

数字时代央视春晚的文化记忆与创新表达

范志忠^{1,2}, 仇 璜^{1,3}

- 浙江大学传媒与国际文化学院, 浙江杭州 310058;
- 浙江传媒学院华策电影学院, 浙江杭州 310018;
- 浙江大学传媒实验教学中心, 浙江杭州 310058)

摘要:近年来, 央视春晚在数字化进程中持续探索与尝试现代传播技术和数字制作技术, 以“再媒介化”为手段, 对独具地域特色或民族风情的传统文化符号加以展映。由此, 传统文化在数字时代被赋予了欣欣向荣的全新面貌, 并鲜活地“嵌入”了大众的社会生活, 重新激活了大众的“文化记忆”与“集体记忆”, 唤醒了人们对民族身份的自豪感与现代性认同。

关键词: 数字时代; 央视春晚; 文化记忆

中图分类号: J93

文献标识码: A

文章编号: 2096-8418 (2024) 03-0106-08

数字时代, 数字技术改变了影像的生成方式。“照相现实主义的制作美学正和虚拟现实主义的制作美学相融合”^[1], 从而把影像的奇观化制作推向了一个前所未有的新境界, 极大地拓展了影像艺术的审美表达空间。在日益广泛的数字化进程中, 央视春晚展现出对前沿媒介技术的敏锐洞察, 不断探索以数字技术来重塑传统文化、激活集体记忆。比如, 2022年春晚中的《只此青绿》《忆江南》, 2023年春晚中的《满庭芳·国色》, 抑或2024年春晚中的《山河诗长安》《年锦》。一时间, “青绿腰”“中国色”“传统纹样”“诗歌”等关键词, 重新“嵌入”大众的日常生活, 成为全民热议的话题。

一、虚实相生的审美表达

近40年来, 央视春晚已经成为全民共享的“新民俗”, 以“天涯共此时”的姿态, 凝聚着全体华人的文化认同。与此同时, 高度程式化的编排风格, 又使央视春晚的创新成为一大难题。有学者曾评论:“超级节目春节联欢晚会有着艺术上的局限性。在整个民族欢庆的日子里, 电视节目限定在节日喜庆、团圆的内容。演员要选最好的, 节目要选最精的, 再富饶的矿藏也经不住无休止的开采。这种文艺形式的表现力已经被挖掘得差不多了。”^[2] 这一观点, 阐明了近年来央视春晚遭遇创新危机的重要原因。不过, 媒介技术的演进并不是静态的, 电视观众的审美趣味也处在动态的变化中。这就为央视春晚突破自身的创作局限, 也为更好地呈现传统文化提供了一条路径。换言之, 即使大众对春晚的文化记忆依旧, 新的媒介技术也能够通过赋予其新的审美表达, 从而带给观众新的审美感受。

杜夫海纳认为, “艺术作为审美体验的一种结构性活动, 总是同人的活动及其技术联系在一起的”^[3]。回顾虚拟制作技术介入央视春晚创作的历程, 技术的进步, 使得影像正在从传统的、以再现现实为主导的路径, 逐渐转向现代的、以创造愿景为主导的全新视觉神话之中。

早在1978年, 苏联研究者 Eugene L. 就曾提出过“电子布景”的概念, 称“未来的电视节目制作可以在只有人员和摄像机的空演播室内完成, 其余布景和道具都由电子系统产生”^[4]。进入21世纪,

虚拟制作技术的迅速发展,使“电子布景”的视觉神话逐渐成为现实。在我国,2009年被称为“高清元年”^[5],高清信号、大屏电视的迅速普及改变了广大电视观众的视觉审美习惯。以此为契机,春晚在视觉呈现上迎来重要拐点。2010年,在《阿凡达》所掀起的3D潮流下,“3D全息舞台”^[6]成为引入央视春晚的重要技术和艺术概念。由500根可移动立体视频柱组成的舞台,搭配数字技术制作的画面素材,为不同类型的节目创造出千变万化的舞美效果。比如,在歌舞节目《荷塘莲语》中,演员们穿戴着荧光服装,身后的LED大屏上同时出现姿态各异的数字荷花动态影像,令人心醉。2012年春晚舞台上,虚拟制作技术成为平衡“节俭要求”与“创新需求”的重要手段,在《万物生》《叫一声爸妈》《因为爱情》等多个节目中,传统的实景舞美装饰被数字化制作的虚拟景观所替代。这种简约而空灵的舞台质感,也延续到了2013年春晚的《风吹麦浪》《春暖花开》等节目中。

