



大學用書

傳播法 基礎理論與實務

2025年增修五版

蕭文生 著



 元照

傳播法 基礎理論與實務

蕭文生 著



元照出版

搶先試閱版

元照出版公司

五版序

2022年底，OpenAI發布其所研發的聊天機器人程式ChatGPT，此項嶄新技術的推出，不僅讓OpenAI獲得巨大商業利益，更為人工智慧之發展開啟新的可能，並深入且重大影響社會各領域。新科技也逐漸改變通訊傳播產業之面貌，AI的崛起會如何改變通訊傳播產業成為持續受到注目之焦點。本書為因應此項持續不斷發展之新趨勢，在第二章增加第四節AI運用帶給傳播法之挑戰，包括AI浪潮下之新傳播模式以及AI運用對媒體政策與媒體法之衝擊，希望能夠提供讀者對此議題之初步認識。

由於通訊傳播法規與實務在2022年至2025年間發生許多變革，第四版之內容與論述已有部分不符現行法令之處，亦未將許多新的發展與趨勢納入書中，因此，本書有增修補充之必要。本書盡可能將2022年11月至2025年4月發生之法令變更、新制定公布之法令與公告之法律草案、新的憲法解釋、法院判決與行政實務以及重要的學術論著納入；惟傳播法領域之變化與發展實在過於快速，新的問題與規範需求不斷持續出現，本書並無法提供即時且全面性之資訊，對傳播法有興趣者，仍須隨時注意新的發展與立法進度。

本書之增修，除感謝元照出版公司專業工作團隊之大力協助外，我的一群助理，中正法研所胡慈珮、林家蕙、邱曉翌以及蘇立庭同學的辛勞校稿，在此由衷致謝。本書雖一再校閱，仍不免有疏漏或不足之處，尚祈各界先進不吝指正與提供建議。

蕭文生

2025年4月於嘉義

自序

傳播法是我在中正大學法律學系教授行政法各論時所選擇的科目之一，另一科目為地方自治法。地方自治法固為行政法各論之傳統核心領域，未選擇警察法、經濟行政法或環境法等古典行政法各論專業領域之原因來自於小時候之記憶。先父自我有記憶以來即擔任報社的地方記者與駐地代表，也讓我有機會慢慢認識大眾傳播媒體之運作及影響力。雖然先父另有其他工作，但對報社活動之熱情與投入，令我印象十分深刻。後來，報社經營模式改變，與大眾傳播媒體之關係成為純粹之閱聽人，但對大眾傳播媒體之情感，卻未曾消失。

1995年第一次開設行政法各論，除當時正熱門之地方自治法外，另外選擇傳播法，這其中當然有一點私心在。但在民主風起雲湧的時代，大眾傳播媒體扮演決定性之角色，傳播法制之健全與否，對大眾傳播媒體是否能發揮其應有功能，至為重要。惟開始蒐集資料後發現，國內相關文獻有限，國外制度和經驗與我國則有一段差距，並不適宜全盤照單全收。此外，傳播法所涉及之法領域遠超過「行政法」各論之範圍，包括民法、刑法、智慧財產權法等不同領域，因此也無法找到適合之教科書。就在邊教邊學情形下，慢慢累積傳播法應有之骨架與內容。

2005年後因個人學術行政工作之故，中斷了傳播法之教學與研究。在隨之而來的時間內，傳播理論、傳播政策、傳播科技與傳播法規有大幅度之發展與改變。在休息10年後，法學院傳說中的傳播法重新成為104學年度第2學期法律學系法制組的選修科目，在準備課程資料時才發現，10年來傳播法之改變是如此巨大，以至於以前的上課資料幾乎無法再使用，新的議題、文獻與問題，可以說是目不暇給，但也提供再學習之強烈動機。

在一邊上課一邊重新學習下，開始有寫教科書之想法，除將來可提供上課之用外，主要目的在於打開傳播法的大門，提供有興趣者瞭解我國傳播法之現狀與法院相關實務，搭起培養深入研究傳播法的橋樑。

