华南农业大学学报(社会科学版)
2010年第4期 JOURNAL OF SOUTH CHINA AGRICULTURAL UNIVERSITY No. 4 2010
(第9卷) (SOCIAL SCIENCE EDITION) (Vol. 9)

晚清报载小说广告和小说界革命的兴起与发展

张天星

(台州学院 人文学院,浙江 临海 317000)

摘 要:报载小说广告既是晚清新小说组织生产和销售的主要媒介,也是晚清小说界革命兴起与发展的推动力量。报载新小说广告意图明确、简明扼要地鼓吹小说改良社会的主张,对小说界革命理论的传播起着积极的宣传普及作用。报载新小说征文广告属于契约性的合同,规范和引导着新小说的内容和形式。报载小说广告的销售宣传,加剧了新小说撰译和出版中的跟风现象,对小说界革命的创作繁荣和形成思潮起着推波助澜的作用。

关键词:晚清;报载小说广告;小说界革命

中图分类号:I242 **文献标识码**:A **文章编号**:1672-0202(2010)04-00100-08

晚清报载新小说广告主要包括征文广告和销售广告,它们不但是晚清新小说组织生产销售的重要媒介,而且还参与了晚清小说界革命的兴起与发展,在小说界革命中起着重要作用。本文拟探寻与晚清小说界革命相关的报载小说广告与小说界革命之关系,揭橥小说广告在晚清小说界革命运动中的重要作用及表现形式,藉以思考文学广告在文学变革中的作用。

一、报载小说广告与小说界革命理论的传播

商品广告既是一种消费或服务信息的传播媒介,也一种意念的传递艺术,"商品广告是将广告主的意念传递给消费者的艺术"[1]。文学广告传递着文学书刊征文、出版、发行信息之时,同时也将广告主或策划者的某种文学观念传递给受众,并试图让受众接受,特别是在文学思潮风起云涌的时代。正是从这个意义上讲,报载文学广告一般是文学理论的传播媒介。1902年8月18日《新民丛报》第14号上,梁启超为《新小说》作了一则较长篇幅的预售广告,其中云:

> 小说之道感人深矣。泰西论文学者必以小说首屈一指,岂不以此种文体曲折透达,淋漓尽致,描人群之情状,批天地窾奥,有非寻常文家所能及者耶!……本报宗旨,专在借小说家言,以发起国民政治思想,激励其爱国精神……

这则约两千言的插页广告阐述了新小说之地位、旧小说之弊端、《新小说》的宗旨体例、订购方式等内容。广告还对政治、历史、侦探、言情等小说的特征进行界定,第一次用域外小说理论尝试对中国小说进行分类,在小说史上具有开创意义。如果说1902年11月14日《论小说与群治之关系》的发表吹响了小说界革命的号角,那么该号角的前奏则是这则于《新小说》创刊88天前刊发的预售广告,它正式启动了小说界革命的序幕。可见,小说广告在小说界革命中的作用不容忽视,因

收稿日期:2010-07-15

基金项目:教育部人文社会科学重点研究基地重大研究项目(08JJD751072)

作者简介:张天星(1971—),男,河南省新县人,台州学院人文学院讲师,主要研究方向为明清近代文学.

① 这10次较具意义小说征文是表一所列7次,外加1877年11月21日《申报》刊登"有图求说出售"、1904年10月29日《时报》刊出的征求短篇小说广告和1907年2月《小说林》创刊号刊登"募集小说启"。

