



一代有一代之文学

康文

习近平同志最近在中国文联十大、中国作协九大开幕式上的讲话，引发了文学艺术界的高度关注和热烈讨论。讲话内容丰富而深刻，贯通历史、当下和未来，应该是以后一个较长时期文艺发展的纲要性讲话。我未能到现场聆听其盛，但细读讲话，不能无感。

习近平讲话的核心是希望文艺界能遵循文艺创作的基本规律，创造出契合这一时代的崭新篇章。这让我想起了国学大师王国维在《宋元戏曲考》中说过的一段话：“凡一代有一代之文学：楚之骚，汉之赋，六代之骈语，唐之诗，宋之词，元之曲，皆所谓一代之文学，而后世莫能继焉者也。”王国维一连说了楚、汉、六代、唐、宋、元六个朝代或时期的文学，来说明相应六种文体曾经的辉煌。所谓“后世莫能继者也”并非是说某一种文体在后代不再创作，而是无法达到曾经的高峰而已。所以“一代有一代之文学”，在王国维的语境中，其实是一代有一代之“文体”的意思。

按照清代叶燮的说法，文学创作的客观对

象不外乎理、事、情三者，围绕这三个字，不仅篇章杂沓，而且文体常新。而作者的主观条件也是才、胆、识、力四字可尽。如果说古今一篇大文章，都是由这七个字而成，当然是可以的。但具体到每个时代，确实会有一些新的气象，除了文体创新，还有精神上的独特气质。从“建安风骨”到“盛唐气象”，从“梗概多气”到“格力雄壮”，都深刻地烙上了时代的痕迹。“歌谣文理，与世推移。”一时代文学之所以难以被另一时代的所替代，原因也正在这里。

那么，生活在当下的时代，文艺工作者应该有怎样的创作情怀呢？我觉得文体创新或许需时较久，但时代气象总是扑面而来，时代精神也必然氤氲在心。习近平说：“一个时代有一个时代的文艺，一个时代有一个时代的精神。任何一个时代的经典文艺作品，都是那个时代社会生活和精神的写照，都具有那个时代的烙印和特征。”与历史上的其它时代相比，我们这个时代确实有着不同寻常的新气象。习近平说：“当代中国正经历着我国历史上最为广泛而深刻的社

会变革，也正在进行着人类历史上最为宏大而独特的实践创新。这种伟大实践必将给文化创新创造提供强大动力和广阔空间。”开阔的国际眼界、深刻的社会变革、丰富的生活面貌、多元的文化格局，彼此融通，而自铸新质。所谓文化创新的背景和方向也都在于此。

经典总是每个时代深情的呼唤，她不仅自成峰峦，傲世独立，而且穿越时空，盘桓人心。习近平同志说：“伟大的作品一定是对个体、民族、国家命运最深刻把握的作品。”“伟大的作品”当然具备“经典”的品格。这种作品因为浸润着深刻的身世之感和家国情怀，所以才拥有思想的穿透力、审美的洞察力和形式的创造力，有此种种之“力”，经典也就有了其它作品难以企及的生命力。

文学的视界虽有不同，涵括的生活内容和思想情怀也有宽狭高下之分，但都不妨其各成经典。以前王国维在《人间词话》中提出“有我之境”与“无我之境”的概念，很多人觉得深奥难解，不接地气。我觉得习近平同志说的“我们既

要像小鸟一样在每个枝丫上跳跃鸣叫，也要像雄鹰一样从高空翱翔俯视”，就非常形象而贴切地诠释了“有我之境”与“无我之境”的内涵。小鸟的世界也许只有一根短短的树枝，但它一样可以感受近处的一抹阳光和枝头的一缕芳香，真实而鲜活。雄鹰的世界则广阔无限，它可以畅快地俯视广袤的森林、大地，也可以沐浴满天的朝霞和醉人的黄昏，张扬而大气。造就怎样的文学境界，只能说文学家性之所近来决定。换言之，就看你是拥有小鸟的婉转之心，还是拥有雄鹰的宏阔之志了。

