

<<当年文事>>

图书基本信息

书名：<<当年文事>>

13位ISBN编号：9787305058585

10位ISBN编号：7305058580

出版时间：2009年6月

出版时间：南京大学出版社

作者：余斌

页数：256

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<当年文事>>

内容概要

《当年文事》的绝大部分都是关于现代文坛的种种，不知为何，那个年代一直令作者神往。在某种程度上，这本书对“事迹”与“心迹”的探寻也是对那个时代的遥想，所以多多少少，也有些个人的“心迹”混在里面。要说这里也有什么学术上的企图，则是想摸摸文学史的边边角角，一些边缘的东西，藉个别的“事迹”与“心迹”去多角度地感知作家作品和那段历史，并引发一些多少带有普遍意义的思考，后者也是书中“升华”出诸多议论的原因。

作者简介

余斌，1960年生于南京。
1978至1989年就读于南京大学中文系。
著有《张爱玲传》、《字里行间》、《周作人》等书。

<<当年文事>>

书籍目录

鲁迅与广告鲁迅的书账“同路人”茅盾茅盾小说中的性描写茅盾与莫泊桑《十八春》的雅与俗张爱玲与林语堂“白话邪宗”姚颖与《京话》徐许与他的现代鬼故事“诗人”邵洵美《续结婚十年》“索隐”石挥的小说林语堂的“加、减、乘、除”“妾身未分明”《大地》风波西南联大·大观园·鹿桥《未央歌》与古典小说的文人传统初期白话文传记文学的两途序跋之类从“新格拉布街”想到“亭子间”“三底门答尔”劳动者的形象记忆的修正没“戏”一九三七年的爱情同人杂志几则书刊广告作家与出版家不完整的书社会小说的“做法”尊卑有序通俗作家的自卑心态雅俗之问旧武侠·新武侠·超新武侠后记

<<当年文事>>

章节摘录

鲁迅与广告 把鲁迅这个名字与广告扯到一起似乎有点不伦不类，甚或有几分褻渎，因为人们对广告多的是厌烦，少的是好感。

都说现而今是信息时代，而最富侵略性的信息，恐怕首推广告，因为它无孔不入、无所不在，而那内容又皆咄咄逼人，足以“振聋发聩”，或是极尽挑逗之能事，隐然有你若不受招徕便要追悔终身之意。

以我们对广告如此恶劣的印象，实在难以想象鲁迅与广告会有何瓜葛。

不过鲁迅的确草拟过不少广告，《鲁迅全集》中收录的就不下十数条，而广告的确也有不自吹自擂、据实道来的。

登在《京报副刊》上的《苦闷的象征》广告文曰：“这其实是一部文艺论，共分四章。

现经我以照例拙涩的文章译出。

并无删节，也不至于很有误译的地方。

印成一本，插图五幅，实价五角。

鲁迅告白。

”这里毫无渲染，且特别声明书的性质，“其实”二字下得尤妙，犹云：“书中并无‘性苦闷’之类，对某类书有特别兴趣之读者诸君幸勿误会。

”搁在今日某些书商、出版社手里，那书名正可利用或是正希望其能有误导之效的，做此声明，岂非自断财路？

不妨拿近年某出版社所出林语堂《红牡丹》一书做个对照，那上面的广告语赫然写着“性的冲动，情的需求，演出一幕又一幕的风流艳事”。

这已是堕入地道的“瞒与骗”了，我们通常所见的广告虽不致如此，然而夸大其词却是不免的，而说大话、唱高调，里面有意无意间实在也就含了“瞒与骗”的成分。

鲁迅一生最反对瞒与骗，反对假大空，此种精神甚至也具体而微地体现在他拟的广告上。

最好的例子是他为《莽原》重拟广告一事。

1925年，《京报》主持人邵飘萍与鲁迅商定出《莽原》周刊，随《京报》附送。

邵飘萍遂拟了一条广告登在报纸广告栏内：“思想界的一个重要消息：如何改造青年的思想？

请自本星期五起快读鲁迅先生主撰的《××》周刊，详情明日宣布。

本社特白。

”头一句即拉开架势，先声夺人；第二句问来亦是动人听闻，后面隐去刊名，则是故弄玄虚，设置悬念～广告的种种招数都用上了，似乎也并无大错。

不道鲁迅看后大不悦，斥为“夸大可笑”，遂以第三者口气重拟一条，并“硬令登载”，且“不许改动”。

于是第二天的《京报》上又出现了一则广告，云新出周刊一种，“是为《莽原》。

闻其内容大概是思想及文艺之类，文字则或撰述，或翻译，或稗贩，或窃取，来日之事，无从预知。

但总期率性而言，凭心立论，忠于现世，望彼将来云。

鲁迅先生编辑，于本星期五出版。

”——恳挚实在，诙谐风趣，与邵的夸张招摇恰好相映成趣。

但是事情还没完。

邵飘萍虽因“硬令”，只好刊出，内心却大约觉着太不像广告，故又在广告之后加了几句“无聊的案语”曰：“上广告中有一二语带滑稽，因系原样，本报记者不便僭易，读者勿以辞害志可也。

