

高等学校法学系列教材

实用传媒法概论



主 编 李 庆

副主编 王 强 袁晓新 聂 伟



清华大学出版社

<http://www.tup.tsinghua.edu.cn>



北京交通大学出版社

<http://press.bjtu.edu.cn>

实用传媒法概论

主 编 李 庆

副主编 王 强 袁晓新 聂 伟

清华大学出版社
北京交通大学出版社

• 北京 •

内 容 简 介

本书共十章,章节内容以法律规范所属的法律部门为标准,将传媒法划分为宪法中的传媒法规范、行政法中的传媒法规范、民法中的传媒法规范、刑法中的传媒法规范及经济法中的传媒法规范等,同时汇入了程序法和涉外内容并单独设计成章,完善了体例结构。本书编撰过程中吸收了理论界对传媒相关理论的总结和探索,各章内容采用“先行介绍我国的现行法律规定,再分析争议的理论问题及外国的相关内容”的顺序,阐述理论内容所依据的法律规范及相关数据基本收集到2011年8月止。对传媒相关法律条款的解读,从概念到操作程序逐一推介和分析,力求内容新颖,准确有据。

本书每章正文前面设有内容提要,后面安排有基本概念、思考与分析,并附有经典案例。结构合理,重点突出,具有较强的新颖性、实用性和针对性,适合作为高等院校法学类、传媒类本科专业统编或者规划教材;也可作为新闻媒体等传媒行业的从业者、法律职业人员及传媒法爱好者的自学教材或者参考用书;对相关单位的研究人员从事传媒法学的研究也具有较强的参考价值。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13501256678 13801310933

图书在版编目(CIP)数据

实用传媒法概论/李庆主编. —北京:清华大学出版社;北京交通大学出版社,2012.1
(高等学校法学系列教材)

ISBN 978-7-5121-0892-9

I. ①实… II. ①李… III. ①传播媒介-法规-中国-高等学校-教材 IV. ①D922.16

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 009964 号

责任编辑:郭东青

出版发行:清华大学出版社 邮编:100084 电话:010-62776969

北京交通大学出版社 邮编:100044 电话:010-51686414

印刷者:北京鑫海金澳胶印有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185×230 印张:20.5 字数:459千字

版 次:2012年2月第1版 2012年2月第1次印刷

书 号:ISBN 978-7-5121-0892-9/D·113

印 数:1~3 000册 定价:33.00元

本书如有质量问题,请向北京交通大学出版社质监组反映。对您的意见和批评,我们表示欢迎和感谢。

投诉电话:010-51686043, 51686008; 传真:010-62225406; E-mail: press@bjtu.edu.cn。

编 委 (以姓氏拼音为序)

程 胜 杜爱霞 李 庆 李晓瑜
聂 伟 王 强 王亚娜 袁晓新

前 言

传媒法学作为一门新兴的交叉学科，相关法律问题亟须进行理论上的系统研究，对这一领域的基本理论问题与实践问题、研究体系与教学问题进行全面深入探讨是推动传媒法学完善的基础。从更深层的意义上讲，这对于我国的新闻传媒业能够更好地发展、促进我国的法制化进程、加快政治文明的建设步伐等都具有极其重要的意义。

当前的中国，信息传播技术日新月异，传媒行业在人们的社会生活中已经并将继续占据极其重要的地位，社会迫切需要大量高素质的传媒类专业人才。这些专业人才不仅要能够系统掌握新闻传播学的基本理论，而且对涉及传媒行业的法律专业知识也能够全面了解。该书正是以提高传媒类专业人才的综合素质为目标，着眼于应用性，力求为传媒类专业学生提供一本学习传媒法学知识、融理论性与实践性为一体的教材，同时也为传媒法的教学提供一个新的选择。

本书是为了适应教学内容与课程体系改革的需要，尤其紧扣新媒体背景下的社会实际需求，对传媒行业面临的法律问题进行系统分析和深入阐述，不仅具有法学综合学科的性质，也具有法学与传媒学科交叉的特点。这样“整合”不仅加强了专业间的联系与渗透，避免传媒专业学生与社会实际需求脱节；而且有利于拓宽学生的知识面，切实培养学生的实践能力和创新能力。

