

诗性传播：中国姓名的大众传播之道^{*}

□ 李海文 谢清果

【内容摘要】姓名文化是中国文化的重要组成部分，是研究华夏传播的重要切入点。经研究发现，中国姓名在大众传播过程中，富有诗性特征。首先是编码注注与诗歌互化，其次是传播渠道注注借助诗歌，再次是传播者与受传者注注爱用诗歌，最后是反馈注注离不开诗歌。诗性传播可谓是华夏大众传播之道。

【关键词】姓名；华夏传播；大众传播；诗歌

DOI:10.19400/j.cnki.cn10-1407/g2.2019.06.014

姓名是个人的符号，是人类传播活动必不可少的元素。每个国家，每个地区，每个时代，姓名都各有自己的特色。姓名在时代演变过程中，与社会不断互动形成了姓名文化，成为历史的一种活化石，成为文化的一种载体和镜像。通过姓名这扇“窗口”，可以了解一个民族历史、宗教、民俗等诸多文化信息。

中国姓名文化源远流长，内容丰富，颇具民族特色，是中国文化的重要组成部分。而华夏传播的研究对象正是“华夏文化”与“信息传播”，抛开中国文化便无从谈起。因此，挖掘姓名文化，分析其传播方式，可以进一步探究华夏传播之道，很有必要。^①

姓名除了用于人际传播之外，就个人而言，一般都想获得大众的广为传播，以便扬名在外，光耀门楣，名垂千古。正如《三字经》所言“扬名声，显父母。光于前，裕于后”^②。大众传播是面对大众而进行的一种传播活动，有广义与狭义之分，狭义上是指使用机器媒介进行的传播；广义上是指不一定要使用机器媒介，只要是面向大量的不确定性的受众，即可视为大众传播。^③

作为一个符号，姓名要实现广泛传播，为人所知，编码形式和传播渠道乃是关键之处。在识字率长期低下的传统农业社会，口语传播与文字传播成为大众传播的两大载体。好的诗歌简洁凝练，意象优美，讲究节奏押韵，朗朗上口，是口语传播中富有辐射力的传播载体符号，受众喜闻乐见。同时，诗歌还是文字传播主要的文学体裁。先秦《诗经》《楚辞》、两汉乐府诗、魏晋五言诗、唐诗、宋词、元曲等，历朝历代诗人佳作汗牛充栋，使中国成为诗的国度。

姓名的大众传播，与诗歌关系甚为密切，从某种意义上说，可谓是诗性传播。何为诗性传播？笔者尝试下一定义，即传、受者以富有诗歌特征的符号编、解码，借助诗歌载体进行信息交流的传播活动。姓名

往往受惠于诗歌，得其助力实现大众传播。这里的“诗歌”属于广义层面，既包括古体诗、近体诗，也包括辞赋、对联、歌谣、成语、谚语等。

查阅海内外有关文献，分别研究华夏传播与姓名文化的不少，但结合起来的甚少。专著方面，尚未发现。稍有关联的有《姓名与中国文化》（赵瑞民，2016）、《中国人取名的学问》（宋健华、王惟清，2013）、《中国人名研究》（萧遥天，2007）、《汉语人名学论纲》（纪秀生，2007）等，但观点往往零散，散见于某些段落之中。论文方面，甚为少见，相关的有《中国姓名文化中的华夏传播观念探析》等。笔者之所以从姓名文化的角度来研究华夏传播，一是出于学术兴趣，二是因为存在学术空白，存在开拓性空间，希望以此抛砖引玉。

本文试从中国姓名文化视角，探讨姓名大众传播的活动与现象，并以历代名人为例证，从中剖析其特点与规律。

一、姓名编码与诗歌

所谓编码，简而言之，就是指传播过程中，将信息转换成符号的过程。^④本文所说的编码是指姓名文化内的一种编码，即从取名意图出发，选择文字，生成姓名的过程。

（一）采用典故，借助诗歌起名

中国自古就有取名寻出处的传统，从经典诗词中选取字词，作为名字、别号、封号、谥号等，是中国人常见的取名方法。不管是帝王将相、才子佳人还是普通百姓，取名往往都借助诗歌。秦朝秦始皇长子扶苏，其名来自“山有扶苏，隰有荷华”（《诗经·郑风》）。北宋词人周邦彦，其名来自“彼其之子，邦之彦兮”（《诗经·郑风》）。清代作家曹雪芹，“雪芹”二字出自苏轼《东坡八首》之三：“泥芹有宿根，

