



- 首页
- 期刊介绍
- 基本信息
- 编委会
- 编辑团队
- 期刊荣誉
- 收录一览
- 征稿简则
- 作者中心
- 编辑中心
- 订阅指南
- 联系我们
- English

吉首大学学报：社会科学版 » 2007, Vol. 28 » Issue (5): 125-128 DOI:

文化研究 [最新目录](#) | [下期目录](#) | [过刊浏览](#) | [高级检索](#)

[« Previous Articles](#) | [Next Articles »»](#)

消费符号下的双重隐喻——女性时尚杂志广告的意识形态分析

(苏州大学 新闻传播学院, 江苏 苏州215021))

The Two-Levelled Metaphors under Consumption Symbol——An Analysis on the Ideology of Women’ s Fashion Magazines

(College of Journalism and Communication Studies,Suzhou University,Suzhou,Jiangsu 315021,China)

- 摘要
- 参考文献
- 相关文章

全文: [PDF \(699 KB\)](#) [HTML \(1 KB\)](#) 输出: [BibTeX](#) | [EndNote \(RIS\)](#) [背景资料](#)

摘要 在消费主义的热潮下, 当今热销的女性时尚杂志在广告商品信息的同时, 自身也作为一个巨大的消费文本传递出“建构的意义”, 即传统根深蒂固的父权制性别成见与正在进行的时尚性消费主义, 这二者作为时尚杂志这个巨大消费符号下的双重隐喻, 通过深层意义的建构, 被置于时尚杂志内部。

关键词: 女性时尚杂志 符号消费 意识形态

Abstract: In the heat of consumerism,the well-sold women’ s fashion magazines give us the information of goods;meanwhile,they themselves,as a big consumer text,are giving the significance of creating,i.e.the traditionally deeply-rooted sexual discrimination in a patriarchal society and the on-going fashionable consumerism.As two-levelled metaphors of fashion magazine,which is the large symbol of consumerism,they are put into the interior of fashion magazines through constructing deep meaning.

Key words: women’ s fashion magazines symbolic consumption ideology

服务

- ▶ 把本文推荐给朋友
- ▶ 加入我的书架
- ▶ 加入引用管理器
- ▶ E-mail Alert
- ▶ RSS

作者相关文章

- ▶ 尚香钰

作者简介: 尚香钰(1983-), 女, 辽宁沈阳人, 苏州大学新闻传播学院2005级传播学专业硕士研究生。

引用本文:

尚香钰. 消费符号下的双重隐喻——女性时尚杂志广告的意识形态分析[J]. 吉首大学学报：社会科学版, 2007, 28(5): 125-128.

SHANG Xiang-Yu. The Two-Levelled Metaphors under Consumption Symbol——An Analysis on the Ideology of Women’ s Fashion Magazines[J]. Journal of Jishou University (Social Sciences), 2007, 28(5): 125-128.

- [1] [法]罗兰·巴尔特.符号学原理[M].王东亮译, 北京: 三联出版社, 1999.
- [2] [英]迈克·费瑟斯通.消费文化与后现代主义[M].刘精明译, 南京: 译林出版社, 2000.
- [3] [美]戴安娜·克兰.文化生产: 媒体与都市艺术[M].赵国新译, 南京: 译林出版社, 2001.
- [4] [美]马尔库塞.单向度的人——发达工业社会意识形态研究[M].张峰译, 重庆: 重庆出版社, 1993.
- [5] 郭景萍.女性消费文化的社会意义分析[J].湖南师范大学社会科学学报, 2003, (6).
- [6] 罗钢, 刘象愚.文化研究读本[C].北京: 中国社会科学出版社, 2000.

- [1] 杨文华, 李海艳. 主流意识形态网络风险防御的路径依赖[J]. 吉首大学学报：社会科学版, 2012, 33(5): 95-100.
- [2] 唐志龙. 推进社会主义核心价值观体系建设的哲学审视[J]. 吉首大学学报：社会科学版, 2012, 33(4): 33-37.
- [3] 陈长利, 刘欣. “实用说”下的文学接受、文学形式与意识形态关系研究[J]. 吉首大学学报：社会科学版, 2012, 33(3): 56-62.
- [4] 胡剑. 毛泽东文化建设思想中的意识形态因素及其启示[J]. 吉首大学学报：社会科学版, 2012, 33(2): 161-164.
- [5] 廖胜刚. 冷战后美国外交政策意识形态的道德神话及其悖论[J]. 吉首大学学报：社会科学版, 2011, 32(6): 114-120.

- [5] 廖胜刚. 论战后美国外交政策意识形态的演变特点及其启示[J]. 吉首大学学报: 社会科学版, 2011, 32(8): 117-120.
- [6] 邓伯军. 论研究史体例在马克思经典文本研究中的应用——以《德意志意识形态》在中国研究史为例[J]. 吉首大学学报: 社会科学版, 2011, 32(5): 1-5.
- [7] 粟世来, 田泥. 走向日常生活的审美意识形态[J]. 吉首大学学报: 社会科学版, 2011, 32(4): 30-33.
- [8] 谢江平. 意识形态与集体理性——制度经济学视野中的意识形态[J]. 吉首大学学报: 社会科学版, 2011, 32(1): 17-20.
- [9] 杨文华. 我国主流意识形态网络风险防范机制的建构[J]. 吉首大学学报: 社会科学版, 2011, 32(1): 106-109.
- [10] 粟世来. 审美现代性与消费主义意识形态批判[J]. 吉首大学学报: 社会科学版, 2010, 31(5): 22-28.
- [11] 廖胜刚. 当代中国意识形态关键词: 合法性、现代性与话语权[J]. 吉首大学学报: 社会科学版, 2010, 31(5): 38-42.
- [12] 周耀宏. 十六大以来社会主义意识形态建设的基本规律研究[J]. 吉首大学学报: 社会科学版, 2010, 31(4): 45-49.
- [13] 杨玉珍. 中国戈迪默研究论评[J]. 吉首大学学报: 社会科学版, 2010, 31(2): 27-30.
- [14] 卢永欣, 吴林芳. 修辞学与意识形态[J]. 吉首大学学报: 社会科学版, 2010, 31(1): 169-173.
- [15] 张惠. 伊格尔顿文学理论的意识形态特征[J]. 吉首大学学报: 社会科学版, 2009, 30(6): 79-82.

版权所有 © 2012《吉首大学学报(社会科学版)》编辑部

通讯地址: 湖南省吉首市人民南路120号《吉首大学学报》编辑部 邮编: 416000

电话传真: 0743-8563684 E-mail: jsdxxb@qq.com 办公QQ: 44134225

本系统由北京玛格泰克科技发展有限公司设计开发 技术支持: support@magtech.com.cn