

<<现代出版与二十世纪三十年代文学>>

图书基本信息

书名：<<现代出版与二十世纪三十年代文学>>

13位ISBN编号：9787209043878

10位ISBN编号：720904387X

出版时间：2008-1

出版时间：山东人民出版社

作者：秦艳华 著

页数：303

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>

<<现代出版与二十世纪三十年代文学>>

内容概要

《现代出版与二十世纪三十年代文学》的出版，不仅会给现代文学研究和现代出版研究以诸多启发，而且对于认识当前文坛和文学出版也提供了有益的镜鉴。

文学发展到今天，一个不容漠视的现实是，它又处在了多元、竞争的商业环境中。

文学由封闭走向开放、由政治主导走向商业主导、由单一走向多元，面对这样的文学格局而产生诸多困惑，30年代新文学出版的存在价值和成就为人们解决现实问题提供了历史的借鉴：文学出版的商业性和文化性在冲突中不断追求并达到平衡，不仅能够保证文学意义的存在和加强，而且作为文学发展的动力会使文学呈现出更为灿烂的图景。

《现代出版与二十世纪三十年代文学》文字表述简洁，论析得其要领，比起那些文字繁冗的“大部头”来不失为一种优点。

书籍目录

序孔范今第一章 总论第一节 20世纪30年代新文学出版的阶段性特征第二节 20世纪30年代新文学出版的大众化趋向第三节 20世纪30年代新文学出版的商业化追求第二章 左翼文学出版第一节 左翼文学杂志：战斗性群团组合第二节 从《萌芽月刊》到《北斗》第三节 左翼文学图书出版：“革命加恋爱”流行风第三章 京派文学期刊：《骆驼草》、《文学杂志》第一节 京派前期刊物：《骆驼草》第二节 京派后期刊物：《文学杂志》第四章 海派文学期刊：《现代》第一节 《现代》杂志的商业品格第二节 《现代》杂志的文化品格第三节 文学的商品化与海派文学的现实意义第五章 开明书店的新文学出版第一节 “开明人”与新文学出版第二节 “开明风”与新文学出版第六章 文化生活出版社的新文学出版第一节 文化生活出版社的自我定位：理想出版第二节 巴金文学编辑角色的自我认定第三节 《文学丛刊》出版的意义第七章 良友图书印刷公司的新文学出版第一节 良友图书印刷公司新文学出版的潜在倾向第二节 赵家璧与《良友文学丛书》第三节 《中国新文学大系》编辑主体的“选择”意识第四节 《中国新文学大系》出版的意义后记

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>