^{*} 本文系国家社科基金一般项目“华夏文明传播的观念体系、理论体系与当代实践研究”（项目编号：19BXW056）的阶段性成果。

一寸嗟独在；雪芹何时动，春鸠行可脍。”近现代京剧表演艺术家周信芳，其名来自“苟余情其信芳”（《楚辞·离骚》）。民国四大才女之一林徽因，其名来自“大姒嗣徽音，则百斯男”（《诗经·大雅》），只不过后来把“徽音”改为“徽因”。近代诗人戴望舒，其名来自“前望舒使先驱兮”（《离骚》）。清代书画家、诗人郑板桥，“板桥”一名出自“春江一曲柳千条，二十年前旧板桥”（《杨柳枝》）。近现代艺术大师刘海粟原名槃官，因极为欣赏苏轼的《前赤壁赋》“寄蜉蝣于天地，渺沧海之一粟”句，遂改名为“海粟”。

诗歌中有些字词，经常被多次使用，频率很高。唐代懿德太子李重润，谥号来自“民之秉彝，好是懿德”（《诗经·大雅》）。宋太宗赵光义皇后符氏，谥号也是懿德。《诗经·小雅》有“岂弟君子，莫不令仪”。其中，“令仪”意为优雅的风度。取这个名字的知名人士有宋代包拯的父亲包令仪、民国孔祥熙的长女孔令仪等。来自《楚辞·九辩》“鸟兽犹知怀德兮”中的“怀德”，有五代末北宋初大将高怀德、北宋将领许怀德、清中期时的越南华裔政治家、文学家郑怀德等。来自杜甫《茅屋为秋风所破歌》中的“安得广厦千万间，大庇天下寒士俱欢颜，风雨不动安如山”中的“安如山”，甚至直接被用来当作全名，如南宋诗人安如山、明代官至四川按察司佥事的官员安如山等。来自明朝程登吉《幼学琼林》中的“圣人出，黄河清”，有清乾隆海南儋州进士黄河清。

好的诗歌通常广为传诵，为人所知。传播者（编码者）容易从中汲取元素进行编码，给已有符号增加姓名意义，进而实施大众传播。受传者当听到某人名字取自某诗词时，会对编码符号产生熟悉感，进而与已有的认知基模（Cognitive Schema）对接，印象就较为深刻。

（二）姓名一体塑造诗意

尽管名字通常一至两个字，比较难形成节奏，建构意象，但不少人还是发挥了符号的想象力，使姓与名成为一体，意义连贯，诗性大增。例如，唐朝伶人云朝霞，宋朝白鹭洲书院创始人江万里，元曲四大家之一马致远，明代抗清将领江天一，清代医学家、作家石成金等。原胶东军区第一军分区司令员于得水，原名是于作海，战争时期因受群众保护，“鱼离不开水”^⑤，遂改为现名。四川省作家协会名誉主席马识途，原名马千木，加入共产党之后改名为“识途”，意为“从今天起，我有了前进的方向，识途了”^⑥。还有取名为凌万顷、万象春、叶知秋、江中流、燕南飞、梅傲雪、颜如玉等历史人物，在一时一地具有较高的

知名度。明末清初“三大儒”之一的顾炎武在《日知录》中说，“以姓取名古人取名连姓为义者绝少，近代人命名，如陈王道、张四维、吕调阳、马负图之类，榜目一出，则此等姓名几居其半，不知始自何年。”^⑦明清至今，越来越多人借姓取名，创造特色，营造诗意，让人耳目一新，印象也较为深刻。

