

回
归
传
统
感
受
古
典

寻找逝去的年画

◎ 沈泓 著

吉林人民出版社



之年画旅



高密 之旅年画



寻找逝去的年画



沈泓 著



吉林人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

高密年画之旅/沈泓著.— 长春:吉林人民出版社,2007.1

(寻找逝去的年画之旅)

ISBN 978-7-206-05195-1

I.高… II.沈… III.①年画—研究—中国 ②年画—鉴赏—中国

IV.J218.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 156280 号

高密年画之旅

著 者:沈 泓

责任编辑:肖爱兵 封面设计:李运星 责任校对:陆 雨

吉林人民出版社出版 发行(长春市人民大街 7548 号 邮政编码:130022)

网 址:www.jlpph.com 电话:0431-85378025

全国新华书店经销

发行热线:0431-85395845 85395821

印 刷:延边新华印刷有限公司

开 本:710mm×960mm 1/16

印 张:13 字数:90 千字 插图:340 幅

标准书号:ISBN 978-7-206-05195-1

版 次:2007 年 1 月第 1 版 印 次:2007 年 1 月第 1 次印刷

印 数:1-4 000 册 定 价:35.00 元

如发现印装质量问题,影响阅读,请与印刷厂联系调换。

本书作者沈泓是著名的报告文学家和作家，更是热情的年画爱好者和收藏者，曾多次亲历其境，深入年画产地寻访，真实记录各地年画的历史、现状和风格特色，以及当地人文风貌和年画艺人的人生故事。

品读美仑美奂的年画艺术，探源朴实厚重的民俗文化，令人感慨万千，叹为观止……

《杨柳青年画之旅》

在杨柳青年画中，耐人寻味的寓意表象随处可见，每一幅画都蕴涵着深厚的传统底蕴和文化意味。

《桃花坞年画之旅》

桃花坞木刻年画具有一种优美清秀、严密工整的民族艺术的独特风格，有着质朴浓郁的江南水乡气息。

《滩头年画之旅》

滩头年画是湖南省惟一保存下来的手工木版水印年画。造型古拙、构图饱满，既有古典的情韵，又有个性化的造型。

《高密年画之旅》

高密扑灰年画作为以纯手绘为主的一种年画品种，风格写意、挥洒自由、狂放如泼。

《佛山年画之旅》

佛山年画源于历史文化的积淀，地方特色强烈。

责任编辑：肖爱兵

办公电话：0431-8537 8025

E-mail: bj_xiao@126.com

《寻找逝去的年画 系列丛书》



装帧设计 **artrv** 润和佳艺 | 李运星
www.artrv.com

内文制版 北京开创世纪广告有限公司



◎ 《和合二仙》，也称《持禾二仙》，佛
山年画



五彩流韵民俗艳

年画，在某种程度上说，就是与年俗有关的版画，也是过年期间特有的民间艺术。年画是中国民俗的形象反映，是节日文化风俗的典型体现。

民间年画因风俗节日而兴起，它寄托了人们对风调雨顺、农事丰收、家宅安泰、人马平安等祈福迎财、驱灾避邪的愿望。

过年的民俗

农历过年的风俗，我国很早就有文字记载。“年”字，远在公元前 16—11



◎ 《神荼郁垒》，武强年画，戚建民作。

世纪殷商时代的甲骨文中就已出现。字形为很像一个人在收割或顶谷禾回去，所以《说文解字》称“年”字是“谷熟也，从禾”。商以后到了周，开始用“年”这个字来纪年。

当田里的五谷收割完毕，则是一年过去，开始新的一年了。因此称春节叫“过年”。在中国古代年俗中，将一些祝贺过年的东西都冠以“年”字。如：见面互相庆贺的话叫“年话”，门上和墙上贴的画叫“年画”，吃的糕叫“年糕”，走亲访友的礼仪叫“拜年”等等。

中国民族众多，幅员广大，不同的民族有不同的年俗，不同的地区民俗殊异。王树村说：“西北牧区，古代以牧草返青一次为一年；生活在东北乌苏里江畔的赫哲族同胞，过去曾以马哈鱼由海游到江里周年为一岁，当初春第一次捕到马哈鱼后，就挂起一个鱼头以纪新年，这种悬鱼头纪新年的风俗由来已久，虽然它与谷熟无关，但它却有贺新年、庆丰收的同样含意。”

