

关中西部泥塑艺术保护与产业开发的调查

赵德利, 仵军智

(宝鸡文理学院 中文系, 陕西 宝鸡 721013)

[摘要]凤翔彩绘泥塑是陕西关中西部最具代表性的民间艺术品之一。它作为反映民众生存活动的艺术表现,反映着人们强烈的生存渴望。作为传承数百年的民间文化遗产,它既是非物质文化遗产保护的对象,又是社会主义新农村产业开发致富的一种有效途径。民俗产业化本身就内含着一种文化悖论,艺术与功利的二元对立使得保护与开发纠缠不清。泥塑艺术品要想产销两旺,它的开发、传承与保护必须联结一体,整合运作。

[关键词]彩绘泥塑;民间艺术;非物质文化遗产;产业开发

[中图分类号]J528.4

[文献标识码]A

[文章编号]1008-4193(2008)05-0048-05

关中西部^①民间文艺历史悠久,遗存丰富。泥塑、草编、版画、剪纸、漆器等14种民间艺术品传承民间,素有中国民间艺术之乡的美誉。其中彩绘泥塑艺术作为广大民众喜爱的一种民间艺术品传承久远,产销两旺。它既是非物质文化遗产保护的对象,又是社会主义新农村产业发展致富的一种有效途径。但是,在彩绘泥塑艺术产业化发展的过程中,片面追求经济利益,忽略艺术的传承和保护的现象引人关注。带着这个问题,我们专门多次到凤翔县六营村调查,在访谈和问卷的基础上,形成了我们对此问题的几点看法和意见。

一、特定的地缘与彩绘泥塑的创造

陕西的地理位置居中国中心,亦是黄河流域文化的中心。它北依长城与沙漠封固,东有黄河潼关阻隔,南架巴山天堑,西望祁连山脉而独成“王国”。陕西关中有着十分优越的自然环境。肥沃深厚的黄土地表,四季分明的亚热带气候,充沛的雨水,使农业耕作最早在此萌生。生活的丰足带来了人口的增加。随遇而安的人们便由家族扩展而为亲族,继之以村落、乡镇。黄土地供给了维

系血缘而居的人们一切衣食。特定的地缘环境与物产特质,逐年累月地又培育养成了陕西关中人喜食酸辣,爱吼秦腔等乡土文化特点。

特殊地理环境下形成的关中西部地缘文化元素。关中西部是周秦文化的发祥地,也是中国民间文化传统积淀最深厚的地区之一。这里的民众民风淳朴,轻物质重信仰,重孝道讲亲情,虽经文化大革命的清洗和改革开放及市场经济现代科技文化的冲击,关中西部地区的人们(主要是农耕民众)依然顽强地持存着传统文化、传统生活方式。吃扯面,唱秦腔,赏社火,赶庙会,乐此不疲。

凤翔彩绘泥塑便是关中西部民众心理很具代表性的物像。凤翔泥塑的产地,主要在六营村及其周边区域。据凤翔县志记载:“六营泥塑,已有五百多年的历史,此村家家户户都习惯于农闲季节制作泥塑。”相传,明洪武年间,明朝开国皇帝朱元璋打了胜仗,赶走了元人,就在凤翔一带安营扎寨,开荒种地,后来撤消了屯兵制,第六营士兵便在当地安家落户,此地故称“六营”村。^②在六营安家落户的士兵中有一部分是江西人,会做陶瓷。

* [收稿日期]2008-09-02

[基金项目]陕西省社会科学基金项目(06J005Z)

[作者简介]赵德利:男,山东莱西人,宝鸡文理学院中文系主任、教授,研究方向文艺民俗学。

仵军智:男,陕西凤翔人,宝鸡文理学院中文系讲师,研究方向传播学。

恰好六营村东沟有“板板土”(这种土呈黄褐色无杂质,较细,见水酥软,粘性强,干后特别硬)他们便就地取材,利用农闲时间做些泥玩出卖。为了好看,再涂上各种颜色进行装饰。经过几百年的发展繁衍而成俗,便形成了今天的彩绘泥塑。

