

甲骨文的跨界融合及参观满意度——以中国文字博物馆为中心

调
查
报
告

团队名称：安徽师范大学赴河南安阳“探寻汉字之源，品味甲骨神韵”社会实践调研团队

作者：孔瑶 李甜甜 白津如 陈冠琳 吴术 吴霞 金玉玺

指导教师：何家兴 李万营

时间：2024年8月10日

摘要：

文字承载着历史底蕴和文化基因，甲骨文作为中华民族珍贵的文化遗产，对保护和传承中华优秀传统文化具有重要意义。2024年7月10日，安徽师范大学文学院赴河南安阳“探寻汉字之源，品味甲骨神韵”团队来到河南安阳开展实践，旨在贯彻习近平总书记关于甲骨文的重要讲话精神，响应习近平总书记关于甲骨文研究与保护的号召，深入挖掘甲骨文的文化魅力与时代价值，推动其传承与创新发展。团队围绕甲骨文文化，并结合青铜文明等元素，在中国文字博物馆等地，采用合作交流、问卷调查等方式切实了解大众对于甲骨文跨界融合与数字化传播的看法和见解。科学分析调研数据，深入思考，总结甲骨文文化发展中的经验和挑战，提出可行策略，努力推动甲骨文文化的创造性转化和创新发展，增强民族文化自信，激发全民族文化创新创造活力，为中华民族伟大复兴贡献力量。

关键词：

甲骨文、数字化发展、汉字文化事业、文化自信、新媒体下弘扬文字文化的措施和方法

指导教师：

何家兴 李万营

团队成员：孔瑶 李甜甜 白津如 陈冠琳 吴术 吴霞 金玉玺

目录

第一章 调研概况	1
1.1 调研背景	1
1.1.1 理论逻辑	1
1.1.2 社会背景	2
1.1.3 政策背景	2
1.2 调研目的	3
1.3 研究意义	3
1.4 调研方式	4
1.4.1 问卷调查	4
1.4.2 随机采访	4
1.4.3 甲骨猜字谜	4
第二章 调研结果	4
2.1 数据处理	4
2.2 数据分析	4
第三章 问题分析	10
3.1 受众人群	10
3.2 物质基础	12
3.3 呈现效果	12
3.4 不同年龄段人们的需求不同	13
3.5 群众对甲骨文的认同高，认知低	16
第四章 措施及建议	17
4.1 博物馆	17
4.2 文化工作者	18
4.3 学校及相关组织	19
附录	错误！未定义书签。

第一章 调研概况

1.1 调研背景

甲骨文作为迄今为止中国发现的年代最早的成熟文字系统，是中国汉字一脉相承、中华文明绵延赓续的文化标记，承载着中华民族五千多年的灿烂文化。

1.1.1 理论逻辑

甲骨文是汉字文化发展历史的重要组成部分。汉字的演变大致经历了甲骨文、金文、篆书、隶书、草书、楷书、行书的发展历程。汉字的演变过程是一个漫长而复杂的历史过程，从最早的甲骨文到现代的楷书和行书，汉字经历了多次形态和结构的变革。

甲骨文是目前已知的最早的汉字形式，主要刻写在龟甲和兽骨上，用于占卜和记事。甲骨文的字形多样，具有浓厚的象形特点，但识别难度较大。金文也称为钟鼎文，是刻在青铜器上的文字。金文的形态比甲骨文更加规范，笔画更加清晰，是甲骨文之后的又一重要字体。大篆主要流行于西周晚期，是对金文的进一步规范和发展。大篆的笔画更加圆润，结构更加稳定，为后来的小篆奠定了基础。秦始皇统一六国后，为了统一文字，对大篆进行了简化，形成了小篆。小篆的笔画更加简洁，结构更加规范，成为秦朝的标准字体。隶书是小篆之后的又一重要字体，其特点是笔画平直，结构简化，书写速度更快。隶书的出现标志着汉字从象形向抽象的转变。草书、楷书和行书都是在隶书的基础上发展起来的。草书追求书写速度和艺术性，楷书则追求规范和易读性，而行书则是草书和楷书的结合体，既快速又易读。

汉字的演变过程不仅体现了文字的规范化、标准化过程，也反映了书写工具和书写材料的变化对文字形式的影响。从甲骨文到现代汉字的演变过程中，汉字从象形逐渐转变为抽象符号，书写方式也从繁复变得简洁高效。这个过程不仅推动了汉字的使用和发展，也促进了中华文化的传播和交流。

甲骨文蕴含着中华民族的文化基因。甲骨文确实是中华民族宝贵的文化遗产之一，它不仅代表了一种古老的书写系统，更是连接现代与古代中国文化的重要纽带。

在文化传承方面，甲骨文中的内容反映了古代中国人的世界观、价值观和社会习俗，通过研究这些文字，我们可以更好地理解中华民族的历史文化根源及其

发展脉络。

在学术研究方面，甲骨文的研究对于理解中国古代历史、语言学、考古学等多个领域都有着不可替代的作用。并且许多未解之谜仍然存在于这些古老的文字之中，它们激励着一代又一代学者继续深入研究。

在国际影响力方面，甲骨文增强了中华民族的文化自信，它是民族自豪感和身份认同的一个重要来源。甲骨文的发现与研究，增强了我国的文化软实力、文化影响力，提高了我国的综合国力。

由此可见，甲骨文承载着丰富的历史文化信息，是中国悠久历史和灿烂文化的重要象征。通过研究甲骨文，我们能够更好地理解中华民族的精神特质和文化基因，对于增强民族自豪感和民族自信心有着不可替代的作用。

1.1.2 社会背景

甲骨文在新时代进行跨界融合和数字化传播是其必然趋势。

数字技术的不断发展，为甲骨文进行跨界融合和数字化传播提供了坚实基础。

数字技术在文化遗产领域的应用已从最初的信息储存和传输，发展到数据处理分析，进而进化到今天的自动化和智能化处理与展示，在文化遗产研究、记录、保护、利用等方面起到了至关重要的作用。[1]2019年，安阳师范学院甲骨文信息处理教育部重点实验室精心打造的集甲骨文文献库、著录库、字库三库合一的甲骨文大数据平台“殷契文渊”向全世界开放，这是世界上现有资料最齐全、最规范、最权威的甲骨文数据平台，它的开放标志着甲骨学研究进入智能化时代。这一数据集的发布极大地促进了甲骨文检测、识别、摹本生成、字形匹配以及释读等方向的智能算法研发。

甲骨文研究发展现状迫切需要进行数字化、智能化传播发展。

根据李学勤的记载，已经发现的甲骨文字约4000多个，但能够被准确释读的不超过1500个，意味着目前还有大量的甲骨文字符未能被完全理解破译。甲骨文的研究也需要跨学科的知识，包括语言学、历史学、考古学等，需要综合多种学科知识进行研究。因而，利用数字技术为甲骨文研究赋能，进行跨界融合促进甲骨文发展成为其必然趋势。

1.1.3 政策背景

在庆祝中国共产党成立95周年大会上，习近平总书记指出，“文化自信，是

更基础、更广泛、更深厚的自信”。文化自信成为继道路自信、理论自信和制度自信之后，中国特色社会主义的“四个自信”，是一个国家、一个民族对自己国家和民族在历史进程中所创造的文化及其价值的充分肯定，并积极践行、自觉保护、传承且发扬光大，对文化不断延续发展持有的坚定信心。[2]坚定文化自信就是要坚持中国特色社会主义文化。习近平总书记多次指出汉字对于文明探源、文化遗产和民族维系的重要作用，认为“汉字是中华文明的重要标志，也是传承中华文明的重要载体”。