相比名字，自号、笔名、艺名等字数长短不一，更为自由，如结合得好，可能更具诗意。自号方面，有东晋诗人陶渊明号“五柳先生”，唐代诗人杜甫号“少陵野老”，南宋史学家郑樵号“西溪遗民”，元代散曲家冯子振号“怪怪道人”，明代画家徐渭号“水田月老人”，近代学者辜鸿铭号“东西南北人”等。笔名方面，明代长篇小说《金瓶梅》的作者，使用笔名为兰陵笑笑生；清代作家刘鄂，笔名洪都百炼生；现代的曹禺，原名万家宝。艺名方面，京剧艺术家梅兰芳是其艺名，原名为梅鹤鸣，同类的有山东大鼓弦师“神手谢老化”（原名谢其荣）、豫剧表演艺术家牛得草（原名牛俊国）、京韵大鼓演员小彩舞（原名骆玉笙）等。这些自号、笔名、艺名等，通过诗性编码具有了更多的想象空间，言之有文，行之更远。

二、传播渠道借助诗歌

传播渠道是信息赖以传播的中介，即为媒介。它既可以是实物，也可以是符号。姓名与诗歌皆为人类所创造的符号，因此本文考察对象侧重于符号介质。

（一）创作诗歌，助力成名

姓名传播离不开媒介，诗人所创诗歌便是信息的搬运者，是其名远扬的核心渠道。三国曹植作《七步诗》，慷慨悲凉，不仅解危，而且美名广为人传，获得了“曹七步”的雅号。边塞诗人王昌龄，善写七绝，人称“七绝圣手”。诗人赵嘏，因诗中有“残星几点燕横塞，长笛一声人倚楼”句而被称为“赵倚楼”闻名。^⑧郑谷以《鹧鸪诗》闻名，被人称为“郑鹧鸪”。北宋诗人谢逸因写有关蝴蝶诗共300余首而闻名，人称“谢蝴蝶”。词人张先因其词中有“心中事、眼中泪、意中人”，且善用“影”字而闻名，人称“张三影”“张三中”。

在长期男尊女卑、“女主内”的传统社会，女性往往因为诗歌闻名。有着“中国兼世界第一位女诗人”之美誉的是许穆夫人，除了因丈夫之势为人所知外，更是因为其作品《竹竿》《泉水》《载驰》等名垂青史。正如近现代学者、诗人萧遥天所言，女人成名的三大条件之一是“要有才慧，能诗工词，多愁善感，投合士大夫的臭味”。^⑨创作诗歌是古人“立言”的一大表现，有诗留存“虽久不废”，造就“三不朽”（立

德、立功、立言)之一。诗歌是诗人跨越时空的媒介。

(二) 姓名入诗助力成名

先秦不少人物,因被写入诗歌,为人所唱,得以广为人知。像尧舜因“推位让国,有虞陶唐”(《千字文》),春秋莒国的项橐因“昔仲尼,师项橐”(《三字经》),为世人广为知晓。蒙学教材提到的人物还有窦燕山、史鱼、黄香、孔融等,因学习者广泛,声名传播同样穿越时空。西汉大臣冯唐、李广因“冯唐易老,李广难封”(出自唐朝王勃的《秋日登洪府滕王阁饯别序》),让世人知道了他们“时运不齐,命途多舛”的命运。东汉末年的焦仲卿、刘兰芝,因《孔雀东南飞》(最早题为《古诗无名氏为焦仲卿妻作》),其人其事其名广为后人所知。唐朝诗人孟郊与贾岛,除了因自己诗作成名,还因“元轻白俗,郊寒岛瘦”(苏轼《祭柳子玉文》)的描述而更为有名。同是唐代人物,像汪伦因李白的《赠汪伦》,元二(原名元常)因王维的《送元二使安西》,卫八处士因杜甫的《赠卫八处士》而被世人所知。北宋僧人凌云志勤禅师,因“凌云一笑见桃花,三十年来始到家”^⑩(黄庭坚《题王居士所藏王友画桃花二首其一》)而留名于后世。南宋辛弃疾的儿子铁柱,因“看取辛家铁柱,无灾无难公卿”(《清平乐·为儿铁柱作》)成名。明末农民起义军领袖李自成,因“迎闯王,不纳粮”而以“闯王”之名闻于世间,^⑪明末清初画家朱耷、牛石慧,被清末民初学者编入诗歌,“八大山人牛石慧,石城回首雁离群;问君苦笑因何事,兄弟同仇不拜君”(《观画百咏》)。朱、牛二人虽不能说是因此诗留名,但可以说因此诗更有名气。无产阶级革命烈士夏明翰因在刑场写下了大义凛然的“砍头不要紧,只要主义真;杀了夏明翰,还有后来人”《就义诗》,并且编入小学教材,传诵至今。夏明翰的名字已成为“共产党人坚守共产主义信仰的一面旗帜、一座丰碑”。^⑫

