



文化年夜饭

网话央视春节晚会

CCTV.com 新媒体文化丛书 之二

主编 刘连喜



中华书局



文化大革命

1966-1976

1966-1976



G223
L647

文化年夜饭

网话央视春节晚会

CCTV.com 新媒体文化丛书 之二

主编 刘连喜



中華書局

图书在版编目(CIP)数据

文化年夜饭:网话央视春节晚会/刘连喜主编/央视国际网络编.

北京:中华书局,2003

(CCTV.com 新媒体文化丛书)

ISBN 7-101-03812-3

I.文... II.央... III. ①春节-风俗习惯-研究

-中国②中央电视台-电视节目-评论

IV.K892.1 ② G229.24

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 000327 号

CCTV.com 新媒体文化丛书 文化年夜饭

主 刘连喜

特约编辑 曹云霞

责任编辑 朱振华 谢俊峰

中华书局出版发行

(北京市丰台区太平桥西里38号)

北京大地印刷厂印刷

开本 787 × 1092 1/16 印张 22.62

字数 300千字

2003年1月第1版·2003年1月第1次

ISBN7-101-03812-3/Z·468

定价 49.60元

总序

梦想新媒体文化

央视国际网络(CCTV.com)是中国国家电视台中央电视台创办的国际互联网站,她是中央电视台的一个重要组成部分,是中央电视台网上传播的一个重要阵地。央视国际网络因中央电视台而生,以中央电视台为母体,同时又是央视的延伸和拓展。

自1996年12月创办以来,央视国际网络一直在探索着一种新的传播方式,即第四媒体的传播方式。正如报纸、广播、电视一样,互联网是继这三种媒体之后的又一种新的媒体形式,人们称为第四媒体。经过六年的探索,尤其是近一两年的探索,央视国际网络进一步明确了自身的定位、性质、任务,明确地提出了自己的发展理念,并制定了自己的发展战略,在充分地做好为央视服务和对央视电视节目资源整合以及再传播的基础上,一直在努力地探索着、尝试着走一条新媒体之路。

作为一种崭新的媒体,央视国际网络必须有自己的概念、自己的内容、自己的语言、自己的表述方式和传播理念及自己的文化。央视国际网络明确地提出了自己的发展理念,那就是“传播中国,视听全球”;央视国际网络也明确提出,以传播文化为己任,致力于先进文化的传播,首先传播中国的先进文化,同时传播人类的先进文化。因此,在加强自身文化建设的同时,我们明确地提出并积极尝试,努力地在建造着作为第四媒体——互联网媒体的新媒体文化。

央视国际网络提出了自己的发展战略,即“四个新”。央视国际网络是CCTV的网上传播的新阵地;是央视名牌节目推介的新通道;是央视国内外影视节目购销的新平台;是央视新的经济增长点。为实现上述四个新的目标,央视国际网络提出了“三步走”的发展计划,即第一步是服务和整合;第二步是发展和创新;第三步是全球化传播。

按照央视国际网络的目标和发展计划,央视国际网络进行了一系列新媒体的实践。

首先是服务央视。在网上大力推介央视的各种名牌栏目和节目主持人。

第二是整合。整合就是运用网络的概念、网络的语言、网络的表述方式和网络的运作方式,将 CCTV 每天播出的 12 套节目的 360 多个栏目的大约 240 多个小时的节目,按照专业化的分类和信息的分类在央视网上再传播。同时,发挥网络互动的特点,使电视节目和网络有一个有机的互动,从而使网络成为电视的延伸、补充和拓展。2001 年,央视国际网络进行了三次成功的网络 and 电视的互动实践:9 月 8 日,CCTV.com 与《综艺大观》栏目进行成功的互动;CCTV.com 与《东方时空》进行中国加入世贸组织的网上互动直播;《2002 年的春节联欢晚会》设置现场互动专区及首次引入网络主持人概念。

第三是发展和创新。在做好服务和整合的基础上,按照频道专业化、专业频道系列化、系列频道国际化的思路推出了一批具有网络特色的网上频道:环球、电影、电视剧、台湾、军事、科技、教育、综艺、音乐等。创办了一批具有鲜明的电视网络特色的品牌栏目:《电视批判》、《线上故事》、《点击主持人》、《央视新闻联播》、《绝对新闻现场》、《网评天下》、《在线上》等。

互联网作为一种新的概念、一种新的生活方式和一种新的媒体形式、新的文化现象,进入中国也只有短短几年的时间。截止到目前,中国的上网人数约有 6000 万,虽然中国的互联网站有成千上万,但对什么是互联网?什么是互联网的运作方式?什么是互联网的表述方式?什么是互联网的文化等等问题,目前还没有明确的概念、定义和结论。

