



重塑主体性：春节习俗的跨媒介传播*

卫才华 方洁

摘要：世界文明交流互鉴日益频繁，春节习俗的传播体系显现出“超地域化”形态，其存在与发展始终伴随着与地方社会以外世界的联结与互动。社交媒体成为人们进行文化表达的重要平台和途径。借助数字工具、社交媒体实现节日仪式和节俗符号从物理空间到数字场景的迁移，以社交逻辑带动文化逻辑实现对春节仪式的创新与再造，依托个体的自我表达实现春节文化由“他塑”向“自塑”转化。通过技术赋能和多平台协同、集体记忆的跨文化重构以及代际传承中的情感互动，春节所体现的“社会个体化”的多元价值共识，重新构建起节俗文化的公共性与现代性，增强了节俗的认同感和持续感，使文化传承的主体具有了多种可能性。个体能动性实践为春节文化注入新的活力，使春节更加贴近现代生活，成为连接传统与现代、个体与群体的文化纽带。

关键词：主体性；个体化；春节；文化遗产；跨媒介传播

中图分类号：G122

文献标识码：A

文章编号：2095-5669(2025)03-0059-08

“主体性”强调要确立自我为认知核心。从社会实践与社会关系视角看，“主体性是作为活动主体所具有的本质特性，也就是人在自觉活动中的自主性、自动性、能动性、创造性等”^①，即个体或群体在认知、行动与实践中的自主意识和主动建构能力，体现出“人”在思想与实践中的主导地位。春节习俗作为中国人庆祝传统新年的社会实践活动，通过庙会、祭祀、社火、年市等形式，给民众带来认同感和持续感。春节是农业社会的实践标志，以谷物成熟在时间长度方面表现的相对固定的周期称为“年”，两个周期交接时的庆祝活动，既是表达愿景和期望的时节，也是对于整个人类社会的一次检阅^②。传统节日文化是中华文明的核心象征，其传承与传播始终处于动态的文化调适与媒介互构之中。在全球化语境下，春节习俗面临着传统符号的现代化转译与主

体性重构的双重革新。2024年12月，春节被列入人类非物质文化遗产代表作名录之后，学者们聚焦春节申遗成功的意义，阐释了春节作为传统民俗文化所蕴含的全人类的共同价值，并提出要推进春节与现代生活方式更好地衔接^③。那么，在跨媒介传播语境下，春节的实践主体如何构建多元价值共识？当代年轻人在节日仪式活动中如何塑造和维持自我？本文聚焦个体在节日文化结构变动中的选择和行动，进一步思考春节习俗在代际传承、跨媒介传播、重塑主体性方面的公共性和现代性。

一、从“时间性庆典”到“空间性表达”

春节通过辞旧迎新的仪式活动，连接着过去与未来，形成一种“时间性庆典”。根据以往对时

收稿日期：2025-03-21

*基金项目：国家社会科学基金重大项目“山陕豫民间文化资源谱系与创新性发展的实证研究”(19ZDA185)、山西大学学科交叉建设项目“中国式现代化背景下非物质文化遗产系统性保护的理论与实证研究”。

作者简介：卫才华，男，山西大学文学院教授、博士生导师(山西太原 030006)，主要从事民俗学、非物质文化遗产保护研究。方洁，女，山西大学文学院博士研究生(山西太原 030006)。

间维度的认知,中国的节日体系自古以来就和时间制度联系在一起,体现出中国人特有的时间观念^④。但从空间维度审视节日所承载的个体、社会、自然之间的关系,能够更好地解释当下地理空间上文化边界的弱化。有学者关注到节日作为社会活动的空间化表达及“每一次呈现”的表述意义,强调“这一空间”的理论价值^⑤。节日空间兼具时间性和空间性,人们基于现实需求共同探讨“我们的”节日,使其在时空的动态变化中不断扩展和演变。承载节日活动发生状态的空间,是人作为主体积极参与的产物,并通过传承与凝聚力得以维系,体现的是一种“共识性”的表达。