还有些人物因为民间谚语而家喻户晓,妇孺皆知。如“齐桓公用管仲——不记前仇”“成也萧何,败也萧何”“关公面前耍大刀——献丑”“三个臭皮匠赛过诸葛亮”“周瑜妙计安天下,赔了夫人又折兵”“司马昭之心,路人皆知”“王羲之的字帖——别具一格”“狄仁杰的门生——桃李满天下”“包公断案——铁面无私”“成吉思汗的兵马——所向无敌”“宣统坐江山——只有三年”“阎锡山骑驴——不负责任”等。这些历史人物,其名其事诗歌化,“名经诗传”,助力大众传播。

(三) 诗性概括,助力成名

中国地广人多,加上文化共享,不乏有相同之处。

于是常有时人或后人对历史人物作出诗性概括。宋代文学家苏洵、苏轼、苏辙,因清代大臣张鹏翮为三苏祠撰写门联“一门父子三词客,千古文章八大家”,更为人所知。明代福州林瀚家族,人才辈出,薪火相传,人称“七科八进士,三代五尚书,国师三祭酒,五传十牧州”,至今声名依旧。梁启超教育子女有方,皆有成就,获得了“梁氏一门三院士,九个孩子皆才俊”的美誉。梁氏子弟因此更为有名。诗性概括,助力成名,亦可谓符号的规模效应。

三、传、受者青睐诗歌

不管何种传播都离不开传者和受者,传、受关系是传播研究的重要领域。在姓名的大众传播之中,传、受双方与诗歌的关系都甚为密切。

(一) 传播者爱用诗歌。

这里所说的传播者是指姓名文化的大众传播者,如文学家、说书人等。他们运用姓名创作姓名诗或相关诗歌,引发传播行为,《世说新语》与《晋书》皆记载,西晋文学家陆士龙、荀鸣鹤二人初次相遇,以姓名对对子开场,即“云间陆士龙,日下荀鸣鹤”。^⑬唐代诗人杜甫曾作《饮中八仙歌》,直接点名描写了贺知章、李白、李适之等八人的醉态。宋代女词人李清照曾把柳永、张九成与其各自的作品结合起来,创作了一副妙联:路花倒影柳三变,桂子飘香张九成。^⑭明代唐寅的一友人所出一上联“贾岛醉来非假倒”,唐寅对出下联“刘伶饮尽不留零”。清朝学者朱彝尊的《静志居诗话》、叶廷官的《鸥陂渔话》,收集了许多古人名字入联的事例,如张九思——胡三省,西门豹——南宮牛等。抗日战争期间,作家老舍曾用现代作家的名字做过两首五言律诗,其中之一是“素园陈瘦竹,老舍谢冰心”,对得工整精妙。作者佚名,流传甚广的姓名妙对,还有“司马谈,司马迁,司马之后有谈迁;欧阳通,欧阳玄,欧阳其中可通玄”“两舟并行,橹速(鲁肃)不如帆快(樊哙);八音齐奏,笛清(狄青)怎比箫和(萧何)”“曹孟德兵败赤壁,刘欢孙悦;石达开师寂金陵,陈静李宁”等。许多古典名著的各回标题往往采用七言或八言诗句,人名嵌入其中,或者在正文中夹杂诗句,叙述人物故事。四大名著之一的《红楼梦》,作者对金陵十二钗皆有判词;《水浒传》各回开篇皆有“诗曰”,并在第61回中梁山军师吴用巧用姓名作藏头诗智赚卢俊义。武侠小说《鹿鼎记》中则提到“为人不识陈近南,便称英雄也枉然”。

