

“莲荷意象”与“和合文化”

——在四川博物院观展后记

李明

写在前面：一次偶然的机会，与友人到四川博物院参观“盛世莲开——中国文化中的莲荷意象特展”。展览规模不大，颇有设计，思想表达既传统又世界。展览以莲荷主题文物为媒，精炼展示出了儒、释、道及民俗文化，将美好之意赋予莲荷之象，这是传统的含蓄。认真看罢，脑海里不禁浮现出费孝通先生在杖朝之年所著的“十六字箴言”，如依此而看，展览的主题则很世界。莲荷意象千姿百态，如此丰满地出现在历史的遗珍和今天的生活中，在于合并。人类文明亦是多样，差异不代表冲突，通过交流互鉴，若能各美其美，美人之美，岂不是美美与共，天下大同。

“月落乌啼霜满天，江枫渔火对愁眠。姑苏城外寒山寺，夜半钟声到客船。”这首家喻户晓的诗是唐代张继所作《枫桥夜泊》，诗中提到的寒山寺始建于梁代，初名“妙利普明塔院”，唐初有寒山和拾得两位诗僧住持此寺，故因人得名。寒山与拾得不仅是著名的诗僧，也是民间传说中的“和合二仙”。关于他们的身世有很多说法，其中一个寒山和拾得本是情同手足的异性兄弟，两人同时喜爱女子芙蓉，寒山决定出走成全拾得，而拾得得知后四处寻找，终于打听到寒山在苏州一寺中修行，就折一枝荷花而来，寒山则捧出一盘素斋的竹盒相迎，两人相视一笑，共同出家。荷花谐音“和”，竹盒谐音“合”，这就是“和合二仙”的来历。

“和合二仙”的得名与拾得手持荷花密切相关，拾得持荷来见寒山，或许有佛教的考虑，因为佛家把荷花视为圣洁和清静的象征，早在佛教传入中国的先秦时期，莲荷就广受人们的喜爱，进入了中国人的审美视野，广泛地出现在文学和艺术作品中。

“莲荷”在中华文化中的丰富意象

莲花是地球上起源最早的被子植物之一，距今已有上亿年的生长史。在现代植物学中，莲和荷虽然都是水生草本植物，却是有所区别的，同科不同属，莲花叶片贴在水面，花瓣小，颜色多；荷花叶片高于水面，花瓣大，颜色少，但在国人认识中，莲和荷并没有什么区别，明代张自烈写道“北人以莲为荷，今俗荷皆谓莲。”以农耕为主的先民主要栖息于河岸湖畔，这恰恰是莲荷的主要分

布区域，先民们逐渐发现莲荷的果实和根节（莲子和藕）甘甜清香，味美可口，不仅可以食用，而且还有很高的药用价值，同时也是夏秋之际的重要观赏植物，在漫长的历史演进中，人们赋予了莲荷丰富的文化意象。

首先，莲荷是儒家文化中的花中君子，屈原希望“制芰荷以为衣兮，集芙蓉以为裳”是因为它生长在淤泥之中，却不为淤泥所染，其藕洁白，其叶青翠，其花香美。黄庭坚“莲生淤泥中，不与泥同调”的感叹，周敦颐“出淤泥而不染，濯清涟而不妖，中通外直，不蔓不枝，香远益清，亭亭净植，可远观而不可亵玩焉”的赞美，使得莲荷成为高洁人格与道德情操的象征。传为南宋吴炳《出水芙蓉图》采用俯视角度，用写实的手法在不大的团扇上描绘一朵盛开的粉色荷花，每片花瓣的形状、角度、色泽和位置都安排得恰到好处，瓣上红丝和蕊端腻粉也是精细刻画，清水出芙蓉，天然去雕饰，正是君子的表征。

