

对联浅说

余龙生

爆竹声中一岁除，
春风送暖入屠苏。
千门万户曈曈日，
总把新桃换旧符。

王安石《元日》一诗，满怀喜悦之情，以凝练笔触绘出彼时燃爆竹、饮屠苏、迎新春的节庆盛景，亦记录了以吉祥联语题写桃符、祈福避邪的古老风俗。读之如临其境，品之若观其画，堪称“描写春节盛况的写景诗”中名篇。

桃符，古时悬于大门两侧之桃木板，上绘神荼、郁垒二神像，意在驱凶避凶。自五代后蜀主孟昶始，桃符题写吉祥联语，并于元日（农历正月初一）更换，“新桃换旧符”之说，源出于此。

史传后蜀末帝孟昶（919—965）于公元964年春节，在桃符上题写“新年纳余庆，嘉节号长春”，被公认为中国最早的一副春联。一位亡国之君，竟因一副联语得“中国第一”之名，亦成对联文化之“始作俑者”，这便是对联源起的一段掌故。此后历代相沿，至明代中后期，始以纸帛代桃，然纸墨之作传世甚稀。入清，对联大盛，《楹联话中的书法艺术》有载：“上海博物馆馆藏楹联454件，其中清代416件，涉及作者187人。”由此可观清季对联之盛行。时至今日，家家户户岁末贴春联，仍是千年相承之俗，成为国人迎春不可或缺的仪式。

以上所言，即对联之渊源、衍变与流布。细而论之，对联亦即楹联（“楹”指厅堂前柱），古时泛指悬挂或粘贴于壁间、柱上之联语，春节贴于门者称“春联”，亦名楹帖，俗称对子、联子。孟昶所题，时在元日，故既为最早之春联，亦被视为对联之祖。其后春联渐衍渐广，种类繁多，定义亦随之拓宽，遂成对联之一类。换言之，春联虽即对联，而广义之对联已

非独指春联。（须稍作说明：楹联与对联在基本义上略有区分，适用范围亦不尽同，此不赘述。）

对联的文化内涵

对联自春节专用之春联衍化而来，渐成一种形式独特、意涵广远的文学样式，内容遍涉社会百态，品类亦日渐繁多。常见者有春联、婚联、寿联、格言联、治学联、宅第联、集句联、名胜联、行业联等。联语多取吉祥吉语，寄寓美好，涵泳传统文化与文学意趣，并在流传中不断丰富其时代内涵。

对联作法颇为讲究，其基本特征可概括为：字数相等、句法相似、平仄相对、内容相关。其格式源于骈文对偶与诗词律句，然在衍变中渐脱窠臼，富于变化，相对独立。

对联字数不囿于五言、七言之常式，重在表情达意，不拘字数多寡。传世作品中，短者仅一二字，如“墨，泉”“色难，容易”；长者则数十言至百余言。《古今长联辑注》所收清末文学家钟云舫《江津临江城楼联》，多达806字，上下联合计1612言，文气贯注，不亚于一篇古文佳作，被誉为“中国第一长联”。

对联专著甚丰，辑录众多佳联妙句及趣闻轶事。茶余展卷，那些巧对奇联的传奇故事，常令人捧腹，亦引人深思。《古今对联集锦》载苏东坡与黄庭坚对弈松下，松果落盘，东坡得句：“松下围棋，松子每随棋子落。”庭坚应声对曰：“柳边垂钓，柳丝常伴钓丝悬。”此类联语，既见文心，亦成掌故，品之若清茗佳酿，余味悠长。

对联的文学意义

联坛学界公认为，对联是一种文学样式与艺术表达方式，以凝练之语、短小之体、独特之形，寄托情志。杭州龙井茶联：“诗写梅花

月，茶煎谷雨春。”十字之间，梅花、月、茶、谷雨诸象并置，诗意盎然，画境静谧，清雅之趣与自然之爱尽在其中。又如《增广贤文》格言联：“书山有路勤为径，学海无涯苦作舟。”勉人勤学向上，流传甚广，影响深远。再如广东珠江亭集句联：“群贤毕至，少长咸集；清风徐来，水波不兴。”上联取自《兰亭序》，下联摘自《前赤壁赋》，字面言文人雅集、风物静好，实则寄寓超然淡泊之境。

