

月里情怀:千年共婵娟

今人不见古时月，
今月曾经照古人。
古人今人若流水，
共看明月皆如此。
——李白《把酒问月》

月亮的柔美与纯情，月亮的半弯与圆满，给了古今人许多的情感慰藉。我们为月亮备好了几个节日，为的就是借月抒怀，将欢喜与忧愁都寄予在月里。

在我国，一年安排了三个与月亮有关的全民节日，元宵、乞丐、中秋，分布在春、夏、秋三季，其中有两个与圆月有关，一个与新月有关。元宵与中秋都有赏月主题，圆圆的月亮，带给人们的不仅有心灵慰藉，还有情感升华。

月神之问

对月亮的神往，催生了月亮神话，许多民族都有月神信仰，古代中国也不例外。

千年流传的月神，也许常驻妇孺心里的，是奔月的嫦娥。据《山海经》所述传说，帝俊有妻名常曦，生月十二，是为月之神。可又有神话说嫦娥是尧帝女，羿之妻，本名姮娥。在有她奔月的传说后，与更古老的常曦混同，才被称为嫦娥。

有人说嫦娥不是最早的月神，常曦才是。但有人考证，常曦、常羲、姮娥、嫦娥其实同为一，常、嫦、姮音义相通，曦、羲、娥音义相似。

嫦娥奔月的传说，据《淮南子》说，羿到西王母处求取长生不死之药，嫦娥先吃了，结果逃到月亮里变成一只蟾蜍，成为月精。这个说法更早来自《归藏》：“昔常娥以西王母不死之药服之，遂奔月为月精。”

汉画上似乎也发现了嫦娥的身影，河南南阳的一方汉画像石上绘有一蛇身人像，似乎正朝向蟾月飞翔，这位翔者被很多人认定就是传说中的嫦娥，这图也就有了“嫦娥奔月”的名称。只不过这月中已经驻了一只蟾蜍，那嫦娥还能化成另一只么？

其实，她可能不是嫦娥，却是另一位传说中的月亮女神——女媧。汉代人在画像石与画像砖上，将始祖伏羲与女媧分别定义为日神与月神，他们的形象与日月同辉。这样的汉画在很多地方都有出土，伏羲捧日，女媧捧月，担当重任，看起来是很辛苦的样子。

当然，也有人考论，说女媧和嫦娥是一回事，这好像不太容易让人信服。你想啊，别的不论，伏羲、女媧可是兄妹成婚，而嫦娥的那位明明是羿，各有各主，不可合二为一的。

有趣的是，到了唐代与日月同辉的伏羲和女媧，他们仍然灿烂如汉代时期，如在吐鲁番发现的二神画像：稍有不同的是，这二神的形象有了明显改变，兄留着胡须，妹抹了红脸蛋，已经是西域人标准的模样了。

不管怎么说，也是女媧和嫦娥给月亮带来了活力，让人们的精神有了一个美丽的寄托之所。

唐宋时代的诗人们，常常写到月里嫦娥。如唐代孙蜀有中秋诗曰：
不那此身偏爱月，
等闲看月即更深。
仙翁每被嫦娥使，
一度逢圆一度吟。

月亮一圆，就想起了嫦娥。又有宋代陈远诗曰：
世间八月十五夜，
何处楼台得月多。
不及吴江桥上望，
水晶宫里揖嫦娥。
中秋佳节拜嫦娥，也是赏月的一个理由。甚或还有诗人将心比心，开始为嫦娥抱屈，如唐李商隐《嫦娥》诗说：“嫦娥应悔



偷灵药，碧海青天夜夜心。”又如宋人晏殊《中秋月》诗说：“未必素娥无怅恨，玉蟾清冷桂花孤。”月圆之时，想到嫦娥那样孤寂，又多了一个浇酒的由头。

月在中秋明，中秋之乐在乐月，到今天依然是以明月为中心，嫦娥却在不知不觉中渐渐隐没。

舞马月下

中秋之夜赏月，至迟在唐代已成风气，虽然没有名副其实的中秋节。

唐人爱中秋月色，可举两诗为证。一为司空图的《中秋》诗：

闻吟秋景外，
万事觉悠悠，
此夜若无月，
一年虚过秋。
一为曹松的《中秋对月》：
无云世界秋三五，
共看蟾盘上海涯，
直到无头天尽处，
不曾私照一人家。

中秋不见月，当然是件很遗憾的事，《隋唐佳话》说：“李愬隐首阳山，中秋夕与友人携酒望月。愬曰：‘若无明月，岂不愁杀人也！’”中秋赏圆月，思亲会友，风雅度良宵。

《开元天宝遗事》记载说：“苏颋与李义对掌文诤，玄宗顾念之深也，八月十五日夜，于禁中直宿诸学士玩月，备文酒之宴。时长天无云，月色如昼，苏曰：‘清光可爱，何用灯烛？’遂使撤去。”玩月即是赏月，赏月之时，月光月影最是可爱，用不着灯烛争辉。

