

# 民俗主义下的当代晋祠庙会研究

□张 禾

(西北民族大学,甘肃 兰州 730030)

**【摘要】**山西省晋祠庙会是以晋祠为载体、以祭祀圣母诞辰为主要对象举办的赛神会,是我们宝贵的文化财富。现如今由于时代的发展和市场的需要,传统庙会已经发生改变,逐步被开发成为旅游资源。所以,庙会在当代时代背景下发生了新的变化。

**【关键词】**晋祠;庙会;民俗主义

**【中图分类号】**B08

**【文献标识码】**A

**【文章编号】**1008-9101(2011)02-0032-03

晋祠,是一个规模宏大的古建筑群,坐落在太原市西南二十五公里的悬瓮山下、晋水发源的地方,距今已有一千五百年的历史了。这里祠庙雄伟,殿宇壮观,周围环山抱水,古木参天,幽然静谧,是三晋大地著名的古迹奇观。

晋祠始建于北魏时期,在郦道元的《水经注》中已有记载。晋祠的建立是为纪念晋国始祖唐叔虞。唐叔虞系武王姬发之子的母弟,因为被封到汾水以西的唐国为侯,所以,后人更称其为唐叔虞。到叔虞的儿子燮时,改国号为晋。所以,今天的晋祠为了纪念祀奉唐叔虞,也被称为唐叔虞祠。

晋祠庙会是以晋祠为载体、以祭祀圣母诞辰为主要对象举办的赛神会,已有数百年的历史。每逢农历七月初二这一日,晋祠附近的村民,总要在这里搭台,请戏班演几台戏。晚间,还有传统的民间社火、焰火。但由于时代的发展,政府、当地部门对传统文化的重视,现代的晋祠已经被太原市政府保护、开发起来,进一步发展了晋祠的旅游业,开发了更多的旅游资源。在这样的时代背景转变下,传统的晋祠庙会已经负载在晋祠旅游业基础之上,成为吸引游客,招商引资的媒介。当代的晋祠庙会已经逐步转变成为一种民俗旅游。

## 1 传统的晋祠庙会

晋祠,自北魏修建以来,又经历了北齐、隋、唐、宋、元、明、清各代的修缮,面积逐步扩大,面貌不断

改善。历代统治者在晋祠周围修祠建庙,逐渐形成了一个庞大的建筑群。尤其在唐,封建社会的日趋没落,逐步建成了祭祀玉皇大帝的昊天神祠、祭祀财神的财神祠、祭祀文曲星的文昌宫以及苗裔堂、水母楼和一些亭台楼阁。

在旧社会,晋祠给人民带来了苦难和压迫。封建社会中的剥削阶级通过晋祠祀奉的各种神灵以及各种统治阶级的代表人物,搞了各种名目的祭祀活动,根据《晋祠志》<sup>[1]</sup>记载,一年之内,晋祠中的各种祭祀活动就多达六十余种,平均每六天举行一次。剥削阶级通过这些祭祀活动大肆宣扬宗教迷信,愚弄和麻痹人民,还通过委派的官吏来管理晋祠的祭祀活动,骗取人民的钱财,并美其名曰“以备修庙供神之用”。<sup>[2]</sup>经济负担与精神负担双重压力使得当地百姓苦不堪言。

在诸神祭祀中,圣母祭祀活动被逐渐重视,更发展成为盛大的晋祠庙会。主要就在于晋水周围的百姓出于对生存的需求,一直把圣母(即为唐叔虞之母),当做晋源水神祭祀,春夏时节求神祈雨,以祈来年丰收,如此渐成气候。自明洪武二年给圣母加封号后,农历的七月初二日就成为祭祀圣母的活动的传统庙会。祭祀圣母的庙会形成了祀神、演剧酬神和赛会交易三位一体的模式,于是,晋祠庙会成为一方民俗。

传统庙会从农历七月初一开始,在水镜台演戏

收稿日期:2010-12-28

作者简介:张 禾(1986-),女,山西太原人,西北民族大学2009级民俗学硕士研究生,研究方向:民俗文化。

酬神。七月初二是祭祀圣母诞辰的正日。县、乡、村社的官员、乡神、社首，斋戒、沐浴、躬至晋祠，致祭圣母之神。在圣母殿前的献殿，陈设香案祭品，然后上香鸣钟，由知县恭读祝文，行礼如仪。并自正日起，水镜台演戏五日，同时在全县范围内把赛神会有序地推向高潮。晋祠附近百姓齐到圣母殿跪拜叩头，上香祈福，从晋祠庙内至晋祠村大街小巷高棚林立，人山人海。