2019年11月1日，习近平总书记在致甲骨文发现和研究120周年的贺信中指出“甲骨文是迄今为止中国发现的年代最早的成熟文字系统，是汉字的源头和中华优秀传统文化的根脉，值得倍加珍视，更好传承发展。”“新形势下，要确保甲骨文等古文字研究有人做、有传承。”[3]对于甲骨文的研究关系到汉字的起源和中华优秀传统文化的发展，在新时代，更应做到传承发展好甲骨文汉字文化，从而更好地增强文化自信。

1.2 调研目的

- 第一，了解汉字的发展历史，掌握更多汉字文化知识，提升人文素养；
- 第二，研究不同年龄段人群对甲骨文汉字文化的学习了解途径；
- 第三，研究不同年龄段人群对甲骨文跨界融合或数字化传播的看法；
- 第四，研究大众对甲骨文跨界融合或数字化传播途径的倾向；
- 第五，研究甲骨文相关活动的互动体验形式；
- 第六，研究甲骨文文化在推广过程中，与现代科技手段相结合的途径；
- 第七，研究甲骨文的创新与传播的意义；
- 第八，研究甲骨文可以进行跨界融合的领域。

1.3 研究意义

- 第一，增强汉字文化发展生命力，让汉字文化“热起来”“活起来”；
- 第二，坚定中国特色社会主义文化自信，增强民族自豪感；
- 第三，使更多人接触了解到甲骨文，从而提高公众的文物保护意识；
- 第四，充分利用数字化传播，促进汉字文化创造性转化、创新性发展；
- 第五，促进汉字文化进行跨界融合，使得甲骨文汉字文化历久弥新。

1.4 调研方式

1.4.1 问卷调查

团队成员随机向在中国文字博物馆参观的不同年龄段、不同职业、不同学历的游客发放调查问卷，收集到游客们对于在新时代甲骨文可以和哪些领域进行跨界融合，以及如何进行数字化传播的数据，从而根据这些数据撰写调研报告。

1.4.2 随机采访

在发放问卷的过程中，团队成员随机对游客进行采访提问，了解到大众对于甲骨文汉字文化的深切感受。

1.4.3 甲骨猜字谜

团队成员还对游客进行了随机猜字谜的活动，在此过程中，不仅增加了团队成员对甲骨文的了解，还激发了部分大众对甲骨文汉字文化的兴趣。

第二章 调研结果

2.1 数据处理

实践团队和中国文字博物馆共同商讨合作制定了一份问卷，最终共回收问卷2118份，其中共设置了20道甲骨文相关的问题。问卷回收完毕后，队员们通过问卷星将问卷录入，由此得到各问题选项的具体占比，并以表格、扇形图、各类柱形图以及关键词提取的形式呈现。综合问卷所有数据，团队进行精准的数据分析，通过对比各选项的占比来分析受访者偏向，进而得出较有说服力的结论。

根据数据结果可知，受访者男女比例基本持平，女性占比略多；年龄遍及十八岁以下到四十五岁以上，大多分布在十八岁以下及十八岁到三十岁；学历跨度从小学到硕士以上，大多分布在高中及大专、本科。受访者主要是学生；主要从中国文字博物馆官方媒体平台以及网络新媒体（电视节目等）了解到中国文字博物馆。

2.2 数据分析

受访者了解甲骨文文化的渠道有政府或民间举办的展览活动、互联网平台、

电视节目、博物馆、杂志书籍类以及其他方式等。其中通过互联网平台、电视节目和博物馆三个渠道的占比较大，通过博物馆了解甲骨文相对多一些，极个别受访者是通过老师推荐而来。而对于受访者更愿意通过哪些方式来学习甲骨文的调查，团队得知大部分受访者更青睐于实体博物馆的参观去了解，其次便是社交媒体和网络宣传、纪录片或视频教程。通过对受访者有关甲骨文文化传承提出的建议的数据分析，启示着相关文化主体要在新媒体视野下，与现代新科技相结合（如AR、VR等）来举办相关文化活动和展览、比赛，并利用现代旅游热、非遗文化热、暑期研学热，来弘扬汉字文化、宣传博物馆，（相关数据见下图1、图2、图3）。

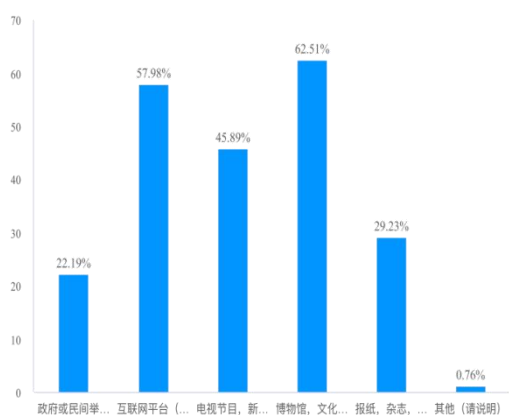


图 1

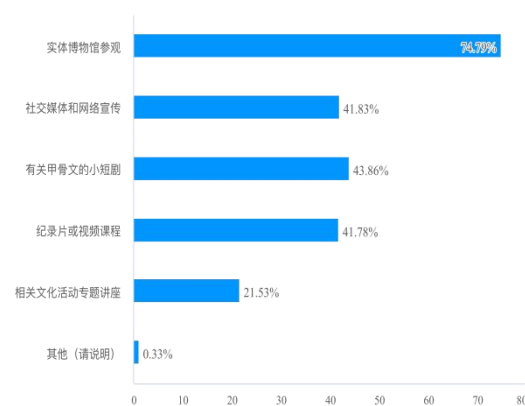


图 2

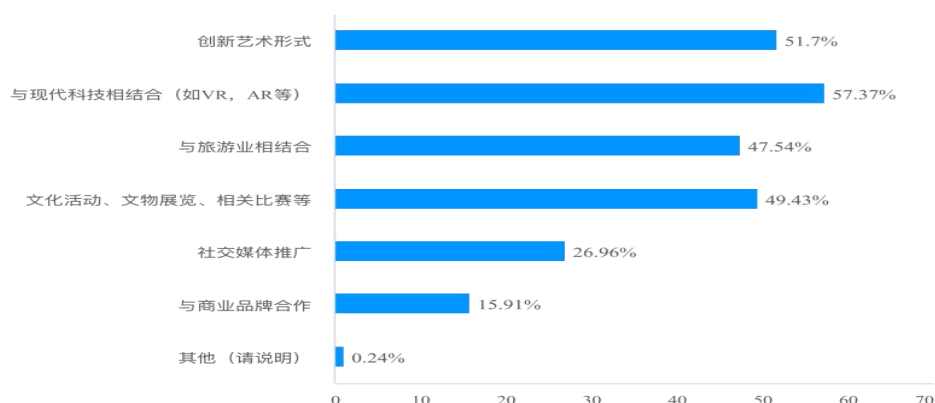


图 3

随着传播渠道的融合创新和数字化技术的成熟，甲骨文的跨界或数字化传播方式不断受到大众的认可。从问卷调查的结果反馈来看，85.27%的受访者认为这有利于甲骨文的延续和传播。仅有不到4%的受访者对此怀有疑虑，担心跨界或

