

从窗花到春晚标识：传统文化符号的现代转译与传播研究

段紫涵 李紫蓉 王若楠 黄熠庭 吴静怡

西安外国语大学 陕西 西安 710128

【摘要】：以窗花与春晚标识为核心研究对象，基于符号学理论剖析二者的文化内涵传承与现代转译路径，探索传统文化符号创新性营销与传播的可行策略，为传统文化现代传播实践提供参考。

【关键词】：符号学；窗花；春晚标识；文化转译；跨文化传播

DOI:10.12417/2982-3846.25.06.005

1 引言

在全球化深度融合与数字化媒介技术迅猛发展的当下，传统文化传播面临着全新的机遇与挑战。一方面，中华优秀传统文化作为民族精神的核心载体，其传承与传播是增强文化自信、构筑民族共同体意识的关键路径；另一方面，当前文化传播仍存在形式固化、受众断层、传播渠道单一等问题，年轻群体对传统符号的认知感知不足，跨文化传播中也面临文化折扣、叙事适配性弱等困境。

窗花作为扎根于民间的传统民俗符号，承载着千年来百姓的生活美学、祈福愿景与地域文化特质，是民间文化活态传承的典型代表，其传播根植于民间社交场景，具有天然的大众性与生活化特征；春晚标识则是官方主导的文化符号，依托央视春晚这一国家级传播平台，承担着文化引领、节日符号建构的重要职能，是现代媒介语境下官方文化传播的核心载体。二者分别代表“民间民俗文化”与“官方主流文化”两大分支，在文化内涵、传播主体、受众圈层、转译方式等方面既存在差异又相互关联。

2 核心概念与理论基础

传统文化符号是指在特定民族或社群的长期历史发展过程中形成、积淀并传承下来的，能够承载和表达其独特文化意义、价值观念、集体记忆与审美取向的具象或抽象表征体系，是文化信息的载体，更是文化身份认同的核心标志。

其核心特征主要体现在：历史传承性与稳定性。符号的形成历经时间筛选，其基本形态与核心内涵相对稳定，确保了文化的连续性；意义象征性与多层性。符号能指与所指之间具有约定俗成的关联，意义往往包含表层如物质、功能与深层如精神、观念等多个层次；民族性与地域性。符号深深植根于特定

的自然环境、社会结构和哲学思想，反映了独特的文化基因；可传播性与可塑性。符号能够通过各类媒介进行传递，并在传承中适应新的语境发生有限度的演变。

春晚标识作为现代媒介文化符号，同样具有清晰的能指与所指结构。其能指包括特定的图形设计、字体造型、色彩搭配、动态效果等视觉形式；所指则承载着春节团圆的家国情怀、辞旧迎新的时代精神、国家主流意识形态的表达、文化自信的彰显等现代文化内涵。春晚标识的能指设计不断与时俱进，但其核心所指始终与春节文化的本质内涵保持着内在一致性。

3 窗花与春晚标识的文化内涵溯源与符号解构

3.1 窗花的文化内涵与符号解构

窗花是中国剪纸艺术的重要表现形式，其起源与古代祭祀、祈福及驱邪的民俗活动密切相关，是承载着深厚文化意蕴的民俗符号。窗花的文化内核首先体现为祈福纳祥，通过特定的纹样与构图，表达人们对生命繁衍、家庭美满、富贵平安、健康长寿等普世愿望的追求；其次，窗花是重要的民俗表达载体，在春节、婚庆等特定岁时节令与人生礼仪中扮演规定性角色，是民众集体情感与社区认同的视觉化呈现；最后，窗花还是地域文化的活态载体，不同地区的窗花在题材、风格、技法上各具特色，融入了当地的自然风貌、物产、传说与审美习惯，形成了丰富多元的地方文化谱系。

运用符号学理论分析，窗花的符号系统由能指与所指构成。在能指层面，其核心是由纹样和色彩构成的视觉元素。在所指层面，这些视觉元素包含多层文化意义。这种能指与所指的稳固关联，使窗花成为一套高度程式化、可被社群成员共同解读的意义系统。

基于生成与传播语境，窗花展现出鲜明的传统符号属性：

作者简介：段紫涵，2005年6月，汉族，籍贯：陕西省渭南市，西安外国语大学在读本科生，研究方向：符号学

课题：本研究受“西安外国语大学大学生创新训练计划资助（项目名称：基于符号学视域的传统文化创新性营销与传播路径研究；项目编号：S202510724136）”项目负责人：段紫涵

民间性。窗花主要由民间艺人创作，服务于民众日常生活与精神需求，反映的是世俗的、朴素的审美观与价值观，与宫廷或文人艺术形成区分

3.2 春晚标识的文化内涵与符号解构

中央电视台春节联欢晚会（以下简称“春晚”）标识的诞生与春晚这一媒介事件同步。早期标识主要承担节目预告与识别的单一视觉功能。随着春晚成为全球华人共同的文化仪式，其标识逐渐从一个简单的节目 Logo 演变为一个蕴含多重意义的文化 IP 符号，从早期相对简单的图形字体组合，发展为每年融合当年生肖、年度主题、传统纹样与现代设计语言的复合体。特别是近年来，标识及其衍生的吉祥物如“兔圆圆”等，通过大数据调研、全网互动等方式进行创作与推广，标志着其已超越视觉标记，成为一个可进行多维开发、运营与传播的文化 IP，承载着凝聚共识、传递价值观、进行文化创新的使命。

