

论当代诗歌传播体制中的选本传播

罗 执 廷

(暨南大学 文学院, 广东 广州 510632)

摘要:自“新时期”以来中国诗坛就不缺乏各种各样的选本,由诗歌报刊、民刊、诗集、选本、互联网、电视等共同构成了整个诗歌传播体系,而选本在其中具有重要的不可或缺的地位,选本传播在推举年轻诗人、促进诗坛竞争和确立诗人与诗群的文学史地位方面具有重要贡献和影响力。当代诗歌亟待经典化,而选本重任在肩。应多多关注选本在诗歌传播上的优势和影响力,而不必总是盯着互联网、电视之类的“热媒体”,一厢情愿地幻想诗歌的大众传播。

关键词:诗歌选本;传播体制;象征资本;经典化

中图分类号: I 227 **文献标识码:** A **文章编号:** 1000—8691(2012)06—0148—05

近 20 年来,“新诗没有读者”、“诗人寂寞”、“新诗前途堪忧”之类的哀叹不绝于耳,为突破这种困境,人们搞新诗演唱会和朗诵会,办诗歌节,提倡“公交诗”,搞“春天送你一首诗”、“诗歌污染城市”运动等等,几乎都是在扩大诗歌的载体与拓宽传播渠道方面下手。这样的思路与做法当然都有积极意义,但也有偏颇,就是过于强调了诗歌的大众传播,片面将受众的多寡与新诗的前途挂钩,眼睛只盯着互联网、电视这些“热媒体”。但在谈到新诗的困境时,有论者说:“为什么新诗不能和旧体诗相比,在读者中广泛流传呢?原因当然很多,其中最重要的,我认为中国新诗没有好的、能为大众所接受的选本。中国诗坛还少有真正的选家。”^[1]这种说法是否确当暂且不论,但它注意到了选本这种诗歌传媒的重要性就颇有眼光。事实上,这些年来某些诗歌选本所引发的社会关注度并不算低,只是人们大多止于就事论事,极少从整个当代诗歌传播体制的高度上来梳理选本传播的特点和意义。而这正是本文的着笔之处。

一、诗歌选本之繁盛及背景

其实自“新时期”以来中国诗坛就不缺乏各种各样的选本,仅仅是每年出版的年度诗歌选本就有多种,再加上按年龄、性别、地域、题材、流派、潮流等名目编选的各类选本,其情形之火爆让人印象深刻。以诗歌年选为例,诗刊杂志社自 1980 年起连续编选了 11 个年度诗歌选本,中国社科院文学所当代文学研究室在 20 世纪 80 年代前期也连续推出过五六个诗歌年选本,中国青年出版社的《青年诗选》年选共出 7 次,安徽文艺出版社共出 8 本《全国诗歌报刊集萃》年选,天津百花文艺出版社出版了至少 5 本《海内外新诗选萃》,吕进、毛翰自 1994 年起连续推出 5 卷《中国诗歌年鉴》,90 年代后期以来,长江文艺、漓江、辽宁人民、春风文艺、花城等出版社以及杨克等个人每年都推出各自的诗歌年选。这些还只是较具规模和持续性的年选运作,

收稿日期:2012—08—21

基金项目:本文是教育部人文社科基金项目“文选运作与中国当代文学的发展”(项目号:09YJC751033)、暨南大学“中央高校基本科研业务费专项资金资助项目”《当代诗歌生产体制研究》(11JYB2023)的阶段性成果。

作者简介:罗执廷(1975~),男,文学博士,暨南大学中文系副教授。

(C)1994-2020 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. <http://www.cnki.net>

零星、散乱的诗歌年选出版就无法统计了。又如地域性诗歌选本,20世纪末以来仅“诗歌大省”广东一地每年推出的就不下10种。而诗歌潮流方面,1985至1992年间出版的各种大学生诗歌选本将近百种,“第三代诗”的选本在1985至1994年间共出版20多种^[2]。1999年以后各种“代际”性选本蔚然成风,如《中国第4代诗人诗选》、《70后诗集》、《70后诗歌档案》、《中间代诗全集》、《80后诗选》、《80后诗歌档案》等。而随着互联网的迅猛发展,《网络诗三百》、《中国网络诗典》、《网络诗歌300家》、《中国网络诗歌年鉴》之类的网络诗歌选本也层出不穷,难以计数。