本书共十章，章节内容以法律规范所属的法律部门为标准，将传媒法划分为宪法中的传媒法规范、行政法中的传媒法规范、民法中的传媒法规范、刑法中的传媒法规范及经济法中的传媒法规范等，同时汇入了程序法和涉外内容并单独设计成章，完善了体例结构。本书在编撰中吸收了理论界对传媒相关理论的总结和探索，各章内容采用“先行介绍我国的现行法律规定，再分析争议的理论问题及外国的相关内容”的顺序，阐述理论内容所依据的法律规范及相关数据基本收集到2011年8月止。如《著作权法》、《版权管理条例》及《外商投资产业指导目录》等的最新修订情况都在本书中有所体现。对传媒相关法律条款的解读，从概念到操作程序逐一推介和分析，力求内容新颖，准确有据。

本书作者都是从事法学或者新闻学教学研究及法律实务工作的专业教师，具有深厚的理论功底和丰富的实践经验。本书由李庆任主编，王强、袁晓新、聂伟任副主编，杜爱霞、李晓瑜、王亚娜、程胜为编委成员。本书编写提纲由李庆审定；初稿完成后，由李庆负责统稿、修改并做最后校对、定稿。本书在撰写过程中借鉴了当前传媒法学领域的部分研究成果，在此表示深切谢意。

本书每章正文前面设有内容提要，后面安排有基本概念、思考与分析，并附有经典案例。结构合理，重点突出，具有较强的新颖性、实用性和针对性，适合作为高等院校法学类、传媒类本科专业统编或者规划教材；也可作为新闻媒体等传媒行业的从业者、法律职业

人员及传媒法爱好者的自学教材或者参考用书；对相关单位的研究人员从事传媒法学的研究也具有较强的参考价值。

传媒法课程的特点决定了教材内容的时效性。因此，教材的内容需要紧随新媒体形势发展和立法进程的推进而不断更新。这次教材编写是全体编写人员一次大胆的尝试，我们将在今后的工作实践中根据学科发展的需要、教学改革的需要、专业设置和课程调整的需要及法制建设与社会发展的需要，逐步加以补充和完善，希望得到兄弟院校和业界同行们的理解与支持。由于编者水平和精力所限，书中缺点、疏漏在所难免，恳请同行专家和各位读者批评指正。

编 者
2012 年 2 月

目 录

第一章 传媒法概述	1
内容提要.....	1
第一节 传媒法的概念、原则和历史发展.....	1
第二节 传媒法的渊源.....	7
第三节 我国的传媒规范体系	15
第四节 传媒法学体系及研究方法	16
案例简析	20
基本概念	23
思考与分析	23
参考文献	23
第二章 传媒与司法	24
内容提要	24
第一节 司法公开	24
第二节 司法独立与媒体审判之间的冲突	30
第三节 我国传媒和司法关系的平衡	39
第四节 传媒与司法关系的改革	43
案例简析	52
基本概念	64
思考与分析	64
参考文献	65
第三章 宪法领域的传媒法	66
内容提要	66
第一节 表达自由概述	66
第二节 新闻自由与新闻传播法	75
第三节 我国传媒的基本性质和任务	84
案例简析	86
基本概念	90

思考与分析	90
参考文献	91
第四章 刑法领域的传媒法	92
内容提要	92
第一节 煽动型犯罪所承担的刑事责任	92
第二节 妨害名誉、商誉犯罪所承担的刑事责任	97
第三节 妨害淫秽物品管理犯罪所承担的刑事责任	103
案例简析	109
基本概念	116
思考与分析	117
参考文献	117
第五章 传媒侵权法	118
内容提要	118
第一节 侵权责任法的基础理论	118
第二节 传媒侵权责任	133
第三节 传媒侵犯名誉权	142
第四节 传媒侵犯隐私权	146
第五节 传媒侵犯肖像权	150
案例简析	155
基本概念	159
思考与分析	160
参考文献	160
第六章 媒体著作权法	161
内容提要	161
第一节 著作权的基本内容	161
第二节 著作权与公共利益	178
第三节 传播者的权利	186
第四节 侵犯著作权的法律责任	194
案例简析	199
基本概念	201
思考与分析	201
参考文献	202

