

A STUDY ON THE COPYRIGHT ISSUES OF NEWSPAPERS

报纸

版权问题研究

刘海明◎著

中国社会科学出版社

报纸

版权问题研究

刘海明◎著

中国社会科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

报纸版权问题研究 / 刘海明著. —北京: 中国社会科学出版社,
2013. 10

ISBN 978 - 7 - 5161 - 3279 - 1

I. ①报… II. ①刘… III. ①报纸—版权—保护—研究—中国
IV. ①D923. 414

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 224102 号

出 版 人 赵剑英
责任编辑 陈 彪
特约编辑 冀洪芬等
责任校对 王兰馨
责任印制 王雨图



出 版 中国社会科学出版社
社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号 (邮编 100720)
网 址 <http://www.csspw.cn>
中文域名: 中国社科网 010 - 64070619
发 行 部 010 - 84083685
门 市 部 010 - 84029450
经 销 新华书店及其他书店

印 刷 北京金瀑有限责任公司
装 订 廊坊市广阳区广增装订厂
版 次 2013 年 10 月第 1 版
印 次 2013 年 10 月第 1 次印刷

开 本 710 × 1000 1/16
印 张 18.5
插 页 2
字 数 312 千字
定 价 55.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书, 如有质量问题请与本社联系调换
电话: 010 - 64009791
版权所有 侵权必究

目 录

第一章 引言	(1)
第一节 欧美债务危机与全球报业困境	(1)
第二节 中国报业与版权	(5)
第三节 研究方法	(9)
一 哲学的方法	(10)
二 伦理的方法	(10)
三 比较的方法	(11)
四 实证的方法	(11)
五 访谈的方法	(12)
第四节 本书的主要内容	(13)
第二章 报纸的版权哲学	(15)
第一节 新闻与版权保护	(17)
一 时事新闻与版权保护	(17)
二 新闻自由与版权保护	(19)
三 报纸产品与版权保护	(22)
第二节 劳动理论	(24)
第三节 人格理论	(32)
第四节 财产理论	(40)
第五节 复合版权	(46)
第三章 转载与摘编的版权问题	(50)
第一节 合理使用	(50)
一 合理使用的哲学基础	(51)

二 合理使用的伦理问题	(54)
第二节 转载	(57)
一 转载与法定许可	(58)
二 转载与侵权	(59)
三 网络转载	(70)
四 转载的伦理问题	(72)
第三节 摘编	(76)
一 摘编的法理	(76)
二 摘编的伦理	(77)
 第四章 新闻图片的版权问题	(79)
第一节 图片版权的哲学基础	(79)
第二节 报纸图片的版权问题	(84)
一 授权与审查	(86)
二 一次使用	(89)
三 精神权利侵权	(90)
四 作品的完整权侵权	(93)
第三节 报纸图片版权的伦理	(95)
一 选图的伦理	(95)
二 编辑的伦理	(96)
三 不雅图片的伦理	(98)
四 商业与伦理	(100)
五 新闻配图与责任伦理	(100)
 第五章 报纸广告的版权问题	(102)
第一节 报纸广告版权的哲学基础	(102)
第二节 报纸广告的版权问题	(109)
一 创意侵权	(110)
二 内容侵权	(113)
三 广告版式的版权	(116)
四 报纸广告的发行	(117)
第三节 广告版权的伦理问题	(119)

一 广告图片版权的伦理	(119)
二 政绩广告的版权与伦理	(121)
三 广告版权与政治伦理	(123)
四 公益广告的版权与伦理	(125)
第六章 报纸作者的版权问题	(126)
第一节 报社作者与版权	(127)
一 职务作品	(127)
二 委托作品	(133)
三 编辑版权	(134)
四 编辑记者版权的伦理	(136)
第二节 社外作者与版权	(141)
一 通讯员与版权	(141)
二 剽窃的版权问题	(143)
三 多投稿件的版权与伦理	(146)
四 稿酬与伦理	(147)
第七章 报纸的版权保护意识	(150)
第一节 权利意识	(150)
一 权利的规范意识	(151)
二 权利的保护意识	(157)
三 报纸版权的诉讼	(165)
第二节 竞争意识	(169)
第三节 品牌意识	(174)
第八章 报纸的版权管理	(182)
第一节 集体组织与版权管理	(183)
一 版权与制度	(183)
二 集体组织与版权管理	(188)
第二节 作者版权的自主管理	(195)
第三节 报纸版权的集体管理	(197)
一 职务作品版权的内部管理	(198)