数字化传播的过程中宣传重心会有所偏移而忽视甲骨文本身。其实不难看出，采取跨界融合的传播策略，推广运用数字化技术以促进甲骨文的传播已成为大众的共识。但与此同时也要保证传播过程中甲骨文的主体地位，传播方式与时俱进而甲骨文特色需时刻保留。



图 4

对于甲骨文跨界或数字化传播的具体形式，64.16%的受访者表示喜欢甲骨文文创，将近 50%的受访者表示喜欢甲骨文的拟人化传播方式，还有约 40%的受访者喜欢关于甲骨文的网络热梗。根据受访者的反馈，甲骨文的传播方式可以“雅俗并举”。一方面可以开发设计精美的甲骨文主题的文创产品，吸引大众关注；另一方面甲骨文也可以依托网络媒体，结合网络热点，借助流行文化进行传播，提高群众对甲骨文的了解程度。

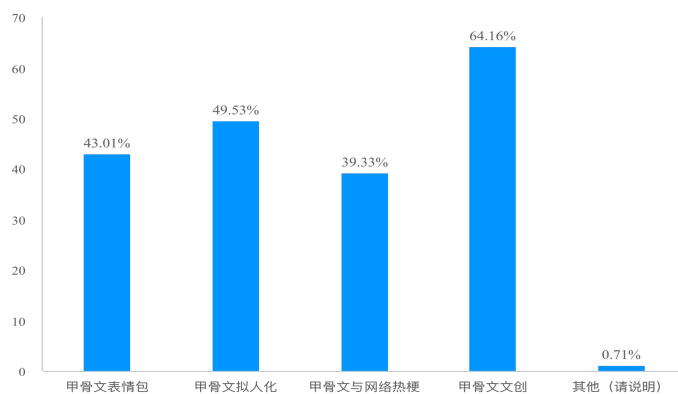


图 5

关于公众喜欢的甲骨文文创产品的类型，调查结果显示，艺术型（如动画短片、漫画、插画等）和互动型（如和甲骨文相关的小游戏，包括破译类、故事类等）最得受访者的青睐，超过 52%的受访者表示喜欢这两类产品。显然，艺术性和交互性是甲骨文文创产品获得公众认可的重要条件。相比于其他，大众更倾向于看到甲骨文这种传统文化与现代艺术的结合，同时也希望能通过游戏亲身感受甲骨文的魅力。

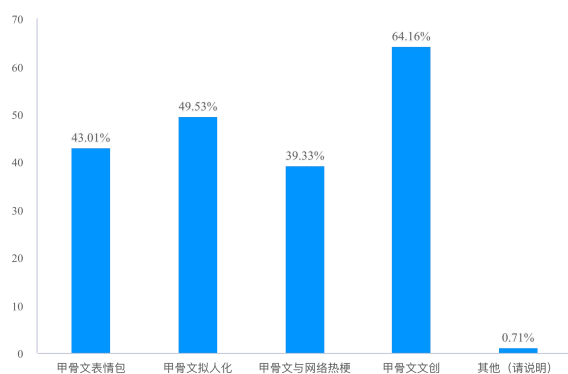


图 6

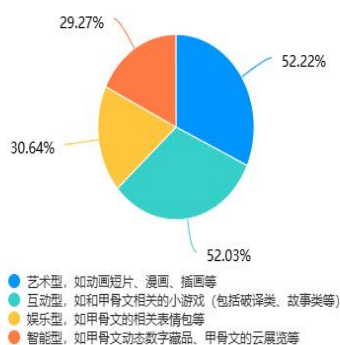


图 7

作为汉字文化的集中展示地和公众学习了解甲骨文化的重要场所，博物馆在促进甲骨文的跨界或数字化传播方面起着关键作用。博物馆可开展多样化的活动，普及甲骨文化的相关知识，推动甲骨文的传播。而对于中国文字博物馆的甲骨文相关活动的形式，有 48.73%的受访者表示希望亲自书写甲骨文，体验古老文字的魅力，此外还有 49.24%的受访者希望能参与甲骨文的趣味解谜或竞赛活动。不难看出，公众非常注重推广活动中的体验感和趣味性。如何让相关活动兼具宣传力和趣味性，是博物馆要考虑的问题。

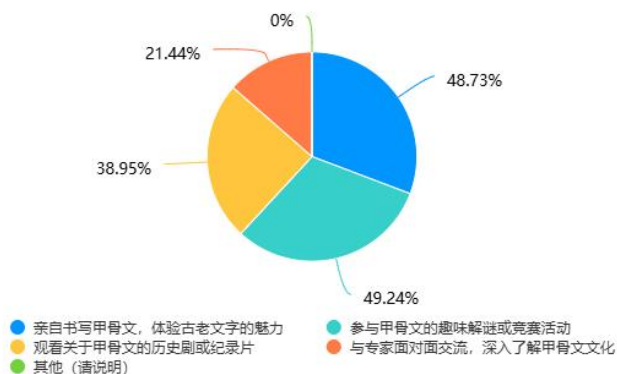


图 8

经团队了解，博物馆有意在推广甲骨文时注重与其他非遗文化的联动与融合。而关于具体实施的方案，根据调查结果，57.55%的受访者认为可以举办非遗文化联展，展示甲骨文与其他非遗文化的关联；43.25%的受访者希望博物馆能开发甲骨文与其他非遗文化结合的文创产品。同时还有一部分受访者认为可以邀请非遗传承人共同进行甲骨文文化的传承与展示以及在在研学活动中融入多种非遗文化元素。综合来看，公众较为期待看到包含非遗传承人线下展示和文创展览在内的甲骨文化与非遗文化的联展。

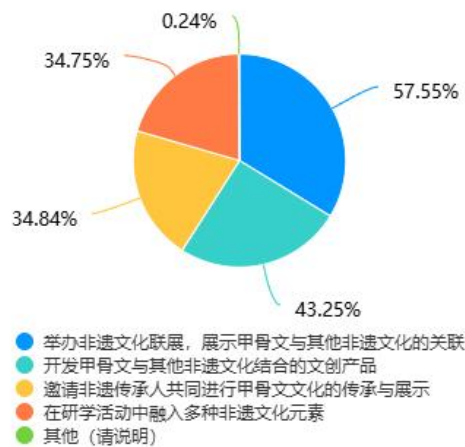
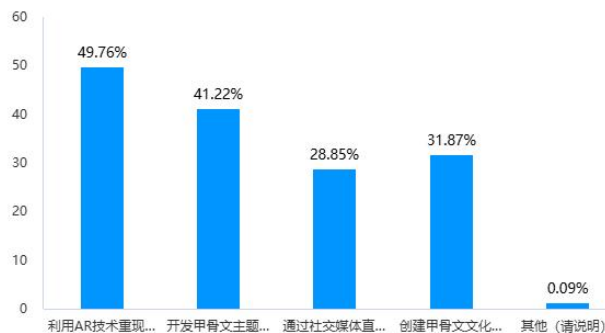
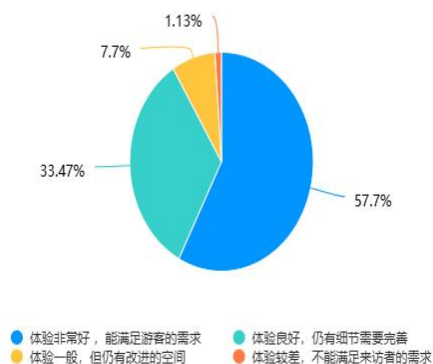


