

# 《良友》和《生活周刊》： 民国都市“新女性”

贾 佳

---

20世纪30年代,是现代期刊发展的一个高峰期,商业杂志的短暂繁荣应和着市民群体的阅读趣味,迅速构建起都市新女性矛盾纠结的媒体形象。她们追求经济独立、恋爱自由,却在职场中饱受传统婚恋道德的困扰,《生活周刊》的“信箱”开创了以公共平台为新女性支招、解惑的独特局面。而在以《良友》为首的都市画报倡导的摩登生活方式中,新女性的家庭生活成为公共议题,充实着市民读者对新女性形象的文化想象。这一时期,新女性的影像从闺房中的私人珍藏,一跃为杂志上的“大众情人”,记录了市民趣味对新女性形象鉴赏的历史。

---

## 一、市民趣味与左倾:《良友》、《生活》的办刊取向

杂志与市民趣味之间存在某种“天然的联系”。杂志这一媒介形式产生于城市,具有构造和凝聚城市共同体的天然功能,而市民趣味作为一种“共通感”是城市共同体得以形成的纽带,杂志自身与市民趣味相贴合的特质易于获得在城市里生活的不同人群的阶层性喜爱和认同。现代市民阶级的兴起,宣告了由血缘、地缘关系连结的旧的农村封建共同体走向解体,奠基基于工商业经济的、以货币交换为核心的新的城市共同体开始形成。现代大众媒介作为取代血缘、地缘媒介、建构新的人际关系途径,使得生活在大城市的人们以某种“趣味”相投的方式连结起来,创造出一个更大的趣味共同体阶层<sup>①</sup>。路易斯·沃文认为:“在社会学的意义上,城市可以被定义为一个规模较大、人口密集的异质个体的永久定居场所”,虽然居民的异质性是城市的一大表征,但是“当许多人必须使用共同的设施和机构时,必须使它们满足普通人而不是那些特殊个体的需要。公共事业和娱乐、教育以及文化机构提供的服务必须适应大众需求。同样,由于学校、电影、广播、报纸等文化事业客户众多,必然发挥均质化的效应。”<sup>②</sup>可见,杂志作为一种“文化机构提供的服务”,从雏形时期开始就具有注重“分享”、“连结”的品格:分享观

点和意见,连结某一特定的群体。这样的功能令人联想起今日互联网上形形色色的“晒”,一个“晒”字可以被看作是“分享”精髓的妥帖表述。这一英文单词“share”的“音译”加“意译”,把“将心得曝露在阳光下,以便大家都能看到并分享”的意味,表达得十分贴切。当然,在现代大众媒介早期,互联网还是虚无缥缈的事情,不过媒介中所蕴含的“晒”的特质,使得参与其中的个体分享了共同体的基本特征。那些城市中的异质性个体,在杂志的阅读性消费中变成为“均质化”的大众。

按照康德的说法,“共通感”是一种“趣味”。那么,城市共同体最显著的“共通感”就是“市民趣味”,也就是说,杂志在参与共同体的建构中实际上是参与了共同体成员的“共同趣味”的建构。出于商业利益的考虑,杂志需要构筑一种“共通感”,并不断为它提供信息资源和传播渠道,从而获得更多的阅读者。实际上,作为异质个体的市民也非常熟悉如何依靠杂志(以及其他大众媒介)融入城市共同体的途径。在鲜有编读往来和即时通讯的年代,他们把信任和依赖投向杂志,视杂志的编者为人生的导师,从时评中汲取观点,依靠资讯了解外部世界,从中提升自身的生活品位。如期而至的杂志将他们置于一个想象的共同体分享“共通感”,读者由此获得快乐和想象中的群体生活。

杂志与“市民趣味”的上述契合点,无疑为两者的互动创造了起码的条件,进而为考察民国都市“新女性”形象开辟了新的角度。我在这里所选择的《生活》、《良友》是当时沪上杂志销量的冠、亚军,单期销量分别超过十五万份和四万份,这在当时人口仅有三百余万的上海,是非常可观的。更为重要的是,两者均为独立的商业杂志,不依赖任何的政党和团体,仅依靠发行、广告和出版丛书维持开支。在这种相对自由的市场环境下,编者的独立话语权和消费者的自主选择权都能够得到相当的保障。

《生活》(1925—1933)周刊,最初是一份职业指导类期刊,邹韬奋接管之后,将其转变为大众综合性杂志。在编者的不懈努力下,《生活》的发行量由最初的二千八百多份飙升至十五万份,创下了这一时期杂志销量的最高记录。《良友》(1926—1945)月刊,伍联德创办于上海。《良友》印刷精美,内容精良,都市气息浓厚,是中国画报史上继《点石斋画报》之后的新高峰。

