

品:一个关于审美判断的普遍性范畴

薛富兴

摘要:“品”是一个来自中国古代美学关于审美判断的范畴,它起于饮食消费,后入于审美鉴赏与审美批评。“品”既体现了显明的中华文化个性——审美判断对饮食消费行为(品尝食物滋味)之根源性依赖,因而具备浓郁的感性特征;它同时也代表了古典审美的精致化——对特定对象审美价值质与量的细腻体察与鉴别,因而呈现出突出的理性特征。“品”所代表的完善审美判断同时包括了对特定审美对象量的判断——审美价值之高低与质的判断——特定审美对象之审美特性与风格。作为审美判断范畴,由于“品”同时包含了人类审美判断的两大核心因素——感性与理性,因而体现了古典审美判断的普遍性要素与功能,可以走出中国美学,进入美学基本理论,成为一个具有普遍性学理意义的基础性审美范畴。

关键词:审美判断;感性与理性;质的判断与量的判断;饮食文化;普遍性范畴

众周所知,“趣味”(taste)与“判断”(judgement)这对概念为西方现代美学提供了必要的观念基础,英国经验主义美学家以前者为核心,发现了人类审美经验与知识理性显著区别的主观性特征;康德则以后者发现了审美经验感性形式(不涉及概念)下的理性内涵(普遍、必然的愉悦,以及此种愉悦所反映的客观必然性——大自然感性对象背后之理性目的)。总之,感性与理性这对矛盾实乃现代西方美学家描述人类审美经验的基本参照,它确实抓住了人类审美经验之核心内涵、基本特征,故而“趣味”与“判断”能成为现代美学之核心概念。本文欲指出:在古典美学范围内,中国美学其实已然提供了一个极重要范畴——“品”,它典型地揭示出人类审美经验中现代西方美学上述两概念所欲揭示者——“趣味”所代表之主观感性与“判断”所代表之客观理性。这是一个来自于中国古典美学,且具有普遍性学理价值的关于审美判断的范畴。

一、品:源于中国的审美概念

甲骨文中已有“品”字:

甲骨文所从之形偏旁表多种意义,品字所从之,乃表示器皿。从三者,象以多种祭物实于皿中以献神,故有繁庶众多之义。殷商祭祀,直系与帝系先王有别,祭品各有等差,故后世品字引申之,遂有等级之义。^①

《说文》释曰:“品,众庶也,从三口。”^②准此,则汉语的“品”字当源于宗教祭仪,其字本象祭物,据此而引申出两项基础义:曰众多,如“品物流形”^③(品物者,众物也);曰差异,如:“故约,汉常遣翁

收稿日期:2018-10-21

作者简介:薛富兴,南开大学哲学院(天津 300350)教授,主要从事美学研究。

① 徐中舒主编:《甲骨文字典》,成都:四川辞书出版社,1998年,第197页。

② (汉)许慎:《说文解字》,北京:中华书局,1963年,第48页。

③ 《易》乾卦彖辞,郭彧译注:《周易》,北京:中华书局,2006年,第2页。

主给饗絮食物有品,以和亲。”^①(“有品”者,有差别也。)作为名词,“品”之差异义又朝两个方面拓展,派生出两种新含义:一为物之横向差异曰种类,如:“厥贡惟金三品”;^②二乃物之纵向差异曰等级:“外官不过九品。”^③此后,作为名词的“品”,种类义与等级义乃其应用最为普遍的义项。

尤为重要者,“品”又为动词,其基本义即对物之特性或物间差异之鉴别行为:

问品味,曰:“子亟食于某乎?”^④

劭与靖俱有高名,好共核论乡党人物,每月辄更其品题,故汝南俗有“月旦评”焉。^⑤

也许,动词之“品”最初当发生于饮食领域,即对食物味道之感受与鉴定,现代汉语中仍有“品尝”“品味”二词在此意义上经常使用;而后这种特殊的感受、体验与鉴定行为才被推广到其他领域,成为一种普遍化的感知、判断与评价行为,由“品”之殊相——对饮食之“品尝”“品味”发展为“品”之共相——对天下众物之感受与鉴别——“品评”“品鉴”,并据此而形成“品题”“品藻”等概念:

仍令孝穆引接关东归附人士,并品藻才行而任之。^⑥

今天下以君侯为文章之司命,人物之权衡。一经品题,便作佳士。^⑦

魏晋时中国进入一个审美自觉时代。首先,士人开始对当时文化名流的个性或曰精神风格进行审美欣赏性质的品评与鉴别:

明帝问谢鲲:“君自谓何如庾亮?”答曰:“端委庙堂,使百僚准则,臣不如亮;一丘一壑,自谓过之。”^⑧

时人道阮思旷:“骨气不及右军,简秀不如真长,韶润不如仲祖,思致不如渊源,而兼有诸人之美。”^⑨

我们可以将魏晋时期的人物品藻风尚理解为一场人类自我审美欣赏的运动,一种关于人类主体自身精神性审美价值与个性的审美自觉,其内容便是对个性化人格之美的欣赏。其次,当时文艺各领域也出现了较为普遍的文艺鉴赏与批评:

