



传播法判例

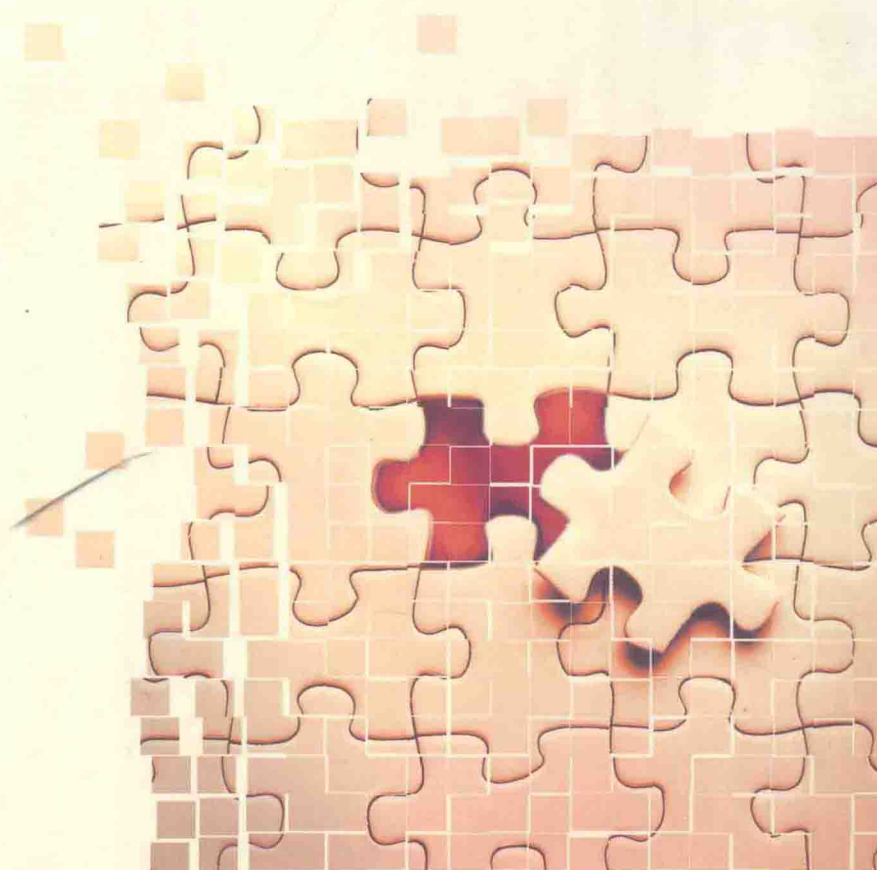
自由、限制与现代媒介

第四版

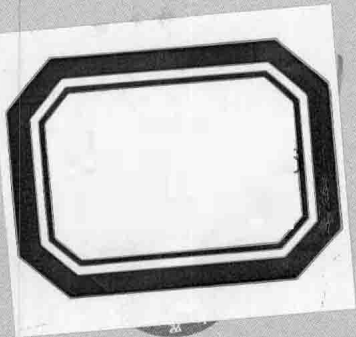
CASES IN COMMUNICATIONS LAW LIBERTIES, RESTRAINTS, AND THE MODERN MEDIA

fourth edition

John D. Zelezny



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

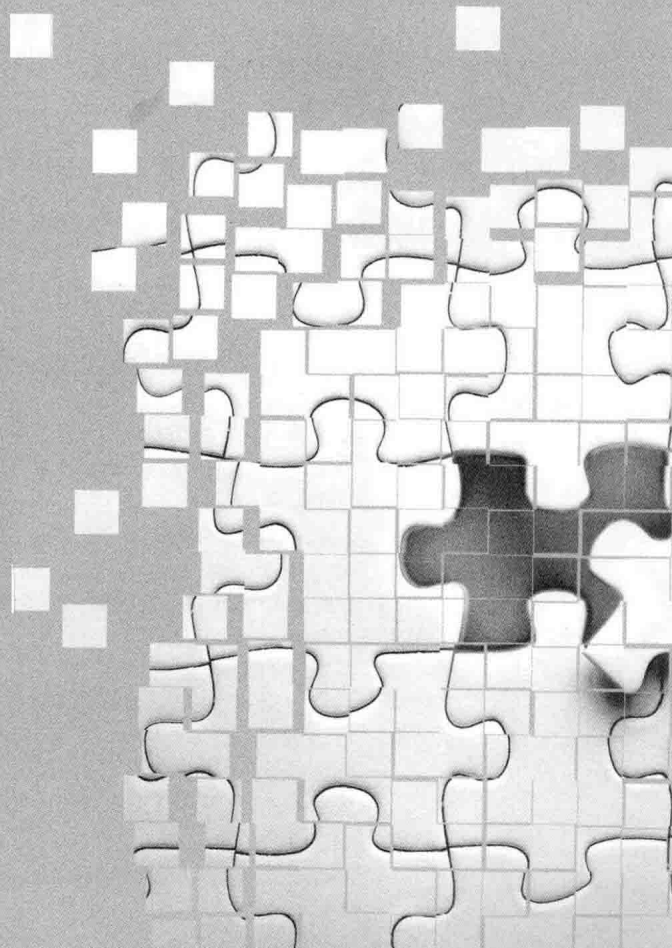


传播法判例

自由、限制与现代媒介

(第四版)

约翰·D·泽莱兹尼



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

著作权合同登记 图字：01-2003-7297 号

John D. Zelezny

Cases in Communications Law: Liberties, Restraints, and the Modern Media, fourth edition

EISBN: 0-534-61803-0

Copyright © 2004 by Wadsworth, a division of Thomson Learning

Original language published by Thomson Learning (a division of Thomson Learning Asia Pte Ltd). All rights reserved.

本书原版由汤姆森学习出版集团出版。版权所有，翻印必究。

Peking University Press is authorized by Thomson Learning to publish and distribute exclusively this English language reprint edition. This edition is authorized for sale in the People's Republic of China only (excluding Hong Kong, Macao SARs and Taiwan). Unauthorized export of this edition is a violation of the Copyright Act. No part of this publication may be reproduced or distributed by any means, or stored in a database or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

本书英文影印版由汤姆森学习出版集团授权北京大学出版社独家出版发行。此版本仅限在中华人民共和国境内（不包括香港、澳门特别行政区及台湾地区）销售。未经授权的本书出口将被视为违反版权法的行为。未经出版者预先书面许可，不得以任何方式复制或发行本书的任何部分。

图书在版编目(CIP)数据

传播法判例：自由、限制与现代媒介：第四版/(美)泽莱兹尼(Zelezny, J. D.)著. —影印版. —北京：北京大学出版社，2004.12

(世界传播学经典教材英文影印版)

ISBN 7-301-06926-X

I. 传… II. 泽… III. 传播—法律—美国—教材—英文 IV. D971.221

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 002747 号

书 名：传播法判例：自由、限制与现代媒介(第四版)

