



20SHIJI 90NIANDAI YILAI BAOZHI
FUKAN BIANQIAN YANJIU
WENHUA DE FENGXIANG BIAO

文化的风向标

—— 20世纪90年代以来
报纸副刊变迁研究

陈 叙 著



西南财经大学出版社

20SHIJI 90NIANDAI YILAI BAOZHI
FUKAN BIANQIAN YANJIU
WENHUA DE FENGXIANG BIAO

文化的风向标

—— 20世纪90年代以来
报纸副刊变迁研究

陈 叙 著



西南财经大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

文化的风向标:20 世纪 90 年代以来报纸副刊变迁研究/陈叙著. —成都:西南财经大学出版社,2014. 10

ISBN 978 - 7 - 5504 - 1595 - 9

I. ①文… II. ①陈… III. ①报纸—副刊—新闻事业史—研究—中国—现代 IV. ①G219. 297

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 219031 号

文化的风向标——20 世纪 90 年代以来报纸副刊变迁研究
陈 叙 著

责任编辑:张明
助理编辑:傅清宇
封面设计:墨创
责任印制:刘俊川



出版发行	西南财经大学出版社(四川省成都市光华村街 55 号)
网 址	http://www. bookcj. com
电子邮件	bookcj@foxmail. com
邮政编码	610074
电 话	028 - 87353785 87352368
照 排	四川胜翔数码印务设计有限公司
印 刷	郫县犀浦印刷厂
成品尺寸	170mm × 240mm
印 张	12. 25
字 数	230 千字
版 次	2014 年 10 月第 1 版
印 次	2014 年 10 月第 1 次印刷
书 号	ISBN 978 - 7 - 5504 - 1595 - 9
定 价	58. 00 元

1. 版权所有,翻印必究。
2. 如有印刷、装订等差错,可向本社营销部调换。

序

陈叙同学在取得现当代文学硕士学位后，于2001年考入四川大学攻读文化与传媒专业博士学位，2004年毕业，获得博士学位。她是我指导的第二届博士生之一，学习刻苦努力，品学兼优，受到老师和同学好评。学习结束后回到四川省委党校继续任教，担任省党校文史部主任职务。在我几次应邀到党校讲课期间，与学校相关领导和老师交谈中，问及她的情况时，都一致称赞她是一位爱岗敬业、教书育人的好老师，在教学、科研和管理工作上，都不断取得可喜的成绩。近日，陈叙博士又将她近20万字的《文化的风向标——20世纪90年代以来中国报纸副刊变迁研究》书稿送来，请我作序。我十分高兴，欣然答应。

读了这部专著，我认为它的选题很好，很有价值，有新意。副刊一直是报纸的一个重要的组成部分，它不仅深受广大读者喜爱，而且是培养文化及传媒人才的一个重要阵地。一些报纸之所以在人们心目中占有一席之地，其作品、作者及影响之所以久久流传、抹之不去，其中一个重要原因就是副刊办得好。但是，关于中国报纸副刊，尤其是20世纪90年代以来的中国报纸副刊的发展，还缺乏系统、深入的研究。陈叙博士的这部专著，无疑是一种可贵的开拓与尝试。因此，很有现实意义。

细读这部专著，我们可以感觉到它的内容十分丰富，不仅对20世纪90年代以来中国报纸副刊发展的概况、特征、动因及趋势，做了全面的概括与论述，剖析了电子媒体、网络媒体对报纸副刊的冲击和报纸文艺副刊的坚守与分化，而且详细论述了报纸副刊的生产与接受过程，分析了20世纪90年代以来中国报纸副刊作者、编辑队伍与读者群体的变迁和文体的发展与演变；同时，还详细阐述了这一时期报纸副刊由一元到多元化的转变，具体分析了机关报副刊、晚报副刊和都市报副刊的不同特征及文化品格。尤其可贵的是，作者在全面总结20世纪90年代以来中国报纸副刊发展的经验与教训的基础上，对报纸