对联虽篇幅短小，却能“小中见大”，承载深厚之传统文化。

对联与书法的合璧

书法乃中华文化瑰宝，上溯商代甲骨文，已历三千五百余载，远早于对联。然书法与后起之对联相遇，便成传统文化元素之完美合璧，遂生对联书法这一独具特色之艺术形式。书法以汉字为书写对象，而诗、词、联、文等汉字文学作品，恰成书法之载体，二者源生一体，血脉相连。从审美层面观之，形意交融，内容与形式相得益彰，作品之文化含量与艺术内涵愈加深厚。故品佳联妙句之余，复赏笔墨情趣，精神愉悦之中，益感中华优秀传统文化之丰富多彩、博大精深。

对联书法，亦久为书家所钟，当今书展中精品迭出，深受世人喜爱，亦为藏家所重。

对联与春联的关系

明了对联之源，即知对联之流行与春联密不可分：春联先于对联，对联源出春联，而后春联归入对联之列，成为其中一类。然春联相沿千年，已成定俗，堪居诸联之首。世人言及对联，往往首忆岁末张贴于家门、应景喜庆的大红春联。

春联，顾名思义，乃春节专用之联。源于五代，绵延至今。于大

红纸上挥写吉语佳句，辞旧迎新，寄寓美好，既见喜悦之心，亦显仪节之重。中国人春节贴春联，深爱这一抹亮丽中国红，表达的是心情，期盼的是美好，传递的是文化，弘扬的是国粹，不仅为我国自古沿续至今的节庆仪式，更是一种传统的特色文化，独有的民俗风情。



不除庭草留生意，爱养盆鱼化机机。
余龙生 书

马年吟新联

郑炎贵

农历午马正奔腾而来，安庆两会擘划十五五，文旅兴市为聚焦点之一。笔者不禁想起已在文旅圈传播甚火的口号——“登天柱，得天助”。

此口号张口就来，朗朗上口，颇受青睐，何也？

一是契合了中国传统三字格的短小精悍；二是自然嵌入两处“天”字，有复沓歌行之

美；三是落脚字“柱”与“助”，字有别但音相同，有谐音之妙；前后两个三字句之间逻辑关系十分明确，即先有天柱之“登”，才有天公之“助”，强调践行，而后吉祥。登山过程是不错的远足，更是亲近自然、益于身心的锤炼，天柱山的一草一木，一峰一石均蕴含启迪，无论你钻神秘谷——“过了明道有暗道，该低头处且含首”；还是攀梯子关——弓背俯身手脚并用，抑或为了不为浮云遮望眼而欲更上一重天……行走之间，攀山也是读山，读出的是人生种种况味。“在科学的道路上，只有那不畏艰险的攀登，才有希望达到光辉的顶点”——马翁的话更是对自然乃至生命之旅的有益点化。

《文赋》有云：“抱景者咸叩，怀响

者毕弹。”所登天柱不仅一柱擎天，形势卓然，更在其体魄壮阔，精神十足，它是安徽的源头山，皖文化的根基地。两年前中国先秦史学会、安庆师大与潜山市政府联合举办皖文化高峰论坛，在国内首开“皖论”之约，直接为安徽主打的“徽风皖韵”张目，亦为长江安徽段皖江文化提供有力支撑。从三代群舒之一的皖国，到秦汉庐江郡皖县，从唐宋归宗以“舒”为号之舒州，到宋末升州为府易名安庆，直至清初建省冠“安”带“徽”进而称省内八百里长江段为皖江……这一路追溯把脉，显然都离不开一个“皖”字。今江淮间，因皖中合肥有全国三大科创中心之一的创新力，可以激长江安徽段皖江之波，挟皖南之徽州文化与皖北淮河文化之新嬗变，藉此皖

省则大有作为矣。
山为载体，文化为魂。笔者有鉴于此，觉得可以为“登天柱，得天助”的口号续上“寻皖源，结皖缘”之句，这样可以使前后句式相同，字数相等，重字谐音，修辞一致，而且两两相对，出语成双，集汉语艺术的对称美、语音美、修辞美于一体，由山川之旅而得天地之感；由自然回归而入文化之境；寓教于乐，寓情于旅，在皖山皖水皖城皖江的巡游中享受安徽地域文化衍生、承载、传播之趣。
山舞银蛇驰腊象，马跃人欢报好音——
“登天柱，得天助，天意乃民意；寻皖源，结皖缘，皖风向国风”。愿皖味出圈，皖韵激昂，助发安徽新动能。

