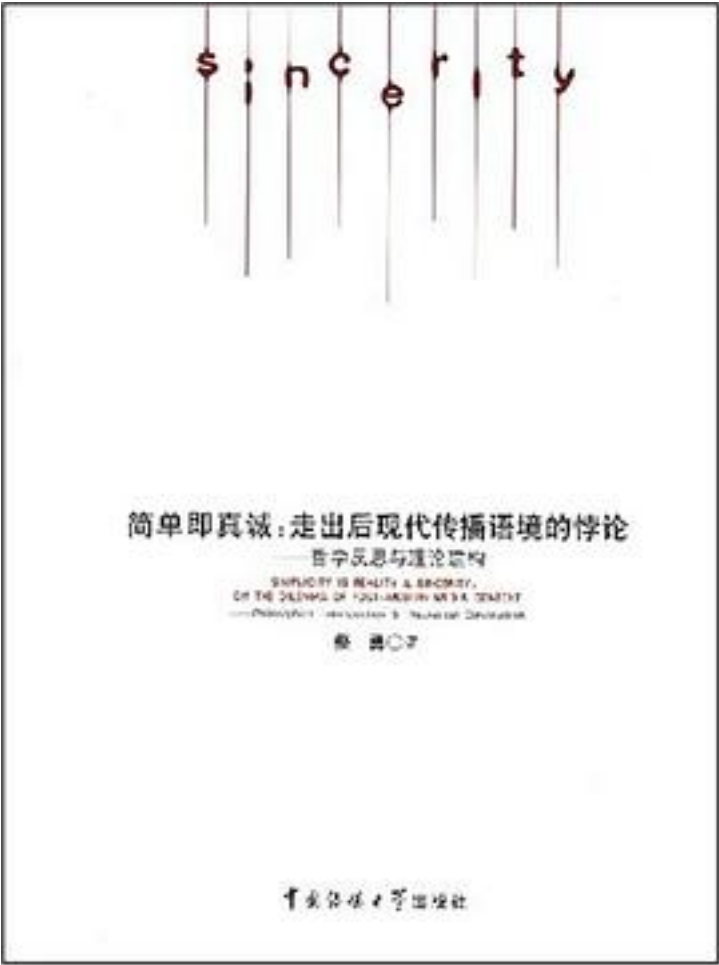


# 简单即真诚



[简单即真诚\\_下载链接1](#)

著者:蔡勇

出版者:

出版时间:2008-7

装帧:

isbn:9787811271409

《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》《消费者发现与主体性缺席——现代广告理论及其运用史评》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，也可以各自为政。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《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》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。

《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》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。

。

作者介绍:

目录:

[简单即真诚 下载链接1](#)

标签

英语

悖论

当代哲学

简单即真诚

后现代

## 评论

思维较混乱，或言，过于抽象，在对于一些观念的解读上想要融合的太多，最终导致一个也没讲好。

-----  
[简单即真诚\\_下载链接1](#)

## 书评

-----  
[简单即真诚\\_下载链接1](#)