其次，莲荷是道、佛两大宗教文化中的神圣之花。道教认为莲花“出五世之浊，一无污染”。春秋时期道家关尹出场时的情景是“真人游时，各各坐莲花之上，一花辄径十丈”。莲花还是道士眼中的仙家灵药，《华山记》记载“山顶有池，池中有千叶莲花，服之羽化，因名华山。”出于成都西安路“南朝道教天尊像”是迄今唯一的南朝道像，天尊和左右斜侍弟子的头上都戴着莲花冠。佛教也把莲花视为神物，它是八宝之一，代表佛陀的舌头。同时，佛教视人生为苦海，渴望解脱，解脱的过程和莲花生于污泥而超凡脱俗，开出鲜美的花朵一样，故佛陀用莲花喻学佛者虽经六道四生

界泥中流转，而不染不垢，解脱自在。四川邛崃出土的“莲瓣香炉”整体造型像一个盛开的莲花，每个莲瓣上都有一个飞天，既美观又圣洁，是信徒礼佛的器具。

再次，莲荷在民间文化中衍生发展出了许多其他意象。明清时期青花瓷大量出现，由于“青”通“清”，“莲”通“廉”，青花莲纹就表示“清廉”，而“莲”与“年”谐音，莲花纹饰又有了“年年有余”的寓意，以及“荷”通“和”而来的“和合文化”等，诸如此类，不可胜数。

“莲荷意象”之“和合文化”的历史传统

在诸多的“莲荷意象”中，“和合文化”是最重要的部分。《论语·学而》认为“礼之用，和为贵”，把“和”作为处事和行礼的最高境界，是中国传统文化的核心价值。“和”文化源自天人合一的宇宙观，体现了古人朴素和整体的哲学观，即把天地万物视为不可分割的整体，把人与自然看作是浑然一体。“和合”最早见于《周礼·地官》“使媒求妇，和合二姓”，为作媒求婚，和睦同心之意；《国语·郑语》“商契能和合五教，以保于百姓者也”则是指协调各关系，各种规范治理国家的方式，后演变为调和、和睦、和谐之意。

“和合二仙”是“和合文化”的具体表现形式，“德化窟白釉和合二仙瓷像”中拾得持荷，寒山捧盒，一站一蹲，面带微笑，喜气洋洋。作为民间掌管婚姻的喜悦，和合二仙是“家庭和合，婚姻美满”的象征，故“和合文化”首先体现为家和。男女是组成家庭的基础，“江南可采莲，莲叶何田田，鱼戏莲叶间。鱼戏莲叶东，鱼戏莲叶西，鱼戏莲叶



“盛世莲开——中国文化中的莲荷意象特展”第一单元“泥根玉雪元无染”

南，鱼戏莲叶北”，鱼是男性的象征，莲是女性的象征，鱼戏莲有着男女相亲相爱的美好寓意。莲荷具有极强的生命力和繁衍力，河南开封出土了宋金时期的莲子都能培育出古莲就是明证。莲子具有“多子”寓意。北宋孟元老《东京梦华录》记载“七夕前三五日，军马盈市，罗绮满街。旋折未开荷花，都人善假做双头莲，取玩一时，提携而归，路人往往嗟爱。又小儿须买新荷叶执之，盖幼犍磨喝乐。”小儿执荷是开封七夕时的风俗，寓意着“莲生贵子”。夫妻相亲相爱，子孙繁衍昌盛，莲荷与家和密不可分。

中国社会具有“家”与“国”休戚与共的家国观念，“和合文化”也体现为国家和。中国幅员辽阔，人口众多，但“红莲白藕青荷叶，三教原来是一家”，作为中华文化主流的儒、释、道虽有主张不同，但行善仁爱的宗旨是一致的。东晋高僧慧远在庐山创立的“白莲社”是中国第一个佛教社团，其中有个典故是虎溪三笑，传说慧远送客不过虎溪，一日陶渊明、道士陆修静来访，与语甚契，相送时不觉过溪，虎辄号鸣，三人大笑而别，这也成为三教相互欣赏的象征，上海博物馆藏南宋《莲社图》中就会有这一和谐场景。

“和合文化”也可以引申为天下和。莲荷广泛分布于亚热带和温带地区，历史上西亚、中亚地区都

有种植。在不同的国家，莲荷有着不同的文化内涵，埃及视之为太阳和水的象征，在印度则代表着高雅和圣洁，但这些理解上的差异并不影响莲荷受到各国人民的普遍喜爱，甚至有些莲荷观念还伴随着文化的交流而相互影响。

