



当生僻字拂去灰尘，唤醒人们内心深处的文化认同，在时代的洪流中扎根，便早已超越了一个字本身的含义——

古为今用，并非『以古替今』

文化观察

□ 本报记者 朱子钰
本报实习生 郭珂珂

前段时间，中央广播电视总台2024年春节联欢晚会公布主题——“龙行龘龘（dǎ dǎ），欣欣家国”，龘立刻脱颖而出，火遍大街小巷。因为龘并未收录在《新华字典》《现代汉语词典》中，鲜为人知的生僻字一下激发了大众的好奇心。宋本《玉篇》中记载“龘，龙行龘龘也。”三龙交舞，让人联想到众龙腾飞的好彩头，非常符合甲辰龙年特定的喜庆气氛。

拜年形式创新、新春祝愿形式多样化，乘着节日东风，生僻字热度还在继续攀升。前程朙朙（lǎ ng lǎ ng）、事业隸隸(y ì y ì)……春节期间，这几个别致的新春祝福语刷屏朋友圈，越来越多的群体开始关注生僻字承载的文化含义。当传统文化与现代流行巧妙结合，躺在故纸堆的生僻字重出江湖，在现代社会中得以新生。生僻字出圈后，我们更应该关注什么呢？

生僻字流行的宿命：网络流行语？

当下，生僻字最出圈的路径即成为网络流行语。简单梳理一下，龘并非第一个“复活”的生僻字。

早已在甲骨文中出现的囧字堪称初代生僻字网红。北宋语言学著作《广韵》中说：“囧，光也。”囧，原义为光明，因为独特的形态，它被赋予了尴尬、悲伤、无奈等情绪，广泛传播，后又演化为囧文化，深受年轻人喜爱。此外还有糗（m éi）字，本为梅的异体字，因由两个呆组成，在网络语言中形容别人“很傻很天真”，一度跃升2008年“十大流行语”之一，“很糗”“糗人”“不糗”等说法在网络上随处可见。再有，靐（b ì ng）本来是雷声的意思。《广韵》：“靐，靐靐，雷声也。”网络流行语雷人出现后，靐也被网友发掘出来，以表达“晕倒、无语”的心情。

作为中华优秀传统文化的载体，汉字是表意文字，记录了厚重的历史底蕴，反映出悠久的文化传承。从出现以来，它经历了由繁到简等适者生存式发展过程，所以生僻字的产生及趋势是汉字的自然选择。现代社会中，人们习惯了用常用、简洁的汉字表达信息，导致接触生僻字的机会越来越少。“古人写字也会寻求简化。比如，龘其实在现实生活中使用频率不高，但这个字在浩如烟海的典籍中保留了下来，直观地反映出传统文化历久弥新的精神活力。”山东大学文学院教授唐子恒接受记者采访时说。

历史的陈迹重返当代生活，构成网络时代的新景象。生僻字作为表达情感和交流的工具，通过表情包、流行语等形式惊艳地进入流行视野，离不开大众对传统文化的热爱，新闻媒体的大力传播以及网络文化的助推。另一方面，生僻字翻新使用，很大程度上满足了网民求新求异的社会心理。网络的自由空间注定了语言表达的开阔，表达鲜明的感情色彩和浓厚的特殊意味为大众所追求。生僻字本身承载的历史源流与丰富内涵，直观、生动、高度凝练，带来了新的文化体验，使用起来趣味十足，契合大众的表达需求。

新的数字鸿沟，冷热不均的困境值得关注

中国的汉字，一撇一捺都是故事，这些故事连接着宝贵的民族文化记忆。造字时代的魅力，经由生僻字热进一步彰显，点燃了人们的好奇心与探索欲。然而，这并不足以一窥全貌，一边热，另一边却冷，现实中一些生僻字面临的挑战依旧存在——由“数字化盲区”带来传承困境。

前不久，“因姓氏太罕见全村集体改姓鸭”的消息登上热搜。云南丽江，一支以鸟为图腾的家族姓“ni à”，该字为上下结构，上半部分是少了一横的“鸟”，下半部分是“甲”。当前电脑系统无法输入和显示这个生僻字，给村民日常生活带来了种种不便，大家只能被迫改姓鸭。根据媒体后续报道，全国有6000万人的姓名中包含生僻字，他们在购买机票、高铁票，办理银行业务时遇到不少麻烦，影响进度。甚至不乏“名字带有生僻字，影响保研”“市民姓氏太生僻银行存折被冻结”等糗事见诸网络。

