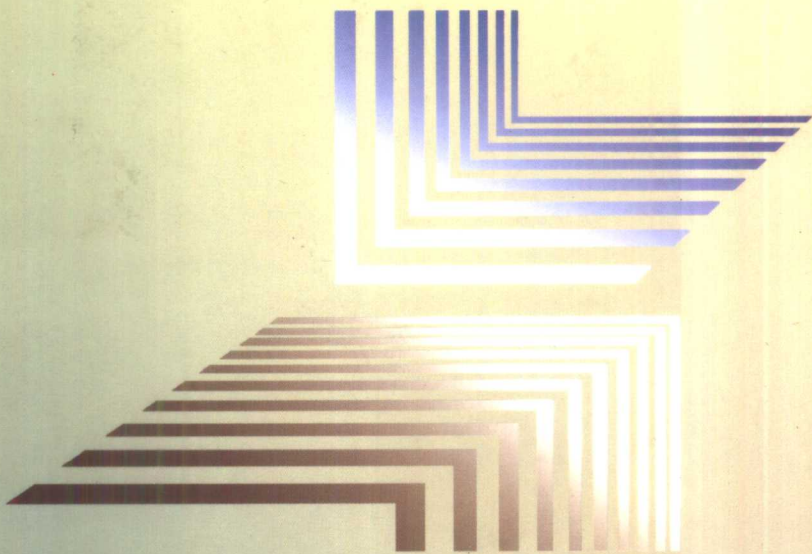


国家社会科学基金项目

# 新闻侵权 与 法律责任

XINWENQINQUANYUFALUZERENXINWENQINQUANYUFALUZEREN

顾理平 著



中国广播电视出版社

国家社会科学基金项目

# 新闻侵权与法律责任

顾理平 著

中国广播电视出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

新闻侵权与法律责任/顾理平著. —北京: 中国广播电视出版社, 2001. 1

ISBN 7-5043-3619-x

I. 新... II. 顾... III. 新闻工作-侵权行为-研究-中国 IV. D923.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2000)第 57686 号

## 新闻侵权与法律责任

|       |                                   |
|-------|-----------------------------------|
| 作 者:  | 顾理平                               |
| 责任编辑: | 李晓霖                               |
| 装帧设计: | 郭运娟                               |
| 责任校对: | 陈丹桦                               |
| 监 印:  | 张 杰                               |
| 出版发行: | 中国广播电视出版社                         |
| 电 话:  | 66093580 66093583                 |
| 社 址:  | 北京复外大街 2 号(邮政编码 100866)           |
| 经 销:  | 全国各地新华书店                          |
| 印 刷:  | 地矿部保定地质工程勘察院美术胶印厂                 |
| 开 本:  | 850 × 1168 毫米 1/32                |
| 字 数:  | 250(千)字                           |
| 印 张:  | 11.25                             |
| 版 次:  | 2001 年 1 月第 1 版 2001 年 1 月第 1 次印刷 |
| 书 号:  | ISBN7-5043-3619-X/G · 1406        |
| 定 价:  | 20.00 元                           |

(版权所有 翻印必究 · 印装有误 负责调换)

## 序

南京师范大学顾理平副教授是一位勤奋有为的青年学者。我与他初次相识于1996年在安徽马鞍山市举行的第三次全国新闻纠纷与法律责任学术研讨会上。他与鄢光让教授合作提交的论文《新闻法学论纲》，对于新闻法学这门新兴学科的研究、教学以及基本内容框架提出了初步的构想，给我留下深刻的印象。他在这个领域辛勤耕耘，收获颇丰。我时而能在一些学术期刊上拜读他的文章。现在，他继去年12月出版专著《新闻法学》之后，相隔不到一年，又推出《新闻侵权与法律责任》一书，可谓才思敏捷，成果累累，可喜可贺。

新闻法是一门综合性的法律体系。《公民权利和政治权利国际公约》（我国驻联合国代表于1998年10月代表中国政府签署）在规定人人皆有自由表达意见的权利（公认这包括了新闻自由）之后，特别规定行使这些权利时，负有特殊的义务和责任的人应由法律加以限制，包括下列两项：一是尊重他人的权利或名誉，二是保障国家安全或公共秩序，或公共卫生或道德。这表明，新闻法（国际上称传播法、媒介法）要调整两方面的冲突，一方面是新闻活动同私权的冲突，另一方面是新闻活动同公权的冲突。前者主要就是新闻侵权法的内容。在许多国家，把新闻

