高校社科文库
University Social Science Series
教育部高等学校
社会科学发展研究中心



21世纪多元化视角中的中国民俗文化

China Folk Culture in 21st Century Diverse Perspective

颜湘君/著

光明日报出版社

需要全本请访问 www.ertongbook.com

出 版 人：朱 庆
责任编辑：苑 琛
封面设计：小宝工作室

《高校社科文库》简介

《高校社科文库》是教育部高等学校社会科学发展研究中心组织各高等学校和出版单位共同建立的学术著作出版平台，旨在为推动高校哲学社会科学的繁荣发展，为高校哲学社会科学工作者出版学术著作创造条件。

《高校社科文库》将坚持“广泛动员、集中征集、严格评审、精心编校”的工作原则，致力于通过资助优秀学术专著出版、推动学术成果交流推广等形式，让更多的哲学社会科学优秀科研成果和优秀工作者走进交流空间，进入公众视野，发挥应有的影响力和辐射力，为繁荣哲学社会科学作出积极贡献。

营销分类：民 俗 学
ISBN 978-7-5112-0724-1
9 787511 207241 >
定 价：20.00元

高校社科文库
University Social Science Series
教育部高等学校
社会科学发展研究中心

汇集高校哲学社会科学优秀原创学术成果
搭建高校哲学社会科学学术著作出版平台
探索高校哲学社会科学专著出版的新模式
扩大高校哲学社会科学科研成果的影响力



21世纪多元化视角中的中国民俗文化

China Folk Culture in 21st Century Diverse Perspective

颜湘君/著

光明日报出版社

图书在版编目(CIP)数据

21世纪多元化视角中的中国民俗文化/颜湘君著.
—北京:光明日报出版社,2010.5
(高校社科文库)
ISBN 978-7-5112-0724-1

Ⅰ.①2… Ⅱ.①颜… Ⅲ.①风俗习惯—研究—中国
—21世纪 Ⅳ.①K892

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第077618号

21世纪多元化视角中的中国民俗文化

作　　者:颜湘君　著

出 版 人:朱　庆
责任编辑:苑　琛　　责任校对:邹皓丹　王才友
特约编辑:王　康　　责任印制:宋云鹏　胡　骑

出版发行:光明日报出版社
地　　址:北京市崇文区珠市口东大街5号,100062
电　　话:010-67078945(发行),67078243(总编室),67078235(邮购)
传　　真:010-67078227,67078233(发行),67078255(办公室)
网　　址:http://book.gmw.cn
E-mail:gmcbs@gmw.cn
法律顾问:北京市华沛德律师事务所张永福律师

印　　刷:北京大运河印刷有限责任公司
装　　订:北京大运河印刷有限责任公司
本书如有破损、缺页、装订错误,请与本社发行部联系调换

开　　本:690×975毫米　1/16
字　　数:157千字　　印　　张:8.75
版　　次:2010年7月第1版　　印　　次:2010年7月第1次印刷
书　　号:ISBN 978-7-5112-0724-1

定　　价:20.00元

版权所有　翻印必究

CONTENTS 目录

绪 论 / 1
一、选题缘起与研究现状述评 / 1
二、研究思路与研究方法 / 3

第一章 当今社会热点问题引发的民俗文化思考 / 6
第一节 韩国江陵端午祭"申遗"引发的震动:中国传统民俗意识的全体觉醒 / 6
第二节 七夕节——中国古老的情人节 / 9
第三节 汉服在当下民俗生活中的惊艳:中国人在隆重场合应该穿什么? / 12

第二章 跨文化传播视角中的中国民俗 / 15
第一节 民俗的民族性:中国民俗跨文化传播的前提 / 15
第二节 民俗的全人类共通性:中国民俗跨文化传播的必然性 / 17
第三节 交流与融合:中国民俗跨文化传播的历史与现状 / 24
第四节 21 世纪对外汉语教学中的中国民俗文化传播 / 33

第三章 21 世纪多元化视角中中国传统民俗的传承与保护 / 35
第一节 进入非物质文化遗产保护之列的传统民俗 / 36
第二节 民俗博物馆的兴起与未来走向 / 49
第三节 中国民俗文化进入中小学教材 / 56
一、时代的需要 / 56
二、专家学者的建议 / 57
三、新课改的呼唤 / 57