著作责任者：[美]John D. Zelezny 著

责任编辑：谢 娜

标准书号：ISBN 7-301-06926-X/G·0989

出版发行：北京大学出版社

地 址：北京市海淀区成府路 205 号 100871

网 址：<http://cbs.pku.edu.cn>

电 话：邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62752027

电子信箱：pl@pup.pku.edu.cn

排 版 者：兴盛达打字服务社

印 刷 者：北京飞达印刷有限责任公司

经 销 者：新华书店

787 毫米×960 毫米 16 开本 19 印张 368 千字

2004 年 12 月第 1 版 2004 年 12 月第 1 次印刷

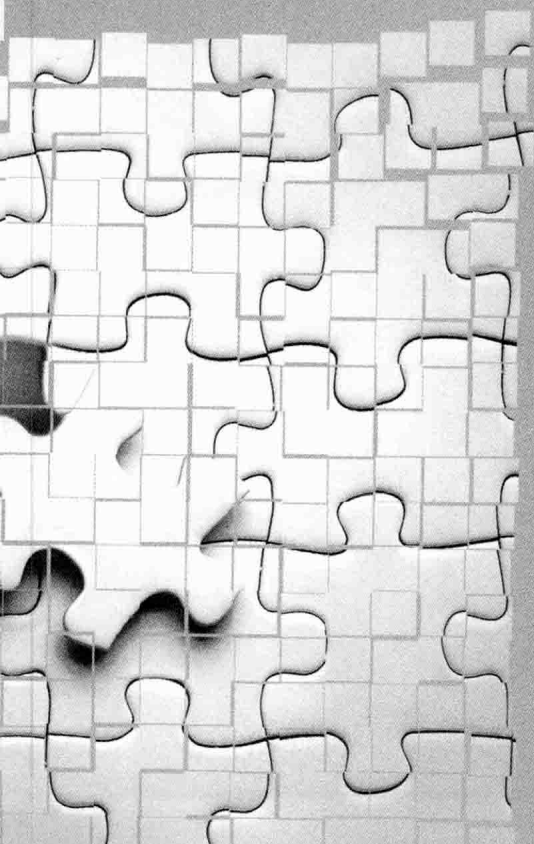
定 价：34.00 元

CASES IN COMMUNICATIONS LAW

LIBERTIES, RESTRAINTS,
AND THE MODERN MEDIA

fourth edition

John D. Zelezný



《世界传播学经典教材》

编 委 会

主 任：龚文庠

编 委 （按姓氏拼音为序）：

- | | |
|-----|-----------------------|
| 程曼丽 | 北京大学世界华文传媒研究中心主任、教授 |
| 丁俊杰 | 北京广播学院新闻传播学院院长、教授 |
| 龚文庠 | 北京大学新闻与传播学院常务副院长、教授 |
| 郭庆光 | 中国人民大学新闻学院院长、教授 |
| 黄升民 | 北京广播学院广告学院院长、教授 |
| 李 琨 | 北京大学新闻与传播学院传播学系主任、副教授 |
| 李良荣 | 复旦大学新闻学院教授 |
| 罗以澄 | 武汉大学新闻与传播学院院长、教授 |
| 单 波 | 武汉大学新闻与传播学院副院长、教授 |
| 吴廷俊 | 华中科技大学新闻与信息传播学院院长、教授 |
| 谢新洲 | 北京大学新闻与传播学院副院长、教授 |
| 熊澄宇 | 清华大学新闻与传播学院副院长、教授 |
| 杨伯淑 | 北京大学新闻与传播学院教授 |
| 尹 鸿 | 清华大学新闻与传播学院副院长、教授 |
| 喻国明 | 中国人民大学新闻学院副院长、教授 |
| 张国良 | 复旦大学新闻学院教授 |

主 编：谢新洲

副主编：李 琨

出版声明

本套丛书是对国外原版教材的直接影印,由于各个国家政治、经济、文化背景的不同,原作者所持观点还请广大读者在阅读过程中加以分析和鉴别。我们希望本套丛书的出版能够促进中外文化交流,加快国内新闻传播学专业教学的发展。

我们欢迎业内专家和学者对我们的工作进行指导,欢迎每一位读者给我们提出宝贵的意见和建议。

北京大学出版社政法事业部

2004年10月

《世界传播学经典教材》总序

龚文庠

传播学是上个世纪诞生于美国和欧洲的一门新兴学科,引进中国只有二三十年之久。五年前国家教育部才将它列入正式学科目录。中国经济持续高速发展,带动了媒体产业的大改革、大发展,传播学就成了顺应时代潮流的热门学科。

