

赔礼道歉责任与法人名誉权的救济

蔡立东 杨 晔

【摘要】赔礼道歉责任作为民事权利救济方式，在法人名誉权纠纷案件中被普遍适用。司法实践对赔礼道歉的具体功能认识模糊，学界则认为该责任的功能在于弥补精神损害，法人因不具有精神从而不得请求赔礼道歉。确认赔礼道歉能否作为法人名誉权的救济方式，不当以法人是否具有精神为抉择标准；而应当考察法人名誉权保护与赔礼道歉功能的关系，兼顾加害人与受害人双方利益。赔礼道歉作为衡平性责任，能够适用于救济法人名誉权，但必须严格限定其适用条件。

【关键词】法人名誉权 赔礼道歉 责任 精神损害 公开道歉 利益平衡

【中图分类号】D923 【文献标识码】A 【文章编号】1000-114X(2016)01-0247-10

赔礼道歉是侵害名誉权的责任承担形式之一。在法人名誉权纠纷案件中^①，该项责任被普遍适用，法院对受害人赔礼道歉诉讼请求的支持率高达93%（见表一）。然而具体分析这些案件的法律推理却发现，赔礼道歉对于法人名誉权的救济功能究竟为何并不明确。而目前学界对赔礼道歉责任功能的认识不但不能为判决结论提供合理解释，相反却可能得出法人不得请求赔礼道歉的结论。保障权利实现之责任的混沌不明，反衬出权利内涵与边界的模糊。名誉权是法人的一项重要人格权，为实现制定一部科学民法典的梦想，有必要为赔礼道歉责任适用于救济法人名誉权提供合理解释，明确其边界。

表一：法院支持赔礼道歉请求的案件（个）统计

构成侵害法人 名誉权案件 74	未请求判决赔礼道歉 4 (5%)		
	请求判决赔礼道歉 70 (95%)	法院判决赔礼道歉	65 (93%)
		法院未判决赔礼道歉	5 (7%)

一、法人名誉权纠纷案件中赔礼道歉责任的适用分析

根据对《最高人民法院关于确定民事侵权精神损害赔偿若干问题的解释》（以下简称

《解释》)的权威解读,法人能够请求适用赔礼道歉救济其名誉权。因为对法人人格权的侵害,除了可能造成财产损害以外,也会造成非财产损害。但由于“精神损害”强调人文内涵,所以法人的非财产损害要与自然人的精神损害相区分。否认法人的精神损害,只是不以精神损害赔偿的方式对其非财产损害进行保护。法人人格权受到侵害时,除赔偿经济损失外还可以责令加害人承担消除影响、赔礼道歉、恢复名誉等其他形式的民事责任。^②即司法实践认为,法人存在非财产损害,可以请求赔礼道歉。这虽然在最抽象的意义上认可了法人的非财产损失,但仍然无法确立这种损失的具体内容及其与赔礼道歉责任的对应关系。

在法人名誉权纠纷案件中,赔礼道歉责任虽被普遍适用,法院对该责任的功能却并未形成统一认识。结合受害人的诉讼请求以及法院判决理由与判决内容,法院对该责任的适用方式主要可归为如下两类:

(一) 法院判决公开赔礼道歉作为消除影响、恢复名誉的手段

1. 受害人同时请求消除影响、恢复名誉与赔礼道歉两项侵权责任。

本文收集案件样本中,有77%(50:65)的案件,受害人同时请求消除影响、恢复名誉与赔礼道歉两项侵权责任。其中60%的案件(30:50),法院并未判决恢复名誉,而仅判决赔礼道歉,其中有80%的案件(24:30),法院判决了公开形式的赔礼道歉。然而侵权责任若成立,为受害人消除影响、恢复名誉应当是法院必须考虑的责任承担形式。分析上述判决论理部分,法院实则是将公开道歉作为消除影响、恢复名誉的手段。

表二 受害人请求消除影响、恢复名誉,赔礼道歉责任案件(个)统计

同时请求消除影响、恢复名誉,赔礼道歉责任 50	30	24	法院仅判决公开赔礼道歉
		6	法院仅判决赔礼道歉(非公开)
	20	法院同时判决公开赔礼道歉,消除影响、恢复名誉	

注“公开”系指法院明确要求加害人须将道歉声明发表于公众可知的媒介,如网络、报刊、电视。“非公开”则是指法院未要求加害人将道歉声明发表于公众可知的媒介,而是当庭道歉、书面道歉或仅判决表示歉意而未要求具体形式。^③