《生活》、《良友》自创刊起,就以市民读者的“一位好朋友”自居。《生活》的左倾意识渗透了整个的办刊宗旨。邹韬奋提出:“《生活》,谁的生活?农人的苦生活、工人的苦生活、学徒的苦生活,乃至工役的苦生活、女仆的苦生活。”“《生活周刊》的方针,是要做成社会上人的一个好朋友”。《良友》主编马国亮回忆道:“《良友》无人不读:主妇、现代女性、工人、巡捕、老头子、掌柜先生、戏院的顾客、茶室里的茶客、学生、小学生。”<sup>③</sup>“当时就有人说《良友》画报一卷在手,学者专家不觉得浅薄,村夫妇孺不嫌其高深,一致欣赏”<sup>④</sup>。这种眼光朝向平民、依赖读者生存的办刊理念,是两本杂志在20世纪30年代选择进步立场的先声。

《生活》称,要秉持“有趣味有价值”的办刊理念,不发空泛之论,注重雅俗共赏的“有趣味的事实”。应该说,《生活》不是“左联”直接领导下的刊物,但却以合乎市民趣味的表达方式,为左倾思想赢得了广大的受众。左倾思想在《生活》中主要表现为:关心平民大众的立场和进步的思想倾向(如呼吁建立人人平等的社会)、关注左倾思潮在世界上的表现(如比较客观地介绍苏俄近况、各地民族解放运动和反帝斗争)等。我在这里之所以使用“左倾”而非“左翼”来描述杂志的这种倾向,是认为传统的以左翼/非左翼区分期刊的方法掩盖了部分具有商业性质的期刊的进步倾向。对于商业杂志而言,过激的政治倾向会威胁到它的基本的生存,但《生活》能够不断地发展壮大,确实得益于它的左倾特色。在当时的上海,杂志的左倾而非左翼性质成为它们在市场经济中获得成功的一个要诀。进一步说,左倾言论的“合趣味性”是其中的关键环节,而

这正是邹韬奋办刊的一大创举。

“小言论”栏目是《生活》的“社论”，邹韬奋曾明确表示：“每期的‘小言论’，虽仅仅数百字，却是每周我最费心血的一篇，每次必尽我心力就一般读者所认为最该说几句话的事情，发表我的意见。”<sup>⑤</sup>有读者来信说，每遇到社会上发生一件轰动的事，就期待着看“小言论”怎么说。“小言论”是邹韬奋将进步思想和读者趣味相糅合的范例。追求阅读“趣味”是市民在世俗的日常生活中逐步养成的一种独特的认识事物的方式。“市民趣味”成为商业氛围笼罩下市民选择阅读的基本取向，它实际上具有城市市民阅读的指标性意义。就连“小言论”这样的内容，读者的期待甚至都是要“合趣味”的。这使得《生活》的新闻评述方法具有独特的研究价值，也可以佐证鲁迅当年的感触：“我到上海后，所惊异的事物之一是新闻记事的章回小说化。无论怎样惨事，都要说的有趣——海式的有趣。”<sup>⑥</sup>此种“合趣味”的表达，使当时风行世界的左倾思潮扩展了它在上海的读者群，为城市共同体的培植提供共同的“趣味”连接和表达的有效场所。据统计，30至40年代，上海职员阶层的热门阅读杂志有《生活周刊》、《大众生活》、《永生》、《世界知识》、《读书生活》、《译报周刊》、《职工生活》等<sup>⑦</sup>，它们或多或少地都带有左倾的面貌。

其实，在这些进步刊物的阅读中，女性形象恰恰构成了另一大“合趣味”的内容，甚至可以说，作为趣味性十足的题材，女性故事撑起了《良友》、《生活》等商业杂志的大半壁江山。当然，这些左倾商业杂志与纯粹的娱乐杂志的不同之处在于，它们对女性的“合趣味”性的报道和评论更多地表现在阶层意义上对“新女性”的关注。

