

温润如玉:中国美学原点与“润”的观念起源

叶舒宪

【摘要】对于上下五千年的中国文明而言,玉文化研究相较其他物质文化方面,具有无可比拟的优势,这也是当下新文科拓展知识创新点之所在。中国美学学术重建应回归本土视角和本土话语,根据考古新资料重建万年中国观的深度历史大视野和知识更新格局,锁定华夏文明核心价值观的原型物质——美玉,通过上五千年的鉴玉经验积淀过程分析,诠释下五千年“君子温润如玉”人格理想及其审美实践底蕴。万年玉文化传承在审美聚焦方面的两个本土核心问题是:温润如玉的价值判断究竟从何而来?为什么后代儒家的人格理想表达,要借助于玉的温润之美作为元隐喻?前一问的答案,将是解说后一问的认识前提。这样的连锁解答思路需要诉诸上五千年的先民审美感知世界。通过聚焦古人鉴玉的核心审美标准——华夏独有的美学关键词“润”的观念起源问题,可以发现,“温润”是古人通过佩玉和盘玉的把玩实践检验后提炼出来的美学理想和人格理想。

【关键词】格物致知;中国美学;感觉学;润泽;玉德

【作者简介】叶舒宪,上海交通大学中国语言文学系(上海 200240)。

【原文出处】《南京大学学报》:哲学·人文科学·社会科学,2023.4.58~65

一、“格物致知”:美学再出发

美学是感觉学。感觉的主体是特定文化中的人,感觉的对象则是特定文化筛选出的物或人。本土儒家认识论的话语“格物致知”说,彰显出人与物之间的互动实践经验对认知的重要意义。这应该是一种基于我国先民特有的感知经验的体认过程,不同于西方形而上学纯抽象的理念思维传统。然而,西方美学作为哲学的附属学科,也伴随西学东渐的大趋势而强势输入中国。经过100多年的学院派经营,却基本上走向感觉学的反面,变成空降而来的形而上观念无休止大争辩的跑马场。诸如美是主观的、美是客观的、美是主客观统一的一类理论命题,此起彼伏,不绝如缕,构成过眼云烟一般的虚假学术繁荣。在当今文化自觉和文化自信的新时代呼声下,或许能有条件让研究者们重新回到中国古人的感觉世界,以“现象还

原”的体认方式为基础,去重新讨论华夏美学的发生问题。在这方面,尤其是需要努力聚焦到古人是用怎样的一种本土话语来表达和言说审美意识相关问题的,并从理论上阐释为什么是这样。

恢复格物致知传统,首先需要聚焦本土传统核心价值所在,从而确认:是何种特殊的“物”被华夏先民从万事万物中筛选出来,推崇为首屈一指的神圣对象,并由此驱动社会统治者的观念和行为的。按照改革开放以来新兴交叉学科文学人类学的文化大传统理论和万年中国观,要恢复华夏本土美学史建构之起点,需要当今的研究者能够与时俱进,先熟悉中华上五千年的感知聚焦,通过“物证优先”的四重证据法操作原则之引领,重新筛选出足以开启先民审美感知的对象物群体,然后方可进入对审美主体感知特色经验及其在下五千年的文字叙说和传承的梳理工作。

毋庸讳言,不从华夏先民万年延续下来的感觉对象出发的思想史和美学史建构,如今已经大量问世,虽然算不上汗牛充栋,也堪称如雨后春笋,层出不穷。脱离本土的话语实际,一味套用或挪用西式的抽象概念来书写中国美学传统,曾经成为学界的一时风气,这就难免陷入张冠李戴和缘木求鱼的尴尬境地。鸦片战争以来的西方强势文化助推西学东渐之风迅猛席卷我们的教育,从而压倒和淹没了本土文化的审美感知方式,万年延续的传统审美方式眼下正遭遇危机。像“玉为石之美者”的判断、“君子温润如玉”的华夏人格理想、“千种玛瑙万种玉”的说法及相关的辨识和体认知识,在我们的从小学至大学的全套16年制教育课程中,不见踪影。倒是本土话语传统中并没有的西化的各种抽象概念,充斥着我们的文科教科书。面对“最有教养的皇帝”清乾隆帝亲笔写下的800首题玉诗,当今的大部分知识人几乎没有什么认知,更不用说如何去理解《玉篇》《玉台新咏》《玉烛宝典》等古代典籍以玉为名的流行文化现象了。显然,对本土话语的遗忘和出发点的误认,带偏了整个思想史和美学史的研究路径。基于对中国美学和思想史研究的百年反思,可提炼出文化自觉时代的学术重建方略:回归本土视角和本土话语,根据考古新资料重建万年中国观的深度历史大视野和知识更新格局,锁定华夏文明核心价值观的原型物质——美玉,通过上五千年的鉴玉经验积淀过程分析,诠释下五千年“君子温润如玉”人格理想及其审美实践底蕴。