(1) 法院在说理部分对于受害人赔礼道歉及恢复名誉、消除影响两项诉讼请求均认定应当予以支持;但判决部分的表述却是,加害人须向受害人公开赔礼道歉,“以此”为受害人恢复名誉、消除影响。^④以“佛山市城南区物业经营管理公司与何国华名誉权纠纷案”^⑤为例,一审法院判决理由部分认为,被告何国华撰写派发《给惠景城全体业主的信》的行为构成了对原告名誉权的侵害,应承担侵权民事责任。故原告请求被告停止侵害、赔礼道歉、恢复名誉、消除影响,有事实和法律依据,应予以支持。法院最终判决:被告须在小区宣传栏上发表对原告的道歉声明,“以消除影响、恢复名誉”。二审法院认为一审法院判决上诉人何国华在适当场合赔礼道歉为被上诉人消除影响、恢复名誉是恰当的,因此维持原判。

与此相类似,有的案件法院在其判决理由中同样明确认为加害人应当为受害人恢复名誉、消除影响,并且赔礼道歉,但却在没有任何说明的情况下最终仅判决公开道歉,甚至没有“以此消除影响、恢复名誉”的措词。

上述法院一方面在侵权责任承担形式的认定上,认为赔礼道歉及消除影响、恢复名誉两项责任均应予以支持;另一方面却又仅判决公开赔礼道歉,可见法院认为公开赔礼道歉的目的在于为

受害人恢复名誉。

(2) 法院认定侵权责任成立便判决公开赔礼道歉，但却对受害人请求的消除影响、恢复名誉是否支持及其理由未做任何说明。以“金模捷科技（深圳）有限公司与喻建华名誉权纠纷案”^⑥为例，一审被告、二审被上诉人喻建华因与一审原告、二审上诉人金模捷公司之间的劳动纠纷，在诸多网络论坛发表了有损该公司名誉的帖子。一审法院驳回了原告诉讼请求。^⑦二审法院则认为：被上诉人发表于论坛中的极端言词构成对上诉人名誉的根本性贬低，已构成对上诉人名誉权的侵害。被上诉人对上诉人名誉权的侵害系通过互联网进行的，其不良影响传播范围较广，给上诉人造成较大影响，被上诉人应在相关传播媒介向上诉人赔礼道歉。但法院对于恢复名誉、消除影响的请求未予任何回应，并最终判决喻建华在其发表有损金模捷公司言论的网络论坛相同位置刊登对该公司的致歉声明。二审法院虽未判决恢复名誉，但说理中已认定加害人的行为给受害人造成了较大影响，因此实际上乃是默认公开赔礼道歉为恢复名誉的手段。

2. 受害人请求公开赔礼道歉，未请求消除影响、恢复名誉。

表三 受害人仅请求公开赔礼道歉案件（个）统计

请求赔礼道歉，但未请求消除影响、恢复名誉 11	请求公开赔礼道歉以消除影响、恢复名誉 4	法院判决公开赔礼道歉	
	请求公开赔礼道歉 7	6	法院判决公开赔礼道歉
		1	法院判决书面赔礼道歉

赔礼道歉在我国立法中是一项独立的侵权责任形式，故法人名誉权纠纷中，受害人当然可以仅请求判决赔礼道歉而不请求恢复名誉。

(1) 在受害人请求公开赔礼道歉，以此为其消除影响、恢复名誉的案件中，法院均认为侵权责任成立，原告要求以公开道歉形式为受害人恢复名誉的请求便合理，并应当予以支持。这说明法院认可以公开道歉形式来恢复名誉。

(2) 在受害人仅请求公开赔礼道歉的案件中，有的法院在判决中明确认为，公开赔礼道歉能够为受害人恢复名誉，因此支持受害人的请求；有的法院则认定侵权责任成立，便判决支持受害人的诉讼请求，而没有其他分析说明。前者法院明确表明了对公开道歉的认识。后者则只能推测法院的态度，公开道歉在实际上能够达到恢复名誉的效果，而法院对侵权责任成立与判决公开道歉之间的逻辑关系未做任何说明的情况下便支持公开道歉，说明法院在很大程度上认可以此方式恢复受害人名誉。

上述案件中，赔礼道歉与恢复名誉、消除影响之间的关系是手段与目的的关系。然而各侵权责任形式本应当是相互独立、功能不同的权利救济途径，它们被单独或合并适用，力图使受害人恢复到未受损害的状态。司法实践中却不注重区分两者，并且通常将赔礼道歉理所当然地作为法人名誉侵权的责任承担形式。

(二) 法院将赔礼道歉作为独立的责任承担形式

在如下三种情况下判决赔礼道歉责任，法院并非将它作为恢复名誉的手段，而是将赔礼道歉作为独立的侵权责任形式予以适用，其应当对救济法人名誉权具有独立意义。

1. 法院在已经判决消除影响、恢复名誉责任的情况下，仍然判决赔礼道歉。

表四 同时判决赔礼道歉，消除影响、恢复名誉责任案件（个）统计

同时判决赔礼道歉，消除影响、恢复名誉 22（34%）	判决公开赔礼道歉	20
	判决赔礼道歉（未要求公开）	2

上述案件中，法院判决加害人在公众媒介上刊登或发表为受害人消除影响、恢复名誉的声明，多数（20：22）会判决于此声明中同时赔礼道歉。但是对于为何判决赔礼道歉，法院均无理论说明，侵权责任成立与承担赔礼道歉责任之间直接建立了因果关系。