副刊未来的发展提出了很好的思考与建议。这些研究对于新媒体时期激烈竞争的报业的发展,无疑具有一定借鉴和参考意义。专著结构清晰,观点鲜明,论据充分,语言流畅,读后让人受益。

值得特别提到的是,陈叙博士在这本专著的写作过程中,十分注重与报纸副刊实际工作者紧密联系。她深入报纸副刊编辑部调查研究,专访了具有丰富实战经验的报纸副刊负责人和编辑、记者,虚心向他们请教、学习,参加副刊研究会的一些活动,广泛搜集报纸副刊的鲜活资料,从而使理论与报业实践两者很好地结合起来,不仅丰富了专著内容,提升了研究质量,而且提高了自己文化与传媒的实践素养。这对于从事文化与传媒研究工作来说,是非常重要的和有益的。

学无止境。陈叙取得博士学位后十年来在科研、教学实践中不断成长的历程证明,勤奋、刻苦、探索、创新,持之以恒,不断拼搏,这就是一位青年教育与科研工作者的成才之路。我相信陈叙博士今后仍会不断取得教学、科研的新成绩,为繁荣我国文化与传媒事业、发展我国新闻传播教育工作,做出新的更大的贡献!

(邱沛莹,四川大学文学与新闻学院教授、博士生导师,四川省新闻教育学会会长,中国传播学会副会长)

目 录

导言 / 1

第一节 文化视野中的副刊变迁 / 1

- 一、研究缘起：文化变迁与副刊的发展 / 1
- 二、20 世纪 90 年代以来副刊变迁研究命题的提出 / 4
- 三、研究综述 / 7

第二节 副刊：文化与报业结合的独特形态 / 10

- 一、副刊的界定 / 10
- 二、副刊研究的两个维度 / 17
- 三、本书的资料来源、研究思路及篇章结构 / 22

第一章 20 世纪 90 年代以来副刊发展的动因分析 / 25

第一节 时代的喧嚣与转型的深入 / 26

- 一、大众文化全面登堂入室 / 28
- 二、全球化语境下消费主义的盛行 / 30
- 三、社会心理以及受众审美文化诉求的变化 / 33
- 四、网络社会背景下的新文化景观 / 35

第二节 多层媒介环境制约下的报纸副刊 / 37

- 一、社会变迁对大众传媒体系的影响 / 38
- 二、极速化传媒时代报纸及副刊的生存空间 / 40
- 三、报业的市场竞争环境与人文环境 / 44

第三节 20 世纪 90 年代以来副刊的发展方向 / 46

- 一、精英主导的文人副刊向大众化副刊转变 / 46
- 二、新闻的文学化与副刊的新闻化 / 53
- 三、媒介生态环境制约下的副刊位置 / 56

第二章 传统文艺副刊式微 / 66

第一节 副刊的文学传统 / 67

- 一、近代报纸副刊的文学传播意义 / 67
- 二、作为现代文学生产场中的枢纽 / 68
- 三、副刊在当代文学生产场中的作用减弱 / 70

第二节 文艺副刊式微的文化透视 / 72

- 一、20 世纪 90 年代文学的边缘化 / 73
- 二、电子媒体、网络媒体对文艺副刊的冲击 / 75
- 三、市场化与文艺副刊的局限 / 77

第三节 文学性与新闻性的消长 / 80

- 一、文学性的泛化与文艺副刊式微 / 80
- 二、从沉默的文学载体到话语权力膨胀的大众传媒 / 82
- 三、对副刊文学性与新闻性的思考 / 85
- 四、文艺副刊的坚守与分化 / 86