(一)符号转化:从物理空间到数字场景的迁移

传统社会中的节俗活动,是一种群体性、模式化的社会现象,特定的仪式庆典和规约惯制会对每个节日传承主体产生一种“强制性”的约束力,使节日成为具有“神圣性”特征的时间节点^⑥。以地域为单位的物理空间的建构,正是传统节日“群体性”的一个重要体现。尽管社会群体的流动和假期生活需求使节日的“神圣性”“强制性”逐渐被消解,但传统节俗记忆承载的情感内涵依然深厚。这就要求传统文化符号的现代化转化与节日文化空间的活态性相结合,即借助数字工具、社交媒体等构建虚拟文化空间,来维系、共享节日文化遗产实践的社会维度,遗产持有者、参与者都能在该空间中实现其意义与功能^⑦。基于文化符号多元转化的可能性和可行性,推动岁时活动由仪式性庆典转向休闲型生活,借助现代媒介平衡传统节俗的情感与休闲生活的关系,实现节日民俗传承方式的“图像化”转型。在读图时代背景下,视觉主导为显著特征,年画、鞭炮、舞龙、舞狮等春节文化符号在数字化场景中建构,其叙事特性取决于实践主体与数字媒介的关联性,不仅适应了传统文化的现代表达,也进一步拓展了传统节日的公共性。

技术与文化融合,使信息沟通更加便捷。人们价值观念的变化,使得个体的主体性不断丰富,打破了文化传递的时空界限。传统节庆活动的纪念意义已超越家庭、社区范围,扩展至更广阔的社会层面,成为文化认同与社会互动的重要纽带。这就涉及节俗文化的意义和内涵在社会层面的再认识,同时也引发了对代际传承中节日

文化组织性、公共性功能消解的担忧。有学者指出,在数字化、智能化时代背景下,新型节俗文化符号的重组和建构,其背后是个体主体性的增长与家庭存在意义的改变,实质是当代青年对自身存在意义的追寻^⑧。相较于以往自发的、在地化的节庆实践,当下节日通过技术赋能与媒介叙事重构了文化传承路径。支付宝AR扫福字中的十二生肖形象、AI春联的生成等虚拟事象隐含着当下人们的文化想象,并通过传统符号的现代化转译,使节日成为具象化的文化记忆载体。数字红包作为连接人与人情感的新型互动方式,实现了感官重构下传统符号的数字化再生。在哔哩哔哩平台的春晚直播中,参与实时弹幕的独特表达机制,强化了用户与文化内容之间的情感共鸣,使节日情感的社交联结功能得以延续。这些依托社交媒体平台形成数字化传播的重要表现,实质是将传统节日符号转化为易于感知、体验和传播的文化形式。传统文化元素的重组与意义再生产,使节日成为连接历史与现代生活的重要接口,从而强化人们对节日的记忆和价值共识。

(二)仪式再造:社交逻辑驱动的文化创新

春节习俗从传统农业社会发展起来,延续了两千多年。当下春节从一套崇尚自然和约束自我的社会活动模式,转向个性化与体验至上的情感价值追求^⑨。年轻一代不再仅仅是传统文化的参与者,更具有主角意识和交流意愿,在新型生活方式基础上重新定义和塑造春节的仪式感。传统的“回家过年”模式逐渐被更加多样化的庆祝方式所补充和替代,如新春出行、异地团圆等,更符合对节日欢愉氛围的向往。这些更加灵活、个性化的社会行为和年节活动,延续了以岁时节日为代表的中华优秀传统文化的仪式感和认同感。

与春节相关的“节日群”是中国古代时间文化体系中最核心的节日复合体,起始于腊月初八,一直到正月十五结束,期间会普遍开展大量的岁时活动。中国传统的过年时间体验是一种阶段性的社会再生产的仪式活动,春节所代表的一系列庆典的仪式空间,具有阈限意义,也体现出集体欢腾的特征,作为过渡礼仪的一个阶段,成为整个共同体的公共文化^⑩。因此,民众在节俗观念引导下对仪式活动的创新性建构,使传统

节日的公共性传承与再创造成为可能。春节庙会“当地各种传统文化形式集中展示和有效传承的综合性民俗活动”，不仅呼应了民众内心体验的需求，而且营造了过年的传统氛围^①。在山西岚县，面塑作为岁时节日的“礼仪标识”，在日常生活中承载寓意，发挥着维系家族亲情与村落社会的功能^②。无论是庙会还是面塑，都以其独特的工具属性在节日文化空间中充当情感表达的媒介，展现出实践主体的自在性和自发性。

春节习俗及其资源利用的现代转型，有赖于当下社会关系的互动，即以社交逻辑带动文化逻辑，有效地传承和拓展了传统节日的文化空间。年轻人对载有春节元素的面塑、剪纸、年画等非遗产品的二次创作，不仅保持了传统文化技艺的精髓，还融入了现代元素和个性化表达，通过数字化平台上的参与和创新运用，在民间习俗与现代生活方式之间找到平衡。这种对节日文化符号的个性化传承，使文化遗产具有了主体性情感。年俗由家庭团圆的集体性仪式，转向个体主动、情感释放的参与式生产，体现出传统岁时节日的现代性。