二、“格物”启发深度认知:万年中国观

哲学思考是形而上的,本土思想家早在先秦时代就已经成功提炼出一个形而上概念,称之为“道”,并且明确告诉后人道是不可道的,即无法说清楚的。那又该怎么办呢?在思想史上后来者的应对方略是:既然形而上的道看不见摸不着也说不清,那就干脆转向看得见、摸得着的实物对象,即所谓“形而下者谓之器”。在做这个认知转向时

还要特别提示:在我国的思维传统中,形而下的器不仅可以载道,还可以专门体现道的全部奥妙。放眼一部物质文化史,从史前期的陶器、木器、骨器、丝织品,到文明国家的铜器、金器、瓷器等,皆为器;唯有一种器在华夏传统中能够独超众器,脱颖而出,成为汉字第一部字典书《说文解字》中最重要的部首字,即第六部首“玉(王)”。玉,和同样重要的第三部首“示”字,恰好构成某种神圣性的对应格局,二者共同代表祭祀礼仪中通神通天的神圣中介物。这样,我国先民就有效地实现了通过形而下的玉器来体现形而上玄思的特有感知方式的建构,让绝大多数读书人不用朝向形而上的思辨方向发展自己的认知,而是因袭史前先民格物致知和格物通神的悠远心智传统。惟其如此,华夏文明在建构宇宙观和人生观方面,都习惯于诉诸美玉这样的中介性圣物。比如说,要形容宇宙之奇幻瑰丽,会说“玉宇琼楼”;形容宇宙开辟后的壮阔天地,会说“天地玄黄”;讲到人格的理想则会说“君子如玉”;表达人生价值观的选择,则有“宁为玉碎,不为瓦全”;表达不同族群不同民族间友好相处之道,则要说“化干戈为玉帛”;诸如此类,不一而足。在中国人看来,宇宙万物中没有任何一种其他的物质能够像美玉这样至高无上和完美无缺。“白璧无瑕”这样的比喻,就是彰显中国式审美最高境界的常用成语。

从中西文明的对照视角看,西方崇拜黄金和中国崇拜玉石,有着泾渭分明的差异特色。马克思用“拜金主义”来概括西方资本主义的核心价值观,可谓言简意赅、一语中的。可惜的是,马克思的话语并没有启发西学东渐背景下的中国学者回归到本土传统所熟悉的古汉语措辞中去,并由此概括和提炼出华夏文明的核心价值观。一直要等到90岁高龄的人类学大师费孝通先生出面倡导“玉魂国魄”,才终于给我们的学界带来文化自觉的刺激和灵感。^①即便如此,我们的美学界对费孝通先生的重要提示还是不够敏感和积极,能在学

术上做出回应者更是寥寥。文学人类学派自1996年创建全国性的学术组织,发展到21世纪的最初十年,曾努力动员一批学人转向“风景这边独好”的中国玉学玉文化研究领域,并且组织学科交叉互补的科研团队,先后完成三大国家项目,简称为“玉成中国三部曲”,即以《中华文明探源的神话学研究》(2015)、《玉石神话信仰与华夏精神》(2019)和《玄玉时代:五千年中国的新求证》(2020)三部专著为代表的多套丛书。围绕此三大项目,研究团队先后出版的相关著作和译著的数量,已超过百部。^②在此基础上尝试建立中国文化理论体系,以三联书店2019年推出的学术专刊《神话中国》和商务印书馆、中信出版集团在2021和2023年分别推出的理论专刊《文化文本》第1辑和第2辑为标志。如今再回过头来重新耕耘思想史和美学史的课题,当然会产生别开生面的学术拓展意识和具体的可操作方略。一言以蔽之,就是先回到本土传统的认识论原则:格物致知。即先从各种各样的审美对象中锁定中国文化所独享的至高无上的核心价值对象物:玉。然后再坚持“从本土的观点看”之立场,弄清古代国人是如何崇拜、鉴赏、评判和体验国宝——玉石和玉器的。即便是陶瓷史专家也非常清楚,古人烧造瓷器的一大终极审美标准,延续至今都没有改变过,那就是追求“温润如玉”的境界效果。^③

