

# 体育人才协议中的道德条款研究

## ——兼论道德条款义务与运动员权利的协调

钱思雯

(常熟理工学院 经济与管理学院, 江苏 苏州 215500)

**摘 要:** 道德条款是体育赞助合同与运动员协议的重要组成部分, 通过规范运动员赛场内外行为保障赞助方与俱乐部利益, 有利于提升运动员素质、维护体育行业形象、弘扬体育道德风尚、促进体育产业发展。体育人才协议中的道德条款对运动员私人生活及合法权利造成一定程度的限制, 其正当性源于合同目的、权利义务均衡性、议价能力、权利性质等因素。但模糊化、标准化的道德条款又可能过度介入运动员私人生活, 侵犯运动员言论自由与隐私权等公民基本权利, 需要在契约自由与公民权利之间划定合理界限。缺乏评价标准的道德条款将导致合同的不确定性, 对缔约双方及行业发展均产生负面影响, 建议借他山之石, 通过比较分析法、历史分析法和实证分析法, 梳理总结国外道德条款的产生、发展、制定、执行经验, 为完善我国体育人才协议中的道德条款提供借鉴。

**关 键 词:** 道德条款; 体育道德; 赛场外行为; 赞助合同; 运动员权利

**中图分类号:** G80-05 **文献标志码:** A **文章编号:** 1006-7116(2020)01-0046-07

### Research on morals clauses in sports talent agreements

#### ——Also on the coordination of morals clause obligations and athlete's rights

QIAN Si-wen

(School of Economics and Management, Changshu Institute of Technology, Suzhou 215500, China)

**Abstract:** Morals clause is an important constituent part of sports sponsorship contracts and athlete agreements. Ensuring sponsor and club interest by standardizing athlete's on-field and off-field behaviors is conducive to improving athlete quality, maintaining sports industry image, promoting sports morals atmosphere, and boosting sports industry development. Morals clauses in sports talent agreements cause restrictions to athlete's private life and legitimate rights to a certain degree, their legitimacy originates from factors such contract purpose, balance of rights and obligations, bargaining ability, right attribute, etc. But blurred or standardized morals clauses may overly intervene athlete's private life, violate athlete's basic civil rights such as freedom of speech and privacy right etc, a reasonable line needs to be drawn between freedom of contract and civil rights. Morals clauses lacking in evaluation standards will cause contract uncertainty, and produce negative effects to both contracting parties and industry development. The author proposed to learn from foreign experience, to collate and summarize foreign experience in the production, development, establishment and execution of morals clauses by means of comparative analysis, historical analysis and dialectic analysis, so as to provide reference for perfecting morals clauses in Chinese sports talent agreements.

**Key words:** morals clause; sports morals; off-field behavior; sponsorship contract; athlete's right

体育是社会发展和人类进步的重要标志, 是综合国力和文明程度的重要体现<sup>[1]</sup>。体育道德是建设体

育强国的重要组成部分, 是社会主义核心价值观在体育领域的表现, 对运动员赛场内外行为提出了更高要

收稿日期: 2019-06-18

基金项目: 教育部人文社科项目(17YJA840018)。

作者简介: 钱思雯(1986-), 女, 副教授, 博士, 研究方向: 体育法、科技法、商事法。E-mail: qswcslg@126.com

求。随着互联网和社交媒体的快速发展,运动员负面行为传播更加迅捷广泛,对俱乐部和赞助方的不利影响更为显著,造成的经济损失更为巨大。道德条款可以对运动员赛场内外行为的合法性与道德性进行有效约束,运动员违反道德条款将导致合同解除、支付违约金等法律后果,从而维护俱乐部与赞助方的形象与利益。道德条款多为格式条款且内容宽泛,俱乐部与赞助方自由裁量权高,运动员对自身言行后果缺乏预判,易导致道德条款与运动员基本权利之间的冲突。国外体育人才协议中的道德条款研究与实践相对成熟,对运动员个人及整个行业发展均起到积极的推动作用:一方面有利于规范运动员赛场内外行为、提升运动员综合素质、保障缔约双方合法权益;另一方面有利于弘扬良好的体育道德风尚、规范体育市场秩序、推动体育产业发展。目前我国学术界与实务界对体育人才协议中道德条款缺乏关注,①导致制定条款时缺乏沟通协商,发生争议时亦无审查标准,道德条款义务与运动员个人自由的界限模糊,不利于运动员权利的保障。随着我国体育产业的不断发展壮大及体育道德风尚的不断弘扬,道德条款在体育领域的作用更为突出,有必要加强体育人才协议中道德条款研究与运用,并明确其与运动员基本权利之间的合理界限。

