

月宴

国庆·中秋双节特刊



漂一代的中秋节

“啊?中秋?!呵,我都忘了这个节了。”这是身在北京的石小姐听到“中秋节”3个字的第一反应。

石小姐现在从事网页设计工作。大学毕业4年来,东莞、长沙、福建、北京,一年换一个城市;平面设计、网络、广告、网页设计,一年换一个工作。漂来漂去的她对所谓象征团圆的中秋节早就没有了什么概念,“和家

人一起过中秋已经是很久以前的事了。现在是尽量淡漠,无非是拿着月饼就着月亮吃,不会太伤感,因为已经习惯。”

漂一代的特征之一就是“不爱过节”。节日对他们来说,只是一个虚无的形式而已——凡是形式的东西都是被他们唾弃的。但社会、习俗以及商业的力量在和漂一代的信念相抗衡,引诱和利用。

据有关数据显示,我国的流动人口已经超过1.3亿,并以每年500万的速度增长。漂的人越来越多了。他们大致有着相似的情感和经历,对事物有着相近的态度和反应,他们的一举一动都可能汇聚成一股巨大的力量,从而影响到社会的各个层面。对于中国三大民俗节日之一、寓意着团圆的中秋节,漂一代的人们会怎么度过呢?

三种“中秋”态度

——冷漠中秋。大多数漂在外面的人会选择类似石小姐的“尽量冷漠”的过法。不过吧,从商场到传媒,都在传达着“过节”的信息;过吧,这样的节日不和家人在一起,又有什么过头呢?与其被商家操纵,不如自己学鸵鸟,把头埋进沙子。正如石小姐所言,“心情好了,就吃个月饼,反正现在的月饼比以前好吃多啦。”“回家?!--不现实吧!”

——躲避中秋。有了回家的可能却不想回家过中秋,也是一部分漂一代的计划。传媒行业的许小姐把今年的中秋给了旅游,对她来说,和家人、朋友团聚几乎是春节的专利,而且,很多人中秋都不回去的,“在家过中秋,大学以后几乎没有了”,“中秋节也不放假,出来的时间长了,也就习惯啦”。深圳的杨先生也有同样的感触,“我是一个自由职业者,而妻子休假的

时间不多,如果中秋和假期重合,秋高气爽的,出游是个不错的主意。”这已经近乎成为了他们家的传统,去年一起去了四川,今年由于时间太紧张,所以兵分两路,他去西藏,太太则去稻城。

传统节日的意义正在随着时代的变迁而发生着变化。中秋节从远古时代的祭祀月神到后来“吃月饼,杀鞑子”,以及唐朝以后有关“团圆”的各种传说,到现在正在向休闲转化。社会通讯和交通的发达,使“回家团圆”不再固定地附在某些特定的日子里,正在成为一种趋势。

——驿站中秋。当一个人漂泊累的时候,最想做的事就是回家,当他(她)找一个时机回家的时候,这个时机莫过于中秋。叶先生,37岁,职业摄影师,自称“老漂”,几年前因为种种原因忽然想寻找一种东西,于是只身去到了

西北。这几年来根本没有时间的概念,更不用说中秋了,都是在路途中度过的。今年的前些时候,叶先生把拍好的东西准备寄回家,忽然发现已经没有一个可以称为“家”的地方。于是,那些东西开始在东北、贵阳、成都等地辗转,临近中秋,叶先生感到,该回家了。“以前觉得自己是一个浪人,四海为家,挺浪漫潇洒的。但现在突然有了一种失落和孤单的感觉。”叶先生几年来第一次回家过节,他没有自己的家,回的当然是父母家。可是“总是有一些莫名的尴尬”,中秋节过后呢,自言“事情还没有做完”的他,依然会踏上远去的路。

漂泊对于一个人来说,是一个过程还是—生;中秋节对一个漂泊的人来说,是一个驿站还是最终回家的信号,都是一個未知数。

中秋是谁的节日

过去总是说,春节是小孩的节日,因为热闹。照理说,中秋当然应该是漂一代的节日,因为团圆。但就像儿童时代的我们曾经多么期盼春节的到来,后来开始渐渐没有了感觉一样。随着时间的推移和社会的变迁,我们已经很难盼望着什