根据最近的考古新发现,玉文化在中国境内的发端已经超过万年。在距今9000至8000年间率先形成一个北方玉文化传播和兴盛的高峰期,以黑龙江饶河县小南山遗址和内蒙古赤峰地区兴隆洼遗址出土的规模性玉礼器生产为标志。^④随后的玉文化拓展空间自北南下,遍布我国东部和南部地区,然后西进中原地区,并西进陇山抵达甘肃青海,一直拓展到河西走廊。^⑤这个玉文化传播的多米诺过程的展开,大致经历了6000年之久,即从10000年前到4000年前的时间段。这都是在文明和文字起源以前的史前期就已经完成的,也

是在后世的文献记载中不存在的,从孔子、孟子到司马迁、班固这些华夏早期知识界领袖人物对此过程并不了解。

21世纪第二个十年里最后几年的考古报告,为我们呈现出这样一种波澜壮阔的万年文化观。在10000年前,国家和文明还没有诞生,但一个5000年没有中断的文明古国的基本文化基因已经萌生了,那就是农业文明赖以存续的农作物:北方的小米和南方的大米都是在万年前驯化的,而精神方面的玉石神话信仰也同时发轫启航。由此,中国思想的深度研究视角已然出现:为什么是上五千年先奠基搭台,到下五千年再登场表演。这样的发问方式,过去的知识人根本无从问起,如今已经有足够的新资料等待学者去发掘和认知。本文在此权且当作某种抛砖引玉的尝试,尝试解答万年玉文化传承在审美聚焦方面的两个本土核心问题:温润如玉的价值判断究竟从何而来?为什么后代儒家的人格理想表达,要借助于玉的温润之美作为元隐喻?前一问的答案,将是解说后一问的认识前提。这样的连锁解答思路自然需要诉诸上五千年的先民审美感知世界。

对于上下五千年的中国文明而言,玉文化研究相较其他物质文化方面,具有无可比拟的优势,这也是当下新文科拓展知识创新点之所在。考古发现的新材料层出不穷的局面,足以让研究者应接不暇。几乎每一年,甚至每个月都会有新的考古实物出现,不断刷新着已有的认知和格局,确确实实是在与时俱进。例如,在2017年以前的学界认定,中国玉文化以兴隆洼文化为首,距今8000年。2014年新问世的皇皇巨著12卷本《中国玉器通史》,即以兴隆洼文化玉器作为中国玉文化开端。^⑥而在仅仅三年后的2017年,有关黑龙江饶河县小南山遗址玉器群发掘情况的披露,一下就将8000年玉文化提前到了距今9000年之际^⑦;又在仅仅时隔一年后,吉林白城双塔遗址玉环的发现,再度将这个中国玉文化初始的记录打破,延伸

到距今10000年。不仅如此,这两个史前遗址的玉器发现,终于将贝加尔湖地区20000年以上的玉文化传承,与我国东北三省加内蒙古东部的早期玉文化繁荣地区,联结为一个整体性的文化传播带^⑧,大大拓宽了我们认识史前中国形成过程的时空大背景,如此的长时段俯瞰效果,堪称“登泰山而小鲁”。

俗话说饮水思源,源远流长。玉文化从东北亚洲的20000年传承,到我国境内的10000年传承,一旦恢复其原初的传播路径与相互联系,那就是几乎覆盖我国新石器时代全程的、一直没有中断的万年文化脉络,其始终如一并且一线贯穿,最终延伸到夏商周三代的神权与王权建构,总算真正理清其源流。一幅描绘中华礼制文明起源的万年全景图,正在日益清晰地向我们呈现出来。

