

“互联网+”让中秋味更浓

“一年月色最明夜,千里人心共赏时。在移动互联网快速发展的当下,人们体验到更多的中秋节“打开方式”,中秋文化的表现形式也更加多样。当传统节日遇上现代互联网技术,会产生怎样奇妙的化学反应?”

吃的不仅是月饼

最近,“文物月饼”在微博上圈粉不少。故宫博物院将馆藏艺术品的图案印在或绣在锦盒上,作为月饼的包装,靠“高颜值”和“文化范儿”吸引了各个年龄层的顾客。成都博物馆将镇馆之宝——神兽石犀做成了可爱的卡通形象,印在月饼上。有网友评价说:“吃下去的不仅是月饼,更是文化。”

文物月饼在移动社交平台上走俏,再依靠电商

平台走入千家万户,成为中秋节亲密邂逅“互联网+”的生动案例。

不止如此,随着中秋节的到来,中秋文化在各大互联网平台上热起来。在一款热门网络游戏中,平台推出了“中秋月兔”模式。圆月、玉兔、花灯、桂花树等中秋元素色彩鲜明、生动逼真,让不少年轻人直呼惊艳,有玩家甚至发出了这样的感叹:“游戏先放一边,让我们一起来赏月吧!”

当中秋节遇上“互联网+”,传统文化资源被进一步挖掘,有了更多、更新的表现形式。有关中秋节的起源、风俗、文化、诗词欣赏等,以短视频、H5动画等形式呈现在人们面前,形成了公共知识的有效供给。借助接地气的网络产品,传统文化的吸引力进一步增强。人们能够重新认识、感受蕴藏和流淌在民族血脉中的传统文化,浓浓的文化味和时代味扑面而来。



乡情乡愁即时通

每逢中秋节,“回家”是亘古不变的话题。在“抖音”等短视频平台上,以“回家”为主题的作品层出不穷。“大城市,更思乡”“走过了那么多地方,最远的月亮还是在家的方向”,充满温情的画面搭配直戳人心的文案,让不少在异乡奋斗打拼的人们倍感温暖,这是现代人的乡愁。

通过微信、微博等社交平台上贺中秋、发送电子中秋贺卡等,已经成为当下人们过节方式中最习以为

常的部分。借助互联网技术,家书不再抵万金,乡音乡情即时互通、瞬间可达。借助互联网技术,现代人的乡愁少了许多“西北望乡何处是,东南见月几回圆”的忧伤,多了几分“海上生明月,天涯共此时”的豁达。

家是最小国,国是千万家。今天,人们在中秋佳节抬头望月,不止是把酒言欢、遥念亲友、想象嫦娥玉兔月中漫步的神话,更能看到中国航天技术的进步和中国力量的腾飞。

微博上一位名为“夏是夏天的夏”的插画师,曾为嫦娥二号、嫦娥三号和玉兔一号创作中秋节的插画,并以此为灵感,创作出宇航员系列的插画作品,圈粉众多网友。今年初,嫦娥四号成功登陆月球背面,并传回世界第一张近距离拍摄月背影像图,刷屏各大网络平台。一位网友激动地发文说:“小时候每到中秋节就会好奇,月亮黑暗的那一面究竟是什么样子,今天总算是看到了。”

老外也过中秋节

互联网的快速发展让世界变得更平。如今的中秋节不单单是中国人的节日,也成了全世界的节日。

某咖啡品牌推出“玉兔揽月”月饼礼盒、玉兔杯等包含中秋元素的商品,依托电商平台跨界“圈粉”,吸引年轻消费者。在海外社交平台上,关于中秋节的话题讨论热度不减。来自澳大利亚的福尔汉姆表示,中秋节正在成为澳大利亚不同族裔都喜欢的中国节日。“中秋节不仅在华人中受欢

迎,也在其他社区发挥着影响力,它把我们团结到一起,迎接秋天,迎接收获,珍惜团聚,展现了中国文化的开放包容性。”

现在,“千里共婵娟”不再只是诗人的美好期望,而成了世界范围内不同文化背景的海外族裔之间共同的分享。“互联网+”就“+”出了传统节日的新活力,使传统文化以一种更富参与性和共创性的方式久久流传,这是当代中国的文化自信。

(据人民网)