

当“520”和“双十一”成了顶流“互联网节日” 我们把日子过成了数字

■乐清市融媒体中心记者 王常权

1999年，范晓萱发布了一首歌曲，名字叫《数字恋爱》，其中有一句歌词是：“520是我爱你。”那年还算是“小魔女”范晓萱歌手生涯的巅峰时期，因此她的单曲一推行，“520是我爱你”就响遍大江南北。

此后，对于中国的年轻人而言，每年的5月20日确实实实在在地变成了一个节日，被称为“网络情人节”。

十年后，时间来到了2009年，入职淘宝担任COO不到一年的“逍遥子”张勇兼任淘宝商城（天猫前身）总经理。他在和同事开会时发现，每年年末的几个月涉及到季节换季等多种因素，是个购物的好时机，但10月有黄金周，12月有圣诞节，11月却什么也没有。团队提醒张勇，说11月没有节日，只有一个网络上流传的所谓“光棍节”，是11月11日。

生日是1月11日的张勇当时拍案叫好：“这个数字好记！而且是我的幸运数字！”接着，淘宝商城（天猫前身）决定要在这一年的11月11日做一个促销活动。于是，2009年，第一届“双十一购物节”拉开序幕。

从此，这个原本被年轻单身男性自嘲和自娱自乐的节日，被赋予了完全不同的含义。



网络节日的挑战

形形色色的“网络节日”的兴起，已经引起了一部分人士的担忧：我们的传统节日怎么办？担忧人士表示，除了春节、端午、元宵、中秋、清明这些节日之外，其实有一批中国的传统节日正在消亡，而在互联网已经渗透入生活每一个角落的背景下，“网络节日”的兴起，无疑会对传统节日进一步形成挑战。

但也有一部分人士认为这种担忧是“杞人忧天”，“网络节日”和“传统节日”其实并不矛盾，而互联网的勃兴更是为传统节日的传播有助推作用：春节发微信红包，端午节朋友圈晒粽子，元宵节讨论吃甜汤圆咸汤圆……

当然，更多人认为520“网络情人节”没有必要过，还是因为这个节日不仅没有文化历史，反而被精明的商家借势营销，像塑料泡沫一样毫无美感。

我们可以这样认为，如今的浪漫节日不再仅仅是恋人的专属，更已成为互联网上大众消遣、消费的载体。它们已然区别于传统节日所代表的传统文化，与“双十一”“双十二”这些节日一样具有“突然兴起”的共同特点，快速成长，回过神来发现已经发展到令人吃惊的地步。

我们也可以认为，当“浪漫”与“经济”结合，一切就会变得不再那么浪漫。“浪漫经济”正在成为拉动GDP的一股新生力量。同时，“浪漫经济”也正在将一切大数据化，在这样庞大的环境中，我们看不见“个人”的存在，看见的只有数字的海洋、代码的宇宙、经济的黑洞。让人不禁想到最近一部美剧里的台词：“银行都让我觉得害怕，不仅仅是银行，还有那些公司、品牌、企业，他们就把我们当成一堆算法……”

被计算的同时，人们自身也深陷其中。

因而，对个人来说，或许不应该随波逐流地去接受那些被互联网经济与网络文化堆砌出来的爱的意象。我们想要的到底是什么？是想要购物车里心仪已久的礼物被恋人买下包装送入手中、要微信消息点开一眼就看见那个显眼的红包。

没有规定一定要买礼物，一定要发红包，每天一起开开心心的也可以不过节；可以说“520”，谁和谁说无所谓，重要的是互相地为对方着想，好有一瞬间觉得我们都是欧·亨利笔下的麦琪，在《麦琪的礼物》一书里，欧·亨利写道：

“一对贫穷的小夫妻，在圣诞节，拥有美丽秀发的妻子卖掉长发为丈夫买下配他珍贵金表的挂链，恰巧丈夫将父亲遗留的金表换了一把玳瑁梳子送给心爱的妻子。即使礼物都失去了原来的意义，却将情意显得更无价。”