由于先民的感知认定玉为石之美者,所以玉文化的发生就在理论上可归属于审美活动的研究范畴。玉石之美首先是诉诸视觉感官的颜色美,我们从早期用玉的色彩特征中,便得以窥测本土传统之审美风尚的形成轨迹,其年代之早,大大超出读书人的书本知识范围。^⑨上五千年的玉文化发展,在距今8000年之际的内蒙古赤峰地区兴隆洼文化达到一个繁荣高峰。之所以推荐阅读彩图版《玉器起源探索》,就因为其精美逼真的玉器照片,泾渭分明地呈现出当时用玉的二元色调特征——墨绿与青黄。对照之下,就会明白这种玄黄二元色的用玉传统一直延续到随后的红山文化玉器时代,成为华夏神话宇宙观“天地玄黄”编码的史前原型。直到商周之际大量新疆和田优质白玉输入中原以后,才终于导致玄黄为主的用玉传统向白玉独尊的新传统转变。笔者将玉文化史上的这次转折称为玉石神话信仰的一场“新教革命”^⑩。在此之后的白玉崇拜就再也没有改变过,并奠定了今日收藏品市场上最高价值物的文化基础。

青铜器之美、瓷器之美、木器之美、紫砂之美、

书画之美、建筑之美,等等,所有这些都只能算作“孙辈”或“重孙辈”的后代审美对象,唯有玉之美,足足有10000年之久的时间呈现,并且其间并未曾有过中断,属于自始至终还延续在我们身边的活着的传统,并且涉及当代的珠宝玉器产业和庞大的市场销售行业,也涉及方兴未艾的文博界和收藏界,影响无数爱玉赏玉之人。如此看,玉文化有理由成为中国美学未来最具有世界推广意义的一大特色专项。近年来的海外拍卖古玉屡创成交纪录,在此影响下,经历“文化大革命”和“破四旧”后的国人似乎一夜醒来,重新珍视自己国家的万年国宝传承,一个重新领教和全面梳理玉文化的学习浪潮正在来临。^⑪伴随这样的国史知识更新过程而来的,是学术研究的一次重大机遇:创建“上下五千年”的历史文化认知新模式——全面揭示“上五千年的玉礼器故事”,如何能够成为下五千年中国故事的总原型以及华夏文明核心价值观之原型的道理。为此,刚完成的上海市社会科学特别委托项目“中华创世神话考古研究”提供出某种可操作的解决方案:让每一种玉礼器(或特色玉料)的源流演变过程呈现为自我独立讲述的故事,汇合起来恰好构成一副超长焦距的“玉成中国”的总体图景。该项目由七部专书构成:《玄玉时代:五千年中国的新求证》(2020)、《方圆一体:玉琮的故事五千年》(2020)、《盘古之斧:玉斧钺的故事九千年》(2021)、《祖灵在天:玉人像与柄形器的故事五千年》(2021)等四部书,为解决中国文明有五千年而甲骨文汉字仅有三千多年的认知瓶颈,呈现替代性的解决策略:让每一种玉礼器自己发声讲述其“物的民族志”故事,组合起来构成前甲骨文时代的深度历史文化叙事。而《禹赐玄圭:玉圭的中国故事》(2020)、《玄鸟生商:商代玉器的神话考古》(2022)、《周人尚赤:红玛瑙传播中国故事》(2023)三部专著的初衷,是要分别呈现中国早期三大王朝夏商周的玉礼器实物及特色,昭示玉礼器和神话信仰的体系性和连贯性,让上五千年到下

五千年的中国史和中国故事的连贯性,可以不依赖书本文字而得以直观呈现给每一个读者。

复原原初的神话想象力,用以同时激活文物和文本,为万年中国史的总脉络“招魂续魄”。费孝通先生将源远流长的玉文化比喻为“玉魂国魄”,“中华创世神话考古研究”的项目设计就是要遵循文化人类学“本土视角”,让神话故事的激活作用得到充分发挥和释放,让中国文学所独享的“通灵宝玉”的虚拟现实功能,借助于我国考古新发现的万年玉礼器文物谱,成为最有深度和鲜活生命力的传播载体,用来诠释中国传统叙事体系中大家最熟悉的话语“古之君子必佩玉”“君子温润如玉”“圣人被褐怀玉”“如切如磋如琢如磨”“白璧无瑕”“瑕不掩瑜”“黄金有价玉无价”“玉养人,人养玉”等,并将此类大众熟知的话语提升到文明核心价值观的高度加以体会和传承,让传统文化中精神圣物的文化意义成为当今爱国主义教育的生动场域,让被西学东渐以来西化的教育内容所遮蔽的国粹重新焕发生机,让万年中国的大历史观念走向普及,深入人心。^⑫

