

民国初年新媒体与社会文化力量的崛起

陈建华

以“新媒体”作为一种方法来回顾民国初年的文学文化,把文学传媒所涉及的政治与美学、性别与阶级、真实与虚拟等方面与社会现状、文化空间、权力关系及其历史流变相联系,可在某种程度上描绘出当时当地的社会景象和趋势。

“新媒体”成为当下全球数码时代的独特标志,其命名伴随着社会形塑、资本畅通与美好未来的拟像视界,以史无前例的万媒齐飞的方式与速率在运动。“新媒体”带来环境与人的关系的新观念,也为历史研究搭建跨界运动的新平台。把媒体作为审视历史的方法,能把观念与技术的辩证关系放回天平上反思一些思想史文化史上的神话,对于各种文化理论也会有批判的整合。宋代印刷术的流行是一个节点,当四书五经可从书坊购得,经典的官方垄断被打破,其阅读和理解被私人化,于是有了话语与学派的竞争,宋代理学得以兴起。朱熹编《四书》标志着历史观念的革新,是一个时代的社会运动的结果,其《朱子语类》在印刷、口语记录及经典传授方式等方面都显出媒体带来的变革。媒体是方法,是运动,之所以“新”,乃新观念与新技术在特定时空中的撞击与裂变,产生的“势力场域”给政治、伦理、文化与象征等各种“资本”注入新的动力,围绕着新的轴心组合与建构。

从传播学角度看,“城市本身就是一种媒介”。最近黄旦认为1872年创刊的《申报》标志着“上海进入了新媒体时期”。《申报》以“新报之事,今日之事”这八个字作为口号,把报纸与城市空间相勾连,一面在报纸版面上可看到论说、商业、社会新闻、广告等一字排开,一面与之相对应,城市“基于各种网络的流动和交换,是八面来风,五方杂处的中心地:货物、人员、服务、文化、记忆乃至于新闻等,无一不在流动交往之中”。报纸还为“骚人韵士”提供“短什长篇”的发表园地,由此孕生出一种新型的洋场才子(《城市传播:基于中国城市的历史与现实》,上海交通大学出版社,2016,页223-236)。的确,这些年来有些文学史学者从报刊杂志、广告等传媒来考察文学的历史形态,就不再局限于作家作品的批评,而把文学看作话语或风格竞争的场域,更延伸到与城市文化的联系,但视野似乎还不够宽广,还



需要把文学传媒所涉及的政治与美学、性别与阶级、真实与虚拟等方面与社会现状、文化空间、权力关系及其历史流变相联系,而作一种有机动势的描绘。

本文试图将“新媒体”作为一种方法来回顾民国初年的文学文化。所谓“民初”指民国建立之后七八年间,即五四之前,尤其以1914-1915年间30余种文艺杂志及其创办者——大多属南社知识人——作为基本材料,着重在文学与艺术的话语场域、都市大众传媒与社会运动的关系中考察他/她们的身份转型。

民初新媒体成为文学与艺术跨界互动的“感知场域”

先让我们看1914年9月《中华小说界》杂志刊出一幅题为“世界将来之伟人”的图片,图案是中心一小圆,外围一大圆。小圆中一中国男孩,外圈12小圆各有一小孩,分别标为英、俄、意、美、法、德、比、日等12国名。《中华小说界》由中华书局创办,沈瓶庵等人编辑。以儿童代表世界未来是个俗套,而这张图里中国小孩居世界中心,具想象色彩,但出现在民国成立后不久,则代表了由于辛亥革命一举推翻千年帝制而成为亚洲第一个共和国的信心与



左为“世界将来之伟人”,《中华小说界》1914年9月;右为“中西爱情图”,《眉语》第4期,1914年。

自豪。

这或可说是一种大众娱乐幻象,但它表达出一种心态,与该杂志《发刊词》中“精神自奋,有高尚之理想”的宗旨是一致的。这与弥漫于晚清时期面临列强瓜分的“亡国奴”心态大不相同,与鲁迅所深恶痛绝的“麻木”的“国民性”也大异其趣。《中华小说界》上另有“各国美人图”,分别是中国、英国、意大利和日本4张美女图,也是自立于世界民族之林的意思。当时社会上流行自由恋爱,文艺杂志常常刊登西洋男女浪漫恋爱的图像来作示范,也常常把中国人的爱情图并置在一起,这么中西合璧也是提高自信的一种文化策略。

的确,从民元临时大总统孙中山收到各地和社会各界人士的大量来函来电来看,对于新国家诞生的自豪、兴奋与期盼的表述一洗“专制”时代的屈

辱与悲愤。《临时约法》中“言论自由”的承诺给社会释放出巨大的活力。正是从“革命”到“共和”的观念转向,民初的上海文化空前繁盛。就文艺领域而言,短短数年里报纸副刊与杂志如雨后春笋,从1909年包天笑主编《小说时报》起至1919年,据范伯群先生主编《中国近现代通俗文学史》(江苏教育,新版,2010)的统计,文学杂志将近50种,如果参照顾文勋、饭冢容《文明戏研究文献目录》(日本好文出版,2007),还包括《歌场新月》《戏剧丛报》等戏剧杂志。另参照刘文文的《民国小说目录》(上海古籍,2011),数量上还不止这些。仅1914这一年出现的就约30种,主要有《民权素》《礼拜六》《中华小说界》《小说丛报》《新剧杂志》《香艳小品》《女子世界》《眉语》等。

民初“新媒体”的基本特征是文学艺术的综合性及其印刷



包天笑,《礼拜六》第26期,1914年。



“欧洲最时式之大帽”,《妇女时报》第1期,1911年。

技术的革新。在晚清以来城市传媒发展的基础上,这些副刊与杂志集文学、戏剧、美术和电影为一炉,以消闲娱乐为导向,大多以西画风格的名花美人为封面,内容有关中西文学、时尚服饰、戏剧与电影,如《礼拜六》上的美国女游泳家、电影制作等图像。此时每日十几个舞台上京剧、新剧及戏剧批评十分兴盛,电影也在逐渐普及,这一波以日常生活与娱乐为导向的新媒体成为文学与艺术跨界互动的“感知场域”(perceptive field),促进了感知认识的现代转型。

封面范式：名花与美女,中西画融汇

在为民初的大众传媒开启多种范式方面,包天笑不愧被誉为“通俗文学之王”。他主编的《小说时报》封面是彩绘的时装女郎,先期印刷公共空间几乎为妓女所占据,现在代之以富于时代气息的知识妇女。内页的三色照片是以日本引进的珂罗版技术制版,登刊妇女时装与发式的照片,预示着都市日常时尚的永恒主题。而《妇女时报》则通过大量翻译欧美、日本的科学信息,从个人卫生、体操、饮食、心理、妊娠到婴儿养育等方面为妇女提供日常知识与经验,目的在于培养现代“国民之母”,其中不乏有关“贤母良妻”和“理想新家庭”的讨论,蕴含着发展都市“核心家庭”的空间想象。

时值清末“新政”时期,清廷所许诺的立宪改革催生了一批报刊杂志,如《东方杂志》《图画日报》《小说月报》等在推进社会改良的议程,而狄葆贤主办的《时报》,与《申报》《新闻报》并列为上海三大报纸,更以时政批评与报式革新著称,其旗下的《小说时报》以先进印刷与视觉技术在杂志界居引领地位。绘制封面的徐咏青是早期接受西洋画法的画家,他“是徐