



Journalism and Communication Law: An Introduction

陈丽丹 著



法律出版社
LAW PRESS · CHINA

西南政法大学新闻传播学系列教程 总主编 李珮

新闻传播法概论

Journalism and Communication Law: An Introduction

陈丽丹 著



法律出版社
LAW PRESS · CHINA

图书在版编目(CIP)数据

新闻传播法概论 / 陈丽丹著. —北京: 法律出版社, 2014. 8

ISBN 978 - 7 - 5118 - 6784 - 1

I. ①新… II. ①陈… III. ①新闻学—传播学—法学—高等学校—教材 IV. ①D912. 101

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 196472 号

新闻传播法概论

著 者: 陈丽丹

策划编辑: 王旭坤

责任编辑: 张 磊

装帧设计: 乔智炜

责任印制: 沙 磊

内文制作: 凌点工作室

出 版 法律出版社/北京市丰台区莲花池西里 7 号 (100073)
<http://www.lawpress.com.cn/>

编辑统筹 法律职业教育出版分社

经 销 新华书店等

总 发 行 中国法律图书有限公司 <http://www.chinalawbook.com/>
第一法律书店 (010 - 63939781/9782) 西安 (029 - 85388843)
重庆 (023 - 65382816/2908) 上海 (021 - 62071010/1636)
北京 (010 - 62534456) 深圳 (0755 - 83072995)

销售专线 010 - 63939806/9830

数据支持 法律门 <http://www.falvmen.com.cn/>

开 本 720 毫米 × 960 毫米 1/16

印 张 17.5

字 数 323 千

版 本 2015 年 1 月第 1 版

印 次 2015 年 1 月第 1 次印刷

印 刷 三河市龙大印装有限公司

书 号 ISBN 978 - 7 - 5118 - 6784 - 1

定 价 39.00 元

所有权利保留。未经许可, 不得以任何方式使用。

如有缺页或倒装, 中国法律图书有限公司负责退换。



西南政法大学新闻传播学系列教程

编委会

主 任：李希光 欧阳宏生

编 委：李希光 欧阳宏生 赵中颀 李 珮 罗小萍

李 韧 蒙晓阳 郭晓科 贺 艳 王 炬

陈笑春 裴永刚 蔡 斐

主 编：李 珮

副主编：李 韧 罗小萍

总 序

进入 21 世纪,中国新闻传播教育迎来了前所未有的大发展、大变化、大改革,西南政法大学全球新闻与传播学院积极融入到这一改革、实践与竞争之中,努力打造符合时代发展的、富有特色的新闻传播教育。

西南政法大学全球新闻与传播学院筹建于 1994 年,原名为西南政法大学新闻传播学院,1995 年开始面向全国招生,在全国法科大学中,最早设立新闻学本科专业招收本科生,近 20 年来,形成了“媒介·法律·社会”三者融合并重的办学特色。2010 年 1 月,西南政法大学新闻传播学院更名为“全球新闻与传播学院”,同时提出鲜明的办学指导思想与发展定位:以全球新闻视角打造国内一流新闻传播学科。这是为适应中国国力提升之后全球新闻传播对专业人才的需求,充分整合国际国内资源,在法制新闻人才培养模式基础上拓展建立国际化办学模式,培养具有全球视野的新闻传播人才的一次大胆创新。

学院成立这 20 年,是中国新闻传播事业经历世纪之交的 20 年,也是中国新闻传播学教育迅速发展的 20 年。21 世纪的中国,全球化和互联网带来了新闻传播事业日新月异的发展变化,新闻传播教育正迎接这一变化带来的巨大挑战,首先,新闻传播教材需要与时俱进,更新和调整,以培养能适应未来发展的优秀新闻传播人才。

基于此,学院跟踪现代新闻传播理论和实践的最新进展,策划了本套丛书,其中包括本科生教材 10 本,研究生教材 3 本。这套丛书,作为具有针对性、实用性、指导性和启发性的教材,集中体现了西南政法大学新闻传播学的传承与创新。

