

中华优秀传统文化系列谈

古物中有多少“灵犀”

王辉

中国国家博物馆历时近一年筹备的“数说犀尊”展览正在展出,备受关注。它以数字化手段全方位解读一件文物,这便是国博的代表性文物——错金银云纹青铜犀尊。这件犀尊在中国古代艺术史上究竟特别在何处?古物中又有多少“灵犀”?

——编者

2000多年前的窖藏珍宝,成为实用青铜酒器的绝唱

在中国古代璀璨夺目的青铜文化中,艺术珍品数不胜数。尤其是动物造型的器物,更是以惟妙惟肖的造型和精美绝伦的装饰令世人赞叹不已。而在众多的动物造型器物中,西汉时期的错金银云纹青铜犀尊无疑是集写实与华美于一身的青铜精品之作。

收藏于中国国家博物馆(以下简称“国博”)的这件错金银云纹青铜犀尊,呈昂首伫立犀牛形,犀尊身体肥硕,四腿短粗,皮厚而多皱,两角尖锐,双眼镶嵌黑色料珠。犀牛角右侧有一圆管状的“流”。犀尊通体饰细若游丝的金色和银色云纹,使质朴无华的犀尊,华美无比,熠熠生辉。云纹的制作采用的是当时流行的错金银工艺。这种工艺可以追溯到春秋战国时期,具体做法为:先将图案绘在已铸成型的铜器表面,然后用利刃刻出线槽,再把捶揲好的金丝和银丝(或片)嵌入线槽,最后统一打磨平整。正是由于错金银工艺的加持,才使这件犀尊身虽历经两千多年的岁月侵蚀,依然焕发古朴厚重与精致华美的双重气质。

1963年,陕西省兴平县吴乡豆马村的村民在用锄头取土时,意外挖破了一只灰色大陶瓮。这件惟妙惟肖的犀尊就出现在这只陶瓮中。当时,人们在犀牛背部的盖内发现了包括铜镜、带钩、铍刀、花贝在内等17件其他器物。由于这些器物大多为西汉时期的典型器物,有鉴于此,专家认为该窖藏的埋藏年代为西汉时期,故将犀尊的年代估计为西汉时期。也有学者认为,犀尊的造型、纹饰和制作工艺,与战国晚期的一些文物很相似,其为战国遗物的可能性很大。由于在该出土地点周围并未再有其他考古发现,因此专家推测犀尊有可能是因战乱或其他缘故而被仓促掩埋至此,而根据犀尊的纹饰、功能等信息,专家将其命名为“错金银云纹青铜犀尊”。犀尊出土后,经茂陵文管所等部门辗转保管,最终在国博落户安家,迎接来自四面八方的观众。

这件犀尊的功能是什么呢?其实,根据定名“尊”就可判断其为盛酒器。一般而言,大型或中型广口有肩的圆形或方形容器称为尊。古代的尊多为陶质和铜质。新石器时代的遗址中出土了一些体型硕大的陶尊,考古学家们在个别陶尊内部检测到类似酒的白色沉淀物。种种证据均显示陶尊应是原始社会时期人们酿酒时使用的一种用具。

青铜质尊于商代早期出现。商周时期多流行动物造型的尊,又称“肖形尊”,有羊尊、牛尊、象尊、豕尊、驹尊、兔尊、鸭尊等多种形制。中国国家博物馆馆藏的四羊方尊,是现存商代青铜方尊之中体量最大者。此器造型雄奇,肩部、腹部与

足部作为一体,被巧妙地设计成四只卷角羊,各据一隅,于庄重中透出动感,精美绝伦。

与错金银云纹青铜犀尊造型相近的青铜犀尊,是现藏于美国旧金山亚洲艺术博物馆的商代晚期青铜器小臣犀尊。此尊相传其于清道光、咸丰年间,在山东寿张梁山出土。小臣犀尊体态丰腴,四肢粗壮,吻部前伸,后背开口,光素无纹,造型逼真。内底刻铭文27字,记述商王赏赐小臣犀的事情。“犀”是担任“小臣”这一官职的人名。犀因有功受到商王的赏赐而感到荣耀,于是作犀尊以纪念。因此此尊被定名为“小臣犀尊”。

秦汉时期,肖形尊虽已不大流行,但仍为人们喜爱。此件错金银云纹青铜犀尊的背部有椭圆形口,口上有盖。尊腹中空,可以盛酒。使用时,可以将盖子打开,用勺子从中挹取酒浆;此外,在犀口右侧有一根管状的“流”。当握住犀尾轻轻抬起犀尊时,尊腹内的酒液便可缓缓从圆管流出。

