



最高傑作のプレミアム。

※当社プレミアムビール史上、最高の自信作を表しています。

第十四課

広告の価値

単語

貨幣 → 紙幣、硬貨、通貨、札、コイン

尺度 → スケール

自明の理

洋菓子 → 和菓子

店先 → 店舗、老舗

中身

メディア

差異 → 異同

製パン

売り買い → 受け売り：① 他人の意見や考えなどを，そのまま自分の意見のように言うこと。

「他人の説を一する」② 製造元や問屋からの委託品をほかに売ること。

単語

→ 買いかぶる：①物を実際の価値より高い値段で買う。②人を実際以上に高く評価する。「実力以上にー・る」

恣意的 → 無作為：作為のないこと。偶然に任せること。 → ランダム (random)

精読

1. マルクスは商品世界の中における貨幣の存在をどう見ているのか。
2. 貨幣の二重特質は何か。
3. 消費者は、実際、何を比較して、ものを買っているのか。
4. 「過剰な」差異は、まとめて言えば、どういうことを意味するのか。
5. 企業が広告活動をする理由は何であるのか。
6. 広告が形而上学的な奇妙さに満ち満ちた存在であるとは、どういう意味なのか。
7. あなたが買い物する際に、広告に左右されるのか。