

“亲情中华”网上亲子营第一期试点大受欢迎

华裔幼儿中文教育有了新尝试

杨宁 赵雯涓

侨界关注

11月1日，由中国侨联主办的“亲情中华”网上亲子营第一期试点结束。承担2-3岁华裔幼儿网上亲子营试点工作的加拿大至善中文学校，和承担4-5岁华裔幼儿网上亲子营试点工作的法国辛老师中文课堂，分别举行了线上闭营仪式。

“我这两周学习了动画、故事还有儿歌。再见老师、各位家长和小朋友们！”“我怀着惴惴不安的心情和孩子一起参与亲子营，却是超乎想象地收获满满。期待下次再有机会参加这样的活动。”

这是参加网上亲子营试点的营员家长的留言。作为“亲情中华·为你讲故事”夏令营的创新和延续，网上亲子营是对华裔儿童中文早期教育的一次尝试。第一期试点取得了显著效果，广受营员家长好评。

继往·夏令营的延续

“亲情中华·为你讲故事”网上夏令营活动，是针对6-18岁海外华裔青少年精心设计的，精选《西游记》《中国传统故事》等经典故事，并联合北京、云南、福建等地侨联推出地方特色人文故事，帮助海外华裔青少年学习中华文化。

“我亲眼目睹了孩子们的进步，从不敢开口，到说句子，再到拿着道具讲故事。”美国翰林文教基金会理事长李竞芬说，“相信一切努力都是值得的。”

加拿大至善中文学校校长李艾萍介绍：“以前我们海外教学是从4岁开始，2到3岁是语言发展的黄金期，也是教学空白期。”

法国辛老师中文课堂负责人辛丽燕同样强调了中文早教的重要性，“早期语言能力发展较好的孩子，能更快地进入到读写教育中并适应学校学习。”

海外缺乏稳定的中文环境，家长没有科学有效的教育方法，这些都对海外华裔幼儿的中文教育形成了挑战。

中国侨联文化交流部副部长邢砚庄表示，利用2-5岁这个语言黄金期对海外华

裔幼儿开展中文早教活动，十分必要和有意义。辛丽燕也提到：“这次网上亲子营活动的创新性就在于，看到了幼儿早期对于语言发展的关键作用。”

夏令营结束之后，针对2-5岁海外华裔幼儿的网上亲子营，在加拿大、法国开始第一期试点。

改变·华裔幼儿的进步

网上亲子营为营员提供绘本、动画、儿歌等资料，每天发布学习任务，家长和营员共同学习之后，拍摄学习视频完成打卡。营地老师针对每位营员和家长的表演进行针对性指导。

辛丽燕认为，短期内高强度的输入和输出对幼儿的进步是巨大的。“他们的中文表达能力明显增强，学习持久力、专注度增强。”

“翩翩最大的变化是她的中文输出变多了。”法国营员唐翩翩的妈妈唐薇薇提到，“以前她经常说法语，现在会经常说中文。今天中午吃饭时，她突然说了一句在视频中学过的话‘妈妈看一看就知道’，我特别惊讶。”

法国营员邓泽林的中文接近零起点，妈妈吴雪婷说，在初入营的时候，孩子无法跟读长句子，口语发音也存在困难。但经过每天对绘本的拆分、一遍遍听和跟读，后期他可以不太费力地跟读中短句，“甚至长句子也能慢慢说出来。”

法国营员刘子昂的妈妈王蓓指出，以前子昂不愿意自主阅读。“他爱听我们用中文给他讲故事，但拒绝给我们讲述。所以我对他的期望就是能给我们讲故事。”

王蓓说，那次她讲完小乌龟的绘本之后，鼓励孩子也讲一讲。“子昂很高兴地

接受了我的建议，讲了一遍绘本。我当时觉得，作为母亲看到他的突破太幸福了。”

扭转·家庭教育的方法

“网上亲子营不仅仅关注营员，还更加关注家长。”辛丽燕认为，参加亲子营的家长的转变是最大的。

众多营员家长表示，参加亲子营之前并没有进行过系统的中文教育，也缺乏科学有效的教育方法。

王蓓说：“因为没有教育经验，长期以来，我们用直接教授知识的方法教育孩子，近乎填鸭式，没有培养孩子学习中文的乐趣。经常是家长教得筋疲力尽，孩子学得心不在焉。”

第一次拍摄视频进行打卡，辛老师直接指出了他们在陪伴孩子过程中的错误。王蓓表示，自此她才开始真正的亲子陪伴，而不是教学。

唐薇薇以前教孩子中文时感觉非常单调无味，“我每次都是照着绘本讲，从来没有思考过怎么吸引孩子来听我讲故事”。亲子营有营地做游戏、表演等学习形式，“我以后会采用趣味教学法，陪孩子在玩中学习。以后也要利用好和孩子相处的零碎时间。比如在超市问孩子这个蔬菜叫什么、那个水果叫什么。”

