**2018年(广告)传播伦理研究前沿整理**

**整理者：17级广告学 叶子欣；16级新闻学 欧阳雪**

**1. 《原生广告消费者伦理感知的扎根理论研究》**

作者：康瑾、钱莉莉

期刊：《湖北民族学院学报(哲学社会科学版)》2018年04期

摘要：

数字时代,广告原生化成为一种重要趋势,其中隐含了许多新的伦理问题。本研究针对原生广告的消费者伦理感知进行探索性研究。通过深度访谈获取消费者接触原生广告时的感受,然后采用扎根理论方法依次进行开放式编码、主轴编码和选择性编码,最终析出价值导向的伦理感知关键概念。研究发现,在原生广告情境下,消费者主要从自主、互惠、诚实以及不伤害四个维度形成广告伦理感知。研究最后提出了研究成果在广告实践中的应用价值,并就研究不足和未来的研究方向进行了阐释。

**2. 《浅析儿童观视角下的广告伦理失范与重构》**

作者：乔鹏飞（河南大学新闻与传播学院）

期刊：《视听》2018年07期

摘要：

现如今是一个充斥着形形色色广告的时代,让人眼花缭乱。广告能够对社会产生巨大的、潜移默化的影响,甚至会影响一个民族的精神文化品质。儿童广告,与儿童的健康成长直接相关,也关系到社会的未来发展。关于儿童广告伦理缺失问题的症结,本文从社会环境、家庭环境、广告从业人员三方面进行分析。

**3. 《VR广告伦理问题研究》**

作者：丁慧玲

摘要**：**

VR(Virtual Reality)技术是一种仿真技术,它通过计算机可以生成一种虚拟情境,在这种与现实环境高度接近的数字化环境中,用户只需佩戴上相关设备即可与环境中的事物进行互动。高度的沉浸性、互动性和构建性是VR技术的重要特征,并且其内容产品可以通过电脑、手机等媒介呈现给受众,与广告的天然契合性使得VR技术与广告的结合成为一大热门。VR广告的作用日益凸显,但由于广告与生俱来的功利性,VR广告依然不能幸免于经济发展和伦理失范这一悖论。广告伦理是一切广告活动中必须遵循的道德规范和行为准则,能够指导和保障广告业的健康有序发展。VR广告伦理是对VR广告主体(广告主、广告公司、广告媒体)、广告客体(广告受众)以及广告监管之间利益关系的规范和调整,需要确立的是能够对VR广告参与者进行指导和约束的道德规范和行为准则。本文引言部分对国内外研究现状进行了分析和评价,并对研究背景、研究意义、研究内容及研究方法做了简要介绍;第二部分主要对VR广告和VR广告伦理进行了简要的概述;第三部分从真实性、价值观和广告审美这三个方面对VR广告伦理进行审度;第四部分结合具体的VR广告案例分析概括当下已经有所凸显的VR广告伦理失范现象,并对VR广告伦理问题及伦理失范现象出现的原因及危害作了详细分析;最后,尝试构建一套切实可行的VR广告伦理体系,以期对VR行业的健康良性发展发挥一定的参考和指导作用。此外,广告伦理学作为一门学科,发展历史较短,研究涉及的内容较少。VR广告正处在爆炸式增长期且行业前景一片大好,目前国内外对VR广告的伦理问题还限于讨论,并未进行深入的研究分析。因此,本文尝试对于VR广告伦理问题进行研究分析,希望能够在一定程度上丰富广告伦理学的研究内容。

**4. 《互联网广告的伦理问题及其治理路径》**

作者：佘朝虎

期刊：《新闻战线》2018年06期

摘要：

伴随着互联网的快速发展,互联网广告也迅速发展并成为互联网产业的重要支柱。与此同时,互联网广告也出现了虚假广告、侵犯隐私、传播淫秽等问题,而目前我国对互联网广告的治理仍然面临着法治、监管等方面的问题。为此,本文提出了一些相关建议。

**5. 《浅析我国中小企业的营销伦理问题》**

作者：杨元利

期刊：《河北企业》2018年02期

摘要：

本文通过分析一些中型或小型企业在销售活动中对众多消费者切身利益可能造成的伤害和对市场资源的浪费,以及对生态环境的破坏问题,认为他们不良行为的产生是现存市场经济体制的利益驱使、西方营销观念的消极影响以及消费者自身警惕意识过低而形成的,目标是形成一个高效有力的判断系统,使我国中小型企业实现可持续发展。

**6. 《广告伦理失范的原因和治理路径分析》**

作者：黄祎

期刊：《新闻研究导刊》2018年18期

摘要：

2018年9月,国家广播电视总局发布《关于开展广播电视广告专项整治工作的通知》,通知中强调将大力整治广告市场的种种乱象。当今环境下,商品市场竞争激烈,问题广告频繁出现,本文就广告伦理失范现象对其原因进行分析,并提出治理建议和对未来的展望。

**7. 《国内数字营销伦理乱象探因与治理研究——基于数字营销从业精英的访谈》**

作者：胡振宇

期刊：《当代传播》2018年18期

摘要：

伦理问题与数字营销相伴而生,近年来不断引发公众焦虑和热议。本文采用质性研究方法,选取当前国内数字营销领域的高层管理者为研究对象,通过设置开放性问题,围绕数字营销伦理议题进行深度访谈。从研究结果看,数字营销延续了传统营销中出现的伦理乱象,同时又生出新型伦理问题,需从自律和他律两个层面加大治理力度。

**8. 《广告之变，广告之忧》**

作者：杨皓

期刊：《检察风云》2018年17期

摘要：

广告培育的价值观念实太注意物质利,而人们谋求财富的欲望常常是一发而不可收的——大卫·奥格威广告是一种高度开放性的大众传播行为,在信息时代扮演着极为重要的角色,已成为现代社会不可缺少的生活要素。1948年,美国营销协会定义委员会给出了迄今为止影响较大的广告定义:广告是由可确认的广告主,以任何方式付款,对其观念、商品或服务所作的非人员性的陈述和推广。

**9. 《新媒体环境下问题广告的治理机制研究》**

作者：李敏、程星

期刊：《新媒体研究》2018年14期

摘要：

随着新媒体技术的应用和发展,广告的创作平台和传播渠道被拓宽,问题广告的监管和治理也越来越棘手。新媒体形势下,从大众传播层面的教育和监测功能来寻求问题广告的治理机制成为可能。从大众传播层面治理问题广告重在多渠道多角度地加强广告伦理教育理论和实践的统一,拓宽媒体、社交等的线上宣传渠道,丰富有奖参与等线下活动,加强监管问题广告的传播范围与效果,监测广告创作和传播环境,从而推动广告业的健康有序发展。

**10. 《西方广告伦理实践及理论研究的演进》**

作者：康瑾

期刊：《现代传播(中国传媒大学学报)》2018年02期

摘要：

当广告活动对社会产生机制性影响时,广告伦理问题就出现了。西方社会对广告伦理问题的关注先后聚焦于医疗广告、欺骗广告、恶劣品味和物质主义等方面。20世纪初在"专业化"动机的驱动下,广告从业者开始建立行业协会,通过发布伦理守则等行动,争取广告职业的道德合法性。有关广告伦理的学术研究有六个集群,分别是早期的批判性研究、广告态度的"伦理因子"调查、广告专业化的"伦理要素"讨论、广告从业者和广告受众的伦理决策模式研究、以伦理问题为中心的数字广告效果研究,以及广告伦理教育和伦理规范研究。

**11. 《行走在虚假宣传边缘的医疗广告——以莎普爱思滴眼液广告文本为分析对象》**

作者：牛静；常明芝

期刊：《浙江传媒学院学报》2018年03期

摘要：

以浙江莎普爱思药业股份有限公司2012年到2017年在国家食品药品监督管理总局官网上备案的317条广告为文本进行分析,研究发现,莎普爱思除了部分广播稿广告以外,其他平面广告/包装广告和视频脚本广告都属于虚假广告。基于伦理学视角分析,认为其虚假广告不符合伦理学中的绝对命令原则和功利主义原则,同时这些广告也有违广告伦理的真实和公共利益原则,以及生命伦理的尊严和有利原则。同时,针对虚假广告的治理提出了企业应树立社会责任感,媒体应严格广告审核,行政管理部门应完善广告发布前的审查和发布后的处罚等建议。

**12. 《从国家社科基金立项项目看广告学术研究热点》**

作者：赵新利；宫效喆

期刊：《广告大观(理论版)》2018年03期

摘要：

本文梳理了广告相关国家社科基金的立项项目年度分布、类别分布、项目负责人职称分布、立项项目机构地区分布、获得立项的机构情况、项目负责人立项次数、立项项目学科分布、在新闻学与传播学立项项目中的占比等,并详细考察了59项立项项目的项目主题,据此考察分析了广告研究的热点,并对今后广告相关国家社科基金的发展和广告学研究做出展望。

**13. 《企业伦理管理驱动企业持续发展的机理研究》**

作者：程月明；程怡

期刊：《江西社会科学》2018年08期

摘要：

企业和社会相分离、管理和伦理相背离的发展模式不可持续,在新时代迫切需要有新的商业模式、管理理论和管理模式出现。在当今创新驱动发展的背景下,企业必须一马当先进行技术创新和管理创新,探索符合新时代要求的企业实现持续发展的新途径。企业伦理管理就是创新驱动发展背景下的一种企业管理创新。本文以2010—2016年中国制造业上市公司为研究样本,通过实证分析得出结论:企业生态伦理管理、企业营销伦理管理和企业人力资源伦理管理,均对企业持续发展具有正向驱动作用;管理创新和技术创新的水平变化,会影响企业伦理管理对企业绩效和企业成长性的驱动作用;企业绩效和企业成长性对企业持续发展,也具有正向推动作用。因此,企业应树立社会营销观念,建立企业生态管理模式,从管理科学主义的"物本管理"过渡到管理人道主义的"人本管理"。

**14. 《大数据营销中的伦理问题探析》**

作者：李欣

期刊：《现代营销(下旬刊)》2018年05期

摘要：

大数据营销快速发展,很多人看到它带来巨大好处的同时,却可能忽视其中存在的伦理问题。本文对现行的大数据营销运作中存在的伦理风险进行分析,并解析目前的伦理困境及其成因。

**15. 《德育教育嵌入营销学课程中的内容研究》**

作者：葛志琼

期刊：《Science and Engineering Research Center会议论文集》

摘要：

社会市场营销观念产生之后,营销道德和企业社会责任日益受到企业的重视。将营销道德嵌入营销学课程中,有利于提高营销人员的职业素养;从宏观上看有利于提高竞争力,形成良好的营商环境,也有利于人与自然的和谐,有利于实现中国梦,构建人类命运共同体。本文从营销伦理、社会主义核心价值观、营销中的爱国主义和民族精神、企业社会责任与人类命运共同体、营销人员其他职业素养等五个方面,研究了德育教育嵌入营销学课程中的内容。

**16. 《The role of normative marketing ethics》**

作者：Gene R. Laczniak; Patrick E. Murphy;

期刊：《Journal of Business Research 》

摘要：

Abstract(#br)This essay highlights the importance of normative thinking in marketing ethics and proposes avenues for future research. It begins with contrasting positive and normative ethics. Then, a brief discussion of the literature in the field is included. Arguments offered by those who tend to avoid normative analysis are examined. Four types of normative ethical theories are presented: consequentialism, duty-based ethics, contract-based morality, and virtue ethics. The essay concludes with seven future research directions for normative marketing ethics and customer-brand relationships.

