



文化符号学与中国传统文化

——以中国茶道为例

吴远之 徐学

(大益茶道院 中国人民大学茶道哲学研究所,北京 100080)

〔摘要〕 从文化符号学的角度,我们认为中国茶道是中华民族最有代表性的文化符号,它最为真实地展现了中华民族的文化基因与民族性格。这不是偶然的,而是漫长历史发展的自然选择。中国茶道的内在元素本身又包含了丰富的、有机联系的符号系统。各种文化符号在不同文化之间的互动与交流中扮演重要的角色,中国茶道在一定意义上成为诸多中国传统文化的符号化定在。

〔关键词〕 文化符号;茶道;文化基因;茶器

〔中图分类号〕 H0

〔文献标识码〕 A

〔文章编号〕 1008-2689(2017)02-0065-05

我们生活在一个符号化的世界中,并通过符号及其系统来传承文化。与此同时,人是文化的人,文化是人的文化,而文化最基本的要素就是符号,符号是人的生命活动的文化表达。“人对文化的识别是通过符号来进行的,文化与文明的产生都依赖于符号,正是由于人有着使用符号的能力,文化才可能存在,文化是符号的母体,符号是文化各种形式之间的沟通工具”。^[1]

一、从文化符号学看中国传统文化

塔尔图学派率先提出文化符号学的概念,并以结构主义理论作为其符号学研究的方法论模型,以控制论和信息论倾向的文化论作为其哲学观和认识论的主要基础。洛特曼认为,文化是一个文本,一种产生意义的复杂和互动的符号活动,是信息的生产、流通、加工和储存的集体符号机制。而文本是一个有组织的符号系统,这些符号所表现是文化内涵。如果脱离了文化场,符号的象征意义就无法体现。^[2]所以,文化符号学是运用符号学的观点、方法来分析社会文化中各种物质、精神和行为的现象。

文化符号是一个民族或地域中最具有代表性的事物、人物等,经历时间洗涤之后自然沉淀下来的精

华,是在长远历史发展过程中铭记下来的一种集体契约。符号包括标志、图象、语符、象征和专指语言符号的符号。文化符号不仅具有形态性和表意性的特征,而且在形态性和表意性之间建立联系的并不是自然物本身,而是由人类文化的各自存在决定的,不是所有的文化对同一文化形态都赋予同一意义,不同民族、不同国家赋予不同的意义。

文化符号的本质是能够承载、表述、传达、储存某种文化信息和理念的媒介。德国哲学家恩斯特·卡西尔强调:“神话、语言、艺术和科学等各种符号形式,是人自身创造的真正的中介,借助于这些中介,人类才能使自身和世界分离开来,而正是由于这种分离,人类才使得自身与世界紧密地联结起来。”^{[3](63)}显然,卡西尔已经将符号作为了人的存在本身,人所创造的一切都被视为符号的具体化。不仅如此,他还指出,“符号化的思维和符号化的行为是人类生活中最富于代表性的特征,并且人类文化的全部发展都依赖于这些条件”。^{[4](35)}从符号角度来理解人和人的社会、文化,其实就是要表明人的主体性,符号赋予世界以意义,人所处的世界就是人化的世界。

一个国家或民族的文化符号从来不是单一的,而是富有体系的,比如中华民族的文化符号,就有书法、国画、中医、京剧、茶道、插花、丝绸、陶瓷等等。茶道

〔收稿时间〕 2016-10-15

〔作者简介〕 吴远之(1966-),男,海南省海口市人,大益茶道院院长。

徐学(1973-),男,湖南省衡阳市人。大益茶道院副院长,中国人民大学茶道哲学研究所副所长。

是一张中国的文化名片,是中华民族非常重要的文化符号。中国是茶的故乡,制茶、饮茶、品茶、鉴茶的历史近五千年,茶与人们的生活可谓息息相关。中华茶文化博大精深,名茶荟萃、茶具斗奇、茶艺精湛、茶宴飘香,茶人茶事、茶礼茶俗、茶诗茶画,无所不容。茶是中国人日常生活的反映,活动的记录、历史的积淀,也是中国人精神得以承托的媒介。茶,与儒释道都进行了深入融合,成为人们修身养性、参禅悟道的重要门径。茶不仅是文化,而且是符号性的文化、标识性文化。