第三章 副刊的生产与接受 / 90

第一节 副刊生产机制的转型 / 90

一、副刊生产的市场化转换 / 91

二、策划性：从来稿加工向大众话题拓展 / 93

三、副刊的经营与运作 / 95

四、来自主流意识形态的调控：中国新闻奖副刊作品奖的设立 / 97

第二节 生产主体和接受主体身份的变迁 / 99

一、报纸副刊的作者群：从文学青年到职业写手 / 99

二、副刊编辑：由传统文人到新媒体知识分子 / 102

三、究竟谁在阅读今天的报纸副刊 / 105

第三节 生产机制转换下副刊文体的选择与创造 / 108

一、副刊文体的特点 / 109

二、生产机制转换下副刊文体发展 / 110

三、消费文化语境下的副刊文体 / 112

第四章 从一元到多元的副刊形态 / 123

第一节 报业格局的变迁与副刊形态的多元化 / 123

第二节 作为主流文化阵地的机关报副刊 / 125

一、机关报副刊的历史传统及其功能定位 / 125

二、走向市场的机关报及其副刊的发展 / 128

第二节 晚报副刊的闲和趣 / 135

一、晚报特色及其副刊个性 / 135

二、“以不变应万变”的晚报副刊老字号 / 140

第四节 都市报副刊的大众化品格 / 145

- 一、脍炙人口的大众文化快餐 / 145
- 二、怀旧情调与市井幽默 / 148
- 三、世纪之交都市报副刊的新走向 / 150

第五章 反思与前瞻 / 152

第一节 20 世纪 90 年代以来副刊发展的文化反思 / 152

- 一、副刊在文化传播中的作用及其思考 / 152
- 二、副刊在报纸中的存在及其必要性思考 / 157
- 三、副刊的媚俗化与消费意识形态的入侵 / 161

第二节 解读时代报纸副刊的走向与思考 / 164

- 一、“解读”时代的来临及副刊的发展趋向 / 164
- 二、由单向解读到多元沟通——建构作为公共论坛的报纸副刊 / 167

附录一 副刊的应变与超越

——访《四川日报》副刊部主任伍松乔 / 171

附录二 对《成都晚报》副刊主编卢泽明的访谈 / 175

附录三 对《天府早报》副刊主编石维的访谈 / 177

附录四 对四川报纸副刊编辑的问卷调查 / 179

参考文献 / 181

后记 / 186

第一节 文化视野中的副刊变迁

自上海《字林沪报》于1897年创办附张以来，副刊已有百多年的历史。在民族文化土壤和特定的历史条件下诞生的副刊，已成为中国报学史上独特而又意味的存在。副刊的独特在于它的两栖性：一方面，副刊从其诞生之日起便是文学的载体，文艺副刊已经成为副刊的传统形态或曰经典形态。它通过社外来稿的形式建构“公共论坛”，从而使副刊不同于新闻版而具有相对独立的编辑形态。作为文学、文艺的载体，副刊具备了先天的文化敏感，文化性成为副刊的基本属性。它既象征着某种文化认同，又是文化价值的生产机器，具有不同于新闻版的文化传播意义。另一方面，副刊又是大众传播媒介，新闻、评论、副刊、广告成为“报纸的四大件”，其发展变化体现着报业文化的规范。副刊往往成为报业竞争的又一个战场。作为大众传播媒介，它势必考虑大众的消费需求，使文化产品在媒介市场中如商品一样销售。重视文化含量的文学载体与追求发行量最大化的大众传播媒介之间的矛盾，往往又使副刊摇摆于精英与大众、雅与俗之间，形成副刊在大众传播媒介中最为独特的特色。“春江水暖鸭先知”，副刊的两栖性使它较早也较为充分地感应着文化的脉搏和报业的发展，从而成为一个极有意味的传播形态和文化形式。

一、研究缘起：文化变迁与副刊的发展

作为中国特殊的报学现象和文学现象，副刊诞生在中国特有的文化语境中。一方面，副刊由于其与文学、文艺的近亲关系而成为文化传播的重要阵地，参与建构并推动文化的发展；另一方面，一定时代的政治文化氛围、物质经济的水平、社会生活的形态以及受众的文化需求等构成独有的文化生态，又