唐代的韩愈曾告诫那些想学古文的年轻人说：“仁义之人，其言蔼如也。”他的意思是说，把自己的道德修养提高了，文字自然温润可亲，别具魅力。“根之茂者其实遂，膏之沃者其光晔”。培其根本，才能丰其果实；备其灯油，才能增其光亮。习近平讲话中提到的德艺兼修，其实正是创造经典的必备素养。此外，尚须安守寂寞，深藏躁进之心，“无望其速成，无诱于势利”，无论是对于生活，还是对于文艺，这种沉潜从容的含

玩之心，确实是非常重要的。

讲话是纲要，崖略自高；关键在落实，见诸行动。作为一名长期在中山大学研究、讲授中国文学的学者，研读习近平这篇关于文艺创作和评论发展方向的讲话，真是于我心有戚戚焉。我欣喜地发现，作为南方的学术、文化重镇，我们中山大学提出的十二字培养目标：德才兼备，领袖气质，家国情怀，不仅是习近平讲话中的关键词，而且前后综合，构成其文脉的三个重要支点。

一所拥有并自觉追求人文情怀的大学，是值得尊敬的；而一所在德才兼备的基础上，把领袖气质与家国情怀的结合，视为人才培养方向的大学，更体现了一种特殊的仁爱之心和不凡气魄。我相信：四季如春的康乐园有足够的胸襟，承受这份源自历史的厚重、契合当下的丰饶和引领未来的坚毅的人文情怀。

生活之树常青，而文学之光恒耀。虽然“扬言赞时，诗奇明哲”，但我们既然身逢这一“时”中，岂能不惕励自若，而为他日明哲之“扬言”预备论说之资乎！

学术空间·书讯

读书不肯为人忙

历史学系 刘志伟教授



《读书不肯为人忙——中山大学历史学系本科生中国古代史论文选集》

刘志伟 主编
曹家齐 黄国信 副主编
中山大学出版社 2016.12

本来，读书与写作均是治学之正途。所谓学问，是在漫长的历史中一点点累积起来的，学生求学，必于书中求前人留下之学，故入史学门径之人，唯以读书为本分；读书有心得，笔记下来，有发明，阐发出来，也是读书之一种本事；治学渐有积累，对所读诸书中承载的知识义理生出点点疑惑，自立一题，从更多书中探源索解，创一新意，立一新说，撰成新作，寓读书之味于写作之中，亦不失为读书之路径。

然而，这种读书写作，须与今日以“创新创业”标榜的教学划清界线。今日流行的功利教学，写成了目的，论文篇数、字数成为效益之指标。或曰，制作论文，也会翻查书本，也是读书，但这种“为人忙”的读书，颠倒了读与写的关系，误导学生离开读书的本分，所谓读书，非但不能助人脱心志于俗谛之桎梏，反成俗谛生成之渊藪。此种风气下，“为己”之学，更不复可求。在这个读书之日人稀，“创新”之作日繁的时代，学术之传承，惟赖罕存之“迂儒”坚守。毋须讳言，中山大学历史系这个象牙塔，也逃不过被滚滚俗流冲刷，但守护住这个“迂儒”得以存活，得以生生不息的精神家园，始终是我们不离不弃的办学宗旨。为此，我们陈寅恪先生这一遗训作学生习作集的书名，表达心中仍存的学术信念，也提醒己不忘求学之初心，存一点读书之本心。

有一大家熟知的朱子诗云：“旧学商量加邃密，新知培养转深沉。”学人传承旧学发明新知，为读书治学之本义，故学者读书“为己”之境界，亦需于商量与培养中求。学生在求学中，设一专题做研究，撰写论文，在今时今日的学术范式下，为商量与培养之基本法。因此，我们编集这本习作集的用意，更多是留下学生读书治学的行迹。编中诸文，不乏新发明与新见解，也不藏幼稚浅学之痕迹，但都无掩我捧读时之喜悦。望后来之生，悦此论集，或可得见前人读书之乐，治学之趣，若还能从中悟得一点脱俗之精神，留得一点读书“不为别人忙”之心意，则编辑者之幸劳，功莫大焉！

