

曾经有这样一个节日,吃花糕、喝花酒、看花展、拜花神,用“花”将其浪漫展示到极致;踏青、扑蝶、斗草、观灯,承载了人们从早到晚的快乐;十二“花神”轮流登场,为其增添了层次鲜明的内涵……

不知何时离开的它,因现代城市在挖掘历史文化,打造文旅城市之时,被不约而同地想起。

23岁的现代花朝节,又来西溪

“百花生日是良辰,未到花朝一半春。”3月24日,2024杭州西溪花朝节在杭州西溪湿地公园拉开帷幕,时间持续至5月12日。

开幕现场,近两百名汉服爱好者盛装参与其中。还有国风博主陈喜悦携手葵花、阿时、阿妍纸等国风圈知名达人,以“十二花神”的形象亮相,让游客近距离感受中国花朝文化。

据悉,花朝节自2011年恢复举办以来,每年这时,西溪湿地都会举办花朝巡游、花朝汉服旅拍、花朝美食、花朝市集等一系列花朝主题活动。

当天,伴随着美妙的音乐,“十二花神”乘坐氦气球沐风而上“天女散花”,缤纷的花瓣随风飘洒,将象征着百花齐放、春满人间的美好祝愿洒向人间。随后,“十二花神”登上宋韵花船,沿着西溪湿地蜿蜒的河道缓缓巡游,唯美浪漫的画面为游客献上了一场视觉盛宴。

与往年不同,杭州西溪湿地运营管理有限公司品牌宣传部总监高丽丽透露,今年的6艘花船是由国风博主陈喜悦精心打造的宋韵摇橹船。活动期间,游客可选择“宋韵花朝”摇橹套餐,体验“十二花神”同款花船,沉浸式感受花朝文化魅力。

同时,高丽丽也坦言,“我们希望通过这样的传统活动,通过汉服达人和国风博主的传播,让更多年轻人关注传统文化,爱上传统文化。”

为了给游客提供更多元化的传统文化体验,此次花朝节期间,游客除了入园踏春赏花外,还可以拍摄绿堤上的美陈展示、看三深大会堂里的漫画展、逛蒋村慢生活街区的文创市集和河渚街的花朝市集、体验摇橹船上的“宋韵花朝”套餐等,更可以在每个周末及节假日下午,与春天代言人“卖花郎”互动、跟着美丽的花神巡游、参与西溪水乡婚礼互动表演,解锁春日限定的浪漫。

为何是它能被有效“复活”

为什么这个节日能回到现代,也许从第一届西溪花朝节留下来的一些调查资料里可以找到。

据说这节日在春秋战国之交就有了。之后,晋人周处在《风土记》中有这样的记载:“浙间风俗,言春序正中,百花竞放,乃游赏之时。”这样看,花朝节在晋代应该是浙江的地方性节日。

可以确认的是,最迟在宋代,这已经成为了重要节日,因为南宋大诗人杨万里在其《诚斋诗话》中有明确记录,开封每年二月十二为花朝节。南宋吴自牧在《梦粱录》中也提到,仲春十五为花朝节。

假如你“穿越”回到南宋,成为首都临安市的 citizen,又适逢农历二月,便终于能在古代过一次心心念念已久的花朝节。如果想玩儿得尽兴,那么请先查收以下攻略——

仲春十五,白天你可以先直奔郊区采野菜,也就是所谓的“挑菜”。花朝节前后,正是荠菜、白蒿等野菜蓬勃鲜嫩之时,炒出来,

随

花而至

为文旅

复活

的

民俗

记者

刘青



青团、桃花酥美味,好吃免费。

在花朝节的路上,能看到府县的官员来城郊劝农。他们会召集农民在地头上训话,劝诫百姓珍惜大好时光,挥起锄头加油干!