诗歌选本的繁盛首先是因为诗歌创作的繁荣这一基本背景。有一个例子,1984年《诗刊》开办诗歌刊授学院,面向业余诗歌爱好者招生,结果报名人数高达2万余人,学员遍及全国各省^[3]。一个诗歌刊物的函授培训就能吸引这么多人参加,不难想象诗歌创作队伍之庞大。20世纪80年代后期起文学不断边缘化,读者不断流失,但这只是文学消费市场的萎缩而不是创作的萎缩,诗歌的产量并没有下降。2000年时有诗评家称:“据统计现今每年发表和出版的诗歌产量至少在10万首以上。”^[4]诗歌高产的另一佐证是,仅仅是向《2006中国新诗年鉴》执行主编的电子邮箱投稿的诗人就高达1400余人,作品超过1万首^[5]。进入没有发表限制的互联网时代以后,年轻的诗歌写作者更是成群涌现,前赴后继。如今从10多岁的“90后”到90多岁的老诗人都在写诗,整个诗歌的产量可想而知。而另一方面,诗歌的信息功能、娱乐功能的缺乏又必然导致其市场消费价值的弱化,于是出现“写诗的比读诗的人还多”的奇特景观。诗歌产量的过剩与消费市场的萎缩这一对矛盾导致诗歌的传播必然要走向选择性传播,而选本恰好就属于这种路径,因此得以繁荣兴旺起来。

另一方面,选本这种图书品种本身就很容易吸引读者,极具市场价值。选本入选的作家多,且名义上是面向整个诗坛遴选“佳作”、“精品”,可以“一册在手,佳作尽收眼底”,颇能满足一般读者追求最大化效益的阅读心态。所以诗歌选本的出版容易得到读者市场的支持,也成为出版社热衷推出的图书品种。所以,20世纪80年代后期以来由于纯文学的衰落和出版的市场化,个人诗集出版极为困难,“而各式各样的诗歌选本倒是甚嚣尘上,大有诗选代替诗集之势”^[6]。另外,选本作为多人合集的性质也有利于集合众人的资源(金钱、声名、读者),让选本容易出版且又容易收回成本。于是从80年代起就有不少市场化的诗歌选

本运作,各种报刊上不断出现“第X代诗人力作精选”之类的征稿启事,声言要交纳编审费、订书费等等。由于有良好的市场基础,选本的运作也容易吸引书商或私人投资,《后朦胧诗全集》(1993)就是诗人兼书商万夏投资的,赵红尘、黄礼孩、潘洗尘等诗人、诗歌活动家近些年来也一直在对选本运作进行投资。杨克主编的《1998中国新诗年鉴》完全由书商进行市场营销,取得了可观的市场销量。书商一般有较强的市场运作能力,善于利用新华书店以外的“二渠道”(私营图书批发零售渠道),所以很具活力。私人投资和二渠道发行既证明了选本确有市场价值和投资价值,也对思考当代诗歌的传播渠道选择问题大有启发。

选本的繁盛还源于它的象征资本属性。选本的“选”名义上是“精选”、“选优”,可赋予所选作品以“佳作”、“名作”的荣誉。法国社会学家皮埃尔·布迪厄(Pierre Bourdieu)将“威望、名声、荣誉”等称之为“象征资本”(symbolic capital)^[7](P564),选本显然就是这种象征资本的颁发机构。因此许多作者都把某个选本选载了自己的作品当作引以为傲的资本,“‘被选过’亦成为一种资格”^[8]。许多地方政府的文化部门也在文艺评奖、作家评级(职称)时把是否有作品被转载作为一个指标,选载率往往与作品的水平和作家的成绩挂上钩。由于这样的背景,多年来各种年鉴、年选类诗歌选本,各种地域、代际性选本层出不穷;年轻的诗人们要靠选本来集结势力以集团的力量冲击固化的诗坛秩序,为自己赢得一席之地;地方性的诗人们也要靠选本来制造声势吸引眼球,而许多地方政府的文化部门也乐于编选本以显示地方文化建设的成就。

上述情形和背景导致了诗歌选本的繁盛,以至于有人惊呼当代诗歌发展已进入了一个“选本时代”,各种诗歌选本主导着新诗的传播和接受,甚至左右着诗坛的秩序。

二、当代诗歌传播渠道概览

当代诗歌的传播渠道当然很多,除了选本之外还有公开报刊、民间刊物、诗集出版、电视以及新兴的互联网等等。下面笔者就来逐一梳理,看看它们各自在诗歌传播方面有何能耐。

公开报刊包括专门的诗报、诗刊和登载诗歌的综合性文学刊物,这其中有老牌的《诗刊》、《星星》,也有《人民文学》、《花城》等综合性文学刊物,还有《绿风》、《诗歌报》、《诗林》、《当代诗歌》、《诗神》、《诗潮》、《华夏诗报》、《黄河

