

## 战后广州通俗报刊与岭南通俗文学建构：以陈梦吉个案为核心

## 一、前言：

民国时期报刊媒介的兴起，为近现代通俗文学的繁荣提供了重要的物质基础与公共话语空间。学界对这一时期通俗文学的研究已经积累了相当的成果，范伯群主编的《中国近现代通俗文学史》专辟“通俗期刊编”用以论述文学期刊在近现代通俗文学发展中的重要地位。然而，该书对期刊的处理方式是将其作为文学作品的发表阵地与文学流派的聚集地加以论述，着重考察期刊所承载的文学观念与社会思潮，但却较少追问报刊作为媒介形式本身，如其叙事策略、版面编排等具体实践如何参与到通俗文学的生产与建构之中。换言之，既有研究多从文学史的后设视角为通俗文学的合法性进行辩护，而较少追问在具体的历史现场中，通俗媒介如何为自身的“俗”主动建立合法性。此外，范伯群在绪论中指出：“近现代通俗文学的繁荣与兴盛，是和超级大都市的形成，工业的发展与商业的旺热，人口的爆炸，科举的废除……诸多因素有极大的关系的”<sup>1</sup>。并由此将研究重心置于上海。然而同期中国工商业发达的城市并不止于上海，广州作为岭南地区的商业重镇，同样具备通俗文学繁荣的社会条件，但岭南地区的通俗文学实践，在现有研究中却几乎缺席。

本文以战后广州通俗报刊《广东商报》为主要材料，聚焦于其中连载的通俗小说《扭计王陈梦吉》。陈梦吉是岭南民间广为流传的通俗文学人物，以善用计谋著称。将这一民间人物搬上战后广州的报刊，本身就是一个值得追问的文化现象：这一“俗”的文化资源，是如何在特定的媒介形式与历史语境中被赋予合法性的？本文论证，《扭计王陈梦吉》的连载是《广东商报》主动生产并强化“俗”的合法性的具体体现，这种合法性经由战后广州特定历史语境中的媒介实践被积极建构出来。

本文将从两个层面展开。其一是叙事内容层面，考察小说如何在文本内部将口头讲古的叙事方式移植进报刊连载，通过保留粤语口语腔调与讲古式叙事语气，使得原本流动于民间的“俗”文化资源在印刷媒介中获得合法性；其二是版面编排层面，考察《广东商报》如何通过版面编排以及如何处理同版面内容之间关系等策略，将这一通俗小说嵌入更广泛的文化认同框架之中。两个层面的分析共同指向同一问题：大众媒介如何将“俗”从一种自然存在的文化属性，

---

<sup>1</sup> 范伯群：《中国近现代通俗文学史》（新版），南京：江苏教育出版社，2010年，第2页。

转化为一种被积极生产与强化的文化合法性。

## 二、从口头到印刷：叙事内容与“俗”的合法化

《扭计王陈梦吉》由 1940 年代活跃于粤港通俗文坛的小说家中山客创作，自连载于 1949 年 4 月 6 日起连载于《广东商报》，每日一期，至同年 7 月 14 日暂停，尚未完结，同年推出单行本。中山客原为“讲古佬<sup>2</sup>”出身，以口头讲古见称，后受邀请转向以粤语创作通俗小说，他称之为“写古”，《扭计王陈梦吉》是他第二部连载作品。

小说的主角陈梦吉是岭南民间广为流传的人物，通常以讼师形象出现在讲古、小说及粤曲等通俗叙事传统之中。其形象的核心是“扭计”，即以智谋出奇制胜，强调机变与狡黠，以及由此衍生出正邪兼具的多面性格。他既可以出于正义帮助百姓，亦可以智慧谋取私利，甚至随意捉弄他人。正是这种游走于道德边界的灵活性，使“扭计”的趣味得以展开。这一人物形象原本就根植于岭南地区口头讲古传统，具有流动、即兴的民间文化特质。

中山客最初在《广东商报》中连载《扭计王陈梦吉》故事时开场白提到：

中山客初到贵境，不首先自我介绍一下，怕读者识不得鄙人这张臭牌。中山客在作者林中，□不是老小说家，第一流作家，报坛前进者等等大来头，实在新进而又新进，□新法？实不相瞒，中山客开始执笔□述，开笔大吉，是在现象报□太师梁储，计□如今，才仅仅两个月时光<sup>3</sup>。

