

Medium Properties and Communication Methods of “Coterie Journals”: A Case Study of The Crescent Moon

Luo Xiaojing

Abstract: Coterie Journals, typically represented by the Crescent Moon, are tantamount to “Coterie Media”, namely an independent, autonomous and folk “collective medium” in comparison with a highly systemized and entrepreneurial medium. The coterie journals, especially those affiliated with the new cultural and literary associations, are endowed with their own characters in terms of medium properties and communication methods: firstly, comparatively independent ownership and management; secondly, an editorial regime combining collectivity and individuality; thirdly, elitism associated with distinct communication subjects; fourthly, highly-screened audience and its sub-collectivity.

Key words: Coterie Journals; Medium Properties; Communication Methods; The Crescent Moon

从《新月》看“同人期刊”的媒介性质与传播方式

罗晓静

摘要: 以《新月》月刊为典型代表的“同人期刊”可谓之为“同人媒介”——一种与高度组织化、企业化媒介相对而言的，具有自主、自治和民间色彩的“群体性媒介”。在媒介性质和传播方

式方面，“同人期刊”，尤其是新文化文学阵营的“同人期刊”有其自身的特点：一是相对独立的所有权和经营机制；二是群体性和个体性共存的编辑制度；三是传播主体浓厚的精英色彩；四是受众高度的被选择性和次群体化。

关键词：同人期刊；媒介性质；传播方式；《新月》

Copyright © 2021 by author (s) and SciScan Publishing Limited

This article is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>



在媒介性质和传播方式方面，“同人期刊”，尤其是新文化文学阵营的“同人期刊”有其自身的特点：一是相对独立的所有权和经营机制；二是群体性和个体性共存的编辑制度；三是传播主体浓厚的精英色彩；四是受众高度的被选择性和次群体化。故而，“同人期刊”又具有所谓的“同人传播”性质——志同道合的文化精英群对大众媒介的直接控制，以及大众传播中的“小众化”或曰“群体指向性”传播机制。《新月》月刊作为一份“同人期刊”，以其时间跨度长、独具特色和影响广泛而尤具有典型性和代表性。

一、相对独立的所有权和经营机制

媒介的所有权和经营机制的“独立”，是“同人期刊”这种媒介形态得以存在的基础。梁启超曾指出从事报业的第一难关在于“经济之不易独立”，因为中国广告产业尚属幼稚，报馆还不可能靠广告收入生存，所以办报者往往不得不寻求“不可告人”之收入，则“其报殆不得自存”。梁启超哀叹，由于经济力量的限制，他理想中“言论独立”的报纸多少年来一直没有出现，不是胎死腹中，就是中道夭折^①。李大钊在《晨钟报》任职不到一个月，就认识到报纸的经济不独立导致舆论的自由表达不可能实现。“吾同业诸公，千辛万苦之余，卒不免为经济所困，而呻吟于势力者之前，仰人鼻息，以供其驱策之用，是则可为痛哭者也。”^②因此，为了避免经济上的外部依赖造成一系列掣肘问题，在资本、体制和管理上，“同人期刊”或以集资、

① 梁启超. 《时事新报》五千号纪念辞 [M] // 梁启超全集 (第六册). 北京: 北京出版社, 1999: 3368.

② 李大钊. 新现象 [M] // 李大钊全集 (第二卷). 石家庄: 河北教育出版社, 1999: 399.

集股方式独立经营，或依托民间资本、机构而相对独立运作。

判断一份刊物是否为“同人期刊”，经济上的独立与否成为非常重要的前提。《语丝》上的《反周事件答问》一文曾提到《现代评论》的资金来源，“据说现代评论社开办时，确曾由章士钊经手弄到一千元，……国民党亦曾津贴一千元，还有二百元是武昌某大学校长送的”^①，这被认为是现代评论社诸人为章士钊呐喊、捧场的直接原因。此后，《语丝》和《现代评论》为“二千元事件”陷入旷日持久的争论之中。其中的是非曲直我们很难探个究竟，但它所涉及的话题非常明确：“作为舆论阵地的报章杂志和围绕它们形成的同人社团，在为生存和延续而努力的同时，应该如何维护自由和独立的神圣性。”^②《语丝》认为《现代评论》一旦在经济上依附政府和官僚，必然会违背其创刊词中提出的“不附和”原则，《语丝》对自我的肯定也就在于“不愿意在有权者的刀下，颂扬他的威权，并奚落其敌人来取媚”^③。

“不用别人的钱”，才可以理直气壮地“不说别人的话”。因此，同人内部捐款或集资，是“同人期刊”解决资金问题的首选办法。胡适等人创办《努力周报》时，经费就是由同人“每人每月储蓄收入的百分之五来分任”^④。《语丝》最初商定由鲁迅、周作人、孙伏园和川岛四个人按月分担所需的印刷费，但《语丝》销售情况很好，同人们付了第一期的两千份印刷费后刊物收支已足相抵，后来还有盈余。但经济独立并不那么容易办到，对大多数“同人期刊”而言，销售所得都极为有限，即便在不支付编辑费和稿费的情况下也常常难以为继。有感于无钱办报的困难，《努力周报》停刊后胡适“主张先筹点资本，然后办月刊”。至于资本从何而来，他明确表示不能依靠政府（无论帝国主义还是反帝国主义的政府），必须要有一笔非官方的独立资金来支撑刊物运作，可效仿《新青年》由一家书店发行，“发行人须出一点编辑费，以供聘用助手及酬报外来投稿之用”^⑤，这种方式即依托民间资本、机构相对独立运作。现代中国“同人期刊”中，有很大一部分依托北京或上海的书局、书社作为出版和发行机构。这些书局、书社是民间资本的性质，它们为刊物提供资金和发行渠道，一般不干涉具体编辑事务，编辑部拥有很大程度上的自主权，因而刊物的同人性质基本能得到保障。

