

安阳,这座拥有3000多年历史的“文字之都”,邀请全球共赴千年汉字之约,推动文化交流与文明互鉴

当外国人也爱上中国字

阅读提示

4月20日是第16个联合国中文日,由河南省人民政府主办,联合国教科文组织、中日韩合作秘书处予以支持的2025中国(安阳)国际汉字大会在甲骨文发现地——安阳开幕。此次汉字大会首获联合国教科文组织支持,被授权使用联合国教科文组织标识。

本届汉字大会以“文字·文明·科技·未来”为主题,内容涵盖甲骨文研究阐释、汉字教学普及、汉字文旅文创、汉字国际传播及文字交流互鉴,来自50多个国家和地区的近400名海内外嘉宾共赏汉字盛宴,共话汉字保护与传承,规模和影响力创历史新高。

上了甲骨文。”北京第二外国语学院西班牙籍留学生蔡晓迪表示,甲骨文是她学习汉字的“入口”,她非常想让她的朋友们也来中国看看,感受一下中华文化的魅力。

以“字”为媒连接中外,中国故事借助云端传播得更远更深。

“你看,我在社交平台上分享了前几天去殷墟博物馆的视频。”蔡晓迪向记者展示了她制作的短视频,上面有来自世界各地的粉丝为其点赞,并在评论区交流着自己学习汉字、中华文化的感受。

让汉字的文明根脉可触可感

今年3月初,在成都进行对外汉语教学的雷蕾完成了一项“大工程”:“历时八年,甲骨文课程的教案编写终于完成了!”

作为一名从业9年的对外汉语老师,雷蕾会向每位外国学生普及甲骨文知识。她特意到安阳的中国文字博物馆学习,拍摄了大量甲骨文的照片,并将这些素材融入课程。

“日、月、明、女、母、安……这些甲骨文演变的展示,让学生们能感受到汉字的逻辑性和趣味性,从而降低学习难度。”雷蕾说。

这些年来,越来越多的外国人想要学习中国汉字和文化,她希望用新颖且有趣的教学方式来诠释汉字,帮助他们学习汉语、了解中国。

讲好汉字里的中国故事

4月21日晚,在2025“甲骨文杯”国际学生“我与汉字”演讲比赛总决赛现场,来自俄罗斯、哈萨克斯坦、西班牙等国的19位参赛选手讲述了自己与汉字、与中华文化结缘的动人故事。

“千里之行,始于足下。”这是浙江师范大学马达加斯加留学生李莎用来形容其学习中文的一句话。“刚开始我觉得最难的是笔画结构,通过不断练习,现在我已经掌握了很多汉字的写法,越发觉得汉字文化博大精深。”李莎说。

来自越南的武汉大学留学生黎梅香痴迷于中华传统文化,她说:“当毛笔书法遇上越南拉丁文字那一刻,我才真正读懂了费孝通先生所说的‘各美其美、美美与共’。”

“汉字凝结着中华文明的基因密码。参赛选手在破译密码的同时也充当了中外文化交流互鉴的传播使者。”复旦大学中文系教授张豫峰表示。

“我喜欢打太极,喜欢八段锦,现在又爱

G 艺评

中医药非遗展 讲述“生生之道”



日前,“生生之道——中医药非遗主题展”在北京中国非物质文化遗产馆开幕。展览展示了近50项传统医药类非物质文化遗产代表性项目,以此演绎中医药的根与魂、道与法、术与技,展开中医药融入生活、焕发生机活力的生动画卷。

该展览以非物质文化遗产代表性项目为主要载体,以中医药来自人们生产生活实践,历经创新发展,又融入现代生活并焕发活力的脉络为主线,通过营造坐堂行医、古人养生生活、中药炮制、中医药仿古街区、百草园等多个空间场景,辅以多媒体交互体验、非遗技艺展示等方式,让观众体会到中医药文化的博大精深和中医药非遗项目的蓬勃生命力。

