

Communications Law

传播法 Liberties, Restraints, & the Modern Media 自由、禁制与现代传媒 [影印]

John D. Zeleznny

Fourth Edition (第四版)



新闻与传播系列教材·英文原版系列

清华大学出版社



新闻与传播系列教材·英文原版系列



Communications Law

传播法

Liberties, Restraints, & the Modern Media

: 自由、禁制与现代传媒 [影印]

John D. Zelezny

Fourth Edition (第四版)

清华大学出版社

北京

John D. Zelezny

Communications Law: Liberties, Restraints, and the Modern Media (Fourth Edition)

EISBN: 0-534-61794-8

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，盗印必究。

Tsinghua 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 SAR 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.

本英文影印版由汤姆森学习出版集团授权清华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(不包括中国香港、澳门特别行政区及中国台湾地区)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。

981-254-076-8

北京市版权局著作权合同登记号 图字：01-2003-3213

本书封面贴有清华大学出版社激光防伪标签，无标签者不得销售。

图书在版编目(CIP)数据

传播法：自由、禁制与现代传媒 = Communications Law: Liberties, Restraints, and the Modern Media:

第4版/[美]泽勒尼著. —影印本. —北京：清华大学出版社，2003

(新闻与传播系列教材. 英文原版系列/尹鸿主编)

ISBN 7-302-07240-X

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

中国版本图书馆CIP数据核字(2003)第082698号

出 版 者：清华大学出版社

<http://www.tup.com.cn>

社总机：(010) 6277 0175

地 址：北京清华大学学研大厦

邮 编：100084

客户服务：(010) 6277 6969

责任编辑：纪海虹

封面设计：孙剑波

印 刷 者：北京鑫丰华彩印有限公司

装 订 者：三河市金元装订厂

发 行 者：新华书店总店北京发行所

开 本：185×235 **印张：**36.25

版 次：2004年1月第1版 2004年1月第1次印刷

书 号：ISBN 7-302-07240-X/G·350

印 数：1~3000

定 价：62.00元

新闻与传播系列教材·英文原版系列
编委会

主任：范敬宜

委员（按姓氏笔画为序）：

尹 鸿 刘建明 孙宝寅 李希光

范 红 崔保国 熊澄宇

主编：尹 鸿

副主编：金兼斌

新闻与传播系列教材·英文原版系列

总 序

麦克卢汉所预言的地球村，当年人们还半信半疑，如今却几乎成了一个不争的现实。通信卫星、互联网、电子信号以及现代化的交通运输工具，已经将地球联结为一个巨大的网络，环环相扣、息息相关。中国走向世界或者世界走向中国已经不再是一种期待，中国已经立足于世界，世界已经包容着中国。正是在这样一种全球化的时代，中国的新闻传播教育也进入了一个新时期。在未来的世界中，信息就是力量，获得信息和传播信息都将成为衡量一个国家和民族在世界上的地位和影响的重要标志。中国和关于中国的信息传播，其质量和数量都是中国世界形象和世界作用的一个象征。因而，为了适应这种全球化发展趋势，中国未来的新一代新闻与传播人才，必然将越来越需要一种世界性的传播视野、国际性的传播能力和全球性的传播意识。

正是基于这样的认识，与清华大学建设“综合性、研究型、开放式”的世界一流大学的规划相适应，清华大学新闻与传播学院在建院初始就计划一方面陆续在校内开设部分新闻学、传播学英语课程和中英文双语课程，另一方面将陆续编辑出版与课程相适应的英文原版系列教材，以培养学生的国际传播和国际交流的素质和能力。

这套英文原版教材包括新闻学、传播学、媒介研究和应用等方面的内容，主要集中在新闻学、电子（广播电影电视）传播、新闻媒体传播以及媒介经营管理四个方面。这也是目前清华大学在广泛考察了国内外新闻与传播教育的状况、结合传媒发展实际后，所规划的四个重点研究方向和培养方向。在学院的教学规划中，多数新闻与传播的主干课程都将配备英文原版教材作为主要教材、辅助教材或者教学参考书。

