

文学生产与文学传播

——商业化视境中的中国现代文学

一九二八—一九三七

李惠敏
著

河北人民出版社

责任编辑：王云弟
责任校对：丁清
美术编辑：李欣

ISBN 978-7-202-04945-7



9 787202 049457 >

定价：25.00 元

河北师范大学学术著作出版基金资助出版

文学生产与文学传播

——商业化视镜中的中国现代文学

李惠敏 著

河北人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

文学生产与文学传播:商业化视镜中的中国现代文学 /
李惠敏著. —石家庄:河北人民出版社, 2008. 8
ISBN 978-7-202-04945-7
I. 文… II. 李… III. 现代文学-文学研究-中国 IV. I206.6
中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 120403 号

书 名	文学生产与文学传播 ——商业化视镜中的中国现代文学
著 者	李惠敏
责任编辑	王云弟
责任校对	丁 清
美术编辑	李 欣
出版发行	河北人民出版社(石家庄市友谊北大街 330 号)
印 刷	河北科技大学印刷厂
开 本	787×1092 毫米 1/16
印 张	17
字 数	235000
版 次	2008 年 8 月第 1 版 2008 年 8 月第 1 次印刷
印 数	1—1000
书 号	ISBN 978-7-202-04945-7/I·765
定 价	25.00 元

版权所有 翻印必究

序

2003年,当惠敏同志决计负笈北上,到北京师范大学郭志刚先生门下攻读中国现代文学专业的博士学位时,对于他是否能真的学有所成、满载而归,我的心里还是敲着小鼓的。这倒不是我对惠敏的实力和能力不信任。我从来就不怀疑惠敏的聪敏,记得还是在1984年我给他们班上现代文学课时,惠敏是班长。那时学生的集体活动多,惠敏既然是班长,自然也就“公务缠身”,只见他整天跑前跑后,忙忙碌碌,于学习似乎并不刻苦。但每次考试,他的成绩却总是名列前茅。临到毕业时,又相当顺利地考取了华中师范大学的硕士研究生。那么,我为什么对惠敏“读博”能否学有所成仍感到没有把握呢?主要原因是我觉得惠敏参加工作以来在现代文学研究这个领域里一直没有找到一块适合他自己耕耘的土壤。惠敏从华中师大毕业后被分配到当时的河北师院,后来河北师院和我们河北师大合并后,惠敏和我又成了一个教研室的同事。这些年来,惠敏确实是马不停蹄,劳作不休:他承担了许多教学任务,编写并出版过教材,参与过自学考试命题和阅卷,与他人合作撰写过专著,也发表过一些论文,还研究过金庸。但他始终未能形成自己的研究方向,只是随机性地选择一个临时性的课题,东一榔头西一斧子地做着,所以直到他要去读博士时,并没有做成真正的学问。正因为如此,当他赴京前和我告别时,我叮嘱他的只是一句话:“必须尽快找到一块属于自己的园地!”也正因为这样,他每次回家探亲遇到我时,我追问的也总是一句话:“你到底以什么作为自己的研究方向?”

后来,我知道了惠敏终于确定以中国现代文学与商业运作的关系作为自己的研究方向,当时我的感觉就如同在幽长的隧道里踽踽前行终于看到洞口的那一抹亮光一样欣然。这实在是一个明智的抉择!一方面,中国现代文学与商业运作的关系是一种客观存在,然而,相关的、有分量的研究成果却十分罕见,因此,选择这一方向无疑可为填补学科发展中的这项空白做出贡献;另一方面,根据马克斯·韦伯的“祛

