

2019年为农历己亥年，生肖为猪。《六十甲子纳音歌》中“戊戌己亥平地木”，为木猪年。“猪”位于十二生肖的最后一位，对于生肖猪的顺口溜为：

肥猪拱门百宝箱，顺居十二理应当，朱笔题名耀乡里，亥日人君大吉祥。

肥猪拱门百宝箱。猪是哺乳动物，分家猪和野猪，家猪同马、牛、羊、鸡、犬共为“六畜”之一。俗话说“农家养猪好，浑身都是宝”。猪在古代有“金猪”之称。与猪有关的岁时风俗有许多。首先，作为一种年节食品或祭品，有“岁猪”“年猪”之称，在“年禧谣”中有“二十六，割年肉”的迎年安排。割年肉是春节必须有的物资准备。在节日装饰方面，“猪”也是美化环境的主角，“肥猪拱门”是华北地区窗花的一种吉祥题材，用黑色蜡光纸剪成肥猪状，腰贴“福”字，背驮聚宝盆，每逢春节，居民多数人家把它贴在窗玻璃上，左右对贴肥猪窗花各一张，象征财宝进家。到了“亥”年，“肥猪”升格为“福猪”，因为“猪”是这一年的值星太岁。每到猪年，“肥猪拱门”是亥年春联常用典故，如：“人开致富路，猪拱发财门”“戌狗归仙界，亥猪拱福门”“守家夸玉犬，致富赞金猪”“狗守太平岁，猪牵富裕年”“猪是农家宝，龙是中国根”“猪肥粮茂盛，民富国昌隆”等。“肥猪善拱”，流水主财。如果门前有一条流动小河，是财源茂盛的好兆头，因为“亥”的五行属性为“水”。家猪是由野猪驯化而来，是变“害”为“宝”的典型事例，因此在拟人化的文学作品里，均是喜剧性很强的角色。古典小说

《西游记》中的猪八戒，这个猪头人身的怪物，使这部神话小说在艰难的取经过程中增添了无数喜剧情节，受到读者的喜爱。

顺居十二理应当。亥年是地支之末，十二生肖之尾，“猪”是十二生肖压轴之兽，收官之作，所属内涵十分丰富。“12”是个成数，“天之大数”，意味成功。这个数字是2、3、4、6的最小公倍数，没有任何别的数，数值像它这样小，可以被1除和本数以外的2、3、4、6这四个不同值所整除。中国戏剧的最后一幕总喜用“大团圆”为结局，而“猪”在十二生肖中可以承担这个“喜剧”责任，以身披“福”字来彰显这一地位。生肖猪顺居十二这个“收官”位置，还引发人们对生命的思考。古代中国把一天分为十二个时辰，“亥时”在今19:00至21:00之间，又叫人定、黄昏，对人生来讲是思想最成熟、对当天来讲是夜生活最热烈的时刻。十二生肖每重复一次12年，叫“一轮”。对个人来讲，与出生年生肖重复的年份叫“本命年”。人生第一个12岁叫“半丁之岁”，战国时期的甘罗，在这个年龄已为秦相。24岁称为“拜衮之年”，是事业与家庭的奠基

亥年說猪

赵 书

期，可承担大任的时期。36岁称“元命之年”，历史上36岁之前逝世叫早夭；戏台上的戏剧人物一般36岁可戴胡须。48岁为“中坚之年”，上有老，下有小，是家庭和会的顶梁柱。60岁，六十年一“甲子”，“回历之年”“又逢甲子”，可以享受“人生星期天”。孔子曾说自己“六十而耳顺”，所以又称“耳顺之年”。再往上是“古稀之岁”“耄耋之年”“期颐之年”。108岁称“茶寿”，无量寿。“猪”作为生命和时间循环周期的界点的象征，既可以充当周期历程的终点，也可以充当又迎来十二支新一轮的起点，在中国这个循环不已的生肖圆圈上，终点和始点首尾相接，均是围绕“福”文化而展开。生肖猪为黑色，黑色是可与任何色彩都能搭配的颜色，非常和谐。猪的黑色与其他动物不同，不是能与周边环境易混的保护色，而是很显眼，因为它是家猪，是实用流动之“财”，无须隐蔽自己。在民间十二生肖的图案中，只有“猪”的身上很自然地把正菱形的“福”字贴在身上，等于是对十二生肖“祈福禳灾”吉祥文化的“收官”之作，是标识性的总结。