这套经过认真挑选的英文教材，都是欧美国家正在使用的主流教材，多数已经多次再版，具有一定的权威性或代表性，而我们选择的则是这些教材的最新版本。近年来，国内出版了一些翻译的国外新闻学、传播学教材，但是质量参差不齐，有的教材的选择不够适宜，更重要的是翻译质量难以保证，而且由于经过了一次中英文的转换之后，原文的表达和意义往往都不同程度地受到一些损害甚至歪曲。所以，我们和清华大学出版社合作，决定直接将英文原版引进出版，一方面让具有英语阅读能力的学生、读者能够直接阅读和理解英文原文的内容；同时，也让学生将英语学习与专业学习相结合，起到一石二鸟的作用；当然，这样也可以避免目前一些外文教材由于中文翻译出现的错误和疏漏而引起的误导。实际上，直接阅读英文原版专业教材，也许本来就应该成为适应全球化趋势的新一代新闻与传播人才的基本学习能力之一。

中国的新闻传播教育与当前传媒发展的规模和速度相比,应该说还远远不能适应。新闻学与传播学的知识、方法、观念、体系等都面临着重大的更新。在这种情况下,这套英文原版教材的引进对于中国新闻与传播教育的发展也许会起到一定的推动作用。这些教材由于与中国国情不同,也由于作者的立场、观点、方法和知识结构的不同,在某些方面可能会引起不同的评价和看法,所以,我们希望读者能够有一种清醒的反思性的阅读意识,像鲁迅先生所说的那样,有一种“拿来主义”的胸怀和立场,从这些教材中吸取那些能够给我们带来健康的滋养和启发的资源,去其糟粕。其实,任何书都不可尽信,经典也不例外。所以,这套英文原版教材仅仅是为新闻与传播教育提供了一种新的改革实验,绝不是移植来的洋教条。中国的新闻与传播教育的根基依然在中国本土这片独特的土地上。

本套教材将陆续出版,热诚地希望国内外的专家学者能够向我们推荐更多的英文原版教材。

谢谢关心和支持本套教材编辑出版的清华大学出版社的有关人员及国内外同行。

新闻与传播系列教材·英文原版系列编委会

2002年4月

导 读

《传播法：自由、禁制与现代传媒》(*Communications Law: Liberties, Restrains, and the Modern Media*, 以下简称《传播法》)是一部面向美国大学里大众传播专业学生的理论教材。其作者 John D. Zelezny 是美国的一位资深律师、传播法学者，他曾在大学执教 15 年，并曾担任加利福尼亚州立大学大众传播与新闻系主任一职。本次影印的是美国 Wadsworth 出版公司将于 2004 年出版的该书第四版。

为了方便读者在阅读过程中能够更加顺利地了解和掌握书中的知识，下面就本书所涉及的理论背景以及其他相关的常识作一简要介绍。

什么是传播法？

传播法对于大多数中国读者应当还是一个陌生的概念，这与我们的国情以及社会发展有一定的关联。但从目前的情势来看，不久的将来传播法必将成为我国立法的重点，而传播法学也将随之越来越引起人们的关注。

那么究竟什么是传播法呢？套用我国法学研究惯用的定义模式，所谓传播法，指的就是调整与信息传播活动有关的各种社会关系的法律规范的总称。对于大多数有大众传播学或者法学专业背景的读者来说，理解这个定义并非难事。但为了帮助读者能够对“传播法”这个概念获得更进一步的认识，在此强调以下几点：（1）传播法所调整的是与信息传播活动有关的各种社会关系，这里强调的是信息传播活动，如果某个行为主体即便是为了从事信息传播活动而从事了其他并不直接涉及信息传播的活动，那么由此而产生的法律关系也不属于传播法调整的范畴。例如新闻媒体为了进行一次现场报道而向他方租赁场地或设备的行为，由这一行为而产生的租赁关系就应当由单纯的合同法来调整而不属于传播法的调整范畴；（2）在世界各国的立法中，并没有以成文形式存在的统一的传播法。事实上，传播法的法律渊源非常之广，它不仅包括国家立法、司法或行政管理机关专门针对信息传播活动所制定的各项法律、法规、司法解释以及法院的相关判例，同时也包括在其它法律、法规中与信息传播活动有关的各种规定，此外还包括一部分国际法上的内容；（3）由于传播法法律渊源的复杂性，使得传播法本身的性质也显现出多元的特征，各国的传播法普遍包含了宪法、行政法、民法乃至刑法等实体法的规范，同时还具有一部分程序法的内容。此外，在当代法学研究中有几个与传播法相近或相同的概念需要加以甄别、厘清，即大众传播法（Mass Communication Law）、媒介法（Media Law）和新闻传播法。所谓大众传播法，其研究对象与传播法实质上并无不同，只是称谓的差异而已；而媒介法的调整范畴仅限于由大众媒介的传播活动（不包括人际传播等非借助大众媒介实现的传播活动）而产生的各种社会关系；至于新闻传播法，这个概念在我国运用得较为普遍，但我国新闻传播法