然而由于这是一门年轻的“舶来”学科,按照一些学者的说法,尚处在从“译介”到“本土化”的初级阶段。在教学、研究的过程中,我们常感到对一些术语、概念、理论难以把握,往往是众说纷纭、莫衷一是,有时在激烈争论之后才发觉问题出现在翻译上。例如将 communication 译为“传播”,有人就方便地将传播误解为“宣传+广播”。有人将新闻与传播混为一谈,用“新闻传播学”(news communication)来涵容传播学。有人说,新闻学研究新闻媒体,新闻媒体就是大众媒体,所以新闻学与传播学没有多大区别,因为新闻学研究的就是大众传播。于是出现了将传播学视为新闻学之分支的怪现状。究其原因,一些模糊或错误概念的产生,根子还在对原义的理解。例如英文 communication 在中文里没有对等词,译为“传播”是很勉强的。communication 含有双向的意思,如: to share or exchange opinions (Longman Dictionary of Contemporary English),而中文的“传播”有明显的从一方传往另一方的倾向。如果直接阅读英文词典或原著中对 communication 的界定和解释,就很容易把握原义,在讨论中也可以避免因译文歧义而白费口舌。

以本人阅读译文的亲身体验为例。在读亚里士多德的《修辞学》时我查看了几种英文译本,其中最令我受益的是 1926 年的译本,它采用希腊文原文与英译文逐页对照的版式。其他英译本多将书名译为“Rhetoric”(中国人民大学出版社的最新中文译本也译为《修辞学》),而 1926 年英译本却译为“Aristotle's 'Art' of Rhetoric”。这是按照希腊文原版本直译出来的,中文对应译文为《亚里士多德的讲演“读本”》。希-英对照译本传达了其他译本中“损失”掉的一个重要的意义:“art”在希腊文中是多义词,此处的 art 意为 handbook(读本、手册),也就是讲演手册。亚氏写此书的背景是,他不满足于当时“智者派”(Sophists)们撰写的多种读本(art),于是自己写一部读本来正本清源,因而书名为《亚里士多德的讲演“读本”》。如果不是读到 1926 年的希-英对照译本,笔者就无法了解原著书名所含有的如此重要而丰富的信息。

我们当然不能一概否定和取消翻译,因为没有翻译,不同文化之间就无法交流,艺术家、科学家、思想家的智慧就不可能为全世界共享,人类文明也不可能像今天这样灿烂。

然而目前我们的翻译作品,尤其是学术著作的翻译中,存在着浮躁、不负责任的风气。我们需要大力提倡认真、严谨的译风,像严复那样,“一名之立,旬月踟躇”。对于学术译作,如果有条件,我们还应当尽量提供方便,让读者在遇到疑问时能够查对原文。

基于以上理由,北京大学新闻与传播学院决定编选这套《世界传播学经典教材》书系,分为英文版和中文版两类。英文版为原著影印本,加上我们的导读和部分译文;中文版为全文翻译,而每部英文中译本都有原作可以对照。

这套书系选取下列类型的著作:1. 传播学中有影响的名著,如曾10次再版的《说服:接受与责任》(*Persuasion: Reception and Responsibility*)。2. 传播学的重要分支学科,如《组织传播:理论学派与传播过程》(*Organizational Communication: Approaches and Processes*)、《跨文化交流》(*Communication Between Cultures*)、《媒介法原理》(*Major Principles of Media Law*)、《电子媒介经营管理》(*Management of Electronic Media*)等。3. 综合性研究,如《媒介研究:文本、机构与受众》(*Media Studies: Texts, Institutions and Audiences*)、《影响的互动:新闻、广告、政治与大众媒介》(*The Interplay of Influence: News, Advertising, Politics, and the Mass Media*)等。书系中所有影印本和中译本都将依据我们获得版权的原著最新版本。

书系的编选将采取开放式,除已经取得版权的十几种著作,还将陆续纳入新的选题。传播学理论的译介是一项庞大的工程,我们欢迎并希望更多同行、专家和有志者参与其事,互相切磋,共同推进传播学在中国的发展。

书籍的前言中经常流行一句套话:由于时间仓促,水平有限,错误在所难免,请读者见谅。有人批评说,时间仓促就不要急着出书,水平有限就应当等水平够格再发表,怎么反过来要求读者原谅呢?这话说得真好。我们将以严肃负责的态度,尽力把好本书系的质量关。读者诸君如发现问题,恳请不吝赐教。