**17. 《普适传播的技术逻辑与伦理审视》**

谢亚可

期刊：《伦理学研究》2018年03期

摘要：

以普适计算为代表的新一代信息技术融合创新正在催生一场新传播革命——普适传播.普适传播具有泛感知、泛网络、泛媒介、泛智能特征,其终极演进趋势是媒介的"无形无象"和传播的"自然而然".普适传播突破传播主体、渠道和时空限制,人们可以在适宜的时域、空域和场景,以适宜的媒介形式自由便捷地获取适宜的媒介信息和服务,实现与他人(组织)、智能设备和物品之间的智能交流.普适传播技术的"野蛮生长"重塑媒介生态、改写传播规则的同时也会引发或加剧一系列伦理风险.我们必须警惕媒介技术的异化,审慎对待技术的伦理风险,理性拥抱普适传播带来的美妙世界。

**18. 《自媒体时代网络传播伦理发展探微》**

作者：林阿娟

期刊：《闽南师范大学学报（哲学社会科学版）》2018年02期

摘要：

自媒体作为一种智能化、开放化、多元化的新闻传播载体,已经日渐成长为各种信息、观点、民意的集散地,深刻改变着新闻传播方式和社会舆论生态.自媒体时代存在种种网络传播伦理失范的现象,价值失守、制度缺失、舆论对垒和教育滞后是网络传播伦理失范产生的原因.应通过树立正确舆情应对理念、完善网络规范体系建设、发掘培育正向意见领袖以及加大网络传播伦理教育来促进自媒体时代网络传播伦理建设。

**19. 《从“女子高铁扒门"事件看新媒体环境对新闻伦理的影响》**

作者：石诗阳

期刊：《视听》2018年10期

摘要：

如今科技迅猛发展,新媒体的出现和繁荣为新闻传播带来了新的机会,改变了新闻的生产和传播机制,丰富了人们获取信息的方式,但也使得新闻伦理遇到了新的挑战.本文试图通过对"女子扒高铁门"事件中所存在的新闻伦理失范现象进行分析反思,归纳目前新媒体所面临的问题及其产生的原因,并提出解决对策,以期在新媒体环境下更好地解决新闻伦理失范问题,使得新闻真正服务于社会公众.

**20. 《网络自制剧中的伦理失范问题与治理探析》**

作者：贾芮

期刊：《视听》2018年10期

摘要：

互联网时代下网络自制剧迅猛发展,成为与传统电视剧分庭抗礼的新剧种.网剧通过制造槽点、恶搞画面吸引观众视线,以创造高收视率.由于一些网剧有意制造猎奇内容,为异质化的"狂欢"提供滋生繁衍的场所,呈现出低俗化的传播现象,一定程度上阻碍了网络社会环境的健康发展.本文通过分析网络自制剧中的一些失范问题,对网络自制剧的健康传播给出相关建议.

**21. 《社交媒体平台下公益传播的困境与突围》**

作者：兴晨

期刊：《视听》2018年10期

摘要：

移动互联网时代,人们置身并深度依附于社交媒体平台之中.社交媒体的广泛运用拓展了公益的传播渠道,公益不再是精英阶层的特权,助推了人人公益理念在全社会的普及,但同时也滋生了大量传播失范的新型变种.本文着眼于剖析社交媒体平台中伦理失范的表现,并对其整治与规避做出审慎思考.

**22. 《“微时代”背景下大学生交往异化及其超越》**

作者：符海平；罗明星

期刊：《重庆邮电大学学报（社会科学版）》2018年05期

摘要：

“微时代”是集微信息、微社区以及微媒体等多种媒介形态为一体的新传播时代,它不仅蕴含信息传播方式,而且蕴含着人们的交往方式、生活方式.作为新传播方式的实践主体之一,大学生在微平台中的人际关系逐渐异化,其交往已丧失了传统交往的伦理蕴涵,这不仅使现实生活领域日益遭受挑战,而且不利于大学生美德的养成与完善.鉴于此,通过社会主义核心价值观来规避大学生交往价值功利化、加强微平台中隐性德育的渗透、加强网络精神共同体的构建等方式,或许是大学生超越网络交往异化,形成网络共同体认同感和归属感,最终构建和谐伦理共同体的路径选择.

**23. 《自媒体进化:互联网内容生产的新物种与新逻辑》**

作者：王佳航

期刊：《新闻与写作》2018年10期

摘要：

内容生产和分发正从标准化、规模化转向定制化和个性化.全球性的内容创业潮并未谢幕,头部自媒体从初始时期的野蛮生长进化为新型数字内容生产机构,成为互联网内容生产不容忽视的新物种、新力量.技术驱动下,传媒业生态重构,传播规则演变.本文详细考察了互联网内容生产新生态下涌现的新力量,解析其新的生产方式、传播关系、商业模式,力求探究基于平台型媒体的内容生产范式的规律、特点、优势与风险.

**24. 《从“信阳杰克”普吉岛救人事件看正能量报道的原则坚守》**

作者：何正权

期刊：《中国记者》2018年10期

摘要：

通过反思不久前泰国沉船事故中“信阳小伙杰克”传播事件,作者认为,要尊重新闻事实、深入一线、厘清真相,绝不能为了蹭热点而一厢情愿地“创造”新闻,编造故事.

**25. 《视觉传播场域中的短视频伦理探讨》**

作者：张婷

期刊：《青年记者》2018年27期

摘要：

早在20世纪30年代,德国哲学家海德格尔就在《世界图景的时代》中预言,视觉化将是无法阻挡的趋势.他指出:“世界图景并非意指一幅关于世界的图画,而是作为一幅图画而加以理解和把握的世界.”①当前,我们的世界正在经历着“图像富裕”的公共图像文化狂欢. 视觉影像作为媒介传播手段中一种强有力的表现方式,跨越了语言和文字,使处在不同国度、不同语言的各民族人群可以共享.当手机成为人人手中的易得媒体,“世界图景”及时又直接、生动又形象地展现在我们面前.用户可以使用手机随时观看、创作、分享短视频,不受时空束缚.然而,这些短视频中充斥着大量迎合用户低级趣味的内容.随着违背伦理道德的短视频大量产生,其带来的消极功能不断考验着用户,并影响着整个社会的舆论走向、价值取向.

**26. 《全球传播视阈下西方媒体"他者"报道中的伦理问题探究》**

作者：吴隽然

期刊：《东南传播》2018年09期

摘要：

随着大众传播由自由主义时代过渡到社会责任论时代,关于媒介伦理的研究越来越被学界和业界所关注.随着全球化进程的日益加快,西方跨国媒体对其他国家和地区的"他者"报道越来越多,在此过程中不可避免地出现了一些伦理问题.本文将就西方媒体"他者"报道中伦理问题产生的背景、原因进行分析,并试图提出一些可资参考的解决方案.

**27. 《智能连接时代个人隐私权的终结》**

作者：吴飞；孔翔雯

期刊：《现代传播》2018年09期

摘要：

隐私问题在新媒体时代面临挑战.本文从隐私与隐私权、公共监管与个人利益以及新技术与新语境三个维度,并结合当下的争议性新闻事件,分析了数字时代的信息传播、个人隐私与网络、媒介伦理在具体社会语境下的内涵流变.新的技术卷携着新的危机和新的希望一道而来,只坚持传统社会和大众传播时代的隐私权观点无法满足当下的现实要求,新的认知观念和法理规范持续在数字领域不断进行调适,只是如何调适还需要更精细的研究与实践.

**28. 《抖音内容生产机制及弊端》**

作者：杨琼；施威

期刊：《青年记者》2018年26期

摘要：

抖音的崛起造就了“狂欢式”的视觉技术革命,但在其时尚创新的外表下隐藏着深层次的伦理问题,剥开资本、市场、用户等外层要素后,内容生产所暴露的诸多弊端令人警醒.因此,从技术角度探讨抖音的内容生产机制及其弊端,有利于促进短视频平台完善自我,从“旁门”进入“正统”. 抖音内容生产机制及其特征 1.基于互动仪式链理论的情感集聚机制.根据互动仪式链理论,网络互动仪式包含四个基本要素:身体在场、对外设限的圈内关注、共同的关注焦点和情感体验.抖音在音乐短视频领域成功践行了这一理论,构建了独特的题材挖掘与传播机制.通过场景直播营造“身体在场”情景.构建这一机制绝不止于获得受众,其实质是“基于日常生活以空间面向为主导的多元实践”,旨在让用户集结成相对稳固的虚拟社群.

**29. 《浅析新媒体时代广告中社会伦理责任的重塑性表达》**

作者：于钦密

期刊：《长江丛刊》2018年26期

摘要：

数字化信息传播对我们生活方式、思维方式、社会生产格局等产生深远影响.在泛信息化的浪潮中,也引发了了一系列社会冷漠、伦理责任缺失、手机病等社会性问题.本文对新媒体时代广告中所出现的伦理缺失现象与成因做简要分析,在此基础上探讨新媒体广告在重塑社会伦理责任中的作用与途径.

**30. 《新闻评论的伦理责任和伦理问题》**

作者：德吉央宗

期刊：《新闻研究导刊》2018年17期

摘要：

新闻评论的伦理问题,本质上是和新闻评论的写作者、传播者,评论的受众有关系,主要是关于人的行为是否符合道德规范或者是公益性的讨论.随着新闻报道改革的深化,目前新闻评论不仅是提升新闻媒体竞争力的重要平台,同时也是新闻媒体的主要载体和重要形式.尤其在现代社会相对于传统的新闻评论模式有明显的不同.由于我国对新闻评论的规范和标准要求不够成熟,我国的新闻评论存在一定的伦理问题.本文主要是从新闻评论的伦理问题以及伦理责任进行分析,并展开有益的探讨.

