

文史拾零

## 这些成语都源自书法

□ 闪语文

## 【写经换鹅】

典出王羲之以书写《黄庭经》来向一道士换鹅。形容书法高超。

## 【古肥今瘠】

比喻书法的不同风格。

## 【胡肥钟瘦】

胡：三国时的胡昭；钟：三国时的钟繇(yáo)。

胡昭的字体肥，钟繇的字体瘦。形容书法各擅其美。

## 【家鸡野雉】

雉：野鸡。

原意是晋代的庾翼把自己的书法喻为家鸡，把王羲之的书法喻为野鸡，以示贱近与贵远。亦比喻风格迥异的书法绘画等。

## 【蚕头燕尾】

形容书法起笔凝重，结笔轻疾。

## 【渴骥奔泉】

骥：骏马。

如同骏马口渴思饮，飞快奔赴甘泉一般。形容书法笔势矫健，也比喻迫切的欲望。

## 【鸾凤泊】

原形容书法笔势潇洒飘逸，后比喻夫妻离散或文人失意。

## 【龙骧(xiāng)豹变】

比喻书法气势壮盛而善于变化。

## 【柳骨颜筋】

唐代柳公权的书法骨力遒健，结构劲紧；颜真卿的书法端庄雄伟，气势开张。后以之称书法的字体和法度。

## 【落纸云烟】

笔墨落到纸上如同云烟一样变幻多姿。形容书法或诗文高超玄妙，变化多姿。

## 【唐临晋帖】

临：摹仿字画；帖：书法、绘画的范本。

唐人书法多临摹晋人范本，脱胎变化而成。比喻善临摹，少独创。 (《甘南日报》)

史海钩沉

## 古杏金黄已亿年

□ 沈书枝

银杏是一种古老的孑遗植物，是银杏目银杏科银杏属现存唯一的物种。人们把地球的地质年代分为太古代、元古代、古生代、中生代和新生代几个时代，元古代和古生代早期，是原始藻菌的时代，到了古生代的石炭纪，高大的蕨类植物繁荣，而在那之后，从古生代的二叠纪(距今2.8亿年)到中生代，是裸子植物繁荣发展的时代。到中生代白垩纪(距今1.36亿年)，被子植物逐渐发展，取代了裸子植物的地位，成为地球上直至今天最优势的植物群。新生代(距今约6500万年)的第三纪晚期和第四纪初，地球上发生了剧烈的造山运动，经历了几次冰川时期，在气候急剧的变化中，过去繁荣的植物绝大多数灭绝了，只有少数留存下来，直到今天还存在着，这样的植物种类，我们就把它叫作“孑遗植物”。

银杏就是这样一种从古老时代幸存到现在的植物。目前世界上发现的银杏类化石，一般认为最早可以追溯到距今2亿多年前的二叠纪晚期，而在距今1亿多年的侏罗纪和早白垩纪最为繁荣，当时，银杏类的植物在北半球广泛分布着。除了现代银杏外，这些银杏类最后都灭绝了，剩下的全都是化石植物。目前，在我国浙江天目山、湖北和四川交界的神农架、安徽大别山和其他少数地区存在着少量野生、半野生状态的银杏。人们认为，这是因为我国的一些山脉走向不同，阻挡住了冰川，使得一些银杏在庇护下生存了下来。在后来的历史年代中，它们得以自然发展，并被人们所发现、栽培，最后传入世界各地，成为一种广泛的常见树种。 (《北京晚报》)

“我从包公家乡来”运城之行圆满结束  
让关公包公携手走向世界

□ 刘昉 江振焕

“黑脸包公”和“红脸关公”是中华历史上的两大传奇人物，在民间备受尊崇。合肥人包公曾在山西运城治理盐政，受到当地百姓的爱戴；而运城出生的关羽的事迹，更是广为流传，运城也通过各种措施，让关公文化发扬光大。11月17日，“我从包公家乡来”大型融媒体采访活动圆满结束。采访团一行在追寻包公足迹的同时，也探访了运城市著名的关帝庙，为“包公文化”的传承发展“取经”。