唐人中秋为节，有人说与唐玄宗有关。依《旧唐书》和《唐会典》的记载，“开元十七年八月五日，右丞相薛曜、左丞相张说等上奏，请以是日为千秋节，著之甲令，布于天下”，定每逢此日，朝野同欢，“天下诸州咸令宴乐，休假三日”。虽是天下同乐，可玄宗生日是八月初五，月亮并未出来，与中秋无涉。这千秋节后来又改为天长节，千秋万岁，天长地久，都是一回事，也还都不是月亮节。

到安史之乱发生，玄宗不得不退位，肃宗李亨登基。肃宗的生日是九月三日，晚玄宗太上皇近一月，两节靠得很近，朝廷设计居中的八月十五庆生，仍称天长节。到代宗、德宗时，也都延续了八月十五庆天节的传统，中唐以后不再有什么庆祝活动，这个为帝王庆生的节日逐渐淡出。

八月十五为皇上庆生之日，唐时宫中有一款特别的游艺，叫作“蹀马之戏”，就是马舞。这马舞是玄宗时最先舞起来的，让舞马口衔酒杯，跪拜在地，向皇上祝寿，然后随着鼓乐节奏起舞，踢踢踏踏，好不快活。

马舞在兴庆宫的勤政、花萼两楼下举行，舞马在《倾杯乐》的节拍中起舞，纵横应节，起伏有序，时而跃上板台旋转如飞。唐

人张说有六首《舞马词》描写盛况，其一曰：“彩旄八佾成行，时龙五色因方。屈膝衔杯赴节，倾心献寿无疆。”

宋人《负喧杂录》说唐中宗时还有舞马之戏，“蹀马之戏，皆五彩丝金具装于鞍上，加骊首凤翅，乐作，马皆随音蹀足遇作‘饮酒乐’者，以口衔杯，卧而复起”。舞马还有盛装打扮，一定非常耀眼。在西安何家村出土过唐代舞马衔杯银壶，看到银壶上的舞马图像，感觉文献上的记述非常可信。

玩月中秋

皇上玩皇上的舞马，中秋时文人们更喜欢月亮山水。唐代刘禹锡有两首写八月十五的玩月诗，一曰“碧虚无云风不起，山上长松山下水。群动悠然一顾中，天高地平千万里”；一曰“天将今夜月，一遍洗寰瀛。暑退九霄净，秋澄万景清。星辰让光彩，风露发晶英”。

将太平理想、亲情友爱寄予月光，是完全不同于皇宫自得其乐的人伦情怀。随着唐王朝的衰落，后来天长节不见了，不过八月十五半秋之日，却演变成了一个与皇上无关的民俗节日，这是真正的中秋节。

到北宋时，中秋节便与春节一样，在民间成为很受重视的节日。

有人说大宋市民将中秋节变成了全民的狂欢节，白天有相扑、游泳、登山、拔河、击鞠等，月夜以玩月为事。宋代罗烨的《新编醉翁谈录》说，“京师赏月之余，异于他郡。倾城人家，不以贫富，能自行者至二十三，皆以成人之服饰之。登楼或于庭中焚香拜月，各有所期。”赏月，拜月，将自己的心事寄予月中。

南宋孟元老《东京梦华录》明确提到中秋节，他这样写道：“中秋节前，诸店皆卖新酒，重新结络门面彩楼花头，画竿醉仙锦旆。市人争饮，至午夜间，家家无酒，拽下望子。……中秋夜，贵家结饰台榭，民间争占酒楼玩月。丝篁鼎沸，近内庭居民，夜深遥闻笙竽之声，宛若云外。闾里儿童，连宵嬉戏。夜市骈阗，至于通晓。”

吴自牧的《梦粱录》也记述说：“八月十五日中秋节，此日三秋恰半，故谓之‘中秋’。此夜月色倍明于常时，又谓之‘月夕’。此际金风荐爽，玉露生凉，丹桂香飘，银蟾光满。王孙公子、富家巨室，莫不登危楼，临轩玩月。”

苏东坡在中秋欢饮达旦，大醉之时，作《水调歌头》，抒发思亲之情，铸就千古名篇：“明月几时有，把酒问青天”“人有悲欢离合，月有阴晴圆缺，此事古难全。但愿人长久，千里共婵娟”。端起酒来，敬一回江中之月，再不说神了，只是思亲，这些句子

