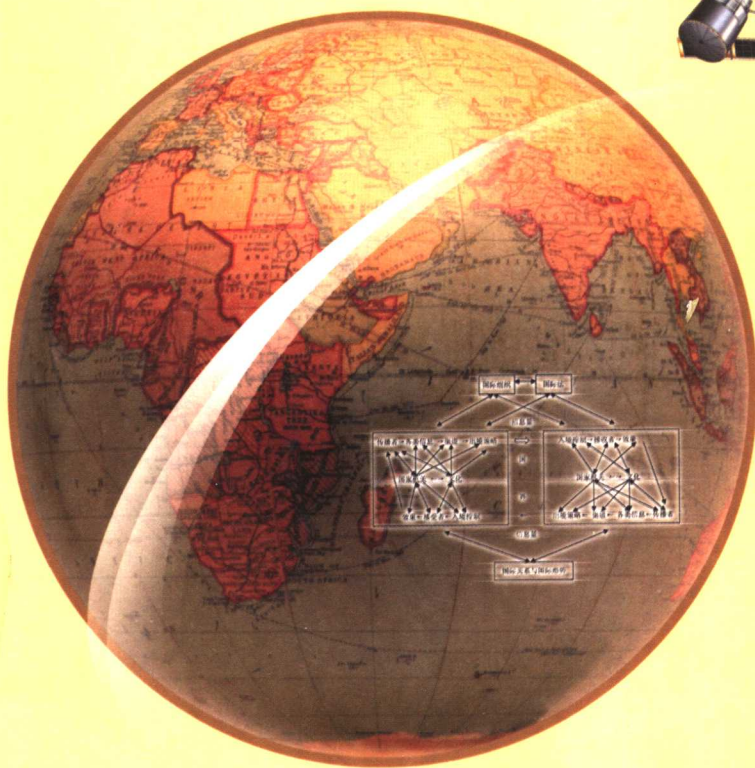


传播学入门

传播法

——解决信息不对称及相关问题的法律

雷润琴 著



Chuanbofa Jiejue Xinxì Buduìcheng jí Xiàngguānwèntí de Fǎlǜ



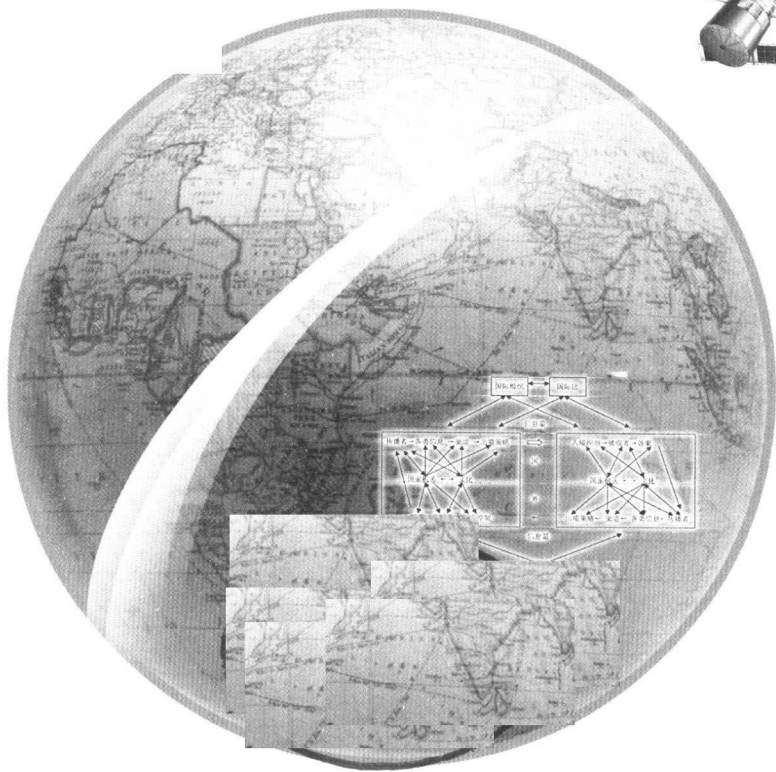
北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