**31. 《微信伦理与政府信息博弈》**

作者：夏平

期刊：《新闻研究导刊》2018年17期

摘要：

随着我国移动终端网络信息技术飞速发展和信息现代化的进一步深化,关于移动互联网手机终端公共决策的通信安全、信息传播、身份验证安全、大数据隐私、利益冲突、物质冲突以及由此引发的伦理问题必然会变得更突出繁杂.为了解决我国社会现实中移动互联网手机终端网络信息微信的伦理问题,有必要对政府公共决策的移动手机互联网安全伦理问题进行专门的、系统的研究.如今繁杂的移动手机终端网络里,政府公共政策无处不在.政府公共政策已成为现代政府管理移动手机网络终端公共事务、调节和控制微信用户利益关系与分配微信公共资源的有效工具.

**32. 《新媒体背景下传媒伦理失范现象、原因及对策分析 》**

作者：张少君

期刊：《无线互联科技》2018年17期

摘要：

新媒体的诞生和快速发展,使现代媒介传播技术发生了巨大的变革,人们的社会生活方式也随之发生了翻天覆地的变化.然而,在新媒体的影响广泛渗透到社会各个层面以后,传媒伦理失范问题也接踵而至.因此,文章探析了新媒体背景下传媒伦理失范成因,构建新媒体背景下新的传媒伦理体系.

**33. 《人工智能时代的价值传播》**

作者：李思屈

期刊：《新闻与写作》2018年09期

摘要：

以人工智能为代表的新科技集群对当代生活和当代新闻传播业的改变,与传播的碎片化和当代社会人性深处的价值危机相伴随,突显了价值传播问题的迫切性.通过梳理价值传播的相关概念,探索新科技条件下价值传播的规律,建构价值理性与工具理性相平衡的传播价值论,捍卫传播正义,守护和传播科技伦理,是当代传播学面临的重大课题.

**34.《灾难性报道新闻图片的伦理问题》**

作者：李娜

期刊：《东南传播》2018年08期

摘要：

灾难性新闻报道中摄影记者在图片的拍摄及运用方面容易出现渲染悲情,侵扰悲痛等问题,长此以往,不仅会对受众造成心理压力,还会对整个社会产生潜移默化的负面影响.正如我们所知,中国目前正处于风险社会,信息流动具有极大的不稳定性,而越来越多的受众通过新闻图片了解信息."读图时代"的来临,使得新闻图片伦理问题越来越严重,所以,本文主要探讨灾难性报道新闻图片的伦理问题,以此来警醒更多的人关注新闻图片的伦理问题.

**35.《自媒体新闻传播伦理失范问题探究》**

作者：侯盛楠

期刊：《时代报告》2018年16期

摘要：

随着互联网技术的发展,自媒体应运而生.与传统媒体相较,自媒体有其自己的突出特点.但是,自媒体是一把双刃剑,在给人们的日常工作和学习生活带来便利和乐趣的同时,也出现了一些诋毁国家和个人的虚假谣言、色情低俗信息的泛滥以及新闻侵权等新闻传播伦理失范的现象,误导着大众的世界观、人生观和价值观.就当前自媒体新闻传播活动中存在的伦理失范现象,提出自己的一些看法.

**36.《浅谈网络群体性事件中的传播伦理与法规——以"留美学生演讲辱华"事件为例 》**

作者：周文静

期刊：《视听》2018年08期

摘要：

互联网技术的迅速发展,尤其是新媒体社交平台的移动化,很大程度上推动了社会热点事件的广泛传播,但同时也带来了一系列传播伦理与法规问题,造成了"人肉搜索""网络暴力"等不良影响.文章以"留美学生演讲辱华"事件作为案例,分析网络群体事件中的传播伦理和法规问题,并针对这些问题提出相应的建议,以期构建一个理性的互联网舆论空间.

**37. 《规范与挑战:媒介伦理普适准则的理论探索——评牛静译著《全球媒体伦理规范译评》**

作者：卢家银

期刊：《青年记者》2018年24期

摘要：

媒介的规范化运作一直是我国新闻传播界的理想与奋斗目标.改革开放以来,除了媒介管理部门的直接要求和行业组织的大力约束,新闻学界和业界的许多有识之士都曾为之振臂鼓呼或身体力行,以期建立完善的具有中国特色的媒介伦理规范体系.然而,在媒体“事业单位、企业化管理”的过程中,迫于发展环境、生存压力和技术挑战等一系列复杂因素的影响,不少媒体至今仍然未能摆脱媒介伦理失范的实践困扰.特别是在当下,伴随着大数据、人工智能和互联网的飞速发展,数据收集、算法推送和传播伦理等新旧问题再一次浮出水面,媒介伦理由此迅速成为媒介融合和国家治理中的重要议题.

**38. 《新媒体时代青年社会主义核心价值观的传播——基于“网红”现象的思考》**

作者：王琦；巩彦博

期刊：《河北青年管理干部学院学报》2018年04期

摘要：

新媒体时代,迎来了前所未有的信息大爆炸.伴随着“网红”群体走红,“网红”现象成为了全社会争议的话题,带来的巨大经济利益令许多人“伸手触及”,但“网红”传播的不良信息对青年的社会主义核心价值观培养形成了巨大冲击,如冲击青年伦理观、违规挑战价值观、侵蚀传统审美观等.新媒体时代更需要探求新的管理体制,完善各大平台自我管理,培育“正能量网红”,将网红品牌和文化底蕴完美结合,探求“互联网十思政教育”的新模式,以便正确引导“网红”发展,发挥其正能量.

**39. 《后真相时代反转新闻的动因与反思》**

作者：冉锟

期刊：《新媒体研究》2018年16期

摘要：

后真相时代的到来,反转新闻频频出现,这是由新闻传播方式造成的,如直筒式传播、片面化报道、自由化传播等.在后真相时代反转新闻逐渐常态化,影响着媒体环境、社会及个人,同时也损害了媒体公信力,伤害了新闻当事人.在后真相时代,面对反转新闻的影响,媒体是应该求快还是求真、是理性还是感性,应该进行深思、选择和取舍.

**40. 《媒体伦理失范现象及其原因》**

作者：马思嘉

期刊：《科技传播》2018年16期

摘要：

媒体伦理问题一直是传媒行业在发展中始终受关注的一个问题,而新媒体的出现也导致了一系列媒体伦理失范现象的出现.媒体伦理失范现象不仅是新闻行业内部自律不足造成的结果,还是公众舆论、政府监督、法律法规等多方面共同作用下的结果.本文试图分析总结新闻媒体伦理失范现象的表现和特点,简要探究其产生的原因,并且据此提出相应的对策.

**41. 《新媒体时代媒介传播面临的伦理困境》**

作者：张欢欢

期刊：《青年记者》2018年23期

摘要：

回顾媒介发展的历史可以看到,对媒介伦理问题的研究贯穿在媒介发展的每一个阶段,正是经过不断的批评、不断的反思,媒介才能适应日益变迁的社会环境,获得发展动力. 从三个维度上思考媒介伦理 1.媒介伦理与新闻伦理.丁柏铨教授认为,一些学者并没有对媒介伦理和新闻伦理进行区分和界定,“新闻伦理与媒介伦理之间的关系十分密切但两者又并非等价的概念.前者侧重于从道德的层面规范传媒从业者的新闻活动,它理当包含在后者之中;后者除包含前者之外,还应涵盖传媒及其从业者的其他活动,例如媒介经营活动等”.①也有学者认为:“传媒伦理是系统地研究‘道德善’的大众传媒当如何履行其职责、大众传媒是否符合它的应当以及媒介从业人员在其媒介行为中对善与恶、正当与不正当的认识与抉择等问题的学科.”

**42. 《如何有效治理网络公共领域》**

作者：朱媛媛

期刊：《人民论坛》2018年23期

摘要：

网络公共领域能够协调国家政权与市民社会的关系,为公众提供自由开放的公共空间,推动社会结构转型升级.当前网络公共领域存在着合理政治建言遭遇困境、网络暴力屡屡发生、理性讨论与现实批判缺席等问题,需采取培育理性的公民意识、推进网络立法工作、强化网络公共领域监管、加强网络传播的伦理管制等措施治理规范网络公共领域.

**43. 《移动互联时代之表情包传播阐释》**

作者：邱源子

期刊：《新闻与写作》2018年08期

摘要：

表情包原本只作为聊天软件的附加功能之一,承担着网络人际传播中辅助交流的作用.随着移动互联时代的到来,表情包的制作数量与使用频次呈现跨越式增长,俨然成为用户的传播日常,源于用户兴趣创造的图像化生活已经成型.表情包映射了人的情感释放与现代审美表达,消解了主流意识与严肃话语,构建了视觉表征与表意实践,凸显了商业价值与市场空间,同时,引发了伦理缺失与侵权问题的产生....

**44. 《赛场冲突引发的网络伦理失范与思考》**

作者：陈文耀

期刊：《东南传播》2018年07期

摘要：

在"人人都是通讯社、个个都有麦克风"的时代,个人作为社会的细胞被互联网全面激活.随着网民话语权的逐渐开放,因体育赛场冲突事件所引发的编造、传播和助长虚假信息的网络伦理失范情况频发.规范网络伦理已成为营造健康网络空间和修复和谐网络生态的重要内容.基于当前网络伦理的相关研究现状,通过分析2017年辽宁女排赛后球员"冲突"事件,思考总结了其中所体现出的网络伦理失范之处,以期提出一些有助于今后规范网络伦理的途径.

**45. 《新媒体的媒介伦理困境及应对之策》**

作者：钱霜霜

期刊：《中国广播》2018年07期

摘要：

媒体监督亦有法治规范与伦理边界.本文运用"注意力经济""把关人""匿名窥私欲"等理论对新媒体传播中的伦理失范现象进行分析,并从媒介市场准入机制、媒体自身行业规范以及公民媒介素质等方面提供相应的应对之策.

**46. 《灾难性新闻摄影报道中的失范与规范研究》**

作者：宋艳丽；王然

期刊：《文艺生活·中旬刊》2018年07期

摘要：

摄影报道是新闻传播的重要形式之一,在视觉传播导向上发挥着独特作用.灾难性新闻作为新闻摄影报道中的重要题材,在图像传播中屡现失范现象.本文对灾难性新闻摄影报道中的失范现象进行详细阐述,并对如何有效规范灾难性摄影报道提出有益观点.

