

□刘文涛

由田间精灵到餐桌美味

中国人对兔子这种动物认识得很早,《尔雅·释兽》中就有关于兔子的解释,而且还能区分幼兔称“兔”,强壮有力的成年兔子称“兔”。从考古发现来看,距今五千年左右的安徽凌家滩遗址中,就曾出土过兔形饰玉器。1979年济南济阳区刘台子2号墓出土的西周早期玉兔,当是已知的最早、制作较精美的兔子形象之一(见图1)。该玉兔通体用碧玉雕刻而成,整个形象呈蹲伏欲跃状,长耳向后,双目凸起,炯炯有神地盯着前方,前腿用力伏地,后腿欲蹬,好似有点风吹草动就能随时逃逸,这件玉雕把兔子的机敏形象刻画得淋漓尽致。那时的兔子基本都是野兔,对兔子的描绘,主要是一种写实的描绘。

《诗经·国风》中有篇《兔爰》,其中有“有兔爰爰,雉离于罗”的诗句。“爰爰”是解网放纵的意思,在文中可以理解为打猎时野兔脱网的状态。这从侧面反映出先秦时期兔子是人们经常碰到的猎物,也是捕猎者的主要目标之一。那猎捕野兔的过程就是人们张网追赶吗?可能有这种情况,但多数情况会用到猎狗。《史记·李斯传》中记载:“牵黄犬,俱出上蔡东门,逐狡兔。”这种猎捕野兔的场面,并不仅见于晦涩的文献中,在东汉时期的画像石中还能看到直观的表现。潍坊昌乐王家埠出土的东汉画像石中就有一幅精彩的狩猎野兔图(见图2)。

狩猎图中表现的是捕猎人、猎狗共同猎捕野兔的场景。画面最前端有三只四脚腾空兔子在飞奔,兔子身后,四只细嘴、细腰、细腿的猎狗也做四腿腾空状,二者之间就差一步之遥,猎狗的小眼睛似乎都能看清楚兔子腿上的毫毛,那种紧张的气氛跃然而出。往后,有一猎狗已捕获一只野兔,叼在狗嘴中的兔子双耳耷下,挣扎无望。猎狗昂首回向主人的方向,以一副胜利者的姿态迎接主人的检阅。再之后即手持网具的狩猎者,脚步大迈,做迎接状。再后还有几只猎狗跃跃欲试,未能一显身手。整幅画面动态各异,紧张刺激。

古人猎这些野兔主要干什么用呢?毫无疑问,就是吃。在先秦时期,兔肉是当时人们重要的肉食来源,这在汉画像中也有反映。1976年出土于诸城前凉台(今潍坊峡山新区)的东汉画像石墓中,有一幅庖厨图。在画面最上端,刻画的是一角,各种待加工食材挂了一溜,除了猪头、肘子,各种鱼类外,还挂着一只处理好的兔子(见图3)。同样挂有兔子形象的庖厨图在孝堂山石祠东壁和宋山2号石祠东壁也都出现过,至于不同的厨师怎么来做成佳肴?麻辣还是黄焖?那就不得而知了。用兔子做烧烤应该是其中的一种,因为《诗经·小雅》里有“有兔斯首,炮之燔之”的记载。

由人间到天上

京剧《贵妃醉酒》里有段很有名的唱词:“海岛冰轮初转腾,见玉兔,玉兔又早东升。”玉兔在这里代指月亮,玉兔是何时开始代表月亮的呢?这种观念可能在战国时期就有了。《楚辞·天问》载:

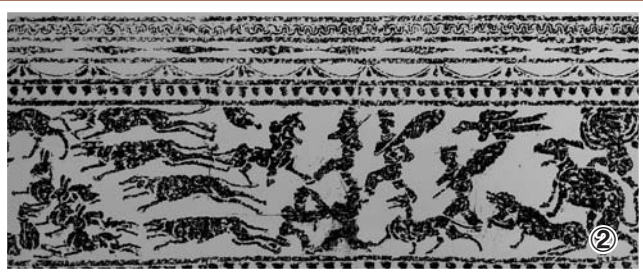
既能升天伴明月
亦可祛病降凡尘

——谈谈出土文物中的兔子形象

2023年元旦已过,农历春节也越来越近了。按传统干支纪年来说的话,新的一年当为癸卯年,也就是兔年。兔子是大家都喜爱的一种动物。其实不光现代人喜爱兔子,古代人也喜爱,甚至在兔子身上赋予了很多象征意义,这从各类文物的兔子形象中就可知晓一二。



①



②



③



④



⑤



⑥

“夜光何德,死则又育?厥利维何,而顾菟在腹。”夜光在这里指月亮,顾菟有一种解释是指蟾蜍与兔子。在湖南长沙马王堆1号墓出土的西汉早期帛画左上方的月亮中,就绘有一只蟾蜍和一只兔子。这从侧面反映出,最迟在西汉早期,月亮上有兔子等神灵的说法已经在中国南方的楚地盛行。至于月亮为啥与兔子产生关系,历来学者有不同的看法。像东汉著名的天文学家张衡在《灵宪》里,是从阴阳学说及月亮中阴影的角度来解释二者之间的关系:“月者,阴精之宗,积而成兽,像兔。”翻译成白话就是人们观察月亮表面的暗色斑点,像兔子的形状。这里强调一点,汉代及以前,兔子皮毛的颜色多黄褐色,并有黑斑点,这倒是符合月亮表面斑点的样子。今天常见的毛色纯正的白兔,在当时是较罕见的,谁要是发现

