

■ 美 学

味觉与中国传统美学

陈望衡, 黄沁茗

(武汉大学 哲学学院, 湖北 武汉 430072)

[作者简介] 陈望衡(1944-), 男, 湖南邵阳人, 武汉大学哲学学院教授, 博士生导师, 主要从事美学、中国文化研究; 黄沁茗(1969-), 女, 湖北罗田人, 武汉大学哲学学院博士生, 主要从事美育研究。

[摘 要] 味, 在中国古典美学中占据重要的地位, 它来源于饮食中的味觉, 但不是味觉。中国美学重视事物内在的意味, 这种意味是精微的, 模糊的, 需要自身体验的。中国美学用了“味”这个词比喻美感, 说明中国美学是以体验论为哲学基础的, 与西方以认识论为哲学基础的美学相区别。中国美学要求审美者超越现象的美, 而深入到现象后面的意义, 认为这才是最高的美, 最高的是“妙”。“妙”是不可言传的, 通向无限的。

[关键词] 味觉; 饮食文化

[中图分类号] B83-0 [文献标识码] A [文章编号] 1672-7320(2004)01-0062-05

一

在中国古典美学中, 味觉占有重要的地位。从某种意义上说, 中国古典美学中的美感理论是以“味”作为中心范畴的。这与西方美学有重要不同。在西方美学中, 美感主要是视听两种感觉的快感及其文化内涵。所以说, 在中西美学体系上有差异。中西美学概念系统的对立大体可以简表的形式表示:

	(一)审美对象	(二)审美注意	(三)审美感觉	(四)审美极致	(五)哲学基础
中国	意象	意	味	妙	体验论
西方	象意	象	视、听	美	认识论

(一)关于审美对象。中国古典美学与西方美学都是有意义的形象包括自然形象、艺术形象、人物形象。但在中国, 其形象中的意义层面更为重要, 王弼在《周易略例·明象》中说“象者, 所以存意, 得意忘象”。象只是过河的筏、钓鱼的筌, 河度过去了, 就可舍筏; 鱼钓到了, 就可忘筌。因此, 在中国古典美学中, 用的概念是“意象”, 意在前面。而在西方美学中, 客体的外观更多地成为审美观照的对象, 黑格尔说: “美只能在形象中见出”^[1](第161页)。因此, 我创造的这个词将“象”放在“意”的前面。

(二)关于审美注意。既然中国古典美学重视审美对象内在的素质, 所以“意”成为审美注意的重心。不是中国人对外在美没有感受, 也不是不需要, 但是, 在美学中, 它占的地位不高。中国古代哲学家老子认为, 事物外观与其内容不一定是统一的。有些事物其外观不怎么漂亮, 然而其容却很好。反过来, 内容丑恶, 外观却很漂亮。老子认为后者尤其要加以警惕。因为其漂亮的外表, 很容易诱人上当受骗。老子对“美言”、“美行”痛加批判, 其道理就在这里。老子主张抱朴守素, 朴与素都是指事物的本来样子, 事

物本来的样子就是真。中国的孔子在与学生讨论《诗经》时,学生子夏问:“巧笑倩兮,美目盼兮,何谓也”?孔子曰:“绘事后素”。子夏由此受到启发,认为“礼”是诗美的根本或者说基础。中国古代说的“礼”是合乎最高统治者根本利益的诸多规定,包括政治、法制、伦理、祭祀、艺术活动诸多方面。“礼”也可以理解成“善”。这样说来,孔子也认为美也不在外表而在内容。中国另一位思想家庄子在其《庄子》一书中,写了一群面目奇丑、但品德高尚智慧超常的人物,这些人物颇能获得少女的欢心。其原因就在这些人物内在美。将美学与伦理学混在一起,甚至以伦理学统驭美学,认为美在善,这是中华古典美学的一大传统。这种情况的出现,与中国的哲学学科分化不够有关。在中国古代,认识论、伦理学、美学分化不够。而在西方,伦理学、认识论、美学分化得比较好。如果说伦理学、认识论侧重于对事物内容的评价,那么,美学则侧重于对事物外表的评价。因此,我认为中国古典美学的审美注重“意”(内容),西方美学的审美注重“象”(形式)。