决定着副刊的形成与演变。梁衡在论及报纸副刊时，有一段较为精彩地揭示了报纸副刊与社会文化的互动关系的论述：“如果我们翻阅近百年来的报纸，从新闻版可以清晰地看到社会发展的主流，从副刊则可以看到历史发展的‘副线’，一幅幅如《清明上河图》般的社会生活画卷，一段段此起彼伏连绵不绝的情感岁月。尽管它没有直白地报道社会发展的主要事件，但谁也不能否认这一个个细节自然流露着当时的社会情感、公众意识，与时代精神遥相呼应，反映着社会历史的变迁。显而易见，报纸副刊的发展是与其生存环境的发展变化直接联系在一起的。可以说，有什么样的社会就有什么样的报纸副刊。”^①副刊的形态由消闲性副刊到作为启蒙和救亡先行军的进步副刊到集知识性、趣味性、文艺性为一体的机关报副刊再到以大众化、时尚化为特点的都市报副刊，都是在特定的文化语境中生成的，并发挥着特有的文化功能。

1. 中国近代的历史文化语境为副刊的诞生提供了文化肌质

副刊诞生在中国近代独有的历史文化语境中，从诞生之日起，便和文艺结下了不解之缘，带有浓厚的文化色彩。一方面，这是中国文化传统使然。我国有着深厚的文学传统，自古以来就重文轻武。文人学士皓首穷经醉心科举，一旦落第便失去人生的依托。报纸的出现为疏狂学子、落拓文人提供了发抒抑郁和无聊意兴的一席之地。加之中国传统文化固有的闲适文化的因子，为文人们提供了一个游戏文章、满足其发表欲的平台。另一方面，这也是我国报业诞生发展的社会环境使然。近代报业处于初创期时，早期报纸为弥补新闻的不足，遂登载一些诗词小品以吸引读者，辅助报纸发行。可以说，中国近代的历史文化语境为副刊的诞生提供了文化肌质。

2. 中国文化向现代转型促成了主流副刊形态的确立

诞生期的消闲性副刊并未能成为副刊的主流形态，启蒙与救亡的社会重任一直未给以它发展的土壤。应当说在中国，现代传媒以及新式报业的诞生是和老式中国跨向现代、睁眼看世界的进程同步的，在救亡图存的时代大背景下，报纸不仅要传播信息、引导舆论，更肩负着传播知识、开启民智的重要作用。辛亥革命时期，无论维新派还是改良派，都已认识到政治宣传的重要性，在素来重视文学教化功能的国度，文学成为最好的宣传工具，文艺副刊遂成为政治宣传和鼓动的重要阵地。

辛亥革命的失败令有识之士开始审视古旧之文化，意识到启蒙的重要性。新文化运动开始向一切旧的文化、观念、制度开炮，中国近代文化开启其艰难

① 董岩. 梁衡谈报纸副刊 [J]. 当代传播, 2003 (1).

的转型。启蒙文化甚嚣尘上，文学启蒙成为新文化运动的共识，加之副刊的文艺性使其具有丰富的体例，连载小说、报告文学、散文小品、杂文、书评无所不包，记叙、议论、抒情等表现手法兼收并蓄，短小精悍的结构，迅速快捷的传播方式又使其优于期刊，副刊作为文学、文艺的同盟以传递知识，开启民智，走在了时代的前列。以《晨报副刊》《京报》副刊、《民国日报》副刊“觉悟”、《时事新报》副刊“学灯”等为代表，副刊为庙堂中解放出来的知识分子“提供了迥异于传统专制思想文化语境的现代知识分子‘公共空间’”^①，成为传播新思想、倡导文学革命的重要阵地。鲁迅先生的《阿Q正传》、冰心的《寄小读者》以及文学研究会和创造社的多数作品都是通过副刊发表的。不少知名作家正是由副刊走向文坛的，也为副刊赢来了极大的影响力。一个好的副刊往往超过了正张新闻版的影响力，激进的文化运动洗尽了早期副刊纤柔、萎靡、缺乏思想性的弱点，从而奠定了以文艺性、思想性、知识性、趣味性为重要特点的综合性文艺副刊的重要地位。

从新文化运动到左翼文化运动再到抗战文艺运动，可以说，每一个思想文化浪潮到来之际，作为启蒙的工具、战斗的匕首，文学、文艺都走在时代的前列，而副刊也都呈现出活跃之势，成为文化论争的重要阵地。从主流来看，现代文化运动的潮起潮落与副刊的兴盛相关，潮起时往往也就是副刊最为活跃，最富于思想性、文化性之时，而潮落时，往往也就是消闲性副刊盛行之时。