《新月》月刊是将这两种资本来源和经营机制结合起来的一个典型。新月同人1927年6月创办了新月书店，它是同人们以集股方式独立经营的出版机构，1928年3月创刊的《新月》月刊的出版发行以新月书店为依托。新月同人购股集资形成的新月书店，为《新月》月刊提供资金、稿件、出版、发行等的全面支持，这种非官方的经济属性在最大程度上保证了《新月》月刊的

① 王子欣，川岛。反周事件答问[J]。语丝，1926（68）。

② 颜浩。北京的舆论环境与文人团体：1920-1928[M]。北京：北京大学出版社，2008：128-129。

③ 鲁迅。我和《语丝》的始终[M]//鲁迅全集（第四卷）。北京：人民文学出版社，2005：173。

④ 国立北京大学出版部。努力周报·本报特别启事[N]。努力周报，1923，1。

⑤ 胡适。胡适致《晨报》副刊（1924年9月9日）[M]//胡适全集（第23卷）。合肥：安徽教育出版社，2003：383。

独立性。叶公超曾总结说：“办新月杂志，颇表现了中国传统读书人的个性，同仁之间有几项不曾形诸文字的约定：要成立独立的机构，不假借任何其他力量，尤其是官方的力量；需要用的钱，都要由同仁自己拿出来；以自己能够筹到的钱为准，可以维持多久就维持多久。”^①

但期刊本质上是一种商品，需要通过市场来实现其价值。为避免不健全的市场经济对刊物的左右，“同人期刊”在经营管理上格外谨慎。突出表现在以下几个方面：首先是经营收入并不依赖于广告。《新月》月刊上的广告主要有两大类：一类是自己为自己做广告，包括对新月书店、出版图书及《新月》月刊和《诗刊》的推介。这些广告属于内部行为，是不可能产生广告收入的。一类是交换性质的广告，即其他同类书籍和刊物的出版广告。这些当属友情赞助和交换性质，也无法带来经济上的收益。“同人期刊”对于商业性广告总体上是排斥的。鲁迅谈及自己和《语丝》的关系时，特别提到“看广告的种类，大概是就可以推见这刊物的性质”。他嘲讽“‘正人君子’们所办的《现代评论》上，就会有金城银行的长期广告；南洋华侨学生所办的《秋野》上，就能看见‘虎标良药’的招牌”^②。鲁迅对于商业资本通过广告的渗透对刊物进行控制格外敏感，内在的动因依旧是对刊物独立性的固守和维护。

因此，增加销售量几乎成为刊物自身收入的唯一来源。《新月》创刊伊始就以“长期订阅者特号不加价”的方法吸引长期读者，后来也尝试过用发行合订本等多种促销方式来提高销售收入，但其销售状况一直都不理想。既然收入有限甚至入不敷出，就只能尽量减少开支。晚清以来现代出版业的迅速兴起、发展是建立在稿酬制度化这一基础之上，并由此催生了作家职业化的形成，如林纾翻译西方小说从商务印书馆可获得千字最高六元的稿酬并为此而自豪。然而，“同人期刊”编辑部为杂志服务的同人基本上是没有报酬的。《语丝》创办之初，许小峰和川岛是“自跑印刷局，自去校对，自叠报纸，还自己拿到大众聚集之处去兜售”^③。冯至回忆《骆驼草》办刊情况时说：“刊物的经费是几个朋友拼凑的，我们用费不多，因为在那上边发表文章，一概不付稿酬，唯一的开销是每期的印刷费。”^④《新月》最核心的人物徐志摩，为了“新月”可以说是不遗余力，包括筹措资本方面。这一代知识分子的理想和情怀，的确让我们后人景仰和追慕。

经济上的独立性，使刊物的自主得以实现。“同人期刊”独立的媒介立场、自由的人文追求，这些不同于政党期刊和商业期刊所特有的运作方式和精神价值，才真正被彰显出来。不过诚如胡适所言，这种办刊方式是“变态”的、不能长久的。叶公超总结新月失败的原因时也强调这一点：“没有钱，我们坚持不接受任何他人的支援，而本身又不善于经营，总是亏损，终至于

① 叶公超. 关于新月 [M] // 港台·国外谈中国现代文学作家. 成都: 四川文艺出版社, 1986: 162.

② 鲁迅. 我和《语丝》的始终 [M] // 鲁迅全集 (第四卷). 北京: 人民文学出版社, 2005: 175.

③ 鲁迅. 我和《语丝》的始终 [M] // 鲁迅全集 (第四卷). 北京: 人民文学出版社, 2005: 171.

④ 冯至. 《骆驼草》影印本序 [M] // 立斜阳集. 北京: 工人出版社, 1989: 93.

