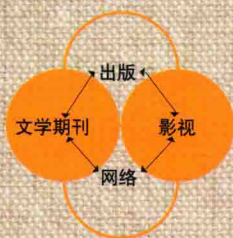
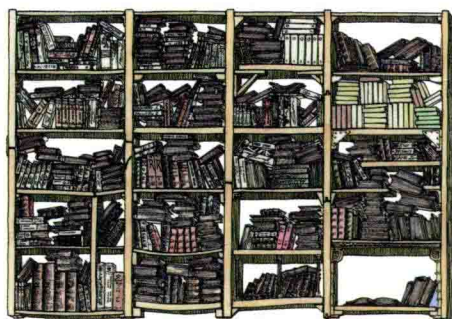


王月◎著

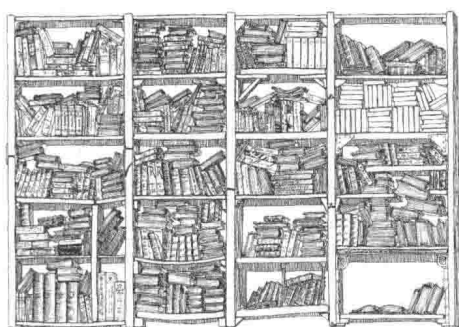
新世纪 媒介文化 的变迁



上海交通大学出版社
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS

新世纪 媒介文化

王月◎著



上海交通大学出版社
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS

内容提要

本书以 21 世纪以来发表、出版的小说为研究对象,从文学期刊、出版、影视和网络四种媒介对新世纪文化生产的影响入手,具体分析四大媒介如何次场间相互交错,并借政治、经济之力,内爆媒介场的权力以影响媒介文化的样貌、成规,以及对文化未来走向产生的影响。同时,试图展现新的世纪里文化生产过程中整个文化生产机制的动态运作。

图书在版编目(CIP)数据

新世纪媒介文化的变迁 / 王月著. —上海: 上海交通大学出版社, 2015
ISBN 978-7-313-13292-5

I. ①新… II. ①王… III. ①小说研究—中国—当代
②传播媒介—文化研究 IV. ①I207.42②G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 143212 号

新世纪媒介文化的变迁

著 者: 王 月

出版发行: 上海交通大学出版社

邮政编码: 200030

出 版 人: 韩建民

印 制: 凤凰数码印务有限公司

开 本: 787 mm×960 mm 1/16

字 数: 189 千字

版 次: 2015 年 9 月第 1 版

书 号: ISBN 978-7-313-13292-5/I

定 价: 39.00 元

地 址: 上海市番禺路 951 号

电 话: 021-64071208

经 销: 全国新华书店

印 张: 13

印 次: 2015 年 9 月第 1 次印刷

版权所有 侵权必究

告读者: 如发现本书有印装质量问题请与印刷厂质量科联系

联系电话: 025-83657309

前 言

“文化”是一个含义宽泛的术语,其来源可追溯至哲学、文学、人类学和社会学等学科。本书中的文化主要指文学,尤其是纯文学。20世纪30年代,英国利维斯主义的代表性观点便把文学看作文化最具代表性的载体,视文学为优秀文化的传承。^①除了文学在文化范畴中的代表性和优秀性外,文学还是音乐、影视、游戏和网游等文化艺术的基础,且文学生产者在文化生产中的自我意识更强。1995年,美国学者道格拉斯·凯尔纳在《媒体文化:介于现代与后现代之间的文化研究认同性与政治》一书中指出“媒介文化”一词既意味着文化产业的产品所具有的性质和形式(即文化),也表明了它们的制作和发行的模式(即媒体技术和企业)。它避免了像“大众文化”和“流行文化”这样的意识形态术语,同时让人们关注到了媒体文化得以制作、流布和消费的生产、发行以及被接受的循环系统。此用语也打破了介于文化、媒体和传播等研究领域间的人为界限,使人们注意到了在媒体文化体制中的文化与传播媒介之间的相互关联,从而消解了“文化”和“传播”之间的具体界限。^②实则媒介文化强调的是文化的媒介呈现方式,以及媒介形态对社会文化的影响,即伊尼斯所言“不同的传播媒介

① 陆扬.文化研究导论[M].高等教育出版社,2012.

