

无锡惠山泥人意蕴研究

黄金霞

(无锡商业职业技术学院 艺术设计系, 江苏 无锡 214063)

摘要:本文主要围绕中国传统审美观、“五行”色彩观和吉祥祈福的民俗心理在惠山泥人的造型、色彩、题材中的体现分别作了论述,惠山泥人正是以生动传神的意象造型、鲜明悦目的色彩、精美雅致的装饰、吉祥祈福的寓意和极具江南地域特色的风格成为中国民间泥塑艺术中的杰出代表,具有鲜明的艺术特色和丰富、深刻的文化内涵。

关键词:惠山泥人;造型;色彩;题材

中图分类号:J337 **文献标识码:**A **文章编号:**1673-2006(2006)06-0053-03

无锡惠山泥人历史悠久,源于明,盛于清。明末文学家张岱在《陶庵梦忆》中记述:“无锡去县北五里,铭山,进桥,店在岸。店精雅,卖泉涵……泥人等货”。铭山即惠山,由此可推断惠山泥人至少已有四百年的历史了。

“惠泉山下土如濡,阳羨溪头米胜珠”,这是宋代大诗人苏轼在《常润道中有怀钱塘寄述古五首》中对无锡惠山脚下天然粘土的赞誉。惠山黑泥质地细腻洁净,搓而不纹、弯而不断、可塑性极佳,干而不裂、有很好的强度和硬度。正因为有了惠山独特的黑泥,在此基础上才产生了细腻、典雅的泥人艺术。这也与民间艺术的就地取材,充分利用本地资源,创作体现本地民风作品的特点相符合的。

以下分别从造型、色彩、题材等方面对惠山泥人的意蕴进行论述。

1 简约饱满的造型

惠山泥塑种类繁多、造型各异,因人物占主导,故统称惠山泥人。按制作工艺和艺术风格来分,有粗货和细货两大类。粗货一般用模具印制,因多作为儿童玩具,故又称为“耍货”,造型粗犷、简练,饱满健壮,色彩对比强烈、醒目,极具乡土气息,是惠山泥人中最具民间特色和江南本地风情的泥塑,大阿福即是粗货中的代表。在惠山泥人中,历史最悠久、生命力最强、响誉度最高的也是粗货。另一类是细货,由艺人直接捏制,造型一般取自戏曲人物,又称为“手捏戏文”。其实“手捏戏文”只是对细货的统称,它的题材不仅仅局限于戏曲,有的来自神话传说,还有历史人物、文学作品中的人物。细货比粗货细腻精致,

且人物的身段、动势、神态、眼神极为生动,是“意象造型中的惟妙惟肖”,强调一气呵成,写意感较强,重手捏的感觉,这与其名称也是相符的。

纵观惠山泥人的造型,中国传统追求圆、满的审美心理得到充分体现,特别是在“大阿福”的造型上



图1

最为明显(图1)。大阿福造型高度概括、简练,浑然一体,头占身体的三分之一,着重头部刻画,整体造型稚拙、饱满、丰盈,造型整体效果好,形成强烈的团块感,体现出极大的张力,但并不霸气,因其造型集中在

特定的体积之内,用简洁的手法概括出形象的主体。外形轮廓注重线条的流畅与优美,用柔软圆滑的弧线,浅平光滑,形成了饱满圆润的造型风格。不仅在视觉上给人以圆润、柔和的曲线美,也是民间追求圆满、和谐审美心理的集中体现。虽然惠山泥人的这种圆满造型一方面是受到制作工艺的限制(粗货都是模印),制模前要考虑造型简洁易于模制和大批量生产,而产生了简约的圆的造型,把四肢等繁琐的部位都统一到圆之中,这种原因是有的。但传统的审美心理对其造型的产生还是有着众多影响的,在历史的发展中,大阿福的形象无论怎么演变,都是以圆、满的团块造型出现,这在民间泥塑中是非常有特色的造型,也是独一无二的造型。

大阿福的头部、身体、四肢包括手执物都统一在圆的造型之中,和传统吉祥图案“一团和气”惊人的相似,最大差别只是体现在大阿福怀抱青兽,“一团和气”中手执“和气致祥”字样横条幅。“一团和气”最早产生于明代,又称“和气致祥”或“和为贵”,从字面解释中就可看出这是中国传统的处事之道,是人们道德修养的一种表现,起着宣传、教化的作用^[1]。“一

收稿日期:2006-06-20

作者简介:黄金霞(1977—),女,安徽宿州人,硕士,研究方向:平面设计。

团和气”和惠山泥人的发展、繁盛都是在同一时期,两者之间可能存在着一定的关联,艺术形式上的相互借鉴在民间美术之间是常见的。大阿福祝福、吉祥的寓意不仅体现在其称呼上,也在其造型上表现了出来:和谐、圆满、团圆,寄托了人们对幸福生活的向往和祝愿。

