



品味羊年 回味春节

□ 张勃

羊年春节长假结束了,但那红红火火、圆圆满满的年滋味却总是绕在心头,久久不散。让我们试着抓住年的小尾巴,咂摸咂摸那没化的甜味,透过符号,品味春节,回味春节……

说起符号,人们似乎会觉得有点抽象,但你知道吗?其实我们每天都在用符号处理事情,用符号和人打交道。比如我们看到一家门上贴着红“囍”,“囍”就是符号,告诉我们这家有人结婚了。我们在路上走,听到身后有人摁喇叭,那声音就是一种符号,提醒我们后面有车。可以说,在我们生活的世界里,符号无所不在。而春节本身,更是一个复杂的符号系统。从感知角度看,其中既有视觉符号、听觉符号,也有味觉符号、嗅觉符号;从内容上看,有语言符号,即围绕春节及其各种习俗活动出现的传说故事、歌谣祝辞等;也有非语言符号,包括时间符号、空间符号、色彩符号、活动符号、实物符号、图像符号等。所以从这个层面我们可以说,春节是由各种符号构建起来的,而我们刚过完的春节就是人们再一次运用各种春节符号的过程。

看,火热的力量

“红红火火,春节到来又一年”,春节首先是一个时间符号。广义的春节是一段时期,春节的大幕在腊八粥的香味中徐徐拉开,直到新年的第一个月圆之夜元宵节过后才闭合起来,而在北方许多地区,俗以为二月二龙抬头是春节真正的尾声。狭义的春节则指正月初一。正月初一又有元旦、正旦、元日、元正、元辰、元朔、岁旦、岁首、岁朝、新正、三元之日等名称。这些名称本身均有开端、美好之意,而在阴阳五行学说中,春节所在的孟春之月、春季位属东方,东方属木,五色属青,是阳气生长的季节,因此又象征着生机与活力。

春节同时还是个空间符号。看看你家玻璃就知道啦,每到这个时候,我们总会把自己的家装扮一新,而这,正是最重要的私人空间符号。同理,庙会则是春节最重要的公共空间符号。

在中国,奇数为阳,偶数为阴,数字从一至九都有象征意义,而这一点在春节尤为凸显。标志时间在正月初一的春节首先与数字“一”关系密切,一虽是所有数中最小的一个,却是万物之本源,所谓“一生二,二生三,三生万物”。五在春节期间多有应用,一首上供歌这样唱道:“大年初一天气寒,多拜老天一整天。金香炉,银供桌,两把烧香往上搓。五个供,五个馍,五碗干菜随和着,满堂儿女把头磕。”九因谐音久,又是数中最大的一个,往往是幸福、长寿、富有的象征,也在春节中得到应用。偶数二寓意成双成对,是和谐圆满的象征,春节的门神多是贴两个,一左一右,颇具力量。但同为偶数的四,因谐音“死”则比较忌讳使用。

色彩是表情达意的载体。在中华文化传统中,红色是火的色彩、血的色彩,最为醒目,具有强烈的感染力,是热情、吉祥、喜庆的象征,具有驱邪避煞的民俗功能。“红红火火过大年”,所以红色是春节最重要的颜色符号。春联是红色,福字斗方是红色,过门笺是红色,压岁钱袋子是红色,连馒头也要加上红色的点。

而图像,即春节期间常用的花纹或图形,同样是富含意义的符号。如一个福娃怀抱金鱼,坐拥莲花,就有“连生贵子”、“金



玉满堂”、“连年有余”等多重含义。

听,团圆的声音

中国传统节日都离不开开故事,尤其是春节。围绕着春节及其诸多民俗活动而形成的民间故事数不胜数。如春节的来历、祭灶王爷的传说、过年为啥贴对联、过年为啥放鞭炮、过年为啥规矩多等,广为流传的关于年兽等的传说故事就是其中的典型。这些故事解释了春节习俗的来历与意义,而这些故事也总是在春节期间得到更多的讲述,这是春