的研究对象的范畴界线实际上非常模糊，不过从概念本身来理解，所谓新闻传播法，其调整对象应当仅是由新闻传播活动而产生的各种社会关系。厘清这几个概念对于真正理解传播法的内涵非常重要。

美国传播法什么样？

本书是一部向美国大学大众传播专业学生介绍其本国传播法的教材。那么美国的传播法究竟是什么样呢？确切地说，本书作者 Zelezny 作为一名美国的传播法学者，从他的研究视角，我们将看到一幅有关美国传播法及其传播法学的怎样的图景呢？

Zelezny 的这部《传播法》共分 13 章：第一章美国法律制度是向非法律专业的读者介绍其本国的法律制度，这一章相当于是对前述读者的一次“临时普法”，其内容对于学习后面的知识非常必要；第二章第一修正案是介绍美国的宪法第一修正案，宪法第一修正案是美国社会的言论、出版自由能够得以实现的一项重要的宪法保障，它也是美国所有有关信息传播以及大众媒介的法律的立法基础，在美国的法学研究中，宪法第一修正案本身就是一个博大精深的领域；第三章公共安全危机以及第十一章淫秽与有伤风化介绍的主要是在传播法领域言论自由、公众知情权与公共利益的冲突问题；第四章名誉损害与第五章侵犯隐私权则阐述的是传播法中的一项重要内容——信息传播中名誉权、隐私权等民事权利的保护；第六章场所和信息的使用权及第七章媒介与司法系统介绍的是个人或者媒介如何使用某些信息以及司法系统的问题，前一章的重点在于“政府信息公开化”而后一章的重点则在于探讨媒介对于司法公正可能构成的威胁；第八章创造性财产的内容实际上把信息传播过程中知识产权保护以及反不正当竞争等问题都揉合到一起，这一部分的传播法以民法为主体同时也包含了一部分行政法的内容；第九章联邦通讯委员会和广播许可及第十章电子媒介的内容可以算是媒介专门法，前一章所涉及的内容以行政法为主体，而后一章所涉及的内容则如同传播法本身一样几乎无所不包。第十二章商业言论主要指商业广告，而商业广告的法律地位及其相关管理体制是美国传播法中非常值得关注的领域。

透过本书我们不难看出美国传播法的基本面貌——以宪法第一修正案为基石，法律通过保障和禁制不断地平衡着信息传播过程中个体与公共之间、公众与政府之间的利益冲突，而新兴的媒介又对法律提出了挑战。正如本书书名的副标题所提示的那样——“自由、禁制与现代媒介”。相信读者在通读本书之后，一定能对美国的传播法以及传播法学获得一个较笔者更为真切而深入的认识。

阅读这本书应当关注什么？

在刚开始接触本书的时候，许多读者一定会感到稍稍有些吃力，读者所遭遇到的最主要的障碍在于这本书与国内相近专业的教材在写作风格、体例、阐述方式上都有很大的不同。这种陌生感使得读者仓促间不知道该如何去把握书中的要点，或者舍本逐末地遗落了