1923年，女作家陈学昭在上海《时报》发表《我所理想的新女性》一文，文中写道：“新女性是有思想有追求，具有谋生一技之长的新一代，而且在生活的各个方面，包括衣食住行很具时尚，与传统家庭妇女有着明显的角色差异。”<sup>⑧</sup>乔治在《妇女杂志》发表《新女子应具有的条件》一文，更提出新女性除了要有相当的学问，还须具有种种的资格或条件，如精神解放、实事求是、确定求学宗旨、有牺牲精神、无高傲态、经济独立等。“现在有学问的女子，最倍感缺憾的，就是‘思想解放’，而没有‘精神解放’……譬如逼迫守节一事，凡读过书的女子都感觉到是从‘人道上’、‘生理上’和‘生活上’不应有的一件伤心事……可是这种新思想只能应用在别人身上，一旦到了自己面前，却忘掉是非，只能依着数千年来的恶俗，不知不觉仍在逼迫守节着……我所谓的新女子者，第一要有精神解放的勇气”<sup>⑨</sup>。

当然，尽管当时的左倾杂志一再强调女性要走出家庭、获得经济独立的意义，但“市民趣味”的“新女性”的理想，却包含有“新主妇”的形象，只不过强调了“主妇”之“新”。正如研究者孟悦和戴锦华所指出的：“新妻子除去这一性别意味外，还具有‘五四’时期最显著的‘人’的意味，包括情感、人生追求、智力。”<sup>⑩</sup>她们和职场女性一样，应该作为民国时期“新女性”中的一员。与“五四”时期强调女性的自由平等和人格独立相比，受20、30年代左倾思潮的影响，电影银幕上、文学作品中、新闻纪实里的“新女性”形象显然更多地染上了革命色彩。在《生活》等杂志中，“十月革命”后苏俄女性的新生活被热情地加以报道和讴歌。不过，邹韬奋等人还是把最关切的目光投向了自已的姊妹。

## 二、职业女性的道德困惑：以《生活》“信箱”为例

民国初期，女性能够从事的职业十分有限，主要集中在学校、商场、棉纺织厂等地，但进入20、30年代，情况发生了改变，女性的职业领域获得了新的拓展。而新思想的传播使女性逐步认识到，要想追求人格的独立，必须先谋求经济上的独立。当时的“上海职业妇女人数是全国

最高的，她们与男性一样，谋职、做工、养家、服务社会，当年上海几乎每个社会领域都有妇女活跃其间”不只如此，“独立自主对一些上海‘新女性’来说又成为其‘社交公开’、‘婚姻自由’的依据，她们莺莺燕燕、结拜姐妹，出入公共场所、书场茶肆，随意结交男子……”<sup>⑪</sup>在求学、交友、恋爱、婚姻、家庭等问题上都表现出“社会新鲜人”的特征。由于受教育机会的增加，职业女性一般掌握了阅读和写作的基本技能，甚至在学生时代就开始发表文学作品<sup>⑫</sup>。为了迎合职业中出现的“新女性”的需求，《良友》已经出现专门以女性为目标消费群体的文具广告，例如：“妇女最赏识之华尔永锐自来水笔、活动铅笔，美国华尔永锐笔厂之自来水笔与活动铅笔，精秀灵俐，挥写如意。笔杆虽轻，所写之字却笔笔有力，妇女最赏识之。不问居家出外记帐写作，华尔笔之功用最大，实为妇女不可须臾离之物。”<sup>⑬</sup>《良友》的漫画感慨，“世界倒转了，所以近代家庭和睦的要诀，在于女司外男司内”<sup>⑭</sup>。《生活》编者公开提倡道：

以后教育更普及，女子受教育的愈多，职业愈公开，女子在社会服务的也愈多，男女社交公开乃成为自然的趋势，在此趋势之中我们要竭力提倡男女朋友应绝对尊重彼此的人格与意志。男女社交公开并非专为“求爱”而有，但因男女社交之公开，“求爱”乃能多得机会。<sup>⑮</sup>

《生活》的倡导是有道理的，因为随着女性就业范围的不断扩大，在工作中与男性的接触越来越频繁，如何处理与异性的关系，成为当时困扰都市“新女性”的核心问题之一。“新女性”对解决这个问题的急迫需求，甚至超过了对于专业技能的渴求。如果说，后者的欠缺还能依靠勤奋来弥补，那么前者带给她们的更多的是难以排解的困惑和无助。所以《生活》的“信箱”栏目一经诞生，很快就成为女性倾吐这方面苦恼和寻求帮助的公共平台。读者给《生活》“信箱”来信的数量远远超过了杂志每期所能刊登的篇幅，以至于有读者建议“将此类信件择其较属普遍而饶有兴趣者，及急切而有关各方利害者，悉行搜集，另出单行本”，这直接促使了《生活周刊读者信箱外集》<sup>⑯</sup>的诞生。在第一辑中，读者来信有关求学的有十八封，有关职业的有十六封，有关婚恋的有四十六封，杂类的有十一封。第二辑中的情况相仿，有关婚恋的信件仍是最多。可见，婚恋问题确是当时社会最普遍的一个问题。正如邹韬奋所评价：“本集里的各信，差不多一信可作一种特殊情形的代表叙述，有许多情形，也许不是正式的普通调查所能得到的材料，所以我觉得此类属于社会实际情形的写真，实在是本集里最有价值的一点。”<sup>⑰</sup>在以往对《生活》杂志的研究中，鲜有对“信箱”栏目具体分析，实际上这正是邹韬奋所看重的“信箱”的关键价值所在。