由国家正式确定过年的具体时间，是西汉太初元年。汉武帝刘彻诏令太史丞邓平创制“太初历”，确定正月为岁首，初一称“元旦”，后又称元旦前夜为“除夕”。从此除夕、元旦过年的风俗活动越来越多。

年画民俗的演变

年画的起源和春联一样，都和古代的桃符有关。

如东汉蔡邕《独断》里所载：汉代“常以岁竟十二月，从百隶及童儿而时雉，以索宫中驱疫鬼也。桃弧、棘矢（弓箭），土鼓，鼓且射之。以赤丸五谷播洒之，以除疾殃。已而立桃人、苇索、傴牙虎、神荼、郁垒以执之。”

蔡邕所说的“神荼”“郁垒”在应劭的《风俗通义》“祀典”中引《黄帝书》：“上古之时，有荼与郁垒昆弟二人，性能执鬼，度朔山上立桃树下，简阅百鬼，无道理，佞为人祸害，荼与郁垒缚以苇索，执以食虎。”因此汉代县官多在腊日或除夕“饰桃人，垂苇茭，画虎于门，皆追效于前事，冀以卫凶也。”可见，年画的风俗源于抵御邪祟的进入的愿望。

在《汉书·景十三王传》也有记载：“广川惠王越，殿门有成庆画，短衣大袴长剑。”颜师古注：“成庆，古勇士也。”

到了南北朝时，干脆就将神荼、郁垒直接画在桃板上。《荆楚岁时记》：造桃板着户，谓之仙木。绘二神，贴户左右，左神荼、右郁垒，俗谓之门神。也有人直接将神荼、郁垒的名字写在桃木上，省去了绘画的麻烦。桃符发展到后来，渐渐分化成春联及门画，其中的门画就是年画的前身。

古人为何家家贴门神？据说，古人以为黑夜有鬼魅出来，门上若画或贴

上一幅武将门神，就在守护神的保护下安睡。到了晋代，有“元旦画鸡于门”的风俗。因鸡一叫天就亮了，鬼魅则不见。此说见于王嘉《拾遗记》：“尧在位七十年，有氏支之国献重明之鸟，一名双睛，言双睛在目，状如鸡、鸣似凤，时解落毛羽，肉翮而飞。能搏逐猛兽虎狼，使妖灾群恶不能为害……今人每岁元日，或刻木铸金或图画为鸡于牖上，此之遗像也。”

画鸡于门上使妖灾群恶不能为害，扩大了年画中的门神题材。至今一些年画产地的早期门画中，尚有这一形式的画样传世。

宋代以后门神画上的猛将秦琼、尉迟恭之像，就是由此衍变而来。

春节张贴年画的风俗在各年画产地不同。在佛山，明以前，人们多用石刻虎、狮放于门前左右，以示驱邪示威。自年画兴起后，人们在腊月廿四以后，便开始张贴春联、挥春和门画，民间俗称贴门神，以作驱邪纳福。

年画内容与民俗密切相关

年画往往通过反映民俗风情和各个地方的庆典活动来表现民俗。很多年画作品在反映社会变革或人们衣食住行等活动中，有意无意地表现出了时代风尚社会风俗，给研究者留下了大量可贵的形象资料。如一些年画中的服装装束，是研究服装变化的真实可靠的资料；年画中的农耕，画面中的农耕工具则是研究农业工具历史演变的重要资料；年画中反映结婚场面，画古代婚



◎ 《万童习武》，武强清代年画。



◎ 《农家乐》之放风筝荡秋千, 潍县年画, 张殿英作。



◎ 《迎春图》之打春牛, 绵竹年画。

礼都是堂上供一“天地龙车”或“和合二仙”之图，案上放弓箭粮斗、瓶炉花果等物，这与传说中的周公破桃花女的故事相关。

晚清武强年画印了一些反映维新变法运动时，提供新学的年画，《万童习武》《儿童体操图》等，景物一改过去家塾那种书房环境，主题表现了奋发自强。从这些反映教育题材的年画中，得见我国近百年来教育制度的衍变，也是与社会变革和受西俗影响，如男女平等风气开放等等，可见改变旧俗的演变。

在旧时，年画不仅岁末腊月大量出现在乡村市集城镇街巷，就是在平时喜庆节日，婚丧风俗中，仍可见到各种不同题材形式的年画。如嫁女聚亲、生子弥月、入塾读书、考试中举、升官授职、拜师收徒、酬师谢神、养蚕获利、捕鱼丰收、出猎平安、安家迁居、谢医挂匾、祭天酬神等等民俗活动中，都有年画艺术形式点缀其盛。

