

“王炸”背后 亦有“好牌”

——2021河南省春晚缘何被赞“出圈”？

“2021河南省春晚的《唐宫夜宴》是我心中的最佳节目”“甩出王炸”“支棱起来了”“青铜变王者”……

2021年的春晚大餐，一向低调的河南春晚凭借着硬核的节目内容，竟然“C位出圈”。微博等新媒体平台上，网民纷纷留言，对河南春晚赞誉有加。

“王炸”背后，亦有“好牌”。2021河南省春晚缘何被赞“出圈”？新华社记者带你一探究竟。

互联网思维突破流量“怪圈”

互联网时代，春晚舞台是否必须请来一线大牌，才能带来流量加持？河南春晚用实际行动给出了自己的答案。

没有浮夸的宣传，整台晚会制作成本不足千万，略显朴素的河南春晚却在网络上赢得了百万网民在线“打call”。节目视频播放量超20亿，微博主话题阅读量4.9亿次，多次登上各平台热搜榜单……一时间，河南春晚刷屏了不少人的朋友圈。

2021河南省春晚总导演陈雷认为，从节目编排到后期宣发，主动拥抱互联网思维是河南春晚取得成功的关键。“互联网思维的核心是用户思维。大家会不会来看？为什么要看？看点在哪？在整台晚会的制作上，我们始终带着这些问题去实践和思考。”

陈雷说，河南春晚是让表演者去服务节目内容，让不同年龄段的观众都能在节目观赏中取得情感共鸣。

以节目《我们能》为例，以小见大式的故事化表达和精美的歌舞编排，再现了各行各业在抗击疫情过程中的奉献与付出。小女孩与年轻母亲的隔空拥抱，把人们再次拉回到抗疫记忆的同时，也触发不少人的泪点。

“把每个人共同的生活经历融入作品之中，让每个人都有参与感，我们的节目才能打动人心，才能被认可。”2021河南省春晚艺术总监李暄说。

创新表达唤醒文化自信

今年的河南春晚，爆款节目非《唐宫夜宴》莫属。

这支5分钟的舞蹈，将大唐风华融于少女的嬉笑怒骂，时而严肃，时而活泼。背景配以“妇好鸮尊”“莲鹤方壶”“贾湖骨笛”“捣练图”“簪花仕女图”等诸多“宝物”，为观众呈现了一个活起来的博物馆奇妙夜。

“如果只是单纯的舞蹈表演，《唐宫夜宴》的影响力肯定没有这么大。我们运用虚拟现实技术，通过时间、地点的变化，把整段舞蹈分段切换，并结合了中国山水等一系列耳熟能详的文化符号。”李暄认为，正是表达方

式的创新，才重新唤醒了传统文化原本就具有的巨大魅力。

“舞蹈里有国宝，有国风，还有国潮。国宝带国风，国风造国潮，用传统文化引领潮流之风，是传统文化重焕生命力的重要手段。”李暄说。

网民评价《唐宫夜宴》让自己看到了熟悉的陌生感，“那些小女孩的身影，不就是这个时代正在赶上班早高峰的我们吗？”古今时间线上的关联，也是陈雷认为《唐宫夜宴》的成功之处。

“把趣味性的古代场景还原成今天每个人的日常生活场景，让古玩和每个现代人的心灵发生碰撞。我觉得这是让传统文化、古代文物活起来的好办法。”陈雷说。



从这群“唐朝小胖妞”身上，能看到盛世应有的雍容气度，以及小儿女情态该有的俏皮可爱。郑州歌舞剧院供图

“出圈”背后彰显

民众文化审美提升

一系列创新之举，让曾经并未受广泛关注的河南春晚成功“出圈”。对此，2021河南省春晚执行策划徐娜认为，“出圈”背后反映了民众对文化类产品审美水平的提升。

“文化不是一味地迎合，而是在视野、格局、深度上的引领。河南春晚能打出‘王炸’，依托的是河南丰富的历史文化资源这副‘好牌’。‘出圈’的表面是我们在坚持做文化，背后却是寻找文化的观众找到了我们。”徐娜说。

陈雷也坦言，最开心的不是听到别人对节目质量的夸赞，而是听到有人看完节目后，确实想去博物馆转一转。“这恰恰体现了每个人身上的文化自信。这种自信根植在每个中国人的内心，只是需要通过创新手段去唤醒。”

实际上，全国多地博物院正在通过各种创新手段，激活传统文化活力，满足更多游客“转一转”的文化消费需求。

河南博物院将馆内珍宝打造为“考古盲盒”，还附赠考古钻探工具“洛阳铲”；北京故宫博物院打造了“故宫生活”等系列文创产品；三星堆博物馆将收藏的青铜大立人、铜戴冠纵目面具、戴金面罩青铜人头像等文物设计成玩偶模型，深受游客喜爱。

国家统计局数据显示，除去受疫情影响的2020年，“十三五”时期，全国居民人均教育文化娱乐年消费支出持续上涨，2019年达到2513元，增长12.9%，占人均年消费支出的11.7%。

陈雷认为，河南春晚的“出圈”现象，在给予文艺工作者信心的同时，也对当前文艺创作水平提出了更高的要求。选好题材、用好形式、讲好故事，是文化类节目和产品创新的关键。

（翟濯 牛少杰 李文哲）
据新华社



备骑出行图——现藏于山东博物馆



考究的服化道让千年前的唐代仕女形象逐渐生动具体起来 郑州歌舞剧院供图



文物科普小讲堂时间