为它们是小说革命理论及文学思潮传播和发起的重要媒介。下面我们从小说征文广告与销售广告两个方面分析报载小说广告对小说界革命理论的鼓吹和传播：

1. 小说征文广告对小说界革命理论的鼓吹

在晚清较具意义的 10 次小说征文活动中[①]，有 7 次在征文的同时实际也在宣传小说改良社会的文学观念，见表 1。

表 1　晚清小说征文广告中的小说改良社会主张

征文举办者	要点摘录	资料来源
傅兰雅	窃以感动人心，变易风俗，莫如小说。推行广速，传之不久，辄能家喻户晓，气息不难为之一变。	①
新小说社	小说为文学之上乘，于社会之风气关系最巨。本社为提倡新学，开发国民起见，……写情小说，惟必须写儿女之情而寓爱国之意者乃为有益时局，又如《儒林外史》之例，描写现今社会情状，藉以警醒时流，矫正弊俗。	②
商务印书馆	教育小说：述旧时教育之情事，详其弊害，以发明改良方法为主；社会小说：述风水、算命、烧香、求签及一切禁忌厌胜之事，形容其愚惑，以发明格致真理为主；实业小说：述现时工商实在之情事，详其不能制胜之故，以筹改良之法。	③
新小说丛报社（月月小说社）	吾国社会之欲改革诚亟亟已，然欲求其改良之法，自以小说为最有效果。以稗官野史之记载，寓诱智改革之深心，以为前途之预备。	④
竞立小说月报社	务使有益人群，冀以改良社会。爰立三大宗旨，一曰保存国粹以树国本，二曰革除陋习以端风化，三曰扩张民权以维治体。三者立而国魂定，三者举而国脉存，故又可蔽之以一言曰，吾侪宗旨惟求能救亡而已矣。	⑤
改良小说社	本社以改良社会、开通风气为主义。宗旨纯正、辞义浅显……藉稗官野史之势力，为开智革俗之津梁。	⑥
图画日报社	本社之设，为开通风气，增长国民知识，并无贸利之心。惟小说一门，最易发人警醒，劝人观感。	⑦

资料来源：①求著时新小说启，1895 年 5 月 25 日《申报》。②《新小说》征文启，1902 年 11 月 14 日《新小说》第 1 号。③上海商务印书馆征文广告，1904 年 11 月 6 日《中外日报》。④新小说丛报社征求小说广告，1906 年 9 月 10 日《时报》。⑤竞立小说月报社征求小说广告，1907 年 11 月 15 日《时报》。⑥小说改良社征求小说广告，1909 年 6 月 26 日《申报》。⑦图画日报社征求小说广告，1909 年 8 月 16 日《图画日报》。

由表 1 可见，晚清新小说征文广告大多有鲜明的文学主张，一言蔽之，用小说改良社会。受广告篇幅所限，为了达到宣传的目的，这些广告的文学主张一般短小简洁、意图明确，如同一份份的宣言书，为新小说“新民”、改良社会的宗旨鼓吹，体现着策划者鲜明的文学启蒙主旨。其传播之广及影响之大，从刊载这些广告的报刊销售和影响可见一斑，例如傅兰雅的“求著时新小说启”1895 年 5、6 月先后在《申报》、《万国公报》、《中国记事》等报上刊载，以《申报》的销售而言，此时其销售量是每日不低于 6000 份[①]，以传播区域而言，当时《申报》在全国设立代销处的重要城镇超过 32 所[②]。至 1902 年刊载新小说社征文广告时，《新民丛报》国内外的派报处达 75 处，期销量约 9000

① 《申报》晚清时的销量尚有较多疑问，如 1877 年申报馆就声称《申报》每日销量超过万份，而学者推测是 5000 份，1889 年《申报》销量是每日 6000 份。参见黄升民《广告观：一个广告学者的观点》，中国三峡出版社 1996 年版，第 33 页。

② 1887 年，《申报》设有代销处的重要城镇已达 32 所。参见徐载平、徐瑞芳《清末四十年申报史料》，新华出版社 1988 年版，第 73 页。

份,每一册出国内"翻刻本辄十数"[2]。再如,1909年6月26日这一天,《申报》、《时报》和《民呼日报》都刊载了改良小说社该次征文广告,其时《时报》"风行海内,声名之佳,远超各报之上"[3]。并已销售到欧洲①。由于报载小说征文广告多选择性地刊载在当时销售和影响较大的报刊上,包含着小说界革命主张的征文广告亦随着报刊的传播而不胫而走、传布海内。

2. 小说销售广告对小说界革命理论的宣传

广告是"通过改变和强化人们的观念和行为,来达到其特定的传播效果"[4]。当广告是为了销售一种文学产品时,广告主和策划者常会精挑文字以凸现该产品的"卖点",而文学产品的卖点往往浓缩着时代的文学思潮或文学倾向,广告主和策划者利用文学广告或阐述文学不凡的功能、或凸显文学作品非一般的价值,进而吸引受众接受并购买,因而除掉文学销售广告中的商业成份,销售广告实际起着传播文学理论的功能,这在梁启超掌控下的新小说社和广智书局出版的小说广告中体现显著②。小说销售广告成为传播小说界革命理论的载体,其发端于清议报馆销售《佳人奇遇记》和《经国美谈》的广告:"本馆前印政治小说《佳人奇遇记》、《经国美谈》两书,奇极、壮极、艳极、快极,久已脍炙人口,不徒小道可观,实国民政治思想发达之一助也"[5]。小说广告出现小说可以有助于国民政治思想之发达的文学观念,在中国前所未有。广智书局侦探小说《离魂病》广告:

> 小说者,最能刺激人之脑筋而常善导人以游于他境界者也。盖其变换不测,哀乐无端,使人读之而忘其现在所为之地位,不啻置身于书中而为书中之人也者。小说之妙不可谓非穷尽化乎?而其尤奇者莫若侦探小说,笔端闪烁有神龙见首不见尾之观,真令读者如堕五里雾中也。且独此种小说能使人性灵敏活,行事老成,又与他种小说之徒托空言而无所示记者迥有异也[6]。

这则广告直接从小说界革命的纲领——《论小说与群治之关系》中"小说者,常导人游于他境界"的理论着笔,"神龙见首不见尾"、"如堕五里雾中"则是梁启超对域外侦探、冒险小说的推崇之处③,这则广告摘录了梁启超小说界革命理论主干内容。1903年商务印书馆出版《佳人奇遇记》的广告:

> 吾国小说大半托词于才子佳人,于政治上一无关系,适以牖民智而毒社会也,是书亦以巾帼须眉对照合写,然纯系国家大事,绝无吾国旧小说之俗套[7]。

该广告可以看出梁启超等人对旧小说"不出诲盗诲淫两端"、[8]"含政治之思想者稀如麟角"[9]的批评烙印及对政治小说提倡的影响。再如乐群小说社社会小说《斯文变相》广告:

> 自饮冰子小说可以改良风俗之论出,而中国一切新小说乃稍稍萌芽,他日果能浩瀚汪洋媲美泰西与否尚不可知,而新出说部要已汗牛充栋,其中尤以翻译小说为最多、最著。虽然欲知中国事实者,不可不读中国小说;欲知近人历史者,尤不可不读新著小说;此编乃近人遁庐主人所著之社会小说也,描摹斯文人种种状态,穷形尽相,无征不止,如禹鼎铸奸,如温犀烛

---

① 《王慕陶致汪康年书》(十八):"欧洲以《中外日报》及《时报》销行最多,他报竟不见也。"参见《汪康年师友书札》(一),上海古籍出版社1986年版,第127页。

② 例如梁启超为推销《新小说》,在《新民丛报》上为《新小说》作预售和征文广告达7次以上,其中入选陈平原、夏晓虹主编《二十世纪中国小说理论资料》的有《<新小说>第一号》和《中国唯一之文学报<新小说>》两篇。

③ 梁启超评侦探小说:"其奇情怪想,往往出人意表。"评《十五小豪杰》:"观其一起之突兀,使人堕五里雾中,盲不知其来由,此亦可见(泰)西文字气魄雄厚处。"分别见:《中国惟一之文学报<新小说>》,1902年8月18日《新民丛报》第14号;《<十五小豪杰>译后语》,1902年2月22日《新民丛报》第2号。

怪，读之令人可敬可愕、可笑可恨，盖败坏中国者皆此辈之过也。凡吾斯文一脉尤宜各手一编，藉资借镜聊免旧习，洵改良社会之药石，故不当仅以小说观也[10]。

新小说社的征文广告希望征求一种改良社会的小说，“又如《儒林外史》之例，描写现今社会情状，藉以警醒时流，矫正弊俗。”随后，晚清出现了一种小说门类——谴责小说。上引这则广告去其夸张的商业之词，实际阐明了谴责小说要达到的刻画效果和应该获得改良社会的根本宗旨——“改良社会之药石”，这则广告实际是一则时代色彩鲜明的晚清谴责小说宗旨简论。

以上可见，晚清报刊新小说销售广告为了广开销路，在文字上往往先将新小说的价值地位大力阐述鼓吹、对旧小说批驳一翻。笔者以为，新小说销售广告在传播、鼓吹小说改良社会的理论方面甚且不亚于小说界革命的专题论文，因为此类广告简洁明了、反复在报刊上刊载，其传播范围比专题论文更加广泛，其观点简明夸张、易于鼓动人心，更易于受众接受。如《绣像小说》的广告：