无法维持。”^①“同人期刊”的所得所失，也就由此注定了。

二、群体性和个体性共存的编辑制度

现代中国的“同人期刊”，是一群知识分子基于相同或相近的志趣耕耘的“自己的园地”，在编辑策略、用稿方针等方面，由一个相对固定的团体来完成，同时又保留了个体一定程度上的独立性。《新月》月刊采用集体编辑和独立编辑轮替的方式，显示出共同理想和个人旨趣之间的制衡状态。

（一）集体编辑和独立编辑的轮替

《新月》月刊集体编辑共有21期，独立编辑总计22期。这种编辑制度的形成，直接原因与新月同人的个性有关。据梁实秋回忆，最初筹划《新月》时拟由胡适任社长、徐志摩为主编。但同人们聚集商议时有人提出异议：“表面上是因为社长主编未经同人推选，手续不合，实际上是《新月》一批人每个都是坚强的个人主义者，谁也不愿追随在别人之后，志摩是何等圆滑的人，立刻主张改为集体编辑。”^②所以，《新月》创刊时编辑者有三个人，后来增加至五个人乃至七个人，这些人中梁实秋、罗隆基、叶公超又分别担任过独立编辑。由此，有助于我们考察“同人期刊”群体性和个体性共存的编辑制度。

《新月》月刊初创时及其后一段时间采用集体编辑，可以起到凝聚同人群体情感的作用。同人群体并非经由严格组织建构起来，而是彼此间志同道合、求同存异的松散结合。为了避免一开始就给同人们造成“独断独行”的印象，性情明达如徐志摩当然乐于形成“民主化”局面。“同人期刊”既然是同人们发表言论和主张的“自己的园地”，合作管理、集体协商的方式也便于集稿。饶孟侃说：“办法是采用集稿制，每人只负责编一期，以便在轮转中有足够的时间去约稿、选稿，并料理自己的事情。”^③徐志摩、胡适等人的往来书信和日记中，多次记载了向人约稿、催稿、收稿和荐稿的事情。以《新月》为代表的“同人期刊”的编者与作者有高度的同一性，所以编辑承担着写稿、约稿和编稿的多重责任。多位编辑协同合作、分工负责，很大程度上保证了刊物的稿源和质量。

《新月》虽然一半是多人署名的集体编辑者，实际上也是每期由一个人具体负责。因为个人风格和倾向性的差异，决定了刊物不同的关注点和风貌特征。如徐志摩对刊物文学性的坚持，梁实秋、罗隆基等人对政治批评和言论自由的倚重，在《新月》不同的卷号中均得以体现。梁

① 叶公超. 关于新月 [M] // 港台·国外谈中国现代文学作家. 成都: 四川文艺出版社, 1986: 165-166.

② 梁实秋. 《新月》前后 [M] // 梁实秋文学回忆录. 长沙: 岳麓书社, 1989: 125.

③ 饶孟侃. 关于新月派 (未刊手稿) [M] // 王锦厚. 闻一多与饶孟侃·饶孟侃年谱. 西安: 电子科技大学出版社, 1999: 299.

实秋开始独立编辑时就“敬告读者”：“自从第二卷第二期起《新月》月刊的面目和从前不同了。我们接连着登了胡适梁实秋罗隆基几位先生的文章，于是许多人都异口同声地说：‘新月谈政治了！’不错，我们是谈政治了，我们以后还要继续的谈。”他还特意提到：“编者无意的发表了几篇文章，但是新月月刊的性质变了，赢到了许多的新朋友。反对的声浪也起来了，这是我们认为当然的。”^①新朋友让梁实秋们感到了振奋，但老朋友的反对则被忽略或者置之不理，同人之间思想主张的裂隙彰显出来。因此，徐志摩、闻一多、饶孟侃等人不愿再编《新月》，改由梁实秋和罗隆基相继独立编辑了总共20期。

正是因为同人群体的这种特点，“同人期刊”可以相对独立于经济、政治，但也缺乏强有力的凝聚力，很容易走上分手涣散之路。

（二）共同理想和个人旨趣之间的制衡

作为一种“群体性媒介”，“同人期刊”在办刊宗旨、编辑方针上，多以社团目标和群体追求定位，而不以政党原则或企业利益取舍。《新月》发刊词《〈新月〉的态度》^②说：“我们这几个朋友，没有什么组织除了这月刊本身，没有什么结合除了在文艺和学术上的努力，没有什么一致除了几个共同的理想。凭这点集合的力量，我们希望为这时代的思想增加一些体魄，为这时代的生命添厚一些光辉。”全文最突出的特点是第一人称复数词“我们”的频繁使用，全文24个自然段，其中13个段落用“我们”开头。“我们”的自称、“集合的力量”，都是“新月”作为同人群体的自觉表达。因为“在文艺和学术上的努力”的结合，借助于“月刊”这一媒介来表达“共同的理想”，也正是同人群体的基本内涵。

《新月》创刊时的办刊定位和内容是以“文艺为主”，“因为同人中以文人为多。但是文艺以外的学术思想方面稿件也收”^③。以徐志摩、闻一多、饶孟侃编辑的《新月》第一卷至第二卷第二号为例，主要登载的是文学作品和文艺论文，另有少量哲学、历史、经济、民族等学术思想方面的文章。徐志摩的诗歌《我不知道风是在哪一个方向吹》《再别康桥》、散文《谒见哈代的一个下午》《浓得化不开》和戏剧《卞昆冈》，沈从文的小说《阿丽思中国游记》《雨》《旅店》，闻一多的诗歌《答辩》《回来》和传记《杜甫》，梁实秋的文学论文《文学的纪律》《文学与革命》等，都是“健康和尊严”两大原则下的产物，充分彰显了新月同人在文学方面较为一致的审美特征和艺术趣味！

因此，刊物的宗旨、标准会在一定程度上形成群体意愿，对编辑者产生制约作用。《新月》

① 梁实秋. 新月月刊敬告读者 [J]. 新月, 1929 (2).