三、释“温润”:从生命力信仰到玉美学标准

既然玉器时代的起源几乎与我国新石器时代是同步的,那么史前先民在长久的与石头打交道的过程中,依据什么标准从万千种石料中选择出玉质的原料呢?要解答这个疑问,当然离不开选材出于审美标准的基本判断,那就是在玉学界人尽皆知的玉之定义:“石之美者”。换言之,从审美认同出发的玉材筛选,到神圣认同的崇拜和信仰观念投射,“通灵宝玉”观念从发生,再转化到文化价值的普遍认同,这是一个三段论的发展过程。下文要聚焦到古人鉴玉的核心审美标准,也是华夏独有的美学关键词“润”的观念起源问题,为万年玉文化史找出神圣化信仰之外的另一种精神动力要素。

从字面意义看,润、泽、温润,这几个最常用来形容美玉的同义词,均从水,其本义皆和雨露滋润

干燥的土地的自然现象有关。但是,一旦国人将这些从水旁的字用于形容玉之美方面,情况就会发生根本变化:它们不再是形容水的润泽作用,而是形容油脂的润泽作用!凡是经验过玉器收藏把玩实践的人,都熟悉专业人士判断一块玉(不论是玉器,还是没有雕琢的玉料)之优劣的一个基本感觉:有没有油性?所谓玉之油性,也就是指视觉直观的一种类似油脂的光泽。唯有这样的感觉体验才符合“温”的标准。

为什么会是这样?如此一种鉴玉美学观是怎样形成的?开门见山的回答是:早期农耕社会的营养学和饮食美学,必有对动物脂肪的渴求,并由此而催生先民的脂肪(油脂)崇拜,有汉语成语“脂膏莫润”为证。此处的“润”与水无关,却专用于形容动物脂肪。从献祭天神的动物牺牲祭品特色——越大越肥就越显示祭祀者的虔诚^⑬,到华夏国家君子理想的隐喻,玉美学的润泽标准形成,就这样深描出华夏美学和人文理想的史前信仰根源。

动物脂肪,古称“膏”或“脂膏”,乃是先民想象的动物生命力之体现。增肥增膘,是所有饲养家猪的人们梦寐以求的理想饲养效果。从瘦小到肥大,也是人能直观感知到的生命力增长的外在标志。将现实动物的脂肪视为可消耗的生命力^⑭,将玉石幻想成为可持续的神话脂肪生命力,就有了《国语》中“玉帛为二精”的著名信条和神圣话语,以及《山海经》讲述的黄帝在崑山大吃玉膏的玄幻叙事。^⑮在《楚辞》等作品中,就看到屈原直言不讳地表达自己“登昆仑兮食玉英”的人生理想;而三礼典籍中享食美玉的制度,也由此而生。对应的是中医药思想中的石脂玉膏联想泛化观念,将无机物一类的玉石想象为和有机物生长一样承载着神圣生命力之“精”。于是出现了药用物质的神话性命名现象,如《神农本草》和《证类本草》之书中所表现的。南朝梁陶弘景《本草经集注》“玉屑”条云:

味甘,平,无毒。主除胃中热、喘息、烦满,止

渴,屑如麻豆服之。久服轻身长年。生蓝田,采无时。(恶鹿角。)^⑩

对照晋人张华《博物志》卷一的如下记载,玉膏玉屑之类神秘药食的背景原理就很清晰了:“名山大川,孔穴相向,和气所出,则生石脂玉膏,食之不死,神龙灵龟行于穴中矣。”^⑪原来在时人的认知中,此类玉膏石脂和昆仑仙山上灵芝玉树玉英同类,属于西王母秘传的天下不死之药。玉膏的审美理念,伴随本土的医药学思想而得以全面继承下来,并被带入到儒家思想的教化传承中,“君子温润如玉”的儒家理念对当今国际社会的相处之道给出非常有益的启示,将伴随中国文化的复兴和国际传播,发挥出积极的和平引领作用。