从发表的信件来看，许多职业女性十分珍惜得来不易的工作机会，因为不愿被人指责工作能力不及男性，所以在工作中格外勤谨、好学。但是，尽管如此，还是不能躲避在工作中与异性相处所生出的诸多麻烦和苦恼。为了避免流于轻薄，维护自身尊严，不少年轻女性甚至不惜在工作中整日不苟言笑，对异性保持严肃、稳重的态度，以便使有非分之想的异性知难而退。有的女性，本来已经订婚，在外面做事时又极易遭受情感困扰，因此整日忧心忡忡，如此种种，都是《生活》“信箱”里叙述的真实情形，是当时职业女性的普遍困扰。

从来信中不难发现，一方面，这一时期的都市“新女性”摩登、前卫，渴望恋爱自由、婚姻自主；另一方面，在市民群体中，传统的道德准则依然有效，“父母之命、媒妁之言”的观念还根深蒂固。因此，女性在职场中的分寸就很难拿捏，内心显得犹疑不定。一位男性读者在来信中质问：“她这种态度是否一个定了婚的女子所应有的呢？”<sup>⑱</sup>原来，这位男士爱上了一位女同事，但



表白后被对方以“自己已经订婚”为由拒绝了。该男士求爱不成,由爱生恶。他认为这位女士一直对人“做着一一种妩媚的慈爱的笑”,是一种极为不当的举止。可见,当男性的思想还未真正解放之前,女性也不可能得到真正的平等自由。

如果说,职业女性的两性交往困扰止于现实生活的层面,而没有借“信箱”这个公共平台被编者有选择地展示出来,那么,对于杂志来说就丧失了一个有意义、可读性强的卖点,而对于市民来说就缺少了一个洞悉职业女性内心的机会,从而形成公共趣味。《生活》的“信箱”使职场中的“新女性”群体凸显出来——不是因为她们出众的工作能力,而是因为她们普遍的情感困境,以及传统道德根深蒂固的势力对她们构成的羁绊。值得注意的是,编者借回信大量阐发自身对于女性职业、感情的主张,并试图以此引导受众,扮演了意见领袖的角色,成为公共领域里“市民趣味”的引导者和制造者。这些极富热忱的回复,既是编者对读者的解答,也包含了男性编者对女性问题的见解。例如,谈到女性交友:

读者:我觉得现在青年男女一经接触,难免不归结到婚姻问题上去。

编者:我以为做男子的除夫人外未尝不可有女友,做女子的除丈夫外也未尝不可有男友,最重要的是所择的朋友须正派人,即品性端正的人。<sup>⑩</sup>

遇到比较极端的情况,如白英事件<sup>⑪</sup>,《生活》的编者也没有回避,而是坚决地表明了态度:

现在我们如果说白英的事完全应该由社会来负责任,那么“社会”是不会自己来辩白的……然而我们倘使仔细研究起来,我们正不必因白英是一个女子而存心袒护她,更不能因白英女士遭际的可怜而忽略了她自己走上的歧路。若说社会是万恶,但决不人人因此而堕落……我以为在社会方面应尽可能的设法减少万恶的环境,在个人方面应尽可能的养成抵抗诱惑的能力。<sup>⑫</sup>

《生活》利用在当时社会广泛的影响力,为职业女性宽慰心胸、支招、解惑,在关键性问题(如“母职家务是否算一种职业”)上组织了广泛的讨论,把“信箱”这一大众媒介早期的公共互动平台有声有色地架设起来,发挥了左倾杂志推崇“新女性”走出家门的社会功能。

