



首页 → 学术文章 → 媒体伦理

李光辉 李勇：传媒活动中知情权与隐私权的道德选择

## 传媒活动中知情权与隐私权的道德选择

李光辉 李勇

内容提要：在大众传媒的言论自由日益成为一种社会共识的今天，我们应当如何回应传媒活动中所发生的诸多关于知情权与隐私权的冲突现象，这不仅是一个法律问题，更是一个道德问题。仅仅通过法学意义上的认知与探讨，想要很好地解决这个“二难命题”，显然不是一条十分有效的路径。知情权与隐私权是一对关系权利，相辅相成，具有平等的权利地位。平衡传媒活动中知情权与隐私权的冲突，有赖于我们建立一种更为广阔的视野，通过对大众传媒及其言论自由、以及知情权和隐私权进行道德意义上的分析与理解，进而确立“把人作为目的”这一基本原则，并给予个体权利以充分的尊重与保护，在大众传媒的道德选择中获得一条有效途径。

关键词：大众传媒 知情权 隐私权 道德金规则 道德选择

无庸讳言，大众传媒在当代正深刻而广泛地影响和改变着人们的生活方式。与此同时，大众传媒的言论自由也日益成为一种社会共识得到普遍尊重。然而，在诸多传媒事件中所发生的关于知情权与隐私权的冲突现象也越来越突出。我们应当如何从理论和实践上来回应这种现象，平衡二者之间的冲突呢？对此，法学界做了不少有益的理论探讨和努力。但在众多的传媒事件以及相应的司法实践中，这个“二难命题”始终存在。法学意义上的努力是无可厚非的，它至少从社会制度的层面上给予了我们不少的启迪。但是，仅仅通过法学意义上的认知与探讨，想要很好地解决这个“二难命题”，显然不是一条十分有效的路径。特别是作为以大陆法系为主要特征的中国法律制度，想要有效地解决这个问题就变得更为复杂和困难。其实，这个“二难命题”的关键在于：我们在传媒活动及其相应的司法实践中所选择的标准应该是什么。与其说这是一种法律选择，毋宁说是一种道德选择。因为，这个问题不仅仅是一个法律问题，更是一个道德问题。

### 一、法学界的努力

美国法官布罗德里克曾经指出：“电视新闻记者所使用的成熟的录音录像技术越来越增加了人们的隐私权所受到的威胁，而电视市场中对丑闻与耸人听闻的节目的偏好也越发鼓励电视记者在新闻采集过程中使用那些可能导致隐私权与新闻自由相冲突的方式方法。”

① 这种说法恰如其分地描述了当今大众传媒在言论自由原则的旗帜下，发生在传媒活动中知情权与隐私权的冲突现象和法律纠纷。在大众传媒被誉为“第四权力”的时代，这种情况越来越受到人们的普遍关注。

如何平衡传媒活动中知情权与隐私权的冲突问题，法学界对此做了不少努力与贡献。隐私权作为一种人的基本权利，首先是在法律意义上被提出来的。19世纪下半叶，美国登载隐私、丑闻的报刊流行，新闻机构肆无忌惮地暴露个人的私生活。针对这种情况，美国的两位法学学者沃伦和布兰戴斯于1890年在《哈佛法学评论》上发表了一篇题为《论隐私权》（The Right to Privacy）的文章，主张一种“不被了解的权利”，即隐私权。13年后，纽约州制定了美国第一个隐私权法案，该法规定“任何人、公司或企业，在未获得当事人书面同意前，都不得为广告或商业目的使用任何人的姓名、肖像或照片”。经过多年的发展，在美国的法律系统中，隐私权被视为是一种“不受干扰的权利”（the right to be let alone），也是个人控制与自己有关信息的权利。② 可以说，隐私权作为一种法律权利被提出，是在法律意义上对大众传媒言论自由的第一次抑制，也是人们尝试在法律意义上第一次为隐私权与“知情权”（当时知情权尚未作为一种权利被明确提出）建立平衡。

毫无疑问，知情权作为一种权利被明确提出，主要是针对隐私权对大众传媒言论自由制约的一种反制约，试图在权利意义上建立起二者之间的平衡。当然，它的提出还包含着对满足观众对嘉宾故事的知晓欲的理解，特别是在大众传媒中有观点认为，这是对观众知的权利的尊重。知情权（the rights to know），又称为知的权利、知晓权、了解权，最先是由大众传媒从业者提出来的。1945年1月，美国一位名叫肯特·库珀的编辑在一次演讲中首次提到知情权，其基本含义是公民有权知道他应该知道的事情，国家应最大限度地确认和保障公民知悉、获取信息的权利，尤其是政务信息的权利。③ 知情权在“应该知道”的意义上，充分尊重了广大受众。而且也在一定程度