第七章 媒体广告法	203
内容提要	203
第一节 广告法的概念、原则和适用范围	203
第二节 广告准则	209
第三节 广告活动	215
第四节 广告的审查	223
第五节 法律责任	225
案例简析	231
基本概念	236
思考与分析	236
参考文献	236
第八章 传媒行政法	237
内容提要	237
第一节 传媒行政法概述	237
第二节 出版物的行政管理	241
第三节 广播电视的行政管理	246
第四节 电影的行政管理	253
第五节 互联网的行政管理	259
案例简析	263
基本概念	266
思考与分析	266
参考文献	266
第九章 传媒类纠纷的救济	267
内容提要	267
第一节 民事传媒纠纷的救济	267
第二节 行政传媒纠纷的救济	281
第三节 刑事传媒案件的处理	287
案例简析	295
基本概念	297
思考与分析	297
参考文献	297

第十章 涉外传媒活动管理.....	298
内容提要.....	298
第一节 外来机构和人员.....	298
第二节 中外合资、合作传媒行业管理.....	305
第三节 境外传媒内容入境管理.....	312
案例简析.....	316
基本概念.....	318
思考与分析.....	318
参考文献.....	318

第一章 传媒法概述

内 容 提 要

为保护和促进传媒组织的信息传播自由、规范传媒组织的信息传播行为，现代各国均制定相应的法律法规对大众传媒在信息传播过程中发生的各种社会关系进行规制，逐渐形成了规范的传媒法，在对传媒法研究的基础上形成了比较科学严谨的传媒法学体系。

第一节 传媒法的概念、原则和历史发展

一、传媒法的概念

法是由国家创制的、并由国家强制力保证实施的、普遍适用的行为规范体系。它通过规定人们的权利和义务的方式来规范人们的行为，用以维护、巩固和发展有利于统治阶级的社会关系和社会秩序，是统治阶级实现阶级统治的工具。我国是工人阶级领导的、以工农联盟为基础的人民民主专政的社会主义国家，我国的法就是工人阶级领导下的人民意志的体现，是保障社会主义制度和秩序、促进社会主义现代化建设的工具。

所谓传媒法，是指享有立法权的国家机关，为了保护和促进传媒组织传播信息自由、规范传媒组织传播信息行为、协调大众传媒在信息传播过程中发生的各种利益冲突而制定的行为规范的总和。由于传媒法学在中国属于新兴交叉学科，正是因为对于这一领域的研究历史不长，所以，有关这一领域研究的概念表述也各有不同。通常也有学者从法律所调整的行为类型、行为主体及传播内容等方面将传媒法称作“媒体法（Media Law）”、“传播法（Communication Law）”、“大众传播法（Mass Communication Law）”、“新闻法（Press Law or Journalism Law）”等语词。^① 从行为类型看，传媒法主要调整传播信息的行为及与传播信息

^① 李丹林．关于中国传媒法教育的思考，<http://media.people.com.cn/GB/22114/84301/84308/5778774.html>，2007-5-25。

有关的其他行为,包括管理行为、商务行为、竞争行为、履行法律义务行为等,所以可将传媒法称之为传播法或大众传播法。从行为主体看,传媒法主要调整大众传播组织——媒体和媒体、大众传播组织及其他主体、国家机关、媒体之外的其他企事业单位、社会团体、公民个人,所以可将传媒法称之为媒体法或大众传媒法^①。从传播内容看,传媒法主要调整新闻信息及非新闻信息,所以可将传媒法称之为新闻法或新闻传播法。

可以从以下几个方面进一步加深对传媒法的理解。

（一）传媒法调整的社会关系的广泛性

传媒调整社会关系非常广泛,涉及信息公开与传播、国家安全、国家秘密、著作权、广告、侵权、行政审批许可、财税、合同、劳动、未成年人保护等多种社会关系。

（二）传媒法调整的行为主体的多样性

传媒法调整的行为主体既包括大众传播组织,也包括对大众传播组织和大众传播活动进行监管的政府主管部门、被大众传播组织报道或利用大众传播组织进行表达的各种社会主体,以及大众传媒组织进行经营活动过程中所产生关系的对应主体等。

