



新闻（媒体）侵权研究

AN INQUIRY INTO
NEWS MEDIA
TORTS

新闻（媒体） 侵权研究新论

徐迅 主编



法律出版社
LAW PRESS · CHINA



新闻（媒体）侵权研究

AN INQUIRY INTO
NEWS MEDIA
TORTS

新闻（媒体）
侵权研究新论

徐迅 主编



法律出版社
LAW PRESS · CHINA

图书在版编目(CIP)数据

新闻(媒体)侵权研究新论 / 徐迅主编. —北京:法律出版社,2009.10
ISBN 978 - 7 - 5036 - 9944 - 3

I. 新… II. 徐… III. 新闻工作—侵权行为—研究—中国 IV. D923.14

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 166924 号

©法律出版社·中国

责任编辑/邹 隐 张心萌

装帧设计/马 帅

出版/法律出版社
总发行/中国法律图书有限公司
印刷/北京北苑印刷有限责任公司

编辑统筹/市场研发部
经销/新华书店
责任印制/吕亚莉

开本/787×1092 毫米 1/16
版本/2009 年 10 月第 1 版

印张/25.25 字数/439 千
印次/2009 年 10 月第 1 次印刷

法律出版社/北京市丰台区莲花池西里 7 号(100073)

电子邮件/info@lawpress.com.cn

销售热线/010-63939792/9779

网址/www.lawpress.com.cn

咨询电话/010-63939796

中国法律图书有限公司/北京市丰台区莲花池西里 7 号(100073)

全国各地中法图分、子公司电话:

第一法律书店/010-63939781/9782 西安分公司/029-85388843 重庆公司/023-65382816/2908
上海公司/021-62071010/1636 北京分公司/010-62534456 深圳公司/0755-83072995

书号:ISBN 978 - 7 - 5036 - 9944 - 3

定价:52.00 元

(如有缺页或倒装,中国法律图书有限公司负责退换)

本书作者介绍

(以文章目录顺序排列)

徐 迅:中央人民广播电台法律顾问、高级编辑,中国政法大学传播法研究中心执行主任,兼职教授。

朱 莉:毕业于中国传媒大学传媒政策与法规硕士专业,原香港国际传播促进中心媒体与法律项目协调员。

杨慧臻:中国青年政治学院新闻与传播系硕士研究生。

侯月娟:中国政法大学传播法研究中心秘书。

李国民:中国检察日报社编辑。

展 江:中国青年政治学院新闻与传播系教授。

乔振祺:国家外文局《对外报道》杂志记者。

雷丽莉:法治中国传媒编导。

周 泽:北京问天律师事务所律师,原法制日报记者、中国青年政治学院法学副教授。

黄 晓:法学博士,律师,光明日报报业集团首席法律顾问。

杨立新:中国人民大学民商事法律科学研究中心主任,博士生导师教授。

魏永征:中国传媒大学法律系博士生导师教授、香港树仁大学新闻与传播系教授。

张鸿霞:中国传媒大学政治与法律学院讲师,传播学大众传播法方向候选博士。

王松苗:中国检察日报副总编辑,高级编辑,兼职教授。

李凝悻:毕业于中国传媒大学法律系传媒政策与法规专业。

马 军:北京市海淀区人民法院民事审判一庭庭长。

郑文明:法学博士,首都经济贸易大学传播学系讲师。

浦志强:北京华一律师事务所律师。

富敏荣:上海市新文汇律师事务所主任律师,兼职教授。

序 言

《新闻(媒体)侵权研究新论》即将出版,主编徐迅邀我为本书作序。我作为本书的作者之一,自当责无旁贷,因此应承下来。

我们研究新闻侵权问题已经有很长时间了。在20世纪90年代,我和徐迅以及有志于研究新闻侵权问题的数十位同仁就志同道合,曾经连续举办过数次新闻侵权法律沙龙,轮流在不同的单位进行论辩。尽管后来没有坚持下去,但对这个问题研究的兴趣却仍然使这些同仁在不停地努力,我也在其中。

