

DOI: 10.13957/j.cnki.tcxh.2018.06.028

作为宗教文化之传播媒介的“中国瓷”

李枫

(首都师范大学外国语学院, 北京 100089)

摘要: 丝绸之路上的“中国瓷”以其坚硬而不易磨损的自然属性,以及实用性、商业性、艺术性等三重属性,成为了16世纪“文化大循环”中独特而重要的角色。“中国瓷”以其独特而具象的造型、图案和绘画传达着不同国度人们的宗教信仰思想观念,并由此而成为了宗教文化的传播媒介。其中中西合璧的“外销瓷”既承载着西方宗教思想的传播史,也是中国宗教与民间信仰“西渐”的使者。所以,这一传播是在东西方文化之间循环往复地进行的,具有双重性。

关键词: 中国瓷; 传播媒介; 宗教文化

中图分类号: TQ174.74

文献标识码: A

文章编号: 1000-2278(2018)06-0818-04

“Chinese Porcelain” as the Communication Medium of Religious Culture

LI Feng

(College of Foreign Languages, Capital Normal University, Beijing 100089, China)

Abstract: “Chinese porcelain” on the Silk Road assumed a unique and important role in the “cultural cycle” in the 16th century due to its hardness and wear-resistance, as well as its three other attributes – utility, commerciality and artistry. Chinese porcelain products, with their unique shapes, patterns and paintings, convey people's religious beliefs and ideas in different countries, and thus become the communication media of religious culture. Among them, the export porcelain products that combine Chinese and Western elements not only carry the spread history of Western religious thoughts, but also are the emissary of Chinese religion and folk belief to the West. Therefore, this communication is a repeated process between Eastern and Western cultures, on a reciprocal basis.

Key words: Chinese porcelain; communication media; religious culture

众所周知,就东西方贸易而言,丝绸、茶叶、瓷器,是古代中国通过丝绸之路向域外输送的三大主要商品。虽然从公元7世纪开始,瓷器已成为国际性的贸易商品,但若论数量或影响力,却不是最突出的商品,当时最受欢迎的是纺织类产品,尤其是丝与棉。到了18世纪,中国茶的贸易也比瓷器更具分量。这也是人们将传统的东西方贸易通道称为“丝绸之路”的原因。但是,丝绸与茶叶走的都是自东而西的单向旅程,最后在终点被人消费使用并由此而消失。只有瓷器,不仅历时长在,还在文化相互影响上发挥了核心作用。

1 丝绸之路上中国瓷器的文化特征

美国历史学家罗伯特·芬雷(Robert Finlay)在其专著《朝圣的艺术:世界史中的瓷器文化》中对作

为“人类贸易史上第一件全球化商品的中国瓷器”的相关问题进行了较为深入的探讨。按照罗伯特·芬雷的看法,瓷器不仅以其物理属性的坚硬而获得了时间上的长久存在,更重要的是“中国瓷对世界史研究的最大价值,在于它反映了一项规模最为庞大的文化转型活动。”^[1]与这一“规模最为庞大的文化转型活动”息息相关的,是发轫于16世纪的一种“文化大循环”。这一时期,由于东西方海上贸易通道的建立,全球性贸易网初步形成,使得世界各地的商品得以互通有无。这样一种物流层面的全球化商业转型,又促使此前各个地区相对孤立发生演进的文化,逐渐超越地区间的封闭而开始相互影响,这种相互影响是地区之间的文化要素的彼此往复循环,互鉴互学,互利共赢,最终共同促进了世界性的文化转型,使东方有西方、西方有东方,跨文化的碰撞、交流与融合,超越此前任何时代。而

收稿日期: 2018-01-18。 修订日期: 2018-05-27。
通信联系人: 李枫(1957-),女,博士,教授。

Received date: 2018-01-18. Revised date: 2018-05-27.
Correspondent author: LI Feng(1957-), female, Ph.D., Professor.
E-mail: lifeng786@qq.com

