


中国民间文化研究书系



# 民间文化与荆楚民间文学

黄永林 著



 华中师范大学出版社

责任编辑/张红梅

责任校对/崔毅然

封面设计/罗明波



## 内容提要

本书从民间文学与作家文学的关系研究入手，较为深刻地阐述了民间文学与作家文学的相互联系与区别；通过对民间风俗、民间故事等个案的研究，阐述了民间文化的功能价值和文化意义；通过对中西方洪水神话和爱情婚姻故事的比较研究，论述了中西民间文化的不同特征及其产生的原因。本书还重点介绍与研究了流传在荆楚地区的民间风俗、民间文学、民间故事家等，论述了荆楚地区民间文化的特点和发展规律；最后，本书还联系当代社会文化发展的趋势，探讨了民间文化如何与时俱进，如何进一步用现代科学方法来搜集整理和研究问题。本书中运用了结构主义、历史地理学派、人类学派、比较研究、叙事学等方法，在民间文学的基本理论和田野作业以及荆楚地区民间文化的特征等方面有较为深入的研究，有一些独到的见解，有一定的开创性和学术价值，这些研究对于中国民间文化、作家文学，尤其是荆楚民间文化的深入研究具有一定的启发性和参考价值。

定价：20.00元

ISBN 7-5622-3174-5



9 787562 231745 >



中国民间文化研究书系

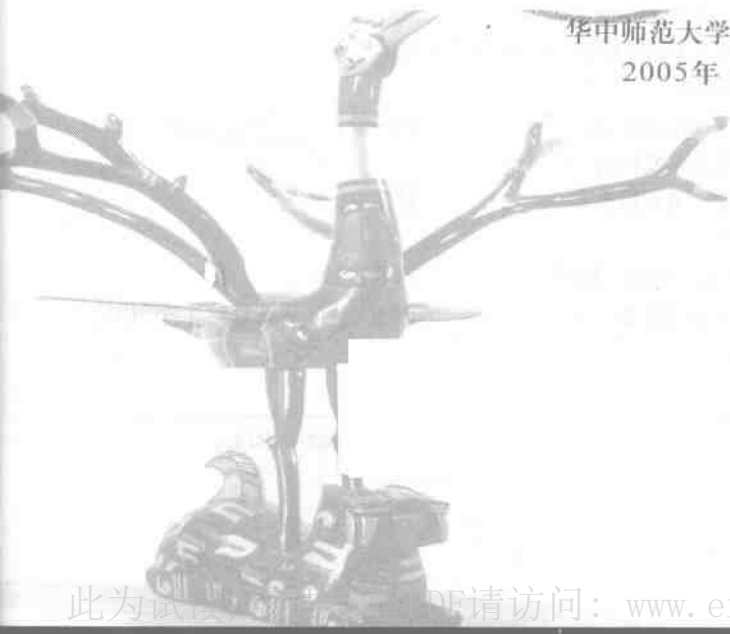
# 民间文化与荆楚民间文学

黄永林 著



华中师范大学出版社

2005年·武汉



## 新出图证(鄂)字 10 号

图书在版编目(CIP)数据

民间文化与荆楚民间文学/黄永林著. —武汉:华中师范大学出版社,2005.6

(中国民间文化研究书系)

ISBN 7-5622-3174-5/I·204

I. 民… II. 黄… III. ①民间文化—研究—湖北省 ②民间文学—文学研究—湖北省 IV. ①G127.63 ②I207.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 053753 号

### 民间文化与荆楚民间文学

© 黄永林 著

著者:黄永林

责任编辑:张红梅

责任校对:崔毅然

封面设计:罗明波

编辑室:文编室

电话:67863220

出版发行:华中师范大学出版社

社址:湖北省武汉市珞喻路 152 号

电话:027-67867076(发行部) 027-67861321(邮购)