我们之所以对研究新闻侵权问题孜孜不倦,是因为新闻侵权既涉及新闻法的问题,也涉及侵权法的问题;既涉及对民事主体的权利保护问题,又涉及新闻媒体言论自由舆论监督的问题。因此,研究新闻侵权,实际上就是在新闻自由与权利保护之间,小心翼翼地寻找两个利益之间发生冲突的最佳平衡点。处理得好,就既能够保护好媒体的新闻自由权利,又能够保护好民事主体的民事权利;反之,就可能既伤害媒体舆论监督的热情,又损害民事主体的权利。事实上,新闻侵权法所要平衡的,就是舆论监督与权利保护之间的利益关系,其追求的目标,就是在保证民事主体的权利的前提下,更好地发挥媒体的监督作用,推进社会的文明程度,促进社会更好、更快地发展。

应当看到的是,一方面,尽管我国现在还没有一部《新闻法》,也没有在《侵权责任法》草案中规定新闻侵权责任,但最高人民法院的司法解释已经形成了较为完整的系统,在司法实践中发挥着重要作用;另一方面,在学者的努力下,我国新闻侵权的理论体系也基本构建起来,形成了较为完整的学说体系,也在发挥着重要的作用。因此,在实际的媒体与民事主体之间发生的侵权争议,已经有了较为成熟的解决办法和理论基础。当然,与当代社会的实际需要还存在一些距离,这也正是我们不断研究和努力的原因。

在这个过程中,很多人都对此做出了重要贡献。本书的作者都是这些做出贡献的人。

其中,徐迅是一个重要的人。我认识她之时,她就一直致力于这样的工作,始

终孜孜不倦,不懈努力。她借助自己工作和法学基础的优势,不断深入研究,组织各种会议,组织起草司法解释建议稿,做了很多工作,取得了显著的成果。本书的问世,其实也是要感谢她的。在这些方面,她做的比我们做得好。

本书收集的文章和建议稿以及其他资料,都是作者们结合我国实际情况,借鉴国外的经验,试图为中国的新闻侵权法的完善和发展提出自己的见解。当然,这些意见也是见仁见智,都可能存在不足,期盼读者批评。

是为序。

中国人民大学民商事法律科学研究中心
杨立新

序 言

徐迅作为项目负责人,完成了中国青年政治学院新闻与传播系和美国耶鲁大学中国法律中心合作的研究课题《中国新闻(媒体)侵权案件精选与评析 50 例》,在完成课题过程中形成的中国媒介侵权案件研究报告和统计报告等一系列副产品也以名为《新闻(媒体)侵权研究新论》的本书一起出炉了。她嘱我写篇序,我借此表示热情祝贺。我认为这项研究成果是中国媒介法研究历程中的一个重要“驿站”,初步发现就有以下多项第一:

第一次以高达 800 件涉及媒介的人格权诉讼案例样本进行统计分析。就我所见,在早期,王强华主持的国家社会科学基金项目“舆论监督与新闻纠纷”(1996 年结项)曾搜集到 1984—1993 年 180 个案例进行统计分析。美国耶鲁大学教授陈志武 2002 年在论文《媒体言论的法律困境——关于新闻侵权诉讼的实证研究》里统计过 210 个中国涉及新闻媒介的侵犯名誉权案件。美国哥伦比亚大学法学院学者李本(Benjamin Liebman)2005 年在论文《中国诽谤诉讼实证研究》里研究分析过近十年来中国 228 例涉媒名誉权案件。新加坡南洋理工大学博士陈晓彦 2007 年在其学位论文《中国媒体与诽谤》中搜集四川省名誉权案件 293 例对其中涉媒的 145 例作了统计,并与外省各地 123 例作了比较。中国传媒大学博士白净(香港)2008 年在其学位论文《中国内地和香港媒体诽谤问题比较研究》中采集了 1997—2007 年国内涉媒名誉权案件 300 例与香港 40 个案例作比较。现在这个课题在样本数量上远远超过了前人。

第一次超越名誉权案件范围,对名誉、隐私、肖像等各种人格权案件进行统计,前一点已经说到,再予点出。

第一次关注了不涉及媒介的个人言论侵害他人名誉权案件。纳入统计范围的 100 例,其中纯属口头侵权(接近但不完全等于“诽谤”)的约为一半。我国二十多年来学界和业界关注的是涉媒案件,其实名誉权案大量并不涉媒,然而鲜有研究。

第一次专就涉媒侵权纠纷对媒介工作者进行专题问卷调查。涉及侵权问题的问卷调查已有若干,王强华的课题向各地省报进行了问卷调查,南京大学副教授陈

堂发在其国家社科项目《媒体批评报道研究》中向记者和受众作问卷调查,都有侵权纠纷内容,不过同时也涉及其他媒介业务,像这样单刀直入地集中问侵权纠纷的,而且取得如此高的问卷率,应该也是第一次。