## 1 道德条款及其在体育人才协议中的运用

### 1.1 道德条款概述

道德条款是人才协议的重要组成部分,人才协议常见于娱乐、体育等领域,系演员、导演、运动员等人才方与俱乐部、赞助方、电影公司等非人才方之间就用工关系、赞助关系等签署的协议。通过该协议,非人才方利用人才方的名誉与形象建立起产品、品牌的熟悉感与信誉度,人才方则获得高额收益。由于人才方形象与非人才方经济利益具有密切联系,非人才方通过在人才协议中规定道德条款对人才方行为进行约束,当人才方出现不良行为时非人才方可单方面终止合同或采取惩罚性措施以最大限度减少对自身利益的损害<sup>[2]</sup>。

道德条款最早产生于娱乐业,20世纪初派拉蒙电影公司与喜剧演员罗斯科签署了一份价值300万美元的合同后不久,罗斯科就被指控强奸并涉嫌谋杀。虽然后来被判决无罪,但其公众形象仍受到严重损害,导致派拉蒙电影公司利益严重受损。该事件促使电影公司纷纷在合同中增加道德条款,如环球影城明确要求演员和导演签署道德条款,承诺自身行为不会引发在公众道德方面的不良影响。20世纪40年代末到60年代初,道德条款进入快速发展阶段。由于美国麦肯

锡时期在意识形态方面的严格控制,“政治正确”被纳入公众道德领域,以“好莱坞十人案”为典型,法院将所谓“政治不正确”的共产主义活动认定为不符合公众道德,引发了一系列围绕道德条款的诉讼。近年来,随着互联网与社交媒体的发展,人才方声誉与品牌、公司的经济利益联系愈发紧密,失当言行通过媒体网络放大极易造成严重影响,道德条款逐渐成为各类人才协议中的标准条款<sup>[3]</sup>,一般要求人才方行为符合“公众惯例和道德”,并保证不会从事任何导致公众“仇恨”“蔑视”“奚落”或“贬低”其社会地位的行为,不会使公众产生“普遍偏见”<sup>[4]</sup>。实践中,性丑闻、吸毒、家庭暴力、不当言论等行为均可能触发道德条款导致合同终止。

道德条款除明示规定外,还往往默示地体现在雇佣合同或劳动合同中。雇佣合同中,雇员对雇主负有默示的忠诚义务,从而对雇员言行做出限制<sup>[5]</sup>;而劳动合同中,用人单位规章制度对劳动者职业道德乃至更广泛层面上的行为进行约束,诸如聚众闹事、言语侮辱他人等行为都可能以“严重违反用人单位规章制度”为由被解除劳动合同<sup>[6]</sup>。然而,不同于对竞业禁止条款严格的司法审查,现有研究与司法实践并未确立道德条款妥当性审查标准,导致道德条款司法适用的不确定性,雇员和劳动者合法权利无法得到保障。

### 1.2 道德条款在体育人才协议中的运用

体育人才协议主要包括体育赞助合同和运动员协议两类<sup>②</sup>,分别用来调整运动员与赞助方、俱乐部等主体之间的法律关系,道德条款在其中发挥了不可替代的作用。体育业具有与娱乐业类似的特点,运动员形象与赞助方、俱乐部形象紧密联系并涉及高额经济利益,如2012年勒布朗·詹姆斯从耐克公司获得1500万美元代言收入,而其签名的运动鞋仅在美国出售的价值就超过1000万美元<sup>[7]</sup>。随着体育产业规模的不断扩大,运动员、俱乐部、赞助方等成为利益共同体,运动员行为妥当与俱乐部、赞助方的经济利益存在密切关联,因而俱乐部、赞助方越来越多地寻求对运动员场外行为的控制<sup>[8]</sup>。调查显示,1997—2003年美国体育赞助合同中包含道德条款的比例从低于50%上升到75%;近年来,道德条款更是成为各类运动员协议的标准规范<sup>[9]</sup>,如全美橄榄球联盟(NFL)在标准合同中要求球员承诺赛场内外行为得体,并获得公众的尊重和认可,若球员违反道德条款造成不良影响,俱乐部有权终止合同<sup>[10]</sup>。

道德条款一般可以分为“不良行为条款”(Bad Behavior Clauses)与“声誉影响条款”(Reputational Impact Clauses)两类,前者禁止某些特定违法或违反道

