

<<大众传媒与人格权保护>>

图书基本信息

书名：<<大众传媒与人格权保护>>

13位ISBN编号：9787542621146

10位ISBN编号：7542621149

出版时间：2005-6

出版时间：上海三联书店

作者：洪伟

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>

## <<大众传媒与人格权保护>>

### 内容概要

本书共五章。

第一章介绍了大众传媒的概况。

媒介有广义和狭义之分。

广义媒介的全部内涵是：普天之下，莫非媒介。

狭义的媒介，即大众传播媒介，简称大众传媒。

大众传媒是所有用以向广大受众传递各种信息的物质载体，传统上指传播范围广大的图书、报纸、杂志、广播、电影、电视六种传媒，前三种又称印刷媒介，后三种称电子媒介，再加上互联网、音像出版物等新兴传媒。

在狭义上，大众传媒特指报纸、杂志、广播、电视四种传媒及互联网，本书在狭义范围内使用大众传媒，有时把大众传媒与新闻传媒视为同义。

本章介绍了媒介的起源与发展，并阐述了印刷媒介、电子媒介及网络媒介的特征，大众传媒的社会功能以及在中国社会发展中的影响和作用。

第二章探讨了大众传媒与名誉权的关系。

从人类早期社会伊始，名誉权就受到保护，但确认和保护名誉权的现代人格权制度乃是资产阶级的立法所建立的。

世界各国对名誉权的保护采取了不同的方式和手段。

英美法主要以侵权行为制度对名誉权加以保护，而大陆法制则注重于将名誉权作为人格权的内容加以保护，我国的法律体系形成了对名誉权从根本大法到基本法的完整保护体系。

但随着大众传媒在当代社会的崛起，大众传媒在其传播活动中，侵犯公民、法人名誉权的现象日益增多，并呈现出新特点。

如何解决言论自由与名誉权的关系，是本章遇到的较难的问题。

作者认为，应该借鉴西方国家的一些做法，如“真实性原则”、“公正评论”、“特许权”等解决言论自由与名誉权的冲突与平衡。

第三章探讨了大众传媒与隐私权的关系。

随着科学技术的高速发展，大众传媒的社会信息传播也更加快捷。

大众传媒对人们在社会生活中扮演各种角色的相关报道令人目不暇接，由此产生的媒体报道侵犯隐私权的冲突也愈加引人注目。

第四章探讨了大众传媒与肖像权的关系。

第五章探讨了大众传媒与法制的关系。

## <<大众传媒与人格权保护>>

### 书籍目录

序言第一章 大众传播媒介概论 第一节 广义的媒介与狭义的媒介 一、广义的媒介 二、狭义的媒介  
第二节 媒介的起源与发展 一、从口语到文字 二、印刷媒介的产生与发展 三、电子媒介的产生与发展  
四、网络媒介的出现与发展前景 第三节 大众传媒的种类和特征 一、印刷媒介 二、电子媒介  
三、网络媒介 第四节 大众传媒的社会功能 一、大众传媒的社会功能理论 二、大众传媒在中国社会  
社会发展中的影响和作用第二章 大众传媒与名誉权 第一节 名誉及名誉权的意义 第二节 名誉权的保护  
第三节 侵害名誉权的对象 第四节 侵害名誉权的方式 第五节 网络名誉侵权 第六节 言论自由与名誉权  
第三章 大众传媒与隐私权 第一节 隐私权概述 第二节 隐私权的法律保护 第三节 大众传媒侵犯隐私权  
的方式 第四节 网络媒体与隐私权 第五节 隐私权的法律界限第四章 大众传媒与肖像权 第一节 肖像与  
肖像权 第二节 大众传媒侵犯肖像权的认定 第三节 新闻报道、舆论监督阻却侵犯肖像权的违法性 第  
四节 传媒产业化给新闻侵害肖像权认定带来的困境第五章 大众传媒与法制 第一节 西方新闻法制发展  
概况 第二节 我国新闻法制的社会现实背景 第三节 大众传媒与司法参考文献

<<大众传媒与人格权保护>>

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>