从七月初四日起，是圣母出行日，太原县城南关龙王庙、古城营九龙庙是出行的行宫。县城绅耆率领四街百姓举办迎圣母出行仪式，四街组织社火表演。初五日迎东关龙王神像十七尊，奉于南关龙王庙，至此活动基本结束。《晋祠志》有关“祀圣母之神”的记载，农历七月初二，太原县城和晋祠绅耆于圣母殿举行祭典，在神案供设羊一、豕一，行礼如仪。揭开了前后五日祀神演剧赛会的序幕。高潮似乎在初四、初五两日，那些头面人物领着八人抬搁（铁棍），至圣母殿前恭请一尊圣母出行神像，百姓则备鼓乐旗伞和铁棍十数台一起巡游。队伍浩浩荡荡穿村入城，男女老幼齐齐观之。日暮时分，街上张灯结彩，远看犹似星河闪烁，可称人间天上奇景。<sup>[1]</sup>

庙会的另一番风景就是演剧和赛会，数日之内，水镜台上锣鼓铿锵，弦乐悠扬，各地民间戏班子相继登台献艺，演绎人间悲欢，台下观者如堵，喝彩声四起。祠庙之内及附近街市，农商云集，摆摊设点，货品琳琅，人流如织，市声与祈祷声互应，商贾农家与庙祝皆欢。

## 2 晋祠庙会向民俗主义转变

如今的晋祠庙会原有的祀神仪式由淡化直至隐退；演戏从酬神而转为娱民，人们在活跃文化生活的同时更看重人际交流；庙会的重心渐渐落在了集市贸易上。庙会组织消亡，庙会日趋衰落。传统民间文化和民俗活动日渐消失，物质贸易在庙会上成为主角。

新中国成立后，晋祠庙会成了太原市最大的城乡物资交流大会。每逢庙会期间，有市郊各区县的商业单位摆摊设点，吃、穿、用品，样样俱全。蛇展、花展、鱼展、杂耍也相继赴会。人们扶老携幼从四面八方来赶庙会，人山人海。参与庙会的人数达20万人次之多，场面盛大空前。

直到20世纪80年代，晋祠作为国家首批重点文物保护单位，受到有关政府部门和当地部门的重视，尤其在1998年，太原市重新划分行政区，晋祠纳入晋源区的管辖范围，晋祠所在的村落成为太原市

“城中村”重点改造对象。至此，晋源区明确了发展方向，确定了重点挖掘以晋祠为中心的旅游资源的发展目标。所以，晋祠每年都有以旅游开发为主的宣传活动，活动期间，不仅大力宣传了晋祠景区的知名度，而且还招商引资，带动当地经济发展，满足了当地百姓的物质生活需要。可见，政府相关部门在晋祠旅游发展中的作用和对进一步开发晋祠旅游资源的重视程度之高。

晋祠发展旅游业以后，各种祭祀、庙会一年到头不断，形成了独具特色的地方祭祀与庙会的民俗特点。于是，晋祠庙会逐渐成为晋祠旅游业的附属产品，当地部门通过“加工”、“处理”传统庙会来吸引游客，为本地旅游及其文化做宣传，其目的更多的是商业上的追求，所以，这种现象就被称为“民俗主义”。<sup>[3]</sup> 民俗主义（Folklorism）的概念是在20世纪60年代兴起于德国，并在世界范围内得到普及，其最初定义为对民俗文化的二手性传承与演绎，换言之，是指某种民俗文化脱离其原本的生存空间，以新的功能、为了新的目的而得以再现，即第三者对民俗文化的利用。<sup>[4]</sup> 所以，现在的晋祠庙会已经不同于传统晋祠庙会，已经不仅仅满足当地百姓祈求风调雨顺的目的，更主要的是刺激当地经济发展，满足当地百姓财富的追求以及满足现代化社会的需求。

被开发后的晋祠庙会，它的功利性与商业性色彩很强。过去传统的且影响较大的农历六月十五的祭祀水母的河会以及农历七月初二祭祀圣母的庙会虽然都还存在，但已经被开发成为晋祠的旅游项目之一，成为晋祠旅游业的一个标志，成为当地民俗的一个象征。

晋祠旅游业在这十余年间发展迅猛，很快成为当地的支柱产业之一。旅游业的发展改变了晋祠当地百姓的职业结构、提高了百姓的生活水平，也进一步刺激了当地人对现代物质生活的追求。对晋祠当地人的生活产生了种种有形无形的影响。