最有价值的内容。那么究竟该如何阅读和使用这本书呢？

首先，作为一部英美国家的法学类教材，读者最重要的工作是要从作者的阐述中去发现和掌握各种“法律规则”。英美法系国家的法律以判例为主。而所谓判例，即法院针对某一诉讼的有效判决，它作为具有法律拘束力的先例，在以后的诉讼中可以引用、因循。也就是说，英美法系国家的法官具有“造法”的功能。具体的判例实际上是由法官书写的法庭判词构成的。而判例的价值就在于法官判词中所体现出的某种法律规则。在英美法系国家的传播法中，尽管近年来成文的立法越来越多，但判例仍占有较大的比重。因此《传播法》一书所阐述和介绍的绝大部分内容就是这各种各样的法律规则。那么什么是法律规则呢？举例来说，书中第四章在讨论名誉侵权的过错时，首先介绍的就是纽约时报公司诉萨利文这个在美国诽谤法历史上具有里程碑意义的判例，而作者用了较大的篇幅来讲述这个判例的目的归根结底是要介绍由这个判例所确立起来的一项重要规则——“政府官员提起诽谤之诉，必须举证证明被告方主观上存有实质的恶意”，这便是所谓的法律规则。

其次，从法理的角度如何分析和认识某个判例或立法？这是读者在阅读本书的过程需要关注的另一项内容。当然，具体的法理分析作者在书中已经予以介绍或者阐明，读者只需要顺着作者或者法官的思路去思考便能得出结论。至于什么是法理分析，我们仍然以第四章中同样的判例为例。本书在阐述“纽约时报公司诉萨利文”案的判例规则时引用了美国联邦最高法院当时由布伦南大法官代表法庭发表的判词。在这个判词中，布伦南大法官论述道，宪法保障公民在讨论公共事务时的表达自由，其中包括对政府及其公务员行为进行激烈和刻薄的批评，甚至于尖锐的攻击。至于在批评过程中言词过激或者内容不实，也应视为在所难免，而不能以此为由剥夺人民的宪法权利。如果追究批评者的责任或者要求媒体在报道时必须做到准确无误，就等于是扼杀媒介和大众的声音。基于这个理由，布伦南在判词中提出，政府公职人员应当被视为特殊的名誉侵权对象而有别于普通的公众，因此针对政府官员提起的诽谤之诉应当适用前面提到的那项法律规则。

最后，美国传播法的历史发展、嬗变一直便是其本国传播法研究的一项重要内容。因此在阅读本书的过程，关注和把握美国传播法在某一领域的发展、嬗变也是非常必要的。例如书中有关美国宪法第一修正案理论的发展历史以及发源于殖民时期的诽谤法如何从专制的形态演变至今的历史脉络等等，对于这些内容的了解也将有助于对美国传播法获得一个完整而深入的认识。

梁 宁

2003年5月于清华园

Preface

Communications law is a fascinating, constantly evolving subject that permeates modern society. It is at the center of some of the most intriguing controversies of our time—from hidden news cameras to provocative music lyrics to television violence, porn on the Internet, cigarette advertising, courtroom theatrics, music piracy, and access to government's wartime secrets.

Communications law influences the day-to-day, nuts-and-bolts operating decisions of the mass media and their allied communications industries. At the same time, this subject cuts right to the heart of our nation's most lofty constitutional ideals—and our most basic philosophical conflicts.

Purpose and Approach: A Survival Kit

This book is concerned with the laws that directly shape communication, laws that determine the content and channels of expression. The chief focus is on practical application of current legal principles. This book is written primarily for students who anticipate working as professional communicators in such varied capacities as TV news anchors, sports editors, photojournalists, broadcast program directors, advertising account executives, magazine writers, government information officers, investigative reporters, video producers, website managers, and even gossip columnists. It aims to (1) instill a greater appreciation for freedom of expression and the First Amendment, (2) provide an overview of the diverse field of communications law, and (3) impart a functional understanding of the legal rules and principles that are generally most relevant to mass communications professionals in the United States.

The text includes discussions of history, ethics, social custom, and legal philosophy. Yet beyond providing a liberal arts perspective on the law, the book is designed as a kind of survival kit. Not only will it help students structure their thinking during a college course, but it will also help them avoid legal pitfalls on the job—and know when to consult a lawyer.