传播法

Y
DP12.104
2

——解决信息不对称及相关问题的法律

雷润琴 著



Chuanbofa Jiejue Xinxì Buduìchéng jí Xiāngguānwèntí de Fǎlǜ



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

传播法: 解决信息不对称及相关问题的法律/雷润琴著. —北京: 北京大学出版社, 2005. 1

(传播学论丛)

ISBN 7-301-08377-7

I. 传… II. 雷… III. 传播-法律-中国-高等学校-教材 IV. D922.16

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 126888 号

书 名: 传播法——解决信息不对称及相关问题的法律

著作责任者: 雷润琴 著

责任编辑: 周婧 李霞

标准书号: ISBN 7-301-08377-7/D·1039

出版发行: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区中关村 北京大学校内 100871

网 址: <http://cbs.pku.edu.cn> 电子信箱: pl@pup.pku.edu.cn

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

排 版 者: 北京高新特打字服务社 51736661

印 刷 者: 北京中科印刷有限公司

经 销 者: 新华书店

730 毫米×980 毫米 16 开本 21.5 印张 400 千字

2005 年 1 月第 1 版 2005 年 1 月第 1 次印刷

定 价: 32.00 元

未经许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有, 翻版必究

作者简介

雷润琴 男，1967年9月15日生，湖北公安人，传播法博士。1998年5月赴台北参加首届海峡两岸新闻传播研究生学术研讨会，发表论文《未来与选择：走向21世纪的中国传播学发展战略》，其中表达的中国未来传播学将是科学主义、道德主义、实用主义的良性整合的理论受到海峡两岸新闻与传播学界的重视。2002年7月顺利完成北京大学——牛津大学“summer program in Media Law and Policy, WTO, and China”。2003年“非典”期间，在《中国青年报》头版发表《谣言，别袭击我们校园》，产生了巨大社会影响，并因此被中央电视台《实话实说》、《科学调查》邀请作嘉宾，用传播法的一些原理抨击“非典”谣言，为社会稳定作出了贡献。近年来主要致力于传播法学、法律传播学的基础性研究。

责任编辑：周 婧 李 霞

封面设计： 春天·书装工作室
tel:13051363823

目 录

导言	(1)
----------	-------

上 编 总 论

第一章 传播法概述	(7)
第一节 信息	(7)
第二节 信息不对称	(9)
第三节 解决信息不对称的传播法由来	(13)
第四节 传播法的涵义	(14)
第五节 传播法的调整对象	(17)
第六节 传播法律关系	(19)
第七节 传播法的体系	(23)
第八节 传播法的渊源	(24)
第九节 传播法与相关法的关系	(26)
第十节 传播法基本原则	(28)
第十一节 传播法的作用	(34)
第十二节 传播法的价值	(37)
第二章 传播法的演进	(41)
第一节 瑞典传播法的演进	(41)
第二节 英国传播法的演进	(43)
第三节 美国传播法的演进	(46)
第四节 法国传播法的演进	(49)
第五节 日本传播法的演进	(51)
第六节 中国传播法的演进	(53)
第三章 传播权利(一)	(60)
第一节 传播权利的一般原理	(60)
第二节 传播权利的设定与获得	(63)
第三节 传播权利的保障和救济	(64)