骨气奇高,词彩华茂,情兼雅怨,体被文质,粲溢古今,卓尔不群。^⑩

魏文之才,洋洋清绮。旧谈抑之,谓去植千里,然子建思捷而才俊,诗丽而表逸;子桓虑详而力缓,故不竞于先鸣。而乐府清越,《典论》辩要,迭用短长,亦无憎焉。但俗情抑扬,雷同一响,遂令文帝以位尊减才,思王以势窘益价,未为笃论也。^⑪

唯《嵇生》一像欲佳,其余虽不妙合,以比前竹林之画,莫有及者。^⑫

王右军书如谢家子弟,纵复不端正者,爽爽有一种风气。^⑬

如何理解魏晋时期“文的自觉”或“审美的自觉”?“品”这一概念当为指证与描述此种自觉之关键词。作为一个审美概念,“品”有二义:一曰“品味”,此言审美鉴赏;二曰“品评”,此言审美批评。

① (汉)班固:《汉书》卷九四上《匈奴传第六十四上》,《二十四史》(简体字本)第6册,北京:中华书局,1999年,第2791页。

② 《禹贡》,王世舜、王翠叶译注:《尚书》,北京:中华书局,2012年,第65页。

③ 《周语中》,徐元诰:《国语集解》,北京:中华书局,1992年,第52页。

④ 《少仪》,胡平生、张萌译注:《礼记》下,北京:中华书局,2017年,第669页。

⑤ (南朝宋)范晔:《后汉书》卷六八《许劭传》,《二十四史》(简体字本)第9册,第1509页。

⑥ (唐)令狐德棻:《周书》卷三五《郑孝穆传》,《二十四史》(简体字本)第22册,第412页。

⑦ (唐)李白:《与韩荆州》,钟基、李先银、王身译注:《古文观止》下,北京:中华书局,2011年,第513页。

⑧ (南朝宋)刘义庆:《品藻》,余嘉锡:《世说新语笺疏》中册,北京:中华书局,2015年,第568页。

⑨ (南朝宋)刘义庆:《品藻》,余嘉锡:《世说新语笺疏》中册,第574页。

⑩ (梁)钟嵘:《诗品》,(清)何文焕辑:《历代诗话》上,北京:中华书局,1981年,第7页。

⑪ (梁)刘勰:《才略》,范文澜:《文心雕龙注》下,北京:人民文学出版社,1958年,第700页。

⑫ (晋)顾恺之:《魏晋胜流画赞》,俞剑华编:《中国古代画论类编》上册,北京:人民美术出版社,2007年,第349页。

⑬ (梁)袁昂之:《古今书评》,(唐)张彦远:《法书要录》,沈阳:辽宁教育出版社,1998年,第33页。

当时审美之自觉正突出表现在审美鉴赏与审美批评两个层面的普遍自觉。“品”乃当时文艺鉴赏与批评之关键词,这从当时相关著作的命名即可见出,如《诗品》(钟嵘)、亦如之《古今书评》(袁昂)、《书品论》(庾肩吾)、《古画品录》(谢赫)、《续画品》(姚最)等。这说明:至迟到魏晋时期,中国人已将“品”理解为一个关于审美感知和审美评判的普遍性概念。

这些文艺批评著作均建立在作者自觉、精熟的文艺鉴赏基础之上,进而对作家与作品之个性,以及所取得艺术成就之高低做出简要的区分与评估。其时,主流的审美评估形式是对作家艺术作品等级上的划分,粗者分为上中下三等(谓“三品”),细者则每品之中,又有上中下之分,凡九等(“九品”)。魏晋后,“品”一方面在历代审美批评中均有应用:

吾作《诗品》犹希闻偶合神交、自然冥契者,是才难也。及其作《画评》,而登逸品数者四人,故知艺之为未信矣。虽然,若超吾逸品之才者,亦当琮绝于终古,无复继作。^①

至于逸品,自应置三品之外,岂可居神品之表?但不当与妙能议优劣耳。宋大小米,元高倪云山眉山竹石,足以当逸品。^②

书与画异形而同品。画之意象变化,不可胜穷,约之,不出神、能、逸、妙四品。^③

另一方面,“品”又被普遍地应用于文艺批评的不同领域:

书有十体源流,学有三品优劣。今叙其源流之异,著十赞一论。较其优劣之差,为神妙能三品。^④

世之笃论,谓山水有可行者,有可望者,有可游者,有可居者。画凡至此,皆入妙品。^⑤

传奇定品颇费筹量,不无褒贬。盖总出一人之手,时有工拙;统观一帙之中,间有长短。^⑥

总之,“品”是一个来自中国古典美学的重要概念,它在时空两个领域均被广泛地应用,有重要的理论意义。简言之,从词义变化上说,“品”义凡有三变。其一,从动词之“品”到名词之“品”。就动词而言,“品评”乃“品”之基本义;就名词而言,“品类”乃“品”之基本义。二者在内涵上高度地逻辑相关,互为表里。名词之“品”——“品类”实乃动词之“品”——“品评”行为具体成果的静态对象化形式。其二,从特殊之“品”——“品味”,即品尝食物到普遍之“品”——对任何对象之“品评”的演化过程。其三,从日常生活概念之“品”——“品尝”到作为审美概念之“品”——“品藻”。