侵权称为新闻诽谤。在他们的新闻传播法、媒介法专著里,诽谤法居有十分重要的地位。

在我国,研究新闻侵权具有特殊的意义。这是因为,新闻活动中公法领域的问题在新中国建国以来一直得到控制和约束。诸如维护国家安全,保守国家秘密,维护正常社会秩序,禁止淫秽色情内容以及对新闻媒介的管理等等。当然,这些内容以前主要是靠纪律和政策规范,后来才在法制建设中陆续上升为法律规范。它的主要调整手段是自上而下的行政管理。新闻传播界对这些规范和手段比较熟悉和适应,问题相对较少,主要问题是发生在社会新闻活动中私法领域里,这是拨乱反正以来才出现的新课题。有关保护公民、法人人格权,诸如名誉权和人格尊严等的规范,直到 70 年代末才进入我国法律。它的主要调整手段是新闻媒介和公民、法人作为相互平等的主体之间的民事诉讼,即所谓“新闻官司”,这使得刚刚由阶级斗争和专政工具转变为大众传播媒介的新闻媒介感到很不适应。而法制初创,在贯彻执行中问题也很多,需要探讨总结。据最高法院公布的数字,从 90 年代以来,我国名誉权诉讼案件从 3000 多件递增到 4000 多件。如果其中三分之一同新闻媒介有关,每年就超过 1000 件。审判机关则先后出台了若干批复形式和条文形式的司法解释,使这类案件的审理逐步规范化。因此,新闻侵权问题成为新闻传播学、法学界研究中的一门“显学”。我国新闻法学领域最初的几本学术专著,都以新闻侵权问题为内容,决非偶然。所以,顾理平副教授在全面地考察了新闻法领域的有关问题之后,把视线集中到新闻侵权这一块,完全是顺理成章的。

顾理平副教授的这本专著,同以往的同类专著相比,具有更为宽广的视野。作为已经对新闻法作了总体考察的研究者,他在书中从社会主义法制的宏观背景出发,对新闻侵权进行考察,

重点论述了新闻侵权行为对于社会和新闻传播活动的损害,强调了制裁和预防新闻侵权行为对于依法保障整个新闻传播活动的健康开展的意义和作用。作为长期致力于新闻传播学科领域的学者,他广泛考察了各种形式的新闻侵权行为,并且把新闻侵害人格权行为同新闻活动中的其他非法现象联系起来予以综合性的研究,从而对市场经济条件下发生新闻侵权行为的原因作了较深入地开掘,在防范新闻侵权方面作了富有启示的探讨。总起来说,全书结构完整,行文流畅,资料丰富而新鲜,同新闻实践联系比较紧密,具有较强的“新闻味”。

我曾经强调,非新闻专业出身的人士对于新闻传播学科中边缘学科建设的重要性。顾理平的专业经历十分丰富,他大学学习的是政教专业,后来到新闻传播专业任教,同时多年任大学校报主编,采写和发表了大量新闻作品,有比较丰富地新闻实践经历。从《新闻法学》到《新闻侵权与法律责任》,顾理平的成就在很大程度上是得益于他兼有几个专业的丰富知识,并且把它们有机地结合起来,借鉴前人成果而又不囿于既定成见,关切生活实际而又注意从理论上总结归纳,这才不断有所建树。他的治学道路再次印证了我所说的新闻传播学科队伍必须搞“五湖四海”的观点。

顾理平正当盛年,按照这样发展下去,他的学术造诣前景可观。

**魏永征**

2000年11月5日

(魏永征为上海社会科学院研究员、新闻法学专家)



## 作者介绍

顾理平，男，1963年5月1日生于江苏江阴，1985年毕业于南京师范大学。南京师范大学新闻与传播学院副教授，硕士生导师。先后任学校党委宣传部副部长、组织部副部长等职。

1985年开始法学及新闻法学的教学与研究工作。先后主持过新闻法学方面的国家社会科学基金项目等多项科研项目，发表论文六十余篇，出版个人著作四部，代表作《新闻法学》。有十余年的新闻采访和写作经历，发表新闻及其他各类作品一千余篇，获全国及省级新闻奖、征文奖等一百余次。

