



这把剪刀范祚信已经用了10年,他还觉得时间不够久

阿里年货节发起“非遗”众筹 年轻与传统的一次对望

一位剪纸老师傅的遗憾



非物质文化遗产传人 范祚信

越到新年,范祚信越怀念那个家家户户贴窗花的年代。他还记得以前最高兴的就是腊月二十八,那一天,忙了一年的庄户人家

都得贴上鲜亮的窗花,让日子“新鲜新鲜”。

胶东人都知道,高密县井沟镇有两件了不起的手艺。一件是木制板,另一件是剪纸。而在剪纸领域,范祚信是当地公认的头把交椅。

从六七岁开始,范祚信就开始跟着母亲学剪纸,那时全村有一半人都会剪纸。高密剪纸的特色是疏密对比强烈,黑白灰分明,无论离多远观看,画面都不会模糊,“花盆还是花盆,娃娃还是娃娃,猴还是猴”。

范祚信拿起一片窗花演示:冬天的太阳透过窗户纸毛茸茸地照进来,花盆装饰线条细而疏朗,根根分明,这叫“白”;小娃娃的脸是红彤彤圆滚滚,只镂空了两道月牙弯弯眼,这叫“黑”;小猴脑袋上是细细密密的锯齿状小毛毛碎边,这叫“灰”。“灰”最是难剪,范祚信的手艺堪称一绝。

师从母亲,范祚信十多岁就能自己设计花样了:看见小兔在地里吃草,他脑中迅速就能勾勒图样,腿该怎么蜷,耳朵该往哪边翘,清清楚楚。在纸上画下轮廓,剪刀尖戳进去,一边剪一边琢磨小兔身上应该装饰铜钱纹还是元宝纹,背上开荷花好还是牡丹好,哪里该黑、哪里该白、哪里该灰。脑子里过完,手下一只栩栩如生的剪纸兔就出来

了。抵住剪刀尖的那根手指最为敏感,范祚信甚至能通过皮肤感知使力的大小和匀称程度。要剪“灰”的锯齿状毛毛部分了,他对着光源,闭起眼睛,全心用手感受剪刀的力度。嚓嚓嚓嚓……剪刀左右摇摆,破纸的细小声响连绵。声音停了。范祚信将手中的纸轻轻一抖,锯齿状纸屑簌簌落下,“蹦”出一只毛茸茸的小兔。

慢慢地,周围十里八乡的人都知道有个小伙子会剪纸,手艺一等一的好。那时候,一到过年,村里家家剪窗花,手艺还成的自己剪,手艺不行的就夹着一叠红纸找范祚信帮忙。那种热闹至今令范祚信怀念,“很有意思,那时候生活虽然很苦,工作也很累,但是日子过得有味道啊。”

从上世纪八九十年代起,老范所在的村里陆陆续续换了玻璃窗,窗花贴在玻璃上头,屋里炕头一烧,玻璃就凝上水珠,把剪纸浸得软塌塌,不好看。时间一长,大家也就不再去弄。到了腊月二十八,春联贴上了,福字挂出来了,高密巨有年头的窗花却没了。

只有老范,还守着他的纸窗,年年依着习俗剪窗花,怀念着记忆中的味道。

从上世纪八九十年代,村里陆陆续续换了玻璃窗之后,范祚信再也看不见最爱的红窗花了。尽管自己家里还保留着村里唯一一扇纸窗,可以贴自己钟情了大半辈子、也剪了大半辈子的窗花,但孤单的一扇窗,毕竟还原不了“腊月家家贴窗花”的旧时热闹。

不过,让古稀之年的范祚信欣慰的是,在自己居住的山东高密县井沟镇河南村之外,一场网上的“年货节”和一个叫作“网络众筹”的新鲜词汇,正在吸引越来越多的普通人了解他引以为傲的剪纸手艺。

就像电影《一代宗师》里说的,“留一口气,点一盏灯,有灯,就有人”,范祚信最大的心愿是,剪纸的气脉不能断。

为了这次年货节,范祚信拿出了珍藏多年的传统图样,有胖乎乎的福娃娃、活灵活现的猴子娶亲……剪了大半辈子窗花,范祚信珍藏了70多个剪纸图样,但流传到网上的只有20多个。剪纸这门手艺太老了,离娃娃们越来越远。互联网能让剪纸重新红火起来吗?范祚信忐忑又憧憬。