导 读

张 积 王秀丽

美国作为一个实施判例法的国家,几百年来所保存下来的法庭判决已经成为美国法律体系的灵魂,并成为法官解决各种法律诉讼的重要指导原则。“判例原则”的存在,是任何研读法律的人不能等闲视之的。事实上,判例教学在法律教育中正发挥着越来越大的作用。对于学习传播学和传播法的学生来说,要想真正了解美国法律的精髓,深入透彻地理解传播法和传播学,就必须系统学习并深入理解传播法中的经典判例。

本书是作者为自己所编撰的名为《传播法:自由、限制与现代媒介》(第三版)的教科书而特别编写的配套教材,主要目的在于通过介绍内容丰富的传播法判例,使学习传播学的学生或其他读者能够熟悉传播法关键原则的司法推理,对传播法的价值与影响有一个更深切的认识。书中所选的判例大多数都属于美国最高法院的经典判例,已经成为全国其他法院在处理类似问题时必须遵循的重要原则。其余部分则涵盖了部分州法院和次级联邦法院的判例,以展现美国传播法的基本发展趋势和近期动态。应该说,本书在判例的选择上是颇为用心的,称得上是一部传播法判例的精选集。阅读这部判例,可以了解传播法涉讼案件的司法推理过程,获得美国法律的一些基本知识,使那些原本枯燥的法律原则变得更加生动,更加容易理解。

本书的章节结构主要依据《传播法:自由、限制与现代媒介》(第三版)的章节顺序进行编排,共分十二章,所涉及的判例主题基本囊括了传播法的各个方面,主要包括:美国宪法第一修正案,公共安全威胁,名誉损害,隐私侵犯,记者对场所和信息的接触权,媒体与司法体系,知识产权,联邦通讯委员会与无线广播电视经营执照,电子媒介内容,淫秽与猥亵,商业言论等。收入本书的大多数判例尽管是按照作者设定的主题进行组织的,但都可以按照其名称,在其他任何一本传播法的教科书中找到。

考虑到本书的读者对象主要是新闻、电信及传播学等非法律专业的学生,作者对书中的法庭意见做了精心的编辑,删除了专门讨论有关法律程序技术问题的部分,保留了直接触及传播法本质要点的部分,篇幅与原始判例相比大大缩短。同时,为了增加可读性,作者对于所援引的大多数正式的判决都进行了一些必要的处理,只对那些具有高度启发性或“里程碑”式的判决进行完整的援引。基于同样的原因,作者也删掉了有关司法问题的注释。通过这样的处理,降低了判例阅读的难度,使读者在学习的时候能够把握重点,避免在时间、精力等方面造成不必要的浪费。

判例在内容和形式上的特殊性,要求读者用批判的眼光来阅读,以便于深入理解传

播法的精髓。那么,在阅读过程中作一些书面摘要,已经被证明是一种比较有效的学习方法。这种判例摘要,就是对每个判例所作的一个简明概要,即将司法判决归纳为标题、事实、争议点、判决和法律原则等几个关键的要素,作出简要的说明总结,从而使读者对该判例形成完整而清晰的印象。此外,判例摘要也是美国法学院进行课堂判例学习的重要方法,学生一般会在老师的带领下对判例中的各个要素进行讨论。当一个学生面对一个陌生的判例时,如果能够准确把握判例中的关键要素,那么他就基本上理解了这个判例。

在阅读判例过程中,必然会遇到大量的法律术语,对于非法律专业的学生来说,准确理解这些术语是理解整个判例的起点。因此,作者在书后列了一个简单的法律术语表,对许多重要的法律术语做出了简要的解释。这为学生和其他读者学习与阅读本书提供了极大的方便。

本书的作者约翰·D·泽莱兹尼先生(John D. Zelezny),是一位传播法方面的律师和战略家,目前担任加利福尼亚州弗雷斯诺市社区医疗中心的高级副总裁和首席信息官。他曾做过报社记者,也曾在亚利桑那州和加州的多所大学担任媒介法和新闻专业的教授达15年以上,最终成为一名高级管理顾问、宪法第一修正案问题专家以及卓越的演讲家。泽莱兹尼先生丰富的职业经历使他能够从法律、新闻、咨询等多个视角来写作本书,同时也可以从教授和律师两种职业角度来挑选判例并对判例进行适当的编辑。

