

秦艳华 著

现代出版
与
二十世纪三十年代文学

山东人民出版社

现代出版
与
二十世纪三十年代文学

秦艳华 著

山东人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

现代出版与20世纪30年代文学/秦艳华著. —济南:山东人民出版社,2008.1

ISBN 978-7-209-04387-8

I. 现… II. 秦… III. ①现代文学—文学研究—中国—民国②出版工作—文化史—中国—民国 IV. I206.6
G239.296

中国版本图书馆CIP数据核字(2007)第204044号

责任编辑:杨刚

装帧设计:刘小军

现代出版与20世纪30年代文学

秦艳华 著

山东出版集团

山东人民出版社出版发行

社址:济南市经九路胜利大街39号 邮编:250001

网址:<http://www.sd-book.com.cn>

发行部:(0531)82098027 82098028

新华书店经销

山东新华印刷厂临沂厂印装

规格 32开(148mm×210mm)

印张 9.75

字数 240千字 插页3

版次 2008年1月第1版

印次 2008年1月第1次

ISBN 978-7-209-04387-8

定价 25.00元

如有质量问题,请与印刷厂调换。(0539)2925659

序

孔范今

要完善和深化中国现代文学发生发展的研究，面对的应该是一个包含着多学科交叉考察在内的综合性学术工程。譬如对中国历史现代转型中选择转换与结构调适的探寻，之于文学价值观念生成变化的深层驱动机制的研究，对这一过程中文化对话的复杂关系与文化空间变易的把握，之于文学各种现代品格塑造的研究，对作家各种现代生存体验包括海外生存体验的考察，之于现代文学生成的研究等等，均属于其中不可或缺的内容。而我于此还要指出的是，对新文学出版之于新文学发展的研究，同样也是不容忽视的一个方面，因为它直接决定着文学的生产方式和体制。令人高兴的是，近些年来，这种种研究都有所进展，和其他方面的研究一样，

对新文学出版的研究,也取得了越来越多令人瞩目的成果。

秦艳华博士的这本《现代出版与20世纪30年代文学》,也是研究新文学出版的学术专著,但它又自有其与众不同的特点。据我所知,本书作者不仅具有长期攻读和研究中国文学特别是新文学发展史的学术实践,而且,还有多年从事编辑出版工作的经验和研究心得,这就使她在进行这一课题研究中,必然地具有了与专搞新文学研究的人所不同的眼光和悟解。正是其对出版与文学研究的双重体验,使之获得了跨学科互动研究的独特效果,使之在对相关对象互制互动的关系中更为有效地逼近了对象历史的真实状貌,并别具只眼地看清了其变易发展的内在肌理。她在本书的开始处即明确告白:“如果把文学与现代出版联系起来综合观察,以文化追求与现代商业出版体制的碰撞与相互制约为视角,就会对20世纪30年代新文学的意义形成新的认知。”据此,她在系统而扎实地考察后,果然提出了一种新颖而又颇为大胆的见解:“如果说五四新文学出版在很大程度上取决于出版者对五四新文化运动的‘情感认同’的话,那么30年代的新文学出版则更多地建构起文学的生产方式和体制,引导和规约着新文学超越了个人和团体的独语状态而走向社会化生产,文学出版的文化功能张扬渐趋理性,而其商业性追求效应在文学的意义生成中更加显著……整个30年代新文学出版的复杂性、多元化其实就是文学生产体制与文学的审美追求之间的冲突与平衡的反复与互现。”无须多言,这一结论所具有的新警的启示意义,必能为关注此项课题乃至专事研究现代