六营村彩绘泥塑俗称“耍货”。它是民众源于生存活动而开创的一种生活的艺术。它作为反映民众生存活动的艺术表现,反映着人们强烈的生存渴望。著名文化人类学专家莱奥·弗罗贝纽斯认为,“文化是从自然条件中诞生的,在地理环境相同的条件下产生相同的文化。同任何有机体一样。文化也需要营养,它的食物就是人类的经济活动。”^{[1](P57)}虽然泥塑刚开始形式单一,造型简单,仅是泥人、泥猴、泥哨子之类的小玩意,到各大庙会出售,供小孩玩乐,但是随着民众生存活动的延展,人们对泥塑的意愿寄托逐渐增多。生病求吉,五谷丰登,求子祈福,生意求利都有了其身影,它具有了驱邪攘灾,祥和平安等象征意味。

从“耍货”到具有鲜明特点的民间艺术品的历程,是泥塑作品本身与地缘文化相结合的过程,彩绘泥塑形态逼真、粗犷夸张、简练概括、威武可爱的造型,大红大绿的色彩、酣畅淋漓的线条、浪漫神奇的纹饰,有古香古色之风,大俗大雅之韵,饱满热烈之美。这些都是秦地秦风文化深厚积淀的展现。同时,以花草虫鱼、祥鸟瑞兽、神话风俗人物为主的意象造型,在造型上具有汉唐的丰满圆滑与悍猛,又有远古饕餮纹样与图腾文化的神秘和古朴,憨态可鞠,粗中有细,生动活泼。这些都与关中西部民众勤劳、粗犷、深沉而又保守、信奉天命、小富即安的心理相呼应、相融合,表现出特定地域的民间艺术审美特征。

经过数百年发展和积淀,尤其是改革开放以来,六营泥塑从旧时的乡村泥“耍货”的个体制作变成群体行为,产量与规模都有大幅度提高,成为馈赠外宾及政治文化名人的珍贵礼品,并远销到美国、日本、法国、德国、新加坡等国家和地区。它独特的艺术魅力荣获首届中国旅游产品设计大赛金奖、首届中国吉祥文化艺术节金奖,和国家文化部授予的中国民间艺术一绝银奖等四十多项大奖。作品泥塑“平安马”、“富贵羊”、“福寿猪”被国家邮政总局连续两年被选为2002年马年和2003年羊年生肖邮政主图案及2007年猪年邮票。2005年,六营村被省文化厅命名为“陕西省文化产业示范基地”,2006年5月20日“凤翔泥塑”被

国务院确定为首批国家级非物质文化遗产项目,2007年6月5日,经国家文化部确定,凤翔县六营村的胡深为该文化遗产项目代表性传承人,并被列入第一批国家级非物质文化遗产项目226名代表性传承人名单。现今六营村共有泥塑生产户300多户,75%的劳动力从事泥塑生产,年销量达300多万件,人均年收入1800多元,泥塑已成为兴村富民的支柱产业。

二、民俗产业开发与民众心理透视

改革开放以来,尤其是进入21世纪,中国社会的发展,民众生活的富足,非物质文化遗产保护日益深入人心,使得欣赏与收藏民间艺术品成为可能和渐趋时尚。在这个背景下,以六营村为代表的凤翔泥塑艺人各展才能,各施巧计,从市场和艺术等各个方面创造民俗产业开发的文化环境,既增加了农户的收入,又使原来为数不多的泥塑艺人队伍得到扩展,泥塑艺术后继有人。但是,成批的艺术产业化制作又带来了艺术性降低,原生态民间艺术工艺及其文化心理传承断代的问题。

功利生产,成批制作,产销两旺,艺术失真。民间艺术的发展与农民的经济生活有着天然的联系。谋生手段与民间信仰是促其发展的重要因素。在新的市场背景下,彩绘泥塑艺术传承者转变创作与经营理念,注重传播技巧与营销手段的运用。青年民间艺术家胡新民投资230万元兴建西府民俗艺术博物院,^②依托彩绘泥塑之乡六营村,以开发、传承凤翔具有代表性的民间传统手工艺品为目的,组织年轻一代学习传统技艺,培养新一代民间艺术人才,推进民间艺术市场化、产业化,使之成为广大农民脱贫致富的一条途径。