春晚标识的符号系统同样遵循能指与所指的对应关系。能指具体表现为：图案，如生肖动物造型、传统纹样“云纹”、“如意纹”的现代化抽象、字体，常采用书法或专门设计的字体体现文化感、色彩，以红色系为主，并辅以金、黄等传统吉祥色，近年更系统化采用如“大纛”、“赭霞”、“春辰”等中国传统色名。所指则指向多层次的意义：第一层指涉“春节联欢晚会”这一特定媒介事件；第二层象征“团圆”“欢庆”“迎新”的春节核心精神；第三层则承载更为宏大的叙事，如“国家年度记忆”“时代精神”“文化自信”等。

3.3 二者文化内涵的传承与关联

春晚标识并非无源之水，其在文化内涵上深刻吸纳并创造性转化了以窗花为代表的传统民俗符号的精髓。这种吸纳主要体现在：对吉祥寓意的继承。窗花中“祈福纳祥”的核心诉求，在春晚标识中转化为对“国泰民安”、“盛世欢歌”“未来可期”等宏观而正向的国家与民族愿景的表达；对视觉语汇的转译。窗花中常见的对称构图、谐音象征、饱满造型等手法，在春晚标识设计中得以现代化、简约化再现。对仪式功能的接续。窗花是家庭仪式空间的装饰，春晚标识则是全民媒介仪式的视觉中心，二者都通过符号的周期性出现，强化了节日的仪式感与认同感。

尽管分属不同历史时期与传播介质，窗花与春晚标识作为春节文化符号体系中的重要组成部分，共享着三个根本性的文化内核。窗花装饰家园，为家庭团聚营造视觉氛围；春晚标识则召唤并象征着全球华人在同一时刻的“媒介共聚”，二者共同服务于“团圆”这一春节最核心的情感诉求；窗花的红色主调与繁复纹样直接营造出热烈的喜庆感；春晚标识同样以红色为主，辅以灵动设计，烘托出普天同庆的欢乐节日气氛；无论是窗花对个人与家庭福祉的微观祝愿，还是春晚标识对国家昌

盛、时代进步、未来美好的宏观祈愿，都体现了中华民族在辞旧迎新之际对美好生活的共同向往与精神寄托。这三大共性内核，构成了传统文化符号在现代化进程中得以延续和再创造的情感与文化基石。

4 从窗花到春晚标识：传统文化符号的现代转译路径

中华优秀传统文化的现代转译是其实现创造性转化、创新性发展的核心路径^[1]，而视觉符号、文化内涵与传播载体的三重转译则构成了传统文化符号从民间民俗走向大众文化、从传统形态迈向现代表达的完整逻辑体系。窗花与春晚标识，作为中国传统春节文化符号的两种典型形态，分别代表着民间自发传承与主流媒体建构的两种文化生产模式。窗花作为中国春节民俗中极具代表性的民间视觉文化符号，承载着地域化的民俗记忆与文化寓意，而春晚标识则为当代春节大众文化的符号凝练，是国家级文化场景下对传统春节符号的现代化重塑^[2]。二者之间的转译实践，成为传统文化符号以“内圣”固核、以“外王”拓新的典型实践范式。

视觉符号是传统文化符号“外王”表达的第一层载体，儒家“内圣外王”的思想在此层面体现为——“内圣”是窗花视觉符号的文化基因与精神本源，“外王”则是通过现代设计的简化重构，让传统视觉符号适配现代传播场景，实现视觉层面的大众化及标准化的表达。窗花作为民间手工视觉符号，其视觉元素与色彩选择均蕴含着儒家崇德尚礼、祈福纳祥的内圣内核。春晚标识则在坚守这一内核的基础上，完成了视觉符号的现代“外王”实践。

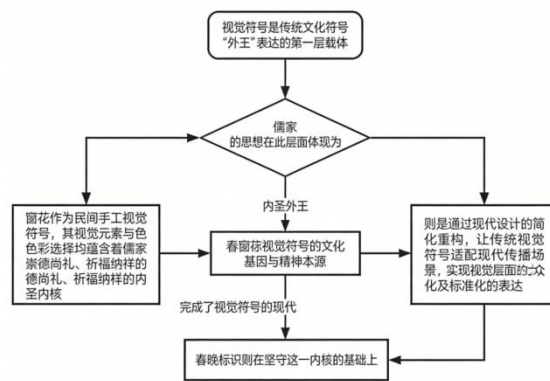


图1 视觉符号“内圣外王”逻辑图

窗花作为民间剪纸艺术的重要形式，其视觉语言形成于特定的乡土语境^[3]。在漫长的历史演进中，民间艺人以刀剪为笔，将祈福纳祥的朴素愿望转化为镂空的意象表达^[4]——石榴多籽寓意多子多福，莲花生发象征连年有余。这些视觉符号往往具有“粗犷中见精微”的美学特征。

