依法補償的可能性——
從「瀝青鴨事件」論不實新聞報導對廠商權益的影響

工科系 12 級 周 易
生科系 16 級 趙珮君
生科院學士班 16 級 朱欣祈

一、 前言

在不實新聞報導的案例中，錯誤的資訊、未經證實的謠言等等，往往會影響民眾的選擇和認知，間接地導致廠商的利益損失。即使報導方事後澄清，但此報導已誤導民眾，並造成廠商和相關產業名譽和經濟上難以彌補的重大損失。新聞媒體雖然有報導的自由與讓民眾獲知的義務，但也應該具備嚴謹的程序和規範以保證報導內容的正確性。尤其現在資訊發達，媒體為了追求「快速」、「聳動」、以及「高討論性」，常常倚賴網路上沒有根據的資訊，或未經查證地抄襲其他新聞台的訊息，使得錯誤報導事件越來越多。我們不禁想問，媒體不實報導導致廠商損失慘重時，究竟該由誰來負責承擔如此龐大的責任？廠商的損失該從何彌補？而即使新聞台事後出來澄清，並做出對應的補償措施，但廠商和相關業者的損失真的有因此抵銷嗎？

2006 年的「瀝青鴨事件」爆發後，連續九日轟動全台，影響範圍遍及新聞台、衛生局、鴨農、餐飲業者以及全台民眾，是近年來最具代表性的不實報導案例。因此本文將以此事件為例，探討事件中新聞媒體的報導權、不實報導事後的補償措施、以及廠商的實際虧損。接著，我們試從新聞媒體的法律責任和規範出發，分析廠商在事件發生後的法律權益和回覆權是否能彌補其損失。

二、 新聞媒體的報導與事件簡析

新聞媒體雖具有報導的權力與義務，但當其資訊來源錯誤，而又未經查證而大肆報導時，其疏忽將會導致被報導方的重大損失，進而造成無法彌補的傷害。但是造成錯誤報導的原因很多，加上新聞媒體為了保持其資訊的時效性以讓民眾在第一時間內獲知消息，往往沒有時間做繁雜的查證，因此不實報導的發生是難以避免的。在對不實報導案例—「瀝青鴨事件」進行分析之前，我們將先說明新聞媒體在報導時所具有的權力和責任。

（一）新聞媒體的報導權

《新聞學 Q&A》一書指出，「新聞是具有重要性或趣味性的事情的新報導，

必須正確而適宜。」[1]從這個定義我們得知：新聞的主要的目的為訊息的「傳遞」，且其報導的內容需符合「守望、告知、教育、娛樂」等四大性質。而新聞媒體之所以在這資訊爆炸的社會中扮演著舉足輕重的角色，即是其具體的展現了民眾「知的權利」，也就是新聞媒體報導權的一個相對應。其含意有二：

1. 公眾有權利知道事情真相。
2. 媒體有言論、採訪、傳遞、閱讀及發表等多種自由，以保障人民知的權利。[2]

從以上的定義中我們知道，新聞媒體的報導權除了言論自由和資訊傳遞等多項權力之外，也同時必須承擔達到客觀、公正的責任，以確保報導內容的正確性。因此新聞媒體在處理每一條報導時，都應符合四項公正的原則，即：

1. 公正應包括新聞的完整性。
2. 公正應包括新聞的相關性。
3. 公正應包括誠實。
4. 公正要求直接表達，避免用詞閃爍。[3]

我們不禁好奇，當新聞媒體行使其報導權時，如果違背了此標準而產生不實報導，究竟會對被報導方產生什麼影響？而又假使新聞媒體確實依循此原則報導，但卻因為消息來源的不可靠性或其他無法避免的因素，導致錯誤報導，那麼被報導方的損失又該由誰來承擔呢？

