

## 到底有没有千里马

□何全

在没有汽车、火车的古代，骑马是最快的交通手段，“日行千里”的宝马良驹自然是稀缺资源。不过，拨开传说的迷雾，马匹真的能够“日行千里”吗？现实中的马，每天到底能跑多远呢？

商周以来，直到春秋和战国早期，中原地区的马主要用来拉车，包括四马拉动的战车。尽管《史记》有“缪王（周穆王）日驰千里马”，《楚辞》有“昂昂若千里之驹”等记载，但考古发现表明，当时中原地区的马匹大多偏矮，与后世良马有一定差距。

战国后期，赵武灵王“胡服骑射”引发各国竞相效仿，骑兵逐渐取代了战车。西汉时，汉武帝建立了空前庞大的骑兵部队，一次能出动多达10万骑兵；还从西域引进乌孙马、大宛马（即“汗血宝马”），改良了本土的马匹品种。从此往后，“日行千里”的神驹传说在华夏大地绵延不绝。

今天的专业赛马，能驮着骑手以超过60公里的时速疾驰，似乎一天跑“千里”不在话下。然而，这只是一两公里内的冲刺速度，马不是汽车，真要全速跑上一两个小时，大概率非死即残。古代传递紧急公文的“六百里加急”，要依托驿站网络，信使每骑行20~30里，到下一个驿站就得换匹马。

在食草动物中，马算是耐力相当出色的。但哪怕再强壮的马，长时间驮着一个人外加鞍具装备，也会不堪重负。而且在自然状态下，马每天要花16个小时进食、喝水，再算上休息，生理允许的“续航时间”要比人短。因此，“日行千里”远远超出了马匹的身体承受能力。

几千年来，人类一直在努力培育更快、更强的良马。但就像人类的短跑、长跑和越野运动员各有所长，同一匹马很难兼顾速度、耐力和适应性。17世纪以来为竞速而培育的“纯血马”，几乎称霸5000米以内各项竞速冠军。但它们耐力差且娇贵，很难适应严酷的战场。而皮实好养、适合长途奔袭的蒙古马，却个头偏小，短距离竞速排不上号。鱼与熊掌不可兼得，传说中既能飞奔疾驰、又可长途跋涉的千里马，恐怕只是个美好幻想。

（《文摘报》）

## “父母”的古音原来是“爸妈”

□南海墨

不同语言中的爸爸、妈妈读音都很类似，这种共通性似乎跨越了文化和地理的界限。于是常有人好奇，“爸妈”这称呼是不是受到了外来语言文化的影响，替换掉了汉语传统的“父母”和“爹娘”？然而事实恰恰相反。

上古汉语中“父母”二字的发音，基本上就是ba和ma。语言学家郑尚芳先生曾专门写过一篇论文《今人口语里的古音》讨论此问题：上古音最明显的是鱼模韵读低元音a，模韵“呼”（呼气）上古读haa，中古不变就写为歌韵“呵”（苏轼四时词“呵手”），现在还不不变则写作“哈”。《广雅》“呵呵，笑也”，那是中古前期的ha，现在不变也写作“哈哈”，两字同音才合并了。“父”字是虞韵（来自鱼韵合口），上古读ba，中古不变，就写“爸”（捕可切），宋代《集韵》记了吴音“必驾切”pa，只声母清化，跟现代汉语“爸”一样，韵母却一直传了三千年还是a。

古汉语是没有“f”这个声母的，这一点仍然保留在闽语当中。现代汉语的f，大多来自古汉语的浊音b。所以“父”字的读书音，就变成了f声母。同时元音高化，从a变成了u，也就变成了fu，“母”字也是类似的演变。

但“父母”作为口语常用字，尽管读书音发生了变化，口语发音却依然顽强地保留了古音。这种现象非常常见，比如“阿”字在文雅的词汇中就要读“e”，但是在口语词汇中依然读古音“a”。由于书面音和口语音产生了分歧，古人就干脆新造了一对形声字“爸”和“妈”，来对应存古的口语。汉末三国成书的《广雅》中，已经清晰记录了这对新字：“爸，父也；妈，母也。”