德的行为,后者则更为宽泛地考察行为导致的负面影响<sup>[3]</sup>。体育行业具有区别于其他行业的特殊性,除涉及高额经济利益外,运动员具有年龄普遍偏小、成熟度相对偏低等特点,往往被视为高风险雇员或代言人<sup>[11]</sup>,因此通过在体育人才协议中规定道德条款可有效减少风险<sup>[9]</sup>。从行为类型来看,犯罪、道德败坏、未通过药物测试以及言行造成不良公众影响成为体育人才协议中违反道德条款的主要事件<sup>[12]</sup>,如泰格·伍兹性丑闻、阿姆斯特朗兴奋剂事件直接导致佳得乐、耐克等公司终止赞助合同。从行为后果看,当运动员造成有损声誉的不良影响时,俱乐部有权单方面终止合同并解雇球员,俱乐部掌握裁量权且并不考虑是否造成实际损失<sup>[3]</sup>。

相较于其他行业,体育行业中道德条款在内容上也具有特殊性。除一般违反道德的情形外,还有场外饮酒、从事导致或加重受伤的活动等体育领域的特殊情形<sup>[13]</sup>,甚至还包括运动员满足“硬汉”形象等特殊要求以及对运动员行为的特殊规定。典型例子即 1922 年洋基队要求美国职业棒球运动员贝比鲁斯戒酒并在比赛期间必须于凌晨 1 点前睡觉,否则洋基队可采取相应法律措施<sup>[14]</sup>。

违反道德条款将导致合同解除、禁赛、追回所得、支付违约金等后果<sup>[15]</sup>,对运动员权利影响巨大。过去,道德条款在签订合同过程中往往被忽略,但随着与运动员形象、声誉捆绑的经济利益越来越大,道德条款的重要性愈发凸显。合理拟定的道德条款能有效保障俱乐部和赞助方利益,当运动员发生不当行为后可通过解除合同将自身形象与运动员形象迅速“解绑”避免进一步经济损失,甚至能通过“追回条款”或违约金条款追回赞助费用甚至获得违约赔偿。相反,制定不当的道德条款可能对俱乐部、赞助方利益造成严重损害,如前新泽西篮网队的球星杰森·威廉姆斯在 2002 年被指控过失杀人,但由于威廉姆斯与篮网队签订的道德条款将不当行为限于故意犯罪,即便其被指控为过失杀人导致名誉受损,篮网队也无法终止合同,威廉姆斯仍能取得数百万美元的报酬<sup>[16]</sup>。类似情况还发生在克里斯·韦伯与赞助方斐乐公司之间,双方签订的道德条款将不当行为限于“定罪”,因此面对韦伯因非法持有大麻而被逮捕的情形,斐乐公司无法根据道德条款终止合同<sup>[17]</sup>。

实践中,道德条款的范围取决于运动员与赞助方、俱乐部之间的力量博弈。从赞助方或俱乐部角度而言,道德条款越宽泛就越有利于保障自身利益,避免运动员不当行为带来的不确定性,故其更倾向于以“任何涉及道德败坏的行为”等宽泛语言对道德条款做出表述<sup>[16]</sup>;而运动员则更希望限缩道德条款范围,并对不

当行为做出列举式规定,以增强合同的明确性与可预见性,减少被解除合同的可能<sup>[17]</sup>。随着我国体育产业在万亿级道路上不断前进,道德条款在提升运动员综合素养、弘扬良好体育道德风尚、推动产业健康有序发展方面的作用将更为显著,应高度重视体育人才协议中道德条款的拟定,形成行业指导规则以减少法律纠纷。

## 2 体育人才协议中道德条款的正当性

我国《体育法》第 33 条规定体育竞赛实行公平竞争原则,并要求体育竞赛的组织者和运动员、教练员、裁判员应当遵守体育道德,不得弄虚作假、营私舞弊。从文义看,体育道德主要是指职业道德,但是否进一步包括个人品德、社会公德、家庭美德仍待明确。《体育法》对体育道德系原则性规定,缺乏法律后果及拘束力。而道德条款以合同形式对运动员赛场内外行为进行约束,除运动员职业道德外,更是扩展到个人品德、社会公德、家庭美德等方面,其对权利限制的广泛性与缔约主体地位的不对等性存在冲突。对此,需要分别从体育赞助合同和运动员协议两方面针对合同目的、权利义务均衡性、议价能力、权利性质等因素对体育人才协议中道德条款的正当性基础进行考察。

### 2.1 体育赞助合同中道德条款的正当性

体育赞助合同的主要目的是赞助方通过支付对价将运动员个人形象与赞助方公司、品牌形象建立联系,借运动员良好的个人形象推广产品<sup>[18]</sup>。具体而言,赞助方通过赞助合同使品牌与具备某种特质的运动员联系在一起,建立消费者品牌联想,可显著提高品牌形象从而提升品牌效益。运动员因不当行为损害品牌形象将直接导致赞助合同主要目的不能实现,产生合同解除的法律后果。