2015年,虚拟主持人阳阳首次出现在春晚上,昭示着央视春晚中虚拟制作技术的新一轮提升。同年,在《蜀绣》节目里,歌手李宇春借助全息投影技术,实现了表演者在春晚舞台上的首次“分身”。2021年,李宇春再次登上央视春晚,在虚拟制作技术的加持下,以歌曲“拼搭”时装走秀的创意节目《山水霓裳》在5分钟的时间内,由43位模特展示了59套以中国服饰特色为设计元素的时装。李宇春在节目中用“一秒切换”的梦幻变装,呈现了18套时装造型。观众们在欣赏服装之余,也跟随着表演者们不断穿越山水、湖泊、丛林、沙漠、麦田、天坛等景观。

在2022年的央视春晚中,虚拟制作技术与传统文化进行了更深层次的互动。在《忆江南》节目里,《富春山居图》被拆分成近200个元素,通过虚拟制作重新组合,营造出了画卷中的世界。当《富春山居图》作为节目背景徐徐展开,山水浓淡重叠,树石疏密错落,让观众沉浸在中国传统山水画的意境里,带给观众“人在画中游”的审美体验。

《富春山居图》不仅为节目提供了视觉上的创意元素,还为节目凝聚文化上的价值提供养分。比如,在中国绘画传统中,山水画中的点景人物大都形象简略,且因附力于山水画中,有时不被观者注意到。但这些点景人物往往生意盎然,富有生活情趣,凝聚着画家精神世界的心灵追求,《富春山居图》中就隐藏着八位神态迥异的人物。于是,在《忆江南》中,濮存昕、李立群、阿云嘎等八位来自海峡两岸的艺术家,化作画中人物,遵循《富春山居图》画卷从右至左的观赏顺序,移步换景,让八位人物依次登场。由此,《忆江南》通过“以人演画”,在荧屏上实现了“山水画”的人格化。除此之外,《忆江南》还包含着一种深远的时代期望。众所周知,历史上《富春山居图》曾被一分为二。如今,这一传世名作中的《剩山图》藏于浙江省博物馆,另一段《无用师卷》则藏于台北故宫博物院。《富春山居图》辗转数百年的命运,反映了两岸同胞在特殊时局被迫分离的历史。但海峡天堑无法切断中华民族共同的文化认同,更无法阻隔同为中国人的血脉相连。作为紧紧联系海峡两岸的文化符号,《剩山图》与《无用师卷》在《忆江南》中合为一体。当《无用师卷》中的七个人物吟诵着唐诗宋词、唱着江上曲,缓缓走向《剩山图》,每个中国人心中对台湾回归的盼望得以吐露。应该说,从《富春山居图》所描绘的一河两岸,到《忆江南》中包含的两岸合一,取材于富春江两岸山水景色的《富春山居图》在当下的时代意义是“合二为一”,而《忆江南》最深刻的内涵也正在于对回归的期望。

用前沿的技术创新来表达深刻的人文底蕴。近年来,央视春晚不仅在虚实相生的过程中形塑着新的审美表达,还唤醒了电视观众的关注热情,让传统文化焕发出新的活力,成为鲜活的时代注脚。

比如,2024年在央视春晚西安分会场惊艳亮相的《山河诗长安》节目,第一次运用了动画AR的手段和真人实景交互。这也是7分多钟的节目中,技术含量最高、难度最大的创新点。数字化的技术手段,让曾经繁华的长安与如今繁荣的西安,以诗歌为媒介实现了“梦幻联动”。当张若昀吟诵“今人不见古时月,今月曾经照古人”时,李白便自然流畅地接起“古人今人若流水,共看明月皆如此”。节目在视觉技术与传统文化“一虚一实”的融合层面,将跨越古今的“对诗”演绎得富有故事性,更具感

染力，也赢得了观众们的喜爱。

“技术是由人发明的，技术的人文关怀是人类发明技术的初衷”。^[7]显而易见的是，近年来在央视春晚舞台上，虚拟制作技术的应用与对传统文化的传承，使央视春晚的节目创作呈现出一种虚实相生的审美表达。

