

<<唐宋词与商业文化关系研究>>

图书基本信息

书名：<<唐宋词与商业文化关系研究>>

13位ISBN编号：9787500445883

10位ISBN编号：7500445881

出版时间：2004-08

出版时间：中国社会科学出版社

作者：王晓骊

页数：351

字数：286000

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>

<<唐宋词与商业文化关系研究>>

内容概要

随着城市商业经济的不断繁荣，唐宋时期商业文化的发展最终打破了社会文化格局的平衡状态，从而引发了文化转型和文学转型，唐宋词就是在这一背景下发展起来的。

本书的主要目的就在于考察商业文化力量崛起以及由此而引起的文化冲突对唐宋词的影响。

全书分上、下两编。

上编从纵向的角度分析商业文化与唐宋词之间的密切联系，以求在广泛而长远的文化流变中考察词的发展史。

本书认为商业文化是推动词史演进的主要文化动力之一；但同时，唐宋词又受到了传统文化的规范改造，新旧两种文化力量的共同作用决定了它的发展走向。

下编则从横向的角度分析唐宋词和其他文学样式在商业文化的直接影响下所形成的“异类”文学特征以及它们之间的相互关系，以全面了解唐宋时期商业文学发展的整体影响。

本书将唐宋词的发展看作一个动态的过程，力图通过多层次、多角度的分析考察，客观真实地把握唐宋词在文化史和文学史上的特殊意义。

<<唐宋词与商业文化关系研究>>

作者简介

王晓骊 1970年12月出生，江苏省苏州市人。

自1988年9月开始就读于苏州大学中文系，先后获文学学士、硕士、博士学位。

现为苏州大学文学院副教授。

博士论文获2003年度全国优秀博士学位论文提名。

参加国家社科基金项目一项，主持江苏省教育厅项目一项。

在《文学遗产》、《学术研究》、《晋阳学刊》等学术期刊发表学术论文二十余篇，出版专著一部。

<<唐宋词与商业文化关系研究>>

书籍目录

序绪论 第一节 问题的提出—唐宋词的文化定位 第二节 关于(唐)宋词文化研究的思考 一 关于文化概念以及文化与文学关系的思考 二 关于方法论的思考 第三节 反叛与依附—关于商业文化和传统文化的关系 一 关于商业文化的界定和说明 二 商业文化的“异质性” 三 商业文化对正统文化的依附性 小结上编 纵向的研究:商业文化与词的发展史 第一章 词的孕育阶段—南北朝 第一节 兼容并蓄、追奇逐新—北朝文化的特征及其对词乐的影响 一 商业的发展和北朝文化特征 二 胡乐的传播和商业活动的关系 三 胡乐的性质及其对唐宋词乐的影响 第二节 城市化和艳情化—南朝文化和文学对唐宋词乐的影响 一 传统中的新变:南朝文化的商业化和城市化倾向 二 城市艳曲和水乡情歌:南朝民歌与唐宋词的渊源关系 三 宫徵靡曼、情灵摇荡:南朝文人艳体诗对词的沾溉 第二章 词的发生阶段—隋唐五代 第一节 隋唐社会文化的双线发展 第二节 唐代商业发展对燕乐的作用 第三节 敦煌曲子词及其商业文化因素 一 敦煌曲子词的商业化特征 二 佛教的商业化和敦煌佛曲 第四节 中晚唐商业文化的发展与文人词的发生 一 商业文化的渗透和文人文化观念的转移 二 文人词的尝试 三 文人词的成熟 第三章 两宋商业文化力量的崛起 第一节 商业文化崛起的经济基础—商品经济的飞跃发展 第二节 商业文化力量的崛起—文化格局和文化观念的改变 一 “农本商末”文化观念的动摇 第四章 商业文化对两宋词的影响 第五章 宋词文人化进程中的矛盾冲突下编 横向的研究:词的“异类”特征以及与其他“异类”文学的关系 第一章 词的异类特征 第二章 词与文人小说 第三章 词与民间说话 第四章 词与戏曲结束语 继承与开创:文化冲突和文学转型视野中的唐宋词主要参考文献后记英文目录

<<唐宋词与商业文化关系研究>>

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>