第一次集中研究了“同案不同判”的问题。案情相同而判决不同甚至相反,判决相反缘于法庭遵循的原则相左,事关国家法制统一,人们早有觉察,但是尚无集中分析,本课题列出17组问题,相当注目。

最后,在上述丰富资料基础上,本课题统计涵盖面之宽,必定也是超过了前人,涉及诉讼结果、原告和被告身份、诉讼管辖(起诉地)、举证责任、抗辩理由、诉讼成本、赔偿金额和其他救济手段等诸多方面,有些项目还有细化,据“统计数据”汇总,共计25项。

这项成果正是在对诸多数据的实证研究的基础上形成的。其间形成宏论卓识,或见诸研究报告,或在课题组成员的论文中,皆有所稽。不过它的价值,也许还不仅在于论识本身,而是在于它是建立在实证基础上的,面对实证,人们还是不免见仁见智,但是无论是仁是智,终究都有实证为据,因此都是于学术发展大有利的。

本课题研究对象,或称“新闻侵权”、“媒介侵权”(人们使用此术语时含义或有不同,暂且不论),在中国虽然只有20年历史,但是出版专著已有数十部,论文数以百计。在英美则通称“诽谤法”(暂时忽略与前者内容不重合之处),更是历史久远。为什么这个议题可以常盛而不衰呢?这很值得思索。

我觉得这是由涉媒侵权纠纷利益主体的多元性带来的结果,这种多元性,是由大众传播活动的利益主体多元性造成的。我说的,并不仅仅是诉讼参加人的多元利益,这一点本成果已经有充分阐述;我们还需注意在诉讼参加人之外,还存在着诸多利益元素的影响。这可能在单纯的个体对个体(individual v. individual)的民事诉讼里是看不到或是不明显的。好比8月初应邀来中国传媒大学讲学的美国媒介法学者、宾夕法尼亚大学法学院教授贝克博士(Dr. Edwin Baker),在反对媒介完全市场取向(自由竞争)、主张政府适度干预时,借用经济学的“外部性”(externality)概念来支持他的观点。他的意思是:媒介商在同受众(消费者)进行交易时,不同于一般商品交易只涉及买卖双方的利益,还会涉及社会其他方面,有的会从中得益,有的则会受损,他们都会影响交易,增多或者减少交易的成本和效益。贝克一口气就举出10种“外部性”,诸如民意参与、揭露和阻止滥用权力、曝光所得效益(他提到了置入性营销,product placement)、消息源的受益或受损等等。贝克认为政府(广义的)调整诽谤法、制定信息自由法、多次修改广播电视规则等等,都是对各种“外部性”施加影响,提升正面的和抑制负面的。借鉴贝克的论述,我觉得名誉权

等纠纷一旦涉及媒介,它的利害得失也就不限于诉讼双方了,它也存在种种“外部性”。说是与媒介无关的个人之间名誉权纠纷远远不如涉媒侵权纠纷那么有影响,那是理所当然的;媒介介入了,大众传播过程中种种利益考量,亦即贝克说的那些“外部性”,也统统进来了,那些直觉案件与自己某种利益有这样那样联系的人们,自必关注。处理名誉权纠纷要考虑言论自由和名誉权的平衡,这是公认的道理,问题是你说平衡了我却说还没有,这就是利益考量视角不同的缘故。任何睿智的司法者和立法者,都是会综合并审慎地权衡这些“外部”的种种利益元素的。经典的萨利文案,只能出现在肯尼迪和约翰逊这两任锐意消除美国种族歧视顽症的总统的治下而不可能在以前,而披露五角大楼文件引起的讼案,如果文件议题不是回顾美国卷入越战政策,结果也许就不是这样了。这里绝无质疑司法独立之意,而只是说明社会现实利益取向的考虑必定会反映到司法层面上来。这是说的美国,那么我国国情又是如何呢?涉媒侵权案件的“外部性”又表现在哪些方面呢?这样考虑问题,也许可以为今天研究改进人格权纠纷审理规则提供一点新参考。