作为一个美学概念,“品”有三义:首先,它是一个审美鉴赏概念,“品味”“体验”乃其第一义。某种意义上可以说,鉴赏意义上的“品”概念之出现,标志着中国古代美学在审美经验、审美欣赏领域之自觉。其次,它又是一个审美认知、审美判断和审美批评概念,其核心任务便是对特定对象之特质、风格与价值等作出明确的层级或风格判断,“品评”“评鉴”乃其基本义。在此意义上,“品”既包括了审美感知、审美体验之审美感性环节,同时也包括了评价与判断等审美理性因素。再次,名词性质的“品”集中指称特定审美对象,特别是艺术作品审美价值之层次——“品第”与风格——“品类”,可谓之审美风格概念。此三义构成一个较完善的审美经验系列:首先是体验、欣赏之,即作为审美欣赏概念的“品味”之“品”,然后是作为审美批评、审美判断概念的“品第”之“品”,最后是

① (唐)李嗣真:《书后品》,(唐)张彦远:《法书要录》,第46-47页。

② (明)王世贞:《艺苑卮言》,北京大学哲学系美学教研室编:《中国美学史资料选编》下编,北京:中华书局,1985年,第121页。

③ (清)刘熙载:《艺概·书概》,北京大学哲学系美学教研室编:《中国美学史资料选编》下编,第405页。

④ (唐)张怀瓘:《书断》,(唐)张彦远:《法书要录》,第112页。

⑤ (宋)郭熙:《林泉高致·山水训》,北京:中华书局,2010年,第19页。

⑥ (明)吕天成:《曲品》,蔡仲德:《中国音乐美学史资料注译》,北京:人民音乐出版社,2004年,第841页。

作为审美批评、审美判断的最后结果,确定特定作品审美价值层次与类型的审美风格之“品”。

二、品:感性与理性之融合

首先,从字源学的角度看,汉语之“品”源于人类早期饮食领域,作为动词之“品”,乃言人用其口舌生理感官感知食物滋味的行为,带有质朴的生理层面审美感性之原始信息,乃作为“感性学”的美学关于其感性立场最典范的代言者。源于饮食领域,乃“品”之中华审美智慧独特性标志,然其感性内涵——以感官感知对象之感性特性,则乃其足以超越自身民族文化特征,从而标识美学本质性立场之普遍性学理功能。

“品”与人类感性世界的联系首先缘于它的根源——作为动词的特殊之“品”——“品尝”或“品味”食物,它涉及感性的饮食对象,需要调动人的嗅觉与味觉,以及这种品尝行为所发现的最终成果——食物之“味道”或“滋味”。某种意义上说,殊相之“品”——发生于饮食消费领域中的“品尝”“品味”行为正乃共相之“品”——可以发生于任何领域的“品评”行为,进而作为审美概念的“品”——言说审美欣赏与审美判断之“品鉴”的文化原型。审美之“品”对饮食之“品”的这种根源依赖性,正典型地体现了“品”概念的普遍性内涵——基于生理感性,及其特殊的民族文化信息——饮食对审美的原始塑型意义。

要深入理解“品”的感性特征,需简要回顾“味”所揭示的饮食文化感性内涵。作为审美经验基础性概念,“品”首先典型地体现了人类审美经验的感性特征。如前所言,“品”之本义为祭神、祭祖之肉。这些祭品完成其宗教祭祀使命后,还是要为人所享用。因此,“品”便与人的感官——口腔有了直接的内在联系。不自觉的食用只是裹腹,自觉的食用便与口福相关,食用过程就被放大——有意识地感知肉的特殊滋味,用心地体会食肉过程给口舌带来的特殊满足感。在此意义上我们有理由相信:“品”及其相关物——“味”源于饮食文化,它们代表了人类最基本生存行为——进食发生了重大变化,重大自我超越:人类的物质消费行为——进食不再仅为裹腹而食;同时甚至主要为口欲,为满足口腔、口舌对各类食物不同滋味的感知和体验而食。这后一崭新目的便具有超生理的精神文化意义,由于它仍然是感性的,因此便具体地属于审美。在此意义上,作为动词的“品”概念,以及与之相对应的名词性概念——“味”的出现,便是人类饮食文化史上的重大历史信息,它是人类饮食行为从粗疏的生理满足活动升华为审美活动的关键信息。“品”“味”以及后来的“品味”概念的出现,是中华早期饮食文化从“裹腹饮食”发展到“口福饮食”,亦即“饮食审美”的重要标志。中华早期审美意识之觉醒正大有赖于斯。请看与之高度相关的“味”概念:

味,滋味也,从口,未声。^①

膳夫授祭,品尝食,王乃食。^②

“味”是一个与饮食、口舌高度相关的概念。如上所言,“品”与“味”概念的出现,是中华早期饮食行为从裹腹阶段发展到口福阶段的重要标志。先秦时代,中华早期饮食文化已然进入到一个“味”的大发展时代。时人不仅实现了“味”的自觉,即体会到各类食物裹腹之外的滋润口舌功能,而且进一步追求“味”的丰富性。其时即已发展出“五味”(甘、酸、咸、苦、辛,具体地,它们乃是对五种调味品——蜜、醋、盐、酒、姜味道之高度抽象)与“五臭”(膻、薰、香、腥、腐,当指五种具体食物所代表的普遍性嗅觉特征——气味)概念。此“五味”成果又以当时发达的农业——“五谷”(麻、菽、

① (汉)许慎:《说文解字》,第31页。

② 《天官·膳夫》,徐正英、常佩雨译注:《周礼》上,北京:中华书局,2014年,第78页。

麦、稷、黍,五种农作物之种植)、“五牲”(牛、犬、猪、羊、鸡,五种当时获得普遍性饲养的家畜)与饮食成果——“五饮”(水、浆、酒、醴、醕,五种饮料)与“五菜”(葵、韭、藿、葱、薤,五种味道鲜明的蔬菜从菜类中被选择出来,从特殊蔬菜转化为五种发挥普遍性调味功能,即能赋予或强化其他食物味道的调味品)为基础的。以此为基础,时代造就了伊尹与易牙这样的顶级厨师与美食专家,他们实际上成为先秦时代中华早期饮食文化发展水平的标志性人物。时人甚至还从饮食造作行为中提炼出一个被高度抽象化和普遍化的哲学观念——“和”:

公曰:“和与同异乎?”对曰:“异,和如羹焉,水、火、醯、醢、盐、梅,以烹鱼肉,燂之以薪,宰夫和之,齐之以味,济其不及,以泄其过,君子食之,以平其心。”^①

作为饮食文化概念,“和”用以阐释如何处理不同滋味饮食材料,以达到一种不同滋味在同一套饮食系统内如何有效融合的饮食原理。在春秋晚期,它被思想家们提升为一种可应用于不同生活领域,讲究对立因素和谐统一的普遍性人生、宇宙法则,比如它同时也渗入于音乐、医学与社会治理领域。甚至还出现了对饮食之味的反向思考:

大飧之礼,尚玄酒而俎腥鱼,大羹不和,有遗味者矣。是故先王之制礼乐也,非以极口腹耳目之欲也,将以教民平好恶而反人道之正也。^②

五色令人目盲;五音令人耳聋;五味令人口爽。^③

这种对饮食之“和”的普遍性抽象与对口福饮食或曰滋味饮食的批判性反思,都是先秦中华饮食文化高度发达的重要标志,它使后世包括审美在内的各领域均受益匪浅。

也许正是因为“品”与饮食文化的原始性联系,所以才铸就了“品”所代表的审美鉴赏活动的第一义——感性。对于其饮食性起源而言,此感性首先意味着味觉与嗅觉感性——食物之味道与气味,并因此而引申到其他领域:

余尝品茗,以武夷“虎丘”第一,淡而远也。松罗“龙井英”次之,香之艳也。“天池”又次之,常而不厌也。^④

“品尝”这种发源于饮食行为的生理活动向精神领域之拓展,始于魏晋时之诗歌艺术批评:

五言居文词之要,是众作之有滋味者也,故云会于流俗。岂不以指事造形,穷情写物,最为详切者耶?^⑤

以饮食味道品尝为原型的中国古代审美鉴赏活动——“品”始终正确地坚持了其感性特征,正是这一特征对各类艺术对象的基本要求,使它正确地规范了艺术,也正确地规范了艺术鉴赏,使它们始终保持了审美的感性特征。