“家和国和天下和”的当代意义

费孝通先生论及中华文化的和谐观时指出：“各美其美，美人之美，美美与共，天下大同”。“家和国和天下和”正是上述观念的具体表现，它是在长期历史中形成并演进，承中有变，因中有革，导源于中国传统哲学与文学，根植于民族审美心理，又与人们的生活方式和文化心理紧密相关，是中华文化中被普遍接受和认同的人文精神。“家和国和天下和”并没有被时代抛弃，而是在当代文化环境中进行着创造性转化和创新性发展，具有很强的现实意义。

家和日子旺，国和中华兴，天下和则世界大同。以荷花传达“和合”之意，体现了倡导尊重文明多样性，坚持文明平等、互鉴、对话、包容，以文明交流超越文明隔阂、文明互鉴超越文明冲突、文明包容超越文明优越的深厚东方智慧。

(作者系四川大学艺术学院教授)

以物为媒 涵养城市品格

——以台州博物馆为例

项超英 张勤思 曹冰心 杨东伟



“唐潮一梦——博物馆奇妙夜”活动现场



“福兔迎春”展社教活动



“台博君”进校园教育活动

一个时代有一个时代的精神底色，一座城有一座城的精神坐标。博物馆是一座城市的文化名片，承载着讲述地域文明、传承历史文脉、涵养城市品格的重要功能。台州博物馆（以下简称“台博”）以物为媒，以涵养城市品格为目标，以培育社会主义核心价值观作为重要抓手，创新公共文化产品和服务供给，更好满足人民群众精神文化生活需要。

以历史人物和文物为原型，打造宣传品牌

品牌最初是商业领域的概念。实质上是一种公信力，一种生生不息的创新力，是一种社会美学的代表，也是社会时尚的代表和社会价值取向的风向标。21世纪以来我国越来越重视博物馆的品牌化发展，博物馆在活动举办、文创产品开发等方面都强调品牌塑造与传播。台博是一座年轻的地级市博物馆，而台州地域大多数青少年只知道世界史、中国史，却鲜知地方史，也少有走进博物馆学习的概念。鉴此，台博更要有品牌意识来提高知名度，增强传播力。

基于以上认知，台博以台州明朝人文地理学家王士性为原型，开发设计“台博君”动漫IP，打造“台博君”品牌。以国宝“温岭青蚧蟠龙大

盘”为原型，开发设计“盘盘”动漫IP，作为“台博君”座驾，两者一正一谐，以诙谐幽默形式宣传台州万年历史。台博将“台博君”嫁接于教育，设计“台博君”进校园教育项目，走进校园，走进学生群体，让历史文明之光照耀未来。3年来，先后走进台州8个县（市、区）29所学校，受众达44722人次。该项目荣获浙江“2021年全省博物馆十佳青少年教育项目”。项目拓展嫁接于绘本，出版《台博君的旅行日记》；嫁接于文创，开发“台博君”系列文创产品23款，其中“诗阅台州”台博君新文房四宝礼盒荣获“2020浙江双十佳爆款文创产品和旅游产品”；嫁接于志愿服务，打造“文化传薪 雨落有声——台博君博物馆优秀志愿服务项目”；嫁接于媒体宣传，短视频《趣·台博》荣获浙江“首届全省博物馆十佳新媒体短视频”。

