

河南新年画与新中国主流意识形态的视觉化传播

邓嘉树

驻马店职业技术学院，河南驻马店，463000；

摘要：作为传统年画发源地以及新年画创作、发行重镇，河南新年画从感性形象、情感引导、日常生活三个维度推动了新中国主流意识形态的视觉化传播。其图像语言有效呼应了主流意识形态和大众文化情感的双重需要，从而使得河南新年画的图像符号呈现出政治性与艺术性相统一、灌输性与渗透性相统一、装饰性与情节性相统一、新题材与旧形式相统一的典型特征。

关键词：河南新年画；主流意识形态；视觉化传播；三个维度；图像符号

DOI:10.69979/3029-2735.24.6.038

自古以来，图像除了一般意义上的艺术审美与传情达意的功能，同时也内嵌一定权力关系，始终都是重要的政治传播媒介。新中国初期，人民政权所面临的一大现实问题就是如何在最短的时间内、最有效地在全国范围内确立以马克思主义为核心的主流意识形态建构系统。由此，年画作为传统时代最大众化的图像传播媒介，承担了主流意识形态视觉传播的历史使命，并最终被建构为中国共产党原创性的、形式内容兼具“民族”特征、基于自身主流意识形态的视觉表征系统。本文以河南新年画为典型个案，关注其如何以视觉表征构建主流意识形态，重点考察河南新年画如何以图像话语的变动来呼应主流意识形态和大众文化情感的双重需要，并总结河南新年画图像符号的基本特征，从而对新时代主流意识形态话语方式和传播手段创新有所启迪。

1 新中国十七年河南新年画发展概况

作为传统木版年画制售重镇，年画曾在河南各个县域广泛存在。其中，最负盛名的，当属开封朱仙镇年画和滑县年画。事实上，如果按制作工艺和内容题材划分，这两地恰好代表河南年画的两大流派：以黄河为界，大河之南是以朱仙镇木版年画为代表的套印木版年画；大河之北，则是以滑县木版神像画为代表的线版填色木版年画。河南作为传统年画发源地和新年画发行重镇，新中国十七年新年画创作的历史背景、主题、形式、内容具有相对统一的倾向，从而为这一阶段视觉传播研究提供了整体性语境。

新中国建立后，在新的政治维度下，承载传统意识形态的年画已经失去了价值，毕竟，“年画曾经是封建思想的传播工具”，且延安时期年画改造的实践证明，“新年画已被证明是人民所喜爱的富于教育意义的一种艺术形式”。中共要将新年画顺利推向全国并使大众喜闻乐见之，当务之急就是要重构新年画的生产体系和

传播秩序，并对美术工作者和年画艺人加以适当改造，从而使之“为表现新中国而努力”。为此，河南主要采取了以下一些措施：

一是以美协为代表的高度体制化的文艺组织机构逐渐介入新年画的创作流程。这些机构不仅握有管理、调配美术工作者的职能，还是美术作品的生产机构——控制、指导、支配着作品的生产方式。其中比较典型的例证可以举出，以官方主办的美术刊物以及各种评奖活动来规定新年画图像生产走向的坐标。马基光的新年画《好光景》《喜悦》《请教》等参加了中国年画展；梁冰潜的《红月亮上了天》、《和平》、《为建设社会主义而奋斗》参加全国美展；邹宗叙的新年画《大办农业五谷丰登》入选中国现代美术作品展，并被《人民画报》1963年第3期选为封面。他所创作的《喜报丰年》还获得全国第二届年画评奖的三等奖。这些经由评奖机制选拔的“经典”一版再版，再加上媒体、专家不断宣扬，从而成为其他作品竞相效仿的“经典”；而“经典”的叙事方式、人物形象、构图设色不断规约着新年画图像的生成逻辑，从而潜移默化地再造受众的思想和价值观念。