1975年,眼科大夫唐由之因名含有“由之”二字,毛泽东主席为其吟诵了鲁迅的《悼杨铨》“岂有豪情

似旧时，花开花落两由之。何期泪洒江南雨，又为斯民哭健儿”，并且书写赠予唐由之。^⑤另外，在商用上，一些茶楼酒馆爱用人名做广告。如广东省潮州市韩江酒楼，书有一副对联：韩愈送穷，刘伶醉酒；江淹作赋，王粲登楼。广州市陶陶居茶楼，至今悬挂一副对联：陶潜喜饮，易牙喜烹，饮烹有度；陶侃惜分，夏禹惜寸，分寸无遗。人名镶嵌其中，令人叫绝，至今仍广为传诵。

从唐宋开始，同姓族人盛行以族谱辈次取名，所用谱名上下相连往往成对成诗。例如孔姓辈分字历经明、清、民国三个阶段的政府修订，形成了一首五言诗：希言公彦承，宏闻贞尚衍。兴毓传继广，昭宪庆繁祥。令德维垂佑，钦绍念显扬。建道敦安定，懋修肇彝常。裕文焕景瑞，永锡世绪昌。^⑥清光绪七年（1881年）修订的湖南韶山的《毛氏家谱》也充满诗意，即“立显荣朝士，文方运济祥；祖恩贻泽远，世代永承昌；孝友传家本，忠良振国光；起元敦圣学，风雅列名章”。近现代著名诗人萧三的家谱从始祖起，亦是一首五言诗，即“自嗣宜百世，福清永昌宁；常守仁义礼，智信绍贻经；克俭师先训，敦伦启后型”。在今日的许多农村地区，也有此习俗。他们利用诗歌为组织形式，以求好听得记好取名。

（二）受传者爱听诗歌

作为讯息的接受者，受传者并非完全被动，也有自身的需求，会选择性地接触媒介，选择性地理解其承载的信息。诗最初是一种乐歌，与音乐、舞蹈三位一体，能够让人载歌载舞。《毛诗正义》曰：“古者教以诗乐，诵之歌之，弦之舞之。”^⑦诗歌本身具有很强的传播张力，尤其是好的诗歌，广大受众（大众传播语境下的受传者）更是喜闻乐见。宋人谢无逸曾在黄州杏花村馆驿题了一首《江城子》，因为写得太好，路过的人纷纷向馆卒索要笔墨传抄，馆卒苦不堪言，最后竟然在题词上涂泥遮盖，免得再让人看到。苏轼诗歌颇受人们喜欢，南宋官员、文学家朱弁在《曲洧旧闻》中称，“东坡诗文，落笔辄为人所传诵”，“东坡一挥而就，不日传都下，纸为之贵”。^⑧当然，名人之名诗更受受众青睐，如黄庭坚“鲁直名重天下，诗词一出，人争传之”。^⑨从古至今，文人还有赠送诗词、挽联等传统。所赠诗歌一般定位于悦耳动听，心心相惜，受赠者、旁观者亦有同等喜好。唐诗不乏有以“酬”“答”“寄”“赠”为题的诗歌，一唱一和，互动创作。挽联是集体或个人哀悼逝者，治丧和祭祀时专用的对联。比较有文艺水平的还会把逝者名字跟生平、成绩、美德和影响等结合起来，融为一体。

晚清戊戌变法失败后，慈禧太后下令捕杀“戊戌六君子”。对于谭嗣同的逝世，逃亡海外的康有为写下挽联“复生不复生矣，有为安有为哉”。其中“复生”是谭嗣同的字。民国藏书家袁思亮为“四大名旦”之一程砚秋来沪演出，写下藏头联“艳阳天下重，秋声海上来”。其中嵌入的“艳秋”二字曾是程砚秋的艺术名。据说，当年将此联挂于丹桂舞台两侧，观众见了无不为其奇工妙绝而击节。