相信读者能够通过泽莱兹尼先生的这本《传播法判例》,更好地学习理解美国的传播法和传播学,促进比较传播法学的教学与研究。希望本书影印版在我国出版以后,能够得到广泛传播,推动我国传播法与传播学的教学和研究工作。

PREFACE

The primary object of this book is to present cases that will familiarize communications students with authoritative judicial reasoning on key principles of communications law. Most of the cases are from the Supreme Court of the United States, and these cases stand as precedent that all other courts in the nation must follow. The Supreme Court, however, has not rendered decisions on all important aspects of communications law. Furthermore, trends in the law sometimes are fueled by the rulings of other courts long before those trends are validated by the Supreme Court, if ever. Therefore, this book also contains carefully selected cases from the state courts and lower federal courts in order to provide a more complete and up-to-date picture of communications law, along with a few of the older, classic cases.

Because this book is intended for students in journalism, telecommunications, and other communications fields—not law school students—the judicial opinions have been thoroughly edited to focus only on substantive points of communications law. Most judicial discussion pertaining to technical issues of legal procedure has been eliminated. As a result, the edited cases in this book typically are only half the length of the original versions as they are found in a law library.

Furthermore, in order to improve readability most of the formal legal citations have been summarily omitted from these cases. Only those citations pertaining to other highly instructive or "landmark" cases have been retained. For the same reason, judicial footnotes also have been summarily edited out of the cases.

This book is intended as a companion to a narrative textbook or outline on communications law. The organization of sections follows the chapter arrangement in the textbook published by Wadsworth Publishing Company, *Communications Law: Liberties, Restraints and the Modern Media*, 3rd edition. But most of the cases in this book would be referred to by name, in one order or another, in virtually any textbook on communications law.

目 录

前言

1. 导论	1
为什么要研究判例?	
如何找到判例?	
法律术语	
如何阅读判例并做判例摘要?	
2. 美国宪法第一修正案	7
尼尔诉米尼苏达案	
《迈阿密先驱报》诉托尼罗案	
西蒙-舒斯特出版公司诉犯罪受害人委员会案	
赫福朗诉克利须那思想国际协会案	
辛辛那提诉探索网络公司案	
波士顿第一国家银行诉贝洛提案	
麦金太尔诉俄亥俄州选举委员会案	
金卡丁诉吉布森案	
3. 公共安全威胁	39
《纽约时报》诉美利坚合众国案	
美利坚合众国诉前进公司案	
奥利维亚诉国家广播公司案	
温特诉 G·P·布特南之子案	
美国游戏机协会诉肯卓克案	
4. 名誉损害	65
《纽约时报》诉萨利文案	
哈特-汉克斯传播公司诉康诺顿案	

杰茨诉罗伯特-韦尔奇公司案
 米尔科维奇诉洛伦杂志公司案
 凯林诉全球传播公司案
 泽然诉美国在线公司案

5. 隐私侵犯 91

霍夫曼诉美国广播公司案
 麦克纳马拉诉自由报刊公司案
 佛罗里达星报诉 BIF 案
 迪亚兹诉《奥克兰论坛报》案
 舒尔曼诉 W 集团制作公司案
 《好色客》杂志诉范威尔案
 阿姆斯特朗诉 H&C 传播公司案

6. 对场所和信息的接触权 119

米勒诉国家广播公司案
 胡金斯诉旧金山公共电视台案
 美国司法部诉新闻自由委员会记者案
 伯瑞卡诉法斯案

7. 媒体与司法体系 133

瑞宴诉路易斯安那州案
 内布拉斯加新闻协会诉斯图尔特案
 新闻企业公司诉加利福尼亚州最高法院案
 昌德勒诉佛罗里达案
 加利福尼亚州宪法第一修正案联盟诉邬德福特案
 布兰兹伯格诉海斯案
 科恩诉考利斯媒体公司案