二是重新建立新年画的出版发行制度，以统一发行确立新的年画行销网络。解放前河南旧年画出版行销主体性质不一，既有遍布城乡、个体作坊性质的年画店铺，又有以城市为中心、兼有私营工商业性质的私人出版商，由此导致大量内容有害的旧年画挤占新年画的市场。河南先是以组建年画生产合作社的方式来克服其自发性，同时整顿旧年画发行网。对于印行旧年画的店铺、摊贩征收60%的重税，严禁迷信年画在市场上销售，利用市集商店、摊贩、合作社、民教馆建立新的发售渠道。建国后负责河南图书发行业务的主要是新华书店和三联书店，但一些私营书店如在河南也设有分支机构，并经营年画发售。

三是对美术工作者和旧艺人的“重塑”实现年画生产者的有效整合和全面动员。河南各地以思想整风、政治学习来帮助美术工作者摆脱旧观念并提高作品的思想性和政治性。如开封市文教局举办了多期美术工作者学习班。学习班邀请了多位省内革命版画家如马基光、刘铁华等人介绍创作经验，还以座谈、听报告、看革命电影等思想教育手段，提高学员思想觉悟。对于年画旧艺人，以办培训班、相互研讨、互帮互助的方式来提高其业务技能，更以社会地位、物质待遇提升来增强其身份认同感和新社会的归属感。

这些措施是卓有成效的。1953年全省画册与图片销售与1952年相比增长37.54%，实际完成88.20万元，只完成计划的94.84%。这里的画册和图片，其中多数是新年画；到1965年河南省发行新年历画则猛增至1677万张。显然，到60年代中期，符合毛泽东文艺思想要求的新年画已经在公开市场上站稳了脚跟。

2 河南已版新年画图像视觉系统的规训

新年画图像系统的规训是马克思主义抽象话语以具象化推动大众化的核心环节。河南新年画的创作者是如何借助图像建构新的主流意识形态？主流意识形态的认同又是如何在图像层面而实现的？以下将借鉴视觉修辞学、图像学等相关理论，选取典型图像，从三个维度总结新年画意识形态话语修辞经验，从而把握主流意识形态视觉表达如何实现对大众的规训。

2.1 感性形象的维度

要使文化素养不高的农民理解社会主义新中国这类抽象概念，美术工作者必须合理塑造“修辞情景”。美术工作者将领袖直接作为创作主题，使之转化为新中国和社会主义具有象征意义的政治符号，尤其是通过频繁呈现“领袖与人民在一起”的修辞情景，与观众新社会下的官能感受形成良性互动，由此实现对新中国认同的最大化。以开封新年画“毛主席万岁”为例，该画呈向心布局，用色典雅端庄，工农群众簇拥与主席周围，由此烘托出“领袖和人民在一起”祥和热烈的气氛。画面以生活化和现实感的图像语言客观呈现了党和国家人格化的象征——领袖真实、亲切的形象，同时又生动表现了人民领袖与工农大众的密切联系，使大众意识到个人幸福生活与新中国的联系，从而有效地帮助大众消除社会主义新中国这些抽象概念和具象感性之间的间隔。

人民军队也被常常用来表征新中国。军队是国家机器的重要组成部分，人民军队向来都是国家安全的有力保卫者，而旧中国之积贫积弱也在于向来缺乏强大武力。“抗美援朝保家卫国”“保卫和平”是河南新年画军队

主题的代表作。画面上的解放军形象以英俊威武、勇往直前的现实人物为主，而这也恰恰隐喻新中国乐观自信、独立自主的国家形象。

河南美术工作者还尝试将国家大政方针作为创作题材，构建视觉叙事“象征性参与”与日常生活“事实性参与”相结合的认同模式。开封、滑县均涌现出一批以土地改革、合作化、人民公社化等重大政策为主题的新年画。这些新年画的情景创设有意关照人民日常生活的利益诉求，通过创设情境调动大众有关党和国家大政方针的观念性想象。尽管图像呈现只是一种“象征性参与”，但足以使群众产生身临其境的心理感悟，再与国家实际政策“事实性参与”相互印证，从而使人民在认知重大政策的过程中增强对党和国家的认同。