秦汉以后,陶尊和青铜尊逐渐退出历史舞台,而瓷尊渐渐流行起来。至于宋代,瓷尊除了用于盛酒,也作为陈设用器;元代以后,尊基本上已经没有实用功能了;明清时期,瓷尊的形制越来越多,有观音尊、苹果尊、太白尊、凤尾尊、石榴尊等,均为陈设用瓷。

历史上的“尊”经历了陶质、青铜质、瓷质的演变,其从实用酒器变为礼仪用器,后来又演变为摆件,现在已经完全退出日常生活。而这件工艺精湛的错金银云纹青铜犀尊可谓实用青铜酒器中的绝唱。

古物中“灵犀”的变迁,暗合古代犀牛由盛而衰的发展史

无论是光素无纹的小臣犀尊,还是精致华美的错金银云纹青铜犀尊,古代匠人对犀牛这一动物形象的刻画无疑非常成功。这说明至少在秦汉以前,人们是有机会近距离观察和接触犀牛的。如果没有亲眼目睹和细致揣摩,匠人们不可能将犀牛的骨骼、肌肉和体态呈现得如此完美。

根据犀牛的双角造型判断,小臣犀尊、错金银云纹青铜犀尊的原型均应为两角的苏门答腊犀。

►中国国家博物馆藏西汉错金银云纹青铜犀尊,呈昂首伫立犀牛形,通体饰细若游丝的金色和银色云纹,华美无比。

►中国国家博物馆藏战国错金银犀形青铜带钩,鼻端伸出一柱形钩喙,线条流畅,纹饰绚烂,极富艺术表现力。

►南京博物院藏鎏金青铜犀牛通体鎏金,犀身肥硕,四足短粗,口部微张,双耳竖起,两角尖锐,双眼镶嵌黑色矿物,整体器物比例协调,写实性极强。



目前,我国境内的野生犀牛已基本绝迹。但据孙机、冉万里等先生的考证,在古代中国,从史前至隋唐时期,我国境内一直有犀牛生存,只是由于气候变化和肆意捕杀等原因,使犀牛的生存空间逐渐缩小以至丧失。

明清时期,《三才图会》和《坤舆图说》等文献对于犀牛的刻画已离真实的犀牛形象相差甚远,这表明犀牛这种曾经在中华大地成群繁衍成长的古代巨型动物已基本消失于人们的视野和脑海中。

与古代犀牛由盛而衰的发展史相一致的是,以犀牛为原型的古代器物的演变也经历了由华美写实到粗犷概括的发展历程。

犀牛在古代被视为祥瑞之物,因此其成为古代装饰和造型艺术的重要题材之一。在隋唐之前,不乏犀牛题材的器物珍品,尤其是在战国秦汉时期,涌现出很多青铜质地的犀牛造型器物,令人啧啧称奇。

战国秦汉时期,伴随着思想观念的更新,商周时代那种浓厚的礼制思想不断式微,这导致了青铜器的造型和装饰方面

出现了很大的变化,出现了由神秘繁缛向灵活生动演变的审美风尚。这一时期,出现了很多灵动写实的动物雕塑制品,大名鼎鼎的错金银云纹青铜犀尊就是其中的经典之作。

与错金银云纹青铜犀尊艺术风格类似的犀牛造型制品还有:河北平山战国中山王陵出土的错金银青铜犀屏座,四川昭化宝轮院秦汉时期船棺葬中发现的错金银犀形青铜带钩以及江苏盱眙王陵出土的鎏金青铜犀牛等。

河北省文物研究所藏错金银青铜犀屏座为犀牛的附件,犀牛背部有豁口,用来嵌插犀屏的木榫。此犀身軀肥硕,两耳侧立,双目圆睁,头顶、额、鼻各有一角,昂首挺立,长尾挺直,气宇非凡。通体用金、银、铜错出黄白相间的卷云纹,既简约又华丽。

国博藏错金银犀形青铜带钩呈犀牛形,犀牛体型健硕,鼻上有双角,前角长且弯曲。犀牛鼻端伸出一柱形钩喙。通体用金、银、铜错出云纹和杏叶纹,用以表现犀牛皮肤的褶皱,线条流畅,纹饰绚烂,极富艺术表现力。此件带钩为古代巴人制品,造型独特,惟妙惟肖。

南京博物院藏鎏金青铜犀牛通体鎏金,犀身肥硕,四足短粗,口部微张,双耳竖起,双目圆睁,头顶、额、鼻各有一角,昂首挺立,长尾挺直,气宇非凡。通体用金、银、铜错出黄白相间的卷云纹,既简约又华丽。

