中华“春节符号”全球征集活动巡礼

前言：

党的十八大后，习近平总书记在多个场合阐述了中华传统文化的巨大价值与重要意义。深入挖掘、弘扬、传播、发扬中华优秀传统文化，成为一个重要的新的时代主题，为此中国对外文化交流协会、中华炎黄文化研究会、中国广播电影电视报刊协会和东方华夏文化遗产保护中心，共同策划组织了“中华‘春节符号’全球征集活动”。该活动一推出即得到了各方面的积极响应，今天择选几篇专家学者的文章以飨读者。

“春节符号”设计理念

萧放

一、“春节符号”全球征集活动的策划动机(为什么要寻找“春节符号”)

1.*春节传统符号*

春节作为传统民族大节，有三千年的历史，在历史长河中积累了丰富的节日符号，如红灯笼、福字、春联、年画、鞭炮、旺火、团圆饭、压岁钱等，它们既是节日习俗具体的载体，也是节日的民俗符号，春节传统符号可谓是丰富多样。

2.*现代春节为何要重新提炼符号*

既然传统春节有如此丰富的节日符号，为何我们还要作中华春节符号征集活动呢？首先，是时代变化的需要，从传统的农业社会转变到工业信息化社会，传统春节习俗正在发生变化，这种变化有的内在的，有外在的，呈现出来的情况是，传统出现明显断裂，虽然我们仍在过年，但许多春节象征或者说符号丢失，人们把一个红红火火的中国年过成了吃饭睡觉的庸常日子，春节缺文化，缺节日符号。其次，是在全球化时代，中国人的世界大迁徙，海外华人需要有民族节日文化温暖与凝聚自己，他们迫切需要一个具有高显示度的春节符号，让不同语言背景的地球人都从春节符号中知晓我们的春节文化，就像西方社会的圣诞节中圣诞树与圣诞老人这两个符号一样，直观生动。因此中华文化走出去需要春节符号，海外华人的民族文化认同需要春节符号。

二、“春节符号”的设计要求

作为现代春节符号需要考虑三个因素，春节符号设计要求是基于传统又超越传统，既具象又抽象，需要有中国人与外国人都听得懂的艺术语言。因此在设计要求上：

一是节日符号要体现传统春节的根本性质。春节符号要符合春节年度周期的季节循环的自然时间特性，以及中国社会在长期历史过程中形成的人伦传统，送冬迎春，团聚家人，是春节的主题，春节的本质特征是辞旧迎新。符号要传递春节文化精神，它是传统春节符号的融合提炼，推陈出新。

二是春节符号要有概括力与代表性：以符号象征的方式，表达当代春节文化的基本意涵，如祈福迎春、祥和快乐、四海一家、天下和合。通过春节符号，让中国文化元素走向世界。

三是节日符号要适应民众的欣赏习惯与情感需要。

此次活动的具体征稿要求是：

1)*必须具有传承性*：是从中华文化丰富内涵中提炼出的体现春节核心精神与民族文化生命律动、富有时代感的新标识；

2)*必须具有创新性*：不能简单照搬目前春节庆典中已有的传统标识和图案；

3)*必须具有合法著作权*：不得借用和抄袭他人创意和作品。

三、如何推进“春节符号”征集活动(怎样带动社会及有关部门主动参与其中并提高影响力)

春节符号征集活动需要有多方面的合力，社会大众与媒体的广泛参与，形成阶段性的关注热点。应该在文化艺术设计人才集中单位，如高等学校、科研院所等处，重点宣传动员，让更多具有高深文化素养与艺术设计能力的人士参与春节符号的设计工作。同时在公共活动场所，在电视、报纸、网络等媒体刊发征集春节符号的相关资讯，通过社会上广泛征集，发现民间高手，得到意想不到的收获。只要社会上下的齐心协力，相信会有理想的结果。