需要全本请访问 www.ertongbook.com

四、新课标语文教材中的中国民俗文化 / 58
五、新课标历史教材中的中国民俗文化 / 60
六、其它科目教材同样体现了新课标的宗旨 / 63
七、教学方法的改进也是民俗教育的有效手段 / 64
第四节 新传媒环境下的民俗传播 / 66
第五节 其它国家民俗保护的启示 / 81
一、韩国国立民俗博物馆的启示 / 81
二、日本的地域民俗研究和民俗地图 / 86

第四章 当代中国民俗个案研究 / 90
第一节 祭祖:感恩与缅怀 / 91
一、祭祖民俗的来源 / 91
二、祭祖地点 / 93
三、祭祖时间 / 93
四、祭祖方式 / 95
五、祭祖的民俗禁忌 / 96
第二节 中国结:吉祥美好的符号,重新成为生活中亮丽的点缀和情致的表达 / 97
第三节 吉祥数字崇拜 / 103
一、价值不菲的“8” / 103
二、长长久久的“9” / 105
第四节 供奉财神:市场经济下人们对金钱公开的追求 / 107
第五节 同心锁:相约到永远 / 111
第六节 服饰·民俗·传统 / 114
第七节 传媒时代的中国民俗节日 / 117

附 录 / 124
附录一 中国古代民俗典籍撮要 / 124
附录二 20 世纪中国民俗文化学者简录 / 127
附录三 中国民俗文化相关网站 / 130

主要参考书目 / 131

后 记 / 133

绪 论

一、选题缘起与研究现状述评

在21世纪经济全球化浪潮下，一方面，诸多传统民俗式微甚至消失，整理、发掘和挽救民俗文化的任务极为艰巨，如中央电视台曾经做过一期节目，报导湘西傩师后继乏人，而联合国教科文组织于1989年提出了《保护传统文化和民俗的建议》。这不仅要依靠民俗学研究者的努力，还要借助大众传媒广泛的传播面和影响力来推动民俗的保护和传承，更需要国人认识到保护和传承本民族民俗文化的重要性。

另一方面，多元文化格局成为必然，文化在国际政治中具有十分重要的意义，文化上没有特色，政治上也就不会有地位，世界各国已纷纷开始重视民俗文化的传播研究，在全世界保护非物质文化遗产的热潮中，民俗文化尤其受到各国的空前重视。从历史上看，大多数国家都在现代化过程中，采取各种措施，努力保守和延续自己的传统文化。日本是世界上最发达的国家之一，但日本保留的传统文化之多却令人惊奇。日本每年三月三雏祭，来源于中国古老的节日上巳节，传入日本后形成了日本自身特色并产生了相关的人偶工艺，在世界范围内都有极大的影响。韩国也积极制订法律，推行民族文化振兴政策。1988年汉城（现称首尔）奥运会之后，让世界看到了具有鲜明特色的大韩民族民俗文化。欧洲主要国家虽然也同属西方文化类型，但各国均努力保留自己的文化特色。2001年联合国教科文组织在巴黎举行的第三十一届会议上通过了《世界文化多样性宣言》。中国如不及时采取有效措施保护，中华文化将失去作为主流文化之一的地位。在以西方为主导的经济全球化影响下，中华文化受到严重的冲击，如何继续保护中华文化的独特性，如何维护中华文化作为主流文化的地位，是一个十分重要的问题。中华民族由多民族构成，各民族之间尤其需要相互尊重、相互理解、相互交流、相互融合，这也体

现了当前建设社会主义先进文化的时代需要。经过改革开放三十多年的发展，中国已经成为世界上举足轻重的国家，作为一个有着数千年历史的文明古国，在经济建设取得巨大成就的同时，提高中华文化的国际影响力，把传统文化的优秀成份化作实现中华民族伟大复兴的强大精神动力，理所当然地成为我们肩负的光荣历史使命。如何使中国民俗文化更好地传播与传承，必然成为也应当成为不可忽视的课题。在这个语境下，“21 世纪多元文化视角中的中国民俗文化”的论题具有深刻的现实意义和理论价值。