**47. 《构建新媒体传播中的"新新闻伦理"分析》**

作者：刘芳

期刊：《新闻传播》2018年13期

摘要：

新媒体传播的飞速发展是社会进步和经济发展的必然,也是社会建设中必不可少的环节.但作为一个新闻人,应该意识到,媒体传播本身就具有其双面的效果,一方面促进新媒体传播时代的加速到来,另一方面由于缺乏有效的引导与制约,再加上自身的约束能力落后,导致新闻伦理问题随着媒体传播的扩散而日益严重.本文笔者主要从媒体传播中的新新闻伦理问题入手进行分析探究,旨在明确媒体传播中的擦边行为,确定边界,希望可以提高媒体人的职业素养,规范新媒体传播行业.

**48. 《自媒体的核心价值与理性发展》**

作者：单士兵

期刊：《青年记者》2018年18期

摘要：

经历了野蛮生长的自媒体,曾经给人们带来过太多的温暖与期待,又不时让人们有些紧张与失望.在“江歌案”“鸿茅药酒事件”“伊利事件”等话题讨论中,一些自媒体为了闯入话题中心,对相关信息不进行核实考证,擅自发表揣测性信息和鼓动性言论,迅速占领信息传播渠道,错误设置了议程,展示出自媒体行业的价值错位与伦理失范,甚至一再出现触及法律红线的情况.

**49. 《微博情境下低俗新闻传播中的伦理问题探究 ——以"侯耀华、安娜金事件"为例》**

作者：史明

期刊：《新闻传播》2018年12期

摘要：

微博,作为热点事件的舆论中心,一方面是低俗新闻传播的源头;另一方面,能够引起群体效应,让低俗新闻以最快的速度发酵扩散,而这个过程常常伴随着虚假消息的泛滥,背后隐含的是炒作、恶搞、媚俗等新闻伦理的失范.文章以"侯耀华安娜金事件"为例,全面解读在热点新闻事件传播中,低俗新闻传播的特征及所涉及的伦理问题,期望能够引起公众的重视和思考.

**50. 《浅析网络直播伦理失范现象对大学生价值观的影响》**

作者：段晋星

期刊：《西部广播电视》2018年12期

摘要：

随着网络技术的不断革新,网络直播迅速兴起,成为一种新的信息交互途径.网络直播火爆的背后,也反映出一些道德伦理失范现象.大学生一方面是网络直播受众,另一方面是网络直播的传播者.本文从网络直播中出现的一些伦理失范现象对大学生价值观的影响进行分析,以期为规范网络直播提供一些理论依据,使网络直播良好健康地发展.

**51. 《新闻生产中的算法风险:成因、类型与对策》**

作者：张超

期刊：《中国出版》2018年13期

摘要：

国内外新闻传播领域重在关注算法在新闻生产中的应用、局限、影响、算法权力等问题,对算法风险认识不足、研究薄弱.算法风险缘于算法运行系统的缺陷、"数学洗脑"对算法的绝对信任和"算法知沟"为掩盖风险提供的可能.算法风险在新闻生产中可细分为失实风险、决策风险、偏见风险、隐私风险和声誉风险.算法是把"双刃剑",新闻业需要在创新和风险中找到平衡.应对算法风险是一个系统工程,需要新闻业构筑算法责任伦理、立法部门制定监管新闻算法的法律法规、利益相关者提升算法素养、媒体建立预防和处理算法风险的应对机制.

**52. 《如何规避人工智能对新闻传播的负效应》**

作者：李亚林

期刊：《人民论坛》2018年20期

摘要：

目前,人工智能技术已经渗透到了新闻传播活动的各个方面,同时也存在着一定的隐患风险,一旦触及道德底线,就会引发一些传播伦理失范问题.为了解决这些问题,需要通过智能技术与人的有机结合,实现新闻生产效率的最大化,同时应提升新闻机构的责任意识,加大公众监督力度;加强技术革新,从源头加强信息过滤;健全法律法规,促进人工智能良性发展.

**53. 《网络娱乐新闻伦理失范探析》**

作者：樊天宇

期刊：《新媒体研究》2018年12期

摘要：

随着传播技术日新月异的发展与进步,传统媒体对新闻信息传播权的垄断被打破,传统的新闻传受关系被重新定义,互联网赋予人们更多表达权,网络媒体缺乏伦理教育,网络用户缺乏媒介素养,这催生了新闻传播领域愈来愈多的伦理失范现象,尤其是在娱乐新闻报道中.文章通过一些具体案例分析我国网络娱乐新闻的伦理失范现象,并对其产生原因进行分析,以期为网络娱乐新闻伦理失范现象的解决提供一些思路.

**54. 《关于自媒体时代新闻传播的伦理问题分析》**

作者：徐晓哲

期刊：《青春岁月》2018年17期

摘要：

随着科学技术的不断发展,科学技术已经日渐地成为社会生活中不可缺少的一部分,其不仅提高了人们的工作效率,也为人们的生活提供极大的便利.在互联网时代,每一个都可以利用网络自由地发表自己的观点和看法,这也预示着自媒体时代已经来临.新闻传播借助于自媒体的优势,发展较为迅速,并且内容不断丰富,同时,传播方式也呈现出多样化.但是,在自媒体发展带动下的新闻传播也带来了许多亟需解决的问题.因此,必须重视对于这些问题的解决,这样才能促进新闻传播中的伦理问题的解决.

**55. 《人工智能时代的隐私困境与救济路径》**

作者：许天颖

期刊：《西南民族大学学报（人文社科版） 》2018年06期

摘要：

人工智能时代,移动设备、传感器、定位系统等技术的应用与普及,将个人隐私、个人信息的探讨接入了全新的语境,隐私侵权主体、侵犯方式、获取的隐私内容以及侵权的追责都与传统的隐私侵犯不同.本文对这些变化进行分析,同时,结合全球范围内走在前列的伦理设计与法律前瞻,提出可能的救济方式和治理路径.

**56. 《泛化的传者:新媒体时代的伦理困境》**

作者：郑宏民

期刊：《青年记者》2018年15期

摘要：

新媒体的发展改变了传播格局,也重新定义了新闻的生产与流通方式.新的媒介生态既孕育着庞大的传播力量,也对当下的新闻传播实践提出了严峻的挑战.一方面,传者队伍日渐扩大;另一方面,新闻伦理失范现象频频出现.因此,审视当前的新闻伦理困境,重新反思新闻伦理的实践主体与作用范围,进而对新闻实践进行规范,已然成为迫切的任务.

**57. 《网络环境下档案信息传播中的隐私权保护措施分析》**

作者：吴忠民

期刊：《卷宗》2018年15期

摘要：

档案信息网络传播中的隐私权保护，就是保护涉及个人隐私的档案信息的网络隐私权。网络隐私权虽然与传统的隐私权在保护重点上有所不同，但从本质上来说，仍存在共性。尽管网络环境下档案信息传播中的隐私权保护面临很多困难，但随着人们保护隐私权意识的增强，加之采取一定保护措施，侵犯隐私权的现象是可以避免或减少的。这些措施包括法律、行政、技术、道德伦理等方面。一、法律保护措施虽然档案方面的法律法规越来越重视公民隐私权的保护。然而，到目前为止，我国尚未出台正式的隐私权法，《档案法》也没有关于隐私权保护问题的明确规定。

**58. 《自媒体时代给新闻传播带来的有利影响与伦理问题》**

作者：刘彬

期刊：《视听》2018年05期

摘要：

随着现代互联网技术的大发展,以微博、微信、百度贴吧等为代表的自媒体在革新当代新闻传播方式的同时也衍生出一系列新闻传播的伦理问题.不论是站在净化互联网环境、促进新闻行业的健康发展的微观角度,还是站在社会主义现代化建设中构建和谐社会要求的宏观角度上,我们都应当积极从当代社会现实出发,拥抱自媒体时代为新闻传播领域带来的一系列利好消息,更应当具备忧患意识,直面由此带来的一系列社会问题,并积极寻求应对之策.本文首先介绍自媒体时代为新闻传播带来的各种利弊现象,并以此为基础,着重分析应当如何应对自媒体时代新闻传播的伦理问题.

**59. 《位置媒介:移动传播与地理媒介的新业态》**

作者：雷鸣

期刊：《科教导刊》2018年05期

摘要：

移动传播和通讯技术将"位置"重新嵌入媒介,催生出基于位置的信息分享、社交、商业服务和实景游戏等地理媒介的新业态.位置性媒介在提供生活服务的同时,也引发了隐私风险与伦理批评.位置媒介在弥合了虚拟空间与现实空间的同时,也对传统媒介研究范式提出挑战.

**60. 《社会交换理论视角下网络直播的伦理困境》**

作者：李晶

期刊：《青年记者》2018年13期

摘要：

网络直播是互联网技术迅猛发展的产物,实现了人与事件的即时传播,体现出议程设置权充分下放和对多元内容生产的充分解放.截至201 7年12月,我国网络直播用户规模达到4.22亿.①面对如此庞大的网络直播群体,如果不能严守伦理底线,不能厘清媒介使用与伦理道德的关系,就会带来严重的社会问题,对主流价值观的构建形成巨大的阻力.

**61. 《媒体融合时代新闻伦理问题的现实表现》**

作者：严功军；吕宜梁

期刊：《西南民族大学学报（人文社科版）》2018年05期

摘要：

媒体融合改变了传统的传播生态,新的信息传播环境使新闻伦理问题生发机制发生了变化,从而导致了"新闻伦理意识弱化、新闻伦理价值消解、新闻伦理失范严重"三个问题,这对媒体融合时代新闻行业的改革与发展,以及复杂信息环境的社会治理,都有重要的影响,应该引起高度重视.

**62. 《网络直播的传播伦理研究》**

作者：苏倩

期刊：《》（硕士论文）

摘要：

近年来，网络直播现象爆红。据艾媒咨询报告显示，2015年中国在线直播平台数接 近200家，其中网络直播的市场规模约为90亿，网络直播平台用户数量已达到2亿。2016 年更是被称为“网络直播元年”，网络直播准入门槛低，只需一台电脑或一台手机以及一 个账号即可实现。据中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的第40次《中国互联网络发 展状况统计报告》显示，截至2017年6月，网络直播用户规模达到3．43亿，占网民总体的45，6％。 随着直播的爆红以及全民直播狂欢，直播乱象频发。网络直播在为广大网友提供娱乐 的同时，一些色情、暴力等低俗内容的传播造成了媒介伦理失范，也让直播行业的发展陷 入困境。网络直播为大众带来了什么，有哪些伦理问题?网络直播的传播伦理又该如何构建?