值得注意的是，中山客在《现象报》连载《太师梁储》时的开场白中，明确以“讲古佬”自居，坦言“写古”对他而言是全新的尝试，并以粤语俚语自谦初次执笔时的生疏。这一自我定位表明，他进入报刊连载这一媒介形式的自我认同，并非是职业小说家的身份，因而也将口头讲古的叙事习惯直接带入书面创作。

除自我定位层面的表述之外，中山客在《扭计王陈梦吉》的实际创作中，亦大量保留了口头讲古的叙事形式特质。紧接开场白之后，中山客以一段文字

---

<sup>2</sup> “讲古佬”为粤语词汇，指以口头讲述故事为业的民间说书人，是岭南地区传统口头叙事文化的重要载体。

<sup>3</sup> 原文载于《广东商报》1949 年 4 月。引文中“□”为原版报纸字迹模糊，笔者无法辨认处，以□代替。

开始他的故事：

各位读者诸君，大约都看过陈梦吉了，讲到扭计祖宗而扳到全省第三条好汉咁巴闭，起码都应该有几件架势六壬扭下，有几度超妙手法演下，才配合全省第三条跨喇喇扭计祖宗的名堂，可是书本寥寥七八篇，牛公咁大个字，连图点计埋仍似不足五千字，重短过胡小姐条裤，矮仔得个胡姑，陈梦吉一生事迹，由细佬仔一直扭计扭到头发白，几十年来，扭六壬，去扒龙，大大细细事件，实在多至不可胜计，且让中山客由陈梦吉长大到会扭六壬，一直讲至伸直脚不会扭六壬止，详详细细说将出来，诸君不妨对对坊间单行本，便知长短之处，颇有不同，润笔有殊异<sup>4</sup>。

这段文字集中呈现了口头讲古移植进印刷文本媒介的具体形态。首先，“各位读者诸君”的直接呼唤，模拟了讲古现场叙述者与听众之间的即时对话关系，将印刷文本的单向阅读转化为一种模拟现场的互动感。其次，叙事者以“中山客”自称并介入叙事：“且让中山客由陈梦吉长大到会扭六壬……一直讲到伸直脚不会扭六壬止”。这是讲古佬掌控叙事现场的惯常姿态，使得叙事者的身份与故事本身的讲述同时在场。此外，如“咁巴闭”、“跨喇喇”、“牛公咁大个字”等粤语口语的大量保留，使文本保留了口头叙事的质感，而非转化为规范的书面表达形式。

这种口头艺术形式的保留并非仅限于开场，而是贯穿全文。在叙述陈梦吉年少时期的情节时，中山客写道：“话咁快吉仔已经十三岁，还是在老师处读书，这一天，吉仔顽皮性又起，他摆了个口做门楣蚂蚁阵，你估佢点搞法<sup>5</sup>？”最后一句是典型的讲古口头叙事策略，叙事者在关键情节处主动向读者抛出问题，将读者纳入情节叙事的想象，模拟口头讲古中叙事者与听众之间的互动。此处的介入是为了制造悬念，拉动读者参与。这种现象贯穿全文，由此可见这种讲古叙事身份并非仅仅是开场白的惯例，而是中山客在整个连载过程中持续使用的策略。

上述论述表明，中山客在《扭计王陈梦吉》的创作中，并没有将口头讲古转化为规范的书面小说语言，而是有意识地将讲古的叙事习惯，如直接和读者对话、叙事者介入点评、保留粤语口语等整体移植进报刊连载的

---

<sup>4</sup> 原文载于《广东商报》1949年4月。

<sup>5</sup> 原文载于《广东商报》1949年4月。

印刷媒介之中。这一移植的意义，不仅仅在于形式层面的保留，更在于它为“俗”建立了一种新的合法形态。口头讲古本身作为一种民间娱乐形式，本质上是流动的、即兴的，它依附于特定的时间与现场，无法脱离讲古佬的身体与声音而独立存在。不仅如此，口头讲古的内容本身亦缺乏固定性，它在很大程度上依赖讲古佬个人的临场发挥与长期积累，每一次讲述都可能因人因时而异，难以大规模留存，大量文本也因此随着现场的消散而流失。然而，当这种口头“俗”文化进入报刊连载，它便获得了印刷媒介，或者说文字所赋予的持久性与日常性，故事每日定时出现在固定版面，可供读者反复阅读，并以单行本的形式进一步成为文化商品。换言之，报刊连载的媒介将原本无法固定并得到大规模传播的口头表演转化为一种稳定的、可供消费的文化产品，这本身就是“俗”在印刷媒介中获得合法性的一种过程。中山客“讲古佬”的身份与《广东商报》连载平台的结合，并非偶然的个人选择，而是战后广州通俗报刊主动纳入并强化民间“俗”文化资源的具体体现。