纸质时代不会产生的问题，却在现代社会遭遇重重困难，深刻反映出生僻字走进数字世界的难点。据相关专家介绍，“信息系统要认识汉字就需要一字一形一码来建立对照表，一个汉字有形没有码，或者编码不被某个系统所支持，就成了信息时代的生僻字。”尽管很多字已经收录进标准，但各行各业这些产品系统对标准的支持并不充分，存在不同部分、不同地区数据库不互通的现象。大多数应用及软件产品支持的汉字量在2万字到3万字，一些个性化的字库产品甚至只有几千字，部分生僻字没有被输入法纳入，导致了不兼容的问题，产生新的数字鸿沟。

语言是用出来的。如果因为难识别、难读、难写而弃用，生僻字只能被迫遗忘在字典中，生生切断了传承，宝贵的汉字文化遗产将会流失。解决数字传承痛点，守护生僻字的生命力，不仅是技术改革的迫在眉睫，更是赓续历史文脉的应有之义。好在针对生僻字面临的窘境，社会各方面都在作出有效探索。比如去年8月1日正式实施的新版《信息技术 中文编码字符集》，比上一版增加录入了1.7万余个生僻字，其中包括这几年群众反映较多的典型人名、地名。此外，有关部门应该加强生僻字的收集整理工作，尽快实现各系统共享、互通，方便人们了解、使用、诠释生僻字。

僻字。

热起来 传下去

生僻字热作为近几年的文化现象，呈现形式多样。《中国汉字听写大会》《中国诗词大会》等文化综艺节目火爆，领略汉字之美带动了传统文化热。节目中，生僻字成了考题，有的甚至连评委都惊呼“不认识”“没见过”，效果博人眼球。热起来、传下去。生僻字在网络空间实现新生，被赋予新的时代含义，开辟了一条古为今用、盘活传统文化的新路径。像龘这样在历史中几乎没有实际用过的词汇，被现代人从卷帙浩繁的典籍中打捞出来，作为新年的诠释，表达对美好生活的向往与期盼。从登上春晚舞台，到走向世界视野。这一过程，正是充分挖掘历史文化资源，创新传承传统文化的正确方式。

生僻字走出故纸堆，最终走向并非替代常用字，更不止步于成为网络流行语。这就要求我们理性看待这种文化现象。北京师范大学文学院教授王立军接受媒体采访时表示“不太赞成过度炒作生僻字，常用字的学习和使用更为重要”。从龘字本身出发，它无法进入通用字的层面，不符合进入《通用规范汉字表》的条件，只能作为一种文化象征符号存在。千人千面，字也一样。符合时代价值与大众审美需求的生僻字，值得挖掘。但也有生僻字被粗俗解读，如“天”本为天的异形字，而在网络用语中故意将其从上往下念，作王八解，严重偏离了本义。

生僻字实际应用或许有限，但更大的意义在于文字背后的历史文化价值。面对生僻字，许多人不仅局限于读其音，认其形，他们在探索欲的驱使下，溯其源，解其根，知道了《说文解字》《玉篇》等历史典籍，带动传统文化学习热。当生僻字拂去灰尘，唤醒人们内心深处的文化认同，在时代的洪流中扎根，便早已超越了一个字本身的含义。

文化视点

电影市场红红火火

据人民日报，春节假期，电影市场红红火火，文化消费活力旺盛。春节观影成为新年俗。根据国家电影局初步统计，2024年春节假期（2024年2月10日至2月17日）全国电影票房为80.16亿元，观影人次为1.63亿，相比2023年春节假期票房和人次分别增长了18.47%和26.36%，均创造了同档期新的纪录。

清华大学教授尹鸿认为，春节档取得优异成绩的关键在于市场供需两旺，尤其是供给侧为观众提供了多样化的选择。“今年春节档影片的一个突出特征在于，影片不是一味追求大IP、大投入，而是拼制作、拼创作、拼诚意，在内容品质上下功夫。”尹鸿认为，这些作品接地气、具有烟火气，更加倾向于关注社会话题，具有现实关怀，因此更能引发观众共鸣。