回到脂肪或油脂崇拜,这和农业社会饲养家猪的经验密切相关。家猪生长周期短而致肥效应快,从饲养实践中催生“发”的系列联想,即以肥硕外观体现生命力崇拜,从肉身的“发福”引申到家庭的“发家致富”。8000年前的兴隆洼文化已经出现用一雄一雌两只整猪随葬一位墓主人的现象;到5300年前安徽含山凌家滩07M23墓葬中,居然能随葬一件罕见的重达80千克的大型玉雕猪(如今在安徽省博物馆展出)^⑫,其对饲养家猪的动物脂肪崇拜之意,显而易见^⑬。现实存在的脂膏,是一次性消费的、不可再生的滋养。国人本草医药学虚拟想象中的玉石脂膏,却是永远不会耗散和衰减的“精”或“能量”,在万年佩玉实践中,带给先民一种人与玉的生命交感体验,也使得人所佩戴的玉器呈现越来越润泽的感应效果。温润,是古人通过佩玉和盘玉的把玩实践检验后,提炼出来的美学理想和人格理想。若是从来没有这种现实审美体验的人,又如何能够感同身受地理解和解释这类中国美学核心观念呢?

顺着格物、感物、类物的审美感知和联想实践过程,某种源于神圣化幻想的玉美学境界,已经呼之欲出。本土文化再自觉之后的中国美学史读本,为何需要锁定其核心对象,即最接地气

的中国传统精神聚焦的至美物质——玉,而重新构思布局?因为这样的美学教育与研究有助于在当下时代重新找回失落已久的本土文化魂灵,而不再纠缠于西方哲学形而上的架空高论。在这方面,许慎在《说文解字》中提出的玉有五德说,是最为典型的中国经验的精华式表述,充满文明特色意蕴,其观念来源则是具体的人与玉互动的实践经验,包括万年来的无数大国工匠(古书中称为“玉人”)对玉料开采、筛选、设计、加工的全套生产经验(切磋琢磨),以及玉器使用者的生活经验,包括佩玉感受、把玩玉器的体会、感悟及联想方式。^⑭下面就具体解读东汉文字学大师许慎对“玉”的定义,看看他是如何做出一种非常经典的文化阐释的:

玉,石之美,有五德,润泽以温,仁之方也;䚶理自外,可以知中,义之方也;其声舒扬,专以远闻,智之方也;不桡而折,勇之方也;锐廉而不技(枝),絜(洁)之方也。^⑮

从感觉学的视角看,许慎对“玉有五德”的诠释话语,彰显出中国式美感的源头,那就是五官感觉加比兴联想(引譬连类思维):(1)润泽以温:视觉+触觉+比兴联想;(2)䚶理自外:视觉+联想;(3)其声舒扬:听觉+联想;(4)不桡而折:视觉+听觉+触觉+联想;(5)锐廉而不技(枝):触觉+联想。《说文》要表达的意思很明确:玉这种特殊物质存在,首先会直接诉诸人的感官判断和审美筛选,即石类之中的美者。世间的石头种类成千上万,唯有外观给人以美感才是其被筛选进入玉类的入门条件。人类进化过程经历了数百万年的石器时代,从旧石器时代后期到新石器时代,先民开启审美觉醒之旅,将某些具有美丽外观的石材,采用精加工方式,先切割下料成形,再切磋琢磨,最后表面抛光,炼成一件光彩照人的精美艺术品。

从审美判断到人格伦理判断,许慎紧接着就按照主观联想的逻辑去认定:美玉中蕴含着五种人类独有的优秀品质(德)。以下辨析参照汤可敬

先生的解说:第一德,仁。玉给人一种视觉和触觉上的润泽之感,此外还有温和温暖之感(石头并无温暖之感,这一说法表明玉能够给人带来某种错觉联想,为何如此,最值得深究)。有人解释此处的“润泽”指玉给人带来恩泽,故比喻为仁爱之心。要知道,仁是儒家思想之最重要的教育理念。玉的润泽而温和的特征,如何就类比到君子的人格理想呢?其间的过渡逻辑还是主观联想。第二德,义。玉经过切磋琢磨后,呈现为半透明状态,不像一般的石头那样藏着掖着无法看到内部的节理结构,而是从外表看就能看到里面的质地,是否有杂质和杂色、绺裂。这种品质乃是忠义之士的譬喻。第三德,智。玉器彼此轻碰,会发出舒扬动听的乐音,并且能传到较远处,这说明玉是智士的譬喻。第四德,勇。玉刚直不挠,宁为玉碎,不为瓦全,代表着玉有超人的勇毅品格。第五德,洁。玉断裂之后,断口边缘会有很锋利的茬,却不会伤人,这乃是廉洁君子的譬喻。第五德,是出于常年接触玉器的经验之谈,也是出自现实生活的感知体会。试想,一个人若根本没有用自己的手去触摸过玉料或玉器打碎之后的茬口,他怎会知道玉碎裂后的坚硬茬口不会割伤人呢?即使其本身非常坚硬,能够划动玻璃,但其断口不会伤害触碰者的肉身,这样的美石材料当然会让华夏先民联想到温润廉洁的君子品格,此乃玉石人见人爱之所以然。

