

<<商人·商业·唐诗>>

图书基本信息

书名：<<商人·商业·唐诗>>

13位ISBN编号：9787309055818

10位ISBN编号：7309055810

出版时间：2007-11

出版时间：复旦大学出版社

作者：姜革文

页数：337

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>

<<商人·商业·唐诗>>

内容概要

《商人·商业·唐诗》对唐诗中关涉商人和商业的篇什作了系统的整理和分析，力图通过唐诗探求当时真实的商业状况，探求当时商人的生存状态，肯定商人在诗歌传播等方面的贡献。同时，发掘唐诗对于商业的能动作用。

《商人·商业·唐诗》借鉴了历史学、商业经济学、广告学、传播学等多学科的研究方法和成果。整个研究有散有收，以唐诗为落脚点，以唐代商人为重点，对唐代的商人、商业、诗歌进行了多角度的观照。

《商人·商业·唐诗》题材新颖，史料丰富，可供广大文史研究者和爱好者参考。

<<商人·商业·唐诗>>

书籍目录

前言第一章 绪论：唐诗中的商业文学第一节 商业文学的定义第二节 以“人”为重点观照古代商业文学第三节 从反映论的角度观照古代商业文学一、商品二、商业店铺三、商业市场四、商人以及商业服务人员第四节 从影响论的角度探讨古代商业文学一、唐诗影响商业的原因二、唐诗对于商业多方面的影响第二章 从唐诗看唐代商人的信仰第一节 唐诗体现了唐人比较普遍的乌鸦崇拜第二节 唐代商人对乌鸦的宗教性崇拜及其渊源一、唐代商人对乌鸦的宗教性崇拜二、唐代商人对乌鸦宗教性崇拜的渊源第三节 唐代商人的信仰是多元的第三章 从唐诗看唐代诗人的商业思想第一节 唐诗对商业行为的偏见一、唐诗对“投机”的偏见二、唐诗对“讨价还价”的偏见第二节 唐诗中的义利观及其对商业的积极影响一、唐诗中的重义轻利二、唐诗重义轻利对商业发展的积极影响第三节 唐诗中的重农抑商思想辨析一、重农抑商的立论基础二、重农抑商的误区辨正第四章 唐诗中的行商和坐贾第一节 唐诗中的行商一、唐诗中的行商多与水运关系密切二、唐诗中的行商风险三、唐诗中的行商情感四、唐诗中的商妇怨第二节 唐诗中的坐贾一、唐诗对坐贾特点的呈现二、唐诗体现了诗人对坐贾的情感态度三、唐诗客观反映了坐贾周到细致的服务四、唐诗中的酒旗广告第五章 唐诗中农民和商人对比题材论析--以中唐为例第一节 关于农民逃亡和农民经商一、对唐诗中农民逃亡与经商问题讨论的研究现状举要二、农民逃亡以后，主要是做农民三、农民的逃亡，新的税收制度是结果而不是原因第二节 关于农民和商人的税收比一、盐法和两税法以前，商人的税负不比农民轻二、盐法、两税之后，情况变得多样第三节 商人和农民对比性诗歌的相关分析一、诗歌中表现的农民负担很重是历史真实二、唐代商业的总体经营环境不理想第六章 诗人与商人、商业第一节 诗人和商人矛盾的诗歌呈现一、诗人和商人的矛盾，是智慧者之间的矛盾二、诗人和商人的矛盾，是有组织者之间的矛盾三、诗人和商人的矛盾，是彼此利益的冲突第二节 诗人和商人关系变革的肇始一、诗人和商人在一定程度上互相了解二、少数诗人在处理与商人相关问题时能不管身份而据实情第三节 诗人对于商业的靠拢一、唐代诗人有良好的自我广告意识二、唐代部分诗歌具有交换功能三、唐代部分诗歌具有广告的功能四、唐代出现了士商合流的先例第七章 唐代商人对于唐诗的传播第一节 唐代商人传播诗歌的必然性第二节 唐诗中的书信体与商人信使第三节 唐代商人与唐诗的口头传播一、唐代的诗歌适合于音乐形式的歌唱、朗诵形式的吟诵二、部分唐代商人通晓音律，且有一定文化素养，具有口传的基础三、商人和诗人因交流而互动；商人远行可以经常阅读和传播题壁诗第四节 唐代商业经营活动中的诗歌传播一、把诗歌制作成图书销售，为诗歌的当下传播和长远传播做贡献二、商人的多种经营手段，促进了诗人的消费和创作三、商人利用商品传播了诗歌四、商人在经营中传播诗歌的另外一种方式：题诗板结束语：拓展中的期待附录：关涉商人的唐诗参考文献后记

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>