文学、现代出版的人深刻感知。

本书作者认为,就基本方面而言,30年代新文学出版呈现为大众化趋向,并指出,30年代的新文学出版向现代出版体制下的大众出版靠拢并获得物质动力,从而确立其“思想”与“价值”的发展方向,重新生成自己存在的意义,显然是历史的必然选择。考之以对该时期创作主体、接受主体和出版业这三个相关因素的实际发展,可征其所言不虚。在20年代末到30年代初发生的五四启蒙文学向革命文学的转化,在新文学发展史上是个极为重要而又颇具意味的事件。在由文化启蒙到政治革命、由“化大众”到“大众化”这一几近于关系倒置的历史转换中,这一令人长期费解的“艰难选择”,实则蕴含着深在的必然。那时的知识者,在深层文化心理结构中本来就存在着传统文化涵养而成的民本主义的情结,加之又在蜂拥而入的西方思潮中接受着民粹主义的影响(尽管在理解上并非十分清晰),因之既能因对“民”的重视而力倡启蒙,又会在启蒙落潮后因对“民”的重视而选择革命。在这一转换中,他们虽因现代知识者身份遭受贬抑而感受苦恼,但却为“民粹主义”的道德形象所吸引,并将此举视之为新的人生觉悟。正如康德在谈到欧洲民粹主义肇始者卢梭时所说:“有一时期,我骄傲地想着,以为知识构成人性的尊严,我蔑视愚昧无知的人群。卢梭却使我双目重光,这虚妄的优越性消失了,我已知道尊视人类。”由此则不难理解为什么充满冲突的文坛,“大众化”会在一时间成为其主导性或曰基本性的认同趋向。在接受主体方面,其愈加“大众化”的发展现实也是有目共

睹的。如果说 19 世纪上海社会的消费主体还是买办商人、本地的地产出售人、携资来沪的寓公、纨绔子弟、妓女等,那么到 20 世纪 30 年代时,中小商人和市民阶层迅速成长起来,则是由他们构成了城市大众群体,其多样性的阅读需求和选择的主动性,都已有异于往昔。而在出版业方面,现代的印刷技术与生产和传播功能的大幅度提高,以及文化市场意识的增强,自然也在大众性消费主体的导引中趋向于大众化选择。

当然,虽然以上三个方面的机缘契合给新文学出版带来了新的面貌和生机,但即使是新文学的出版,出版业本身的商业化追求在该时期也仍然是其根本性的特征。本书作者指出:“30 年代的新文学出版体现着现代出版的基本规律,同样遵从商业性和文化性的二重逻辑,并且适应特定的社会环境不断进行着自我调适,努力寻求二重逻辑间的平衡,呈现出多样的文学生产景象。”30 年代应该说是中国现代文学出版的黄金时期,但也正是在这时候,商业竞争的激烈和市场对文学出版的制约也就尤为突出。出版业既要维护自己承载与传播文化功能的社会形象,又要争取商业利润的最大化,因此新文学出版始终都在这两极的因势调适中寻找着新的出路。韩侍桁对此有过精要的描述:五四时期出版机构少,“无须怎样商业上的竞争;所以都各自安分,而所出的书籍,也都有种类的分别……因此每一种书店(甚至每一派作家的书店)所领有的读者,也划分得很清楚。但自从出版事业全部集中于上海之后,事实完全不同了,每一个书店全遭遇到巨大的商业上的竞争,为了保持

书店的利益,自不得不抛弃其以前的特色,于是任何书店均争出在买卖上得有利益的书籍。……同时集团性的杂志也渐渐地少起来,多变成商业性的名流招牌的混合杂志”。固然,新的文学及其出版可以作用于市场,但归根结底市场需求对文学出版的左右力量却是最为令人无奈的。茅盾、梁实秋就均曾对“人办杂志”变为“杂志办人”的现实表示过无奈。值得称许的是,本书作者把握住这一律动,对30年代新文学出版的历史发展勾勒出了一个相对明晰的轨迹,并对在这一过程中因文学出版的更具包容性和出版商与作家之间选择的更加灵活宽泛,在客观上所形成的文学多元繁盛的实际效果,也作出了合理的阐释。其纵横考索、史论结合的特色于此可见一斑。