如果说新文化运动中，启蒙文化成为主导，副刊成为现代知识分子的公共空间，那么随着民族危机的加剧，革命文化和政治文化就成为主导。五四时期自由思考的知识分子开始分化，自觉或不自觉地认同于某一种政治意识形态。副刊成为灵活的革命宣传战车和文化斗争的阵地。即便是20世纪30年代的老牌消闲副刊“自由谈”也改变风格，“务以不违时代潮流与大众化为原则”，以鲁迅为代表的进步作家组成了“自由谈”强大的作者群，发表了许多犀利的战斗杂文，使之成为副刊史上最有生气、最引人注目的副刊。在左翼文化运动和抗战文艺运动中，都涌现了一些在文学史和文化史上值得大抒一笔的副刊，如申报的“自由谈”《大公报》的“文艺”、在孤岛文学中扮演了重要角色的《每日译报》副刊“大家谈”以及《文汇报》副刊“世纪风”。

新中国成立后，各地纷纷创办党报，由于报纸作为党和人民的喉舌属性，副刊成为主流意识形态进行社会主义精神文明建设的重要阵地。副刊的教化功能得以放大，文艺性、思想性强的副刊也成为传统和典范，副刊的论辩色彩也

^① 张涛甫，《晨报副刊》研究[J]，当代作家评论，2001（3）。

有所减弱。“文革”时期，社会文化发展受到极大的挫折和阻碍，报业以及副刊的发展都呈现出倒逆趋势，直到拨乱反正，中国报业和副刊的发展又迎来新的春天。20世纪70年代末80年代初，当坚冰将要破除之时，《文汇报》副刊“笔会”勇敢地发表了小说《伤痕》以及戏剧《于无声处》，掀起了轩然大波，并由此引发了一系列对“文革”进行深刻反思的讨论。副刊对文化思潮的现实关注，使它再次连接上了重视思想性、文化性、现实性的副刊传统。

无论在五四启蒙文化的主导下，还是在革命文化以及新中国成立后的主流意识形态的主导下，副刊都十分重视思想性和文艺性。中国一向有精英办报的传统，办副刊的往往也是文化人、作家，其接受对象多为青年学生、知识群体。副刊有时也启用通俗宣传的形式，如民谣、戏剧等，但都是出于宣传需要，也都基于知识分子化大众的立场。一直以来副刊作为一种大众传播媒介，其教化功能、政治功能被极度放大，并在特有的文化语境中取得极为成功的传播效果，而其娱乐功能一直处于附庸地位。蜂飞蝶舞谈风月的消闲副刊并不为时代的强势文化所支持而屡屡成为被批判的对象。在文化的庇护下，五四以来的文艺副刊形态具有相对稳定的延续性，这种形态的延续性到20世纪90年代却有了新的突破。

二、20世纪90年代以来副刊变迁研究命题的提出

1. 社会文化转型加剧与副刊面临的挑战

20世纪90年代是中国文化转型进一步加深加剧的时代，也是报纸副刊发生重大变化的时代。1992年邓小平南方讲话以及中共十四大的召开，确立了中国经济体制改革的基本目标是建立社会主义市场经济。随着市场经济的飞速发展，市场化和社会的世俗化全面推进，人们的社会心理日益趋利务实，越来越重视世俗生活的享受。随着中国商业化程度的深入以及与跨国资本接轨速度的加快，尤其是进入21世纪以来中国加入了世界贸易组织，更深地卷入到全球化的消费社会体制中，一种新的意识形态——消费主义意识形态正在崛起，并显示出其对日常生活的强大渗透力。作为世俗化生活方式的集中体现，大众文化在20世纪90年代勃兴，这种以复制性、平面化、娱乐性为特征的文化以其民主性获得了大众的喜爱。一方面它承认了大众的世俗欲求，对多年来主流文化高扬革命理想而狠斗个人私念的禁欲主义进行纠偏；另一方面消解深度、消遣娱乐自身成为最高本体，大众已不再是沉默的客体，等待着启蒙和教育。大众文化和消费主义意识形态的介入，视觉文化符号的膨胀以及人们审美文化诉求的变化都极大地冲击了以精英为主导的文人副刊传统，影响着副刊的文化