8. 知识产权 161

埃尔德雷德诉阿什克罗夫特案
 费斯特出版公司诉郊区电话服务公司案
 创造性非暴力社区诉里德案
 哈珀-罗出版公司诉《国家》杂志公司

坎贝尔诉阿卡夫-罗斯音乐公司案
时代公司诉彼得森出版公司案

9. 联邦通讯委员会与无线广播电视经营执照 189

胡佛诉市际广播公司案
红狮广播公司诉联邦通讯委员会案
MD/DC/DE 广播者协会诉联邦通讯委员会案
福克斯电视公司诉联邦通讯委员会案

10. 电子媒介内容 209

联邦通讯委员会诉加利福尼亚州妇女选民联盟案
哥伦比亚广播公司诉联邦通讯委员会案
特纳广播系统公司诉联邦通讯委员会(特纳 I)
特纳广播系统公司诉联邦通讯委员会(特纳 II)

11. 淫秽与猥亵 229

米勒诉加利福尼亚州案
巴黎成人剧院诉斯莱顿案
蒲柏诉伊利诺伊州案
瑞顿城诉娱乐剧院案
联邦通讯委员会诉太平洋基金案
阿什克若福特诉自由言论联盟案

12. 商业言论 249

弗吉尼亚州药学会诉弗吉尼亚公民消费者委员会案
中央哈德逊气电公司诉纽约公共服务委员会案
鲍格诉杨斯药品公司案
大新奥尔良广播公司诉美利坚合众国案
联邦贸易委员会诉高露洁-帕姆莱公司案
塔布若兹公司诉华纳-兰伯特公司案

词汇表 273

英汉词汇表 279

CONTENTS

Preface

1. <i>Introduction</i>	1
Why Study Cases	
How to Find Cases	
Legal Terms	
How to Read and Brief Cases	
2. <i>The First Amendment</i>	7
Near v. Minnesota	
Miami Herald v. Tornillo	
Simon & Schuster v. Crime Victims Board	
Heffron v. Int. Soc. for Krishna Consciousness	
Cincinnati v. Discovery Network, Inc.	
First National Bank v. Bellotti	
McIntyre v. Ohio Elections Commission	
Kincaid v. Gibson	
3. <i>Risks to Public Safety</i>	39
New York Times Co. v. United States	
United States v. The Progressive, Inc.	
Olivia N. v. National Broadcasting Co.	
Winter v. G.P. Putnam's Sons	
American Amusement Machine Ass'n v. Kendricks	
4. <i>Damage to Reputation</i>	65
New York Times Co. v. Sullivan	
Harte-Hanks Communications v. Connaughton	
Gertz v. Robert Welch, Inc.	
Milkovich v. Lorain Journal Co.	
Kaelin v. Globe Communications Corp.	
Zeran v. America Online	
5. <i>Invasion of Privacy</i>	91
Hoffman v. Capital Cities/ABC	

6. *Access to Places and Information* 1197. *Media and the Justice System* 1338. *Creative Property* 1619. *The FCC and Broadcast Licensing* 18910. *Electronic Media Content* 209

FCC v. League of Women Voters of California
CBS, Inc. v. FCC
Turner Broadcasting System v. FCC (Turner I)
Turner Broadcasting System v. FCC (Turner II)

11. *Obscenity and Indecency* 229

Miller v. California
Paris Adult Theatre v. Slaton
Pope v. Illinois
City of Renton v. Playtime Theatres
FCC v. Pacifica Foundation
Ashcroft v. The Free Speech Coalition

12. *Commercial Speech* 249

Virginia State Board of Pharmacy v. Virginia Citizens Consumer Council
Central Hudson Gas & Electric v. Public Service Comm'n of New York
Bolger v. Youngs Drug Products
Greater New Orleans Broadcasting Association, Inc. v. United States
FTC v. Colgate-Palmolive Co.
Tambrands, Inc. v. Warner-Lambert Co.

***Glossary* 273**