在对对象的论析中,本书作者引入了“文学场”的概念。我想,谈论文学的生产、传播,“场”的概念是必然要被涉及的。本书作者认同法国学者皮埃尔·布厄迪提出的“文学场和权力场和社会场的同源性规则”,认同他所说的“大部分文学策略是由多种条件决定的,很多‘选择’都是双重行为,既是美学的又是政治的,既是内部的又是外部的”这一基本道理。据此,她对20年代末至30年代初左翼文学所以能够成为文坛主流,且能以“期刊群团”的方式赢得几乎是得天独厚的生长条件与在传播中的独擅胜场,就是从新文学转型的历史必然、广大读者接受心理中对革命性读物的阅读期待等方面的结合上来加以阐释的。这一文学场的萌生使出版业看到了自身发展的机会,而新的出版形势又使文学场得以形成与扩

大。又如对 30 年代新文学出版与官方权力机构斗智的种种策略，对其时文学场在权力场和社会场等多方面复杂交织的关系调整中，如何地维持与发展，她也一一给出了有说服力的解释。

这本书的出版，不仅会给现代文学研究和现代出版研究以诸多启发，而且对于认识当前文坛和文学出版也提供了有益的镜鉴。在本书成书后，作者即表述过这样的认识：文学发展到今天，一个不容漠视的现实是，它又处在了多元、竞争的商业环境中。文学由封闭走向开放、由政治主导走向商业主导、由单一走向多元，面对这样的文学格局而产生诸多困惑，30 年代新文学出版的存在价值和成就为人们解决现实问题提供了历史的借鉴：文学出版的商业性和文化性在冲突中不断追求并达到平衡，不仅能够保证文学意义的存在和加强，而且作为文学发展的动力会使文学呈现出更为灿烂的图景。由此可见出一位青年学者进行学术建构时关注现实的深在用心。

最后我要说的是，这本书文字表述简洁，论析得其要领，比起那些文字繁冗的“大部头”来不失为一种优点。当然，相对于 30 年代新文学出版更为丰富的历史内容和对其应做的更为系统、深入的探析而言，作者还是有进一步努力的余地的。

2007 年 8 月 31 日

目 录

- 1 序 孔范今

- 1 第一章 总论
- 2 第一节 20世纪30年代新文学出版的阶段性特征
- 31 第二节 20世纪30年代新文学出版的大众化趋向
- 45 第三节 20世纪30年代新文学出版的商业化追求

- 55 第二章 左翼文学出版
- 56 第一节 左翼文学杂志:战斗性群团组合
- 67 第二节 从《萌芽月刊》到《北斗》
- 88 第三节 左翼文学图书出版:“革命加恋爱”流行风

- 99 第三章 京派文学期刊:《骆驼草》、《文学杂志》
- 100 第一节 京派前期刊物:《骆驼草》

120	第二节	京派后期刊物:《文学杂志》
139	第四章	海派文学期刊:《现代》
140	第一节	《现代》杂志的商业品格
166	第二节	《现代》杂志的文化品格
182	第三节	文学的商品化与海派文学的现实意义
189	第五章	开明书店的新文学出版
191	第一节	“开明人”与新文学出版
211	第二节	“开明风”与新文学出版
229	第六章	文化生活出版社的新文学出版
230	第一节	文化生活出版社的自我定位:理想出版
237	第二节	巴金文学编辑角色的自我认定
248	第三节	《文学丛刊》出版的意义
255	第七章	良友图书印刷公司的新文学出版
257	第一节	良友图书印刷公司新文学出版的潜在倾向
266	第二节	赵家璧与《良友文学丛书》
278	第三节	《中国新文学大系》编辑主体的“选择”意识
294	第四节	《中国新文学大系》出版的意义
299		后记

第一章 总论

文学的生产是一个系统的社会化过程。在这个过程中,文学出版担负着文学作品的物质制作和传播分布等功能,它在文学作品能否形成有效的生成、传播、阅读空间方面起着不可或缺的作用。在具体的社会环境中,它还能依靠商业手段自我建构一整套运作的特有体系,对文学流派和文学形式的发生、文坛格局的组合和分化等给予合理的对应和互动。文学出版的这种意义生成,毫无疑问是由出版的现代性体现出来的。现代出版的标志是出版的大众化趋向和商业性追求,如果把文学与现代出版联系起来综合观察,以文化追求与现代商业出版体制的碰撞与相互制约为视角,就会对 20 世纪 30 年代新文学的意义形成新的认知。