因作者個人時間與能力有限，並無法完整呈現許多基礎理論，特別是傳播領域之議題；部分說明可能亦欠周延，特別是民法、刑法部分。因此書中或有諸多缺漏，但希望能藉由此項嘗試，逐步擴大學習與研究傳播法之能量。

本書寫作過程較為匆忙，家人之支持與體諒乃是本書問世之重要關鍵，母親張月雲女士、愛妻則音與兩位小朋友棧庭與棧旂在本書寫作過程之寬容與鼓勵，在此銘感五內。

中正大學法研所鄭至柔、段禾芸同學以及我的專任助理彭惟欣小姐提供許多幫忙，辛勞付出，乃是完成本書不可缺少之助力。元照出版公司對本書編輯校訂投入之心力及協助，使本書得以順利出版，在此由衷感謝。本書雖經一再審閱，仍不免有疏漏或不足之處，尚祈各界先進不吝指正。

蕭文生 謹識

2016年6月於嘉義、中正大學法學院

目 錄

五版序 自 序

第一篇 變動中之傳播法

第一章 前 言.....	3
第一節 撰寫本書之目的.....	3
第二節 本書架構.....	5

第二篇 基本概念

第二章 大眾傳播媒體之概念及發展.....	9
第一節 前 言.....	9
第二節 大眾傳播媒體之特性.....	9
第三節 大眾傳播媒體之發展.....	12
第四節 AI運用帶給傳播法之挑戰.....	28
第三章 傳播法的重要性.....	39
第一節 實現人權與監督政府施政.....	39
第二節 重要之休閒娛樂.....	40
第三節 高度發展之經濟產業.....	41
第四章 傳播法規範.....	46
第一節 憲 法.....	46
第二節 法 律.....	46
第三節 法規命令.....	47
第四節 行政規則.....	47
第五節 自律規範.....	48
第六節 傳播法發展趨勢.....	49
第七節 電信管理法.....	58

第五章 國家通訊傳播委員會（NCC）	120
第一節 國家通訊傳播委員會設立之目的	121
第二節 國家通訊傳播委員會之職權	121
第三節 國家通訊傳播委員會之組織與成員	123

第三篇 憲法對傳播行為之保障

第六章 言論自由之保障	141
第一節 言論自由之內涵	141
第二節 言論自由之價值	142
第三節 言論自由之限制	143
第四節 限制言論自由之方式	146
第七章 新聞自由、廣電自由之保障	149
第一節 新聞自由	149
第二節 廣電自由	150
第三節 新聞、廣電自由與言論自由的差異	151
第八章 通訊傳播自由之保障	153
第九章 工作權、財產權之保障	156
第十章 第四權理論（the fourth estate theory）	158
第十一章 接近使用傳播媒體權	160
第一節 憲法依據	160
第二節 接近使用傳播媒體權——消極近用	161
第三節 接近使用傳播媒體權——積極近用	163

第四篇 法律對傳播行為之保障

第十二章 通訊傳播基本法	177
第十三章 意見形成自由之保障——黨政軍退出廣電媒體經營 ..	180
第一節 黨政軍退出廣電媒體經營之背景	180
第二節 黨政軍退出廣電媒體經營之規定	181
第三節 開放黨政軍經營廣電媒體？	183

第十四章	事前檢查之禁止	188
第一節	平面媒體	188
第二節	廣播媒體	188
第三節	有線電視	190
第四節	衛星電視	190
第十五章	拒絕證言權（保護消息來源）	192
第一節	民事訴訟法	192
第二節	刑事訴訟法	193
第三節	行政訴訟法	199
第十六章	搜索、扣押之限制	200
第一節	基本理論	200
第二節	司法實務	201
第三節	爭議解決	203
第十七章	意見多元化之保障	205
第一節	外部多元化之設計	207
第二節	內部多元化	210
第三節	異業或跨媒體所有權集中化之挑戰	212
第四節	實現多元化途徑	218
第五節	媒體多元維護與壟斷防制法草案	219
第十八章	資訊自由之保障	228
第一節	針對國家機關	228
第二節	針對私人（企業）	232
第十九章	著作權法上之資訊特權	234
第一節	大眾傳播媒體傳達之訊息與著作權標的	234
第二節	時事問題論述之利用	235
第三節	時事報導之特權	236
第四節	中央或地方機關或公法人名義公開發表之著作	239
第五節	合理引用	240
第六節	暫時性錄製之合理使用	241
第七節	公開演說、公開陳述	242

