

# 网络公关异化行为主体的法律责任

李 论

沈阳工业大学文法学院, 辽宁 沈阳 110870

**摘要:**随着网络科技的迅速发展,网络公关已经成为各大企业或者组织营造自身形象、提升产品声誉的重要手段,但近些年来,公关行业出现很多为牟取利益而采用不正当手段的公关行为,即网络公关异化行为,其幕后操纵者和执行主体共同损害了公众和企业的利益,破坏了市场秩序,亟需规制。目前我国对于此类行为的规制,主要依靠传统法律规范,但是法律的滞后性使得规范主体范围过小,很多新型违法行为不能得到有效规制。为了更好应对网络公关异化乱象,通过分析幕后操纵者和执行主体在现行立法中的法律责任,使网络公关异化行为法律风险明晰化,也为多角度规制网络公关异化行为提供理论基础。规制网络公关异化乱象,仅靠司法规制远远不够,需要建立政府、公众和媒体的联合监管体系,多方位抵制网络公关异化。

**关键词:**网络公关;异化;法律责任

## 一、问题的提出

自媒体时代的到来使得企业口碑和个人形象愈发重要,其背后的商业利益也逐渐显现,网络公关应运而生,企业和个人开始借助网络公关进行产品的宣传与营销,争取更大的市场份额。根据中国国际公共关系协会(CIPRA)2020年度调查报告显示,虽然新冠疫情的暴发给中国公关行业带来了很大的冲击,很多线下公关公司的业务受到很大影响,但是总体而言2020年度中国公关市场利润依然呈现上升趋势,这说明市场对于公关行业尤其是网络公关的需求不断扩大。正是由于网络公关背后强大的商业价值、商业利益,使得各大企业纷纷涉足网络公关,但是与此同时,也导致公关行业鱼龙混杂,出现很多企业为了夺取更大的市场份额联合不法网络公关通过捏造虚假事实、删除不利信息等不正当手段进行企业形象的打造与产品的营销,将本来正常的企业竞争演变成各大网络公关之间的竞争,严重损害了市场秩序,也使得网络公关行业风气每况愈下、乌烟瘴气。

针对网络空间诸多乱象,国家网信办2021年开展“清朗”系列专项行动,全面清理网络乱象,其中严厉打击以招募网络写手、网络兼职、网络作家为名进行虚假信息捏造、散布的传播活动,这对于网络公关制造谣言、虚假营销等不正当公关行为起到了一定的规制作用,但是由于网络

空间的虚拟性、无国界性等特点使得网络公关异化乱象的规制依然存在困难。<sup>[1]</sup>

## 二、网络公关异化行为的研究现状

网络公关是时代发展的产物,作为一种新兴的事物,虽然目前国内还没有针对网络公关异化行为的专著,但是其发展迅猛、主体复杂,已经吸引了国内外很多学者对其进行研究,其中主要是以公共关系学、新闻传播学和法学领域为主,学者们从不同研究视角提出了自己的见解以及规范措施。例如中南财经政法大学苏忠林教授的《网络公关异化治理机制研究》从法学的角度提出网络公关异化行为侵犯了公众的表达权和知情权,并对其进行了基本的论述,此外,苏教授还以网络舆情监控的视角在《网络公关异化治理研究:一个多元协同的视角》中就网络公关异化行为产生的原因和危害做了详尽地阐述;广西互联网新闻传播研究中心王永翔的《浅谈非法网络公关的现状、危害及其治理》一文则是从新闻传播学的角度对网络公关异化行为的治理路径提出了五个方面的建议,其中包括完善相关法律法规、自律与他律相结合、网民媒介素养的提高、信息公开以及网络整治力度的加强;<sup>[2]</sup>此外,董天策和章琴丽还从案例分析的角度出发,在《网络公关为何成为不正当竞争手段?》中探讨了网络公关异化行为形成的主要原因以及规范措施;还有一些学者从刑法规制的视角对网络公关异化行为进行了研究,例如胡东

阳的《非法网络公关行为刑法规制的困境与出路》一文，总结了网络公关异化行为的具体表现以及目前刑法对于规制网络公关异化行为存在罪与非罪的界限难把握、不同传播主体的刑事责任难认定等困境。

### 三、网络公关异化行为释义

与很多新兴事物一样，网络公关目前还没有一个确定、完善的定义。根据学界目前对于网络公关的定义，可以将其描述为：网络公关是指企业或者组织为了加强自身与公众的双向沟通、营造企业或者组织的形象，以网络技术为依托，在自媒体平台或者社交软件上进行的一系列传播活动，网络公关与传统公关的本质和目的存在很大的相似性，但是与传统公关相比，传播主体更为复杂、受众群年轻化、传播渠道更为多样、传播效果更显著。