欧美化民，多由小说；博桑崛起，推波助澜。其从事于此者，率皆名公钜卿，魁儒硕彦。察天下之大势，洞人类之颐理，潜推往古，豫揣将来。……远摭泰西之良规，近挹海东之余韵，或手著，或译本，随时甄录，月出两期，藉思化夫下愚。……[11]

这则节录的广告直接将《本馆编印绣像小说缘起》录入，传播、宣传小说改良社会的理论。该广告 1903 年 5、6 月间同时在《新闻报》、《中外日报》、《笑林报》、《世界繁华报》等当时销路颇广的日报上连续刊登，传播和影响可以想见。

晚清小说概念包括戏剧，戏剧传播新知和开启民智属于小说界革命的范畴。一些戏剧广告也成为小说界革命理论的传播媒介，体现着对小说界革命号召的回应。觉社的演出广告就如同文艺改良社会的理论宣言：

本社同人慨强邻之日逼，惧大局之益危，而我国民识字不多，知时者甚少，方多含饴鼓腹，乐傲太平，闭塞之深，有为学堂教育与报章警告所不能周及者，势非小说与演戏以提醒之不可。同人不揣，因议建觉社，以译著小说编演新戏，警醒社会，俾知时势之艰难而生爱国之观念为主意。……[12]

这则广告阐明了用戏剧警醒社会、拯救国家的文艺主张，是晚清文学启蒙思潮的鲜明体现。1910 年新世界在《天铎报》上刊登的演出广告，图文并茂、长达 700 余字，其中云：“文明进步之国，悉系活泼精神为感促之能力，故泰东西各国全以戏剧为改良风俗，不独增进社会知识，即人身道德上亦大有关系。”[13]广告重点列举了新世界戏剧关学术、扩见闻、广知识、进道德、重卫生、兴实业、振市面、引志趣、增雅乐、整秩序十大特色，同样反映了文学改良社会的典型理论和思潮。南洋第一舞台演出广告云：

慨自又明，以后商业凋残，疮痍未复，茫茫禹甸，不堪回首。兹欲揭黑暗之翳障，步文明之阶级，我舞台与有责焉。窃以为社会一剧场也，以剧场为社会之先导，足以增进新知识。改良旧俗，泰东西重视剧场，良有以也。

该广告还称其改良戏曲之第一特色是“贯通念四史，演出忠奸。纵观五大洲，悉合时宜。去社会之迷信，成舞台之特色”[14]。南洋第一舞台的广告词亦在鼓吹和宣传用戏剧改良社会、促进文明的主张，兼晚清戏曲改良的宣传者和实践者于一身。

二、报载小说广告对小说界革命实践的规范和引导

晚清报载小说广告不仅仅是小说界革命理论传播的重要载体，它们还作为一种显性文学制度，指引着新小说的发展，体现出对文学意义和形式的制约。

(一)新小说征文广告对小说内容形式的规范和引导

除组织生产外,晚清报刊小说征文广告直接参与了晚清小说的变革、规范着晚清小说的内容与形式。对于一些读者而言,可能没有耐心细读《论小说与群治之关系》之类的长篇专论,但对于跃跃欲试的投稿者而言,研读这些征文广告则为必须。由于与征文要求不符者往往"恕不修复",甚至出现业已连载仍会被停刊的情况①,作者创作和投稿时务必以征文广告的要求为旨归。因此,征文广告成了文坛的发令旗和指挥棒,规范着一批批的作品按预定的计划模式被创作和出版出来。

1. 小说征文广告规范着新小说的内容

1890 年代以前的小说征文,包括申报馆的"蒐书"广告,都只是希望广告能组织更多的稿件从事生产,用广告细则指导作者创作什么样作品的意图尚不显著。自 1895 年傅兰雅"求著新小说启"出,小说征文广告就开始成为文学创作的指挥棒,有鲜明文学主张的个人或团体开始利用征文广告去影响作家的创作、规范文学发展的方向。并且,凝集着文学主张的征文广告又像简短的宣言书一样,借助报刊的传播影响、启示他人的文学主张,起到传播文艺理论的作用。如"求著新小说启"在近代中国第一次主张用时新小说革除陋俗、改良社会:

