

神秘语言： 流传在永登皮影人中的“密语”

文/图 本报首席记者 王文元

讲述人：徐伟邦
红城中学退休教师



皮影曾经是人们熟悉的民间艺术,在上世纪六七十年代之前,它给人们带来了许多难以忘怀的欢乐时光。

在许多人的记忆中,艺人们手执牛皮刻制出来的人和各种动物及建筑的形状,借一盏油灯之光,在白色幕布后面,边舞边唱。顷刻间,便有“一口述说千古事;两手对舞百万兵”的久远和深邃。

在漫长的岁月中,看过皮影的人多,但真正了解皮影艺人生活的人却不多。这些年,在现代文明的冲击下,伴随着大批皮影老艺人的去世,皮影逐渐淡出了人们的视野,演出时间,从过去农闲时走街串巷娱乐演出,变成了城市庙会上的表演。许多流传在皮影艺人中的演出技艺、行业秘密也随之远离我们而去。

永登红城镇,这是距离兰州城区70多公里处的一座丝路小镇。作为丝绸之路上的一个重要驿站,红城曾拥有大量的历史文化遗产,流传在红城地区的皮影就是其中之一。红城皮影不仅演得好,更重要的是在民间艺人中还流传着一套神秘的江湖密语。

4月底,记者来到红城镇,采访了参与调查红城皮影的徐伟邦,听他给我们讲述了红城皮影艺人中曾经流传的江湖密语。

古镇上有个葛班主

我们红城镇算是丝绸之路上的千年古镇了,有记载的历史最早可以追溯到汉代。公元前121年(西汉元狩二年),西汉大军进军河西走廊。不久后,西汉王朝以此地为治所设立了允街县。据说,当年修建城池时,土壤是红色的,人们就叫做红城,也俗称为“红城子”。经历了两千多年的风雨后,雄伟的允街县城,至今保留着一座墩台,成为红城镇悠久历史的见证。

说起红城镇的皮影,历史究竟有多早,谁也说不清。但是从老人们记忆和民间艺人的传承来看,在清末民初就已经达到了相当高的水准。这说明,至少在百年前,红城镇上皮影戏就非常兴盛了。

那时,红城一带比较有名的戏班是葛家湾戏班。葛家班演出的足迹遍及红城周边,远到古浪、天祝等地。葛家班之所以出名,有两个原因,一来戏箱比较完整,戏路多,演技精湛;二来,班主是个能人,为永

登地区有名的武林高手。

葛家班的班主名叫葛养元。在红城皮影的发展中,葛养元是一位非常重要的人物,他不仅演技高超,而且培养出了不少的弟子。可以说,永登皮影的传人中不少人都和葛养元有这样或者那样的关联。在60多岁红城人的记忆中,葛班主属于半人半仙之类的人物,能画墙为门、划沟为壑、变子母钱等等。其实,这是葛班主的技艺超群,能完成一些常人不能完成的动作的缘故,因而人们给葛班主附会了好多故事。

皮影绝艺“马弦戏”

这些年,为了挖掘红城的历史文化,我们四处走访老人,查阅资料,找到了一些葛班主的材料。葛班主是红城葛家湾人,葛家湾是距离红城镇十几公里的一个小村。葛班主的主要活动时期在清末民初,大约在1920年前去世。

据我们调查,葛班主的二哥就是一位技艺高超的皮影制作艺人,不过他并不精通皮影演出。葛班主专攻皮影演出,取得了很大成就,在红城一带可谓首屈一指。

葛班主戏路宽,视野开阔,能为他人所不能。以前,皮影戏班到各地演出,都由村里的会长们点戏。村子之间也有竞争,这个村演过的戏,到下一个村就不能演出。一天,葛班主接了一个村的戏,要连演五天。不过,对方要求演别的地方没有演过的戏,啥戏没有演过呢?这可难住了葛班主,他思考了一阵,忽然看见院子里有一块碾盘,底下是一棵刺蓬(干旱地带的一种植物)。他灵机一动说就演《刺蓬大王大战碾盘山》,这戏肯定没有演过。五天的演出中,葛班主采用各种手段,把传统的皮影戏来了个大搬家,都套在刺蓬大王身上。在他的描绘下,刺蓬大王强大无比,先后打败了各路神仙,无人能敌,眼看着五天演出快到了,而戏却收不了尾。葛班主心中暗暗着急,咋办呢?演出间隙,他偶尔听人说,让牛吃掉不就行了。原来刺蓬大王有个特点,和各路神仙斗完后,便回复了原来的状态。葛班主受此启发,最后变出了一头牛,吃了刺蓬大王。