（二）瀝青鴨事件

下文將敘述瀝青鴨事件的來龍去脈，並分析新聞媒體是如何將一則錯誤訊息反覆報導，使得鴨農和相關產業在獲益和名譽上產生重大虧損。接著我們想探討新聞媒體在事件過後實際做了哪些補償措施，而這些又是否能合理彌補鴨農和廠商所遭受到的所有虧損。

1、事件概述

瀝青鴨事件爆發於 2006 年 12 月 20 日的一則報導－「煮鴨驚魂！民眾投訴買到瀝青鴨」[4]：一名婦人向 TVBS（後文簡稱 T 台）投訴買到以瀝青脫毛之鴨子，並發現攤販販售的鴨隻鼻孔殘留疑似瀝青之黑色凝狀物。兩天之內，T 台報導了共計十三則有關瀝青鴨的獨家新聞，並藉由斷章取義和聳動的標題增加收視率，

[1]引自彭懷恩，《新聞學Q & A》（台北：風雲論壇，1997 年），頁 2。
[2]引自彭懷恩，《新聞學Q & A》（台北：風雲論壇，1997 年），頁 40。
[3]引自彭懷恩，《新聞學Q & A》（台北：風雲論壇，1997 年），頁 191-192。
[4]古彩彥，轉引〔TVBS〕〈http://www.tvbs.com.tw/NEWS/NEWS_LIST.asp?no=blue20061220191006〉（於 2012/11/04 下載）

如「瀝青拔毛？突擊養鴨場　驚桶裝黑膠」[5]，導致民眾的恐慌。即使養鴨協會出來澄清，表示並未使用瀝青除鴨毛，T 台卻因一位將黑色凝狀物誤認為瀝青之攤販業者，一竿子打翻一船人，持續大肆報導並指控鴨農全面使用瀝青除鴨毛。

中時、聯合、自由三大報在事件的第三日也跟進報導，而 T 台亦趁勝追擊，持續以更激進的標題增加收視率，如「黑鴨四處流竄　業：不確定　民：無所謂」。媒體大量的報導與民眾以訛傳訛效應，使得三天之內全台鴨肉滯銷、價格下滑，而相關大型業者與鴨農的銷量掉至將近五成。各家媒體在未經衛生局查實之前，以大量負面新聞毀謗鴨農，並藉由像是教導民眾如何分辨瀝青鴨和表示鴨農皆支支吾吾、鬼鬼祟祟隱瞞證據的報導，暗示瀝青鴨事件的真實性。

隨後各縣市衛生署和農委會展開稽查行動之後，沒有發現 T 台所報導的瀝青鴨，並證實了全台灣十一家合法鴨隻屠宰場，皆使用合法的松膠或石蠟除毛。在這九日之內，T 台共播出 26 則相關新聞，並以灑狗血的方式不停地重覆播報，造成廠商不可彌補的損失和民眾長久的誤解。而最後 T 台便在一篇標題為「瀝青鴨？報告出爐　不明黑膠是松脂」[6]的短短報導中，草草結束了這轟動一時的瀝青鴨風波。[7]

2、補償措施

事後 T 台出面澄清，並以「虛驚一場！報告出爐　沒有瀝青鴨」[8]的報導坦承自己的錯誤，接著採取相關補救措施，像是播出「台灣鴨肉品質佳　家禽類外銷大宗」、「好冷喔！去吃薑母鴨！業績爆 3 成」、「安啦！養鴨也有生產履歷　放心吃鴨」等等報導，試圖挽救鴨農產業。同時他們也提出「提振養鴨產業計畫六項承諾」，包括：協助非瀝青鴨之檢驗、大量報導台灣鴨肉與鴨產品、以跑馬燈澄清瀝青鴨事件的不實、以及舉辦台灣好鴨品嘗活動等等。而民主進步黨籍立法委員吳明敏也表示對於不實報導「瀝青鴨」事件，要求 TVBS 在台灣北中南各辦一場餐會，並買下未賣出的台灣番鴨（紅面公鴨）招待獨居老人與街民。[9]T 台雖公開道歉並試圖補救，還連續一個月推廣鴨肉相關產品，但是鴨農和業者所遭受的金錢損失高達一億多元，且民眾拒買鴨肉效應長達四個月，再加上無法計算的信譽傷害，皆非短短幾篇報導所能彌補的。[10]

