雅加达也需要花很长时间。比较理想的通知时间是提前一到两个月，可喜的是这个数据逐年有所增加。提前三个月以上得到通知在第十五届与十六届有所提高，大部分

是承办方所在高校学生，所以会优先接到通知，提前做好准备。

(2) 信息渠道:

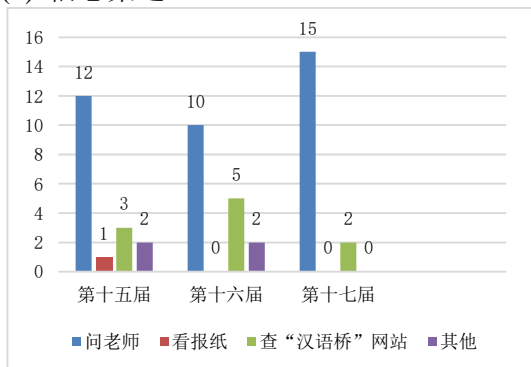


图3 选手实际获得比赛信息的渠道

比赛通知方式是发邮件给每一个辅导老师，所以大部分参赛者都会询问各自的辅导老师。有些参赛者选择的关注方式是看华文报纸。我们认为，“汉语桥”中文比赛的宣传范围还没有扩展到印尼主流媒体，只是在中文报纸（如：国际日报、印华日报等），这一点还需要大力加强。查询“汉语桥”官网，也没有找到专门提及印尼赛区比赛的详细通知，更遑论雅加达赛区了。

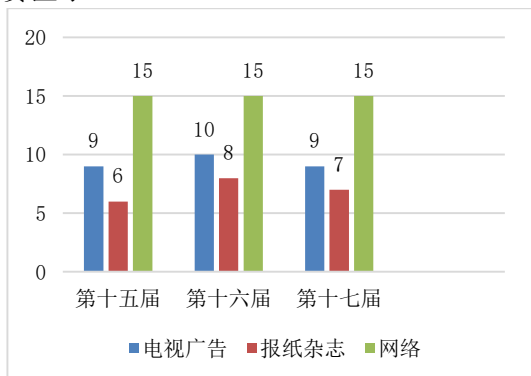


图4 选手希望获得比赛信息的渠道

对比选手希望获得比赛信息渠道的反馈信息，我们发现所有参赛者都同意主办方加强网络宣传。

选择报纸杂志的人数最少，因为报纸杂志作为传统媒体很少受到年轻人的青睐。而且现在科技很发达，所以大部分参赛者都认为需要加强网络方面，让更多人、更多地区都知道“汉语桥”中文比赛的通知或消息，参赛者不需要再反复询问辅导老师。也有参赛者认为应该加强电视广告，让跟多人更了解“汉语桥”是什么比赛、比赛目的等。

笔者认为发布在网络上也会吸引到中文系学习者一起参加“汉语桥”中文比赛，

让他们喜爱汉语的学习者一起学习汉语、提高汉语水平、更加学习汉语的经验。在这个数字化极为普及的年代，又是面向年青一代的比赛，我们认为主办方完全可以做一个专门介绍印尼“汉语桥”比赛网站，或者在 YouTube 上开设一个频道，也可以在年轻人较为推崇的社交媒体，如 Instagram、抖音等应用注册“汉语桥”比赛专属账号，定期在里面发布比赛的信息和相关通知、每届的参赛者人数与学校、获胜的参赛者以及精彩视频等。方便更多印尼汉语学习者了解“汉语桥”比赛，扩大影响力。

采访时也曾提及，推动“汉语桥”中文比赛在雅加达赛区的困难是活动经费不足，我们认为通过加强传播方式无论是在电视广告、报纸杂志，还是网络和社交媒体渠道，都会吸引到有志于发展华文教育的赞助方，如此一来，主办方也不必再为活动经费发愁。

(3) 参加比赛的动力来源:

从调查结果来看，大部分选手是受到老师的鼓励和推动，因为辅导老师最为清楚学生的水平属于什么程度，并会给出相应的指导意见。至于想学到更多知识，是因为在比赛中参赛者会看到各种各样的表演，比如中国的民族舞蹈、中国的特色乐器、曲艺，等等，所以通过才艺环节，参赛者可以增长不少文化知识。对“汉语桥”中文比赛的兴趣这一项近两届有所下降，是因为每届的比赛都大同小异，例如：在上一届出现过的问题和错误，在下一届又会重蹈覆辙。这样一来容易导致参赛者对“汉语桥”中文比赛的兴趣减退。其他的动力来源还包括：想获得更丰富的学习汉语的经验、想通过参加比赛更了解中国的文化、历史与发展，也能够知道什么是“汉语桥”中文比赛。

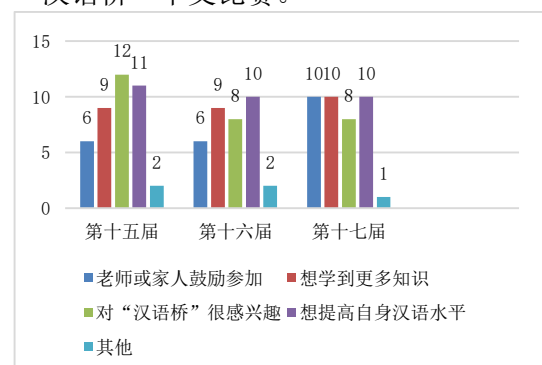


图5 参加比赛动力来源

值得我们注意的是：不少参赛者曾经多次参加历年的比赛。有些学校连续几年选派相同的学生参赛，选手本身也很乐意。原因有几种：有的是因为在上一届比赛没获胜，但已具备一定经验，而不是从零开始；有些是选手本身比较优秀，每年都能在奖项上有所斩获，为了有得奖保证，会选择重复参赛；有些学生本身想通过比赛进一步提高汉语水平，获得更多的经验；有的则只是为了想要得到证书，才会每年都要参加。

(4) 对参赛者影响力：

①比赛收获预测与实际对比：

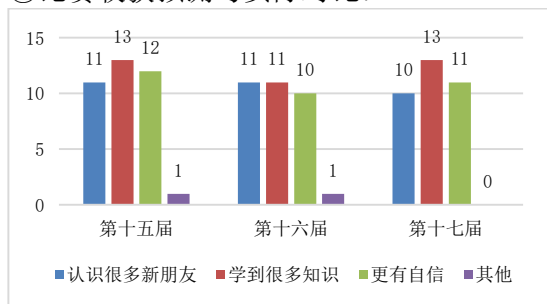


图6 赛前预期收获

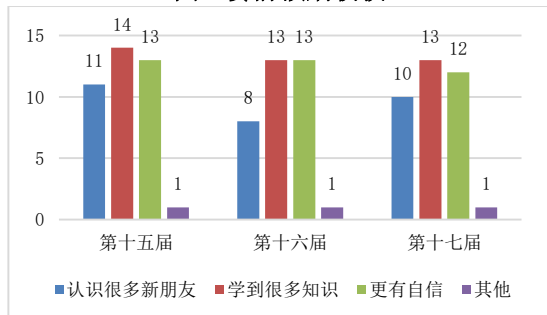


图7 赛后实际收获

在还没参加“汉语桥”中文比赛之前，参赛者希望能认识很多新朋友，但参加比赛之后，在第十六届有所下降，参赛者基本都认为在比赛过程当中大部分参赛者都会认真欣赏参赛者的表演，而有的参赛者却一直在紧张地背演讲稿，根本没有心情去结交新朋友。还没参加比赛之前，参赛者希望能学到很多知识，参加比赛之后学到很多知识的比例有所提高，才艺环节参赛者都会欣赏丰富多彩的中国传统、中国特色，在这环节参赛者会学到很多知识，不仅是才艺环节，即兴问答环节也能提高参赛者的知识。在希望能更加自信这方面，参加比赛之后也有所提高，在“汉语桥”中文比赛时，每个参赛者都要在观众的面前全方位展示自己的汉语水平和能力。至

于其他情况，参赛者认为也会增加学习汉语的经历或经验，提高汉语水平等。

②演讲环节促进汉语口语水平提升：

表1 演讲提升口语认同度

答案	第十五届	第十六届	第十七届	百分比
非常不同意	13%	0%	0%	4%
不同意	7%	7%	13%	9%
一般	0%	27%	13%	13%
同意	47%	40%	47%	44%
非常同意	33%	27%	27%	29%