## 3 当代的晋祠庙会

现如今，传统的晋祠庙会被赋予了新的时代内涵，它不再是民间自发组织的形式，成为了“政府主导，社会参与”的模式。

整个晋源区也建设为“旅游经济特色文化区”，这是当地一项重大的举措。晋源区依托晋祠独特的旅游资源和传统的七月初二晋祠庙会，开展了一些集物资交流、文化展示、旅游观赏、招商引资四位一体的活动，并陆续推出了难老儿女庆河会、晋祠杯中华武术赛以及山西历代名人书画展等，还举行招商

引资洽谈会,共计有 12 大项目,其内容更涉及生态农业综合开发以及晋祠旅游产品开发等。如今的晋祠,成为了更具特色的旅游资源,不仅提高了晋祠的知名度,还赢得了海内外的共同关注。

如今,晋祠的知名度不断提高,前来晋祠旅游的游客也不计其数。参与庙会的人数也比以往更多,由此,晋祠庙会也出现了一些新面貌。就拿晋祠的农历六月十五祭祀水母的河会和农历七月初二祭祀圣母的庙会来说,在两个庙会举办期间,当地部门开门迎客,组织戏班在祠堂外搭台演剧一周的时间,远近村民扶老携幼,全家上下都来“逛庙会”,晋祠内外几乎没有空地,商贾云集,人来人往,好一派欢乐的景象,庙会的举办时间虽然是在夏季,但其热闹场面堪比过年。来“逛庙会”的人们主要在这进行商品交换活动,也有的当地百姓聚在一起,走亲访友,有的祈福平安,有的相亲交友,有的杂耍卖艺,有的说书听戏等等,热闹非凡。做买卖的村民为参加庙会都提早准备,只为趁早到达庙会,占到一个有利的摊位,离得远的村民甚至一大清早就挑着货物来到庙会赶集,村民百姓在庙会期间都忙得不亦乐乎。晋祠周围的村民也大大方方打开家门,欢迎远道而来的亲朋好友、舟车劳顿的游客。晋祠举办庙会的这几天,当地百姓在庙会这个特殊的载体上进行情感的交流,这又是当代晋祠庙会一个新的功能和意义。

旅游业的发展,还使得晋祠文化发生了变迁,晋祠旅游地的居民在外界压力的影响下,其行为和意识受文化涵化的影响不断强化,并形成新的不同以

往的社会文化形态。变迁的核心是在与旅游开发活动的直接接触互动中,晋祠人的语言、衣食住行、节庆等表层的传统文化加快失落。与此同时,旅游开发还对晋祠当地百姓的家庭婚姻结构、价值道德观念等深层文化意识产生间接的影响。

#### 4 结论

如今的晋祠庙会,把文化和旅游资源很好地嫁接起来,可以使旅游更具有文化意义,文化因旅游更有影响力。晋祠庙会的文化旅游开发,可以使旅游者体验一个地区的传统习俗、民族的过去和历史,让旅游者走进民间,这样的旅游资源才不会使文化旅游失去意义。旅游资源以其丰富的人文内涵而独具魅力,从而造就了规模越来越大的文化旅游。庙会民俗作为文化资源,其价值在现代旅游中日益展现出来,可以说,晋祠庙会的文化旅游已成为当地最具吸引力的项目之一。晋祠庙会文化旅游能把自然与社会、文化与生活、观光与体验、传统与现代结合起来,因有丰厚的文化底蕴和多彩的生活情趣而显示着特殊的魅力。

#### 参考文献:

- [1] 侯文正.晋祠志 [M].山西:三晋出版社,2009.
- [2] 王霄冰.民俗主义与德国民俗学 [J].民间文化论坛,2006(1).
- [3] 於芳.民俗主义的时代——民俗主义理论研究综述 [J].河南教育学院学报,2007(3).
- [4] 朱燕红.旅游开发与文化变迁——以山西太原晋祠文化为个案 [D].山西大学,2007(6).

[责任编辑:杜志平]

(上接第 31 页)

升企业竞争力、不断完善企业的要求下应运而生的。要做好品牌设计,需要在品牌的建立、品牌的推广、品牌的维护、商标的设计等方面展开。将企业的核心文化理念渗透在品牌设计中,将企业的服务、经营理念体现在品牌设计里,通过品牌设计提高企业形象和宣传企业的经营理念,这样的品牌设计,必然是成功的。

#### 参考文献:

- [1] 宿春礼.市场推广方法 [M].北京:经济管理出版社,

2003.

- [2] 王邵强.标志设计创意观 [M].广西:广西美术出版社,2004.
- [3] 周平,陈雪芳.论标志设计意象的妙合 [J].包装工程,2005(1):149-151.
- [4] 张宪荣.设计符号学 [M].北京:化学工业出版社,2004.
- [5] 吴国荣,朱珺,王飞凯.在企业标志设计中运用象形图形 [J].包装工程,2005(6):154-155.

[责任编辑:杜志平]