魅化”理论,商业运作及其所带来的世俗性原本就是文学所具有的现代性的基本构成要素之一。然而,长期以来,由于传统的“轻商”、“抑商”思想和上个世纪极左年代形成的把商业运作等同为资本主义又进而等同为“剥削”、“尔虞我诈”的思维定势的作祟,现代文学与商业运作的关系,或者被搁置不论,或者予以全盘否定。于是,现代文学的生产和现代文学的研究出现了明显的错位:现代文学的生产离不开商业运作,而现代文学的研究却讳言甚至否定这种运作。这样又导致了如下这一结果:现代文学研究的任务之一原本应该是使文学“祛魅”而呈现出它“世俗”的一面,而我们的研究者却偏偏讳言它“世俗”的一面而在某种意义上使它再次“返魅”。事实上,中国现代文学与商业运作的关系是极为复杂、极为鲜活、极需要认真梳理、辨析和研究的。它决不像某些已习惯于在传统的学术象牙塔中自我陶醉的学者所想象的那样缺乏学术价值,相反,它同样是一块学术富矿,同样有诸多可以开发的学术增长点。我甚至以为,上个世纪90年代以来中国文学发展中出现的种种带有“市场化”印痕的遭人诟病的现象,都可以说是对长期以来我们轻视中国现代文学与商业运作关系研究的一种惩罚。当然,我之所以认为选择这一方向对惠敏而言是明智的,更重要的原因则是觉得这一方向更适合惠敏。惠敏的生性,正如他的名字所标示的那样:聪敏、机敏、灵敏、勤敏。他敏于生发新的学术兴趣,肯于探求自己并不熟知的事物,勤于往返于不同的研究“景点”。而中国现代文学与商业运作的关系,从时间上来说,涉及到多半个世纪中国现代文学与种种传媒的关系;从运作的形式来说,又涉及到报纸、期刊、编辑、出版、新闻、广告等不同的媒介。因此,长于理论分析或审美体悟的学者,在这个领域里很可能会感到枯燥乏味而“找不着北”,而聪敏、机敏、灵敏、勤敏的惠敏却可以凭借其聪慧的敏感、广泛的兴趣和充沛的精力,沉潜在半个多世纪的中国现代文学行进的历史长河中,和那些烙印着中国现代文学与商业运作关系的报纸、期刊、版本、广告等原始资料“亲密接触”,近距离地观赏现代文学发生发展的原生态景观,直接触摸现代文学生产中的商业运作的过程,然后爬梳剔抉,撷英拾珍,以鲜

活的史实,充足的事例,来阐述自己关于中国现代文学与商业运作关系的思考,并以此成就自己的学术事业。事实上,就学术研究而言,任何方向都是有价值的,都是值得为之献身的。只不过对于一个意欲治学的人来说,哪个方向适合自己才是更重要的,才是需要努力寻觅和把握的。

事实证明惠敏确实适合在这个园地里耕耘。他很快就沉浸在当年那些报纸、期刊、版本、广告等原始史料之中,简直是如鱼得水;他也很快就形成了自己的研究方案,并如期完成了博士论文的写作。他的博士论文也顺利地通过了由北京大学孙玉石、中国社会科学院王保生、中国人民大学李今、北师大邹红和钱振纲等教授组成的答辩委员会的答辩,并获得诸多好评。我这里不妨节引一份评语中的一段话,看看这些国内知名学者是如何评价惠敏的论文的:

论文以综论形式,在史料搜罗的基础上,从出版业、期刊热、作家稿费观念等侧面,讨论了三十年代文学的商业背景,讨论了商业化参与给作家创作带来的创作刺激和“粗制滥造”的负面效应,于简洁文字中,能论说清晰到位。作家个案分析,既有商业参与或操作带来的各种不同创作的收获、声名的赢得,也有卖文损伤文学,甚至被市场抛弃的结局,在多样的图景中,展现了商业化与文学发展关系的复杂可能性。论文还以臧克家《烙印》、萧军《八月的乡村》及端木蕻良《科尔沁旗草原》为事例,讨论了自费出版于作家不同的情况带来的富有文学史意义的历史改写,从而揭示了商业运作环节在文学作品社会化中的重要意义。论文思路清晰,论说简洁,注重史料的原生态性质和历史细节的钩沉描述,有很强的可读性和历史的鲜活感。

我们现在看到的这部专著是惠敏在其博士论文的基础上稍作增饰而形成的。它的学术特色和总体成就,上面引述的专家评语已有说明,因此,这里我只想简要谈谈我所感受到的此书的三个优点:

一是学风朴实。我国传统的名物考据训诂之学因学风质朴故名

“朴学”。文学研究当然不能完全使用朴学之法,但朴学推崇的“实证”精神对于文学研究来说却也是不可缺少的。即使是西方的批评家,也有十分推重实证主义的。即便是以与传统决裂姿态出现的英美新批评,也特别强调对作品的“细读”。总之,不论东西方,研究文学,应该从掌握第一手史实出发,应该从阅读原著出发,是一条共同的铁律。然而近几十年来,学术研究中的主观唯心主义作风却一直“长风劲吹”。这种作风的表现形态之一是对“理论”或“方法”的倒置性的重视。“理论”或“方法”当然是重要的,没有“理论”或“方法”的更新事实上也难有文学研究的更新。但“理论”或“方法”无论多么重要,所谓文学研究总还得从第一手的史实和原著出发。然而,我们看到的现象却是不少文学研究,不是用“理论”或“方法”来指导自己的研究,而是通过对文学史实或作品的任意取舍、剪裁或解读来推销这种“理论”或“方法”。因此,对“理论”或“方法”的倒置性重视,所导致的后果则是脱离史实和原著而随心所欲的发挥和议论;这种作风的表现形态之二是无视史实而顽固地坚守所谓权威的结论。就拿我比较熟悉的对近现代文化名人林纾的研究来说吧,学界早有人做过考证,指出流传甚广的林纾企图运动北洋政客徐树铮镇压“五四”新文化运动之说没有任何史料依据,可是有的学者至今却仍然坚持此说。再如,1924年郑振铎在《林琴南先生》一文中批评林纾把莎士比亚的剧本都改译成了小说,并以此证明林纾“大约不大明白小说与戏曲的分别”。自1924年至今,一代又一代的林纾研究者中有能力和条件直接阅读西文原著的人应该不会很少吧,但却从没有人想到过从实证出发检验一下郑振铎的这个说法。直到最近,才有日本学者樽本照雄先生经过考证,证明郑振铎的上述批评是强加给林纾的一个“冤狱”。因为,林纾翻译的底本并不是莎士比亚的原作,而是由奎勒·库奇(Quiller-Couch)于1899年出版的改写本。总之,在当下这个浮躁的学术环境中,惠敏这种坚持从史料出发的实事求是的学风是值得称赞的。

二是观点鲜明。文学研究就研究本身而言可以视为研究者与研究对象的对话,就研究目的而言则可以视为此研究者与他研究者的对

话。因此,文学研究的论著自应做到观点鲜明。但是我们看到的许多研究论著,不知道是出于什么原因,却常常做不到这一点:或者云山雾罩,观点模糊;或者左右骑墙,观点暧昧。惠敏生性率真,不懂藏拙之道,因此他的这部专著连同他以前写的文章,理论上的深度,逻辑上的严谨度,或许都有不足之处,但又都可谓观点鲜明之作。就拿这部专著来说,惠敏虽然也写了“商业化对文学的影响和制约”,但细读全书不难发现,他的主旨是为商业运作在文学生产中的功能“正名”的。全书大约有四分之三左右的篇幅都是在讲商业运作的正面功能,例如,是出版商使作家的作品“得以与读者见面,并通过读者的阅读最终实现作品的社会价值”;是作家对稿酬或版税的追求“促使作家创作的多产,从而带来创作的繁荣”。再如,“作家要靠读者养活”,因此作家“对于不同读者阅读兴趣和爱好的满足,也就间接促成了文坛的百花齐放”;出版家也“同样参与了文学历史的创造,甚至在某个时候改变着文学的历史”;“商业化带来了文学的自立及对政治的消解”……如此等等。我能理解惠敏的用意,因为在现代社会里,文学如果离开了商业运作简直可以说是无法存身。但是,在以往的文学理论或文学批评中,文学的商业运作却成了一个百无一是的恶魔。矫枉自须过正,为了对这种并不公道的文学理论、文学批评击一猛掌,惠敏旗帜鲜明地为商业运作在文学生产中的功能“正名”,是有勇气、有意义的,我甚至认为,惠敏此书的主要价值正在这里,它也必将因此而成为当今多不胜数的学术著作中的一本真正有用的书。