事实上，我们欣喜地看到，中国全社会都出现了对于民俗和民俗学知识的需求，而关于民俗的研究从目前来看，亦取得了可喜的成就，这主要集中在以下几个方面：

首先，从申遗和保护非物质文化遗产的角度来谈 21 世纪中国民俗文化的传承与保护。代表有周玮、沙润的论文《中国民俗博物馆旅游开发的遗产经济学研究》①，该文指出民俗博物馆作为遗产类博物馆，其旅游开发的成功与否对当代的遗产管理事业具有重要意义。民俗学者乌丙安等人呼吁对民俗的采集与保护，从民俗的原生态保护着眼，从申报世界非物质文化遗产着眼，要求重视民俗生活文化空间的发现与保护。

其次，从传统的民俗学研究扩延到以“传”为核心的、动态的、崭新的、勾连历史与现代的，甚至当下正在被每个人创造的新民俗研究。典型代表是仲富兰先生的著作《民俗传播学》②，作为一门民俗学与传播学相交叉的边缘学问，该著第一次系统地进行范式建构和理论阐释。

其次，从传媒的民俗传播功能研究传媒对中国民俗文化传承的功效和弊端。这里又可分为两个层次：一是探索在某一具体媒介与民俗文化之间如何建立有效联系，既发挥传媒的民俗传播功能，传承中国民俗文化，又能提升媒介文化品位，创建媒介品牌。主要代表有廖海波的著作《影视民俗学》③、卜元与刘婷合著的《新闻民俗学》④、刘德濒论文《民俗化：对民族历史和现实的电影阐释》⑤ 等；二是个案研究，以传媒与某一地域特定的某一民俗之间的互

① 周玮、沙润：《中国民俗博物馆旅游开发的遗产经济学研究》，《特区经济》，2006（10），第 240－241 页。

② 仲富兰：民俗传播学》，上海文化出版社，2007 年第 1 版。

③ 廖海波：《影视民俗学》，北京大学出版社，2007 年第 1 版。

④ 卜元、刘婷：《新闻民俗学》，中国文联出版社，2009 年第 1 版。

⑤ 刘德濒：《民俗化：对民族历史和现实的电影阐释》，《电影艺术》，1997（3），第 23－31 页。

动关系为研究对象，通过实地调查和具体描述，阐述了传媒的民俗传播功能带来的机遇与冲击，就民俗的民间传承性提出一些建议。主要代表有陈梦飞、彭志勇论文《现代传媒与秀山花灯民俗传统及民间性传承——秀山部分地区民间花灯现状的实地调查与思考》①；彭婵、吕尚彬论文《媒介接触行为与民俗文化变迁的相关——以利川市土家族节庆民俗文化为个案》② 等。

从20世纪末到21世纪初，人类世界发生了天翻地覆的剧烈变化，科学与文化的大发展在领域几乎呈现出史无前例的颠覆性巨变，许多传统的人文学科几乎都面临着诸多难题的挑战，学术界纷纷对各自领域的学术研究作了相应的反思或重建，各传统学科紧密结合新时代的特点和需求有所创新。其中，我国当代民俗学也毫不例外地进入了全面创新的重要阶段。

二、研究思路与研究方法

本书将围绕着21世纪中国民俗文化的现状、传承及保护，从以下几个方面展开：

第一章　当今社会热点问题引发的民俗文化思考

在世界申遗的热潮中，韩国江陵道“端午祭申遗”从开始到成功，在国人心目中引发的震撼是非常巨大的，这必然成为中国传统民俗意识全体觉醒的一个标志性事件，而此后，伴随着传统民俗节日的申遗和保护，以及年轻一代热衷于过洋节的现实，七夕节这个传统民俗节日被赋予“古老的情人节”称号，经过三四年的宣传与推广，在2009年获得相当高的关注度。此外，近年来，社会上一些汉服团体和汉服热爱者们公开展示的美丽华服，以及网络上的热议，使汉服在当下民俗生活中呈现出惊艳的一面。汉服虽然没有能够成为北京奥运礼仪服饰，亦未能成为莘莘学子的新式学位服，却使国人不得不开始思考：中国人在隆重场合应该穿什么？可以说这种思考的的确确引发了国人对于中国传统民俗文化的反思。

第二章　跨文化传播视角中的中国民俗

民俗既具有民族特性，又具有人类的共通性，这使得异质民俗文化之间的

① 陈梦飞、彭志勇：《现代传媒与秀山花灯民俗传统及民间性传承——秀山部分地区民间花灯现状的实地调查与思考》，《重庆教育学院学报》2007（5），第31～34页。

② 彭婵、吕尚彬：《媒介接触行为与民俗文化变迁的相关——以利川市土家族节庆民俗文化为个案》，《中南民族大学学报》（人文社科版），2006（1），第141～145页。