从权利义务均衡性看,受赞助方一般是俱乐部、球队或者运动员个人,体育赞助合同为其带来高额的经济收入。知名运动员赞助费用相当高昂且呈高速增长趋势,1984 年耐克公司与 NBA 球星迈克尔·乔丹签订的 5 年期赞助合同价值 250 万美元,而 2003 年耐克公司与尚为高中生的勒布朗·詹姆斯签订的多年合同价值更是高达 9 000 万美元<sup>[19]</sup>。然而,由于运动员普遍年龄较轻,行为的不稳定性与不可预测性较强,赞助方通过道德条款在运动员出现不当行为时获得合同解除权,及时将品牌形象与运动员形象进行切割,以维护品牌利益,符合权利义务均衡的原则。如阿姆斯特朗的车队仅在 2001—2004 年就获得美国邮政高达 3 100 万美元的赞助费<sup>[20]</sup>,但在兴奋剂事件曝光后,各大赞助方立即终止了赞助合同,阿姆斯特朗经济利益遭到严重

损失。由此可见，赞助合同涉及的巨额经济利益以及运动员行为与品牌利益的密切绑定关系为赞助合同对运动员行为的限制提供了正当性，运动员通过赞助合同获得的利益与其个人义务相匹配。

此外，赞助合同并不一定为格式合同，缔约双方议价能力因人而异，知名运动员或俱乐部、球队具有更高的议价权。更有甚者，由于赞助合同在人才方与赞助方之间建立的联想是双向的，赞助方的负面新闻也会导致人才方形象受损，具有议价权的人才方甚至可在合同中签订“反向道德条款”以避免赞助方形象对人才方声誉的损害<sup>[16]</sup>。因而在赞助合同签订过程中，双方意思自治仍然居主要地位，双方协商一致的道德条款具有正当性。

## 2.2 运动员协议中道德条款的正当性

道德条款还常见于运动员协议中，即运动员与球队、俱乐部等主体间的劳动合同或雇佣合同中。美国职业体育领域运动员协议较为完善，主要通过集体谈判形成包括道德条款在内的标准合同。如美国职业棒球联盟(MLB)规定球员严重损害棒球运动最大利益的行为或将导致处分；美国职业篮球联赛(NBA)要求球员在赛场内外始终遵照诚实、道德、公平竞争和体育道德的最高标准行事，不得作出任何有损俱乐部或协会最大利益的行为<sup>[10]</sup>；美国职业冰球联赛(NHL)要求球员具有遵照最高标准的诚信、道德、公平竞争的体育精神，不得从事任何有损俱乐部、联盟或职业冰球比赛最佳利益的行为。

区别于体育赞助合同，运动员协议中的道德条款更缺乏协商空间，标准条款中“最大利益”“最高标准”等表述进一步强化了俱乐部对运动员行为的控制及自由裁量权<sup>[9]</sup>。无论运动员协议的性质属于雇佣合同亦或劳动合同，运动员下班后的行为在多大程度上受俱乐部规定的限制均无定论。根据比例原则，对雇员、劳动者私人生活与个人权利的限制需要具备公平性与合理性<sup>③</sup>。如劳动者在休息时间采用何种交通工具上下班系个人行为，不受作为内部劳动规则的单位规章制度约束<sup>[21]</sup>，但若劳动者个人行为对用人单位形象、声誉造成了损害，也可能导致劳动合同解除<sup>[22]</sup>。具体到体育领域，运动员对俱乐部具有一定程度的从属性与依附性，主要体现在对运动员的日常管理、转会限制等方面。如在日常管理中，俱乐部通常会控制运动员的饮食、酒精与药物摄入，并通过运动员协议、《运动员守则》《球员守则》等对运动员行为加以规范。基于体育行业的特殊性，上述对运动员与职业活动相关的行为规范具有公平性与合理性，然而，运动员协议中道德条款对运动员更广泛层面上尤其是道德领域行为

的规范是否存在正当性仍存在争议<sup>[8]</sup>。

对于运动员协议中道德条款的正当性基础应当根据运动员行为性质分别判断，可进一步将运动员赛场内外行为区分为违法行为、违反体育行业规范行为以及一般意义上违反道德行为3类，杀人、强奸等违法行为以及服用兴奋剂等违反行业规范的行为必定会触发俱乐部合同解除权，此时道德条款系对法律与行业规范的重申具有正当性；而针对第三类行为则不能一概而论，酗酒、性丑闻、不当言论等一般意义上违反道德的行为应根据合同目的、权利义务均衡性及议价能力确定，并进一步结合道德条款的限制范围、事件后果、运动员个体等因素具体分析。

