

◎ 张西昌



凤翔泥塑的『手工艺』调研

陕西凤翔当地有这样一句谚语：“东湖柳，西凤酒，姑娘手。”这里的“姑娘手”其实不是单指心灵手巧的凤翔女性，而说的是凤翔本地人引以为自豪的手工艺。使凤翔人美名远播的自然首推六营村的手工艺特产——“凤翔泥塑”。

近年来，迅速的规模化与产业化发展，使凤翔泥塑这一具有悠久传统的民间工艺成为了受人瞩目的知名民艺品牌，成为带动当地村落经济发展的手工型产业。传统手工艺的产业结构调整势必会带来村落结构的变化，文化传统、市场经济、政府意志、现代审美都要在村落语境中产生复杂的作用力，从而促动民间工艺与现代社会的对接。带着种种思索，我多次走进六营村，进行了关于民间手工艺与村落发展的访查与调研。

一 泥塑渊源与六营村落

六营村是凤翔泥塑的产出地，隶属城关镇，距凤翔县城东向约六、七里的路程。

关于六营村的来历，民间有两种说法：一说在明朝之前，此村附近有三条道路交错，故称六道村，后朱元璋的外甥张文忠讨伐鞑子，屯兵于此，又改称六道营。第二种说法是，因为明朝时朱元璋的第六支部队驻扎于此，故村名六道营。

自上世纪七十年代改称六营村。

以上的两种说法稍有差异，但其共同点是：六营村与兵士的落户有关。据当地人说因为士兵中江西人甚多，善于泥塑烧造，便取村边水沟里的淤土，捏制泥活，以此谋生。这便是凤翔泥塑的起源。

凤翔泥塑起于明朝是现今比较固定的一种说法，可六营村的部分乡民更喜欢把泥塑的历史追溯到秦汉时期，青年艺人胡新明更是坚持这种观点。他们的依据是：在凤翔县境内被大量发现的先秦王侯陵墓里曾有不少这样的陶品出现，其形制与现今的凤翔泥塑十分相像。

还有当地的文化人认为：凤翔古称雍州，在漫长的古典历史时期，一直是关中西部政治、文化、经济的中心。六营村的村址刚好是城外众多

手艺人聚集的地方，凤翔泥塑与陶器的制作有着紧密的关联，从先秦墓葬的明器来看，凤翔泥塑的历史可能要远溯到先秦时代。

自商周时，贵族的青铜用具中便有大量的动物形象出现，凤翔在周秦两代作为京畿之地，其器物的形制不会不对后世产生影响。经杨学芹等专家的比较研究后认为：凤翔泥塑中的坐虎，坐狮等传统形象同商周时的青铜器在形制上有着密切的关联。

先秦时期，富贵者的墓葬中开始出现了拟生的陶质、木质及金属质的陪葬品，其中便有动物的形象。但那时的泥塑是作为明器使用的，和后来的凤翔泥塑有着民俗意义上的差异。至于后来凤翔泥塑具有驱邪化吉的民俗信仰的形成，以及其泥塑工艺的成熟，应该有着江西兵士的功绩吧！

以上的说法，因为没有明确的文字记载，未能经过专门人士确凿的证实，只是沿用民间的传言而已。民间工艺的历史地位导致了它发展脉络的模糊性，很多的历史情节只能在村落成员的片段记忆中变得扑朔而迷离。

二 家庭模式与泥塑生产

以家庭为单位的生产模式一直是传统手工艺赖以存在的历史动力，农耕社会的组织方式强化了家庭的社会功能，传统村落的形成往往是氏族



衍生的结果。所以，以家庭为单元的生产方式就成为民间手工艺生产的突出特点。这样可以使艺人免去过多的人力和物力投入，从而减少生产的风险，也可以使艺人能够照顾农业生产，并有效利用闲暇时间从事手工艺劳动，在具体的生产中也能最大限度地获得家庭成员的支持。这是在长期农业背景下，远离都市商业氛围熏陶的民间手工艺生产的惯性思维。

传统手工艺生产的地域性首先体现在就地取材，这是因为在低水平的农业生产条件下，人们适应自然环境的结果，其中也映射了人类与自然相协调的关系。后来在其技艺不断发展的过程中才渐渐融入当地的区域性文化特征，最终成为区别与别处的一种文化标志。

