人民日报海外版

2018年2月7日 星期三

责编：崔玉玉 邮箱：cuiyuyu@haiwainet.cn

网上闹新春②

随着互联网时代到来，春节期间穿新衣、收红包、放鞭炮等传统年俗日渐式微，“网上赶集”、微信拜年、网络红包等与互联网相关的新年俗正成为主流。当春节与互联网“联姻”，如何在保持春节精神内涵基础上，做出适应新时代的民俗变革，成为重要话题。

春节“联姻”互联网

本报记者 **彭训文**

衣食住行纷纷“触网”

从1月开始，各大电商的“年货节”广告和宣传就已展开。打着“年货”旗号的网络购物节，越来越迎合大众生活需求。

阿里巴巴集团打造的“淘宝年货节”“聚划算年货节”“天猫年货节”，从2017年12月起便开始宣传。来自全球各地的“洋年货”和全国各省精选的“土年货”成为亮点。澳洲车厘子、新西兰长寿鱼、澳大利亚牧场的牛羊肉、美国家庭牧场的黑豚猪……这些“洋年货”成为消费者今年囤年货的新品种。而广东的清远鸡、内蒙古科尔沁大草原的牛肉、沙漠绿洲的青茂甘草羊、川西高原阿坝的牦牛肉、宁夏盐池县特产的滩羊等“土年货”也颇受网购族青睐，它们将被端上千家万户的年夜饭餐桌。

网购平台京东打造的“京东年货节”则主打涉及人们衣食住行的全品类购物。从1月23日到2月8日，年货节每天都会主推不同主题的促销活动，消费者有机会在当天抢到优惠力度更大的特定类型商品。

北京市民王先生已经在各大电商平台购买了将近3000元的年货，种类包括各地特产、干果、零食、水果等。他解释说：“现在网上买年货种类多，送货速度也快，更方便。”

回家过年是春节的重要内容。截至2月，12306网站高峰日售票量已达1500万张。“12306网站订票，手机支付，刷身份证取票，车上能充电、能上网看视频，还能订餐送到座位上。”“95后”唐悦今年春运期间选择坐高铁回家。互联网在唐悦的出行旅程中将发挥关键作用。

此外，互联网拼租车成为新时尚。1月24日，滴滴顺风车对外公开了该平台今年春运的预测数据，预计将运送3300万人回家，相当于前两年总和的3倍。

每年春节都是家庭出游旺季，由于今年春节“撞上”西方情人节，情侣结伴出游将成为春节假期的另一道风景。通过网络订房、规划出游路线成为很多人的必选动作，目前很多热门地方酒店预订已显示“满房”。对此，蚂蜂窝旅行网近日发布《2018春节旅游急救攻略》，通过大数据分析，筛选出酒店价格平稳的目的地，满足目前仍未制定出行计划、又想要旅游过年的游客。

2018年1月3日，在安徽省合肥市瑶海区和平路街道辖区轨道交通四号线建设工地上，社区青年志愿者帮助地铁建设者从网上购买返乡火车票。 **解 琛**摄 **人民图片**发

文化消费有新玩法

春节未至，各类网络春晚已如火如荼上演。

2月3日，2018年（第八届）未成年人网络春晚在四川成都举行。四川成都小朋友演出的《坝坝戏》、江西萍乡孩子演出的《鼓童福响》……32个节目出现在晚会上。它们是从各地选送的2560个节目中选出的，通过网络和电视台直播，让孩子们提前过自己的“春晚”。

各地也纷纷自办春晚，并“触网”直播。在广东梅州，当地特色的“兴宁话”、武术、歌舞、网络抢红包等成为网络春晚亮点。在内蒙古阿鲁科尔沁旗，一场名为“骏马追风·阿鲁科尔沁2018蒙古语网络春晚”已完成录制，将为当地网民献上原汁原味的蒙古语文化大餐。

今年央视网络春晚则将展现“智能美好生活”作为主要内容，定于2月8日晚（小年夜）在央视综艺频道及央视网多终端首播。在晚会上，观众将能看到新一代人工智能产品等中国先进科技。

春节期间游庙会、看电影、听音乐会、买书等文化活动是很多人的消费内容之一。据统计，今年春节期间，100多个城市将为消费者提供近千个“灯会庙会”类产品。

1月30日，全国首个文化惠民消费线上支付平台“文创成都”App（手机软件）正式上线运营。据四川省成都市文广新局相关负责人介绍，这个App通过“消费+补贴”、线上支付实时完成等新“路径”，将政府补贴和商家补贴结合，预计将极大激发市民文化消费热情。目前，该App已汇集包括剧目展演、图书、电影、文创产品、文博景区门票在内的5大类近百个商家、300余种文化商品。

年俗重构再现生机

春节临近，由河北省网信办主办的“美丽河北·e起过年”2018春节主题活动在网络上如火如荼地展开。突出燕赵文化、节日民俗、非遗传承等内容的文章、动漫、音乐、微电影、小游戏等作品，受到网友大力追捧，为传统新春佳节增添了时尚味道。

