

深读

# 复旦教授“九讲”沈从文 20年影响不衰 张新颖：让读者“看见”完整的沈从文

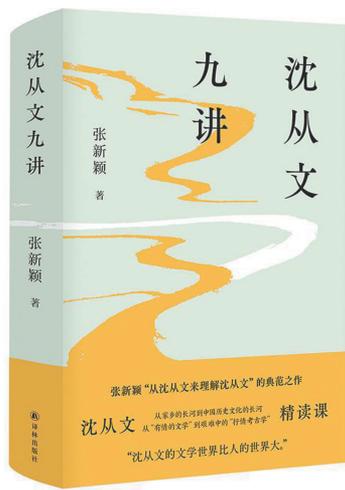
白

自2001年张新颖教授在复旦大学中文系本科开设“沈从文精读课”至今，已经过了整整二十年。在这二十年间，尽管张新颖有其他的沈从文研究成果陆续出版，但是以精读课为核心内容的《沈从文九讲》却一版再版，影响不衰。整本书堪称是从“有情的文学”到艰难中的“抒情考古学”。评论家也认为其是“让年轻的，甚至是业余的读者能‘看见’完整的沈从文的过程”。

近日，《沈从文九讲》二十周年精装纪念版由译林出版社出版，纪念版增加了金理、钟希、夏小雨三位评论家的评论文章，为读者理解《沈从文九讲》提供了不同的路径。本书作者、鲁迅文学奖、天津图书奖得主张新颖教授说：“新版附录了几篇书评，作者曾经是我的学生而今各自有成，借他们的眼光看这本书，是一层意思；于我，还是一段教书生活的纪念。”



张新颖教授。



《沈从文九讲》

剖析沈从文的文学世界 探讨「沈从文传统」的当代回响

《沈从文九讲》把沈从文放在整个20世纪中国巨大变动的历史过程中，借此重新理解他的文学，理解一个“得其自”的文学家如何转变为一个痛苦的思想者，又如何精神的严酷磨砺下身处时代边缘却成为深入历史文化深处的实践者。

全书沿着沈从文的作品展开，透过字里行间，剖析他在不同阶段的文学、思想、实践，贯穿起三种形象，勾连成一条变化的、丰富的生命轨迹，并进而探讨他身后形成的绵延不绝的“沈从文传统”在当代的回响。

张新颖认为，“五四以来的文学的世界，基本也就是人的世界，沈从文的文学里却有比人大、世界的大。城市中人、读书人对人的理解，只是在人的世界中理解人，而他却在对一个比人大、世界的感受中理解人。”也正是因为从这样的一个文学世界中去看待现实世界、看待人，沈从文生出了这样的感叹：“但真的历史却是一条河。从那日夜长流千古不变的水里石头和砂子，腐了的草木，破烂的船板，使我触着平时我们所疏忽了若干年代若干人类的哀乐！”沈从文家乡的长河，在多年以后与历史的长河汇合在一起，帮助他完成了其历史文化实践者的使命。



沈从文

站在「传奇」阐释「反面」着力「从沈从文来理解沈从文」

《沈从文九讲》是一本理论新颖、解析深刻但对普通读者很友好的书，它并不像一般的文学研究论著那样来“阐释”甚至“定义”研究对象的文学成就，也不像一本传记那样以“传奇”的形式总结传主的一生。它站在“传奇”与“阐释”的反面，着力“从沈从文来理解沈从文”，以一种与朋友交谈式的朴实语言，紧贴着沈从文的作品展开，剖析他在不同阶段的文学、思想、实践，进而从其中贯穿起三种形象，并将其勾连成一条变化的、丰富的生命轨迹。对于文学探索与个人生命已经真正地、彻底地交融的沈从文来说，这种书写方式无疑是非常合适的；而对于深慕沈从文的普通读者来说，这种书写方式更是亲切的、友好的。