符号学理论认为,符号的能力并不仅仅在于符号本身,而更在于它的意义。符号的重要性就在于它在文化中所构成的丰富内容。非符号化的文化需要生活体验,符号化的文化易于扩大影响,为人们所理解、认识并接受。孟子说:“口之于味也,有同嗜焉;耳之于声也,有同听焉;目之于色也,有同美焉。至于心,独无所同然乎?心之所同然者何也?谓理也,义也。”(《孟子·告子上》)

中国是举世闻名的文明古国,在漫长的历史发展过程中,勤劳智慧的中国人,创造了丰富多彩、绚丽多姿的文化。这些经过锤炼和沉淀的传统文化,凝聚着华夏各族人民的性格、情感、精神、智慧,是中华民族相互认同的标志和纽带。中国茶道根植于华夏文化,渗透了古代哲学、美学、伦理学、心理学、社会学、人类学、文学和艺术等理论,与传统文化中的儒、释、道思想也有着千丝万缕的联系。饮茶品茶,本身就是东方文化的代表。从某种意义上,选择一种品饮方式,就是选择一种民族文化与生活理念。接受了中国茶道,就等于接受和传承了中国的传统文化,因为饮茶的方式、器具、服饰、礼仪、规范、修养、语言、举止等,这些都是中国传统文化的符号化表达。茶道已经成为现代人眺望与回溯远古文明的文化焦点,成为东方人共同的历史记忆和文化指涉。

可见,茶道超越于一般的饮料,而上升成为中华民族的文化符号,绝非偶然。美学家克莱夫·贝尔认为,艺术是一种“有意味的形式”,艺术品的各部分、元素按照独特的方式组合,形成美感,各部分呈现的姿态和组合方式便具有意味深长的意义。^{[5] (4)} 茶道作为品茗艺术活动的文化自觉,鲜明地体现了这种特点。茶,能将道(形而上)与术(形而下)、物质与精神、生活与信仰、个人与群体、人类与自然等有机结合。在形式上,茶道诉诸各种技艺规范与礼仪,前者涉及精茶、真水、活火、妙器、雅境、技法等多个元素,后者则贯穿整个茶事活动的过程之中,使茶事活动变

得温文尔雅且井然有序。在内容上,中国人饮茶,不仅追求美的享受,而且在品茗活动中融入哲理、伦理、道德、思想、信仰等人文内涵,通过饮茶来修身养性,陶冶情操,品味人生,参禅悟道,达到精神上的洗礼和人格上的澡雪。佛家的禅机,道家的清寂,儒家的中庸与和谐,都渗透在茶汤之中。所以,茶道是一定民族与社会精神品格、价值观念与艺术形式的结合。解读茶这种文化符号,将更好地认识茶道的文化特性,以及中华民族所特有的文化理念与美学倾向。

二、茶道何以成为中华民族的文化符号

文化符号是经过历史积淀形成的、被人们普遍认同的典型表征形象。文化是人们有意识的行为创造的,但一种文化现象上升和抽象化为一种文化特有的表征符号,却是一个民族在长期的历史发展变革中,经过有意识或无意识的不断选择、淘汰最终定型的。荷兰国际文化合作研究所所长霍夫斯塔德(Geert Hofstede)及其同事在对文化因素进行研究时采用了文化维度的概念。^[6] 中国文化联结机构则在此基础上,发展出基于东方文化的四个文化维度,即长期导向、合作性、仁爱心和道德纪律。长期导向表示对待长期生活的态度。长期导向高的社会,人们倾向于节俭、积累、容忍和传统,追求长期稳定和高水平的生活。合作性表示人们之间相处和睦、友好、认可的程度。仁爱心表示人们对待他人的礼仪性、耐性和爱心程度。道德纪律表示人们远离不符合道德和规范事务的距离和坚定的态度。茶叶是东方文化的符号,这四个文化维度,自然适合中国茶文化。