与此同时，传统文化与媒介技术革新的互动关系，也为我们带来双重启示。一方面，一些有着特殊面貌和形式的传统文化，对日常生活而言是较为陌生的存在，媒介技术的革新扮演着激活与留存传统文化的角色，为其重新走进大众视野创造了新的路径与形式。另一方面，媒介技术尽管能够带来震撼、刺激的视听体验，但究其特征“类似于一个可以不断地剥下去的洋葱，在剥了一层之后，总是会有不断更新的洋葱皮要剥（类似新一代的技术）”^[8]。于是，传统文化又为媒介技术提供重要的内容资源，使其避免陷入“疲于奔命”的“生死时速”之中。

二、传统文化的再媒介化

在创造文化、传播文化、理解文化的能力为少数人掌握的时代，文化总是体现出一种来源于日常生活而又高于日常生活的超越性。因此，历史语境中的传统艺术，尤其是所谓高雅艺术，大都局限在少数拥有较高经济能力、文化层次、欣赏能力的社会群体中。

传统文化的历史，影响并约束着传统文化的当下甚至未来。在传统文化面对走向“小众化”还是“大众化”的时刻，现代传播技术和数字制作技术的应用与普及，为传统文化的“大众化”创造了契机。在此基础上，央视春晚通过“再媒介化”的手段，使传统文化以从未有过的面貌，鲜活地嵌入我们的社会生活。

传播学家延森曾提到：“在媒介和传播研究领域，一个常见的术语是‘再媒介化’，它通常指新媒介从旧媒介中获得部分的形式和内容，有时也继承了后者中一种具体的理论特征和意识形态特征”^[9]。这一理论的重要阐释者博尔特和格鲁辛认为，“如果一个媒体‘画地为牢’式封闭发展，将逐渐僵化并丧失创新力，最终被淘汰。但它可以通过‘再媒介化’借用其他媒体的资源和灵感，获得新的意义。因此，‘再媒介化’是一个媒体在另一个媒体中的再现，它是一种改革，目的是重塑或重建其他媒体”^[10]。简言之，新媒介建基于旧媒介之上，并通过“再媒介化”所创造的新“意义”使旧媒介获得新的“生机”。

这样的思路，广泛存在于近年来央视春晚对传统文化的呈现中。

在2022年的春晚节目《行云流水》中，中国传统武术就与中国当代城市景观实现了一次颇有趣味的“混搭”。三位青年太极冠军分别登上318米高的重庆联合国际大厦、320米高的上海白玉兰广场楼顶和454米高的广州“小蛮腰”塔，为观众们带来精彩的太极展示。节目中，武术代表的传统与都市代表的现代、太极推拿代表的“柔”与钢筋水泥代表的“硬”，在镜头的来回切换间不断碰撞。

节目导演张异凡在谈及节目创意时提到：“我们一想到武术，就会想到像电影《卧虎藏龙》一样，人在竹海、云端的‘飞翔’，而这次我们的武术节目，将三位太极冠军安排在三座最具活力现代化城市的高楼之上……云雾环抱，楼宇犹如钢铁竹林，三位太极‘高手’在此间腾挪起武。观众能够看到传统和现代之间的碰撞”^[11]。由此，太极所包含的和谐共生观念，被置入现代都市的语境中。而为了展现出太极“一呼一吸”的独特质感，节目拍摄时大量使用了电影级别的4K画质及1000帧升格来记录表演者们的“一招一式”。而为了展现现代都市的雄壮质感，大量由无人机、穿越机捕捉的画面也被融入节目中。

对国人而言，这种传播学视野下的“再媒介化”思路或许有些陌生。但与之异曲同工的观念，一

直存在于中国艺术创作的傳統之中。钱鍾书曾在《中国诗与中国画》^①一文中论述了诗和画两种媒介之间的关系。他提到:“一切艺术,要用材料来作为表现的媒介。材料固有的性质,一方面可资利用,给表现以便宜。而同时也发生障碍,予表现以限制。于是,艺术家总想超过这种限制,不受材料的束缚,强使材料去表现它性质所不容许表现的境界。譬如,画的媒介是颜色和线条,可以表示具体的迹象;大画家偏不刻画迹象而用尽来‘写意’。诗的媒介材料是文字,可以抒情达意;大诗人偏不专事‘言志’,而要诗兼图画的作用,给读者以色相。诗跟画各有跳出本位的企图。”^[12]正是诗、画这种跳出本位的企图,催生了新的艺术媒介——诗画作品。

