

<<媒介化风险与传媒责任伦理>>

图书基本信息

书名：<<媒介化风险与传媒责任伦理>>

13位ISBN编号：9787807616726

10位ISBN编号：7807616725

出版时间：2011-11

出版时间：岳麓书社

作者：燕道成 著

页数：267

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>

## <<媒介化风险与传媒责任伦理>>

### 内容概要

《媒介化风险与传媒责任伦理》分为四个部分：第一部分是第一章导论，第二至第三章是全文的立论基础，第四至第五章是主体部分，第四部分为结论。

在研究方法上，《媒介化风险与传媒责任伦理》结合传播学、伦理学、社会学、经济学、心理学等学科的研究视角，采用理论与实践相结合的研究方法，使用分析与描述的手段，对传媒责任伦理确立的前提与依据展开了探讨，对传媒失责问题的产生和形成的伦理原因进行了深入分析，从传媒从业者个体与传媒组织两个方面的责任伦理入手，探讨解决中国传媒失责问题的伦理对策和传媒责任伦理的建构路径，具有一定的创新意义。

## <<媒介化风险与传媒责任伦理>>

### 作者简介

燕道成，湖南桃源人。  
博士，湖南师范大学新闻与传播学院副教授，主要研究方向为传播学。  
已在《新闻与传播研究》、《国际新闻界》等CSSCI期刊上发表论文20余篇。  
主持教育部课题1项、湖南省自科课题1项、湖南省教育厅课题2项。  
2009年获湖南师范大学树达学院第一届教学优秀奖，入选2011年度湖南师范大学青年优秀人才培养计划。

## <<媒介化风险与传媒责任伦理>>

### 书籍目录

#### 摘要

#### 第一章 导论责任伦理：传媒伦理研究的新视域

##### 第一节 国内外传媒责任伦理相关研究概述

- 一、关于传媒责任理论产生的时代背景
- 二、关于传媒责任理论的主要内容
- 三、关于强调传媒责任的目的
- 四、关于传媒责任理论的发展：“公共新闻”的理念与实践
- 五、中西传媒责任观的比较分析
- 六、传媒责任理论研究现状的不足

##### 第二节 传媒时代：为什么要倡立传媒责任伦理

- 一、现代社会的媒介化生存
- 二、传媒时代：为什么要倡立传媒责任伦理
- 三、责任伦理的新维度
- 四、责任伦理的必要性

##### 第三节 研究的主要内容、意义与方法

- 一、研究的主要内容
- 二、研究的主要创新点
- 三、本书研究的理论意义与现实意义
- 四、本书的基本研究方法

#### 第二章 责任伦理及其思想流变

##### 第一节 责任与责任伦理

- 一、责任的界定
- 二、责任的类型
- 三、责任伦理及其特征
- 四、责任伦理与传统伦理的关系

##### 第二节 责任伦理思想的历史演进

- 一、理性主义的责任观
- 二、神正论的责任观
- 三、契约论的责任观
- 四、存在主义代表萨特的责任观

##### 第三节 当代责任伦理思想的兴起

- 一、马克思·韦伯的责任伦理与信念伦理
- 二、汉斯·尤纳斯、汉斯·伦克的整体性责任伦理
- 三、欧文·拉兹洛的责任伦理实践

#### 第三章 传媒责任伦理的前提、依据和基本构成

##### 第一节 传媒责任伦理的前提

- 一、传媒责任产生于传媒的产业属性与事业属性
- 二、传媒的身份定位——媒体公民

##### 第二节 传媒责任伦理的现实依据

- 一、传媒作为利益关系的存在——传媒责任的必然性
- 二、传媒作为契约性的存在——传媒责任的必要性
- 三、传媒作为“生态”系统的存在——传媒责任的应然性

##### 第三节 传媒责任伦理的理论依据

- 一、传媒自由与责任伦理
- 二、传媒权利与传媒责任

<<媒介化风险与传媒责任伦理>>

.....  
第四章 传媒从业者个体的责任伦理追问  
第五章 传媒组织的责任伦理探寻  
结语责任伦理：建构传媒伦理的新思路  
参考文献  
后记

## <<媒介化风险与传媒责任伦理>>

### 章节摘录

(一) 媒介化社会的到来 人类在很长的历史时期内,生活在自然存在和经过先辈改造了的环境中,这是一种能够清晰感觉到的现实环境。

现在,由于大众传播媒介的普及以及信息社会的到来,人们得以在感受外部世界方面自我扩张。在不知不觉中,人们总是习惯于接受和理解来自全球各地的各种传媒信息,生存于大大超出自身可以亲身感受的现实环境的另一种环境即“拟态环境”中。

这种环境不是人们实实在在能够感觉到的事件或直接听到的观点本身,而是关于它们的复制符号或摹写。

它是与现实环境并存的拷贝世界或象征世界。

由于现代传播媒介及时迅速、无所不传、图文并茂的信息展现方式,使得人们通过传播媒介就可以了解更多的信息。

人们便心甘情愿地将传播媒介所营造的信息环境作为自己了解世界的重要“窗口”和自身行为的重要参照体系。

面对着“客观的信息”,人们早已失去了选择的能力:闭塞视听意味着灭亡,而接受的结果便进入了一个传媒加工过的“拟态环境”之中。

在现实的世界里,我们用虚拟的观点改造着生活,而我们的生活在某种意义上又形成了虚拟的观点。

这就是信息时代一种特有的社会现象——“信息环境的环境化”。

在虚拟和现实的互动里,我们用现实映射的虚拟思想创造着整个世界。

.....

<<媒介化风险与传媒责任伦理>>

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>