2. 加害人在诉前已经为受害人消除影响、恢复名誉，法院仍判决非公开赔礼道歉。

以“某医院诉占某等名誉权纠纷案”^⑧为例，被告占某、薛某曾在天涯等网站发表一篇标题为“揭肿瘤医院黑幕：克扣病人药品月捞40万”的网贴。原告向法院起诉，要求被告停止侵权，以书面形式向原告赔礼道歉，为原告恢复名誉、消除影响。被告已于提起诉讼前，向原告提交了道歉信，并在网上确认原网贴内容与事实不符。对此，原告表示道歉内容不深刻而不接受道歉。法院认为“被告已经于网上发布了澄清公告，原告主张两被告停止侵权的诉讼请求，本院不再处理。原告主张被告以书面形式向原告赔礼道歉的诉讼请求，符合法律规定。”法院没有对原告恢复名誉、消除影响的请求予以说明，可以推断法院认为澄清公告已经达到了恢复名誉的目的，仍判决被告以书面形式向原告赔礼道歉，说明法院应当是接受了原告认为被告道歉不深刻的主张，再次判决道歉应当是要平息原告的不满。^⑨

3. 法院未说明对受害人公开赔礼道歉或恢复名誉的主张不予支持的理由，而仅判决非公开赔礼道歉。

在“郑州大亚实业发展有限公司与王超名誉权纠纷案”^⑩中，王超于大亚公司购得汽车一辆，行驶一段时间后，发现汽车水箱漏水，遂到大亚公司要求免费更换水箱。双方因水箱维修是否在质量保修期内发生纠纷。王超将车辆横放在其大门口处，并在大门处拉扯白布条，布条内容为：“差、差、差！9万元昌河铃木轿车2万公里水箱漏水，厂家、商家无人管，消费者权益何在？”以此要求解决汽车水箱问题。郑州电视台大民生频道对此事亦予以报道。大亚公司提起诉讼请求法院判决王超通过媒体向社会各界承认事实真相，公开赔礼道歉。两审法院均认为，双方因汽车水箱质量问题发生纠纷，王超可以通过正常途径主张其权利，但其采取将车辆横放在大亚公司出入的门口并在该处拉扯横幅的形式，已影响了该公司的正常经营，且主观上存在过错，认定侵害名誉权行为成立。但两审法院均未要求王超为大亚公司澄清事实，仅判决其以书面形式向大亚公司赔礼道歉。受害人要求加害人通过媒体澄清真相，为其恢复名誉，而法院对为何不予支持未作任何论理说明；为何判决书赔礼道歉亦无说明。

上述三种情况下，赔礼道歉不再是消除影响、恢复名誉的手段，因而对法人名誉权具有独立的救济意义。但这种独立功能具体是什么在判决中均无体现；并且如果存在独立功能，法院便必须对支持此责任的理由进行说明。然而实践中的情况却是只要认定侵权责任成立，赔礼道歉责任便可适用。

对司法实践的实证分析表明，赔礼道歉责任的功能非常不明确。司法解释层面，最高人民法院没有解释赔礼道歉与法人非财产损害之间的具体关系。具体实践层面，法院对赔礼道歉责任的适用方式存在分歧。法院或者将公开赔礼道歉作为恢复名誉的手段，或者独立适用。责任的目的是不明确，责任的执行便没有明确标准，这只会造成法律规则的形式虚设。司法实践中，赔礼道歉

责任的强制执行方式是：法院公布判决书的主要内容，要求加害人承担相关费用。但法院公布判决书内容实际上与加害人道歉没有任何可替代性，无非就是“消除影响、恢复名誉”的强制执行方式。

二、赔礼道歉责任与法人名誉权救济的学理主张及其反思

（一）赔礼道歉是否适用于救济法人名誉权的学理主张

与司法解释不同，我国学界目前关于赔礼道歉责任功能的共识性认识乃是弥补精神损害。学界多认为，诸如名誉权这种将精神利益包括于保护范围内的权利，在受到损害时所产生的精神损害，以金钱方式救济并不充分。名誉权所保护的利益范围既包括名誉即社会评价，又包括人基于此评价而享有的精神利益。既然名誉权的保护范围也包括精神上的安宁，那么恢复的手段就不仅有金钱赔偿，赔礼道歉在这方面具有重要意义，其意义甚至超过金钱赔偿。^⑪真正的（纯粹的）赔礼道歉应仅关涉内心感受的表达，也就是表示后悔、对于对方所受伤害表示歉意以及表达引以为戒的意愿。^⑫基于上述观点，法人是否具有精神损害并据此请求赔礼道歉，成为该责任在法人名誉权纠纷中适用的关键。由于《解释》对法人精神损害持否定性立场，因此，结合赔礼道歉责任的功能，已有学者依此进路，提出法人不得请求赔礼道歉。^⑬