By the nature of the subject, any study of law is a formidable task. The text therefore concentrates on the most germane principles and interesting cases. The aim is a readable, user-friendly text, not a collection of arcane legal principles and Latin phrases. Footnotes and case names are used in moderation, compared with many other legal texts.

This book does not pretend to be an exhaustive treatise on communications law or on any one topic within that vast and complex field. Rules concerning the routine business operation of the media, such as labor law and taxation, are left to courses in business law.

Communication professions today encompass increasingly varied yet overlapping methods of communication—from the traditional fare of newspapers, magazines, and broadcast stations to the blossoming use of company publications, specialized cable and satellite TV channels, consumer videos, and especially the Internet. Furthermore, today's students often anticipate a career that may weave among such functions as news, entertainment, advertising, PR, and technical support. Therefore, this book covers a broad swath of the law. Treatment is most extensive on topics that have the broadest professional relevance, such as libel and copyright law, and on topics that serve best to illustrate First Amendment doctrine and conflict.

Special Features To help promote learning, this fourth edition of *Communications Law* includes the following special features:

- An engaging Hypothetical scenario at the beginning of each chapter to serve as a springboard into the discussions that follow.
- A list of Learning Objectives on the first page of each chapter.
- Key Terms highlighted in the narrative by boldface type, followed promptly by their definitions.
- Diagrams, boxed features, sample documents, and other graphics to aid learning.
- Summary points, Discussion Questions, a list of Key Terms, Web Resources, and InfoTrac® College Edition exercises at the end of each chapter.
- Dozens of Quick Check boxes scattered throughout the text to serve as reminders and as basic guides to analysis.
- An extensive glossary of over 200 legal terms that are particularly relevant to communications law.

Changes to This Edition

As the Internet is no longer a novelty, a chapter on Internet law found in the previous edition has now been eliminated, and its contents have been woven into appropriate places in the rest of the text. The prior edition also contained a chapter on corporate speech, the main principles of which have now been incorporated into Chapter Two, The First Amendment. On the other hand, the prior edition's chapter on broadcast and cable regulation—an area of considerable evolution over the past several years—has in this edition been divided into Chapters Nine and Ten, one focusing on licensing and ownership and the other on content restrictions.

This edition has been updated at virtually every turn to reflect the latest in world events—and events in the courtrooms of America. On these pages you'll read about harmful content in video games and websites, the right to be anonymous, defamation in cyberspace, stalking and online privacy, posthumous rights for the Three Stooges, Attorney General Ashcroft's restricting the freedom of information, media access to executions, Napster and online music sharing (or piracy), the battle over copyright terms and the public domain, a federal court's continued scolding of the FCC, politicians' push for free air time, deceptive spam and the FTC, the latest policies on broadcast indecency, and cable scrambling and the Playboy Channel.

I hope this book will prove stimulating and that it will prompt a lifelong interest in the First Amendment and communications law. For students and instructors who desire a more thorough, firsthand look at judicial language and reasoning in communications law, I have prepared a casebook that may be used as a companion: *Cases in Communications Law*, also published by Wadsworth, contains edited versions of more than sixty actual court opinions, arranged in the same topical order as the chapters in this text.

Acknowledgments

I am indebted to the following experts who, at various stages, reviewed this project and provided valuable suggestions: Sandra Braman, University of Alabama; Clay Calvert, Penn State University; Paul MacArthur, Sam Houston State University; Michael Taylor, Henderson State University; Kyo Ho Youm, Arizona State University. I also want to thank the reviewers of previous editions: Roy Alden Arwood, University of Idaho; Judith M. Buddenbaum, Colorado State University; Louis A. Day, Louisiana State University; Richard Goedkoop, LaSalle University; William Hanks, Wright State University; W. Wat Hopkins, Virginia Polytechnical Institute; Robert Jensen, University of Texas; Allan D. Larson, Clarion University of Pennsylvania; Seong Lee, Appalachian State University; Val E. Limburg, Washington State University; Joan Lowenstein, University of Michigan, Ann Arbor; Shannon Martin, Rutgers University; W. Robert Nowell III, California State University, Chico; Michael Ogden, University of Hawaii at Manoa; David Protess, Northwestern University; Robert D. Richards, The Pennsylvania State University; Martin Sommerness, Northern Arizona University; Sara Capri Spears, Bowling Green State University; Elizabeth K. Viall, Lamar University—Beaumont; John Vivian, Winona State University; and Ruth Walden, University of North Carolina at Chapel Hill.