> 窃以感动人心,变易风俗,莫如小说。推行广速,传之不久辄能家喻户晓,气息不难为之一变。今中华积弊最重大者,计有三端:一鸦片,一时文,一缠足。若不设法更改,终非富强之兆。兹欲请中华人士愿本国兴盛者,撰著新趣小说,合显此三事之大害,并祛各弊之妙法,立案演说,结构成编,贯穿为部,使人阅之,心为感动,力为革除。

1895 年詹熙看到了傅兰雅"求著时新小说启",有感于心,作《花柳深情传》,"英国儒士傅兰雅谓中国所以不能自强者,一时文、二鸦片、三女子缠足,欲人著为小说,俾阅者易于解说,广为劝戒。余大为感动,于二礼拜中成此一书。"傅兰雅征文广告以小说改良社会的文学思想深深地感动了詹熙,"不禁跌足叹赏,拍案叫绝,"[15]效果明显。小说改良社会也成为晚清几次较大规模报刊征文广告一以贯之的宗旨。以 1903 年吴趼人开始创作的小说为例,《痛史》符合《新小说》征文中"开发国民"的主旨,《二十年目睹之怪现状》符合征文中"又如儒林外史之例,描写现今社会情状,藉以警醒时流,矫正弊俗"之要求。丁逢甲《扫迷帚》是应 1904 年商务印书馆征文"社会小说:述风水、算命、烧香、求签及一切禁忌之事,形容其愚惑,以发明格致真理为主,然不可牵涉各宗教"之作,姬文《市声》也是应该次"实业小说:述现时工商实在之情事,详其不能制胜之故,以筹改良之法"之作,等等,不一而足。征文广告对征文的内容提出明确的要求,这些要求规范着作者的创作思维,直接体现着小说界革命理论对小说内容的引导、规范。

2. 小说征文广告引导着新小说的形式

报刊征文广告是一种契约性质的合同,属于显性文学制度。这种合同对征文发起者和投稿者皆具有约束作用,一旦投稿者产生应征投稿的欲望,他们就会受制于征文广告这种合同,从而产生"征文广告对写作人的修改"这种文学现象。因而,报载小说征文广告除对小说内容予以规范之外,还引导着新小说的形式。例如,征文广告对稿件的文言白话、文字深浅、篇幅长短等形式提出要求,从而影响新小说体式的演变。如傅兰雅要求"辞句以浅明为要,语意以趣雅为综,虽妇人幼子皆能得而明之",希望应征的小说能有趣味、妇孺能解;新小说丛报社(月月小说社)征求的历史小说"或本国,或外国,用章回体,"对形式也有明确的要求。有研究者注意到,为了适合连载,征文

---

① 《月月小说》第三号:"本杂志第一第二两册刊有《乌托邦游记》一种,宗旨不合,前者未及细检,至误以付印,自本号起即行停止,已致函撰者停撰。"

广告对小说的回数或字数有明确的规定，也影响了晚清创作的章回小说以八回至二十回居多的特色①。另如，《时报》和《月月小说》刊登征文广告提倡短篇小说，1904—1910 年《时报》刊登标示“短篇”的小说 105 篇，《月月小说》24 期则刊载短篇小说 72 篇，晚清报载短篇小说的兴起，与这些报刊征文的提倡息息相关。可见，晚清报刊征文广告，已经深深地融入晚清小说变革的内容与形式之中。

（二）小说销售广告对小说内容和形式的引导

“说实在的，要使文学现象成为一个完整的现象，销售是必不可少的环节。”[16] 晚清近现代文学市场初步建立，作家及出版商对报刊广告在作品销售中的作用十分重视。1905 年 1 月，仅在《时报》上刊登广告的图书就有 300 多种[17]，1903 年 4 月至 5 月，共有 40 个出版机构在《中外日报》上为自己出版的书籍作了广告。晚清上海，“新出书籍，非广登广告，读者无从知悉”[18] 已成经营常识。小说销售广告充斥着晚清报刊的版面，据初步统计，1911 年以前，仅翻译小说一项，《申报》和《新闻报》刊载的广告就达 120 多种[19]。晚清报载小说广告一般都有一个简洁的小说提要，这些小说提要突出的是小说的卖点，概而言之，政治小说的卖点是政治思想，谴责小说的卖点是丑态秘闻，侦探小说的卖点是情节变幻。政治小说广告的卖点上文引述已可见一斑，兹以谴责、侦探小说的销售广告说明之，见表 2、3。