诗报》、《诗选刊》等众多的地方性诗刊诗报。20 世纪 80 年代中期专门性诗报诗刊的数量达到顶峰,接近 20 种,某些刊物(如《诗刊》)一度十分红火,印数达到二三十万册。然而好景不长,随着大众娱乐方式的兴起,整个纯文学的处境日趋艰难,诗歌作为弱势文学体裁情形更糟,“被报纸从副刊中逐出,被许多文学刊物逐出”^[9],专门的诗报诗刊种数下降的同时印数也下滑严重,大都只有几千册到上万册,“一些诗歌报刊挣扎在存亡线上”^[10]。

所谓的“民刊”构成当代诗歌传播的又一渠道。这些自办自印的出版物没有正式刊号和书号,不能进入正规期刊发行渠道或图书销售渠道,只能用于诗人、诗歌爱好者之间交换阅读。其中较有影响的是由诗人同仁编印的报刊,具有一定的专业水准;另一类由各种政府机构和企事业单位(如大专院校)的文化、宣传、工会、团委等部门创办的内部印行的文艺刊物,则主要是为诗歌爱好者和初学写作者提供练笔的园地,在诗歌界基本没什么影响力,可以忽略不谈。据民刊搜集者世中人粗略统计,自 1978 年迄 2004 年大陆出版的民间诗歌报刊数量庞大,总量已经超出 1000 种之多^[11]。但它们大都流于昙花一现的命运,不断地成立、创刊,又不断地夭折、消亡。民刊的印数通常都极低,大多只有数百册甚至几十册,较有影响的如《他们》印数最多时也不过上千册。由于不能公开流通,民刊基本上只是在某些小圈子里流传,事实上它们的影响力还是要经由诗评界的关注、正规刊物的转介或图书出版的转用(如选本)等渠道才能实现。

个人诗集的情形比民刊好不了多少。1980 至 1981 年正是“文学热”的时候,却连许多名家的诗集都难以出版或没有销路。青勃的《引玉集》、吕剑的诗集只印了 1000 册,方纪的诗集因书店只订了 500 册不能开印,江苏人民出版社的“诗人丛书”最初的征订数也都在 2000 册以下;上海文艺出版社诗集的印数最低者只有 2000 甚至 1700 册,四川人民出版社的新诗集印数一般在 2000 册,少的竟然到了几百册^[12]。1985 年前后的情况也是:“出诗集难,发行渠道不畅,逼得一些诗人(主要是青年诗人)自费出诗集、自己包销。”^[13]20 世纪 90 年代情况依旧,即使是知名诗人情况也不乐观,著名老诗人郑敏在谈话中就多次抱怨出版诗集的不易^{[13](P123)}。比难出版更要命的是出版了也不能进入图书发行渠道,只能在小圈子里互相赠送。著名诗人于坚牢骚满腹地说:“1989 年我出版了第一本诗集《诗六十首》,它们出版后运到我家里,我是通过邮寄的方式把这些小册

子卖掉的。1993 年在朋友的资助下,我印行了另一部诗集《对一只乌鸦的命名》,它同样从来未进入发行渠道,乌鸦们是一只一只从我家里飞走的。此后 7 年之间,我再也找不到愿意出版我的诗集的出版社,这个国家的很多出版社都把出版诗集看成是对诗人的一种施舍。”^[14]而据刘福春统计,2006 年全国公开出版的 40 余种个人诗集中,印数为 1000 册的有 23 种,1500 册的有 2 种,2000 册的有 3 种,3000 册的有 7 种,4000 册的有 3 种,5000 至 6000 册的有 4 种,6000 册以上的一本也没有^[15]。

