

春晚是怎樣煉成的

▲趙多佳主編《中國電視文藝暨中國春節聯歡晚會歷史變遷探析》(中國文聯出版社, 2021年)

今天是除夕，壬寅虎年春晚的歡快樂章即將奏響。行至今日，春晚已是不惑之年，「看春晚」已成許多中國人過春節的標配。有專家認為，春晚是「文藝史、電視史上的奇跡」，稱之為「新年俗」。那麼，春晚始於何時，對當代文化產生了哪些影響，又經歷了怎樣的演變？《中國電視文藝暨中國春節聯歡晚會歷史變遷探析》一書為我們揭開了謎底。

谷中風

本書主體部分分5章，以時間為序，把春晚40年的發展歷程分為5大階段，分別是：（1）探索中起航（1983—1992）；（2）光彩奪目中成長（1993—1999）；（3）困頓中堅守（2000—2007）；（4）競爭中突破（2008—2013）；（5）轉型中求變（2014年至今），系統地介紹了春晚的來龍去脈。

春晚的來龍去脈

一般認為，1983年2月12日除夕夜舉辦的中央電視台春節聯歡晚會，正式開啟了今天所謂「春晚」的歷史。不過，世上沒有無源之水，春晚也有一個醞釀與形成的過程。書中指出，在新春佳節舉辦聯歡晚會，「最早可以追溯到1955年由《人民日報》、新華社、國家廣播事業局、《大公報》等媒體聯合發起的一場文藝會演，這稱得上1983年春晚誕生前的雛形」。

此後，1959年中華人民共和國成立10周年之際，北京電視台實況轉播了天安門廣場的文藝晚會演出，是為第一次大規模文藝節目實況轉播。1960年春節，北京電視台首次播出了春節文藝晚會，內容包括詩朗誦、相聲、戲曲、歌舞等。1960年代初，北京電視台舉辦過三次影響甚大的「笑的晚會」。1979年，中央電視台以「茶座」形式舉辦了「迎新春文藝晚會」；1980年，又組織了《八十年代第一春》春節聯歡晚會；1981年春節前夕，中央電視台還和廣東電視台聯合舉辦過春節聯歡晚會。

一點一滴的累積之下，1983年央視春晚應運而生。這樣一台完全以歡歌笑語為主要內容的晚會，顛覆了當時絕大多數人對晚會的概念，產生了無比巨大的影響力。據記載，從當年的大年初一開始，全國各地的信件如雪片飛來，「絕大部分都是表揚晚會辦得好」，也是從這一年開始，春節前搶購電視機，成了80年代一大景觀。

回頭來看，誕生之後的10年，是春晚的「黃金時代」。在此後的發展之路上，市場和科技以及與之互為表裏的文化思潮、審美口味變遷，既構成春晚發展動力，也給其帶來巨大挑戰。也正是在回應挑戰的過程中，春晚汲取社會發展和科技進步的成果，內容變得更加豐富，舞台變得更加絢爛，到20世紀末已成為全民關注的文化盛宴。進入新世紀後，飛速發展的互聯網成為形塑春晚的重要力量。

書中梳理了互聯網因素融入春晚的過程，指出「網絡春晚」可追溯到「2002年虛擬春節聯歡晚會」，後成為不少地方電視台和網絡平台的共同選擇，直至2010年迎來「中國網絡春晚元年」，春晚與互聯網的攜手日趨緊密。

讀到這裏，我們不免想起《老鼠愛大米》等網絡歌曲亮相春晚時帶來的新鮮氣象。在近些年春晚節目中，網絡文化、網絡生活包括網絡流行語已是不可或缺的元素。互聯網這人類最重要的科技發明，正與春晚這一電視奇跡，共同催生新的文藝景觀，也推動着春晚以更包容、開放的姿態，回應眾多樣化的審美訴求，接納草根階層的力量。這是對春晚初心的回歸，也以更新更潮的形式彰顯出其溫暖、陪伴的內在價值。

春晚的守正創新

本書編寫團隊多為中國電視領域領軍人物，也不乏各級春晚主事之人。值得肯定的是，作者以實事求是的態度，歷史地看待春晚，既介紹其成就，也指出它遭遇的困境和尷尬，以及突圍的努力。春晚是改革開放的同行者，與改革年代的中國人同歡樂也同愁。本書每一章均從「創作導向」「節目形式」「創新探索」三個層面對不同時期的春晚加以描述。在冷靜、簡練的史家筆法中，我們讀到了平衡主旋律傳送與大眾化審美的努力，以及調和精英趣味與百姓口味、高雅藝術與流行文化、藝術追求與商業訴求的探索。

書中系統梳理了春晚40年來的創新點。比如，通過藝術的跨界混搭創造亮點，設置春晚代言人捕捉受眾短期注意力，運用國潮元素點燃民族自豪感，主動介入社會熱點引導觀眾思考生活，等等。這些內容提供了一次春晚速讀，帶領我們回顧了春晚史上的經典畫面和歡樂時刻。