这套丛书的特点之一是注重基础性理论的梳理和新领域的探索,力求做到理论有创新,观点有突破,论证有力量,避免与传统新闻传播学教材简单的

重复。

特点之二是结合当下新闻传播的实际需要和发展趋势,强调新闻教育的实务特色,力求开放性、操作性与实践性,努力为学生提供能够与实务部门相衔接的课程内容设计。

特点之三是经典理论研究与跨学科研究相得益彰。既有新闻采写、电视采编、国际新闻、文献导读等经典研究的新探索,也有网络舆论、媒体评论、政治传播、文化产业等跨学科的新成果。

这套丛书,分别代表了我院教师,尤其是青年教师在新闻与法治研究、国际新闻研究、影视与新媒体研究、政治传播研究等四个研究方向的探索和思考,取得的阶段性成果,也是我院新生代学术实力的一次整体亮相。我们真诚地期待读者对西南政法大学新闻传播学系列丛书提出宝贵的意见和建议。

是为序。

李 珮

二〇一五年一月毓秀园

目 录

绪 论	(1)
第一章 新闻传播法基础理论	(3)
第一节 新闻传播法概述	(4)
一、新闻传播法的含义与调整对象	(4)
二、新闻传播法的基本原则	(5)
第二节 新闻传播法的渊源	(9)
一、制定法	(9)
二、非制定法	(10)
第三节 新闻传播法的核心内容	(10)
一、新闻传播与国家安全法律制度	(11)
二、新闻传播与社会秩序法律制度	(13)
三、新闻传播与特殊新闻及信息的发布	(17)
四、新闻传播与公民权利	(20)
五、新闻传播与著作权	(23)
六、广告活动法律规范	(24)
七、新闻传播媒体的创办	(25)
八、新闻记者和新闻传播媒体派出机构的管理	(26)
第二章 新闻传播法的历史与现状	(31)
第一节 新闻传播法产生和发展的基本条件	(32)
一、经济条件	(32)
二、政治条件	(32)
三、思想条件	(33)
第二节 国外新闻传播法的历史与现状	(33)
一、大陆法系国家新闻传播法的历史发展	(33)
二、英美法系国家新闻传播法的历史发展	(39)
第三节 中国新闻传播法的历史与现状	(48)

2 新闻传播法概论

一、封建社会新闻传播法的历史发展	(48)
二、中华民国时期新闻传播法的历史发展	(54)
三、社会主义新闻传播法的发展与完善	(64)
第三章 新闻传播与国家安全法律制度	(71)
第一节 新闻传播与维护国家安全	(72)
一、国外对危害国家安全行为的监管	(72)
二、我国维护国家安全的相关法律制度	(76)
三、涉及危害国家安全的传播活动	(77)
第二节 新闻传播中的国家秘密	(82)
一、国家秘密	(82)
二、新闻单位的保密制度	(87)
第四章 新闻传播与社会秩序法律制度	(92)
第一节 对淫秽色情出版物的法律规范	(93)
一、淫秽色情出版物的认定标准	(93)
二、我国对传播淫秽色情出版物行为的法律规范	(96)
第二节 对宣扬暴力和封建迷信行为的法律规范	(97)
一、认定标准	(98)
二、对宣扬暴力和封建迷信行为的法律规范	(98)
第三节 对宣扬邪教行为的法律规范	(101)
一、邪教的认定标准	(101)
二、对宣传邪教行为的法律规范	(103)
第四节 对破坏民族平等和民族团结行为的法律规范	(104)
一、民族平等和民族团结的含义	(104)
二、禁止传播宣扬民族歧视、破坏民族团结的内容	(104)
第五章 特殊信息的发布与规范	(108)
第一节 信息公开制度	(109)
一、《政府信息公开条例》解读	(109)
二、新闻发言人制度	(112)
第二节 重大政务新闻和有关国家领导人作品的发布	(116)
一、重大政务新闻	(116)
二、有关主要国家领导人的作品	(118)
第三节 灾害新闻与气象信息的发布	(119)
一、灾害新闻与气象信息的含义	(119)