中国艺术研究院教授支菲娜认为，今年春节档影片能够更好进入下沉市场，“一个明显的特点是，电影营销关键词主打‘喜剧’和‘燃’，这与观众的观影心理相呼应，因而观众的接受度更高。”也要看到，从春节假期中后期开始，先后有4部影片退出春节档。业内人士表示，“档期既要符合市场逻辑，也要考虑观众心理，认真对待观众，得到观众认可的影片才能胜出。”

儿童电视剧

怎样才能“热”起来

据光明日报，儿童电视剧怎样才能“热”起来？题材要“热”。儿童阶段是人生的起点，与儿童有关的故事、素材，应关涉人生的万千风景。从这个意义上来说，儿童电视剧从来不与“冷门”挂钩，创作者应进一步开掘创作资源，从火热的现实生活中提炼素材，自传统文化和文学热土中不断汲取灵感。例如，动画网剧《故宫里的大怪兽之洞光宝石的秘密》既基于热门童话IP，又对故宫的宫殿、脊兽进行了新的视听呈现，还对“真人+CG”的创作手法加以尝试，为儿童电视剧创新发展提供了一定的借鉴。

创作者的心要“热”。孩子的心灵是一方不可思议的土地，播下思想的种子，就会收获行为；播下品格的种子，就会收获成长。一部优秀的儿童电视剧对孩子的影响往往深远而绵长。因此，创作者应该用平视的视角和代入的心态与儿童对话，用温暖的眼光看世界，在看似简单平凡的故事中注入深层的哲思和艺术思考，为孩童的成长道路种下一颗颗等待开花的种子。

儿童视听产业也应在不断探索中“热”起来。从长远来看，从业者对儿童电视剧创作的积极性和商业效益的提升应是一体两面、互相成就的关系。未来应进一步夯实儿童电视剧在视听产业链中的位置，如开发热门剧集的儿童衍生剧，探索剧集之间内容、产业的联动等，推动优秀创作者与成功商业模式之间的“双向奔赴”。

Sora能否改变影视行业

据解放日报，近期，OpenAI公司发布的文生视频大模型Sora引发全球关注。上海交通大学计算机科学与工程系教授赵海介绍，Sora属于多模态混合模型，由大语言模型和文图生成器拼接而成。

Sora展示的一批文生视频案例令人惊艳。比如，输入这样一段提示词：“一位时尚女性走在充满霓虹灯和城市标牌的东京街道上。她穿着黑色皮夹克、红色长裙和黑色靴子，拎着黑色钱包。她戴着太阳镜，涂着红色口红。她走路自信又随意。街道潮湿且反光，在彩色灯光的照射下形成镜面效果。许多行人走来走去。”Sora根据这段话生成的60秒视频效果颇佳，头发、服装等细节都没问题，并实现了连贯的场景转换，达到以假乱真的水平。

不过，Sora的作品也存在不少瑕疵。赵海分析：“目前的文图生成器对数字不够敏感，比如生成的一些手会有6根手指，今后要加强这方面的训练。”在他看来，视频大模型将改变影视行业的游戏规则。今后，部分视频的摄制也许只要在电脑前输入一些提示词，省去了现场拍摄、后期剪辑等耗时费力的过程。

《热辣滚烫》靠什么

吸引近半流行音乐圈

据文汇报，电影《热辣滚烫》带“热”的还有系列主题曲。近日，导演、演员贾玲首支单曲《一切都来得及》MV上线，肥大T恤和大波浪黄礼裙的两个“贾玲”同台对望，呼应着女主角杜乐莹的身心蜕变之旅，触动了众多网友心弦。

不夸张地说，《热辣滚烫》OST完成了对电影票房的“完美助攻”，形成了可观的长尾效应。业内常说的OST，指一部电影或电视剧的影视原声带，收录了电影相关的主题曲、插曲、配乐等。伴随《热辣滚烫》票房走高，陪伴曲、逐梦曲、充电曲、绽放曲、希望曲、带劲曲、蜕变曲……逐一登场。看得出，在宣发团队的整体布局中，一组组歌曲绝非心血来潮的“随机搭售”，而是与电影剧情、情绪铺陈紧密咬合，有着完整逻辑线 and 艺术结构，涵盖了抒情、说唱、民谣、电音等多种曲风，是电影叙事中的缜密一环。