② (美)道格拉斯·凯尔纳.媒体文化:介于现代与后现代之间的文化研究、认同性与政治[M].丁宁,译,商务印书馆,2004.

导致社会文明在其各发展阶段有着不同的偏向”。

新世纪媒介文化已走过第一个十年,在纷杂的现状中梳理它的发展状况,“媒介场”是一个绕不过去的核心问题。“媒介场”对新世纪媒介文化而言,绝不仅仅是发表、宣传的工具,而是深入文化生产机制内部,左右新世纪媒介文化书写和影响新世纪媒介文化样貌、成规与未来走向的动态场域。“媒介场”概念的提出主要是借鉴了法国社会学家皮埃尔·布尔迪厄所提出的场域理论。对于何谓“场”,布尔迪厄曾在著作和访谈中都做出过解释。他指出从场的角度思考就是从关系的角度思考。一个场也许可以被定义为由不同的位置之间的客观关系构成的一个网络,或一个构造。这些位置是由占据者在权力(或资本)的分布结构中目前的或潜在的境遇所界定的,对这些权力(或资本)的占有,也意味着对这个场的特殊利润的控制。另外,这些位置的界定还取决于这些位置与其他位置(统治性、服从性、同源性的位置等)之间的客观关系。资本生产了权力来控制场,也生成了一种权力来控制那些界定场的普通功能的规律性和规则,并且因此控制了在场中产生的利润。也就是说,场是多种权力力量或资本力量博弈的场所,而场的特性则是由这些相互作用的力量的此起彼伏的状态所决定的。^①从布尔迪厄的解释中可以看出:首先,场不只是一个活动的场域,还是各种力量不停地相互作用的场所,而场在不同阶段的特质和状态则取决于其中相互作用的量在不同阶段的斗争结果;其次,场中不同位置的占据者都拥有一定的权力,权力的拥有又让他们占有了相应的资本;再次,资本可以生产权力,从而控制场。由此,可以界定“媒介场”是不同媒介及其操纵者、参与者依凭他们占据的位置所拥有的权力,一定程度地实现对资本的占有,或者通过占有的资本获得一定的权力,操控影响媒介的性能,并获得一定的资本。总之,任何场都无法离开权力和资本的力量。进

^① (法) 布尔迪厄,文化资本与社会炼金术——布尔迪厄访谈录[M]. 包亚明,译,上海人民出版社,1997.

入新世纪,文学期刊、文学出版、影视和网络多种媒介间的相互作用日益明显,并借助政治和经济的力量延展媒介的权力,从而实现对文化生产的干预和资本的获得,通过资本的获得进一步延展媒介权力,进一步干预文化生产。新世纪媒介文化的第一个十年,可以说是媒介场实践运作的十年。

目前,学界对新世纪文化的研究大多集中在对其特质的发掘上,且大多单向度地关注文本的书写。之前关于媒介与文化的研究要么只专注研究传统传播媒介的变化,如期刊改版潮,出版市场化;要么只关注新媒介,如影视文化,网络文化,但并未关注传统与新兴媒介间的相互作用及其合力对文化生产的影响。

学界对新世纪文化的关注,最早始于新世纪文化产业研究(金元浦,2000;花建、叶中强等,2001;王云珠,2001)。随后出现了新世纪文化形态的研究,如新世纪文化与公民身份,新世纪文化表征(张颐武,2003),新世纪文化的缺陷(李普涛,2005)等相关研究。后来,出现了新世纪文化与国家安全,新世纪文化与国家形象(王岳川,2007)等跨传播学领域的研究。这些研究成果都为新世纪文化作为一种新的文化样态的确立提供了依据。但新世纪文化的研究者多是文化产业、文化研究领域的学者,尚无新闻传播学领域的学者介入。整体而言,鲜有文章关注媒介场如何借政治场、经济场的权力操控新世纪文化;而关注各种传统与新兴媒介间的相互作用及其合力对文化生产影响的文章则更少。这些相互交结场域的异质互动,正是改写新世纪媒介文化的真正内因。