四、“春节符号”的文化价值与社会价值

“春节符号”征集过程与标志物的确定，旨在传承民族文明，弘扬优秀传统文化。

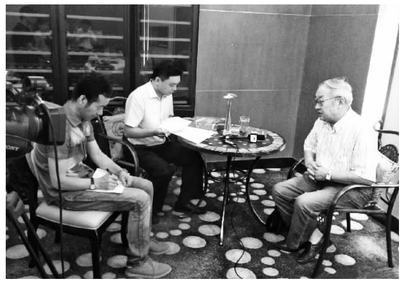
春节符号的征集过程是春节文化的传承与弘扬的过程，是在现代社会条件下对优秀传统文化进行深度传播的有效方式。通过春节符号的征集，推动全社会人们对传统春节的关注，让人们去思考领会传统春节的现代文化价值，春节符号的征集过程就是春节文化的社会灌输过程。春节符号的设计与最终确认，是广大社会成员对春节文化精神的认知与春节文化内涵的理解，同时也是中华民族文化认同的重要体现。

春节符号是中华民族的节日文化符号、东方文明的象征、当今文化兴邦的符号、文化强国的符号。

（作者为北京师范大学教授）

“春节文化”是中华民族文化的精髓

陶立瑀



推动春节符号的征集活动，一方面是要宣传春节文化，另一方面我们要把春节文化的传承做得更好。通过一些经济活动去集思广益，使我们的春节文化形成一个特色鲜明的符号文化，这对我们保护春节文化是一件很有意义的活动。

春节符号征集活动是一个工作量非常庞大的系统工作，这么丰富的文化，怎么来提炼这些符号，怎么样通过艺术的表达来形成一个符号，怎么样更进一步来推进春节文化的保护，都是我们需要思考的。

春节本身就是一个文化符号，中国人拿什么标志作为符号，春节是其中的一个方面。因为春节文化在中国的文化里面，特别是在节日文化里面占了非常重要的一个部分。它是一种大文化，这种文化的历史是非常悠久的，传统是非常深厚的，表现形式是非常多样的，所以这种文化符号就成为了我们中华民族凝聚力的一个象征，这点我们大家在过春节的时候能够充分体会到。

无论是在我们国内，还是在国外，凡是有华人在的地方都要过春节。这是为什么？这是因为这种文化对我们的影响太深了。这种文化是农耕时代的产物，是在几千年农业发展的基础上形成的观念。春节文化有她的主题，这个主题是风调雨顺、五谷丰登，是一种和平的、和谐的希望。我们生活在农业社会里面，农业的兴旺发达对一个社会的发展太重要了，尤其在农食住行的方面更为重要。所以在农业社会基础上形成的这种观念，给春节文化打上了一个非常深刻的烙印。

过去我们在农业社会里面讲究一个春祈秋报，春天的时候要祈祷，到了秋天就要报答。过去在农村里面，一般在秋天的时候，粮食丰收了要唱秋报，要请一台大戏来演一演，这是表现对丰收的报答的一种心情。

我们将春节作为一种“文化符号”来讲，特别是在国外的时候，一到春节就会想起自己是一个中国人，所以它对我们民族性格的形成也起着很大的作用。

春节文化里面包含了非常丰富的内容，包括了伦理和道德的方面。春节里很重要的一个就是祭祖、请神，这是两个重要的方面。在除夕这一天，首先是要祭祖的。我们过去所谓的请神，第一个神就是祖先，把祖先请回家来一起过年，另外把其它神也一起请回家来过年。所以在春节文化里面就塑造了一个非常肃穆的气氛，大家都有一种很虔敬的心理，沉浸在节日的文化里面。

我们对环境的布置，除旧布新。为什么我们要大扫除，要除尘、要贴对联、贴门神、贴年画、贴窗花、吃年夜饭，这一系列地活动的里面都充满了“文化符号”。所以说春节符号的征集活动，是非常有意义的一件事情，就是我们怎么样把我们的传统文化很好地保护起来。另外，我们可以从这些传统文化里面，发现春节的元素，以及我们离不开的一些东西。我们把这些东西拿出来进行研究，从里面提炼出一些最能够表现春节文化的元素，形成一种春节文化的符号，使春节能够有一个很明显的标志性的东西，这样就可以通过春节符号把它具象化，大家看到这个符号就想起我们的春节来了。中华“春节符号”的征集活动是一件非常有意义的事情，特别是对我们的年轻人来讲，认识中国的春节文化在思想文化生活里面占了一个什么样的位置。