所以，年画艺术与民俗密切相关。古代没有电影电视，也没有报纸刊物，更没有网络等现代媒体，因此，年画作为惟一的发行量最大、覆盖面最广的传播媒体，以其通俗性反映了几乎所有民俗文化内容。

年俗中的应景年画

春牛图

农村过去无历书，年画作坊入冬先印“春牛图”，图下画一芒神，为一童子模样者，手持一短鞭，象征春临，童子依一卧牛身旁，手托一“春”字。图上印有一年二十四节气月日表，及“流郎诗”“地亩经”等，供农民耕作时，按图上节气务农。

宋刘克庄有“今年台历无人寄，且看树翁壁上图”诗句，则知《春牛图》远在宋代已流行民间。《春牛图》又名《芒神春牛图》。《清嘉录》：苏州新年“城中圆妙观尤为游人所争集。卖画张者聚市于三清殿，乡下争买芒神春牛图。”

《春牛图》有很多种类，不同地方的年画构图不同，但主题一样。

戏出灯画

民间以农历正月十五日为灯节，城市街上悬灯结彩，庆贺佳节。农村则以秫秸扎一方形灯架，外糊木版印制的“灯方子”纸画。

这类灯画四张为一幅，印有各种地方戏曲一出，图上还刻有谜语各一则，如“小人无用”（药名一）谜底为“使君子”。

还有“走马灯”，用年画作坊刻印的刀马人剪制而成，走马灯做法是先用竹篾扎成方或圆形纸灯，将彩印刀马人剪出，黏一纸轮之下四周，轮中有干，能活动自转。常见的画面有“三战吕布”“割须弃袍”“捉拿花蝴蝶”等小说中的武打场景。



◎ 武强的戏出灯画



◎ 《九九消寒图》，图案为著名的“六子争头图”，武强年画代表作，武强年画大师戚建民作。

天师符

据《清嘉录》记载：“五月朔日，人家以道院所貽天师符贴厅事以镇恶，而小户又多粘五色桃印彩符，每描画姜太公财神及聚宝盆、摇钱树之类。”

在广东佛山、陕西凤翔、天津杨柳青、苏州桃花坞等年画作坊，都刻印多种形式的“天师符”以备五月供人们采购。年画中的张天师，都是身披八卦袍，以表示炼丹，手举利剑，显示除杀鬼魅之威风，有的坐骑黄虎，藉以驱邪恶。每幅图上或盖一“灵符镇宅”之方印，或印一“敕令”神符，故名“天师符”。它是大江南北端午节日常见的一种木刻彩印应时画。

镇宅钟馗

钟馗是民间木版年画中较早出现的一个题材。北宋时已有印卖钟馗的文献记载，不过那时是在除夕悬挂。叶梦得《石林燕语》：“神宗（赵项）梦中忽得吴道子画钟馗像，因使镂板赐二府，明年除日复赐。”反映出宋代钟馗是和门神一样，都是新年出现在墙壁或门上。

直到明朝时岁暮还是“门旁置桃符板，将军炭、贴门神。室内悬挂福神、



◎ 镇宅钟馗



◎ 天师镇宅

鬼判、钟馗等画”(见刘若愚《酌中志》)。明代以后，除夕悬挂钟馗的风俗渐渐移到五月端午，悬于堂中“挂钟馗图画一月，以祛邪魅”(见《清嘉录》)。

民间年画中的钟馗，多无捉鬼情节，只画钟馗头戴进士巾，身穿圆领官衣，革双足，仗剑，手指一蝠，或题“引福入堂”，或题“恨福来迟”以及“福在眼前”“福自天来”等字句，借“蝠”与“福”字之音相谐近，巧成一句吉利之语。

九九消寒图

“九九消寒图”是属民间年画中历画之一种，它也是早期出现的年画形式之一。现存较早的一幅是明代弘治元年(1488)陕西刻印的《九九消寒之图》。此图中画一蒜头形宝瓶，上插一枝折梅花，花瓣共81。梅瓶四周，画自一九

到九九由冷转暖的不同气候和人们耕种聚饮的各种风俗活动。

明尤侗《帝京景物略》：“日冬至，画素梅一枝，为瓣八十有一，日染一瓣，瓣尽而九九出，则春深矣。”可知明代“九九消寒图”之形式，多画梅花。

清代年画中“消寒图”的形式花样较多，还有一种娃娃题材的。图中画一儿童拿香谱，谱上印有九个双钩楷字、每字九笔。如“香保送茶来厅前待客”“庭前垂柳珍重待春风”也有作“雁南飞柳芽茂便是春”等美句者。