44%的参赛者都同意这个看法，有的参赛者认为参加了比赛演讲环节，口语水平渐渐地提高了，使人更加自信，因为需要在很多现场观众面前勇敢地表达自己的看法。而4%的答案是非常不同意；9%不同意；13%认为一般，选择非常不同意与一般的参赛者都认为参加演讲环节并不能提高口语的水平，因为这个环节只是机械地背诵辅导老师写好的稿子，有些参赛者甚至不太明白稿子的内容到底是什么意思。部分选手认为，在即兴问答环节才能判断出哪一位参赛者口语水平较好。

③即兴问答环节提高参赛者的知识：

表2 问答提升知识认同度

答案	第十五届	第十六届	第十七届	百分比
非常不同意	13%	13%	0%	9%
不同意	0%	0%	0%	0%
一般	13%	33%	7%	18%
同意	53%	40%	67%	53%
非常同意	20%	13%	33%	22%

大多数参赛者都认为，为了在即兴问答环节能得到好成绩，需要多看书、了解中国历史、多练习口语等。9%选择非常不同意；18%认为一般，参赛者不同意这道题的原因是因为即兴问答环节的问题与中国历史无关，只是对普通生活常识的考察，而即兴问答环节只是测试参赛者的口语能力。也有些参赛者认为每道题的难度不太一致，显得不够公平。

③比赛各环节都能提升参赛者对中国的认知：

在才艺环节我们能看到不同的中国传统艺术，如：茶艺、民族歌曲、太极扇、书法、民族舞蹈、京剧、朗读、中国古器等。仅有4%选择非常不同意；9%认为一

般。有些参赛者认为在演讲环节，演讲稿子与中国知识无关，而是侧重于讲述自己的梦想、学习汉语的经验。雅加达赛区与全国赛相比，缺少笔试环节（包括对中国历史、国情与知识的测试，题型分为选择、填空、判断正误、简答）。而即便是在全国赛区设置了笔试环节，所占分数也很少，仅为 10%。每个环节的分不太平衡，比赛更注重才艺方面，得分比重占 55%，而在即兴问答环节与演讲环节的分所占比重远远赶不上才艺环节。这代表主办方不太在意参赛者的中国知识水平，而只在意参赛者的才艺水平，有可能会方向偏差，舍本逐末。

表 3 整体提升认知认同度

答案	第十五届	第十六届	第十七届	百分比
非常不同意	13%	0%	0%	4%
不同意	0%	0%	0%	0%
一般	7%	13%	7%	9%
同意	40%	20%	60%	40%
非常同意	40%	67%	33%	47%

④通过比赛能结识更多新朋友：

大部分参赛者认为参加“汉语桥”中文比赛之后能够认识来自不同学校的朋友，而且也有同样的爱好，都是汉语爱好者，自然会有更多共同的话题。但有 4% 表示非常不同意；16% 认为一般。从参赛者角度来看，这更取决于自身及对方是否有意愿结交朋友，正所谓“强扭的瓜不甜”。而在比赛进行过程中，大部分参赛者都更倾向于跟各自的辅导老师或是自己的啦啦队交谈。也有一些参赛者，虽然彼此坐得很近，但因为紧张的原因，跟旁边的参赛者全程几乎零交流。

表 4 结交朋友认同度

答案	第十五届	第十六届	第十七届	百分比
非常不同意	13%	0%	0%	4%
不同意	7%	7%	0%	4%
一般	20%	20%	7%	16%
同意	27%	33%	60%	40%
非常同意	33%	40%	33%	36%

⑤比赛增添自信心：

大部分参赛者认为参加“汉语桥”中文比赛之后能提升自己的胆量，而且获胜的参赛者也变得更有信心，这也让参赛者对“汉语桥”中文比赛更感兴趣。

表 5 提升自信心认同度

答案	第十五届	第十六届	第十七届	百分比
非常不同意	7%	0%	0%	2%
不同意	0%	0%	0%	0%
一般	7%	20%	27%	18%
同意	40%	33%	40%	38%
非常同意	47%	47%	33%	42%

