

<<简单即真诚>>

图书基本信息

书名：<<简单即真诚>>

13位ISBN编号：9787811271409

10位ISBN编号：7811271400

出版时间：2008-7

出版时间：中国传媒大学出版社

作者：蔡勇

页数：201

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>

<<简单即真诚>>

内容概要

《消费者发现与主体性缺席——现代广告理论及其运用史评》《简单即真诚：走出后现代传播语境的悖论——哲学反思与理论建构》和《简单：整合营销传播的一个关键词——理论模式与运用》三本书，既可以被看做一个整体，也可以独自为政。

第一本《消费者发现与主体性缺席》是一本广告理论及其运用在实践过程中的批评史略，通过研究，作者得出结论说，20世纪的广告及其理论的发展，是一个消费者不断被发现，而人的主体性一再缺席的历史；并从尊重主体的观念出发，提出了一套构建营销传播理论的独特见解，继而又引出了把“简单”作为一个基本概念组入到营销传播理论体系中。

第二本《简单即真诚：走出后现代传播语境的悖论》通过引用古代的、近代的、现代的和后现代的诸多理论，从更加宽泛的层面论述了“简即真”的媒介语境和命题的哲学演绎过程，充分地论证了“简单”作为人的基本认知要素的地位和作用，从认识论、认知心理过程、伦理、审美以及传播的行为效果等若干方面，论证了“简单即真诚”这一理论命题；这一部分已经超出了营销传播的范畴，具有传播理学甚至是更加宽泛的哲学和社会科学的理论价值。

第三本《简单：整合营销传播的一个关键词》，在前两本的基础上进一步提出了“简单”的“物理—经验”模式，“心理—结构”模式和“心理—审美”模式来考察“简单”的表现形态和创出机制，以此完善了营销传播效果的产生机制；在本书的结语部分，再次回到尊重主体性这一元点，引发人们对构建营销传播理论更深远的思考。

本书通过引用古代的、近代的、现代的和后现代的诸多理论，从更加宽泛的层面论述了“简即真”的媒介语境和命题的哲学演绎过程，充分地论证了“简单”作为人的基本认知要素的地位和作用，从认识论、认知心理过程、伦理、审美以及传播的行为效果等若干方面，论证了“简单即真诚”这一理论命题；这一部分已经超出了营销传播的范畴，具有传播理学甚至是更加宽泛的哲学和社会科学的理论价值。

作者简介

蔡勇，幼习绘画，酷爱哲学，亦兼诗文，向往单纯自在的存在方式。

20世纪80年代，命运将主修专业托付于财大金融系，毕业留校，转攻广告教学，并长期兼职广告创意与设计，多次举办个人画展。

1999-2000年留学澳大利亚UWA，较全面地接触了整合营销传播理论（IMC），兴趣日增。

2004年考入中国人民大学新闻学院，主攻传播心理与IMC，汇多年沉积，成此三书，并于2007年获博士学位。

著散文绘本《速写光阴》，引歌叹“年华似水，匆匆一瞥，多少岁月，轻描淡写……”因备惜生命，视艺术为人生，人生尚单纯，单纯复归于自在自为。亦企图把这种理想贯彻于灰色的学术理论之中。

在营销传播领域的研究方向主要是：整合营销传播、广告创意与设计、传播心理（消费者行为）、视觉传播（形象设计）。

在《现代广告》和其他核心刊物上发表《从Advertising到MC：现代广告理念的嬗变和拓展》《高感性时代广告的唯一诉求》《消费者异化与广告运作中传统人口统计方法的冲突》《消费者的季节感与国际广告媒体企划的整合》等多篇论文。