第四节 传播权利的滥用与限制	(65)
第四章 传播权利(二)	(68)
第一节 公民传播权利	(68)
第二节 媒体传播权利	(84)
第五章 传播义务	(89)
第一节 传播义务的概念和分类	(89)
第二节 传播义务的主要内容	(90)
第六章 传播责任	(96)
第一节 传播责任的概念与特点	(96)
第二节 传播责任的归结与免除	(98)
第三节 传播法律制裁	(99)
第七章 传播侵权	(101)
第一节 传播侵权的一般原理	(101)
第二节 传播侵权的主要形式	(105)
第三节 传播侵权的抗辩事由	(108)
第四节 传播侵权的具体内容	(111)
第八章 传播犯罪	(126)
第一节 关于犯罪的一般原理	(126)
第二节 传播犯罪的具体表现	(127)

下编 分 论

第九章 公民表达自由法	(155)
第一节 信息不对称与表达自由法	(155)
第二节 言论自由法	(158)
第三节 出版自由法	(163)
第四节 集会、游行、示威自由法	(164)
第五节 著作权法	(169)
第六节 新闻自由法	(185)
第七节 从解决信息不对称及相关问题出发， 完善公民表达自由法	(188)
第十章 市场信息传播法	(192)
第一节 市场信息不对称的一般原因与经济后果	(192)
第二节 市场信息不对称的具体分析	(193)



第三节 解决信息不对称的市场信息传播法·····	(195)
第四节 广告法·····	(196)
第五节 商业秘密法·····	(197)
第十一章 公共信息公开法·····	(200)
第一节 图书馆法·····	(200)
第二节 档案法·····	(202)
第三节 统计信息公开法·····	(205)
第四节 气象、地震、疫情预报与公布法·····	(209)
第十二章 大众传播法·····	(212)
第一节 信息不对称与大众传播·····	(212)
第二节 媒介体制法·····	(213)
第三节 记者法·····	(214)
第四节 媒介经营法·····	(216)
第五节 从解决信息不对称及相关问题出发,完善大众传播法·····	(220)
第十三章 出版法·····	(221)
第一节 出版单位的设立与管理·····	(222)
第二节 出版物的出版·····	(223)
第三节 出版物的印刷或者复制和发行·····	(224)
第十四章 电影法·····	(226)
第一节 电影制片·····	(226)
第二节 电影审查·····	(227)
第三节 电影发行和放映·····	(228)
第四节 中外合作摄制电影片·····	(229)
第十五章 广播电视法·····	(231)
第一节 广播电台和电视台·····	(231)
第二节 节目管理·····	(232)
第十六章 音像法·····	(233)
第一节 音像出版单位与活动·····	(233)
第二节 音像制品内容审查·····	(234)
第三节 音像制品经营·····	(235)
第十七章 网络法·····	(238)
第一节 网络法概述·····	(238)
第二节 网站·····	(239)
第三节 域名·····	(241)



第四节	电子邮件·····	(243)
第五节	数字化制品·····	(244)
第六节	网络传输作品与链接行为·····	(245)
第七节	网络服务商与互联网信息服务·····	(247)
第八节	网络安全·····	(247)
第十八章	舆论监督法 ·····	(249)
第一节	信息不对称与舆论监督·····	(249)
第二节	舆论监督法的一般原理·····	(252)
第三节	舆论监督的内容·····	(254)
第四节	我国舆论监督的准法律规定·····	(257)
第五节	从解决信息不对称及相关问题出发,制定舆论监督法·····	(259)
第十九章	立法公开法 ·····	(261)
第一节	立法·····	(261)
第二节	立法信息不对称·····	(263)
第三节	立法公开·····	(265)
第四节	从解决立法信息不对称及相关问题出发, 完善立法公开法·····	(271)
第二十章	政府信息公开法 ·····	(275)
第一节	政府信息不对称与政府信息公开法·····	(275)
第二节	政府信息公开法的概念和特点·····	(275)
第三节	世界典型的政府信息公开法简介·····	(277)
第四节	我国政府信息公开法的主要内容·····	(281)
第五节	国家秘密法·····	(283)
第六节	从解决政府信息不对称及相关问题出发,制定 政府信息公开法·····	(290)
第二十一章	司法公开法 ·····	(295)
第一节	司法信息不对称与司法公开法·····	(295)
第二节	审判公开·····	(296)
第三节	检务公开·····	(300)
第四节	从解决司法信息不对称及相关问题出发,完善 司法公开法·····	(304)
第二十二章	涉外传播法 ·····	(306)
第一节	涉外信息不对称与涉外传播法·····	(306)
第二节	外国常驻新闻机构设立与采访·····	(307)