谁品新腔拈翠管,画楼吹彻江南怨。^⑥

隔屋秦筝依约,谁品春词。^⑦

窗外炉烟自动,开瓶试一品香泉。轻涛起,香生玉杵,雪溅紫瓯圆。^⑧

小窗闲对芭蕉展,却谁拘管?尽无言闲品秦筝,泪满参差雁。^⑨

① 《左传》昭公二十年,(晋)杜预等注:《春秋三传》,上海古籍出版社,1987年,第460页。

② 《乐记》,胡平生、张萌译注:《礼记》下,第717页。

③ 《老子》第十二章,朱谦之:《老子校释》,北京:中华书局,1984年,第45-46页。

④ (明)谢肇淛:《西吴枝乘》,(清)陆廷燦:《续茶经》卷上之一,《文渊阁四库全书电子版》,上海人民出版社,1999年。

⑤ (梁)钟嵘:《诗品序》,(清)何文焕辑:《历代诗话》上,第3页。

⑥ (宋)刘翰:《蝶恋花》,(清)查为仁、厉鄂编:《绝妙好词笺》卷一,《文渊阁四库全书电子版》。

⑦ (宋)汤恢:《八声甘州》,(清)查为仁、厉鄂编:《绝妙好词笺》卷五,《文渊阁四库全书电子版》。

⑧ (宋)米芾:《满庭芳》与周熟仁试赐茶甘露寺,(清)朱彝尊编:《词综》卷八,《文渊阁四库全书电子版》。

⑨ (宋)吕渭老:《薄倖》,(清)朱彝尊编:《词综》卷十,《文渊阁四库全书电子版》。

首先,“品”代表了审美欣赏活动中的感性感知与体验环节,对对象的感性接触与把握乃其明显的特征。基于饮食经验的审美判断概念——品,忠实地继承了人类审美活动的感性品格。“品”虽然是一种自觉的审美评价活动,但此活动却从直接的感性经验开始,从视听,甚至口腔与舌头对对象味觉特性的用心感知、体验开始。

其次,作为关于审美判断的核心概念,“品”的第二项基本内涵,便是自觉、反思、超越地感知与体会对象之特性与价值,并对此特性与价值作出精准的判定与评估。显然,纯感官介入或纯感性活动实无以完成此任务。于是,理性因素介入、工作了,而且这种介入、运行与感性因素融合得如此融洽,若非学术理性之介入便难以发现。“品”之理性义主要体现在其“体会”“体察”义,即体现在反思性地用心细鉴、深评对象之审美价值程度与特性上。此义之出现,乃中华古典审美由自发到自觉,走向精致化的重要标志,从而也完善地体现了作为审美判断概念必要的理性内涵。

在重感知这一点上,“品”与“味”相当,而且“味”有更浓重的感性特征;但是也许正因其太感性了,因此作为审美判断、审美批评概念,它无以体现自觉审美活动的理性要素。与之相比,“品”则同时也能明确地指涉审美批评中的理性因素。

在作为审美判断概念之前,“品”已被应用于日常生活领域,谓之“品物”:

或体目文字,或图象品物,纤巧以弄思,浅察以銜辞,义欲婉而正,辞欲隐而显。^①

崔骜品物,赞多戒少,李尤积篇,义俭辞碎。^②

此“品物”之“品”已有理性的观察、了解义。

“品”虽以对象感性特征之当下感知为基础,但其重心则是超越当下生理感知,对对象内在甚至超越性精神内容之细心体会、追摹。若对象之所有审美特征都能由感官当下且精准地把握,那么理性因素在审美评价活动中也就没有必要。

秦初定制,改书曰奏。汉定礼仪,则有四品:一曰章,二曰奏,三曰表,四曰议。^③

圃中花千本,其品以百数。酒酣乐作,州人大集,金盘彩篮以献于坐者,五十有三
人。^④

此乃“品”之名词形式、种类义。对象种类之明确划分建立在对对象特性认真的理性认知与区别上。因此,作为名词的“品”之“种类”“类别”义,乃作为动词的“品”之“品鉴”“品题”义之最终结果。我们可由此而反推作为动词的“品”——审美批评、审美判断中理性因素发挥作用的重要意义,理性因素对审美批评、审美判断的必要性。对此,我们可从作为动词的“品”之内涵中见出:

一旦出非其时而丧其真,众人且掩鼻而过之。士大夫有识者,亦为品藻而置之下。^⑤

一经题品,决无虚士。书之史册,足为光华。^⑥

此时,“品”乃自觉的审美判断、评价行为,是要对所评价对象之审美价值作出明确的质或量的判断。这种理性判断与分析的明确性和细致性,也许可通过刘勰对文学批评的描述看出:

详夫汉来杂文,名号多品。或典语誓问,或览略篇章,或曲操弄引,或吟讽谣咏。总括其名,并归杂文之区;甄别其义,各入讨论之域。^⑦

① (梁)刘勰:《潜隐》,范文澜:《文心雕龙注》上,第271页。

② (梁)刘勰:《铭箴》,范文澜:《文心雕龙注》上,第194页。

③ (梁)刘勰:《章表》,范文澜:《文心雕龙注》下,第406页。

④ (宋)苏轼:《牡丹记叙》,《苏东坡全集》第3册,北京燕山出版社,2009年,第1501页。

⑤ (宋)苏轼:《江瑶柱传》,《苏东坡全集》第3册,第1593页。

⑥ (宋)苏轼:《进何去非备论状》,《苏东坡全集》第4册,第2047页。

⑦ (梁)刘勰:《杂文》,范文澜:《文心雕龙注》上,第256页。

论文之方,譬诸草木,根干丽土而同性,臭味晞阳而异品矣。^①

作为自觉、理性的审美批评与判断活动,其最终价值判断通过对所批评对象特性更为细致的认知性环节——“讨论”与“甄别”后得出。以文学对象为代表,魏晋时代,刘勰已提出较为全面地把握文学作品内在结构诸要素的思想,提出完善的文学批评理论,这集中体现在其“六观”说。

