第一图书网, tushu007.com

<<传播与伦理>>

图书基本信息

书名：<<传播与伦理>>

13位ISBN编号：9787810817875

10位ISBN编号：7810817876

出版时间：2007-3

出版时间：湖南师范大学

作者：邓名瑛

页数：294

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

<<传播与伦理>>

前言

书山之名，缘自两义：一为学院居处日书山，一为“书山有路勤为径”之书山，一实一虚，既是作者共同栖居笔耕之地的标记，又是作者共同进取、心无旁骛、勤在书山心志的表达。

人是情感之物，敝帚自珍，陋室自铭，居山则情满于山，居水则情溢于水。

刘禹锡《陋室铭》日：“斯是陋室，惟吾德馨。

苔痕上阶绿，草色入帘青。

谈笑有鸿儒，往来无白丁。

可以调素琴，阅金经。

无丝竹之乱耳，无案牍之劳形。

南阳诸葛庐，西蜀子云亭。

孔子云：‘何陋之有?”’可谓神气十足也。

而今我谓书山，不唯“何陋之有”，且神圣美好难尽言也。

说陋亦陋．书山座落之红楼，乃20世纪50年代所建，原为学校老图书馆，现为我院教学楼。

“新三年，旧三年，缝缝补补又三年”．砖旧木朽，已如将将就就之旧衣裳了。

然情人眼里出西施，书生钟爱不离书，拙作《书山抒怀》写道：“山因书名．书以山存，无山之形胜则缺书之静远，无书之精魂则少山之生命。

书山，书山，志书也，恋书也……静静的揭页声，悄悄的笔走声，教师的肺腑之声，学子的赤诚心声，构成此山此楼不竭之籁，构成她的生命之河……书是书山的质地，是书山的魂魄，是书山的情愫!无形之书山与有形之书山相得益彰。

第一图书网, tushu007.com

<<传播与伦理>>

内容概要

本书是我承担的国家社科基金资助课题《塑造传媒文化的灵魂——大众传播中的伦理问题研究》的最终成果，书稿写成于两年前，成果鉴定经历了18个月。
在不算漫长的等待中，鉴定结果终于出来了。
尽管在18个月的等待中，本人对书中所涉及的一些问题又有了新的思考和看法，但就传媒本身来说，其存在的问题依然“涛声依旧”。
例如，广告传播中的违法广告和不符合伦理道德的广告依旧充斥于报纸、杂志和电视，这使我想到类似的研究在现实面前是如何的无力与无助！
本书从选题到内容安排都是本人独立确定的，写作过程中，我的研究生谭平剑帮我写了娱乐传播部分、杨秀刚写了网络传播部分的初稿。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

邓名瑛，1963年出生，湖南桂阳人，武汉大学哲学博士，湖南师范大学新闻与传播学院和公共管理学院教授，传播学硕士生导师与哲学博士生导师。
主要从事传媒伦理、中国伦理思想史和中国哲学史研究。
发表学术论文三十余篇，出版专著3部。
主持国家社科基金课题1项、省部级课题多项。

第一图书网, tushu007.com

<<传播与伦理>>

书籍目录

绪论 一、传播与伦理释义　1.传播概述　2.伦理概述 二、传播与伦理的契合 三、从生命逻各斯到意识形态逻各斯：伦理影响　传播的两个阶段 四、传播伦理学的研究范围第一章　新闻传播中的伦理问题 一、真实性及其伦理边界　1.真实性原则的伦理依据　2.真实性背后的伦理冲突　3.解决冲突的尝试性思路 二、新闻传播与社会公正　1.社会公正释义　2.新闻传播应促进社会公正的实现　3.给予当事各方同等地表达意见的机会　4.在报道对象的范围上平等地对待社会各阶层 三、“有偿新闻”的伦理批判　1.“有偿新闻”及其产生的原因　2.“有偿新闻”对伦理道德的背离　3.加强道德自律，杜绝有偿新闻 四、“新闻炒作”的伦理拷问　1.新闻炒作及其产生原因　2.新闻炒作的实质是传媒利己主义　3.遏制新闻炒作 五、新闻传播和尊重他人隐私权的问题　1.隐私权的界定　2.新闻传播活动中发生侵权的原因　3.一种道德上的权衡第二章　广告传播中的伦理问题 一、广告及其广告传播中涉及的利益关系 二、广告传播的真实性问题　1.广告真实性的含义　2.不真实广告的表现及其原因　3.对广告真实性问题的几点说明 三、性元素广告的伦理问题　1.中国广告中性元素广告的表现　……第三章　娱乐传播中的伦理问题第四章　网络传播中的伦理问题第五章　跨文化大众传播中的伦理问题参考文献后记

第一图书网, tushu007.com

<<传播与伦理>>

章节摘录

一、传播与伦理释义　　何谓传播？
何谓伦理？
这是我们在研究传播伦理时，必须首先作个简单交代的问题。
1.传播概述　　什么是传播？
在英文中，“传播”一词是communication，译成汉语可有多个大体上的对应词，如“传通”、“交流”、“交际”、“通讯”、“交通”等等。
但是，这些词也只是大体对应而已，在汉语中，其实找不到和communication完全对应的词。
然而，有一点却是共同的，即无论是“传播”还是“communication”都包含了“传达”（消息、意识等）及“传染”（疾病）之意。
在这两种含义中，就传播学的研究对象来说，不包含“传染”之意。
传播学所研究的“传播”只涉及“精神内容”的流动，而不涉及“物质内容”的流动。
因此，把communication翻译成“传播”应该说还是较为恰当的。
传播是人类社会普遍存在的现象。
人是社会性的存在物，人类要生存，要发展，就必须和他人进行物质和能量的交换，也需要进行思想和情感的交流，这些都是广义的传播。
我们每天读书看报、看电视听音乐、与人交谈、说服他人、接受指示等等，都是具体的传播行为；婴儿的哭笑、爬抓等同样也是传播行为。
从这个意义上说，传播就是信息的传递活动。
若从这个意义上来理解传播，那么，传播其实是早于人类社会的。
因为，既然传播是信息的传递活动，而信息是物质的普遍属性，所以，不仅人类社会存在传播现象，就是在人类社会以外的有机界乃至无机界都存在传播现象。
但传播学只研究社会传播现象。
根据这一理解，传播学者大都把传播定义为社会性信息的传递过程，即传播是在人与人之间进行的信息传递活动，是信息的双向交流过程。

第一图书网, tushu007.com

编辑推荐

《传播与伦理：大众传播中的伦理问题研究》从选题到内容安排都是本人独立确定的，写作过程中，我的研究生谭平剑帮我写了娱乐传播部分、杨秀刚写了网络传播部分的初稿。

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