三是新见频出。毫无疑问,大胆地为商业运作在文学生产中的功能“正名”本身就是一种新见。但我这里所说的新见,主要是指惠敏在自己的研究中由于能够直接触摸现代文学生产中的商业运作过程,因此他从基本史实出发对某些文学现象所做出的评判,和许多史料基础并不牢靠的论述相比自然就有了新意。例如,按照沈从文、朱光潜的说法,30年代的“海派”是包括“左翼文学”在内的。然而,许多权威性的现代文学史论著在论及海派时却从不涉及左翼文学。惠敏的这本专著中有一个醒目的小标题:“商业化助长左翼文学的繁荣”。这不仅让我

们看到了当年左翼文学顽强生长的原生态景观,而且使海派文学包含左翼文学这一观点获得了史实的支撑,因为京派作家心目中的海派文学,其突出特征之一就是“商业化”,也就是文学趣味的不“纯正”。再如,30年代的文坛上许多人都抨击张资平的恋爱小说“千篇一律”,但惠敏分析了张资平最多产时期的四部小说的情节,却发现这些抨击都“与事实并不相符,绝不是在对作品认真阅读之后的客观公正的评价,而是基于对‘三角恋爱小说家’张资平的反感和对三角恋爱、多角恋爱小说的蔑视而相当情绪化的指责”。换言之,惠敏这部专著不仅就现代文学与商业运作的关系提出了诸多有价值的思考,而且行文中随时生发出的一些议论对于30年代作家、作品、流派、运动的研究也多有助益。

当然,此书毕竟是惠敏个人独立完成的第一部学术专著,因此,它还带有某种初试锋芒的嫩稚。比如,某些概念的界定还不够严谨,行文仍显得匆促,个别论证尚不够严密等。我想,他以后的著作当会越来越成熟和老练吧!

惠敏是我在河北师大教的第一批学生,现在又是我的同事。因此之故,他请我为此书作序,我自然不能推辞。但我深知,真正适合为此书写序的,应该是郭志刚先生。郭先生是我们现代文学研究界的前辈,我们河北师大现代文学学科的发展,也曾多次得到过郭先生的关心和支持。惠敏在郭先生门下求学所取得的进步,更使我真切地感受到名校、名师对于一个人的成才是多么重要。因此,借着为惠敏此书写序的机会,容我向郭先生再次表示我的敬慕。

张俊才

2008年4月12日

于河北师大寓所知止斋

目 录

导 言	1
第一章 三十年代文学的商业化背景	13
第二章 商业化对文学的促进与推动	32
第一节 商业化助长左翼文学的繁荣,推动进步文学的发展	32
第二节 文学商业化带来的文学自立及对政治的消解	39
第三节 商业化为作家搭建生存之舟	45
第三章 商业化对文学的影响与制约	52
第一节 读者——“上帝”之手的拨弄	53
第二节 文学时尚的转变——读者口味转变的需要	60
第三节 广告宣传和文学论争	66
第四节 文体差异——几家欢喜几家愁	71
第五节 多产与粗制滥造	77
第四章 商业化视境中的鲁迅	83
第一节 “做文章呢,还是教书?”——人生十字路口的徘徊	84
第二节 在上海的卖文生涯	88
第三节 “上了镣铐的跳舞”——“卖文”中的“抗争”	96
第四节 为了文化、为了抗争——鲁迅的出版行为	102
第五章 商业化视境中的茅盾	109
第一节 卖文——游走于创作与“杂著”之间	110
第二节 小说创作中的商业“印迹”	115
第六章 商业化视境中的巴金	124
第一节 在《灭亡》中“新生”——《灭亡》的发表和出版	125

第二节	“用心灵蘸着血泪直接同读者对话”——巴金与读者	131
第三节	在友情撑起的广阔天空中自由翱翔——巴金与朋友	136
第四节	作为“多产作家”的巴金——从友情之累谈起	139
第七章	商业化视境中的沈从文	144
第一节	沈从文南下与对商业化的依赖	146
第二节	《新月》与沈从文	149
第八章	商业化视境中的戴望舒	157
第一节	“硬挤上诗坛”的《我底记忆》——从《我底记忆》 到《望舒草》	158
第二节	依托《现代》的《望舒草》	164
第九章	商业化视境中的张资平	173
第一节	从“恋爱”到“革命”——不被人认可的“转换方向”	174
第二节	从小说家到小说商——趋利之途	179
第三节	“三角”“多角”=“千篇一律”?	189
第四节	“腰斩”前后——从中兴到末路	196
第十章	商业化视境中的女作家——以冰心、虞岫云、丁玲为例	204
第一节	从冰心到虞岫云	206
第二节	作为女作家的丁玲	213
第十一章	新文学史上的自费出版现象	223
第一节	臧克家——“印”成名	227
第二节	《八月的乡村》成就萧军	232
第三节	埋没了六年的《科尔沁旗草原》	236
附 录		
	张爱玲“红遍上海滩”探析——以传播的名义	241
	主要参考文献	249
	后 记	257

