

# 近现代之交

## 中国文学传播模式转换研究

梳理中国古代文学传播发展的基本脉络

考察新的文学传播主体

讨论文学传播媒介的繁荣与文学传播方式的演进

讨论文学传播符号的革新与报章文体的变迁

讨论文学传播机制与文学生产之间的关系

1902 ~ 1927

王玉琦 / 著

中国古代文学传播发展的基本脉络  
→ 新的文学传播主体  
→ 新的文学传播媒介  
→ 新的文学传播方式  
→ 新的文学传播符号  
→ 新的文学传播机制  
→ 新的文学传播关系

江苏工业学院图书馆  
藏书章

近现代之交中国文学传播模式转换研究

1902-1927

王玉琦 / 著

江西人民出版社

**图书在版编目(CIP)数据**

近现代之交中国文学传播模式转换研究(1902—1927)/  
王玉琦著. —南昌:江西人民出版社, 2005. 12  
ISBN 7-210-03296-7

I. 近... II. 王... III. 文学—大众传播—研究—中国—1902—1927 IV. I206.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 153656 号

**近现代之交中国文学传播模式转换研究(1902—1927)**

王玉琦 著

江西人民出版社出版发行

南昌市红星印刷有限公司印刷 新华书店经销

2005 年 12 月第 1 版 2005 年 12 月第 1 版第 1 次印刷

开本:850×1168 毫米 1/32 印张:9

字数:230 千 印数:1000 册

ISBN 7-210-03296-7/I·434 定价:19.80 元

---

江西人民出版社地址:南昌市三经路 47 号附 1 号

邮政编码:330006 传真:(0791)6898827 电话:6898893

(赣人版图书凡属印刷、装订错误,请随时向承印厂调换)

#### 作者简介



**王玉琦**，江西余干人，1969年12

月生。文学博士。1987年参加工作，

2002年破格晋升副教授。已在《中国

广播电视学刊》《民族文学研究》等

刊物发表新闻传播学与文学等方面

的学术论文40余篇，主持省级课题

多项，与人合著《报业市场营销论纲》

《制度变迁与大众传播》等著作多部。

## 内容提要

本书以中国近现代之交中国文学传播模式的转换为研究对象,试图厘清该时期文学传播过程中各个要素的变化,从而对文学传播模式转换的具体途径进行考察,进而探讨其规律。全文除导言、结语外,共分6章,另附录有《近现代之交中国文学创作传播大事年表(1902—1927)》。

导言部分综述前人有关研究成果,介绍本书的研究内容、研究意义、研究思路及研究方法。

第一章对中国古代文学传播发展的基本脉络作了梳理,指出不同时代文学传播的差异性;并就中国古代文学传播的几个基本特征加以综合分析,以便呈现近现代之交中国文学传播模式转换的背景。本章还探讨了推动中国文学传播模式转换的动力因素,认为该时期的文学走向大众化传播是文学改良者、革命者、出版商、知识界与传媒人等多个群体共同推动的结果。

第二章对新的文学传播主体进行考察。传播主体是整个文学传播过程中最活跃的因素。新的文学传播主体的形成,与废除科举制度后的新式教育发展、留学生群体不断增大等因素密切相关。部分新的传播主体的自我定位是启蒙者,他们积极地趋近报刊出版业这个新兴的话语平台,目的是试图通过文化传播来唤起民众以启蒙救国。

第三章讨论文学传播媒介的繁荣与文学传播方式的演进。近现代之交,报刊等大众媒体的繁荣不断地改变着中国文化(包括文学)的承载形态与传播方式。报刊作为平民化、大众化的传播媒介,改变了传统文学主要以手抄形式和刻版印刷的传播方式,极大地提升了文学传播的速度,扩大了读者面,承担着文学的发表、组织和引导功能。与此同时,报刊媒介自身也逐渐成为文学传播活动的中心。文学传播方式变化对文学的内容与表现形式也产生了一定的影响,如强调文学的纪实性、短篇小说的兴起、长篇小说的结构方式等,都有报刊刊载因素的影响。

第四章讨论文学传播符号的革新与报章文体的变迁。在这里,先考察近现代之交文学传播语言符号的转变历程,并试图从传播的角度揭示出白话文取代言文文占据文学传播主流地位的历史必然性;继而对通俗性要求与刊载文学作品的报刊相结合所产生的诸种报章文体作出了一定的分析。语言的通俗化是文化传播宏观环境变动的必然产物,也是大众传媒对文学的必然要求。一方面,社会时代选择了文学这种传播锐器,同时也必然要求文学传播效能的最大化。这样,文学传播者为了使其思想得更广泛地传播,选择了报刊等大众传播媒介作为载体;另一方面,报刊传媒又反过来要求文学传播符号进一步走向通俗化、大众化,以利于自身的发展。