“异化”一词，源于拉丁文，属于哲学和社会学名词，根据《新华字典》对于异化一词的解释，异化含疏远、脱离之意，再结合哲学的解释，异化是指主体发展到一定阶段，由主体分化产生出的一种异化力量，它会阻碍主体的发展，而这种异化力量就是本文所探讨的“网络公关异化行为”。网络公关异化行为是正常网络公关行为的变异，是一种偏离正常轨道的公关行为，与非法网络公关相比，虽然不是所有的网络公关异化行为都是违法行为，但是它更需要行业自律和网络相关部门的监管，以避免网络公关异化行为向非法网络公关行为甚至是网络犯罪行为演变。

### 四、网络公关异化行为各主体的法律责任

网络公关异化行为主要有虚假营销、网络攻击行为和有偿删帖三种表现形式，其中涉及幕后操纵者和执行主体两类，幕后操纵者一般潜藏较深，不易发现，因此很多关于网络公关恶意攻击竞争对手的案件最后一般是由个人或者直接执行主体承担。对于媒体来说，网络消息十分庞杂，对于每一条消息尽到审查义务缺乏实际操作，也不符合权利义务对等的原则，所以对于媒体来说应该适当减轻法律责任，对于幕后操纵者或者执行主体的法律责任，还应根据相关法律进一步确定。

(一) 媒体。媒体作为信息传播媒介，它的作用就是让消息及时准确地到达受众，虽然不应对其侵权行为承担责任，但是根据《民法典》第一千一百九十五条的规定，民事主体（包括自然人、法人或者其他组织）有证据证明媒体信息与事

实不符，侵害其民事权益的，有权请求该媒体采取删除、屏蔽等措施，即该媒体负有删除义务，否则将视为侵权。此外，《民法典》第一千一百九十六和一千一百九十七条还增加了网络媒体转送通知的义务，进一步规定了网络主体侵权责任的动态流程，优化了受害方的救济渠道，明确了网络媒体在得知侵权行为后应采取的必要措施的范围。与此同时，民事主体还可以请求网络媒体配合其回应的行使，即网络媒体有及时免费为相关事宜做更正的义务。《民法典》的这些规定从一定程度上保护了民事主体的名誉权，防止侵权事件进一步发酵，此时若网络媒体不履行相关义务，很有可能要与幕后操纵者和其他行为主体共同承担责任。

(二) 幕后操纵者。北京师范大学新闻传播学院喻国明教授在2020年发布的《网络恶意推动传播现象舆情追踪与监测研究报告》中指出，近些年来电商行业在逐步取代汽车食品等行业，已经成为互联网领域传播乱象的重灾区，而企业之间的正常竞争秩序也被网络黑公关的产业链条扰乱，“假货洼地”等污名传播泛滥，再次把网络公关异化乱象推向高潮，幕后金主在这一系列传播活动中起着至关重要的作用，但是由于网络自身的公开性使得幕后金主通常在事情发酵后可以全身而退，很难锁定。根据我国《反不正当竞争法》第十一条和十三条的规定，损害竞争对手企业信誉或者商品声誉的行为，需要承担10万元以上，但不超过300万元的罚款。但是这些罚款与幕后金主的获利相比，实际上是微不足道的。众所周知，企业规模越大，被网络攻击之后损失的利益就越大，相比于一些小企业，大企业更具有被抹黑的价值，虽然事后会对侵权人进行相应的处罚，但是企业形象的损失是很难恢复的，甚至在很长一段时间会失去消费者的信任，这其中损失的商业利益是无法用金钱衡量的。由此可见，《反不正当竞争法》对幕后操纵者的处罚力度是很难遏制竞争对手的二次攻击的，无法抵制此类不正当竞争行为。

(三) 执行主体与幕后操纵者的共同责任。在网络公关异化行为中，网络水军、有偿删帖公司和“枪手”通常是网络公关异化行为的直接执行者，也被称为网络公关异化行为的“前台”，在侵权行为中通常与幕后操纵者共同承担民事责任和刑事责任。