新世纪文化刚走过它的第一个十年,纷杂的现状还来不及沉淀,而作为一个媒介文化批评的初入门者想对其发言,必将面临诸多困惑。但从媒介场的领域对当下文化现状进行探索,从而把握新世纪整个文化生产机制的改变,进而了解文化书写的改变,探析现象背后的根源,这一本源性的问题值得挑战。

该课题的研究意义在于:第一,文化史意义。新世纪文化具有不同于

20 世纪文化的异质特征,对新世纪文化的研究既可保持文化研究与文化现状的同步进行,实现对当下文化现实的干预,又可备后人爬梳存照。

2000 年,继韩寒的《三重门》热销之后,“新概念作文大赛”又一手打造了郭敬明、张悦然、李傻傻、胡坚、小饭、孙睿、蒋峰、恭小兵、周嘉宁等众多“80 后”作家,他们的作品都曾带来过文坛的繁荣,共同构建了 2004 年的“青春文学年”。他们走进公众视野依靠的不再是传统的文学期刊,而是文学大赛。李寻欢、宁财神、邢育森、安妮宝贝、王小山、南琛、小 e、今何在、萧鼎、天下霸唱、南派三叔、沧月、曹三公子等写手则是通过网络成名的,他们都曾创作了红极一时的畅销书,有些现已成为文学界的中坚力量。文学大赛和网络平台的出现,加速了文化市场的成熟和稿酬制度的变革;文学出版的把关人由编辑变成了策划人甚至书探;创作者由知名作家变成了普通写手,甚至很多畅销书作家从未透露过真实姓名;小说呈现明显的影视化书写倾向,强调对话、动作、场景描写,注重冲突的设置和故事的情节性;青春文学作品出现大量动漫元素;网络写作的集团化倾向;类型文学的繁荣;等等。新世纪文化这些新的异质特征是 20 世纪不曾出现的,或者萌芽于 20 世纪 90 年代,但兴盛于新世纪,如影像化写作。由此看来,对新世纪文化特质的梳理,可保持文化研究与文化现状梳理的同步进行。

第二,新世纪文化生产机制的揭示。本课题通过对媒介场这一视域的关注,可以展现新世纪文化生产过程中,整个文化生产机制的动态运作。

本课题主要分析了新世纪文学期刊、文学出版、影视和网络四大媒介对文化生产的影响。媒介对读者市场的预测,文学期刊的选稿原则,文学出版的把关原则,影视制作、发行原则,网络签约原则,这些都影响了新世纪文化呈现的样貌。读者市场的反馈,图书销售榜,作家财富榜,影视收视率,网络点击率,各种月票榜、更新榜、回帖榜的出现,又直接影响到作者的创作和文学期刊、文学出版、影视文化及网络文化的把关标准。而这四大媒介又相互影响,期刊和出版的影像化选稿倾向,影视对畅销书和网络高点击率作品的改编,网络作品对传统出版与影视改编的渴望,网络作品影

像化、动漫化、网游化的创作倾向,等等,这四种媒介早已纠结在一起,并相互借势延展自己的权力。因此,对这四种媒介的整体把握及其相互关系的分析,可展现新世纪媒介文化生产机制动态运作的过程,了解新世纪媒介文化样貌的成因。

第三,多学科动态展现。综合新闻传播学、社会学和文化研究等学科,以整体的、动态的、历史化的方式来展现媒介场作为联结政治、经济、文化等诸多场域的纽带如何内爆自己的权力,影响媒介文化生产及其发展走向。

媒介场作为一个集合权力与经济利益的文化生产的中间场域,它既影响上游的文化生产,又影响下游的文化传播、文化反馈,进而再次影响文化生产。也就是媒介作为文化的载体,它干预、影响了文化的整个生产过程。在这一过程中,媒介主要借助资本的力量扩展媒介权力,进而获得更多的资本利益。而在资本的投入与获得间,媒介借资本与权力实现了对文化的影响。如畅销书生产过程中,书探的出现,书探对读者市场的预测,书探对图书市场出版产品的决策与影响。这些都以利益为源头,又以利益为成败标准,但无论成与败都会影响到文化的书写。成功会招来更多的效仿者,失败将丧失更多的尝试者。春风文艺出版社借畅销书品牌“布老虎系列”与“红月亮系列”的市场地位与影响力,获得了《21世纪中国文学大系》的出版权,实现了由市场到权威选本的扩张,清晰地展示了资本如何运作为权力,再转化为更多资本的过程。另有,影像化书写的兴盛,类型文学的繁荣,仍然始于利,终于利。因此,通过探析新世纪媒介场如何系连政治、经济、文化等诸多场域,进而内爆自己的权力,可预测文化产业化与集团化的进程中可能面临的问题及规避的可能,实现对文化发展现实与未来走向的干预。