何止是诗与画,在数字技术极大丰富媒介形态的当下,其他的艺术形式也保留着打破原有媒介限制的渴望。比如,同样出现在2022年央视春晚中的《只此青绿》,就是舞蹈、书画、音乐等艺术形式结合,彼此提供新力量的一次创作呈现。在绘画史上,北宋王希孟所画《千里江山图》,可谓中国青绿山水画的巅峰。年仅十八岁的王希孟将对绘画的全部热情倾注在对江南山水的浪漫遐想中,造就了《千里江山图》里江河湖泊的烟波浩渺、一碧万顷与山川峰峦的奔腾起飞、绵延千里。而《只此青绿》中的舞者们,则用“静待”“望月”“落云”“垂思”“独步”“险峰”“卧石”等舞姿,模仿与再现了画中的群山、飞瀑,甚至青绿色彩。

如果说舞台剧《只此青绿》本身就是对《千里江山图》的“再媒介化”,那么登上春晚舞台的舞蹈《只此青绿》就是对舞台剧《只此青绿》的再度“再媒介化”。在登上春晚舞台前,《只此青绿》作为舞台剧已经在全国巡演半年之久。2022年春晚负责该节目的副总导演邹为称,“电视化的呈现是我们对这个舞台作品进行二度创作的重要课题”。^[13]而虚拟制作技术成为该节目最核心的“再媒介化”手段。一方面,节目为了在视觉中强化镜面反射效果,使用了“次世代”4k超高清实时渲染系统。它可以达到实时动态的效果,舞蹈演员的舞蹈动作可以实时在虚拟水面中呈现,更好地让“天人合一”的思想视觉化、舞台化。另一方面,为了呈现峰峦叠嶂的效果,借助虚拟制作技术,节目在不同景别中,都叠加了云雾质感的视觉效果。当舞蹈演员穿梭其中,就形成了人画交融的美学意境。

借助数字技术,央视春晚完成了对《千里江山图》的“再媒介化”,由画到舞再到节目,对美的呈现触达观众,调动起中国观众骨子里跃动的传统文化基因,让传统文化完成了一次面向大众的传播。

有学者曾提出:“我们不能仅仅满足于对传统文化的传承与保护,只有不断地创新才能持续地激发传统文化的活力。”^[14]因为“‘文化’之‘化’除了润物无声的‘感化’‘教化’‘净化’,更有与时俱进的‘优化’‘变化’‘进化’之意”^[14]。从央视春晚对传统文化的这一呈现策略来看,不论是传播学视角下的“再媒介化”改造,还是艺术创作中的“出位之思”,其目的都是为了赋予传统文化更多的“韵外之致”,使其在新的媒介环境中焕发新生。

类似的舞台呈现在近年来的传统文化类电视节目中并不罕见。数字技术在戏剧化演绎、解说式阐释的基础上,还为传播传统文化提供了更为灵活的呈现方式。而这些方式往往能够突破阶层限制,使传统文化能够重新“嵌入”大众日常生活。

借用法国学者布迪厄在20世纪70年代提出的“文化资本”概念,在他看来“‘文化’只是一场竞赛,其中不同的阶级在用他们自己的美学品位来与其他阶级区隔开来”^[15]。换言之,因为知识、修养等文化资本背后隐藏着大量时间和财富的积累,所以文化资本成为不同阶级间形成区隔的一种形式。书籍、绘画、古董等物质性文化财富则是文化资产的物化状态。

^① 该文首刊于1940年第6期《国师季刊》第1—8页。后凡易其稿,先后刊于《责善半月刊》1941年第2卷第10期、1947年《开明书店二十周年纪念文集》、《中国社会科学院研究生院学报》1989年第1期、2002年《七缀集》等,各版内容均有调整。本文援引自1947年《开明书店二十周年纪念文集》。

