

經營社群媒體涉及之著作權議題

📍 112年度著作權知識推廣暨社群網路宣導



眾勤法律事務所
JOIN INTL LAW OFFICES

眾勤法律事務所

陳全正 合夥律師/副所長

2023年07月28日

陳全正律師

LAWYER



眾勤法律事務所
副所長/合夥律師

☎ (02)2508-0830 分機104

☎ 0921-112-482

✉ [Line ID : legaldrug47](https://www.line.me/tw/ID/legaldrug47)

✉ max@joinlaw.com.tw

資格

台灣律師

文化部文創產業中介經紀人資格

資策會個人資料管理師 (TPIPAS)

資策會個人資料內評師 (TPIPAS)

資策會個人資料驗證師 (TPIPAS)

新竹律師公會科技律師培訓合格

經濟部無形資產評價師

中華工商研究院智慧資產侵害分析師

智慧財產局智財人員專業能力認證 (TIPA)

現任

中華民國律師公會全國聯合會智慧財產權委員會 委員

中華民國律師公會全國聯合會法治教育委員會 委員

Taiwan Startup Hub新創基地 諮詢業師

文化部創意產業輔導陪伴計畫 顧問

經濟部中小企業處創新創業計畫 顧問

青創總會中小企業榮譽律師

主要經歷

普華商務法律事務所 (PwC Legal Taiwan) 律師/ 經理

國立清華大學科技法律研究所 講師

私立文化大學推廣部 講師

經濟部2017智慧城鄉創意競賽業師

行政院新創基地_新創團隊創業導師

社團法人新竹律師公會 副秘書長

南星創速器 (South Star Xelerator) 創業導師

文化部文創增值工作營 (基礎及進階課程) 課程講師

交通部觀光局旅館及租賃業區別法律專案研究助理

Taiwan Startup Hub新創基地、社企聚落、公司治理協會、工研院、台經院、桃園工商協進會等
組織講師，並曾擔任多家國內大型企業及公務機關法顧、演講及教育訓練講師