有 2% 选择非常不同意；18% 认为一般；有的人在台上还会紧张、害羞，或是看到了很多观众就忘词、忘动作，而且由于赛前彩排调试准备工作不够充分，导致比赛进行过程当中时常会出现一些技术性的问题，如：音乐、话筒没声音，当发生类似突发状况时，有的参赛者就会紧张到无话可说。还有选手表示在比赛过程中看到其他选手有很多人支持，如：在现场有啦啦队和家人的鼓励，表演之后获得很多掌声，反响良好等，反观自己没有家人或是朋友陪同鼓励，表现也差强人意，相形见绌，这些反而会让自已变得更加失落，没有自信。

结论

通过以上分析，总结归纳如下：

从赛事开展情况来看，“汉语桥”大学生中文比赛迄今已经有 17 年的时间，效果属于不温不火，整体参赛人数相对稳定，没有较大起伏。得益于比赛细则针对参赛者的明确规定，不再局限于华裔，非华裔的参赛者人数越来越多。发布比赛通知的方式还比较传统，信息发布缺乏及时性和一致性，导致参赛者不能充分地做好准备。由于彩排时不够充分，导致在正式比赛进行过程中时常出现一些技术性问题，给选手带来一定困扰，影响参赛者的整体表现。评分标准比重不够均衡，才艺环节占比过大。主办方在推动比赛中最大的困难是活动经费不充足。第十四届及以前历届比赛的相关资料的保存不到位，这不失为一种遗憾，因为无法完整地看到“汉语桥”比赛十几年来在雅加达的发展历程，也不利于主办方惩前毖后，扬长避短。赛后评估也仅限于内部讨论，没有征询选手和辅导老师的反馈意见，也没有系统地汇总统计记录相关问题，导致往届的不少状况再次

重复出现, 缺乏积极变化, 一定程度上影响了选手的积极性和参赛热情。

从对参赛者的影响力来看, 大部分参赛者认为“汉语桥”中文比赛的宣传推广渠道不能再使用老一套传统媒体的方式, 需要与时俱进, 让信息更为畅通。比赛让选手获得的直接收益是增加学习汉语的经验或经历, 并能在某些层面有效提高汉语水平, 比如: 在中华才艺方面与即兴问答方面提升了很多知识, 但在其他方面获得知识比较有限。有些参赛者认为演讲环节只是单纯背稿子, 无助于提高口语水平。也有些参赛者认为演讲环节也不能提高参赛者的知识, 因为讲稿内容与中国历史无关。关于提升自信心的作用, 大部分参赛者认为参加“汉语桥”中文比赛之后变得更加自信, 但也有少数参赛者并不认同。一部分参赛者认为参加比赛并没有让自己认识更多新朋友, 全程都在紧张备赛, 没有心情和其他选手交流。

根据上述分析结果, 我们提出若干建议如下:

设立专门的网站或者社交媒体用于发布比赛相关信息, 扩大宣传, 吸引更多有志于发展华文教育的赞助方共同推动赛事活动的举办。经费充裕有助于主办方提高赛事举办的质量。比如获胜者的奖品可以与奖学金挂钩, 奖项名目也可以更多样化一些, 相信如此一来, 定会吸引更多学生踊跃参赛。为了保证全方位选拔, 评分标准应尽量保证各环节之间的平衡。各高校应将本赛事列入年度计划, 提前做好准备, 系统培养, 形成梯队, 不再只依赖某个学生。主办方今后也可以考虑建立“汉语桥”联谊会, 让参赛者在赛后仍能保持联系, 交流心得。

参考文献

- Gunn, T. (2016, 03 26). Manfaat Kompetisi bagi Anak. (R. A. Abeba, Interviewer)
- Hafidz, I. N. (2017). CEO Chief Event Organizer. Yogyakarta: Gava Media.
- 刘纪新、赵文玲. (2012). 论“汉语桥”在华留学生汉语比赛的文化内涵——以央视总决赛为例. 湖南城市学院学报, 152-153.
- 李冰. (2016). “汉语桥”的对外传播作用. 青年记者, 98-99.
- 蔡雨书. (2016). “汉语桥”世界中文比赛在泰国的开展情况分析. 重庆: 重庆师范大学.
- 陈昱晨. (2011). 以色列举行“汉语桥”比赛. 海外华文教育动态, 24.