“照我思索，能理解‘我’。/照我思索，可认识‘人’。”也许就是沈从文的这句话，奠定了“从沈从文来理解沈从文”的基础。正如同为复旦大学中文系教授的金理所说，“这是一本从细读出发的文学导读、赏鉴类的书，但里面有更大、更丰富、更沉郁的东西。套用沈从文喜欢的说法，这条长流不尽的河，漫溢过文字、文学……比如生命本源、生活遭际、个人事业，它们以何种方式发生关联，彼此渗透，包容。又如，人在自然、社会现实与历史中的位置及处身方式……这些问题看似虚阔无边，其实对每一个人都有迫切的意义。”

张新颖是国内公认的沈从文研究专家。他1967年生于山东，是复旦大学中文系教授，主要作品有：中国现代文学研究著作《二十世纪上半期中国文学的现代意识》《沈从文的后半生》《沈从文九讲》《沈从文的前半生》等。曾获得第四届华语文学传媒大奖·文学评论家奖、第一届当代中国文学批评家奖、第六届鲁迅文学奖、第十届国家图书馆文津图书奖等多种奖项。

封面新闻记者 张杰

这本MOOK讲述「商战里的中国史」

邦兴民富，也带来了消费国货的自信与自豪。从制造到智造，在产业不断升级的浪潮下，民族品牌的全球竞争力不断凸显。而且，越来越多懂得消费者需求的年轻创业者加入到了消费创业的大军当中。他们大多数受过良好的美学和品牌教育，更懂消费者的需求，有更深的消费者洞察能力，更懂得如何传播品牌。这群年轻创业者是新国货浪潮的中坚力量。

近日，由著名财经作家吴晓波担任总顾问的MOOK(杂志型图书)《新国货浪潮：商战里的中国史》，由新华出版社出版。书中以三次国货运动中的商战故事为脉络，尝试搭建国货的成长模型，特别对正在发生的新国货浪潮做了案例挖掘与价值萃取。这也是国内第一本全景式记录新国货发展的MOOK图书。

中国近现代历史上的三次国货运动

中国近现代历史上，经历了三次国货运动。中国的国货运动是一场持续了百年的商战史。第一次国货运动始于1905年。彼时，因美国政府拒绝《排华法案》期满自动废止的要求，国内发动声势浩大的抵制美货运动；3年后的抵制日货推动国货运动更进一步。两次抵制运动，孕育出双

妹、百雀羚等一批国货品牌。第二次国货运动始于1984年。从新中国成立到改革开放初期很长一段时间，中国工业有产业而少消费品品牌。直至改革开放的1984年，既是中国企业家元年，亦为第二次国货运动的起点。

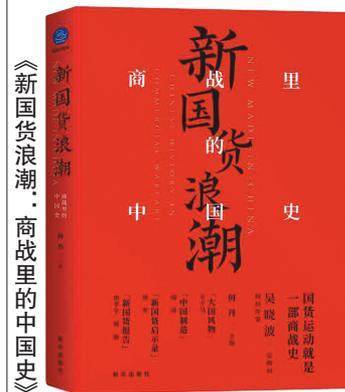
第三次国货运动，发端于2015年的国家供给侧结构性改革，与前面两轮国货运动有所区别：前两次国货运动分别强调日用品和生活电器的替代，而第三轮国货运动强调生活方式的引领。今日的国货，可谓新国货，是第二次国货运动破茧式迭代，是“中国崛起、民族自信和产业复兴”三重共振所形成的趋势。

新国货将形成巨大浪潮

吴晓波在卷首语中写道：“应该看到，经过改革开放四十年的财富积累，以‘80后’‘90后’为主的年轻消费群体，愿意为中国文化、为中国品牌买单。这股新浪潮的背后，是新一代消费群体审美的迭代，也是产业品质与技术的迭代，更是以互联网电商为代表的新的连接方式的迭代，这些都是与以往国货运动全然不同的特点。”

近年来，吴晓波和他的团队一直倡导“新国货”，举办“让日本看到中国匠”各类活动，发布新匠人指数与榜单，出版新国货图书和杂志，甚至发起成立新国货新匠人促进会，最近还设立了“金物奖”。“种种为新国货的鼓与呼，是基于我们对产业的观察与研究——未来十多年里，‘新国货运动’将会形成一个巨大的浪潮，并诞生带有强烈中国文化元素的超级品牌。”

封面新闻记者 张杰



《新国货浪潮：商战里的中国史》