以渔樵耕读为代表的农耕文化源远流长,是中华民族生活生产的实践总结。农耕文明,是指由农民在长期农业生产中形成的一种适应农业生产、生活需要的国家制度、礼俗制度、文化教育等的文化集合。中国文化生成于一个既相对封闭又非常宽广的地域空间,文化传统受半封闭的、温带大陆型地域环境、农业型自给自足的小农经济影响,具有典型的中庸性。它无需培养侵略和掠夺的战争技艺,而是需要掌握争取丰收的农艺和园艺;它无需培养尔虞我诈的商战技巧,而是企盼风调雨顺,营造人和的环境。千百年来,中国社会占分配位置的意识形态,主要是传统儒家思维文化,其特点是“中庸”、“守常”、“平衡”、“对称”。“中国人居式、安静的生活和习惯要归功于他们持续地饮用这种饮料,因为这种轻啜的淡茶使得他们所

有的时间选择待在茶桌旁。”^{[7](105)}

“日出而作,日落而息”,农耕文化与海洋文化不同,其规律、封闭、内敛的生活方式,造就了东方人向往安宁、稳定与和睦的心态。而饮茶,契合了农耕社会的心理需要,有意或无意中,成为人们的选择。换言之,茶,而不是咖啡,最早在东方与人类结缘,这种现象不是偶然的,是中国农耕心态的某种表现。而茶是一种优秀的文化媒介,特点是极为包容和开放,既具有实用功能,又具有审美意境;既可以入世,又可以出世;既可以比德修身,又可以畅神悦知,从而儒、释、道三家文化,一致地容纳与喜爱了茶,这正是茶成为民族文化象征的本质原因。

“茶者,南方之嘉木也”,陆羽对茶的伟大贡献,就是将茶从普通的生活饮品升格为一种艺术体验,并成为中华民族的文化符号;他创设出一整套煎茶的流程、器具与礼仪,使得饮茶不再仅仅是生活之需,而是一种文化活动,有着丰富的精神内涵,蕴藏了哲学、艺术、宗教、道德、审美等元素。以陆羽、皎然、卢仝、元稹等为代表的文人参与,使茶真正有了文化品味。“芳茶冠六清,溢味播九区”,茶最终在文化层面,超越了其他任何一种饮料,当之无愧地成为中国文化的一张名片。

不仅如此,茶道还体现了中华民族的文化基因。文化与符号之间,是双向的选择。文化是符号的母体,反过来人对文化的识别又是通过符号来进行的。正如任何一个细胞都包含有该生物的全部遗传信息一样,茶,同样也包含着中国文化的全部文化基因,并与中国文化的整体有着某种同源同构的全息映照的关系。茶道作为一种文化现象,它根植于深厚的民族传统文化之中,并随着文化观念的发展而发展,随着文化观念的变化而变化。

茶是一种民族情感或者生命意识的原型。千百年来不断重复的茶事活动中,深深积淀了这个民族的集体无意识。每种原型中都有着民族精神和命运的一块碎片,都有着这一民族先辈的历史中重复了无数次的情感体验的寄托,因而能够迅速唤起群体认同感,并具有打动成千上万具有相同文化身份的人的心灵的力量。茶,为什么能够打动东方人?为什么东方人很容易喜欢茶?因为茶是中国人日常生活的反映。千百年来,中华民族祖先或先辈就在做茶、饮茶、品茶、鉴茶,他们在茶中找到了快乐,投入了情感,注入了思想;他们在人生失意的时候,从茶中找到了精神慰藉;他们发现茶的味道与人生的味道何其相似,而不禁有所感悟;他们发现了茶的高尚品格,而决心以

茶为榜样来提升自己的品质;甚至以茶入禅,将人生信仰与茶事活动结合,把饮茶、品茶作为悟道的方便法门。“对于中国人来说,这种以茶为基础的情感依托是中国茶道与文化体系的根基,经过几千年来中华民族文化和历史传统的沉淀,已经形成了一种集体无意识或者文化基因。”^[8]所有这些文化痕迹、情感体验、精神追求,或多或少地遗留在东方人的心灵深处,尽管很多人并不知道。当他们有一天端起茶杯的时候,会有一种似曾相识的感动,让他们对其产生非常独特的亲切感与认同感。人们之所以爱茶,从某种意义上,是因为他们的祖先爱茶。所以说,东方人的血液里,流淌着茶的元素。