总之，无论是体育赞助合同亦或是运动员协议，基于合同自由理念，以合同形式对运动员私生活及个人行为进行限制并无不妥。但存在两个例外情况：一是上述限制违反法律强制性规定；二是上述限制属于格式条款，并造成对运动员主要权利的限制。而在对运动员主要权利的判断上，则需要进一步分析梳理，从而更好地协调道德条款义务与运动员权利。

## 3 道德条款义务与运动员权利的协调

尽管体育人才协议中道德条款存在正当性基础，但由于其涉及运动员个人私生活及道德领域，并与人格权、言论自由等宪法规定的公民基本权利密切联系，势必面临契约自由与运动员权利的碰撞。道德条款内容的广泛性与运动员基本权利之间存在模糊地带，如道德条款中的禁婚条款因违反婚姻自由而无效，言论限制条款却被认为具有一定程度的合理性<sup>[23]</sup>。此外，道德条款多为格式条款，判断道德条款对运动员言论自由等基本权利的限制是否构成限制运动员“主要权利”，需要对道德条款的可执行性与公平性进行考察，确定判断道德条款妥当性的客观标准，以便更好地保障运动员基本权利。

### 3.1 道德条款与运动员言论自由的协调

言论自由系公民基本的宪法权利，但并非不受限制，言论自由行为不得损害国家、社会、集体的利益和其他公民合法的自由和权利。而随着社交媒体的不断普及，运动员言论的传播速度与影响力日益增强，其争议性言论会给赞助方或俱乐部等带来负面影响。因此，赞助方或俱乐部以道德条款对运动员言论进行一定程度限制，引发道德条款与言论自由之间的碰撞。

运动员发表不当言论往往导致赞助合同解除等后果，如菲律宾拳王帕奎奥公开发表侮辱同性恋言论导致耐克公司终止与其长达10年的赞助合约；门登霍尔在推特上发表对拉登的评价也导致汉伯公司终止赞助

合同并引发诉讼。在运动员协议中,俱乐部根据道德条款更是对运动员不当言论作出处罚,如西雅图水手队球员史蒂夫·克莱文格在推特上发表歧视黑人的言论被处以禁赛处罚<sup>[10]</sup>。更有甚者,俱乐部在一定范围内禁止或限制运动员发表言论,如全美橄榄球联盟(NFL)在球赛前夕至结束这段时间内禁止运动员使用社交媒体<sup>[24]</sup>;中国职业篮球联赛(CBA)在新赛季联赛纪律准则中也加强了对运动员言论的规范,要求运动员不得在公共场合、接受媒体采访、电视评论时,或借助个人微信、微博、博客、网站等各类社交媒体平台,发布严重有损于联赛战略合作伙伴的负面消息、散播虚假信息或发表不当言论,最高可罚款 300 万元。

然而,道德条款与言论自由的边界并不清晰,过于宽泛的道德条款使运动员对自身言论缺乏预判性与控制力,更带来权利边界的不确定性。道德条款以“公众惯例和道德”对运动员言论进行限制,但一些争议性言论往往带来正反两方面评价,难以确定是否违反大多数人公认的道德标准并造成“道德败坏”的负面后果。在门登霍尔诉汉伯公司一案中,门登霍尔通过推特发表对拉登之死的评论引起公众较大反响,但其言论是否构成道德条款中规定的“卷入任何倾向于使其声名狼藉、受到蔑视、产生丑闻或被嘲笑的事件,或卷入任何倾向于震惊、侮辱或冒犯大多数消费者或任何受保护群体的事件”存在较大争议,法院认为该项事实并不清楚而无法作出判决<sup>④</sup>。最终,门登霍尔与汉伯公司之间通过不公开的调解解决了纠纷。即便是针对同一事实发表不同观点,如支持堕胎与反对堕胎这两种截然相反的观点,均有可能产生争议并触发道德条款。此外,言论自由受社会历史环境影响较大,同一言论在不同时期、不同国家、不同种族间可能受到截然不同的评价,如 1966 年拳王阿里因拒绝服役并公开批评越战被判处 5 年监禁并吊销拳击执照和冠军头衔,但如今阿里却被视为独立自由的代表;又如对同性恋的态度也随着时代发展而改变,目前全美篮球协会(NBA)和全美橄榄球联盟(NFL)均对歧视同性恋言行持强硬立场<sup>[25]</sup>。