② 徐志摩. 《新月》的态度 [J]. 新月, 1928, 1 (1).

③ 梁实秋. 《新月》前后 [M] // 梁实秋文学回忆录. 长沙: 岳麓书社, 1989: 126.

月刊联合署名的编辑者，或者并未署名但处于核心地位的同人，在编辑事务上会出现相互制衡的情况。以徐志摩筹划出版“梁启超纪念专号”事件为例：梁启超去世后部分原新月社成员准备把《新月》第二卷第一号作为纪念专号出版，梁启超去世的第二天徐志摩致胡适信中明确了《新月》出专号纪念的意图和计划，还将处理梁启超未竟之作《桃花扇考证》和《稼轩年谱》的续作与出版，以及将纪念文章、遗像、墨迹合出纪念册等事宜均委托给胡适。三天后徐志摩再次致函胡适，对于出版专号做出了更为详细的安排。最终结果却是，徐志摩热心筹划的“梁启超纪念专号”未能如愿出版。谢家崧谈到此事只说“遭到部分成员的反对而没有出成”，“部分成员”是谁我们无从得知，但徐志摩没有和《新月》月刊的编辑群体达成共识、编辑个人意愿不得不服从群体追求则是事实。

“同人期刊”的社团目标和群体追求并没有严格的一致性和约束性，因而期刊与其说是共同主张的表达平台，不如说是作为众人言说空间的一种存在。“同人期刊”往往因为编辑更换导致办刊宗旨、编辑方针发生变化，即便有不同意见和主张也不会刻意去维护其连续性。《新月》从第二卷第二号起政论文章不但篇幅大为增加，而且编排上往往放在最前面，有些卷号里文学创作和研究文章几乎成为点缀（如第二卷第四号）。于是，徐志摩有“另组几个朋友出一纯文艺月刊，因《新月》诸公皆热心政治，似不屑文艺，我亦不便强作主张”^①的想法。第三卷第二号由罗隆基主编后，“政治文章更加增多了，这一做法是完全与徐志摩、闻一多、饶孟侃等人初创时的宗旨完全违背的，对此徐、闻、饶等及其他一些老成员更加不满了”^②，就连之前主张谈政治的梁实秋也有所不满了。不少当事人和研究者都指出，正是因为《新月》大谈政治，很多新月社的成员不愿把自己的作品交给月刊发表了。《新月》最后的终刊也跟同人之间主张上的差异直接相关。

三、具有浓厚精英意识的传播主体

从传播主体的角度进行考察，“同人期刊”的编辑主体和创作主体之间有着高度的统一性，而且表现出浓厚的精英意识。

（一）编辑主体—创作主体之间的高度统一

一般而言，编辑是刊物的“守门者”。在实际传播过程中，“守门者”和“传播者”这两种角色往往重合在一起。当一个人从事创作的时候，他就是“传播者”；当他从事评价他人创作的时候，又成为“守门者”。“同人期刊”的编辑主体和创作主体的高度统一性，避免了“守

^① 徐志摩. 徐志摩致李祁信（1929年7月21日）[M]//徐志摩全集（第六卷）. 天津：天津人民出版社，2005：58-59.

^② 谢家崧. 新月社始末我见[M]//俞子林. 那时文坛. 上海：上海书店出版社，2008：71.

门者”和“传播者”两种角色之间可能产生的“交流沟裂”，使得“传播者”的意见表达最大限度地保持原貌，这对于实现同人媒介的群体诉求无疑是极为有利的。

《新月》月刊从总体上看，编辑和作者的重合性十分明显。列入《新月》月刊“编辑者”名单的一共有10人，即徐志摩、闻一多、饶孟侃、梁实秋、潘光旦、叶公超、罗隆基、胡适、余上沅和邵洵美，他们既是刊物的编辑主体，也是最重要的创作主体。有研究者对这10位编辑者在《新月》月刊发表文章的数量做过统计，总数为245篇，其中核心成员徐志摩、梁实秋、罗隆基、胡适4人所发表文章分别为49篇、50篇、35篇、31篇，数量远远超过其他单一身份的作者。

《新月》月刊因为编辑者的轮替，作者队伍的随之更新也十分显著。以《新月》创刊号为例，徐志摩名列编辑者的首位，这一期《新月》也几乎成为他一个人的刊物。徐志摩在《新月》创刊号合计发表文章11篇，超过所有其他作者文章的总和，也占到了他在《新月》所发文章总数的五分之一。徐志摩在担任主要编辑的创刊号至第二卷第一号，总共发表文章31篇，数量更是达到了总发稿量的60%以上。闻一多和饶孟侃的文章也都集中在这一阶段，数量分别是9篇和11篇，他们在《新月》月刊上的发稿总量分别是12篇和17篇。罗隆基独立编辑第三卷第二号至第四卷第一号，在此期间他发表文章大概25篇，也占据了发稿总量（35篇）的70%以上。

