


## 文章内容

标题:	缩减与消解：广告文化的另一种读解
作者:	李晓洁
发表年限:	2000
发表期号:	3
单位:	西北大学 文学艺术传播学院，陕西 西安 710069
关键词:	工具论 缺失与填塞 迷幻 失重 性别分化
摘要:	<p>偏向技术审视的工具论广告观越来越不合时宜，因而，有必要从权力和封闭、缩减与消解等角度入手，对广告文化做重新检讨。就运作逻辑而言，广告执行着“缺失—填塞”的方法体系；就本质属性而论，广告以类像特征做着创造的工作；就其文化功能检测，广告以迷幻术进行着反文化的勾当；广告的媚俗天然地使之远离庄重，广为了达有效传播的目的，也不惜以扩张性别鸿沟牺牲健全人生姿态为代价。广告文化的反思者需要冷静地走上批判理论之途  <a href="#">缩减与消解广告文化的另一种读解.pdf</a></p>

打印

关闭