传真:027-67863291

网址:<http://ccnup.com.cn>

电子信箱:hscbs@public.wh.hb.cn

经销:新华书店湖北发行所

印刷:湖北新华印务有限公司

督印:姜勇华

字数:260千字

开本:880mm×1230mm 1/32

印张:9.75

版次:2005年6月第1版

印次:2005年6月第1次印刷

印数:1—3000

定价:20.00元

欢迎上网查询、购书

敬告读者:欢迎举报盗版,请打举报电话 027-67861321

## 中国民间文化研究书系总序

刘守华

1999年，在激动人心的两个世纪交会之际，我在加拿大出版的《文化中国》杂志上发表文章，回顾中国民间文学运动的百年历程。文章中写道：“行将结束的20世纪，在中国历史上是一个风雷激荡、翻天覆地的历史时期。觉醒的广大民众走上历史舞台，演出了一幕又一幕威武雄壮的史剧，从根本上改变了中国的面貌，也改变了自己的命运。千百年紧密伴随民众生活，真实记录他们历史足迹，直接抒写他们爱憎苦乐与梦想追求的民间口头文学也相应地深受文化界的关注，终于构成一门现代人文学科——民间文艺学，并获得了较充分发展。从‘五四’时期北京大学成立歌谣研究会，创办《歌谣》周刊，到90年代末规模宏大的民间文学三套集成陆续问世；诸多事例，构成中国文化史上别开生面的崭新篇章。”

这里是就民间口头文学而言，由此还带动了对许多乡村民俗事象的关注，在学人面前打开了和传统圣贤文化相对峙的民间文化的丰富宝藏。这样，人们对上世纪初席卷中国大地的五四新文化运动的内容便有了进一步的认识，如同刘锡诚先生在一篇文章里所讲到的，“五四新文化运动所昭示的，实际上是以民主和科学来整合中国的上层文化与下层（民间）文化，推动中国的科学文化和现代化”。今天回首百年，我们在为中国的巨大的发展与进步而欢呼雀跃的同时，也不能不为我国各族民间文化财富遭遇的严重危机而焦虑不安。正如一批学者于2002年初发布的《抢救中国民间文化遗产呼吁书》中所写的，中国丰富多彩的民间文化遗产，“在当现代现代化发展的狂潮中，面临着‘摧枯拉朽’般的灾难……许多民俗文

化和民间文化遗产，我们还没有来得及记录和记住它们，就悄然远离我们而去；许多民俗文化和民间文化遗产本可以保存、传承和发展的，也过早地被人为毁灭和抛弃。这令我们痛心疾首”。在社会转型过程中所发生的对民间文化遗产的蔑视与遗弃，其根源固然同旧时代轻贱下层民间文化的传统偏见之根深蒂固有关，如作深切反省，它也表明五四新文化运动企图用民主与科学思想来整合上层文化与下层文化的目的并没有完全达到。在这中间，民间文艺学和民俗学这样的现代人文学科时断时续，基础薄弱，未取得足以扭转人们传统偏见，实现文化更新的研究成果，也是我们不能不加以正视的。

下层民间传统文化在现代社会所面临的生存危机具有普遍性。联合国教科文组织多年来就十分关注全球民间文化财富的保护问题，在有关文件中一再指出，“民间文学和艺术处于被国际娱乐性文化所吞噬的严重危险之中”，民众享受自己传统文化的可能性正在迅速消失，“他们失去根基，空洞地模仿出一心追求利润的娱乐业等部门塑造的偶像”，因而要设法阻止这一事态的恶性发展。这一威胁民族民间文化生存的汹涌浪潮正向中国涌来，在物质生活走向丰裕的过程中，城乡居民的文化生活并未从根本上得到相应改善，从而使得抢救民间文化遗产，推进民间文化研究的任务，变得更为紧迫。

关于民间文化在人类生存发展中的重要作用，联合国教科文组织曾作过如下发人深思的价值判断，他们说：“民间文化包含人们赖以生存的基础而提供给自己的一切。它是，并明显地表现出来属于某一人类集团的文化，一种流行的、传统的文化，它在这个集团的历史进程中随这个集团需要的变化而变化，而这个集团又紧紧依附于这种文化，因为它是这个集团社会生活的根基。”在笔者和众多学人签名的启动民间文化遗产保护的那件呼吁书中，我们郑重提出：“保护和珍爱民间文化遗产就是对人民文化创造和历史文化传统的尊重；是建设民族的科学的大众的有中国特色社会主义文化的必然要求。”这项包含重要历史意义与现实价值的巨大文化工程激