（本文为《读书不肯为人忙——中山大学历史学系本科生中国古代史论文选集》序）

《新媒体与舆论：十二个关键问题》

近日，由中山大学传播与设计学院策划推出的“人文新媒体前沿研究”系列丛书第一本《新媒体与舆论：十二个关键问题》在第三届大数据传播论坛首发。该书由长江学者喻国明、张涛甫等知名学者和中山大学一批青年学术骨干共同撰写，立足新媒体与舆论研究的新语境、新趋势和新挑战，紧扣习近平总书记关于新闻舆论工作的系列讲话精神，探讨新媒体影响下舆论研究的新问题、舆论生态的新特征和舆论引导的新范式。

精华观点摘编

“舆情、舆论与民意”三词的使用法有讲究

当前，“舆情、舆论、民意”这三个词的使用频率非常高，但我们对三者的使用较为混乱，存在众多的误解和误用。中国社科院副研究员杨斌艳通过对这三个词汇在“词义渊源与管用实践”、“舆情作为流行词的再现”以及“词定义的重新审视”等几个方面的分析，认为“舆论”已经形成了广泛接受和较为普遍的定义和翻译，认可度和统一度较高；狭义的“舆情”与“民意”的区分度太差，如果借用古义的概念来框定“舆情”，不符合当前舆情发展的实际，建议重新讨论舆情的定义；“民意”中的“民”所代表的群体不同而分成不同层次，未必是大多数人的意见，可以是少数民意、个别民意，所以“民意”可以按照惯例，以后加限定的方式进行更为明确的表述。

看看“舆论”内涵在近现代中国的“前世今生”

“舆论”一词的字面，在古汉语中早已有之，其中“舆”字，最早出自《老子》，但其与现代意义上的“舆论”中的“舆”风马牛不相及。中国人民大学新闻学院博士后史文静认为，作为外来词的“舆论”是“public opinion”一词的中译，但与中国古代的“舆论”一词不存在必然的对应。她在《近现代中国“舆论”语义内涵的演变》一文中进一步指出，古代的“清议”思想代表了中国舆论思想的传统内涵，“舆论”一词西风东渐的跨文化传播的实践历史代表了中国土绅阶层参与政治决策与议论国事的言论传统与文化惯例。由此可见，“舆论”一词虽深受西方政治学说影响，在近现代中国其内涵也几经分化、演变，但始终未能脱离中国传统政治变革的历史和认识的轨道。

新时期政党宣传的“可沟通”范式

中国共产党的政治宣传在战争时期、建国时期、改革时期和转型时期呈现出不同的宣传范式。新时期党的宣传面临着来自环境的新挑战，需要创新宣传模式。对此，中山大学传播与设计学院张宁教授在本书的论文《关系视角下政党宣传方式的转变与创新》中提出，互联网时代执政党需要建立“可沟通”的宣传范式，一是可沟通的受众关系，允许并容纳多元主体参与进来，通过不同的话语体系和传播方式达成政党宣传的目标；二是可沟通的传播环境，让非主流意识形态和政治亚文化形态与主流意识形态共同构筑一个多元互动、融合竞争、宽容良性的社会信息生产与传播环境；三是可沟通的宣传机制，新时期执政党应该把宣传部门职能为一个重要但相对自由裁量空间的职能部门，允许宣传以独特的创新方式走在政党战略的议题推广、政策实施和工作落实之前。

态的新特征和舆论引导的新范式。

该书主要立足于新媒体舆论的研究、监测分析、引导和社会心态调适等问题：一是从历史与时空角度，探索了舆情、舆论、民意等词在中国语境下的变迁和实质内涵、关系视角下政党的舆论治理模式和宣传范式的转变与创新、政治传播视角下的跨境网络舆论场；二是从网络与重构角度，探讨了网络舆情热点的总体特征和演变规律、微博微信舆论场

跨境舆论场中的舆论差异

中国内地与香港、澳门的协同发展关系是国内政治中的重要面向，港澳的稳定成为中国社会稳定中的重要维度。当前，香港与内地的关系趋于紧张，而媒体和互联网在两地关系中扮演了不可忽视的角色。中山大学传播与设计学院副教授钟智锦在本书的论文《政治传播视角下的跨境舆论场》中认为，港澳与内地舆论场的分割，使得互联网应有的政治传播功能走向另一个极端。一方面，在本地政治环境中，网络促进了港澳社会政治信息的急速传播，互联网和媒体都承担了非常重要的组织动员功能；另一方面，在地域政治或跨境政治中，对互联网的人为区隔直接造成了网络舆论场的分化。

