

<<文学研究的新经济视角与分析方法>>

图书基本信息

书名：<<文学研究的新经济视角与分析方法>>

13位ISBN编号：9787532549221

10位ISBN编号：7532549224

出版时间：2008

出版时间：上海古籍出版社

作者：许建平

页数：302

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<文学研究的新经济视角与分析方法>>

内容概要

这是一部看似寻常却并不寻常、研究视角别开生面的论著。

它不是文化的空谈和评判，而是文学自身的解剖和分析。

对于文学研究来说，它的价值不在于具体观点，而在于对文学本原的发见。

该书阐述了人们最易忽略的文学本原，文学形式产生和演变的动因，即文学的双重性--情感式的精神性与物质形态的经济性。

它改变了传统的文学观念极不相同的颠覆性的文学观，生出一种崭新的与旧观念极不相同的颠覆的文学观，文学作品是人身体欲求的商品。

这部论著在开辟从经济生活视角研究传统经文学的亲朋途径方面作了有益的尝试。

作者简介

许建平，男，1958年生，河北省鹿泉市人。

复旦大学文学博士，师从章培恒先生。

上海财经大学教授，人文学院副院长，中国传统文学与经济生活研究中心主任，河北师范大学博士生导师(兼)，中国《金瓶梅》学会理事，上海古代文学学会理事。

主要从事中国古代小说与明清文学研究。

尤其潜心于《金瓶梅》、李贽和货币化生活世界的文学表现研究。

先后在《中国社会科学》、《文学评论》、《文学遗产》、《文艺研究》等国内外刊物发表论文近百篇。

被《新华文摘》等转载30多篇。

出版《金学考论》、《李贽思想演变史》、《李卓吾传》等学术著作11部

(专著5部、合著4部、编著2部)。

主持国家教育部社科基金项目一项，参加国家级和省部级社科基金项目4项。

获省级社科优秀成果二、三等奖3项，省级优秀教学成果奖三等奖1项。

书籍目录

总序第一章 古代文学研究的新经济视角及其方法 一、问题的提出 二、新经济视角的人性观 三、新经济视角的文学观 四、新经济视角的美学观 五、经济生活与文学关系之中介 六、新经济视角的研究方法第二章 文学兴盛与传播的经济动因 一、文学中是否内含着物质经济属性 二、生命活动的双重需求 三、文学活动的双重需求 四、经济力在文学活动中的内在功能 附一：《中国传统文学与经济生活》原导语 附二：《去蔽、还原与阐释——探索中国古代文学研究新路径》导语第三章 货币文化与古代小说、诗文转型 一、货币观念文化与中国古代商品交换发展的形态划分 二、农耕货币观念与农耕文学 三、商业货币观念与商业文学 四、明后期商业货币观念的变异与小说叙事表现之转型第四章 货币化场景、意象在明清小说中的叙事功能 一、小说中的货币化意象与酒宴场景 二、酒宴叙事现象 三、酒宴叙事功能 四、酒宴叙事功能的结构 五、酒宴叙事功能的本质第五章 《金瓶梅》流通货币质态与成书年代 一、《金瓶梅》流通货币质态的特征 二、明代货币流通质态五阶段 三、《金瓶梅》成书于货币白银时代的万历九年之后 四、《金瓶梅》成书于明代万历九年之后的其他证据 五、《金瓶梅》成书年代的上限与下限第六章 转型小说《金瓶梅》的货币文化解读 一、《金瓶梅》中人物的货币观念与消费观念 二、《金瓶梅》人物的人生价值观念 三、《金瓶梅》人物以快乐主义为美的审美情趣 四、《金瓶梅》所表现的“寻新求变”的商业文学精神五、《金瓶梅》货币文化的时代转型第七章 古代小说文献学及经济文献学研究的视角与方法 一、小说文献学研究的视角与方法 二、小说经济文献学的视角与方法第八章 文学发展动力分析 一、人类社会发展之动力 二、文学生成之动力 三、文学接受之动力 四、文学发展动力的特殊性 五、文学发展的矛盾运动及其根本动力第九章 明清小说物欲情欲的表现特征及其转变 一、小说中所表现的物欲情欲的内涵 二、明清小说物欲情欲表现的特征 三、明清小说物欲情欲表现的嬗变第十章 文学的形式结构分析法 一、文本分析 二、形式分析 三、语言、意象、结构分析 四、深层结构分析 五、形式结构号隋感表现关系分析 六、心理结构、个性、风格关系分析 七、心理结构与人性发展的时代情状分析 八、时代情状与文本意义关系分析第十一章 文本意义确定性、非确定性辨析法 一、文学语言的三重属性：单一性、复义性、超越性 二、文本意义产生之源：复现性意义的语源、原生意义的语式、经验图式的想像扩张 三、创作意图、文本意义、读者感受及其关系 四、确定性意义、非确定性意义及其关系后记

章节摘录

第二章 文学兴盛与传播的经济动因二、生命活动的双重需求所谓生活，指人的生命活动。

生命活动不外乎由满足生理需求的物质活动与满足精神需求的精神活动两部分构成。

前者生理的需求：对食、色、货的需求处于第一位置，后者精神的需求，对名、道、贵的需求处于第二位置，是由第一位派生出来的。

今试对名、道、贵的需求略加分析，便可看出二者间的源流关系。

贵：读书做官，乃食、色、财、货等生理需求的扩张、升华。

因“书中自有千钟粟，书中自有黄金屋，书中自有颜如玉”，故要读书做官。

所以追求贵的目的之一，就是最大限度地使生理需求得以满足和得以合法的保障，从而在这类需求的满足中出人头地。

可见贵的需求，精神是其冠冕，经济是其实体。

名：好的名声是精神的需求，从精神层次看，有排除财货的倾向。

然而，追求名的目的不外两个，一是名垂青史，一是获得富贵。

名垂青史是儒家使人的有限生命得以延长下去的重要方法。

说劲茂还是人的生命意识的表现，是以精神的传递来弥补肉体短暂意缺憾。

其出发点还是生理欲求，是生理欲求的另一表达方式。

然达到永垂青史的毕竟凤毛麟角，大多数人是冲着功名富贵来的。

占人所谓名，不出二类：德名、才名。

而德才是获取官位所不可少的。

文人读书、修德、行文、习武的直接目的是获得“美名”；修身、修德、做“内圣”就是要“治国”、“外王”，实现政治理想；出世、修道、做隐士，也是为了保洁、扬名，最终得到帝王的招聘，走的是终南捷径。

故而有名则有官，有官则有利，最终名利双收。

编辑推荐

《文学研究的新经济视角与分析方法》由上海古籍出版社出版。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>