---

[5]張倍綺，轉引〔TVBS〕〈http://www.tvbs.com.tw/news/news_list.asp?no=arieslu20061221190654&&dd=2010/3/6%20%A4U%A4%C8%2010:02:32〉（於 2012/11/27 下載）

[6] 轉引〔TVBS〕〈http://www.tvbs.com.tw/news/news_list.asp?no=aj100920061228234956&&dd=2011/10/4%20%A4W%A4%C8%2012:39:04〉

[7] 改寫黃雅萍，《非營利組織之危機傳播－以瀝青鴨事件為例》，頁 38-59。

[8] 轉引〔TVBS〕〈http://www.tvbs.com.tw/news/news_list.asp?no=aj100920070109213411&&dd=2011/3/26%20%A4U%A4%C8%2006:58:06〉

[9]〈瀝青鴨事件 立委要求 TVBS 買鴨辦餐會〉，轉引〔大紀元〕〈http://tw.epochtimes.com/b5/7/1/10/n1585388.htm〉（於 2012/12/03 下載）

[10] 同註 7

（三）廠商的實際虧損

我們認為瀝青鴨事件中，廠商所受到的不僅有能以數字衡量的金錢虧損，還要加上無形中名譽上的詆毀和失去的民眾信任。而表面上 T 台事後出面道歉並採取相關補償措施的行為看似大幅的提升了鴨肉銷量，但我們發現實際情形中，鴨農是極為憤怒和不滿，且表示其慘重損失並無法由此彌補。我們將此則錯誤報導導致的實際損失分為以下三點：

1、金錢上的損失

中華民國養鴨協會的理事長賴振松對於瀝青鴨事件表示：「該項錯誤報導造成民眾拒買鴨肉，整個效應長達四個月，共造成鴨農及農委會損失達一億二千餘萬元。」[11]且此事發生時間在冬至前後，正是全年鴨銷量最大時段，但新聞報導所造成的拒買鴨肉效應，導致鴨肉價格從每斤 41～43 元一路滑落到 33～34 元，甚至影響了雛鴨、鴨蛋等等其他產品的銷售額。

2、信譽上的損失

除了實際獲益上的損失外，不實報導導致民眾對於鴨肉的不信任，更是一種長期的信譽損失。即使經過多個月的澄清，許多民眾依然對鴨肉感到不確定及不信任，且有關瀝青鴨的報導沸沸揚揚，但澄清的報導相較之下較少，因此並不能保證所有民眾皆在事後獲知正確消息。且對於民眾而言，不吃鴨肉可以改吃雞肉，影響並不大，但鴨農和業者所承受的卻是累積效應造成的龐大損失。因此我們認為此事件雖然不能構成毀謗罪，但其導致的效應是相當的。

3、補償措施的不足

T 台在事後補救措施中，皆針對鴨農以及薑母鴨的產業進行大量推銷，試圖彌補其損失。但不僅僅是大廠商受到了影響，其實許多以鴨肉為主的小型企業也遭受了同樣比例的損失，而他們除了自認倒楣、自行承擔後果外別無他法。因此我們不禁納悶，這些廠商和小型業者除了依賴 T 台的補救措施之外，是不是能尋求法律途徑取得應當的補償？在此事件中，廠商雖對補償措施感到不滿而試圖依循法律途徑獲得賠償，但最終並未正式提出控訴，且 NCC 亦表示 T 台花了數十萬元宣傳鴨肉相關產業，已十足表達其誠意，因此並沒有將之列入違規事件或給予處分。