(三)关于审美感觉。中国古典美学用得最多的概念是“味”。味本义是味觉,但中国古典美学说的味,实际上只是个比喻。它说的是精神性的体悟。西方美学由于重象,相对应地,其审美感官主要为视觉与听觉。黑格尔曾说:“艺术的感性事物只涉及视听两个认识性的感觉,至于嗅觉,味觉和触觉则完全与艺术欣赏无关”^[1](第48页)。视觉形象与听觉形象在所有形象中是最具体、最具有美学意义的。

(四)关于审美评价。中国古典美学对事物的审美品评最高概念是“妙”。妙重在内容,而且其内容具有精微性、无限性、模糊性、发散性、动态性、变易性等特点。在中国美学中,审美品评也还有别的概念,如美、丽、神、韵、逸等。“美”是就一般的美而言,有时也指外在美;“丽”多是指外在美,相当于现代汉语中的漂亮。在中国美学中,它不是最高概念,在老子的著作中,还遭到批评。神、韵、逸等概念与妙有些近似,但不如妙含义明确,为大家所公认。在西方,审美品评的最高概念是美。美在哪里,主要或者说首先在形式。西方,出现过形形色色的形式美学。各种形式美学有个共同特点,那就是重视形式的独立性。西方现代派的绘画在这方面特别突出。中国古典美学也不是不重形式,但其地位没有超过内容。中国绘画讲究笔墨功夫,重视线的表现能力与墨的色彩感。似是重形式,其实,中国绘画将媒介材料简化到只剩下黑墨,也就是为了突出形式背后的内容,这内容就是中国哲学所要探求的道。笔墨形式也只是引入进入道的阶梯。得鱼忘筌,得道也就忘形。形式说到底还是不重要的。

(五)哲学基础。中国古典美学的哲学基础是体验论。西方美学的哲学基础是认识论。体验论的重要特点是以主体的心理去体悟客体的意蕴,中国美学从不讲反映,而是讲“妙悟”。妙悟,重在即事即理,了然会意。宋朝龚相在《学诗》中说:“学诗浑似学参禅,语可安排意莫传。会意即超声律界,不须炼石补青天”。可见,妙悟是感性与理性合一的且理性寓于感性之中;而反映论必然是感性走向理性,感性与理性分离。黑格尔说欣赏自然美“我们如果要认识这个领域里的生命的全体统一,就必须借助于思考和理解”^[1](第17页)。黑格尔强调审美认识的客观性,反对对对象有欲念的、实践的、情感性的关系,他认为:“艺术的真正职责就在于帮助人认识心灵的最高旨趣”。妙悟所得到的审美效应是主客合一的产物。认识论的重要特点是主体以审视的态度去观照客体,主体所得的映象是客体在主体心理的显现。

从以上的说明,我们能看出“味”在中国美学体系中实际上处于关键的地位。它一端联系审美的对象——意象,另一端联系审美品评——妙。两者统一为审美的本体——境界。

二

“味”之所以成为中国古典美学的核心范畴,与中国文化传统有密切关系。众所周知,中国美学是特别重视饮食的。民以食为天,本来,世界各民族没有不重视饮食的。问题是中国文化将饮食与礼制联系起来了。礼是中国政治伦理的根本原则、制度。而这个原则、制度首先与吃联系在一起。中国重要的经典《礼记·礼运》说:“夫礼之始,始诸饮食”。礼一个最根本的特点是等级制。在社会上处于不同的政治伦理地位的人饮食是不同的。不仅质量有别,而且多少也有别,进食的先后也有别。除了进食外,中国

古代的祭祀制,在用食品祭神灵时,也根据不同的祭祀者,做出区别。中国古代的祭祀,供品主要为肉食与饭食两类,分别用鼎与簋盛着。据商周礼制,天子九鼎八簋,诸侯七鼎六簋,大夫五鼎四簋,士三鼎二簋。这种规定象征一定的权利,是不能有一点差池的。青铜礼器中,食器、饮器占了突出的地位,其中用来盛肉的鼎成了青铜礼器的代表。中国古代对饮食做法非常讲究。形成了特有的烹调学。烹调的极致通向美。汉朝文字学家许慎的《说文解字》解释“美”字,说是“羊大为美”。就字的结构来看,美字上部是羊字,下部为大字。关于此字的解释,主要有两说,一说,羊肥则味美;另说,美字实际上是一个头上戴着羊角的巫人形象,这样的形象在当时是很美的。巫师头戴羊角跳舞,是娱乐神灵,以求神灵赐福,让来年羊群更多。从关于美字的两种解释亦可看出美与饮食的密切关系。

