

中国民间年画对现代海报的影响

陈日红

(湖北美术学院, 武汉 430205)

摘要: 通过分析中国不同历史时期民间年画的表现形式、社会功能和发行体系,论述了自汉唐以来的民间年画到现代海报的演变过程,表明了中国现代海报的发展虽在19世纪末20世纪初受到国外海报的某些影响,但其源头应是中国源远流长的民间年画。

关键词: 民间年画; 现代海报; 历史演变; 传播教化

中图分类号: J524.3 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2013)12-0013-05

Influence of Folk New Year Pictures on Modern Posters

CHEN Ri-hong

(Hubei Institute of Fine Arts, Wuhan 430205, China)

Abstract: On the basis of analyzing the different historical periods of the forms, social function and distribution system of folk New Year pictures, it discussed the evolutionary process from the folk New Year pictures in Han and Tang dynasty to modern posters and considered that the source of China's modern poster should be our country's ancient folk New Year pictures although it is influenced by foreign posters in the turn of the century.

Key words: the folk New Year pictures; modern posters; historical evolution; spreading and enlightenment

在商业海报、文化海报、政治海报比较普及的当下,很多人都认为中国的海报源于19世纪末20世纪初,随着外国资本的入侵而从国外被引入进来。客观地讲,外国工商业在中国的兴起促进了中国海报的发展,但中国本土海报的兴起从根本上来讲是源自民间年画。民间年画良好的功能、形式和发行体系成为中国现代海报兴盛的基石,其流变、演进方式不应该成为研究中国海报历史的盲点。

1 年画的历史源流

年画是中国古老而又传统的民间绘画艺术形式,其历史可以追溯到汉代,只是最早的年画并无后来的吉祥寓意,而是以辟邪驱鬼为主。据东汉蔡邕的《独断》记载:“十二月以竟,常以先腊之也除之也,乃画荼、垒并悬苇索于门户,以御凶也。”南朝梁人宗懔在《荆楚岁时记》中记载:“正月一日造桃板着户,谓之仙

木,绘二神贴户左右,左神荼、右郁垒,俗谓门神^[1]。”这也是为了让“百鬼畏之”。唐代佛教盛行,人们将包含驱邪避灾、祈福纳祥寓意的年画门神“秦琼尉迟恭”贴于门上时,也是为了除妖镇邪。由此可见,中国早期的民间年画只是反映了人们的巫风信仰和心灵慰藉。河南南阳石刻《神荼郁垒》见图1。



图1 河南南阳石刻《神荼郁垒》

Fig.1 Henan Nanyang stone" Carving Two Door-Gods"

唐代以前的门神一般都是手绘,以木、纸、绢等

收稿日期: 2013-01-17

基金项目: 2012年度国家社科基金后期资助项目(12FYS004)

作者简介: 陈日红(1974—),男,湖南安乡人,硕士,湖北美术学院讲师,主要研究方向为视觉传达设计、民俗与民间美术。

为载体。至宋代,随着造纸术和雕版印刷技术的不断发展,民间年画日趋走向兴盛和普及。岁时贴年画已成为当时的一种社会风尚,孟元老在《东京梦华录》中说:“迎岁节,市井皆印卖门神、钟馗、桃符,及财门钝驴、回头鹿马、天行贴子。”这在当时被称为“纸画”^[2]。随着宋代市井文化的发展与演变,门神也开始朝过年时的吉祥祝福“年画”演进。至此,门神也完成了一次华丽的转身,从最初的镇宅驱邪,演变成了人们祈福纳祥的美好愿望。宋代民间年画也具备了现代海报的某些特征,即可以张贴,可以复制。人们将信息印于纸上,贴在户外,传播信息,成为“仿单”^[3]。“济南刘家功夫针铺”的印刷铜版现藏于中国历史博物馆,上面除了“白兔”图形外,还有文字,即“认门前白兔儿为记”的商标,这是中国商业海报最早的雏形,见图2。