六营村边的万泉沟和封闭性的技艺传承成为凤翔泥塑的两种资源，虽然沧海桑田，柳暗花明，但凤翔泥塑的火种一直在六营村落的狭小范围内保留延续。据胡深老人讲：即便在六营村里，泥塑也一直是穷苦人的营生，稍有生路的人家都不会从事这门手艺，“无本无风险，薄利吃口饭。”是凤翔泥塑得以流传的基本理由。艺人中都有着这样的说法：“泥活无本，越做越穷。”用以自嘲。凤翔泥塑曾在乾隆时期一度隆盛，到上世纪五、六十年代，泥塑的从业人员只有几户人家了。文革期间，泥塑技艺被视为破除旧的对象，其生产

基本上处于停滞状态。到了八十年代初，政府组织了专门人员，对民间原有的手工艺形式进行扶持，才使乡民们重新燃起重操旧业的念头。

实行联产承包责任制以后，农民有了更多的闲暇时间来从事副业，政府也鼓励他们通过其他产业来增加家庭收益，农民的收入明显增加，村落中的各种民俗活动也积极开展起来。在这样的背景下，凤翔泥塑获得了新发展机遇，更多的农户相继加入到泥塑手工艺的行业中。

凤翔泥塑主要取材于万泉沟里淤积的粘土，俗称：“板板土”。然后再加入棉花或纸浆，通过多次捶打，以模具制形，风干后再施以白土浆水，然后钩线施彩而成。其制作方式总的来看有三类：单模、合模、还有一类是用手捏塑。产品也自然就有三种：挂片、坐兽和戏偶。原来的坐兽泥塑腹中置有石子或谷粒，小孩摇晃时可以发出声响，以增添乐趣。不同的作坊形成了各自的强势产品，六营村就有这样的说法：“胡深家的虎，新民家的牛，杜银的挂片买不愁。”这都是在长期的生产过程中自然形成的经验之道。

家庭作坊的形式使凤翔泥塑的从业人员基本上局限于氏族、家庭和村落的范围，大多是由自家成员组成并参与，部分销量较大的作坊也雇用少量本村或外乡人员，但往往会招来村人的非议。诸多中国传统民间手工艺有一个显著的特点

便是家族式的封闭性传承，泥塑生产集中的六营村三组以胡姓成员居多，还有薛姓和杜姓等户，在具体的生产上仍不自觉地奉行不传外的习惯。直到近十年，由于市场经济的促进作用，在泥塑艺人中吸纳了为数不多的外乡人。六营村及附近周边现有近百余户人家从事泥塑及相关民艺品的生产，但只有三、四户非家庭式作坊雇佣或教授外地的学徒，其余均是沿袭封闭性的家庭作坊式生产。

家庭作坊是农业社会生产方式的一种折射，也是与民间手工艺这种小规模、零散的生产形式相适应的，但随着社会转型和市场经济的发展，它与现代商业营销之间的不和谐性便开始显露。生产户信息的闭塞，创新意识的缺乏、守株待兔式的传统销货方式都直接影响了产品的数量和质量，使手工艺品牌的形成存在障碍，也便于接受市场规律的良性引导。

三 村落民俗与泥塑销售

民俗活动是传统民间手工艺生产的主要刺激因素，凤翔泥塑的传统市场是关中西府的村落俗信。西府地区有“前门贴门神，后门挂虎面”的讲究，用以驱邪避灾。孩子过岁时，外婆通常要给外孙用针线缝制或用色纸扎糊一支配风凛凛的老虎，以保护外孙不受疾病和灾祸的影响。六营

人用当地的泥土与手工艺给附近的农户奉献了精美的民俗礼品。由于传统泥活的主要消费对象是孩子，所以产品品类也较为单一，形制也较小。今天的凤翔泥塑由于功能和消费对象的转变，形制、品类更加丰富，有不足盈寸的小挂件，也有供公共场合放置的大型雕塑，在传统的形象基础上也出



现了不少新的泥塑样式，品种多达三百余种。

近些年，在民艺产业化、市场化的过程中，由于产销机制的错位导致了民艺品质量的下滑和传统特色的丧失，尤其是原本不作为商品流通的民艺品冲击尤甚。民间手工艺品一般分两类：一种是直接用于自身的生活所需，另一种则出于商品交换的目的。后者则易于和

市场经济的衔接，而前者则需要面临市场时作必要的调整。凤翔泥塑在传统社会形成产销方式，虽然质朴简单，但在与现代市场的对接中形成了自身的鲜明特色。

凤翔泥塑从诞生之日起，便是针对村落市场的产品加工。当然这种产品的生产，会受到区域风俗、交通运输、销售方式和当地经济等因素的制约。在上世纪九十年代之前，凤翔泥塑的销售基本上仅限于宝鸡地区的平原地带。由当地人用担笼、架子车或自行车负载，沿村进行叫卖，或在集市和庙会上出售。在物质贫乏，医疗普及尚不够的年代，百姓对于弱小生命的珍爱与祝福成为了民俗文化的一部分，凤翔泥塑便是应对了这种民俗信仰的需求。