作为以传播为己任的央视国际网络,必须探索并寻找这个答案。因为我们是媒体,我们必须研究媒体发展的规律、揭示媒体发展的规律、寻找和探索媒体的发展之路。作为国家电视台创办的互联网站,她不同于一般的传统媒体,她不同于报纸、广播、通讯社创办的互联网站,她也不同于以盈利为目的的商业网站。央视国际网络创办伊始就表明了自己的态度,按照新媒体的发展思路和发展方式成长着、探索着。

要构建央视国际网络具有电视特色的新媒体文化,首先必须对新媒体有一个清醒的认识。新媒体的“新”,主要体现在它的传播载体上,传统媒体的传播工具为报纸、广播和电视。而新媒体的传播载体是互联网,它同

时兼具了文字、声音、画面、图像等多媒体功能。从发展历程来看，互联网诞生后相当长一段时期内的功能只是传送文件和电子邮件，1995年8月，美国有线电视新闻网（CNN）建立了自己的网站，正式拉开网络电视的序幕。

CCTV.com要创办的互联网站，首先是具有网络特色，同时也是具有电视特色或新媒体特色，因此，是具有电视特色的新媒体。新媒体必须有新媒体的理念，新媒体的文化。而央视国际网络新媒体的文化就是要传播人类的先进文化，同时利用网络的概念和网络的语言将各种专业资讯变成新媒体的表现形态，像电视媒体一样形成自身的概念、自身的品牌和自身的传播方式及自身的文化。

《CCTV.com新媒体文化丛书》正是这些实践和探索的成果。这套丛书既是总结与思考，又是这些实践和探索的理性升华。

《CCTV.com新媒体文化丛书》首批共五卷，它们是《媒介前线》、《文化年夜饭》、《电视批判》、《线上故事》、《在线主持》。

第一卷《媒介前线》，是记录央视国际网络六年来的发展与创新，探讨网络和电视互动理论及实践的专著。央视国际网络在网络与电视互动方面的探索，是一个新的试验和媒体发展史上具有开拓意义的事件。

第二卷《文化年夜饭》，是央视国际网络与国内知名的民俗学家围绕央视春节联欢晚会，共同探讨春节文化的一个成果。CCTV.com采用民俗学者网上在线访谈的方式，与网友共话“我们需要什么样的春节文化”、“春节仪式的文化底蕴”、“节日文化中的人”、“春节与百姓生活”等一系列节日文化现象。

第三卷《电视批判》，是国内百位知名专家、学者在CCTV.com原创品牌栏目《电视批判》论坛上，对电视现象进行分析、对电视文化进行理性思考和评判的网谈精华。

第四卷《线上故事》，则是汇集CCTV.com原创的品牌栏目《线上故事》的创作精粹，围绕央视名牌栏目、名制片人、名主持人、名编导、名工程师和大型活动，讲述电视和电视人台前幕后的故事以及电视、网络、观众、网友之间的故事。

第五卷《在线主持》，详细记载了CCTV.com延伸电视主持人的概念，发挥网络互动的特点，是300多位电视明星与网友交流的在线荟萃。

哲人说：“人类的实践活动只有上升到理性的层面思考，人的思想才能够走得更远。”我想互联网不仅是一种开放的、现代的、新兴的、广阔

的、影响深刻的传播方式，也是一种生活方式、文化方式。它的传播超越了国界和空间。我们只有更加深刻地认识它、理解它，从而才能更理性地指导我们的实践。这种新的传播形态，才能够更加健康地成长，才能更加丰富它的文化内涵，提升它作为新媒体的文化含量，使之成为一种真正的有文化的媒体，建设成为一种新媒体的文化。

法国后现代主义批评家米歇尔·福柯说过：“我忍不住梦想一种批判，这种批判不会努力去评判，而是给一部作品、一本书、一个句子、一种思想带来生命；它把火点燃，观察青草的生长，聆听风的声音，在微风中接住海面的泡沫，再把它揉碎。它增加存在的符号，而不是去评判；它召唤这些存在的符号，把它们从沉睡中唤醒，也许，有时候它也把它们创作出来——那样会更好。”央视国际网络也在梦想着一种新媒体文化，梦想着一种电视特色的网络新媒体文化，梦想着一种电视和网络的合流；梦想以电视和网络为双翼，让它们互动起来，发挥双向优势；梦想着确立空间无限理念，开发高科技潜力，想人所不敢想；梦想着网络和电视双媒体结合，开拓全新领域；梦想着传播中国，将中国推介到世界各地，走民族化道路，用中国文化来办中国电视，用中国文化来办互联网络，在全球化传播中，走出中国的多元化的独特道路；梦想着视听全球，把全球的优秀文化拿进来，展示我们开阔的胸怀。将中国的电视和中国的互联网建设成一个与时俱进的、能够“学习”人类先进文化体系的传播者，开拓我们自身的观念空间，完成与全世界视听媒体的大博弈。