交流与传播成为可能。历史上，中国和不同的国家、地区以及各个民族都有着频繁的交流，彼此民俗的相互影响与渗透亦载之史册。研究跨文化传播视角中的中国民俗，不仅可以更好地理解民俗，而且还能为21世纪民俗文化的传承、更新、繁荣提供翔实可靠的文献佐证，并为此提供借鉴与创新。此外对外汉语教学中的中国民俗文化传播和国际汉语桥活动，都是中国民俗文化跨文化传播的窗口，有着不可忽视的地位和作用。

第三章　21世纪多元化视角中中国传统民俗的传承与保护

从共时性的传播来看，其他国家民族的民俗文化对我们冲击不小，因此，本章研究进入非物质文化遗产保护行列的中国民俗文化，研究民俗博物馆的兴起与未来走势，研究新传媒语境下的民俗传播，研究其他国家民俗保护带给我们的珍贵启示，并就中国民俗文化进入中小学教育教材展开探讨。

第四章　当代中国民俗个案研究

在中国人的民俗生活中，存在着许许多多的俗信，有学者指出，俗信乃是“支配中国民俗生活的基本观念”①。的确，民间几千年来传承下来的趋吉避凶、祈福避祸等日常生活中存在的俗信心理和习惯，虽然其中有不少迷信色彩，但绝不是“蛊惑人心的谬误信仰”。正因为俗信在人们的民俗生活中具有如此重要的作用，因此，研究当代中国民俗个案，对于理解和把握新时代条件下人们的精神风貌并确立相应的文化机制意义极其重大。本章选择了祭祖民俗、中国结、吉祥数字崇拜、财神信仰、同心锁、传统服饰以及传媒时代的中国民俗节日展开论述，这一系列个案研究勾勒了当代中国人的民俗生活面貌，也是21世纪多元文化背景中中国民俗文化传承与保护研究论题的切实着陆点。

本书在论述中，注重个案研究和田野调查，以笔者三年来课堂教学及课外辅导积累的素材作为论述基础，资料翔实可靠。在具体阐述时，注重纵向考述，就中国民俗文化的某一个案展开历史沿革，又着眼于横向对比，将中国民俗文化置于跨文化传播环境中，与其他国家民俗文化传播进行对比研究。在研究中，依托民俗学和传播学理论，采用图表、问卷等多种形式，从多层面多角度对21世纪多元文化背景中的中国民俗文化进行立体描绘，以期获得对中国

① 乌丙安：《“俗信”：支配中国民俗生活的基本观念》，周星主编《民俗学的历史、理论与方法》（上册），商务印书馆，2006，第156页。

民俗文化过去、现在及未来的一个比较全面的认识和完整的理论架构。21 世纪经济全球化和文化多元化背景下，中国民俗文化的传播研究，既立足现实，又服务于当前，具有学术前瞻性，努力为中国民俗文化的传承寻找更为广阔的发展道路。

需要全本请访问 www.ertongbook.com

第一章

当今社会热点问题引发的民俗文化思考

在世界申遗的热潮中，韩国江陵道“端午祭申遗”从开始到成功，在国人心目中引发的震撼是非常巨大的，这必然成为中国传统民俗意识全体觉醒的一个标志性事件，而此后，伴随着传统民俗节日的申遗和保护，以及年轻一代热衷于过洋节的现实，七夕节这个传统民俗节日被赋予“古老的情人节”称号，经过三四年的宣传与推广，在2009年获得相当高的关注度。此外，近年来，社会上一些汉服团体和汉服热爱者们公开展示的美丽华服，以及网络上的热议，使汉服在当下民俗生活中呈现出惊艳的一面。汉服虽然没有能够成为2008年北京奥运会的礼仪服饰，亦未能成为莘莘学子的新式学位服，却使中国人不得不开始思考：中国人在隆重场合应该穿什么？可以说这种思考的的确确引发了国人对于中国传统民俗文化的反思。

第一节　韩国江陵端午祭“申遗”引发的震动：中国传统民俗意识的全体觉醒

2005年11月24日，由韩国申报的江陵“端午祭”被联合国教科文组织正式确定为“人类传说及无形遗产著作”。应该说，这一申遗成功再次引发了人们对中国传统文化保护问题的思考。