本报记者 王伟伟 摄

音乐节不能让音乐内核跑了调

越来越高、场次越来越多,同质化问题不可避免地出现了:地点不同,名称不同,但演出阵容中能当作亮点吸引观众买票的,来来回回就那十多二十个名字。今年“五一”期间,就有好几个音乐人和乐队化身“特种兵”,5天参加了5个城市的5场音乐节。长此以往,行业内竞争越来越激烈,观众的“音乐节疲劳症”则越来越严重。

在此背景下,创新和改良是摆在每个音乐节品牌面前的课题。邀请演员或其他文艺界人士跨界参加音乐节,也就成了一种选择。

对主办方来说,跨界而来的艺人是舞台上的新面孔,能与其他音乐节差异化竞争。此外,跨界艺人往往自带流量,这既能吸引部分非乐迷的新观众买票入场,也能推动音乐节在更大范围内“出圈”。

反观艺人这边,一来可以借助音乐节的平台尝试开拓新的发展领域,寻找新的发展

机遇;二来能帮助跨界艺人突破单一演员身份的局限,提升曝光率和商业价值。

就各地“五一”期间音乐节火热的现场来看,邀请人气艺人跨界助阵的尝试显然是起效了。不过,音乐节上也出现了观众为抢前排位置通宵“夜排”、粉丝因演出时长问题掀起骂战等事件。其中一个主要原因,是随着人气艺人而来的粉丝群体把应援的那套做法带入了音乐节,这必然会破坏享受传统音乐节轻松氛围的观众体验,引起他们的反感。此外,由于音乐节是全开麦的现场条件,向来被认为是唱功的考验。跨界艺人要是唱砸了,很可能会产生适得其反的舆论效应。

开唱有风险。不过,在最近的音乐节上,部分跨界艺人因为曾接受过音乐方面的训练或有舞台唱跳经验,演出效果也还不错。由此来看,人气艺人跨界参加音乐节的路径并非行

不通,前提是他们要有足够压得住舞台的能力与实力。放大到整个业态而言,“引流”并非不可以,但要音乐节主办方在商业利益和艺术价值之间找到平衡点,在短期票房数据与长期业态环境之间找到平衡点。

1999年,在北京日坛公园举办了一次夏季音乐节,这被认为是中国的首场音乐节。在此后26年里,演出者换了好几茬,演出地点遍布全国,但“纯粹的音乐体验”始终是音乐节区别于其他文化活动最显著的标志。

可以预见,除了跨界艺人参演,未来音乐节一定会出现更多多元文化共存的模式。但无论形式与内容怎么变,音乐节想保持长久的生命力,其“以音乐为本”的内核都不能改变,而这样的内核,需要主办方、观众、参演艺人以及其他与音乐节相关的各方共同努力来守护。

艳亮相,款款而来。

“它们被赋予了跨越3000年的灵魂。”AI机器人“武丁”“妇好”研发负责人王敬坤介绍,为让这两位“历史人物”进行一场跨越时空的对话,科研团队为其构建了智能语音系统和甲骨文知识图谱。目前,他们正与高校合作打造与甲骨文相关的AI大模型,未来“武丁”“妇好”将会化身讲解员,向游客讲述三千多年前的历史故事。

当殷墟深沉地脉里的甲骨与人工智能相遇,当青铜器上埋藏千年的古老气息与现代碰撞,汉字文明又开启了一个全新篇章。在中国文字博物馆,借助“虚拟场景+屏幕融合”技术,游客仿佛穿越殷商时代,直观感受甲骨文的造字智慧;社交平台上,动态字库、虚拟展品及剧情短视频重塑甲骨文表达,推动古老文字融入现代语境,大众传播热度不断攀升……

“甲骨文用AI表现出来之后,竟然有这么丰富的形式,既直观又生动,感觉汉字文化被破次元了!”在中国文字博物馆和殷墟博物馆流连了两天之后,观众吴文战对甲骨文的表现形式产生了愈发浓厚的兴趣。

“我们希望通过‘AI+甲骨文’激发跨学科协作,加速甲骨文从学术‘深闺’走向数字时代的大众化、智能化,也希望甲骨文反向助力AI大模型的发展。”安阳师范学院甲骨文信息处理教育部重点实验室主任刘永革说。

