

吐槽曝光商家是否侵犯名誉权

■圆桌主持 陈宏光

本期嘉宾

上海光大律师事务所 潘轶 上海尚法律师事务所 和晓科

上海中夏律师事务所 李晓茂

主持人:

如今当消费者遭遇不快甚至纠纷的时候,又多了一个发布消费体验的途径,那就是通过微博、短视频等各种平台发布吐槽曝光的内容给予"差评"。

但是,吐槽曝光商家一不小心也可能构成对名誉侵 87

那么,正常"差评"和侵权行为之间的边界何在呢?

商家和消费者都享有名誉权

民事主体享有名誉权。任何组织或者个人不得以侮辱、诽谤等 方式侵害他人的名誉权。

和晓科:公民享有名誉权, 类似公司企业这样的法人是否有 名誉权呢?同样也是有的。

《民法典》第一千零二十四 条规定:民事主体享有名誉权。 任何组织或者个人不得以侮辱、 诽谤等方式侵害他人的名誉权。

名誉是对民事主体的品德、 声望、才能、信用等的社会评价。

《民法典》第一千零二十五 条规定:行为人为公共利益实施 新闻报道、舆论监督等行为,影 响他人名誉的,不承担民事责 任,但是有下列情形之一的除 外:(一)捏造、歪曲事实; (二)对他人提供的严重失实内 容未尽到合理核实义务; (三)使用侮辱性言辞等贬损他 人名誉。 《民法典》第一千零二十六条规定:认定行为人是否尽到前条第二项规定的合理核实义务,应当考虑下列因素:(一)内容来源的可信度;(二)对明显可能引发争议的内容是否进行了必要的调查;(三)内容的时限性;(四)内容与公序良俗的关联性;(五)受害人名誉受贬损的可能性;(六)核实能力和核实成本。

依照法律规定,构成名誉侵权一般需具备四个要件:一是行为人实施了行为,二是该行为造成被侵权人名誉受损、社会评价降低的后果,三是行为与后果之间有因果关系,四是行为人具有过错,即行为人采取了"侮辱、诽谤等方式"。

正常的吐槽和差评不构成侵权

消费者对生产者、经营者、销售者的产品质量或者服务质量 进行批评、评论,不应当认定为侵害他人名誉权。

潘轶: 从《民法典》的相关 规定来看,侵害他人名誉权的重 点在于采取了"侮辱、诽谤等方 式".

所谓侮辱,通常是指用非常 贬损性的语言或行动,公然损害 他人人格、毁坏他人名誉的行

所谓诽谤,则是捏造并散布 某些虚假的事实,破坏他人名 誉。

一般来说,消费者在消费后,对商家的商品或者服务进行评价,哪怕是给予差评,只要没有捏造事实进行诽谤,或者表述方式未到"侮辱"的程度,就不会构成对商家的名誉侵权。

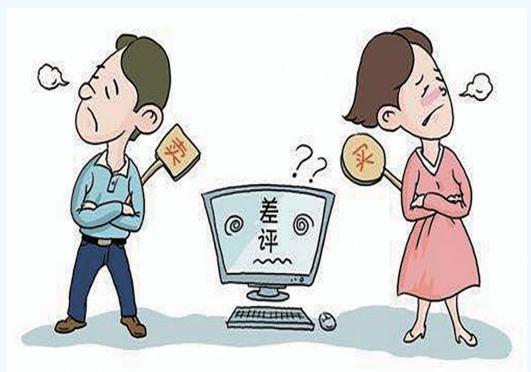
就经营者来说,对于消费者的批评也具有一定的容忍义务。俗话说"忠言逆耳","忠言"尚且逆耳,更别说消费者的戏谑、批评、吐槽和差评了,这些言论在经营者听起来当然是"逆耳"的。

但是,容许一定形式的差评 存在,对其他消费者乃至整个市 场来说是有利的,只有同时容许 好评和差评的存在,才有助于市场的优胜劣汰。

《最高人民法院关于审理名 營权案件若干问题的解释》中也 提到,"消费者对生产者、经营 者、销售者的产品质量或者服务 质量进行批评、评论,不应当认 定为侵害他人名誉权。但借机诽 谤、诋毁,损害其名誉的,应当 认定为侵害名誉权"。

因此,当消费者加油后遭遇机动车故障,且 4S 店检修后认为可能是加油站在汽油中掺水所致时,其有权向加油站经营者反映,也有权发布视频提出批评和质疑。此时加油站可以要求相关部门进行调查,也可以置之不理,但如果此时主张消费者的言论或者视频侵权,很可能无法获得支持。

但是,当相关部门介入检查,排除了汽油掺水的可能后,消费者就不能再继续散布这一不实消息。即便仍然有所质疑,也应当采取理性合法的手段维权,并对之前的视频进行删除,否则就可能侵犯加油站的名誉权。