本文旨在通过解析网络直播概念、特质、分类、兴起原因以及传播伦理概念、伦理的 功能表现等为基础来研究网络直播所涉及的伦理问题。网络传播伦理具有双重性，既有善 的可能性，也有恶的可能性，网络直播也有其积极健康的一面和伦理失范的一面。通过具 体案例对网络直播中所涉及的伦理现象加以总结。对于网络直播的正面现象如新闻报道的 第一线、企业形象和文化的塑造方式和企业营销渠道、知识的互动分享平台、榜样效应下 的自我激励等给予肯定。对于网络直播中的负面性加以详细剖析，剖析网络直播中所存在 的伦理问题：耻感隐退后的涉黄、涉暴现象瓦解传统文化体系；无聊经济下价值观导向失 衡；隐私过度消费，侵犯他人权益；信息欺诈解构媒介公信力；淡化社会责任、言语失范 威胁社会秩序构建；对优质内容的竞争引发知识产权、版权等风险。对网络直播所出现的伦理问题进行反思：受众误导，价值错位；社会角色认知错位；对现实社会的认知偏差； 解构良好道德观：滋生意见领袖，舆论场失控；性别角色隐匿造成他人误解。针对网络直 播所存在的伦理问题从多个角度探析其成因，最终从有关部门、法律、社会组织、直播行 业、平台、主播、受众等多方位提出可行措施以改善伦理失范现象，净化媒体不良环境， 为网络直播的发展创造良好的道德环境，更好地引导媒体传播，规范运作。

**63. 《社会伦理视角下的网红现象分析》**

作者：段荣

期刊：《》（硕士论文）

摘要：

网红——作为2015—2017年度一个火热的名词，多次走进大众的视线，刷新着网民的认知。随着移动互联终端的发展，文化消费观念的更新，网民们对网红的理解也在悄然发 生着变化。网红现象催生出来的产业链在一定程度上促进了经济的发展。

基于这样的现状，本文特选网红这一现象进行探析。主要对网红现象以及背后的伦理 道德问题进行分析，采用资料文献法、系统分析法来对网红现象进行了深入的探究。挖掘 网红现象背后存在着的研究价值：网红现象的传播模式、分析受众的心理以及文化消费、 网红经济与资本的融合、行业的自律乃至社会价值观，社会舆论导向的引导等。

本文从传播学、伦理学的视角出发，通过对网红现象的全面解读和深入剖析，为分析 网红现象提供理论支撑。针对当前网红现象中存在的伦理问题和价值观冲突，运用唯物主 义和辩证批判的眼光，对网红现象进行具体问题具体分析，构建理论层面的规范化价值， 为网红现象的分析提供新的理论维度。

本文共分为五个部分，第一部分简单介绍了选择本课题的背景和原因，通过对国内外 文献的梳理，发掘了网红背后深层的研究价值。第二部分对网红现象做了整体的概述，首 先从学术的角度对网红的概念进行了厘定；从时间的维度对网红的发展史进行了阶段性的 划分；提出网红现象的产生是与社会，文化，科技息息相关的；对网红与自媒体进行了界 定，归纳出网红的本质是自媒体的结论。第三部分从网红自身，网红的受众群体及网红的 传播平台三个方面纵向分析，归纳了网红的性别，职业，地域等自然属性，对受众心理进行了探析。第四部分把网红现象放在社会伦理的视角下，解读了网红现象中伦理失范的成 因和表现。第五部分针对网红行业存在的现状，提出了可行性建议。

网红现象中也暴露出来许多负面信息，对于不符合核心价值观的内容政府部门要积极 引导，从法律层面，行业整体，网民自身进行监管。而网红经济作为一种新兴的经济模式， 还处于一个不断探索和试错的过程，经过行业内部的资源整合，必然存在着巨大的发展潜 力。

**64. 《新媒体社会伦理责任思考》**

作者：朱圣杰；李秉坤

期刊：《人力资源管理》2018年05期

摘要：

数字技术的发展与社会之间的互动被广泛探讨与关注,作为数字技术的发展而催生出的以数字化生存为基础的新媒体,以其迅猛的发展速率对社会政治、经济、文化和传媒生态等方面表现出深刻的影响.作为舆论导向的强大载体,其并未经受住利益的糖衣炮弹,浸淫在资本逐利的市场里,新媒体的发展很显然陷入了其自身的"迷茫"期,未展示出其应当履行的社会伦理责任.社会多元价值化亦呼唤新媒体社会效益的长足发展,在充分把握受众的基础上,如何规避继续鼓吹媒介技术决定社会形态环境、社会意识环境和人的思维层面发展,是所应当探讨的,依托新媒体的伦理道德建设构建出和谐的媒介生态环境以促进大众反思现行的媒介传播"唯市场论""唯观众论"向经济效益与社会效益并行而转变.

**65. 《新媒体时代新闻伦理困境的表现》**

作者：杜辉

期刊：《观察与批评》2018年12期

摘要：

近年来,新媒体技术的快速发展深刻地改变了我们所处的信息环境,特别是对于职业新闻生产者来说,面对着信息生产传播技术、环境以及传者与受众关系的翻天覆地的变化,其新闻生产方式必须随之改变,而依托于传统信息传播技术、方式以及人际关系所形成的新闻伦理理念也因此遇到了巨大的挑战.处在这样一个历史的转折期,新闻工作者及其新闻传播活动也势必要面对各种困惑甚至困境,本文对新媒体时代职业新闻传播活动所遭遇的新闻伦理困境进行分析.

**66. 《新媒体与博物馆传播——评《新媒体环境中的博物馆:跨媒体、参与及伦理》》**

作者：孙欢欢

期刊：《传媒》2018年08期

摘要：

博物馆究竟是不是媒体?如果按照传统的媒体概念来界定的话,博物馆既不是媒介,更不是媒体.但是,传播学著名学者马歇尔·麦克卢汉(Marshall McLuhan)秉持着泛媒介观,即一切事物都是媒介,甚至如铁路、电线等在我们的理解范围中与信息传播并无关系的介质都是媒介的重要组成部分.如果以这种观念重新思考博物馆这类实体机构,毫无疑问,博物馆也是一种媒介,且可被称为实体媒介.以这种思路看待博物馆,就会发现博物馆与媒体之间的共同之处,它们都是实体空间或者实物,都是由人建构起来的,都具有传播文化、传承文明的重要功能,同时,它们作为一种空间结构,也都构成了一个人与人交往的新空间,当然,最重要的是它们都是有着一定的传播功能的实体.因此,从作为媒介的博物馆和新媒介塑造的博物馆两个方向去理解博物馆与传播的关系,来构建博物馆的传播学意义,是一个独特的视角.英国著名学者简·基德(Jane Kyd)将这一思路运用在对博物馆的研究中,形成了《新媒体环境中的博物馆:跨媒体、参与及伦理》一书.该书由学者胡芳翻译,是当前国际上博物馆研究的最新成果.

**67. 《智媒时代新闻伦理的失范与思考》**

作者：郄新卓

期刊：《青年记者》2018年11期

摘要：

经过几年的飞速发展,人工智能已经应用到了社会各个领域,改变着我们原有的生活、生产方式.我们在享受着人工智能带来的便利的同时,也面临着新的伦理挑战.本文主要就人工智能在新闻传播领域导致的伦理失范现象进行探讨.

**68. 《媒介伦理与法规视域下自媒体的管理之道》**

作者：晓枫；向雅茹

期刊：《新闻前哨》2018年04期

摘要：

以微博,微信为代表的网络媒体对我们交流信息起到了积极的作用.但是与此同时,网络媒体所带来的社会问题也日益凸显.虚假的信息的快速的传播也危害了市场经济的秩序更有甚者损害了国家安全和我国国际形象.而我们要通过加强媒介伦理与法规体系建设构建一个有序的和谐的网络传播环境.

**69. 《伦理视阈下新闻传播的社会责任》**

作者：张树仁

期刊：《西部广播电视》2018年07期

摘要：

研究新闻传播伦理与社会责任问题,其实也是一个正义性问题,具有重大意义,本文将从新闻传播的正义性涵义以及实现新闻传播正义性的有效策略两方面着手,对新闻传播的正义性问题进行探讨.

**70. 《当前平台型媒体的现实问题与伦理困境》**

作者：雷璐荣

期刊：《新媒体研究》2018年07期

摘要：

平台型媒体的出现创建了新型的互联网信息传播生态,并且已经成为互联网新媒体在当前的主体形式.但在其兴盛发展的当前,平台型媒体的实际运作产生了一系列与预想相悖的现实问题,也由此带来了对社会道德伦理的挑战与冲击.探讨平台型媒体在当前的现实问题与伦理困境,是研究部署其未来发展方向的重要前提.

**71. 《浅析新媒体环境下自媒体所面临的角色期待》**

作者：高文心

期刊：《今传媒（学术版）》2018年04期

摘要：

近年来,新媒体凭借其交互性强、易操作等特点,赢得了越来越多用户的青睐,自媒体发展繁荣.同时,在新媒体迅猛发展的大环境下,一些传播过程中出现的伦理问题也逐渐进入到公众视野中.以"咪蒙"为代表的一批自媒体在2017年年末针对江歌案发布了推送,掀起舆论狂潮,引发社会思考.本文拟通过访谈法探索用户对自媒体、网络大V的看法与期待,借此反思新媒体环境之下拥有广泛社会影响力的自媒体人应当承担的社会责任.

**72. 《自媒体新闻传播伦理失范问题探究》**

作者：王延粉

期刊：《西部广播电视》2018年06期

摘要：

智能手机的全面普及,使得自媒体的进入门槛变低,仅仅需要进行一个账号的注册就可以进行新闻的传播.同时,自媒体的高互动性,可以随时地进行信息的分享和传播,极大地满足了人们新闻互动心理,但也带来了诸多的新闻传播伦理失范问题的发生.本文对自媒体新闻传播伦理失范的问题进行了分析,并提出了相应的对策.

**73. 《媒体智能化发展风险及治理》**

作者：王思文；闫振楠

期刊：《青年记者》2018年09期

摘要：

人工智能不断模糊着物理世界和个人的界限,延伸出复杂的伦理、法律和安全问题.①与技术联系紧密的媒体亦是如此,分析媒体智能传播的各个环节,有助于我们预测媒体发展趋势,并分析其可能带来的风险,以合理地应对.