依据《解释》第5条，我国司法实践否认法人具有精神损害的具体原因有三：第一，《解释》关于“精神损害”^⑭的理解是：受害人生理、心理、精神、感情上的创伤和痛苦。^⑮法人不具有自然人的情感和思维，不可能产生精神损害，因而在法律上也不享有专属于自然人的精神方面的利益。^⑯第二，自然人的人格权具有“人权”的人文内涵，在这个意义上与法人的人格权具有完全不同的性质。作为一种价值选择，精神损害的概念强调的恰好是这种不同质的东西，即强调自然人人格权中的人文内涵、“人权”属性的精神价值。这是精神损害赔偿法律制度所具有的人文关怀的一面。法人人格权受到侵害时发生的非财产损害与自然人的精神损害这两种不同质的事物归属到同一个逻辑概念中，显然并不恰当。^⑰第三，从损害赔偿的角度来看，企业法人人格权遭受损害的后果本质上是财产损害。其名誉权受损导致的是销售量下降而非精神痛苦。机关团体和事业单位法人虽不同于企业法人，但同样不具备精神感受力。通过对无形财产权的保护或由竞争法间接予以调整，法人人格权利遭受侵害可以得到充分的救济。^⑱

对赔礼道歉功能的上述认识已表明，其与精神损害赔偿功能相同，只是手段相异，且效果优于金钱赔偿。《解释》否认法人可请求精神损害赔偿，最根本的原因是法人没有精神痛苦，因此也就不存在精神损害及其补偿，而赔礼道歉弥补的正是受害人遭受羞辱的痛苦体验。法人既不能产生这种痛苦的感受力，便也不具备接受道歉的感受力。那么即便我国立法与司法解释并无明确规定，依《解释》的逻辑推理，法人应不得请求赔礼道歉。^⑲

（二）对学界主张的反思

上述否认赔礼道歉责任可适用于法人的论证逻辑实际上是以赔礼道歉之于自然人利益及损害的救济的适当性为出发点，由于法人不具备自然人的生理本体，为保证逻辑的一致性，不得请求加害人赔礼道歉。然而若依此论证方式判断赔礼道歉责任对于救济法人名誉权的适用，并不具有说服力。

作为法律论证的前提，法人有无精神，属于解释范畴的问题，并不构成确定赔礼道歉责任能否作为法人权利救济方式的决定性因素。在事实层面，法人没有精神，但同样也没有身体。当言

说法人的行为和不行为时，一定是相关自然人的行为和不行为。唯一的问题是确认这些人的行为和不行为的特殊性，说明为什么这些人的行为和不行为要被解释成作为法人行为或不行为。^{②1}法人并没有身体，但如果个人所表现的有形行为归属法人是可能的话，那么，将精神行为归属于它也一定是可能的。^{②2}将人的行为和精神状态归属于法人，把这些归属规则视为把抽象实体看成是有精神和身体的“认定”规则，是完全适当的。我们没有必要通过讨论“法人的精神”或者“法人的行为”来给予这些规则形而上的解释或者重要意义。^{②3}如果不把精神状态归于法人，法人就没有故意或者过失，侵权法、刑法的规则将无法适用于法人，法人便没有承担相应责任的基础。因此法律需要提供一个制度化的框架，规定什么人在什么情况下的精神状态可归于法人，法人便可能通过归属规则而具有相应的精神。

而即便自然人具有精神，也不是其可以请求赔礼道歉的根本理由。人的任何权利受到侵害，都会对加害人产生不满情绪从而存在精神损害，要求加害人赔礼道歉也都是正当的。很难衡量，一个人重大的财产损失与小范围的名誉受损给其带来的精神困扰相比较哪一个更为严重；也没有理由认为后者一定比前者更应当接受道歉。因此如果法律给予名誉权损害以精神补偿，并不在于产生精神损害本身，而在于相比于其他权利中的精神利益，法律给予其更高的价值。

故此，以法人是否具有精神来决定赔礼道歉责任能否适用于法人名誉侵权的思考方式，在以下方面需要反思。第一，法律具有规范性，而不是对社会关系的复制和描述。法人成为法律上的人，其精神与行为本质上是对其成员精神与行为的解释。法人没有精神只能说描述了法人与自然人的事实层面区别，却无法直接为规范解释提供合理的基础。第二，侵权责任的施加一方面要保护某种利益，一方面则是抑制妨害这种利益的行为自由。制裁措施的选择就是达成这种平衡的实践表达方式^{②4}。赔礼道歉若作为一项制裁措施，其意义不同于道德责任。它不仅仅是宣示性地指导或谴责人的行为，而是以制裁形式的国家权力为后盾的制度性配置，具有强制性与严厉性。因此在没有分析法人名誉利益与价值，赔礼道歉责任目前在我国法人名誉权司法实践中的现状以及它所欲及所能实现目标的情况下，仅以法人没有精神为基点推断法人不能请求赔礼道歉，实有失平衡兼顾。