励着有关学人，不能不使我们为之神驰心动，思谋有所作为与奉献。

以上就是我们不遗余力地在华中师范大学出版社的积极支持下，推出这套“中国民间文化研究书系”的背景和缘由。

抢救和保护民间文化遗产，从调查采录到开发利用，要作许多方面的工作，而其特质与价值的判定，则须借助学术研究之力。理论的先导作用，在这些新兴学科的发展中表现得更为明显突出。我们愿在这学术园圃里做一名辛勤园丁。

我们所在的华中师范大学中文系，从50年代起就致力于民间文艺学的学科建设。80年代中期以来先后获得硕士与博士授予权。在出人才、出成果，推进湖北和全国民间文学事业方面有所成就，实力和影响逐步增强。这套丛书就是以我校师生学术成果为主推出的，殷切期望得到海内外同仁和广大读者的关注与支持。

这里须加申明的是，在我们的成果中也融会着海内外众多师友的心血：我们中间曾有两人就读于钟敬文先生门下；前来我校讲学，受聘为客座教授的除国内的贾芝、肖兵等，海外的华人学者丁乃通、金荣华、谭达先等人之外，还有俄罗斯的李福清，美国的邓迪斯，日本的饭仓照平、野村纯一、小泽俊夫等等。他们的名字将长久铭刻在我们心头。

中国民间文化学科的奠基人，被誉为“稀有金属”的钟敬文先生于1993年在笔者的小本上语重心长地题写道：“吾侪肩负千秋业，不愧前人庇后人。”我们愿以此而自励自勉，奋进不息！

2004年3月10日

# 目 录

中国民间文化研究书系总序·····	刘守华	1
◎ 民间文化篇 ◎		
民间文学与通俗文学的分野·····		3
民间文学与作家文学的互动·····		15
论郑振铎的俗文学观·····		21
中国民间故事与小说之发展·····		39
从信息论看民间故事的讲述活动·····		46
一个机智人物故事的原型与传承 ——AT1635A 型故事的中国原型探寻·····		57
民间荤故事的功能价值及其文化意义·····		70
免民俗与中国文化·····		83
端午节采艾蒿和菖蒲习俗考·····		90
由“端午节抢报”引发的文化反思·····		99
三星堆青铜直目人面像的历史文化意义研究·····		103
自然美与艺术美、社会美的结合 ——试论风物与风物传说的关系·····		114
财神杂谈·····		122
“挪亚方舟”与“努哈方舟” ——《圣经》与《古兰经》中洪水神话的比较研究·····		125
《三言》和《十日谈》中爱情婚姻故事的比较·····		137
多侧面运用比较研究方法的尝试 ——读刘守华《民间故事的比较研究》·····		149
民间机智人物故事研究的新收获 ——评祁连休《智慧与妙趣——中国机智人物故事研究》·····		151

◎ 荆楚民间文学篇 ◎

- 孟姜女传说在湖北流传的路径和变异····· 159
- 古江汉民歌是楚辞产生的摇篮  
——楚辞与江汉民歌的关系研究····· 167
- 异曲同工 交相辉映  
——傣族《娥并与桑洛》与汉族《双合莲》比较研究····· 178
- 笑与机智  
——论湖北机智人物故事的美学特征····· 192
- 笑的思考  
——《钱六姐与贱三爷》选编散记····· 202
- 荆州神话与荆楚巫风  
——论荆楚神话的特色····· 210
- 荆州风物传说与荆楚文化生态  
——论荆州民间风物传说的特色····· 221
- 荆州历史人物传说与荆楚人文精神  
——论荆州民间历史人物传说的特色····· 230
- 荆州机智人物故事与荆楚喜剧智慧  
——论荆州民间机智人物故事的特色····· 238
- 传统民间文艺亟待抢救保护和开发利用  
——关于湖北五峰土族自治县民间文艺的调查报告····· 252
- 播种笑声的人  
——访民间故事家刘德培····· 262
- 从“日白佬”到“民间故事家”  
——访民间故事家刘德方····· 264
- ◎ 文化品格与田野作业篇 ◎
- 论中国先进文化与时俱进的开放性与创新性品格····· 271
- 民间文学田野作业和科学写定····· 280
- 后记····· 302