至于全世界各国的语言，都倾向于用ba、ma之类的发音来称呼父母，则可能是因其发音最简单——婴儿在刚开始学说话时，大多只能发出“阿巴阿巴”“嘛嘛嘛”之类的音。因此这一时期的婴儿，如果要呼叫父母，自然也只能用baba、mama这类简单的发音，最后在各语言中都固定为了专门指父母的词。

（《南方周末》）

热历史

# 明清“才女文化”与女子形象塑造

□陈芳

与其他朝代相比，晚明清初流行的典型女子服饰形象，显示出端庄、典雅、富有文化气质的新特征。那么，为什么会出现这样的女子形象塑造？其背后是怎样的文化在推动？这种服饰形象又可为今天的服饰设计乃至社会生活提供什么样的参考和启迪？

## 听觉、嗅觉和视觉 全方位的审美观照

从某种角度说，晚明清初的女子服饰形象提供了听觉、嗅觉和视觉全方位审美观照的案例。

听觉方面，晚明清初，典型女子服饰形象中都可见腰间的玉佩（或称“禁步”“云样叮当”），当女子走路时，腰间玉佩上的玉件相互撞击，发出各种声音，这种声音能反映出女子是否受过良好的教育和训练。换句话说，玉佩是用来防止女人走路太快或者步履凌乱的，即通过服装配饰的声音来彰显女人的美好和修养。今天，我们已经不太重视服饰声音的问题，这可能是因为工业革命以后，汽车等产品带来的环境噪声太大，掩盖了服装配饰的声音，但古代服饰中声音或许是重要的，因为古代社会环境比较安静，声音完全可以纳入审美和礼仪的考量范畴。今天的我们该如何从传统服饰中吸收中国元素，并重视服饰的声音问题？对周遭环境降噪并进行更多适配的设计，从某种意义上说也是一种文明的回归。

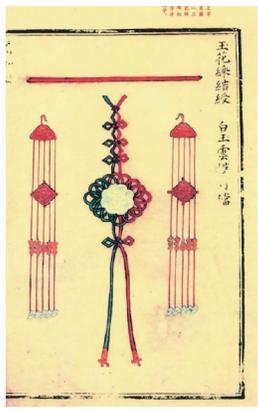
再看嗅觉方面，虽然古代贵族女性的服装都会熏香，这在流传至今的绘画作品中并不多见，但晚明清初突然出现了大量表现女子伏在熏笼上熏香衣服画面的画作，说明当时的女子非常重视服装散发的馨香，或者说当时的男性很重视女子服饰的气味，即从嗅觉方面对女子形象进行观照。今天我们也喷香水，当然多是化学成分调制而成的香水，与古代的植物熏香有些不同，但可看作古代熏香的延续，保留了古代服饰审美中嗅觉的维度。

视觉是女子形象塑造最重要的一个维度，晚明清初女子服饰形象在视觉方面最明显的特质在于从颈部到胸部的处理，我称之为立领“对扣”配披风瓦领的模式。大的披风瓦领赋予里面的立领“对扣”足够的展示空间，体现女子的端庄、典雅、含蓄，彰显了低调奢华而富有文化气质的特征。“对扣”的材料通常为玉、琥珀、玛瑙、金、银、铜等，有些“对扣”上还会镶嵌红蓝宝石，工艺相当精湛。“对扣”既能承载服饰门襟的闭合功能，又能作为精致雅丽的首饰彰显佩戴者的身份地位，承载了社会学和物质文化史的多重含义。需要指出的是，这种模式并非源自中土，而是从中亚和西亚引进的。

从听觉、嗅觉和视觉对女子进行全方位的审美观照，相比以往多为单一的视觉维度，更加生动和立体。可以设想一下，一个晚明清初的男子在没有看见某位女子之前，先听到她身上玉佩发出的富有韵律和节奏的声音，当她走近时，能



▲《雍正妃行乐图》展示了清初流行的女子服饰形象



▲云样叮当

闻到她服装散发的阵阵馨香，最后才看到她端庄、典雅、富有文化气质的服饰打扮，一定会心旷神怡。这种典型的服饰形象塑造，或许可为今天重要礼仪场合或重要节日的服饰设计提供有益参考。