三、 不實報導中新聞媒體應承擔的責任

瀝青鴨事件中，T 台雖有進行一連串的補救措施，但受到報導影響的鴨農與廠商卻沒辦法獲得實質的損失補償。下文將從法律層面分析瀝青鴨事件，並思考

[11] 〈瀝青鴨造假　鴨農從未原諒〉，轉引〔自由時報〕〈http://www.libertytimes.com.tw/2007/new/mar/31/today-fo7.htm〉（於 2012/12/15 下載）

這些廠商能依循哪些法律途徑以求得應當的賠償？而這些賠償又是否能完全彌補不實報導帶來的一切虧損呢？我們試著分析新聞媒體的報導原則、造成不實報導的原因、以及新聞媒體不實報導的法律責任，再歸納鴨農與廠商可以依循法律途徑求得哪些補償、而哪些損失又是法律無法顧及到的。

（一）報導責任與原則

以下將根據 T 台自訂的〈TVBS 新聞自律規範〉探討 T 台本身媒體自律的原則以及處理報導上的失誤和問題。

1、TVBS 報導原則

T 台本身設定的新聞自律規範，內容包括新聞十誡、新聞道德與採訪守則、新聞審核制度與流程等。

（1）新聞十誡

T 台的新聞自律規範中有規定以下的十誡：

1. 生命安全第一，新聞採訪第二。
2. 反覆查證真實為上，絕不偽造作假。
3. 不得造成受害者及其家屬的二次傷害。
4. 不得造成警消醫護執行公務的延誤。
5. 不因個人觀點或利益影響公正。
6. 不因刻板印象傷害弱勢團體。
7. 尊重各族群、宗教、文化的價值觀。
8. 新聞製作務必符合法律規範與普級原則。
9. 尊重智慧財產權。
10. 保護消息來源。[12]

在瀝青鴨事件中，T 台並沒有違反自身十誡的第 2 項，也就是查證資訊真偽。然而雖然有採訪賣鴨商人除毛劑是否為瀝青，T 台一開始的查證對象卻不是官方單位而是一般不清楚狀況的民眾、廠商，使得 T 台獲得錯誤的資訊。

（2）新聞自律諮詢顧問會議

事件中，鴨農的損失源自於報導方查證上的疏失，根據〈TVBS 新聞自律諮詢顧問會議組織章程〉第四條，TVBS 新聞諮詢顧問會議的任務有：

檢討 TVBS 新聞兩頻道新聞內容並提出改進建議。包括新聞部固定提出平日編採會議倫理自律檢討內容，於本會議中報告檢討，或由諮詢顧問主動

[12]引自〈TVBS 新聞自律規範〉

> 提出檢討議題。
> 對內公告自律諮詢顧問會議紀錄結論，作為員工教育與檢討依據，並定期對外公告 TVBS 自律諮詢顧問會議紀錄內容，以及各檢討事項之具體改善成果。[13]

在鴨農權利受損並提出抗議的情況之下，T 台內部應對此次疏失開會，檢討員工消息查證上的態度與造成疏失的各項成因，提出改善方案。並在會議結束之後將這次事件的會議紀錄和改善方案對內公告。

2、導致錯誤報導的原因

在瀝青鴨事件中，T 台雖然表示有經過採訪攤販販售者，查證瀝青鴨事件的正確性，但是他們卻疏忽了此消息來源可靠性的考量。因此雖然 T 台遵守報導的公正原則以及其訂定的自律規範，但卻因為沒有等到衛生署的正確檢驗報告出來，而事先倚賴不可靠的消息，終究還是導致不實報導的發生。以下我們將探討為什麼新聞媒體依據報導原則行事卻還是有不實報導產生。