节作为语言符号的一个体现。

歌谣谚语,则是春节作为语言符号的另一种体现。像节俗歌谣谚语、仪式歌谣谚语、游艺歌谣谚语、苦情歌谣谚语、时令歌谣谚语等。“腊月二十三,呀呀哟,家家祭灶,送神上天,祭的人间善恶言。一张方桌搁在灶前,阉张元宝挂在两边。滚茶凉水,草料俱全,糖果子糖饼子,正素两盘。当家人跪倒,手举香烟,一不求富贵,二不求吃穿;好事儿替我多说,恶事替我隐瞒。”这是典型的仪式歌谣,用于腊月二十三的祭灶仪式。它朗朗上口,将仪式的目的、供品、程序一一作了叙述。

至于流传于河南郸城县的《寡汉怨》则属于苦情歌谣。他用一个无妻男子的口吻唱出每个年节里的无助、落寞与凄凉,其中与春节有关的是:“正月里,是秦阳,大年五更真清凉,人家有妻把年过,为什么寡汉不成双。点上纸,焚上香,自家烧锅去下汤,一壶美酒无需用,家里少个小儿郎。”在这里,“寡汉”的“清凉”反衬了春节原本具有的团圆、热闹精神。

祝辞是春节中互相祝福的语言符号,如“恭喜发财”、“丁财两旺”等。而春节短信则是随着手机、网络平台的使用而出现的新的语言符号,形制短小,围绕着春节习俗、

让春节在生活中落地生根

□ 张勃

只有社会中的人们将春节符号作为生活日用之物或者使其成为生活内容的一部分,春节才可能在这个社会中扎下根须

春节符号是不断传承的,许多春节符号都有悠久的历史,一些当代仍在使用的春节符号其历史往往可以追溯到遥远的过去。

比如拜年是人们互相拜贺以庆新年的仪式活动,是重要的春节符号,它至少在汉代已经出现。当时的朝正元会之礼是朝廷中的拜年,民间的拜年礼就如《四民月令》中所说,无论身份尊卑,无论年龄大小,家庭成员都要按照一定的顺序坐在先祖之前,然后由晚辈向长辈敬献椒酒,“称觴举寿”,祝愿长辈身体健康,吉祥如意。在家庭中拜年之后,还要向君主、老师以及亲朋好友、乡党耆老拜年。又如门神也是春节符号之一,多为神荼、郁垒的图像,其历史可以上溯到先

秦时期,据《论衡·订鬼》引《山海经》云:“立大桃人,门户画神荼、郁垒与虎,悬苇索以御凶魅。”直到今天,春节仍有许多人家张贴神荼郁垒的图像。

当然,春节符号也会随着时间的推移、社会的变迁、科学技术的进步而不断发生变化。历史上的不少符号今天已难觅踪影,今天使用的某些符号则是新近的产物,亦有一些符号虽然一直存在,但形式和意义都发生了较大变化。

以屠苏酒、拜年短信、爆竹为例。屠苏酒是一种用大黄、白术、桔梗、乌头多种药物专门炮制的药酒,作为春节符号至少在南北朝时期已经出现。《荆楚岁时记》记载:“正月一日是三元之日也……长幼悉正衣冠,以次拜贺,进椒柏酒,饮桃汤,进屠苏酒、胶牙饧……饮酒次第,从小起。”饮屠苏酒打破一般的饮酒顺序,要从年龄小的开始。

唐宋时期,过年饮屠苏酒是十分盛行的

习俗活动,王安石《元日》诗云“爆竹声中一岁除,春风送暖入屠苏”,反映了屠苏酒在当时的流行。然而今天,人们已很少知屠苏酒为何物,更谈不上对它的饮用了。屠苏酒是已经在生活中消失的春节符号。

近年来伴随着手机的出现而出现的拜年短信,则是一种全新的春节符号,它形式不拘,言简意赅,借助手机对它的使用能够异地拜年,在十分短暂的时间里得到实现。至于爆竹,作为春节符号历史悠久,至今仍在行用,但无论形式和意义都发生很大变化。早期的爆竹,正如“爆竹”二字所揭示的,是将真正的竹子放进火里燃烧,使其爆裂并发出声响;后来的爆竹转化为用纸浆填火药,形式已然今非昔比,至于意义,早期的爆竹旨在驱避山臊恶鬼;而今天则主要是为了庆祝了。