各地的《九九消寒图》图案都不同，武强的《九九消寒图》图案为著名的“六子争头图”，是武强年画代表作。

而山东潍县刻印的《九九消寒图》，上印一年之节气与月建等字，下刻八卦之文排成九组，每组九条。每组下系一诗，诗中有寓意贫富不均之怨。如：“四九地铺遍地平，朔风冽冽起新晴；朱提公子休嫌冷，中有樵夫赤足行。”古代冬至节日犹如新年一样受到重视。



◎ 财神



◎ 《灶王》，先有杨家埠，后有灶王爷。这是杨家埠家庭年画作坊正在印刷灶王爷年画。

财神

在民俗年画中，关于财神的年画最多。各地都有不同财神的图案，有的是文财神，有的是武财神，有的是文武财神，有的是财神夫妇，有的是上关（官）下财（上面是关公，下面是财神）。关公也是财神，关公重义，因义比钱重，所以关公在财神的上面。

其实重义也是为了得财，因只有诚信，才能赚到更多的钱。

灶王

《灶王》年画也称《灶神》《灶君》《灶君府》等。贴灶王风俗的演变，已有千年之久，灶君马印刻作坊遍及全国，远至云南的纳西族、白族、彝族等少数民族地区，都有大小不同彩印或墨线灶君纸马之图像。图像的形式，有坐、有立（白族灶君是立像）、有灶君一神独坐、有灶君与夫人并坐，还有香案前灶君坐于中间，左右二夫人分坐，此类灶君只有山东潍县和聊城一带流行，俗称“三头灶”。

灶王年画顾名思义是贴在灶上的，贴了灶王，表示一年四季天天开火，灶火旺盛，有饭吃。这表现了底层民众的最朴素愿望，因此，灶王是印制最多的年画之一，特别是在杨家埠，几乎家家年画作坊都印灶王，销量最大。

抢救年画就是保护民俗

民俗在现代化大潮中淡化，圣诞节、情人节、愚人节等洋节盛行，中国传统的春节年味越来越少，引起了一些专家学者的忧虑。

一年前，笔者参加的第四届绵竹年画节研讨会主题是“中国民俗与节庆文化”。研讨会主要围绕以下议题展开：节庆文化的内涵是什么？节庆文化的现状如何？如何抢救和保护民间年画？

中国民间艺术协会的秘书长黄美荣讲话中说：“春节时我们的会长去码头看，看看有没有过节的气氛，老百姓在呼唤自己的节日。中国民俗艺术要富有当代性，我带中国民间艺人的团到新加坡举办民间艺术大师作品展览，很萧条，没有市场，为什么会这样呢？我走访了一下，带去的东西已经不很适应当今时代的发展。”

黄美荣讲了一个观点，对民间艺术不仅仅要抢救和保护，还要继承。她说到她去广东番禺看三个老艺人做番禺灯，其中有一个老艺人做着做着就死了，另外两个老艺人接着做，死去的老艺人子女参与继续做，最后把灯做成。

讲到这里，黄美荣真诚地说：“我看到那盏灯后，很感动，也很伤感，因为他们留下的不仅仅是一盏灯，而是一项即将绝迹的民间艺术。”

四川大学艺术学院教授格桑益希和四川教育学院美术系教授李宗乐提出

了要将年画生活化，让生活中的一些事物带有年画特色，“让年画融入生活，当一种文化融入生活中，让人们时时看到，就普及了。”他们以产品、服饰、街道装饰等现实生活中大量采用年画图案为例子，提出要有意识地引导年画介入生活。

民俗年画如何融入当代

如今，各个年画产地都在借助年画大做文章，希望通过年画的抢救来抢救民俗文化，进而发展当地经济。如何推广年画？笔者曾对绵竹市建议：“绵竹要创年画品牌，推年画文化，可通过全国各大城市巡回展览普及传播绵竹年画；培养收藏爱好者收藏投资年画，对外树形象，对内成规模。可建绵竹年画一条街，绵竹年画游乐园，绵竹年画动漫城，绵竹年画民俗电影城等。用旅游带动年画，激发收藏年画的兴趣。还可和旅游公司合作开发旅游热线；通过年画，到各大城市推广旅游线路等。”