（三）传媒法内容的复杂性

正是上述传媒法调整领域的广泛性,使得传媒法的内容也具有复杂性。在协调传播过程中私权力的冲突时,既有调整传媒与各种人格权冲突的内容,也有对特殊群体权益保护的内容;在规范公权力的行使时,既有对媒体的准入的规定,也有涉及对表达自由的保护与限制的内容。既有对政府的消极义务的规定,也有对积极义务的要求。在传媒产业化的背景下,还涉及政府对传媒的宏观调控、传媒组织的竞争、传媒组织的经营管理,以及传媒自律与他律的关系问题等方面的内容。

（四）传媒规范体系的多重性

我国的传媒组织除接受法律的调整外,还必须坚持中国共产党的领导,并受行业组织的指导和规整。因此,中国共产党的文件、行业组织的自律性规范等往往具有与类似法律的约束力。

二、传媒法的原则

传媒法的原则,是指贯穿于传媒法各个部分,作为传媒法之基础或本源的综合性、稳定性、统领性的原理或准则。

传媒组织传播信息的自由,就是公民言论表达自由的具体体现,也是公众知情权实现的具体要求。现代社会,传媒法的核心就是如何保障表达自由的正确行使和知情权的充分实

^① 本书采用传媒法的概念也主要基于此。本书的内容主要涉及经国家批准的报社、期刊社、电台、电视台和新闻互联网站及其从业者所遵循的法律规范,但为了完整说明有关法规,也涉及个人传播活动和其他并非传播新闻的媒体法律问题。

现。这一核心有两个重要的意义：一是不断实现和保障每一个人的表达自由；二是要平衡好在行使表达自由权时所发生的各种价值冲突。鉴于传媒法的核心所在，传媒法应贯穿民主原则、法治原则、公开原则、平衡原则。

（一）民主原则

民主的要义在于人民是主体、本位，一切权利属于人民，人民的权利得到尊重。民主社会的基本理念是国家的公权力和运用公权力的人员都应该成为社会的公仆而不是社会的主宰。因此，在传媒法领域中，不仅要对公民的基本权利实行严格保护，同时国家机关及其工作人员更要做好服务大众的工作，为公民提供各种意见表达的渠道，保证言路畅通。

（二）法治原则

强调法的最高权威性，它首先要求法律体系的统一、完备与良好；其次要求法律体系的透明与公开；再次要求一切权力的产生和行使都应依法进行，反对人治。如果没有法治，权力没有制衡，集中的权力就会产生专制，民主也可能会变成多数人的暴政。因此，无论传媒立法、传媒管制、调解传媒与其他社会主体之间的关系、衡量传媒组织行为的社会后果，都要以法治的理念和原则作为判断标准，这样才能真正保障传媒信息传播的自由。

（三）公开原则

信息的自由传播以能够有信息可传播为前提，而有信息可传播以信息能够公开为基础，特别是大众传媒所传播的有关政府信息往往涉及公共利益。因此，对于信息传播，应以公开为原则，不公开是例外。这一点也应该充分体现在传媒立法、传媒管制、传播行为的保障方面。

（四）平衡原则

在传媒领域，既有言论自由与国家安全、公共利益之间，政府管制权与表达自由、知情权之间的公法利益冲突，也有媒体与受众、信息提供者、报道当事人、投资者等之间关于人身权益、财产权的冲突。同时还混杂着公私法两方面的新闻报道与舆论监督、司法独立与公正的冲突。可以说，平衡原则是传媒法不可或缺的原则。

三、传媒法的历史发展

传媒法的发展首先都是从狭义的新闻法开始的，西方早于中国。早在 14 世纪，欧洲一些商业性城市里，就出现了一些为资本主义商业贸易服务的手抄报纸。到 15 世纪末，早期的印刷报纸和小册子大量涌现出来。由于文化的影响，当时的报纸带上了宗教论战的性质，对文化传播起到了一定的积极作用，这是当时的政府所不能容忍的，于是出现了规范印刷媒体的传媒立法活动，这就是早期的传媒法。法国大约在 1537 年建立了对报刊的审查制度。^①记者的自由采访权受到限制，有关时事政治的问题成为记者采访的禁区。传媒立法活动成为