（1）新聞的時效性

所謂新聞的時效性，即是要保證民眾能在第一時間內得知社會最關注的熱門話題，換句話說，就是要保持新聞的新鮮度。因此新聞媒體為了追求時效性，進而吸引社會大眾關注、贏得收視率，不得不對記者的採訪、編輯的過程等等提出高速度要求。而報導內容的真實性必然會在一定程度上受到影響，像是瀝青鴨事件中，T 台並沒有時間等待衛生署進行數天的化驗，而必須在第一時間內將消息告知民眾，以維護全民的健康和「知的權利」。因此過度的強調時效性，就會導致新聞媒體倚賴現成的材料或數據、甚至流言蜚語和道聽塗說，而增加錯誤報導的機率。[14]

（2）同行間的競爭壓力

而另一個導致錯誤報導的原因，即為新聞媒體之間的競爭壓力。在瀝青鴨事件中，雖然 T 台是導致錯誤報導的罪魁禍首，但其實我們皆可將中時、聯合、自由等三大報視為共犯。新聞媒體間為了爭奪最高的收視率，往往推出許多的「獨家新聞」，紛紛搶著在第一時間取得最新消息。這將會導致新聞媒體往往在無法查證的情況下，直接抄襲或拼貼其他新聞媒體現成的資訊，改編成自己的「獨家新聞」並大肆報導。於是三人成虎，原本僅是一家電視台的錯誤，將會藉由連環效應擴散，使得民眾在短時間內大量獲知不實的消息。

---

[13]引自〈TVBS 新聞自律規範〉

[14]唐燕，〈新聞真實性與時效性衝突的處理與應對〉〈http://media.people.com.cn/BIG5/22114/52789/238416/17004954.html〉（於 2012/12/27 下載）

3、新聞媒體的法律責任

媒體的不實報導使民眾受到不實資訊的影響，間接導致被報導方的信譽與財務損失。參照以往牽涉新聞媒體的訴訟事件以及相關法律的查詢，這次媒體的行為依據我國法律，可能構成《刑法》中的誹謗罪、《民法》中的侵權行為、違反《社會秩序維護法》與《有線廣播電視法》，並且有更正其報導的責任。

（1）誹謗罪的構成

T 台雖對鴨農的除毛行為作出不實指控，然而其並未滿足誹謗罪的構成條件。《刑法》中提到：「意圖散布於眾，而指摘或傳述足以毀損他人名譽之事者，為毀謗罪，處一年以下有期徒刑、拘役或五百元以下罰金」。[15]此外，大法官「釋字第 509 號」中解釋道：

> 惟行為人雖不能證明言論內容為真實，但依其所提證據資料，認為行為人有相當理由確信其為真實者，即不能以誹謗罪之刑責相審，亦不得以此項規定而免除檢察官或自訴人於訴訟程序中，依法應負行為人故意毀損他人名譽之舉證責任。[16]

可知，除非媒體明知瀝青鴨的消息是假的，還「故意」將消息報出，則誹謗罪成立。然而 T 台是可查證傳言卻未將消息證實的過失行為，無意間損害到鴨農的名譽。雖然造成傷害，T 台卻不需要背負誹謗罪的罪名。

（2）《民法》的侵權行為

雖然事件中媒體的過失不構成誹謗罪，然而根據《民法》，報導方（新聞媒體）應付損害賠償責任。《民法》第 184 條中提到：

> 因故意或過失，不法侵害他人之權利者，負損害賠償責任。故意以背於善良風俗之方法，加損害於他人者亦同。違反保護他人之法律，致生損害於他人者，負賠償責任。但能證明其行為無過失者，不在此限。[17]

T 台未經查證的報導讓民眾不敢購買鴨肉，對鴨農的信心盡失，造成鴨農名譽與經濟上的損失。因此根據上述法規，T 台應對自身的疏失所造成的鴨農損失負起民事賠償的責任。

（3）違反《社會秩序維護法》與《有線廣播電視法》

T 台在數日內不斷報導瀝青鴨的不實新聞，收視民眾受到此資訊的影響，對

[15]引自《刑法》第 310 條
[16]引自大法官釋憲〈釋字 509 號〉
[17]引自《民法》第 184 條

養鴨產業產生不信任感、排斥以及恐懼。根據《社會秩序維護法》第 63 條：

> 有左列各款行為之一者，處三日以下拘留或新臺幣三萬元以下罰鍰：……
> 散佈謠言，足以影響公共之安寧者。[18]