目 录

第三节 港澳台记者采访.....	(309)
第四节 媒介产品进口.....	(311)
第五节 从解决涉外信息不对称及相关问题出发, 制定涉外传播法.....	(314)
附录 国际传播法.....	(316)
第一节 国际信息不对称与国际传播法.....	(316)
第二节 几个主要的国际传播法.....	(317)
第三节 从解决国际信息不对称及相关问题出发, 制定国际传播法.....	(324)
主要参考书目.....	(326)
后记.....	(332)



Table of Contents

Preface	(1)
---------------	-------

Part One General Provisions

Chapter 1 Outline of the Communications Law	(7)
1.1 Information	(7)
1.2 Information Asymmetry	(9)
1.3 The Origin of Communications Law	(13)
1.4 The Concept of Communications Law	(14)
1.5 Adjusting Object	(17)
1.6 The Connection of Communications Law	(19)
1.7 The System of the Communications Law	(23)
1.8 The Origin of Communications Law	(24)
1.9 Relations to Communications Law	(26)
1.10 The Principle of the Communications Law	(28)
1.11 The Effect of the Communications Law	(34)
1.12 The Value of the Communications Law	(37)
Chapter 2 The Evolution of Communications Law	
in Several Countries	(41)
1.1 Sweden	(41)
1.2 Britain	(43)
1.3 France	(46)
1.4 the U.S.A	(49)
1.5 Japan	(51)
1.6 China	(53)
Chapter 3 Communication Rights (1)	(60)
1.1 Concept and Characteristics	(60)
1.2 Right to Communicate: Designed	(63)



Table of Contents

1.3	Safeguard	(64)
1.4	Limits	(65)
Chapter 4	Communication Rights	(68)
1.1	The Rights of Citizens	(68)
1.2	The Rights of Media	(84)
Chapter 5	The Communication Duty	(89)
1.1	Concept and Classification	(89)
1.2	Contents	(90)
Chapter 6	The Communication Responsibility	(96)
1.1	Concept and Characteristics	(96)
1.2	Communication Responsibility; Come to Conclusion and Exempt	(98)
1.3	Punished by the Communication law	(99)
Chapter 7	The Communication Torts	(101)
1.1	General Principles	(101)
1.2	Forms	(105)
1.3	Contradicting Reasons	(108)
1.4	Contents	(111)
Chapter 8	The Communication Crime	(126)
1.1	General Principles	(126)
1.2	Forms	(127)

Part Two Specific Provisions

Chapter 9	The Laws of Free Expression	(155)
1.1	Information Asymmetry and the Law of Free Expressing	(155)
1.2	The Law of the Freedom of Speech	(158)
1.3	The Law of the Freedom of Press	(163)
1.4	The Law of the Freedom of Demonstration	(164)
1.5	The Law of Copyright	(169)
1.6	The Law of the Freedom of Journalism	(185)
1.7	Solutions to Some Defects	(188)
Chapter 10	The Laws of Market Information Communication	(192)
1.1	The Asymmetry of Market Information; Cause and Effect	(192)