取向,使报纸副刊向着大众化、娱乐化、新闻化、时尚化的方向发展。

20世纪90年代以来,市场化逻辑的深入以及信息传播技术的飞速发展也使大众传媒生态发生了较大的变化。如果说20世纪80年代包括报业在内的大众传播媒介尚处于复苏和探索阶段,那么20世纪90年代以来则是大众传播媒介呈几何级数的飞速发展,以及随之而来的不断增大的媒介影响力。市场经济的发展,使大众传媒的文化产业属性逐步得到承认,来自政治与市场的双重制约规范着传媒的发展。传媒的市场竞争日益激烈,从报纸周末版大战、扩版潮到都市报的兴起,报业集团的组建以及印刷媒体、电子媒体、网络媒体复合共生的竞争态势都改变着传媒的生态环境,影响着副刊在报纸中的结构、位置和发展。市场化取向下,对报纸版面营利能力的考量又往往使副刊处于不利的位置。报纸越来越厚,副刊的文化空间却受到较大的挤压。

自20世纪90年代以来席卷大江南北的商业化、世俗化浪潮,在迈入新世纪以后又因互联网的迅速普及以及新兴社交软件的兴起而呈现出新的发展态势。互联网让信息的传播更加便捷,并深刻地影响着社会文化的走向。一方面,公民意识开始萌发,公众对政治、社会议题的关注度迅速回升;另一方面,网络媒体的影响力日益增强,新的传播形态如微博、微信等不断涌现,超大的信息容量,更加自由、快捷、互动的传播使网络成为年轻一代获取信息,进行娱乐、交流的主阵地。纸质媒体的生存日益艰难,报业的发行量和收入锐减。这从一个侧面再次印证了副刊作为文化风向标的特质。当纸质媒体尚欣欣向荣之时,副刊早已感知到危机的存在。

随着文化生态、传媒生态的急剧变化,业界一直在焦灼地寻找副刊的空间和定位。新世纪之初,“副刊已死”、“副刊时代终结”的论调不绝于耳,但副刊依然在夹缝中顽强生存。当21世纪的第一个十年过去时,网络媒体俨然已从边缘走向主流,报业感叹严冬真正来临之际,副刊又将如何面对挑战?副刊究竟在媒介生产和文化生产中占据着怎样的位置?发挥着怎样的作用?

2. 20世纪90年代以来报纸副刊的生存危机与问题

(1) 副刊界定的混乱和模糊

自新文化运动以来,就已确立起经典形态的文艺副刊,在20世纪90年代则完全颠覆了既有的概念。20世纪80年代初期即便报纸未有刊头标明“副刊”字样,读者也能很清晰地分辨出哪一个版面是副刊。而今天,什么版面是报纸副刊还需要一番清理。文艺副刊的超稳定性被打破了,被打破的同时,什么是副刊却显得更加模糊。非新闻版、专刊、文艺版、大副刊诸多概念纠缠在一起,即便是副刊编者,也是仁者见仁,智者见智。就学者们对副刊的界定

而言,也存在着一定的混乱性。就冯并的《中国文艺副刊史》、罗贤梁所著《报纸副刊学》、王文彬所编《中国报纸的副刊》而言,其所指副刊基本上传统意义上的文艺副刊。但在研究20世纪90年代副刊的多篇论文和课题中,文学副刊、文艺副刊、大副刊等诸多概念则含混不清。尤其是将除新闻、广告以外的所有内容都纳入到副刊中。表面看起来是副刊家族的繁荣,实则是对副刊文化个性的消解。也有学者将曾经作为正报周末版现已成为独立周报的《南方周末》《楚天周末》等视作副刊。^①副刊界定的模糊化也反映出20世纪90年代报纸副刊发展的多元化和复杂化。