**74. 《公民网络影像传播伦理原则分析框架的建构》**

作者：周建青；邓惠玲

期刊：《现代传播》2018年07期

摘要：

建构公民网络影像传播伦理原则是对传播主体从职业记者扩大到广大公民的现实回应,其目的是探讨现已成为网络影像传播主体的公民如何行使传播权.公民网络影像传播伦理基于公共道德理论、责任伦理学提出:不伤害、公正、前瞻性责任.从融贯权衡与细化角度,综合运用多种经典伦理理论和原则的有效因素,构建公民网络影像传播伦理原则的分析框架,从而为识别、判断并解决网络影像传播伦理问题提供一种方法论.公民网络影像传播伦理原则的分析框架有助于公民自觉规避影像传播伦理问题,这也是对职业传播伦理向公民传播伦理方向发展的理论探索.

**75. 《跨文化传播中的伦理缺失及全球伦理的构建》**

作者：谢丹；杨小彬

期刊：《现代传播》2018年05期

摘要：

跨文化传播所表现出的重要伦理功能是促进不同文化体系的理性对话和互动,实现有效的、良性的、合理的信息传播与文化交往,从而实现构建人类命运共同体、实现人类共存共赢的目标.在多元文化并存、互动和交融过程中,对异质文化的抗拒和排斥、个人文化归属感的缺失、信息传播的失衡等伦理缺失问题日益凸显.虽然文化差异客观存在,但在最基本的伦理要求方面,各种不同文化背景中的伦理体系却大体一致,探寻适用于所有人和所有文化的普遍伦理规范成为可能.只要全人类都践行平等、自主的全球伦理准则,秉持宽容、互重的全球伦理理念,一定能实现全球文明共存和共赢的全球伦理目标.

**76. 《人工智能技术在新闻传播中伦理失范的思考》**

作者：靖鸣；娄翠

期刊：《出版广角》2018年01期

摘要：

人工智能技术应用到新闻传播领域,为传媒业带来巨大变革的同时,也带来了新的传播伦理失范现象.人工智能技术带来的伦理失范主要有以下四个方面:一是新闻偏见、新闻失衡难以被发现和控制;二是媒介的舆论监督作用被削弱;三是公众的信息安全和著作权得不到基本保障;四是智能推荐易使受众深陷"信息茧房",对社会产生负面影响.文章从传播学角度探究人工智能技术在新闻传播中的伦理失范原因,并提出相应对策.

**77. 《试论基于新媒体视域下的新闻传播伦理困境》**

作者：王佳华

期刊：《新闻传播》2018年02期

摘要：

本文对新媒体环境进行分析,说明传播伦理的社会功能,并对新媒体视域下新闻传播的伦理困境进行分析,探讨传播系统体系变革背景下公众价值观、伦理道德的变化以及社会文化对传播伦理的影响,并对新媒体视域下新闻传播伦理的建设提出建议.

**78. 《新闻传播伦理在新媒体中的困境研究》**

作者：刘显铭

期刊：《活力》2018年09期

摘要：

互联网快速发展给传媒界带来了极大的影响, 不仅引发了传播环境的巨大变化, 随着信息传播过程和信息传播途径的变化, 引起的伦理性问题也逐渐增多. 另外,互联网发展也导致社会文化变化, 新型社会文化与新媒体之间的互动与作用,考验着传播伦理. 目前,我国新媒体中出现了大量的传播伦理事件,这不仅对新媒体产生了极大的影响, 对我国社会文化的发展有一定的阻碍作用,需要我们深入探索和思考.

**79. 《浅谈新媒体节目主持人的口语传播伦理》**

作者：李孟栖

期刊：《西部广播电视》2018年03期

摘要：

高度自由的新媒体传播环境,为人们提供了更加自由、多元、平等的交流平台,但同时在传播过程中也产生了一定程度的伦理危机.这种危机在多种媒介传播过程中均有表现,主持人作为电视和网络等多种媒介传播中的重要主体,新媒体环境对其口语传播伦理提出了更高要求.本文将从主持人口语传播伦理概念出发,以新媒体节目主持人口语传播现状为研究对象,梳理主持人口语传播中常见的伦理问题,对主持人在新媒体背景下的口语传播提出几点建议.

**80. 《大数据背景下大众信息传播伦理问题研究 》**

作者：李亚薇

期刊：《文化创新比较研究》2018年02期

摘要：

大数据在加深社会信息化程度的同时,也使得社会面临着诸多信息传播伦理的问题.本文基于大数据背景下大众信息传播伦理的特点,从信息伦理学的视角对大数据发展产生的大众信息传播的伦理道德问题进行了理论阐述和原因解析,并从大众信息传播的道德过滤、传播自由限制、传播的法律限制、自我道德约束、外在道德限制等方面提出对策建议.

**81. 《微信公众平台传播伦理失范研究》**

作者：李艳艳

期刊：《新商务周刊》2018年13期

摘要：

随着我国自媒体的发展,当前我国人民的信息获取方式及信息传播方式发生了巨大变化.从目前来看,以微信公众平台为主导的自媒体已经扎根于我国人民的日常生活.人们可以通过微信公众平台自由地发表自身的言论或对某一舆论事件的个人看法,并且微信公众平台可以匿名发布言论,因此也成为了人们参与社会舆论的主要阵地.但事实上,微信公众平台的兴起也带来了一定的负面影响,比如:虚假新闻、网络舆论暴力等等.这些问题的出现都以为这当前微信公众平台传播伦理失范,对此,本文分析了造成微信公众平台传播伦理失范的原因,并提出几点具体的应对策略.

**82. 《自媒体时代新闻传播的伦理问题》**

作者：郑直

期刊：《戏剧之家》2018年01期

摘要：

近年来我国的互联网技术和信息化的应用和普及程度越来越高,微博、微信等自媒体平台产生并迅速成长起来.想要构建正常的、健康的社会道德伦理,就要严格要求和构建自媒体时代的新闻传播伦理.严格要求和构建自媒体时代的新闻传播伦理有利于正确发挥自媒体的舆论引导功能,使自媒体对公众价值观的形成起到积极的贡献.

**83. 《试析科学传播中内在的伦理属性》**

作者：洛红旭；杨蕾

期刊：《高等建筑教育》2018年03期

摘要：

科学传播本质上作为人与人之间的交往活动,具有伦理属性.一是传播主体与受众具有道德判断,二是科学传播模型的改变受社会道德的影响,三是科学知识本身的道德属性.但与科学研究不同的是,科学传播除了具有的科学性、真实性和规范性之外,还应具有传播方式公平性、传播动机正义性及传播态度批判性.

**84. 《"以优秀的作品鼓舞人" ——音乐传播中的伦理现象反思》**

作者：孙新宇

期刊：《北方音乐》2018年05期

摘要：

音乐与伦理自古以来就是相互融合的,音乐乃美与善的统一.本文从三个方面探讨了音乐传播活动中伦理道德思想的重要性与必要性,并对音乐传播中的伦理现象反思.

**85. 《人工智能技术在新闻传播中伦理失范的思考》**

作者：王峰琳

期刊：《新闻研究导刊》2018年14期

摘要：

人工智能技术在新闻传播领域已经普及,它在为传媒业带来巨大变革的同时,也让新闻业的伦理道德面临挑战.

**86. 《从传播手段的创新到道德伦理的坚守+——基于媒介融合时代的新闻传播活动》**

作者：李静丽

期刊：《新闻研究导刊》2018年07期

摘要：

媒介融合时代,新闻的真实性面临巨大挑战,新闻媒体的道德伦理面临严峻考验.新闻伦理的构建是新闻传播者职业道德与新闻媒体价值取向、道德功能的有机统一,需要新闻行业的自净机制发挥作用,不断提升新闻工作者的思想文化水平和道德素养.政府和社会要发挥好道德监督、法律规制的作用,营造一个良好的网络舆论环境,推动新闻传播活动的健康有序发展.

**87. 《公共传播范式下的新闻传播学教育改革》**

作者：代雅赤

期刊：《传媒》2018年12期

摘要：

新闻传播学教育的供需矛盾日益突出,主要表现为高校培养的新闻传播学人才就业难与媒介化社会对传媒人才需求日益上升、用人单位猎寻优秀传媒人才难之间的矛盾.当前社会进入公共传播时代,传播关系由原来的强主体性特征转变为主体间性的对话关系,传播过程中的公共理念与公共精神成为基本的传播伦理要求,传播目标的公共利益取向日益突出.与之相对应,新闻传播学教育的公共传播范式转向成为必然,高校在培养新闻传播人才时应转换原来的"新闻传播"范式为"公共传播"范式.

**88. 《新媒体环境下新闻评论传播的情感动因及伦理问题探究》**

作者：俞心一

期刊：《新媒体研究》2018年01期

摘要：

新媒体的高速发展极大地改变了传统的传播环境,呈现出不一样的传播特征.新闻评论在这种环境下也成为关注的重点,其在网络媒介上的传播背后也往往伴随着情感驱动.基于情感传播的新闻评论对舆论效果的影响力超群,其传播伦理问题的探究也对引导舆情发挥积极作用有一定的必要性.

**89. 《算法新闻的伦理困境及其解决思路——以今日头条为例》**

作者：任莎莎；田娇

期刊：《传媒》2018年06期

摘要：

作为传播新技术群中的重要成员,算法新闻自出现之日起就表现出巨大的潜力,迅速抢占了市场并改变了传统新闻传播模式.但随着算法新闻的发展,"信息茧房"现象、价值导向偏离、低俗信息增多等伦理问题日益显现,并产生了诸多负面影响.解决这些伦理问题,需要从加强用户媒介素养教育、提高算法平台社会责任和加强网络平台治理等方面入手.

**90. 《新媒体与受众互动的伦理规范摭谈》**

作者：李秀铎

期刊：《新闻爱好者》2018年07期

摘要：

以移动化、微传播为特征的新媒体传播改变了媒体生态,也让新闻传播机制呈现出新特点.新媒体的传播并非无禁区,新媒体与受众互动需要受到社会伦理的规范和约束.从"虚拟互动""社会互动"和"文化互动"等方面探讨新媒体与受众互动的伦理规范,以期为治理新媒体传播的失范提供学理支撑.

**91. 《全球化语境下文学经典翻译传播的伦理探索——以《西游记》翻译为例》**

作者：谢晓婵；丁宁

期刊：《淮海工学院学报（人文社会科学版）》2018年01期

摘要：

全球化语境下,崛起的中国迫切需要以文化交流为切入点让世界了解真实的中国,从而消除对"中国威胁论"的误解.文学经典作为中华文化的精髓自然成为提升中国国际形象的一个重要途径.然而文学经典的翻译却遭遇到在英语世界传播不力的尴尬.以海外接受程度最高的《西游记》翻译为例,分析认为在全球化语境下文学经典翻译必须遵循"平等对话""求同存异"的伦理规范才能真正实现文化的有效传播与互动.