# 目 录

|                             |      |
|-----------------------------|------|
| 序 .....                     | 魏永征  |
| <b>第一章 现代社会中的新闻侵权</b> ..... | (1)  |
| 第一节 新闻对现代社会的全面介入 .....      | (1)  |
| 第二节 新闻侵权的现状 .....           | (9)  |
| 第三节 新闻侵权的影响因素 .....         | (18) |
| 第四节 新闻侵权的预防 .....           | (28) |
| <b>第二章 侵权行为与新闻侵权</b> .....  | (33) |
| 第一节 侵权行为 .....              | (33) |
| 第二节 新闻侵权的主体和客体 .....        | (42) |
| 第三节 新闻侵权的构成 .....           | (53) |
| <b>第三章 新闻侵权的处理</b> .....    | (66) |
| 第一节 新闻侵权的抗辩事由 .....         | (66) |
| 第二节 订正、更正与答辩 .....          | (75) |
| 第三节 赔偿 .....                | (82) |

---

|                                |       |
|--------------------------------|-------|
| <b>第四章 虚假新闻对受众权益的侵害</b> .....  | (93)  |
| 第一节 虚假新闻及其现状 .....             | (93)  |
| 第二节 虚假新闻的侵权责任 .....            | (103) |
| 第三节 虚假新闻的成因及其预防 .....          | (114) |
| <br>                           |       |
| <b>第五章 有偿新闻对受众权益的侵害</b> .....  | (122) |
| 第一节 有偿新闻及其历史 .....             | (123) |
| 第二节 有偿新闻的形式、特点及侵权责任 .....      | (131) |
| 第三节 有偿新闻的成因及其预防 .....          | (143) |
| <br>                           |       |
| <b>第六章 虚假广告及其法律责任</b> .....    | (155) |
| 第一节 广告与新闻媒体的发展 .....           | (155) |
| 第二节 虚假广告 .....                 | (162) |
| 第三节 虚假广告的侵权责任 .....            | (169) |
| <br>                           |       |
| <b>第七章 新闻侵害名誉权</b> .....       | (174) |
| 第一节 名誉和名誉权 .....               | (175) |
| 第二节 新闻侵害名誉权的构成要件 .....         | (189) |
| 第三节 新闻侵害名誉权案的处理 .....          | (204) |
| <br>                           |       |
| <b>第八章 新闻侵害隐私权</b> .....       | (221) |
| 第一节 隐私和隐私权 .....               | (221) |
| 第二节 新闻侵害隐私权的构成要件 .....         | (238) |
| 第三节 新闻侵害隐私权的处理 .....           | (252) |
| <br>                           |       |
| <b>第九章 新闻作品著作权及其侵权行为</b> ..... | (265) |

---

|             |                        |              |
|-------------|------------------------|--------------|
| 第一节         | 新闻作品及其法律保护·····        | (265)        |
| 第二节         | 新闻作品的主体著作权·····        | (269)        |
| 第三节         | 新闻作品著作权的行使·····        | (280)        |
| 第四节         | 新闻作品著作权侵权的形式·····      | (290)        |
| 第五节         | 新闻作品著作权侵权的法律责任·····    | (301)        |
| <b>第十章</b>  | <b>新闻侵害肖像权</b> ·····   | <b>(308)</b> |
| 第一节         | 肖像权和新闻侵害肖像权·····       | (308)        |
| 第二节         | 新闻侵害肖像权的构成要件与法律责任····· | (315)        |
| <b>第十一章</b> | <b>新闻侵害姓名权</b> ·····   | <b>(323)</b> |
| 第一节         | 姓名权和新闻侵害姓名权·····       | (323)        |
| 第二节         | 新闻侵害姓名权的构成要件与法律责任····· | (327)        |
| <b>第十二章</b> | <b>明星绯闻与新闻侵权</b> ····· | <b>(333)</b> |
| 第一节         | 新闻报道中的明星绯闻·····        | (333)        |
| 第二节         | 明星绯闻的法律认识·····         | (337)        |
| 第三节         | 明星绯闻与媒体责任·····         | (340)        |
| <b>后 记</b>  | ·····                  | <b>(345)</b> |