有专家提出：“企业还可抓住这一文化资源做文章，比如包装用年画，产品名称可取相应的年画名，年画节也可由企业来冠名……从现状来看，绵竹年画既然植根民间，源于大众，就不应该使路子越走越窄而仅仅成为少数闭门造车的创作者、收藏者和玩家的宠物，它曾经是并且一直应当是老百姓生活中不可或缺的一部分，应该来于民间归于民众，让社会上更多的人参与经营，使绵竹年画永具艺术生命。”

事实上，很多企业和商家已经介入年画，或借助年画资源，创作商业价值。这带来两个现实：一是年画通过商品流通得到更广泛的传承，二是年画沾染了商业气而降低了文化品位。到底是喜是忧，时间之流将冲淡我们的困惑。

民俗生生不息年画绵绵无绝

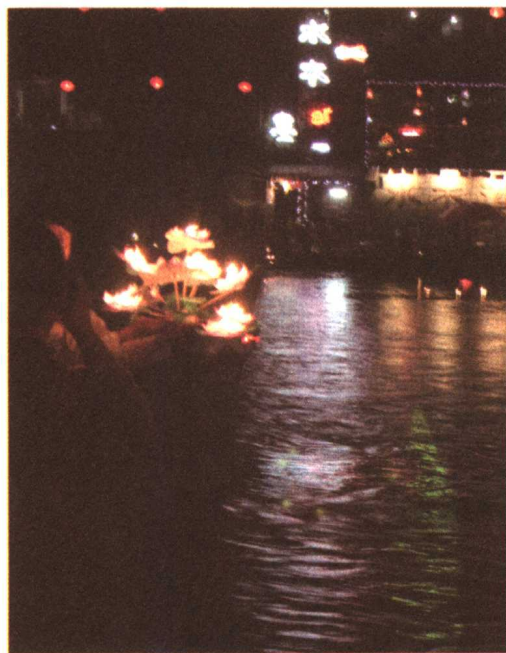
年画时代已经过去，但民俗文化已经融入我们的血脉，生生不息。一些年画产地每年都举办的大型年画活动，到2006年1月18日，绵竹年画节已经举办5次，每年的大巡游都有一个主题，如2004年的主题是“迎春图”，表现的是古代绵竹年画《迎春图》的场面，而2005年的主题则是五十六个民族。

笔者参加绵竹年画节时，充分感受到了中国古代民俗在年画产地的保存，只见满街张灯结彩，人如潮涌，仿古街上赏年画，马尾河边观河灯。

入夜，只见他们三三两两，或成双成对，来到河边，将纸船中的蜡烛点燃，轻轻放在河水里。他们拍着手，欣喜地惊叹着，看到纸船载着蜡烛在河面上游动。河水中的倒影十分美丽。在这些放河灯的市民和游客中，特别是小孩和一对对恋人，一个个三口之家合伙蹲在河边的石阶上和石头上放河灯，



◎ 笔者参加的第四届绵竹年画节研讨会主题是“中国民俗与节庆文化”。



◎ 放河灯,把美丽的愿望放在岁月的河流里。

场景十分诗意和感人。

尽管如今都市市民已经不贴木版年画了,但还有贴印刷品年画和春联的习俗。在万佳、人人乐、家乐福等超市,春联、灯笼、年画、爆竹等民俗年货成为亮点,本市每年举办的年货嘉年华展销会和迎春花会上,都可以看到印刷品年画、春联、民间剪纸等反映民俗的作品。在去年的文博会上,也有专门展销民间木版年画的展柜。

再如每年的生肖文化大行其道也可看出民俗文化的强大生命力,发行量数千万枚的生肖邮票每年都成为集邮爱好者的抢手货。如2005年是“鸡”年,而“鸡”又与“吉”谐音,为迎合消费者,很多商品纷纷与“鸡”攀上亲。最惹眼的是一款名为“金鸡报晓”什锦糖果,做成振翅啼鸣的“大公鸡”糖果盒,憨态可掬的“卡通鸡”和惟妙惟肖的“生肖鸡”小挂饰工艺品都成为畅销品。

如2006年是狗年,民间有狗年旺财的说法,狗年年画、剪纸、春联、饰品工艺品等与狗文化有关的商品又成为畅销商品。这说明,民俗文化并没有离我们远去,甚至越是现代化,人们对民俗文化的依恋越是强烈。