2003年元月，文化部正式启动了中国民族民间文化遗产保护工程，将通过建立遗产代表作名录、遗产传承人和文化生态保护区等方式，对我国浩如烟海的民族民间文化遗产尤其是濒危遗产展开抢救和保护。2004年4月26日《中国改革报》第3版刊登了一篇文章，题目是《周和平：不要冷落自己的传统节日》（记者李建敏），报道说，文化部副部长、中国民族民间文化保护工程领导小组组长周和平16日在此间举行的中国民族民间文化保护工程试点工

作交流会上提醒广大群众，尤其是年轻一代，不要冷落中国自己的传统节日。周和平说，“如今有些年轻人热衷于过洋节，比如情人节和圣诞节。然而，中国自己一些具有丰富文化内涵的传统节日却受到了冷落。”周和平指出，当前中国民族民间文化的多样性正面临着“严峻冲击”，特别是西方发达国家价值观念、生活方式对中国民族民间文化生态的冲击。他指出，当前一些西方发达国家凭借强大的综合国力、先进的科技手段和发达的文化传播媒介，积极传播西方的价值观念和生活方式，对包括中国在内的发展中国家的民族民间传统文化生态造成了严重的冲击。“很多民族民间文化形式的民族特色正在逐渐消失，文化的多样性和丰富性受到了严重的威胁。”为此，文化部、财政部于2003年1月20日启动了一项全国范围内的中国民族民间文化保护工程。周和平说：“实施民族民间文化保护工程，对中国优秀民族民间文化进行积极保护，是坚持文化多样性、维护中国文化主权的一项重要战略措施。”

中国民族民间文化保护工程刚刚启动不久，韩国准备申报“端午祭”的消息传来，这一消息在国内引起广泛的讨论，有很多人认为我们年年过的传统民俗节日竟然要成了他国的非物质文化遗产，很多人纷纷撰文表达自己的观点，部分网友的措辞激烈。由韩国准备申报“端午祭”为世界遗产而引发的争论，引起了国人对于本民族被忽视，陷于困境的传统文化形式的关注，这使大众重新认识到事情的紧迫性，从而唤起公众的心理和行动支持。端午节与端午祭引起的争论带给我们的思考是，在中国人热衷于过洋节之际，我们应该如何保护自己的传统文化？

为了应对这种尴尬的文化处境，文化部立刻着手，召集民俗学者献计献策。有学者提出，将中国所有的传统节日打包，集体申报联合国教科文组织设立的“人类口头遗产和非物质遗产代表作”。民俗专家王作楫说，中国的传统节日五彩缤纷，文化内涵丰厚，对祖先创造的历史文化遗存，必须怀有敬畏之心，才能谈到重视民族民间文化的保护。他希望现在的年轻一代，不要只顾着过洋节，冷落了中国自己的传统节日。有学者提出，传统节日应列入国家法定假日。民俗学者衡起通说，中国应重视自己的传统节日，所有的传统节日应有相应的假期，将其列入国家法定假日。只有先提供了传统节日放假的机会，人们才会认识到传统节日的重要性，才有时间去体会传统节日的丰富活动和文化内涵。

毫无疑问，认识到文化遗产抢救的紧迫性并迅速投入实际行动，对于一个国家的文化传承有着相当重大的意义。

除了申请世界文化遗产之外，我们还能做什么？叶春生教授认为，申遗是

好，但不申遗也一样可以保护。现在政府已经注意到保护传统文化的必要性并采取了很多措施，但他认为，提供经费、场地等的保护方式只能称为“死保”，而民间文化真正的出路在“活保”，也就是培养传人，让它一代代传下去。唤醒大众对于传统文化的热情乃至参与才是申遗最大的意义所在。假如不作此努力，再古老的文明，再重要的遗存，也将在这个时代如过眼烟云。

有句话说得好，民族的才是国际的。只有大力弘扬、传承民族文化，才能使它登上国际舞台。坚守传统节日不被恶搞或率先注册，这本身就是对传统文化的一种爱护和弘扬，了解传统节日的由来以及民风民俗也是对历史的一种温习。