也就成了千古绝唱。

“千里共婵娟”，千年共婵娟，古人今人共明月，今月曾经照古人。

早先南朝人谢庄的《月赋》，就有“隔千里兮共明月”的句子。中秋对文人们是借景抒情的好时光，对布衣百姓也是一年中的好日子。中秋观月，也要享用一些特别的节物，在古代主要有玩月羹、月饼、桂花酒等。等到月饼当了家，其中的一些渐渐被忘却了，也许它快要回到餐桌上了。

这名字奇特的玩月羹，见于五代宋初陶谷的《清异录》，也见于宋郑望之的《膳夫录》：“汴中节食，中秋玩月羹。”

玩月羹是何等滋味，今天已不能知晓，揣测也许是鸡蛋羹之类，或许有像月之形，至少是浇汁鸡蛋饼吧。不过据烹饪史家研究，玩月羹是以桂圆、莲子、藕粉等为原料烹成，据说百年前岭南一带仍见玩月羹应市。

苏菜中的一款“西施玩月”，也许存有古时玩月羹的遗味。它是在煮鱼圆的锅中放入火腿片、笋片、香菇、绿叶菜烧沸捞出，排放在鱼圆上面，虽不知西施何在，也不明哪是月亮，却是可以给人想象的吧。

舌上月圆

作为中秋特色点心的月饼，可能在唐时已经有了。新疆吐鲁番唐墓中出土了一些保存很好的面食点心，其中的一些花式点心与当今月饼印纹相似，也应当是以木模印成。这个发现也证实印花点心出现很早，这也是月饼工艺的核心所在。

南宋吴自牧的《梦粱录》“荤素从食店”中出现了“月饼”名称，不过这月饼可能只是一般点心，与中秋无关。周密《武林旧事》中，月饼更列在“蒸作从食”中，也不是中秋特色，与后来的月饼不同。

元代陶宗仪《元氏掖庭记》中有“仲秋之夜，……当其月丽中天，彩云四合，帝乃开宴张乐，荐蜻翅之脯，进秋风之鲙，酌玄霜之酒，啜华月之糕”的句子，其中“华月之糕”当与月饼相似。

明代田汝成的《熙朝乐事》说：“八月十五谓之中秋，民间以月饼相遗，取团圆之义。”而《帝京景物略》则说：“八月十五日祭月，其祭果饼必圆，分瓜必牙错瓣之如莲花。……月饼月果，戚属馈相报，饼有径二尺者。”这是真正的中秋月节。

月饼也谓之团圆饼，刘若愚的《酌中志》说：“至（八月）十五日，家家供月饼瓜果，候月上焚香后，即大肆饮啖，多竟夜始散席者。如有剩月饼，仍整齐于干燥风凉之处，至岁暮合家分用之，曰团圆饼。”月饼在明代有了团圆之意，将浓浓的亲情融入到了月中，也使得中秋节的传统得到进一步弘扬。

清代的月饼，有时直接就做成了传说中的月亮形状，《燕京岁时记》说：“中秋月饼，大者尺余，上绘月宫嫦娥之形，有祭毕而食者，有留至除夕而食者，谓之团圆饼。”这大月饼，放到除夕去吃，也还是为着团圆的期冀。

自清代起，中秋节的饮食活动，多以家庭为单位进行，增进长幼亲情；也要在亲邻间互赠节物，联络彼此感情。

《月令广义》即云：“燕都士庶，中秋馈遗月饼西瓜之属，名‘看月会’。”清代江苏句容地方，八中秋办饼筵，大会亲朋。《京都风物志》述及家庭赏月宴，中秋夜拜月礼毕，“家中长幼咸集，盛设瓜果酒肴，于庭中聚饮，谓之团圆酒。”中国人追求的中秋之意境，就是家人亲朋的团圆与亲近。

月里情怀，千年共婵娟。置身在月光里，思亲念友，体味古人诗情，品尝月饼滋味，向着圆月下许下心愿，这八月十五的中秋节，味道足矣。

《光明日报》

文物保护呼唤更多社会力量



日前，国家文物局在北京召开“符合国情的文物保护利用之路”研讨会。据了解，当前，我国文保工作正逐渐形成政府主导、部门协作、社会参与的格局。就文物工作而言，社会力量指的是文物系统之外的企事业单位、社会组织和公民个人。社会力量在文保工作中发挥着什么作用？又面临着哪些瓶颈？