### 三、版面编排与“俗”的文化合法性建构

《广东商报》由包天放于1947年4月10日复办，前身为创刊于1906年的《七十二行商报》，继承了该报作为广州商界喉舌的办报传统。《七十二行》商报创刊时以“注意商善两界之机关，以坚持现在之办路主义”为宗旨，内容涵盖论说、要闻、时评等等，为广州资产阶级商会的代言报纸。《广东商报》在这一传统基础上复办，《扭计王陈梦吉》正是在此背景下，于1949年4月6日开始在该报连载。

陈梦吉故事进入印刷媒介，并非始于战后广州的通俗报刊。早在1928年，黄宗潮即于《民间文艺（广州）》发表《新会县的传说——陈梦吉》，这一岭南民间故事由此留存于印刷文本之中。至1949年，《广东商报》将其搬上通俗报刊连载，则是这一民间故事在大众媒介中的进一步扩散与普及。

在《广东商报》的版面设置中，专辟“民风”版面，内容以粤语文章为主，涵盖民俗、民间掌故、风景人物、广东社会议题及粤语诗词等（见下图）。这一版面的存在，本身即是一种制度性的文化表态，报刊主动将岭南文化确立为值得每日呈现的内容，为整份报纸奠定了岭南文化认同的基

调。与此同时,《扭计王陈梦吉》连载于小说版面,而据笔者对该报版面的整理,其内容以白话小说与文言小说为主,如《珍珠四少奶》、《木匠三农》、《隔夜素馨》、《南天搜秘录》等,粤语连载相对少见<sup>6</sup>,《扭计王陈梦吉》作为粤语通俗小说在此版面中的出现,是报刊的主动编辑选择。

Yeung 指出,方言书写在中国小说叙事传统中长期受到结构性压制,形成难以突破的“天花板”(topolectal glass-ceiling)<sup>7</sup>。从版面编排的外部视角来看,报刊将这部粤语通俗小说纳入小说版面,赋予其制度性的存在位置,即可被视为对这一结构性压制的局部突破。

借用安德森(Benedict Anderson)关于印刷资本主义的论述,报纸作为一种每日定时出现的印刷媒介,能够将素不相识的读者凝聚为一个“想象的共同体”,他们在同一时间阅读同样的内容,由此产生共同的归属感<sup>8</sup>。

《广东商报》以民风版面与粤语连载共同构筑的岭南文化语境,正是这一机制的具体体现,读者在日常阅读的过程中,被持续召唤为岭南文化认同的参与者,陈梦吉的故事自然被纳入这一文化认同框架之中。这种文化认同的激活,正是“俗”获得合法性的关键机制,当“俗”与读者的文化认同发生连结,它便不再只是低级娱乐,而是读者主动认可的文化表达。报刊通过版面编排制造了这种连结的条件,使陈梦吉的“扭计”故事得以成为读者自我文化身份的一部分。“俗”的合法性,正是在这一过程中,经由媒介实践被主动建构出来的结果。

这种通俗报刊主动借用民间“俗”文化资源、强化岭南文化认同的媒介实践,并非《广东商报》的个别现象。中山客此前在《现象报》连载《太师梁储》时,编辑即刊登了一则专门的宣传广告,值得细加分析(见下图)。广告以“本栏特聘·讲古名家·中山客”为开篇,“太师梁储”四字占据广告最大的视觉篇幅,其余文字则围绕小说内容展开描述。就宣传策略而言,这则广告呈现出几个值得注意的层面。

首先,“本栏特聘”四字将报刊的编辑行为显性化,这不是中山客自行投稿,而是报刊主动聘请,以一种制度性的姿态将中山客纳入报刊的文化

---

<sup>6</sup> 据笔者检索所见《广东商报》版面记录,具体期数待补充。

<sup>7</sup> Wayne C. F. Yeung, "The Concept of the Cantophone: Memorandum for a Stateless Literary History," *Sino-Platonic Papers* 334 (June 2023), 19-20.

<sup>8</sup> Benedict Anderson, *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*, revised ed. (London: Verso, 1991), pp. 32-33.