在中国节日文化里面，春节是最大的一个文化。为什么说春节文化是一种大文化，大到什么程度，丰富到什么程度，这个需要我们亲身来体验。大家都能够体会到我们春节的春运，为什么会有春运呢？什么使得大家千里迢迢，甚至不远万里赶回家来过年？这就是春节文化的感召力。

大家创造这种文化，就是为了享受它。我们创造春节文化的目的，就是享受这种春节文化。每一个人，都能够在这种文化氛围里面获得自己的文化营养和精神补充。这种文化影响了一代一代的人，特别是对小孩儿的影响，对年轻人的影响，甚至是对老年人的影响都很大。春节文化的教育意义是包含在每一个细节里面的，成人是这种文化的实践者，因为成人已经从小接受了这种文化，那么反过来讲，他在做这件事情的时候，又在影响着下一代。所以说中国的传统文化不会断代，不会戛然而止。

年味儿淡了，没意思了，这是近年来大家都在讨论的事情。实际上不是这样的，可能我们所了解到的只是我们所体会到的一些事情。如果从整体的春节文化来看，首先我们看到的是春运，不但我们有春运，韩国也有春运，日本把春节移到了元旦，但是春节的内容没有变。春节变化比较大的是城市，农村的变化相对要小一些，所以过年如果要寻找年味儿的话，还是到农村去。但是无论怎么样变化，我们的春节都是一种对家人的怀念，对祖先的怀念，对各种神灵的崇拜。年味儿淡了，是因为信仰缺失了，过去我们敬畏神灵，信仰祖先，现在这种信仰的观念淡薄下来了，所以我们失去了这样的一个精神支柱。

春节文化里面有很多东西是我们需要继承的，春节文化有很浓的道德、伦理的教化作用。一个人通过这种文化的熏陶，提高自身的修养，这叫修身。通过春节文化或其他的文化形式，可以把一个家庭治理得非常好，家和万事兴，这就叫齐家。修身齐家才能治国平天下。

我们应该珍惜这种创作，珍惜这种传统。不要因为变化丢掉传统。今天我们保护非物质文化遗产，我们从非物质文化遗产里面，提炼出许多元素来。这些元素能够表达春节文化方面的含义和它形式上的特色，构成一种新的符号，用这样一种方式，做一种标志，这样使我们的春节文化在认识上更具象化。春节符号是一个工作量非常庞大的系统工作，这么丰富的文化，怎么来提炼这些符号，怎么样通过艺术的表达来形成一个符号，怎么样更进一步来推进春节文化的保护，都是我们需要思考的。

推动春节符号的征集活动，一方面是要宣传春节文化，另一方面我们要把春节文化的传承做得更好。通过一些经济活动去集思广益，使我们的春节文化形成一个特色鲜明的符号文化，这对我们保护春节文化是一件很有意义的活动。

春节符号征集活动是一个工作量非常庞大的系统工作，这么丰富的文化，怎么来提炼这些符号，怎么样通过艺术的表达来形成一个符号，怎么样更进一步来推进春节文化的保护，都是我们需要思考的。

“春节符号”是人民的需要

许嘉璐

“春节符号”征集活动，是客观形势的需要，这种客观形势就是世界在经历全球文化多元化、多样性的发展，就中国来说是优秀的传统文化隐没丢失之后复兴的需要。

这种需要不是哪个政党的需要，也不是政府本身的需要，是人民大众的需要。

春节符号需要注入文化、注入精神

中国过春节过了几千年，从来没有符号，但是在今天这个信息时代，我们很需要一个“春节符号”。比如贴春联就是符号，这是我们的理解，不是古人的理解，也不是学者、老百姓的观点。