三、法人名誉利益的保护与赔礼道歉责任的功能定位

分析赔礼道歉责任能否适用于法人名誉权纠纷的进路应当是，明晰受保护的法人名誉利益本身，考察赔礼道歉对该利益的保护功能及其恰当性。

（一）法人名誉权的保护内容

客观上，名誉是他人对我们价值的看法；主观上，则是我们对于他人看法的顾忌。^{②5}名誉的价值是间接的关系性价值，即只有当他人对我们的看法决定性地影响了他们对我们的行为的时候——或者只是有时候这样——他人的看法才具备价值。但是，只要我们和他人生活在一起，他人对我们的看法就会影响到他们对我们的行为。人是社会性动物，尤其在一个分工精细的文明社会中，单独靠个人所能完成的事情少之又少。我们的财产和安全都有赖于社会，而且我们无论做什么事情都需要得到别人的帮助；别人也只有对我们有了信任以后才会跟我们打交道。^{②6}由此他人的看法具有很高的价值，并且越是由陌生人组成的、分工精细复杂的社会，名誉的价值越高，以至于名誉是人生存与发展的社会条件，是人的基本需要。损害名誉实际上是通过贬低人某方面的价值，使他人对其产生反感、轻视、不信任，最终远离此人而不愿与之产生关系。损害名誉是以

为人所知的方式贬低人的关系性价值，可能造成的损害是一个人已建立的或潜在的与人关系，使受害人遭受排斥。

名誉受损使受害人遭受关系上的损害，同时由此而产生精神损失。这种精神损失可归为两类：一类是对可能或已经存在的被排斥境遇的担忧与焦虑，是受害人对与第三人关系的顾虑；另一类是对自身价值遭受加害人不当否认的愤恨，是受害人对加害人行为的情绪反应，不涉及第三人。

就法人而言，名誉利益同样包括上述内容。法人处于各种社会关系之中，社会评价对法人的关系性价值丝毫不难理解。这种关系性价值本质上就是他人的看法给法人带来的利益，并不直接与财产相关。如果将其解释为法人的精神利益，符合广义精神利益说的观点。而即便采纳狭义的精神利益说，法人也仍然可能具有精神利益，承受非财产损害。法人故然不存在情绪，但法人的成员却存在情绪，问题仅是在于能否将这样的情绪归于法人。在日常生活的语境下，法人名誉遭受损害，说法人对此担忧、对加害人表示愤怒，是再正常不过的表达，法人做出或接受赔礼道歉也完全不与生活经验相悖。这实际上就是将法人成员的行为、情绪状态归属于法人的结果。就如同权利义务只能是人的权利义务。法人的权利义务是间接属于法人成员的，只不过是在一个特定方式下所拥有的权利义务，与他们不是法人成员时拥有权利义务的方式不同。^{②6}法人有独立人格，但它不是完全与成员无关的另外一个个体，而是成员经法律秩序调整时，把这种成员关系人格化的产物。法人名誉遭受损害，一定是某些成员对法人名誉状况感到担忧，通过法人内部秩序，促使法人做出维护自身名誉的相应决策。人对名誉有需求才会产生法人对名誉的需求，尊重法人也就是在尊重组成法人的成员，人的情绪也完全能够解释为法人的情绪。

名誉利益，不论是关系利益还是尊重需求，都具有很强的人际性与社会性。因此名誉权保护的价值，一方面对于个人而言，是免于其遭受社会排挤；另一方面对于社会而言，名誉的保护范围及保护方式能够定义与维持一个社会的文明秩序、人与人之间基本关系的结构。^{②7}名誉并不意味着一个人有超出其他人的卓越能力，而是不缺乏一个社会普遍认可的基本品质。因此名誉虽然可以像财产一样经过人的努力而逐步累积，但却不像财产须通过继承或自身行为获得，而可以自始被法律赋予。这意味着法律认可每个人自始便应当具有平等的社会尊重，这是人与人之间和平交往相处的前提。名誉权承载的双重功能对法人也同样适用。尤其是法人自成立时起便应当具有名誉利益，即便它还没有通过自身行为建立起任何名声。