第二十章 利用網路資訊.....	243
第一節 著作權法.....	243
第二節 假新聞之處理.....	245

第五篇 傳播法上大眾傳播媒體之基本義務

第二十一章 經營許可.....	256
第一節 平面媒體.....	256
第二節 廣播電視.....	256
第三節 有線廣播電視.....	267
第四節 衛星廣播電視.....	283
第二十二章 提供公共資訊之任務與傳播行為客觀性.....	299
第一節 提供公共資訊.....	299
第二節 客觀性.....	300
第三節 涉己新聞.....	301
第二十三章 真實義務與注意義務.....	305
第一節 真實義務及其困境.....	305
第二節 注意義務.....	306
第三節 注意義務之重要性.....	312
第二十四章 更正義務.....	313
第一節 更正義務之性質.....	313
第二節 更正請求權之當事人.....	314
第三節 更正請求權成立要件.....	315
第四節 更正義務之履行與貫徹.....	316
第五節 媒體之抗辯.....	318
第六節 更正請求權與其他法律責任.....	318
第二十五章 提供相等答辯之義務.....	319
第一節 法律基礎.....	319
第二節 請求權之實現.....	320

第二十六章	節目與廣告分離義務	321
第一節	分離理由	321
第二節	規範基礎	323
第三節	節目與廣告分離之形式上要求	325
第四節	節目廣告化之認定	326
第五節	實例介紹	331
第二十七章	置入性行銷與贊助廣告	340
第一節	置入性行銷	340
第二節	贊助廣告	349
第二十八章	禁止評論義務	355
第一節	規範基礎	356
第二節	不得評論之對象	356
第三節	禁止評論義務之存廢	358
第二十九章	節目分級義務	359
第一節	法律規範	359
第二節	電視節目分級處理辦法	361
第三十章	節目與廣告管理	372
第一節	節目類型與播放比例	372
第二節	本國自製節目	373
第三節	節目內容	381
第四節	必載頻道	395
第五節	節目管理	396
第六節	廣告管理	398
第三十一章	訂立書面契約義務	402
第一節	有線廣播電視	402
第二節	衛星廣播電視	403
第三十二章	財政義務	405
第一節	收視費用	405
第二節	廣電基金	406

第三十三章 其他義務	409
第一節 廣播電視之備查義務	409
第二節 衛星廣播電視事業之申報及申訴處理義務	409

第六篇 一般法律對傳播行為之規範

第三十四章 猥褻性言論之管制	413
第一節 刑 法	413
第二節 兒童及少年性剝削防制條例	417
第三節 兒童及少年福利與權益保障法	420
第三十五章 人格權之保護——刑法	422
第一節 名譽權之保護	422
第二節 營業信譽	443
第三十六章 人格權之保護——民法	445
第一節 名譽權之保護	446
第二節 隱私權之保護	455
第三節 肖像權之保護	465
第四節 姓名權之保護	471
第五節 德國雷巴赫士兵謀殺案	472
第三十七章 犯罪報導之界限	485
第一節 犯罪被害人權益保障法	485
第二節 性侵害犯罪防治法	486
第三節 兒童及少年性剝削防制條例	490
第四節 家庭暴力防治法	491
第五節 性騷擾防治法	492
第六節 人口販運防制法	494
第三十八章 兒童及少年福利與權益保護	496
第三十九章 應秘密事項之保護	499
第一節 國防機密、國防以外機密之保護	499
第二節 妨害秘密	500