但这种结构并非一成不变。显然，数字时代的媒介环境具备打破这种阶层与区隔的潜力。如今，在电视、电脑、智能手机等媒体的众声喧哗中，大众有了接触更多文化的可能，数字技术也让传统文化有了更有利的传播空间。通过央视春晚我们也能看到，在传统文化的大众化过程中，高雅的艺术走下庙堂，走入大众生活，这本身就意味着传统文化开始被社会大众触及、接受，昭示着传统文化从小众关注走向了大众繁荣。

三、集体记忆与现代性认同

20世纪20年代，法国学者哈布瓦赫提出了“集体记忆”理论。他认为，“集体记忆是在一个由人们构成的聚合体中存续着，并且从其基础中汲取力量，但也只是作为群体成员的个体才进行记忆”^[16]。简单来说，个体的回忆、记忆，不仅是个人的，也是社会的；个体会在社会中获得并塑造集体记忆，并在与其他个体或群体交流集体记忆时获得认同。

“集体记忆”的概念，从一个角度阐释了人类文明得以延续和人类社会得以凝聚的机制。但这一机制，在现代社会中遭遇了危机。这一危机的底层体现为，在现代性理念的加持下，人实现了对自身力量的发现与自我意识的觉醒。这一方面不断张扬了个体的价值，但另一方面也形成了价值多元的困境：“不仅人与人之间在自我认同上有差异，而且一个人在不同的时间和场合对自我也有不同的认同”^[17]。而危机的表层，则体现为数字时代人类生存的碎片化。这既意味着现代生活充满瞬时性、无序性和流动性，也意味着“对人的传统本体论的规定从确定与完整走向了瓦解与分裂”^[18]。其后果是，“在历史上没有任何一个时代像当前这样，人对于自身如此地困惑不解”^[18]。于是，身份危机成为现代社会中个体遭遇的最大危机，每个人都面临着如何在现代社会中重新找到自我定位，如何认同自我身份的问题。

“文化记忆”为化解身份危机提供了认识论和方法论上的思路。通过对“集体回忆”^①形式的细分，德国学者扬·阿斯曼提出了“交往记忆”和“文化记忆”的概念。前者“通过与他人交往产生”^[19]，且“随着它的承载者而产生并消失”^{[19](44)}。换句话说，承载者的死亡也意味着这份“交往记忆”的消亡。相比之下，“文化记忆”则是摆脱了日常且超越了个体间交流的记忆。在扬·阿斯曼看来，“文化记忆展示了日常世界中被忽略的维度和其他潜在可能性，从而对日常世界进行了拓展或者补充，由此补救了存在在日常中所遭到的删减”^{[19](52)}，其主要媒介为“被固定下来的客观外化物；以文字、图像、舞蹈等进行的传统的、象征性的编码及展演”^{[19](51)}。即使在无文字社会，集体成员也能够通过参加区别于日常且定期重复的节日或仪式，来获取“文化记忆”。如此，巩固认同的知识便得以传达，文化意义上的认同的再生产也得以延续。

就此而言，以“文化记忆”的形式来应对“集体记忆”的消亡，普遍存在于人类历史中。值得关注的是，央视春晚在展演传统文化符号，重新激活大众“文化记忆”与“集体记忆”的过程中，数字技术成为愈发常见的节目创意手段。

我们观察到，自2017年《关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见》实施以来，越来越多在历史上“秘不示人”或“流失海外”的“国宝”，透过央视春晚与普通观众见面。比如，2018年央视热播栏目《国家宝藏》曾首次以节目形式登上春晚舞台。节目中，流失海外80余年的《丝路山水地图》在舞台上徐徐展开。2021年，在央视春晚的《国宝回家》节目中，国宝“天龙山石窟佛首”迎来回归后与祖国观众的首次见面。2022年，央视春晚通过特别节目《三星堆文物现场发布仪式》，向全国观众展示了三星堆青铜大面具。这件国宝，是目前世界上已知最大的青铜面具，距今已有3000余年的

① 在北京大学出版社2015年出版的《文化记忆》一书中，第一章第二节标题为“集体回忆的形式——交往记忆与文化记忆”，故此处也使用“集体回忆”。

历史, 此次展示也是其修复后的首次公开亮相。

不过, 对央视春晚而言, “国宝”既是可供开掘的节目资源, 也是节目编排时不得不面对的难题。因为, 要将“国宝”所凝聚的充满诗性的传统文化意蕴, 改造为面向大众传播的节目内容, 就需要转化的策略和手段。值得注意的是, 在调用与诠释的过程中, 央视春晚开始借助数字化手段, 将节目式的机械“陈述”, 转换为富有现代意义的生动“演绎”。

