

文化密码： 中国玉文化传统研究

朱怡芳 著



九州出版社 | 全国百佳图书出版单位
JIUZHOU PRESS

目 录

序	1
引 言	1
第一章 缘起与意义	5
一、当代中国的玉文化现象	5
二、文化研究与“玉学”理论	7
三、核心价值与哲学意义的再认识	10
第二章 视角与方法	12
一、国内外研究概况	12
二、概念界定与范畴	17
三、宏观与微观结合的出发点	18
四、三条脉络	18
五、研究方法 with 理论	20
第三章 远古传统：从神人结体到宗法结构	36
一、从石器到玉器	36
二、混沌至清晰：原初信仰到宗法的视觉角色转变	45
三、神人结体与原始宗法之关联	54
四、宗法玉制：宗法结构的产物	83
第四章 古典传统：权力意志与比德理念	97
一、权势话语：权力意志的结构形式	98
二、比德符号：价值观念的诠释	131
三、透镜观看：时空与社会场域中的阅读	146
四、自我技术：工匠技艺传习中的道德实践	164

第五章 现代传统：大众消费与时尚意象	171
一、分散—合作化—集散：玉石经济的民主化进程	174
二、时尚的符号：玉文化的民主化发展	188
三、从经济资本到文化资本：当代玉文化的权势话语	204
四、传统玉德观念的转变：德符之辨	218
五、从文化自觉到文化自信：当代玉雕的批评实践	232
结 语	239
参考文献	242
附录 A 五代后唐之后有关赝玺、疑玺历史记载	249
附录 B 《长物志》与《闲情偶寄》关于玉石物品的品评	251
附录 C 扬州玉雕行业历史沿革及相关政策（1956—2006）	254
附录 D 人物访谈及评述	258
附录 E 特色产业基地的资源开采、利用和保护等状况	268
附录 F 观察记录	273
附录 G 中国工艺美术大师工艺雕刻（玉石）类名单	276
附录 H 1984 年与 2005 年传统工艺美术玉石雕刻类省市分布情况以及 2006 年首批国家非物质文化遗产名录中的玉石雕技艺项目	278
附录 I 近年主要的玉石特色产业基地文化战略	282
后 记	286

第一章 缘起与意义

中国自新石器时代起，就形成了自己的玉文化及其传统，其后的数千年及今，玉文化绵延不绝，成为中国文化重要的内容和特征之一。

一、当代中国的玉文化现象

俗话说“乱世藏金，盛世藏玉”。据不完全统计，截至2007年，我国已有各类收藏协会、收藏品市场近万家，收藏者更达7000万人。^①在北京、上海、广州等各大收藏品市场中，玉器商户随处可见；在工艺美术大师作品及精品展、北京国际艺术博览会、北京古玩博览会等一系列文化展览活动中，各式各样的玉器作品也占据了相当大的比例。如果说十几年前玉器收藏还是一种“专业”收藏，即只有玉器收藏者在买玉的话，那么现如今，玉器收藏已不再仅为专业收藏者所独享，玉器收藏似乎进入了大众化收藏的时代。

不但如此，形形色色的比赛、展览（销）会、博览会逐年增多，既有行业形式与规模的，又有地方性质的，如由国务院授予的“中国工艺美术大师”评选已举办六届，行业组织的中国玉石雕刻作品“天工奖”评选已举办十六届、中国玉石雕精品博览会暨“百花玉缘杯”评奖已开展十二届。除此之外，各类展览，如中国工艺美术大师作品暨工艺美术精品博览会已举办十八届，国际珠宝首饰博览会（上海）、中国国际珠宝展（北京）、国际珠宝展（武汉）、中国国际黄金珠宝玉石展览会（上海）等大规模性质的展会也都每年定期举办。与此同时，各地方为了宣传特色玉文化以带动产业经济，也会定期或不定期举办一些展销会或文化节，如“南阳玉雕文化节”“新疆和田玉文化旅游节”“梧州国际宝石节”“山东艺术品收藏鉴赏交流博览会”等。