葛班主有个绝活,能演“马弦戏”。啥叫马弦戏呢?其实就是武戏。按理说,演皮影戏,自然少不了武戏。可是,葛班主的武戏和别人不一样。他能一个人演出,八人八马八杆枪。皮影戏,一般一个人要用三个细杆指挥,一杆控制坐立和走动,其余两杆控制皮影左右手的动作。如果有马自然还需要一个细杆来控制马。一个骑兵,就需要四个杆来控制。八匹马就需要三十多杆来控制。



红城镇的皮影戏老艺人在演出中。

这个绝活是葛家班独有的。

在红城人的记忆和民间传说中,葛家班的马弦戏是一绝,由于马弦戏比较费神费力,包五六场戏,才能演一场马弦戏。

夜走山路一阵风

皮影本身没有唱腔,一般是跟着戏路走。西北这边大多唱秦腔。上个世纪初,正是甘肃本土老戏班兴盛之时。葛家班的戏路和皮影的制作工艺,都保留了甘肃神怪戏的特色,尤其是皮影的制作脸谱和耿家脸谱极为接近。而葛家班演出的剧目,大部分是神怪剧目,比如《西游记》、《封神演义》、《粉妆楼》等皮影演出,分为白场和夜场,夜场人们都比较容易理解,即在晚上点上油灯演出,现在变成了电灯。而白天演出就难以理解了,其实白天演出是利用太阳光来演出,效果也是很不错的。

一个好班主,不仅要有高超的技艺,更需要有过人的社会交际能力。在周围乡亲们眼中,葛班主就是能人,因此也给他赋予了很多的神话和传说。葛班主的武功学自于一位南方来的高手,这位武林人士,在葛班主家住了三年,给他传授了不少武艺。临走那天,葛班主把师傅送了一程又一程,足足走出了十几里山路,临分手时,师傅又给他传了几手真正的绝活,这才飘然而去。

传说有一次,葛班主和兰州城里一位黄师傅比武,失手把黄师傅的徒弟打死了。黄师傅他们自然不干。一天夜里,皮影班正在演出,黄师傅的弟子们就把场子的大门堵上,准备等演出结束了,找葛班主报仇雪恨。他听到这个消息后,不慌不忙地演完戏,然后在墙上画了一个门,穿墙而出,乘着夜色而去了。

红火一时的葛家班还是散了。

葛班主的儿子死得早,孙子尚小。他临终前,把皮影的家当分为三份给了老伙计。其中一份给了姓王的,他的儿子名叫王万钟,成为继葛养元之后的另一位大家。上世纪50年代,王万钟曾到定西参加全地区的汇演(永登此时归定西管辖),获得了一等奖。上世纪60年代,他曾制作了一些现代风格的皮影,演出获得了乡亲们的欢迎。可惜的是,不久之后就去世了。

江湖“密语”秘密流传

在调查中,我无意发现了一套流传在皮影艺人中间的江湖密语。这是在红城皮影人中首次发现江湖密语。

事情是这样的,2004年夏天,我听人说,在武威市秦剧团中有位盲人琴师名叫陈敬明。陈敬明,解放前在王万钟的皮影戏班当琴师,大约有五六年时间。1953年,武威成立了秦剧团,他就去秦剧团了。陈敬明算是红城皮影的见证人之一。几经周折,我找到陈先生,他当时住在武威西门校场,已经七十多岁了,人很风趣,说起当年的掌故,滔滔不绝。他给我们回忆了一些红城镇的皮影故事。