二、灾害信息与气象信息的发布与规范	(119)
第四节 证券信息的发布	(122)
一、证券信息概述	(123)
二、证券信息的发布与规范	(123)
第六章 新闻传播与公民人格权	(131)
第一节 新闻侵权行为	(132)
一、舆论监督和新闻侵权	(132)
二、新闻侵权行为	(137)
三、新闻侵权的构成要件	(139)
四、新闻侵权的抗辩事由	(140)
五、新闻侵权的预防	(144)
六、新闻侵权的责任与救济	(146)
第二节 新闻侵害公民人格权的情形	(148)
一、新闻侵害名誉权	(148)
二、新闻侵害隐私权	(151)
三、其他新闻侵害公民人格权的形式	(153)
第七章 新闻传播与著作权	(157)
第一节 知识产权与著作权	(158)
一、知识产权与知识产权法	(158)
二、著作权与著作权法	(162)
第二节 新闻作品的著作权	(168)
一、新闻作品著作权的含义	(168)
二、侵犯新闻作品著作权的行为	(169)
三、侵犯新闻作品著作权的法律责任	(172)
第八章 广告活动的法律规范	(176)
第一节 广告法和广告准则	(177)
一、《广告法》概述	(178)
二、广告法律体系	(179)
三、广告的一般准则	(181)
四、特殊商品广告准则	(192)
第二节 对广告发布和广告收费的规范	(198)
一、对广告发布的规范	(198)
二、对广告收费的规范	(199)

第三节 广告审查与对广告违法行为的规范	(202)
一、广告审查制度	(202)
二、对广告违法行为的规范	(204)
第九章 对传统新闻媒体管理的规范	(209)
第一节 对报刊的规范	(210)
一、对报刊管理的法律体系	(210)
二、报刊的创办与登记制度	(213)
三、报刊的主办单位	(216)
四、对报刊的监督与管理	(219)
第二节 对广播、电视的规范	(224)
一、中国广播电视管理体制的特点	(224)
二、广播电台、电视台的设立	(225)
三、广播电视节目制作、传播管理	(226)
四、广播电视传输覆盖网和广播电视设施的管理	(231)
第三节 对记者站与记者身份的规范	(232)
一、记者站的设立主体	(232)
二、记者站的设立与管理	(233)
三、对记者身份的管理	(234)
四、对外国新闻机构和记者的管理	(237)
第十章 对网络传播管理的规范	(241)
第一节 我国互联网法律法规现状	(242)
一、互联网网络管理规范	(242)
二、互联网域名管理规范	(245)
三、互联网安全管理规范	(246)
第二节 互联网信息服务管理	(248)
一、互联网信息服务管理制度	(248)
二、对互联网新闻信息服务的管理	(249)
三、对互联网传播视听节目的管理	(253)
第三节 互联网出版管理	(256)
一、互联网出版活动概述	(256)
二、国外互联网出版法律规制概况	(257)
三、我国互联网出版管理制度	(258)

绪 论

柏拉图说过,法律是一切人类智慧聪明的结晶,包括一切社会思想和道德。在新闻传播领域,法律也无所不至地发挥其作用,不仅关系到新闻从业人员个人的权利、公民言论自由宪法权利的具体实施,而且关系着新闻活动的合法、规范,防范新闻权力被滥用。

虽然我国目前没有专门的《新闻传播法》,但是依照宪法、法律、行政法规、部门规章、地方性法规、行政规章等,我国的新闻传播活动是有法可依的,涉及新闻传播主体、新闻传播内容、新闻传播行为等诸多方面。本书拟对这些法律规范进行梳理,在以往知识成果的基础上进行一定的更新,以呈现当下新闻传播法的现状。

本书的体例还是采用了比较传统的结构,从新闻传播法概述开始,对新闻传播法的含义、调整对象、基本原则及其法律渊源、历史与现状进行介绍,从而指出涉及新闻传播法8个方面的核心内容:新闻传播与国家安全法律制度、新闻传播法与社会秩序法律制度、新闻传播与特殊新闻与信息的发布、新闻传播与公民权利、新闻传播与著作权、广告活动法律规范、新闻传播媒体的创办、新闻记者和新闻传播媒体派出机构的管理。