民间文化篇

國文

## 民间文学与通俗文学的分野

匈牙利学者阿诺德·豪泽尔在他 1974 年出版的《艺术社会学》中根据艺术的生产、消费以及文化阶层的关系将现代艺术分为精英艺术、通俗艺术和民间艺术三大类<sup>①</sup>，尽管他在论述的过程中存在着许多偏颇之处，但他对艺术的分类却有可取之处。我们认为借鉴他的分类将“民间文学”与“通俗文学”区别开来，并作为平行的两大文学类型进行研究十分必要，因为只有这样，我们才有可能澄清以往的文学批评中存在的某些混乱现象，也才有可能正确描述文学发展的不同途径。本文试图从以下几方面论述民间文学与通俗文学的分野。

### 一、生产主体：集体——个体

民间文学与通俗文学的生产者不同。民间文学的生产者是以那些处于社会底层的劳动人民为主体，是由无数个人组成的集合体；而通俗文学的生产者主要是那些中下层知识分子，是各自独立的个体。民间文学的生产过程是在集体原则下的一种自律行为，它按集体的精神来感觉、思考和创造，因此它是集体智慧的结晶。但民间文学也并非纯集体的产物，它生产的每个环节，都凝结着无数个人的才智，由于它的生产者是无数个人的集合体，因而具体个人对它的影响极其微弱，其独特的个人风格也就消融在共性之中。个人的思想情感只有得到这种集体精神的认同才能在民间文学中存在，如广大民众与民间的故事家、歌手之间就存在着相互认同的关系。

<sup>①</sup> [匈] 阿诺德·豪泽尔：《艺术社会学》，居延安编译，学林出版社 1987 年中文版，第 201 页。

因此，民间文学所表达的是人民大众的思想感情和审美趣味，具有极强的民族精神和地方特色，它是一种匿名的、非个性化的文学产品。

通俗文学是作家的个人创作，它是具体的“这一个”对客观世界的主观能动性的反映，把自己的思想感情对象化在文学作品中，通过对作品的阅读，潜移默化地影响消费者。每个人所拥有的社会经历、文化素养和个性气质不同，对事物的认识也千差万别。通俗文学是个性化的文学产品，属于个人所有，是署名的，在这一特征上它与“精英文学”（主要是指由作家创作的那些社会影响较大和艺术价值较高的作品）相同。同时我们还应看到通俗文学与“精英文学”的生产者属于不同的艺术阶层，他们创作的动机（即目的性）也不一样。通俗文学的生产者是那些中下层知识分子，其创作的目的是和动机在于追求艺术的商品价值，因此它是娱乐性和商业性的，以满足中下层文化阶层（以市民阶层为主体）的好奇心理，以追求感官的刺激为特征，以期获得较高的经济效益为目标。而“精英文学”的生产者是以较高文化层次的知识分子为主体，其创作的目的在于用自己的作品揭示一种社会现象，表现一种内心深处的情感，使读者在阅读中对自我进行反思，从而净化自我，超越自我，它追求的主要价值观是认识价值和审美价值。寻求读者在思想情感上的共鸣是“精英文学”作家的主要目的，因此，评价“精英文学”作品成功的标准在于作品社会价值的大小与艺术生命力的强弱。

## 二、消费主体：农民——市民

马克思在《〈政治经济学批判〉导言》中指出：“生产是消费，消费是生产。消费的生产，生产的消费。”“每一方表现为对方的手段，以对方为媒介。这表现为它们的相互依存；这是一个运动，它们通过这个运动彼此发生关系，表现为互不可缺。但又各自处于对方之外。生产为消费创造作为外在对象的材料；消费为生产创造作为内在的对象、作为目的的需要。没有生产就没有消费；没有消费