**92. 《融媒时代“动新闻”的三种模式探究》**

作者：刘佳琦；刘杰

期刊：《传媒》2018年09期

摘要：

随着媒介融合步伐不断加快,近几年来,多家媒体充分运用电视媒体的优势,积极吸取当代新媒体动漫传播经验,开创了电视新闻节目运用动画模拟形式的新格局,并称之为"动新闻"."动新闻"作为一种新的技术驱动的新闻叙事方式,目前已被诸多媒体广泛应用.从2009年台湾《苹果日报》的"动新闻事件",到2015年新华网新版上线并引入"动新闻"模式,这一变化过程无不体现了媒介融合时代新闻制作与传播形式的重要变革趋势.基于此,笔者通过对"动新闻"出现的社会必然性进行分析,并在此基础上重点阐述了融媒时代"动新闻"实践的三种模式(《苹果日报》、新华社、《新京报》模式),以此凸显"动新闻"在新闻传播及时性、真实性、新闻道德伦理、新闻版权界定等方面的重要作用.

**93. 《智慧时代新闻伦理议题的创新维度及实施策略》**

作者：娄霄霄；王灿发

期刊：《新闻爱好者》2018年08期

摘要：

随着媒介融合现象的出现,新闻传播与计算机、互联网、通信等三大信息技术的结合日益密切,这就要求新闻伦理必须融合一些信息伦理的理论及观点,从而应对新闻传播遇到的一些新的伦理问题.特别是要结合智慧技术的特点及媒介发展动向,及时创新发展新闻伦理.在分析智慧时代主要特征的基础上,结合美国管理信息科学专家马森提出的信息时代的四个主要伦理议题(PAPA),从新闻从业者、受众、被报道对象三个新闻核心利益相关者角度出发,提出智慧时代的新闻伦理议题创新维度及实施策略.

**94. 《失真、非理性与主体失落\_+后真相时代网络舆论失范现象+——以江歌案为例》**

作者：刘士超；张志坚

期刊：《东南传播》2018年03期

摘要：

本文探讨了网络舆论在"后真相时代"中的失范现象.通过对个案的梳理分析表明,在后真相时代公众意见和网络舆论的表达路径和指向,具有深层次、多方面的生成根源,该过程深刻地体现了"后真相"时代中网络传播的情绪化、社交化特点,同时也暴露出网络舆论的一系列伦理问题——信息失真、主体失落、非理性与群体极化、网络暴力与舆论审判等.对此,网络舆论的规范需要从媒体、个体、传播环境和传播技术多个角度进行切入,以实现网络传播的高效性和规范化.

**95. 《算法型信息分发：技术原理、机制创新与未来发展》**

作者：喻国明；韩婷

期刊：《新闻爱好者》2018年04期

摘要：

算法型信息分发给传播领域带来巨大而深刻的革命性改变,必然是一种重塑传播规则、改变人们认知的全新规则与机制的建构与改变.算法与传媒业的深度融合,不断形塑着传媒业的实践,给信息采集、制作、分发等流程带来了全新机制与规则,同时也给传播伦理造成了相当大的影响.作为一种越来越主流的信息分发形式,其未来发展必须着力于解决现实发展中所存在的问题与隐忧,才能开辟其登堂入室的光明前景.

**96. 《后真相语境下新闻专业主义的伦理坚守——从“寒门博士之死”事件的传播说起》**

作者：贾丽云

期刊：《新闻研究导刊》2018年03期

摘要：

"后真相"自2016年11月入选牛津词典以来,一年多的时间,其特点已在新闻传播领域表现得异常明显,受到研究者的重视.在后真相语境下,新闻专业主义如何在新闻报道中发挥作用,坚守新闻伦理,是满足受众知情权的需求,也是新闻职业发展的需求.本文从热点事件"寒门博士之死"的报道入手,分析其传播特点,并尝试性地提出了专业新闻媒介重塑新闻专业主义的方向.

**97. 《浅析新媒体时代的“大新闻”伦理观》**

作者：程逸

期刊：《新闻研究导刊》2018年16期

摘要：

近年来,新闻客户端等新媒体应运而生,并被广泛运用,媒介技术革命冲击并改变了人们的媒介使用方式,同时也带来了传播体系、传播环境、传播社会价值等方面的伦理变化.可以说,新闻伦理已从简单的职业伦理转变为个人伦理和社会伦理.重构"大新闻伦理",已成为新媒体时代突破新闻伦理困境的必要途径.

**98. 《社会化媒体\_乌合之众\_的传播影响+——以温婉被封杀事件为例》**

作者：黄依雯；李胜楠

期刊：《新闻研究导刊》2018年11期

摘要：

网络短视频得到受众热捧,粉丝聚变衍生出一系列"网红",其通过网络传播成为特殊语境下的舆论领袖.网络群众由于盲目崇拜构成特殊心理群体,被动接受负面影响,造成错误价值导向,致使伦理失范.本文以"网红"温婉被封杀为例,分析社会化媒体对该事件的传播影响.

**99. 《浅谈\_网红\_传播热的社会效应》**

作者：高猛

期刊：《视听》2018年21期

摘要：

"网红"现象的火热传播已经在互联网上形成了一种媒介景观."网红"的产生与发展必将对社会带来一定的影响.人们应当正视"网红"对于促进青少年发展的正面作用,但是其带来的伦理失范问题更需要防范.

**100. 《群众路线视域下中国新闻业的价值职守与传播操守》**

作者：朱清河；张斌

期刊：《中国延安干部学院学报》2018年03期

摘要：

改革开放以来,中国新闻媒体实行"事业单位、企业化管理"双轨制,尽管取得了有目共睹的功利效能,但新闻传播价值伦理失范现象时有发生.坚持党的群众路线,社会主义媒体就应遵循"群众路线"、"群众办报"与"社会效益优先"的新闻传播伦理.在服务谁的目的论上恪守"群众办报"价值理念,在题材整体取向上坚持正面新闻报道为主,在消遣功能实践上追求寓健康思想于娱乐性之中.

**101. 《原生广告话语霸权的伦理反思》**

作者：刘果果

期刊：《文化创新比较研究》2018年13期

摘要：

作为新兴的网络广告模式,原生广告因其符合用户个性化、多元化的营销需求而受到热捧.但是,原生广告的优势强化了文化资本、社会资本和符号资本对用户的影响,强化了广告的话语霸权.同时,资本、技术和暴力加强了广告主和媒介的权力,使原生广告在传播过程中的伦理问题日益突出.本文将在广告话语霸权的语境下对原生广告传播中隐存的问题进行伦理反思.

**102. 《媒介伦理与法规视域下网络媒体的管理之道》**

作者：向雅茹

期刊：《新闻前哨》2018年01期

摘要：

在新媒体迅速发展的当代社会,网络媒体传播地位日益凸显,人人都可以在网络上发布信息,传播信息,言论更加自由,不受时问空间地点的限制,这一方面推动着社会言论的自由进步,又丰富了多元化的社会文化价值和体系,但是另一方面,在发展中许多问题又爆发出来.在自由便捷的网络传播中,引发了许多道德问题,网络媒体失信问题等.而如何构建和谐的网络媒体成为建设社会主义和谐社会共圆中国梦的重中之重.所以构建新的媒介伦理规范和媒介伦理原则,坚持法律法规的正确引导,才能在新环境中寻求正确的网络媒体管理之道.

**103. 《“超真实”理论下VR新闻的叙事重构与伦理局限》**

作者：张筠浩

期刊：《新闻前哨》2018年03期

摘要：

虚拟现实作为一种新型传播媒介,当其与传统新闻传播事业融合,其技术特点必定会对传统新闻的视觉呈现方式造成冲击,引起传统新闻叙事方式的变革.此外,虚拟现实技术还契合了鲍德里亚的“超真实”理论文本对“超真实”理论、VR技术的起源、发展、特点进行了阐述,探讨了虚拟现实技术可能会引起的新闻叙事重构的几个方面,并试图分析这些重构所带来的伦理问题.

**104. 《波特图示下的“越轨新闻”传播研究》**

作者：马巧耕

期刊：《新闻研究导刊》2018年07期

摘要：

2017年,通过微博曝光的"明星出轨"新闻不下十起,可谓是微博"出轨元年".本文从新闻伦理学的角度,运用波特图式探析微博在此类事件中的传播行为与新闻伦理道德间的冲突,阐述微博是如何体现新闻传播伦理的人文性和真实性的.

**105. 《网络直播平台的伦理道德价值研究》**

作者：马博

期刊：《数码世界》2018年05期

摘要：

随着网络的高速发展,直播平台变得越来越火爆和热门.由于直播平台的高传播性和高虚拟性,所带来的伦理道德问题也显得更加突出,网络直播在高度繁荣的情况下却频繁的爆出负面、诋毁三观的事件,整改网络直播平台的呼声也越来越高.因此,本文从多个方面来分析网络直播平台的伦理道德问题和改进措施.

**106. 《隐私表达的媒体公共性与伦理思考》**

作者：卞强；刘秀梅

期刊：《新闻研究导刊》2018年12期

摘要：

隐私是公民的一项基本权利,在主体自愿的原则下可以公开表达.大众传媒由于自身所具有的隐匿性,确实给隐私表达的主体提供了可以敞开心扉的平台.但是,作为公共资源的媒介,其为公众利益服务的职能与传递个体隐私之间就形成了矛盾,同时媒体的公开性又使隐私信息得以大量传播,这又对伦理道德形成了一定的冲击.因此本文旨在剖析媒体中各种隐私现象,探讨隐私表达对媒体公共性的掠夺和对伦理道德的反叛.

**107. 《泛娱乐化背景下真人表情包网络伦理与道德探析》**

作者：程丽丽

期刊：《新闻研究导刊》2018年12期

摘要：

纪录片《二十二》上映后,网络上出现恶搞纪录片中老人的表情图片,这种恶搞行为从本质上来说是泛娱乐化的体现.网络表情作为一种非语言符号的重要形式,在网络人际交往中承担着辅助交际的作用.表情包制作流程和技术的简化,使得在"一图胜千言"的网络时代,涌现出大量自制的表情包,近年真人表情"异军突起",在使用和传播的过程中遇到了网络伦理与道德方面的问题.

**108. 《浅析新媒体环境下原生广告的发展》**

作者：张进

期刊：《新闻研究导刊》2018年08期

摘要：

随着新媒体时代的到来,原生广告的出现弥补了传统广告的缺陷.本文主要以微信为例,分析原生广告在新媒体环境下的表现;并提出建议和展望,以使原生广告能够最大限度地避开一些"雷区",更好地发挥广告的优势.