如果说阳春白雪受众有限的话，那么下里巴人的受众可谓广泛得多。民谣的盛行，正是因为受传者爱听。1930年山东省立民众教育馆出版的《山东歌谣》当中记载有很多各地百姓骂张宗昌的民歌，其中最著名的便是聊城冠县的一首：“也有葱，也有蒜，锅里煮的张督办；也有葱，也有姜，锅里煮的张宗昌，张宗昌，先吃肉，后喝汤。”^⑩在中国传统社会，文盲众多，人们偏爱听取诗歌语言。因为“诗歌的语言，主要地不是诉之于视觉，而是诉之于听觉的”^⑪。诗歌符号好听易懂，便有了最广泛的受众基础。

四、反馈离不开诗

受传者对接收的讯息做出某种反应或回应，这便是反馈。“文学不仅可以让受传者接受，产生共鸣，还可能导致二次传播或反馈。”^⑫诗歌是古代中国主要的文学形式之一，传播效果明显。古代不少诗人喜欢在墙壁、山崖等地题诗，公之于众。尤其是在唐朝，不管在官方驿站，还是民间客栈，题诗一直甚为活跃。受众的反馈活动也同样较为活跃。据记载，唐代秭归县江边有一叫“神女馆”的客栈，到了唐穆宗长庆年间已经积累了1000多首题诗。^⑬两宋之际，奸臣当道，忠臣遭殃，外敌入侵，朝廷软弱，有人作了一首《六臣词》：“臣飞死，臣俊喜，臣俊无言世忠靡；臣桧夜报四太子，臣构称臣自此始。”词中分别引用了岳飞、张俊（浚）、秦桧、韩世忠、完颜晟（四太子）赵构六人的名字。诗词巧妙地将相关人物的名字嵌入其中，表达了作者对时政的不满。明末的洪承畴，很受崇祯皇帝赏识，得到重用。他以“忠”“节”自命，还特意在居室中堂亲自写了一副对联：君恩深似海，臣节重如山。1641年却向清廷屈膝投降，时人讽刺他投降卖国的可耻行径，在对联的末尾分别加上“矣”“乎”二字，转变为：君恩深似海矣，臣节重如山乎？在其花甲寿辰上，洪承畴的一个门生披麻戴孝，朗诵了一副对联：史鉴流传真可法，洪恩未报反成仇。这副对联的上联中隐含着抗清名将史可法的姓名，下联则以“成仇”谐音“承畴”，

一针见血怒斥其投降活动。^⑨

从古至今,有不少精妙姓名对联,上联出了,下联一时难以应对,引发后人不断尝试,接受大家的品评。明朝翰林院学士江朝宗(字东之)和李东阳(宾之)交好,有人出了句上联“宾之访东之,东之宾之”,巧用人名,复沓双关,无人能够应对。适值进士陈启东赴吏部办事,吏部右侍郎吴宽就用这句联语问他下联,陈启东善于应对,脱口而出:“回也待由也,由也回也。”回是颜回,由是仲由,即子路,二人都是孔子的学生,颜回好学而崇仁,子路鲁莽而尚武,二人不是一路人。陈启东用此联暗讽吴宽为难他。对仗工稳,妙趣横生,李东阳闻之,为之拍案叫绝。^⑩民国期间,清华大学入学考试的国文卷(1932年秋)中陈寅恪就出了一个姓名对联考题,上联是“孙行者”,当时许多考生都不知道该怎么回答,很多人答的都是“猪八戒”“唐三藏”甚至还有人对的是“王八蛋”。此事引发了学界、报界等广泛议论。^⑪所给参考答案是“祖冲之”。后来周祖谟、刘子钦以“胡适之”对之。后又有人以“韩退之”“王引之”“李默然”等