4 * 报纸版权问题研究

二 职务作品版权的外部管理	(200)
三 报业版权协会的集体管理	(202)
第四节 报纸版权的统一管理与伦理	(204)
 第九章 讨论	(208)
 附录	(220)
 主要参考文献	(269)
 后记	(284)

Contents

Chapter One The Introduction	(1)
Section 1 European and American Debt Crisis and the Global Newspapering Crisis	(1)
Section 2 China's Newspapering and Copyright	(5)
Section 3 Research Methods	(9)
I Philosophy Method	(10)
II Ethics Method	(10)
III Comparing Method	(11)
IV Empirical Method	(11)
V Interview Method	(12)
Section 4 Main Contents of This Book	(13)
 Chapter Two Copyright Philosophy of Newspaper	 (15)
Section 1 News and Copyright Protection	(17)
I Current News and Copyright Protection	(17)
II Freedom of the Press and Copyright Protection	(19)
III Newspaper Products and Copyright Protection	(22)
Section 2 Theory of Labour	(24)
Section 3 Theory of Personality	(32)
Section 4 Theory of Property	(40)
Section 5 Multiple Copyright	(46)
 Chapter Three Copyright Problems of Reprint, Extract and Compilation	 (50)

Section 1 Fair Use	(50)
I Philosophical Basis of Fair Use	(51)
II Ethic Problems of Fair Use	(54)
Section 2 Reprint	(57)
I Reprint and Statutory License	(58)
II Reprint and Tort	(59)
III Internet Reprint	(70)
IV Ethic Problems of Reprint	(72)
Section 3 Extract and Compilation	(76)
I Legal of Extract and Compilation	(76)
II Ethic of Extract and Compilation	(77)
Chapter Four Copyright Problems of News Photographs	(79)
Section 1 Philosophical Basis of the Copyright of Photographs	(79)
Section 2 Copyright Problems of Newspaper Photographs	(84)
I Authorization and Investigation	(86)
II Single Use	(89)
III Tort of Moral Right	(90)
IV Tort of Integrity Right of Works	(93)
Section 3 Ethic of Copyright of Newspaper Photographs	(95)
I Ethic of Choosing Photographs	(95)
II Ethic of Compilation	(96)
III Ethic of Indelicacy Photographs	(98)
IV Commerce and Ethic	(100)
V News Illustrated and Responsibility Ethics	(100)
Chapter Five Copyright Problems of Newspaper Advertisement	(102)
Section 1 Philosophical Basis of the Copyright of Newspaper Advertisement	(102)
Section 2 Copyright Problems of Newspaper Advertisement	(109)
I Originality Tort	(110)
II Content Tort	(113)

III Copyright of the Advertisement Format	(116)
IV Issuing of Newspaper Advertisement	(117)
Section 3 Ethic Problems of the Advertisement Copyright	(119)
I Ethic of the Copyright of Advertisement Photographys	(119)
II Copyright and Ethic of Political Achievement Advertisement ...	(121)
III Advertisement Copyright and Political Ethic	(123)
IV Copyright and Ethic of Public Service Advertisement	(125)
Chapter Six Copyright Problems of Newspaper Writer	(126)
Section 1 Writers in the Newspapers Office and Copyright	(127)
I Post Works	(127)
II Commission Works	(133)
III Editing Copyright	(134)
IV Ethic of the Copyright of Editor and Journalist	(136)
Section 2 Writers Outside and Copyright	(141)
I Reporter and Copyright	(141)
II Copyright Problem of Plagiarism	(143)
III Copyright and Ethic of Multiple Submission	(146)
IV Payment and Ethic	(147)
Chapter Seven Consciousness of the Copyright Protection of	
Newspaper	(150)
Section 1 Consciousness of Right	(150)
I Consciousness of the Standard of Right	(151)
II Consciousness of Right Protection	(157)
III Lawsuit of Newspaper Copyright	(165)
Section 2 Consciousness of Competition	(169)
Section 3 Consciousness of Brand	(174)
Chapter Eight Copyright Management of Newspaper	(182)
Section 1 Collective Organization and Copyright Management	(183)
I Copyright and System	(183)