**109. 《虚拟现实(VR)在新闻场景中的应用：机会、困境与挑战》**

作者：程悦

期刊：《科技传播》2018年06期

摘要：

虚拟现实(VR)作为媒介技术的前沿,推动了新闻呈现形式的更迭,开启了全新的新闻生产和阅读方式,为新闻行业的发展带来了新的契机.但虚拟现实与新闻并不是简单的嫁接,在思考VR新闻前景的同时,不能回避的是其带来的技术和伦理挑战.文章认为,VR技术运用于新闻行业,应该用冷静批判的眼光去预测和审视其有可能带来的困境和问题,以此来提醒新闻工作者,避免潜在的误区和风险.

**110. 《临床试验中招募广告的伦理审查与规范管理》**

作者：耿雯倩；任静；祝延红；江一峰

期刊：《中国医学伦理学》2018年03期

摘要：

临床试验的招募广告是发生在受试者参加试验之前的研究信息的交流载体,是受试者招募和告知的重要形式之一.招募广告应包括必要的临床试验信息,但不能包含不恰当的内容,如某些误导性和诱导性信息,招募广告的内容和形式必须得到伦理委员会的批准后方能使用.目前临床试验招募广告存在法律法规、伦理审查、研究者认识和不规范操作等各方面问题,因此需要从完善相关法律法规、提升伦理审查能力、提高研究者认识以及加强对违法违规行为的打击力度等方面入手,不断强化招募广告的审查与管理,保护受试者权益.

**111. 《翻译伦理观照下英语广告语的汉译研究》**

作者：杨策；龙昭宇；王子齐；古煜棠

期刊：《神州》2018年26期

摘要：

随着经济全球化不断深入,中西方交流不断加深,国外商品进入本土市场后,英语广告语的翻译工作也引起了相关人员重视,在这样的全球化背景下,本文针对翻译伦理观照下英语广告语的汉译进行研究.首先,从英汉语言、广告受众、言语交际等方式进行全面的分析,其次翻译手段、文化习惯、创新翻译、音译情调等方面提出翻译伦理观照下英语广告语的汉译对策.

**112. 《原生广告内容介绍及评价》**

作者：葛异

期刊：《新媒体研究》2018年16期

摘要：

原生广告(Native Advertising),是基于信息互联网时代发展的背景和媒体营销模式的创新而于近些年出现的名词,其本着广告内容和媒介环境(网站、App等)完美融合的形式,使人们轻易察觉不出其广告的身份,在用户不知不觉地使用媒介过程中将广告信息传递给他们.目前原生广告定义尚未统一,体现形式丰富多样:包括社交信息流广告、视频类、游戏类、手机应用类等多种形式.当前,其在法规和伦理角度存在一些问题.

**113. 《互联网时代营销活动中的伦理治理》**

作者：史向召

期刊：《财讯》2018年19期

摘要：

营销作为市场行为中重要的一环,在经济活动中的深度参与,让营销活动带有天然的商业属性.而正是在在"在商言商、无利不商"的思维前提下,时常有营销活动只谋求商业利益的函数最大值,而不顾政治、社会、文化等多方面的约束.而互联网的发展对技术限制的减少,以及内容尺度的放宽更是给予了许多营销活动走入灰色地带的可能.不过绝大多数的公关营销活动都符合广告法等明文法规的要求,目前的广告营销活动中,更容易忽视,更容易被突破的,是隐性的营销伦理.

**114. 《中国媒介市场数据失范现象与治理对策》**

作者：廖秉宜

期刊：《编辑之友》2018年10期

摘要：

报刊发行量、广播电视视听率、网络点击量等是衡量媒介影响力的重要指标,是制定媒介广告刊播价格的主要依据,也是广告主和广告公司确定广告媒介组合策略的重要依据.文章重点分析了中国媒介市场存在的数据失范现象及对中国传媒业和广告业发展的深层影响,并提出了中国媒介市场数据失范的治理对策,即强化对媒介市场数据虚假、数据合谋和数据垄断问题的法律规制与伦理规范;与第三方媒介数据监测机构合作,提升媒体的公信力和广告传播的实际效果;构建政府、行业组织和媒介数据公司共治模式,规范媒介数据调研市场行为.

**115. 《虚拟现实技术在广告领域应用存在的问题及对策》**

作者：姚静怡

期刊：《新媒体研究》2018年06期

摘要：

广告作为典型的高包容度和高创新性度的行业,运用新兴技术吸引消费者关注和增加广告的趣味性和互动性,从而提高广告转化率是大势所趋.虚拟现实技术井喷式发展,在各个行业广泛运用,对我们的生活产生了巨大的影响.通过分析虚拟现实技术在广告领域应用的表现和优势,从而为广告领域更好地运用虚拟现实技术生产出更具创意和经济性的广告提供借鉴.但虚拟现实技术在广告领域的应用中产生了伦理、技术和内容等三方面的问题,文章提出了相应的解决途径以促进虚拟现实技术在广告领域的更好发展.

**116. 《对当今不良旅游营销行为的反思与矫正》**

作者：许黎；张馨文；曹诗图

期刊：《武汉文理学院学报》2018年02期

摘要：

随着旅游业的蓬勃发展,旅游市场营销活动日益繁荣,一些旅游企业深受经济利益的诱惑,在从事旅游市场营销活动的过程中,出现了越来越多的不良旅游营销行为,如虚假广告、恶性价格战、低俗营销、浮华营销等,并由此引发了一系列的社会伦理问题.文章从旅游产品、价格、分销及促销4个方面解析不良旅游营销行为的具体表现,从内外两方面剖析了不良旅游营销行为产生的原因;并在此基础上探索性地提出了不良旅游营销行为的矫正措施,旨在促进旅游业健康、和谐、稳定发展.

**117. 《广告文本的三重逻辑——以“我们恨化学”广告为例》**

作者：刘佳佳

期刊：《编辑之友》2018年03期

摘要：

作为现代文化不可分割的一部分,广告文本中隐藏着一种内在的、支配表面现象的深层逻辑结构,广告形态及相关围绕广告的批评和争议也源于此.研究以新近发生的“我们恨化学”广告事件为例,对广告话语的编码机制进行“行为功能”的解构,从广告运作机制、叙事逻辑以及表达艺术三个层次分别展开思考,提炼出广告文本的深层逻辑结构,继而从广告环境的多重图景中展开对广告责任与伦理的思考....

**118. 《大数据营销中的伦理问题探析》**

作者：李欣

期刊：《现代营销》2018年05期

摘要：

大数据营销快速发展,很多人看到它带来巨大好处的同时,却可能忽视其中存在的伦理问题.本文对现行的大数据营销运作中存在的伦理风险进行分析,并解析目前的伦理困境及其成因.

**119. 《浅析自媒体对传统公益传播模式的影响——以罗一笑事件为个案分析》**

作者：周文静

期刊：《视听》2018年06期

摘要：

从为了拯救生病女儿的卖文筹款到消费爱心的恶意营销,罗一笑事件从刷屏到反转,不能简单地归结为消费大众爱心的伦理问题,这更是新旧媒体交锋过程中,对原有公益传播模式和传统慈善管理机制的挑战.本文以罗一笑事件为个案分析,探讨"罗一笑"事件刷屏背后的公益传播模式以及自媒体对这种传播模式的解构与重构,并借此提出对互联网+慈善的思考.

**120. 《基于完全垄断体制下的中国烟草企业伦理管理浅析》**

作者：彭略

期刊：《消费导刊》2018年08期

摘要：

伦理对企业的认可度越来越受到社会的广泛关注,烟草作为大型国有垄断企业,企业的经济总量已经不是衡量企业存在价值的唯一标准.烟草要更好履行国企责任,确保全行业在符合法律法规、业务、财务、道德及制度规范等的情况下,提供市场监管、品牌培训、市场营销、客户服务等工作,同时维护好国家利益和消费者利益,开展伦理管理具有较强的针对性和指导意义.

**121. 《自我救赎首在伦理传播提升》**

作者：江作苏

期刊：《中国新闻出版广电报》2018-11-08

摘要：

重庆万州公交车坠桥事件，既是一起社会事件，也是一个舆论事件，令人百感交集，叹之又叹，心里很不是滋味。我国的硬件建设世所公认，形象不断加分，就拿像万州长江大桥这样的建筑物来说，其先进程度在世界工程界堪称一流。

**122. 《自媒体视域下微信传播的伦理审视》**

作者：陈平；陈清华

期刊：《新闻研究导刊》2018年19期

摘要：

本文针对自媒体视域下微信传播伦理失范的问题,分析了导致问题的原因,并从强化微信用户伦理意识的培养、充分发挥微信技术的正能量、有效推动社会伦理失范问题的解决、健全微信传播管理的法律法规四个方面提出了相应的对策。

**123. 《传播伦理在大数据时代的发展与变迁——《冲突与转向——大数据时代的传播伦理研究》 》**

作者：何涛

期刊：《传媒》2018年18期

摘要：

传播技术对传媒业的发展具有重要的作用,伴随着传播技术的不断演进,传媒业在传播形态、传播模式、传受关系等各方面都发生了重大变化。大数据技术作为近几年传播技术演进的又一次升级,为新闻传播领域的进一步发展提供了契机,重塑了新闻传播业态,催生了新的传播形式,改变了传受关系,也给新闻传播业带来了新的挑战。在大数据时代,这种挑战不仅仅体现在技术层面和业务层面,还包括新闻传播的伦理层面。而新闻传播伦理是新闻传播业发展的软元素,它规定着新闻

**124. 《论微平台传播环境下新型信息伦理建构问题 》**

作者：王亚强；张雅丽

期刊：《传播力研究》2018年27期

摘要：

从微平台传播环境下新型信息伦理建构这一命题出发,从信息伦理的形成过程与信息技术的突飞猛进正相关,提出了这个选题的研究必要性。然后对已有研究做了梳理,提出了研究要点以及思路和方法,旨在提高学术界对这个方向的关注度,为相关对策提供旨归。

**125. 《短视频新闻报道的伦理困境及弥合机制》**

作者：张雪冰

期刊：《记者摇篮》2018年07期

摘要：

近年来,短视频愈来愈成为新闻传播实践活动中不可或缺的报道方式,但其所暴露的伦理冲突问题却不能忽视,内容的适宜度和报道尺度仍亟待规范,引起学界对短视频新闻报道伦理问题的讨论。本文在梳理短视频新闻中存在的四种伦理冲突的基础上,深入探讨了造成冲突的影响因素,并在此基础上提出弥合冲突的机制:增强媒体责任意识、提升影像素养、制定网民心态调适策略、完善相应的伦理规范和法规。