考察法人名誉内容及价值，是确定法律责任的前提和基础。但法人可以具有精神以及名誉具有重要的价值，并不能当然使得赔礼道歉成为法人名誉侵权的恰当责任形式。就法人能否请求赔礼道歉而言，还需要进一步分析的是，赔礼道歉责任在法人名誉权保护中意图实现怎样的功能，其实践功能是否与其预期相符，以此判断它是否是平衡受害人与加害人利益的合理制裁手段。

（二）赔礼道歉责任的功能定位

侵权法中，有各种各样的制裁措施可供使用，但并不是所有这些制裁措施都必定可用来制裁所有处于侵权法调整范围内的行为类型。^{②8}在法人名誉权纠纷中，赔礼道歉责任作为一种制裁措施已然被普遍适用。但赔礼道歉责任的立法初衷以及学界对该责任的认识，只是片面强调其精神损害弥补功能，忽视了道歉本身以及道歉实现的复杂性，造成该责任适用于法人名誉权纠纷在理论解释上难以自洽、实践中无法实现其预期功能的窘境。

《民法通则》之所以将赔礼道歉列为民事责任承担方式之一，是总结了革命老区的经验。“民事纠纷有些就是一口气，赔礼道歉也就解决了，作为民事责任，提高到法律高度，有利于解

决实际中存在的问题，基本上是调解解决，赔礼道歉，对方气消了，也就完了。”²⁹学者多认为，赔礼道歉是指侵权行为人向受害人承认错误，表示歉意，以求得受害人的原谅。同时与一般道义上的赔礼道歉不同，是靠国家强制力保障实施，反映了国家、社会对该不法行为的谴责。运用好赔礼道歉的民事责任方式，可以缓和矛盾，促进当事人之间的团结。³⁰

革命老区经验之说，实则是将赔礼道歉作为调解手段，目的是让受害方平息不满，双方达成和解。作为调解手段的道歉，能否当然成为侵权责任形式，本身就存在疑问。而学者虽然强调道歉责任不同于生活中的道歉，但与老区经验类似的是，赔礼道歉应要达到受害人消气、原谅的程度，以此达到缓解矛盾、促进团结的目的。这种对精神伤痛的弥补功能，乃金钱赔偿所不及。

如果赔礼道歉责任要达到求得对方原谅，平息不满的程度，必须满足受害人多方面的心理需求。这些需求包括：恢复自尊和尊严、确认双方拥有共同的价值观、确认错不在自身、确保双方关系的安全性、亲眼目睹受害者的痛苦、弥补伤害造成的损失、与受伤害者坦诚对话。而满足这些心理需求还需要恰当的方法与步骤，即认错；自责以及表明相关态度如自制、真诚、诚实；解释；补偿。³¹尤其必不可少的，是加害人对自身错误行为的承认与自责以及诚恳谦卑的态度。失败的或不完整的道歉并不比不道歉更好，甚至伤害更大。³²弥补受害人精神痛苦的真诚道歉与强制执行的制裁责任，本身就是相互矛盾的。真诚无需强制，强制就一定不是发自内心的道歉。由此可见，赔礼道歉若要发挥比金钱赔偿更充分、优越的精神损害弥补功能，必将是一个复杂的沟通过程，需要考虑诸多因素，难以在司法过程中实现。

但需要特别强调的是，不必将赔礼道歉责任的功能仅局限于弥补精神损害，就可避免其适用于救济法人名誉权场合面临的困境。同样是道歉，公开道歉的主要功能则有别于私下道歉。私下道歉最重要的便是与对方达成谅解，令对方感到具有诚意是谅解的前提。公开道歉是否有诚意则并不重要，更重要的是行为人承认违背了社会公约或道德公约。后者的社会价值超过了诚意本身。做错事的人可能不喜欢社会公约的条款，但是，只要他们接受了这些条款，哪怕是他们心里再不高兴，或者事后觉得心理不高兴，仍可以说社会秩序占了上风。³³这种公开道歉，虽然功能不在于恢复受害人所受损害，但却能够确认为行为标准、恢复社会价值规范。着眼于名誉权保护的社会性价值，强迫加害人公开承认自身错误，对加害人亦具有惩罚功能。从这个角度，便能够给实践中受侵害法人的请求以及法院的判决，以公开道歉为主提供一个较为合理的解释。同时也不必从精神损害归属的角度，去突破现有的法律框架。

四、结论：赔礼道歉责任在法人名誉权纠纷中的适用条件

转变对赔礼道歉功能的认识，使其不局限于弥补精神损失的解释进路，明确它对法人名誉权保护的功能在于惩罚加害人，重新确认社会秩序。但是必须注意的是，惩罚虽然是侵权责任的功能，但侵权法仍以填补损害为中心，这使得侵权法有别于主要是以惩罚为中心的刑法。前者对加害人的“不法行为”与受害人的“权利”给予同等关注；而后者则主要关注“不法行为”。³⁴制裁措施即是平衡加害人与受害人双方利益的手段，而不能仅以保护受害人利益为中心。对于加害人而言，赔礼道歉责任是对其言论自由的干预。言论自由是《宪法》规定的人之基本权利，它不仅包括说的自由，也包括不说的自由，即不表意自由。法人名誉权纠纷中，法院判决赔礼道歉是以公权力强制加害人向受害人表达歉意，是对加害人不表意自由的限制。虽然不表意自由并非不可限制，但是对加害人自由的限制应当与受害人权利的保护相适应，赔礼道歉应为衡平性责