所以,外国所说的诽谤法、国人所说的“新闻侵权法”或者“媒介侵权法”,在时代跨度的意义上,是一定要不断发展的,这是由于传播活动涉及的利益群体在不断发展和改组,或者说“外部性”在不断变动,于是规则也要随之而调整。学者们也就不断有话题可说,有文章可写,有项目可做。仅仅是在这个意义上,我说徐迅这个课题是媒介法研究的一个“驿站”。这个说法,来自我的弟子朱莉硕士论文的结尾,她说萨利文案是美国诽谤法发展的一个“驿站”,颇可玩味。

我们进入新世纪已快10年,我们发现身边的媒介正在发生巨变。随着媒介融合的深度,我感到连人与媒介都快要融合了。本课题100个纯粹个人之间的名誉权纠纷案,传播方式没有包括互联网,表明作者是把网络表达归属于媒介表达之内的。魏武挥与我合作过一篇《自媒体的力量——大字报与blog的效用比较研究》,说明这种“自媒体”(self-media)(也有称“自主媒体”,we-media),从行为主体到行为方式,都同传统的印刷广播媒体存在着众所周知的差异。博客只是举例,它还包括各种个人网页和论坛,包括随着技术进步可以带来类似大众传播效果的人际通信方式,如E-mail、MSN、QQ、facebook、twitter之类,还有在我国已达7亿之多的手机。“自媒体”造成的侵权纠纷已非个别,但是尚无统计,有影响的如恒升诉王洪,张静诉俞凌风,杨义巢诉胡肖琼,王菲诉张乐奕,以及写作本文时尚未宣判的谢晋遗孀徐大雯诉宋祖德、刘信达等。那么审理这类纠纷的原则是不是同样可以纳入“媒介侵权”规则之中呢?如果纳入,会出现什么问题呢?如果不,那么应该制定怎样的规则呢?其理由分别是什么呢?换句话说,媒介的变迁,会对传播活动的利益格局带来怎样的影响呢?我们在设计“媒介侵权”规则的时候,要不要把“自媒

体”一并考虑在内呢?

我认为,这个问题,即使不能作为下一个“驿站”,也可以作为下一个阶梯吧。

最后对本书收录和引用我以及我的学生的研究成果表示感谢。

预祝徐迅和课题组成员们继续奋进,驰向新的“驿站”。

魏永征

2009年8月23日于港岛宝马山

目 录

第一部分 统计数据与研究报告

中国媒体侵权法制亟待发展

——建立在若干统计数据基础上的研究报告…………… 徐 迅 / 3

附件:已知媒体侵权诉讼“同案不同判”的案例名录…………… / 20

中国媒体侵权案件统计报告

…………… “中国新闻侵权案例精选与评析”课题组 朱莉、杨慧臻执笔 / 29

附件:

中国媒体侵权案例统计框架…………… / 56

800 起媒体侵权案例统计数据结果…………… / 59

普通名誉侵权案件统计框架…………… / 83

100 起媒体侵犯名誉权案件与 100 起普通名誉侵权案件统计数据结果对比…………… / 84

面向新闻从业者的关于媒体侵权若干问题的调查问卷…………… / 89

面向新闻从业者的关于媒体侵权若干问题的问卷调查数据结果…………… / 92

报刊侵害人格权问题调查报告

…………… 中国政法大学传播法研究中心 侯月娟执笔 / 98

附件:报刊侵害人格权调查函及问卷…………… / 109

我国法院审判评论侵权案件总体情况的统计分析

——以 83 个评论侵权案例为样本…………… 李国民 / 112

公共官员名誉权案件审理的现状、问题及对策探索

——以 26 起公共官员名誉权案件为例…………… 朱 莉 / 121

第二部分 论 文

解决“因言获罪”的四步走路线图	展 江 乔振祺 / 135
新闻名誉侵权构成要件分析	雷丽莉 / 144
新闻失实及其侵权责任新论	周 泽 / 161
附件:《新闻失实及其侵权责任新论》一文有关问题的说明	/ 182
谈新闻侵权诉讼的举证责任	黄 晓 / 185
论中国新闻侵权抗辩及体系与具体规则	杨立新 / 193
考察“公众人物”概念在中国大众媒介诽谤案件中的应用	魏永征 张鸿霞 / 223
“有事实依据”不等于“有客观事实” ——从事实与意见如何区分谈起	王松苗 / 250
普通法中诽谤案件公正评论抗辩理由对我国名誉权案件的 适用思考	李凝悻 / 270
网络隐私权的抗辩权分析	马 军 / 288
西方国家诽谤法中的若干重要问题	郑文明 / 299
裁判文书及其公开问题研究 ——从中国新闻侵权法的角度	徐 迅 / 312