茶,作为中国人在生活实践中创造出来的品茗文化符号,它具有原生民族印记的社会性、历史性与文化性。因为,在茶文化的形成过程中,传统文化始终作为它的理论基础,指导着茶文化体系的形成。具体来说,人们在对茶叶近乎终身的参悟、潜移默化的过程中,对于人的气度、胸怀、品行的熏染和化通。这正符合“人创造了符号,符号又反过来滋补化育人”的道理。茶,可以说是一本巨著,不仅涉及我们民族对于身体养生的理解,还涉及到民族的历史、文学创作、哲学理论、伦理道德、审美心理等各个层面。在物质层面,茶是个别的、特殊的;在精神内涵上,又是普遍的、共通的。

总之,它是实实在在展现中国文化更高精神创造形式的普遍意义。更为重要的是,它从多个角度恰如其分地体现了中华民族内在的精神气质与性格品质。茶的无私奉献、谦和内敛、朴素本真、淡泊从容,如同传统文化中谦谦君子的代言人。茶与梅兰竹菊等,一起成为具有典型意义的文化象征,使其具有了人格的意义,成为真正的有意义的符号。但其品性更超越于其他各种文化符号:它是可以品饮、可以参与、可以感悟的文化符号,令人寄情。经过岁月的淘洗和传承,其间渗透、灌注、表达着中国古人的神话猜想、自然崇拜、宗教体味、审美快感、艺术情趣。对茶道的认同,某种意义上正是对传统文化的认同。

三、中国茶道构筑了完整的符号体系

按照符号学说法,文化由三个主要元素构成:一是符号,意义和价值观,这些就是用来确定好与坏,正确与错误的标准的;二是规范准则,在一个特定的社会中是人们应该怎样思维、感觉和行动的解釋;三是

物质文化——实际的和艺术的人造物体,它反映了非物质文化和意义。

在物质形态上,茶道的各个部分构成了一个有机的系统,包括茶、水、火、器、艺、道等内容,涵盖了思想、行为与物品的元素,这些便构成茶道的子符号。明代许次纾在《茶疏》中有云:“茶滋于水,水藉乎器,汤成于火。四者相须,缺一则废。”又说:“精茗蕴香,借水而发,无水不可与论茶也。”^[9](271)]清代张大复在《梅花草堂笔谈》中也说:“茶性必发于水,八分之茶,遇十分之水,茶亦十分矣;八分之水,试十分之茶,茶只八分耳。”^[10]可见要获取一杯上好的香茗,需茶、水、火、器等四者相配。

以茶器为例。茶器是人们为品茶所特制的有形之物,既是陶瓷文化的表现,又是茶文化的体现,它与茶叶同为最典型的文化符号。茶器是饮茶的盛器,它具备冲泡功能,有助于提高茶叶的色、香、味,又集中表现了人们的创造力、制作工艺及审美情趣,值得人们细细把玩与赏鉴。深谙茶道的人都知道,品茗特别讲究“察色、嗅香、品味、观形”。好的茶器有助于品茗活动的审美,高雅精美的茶器本身就是一件艺术品,既具有实用性,能够冲泡茶叶;又富有艺术性,具有欣赏价值。会给茶者带来赏心悦目的愉悦感。