朱笔题名耀乡里。“猪”可以谐音为“朱”，于是“朱笔题名”成了猪年的吉祥用语。从唐代科举开始，殿士及第的进士们相约，如有出任将相的，都要请同科的书法家用“朱书”，即红笔题名于雁塔。“猪”与“朱”同音，因此每当有人赶考，亲友们都赠红烧猪蹄，预祝他“金榜题名”，后来此俗越传越远，适用面越来越大，成为亲友们在各种节庆活动中的吉祥礼品。据《荷廊笔记》记载：广州婚俗，夫妻婚礼后入洞房花烛之夜后，第三天新婚娘子要回门，夫家要用烧猪为礼随行。数量多少以夫家经济条件来定，若无之，则寓妇女不贞。广州烧猪皮色金红，象征姑娘为黄花闺女，因此民间有“吃烧猪来”为姑娘贞洁代名词。“猪”在生活中有了这么多吉祥活动的用途：在生活中又获得了“乌将军”“黑相公”等美称，与人们生活关系密切。中国是世界上第一号食猪大国，在饮食文化中占有特殊文化地位。许多著名文人也加入烹烹饪猪肉的创造队伍中来，形成著名菜肴，宋代大文豪苏东坡被贬到贵州后，自饮自食创制了一种烧猪的美味佳

肴。由于肉味醇美，此制法很快在广东、江浙一带流传，并以雅号称之为“东坡肉”。生肖为猪的历史名人很多，西汉的文学家东方朔、东汉哲学家王充、宋太祖赵匡胤、北宋政治家包拯、元代画家诗人王冕、明代名臣刘基、清代戏曲理论家李渔、近代国画大师齐白石和革命家秋瑾等。

亥日人君大吉祥。“亥日人君”一词出自《抱朴子》：“山中亥日称人君，猪也。”此称呼着眼于豕与亥两字的相关性，二者相混后使“猪”不仅可以成为“家”的物质财富核心，还可以升格为人，列入仙班。猪在古代文化中是最普通的家畜，又是组成最神圣“龙”的形象的重要元素之一。在我国内蒙古翁牛特旗三星他拉村出土的红山文化玉雕卷龙就是猪首龙身，称为“猪龙”。汉族神话中的“猪婆龙”是一位极富正义感的银河神灵，为黎民百姓生活太平，“猪婆龙”敢违玉帝旨意，早时吸银河之水普降甘雨；涝时又亲自下凡开河疏水，解除水涝，使人们视其为水神。除“家”之外，还有个“冢”字，是“坟”的意思，这与古人认为斗姆元君的神车是由七头黑猪拉着走，

北斗七星是七头猪有关。亥猪，明代称猪为亥儿，清代称猪为亥官、黑官。这些词均借用了生肖文化中的地支与生肖的对应关系，认为“猪”可通天。生肖与地支，一个为生动的形象符号，一个是抽象符号，却能融合为一，互为表里，真是中国文化一大奇观。生肖与地支相配，使猪成为生肖神之一，摆脱其被人轻蔑贱视的低下地位，而且成为“人君”。古人认为，头大有保，耳大有福。从这句俗话中，可以看到民间以耳朵大为吉相的审美心理。相传老子就有垂耳的大耳朵。他的名字叫李耳，号老聃。“聃”字在《说文解字》中有“耳曼也”的解释。相传大禹也有特异的耳朵。小说《三国演义》的蜀主刘备也被描述为两耳垂肩，两手过膝的“吉祥之相”。寺庙中的如来佛像也是耳厚大耳修长，更添加了神圣的光环。生肖猪集人间“大吉祥”之乐，虽然位居最后，确是“福”气充足，自由自在。

中国邮政公布了2019年名为《五福齐聚》的特种邮票，画面为两只一黑一白的大猪和三只黑白相间的小猪“幸福的一家”，象征着“全家福”。美国《华尔街日报》网站曾评论：“中国传统上认为猪年出生的人生生活舒适富足，而中国父母也会图吉利，选定生育时间。”2019年联合国邮政管理局发行己亥猪年特别版邮票版张，延续了联合国“中国农历生肖”系列邮票传统，使亥年的生肖猪给世界各国人民带来了欢乐。相信，中国的生肖文化影响会越来越大，成为世界了解中华文化的重要窗口。