对之。1937年,山西军阀阎锡山曾去无锡游玩,因此产生了一副上联:“阎锡山过无锡,登锡山,锡山无锡。”下联不好对,虽一时附庸者甚多,然终未如意,皆叹为绝对。直到1945年(另一说是1942年)著名记者范长江来到安徽天长县时,突然灵机一动对出了下联:“范长江到天长,望长江,长江天长。”^⑫同样以人名、地名入联,对仗工整,可谓天衣无缝,成了当时文坛上的一段佳话。于是,姓名在反馈中得到进一步传播,进一步加深了在传受双方的印象。

五、结语

综上,中国姓名与诗歌互动甚为密切,在大众传播过程中铸就了诗性特征。首先编码往往借助诗歌起名,其次,传播渠道借助诗歌。再次,传播者爱用诗歌,受传者爱听诗歌。最后,反馈离不开诗歌。倘若以小见大、管中窥豹,整体观照华夏文化,其大众传播也有此特征。像其中的地名文化、药名文化、礼乐文化等,传播也充满诗意。当然,这一整体断言需要更多领域的合力论证,共同完善逻辑结构,方可验证其真伪。

注释:

- ①李海文、谢清果:《中国姓名文化中的华夏传播观念探析》,《华夏传播研究》2018年第1期。
- ②《三字经·百家姓·千字文·弟子规》,李逸安译注,中华书局2016年版,第51页。
- ③黄星民:《“大众传播”广狭义辨》,《新闻与传播研究》1999年第1期。
- ④黄晓钟:《传播学关键技术语释读》,四川大学出版社2005年版,第66页。
- ⑤王梅胜:《传奇英雄于得水》,《军事历史》1994年第5期。
- ⑥胡勇:《马识途百年逐梦终不悔》,《重庆日报》2015年6月18日第3版。
- ⑦顾炎武:《日知录·卷二十三》,转引自《日知录集释》,黄汝成集释,栾保群校注,浙江古籍出版社2013年版,第1359页。
- ⑧李问渠:《文化常识读本》,新世界出版社2009年版,第69页。
- ⑨萧遥天:《中国人名研究》,新世界出版社2007年版,第202页。
- ⑩左志南:《北宋中后期文人学佛与诗歌流变》,《光明日报》2018年6月13日。
- ⑪张廷玉等:《明史·卷三百十九》。
- ⑫白田田:《夏明翰:“杀了夏明翰,还有后来人!”》,《人民日报》2018年5月22日。
- ⑬沈海波译注:《世说新语》,中华书局2016年版,第240页。〔唐〕房玄龄等:《晋书·卷五十四》。
- ⑭⑮李祥:《姓名文化与名人》,群众出版社2006年版,第250页、第132页。
- ⑯宋建华、王惟清:《中国人取名的学问》,学林出版社2013年版,第77页。
- ⑰毛亨著,梁运华整理:《四库家藏·毛诗正义》,山东画报出版社2004年版,第344页。
- ⑱朱弁、曲洧:《旧闻·第七卷》,中华书局1985年版,第56页。
- ⑲释慧洪:《冷斋夜话》,中华书局1985年版,第46页。
- ⑳朱文龙:《张宗昌督鲁往事》,《齐鲁晚报》2017年8月16日。
- ㉑光未然:《五月花》,作家出版社1960年版,第179页。
- ㉒谢清果:《华夏传播引论》,厦门大学出版社2017年版,第330页。
- ㉓李德辉:《唐人题壁诗诸问题探论》,《襄樊学院学报》2005年第3期。
- ㉔王军云:《历代名人姓名解读与取名技巧》,中国华侨出版社2007年版,第116页、第117页。
- ㉕焦晓静:《吴宽及其文学研究》,西南大学2013年硕士论文。
- ㉖罗志田:《斯文关天意——1932年清华大学入学考试的对对子风波》,《近代史研究》2008年第3期。
- ㉗初雨:《范长江巧对对联》,《新长征》(党建版)2017年第4期。

(作者李海文系福建农林大学金山学院讲师;谢清果系厦门大学两岸关系协创中心研究员、厦门大学新闻传播学院教授、博士生导师)
【特约编辑:吴婧;责任编辑:陈小希】