戊狗迎春

科技改变生活

互联网催生新年俗

随着互联网时代到来,春节期间穿新衣、收红包、放鞭炮等传统年俗日渐式微,“网上赶集”、微信拜年、网络红包等与互联网相关的新年俗正成为主流。当春节与互联网“联姻”,如何在保持春节精神内涵基础上,做出适应新时代的民俗变革,成为重要话题。

1 衣食住行纷纷“触网”

从1月开始,各大电商的“年货节”广告宣传就已展开。打着“年货”旗号的网络购物节,越来越迎合大众生活需求。

阿里巴巴集团打造的“淘宝年货节”“聚划算年货节”“天猫年货节”,从2017年12月起便开始宣传。来自全球各地的“洋年货”和全国各省精选的“土年货”成为亮点。澳洲车厘子、新西兰长寿鱼、澳大利亚牧场的牛羊肉、美国家庭牧场的黑豚猪……这些“洋年货”成为消费者今年囤年货的新品种。而广东的清远鸡、内蒙古科尔沁大草原的牛肉、沙漠绿洲的青茂甘草羊、川西高原阿坝的牦牛肉、宁夏盐池县特产的滩羊等“土年货”也颇受网购族青睐,它们将被端上千家万户的年夜饭餐桌。

网购平台京东打造的“京东年货节”则主打涉及人们衣食住行的全品类购物。从1月23日到2月8日,年货节每天都会主推不同主题的促销活动,消费者有机会在当天抢到优惠力度更大的特定类型商品。

北京市民王先生已经在各大电商平台购买了将近3000元的年货,种类包括各地特产、干果、零食、水果等。他解释说:“现在网上买年货种类多,送货速度也快,更方便。”

回家过年是春节的重要内容。截至目前,12306网站高峰日售票量已达1500万张。“12306网站订票,手机支付,刷身份证取票,车上能充电、能上网看视频,还能订餐送到座位上。”

“95后”唐悦今年春运期间选择坐高铁回家。互联网在唐悦的出行旅程中将发挥关键作用。

此外,互联网拼租车成为新时尚。1月24日,滴滴顺风车对外公开了该平台今年春运的预测数据,预计将运送3300万人回家,相当于前两年总和的3倍。

每年春节都是家庭出游旺季,由于今年春节“撞上”西方情人节,情侣结伴出游将成为春节假期的另一道风景。通过网络订房、规划出游路线成为很多人的必选动作,目前很多热门地方酒店预订已显示“满房”。对此,蚂蜂窝旅行网近日发布《2018春节旅游急救攻略》,通过大数据分析,筛选出酒店价格平稳的目的地,满足目前仍未制订出行计划、又想要旅游过年的游客。

扫码进行延伸阅读:《快递如何保障春节网购》

短网址:http://shouji.lyd.com.cn/n/852754

2 文化消费有新玩法

春节未至,各类网络春晚已如火如荼上演。

2月3日,2018年(第八届)未成年人网络春晚在四川成都举行。四川成都小朋友演出的《坝坝戏》、江西萍乡孩子演出的《鼓童福响》……32个节目出现在晚会上。它们是从各地选送的2560个节目中选出的,通过网络和电视台直播,让孩子们提前过自己的“春晚”。

各地也纷纷自办春晚,并“触网”直播。在广东梅州,当地特色的“兴宁话”、武术、歌舞、网络抢红包等成为网络春晚亮点。在内蒙古阿鲁科尔沁旗,一场名为“骏马追风·阿鲁科尔沁2018蒙古语网络春晚”已完成录制,将为当地网民献上原汁原味的蒙古语文化大餐。

今年央视网络春晚则将展现“智能美好生活”作为主要内容,于2月8日晚(小年夜)在央视综艺频道及央视网多终端首播。在晚会上,观众看到了新一代人工智能产品等中国先进科技。

春节期间游庙会、看电影、听音乐会、买书等文化活动是很多人的消费内容之一。据统计,今年春节期间,100多个城市将为消费者提供近千个“灯会庙会”类产品。

1月30日,全国首个文化惠民消费线上支付平台“文创成都”App(手机软件)正式上线运营。据四川省成都市文广新局相关负责人介绍,这个App通过“消费+补贴”、线上支付实时完成等新“路径”,将政府补贴和商家补贴结合,预计将极大激发市民文化消费热情。目前,该App已汇集包括剧目展演、图书、电影、文创产品、文博景区门票在内的5大类近百个商家、300余种文化商品。