虽然编辑与作者合二为一的原因不尽相同，如闻一多可能出于尽编辑之职的责任感，徐志摩、罗隆基等人可能更多源于自我表达的强烈愿望。徐志摩曾在1925年7月由狄更生介绍去哈代的自建住宅拜谒这位“老英雄”，将之称为“天神”并表达了见到他的“神奇”^①感，而哈代又恰好在《新月》创刊前刚刚逝世，所以徐志摩有意无意中把《新月》创刊号办成了“哈代专号”。罗隆基担任主编之前就在《新月》上发表政论文章，他主持《新月》期间因集中发表政论文章导致刊物被查禁和店员被拘捕，但他始终坚持这种激进的办刊思路。当徐志摩等人为了维持刊物生存提出要《新月》转向文艺时，罗隆基对此很不以为然，认为“《新月》的立场，在争言论思想的自由。为营业而取消立场，实不应该”^②。

《新月》月刊的其余主要作者，大都是新月同人。有的本身就是新月社的成员，如陈西滢、凌叔华、林徽因等；有的是经同人（尤其是编辑）推荐加入进来。如闻一多任编辑期间，就发展了费鉴照、陈楚淮等几个年轻作者。闻一多时任南京中央大学外文系主任，费鉴照、陈楚淮都是外文系学生。费鉴照关于英国诗人德拉迈尔的课程论文得到闻一多的充分肯定，并受其鼓励写了《现代诗人》等交由《新月》发表^③。陈楚淮的话剧处女作《金丝雀》由闻一多推荐在《新月》第一卷第五号发表，此后陈楚淮还陆续发表了《药》《韦菲君》《桐子落》《浦口之悲剧》

① 徐志摩. 谒见哈代的一个下午 [J]. 新月, 1928, 1 (1).

② 胡适, 等. 罗隆基致胡适信 (1931年8月6日) [M] // 胡适来往书信选 (中册). 上海: 中华书局, 1979: 76.

③ 费鉴照. 现代英国诗人·自序 [M]. 上海: 新月书店, 1933.

《骷髅的迷恋者》等剧作，成为《新月》月刊的戏剧主要作者。从事新诗创作的陈梦家也是颇受闻一多赏识的学生，方玮德则是陈梦家最亲密的朋友，方玮德又是方令孺的侄儿，这些学缘和亲缘关系，逐步扩大了新月同人的范围。

因此，《新月》月刊是同人们表达自己主张和理想的阵地。这一方面保证了同人阵地上较纯粹的艺术追求和较高的艺术水准，另一方面却也限制了同人阵地的发展和刊物影响力的扩大。

（二）浓厚的精英身份意识

《新月》月刊传播主体的一个明显特征是，他们具有浓厚的精英意识，这是由其教育背景、社会地位和文化态度等共同形成的身份意识。

从新月社开始，新月同人就并非为贯彻某种文学思想或宣扬某种艺术主张而聚合，聚会的形式从聚餐会发展成俱乐部，带有明显的沙龙性质。作为一种聚会场合与方式，沙龙起源于法国17世纪上半期并风靡欧美文化界，聚会地点从宫廷宴会厅到兰布依耶饭店再到名媛贵妇的内室客厅，聚会人员主要是音乐家、画家、评论家、戏剧家、诗人、小说家、哲学家及政治家等社会名流，他们因为志趣相投而欢聚一堂畅谈各种感兴趣的问题。因而沙龙具有先天性的贵族化品格和开放性的文化精神，是上流社会的社交活动中心。徐志摩、胡适等人正是受这种沙龙风气的影响，从欧美留学回来之后发起了聚餐会、俱乐部等沙龙活动。围绕《新月》月刊形成的编辑—作家群体，他们的教育背景、社会地位、文化态度都决定了一种精英的身份认同。

从教育背景来看，新月同人普遍在国内就读于北京、上海、南京、天津等地的高等学府，受过系统而良好的现代教育，并且大多在欧美国家留学或获得最高学位。“欧风美雨”的熏陶和浸染，对新月同人的的人生观、价值观乃至学识、学养和人格，都造成了深远影响。如徐志摩性格开朗，擅长人际交往，尤喜结交名流。留英期间，徐志摩的交往更加广泛且具有精英文化色彩，他在家信中表露过结交“名士”的兴奋和感受：“儿自到伦敦以来，顿觉性灵益发开展，求学兴味愈深，庶几有成，其在此乎？儿尤喜与英国名士交接，得益倍蓰，真所谓学不完的聪明。”^①就英美两国高等教育的风气乃至整个社会风气而言，美国注重科学和自由精神，英国更具有人文气息和贵族绅士气。所以《新月》同人之间的差异也体现得较为明显，如徐志摩、陈西滢、邵洵美、林徽因都更有潇洒的绅士淑女风情，胡适、罗隆基等更多的是科学理性精神。正因为如此，沙龙宽松的氛围和方式更适合他们。

从职业情况来看，《新月》同人主要是大学教授并担任院长、系主任等职务，或者是书局、报刊杂志的主编，薪水收入和社会地位都比较高，属于社会中的精英阶层。在享有充分物质保障的基础上，他们更要追求精神上的娱乐。新月社最初的文学艺术活动，就颇有些“玩”的意味。

^① 徐志摩. 徐志摩致双亲信（1920年11月26日）[M]//徐志摩全集（第六卷）. 天津：天津人民出版社，2005：6-7.