^① 夏晓鸣，马卉，传播法概论。武汉：武汉大学出版社，2006：42。

统治者压制言论自由的工具。但是当资产阶级革命爆发后,刊有进步思想内容的报纸成为反对封建主义、维护资本主义的重要武器。新的思想体现在传媒里,最终确立了资产阶级的传播自由体制。

传媒法的发展历史是一个随着信息技术的不断发展、大众传媒组织和大众传播行为的类型不断扩大而在调整范围上不断扩大、法律规范的种类不断增多的历史。如随着互联网络的兴起,各国着手制定相关的管理规范,1997年德国《信息与通讯服务法》是世界上第一部有关网络媒体的法律。^①如今各国的新闻传播法大都要涉及本国的几乎所有门类,渗透到宪法的、民事的、刑事的、行政的、经济的各种法律部门。尽管传媒法的形成有先有后,在内容方面也有所区别。

(一) 传媒法在西方的发展

1. 瑞典

瑞典是世界上最早确立新闻出版自由和信息公开制度的国家。早在1766年瑞典就制定了《出版自由法》,并被赋予基本法的地位。这是世界上第一部新闻出版自由法,它极大地增强了公众通过报纸杂志等印刷媒体自由表达思想的权利。不过,该法规定了有关教会事先审查的若干例外,以及对四大阶层、中央政府及其官员的若干特殊保护,反映了历史局限性。200多年来,该法经多次修改,现行《出版自由法》为1949年修订;并在经过长期争论后,于1991年制定了《表达自由法》,作为《出版自由法》的补充。^②

《出版自由法》使报纸、期刊等印刷媒体得到了保护,但由于适用范围的限制,无法向广播、电视、录音录像、计算机互联网等新媒体提供同样的保护。为使《出版自由法》所确定的一般原则能够同样适用于广播、电视等新媒体,1991年瑞典以《出版自由法》为蓝本,制定了《表达自由法》。如今,《出版自由法》、《表达自由法》、《政府宪章》、《王位继承法》一起共同组成了瑞典宪法。将《出版自由法》和《表达自由法》列为宪法不可分割的组成部分,是瑞典宪法鲜明的特点之一。瑞典成为世界上独一无二的将规范和保障三大自由即出版自由、表达自由、信息自由的制度纳入宪法的国家,是从宪法上最系统、全面、详尽地保障出版自由、表达自由、信息自由的国家。

2. 英国

英国的传媒法侧重于对传媒活动的审查,传媒法更多地表现在成文法中。英国传统传媒法起源于1215年的《自由大宪章》,并逐步建立了特许出版制度、保证金制度、出版业审查制度。

1641年,皇家特许出版公司和皇家出版法庭被撤销,标志着英国传统传媒法的终结,资产阶级传媒法时代的开始。1710年英国颁布实施的《版权法》(《安娜法》),是世界上最早的版权法。1840年英国颁布议会文件法案,对进入议会采访的记者给予方便和保护,是

^① 魏永征. 新闻传播法教程. 北京:中国人民大学出版社,2010:7.

^② 冯军. 瑞典新闻出版自由与信息公开制度论要. <http://www.iolaw.org.cn/paper41.asp>.

世界上最早的立法公开、保护记者采访的法律。1908年英国颁布地方行政法案,规定地方长官召开的行政性会议允许记者旁听和发布新闻,是世界上最早的行政公开、保护记者采访的法律。

3. 美国

美国传媒法开端于1662年马萨诸塞殖民会议通过的第一个限制新闻出版的正式法案,该法案规定出版物必须经过审批,获得许可证后才能出版,标志着美国传媒法的开端。1775年独立战争爆发后,给予人民自由与民主的呼声很高,1776年通过的《独立宣言》以资产阶级天赋人权论和社会契约论为理论基础,宣称:“我们认为这些真理是不言而喻的:人人生而平等,他们都从他们的造物主那边被赋予了某些不可转让的权利。其中包括生命权、自由权和追求幸福的权利。”《独立宣言》的发表,是北美人民争取新闻出版自由的斗争获得初步胜利并向纵深发展的标志。