导 言

在现代商业社会,市场经济的大潮冲击着社会的方方面面、各个角落,许多东西都不由自主地被打上了商业化的烙印,带有了商业属性。在这种背景下,文学也未能例外,身不由己地被裹挟进了商海,成了商海中的一分子,成了一种商品。“在万般商品化的社会里,文学也有商品化的危险,而且已在逐渐商品化了”^①,茅盾的话道出了时人对文学商业化的警觉。既然是商品,就要遵从市场经济的规律,追求利益,甚至追求利益最大化。这就是人们常说的“生意眼”或“金钱眼”。然而,文学又不是一般的商品,它本身承载的是文化,以传播思想、传播文化为自己的精神诉求,也就是人们所说的“文化眼”。在这里,经商谋利与传播文化不可分割地联系在一起,你中有我,我中有你。

既然文学成了文化商品,“著作人的精神的产品商品化了”,作家作为著作人的地位也相应发生了变化,而成为“零卖商或受雇者”^②,以卖稿或受雇于人而参与到文学活动之中。作家创作的作品有一个商品化、社会化的过程,并非所有作家创作的作品都能成为商品到市场上去流通,其能否成为商品到市场上去流通,一定程度上取决于编辑出版这一中间环节,在这个过程中,编辑或出版商起到了关键作用。正是出版商,在作家与读者之间搭建了桥梁,使作家的作品走向了读者,得以与读者见面,并通过读者的阅读最终实现作品的社会价值,发挥作品的社会作用。赵家璧曾经说过:“文学作品一旦印成了书,它本身在社会上就是一种独立存在,在历史的长河里载浮载沉,经受它自己命运的摆布”^③,他道出了出版的重要性。如果作家创作出来的作品不能

① 茅盾:《文学家可为而不可为》,本篇最初发表于1933年7月1日《文学》第1卷第1期,收入《茅盾全集》第19卷第443页,人民文学出版社1991年第1版。

② 《上海著作人公会缘起》,见张静庐辑注《中国近现代出版史料》第6卷第268页,上海书店出版社2003年版。

③ 赵家璧:《编辑忆旧》,生活·读书·新知三联书店1984年8月第1版第491页。

发表或出版,不能与读者见面、被读者接受,也就意味着其不能作为商品进入到文学的生产和流通之中,换言之,它还不是真正意义的文学作品,还没有资格参与文学历史的创造。作品只有在报刊上发表了,或由书店出版了,才进入到文学的生产和传播环节;也只有文学的生产和传播中,的价值才得以实现和呈现。也正是意识到“出版”的重要,为了参与文学历史的创造,同时也为了使自己的精神劳动成果不被埋没,在新文学史上才有那么多的作家在作品不能由书店出版的情况下自费出版自己的作品,为自己的作品创造抛头露面的机会。

从这个意义上说,出版作为文学生产的一个环节同样参与了文学的“创造”,通过其出版行为,影响着文学的历史,创造和改变着文学的历史。对此,有的文学研究者也有同感,认为“文学创作、出版的过程,就是文学生产的过程;创作文学作品的个人就不再是作家,而是‘文学生产者’;对文学的研究就不能局限于对作家、作品的分析,而是要把作品生成的物质条件 and 生产关系纳入研究视野,关注文学‘生产’、‘传播’和‘消费’的模式。”^①而文学的“生产”、“传播”和“消费”从经济的层面来看都属于一种商业行为,自然会受到商业运行规律的制约和影响。