基于新闻传播活动对社会所带来的巨大影响,以及新闻传播活动与公权力的冲突平衡,本书将新闻传播与国家安全法律制度、新闻传播法与社会秩序法律制度,以及新闻传播与特殊新闻与信息的发布进行归纳总结,指出新闻传播活动在这三个领域中的权利范围和行为规范,本书在第三章、第四章、第五章中有详细的介绍。在新闻传播活动与私权的冲突平衡上,主要体现在新闻传播活动对公民人格权和著作权方面的影响,所以本书第六章和第七章进行专门介绍。此外,广告经营活动与新闻传播活动有着千丝万缕的联系,新闻传播法一直把对广告经营活动的规范纳入其中。本书将广告管理法律体系放在第八章进行介绍。对新闻传播主体的赋权与规范,是新闻传播法的重要内容。本书第九章和第十章介绍了我国对传统媒体和网络传播媒体的规范,内容涉及新闻传播媒体的创办、新闻记者和新闻传播媒体派出机构的管理等。

随着互联网的发展和新媒体技术的运用,新闻信息的传播方式和传播形态发生了巨大的变化,传统的新闻传播法需要跟进这些变化,适应新闻传播活动的开展。本书第十章专门介绍了新闻传播法中对网络传播管理的规范,扩展了现有其

他教材在这方面的内容,从互联网网络管理、域名管理、安全管理三个方面对我国互联网法律法规现状进行梳理,总结了最新的互联网管理规范,并从互联网信息服务管理、互联网出版管理两个方面阐述我国的互联网信息传播方面的法律规范。当然,这个部分的内容是在不断变化的,所以对互联网信息传播方面的法律规范也只能进行一个阶段性的总结。

本书涉及的法律法规较多,对更迭的法律条文相应地进行了更新,但由于篇幅所限,不能涵盖所有内容,所以学生在学习中还要进行法律条文的拓展和补充。

同时需要指出的是,由于法律的滞后性和刚性等缺点,对新闻传播活动中出现一些问题,目前的新闻传播法还无法或者没有进行规范。所以在学习过程中切不要套用法律条文来解决所有新闻传播活动中出现的问题。法律的终极目标在于实现公平和正义,但这是一种不断追求的过程。

第一章 新闻传播法基础理论



本章目的

目前,我国的新闻传播法由《宪法》的有关规定、有关法律、有关行政法规与规章等各种法律规范构成,用于调整人们在新闻传播活动中所产生的社会关系,有自己独特的调整对象和基本原则。

本章通过对新闻传播法含义的界定,调整对象、基本原则的梳理,法律渊源的说明以及对其核心内容的介绍,对本教材起到提纲挈领的作用。

通过本章的学习,学生能够掌握以下问题:

1. 对新闻传播法的含义进行全方位的理解
2. 掌握新闻传播法的独特调整对象
3. 熟悉新闻传播法的基本原则
4. 知悉新闻传播法的法律渊源
5. 掌握新闻传播法的核心内容



本章要点

1. 新闻传播法的含义
 - A. 广义
 - B. 狭义
2. 新闻传播法的调整对象
 - A. 新闻传播活动主体
 - B. 新闻传播活动客体
 - C. 新闻传播活动内容
3. 新闻传播法基本原则
 - A. 言论出版自由的原则
 - B. “两个服务”方向的原则
 - C. 国家发展与行政管理的原则
4. 新闻传播法的法律渊源
 - A. 制定法
 - B. 非制定法
5. 新闻传播法的核心内容

第一节 新闻传播法概述

一、新闻传播法的含义与调整对象

(一) 新闻传播法的含义

新闻传播法有广义和狭义之分。广义上的新闻传播法,是指由国家强制力保证实施的,体现国家统治阶级意志的,用于调整人们在新闻传播活动中所产生的社会关系的法律规范的总和,包括《宪法》的有关规定、有关法律、有关行政法规与规章等各种法律规范。它既不是单一的法律文件,也不是某一个法律部门,它具有广泛的法的渊源,是跨越多个法律部门、涉及多种法律文件的许多法律规范的集合体。

