

彩灯与旅游文化

◆吴慧王越

(四川轻化工大学 四川省自贡市 643000)

摘要: 彩灯文化带给我们丰富的视觉享受和人文影响,展示了丰富多彩的物质文化,尤其在多样化文明盛行的当代中国,更起到了增彩添色的效果,通过各种角度论述彩灯文化对我们的生活精神上的影响来凸显彩灯文明,尤其是对我们现在旅游业的推动作用更是不容小觑;旅游业已然走进了我们的生活,各色旅游产业蓬勃发展,大家眼界开阔了,能接纳的文明也越来越广,对文化的接受度包容度也在慢慢提升,其中对我们传统文化的接纳也应该更积极主动。彩灯与旅游的结合可谓完美,那么让我们一同踏上缤纷绚烂的灯火世界吧。

关键词: 彩灯; 文化传统; 旅游业; 展览

灯火阑珊处,蓦然回首时的相知,万家灯火,团团圆圆的团聚,华灯初上夜未央的繁荣之相;灯在氛围的烘托上起到了不可替代的作用,同时也从侧面强调了灯文化也是源远流长了,彩灯,花灯都是她的别称,这些听上去华丽的名称也是从寻常百姓家发展而来,由此可见彩灯与我们的生活密不可分。旅游业的蓬勃发展让我们的生活更加丰富多彩,国民身体力行的相应国家“引进来走出去”的政策,旅游不仅让我们开拓眼界,还能使我们更加了解传统文化,通过直观体验深刻的体会我们五千年文明魅力所在。既然如此我们彩灯如此优秀的文化何不搭上这辆高速运行的列车一同驶进千家万户,走向世界走向未来呢。

彩灯是中国非物质文化遗产项目,制作工艺较为传统,如今中国传统彩灯工艺与新技术新材料新工艺不断结合,融合出更加绚烂美丽的世界,走出了国门,在国外展出,获奖无数,

追溯彩灯,那么不得不提的是唐朝了,唐朝是中国封建社会的一个鼎盛时期,经济发达,文化昌明,国力强盛。元宵灯节在这样的社会背景下,受到经济文化的有力驱动,得到进一步发展,唐代的史籍称灯节为“灯影之会元宵灯节则又称“灯会”、“元宵灯会”了。唐朝的皇帝们为了显示“与民同乐”,不仅是元宵灯节、灯会的决策者、倡导者,而且是积极的参与者。不仅自己微行逛街观灯,而且允许皇亲国戚及臣僚观灯。元宵及前后各一日,正式成为国家法定的例假日,各官署都要停止办公。而且在这三夜,“敕许金吾驰禁,以看灯”,连平时执行夜禁的武装部队这三夜之中也可刀枪入库,马放南山,高枕无忧,观灯游乐了。三夜的驰禁,都市中的士民可尽情游乐,即使拥近宫城,御林军也不得干涉。唐代历朝皇帝例行于元宵之夜“御楼观灯”;以庆天下太平,以示普天同庆。宫廷、寺观、显宦府邸、富豪宅第都设山棚,搭彩楼,不惜重资,“盛造灯笼烧灯”,以斗奇争胜,大街小巷也都挂满了灯“光明若昼”。连异邦诸国的贡品中也有珍奇的灯品,可见邻国也尽知大唐皇帝的爱好以及中原灯节的繁盛了。唐高宗麟德二年(665年),“(乌泾波)遣其弟祖纥多献玛瑙灯树两具、高三尺余”(《唐会要》卷99)。唐玄宗先天元年(712年),“初有僧婆请夜开门燃灯百千炬,三日三夜。”

科技创新给传统彩灯文化带来充足的动力。近年来,中国传统彩灯工艺与新型多媒体技术不断结合,提升了传统灯会的观赏方式,让游客产生沉浸式体验,缓解了审美疲劳。今年河北唐山南湖春节灯会上引入3D光影秀创意。由国际顶尖制作团队打造,利用3D光影合成技术,将立体影像投影在丹凤朝阳雕塑上,与雕塑实体形成有趣互动,并配合灯光、音响等渲染效果,将虚实完美结合。陕西韩城是历史文化名城,2016年起开始举办国际灯光艺术节。3年来,韩城市游客数量从2015年的480万增长到2017年的1202万。今年的中国韩城“一带一路”国际灯光艺术节举办期间,共接待游客176.7万人次。灯光节以天为幕,以水为台,以灯为媒,以城为景,展出作品200多组,通过灯饰亮化、彩灯作品、3D光影秀等形式,讲述韩城故事。

新西兰奥克兰举办的第19届元宵灯会,在奥克兰中央公园,花木兰、齐天大圣孙悟空、京剧人物等上百个主题的彩灯作品栩栩如生,各种造型的狗年灯笼增添了中国农历新年的欢乐气氛。

奥克兰元宵灯会始于2000年,起初只是规模很小的元宵节

庆祝活动,后来吸引了越来越多的华裔和非华裔人士,影响力与日俱增,每年都有几十万人参加灯会。目前它已成为奥克兰一项引人瞩目的文化活动。

据四川省文化厅发布的消息显示,今年1-4月,自贡彩灯企业先后在国外16个国家(地区)23个城市举办30场灯展。主要展出国家包括美国、英国、新加坡、德国、澳大利亚、西班牙等。

从1999年自贡彩灯走出国门到今天,中国彩灯的足迹愈来愈广泛。未来,自贡传统彩灯将在全球更多国家和地区巡回展出,让海外消费者直观体验到中华文化中绚丽的光影艺术。这些瞩目成就吸引着海内外游客的目光,游客们都想一睹风采,前来游览的人数越来越多,拉动了自贡这座小城的旅游业,文化的价值是不可估量的,相信在未来,彩灯的不断外化,大家在生活中也可以见到美轮美奂的彩灯艺术。

文化是一个城市或区域发展的根基,是区别与其他城市的差异所在,是城市品牌形象的灵魂。旅游作为一种体验性活动,能够将一个城市的文化遗存、非物质文化遗产、民俗风情转变为吸引物,使游客感受、体验,并迅速的传播出去,形成目的地品牌形象,吸引社会大众前来,进行消费、留下记忆。所以,从某种程度上讲,旅游形象和城市形象有着共同的目标群体和发展目的。旅游业可以最大化的释放一个城市或区域的吸引力,并使游客产生感应或共鸣。另外,旅游的外向性和美好性,也能提升城市品牌的知名度和美誉度,从而带动整个城市或区域的品牌价值提升,并最终使得城市里的人、商品、资产等的价值得到提升。

彩灯和旅游相辅相成,彩灯可以拉动旅游业,而旅游业可以传播彩灯文化。平衡好两者所带来的经济效益和社会影响力是不可估量的,所以重视文化产业与现代旅游业的对接很有前景,着力发展所带来的社会响应一定会很高。

“中国灯城”悄悄朝着“世界灯城”进步,自贡的彩灯文化在国际上也有了影响力,这项代表着中国光影艺术的传统文化持续发光发热着。

作者简介: 吴慧,女,1997年5月,民族:汉,山东济宁人,本科学位,四川轻化工大学,研究方向:环境设计。