### 三、都市“新主妇”的家庭生活成为市民趣味

走出家庭是否能够作为“新女性”的惟一目的和出路?鲁迅在当时就说过,娜拉出走的命运,不是堕落,就是回来。可见,回归家庭也成为都市“新女性”的一种选择,当然这种“回来”被认为是建设新式家庭的开始。“男女平权共同负责家庭,以儿童为本位的、滋长的、进化的、有生机的新家庭”。在杂志选取的家庭场景中,都市“新女性”表现了与传统女性不一样的生活趣味。更重要的是,她们与杂志之间发生积极互动,都市“新女性”的家庭生活被搬上杂志,成为公共议题,女主人和她的家庭生活像艺术品一样供市民读者品评、鉴赏,深谙“市民趣味”的编者,以优美的形式陈列出各种新式家庭的生活元素——西式的、上层的,而这些元素被都市“新主妇”迅速复制,成为显示其家庭社会地位和情调的标志。

流行的都市画报《良友》非常注重展现新家庭的生活图景。例如“小家庭学”<sup>⑬</sup>借图片十幅,专门指导女性如何布置家居,其中表现的诸如播放音乐、插花、读书等有别于传统主妇的家庭

生活细节,充满了现代意味。这令人不禁联想到茅盾在《子夜》中对吴太太林佩瑶家的描写:“一切都是华丽的小客厅里,壁上的大幅油画,架上的古玩,瓶里的鲜花,名贵的家具,还有笼里的鹦鹉”<sup>③</sup>。二者虽然一为杂志对家政的传授,一为现代主妇家居布置成果,却共同衬托出家政主题在都市“新女性”形象中特有的现代意义。

谈到家庭,《良友》编者写道:“一个女子在未出嫁以前,命运前途比男子浮泛得多。无论生长得幸与不幸的女子,除极少数例外,都由结婚而定毕生的苦乐。”<sup>④</sup>这段话出自梁得所这位具有新思想的现代青年之手,指出家庭生活对于都市“新女性”的重要意义,并没有因为她们步入社会而有所削弱。对此,学者李欧梵曾解读道,从《良友画报》我们可以看出它是围绕女性的新角色进行“叙述”的。不过,诚如这些广告所示,女性的新角色仍然是在家庭里的,不过她的家庭已被形形色色的现代便利和内部设计弄得面目一新。家庭内景现在是完全“公开化”,而其本身也成了一个公共议题<sup>⑤</sup>。都市“新女性”的家庭生活在这一刻变成了公开的展示品,女性连同家居、商品一起成为新家庭的摆件,也成为“市民趣味”的新内容。

这里需要留意的一个显著变化是,“家政”有别于传统家务劳动,它似乎成为了现代都市生活的一项“新职业”,也成为都市“新女性”的一项“必修课”,而杂志扮演了“博览会”和“教师”的双重角色,指导“新女性”培养新趣味,不断学习更新家庭生活的新技能,借用时尚元素提升自身的家庭生活品位。《良友》第50期推出“最新式住宅陈设”,以清晰、悦目的照片展示了客厅、卧室、儿童房新颖的设计和装饰,配文讲解了墙壁上极富动感的图案搭配、最新款式的傢俬选择、冷暖色调的壁画及其对视觉的影响。照片中被邀为模特的三位女性,雍容、端丽、得体,让读者自然联想到这个家的女主人和她的女朋友们的形象。图文配合,巧妙暗示都市“新女性”、家居装饰技能和家庭社会地位之间的联系。

都市“新女性”既要维持自身摩登形象,又要善持家政,选择最适宜的家政辅助商品,体现生活品位,就成了“新女性”阅读杂志的主要目的之一,实际上也就潜在地培养了新的“市民趣味”。许多商家正是看中了女性读者的这一潜在需求,在杂志上专打“家政牌”。例如,“飞虎牌”调和油漆的广告语是:“妇女应知的新家务,妇女家务,本为裁缝与烹调,修饰家庭,尤较缝纫烹饪为重要……”<sup>⑥</sup>家政主题的变革也引发了读者对于都市新女性在家庭中形象的讨论。时人提出,“美的意义,不仅在装饰上,态度举止以及布置陈列,皆有美恶之别,妇女即在家庭‘操作’,亦何必定要‘椎髻布衣’,至少在操作以后,亦何妨‘装饰甚盛’?”希望中国的“太太们比较的美化一点”<sup>⑦</sup>,把女性在家庭中的自我形象,提到很重要的位置。