网络舆情研究的三点启示

网络舆论是社会整体舆情的温度计，也是社会民意的风向标，网络舆情的变化成为社会治理决策参考的重要依据。为了提出具有实效性的舆情治理对策，首先需要聚焦网络舆情的研究本身。中山大学传播与设计学院副研究员曹洵与教授张志安通过对近年来网络舆情热点特征、规律、演变动态的全面分析和归纳，就当前的网络舆情研究提出三点启示：一是从单一事件分析到复杂网络分析，互联网是典型的复杂网络，借助深度的数据挖掘，可以洞察舆情整体面貌与趋势变化；二是从注重数据到重视关键性文本，网络中各种有价值的文本应该成为研究的重点对象，细致系统的文本分析是以后舆情分析特别需要加强的部分；三是从总结分析到研判预警，在数据资料有相对充足积累的基础上，利用分析模型帮助研究者在特定条件下，对某些网络舆论议题或群体聚合变化进行研判和预警，而不仅仅是事后分析。

微博与微信舆论场研究的新视角

伴随移动互联网的普及和网络舆论研究热度的提升，作为网络热点扩散、热门话题生成和舆论空间形塑的重要平台，微博与微信成为学者关注的焦点，二者作为网络舆论场中的组成部分，其重要性及影响力与日俱增，对微博微信舆论场的研究议题也有待更新。对此，中山大学传播与设计学院教授张志安与其硕士研究生束开荣在本书的专题论文中，主张将微博与微信舆论场的比较研究嵌入特定的关系网络模型中去考察，描述并分析微博与微信舆论场的关系网络与生态特征，为社交媒体舆论的探讨提供新的理论视角。他们认为对社交媒体舆论的研究应该从整体的、动态的、关系的视角切入，充分重视平台要素的特殊性，立足转型社会与技术变革语境，以关系网络与生态特征的逻辑关联为研究路径，聚焦平台内部的结构化特征之于个体（或群体）在信息传播及人际（或群体）互

的特征研究、网络舆论的非理性及因素研究、网络语境下舆论研究的反思与路径；三是从方法与引导角度，探索了大数据语境下民意研究的路径与趋势、微博舆论传播的模式及演化机制、社会心态调适与网络舆论引导策略和中国舆论治理的三维框架。

这本书呈现了新媒体和舆论研究领域最新成果，希望为学界和业界在谈及舆论时提供一个有价值的阅读文本。

动方面的影响，以此建构社交媒体空间的关系网络与舆论场生态，把握社交媒体舆论的生成与演化机制。

网络舆论的理性/非理性研究需要注意两个问题

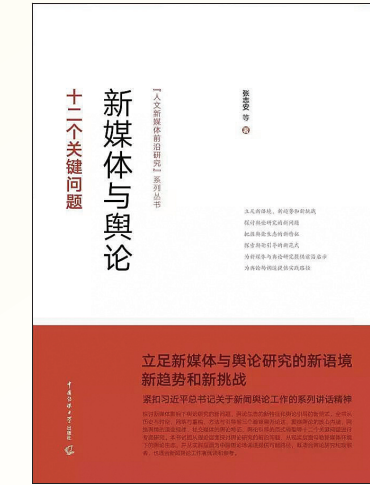
网络舆论可能是理性的也可能是非理性的。从研究视角上，中山大学传播与设计学院教授张志安与其博士生晏齐宏在本书中就网络舆论的理性/非理性研究现状进行系统探讨，提出此类研究需要注意的两个问题：一是网络舆论的理性/非理性与舆论理性/非理性并非同一层次的问题，舆论本身应该是与理性有着无法剥离的关系，舆论与理性/非理性的问题是一个重要的研究层次，与网络舆论的理性/非理性并不是简单的空间区别。二是网络舆论的理性与非理性更应该注重微观点义上的舆论，这个视角侧重于认为舆论是作为过程的舆论，更强调分析网络舆论的理性问题，且更侧重于研究内容理性。