(2) 文艺副刊式微与分化

副刊式微无疑是20世纪90年代以来副刊发展中最为突出的现象。在20世纪90年代报业迅速走向市场并日益兴盛的背景下,副刊的生存力和影响力却减弱了,其中又以文艺副刊最为典型。从副刊史的角度而言,今天的文艺副刊已经难以企及它在思想文化建设中曾拥有的强劲影响力,“春江水暖鸭先知”的先行者角色淡化,活力减弱,忠实的读者和追随者也减少了。副刊在固有的领域举步维艰,20世纪80年代几乎每一家综合性日报都设有副刊,文艺性副刊成为每个报纸不可缺少的版面和内容。而20世纪90年代以来作为副刊经典形态的文艺副刊却面临着刊期延长,地盘缩小的生存窘境;同时,20世纪90年代以来报业在激烈的市场竞争中呈现出欣欣向荣之态,横向审视可见新闻版成为报纸吸引受众的抢眼点和竞争点,副刊的影响力有所削减,有的报纸为了增加新闻版,扩充信息量,不约而同削减了副刊。不少报纸以取消副刊作为进入市场的手段,甚至取消了一些本来已具一定知名度的副刊,或者以各种商业性兼广告的专刊取代副刊的地位。新兴的市场报要么取消了文艺副刊,要么徘徊在雅与俗的尴尬处境中。不少从事副刊实际工作的新闻工作者也感叹:“报业兴盛,副刊式微”,“副刊越来越不受重视,副刊的地盘越来越小。”^②著名作家丛维熙在2000年5月5日的《中国文化报》头版发出了呐喊:“保卫文化副刊!”^③究竟是什么原因造成副刊式微?作为中国报业的民族传统,文艺副刊是否已不适应当前的媒介消费环境和受众的信息消费需求?在当前的社会文化语境以及媒介生态下,副刊在报纸中的定位及其功能究竟如

① 如丁汉青、王灿发在《90年代中国报纸副刊变革动因分析》中将《南方周末》作为副刊来举例。又如陈炜在《试论新时期报纸副刊的新闻性与平民意识》一文中将《南方周末》视为多元素合成的副刊。

② 赵发元,《中国报纸副刊乱谈》[J],新闻知识,2000(12)。

③ 金丹霞,《新闻竞争呼唤重振副刊》[J],新闻战线,2001(6)。

何?它正在经历着怎样的转变和调整?这些无疑是时代向副刊提出的新课题。

20世纪90年代以来报纸副刊一直在不断地调整之中,从内容到生产机制到运作理念都在调整,试图适应时代文化语境的变迁以及信息化时代受众的阅读需求。这也使副刊的发展突破传统以文人为主导的文艺副刊形态而呈现出多元化的态势。从副刊的文本来说,从戏谑的到严肃的,从怀旧的到另类的,可谓多姿多彩。策划手段的介入,传统来稿加工的生产机制的转换,自由撰稿人群体的发展以及作为媒体知识分子的编辑身份的转换都使20世纪90年代报纸副刊呈现出许多新的特点。随着报业格局的调整,尤其是20世纪90年代中期都市报的兴起,副刊的形态也趋向多元。作为主流意识形态阵地的机关报副刊以高雅文化为旨归,晚报曾被定位为家庭读物和对机关报的补充,追求趣味性、力求深入浅出地传播文史知识,有着特有的雅俗共赏的副刊传统。都市报副刊的兴起,则大胆标举大众化的风格,昔日不登大雅之堂的方言俗语、民间故事和私人空间的情感困惑等也登上了副刊。不讲究深度,也不刻意去追寻意义,轻松简短不时还有一点调侃和幽默。不同风格、不同形态的副刊出现在大众传播媒介上,寻找着各自的读者群,成为20世纪90年代副刊发展的又一道景观。随着消费社会的来临和大众文化的发展,副刊的一次性快餐消费色彩日趋浓厚,如何承接“五四”四大副刊传统,充分发挥副刊作为公共空间的作用,增强副刊的影响力,打造副刊品牌,也是副刊发展面临的问题。总之,20世纪90年代以来报纸副刊的分化与调整留下了不少的空间和问题,亟待学界去梳理和深入研究。