央视国际网络也梦想着一种新媒体高品质文化，而不是把互联网作为一种赚钱的工具和信息垃圾的发源地；央视国际网络始终坚持信息的真实性、准确性、权威性、专业性和可信性；央视国际网络始终认为互联网是一种新的传播方式，它既传播知识，又提供文化，它不是媚俗的娱乐工具；央视国际网络是互联网先进文化的建设者、探索者、开拓者。她的理念表明了 she 为人类服务的方向，她的态度表明了她的宗旨就是构建新媒体文化。因而它的前景是无限广阔的，它的生命力是旺盛的、奔放的。

一切媒体现象不仅成为一种文化现象，也成为一种生活现象。文化对人有潜移默化的作用，因此，可以说一切有益于人性发展和人类生活健康需要的（尤指人的思想）媒体文化都是合理的。而一切有害于人性的发展，与人的生活健康相悖的都是不应该存在的。象虚假的信息、低俗的搞笑、肤浅的娱乐、空洞的说教、知识的贫乏、远离生活的胡编乱造、道听途说、恶意炒作等等，都是不符合人性发展需要和有悖于社会发展趋势的。

因为人类的发展会越来越有文化，而人也越来越需要文化，文化含量的高低是取决于一种媒体是否需要存在，是否为人们所喜欢的重要参数。

春天来临的时候，中国的北方常常会刮起沙尘暴，于是人们就会想起，要多播种、多种草、多植树、多建绿洲。然而在这样一个急速变革的时代，那些人性的“沙尘暴”、精神的“沙尘暴”、文化的“沙尘暴”和媒体的“沙尘暴”何时能够被制止呢？在我们生存的环境中，人们是多么希望看到更多的文化绿洲、精神绿洲、电视绿洲和网络绿洲啊！人们多么盼望这些绿洲能呈现在中国的都市和乡村里，呈现在人们的生活里，呈现在人们每天生活的媒体文化里……CCTV.com 正在为这一片片绿洲开垦、播种和浇灌。

刘连喜

二零零二年十二月二十八日

于 CCTV.com

目 录

第一篇 民俗专家谈春节文化

春节话今昔	3
从“禁鞭”说起：春节仪式的文化底蕴	9
仪式对节日文化意义重大	10
民俗与律政的关系	12
仪式本身就是一种习俗	15
爆竹和年画在春节文化中的角色	16
仪式的继承与发展	18
仪式与民俗心理	22
春节仪式的文化底蕴	23
春节仪式与民族文化	24
嘉宾、网友怎么过年	30
如何看待春节联欢晚会这种仪式？	32
嘉宾畅谈做客 CCTV.com 的感受	33
我们需要春节吗：春节与百姓生活	36
年“味”儿淡了吗	37
理解中国“节”	39
我们还需要春节吗	42
春节习俗的保存与延续	44
春节习俗与百姓生活	51
春节的另类功能	59
民俗学者看春节联欢晚会	60

嘉宾与网友的互动	62
嘉宾首次与网络“亲密接触”后的感受	63
春节习俗的历史演变:民族文化的传承	65
春节习俗的定型和演变	66
春节习俗中的核心精神	74
春节习俗的来历	78
现代社会发展对春节习俗的影响	80
春节怎么过	87
民俗传承要从教育做起	90
习俗是迷信吗?	92
春节民俗中的新事象:春节联欢晚会	94
嘉宾作客 CCTV.com 感受	96
春节文化的扩展与延续:多元文化共存与发展	98
丰富多彩的春节文化形态	99
多元文化的共存与发展	103
民俗的生命力与民族文化形成	106
不同民族的节日习俗	109
春节文化的本质和现实意义	115
节日在当代社会中的作用	117
春节联欢晚会的文化取向	121
嘉宾、网友畅谈各自感受	122
节日文化中的人:公民身份的文化维度	125
何谓公民身份的文化维度	126
节日文化的主体——“人”	129
节日文化中人群的差异性	134
节日文化需要引导吗	138
节日文化变迁中人的作用	140
特色鲜明的民族过节方式	147
全球化进程中的中国节日文化	149
春节联欢晚会公共空间的衡量	151
嘉宾谈做客 CCTV.com 的感受	153
与时俱进的春节文化:民族文化的现代性重构	155
传统节日体系	156