以及《有線廣播電視法》第四章第 40 條：

> 節目內容不得有下列情形之一：……
> 妨害公共秩序或善良風俗。[19]

T 台散布瀝青鴨的未證實謠言，引響民心與安寧，並妨害了公共的秩序，因此 T 台有責任接受處罰。

（4）更正報導內容

T 台在獲知事實真相之後，應對原報導內容作澄清，以免誤會蔓生。按照《衛星廣播電視法》第 30 條規定：

> 對於衛星廣播電視之節目或廣告，利害關係人認有錯誤，得於播送之日起，20 日內要求更正；衛星廣播電視事業應於接到要求後 20 日內，在同一時間之節目或廣告中加以更正。衛星廣播電視事業認為節目或廣告無誤時，應附具理由書面答覆請求人。[20]

法規中讓被報導方有權利要求媒體更正錯誤的報導，並且媒體應對被報導方的要求作出回應。在衛生署公布脫毛劑事合法的松脂後，中華民國養鴨協會便提出更正瀝青鴨新聞的要求，而 T 台也確實聲明瀝青鴨的報導為錯誤訊息。

（二）廠商法律上應得的補償與無法彌補的損失

前面討論完 T 台的責任後，以下將接著探討廠商面對不實報導在法律上可行使的權力、廠商可受到那些補償、以及補償廠商損失會遇到的困難。

1、名譽損失與回覆權

首先是廠商在瀝青鴨被報導後受到的名譽損害。在民眾接收了 T 台報導的資訊後，失去對廠商的信譽以及對鴨肉的信心，再造成鴨肉的滯銷。面對這樣的情況，廠商擁有對媒體的回覆權，為自己說話：

[18]引自《社會秩序維護法》第 63 條
[19]引自《有線廣播電視法》第四章第 40 條
[20]引自《衛星廣播電事法》第 30 條

所有報導對象都可以要求媒體給予答辯空間，媒體也不得再就答辯內容進行評論。[21]

因此廠商可以對瀝青鴨的報導做出回應與辯解。然而如此一來民眾就不知該相信哪一方的發言而陷入困惑，並且為了保險起見選擇不購買鴨肉相關產品。數日後衛生署的報告出爐，證實了廠商的清白，T 台也澄清其報導的錯誤。民眾對廠商的信心回升，只是瀝青鴨事件依然造成廠商的名譽損失，要讓民眾對廠商的信心回復至事件發生前需要一段時間，期間內廠商的獲利損失是難以計算的。

2、法律上應得的補償

根據先前的法律蒐證，可歸納出若事件中受害的廠商按照法律途徑向新聞媒體索求賠償，可依照《民法》給與其民事的損害賠償。然而若要 T 台負責此次報導所造成的所有民事賠償，就會出現賠償上的困難。因為全台受到事件影響的廠商（鴨農、鴨商、餐廳業者等）不計其數，且不是所有受害者都會主動尋求法律協助，因此各廠商損失的商業獲益以及名譽便無從賠償。就算法院判賠，消耗在訴訟上的時間與金錢也可能不敷成本；並且就算新聞媒體事後澄清事實，原本的報導難免會在民眾心中對廠商留下負面印象。因此瀝青鴨事件中上億的金錢損失與名譽損失難以得到補償，也不可能全數補償。

