

<<广告视觉文化批判>>

图书基本信息

书名：<<广告视觉文化批判>>

13位ISBN编号：9787309056709

10位ISBN编号：7309056701

出版时间：2007-8

出版时间：复旦大学出版社

作者：张殿元

页数：299

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>

<<广告视觉文化批判>>

内容概要

现代传播媒介加快了社会文本化的进程，社会实体被完全遮蔽，只有透过对文本世界的解读才有可能真正了解这个世界。

而在各种表象和符号系统中，广告是最丰富、最有生命力的一支，值得做细致的分析和研究。

与以往过于注重对广告文化现象做单一学科的研究不同，本书将社会科学(经济学、传播学、广告学、社会学等)和人文科学(文、史、哲、艺术等)相结合，将思辨研究和经验研究相结合，以总体的社会关系为参照，联系近年来各种媒体上典型的广告个案，关注广告中所宣扬的与文化现代化相背离的价值观念、消费意识、生活态度，对广告视觉文化传播负面价值进行一种批判性解读，这种批判性解读有助于强化人们的反思品性，有助于广告文化的健康发展。

<<广告视觉文化批判>>

作者简介

张殿元，中国人民大学新闻学博士、复旦大学新闻与传播学博士后。

现为复旦大学新闻学院副教授、“复旦大学新闻传播与媒介化社会研究国家哲学社会科学创新基地”副研究员，主要从事广告文化批判研究和报业体制创新研究。

著有《中国报业传媒体制创新》、《广告学引论》(合编)、《广告创意与案例分析》(合编)，曾在《新闻与传播研究》、《现代传播》、《国际新闻界》、《新闻大学》等学术期刊发表论文30余篇，论文《国际广告：一场区域间失衡的权力游戏》获得第八届(2006年)上海市哲学社会科学优秀论文二等奖。

<<广告视觉文化批判>>

书籍目录

导言 另一种声音：广告视觉文化传播的批判性解读 上篇 广告视觉文化批判史论 第一章 广告视觉文化批判研究概述 第一节 广告视觉文化批判研究的对象和范畴 一、广告视觉文化批判辨析 二、广告视觉文化批判研究的对象 三、广告视觉文化批判研究的范畴 第二节 广告视觉文化批判研究的目的 一、认识广告视觉文化的独特性质 二、认识广告、环境、人之间的关系 第三节 广告视觉文化批判研究的方法 一、对西方批判理论的批判性借鉴 二、多学科理论的综合运用 第二章 中西广告视觉文化批判评析 第一节 现代主义批判语境下的广告视觉文化 一、英国文化研究：作为斗争场域的广告 二、德国法兰克福学派：作为文化工业的广告 三、法国结构主义：作为符号的广告 第二节 后现代主义批判视域里的广告视觉文化 一、广告类象：影像和现实之间距离的消失 二、生产者式文本：受众对广告操纵的颠覆 第三节 中国广告视觉文化批判述评 一、翻译有余，“翻译”不足 二、阐释欲强，阐释力弱 下篇 广告视觉文化批判实践 第三章 广告视觉文化价值批判 第一节 广告视觉文化与性别建构 一、广告视觉文化的性别问题研究回顾 二、广告视觉文化性别建构的理论依据 三、广告视觉文化的性别建构分析 四、广告视觉文化性别建构的负面效应 五、结语 第二节 广告视觉文化的消费至上观 一、消费主义价值观的建立 二、广告视觉文化刺激消费的运行模式 三、广告视觉文化与畸形消费 四、广告视觉文化消费至上观的价值反思 五、结语 第三节 广告的社会化和社会的广告化 一、社会的表层广告化 二、社会的深度广告化 三、社会广告化的价值批判 第四章 广告视觉文化道德批判 第一节 广告视觉文化的道德示范效应 一、广告活动与人的社会化进程 二、广告活动道德批判的伦理学依据 第二节 广告活动被延迟的道德批判 一、广告形象对儿童的侵犯 二、广告形象对道德规范的毁损 三、广告形象对传统文化的贬抑 四、广告形象对人的异化 第三节 广告活动道德影响的作用机制 一、广告霸权 二、广告潜意识控制 第五章 广告视觉文化审美批判 第一节 批判向度的广告视觉文化艺术说辨析 一、广告的艺术与科学之争 二、历时性考察中的艺术与现代广告 第二节 广告视觉文化对艺术审美价值的消解 一、广告时尚对审美风格的消解 二、广告仿像对审美意象的消解 三、广告功能性对审美表现性的消解 四、广告当下性对审美距离感的消解 五、结语 第三节 广告审美消费对审美主体的重塑 一、广告审美对象对主体审美意识结构的影响 二、广告外在审美消费对审美主体的重塑 三、广告内在审美消费对审美主体的重塑 四、培养审美主体的健全人格，警惕审美能力的降低 结语 主要参考文献 附录一 中华人民共和国广告法 附录二 中国广告协会自律规则 附录三 广播电视广告播放管理暂行办法 附录四 北京市网络广告管理暂行办法

<<广告视觉文化批判>>

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>