

<<层叠的现代>>

图书基本信息

书名：<<层叠的现代>>

13位ISBN编号：9787306037565

10位ISBN编号：7306037560

出版时间：2011-1

出版时间：中山大学出版社

作者：颜湘茹

页数：212

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>

## <<层叠的现代>>

### 内容概要

《层叠的现代：现代杂志研究》旨在通过《现代》的个案研究，揭示其杂志文本和文学文本互相联结产生的多重含义，以及杂志由此建立的层叠的现代性面貌。

这一特殊面貌将有助于我们理解中国现代文学现代性的复杂，理解围绕中国现代文学产生的种种论争，并进而理解现代性在中国经过接受和重写形成的复杂多义。

《现代》出现在中国现代文学的第二个十年，此时是中国现代文学各种文学现象、文学意识、文学理论等都比较成熟的时期，《现代》作为一种文学期刊，也表现出成熟的文学史料性质。

研究期刊可以了解丰富的文学现象，发现新问题。

本书认为《现代》集中体现了第二个十年文学现代性的建立倾向，因为时代的特殊性，以及现代性本身的特点，《现代》在进行现代探索的时候，更多地体现出一种层叠的特点，这使得后人对它的认识充满了歧义。

辨析《现代》的现代性，可以回答中国文学是否具有现代性的问题，进而理解中国在现代化进程中所处的位置。

## &lt;&lt;层叠的现代&gt;&gt;

## 书籍目录

序绪论第一章 现代的理性预设：伴侣式传媒形象定位——《现代》《编辑座谈》等栏目研究第一节 主编及其选择：《现代》传媒形象的关键第二节 伴侣而非师傅：《现代》的传媒形象定位第三节 伴侣式传媒形象的确立及变化第二章 现代的潮流选择：过去时和现在时——《现代》《文艺画报》研究第一节 《现代》《文艺画报》概貌第二节 旧与新：主编眼中的中国文坛第三节 图片的纪实性和中国文坛背景第四节 告别过去——对19世纪作家的纪念系列第五节 了解现在：《文艺画报》的另外一个系列第三章 现代的生活建构：国货精良和科技进步——《现代》广告研究第一节 广告呼应小说展现都市魅力第二节 香烟广告：新型身份建立与传统审美意识第三节 广告里的世界意识、健康观念和科技崇拜第四章 现代的聚焦视角：都市女性叙事——《现代》城市小说研究第一节 相似的摩登：城市女性被叙述的现代特质第二节 不同的被看：《现代》城市小说现代女性叙述本质第三节 不成功的效仿：边缘城市小说作者的现代想象第五章 现代的双向建构：向外译介与对内整理——《现代》《史料逸话》等栏目研究第一节 非同人和中立：“现代”标准的前提第二节 计划和选择：世界文学译介第三节 诗人专论：新诗发展道路的构想第四节 建构完整的新文学图景结语参考文献后记

## 章节摘录

第三章 现代的生活建构：国货精良和科技进步 ——《现代》广告研究 在“现代性”研究热潮中，文学“现代性”成为20世纪90年代以来文学界关注的核心命题。

考量中国现代文学究竟具有现代性还是近代性时，《现代》杂志因突出都市生活而备受关注。

但研究者谈论《现代》的“现代性”时，往往集中在一些现成的文学作品上，把《现代》等同于文学文本，忽略它同时具有的杂志文本特点。

也有研究者注意到它的书籍广告、发行和营销方法，并认为这是由它的商业色彩带来的现代风度。

这虽然触及杂志的文本特色，但却没有注意到，除书籍广告以外，《现代》还有许多商品广告，它们同样参与了《现代》的杂志文本建构，并再现了《现代》对现代生活的想象，对《现代》进行整体研究不应忽略这一方面。

本书认为，《现代》生活用品广告作为一种媒介，与任何一种现代对应物一样，具体而富有时代特点，它们以自己的方式勾勒出《现代》对于现代生活的想象。

这些器物作为符号营造了概念化的现代性，成为《现代》杂志想象现代的媒介。

借助文化研究方法，探讨《现代》杂志文本构成元素之一的生活用品广告如何建构现代生活，可以辨析出《现代》所处时代关于现代性想象的一个层面，它将有助于考量《现代》的现代性，并进而回答现代文学的现代性问题。

## <<层叠的现代>>

### 编辑推荐

《现代》展现的多种可能使人如入迷阵。而这也许真的就是现代性在当时中国的现状，而当今的中国在文化上不也处于一种多义多元的局面吗？历史也许在时间上真的是线性前进，而在文化意义上却可能是层叠和模糊的。

<<层叠的现代>>

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>