

<<媒介消费的法律保障>>

图书基本信息

书名：<<媒介消费的法律保障>>

13位ISBN编号：9787504341549

10位ISBN编号：7504341541

出版时间：2004-1

出版时间：中国广播电视出版社

作者：宋小卫

页数：409

字数：240000

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>

<<媒介消费的法律保障>>

内容概要

传播学话语中的媒介消费，泛指获取和享用大众传媒提供的精神产品或服务。

日常的看电视、听广播、订阅报刊直至点播媒体节目等活动，皆可归入媒介消费的范畴。

作为当代人普遍享有的一种自由与权益，媒介消费与物质消费活动一样，也需要得到法律的支持与保护。

本书的法律解读，涉及到我国的宪法、民法、行政法、经济法、社会法、刑法、程序法等7个法律部门，对其中可以适用于媒介消费保障的法律规定，逐一给出了详细的介绍，并附有各种典型案例；同时，作者又为正文适当加配了必要的补充说明与注释，想深究的读者，可以借此展开进一步的追索与深思。

书中第二部分进而阐述了大众传媒应当对受众承担的底限责任与义务。

此外，作者还从我国7个法律部门的法律、法规中，归纳出十大类关涉媒介消费保障的规范与条文，作为附录列于书后，方便了读者的查阅、印证和援用。

<<媒介消费的法律保障>>

作者简介

宋小卫，男，1958年生。

中国社会科学院新闻与传播研究所副研究员。

1989年起，涉足有关受众权益保护与媒介消费保障问题的研究。

发表有《受众权益研究导论》、《理想的受众》、《略论我国公民的知情权》、《美国 情报自由法的立法历程》、《认真对待公民的媒介表达权》

<<媒介消费的法律保障>>

书籍目录

导言：从媒介消费说起第一部分 媒介消费的法律保障 一 构成我国法律体系的7个法律部门 二 接近和享秀大众传播：公民的基本自由与国家之责任 ——解说宪法的有关规定 三 媒介消费中的财产权及合同关系 ——解说民法的有关规定 四 向媒介消费倾斜 ——解说经济法的有关规定 五 行政权力对媒介消费的利益支持及其自我约束 ——解说行政法的有关规定 六 帮助社会弱势群体共享大众传播资源 ——解说社会法的有关规定 七 保障媒介消费秩序与安全的最后防线 ——解说刑法的有关规定 八 媒介消费者行使诉权的法定程序和依据 ——解说诉讼程序法的有关规定第二部分 大众媒体对受众承担的底限责任与义务 九 什么是大众媒体对受众承担的底限责任与义务 十 维护新闻报道的真实性 十一 新闻报道失实，要公开更正 十二 有刊播的损受众身心健康的报道和节目 十三 遵半广告发布准则 十四 编播技术质量应符合既定的行业标准 十五 有偿提供媒介产品或服务，不能违反法定的交易规范附录 与媒介消费保障有关的法规和其他规范文件选摘后记

<<媒介消费的法律保障>>

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>