舆论研究路径的新思考

互联网语境下的舆论研究正如火如荼的同时，舆论研究的概念本身、研究方法以及结构性等方面的问题亟待反思。中山大学传播与设计学院副研究员曹小杰在本书中对上述问题进行反思的基础上，提出舆论研究路径的一些新思考。他认为，不妨将网络舆论置于权力与资本的视角下进行研究，探讨二者对舆论呈现形态、真实程度以及具体启示方面表现出的复杂特征。比如，在概念工具上，舆论研究的工具概念需要调整，既要从整体性的大众舆论转向分众舆论，也要从显性舆论转向隐性舆论；研究方法上，隐性的、分众的舆论形态至少可通过相关后台数据库（对应沉默舆论）、网民变换着形式使得内容获得公开的部分（另类舆论）以及海外平台呈现出来的相关部分（海外舆论）等三种相对客观的大数据方式获得。

作为工具的大数据如何使用是关键

越来越多的人参与到大数据民意挖掘的工作中来，关于大数据样本的代表性和大数据研究的适用性等问题也逐渐成为学界和业界讨论的焦点问题。对此，香港城市大学媒体与传播系副教授与其博士生王天娇提出，大数据只是众多研究手段之一，如何使用，才是关键。一方面，合理使用大数据可以提高政府的民意收集效率、提高政府效率和社会的开放度；另一方面，过度使用大数据榨取商业价值，可能会限制个体的选择自由并侵犯个人隐私。此外，文章就大数据语境下的民意研究路径，提出聚焦“非结构化文本数据”、“结构化行为数据”、“社会网络数据和群体趋同性”等方面充分发挥大数据挖掘技术在舆论研究领域的潜力。



张志安 等著
中国传媒大学出版社
2016.12

基于复杂网络拓扑结构研究的舆论治理建议

微博用户相互连接形成的复杂网络是微博舆论形成和传播的重要平台，科学认识这一复杂网络是深化认识微博舆论传播规律的基础理论问题。对此，华中科技大学新闻与信息传播学院副教授李卫东在利用复杂网络拓扑结构对微博舆论传播模型及其演化机制进行量化实证的基础上，就微博舆论的管理和治理提出三点建议。一是建立“意见领袖”间的信息共享渠道和群体内部信息环路渠道，这将对突发公共事件的快速解决起到较为明显的促进作用；二是应用多种信息互动渠道，弥补群体间信息渠道的不足，融合论坛、门户网站、博客、微信等多种互联网信息技术平台，增强群体间的信息传递；三是加强信息的公开性和客观性，保持信息渠道的畅通性和透明度。

舆论引导应注重社会心态调适

针对近年来大量网络事件和舆情危机，传统的舆论引导方式时常出现措施滞后或效果弱化的问题，因此，有必要立足网络社会和风险社会的双重语境对其进行反思和提升。对此，中山大学传播与设计学院教授张志安与其博士生张美玲援引“社会心态”概念，将其置于舆论引导的视野中，以此考察舆论引导的实效指标、关键挑战及主要策略，推进舆论引导范式的逐渐转变。他们认为，若要深层次改变“社会舆论场”，则须实施以“问题导向”、改变公共话语、协同引导等具体的心态调适策略，进而提升舆论引导方式科学性，取得舆论引导的实效和长效结果。

中国舆论治理的三维框架

新媒体星罗棋布的信息节点，病毒式传播，这些都给舆论治理增添了极大的难度。对此，复旦大学新闻学院教授张涛甫提出舆论治理的“三维框架”，认为舆论治理需要由浅入深，超越单一维度的小逻辑，由浮游于表面的社会舆论深入到社会心态，甚至寻找结构性解决路径。在他们看来，这个三维框架构建了中国舆论治理的理论逻辑和实践基座。在这个三维框架中，社会舆论是表层结构，社会心态是中间层，社会结构则是底座，三者之间密切关联。形象地说，社会舆论只不过是裸露在外面的水流，决定水流的流向和流速的关键是其下面的河床，社会心态和社会结构构成了社会舆论的河床。若我们只看到河床之上的流水，对河床视而不见，或不尊重河床的结构规律，整体性地关照问题的系统关联性，就容易在实践上走错方向。