看完了劝农仪式,已是午时,腹中也有些饥饿,此时就要赶紧去西湖边,那里有一场包含吃喝玩乐的花朝节嘉年华等着你。

在后代明人张岱的《陶庵梦忆》中,可以找到这个嘉年华的名字——西湖花市。在那里,歌舞、百戏、蹴鞠、秋千、斗花草、选官仙,应有尽有,仿佛走进了《清明上河图》中,游玩于斯,陶然于斯。

眼看太阳要落下孤山了,且不着急回去,因为还有这一天最后的项目——放花灯。在杭州西溪蒋村一带,花灯远近驰名。灯由百花扎制而成,在枝头月下,灯光明灭,红绿斑驳,非常好看。

看完花灯,恰圆月满空。此时便可以惬意地徐徐往家里走。

花朝节之所以备受当时的百姓青睐,也许还有一个原因,就是这一天,女孩子们都被解放出来,走出春闺,在街头巷陌看花的同时,也变成了别人眼中的“花”。

春日时节,蝶舞纷纷,女孩子们行走在花间,以扑蝶为乐,因此花朝节有“扑蝶会”的经典桥段。想必曹雪芹也是目睹过哪家园子里举办的扑蝶会吧,才会深受触动,写下“宝钗扑蝶”的经典情节。

太多的风雅与欢乐之颂被呈现在这个古老节日里,历史和节日留给我们的严肃感太多了,我们很需要看看花,缓缓神儿,休息一下,再往前走。

或许,以上是花朝节可以重回现代的原因,它的内涵与形式实在是精彩纷呈。中国



古代节日众多,每个节日都有其存于当时的独特价值,但可以溯古传今又无关风月的“浪漫”,恐怕唯属花朝节。

如何巧用民俗“加热”文旅发展

甲辰龙年春节,民俗节庆热闹非凡。潮汕的“英歌”、西北的“社火”以及华北的庙会等民俗活动纷纷亮相,成为节日期间一道亮丽的文化景观。从民俗“还魂”现象中,我们能读出哪些信息?

清华大学新闻与传播学院副院长张铮认为,这些传统民俗的走红,绝非意外。它们大多是几千年农耕文明的智慧结晶,是群众在节日期间最为喜闻乐见的群体活动。

传统民俗节庆持续走红,不仅为新媒体平台贡献了“流量”,还推动了地方文旅经济的发展。

自从杭州开始恢复花朝节节庆,到了2016年,庐山西海、浙江宁波陆续开始举办花朝节。旅游场景下,游客对传统文化的沉浸体验更为生动鲜活,身着汉服的游客既是赏春者,也是春日花海里的一道风景。

2018年,河南云台山第一届汉服花朝节也被隆重推出,到今年连续举办了六届。

今年首先占领社交平台的济南花朝节在大明湖畔拉开序幕。花神巡游、国风汇演、园林市集、园林花市……各类精彩活动目不暇接,现场人气火爆,到处是热闹的烟火气。

可以说,花朝节是以往景区赏花季的升级。在传统文化复兴、“国潮”崛起的背景下,花朝节融入了文化主题演绎、汉服体验等全新内容。打卡效应显现,也带来景区营销思路的改变,创新的旅游场景、各类主题活动、创意市集等带来了流量,也拉动了景区消费。

张铮表示,“出圈”以后,如何维持传统民俗热度,成为各方需要思考的新命题。一方面,各地政府部门应从顶层设计的角度重新审视民俗活动的核心价值,加强民俗活动的产品化、品牌化和节庆化,以创新的旅游产品、文创商品、国货潮品让民俗活动可购买、可携带、可体验。

另一方面,期待更多社会组织广泛参与,共同深入挖掘民俗活动的文化内涵、历史渊源和象征意义,探索其在现代生活中的实际应用。例如,可以尝试将民俗文化融入地方学校的课程体系中,让年轻一代更加了解和珍惜自己的文化传统。还可以尝试将传统民俗与影视、综艺、短视频、动漫、电竞等流行文化元素相结合,进行富有创意的二度创作,并在新媒体平台广泛传播,打造独具特色的研学产品,让民俗的传承有载体、有活力。