图2 济南刘家功夫针铺印刷图

Fig.2 Engraving print Kungfu Needle Shop of Liu Family in Jinan

到了明代,这种过年时张贴在门户的“纸画”被称为“画帖”,到清代又被称为“画片”。直到清道光二十九年,文人李光庭在《乡言解颐》中写到:“扫舍之后,便贴年画,稚子之戏耳^[4]。”年画这一曾在民间异常普及,被大众普遍接受的民间美术品,也由此定名,并沿用至今。一些被赋予吉祥寓意的动物和植物开始出现在年画中,成为中国特有的吉祥文化组成部分。这种极具想象力的民间智慧,应该是世界最早的文字到视觉图形的转换,也是最富有创意的图形设计。后来,民间艺人为了增加年画的趣味性和吸引力,在河北武强《九九消寒图》的年画中还出现了“四喜娃娃”和“六子争头”等富有创造性的视觉趣味图形,这应该是最早带有创意设计意味的海报,见图3。



图3 河北武强年画《九九消寒图》

Fig.3 Hebei Wu Qiang new year picture "Ninety-nine Eliminate Gold Map"

2 年画的教化功能

民间年画构图饱满,形象夸张,造型简洁生动,色彩艳丽鲜亮,寓意吉祥含蓄,富有生活情趣,展现了生命的活力,从而深受底层民众的喜爱。一句“有钱没钱,买画过年”的俗语道出了年画在大众心中的地位。

在中国民间年画中,以福寿喜庆、吉祥如意、祈福迎财、驱灾避邪等题材诸多,这种祈盼五谷丰登、国泰民安、和谐安康等美好意愿的年画被广泛张贴,进入寻常百姓家中,起到了很好的“从教化,助人伦”和“指鉴贤愚,发明治乱”的教育作用^[5]。民间年画在美化人们生活,寄托美好理想,满足老百姓心灵慰藉的同时,也有意无意地迎合了统治者抚慰民心、安定天下的愿望,使年画在发挥其美化生活、娱乐百姓的同时,也突出了民间年画在民族凝聚、精神激励、文化认同等方面的社会教化功能。

3 年画的传播功能

中国民间年画除了表达吉祥如意、驱邪纳祥等主题外,一些反应社会重大变革的内容也会经常出现在年画中,通过民间年画庞大的行销系统在广大民众中得以传播。例如光绪年间“戊戌变法”时,社会风俗都在改良,天津杨柳青刻印了一些反映禁吸鸦片、兴办学堂、女子自强等内容的年画;河北武强也刻印了一些提倡新学的年画。1911年,辛亥首义的枪声在武昌打响,离武昌不远的黄陂木兰山地区的年画作坊主们就把与辛亥革命相关的内容刻印出来,广为发行。如

湖北黄陂年画《扫尽满奴去旧仇》，见图4，这是一套4



图4 黄陂年画《扫尽满奴去旧仇》

Fig.4 New year pictures in Huangpi "Sweep the Man Slave to the Old Enmity"

条屏年画，描写了辛亥革命及军阀混战的场面，主题为“开国孙、黄、黎督，扫净满奴去旧仇”，条屏中有一幅画面反映了革命军在汉口洋街游行，租界里的英、日、德、俄、法等外国人向革命军行举手礼的场景；有一幅是黄兴、黎元洪都督在武昌汉阳门欢迎孙中山大元帅的场景；还有的表现了军阀混战的场面。据当地的一些老艺人讲，他们以前还刻印过十九路军大战东洋兵的单幅年画^[6]。从这些反映重大政治题材的年画中，得以窥见老百姓对没落清政府的痛恨和对革命的支持以及对新生活的向往。由此也可以看出，民间年画艺人对时事的敏感性，他们善于抓住老百姓感兴趣的事情，通过年画独特的行销体系而将其广为传播。

4 年画向海报的演变

从媒体传播角度来看，旧时在没有报刊、影视、网络等媒介的情况下，民间年画作为当时唯一发行量最大、覆盖面最广的寓教于乐的传播媒体，其作用是不可替代的。

如果民间年画是带有社会教化功能的中国现代政治文化海报的雏形，那么起源于民国初期的上海月份牌年画就是中国现代商业海报的开端。月份牌年画是外商洋行为了推销产品，利用中国民间过年张贴年画的习俗，将广告与年画合二为一形成的商业性绘画。与传统民间木版年画相比，月份牌在语言模式上融合了中西绘画语汇，以西洋擦笔素描加水彩来表现，注重体面塑造，较传统年画具有很强的立体感。它的内容新颖，印制精良，又附有实用的年历，因而受