在工艺方面,他们也更加迎合市场和现代生活理念,不断开发新工艺,为了便于长途运输,选用当地特有的黑油板板土,上等好棉花、糯米等多种天然材料配制而成的全国独一无二的空心摔不烂泥塑。为了适应不同层次消费需求,不仅完善传统的花草虫鱼、祥鸟瑞兽、神话风俗人物,而且开发出福娃、史努比、QQ等新款形象,极具现代性和市场眼光。一切以消费者为中心,运用整合营销传播理论,产业化开发与销售,使彩绘泥塑展现出蓬勃的开发与销售态势,远销欧美、近覆长江南北、黄河内外,成为馈赠亲友,增福送喜、镇宅驱邪的吉祥物和不可多得的艺术珍品。

但是,民俗产业化本身就内含着一种文化悖论:民间艺人具有双重身份,既是手艺人,有艺术

感受力和一技之长,又是农民,艺术创作不是为了审美愉悦,而是一种生活技巧和谋生手段。因而表现出艺术创作的矛盾心理,既要维护艺术创作的规律,又要最大程度的获得经济回报,更多的情况下以牟利为目的。因而艺术与功利的二元对立是艺人文化心理的最大特点。

问卷调查中,六营村艺人中65%的人不知道凤翔泥塑起源于何时,只知道曾祖父以前就在做,45%的人认为是祖辈传下来的手艺,不能舍弃,表现出浓重的家族情结。当问及制作泥塑的目的,近80%的艺人制作彩绘泥塑是出于经济目的,18%的人表示祖上手艺传承与保护,只有2%的人表示是审美的或精神慰藉的,显示出生存的功利目的。当问及将泥塑作为文化产品来销售,是否有助于泥塑艺术的保护和发展时,艺人们普遍认为泥塑艺术要得到保护和发展,需要政府扶持和产业开发带动,只有10%的人认为要靠不为名利的艺人专心传承。很明显,在市场经济浪潮中,侧重于生活生计的民间艺人们更看重经济利益,更希望泥塑艺术在政府的扶持下得到利益的保护和长远的开发。

在调查中我们发现,经济利益驱动着泥塑艺术品的制作、销售和创造。一部分村民对已经打开了销售渠道的艺人,低价收购包销泥塑产品表示出明显的不满。没有了销售顾虑,他们的泥塑产品也明显的粗糙,不够精美。而另外一些被雇佣专事描画彩绘的工匠,凭计件工时计费,虽然专心的工作,却明显的没有艺术创作的激情与构想。依葫芦画瓢似的机械劳动,很难想象艺术品的独创性和审美品位,更难以用非物质文化遗产表述民间艺术的传承与发展。

文化保守,艺术传真,没有市场。与胡新民等年轻一代民间艺人有所区别,以六营村胡深等为代表的老艺人,在艺术传承上更重传统手工艺,选型造像相对保守而传统。比较而言,民间老艺人从手工艺和文化遗产心理上比年轻一代更接近传统民间文化艺术,更具有原生态民间艺术的品质。

民间艺术的保护与传承的两难选择,在于原本就是生存选择与生命渴望的民间艺术品,在现代工业市场经济背景下的尴尬生存。祈子延寿,纳福招财,驱邪攘灾原本是民间艺术表现的三项恒常的主题,但是,现代科学教育之下,国人心意信仰逐渐淡化,传统的文化心理日益受到现代物质与精神文化的挑战,适者生存法则逼迫着年轻

的一代艺人结合新生活新造型开辟新市场,从而更使文化保守、艺术传真的老艺人,没有市场,生计困难。

从六营村艺人的年龄构成来看,中老年人数居多,青年人较少。艺人队伍和艺术形式的现状,老艺人比较悲观,担心老祖宗留下的手艺可能要断代。但有所创新的彩绘泥塑销售前景良好,有33%的青年人愿意以泥塑为业。从调查来看,50%的艺人承认泥塑收入已成为家庭的主要收入,而33%的艺人认为泥塑收入补贴了家用,可以满足平时的零花。没有人认为做泥塑不划算,打算放弃。