摩登的休闲方式,也是这一时期新式家庭必备的。《良友》对中国妇女旧有的休闲方式提出质疑,“我国妇女的生活范围尚狭,消暇方法大多数是打麻雀牌,是不是除了这个便没有别的好方法?”<sup>⑧</sup>为此,特地推荐和提倡几种新的休闲方法:游船、打网球、静读、旅行、抚琴、编织、课子(教育子女——笔者注)、与友为伴。这些五花八门的休闲方式,正是杂志编者受到西方社会的启发,为城市女性中的“新主妇”开出的“处方”。《生活》的“法国通讯”这样说:“西洋人是动里寻快乐,中国人是静里寻快乐,这种现象,拿他们放假的生活做一比较,便可证明。西洋人到了星期日或是节日,都要外出,城里的到乡间去,城外的到城里来,而尤以到城外去的为多。”<sup>⑨</sup>逛公园、到城外欣赏自然风光、星期日,这些西方人家庭休闲生活关键词经杂志传播,出现在市民的流行语汇里,被众多新主妇亲身实践着。

“五四”以来,杂志关注的都市新女性走出家庭,步入社会,又以全新的意义回归家庭,引发了家庭这一社会基本单元内涵的巨大变革。杂志以其刊期稳定、软性内容丰富的特质,直接影响着女性读者对于自身形象的认知。有关民国时期大众阅读的研究表明,女性读者群在这

一时期发展为一个数量可观的群体,她们还是广告主青睐的广告形象和消费对象。强烈的商业动机促使印刷品,特别是画报等大众媒介纷纷刊载女性身体图像,因为女性消费形象最适合用来向女性读者推销商品,引导她们自我定位为热情的现代时尚的消费者<sup>③</sup>。民国时期出版的《上海生活》里曾就此批评说:“女性在上海,往往受人利用……因为有许多精灵商人的提倡,所以上海妇女对于虚荣心就很强烈。”<sup>④</sup>

都市“新女性”形象通过杂志的呈现和引导逐步清晰起来,她们在职场中要处理好随时可能出现的情感难题,还要学习不同于传统家务劳动的家政管理,利用新休闲方式为家庭的现代感加分。无怪乎《良友》画报提出的“标准女性”的要求竟是如此之高:“有丁玲之文学天才,如杨秀琼之入水能游,如郑丽霞之舞艺超群,如胡蝶之名闻四海,如哈同夫人之富有巨万,如宋太夫人之福寿全归,有宋美龄之相夫贤能,有何香凝之艺术手腕,有林鹏侠之冒险精神,如胡木兰之恃父尽孝!”<sup>⑤</sup>这些无不构成了都市“市民趣味”所期得的“新女性”形象的内质。

#### 四、从“私家珍藏”到“大众情人”

“开末拉”是英文“camera”的音译,在20世纪30年代令许多都市青年人着迷。《良友》有云:“开末拉是英文camera的直译名词,意思就是摄影机或照相机。读良友报的人都知道书内的图画照片,是由摄影机得来的——用手绘作的漫画,也要经过制版摄影机才能制成版子。”<sup>⑥</sup>经历过摄影技术带来的自身形象陌生化的惊异、迷茫之后,出于追求美、时尚、独立、虚荣等种种目的,越来越多的“新女性”对个人影像的情感态度发生了鲜明转变。

从这一时期登上《良友》封面的人物身份构成来看,都市“新女性”的抛头露面已经被广为接受,而女性对于自身社会角色的体认以及市民群体对于新女性形象的看法已经悄然转变。女性的容貌、仪态,不再是不能曝露于大庭广众之下的私家珍藏。各种身份的新女性都以登上以刊载女明星照片为主的《良友》封面为荣。眼波流转,笑靥如花,被工业化的生产复制为数以万份计的文化消费品。只要是消费它的人,都有理由认为照片上的女郎正在对着自己微笑,她们的仪态、神情正在娓娓诉说着什么,她们成为“大众情人”。这种新的消费趣味开始在市民中流行,由此生产的“市民趣味”从“新女性”登上杂志的那一天起,就逐步成熟起来。

的确,在当时的上海这样的都市,女性刻意“回避”大众的目光已经变成老黄历了,特别是当照相机这种神奇的媒介进入市民日常生活时,人们对它的情感由惊惧到迷恋,再到习以为常,读者不难发现,《良友》摄影师镜头前的女性表现得越来越自然,越来越多的女性以在杂志上刊登生活照、艺术照和结婚照为荣。当王安忆笔下的“上海小姐”王绮瑶看着杂志封面上那个风情万种的自己时,她想:

《上海生活》把她变成了女校的名人,师生皆知的,可她倒有些找不到自己似的,那照片就像是硬夺走她本来的面目,再塞给个不相干的,要不要也不由她。<sup>⑦</sup>