第五章集中讨论了文学传播机制与文学生产之间的关系。清季民初时期,出版技术的进步,文化市场的逐步完善,特别是稿酬制度的确立,对职业作家群体的形成起了决定性的作用。尽管文学市场化传播与职业化的写作可能带来低俗文学的泛滥,但也正是文学传播的市场化促进了中国现代文学的兴盛。与此同时,出版法规对该时期文学创作与传播产生了一定的影响。另外,本章还对作为商业化运作典型的都市类文艺报刊的办刊思路作出了分

析,试图据此重建当年文学传播机制与文学生产之间关系的镜像。

第六章谈的是读者接受问题。本章首先以鲁迅为例讨论了启蒙作家的读者观,认为理性而热忱地对待作家、作品与读者的互动关系是鲁迅读者观念的基本特点。尽管文学传播原生态复杂多样,但一个读者群的核心阅读取向是相对稳定的。本文主要就士大夫、普通市民与新青年等三大读者群做出分析,并以两份代表性刊物《小说月报》与《小说世界》的“读者来信”作为个案进行考察,并指出在文学报刊运作实践中,编者与读者良好的互动与对话在当时就已经受到一定程度的重视。

结语部分指出,近现代之交,随着现代报刊传播业的飞速发展,新的文学传播主体得以形成,并得到初步的发展。文学传播媒体空前繁盛,作为旧文学象征的文言文这一符号体系在很大程度上被摧毁,文学传播机制的市场化基本形成。这些因素的变化,意味着中国文学传播模式开始全面突破传统的小众化传播的藩篱,走向大众化传播的时代,它对现代中国文学创作与传播的基本面貌产生了相当重要的影响。

# Abstract

The thesis is based on model diversion of Chinese literature communication during the turn of modern times. It try to make clear of the change of every opponent in the way of the communication at that time, investigating into specific rules of model diversion of literature communication and discussing its rule. The thesis includes six parts except preface and conclusion. I also append a chronological table of Chinese literature communication during the turn of modern times (1902 - 1927) at the end of the thesis.

The preface summarizes the previous research outcome, introducing researching content, significance, research thought and the ways I will apply to the thesis.

The first part reveals the basic frame of development about Chinese ancient literature communication, pointing out that there exist differences of literature communication at different times. I analysis several features of Chinese ancient literature communication, prevailing the background of diversion of Chinese literature communication. The thesis also probes the motive factors of model diversion of Chinese literature communication. And consider that literature becoming popular is a motive outcome of reformers, publishers, intellectuals, and



media.

The second part studies the main body of new literature communication. The main body is the most motive factor of all literature communication opponents. The formation of the main body is close connected with new education development after abolishing the system of examination and the number of student aboard going up. Most of them have definite self orientation of enlighten . When they realized that they have lost the right of political power; they try to arouse the populace to realize their social ideals by newspapers and periodicals.

The three part debate the prosperity of literature communication media and the development of literature communication ways. During the turn of modern times, the increasing of newspapers and periodicals saw the continuing changes of Chinese literature communication ways. As a popular media, the newspapers and periodicals have changed the traditional communication model of manuscript and block - print, enhancing the speed of literature communication, expanding the scope of readers, assuming the function of publishing , organization and guide of literature. At the same time, the newspapers and periodicals gradually become the centre of literature communication. These changes have exerted a great influence on literature content and the form. For example, the authentic feature of literature, the rising of short story have connected with the newspapers and periodicals publishing.

The fourth part debates the innovation of literature communication symbol and the transform of the newspapers and periodicals. This part firstly investigates the changing course of literature communication symbol, trying to reveal the inevitable fate of the popular vernacular literature replace classical Chinese from the angle of communication. I

then analysis the main body which is the outcome of connection about popularity with the newspapers and periodicals. The popularity of language is inevitably an outcome of macroscopic surroundings of literature communication. On the one hand, society selected literature, at the same time; it required literature communication to optimize its use. So, literature propagator selected the newspapers and periodicals as the tool to broadcast their thought. On the other hand, the newspapers and periodicals also required literature to enter popularity which is good to self – development.

The fifth part debates the connection between literature communication system and literature produce. In ancient Chinese, the market of literature communication has not formed indeed. During the last stage of Qing dynasty and the early days of the Republic of China, the development of publish technology, the formation of perfect culture market, especially the establishment of author's remuneration, have played a key role to the formation of professional author. Though literature system and professional writings may cause the going up of vulgar literature, the market of literature communication bring the rising of Chinese Contemporary literature. This part also inquires into the question of publishing rules which effect the literature creation. Moreover, the part analysis the thought about literature and art, so as to rebuild a picture between literature system and literature production.