丝绸之路上的中国瓷，经罗伯特·芬雷考察，在这一“文化大循环”中所起的作用，超越了丝绵纺织品和茶叶等，成为了不可或缺的核心角色。

中国瓷之所以能够在这样的“文化大循环”中成为如此重要的角色，是因为丝绸之路上的中国瓷具有实用性、商业性，以及艺术性这样三重属性。

“实用品的属性使瓷器同生活的方方面面密切相关，与不同地区的生活习性、风土人情紧密关联，甚至就是其生活习性与风俗的载体，所以最大限度地体现出区域性、地方性和民族性。商业的属性使瓷器在交换过程中必须受到市场需求的制约。也就是说，它的设计和生要迎合市场消费者的所需所好，所以必然接受异域文化的特殊要求。”^[2]有时会呈现出与本土文化特质相反的种种特性。而艺术性又可以使瓷器的设计和装饰超越其实用性与商业性，成为表达审美、信仰等精神价值的载体。

集中表达了实用、商业及艺术这三重属性的丝绸之路上的中国瓷由此也成为了一项文化聚焦物，一种在相当程度上，能够将不同民族、不同国家，具有不同文化背景的制作者、购买者，以及欣赏者的精神信仰、风俗习惯，乃至思维方式具象化为可观可触的实际物品的文化聚焦物。

研究世界近代史和全球化现象的西方学者甚至认为，丝绸之路上的中国瓷在14世纪到19世纪的几百年间，比其它任何商品都要敏感地记录了来自全球化进程的种种冲击，比如传统艺术手法的不断革新，国际贸易的顺逆与摩擦，用餐礼节的改变，饮食文化的革命，甚至对家庭关系的影响，社会价值观念的变化等等。中国的外销瓷以处变不惊、顺势而为，“胜似闲庭信步”的姿态参与到了这一伟大的历史变化进程之中，接受了这些冲击与挑战。

由此，贯穿唐宋元明清五朝一千年，横跨太平洋、印度洋、大西洋的丝绸之路上的中国瓷，成为了“文化大循环”中独特而又重要的角色，瓷器以其具象的器型、图案和绘画艺术而清晰地表达或艺术而朦胧地流露着东西方不同国度的人们精神层面的宗教信仰与文化心理。艺术化了的瓷器上，产生了世界性的文化交融现象。艺术的力量使中国瓷成为了传播思想文化与民族精神信仰的媒介。这一传播是相互间的，具有双重性。

2 中西合璧的“外销瓷”：承载西方宗教思想的传播史

作为思想文化与民族精神信仰之传播媒介的中国瓷，承载着西方宗教思想的传播史。

中国瓷器早在唐代就远销到了红海之滨的埃及，对当地的釉陶生产产生了影响。美国传教士卫三畏(Williams, Samuel Wells 1812—1884)在其1848年出版的《中国总论》(The Middle Kingdom)中对此亦有论述。在卫三畏看来，中国瓷器流传至海外，历史悠久。“在离中国遥远的地方，人们常会发现一件出土的中国瓷器，不足为奇。如埃及与小亚细亚就曾发现中国瓷瓶，上面有中国诗句，表明10世纪到11世纪亚洲的两端已有交往，中国瓷器已经影响了西亚的瓷业生产。”而目前所知最早抵达欧洲的中国瓷器，则是一只13、14世纪出产于景德镇的白色微青瓷瓶，这只瓷瓶被称为“盖涅雷斯-方特希尔瓶”。这只素雅的影青瓷瓶被隆重装饰，镶嵌于银鎏金座之上并有鎏金铭文，相继成为14、15世纪匈牙利和那不勒斯安茹王室的珍藏，显示了这件极其少见的能够在蒙元时期抵达欧洲的瓷器所具有的尊贵价值。有研究者认为，这只14世纪初经由丝绸之路来到欧洲的瓷瓶，“或许是由正前去法国阿维农觐见罗马教皇的景教基督徒携往。”确实，蒙元时期，瓷器和中国商品都还不能经由贸易通道直接到达欧洲。资料表明，当时中国瓷器是作为外交礼物在欧洲各国流传，诺曼底公爵(Duke of Normandy)和意大利的洛伦佐·德·美第奇公爵(Lorenzode Medici II)等欧洲君主富豪，都收到过作为珍贵礼物的中国瓷器。