以特展“唐三彩”为依托，创新宣传模式

在文旅融合的大背景下，要实现“为赴一座馆，走进一座城”的吸引力，创新宣传很重要。2019年，台博夜场活动暨“釉光溢彩——洛阳唐三彩特展”配展活动“唐潮一

梦——博物馆奇妙夜”火爆台州。据不完全统计，该活动日流量高达4000多人次，馆外排队长达500多米，直播总点击量76.5万。火爆背后是精心的策划，台博深挖“唐三彩”文物本身的魅力，建立了一套完整的宣传体系。基于“唐三彩”的知名度，加上当年《长安十二时辰》电视剧热播，观众对唐朝盛世华彩产生了丰富的想象。尤其是电视剧中话题度很高的精美服饰，既有充实的知识体系支撑，又能发掘展览与“人”“物”“事”“史”之间的联系，具备传播属性。于是台博将此作为宣传切入点，在预热期利用《长安十二时辰》中精美剧照，引出剧组参考的原型——“唐三彩”。通过介绍三彩陶俑外形，对比剧中服装、化妆造型的还原度，激发观众好奇心和兴趣。集中宣传期，以层层递进的体验活动引流参观，针对不同年龄层推出相应特色社教课程“大工匠一纸间盛唐”和“小工匠一釉光溢彩、小小考古家”。

台博细分观众群体，以复兴传统文化服饰为抓手，以“让文物活起来”为方向，推出首个夜场活动“唐潮一梦——博物馆奇妙夜”。活动针对“汉服爱好者”“喜爱国潮的青年人”“上班族”“亲子家庭”等不同群体，以特色活动为驱动，兼具教育性、趣味性、科普性，分唐风市集、展厅导览、唐风走秀和国风电音四部分内容。活动当天，台博内外分别设置限定小酒馆和古风市集快闪店，提供美食美酒、汉服展示售卖区域，供市民体验打卡拍照，重现大唐繁华景象。活动现场还设有投壶、射礼、舞蹈快闪等互动游戏，为场内活动做引流和铺垫；身穿汉服的讲解员做“唐三彩”导览后，由一场“太平公主初遇薛绍”的沉浸式戏剧表演开启整场活动的高潮；“唐风走秀”的11位志愿者模特，身穿复原唐制汉服款款而来，再现唐朝在不同时期、不同场合的服饰着装和发型妆面，生动还原古人的时尚态度和精神风貌。期间配备解说词，供观众欣赏之余，进一步读懂造型背后的时代变迁及文化内涵。该活动深受观众喜爱，并在2020年荣获浙江省“第四届博物馆免费开放最佳媒体宣传奖”。

以馆藏文物为媒，创设特色活动

博物馆作为中华优秀传统文化的重要载体，是社会主义核心价值观传播的天然场所和重要源泉。为此，台博基于博物馆“物”的资源优势，挖掘文物背后的价值追求，创新教育路径。以分众教育理念为指导，着手创设“小工匠”“这里有座博物馆”“大工匠”等教育品牌，常态化开展教育活动。2022年，共举办12场宋韵文化系列活动，先后走进同康酒业、大隐书局、钟书阁、和合大院等社会舞台，让千年宋韵在新时代流动起来。馆校合作在覆盖大、中、小学的基础上，今年又与云港幼儿园合作，以丰富的非遗活动，引导孩子感悟文化传承、民族自信。

七年来，台博共开展社教活动1267场，涵盖文物修复、小小考古家、篆刻、拓印、剪纸、点茶、刺绣等。一系列特色活动、文创先后走进校园、社区、商场、酒店、银行等处，弘扬社会主义核心价值观，提升城市群众素养，多角度、多层次反映台州城市发展所承载的城市文化内涵，为点亮城市特色和新的文化创造提供有力支持。

江西玉山县博物馆（以下简称“玉博”）于1985年4月成立，曾长期为名不经传的“挂牌馆”。2017年新馆建成开放，馆内展览丰富多彩，社教活动精彩纷呈。2020年成功获评为国家二级博物馆。近年来，玉博就县级馆如何举办展览、开展社教服务等做了一些有益探索和尝试。

种好“责任田”

一座内涵丰富、功能完善的博物馆，规划是关键。博物馆这块“责任田”既要常设展览，也要有其他功能区，特别是要有一块临时展览的“自留地”和开展活动的“运动场”。玉博是一座江南园林风格综合性博物馆，新馆建设历经5年，秉持“高起点设计、高质量建设”的理念，力求达到内容与形式的和谐统一。馆内设有基本陈列、碑刻、书画及“黄家骧院士纪念馆”“柳子谷纪念馆”5个常设展览，配置1000余平方米临时展厅，设有拓片制作互动区、青少年活动区、休闲餐饮区、文创产品及会议室、多功能厅等。