生产体系之中。这一表述本身即是一种背书，报刊以自身的公共权威为中山客担保，赋予其进入印刷媒介的正当资格。其次，“讲古名家”的称号耐人寻味。报刊并未试图掩盖或淡化中山客讲古佬的“俗”身份，而是将其作为吸引读者的核心卖点公开标榜。“名家”二字，更将口头讲古这一民间“俗”文化形式赋予了一种专业性与权威性，“俗”的身份不再是需要被遮掩的出身，而是被转化为值得信赖的文化资本。这与第二部分所论及的文本内部实践形成呼应，中山客在文本内部以讲古佬的叙事方式介入小说，报刊则在文本外部以“讲古名家”的称号为其背书，两者共同构成一套完整的“俗”的合法化策略。其三，广告对小说内容的描述如“顺德梁储”、“扭绝皇帝”、“细时星君，大时登科”等文字同样值得关注。“顺德”是广东地名，“扭绝皇帝”是岭南民间叙事的惯用形象，这些描述词将小说的岭南地方色彩直接呈现于广告之中，向读者传递一种文化归属的信号，即这是属于广东人的故事。而“通通古怪·笑话成箩”则直接以“俗”的娱乐性质为卖点，不加掩饰地将“笑话”、“古怪”作为吸引读者的理由。

此外，《太师梁储》所选取的主角梁储，亦是岭南历史上的著名人物。中山客在小说中明确点出“计到上溯五十年，搵匀广东省，就得梁储一个”<sup>9</sup>，将梁储定位为广东独有的历史骄傲。题材的选择与广告宣传策略的配合，共同表明报刊在连载之外，亦通过广告等副文本手段，主动为“俗”文化的岭南身份背书。《现象报》与《广东商报》的做法相互印证，说明这并非个别编辑的偶然选择，而是战后广州通俗报刊在媒介实践层面的普遍取向，它们主动纳入并强化民间“俗”文化资源，经由版面编排与宣传策略，将“俗”建构为岭南文化认同的重要载体。

#### 四、结语

本文以战后广州通俗报刊《广东商报》为主要材料，聚焦于其中连载的通俗小说《扭计王陈梦吉》，从叙事内容与版面编排两个层面，考察大众媒介如何参与“俗”的合法性建构。

就叙事内容而言，中山客并未将口头讲古转化为规范的书面小说语言，而是有意识地将讲古的叙事习惯，如直接呼唤读者、叙事者介入点评、保留粤语口语等叙事习惯整体移植进报刊连载的印刷形式之中。这一

---

<sup>9</sup> 原文载于《现象报》1949年1月。

移植使原本流动、即兴、难以留存的口头“俗”文化，获得了印刷媒介所赋予的持久性与日常性，成为可供市民稳定消费的文化产品。就版面编排而言，《广东商报》通过民风版面与粤语小说连载共同构筑岭南文化认同的阅读场域，借助安德森所论及的“想象的共同体”机制，将读者持续召唤为岭南文化认同的参与者；《现象报》以“本栏特聘·讲古名家·中山客”为宣传语，则进一步表明报刊在文本之外，亦通过广告等副文本手段主动为“俗”背书。两份报刊的做法共同呈现出一种媒介实践的内在机制，即报刊通过将粤语“俗”文化纳入印刷媒介的制度性空间，以版面编排为中介，将粤语文化资源转化为激活读者岭南文化认同的符号载体，继而使“俗”在这一认同框架中获得存在的正当性。

既有通俗文学研究多从文学史的后设视角出发，聚焦于通俗文学“应否获得合法性”的价值辩护，且以上海为中心的研究格局使岭南地区的通俗文学实践长期处于边缘。本文的个案分析尝试将问题意识转向“合法性如何在具体的历史现场被生产”，以媒介实践为切入点，为岭南通俗文学研究提供一种新的分析路径。

## 五、参考文献

- [1] 中山客：《扭计王陈梦吉》，《广东商报》，1949年4月6日—7月14日。
- [2] 中山客：《太师梁储》，《现象报》，1949年1月19日起连载。
- [3] 黄宗潮：《新会县的传说——陈梦吉》，《民间文艺（广州）》，1928年第9/10期，第50-55页。
- [4] 范伯群主编：《中国近现代通俗文学史》（新版），南京：江苏教育出版社，2010年。
- [5] Anderson, Benedict. *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. Revised ed. London: Verso, 1991.
- [6] Yeung, Wayne C. F. "The Concept of the Cantophone: Memorandum for a Stateless Literary History." *Sino-Platonic Papers* 334 (June 2023): 1-51.