上,为大众传媒言论自由的原则提供了强有力的理论支撑。然而,无论是在一些国家的成文宪法中,还是在有关国家的其他法律中,我们至今尚未找到直接规定知情权的条文,而只是在学理层面上被一些学者所研究和关注。有关知情权的法律条文和宪法依据,一般都是从规定言论、出版自由的法律条文中引申出来的。在立法上,这仍是一个空白。

虽然如此,自从知情权被正式提出之后,在传媒活动中它与隐私权之间的矛盾与冲突就难以避免。那么,大众传媒如何在充分满足观众知情权的同时,又充分尊重当事人的隐私权呢?这个标准和界限又如何去把握和确定呢?这无疑是一个“二难命题”。在法学理论研究中,研究者提出了一些平衡二者冲突的原则和方案。总体上看,在处理知情权与隐私权的关系上,我国学者提出了这样三项应该遵循原则:一是社会政治及公共利益原则;二是权利协调原则;三是人格尊严原则。有一种比较具有代表性的观点认为:在对于公众人物以及卷入公共事件的人物的隐私,应采取公共利益和国民利益至上的原则;在对于普通人的隐私,应该采取人格权至上的原则;在处理日常的传播权与隐私权的冲突时,采取“实际的恶意”原则来判断对隐私的侵犯是否成立。<sup>④</sup>这种观点实际上是建构起一套法律权利体系的位阶关系,遵循的是一种“上位规范优先于下位规范的原则”。针对这种观点,持反对意见的人认为,法律应对不同权利予以平等保护,坚持权利平等的原则。<sup>⑤</sup>也就是说,在法律面前,知情权和隐私权没有谁优先谁的规定,只有通过具体的法律事实来判断来确定侵犯相应的侵权行为。显然,第二种观点是建立在“明显”的侵权行为基础上,但问题是我们如何运用权利平等的原则去判定一种行为是“明显”的侵权行为。这种观点虽然把两种权利视为平等的,但没有提供有效的判断标准和依据,在实践上是缺乏操作性的。

回过头来,我们再对上述三项原则进行进一步的研究,可以发现其中存在着这样一个问题值得我们深入探讨。这三项原则暗含的内在逻辑应该是这样的:在权利协调原则的指引下,人格尊严和公共利益是应该得到普遍尊重;但当人格尊严与公共利益发生冲突时,公共利益应该是至上的。换句话说,当公权利和私权利发生冲突时,公权利应优先于私权利。在这个意义上,知情权取得了一种公权利的位阶,而隐私权成为了一种比较典型的私权利。然而,知情权与隐私权在事实上是一对关系权利,相辅相成,具有平等的权利地位。如果按照这种逻辑方式来解决二者之间的冲突,显然不是一条十分有效的路径。因为,法律的意义和目的不仅仅是维持一种表面上的社会有序,而是为了达成一个更好的世界。如果是通过不断地牺牲私权利来维持这种平衡,我们至少可以断定,这并不是一个好的世界。

## 二、伦理学的探讨

在我国应用伦理学勃兴的最近几年中,有关大众传媒的伦理研究逐渐成为学术界比较关注的一个重要领域。从总体上看,现阶段在这方面的研究是比较宏观的。围绕传媒伦理,人们大致在这样几个方面展开了研究:一是将大众传媒视为社会道德生态系统中的一极,探讨其应当承担什么样的社会角色、履行什么样的社会职责;二是就大众传媒应当秉承的诸如正义、真实、仁爱、自由等伦理原则进行制度性研究;三是对大众传媒活动中一些具体传媒事件展开道德批判。但是,关于传媒活动中知情权与隐私权的冲突与协调问题,人们则更倾向于从法学意义上去展开研究。

然而,在面对传媒活动中知情权与隐私权的冲突时,法学界也表现出了自己的无奈和决心。贺卫方教授说过这样一段话:“法律的调整当然包括让名誉受到传媒损害的人获得法律上的救济,但同时,法律还必须对宪法所确定的公民享有言论和出版自由的权利加以保护。在某些情况下,这两种利益会发生冲突,既要体现言论自由和出版自由,又要使名誉权受到完整的保护,这几乎是不可能达到的境界。司法制度所能够做到的只是在这两种冲突的价值之间寻求一种对更广泛的利益有益的平衡,当然,寻求平衡的过程也是现代司法最具魅力的方面之一。”<sup>⑥</sup>