目 录

Contents

第一章 市场化与新世纪文学期刊样貌	1
第一节 新世纪文学期刊的生存环境	2
第二节 向新媒介靠拢的改版模式	14
第三节 《十月》不变的制胜传统	25
小结	35
第二章 市场化与新世纪文学出版策略	39
第一节 文学出版的生存环境	40
第二节 畅销书的市场策划	46
第三节 获奖书的抢滩出版	70
小结	94
第三章 视图媒介与新世纪文化的影像化书写	96
第一节 影视与出版的互动式消费	96
第二节 影视双栖的影像化书写	109
第三节 青春文学的动漫元素	122
小结	131

第四章 网络平台与新世纪十年文化	132
第一节 各怀心事的网络平台	132
第二节 网络写作的产业化	147
第三节 网络写作的集团化	158
小结	173
结语	175
附录：2000—2009 年中国十大畅销书	177
参考文献	182
索引	187
后记	195

第一章

市场化与新世纪文学期刊样貌

在中国当代文化生产机制中，文学期刊是文化生产的基本环节，是传统作家走向大众的第一道门槛。几乎所有的作家登上文坛都是通过在这类期刊中发表作品，为广大受众、批评者所认可后，才出版图书的。但在文化生产市场化、产业化甚至集团化的今天，文学期刊虽然相较出版、影视与网络等其他文学媒介处于被冷落的边缘地位，但它始终是文学自主性原则最执著的守护者，是了解一个时期文化样貌不可缺少的样本，甚至是文化市场化的今天最“另类”的样例。

自1984年颁布《国务院关于对期刊出版实行自负盈亏的通知》后，期刊运营资本的供给者由政府变成了文化消费者，这一资金来源的改变引起了期刊选文过程中预测的目标读者的变化。由此，文学期刊发生了大规模的改版潮，文学期刊开始尝试走向市场，部分期刊也逐渐具有了盈利和自我发展能力。期刊在生产过程中，发行、广告和征订等环节也开始采用商业运作模式，如期刊文学拉力赛的出现等。在这一轮市场经济的洗牌中，一些文学期刊难以应对市场而走向了停刊，存留下的期刊也处在不断改版变动中。文学期刊的大规模变动意味着文化生产机制最基本环节的变动，文坛第一道门槛的变动，这必将影响文化书写的样态。本章即以文学期刊的改版潮为核心，分析其在新世纪的生存环境和改版原因，以及改版模式和作品发表原则的变化对新世纪文化生产的影响，并在文学期刊边缘化的今天对其未来发展进行展望。

第一节 新世纪文学期刊的生存环境

建国后,文学期刊的发展大致经历了五个阶段:1949—1966 年的生长期,1966—1976 年的荒漠期,1976—1985 年的膨胀期,1985—1998 年的回落期,1998 年到目前的平稳期。1949 年 10 月 25 日,中国作家协会创建了新中国第一本全国性文学期刊《人民文学》,随后各地作协、文联相继创办了自己的文学期刊,传播文艺作品、培养本地作家。1966 年到 1976 年,文学期刊生产处于荒漠期。经历了“文革”的停刊后,新时期除原各级作协、文联主办的期刊复刊外,各出版社也借助自身资源相继创办自己的刊物,并形成了自己的品牌,从 1976 年到 1984 年,期刊因各级财政支持,呈现跨越式增长的趋势,创造了文学期刊发展过程中的膨胀期。据相关统计,这九年间,“中国期刊种数增长了 5 倍多”。^① 然而,国务院 1984 年 12 月 29 日发布《国务院关于对期刊出版实行自负盈亏的通知》,将期刊突然推向市场后,资金短缺成了期刊致命的生存威胁。由此,期刊开始自行寻找企业合作,进行广告代理,但因其受众稀少,宣传面狭小,企业未看到现实效益后纷纷撤去资助。1997 年 3 月 10 日新闻出版总署颁布的《关于期刊业治理工作的通知》规定:“除学报、学术类期刊外,其他期刊不足 1 000 份的予以停刊。”《昆仑》、《漓江》、《小说》等在 80 年代享有盛名的文学期刊因其发行量低下,被迫先后停刊。^② 在经历过 1985 年到 1998 年的市场洗牌后,存活下来的文学期刊针对市场纷纷改版,转型做大众文学期刊或针对特定读者做专志期刊,但面对新兴媒体的繁盛,其生存愈加艰难,存活下来的文学期刊一直处于市场较量的僵持期,新一轮的洗牌结果即将呈现。