相比个人诗集,诗歌选本却要风光得多。不要说《朦胧诗选》、《朦胧诗精选》等一二十万册的总印数,即便是普通的诗歌选本其印数也普遍要高于个人诗集。20 世纪 80 年代《诗刊》杂志社编的诗歌年选就很受欢迎,其中《1981 年诗选》首印 35300 册,《1982 年诗选》首印 36800 册,《1983 年诗选》首印 28700 册。中国社会科学院文学所当代文学研究室编的《中国文学作品年编·1981 新诗选》首印 2 万册,《1983 中国新诗年编》首印 22500 册。中国青年出版社编印的《青年诗选(1978~1980)》首印 3.1 万册、《青年诗选(1981~1982)》首印 10 万册。“复旦社社”编辑的大学生抒情诗选《海星星》第一版就印了 3.8 万册,多次加印后总印数近 7 万册^{[16](P77)}。即便是在 90 年代初文学出版最萧条时期,唐晓渡编的《灯心绒幸福的舞蹈——后朦胧诗选萃》(1992)的印数也达到 3 万余册。90 年代后期以来选本更是成为文学图书中最有市场的一类,杨克主编的《1998 中国新诗年鉴》印数达 2 万册,韩作荣编选的《中国诗歌精选》年选印数始终比较稳定,其中 2001 年卷 9000 册,2003 年卷 12000 册,2004 至 2007 各年度印数都在 10000 册。诗刊社编选的诗歌年选已出版了 10 多本,印数基本能维持在 1 万册左右,其中《1999 年度中国最佳诗歌》甚至达到 3 万册^[17],张清华编选的《21 世纪中国文学大系·诗歌卷》自 2001 年起“销量一直在 8000 册左右”^[18]。

20 世纪 90 年代末以来,互联网日益成为人们日常生活中的重要媒体,也成为诗歌传播的重要渠道。由于互联网能够储存海量的诗歌文本,能够为人们提供查阅、下载、复制等方便,所以在诗歌传播渠道中的地位也变得重要起来。但互联网也有一个致命的缺陷,就是当它作为诗歌发表的媒介时,不需要审稿和筛选自由发布,往往泥沙俱下,从而丧失了媒体公信力。所以诗人们在网站、博客上面发表了诗作之后依然会寻求在纸质的报刊上重新发表,因为目前只有这些纸质媒介具有必要的公信力。所谓“网络诗

歌”(即网络原创诗歌)还是要依靠传统的文学报刊和选本的转载才能正名,才能从网络的“在野”、“业余”身份变为“正规”身份,成为主流诗界认可的产品。

在上述媒体之外,还有电视、朗诵会、歌曲、磁带、手机短信等都可作为传播诗歌的载体或渠道,如中央电视台近年来搞的新年新诗朗诵会、各地纷纷主办的诗歌节朗诵会、《诗刊》杂志发起的“春天送你一首诗”公益活动等,应该说都对当代诗歌的传播有所助益。但这些媒介或渠道的作用还有待观察,不宜高估,因为它们至少有如下弱点:其一,非常规性,活动次数和频率都不稳定;其二,非专业性,活动中诗歌的受众多是社会大众,不具专业影响力;其三,目标散乱,选诗的时空范围过于分散,并非集中推介当代新诗;其四,文字的诗有可能被乐曲、歌曲喧宾夺主。

三、选本传播的地位与贡献

从上面的分析可以看出,在当代诗歌传播诸渠道中,综合性报刊在诗歌发表与传播方面出力甚少,专门性诗歌报刊具有较强的专业影响力但种数与发行量都在下降,在传播方面的作用与影响力也随之下滑;民刊与个人诗集面临流通或市场的限制,传播力与影响力都很微弱;互联网、电视、朗诵会、歌曲改编、光碟等媒介也缺乏专业影响力。这就让选本在当代诗歌传播体系中的重要性凸显出来。

其实,选本之于诗歌传播的重要性主要并不在于它的市场潜力上。诗歌的媒介可以分为两种,一种是专业性媒介,如文学期刊、选本、诗集,另一种是非专业性(业余、大众性)媒介,比如互联网、电视、光碟等,在诗歌的传播与发展上当然是专业媒介的影响力更大,因为诗歌作为一门专业技艺,专业评价更重要。新世纪以来民刊蜕变为诗歌爱好者的敝帚自珍,其专业性下降而业余媒介的属性上升,所以民刊和互联网都具有“江湖”性质,是“民间”的、“在野”的和弥散性的,当然不能像“(诗)坛”那样成为注意力的中心。而选本这种媒介基本属于专业性媒介,无论是其编选者还是受众,主体都还是文学界、批评界、学术界的专业人士,所以能够被由这些人构成的诗坛或主流诗界认可。而且选本不仅具有筛选性,还有聚焦性,能够聚集人们的注意力。目前选本已成为民刊诗人和网络诗人进入公开诗坛和主流诗坛的桥梁,许多主要从民刊或网络起家的年轻诗人,多是经各种诗歌选本的转介,才引起诗坛的注意的。所以,就受众的多少而言选本的传播能力远远不及互