一些传统的春节习俗会走向没落吗	158
春节文化中的新民俗现象	162
传统节日文化与现代化的关系	166
外来文化对中国春节文化的影响	169
寻找民族文化的脉络	173
民族文化的现代性重构	175
春节习俗的传承	179
对春节联欢晚会的思考	180
嘉宾与网友间的互动	182
民俗学者的网谈感受	187
中国节日框架的建构与重构	高丙中 189
一夜连双岁 五更分二年	
——春节与传统社会的时间意识	萧放 194
春节，为什么？	
——对于春节民俗意义的追寻	陈连山 199
明年，我们还会过年吗？	刘宗迪 208
中国人的爆竹情结	陶立璠 211
异彩纷呈的精神表达	
——藏族年节	林继富 214

第二篇 专家·网友谈春节联欢晚会

挖掘精品 重在创新

——为纪念中央电视台春节联欢晚会 20 年而作	张凤铸 229
我们需要春节联欢晚会吗	238
我们不能没有春节晚会	238
春节晚会怎样办好——创新	240
春节晚会应该关注各阶层人群	240
网络时代我们仍然需要中央电视台春节联欢晚会	241
春节联欢晚会批判	241
春节联欢晚会形式	243
春节晚会如何开幕	243
春节晚会如何闭幕	244

春节联欢晚会服饰	245
春节联欢晚会绝对现场	245
春节联欢晚会摄影	247
春节联欢晚会内容	248
春节联欢晚会节目总论	248
春节联欢晚会歌舞	262
春节联欢晚会音乐	269
春节联欢晚会相声小品	270
春节联欢晚会戏曲	275
我的春节联欢晚会节目单	276
春节联欢晚会人物	277
春节联欢晚会嘉宾	277
春节联欢晚会主持人	278
春节联欢晚会演员	282
春节联欢晚会与互联网	287
网络如何参与春节联欢晚会	287
春节联欢晚会网络主持人	288
我心中的记忆	289
印象最深的春节联欢晚会	289
印象最深的春节联欢晚会节目	290
印象最深的春节联欢晚会人物	291
印象最深的春节联欢晚会词汇	292
美好的春节联欢晚会记忆	293

第三篇 网谈 2003 春节联欢晚会创作

和 CCTV.com 一网情深

——2003 春节晚会总导演金越在线精华	297
春节晚会求新图变	297
晚会中的互动节目	298
语言类节目：人性最美好的体现	299
关于灯光、舞美的设计	300
情感的宣泄：晚会中的歌舞节目	301
网友眼中的主持人	302

春节晚会的设计理念	303
网友对春节晚会的建议	306
和 CCTV.com 一网情深——总导演的在线感受	307
春节晚会题外话	309

春节风俗图片赏析

文化
年夜饭

第一篇 ■ 民俗专家谈春节文化

春节话今昔

【网络主持人：曹云霞】说话就要到春节了。CCTV.com为此专门策划了一次为期一周的“春节文化网上谈”在线系列。本次活动的目的就在于从学理、从文化、从民俗的角度对春节这个节日本身，对中央电视台举办的一年一度的春节联欢晚会这个节俗现象进行探讨。在活动开始之前，让我们先热身，首先回顾春节的来龙去脉，为“春节文化网上谈”活动作一个基础性的背景铺垫。我们今天非常荣幸地请到中国民俗学会会长刘魁立教授和华中师范大学的林继富副教授。下面就请你们二位专家给我们讲一讲春节的故事，让我们一起来重新品味一下历史的余香。

【特邀嘉宾：刘魁立】【特邀嘉宾：林继富】提前在观念中体验一下年味儿，对大家、对我们自己来说，都是件很有意思的事。正所谓：普天同庆！开门见喜！

【网络主持人：曹云霞】“名不正则言不顺”，我想，最好首先从名称的问题谈起。我们通常把最美好的事情说成是“过年”，而不说“过春节”，请你说说“春节”名称的来历。

【特邀嘉宾：刘魁立】历史上惯用的名称是“过年”，年的首日称为元旦，把“过年”改称为“过春节”，把“元旦”一词移过来专门指代阳历的一月一日，是较晚近的事。这和历法纪年制度有关。说起“过年”的历史来，话可就长了。至于“春节”一词，虽然早在汉代就出现，但当时主要是指立春的节日。将“年”改用“春节”来称呼，历史不过百年。民国成立后，1912年1月2日，孙中山通电各省，将正式的历法纪年改为阳历，将旧历的元旦（即所谓“年”的首日）改称“春节”；1949年中华人民共和国成立不久，就通过了《全国年节及纪念日放假办法》，规定了“新年”和“春节”等节日的放假日期。旧历的“年”改称“节”，在名称上似乎降了一格，然而，它在中国人心目中的地位，依然是那么重要、那么神