1791年美国国会通过宪法第一修正案,才作出下列规定:“国会不得制定剥夺言论自由或出版自由的法律”,作为美国第一部公开保护言论自由的法律,美国的宪法第一修正案被誉为表达自由保护的典范,标志着传播自由体制的确立。在美国,不只联邦宪法有如此的规定,美国各州的州宪法几乎也都有类似的规定,如纽约州的宪法就规定:“每一个公民对于任何问题,均有写作、口述或出版其意见的自由,但须自负滥用此项权利之责任,政府不得制定法律以有限制或废止言论及出版自由。”^①1903年,纽约州通过了世界上第一个明确保护隐私权的法律。

美国传媒法的特点在于以宪法为核心的成文法和判例法相结合的完整体系,传媒法的原则更多地存在于各种与传播活动相关的判例中,对公民表达自由保障最彻底、在隐私权的保护上最早最得力、在政府信息公开法上最完善。

4. 法国

法国传媒法产生于18世纪,通过宪法、专门法对表达自由、版权进行了一系列的保护,对报纸、电台的垄断进行了禁止,成为成文法系国家保护言论自由的样板。1789年的《人权宣言》关于表达自由的条款,被写入《世界人权宣言》,为丰富世界法律文化的宝库作出巨大贡献。

值得一提的是,法国1949年颁布法律,禁止向18岁以下的未成年人提供性读物,这是世界上最早的保护青少年免遭淫秽物毒害的法律。

(二) 传媒法在我国的发展

中国传媒法制的滥觞,可追溯到探索资本主义道路与救亡图强的年代。太平天国运动中,干王洪仁玕在《资政新篇》中提出设立新闻馆、准卖新闻篇、设置新闻官的主张。以后各个时期,政府都陆续颁布了一些与传媒活动相关的成文法。

^① 夏晓鸣,马卉.传播法概论.武汉:武汉大学出版社,2006:49.

1. 新中国成立前中国传媒法的发展

1908年,清政府颁布了《钦定宪法大纲》,成为中国法制史上第一部具有近代宪法意义上的法律文件,标志着中国现代传媒法的产生。其中“臣民权利、义务”内容中规定:在法律范围内,臣民所有言论、著作、出版、集会、结社等事,准其自由。1908年,清政府颁布《大清报律》,被新闻界称为中国第一部新闻法,规定了保证金制的限制制度和呈查制度。

1912年中华民国建立,由南京临时政府颁布《中华民国临时约法》,规定人民有言论、著作、刊行及结社之自由,废止《大清报律》。在民国初《著作权法》产生之前,暂时援用清代《著作权章程》,尽管如此,民国初年传媒法制的资产阶级性质仍是鲜明的。袁世凯等北洋军阀窃取政权后,1914年公布了《报纸条例》和《出版法》。先后又出台了《新闻电报章程》、《电信条例》、《修订报纸条例》、《著作权法》、《著作权法注册程序及规定施行细则》、《报纸法案》、《管理印刷劳业规则》、《装用广播无线电接收机暂行规则》等法规。这些法规形式上采用传播自由体制,实际上同清代监管传媒的律令差不多,客观上起到了钳制人民言论自由、镇压革命报刊活动的作用。

中华民国南京国民政府时期,实行传播统制、以党治国制度,为此国民党和国民政府制定、颁布了一系列监管传媒活动的法令,较重要的有1930年国民党政府公布的《出版法》。1934年国民党政府制定《检查新闻办法大纲》。1935年国民党政府通过修订《出版法》。1939年国民党政府成立战时新闻检查局,颁布《战时新闻违检惩罚办法》。南京国民政府在其统治中国的22年里,形成了一个党治高于法治、以传播统治为核心的传媒法制度。

2. 新中国成立后传媒法的发展

新中国成立前人民政权下的传媒法规最早出现在20世纪30年代的红色革命根据地。1934年2月,江西瑞金中央工农民主政府颁布《中央苏维埃宪法大纲》,其中第10条规定:“中华苏维埃政权以保证工农劳苦民众言论出版集会结社的自由为目的……同时反革命的一切宣传和活动,一切剥削者的政治自由,在苏维埃政权下都绝对禁止。”