3 年俗重构再现生机

春节临近,由河北省网信办主办的“美丽河北·e起过年”2018春节主题活动在网络上如火如荼地展开。突出燕赵文化、节日民俗、非遗传承等内容的文章、动漫、音乐、微电影、小游戏等作品,受到网友大力追捧,为传统新春佳节增添了时尚味道。

互联网为传统年俗注入了新的时代内涵,同时也让一些人感觉年味变淡了。

“其实不是年味儿变淡了,而是我们不够用心。”中国艺术研究院当代文艺批评中心主任孙佳山表示,互联网与春节文化的矛盾可以调和。因为互联网归根结底只是一个工具和平台,而春节文化的主体是人。春节遇上互联网会产生何种变化,不仅取决于互联网,更取决于使用互联网的人。不管是电视春晚,还是互联网化的过年方式,放在4000多年的春节历史中,都不过是沧海一粟。春节的文化内涵在过去4000多年都未曾改变,今天又岂会被轻易颠覆?因此我们不必过度担心互联网对春节文化的挑战。

孙佳山认为,互联网让全民参与到新年俗重构之中,并创造出了更具文化认同感的文化娱乐内容。“我们应该继续保持春节文化内涵,如情感聚合、‘孝文化’绵延等,让年味儿更加醇厚,同时利用互联网把中华民族优秀文化传播到全世界。”

据《人民日报》(海外版)作者:彭训文

科普之窗

春节人口迁徙影响城市气候:降温度 增湿度

中国科学院大气物理研究所张井勇研究团队研究成果显示:春节人口迁徙明显降低城市温度,同时还会增加城市相对湿度。

城市气候是指由于人为因素造成的与周围环境不同的局地气候特征。城区温度常常比周围环境温度更高,这种局地的气候现象被称为城市热岛效应。

张井勇研究团队最近利用一种新方法研究了春节人口迁移流动对北京城市温度的影响。这种新方法更好地降低了天气和气候条件、季节转换等的影响,并以20世纪90年代为参照时期。相对于周围的环境,研究结果表明,多年平均的春节期间北京城市日平均温度、日最高温度和日最低温度比背景时期分别显著降低了0.64℃、0.34℃和0.94℃。春节期间城市温度的降低或热岛效应的减弱不仅发生在北京,而且也发生在中国的其他大城市。

春节期间大量人口离开大城市,减少了取暖、城市交通、电力使用等各种能源消耗,降低了人为热的释放。另外,人口的骤降也会减少来自人体新陈代谢产生的热量,但这部分的热量在总的城市人为热释放中占比一般很小。

张井勇研究团队的最新研究结果表明,春节人口迁移流动还明显引起北京等城市地表相对湿度的增加。春节前,随着北京人口的不断迁出,相对湿度城乡差(城市站与参考站的差值)从春节周之前第6周的6.18%逐渐减少到春节周的1.29%。春节过后,随着人口的不断回流,北京相对湿度城乡差逐渐恢复。相对于周围的环境,多年平均的春节期间的北京城市相对湿度在春节周比背景时期增加了4%。就春节周前一周、春节周和春节周后一周平均而言,则增加了3.62%。统计上,这些结果都通过了99%的信度检验。

“春节期间人口迁徙引起人为热释放大量减少,抑制了大气的上升运动,进而增加北京城市的相对湿度。”张井勇研究员说。另外,温度降低以及污染物排放减少也能够造成相对湿度的增加。

(据《北京日报》作者:吴凌云)

延伸阅读

过年了,把温暖带回家

“人体新陈代谢、烹饪更多的食物、电器使用的增多等释放的热量,能够引起室内温度的增加。”张井勇研究员介绍说,“从这个角度上讲,回家过年的人们实实在在把温暖带回了家。”

有研究表明,一个成年人白天平均的代谢率为180W,夜间平均为70W。在做家务劳动等活动时,人体代谢率增加,有时会达到白天平均代谢率的2倍以上。阖家团圆时人们会做更多的菜肴,额外释放更多的热量,进一步增加室内温度。再加上使用电器等产生更多的热量,过年时的家会更暖和,更增添了亲人团聚时的温馨氛围。 (据新华网)

本版转载文章作者,请联系编辑(电子邮箱:lyrb-shb@163.com)告知地址,以奉稿酬。