

作者簡介

朱元軍，男，漢族，1977年7月出生，文學博士，現為西北師範大學文學院講師。2000年西北師範大學中文系漢語言文學專業本科畢業；2010年西北師範大學文學院中國古代文學專業碩士畢業；2021年北京師範大學文學院中國現當代文學專業博士畢業。主要研究方向為中國現當代文學，左翼文學。發表《論李偉森小說》、《歷史語境中〈「喪家的」「資本家的乏走狗」〉的公關意義》等學術論文多篇。

提 要

1927至1937年間，是中國商業經濟現代化進程中文學市場發展時期，也是左翼小說迅猛發展的歷史時期。左翼小說作為政治意識指導下的文學創作，卻與當時商業市場及文學市場息息相關。但相對於傳統主流的政治意識、文學審美、思潮演進等研究而言，商業經濟視域下的左翼小說研究成果並不多，其研究價值和意義還有極大的開掘空間。

經濟與文學的關係，是近年來比較「熱」的研究方向。中國現代文學研究的「大文學」研究範式，使我們能夠運用不同學科知識深化對左翼小說的相關認知。比如，運用文學社會學、文化消費理論、布迪厄的「場域」理論、經濟學以及其他社會科學等相關理論知識研究文學，我們可以看到商業經濟是如何無形地介入左翼小說並影響它的生產、消費、流通等等。

本書以商業經濟視域為切入點，以上海為中心，通過對政治、經濟、文學市場等等因素的考察，去探討左翼小說的文學活動過程與商業經濟相關市場的種種關係。文學理想與經濟生活、文學審美與市場需求、文學生產與文學消費、城市和鄉村的經濟書寫等等問題，讓我們看到一個並不簡單的小說創作生態環境和文學供需，左翼小說家是其中比較突出的一個群體。我們從商業經濟視域去考察左翼小說生產、消費、流通的複雜情況，是選題的立足點和新路徑，最終需回到文學的本身所反映、所表達的審美意義和現實意義。



目 次

緒 論	1
第一節 選題的緣由及選題意義	1
一、選題的緣由	1
二、選題的意義	2
三、關於左翼文學、左翼小說的理解	4
第二節 左翼小說研究的概述	6
一、有關左翼小說研究的一些主要著作	6
二、有關左翼小說研究的代表性論文	8
三、左翼小說的經濟視角研究文獻概述	11
四、左翼小說商業視角研究的相關文獻概說 ..	18
第三節 研究方法與基本框架	21
一、研究方法	21
二、基本框架	22
第一章 經濟、教育、出版業的現代化——左翼 小說市場的三維背景	25
第一節 經濟現代化：左翼小說市場的基礎維	26
一、工業城市群：左翼小說市場空間框架	26
二、現代城市商業體系：左翼小說市場的 「母體」	29

第二節 教育的現代化：左翼小說的生產、消費維	31
一、近代教育的變遷：現代知識分子的「孵化」簡歷	32
二、左翼時期的教育變遷：現代知識分子基數的增長線	34
第三節 出版業的現代化：左翼小說市場的交換維	34
一、造紙業的現代化：左翼小說的媒介變遷	35
二、印刷業的現代化：左翼小說規模化「消費」的肇始	37
三、出版機構的變遷：左翼小說市場的「中間商」發展簡說	40
四、現代稿酬制度：左翼小說生產的經濟向度	42
第二章 左翼小說作家的生成：商業經濟的「無形之手」	47
第一節 左翼作家群：上海小說市場的「新人」	48
一、都是誰：左翼作家群的構成	48
二、「賣文」：左翼作家經濟生活的「底色」	50
第二節 無形的裹挾：左翼小說作家的「商業化」接受	51
一、看「錢」的都市：作家們商業生活的課堂	52
二、銷量的誘惑：左翼小說創作的「商業」考量	54
三、消解的鄉土：作家都市商業生活的「副作用」	56
第三節 作家生成舉隅——以左翼「亭子間」作家為例	57
一、文學資本的「原始積累」：「亭子間」作家的形成	59
二、職業化、商業化：「亭子間」作家的生存之道	62