图 9

甲骨文要在信息技术发达的现代社会焕发光彩，就不能离开数字技术。中国文字博物馆将数字技术与传统文物相结合，推动数字技术与讲解服务和藏品展示相结合，多层次多维度展示甲骨文化的魅力，获得来访群众的认可。对于中国文字博物馆中的数字化项目，大多数受访者（57.7%）认为体验非常好，能满足游客的需求。还有约 33%的受访者认为体验良好，只是有一些细节需要完善。根据调查结果，当谈及推广甲骨文文化时，博物馆应如何与现代科技手段相结合进而打造更具吸引力的展示方式时，接近一半的受访者建议利用 AR 技术重现甲骨文书写场景。还有超过 40%的受访者建议博物馆开发甲骨文主题的互动游戏或应用。



可见数字技术在甲骨文传播方面的重要作用也在一定程度上得到了公众认可。

图 10

图 11

关于数字化甲骨文应通过哪些哪种途径提高关注度的问题，42.02%的受访者认为可以在互联网上发布甲骨文相关创作活动，吸引网民参与；38.29%的受访者认为应将甲骨文同殷商历史相结合，用好故事吸引人们；此外，还有约 35%的受访者认为应根据消费者喜好，推出殷商人物系列 IP 形象，或与热门 IP 联动，提高甲骨文的关注度。对公众来说，甲骨文的传播首先需要回归到甲骨文自身，要讲好甲骨文的故事，就要挖掘其蕴含的历史底蕴和文化内涵，展现优秀文化内核的故事才能吸引人，也只有这样才能激发大众参与甲骨文活动的兴趣，让甲骨文在大众创作中焕发生命力，博物馆也可借此打造甲骨文相关的历史人物 IP，并积极与其他热门 IP 联动，让甲骨文趁势而上，真正地“活”起来，“火”起来。

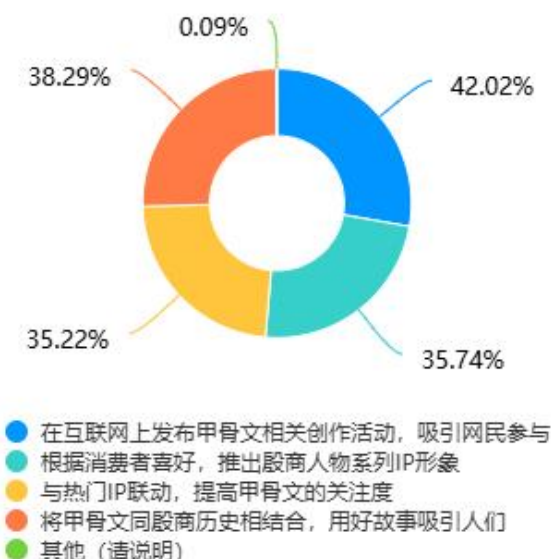


图 12

学校作为传播甲骨文的又一重要阵地，在推动弘扬甲骨文化，培养传承甲骨文的新生力量等方面发挥着重要作用。将甲骨文纳入学校课程和研学活动，让甲

骨文化与教育行业融合发展，也是甲骨文跨界传播地一条可行道路。根据调查结果，58.5%的受访者认为可组织学生参观博物馆并进行实践活动。有超过30%的受访者建议开发甲骨文文化相关的教材或课程，邀请博物馆专家到学校进行讲座及设立甲骨文文化研学项目，鼓励学生深入研究甲骨文。

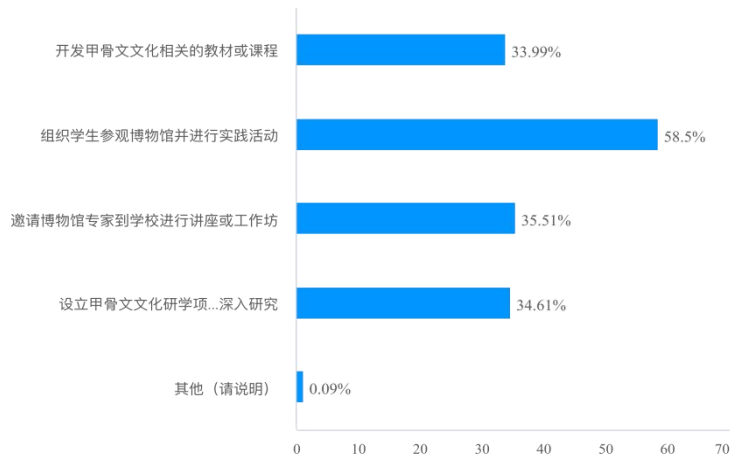


图 13

甲骨文是特定历史时期的产物，不仅承载着丰富的历史信息，而且蕴含着深刻的文化底蕴，是珍贵的历史文化遗产。当谈及甲骨文创新和传播的意义，受访者都提到了“文化”一词。作为汉字之源，甲骨文不仅是汉字文化的重要组成部分，也是世界文化遗产的一部分。创新甲骨文的传播方式，既是为了守住文化根脉，促进文化传承，也是为了让甲骨文在新时代重新焕发活力，满足当代人的文化需求。通过数字化技术、跨界传播，博物馆展览等形式，甲骨文得以被更多人知晓，对于增强民族自豪感和文化自信具有重要意义。

第三章 问题分析

3.1 受众人群

甲骨文的受众人群实际上并没有想象中的年轻，学生实际参与人数仍旧不算多，但学生往往会更加乐于参与到问卷调查过程中，所以在数据上问卷调查的积极响应率成为了一个亮点但是这也同样会误导我们对甲骨文真正受众群体有一

