

## <<形象的修辞>>

### 图书基本信息

书名：<<形象的修辞>>

13位ISBN编号：9787300069524

10位ISBN编号：7300069525

出版时间：2005-12

出版时间：中国人民大学出版社

作者：罗兰·巴尔特,让·鲍德里亚 等

页数：228

字数：208000

译者：吴琼,杜予

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>

## <<形象的修辞>>

### 内容概要

从商品不是以它有使用价值被推荐给消费者，而是作为语言与符码所支撑的价值体系来寻求文化认同开始，商品就被深刻地美学化或者说文化化了。

鲍德里亚曾言，消费社会是让消费永无终结。

很难想象失去了广告的消费社会变成什么样子。

广告已经成为名副其实的视觉帝国，它远远超出一般的商品消费范畴，成为编码我们的欲望和日常生活意识的重要手段，亦是视觉文化研究进军大众文化领域的重镇。

当代社会理论对于广告的关注源自广告在消费社会中所扮演的核心角色。

本书选录罗兰·巴尔特、让·鲍德里亚等当代学术名家的精彩论文计九篇，有宏论断语，有精微细绎，均以日常生活的广告现象为引子，纵论当代社会文化或隐或显的层面，读来酣畅淋漓。

特别要提及的是，鲍德里亚的名文《符号的政治经济学批判》全文收录于此。

## <<形象的修辞>>

### 作者简介

吴琼，文学博士，现任教于中国人民大学哲学系，主要从事西方美学和哲学研究。

杜予，工人出版社编辑。

## <<形象的修辞>>

### 书籍目录

视觉性与视觉文化——视觉文化研究的谱系  
今日神话形象的修辞符号的政治经济学批判  
传媒中意义的内爆  
绝对广告，零度地带的广告  
超符码化时代的广告  
男性主义与男性形象：做一个男人意味着什么？  
隐秘的欲望：当代广告中的恋物癖、本体论和表征  
绿色营销商品自我

<<形象的修辞>>

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>