到人们的广泛欢迎。先进的石版和胶版印刷技术，使月份牌在当时的年画市场上占据优势，传统年画开始逐渐走向衰微。

在传统木版年画发展式微的同时，其政治教化功能却被放大，成为政治斗争武器的革命新年画。在辛亥革命、五四运动、北伐战争以及大革命时期，抵抗侵略、揭露黑暗、歌颂革命的木刻宣传画的创作十分活跃。20世纪30年代的抗日救亡宣传画，成为了民族救亡最有力的动员武器。在抗日战争和解放战争期间，革命文艺工作者深入人民群众，尝试使用民间艺术形式宣传抗战，创作了一大批木刻套印与石印的年画，如年画《军民合作 抗战胜利》，见图5。



图5 年画《军民合作 抗战胜利》

Fig.5 New year pictures "Civil-Military Cooperation, Victory of the Anti-Japanese War"

这些年画吸收了传统民间年画的内容体裁和创作手法，有很强的表现力^[7]。此时，还出现了将传统工笔重彩加以改造使之更加简练、粗犷的新年画。新年画作为革命美术的产物，带有很强的政治、文化内涵，以宣传鼓动、制造社会舆论为目的而逐渐向宣传画海报方向转变，一直受到新生政权的重视。新中国诞生后，在全国掀起了一场“新年画创作运动”，新年画逐步取代了旧年画，年画不可避免地彻底地成为了新中国的革命宣传画。

5 旧式年画向政治宣传画的改造

新中国成立后的第一份关于文化建设的文件，是毛泽东签署的《关于开展新年画工作的指示》。《指示》认为，年画是中国民间艺术中最流行的形式之一，在封建统治下年画曾经是封建思想的传播工具，而新年

画已被证明是人民所喜爱的富于教育意义的一种形式;要以新年画为载体,宣传中国的成立和工农业生产的恢复与发展;要在年画中表现劳动人民新的愉快的生活和英勇健康的形象,借用旧年画的发行网络来争取新年画的市场;还要利用和改造门神画、月份牌画等年画艺术形式,使其成为新艺术普及运动的工具。此外,《指示》还强调要与旧年画的民间艺人合作,使新年画能经过他们来推行^[8]。由此,一场声势浩大的“新年画创作运动”拉开了序幕。当时一些年画作坊来不及改动年画内容,就把上面的文字改成“人民当家,翻身做主”等字样,有的甚至将“毛主席”和“朱总司令”作为门神形象印制发行(见图6),现在看



图6 1949年武强年画《毛主席和朱总司令》

Fig.6 Wu Qiang new year picture in 1949 "Chairman Mao and Chief Commander Zhu"

来颇为滑稽,但也反映了当时改造任务重、时间紧的客观事实。这场运动的参与者非常广泛,除了一般文艺工作者和年画民间艺人外,还有一些著名的画家也参与其中,出现了一批优秀作品。这些作品最开始从形式、构图等方面都是模仿旧式年画的格局,直到后来才慢慢形成自己的风格,并且作品种类之多,印数之大,盛况空前。通过旧年画庞大的行销网络和美术出版社新的发行体系,新年画完全取代在广大农村世代流行的旧年画,成为人们美化新生活的装饰品,也成为新政权宣传其纲领和路线的宣传品。作为宣传载体的革命宣传画,上面除了有简洁、通俗、好看及贴近生活的图形外,还配有醒目的、号召性很强的文字标题。这对解放初期中国大量无文化知识的普通群众来说,这种用具象图形来表达抽象理念的视觉语汇起到了很好的教育功能,也体现了现代海报关于用图形说话和易于传达的设计原则。

革命宣传画在继承旧门神画和月份牌画的体裁

和形式的基础上,又有所创新,工笔重彩、水粉乃至油画等艺术形式也被用于其中。20世纪50年代至60年代,革命宣传画因配合不同时期的群众运动而开始走向繁荣,画面内容都是一些新题材,诸如庆祝解放、民主政治、军民关系、工业生产、农业生产、自由婚姻、科学知识、中苏友好等,都与当时的政治、经济有关。在突出政治的“文革”时期,宣传画开始出现浮夸、伪饰之风,发展成为纯粹的政治海报,其装饰美化功能被弱化,政治教化功能被强化到极致。在这期间海报印量虽大,但题材单一,完全服务于政治。画面都是以挥拳头、瞪眼睛及某些固有姿势来表现“革命”形象,配以激情鼓动的简单文字,整个造型程式化、概念模式化,毫无新意可言,见图7。