门庭冷落游人少，藏在深闺鲜人知。这是目前县级博物馆的真实写照。玉博致力于改变这种现状，加强文物研究阐释，不断在实践中探索、秉承“开放服务、管理提升”的理念，精耕细作“责任田”。近年来馆内常设展不断补充完善，增添矿产资源标本、中草药标本、科举相关文物、化石等展品；增加互动设施，实施扫码讲解、三维展示等数字化建设等，坚持公益属性，不断推陈出新，丰富文化产品和服务供给，提升观众参与度，带给观众更加丰富、趣味的参观体验。

打好“组合拳”

展览是博物馆最核心的文化产品，常设展览能增底气，临时展览可添活力。玉博积极掌握行业动态，整合资源打出了一套“组合拳”。

一是引进展览。玉博注重馆际交流，建立友好关系，及时了解周边浙鄂等地博物馆展览动态，加强合作。凭借与浙江地缘相通、人文相近的有利条件，先后与杭州博物馆、兰溪博物馆、绍兴柯桥博物馆等建立馆际合作，引进“瑞玉呈祥——杭州馆藏玉器展”“汉·三国铜镜展”等展览20余场。二是联合办展。玉博积极加入博物馆相关协会和展览联盟等组织，与各地省市级博物馆广泛交流，获得支持。与贵州省民族博物馆建立友好联系，2021年引进“绣里乾坤——贵州省民族博物馆苗绣展”、2023年引进“饰美人生——苗族银饰展”，让本地观众一览苗族服饰、配饰的风采；与廊坊博物馆建立合作，2022年“廊坊博物馆藏剪纸艺术展”如约而至；2022年玉博和鲁迅美术学院联合举办“抗美援朝战争美术作品暨创作手稿展”，展览备受观众青睐，随后到大连、沈阳巡展。三是策划原创展览。玉博紧扣时代主题勇于创新，自主策划“玉山罗纹砚获奖作品展”“苏区文物展”等原创办展。利用馆藏丰富优势，专设书画展厅，先后策划了“状元进士书画展”“明清山水画特展”等不同主题的书画展。“请进来”的同时也“走出去”。2020年玉博策划的“风起辽海——柳子谷书画精品展”在沈阳荣宝斋展出；2023年国际博物馆日，玉博“翰墨遗香——馆藏书画精品展”走进贵州省民族博物馆。

近年来，玉博挖掘社会资源，跨界合作，共举办书画、陶瓷、玉器、钱币、铜镜、摄影、科普、寿山石等展览80余场，满足群众对文化精神生活的需求。通过引进、联合办展，也解决了玉博馆藏不足办展困难的问题，学习了先进经验，提高了业务能力。同时，还接受社会各界捐赠作品百余件，丰富了馆藏资源。

当好“服务员”

精彩的展览是博物馆的内功，是吸引观众的基础；优质的服务却是博物馆的外功，是彰显形象的核心。玉博实行全员文明微笑服务，坚持“展教结合”“观众至上”理念，探索发挥博物馆教育功能，完善服务措施。

将社教与展览相结合，玉博着力开展馆校共建、研学，培养“小小讲解员”，积极开展党史和科普教育等活动。2022年配套“‘文心雨疏’——杨雨文画展”举办了10余场观展座谈会，与观众分享探讨交流。“汉·三国铜镜”展配套“铜镜知识抢答”“陶范制作体验”等社教活动走进玉山端明小学，现场互动氛围活跃。此外，玉博每年组织“大篷车”流动展览，在全县各学校巡展，并开办文物知识讲座，热情引导师生走进“第二课堂”，广受师生青睐。

玉博还聘请玉山本地文化学者担任乡土历史文化顾问和志愿讲解员，组织编写乡土文化读本，发挥文化窗口宣传作用；线上线下相结合，推出“在博物馆里过大年”“寻宝·送春联”等系列传统节日活动，激发博物馆活力；举办文博知识大讲堂、书画鉴赏、书法培训等相关文化惠民活动，让博物馆成为“城市会客厅”。

县级馆展览和社教服务的有益探索——以玉山县博物馆为例

毛传寿