当然这个符号，需要多种形式的宣传来渗入民间。

在人类历史上、民俗中，所有的节庆都是集中在几方面来展现的，可以用民俗符号来展现。例如：正月上元节吃元宵、五月端午节吃粽子，八月中秋节吃月饼，到春节吃团圆饭，以上全是吃。

在农耕社会，物质条件不太好，能凑在一起吃点好吃的就是节日最好的符号。有符号就有载体，比如外国圣诞节有圣诞树、圣诞老人，复活节有彩蛋，情人节有玫瑰花、巧克力。他们是重情重吃，我们过分重吃，所以在经济发展、解决温饱之后，我们的节日气氛就淡化了。

因此，我们的春节需要有一个符号，需要注入文化，注入精神。

春节符号一定要全民参与

春节符号最好是生成的。

我们的传统节日都是自然形成的，几乎没有一个是人为规定的。但今天时代不一样了，可以有学者、媒体、企业家等的广泛参与。我们提倡，一定要全民参与，不是少数人决定，在今天这个公民社会，少数人参与不行，一千万分之一，比例太小。我们是一个十三亿五千万人口的大国家，所以需要生成。

怎么生成呢？通过征集，在媒体上公布，广泛听取意见，最后，形成统一的意见。生成是人工设计的，催它生成的，这样需要宣传。

春节符号必须是能够进入家庭的

希望我们的艺术作品，包括电视剧、舞台剧，能够给一个文化交流的机会，请外国友人来点评，请孩子们来点评。老人爱看的小孩不一定爱看，我们要学会征求小孩子们的意见、征求外国友人的意见。这样，这个话语体系就是鲜活的，它最终是能够进入家庭的。节庆的东西必须进入家庭，久而久之就会成为老百姓的习俗。如果进入不到家庭，只是在集会的时候，在新闻报道中给予体现，仍然是外在的。

我们这次春节符号最好既是生成的，又是鲜活的，这样，我们文化的复兴，960万平方公里土地上的文化习俗就可以活起来，珍藏在故宫里的文物就可以活起来，古籍、文献也可以活起来，三个活起来，文化复兴的时候，带给我们的才是正能量。

春节符号的征集是件有意义的事情

张庆善

这是一件有意义的事情，应该说是一件对传播中华文化有重大意义的事情，因为你们抓住了一个很好的题目，就是中国的春节，而且抓住了一个很好的形式，就是全世界征集春节符号，我感到这个创意出得太好了。为什么呢，因为中国的春节，不仅仅对于中国人来讲，而且对全世界来讲，都是一个有影响的大节日。从我们个人来讲，一年到头，最期盼的日子就是过年；从世界方面来讲，我们中国的春节也极具特殊性。在全世界各个国家、各个民族，只有我们中国的春节和宗教没有关系，而形成了一个数十个民族、十几亿人共同过的一个节日，这有它的特殊性，这和中国的文化有关系。

我们中国是一个以农业立足的国家，我们的春节就是年，和农业以及农业的收成有着密切的关系。我们中国的春节又和祖先联系在一起，我们中国人最敬重的不是神仙，而是祖先。所以过年的时候，有几个真正带有符号的东西是什么呢？第一是辞旧迎新，新的一年到了，辞旧迎新。第二，祭祖。第三，就是福。所以把这几个联系起来，就是中国春节的一个基本的特色。辞旧迎新是从季节而来的，是从过年的根儿上来的，那么到今天为止，虽然我们离最初的那种祖先过年的想法已经很远了，但是这个东西没有变，每年过年，都叫辞旧迎新。再一个就是祭祖，我们小时候，大年三十晚上就开始祭祖，请神送神都和祖先有关系，是表示对祖先的敬重。

再一个就是福，就是我们现在说的这个福字，表现中国人的一种愿望，要幸福。中国人过年的时候最讲究吉祥吉利，不能打架，不能说不吉利的话，所以说中国的春节包含了非常丰富的中华文化，而且和中华民族的情感、性格联系得非常紧密。