从上论述可以看出,民间艺人的双重身份决定了他们从事艺术品的基本价值尺度,经济价值比艺术价值更能左右民间艺人的从业选择性。泥塑情况好于木板年画的重要原因经济价值动力,民间艺人在家庭院落从事艺术创作的同时,获得经济回报。这犹如“农家乐”饮食休闲娱乐,农家主人乐得在家中劳作获得生计满足。当然,换个角度来看,这个主观层面的经济动力在客观上促进了民间艺术品的持存发展。为了满足消费者的需要,获得最大化的经济效益,艺人们不得不殚精竭虑,创新创造,这样也就促使民间艺术得到保护和传承。

脱离经济层面而大谈艺术保护与传承是不现实的。只要能不唯利是图,泯灭艺术操守,在经济动力下完成艺术创作,同样难能可贵。保持传统文化,是一种延续,而要把它作为一个产业来做的话,必须在传承的基础上去创新。

时尚消费,功利心理,心理回归。民众对民间工艺品的消费,受制于关中西部的地缘文化传统和转型社会时尚文化的共同作用。一方面是艺术土壤中包孕的传统文化心理。缘于生存活动的艺术创作与艺术欣赏,带有明显的功利化世俗信仰的色彩。正像求神、拜佛是为了保佑自己和家人一样,民众的艺术欣赏也常与祈福、求子、保平安密切相关。这种功利性信仰性审美心理,促使民间艺术活动具有不稳定特点。另一方面则是现代化所带来的流行与时尚消费心理。年轻一代艺术消费者审美的时尚化,艺术造型的现代化,价值取向的多元化,促使民众艺术活动呈现出传统与现代、艺术与时尚、功利与审美多元并存的消费心理趋向。

民众的消费心理对泥塑艺术的产销影响很

大。现代工业的主要特点是机器化生产,它使产品成本降低并同质化。工艺品的批量产出与不断累加,使得艺术品愈发缺少个性。虽然从单个产品说,这种艺术品造型精美,色彩绚丽,价格低廉,具备了普通民众消费的品格,但是,当人们超越功利性功能而以审美的眼光去审视,就会对类同机器化生产模具制作的泥塑等民间工艺品产生价值疑问。不稳定的民众信仰与快餐化的消费时尚,造成民间工艺品的遭受冷落。手工制作的稚拙、费时和造型单一,色彩板滞,重复制作,使得泥塑、木板年画等艺术品难以成为城市新时尚的收藏品。

木板年画主要的功用是房间布置与祭祀活动。现代机器印刷技术使稚拙的木板年画相形见绌。虽然关中西部民众过春节时仍然张贴门神、土地神、灶神等,但民众为了省事和方便,大多选用机器印刷品。信仰性生存功利性艺术活动转化为程式性实用性审美活动。有的民众甚至在建房时将这些神灵图案做成瓷砖的,达到一劳永逸的观赏效果。民众的这种行为与消费心理促使民间工艺品的选择只能有两种,要么消失,要么迎合。板滞的木板年画面临消失,而手绘的泥塑只能迎合。迎合的结果显而易见,促生了艺术品个性的缺失或降低。

当然,艺术审美虽然具有流行与时尚性,但是,这种审美往往也容易产生审美疲劳,具有明显的阶段性。缘于生存和生命活动的艺术审美毕竟会依据生命的节律和感觉,形成相对稳定的审美规律和审美价值。机械工艺品因为同质化与生命的干涩感被逐渐舍弃或悬置,而具有民族特色的、承载了民众生存活动心理内容的民间手工艺品又会重新进入民众视野。现代转型社会忙碌而又浮躁的民众毕竟会重新寻找与生命生活体验同步的艺术品,令朴素淡雅又有韵味的民间工艺品回归原有的心理位置。就跟京剧、秦腔等传统戏曲一样,当人们听惯了流行歌曲,看惯了日韩泡沫剧之后,传统戏曲的魅力又会重新彰显。

在调查中我们发现,随着非物质文化遗产传承与保护的宣传日益深入人心,民众对流行文化和传统文化已有新的认识。社会转型与现代化所带来的民众多元消费心理,已经开始寻求并重新感受传统文化元素。历史积淀与地缘情绪的原动力作用逐渐显现,大众艺术消费心理的民族化民间化倾向正在回归。积极开发民俗产业,切实引