威尼斯画派的创始人、意大利画家乔凡尼·贝里尼(Giovanni Bellini, 1427—1526)的代表作《诸神之宴》(The Feast of the Gods, 1514)中，也有两只青花瓷盘。《诸神之宴》是这位伟大的艺术家一生中创作的最后一幅大画。画家在依然保留着精细写实的画风的同时，更加注重色彩的魅力表达。人物的肌肤、色泽熠熠的丝绸、造型逼真的青花瓷盘，以及风景中描绘得一丝不苟的山石、栩栩如生的小鸟等，都展现了这位年逾八十的大师严谨的笔调、灵动的活力，以及难能可贵的创新精神。

依照艺术史学者的阐释，画面中的场景来自古罗马诗人奥维德(Ovid, 公元前43—前17)的长诗《盛宴》中的一个片段。这首诗叙述了许多古罗马的仪式和节庆的起源。画中呈现的正是酒神给予的一次盛宴。山林水泽中仙女们和两个羊角的萨提罗斯(Satyrs)^[3]侍候着尽情享乐的众神。两只青花盘分别由位于画面中间的两位主神头顶手扶，或双手捧着，这样的表达体现了当时中国瓷器在欧洲主流社会的尊贵地位。^[4]值得注意的是，贝里尼创作《诸神之宴》的1514年，也正是葡萄牙船抵达中国沿

海,拉开了欧洲国家与中国的贸易往来之序幕的时期。那么,使贝里尼获得了创作《诸神之宴》中的青花瓷之灵感的是元青花还是明青花?贝里尼是在哪里欣赏过青花瓷?他所见过的青花瓷是通过什么途径抵达威尼斯的?在此后的欧洲绘画里,我们常会不期而遇地看见中国青花瓷那特有的钴蓝色身影和柔润的釉光。

17世纪荷兰画家约翰内斯·维梅尔(Johannes Vermeer, 1632-1675)的重要作品《在一扇打开的窗户前看信的年轻女子》的画面有一只盛着一堆水果的中国瓷盘。从质地上看,它是景德镇出产的青花瓷器;从形制上看,它是荷兰人称为克拉普姆·尤特斯(klapm uts)的西式大汤盘。历史学家卜正民(Timothy Brook, 1951-)对这幅画里的西式大汤盘(klapm uts)做过专门研究,指出在维梅尔的时代,这是荷兰东印度公司专门从中国定制的瓷器,十分罕见并且昂贵。也就是说,这是当时尚不多见的中国外销瓷。

明清两代是中国外销瓷发展的黄金时期。从永乐三年(1405年)开始,郑和船队的七下西洋,推进了大量中国瓷器销往沿途亚非国家,瓷器外销达到一个高潮。明末清初,是中国外销瓷发展的鼎盛时期,那一时期,中国外销瓷风靡欧洲,成为中华传统文化艺术“西渐”的重要媒介。中国瓷器细润雅致的质地、意蕴丰富的造型以及纤细入微的装饰,给“巴洛克”主导下的欧洲艺术界送去了清新的空气,对洛可可艺术的形成产生了深远影响。明代万历年间,白底蓝花、光洁透明的青花瓷已是中国外销瓷中的佼佼者,深得西方航海家、商人,以及一切有缘见到青花瓷的人们的喜爱。万历三十二年(1604年),荷兰人在海上截获了一艘葡萄牙商船,船上满载着中国青花瓷,因不清楚其产地和名称,荷兰人就以这艘葡萄牙商船的名字“克拉克”命名这类瓷器。整船的青花瓷在荷兰阿姆斯特丹进行拍卖,现场竞价十分热烈,连法国国王亨利四世、英国国王詹姆斯一世也加入了抢购行列,中国青花瓷在欧洲一夜成名!“克拉克瓷”成为了中国外销瓷在欧洲的第一个专有名词。如今,产自国内,留名海外的明清外销瓷,如同中国瓷器的“异域之花”,遍藏西方各大博物馆,从不同角度见证着颇具时代特征的中西文化交流史,基督教思想文化的传播构成了其中的重要组成部分。

16世纪中叶,以传播基督教思想文化为使命的欧洲传教士开始在中国订购宗教用途的瓷器,开外销瓷纹饰出现宗教题材之先河,从此中国外销瓷

成为西方油画、版画、金银器制品之外为教会所采用的新兴艺术品。^[5]