对中国人来讲最重要的是过年回家看看，因为过年寄托了中国人的很多东西，首先是亲情。中国人过年，亿万人大迁徙，这是世界上其它国家都没有的东西，这表现了亲情的力量，不管离家多远，不管多忙，三十晚上都要赶回家过年。有父母，有爷爷奶奶，我要向老人表示敬奉。第二，春节对中国人来讲又是一种对传统文化的认同，对民族的认同。全世界任何地方，一到唐人街，就想起我是中国人。但是春节表现出来的更浓烈，一到过年的时候，中国人所表现出来的强烈的民族情感，就是民族认同和文化认同。所以那些年搞非物质文化遗产保护的时候，我们一些专家特别感受到，节日对中华民族文化的传承，对中华民族的文化认同，对中华民族的团结和凝聚，都起着巨大的作用，全部的节日中，春节起着核心作用。因此你们说春节是中国的第一大节日是没有错的，你们搞这个春节符号的征集活动确实意义重大。

现在时代发生了很大的变化，虽然我们还在过春节，但是不可否认，我们过春节的形式内容都在发生不断的变化，尽管我们还在过年，但是我们现在过的年和我们小时候，也和我们的祖先有很大的区别。我们的生活方式和生产方式发生变化了，所以我们的很多习俗也受到了影响，春节受到的影响可能最大。所以这个时候我们搞这样一个春节符号的活动，我觉得太有意义了。我甚至是讲，一定要把这个活动搞好，要把这个过程看的和结果一样重要。为什么我说要把过程看得和结果一样重要，因为这个过程当中，就是我们宣传中华文化、保护中华文化、传承中华文化的一个重要过程。结果当然是我们所期待的，但是这个过程更有意义。在事情的过程当中，人们会有更多的积极性，会有更多的期待，而在这些期待当中，就把我们中华文化的很多内容传播和弘扬出去了。

因此我说，春节符号这个创意真是想得太好了。另外这次活动还有一个大特点，全世界征集，这也是我事先没有想到的。我想这个主意出得好啊，为什么呢，因为我们现在时代发生变化了，现在是全球化时代，世界联系得更紧密，信息的联系便于文化的联系。凡是有华人的地方都要过年，而且随着我们中国的不断发展强大，中华文化在世界上的影响也不断扩大。我想有一天，我们的春节会像圣诞节一样，在全世界留下一个很深刻的印象。虽然我们的春节被中国老百姓所喜爱，但是在世界范围内还达不到圣诞节的影响程度。我们不是说要传输文化，而是要弘扬我们中华文化，使世界各国各族人民通过对我们春节的了解，加深对中华文化的了解，加深对中国人的了解，这样才能达到文化交流的目的。全世界征集春节符号，不仅仅影响华人，而且使更多的外国人加深对中华文化的了解，这件事情真的是很了不起。

我也在琢磨，我说什么是春节符号，我觉得点子是个好点子，主意是个好主意，同时我们又给自己出了个难题，真正搞一个集中的凝聚的符号，太难了。春节内容太丰富了，习俗太多了，我们怎么找到这样一个符号，能够代表中国的春节，它必须要有几个基本特征，第一，必须是中国传统文化的；第二，必须是过年的；第三，必须和中国老百姓的许多重要民俗活动联系在一起的，能够得到大家认可的；第四，你既然在全世界征集，就要受到全世界的认可。这就需要在艺术的设计上、传播的形式上，包括一些设计的理念上，都要有一些创新的东西。

保护和传承中华文化，其中有一点非常重要，就是习俗。习俗没有了，你这个文化就没有了。围绕春节有很多很多习俗，这些习俗没有了，和这些习俗紧密相关的许多事情就没有了，相关的一些民族的文化东西也就没有了。我们要通过这样一些活动，把相关的一些习俗激活，这些激活的习俗也要和当今的生活相关，毕竟我们生活在一个新的时代。只有这样，我们才能使得我们今天生活的人和历史和传统结合得更紧密，使我们更认知自己是一个中国人。所以我非常支持你们做这个春节符号征集活动，希望你们能搞得更好。