个误判。

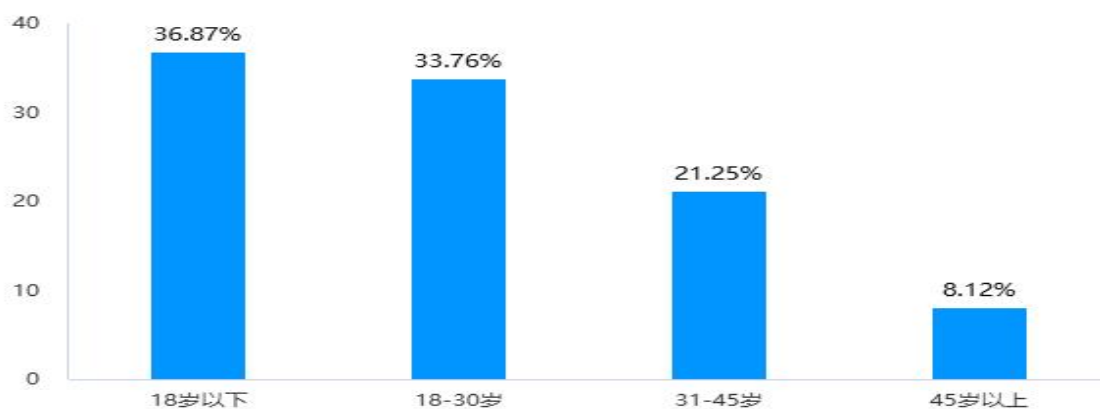


图 1

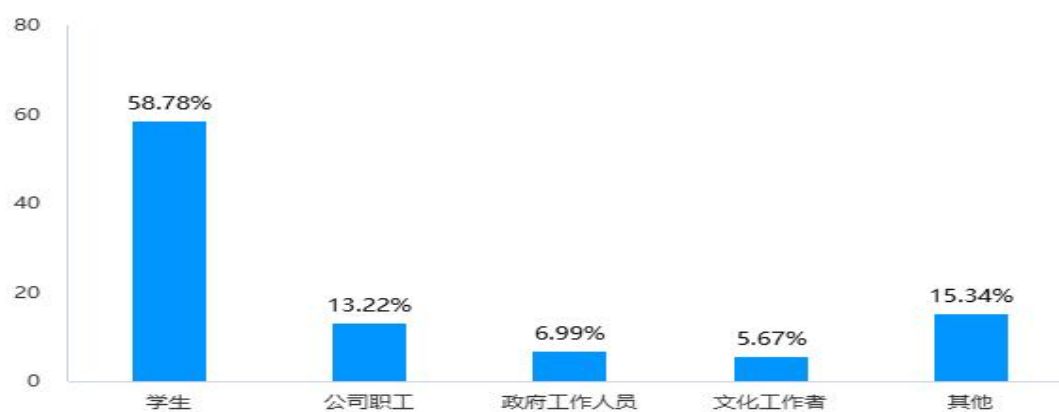


图 2

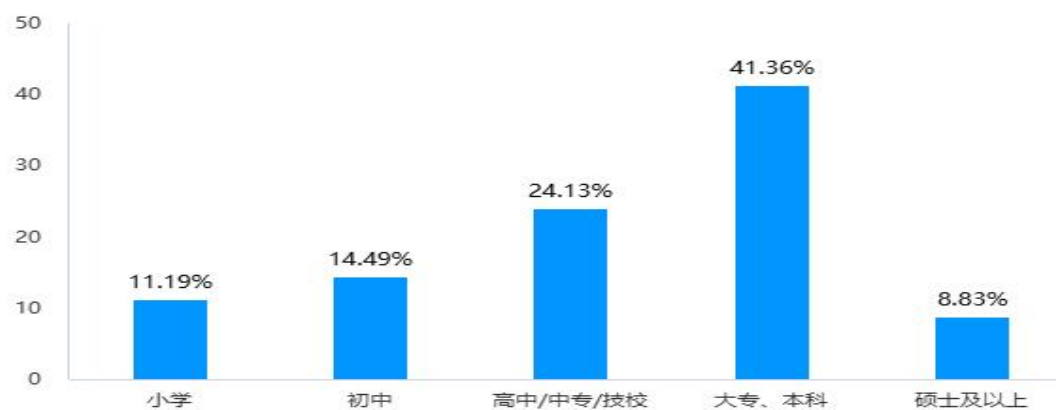


图 3

由上图可知，接受调查问卷的人年龄普遍在 30 岁以下，会让人觉得甲骨文

目前的主力军还是年轻人，甲骨文青春化已经达成，但是在实际调研中，调研团队的人发现，在博物馆中的参观群体中老年与年轻人的比例几乎相同，且大多数学生是以班级等团体的形式参加学校组织的研学活动，并非自愿自发的前来。而造成数据结果与实际体感不符的主要因素是学生团体往往更加乐于参与到问卷调查之中，从而产生了这种偏差。

但是这一现象或许揭示了学生群体内心深处对于传统文化的好奇与探索欲，只是在实际行动转化为持续学习与实践的过程中，还需要更多的桥梁与契机。故而，在目前甲骨文的数字化传播的过程中我们仍然不能松懈，要进一步挖掘和激发年轻群体对甲骨文文化的兴趣与热情的可能性。

3.2 物质基础

物质基础缺乏以及政府的扶持力度有限也是限制汉字文化普及的重要因素之一，甲骨文等非遗的宣传需要大量资金的投入。这个问题去年的调查问卷中就有所体现，在今年甲骨文的数字化传播的调研背景下仍旧有所体现。

以中国文字博物馆为例，重视程度和资金的投入力度仍需进一步提高。馆内外的基础设施建设，比如安检口，停车场地建设等仍然不到位。通过加大资金投入，完善基础设施建设，可吸引游客的到来，促进汉字文化的传播，同时提升博物馆的知名度。

在甲骨文的数字化传播的视角来看，以经费更加充足的殷墟博物馆新馆为例，其着重宣传的数字化体验有些差强人意，其数字化体验包括但不限于甲骨猜字，甲骨动画等，并不算十分创新与出色，甲骨猜猜乐的谜题十分有限该游戏的谜题设计相对单一，数量有限，难以长期吸引并满足不同年龄层次、不同知识背景的观众需求，导致参与热情难以持续高涨。甲骨动画作为另一项数字化亮点，其创意与制作虽不失为一次有益的尝试，将晦涩难懂的甲骨文转化为生动形象的动画故事，但遗憾的是，其播放时间受到了严格限制，仅在特定时段内对公众开放，这无疑限制了观众体验的深度与广度，让许多慕名而来的访客未能尽兴而归，也未能充分发挥这一创新形式在文化传播中的独特作用。

3.3 呈现效果

甲骨文的推广亟需多元化的策略与手段，而每种宣传形式的独特之处，往往会深刻影响并塑造其最终展现效果的丰富层次与显著差异。

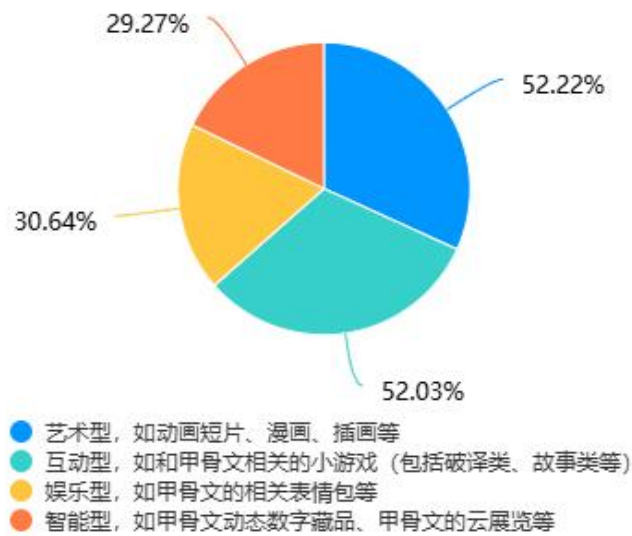


图 4

而根据我们的调研,大家更加想要接触到的甲骨文方面的途径主要是艺术型,(如动画短片、漫画、插画等)和互动型(如和甲骨文相关的小游戏,物华弥新等),对于娱乐型(如甲骨文的相关表情包等)以及智能型(如甲骨文动态数字藏品、甲骨文的云展览等)不算太感兴趣。

会得出这样的结果一来是因为甲骨文本身是一个比较冷门的领域,是有一定门槛的,而我们想要让甲骨文更加贴近大家的生活,被更多的人知道,那必然要想方设法降低甲骨文的入门门槛,故而大众会更加倾向于选择更容易被接受的,更有亲和力的动画以及更加具有互动感的小游戏。因为这些方式不仅让大众有亲和感,更在一定程度上削减了甲骨文的专业性;二来数字藏品、云展览本身就是疫情期间兴起的产物,对于大众来说并不算是熟悉,还算是一个比较陌生的领域,会下意识让人有抵触心理。此外,云展览在一定程度上拉远了大众与甲骨文之间的心理距离,甲骨不是只存在于课本中的知识,是要人亲身体会过后才会有深刻感悟的学科。

