

<<欲望花窗>>

图书基本信息

书名：<<欲望花窗>>

13位ISBN编号：9787801097286

10位ISBN编号：7801097289

出版时间：2004-01

出版时间：中央编译出版社

作者：王晓

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>

<<欲望花窗>>

内容概要

本书从媒介文化的大视角对广告的具体形态、象征、意蕴及表现手法进行了全面的阐述和分析。尤其对中国广告业的现状及特征进行细致的梳理。

书中既有详尽的广告实例分析，又有深刻的理论阐释。

本书还有多幅黑白广告插图。

握持批判利器，静观声色犬马。

广告：没有过去的位置，只有对未来的邀请。

广告，它把生活中简单的物品变成了诗。

日常事物由于有它而引吭高歌。

到外可以看到广告在模拟那些近似的、亲密的、个人的交流方式。

.....它就这样通过一种真实的模拟过程，在没有亲近的地方，在人们之间或者人们与产品之间，营造出来亲近的氛围。

希望本书能给读者朋友们一些见解与思考。

<<欲望花窗>>

书籍目录

总序第一章 重新部落化的世界——广媒介新景观 一 卷土重来的户外广告 二 “神奇”的网络广告 三 人性化的整合营销传播第二章 广告神话 一 爱之乌托邦 二 科技以人为本 三 新富的神话 四 健康成就未来 五 “资本主义”第三章 广告制造：时尚与品牌 一 广告制造的时尚 二 广告建构的品牌第四章 广告形象代言人 一 形形色色 二 成为偶像的明星 三 明星代言人：无物之词第五章 广告与艺术 一 广告与摄影 二 广告与电影 三 广告与MTV参考文献

<<欲望花窗>>

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>