徐志摩说：“我们想集合几个人的力量，自编戏自演，要得的请人来看，要不得的反正自己好玩。”^①“自编戏自演”和“自己好玩”，这真是一种潇洒自在的态度。当新月同人南迁至上海后，他们因为“群居终日言不及义”^②而想发言的欲望办起了《新月》月刊。同人们围绕《新月》开展的编辑、创作等活动，很大程度上出于自我表达的需要。他们自己出资维持刊物运转并且也不领取稿酬，无须关心刊物是否能够迎合读者需要，因而获得了较大的创作自由。

从文化态度来看，新月同人普遍带有精英化倾向，将文艺看作少数人的高雅之事。梁实秋曾就文学的性质与价值断言：“文学家就是一个比别人感情丰富感觉敏锐想象力发达艺术完美的人。……好的作品永远是少数人的专利品，大多数永远是蠢的永远是与文学无缘的。”值得注意的是，梁实秋并未把文学鉴赏能力之有无与贵族资本家和无产阶级对应画等号，他特别强调文学的创作和鉴赏都是天赋才能，是属于少数人的，“文学的价值决不能以读者数目多寡而定”。因此，文学只能是天才的、小众的，与工具论、大众化毫无关系^③。新月同人讲究情趣相投和品味高雅，注重“个人的情绪的表现”和“人心中最深处发出来的声音”，并不具有启蒙主义的激进姿态和大众意识。这也形成了新月同人较为一致的自由主义、个人主义态度，以及从个体贵族精神立场来审视文学的独立、审美意识。

所以准确地说，《新月》月刊具有精英文化的特征，是一个同人性质的“小众传媒”。高度统一的编辑主体和创作主体是源于共同的身份意识和文化趣味，他们作为文学传播活动的“守门人”，坚持对于健康、尊严、理性、秩序的追求，将文学活动基本上限于同人圈子之内，使《新月》月刊自始至终保持了一种较为“纯正”的立场。

四、受众高度的被选择性和次群体化

在现代社会中，任何一个人都可能成为印刷媒介的受众，因此其绝对数量、地域分布、性别年龄、职业阶层、性格心理等都难以明确限定。而且印刷媒介的阅读行为在绝大多数情况下是一种个人行为，传播者与受众、受众与受众之间往往是相互隔绝、彼此独立的状态。因此，研究《新月》月刊的受众群体存在既定障碍，不可能将其精确量化，只能以有限的资料对《新月》月刊受众的特征做些探索。

（一）非读者主导的传播媒介

《新月》月刊是“同人期刊”，它不仅迥异于宣传政治见解和主张的党派性期刊，也有别

① 徐志摩. 欧游漫录——第一函给新月[J]. 晨报副刊, 1925.

② 梁实秋. 《新月》前后[M]//梁实秋文学回忆录. 长沙: 岳麓书社, 1989: 107.

③ 梁实秋. 文学是有阶级性的吗?[J]. 新月, 1929(2).

于以盈利为目的和以娱乐为品味的商业化期刊,具有非常显著的以编辑而非读者为主导的特征。徐志摩对《新月》月刊起着核心和支柱作用,他的编辑思想从接编《晨报副刊》时就已经做了明确表达。他在《晨报副刊》“发刊词”^①里自称“绝不是一个会投机的主笔”,不会去“迎合群众心理”,不会去“谀附言论界的权威”,也不会去“取媚社会的愚闇与褊浅”,总而言之“办法可得完全由我,我爱登什么就登什么”。徐志摩一开始就已经预料到了难免会使一部分读者失望,在他看来,“思想的事业”和“报纸”天生就是相悖的,“思想的事业”是“少数人的特权与天职”,“报纸”是跟着“平民主义工商文明一套”而来“为一班人设的”。徐志摩追求的是“完全由我”的编辑权,对“自己”而非对“读者”负责。这种独立自主的编辑原则也得到同人们的认可和支持。张奚若曾专门撰文痛陈“副刊”的流毒与罪状,并声明自己向来不为副刊做文章,现在之所以答应徐志摩的约稿,乐在主编许诺的“‘尽量发泄’的自由权”^②。徐志摩这种不太顾及读者反映的编辑风格,无疑会大大削弱副刊作为大众传媒的商业效益以及副刊的综合性、大众化。因此,《晨报副刊》逐渐具有了“同人期刊”的性质。

《诗镌》和《剧刊》专栏的创办,则进一步强化了这一特质。徐志摩考虑更多的是将《诗镌》办成新诗艺术探索的实验场,而不是读者对内容的期待,因此特地声明第一不敢担保诗刊生命的长久,第二不敢担保“这诗刊的内容可以满足读者们最低限度的笃责”^③。《诗镌》出了11期之后停刊,随后又有了《剧刊》,希望通过讨论、批评、介绍与研究,“给社会一个剧的观念,引起一班人的同情与注意”^④。但徐志摩的热心和余上沅等人的努力,仍然没有避免《剧刊》遭遇读者冷落的结果,《剧刊》出了15期后难以为继。余上沅等人在欧美国家学习了西洋戏剧,一心想在中国推动新剧的发展,但当时的社会环境下中国戏剧不可能与世界戏剧同步发展。而且《剧刊》因为篇幅限制无法登载剧本,发表的基本属于戏剧理论文章,对于文学爱好者和一般民众而言,这样的内容显然过于抽象、艰涩。