第三部分 “司法解释建议稿”项目成果

《新闻侵害名誉权、隐私权新的司法解释建议稿》课题成果报告	徐 迅 / 331
新闻侵害名誉权、隐私权新的司法解释建议稿(条文版)	课题组 / 337
新闻侵害名誉权、隐私权新的司法解释建议稿(条文+依据版)	课题组 / 341
关于“司法解释建议稿”的顾问意见	魏永征 / 384
后记	编 者 / 390

第一部分

统计数据与研究报告

中国媒体侵权法制亟待发展

——建立在若干统计数据基础上的研究报告

徐 迅

内容提要:中国媒体侵犯人格权特别是侵犯名誉权诉讼呈现地域广、共同被告多、法律关系复杂、诉讼时间长、赔偿数额多、影响大的特点。中外有关媒体侵权制度安排体现出的特殊性是大众传播与媒体侵权法关系的必然结果。我国现行相关法律较为原则,法官自由裁量权过大,致使媒体行业出现了较为强烈的完善立法呼声。呼唤媒体侵权法制与时俱进,不仅仅是我国发展文化产业以及反对媒体传播内容低俗化的需要,不仅仅为了避免经常适用刑事手段调整相关纠纷,为了避免同案不同判现象的发生,也有必要细化现行的媒体侵权法。而在立法过程中,可以重点考虑确立“公共利益特权”和“公正评论”的抗辩理由,以及增加媒体相对特权的規定。

《侵权责任法(草案)》(第二稿)征求意见过程中,就“新闻侵权”或“媒体侵权”是否应当单独有所规制产生了激烈的争论。以《新闻(媒体)侵权否定说》一文^①和《关于〈侵权行为法〉是否需要单列“媒体侵权法”的意见》^②为代表,反对将相关内容纳入该法;以《论中国新闻侵权抗辩及体系与具体规则》一文^③及中国政法大学传

① 张新宝:“新闻(媒体)侵权否定说”,载中国侵权责任法立法研究论坛 <http://www.civillaw.com.cn/qkf/weizhang.asp?id=42648>。

② 魏永征:“关于‘侵权行为法’是否需要单列‘媒体侵权法’的意见”,载传媒学术网 <http://academic.mediachina.net/article.php?id=5817>。

③ 见《河南省政法管理干部学院学报》2008年第5期。

播法研究中心举行的《侵权责任法(草案)》研讨会上的主流意见^④为代表,主张《侵权责任法(草案)》对媒体侵权问题有所规制。

本文认为:鉴于媒体侵权问题的特殊性以及我国社会经济文化发展的需要,《侵权责任法》有必要对媒体侵权问题加以规制。本文将以一系列调查数据(见本文后所附“本文参考并引用的调查数据文献名录”)为主要依据论证上述观点。

一、媒体侵权诉讼的特殊性

本文所指的“媒体侵权”,是指媒体,包括报刊、图书、广播、电视、互联网、手机等任何一种可以广泛影响大众的传播中介的主办者以及它的作者、信息提供者及其他相关人通过内容传播侵犯公民、法人的名誉权、隐私权、肖像权的诉讼。简称“媒体侵权”。^⑤

1. 我国媒体侵权诉讼与一般侵犯人格权诉讼特征比较

(1) 媒体侵权行为地域广。根据中国青年政治学院新闻与传播系与美国耶鲁大学法学院中国法律中心合作研究项目对八百个中国新闻侵权案例的统计(以下简称“八百例统计”),真正按照“原告就被告”原则起诉的媒体侵权案件只占有案件的17%,而与一百起无媒体因素的普通名誉侵权诉讼^⑥进行统计(以下简称“普通侵权统计”)的结果两相比较,媒体侵权诉讼“被告就原告”的比例比普通侵权诉讼高出了三倍。白净^⑦的研究结果(以下简称“白净论文”)也得出了大体相当的结论,^⑧这意味着越是全国性媒体,越是面临着全国各地打官司的威胁。而随着互联网的发展,原告人更是可以在任何一个地方起诉媒体。同时数据也表明,由原告住所地法院管辖的案件,原告胜诉的机会更多。白净论文的研究结果是:“原告在所在地起诉,一审胜诉率为66.7%,高于55%的平均胜诉率,而如果原告选择在被告所在地起诉,一审胜诉率只有27.6%,远低于55%的平均胜诉率。”^⑨美国哥伦比亚大学中国法学者李本的研究成果也得出了大体一致的结论:原告选择在原告所在地起诉的一审胜诉率为82%,而在被告所在地起诉的原告一审胜诉率为51%,