II Collective Organization and Copyright Management	(188)
Section 2 Self – Management of Writer’s Copyright	(195)
Section 3 Collective Management of Newspaper Copyright	(197)
I Inside Management of Post Works’ Copyright	(198)
II Outside Management of Post Works’ Copyright	(200)
III Collective Management of the Association of Newspapering Copyright	(202)
Section 4 Unified Management and Ethic of Newspaper Copyright	(204)
 Chapter Nine Discussion	 (208)
 Bibliography	 (220)
 Appendix	 (269)
 Postscript	 (284)

第一章 引言

第一节 欧美债务危机与全球报业困境

2012年，在欧美债务危机阴影下，迎来世界大选年。据统计，有58个国家最高层领导人换届，包括美国、中国、法国、俄罗斯等大国。面对不容乐观的经济形势，角逐者能否提出拯救经济的一揽子计划，关系到竞选的成败。

债务危机的阴影在2007年露出端倪。当年3月，美国第二大次级抵押贷款机构新世纪金融公司濒临破产，美国股市出现大跌。进入8月份，金融机构的倒闭加速，并波及欧洲和日本。一场席卷全球的金融危机，至2008年已然形成全球性的经济危机。此次危机，早在2000年已埋下伏笔。当时，互联网泡沫破裂，导致美国经济由盛转衰。八年之后，美国房地产市场泡沫破裂引起的次贷危机，终于触发了一场波及全球的金融危机。

工业文明将世界带入一个被称作“工商产业链”的时代。依托科技进步的工业产业，源源不断地创造出巨大的社会财富。同时，作为消费社会主脉络的商业，将各行各业整合成一个有机体。“工商产业链”的优势在于能够整合全社会的资源，节约社会成本；弊端在于工商产业的链条规模越大，行业间联系得越紧密，潜在的风险也就越大。在这个链条的区域内，单个行业性的危机很快会波及其他行业。

金融危机对欧美报业的冲击相当明显。世界报业协会（WAN-IFRA）2011年10月13日在维也纳举行的世界编辑人论坛上发表《世界报业趋势报告》指出，2010年全球报纸总发行量减少900万份，降幅为2%，而为5.19亿份。发行量减少最多的是北美地区，剧减11%；欧洲

方面,西欧减少 2.5%,东欧则骤降 12%。^①以《华盛顿邮报》为例,《华盛顿邮报》公司 2011 年第三季度亏损 620 万美元,主要原因是其教育业务大幅萎缩及报纸业务仍不景气。报纸的印刷广告收入同比下降 20%,在线广告收入同比下降 14%。2011 年前 9 个月,报纸发行量下降了 5.4%,该季度为 51 万余份。^②早在 2008 年 12 月 8 日,其旗下经营的《芝加哥论坛报》、《洛杉矶时报》、《巴尔的摩太阳报》等美国重要媒体的论坛报业集团宣布,已经向特拉华地方法院申请破产保护,这成为近年来美国首个大型报业集团申请破产案件。^③2009 年,《纽约时报》的情况更差,开始卖楼以弥补亏损,再向买主租回大楼使用。同时,该报除精简人力外,也开始思考是否继续发行纸本。为减少办报成本,2009 年 2 月 27 日,已有 150 年历史的《落基山新闻报》出了最后一期;2009 年 3 月 18 日,创刊于 1863 年、平日发行量 118000 份的《西雅图邮讯报》(*Seattle Post-Intelligencer*),开始转型为电子报。2009 年 4 月起,刚刚欢庆成立百年的《基督教科学箴言报》,停止平面印刷报纸的发行,仅在网络上发行;2009 年 7 月 23 日,有着 174 年历史的《安阿伯新闻报》印刷最后一期。^④