九十年代后，中国民众的生活发生了巨变，同时也导致了传统习俗的消退。南方中、小型企业所生产的新型玩具，进入到了北方村落的百姓家庭中，塑料、金属等新型材质，比旧有的泥质玩具更耐用，更轻便，再加上发条及电池的运用，更加符合小孩的趣味。凤翔泥塑的市场受到了前所未有的侵占，因此，艺人们不得不调整产品生产，以寻求新的市场。

旅游业的兴起为泥塑的发展提供了新的空间，广告业，资讯业，运输业的发展也使凤翔泥



塑市场的开辟具有了更大的可能。凤翔泥塑的生产规模由六、七十年代的几户人家发展到现今的百余户人家，凤翔泥塑完成了从传统村落市场向城市主流市场的转型。

由于竞争，泥塑品的价格并不一致。名声在外的名艺人与其他从业者都有着自己的说法，村民之间的关系总是有些貌合神离，商业机制与传统产销之间的冲突导致了缺

乏团结的村民关系，使泥塑品的销售中弥漫着相互拆台式的不良竞争。对于外部拓展市场的盲目性，反而转化为艺人内部的压价争斗，这样使泥塑品的利润大大被削减，村民对此只是勉强为之，不知所措。

六营村的乡民们起初是把在家中生产，客户寻上门的销售方式视为一种幸运的，因为这比自己出门叫卖的年代不知进步了多少，但跟风而起的诸多生产户使这种格局被打破了。以大多数乡民自身的知识结构、人生观念、社会交往、社会地位来讲，显然无法驾驭大批量的商品贸易，于是便有了经纪人的出现，这些人在资金，社会关系，人生智慧，教育程度等方面都高于手

工艺人。他们对于手工艺人鄙视又利用的情感，常常使他们获得比生产者高出数倍的收益。很多小的生产户因此倍感压力。

政府和媒体对于个别艺人的关注在给整体产业带来机遇的同时，也造成了客源的不平衡。压低价格成为他们竞争的被迫选择。况且许多名艺人的产品也都是由普通的作者制作出来，只不过由名艺人代销而已，名艺人并不一定参与制作。村民们虽然心

里承认政府和媒体的宣传对于泥塑销售所起的巨大作用，但多数人不愿口头提及，只有部分名艺人喜欢谈及，而且相互诋毁，复杂难言。大多数的农户门口都有招人眼目的宣传牌子，但除了守株待兔的方法之外，他们显然缺乏自我推销的意识，也缺乏工艺创新的勇气。

四 艺人群体与泥塑创新

六营村的艺人们主要的身份是从事农业生产的农民，只不过由于耕作方式的转变，他们更多的时间是用于泥塑的生产上。农闲时节，从六、七十岁的老人到几岁的孩子，都会加入到这项工作之中，因为泥活的程序有别，参与的人也就比较多，因此，六营村几乎人人都会做泥塑。

由于传统工艺制作的重复性、手工艺品的实用性和消费群体的平民性等原因，民间工艺一直被置于社会的底层，艺人的工作价值也被忽略，他们与个人艺术家之间有着不可逾越的鸿沟，这种职业间的强分高下，给艺术与手工艺设计之间设置了人为的障碍。大多数艺人们的工作报酬与从事体力劳动没有什么太大的区别，只有极少数的名艺人会从这种规范中摆脱出来，获得令人羡慕的收益。

手工艺的制作性使其有着自身的内部技术规范，而其技术性又与艺人的生理机能有着紧密的联系，体力衰老时，手工的技术水平和创新性便会自然受到限制。匠人们首要的职责是忠于传统，在技术的传递中寻求个性的突破，或许是因为重复的劳动压抑了艺人们的创新思维。艺人们应该正视自身



的缺陷,积极吸纳别种艺术形式的营养,探求与创造符合时代趣味的作品。

艺人胡新明在新型泥塑的创作上有着重要作用,他设计的许多动物形象明显有别于老一辈的审美趣味,拟人、幽默和灵动是他的泥塑风格。青年作者的聪慧与胆魄使他在开拓市场方面比其他乡民要成熟得多,他不仅成立了开放式民间泥塑工作室,突破了传统家庭作坊式的生产模式,而且还建立了自己的专营网站。为了维护自己的创新产权,他还为自己的作品注册了商标,由于他的积极作为,使其常常成为民间泥塑界的明星。