2 明艳雅致的色彩

惠山泥人有“三分塑,七分彩”之说,从中可以看出色彩对惠山泥人的重要性。惠山泥人的粗货都是模印,细货也分“捏段镶手”和“印段镶手”,部分采用模印制作(如头部)。受到模子的限制,泥人只能用浅浮雕的方式处理突出部位,一些细节部位还需要彩绘进一步刻画才能显现出神采(图2)。常常用“退晕”手法使颜色出现深浅变化,彩绘主要完成色块装饰,之后还要用墨色进行“勾花”、“开相”、“描发”等



图2

细部描绘,注重“低坯高画”,以增强胎体的立体起伏。惠山泥人的美是造型、色彩、图案美的和谐统一,色彩和图案对造型起着装饰和美化的作用。

在惠山泥人的彩绘中,民间艺人们从长期的实践经验中总结出许多设色口诀,如“红要红的艳,黄要黄的鲜,绿要绿的娇,蓝要蓝的纯,白要白的净”等^[2]。这些口诀都被代代相传,被艺人们充分运用到泥人彩绘中去。惠山泥人的常用颜色有“花青、石绿、赭石、青连、群青、大红、鹅黄等色,并伴有少量金银色。艺人们说:“头色不过四,身色勿过三。”意思是必须严格地选择颜色,控制颜色的种类,避免因滥用颜色而造成“花里胡哨”。因此,惠山泥人作品常常以几种颜色构成总体气质,形成精炼准确的色彩语言。同时,彩绘还充分考虑到色彩的搭配、纹样图案的装饰、线条的运用以及贴金描花等因素,在色彩和谐的前提下大胆配色,追求强烈的补色对比和高纯度色调对比,强调平面装饰效果,色彩对比强烈醒目,又整体和谐悦目^[3]。惠山泥人的色彩,在白粉的底色上描绘大红、正绿、金黄、云青等原色,并以黑、白、肉色、粉色等中性色进行调和,使色彩在明艳中透着雅致。江南地域色彩在惠山泥人中得到体现:青山、绿水、红花、粉墙、黛瓦……,从中好象看到了江南春天一派生命盎然的情景,欢乐中透着生机。惠山泥人的细货代表——手捏戏文,泥塑艺人在表现人物时,在尊重人物角色不变的前提下加入了了自己的审美趣味和喜好进行主观创造,表现在服饰纹样上,体现出江南的地域特色。如服饰纹样上描绘了江

南水乡盛产的花花草草,并在自然形基础上进行概括、演变、组合,创造了各式各样的装饰图案,使人物形象更为秀美、雅致、动人,体现了惠山泥人手捏戏文的江南韵味(图3)。



图3

中国传统色彩观由来已久,在刘熙的《释名》中曰:“青,生也。象物生时之色也”。“赤,赫也。太阳之色也”。“黄,晃也。晃晃日光之色也”。“白,启也。如冰启时之色也”。“黑,晦也。如晦冥之色也”。先民们通过对自然界细致入微的观察,对自然界中与人们生活、生产息息相关的现象加以描述、总结并加以附会,产生了被视为“正色”的“五色”,并赋予了吉祥祥瑞

的意义。后来随着战国时期阴阳五行说的产生,五色(黑、赤、青、白、黄)与五行(水、火、木、金、土)、五方(北、南、东、西、中)、五时(冬、夏、春、秋、长夏)等在阴阳五行说体系中成为一个可以相互转换、相互比附的整体系统^[4]。在民间,这种“五色”观念也影响着民间美术的创作。“五色”中的青色是和“五时”中的“春”相对应的,青色象征春天的到来,也象征着庄稼



图4

茂盛,预示丰收的景象。惠山泥塑中用于民间在立春迎春仪式上的道具——春牛,又称为青牛,是典型的农耕时代民俗的产物。寄托了农耕时代百姓祈求丰收的美好愿望。从现代惠山泥塑“五色牛”上我们仍

可以看到过去青牛的遗风,传统“五色”观的色彩完全体现在上面,整个牛身用黑、赤、青、白、黄五色绘制,寓意北、南、东、西、中整个大地,代表了五谷丰登^[2]。民间艺人们在继承传统的基础上又进行了创新,用五色替换了传统的青色丰富了春牛的色彩和内涵,使其更加醒目、喜庆、绚丽多彩(图4)。惠山泥人的大阿福,其手中抱的独角怪兽“年”也是青色的,有的称之为“青饕”。