无意中,他说在皮影艺人中有一套自己的江湖密语。这套密语也就是我们所说的隐语。他给我列举了许多,比如把一到九,九个数字分别用举、约、王、者、中、升、心、瓜、练九个字来对应。对女人也有多种不同的称呼,女人结婚后叫桃,未婚者叫斗,小姑娘叫筒斗,大姑娘叫太斗,好看的姑娘叫彩斗,姑娘不分大小叫华子。皮影人密语基本上都是生活用语,没有生产用语,习惯上多加一个“子”。由于陈先生年老多病,

加之几十年不讲隐语,大部分都忘记了。据他讲,在皮影班里,同行之间都用隐语讲话,旁人根本无法听懂。

我为陈先生的讲述感到震惊,因为在永登城外的薛家湾,有一个擅长算命的群体,他们中间也流传着一套江湖密语。长期以来,人们对他们的面目并不了解,有人甚至把他们称之为吉普赛人部落。专家考证,薛家湾人的密语,被称作绍语,和江浙一带的江湖切口有渊源关系。

薛家湾人密语和红城皮影人的密语有何关联呢?通过比较发现,葛家班的密语和薛家湾人的绍语有相同和相近的词汇,但为数非常少,比如狗都称为姜进(音),不同的是写法不一而已。皮影人中将老汉称为苍松,薛家沟的人则把老太太称为苍太。显然,两者是有关联的。和薛家湾人一样,红城皮影戏班的隐语都没有独立的文字,属于汉语系统,为职业团体的隐语(密语)。在另一方面,我在采访陈敬明先生时,由于陈先生的发音关系,加之密语的单词用汉字代替,这也加大了两者的词汇之间的距离。

可惜的是,这次调查完后,不久陈先生就去世了。现在,知道永登红城皮影人中曾有江湖密语的人寥寥无几。神秘的皮影人江湖密语,已渐渐成为了绝响。



解放前的红城镇。



诙谐有趣的皮毛驴。

连锁百强名单出炉 国美领跑中国家电零售业

据中国连锁经营协会公布的“中国连锁百强”名单显示,2011年,国美电器总销售规模达1100亿元,门店总数达1737家,位列中国家电零售行业榜首。

据悉,“2011年中国连锁百强”的统计口径有所收紧,数据统计采用销售规模的口径,基本上是基于连锁的零售业务部分作出。与连锁经营相关的物流等关联业务的部分,则不被计入整体数据。

在全球经济形势动荡背景下,中国家电零售行业正在发生深刻变革:一方面,低迷的

经济形势与持续的高通胀压力使家电消费需求相对受限,低迷的消费需求与持续高企的成本成为零售企业面临的战略课题;另一方面,随着城镇化步伐不断加快、网络零售快速兴起,80后、90后逐渐成为家电消费主力群体,愈发个性化与多样化的消费需求对零售企业把握并满足消费需求的能力提出了新的要求。在此情况下,零售行业传统依靠规模扩张推动企业发展的模式已经难以奏效。

对此,中国连锁经营协会会长郭戈平表示,过去十余年行业主要依赖扩张的模式发

展,现在连锁行业到了通过内部挖潜等手段,提升发展速度和竞争力的阶段。

作为中国家电连锁行业的领导者和开创者,国美电器敏锐地把握到行业趋势的变化,积极通过线上、线下双线部署推动虚实网供需链变革,从而构建线上+线下和谐共赢的供需链。国美电器总裁王俊洲表示,企业的可持续发展增长不是依赖于场地和供应商而是对商品的精细化管理和对客户的精细化服务,向商品经营和客户经营转变是一种回归商业本质的转变。

为此,国美电器进行了大量的后台基础设施建设,全面规划并升级了信息化系统、物流系统及服务系统,提升零供双方服务用户的效率。从现实效果看,国美电器的这些举动取得了良好的市场反应,中国连锁经营协会公布的数据就是最好的佐证。

此前,在美国德勤有限公司与STORES Media联合发布的《2012全球零售力量》报告中,国美全球竞争力排名位居全球零售企业排行榜第75位,三度蝉联中国家电零售第一。(刘佳)