汉代的学者许慎能够根据人体五官感觉和联想,对一个“玉”字做出如此丰富和耐人寻味的阐发,这不仅仅是在编字典,更是在发挥和示范我国思想史、美学史写作的核心要义。

本文结尾,兹引用清末民初学者刘大同《古玉辨》有关“历代杂用之玉”的一段教诲,作为中国思想史和美学史再出发的“警世恒言”：“古人征守及恤凶荒,则用珍圭;和难聘女,则用谷璧;治德结好,则用琬圭;易行除恶,则用琰圭;治兵守起军旅,则用牙璋。故五瑞之辑,玉人之职,典瑞之文,

《郑风》《卫风》《小雅》之诗歌,《玉藻》《明堂位》之记录,皆经史所备载,为人所共知者。自秦汉以来名称尤多,印则曰玉玺,符则曰玉符,食则曰玉羹,饮食则曰琼浆,楼则曰琼楼,池则曰瑶池,居则曰玉屋,行则曰玉佩,册则曰玉册,函则曰玉函,辇则曰玉辇,笙则曰玉笙,管则曰玉管,砚则曰玉砚,杯则曰玉杯,钩则曰玉钩,瓶则曰玉瓶。各种杂用笔不胜书,况人曰玉人,人颜曰玉颜,容曰玉容,骨曰玉骨,脂曰玉脂,腕曰玉腕,趾曰玉趾,儿曰玉儿,女曰玉女。古人以人比玉,抑何重耶。今人乃以金银宝石,作器代玉,其俗彻骨,真可谓黄钟毁弃,瓦釜雷鸣,谗人高张,贤士无名。言之令人浩叹!”^②

注释:

①费孝通先生根据中国史前玉器的大量出土情况,在21世纪初建议国家文物局和考古工作者连续组织专家多次召开玉文化专题研讨会,会议文集出版时皆题为“玉魂国魄”,参见费孝通主编:《玉魂国魄:中国古代玉器与传统文化学术讨论会文集》,北京:北京燕山出版社,2002年。

②包括国家出版基金项目“神话学文库”38种、“文学人类学原创书系”40种、“神话历史丛书”13种、玉帛之路田野考察丛书三套16种、文明起源的神话学研究丛书8种,等等。

③方李莉:《中国陶瓷史》,济南:齐鲁书社,2013年,导论。

④关于兴隆洼文化玉器的研究报告,参考中国社会科学院考古研究所、香港中文大学中国考古艺术研究中心编:《玉器起源探索——兴隆洼文化玉器研究及图录》,香港:香港中文大学中国文化研究所,2007年。黑龙江小南山遗址出土玉器,目前仅有简报,还没有出版图册。请参看叶舒宪:《玉石里的中国》,上海:上海文艺出版社,2019年,第35-37页。

⑤叶舒宪:《河西走廊——西部神话与华夏源流》,昆明:云南教育出版社,2008年;叶舒宪:《玉出三危:第十三次玉帛之路(敦煌道)考察简报》,《丝绸之路》2018年第1期;叶舒宪:《关于齐家文化的起源——十次玉石之路考察的新认识》,《玉石之路踏查三续记》,西安:陕西师范大学出版社,2020年,第85-89页。

⑥陆建芳、方向明、周晓晶:《中国玉器通史·新石器时代北方卷》,深圳:海天出版社,2014年,第4-5页。

⑦专业性的考古简报,比一般媒体报道要晚两年,参见李有骞、杨永才:《黑龙江饶河县小南山遗址2015年Ⅲ区发掘简报》,《考古》2019年第8期。

⑧吉平、邓聪主编:《哈民玉器研究》,北京:中华书局,2018年,第142-145页;高云祥:《中国东北地区公元前三千年前的文化演进与社会发展》,吉林大学博士学位论文,2021年;叶舒宪:《从草原玉路到草原丝路——万年玉路踏查的理论创新意义》,《西北民族大学学报(哲学社会科学版)》2023年第1期。