互联网为传统年俗注入了新的时代内涵，同时也让一些人感觉年味变淡了。

“其实不是年味儿变淡了，而是我们不够用心。”中国艺术研究院当代文艺批评中心主任孙佳山表示，互联网与春节文化的矛盾可以调和。因为互联网归根结底只是一个工具和平台，而春节文化的主体是人。春节遇上互联网会产生何种变化，不仅取决于互联网，更取决于使用互联网的人。不管是电视春晚，还是互联网化的过年方式，放在4000多年的春节历史中，都不过是沧海一粟。春节的文化内涵在过去4000多年都未曾改变，今天又岂会被轻易颠覆？因此我们不必过度担心互联网对春节文化的挑战。

孙佳山认为，互联网让全民参与到新年俗重构之中，并创造出了更具文化认同感的文化娱乐内容。“我们应该继续保持春节文化内涵，如情感聚合、‘孝文化’绵延等，让年味儿更加醇厚，同时利用互联网把中华民族优秀文化传播到全世界。”

云中漫笔

空中“撒网”有商机

刘 峣

手机的飞行模式，如今终于名副其实。

日前，中国民航局发布《机上便携式电子设备（PED）使用评估指南》，各大航空公司纷纷响应，并为乘客提供机上WiFi（无线网络）服务。在飞机上使用手机聊微信、打游戏，从呼吁变成了现实。

随着手机的解禁，空中WiFi的巨大市场浮出水面。

数据显示，2016年国内民航旅客运输量超过4.88亿人次，人均航行时间约为2.5小时。超过10亿小时的飞行时间，为空中互联网创造了不小的想象空间。有研究机构预测，到2035年，互联飞机将覆盖全球，催生约1300亿美元的新市场。

虽然空中WiFi姗姗来迟，但其到来的时机选得很好。目前，中国在移动支付、电子商务等领域均领跑全球，这为航空公司探索空中WiFi的商业模式提供了更多可能。

从国际经验来看，空中“撒网”的盈利主要可以通过服务使用费、电子商务、广告、内容付费等方式实现。在服务费方面，虽然目前大多航空公司采取免费预约的方式让乘客尝鲜，但收取上网费是迟早的事，例如针对不同的需求推出不同速度和价位的套餐等；在电商方面，中国的巨大市场让“云中购物”成为可能；在广告方面，手机的解禁为航空公司与广告商的合作提供了更大的空间；在内容付费方面，机上的娱乐系统可以借此契机，为乘客提供更有价值的服务。

更重要的是，空中WiFi为航空公司的转型提供了机遇，促使其更关注乘客的体验，充分挖掘空中的海量数据，在做好用户服务的同时，实现业务的成长。

尹志烨作 **人民图片**发

互联网大咖秀

肯·汤普森：不走寻常路

海外网 **崔玉玉**

肯·汤普森

现年75岁的肯·汤普森，无论是在编程界这个圈子里，还是在计算机这个大行业内，都称得上是“祖师爷”级别的人物。作为美国计算机科学的领军人物，肯·汤普森经常不走寻常路，出奇制胜。

汤普森1943年出生在美国新奥尔良。1960年开始就读于加州大学柏克莱分校，主修电气工程，仅仅过了一年，汤普森就拿到了他的电子工程硕士学位。当时他的导师是美国著名的数学家、计算机科学家埃尔温·伯利坎普。当被问到为什么学编程时，汤普森说：“因为我从小喜欢逻辑学。”

汤普森是C语言和UNIX（尤尼斯）操作系统的开发者，也因此被誉为“C语言之父”和“UNIX之父”。不过，很多人不知道的是，这两大发明的诞生却与一款汤普森迷恋的游戏有关。

离开校园之后，汤普森加入了名满天下的美国贝尔实验室。该实验室是晶体管、激光器、太阳能电池、通信卫星、电子数字计算机等许多重大发明的诞生地，堪称“发明家的摇篮”。1968年，汤普森参与了贝尔实验室与麻省理工学院、通用电气公司联合开发的Multics（多路信息计算）系统项目。可是，贝尔实验室认为Multics系统周期长、成本高、前景不佳，不久便撤出了。这对于汤普森而言实在是个糟糕的消息，因为他自己编写的“Space Travel”（空间旅行）游戏就是基于这个系统的。无奈之下，汤普森找到一台老式PDP-7电脑（由迪吉多公司所研发的一款迷你电脑），重写了他的游戏。在这个游戏移植的过程中，汤普森写出了UNIX系统。在完成UNIX系统开发的基本工作之后，汤普逊觉得UNIX系统需要一个系统级的编程语言，于是创造了B语言。后来另一位顶级程序员丹尼斯·里奇在B语言的基础上创造了C语言。UNIX与C语言相结合，便产生了新的可移植的UNIX系统，并逐渐流行开来。