了纯净的白色兔子,那就是获祥瑞了。

在汉代,兔子成为月亮或月宫的象征,兔子的形象也从早期的奔跑或直立,再到手持药杵捣药的转变。这个转变应与当时人死后飞天成仙,拜谒西王母,获取不死神药的背景思想有关。每个人死后都去拜谒西王母,西王母要源源不断地赠送不死神药,那大量加工药的工作谁来干?月宫中的兔子被赋予了执掌西王母神药的职司。所以在汉代画像石中,还会看到一种图像,即兔子并不在月宫中,而是在西王母旁边或单独为一个画面,手拿药杵捣药的兔子形象。《乐府诗集》中记载:“采取神药若木端,白兔长跪捣药虾蟆丸。奉上陛下玉杵(盘),服此药可得神仙。”2019年在济南济阳三官庙2号墓后室出土的画像石中,就有两只兔子蹲坐在地,手拿

药杵,认真捣药的场景(见图4)。这是墓主寄希望服用玉兔捣制的仙药,能长生不老,这也是墓主生前认为的成仙必由之路。另外在四川渠县王家坪汉阙上,出现一个画面,一仙童凌空而来,伸手去取玉兔正在捣制的仙药,使原本等待成仙变为主动取用,迫切之情,表现露骨,十分有趣。

由天上再回人间

到明清时期,在中国北方的京津冀地区兴起一种玩具——兔儿爷,并因此派生出了许多与兔儿爷有关的俗语和歇后语,比如“兔儿爷的旗子——单挑”“隔年的兔儿爷——老陈人儿”“兔儿爷打架——散摊子”。另外,在山东济南等地也有一种兔儿爷,外形、制作和北京的兔儿爷相仿,但两者最大的不同在于济南的兔儿爷

会动。在脑袋与身体连接的地方有一根弹簧,可做出摇头晃脑的动作,如果孩子们一提里面的线,兔子就会作揖捣药,十分惹人喜爱。名称也有不同,京津地区称之为“兔儿爷”,济南本地叫做“兔子王”(见图5)。

这种玩具的由来可能有多方面的因素促成,但与玉兔捣药的既定传说信仰肯定是有联系的。元代以来北方流行过几次大瘟疫,在缺医少药且人们对疾病认识水平不高的情况下,玉兔捣药的民间记忆便再次生发出来。在月宫里或西王母身边捣制不死神药的兔子便成为人们乞求膜拜的对象,乞求能赐下神药,救人于水火。久而久之,这种服务于身后世界的的神化形象,也开始有了掌管人间疫疾的作用。人们把朴素的心理需求和情感寄托于这只兔子身上,为它塑像,摆上祭品供奉,并称为“爷”。清末徐柯在《清稗类钞·时令类》中记载:“中秋日,京师以泥塑兔神,兔面人身,面贴金泥,身施彩绘,巨者高三四尺,值近万钱。贵家巨室多购归,以香花饼果供养之,禁中亦然。”通过文献记载可知,祭祀“兔儿爷”的时间是农历八月十五,不管是普通人家还是达官显贵,都会从事这种活动,甚至皇官大内中也不例外。汉代,兔子从餐桌美味转而上天,一千多年后的明清时期,又被信众迎下人间,时也命也,一切都从实际出发。时至今日,这种信仰已然随着时代改变而远去了,但制作“兔儿爷”或兔子王的手艺还流传至今,多地都列为非物质文化遗产。

最早的广告明星

大白兔奶糖,承载了几代中国人的记忆。该产品从1959年诞生以来,深受老中青小的一致好评,包装纸上的大白兔形象也深入人心。要知道,其实在一千多年前,就有一个白兔商标风靡一时,其历史价值与意义,一点也不亚于奶糖白兔。这就是北宋“济南刘家功夫针铺”的铜版白兔商标(见图6)。

这块现藏中国国家博物馆的铜版商标,是世界上已知最早的商标。商标中间是白兔捣药图案,图案上方标注“济南刘家功夫针铺”,两侧标注“认门前白兔儿为记”,下方刻有说明商品质地和销售办法的广告文字:“收买上等钢条,造功夫细针,不误宅院使用,若被兴贩,别有加饶,请记白。”玉兔用铁杵捣药的传说故事早已深入人心,画面中的兔子,兔耳直立,紧握铁杵,似在施礼,又似在献针。商标制作者又巧妙地联系了李白铁杵磨针的故事,使得这一标志更加寓意深刻,情趣盎然。从社会背景看,古代,女红是考量一个女子贤惠与否的重要指标,因此针这一工具在古代女孩子心中有着无比重要的分量,妇女也是针这一商品的主要消费群体。但古代女子识字者寥寥,如果单单是几句广告词,那在主要消费者间可能产生不了多少影响,商家的货物信息也无法有效传递给主要顾客。但有了图,或者说有了此种广告传单,那就不一样了,容易让消费者产生兴趣,兔子铁杵,再或嫦娥,都使人产生好的联想,印象深刻,进而对产品产生好的购买欲。如此来看,这只兔子也算是中国历史上第一位广告代言明星了。