（三）意义重构：个体身份认同的“自我表达”

春节文化的意义不仅通过符号系统更新、社交仪式再造获得重构，还体现在个体的自我表达上。作为时代变迁中的行动者，春节习俗的承载者、传播者和实践者在社会结构变动中识别、筛选、传播、传承，将鲜活的社会体验置于可感触的社会结构之中。在行动与结构的框架下，个体在制度化的社会环境中成为自身社会性的塑造者^③。参与节俗活动的行动者基于自主选择走到一起，并在统一的规则和程序里承诺、商定自己的角色，在思想、意志、社会实践中发挥能动作用，具有主体性。传承主体多样化的价值期待使其呈现出自我调适的动态过程，重新阐释了行动与结构的关系，春节习俗的个体化表达，对于理解现代化社会中主体性建构与春节文化建设之间的关系具有借鉴意义。

春节所表现出的价值共识是传统文化多元价值的动态表征。个体在社会流动性中获得更多选择和自由，反过来又重塑着社会群体与民俗规约之间的关系，这体现出个体身份认同的重要性^④。年轻人通过社交媒体获取过年灵感，由结

构化程式活动转向体验性消费活动，即从传统岁时节日结构化的生活向个人的自我世界与精神消费转化，在个性化表达中构建“我们的”节日。

自主感知的放大和高质量的精神需求，使年轻人不再单纯追求实用性，而是更加关注节日背后的体验感和个性化设计。青年消费偏好和审美倾向的变化，表现为对岁时节日类文化遗产的新的认识，体现出一种价值观念表达的新逻辑。春节文化活动离不开个体的身体实践，并且在具有文化深度和充满仪式感的经历中内化为个体的身体记忆^⑤。因此，节日民俗的具身性特征，要求将传统年俗文化与现代生活形态融合，以满足个体自我探寻、寻找个性认同的需求。在媒介化社会逐渐取代区域社会的当下，集体的程式化节日活动开始向个人、家庭生活细节转化，具体表现在网络购物、商场狂欢等新的变化上。电商购物作为新型过节方式，其背后是个体情绪价值和个性化需求的外在表达。此时，节日习俗作为可利用的资源，帮助个体从复杂的社会制度等外在的约束中脱离出来。

当下春节文化活动的呈现模式已从传统民俗实践转向现代社会的意义生产，具有“引领性建构”与“符号化展演”的双重维度。社会群体表现自我的需求代替了传统节俗仪式的观念表达，人们对待传统春节习俗的态度和方式发生巨大变化，使春节从集体的仪式性活动，转变为个人对生活细节的追求，体现出传统文化在现代社会中的韧性与生命力。个体身份认同下的节俗文化的公共性与现代性，正体现为图像符号的创造性转化，在维系文化连续性的同时构建新型意义网络，从而完成从“时间性庆典”到“空间性表达”的范式革新。

二、多元价值共识的生成路径

以“人”为媒介的意义空间超越了原有地域空间的局限性，媒介的多样与个性化的表达，使节俗活动展现出“超地域化”的形态。节日的“空间性表达”依赖于媒介间的互动，节俗文化内容在跨媒介传播中形成一种主体参与式的文化融合模式。民俗文化内容的跨平台流动，不仅推动媒介间协作，还加快了受众的迁移，形成了一个

更加复杂多元的融媒体生态系统。这种“融合文化”的生成,既是技术、产业、社会层面的变迁,更是一种文化逻辑的转型,其核心在于消费者角色的根本转变,即从被动受众转化为主动参与者,通过集体智慧重塑媒体内容的生产与传播^⑥。媒介间的协作与流动性对构建民俗文化符号具有重要意义。在媒介融合语境下,对春节习俗的再认识,需要突破传统节庆仪式文化研究的单一视角,结合媒介分析节日文化传播的动态过程。

(一)多平台表达的协同效应

信息技术的提高拓宽了春节文化传播的渠道和覆盖面。传统文化的活态传承具有复杂性,在传播和实践中构建了多样的“文化生态壁龛”,即当代空间中植入的传统农耕文化记忆,于重新建构的文化生态中形成乡土文化的壁龛^⑦。春节习俗就是借助这些移动空间,实现特殊生态环境中的多样化表达。

