



用融合思维让传统节日更炫酷

何华湘

如果说近几年有哪一个概念能深度影响人们的思想和行动，那非“融合”莫属。融合，从顶层设计来讲是一种方略，在底层逻辑则是一种思维。在数字时代和信息社会，它也可以视为修身齐家治国平天下的高级算法。疫情期间，人们习惯了上网课、开视频会议、直播带货，许多工作和生意搬到云端进行，这是媒体融合带来的线上生活新常态。在线下，人心融合催生了强大的社会动员力量。数不清的人员和物资从四面八方聚到一起，完成了一项又一项惊艳世界的壮举，“火神山”“雷神山”医院建设的中国速度至今令人叹为观止。

当传统节日搭上融合的快车，又会诞生怎样的奇迹呢？

1. 融合是传统节日的底色

实际上，中国传统节日有着与生俱来的融合特质。这种特质首先体现在舌尖上。譬如春卷、汤圆、青团、粽子、月饼、腊八粥，这些最有代表性的节日食品没有一样是“单纯”的：不仅用多种食材配伍，而且以和合手法制作，在搓揉、包裹、混合的手艺中蕴含着阴阳相生、对立统一、混沌和谐的朴素辩证法思想。

中国人过节，讲究吃，讲究穿，讲究视听之娱，也讲究各种各样的礼数。过节是调动了人的全部感官兴趣和整个社会力量来对待的，是对个体和集体的全方位检视和调适。春节、元宵、清明、端午、中秋，这些重要的传统节日必定是全家老小和社会各界乃至举国上下一齐张罗着来过的。从人的团聚到社会关系的连接，再到资源的整合、功能的融合，中国传统节日在整体上是由多个层面文化载体融合而成的产物。春节就是最典型的例子。

“有钱没钱，回家过年。”每年春节都伴随一场大规模的人口迁徙，2020年全国春运客流量达14.8亿人次，2021年在疫情影响下仍有8.7亿人次。另外还有一支浩浩荡荡的“摩托大军”——数十万的珠三角打工者，每年冒着寒风千里迢迢骑着摩托车返乡过年。“过年了，再难也要回家”，这是中国人刻在基因里的共识，阖家团圆比什么都重要。

过年返乡，除了家人团聚，还要送灶神、祭祖先、走亲戚、访故友、睦街坊、恤孤寡。总之，方方面面的伦理关系——人和鬼神、后代和祖先、生者和死者、家庭和宗族之间的关系——都要按节日的礼法重新打点、加固。这是社会关系的连接。

马克思主义认为，精神交往是物质活动的产物。无论是人和神的关系，还是人和人的关系，其建立与维护总是要以物质为基础的。春节里，少不了的是年货的置办，礼物的流动也是必需的。人们在节日集中爆发出来的巨大消费需求带动了财富和物资的流通、分配、交换。这是资源的整合。

既要满足身心享受的需求，又要经营各种社会关系，这就使得传统节日在功能上也呈现出明显的融合特征，兼有巩固伦常、维持秩序、促进经济、培植艺术、传承文化、养成教育、娱乐社交等多种显性功能，渗透着中国人的物质需求、精神追求、审美趣味和价值取向。与西方圣诞节、情人节这类目标清晰、诉求单一的节日不一样，中国传统节日向来就是以融合思维打底的，融合是其底色。

2. 融合为传统节日赋能

在洋节、饭圈、快餐文化的包围下，农耕社会传下来的民俗节日越来越难“过”。许多年轻人已经不知道上巳节、寒衣节的存在。在商品市场里，端午被“剥光”成“粽子节”，中秋节则“躺平”为“月饼节”。工业化、城市化、信息化及全球化的合力影响，导致了传统节日的边缘化、空心化。如今，中华民族伟大复兴进入了不可逆转的历史进程，需要优秀传统文化源源不断的能量注入和动力推进，亟须重新激活传统节日的生命力和“造血”功能。融合思维的创新应用，能为传统节日快速“充电”，使其能量水平恢复“满格”状态。

（一）寻回价值归属

传统节日是构成中华民族文化体系的重要部分，具有多重价值。人们通过节日的集体参与来传递情感、寄托愿望、繁荣经济和娱乐生活，同时也通过节日周而复始的年度演绎来铭记历史、传承知识及教化童蒙。当下，随着中国乡土社会向现代经济社会转型，大众文化形态和人们的生活样态日益丰富，社会价值观呈现出多元化的趋势，传统节日的存在感逐渐下降。