法国营员林俊佑的妈妈张颖在亲子营学习过程中及时捕捉孩子的情绪，调整教学方法。“最初俊佑对录制视频有抵触情绪，我马上让哥哥也加入进来，并注意征询他们的意见。”学习卡片任务时，俊佑和哥哥会采用“打牌”的形式；讲述绘本时，他们兄弟俩一起角色扮演。

“学校教育的基础是家庭教育，如果家长思维方式不改变，行为方式不改变，

营地的意义就失去了大半。”辛丽燕强调。

展望·活动的亮点

为做好网上亲子营的试点工作，中国侨联文化交流部教育处和法国、加拿大的中文学校做了大量准备工作，从今年6月开始筹备，设计课程和营员任务，筛选合适的绘本、卡片、儿歌等材料。

李艾萍认为，此次活动的亮点是教材的选择。“筛选的绘本、儿歌等相互配套，且贴近生活，能帮助孩子培养生活习惯。”

加拿大营员杨米娅的妈妈也表示，亲子营的活动形式，都是2岁孩子比较喜欢的。“绘本故事，比如《刷牙》《拉臭臭》《呀！危险》等，都是孩子熟悉的场景，儿歌也是旋律欢快，小朋友蹦蹦跳跳可欢乐了。”

法国4-5岁网上亲子营每晚召开家长夜谈会，聊聊前日任务的完成情况、分析共性问题，分享育儿经验等。不少营员家长认为，这是营地的“灵魂项目”。

吴雪婷说，孩子基础弱，前期经历过迷茫和沮丧阶段。夜谈会就是“一个自我批评，自我拆分再组装的过程”，通过这个过程，她过滤掉前期的焦虑感，和孩子顺利完成了营地任务。

唐薇薇也提到，夜谈会会分享优秀的营员视频，“当我看到实例之后，才恍然大悟，原来我也可以像其他妈妈那样教孩子，学到了很多方法”。

中国侨联文化交流部部长刘奇在闭营致辞中说：“期待各位家长能把华裔儿童的中文早教坚持下去，形成一种家庭学习习惯。同时期望试点学校不断总结经验，为亲子营的推广做出示范。”



2020年中国侨联“亲情中华”

图为法国四至五岁网上亲子营的营员照片拼图。(受访者供图)

侨情乡讯

武汉举办“华创杯”创业大赛

近日，第七届“华创杯”创业大赛在武汉启动。今年创业大赛仅面向海外华侨华人征集项目，且参赛项目在赛后12个月内要有计划在湖北注册成立企业。

本届大赛将结合湖北产业特点，聚焦集成电路、地球空间信息、新一代通信新技术、智能制造、汽车产业、数字产业、生物产业、康养产业、新能源和新材料、航空航天产业等重点高新技术领域。

受疫情影响，大赛初赛、复赛将在线上举行，决赛以线下路演答辩、现场评分方式进行。大赛期间还将举办云企对接会，组织参赛项目与金融机构、行业龙头企业、科研单位及各地市政府开展投融资、技术、落地等方面对接。

“华创杯”创业大赛是依托华侨华人创业发展洽谈会(简称“华创会”)而举办的大型创业赛事，至今6届已吸引海内外2300余个项目报名，成功对接投融资近10亿元。(据中新网)

中山举办侨界慈善音乐会

近日，一场聚焦脱贫攻坚主题，高扬慈善主题的“只‘琴’朝夕脱贫攻坚”·侨界慈善音乐会在广东中山市文化艺术中心小剧场精彩唱响。

本次活动是由中山市归国华侨联合会作为指导单位，中山潮人海外联谊会和中山市侨界·香山乐团共同主办。

当晚，音乐会在一幕幕中山侨界帮助广东肇庆市封开县小圩村脱贫画面中拉开序幕，党员干部入村入户帮扶慰问困难户、音乐教师走进希望小学以曲传情、侨资企业家们身体力行行为学子们提供坚强后盾，正是这些点滴的努力，汇聚成坚实的力量，共同助力小圩村实现脱贫攻坚。(据中国侨网)

厦门同安区侨联举办图片展

厦门同安区第七届侨界广场文化节近日举办了“凝聚侨心侨力，传递爱心力量”的图片展。

图片内容共有“疫情无情，侨联有爱”、“爱心厦门，同安区侨联在行动”、“爱心助侨、健侨”等几大板块，充分展示了几年来，同安区侨联发挥侨联独特优势，立足为侨服务，关注侨界民生，贴近侨界群众，凝聚侨心侨力，传递爱心力量行动的瞬间记录。

同安区侨联相关负责人介绍，同安区侨联扶贫助困、助学、“柯朝阳奖学金”颁发等爱心行动图片，特别是区侨联与海外社团、乡亲守望相助、携手抗击新冠肺炎疫情的图片深切感染和鼓舞着每位到场观众，激励着大家更加自觉地行动起来，奉献爱心、关爱他人、服务社会。(据中国侨网)