此外，与玉石相关的行业协会、学会、研究所、研究中心、商会等机

^① 参见中国玉网 <http://news.jades.cn> 2007年3月21日关于“全民艺术品收藏：充满泡沫的投资时代”的报道。

构也在近十几年纷纷成立，正规的珠宝玉石鉴定（检测）中心在各地均有设立，而拍卖公司则为玉石艺术品的市场流通与消费提供了特殊渠道。《2005 年古董拍卖年鉴（玉器类）》统计表明，有 40 余家拍卖公司参与玉器类艺术品拍卖。尤其是在互联网消费的快速发展下，玉石产品、艺术品的网站经营比例和拍卖交易情况越来越多。

为了使大众消费者更广泛地获得玉文化（如收藏鉴定、历史文化等）方面的知识，书刊报纸、音像制品、互联网多媒体成为相关知识及讯息传播的主要载体，在这些方面的文化资本投入也在逐年增长。就国内关于珠宝玉石首饰的书刊、互联网媒体推广来看，以收藏鉴赏、拍卖与市场资讯、企业经营管理、专业鉴定、资质培训等方面的内容为主。

玉石工艺文化也在非物质文化遗产保护和传承的措施中得以正名和发展，例如作为历史闻名的岫岩玉雕、阜新玛瑙雕刻、扬州玉雕以及酒泉夜光杯等的制作技艺早在 2006 年就被列入了首批国家级非物质文化遗产名录。

改革开放四十年来，玉石工艺品作为全国大部分地区均设的工艺美术品生产项目逐渐转变形成特色产业集散地的模式。不仅如此，国内的一些玉石产业集聚地也在推广传统玉文化方面做了诸多工作，如玉石文化节、学术研讨会、贸易交流会等。此外，各大玉石产业特色基地以及一些主要的消费地区，也通过教育及专业鉴定等机构向社会培养、输送一定规模的玉石经营、管理、销售、设计、加工、科研、教育、评估、鉴定等方面的人才。

当代玉文化呈现出大众消费与世俗化的特点，但在国家层面上，玉石艺术品依然作为象征民族文化的经典被纳入收藏或国礼赠送的范围。在中国工艺美术馆雕刻艺术珍藏品中，四件大型翡翠艺术作品就是国宝级的珍品（即《岱岳奇观》山籽雕、《含香聚瑞》花薰、《群芳揽胜》花篮和《四海腾欢》插屏）。这四件翡翠珍品的原料重达 800 公斤，体量庞大，质地纯正，技艺精湛。这四件珍品在团队合作之力下完成，被列为国家“86 工程”。^①此外，山籽雕《石刻聚珍图》《汉柏图》等作品也都是在企业的

① 1982 年，经国务院批准，将国库保存多年的四块大型翡翠玉石移交轻工业部负责组织设计、施工。这一工程从设计到竣工历时八年，由北京玉器厂集老艺人、中国工艺美术大师、中青年玉器制作骨干 40 余人组成创作集体，由美术界、工艺美术界、文物界著名学者组成专家组。1989 年 11 月 23 日，在国务院组织召开的大型翡翠艺术珍品鉴定验收会上，专家一致认定四件大型翡翠艺术珍品为国宝级珍品。国务院于 1989 年 12 月 29 日颁布嘉奖令，对四件大型翡翠艺术珍品的创作集体予以嘉奖。这四件翡翠艺术珍品的创作，是新中国成立以后的几十年间玉器创作从发掘、使用原料、技艺创新、组织保障到协作完成等多方面统合的艺术成果。

组织保障下，由职工合力完成的经典佳作。

总的看来，在当代，玉石工艺品从宫廷走向民间，完成了作为大众消费商品的转变历程。玉石商品化使得评价经典的门槛降低，大众消费的玉石工艺品、收藏品渐增。需要指出的是，世俗化的玉石产品不一定是粗制滥造、假冒伪劣的产品，其中也不乏精细制品，存在很多值得研究的社会文化现象。在市场经济体制下，国有企业、民营企业都将玉石产品使用对象的身份、职业、文化教育、社会地位、地域、民族信仰等内容作为生产销售环节初始必需考虑的重要因素，这在古代是没有的。其原因，一方面是消费群体由精英至中产再到民众，这个逐步扩大的群体呈现多样化和复杂化的结构特征。另一方面是在迎合市场需求的过程中，持有手工技艺的设计者（玉匠）对自己固持的本土文化亦有主动的取舍，从而形成一种“我们的而不是他们的艺术”^①的主张。这在诸多玉石设计品类和产品的艺术形式中亦有表现。玉器艺术所谓京派、海派、扬派、南派等地域艺术风格的划分，即是这种主张的反映。可以说，在当代，玉石产品、艺术品是融合了传统宫廷艺术、文人趣味、民间工艺的综合体，它具有既经典化又世俗化的艺术特点与文化内涵。