美国报业的衰象,在金融危机形成的前夜已经显露。报业从“一个有活力与令人振奋的产业,担负着重要的社会和经济职责,为就业和投资提供了重要机会”的产业,一个被视作“所有商业企业中最最为稳固的行业”,^⑤不知不觉中变成了“媒介恐龙”,整个报纸产业开始弥漫着“死亡的气息”。^⑥美国学者菲利普·迈耶(Philip Meyer)的观点更为悲观。2005 年,他根据新闻从业人员的下降速率,计算出到 2043 年 4 月美国传

① 《去年全球报纸发行量减少 2%》,《新闻记者》2011 年第 12 期,第 36 页。

② Steven Mufson: Washington Post Co. posts \$6.2 million loss in third quarter, *Washington Post*, November 4 2011, (http://www.washingtonpost.com/business/economy/washington-post-co-posts-62m-loss-in-third-quarter/2011/11/04/gIQA7S7gIM_story.html).

③ 崔保国、张晓群:《中国报纸产业发展概况》,见崔保国主编《2009 年:中国传媒产业发展报告》,社会科学文献出版社 2009 年版,第 48 页。

④ 该内容参见台湾学者章忠信的《报童失业之后》,由章先生提供。参见著作权笔记 <http://www.copyrightnote.org/>。

⑤ [美] 罗伯特·G. 皮卡特、杰弗里·H. 布罗迪:《美国报纸产业》,周黎明译,中国人民大学出版社 2004 年版,序言,第 4 页。

⑥ 同上书,第 3 页。

统报纸将会失去最后一位读者。^①

报业的不景气，并非美国独有的现象，欧洲也遭遇了同样的困境。1645年由瑞典克里斯蒂娜皇后创办、报龄超过362年的*Post-och Inrikes Tidningar*，在2006年底印刷版的发行量只剩下1500份。自2007年1月1日起，这家报纸被迫走下报摊，只出版电子报。^②2011年11月24日，法国知名经济大报《论坛报》（*La Tribune*）宣布，因融资失败，找不到合适的买家，《论坛报》从即日起将被挂牌出售，并有意在年底前寻求破产保护。^③

债务危机对报业的冲击，迫使人们思考报纸如何摆脱经营方面的困境。2008年3月初，媒介经济学者伯克曼在最新出版的《经济学家》（*The Economist*）上撰文指出，报业老板是报纸的经营者和管理者，他们当然对报纸的经营负有全部责任。互联网的崛起和读者的偏好，这些都不是导致报业经济危机的罪魁祸首。正如默多克所言，不是别人，而是报业老板自己把报纸推上绝路。伯克曼认为，报业的老板们“坐享垄断大餐，攫取行业暴利，丧尽竞争优势”。^④其实，类似的观点早已出现。甘农在《主编与发行人》杂志上撰文指出：“读者看报是为了寻找这种有用的严肃新闻，而这种新闻是无法从电视中得到的新闻。”而吉恩·罗伯茨则警告说：如果报纸和新闻事业出现灭亡现象的话，那么，这种现象不可能是由计算机导致的灭亡。对新闻事业最大的威胁来自于新闻职业本身，并不是来自于外界对新闻事业的影响。^⑤

金融危机对全球报业的冲击还要持续多久，报业会不会因此一蹶不振，菲利普·迈耶的预言会不会一语成谶等问题，目前，学界尚有较多争议。理论界有足够的时间讨论这些话题，业界则不得不面对现实，寻找解

① Philip Meyer, "The Elite Newspaper of the future." *American Journalism Review* (Oct/Nov. 2008): 32.

② *Post-och Inrikes Tidningar* 的意思是：“邮递及本地消息。”关于该报停出印刷版的信息，参见杨海峰《世界最古老报纸只剩网络版》，杨海峰的科技生活（新浪博客），2007年2月17日，（http://blog.sina.com.cn/s/blog_5560fa9f010007u6.html）。

③ 李欣：《法国经济大报〈论坛报〉因融资失败宣布挂牌出售》，国际在线专稿，2011年11月25日，（<http://gb.cri.cn/27824/2011/11/25/5411s3450044.htm>）。