第四十章 訪談、採訪調查行為.....	503
第一節 訪 談.....	503
第二節 現場採訪行為.....	506
第三節 採訪調查行為之限制.....	516
第四節 臥底採訪.....	518
第五節 利用他人違法取得之資訊.....	520
第四十一章 媒體經營——公平交易法.....	522
第一節 聯合行為.....	522
第二節 結 合.....	524
第三節 其他違反公平交易法之行為.....	525
第四節 針對特定媒體類型之規範.....	526
第五節 數位匯流相關事業跨業經營之規範.....	528
第六節 電信事業之規範.....	531
第四十二章 媒體廣告行為.....	532
第一節 廣告之定義.....	532
第二節 公平交易法.....	533
第三節 消費者保護法.....	534
第四節 菸酒管理法.....	534
第五節 藥事法.....	535
第六節 食品法規.....	536
第七節 菸害防制法.....	537
第八節 競選廣告.....	538
第九節 其 他.....	540
第七篇 結語與展望	
第四十三章 傳播法之未來.....	545
索 引	549

附 錄

- 附錄一 中華電信股份有限公司多媒體內容傳輸平臺服務營業規章
- 附錄二 媒體多元維護與壟斷防制法草案總說明
- 附錄三 重大災難新聞採訪及製播原則
- 附錄四 建立我國事實查證參考原則
- 附錄五 網際網路視聽服務管理法草案總說明（2020年版本）
- 附錄六 數位中介服務法草案總說明
- 附錄七 AI使用指引——公視基金會AI使用準則、報導者AI使用守則

附錄完整資料，
請上元照網路書店



元照出版

搶先試閱版

第一篇



變動中之傳播法

第一章 前言



元照出版

搶先試閱版

第一章

前 言

第一節 撰寫本書之目的

傳播法，以往集中於大眾傳播媒體，現在及未來有較先進的名稱——通訊傳播法，向來就不是具有精確的定義與範圍，雖然在現實生活中任何人皆有可能成為傳播報導之客體，基於新科技之賜，任何人都都可以在毫無困難下成為傳播報導之主體，但對於傳播法的認識卻相當陌生，此不但在一般人民如此，即使傳播媒體工作者或學習法律者，對於傳播法亦是一知半解。

此種現象最主要之原因，首先在於，傳播法所涵蓋的範圍過於廣泛，並非單一領域之法律可以完全處理，其橫跨憲法、行政法、民法、刑法、訴訟法、經濟法規等，且在每個法規中都有其重要議題足資討論，例如，憲法中言論自由、新聞自由、廣電自由之討論；行政法中管制機關、管制措施之設計；民法中人格權保護與傳播媒體報導行為之調和；刑法中誹謗罪與猥褻出版品散布之爭議；訴訟法中拒絕證言權、搜索扣押媒體之疑慮；經濟法中對媒體經營行為之規範，特別是公平交易法。幾乎每個領域都必須耗費相當時間與精力，才能有初步之瞭解。第二，傳播科技不斷在翻新，法律修正、制定之速度似乎永遠趕不上新科技之進步，對於新科技所帶來之挑戰，法規範並無法及時回應，最重要之關鍵在於，法律人對於傳播科技之認識並不足夠，傳播人對於法律之認知並不完整，以致於在高度需要相互合作之制度及法規設計上，缺乏必要的共識、溝通工具與共同之語言。第三，由於訓練過程、思維方式、解決問題之邏輯以及利益考量觀點之差異，即使面對相同個案，適用相同法律規定，法律人與傳播人之解決方法與答案常常呈現不一致之情形，因此也加深雙方間之鴻溝，更何況普羅大眾在資訊與知識不足情形下，更易受到不當影響而產生許多錯誤之認知

基於上述原因，傳播法雖然非常重要，但由於屬於跨法律及傳播領

4 ● 傳播法基礎理論與實務

域之素材，整體性之論述，不論在質與量上，皆遠遠不及於個別議題、特定法域之專門研究，以致於對傳播法之討論與學習始終有見樹不見林之不足。再加上對傳播法有興趣者，不限於法律人及傳播人，如何使一般人及傳播人瞭解法律之內容及適用，而非陷於專業複雜法律問題的長篇大論；另一方面，又不能僅限於法律條文之簡要說明，使法律人喪失學習傳播法之樂趣。上述困境對傳播法之學習增加許多難以想像之困難。