基于言论自由的特殊性与道德条款的模糊性,为保障运动员言论自由,使其发表言论具备可预见性,一个可行方案是将政府官员言论自由范围作为参考标准。在对运动员言论妥当性发生争议时,由运动员举证证明自身言论符合政府官员言论自由标准,而无需证明赞助方或俱乐部解除合同违反诚实信用或公共政策,从而减轻运动员举证责任。当运动员证明自身言论应受保护后,举证责任转移到赞助方或俱乐部,由其证明运动员言论与赞助合同或运动员协议的目的相

违背。根据上述标准,若运动员发表谴责杀害动物、抵制皮革的言论,从言论本身而言,符合一般政府官员言论标准,应当受到保护。但若该运动员为奢侈手袋和皮具配件公司作代言,则上述言论违背了赞助合同目的,对赞助方商誉和形象造成严重损坏,可认定为违反了道德条款<sup>[25]</sup>。

即便以政府官员言论范围作为参考,基于道德的弹性与易变性,特定言论造成的舆论影响不可预测,当面对道德条款范围及妥当性争议时,目前尚无公认的判断标准。对此,有观点认为应根据运动员个人情况采取主观标准,即审查特定运动员的具体行为及其事后应对措施,审查赞助方或俱乐部面对运动员之前类似行为时有无触发道德条款等<sup>[17]</sup>。但主观标准并未解决道德条款模糊性以及赞助方或俱乐部自由裁量权过大的问题,且“道德”概念也随着社会发展而不断变化,更恰当的方式是采取客观标准,在判断运动员某一行为是否破坏赞助方或俱乐部形象时,通过理性第三人标准并结合缔约双方合理期待确定罚款、禁赛、解除合同等不同程度的后果<sup>[13]</sup>。

因此,为保障运动员言论自由并提供可预见标准,减少道德条款与言论自由的冲突,根本解决方式是细化道德条款,对发表言论的方式、内容、影响等作出具体规定,以避免在界定言论性质时发生对事实问题的争议。发生争议时,由法院或仲裁机构结合双方议价能力、合理期待、权利义务均衡性以及所处社会环境价值体系对道德条款公平性进行综合分析。

### 3.2 道德条款与运动员隐私权的协调

道德条款与运动员基本权利碰撞的另一个重要领域系隐私权,道德条款对运动员私生活进行限制,性丑闻、吸毒、酗酒、拍摄裸照等行为都可能造成赞助方品牌声誉贬损或导致运动员“名誉扫地”。当运动员隐私在非自愿情况下曝光,触发道德条款并导致合同解除,产生了道德条款与运动员隐私保障之间的冲突,即运动员签署道德条款是否意味着在一定程度上放弃了隐私权?

支持道德条款超越隐私权的理由主要包括以下 3 方面:一是公众人物的隐私权限制。隐私权作为一项基本公民权利受到法律严格保护,但公众人物的隐私权因公众利益考量而受到限制,公众人物必须承担一定程度的容忍义务。运动员作为公众人物,其私生活受到广泛关注,基于社会责任在一定程度上放弃了隐私权<sup>⑤</sup>。二是运动员权利与义务的均衡性。运动员通过运动员协议或赞助合同获得远超一般人的经济收入,尤其是知名运动员获得的经济利益更是数额巨大,并且运动员获得经济利益的基础与其私人形象、场外

行为密切相关,运动员隐私权要作出让步,如泰格·伍兹出轨事件破坏了赞助方需要的居家形象导致赞助合同终止<sup>[13]</sup>。三是赞助方或用人方知情权需要。基于运动员的商业价值,赞助方与用人方有权了解与运动员形象有关的私人生活,故可通过明示或默示的方式要求运动员放弃隐私权,运动员签署道德条款即被认为是默示放弃了隐私权<sup>[14]</sup>。

然而,签署道德条款与运动员放弃隐私权之间并不能划上等号,除非运动员明确表示放弃隐私权,仅仅承诺遵循良好的行为规范并不代表其默示放弃隐私权。道德条款与隐私权并不矛盾,运动员有权要求侵犯其隐私权者承担相应责任,如在运动员本人并无过错的情况下因裸照或性取向泄露引发不良社会影响,导致人才协议被解除造成运动员经济损失的,应当由侵权者加以赔偿。运动员与非人才方签署道德条款与他人对运动员隐私的侵犯系不同法律关系,不应加以混淆。此外,当运动员系未成年人时对其隐私的保护则应当更进一步,并不因签署道德条款而改变。