出版是一种文化产业,以传播文化为自己的精神追求,而其传播文化依托的是特殊的商品——文化商品。前面我们已经提到,文学作为文化商品具有双重属性,即商业属性和文化属性,编辑或出版商在看取文学的时候有双重标准,即“生意眼”和“文化眼”。郭沫若在一封通信中曾经这样说道:“在资本制下替人编辑杂志的人,对于主东的营利上,对于自己的名誉上,两都不能不求销路的推广”。^②这里说的“营利上”的考虑,显然指的就是生意眼,“自己的名誉”上的考虑,则指的就是文化眼。既然是双重标准,二者选择的结果就可能不一致,可能会有偏差,甚至还会有冲突、有矛盾。文化含量比较高的作品不一定市

① 邵燕君:《倾斜的文学场》,江苏人民出版社2003年10月第1版第1页。

② 郭沫若:《致〈时事新报·学灯〉编者》(1924年7月2日),原载1924年7月21日《时事新报·学灯》第131期。《郭沫若书信集》(上) 黄淳浩编 中国社会科学出版社1992年12月第1版第278页。

场广阔,反之,市场广阔的作品不一定文化品位高、艺术价值大。当“文化眼”与“生意眼”发生冲突时,如何取舍,如何抉择,表面上是出版商的个人行为,可最终却影响到某些作家作品的命运,在无形中改变着新文学的风貌,进而改变着新文学的历史。这样的例子在文学史上并不少见,最极端的例子就是端木蕻良的长篇小说《科尔沁旗草原》,作品完成于1933年,出版则延迟到了1939年。由于没有及时参与到1933年的文学发展中,从而使作品失去了在当时可能获得的荣誉。(参见《新文学史上的自费出版现象》一章)。

文学作为商品既然要走向市场被读者接受,作家在文学创作中也就无法对潜在的读者视而不见、置之不理,潜在读者的存在、潜在读者的阅读期待会影响到作家创作题材的选择(涉及读者有没有兴趣的问题),也会影响到作品艺术形式的采用(关乎读者能否看懂,是否习惯、是否适应)。作家为报刊、杂志写稿,也要顾及版面的需要,而版面的需要在某种程度上体现出的其实就是读者的需要,它通过编辑之手体现出来。这些都在无形中制约着作家的创作,影响着作家创作的风貌。郭沫若曾经谈到编辑为了提高杂志的销路而采取的种种方法:“于是乎秘术横生,以青年幸进之心为钩钓读者之饵。多方百计想出些读者论坛,想出些读者杂感,极力贪求读者的欢心。有编辑者某君关于读者论坛栏一类之必要,曾经亲自对我说过,而他所说的必要的原因便是于销路上大有影响,这可见我国编辑者之堕落心理了。”^①编辑的编辑思想和原则必然通过其稿件需求影响到作家的创作,这种影响和改变可能是正面的促进和推动,也可能是负面的限制与束缚,很难一概而论。沈从文曾经说过:“新文学同商业发生密切关系,可以说是一件幸事,也可以说极其不幸。”^②幸与不幸,只能具体问题具体分析,但是,商业

① 郭沫若:《致〈时事新报·学灯〉编者》(1924年7月2日),原载1924年7月21日《时事新报·学灯》第131期。《郭沫若书信集》(上) 黄淳浩编 中国社会科学出版社1992年12月第1版第278页。

② 沈从文:《新诗的旧账》,《沈从文文集》第12卷,花城出版社、三联书店香港分店1984年7月第1版第182页。

化对文学的影响却是一个不争的事实。作家与商业化的关系各有不同,就如同在商海中泅水,善游者驭水而行,不善游者则会呛水甚至可能被淹没。水能载舟亦能覆舟,这不是水的过错。