现为云南财经大学广告专业副教授，兼《人民日报》和清华、北大、人大、复旦等10所高校合办的“媒介批评网”之艺术顾问。

<<简单即真诚>>

书籍目录

序言自序引言 定义后现代传播语境第1章 后现代传播语境的悖论 1.1 媒介：汇流中内爆 1.2 信息：泛滥与监视 1.3 符号：能指和所指断裂 1.4 受众：注意力匮乏 小结 信息过剩、符号断裂和受众注意力匮乏的悖论第2章 简单即真诚：哲学求证 2.1 简单即真诚命题的伦理开端：前苏格拉底时代 2.2 唯理论和经验主义的两条求简路线 2.2.1 从伦理说走向认识论：两个古希腊流源 2.2.2 进入认知的深层：启蒙运动中的两条求简路线 2.2.3 康德的融合：简化是先在于认识和情感内真和美两种形式构造的 2.3 简单即真诚的现象学归程 2.3.1 胡塞尔的现象学观念：如其所是地呈现自己 2.3.2 梅洛·庞蒂：诚于“我在”的“空间”和“时间” 2.3.3 海德格尔：返回前苏格拉底的简朴 2.4 还原先秦智慧：求简认知的伦理和审美 2.4.1 儒家的“求简”思想 2.4.2 道家的简朴理想：从道至德，再圣美 2.4.3 儒道为一：“统一”与“一”——对纷乱的超越 小结 简单即真诚的认识论和伦理说第3章 简单即真诚：走出后现代传播语境的悖论 3.1 对简单的再定义 3.1.1 简单的形而上 3.1.2 简单的三个模式 3.1.3 简单的三个二律背反 3.2 简单即真诚：走出现代传播语境的悖论 3.2.1 传播过度与大脑有限悖论的经验描述 3.2.2 困境中的人 结论 简单即真诚：走出后现代传播语境的悖论参考文献跋

章节摘录

第1章 后现代传播语境的悖论 1.1 信息：泛滥与监视 1979年，热衷于信息社会的戈德弗雷（David Godfrey）、道格拉斯·帕克希尔（Diuglas Parkhill）在他们的《谷登堡2》里高声通报了完美交流时代的到来。

他们宣称这是一个集所有时代所有地方所有信息的时代，是一个其他时代不可能拥有的理想的信息交流时代，电脑与现有通讯线路的联姻将使我们的信息财富比过去任何时候都更富有。

他们的支持者也认为人们只要坐在舒适的家中，面对一部装有调制解调器的电脑，就可以进入世界上所有数据库，接触到所有信息。

马克·波斯特认为他们的这种描述使人想起了福楼拜笔下的两个滑稽的角色，他们徒劳地积聚并整理着全部完美的知识和所有真理；萨特也在《恶心》里描述了一个毅然从字母A向字母Z出发，企图通读整个图书馆的反面人物。

波斯特认为这种幻想被当今翻版成为如下的臆想：所有印出来的东西都被编码并存储；由此形成的“图书馆”无一受到“口令的保护”，无一“属私人所有”；人人都可以使用这些信息，且这样的使用不具有政治意蕴；在数字编码、储存、提取、传输及复制过程中，不会丧失任何有意义的东西。

波斯特的反讽虽然颇具后现代的意味，但20世纪80年代中期日本筑波科学城研究人员高居榜首的自杀率也给了他有利的佐证。

筑波的研究人员工作和生活环境堪称优越，由于属于公务员系统，工作压力和竞争压力都相对较小；但是，根据调查，他们每天要受到更多的专业信息“冲击”，容易产生“信息中毒”和“信息失调”症状。

心理学和精神病学研究表明，自杀者大多是精神病患者，如果给动物（如猴子等）以不适当的环境信息输入，就会引起被称为信息中毒和信息失调的大脑障碍。

人类虽然具有比其他动物强的信息处理能力，但人脑的机能并非无限的，当遭受的外部信息输入超过限度时，同样会产生大脑的障碍。

诗人艾略特（T.S Eliot）20世纪初就在他的《摇篮曲》里无不哀婉地预言道“我们从信息中失去了知识，也从知识中失去了智慧”。

· · · · · ·

<<简单即真诚>>

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>