除了青铜质犀牛器物外,这一时期还出现了一件可能与蜀守李冰治水相关的文物——石犀。这件出土于成都天府广场的石犀为红砂石质,体量巨大,整体雕刻风格粗犷古朴。石犀作站立状,躯体肥硕,四肢短粗,五官刻画清晰,下颌及前肢躯干部雕刻卷云纹。西汉扬雄《蜀王本纪》云:“江水为害,蜀守李冰作石犀五枚,二枚在府中,一枚在市桥下,二枚在水中,以厌水精,因曰犀里。”这件石犀的出土,表明了古人犀牛镇水的思想。此后,几经演变,石犀牛慢慢又由石质改为铁质,大量地被运用在民间的水利工程中。尤其是到了明朝,许多铁犀牛铸造出来后,被摆放在黄河岸边,以镇水患,以此表达人们远离水患的美好祈愿。

隋唐时期,最为著名的犀牛造型器物当属原置于唐高祖李渊献陵前的石犀。此石犀系由整块巨石雕刻而成,通体布满整齐的鳞甲纹,作缓步走动姿

态。石犀鼻上有一像肉瘤似隆起的犀角,脚上有三趾,颈部雕刻层层叠叠的褶皱,显得十分生动。根据铭文可知,此石犀是当时为了纪念外国献犀而专门制作的。值得注意的是,从形象看,它是独角的,与双角的苏门犀不同,可能是爪哇犀。

除了体量巨大的献陵石犀外,犀牛形象多出现于隋唐时期的铜镜、银盒、瓷枕等小型器物之上。如上海博物馆藏唐代双犀葵花铜镜,陕西历史博物馆藏鎏金犀牛石榴花纹银盒以及陕西铜川黄堡窑出土的三彩犀枕。而这些小型器物上的犀牛形象与献陵石犀相比,已有些失真,如双犀葵花铜镜上的犀牛的额角竟被工匠移至头顶去了。如此“败笔”反映出唐时,一般人对犀牛的印象已十分模糊。

宋元明清时期,除社会上层和专业人士外,一般百姓对犀牛已无多少认识。除了历代用于镇水的铁犀外,犀牛造型的器物基本不见于世。由于当时的医学界认为犀角具有药用价值,可以清热解暑、止血定惊。进口的犀角大部分供药用外,少部分的犀角用于制作工艺品。犀角制工艺品多为犀杯。犀杯制作的原因一方面与当时的审美趣味相关,如李渔《闲情偶寄》中记载:“富贵之家,犀则不妨常设”“美酒入犀杯,另是一种香气”。另一方面与犀角的形态相关。天然犀角形若倒扣的一朵牵牛花,“花”根部呈蜂窝状,绽放的“花”部中空,依形制器,甚为讨巧。国博藏清仙人乘犀犀角杯和清教子升天犀角杯,也是犀角杯中的两种经典造型。这两种犀角杯虽然保留了酒杯的形制,但其应是案头赏玩之物,不是实用之物。

当我们在国博展厅欣赏到错金银云纹青铜犀尊等器物时,应该感谢古代那些杰出的工匠将犀牛等珍贵动物的形象以如此生动的方式永久保留下来,同时我们也应深刻地警醒自己生态保护的重要性。

(作者为中国国家博物馆副研究员)

文旅融合的复合业态,让博物馆之约不止于看展

杨柳

前几天看到一条名为《焦虑emo的人去逛博物馆吧》的帖子,作者认为在参观博物馆的时候血清素会提升,能够振奋情绪和激发愉悦感,许多跟帖的小伙伴纷纷表示,去博物馆可以感受到浓厚的参与感,那种人与人之间的相连感,能够融化孤独。在这个炎热的夏天,有些阴晴不定的夏天,“去博物馆”不再是一种曲高和寡的仪式感,而是一种具体的、鲜活的生活方式,它可以像去喜欢的公园、餐厅一样日常而频繁。在博物馆里,人们也不仅仅局限于观看展览、徜徉在珍贵的文物中汲取历史和文化的滋养;约个博物馆里的下午茶、去博物馆里听戏、玩密室逃脱、做陶艺,或者就是找个工作日单纯地在博物馆里发个呆,打卡拍个照,已经成为了很多人去博物馆的“约定”。