具体是何兽尚有争议,开始是独角兽形象,后来造型演变为各种瑞兽,但色彩基本都保持了青色。在民间吉祥装饰图案中出现的青狮、青麒麟、青龙等形象都是青色,表明了都不是一般的兽,是神兽、瑞兽,青色赋予了它们灵性、神性。惠山泥人中的各类阿福不论造型如何变化,手中瑞兽的颜色描绘,青色始终是其主导色,象征了是非同寻常



图5

的神兽,由此也赋予阿福有了神性。

3 吉祥祈福的题材

民间美术作品通常是用在传统节日和风俗礼仪中的,特殊的场合和用途决定了作品表现题材的吉祥、祈福目的。

无锡惠山泥人的兴盛期是在清代,此时是吉祥画发展的黄金时期,泥塑玩具自然成了吉祥寓意的载体之一。吉祥的泥塑作品满足了民众的消灾辟邪、迎祥纳福等精神需求的同时,更为重要的是,由于惠山泥塑的艺人都是来自于社会的低层,他们的思想情感、审美心理等与广大的劳动人民都是相通的,他们在审美观上的一致性,又是泥人这种极有乡土味的艺术在民间广为流传、深受人们的喜爱的原因之一。吉祥题材的多样化丰富了惠山泥塑的品种,各种造型的阿福、各路神仙等,无不反映了当时天下太平、经济繁荣下,人们在福、禄、寿等方面的美好愿望。如祈求财源的“刘海戏蟾”、财神、财童;希望长寿的老寿星、“八仙庆寿”、“麻姑献寿”;祝福婚姻美满的“和合二仙”;祈子的“张仙送子”、“麒麟送子”(图5)……。随着时代的发展,为适应新时代下人们的审美心理和要求,艺人们在泥塑的创作中又加入了时代的气息,祝福的题材更为丰富多样,体现了一定的

时代感,如寓意年年有余的“抱鱼阿福”,体现时代特征的“千禧娃”、“阿福庆回归”、“奥运福娃”,祝贺新婚的“花好月圆”……

一方水土养一方人,各地的民间美术因地域环境和人文环境的不同以及不同的时代背景下,产生了各自风格的民间艺术。惠山泥人也正是在江南这个风景秀丽、悠久、浓郁而深厚的吴文化背景下产生的,并受到经济、政治、文学、戏曲等的影响,形成了江南民间特色的艺术风格。民间艺术家们在进行创作时,“依心曲自来唱”,在尊重表现物原有文化的基础上,完全根据自己的审美趣味、主观喜好去表现,因而具有浓郁的民间乡土气息。惠山泥人在造型、色彩、图案装饰上都体现了中国传统审美趣味和心理,以其生动传神的造型、鲜明悦目的色彩、精美雅致的装饰和极具江南地域特色的风格在民间传统泥塑艺术中独具特色,堪称民间泥塑艺术中的代表。

参考文献:

- [1]王树村.中国吉祥图集成[M].石家庄:河北人民出版社,1992
- [2]戏泥话偶.国立历史博物馆(台湾),2003
- [3]沈大授.惠山泥韵(第一版)[M].时代文艺出版社,2004
- [4]唐家路,孙磊.中国吉祥装饰(第一版)[M].南宁:广西美术出版社,2000.72-73

Research on Connotation of Wuxi Mountain Hui Clay Figurine

HUANG Jingxia

Abstract: This thesis mainly discusses respectively the traditional aesthetic conceptions of china, the “five elements” color idea and the psychology longing for good fortune, which are reflected in the shape, color and theme of the mountain hui clay figurine. Because of the mountain hui clay figurines’ vivid image, the very beautiful colors, the elegant decoration, full of good luck implied meaning and the extreme embodiment of the regional characteristics of the south china. The mountain hui clay figurine, full of vivid artistry and abundant and profound cultural connotation, has become one of the prominent representatives of the art of the folk clay sculpture.

Key words: Mountain hui clay figurine; Shape; Color; Theme

(上接第 61 页)

Linguistic Cultural Analysis of the Advertisement of Nanjing Real Estates

WU Jianyong

(Yangzhou Education Institute, Gaoyou Jiangsu 225600)

Abstract: As a social language, the advertisement of Real Estates includes the names of buildings and the language of advertisement propaganda. The original and unique names of buildings and the meaning language of advertisement propaganda can make people feel that they suddenly see a light before them and can't forget them after going over them. This article tries to research and emphasize the 115 the advertisement of Nanjing Real Estates that were printed in these newspapers, which are Yangts Evening, Modern Express, Nanjing Evening and Morning, from language and culture.

Key Words: The naming of real estates; Advertisement; Linguistics; Culture