（作者为中国民间文艺家协会顾问、北京市文史研究馆馆员）

老北京新年趣谈：对子摊、画棚子

陈万清

过年有多种年俗。今天只简略谈谈其中家家户户至今都遵循着的两大习俗，就是贴对子、贴年画。

对子摊

对子即春联，亦称楹联，源于五代在桃符上题写的联语。以老北京人为例，十分讲究贴对子，因而新年前繁华街道两旁就摆满了对子摊，真是“香墨春联卖将去，情思风物笔下来”，将节日气氛点缀得很浓厚。

昔日街头的对子摊，都以“书春”“翰墨”榜书为记，摆一张方桌，桌子压着陈列写好的对子，备有纸笔墨砚，现写现卖，立等可取。摊上的对子真是五花八门，大小尺寸的都有。供城市居民家买的有：门心、街门对、屋门对、抱柱、春条、斗方；供郊区农户买的有：井对、大车对、粮囤对、猪舍对、牲口棚对。对子的内容无不与吉、庆、福、喜、禄、寿有关，令人赏心悦目。

摆对子摊的都是挥毫能手，各具临池功夫，既有须发皆白的美髯公，也有文质彬彬的年轻学子。他们摆对子摊不因多赚笔润，而是着眼于以文会友，借纸学书，节前享文雅之乐，所以都是买对子赠横批，买春条赠福字。有的年少学娃“初生牛犊不怕虎”，结伴趁假期也来摆摊卖对子，卖一腊月对子赚的钱足够春节后正月里逛厂甸的花费了。

画棚子

老北京一进入农历腊月，在繁华街头就出现许多卖年画的画棚子。选购者络绎不绝，将称心的年画买回家，等腊月二十四扫房日过后，在打

扫得干干净净的屋里贴上新年画，喜迎春节。

画棚子都用杉板和布幔搭成，蓝布幔上系几道绳索将年画陈列出来，进棚望去琳琅满目。

画棚子卖的年画大多产自杨柳青，该地以盛产年画享名。早年的年画多木版彩印，小张的四开型，大张的对开型，内容可分如下几类：

一类是吉祥画，寓意福、禄、寿、喜。如《鲤鱼跳龙门》画两条欢蹦乱跳的大鲤鱼，红鳞金灿，寓意是吉庆有余。《喜鹊登枝》画两只喜鹊栖落枝头，似在喳喳报喜。《聚宝盆》画一金盆里元宝上尖，旁边的摇钱树下金钱满地，预示钱财兴旺。

再一类是京剧场景和扮装的剧中人物。这类年画俗称“戏出”，有

《三娘教子》《龙凤呈祥》《贵妃醉酒》《打渔杀家》等传统剧目多种。“戏出”不是剧照的翻版，是画家的艺术创作，画面突出了剧中人物的扮装、表情和身段，给人看后有美的享受。

还有一类是取材我国古典名著《水浒传》《三国演义》等人物肖像画，画中人物顶盔披甲，英姿飒爽，看了令人振奋。

画棚子还卖四扇屏、八扇屏连环画，一套多幅，每张窄长，因画面连环衔接突出了故事情节，取材多为古代民间故事。这种连环年画概不单卖，要买就买一套。俗话说：卖货当时。腊月二十四扫房日前买的人多，画棚子人满为患，但到了除夕就都降价甩卖了，货主要尽量将存货卖光，否则过了景就没人买了。



进入农历腊月，山东省潍坊市寒亭区杨家埠村年画艺人忙着赶印木版年画，春节前销往全国各地。
新华社发（张驰 摄）

过年杂感

黄卫根

米花机，师傅一边拉着风箱一边摇动，火候到了，师傅就拿一个大布口袋套在机器的出口上，大家提前捂上耳朵，接着“嘭”一声巨响，一团白烟升腾而起，热腾腾、香喷喷的爆米花便装满了口袋。

春节之前，家家户户都在准备年货，炒瓜子、熏猪肉、做香肠，农民会挑着担子给城里的亲戚送农产品，城里人也回赠给农村亲戚包装洋气的糖果，大家唠唠家常，其乐融融。家里老人在春节前非常繁忙，大年三十当天基本没时间休息，准备年夜饭，打扫卫生，经常要忙到深夜。没有春晚的时候，大家吃完年夜饭，就围坐在火炉旁烤火守夜。后来有了春晚，就变成了一起看节目。那时候人们娱乐方式并不多，春晚十分受欢迎，每一首歌曲只要上春晚演出就会爆