# 第一章 现代社会中的新闻侵权

无论是新闻记者还是普通受众，恐怕很少有人愿意同多少带有一些负面影响的“新闻侵权”发生关系，但是，我们所置身的这样一个大千世界，却又实实在在地经常发生新闻侵权事件。因此，新闻侵权不仅是新闻媒体和新闻记者所要关注的一种社会现象，也是每一个现代社会的成员所要关心的一种社会现象。对于这种现象的关注，可以是社会学的、伦理学的，也可以是哲学的、法学的；这种关注，不仅是为研究、分析这种现象的现状、影响、成因……更是为了减少乃至消除它们。在本书中，我们试图用新闻法学这一交叉学科的独特学科视角，从新闻学和法学的不同特点入手，开始我们的探讨。这是一片神奇的尚未精耕细作的领域，我们的努力一定是值得的。

## 第一节 新闻对现代社会的全面介入

### 一 新闻的宣传舆论价值

现代社会是一个信息社会，社会组织和社会个体都存在于信息之中，或者说，社会组织和社会个体的存在价值是通过信

息表现出来的。由于受科学技术发展水平的限制和社会交往条件的限制，在古代社会，信息的传递无需也不可能像现代社会那样显得不可或缺。千百年来形成的“日出而作，日落而息”的典型的农业社会的生活方式，使社会组织和成员不必太多地关注信息而可以成惯性地栖息着。当然，在那样的时代里，信息依然有其存在的价值，譬如说，商品交换需要通过传递实现价值。每一个商品的拥有者，他们自然可以通过拥有较多地信息，而最大限度地实现其商品的价值。但是，人们交际范围的局限使这种信息大都停留在简单的人际传播阶段，因此，信息的价值是极其有限的。譬如，千百年来，教育信息也生生不息地薪火相传，但是教育信息的传播和大众传播是有着巨大差异的。教育信息在相当长的时间中是通过人际传播来实现的。

随着社会的发展，尤其是随着科学技术的发展，世界各国渐次由农业社会进入工业社会。社会的分工也因科技的发展而显得日渐精细，于是，信息的传递，就具备了不可或缺的独特价值。商情信息、战争信息、灾害信息、庆典信息……每一种信息，对于置身于巨大的、有序分工的社会网络中的人们来说，都可能意味着一次巨大的商机。在这样一个有着分工和合作的工业社会中，信息的价值日益凸现。世界最早的通讯社路透社，就是基于伦敦市场交易所的信息需要应运而生。但是，信息的繁杂也会使信息的接收者产生某种混乱，换一句话说，信息本身也需要分工，以此来更好地为社会服务。在这种社会的客观需要下，新闻信息传播的专门行业开始出现，新闻业开始进入了其发展的黄金时代。

今天的社会已进入了一个信息的社会。如果说，我们以前曾经说过的“地球是一个村落”还只是一种理想的目标的话，那么，由于信息的高速发达，这种理想的目标就完全成了一种

现实。例如，千年庆典是全世界人们的共同节日，不同国家和地区的人们都会用不同的方式表达他们的喜悦。当然，在上一个千年交替瞬间，不同地区的人们，是无法及时同步了解彼此的欢呼形式的。但是，在这个刚刚过去的千年庆典上，我们可以随着卫星同步传递的电视摄像机的镜头，观赏地球上最早迎来新千年第一缕阳光的太平洋基里巴斯共和国举行的音乐会；领略澳大利亚悉尼的海上巡游和全球最大的烟花表演；观看东京传统的音乐舞蹈；与北京中华世纪坛广场上的欢庆人群同歌共舞。随后，我们还可以及时的在柬埔寨的吴哥窟、埃及的金字塔、俄罗斯的莫斯科红场、法国的埃菲尔铁塔、英国的泰晤士河、巴西的里约热内卢海滩和美国的时代广场等地，一一依次同步了解那里的人们是如何迎接新千年的。而所有这些，在进入信息社会之前是不可想象的。

