

# 上海早期影刊的繁盛时代

## ——以联华影业公司相关影刊为例

谈洁



《联华画报》第一卷第一期,折页式周刊,1933年1月1日,头版(左)及内页



改版扩大后的第一期《联华画报》,16开单行本半月刊,总第五卷第一期,1935年1月,封面



《联华画报》第五卷第三期,内页



《联华画报》第六卷第一期,内页,汪子美作明星漫画一幅

1930年代是上海电影期刊发展的繁盛时代。电影期刊出版的数量与质量都屡创新高,共有140多家新电影刊物问世,其中不乏一批具有独立性、发行量大、长期出版、畅销、影响深远的电影期刊。这主要有两个原因:民族制片业整体变革空前繁荣;上海的期刊出版从1933年至1935年6月底期间得到迅猛发展,刊物从215种增至398种。有报道称:“杂志在中国被编辑者、发卖者、读者一致热烈拥护着迅速的发展,实在是今年的事情,尤其是上海,似乎这一大都会里又卷起了一种新潮了。”

当时以新军姿态崛起于影坛的联华影业公司(下简称“联华”),早在1930年成立初期就请黄漪磋加盟股东。黄漪磋是当时《影戏杂志》主编,该杂志

由联华编译广告公司出版,此举足见“联华”总经理罗明佑对电影宣传、电影刊物的重视。此后,《影戏杂志》的“国片复兴专号”积极配合“联华”,拉开了宣传造势序幕。“联华”初步显示出一个融教育、制作、发行、放映、宣传功能于一体的电影行业托拉斯实体的雏形。从1930年7月《影戏杂志》出版第2卷第1号起,该刊即正式转为“联华”厂刊,由联华影业公司出版。然出至第2卷第2号后便停刊了。

在与明星影片公司、天一影片公司的抗衡过程中,1932年12月3日,“联华”自产的电影刊物《联华周报》在上海创刊,由王绍清主编,联华周报社发行。《联华周报》为8开本,每期4页,但出至12月24日第4期后遂停刊。编者在《联华周

报》的第1期《幕前插话》一文中写道“(该刊)对内可以团结内部的精神,对外可以使社会明瞭团体的宗旨,和工作情形”,宗旨是“专为鼓励国产影片创造国产影业而出力”。《联华周报》设有“每周情报”、“幕前插话”、“表演艺术讲座”、“摄场巡礼”、“观众信箱”、“读者园地”等栏目。主要介绍“联华”的新片摄制、上映情况,公司近期业务发展动向,演职人员近况等。电影评论也是关于“联华”近日上映的新片。

当时,作为电影公司有效宣传工具的电影期刊,彼此之间也要竞争,这不仅关系到电影公司的影片宣传和话语权争夺,更关系到刊物自身的存亡命运。1933年3月9日的《影戏生活》杂志报道了“联华”与“明星”两家电影公司之间电影

期刊出版物的竞争,以“联华——明星——的宣传竞争”为题,副标题是“联华发行《联华周报》,明星出版《明星月报》,各显神通——互相比赛,愿天一公司急起直追加入奋斗”。然而在电影公司厂刊、特刊这种初级且直接的模式令读者倦怠之后,面对已经积累了一定办刊经验的其他电影机构,联华影业公司迅速从《联华周报》转型为《联华画报》。

1933年1月1日,《联华画报》在上海创刊。在《联华周报》基础上扩充改版后的《联华画报》,与“明星”出版的公司刊物《明星月报》,是当时最有影响的两种影刊。至1937年8月1日停刊前(中间有一次休刊),《联华画报》共出版9卷152期。

《联华画报》创刊伊始就明

确指出,作为“联华”的宣传刊物,要“以图画的形式来表现我们生活与艺术的关连与进展”。《联华画报》起初是《联华周报》的延续,采用画刊的方式,以短小精悍的文字和照片并重,主要刊登“联华”新片拍摄进程、影片放映的反响,以及公司所属影人的简介和近况,也刊登“联华”导演的影片阐述。并且以“周刊”形制,逢星期日出版,横16开本,每期4页,每26期成1卷。从第5卷第1期起,刊物改为16开单行本的半月刊,扩充了版面容量,每期并附铜版图照若干页。从内容上来看,除了刊登大量“联华”出品影片的剧照、影星肖像及与电影有关的图片,丰富的漫画创作也是该刊的一大特色,文字方面则开辟专栏,发表公司动态、电影短评、电影新知、国内外影坛新闻及影业状况等。

从《联华周报》到《联华画报》,仅一字之差,但背后却包含了多重复杂的因素。从行业发展角度看,画报的兴盛从一个侧面彰显了上海电影发展及电影杂志出版的热潮。从印刷技术角度看,印刷工艺经历了石印、网线铜版、影印、胶印几个阶段,画报的发展与印刷术的进步有着直接关联。

电影杂志作为一种专门的出版物,伴随着民族电影业和出版业的发展,其性质和特征也在不断发生变化。电影杂志逐步摆脱诞生初期主要附属于电影机构或电影业界专业人士的状况,更多地向出版界靠拢,开始拥有“独立”的姿态。服务的对象,从电影专业人士、制片厂、影院,转变为读者、观众。电影杂志的专业性逐渐弱化,大众性和娱乐性开始增强。当制片厂厂刊已呈“过时”之态,电影画报成为电影期刊的主要类型之一。

电影制片人通过电影杂志建立自己的电影宣传阵地,印刷媒介从电影挖掘出无限的商业价值从而获得自身发展,两者内部联系紧密,互相影响,相辅相成。通过共同散发图像、影像独特的吸引力,刺激越来越多的读者、观众产生更为强烈的阅读、观看欲望。

(作者为上海艺术研究所助理研究员)