④ 部书锴：《〈经济学家〉眼中的报纸》，《中国新闻出版报》2008年3月13日第3版。

⑤ [美] 罗伯特·G. 皮卡特、杰弗里·H. 布罗迪：《美国报纸产业》，周黎明译，中国人民大学出版社2004年版，第161页。

困之策。严重资不抵债的纽约时报集团不得不抵押位于曼哈顿的总部大楼,以通过向银行借款来缓解现金危机。此外,《纽约时报》为开辟财源,打破一版不刊登广告的一贯传统,开始出售头版广告。^①

抵押楼房、出售更多的版面广告,固然可以暂时缓解报纸的燃眉之急,但这显然不是解决报业生存危机的根本办法。应对金融危机的冲击,越来越多的报业经营者开始将增收的目光转向互联网。2009年4月7日,美联社主席迪恩·辛格尔顿在美国报业协会上对网络媒体表示不满:“我们再也坐视不理,看着别人拿走我们的劳动成果了。”^②2009年5月,新闻集团(News Corporation)董事长鲁珀特·默多克(Rupert Murdoch)宣布,计划对来自《伦敦时报》(*The Times of London*)等公共报纸的在线内容收费。^③三年后,报纸网站收费初见成效。美国“波因特学院”网站2012年5月2日的消息显示:《基督教科学箴言报》(*Christian Science Monitor*)自2009年全面向数字化转型以来,收入明显改变。^④2011年,《纽约时报》的“付费墙”计划初步运转良好,仅在短短的6个月内,该报就获得32.4万付费数字订阅用户;2011年11月1日起,明尼苏达州的《明星论坛报》的StarTribune.com网站实施“付费墙”政策,并在前28天内获得了3.4万数字订阅用户,其中包括6400位单独数字付费订阅用户。^⑤对在线内容收费,不失为报业自救的一个有效策略,但能否拯救报业摆脱金融危机的影响,情况还很不明朗。

这场席卷全球的金融危机,对欧美一些大报带来的影响比较明显。但就世界范围来看,报业并非真的像有些研究者所称的那样弥漫着死亡

① 崔保国、张晓群:《中国报纸产业发展概况》,见崔保国主编《2009年:中国传媒产业发展报告》,社会科学文献出版社2009年版,第48页。

② 宋桂芳:《报纸版权引关注 纸媒不能永远是网络的免费妈妈》,《中国青年报》2009年4月16日第3版。

③ 京东:《新闻集团默多克称报业需收费》,英国《金融时报》2009年6月8日, (<http://msn.chinabyte.com/a/8889758.shtml>)。

④ 《美国百年大报关闭印刷版转型网络流量收入攀升》,新浪传媒,2012年5月7日, (<http://news.sina.com.cn/m/2012-05-07/163624379636.shtml>)。

⑤ 杨美萍:《美国多家报网络版收费见成效:“付费墙”,报业重生的希望?》,《新闻晚报》2012年3月18日(B叠08版)。

的气息,^①其前景也未必真的黯淡。部分报纸短期内受世界经济的影响效益滑坡,个别报纸停出纸质版,固然是报业经济遭遇寒流的写照,但这并不是衡量一个产业兴衰存亡的标志。关于全球报业发展的情况,世界报业协会的数据最具权威性。该协会发布的《世界报业趋势 2009》年鉴提供的数据表明:2008 年世界报纸发行量增长了 1.3%,日报的销售量达到了 5.4 亿份,比 5 年前增长了 8.8%;如果加上免费日报,全世界报纸发行量增长了 1.62% 的印刷,日报发行量比 5 年前增长了 13%。2009 年 5 月 27 日,在西班牙巴塞罗那举行的世界报业广告大会上,世界报业协会主席加文(Gavin O'Reilly)认为,那种预测报纸即将消亡的报告是一种误导的言辞。^②事物的消长是自然规律,市场同样有进亦有退。部分报纸的关门或改出电子版,不能证明传统的新闻出版产业的整体衰退,由此断言报纸的消失同样缺乏真正的科学依据。