比如, 2022年的春晚在展示三星堆青铜大面具后, 就通过创意舞蹈《金面》, 带领观众完成了一次前往古蜀国的穿越体验。该节目以剧情化的手法, 讲述了一位当代少女在博物馆与青铜大面具相遇, 由此穿越古蜀, 并邂逅金面少年的浪漫故事。在数字技术的加持下, 节目将观众所陌生的古蜀文化, 以浪漫的想象转译成了具有现代意义的爱情叙事。

凝聚“集体记忆”的另一种策略, 是从多元的传统文化中调用、融合不同地域或民族的符号语言, 创造出新的“现场”。

众所周知, 我国幅员广袤、民族众多, 东西南北不仅存在地理与气候的差异, 也存在文化与习俗的区别。如何将多样的文化元素, 糅合到央视春晚这一建构集体记忆的重要媒介中, 成为创作者们不断探寻的答案。

以往, 受到电视直播技术的限制, 央视春晚大都在位于北京的“一号演播厅”内举行。近年来, 在媒介技术不断成熟的前提下, 央视春晚也在不断探寻走出北京的“新玩法”。其中, 分会场直播的设置, 就是一种有效的策略。

在央视春晚历史上, 1996年、2002年曾出现过分会场直播的设置。随后, 从2016年开始, 这一形式回归春晚并延续至2020年。疫情结束后, 分会场直播的设置于2024年春晚中再度回归。

与在一号演播厅内的直播场景不同, 演播厅以外的“现场”就像是一种邀请, 为观众创造了想象性“在场”的机遇, 带领观众进入孕育传统文化的特定空间中, 去了解和感悟历史, 进而完成对集体记忆与现代性认同的重塑。

按照传播学者约书亚·梅罗维茨所建构的“媒介情境论”概念, “地点和媒介共同为人们构筑了交往模式和社会信息传播模式。地点创造的是一种现场交往的信息系统, 而其他传播渠道则创造出许多其他类型的场景”^[20]。也就是说, 场景也是一种信息系统。需要注意的是, “场景理论中的‘场景’, 与‘在场’中的‘场’含义基本一致。……场景就是一种社会空间、一种社会景观, 它是设施、组织、机构、活动等的总成”^[21]。那么, “在场”就可以理解为处在特定的信息系统之中。而春晚通过分会场直播让观众们经历的, 正是这样一种想象性的“在场”。

2024年, 央视春晚分别设置了辽宁沈阳、湖南长沙、陕西西安、新疆喀什四个分会场。以新疆喀什分会场为例, 喀什曾是古丝绸之路上的必经之地, 更是今天中国向西开放的重要窗口。

“新疆八分钟”的亮点之一, 是独具特色的欢庆空间。喀什古城是世界上现存规模最大的生土建筑群之一。整座古城高墙窄巷, 建筑高低不一、错落有致。导演组在喀什采风时发现, 生活在当地的维吾尔族群众, 有在屋顶分享美食、载歌载舞的习惯。换言之, 屋顶已经成为古城居民生活区域的一部分, 成为承载与展现当地民众生活气息的重要“场景”。于是, 分会场导演组将喀什古城中的13座屋顶, 打造为主舞台之外的“小舞台”。不过, 要实现主舞台与“小舞台”互动融合、交相辉映的绚丽效果, 就需要“点亮”整座古城。由此, 灯光照明成为主创团队需要解决的现实问题。考虑到古城庞大的空间, 为了满足照明要求, 灯光团队从北京运来了1500余套灯具, 同时对原有的20000余套古城亮化灯具进行了调控。

值得注意的是, 为了提高控制效率、实现更惊艳的灯光效果, 规模庞大的灯具中, LED光源灯具占比达到了95%。这些新型灯具有效地辅助了特殊光效的设计, 比如数码造型的门框、背景的墙面等。

与晚会现场的舞蹈编排、音乐转换、多媒体影像有机结合，呈现出流光溢彩的梦幻场景。也为舞台背景区域每幢建筑的亮化效果进行了提升，进一步强化了喀什古城建筑与舞台梦幻建筑的层次感与立体感。同时，这一庞大的灯光系统践行了低碳环保理念，所使用的电能实现了百分之百绿电。