而目前我们所接触的表现方式虽然是四种皆有,但前两种还是相对较少,就以中国文字博物馆为例,互动型的表现方式是几乎没有的,尚有不足。

3.4 不同年龄段人们的需求不同

在系统的调研分析下,本研究团队将研究对象依据年龄特征科学划分为四个

群体。而不同年龄段群体在弘扬汉字文化活动形式偏好上也具有差异，对弘扬汉字文化活动形式的需求也各有侧重。

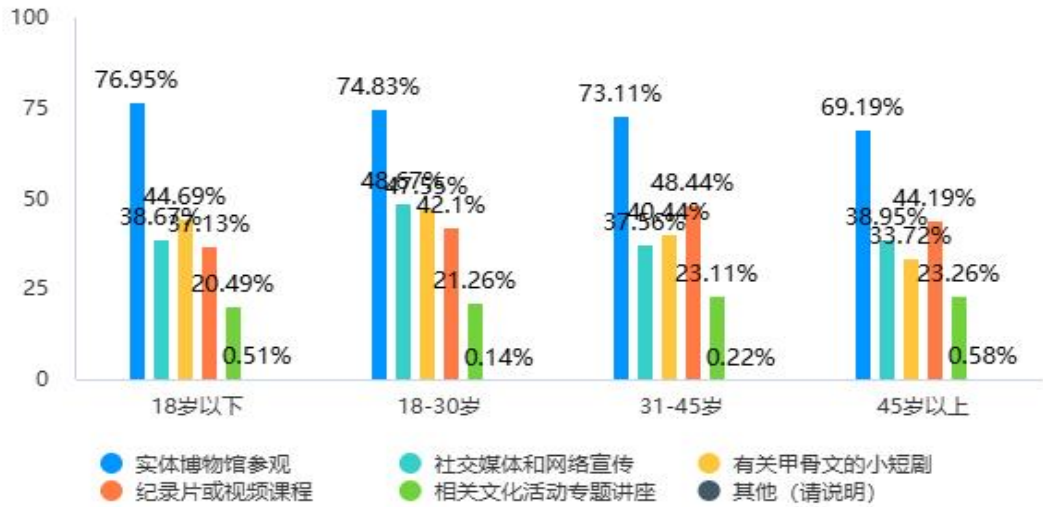


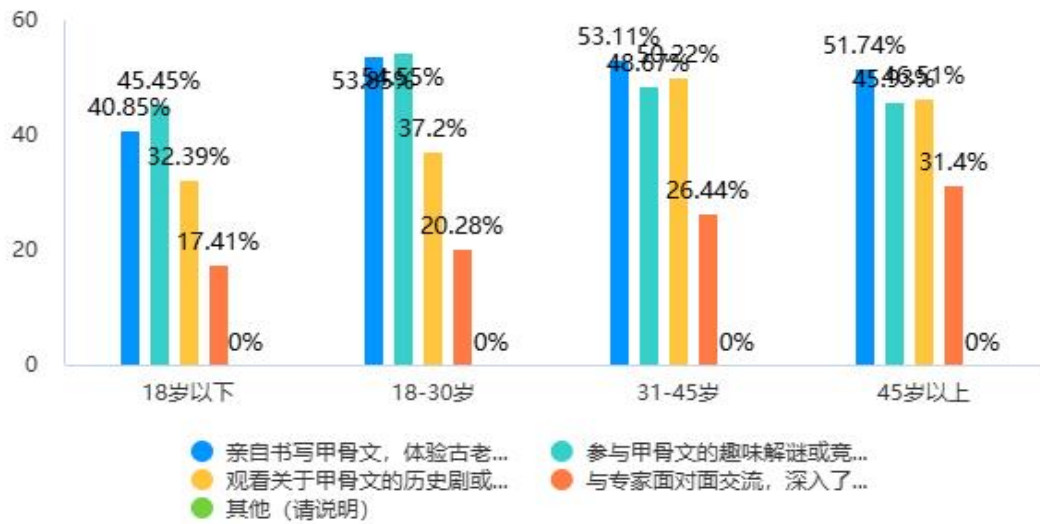
图 5

图示数据深刻揭示了公众在探索与研习甲骨文过程中的路径偏好差异。具体而言，实体博物馆凭借其独特的沉浸式体验与直观性，在众多学习方式中脱颖而出，成为多数学习者首选的考察与学习平台。进一步地，针对 18 至 30 岁这一特定年龄段群体，其偏好显著倾向于社交媒体及网络宣传渠道作为获取甲骨文相关知识的途径。这一现象不仅反映了年轻一代对数字化、网络化学习环境的深度依赖，也揭示了社交媒体在文化传播中的独特影响力与潜力。

在文化传播形式的选择上，年龄因素成为了一个重要的分野。30 岁以下群体倾向于选择情节紧凑、富有故事性的小短剧，这体现了他们对新颖性、趣味性的高度追求，以及通过轻松愉悦的方式接触和学习传统文化的倾向。相比之下，31 岁及以上的人群则更加偏好纪录片或视频课程这类系统性强、内容丰富的资源，这表明他们在学习过程中更注重知识的深度挖掘与广度拓展，体现了对学术严谨性与系统性的尊重与追求。

至于文化讲座这一传统传播形式，虽然其在学术研究与文化传播中占据着举足轻重的地位，但图示数据却揭示了其公众吸引力的相对不足。这一现象促使我们深入反思，如何在保持讲座学术性的同时，增强其吸引力与参与度，从而更有效地推动甲骨文及中华优秀传统文化的传承与发展。为此，我们需要不断创新文

文化传播模式，结合现代科技手段与受众心理特征，打造更具吸引力与影响力的文化传播平台与载体。



如图所展示的数据，为我们提供了一个深入剖析公众对甲骨文相关活动偏好的视角，揭示了不同年龄层在文化接受与传播过程中的差异化特征及其背后的深层动因。

青少年群体（18岁以下）对“甲骨文趣味解谜或竞赛活动”的偏好，反映了该年龄段个体在认知发展过程中对新鲜刺激与游戏化学习的天然倾向，这是心理学与教育学领域关于学习动机与兴趣培养理论的实践印证。这一发现提示我们，在传统文化教育中，应巧妙融入游戏化元素，以激发青少年的学习兴趣与探索欲。

进入青年及中青年阶段（18-30岁），个体对文化体验的需求逐渐由外在的趣味性转向内在的文化深度与广度。他们对“参与甲骨文的趣味解谜”保持一定兴趣的同时，也开始倾向于选择“观看关于甲骨文的历史剧或纪录片”，这一转变体现了认知发展理论中个体对信息处理能力提升与认知结构重构的过程。这一现象促使我们思考如何在文化传播中平衡趣味性与教育性，以满足不同年龄层对文化深度的不同需求。

中老年群体（31岁及以上）对“与专家面对面交流”及“观看历史剧/纪录片”的高兴趣度，则进一步揭示了文化认同与传承中的代际差异与连续性。从社会学与文化心理学的视角来看，这一群体通过专家的引导与影像资料的辅助，不

仅加深了对甲骨文文化的认知，更在代际间构建了一种文化传递的桥梁，体现了文化传承中的连续性与创新性。这一发现强调了专家在文化传播中的关键作用，以及影像资料作为文化传播媒介的重要性。

3.5 群众对甲骨文的认同高，认知低

文化认同是种肯定的价值判断。大众对于甲骨文存在文化认同度高而认知度低的问题。文化认同是个体对文化的共同倾向和趋同性，人们在遵循共同价值理念、遵守定的行为规范、追求共同文化理想的过程中形成稳定的心理结构特征。安阳作为甲骨文的发现地和商城遗址所在地，对于中原文化乃至中华文化的传播都有积极作用，只要人，提起甲骨文无论是安阳本地人、还是河南对于中国人来说都会有无限的认同感。