联网、电视、光碟,但就传播的影响力却更重要。对于诗歌的发展而言,读者数量其实并不具有绝对的意义,目前已到了一个应该重视“有效传播”和“有效阅读”,重视有较高水准的诗歌受众的时代,不应该再片面追求受众的数量。

选本的传播地位不仅建基于其“专业性”传媒身份,更建基于它的“二次传媒”身份之上。所谓的“二次传媒”是相对于以“发表”为职能的首次传媒而言的,选本是对报刊、互联网、民刊等发表传媒的择优录用,所以它凌驾于首次传媒之上并对它们起着选择、监督、评价的作用,对诗歌传播起着筛选、鉴别的“把关人”角色,在整个诗歌传播的流程与链条中位置十分关键。作为“把关人”,它们确保将稀缺的二次传播、扩大传播的机会给予好诗。选本的筛选结果也是对首次媒介的一种隐形压力——因为转载率的高低通常被视作是表征着这些首次媒介的办刊水平。诗歌界对正规文学刊物一向颇有微词,认为“一些专门性的诗刊不断地用泡沫诗歌来淹没本质性的作品。一些综合性的期刊由于丧失判断力常常浪费有限的版面”^[19]。至于民刊、互联网这两种首次传媒也是问题重重。20世纪末以来,民刊的印刷质量和印数有所提升,质量却未必有所上升,反倒呈现出小圈子化等弊病,变成了自我赏玩的物件。而互联网由于发表自由没有门槛,往往垃圾居多。这种种弊病也必然凸显出选本这种“把关”者的重要性与不可或缺性。

选本传播的影响是多方面的,首先一个就是减少了传播环节,缩短了传播的链条。通常的诗歌传播路径是写作(手稿)——发表(报刊、民刊、互联网)——转载(选本、文摘等)。但当代许多选本早就突破了只做二次传媒的角色,常常直接选用诗人的手稿,这就绕开报刊等首发媒介,形成一种“手稿——选本”的新型传播路径。在“第三代诗”初兴之时,由于各种原因公开报刊对第三代诗人采取了冷落的态度,导致他们无法发表和公开自己的诗作。好在他们抓住了图书出版先行市场化改革的契机,陆续出版了一些选本,其中就收录了诗人们许多未曾发表或公开的诗作。这些选本为第三代诗人公开亮相并为诗坛所承认提供了难得的机会,所以当代文学史家洪子诚指出“若干诗歌选本”为“第三代诗”的“浮出历史地表”,起到了重要作用^[20]。当年“朦胧诗”的主将芒克、多多的许多诗也是直接从手稿进入《新诗潮诗集》、《朦胧诗精选》这些选本才得以公开并为人所知的。1999年以来,杨克的《中国新诗年鉴》等诗歌选本多采用征稿、自荐的编选方式,也都首发了一些诗人的手稿。这种“手稿——选本”的传播路径有助于年轻诗

人、未名诗人或某些有争议性的诗歌绕过公开刊物或者是民刊小圈子的壁垒而在诗界或读者面前亮相。这其中的积极意义值得肯定。

选本传播的另一显著效果是促成或强化了诗坛的竞争,形成了当代诗歌的运动式、代际式发展样态。数量繁多且层出不穷的各种诗歌选本的运作,让20余年来的诗坛始终保持着相当的活力,掀起了一波又一波的热潮:“第三代诗”、“知识分子写作”与“民间立场”之争、“70后”运动、“中间代”运动、“80后”运动……“70后”诗歌一代的崛起就主要是《岁月的遗照》和《1998中国新诗年鉴》这两个选本掀起的“民间”与“知识分子”大争斗的刺激下,靠《70后诗人诗选》、《70后诗集》等选本的炒作才成功登上文坛的。