资料图片

■ 链接

怀疑汽油掺水首次曝光合理 已查证不实仍不删视频侵权

据《法治日报》报道。车辆加完油后,在行驶途中抛锚无法启动,经 4S 店检测怀疑是加油站在汽油中掺水,车主遂在短视频平台发布曝光视频,该行为是否侵权?近日,重庆市武隆区人民法院审结了这起名誉权纠纷案件,认定车主初次曝光视频不构成侵权,但经市场监管部门查证该汽油符合国家标准后仍未及时删除视频,构成侵权

2022年2月16日,李某在武隆某私营加油站购买了95号汽油29升,次日,其车辆发生抛锚、无法启动等情况。车辆4S店检测认为:该车部件没有破损及外观无进水痕迹,车辆无法启动是因为其燃油泵有明显存水,油箱底部有少量水珠,引起燃油泵电机短路。李某经网络搜索该加油站相关评价发现其口碑较差,且疑似有掺水前

2月18日,李某向相关部门 反映了该问题,并在短视频平台发 布视频称该加油站汽油掺水,劝告大家不要前往消费。相关部门立即对该加油站 2 月 11 日进购的 95 号汽油进行了抽样检测,未发现油品存在质量问题,并于 3 月 23 日将合格抽检结果告知李某,但李某未删除视频,并于当晚再次发布相似短视频

加油站负责人刘某在发现上述视频后,认为李某的行为侵害了加油站的名誉权,遂将李某与短视频平台诉至法院,要求两被告删除视频,发布不少于60日的致歉声明,并赔偿原告经济损失、律师费、证据资料费等共计6万元。

法院查明,2月24日,短视频平台收到刘某女儿关于李某视频内容不实的举报后,当即对部分视频作出限制推荐处理的措施。4月1日,李某自行对案涉视频采取隐私处理,其他用户无法浏览、观

庭审中,李某辩称,车辆无法 启动经 48 店检测是因为加注燃油 中存在水分导致,自己是本案的受害者。后通过向12315投诉和发布视频维权,属于事实性陈述,且自己粉丝数量有限,视频发布后不久即删除。该加油站名誉受影响是因其自身销售的油品质量问题所致,而非视频中个别评价所致。

短视频平台公司辩称,公司系 网络服务的提供者,仅提供存储空 间。案涉视频是李某上传发布,公 司作为平台的经营者已尽充分合理 的注意义务,对用户的侵权行为不 构成明知和应知情形。

武隆法院审理后认为,李某首次发布曝光视频的行为,符合普通消费者遭遇损失后的合理吐槽和评价惯例,不构成侵权,但从 2022 年 3 月 24 日起至 4 月 1 日止,在短视频平台上继续发布视频的行为,侵犯了该加油站的名誉权。因短视频平台已及时对案涉视频采取措施,法院遂依法判决李某删除案涉视频,公开发布致歉声明 30 日,并赔偿各项损失共计 1 万元。

不能捏造并散布虚伪事实

如果采取捏造并散布虚伪事实的方式对商家进行评论和批评,除了可能构成民事侵权外,还可能涉嫌刑法上的"损害商业信誉、商品声誉罪"。

李晓茂:由于包括经营者在内的所有民事主体都依法享有名誉权,作为消费者行使评论、批评的权利也应注意把握好度。

如果采取捏造并散布虚伪事实的方式对商家进行评论和批评,除了可能构成民事侵权外,还可能涉嫌刑法上的"损害商业信誉、商品声誉罪"。

《刑法》第二百二十一条规 定:捏造并散布虚伪事实,损害他 人的商业信誉、商品声誉,给他人 造成重大损失或者有其他严重情节 的,处二年以下有期徒刑或者拘役, 并处或者单处罚金。

《关于维护互联网安全的决定》 也明确: "为了维护社会主义市场经 济秩序和社会管理秩序,对有下列行 为之一,构成犯罪的,依照刑法有关 规定追究刑事责任:利用互联网损害 他人商业信誉和商品声誉……"

根据相关规定,捏造并散布虚伪 事实,损害他人的商业信誉、商品声 誉,涉嫌下列情形之一的,应予立

一、给他人造成的直接经济损失

数额在五十万元以上的;

二、虽未达到上述数额标准,但具有下列情形之一的:

1.严重妨害他人正常生产经营活 动或者导致停产、破产的;

2.造成恶劣影响的。

也就是说,消费者正常的评论和 批评不会侵权,但采取侮辱、诽谤等 方式就可能侵权,而一旦捏造并散布 虚伪事实,损害他人的商业信誉、商 品声誉,并且给他人造成重大损失或 者有其他严重情节,甚至还有可能涉 嫌犯罪