四、結語

綜合以上的整理，我們發現即使新聞媒體具有明確的報導權力和責任，也有諸多守則以保持報導的公正性，但是不實報導的發生還是在所難免。而在不實報導發生之後，不論新聞媒體採取甚麼樣的補償措施，終究無法彌補對廠商和大眾所造成的影響。尤其在瀝青鴨事件中，T 台在證實為錯誤報導之後，立刻出面澄清，並撥出了數十萬元的宣傳經費，同時還提出「提振養鴨產業計畫六項承諾」，但是廠商所受的不僅僅是金錢上的損失，還要加上信譽上的詆毀，因此其總虧損幾乎是不可能完全彌補的。而假使廠商自行尋求法律途徑以求彌補，但因不實報導不符合毀謗罪，並無法提出刑事訴訟。而若根據違民法以及反社會秩序維護法提出民事訴訟，廠商需要自行承擔法律訴訟費用，而這些費用又將造成更大的損失。加上行使其回覆權過程需要詳細計算其營業額和實際虧損，手續相當耗費資源和人力，對廠商而言都是能免則免的額外支出。且即使成功藉由法律途徑得到賠償，也只有具有組織的鴨農和薑母鴨之類的大型廠商能獲得索賠。許多和鴨肉產業相關的小型業者，像是餐館、路邊攤等等雖在不實報導中受到極大影響，卻沒有依法提出控訴的能力，因此只能自行吸收其虧損。

不實報導或許是源自於一個新聞媒體的小疏失，但是在本文的分析中，發現其造成的損失卻是非常嚴重，且幾乎不可能完全彌補的。而在這個資訊擴展的時

[21] 引自林上祚，〈NCC 增回覆權 恐戕害新聞自由〉，《中國時報》，2009 年，2 月 6 日。

代中，大眾對時效性的訴求越來越高，所以新聞媒體的錯誤報導率也會隨之上升。但是台灣目前並沒有制定和錯誤報導相關的法律規範，因此在這體制之下受到重大權益損失的廠商，以及被忽略的小型業者，皆沒有一個合理的途徑可以獲得彌補。我們認為，新聞媒體必須重新審視其報導的理念，並多站在廠商的角度思考，以避免報導正確性和時效性兩者衝突下產生錯誤報導後所帶來的無法彌補的損失。

NTHU Writing Center

參考資料

（一）專書

1. 張永明，《新聞傳播之自由與界限》，台北：永然文化，2001 年。
2. 彭懷恩，《新聞學Q & A》，台北：風雲論壇，1997 年。

（二）期刊論文

1. 吳永乾，〈通訊傳播內容管制的重要課題--論媒體問責機制與當事人回覆權〉，《法令月刊》，61 卷，1 期，2010 年，頁 23-47。
2. 吳永乾，〈網路新聞的問題與自律〉，《月旦法學》，71 卷，2001 年，頁 108-120。
3. 詹文凱，〈新聞自由與隱私權之界限〉，《月旦法學》，2 期，2002 年，頁 108-119。

（三）學術論文

1. 黃雅萍，《非營利組織之危機傳播－以瀝青鴨事件為例》，南華大學非營利事業管理所碩士論文，2007 年，頁 38-59。

（四）網路資料

1. 〔TVBS〕
   〈http://www.tvbs.com.tw/news/news_list.asp?no=aj100920061228234956&&dd=2011/10/4%20%A4W%A4%C8%2012:39:04〉（於 2012/11/04 下載）
2. 〈瀝青鴨事件 立委要求 TVBS 買鴨辦餐會〉，轉引〔大紀元〕
   〈http://tw.epochtimes.com/b5/7/1/10/n1585388.htm〉（於 2012/12/03 下載）
3. 唐燕，〈新聞真實性與時效性衝突的處理與應對〉
   〈http://media.people.com.cn/BIG5/22114/52789/238416/17004954.html〉（於 2012/12/27 下載）
4. 〈瀝青鴨造假　鴨農從未原諒〉，轉引〔自由時報〕
   〈http://www.libertytimes.com.tw/2007/new/mar/31/today-fo7.htm〉（於 2012/12/15 下載）