图 5

如图所示，上图图系基于我们问卷调研中终结性问题的统计分析结果，即“您如何看待甲骨文数字化传播之深远意义？”的回应，通过关键词频统计技术绘制而成。此图不仅直观反映了公众对于甲骨文这一古老文字形态的高度认同感，其频繁提及的关键词犹如纽带，紧密连接着现代语言文化与华夏文明的原始基因，彰显了甲骨文作为中华文明源头活水的不可朽价值。

确实，甲骨文之于中华民族的重要性，早已跨越时空界限，成为民族记忆与

文化认同的基石，其地位不言而喻。然而，反观公众对于甲骨文具具体识读能力的掌握情况，却呈现出显著的认知鸿沟。受限于专业知识普及不足、学习渠道有限等客观条件，甲骨文在多数人心目中仍保留着“艰深晦涩、难以接近”的传统印象，这种认知上的偏差无疑构成了甲骨文广泛传播与深入理解的障碍。

因此，当前社会呈现出一种独特的文化现象：一方面，民众普遍认同甲骨文作为中华文化瑰宝的重要地位，表现出高度的文化自觉与归属感；另一方面，实际认知层面却存在明显短板，即对甲骨文的具体认知与解读能力普遍偏低。这一“认同度高而认知度低”的矛盾现象，凸显了加强甲骨文数字化传播、拓宽公众学习渠道、提升全民文化素养的迫切需求与深远意义。

第四章 措施及建议

甲骨文对于古代历史和文化研究具有重要意义，通过本次实地调研，团队深入了解了甲骨文的起源、研究状况以及在现代社会的传播情况。甲骨文的研究已经取得了一定的成果，但推动其进一步发展传播仍需全社会的共同努力，为增强措施的可行性，将从博物馆、文化工作者和学校三方面进行具体分析，建议如下。

4.1 博物馆

博物馆是文物和历史遗迹的收藏、展示和保护机构，是历史与文化的展示窗口，同时也是将历史文化与公众、社会和国际相连接的重要平台。不可置否，博物馆在推动和弘扬汉字文化的过程中始终扮演着重要的角色。以本次团队调研的实践数据为基础，综合考虑多方因素，提出以下措施建议：

第一，积极响应国家号召，聚焦城市文化定位，打造核心吸引物与文化地标，提升博物馆的知名度。

习总书记在《“十四五”文化发展规划》中明确指出来“贯彻新发展理念，构建新发展格局，推动高质量发展，文化是重要支点，必须进一步发展壮大文化产业，强化文化赋能，充分发挥文化在激活发展动能、提升发展品质、促进经济结构优化升级中的作用。”河南安阳作为世界文化遗产殷墟所在地、世界记忆遗产甲骨文出土地，被誉为“文字之都”，博物馆应该把文化建设放在全局工作的

突出位置，聚焦历史文化悠久这一突出优势，以甲骨文为抓手，在博物馆打造以甲骨文为主题的核心吸引物，例如甲骨拓片、商王占卜塑像群等具象化显示，吸引游客的同时提高博物馆的知名度。

第二，加强博物馆品牌建设与社会责任感，利用社交平台加大宣传，提高汉字文化的国际影响力。

据调研数据显示，近六成游客通过博物馆实地游览和网络与新媒体的渠道了解甲骨文文化，少数人群通过纸质媒介得到了解。由此观之，推动博物馆和社交平台互联互通势在必行。文化价值是社会发展和经济发展的基石，要注重博物馆的品牌建设，自觉树立社会责任感，利用短视频、微博、小红书等新兴 APP 选取大众所喜闻乐见的优秀汉字文化，进一步推广博物馆的文化价值，以此提高汉字的国际影响力。

第三，进一步创新博物馆内设置，积极开发相关旅游与文创产品，带动旅游业发展的同时促进甲骨文创意发展。

团队在实践调研中，发现众多博物院内有文创产品小店、纪念品商店，是诸多游客游览过程中的必经之地。博物馆可以从衣、食、住、行、玩全方面植入甲骨文元素，可以学习借鉴的有很多，例如中国文字博物馆开设有甲骨文咖啡，殷墟新馆内售有甲骨文面条……从甲骨文特色文创到文字小吃，从甲骨文主题酒店到汉字徽章，寓教于乐，让游客在游玩中感受甲骨文的独特魅力。

第四，针对馆内藏品，推动甲骨文数字化展示，增加互动性展览及装置，激发游客学习兴趣。

据数据显示，85%的人群对于甲骨文跨界和数字化传播持赞同态度，认为这些方式不仅仅是时代的发展趋势也更有利于甲骨文的延续与传播。近些年来伴随着经济社会的发展，沉浸式体验和数字化展示越来越多的进入到大众视野，推动甲骨文数字化展示是紧跟时代潮流的必然之举。博物馆可利用虚拟现实技术、5D影院、密室逃脱、沉浸式剧本杀等新奇体验，让游客有身临其境之感，拉动消费转型升级。

4.2 文化工作者

从事于文化行业的工作者在文化传播中扮演着至关重要的角色，担负着发展和繁荣社会主义文化的历史使命。

第一，文化工作者要有过硬的知识储备，应加强集体培训力度，巩固文化专业知识，努力提升文化工作者的个人素养。

对从事文化相关领域的工作者进行集中培训，统一宣讲甲骨文的相关知识，并且以定期抽查的形式巩固专业知识，做到真正的了解甲骨文。

第二，文化工作者要有强烈的社会责任，应自觉树立责任意识，将宣传推广汉字文化的工作内化于心、外化于行。

国家始终要求文化工作要以人民为中心，尊重人民主体地位，保障人民文化权益，把宣传、教育、引导和服务群众结合起来，做到文化发展为了人民、依靠人民、成果由人民共享，促进满足人民文化需求和增强人民力量相统一。文化工作者应积极响应国家号召，自觉树立责任意识，只有发自内心的认同方可让汉字文化发扬光大、让甲骨文事业行稳致远。

第三，文化工作者要有优良的服务作风，不断补齐公共文化服务短板，提高文化服务的覆盖面和实效性。

公共文化服务是实现好、维护好、发展好人民基本文化权益的主要途径，是以人民为中心的发展思想在文化建设中的重要体现。传播汉字文化，需要文化工作者积极以群众需求为导向，推动文化服务更细心更贴心，在提质增效的同时为文化的传播做出更大的贡献。

4.3 学校及相关组织

第一，推动学校与院馆交流，开展博物馆研学活动，实现互联互通。

实践调研期间，博物馆接待了多批来自各地的研学团队，学生和老师调研成为汉字学习和传播的一大主力军。为进一步弘扬甲骨文，应从学校这一教育教学机构为突破口，建立学校与博物院互联互通、长期合作机制，增加优质供给；研学不能游离教育本位，在实践中探寻历史脉络，在活动中感悟文化底蕴，真正让师生做到“读万卷书，行万里路”。

第二，传播汉字知识，营造良好氛围，让甲骨文融于校园生活。

孔子曾言：“知之者不如好之者，好之者不如乐之者”，诚然，只有发自内心的热爱才可以长久的坚持。学校的教育不论出于怎样的动机，其结果都会对特定社会的形成、维护或强化有所“贡献”。^[4]要推进中华优秀传统文化融入校园文化，将汉字知识贯穿于校园生活的方方面面，小到标语告示，大到课本讲授，全