④ “新闻侵权不可等闲视之”,载《检察日报》2009年2月23日, http://newspaper.jcrb.com/html/2009-02/23/content_11941.htm。

⑤ 杨立新在《中华人民共和国侵权责任法草案建议稿及说明》一书中使用“媒体侵权”概念,定义为:“媒体机构或者个人利用媒体作品损害他人人格权的行为”,法律出版社2007年版,第172页。

⑥ 本文作者组织助手从北大法意案例库中收集任意100例普通名誉侵权案例,以相关数据与媒体侵权案例加以比较。

⑦ 白净,中国传媒大学媒介政策与法规方向博士研究生,导师为魏永征。

⑧ 白净的学位论文标题为“中国内地与香港媒体诽谤问题比较研究”(2008年)。

⑨ 白净论文第115页。

原被告所在地为同一地方时,原告一审平均胜诉率为55%。^⑩

(2) 媒体侵权诉讼共同被告多。白净论文中的统计数据表明,我国媒体侵权诉讼中有36%是两个或两个以上被告。^⑪另据八百例统计,媒体侵权每个诉的被告一方平均为2.37人,而普通侵权诉讼平均每个诉的被告人仅为1.46人。^⑫这意味着,媒体侵权诉讼比普通侵权诉讼案件平均每案多一个被告。虽然在法院的统计中媒体侵权案件仅为一起诉讼,但其实同时有2.37个媒体或媒体相关因素^⑬介入其间,最多的一例是13个被告。^⑭

尤其值得注意的新问题是,由于互联网的兴起,因为一篇文章被多家转载,而陆续产生多个诉讼的情形在最近两年正在增多,最多的因一篇报道有百家媒体涉诉。^⑮这是因为我国互联网所发新闻大部分来源于传统媒体,网站基本不能采写新闻并核实真相,一旦首刊的传统媒体在诉讼中被判失实,转载失实报道的互联网几乎没有任何胜诉的机会。法律对此应当有较为明确的指引,以避免整个社会为此类诉讼所支付的综合成本过高。

(3) 媒体侵权诉讼法律关系复杂。媒体、作者和消息源是媒体侵权诉讼的三大主要被告,而有时广告主、广告经营商、发行销售商、媒体的行政主管单位也会成为共同被告。媒体成为被告的几率居首位——只有18.75%的诉讼未将媒体列为被告,而媒体单独成为被告的诉讼占48%。^⑯近年来,出于对秘密消息源(亦称“举报人”或“报料人”)的保护,媒体会千方百计地独自面对诉讼,以避免出现对消息源不兑现保密承诺的情形,这使媒体的责任担当加重于无形。

(4) 媒体侵权诉讼时间长。据普通侵权统计,结案时间平均为8个月;据八

^⑩ 本杰明·李本:“在困境中前行——对中国诽谤诉讼的实证研究”,载《哈佛国际法律评论》2006年第64卷第1期,第53页。Benjamin L. Liebman. *Innovation Through Intimidation: An Empirical Account of Defamation Litigation in China*. Vol. 47. 1 *Harvard. Int'l J* 53(2006).

^⑪ 白净论文第57页。

^⑫ 我的助手在北大法意的案例库中任意抽取100例媒体侵权案件获得了这一数据。

^⑬ 所谓媒体相关因素包括作者、消息源,有时还有广告商等。

^⑭ 此案为茅慧芳诉罗学莲、胡晓虹、河南文艺出版社等11家媒体侵犯名誉权案,(2000)沪一中民初字第301号。

^⑮ “医师告广州某网站侵权”,载《新快报》2008年6月12日, http://www.ycwb.com/ePaper/xkb/html/2008-06/12/content_231293.htm,报道说原告自称“已经告了一百多家媒体”。“冤老总起诉网站点名誉权 雅虎已赔5000元”,载《京华时报》2008年3月18日, <http://tech.163.com/08/0318/07/47A6IN7D000915BF.html>,报道称原告“起诉近百家媒体讨要名誉权”。

^⑯ 这些诉讼将作者或消息源等作为被告,见“八百例统计”。