再加上近幾年來數位匯流趨勢之確立，昔日傳播法之內容及架構受到極大衝擊，更加深學習傳播法之困難。從數位中介服務法草案之爭議亦可得知，相關通訊傳播法規之制定與修正可以引起何等政治與社會風暴。此外，AI之快速發展，對於傳統大眾傳播媒體之運作、傳播內容之生成與整個媒體生態產生前所未有之巨大挑戰，翻天覆地的改變使傳播法面對前所未有的困境。

本書之目的並不在解決所有學習傳播法會遭遇到的疑難雜症，事實上也做不到；學術上精彩的論證、國外傳播政策與法制之發展與討論、亦非本書追求之目標。打開傳播法的大門，提供有興趣者瞭解我國傳播法之現狀與法院相關實務，搭起培養深入研究傳播法的橋樑，才是本書撰寫的動機。本書以傳播法之基礎理論為出發點，介紹相關重要之法律規定以及行政與司法實務之作法或見解，希望能提供給實務界有用，但也帶有一點學術氣息的傳播法內容。當然本書仍以法律之解釋與適用為主，傳播理論、傳播政策與傳播科技等專業領域僅於必要範圍內加以說明。希望透過此種方式，讓各界在討論現有傳播法內容或未來制定新傳播法架構與規定時，能使用一定程度的共同語言，為變動中的傳播法¹找出最佳的規範模式。

¹ 有關傳播法涉及之問題，石世豪，傳播法之體系及其挑戰，月旦民商法雜誌，第3期，2004年3月，第97-110頁。

第二節 本書架構

全書分為七篇，第一篇名為變動中之傳播法，說明本書撰寫之目的及架構安排。第二篇為傳播法之基本概念，自大眾傳播媒體之概念及發展出發，說明大眾傳播媒體意義之變化與不同類型媒體之發展歷程。繼而自實現人權與監督政府施政、重要之休閒娛樂以及高度發展之經濟產業之觀點，說明傳播法之重要性。傳播法具有多層次之規範架構，除國家法令外，媒體之自律規範亦是重要的規範工具。最近幾年來，傳播法制發展趨勢快速多元，有必要對此趨勢與國內動態作簡要說明，特別是為因應技術匯流、服務匯流後，產業發展及消費者需要，除2019年6月26日公布之電信管理法，對我國未來通訊傳播環境與法制產生重大影響外，網際網路視聽服務管理法草案架構、數位中介服務法草案之討論亦重大影響我國未來傳播法制之發展。此外，AI興起對於傳播法構成極大挑戰，相關議題以及可能之解決方案，將會有初步之探討。最後介紹通訊傳播產業之監理機關——國家通訊傳播委員會，其權限因數位發展部之成立而有所變動。

第三篇討論憲法對傳播行為之保障，以我國憲法上涉及大眾傳播媒體傳播行為之基本權利為出發點，探討言論自由、新聞自由、廣電自由、通訊傳播自由、工作權與財產權保障對大眾傳播媒體傳播行為之重要性。第四篇理論對於20世紀之大眾傳播媒體發展具有重大意義以及曾被廣泛討論且被賦予極大重要性之接近使用傳播媒體權，在本篇亦有簡要之說明。最後介紹各種類型與新型態之接近使用傳播媒體權。

第四篇說明在法律層級對傳播媒體傳播行為之保障，首先，介紹通訊傳播時代最基本的通訊傳播基本法，繼而針對特定議題，包括意見形成自由之保障、事前檢查之禁止、拒絕證言權（保護消息來源）、搜索扣押之限制、意見多元化之保障、資訊自由之保障、著作權法上之資訊特權加以介紹，並以利用網路資訊與假新聞之處理作為結尾。