任，必须对该责任适用于法人名誉权救济作出严格限制，且法院对该责任的适用有论证义务。

第一，适用赔礼道歉责任，以公开形式为必要。公开赔礼道歉，只要求形式上的道歉，并不要求加害人的真诚与悔过。因此虽然是对加害人不表意自由的限制，但并不戕害其内心自由。

第二，适用赔礼道歉责任，以补足恢复名誉的不足为必要。必须明确区分公开赔礼道歉责任与恢复名誉责任，不当将公开赔礼道歉作为恢复名誉的手段。名誉权受到损害，首要应当选择的侵权责任形式，是为受害人恢复名誉。赔礼道歉在我国民法中既然是独立的侵权责任形式，且如上文分析，它在法人名誉权纠纷中亦具备独立的功能，即使它在一定程度上能够恢复名誉，也不应当将其作为恢复名誉责任的手段。否则，混淆两者不但与立法规定及侵权责任的基本原理相违背，同时也是对加害人不表意自由的无视。

第三，适用赔礼道歉责任，以加害人具有恶意为必要。公开赔礼道歉责任的惩罚性表明，其功能不是侵权法的核心功能，也不是法人名誉利益保护的核心功能。在其他类型侵权责任已能够充分实现法人名誉保护的情况下，须应当有特殊的理由说明为何一定要强制加害人道歉。加害人的恶意，是施加惩罚的一个合理原因。恶意表明加害人的言论仅以损害法人名誉为目的，对公众获得信息、参与社会生活讨论没有任何益处。加害人实施如此恶劣的侵权行为，其不表意自由的利益便没有再予维护的必要。法院对此应当结合案件事实，对加害人的恶意予以认定与论证。

①本文以北大法宝数据库收录的司法案例为实证分析数据来源，检索民事案由中的“名誉权纠纷”，统计了其中法人名誉权纠纷司法案例，一审案件的二审与再审与一审归为同一案件。据此检索与统计方法，共收集法院判决构成侵害法人名誉权案件74个。

②唐德华《最高人民法院〈关于确定民事侵权精神损害赔偿责任若干问题的解释〉的理解与适用》，北京：人民法院出版社，2001年，第52~53页。

③目前我国立法与司法解释中并没有对赔礼道歉责任形式的规定，因此本文所指的“公开”与“非公开”乃是根据法院判决归纳，并为论述方便而做的分类。

公开赔礼道歉	61 (87%)	
非公开赔礼道歉	书面赔礼道歉	4 (5.7%)
	当庭赔礼道歉	1 (1.4%)
	仅判决表示歉意，未明确具体形式	4 (5.7%)

④在法院仅判决加害人承担“公开赔礼道歉责任”的36个案件中，此类型案件最多，共计15个。

⑤一审：广东省佛山市禅城区人民法院（2004）佛禅法民一初字第505号民事判决；二审：广东省佛山市中级人民法院（2004）佛中法民一终字第667号民事判决书。北大法宝引证码：CLI.C.60433。

⑥一审：深圳市宝安区人民法院（2010）深宝法民一

初字第4872号民事判决；二审：深圳市中级人民法院（2011）深中法民一终字第587号。北大法宝引证码：CLI.C.843673。

⑦一审法院认为：庭审中，被告对自身的行为进行深刻的反省和认识，亦表示其已停止在网上发表对原告有关言论。原、被告之间的劳动争议经判决后，原告已主动履行判决内容。法院基于双方的行为认为两纠纷已化解，故驳回了原告诉讼请求。一审法院实际上混淆了劳动纠纷与名誉权纠纷，原告虽然履行了劳动纠纷判决，但于网络论坛中发表的言论仍有可能侵害被告名誉权，在未对言论进行认定的情况下，仅因原告劳动纠纷判决的履行便认定被告名誉侵权行为不成立是不妥当的。

⑧上海市徐汇区人民法院民事判决书（2012）徐民一（民）初字第3215号。北大法宝引证码：CLI.C.855183。

⑨类似的案件：四川省眉山美琪乐食品有限公司诉内蒙古伊利实业股份有限公司侵害名誉权案，一审：四川省眉山县人民法院（1998）眉民初字第9-67号，二审：四川省眉山地区中级人民法院（1999）眉中民终字第4号。北大法宝引证码：CLI.C.232426。该案中，伊利公司在有电视台报道的情况下，认定美琪乐公司制造、销售假冒伊利雪糕。但在美琪乐公司提起

