



漢坤律師事務所

汉坤法律评述

融贯中西 · 务实创新

2018年12月17日



劳动法

浅析用人单位与劳动者之间的名誉权纠纷（下）

黄巍 | 陆利锋

第二期：劳动者自由评论行为侵犯所属用人单位名誉权之分析

《民法总则》第一百一十条规定，法人、非法人组织与自然人一样享有名誉权与荣誉权，拥有保护和维护自身社会评价的权利。由此，尽管宪法赋予了劳动者自由发表意见的基本权利，但其在发表有关所属用人单位的评论时，仍应以不侵犯用人单位名誉权为底线。

法律并未对自然人与法人的名誉权保护进行区别对待，但在司法实践中，出于对劳动者批评权与监督权的保护，法院通常更倾向于对用人单位的名誉权采取弱保护的态度，而更多地将劳动者对用人单位的负面评论纳入其言论自由的范围之内。

一、劳动者自由评论行为的侵权构成要件

相比于用人单位对劳动者的评价行为，法院在判断劳动者的言论是否侵犯所属用人单位的名誉权时，通常会适用更为严格的认定标准，一般情况下，用人单位需要证明侵权行为具备以下构成要件：

（一）劳动者对所属用人单位的负面评价缺乏事实基础

用人单位需要证明，劳动者发表的关于用人单位的负面信息缺乏基本的事实基础，完全与客观实际情况不符。在司法实践中，出于对劳动者舆论监督与言论自由的保护，如劳动者发表的评论具备一定的 factual basis，并非完全凭空捏造、恶意侮辱、诽谤，即便劳动者在该等事实基础上又加入了自己的主观意见，导致用人单位的名誉受到负面影响，法院一般会认为劳动者的评价行为属于舆论监督权的行使，用人单位对此应当负有一定程度的容忍义务。

需要注意的是，当名誉权案件中的原告为食药企业时，法院通常会提升“负面评价缺乏事实基础”这一构成要件的认定标准，扩大劳动者及普通社会公众舆论监督权的权利范围，这也直接导致食药企业在该类名誉权侵权案件中胜诉率长期处于低位。具体而

言，当与劳动者发生名誉权纠纷时，食药企业作为原告在诉讼程序中通常会面临以下难点：

第一，相较于普通企业，由于食药企业的业务范围涉及医药、食品等重大民生领域，属于重点监管行业，扩大社会公众的舆论监督范围有助于维护食品药品安全之公共利益。因此，当食药企业的名誉权与社会公众的舆论监督权发生冲突时，司法机关在一定程度上会更倾向于保护社会公众的舆论监督权，要求食药企业对社会公众的批评与监督承担更多的容忍义务。

第二，由于食品、药品行业的合规环境相对复杂，企业出现合规问题的可能性也相对较高，在此情况下，当劳动者发表关于食药企业存在合规问题的负面评论时，即便该等评论内容确实与客观实际不相符，但司法机关亦有可能认为，该等评论属于劳动者对加强食品药品行业监督审查的意见和建议，是对食品药品安全之公共利益的关注，只要不存在恶意诽谤诋毁的情况，应当属于受保护的言论自由范畴¹。

第三，相较于普通社会公众，食药企业的员工或前员工往往更为了解关于企业经营管理的真实情况，包括公司内部可能存在的合规问题，面临政府部门的调查或受到处罚的情况等。因此，当该等员工在与公司发生争议并选择曝光所属食药企业的所谓合规问题时，相关言论一般具有一定的事实来源，这也使得司法机关更倾向于认为，劳动者所发表负面评论并非凭空捏造，更非恶意侮辱诽谤，即便评论内容存在一定失实之处，用人单位也应予以容忍。

(二) 用人单位的社会评价客观上确因劳动者发表的负面信息受到损害

用人单位需要证明，劳动者发表的不实负面评价确实降低了其社会评价。由于法人的社会评价难以评估与量化，因此，关于法人的社会评价是否因不实评论而降低的认定标准，是法人名誉权纠纷中最为关键，也是最具争议的问题。在司法实践中，法院通常会从发表评论的劳动者在行业内的影响力、不实信息的传播范围、及接收不实信息的相对方等客观方面来判断用人单位的名誉是否收到了实际损害。

首先，如果劳动者在用人单位所属的行业内具备的一定影响力，或在用人单位内部担任较为重要的职务，则该等影响力将使其披露的负面信息具有更高的信任度。在此情况下，法院会更倾向于认为，具有一定影响力的劳动者所发布的负面信息将不可避免会对用人单位的社会评价造成实质性损害²。

