

善用社交媒體，認清法律責任

2017年5月5日

資料來源：香港貿發局周訊

避免侵犯知識產權

社交媒體內容受多項香港法例約束，俞海泯表示：「企業或品牌在社交媒體上載產品廣告，便受《商品說明條例》的規管，而香港海關是執法機關。對於所提供的使用年期、原產地等產品資料，必須正確無誤。海關亦會採取『放蛇』行動，揭發廣告的失實陳述。」

在自家的版面上，企業或品牌亦不可上載其他品牌的商標或相似的商標，否則會違反商標法，有些情況則例外。「若然內容涉及多個品牌產品的比較，客觀地陳述事實，而沒有貶低任何品牌的意圖，便不構成法律責任。」



俞海泯表示，社交媒體內容受多項香港法例約束，企業或品牌必須留意。

處理侵權或誹謗投訴

另外，版面管理人上載內容前要先三思，別以為立刻刪除有可能抵觸版權法、商標法或誹謗法等條例的內容，便可解決問題。俞海泯解釋道：「因為只要內容曾被瘋傳，其他用戶便有可能已擷取畫面、社交網站經營商已儲存備份，搜尋器結果亦會有相關記錄。若然知識產權持有人從法律追討侵權或誹謗責任，他們可以追查內容上載者的IP地址，然後向法院申請手令，要求網絡供應商公開上載者的資料。」

若然涉及誹謗，上載內容者能以「無知的散播消息者」(Innocent Disseminator)為抗辯理由，但要證明自己不知道內容含有誹謗成份，或因一時疏忽沒有發現內容含有誹謗成份。不過，若然當時人已接獲內容涉及誹謗的通知，而沒有刪除相關內容，便會構成誹謗。社交網站經營商或平台供應商則受法例保護，當它們收到版權人的投訴通知時，只要刪除用戶所上載的內容，便可免除相關的法律責任。



若然知識產權持有人從法律追討侵權或誹謗責任，他們可以追查內容上載者的 IP 地址，然後向法庭申請手令，要求網絡供應商公開上載者的資料。

抽獎、比賽涉法律事項

如企業或品牌透過社交網站舉辦抽獎活動，便要向影視及娛樂事務管理處領取《推廣生意的競賽牌照》，而比賽活動則不受此限。此外，企業會為抽獎或比賽活動設定規則，建議就相關內容徵詢法律意見。

企業或品牌若透過任何一項活動收集個人資料，便要遵從個人資料(私隱)條例。俞海泯說：「收集個人名字及電話號碼，足已構成收集個人資料。主辦單位只可收集與活動相關的個人資料，而所收集的個人資料只限於該項活動所用，不可另作其他用途，或把個人資料轉售。企業可參考《六項保障資料原則》，涵蓋收集、保存、使用以至銷毀個人資料的整個生命週期。」

他又指出，很多員工不知道在社交網站留言會帶來甚麼後果，因而上載不利品牌的訊息，或言論公司的是非，「禁止員工使用社交媒體已不合時宜，現時，他們要運用社交媒體與客戶保持聯絡。因此，企業要教育員工，灌輸相關的法律責任和安全性問題，以免損害企業或品牌形象，同時避免員工受到網上欺凌或『被起底』。企業宜制定一套專用的社交媒體政策讓員工遵守，同時也可避免日後發生爭拗而帶來法律訴訟。」



企業透過社交網站舉辦抽獎活動或比賽時，建議就活動規則內容徵詢法律意見。