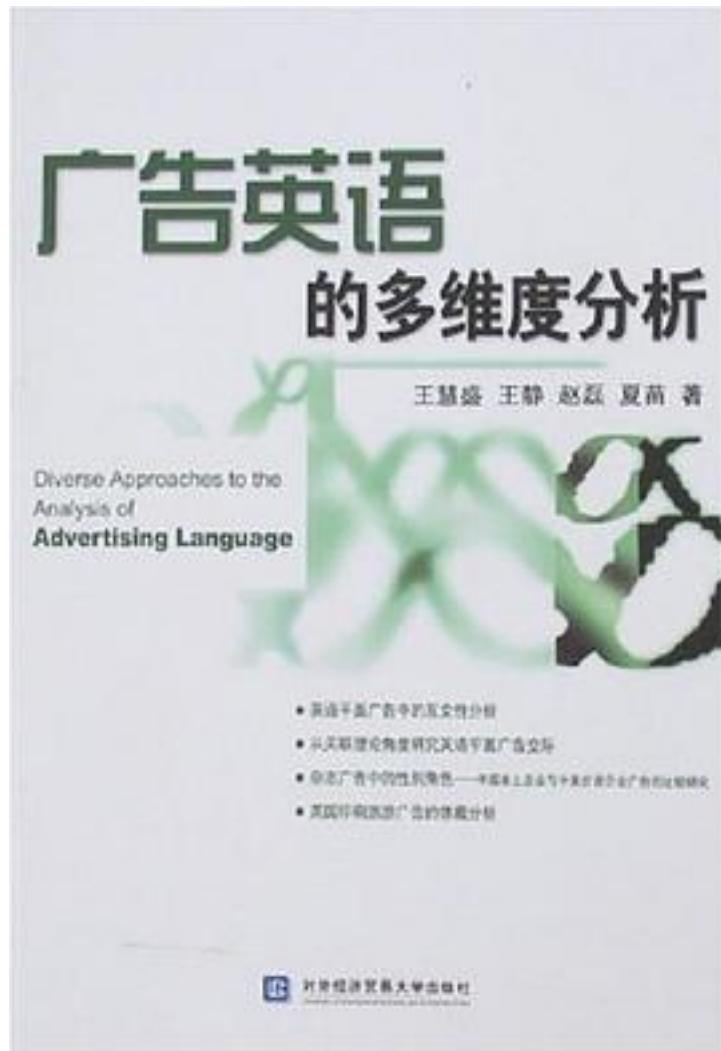


# 广告英语的多维度分析



[广告英语的多维度分析 下载链接1](#)

著者:王慧盛,王静,赵磊,等

出版者:外经贸大学

出版时间:2007-10

装帧:

isbn:9787810789141

《广告英语的多维度分析》主要内容：广告作为一种特殊的交际形式不仅能对消费者的观念、态度及行为产生一定影响，作为一种文化载体，它还会在某种程度上反映人们社会文化价值观的取向及变化趋势。近年来，越来越多的学者把广告作为语言、文化及社会学领域里的重要研究对象。

通过不同的研究视角，本论文集从互文性理论、关联理论、性别研究理论及体裁理论等不同角度对英语广告语言进行了探讨。我们衷心希望在一定程度上丰富英语广告交际方面的研究，并为相关从业者和特殊用途英语教学提供一点参考。

作者介绍：

目录：

[广告英语的多维度分析](#) [下载链接1](#)

标签

广告英语

评论

---

[广告英语的多维度分析](#) [下载链接1](#)

书评

---

[广告英语的多维度分析](#) [下载链接1](#)