The sixth part talk about the question of reader's receiving. I take Lu – xun as a case who talks the opinion of enlightened writer. This part thinks inter – connection among writers, works, and readers is the basic opinion of Lu – xun. Even though the model of literature communication is sophisticate, a key reading orientation of readers is stably

exists. The part mainly analysis gentry and common people and new youth, probing "reader's letter" of the specific publication < monthly novel > and < novel's world >, pointing out that inter-connection and dialogue between compiler and readers is valued during the practice of literature newspapers and periodicals.

Conclusion points out that during the turn of modern times, with the development of Contemporary newspapers and periodicals communication, main body of new literature have formed, and make a little development. Literature communication media is prosperous than ever, the system of classical Chinese as an old symbol have abolished to some degree, the market of literature communication have formulated. These changes signify that models of Chinese literature communication have come out of the restrained little scale, coming into a large scale communication. It has huge influence on the basic appearance of Chinese literature.

# 目录

1	内容提要
4	Abstract
1	导言
14	第一章 古代文学传播的基本面貌
	与近现代之交转型的动力
14	第一节 中国古代文学传播发展脉络
29	第二节 中国古代文学传播的基本特征
32	第三节 推动文学传播模式转换的动力
45	第二章 新的文学传播主体的崛起与传媒话语权
45	第一节 新的文学传播主体的崛起及其成因
56	第二节 新的文学传播主体的社会角色定位
67	第三节 新的文学传播主体对传媒话语权的争取
75	第三章 传播媒介的繁荣与文学传播方式
75	第一节 文学传媒繁荣诸相及其原因
87	第二节 文学传播活动的报刊中心化
96	第三节 报刊传播方式与文学创作之关联

107	<b>第四章 文学传播符号的革新与报章文体的变迁</b>
108	第一节 清季民初时期文学传播符号的革新
122	第二节 “五四”前后文学传播符号的革新
134	第三节 大众化与报章文体的变迁
140	<b>第五章 传播机制的转变与文学生产</b>
140	第一节 稿酬制与文学生产的职业化
152	第二节 出版法规对文学创作传播的影响
159	第三节 都市类文艺报刊的办刊思路
169	<b>第六章 文学传播与读者接受</b>
170	第一节 “启蒙”作家的读者观念
178	第二节 文学报刊的读者群体
188	第三节 文学编辑与读者的互动
197	<b>结语</b>
200	<b>主要参考文献</b>
210	<b>附录:近现代之交中国文学</b>
	<b>创作传播大事年表(1902-1927)</b>
274	<b>后记</b>

近现代之交,中国进入了一个新的历史发展阶段,中国文学亦然。在研究这段纷繁复杂的文学史时,本文试图把它放入文化传播的大环境中,探讨该时期中国文学传播模式的转换问题。在进入正题之前,先就其研究内容、研究意义、目前的研究状况、研究思路与方法作一介绍。

—

长期以来,学界大多以 1917 年作为近代、现代两段文学的界标。这种分期直到 1980 年代才受到挑战与质疑。1985 年,黄子平、陈平原、钱理群在《论“20 世纪中国文学”》<sup>①</sup>一文中提出了“20 世纪中国文学”的概念,强调对 20 世纪中国文学进行“宏观”、“整

---

<sup>①</sup> 黄子平、陈平原、钱理群等 3 人的有关文章刊于《文学评论》(1985 年第 5 期),他们 3 人并在同年的《读书》杂志上连续就“20 世纪中国文学”的问题发表了“三人谈”的对话,后编为《20 世纪中国文学三人谈》,1988 年由人民文学出版社出版。

体”把握的主张。这一新的文学史观强调其在 20 世纪历史中发展的连续性,推动了研究视角、方法的更新。在近 20 年来的实际研究中,将近现代文学打通的研究成果不断出现。其中有陈平原的《中国小说叙事模式的转变》、刘纳的《嬗变——辛亥革命时期至五四时期的中国文学》以及部分 20 世纪文学史著作等。

本书不拟探讨有关近现代分期的具体问题,这里将两者之交的起始年大致确定在 1902 年前后。主要理由是:在理论上,梁启超这一年发表著名论文《论小说与群治之关系》,奠定了“小说界革命”的理论基础,对我国文学观念的变革产生了深远的影响;在实践上,1902 年《新小说》创刊,“这是我国第一份近代性质的文学杂志”<sup>①</sup>,正式实践了“小说界革命”的主张<sup>②</sup>。随后文学杂志大量出现,据不完全统计,从 1902 到 1916 年这 15 年里,创办的文艺期刊有 57 种<sup>③</sup>。时间下限大略定在 1927 年,因为从文学发展的外部环境来说,该年是中国政治思想史的界标;从文学发展内部来说,此时中国新文学已经度过了初创期,开始迈入一个新的历史发展阶段。