较早定制以基督宗教为主题的瓷器的是葡萄牙人,早期葡萄牙人订制的体现基督宗教主题的瓷器多以图案中的纹饰表示。广东上川岛出土的十字纹青花瓷片可资说明。研究表明,十字纹最早出现在元青花碗的纹饰中。设在中国澳门的葡萄牙天主教耶稣会,为纪念利玛窦(1552-1610)这位首次成功进入中国传教的耶稣会成员,曾经在景德镇订制一批绘有十字架的青花瓷,“青花十字架纹饰罐”(Small jar with Christian Cros)^[6]是目前已知存世的代表性器物,这是明清外销瓷中最早有宗教内容的瓷器之一。这是一个小型的瓷罐,有点像小型将军罐的变体,在两边的圆形图内各有一个十字架,大约是在利玛窦逝世半个世纪之后订制的。研究者认为,这件珍贵的器物应该生产于1670-1690年之间。在伦敦的英国国立维多利亚与艾伯特博物馆(Victoria & Albert Museum)也存有类似的器物。^[7]

万历年间风靡欧洲的克拉克瓷也有以圣经故事为题材的纹样,多为教会定烧瓷。由此可以看出,欧洲人在中国的贸易和传教活动几乎是同步进行的。清初至清代中期,宗教主题的瓷器数量大增,除了青花,还有粉彩、墨彩、广彩等各式彩瓷。宗教题材的内容也更加丰富,除了“十字纹”等纹饰,圣经人物和故事的图案也大量出现。18世纪初,景德镇生产的宗教题材瓷器中,数量最多的是墨彩烧制的“耶稣瓷”。墨彩是釉上彩瓷品种之一,既类似中国传统的水墨画,又能模仿欧洲铜版画和蚀刻画的视觉效果,因此受到中西文化的双重接纳,得以普遍使用。“耶稣受难图盘”^[8]是其中极具代表性的作品。1750年之后,荷兰首次把“耶稣受难图”用在了外销瓷茶壶上,这样,宗教意义的纹饰就变成了装饰性图案。1778年荷兰东印度公司的一位押运员在运送一批“耶稣受难”茶具时,认为这样做十分不好,是一种对神的不敬。这位押运员提出了不满,而后这个内容很少生产了。除此,位于景德镇的中国陶瓷博物馆还珍藏有“墨彩描金牧师肖像纹章盘”。

中国外销瓷成为传播西方宗教思想文化的载体与媒介,有着深刻的时代背景。一方面,明末清初,大批西方传教士进入中国,他们上至皇宫,下隐市井,努力传播基督教,使得国人对西方宗教题材也日渐熟悉;另一方面,欧洲人多信奉天主教、基督教,因此西方市场亦有大批信众需要定烧相关宗教题材的瓷器。这种双重需求,使得中国外销瓷成为传播西方宗教文化的载体。

3 “外销瓷”也是中国宗教与民间信仰“西渐”的使者

“外销瓷”同时也是中国宗教与民间信仰“西渐”的载体与媒介。中国陶瓷博物馆的外销瓷藏品中，就有以佛教与道教为主题的“佛教天王人物图广彩盘”与“道教神仙人物图广彩盘”这样两块瓷盘。瓷盘上有很多题款，确定了这两块瓷盘于清道光丙申年十二月十七日(公元1837年1月23日)，由广州粤东洋瓷行生产，可见在道光年间，广东有专门生产外销瓷的作坊。瓷盘上绘有中国佛教和道教人物等具有典型华夏文化特征的图案，显然，这是一种典型的文化输出。“广彩”是清代外销瓷中除了江西景德镇的青花、五彩和粉彩之外，颇具特色、销量惊人的瓷器。“广彩”为广州织金彩旗之简称，因其色调鲜艳、富丽堂皇，有堆金织玉的感觉而得名。广彩是十八、十九世纪广州生产的专门销往欧美市场的瓷器。

