

<<丙戌贺岁>>

图书基本信息

书名：<<丙戌贺岁>>

13位ISBN编号：9787102031866

10位ISBN编号：7102031866

出版时间：2005-11

出版时间：人民美术出版社

作者：人民美术出版社

页数：286

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<丙戌贺岁>>

### 内容概要

《乙酉贺岁》《丙戌贺岁》的内容结构与《甲申贺岁》大致相仿。

“年节习俗”部分从北京的习俗开始向各地的习俗发展；节日，也将从春节向各民族的新年及其他节日延伸。

“生肖文化”及“艺术造型”等部分，仍以生动有趣、丰富多彩为主旨。

## <<丙戌贺岁>>

### 书籍目录

年节习俗 过年随笔 年文化 过年的时间 冬至数九 开台和吉祥戏 新年祈福 春节老照片 正月十五捏属 山西面花艺术 新绛花馍 北京民间“花会” 山西新绛民间社火 正月十五迎厕神 打囤与填仓 中国传统吉祥植物 丙戌话狗 十二生肖年表 生肖文化 纪年互算法 戌年话狗 属鼠不养猫：生肖本命说 说文解狗 天狗吃月亮 黄耳传书 雷州石狗 戌狗生肖邮票 我与“狗”的缘分 狗的轶闻趣事 狗狗时装DIY 藏獒“马家军” 浅谈犬的起源与驯化 世界名犬 犬慧而忠 古今画犬 “狗”的绘画 “狗”的雕塑 “狗”的摄影 “狗”的肖形印 “狗”的玩具 “狗”的邮票 “狗”的火花 “狗”的剪纸 “狗”的LOGO “狗”的造型图案 附记 20世纪狗年大事记 狗年出生的中外名人 编后记

## &lt;&lt;丙戌贺岁&gt;&gt;

## 章节摘录

书摘年文化 冯骥才 在中国民间，最深广的文化，莫过于“年文化”了。

西人的年节，大致是由圣诞到新年，前后一周；中国的旧历年(现称春节)则是从早早吃一口那又黏又稠又香又热的腊八粥时，就开始听到了年的脚步。

这年的行程真是太长太长，直到转年正月十五闹元宵，在狂热中才画上句号。

算一算，四十天。

中国人过年，与农业关系较大。

农家的事，以大自然四季为一轮。

年在农闲时，便有大把的日子可以折腾；年又在四季之始，生活的热望熊熊燃起。

所以，对于中国人来说，过年是非要强化不可的了，或者说，年是一种强化的生活。

这样，一切好吃好穿好玩以及好的想法，都要放在过年上。

平日竭力勤俭，岁时尽所能。

缘故是使生活靠向理想的水平。

过年是人间生活的顶峰，也是每个孩子一年一度灿烂的梦。

世界上每个民族都有自己的崇拜物。

那么中国人崇拜什么?崇拜太阳?崇拜牲?崇拜祖先?崇拜皇帝和包公……非也!中国人崇拜的是生活本身。

。

“过日子”往往被视为生存过程。

在人们给天地三界诸神众佛叩头烧香时，并非信仰，亦非尊崇，乃是祈望神佛降福人间，能过上美好又富裕的生活。

这无非借助神佛的威力，实现向往；至高无上的是生活的本身。

在过年的日子里，生活被理想化了，理想也被生活化了。

这生活与迷人的理想混合在一起，便有了年的意味。

等到过了年，人们走出这年所特有的状态，回到生活里，年的感觉也随即消逝，好似一种幻觉消散。

是啊，年，实际是一种努力生活化的理想，一种努力理想化的生活。

于是，无论衣着住行，言语行为，生活的一切，无不充溢着年的内容、年的意味和年的精神。

且不说鞭炮、春联、福字、年画、吊钱、年糕、糖瓜、元宵、空竹、灯谜、花会、祭福、拜年、压岁钱、聚宝盆等等这些年的专有的物事；打比方，单说饺子，原本是日常食品，到了年节，却非比寻常。

