第一图书网, tushu007.com

<<广告语言与修辞研究>>

图书基本信息

书名：<<广告语言与修辞研究>>

13位ISBN编号：9787542316455

10位ISBN编号：7542316451

出版时间：2007-4

出版时间：第1版 (2007年4月1日)

作者：蒋华

页数：202

字数：190000

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

广告是一门综合性艺术，它集社会学、美学、心理学、社会消费学、市场营销学、声电学、文学、语言学于一身，但“在广告所采取的诸多形式中，语言始终是最重要的和最根本的”。
英国小说家赫胥黎认为，广告语言是一种文字语言，它是“现代文学形式中最富兴趣和最难的一种”。
本事是关于研究“广告语言与修辞”方面的专著，具体包括了：广告与语言、广告中词语的选择与应用、人称代词与广告、试谈艺术化的公益广告、双关在商标中的应用及其原因、禁烟广告语的分析、草坪警示语的发展变化及其分析等方面的内容。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

蒋华，男，湖南师范大学文学博士，现为湖南科技学院中文系教师。
主持湖南省教育厅课题一项。
在《商业时代》、《汉语学习》等刊物上发表论文20余篇。

第一图书网, tushu007.com

<<广告语言与修辞研究>>

书籍目录

序前言第一章 广告与语言　第一节 广告语句法、语义和语用特点　第二节 句式、句类与公益广告　第三节 广告中词语的选择与应用　第四节 人称代词与广告　第五节 成语广告的类型、语义变化及其使用原因　第六节 诗也传情，诗亦言志——析广告中的诗歌文化　第七节 论公益广告的语言变迁　第八节 试谈艺术化的公益广告第二章 汉语广告与西方语言学理论　第一节 从合作原则看汉语广告的劝说性　第二节 从合作原则的违反看永州店名第三章 广告与修辞　第一节 修辞在公益广告中的运用　第二节 双关在商标中的应用及其原因　第三节 引用和借代在商标中的应用　第四节 委婉在汉语广告中的应用　第五节 比较在广告中的应用第四章 广告语的具体分析　第一节 禁烟广告语的分析　第二节 禁毒广告语的多角度考察　第三节 无偿献血公益广告的探讨　第四节 环保公益广告的多维考察　第五节 汽车车尾警示语的修辞与语用考察　第六节 草坪警示语的发展变化及其分析　第七节 交通提示语面面观　第八节 搬家公司名称的发展变化及其思考　第九节 婚姻广告语的多维研究　第十节 高校图书馆新旧公益广告语的对比第五章 广告与文化、音乐、受众心理及其他　第一节 广告与受众心理　第二节 谈广告语的文化视角　第三节 音乐在广告中的应用　第四节 公益广告研究述评　第五节 浅谈公益广告与商业广告的联系与区别 后记

第一图书网, tushu007.com

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