新月书店的成立和《新月》月刊的创办,如前所述,是因为新月同人意识到要系统表达自己的文学主张,深入进行文学艺术的研究,非得有自己专门的刊物和出版机构不可。1928年3月10日,《新月》月刊在上海文坛横空出世,处处显示了它的特别。从版式上看,《新月》的版型是方方的,而不是常见的长方形,这种方的版型大概是模仿英国十九世纪末的著名文艺杂志 Yellow Book 的形式。封面是蓝色的,贴黄标签,签上写着古宋体的“新月”两个字。这里传达的是主编徐志摩、闻一多的审美趣味,无关大众读者的欣赏眼光,甚至连梁实秋也对模仿《黄皮书》颇有点不以为然。作为发刊词的《〈新月〉的态度》,标举“健康”与“尊严”两大原

① 徐志摩. 我为什么来办我想怎么办 [J]. 晨报副刊, 1925.

② 张奚若. 副刊殃 [J]. 晨报副刊, 1925.

③ 徐志摩. 诗刊弁言 [J]. 晨报副刊·诗镌, 1926.

④ 徐志摩. 剧刊始业 [J]. 晨报副刊·剧刊, 1926.

则,对当前思想市场上的十三种倾向逐一进行批判,表达了“要从恶浊的底里解放圣洁的泉源,要从时代的破烂里规复人生的尊严”的雄心壮志。整篇宣言里,并未提及对读者受众的期许。

(二) 对于受众态度的转变

直至《新月》月刊第一卷第七号,我们才看到了一篇谈及读者的《编辑余话》。文中提到,《新月》发行半年来大概有三四千读者,但编者自己回头一看,“内容太趋向于‘沉重’”,因此决定从下期开始要“略略添点轻松的色彩,使读者不至于感觉到过分的严正”^①。具体做法是,除本期已经增添的新栏目“我们的朋友”外,以后每期新增“书报春秋”“零星”“海外出版界”三个栏目,希望通过刊发一些短小的文章来增加刊物的可读性。文末还对发行价格特意作了说明,每期因为篇幅太多都是以特价销售,因而要向读者告罪,并希望以后不要总是这样。这是《新月》月刊首次提到要照顾读者的阅读感受,以及读者颇为关心的销售价格问题。

《新月》第一卷第八号出版时,编者果然做出了有效的探索和尝试,他们匀出两万字的篇幅给新增的三个栏目,但造成许多长篇稿件无法刊登。《编辑余话》对此做出解释:长篇续稿如潘光旦的《自然淘汰与中华民族性》和饶孟侃的《梧桐雨》,以及闻一多的短篇小说《履历片》等稿件延至下期发表;沈从文的《阿丽思中国游记》为避免稿件过于冗长,第三卷第四卷不再在《新月》上发表,等全部完稿之后出版单行本,取而代之的是作者将为刊物写短篇小说。同时,编者对杂志定价问题特意做了说明,刊物在篇幅上仍旧超过了原定的字数,但“决定只售三角,不卖特价,以应读者纷纷的要求”^②。编者对读者的要求给予及时、积极的回应,并且信守承诺,显示了《新月》月刊从象牙塔中走出来对于受众态度的变化。

值得注意的是,编者还通过对杂志内容进行预告和说明,提供给读者阅读期待从而稳固受众。上述延期发稿和出版单行本的公告,既可以预告下期杂志内容引起读者关注,也给新月书店即将出版的书籍打了广告。对于沈从文以短篇小说替代长篇小说的说明,也是抓住读者阅读心理的重要手段。此后的《编辑后言》中,特别注重对不太知名的作者作品的推荐和深受读者欢迎的作者作品的预告:“本期皮西先生的译文是不易得到的,我们希望能继续得到他的帮助。趣剧的妙处几完全在对话上;《艺术家》原文的对话,按译者来信说,有如‘海上的冰山,十之九是隐藏在底里的’。观音花那篇小说是一位不知名的青年朋友的来稿。下期有雪林女士的陆放翁研究,梁实秋与胡适之先生等的论文。志摩译的杜威的游俄印象第二篇等。”^③这些都体现了编者试图贴近读者的态度和想法。

① 编辑余话[J]. 新月, 1928, 1(7).

② 编辑余话[J]. 新月, 1928, 1(8).

③ 编辑后言[J]. 新月, 1929, 2(1).