聚焦文化交流与传播本身,网络媒介的包容性、共享性使其成为承载文化基因的重要载体,同时,遗产的活性使其在多平台协同中不断获得生存发展,这就对平台用户的文化表达提出了更高要求。社交媒体是当下全球文化沟通的重要平台与途径,“跨界”成为春节文化传播的重要方式。尤其是抖音等自媒体平台,春节习俗以文化符号的形式在短视频中出现,经过二度创作,加入现代化、娱乐化的元素,既保留了传统文化的精髓,也符合现代社会的审美要求,充满节奏感和画面感,在视觉和听觉上更具有互动性和冲击力。多样化的春节活动通过视频、音频、图片、文字等方式在不同的媒体平台进行展示,经过媒介间的资源整合、优势互补,充分发挥其广泛性、及时性、参与性的特征。不同地区的用户在短视频下的评论区分享民俗故事、异地年俗,这种文化分享的过程既是叙事信息的传递,也是一种以情感共振重构文化记忆的过程。叙事信息的传递与媒介使用密不可分,不同媒介形式创新了故事讲述的方式,形成整体的故事世界和跨媒介传播网^⑧。在跨媒介叙事视角下,文化符号作为乡土记忆与现代价值的重要载体,通过媒介形式的流动、重复、创新,形成多维度的传播链条。媒介协同下的传播链,有助于构建一个具有文化自信和现代价值的叙事体系。这正是通过民俗文化

的公共性与现代性推动主体性重塑的意义所在。

(二)集体记忆的跨文化重构

节日文化记忆不仅是个人心理活动,更是一种社会现象,它依赖于人与人之间的互动和媒介的记录与传播,从而确保交际的连续性和可识别性^⑨。与节日文化相关的图像、仪式,通过多平台协同构建象征性符号体系,为庆祝活动的参与者提供了共同的记忆基础。文化通过媒介塑造记忆,而记忆又反过来巩固文化的主体性和认同感。

“文化实践中的创新有赖于满足个体和群体需求的可用文化材料的塑造”,也就是说,人们进行他者文化实践的同时,也是为自己塑造体验的过程,从这个角度来看,文化认同具有多面性,个体自塑与文化传播之间的媒介也同样值得关注^⑩。跨媒介平台能够丰富中华文化对外传播的叙事维度,文化的互动性建构能够深化中华文化对外传播的交互空间,受众的互动式参与则有利于促进文化主体间的情感共鸣。春节作为世界性的节日,春节文化已成为一个世界性的文化现象,全球各地欢庆中国春节,是祈福求祥、团圆和谐愿景的跨文化共鸣,是价值共识的凝聚。期间,春节作为民族文化的标识,通过联结性的仪式活动达到民族间的彼此认同。节日文化活动的跨文化传播,实质是“提供了超越文化、基于文化主体之主体间性而构建的场域和可能”,体现出地方性知识和共享性资源之二重性^⑪。以印度尼西亚的春节为例,印尼华人家庭会在除夕、正月初一、正月十五等日子祭拜神灵和祖先,春节期间通过贴福字、包红包、拜年等方式庆祝新年。在吃食上,融入了鱼生^⑫、年糕等当地春节的特色美食,这些吃食与中国的饺子、汤圆等民俗事象具有同等重要的作用和地位。值得关注的是,春节期间印尼政府会在广场举行舞龙、舞狮、武术表演等庆祝活动,这也成为印尼当地人了解中华文化的窗口。印尼春节既包含着华人的文化记忆,也融入了新环境的文化元素。可见,春节文化的特征和形态会受到其他文化的影响,在文化间的过渡地带和相互融合的区域,体现出内在性与“外缘性”的结合^⑬。这种文化传播、分享、互融的表现,就是多元价值共生的过程。

海外华侨基于日常生活和身份认同的需求,

自发地庆祝春节,这种文化的共享性不仅凸显了春节习俗的双重特性,还使文化价值的生成以一种动态的过程展现出来。从这方面看,春节记忆的跨文化重构并非简单的“拼盘化”^⑧,而是文化主体性在全球化语境下的创造性再生。

(三)代际传承中的情感互动

数字视听时代改变了传统文化传播的时空框架与接受方式,用户更关注自身的感受与审美需求,而非公共生活。数字视听文化生态下用户身份认同呈现出高度流动性特征,这种身份认同具有表层性与流动性,主要源自个体审美经验和对视听文本的接受与再生产实践^⑨。这就需要利用文化身份的流动性,从深层维度重新建构传统文化与个体情感的行为驱动。