诉讼前,伊利公司又肯定了美琪乐公司未造假并在电视台播出。因此法院认为伊利公司已经为美琪乐公司消除影响、恢复名誉,对此请求未予支持。但二审判决在法院主持下由伊利公司向美琪乐公司赔礼道歉。

⑩一审:河南省郑州市高新技术产业开发区人民法院(2008)开民初字第1464号民事判决。二审:河南省郑州市中级人民法院民事判决书(2009)郑民一终字第1649号。北大法宝引证号:CLI.C.211545。

⑪⑫葛云松 《民法上的赔礼道歉责任及其强制执行》,北京 《法学研究》,2011年第2期,第118、118页。

⑬⑭葛云松 《赔礼道歉民事责任的适用》,上海:《法学》,2013年第5期,97~98、97~98页。

⑮学界对精神损害的认识存在两种学说。《解释》采纳“狭义说”,认为精神损害本质上是一种非财产损害,是指受害人或其近亲属因加害人格权的行为而导致的生理、心理、精神、感情上的创伤和痛苦。只存在于自然人身上,并以悲伤、忧虑、绝望等形式表现出来。精神痛苦是精神损害赔偿的基础和前提。“广义说”则认为精神损害包括“精神痛苦”与“精神利益”的损失,法人虽无精神痛苦,但是有精神利益。在法律上精神这一概念主要是指精神活动,系与精神损害的法律后果亦即精神损害赔偿联系在一起使用,以确定其在法律上之意义。法律上的精神活动是指与法律上的财产流转活动相对应的活动,包括生理上或心理上的活动和维护精神利益的活动。法人作为拟制的法律人格,不存在生理上的精神活动,但存在保持和维护精神利益的精神活动。参见注②书,第49~50页。王冠玺 《法人精神损害赔偿请求权问题再探索——基于比较法上的观察》,长春 《法制与社会发展》2010年第5期,第119页。

⑯参见张新宝 《精神损害赔偿制度研究》,北京:法律出版社,2012年,第72~73页。杨立新、朱呈义、薛东方 《精神损害赔偿以最高人民法院精神损害赔偿司法解释为中心》,北京:人民法院出版社,2004年,第20页。

⑰国务院法制办公室 《中华人民共和国损害赔偿法典》,北京:中国法制出版社,2012年,第129页。

⑱参见注⑮杨立新等书,第118~119页。注⑲唐德华书,第52~53页 “司法实践的发展应当与本土资源密切结合。我国在历史上没有法治的传统和权利观

念,社会公众的权利意识处于萌芽发展中。加强对人的尊严和价值的保护,是社会进步的迫切需求,也是审判实践亟待解决的问题。为此《解释》突出对自然人人格权益的保护,从而使加强人权的司法理念得到切实贯彻。”

⑳参见注⑮杨立新等书,第118~119页。

㉑㉒㉓参见[奥]凯尔森 《法与国家的一般理论》,沈宗灵译,北京:商务印书馆,2013年,第157、166、162页。

㉔参见[澳]皮特·凯恩 《法律与道德中的责任》,罗李华译,北京:商务印书馆,2008年,第220~221页。

㉕㉖㉗参见[澳]皮特·凯恩 《侵权法解剖》,汪志刚译,北京:北京大学出版社,2010年,第17、16、118页。

㉘㉙[德]叔本华 《人生的智慧》,韦启昌译,北京:中央编译出版社,2011年,第67、72页。

㉚参见 Robert C. Post, *The Social Foundations of Defamation Law: Reputation and the Constitution*, *California Law Review*, Vol. 74, No. 3, p. 711.

㉛姚辉、段睿 《“赔礼道歉”的异化与回归》,北京:《中国人民大学学报》,2012年第2期,第105页。

㉜杨立新 《侵权损害赔偿》,北京:法律出版社,2008年,第360~361页。车辉 《非财产损害赔偿问题研究》,北京:法律出版社,2011年,第264~265页。

㉝参见[美]阿伦·拉扎尔 《道歉》,王绍祥译,北京:商务印书馆,2008年,第51、87、127页。道歉有几个潜在的组成部分,它们各自相互独立地影响着道歉的效果:承担责任、表达遗憾、承诺自制、提供补偿。参见 Jennifer K. Robbennolt, *Apologies and Legal Settlement: An Empirical Examination*, *Michigan Law Review*, Vol. 102, No. 3, p. 479.

㉞参见注⑲Jennifer K. Robbennolt文, p. 495.

㉟注⑲阿伦·拉扎尔书,第141页。

作者简介:蔡立东,吉林大学法学院教授、博士生导师;杨 晔,吉林大学法学院博士生。长春 130012

[责任编辑 周联合]