2.2 情感引导的维度

鉴于马列主义经典作家所缔造的阶级话语同样具有抽象性的特点，美术工作者征用并再造传统年画中既定的视觉意象，并借助意象“能够促进情感反应”的特征传递阶级话语。

新年画借助戏剧、漫画的处理手法，精心设计“擅于使人动情”的视觉形象。传统年画中有大量儿童题材，其中儿童的视觉形象特征多为稚拙化、漫画化、童趣化，寓意一般为五谷丰登、多子多福。河南美术工作者征用并再造了传统年画中儿童的意象，巧妙地向社会大众传递阶级斗争意识。如“娃娃戏剿匪反恶霸”借用年画“婴戏图”中儿童模仿戏剧的场景，通过巧妙手法将阶级斗争的严肃内容与儿童游戏巧妙结合起来，又回避了阶级斗争可能的流血牺牲，兼顾了传统民俗心理，也将所要宣传的阶级斗争以一种巧妙方式予以呈现，从而借助移情的力量来塑造观众的阶级情感。

新年画又以夸张变形手法来表现阶级对立关系。传统年画当中的地主往往被描绘成穿着华丽富态的形象，且神情姿态也多被表现为高傲自信。新年画中地主形象则一落千丈：要么极度肥胖或瘦弱，以此隐喻其贪婪或虚弱的阶级特性；要么身着豪华但滑稽夸张的服饰，以此表现其虚荣和炫耀的一面；要么加入象征性符号，如极为硕大的金钱、权杖等，以此强调阶级敌人的特权……其图像话语不仅满足了大众对阶级敌人的厌恶，同时也帮助群众明晰了阶级差别，有助于人们认识和警惕社会上的阶级斗争和敌对势力。

新年画还以“程式化”的视觉形象引导“阶级分类”。除了正面呈现劳动者的“健康形象”，美术工作者还尝试以类型化的视觉形象符号来传递阶级意识：以工作服、铁锤、扳手等来代表无产阶级的身份，以镰刀、白羊肚手巾、拖拉机等来表现农民的身份，以绿军装、橡胶鞋、冲锋枪等来凸显解放军的身份。传统年画的图像

程式使其在民间具有深厚的心理基础。借助这种极具辨识度的类型化的视觉符号,与现实生活中工农兵的社会形象相互印证,“谁是我们的朋友”自然而然地就在群众头脑中得到强化。

2.3 日常生活的维度

河南新年画选择从日常生活中“身边的人”“身边的事”入手,为司空见惯的日常生活赋予新的价值观念。例如,“这次又数她割的多”刻画了一位怀抱孩子的年轻女性。但她的社会身份已经明显突破了年画对女性定义——家庭抚育者,而是和男性一样出现在打谷场上,成为社会独立个体。尤其难能可贵的是,女性还凭借劳动表现成为女模范。该画没有直接表现挥汗如雨的劳动场面,而是选择“身边的人”——周围群众,向打粮食最多的女社员——同时又是一位年轻母亲透以赞许的眼光。既表明女性从事向来由男性承担的田间劳动同样可以做到有声有色,同时也暗喻大众对集体主义精神的认同。画面上新鲜的、散发着农村日常生活气息的视觉形象和富有感人力量的场景设计,反映了当时社会对劳动者、尤其是在集体经济组织中的女性劳动者的尊重,既褪掉了旧年画人物呆板单一、千人一面的画法,又透过劳动者健康、优美的形象表现对劳动价值的高度肯定,传播了劳动光荣的价值观念。

3 河南新年画图像符号的基本特征

河南新年画依托直观形象、调动感性体验、融入日常生活三个维度使新的主流意识形态得以在社会广泛推进,从而被赋予了新的视觉图式、图像内涵、时代意义,呈现出独特的话语特征,可以概括为政治性与艺术性的统一、灌输性与渗透性的统一、装饰性与情节性的统一、新题材与旧形式的统一。

