



花朝节何以为青年所 复兴？

通讯员 狄晟杰

进入春季，桃花、杏花、樱花、梨花、油菜花竞相绽放，伴随着赏花踏青而来的“春日经济”已经火遍了大江南北，多个出行平台大数据显示，赏花搜索热度近一周环比上涨330%，可谓“出门俱是看花人”。

赏花不仅带火了当地的经济，也带动了花市、花会、花朝节等中华民族优秀传统文化一同复兴。

赏花经济所复兴的中华民族优秀传统文化之中，最值得一提的当数花朝节。这个始于春秋、兴于唐宋的民间传统节日，曾经历辉煌鼎盛，也曾隐没于历史，现如今被渴望探寻中华民族历史文化足迹、传承中华民族优秀传统文化的当代青年唤醒，与华服文化共同成为引领青年时尚的国风顶流。当身着华服的青年走进春日花海，时尚与传统融合、青春与古老共鸣，映着明媚春景共同组成了流动的国画。

花朝节其实有着极为悠远的历史，是我国民间岁时八节之一，俗称花神节、百花生日、花神生日、挑菜节。自春秋起源，袭至明清，一直绵延不衰，其重要程度可与中秋相媲美，是中国古代的重要节日之一。由于各地花信不一，花朝节多处在惊蛰到春分之间，此时春回大地，万物复苏，草木萌青，百花或含苞或吐绽或盛开，定其中一天为百花生日，殊为适宜。

花朝在古籍中最早记载见于春秋时期的《陶朱公书》：二月十二为百花生日，无雨，百花熟。南朝梁元帝萧绎《春别应令诗》中道：花朝月夜动春心，谁忍相思不相见。可见花朝已成风习。

入唐以后，官方明确以农历二月十五为花朝节，并与元月十五元宵节和八月十五中秋节合称为三个月半节，花朝节由此登上了重要节日序列。吟诗作赋、踏青赏花、吃花糕是唐代花朝月夕时的主要活动。宋代的花朝节则是越发热闹，成为了民间大节。江浙等地区的民间活动不仅保留了唐时习俗，还增加了游春扑蝶、斗草之戏、祭祀劝农等内容。

揆诸历史，花朝节与文学有着不解之缘。据统计，《全唐诗》中共有15篇出现“花朝”二字，《全宋诗》中共有26篇出现“花朝”。从古典文学中，我们也不难看到花朝节的影子：明代汤显祖在《牡丹亭》中刻画了十二花神，让花朝节更为生动具象；清代曹雪芹则借《红楼梦》，赋予花朝节特殊的含义。

由此可见，花朝节展现的是中华优秀传统文化中蕴含的文化主体性与旺盛生命力，为青年一代更清晰地认识中华文化脉络、坚定文化自信提供了现实依据。

江南好，热闹过花朝。花朝节这个充满诗意的传统节庆活动焕新归来，已经成为激活“春日经济”的流量密码。从近日举办的温岭市文化艺术季暨石桥头镇第二届油菜花观赏季来看，在花神巡游等青年文化活动的加持下，当天上线人民日报客户端直播获得了全网200万人次的观看量。到底是何等魅力，让花朝节在广大青年中受到如此热捧？

源自于对诗和远方的向往追求。穿汉服过花朝节对于青年而言是春天的仪式感，也折射出当代青年群体对诗意生活的向往与追求。青年一代身处高速发展的社会之中，生活与工作的快节奏不断压缩青年的社交场景，通过抖音、B站等线上视频平台获得情感释放，缓解情绪焦虑，成为主流。当然，线上所看的风景远不及置身自然真实，由此便不难理解青年参与花朝节之中的情绪表达。

立足于时代语境下的文化探索。传统文化基因的复兴往往伴随着时代语境的变化，花朝节作为传统文化在中国延续几千年，经历短暂的断层又在当代复兴，离不开全球化进程加速、多元价值观冲击以及网络社会变迁等诸多时代背景的影响。曾经我们一度不解，为什么年轻人会热衷于过洋节？而答案就在当下，正是面对西方价值观的猛烈冲击，青年群体产生主动寻根的文化自觉，选择回归本民族历史中去找寻文化认同感。

溢出于熠熠华服中的意识觉醒。花朝节的复兴与华服文化有着紧密的内在关联性，从2003年王乐天穿汉服上街兴起汉服文化复兴运动，到2018年共青团中央选定农历三月初三作为“中国华服日”，始于衣冠，达于博远的复兴中华优秀传统文化思潮在众多热爱华服文化的青年之中传递，华服文化成为传统文化和民族精神的重要承载物。花朝节则是从文化现象出发，为华服文化提供了生动的场景化表达，带动了大众文化意识的觉醒。

青年是引风气之先的社会力量。一个民族的文明素养很大程度上体现在青年一代的道德水准和精神风貌上。以青年群体为主导的花朝节能够火出圈，为“春日经济”增添青春色彩，充分说明了中国式青年文化对于中华民族优秀传统文化已经形成了有力支撑。那么，如何让青年文化助力中华优秀传统文化焕发青春力？

不断构建青年文化认同。青年文化在成为当前文化产业发展的主流方面有着较强的“兴趣选择权”，要巧借青年话语风格打造文化活动场景，从而给青年带来研究学习历史文化的融入感。就如甘肃省博物馆找准青年文化中的“丑萌”风格，推出“马踏飞燕”玩偶等文创周边，将原本充满厚重感的历史文化披上青年熟悉喜爱的卡通外衣，在外观吸引和探究历史文化之间建立兴趣连接。

形成青年文化圈层优势。搭建青年文化与中华优秀传统文化之间的联系，离不开潮流IP的打造与网络红人的传播，像以李子柒为代表的短视频创作者们，不断通过塑造人物IP形象，凭借青年喜爱的文化内容与展现视角，形成了青年文化圈层，并实现了精准传播。流量时代之中，我们要以新潮表达讲好青年故事，唤起青年关注，从而实现中华优秀传统文化不断破圈。

满足青年文化消费需求。无论是音乐节还是花艺、书法、京剧、民谣等文化培训课程，对于青年而言都有着极大的吸引力，音乐节一票难求、青年夜校一课难抢等话题都反映出青年对于文化消费的需求之旺盛。由此，既要充分洞悉青年文化需求，又要融合青年对文化产品、文化课程、文化体验等类型的消费习惯，推出应时应景的青年消费业态，就如温岭在九龙湖推出“青春嗨放课”，让八段锦等传统文化走入青年文化消费视野。立足新的历史方位，推动中华优秀传统文化资源创造性转化、创新性发展，形成团结奋斗、共谋发展的精神纽带，青年一定能够展现更多的时代担当。

(本版配图均为往期图片)

文明旅游

讲文明话 办文明事 做文明人