⑨陈寅恪先生主张,一个时代有一个时代的学术。取用新材料研究新问题,才算学术上的“预流”。本文谨在此推荐2007年在香港出版的《玉器起源探索》和2018年在北京出版的《哈民玉器研究》,作为当今入门级的上五千年中国美学读本:二书皆为全彩版,后者更以八开本精装铜版纸全彩图形式问世,委托国内顶级印刷公司雅昌文化有限公司负责设计和印制,其厚重感和形式美的超级追求,就足以让读者先肃然起敬,正襟危坐,然后再翻开巨大书册,去真切感知中华上五千年的先民如何制玉和如何佩玉的具体情景,非常具有“美学即感觉学”的再启蒙意义。

⑩叶舒宪:《玉石神话信仰与华夏精神》,上海:复旦大学出版社,2019年,第305-360页。

⑪杨伯达主编:《中国玉文化玉学论丛》三编,北京:紫禁城出版社,2005年;杨伯达主编:《中国玉文化玉学论丛》四编,北京:紫禁城出版社,2007年。

⑫为此,该文学人类学团队还策划“万年长三角文化特展”,以为全面提升国际化大都市的文化底蕴认知水准、再造文化品牌贡献专业智慧。

⑬叶舒宪:《说“献”——犬文化的万年观》,叶舒宪、李继凯主编:《文化文本》第2辑,北京:中信出版集团,2023年,第28-38页。

⑭汉字“能”即“熊”之本字,充分体现生命力崇拜与动物脂肪崇拜的统一性。熊冬眠之前拼命觅食以增加自身脂肪的现象,正是北方民族“吃秋膘”礼俗增强自身“储能”以备度过寒冬的仿生学榜样。而五禽戏之熊戏,也是华夏活态文化传

承至今的“储能”养生之万年实践。参见叶舒宪:《熊图腾——中华祖先神话探源(修订版)》,西安:陕西师范大学出版社,2018年。

⑮郝懿行:《山海经笺疏》,北京:中国致公出版社,2016年,第68页。古往今来,有没有人将黄帝食玉膏叙述当成某种真实发生的事件呢?唯有信仰者才会如此吧。如今带人体验式的中国美学寻根,让我们终于揭开此类事件的信仰文化内涵,并由此厘清其重要的价值导向意义。

⑯陶弘景:《本草经集注》,北京:人民卫生出版社,1994年,第55页。陶弘景注:“此云玉屑,亦是以玉为屑,非应别一种物也。《仙经》服珎玉,有捣如米粒,乃以苦酒辈,消令如泥,亦有合为浆者。凡服玉,皆不得用已成器物,及冢中玉璞也。好玉出蓝田,及南阳徐善亭部界中,日南、卢容水中,外国于阗、疏勒诸处皆善。《仙方》名玉为玄真,洁白如猪膏,叩之鸣者,是真也。其比类甚多相似,宜精别之。所以燕石入箭,卞氏长号也。”

⑰张华、李石:《博物志·续博物志》,北京:中国书店,2019年,第13页。

⑱张敬国:《安徽含山县凌家滩遗址第五次发掘的新发现》,《考古》2008年第3期。

⑲这也足以让今人对“发”浮想联翩,至于民间习惯将家中的储钱罐做成猪的形状,并美其名曰“猪宝宝”,其祝愿发家致富的蕴意,更是一目了然。

⑳这本应是见习中国美学的最佳课堂,可惜西学东渐后的国人教育,割断了华夏独有的玉文化教育内容,任这一笔万年传下来的无比珍贵的精神遗产自生自灭。除了各种电视节目中的鉴宝寻宝拍宝类节目之外,很少有学校开设玉学或玉文化的课程。如今国家领导层明确提出非物质文化遗产进课堂,适时地推出玉学课程,并纳入中国美学和艺术学的基础教育范畴,恰逢其时。

㉑汤可敬:《说文解字今释(增订本)》,上海:上海古籍出版社,2018年,第26页。

㉒刘大同:《古玉辨》,郑州:中州古籍出版社,2013年,第108-109页。标点略有改动。