## 解州关帝祖庙被誉为“武庙之冠”

《三国志·关羽传》记载：关羽，字云长，本字长生，河东解人也。关羽的家乡，就是今天的山西省运城市解州镇常平村，常平关帝家庙也坐落在此。

11月16日，“我从包公家乡来”大型融媒体采访团走进山西运城关公故里文化旅游景区。相传，常平关帝家庙原是关羽的故宅。关羽死后，当地人为纪念关羽，在此建造了一座祠堂，作为奉祀他的场所，距今约1800年。随着世人对关羽的崇拜和敬仰不断提升，庙堂也随之扩建，到明清时期形成现今的规模。2006年，常平关帝庙(常平关帝家庙)被列为第六批全国重点文物保护单位。

从常平关帝家庙西行12公里，就是更加高大庄严的解州关帝祖庙。据介绍，解州关帝祖庙始建于陈末隋初，历朝历代均有扩建修葺，现存建筑多为明清时期重修之物，总占地面积22万平方米，是一处保存完整、规模宏大的古建筑群，被誉为“武庙之冠”。解州关帝祖庙建筑布局为中国传统的“前朝后寝”及中轴对称的宫殿式布局，在中轴线上依次排列着端门、雉门、午门、御书楼、崇宁殿、春秋楼。

“天下关庙数解州，解州庙内看春秋。”采访团一行踏上春秋楼，只

见一尊关公塑像形神俱妙：关羽侧身而坐，左手扶膝，右手捋髯，浓眉凤眼，目视《春秋》，若有所思。“关羽生前喜爱读《春秋》，春秋楼因此得名，也称麟经阁。”解州关帝祖庙景区工作人员告诉来访人员。春秋楼高约30米，建于明万历年间，清同治九年重建。这座两层宫殿式楼宇上层回廊外罕见的悬梁吊柱结构，是我国建筑中的孤例。

在解州关帝祖庙主殿崇宁殿外的石板上，有一处形似脚印的巨大痕迹，同样留下了一个精彩的传说。相传解州关帝祖庙全部竣工后，各路神仙前来祝贺，正值解州一带久旱无雨，关帝心急如焚，拜谢雷公雨婆两位神仙后，急忙出门相送。此时关帝一脚踏在殿外石板上，一步跨出几十里，另一只脚踏在中条山之巅。

## 关公文化旅游节已举办34年

包公文化传遍神州大地和全球华人地区，是因为包公铁面无私、刚正不阿的精神，深深融入中国人的血液之中。而关公崇拜之所以能世代相传，也是中国人敬仰关羽的“忠义仁勇”，即对国以忠、待人以义、处世以仁、作战以勇。

据不完全统计，全球168个国家和地区有传播关公文化，几乎有华人的地方就有关帝庙或关公会馆。从2019年开始，由解州关帝祖庙和关公文化研究院发起，面向全球开展“关公文化交流基地”共建活动。目前，已在全球范围内共建“关公文化交流基地”35家，其中国外有6家。

作为关公故里，运城已举办几十年关公文化旅游节，以关公文化团结海内外中华儿女，维系共同的精神家园。2023年9月，第34届关公文化旅游节在运城举行，以“传承关公文化，共创现代文明”为主题，为海内外华夏儿女搭建一个感悟关公文化、坚定文化自信、增进文化认同的平台。来自法国、泰国等十余个国家和地区的320多家团体组织、1500多名社会各界人士，带着一大批地域特色鲜明的非遗节目，在关圣文化广场进行集中

展演，充分展示海内外华夏儿女颂扬关公精神的气象。

“关公文化蕴含着中华优秀传统文化的道德观念、价值理念、思想精髓，在新时代传承弘扬关公文化，推动关公文化研究持续走向深入，需要不断寻找关公文化起源、形成、发展的历史脉络。”运城市委常委、宣传部部长王志峰说。

## 让“关公”“包公”一起走向世界

运城对关公文化的传承和发扬，也给了“我从包公家乡来”活动不少启发。“世界上有华人的地方就有关公，有华人的地方就有包公。”采访团成员表示，作为最受华人尊崇的两位历史人物，关公和包公文化如何继续发扬光大，走向世界，还需要跟上时代的脚步，不断进行创新。

