

<<传播法概论>>

图书基本信息

书名：<<传播法概论>>

13位ISBN编号：9787307049581

10位ISBN编号：7307049589

出版时间：2006-5

出版时间：武汉大学出版社

作者：夏晓鸣

页数：265

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>

## <<传播法概论>>

### 内容概要

本书以全新的视角审视传播活动中的法律规范与法律实践，从法学角度全面阐述了传播法的内涵、法源、体系、历史发展、基本原则、法律关系及法律适用等诸多问题，深入浅出地探讨了传播法的理论与实践问题，既有较强的理论分析，也有典型的实践判例，具有较高的学术价值和前瞻性。该书既可以作为传播学、法学等大学专业学科的基础教材，也可以作为在实践中从事新闻传播工作或法律工作专业人士的重要参考资料。

## &lt;&lt;传播法概论&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 传播法概述 第一节 传播 一、“传播”的词源与定义 二、传播活动 三、传播研究 第二节 传播法的渊源和概念 一、传播法渊源 二、传播法的概念 第三节 传播法律关系 一、概述 二、传播法律关系的基本原则 三、传播法律关系主体 四、传播法律关系客体 五、传播法律关系内容 第四节 传媒侵权 一、传媒侵权的概念及其构成 二、传媒侵权的法律特征 三、传媒侵权归责原则及其责任形式 四、传媒侵权责任赔偿损失的范围 第二章 传播法的历史发展 第一节 英美传播法发展状况 一、英国传播法初期的特点 二、英国传播法状况 三、美国传播法的原则和制度 四、美国传播法历程 第二节 大陆法系传播法发展状况 一、日本传播法的特点 二、日本传播法历程 三、德国传播法的特点 四、德国传播法历程 第三节 中国传播法制的沿革 一、十一届三中全会以前的中国传播法制 二、十一届三中全会以后的中国传播法制 第三章 传播机构的设定与布局规范 第一节 印刷媒介 一、申请印刷媒介的创办和登记 二、印刷媒介的审批 三、印刷媒介的日常管理 第二节 电子媒介 一、广播台、电视台的设立与审批 二、广播电视传输覆盖网的设立与审批 三、广播台、电视台的日常管理 第三节 网络传播 一、网络传播机构设定及相关规范 二、我国网络立法体系 第四节 广告管理 一、我国的广告管理机关、职能及其执法依据 二、广告经营的登记与审批 三、广告审查 四、对户外广告的管理 五、广告经营单位的年度检查制度 六、广告违法行为的法律责任 第四章 传播行为的规范 第一节 对传播主体权利义务的规范 一、传播者所享有的权利 二、传播者所应承担的义务 第二节 对传播内容的规范 一、维护国家安全 二、维护社会秩序 三、维护民族团结 第三节 对境外广播电视节目的管理 一、对境外广播电视节目的认定 二、对境外广播电视节目的管理 第五章 传播法的实践 第一节 报纸期刊 一、侵犯隐私问题 二、侵犯名誉问题 三、消息来源真实性问题 四、媒体藐视法庭和消息来源保密问题 第二节 电视广播 一、媒体审判与裁判公正 二、电视广播中对著作权侵犯的案例 三、电视广播中的儿童节目 第三节 网络 一、网络传播中的暴力色情问题 二、网络传播中的知识产权保护问题 三、网络传播中的聊天账号、游戏账号被盗问题 第四节 电影 一、电影(电视)分级制在我国受到关注的原因 二、国外和中国香港地区的电影分级制度 三、我国电影审查标准 四、我国电影的分级制度 第五节 手机短信问题 一、手机短信中的色情及淫秽信息问题 二、通过短信非法传播广告或广告欺诈 三、短信版权受著作权法保护问题 四、短信侵犯名誉权和隐私权问题 附录一 中华人民共和国著作权法 附录二 中华人民共和国著作权法实施条例 附录三 出版管理条例 附录四 报纸管理暂行规定 附录五 期刊管理暂行规定 附录六 广播电视管理条例 附录七 互联网信息服务管理办法 附录八 互联网站从事登载新闻业务管理暂行规定 附录九 互联网著作权行政保护办法 附录十 互联网等信息网络传播视听节目管理办法 附录十一 中华人民共和国广告法 附录十二 广告管理条例后记

<<传播法概论>>

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>