自我创造与自我呈现的实践主体,不仅具有流动性,还具有层次性。春节反映一种层次性认同,不同年龄段的群体都能在春节仪式活动中完成个体自塑。当代用户通过媒体平台了解传统社会过春节的情景,受到触动、获得启发、得以理解,并以模仿、编创等方式表达情感,以文化记忆的传递带动文化符号和文化基因的代际传承。同时,媒介交流与柔性互动也推动了代际差异的弥合,有利于调和代际文化的鸿沟。在保护春节遗产的社会文化建设中,各层次主体扮演不同的角色,形成共同的集体行动,春节文化的传播者作为春节集体行动所产生的主体,理应被纳入非遗保护的主体当中,在文化认同的基础上进行传统与现代、社会关系与文化环境良性互动的选择,最终形成春节文化的自塑状态。

拜年礼、祝福礼等春节习俗中的传统礼节,体现出传统社会中的民俗关系,“商讨、交流、表演与话语艺术”的互动机制为理解这一传统节俗的现代转型提供了全新视角^⑩。当代春节已突破地域与时间的物理限制,通过短视频平台上的数字化展演,构建起多维度的对话空间。通过云集市、云庙会等创新形式,与《荆楚岁时记》等典籍记载的传统年俗展开跨越千年的文化对话,这种媒介化传播不仅实现了即时性节庆互动,更体现出春节文化正以数字化表演为载体,在媒介化交往中完成活态传承与创造性转化。春节作为当代社会的“活态遗产”,它的构成应当包括各个时代的要素,所表达的内涵是文化主体所在的那

个时代精神的真实表达^⑪。节日文化传承者的集体智慧通过仪式化的情感表达,将历史记忆与个体意志相结合,体现出记忆与社会、文化之间的互动关系。重视文化主体身份的流动性与层次性,有利于应对媒介间性的弱化,增强跨时空的媒介化互动对节俗文化的重构与传播。

多元文化互融互建就是以仪式活动的参与者为流动的整体,视文化传承主体为记忆载体,通过重构集体记忆,实现文化符号的传播,从而推动文化身份的确认与建构。信息技术的引入与跨媒介传播,打破了文化传播在时间和空间上的局限性,提供了多样化的内容形式和广泛的受众覆盖面。在弘扬自然文化一体观的世界认知系统中,春节习俗作为个体可资利用的一种跨文化共享材料,在新媒体介质的帮助下带来深刻的文化影响,通过多元价值共识的生成,重新构建节俗文化的公共性与现代性。

三、春节习俗的能动性实践

数字化、智能化的加速更新推动了现代传媒的运作和社会时空的压缩,人类交往模式的深刻变革影响着文化传承和传播主体的重构。值得关注的是,面对全球化背景下的社会变迁,当代年轻人如何在文化变迁中寻找个体定位。这就需要凝聚集体行动的力量,通过周期性的节日仪式活动激发个体能动性和主体意识,作为改变现状的动力和途径,平衡关联过去与当下的生活状态与社会关系。

通过多元媒介互动参与的形式,春节习俗实现了从“他塑”向“自塑”的转化,不仅承载了消解焦虑、迷茫情绪的功能,还在社会规范和秩序的框架内,满足了个体自由选择 and 自在独立的需求。可见,中华传统节日的价值和意义并不是被动呈现的,其蕴藏着人对待自然、他者与自身的根本态度、处理原则和理想诉求,是中国人处理这三种关系的历史产物^⑫。“年”的作用就是沟通关系,在社会发展中扮演着重要的协调、引导、阐释、推动等角色,以适应人民日益增长的精神文化需求。传统习俗中庙会、社火等活动形式的现代化转变,总的来说是人与社会关系的革新。这种转变本质上反映着节日功能的

转型,即从农耕文明的时序标记转向现代社会的意义生产,其运作机制包含三个层面:技术革新、文化传播和社会再造。

其一,技术层面,节庆符号的再创造激活了传统基因的现代生命力。技术的进步为节日文化再生产提供了新的工具和形式,构建起节俗文化符号重组、再编码的动态机制。岁时节俗在文化传播中形成新的记忆形态,不仅具有时间上的连续性,而且通过空间的延展,实现了文化意义的代际传承与社会资源整合。春节文化的新型仪式活动,以及相关视频在自媒体平台上的传播,是民众展示自我的过程,也是传统习俗适用于当下社会需求和面向未来的重要内容,其中每个主体对于节俗的创造和改编的观念,使文化细节的关联更有价值。