将阅文情,先标六观:一观位体,二观置辞,三观通变,四观奇正,五观事义,六观宫商。斯术既行,则优劣见矣。^②

如果说“品”之原始根源——饮食品尝奠定了“品”之感性特征的话;那么始于魏晋文艺批评的“品藻”之评价、鉴别义,则具有重要的美学史意义,它标志着文艺鉴赏活动从单纯的质朴感性阶段发展到理性因素介入后,对所欣赏对象的内在审美特性作自觉、明晰的质的界定与量的评估阶段,自此,文艺审美之“品”具备了与感性体验截然相反的新的品格——理性判断与评估。

作为自觉的审美批评与审美价值判断活动,“品”的主要工作是对各类审美对象的审美特性与价值作出具体、明确的质的界定与量的评估。从逻辑上说,这种审美判断将从两个方向展开。其一,对各类审美对象审美特性质的界定,发现了诸对象不同的审美风格:

《夏小正》以物为节,如王瓜、苦菜之类,验之略不差。而菊有黄花,尤不失毫厘。近时都下菊品至多,皆智者以他草接成,不复与时节相应。始八月,尽十月,菊不绝于市,亦可怪也。^③

详观论体,条流多品:陈政则与议说合契,释经则与传注参体,辨史则与赞评齐行,铨文则与叙引共纪。^④

其二,就中国古代美学实际而言,也是“品”之重头戏,它所代表的审美批评与审美判断更多地表现在对诸审美对象审美价值量的判断上,此之谓“品第”,即对同类艺术作品审美价值序列的纵向安排,对作品审美成就作高下之别。

古今画水,多作平远细皴。其善者不过能为波头起伏,使人至以手扪之,谓有洼隆,以为至妙矣。然其品格,特与印板水纸争工拙于毫厘间耳。^⑤

文播,汉州人。弟曰文晓,而令宗其异父弟。或曰其表弟也,皆善画山水人物竹石,其品在黄筌、句龙爽之间。^⑥

古典审美批评、审美判断量的判断、纵向评估除了常见的上、中、下三品划分法外,亦产生了一个具体的副产品——审美理想观念,即对最理想、高级审美价值的描述与应用,由此而催生出一组关于审美价值量的极致判断词语:

兼画得寒林墨竹,已入神品。行草尤工,只是诗笔殊退也,不知何故。^⑦

惠茶极为精品,感抃之至。^⑧

此草一名“雁来红”,一名“秋色”,一名“老少年”,皆欠妥切。“雁来红”者,尚有蓼花一种,经秋弄色者,又不一而足,皆属泛称。惟“老少年”三字相宜,而又病其俗。予尝易其

① (梁)刘勰:《通变》,范文澜:《文心雕龙注》下,第519页。

② (梁)刘勰:《知音》,范文澜:《文心雕龙注》下,第715页。

③ (宋)苏轼:《菊说》,《苏东坡全集》第6册,第1501页。

④ (梁)刘勰:《论说》,范文澜:《文心雕龙注》上,第326页。

⑤ (宋)苏轼:《画水记》,《苏东坡全集》第3册,第1573页。

⑥ (宋)苏轼:《兴国寺浴室院六祖画赞并叙》,《苏东坡全集》第4册,第1788页。

⑦ (宋)苏轼:《与王定国》八,《苏东坡全集》第5册,第2557-2558页。

⑧ (宋)苏轼:《与通长老》九,《苏东坡全集》第5册,第2837页。

名曰“还童草”,似觉差胜。此草中仙品也,秋阶得此,群花可废。^①

综上所述,“品”首先是一种自觉意识到的细致体验活动,要努力发现所欣赏对象之性质、特征、风格;“品”还是一种自觉的理性判断、比较活动,要努力对所欣赏对象审美价值、艺术成就作出质与量的判定。“品”的自觉盖源于陆机:

余每观才士之所作,窃有以得其用心。夫放言遣辞,良多变矣,妍蚩好恶,可得而言。每自属文,尤见其情,恒患意不称物,文不逮意,盖非知之难,能之难也。故作文赋,以述先士之盛藻,因论作文之利害所由,他日殆可谓曲尽其妙。至於操斧伐柯,虽取则不远,若夫随手之变,良难以辞逮,盖所能言者,具於此云。^②

所谓“每观才士之所作,窃有以得其用心”,就是反思式地观照作品,反溯式追踪、体验和总结文学创作之所以然。“得其用心”便是从理性上理解、把握和总结出文学创作的规律性内容。请注意,作者在此同时提到“妍蚩好恶,可得而言”一语。这便是将为文之用心、为文之效果析为两类:好的与坏的,成功的与不成功的,亦即自觉地从积极与消极两个方面总结文学创作经验。作者特别关注消极经验的总结,他将之概括为“恒患意不称物,文不逮意”。为了避免同行再犯错误,因而特意总结出“作文之利害所由”。