图7 文革海报

Fig.7 Cultural Revolution poster

6 政治海报主导地位的转变

20世纪70年代末80年代初,社会发生了巨大变革,政治不再是人们生活的主要内容,经济建设成为了人们的首要任务。这个时期的宣传海报反映的变革为:不再是革命主义的政治主题,色调呈现多样化;政治口号与阶级斗争被掩埋在故纸堆中,科学文化登上海报画面。人们通过这种海报来表达过上幸福生活的渴望。同时,服务于经济建设的商业海报也随之出现。随着国门打开,国外的现代设计理念被运用于现代海报设计中,即风格多样,图形简练,色彩概括,重视创意,追求新奇,强调现代。此时,中国的海报已演进成为一种表达人们心灵诉求、传播信息、吸引眼球的崭新媒介,并在推动“眼球经济”发展中起着一定的作用。在各种媒介、资讯发达的21世纪,在商业流通和营销过程中,传统海报招贴竟然又大行其道^[9]。

特别是2008北京奥运会的官方海报,其理念已回归人文和传统,借助传统绘画手法来表现,有着深刻的人文意蕴,见图8。

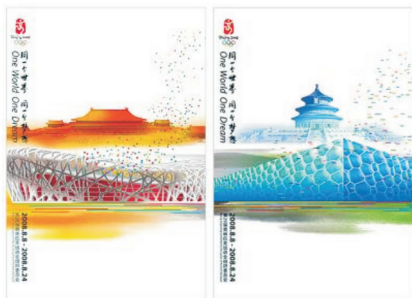


图8 2008北京奥运官方海报

Fig.8 Official posters of the 2008 Beijing Olympic Games

7 结语

从最初的民间木版年画到现在印刷精美的海报,其形式和印制技术都发生了巨大的变化。现在很多设计师在设计海报时,都从民间艺术中汲取灵感,向着多元化方向进行创新设计,因为传统民间艺术是5000年传统文化的结晶,有符合现代发展的观念和符号,能更好地体现民族精神,符合时代潮流^[10]。随着时代的演变,海报的形式虽然有所变化,但其作为平面印刷的传播媒介和其独有的“从教化,助人伦”的功能却一直没变,还在继续传播信息、引导人们的思想。

参考文献:

- [1] 谭麟.荆楚岁时记译注[M].武汉:湖北人民出版社,1985.
TAN Lin.Chronicle Annotation in Ancient Chu[M].Wuhan: Hubei People's Publishing House, 1985.
- [2] 王树村.中国年画发展史[M].天津:天津人民美术出版社, 2004.
- [3] 秦彦超.谈民间年画与现代招贴设计[J].北京理工大学学报(社会科学版),2005(3):114.
- [4] 李光庭.乡言解颐[M].北京:中华书局,1982.
LI Guang-ting.Recall of Hometown Songs and Proverbs[M]. Beijing: China Press, 1982.
- [5] 吴祖鲲.民间年画的社会教化功能[J].长白学刊,2007(6): 89.
WU Zu-kun.The Social Educational Function of the Folk Fine Arts[J].Journal of Changbai, 2007(6): 89.
- [6] 张朗.楚艺回响——张朗工艺美术文稿[M].武汉:湖北美术出版社,2009.
ZHANG Lang.The Reverberation of Arts and Crafts in Chu: the Literary of Zhang Lang's Arts and Crafts[M].Wuhan: Hubei Fine Arts Publishing House, 2009.
- [7] 陈履生.新中国美术图史——1949-1966[M].北京:中国青年出版社,2000.
CHEN Lv-sheng.The History of New China's Art Charts: 1949-1966[M].Beijing: China's Youth Press, 2000.
- [8] 王树村.中国年画发展史[M].天津:天津人民美术出版社, 2004.
- [9] 周峰,杨轶.招贴海报设计[J].包装工程,2004,25(4):243.
ZHOU Feng, YANG Yi.Advertising Poster Design[J].Packaging Engineering, 2004, 25(4): 243.
- [10] 邵岩.传统民间艺术对现代招贴设计多维化的启示[J].包装工程,2012,33(6):78.
GAO Yan.Inspirations for Modern Multi-Dimensional Poster Design from Traditional Chinese Folk Art[J].Packaging Engineering, 2012, 33(6): 78.