。

从包饺子“捏小人嘴”到吃“团圆饺子”，都深深浸染了年的理想与年的心理。

而此刻，瓶子表示平安，金鱼表示富裕，瓜蔓表示延绵，桃子表示长寿，马蜂与猴表示封侯加官，鸡与菊花都表示吉利吉祥……生活中的一切形象，都用来图解理想。

生活敷染了理想，顿时闪闪发光。

对于崇拜生活的民族来说，理想是一种实在的生活愿望。

生活中有欣喜满足，也有苦恼失落；有福从天降，也有灾难横生。

年时，站在旧的一年的终点上，面对一片未知的生活，人人都怀着这样的愿望：祈盼福气与惧怕灾祸。

。

于是，百年来有一句话，把这种“年文化心理”表现得简练又明确，便是：驱邪降福。

这样，喜庆、吉祥、平安、团圆、发财、兴隆、加官、进禄、有余、长寿等等年时吉语，便由此而生。

这些切实的生活愿望，此刻全都进入生活。

无处没有这些语言，无处不见这些吉祥图案。

一代代中国人，还由此生发出各种过年方式，营造出浓浓的年的环境与氛围。

长长四十天，天天有节目，处处有讲究，事事有说法，这色彩与数字都有深刻的年的内容，这便构成了庞大、深厚、高密度的年文化。

年是自然的，年文化是人为的，它经过了精心的安排。

## &lt;&lt;丙戌贺岁&gt;&gt;

比方，年前一切筹备的目的都是为了家庭，人也往家里奔，过年大团圆的合家饭是年的最高潮；过了年，拜年从家庭内部开始，到亲戚，再到朋友，逐步走向社会；到了正月十五闹元宵，就纯属社会活动了。

这年的行为趋势，则是以家庭为核心，反映了对家庭幸福的祈望与尊爱。

年文化是极严格的。

它依照自己特写的内涵，从生活中寻找合适的载体。

拿物品来说，苹果代表平安，自然就成为年节走红的礼品；梨子有离别的味，在岁时便被冷落一旁；年糕可以用来表示高高兴兴，它几乎成了年的专利品；而鞋子与“邪”字谐音，便在人们口中尽量避免提及。

年，就这样把它可以利用的一切，都推到生活的表面，同时又把自己深深的含义凸现出来。

故而，年文化十分鲜亮。

浓浓的年文化，酿出深深的年意年味。

中国人的年追求这种年意与年味，当然也就去加强年文化了。

中国人对生活的态度十分有趣。

比如闹水的龙和吃人的虎，都很凶恶。

但在中国的民间，龙的形象并不可怕，反而要去耍龙灯，人龙一团，喜庆热闹；老虎的形象也不残暴，反被描绘得雄壮威武，憨态可爱，虎鞋虎帽也就跑到孩子身上。

通过这种理想方式，生活变得可亲可爱。

同样，虽然生活的愿望难以成真，但中国人在不停地苦苦期待上，而是把理想愿望与现实生活拉在一起，用文化加以创造，将美丽而空空的向往，与实实在在的生活神奇地合为一体。

一下子，生活就变得异样地亲近、煌煌有望和充满生气了。

这也是过年时我们对生活一种十分特别又美好的感觉。

这一切都源于中国人对生活的崇拜。

中国人不把理想与现实分开，将理想悬挂云端，可望而不可及；而是把物质的和精神的生活视为一体，相互推动，相互引发，用生活追求愿望，用愿望点燃生活，尤其在新春伊始，祈望未来之时，这种生活观被年文化发挥得淋漓尽致和无限迷人。

一代代中国人就这样，对年文化，不断加强，共同认同，终于成为中国人一股巨大亲和力和凝聚力之所在。

每一次过年，都是一次民族文化的大发扬、一次民族情结的加深，也是民族亲和力的自我加强。

于此，再没有别的任何一种文化能与年文化相比了。

年文化是民族共存的文化。

然而，应当承认，年文化受到空前猛烈的冲击。

原因是多方面的：一是西方文化的冲击。

现在中国人的家庭中，年轻人渐渐成为一家之主，他们对闯入生活的外来文化更有兴趣；二是人们的社会活动和经济行为多了，节日偏爱消闲，不愿再遵循传统的繁缛习俗；三是年文化的传统含义与现代人的生活观念格格不入；四是年画、鞭炮、祭祖等方式一样样从年的活动中撤出。

有一种说法，过年只剩下吃合家饭、看春节电视晚会和拜年三项内容，而拜年还在改变为“电话拜年”，如果春节晚会再不带劲儿，便真成了“大周末”了。

没有年意了！没有年味了！恐怕这是当代中国人一种很深的失落，一种文化的失落。

可是，当我们在年前忙着置办年货时，或者在年根儿底下，在各地大小车站，看着成千上万的人，拥挤着要抢在大年三十回到家中——我们会感到年的情结依然如故，于是我们明白，真正缺少的是年的新的方式与新的载体。

是我们自己把年淡化了。

如今，春节已是一半过年，一半文化。

但由于长久以来，一直把年文化当作一种“旧俗”，如今依旧不能从文化上认识年的精神价值，所以在年日渐淡薄之时，我们并无忧虑。

难道只有等待社会文明到了相当程度，才会出现年的复兴？复兴不是复旧，而是从文化上进行选择与

<<丙戌贺岁>>

弘扬。

现在要紧的是，怎样做才能避免把传统扔得太快。

太快，会出现文化上的失落与空白，还会接踵出现外来文化的“倒灌”和民族心理的失衡。

建设年文化，便是一个太大的、又不容忽视的文化工程。

P14-17插图

<<丙戌贺岁>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>