“好的音乐，隐在电影中去引领情绪，影响着我们的内心。好的电影音乐创作者，也同样和导演一样，有着对作品极深刻的理解才可以去完成，甚至去帮助导演更好地完成作品。”音乐人小柯认为，电影音乐应该是茁壮成长、大有可为的领域，“伴随着好电影、好演员、好产业一起成长。”

（□记者 朱子钰 整理）

南来的挑战

□ 逢春阶

是使用“重工”吗？不是，他们是利用寒假来“体验北方”。庄湖鸿说：“体验北方的春节，也赚点钱。”我问来自广东西胥中学的郑俊滨，你们出来父母不担心？这个15岁的初中生说：“他们也在外地表演，根本不担心我们。”画着脸谱的小伙子一个个生龙活虎，气宇轩昂，有走四方的强烈自信，没有一点颓唐和缩手缩脚。

潮汕地区英歌舞集戏剧、舞蹈、武术于一体，具有独特的步法、身法、腿法、阵法，既似土风，又似武舞。它以刚劲、雄浑、粗犷、奔放的舞姿，构成了磅礴、威武、强壮、豪迈的气势，给人以力与美的震撼。我看到身着特色服装，脸涂古典戏曲脸谱的小演员们，舞蹈动作刚劲有力，队形变换激昂有序，给人以强烈的视觉冲击。英歌舞是符合现代人审美的独特且有力量的文化表达方式。

其实，英歌舞中的很多角色为《水浒传》

中我们山东的梁山好汉，急公好义、侠肝义胆、除暴安良、济贫济弱、救苦救难等英雄传奇能够引起观众的共鸣。潮汕英歌舞表现手法十分概括写意，既不叙述故事情节也不表现人物，更多的是渲染战斗情景和热烈气氛，塑造英雄整体的形象。通过人物造型、服饰道具、形体动态、音响节奏等艺术处理，从整体上体现男性的阳刚之美。北方故事南方讲，且讲得头头是道。这才是真正对中华优秀传统文化的“创造性转化和创新性发展”。

我注意到，随着网络短视频平台的兴起和社交媒体的广泛使用，潮汕英歌舞的相关视频在网络上迅速传播，吸引了大量网友的关注和分享，使之成为春节期间热议的话题。在安吉的专场表演，抖音、快手、小红书等新媒体投入直播的团队有四五百人，自发直播的个人也很多。潮汕英歌舞凭借自己独特的艺术风格、强烈

的时代互动性和广泛的媒体传播，在春节这一重要节庆节点成功引起了全国乃至全球范围内的关注和欣赏。这个现象值得关注。

戴头盔、画黑脸、挂黑须的是李逵，戴头盔、画黑白花脸、着袈裟、挂念珠的是鲁智深，戴武士帽、画丹红脸、倒竖眉的是武松，戴女性长发头套、披颜色艳丽披肩、着束口粉红服、绣花鞋，为男扮女装的孙二娘、扈三娘……真是北人南扮。我在想，我们北方的故事，又有多少人在转化和发展呢？我们的胆量和勇气哪里去了？英雄风骨南迁了？

齐鲁大地文化底蕴深厚，故事多多，等待着我们挖掘、呈现。南方小伙子到北方来挑战了。他们带来了催人出征的豪迈鼓点和英雄气概。我们不能只当看客，要想怎么接招？我们的观念能跟上新时代的节拍吗？我们能创造出不辜负先辈、对得起后人的故事吗？

小逢观察

青龙潭的冰已经化去了大半，一只白鸭站在未化的冰面上，两眼瞅着岸上来来往往的人。正月初二下午，天还没上黑影，潍坊安丘齐鲁酒地国际会展中心青龙小镇广场上的大龙、小龙已经舞起来了。有两层楼高的流光飞瀑映红了游客的一张张笑脸。

火爆全网的广东潮汕英歌舞闪亮登场，小伙子踏着鼓点舞动着英歌槌，变换着“双龙出海”“八字双金钱”等队形，威武奔放。来自广东汕头的小演员庄湖鸿18岁，他领着33人的表演团队，从去年腊月二十八就来到了安丘，这个表演团队队员都是中学生，平均年龄16岁。这不