以刊发同人稿件为主的《新月》月刊，还通过新增的栏目主动向读者约稿。“我们的朋友”栏目向读者发出邀请：“我们欢迎讨论的来件，如果我们能知道在思想的方向上至少，我们并不是完全的孤单。”^①从第三卷第五六号合刊开始，月刊又增加了“新月讨论”栏目，一方面供星散于各地的新月同人以书信方式讨论问题，一方面诚恳邀请读者加入讨论，并声明刊物秉持“信仰思想自由”的原则，题目范围不限，主张不受拘束。具有浓厚精英意识的新月同人因为曲高和寡难免感到孤独和悲哀，“希望借此可以多结识几个同情的读者”，“得到纯凭精神相感召的朋友是一个莫大的愉快”^②；再加上经济往往成为制约同人性质的刊物生存的重要因素，他们试图在一定程度上消除编者与读者之间的距离和隔膜，让读者能够真正参与、关注杂志的发展。这对于开拓市场和扩大受众范围都是有所裨益的。

（三）受众的次群体化

即便如此，《新月》月刊并没有采用使自己世俗化的方式来赢得更广大的读者。为了维护文学的“健康”与“尊严”，保持“郑重矜持”的决心，《新月》月刊不得不对它的受众做出类别化和次群体化的选择。

《新月》月刊发行半年得到“三千到四千个的同情者”，其中很大一部分受众就是新月同人。《新月》月刊的核心受众应该包括《新月》月刊的编辑、作者，新月书店的编辑、作者，不同阶段的“新月”成员以及他们的亲朋好友等。前面两大群体属于“自消费”，后面一个群体也会得到免费寄送的月刊。《新月》月刊的次核心受众，包括新月同人的同事、朋友、学生，也有一些新月同人并不熟识通过订阅刊物产生的自然读者。这些读者应该属于月刊的理想读者，即认同《新月》所传播的精神价值、政治主张和文学原则。可以推测得知，这些受众和月刊的传播主体一样，具有精英化特点。以《新月》发表的文学作品为例，虽然小说、诗歌、散文和戏剧各类文学体裁均有所登载，但诗歌和戏剧这两种属于比较“小众”的文体显然更受编辑们所青睐。再如《新月》从第一卷第八号开始设立的“海外出版界”栏目，主要介绍世界文坛的现状，包括国外出版界和作家的最新消息。能够真正理解翻译版外国书籍的读者已经是知识分子，可以顺利阅读外文原版书籍甚至能够批评这些书籍译本的读者，更应该是高级知识分子。受众不仅是传播媒介的消费者，同时也是传播活动的参与者，《新月》月刊在理想读者的选择与被选择中，更强化了其同人媒体的性质。

事实上，这些栏目的增加对销量似乎没有多大帮助，经过一年的调整后，月刊的销路仍然不理想。《新月》月刊销量的显著增长和受众范围的扩大，是在开始“谈政治”以后。《新月》

① 编辑后言[J]. 新月, 1929, 2(2).

② 编辑后言[J]. 新月, 1929, 2(1).

在第二卷第二号上发表了胡适的《人权与约法》、罗隆基的《专家政治》等文章，读者很快注意到“新月月刊的面目和从前不同了”。《新月》又相继登出了《论思想统一》《我们什么时候才可有宪法？》《论人权》《新文化运动与国民党》《告压迫言论自由者》《我对党务上的“尽情批评”》《孙中山先生论自由》《我们走哪条路？》等一系列批评政府和政治的文章。《新月》的政治味道越来越浓，以致最后遭到党部的查禁，但月刊销量和读者影响也越来越大，凭借先锋和激进的态度一度也跻身时髦刊物的行列。这个阶段支持《新月》的“新朋友”，明显对政治评论感兴趣，从而形成了受众群体的政治化特征。

这些谈政治的文章，在读者中引起的反响是热烈的、也是多样化的。以胡适的《人权与约法》发表后的读者反映来看，不同的人态度差别很大。有对文章观点及胡适本人进行怀疑、批判和嘲讽的，如《争自由与胡适的胡说》《胡适所著〈人权与约法〉之荒谬》《赞美的圣经 拥护胡适博士》《胡适之的反动与迷梦》等；有读者是持理性、真诚的态度进行探讨的，如《新月》月刊第二卷第四号《〈人权与约法〉的讨论》就是胡适从读者来信中选了兩篇“应该提出讨论的通信”予以发表，并附上了自己较为详细的答复；肯定、赞同胡适观点的读者也不乏其人，如史济行给胡适写信说“读了《人权与约法》后，觉得中国是很需要这样，并没有其他可说”^①，陶愚川则表达“今见一事，益信先生之《人权与约法》之重要”^②。无论是批判性受众、讨论性受众，还是支持性受众，都对《新月》月刊的传播起到了积极作用。

20世纪30年代是一个杂志风起云涌的时代，杂志本身就面临生存竞争的问题，能否生存主要看是否能顺应读者受众普遍的阅读需求。《新月》月刊作为典型的“同人期刊”，对受众有着很强的选择性，即便一段时间内会放下“清高”争取读者的“同情”，但新月同人一直尊崇“最高的艺术只有少数人能了解”的文学观，较少关注处在大众媒介另一端的受众。新月同人的文学理论和文学实践，无论是在普通的知识青年还是后来的文学传统中始终无法获得广泛的支持，这或许是意识形态之外最重要的原因之一吧。

^① 史济行致胡适信（1929年8月30日）[M]//中国社会科学院近代史研究所中华民国史组编《胡适来往书信选》（上册）。中华书局，1979：540。

^② 陶愚川致胡适信（1930年5月13日）[M]//中国社会科学院近代史研究所中华民国史组编《胡适来往书信选》（中册）。中华书局，1979：14。