二、文化研究与“玉学”理论

当代学术领域关注文化的殖民主义、霸权主义、本土化及地方性知识、女性主义、大众文化与消费等方面的社会文化理论研究，形成了文化研究的热潮。当代“文化研究热”导致人们对中国传统文化的再认识与深入研究。作为传统文化的一部分，“玉文化”与“玉学”既有基于自身专业化的考古实证研究，又存在与其他学科的交叉性研究。玉文化作为中国特有的文化现象，是本土生发的本源文化之一。

有学者曾基于中国是世界上独一无二的、一直使用玉石作工具、用具和饰品的国家，且在青铜时代之前有一个大规模治玉、用玉的文明时期，而提出中国的青铜时代之前有一个“玉器时代”的观点。事实上，丰

① 在谈及西方对土库曼地毯的兴趣已使得土库曼人疏远了自己的艺术表达形式问题时，Brian Spooner 认为，土库曼人从前设计的图案体现的是他们延伸自己社会认同的符号，他们可能并不熟知这些符号象征的意义，也不去追问这些符号的起源。当这些商品化的符号已为他人（购买的人）所有后，他们开始关注别人怎么看待这些符号，也加速了所谓“本真性”、本土化象征概念的出现。参见 Brian Spooner, *Weavers and Dealers*, “The Authenticity of an Oriental Carpet”, Arjun Appadurai (ed.), *The Social of Things: Commodities in Cultural Perspective* (Cambridge: Cambridge University Press, 1986), pp.195-235.

富的传世与出土实物、大量的文献记载的确表明了“玉石”是与中国传统文化具有特殊联系的物品。据资料显示，国外最早使用玉器的，是公元前3000年至公元前2000年的西伯利亚原始文化，主要用软玉制造工具和圆盘，但此后便销声匿迹。日本古代硬玉大珠出现于绳文时代中期（公元前2900年—公元前2300年），碧玉管出现于弥生时代（公元前300年—公元300年），到了古坟时代（公元300年—公元440年）治玉工艺便衰落直至消亡。中美洲玛雅文化成熟使用玉器约在公元前2000年左右，^①印第安人使用玉器也不过是始于公元前1000年，及至公元900年趋于消失。^②导致其消失的因素众多，不排除自然、社会等多方诱因。中国以独特的玉文化居于东亚之土，也恰恰是自然、社会等多方因素相生相克的结果，它们演绎着世代玉文化的承传与流变，构建出本土的玉文化体系。

玉文化体系是本研究的基点所在，而它建立在当代“玉文化”“玉学”研究的理论框架之上。20世纪末，杨伯达先生与蔡克勤、姚士奇、曾卫胜、倪志云、喻燕娇等专家学者共同致力于构建“玉文化”“玉学”的理论研究框架，并提出“中国玉学是中国特有的玉文化的高度集中与理论升华”，^③“是我们对古已有之的玉文化、玉学现象的‘回归’与‘认同’”^④等观点。

所谓“玉学”理论框架是“其理论结构的观点和经络及其纵横交错的联系，而不是它的全部”；^⑤“玉学”理论框架包含了“哲学的、功利的、伦理的”三方面内容：哲学方面有美学、神学等；功利方面有瑞符、祭祀、泉货等；伦理方面有比德等。从时代性与地方性的变化上阐述这三方面的发展、变化与交叉关系是玉学的主要任务。