Professor Martin Sommerness of Northern Arizona University deserves special mention for helping to frame the first edition of this book some fifteen years ago and for providing especially useful *student* evaluations of the text.

I also want to thank the hard-working crew at Wadsworth and the first-rate editorial team that was brought together for this edition. In particular, I am grateful

to publisher Holly Allen and former assistant editor Nicole George at Wadsworth, and to production editor Melanie Field and copy editor Carol Lombardi. Their creative judgment, technical skill, and enthusiasm for the project far exceeded what most authors can only hope for.

John D. Zelezny

About the Author

John D. Zelezny, a lawyer and communication strategist, serves as senior vice president and chief communications officer for Community Medical Centers in Fresno, California. He began his varied career as a small-town newspaper reporter in the 1970s and later spent fifteen years as a professor of media law and journalism at Arizona and California universities. He is currently a management adviser and executive writer, and the administrator of a comprehensive corporate-relations division. He is a member of The State Bar of California, a frequent lecturer on communications law, and the author of complex First Amendment problems for law-school advocacy competitions. Mr. Zelezny holds degrees from Humboldt State University and the University of the Pacific, McGeorge School of Law.

目 录

第一章	美国法律制度	1
	学习法律	2
	依渊源给法律分类	4
	宪法性法律	4
	法规性法律	6
	行政性法律	7
	案例法	8
	其他法律分类方法	11
	刑事法律和民事法律	12
	合同法和侵权法	12
	法庭系统与管辖	14
	联邦管辖	14
	州管辖	18
	特别问题:赛博空间	20
	司法过程	24
	可裁决性纠纷	24
	审前程序	25
	审判程序	27
	上诉程序	28
	行政程序	30

背景:关于自由言论的简史 36

言论自由的提出 38

社会原因 39

个人主义原因 39

反证 40

第一修正案的采纳 40

保证的核心 42

自由和政府权力 42

表达和行为 44

可以归入言论的行为 44

对限制的质疑 46

先前限制 46

事后惩罚 50

经济责任 51

被强迫言论 53

时间,地点和方式的限制 56

冲突解决 58

非绝对权利 58

不受保护的言论 61

平衡途径 62

特别问题:政府媒介 68

论坛理论 68

校园出版 69

特殊问题:公司言论

保护投资市场 72

保护政治程序 75

放弃自由言论权 78

何时进行新闻检查? 84

法律和秩序	85
现存明显的危险	86
煽动性标准	88
国家安全	90
五角大楼文件案	91
H 炸弹案	93
战时使用权限制	94
个人伤害	95
疏忽和煽动性	96
模仿的伤害	97
建议和教导的伤害	100
广告的伤害	106

第四章

名誉损害 112

诽谤法的演变	113
在各州的发展	115
宪法干预	116
一例案件的组成	117
诽谤性内容	117
诽谤性的含义	117
阐释陈述	121
虚假	125
证明责任	126
虚假的程度	127
特殊问题:事实和意见	127
出版	131
身份	132
特殊问题:群体诽谤	132
过错	133
纽约时报诉苏利文案	134
真正恶意的含义	137
戈茨案和疏忽的标准	141
给原告分类	143

对原告的伤害	149
给予赔偿	149
赔偿的限制	150
私人关心的问题	151
特权,抗辩和其他保护	152
官方程序的报告	152
中立性报告	154
电讯社抗辩	155
撤回	156
简明判决	157
媒体的反攻	158
反 SLAPP 法规	158
诬陷伤害保险	159
起诉时限	160
诬陷法改革的努力	164
改变的原因	164
统一改造法	165

第五章

侵犯隐私 169

隐私法的来源	170
四种侵权	171
挪用	172
商业使用	173
名称或相似	176
同意	178
特殊问题:逝世名人	180
第一修正案问题	181
私人事实的披露	181
私人事实	182
极度冒犯的标准	185
新闻价值的标准	185
虚假灯光	191