政府撤资后,期刊被动进入市场,各刊发行量均有不小幅度的下跌,只是具体的发行量在行内行外都是不能透露的秘密。在全国文学期刊主编 2010 年北京峰会上,发行量更是文学期刊主编不愿触及的话题。《星

① 邵燕君. 倾斜的文学场——当代文学生产机制的市场化转型[M]. 江苏人民出版社, 2003.

② 同注①。

星》诗刊主编梁平说：“你不能去问一个诗歌期刊的主编，他的杂志发行有多少册，这就像问一个女人的年龄一样。”另有圈内人透露，“有些国家级的文学期刊，征订数仅一两千册。”^①表 1-1 对新世纪以来文学、艺术类期刊总数和期印数进行了统计与比较。

表 1-1: 2002—2009 年文学、艺术类期刊种数和平均期印数及每年增长率情况

时间(年)	期刊种数(种)	种数增长(%)	平均期印数(万册)	期印数增长率(%)
2002	539	-1.1	1 582	-1.25
2003	535	-0.74	1 670	5.56
2004	572	6.92	1 466	-12.22
2005	613	7.17	1 628	11.05
2006	613	0.00	1 552	-4.67
2007	613	0.00	1 588	2.32
2008	613	0.00	1 539	-3.09
2009	631	2.94	1 400	-9.03

从表 1-1 可见，新世纪以来期刊种数经历缓慢增长后趋于稳定状态，但平均期印数则呈下降趋势，期刊销售市场每况愈下。分析文学期刊遭遇的困境，政府“断奶”并不是期刊走向萧条的主要原因。《江南》主编袁敏认为文学杂志最大的问题就是“与读者缺乏交流，办刊人没有俯下身来倾听读者心声的勇气”。^②花城出版社编审林宋瑜也表示：“中国这些年变化这么大，反映中国社会现在思想、社会变化的东西，没有在这些文学刊物上深刻表现出来。”^③文学期刊对现实的疏远使读者流失、发行量锐减、文化影响力下降；政府长期扶植下的计划经营方式使文学期刊在刚刚走向市场时便暴露了不善经营的内伤；再加上外部新兴媒介的挤压，致使文学期刊困境重重。也就是说，失去财政扶持只是期刊被迫改版的外因，

① 蒋庆、郭敬明登陆《收获》引争论，文学期刊不低头就死？[N]. 成都商报，2010-07-01.

② 李鹏，痛并坚持着文学期刊自我救赎[N]. 中国图书商报，2008-12-05.

③ 李培，纯文学杂志集体涨价潜伏“暗战”[N]. 南方日报，2009-01-08.

内因则是文学期刊在其他媒介的挤压下难以保持和发展令自身立足的优势,以致在媒介市场日益强壮大环境下,期刊分到的“资源”却越来越少。

一、新兴媒介的挤压

新兴媒介的出现及快速发展极大地削弱了文学期刊的话语权,成了文学期刊发展的外患,尤其以影视和网络的影响最为强烈。在全国文学期刊主编 2010 年北京峰会上,曾在《钟山》工作过的作家王干说,文学期刊在经过 20 世纪 90 年代电视媒介的冲击,被缩了一次水以后,到了 2000 年以后,又被网络狠狠缩了一下水。据《人民文学》主编李敬泽回忆,《人民文学》当时每年缩水的数目都是三五万册。^①