中国新文学由“第一个十年”进入到“第二个十年”，新文学的意义和文化内涵愈益丰富，文学格局向多元化发展，作家创作与读者接受、文学流派和文学思潮都有着文学出版的参与和支撑。如果说五四新文学出版在很大程度上取决于出版者对五四新文化运动的“情感认同”的话，那么 30 年代的新文学出版则更多地建构起文学的生产方式和体制，引导和规约着新文学超越了个人和团体的独语状态而走向社会化生产，文学出版的文化功能张扬渐趋理性，而其商业性追求效应在文学的意义生成中更加显著，更加鲜明地体现着现代出版的基本规律，遵从着商业性和文化性的二重逻辑，并且适应特定的社会环境不断进行自我调适。整个 30 年代新文学出版的复杂性、多元化其实就是文学生产体制与文学的审美追求之间的冲突与平衡的反复与互现。

第一节

20 世纪 30 年代新文学出版的阶段性特征

第一个阶段 左翼前期的新文学出版 (1928—1932)

1927 年大革命失败后，国民党加紧了文化方面的钳制，五四以来趋于繁荣的新文学出版出现凋零的局面。当时有影响的出版

社为了经济利益,将主要精力放在教材出版和古籍整理上,而对新文学书刊出版则持谨慎态度。如商务印书馆以教科书为主业,教科书的销售占全国60%以上,“商务除曾于十二三四年间出版过‘文学研究会丛书’等外,后来很久不注重于这条路线。只有一本有悠久历史的《小说月报》,自有它广大的读者群”^①。据1931年《文艺年鉴》(现代版)统计,该年商务印书馆仅出版了一种文艺书。中华书局、世界书局等亦是如此。新文学出版不景气的现象,左舜生在《长夜》第1期发表的《我们的看法》中也谈到过:“自从《新青年》以来,同一立于这次所谓文化运动一条线上的定期刊物,没有一种是超过了两万份的。多少带有这种运动的新出书籍,十年来只有寥寥可数的三五本达了两万册,其余的大多数,能够印到五六千册便算是了不得。”^②但此时,广大民众,尤其是青年,对进步文艺书刊的关注与渴望却极为强烈。社会动荡不安,中国向何处去,青年们产生了困惑,他们想从中找到答案;另外,社会的黑暗不公也造成了青年们的不满情绪,他们要排解和释放心中的不满,就要寻找慰藉和认同,而进步文艺书刊在很大程度上恰好担负起了这种作用。社会学理论认为,“消费行为本身,就是一种特殊和重要的认同行动,换言之,人们的消费行为是以认同的方式反映了人们对于自我和社会的态度”^③。传播学中韦斯特

①张静庐:《在出版界二十年》,江苏教育出版社2005年版,第102页。

②舜生:《我们的话》,《长夜》第1期,1928年4月。

③〔美〕戴安娜·克兰:《文化生产》,赵国新译,译林出版社2001年版,第40页。

利——麦克莱恩模式也表明，受众对信息做出何种解释和反应，是由受众所属、认同和向往的群体决定的，受众“个体对自身、自我角色、态度和价值观的认同，构成了他在接收传播时的态势”^①。因而，当时的一些出版机构，为了自身影响的扩大，也为了获取更多的商业利润，甘冒政治风险，出版青年们感兴趣的新文学书刊，以迎合读者和市场。另外，一些政党、社团为了宣传自己的主张，拓展传播空间，也纷纷创办刊物，成立出版社。共产党领导的左翼作家联盟为更好地宣传无产阶级革命文学，在短时间内创办了《拓荒者》、《萌芽月刊》、《北斗》、《文学月报》等杂志，且形成一种声势。读者对政治的热情关注，以及由此所形成的政治心理作用下的阅读期待和阅读需求，使30年代初左翼革命文学成为文坛主宰，诚如尹若在《现代中国文学的新方向》中所说，“很显然的，有一种革命文学的理论是随着一九二八年的春天来到中国文坛了。那便是过去和现今在俄国和日本盛倡着的无产阶级文学。这无产阶级文学的长成，是有他的历史的使命，是有他的社会的背景”，他断定不久的将来，无产阶级文学将成为“文学的主潮”^②。