在这句话中,至少透露了两个方面的意思:一是平衡知情权与隐私权的冲突,从一定程度上已经超出了法律的界限;二是平衡二者的冲突,需要确定一种更为广泛的利益。首先,法律作为一种调节社会关系的手段和工具,它主要承担着两种基本职能,一是通过外在强制力为一定社会主体的活动确立一种行为规则,二是运用外在强制力对违反法律规定的一定社会主体的活动实施惩戒。因此,法律手段是一种事前约定和事后调整。针对传媒活动中知情权和隐私权的冲突问题,在我国现行法律中,缺乏明确的事前约定,因而在事后调整上也似乎显得无章可循。再者,大众传媒凭靠自身的特定的社会角色,一方面承担着满足公众知情权的社会职能,另一方面又成为侵犯隐私权的侵权主体之一。基于此,大众传媒及其自身活动是引发传媒活动中知情权与隐私权冲突的最为关键的因素之一。想要寻找到平衡知情权与隐私权冲突的有效路径,我们只有在对大众传媒及其自身活动的深入研究中才有可能获得。在这里,又涉及到一个最核心的问题,就是大众传媒及其自身活动应该确立什么样的标准,来妥善处理知情权与隐私权的冲突问题。事实上,这个问题已不仅仅是一个法律问题,更是一个道德问题。因而,我们有必要重新回到伦理学意义上的探讨,进而去寻求平衡冲突的有效路径。本文认为,关于这条路径的获得,我们首先可以从人们在确立大众传媒言论自由的意义中,以及确立知情权与隐私权的意义中,得到某种启示。

言论自由作为一项制度性的基本权利,在各国的宪法中都得到了明确规定。在本质上,这是对人类需要交流和沟通本性的尊重,也是对“人之为人”的一种最起码的确认。大众传媒的言论自由也正是基于这一点而得到广泛认可的。在社会日益信息化的今天,公众对自身所需要的各种资讯的了解,以及与社会、政府的沟通、政府的联系等,越来越依赖大众传媒这一手段来达成。大众传媒从而逐渐成为承担公众个人与社会、政府进行沟通、交流、表达意见等重要功能的代言人和纽带。从这个意义上讲,大众传媒言论自由的程度表征着一定社会中个体的言论自由程度。虽然大众传媒并不能够代表社会中的每一个体,但它代表的应该是“多数人”。大众传媒尽可能地满足着人们对各种资讯和信息的渴望,尽可能地向着人们展示着人类社会的全貌,并不断满足人们对社会、政府能够充分发表个人意见并为之展开沟通交流的愿望。因此,大众传媒言论自由的意义就在于对人性的基本尊重,体现为对人自身的关怀。

事实上,提出知情权的理论基础也就在于此。不容置疑,知情权的意义在于保障公众对社会各种讯息的了解和掌握。它是大众传媒的言论自由为基础的,也就是说,在当今社会,只有大众传媒拥有了言论自由,才有可能尽可能地满足人们对各种资讯和信息的渴望,满足人们知的权利。在这种意义上,大众传媒言论自由的意义也就成为了知情权的意义所在,即对人性的尊重和对人自身的关怀。与之相

对应的是，隐私权的确立看似对大众传媒言论自由的抑制，但对“多数人”知情权的抑制。但实际上，隐私权同样是基于一种对人格尊严的保护，说到底也是对人性的基本尊重和对人自身的关怀。只不过，这种尊重与关怀是针对“少数人”而展开的。

根据上述分析，我们可以得出两个结论：第一，“把人作为目的”是确立大众传媒言论自由以及知情权和隐私权的内在道德规定性；第二，从严格意义上讲，在传媒活动中关于知情权与隐私权的冲突，归根结底是由大众传媒及其自身活动所引发的，这种冲突表现为法律意义上的公权利与私权利之间的冲突，也表现为伦理学意义上的“多数人”利益和“少数人”利益之间的冲突。这个问题体现了伦理学研究中的一个基本问题，即“如何对待他人”的问题。于是，大众传媒自身的活动准则，也就成为了司法实践中判断关于知情权和隐私权是否被侵权的适用原则，成为了平衡二者冲突的出路所在。