么日子了。

漂泊的心灵开始麻木,时间的周期发生位移。我们

的感情开始被商业所操纵。情人节、圣诞节、父亲母亲节……可以被商家利用的节日日渐热闹,端午节、重阳节、七夕节等等没有太多商业价值的传统节日被渐渐冷落。

中秋节位列中国三大传统节日之一,喜庆祥和,而且中秋还有互相送礼的习俗,味觉异常发达的商家当然早就嗅到了其中蕴藏着的巨大

商机。

离中秋还有一两个月,各路商家已经在擦拳磨掌了。由于去年受“南京冠生园陈馅月饼”事件影响,月饼市场受到重创,每个月饼厂家今年早早的就打起了“诚信”牌。深圳宣称:月饼都要“S”(深圳市专门用于月饼产品质量保证验货合格的标志);昆明,对月饼管理实行“市场准入证”制;厦门,月饼厂家采用订单生产,客户要多少,生产多少……中焙糖协已经正式启动了“放心月饼行动”。除了中国厂商的积极应对之外,国外著名品牌哈根达斯也推出其独具另类特色的冰淇淋月饼……

旅游项目也由于临近国庆假期而且有好的卖点而纷纷打起了中秋的旗号。无论是在杭州欣赏三潭映月,还是到泰国海滩把酒赏月,或者上海“唐韵中秋”桂花节……都是借“月”生财的噱头。台湾的某旅行社更是另辟奇径,惟恐月夜过得太快,钱赚得少,干脆推出了穿越时空吃月饼的旅游项目,真是一幅“商家跟着月亮走”的生动素描。

不回家的漂一代的人们,面对无可躲避的轰炸,或许,真的只能老老实实待在家里了。

我们还会过中秋吗

漂泊的心灵需要寻找归宿,节日是一个很好的借口。漂一代的人们不爱过节,无论是传统节日还是洋节。但是,隐藏在他们心灵深处的应该有一个挥之不去的“家”的情结。这个家或许并不是终身厮守的地方,但当漂着的人开始感到疲倦的时候,可以找一个理由回来。

中国传统社会是以家国为重的,家庭的观念占据着重要的位置。所以,中国的节日也大多强调家族的行动,比如清明的祭祀,中秋的团圆,除夕的守岁……而西方的节日普遍都和宗教有关,随着西方文化的渗透和商业的强势进攻,我们还会过中秋吗?

对此,武汉大学博导秦志希教授这样分析道:

我国社会转型是在对外开放的环境中进行的,对外开放使我国社会文化逐步与西方文化相贯通,于是民族节日作为一种文化存在也就不能不受

到外来文化的冲击和影响。因此我们不难发现,在春节、中秋节等民族节日的魅力渐解之时,一些洋节如圣诞节、情人节等却处于不断增势之中,它使愈来愈多的人带着几分新奇的心理卷入其中。这种现象大约就是文化全球化的一种表征吧。

民族节日是最富有文化意味的,它与整个社会的文化现状密切相关。从文化全球化的眼光看来,愈具有民族、地域特点的文化就愈具备全球化的意义。

看来,洋节现在在中国的兴盛只是暂时的,或者说,它们在渗透到中国社会的同时,也在被中国社会所改造。同样的,中秋节由于蕴含着非常人文和温情的情感,也会在中国文化被世界所了解的过程中逐渐成为全世界所喜欢的节日。将来,或许全世界的人都会在中国的8月15日,双手交叉,齐声祈祷:愿上帝保佑漂一代的人们!

京、沪、渝、哈、穗、汉等六大城市节日调查

被调查者中有85.7%的人认为中国传统节日重要,认为传统节日及洋节都重要的占14.3%,认为洋节更重要的比例为0。

在中国人所过的洋节当中,前4位排名依次为:圣诞节(65%)、母亲节(42.5%)、情人节(37.5%)、父

亲节(27.5%)。最看重的节日(包括所有节日)中,排在前3位的节日,为春节(32.7%)、中秋节(20.2%)、国庆节(18.7%)。

(资料来源:中国社会调查事务所)