中国有五十六个民族，过春节时不光汉族过，很多少数民族也过。受其影响，越南、韩国、日本等也在过，但是过得形式有很大的差异。虽然他们表现的形式不同，但是他们本质上的东西却是相似的。

我们将来搞春节符号的时候，不必给它赋予一些新的理论性的东西，给它赋予的就是中国传统文化当中的吉祥、幸福、对祖先的敬仰、对后代的期望、对生活的向往，这些就够了。

如果找两个字来体现春节符号的话，第一个是年，第二个是福。在中国节日中，春节是内涵最丰富的，这其中包含了好几个节，不过正月十五都叫年。腊月的节，腊八、小年、除夕，年是从除夕开始叫年，第二个是正月里，主要是初一到初七，再一个就是闹元宵，有人说正月十五元宵节就是中国的狂欢节，为什么元宵节要大家热闹一场呢，就是要给年画一个圆满的句号。

中国春节在中华文化中占有相当的分量，而且这个影响极为广泛，没有一个节日能和中国春节的魅力和影响相比。一直到今天为止，再过一千年，中国人也不会丢掉春节，因为他和中国的亲情、情感联系太紧密了。

我对咱们提出的中华文化“走出去”，有着不同看法。它不是一个“走出去”的问题，文化本身的特性决定它是个交流交融的问题，“走出去”好像是把我们的文化灌输给别人一样。我认为文化是相互交融的东西，是你中有我、我中有你的关系。你影响我，我影响你，有一个互相了解、认识、尊重、认可的问题，不是说我要“走出去”，要强加给你，他是个自然而然的形成过程。

对于中国传统节日，我们可以研究一下西方圣诞节的做法。首先从年轻人开始，用中国的习俗吸引他，抓住其中最核心的内容，“爱”、“和”，这样的东西对他起作用，他就会产生感情，而不光是口头上的宣传。可以发挥每个地方唐人街、唐人区和唐人社团的作用。通过他们的作用，我们配合他们搞一些活动，可能比我们自己搞一些宣传活动要更好。

在广泛的参与中弘扬中国春节文化

李汉秋

习近平总书记对中华民族传统文化的解读，让我们对传统文化的认识前进了一大步，提高了一大步。在我们小的时候，我们的传统文化还是一种被边缘化的状态，这种情况一直持续了近一百年。

党的十六大是一个里程碑，十六大提出要弘扬和培育民族精神。党的十七大正式提出弘扬中华文化。一直到十八大，特别是习近平总书记在十八大以后一系列的讲话，把传统文化、中华文化的认识又提到了一个新的高度。给我印象很深的有两句话，一句是“培育和弘扬社会主义核心价值观必须立足中华优秀传统文化”，另一句强调：中国特色社会主义要植根于中华文化的肥沃土壤。

我们要讲清楚中华文化的渊源和优势，这是我们最深厚的软实力，是中国人最深沉的精神追求。我们要有文化自信，才会有中国人的骨气和底气。

文化至少分三个层次，器物文化、制度文化和精神文化。在精神文化领域，西方重宗教，中华民族重伦理道德。我们中国人素来重视国德，我们讲伦理，讲道德。这是中华文化的特点，也是中华文化的优势，正如习近平总书记所强调的讲伦理道德是中华文化的精髓。

节日是文化的结晶，是文化的载体，中华文化的特点和优势直接影响到中国的节日。西方重宗教，因此西方的节日和宗教是相关联的。中华文化重人伦，中华传统节日的精神和灵魂都是人伦情感，这就讲到过年和春节。过年为什么要不远千里回家过大年、过除夕，这都是一种人伦精神、人伦道德。除夕赶回去不是只为了吃一顿饺子，吃饺子只是一种仪式。为什么要叫饺子，有一种说法叫“交子”，今年的子时和新年的子时相交的时候，这个时候吃饺子，体现了人伦的情感。