“玉文化”“玉学”作为交叉性的学术研究，与政治学、宗教学、哲学、历史学、文学、社会学、经济学、艺术学、工艺学、地质学、医学等范畴

① 有学者提出玉文化圈的概念，从自然条件、人种起源的DNA证据以及有形和无形的文化基因（包括玉器造型、仪式性功能以及审美倾向）观察认为，以中国为核心的东亚玉文化圈距今历史最早，也是影响中美洲辉玉文化圈，甚至是南太平洋岛屿的南太平洋闪玉文化圈的重要玉文化源头。参见黄翠梅、叶贵玉：《从玉石到玉器——环太平洋地区玉文化之起源与传布》，载中国社会科学院考古研究所公共考古中心、赤峰学院红山文化国际研究中心编著：《玉文化论丛4——红山文化专号》，众志美术出版社，2011，第204页。

② 骆汉城等：《玉石之路探源》，华夏出版社，2005，第47页。

③ 杨伯达：《关于玉学的理论框架及其观点的探讨》，载杨伯达主编：《中国玉文化玉学论丛》，紫禁城出版社，2002，第165页。

④ 杨伯达：《关于玉学的理论框架及其观点的探讨》，载杨伯达主编：《中国玉文化玉学论丛》，紫禁城出版社，2002，第2页。

⑤ 杨伯达：《关于玉学的理论框架及其观点的探讨》，载杨伯达主编：《中国玉文化玉学论丛》，紫禁城出版社，2002，第170页。

联系紧密。由此，一些专家学者分别从宗教信仰、意识形态、社会结构、玉器呈现的艺术风格等研究角度出发，提出了玉文化的不同历史分期，主要有：杨伯达划分的六个阶段和三大阶段；^① 蔡克勤将现代以前的所有历史过程划分为三个阶段；^② 邓淑苹将汉代以前划分为四大阶段；^③ 姚士奇划分了五个主要的历史阶段及时代特征；^④ 常素霞也将中国玉器发展与审美特征划分为五个阶段。^⑤ 这些基于“玉文化”“玉学”理论的划分结果，亦是本研究进行中国玉文化传统分期的依据之一。

历史上的玉石文献资料是中国玉文化研究丰富深厚的文本库藏。从出土的甲骨文、金文及传世的历史文献乃至神话传说等文学作品中，可见众多关于玉文化、玉器知识的文本资料，再加上传世的和不断出土的玉石实物，使其成为一种特殊的物的“文本”，益助世人了解、阐释曾经辉煌且经久不衰的玉文化。当代研究的思路是从金石欣赏与考古研究进而转向对玉文化的关注。在20世纪末，一些专家学者所提出的“玉学”理论构想存在诸多问题，“玉学”的建立尚有一个过程，仍需重要的理论积淀和不

-
- ① 1. 华夏文明的第一奠基石——远古玉文化（原始社会新石器时代，距今10000年至4000年）；2. 统一格调的夏、商、西周玉文化（公元前2200年—公元前771年）；3. 诸侯争霸礼崩乐坏的东周玉文化之玉德的具体化、条理化（公元前770年—公元前221年）；4. 生前用玉与敛葬玉并茂的秦汉魏晋南北朝玉文化（公元前221年—589年）；5. 隋唐五代宋辽金玉文化的新倾向：外来趣味、市庶化、艺术化（581年—1279年）；6. 以陈设化、玩赏化为特色的元、明、清玉文化（1271年—1911年）。参见杨伯达：《古玉史论》，紫禁城出版社，2004，第1—16页。之后，杨伯达先生还将中国玉文化归结为“巫玉—王玉—民玉”三个发展阶段。参见杨伯达：《历史悠久又永葆生机的中国玉文化》，载赤峰学院红山文化国际研究中心编：《红山文化研究——2004年红山文化国际学术研讨会论文集》，文物出版社，2006，第474—478页。
- ② 1. 距今10000年—4000年前的原始社会新石器时代，华夏文明的先兆——远古玉文化；2. 夏、商、周三代（含春秋、战国）奴隶社会玉器文化的一个高峰，玉与彩石的分开，和田玉成为“真玉”；3. 秦汉至清代封建社会的玉器——玩赏玉文化的递进时期。参见蔡克勤：《玉器与玉文化》，载杨伯达主编：《中国玉文化玉学论丛》，紫禁城出版社，2002，第13—18页。
- ③ 1. 旧石器时代晚期到新石器时代中期——由玉石不分到玉石分离的阶段（公元前40000年—公元前5000年）；2. 新石器时代晚期至夏代——玉文化三大板块的形成与初步融合（公元前5000年—公元前1600年）；3. 商代至西周——严谨礼制的逐步形成（约公元前1600年—公元前771年）；4. 东周至汉代——人本主义兴起后崇玉文化的转变（公元前770年—220年）。参见邓淑苹：《君子比德——论崇玉文化的形成与演变》，载颜娟英主编：《美术与考古》（下册），中国大百科全书出版社，2005，第458—499页。
- ④ 1. 星火燎原之势的新石器时代；2. 国家垄断走向法制典章和儒学殿堂的夏、商、周三代；3. 贵玉贱珉、彪炳人格的春秋战国时代；4. 承秦绪楚、重神信巫的汉代；5. 天高地阔、回归民间的唐宋元明清时代。参见姚士奇：《中国玉文化》，凤凰出版集团，2004。
- ⑤ 1. 神秘化的新石器时代玉器；2. 礼仪化的商周玉器；3. 人格化的春秋战国玉器；4. 迷信化的汉代玉器；5. 生活化的隋唐—明清玉器。参见常素霞编著：《中国古代玉器图谱》，河北美术出版社，1999。