民间文化具有“人民性”,是代表民众的文化符号,成为塑造共同体的文化自我、身份认同、精神价值的重要载体^②。短视频创作者李子柒,将传统工艺、美食制作与节令习俗相结合,在融入个人细腻情感的同时,传播传统文化和非遗技艺。因其极具影响力和凝聚力的视频,在海外平台“YouTube”拥有千万粉丝,成为文化交流的一张特色“名片”。她的成功是文化自塑的典范,展现了传统文化与现代传播方式的结合。在表现春节习俗的视频中,镜头聚焦于中国元素,通过制作雕版年画、剪窗花、糊灯笼等全流程的记录,将春节相关习俗的活态性展现出来。这种“过程性”的叙事方式体现出传统文化的现代融入,讲述了一个个“有温度”的中国故事。从这个角度看,以李子柒为代表的传统文化传承者、传播者、实践者,通过直观生动的画面传递情感与价值观,以其更注重文化的自然流露,被不同文化背景的观众接受。

文化主体基于当下社会需求对文化符号进行解构与重构的过程,打破了传统文化与现代生活的界限,激发传统基因的现代生命力。世代相传的文化元素重新被塑造,使其因文化主体的参与而赋有文化意义。文化认同基础上的互动交往,增强了传统文化的表现力。节俗文化由他塑向自塑转化就是转向个体性、生活性,是个人审美情感和情绪的表达,并以人际交往为导向,体现出文化传播主体、实践主体的互动

和话语选择。

其二,文化层面,传承主体的实践赋予了传统文化元素现代魅力。传统节日的文化实践基于社会群体通过互动与协作形成共同的文化记忆。传承主体是文化实践的基本单元,其自我实践的过程就是重塑和维持自我的过程,核心在于个人、社区与群体的自主性、主动性。城市化建设中成长起来的年轻一代,在传承文化基因的同时对其意义的再创造与再生产,既延续了传统节俗的核心价值,也赋予其新的时代内涵。因此,重新思考春节文化内涵在都市社会中的建构形态,是提升传统习俗在现代社会中的生命力与影响力的关键所在。春节期间,城市中的庙会、灯会、供销会等传统节俗场景的搭建,都属于节日进入都市公共生活的表现,具有强化文化记忆与日常生活意义的双重功能。都市节会作为一种能够有效沟通情感、团结市民、凝聚共识的时空平台,在新旧周期转换中重建归属感和文化认同,以弥补“家园感”的缺失^③。春节相关的仪式活动作为综合性文化载体,不仅是地方多元文化建设的平台,更是城乡文化沟通的桥梁,在代际情感传递基础上生成地方感、认同感。

在政府主导与社会力量协同参与的现代公共文化服务体系建设框架下,节日文化实践呈现出参与主体多元化与文化再生产活态化的双重特征,推动了传统文化元素新的意义生成。董宇辉、孙小寒等文旅推介官作为“文化中介者”,与主流媒体深度合作,融入年轻化、个性化的创意与视角,通过话语重构,将传统文化叙事转化为符合现代生活美学和传播特质的文化内容。这种上下联动的节日文化建设模式不仅拓展了创新治理的实践路径,还实现了文化传承动力机制的建构和运行。

其三,社会层面,节日仪式的创造性呈现凝聚了传统社会的现代共识。经济社会的高度发展,使社区共同体意识日渐式微,但这种变化也促使社会越来越关注文化主体的“公共性”特征,希望通过公共文化和社区治理,重塑共同体的凝聚力和创造力。节日作为一种人群聚合与社会交往的重要方式,具有独特的凝聚人心、增强认同感的功能与意义,在当下基层社会建构与文化治理中发挥积极作用^④。春节社火不仅是艺

术表现,更是一种文化仪式,民众的观看过程也是参与这种文化仪式的过程。春节社火的多样化呈现,提升了人们的参与感,也能够带动灯会、集市等活动的整体联动。节日活动中的文化产品,通过传递文化记忆与情感,强化社会群体的获得感,不仅能够促进社会成员之间的互动和交流,构建社会关系网络,还通过整合社会资源,对传统节日文化遗产的保护产生积极作用。同时,与之相关的文化消费也成为个体重塑的重要动力,消费者通过购买体现节俗文化符号的文创产品获得情感共鸣与文化归属。