就没有生产。”<sup>①</sup> 马克思在这里所说的关于经济学意义的生产与消费关系的理论，对于文学的生产与消费的关系认识同样适用。文学的生产是为适应消费者的需求而进行的，不同的文学类型适应于不同的文学消费阶层，而文学消费阶层是由不同的文化结构和社会地位来确定的。民间文学与通俗文学所拥有的是两个不同的艺术消费阶层。按传统观念看，民间文学属于文盲半文盲文化阶层，以农民阶层为主体；通俗文学属于中下层知识分子阶层，以市民阶层为主体。文学的消费过程无疑是一个再创造的过程，同一文学产品在不同的欣赏者中，产生的艺术效果是不一样的。因为人们在欣赏文学作品时，除客观存在的文学作品之外，主观的情感也起着很大的作用。受到不同的社会经历、文学修养、心理素质以及其他因素的影响，不同的欣赏者对于同一文学作品“再创造”的结果是异常丰富多彩的。

从另一个角度来看，民间文学与通俗文学消费者的审美感受对文学产品的反作用的方式是不同的。由于民间文学的消费者与生产者具有同一性，即在民间文学的消费过程中，消费者随时都有可能成为生产者，而且一开始人们就同时承担了生产、消费与再生产的任务。因此，民间文学消费者的主观审美感受可以直接作用于文学产品，从而产生各种不同的异文。民间文学是“生产者的艺术”，其生产的主要目的是为了自我消费，其生产和消费又在同一阶层中进行，因此，无论怎样产生变异而出现具有新特征的产品，但从整体倾向上考察，它自始至终都体现着这一阶层、这一团体的思想意识和艺术趣味。

通俗文学的生产与消费是两个虽然相关但又各自独立的过程，消费者不直接参与生产过程，因此，消费者对已生产出的产品的影响极微弱。在生产的过程中，生产者的主体意识占主导地位，而在消费过程中，消费者可以超越生产者的主体意识，根据自己的理解对文学产品加以阐释，在自我创造的过程中形成新的作品。千百万

<sup>①</sup> 《马克思恩格斯选集》第2卷，人民出版社1972年版，第95~96页。

人对同一种文学产品有千百万种理解，从而形成千百万种新的作品。但这些新的产品只存在于千百万人的脑海中，不可能也无权改变已经物化了的的作品。各种消费中的再创造仅仅无形地存在于每个欣赏者个体中，而未能形成新的产品进入消费的行列，从而影响其他消费者。

综上所述，我们是否能对通俗文学与民间文学的生产与消费的关系作如下描述呢？民间文学的生产者与消费者一体，生产与消费的过程具有共时性，其产品是一种以口头形式出现的流动体，它是由无数个个性所形成的共性产品。而通俗文学的生产者与消费者各自分离，生产与消费的过程具有序时性，其产品以书面形式出现，具有稳定性，其消费过程是由一个共同体（作品）衍生出无数具有个性的审美效应的过程，这无数的审美个性的反应，将有可能对形成另一种新作品产生影响，但不能直接作用于已存在的现有审美客体。

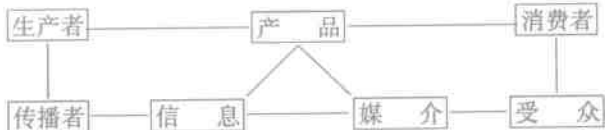
文学产品生产的机制主要靠文学消费市场的供需量来调节。文学作品把一个主体与另一个主体联系起来，在市场机制的调节下，使供需关系达到一种平衡。但应当指出，文学产品的销售量与文学产品的质量及价值并不一定成正比。市场的需求量只能反映一定时期带共性的欣赏趣味，只能反映一定时期文化层次的结构状况，并不能完全说明作品本身的优劣。因此，通俗文学的生产数量只能用来衡量经济效益的大小，能判断其商业性成功与否，而不能判断产品本身的优劣。当前通俗文学的发行量之大，读者之广，获得的经济收入之高，是前所未有的。但比起“精英文学”来说，通俗文学产品的质量和社会价值却要低得多。这是因为，我国目前文学欣赏水平普遍不高，从而形成了一个庞大的通俗文学消费队伍。

一些真正有艺术价值和社会价值的作品，要开拓自己的读者面还需要较长的时间，因为要认识其作品中包含的深深刻意蕴，还需要具备相应的文化素养。也许它们在目前还只能为少数人所理解，但随着时间的推移，其艺术价值将为越来越多的人所认识，真正有价值的文学作品是具有强大生命力的。文化层次的不同与审美趣味的