## 女子品评标准

### 从重外貌到重才艺的转向

那么，什么原因导致晚明清初的男子会欣赏端庄、典雅而富有文化气质的女性形象呢？尤其是富有文化气质这一点，与传统的女性形象是相悖的。在传统的男权宗法社会中，男性的主要分工是“外而公”的，包括求取功名等，女性的主要分工是“内而私”的，“女子无才便是德”，读书识字、舞文弄墨似乎不是女人“分内”的事情。

然而，我们审视晚明清初的世风，发现一种与传统女性形象相悖的、工诗善画的新女性形象（才女形象）受到推崇，这让晚明清初成为中国古代历史上“才女文化”最盛的时期。由明代朱锡纶与赵世杰合辑的著作，明朝部分收录70位女作家；胡文楷的《历代妇女著作考》收录了242位拥有一部以上著作的才女，明清之际女性诗人的选集和专集超过3000种，如王凤娴的《东归纪事》、沈宜修的《伊人思》和《鹧鸪集》、梁瑛的《字字香》等。另外，晚明清初的女书画家也有112位之多。从图像角度观察，晚明清初出现了一些女子阅读书籍或者女人在红叶上题诗的画面，这也

是以往没有的。

整体来看，晚明清初确实是一个“才女文化”兴盛的时期，对才女的推崇使当时的女子形象呈现端庄、典雅、富有文化气质的新特征，其背后反映的是男性尤其是文人士子对女子的品评标准从以往的重外貌转向了重才艺——因为“女为悦己者容”。

关于晚明清初“才女文化”的兴盛，笔者认为原因包括新的“才情观”的推动、明代出现版刻高峰、以家庭为中心的园林雅集活动盛行以及女子活动空间扩大、游玩结社等。

晚明清初文人对女子的追求标准中，对才华的欣赏前所未有，其择偶观乃至对青楼女子的品评标准与历代相比发生了明显转变。明末谢肇淛《五杂俎》载：“苟奉倩云：‘妇人才智不足论，自宜以色为主’，此是千古名通。女之色犹士之才也，今反舍色而论才……岂理也哉。”潘之恒在《金陵妓品》中品评士女高下的标准为：“一曰品，典则胜；二曰韵，丰仪胜；三曰才，调度胜；四曰色，颖秀胜。”这里已将女子的外表排在最后，而才情居于前列。

嘉靖以后，大量官刻和私刻的书籍充斥市场，出版业出现前所未有的繁盛，女子同样有机会阅读书籍，获得文化传播的渠道。有些书商出版才女的诗集，受到市场的追捧，获得良好的经济效益，更加促进“才女文化”的兴盛。此外，随着宗族地位日益重要，母亲要承担起子女教育的重要角色，自己首先必须具备较高的文化素养，尤其是在文化发达的江南地区，可以明显看到官宦人家文学钻研对子女教育的重要性，以及母亲亦师亦友的中心角色。

明代江南文人造园叠石的活动大大促进了园林文化的发展，在环境优美的园林中展开以家庭为中心的雅集、诗词唱和以及书画清玩等活动成为当时的风雅之事，这也使女性获得更多学习文化艺术的机会。

晚明清初女子外出旅行游玩一般包括几种形式：一是从宦游，即男子到外地做官时，妻子或女儿借此机会跟随旅游，沿途驿站必须接待，类似现在的公费参观；二是赏心游，即女性亲友一起或文人携友到风景优美的地方游玩；三是宗教节会游，即女子借进香、观花灯等机会游玩。结社则进一步打开妇女之间的社会交往。首先，具有较高文化修养的女子会结成“诗社”，交流诗词画作，享受文化艺术魅力，促进彼此诗词水平的提高和诗词作品的传播。其次，会茶结社，一些地方官员的家属聚集在一起，通过饮酒的形式沟通交流感情。浙江吴兴地区妇女邻里之间的“会茶”，大致也是相同意义的妇女结社。每月朔、望两日，妇女在家中堂上设茶果，作为一种供奉土地之神的仪式，供神完毕之后，“或通饮啜于邻姬”——借供神的仪式行结社之实。女子通过游玩结社、聊天娱乐，扩大社交网络，其文化、思想的碰撞，对女性文化水平的整体提升大有裨益。

（《中国文化报》）