

<<明清江南消费文化与文体演变研究>>

图书基本信息

书名：<<明清江南消费文化与文体演变研究>>

13位ISBN编号：9787542631237

10位ISBN编号：7542631233

出版时间：2009-9

出版时间：上海三联书店

作者：邱江宁

页数：289

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>

前言

何谓文体？

人们或将文体等同于文学体裁，这种看法占有大多数；或认为文体包含体裁（样式）与体性（风格）；或认为文体是语言加主题加风格。

中国古代文论所谓的文体既指文类（即体裁），又指语体、风格等。

西方的style一词，可以翻译为文体、语体、风格、文笔、笔性等，所以，文体概念大致说来是指一定的话语秩序所形成的文本体式，它折射出作家、批评家独特的精神结构、体验方式、思维方式和其它社会历史、文化精神。

“文体其实是人类把握世界的方式，是历史的产物，积淀着深厚的文化意蕴。

时代和群体选择了一种文体，实际上就是选择了一种感受世界、阐释世界的工具，这正是文体兴盛的基础。

说到底，文体主要看作者的“叙述”方式或倾向怎样，文体的特征及其划分，往往取决于其层面结构中某些因素的强化、突出或变异。

文体在某种意义上也可以说就是表达，就是选择，就是风格，甚至也可以说是一种强调。

<<明清江南消费文化与文体演变研究>>

内容概要

中国古代文论所谓的文体既指文类（即体裁），又指语体、风格等。西方的style一词，可以翻译为文体、语体、风格、文笔、笔性等，所以，文体概念大致说来是指一定的话语秩序所形成的文本体式，它折射出作家、批评家独特的精神结构、体验方式、思维方式和其它社会历史、文化精神。

书籍目录

消费文化与文学文体研究(代序)第一章 明中后期的商业和出版风尚与文学文体关系概说第一节 商业出版、消费文化与陈继儒的影响及文学史地位第二节 崇奢尚华风气与王次回“艳体诗”的产生及影响第三节 士、商融合与商人传记的书写——以王世贞的商人传记为案例讨论第二章 清代消费文化与文学文体关系概说第一节 江南女性读者群体的崛起与清初才子佳人小说的盛行第二节 鸡林重价与李渔文体的市场化研究第三节 消费文化影响下黄丕烈题跋文的文体新变第三章 清末民初商业出版风尚与文学文体关系概说第一节 精英之士与市场之文——新式的商业出版与王韬的报章体第二节 消费文化影响下《海上花列传》的文体选择第三节 商务印书馆与林译小说的出现及影响第四章 消费文化影响下主流文体对于商业化文体的渗透概说第一节 明中后期出版风尚与八股文对于《金瓶梅》的文体影响第二节 清初出版风尚与主流文体对才子佳人小说的渗透后记参考文献

章节摘录

秘笈刊刻后的晚明时期，陈继儒名声之大，效应之强，以至于“守令之臧否，由夫片言；诗文之佳恶，冀其一顾；市骨董者，如赴毕良史摧场；品书画者，必求张怀罐估价。

肘有兔园之册，门闾鸢羽之车，时无英雄，互相矜饰。

甚至吴绫越布，皆被其名，灶妾饼师，争呼其字”，实可谓名至矣。

陈继儒名声至清初还是不错，这一点由《明史》的评价即可见一端。

到乾隆时代，陈继儒名声一落千丈，尤以《四库全书》的评价为显，最严厉的言辞竟至于“明之末年，国政坏而士风亦坏，掉弄聪明，决裂防检，遂至于如此。

屠隆、陈继儒诸人不得不任其咎也”，罪莫大焉。

如上所述，陈继儒现象的确很具探讨性。

其所刻书籍类型并非首创，何以“流传远迩”？

四库馆臣为何偏苛责陈继儒为多？

陈继儒丛书影响大的原因首先是“文以人传”，即与他已积累的人脉以及秘笈参校人员身份有渊深的关系。

与之前丛书刊刻者相比，《宝颜堂秘笈》刊刻前，陈继儒已经成名，“交游显贵，接引穷约”，交游遍及社会各个阶层。

“交游显贵”方面：陈继儒曾坐馆范允临（官至云南参议）家、王锡爵（隆万时首辅）家；万历十一年（1583）前后，陈继儒又结识其时文坛名流王世贞、屠隆；万历二十年（1592）前后，陈继儒与董其昌过往密切。

陈继儒“博文强识，经史诸子，术伎稗官与二氏家言，靡不较核”，且深通交游显贵之道，尝云“士人当使王公闻名多而识面少。”

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>