UNIX系统在贝尔实验室是供大家免费使用的。有人发现，汤普森总能进入每个人的账户，于是一位同事便分析UNIX代码，重新编译了系统。令人意想不到的是，汤普森仍然能进入他们的账户，贝尔实验室的科学家们却对此束手无策。直到1983年，汤普森才在他的图灵奖获奖感言里揭示了这一秘密，原来，让他轻松“侵入”各位同事账户的秘诀不在UNIX代码，而在编译UNIX代码的C编译器里，而汤普森正是编译器的开发者。

网络助力“中文热”

本报记者 **韩维正**

今年1月，两位美国小姑娘学中文的影像刷爆了各大社交媒体，她们就是著名“金融大亨”吉姆·罗杰斯的女儿。那字正腔圆的中文发音，惊呆了中外网友。

“中文热”风靡全球

吉姆·罗杰斯与索罗斯、巴菲特齐名，被誉为最富远见的国际投资家。他曾多次在公开场合表示，21世纪是中国的，自己这辈子最好的投资就是让女儿学习中文。罗杰斯的预言正在被越来越多的中文学习者印证。2017年10月，英国《金融时报》一份调研报告指出，英国富裕家庭对中文教育十分热衷。不仅在英国，其他国家学习中文的需求也越来越大，“中文热”风靡全球。

当需求出现的时候，能否及时在“供给侧”发力，就成了接下来要解决的问题。2017年11月，当代中国与世界研究院委托“美国潜在中文学习用户的调查与研究”课题组与网络调查公司Lightspeed（光速）合作，从Lightspeed Research（光速调查）全球样本库中随机抽取3311名18-65岁美国非华人样本开展网络问卷调查。

2017年12月21日，就读义乌工商学院的留学生在课堂上跟着老师学汉语。 **张建成**摄 **人民图片**发

结果显示，在45岁以下美国中青年群体中，平均每4人中至少有1人愿意学习中文。然而，在被问及希望通过什么方式了解中国及中国文化时，有超过四成的受访者选择“互联网信息”（42%），占比明显高于“与中国人直接交流”（29%）、“电视新闻”（25%）和报纸杂志（22%）等其他选项。

数据表明，在互联网中文教学方面还存在着巨大的成长空间和市场潜力，国内急需拓展互联网端的中文学习供给能力。

网站学习前景好

近年来，借助互联网产业迅猛发展的东风，中国的对外汉语事业也在不断提升自己“造船出海”的能力。在互联网教育大潮与全球“中文热”的双重背景下，一批提供远程中文教学的网站应运而生。

网络孔子学院由国家汉办主办，是中文教学网站领域的“国家队”。《孔子学院发展年度报告（2016）》显示，截至2016年底，其网络注册用户已近60万人。网络孔子学院不仅拥有自己的系列原创微课和付费课程供学习者自学，而且依托全球孔子学院资源，建立起了国际汉语教学案例库，将世界各地的中文教学案例汇总分类、交流共享，同时也打造出文化探索板块，面向外国学生系统介绍中国文化。

私营中文学习网站大多以“播客+社区”的形式为主，分别针对不同的领域与学习动机，进行不同主题的建设。Chinesepod（中文播客）网是全球范围内大型的汉语学习网站，曾是iTunes（苹果影音）播客中人气最高的语言教学产品，订阅量达到数百万，注册用户数量一度超过80万人。慢速VOA（美国之音），力图在训练中文学习者听力和阅读能力的同时，分享最新的文化热点观察。Chinesebon（中文帮）则主打一对一教学和企业培训的专属定制课程项目。

手机APP引领潮流

随着移动互联网的发展，智能手机APP（客户端）成了学习者最新的入口。各大APP主攻听、说、读、写等不同侧重点，各自积累起在业内的口碑。

Pleco（普利科）词典或许是使用频率最高的词典类中文学习APP，不仅词语解释丰富，还会为学习者提供大量相关词组，列出外观相近的汉字。Skritter（墨迹）则是汉字学习方面深受好评的应用。

汉声中文旗下的HELLO HSK（你好，汉语）专门针对HSK（汉语水平考试）应试，为学习者提供全面的分级测评、课程、模拟测试、真题下载等服务。而另一款广受欢迎的应用ChineseSkill（中文技能）则不专以备考为目的，而是面向零基础学习者，采用游戏闯关的学习方式，用户有更强的自发性，据悉其下载量已超过200万次。

“你好，中国”是中国国际广播电台根据高等教育出版社的同名读物制作的汉语文化推广APP，主要围绕100个代表中国传统文化精髓的词汇展开视频讲解，包括指南针、孔子等，让学习者在学习词汇的同时，了解中国的传统文化。

协助中国国家汉办开发了汉语水平考试（HSK）网络考试系统的唐风汉语，更是直接提出要利用“互联网+”打造智慧汉语教学整体解决方案，为全球多个国家与高校提供服务。

也许正像业内人士普遍预测的那样，“互联网+”正在把人们引向一个中文学习的新时代。