如此,杂志真具有了偷天换日的魔力,它不仅使王绮瑶一夜成名,又复制了一个令她本人都感到陌生的王绮瑶——一个令她本人都意想不到的“明星”王绮瑶。有趣的是,在第44期《良友》上,确实有这样一位“上海小姐”,照片中的女子仪态端庄、面容姣好,图片下的文字写道:“右图郭安慈女士为上海名媛选举当选之‘上海小姐’”,她被作为中国女性的代表置于“世界各地之妇女”的组图中。小说中王绮瑶的命运我们已经知晓,那么,1930年2月《良友》上的这位女



性，“上海小姐”桂冠的得主，她真实的人生又将怎样被杂志和照片改写呢？

这一时期，照片中的女性形象与传统相比有了很大改变，体现着30年代杂志所倡导的审美趣味——完全不同于中国传统士大夫的趣味。受西方健美文化的影响，佝偻着身子、胸部扁平的女性形象已经被视为衰弱的、不美的。邹韬奋在参观国货时装展览会后评价说，在穿着国货时装展示的女性中，只有少数两三位是活泼而有着挺拔姿态的，大多数女性都佝偻着身子，很不美观，而台上的男性也大多体形单薄，并不符合健美的标准<sup>⑤</sup>。更有人在杂志上写文章提倡“改良女型运动”，声称“其迫切和重要并不亚于开国民会议及废除不平等条约”。而所谓的“改良女型”，“设法转移男性的审美观是最好办法之一”。“如果我们能设法把男性的审美观由专注意身体表面某一部分的美改为注重身心各部平均发展的美，那么对于新女型的造成一定有很大的帮助”<sup>⑥</sup>。从这样的审美观出发，编者在选择女性照片时就格外青睐健美的女性身体。

一、运动的美，健而美。体育运动对于增进健康、愉悦心灵、塑造健美体形的功效，在民国时期开始深入人心。外国女运动员身着短款运动衣、身材匀称、活力四射的样子，是这一时期杂志上的标准影像。《生活》记者在“德国通讯”中写道：“到德后印象最深者，目击他们对于体育积极讲求，故一般人的体格均极健全，因此他们自强不息求进之精神亦随之而俱强。”<sup>⑦</sup>受到这种审美观的影响，许多新女性热衷游泳、网球、健美操等摩登运动，把自己和同伴身着泳衣或参加运动会的照片寄给杂志。

二、肉感美，曲线美。这一时期的杂志里，吹来一股“洋画风”，洋画里的女子裸露着丰满的身体，冲击着读者的眼球。肉感美在当时的杂志文学特别是现代派作品中非常常见。现代派作家刘呐鸥在《礼仪与卫生》中称：“西洋女人的体格多是实感的多……衣服是要袒露肉体，强调曲线用的。”<sup>⑧</sup>茅盾批评道：“事实上所有一切促进肉感的颓废的影片也是‘健美’的提倡者，我们在‘健美’的幕后将看见仍是布尔乔亚所疯狂地追逐着的肉感的刺激，荒淫，颓废。”<sup>⑨</sup>这两种审美观交织着出现在杂志上，与当时中国女性仍然羸弱的身体影像并存，成为“市民趣味”内在的一种矛盾，它某种意义上也反映出左倾对“市民趣味”的改写努力。

女性对自身形像的“解禁”和当时的男女社交公开化是分不开的，女性对于曲线美的追求和对旗袍长短、松紧的在意，是与男性观众的审美趣味分不开的。茅盾指出：“封建社会的生活是静定的，所以男子对于女性美的要求是娇弱文雅贞静，资本主义社会的生活却是动的，冒险的，所以布尔乔亚的男子要求壮健活泼的女性美。我们这十里洋场实在还不过是畸形的殖民地化的资本主义社会，可是壮健活泼的女性美已经如此其需要之殷。”他预言：“‘健美’仍旧无补于女子的被侮辱的地位！真正意义的‘健美’要在女子被解放而且和男子共同担负创造新生活那责任的时候！”<sup>⑩</sup>茅盾的这段批评，或可看作对30年代时髦女性影像的冷静反思，是一种左倾声音在公共领域里的回响。