该实验室副主任高峰介绍,在AI技术加持下,该实验室不仅实现了“微痕分析”和“甲骨三维建模”的技术突破,还提出打造“甲骨全文信息数据模型”,实现了甲骨实物在数字空间的高保真还原和保护。

“以前我们用纸墨拓印甲骨,现在我们借助数字技术进行扫描,再辅以AI技术释读甲骨信息,工作效率大大提高。”高峰认为,未来AI算法在字形分析、缀合效率、文化创意等领域潜力仍然巨大。



唱响劳动美 致敬戍海人

5月7日至8日,中华全国总工会文工团一行走进海南省三沙市永兴岛、永乐群岛晋卿岛开展“中国梦·劳动美——凝心铸魂跟党走 团结奋斗戍海疆”慰问演出,为驻岛劳模、先进工作者和一线干部职工送去了精彩纷呈的文化盛宴。

整场演出生动展现职工群众积极进取的精神风貌,唱响劳动光荣、工人伟大的时代旋律。现场观众纷纷表示,演出不仅让他们感受到独特的艺术魅力,更坚定了“耕耘祖宗海,守好南大门”的信念,他们将继续以昂扬斗志扎根岛礁、建设海疆。

本报记者 赖书闻 摄

G 视线

五一档见证电影市场多元发展

本报讯 (记者赵欢)今年“五一”假期,电影市场精彩纷呈。网络平台数据显示,截至5月5日晚,2025年五一档(5月1日~5月5日)5天档期,以超7.4亿元总票房收官。最终,《水饺皇后》档期票房超1.9亿元,夺得五一档票房冠军,《猎金游戏》和《幽灵公主》分列五一档票房榜第2名和第3名。

记者了解到,今年五一档共有十多部影片上映,集结中外影片,题材丰富多样,涵盖人物传记、喜剧、动作、悬疑、动画等各种类型。灯塔专业版数据分析师陈晋表示,五一档数量和类型都比较丰富,良好的区分度有利于降低同质化竞争,促进档期市场健康发展,满足观众的多样化需求。

“电影呈现了一位女性角色的创业传奇故事,也将充满人情味的江湖展现在大众面前,我被影片中独立坚韧的主角形象深深打动。”劳动节期间,来自天津的大学生盛家琳与父母共同观看了这部与劳动相关的电影《水饺皇后》,影片中凭借双手勤劳致富的藏族姑娘给她留下了深刻印象。据了解,《水饺皇后》根据真实故事改编,刻画了一位女性从逆境到逆袭的励志人生,也呈现了普通人之间温暖互助的精神力量,感染了许多观众。

除了《水饺皇后》,五一档还有多部影片扎根现实生活,在观众中收获了良好口碑。作为经济犯罪题材电影,《猎金·游戏》呈现真实的金融市场价格,通过展现普通人在金融圈的职业历练,让观众体验了一场人性与财富的博弈;电影《人生开门红》聚焦当下火爆的直播行业,将直播间内的趣闻、流量背后的真假操作搬上大银幕,通过密集的笑料和场景,构建出一个揭露网红直播乱象的讽刺喜剧故事。

记者注意到,五一档影片中,悬疑犯罪题材电影《大风杀》以网络评分7.2分,成为同档上映新片中评分最高的作品。影片重现了20世纪90年代民警风采,通过风格化的表现手法,把观众带回30多年前的惊心动魄之中。北京朝阳观众胡先生观影后对记者表示,《大风杀》悬疑感与故事性兼备,值得细细品味。“口碑好但票房不佳,希望随着口碑发酵,会有更多观众走进影院观看这部电影。”

除了上述新片,经典动画“老片”在五一档期间依旧魅力不减。宫崎骏动画电影《幽灵公主》曾于1997年在日本上映,时隔28年后,此次以4K修复版首次在中国内地院线上映,传递关于人类文明、大自然和环境保护的思考。同时,继续延长上映的《哪吒之魔童闹海》依然表现坚挺,收获超6000万元的档期票房,进入五一档票房前4名。