本书的研究对象是 1902 至 1927 年间中国文学传播模式的转换。所谓文学传播,本文指的是通过大众传播媒介向广大受众传递文学信息的过程。因而,在这一时期,未进入大众传播范围(比如文人间的诗词唱和)的文学传播活动,不在本书的研究范围之列。结合现代传播理论,本书将着重研究文学传播中的传播主体、

---

① 刘纳:《嬗变——辛亥革命时期至五四时期的中国文学》,北京:中国社会科学出版社,1998 年,第 6 页。

② 在我国报刊史上,有人将 1872 年创刊的《瀛寰琐记》视为我国最早具有近代传媒特性的文学期刊,但在其后至 1897 年这长达 25 年的时间里,也只出现过 5 种文学期刊,其中 3 种还是《瀛寰琐记》的改版,并未形成文学变革媒体准备的大气候。

③ 参见鲁深:《晚清以来文学期刊目录简编》,见张静庐辑注:《中国现代出版史料丁编》(下),上海:中华书局,1959 年。

传播媒介、传播符号、传播机制以及接受者等几个基本环节。文学传播主体主要包括报刊、出版机构的编辑、记者、翻译者以及文学创作者；传播媒介主要有报社、杂志社与出版社等；传播内容则是指文学媒介所传播的文化、文学思潮与文学作品。文学传播客体即是读者（包括间接读者）；传播效果指的是文学传播的内容对读者产生的影响。本书试图通过对这些环节的分析，揭示出该时期中国文学传播模式的基本面貌。

梁启超早在1901年就指出：“自报章兴，吾国之文体，为之一变。”<sup>①</sup>梁氏当时指的只是小说这种文体，事实上，“为之一变”的范围显然不仅限于小说，可以说，整个中国文学的面貌都“为之一变”。将近现代之交的中国文学研究引入以报刊传媒为主的现代文化传播视野之中，是具有重要意义的。以往研究文学对社会的影响，学人多将这种影响的重要性同文学文本自身包含的意识形态或美学价值联系起来，这自然有其道理，但究竟怎样发生作用，获得了怎样的社会效果则很少加以深究。文学传播研究克服这一盲区，扩大了该时期文学研究的领域，形成对该时期文学创作传播现象进行新的解读的可能性，并在文学畛域引出诸多有价值的课题。一方面，近代以来兴起的大众传播业（主要是报刊、也包括图书出版），同西方文化的输入一起促成了近代文学的转变，为现代文学的形成与发展提供了赖以生存的文化环境与物质载体，使现代文学创作与广泛传播的可能成为现实，对文学研究提出了若干重要论题；另一方面，现代文学的形成与发展，文学创作的发展尤其是文学创作传播载体的选择与创造、审美意识的现代性演变等，与大众传播媒体有着直接或间接的关系，这就为我们重新认识与理解近现代之交的中国文学提供了新的语境。因而，从传播学的

---

① 梁启超：《中国各报存佚表》，《清议报》，第100册，1901年。



视角对该时期文学进行深入细致的研究,有助于我们理解与把握该时期中国文学的完整面貌,从一个特定的角度加深对现代中国文学的认识和理解。

## 二

关于近现代文学与大众传播关系的论题已经取得了若干研究进展,概括起来主要有以下几方面:

一是从大众传媒、大众传播的视角研究中国文学作为一种研究方法获得了学界一定程度的认同。其实早在上个世纪 20~30 年代,鲁迅、胡适、朱光潜、阿英等现代作家、文学史家都曾对此给予了一定程度的关注,并有过一些虽零散但颇精辟的论述。比如曹聚仁就曾指出:“中国的文坛和报坛是表姊妹,血缘是很密切的”,并且认为“一部近代中国文学史,从侧面看去,又正是一部新闻事业发展史”<sup>①</sup>。建国后,王瑶是较早注意到报刊研究与现代文学关系的学者,他认为“现代文学之不同于古典文学,与其发表形式与生产流程大有关系”,“阅读报刊,可使研究者对那一时代的文化氛围有更为直接的了解”<sup>②</sup>。在新闻史研究中,也不乏类似的观点。方汉奇先生就认为,不但中国近现代文学的大部分作品是通过报纸与读者见面的,而且许多近现代著名的文学流派也是通过报刊这个阵地滋生和发展起来的<sup>③</sup>。遗憾的是,这些观点长时间内没有引起文学史研究者的充分注意。直到近年来,随着文学研究领域的不断拓展与延伸,文学与传播的关系开始吸引部分研

---

① 曹聚仁:《文坛五十年》,上海:东方出版中心,1997 年,第 8、83 页。

② 陈平原:《文学史家的报刊研究》,《中华读书报》,2002 年 1 月 9 日。

③ 方汉奇:《中国近代报刊史》,太原:山西教育出版社,1981 年,第 763 页。