在传统社会,作家从事文学创作不是为了赚取稿费来维持生计,也不是为了成为现代意义的职业作家,不论是吟诗诵词还是作文撰赋,或抒发自己的内心情感,或一吐胸中的远大抱负,重在抒情明志。文学在他们只是一种爱好,多为自娱自乐,而不以追求经济利益为目的。古代虽有“润笔”之说,然它与现代意义的稿费有截然区别^①。在古代,虽然也存在一个图书市场,但受印刷技术的限制,图书的印刷成本很高,一般人无力承受如此高额的文化消费,只能望书兴叹,读书成了少数有钱人的专利。这样一个狭小的图书市场不能为作家提供安身立命之所,更何况传统文人追求的是“学而优则仕”,游的是“宦海”,耻于到商海中去沾染铜臭气。到了现代社会,随着印刷技术的进步,印刷和出版日益便利快捷,新闻出版事业日趋发达,逐步形成了一个相对广阔的文学市场,而一部分知识分子从科举取仕中逸出侧身于报馆,以卖文来维持自己的生计,成为中国近现代第一批职业作家。对于作家而言,文学不再仅仅是一种爱好,而可以成为养家糊口、安身立命的方式。

从晚清到“五四”是中国社会从传统向现代转型的时期,在这一转变过程中,作家面对文学的商业化是矛盾的,有时甚至是排斥的。陈独秀依托群益书社创办《新青年》倡导文学革命,在行“文学革命”这一文化之举时,仰赖的是一种商业行为,但自愿放弃稿酬之举流露出的又是对商业性的排斥;叶圣陶一方面“为金钱计,日节一二小时为出卖之

^① 陈平原曾这样谈及古代的润笔:“此等润笔,并无定例,带有私人酬谢馈赠性质。且并非每文都能受谢,必须是为他人作文(尤其是墓志铭)方有润笔可收,故能换取钱财者一般不会是好文章,十有八九是谀文。靠‘苦吟’直接谋取生活资料,这在近代出版业形成之前几乎是完全不可能的——当然不排除借诗文间接牟利的可能性。”见陈平原著《二十世纪中国小说史》(第一卷)92页,北京大学出版社1989年12月。

文，凡可以得酬的皆寄之。”^①一面又表示“文学不是商品”，坚决反对“以文学为投机事业，迎合社会心理，不顾一切，加工制造，以图利市三倍”的行为^②，排斥文学的商品属性；当郭沫若从宗白华来信中得知报馆给他“汇墨洋若干来”，一再声明自己的本心“也原莫有想受报酬的意志”，恳请宗白华替他“把成议取消”，免使自己“多觉惭愧”^③。通过以上人物的行为可以看出，新文学家还没有从耻于言钱言利的传统观念中挣脱出来，面对自己从事的文学活动，愿意凸显其文化的一面，也就是圣洁的一面，而漠视作为商品的另一面。这样一种观念和认识一方面让我们看到的是新文学家投身文学活动的神圣动机，让人想到了“文章乃经国之大业”等传统观念在他们身上的体现，另一方面也折射出作家对文学商业属性的漠视与排斥，如此一来，作家在文学活动中无法理直气壮地追求和获取本应属于自己的利益，也间接会影响到作家从事文学活动时的动力，削弱作家可能取得的文学成就。毕竟对利益的追求也是商业化环境下作家创作的一种动力，甚至可以说是不容忽视的动力。或许这些知名作家有自己更高的精神寄托，或许是他们的生活处境使他们还无须属意于卖文为生，充其量把稿酬当作生活费用的一种补充而非作为主要的生活来源，或许即使有卖文之意，但当时相对贫弱的文学市场还难以让他们把卖文当作安身立命的生存方式。与这些知名作家相比，倒是一些无名作家迫于生存的需要依托卖文蹒跚走来，虽说艰辛，但也坚强、执着。许钦文“从一九二二年开始卖文”，他的卖文，“无非为着救穷”，“越穷困，越是埋头硬做，因为肩背上压着严重的负担”，为着便于在副刊上发表，为了迎合读者喜欢一次看完的心理，“经常把一篇稿子的字数尽力控制在一千左右”。明知“写中、长篇比短篇省力”，但因为出版的地方不容易找，即便出版了，版税

① 叶圣陶：《致顾颉刚》，见顾颉刚《隔膜·序》，《时事新报·学灯》，1922年4月20日。

② 叶圣陶：《文艺谈 32》，《叶圣陶论创作》，上海文艺出版社1982年版第61页。

③ 郭沫若：《致宗白华信》（1920年2月15日），原载1920年5月亚东图书馆《三叶集》，《郭沫若书信集》（上），黄淳浩编，中国社会科学出版社1992年12月第1版第102页。