表 2　报载谴责小说广告卖点举例

小说名称	广告名称	要点摘录	资料来源
活地狱	上海商务印书馆编印《绣像小说》广告	此书为贪官酷吏、劣幕刁差一流人写照，不舍燃犀烛怪，铸鼎象奸。	1903.5.31《新闻报》
官场现形记	南亭新著《官场现形记》续编	此书摹写官场恶态，无孔不人。	1904.3.25《新闻报》
文明小史	最新小说《文明小史》	演说中国社会腐败情状，将官界、学界描写入神，直如禹鼎铸奸，温犀烛怪。	1906.12.28《新闻报》
老残游记	新小说老残游记	叙官吏酷虐之现状，笔墨透彻，最足动人。	1907.9.8《时报》
时髦现形记	最新小说时髦现形记出版	此书专写旧学绅界之丑态，……观其卑鄙龌龊令人愤恨悲怜，观其百计营谋转展受骗又足令人喷饭。……尤有劝戒之意寓乎其中。	1907.9.8《时报》
九尾鳖	新出醒世小说九尾鳖，	是书系写女优界极著名者生平龌龊历史，……布置之贯串，可作世人警觉黄粱之棒喝。	1909.9.1《时报》
宦海	唯一奇观官场小说宦海出现	描写官场之变态，仕途之风波，体会入神，形容尽致。	1909.12.27《时报》
女界现形记	新出女界现形记六至十一集	凡近日新旧女界鬼祟之行为，秘密之举动，上下社会龌龊烂污之历史，靡不搜罗完备，铸鼎象形。	1910.10.8《时报》

谴责小说和侦探小说是新小说中颇受读者欢迎的两类小说：谴责小说数量之众、影响之大，“几乎是‘晚清小说’的代称”[20]。“对‘新小说’家及其读者最有魅力的，实际上并非政治小说，而是侦探小说”[21]。由上表举例可见，晚清小说撰译和出版明显存在跟风现象，小说广告“卖点”的趋同性说明小说撰译者和出版商在撰译和出版上倾向推出迎合市场的小说，因而将谴责小说的暴

① 根据阿英《晚清小说目》“创作之部”统计，在标明回数的 220 部小说中，八回至二十回为 136 部，约占总数的 62%。参见潘建国《清末上海地区书局与晚清小说》，《文学遗产》2004 年第 2 期。

露揭秘和侦探小说的情节曲折作为这二类的最大卖点。这些广告词还可看出新小说撰译者和出版商在内容和形式上对小说的要求,如谴责小说要暴露黑暗、挖掘秘闻,燃犀烛怪,铸鼎象奸;侦探小说在情节布局上要追求曲折离奇,"于章法上见长"、"于形式上见优"[22],"以布局曲折见长"[23]。总之,新小说的销售广告在推动新小说销售繁荣之际,也在一定程度上反映出市场对新小说内容和形式的引导和要求。

表3 报载侦探小说广告卖点举例

小说名称	广告名称	要点摘录	资料来源
忏情记	新出小说忏情记	其间事由曲折,情节离奇,全书用白话演述,慷慨悲歌,缠绵悱恻,阅之未有不潸然泪下,凄心动魄者,在近时奇案中可谓有一无二者矣。	1905.9.8《中外日报》
怪獘案	侦探小说《怪獘案》	其中情节离奇莫测,披阅一过,乃知其趣。	1905.10.29《时报》
手足仇	最新侦探小说手足仇出现	书中用笔畅达,设想离奇。	1905.12.17《时报》
情魔	情魔	其侦探手段全用暗写,离奇变幻而又合乎情理,至于命意布局迥越恒蹊,脱尽寻常小说窠臼,洵奇作也。	1907.5,22《时报》
狡兔窟	最新出版各书	情节离奇,变幻不测,洵侦探小说中之杰出者。	1907.7.6《新闻报》
剧场大疑案	侦探小说剧场大疑案	侦探小说可作社会小说观也,其中情节变幻离奇,端推佳构。	1908.7.12《时报》
一百十三案	侦探小说一百十三案出版	情节离奇,云翻波涌,是书故为侦探小说之巨制。	1910.12.24《时报》