文化危则民族危，传统兴则国运昌。近年来，中央宣传部、中央文明办持续部署开展“我们的节日”主题活动，呼唤传统文化回归，掀起了一场反响热烈的全民行动，传统节日的形式越来越丰富，文化内涵越来越彰显，人们过节的兴致也越来越高涨，传统节日的价值伴随着过节的味道重新回来了。

人们惊喜地发现，搭上“融合”的顺风车，传统节日也可以很炫酷。就拿2021年中秋节来说，央视的《相聚中国节 月圆梦圆》中秋赏新会以多元视角抒发共同情怀，大小屏全媒体矩阵同频展现中秋文化在现代的传承与创新，示范了美景良辰新赏法：一

批社交平台App以月饼评测、家宴比拼、汉服展示、在月亮上绘画等花样活动开启了线上中秋新玩法；各单位、学校、社区、景区、商家开展的制月饼、做花灯、猜灯谜、博饼、投壶、邂逅“嫦娥”等丰富多彩的节目，打造了传统节日新过法；广西梧州学院返屋民俗学社在中秋主题活动中设置“重走长征路”“甜蜜更忆长征苦”的环节，将红色文化融入传统文化的传承与传播，以圆满初心加持美好节日，创造了文化遗产传承的新方法。

当端午节不再是“粽子节”，中秋节不再是“月饼节”，传统节日的价值也就有了更丰满的内在。公开资料显示，这两年来，80后、90后在传统节日出游的兴趣上出现了明显变化，不再单纯是为了“逛吃”，而是更倾向于寻求对“仪式感”和民族文化的体验。民俗、国风，成了不少旅游项目的吸睛卖点。这是传统文化的回归之旅，也是融合思维的创新应用之旅。在“我们的节日”活动部署中，“广泛开展网上节日主题活动”是必不可少的活动内容，“不断创新传统节日活动的形式和载体”是明确的工作要求，这本身便是融合思维在文化工作中的创新应用，充分体现了尊重文化传播规律、与时俱进的创新精神。毕竟，老百姓上了网，传统节日也不能掉线。

（二）开辟“双创”路径

近几年来，一直强调要“推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展”，要如何才能实现“双创”呢？从系统论的角度看，要么引进新的要素，要么建立新的连接。融合思维正是一个有力的工具，它允许我们打破传统和常规的边界，从生活习惯中培养新的认知，尝试新的行为，一方面勇于接纳新生事物，一方面对传统元素重组利用，双轨并行，为“双创”开辟一条便捷可行的途径。

突如其来的疫情让人们学会了快速接纳新生事物。网络技术作为一项新要素被引入清明文化体系。这几年清明节，许多地方都倡导“网上祭祀”，一些殡葬服务平台纷纷推出“云祭扫”“微祭奠”“专属纪念馆”等新型服务，为不少人填补了无法到现场扫墓的遗憾。这些新的方式，既降低了祭扫成本、减少了环境污染、简便了祭扫程序，又保留了传统祭扫的情感与意义，为传统节日借助新要素的引进实现“双创”，提供了可参考的范本。

此外，对“旧”元素的重新组合也能让传统节日焕发生机。今年腊八节，上海市长宁虹桥当代艺术馆的活动主题设为“咖啡时光‘虎虎生威’腊八节”，将上海流行了上百年的咖啡文化“混搭”历史更久远的传统腊八节，可谓别开生面。现代创新理论之父约瑟夫·熊彼特说，创新不是从无到有发明出什么东西，而是从既有的系统中拈出一些要素把它们组合起来。正如螺蛳汤和米粉的邂逅造就了螺蛳粉，咖啡文化和腊八节的联袂同样令人刮目相看。

媒体融合技术渐趋成熟，当务之急是以思维改造行动，应用融合思维为传统节日赋能，通过具象、情景、仪式、互动等多元符号的引入或重新组合，创造出既看得见乡愁又玩得转时尚的文化产品，建立起传统与现代、艺术与生活、节日与日常之间的连接和对话，推动传统节日可持续发展。这个期待并非奢望。元宇宙已经呼之欲出，还有什么是不能想象的呢？

（作者：何华湘，系梧州学院文学与传媒学院教授）

本文系“广西高等学校千名中青年骨干教师培育计划”阶段性成果

点击：106 发布：2022-03-01 09:36 责编：linxingzi 来源：光明日报

【版权声明】本网页中图片引用自网络的，如有版权方烦请及时联系我们删除，谢谢！ 【联系我们】010-68900123

相关文章

- 忆言忆语：传统节日生活与文化记忆
- 节日之歌
- 有趣的类书《岁时广记》
- 今日谈：感受传统节日的文化内涵
- 团圆意 新传承
- 光明书话：中国节日与中国时间
- 传统节日的跨文化视界