范祚信所说的网上的年货节,指的阿里巴巴年货节。阿里巴巴年货节由农村淘宝、淘宝、天猫、聚划算四大电商业务联合举办,主题是“全球年货、团圆盛宴”。年货节充分考虑城乡消费者在春节期间的需求,旨在为广大消费者打造一个有真正年味的“节日”,尝试掀起“洋货下乡、土货进城”的热潮。该活动于2016年1月14日开始预热,1月17日腊八正式开售,延续到1月21日。其中,农村淘宝线上线下活动已于1月6日正式开展,持续到2月正月十五前后。

这场声势浩大的年货节,不仅汇聚了上百家的中华老字号,“老字号×互联网”的新玩法不断,还推出了多场旨在保护非物质文化遗产的众筹活动。淘宝众筹联手文化部门展开阿里年货节非遗合作,除了范祚信所代表的山东高密剪纸,河南开封朱仙镇的木板年画、山东的胶东大饽饽等传统非遗技艺,都将通过“众筹”这种互联网新模式被网民所了解。

在这场非遗合作中,还有一个知名度极高的网红小伙伴——故宫淘宝。凭借对年轻用户的了解和让人拍案称绝的创意设计理念,故宫淘宝在网上收获了一大批“铁杆粉”,成为传统文化领域炙手可热的新星。目前,故宫淘宝正计划针对猴年主题,在阿里年货节非遗众筹的合作中引入“大圣归来”等广受好评的IP,让非遗老师傅的精湛技艺与极其时尚的设计对接。

有了这些合作者,范祚信的心愿也许可以成真。



高密剪纸的特色是疏密对比强烈,黑白灰分明

“非遗众筹”能让记忆里的窗花复活么?

1995年,联合国教科文组织授予范祚信“一级民间工艺美术家”称号。2003年,作家冯骥才发起中国民间文化遗产抢救工程,以范祚信为代表的高密剪纸成为第一批抢救项目。但是与这些荣誉,与凭借剪纸手艺去过法国、日本的经历相比,范祚信更在乎的是,剪纸的气脉能不能延续。

名气出去之后,很多人找上门来想学。范祚信从不藏着掖着,只要人家想学,他就教。新学的人不用煤油灯熏样子了,直接用电脑打印出来,比着剪。有灵气的几天就能剪得像模像样,真遇见笨的,手把手教几个月也能出师。在范祚信手下,“没有学不会的”。碰上大老远过来的学生,他干脆就让人家住在他家,跟他一块儿吃高密白生生的大馒头,自家种的香椿和萝卜。

但对于一门濒临灭绝的传统手艺而言,有徒弟愿意学固然重要,但更重要的是,在高密县井沟镇河南村外面的那个世界,有多少人还记得剪纸,谈论剪纸,喜欢剪纸。

文化部门有关领导曾经坦言,中国的非遗传承面临的主要问题就是传承人群的断裂,“非遗保护传承人的培养后继乏人”。

台北艺术大学传统艺术研究所所长江韶莹则表示,从台湾地区的经验看,台湾地区的非物质文化遗产除了建构全方位的保存之外,还进一步开拓了更多的观众群,年



高密剪纸的特色是疏密对比强烈,黑白灰分明

轻一代的传承者,这些都是守护非物质文化遗产乃至台湾地区文化的途径。

拿网络用语来说,就是从“围观”到“参与”再到“传承”的路径。

范祚信感到遗憾的是,自己不会使用互联网,如果知道怎么上网,剪纸有机会更红,“至少不会像现在这样”。他知道互联网的能力很大,因此对阿里年货节发起的这次“网络众筹”寄予厚望。

在过去一年里,互联网上开始流行一个新词叫“网红”,此次阿里年货节非遗众筹的合作伙伴之一故宫淘宝,就是网友们熟知的文化“网红”。过去“高大上”的传统文化,因为使用年轻人喜爱的设计元素“卖萌”,并借助社交媒体推广,故宫淘宝

迅速在网上捕获一大批铁杆粉丝。

能不能在“非遗”推广中复制故宫淘宝的成功经验?阿里年货节“非遗众筹”正在进行这样的尝试。据悉,故宫淘宝正计划针对猴年主题,引入“大圣归来”等广受好评的IP,帮助范祚信等一批非遗传承人的精湛技艺与极其时尚的设计对接,吸引更多年轻网友围观,进而参与、传承。

淘宝众筹的相关负责人也表示,通过剪纸、窗花等一系列与民俗相关的传统文化产品的“非遗众筹”合作,希望让年轻人体会到非遗传承人老工匠技艺的精妙之美,也让传统文化通过年轻人的参与,焕发出新的活力。

已经是腊月,2016农历新年要来了。老范家的剪刀,又到了该磨的时候了。