

传统节日放假：“天地人”破解文化捍卫三大难题 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/394/2021_2022__E4_BC_A0_E7_BB_9F_E8_8A_82_E6_c123_394539.htm 新华网南宁 1 2 月

1 4 日专电(记者何丰伦 戴劲松)连日来，随着国务院取消“五一”黄金周，将除夕、清明、端午、中秋纳入假期的消息传出后，越来越多的人意识到传统节日作为传统文化重要组成部分传承的重要性。然而，不少接受记者采访的人士认为：仅仅通过法定假日来捍卫“传统文化”必定势单力薄，尽快摆脱节日文化捍卫的三大困境，在“经营”中“保卫”才能使传统文化生生不息。“传统节日回归”“保卫文化”声浪日益高涨在互联网上打出“保卫传统节日”的字样，能够搜索到数百个与这一关键词有关的网页。作为数千年传统文化重要象征符号的清明、端午、中秋等节日，在全球化、现代文明浪潮袭击下的式微，引起高度关注。曾多次作为日本早稻田大学访问学者的广西师范大学教授廖国一，对日韩重视传统节日传承文化的作用印象深刻：韩国端午祭放假1天，中秋节要放假3天；日本的“七夕”从古代中国传入，每逢节日，大家都会穿上富有节日特色的民族服装，用各种方式来庆祝，传承民族传统和节日文化。不少学者认为，传统节日的文化内核是中华民族情感和生活的特殊标志。除夕是丰收和希望的象征，清明是对先辈的敬仰，端午是崇尚风骨、民族凝聚力的集中体现；中秋是谋求团圆、幸福平安的折射……除夕祭灶、清明祭祖、端午吃粽子、中秋尝月饼，都是对传统文化的显影和致礼。通过回归传统节日保卫传统文化，就应该注重这些核心价值观的锤炼。三大困境亟待正视

“传统”市场潜力巨大“缺少市场、缺少细节、缺少氛围”几乎是记者采访的各个商家普遍的反映。桂林不少旅行社经营者认为，少了“五一”黄金周，一年的收入很可能就减少了三分之一。但对于如何挖掘新兴的清明、端午、中秋市场，不少人没有心理准备。与之形成鲜明对比的，则是我国香港特区对这些传统节日的重视。香港市场营销专业人士党小建作了这样的比较：内地将端午节、中秋节概括为“粽子节”“月饼节”，但这在香港人心目中只是外在的载体，重视团圆氛围，家族亲友互赠礼物、互相勉励、相互沟通，才是香港人对这些传统节日的深刻认识。党小建认为，仅仅看到传统文化孕育的窗花年画、门神春联、舞龙舞狮、秧歌锣鼓、元宵灯谜这些“传统市场”，并不能了解民族的精神实质。他说：“随着中国人从大众化的节日走向个性化、家族式的传统，其中蕴藏着上千亿元的市场。”张枚畅所在的新加坡著名的华美雅咨询公司，早在10多年前，公司创立不久就开始关注现代化对传统文化节日的冲击，并试图从“冲击-回应”角度来寻找潜在的巨大商机。张枚畅说：“商家目前还只挖掘了浅层次的消费市场，对于消费者个性化心理的需求尚未来得及深入研究。”“天地人”激活节日温情 记者采访的不少专家学者认为，除夕、清明、端午、中秋成为法定节假日仅仅是赋予传统节日良好的“天时”，要真正激活传统文化，就必须进行“地利”“人和”氛围的塑造和经营。记者在广西、湖北等地采访时发现，不少商家开始着手挖掘市场中的深层次消费方式。湖北一家服务公司就准备推出“春节扫除套餐”“清明祭祖培训”“中秋浪漫之夜”等以传统民俗为核心的服务体系。享受国务院特殊津贴的广西儒

学学会副会长钱宗范概括了营造传统节日“人和”的方式。他说：“快乐感与赚钱多少并不成正比，快乐感来自于对自己喜欢事物的投入程度，传统节日成为法定节假日的实质在于营造一种家族和家庭共同参与、共同努力的氛围，最大限度地实现家庭成员间感情的沟通。” 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com