### 三、大众传媒的道德选择

在关于大众传媒应该如何对待他人的问题中，“他人”是指在传媒活动中那些享有知情权的社会主体，以及在传媒活动中那些享有隐私权的社会主体。大众传媒及其主导的传媒活动必须在二者之间进行一种选择，与其说是一种法律选择，毋宁说是一种道德选择。因为，基于人类“存在于世上”的原始事实，最先面对的是道德选择。正如齐格蒙·鲍曼先生指出的，“远在被教会社会地建构和提升恰当行为的规则之前，也远在被劝诫尊崇一定行为模式和摒弃其他模式之前，我们就已经处于道德选择的状态之中。这就是说，我们注定是或本质上是一种道德存在，即我们不得不面对他者的挑战，面对着为他者承担责任的挑战，处于‘相依’（being-for）的状态之中。‘承担责任’与其说是社会调整和个人教育的结果，不如说它建构了萌生社会调整和个人教育的原初场景，社会调整和个人教育以此为参照，试图重新框定它和管理它。……法律是重建道德生活的主要工具。（‘重建’在其完整意义上被视为一种‘新的开端’，一种不受先前事务限制的开端，一种真正的‘从起点开始’。）在道德情景中，法律意味着涉及一种伦理原则：它（不像宗教悔罪和赎罪的策略）能实际地阻止恶的发生，通过给予行为者一种事先确定的指引，即指明什么是必须做的，什么是可以不做的，什么是决不可做的。（计划的可行性事先被同义反复地确证；既然‘善’已被毫不含糊的术语界定为对法律的服从，那么，遵从伦理准则当然就能导致‘善’了。）”<sup>⑦</sup>在这个意义上，大众传媒的道德选择不仅成为了平衡传媒活动中知情权与隐私权冲突的原始起点，而且它所秉承的道德准则也将为相应的司法实践提供一种有效的法律原则。可以说，这个道德准则就是大众传媒及其自身活动的“道德金规则”。但问题是，这个“道德金规则”又应该是什么呢。

一般地说，道德金规则是指能够概括地表达一个伦理体系总精神的一条道德原则，也即能够“一以贯之”的普遍原则；从学术意义上说，它就是伦理体系的一个元定理，它是对伦理体系中各种具体规则的总指导和解释。金规则是非常稳定的，除非社会发生巨大变化，否则它不会变化，而现在我们正处于一个巨变的时代。当今世界是一个经济全球化和文化、价值多元化的世界，如果按照传统道德金规则的假定和方法论，想要为传媒伦理体系寻求到一条道德金规则，在理论上是很难确证的，在实践上也面临着来自各种文化及其价值观的根本性挑战。因为，传统金规则的基本假定是所有人（或至少是大多数人）具有价值共识，也就是所谓的“人同此心，心同此理”。与这个基本假定相配合，其方法论是“推己及人”。以此假定和方法论就必然得出传统金规则。然而，问题正在于此：诸如“己所不欲，勿施于人”这样的人际共识是有效的，当且仅当，一个社会具有共同价值观，也就是具有关于“想要的/不想要的”价值共识。这两个共识必须同时存在，否则传统金规则就不可能成立。为什么古典的金规则在今天遇到困难了？其秘密就在于现代社会失去了价值共识，因此原来的人际共识就失去了得以成立的必要条件。那么，在现代社会，我们只有通过从“主体观点”到“他者观点”的转换，即以“人所不欲，勿施于人”代替“己所不欲，勿施于人”，才有可能为大众传媒及其自身活动建立起一条道德金规则。因为，在“由己及人”的方法论中，可能的眼界只有一个，即“我”的眼界，而“由人至人”的方法论则包含了所有的可能眼界，这样才有可能尊重每个人。<sup>⑧</sup>仅就这一点来说，通过这种方法论所产生出来的道德金规则，也应该是符合大众传媒的基本精神和意义的。

虽然大众传媒的社会角色在现代社会中被不断修改，逐渐成为一种诸如意识形态的工具、文化的霸权、媚俗的艺术而招致许多批判，但它的内在规定性并未改变，依然是满足人类沟通交流的天性以及信息传递的需要。在不断的信息传递和沟通交流中，人类获得了更为广阔的生存空间，在更大程度上实现着自身的自由。这也正是大众传媒得以存在于世上的根本理由。基于此，大众传媒在处理隐私权和知情权冲突问题的思维方式上，不应仅仅只站在“我”的角度，而应更多地站在“他人”的角度，更多地考虑到“他人”的利益以及大众传媒在“人之为人”的价值追求中所应承担的角色。于是，在对大众传媒本质的理解中，在对“由人至人”方法论的把握中，我们逐渐可以领略到大众传媒的道德金规则应该是什么。这条金规则的基本含义，如果用一段话来表达的话，康德这句话是最有代表性的：“你的行动，要把人性，不管是你身上的人性，还是别人身上的人性，永远当做目的看待，决不仅仅当做手段使用。”<sup>⑨</sup>