自从 1946 年我国第一个电影制片厂和 1958 年中国第一个电视台成立之后,科技的进步使影视文化以其他媒介无法比拟的形象感、生动性,逐渐抢占了大众的业余时间,坐在电视机前、电影院里和电脑旁看影视剧的受众远远高于读小说的人。一项现代受众了解文学作品途径的调查表明,在一百部先后被改编成电影、电视、广播和戏剧的名作中,有 60.5% 的人是先从电视、电影等非文字传播媒介中了解这些作品的,其中有 18.5% 的人在影视等媒介上看了以后再去读原著,而其余的人看了影视、戏剧后就不再看原著了。^② 从这份调查可见图像文化对传统纸质文化冲击之大。从表 1-2 我国影视剧生产数量的逐年增长也可看出影视发展的迅猛,在所有期刊发行量都直线下跌的情况下,影视剧制作却呈上升趋势。

表 1-2: 2000—2009 年全国影视剧生产情况

时间(年)	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
电影(部)	91	88	100	140	212	260	330	402	406	456
电视剧(部)	687	851	751	619	886	945	500	529	502	402
电视剧(集)	9 104	8 877	9 005	10 381	12 265	12 447	13 847	14 670	14 498	12 910

① 蒋庆. 郭敬明登陆《收获》引争论,文学期刊不低头就死? [N]. 成都商报, 2010-07-01.

② 赵抗卫. 文学作品与现代传媒[J]. 文艺理论研究, 2000(5).

另外,文学期刊由于其参与性、互动性差、容量小等原因,不再是作者成名的必经之路,仅凭在文学期刊上发表作品已很少能引起读者和出版社的关注了。如果在网络上发表文章,即使没有纸质作品的出版,通过网站点击率也可以获得丰厚的报酬和人气指数。作者如果想获得电子与纸质出版的双丰收,仅凭高点击率就足以吸引出版商越过文学期刊直接出版。因此,文学期刊对文学新人便失去了魅力,致使期刊作者面孔老化,难以满足受众的阅读期待视野而丧失受众,甚至形成作者与读者流失的恶性循环。

中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的《第6次中国互联网络发展状况统计报告》显示,“截至2000年6月底,我国上网计算机数:650万台,上网人数:1690万,除计算机外同时使用其他设备(移动终端、信息家电)上网的用户人数为59万。”然而相隔10年,中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的《第26次中国互联网络发展状况统计报告》显示,“截至2010年6月底,我国网民规模达4.2亿人,互联网普及率持续上升至31.8%。仅手机网民半年内新增4334万,达到2.77亿人,增幅为18.6%。网络文学使用率为44.8%,用户规模达1.88亿,较2009年底增长15.7%,是互联网娱乐类应用中,用户规模增幅最大的一项。随着3G时代手机网民的增长,拉动了手机网络文学的使用率。”

截至2010年8月,360安全网址导航中列出的较有影响的小说和文学文化网站见表1-3和表1-4。

表1-3 较有影响的小说阅读网站

起点中文网	红袖添香	言情小说吧	晋江文学城	小说阅读网
潇湘书院	连城读书	逐浪小说网	SoDu	君子堂
世纪文学网	天翼文学	四月天原创网	翠微居	看书网
天下书盟	17K小说网	原文小说网	烟雨红尘	吾爱文学网
找小说	玄幻小说网	幻剑书盟	纵横中文网	虚拟天空
新小说吧	欺负我小说网	今日小说排行榜		

表 1-4 较有影响的文学文化网站

新浪读书	搜狐读书	腾讯读书	公益书库	百度国学
豆瓣	青年文摘	故事会	榕树下	文章阅读网
中华网读书频道	且听风吟	国家图书馆	读者	好心情美文网
超星数字图书馆	西陆文学	乌有之乡	萌芽	