”鲁迅看了哭笑不得，给许广平的信中叹道：“做事遇着隔膜者，真是连小事情也碰头。

”鲁迅多半是要碰头的，因为他与“广告界”的精神实在大异其趣。

广告的本意大约不过是广而告之，据此，广告的要求应是准确地传递出某种信息，而商家做广告意不在此，要的是“轰动效应”，是轰动带来的经济效益。

依照前者，鲁迅的广告可得满分；依照后者，则恐怕要判不及格了。

当然鲁迅的广告还不止于据实相告，字里行间有调侃、有讥嘲，诸如“或稗贩，或窃取，来日之

<<当年文事>>

事，无从预知”之类的“滑稽”语，并非有意滑稽，亦非刻意摆出低姿态，而是暗有所指，比如这里就是和夸饰的作风唱对台戏，给邵飘萍们一点难看（邵飘萍应是同一战壕中人，后以“宣传赤化”的罪名被奉系军阀杀害，但以其趣味而言，实与鲁迅相去太远）。

这就传出广告以外的信息了。

难怪未与鲁迅反目之前的高长虹，看了未名社出版物后面的广告后，道是“普通的批评看去像广告，这里的广告却像是批评”，赞其“别开生面”了。

所谓批评像广告，乃是那时的评论与今日的情形相仿佛，多有标榜吹捧之嫌；至于广告像批评，看鲁迅拟的广告便知。

我估猜高长虹看到的是一则题作“《未名丛刊》是什么，要怎样？”的广告。

里面如此这般地写道：所谓《未名丛刊》者，并非无名丛书的意思，乃是还未想定题目，然而这就作为名字，不再去苦想它了。

这也并非学者们精选的宝书，凡国民非看不可。

只要有稿子，有印费，便即付印，想使萧索的读者、作者、译者，大家稍微感到一点热闹。

……大志向是丝毫也没有。

所愿的：无非（1）在自己，是希望那印成的书从速卖完，可以收回钱来再印第二种；（2）对于读者，是希望看了之后，不至于以为太受欺骗了。

写这广告时鲁迅与胡适为首的一群名流学者已然分道扬镳，胡适等人开国学书目、青年必读书，已被目为或是自许为青年导师。

明乎此，则所谓“学者们精选的宝书”、“国民非看不可”之类的反语，其批评锋芒指向阿处，自是一目了然。

鲁迅确实是一位斗士、一个性格鲜明的人，他在回忆性的散文中固然时而借题发挥，对目下的人事旁敲侧击，甚至在广告中亦表达出自己的好恶，不忘对“学者们”“好的世界”施以一击。

现代著名作家中许多人因为办书店、编刊物、出书，都曾写过广告，如茅盾、林语堂、叶圣陶等。

因是文人，笔下自然另成一格，与寻常广告大异其趣。

不过鲁迅仍旧显得特别，不必问谁是作者，单看这峭拔的文风，看看里面的反语我们便知道，是鲁迅的手笔无疑了。

鲁迅的书账 鲁迅的论敌常对他有些恶形恶状的描绘，有夸张他被香烟熏黄的牙齿的，有想象他的“醉眼蒙眬”的，又是烟，又是酒，撇开背景不论，单从这些字面上去看，鲁迅倒真像是“失意文人”，或是像个名士了。

实则鲁迅最是个认真不苟的人，即在生活小节上也绝无文人习气。

常到鲁迅家走动的郁达夫发现他的书房里总是整整齐齐，书案上亦井然有序，且一尘不染。

这真让郁达夫这个地道的名士派大为讶异了，因为他所知道的一些文人，书房总是凌乱不堪的。

鲁迅的不苟从他的日记上也可看出。

他的日记并不像今日某出版社推出的《名人日记》之类，里面到处是“思想火花”和滔滔议论，而是地道的流水账，简而又简，但他每日必记，从1913年起，到1936年去世，几乎没有一天拉下。

偶尔有几天漏记，也必要说明“失记”。

既是仅限于记事，有时无事可记，记什么呢？

记得最简的是只有天气，阴晴雨雪。

我有位同窗曾细读鲁迅日记，告我发现日记中常见“濯足”、“夜濯足”字样，而且有好多日日里只有这两三字。

回想一下，恍惚也有这样的记忆。

这当然不是“濯足长江万里流”的濯足，不过是在脚盆里洗脚罢了。

想来鲁迅每日伏案到深夜，脚已冰凉，暖水温泡，甚是惬意，故尔常有此一记吧？

据此也可推知鲁迅的日记多是次日记的，濯足完毕当从速就寝，不见得再去握管了。

不过鲁迅日记里记得最认真详尽、最清楚明白，也是给我印象最深的，还要算他的书账。

鲁迅有一习惯，每购一书，不仅在那一日记下书名，而且也记下书价，而且巨细无遗，毫厘不爽。

<<当年文事>>

比如《仇十洲麻姑仙图》等图，每枚价仅八分，也都一一记录在案。

1913年5月买的一册《观无量寿佛经图赞》所记价为0.312元，更是精确到厘了（可知那时买书的讲价是极细的，但不知几厘几厘是如何找法）。

每年岁末，鲁迅照例要算一回总账，将所置书籍、图册、拓片等按购置的时间顺序一一列出，月为单位是小结，最后算清一年共花费几何，此外又还常算出平均每月花去多少。

鲁迅自奉甚俭，衣的朴素随便是不用说了，吃住行也都很简单，唯在买书上手脚是大的。平均下来，每年所费在500元以上。

到上海以后，也许是生活安定下来，做长久计了，书买得尤多，一年常在800元以上。

最多的1930年，总共花去2404元，平均每月约200元，相当于当时大学毕业生几个月的薪水。

而到去世为止的二十多年间，鲁迅的书账加起来将近13000元，买下三处北京八道湾那样大的宅子也够了。

鲁迅的收入不能算少，然要买这么多的书，总也感到吃力了。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>