本文主张，在“把人作为目的”前提下，个体权利（或称私权利）应该得到普遍的尊重。结合传媒活动中知情权与隐私权的冲突问题来看，当大众传媒出现隐私权纠纷时，其侵权对象一般包括公共机构工作人员、公众人物和普通个人等几类。有的研究对这几类隐私权与公众知情权的冲突进行区别对待，认为公共机构工作人员和公众人物应该出于身份的原因牺牲自身一定的隐私。我们认为，这种观点是值得商榷的。因为，不论从哪种意义上讲，个体隐私权的享有者在面对大众传媒的时候，始终是处于弱势地位的。虽然从表面上看，大众传媒仅仅是一个社会机构。但因其特殊的社会角色和职能，大众传媒往往会以言论自由为基础，以满足大多数人的知情权为依托，在个体面前呈现出一种居于强势地位的优越感。这是毫无疑问的。我们从记者们“无冕之王”的别称和“社会裁判”的架势中，就能明显地感觉到这种存在。然而，一个社会的进步程度，却往往体现在对弱者的权利保护和地位提升之中。这才是我们更应该关注的。

最后，还需要补充说明两个问题。其一是，大众传媒关于公共机构工作人员、公众人物的基本隐私是否需要公布以及他们一些恶的行为是否需要曝光的问题，这里也涉及到一个舆论监督的问题。我们主张，大众传媒在处理这类问题的时候，首先应该摆正自身的位置，明确职能的界限。很明显，大众传媒在这些问题上并不具备主体资格，而应该交由具备主体资格的国家机关或社会机构来具体处理。那

么，如果需要大众传媒对一些基本隐私的公布，也应该是一种授权公布；如果需要大众传媒对一些恶的行为的曝光，也应该是一种授权曝光。至于舆论监督的问题，大众传媒应该是一种理性监督。它可以将监督的结果报请相关职能机构来具体处理，并经相应授权后进行报道，而决不能将舆论监督作为侵犯他人隐私权的一个正当理由。试想，如果我们的老百姓事事都是到大众传媒去寻找公道，足以说明我们的社会并不是一个良性的社会；如果我们的中央领导只能通过《焦点访谈》来发现一些重大问题，足以说明我们管理体制出现了问题。这些现象并不值得大众传媒沾沾自喜，也不能成为它任意侵犯个体隐私权利的佐证。

其二是，关于传媒活动及其相应的司法实践中知情权与隐私权冲突的适用原则问题。这个问题为是否侵犯隐私权划定了一条界限。如前所述，我们只是出于对个体权利的充分尊重，对大众传媒的角色理解，来强调隐私权作为个体权利对于个体重要性以及对于大众传媒活动的限制性。但我们决不是要完全抑制大众传媒对隐私的报道，也不是想通过对传媒活动中隐私权的绝对保护来平衡二者的冲突。我们主张，除了相关职能机构正当履行职权并授权大众传媒进行报道，由此所引发的知情权与隐私权的冲突之外，只要是当事人在“意思自治原则”下所作出的任何决定，无论是公开或不公开自身隐私的决定，都应该得到大众传媒的理解与尊重。因此，“是否是当事人真实意思表示”，也就成为了传媒活动及其司法实践中判断侵权与否的重要标准之一。

事实上，在这个世界上，每一个“我”同样置身于“他者”的位置。我们如何对待他人，也就等同于如何对待自己。我想，这种观念不仅仅局限于本文所讨论的问题之中，而应该指向我们存在其中的这个世界的全部问题。

#### 注释

- ①[美]唐纳德·M·吉尔摩等著，梁宁等译：《美国大众传播法：判例评析》[M].北京：清华大学出版社2002年版，第261-262页。
- ②单波，陈亦琳：《隐私权与知晓权》中《冲突与平衡》[J]，《武汉大学学报》（人文科学版），2004（2）。
- ③同上。
- ④同上。
- ⑤何敏：《略论隐私权与社会知情权冲突的几个问题》[J].《求索》，2003（3）。
- ⑥贺卫方：《传媒与司法三题》[J]，《法学研究》，1998，（6）。
- ⑦[英]齐格蒙·鲍曼著，郁建兴等译：《生活在碎片之中——论后现代道德》[M].上海：学林出版社2002年版，第1-4页。
- ⑧参见赵汀阳：《论道德金规则的最佳可能方案》[J]，《中国社会科学》，2005（3）。
- ⑨北京大学哲学系外国哲学史教研室编译：《西方哲学原著选读》[C]，北京：商务印书馆1981年版，第318页。

#### 作者介绍

李光辉，西南政法大学党委副书记，教授。

李 勇，西南政法大学讲师。

《中国应用伦理学2005-2006》

中国社会科学院应用伦理研究中心

北京建国门内大街5号 邮政编码：100732 电话与传真：0086-10-85195511

电子信箱：cassethics@yahoo.com.cn