中国陶瓷博物馆的外销瓷藏品中还有一件来自马来西亚的“八仙过海粉彩瓷盘”。“八仙过海”的陶瓷图样始于明朝晚期，康熙、雍正和乾隆中期以前多以青花样式出现，这是一种流行了三百多年的图样。这件“八仙过海粉彩瓷盘”在同治年间民窑瓷中算是上乘之作。瓷盘背后有“同治年制”的字，也是表现中国宗教神仙信仰的典型题材。中国外销瓷在各国，定价最贵的当属英国。有研究者认为，这是因为“在全世界各个国家中，只有英国人最懂中国古董的价值。”^[9]资料表明：瓷器中的瑰宝“元青花”最早就是由英国人发现的。其中最具有代表性的，是生产于14世纪中叶(亦即元代晚期)，由英国的珀希瓦尔·达维德爵士(Sir. Percival David)收藏的一对“至正”瓷瓶。这是一对青花龙纹象耳盘口瓶，目前在英国伦敦大英博物馆内达维德藏中国瓷器展厅长期展出。在2012年上海博物馆主办的元代青花瓷特展中，曾被借到中国来展出。这对瓷器上有明确的铭文记录着其用途，“信州路玉山县顺城乡德教里荆塘社奉贤弟子张文进喜舍香炉花瓶一付(副)祈保合家清吉子女平安。”也就是1351年在中国江西上饶玉山县的一个姓张的小财主，为求神灵保护阖家平安，向庙里供奉了一鼎香炉、一对花瓶。中国民间祭祀中供奉器皿，多采取三、五供的方式。这里提到了香炉和花瓶一副，也就是一套的意思，那么花瓶有两件，香炉应该只有一件，也就是三供了。这种三、五供的方式在明清外销瓷中被发展成为一种放在客厅壁炉上的五件套花瓶组合装饰方式。中国人对自然、对

人生、对未来的看法，中国人的人生观、价值观和宗教信仰以“外销瓷”作为媒介，也展现在域外他国民众面前，“让他国民众在审美过程中感受魅力，加深对中华文化的认识和理解。”^[10]

综上所述，中国外销瓷是早期欧洲基督教、天主教在华传播，中国的佛教、道教及民间宗教“西渐”的重要媒介，中国外销瓷这一由多民族、多宗教、多习俗、多文化共同参与创造的物质文化载体，在中外交流中，不仅仅是物质层面的互通有无，同时也是精神层面的宗教信仰文化交流互鉴的载体。中国外销瓷既是改变了人类生活方式，并提升了人类生活品质的生活必需品，又是器型、色彩以及装饰绘画十分丰富的艺术珍品，其生产制作、贸易经销和收藏鉴赏的历史过程，对“和平合作、开放包容、互学互鉴，互利共赢”丝路精神的形成有着重要意义。中国瓷的历史与实践，今天依然是我们在中外文化交流中以史为鉴、求同存异，以达“各美其美、美人之美、美美与共”的宝贵资源。中国外销瓷历久弥新的魅力也从一个方面表明：“艺术的力量，就是心绪不宁的惊诧所具有的力量。即使看上去是模仿，艺术却不仅仅是复制我们熟悉的世界，不是将现实艺术化去替换可见的世界。艺术的使命，不仅限于传递美，更是要破坏陈腐与乏味。”^[11]

中国外销瓷数百年精彩的历史将为我们今天文化自信下的文化自觉与文化创新提供启迪。

参考文献：

- [1]转引自王鲁湘主编《天下之器：与世界对话的景德镇》[M]，江西：江西美术出版社，2017：15.
- [2]王鲁湘主编《天下之器：与世界对话的景德镇》[M]，江西美术出版社，2017年版，第16页。
- [3]【美】卫三畏著《中国总论》[M]，陈俱译；陈绛校，上海古籍出版社，2005年版，第601页。
- [4]王鲁湘主编《天下之器：与世界对话的景德镇》，第17页。
- [5]注：萨提罗斯是酒神狄俄尼索斯的侍从。
- [6]参见丁宁著《西方美术史十五讲》(第二版)，北京大学出版社，2016年版，第172-174页。
- [7]曾玲玲著《瓷话中国：走向世界的中国外销瓷》，商务印书馆，2014年，第42页。
- [8]David Howard & John Ayers, “China for the West”, (volume I), Sotheby Parke Berner, London & New York, 1978. p.56
- [9]China for the West, p.57
- [10]余春明著《一瓷一故事：名家带你赏清代名瓷，一》，江西美术出版社，2017年版，第116页。
- [11]习近平《在北京文艺工作座谈会上的讲话》，人民网，2014年10月15日。