作为自觉的审美判断活动,在对众多具体作品审美特性与价值的精细品味过程中,文学鉴赏与批评家总结出关于不成功文学创作的消极性经验:

或寄辞於瘁音,徒靡言而弗华。混妍蚩而成体,累良质而为瑕。象下管之偏疾,故虽应而不和。或遗理以存异,徒寻虚以逐微。言寡情而鲜爱,辞浮漂而不归。犹弦么而徽急,故虽和而不悲。或奔放以谐合,务嘈囂而妖冶。徒悦目而偶俗,固高声而曲下。寤防露与桑间,又虽悲而不雅。^③

一方面,没有充分自觉的审美理性及其具体表现形式——对众多文学作用审美特性与价值精细的质与量的鉴定与评估,上述消极性文学审美经验之总结是不可想象的。另一方面,完善的审美批评、审美判断不应当仅由积极的审美判断构成,即仅揭示特定审美对象正面的审美价值与成就,还当包括消极性审美判断,即同时严肃地呈现特定审美对象,主要地是指人文审美对象——各类艺术品、工艺品在审美创造上所存在的不足,这种严肃、负责的消极性审美批评、审美判断,对于提升一时代、一民族之审美创造与欣赏水平具有重要的矫正与引导意义。在此方面,魏晋文艺批评实现了高度自觉,刘勰谓之“指瑕”:

古来文才,异世争驱。或逸才以爽迅,或精思以纤密,而虑动难圆,鲜无瑕病。陈思之文,群才之俊也,而《武帝诛》云“尊灵永蛰”,《明帝颂》云“圣体浮轻”,浮轻有似于蝴蝶,永蛰颇疑于昆虫,施之尊极,岂其当乎?左思《七讽》,说孝而不从,反道若斯,余不足观矣。^④

消极性审美批评——“指瑕”活动在魏晋审美批评中普遍存在:

孝武诗,雕文织彩,过为精密。为二藩希慕,见称轻巧矣。^⑤

肩吾通塞,并乏天性。工归文华,拙见草正。徒闻师阮,何至辽夏。^⑥

① (清)李渔:《闲情偶寄·老少年》,上海古籍出版社,2000年,第329页。

② (西晋)陆机:《文赋》,(梁)萧统编:《文选》,北京:中华书局,1977年,第239-240页。

③ (西晋)陆机:《文赋》,(梁)萧统编:《文选》,第242页。

④ (梁)刘勰:《指瑕》,范文澜:《文心雕龙注》下,第637页。

⑤ (梁)钟嵘:《诗品》,“宋孝武帝”条,何文焕辑:《历代诗话》上,第19页。

⑥ 窦蒙:《述书赋》,潘运告编著:《中晚唐五代书论》,长沙:湖南美术出版社,1997年,第73页。

李在如白首穷经,不偶于世之士,蹇滞寒陋,进退皆拙。^①

对于完善的审美批评,即包括积极性与消极性审美判断鉴赏的活动,皎然有较好的概括:

古来诗集多有不公。或虽公而不鉴,今则不然。与二三三作者,县衡于众作之表,览而鉴之,庶无遗矣。其华艳如百叶芙蓉,菡萏照水。其体裁如龙行虎步,气逸情高。脱若思来景遇,其势中断,亦有如寒松病枝,风摆半折。^②

此说明其时之诗歌创造已超越了朴素的自我表现阶段,而成为一种自觉的技艺表现行为。作者们不仅创作诗歌,而且在创作后愿意拿出来公布,与同行相互切磋,商讨其细节之成败,比较技艺之高下。这种由作者群体所构成的自觉,表面上是欣赏之自觉,实际上是创作自觉的另一种表现形式,是其下一轮自觉创作的必要补充阶段,可谓之自觉总结创作经验,以利其后更高水平创作的必要环节。因此,我们需要尤为重视作者群体为创作而进行的审美鉴赏。

如果我们将“品”作为抽象层面的审美判断核心概念,主要应用于审美鉴赏与批评;那么具体分析古典审美批评实例即可见出古典审美批评的基本情形。到了唐代皎然的《诗式》,艺术批评进入更高的总结阶段。《诗式》虽然篇幅不算大,但可视为有唐一代较为全面地把握诗歌艺术创造特征与规律的一部作品。“势”“作用”“四声”“用事”“取境”等具有普遍应用性和高度稳定性的概念开始出现。同时,积极性批评与消极性批评大致均等地展开。比如“诗有四深”与“诗有六迷”。

古典审美判断主要从两个方面展开,一曰纵向的量的判断,即等级之划分,如上中下三品之论。二曰横向的质的判断,即对作品不同审美特性质的界定,从而形成普遍审美类型的审美风格判断。皎然《诗式》中“辨体有一十九字”实即对诗歌作品审美风格类型的自觉分析、区别。他所总结出的“十九字”实即关于诗歌作品的十九种风格,在思路上已然十分接近司空图的《二十四诗品》。在诗歌审美风格类型的总结上,皎然可谓开其端,司空图可谓总其成。