如果能够把“浪漫”与“经济”分开，情人节就会回到原来那个含蓄中跳出来表达情感的日子。这才是一种更健康的心态。如此看来，节日发展，并不是只需要一个社会群体接受就可以的，最终靠的是在这个节日积累的文化内涵。

事实上，“网络节日”的兴起，从一个侧面也反映出互联网时代背景下，社会群体正在逐渐“圈子化”和“分层化”。“网络节日”作为一个标准的“自下而上”产生的现象，并非平白无故而生，在接下去的岁月中，肯定也不会悄无声息而亡。

节日是有传统的，而传统的一大要素就是时间。既然如此，就让我们交给时间，让时间来检验一个节日的生命力，这是最公平的。

本文写作参考了李媛媛：《浅析传播学视野下网络节日的盛行》、中国网信网：《第43次中国互联网络发展状况统计报告》、孟祥宇：《从“网络节日”火爆看节日审美新风尚》、中新网：《网络新兴节日接踵登场传统节日正在受冲击？》、张一辰：《“818八卦节”来袭娱乐减压成年轻人新方式》、北大新媒体：《520：谐音文化与互联网浪漫经济》。

网络节日的滥觞

在范晓萱之前，“520”代表“我爱你”这种说法之前就已散见于各大BBS论坛，在互联网尚未普及的20世纪90年代末——国内的门户网站刚刚蹒跚起步，即时通信类工具（比如QQ）还在襁褓之中，在当时，像“520”（我爱你）、“94”（就是）、“7456”（气死我了）、“886”（拜拜了）等这样的数字谐音一度是网络上的流行用语。这类的数字谐音，主要被有着强烈表达和社交欲望的年轻人用于各大BBS论坛，最多是当时拥有数字BP机的情侣们用作一个“暗码”呼到对方的BP机上。

相比“520”，“11.11”这个日子显得更有特点，网民当然不会轻易错过，早就赋予了这个日子一个特别的名称——“光棍节”，取其四个“1”的含义。和很多网络节日的来源命名一样，“光棍节”基本也是源自高校，具体哪一所大学已无法考，

可能属于多地高校同时期的演变发展——理工科院校的可能性更大一些。网上有个说法：“光棍节”是南京大学一个男生寝室先传出来的，时间是1993年。

真正让“520”开始成气候，乃至逐渐演变成一个节日的，还是得益于即时通讯类工具的普及。线上聊天的双方在表达情感时，相对于单纯说一句“我爱你”，“520”有一种暧昧，一种朦胧，一种神秘，一种默契，一种解码后智力上升的快感。互联网“暗语”和“数字”的世界里潮起潮落，今天流行，明天就被淘汰，当“GG/MM”“BF/GF”“5555”“3166”这批当年的“潮词”早已成为落伍的代言时，“520”却始终屹立潮头，直到成为一个节日。

相比之下，5月20日之后还有个5月21日曾被取谐音“我爱你”，原本也是“网络情人节”的一部分，但知名度就

远远小于“520”。倒是如果公制年历一年有13个月的话，每年13月14日大概会成为一个新兴网络节日。

不过东边不亮西边亮，近五六年来，随马拉松热兴起的各个跑步团体，绝大部分的跑者都跑过13.14公里的轨迹图，当然有些有心的跑者还会用520的配速（每公里用时5分20秒）跑过13.14公里，以此献给某某和某某。

当然，在这背后，互联网各种新元素的助推不可忽视。2016年5月20日，腾讯微信的用户忽然发现，原本一对一只能发顶格200元的微信红包，限额忽然提高到了520元，且仅此一天。数据统计显示，当天的表白红包共发出2亿个，以5.20元居多，但其中520元的红包也有600万个。