第五篇則探討傳播法上大眾傳播媒體之基本義務，大眾傳播媒體既享有諸多特權，相對亦負擔許多義務。首先介紹經營許可之義務，繼而針對提供公共資訊之任務與傳播行為客觀性、真實義務與注意義務、更正義務、提供相等答辯之義務、節目與廣告分離義務、置入性行銷與贊

6 • 傳播法基礎理論與實務

助廣告、禁止評論義務、節目分級義務、節目與廣告管理、訂立書面契約義務、財政義務及其他義務加以介紹。

除傳播法上之基本義務外，傳播媒體亦是國家法律秩序下之一員，受到其他一般法律之拘束，第六篇則是一般法律對傳播行為之規範，由於此類規範眾多，僅能介紹較為重要者，首先是猥褻性言論之管制，繼而刑法中有關人格權之議題，特別是名譽權與營業信譽之保護；民法有關人格權之議題逐漸成為討論核心，尤其是名譽權、隱私權、被遺忘權、肖像權及姓名權之保護更是焦點；最後則以德國所發生的雷巴赫士兵謀殺案闡明廣電自由與人格權保障衝突時之解決之道。針對不同類型的犯罪報導，相關法律規定不同之界限；由於大眾傳播媒體影響力巨大，基於兒童及少年福利與權益保護對媒體之傳播行為亦有特別之限制；最後則是應秘密事項之保護。大眾傳播之報導以自由的訪談、採訪調查行為為前提，訪談採訪調查時應遵守一般法律之規定。大眾傳播媒體之經營涉及許多法規，囿於篇幅所限，以公平交易法相關規定之說明為限，特別是聯合行為、結合行為及其他違反公平交易法之行為之規範。廣告行為為大眾傳播媒體重要之經濟來源，除廣電三法外，仍有許多一般性法律應加以注意，包括公平交易法、消費者保護法等。第七篇則為結語與展望。

國家圖書館出版品預行編目資料

傳播法基礎理論與實務／蕭文生著.
-- 五版.-- 臺北市：元照, 2025.06
面；公分
ISBN 978-626-369-303-6（平裝）
1.傳播法規
541.83023 114004758

傳播法基礎理論與實務

5C219RE

作者 蕭文生
出版者 元照出版有限公司
100 臺北市館前路 28 號 7 樓
網址 www.angle.com.tw
定價 新臺幣 700 元
專線 (02)2375-6688
傳真 (02)2331-8496
郵政劃撥 19246890 元照出版有限公司
出版年月 2016 年 9 月 初版第 1 刷
2025 年 6 月 五版第 1 刷

Copyright © by Angle Publishing Co., Ltd.

登記證號：局版臺業字第 1531 號

ISBN 978-626-369-303-6



本書簡介

傳播法所涵蓋的範圍相當廣泛，其橫跨憲法、行政法、民法、刑法、訴訟法、經濟法規等；傳播法亦屬於跨法律及傳播之法域，造成認識傳播法之困難。近年來數位匯流發展神速，原有傳播法規不斷修正，新制定法規持續出現，使得傳播法內容快速變動，更不易掌握其應有之面貌。AI運用與ChatGPT之出現，更逐漸改變通訊傳播產業之運作模式，但同時也帶來許多新的問題。

本書以傳播法基礎理論為出發點，介紹現行相關重要之法律規定以及行政與司法實務之作法或見解，包括傳播法之基本概念、憲法對傳播行為之保障、一般法律對大眾傳播媒體傳播行為之保障、傳播法上大眾傳播媒體之基本義務以及一般法律對傳播行為之限制，希望能打開傳播法的大門，提供有興趣者瞭解我國傳播法之現狀以及相關行政與司法實務，搭起培養深入研究傳播法的橋樑。為因應AI崛起以及其所帶給通訊傳播產業之衝擊，本書新增AI浪潮下新傳播模式以及AI運用對媒體政策與媒體法挑戰之討論，希望能夠提供讀者對此議題之初步認識。



元照網路書店



月旦品評家

 元照出版公司

地址：臺北市館前路28號7樓

電話：(02)2375-6688

網址：www.angle.com.tw