总的来说,近代报刊具有传递讯息快、价格低廉、读者覆盖面广等优点,在近代化交通和营销网络的推动下,"朝登一纸,昔布万邦"[24]的传播效果有了可能,报载小说广告快速地在华夏大地传播。报载小说广告既被用于新小说的生产与推销,也被用于新小说理论的宣传。晚清报载新小说广告意图明确、简明扼要地宣传小说新民、改良社会的主张,对小说界革命理论的宣传和传播起着积极的推广作用。并且,报载小说征文广告和销售广告还规范和引导了新小说的内容与形式,深刻地参与了晚清小说变革的运动之中。晚清报载小说广告在小说界革命的兴起与发展中表现出的重要作用值得我们充分认识。

参考文献:

[1] 王朝蓬,王 红. 商品广告基础[M]. 北京:高等教育出版社,2001:9.
[2] 梁启超. 清代学术概论[M]. 上海:上海古籍出版社,2005:72.
[3] 郭箴一. 上海报纸改革论[M]. 上海复旦大学新闻学会,1931:20.
[4] 陈培爱. 广告学概论[M]. 北京:高等教育出版社,2004:6.
[5] 政治小说佳人奇遇记经国美谈合刻广告[N]. 清议报,1901-12-21,(100).
[6] 侦探小说离魂病广告[N]. 中外日报,1903-9-24.
[7] 商务印书馆五月出版新书广告[N]. 中外日报,1903-6-18.
[8] 梁启超. 译印政治小说序[N]. 清议报,1898-12-23,(1).
[9] 衡南劫火仙. 小说之势力[N]. 清议报,1901-1-1,(68).
[10] 社会小说穷形变相出现广告[N]. 中外日报,1906-7-17.

[11] 上海商务印书馆编印绣像小说广告[N]. 新闻报,1903 - 5 - 31.
[12] 觉社演剧特别广告[N]. 时报,1909 - 11 - 4.
[13] 新世界广告[N]. 天铎报,1910 - 6 - 26.
[14] 南洋第一舞台特别广告[N]. 天铎报,1910 - 6 - 28.
[15] 詹　熙. 花柳深情传[M]. 北京:北京大学出版社,1992:2.
[16] 罗贝尔·埃斯卡尔皮. 文学社会学[M]. 符锦罗,译. 上海:上海译文出版社,1988:81.
[17] 朱　英. 商业革命中的文化变迁——近代上海商人与'海派'文化[M]. 武汉:华中理工大学出版社,1996:60 - 61.
[18] 姚公鹤. 上海报纸小史[M]//杨光辉. 中国近代报刊发展概况. 北京:新华出版社,1986:270.
[19] 阚文文. 晚清小说出版商的广告营销[J]. 明清小说研究,2007,(4):172 - 180.
[20] 杨联芬. 从"谴责小说"看文学研究的亟待突破[J]. 河北大学学报(哲社版),2003,(4):138 - 141.
[21] 陈平原. 中国小说叙事模式的转变[M]. 北京:北京大学出版社,2003:43.
[22] 觉　我. 第一百十三案赘语[N]. 小说林 1907,(1).
[23] 觚　庵. 觚庵漫笔[N]. 小说林,1907,(7).
[24] 梁启超. 论报馆有益于国事[N]. 时务报,1896 - 8 - 9,(1).

The Novel Ads in Newspapers and the Rise and Development of Fiction Revolution in Late Qing Dynasty

ZHANG Tian-xing
(*School of Humanities*, *Taizhou University*, *Linhai* 317000, *China*)

Abstract: Novel ads in newspapers are the main media for the new fiction to organize production and sales, they are also the driving force of the rise and development of Fiction Revolution in Late Qing Dynasty. New novel ads in newspapers advocate the ideas of fiction revolution clearly and succinctly, which plays an active role in spreading and popularizing the new novel revolutionary theory. The ads of calling for papers in newspapers are contractual contract, they standardize and guide the content and form of new novels, The publicity of advertising sales aggravated the following suit phenomenon in the circle of creation and publication, which plays a promoting role in the formation of thought and the creation of prosperity for the the new fiction.

Key Words: Late Qing Dynasty; novel ads in newspapers; Fiction revolution