其次，如果接受负面信息的相对方是用人单位的客户或潜在客户，则该等信息的披露客观上必然会影响到客户或潜在客户对用人单位作出的社会评价，影响相关的商业判断与决策，损害用人单位的生产经营功能。

¹ 内蒙古某某股份有限公司与程某名誉权纠纷案，案号：（2018）沪0112民初9577号。

² 某某房地产经纪有限公司与张某某名誉权纠纷案，案号：（2017）京0108民初5034号。

再次，如果劳动者通过微博或微信发表的负面评论具有较高的转发量与评论数量，或者部分转发与评论的用户确因误导而一同参与发表贬损信息，则法院将更容易通过网络用户的转发和评论数据等客观证据来认定用人单位的名誉受损情况。

最后，如果劳动者所发布的不实信息传播范围仅限于用人单位公司内部，由于相关信息并不能为公司外部的其他人知晓，因此，在审判实践中，法院一般认为，该等负面信息不会造成用人单位的社会评价降低，相应地，发布负面信息的行为也不构成对用人单位名誉权的侵犯。

尽管上述因素对于法院判断劳动者的不实评论是否对所属用人单位的名誉造成负面影响具有重要的参考作用，但落实至每个具体案件时，法院对用人单位名誉受损这一构成要件的判断仍具有较高的自由裁量权，缺乏相对明确的客观标准。

(三) 劳动者对关于所属用人单位的负面评价的发表与传播存在过错

用人单位需要证明，劳动者对于不实言论的发布主观上具有过错。通常情况下，如果劳动者发布的负面评论完全与客观事实不符，且评论中包含有劳动者作出的侮辱用人单位人格的激烈言论，则该等评论本身即可证明劳动者主观上具有通过捏造事实方式贬损用人单位名誉的故意。

二、 用人单位应对劳动者负面不实评论之诉讼建议

如前所述，尽管法人名誉权具有财产属性，但在认定劳动者发表的负面评论是否侵犯所属法人名誉权时，法院一方面会考虑劳动者的行为是否对用人单位造成具体的财产损害后果，另一方也会尊重劳动者言论自由与合理怀疑的权利，适当弱化对用人单位名誉权的保护。正因如此，在发现劳动者存在发表负面不实信息可能损害公司名誉时，用人单位应当及早要求律师介入，协助收集并固定较易灭失的侵权证据，并从以下几方面完成案件的准备工作：

第一，固定侵权行为的具体形态。随着自媒体等网络媒介的快速发展，在名誉权侵权案件中，侵权信息的传播载体越来越多地集中于微博、微信等自媒体平台以及电子邮件等网络媒介。由于该等网络媒介中所保留的电子数据具有易灭失、易篡改的特点，因此，在发现侵权信息时，用人单位应当及时通过公证等方式最大限度地保存侵权信息的具体内容、转载数量、其他用户的评论内容、以及发布者账号等信息。

第二，明确侵权主体。在劳资双方出现剧烈矛盾的情况下，为发泄对用人单位的不满情绪，部分过激的劳动者会选择通过匿名的方式向用人单位的客户/潜在客户或行业中的其他公众散布关于用人单位的负面言论。针对该等情况，用人单位应当在日常用工管理过程中注意收集与保存劳动者的个人手机号码与电子邮箱等联系方式，以便在诉讼程序中向法院证实涉案自媒体账号的所有者与侵权信息的发布者。

第三，确定侵权损失的范围。在名誉权纠纷中，用人单位可以从客户流失与公司业绩下滑等角度出发，收集客户因侵权信息作出解除合同的决定，公司产品销量在侵权信息发布期间的下降数据，或潜在客户因侵权信息而拒绝合作等证据材料，以证明公司因侵权信息而遭

受的实际损失。需要注意的是，在司法实践中，法人名誉权案件的赔偿范围与具体金额仍取决于法院的自由裁量权，需要由法官根据每一案件的具体事实情况酌情确定。

通过上述准备工作，用人单位可以在一定程度上降低原告在法人名誉权案件中的举证难度。但是，如要从根本上解决劳动者贸然发表有损公司名誉言论的情况，还需公司与劳动者建立稳定有效的沟通机制，及时了解劳动者关于公司经营管理方面的意见与情绪，在劳资双方形成激烈的对立立场前，通过信息披露等沟通方式，疏导和化解劳动者的不满情绪，从源头上降低双方之间发生名誉权侵权纠纷的可能性。

特别声明

汉坤律师事务所编写《汉坤法律评述》的目的仅为帮助客户及时了解中国法律及实务的最新动态和发展，上述有关信息不应被看作是特定事务的法律意见或法律依据，上述内容仅供参考。

如您对上述内容有任何问题或建议，请与汉坤黄巍律师（+8621-6080 0967; will.huang@hankunlaw.com）联系。