

图书基本信息

书名：<<媒介与商人/传媒与文化研究丛书 - 1983-2005《经济日报》商人形象话语研究>>

13位ISBN编号：9787508046822

10位ISBN编号：750804682X

出版时间：2008-6

出版时间：彭焕萍、聂圣哲、蒋晓丽 华夏出版社 (2008-06出版)

作者：彭焕萍

页数：210

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>

## 内容概要

《媒介与商人：1983 - 2005商人形象话语研究》以《经济日报》（1983-2005）作为考察对象，从称谓、主题、叙事模式等三个话语层面梳理了主流媒介中商人形象的变迁，重点考察了商人形象变迁背后中国的话语转型和社会转型。

研究将《经济日报》的商人形象阐释与超文本的历史文化语境相结合，从政治话语、经济话语、民间话语等不同话语权力体系的对立和冲突中解构了商人形象的建构以及商人形象隐含的丰富社会、历史信息。

#### 作者简介

彭焕萍，女，河北大学新闻传播学院副教授，硕士研究生导师。  
主要研究领域新闻采写业务、新闻法规与新闻职业道德、大众文化与传媒。  
发表论文20余篇，主持参加国家、省部级科研项目5项。

## 书籍目录

绪言第一节 关于本项研究的几个基本问题一、研究对象：媒介中的商人形象二、本项研究的目的和意义三、相关理论与方法四、研究范本的选择与理论架构第二节 媒介形象研究的宏观背景与课题现状一、媒体社会：“感性世界”到“拟态世界”的漫游二、“形象制胜”与媒介形象三、媒介形象研究综述第一章 商人形象的历史烙印第一节 商人以及商人形象的界说一、商业的发展以及商人内涵的嬗变二、形象表达与话语实践三、商人形象建构的主要成分第二节 中国古代传播中的商人形象一、商人的出场与春秋战国之“大商”二、抑商政策与“奸商形象”三、新“四民”论与两难处境中的商人第三节 古代传播中特殊的商人形象一、“贾而好儒，儒而好贾”的儒商形象二、“仕场经济”中的官商形象第二章 《经济日报》商人形象的变迁第一节 称谓话语演变与商人形象建构一、“商贩”称谓及其历史意蕴二、《经济日报》中的商人初现：从“三户”到“万元户”三、面对财富的困惑与挣扎：“大款”与“暴发户”四、“儒商”的复活五、商人阶层的明星化：“民营企业家”第二节 新闻主题的变化与商人形象建构一、第一阶段：作为政府富民政策注脚的商人形象二、第二阶段：以商业行为立身的商人形象三、第三阶段：社会活动中的商人形象第三节 叙事模式的变化与商人形象建构一、1983年：“致富能手”叙事模式二、1993年：“创业英雄”叙事模式三、2003年：“风云人物”与“传奇”叙事模式第三章 商人形象变迁的动因分析第一节 传统文化的伦理色彩对商人形象的影响一、中国传统文化的伦理内核二、商人形象的鲜明伦理色彩三、商业社会的崛起对伦理文化的冲击第二节 经济话语的勃兴与媒介中的商人形象一、政治话语的衰落二、经济话语的勃兴和世俗社会的来临三、从政治救赎到经济拯救：作为当代英雄的商人第三节 社会价值观念的转型与商人形象一、财富观念与商人形象的变迁二、消费观念与商人形象的变迁三、身份观念与商人形象的变迁第四章 多重权力场域中的商人形象第五章 《经济日报》商人形象建构的文化反思结语后记参考文献总后记

## 章节摘录

第一章 商人形象的历史烙印众所周知，今日的媒介商人形象绝非一蹴而就，而是有着深刻的文化和历史背景。

在某种意义上讲，我们研究今日传媒中的商人形象也正是基于中国历史上对商人形象的建构与当代商人形象之间已经形成了鲜明的对比，因此在对《经济日报》（1983—2005）的当代商人形象建构进行考察之前，我们有必要对媒介中商人形象进行一下历史的溯源，我们依据的主要是历史文献资料和一些影响较大的文学作品。

第一节 商人以及商人形象的界说一、商业的发展以及商人内涵的嬗变（一）商品与商业从历史的角度考察，商人的出现与商品、商业有着密切的关系。

英国古典经济学家亚当·斯密曾经断言，商品交换关系之所以产生和发展，是因为人类天生具有相互进行交易的自然倾向。

按照这种说法，商品交换一开始就应当是人类经济活动的基本形式。

但是，人类社会发展的历史却表明，商品关系并不是从来就有的，在原始社会的漫长岁月中，生产关系的基础是生产资料的公有制。

当时人类的劳动工具极其简陋，劳动技能十分低下，人们没有能力独自同自然界作斗争，必须共同劳动，共同分享劳动成果，任何人离开了集体便无法生存下去。

生产资料的共同占有和劳动果实的平均分配成了当时人们迫不得已的选择。

由于生产力水平非常低，人们的全部劳动成果，仅能够维持最简单的生活，没有什么剩余。

没有剩余产品，也就没有东西可资交换。

因此，在原始社会这个漫长的历史时期中，是没有商品交换的，更谈不上商业了。

编辑推荐

《媒介与商人:1983-2005经济日报商人形象话语研究》由华夏出版社出版。

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>