今天的时代,产业化文化,文化产业化,使世界的经济结构发生了重大转变。产业需要符号来推动,而符号本身亦可以转化

成文化产业。

春节符号背后实际上存在多条产业链,春节食品、春节饮品、春节饰品、春节祭品、春节玩具、春节文艺展演、春节旅游、春节信息、春节交通等,每一种符号都牵动着一条产业链,都可以成为拉动经济增长的元素。对这些符号的自觉研发和商业化运作,既能够有效地促进经济增长,又利于春节文化的传承和传播。

事实上,只有社会中的人们将春节符号作为生活日用之物或者使其成为生活内容的一部分,春节才可能在这个社会中扎下根须。在很大程度上,西方圣诞节正是通过圣诞老人、圣诞树等圣诞节符号在中国市场的销售而实现在中国社会的传播的。

春节符号是流变的传统,如何在继承传统春节符号的同时又增加新的特色,如何运用春节符号推动产业发展、借助产业发展实现春节符号的更好传承,则是时代赋予我们的课题。

故事、风物等展开,又多含有祝福之意。如:“㊗㊗,这是两个饺子送给你,虽然不太好看,但是馅是我精心调制的,一个包有快乐,一个包有健康,新年了,祝你开心健康每一天!”

闻,幸福的味道

春节的活动以除夕为界限分为年前年后两段,年前活动意在辞旧,为过年做准备。年后活动意在迎新,庆祝新年的到来。

有首节俗歌谣唱得好:“腊月二十三,灶王爷上天。腊月二十四,家家扫院子,腊月二十五,裁纸糊窗户……腊月二十九,春联贴门首。三十守岁坐一宿,大年初一拜新春。”它按照时间顺序主要罗列了年前腊月二十三之后的种种习俗活动,具有较强的普遍性。为了迎接新年的到来,人们要祭灶,将被认为是“一家之主”的灶神送上天官;要打扫卫生,要清洗自己;要赶年集,购买过年所需各种物什或原料;要做年货,准备、制作过年所需吃穿用度一应物品,宰羊杀猪、生豆芽、磨豆腐、蒸馒头、做年糕、炒果子,余丸子、过油;还要贴春联,并在除夕守岁,送旧年离开,迎新年来到。而随着新年的到来,在随后的一段时间里,各种欢迎、庆祝活动纷沓至来,如早起、开门、放鞭炮、迎神、祭祖、拜年、宴请宾朋、送穷、占岁、接路头以及赛会、看舞狮、看花灯、听唱曲、玩宝盒等各种娱乐活动。与此同时,又有诸多禁忌要遵守,比如不能骂人,不能吵架等。而所有这些活动,都是意义的载体,都是有意义的符号。比如打扫卫生、清洗自己就承载着净化的意义,就是用干净的空间和身体来迎接神圣时间的到来。这些都是春节作为活动符号的体现。

春节的实物符号则是复杂多样的,大体可分为如下几类:

首先是食品,如饺子、汤圆(汤团)、面条、糕粿(如年糕,取年年高升之意;红龟糕,龟形,染红色,象征长寿;还有发糕,有求发达之意)、糍粑、麦芽糖、五辛盘、欢喜团、桂圆、柿饼等;其次是饮品。如屠苏酒、椒柏酒、元宝茶、橄榄茶或五果汤等,都是具有历史底蕴的春节用饮品;还有服饰。过年穿新衣,过去多戴花、闹蛾儿等,现在会购买金银玉等各种质料的首饰;四是饰品。如年画、春联、斗方、门神、过门笺、窗花、灯笼、中国结挂饰、生肖饰物等,干花、鲜花、假花也是重要的春节装饰品;五是祭品。如神像、神主、家堂、香烛、纸箔、茶果等;最后玩具等也不能忘,如木制的关刀或长枪,小喇叭或小鼓,纸糊的龙灯狮灯、各种材质的生肖、假面具、鞭炮、压岁钱、贺年片、芝麻秆等都是。

不论食品、饮品、饰品还是玩具等物品,都可以作为礼品来使用。这些物品,同样承载着意义,不能等同于平时所有的物品。比如饺子,是现在平时也会吃的食物,但春节期间的饺子谐音“交子”,具有新旧时间更换之意。

说到现在,你应该会发现,不同的春节符号承载着不同的意义,但这些春节符号放在一起,则又承载着春节独特的文化内涵,即更新、庆贺、祈吉、迎春、祥和与团圆。



本版编辑 梁婧