春节申遗的过程本身就是对优秀传统文化保护的一种实践,是一项以系统观念统摄申遗实践的成功案例。巴莫曲布嫫强调,春节事关《保护非物质文化遗产公约》所界定的“社会实践、仪式、节日活动”,同时也构成“有关自然界和宇宙的知识与实践”,应从“人类性”的高度去理解春节申遗成功的重要意义^⑩。由于中华文化的深厚底蕴和广泛实践,春节文化传承与弘扬的主体,已不是抽象的、狭义的主体,而是具有“人类性”的更广泛意义上的主体。春节申遗成功,意味着春节所彰显的人类一致性和文化创造力得到了国际社会的肯定,以其丰富的文化内涵和旺盛生命力,使中华优秀传统文化走向国门^⑪。作为凝聚着中华传统文化和人类创造力的春节习俗,不仅具有增强中华儿女文化认同的功能,还为推动全球文化交流和构建人类命运共同体提供重要经验。

传统符号的消解,使人与人之间不需要用社会秩序纽带进行维系,取而代之的是新型社会关系的联结。民众获得归属感和持续感的力量源泉在于文化,文化交往过程中继承的不单是物质文化,更重要的是非物质文化遗产。年味来源于仪式背后的情感共鸣,以及文化内涵所带来的温暖与力量。春节相关的仪式活动更关注普通民众的情感体验、审美需求与价值判断,除了概念的、抽象的或同质意义上的文化,更重要的是以认同为基础的代表性观念。

结 语

春节作为中国人庆祝传统新年的社会实践,

凝聚了中华民族历史智慧,承载着辞旧迎新、祈福纳祥、团圆和谐的文化哲理,促进社会团结与价值认同,是民族文化的重要象征。春节习俗跨媒介传播的成功实践,不仅推动了传统文化的现代化转型,还彰显了“社会个体化”的重要意义。其一,技术赋能和多平台协同为文化主体性重塑提供了重要契机。尤其是跨文化传播,促进了文化的共享与交融,使春节从“中国年”逐步转变为“世界节”,增强了个体的文化自信和凝聚力。其二,个体的文化表达和身份认同诉求愈发强烈,当代年轻人通过社交媒体重新定义春节的意义和庆祝方式,时空抽离和社交驱动使春节从“被解释的文化”变为“被实践的文化”,实现主体性回归。其三,个体能动性实践为春节文化注入新的活力,体现为节庆符号的再创造、文化元素的现代化以及公共性节日的转变。春节习俗的跨媒介传播唤醒了人们对美好生活和文化价值的思考,通过参与式表达体现出社会结构与个体行动之间的张力,也彰显了“制度性个体化”的后现代逻辑,使春节更加贴近现代生活,成为连接传统与现代、个体与群体的文化纽带。

注释

- ①黄枬森:《关于主体性和主体性原则》,《哲学动态》1991年第2期。②刘魁立:《中国人的时间制度和传统节日体系》,《节日研究》2010年第1期。③萧放、叶玮琪:《春节与铸牢中华民族共同体意识》,《中国非物质文化遗产》2025年第2期;朝戈金:《春节的文化内涵与当代意义》,《光明日报》2025年1月18日;李向振:《现代文明视野中的中国春节及其时代价值》,《中国社会科学报》2025年2月7日。④刘魁立:《我们中国人自己的传统节日体系》,《江西社会科学》2011年第5期。⑤宋颖:《论节日空间的生成机制》,《民俗研究》2017年第5期。⑥⑦王加华:《作为人群聚合与社会交往方式的节日——兼论节日对基层社会建构与治理的价值》,《东南学术》2020年第2期。⑧杨红:《非物质文化遗产数字化传播的意义更新与趋势分析》,《中国非物质文化遗产》2023年第5期。⑨阎云翔、康岚:《当亲缘被祛魅:“断亲”背后的个体选择与家之存在意义的变迁》,《当代青年研究》2025年第1期。⑩董晓萍:《春节遗产与现代社会》,《文史知识》2011年第2期。⑪高丙中:《作为一个过渡礼仪的两个庆典——对元旦与春节关系的表述》,《中国人民大学学报》2007年第1期。⑫黄涛:《春节庙会:造就浓厚年味的文化空间》,《中原文化研究》