对于今年五一档的整体表现,有业内人士表示,虽然片单类型较为丰富,但成绩未能如预期般亮眼,缺乏具有号召力的“爆款”优质大片。猫眼娱乐分析师赖力认为,一方面,观众对于电影内容的评价标准和期待值日益提升;另一方面,影院观影仍在受到不同娱乐消费方式的冲击。“市场需要更多更新鲜、更年轻、更具话题性和创造力的优质内容来提升市场热度,吸引观众走进影院。”赖力说。

江苏扬州:“评话思政”演绎工运先驱曾玉良

本报讯 (记者黄洪涛 通讯员胡俭 高云)“松柏常青护英灵,二七烈士传精神,工会英雄曾玉良,一身正气满乾坤!”近日,江苏省扬州市工人文化宫举行扬州评话《曾玉良》专场演出,用“扬州评话”这一艺术形式讲述百年工运故事。全市劳模工匠与产业工人代表应邀观演,现场不时爆发出雷鸣般的掌声,致敬这位为工人谋幸福、挺身挡子弹牺牲的工运先驱,以此纪念并缅怀中国百年来波澜壮阔的工人运动。

正值全国总工会成立100周年之际,扬州市总工会邀请扬州地方曲艺专家学者,对“扬州评话”作品《曾玉良》深度创作加工,还原曾玉良等一代工运先驱领导京汉铁路大罢工的伟大壮举,再现了中国工人运动第一次高潮中规模最大、最有影响的“历史片段”。中国曲艺“牡丹奖”获得者、著名扬州评话表演艺术家姜庆玲担任艺术指导并参加演出,曾获得“牡丹奖”“芦花奖”等曲艺奖的康康等地方曲艺明星登台,用惟妙惟肖的扬州方言、一波三折的故事情节,让红色经典更加贴近群众,深入人心。

曾玉良烈士是扬州市邗江区槐泗镇人,是著名的“二七大罢工”工人运动先驱。20世纪20年代初,中国共产党领导京汉铁路工人发起了震惊中外的“二七大罢工”。作为京汉铁路总工会委员、工人纠察团副团长的曾玉良,在罢工中壮烈牺牲,年仅37岁。他用生命诠释了中国工人阶级的觉醒与担当,成为扬州工运史中“敢为人先、舍生取义”的精神符号。

扬州市总工会相关负责人介绍,下一步,市总将在各县(市、区)开展巡回演出,全年计划开展不少于10场,希望通过巡演,进一步筑牢广大职工共同奋斗的思想根基,凝聚广大职工的智慧和力量,为推进中国式现代化扬州新实践贡献工会力量。

今年以来,扬州市总工会不断创新打造“扬州工人大思政课”,持续打造升级版的工会文艺轻骑兵、义工教授、劳模工匠等团队,以“曲艺+思政”“歌咏+思政”“文旅+思政”等模式,走进县(市、区)及园区、企业巡回演出,将“听党话、跟党走”的红色基因融入新时代职工血脉,凝聚广大职工的智慧和力量,为推进中国式现代化扬州新实践贡献工会力量。

G 艺评

音乐节不能让音乐内核跑了调

越来越高、场次越来越多,同质化问题不可避免地出现了:地点不同,名称不同,但演出阵容中能当作亮点吸引观众买票的,来来回回就那十多二十个名字。今年“五一”期间,就有好几个音乐人和乐队化身“特种兵”,5天参加了5个城市的5场音乐节。长此以往,行业内竞争越来越激烈,观众的“音乐节疲劳症”则越来越严重。

在此背景下,创新和改良是摆在每个音乐节品牌面前的课题。邀请演员或其他文艺界人士跨界参加音乐节,也就成了一种选择。

对主办方来说,跨界而来的艺人是舞台上的新面孔,能与其他音乐节差异化竞争。此外,跨界艺人往往自带流量,这既能吸引部分非乐迷的新观众买票入场,也能推动音乐节在更大范围内“出圈”。