2010 年中国十大文学网站排名为：起点中文网、小说阅读网、逐浪中文网、榕树下、世纪文学网、看书网、纵横中文、翠微居、17K 小说网、天下书盟。截至 2010 年底起点中文网原创作品 529 925 部，点击率过 10 万的作品有 692 部，点击率过 100 万的作品有 8 部。^① 在中国，图书销量超过 10 万就属于畅销书，而每年销量超过 10 万的文学类书籍也不超过百种。《青年文学》执行主编邱华栋说，全国能突破 5 万份这一“生死线”的文学期刊，只有七八种。^② 两个数据的比较，足见文学期刊在影视与网络的挤压下生存空间的狭仄，文学期刊读者和网络文学读者悬殊的差额。在越来越多的文学载体选择下，文学期刊在与其他媒介的竞争中，对于招徕受众，明显地表现出力不从心。无论是影视或网络都让文学期刊的读者大大缩水了，文学期刊已无力抵挡影视的生动性与画面感，网络文学的大剂量与多花样、自由化与通俗化。其他媒介的优势和强势发展与文学期刊不善维护自身立足的优势，这内外的双重影响导致了文学期刊现今在文化场中的边缘位置。

二、同质化的定位

其他媒介的挤压与对受众的掠夺只是文学期刊被边缘化的外因，其自身主题与受众定位雷同的文学生产和残缺的期刊销售渠道才是导致受众流失的内因。

至 2008 年我国共有期刊 8 000 余种，而文学期刊就有 613 种，具有相对规范的经营和管理体制的西方发达国家纯文学刊物则很少。再加上我

① 根据起点中文网(<http://www.qidian.com/>)收录情况统计所得。

② 蒲荔子. 文学期刊：复兴在望？——中国文学期刊现状大调查[N]. 南方日报，2005-06-11.

国文学期刊经营仍带有较重的计划经济痕迹,大多不做市场调查,也没有建立自己的读者数据库,这样很容易出现期刊定位上的重复,导致共同争抢小部分受众,而大多隐含受众则被忽略。在龙源期刊网收录的 270 种文学类文学期刊中,小说综合类 90 种、散文诗歌类 26 种、故事传奇类 42 种、文摘文萃类 69 种、文学评论类 43 种,^①小说类和文摘类刊物占了文学类文学期刊总数的一半以上,而文摘类与小说类选文又有一定的重复。1998 年前后虽掀起了期刊的改版潮,但后改者仍是模仿先改者的路子,打破原有小说、散文和诗歌三大块,改走大众文学的路子,期刊呈现出一种新的同质化倾向。甚至有一些刊物并没有明确的受众定位,刊物宗旨游移,换来换去,直至停刊。做过市场调查后,可以根据自身优势和调查结果调整受众定位。但没有调查的调整,改得次数越多,变脸越快,老读者流失得越多,刊物的生存空间就越小,残存的时间也越短。

市场饱和,缺乏考察,致使大多刊物改变办刊宗旨后有的彻底退出文化圈,有的仍改回了原貌。1978 年创刊的文学杂志《漓江》,1996 年改为《中外文学》(双月刊),以《漓江译介》作为刊物特色栏目,译介国外文学作品,但翻译小说质量不均衡;《名编辑风采》、《名编辑手记》、《作家群》、《名家日记》在栏目设置上将新《漓江》定位为名编辑、名作家的小圈子精英杂志,忽视了最大多数人民大众的现实精神感受,这些都注定了它 1998 年的停刊。2000 年复刊并将办刊宗旨调整为:立足桂林,用图文并茂的形式服务于社会,促进本地区旅游文化的发展。后又于 2002 年改成《中外烟酒茶》,“以弘扬中外古今烟酒茶文化,提升全民生活质量为己任,突出知识性、服务性、生活性、艺术性和高格调的特点”,基本成了一本退出文化圈的有价销售的 DM 杂志。^②由《天津文学》2000 年改版而成的《青春阅读》于 2001 年 9 月回归纯文学,主要以在报亭销售为主的《青春阅读》面对的是初中以上的读者,是一本关注校园和青年人的文化时尚类杂志。^③《青春阅读》提出的理念虽好,但定位不准,时而抓中学生,时而抓大学生,有时又想抓白领,刊物的风格变来变去,很难形成稳定读者群。2000 年《湖南文

① 根据龙源期刊网(<http://www.qikan.com.cn/>)收录情况统计所得。

② 杨江帆,等.纸质收藏品与茶文化[M].福建科学技术出版社,2006.

③ 孙玉蓉.天津文学的历史足迹[M].大众文艺出版社,2007.