



为啥感觉 年“味”变淡了



随着传统过年习俗渐渐简化甚至消失,人们对过年的期待感已不再“爆棚”,甚至有些人发出了年味变淡的感叹。记者采访各路专家,发现这其中涉及到传统文化、人情社会、心理诉求与消费观念等诸多课题。

本报见习记者 于悦 范佳

年味变淡? 传统文化发生转型 洋节分流过节资源

如今,很多人对过年的感受是,在过年越来越平淡了,越来越没意思了,于是甚至不再有什么期待感。什么导致人出现这样的心理感受呢?山东大学社会学教授王忠武认为,首先,这与传统文化的转型有关。

“社会存在决定社会意识,经济基础决定上层建筑,我们的农业文明已经转型为工业文明,以前的状态是生产力比较落后,物资短缺,连温饱都解决不了。那时的人们平时很少吃肉、穿新衣,就盼着用年来改善生活,所以说春节文化都快演变成一种饮食文化了。但现代人的物质生活已得到极大满足,精神和社会需求好像更强烈了。肉想吃就吃,衣服随时都能换,所以那种以前过年的动力也不强了。”王忠武称。

过年除了这种物质消费方面的传统追求,还有家人团圆方面。王忠武说:“过年是亲友团聚的一个契机,以前过年都不出村,人口流动性不强,现在大家都分散各地,好像一过年往家奔的盼头更足了。但过去只有写信和见面两种交流方式,现在的沟通方式随着通讯技术的不断发展,更加多样化了,分隔两地的亲人之间每天都可以打个电话,甚至视频聊天,所以这种交流已经变得日常化。就算回家团聚,交通的便捷也缩短了见面的距离。”

与此同时,洋节的火爆和春节的遇冷也形成了强烈反差。

“过洋节对过年的冲击也很大,现在人们过的节日越来越多,洋节大举进攻国内,它的介入会分流一部分群体,分流过节资源。洋节更加具有现代性,更受年轻人的欢迎。春节更侧重和自己的熟人、亲人聚在一起,这种节日是由血缘、地缘组成的,相对比较封闭。但像圣诞节这样的节日更加具有开放性、社区性,注重陌生人之间的交往。”王忠武表示。



习俗消失? 人情社会变得淡漠 需加强传统文化普及

山东大学民俗研究所副教授李浩认为,所谓年味变淡的论点,在现代社会提出,是很尖锐的。“这其中,除了物质生活已得到满足,还有人情味的淡薄,传统社会讲究伦理性,人与人之间是靠人情伦理的纽带维系的。但现在随着生活模式和家庭结构的变化,农业社会以后的商业性越来越浓,人情社会受到割裂。”

“如今想要恢复到过去大家向往的那种状态很难,现在很多习俗在慢慢消失,又不可能强迫每个人去做,因为它们都是被社会的发展所抛弃的。”李浩说,“例如11日就是小年了,一般要祭灶王,但现在城市人的心中没有这种神灵观的存在,自然也无法继续这种习俗。所谓年味是每个人自己体会到的,我们现在做各种活动,营造节日气氛,不过单凭这些外在形式也不能完全重塑人们心中的年。”

济南市民俗艺术馆馆长刘学斌称,自己看到韩国、越南等周边汉文化区域的国家,对过年越来越重视,我们这一汉文化发展中心反而变淡。“虽然现在对精神文化需求越来越强烈,但也受到很多限制。像泉城广场每年一度的民俗文化节,还有济南市残存的两个灯会,槐荫和历城区的,也都被取消了。”

王忠武建议,要建构一个具有吸引力的、让大家都满意的春节,现在就应该把节日的传统性和现代性结合起来,既包容吸纳几千年传统文化的精华,同时还要吸收外来文化的优点。年味需要社会建构和自我建构。外部就需要国家、政府征求民意制定方案,建立新的节日文化需要纳入国家战略层面,现在不缺少资源,缺的是整合、规划和设置。

心里的年味 借着春假放慢脚步 自我实现自我提升

王忠武认为,年味表现在两个方面,一个是外在的过年气氛,另一个是内在的过年感受。“例如过去过年鞭炮声响一整天,现在都听不到声音了。每个人到过年了还很忙,没有时间休闲,似乎一到过年,大家的脚步变得更加匆忙了。过年这种习俗有时就像信仰一样,如果心里有年就有对年的追求,有些人心中无年,就没有动力去过。”

“我国人多资源少,社会竞争激烈,社会压力变大,所以人们对财富和物质的欲望比较强,例如过年的时候商铺都不关门,很多人都在加班赚钱,觉得节日可以不过,活得很累。国外过节却都在休闲娱乐。所以说现在的社会价值观变了,从无产价值观变成了富裕价值观。这就会蚕食或消解过年的感受,人们静不下来,没有心情过年。最好的年味在心中,还是希望大家能调整心态,别太焦虑,放慢脚步。”王忠武表示。

山东中医药大学心理学副教授胡霜认为,以前的物质有缺乏,过年就会有满足,所以才会有期待。“现在过年对人最有吸引力的就是休假,因为时间比较长。在这段时间,可以去整理一下过去一年当中,自己没有得到满足的期望,比如一些简单的事情,静下心来看看书,或去见一个朋友。这种对自己的放松就是一种吸引力。”

胡霜称:“现代人对于心理的追求更多了,过年大家聚在一起,可能要互相展现自己一年以来的成就,这就要落实到个人价值的体现。比如有些人可能觉得自己混得不好,不愿参加聚会,其实这样自己反而感觉不舒服。打破这种固有的想法和思维定势也是一种挑战,其实这样可以收获更多的快乐和满足,当然,这种事情也要做好充分的准备。”

另一种年味 消费习惯转向情感体验 定制个性化专属春节

山东大学旅游管理系教授王德刚认为,现在并不能笼统地说年味变淡了,“过年本身是一个传统节日,同时也代表着时间的转换,新的一年到来,在不同的时代,不同的社会发展阶段,过年的方式都不一样。这才是最关键的。”王德刚说,“现代人在寻求一些新的方式,例如除了传统的与亲友欢聚一堂,还有很多人利用假期外出旅游,一些景区假期票价的上漲就能显示出,年味正在以另一种方式呈现。”

“另一种年味”表现在人们生活各个方面、或大或小的转变中。山东大学营销传播学专家王广伟称,“春节时间是消费高峰期,节日的一部分High点也是各种商业行为营造的。当前人们过年的消费需求,已经不再满足于过去衣食住行的基本生活需求,而是更多地转到了情感体验、精神需求的层面。”

“以前喜欢喝白酒,现在更多人喜欢喝进口葡萄酒。这种情况下,人们更加注重产品的独特性和背后的文化。因此,也逐渐兴起了一些新的过年休闲娱乐的方式,比如品茶、品酒、鉴赏字画、古玩等等。”王广伟表示,商家在年节期间推广产品时,应更注重年节产品和商业行为的文化内涵。

“同时要明确目标消费群体,如现在旅游公司在春节期间,针对老年人推出温暖的南方旅行项目。而年轻人则推荐他们去东北玩冰赏冰,或者日韩、欧洲游,还有针对考学人群推出高校游,现在一些俱乐部还组织起自驾游。与此同时,那些过年不能回家的人还组织了各种线下聚会,如老乡会,同行研讨会。”王广伟称,这些都丰富了过节的形式,也代表着个人不再受限于传统的春节习俗,寻找出了属于自己的、自己喜爱的过节点子。”