1.2	The Asymmetry of Market Information: Analysis	(193)
1.3	The Asymmetry of Market Information: Solutions	(195)
1.4	The Law of Advertisement	(196)
1.5	The Law of Commercial Secret	(197)
Chapter 11	The Laws Information Publicity	(200)
1.1	The Law of Library	(200)
1.2	The Law of Archives	(202)
1.3	The Law of the Publicity of Statistic Information	(205)
1.4	Law of Weather Forecast, Earthquake, Epidemic Information Open	(209)
Chapter 12	The Laws of Mass Media	(212)
1.1	Information Asymmetry and the Laws of Mass Media	(212)
1.2	The Law of the Mass Media System	(213)
1.3	The Law of Journalism	(214)
1.4	The Law of Mass Media Management	(216)
1.5	Solutions to Some Defects	(220)
Chapter 13	The law of Press	(221)
1.1	Press Unit Establish and Manage	(222)
1.2	Press Published	(223)
1.3	Press Article Printing, Duplicate, Issue	(224)
Chapter 14	The Law of Film Industry	(226)
1.1	Film Production	(226)
1.2	Film Censorship	(227)
1.3	The Publication and Featuring of Films	(228)
1.4	Films Produced under Cooperation of China and Foreign Countries	(229)
Chapter 15	The Law of TV Broadcasting	(231)
1.1	Broadcasting station and TV station	(231)
1.2	Program Administration	(232)
Chapter 16	The Law of Audiovisual Production	(233)
1.1	Audiovisual Publishing and Act	(233)
1.2	The Audiovisual Production Censorship	(234)
1.3	The Audiovisual Production Business	(235)
Chapter 17	The Internet Law	(238)



Table of Contents

1.1	Outline	(238)
1.2	Website	(239)
1.3	Domain Name	(241)
1.4	E-mail	(243)
1.5	Digital Product	(244)
1.6	Net Communicate Article and Links	(245)
1.7	ISP and Internet Information Service	(247)
1.8	The Internet Security	(247)
Chapter 18	The Law of Public Opinion Supervision	(249)
1.1	The Information Asymmetry and Opinion Supervise	(249)
1.2	Public Opinion Supervision	(252)
1.3	Contents	(254)
1.4	Public Opinion Supervision in China	(257)
1.5	Solutions to Some Defects	(259)
Chapter 19	The Law of the Publicity of Legislation	(261)
1.1	Legislation	(261)
1.2	The Asymmetry of Legislation Information	(263)
1.3	Publicity of Legislation	(265)
1.4	Solutions to Some Defects	(271)
Chapter 20	The Law of the Publicity of Government Information	(275)
1.1	The Asymmetry of Government Information	(275)
1.2	The Publicity of Government Information: Concept and Characteristics	(275)
1.3	Typical Laws of the Publicity of Government Information of the World	(277)
1.4	Introduction of the Law of the Publicity of Government Information in China	(281)
1.5	The Law of National Secret	(283)
1.6	Solutions to Some Defects	(290)
Chapter 21	The Law of the Publicity of Judicature	(295)
1.1	The Information Asymmetry of Judicature	(295)
1.2	Judicature Publicity	(296)
1.3	Procuratorial Work Open	(300)
1.4	Solutions to Some Defects	(304)



Chapter 22 The Law of Foreign-related Communication	(306)
1.1 Asymmetric Information and Communications Law of Foreigner	(306)
1.2 Foreign Permanent Journalist Organization	(307)
1.3 Hongkong, Macao, Taiwan Janalist Coverage	(309)
1.4 Media Import	(311)
1.5 Solutions to Some Defects	(314)
Appendix: Law of International Communication	(316)
1.1 International Information Asymmetry	(316)
1.2 Main Laws of International Communication	(317)
1.3 Solutions to Some Defects	(324)
Select Bibliography	(326)
Postscript	(332)

身 言



信息,一般来说,是指事物运动的状态与方式。具体地讲,是事物内部结构和外部联系运动的状态与方式,通常由文书、图片、照片、胶卷、磁带、软盘、视听资料、计算机等载体形式加以记录和传播。

信息作为一种社会资源,对于任何社会主体而言,不可缺少,否则,社会不会有效地运行。这些社会主体既可以是公民,也可以是企业、公共信息机构、大众传播媒体、国家机关(立法、行政、司法)等。