特别值得注意的是，被称作“第四媒体”的英特网已经开始全方位地介入到现代人的生活之中。从我们的先人们发明文字，使用手抄件进行第一次传播起，人类已经经过了印刷媒体、电讯工具及广播电视三次革命，而信息高速公路的开通和英特网的建立，则标志着人类的传播业进入了第四次传播革命。“英特网成为拥有数百万个频道的全球交互式电视系统，人们不仅轻易地从网络深处调出所需要的信息和娱乐节目，而且能够通过选择，使你所需要的信息源源不断地发送给你。从目录‘频道’的分类新闻或分类信息媒体——如报纸、杂志或股市行情系统，个人计算机在规定时间内拨通并检索所需要的信息，实现了你在家庭中坐观世界的梦想。此外，点播公司是网络广播的开拓者，它正在继续扩展其目录选择和发送的方法，可为观众提供数十个频道的节目。英特网带来了一种点面的交流方式：一个人可以在任何时间、任何地点向有关对象提出任

何自己关心的问题，即可以不分国别和种族，只要通晓同一种语言就同时进行交流。通过英特网和你进行交流的对象，会是四面八方的很多人，可能近在咫尺，也可能远隔重洋；可能你认识，也可能你不认识。这种交流方式越来越多地带来人类行为上的奇迹。”<sup>①</sup>对于第四次传播革命所可能引起的变化，无论是媒体的工作者还是关注者，都应该做好相应的准备。

无论新闻信息的传播方式发生怎样的变化，其重要的宣传舆论价值是不会改变的。在相当长的时期中，我国的新闻都承担着相当重要的宣传教育功能，许多政治家和革命前辈都曾十分强调新闻的这种功能。1948年11月8日中共中央《关于新解放城市中中外报刊通讯社处理办法的规定》中，明确指出：“报刊与通讯社是一定的阶级、党派与社会团体进行阶级斗争的一种工具，不是生产事业。”毛泽东还曾经指出：“报纸是面向群众进行教育的武器，文字必须浅显，短小精悍，尤其要根据事实说话，不可专谈空洞大道理。”在这里，毛泽东表达了要把宣传寓于新闻之中，利用客观新闻事实的传播，鼓舞人民斗志的宣传艺术。进入新时期以后，我们的党和政府依然十分重视新闻的宣传舆论价值。江泽民1996年1月2日在接见《解放军报》师以上干部时的讲话中指出：“办好《解放军报》，首要的一条，就是必须坚持鲜明的党性原则。我军是执行革命政治任务的武装集团，是党绝对领导下的武装力量。我军的性质和特点，决定了《解放军报》在坚持党性原则上，不允许有任何的含糊和动摇。最近，中央多次强调，高级干部一定要讲政治，在政治问题上必须头脑清醒。毫无疑问，在党的新闻工作中同样要强调这个问题，这是新的形势和任务提出的必然要求。毛主席过去讲过：

---

<sup>①</sup> 刘建明著《现代新闻理论》，第34页，民族出版社。

‘搞新闻工作,要政治家办报。’这一指示精神至今仍然具有重要的指导意义。新闻作为一种意识形态,作为宣传、教育、动员人民群众的一种舆论形式,总是直接或间接地反映我们党和国家的政治立场、政治主张和政治观点。”我们认为,不管新闻传播的外在方式发生怎样的变化,但在现代社会中,其重要的宣传舆论作用是不会发生变化的,也就是说,新形势下,新闻传播作为党和人民的喉舌功能不会改变。

## 二 新闻的商品服务价值

十多年前,新闻界讨论的一个热门话题,便是传媒该不该面向市场,而今天,我国所有的新闻媒体已经开始按照“事业单位,企业管理,独立核算,自负盈亏”的企业经营模式运作了。于是,报刊的发行量,广播电视的收听(视)率就成了各新闻单位最为重视的一个经济指标——它们和新闻媒体的经济利益息息相关,也与新闻从业人员的经济利益息息相关。这是市场经济新体制带给新闻媒体的必然结果。

在发行量和收听(视)率的巨大压力下,新闻媒体开始强化新闻的服务功能以取悦受众,于是,新闻除宣传舆论之外的另一大功能——服务功能得到了强化。这些功能主要包括:一,便民功能。如股市行情、天气预报、招聘信息、商业广告等,开始大量充斥媒体,有的还发展成了专门的专业媒体,如《证券报》等。二,娱乐服务功能。提供业余时间消遣的休闲文章,如谜语、游戏等,或者提供娱乐信息,如旅游信息、歌舞信息、餐饮信息等。三,益知功能。通过媒体,向受众提供背景新闻和科学知识。这些服务功能的加强,对于提高新闻媒体的社会影响,起到了十分积极的作用。当然,也有一些媒体走得过了头,以致引发了不少新闻侵权纠纷。