选本在文学传播的链条上处于较后端或高端位置,对于整个传播的结果具有较强的影响力,这是一般的首次传媒做不到的。当年“朦胧诗”运动声势浩大,卷入者极多,但经过《朦胧诗选》、《五人诗选》这几个影响较大的选本的筛选,最后只有北岛、舒婷、顾城、江河、杨炼五人脱颖而出,并在很长一段时期内代表着“朦胧诗”。就“第三代诗”而言,也是众多选本的筛选,才排列出一个韩东、于坚、翟永明之类的代表名单。可以说,选本在诗歌的经典化上有着突出的能量和贡献,而这也正是当下的诗歌传播必须倚重的。在新诗的经典化上做得很不够,以致影响到社会大众对新诗接受和评价。比如,人们对当代诗歌的了解似乎到朦胧诗为止,再后就只有一个海子,不仅仅是社会大众,即便是文学界中不关注诗歌的人士也未必知道海子之后还有什么值得一提的诗人和诗。海子知名度高有其自杀等特殊背景,而北岛、舒婷、顾城等朦胧诗人的广为人知主要靠的就是《朦胧诗选》、《五人诗选》这几个选本。如果不借助于好的选本编选,中国社会对海子之后的中国诗坛的了解恐怕仍然会近于空白。当代诗歌是到了一个亟待经典化的时候了,选本在这项使命中的作用不言而喻。

目前新诗发展遇到的问题,不仅一般大众对新诗不感兴趣或者在文化消费选择特别丰富的情形下不太可能注意到诗歌,即便是诗歌界人士面临海量的诗歌生产和泥沙俱下的局面也可能感到倦怠。而选本因为其集纳佳作、盘点诗坛的特性,因为其强烈的象征资本属性和权力话语色彩,天然地就容易吸引人们的注意力,这已为近30年的当代诗歌史屡屡证明。所以应该多多关注选本这种诗歌传播路径的优势和影响力,而不必总是把眼睛盯在互联网、

电视这类“热媒体”上面。可以从“选”这一渠道入手来搞活诗坛,促进诗歌的创作和质量提升,可以通过办好诗歌的选刊、加强文选文摘报刊对当代诗歌的选载活动,以及加强选本运作等方式来扩大诗歌的社会影响。

参考文献:

- [1]邹建军.诗坛呼唤“真选家”[J].诗刊,2001(7).
- [2]罗执廷.选本运作与“第三代诗”的文学史建构[J].江汉大学学报,2012(1).
- [3]朱先树.为了诗歌的繁荣和兴旺——记诗刊社全国青年诗歌刊授学院开学盛况[J].诗刊,1985(1).
- [4]张清华.九十年代以来的诗歌生产[J].诗潮,2000(9~10).
- [5]杨克.《2006中国新诗年鉴》工作手记[A].杨克,主编.2006中国新诗年鉴[C].广州:花城出版社,2007.
- [6]王聪益.1986年以来中国大陆新诗传播研究[D].苏州大学硕士学位论文,2008.
- [7]玛丽·弗兰西斯·霍普金斯.学术市场中的文化资本:文学在行为研究中的地位[A].薛晓源,曹荣湘,编.全球化与文化资本[C].北京:社会科学文献出版社,2005.
- [8]刘庆邦.一种判断——我与《小说选刊》[EB/OL].<http://www.mzlnews.com.cn/article.asp?articleid=3319>.
- [9]李曙白.诗歌与读者[J].诗刊,2001(9).
- [10]王燕生.交流经验 互相支持 繁荣诗歌的一次盛会[J].诗刊,1985(7).
- [11]世中人.以可疑的身份进入历史的真实——管窥中国大陆民间诗歌报刊的发展及意义[J].星星,2004(3).
- [12]诗集的出版与发行[J].诗刊,1981(10).
- [13]洪子诚,刘登翰.中国当代新诗史[M].北京:北京大学出版社,2005.
- [14]于坚.于坚的诗·后记[M].北京:人民文学出版社,2000.
- [15]刘福春.2006年的诗集[A].中国诗歌研究动态(第三辑)[C].北京:学苑出版社,2007.
- [16]阎志主,编.中国诗歌(第七卷)[M].北京:人民文学出版社,2010.
- [17]2000中国年度最佳诗歌[M].桂林:漓江出版社,2000.
- [18]诗观察:选本时代[A].汉诗(2008年第4季)[C].武汉:武汉出版社,2008.
- [19]宗仁发.序 站在读者的立场上[A].2001中国最佳诗歌[C].沈阳:辽宁人民出版社,2002.
- [20]洪子诚.序·第三代诗新编[M].武汉:长江文艺出版社,2006.

[责任编辑:谢雨佟]