方位激发学生兴趣；积极建设优良学风，充分发挥师生的主观能动性，营造学习和弘扬汉字文化的浓厚氛围。

总结

乘势而上千帆竞，策马扬鞭正当时！2022年习近平总书记到安阳殷墟进行考察，再次强调“中国的汉文字非常了不起，中华民族的形成和发展离不开汉文字的维系”，这为我们坚定文化自信提出了更高的目标和要求，更为我们传播汉字文化魅力、弘扬中华民族优秀传统文化指明了方向。在新媒体时代背景下，汉字文化的传承与发展面临着新的机遇与挑战。通过此次调研，团队进一步了解了人们对弘扬汉字文化活动内容与形式的满意程度以及游客们的意见和建议，发现了甲骨文的跨界融合和数字化传播过程的不足并尝试提出相关解决措施，从而为如何在新媒体视野下更好地弘扬汉字文化，让汉字文化得到更好地发展提供了思路，实现对甲骨文化的保护、研究、传承和活化。通过新媒体技术的应用，结合传统与现代的教育方式，以及政府、学校和社会各界的共同努力，可以更好地传承和发展汉字文化，增强人民群众的文化自信，让汉字文化在新时代焕发新的活力。

参考文献

- [1] 刁常宇, 刘建国, 邓非, 耿国华, 周蓬勃, 何捷, 王超群, 马昭仪, 杨红, 杨晨. 笔谈：数字化为文明赋彩——文物和文化遗产数字技术应用现状与实践路径[J]. 中国文化遗产, 2024(02):4-22.
- [2] 赵银平. 文化自信：习近平提出的时代课题[J]. 理论导报, 2016(8):7-9.
- [3] 习近平. 习近平致甲骨文发现和研究120周年的贺信[C]. 商务印书馆, 语言生活皮书——中国语言文字事业发展报告(2020)[商务印书馆], 2020. 15. DOI:10.26914/c.cnkihy.2020.067933.
- [4] 吴康宁. 学校究竟是什么——重申学校的社会属性[J]. 教育研究, 2021, (12):14-21.

附录

关于甲骨文的跨界融合及参观满意度的调查问卷

尊敬的市民朋友们：

您好！非常感谢你能参加本次调查活动。我们来自安徽师范大学，为了解不同年龄段人群对甲骨文的跨界融合和数字化传播的认识程度及相关建议，为有关部门设计促进汉字文化的保护与传承的政策与活动提供科学依据，特设计此次调查问卷。

本次调查以不记名方式进行，所有个人资料均以统计方式出现，我们会悉心保护您的个人信息，请根据实际情况填写。请在每个问题的选项序号上画“√”，或在空白处填答。

感谢您的支持与配合，祝您生活愉快！

1. 您的性别？

①男 ②女

2. 您的年龄？

①18岁以下 ②18-30岁 ③31-45岁 ④45岁以上

3. 您的文化程度？

①小学 ②初中 ③高中/中专/技校 ④大专、本科 ⑤硕士及以上

4. 您的职业？

①学生 ②公司职工 ③政府工作人员 ④文化工作者 ⑤其他

5. 您是从哪些渠道了解甲骨文相关文化的？（多选题）

A. 政府或民间举办展览活动

B. 互联网平台（甲骨文动画短片、网络视频、APP或小程序等）

C. 电视节目，新闻媒体，纪录片

D. 博物馆，文化馆，民俗馆，手工艺馆等

E. 报纸，杂志，书籍

F. 其他[请说明]_____

6. 您更倾向于通过哪种方式了解和学习甲骨文文化？（多选）

A. 实体博物馆参观

B. 社交媒体和网络宣传

- C. 有关甲骨文的小短剧
 - D. 纪录片或视频课程
 - E. 相关文化活动专题讲座
 - F. 其他：[请在此区域内作答]
7. 您对甲骨文跨界或数字化传播有什么看法？
- A、赞同，这些方式有利于甲骨文的延续与传播
 - B、不赞同，这些方式有时可能会本末倒置，忽略了甲骨文本身
 - C、这些方式是时代发展的必然趋势
 - D、其他【请说明】
8. 您比较喜欢甲骨文哪种跨界或数字化传播？（可多选）
- A. 甲骨文表情包
 - B. 甲骨文拟人化
 - C. 甲骨文与网络热梗
 - D. 甲骨文文创
 - E. 其他【请说明】
9. 您认为哪些方式能够有效活化甲骨文文化的传承？
- A. 创新艺术形式
 - B. 与现代科技相结合（如 VR，AR 等）
 - C. 与旅游业相结合
 - D. 文化活动、文物展览、相关比赛等
 - E. 社交媒体推广
 - F. 与商业品牌合作
 - G. 其他[请说明]_____
10. 博物馆在推广甲骨文时注重与其他非遗文化的联动与融合，您认为可以如何实施？
- A. 举办非遗文化联展，展示甲骨文与其他非遗文化的关联
 - B. 开发甲骨文与其他非遗文化结合的文创产品
 - C. 邀请非遗传承人共同进行甲骨文文化的传承与展示
 - E. 在研学活动中融入多种非遗文化元素

F. 其他：[请在此区域内作答]

11. 如果您有机会参与中国文字博物馆的甲骨文展览及相关活动，您最希望体验哪种形式？

- A. 亲自书写甲骨文，体验古老文字的魅力
- B. 参与甲骨文的趣味解谜或竞赛活动
- C. 观看关于甲骨文的历史剧或纪录片
- D. 与专家面对面交流，深入了解甲骨文文化

12. 您觉得应该如何将甲骨文文化纳入学校课程或研学活动中？

- A. 开发甲骨文文化相关的教材或课程
- B. 组织学生参观博物馆并进行实践活动
- C. 邀请博物馆专家到学校进行讲座或工作坊
- D. 设立甲骨文文化研学项目，鼓励学生深入研究

E. 其他：[请在此区域内作答]

13. 您对以下哪种类型的甲骨文文创产品更感兴趣？（至多 2 个选项）

- A. 艺术型，如动画短片、漫画、插画等
- B. 互动型，如和甲骨文相关的小游戏（包括破译类、故事类等）
- C. 娱乐型，如甲骨文的相关表情包等
- D. 智能型，如甲骨文动态数字藏品、甲骨文的云展览等
- E. 其他（请注明）

14. 您对中国文字博物馆三个场馆中的各项环境智能设施体验如何？

- A. 体验非常好，能满足游客的需求
- B. 体验良好，仍有细节需要完善
- C. 体验一般，但仍有改进的空间
- D. 体验较差，不能满足来访者的需求

15. 您认为在推广甲骨文文化时，博物馆应如何增加服务方式，让游客深度认识甲骨文

- A. 利用 AR 技术重现甲骨文书写场景
- B. 开发甲骨文主题的互动游戏或应用
- C. 通过社交媒体直播甲骨文解读过程

- D. 创建甲骨文文化主题的虚拟现实体验馆
 - E. 其他：[请在此区域内作答]
16. 您认为数字化甲骨文可以通过以下哪种途径提高关注度？
- A. 在互联网上发布甲骨文相关创作活动，吸引网民参与
 - B. 根据消费者喜好，推出殷商人物系列 IP 形象
 - C. 与热门 IP 联动，提高甲骨文的关注度
 - D. 将甲骨文同殷商历史相结合，用好故事吸引人们
 - E. 其他（请注明）
17. 你认为甲骨文的创新与传播有何意义？
18. 您认为哪些行业或领域能够有效推动甲骨文的现代化传播，提高大众对甲骨文的学习兴趣？