1. 刑事责任。虽然将网络公关异化行为纳入《刑法》进行规制是最强有力的手段，但是其可行

性还需斟酌,一方面,直接将网络公关异化行为归入《刑法》规制是否会阻碍公关行业的发展、是否会过多限制正常的公关行为;另一方面,网络公关异化行为中什么行为应当满足罪的构成要件、如何界定罪与非罪的界限、对于哪些行为适用哪些罪名和刑罚等,目前来说都是《刑法》规制的困境。根据《刑法》中对于侮辱罪和诽谤罪的规定,此二罪的犯罪对象只能是特定人,因此网络公关或者幕后操纵者捏造事实损害企业信誉的行为不能构成本罪。根据相关司法解释的规定,幕后操纵者指使他人通过网络空间散布虚假事实损害他人名誉的行为应该推定为诽谤罪的教唆犯,对直接责任人员进行处罚。除了幕后操纵者的刑事责任,网络水军、删帖公司和枪手还可能构成非法经营罪,根据相关司法解释的规定,以营利为目的的网络公关公司、营销公司或者网络推手等未经允许在网络上有偿发布虚假信息或者删除信息、扰乱市场秩序的行为构成非法经营罪;另外,删帖公司以删除或者发布帖子为由,要挟他人索要财物的行为还可能构成敲诈勒索罪,而公关公司和幕后操纵者捏造事实、散布虚假信息的行为构成损害企业信誉、商品声誉罪。

2. 民事责任。根据《民法典》第一千一百六十八条的规定,二人以上共同实施侵权行为造成他人民事权益受损,承担连带责任,因此,网络公关公司和幕后操纵者共同实施侵权行为,需要承担连带责任。一方面,公关公司在实施侵权行为过程中,合成图片或者声音形成虚假信息进行传播的,可能侵犯他人的肖像权或者声音权;另一方面,网络公关如果公然针对特定人或者企业实施诽谤或者侮辱行为使其声誉受到损害或者社会评价降低的,可能构成对名誉权的侵犯。

#### 五、网络公关异化行为法律规制的新路径

(一) 言论自由与名誉权的平衡。根据我国《宪法》第三十五条的规定,言论自由是公民的基本权利,任何公民都有批评和建议的权利,世界各国也都承认了公民自由表达的权利。对于商品而言,消费者自然有权利对商品的性价比、质量等内容进行评价甚至是批评,但是这并不等于任何言论的发表都是完全自由的,笔者认为对于网络公关异化行为中言论自由和名誉权的平衡,关键在于一般言论与企业之间商业性的攻击言论不能混为一谈,公众的一般言论具有很高的社会价值,因此自然需要《宪法》给予最大限度的保护,政府和法律都不能过多干预,否则会阻碍社会的发

展,但是商业言论不然,商业言论往往与企业或者个人利益息息相关,与公共利益的紧密性稍弱,因此对于商业言论的限制要超越公众的一般性言论。如何平衡好言论自由与公共利益、企业、个人之间的关系是法律规制目前面临的一大困境。笔者认为,言论自由和名誉权的平衡问题,就是适用法律之间的界限问题,《宪法》始终要保护公民的言论自由,要将《宪法》赋予公民的基本权利价值作为界限,当言论对国家、企业或者社会的公共利益造成重大损害时,可能就需要《反不正当竞争法》或者《刑法》进行调整,而在《刑法》进行规制时,言论侵犯的范围、严重程度或者转发数量、点击数量都应该列入罪刑的考量因素。

(二) 惩罚力度与侵害权益的平衡。贝卡利亚认为,刑罚的目的在于制止犯罪,只有罪刑均衡才能实现这一目的。损害商业信誉、商品声誉罪中犯罪人一般基于利欲性动机,可以剥夺犯罪所得及实施犯罪的资本,使他们感到无利可图,从而收到良好的效果。<sup>[3]</sup>随着自媒体时代的到来,企业的形象不光代表着产品质量的高低,同时也具有很大的商业价值,具有的商业价值越大,在被竞争者恶意攻击之后遭受的经济损失也就越大,而此时惩罚犯罪行为的力度就应该更大,只有这样才能做到罪当其罚、罚当其罪。而矛盾的是,我国相关法律在对此类网络攻击行为进行惩罚时,惩罚的力度远不及企业遭受的经济损失。以全国第一起损害商誉案为例,造成康姿百德公司直接经济损失1211247.6元,4名被告人判处刑期10个月至14个月,罚金均不到一万元,由此可见,网络公关恶意攻击企业的行为犯罪成本低,受害企业所受的经济损失也几乎得不到赔偿。针对此种现象,笔者认为应该加大附带民事诉讼的赔偿力度,根据我国《刑法》的规定,附带民事诉讼赔偿的范围并不包括非物质损失,因此,根据现有的计算方法,可以被侵权企业的直接经济损失和间接经济损失尽可能地全面的赔偿,不仅包括已经遭受的损失还应包括可以预见的即将遭受的损失,这样才能更好地实现罪当其罚、罚当其罪。

#### 参考文献

- [1] 习近平出席第二届世界互联网大会开幕式并发表主旨演讲[J]. 世界知识, 2016(1):1.
- [2] 王永翔. 浅谈非法网络公关的现状、危害及其治理[J]. 经济与社会发展, 2014, 12(6):63-65.
- [3] 张鑫. 网络公关异化行为的刑法规制[D]. 上海:华东政法大学, 2015.