近些年,我国某些新闻媒体在某些新闻报道中犯了这样、

那样的错误，其重要原因之一就是过于强调了新闻媒体的娱乐服务功能，而忽视了自己的党和人民喉舌的功能，“一切向钱看”，只注意新闻的“卖点”而不考虑新闻要正确引导舆论，把经济效益放在社会效益之上，甚至为了经济效益而不惜损害社会效益，结果产生了十分不良的社会影响，也损害了新闻媒体的声誉。

江泽民多次提出，新闻报道要“以正面宣传为主”。邓小平指出：“报纸搞批评，要抓住典型，有头有尾，向积极方面诱导。”有的新闻媒介却不是这样，他们刊发的揭露性报道的数量远远超过正面报道，其后果是误导受众，使受众误把个别的现象当作普遍的现象，把局部的东西当作整体。在全局上严重违背了新闻真实性的原则，向受众传递的是不真实的社会。更有甚者，有的新闻媒体大量刊发社会新闻、法制新闻，并对罪犯作案、淫乱活动的细节作绘声绘色的细致描述，不仅起不到警世的作用，客观上其实是在诲淫诲盗。

最近一段时间以来，有的新闻媒体为追求“耸人听闻”、“轰动效应”，刊登未经核实的自由撰稿人稿件，导致假新闻泛滥。个别新闻媒介甚至公然要求作者编写假新闻，或者用大篇幅和重要版面刊登介绍明星绯闻的文章。南京某报曾经为一位台湾歌星的车祸受伤和死亡连续刊登了近十篇文章；另一家报纸则为一位香港歌星的自杀绯闻刊登多篇连续报道，其负面作用是显而易见的。

有的新闻媒体在加强服务性，指导消费休闲时忽视了这类新闻也有政治倾向性，而传播了腐朽奢靡的生活方式、资产阶级享乐至上思想等等。有的新闻媒体不择手段追求“独家新闻”，照抄照转西方新闻来源的国际事件报道，成为西方反对第三世界，宣传西方政治观点的传声筒，违背了自己作为党和

人民喉舌的性质。所有这些，都是与我们所论及的新闻媒体的服务功能是格格不入的。

新闻媒体想方设法取悦受众以提高发行量和收听（视）率，目的就是向受众推销通过一定的有形物质载体（如纸质载体、电子载体）传递的商品——新闻。在这个时候，新闻就成了一种特殊的商品，这需要通过由此及彼的买卖关系，实现自己的价值。不通过买卖关系完成这种由此及彼的传递，新闻这种特殊商品的价值就无法实现，长此以往，在市场经济条件下的新闻媒体就不可能生存下去。因此，新闻媒体一定会通过各种途径，采取各种办法，来完成这种由此及彼的传递。于是，受众通过购买报纸或付费电视收看电视，实际上就是购买到了一种特殊的商品。既然是一种买卖关系，在法律上，受众和新闻媒体之间就存在着一种法律上的权利义务关系：对受众而言，我的义务是向你提供一定的资金（付钱购报或付费看电视），我的权利是获知真实有效的新闻信息（包括娱乐等其他信息）；对新闻媒体而言，我的义务是向你提供真实有效的新闻信息，而我的权利则是收取一定的费用。一方不肯履行义务，就是对另一方权利的侵害。这是市场经济的基本要求，也是法制社会的基本要求。

市场经济追求效率和公平的原则。就效率而言，受众要求新闻媒体最迅捷地传递新闻信息，因此，效率自然是新闻媒体所考虑的一个重要内容。而公平则也是法律追求的一个基本目标。公平则意味着权利和义务，我们探讨新闻的侵权问题，正是基于这样一种权利和义务的基本认识上的。

### 三 新闻的舆论监督功能

舆论在现代社会中的重要作用，是谁都无法回避的。舆论的力量，使其可以承担某种社会监督的特殊使命，通过这种强