中国茶器朴素大方、雄浑幽玄,蕴涵东方古典美学的基本特征。茶器种类繁多,宜兴的紫砂、五大窑的瓷器、景德镇的青花,让人叹为观止。五大窑指的是天青月白的汝窑、雍容华贵的官窑、色釉窑变的钧窑、晶莹开片的哥窑和白釉印花的定窑;青花瓷以景德镇最为有名,釉质白里泛青,造型美观大方,装饰古朴典雅,瓷器底部的文字或图案款识种类繁多,具有鲜明的时代特征;而宜兴的紫砂壶堪称引领现代茶壶的典范,它造型美观,风格多样,文人紫砂尤其独树一帜,既可以用来喝茶,也可以休闲把玩,还可以作为艺术珍品来收藏。古人习惯于在茶具上题写、雕刻诗文,目的之一在于烘托茶具使用的人文氛围,让人陶醉在引起诗意反应的人文意境中。同样,人们亦崇尚在茶具上绘制、雕刻诸如松、竹、梅以及花、草、瑞兽之类的图案,意在烘托“在乎山水之间,在乎诗文之间,临江溪,对青山”的自然意境。

在文化传播方面,茶道这一文化符号发挥了重要的作用。回顾历史,我们会发现,中国茶道的外传不仅成为中国传统文化传播的一个重要内容,而且成为其他文化形式得以流传的主要载体。比如,中日茶道之间的交流,最早是永忠、空海、最澄和尚将中国唐代的煮茶方式传回日本,并且在天皇面前献茶,很快就

在官僚贵族上层社会推广开来;宋元时期,日本的荣西和圆尔辩圆等僧人又将中国佛教寺庙中的茶事活动引进日本,后来在明清时期在千利休等人的手上形成了高度成熟的茶道艺术。中国福建出产的曜变天目茶碗,曾在日本风行一时,成为传播茶道的重要标志。即便在当代,不同文化之间的交流与传播,在文化符号层面,最终得以充分和有效的实现。众所周知,东方文化与西方文化是异质文化,在思维模式、文化传统、核心价值、生活习惯等方面存在诸多不同。但通过文化符号,在一定程度上有利于弥合文化之间的距离与差异。比如,西方世界认识中国,是通过丝绸、长城、故宫、京剧、茶道、中医等文化符号来实现的。中国人认识西方世界,也是通过电影、芭蕾、咖啡等文化符号实现的。

不同国家的人、不同种族的人、不同信仰的人,在茶的面前,地位都是平等的。无论是东方人,还是西方人,人性都是相同的,因此,都能感受到好茶的美味,都能体会茶艺的美,感受到茶道的魅力。茶为载体,所体现的是人类社会共同认可的生命价值,本身跨越了国界、种族与文化的界限,这正是茶道走向国际的文化基础。

[参考文献]

- [1] 郭鸿.对符号学的回顾和展望:论符号学的性质、范围和研究方法[J].外语与外语教学,2003,(5).
- [2] 赵蓉晖.洛特曼及其文化符号学理论[J].国外社会科学,2006,(1).
- [3] 卡西尔.文化哲学[M].长春:吉林大学出版社,2004.
- [4] 卡西尔.人论[M].上海:上海译文出版社,1985.
- [5] 克莱夫·贝尔.艺术[M].薛华译.江苏教育出版社,2005.
- [6] 吉尔特·霍夫斯塔德.文化的结果[M].加利福尼亚:萨基出版社,2001.
- [7] 艾瑞丝·麦克法兰、艾伦·麦克法兰.绿色黄金[M].杨淑玲等译.汕头大学出版社,2006.
- [8] 吴远之.茶道九章·序言[M].中国书店,2015.
- [9] 朱自振、郑培凯主编.中国历代茶书汇编[M].北京:商务印书馆,2007.
- [10] 张大复.梅花草堂笔谈[A].中国文学珍本丛书:第一辑,第15种[C].上海杂志出版社,1935.

(责任编辑:马胜利)



Cultural Semiotics and Chinese Traditional Culture

— A Case Study of Chinese Teaism

WU Yuan-zhi, XU Xue
(Da Yi Tea House, Beijing 100080, China)

Abstract: From the perspective of cultural semiotics, we believe that the Chinese teaism is the most representative of the Chinese national cultural symbols, which most truly shows the cultural gene and the character of the Chinese nation. This is not accidental, but a natural selection in a long history. The Chinese teaism itself is a symbol system with rich connotations and organic connections. Chinese teaism in a certain sense has become a symbol of Chinese traditional culture in the interaction and communication between different cultures.

Key words: cultural symbol; teaism; cultural gene; tea utensils