从某一社会主体是否拥有某一信息出发,信息可以分为对称性信息与不对称性信息。对称性信息,是指某几个社会主体均拥有的信息;不对称信息,是指某几个社会主体有的拥有有的不拥有的信息。由于社会主体的分工与角色的不同等原因,必然会出现信息不对称的状况。所谓信息不对称,是指某些社会主体拥有但另外一些社会主体不拥有的信息的状态。在信息不对称状态中,拥有某些信息的主体称为信息优势者,不拥有某些信息的主体称为信息劣势者。

信息不对称是一个在整个社会交往过程中普遍存在的问题。一个国家的公民、企业、公共信息机构、媒体、国家立法、行政、司法机关等社会主体都处在信息不对称之中。

同时,信息不对称是一个在整个社会交往过程中相对存在的问题。一个国家的公民、企业、公共信息机构、媒体、国家立法、行政、司法机关等社会主体都既是信息优势者,又是信息劣势者,这就是说,它们既没有绝对的信息优势者,也没有绝对的信息劣势者。

毫无疑问,一个社会的信息不对称会导致政治腐败、经济落后、文化衰落、战争危机、社会动乱、天灾蔓延等社会危害,这已为许多卓越的研究成果所证实。

如何解决信息不对称及相关问题给社会带来的巨大危害,是一个值得思考的社会问题。如果从传播学的角度来看,传播是解决信息不对称的一种有效的社会行为。如果每个社会主体最大限度地有效地传播与接收信息,社会



信息不就处于最大化状态？不对称问题不就得到了有效解决？但是，如何做到这一点？

笔者认为，利用法律调整每个社会主体的传播行为来解决信息不对称是一种节约社会成本的有效方式，于是就产生了对解决信息不对称的传播法的社会需求。

从解决信息不对称的目的出发，笔者认为，传播法应该保护所有的社会主体传播信息的自由与权利，使社会信息处于最大限度的流动状态。当然，这一点也并非绝对，必须在某些特殊领域受到一定的限制，例如，个人隐私、商业秘密、国家秘密等信息就不得传播，也就是说，传播法也应该保护合理的信息不对称，维护信息优势者的合法信息权益。同时，避免和禁止社会主体借传播信息而损害他人利益、公共利益、国家利益的情形。

为此，笔者认为，传播法是指为了解决信息不对称及相关问题，通过调整社会主体之间的传播关系，保护和激励社会主体最大限度地自由传播信息，并且最大限度地避免和禁止损害他人利益、公共利益、国家利益的法律。

围绕以上思路，笔者对传播法的体系进行了思考，认为传播法的体系应该包括以下部门法：公民表达自由法、市场信息传播法、公共信息公开法、大众传播法、立法公开法、政府信息公开法、司法信息公开法和涉外传播法等，传播法就是由以上部门法组成的一个解决社会信息不对称及相关问题的社会法。这一社会法应该达到以下目的，或者说，起到以下社会效果：

2

一、保障信息流通，减少信息不对称。

传播法通过系列化的制度设计，激励每个社会主体向社会提供尽可能多的信息，有利于公民形成真实、正确的判断。特别是加快国家立法、行政、司法方面的信息公开，推进国家信息流动，开发国家信息资源，从而推进社会全面进步。

二、保护自由权利

传播法保护公民的言论、出版、集会、游行、示威自由等政治权利，通信自由等人身权利，舆论监督等社会权利，使公民传播信息的自由得到国家法律的承认和保护。当传播自由与其他各种自由之间发生冲突的时候，传播法从解决信息不对称及相关问题的角度为解决传播自由与其他自由的冲突与矛盾提供一个准则，保护传播自由不受伤害。

三、促进民主

传播法通过保障和维护公民的传播权利，保障个人的自我实现，保证民意得到反映，以维持民主秩序的正常运行。特别是通过制度化的规定保护公民