第一图书网, tushu007.com

<<媒介伦理学（中文版）>>

图书基本信息

书名：<<媒介伦理学（中文版）>>

13位ISBN编号：9787300065809

10位ISBN编号：7300065805

出版时间：2006-3

出版时间：中国人民大学

作者：[美]菲利普·帕特

页数：337

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

本书着眼于伦理学在21世纪信息社会各种媒介中的应用，通过文本、案例、图片来向读者展示如何更好地、更合乎伦理道德地完成工作。
作者汇编了大量最新的关于媒介伦理的案例，将讨论锁定在媒介及从业者面临的伦理难题上，但又将讨论推向问题的实质，并将适当的理论引入决策过程，通过精心设置的思考题设法使学生能够自主进行道德判断。
本书既可以用作媒介伦理学课程的主教材，也可用作新闻写作、媒介与社会、广告与公关、新闻摄影等课程的伦理部分的补充教材。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

菲利普·帕特森　俄克拉何马基督教大学传播学教授。
李·威尔金斯　密苏里大学哥伦比亚分校教授，曾任教于州立科罗拉多大学。

书籍目录

序前言鸣谢第1章 伦理抉择导论作出伦理抉择博克模式伦理抉择指南伦理“ 科学 ”随笔　案例与道德体系第2章 信息伦理学：寻求真相的职业导论变化的真相观究竟是谁在发言？
眼见并非为实定义和构建新闻实现目的的手段合乎伦理的新闻价值观案例2-1 作为劝服方式的新闻：《纽约时报》vs. 李文和案例2-2 配偶受罪：一位南卡罗来纳州电视记者试图保护其消息来源案例2-3 客观性报道何时成了不负责任的报道？
案例2-4 哥伦拜恩：新闻与社区——一种平衡行为案例2-5 一名家乡英雄的功败垂成第3章 广告伦理学：从购者自慎到授权导论你每时每刻都在付钱想一想受众：从说服理论到哲学人类学推敲讯息：TARES测试广告的特殊问题：脆弱的受众案例3-1 超人的超级杯奇迹案例3-2 从混乱中突围：令你三思的广告案例3-3 剽窃工厂案例3-4 如果让耐克参加案例3-5 清醒的困境第4章 忠诚：在相互竞争的忠心之间选择忠诚，作为社会契约的一部分乔赛亚·罗伊斯的贡献作为一种职业的新闻事业波特方格案例4-1“ 人们从何知道你的名字：小市场中的报道和名种关系 ”案例4-2 临终选择案例4-3 一个人的悲剧，另一个人的奖品案例4-4 保守秘密：左右为难的公共关系案例4-5 记者背后：CBS新闻与《新闻报》之争第5章 公共关系：褒与贬新闻事业与公共关系：最典型的斗争职业历史在敌对的社会中进行辩护眼见并不为实：录像中的新闻稿结论案例5-1 辞职，告发，还是随波逐流案例5-2 公共关系在阿拉尔恐慌中的作用案例5-3 需要帮助的例子案例5-4 运动鞋现象：社会价值观vs.可销售性第6章 陷私：在地球村寻求独处第7章 民主社会中的大众媒介：恪守承诺第8章 媒介经济学：截稿时间迁就利润底线第9章 画面在此：图片和视频新闻伦理学第10章 赛博空间中的伦理学：新问题与新角色第11章 艺术和娱乐的伦理尺度第12章 成为有道德的人参考文献索引

第一图书网, tushu007.com

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