从“内圣”的维度审视，儒家强调“艺以进道”，认为技艺的锤炼不仅是工具性的技能习得，更是心性的修养功夫。窗花艺人在重复的实践中沉淀心性，恰如儒者“居敬持志”的修养工夫。这种“技进乎道”的实践，使窗花超越了单纯的装饰功能，成为承载民间精神世界的“内圣”之器。

春晚标识对传统纹样的现代演绎，首先体现为一种“简化与重构”的设计策略。以2026年央视春晚主标识“骐骥驰骋纹”为例，设计者从传统云纹、雷纹、回纹中提取经典元素，以“四马齐驱、拾级而上”的动态构图重构视觉意象。这一过程并非对传统纹样的简单挪用，而是遵循“视觉生命体”的创作理念——使传统纹样在保持文化辨识度的同时，获得与现代审美相适配的流畅形态。云纹的舒卷自如被提炼为骏马腾跃的动势线条，传统纹样中积淀的吉祥寓意并未消逝，而是以更简洁、更富表现力的方式重新编码。



图 2026 春晚标识

文化内涵是传统文化符号的核心内核，亦是符号所指的本质体现。窗花作为民间春节民俗仪式的重要组成部分，其文化内涵具有鲜明的地域化、民俗化特征，是特定地域民众生活体验与文化心理的反映。春晚标识则作为国家级春节文化场景的核心符号，对窗花的文化内涵进行普适化延伸与时代化融入，实现了从地域民俗寓意到全民新年情感表达，契合了中华文明精神标识的核心特征，让传统春节符号成为凝聚中华民族文化共识的重要载体。

参考文献:

- [1] 吴阿娟, 韩阳. 从文化符号到精神标识: 对外传播中优秀传统文化的提炼与融通[J]. 天津师范大学学报(社会科学版), 2023, (06): 43-51.
- [2] 邵静. 媒介仪式: 媒介事件的界定与仪式化表述——以我国的春节联欢晚会为范本[J]. 浙江传媒学院学报, 2009, 16(04): 6-9.
- [3] 张丽君. “待见窗花”——传统民间剪纸的图形语言创新解构研究[J]. 中国民族博览, 2019, (06): 15-16.
- [4] 孟宪平. 窗花系统: 胶东民间剪纸的群集性呈现方式, 2022, (08).

北京台春晚主标识的设计同样体现了时代化融入的自觉。设计团队在系统梳理从先秦到近代“马”形象演变的基础上，提出“每个时代的马，都在诉说那个时代的气质——先秦的马雄健奔放，盛唐的马雍容华贵，而当代的马，理应兼具力量与温度”。这一判断将传统符号的现代转译置于“时代精神”的高度加以审视，符号的创新不是对传统的颠覆，而是在每一次重现中让古老符号与当下生命真诚相见。

这种时代化融入体现了“精神标识”相较于“文化符号”的独特价值。精神标识“在保有文化符号原生内涵的基础上，一方面超越其解构主张，一方面被赋予了时代价值”。窗花所承载的民俗寓意，是历史积淀的自然结果，而春晚标识的时代化诠释，则体现了国家意志与文化自觉的建构过程。这种建构并非对传统的任意涂抹，而是在“守正不迷向，创新不离宗”的原则下，使传统符号与当代文化相适应、与现代社会相协调。

5 结论与展望

窗花与春晚标识作为春节文化符号的典型代表，虽分属传统民俗符号与现代媒介符号，但二者在文化内涵上高度传承与关联。春晚标识深度吸纳了窗花等传统民俗符号的视觉元素与核心文化内涵，二者均以团圆、喜庆、新年祈福为核心文化内核，共同构成了当代春节文化的符号体系。

从窗花到春晚标识，传统文化符号实现了视觉、内涵、传播载体三个维度的系统性现代转译。视觉上，从民间手工繁复纹样向现代设计简约纹样转化；内涵上，从地域民俗寓意向全民大众文化与时代精神转化；载体上，从线下实物民间张贴向现代全媒体矩阵转化，这一转译路径为传统民俗符号向现代媒介符号的转化提供了典型参考。

传统文化符号的创新性营销与传播需要兼顾文化原生性与现代审美，精准匹配不同受众的文化需求，构建全媒体、跨主体的海内外传播体系，并打造 IP 化传播路径。核心策略为：坚守核心文化内涵，创新视觉与形式；针对年轻受众结合潮流文化，针对海外受众简化认知门槛；整合传统与新媒体渠道，推动政府、企业、民间组织协同参与；实现从单一符号到系列化 IP 的延伸，平衡 IP 的商业化与文化性。