六营村落造就名艺人同时,也给他带来了苦恼。胡新明的维权意识受到了村落语境的局限,使其无法真正实施,新的泥塑品类创造出来不久,村民们就会跟风制作,很快又以低价出售,民间艺人的知识产权在实际利益上很难得到维护,这是传统村落语境的特殊性造成的。在这个传统道德、血缘关系、长亲关系、协作关系复杂密集的空间里,新兴产销方式的介入是需要策略和耐心的。

大多数的艺人由于年龄、教育背景等因素,接触面相对狭窄,只是沿着重复他人的路子做着小本生意。尽管凤翔泥塑的生产也带动了相关产业的制作,比如马勺脸谱、木梭脸谱等。但这些产品在技艺上明显粗略,生产中的“跟风”现象很普遍,大多数艺人对于产品的美感设计不足,也缺乏专家在技艺上的适度指导,这些现象对于建立手工艺的品牌都会有着不良的影响。解决它的有效方法,则是需要政府从艺人培训上予以重视,从宏观处调控手工艺村落中的产销矛盾与危机,以此促动艺人内部的力量,探寻手工艺发展的新路子,创造出受大众欢迎的新型作品。

五 民间工艺与“一村一品”

“一村一品”的乡村经济模式,源自于地隅偏僻的日本大分县。它是在城市不断膨胀,而乡村经济疲惫的情况下提出的。城乡之间的不平衡发展使农村与城市之间对立的矛盾日益被强化,社会不和谐因素增强。人们通过开发自己乡村的特色农产品和乡土手工艺,使原本萎靡的乡村经济与文化得以重兴。经过数年的努力实践,这种良好的乡村经济模式在其他地区被迅速推广,使日本广大乡村的经济和文化得到了极好的恢复与发展。

上世纪八十年代初,“一村一品”运动的经验被介绍到我国,遗憾的是,由于种种原因,长期以来并没有得到政府有效的理解与重视。中国的现实国情规定了政府政策的指向,农村人口过多,教育素质偏低的事实始终是工业化进程中一个巨大的阻碍因素。尽管实现农业的现代化一直是人们普遍的积极心态,但由于农村区域在地理环境上的复杂性,导致了生产水平的极端不平衡,现代化在农业耕作上有着现实的难度。农业政策一刀切的模式化发展,使许多农村并没有发挥出他们自身的优势,粗放型的工业化意识使地方的自然生态也遭受破坏,单一的农业政策会影响到农业文化的丰富性。而手工艺的地域性,往往是区域自然环境和人文环境生发的结果,是在人与自然协调生存的方式下产生的,对于自然环境会有某种维护的作用。

从文化的角度看,手工艺可以起到恢复乡村文化的作用。稳定的生活方式、和谐的村民关系是乡村文化复苏的丰厚土壤,而且手工艺形态中本身就包含了传统文化的因素。手工业生产中的材质体现了人与自然的协调,技术是人与人之间的协作,产品则是对传统文化的承载与创新。通过手工艺的恢复,在某种程度上是重拾乡村传统

生活的细节,也会给工业化进程中农民阶层的不适应性起到一定的缓冲作用。

近年来,“一村一品”运动得到了政府的重新反思,传统手工艺也被列为振兴村落经济的项目之一。手工艺复归村落语境,不仅是对手工艺的技术性保护,还需要用现代化的思维方式去解读传统,要把局部的手工业生产与宏观的经济和文化状况相联系,以突破旧有的认识局限。要依据中国的政治体制、法律建设、民主意识、经济环境,

根据不同的手工艺品类,与各方人士制定可行的政策思路。

“一村一品”运动首先应该具有长远的眼光,团结的精神和逐步成熟的现代经营观念,才能取得良好的效果,这次运动并不仅仅是在原有的生产方式上增加各自的收入,而应该是一种协作方式上的深刻变革,是传统手工业生产方式和村落文化的一次现代化调整。



参考书目:

- 1、《手工艺的复兴》莫里斯 引自《艺术设计经典论著选读》姜传绩 编 东南大学出版社 2002年9月。
- 2、《民艺论》柳宗悦 著 江西人民美术出版社 2002年3月。
- 3、《工艺文化》柳宗悦 著 广西师范大学出版社 2006年1月。
- 4、《民间艺术的文化生态论》唐家路著 清华大学出版社 2006年5月。