断地补充完善，故本研究针对中国玉文化传统进行的探讨，亦属中国“玉学”理论建构的一项研究任务。

三、核心价值与哲学意义的再认识

如前文提到的“玉学”理论包含了对哲学、功利、伦理内容的探讨。对于玉文化哲学意义的研究又主要涉及美学、神学等领域。玉文化反映的社会价值取向在不同时代也不尽相同，而实质性传统正是中国玉文化传承所特有的核心价值，这种实质性从来不曾改变，尽管其众相多变。玉文化涉及道德哲学领域的伦理方面，比如从周代（记载）开始的礼仪或祭祀用的玉礼器、玉瑞符，以及古典传统时期以玉比德的标准、道德条目等，都可从伦理层面去探讨和认识。从这个角度出发，既能够观照当下社会核心价值提出的文化传承延续性，也利于释读现代传统中道德、价值、审美变迁的诸多现象和问题。

传统手工艺者（工匠）在造物过程中保持着自我与宇宙的直接关联，无论是对材料的态度、认识和使用，还是设计尺度、造物原则以及手工艺者伦理观念在其时建构的统一。相比之下，现代性的双刃却割裂着人与自然的直接联系。这种割裂改变着人们对世界的观念、自我的认识和价值判断。同时，改变造成一定的矛盾性。现代工匠如何调节这种矛盾，使之转换为有限自由的创造力和平衡力？这一探讨会在第四章、第五章中具体展开。

此外，本书第四章还讨论了玉石文化牵涉的美德条目以及伦理学意义。无论是尊重传统、尊师敬祖、守道有仁信的人伦，还是尊重自然万物、适度开采和使用、和出于适的生态伦理思想，又或遵守行规、恪尽职守、不抢同门的活计等职业伦理，甚至是缘心感物、尽心知性、美善相乐、尽善尽美等教育伦理，都能够使人，尤其是工匠在实践中建构其时的世界观、人生观和价值观，并获得平衡自我与社会适应性关系以证明存在的能力。

在人类叙事的历史中，作为物（玉石原料、玉器）的“玉”，作为象形文字（初创本义）的“玉”和被后代认识、确定概念（二次释读）的象形文字的“玉”，作为（有 yu 读音和字形的）现代文字的“玉”，充分表明“玉”作为一个概念，所指示的内容和意义是不断变化的。它既是前文字时代的叙事载体，又是今天已被附加过多次历史阐释、意义塑造的词语。例如，我们今天还能看到的道教文献中“玉天”“玉宇”“玉帝”的字词，都体现出前文字时代《山海经》叙事想象构建的文化史信息，而不断被构建意义的“玉”，我们已无法重现它第一次被赋予意义时的真实历史。那

么，时至今日做这样一项关于“玉”的研究，意义究竟何在呢？正如“玉”在历史中不断地被重构与其时社会价值、人们信仰和观念的联系一样，与玉文化相关的理论研究者 and 从业实践者，自觉地批判或塑造“玉”在今天的存在意义，似乎不过是在履行着这个时代再一次认识和建构“玉”之核心价值的职责而已。