据统计，我国不可移动文物76.67万处，可移动文物1.08亿件/套，全国以文物和各类遗址为依托建立起来的博物馆、纪念馆4873家。文物资源浩若烟海，保护责任重若泰山，是我国文保工作的鲜明特征。

遗憾的是，各级文物系统的行政、事业机构设置同其承担的繁重任务相比，颇显力不从心。截至目前，全国省局中只有4个正厅级的文物局，14个单独成立机构的副厅级文物局，还有13个加挂文物局牌子的文化厅内设机构。全国2853个县中单设文物局的很少，大部分为文广新、文广旅或文广体局，由一位副局长兼管文物工作，还有近1/3的县没有行政管理部门，由县博物馆、县文广所代行文物行政职能。有一部分县甚至连一个文管所都没有，基层一线管理近乎空白。

再看从业人员队伍情况，截至2015年底为14.6万余人，多数人员集中在省市文物部门、文博事业单位和博物馆，而基层文管所、县博物馆的人员很少，并且结构不尽合理，专业人员比例很低。可以说，我国文物的资源结构是一个正金字塔形，而管理队伍结构却是一个倒金字塔形。而用于文物保护的资金投入情况是，全国重点文物保护单位主要由中央财政支持，省级文物保护单位由省财政支持，市县级文物保护单位经费也由本级财政负责。由于地方财力有限，许多文物资源丰富的县同时也是贫困县，因此保护投入难以保障。

那么，缺钱少人的问题能否解决？钱的问题，随着经济发展可能有所改善，但人的问题，仅依靠政府力量几乎不可能解决。对此，国家文物局党组书记、局长刘玉珠表示，进一步理清政府、社会、企业的关系，明确权责，拓宽渠道，创新管理，吸引社会力量、社会资金参与文物保护工作。

但是，文保的社会参与刚刚上路，发展时间不长，参与经验不多，与文物保护事业的实际需要相比，仍存在较大差距。一方面，社会公众的文物保护意识还不普遍，民众参与保护的自觉性不高，尽管对文物保护关心的人越来越多，但是还属于小众；另一方面，文保领域的社会组织特别是民间组织尚在发育中，大多数自身实力不强，人才短缺，结构较为松散，稳定性差。此外，公众参与文保的法律保障和有效机制尚未形成，公众参与的权益缺乏认可和保护，一系列的制度性障碍也亟待克服。

《人民日报》

知识付费是消费升级的必然呈现

“忽如一夜春风来，千树万树梨花开。”用岑参的这首诗来形容知识付费再贴切不过。仿佛一夜之间，知识经济的风刮起来了。喜马拉雅FM、得到、问咖、值乎、分答……一大波知识付费平台走红。据《中国分享经济发展报告2017》显示，当前我国知识分享市场已初具规模。初步估算，2016年知识领域市场交易额约为610亿元，同比增长205%，使用人数约3亿人。

有句话叫“知识是无价的”，但在很多人的潜意识中，无价的只是指知识本身，并不是指知识的接受和传播，接受知识其实是廉价的。特别是互联网时代的到来，当知识被披上免费和共享的花头绳时，“知识无价”变成了“知识没有价格”，很多人已经习惯不再为知识付费。这种情况的存在，并不符合知识经济时代的特征。

知识付费的兴起，有着时代的必然性。“天下没有免费的午餐”，总有一些人，出于对优质知识的需求，愿意为优质知识付费。而这，正是知识付费时代到来的内生动力。所以我们看到，2016年成为了“知识付费元年”，4月，问咖、值乎出现；5月，分答、知

乎Live面市；6月，喜马拉雅FM“好好说话”推出……几乎每个月都有知识付费产品走红，其对应的正是人们对优质知识的渴求。

当然，目前很多知识付费其实并不能体现“内容为王”。在现在的网络市场上，优质知识内容还是太少，更多的是“一小时建立”“一周学会”“改变”这种速成神话的泛滥。要知道，知识付费利用的是碎片化时间，碎片化学习不等于学习碎片化的内容。可在知识付费市场，又有多少知识是系统性的、连贯性的？

社会发展的过程，也是消费升级的过程，知识付费是消费升级的必然呈现。但就目前来看，知识付费市场依然存在着种种的问题，很多知识付费平台其实只是打着知识的幌子，走的还是“粉丝经济”老路，很多知识掺杂着水分。知乎创始人兼CEO周源曾经表示，知识付费还有很长的路要走，这个市场还没到一两年就能确定格局的时候。知识可以是一门生意，但也不能等同于一般意义上的生意。

从这意义上说，断言“知识付费的春天到了”还为时尚早。

《光明网》