狭义上的新闻传播法,是指专门针对新闻传播活动的一部法律,由国家制定的、调整与规范新闻传播活动的法律。尽管国内近几十年来对制定专门的新闻法的呼吁不断,但是由于诸多原因的影响,目前国内还未能出台这部法律。

(二) 新闻传播法的调整对象

新闻传播法的调整对象,是指新闻传播法所确认和调整的在新闻传播活动过程中参与者各方形成的权利与义务关系。具体来说,其调整对象可以分为新闻活动中的主体、客体和内容。

新闻传播活动中的主体,是指在新闻传播活动中享有权利和承担义务的人或组织。在我国的新闻传播活动中,主体具体包括以下几种:一是新闻传播媒体,它是新闻传播活动中最重要的主体。二是记者、编辑等新闻传播从业者,包括从事新闻传播行业中采访、编辑、管理、印刷、发行、广告等各个环节的所有人员。三是政府、公民、法人和社会团体、群众团体。

值得注意的是,作为新闻传播法律关系的主体之一,公民在新闻传播活动中具有三种身份:表达者、被报道对象、普通受众。作为表达者,公民可以通过投稿、作为嘉宾访谈、专家点评等方式参与到新闻传播活动之中,借助新闻传播媒体表达自己的意见、建议、观点。作为被报道对象,公民可以选择接受新闻传播专业工作者的采访、拒绝接受采访或对采访保持沉默。作为普通受众,公民可以自由地选择欣赏新闻传播媒体所提供的新闻、广告等各种内容,也可以拒绝接受这些内容,或由于这些内容侵犯了其合法权益而享有依法向新闻从业者提起诉讼的权利。

新闻传播活动中的客体,是指在新闻传播活动中新闻传播法律关系主体的权利和义务所指向的对象,包括物、新闻传播行为和智力成果三种。一是物,即与新

新闻传播活动相关的物品和物质财富。物是新闻传播活动的基础,新闻传播活动必须借助一定的物质工具才能实现。报社要传播新闻信息,必须借助报社的印刷、排版、发行等设备;广播电台、电视台要借助广播电视的发射机、微波站、信号接收天线等物质载体。一切新闻传播活动的意识行为的实现都需要物的形式来表现,才能达到其传播目的。二是新闻传播行为。新闻传播行为是指新闻传播从业者在新闻传播活动中所实施的理性行为。例如,报刊工作者所作的采集、编辑、出版、发行等行为;广播电视工作者所作的采集、编辑等工作。在新闻传播活动中,凡与法的要求相一致的行为都是合法行为,如采访国家机关、社会团体、民间组织等会议。凡与法的要求不一致的都是违法行为,如泄露国家机密,传播反动、淫秽、色情的内容等行为。三是智力成果,即新闻传播法律关系主体通过智力活动所创造的精神财富,主要表现为具体的新闻作品,以著作权方式出现。

新闻传播法律关系的内容,是指新闻传播法律关系主体所享有的权利和义务。权利是指由新闻传播法律规范所规定的、新闻传播法律关系主体所享有的作出一定行为的许可和保障。义务与权利相对,是指新闻传播法律规范所规定的、新闻传播法律关系主体所应尽的责任。

二、新闻传播法的基本原则

我国新闻传播法制建设,离不开国家的根本大法,《宪法》中关于新闻传播活动的原则性规定主要有三条:一是言论出版自由的原则;二是“两个服务”方向的原则;三是国家发展与行政管理的原则。