三、研究综述

副刊在中国有百多年的历史,当前对副刊的研究主要集中在以下几方面:

1. 对副刊史的纵向梳理

关于副刊史以及副刊研究方面的专著并不多见,主要有陈昌凤所著的《蜂飞蝶舞:旧中国著名报纸副刊》、王文彬所著的《中国报纸的副刊》以及冯并先生所著《中国文艺副刊史》。这几部专著对副刊的纵向历史梳理主要限于新中国成立以前。在国家图书馆的博士文库中还可以见到方汉奇的博士生杨磊所著博士论文《中国副刊史》,也主要限于新中国成立以前。此外对副刊的研究专著还有罗贤梁的《报纸副刊学》,该书试图从报纸副刊的历史沿革、副刊的编辑工艺、副刊文体写作三个方面建构报纸副刊学。由于理论体系建构的庞大,使其在学理上不够深入,实践操作的指导意义和总结意味更浓,加之该书成文于1991年,与20世纪90年代的报纸副刊实践已经有了一定的出入。

另有《贵阳晚报》副刊编辑罗大胜所著《报纸副刊探析》和李兰颂的《兰颂手记：中国报纸文艺副刊简明论稿》，这两部书都是从事副刊工作的编辑所撰写的，基本都是个人的理论论文和作品的集合，系统性和理论性都有欠缺，多是对其所编辑副刊的经验之谈。

2. 副刊史上著名的副刊及编辑研究

主要集中于五四时期四大副刊、《申报》副刊以及著名的副刊编辑如孙伏园、徐志摩等的研究。其中陈思和教授的博士生张涛甫的博士论文《晨报副刊研究》主要从现代文学发展的角度来研究晨报副刊。另有高恒文《〈大公报〉文艺副刊在京派发展史上的意义》一文也主要从文学流派的角度介入副刊研究。

3. 较为活跃的副刊变迁研究

副刊似乎一直都不是传媒研究领域的热点。但是进入20世纪90年代以来，随着大众文化的兴起，商业文化的冲击，媒介文化的转型，使副刊也面临着转型与调整。20世纪90年代以来的报纸副刊变迁研究也就成了边缘研究中的热点。2003年岁末，由中国记协、中国报纸副刊研究会、上海记协、《解放日报》主办的“2003年中国报纸副刊论坛”在上海揭幕，其主题便是“副刊的创新与发展”，这一主题可以说始于20世纪90年代并延续至今，一直是困扰副刊业界和理论界的命题。又如《新闻战线》2002年4期的“前沿关注”栏目，专门邀请了多家报纸副刊主编，就“专副刊的定位与改进”发表了一组探讨文章。而江苏省报纸副刊编辑协会专门于1998年成立了“新传达网站”，交流副刊稿件和进行副刊的理论探讨。2004年《南方周末》访问了港台及大陆知名的副刊主编及文化人，并刊发了以《纸上的风云：副刊时代的终结》为题的访谈文章。

20世纪90年代以来报纸副刊变迁的研究也处于众声喧哗之中。一是对20世纪90年代以来报纸副刊变迁的动态描绘和梳理，如《中国报纸副刊乱弹》《新闻竞争呼唤重振副刊》《副刊姓什么》《变乃生存之本》《报纸副刊发展新走向》等。二是对个别报纸副刊如《解放日报》《羊城晚报》《新民晚报》《华商报》《三秦都市报》《西安晚报》等副刊的个案研究、经验介绍和总结，如西北大学周倩硕士论文《报纸副刊现状研究——以〈西安晚报〉副刊为例》。三是对副刊应变的策略研究，有谈报纸副刊策划的，谈副刊版面的，有提倡增强副刊新闻性的。四是副刊应对新媒体挑战的研究。这是进入21世纪第一个十年以后的研究热点。这些研究既有专门探讨党报、晚报、都市报等不同类型报纸副刊在网络时代的突围策略，也有对《羊城晚报》《湖南日报》副