3.1 政治性与艺术性的统一

政治性是新年画最基本也是最为显著的特征。新年画的创作和宣传内容,就是1949年“指示”所强调的,要突出呈现新国家、新生活、新形象建构的政治叙事。同样,新年画创作方式、制度建设以及美术工作者“思想整风”“深入生活”等,亦是新年画表现出强烈“政治性”的原因所在。

新年画是美术工作者、民间艺人借助艺术手法加工塑造而成。建国初期,一穷二白、绝大多数人口都是文盲的社会现实决定了,只有具备一定艺术性、呈现出“视觉美感”的传播符号才更容易达到相应的传播效果。能够深得群众好评的新年画,往往借鉴了传统年画的诸多艺术手法,艺术形式上也都符合传统画诀:“画中要有戏,百看不厌;出口要吉利,才能合人意;人品要俊秀,能得人欢喜。”

3.2 装饰性与情节性的统一

出于“乐岁”及民众渴望幸福生活的民俗心理,年画的视觉系统多喜庆红火的内容,倾向于使用红、黄、绿等鲜艳色彩作为画面主色调。河南新年画创作者继续沿用生动活泼的色调,频频使用富有装饰性的对称画,呈现喜气洋洋的图案。后来更是在全国范围内率先推出“红底”新年画,从而使新年画“装饰性”的特点更加充盈。另外,尝试摆脱停留在表面形象的描写,通过动人的故事情节去感染读者引起共鸣。

3.3 新题材与旧形式的统一

延安时期,毛泽东即强调,不应拒绝利用过去时代的文艺形式,“但这些旧形式到了我们手里,给了改造,加进了新内容,也就变成革命的为人民服务的东西了”。建国伊始,河南美术工作者利用旧形式表现新题材,经历了一个从机械搬用到有机融合的过程。1950年,王朝闻撰文批评各地肤浅搬用旧形式的现象,特别提到了河南开封,“开封出版的年历,竟然是穿农民服装的灶王爷。也许作者是在适应落后农民的习惯,但这种适应是在向封建思想投降”。伴随美术工作者深入生活、收集群众意见以及对传统年画的学习,一批对旧形式加以有效利用并适当创新,表现新主题、新形象的代表性画作开始涌现出来:纤弱的古装美人变成了健康的劳动妇女,帝王将相变成了人民领袖,才子佳人变成了人民英雄……新年画真的做到了“旧瓶装新酒”。

3.4 灌输性与渗透性相统一

年画可大批量复制印刷、价格低廉、生动形象,自然是最适合承担意识形态普及传播的图像工具。而新年画灌输性特征主要体现在其传播的广泛性、普遍性和重复性。每逢年节张贴年画已经成为千百年来家家户户尤其是农民根深蒂固的“惯习”,而共产党人所倡导的意识形态也正是凭借年画这种喜闻乐见的民间艺术而实现与大众的有效对接。

河南新年画确实存在一批叙事刻板生硬、说教味道过重的新年画。不过,在经历了建国初的年画创作实践以及文艺界对公式化、概念化创作评判以后,河南美术工作者还是尝试创作了一批叙事方式因时而变、有鲜活内容和丰富细节,且将意识形态内容以更为含蓄的方式蕴藏于图像当中。这类图像较多地呈现出图解意识形态的“渗透性”,使大众更易在日常生活中接受新价值观念。

4 结语

在河南新年画图像叙事革命性转变过程中,党所主导的视觉图像生产、评价、观看秩序发挥着决定的、引

领性的作用：只有建立执政党所主导的艺术生产和观看秩序，才能不断发出话语，使主流意识形态贯穿于大众日常生活。同时以年画生产场域中的“人”能动作用之发挥来增强凝聚性：国家意识形态以强有力的方式介入新年画从创作到发行的全过程，并在此过程中显示了强大的影响力；作为意识形态引导主体的美术工作者和民间艺人在社会地位得以提高、自身价值得以体现、发展目标得以实现过程中达成意识形态整合，并尝试推动意识形态视觉化内容与大众文化情感的契合；作为视觉构建目标客体的工农大众在自身文化情感得以关照、政治叙事与日常生活叙事、文字叙事与图像叙事渗透融合下增强主流话语的认可度。这样一种基于视觉表达的主流话语传播路径，其效果无疑是显著的，“最终在本土更有效宣传毛泽东社会主义理想的，不是外来的艺术，而是改造的古老本土艺术。”