导民众的文化消费,正确指导民间艺人的传承与创作,已成为当今政府与学人的当务之急。

三、泥塑艺术保护与民俗产业开发对策

民间艺术具有散在性,民间艺人的个性化劳作方式,决定了民俗产业开发条件下的泥塑艺术保护,需要政府、社会、艺人与消费者的共同努力才能完成。尤其在现代转型社会的市场化背景下,泥塑艺术作为一种非物质文化遗产,它的开发、传承与保护必须联结一体,整合运作。

1. 加强政策引导,加大经费投入

非物质文化遗产保护中,官方是不可缺少的主导性角色。没有政府的政策支持和资金扶助,非物质文化遗产就不可能得到妥善的保护;如果远离了政府主导性力量,现代工业文明下的非物质民间文化遗产将会更快的消亡。关中西部地区各种民间工艺品即想要做大做强,形成区域品牌,创造规模效益,又较好的传承和保护民间艺术,离不开政府的政策引导和经费投入。

首先,政策引导是先导。各级政府要根据实际情况,引导并帮助散户走集体经营道路。泥塑艺术要产业化,就必须将工艺品制作环节加以整合,形成各司其职的“机器化”生产方式。工艺品消费也需要作品质量的保证与同一化特色。而家庭作坊式生产则难以达到同一标准。因而,加强政策的宣传引导,为制作户提供发达地区的经验和信息,组织相关人员出外考察学习,提供信息交流平台等等。另外,民间艺术具有一定的时效性和地域性,其发展必须有载体,需要政府间歇性地举办一些文化活动,在丰裕民众精神娱乐的同时,创造性提供民间工艺品的销售机会等等。

其次,经费投入来扶持。政府要提供一定数额的贷款,帮助制作户搞好产业化建设,并在一定程度内减免各类税收,降低产品成本,重点扶持大户,树立典型。由政府出面,在各地设立销售网点,建立销售平台,(政府扶持应该提供有效的市场。小成本的作坊式手工生产根本无力承担高价摊费)帮助工艺品批量销售,解除销售户的后顾之忧。

必须指出,民俗产业化过程中,文化遗产的传承与保护是第一位的,产业开发必须按文化规律办事。任凭自己的理念或为官之道去运作,一味地以牺牲文化遗产为代价,去搭建文化舞台,让经济利益当主角,唱自家的戏文,就可能使民间艺术品原生的审美质地被遮蔽,以致于发生扭曲和变

异。那时,非物质文化遗产被符号化为一种官人角色,政府意识,这时被保护下来的文化遗产已非原生态的民间的古朴的文化遗产,扭曲的变异的文化艺术只能让信众信仰迷乱,让历史嘲笑我们。因此,非物质文化遗产的保护,需要政府的引导、政策的扶持、经费的资助,这一点对于贫穷落后地区更为重要。

2. 形成社会舆论,提高鉴赏能力。

民众是非物质文化遗产的传承者,亦是民间工艺品的接受者。社会大众对待文化遗产的态度,他们的民间艺术欣赏水平,在一定程度上决定着泥塑等民间艺术品的传承与保护的成败。民俗产业开发与保护要在政策的引导下,广泛宣传,形成社会舆论,借势来造势,努力提高全民的艺术鉴赏水平。

首先要“借势”。2005年以来,在非物质文化遗产保护的宣传声浪中,中国的文化遗产保护得到了空前的认同和推广。国家首次推出国家级非物质文化遗产保护名录,并将春节、清明节、端午节、中秋节等列为国家节日。可以说,在构建和谐社会、弘扬民族精神和传统文化的主旋律下,非物质文化保护已经形成社会舆论,初步深入人心。民间艺术的产业开发和保护要借助这种社会舆论,将富有民族民间文化特色的泥塑等工艺品推广承扬。

其次是“造势”。借助社会舆论的宣传影响,促成全社会对文化遗产的主动接受,以政府出台政策,让泥塑、木板年画、布艺、草编等民间手工艺进学校、上课堂,在初等教育设置手工艺选修课程,供学生实践学习。一方面可以培训学生的手工艺能力,培养学生的民族民间文化情怀。另一方面形成最广泛的民族民间文化的艺术审美氛围,提高学生传统民间工艺品的鉴赏能力。另外,组织一些民间工艺品的巡回展览,提高广大民众的艺术鉴赏力并使之产生兴趣,起到文化心理回归的作用。