2019年第2期。⑫卫才华、霍嘉思:《面塑艺术的地方经验与当代性建构》,《地方文化研究》2022年第6期。⑬张爱华:《贝克的个体化理论以及对研究中国社会的启示》,《理论界》2011年第10期。⑭本文所参照的是贝克的个体化命题,强调一种新的张力,即一方面是不不断增长的对个性、选择和自由的要求,另一方面是个体对社会制度的复杂而不可避免的依赖。参见[美]阎云翔著、陆洋等译:《中国社会的个体化》,上海译文出版社2012年版,第327—342页。⑮刘铁梁:《身体民俗学视角下的个人叙事——以中国春节为例》,《民俗研究》2015年第2期。⑯亨利·詹金斯通过媒体融合、参与文化和集体智慧三个概念,全面阐述了“融合文化”的内涵。这一概念不仅揭示了媒体环境的变化对文化生产、消费和传播方式的影响,还强调了受众在这一过程中的主动性和创造力。参见[美]亨利·詹金斯著、杜永明译:《融合文化:新媒体和旧媒体的冲突地带》,商务印书馆2012年版,第30—32页。⑰高小康:《空间重构与集体记忆的再生:都市中的乡土记忆》,《学习与实践》2015年第12期。⑱尚必武:《跨媒介的故事讲述及其相关叙事学命题》,《湖南师范大学社会科学学报》2023年第6期。⑲阿莱达·阿斯曼、扬·阿斯曼提出了文化记忆理论,在《昨日重现——媒介与社会记忆》一文中指出:“文化记忆理论主要从文化角度对记忆的形成进行研究,并对组织‘文化和记忆之间关系’的媒介和机构进行探究。”参见冯亚琳、[德]阿斯特莉特·埃尔著,余传玲等译:《文化记忆理论读本》,北京大学出版社2012年版,第20页。⑳[美]希拉·博克、[美]凯瑟

琳·博兰德、方云等:《异域认同:舞蹈、差异与自我塑造》,《民间文化论坛》2020年第6期。㉑李牧:《阿兰·邓迪斯的“宏大理论”建构与非物质文化遗产跨文化传播之实践理性》,《民俗研究》2019年第2期。㉒鱼生,也叫鱼萨拉,是印尼当地春节期间的特色美食,寓意是好运和繁荣昌盛。㉓王铭铭:《从神话看文化外缘性》,《读书》2025年第3期。㉔王文章、陈飞龙:《非物质文化遗产保护与国家文化发展战略》,《华中师范大学学报(人文社会科学版)》2008年第2期。㉕常江、田浩:《间性的消逝:流媒体与数字时代的视听文化生态》,《西南民族大学学报(人文社会科学版)》2021年第12期。㉖王霄冰:《民俗关系:定义民俗与民俗学的新路径》,《民间文化论坛》2018年第6期。㉗吕舟:《北京中轴线申遗研究与遗产价值认识》,《北京联合大学学报(人文社会科学版)》2015年第2期。㉘张勃:《中华传统节日的文化内涵——基于人与自然、他者和自身关系视角的考察》,《中国文艺评论》2021年第5期。㉙高丙中:《发现“民”的主体性与民间文学的人民性——中国民间文学发展70年》,《民俗研究》2019年第5期。㉚萧放:《都市如何成为家园:中国都市节会传承与市民日常生活的重建》,《北京师范大学学报(社会科学版)》2025年第1期。㉛《巴莫曲布嫫讲述春节申遗故事》,中国人大网,2024年12月17日, http://www.npc.gov.cn/npc/c2/c30834/202412/t20241217_441540.html。㉜邓立峰:《春节所彰显的人类文化普遍性受到国际性认同》,《中国艺术报》2024年12月6日。

The Reconstruction of Subjectivity: the Cross-media Communication of Spring Festival Customs

Wei Caihua and Fang jie

Abstract: The communication and mutual learning of world civilizations are becoming more and more frequent, and the communication system of Spring Festival customs shows a “super regional” form, its existence and development are always accompanied by the connection and interaction with the world outside the local society. Social media has become an important platform and way for people to carry out cultural expression. With the help of digital tools and social media, festival rituals and festival symbols have been transferred from physical spaces to digital scenes. The social logic drives the cultural logic to innovate and recreate the Spring Festival rituals. Relying on individual self-expression, the Spring Festival culture has transformed from “being shaped by others” to “self-shaping”. Through technological empowerment and multi-platform collaboration, cross-cultural reconstruction of collective memory, and emotional interaction in intergenerational inheritance, the diverse value consensus of “social individualization” reflected by the Spring Festival has re-established the public and modern nature of festival culture, enhanced the sense of identity and continuity of festivals, and made the subjects of cultural inheritance have multiple possibilities. The active practice of individuals has injected new vitality into the Spring Festival culture, making the Spring Festival closer to modern life and becoming a cultural bond connecting tradition and modernity, as well as individuals and groups.

Key words: subjectivity; individualization; Spring Festival; cultural heritage; cross-media communication

[责任编辑/周舟]