在中国古代,天子、诸侯等贵族对饮食的味道刻意追求,使得味觉之美不仅在人们的日常生活中处于重要地位,还走进了政治生活。商朝天子汤是一个美食家,他有一个厨子名伊尹,善于做菜,尤善于烹汤。后来,商王竟让他做了政府的大臣。伊尹虽是厨子出身,但管理国家大事,竟相当出色。我认为,这与他精通烹饪学有密切关系。《吕氏春秋·孝行览第二·本味篇》中记载伊尹烹饪学的诀窍,一是善于用水,用火。“凡味之本,水最为始。五味三材,九沸九变,火为之纪”。二是善于调和各种材料,使各种原料在水中通过火的作用达到最付佳的融合。整个过程,就是“鼎中之变,精妙微纤,口弗能言,志弗能喻,若射御之数,阴阳之化,四时之数”。最后做出的汤乃为“至味”、即美味了。

伊尹烹饪学的核心是“和”,各种材料达到最佳的调和。这种和是精妙的,不能用言语表达的,也不能用理论来比喻的,它类似于大自然的变化与组合。这就是后来老子、庄子作为哲学本体的“道”。伊尹的烹饪实现了三通。一通向政治,他用烹饪的一套治国,各种关系协调,和谐,国治好了。二通向哲学,让人通悟宇宙、人生的大道理。原来,宇宙、人生的最大秘密,也就在一个“和”字,由“和”推出一个“化”字。“和”到什么程度,“化”的程度。“化”说明构成“和”的各种材料完全成为一体了,它不是原来的事物,而是一个新事物。宇宙之所以生生不息,丰富多彩,就在“阴阳大化”。第三,通向审美。上面说的宇宙、人生之“和”“化”如果从审美的角度来看,就是美。美就在“和”,就在“化”。

中国传统文化最为看重和,儒家讲人伦之和,道家讲天人之和,禅宗讲心性之和。各家均讲人神之和。“和”是中国文化的最高范畴。《周易》用美丽的景象比喻“和”：“鸣鹤在阴,其子和之;我有好爵,吾与尔靡之”。《诗经》开篇亦云：“关关雎鸠,在河之洲,窈窕淑女,君子好逑”。

讲究和本来也不只是中国民族的专利,但如何解释和各个民族则有所不同。《左传·昭公二十年》记齐侯与晏子讨论和。齐侯问晏子,什么叫着“和”,晏子说:“和如羹焉”。原来,这“和”就是鱼肉等各种食物的原料在火的作用下,在清水中化成美妙无比的汤汁。这汤汁就是和。中国的饮食艺术一大特色就是善于烹汤。汤是味道最为鲜美的。汤的美不是视听所能感受得到的,它靠味觉的品尝。

中国人认为,最高的美是通向道的。道是宇宙的本体,是生命的基元。道既可以说是有,又不可说是无,既可以说无,又不可说是无。就它的实存来说,它是有,而就它的无限来说,它是无。就它是可以成为万物母体来说,它是有,就它只能在精神中体悟来说,它是无。

老子说把握道,可以用味来作比喻,那就是“味无味”。“无味”即为道。无味乃是因为它的味太丰富了,无法说清。只能说是无味。“味”用的比喻义,即精神性的体悟。精神性的体悟,一是在主客相互作用,合二为一,不知何者为我,何者为物;二是在这个过程精妙微纤,变化万端,只可意会,难以言传。

由此可见,中国的饮食文化绝不只是吃的问题,它关涉及中国文明的整体、根本。孙中山先生说得好:“烹调之术本于文明而生,非深孕乎文明之种族,则辨味不精,辨味不精,则烹调之术不妙。中国烹调之妙,亦是表明文明进化之深也”^[2](第6卷)。