第二节 中国报业与版权

改革开放之前,新闻媒体在我国被看作事业单位,运营经费基本由财政负担,新闻单位的经营意识比较淡薄。1983 年,我国内地报纸开始恢复广告业务。据不完全统计,当年内地报纸的广告收入约为 7586.2 万元。1998 年,中国内地报业的广告收入已经接近 110 亿元。^③当年,我国传媒业利税总和首次超过烟草行业,位居产业第四位。进入 2000 年,我国的报纸产业已初具规模,报纸广告收入突破 135 亿元,增幅达 20%,占总经营额的 18.8%。其中,广告经营额过 2 亿元的报社已超过 25 家。过 3 亿元的报社分别为《广州日报》、《新民晚报》、《北京青年报》、《深圳特

① 国内学者并非完全赞同报纸消亡的观点。2008 年 11 月下旬,清华大学王君超副教授对话“报纸消亡论”提出者菲利普·迈耶教授,发现不少美国学者和媒体曲解了他的观点,以至于以讹传讹。参见王君超《如何解读和应对“报纸消亡论”?——对话“报纸消亡论”提出者菲利普·迈耶教授》,《新闻与写作》2009 年第 1 期,第 31—33 页。

② 陈中原:《08 年世界报纸发行量上升了 1.3%》,人民网传媒频道,2009 年 5 月 31 日, (<http://media.people.com.cn/GB/40606/9384168.html>)。

③ 1983 年 7586.2 万元的广告收入,系根据“据不完全统计,1998 年中国内地报业广告收入近 110 亿元,比 1983 年增长逾 145 倍”推断出来的。相关报道参见《我国报业广告去年收入逾百亿》,《长江日报》1999 年 4 月 2 日。

区报》、《北京晚报》、《羊城晚报》、《上海证券报》、《今晚报》、《成都商报》、《扬子晚报》以及《计算机世界报》等，其中，前6家均已超过5个亿。^①

金融危机出现前，中国内地的报业保持了稳步增长的势头。中国报业的整体增长趋势可以通过期印数、发行量和发行收入来印证。以报纸的期印数为例，1978年报纸出版平均期印数只有4280万份，2009年报纸平均期印数为20837.15万份。报纸出版总印数也有较大增长。1978年的报纸出版总印数为128亿份，2009年的报纸出版总印数为439.11亿份。^②2008年初爆发的金融危机，使中国报业遭遇的“拐点”凸显。尽管2008年《广州日报》、《浙江日报》等品牌大报在中国报业整体不景气的情况下的发行量不降反增，广告收入突破历史新高。^③但就整体来看，报业的发展进入了一个低谷期。据权威人士披露，2008年，国家工商总局统计的报纸发行收入是600亿元，而新闻出版总署统计的数字在800亿元左右。综合统计报纸销售和广告收入来看，报业的产值在1000亿元以上。^④

在中国报业距离“做大做强”尚有一定距离之前，金融危机的到来给报业的发展增加了不确定的变数。这种危机意识，国家新闻出版总署原副署长石峰早有预感，他曾在第三届中国报业竞争力年会上指出在“十一五”（2006—2010年）期间，我国报业发展面临着诸多严峻的挑战：“粗放型发展模式导致报业市场恶性竞争加剧，损害了报业的健康发展；信息技术革命导致多元化传播格局快速形成，对报纸出版业产生了巨大冲击等。”^⑤

中国报业面临的不仅是外部压力的冲击，还有更深刻的内部原因。清华大学崔保国教授等学者指出：“短期来看，报业的压力主要来自阶段性的经济危机，但长期来看，报业不仅面临着来自新媒体，特别是网络媒体

① 《去年我国报业广告收入135亿》，《军事记者》2001年第3期。

② 崔保国、张晓群：《中国报纸产业发展概况》，见崔保国主编《2009年：中国传媒产业发展报告》，社会科学文献出版社2009年版，第40—41页。

③ 同上书，第83页。

④ 2009年6月2日下午，新闻出版总署署长、国家版权局局长柳斌杰在中国传媒大学出版社小会议室和部分博士生交流时做了上述表示。

⑤ 林江主编，冯玉明副主编《中国报业发展报告2007》，社会科学文献出版社2007年版，代序，第1页。代序系国家新闻出版总署原副署长石峰同志在第三届中国报业竞争力年会上的讲话。