大年初一拜年，长幼有序，晚辈给长辈拜年，过去还会拜祠堂、拜祖宗。长辈为了表示对晚辈的关怀，年三十晚上或是正月初一在拜年的时候给压岁钱，期望他们健康成长。讲庄重一点，拜年是一种仪式，是一种典礼。这体现的是一种人伦的感情，不仅是家人之间的感情，还有亲戚、亲友之间的感情。

西方大小城乡有教堂，中国过去大小城乡有祠堂。祠堂是拜祖宗的地方，认祖归宗是中华文化的体现，是一种人伦。过年到祠堂，大家聚在一起拜祖先，不忘本。在中国人的传统道德里是不能数典忘祖的。

我们现在春节过年，就要把中华文化的这种特点弘扬和发扬起来，而且要把我们的这种文化让世界人了解。我们的信仰不在彼岸，我们家园不在彼岸，就在此岸，就在我们人伦，就在我们家庭，就在我们周围和谐的环境，就在此岸世界。我们的精神家园是天伦之乐，要把我们的文化特点让世界各国人民理解。

我们应该让春节走出去，让中华年走出去，让人家了解我们的中华文化。

中华年已经几千年了。去年12月30日，在中央政治局第十二次集体学习的时候，习近平总书记讲了一句话，他说要把我们中华文化基本的基因跟时代精神相协调，跟当今社会生活相协调。他特别讲到要做到优秀的文化传统跟时代精神相结合，要把立足本国和面向世界想结合，要把我们传统文化和现代文化相结合的成果传出去。要创造老百姓喜闻乐见的、有广泛参与性的文化成果，并把这种文化成果介绍出去。中华春节符号怎么做，就是要做到喜闻乐见和广泛参与。

我们不能只看结果，要看过程，春节符号全球征集的过程就是弘扬我们中国春节文化的过程。创作机会，让大家集思广益，广泛参与。参与进来，不管是设计也好，还是评选也好，这都是在理解中华文化，理解春节文化，都在参与、理解和创造我们的春节文化。最终评选出结果只是一个环节，整个过程十分重要。

春节符号搞得好，就可以把传统和当代结合得好，就能做到习主席讲的立足本国和面向世界。我们是立足于本国文化，把中华文化传出去面向世界。

所以说，我们做的很对。全球征集，广泛发动，让大家都来参与。现在收集到的设计已经有六千份，这个面很大，这个收集还在继续。这个过程吸引大家都来参与，这样就能把春节文化推广开来，把它跟群众相结合，跟时代精神相结合。在这个过程中，我们要有意识地宣传春节文化的精神，中华文化的精神。把中华文化的精神宣传出去，搞得家喻户晓，这就达到了我们的目的。

在这个过程中间，还要不断组织更多分项活动，搞系列活动的最终宣传目的，就是能够把中华文化的特点突出出来。中秋节马上就要到了，把我们春节和中秋节结合起来搞一次小高潮。接下来是九九重阳节，重阳节的主题讲的是敬老孝亲的人伦精神，春节符号征集活动结合重阳节还能形成一个小高潮。到元旦，再来一个小高潮。

节日的一个优势是参与面广，然后是周而复始的优势，这个对人的感动和影响是非常深刻的，其优势是寓教于乐，在欢乐的氛围中使人们接受中华文化的熏陶。

我们要有文化自信，我们有着这么灿烂的文明，这是我们实现中华民族伟大复兴和中国梦很重要的一个环节。中华民族复兴必须有中华文化的复兴，没有文化的复兴，没有精神的复兴，中国人就没有骨气底气，就挺不起胸膛，又何谈复兴。

春节是家喻户晓，人人参与的，我们春节符号的征集也希望做到更广泛的参与性，在广大群众参与过程中间，来弘扬我们的春节文化、中华文化。

广告专版 电 话：65369288 传 真：85991765 E-mail：hwbch@vip.sina.com 海外联络与合作部：65369399 65369413 65369398