反观艺人这边,一来可以借助音乐节的平台尝试开拓新的发展领域,寻找新的发展

机遇;二来能帮助跨界艺人突破单一演员身份的局限,提升曝光率和商业价值。

就各地“五一”期间音乐节火热的现场来看,邀请人气艺人跨界助阵的尝试显然是起效了。不过,音乐节上也出现了观众为抢前排位置通宵“夜排”、粉丝因演出时长问题掀起骂战等事件。其中一个主要原因,是随着人气艺人而来的粉丝群体把应援的那套做法带入了音乐节,这必然会破坏享受传统音乐节轻松氛围的观众体验,引起他们的反感。此外,由于音乐节是全开麦的现场条件,向来被认为是唱功的考验。跨界艺人要是唱砸了,很可能会产生适得其反的舆论效应。

开唱有风险。不过,在最近的音乐节上,部分跨界艺人因为曾接受过音乐方面的训练或有舞台唱跳经验,演出效果也还不错。由此来看,人气艺人跨界参加音乐节的路径并非行

不通,前提是他们要有足够压得住舞台的能力与实力。放大到整个业态而言,“引流”并非不可以,但要音乐节主办方在商业利益和艺术价值之间找到平衡点,在短期票房数据与长期业态环境之间找到平衡点。

1999年,在北京日坛公园举办了一次夏季音乐节,这被认为是中国的首场音乐节。在此后26年里,演出者换了好几茬,演出地点遍布全国,但“纯粹的音乐体验”始终是音乐节区别于其他文化活动最显著的标志。

可以预见,除了跨界艺人参演,未来音乐节一定会出现更多多元文化共存的模式。但无论形式与内容怎么变,音乐节想保持长久的生命力,其“以音乐为本”的内核都不能改变,而这样的内核,需要主办方、观众、参演艺人以及其他与音乐节相关的各方共同努力来守护。

本报记者 王伟伟 摄

随着音乐节业态的发展,举办的频率

越来越高、场次越来越多,同质化问题不可避免地出现了:地点不同,名称不同,但演出阵容中能当作亮点吸引观众买票的,来来回回就那十多二十个名字。今年“五一”期间,就有好几个音乐人和乐队化身“特种兵”,5天参加了5个城市的5场音乐节。长此以往,行业内竞争越来越激烈,观众的“音乐节疲劳症”则越来越严重。

在此背景下,创新和改良是摆在每个音乐节品牌面前的课题。邀请演员或其他文艺界人士跨界参加音乐节,也就成了一种选择。

对主办方来说,跨界而来的艺人是舞台上的新面孔,能与其他音乐节差异化竞争。此外,跨界艺人往往自带流量,这既能吸引部分非乐迷的新观众买票入场,也能推动音乐节在更大范围内“出圈”。

反观艺人这边,一来可以借助音乐节的

平台尝试开拓新的发展领域,寻找新的发展

机遇;二来能帮助跨界艺人突破单一演员身份的局限,提升曝光率和商业价值。

就各地“五一”期间音乐节火热的现场来看,邀请人气艺人跨界助阵的尝试显然是起效了。不过,音乐节上也出现了观众为抢前排位置通宵“夜排”、粉丝因演出时长问题掀起骂战等事件。其中一个主要原因,是随着人气艺人而来的粉丝群体把应援的那套做法带入了音乐节,这必然会破坏享受传统音乐节轻松氛围的观众体验,引起他们的反感。此外,由于音乐节是全开麦的现场条件,向来被认为是唱功的考验。跨界艺人要是唱砸了,很可能会产生适得其反的舆论效应。

开唱有风险。不过,在最近的音乐节上,部分跨界艺人因为曾接受过音乐方面的训练或有舞台唱跳经验,演出效果也还不错。由此来看,人气艺人跨界参加音乐节的路径并非行

不通,前提是他们要有足够压得住舞台的能力与实力。放大到整个业态而言,“引流”并非不可以,但要音乐节主办方在商业利益和艺术价值之间找到平衡点,在短期票房数据与长期业态环境之间找到平衡点。

1999年,在北京日坛公园举办了一次夏季音乐节,这被认为是中国的首场音乐节。在此后26年里,演出者换了好几茬,演出地点遍布全国,但“纯粹的音乐体验”始终是音乐节区别于其他文化活动最显著的标志。

可以预见,除了跨界艺人参演,未来音乐节一定会出现更多多元文化共存的模式。但无论形式与