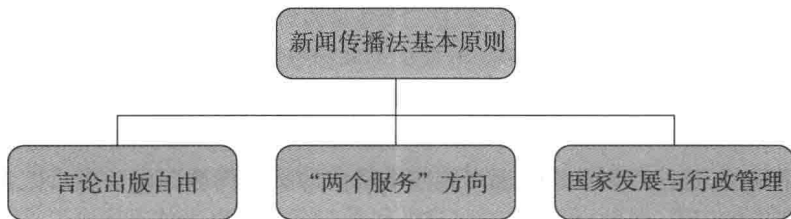


图 1.1 新闻传播法基本原则

(一) 言论出版自由的原则

言论出版自由,最初是作为新闻传播活动的道德原则提出的。在封建社会末期,随着欧洲大陆资本主义商品经济的发展,新闻传播事业也开始随之兴起,并逐渐产生了巨大的影响力。当时的欧洲各国的封建统治阶级为了维护自身的利益,采用出版特许制度、保证金制度、预先检查制度等限制手段,极力钳制新闻出版事业的发展。对此,新兴的资产阶级提出了言论、出版自由的思想原则,反对封建新闻统制制度,捍卫新闻真实性等新闻传播道德要求。言论、出版自由的思想原则的提出,为资产阶级新闻传播职业道德的确立与发展奠定了坚实的理论基础,形成了

一种崭新的、生气勃勃的新闻传播职业道德观念。

资产阶级革命胜利以后,欧洲不少国家先后确立了资本主义制度,言论、出版自由的思想原则成为资产阶级建设新闻传播法制的基本原则。如1789年法国大革命中通过的《人权宣言》——自由传达思想和意见乃是人类最宝贵的权利之一;因此,每个公民都有言论、著作和出版自由,但在法律所规定的情况下,应对滥用此项自由承担责任。1791年,美国《宪法》第一修正案第1条规定:国会不得制定法律确立国教或禁止信仰自由;不得剥夺人民言论或出版自由;不得剥夺人民和平集会及向政府请愿的权利。1948年12月,《世界人权宣言》第19条规定:“任何人都有通过一切手段不受国界限制寻求、接受、传达信息及实现的自由。”

目前,世界各国都在很大程度上对言论出版自由给予宪法和法律的保障。但值得注意的是,世界各国在保障这项权利的同时,也制定了不得滥用言论出版自由权利的原则性规定。依法限制言论出版自由的主要原则有:公共利益原则;事后限制原则;明显而即刻的危险原则;等等。

在我国,《宪法》确立的言论出版自由的原则,有两层内涵:一方面,公民享有言论出版自由的权利。《宪法》第35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。”言论自由,是指公民享有发表意见、交流思想、抒发感情、传播信息、传授知识等而不受干涉的自由。出版自由,是指公民享有通过以印刷或广播、电视乃至当今的互联网等各类复制手段制成的出版物或信息载体公开表达和传播意见、思想、感情、信息、知识等的自由。同时,《宪法》第41条规定:“中华人民共和国公民对于任何国家机关和国家工作人员,有提出批评和建议的权利;对于任何国家机关和国家工作人员的违法失职行为,有向有关国家机关提出申诉、控告或者检举的权利,但是不得捏造或者歪曲事实进行诬告陷害。”在新闻传播活动中,这些权利分别体现为新闻活动中的新闻传播自由和舆论监督。新闻传播自由的内容,包括:公民有通过报纸和新闻期刊等出版物表达思想见解的权利;公民通过广播、电视、国际互联网等出版手段即复制手段发表意见的权利;公民通过新闻传播媒介了解国内外大事,获取各种信息,表达并传播各种思想和见解,参与国家生活和社会生活的政治权利。另一方面,言论出版自由权利不可滥用。《宪法》第51条规定:“中华人民共和国公民在行使自由和权利的时候,不得损害国家的、社会的、集体的利益和其他公民的合法的自由和权利。”任何自由权利都不可能是绝对的、毫无限度的。新闻传播事业及其从业人员在行使言论出版这项权利时,必须注意遵守宪法和法律,尊重社会公德和他人的人格尊严。新闻传播媒介如果滥用言论出版自由权利,违反宪法和法律,不仅会在道德上遭受到谴责,同时还可能导致违法甚至犯罪行为的发生。