相关链接：端午节域名的抢注与赎回

韩国企业抢注成功“端午节.cn”域名。

国内知名的域名投资者姚劲波以3万美元高价将“端午节.cn”域名赎回，并愿意无偿捐赠。

但据姚劲波介绍，其实知名的韩国企业、特产、文化等域名也曾遭到欧美等国家的抢注，使得韩国人日益注重传统文化、企业品牌等的网上保护，目前，以韩国4600多万、世界第26位的人口数，域名数量超过62万个，居世界第11位。业内人士认为，不光是端午节，包括其它传统节日甚至国粹，如何守住互联网这个阵地，都值得各界关注。（《信报》记者贺文华）



图1－1　“韩国美术五千年特别邮票1979～1980”之申润福《端午节》（1758年朝鲜）（颜湘君摄，2008年）

第二节　七夕节——中国古老的情人节

2009 年 8 月 26 日，又一个传统七夕节到来。今年的七夕格外地节日氛围浓厚，很多人都在询问："为什么说是紫色情人节?"在这一个传统七夕节里，人们从手机短信铃声的不断响起感受到了温馨的节日问候。

情人节之名本来自西方，指公历二月十四这一天，情人相会，赠鲜花、巧克力，表达爱意的特别的日子。大约在二十世纪末，西方情人节的概念在中国得到了广泛宣传，年轻人尤其热衷于过情人节。笔者清楚地记得，2000 年农历正月初十，去老师家拜年的时候，年近花甲的老师指着桌上花瓶里大捧芬芳的玫瑰花说："一朵玫瑰要五十元钱呢，"那是他女儿的恋人刚刚送来的情人节礼物，那天正是阳历二月十四日。

2005 年 8 月 11 日是我国传统的七夕节，全国政协委员李汉秋 10 日在此间建议将七夕节定为我国的情侣节。"现在'洋节'盛行，而我们更应该在全社会大力弘扬这样具有中国特色的传统节日。"西方有情人节，中国有情侣节。李汉秋说，七夕节有两千多年的历史渊源，有遍及神州的民俗基础，有牛郎织女的忠贞形象和优美故事，有丰富多彩的文学艺术，积淀着深厚的民族文化、民族心理和民族精神，应该成为中华民族的情侣节，并且继续传承下去。李汉秋进一步表示，2008 年的七夕是 8 月 7 日，正值北京奥运会的前夕。"奥运会开幕式的设计者们也应该抓住机遇，请来自世界各地的运动员和嘉宾领略一下东方情侣节的神韵，倾听一下《鹊桥仙》的美妙旋律，瞻仰一下牛郎织女的风采。"他建议，到时候还可以邀请世界各国的情侣来中国过节。①

正是在政协委员的倡议下，在大众媒体的宣传报道和人们逐渐的关注和议论中，2006 年的传统七夕节到来了。这一年的七夕不再同于往年的七夕，开始获得了一定的关注，年轻的情侣们率先过了一个本土情人节，这一年恰逢闰七月，于是，恋人们中西合璧过了四个情人节。

2 月 14 日，西方情人节，3 月 14 日，白色情人节，7 月 31 日，农历七月初七，七夕情人节，8 月 30 日，闰七月初七，七夕情人节。

有人说，这么多情人节，太累了，经济上有些负担，实际上，过白色情人

① www. xinhuanet. com，2005 年 08 月 10 日，来源：新华网。

节的年轻情侣相对较少。

“白色情人节”最早诞生于1977年，由日本福冈市博德区的甜点（菓子）制造商“石村万盛堂”所发起，以鼓吹收到心意的一方应该要回礼给对方，作为促销糖果的手段，节日最早称为「糖果赠送日」（キャンデーを贈る日）。自1980年起，因为糖果所使用的砂糖是白色，所以改称为“白色情人节”。不久后，巧克力制造商发现他们也可以在这个节日中获利，因此也开始促销白色的巧克力。现在，在这一天要回礼时，除了糖果与白巧克力之外，还包括其它各种礼品。目前关于情人节与白色情人节，到底是男先送礼还是女方先送礼，已不再有定论，重点是这样的节日让有情有缘的男女双方都有一个可以发挥与表达自我心意的时机，相关的商人们，当然也就乐得大发利市了。①

经过2007年和2008年两个传统七夕的持续慢热（2007年8月19日农历七月初七“七夕情人节”、2008年8月7日农历七月初七“七夕情人节”），2009年的传统七夕迎来了一个新的节日高潮。