综上,在划定道德条款与运动员基本权利界限的过程中,应当回归至格式条款内容控制规则,结合诚实信用等民法基本原则判断道德条款是否对运动员主要权利造成限制;还要充分考虑到体育人才协议的特殊性,结合合同目的、权利性质、合理期待等标准对道德条款的可执行性与公平性进行考察,以便更好地保障运动员基本权利。

作为体育赞助合同与运动员协议的重要组成部分,道德条款在国外体育人才协议中被广泛使用,在提升运动员综合素质、规范体育市场秩序、促进体育产业发展、弘扬体育道德风尚等方面发挥了举足轻重的作用。道德条款在内容上广泛介入运动员私生活与赛场外行为,很难界定权利义务界限;在形式上往往以格式条款出现,缔约双方实力并不均衡;在本质上受不同社会历史文化影响,不存在放之四海而皆准的适用规则。因此,基于道德条款广泛性、标准性、易变性的特点,不当的道德条款极易导致缔约双方权利义务失衡,增加了合同的不确定性,引发运动员与赞助方、俱乐部之间的争端,不利于体育产业的健康有序发展以及良好体育道德风尚的培育。

“中国梦”的实现离不开中华体育精神和体育道德风尚的弘扬,也离不开完善的法律制度保障,亟待从学术上加强对道德条款制定及执行问题的研究,并在实务中确立道德条款妥当性审查标准,不断发展完善道德条款,为构建良好的体育道德环境奠定基础。在道德条款的具体运用过程中,一方面,制定条款时

要强化运动员与赞助方、俱乐部之间的沟通协调,明确道德条款范围与法律后果,提高合同确定性;另一方面,发生争议时法院或仲裁机构应当采取理性第三人标准,结合合同目的、议价能力、权利义务均衡性及社会价值体系等多重因素对道德条款的合理性进行综合判断,确立对道德条款妥当性的客观审查标准,以维护缔约双方合法权益。通过构建良好的道德条款争端解决机制和评价体系,使道德条款在保障赞助方、俱乐部利益的同时又充分尊重运动员基本权益,在推动体育产业发展、加强新时代体育道德建设、弘扬中华体育精神、实现“中国梦”的过程中发挥更重要作用。

### 注释:

① 通过“中国知网”以“道德条款”为关键词进行搜索,国内现有学术研究中,仅有孙良国、杨艳在《体育赞助合同中的道德条款研究》一文中对体育赞助合同中道德条款的界定、原因、效力、法律后果进行介绍,并未见更深层次、更广范围的研究,与国外体育法、娱乐法中对道德条款的深入研究和高度重视形成鲜明对比。通过“中国裁判文书网”以“体育道德”等为关键词进行搜索,相关案例集中于运动员赛场内犯规行为,未见涉及赛场外行为的公开案例。

② 由于职业运动员与球队、俱乐部之间的法律关系并未有统一性,故本研究以运动员协议泛指各类条件下运动员与球队、俱乐部等主体之间的劳动合同或雇佣合同。参见朱文英. 职业足球运动员转会的法律适用[J]. 体育科学, 2014, 34(1): 41-47; 杨天红. 论职业运动员与俱乐部间法律关系的定位——与朱文英教授商榷[J]. 中国体育科技, 2015, 51(3): 139-144; 谢丽媛. 劳动法视角下职业足球运动员的权利保障问题探析[J]. 河北体育学院学报, 2018, 32(1): 28-34。

③ 如江苏省在《关于审理劳动争议案件的指导意见》第19条中规定:用人单位以劳动者严重违反规章制度为由解除劳动合同的,人民法院、仲裁机构应当审查用人单位规章制度的制定程序是否合法、劳动者的违纪行为在规章制度中是否有明确规定、规章制度对劳动者严重违纪行为的规定是否公平合理等,以判断劳动者是否属于严重违反用人单位规章制度、用人单位解除劳动合同的行为是否合法有效。