红，传遍大街小巷。

正月初一，是过年的高潮，色调是红色的，亲情是温暖的。家家户户大门上张贴的春联，随处可见的大红灯笼，此起彼伏的爆竹声，硝烟弥漫的大街，喧嚣的人流，欢天喜地的穿着新衣新鞋的孩子，菜香四溢的街巷，构成了热闹的景象。

如今信息、交通发达，便利，时空距离不再是大的阻碍，但为什么人与人的情感越来越远呢？春节的文化本就丰富多彩，我们应好好继承发扬它的祥和、团结。现在日益放大的压岁钱红包，却成了许多家庭的负担。其实将来在孩子的记忆中，根本记不起一个个红包，反而是那一个小泥人、一袋爆米花、一本小人书、一群小伙伴，尤其是那份满满的亲情，才叫人难以忘怀。

期待央视春晚『三融合』

唐小月

自从有了央视春晚，老百姓过大年就添了一件高兴的事，不管中国人怎么看待春晚，都不能否认它在中国人心目中的分量。春晚是“年夜饭”，是大联欢，是梦工场，是风向标……所以，每届春晚，都带给人太多期待——必须最大限度满足不同观众的胃口，必须高度做到守正创新。

今年春晚能给人带来什么？虽然它的面纱要等到今晚才能揭开，但如果仔细分析梳理1月31日中央广播电视总台举行2019春晚新闻发布会的内容，就会对一点形成强烈的期待，那就是“融合”。

首先，全媒体的融合值得期待。因为，本届春晚不同于往年之处，是中央广播电视总台成立后首次举办。“总台”整合了中央电视台（中国国际电视台）、中央人民广播电台、中国国际广播电台三台资源，音频与视频携手、交融，主要目的就是推动多媒体融合发展，加强国际传播能力，接近一年的整合、融合，效果怎么样？春晚正是一个展示窗口，一个检验平台。

前不久，习近平总书记对于媒体融合发展发表重要讲话，强调“主流媒体必须紧跟时代，大胆运用新技术、新机制、新模式，加快融合发展步伐，实现宣传效果的最大化和最优化”。而占据全媒体资源的“总台”，自然在学习贯彻践行习近平总书记讲话精神方面，有引领、示范作用。据发布会介绍，春晚直播中，精彩片段会以短视频的形式在移动端发布，播出后，将以春晚品牌为核心，推出如揭秘的类大型短视频内容，满足观众对春晚台前幕后的好奇。这些开发的融媒体内容和传播样式，效果如

2019年央视春晚主持人阵容公布

何，我们拭目以待。

其次，艺术与技术的融合值得期待。近几年，春晚也成为新技术的展示舞台，无人机、机器人等都曾登上春晚。今后，晚会实现技术与艺术上的融合，一定是常态。更多的新技术引入春晚舞台，不仅能增添晚会效果，还能成功地展示国家的科技创新，更能营造崇尚科技的氛围。但成功地实现艺术与技术融合并不容易。央视春晚凭借自己的强大影响力，在运用新技术方面，具有无比的优势。通过发布会的信息，得知本届春晚把4K、5G、VR、AR、AI等多项前端的技术运用在内，还将实现春晚在4K超高清频道直播，并采用5.1环绕声。有这些新技术“加持”，它会是什么样子？是否会引领今后晚会的发展方向？人们应该给予关注。

再次，春晚与春节风俗的深入融合值得期待。春节依然是中国人最大的节日，但年味越来越淡，也是事实。当然，节日风俗也是不断发展演变的，一方面要继承发扬中华优秀传统文化，另一方面亟待形成新风俗让年味浓起来。在这方面，春晚是大有可为的。我们看到每逢重大节日夜晚，一些大城市的灯光秀已经有形成新风俗的苗头。而中央广播电视总台在中央电视台等地推出的“央视春晚伴您过年”等主题灯光秀，在过年期间进行，若真能激发人们的春节情感，就将对探索新年俗贡献力量。今年春节特殊之处在于，立春和除夕为同一天，立春和新年，关系密切，如影随形，本届春晚如果能在立春的内容上加大笔墨，就会产生加倍弘扬传统节日的意义，也会更深层地展现传统文化的内涵。