如何看待“七夕”成为“中国情人节”？一些学者经过严肃考证指出，今日我们认为是久远历史传下来的传统事项，包括节庆，其实许多都是在近200年来发明的。因此，最近关于七夕究竟是不是有关“情人”的种种说法，也许有民俗史的考证意义，但对于我们文化资源的管理、开发和利用的重要课题而言，是不得要领的。②

顾晓鸣教授说，在经历了近一百年的“破旧立新”之后，我们迎来了全国全世界人民前所未有地重视和珍惜中国文化、中国智慧和中国物事的今天，但我们可以令自己自豪、令他人踊跃的文化事项不是太多，而是太少了。当孔子学院在世界各地，尤其欧美发达国家中相继创立的当口，在以孔子为代表的中国传统思想和独树一格的汉文字文艺系统的边上，极其需要而且应该有非常丰富、非常多样的民间文化。在其中，铭刻在时间上，即在年复一年无限延伸的特定时间点上的节日，不但集中展示着历史记忆、集体意识和文化表征，而且因其与生活活动和过程本身相联系，更是一年一度重演民族传统生活、体验民族心路历程的实践，伴随其中的吃喝玩乐游览联欢，历来就有商家的介入，只要得体，也是生活和体验的一部分：文化通过包括味觉在内的切身体验和身

① 资料来源：百度百科 http://baike.baidu.com/view/9083.htm。

② 顾晓鸣：《如何看待“七夕”成为“中国情人节”？——兼谈非物质文化遗产开发利用的方法论》，《文汇报》，2006年8月1日第5版。

心的愉悦，融入每一个个体和各个家庭和社区的内在深处。这种文化的传承和民族文化资源的“开发”和“再造”，其中机理，正值得作进一步全新的开拓。

2009年的七夕被称为紫色情人节，来源不可知。查询网络，有人释义为，紫色为王室所用色。事实上，在中国古代，紫色不是正色，乃是间色，其地位并不尊贵，是不能制作上衣的。历史上除了齐桓公曾经非常喜欢穿着紫色衣服从而引起全国效仿追风之外，再无二例。今年出现这个说法，推其原因，大概是商家的一种促销手段，我们也可以看到许多网友的留言，称得到了恋人送来的某种紫色的礼物非常开心等等。紫色在人们的视觉里和心目中是浪漫的色彩，故而商家充分利用了这种色彩心理学，进行节日促销活动。这种联系无可厚非，效果证明亦是可行的。

2006年，七夕和春节、清明、端午、中秋、重阳被确立为第一批国家级非物质文化遗产，在这六大传统节日之中，七夕具有特别意义。七夕又叫“乞巧节”，与“巧果”这样的精美传统糕点和针线手艺联系在一起，“既是人类最根本最普遍的两情相悦婚姻生育的生活过程之文化升华，具有生命本源的意义。而且，与外国情人节相比，更有夫妻相爱、和睦生活、精致人生、子孙繁盛、全家幸福的期许和意蕴。”（顾晓鸣语）

2009年七夕，不但有许多有志于弘扬中国传统文化的人们举办了各种活动，而且青年男女在这一天登记结婚的数目成倍增加，说明了七夕节已开始超越书斋的讨论和有关部门和商家外在的推动，而逐渐内化为新一代年轻人对美好爱情和家庭的愿景，并且把这种愿景和个人一生最值得纪念的重要日子紧紧联系在一起。

一个流传许久原初还不为人们所留意的节庆，就这样内化为新一代生活的节目和生命的体悟，这正是最好的“文化资源保护和传承”。只要我们认真地从历史和现实生活出发，发掘传统文化事项所蕴有的意义和价值，就能够中为体，洋为用，做最好的拿来主义者。

但是，当我们在进一步开掘发扬和再构造的同时，绝不能盲目建立联系，应该遵循合情合理的原则。如，2009年5月，随着西方“母亲节”的到来，伴随着康乃馨鲜花的热卖，开始出现了关于在母亲节与中元节之间建立联系的建议，认为“中元节”就是中国的母亲节。笔者认为这是不妥当的。七月半，旧俗于此时设祭接引祖先归家享祭，祭祖时间的长短，各地风俗不同。七月半时，各地佛寺道观亦有隆重法事，许多人将祖宗寄名在此，闻经听法，享受香

需要全本请访问 www.ertongbook.com