后疫情时代,越来越多的人渴望走出家门,投入到真实的生活里去,而公共文化空间无疑成为了获得愉悦体验

和精神滋养的绝佳场所,人们希望博物馆不仅是学到知识、提升品位的,也可以是“好看”“好玩”“好逛”的。大众需求的变化也使博物馆逐渐从公益性文化机构向文化经济载体演进,许多博物馆开始探索与其他业态相结合,在餐饮、沉浸式体验、演艺、节庆活动等方面提供多元化的产品与服务。如开业刚满两年的扬州中国大运河博物馆已然成为了扬州文旅新地标,在周末往往一票难求。除了精准的定位、精美而丰富的展陈以外,多元化的业态经营是其吸引游客的重要原因之一。“古韵足、时尚感、体验好”是许多游客对它的评价,人们可以一早站上5G大运河沉浸式体验馆里的“船头”,凭栏远眺,从杭州拱宸桥一路行至河北白洋淀,将大运河千年风光尽在眼前;随后可以穿着汉服徜徉在3号馆的大运河街肆,于沿街各式店铺开启“买买买”模式,并感受黑夜与白昼的运河四季变化;中午可以悠

闲地坐在博物馆里的食芳餐厅品尝网红运河套餐;午后可以参加13号馆“运河迷踪”密室逃脱体验项目,进一步融入澎湃的大运河历史;最后一定要走进空中花园,俯瞰博物馆的全貌,对着大运河塔将思绪放空,在特有的运河文化场景中构建属于自己的独特回忆。

数字化、智能化技术的使用,极大地深化和拓宽了博物馆的内涵与外延,打破了原来博物馆时间和空间的局限;而文旅融合发展促使文博产业各部门要素之间自由流动、重新组合。虚拟沉浸式体验、剧本杀等这些过去罕见的形式成为了一些博物馆的常设内容,而在博物馆中开展演艺、餐饮、研学、节庆活动等新业态也成为文博旅游产品的创新方向。如故宫博物院坤宁宫的宫廷下午茶,南京博物院老茶馆中昆曲、苏剧等戏剧演出,金沙遗址博物馆开发的《金沙之夜·回望长安》剧本游,中国丝绸博物馆的“国丝汉服节”,都是极具知

名度的复合型文博创新产品。博物馆本身就是一个具有特定历史、文化风貌的场景,而在这个规定情境中体会衣食住行的日常生活:三五知己好友喝着普洱茶,品尝着妙峰山玫瑰饼、芸豆卷;一家人在周末午后坐在博物馆中静静听着《牡丹亭》;一群姑娘穿着汉服用嗅觉、嗅觉体验丝绸之路传播的食物、香料,这些体验都能够令参与者获得更加直观的“真实感”和“体验感”,进入高度互动的沉浸状态。人们为什么爱上博物馆?因为博物馆除了担当促进思想交流和知识传播的重要角色以外,更成为了激活社区交流、融汇文化创意、汲取精神滋养、舒缓社会焦虑的重要场所。

但需要注意的是,如何在开展文旅融合创新的同时,防止过度的商业化、娱乐化也成为博物馆运营中面临的重要问题。最近,故宫博物院发布规定,禁止在博物馆内开展自媒体直播、商业性拍摄以及禁止携带露营装备、行李箱等物品入院的内容,引发社会层面关于文博景区功能的讨论。诚然,许多融合类项目的设计和其他业态的引入是为了弥补传统博物馆静态呈现、被动欣赏的不足,增加展览的趣味性以优化观众的学习体验,但这些创意策划的根本是为展览的内容服务,不应“喧宾夺主”。美国纽约现代艺术博物馆馆长格伦·劳瑞曾提道:“‘娱乐’这个词带有一种负面的含义或价值,意思是‘吸引某人注意力’或‘取悦’。而‘愉悦’一词也未源于法语,但其原始含义是‘自我反思’。博物馆作为与知识、理性、思考相关的公共学习空间,应该为观众提供‘理智的愉悦’。”当前,博物馆的服务理念逐步从研究“物”(文物)向服务“人”(观众)转变,博物馆可以“接地气”,但应在不偏离专业性、公共性、科学性等特质的基础上,发展为能够激发观众深度参与的公共文化空间,实现文化溢出效应。

AECOM 联合主题娱乐协会 TEA

(Themed Entertainment Association)共同发布的《2022全球主题公园和博物馆报告》指出,未来全球博物馆的发展将呈现几个趋势:首先是人们注意力持续时间缩短,对独特、吸睛的体验更感兴趣,许多博物馆将会追加投资在更沉浸式的展示内容上。其次是许多博物馆在其现场设施之外投资开发了新的合作关系和体验空间。最后是博物馆正在寻找灵活使用室外空间的方式,如快餐车、音乐节或面向家庭等户外活动会是有效吸引游客参与的方式。笔者相信,未来我们在博物馆除了看展,还能共同探索、体验、分享更多有趣的事情。而博物馆除了保留其一直的“神庙”收藏属性,也一定会在未来城市生活中扮演更重要的角色。

(作者为传播学博士后,上海理工大学网络与新媒体系青年教师)