另外还要注意，河南新年画呈现出的视觉图式引导了人们思想观念的改变，还在于新年画实际上是一种视觉文化商品，形成了一种“视觉包围”。“视觉文化景观正是通过转换为消费品，取代了传统的公开的权威政治意识形态的控制和压抑，成为一种更巧妙、更隐蔽、更具成效和更令人愉快和舒适的意识形态统治”。年画的“视觉包围”不仅仅是一种对人体物理空间的包围，更是一种文化意义的包围，涉及到价值观念、历史传统、伦理秩序等新意识形态的方方面面。不难想象，建国初期娱乐活动相对匮乏的居家生活中，大众对新年画的观看和解读是自然而然的事情。群众在相对较为随意、放松的家庭生活中对新年画的内容、寓意、象征作出解答、解读、解释，其中所蕴含的意识形态内容，借助于新年画文化外衣的遮蔽，以润物细无声的方式渗入大众日常生活。显而易见，这一图解意识形态传播过程充分尊重了大众的主体性，呈现出非强制性、愉悦性、渗透性的特点，更容易使人们在潜移默化中受到熏陶和感染，推动人们思想和行为的转化。

参考文献

[1]视觉传播研究具有典型的跨学科属性。本文借用了传播学对视觉传播的一般性理解，即“视觉传播是对视觉信息传达过程的研究”（任悦：《视觉传播概论》，第2页，中国人民大学出版社2008年版）。至于意识形态的视觉传播，则是以可视的影像符号，将深刻抽象的政治理念转化为可以被感知、关联和通感的具象实在。

[2]各省市入选国家非物质文化遗产名录的木版年画共计18项，其中河南省入选两项，即开封朱仙镇木版年画和滑县木版年画，详见中国非物质文化遗产网 https://www.ihchina.cn/project.html?tid=7#sy_target1

[3]中央人民政府文化部：《中央人民政府文化部关于开展新年画工作的指示》，《人民日报》1949年11月27日，第4版。

[4]《人民美术》对开封、洛阳的新年画改革进行了点评，并对新年画创作所暴露出的问题进行了点评，比如开封年历出现了穿农民衣服的灶王爷，“可能是为了适应落后群众，但适应的效果是向封建思想投降”。详见王朝闻：《关于学习旧年画的形式》，《人民美术》1950年第2期

[5]河南省地方志志办公室编：《河南省志·文化志》（第55卷），河南人民出版社，1995年，第292页

[6]沈泓：《中国年画经典》，海天出版社，2015年，第198页

[7]开封市地方志志编撰委员会：《开封市志》（第四册）<http://www.hndsfz.com/szsfzg/kfszdzsc1/>

[8]沈泓：《中国新年画经典》，海天出版社，2015年，第194页

[9]王英民主编：《河南省新华书店史》，河南人民出版社，1999年，第13、46页；

[10]视觉修辞学所要解决的关键问题就是图像图像文本是如何通过修辞策略建构的。详见刘涛：《视觉修辞学》，

[11]刘涛认为图像修辞的常见策略就是，征用既定的视觉意象，尤其是某种普遍共享的原型意象，以此在视觉图式维度上建构一种共享的意义结构。详见：刘涛：《意指概念：环境传播的修辞理论探析》，《现代传播》，2015年第2期

[12]王树村：《中国民间画诀》，北京工艺美术出版社，2003年，第73页。

[13]王朝闻：《关于学习旧年画的形式》，《人民美术》，1950年第2期

[14]洪长泰：《新文化史与中国政治》，一方出版有限公司，2003年，第113页

[15]揭晓：《视觉文化传播与意识形态日常生活化研究》，《社会主义研究》2016年第1期

作者简介：邓嘉树，1997年7月，男，汉，河南省驻马店市，硕士，职称：助教，研究方向：马克思主义中国化。