④ Mendenhall v. Hanesbrands, Inc., 856 F. Supp. 2d 717, 720 (M.D.N.C. 2012)。

⑤ Carlisle v. Fawcett Publ'ns, Inc., 201 Cal.App.2d 733, 746-47(1962)。

## 参考文献:

- [1] 习近平. 发展体育运动增强人民体质 促进群众体育和竞技体育全面发展[EB/OL]. (2013-09-01) [2019-05-18]. <http://cpc.people.com.cn/n/2013/0901/c64094-22763488.html>.
- [2] KATZ S D. Reputations-A lifetime to build, seconds to destroy: Maximizing the mutually protective value of morals clauses in talent agreements[J]. *Cardozo Journal of International and Comparative Law*, 2011, 20(1): 190-191.
- [3] ABRIL P S, GREENE N. Contracting correctness: A rubric for analyzing morality clauses[J]. *Washington and Lee Law Review*, 2017, 74(1): 3-75.
- [4] HILL S O. How to protect your brand when your spokesperson is behaving badly: Morals clauses in spokesperson agreements[J]. *Federal Lawyer*, 2010, 57(1): 14-17.
- [5] 杨益章, 李凌云, 杨鹏飞. 忠实义务下的雇员言论边界[J]. *交大法学*, 2018(2): 98-99.
- [6] 赵书博, 鲁文娟. 劳动者“负面曝光”舆论与用人单位单方辞退关系探究[J]. *中国应用法学*, 2018(3): 32-45.
- [7] Why big brands spend so much on athlete endorsements[EB/OL]. [2019-5-20]. <http://opendorse.com/blog/why-big-brands-spend-so-much-on-athlete-endorsements>.
- [8] CZARNOTA P A. Athlete privacy rights and endorsement contracts: An analysis of US, UK, and Australian law[J]. *Virginia Sports and Entertainment Law Journal*, 2012, 11(2): 465-470.
- [9] PINGUELO F M, CEDRONE T D. Morals? Who cares about morals? An examination of morals clauses in talent contracts and what talent needs to know[J]. *Seton Hall Journal of Sports and Entertainment Law*, 2009, 19(2): 347-380.
- [10] BROWN S, BRISON N. More than an athlete constitutional and contractual analysis of activism in professional sports[J]. *Arizona State University Sports and Entertainment Law Journal*, 2018, 7(2): 249-289.
- [11] ALSMADI S. The power of celebrity endorsement in brand choice: An empirical study of consumer attitudes[J]. *Journal of Accounting, Business & Management*, 2006, 13(1): 69-84.
- [12] MURRAY J H. Morality clauses and escrow accounts in sports contracts[J]. *Virginia Sports and Entertainment Law Journal*, 2018, 17(2): 123.
- [13] DAVIES C. The international world of sport and the liability for off-field indiscretions[J]. *Bond Law Review*, 2011, 23(1): 41-68.
- [14] TAYLOR P L, PINGUELO F M, CEDRONE T D. The reverse-morals clause: The unique way to save talent's reputation and money in a new era of corporate crimes and scandals[J]. *Cardozo Arts & Entertainment Law Journal*, 2010, 28(1): 75-76.
- [15] ZARRIELLO A. A call to the bullpen: Alternatives to the morality clause as endorsement companies' main protection against athletic scandal[J]. *Boston College Law Review*, 2015, 56(1): 389-432.
- [16] AUERBACH D. Morals clauses as corporate protection in athlete endorsement contracts[J]. *DePaul Journal of Sports Law & Contemporary Problems*, 2005, 3(1): 1-18.
- [17] KAMENETSKY C. The need for strict morality clauses in endorsement contracts[J]. *Pace Intellectual Property, Sports & Entertainment Law Forum*, 2017, 7(1): 289-307.
- [18] JAGODIC T, MATEŠA Z. Basic elements of a sponsorship contract in sport[J]. *Zbornik Radova Pravnog Fakulteta Splitu*, 2018, 55(2): 277.
- [19] RUIHLEY B J, RUNYAN R C, LEAR K E. The use of sport celebrities in advertising: A replication and extension[J]. *Sport Marketing Quarterly*, 2010, 19(3): 133.
- [20] FORTUNATO J A. Sponsorship implications of the lance armstrong v. USPS lawsuit[J]. *Berkeley Journal of Entertainment and Sports Law*, 2014, 3(1): 74-75.
- [21] 中华人民共和国最高人民法院公报. 张建明诉京隆科技(苏州)公司支付赔偿金纠纷案[EB/OL]. [2019-5-20]. <http://gongbao.court.gov.cn/Details/f02068537dc6b3d08659ec478bdfba.html?sw=黑车>.
- [22] 朱军. 认定“严重违反劳动规章制度”的因素及规范构成——基于相关案例的实证分析[J]. *法学*, 2018(7): 174.
- [23] 孙良国, 杨艳. 体育赞助合同中的道德条款研究[J]. *体育与科学*, 2016, 37(1): 26-27.
- [24] ABRIL P S, LEVIN A, RIEGO A D. Blurred boundaries: Social media privacy and the twenty-first-century employee[J]. *American Business Law Journal*, 2012, 49(1): 90.
- [25] CLARK T J. An inherent contradiction: Corporate discretion in morals clause enforcement[J]. *Louisiana Law Review*, 2017, 78(1): 1-67.