无产阶级文学成为“文学的主潮”首先是由进步文艺杂志的大量出版和传播促成的。从传播学角度讲，杂志作为纸质传播媒介，比图书浅显易懂，时效性强，富有连续性，又比报纸内容丰富、

① [英]丹尼斯·麦奎尔、[瑞典]斯文·温德尔：《大众传播模式论》，祝建华、武伟译，上海译文出版社1987年版，第52页。

② 尹若：《现代中国文学的新方向》，《文化战线》第1卷第1期，1928年6月。

深刻。同其他媒体一样,它一方面承担着为全社会生产和传播信息的社会公器的角色,另一方面还要将信息产品通过市场交换来实现商业价值。杂志以其通俗性、时效性、丰富性接近读者大众,形成强大的社会影响力。传播者正是看重杂志这一特点,通过杂志把所要表达的思想和知识以通俗的形式、迅捷的速度传播出去。杂志为读者提供了多维度、多层次接触文化的机会,搭建了作者与读者相互交流和沟通的平台。透过杂志,读者了解了现代文化的丰富性、驳杂性。杂志在文学传播中的重要性,我们可以借用盛澄华在1947年5月发表的一篇文章中的论述加以说明。他说:“在未来的文学史中,文艺杂志将占据一个非常重要的地位,恐已成为不可否认的事实。……文艺的对象不再是宫廷与沙龙中的少数阶级,而将是现社会中广大的读者。这两种因素必然地扩展了现代文学的园地,造成了文学向所未有的广度。什么是这一时代的动向?什么是这一时代下一个作家所采取的态度?什么是这一时代下一般读者的要求?如何在这社会因素,艺术因素,与心理因素三者间去求得一种适度的平衡,则正是作为现代文学中创作家,批评家,与大众读者间的联系的文艺杂志所负的最高使命。”^①杂志加速了社会认同的一体化,使文学愈来愈社会化、大众化,在文学传播中的导引和支配地位越来越显著,促成了文学内容、风格、体裁、流派的演变。30年代的新文学的发展离不开文艺杂志

^①盛澄华:《〈新法兰西杂志〉与法国现代文学》,《文艺复兴》第3卷第3期,1947年5月。

的推动。随着文艺杂志的勃兴,30年代初期有关思想文化与文学的论战格外引人注目,不同政治观点、不同文艺倾向的文学流派在对峙中所造成的轰动效应,通过杂志连续、快捷的传播特性传达出来,形成了30年代初期新文学出版的基本特征。

郑伯奇指出,1928年文坛有两个重要现象:一是“新刊物的簇生”;一是“关于革命文学的全文坛的论战”。他说:“自从《新青年》提倡白话文学以来,中国的文坛恐怕还没有像这样紧张过,不管是艺术至上主义也好,人道主义也好,既成的作家也好,一齐都参加到‘革命文学’的论战。”^①大革命失败后,新的革命形势和激烈的阶级斗争对文学艺术提出了新的要求,新兴的无产阶级迫切要求建立自己的文艺阵地。1928年1月,由共产党员作家蒋光赤、钱杏邨等组成的太阳社,创办了《太阳月刊》;同月,从日本回国不久的创造社新成员李初梨、冯乃超、彭康等创办《文化批判》;创造社的另一刊物《创造月刊》也于第1卷第8号显出了“突变”。这些刊物在上海共同倡导“革命文学”,正式拉开了无产阶级革命文学运动的序幕。论战中,一批杂志应运而生,据统计,1928年文化类杂志创刊达40多种。以《太阳月刊》、《文化批判》、《流沙》、《战线》、《我们月刊》、《戈壁》、《畸形》、《思想》、《时代文艺》等杂志为主战场形成了强大的“文化批判”的战阵,《语丝》、《北新》、《小说月报》、《奔流》、《大众文艺》、《现代文化》、《长夜》、《狮吼》、《文

^①何大白(郑伯奇):《文坛的五月》,《创造月刊》第2卷第1期,1928年6月。