作者還善於抓住典型問題透視春晚之路。比如，用不小的篇幅分析了春晚廣告。春晚廣告由來已久，但



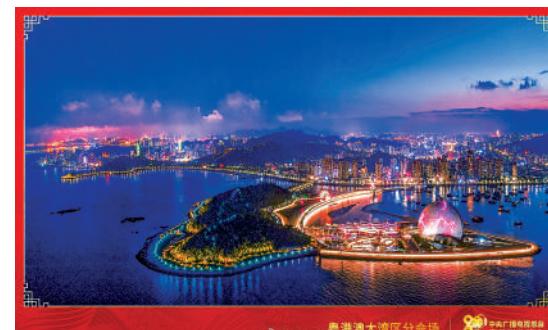
▲1983年第一屆央視春晚片頭畫面。



▲1989年宋丹丹(右)第一次上央視春晚，表演小品《懶漢相親》。

2000年後大量的廣告植入，傷害了春晚的品質。有的小品為了展示牛奶商標，演員喝牛奶時竟開口向外。「簡單粗暴且數量眾多的廣告植入沖淡了春晚以往的年味氛圍、極大地傷害了觀眾的情感、降低了觀眾的期待值」，遭到了輿論批評。上一個虎年春晚的網民投票滿意度很低，最大原因之一便在於植入式廣告過多。2013年，央視春晚開啟了公益廣告與晚會結合的良好開端。此後，公益廣告成為固定單元，為春晚走出廣告之困，實現藝術價值和商業價值的雙贏趟出了新路。

俗話說，眾口難調，而春晚承擔的正是調和眾口的任務，廣告只是其中一個側面。面向未來，春晚的任務更加艱巨，但也因此讓我們充滿期待。恰如本書序作者胡占凡所言：「春晚，一道融會了氛圍、溫度、情感、力量的『天涯共此時』盛宴，它的滋味、色彩，值得參與者、見證者、後來者好好品鑒、解讀。」



▲2020年央視春晚設立了粵港澳大灣區會場。

「春晚」裏的香港印跡

谷中風

春晚一路走來，留下了不少香港印跡。對此，《中國電視文藝暨中國春節聯歡晚會歷史變遷探析》多有記載。早在1979年1月29日，香港無線電視（TVB）與廣東電視台合辦了《羊城賀歲萬家歡》，在粵港兩地同時直播，時長達4個小時。這場晚會在廣州烈士陵園舉行，兩地全明星陣容，「晚會內容兼容歌曲、舞蹈、雜技、小品、粵劇等多種文藝形式，……晚會當晚現場觀眾有2000多人，而守候在9寸黑白電視機前追看的廣州市民創造了『萬人空巷』的絕對收視高峰」。

1983年央視春晚一炮打響，崔穎題詩在上頭，給1984年的春晚帶來了壓力。如何再次點燃觀看熱情呢？香港歌手的加盟提供了突破口，身穿中山裝的張明敏一曲《我的中國心》，「風靡全中國，它不僅激發了觀眾愛國之情，更讓全球華人為之觸動。」那一年，登上春晚舞台的還有來自香港的陳思思、李大維。從那時起，每年春晚都有一批香港歌手登台演藝。1985年的羅文、汪明荃，1989年的徐小鳳，1991年的甄妮、鄺美雲，1992年的

劉德華……伴隨他們的春晚之旅，港台流行音樂之風吹拂着觀眾的心田，拉近了香港和內地的情感距離。

1997年7月1日，香港回歸祖國。當年的春晚上，內地和香港歌手共同唱響了《我的一九九七》；次年又推出了為慶祝香港回歸而作的《相約一九九八》，更成為中國流行音樂經典之作。正如書中指出的，「港澳台明星一直是春晚一道亮麗的風景線」，「在一定程度上引領着春晚的流行風潮」。2003年春晚，解曉東和張柏芝演唱的《DV今晚》，2005年，謝霆鋒和內地、澳門、台灣歌手共同演繹具有中國傳統文化特色的歌曲《百家姓》，

▲1985年，汪明荃登上春晚舞台，演唱了《問候你朋友》《萬里長城萬里長》《家鄉》3首歌曲。

都傳遞出血濃於水的情感和祖國統一的期盼。

團圓是每屆春晚不變的關鍵詞。這一點不僅表現在節目和演員安排上，也體現在春晚的技術手段和呈現形式上。「1993年的央視春晚，首次實現了中國內地與中國香港、中國台灣、新加坡的節目對傳，營造出天下華人共度新春佳節的祥和氣氛。」此後，香港的電視機構和內地各省在春晚上多有合作。

1996年，央視春晚開始設立分會場。2016年以來的每屆春晚都採取了「北京主會場+各地分會場」模式。2020年春晚設立了粵港澳大灣區會場，「舞台設置在港珠澳大橋的白海豚島上，這個近10萬平方米的島嶼被打造成一艘揚帆起航的航船，寓意着大灣區引領中國經濟發展。伶仃洋上，近2000架無人機起舞，包括特效、投影、無人機矩陣在內的高科技，結合嶺南當地民俗特色，造就了粵港澳大灣區會場的獨特亮點」。

文化是一種具有生命感染力的精神價值。春晚的生命力固然與絢麗的視覺符號有關，但根本的來自於對中華文化的弘揚。也正是在包括香港演員在內的春晚參與者、欣賞者對家國之情的共同吟哦中，龍的傳人的身份不斷確認，中華兒女共建共享的精神家園也變得更加豐饒。



▲王嘉爾參加了內地大熱綜藝《這就是街舞》，其後受邀到春晚表演。