三、經濟生活與文學理想之間：左翼 「亭子間」作家的調適	64
第三章 消費群體——左翼小說讀者的「解碼」	69
第一節 消費者、精神消費：左翼小說讀者的 兩重性	71
一、讀者何來？都是誰？	71
二、事實上的消費主體：進步的小資產階級 知識分子	74
第二節 精神消費：左翼小說交換價值的主體	77
一、一種特殊的商品消費	77
二、左翼小說的消費——一種「精神消費」 的時代需求	78
第四章 多元化刊發平臺：左翼小說出版機制	83
第一節 自建刊發平臺——發行與銷售的市場 自主	84
一、湖風書局：左聯「唯一的」、「自己的」 刊發平臺	85
二、以刊物出版社為出版平臺	87
三、左翼文學社團的出版發行平臺——以 創造社的出版部為例	88
第二節 「翻牆」——對其他出版平臺的「借道」	89
一、自辦出版機構的「艱苦」及文學生產與 銷售的矛盾	90
二、大中型出版機構平臺的「拒刊」與部分 書局的「堅持」	92
三、小刊發平臺的「冒險」和對政府出版 平臺的「巧用」	93
第五章 擁抱市場：左翼「革命加戀愛」小說的 轉向	97
第一節 左翼「革命加戀愛」小說的商業化探源	97
一、前「文」之鑒：近現代「戀愛」小說的 商業化影響	98
二、「革命」小說的商業性：「消費」的兩種 涵義	100

第二節	左翼「革命加戀愛」小說的商業市場 生成與發展	102
一、	「革命加戀愛」小說消費市場的形成	103
二、	欲望與宣洩：都市商業化社會對小說 創作的影響	104
三、	「漸成氣候」：左翼「革命加戀愛」小說 的現實需求	106
第三節	左翼「革命加戀愛」小說「熱」的市場 分析	107
一、	小說的市場知名度：「論爭」也是一種 宣傳	107
二、	「革命加戀愛」的敘事張力：文學市場 的「賣點」	108
第四節	左翼「革命加戀愛」小說的市場 「冷卻」	112
一、	政治干預對「革命加戀愛」小說生產的 「抑制」	113
二、	主題變化：時代語境轉變的聯動效果	114
三、	同質化的邊際效應：「革命加戀愛」 小說的「式微」提速	114
第五節	政治與商業之間的調適——評蔣光慈 的「革命加戀愛」小說創作	115
一、	反抗與服務：蔣光慈的文學理想	116
二、	雙重身份：革命文學家與職業作家	117
第六章	文學之下，銷量為先——左翼小說的 廣告營銷分析	121
第一節	左翼小說的書面廣告策略	123
一、	名人撰寫的小說廣告及效應	124
二、	有的放矢：刊物上的小說廣告特點	125
第二節	「論爭」也是一種廣告營銷——以 1928 年「革命文學」論爭為例	127
一、	文壇論戰：「革命文學」稱雄文學市場	128
二、	「出版之爭」：新書業的湧現	129
三、	論爭與辦刊：革命文學之下的營銷	130

第七章 商業經濟敘事中的民族資本家、工人、 農民——以 30 年代左翼「社會剖析 小說」為中心	133
第一節 國家商業經濟與商業敘事中的民族 資本家——以《子夜》為例	135
一、經濟危機與民族實業資本家的「春天」 ..	135
二、民族金融資本的發展與公債市場的博弈 ..	139
第二節 國家產業經濟與商業敘事中的工人群體 ..	142
一、20 世紀 30 年代都市產業經濟與都市 工人的經濟生活	143
二、商業經濟敘事下的革命合法性	146
第三節 20 世紀 30 年代農業經濟與商業經濟 敘事中的農民	147
一、20 世紀 30 年代農業經濟狀況與國家 政策	148
二、農村商業經濟敘事與農民的經濟生活 ..	149
三、蠶桑業的下滑與「老通寶」式蠶農的 悲哀	151
結 語	155
一、政治、商業經濟、左翼小說三者關係的 新認識	156
二、政治、商業經濟市場、左翼文學三者 關係的再認識	158
參考文獻	161
附錄 左翼小說目錄（1927～1937）	181
後 記	223