综上所述,“品”是一个来自中国古代美学关于审美判断的范畴,它起于饮食消费,后入于审美鉴赏与审美批评。“品”一方面既体现了显明的中华文化个性——审美判断对饮食消费行为(品尝食物滋味)之根源性依赖,因而具备浓郁的感性特征;“品”同时也代表了古典审美的精致化——对特定对象审美价值质与量的细腻体察与鉴别,因而呈现出突出的理性特征。“品”所代表的完善审美判断,同时包括了对特定审美对象量的判断——审美价值之高低与质的判断——特定审美对象之审美特性与风格。作为审美判断范畴,由于“品”同时包含了人类审美判断的两大核心因素——感性与理性,因而也就体现了古典审美判断的普遍性要素与功能,可以走出中国美学,进入美学基本理论,成为一个具有普遍性学理意义的基础性审美范畴。

三、余论:对“品”的反思

作为一个发源于中国古代美学,关于审美鉴赏、审美批评和审美判断的美学范畴,“品”的特殊性在于它与饮食文化的根源性联系;其普遍性在于它正确地揭示了人类审美鉴赏活动的核心内涵,典型地体现了审美判断所包含的两种基本因素——感性与理性。首先,一切欣赏要成为审美的都必须首先以感知与体验为基础;其次,自觉、细致的审美欣赏与判断又必须引入理性因素,引入审美认知所包括的分析与比较因素,由此而获得的审美经验才是细致、丰富的,也是可靠的。因此,“品”这个范畴完全有理由走出中国古代美学,走向世界,进入人类审美知识体系,用它来概括

① (明)李开先:《中麓画品》,俞剑华编:《中国古代画论类编》上册,第421页。

② (唐)皎然:《诗式·品藻》,(清)何文焕辑:《历代诗话》上,第35页。

人类审美鉴赏环节,体现人类审美鉴赏活动之丰富内涵,揭示其内在的深刻矛盾——审美感受与审美认知之互依共存关系。

然而,我们又须清醒意识:毕竟,“品”又是一个古典性的审美范畴,它具有那个时代不可避免的局限。最显著者,便是它只呈现审美判断的感性和理性成果,关于如何明晰、精准地获得如此审美判断,这一范畴本身并无细致的可操作性说明。立足于现代美学,我们发现了“品”所代表的古典审美判断之模糊、主观性。它是美学理论奠基性审美判断范畴产生的必要基础,但并不能满足现代审美意识所要求的审美判断之清晰性。若一定要用感性与理性这对概念理解“品”这一范畴,那么我们不得不承认:虽然在要素上,“品”实现了感性与理性二者兼备,然而细究起来,则它总体上呈现为感性胜于理性的局面。换言之,作为古典审美判断范畴的“品”,其理性自觉,特别是可操作层面的认知理性因素的自觉仍极有限,其具体表现就是此类审美判断多表现为直觉性断语,可分析性差。由于古人并未对如何“品”,以及各类审美判断的标准与依据如何等作出明确、细致的说明,便使“品”这一范畴在现代美学语境下的学理性与应用性显得较为逊色。今天,当我们自觉地继承这一范畴时,便需自觉地反思之、超越之,做一些使其内涵更为明晰化的拓展性工作。也许,我们需要自觉应用现代美学相关学术成果丰富、完善这一古典审美判断范畴。具体地,积极应用现代分析哲学工具细化审美判断理论,以实现审美判断的明晰化或可分析性,以强化其理性因素。至于在当代审美实践中如何有效地应用“品”这一古典审美判断范畴,则是另一极具意趣的话题了。

Sampling: A Universal Category about Aesthetic Judgment

Xue Fuxing

Abstract: “Sampling”(品) is a category about aesthetic judgment from ancient Chinese aesthetics. It originated from dietary consumption and then became accepted in the aesthetic appreciation and judgment. “Sampling” embodies the distinctiveness of Chinese culture — the aesthetic judgment is dependent originally on the behavior of dietary consumption and thus characterized with rich emotions; and meanwhile it also represents the refinement of classical aesthetics — the delicate examination and differentiation between the quality and quantity of aesthetic values of certain targets, and thus showing the salient rational features. The complete aesthetic judgment represented by “sampling” includes both the qualitative (the high or low level of aesthetic values) and the quantitative (the aesthetic features and styles) judgments of certain aesthetic targets. As a category of aesthetic judgment, “sampling” involves both of the core factors of human aesthetic judgment — emotion and reason, thus expressing the universal elements and functions in classical aesthetic judgment. “Sampling” helps us go beyond Chinese aesthetics and get into the primary theories of aesthetics, and becomes a fundamental aesthetic category with universality.

Keywords: Aesthetic Judgment; Emotion and Reason; Qualitative and Quantitative Judgment; Dietary Culture; Universal Category

【责任编辑:张栋豪】