不过，如果再往深追一层，当5月20日成为情侣和夫

妻认可的“吉日”乃至“节日”后，背后愿意大力宣传和推动的肯定还有商家，从鲜花到香水，从餐饮到酒店，“节日经济”还是充满诱惑的。

但是如果讲商家造节，“520”肯定不是最有典型的一个。十年后，“双十一”就后来居上，而且还把“520”甩了一个太平洋。

在诸多凭空生造出来的互联网节日中，“双十一”可以说是目前影响最大的一个节日。它的厉害之处在于，商家根本不需要像“圣诞节”“情人节”乃至“520”那样，隔着一层纱幔费尽心机地让顾客将节日的幸福感转化为购买欲，因为“双十一”本身就是为商家度身定做的节日，大家过这个“节”为的就是消费。

至于“光棍”和这个节日究竟还有多大关联，已经没有多少人关心了。

网络节日的随性

在“520”和“11.11”之外，其实还有一批所谓的“网络节日”。事实上，排摸一下这批网络节日就不难发现，这批节日的兴起，基本上脱不开三个要素：数字，谐音，联想。

比如说有一个叫“吃货节”，是每年的5月17日，取谐音是“我要吃”。这种谐音是非常随性的。记者同事当年的车牌号也是“517”，上牌的第二天就有其他同事来玩笑说这牌照可以谐音成“我要妻”和“我要吃”，代表了“色情狂”和“馋嘴猫”。

在如今的互联网时代语境里，诞生了一批“明贬实褒”的自我评价，“我是典型的吃货一枚”就算是其中一个——听上去似乎是在说自己贪吃，实则说自己热爱美食，接地气。尤其是在“民以食为天”的中国，彼此挂一个“吃货”标签，能多一份亲近之感。

又比如说“卖萌节”，是每年的10月10日。这个本该纪念“辛亥革命”的日子，到了年轻人手里，却成了另一个节日——汉字的“萌”的“”字头，拆开看就是两个“十”，所以自然而然就和“萌”搭上了关系。

与之相近的还有一个“萝莉

节”，是10月11日。“萝莉”一词，源自美籍俄裔作家纳博科夫的作品《洛丽塔》（“Lolita”），而数字1, 0, 1, 1, 组合起来有“loli”之意，于是就又成了一个“萝莉节”。据说此节源自古典互联网时期的人气论坛“猫扑”，但让人意外的是，10月11日也是联合国倡议的“国际女童日”，但这两者之间应该没有必然关联。

还比如3月7日所谓的“女生节”，这不仅仅是取“三八国际妇女节”前一天之意，而是“妇女”一词在中国已经渐渐演变成一个特定年龄阶层的指代，广大年轻女性并没有将自己代入的意愿，所以确实存在这样一个市场。

回过头看，按照传统的节日法则，每年的5月20日，应该是这样几个节日：

第一个叫“世界计量日”，这是在1999年第二十一届国际计量大会上确定的。因为在1875年的5月20日，17个国家在法国巴黎签署了“米制公约”，大家协议在全球范围内采用国际单位制和保证测量结果一致。

第二个叫“中国学生营养日”，这是在2001年国家教育部和卫生部发文的，目的是在于

广泛深入宣传学生时期营养的重要性，大力普及营养知识。

第三个叫“陌生人节”，谁定的，什么时候定的，无法考证。大意是这一天你如果认识10个陌生人，在一年里就会好运连连，所以又被叫做“生人节”。

此外，5月20日还是“世界白塞病关爱日”“中国宣传母乳喂养日”，但是，这些所谓的“节日”，在中国恐怕知道的人并不多。

值得一提的是，除了“双十一”和“520”目前在互联网世界中已经形成一定的用户认知之外，上面提到的这批网络节日，基本上都没有什么影响力，还都只是停留在小部分网民的口头交流，以及类似本文这样的回顾分析文章之中。

说到底，520本身只是519与521之间的自然整数。前者可以谐音成“我要走”，后者的谐音“我爱你”的意味比“520”还要强烈。随着社会生活以及网络的发展，数字谐音已经渐渐淡出流行语平台，与与日俱增的新词新梗相比较，显得较为落伍、老土和无趣。

因而近几年也有不少反对的声音，认为520情人节的诞生只是因为谐音相近就胡乱联系，俗