3. 加强保护意识,提高创作技艺。

民间工艺品作为一种艺术产品尽管可以通过产业化开发来做大做强,但它毕竟不同于一般的工业产品。如果一味迎合消费市场,强调产量与

销量,就可能会丧失传统艺术的特色和魅力,失去原生态民间艺术本真和灵动,最终因失去自我而失去民众需要。因此,加强对民间艺人的文化保护教育,提高他们的创作技能,使原生态民间艺术代代相传。

据六营村调查统计,15%的艺人表示泥塑是祖上传下来的手艺应该保护并传承,10%的艺人表示愿意不为名利专心传承,30%的青年艺人认为民间工艺品的前景很好并且愿意继续从事。这组数据说明,在市场化大潮的冲击下,一部分艺人真心诚意地要保住老祖宗传下来的手艺。当然,仅仅留住手艺还不够,为了应对社会转型促生的文化竞争和审美转型,还需要不断创新,提高技艺,开发新工艺、新品种。

作为创作主体,艺人的保护意识与技艺提高都是民间工艺品发展的动力。对民间艺人而言,民间工艺品既是赚钱谋生的手艺,又是一种创造性的艺术劳动,失去手艺,就会断了财路。增强文化保护意识,做好艺术的传承,无论与己与人与国都是利益攸关的好事。在关中西部,彩绘泥塑的有效传承和发展,木板年画几成断代的现象,都给人们以警示。

注释

① 陕西省关中西部是一个历史沿革的空间概念。现在人们一般把行政区划的宝鸡市及其所属十个县区视为关中西部。

② 另一种说法叫“六道营”,“营”是民众聚居的建筑区域,有营里营外之说。而六道是指通往营的六条道路。六道营是一个民众聚居地的称谓,与驻扎军队没有关系。另外,泥塑起源时间也不是元末明初,而是先秦时期,由于礼仪的发展,在墓葬中用俑代替人殉,故而出现泥塑,是一种陪葬用品。随着时代变迁,其意义发生转变。

③ 西府民俗艺术博览园集学习、实践、娱乐、吃、住、休闲旅游为一体。是学习、购物、欣赏西北民俗风情文化和休闲游乐的场所。

参考文献

[1] 夏建中.文化人类学理论学派[M].北京:中国人民大学出版社,1997.

(责任编辑 文武)

(下转第90页)

- [7] 鲁迅.鲁迅作品赏析大辞典[M].成都:四川辞书出版社,1992.
- [8] 陈平原.梦幻与宿命:中国当代文学的精神历程[M].广东,广东人民出版社,1999.
- [9] 林语堂.林语堂名著全集:第14卷[M].长春:东北师范大学出版社,1995.
- [10] 郁达夫.郁达夫散文:下册[M].北京:中国广播电视出版社,1992.
- [11] 汪曾祺,卫建民.闲话散文[J].文艺评论,1993,(2).
- [12] 张颐武.闲适文化潮批判[J].文艺争鸣,1993,(5): 2-5.

(责任编辑 文武)

The Significance and Limitation of Lin Yutang's Leisure Literature

KONG Wei—ling

(The School of Humanities, Zhejiang University, Hongzhou, Zhejiang, 310012)

Abstract: Lin Yutang's leisure literature attaches much importance to the freedom of soul, development of individuality, elegancy of narration and pursuing of humor and harmony. Lin Yutang's leisure literature concept and incitement not only have some kinds of superiority, and the positive constructive significance on literature and culture, but also have the its limitation.

Key words: Lin Yutang;leisure literature;humor harmony;significance; limitation

(上接第 52 页)

On the Protection and Industrial Development of the Clay Sculpture in the Western Shaanxi

ZHAO De—li; WU Jun—zhi

(The Department of Chinese Language and Literature,
Baoji University of Arts and Sciences, Baoji, Shaanxi 721013)

Abstract: The clay sculpture of Fengxiang County is one of the most representative folk arts in the western part of Guanzhong Plain in Shaanxi Province. Have been passed on for hundreds of years, this art has become a cultural heritage demanding serious protection, and a source of rural development. How to protect this form of art and how to make use of it to make a fortune for the rural communities should be coordinated carefully.

Key words: colored clay sculpture; folk art; non—material culture heritage; industrial development