新中国成立后传媒法的发展可以简单划分为三个阶段。其中1949年至1956年为新型传媒法制的创立阶段,1949年的《共同纲领》和1954年第一部《中华人民共和国宪法》(简称《宪法》)中有关新闻事业的专条,是指导中国新闻事业发展、保障人民言论出版自由的总纲。《共同纲领》第49条规定:“保护报道真实新闻的自由。禁止利用新闻进行诽谤,破坏国家人民的利益和煽动世界战争。发展人民广播事业。发展人民出版事业。并注重出版有益于人民的通俗书报。”《宪法》第87条规定:“中华人民共和国公民有言论、出版、集会、结社、游行、示威的自由。国家供给必需的物质上的便利,以保证公民享有这些自由。”根据上述总纲精神,新中国成立初期制定的有关出版法规主要有:《全国报纸杂志登记暂行办法草案》(1950年)、《期刊登记暂行办法》(1952年)、《管理书刊出版业印刷业发行暂行条例》(1952年)等。这一时期,中共中央公布的有关规范传媒活动有两个重要决议:《中共中央关于在报纸刊物上展开批评和自我批评的决定》(1950年)和《中共中央关于改进报纸工作的决议》(1954年),在实际上起到了规范传媒行为的作用。这些政策和法规保证了新

中国成立初期传媒事业的调整和发展，使之为巩固新生的人民民主政权、恢复和发展经济作出了贡献。

1957年至1976年，是中国传媒法制的停滞和严重破坏阶段，1978年至今为中国传媒法制的充分发展阶段。1978年十一届三中全会后，全国的工作重心由以阶级斗争为纲向社会主义现代化建设转移，社会主义的法制建设，包括出版管理的法制化，日益受到重视。1987年国家新闻出版署成立，重视依法行政。先后制定有关报刊法规文件共30余个，主要有《期刊管理暂行规定》、《报纸管理暂行规定》、《出版管理行政处罚实施办法》、《电子出版物管理规定》、《内部资料性出版物管理办法》、《印刷业管理条例》、《出版物印刷管理规定》等。这一时期，电子传媒行政主管部门出台了《广播电视管理条例》等监管电子传媒的法规，国家立法部门颁布了《中华人民共和国著作权法》，国家版权局公布了《著作权行政处罚实施办法》，立法机构和出版行政主管部门联合公布了一批打击盗版活动、取缔非法出版物和淫秽出版物的法令和法规。^①

总的来看，传媒法在这一阶段获得了迅速发展，在1982年《宪法》中规定公民言论、出版、集会、结社的权利；批评和建议的权利；确立了“广播为人民服务，为社会主义服务”的媒体体制，借鉴了西方著作权法，国家着手制定新闻法，三个新闻法文稿都贯彻了新闻自由的原则，以宪法为核心的传媒法律体系初步建立，人民获得信息的劣势地位进一步得到改善，加快了追赶世界传媒法制现代化的步伐。

第二节 传媒法的渊源

法的渊源即法律渊源 (the sources of law)，是指法的表现形式，也称为法的形式，即由不同的国家机关依法制定的具有不同法律效力、不同类别的规范性文件。法律渊源并不等同于国家机关制定的所有文件，只有国家机关依照法定程序和权限范围制定的具有要求人民普遍遵守的规范性文件，才是法律渊源。2000年出名的《立法法》，对我国的法律体系、立法权限和程序等作了系统完整的规定。到2010年年底，我国已制定现行有效法律236件、行政法规690多件、地方性法规8600多件，并全面完成对现行法律和行政法规、地方性法规的集中清理工作。目前，涵盖社会关系各个方面的法律部门已经齐全，各法律部门中基本的、主要的法律已经制定，相应的行政法规和地方性法规比较完备，法律体系内部总体做到科学和谐统一。一个立足中国国情和实际、适应改革开放和社会主义现代化建设需要、集中体现党和人民意志的，以宪法为统帅，以宪法相关法、民法商法等多个法律部门的法律为主干，由法律、行政法规、地方性法规等多个层次的法律规范构成的中国特色社会主义法律体系已经形成，国家经济建设、政治建设、文化建设、社会建设及生态文明建设的各个方面实

^① 童兵. 比较新闻传播学. 北京: 中国人民大学出版社, 2002: 258-261.