三

味,在汉语中,可以作为名词,也可以作为动词。作为名词的味归于美论,作为动词的味归于美感

论。这二者有着密切的联系,因为在审美的实际中,美与美感是不可分的。

我们先从作为美感论的味来谈。最早将味与审美联系起来的是魏晋时代的画家宗炳。宗炳谈山水画的功用是可以替代山水,让人在欣赏山水画中体悟到道的意义,这个过程叫着“味像”。味像就是通过对像的品味,领会道的意义。味,用的是比喻义。用味而不是用视、听,是利用味的精微性、精神性,突出审美欣赏本质上是一种精神性的活动,而不是单纯的感觉或知觉活动。为什么又不用思、想等概念?因为审美不是抽象的思维,而是感性的思维。用思、想,那就无异于主审美活动是理性的活动了。

在中国美学的美感论中,味有时也通于观。宗炳在《画山水序》中说的是“澄怀味像”,而在《宋书·宗炳传》中引宗炳的话则是“澄怀观道”。这里的“观道”与“味像”是相通的。其实,在中国美学中,观的含义比视丰富。它不只是说视,还包括视中的思,就是理性直觉。“味”从本质上看,也是理性直觉。

在中国美学的美感论中,“悟”也是重要概念。“味”与“悟”是相通的,悟与味都是理性直觉。只是味比较重理性直觉中的感性因素;而悟则比较重理性直觉中的理性因素。味,常与品联缀成“品味”,与“玩”联缀成“玩味”。品味强调味的精微性,隐约性。“玩味”则强调味的自由感与愉悦感。悟有渐悟与顿悟之别。这与禅宗密切相关。禅宗对于佛法之悟有顿、渐之别。顿悟重灵感,渐悟重功夫。二者不是对立的,因为灵感虽然产生在当下,但其到来却需功夫。味,兼有顿、渐二悟,而更接近于渐。

味与悟都具有对道的领会的不确定性、发散性。因而其所得的成果都有难以言传的特点。“味无味”既是说味的对象“道”是无味的,又是说味的所得是无法说出的。无味之味是不能归为一种味的味,因而是最丰富的味,也是最高的味。悟也是这样。杨万里在《和李元麟二首》中说:“参时且柏树,悟罢岂桃花,要共东西玉,其如南北涯”。可见悟也不是单一的、确定的。味的这种精微性、不确定性、非言语性的特点是与它的对象“道”的特点密切相关的。老子说“道”既是有又是无,其中有象,又其中有精,只可意会,难以言传,玄之又玄。中国美学讲的美其意蕴是“道”。美是道的感性存在。

中国美学是一种体验论美学。它重视人的内在生命。它将这种内在的生命称之为“精”、“气”、“神”、“韵”。人的内在生命与大自然的生命是相通的。要体悟宇宙的大生命,不需要从外在入手,就从人的内在入手,也就是从个体的心理体验入手,也就是从味入手。在心理上实现了与自然的联通,那就是得道了,达到了真善美相统一的境界。

味作为名词可以作为美的代名词。它与妙相通,与道相通。刘勰在《文心雕龙·声律》中说:“子云沉寂,故志隐而味深”。这里说的“味”就是美。作为名词用的味通常与其他的字组成更为丰富的意思。如“余味”、“滋味”、“趣味”、“意味”、“风味”、“韵味”、“淡味”、“清味”、“雅味”、“奇味”等等。它们实际上是从不同方面修饰美。这里,值得我们加以重视的是这样三个概念:“余味”、“趣味”、“韵味”。

刘勰说“深文隐蔚,余味曲包。”在中国美学史上最早提出的“余味”这一重要的概念。余味之所以值得重视,因为它与中国美学的最高范畴“境界”有必然联系。与余味接近,便意思不完全一致的有“滋味”。与刘勰同一时代的钟嵘提出著名的“滋味”说。“滋味”与“余味”,都强调味多。只是滋味重在丰富,从空间意义上说;余味重在动态的绵延,从时间意义上说。这两说都成为中国古典美学核心范畴“意境”的理论营养。唐代著名的诗人司空图在《与李生论诗书》中提出“辨于味,而后可以言诗也”。所谓“辨于味”就是善于品味诗中的意味。原来,最好的诗,其意味不在诗的形象之内,而在诗的形象之外。司空图在《与极浦书》中说,最好的诗应有“象外之象,景外之景”。而象外之象必然具“味外之旨”。最善品诗者当注重辨这“味外之旨”司空图将这味外之旨与美联系起来,说“梅止于酸,盐止于咸,饮食不可无盐梅,而其美在咸酸之外”。“倘复以全美为工,即知味外之旨矣”。很显然,中国美学重视的就是这种具有味外之味的美。