依托数字照明设备与数字照明技术，喀什分会场的舞美设计通过实景与虚幻、传统与现代的融合，构建起历史、现在与未来多维交融的立体空间。“艺术+科技”让喀什古城焕发出令人惊艳的绚丽光彩和生命活力，刷新了人们对新疆的印象与认知。

正如喀什分会场表演歌曲《千里万里》歌词中所提到的，“故乡千里万里，亲人待我欢聚”。春晚的分会场直播设置，提供了一种不在现场的“在场”体验，“这是一种想象的现场或重构的现场，人们坐在电视前观看节目，如同亲临事件现场”^[22]。更为重要的是，“这时媒介所提供的‘场’被一个个孤立的场所所占据，家庭空间成为人们体验在场感的主要场所，……这些孤立的场所又会因为共同的电视观看行为以及由此所引发的想象而形成一种巨大的共同体”^[22]，由此重新凝聚起大众的集体记忆与认同。

上述阐释为我们带来两重新认识：第一，当带有地域特色或少数民族色彩的符号语言被编入到春晚这场国家仪式时，来自民间的符号、仪式就和国家仪式完成了一次双向互动。一是民间符号通过成为国家仪式的组成部分而获得新的发展；二是“国家通过民众的代表或其符号的在场而让人民在场”^[23]。也就是说，“国家把民间仪式纳入国家事件，让民众通过仪式参与国家活动”^[23]。第二，借用扬·阿斯曼对“热回忆”和“冷回忆”的阐释，“以冷回忆为主体的社会中，所有的变化都被解释成周而复始……在这样的记忆文化里，历史被剥夺了其象征性和预示未来的功能，只是宇宙循环的规律在人间的显现而已……而在热回忆起主导作用的社会里，回忆是为了审视当下并寻找改变现状或走出困境的路径，回忆构成了变革的动力”^{[19](374)}。而借助数字技术不断激活与焕新“集体记忆”的过程，就是不断塑造“热回忆”的一种策略，它使春晚获得了一种不断变革的动力，也使传统文化获得了一种持续与时代互动的能力。

四、结 语

以往，由于“除夕夜有一个结构性的仪式饥渴虚席以待”^[24]，因而尽管每年春晚之后媒体上的骂声不断，其收视率依旧坚挺。然而，数字技术的发展已经使中国社会的内容传播生态发生了巨大的变化。“竞合”关系下，不同的传播渠道“均成为内容传播的一个个节点”^[25]，观众甚至只需要“动动手指”就能实现在不同媒介间的快速切换。这不仅意味着，“除夕夜的结构性的仪式饥渴”可能被其他内容所替代；还意味着，临近“不惑之年”的央视春晚有可能彻底沦为除夕夜的“背景音”，继而丧失其凝聚共识的仪式性价值。

不断更新迭代的数字技术，为央视春晚提供了回归电视节目本身的视听效果创新突围路径。数据显示，截至2024年2月10日2时，春晚全媒体累计触达142亿人次，较上年增长29%。总台转播频道总收视份额46.06%，创近9年收视新高；综合频道（CCTV-1）收视份额30.84%，创近11年来的收视新高。截至2月10日8时，春晚新媒体直播用户规模达7.95亿人，新媒体端直播收视次数16.89亿次，比上年增长15.13%。春晚话题在社交媒体话题讨论量为267.77亿次，较上年增长49.76%。^[26]收视数据的多维突破，意味着以“思想+艺术+技术”为创作理念的2024年央视春晚，依托数字技术激活了更多观众对传统文化的热爱。

在这个意义上，央视春晚通过数字化技术对传统文化的创新性激活，不仅具有了凝聚共识的仪式性价值，而且唤醒了人们对民族身份的自豪感与现代性认同，呈现出一种独具特色的审美魅力。

参考文献:

- [1] 陈犀禾. 虚拟现实主义和后电影理论——数字时代的电影制作和电影观念 [J]. 当代电影, 2001 (2): 84-88.
- [2] 郭镇之. 中国电视史 [M]. 北京: 文化艺术出版社, 2014: 143.
- [3] [法] 米盖尔·杜夫海纳等. 当代艺术科学新潮 [M]. 刘应争, 译. 合肥: 安徽文艺出版社, 1991: 118.
- [4] 杨宇, 张亚娜. 数字电视演播室技术 [M]. 北京: 中国传媒大学出版社, 2017: 265.
- [5] 王冬冬, 姜懿宸. 场景再现与沉浸感塑造: 技术赋能下的央视春晚舞蹈类节目流变 [J]. 现代传播, 2022 (4): 92-101.
- [6] 陈岩, 丁刚毅, 黄天羽. 数字表演时代的崭新呈现——中央电视台 2010 虎年春晚 3D 全息舞台介绍 [J]. 现代电视技术, 2010 (5): 104-105, 27.
- [7] 陈月华. 传播: 从身体的界面到界面的身体 [J]. 自然辩证法研究, 2005 (3): 23-27.
- [8] 潘知常, 林玮. 大众传媒与大众文化 [M]. 上海: 上海人民出版社, 2002: 127.
- [9] [丹麦] 克劳斯·布鲁恩·延森. 媒介融合: 网络传播、大众传播和人际传播的三重维度 [M]. 刘君, 译. 上海: 复旦大学出版社, 2020: 92.
- [10] Bolter, J. D. & Grusin, R. (1999). *Remediation: Understanding new media*. Cambridge: MIT Press.
- [11] 黄小河. 原来打太极可以这么帅?! 导演揭秘 [EB/OL]. <https://mp.weixin.qq.com/s/0rhYPnhujfg5hs24LXcfJQ>.
- [12] 钱锺书. 中国诗与中国画 [A]. 叶圣陶. 开明书店二十周年纪念文集 [C]. 上海: 开明书店, 1947: 168.
- [13] 邹为. 舞蹈诗剧《只此青绿》选段的电视化呈现 [EB/OL]. <https://m.gmw.cn/baijia/2022-02/17/1302808034.html>.
- [14] 胡智峰, 徐梁. 留存、体验、创造: 电视节目应对传统文化的三种理念 [J]. 艺术评论, 2017 (4): 83-89.
- [15] [德] 汉斯·约阿斯, 沃尔夫冈·克诺伯. 社会学二十讲 [M]. 郑作或, 译. 上海: 上海人民出版社, 2021: 418.
- [16] [法] 莫里斯·哈布瓦赫. 论集体记忆 [M]. 毕然, 郭金华, 译. 上海: 上海人民出版社, 2002: 40.
- [17] 韩震. 现代性与认同问题的思考 [J]. 学习与探索, 2006 (4): 13-15.
- [18] 赵静蓉. 现代人的认同危机与怀旧情节 [J]. 暨南学报 (哲学社会科学版), 2006 (5): 31-36, 175.
- [19] [德] 扬·阿斯曼. 文化记忆 [M]. 金寿福, 王晓晨, 译. 北京: 北京大学出版社, 2015: 41.
- [20] [美] 约书亚·梅罗维茨. 消失的地域: 电子媒介对社会行为的影响 [M]. 肖志军, 译. 北京: 清华大学出版社, 2002: 33.
- [21] 赵建国. 身体在场与不在场的传播意义 [J]. 现代传播 (中国传媒大学学报), 2015 (8): 58-62.
- [22] 江素珍. “在场”的诗学与政治学研究 [J]. 福建师范大学学报 (哲学社会科学版), 2015 (1): 145-150, 171.
- [23] 高丙中. 民间的仪式与国家的在场 [J]. 北京大学学报 (哲学社会科学版), 2001 (1): 42-50.
- [24] 吕新雨. 仪式、电视与意识形态 [J]. 读书, 2006 (8): 121-130.
- [25] 范志忠, 仇璜. 台网竞合视域下中国电视剧传播生态与策略探析 [J]. 东岳论丛, 2022 (4): 64-72, 191.
- [26] 潘慧, 张津京. 267 亿次! 2024 年总台春晚传播数据创下新纪录 [EB/OL]. https://content-static.cctvnews.cctv.com/snow-book/index.html? item_id=6842755711757279218&toc_style_id=feeds_default&track_id=0A0C76A1-8326-477E-9A3D-A83FC94CE5E3_729244322513&share_to=wechat.

[责任编辑: 华晓红]