《良友》和《生活》塑造了一批新鲜的都市“新女性”形象。杂志编者借助文字、图片，以纪实、评论和编读往来的方式，令都市“新女性”形象融入可以触摸的历史，革命性和摩登性在这里不再隔阂，革命的就是摩登的，摩登“新主妇”的头脑中尽可以充满各种独立、平等的新念头。关于她们的话题不再是空洞的说教，相反，是鲜活的影像和具有高度黏性的小说化叙事。编者在关注这个群体的同时，没有忘记这是写给大众的，要使市民自愿地去消费这些观点和意见，要做人人的一个好朋友。杂志和市民趣味在30年代的这场积极互动，为探讨左倾在现代书刊业的地位开辟了新话题，为研究都市新女性媒体形象的嬗变留下了难得的素材。

① 参见E. M. 罗杰斯《传播学史》，殷晓芙译，上海译文出版社2001年版，第169页。



- ② 路易斯·沃文:《作为一种生活方式的都市生活》,赵宝海、魏霞译,《阅读城市:作为一种生活方式的都市生活》,上海三联书店2007年版,第13页。
- ③④ 马国亮:《良友忆旧——一家画报与一个时代》,上海三联书店2002年版,第5页,第22页。
- ⑤ 邹韬奋:《聚精会神的工作》,穆欣编《韬奋新闻工作文集》,新华出版社1985年版,第268页。
- ⑥ 鲁迅:《〈某报剪注〉按语》,《鲁迅全集》第8卷,人民文学出版社2005年版,第241页。
- ⑦⑪ 参见忻平《从上海发现历史——现代化进程中的上海人及其社会生活》,上海人民出版社1996年,第130页,第262页。
- ⑧ 吕美颐、郑永福:《近代中国:大变局中的性别关系与新女性》,杜芳琴、王政编《中国历史中的妇女与性别》,天津人民出版社2004年版。
- ⑨ 《妇女杂志》第13卷第2号。
- ⑩ 孟悦、戴锦华:《浮出历史地表——现代妇女文学研究》,中国人民大学出版社2004年版,第85页。
- ⑫ 参见《女子文艺六篇》,载《良友》第51期。
- ⑬ 参见《良友》第51期。
- ⑭ 参见《良友》第41期,家庭专号。
- ⑮ 编者:《求爱》,载《生活》第6卷第7期,1931年2月7日。
- ⑯ 生活书店发行,民国19年6月。
- ⑰ 邹韬奋,写于民国19年5月1日,《生活周刊读者信箱外集》第一辑,生活书店1930年版。
- ⑱ 姚拭:《理想中的一个伴侣》,载《生活》第5卷第39期,1930年9月7日。
- ⑲ 张淑慎:《有位助教》(读者信箱),载《生活》第5卷第35期,1930年8月10日。
- ⑳ 白英由女校辍学进入影视界,因两性关系处理不当被人加害,后经抢救脱险。她的遭遇引起了社会的争议和同情。
- ㉑ 韬奋:《几死毒手的白英女士》,载《生活》第5卷第32期,1930年7月20日。
- ㉒ 参见《良友》第101期。
- ㉓ 转引自方维保《红色意义的生成——20世纪中国左翼文学研究》,安徽教育出版社2004年版,第113页。
- ㉔ 参见《良友》第60期。
- ㉕ 参见李欧梵《现代性的构建:流行出版业的作用与意义》,载《开放时代》1999年第5期。
- ㉖ 参见广告,载《生活》第6卷第8期,1931年2月14日。
- ㉗ 沧波:《夫妇的艺术化》,载《生活》第6卷第13期,1931年3月21日。
- ㉘ 参见《良友》第45期“妇女界”栏目。
- ㉙ 章征言:《康健愉快的星期日》(法国通讯),载《生活》第5卷第43期,1930年10月5日。
- ㉚ 张英进:《中国早期画报对女性身体的表现与消费》,姜进主编《都市文化中的现代中国》,华东师范大学出版社2007年版。
- ㉛ 《上海生活》(“生活丛书”之一),民国18年10月15日,第26页。
- ㉜ 参见《良友》第99期。
- ㉝ 尘雄:《开未拉》,载《良友》第44期。
- ㉞ 王安忆:《长恨歌》,作家出版社2000年第5版,第39页。
- ㉟ 参见邹韬奋《看了国货时装展览会》,载《生活》第5卷第45期,1930年10月19日。
- ㊱ 蜀槐:《海滨》,载《生活》第6卷第9期,1931年2月21日。
- ㊲ 忠依:《柏林谈屑》,载《生活》第6卷第14期,1931年3月28日。
- ㊳ 引自李俊国《中国现代都市小说研究》,中国社会科学出版社2004年版,第61页。
- ㊴④ 茅盾:《健美》,《茅盾杂文集》,三联书店1996年版。

(作者单位 对外经济贸易大学公共管理学院)

责任编辑 容明