多样性为文学艺术市场提出了多方面的要求，从而形成了文学艺术生产的多样性、丰富性和复杂性。

### 三、传播媒介：口头——书面

根据文艺社会学的基本原理，我们将文学的生产和消费过程分解为生产者、消费者和文学产品三大要素，其中产品是沟通生产者与消费者之间的桥梁。根据大众传播学原理，我们又可将文学传播过程分解为传播者、信息、媒介、受众等四大要素<sup>①</sup>。根据上面的不同视角要素，我们建立起两种相对应的模式。用图形表示如下：



从上述两种不同模式的比较中可以看出，大众传播学比文艺社会学更注意传播的媒介。加拿大学者麦克鲁汉甚至认为“传播媒介就是信息”<sup>②</sup>。仅文学的传播来说，以何种媒介（即信息的载体）传播，这对受众所产生的艺术效果是不同的。从认识论的角度来看，人们的经验是由无数互相融合的感性材料组成的，人们可以同时接受视、听、触、味觉的刺激，正是这种刺激的多样性和共时性才构成了一幅关于现实世界极其复杂的活的图画，人们才有可能真正地把握事物的全部表象。然而，进行艺术欣赏时，受传播媒介的局限，一种艺术形式只可能调动感觉器官的一个或某几个方面的作用，而往往不是全部。民间文学主要是以口头语言作为传播媒介，而通俗文学是以书面文学作为传播媒介，口头文学和书面文学同属于语言艺术，乍看起来二者差不多，仔细研究则发现二者的区别很大。

口头文学作品，以有声语言作为文学的载体，是以“第一性符

<sup>①</sup> 参见美国大卫·伯洛 1960 年提出的大众传播模式，见美国《新闻学季刊》1973 年第 3 期，第 246 页。

<sup>②</sup> [加] 马歇尔·麦克鲁汉：《传播工具新论——人的延伸》，转引自戴元光等：《传播学原理与应用》，兰州大学出版社 1988 年版，第 235～237 页。

号”诉诸于听觉，它使语言形象不借中介地、有语调地体现和传达人的感情、思想和体验；而书面文学则是以“第二性符号”或“符号的符号”而诉诸于视觉，比起有声语言，它距离所标志的精神内容要远得多，所具有的感情荷载要少得多。麦克鲁汉认为，口说的、能听到的语言对经验的描述无论如何要比书写的或印刷的文字充分得多，文字会使传播的听觉性质和自然形式扭曲和贫困化，把活的语言的自发性限制在一个狭窄的范围内，把色彩斑驳的、万花筒般的经验世界变成一种单调的、刻板的、没有生活气息的逻辑。人们的两眼对这些单调划一、严格按顺序的符号的机械接受，形成了人的逻辑思维的形式，造成了具体意象的抽象化。

口头文学在形态上没有从物质上加以固定的作品，其创作和修改过程中即兴性因素表现得极为充分，它是一种自发的活动。而通俗文学的书面性，使流动着的口语物态化，形成一种稳定的形式，受众能脱离传播者并根据自己的要求浏览标题、选读内容，为了思索，可在任何一个地方停下来，仔细地以至重复阅读，还可以对传播的内容进行分析、解释和提供更多的背景材料与细节，这样就克服了口语瞬间即逝的缺陷，便于长期保存和反复欣赏，具有“永久性”。

口头文学更多地从情感上被知觉，书面文学更多地从理性上被知觉。书面文学由文字连缀成行，人们一行一行地阅读，一条一条线地感知和思考，将符号转化为审美形象。这种感知方式，一方面为读者留下了更为广阔的想象余地；另一方面人们由于长时间通过视觉接受文字信息，从而导致感官上失去平衡。通俗文学成为印刷品被大量生产之后，一方面具有商品的特征，可以获得较好的经济效益；另一方面，由于书面文学的撰写、编辑和印刷过程较长，远不及口头文学方便、灵活和及时。

民间文学借生动活泼富于表现力的口语进行传播，传播者与听众间进行的是一种面对面的直接交流，反馈及时而灵活。传播者可以随时根据听众的反应，对讲述的内容和形式作相应的调整，甚至传播者与听者之间的角色可以相互转化，最大限度地达到传播者与听众的协调一致。在这种传受同处的传播过程中，除了有声的语言