中国美学视境界为美。而境界,其根本特征在“象外之象,味外之味”也就是说,它不仅具有完整清新的形象,而且意味无穷。关于这,中国历来的美学家论述很多。南宋的严羽将它比喻为“水中之月,镜中之象,空中之音,花中之色。”清代书法家何绍基在司空图的基础上提出三个外“有字外味,有声外韵,有题外意。”最后,王国维将所有这些归之于境界,将境界作为诗之本。这样,宗炳说的味象发展到味境

了。境比象更美。

“趣味”用得很普遍,这说明,味是尚趣的。这正是审美的重要特点。趣味有很多种,有理趣,有机趣,有情趣。宋诗尚理趣,南宋理学家袁燮在《挈斋集》中说陶渊明的诗“不烦雕琢,理趣深长,非余子所及”。“机趣”是一种机智的趣。李渔对此很看重。他在《闲情偶寄·词曲部·重机趣》中说:“机趣二字,填词家必不可少。机者,传奇之精神;趣者,传奇之风致”。趣都有情,因而情趣是一个普遍的范畴。梁启超非常看重趣味,他说:“趣味是生活的原动力。趣味丧掉,生活便无意义”^[3](第 13 页)。在某种意义上,趣味是与审美同义的。只是审美的趣味都是高尚的,而趣味则不一定。

“味”与“韵”联缀成“韵味”概念,韵味概念的创立将味的含义明晰化了。“韵”在中国美学史上也是很重要的范畴。它最早用于人物品评,重在表示人物内在气质的丰富、高雅及旺盛的生命力。韵与气合成“气韵”概念。气重在力,韵重在意,气重在刚,韵重在柔。尽管韵在中国美学史上以各种面貌频频出现,但对它的内含一直没有做出明确规定。宋代的范温作《潜溪诗眼》对韵作了界定。他说:“韵者,美之极”。“有余意之谓韵”。这个界定是精当的。当韵与味合成韵味时,味成了韵的最合适的注脚。原来,韵正是味的对象,而味也正是韵的体现。这样,韵味无疑成为中国美学中美的最恰当的说明。它与妙是可以互训的。

[参 考 文 献]

- [1] [德]黑格尔. 美学: 第 1 卷[M]. 北京: 商务印书馆, 1979.
- [2] 孙中山. 孙中山全集·建国方略[C]. 北京: 中华书局, 1985.
- [3] 梁启超. 饮冰室合集: 文集之三十八[Z]. 北京: 中华书局, 1941.

(责任编辑 严 真)

Sense of Taste and Chinese Classic Aesthetics

CHEN Wang-heng, HUANG Qin-ming

(School of Philosophy, Wuhan University, Wuhan 430072, Hubei, China)

Biographies: CHEN Wang-heng (1944-), male, Professor, Doctoral supervisor, School of Philosophy, Wuhan University, majoring in aesthetics and Chinese culture; HUANG Qin-ming (1969-), female, Doctoral candidate, School of Philosophy, Wuhan University, majoring in the aesthetics.

Abstract: Taste is a key word in Chinese classic aesthetics. It has some relation to the sense of taste in bite and sup, but also quite a lot different from it. Chinese classic aesthetic pays great attention to the essential implication. This implication is profound and subtle, sometimes even vague. It needs the personal experience of the subject. The word “taste” in Chinese classic aesthetics has been used to describe the aesthetic feelings. Chinese aesthetics based on the experience, different from the western aesthetics, which is based on epistemology. The beauty of the phenomenon is to be exceed in Chinese aesthetics and essential implication behind the phenomenon is more worthy to achieve. This is the ultimate beauty, as “miao” in Chinese aesthetics; it can not be explained by words for that it implies the infinite.

Key words: taste; the dietetic culture