衣袂飘飘的关公像镂空手机贴、手持青龙偃月刀的关公版画、光影交错的关公纸雕灯……在解州关帝祖庙文创馆内，一系列文创产品令人耳目一新。“文创是活化关公文化的重要途径之一。”运城关公文旅接待部负责人赵桐说，近年来人们以关公文化为元素，研创出大量文创产品，深受海内外受众喜爱。另外，大型民族交响乐《关公颂》在北京、福建等地巡演，使用关公故里的蒲扇元素展现关公人格魅力，是“关乡人写关公，关乡人奏关公”，也赢得了很多人的喜爱。

“运城在继承传统文化、发展文化产业等方面的很多做法也值得合肥去借鉴。”采访团成员表示，这次采风活动对推动两地文化旅游的融合发展也具有一定意义。“包公对山西运城盐池的贡献很大，相传包拯离开运城的时候，老百姓出城三里地跪拜挽留他。运城地方戏曲蒲剧里也有包公断案的故事。”运城市委宣传部相关负责人对采访团一行来运城寻访表示非常欢迎，“希望我们能一起努力，让包公和关公一起走向世界，成为世界优秀文化的组成部分，成为全人类共同的宝贵遗产和精神财富。”

(《新安晚报》)

## 生活史 “叫卖”：古人打广告最普遍、最好使的方式

□ 潘玮倩

吆喝，就是“叫卖”，是古人打广告最普遍、最好使的方式。

唐北明、潘勇在其《从“济南刘家功夫针铺”的广告说起——浅谈中国古代广告》的研究文章中写道：“早期的商业活动多是一次性的实物商品的交换，还无需宣传的媒介，多以吆喝吸引众人的注意。”

“口头叫卖与实物陈列广告，是我国最原始最简单的广告形式。在古代人们进行交易时，必然要将交换的东西陈列出来，通过丰富多彩的商品陈列直接刺激消费者的购买欲，这种实物广告形式一直延续至清末。口头叫卖也是最直接的一种广告形式，在《元人小令集》王元鼎所作‘寒食四首’之一中，有‘觉来红日上窗纱，听

街头卖杏花’的记载。”

通俗一点，布贩子们可能喜欢摇拨浪鼓，卖油的就敲油梆子，耍猴的则必备铜锣。宋代宋祁有句诗写“箫声催暖卖汤天”，汤，同糖，卖糖人的吆喝，人家用箫声来代表糖来了。

宋元时期的都市叫卖，热闹得很。孟元老《东京梦华录》卷三说，“五更天时，各门市相继开放，并有入城货卖者，更有御街州桥至南内前趁朝卖药及饮食者，吟叫百端”。

好一个吟叫百端，让人想起你方唱罢我登场的舞台。

吴自牧《梦粱录》则透露了一些极其吸引人的“广告词”：“更有叫‘时运来时，买田庄，娶老婆’卖卦者。有在新街融和坊卖卦，名‘桃花三月放’者。亦有卖卦人盘街叫卖，如顶盘担架卖食者，至三更不绝。”

时运来时，买田庄，娶老婆——这叫卖真是深入人心的直白。

当然也有走艺术范的一路。《东京梦华录》卷七“驾回仪卫”条云：“是月(三月)季春，万花烂漫，牡丹、芍药、棣棠、木香，种种上市，卖花者以马头竹篮铺排，歌叫之声，清奇可听。晴帘静院，晓幕高楼，宿酒未醒，好梦初觉，闻之莫不新愁易感，幽恨悬生，最一时佳况。”《梦粱录》卷二“暮春”条则谓暮春时节，百花尽放，“卖花者以马头竹篮盛之，歌叫于市，买者纷然”。

如果卖东西，都能营造“幽恨悬生，一时佳况”，那何愁没有一众文学青年、文学中年和文学老年来买单。

古代人打广告，除了吆喝，还有酒旗、幌子、招牌，以及更高级的印刷广告等。 (《新快报》)