成都海外华侨华人社团大会举办

近日，由成都德阳眉山资阳四地政府共同主办的“2020年成都海外华侨华人社团大会”顺利举办。本次大会主题是“‘侨’连世界·共创未来”。

大会通过线上线下相结合的形式，邀请世界各地的海外华侨华人社团、商协会负责人参会，以建立海外华侨华人商协会(成都)合作机制为契机，通过搭建平台汇侨智、建机制聚侨力、促项目谋发展，充分团结凝聚、积极引领发挥海外华侨华人社团、商协会的组织力量和独特优势。(据《成都日报》)

借助电视台网络平台播出 覆盖大量海外收视群体

中国影视剧风靡海外华人圈

睿加 张艺楠

近年来，随着中国影视文化产业的快速发展，影视剧制作愈加精良，并在众多海外国家(地区)电视台、网络平台发行播出，覆盖大量海外收视群体。

中国影视剧风靡海外，让海外华侨华人为主体的观众得以从一部部作品中了解中国元素，感受中国文化。

影视剧“走出去”总体向好

“相比几年前，当下中国的影视作品‘走出去’的成果显著。”菲律宾红烛华文教育基金会咨询委员张杰说道。

为促进文化贸易发展和推动影视文化“走出去”，国家近年来出台了一系列政策，采取了许多措施。

浙江中华文化海外传播促进会副会长、哈兔中文网络学院院长朱敏认为：“中国的影视文化‘走出去’，一定要与落地国家的门户网站进行对接，这是互联网时代较为精准的对接点。”

中国影视作品“走出去”拓展了版权交易途径：《长安十二时辰》已授权给美国亚马逊、马来西亚Astro、新加坡Starhub等多家视频网站，并得到较高评价；《亲爱的，热爱的》在Viki、MyDramaList等视频网站均获得了口碑认可；《知否知否 应是绿肥红瘦》在韩国中华TV创下了收视新高。

“我国影视文化输出正与经济社会同步发展，总体趋势向好，影响逐步提升。”朱敏说。

中国已成为影视作品的生产大国和消费大国，中国影视作品丰富的内容资源和特有的文化元素，为国际市场注入了活力。

让海外观众乐于了解中国故事

目前中国影视剧在东南亚地区势头强劲，同时也开始走出亚洲，走向欧洲、美洲、非洲。

新加坡华人胡子茵告诉本报，新加坡的女同事喜欢看《三生三世》《延禧攻略》，胡歌主演的一些作品也很受欢迎。“之前很多朋友看韩剧，后来中国电视剧就开始风靡了。”

在华人占人口14%左右的泰国，中国影视作品的影响

早已超出华人范围。

“中国的影视作品在泰国有不少观众基础。”泰国女学生英泰拉笑着说，“像《陈情令》这部作品，我已经看了好几遍。每看一遍，好像就会更了解中国一些。”

越南观众则对中国历史很感兴趣，《延禧攻略》、《如懿传》、《陈情令》在越南播出后，剧中的经典台词广为流传，还有越南粉丝因此喜爱上了中国历史文化，甚至开始学习中文。

美国佐治亚州华人张好箴在接受本报采访时说：“今年在互联网上看了很多中国电视剧，比如，《三十而已》《摩天大楼》《安家》，还看了《乘风破浪的姐姐》。我看中国电视剧的主要原因是想家，看看电视剧就会觉得自己离家近点。像我这样的留学再工作移民的人，比较喜欢看中国国产剧。”

美国加州华人何菁说：“平时看中国国产剧比较多，比如《三生三世》，因为还是更熟悉中国文化。”

传播中国文化的窗口

什么样的作品是能够讲好中国故事、传播中国文化的？《陈情令》在海外市场的成功可以视为典范：树立文化自信，传播正向价值。

《陈情令》讲述的是一对知己锄奸扶弱、匡扶天下的故事。剧中蕴含众多国风元素，展现中国侠义精神，聚焦中国非物质文化遗产、传统纹饰、儒家经典和家训文化。

目前该剧已在泰国、韩国、日本、越南等多个国家和地区播出，在第七届“2019泰国头条新闻年度风云人物”中，《陈情令》剧组及主演均斩获奖项。

影视作品作为中国在世界的形象窗口之一，是海外人士了解中国的重要途径。

朱敏表示：“带有问题和现象导向的故事类国产剧、反映中国传统文化的历史剧、展现中国自然风貌景观类的纪录片在国际交流中会比较受外籍人士的欢迎，剧本的创作应该朝这方面谋求重点突破。”

张杰表示，影视人应努力以观众喜闻乐见的方式讲好中国故事，传播好中国声音，加深海外观众对中国的客观了解，推动中国文化进一步“走出去”。



侨乡新貌

抢收晚稻

近期，广东省清远市进入晚稻收割季，农民纷纷下地抢收，一派丰收景象。

上图：近日，清远市佛冈县汤塘镇大浦村村民趁晴好天气抢收晚稻。

左图：周末，小朋友也来帮忙收割稻谷，体验农耕生活，感受农耕劳作。

邱新生摄(人民图片)