目錄contents

01

著作權基本觀念解析

02

社群媒體之實務問題解析

03

著作權法律責任及實務

04

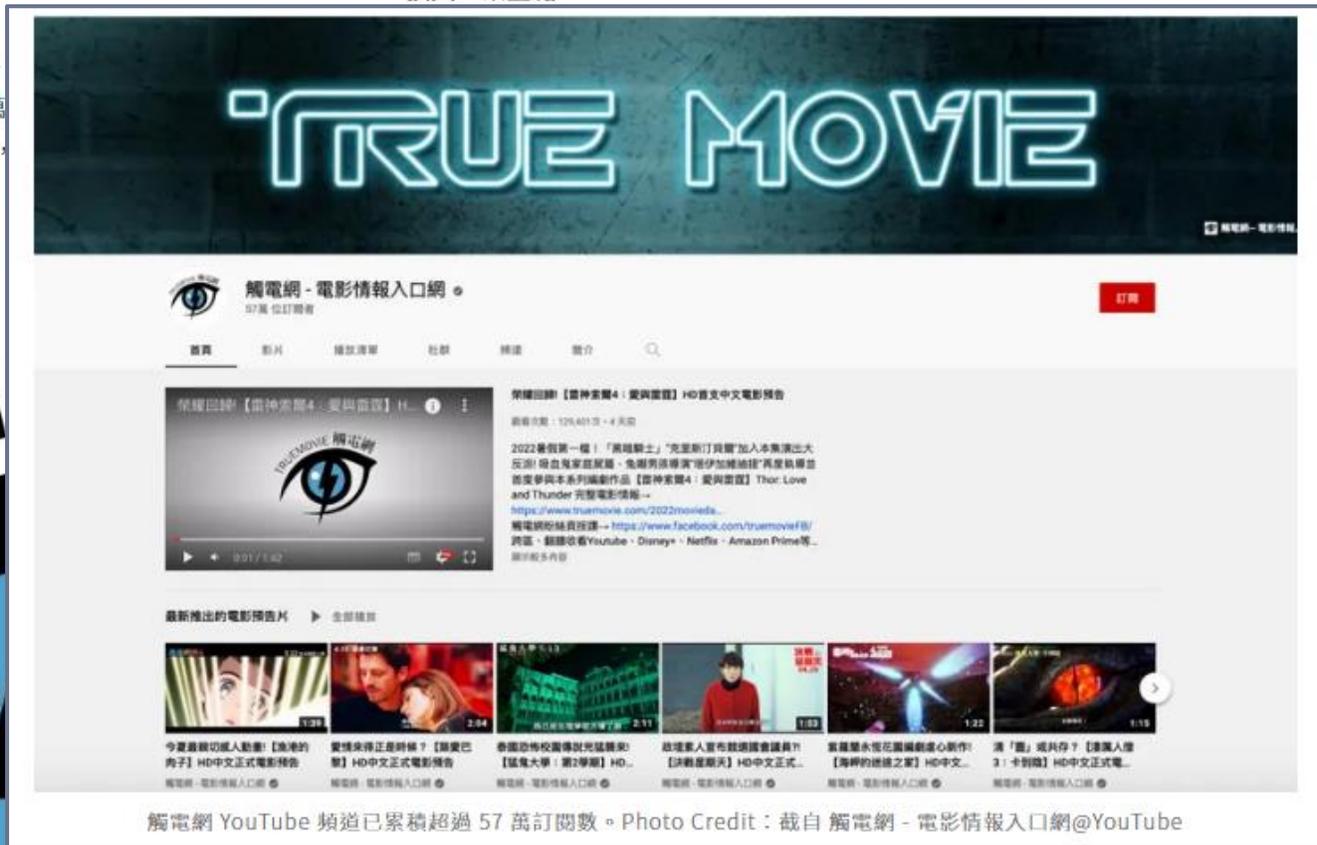
QA問答

引言：車庫娛樂 v. 觸電網

2022年4月4日，著名電影網站「觸電網-一鞠躬」，表示經營12年、累積超過57萬樂股份有限公司」一次檢舉70多支預告片，們之前合作過的影片全數檢舉下架」。



撰文：蔡孟翰



ovie電影情報入口網 臉書專頁

「未曾授權觸電網基於自己營利之目的在2018年就曾經要求觸電網全數下架向影音平台（YouTube）提出下架申訴站及其負責人所涉之一切民、刑事法律

「介紹電影就是要讓大家進戲院看電影，賺月22日，觸電網透過臉書宣布電網現在無法盈利，又回到了在做慈善

到法庭上攻防。其實，本次有關預告片權議題。

觸電網 YouTube 頻道已累積超過 57 萬訂閱數。Photo Credit：截自 觸電網 - 電影情報入口網@YouTube

資料來源：蔡孟翰，我預告了你的預告—YouTube 頻道「觸電網」，究竟是侵權還是合理使用？· 換日線 · <https://crossing.cw.com.tw/article/16137> · 最後瀏覽日：2023年7月17日。

01

著作權 基本觀念解析

智財權（著作權） 基本觀念解析

- 1.著作權概述
- 2.著作權的主體
- 3.著作權的類型
- 4.著作權的侵害
- 5.著作權的限制：合理使用

著作權概述1

- 什麼是智慧財產權（IP）？人類精神活動的成果，而能產生財產上之價值者，並由法律所創設之一種權利。Ex. 著作權、商標、專利都是
- 著作權核心概念：思想及表達區分原則（The doctrine of idea-expression dichotomy）
 - ◆ 著作權法第10條之1：「依本法取得之著作權，其保護僅及於該著作之表達，而不及於其所表達之思想、程序、製程、系統、操作方法、概念、原理、發現。」
 - ◆ 只保護表達，不保護思想



資料來源：謝維怡、陳俊宏，「紅面薑母鴨」真的來啦！花蓮充氣PK基隆黃色小鴨，三立新聞，<https://www.setn.com/News.aspx?NewsID=11337>，最後瀏覽日：2023年7月17日。

著作權概述2

著作權的**定義**

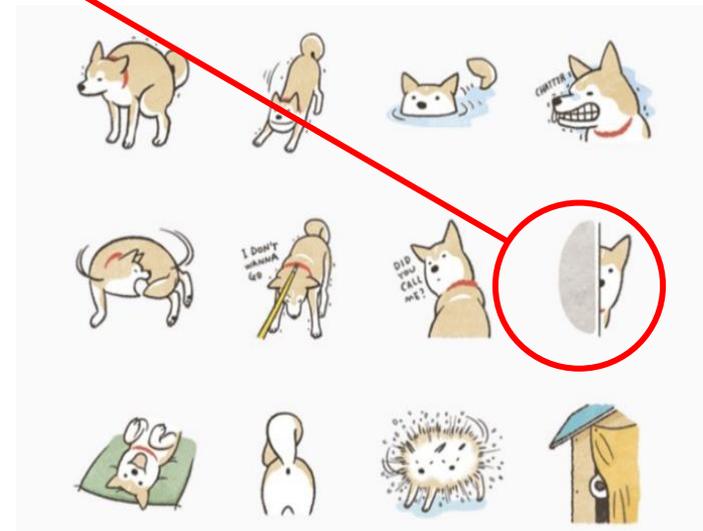
1. 文學、科學、藝術或其他學術範圍的創作
2. 只保護表達，不保護思想

著作權的**要件**

1. 人類精神創作成果
2. 原始性：獨立創作→非抄襲
3. 創作性：一定創作高度（最低創作性）→商品名、短句、標語？

著作權的**保護**

1. 創作保護主義（我國）→創作記錄保留（ex.企劃書、手稿等）
2. 不需註冊，原則上在各國可主張

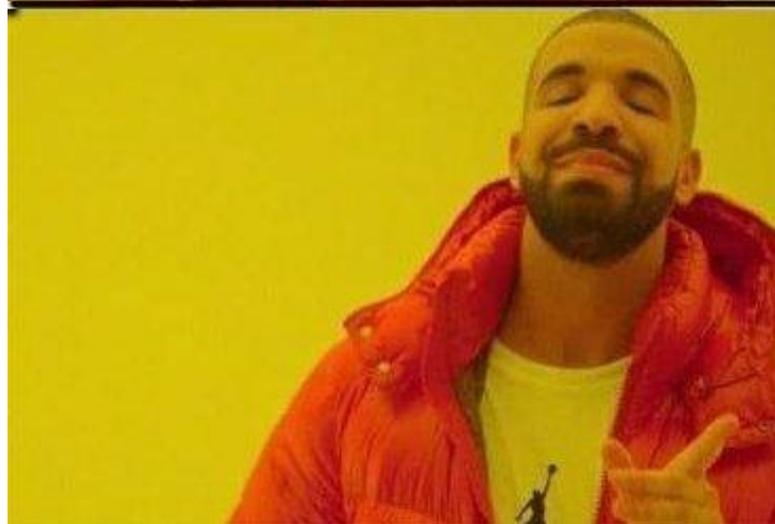


資料來源：

<https://store.line.me/stickershop/product/1040299/zh-Hant>

<https://store.line.me/stickershop/product/1020345/zh-Hant>

個案討論：meme梗圖是否有抄襲？



思想、概念

- 用圖片與人物敘事
- 敘事氛圍：營造反差感
- 結構：先不要→這個我可以

表達

- 人物角色設計
- 氛圍、結構具體呈現手法
- 具體對話內容

受著作權保護



著作權的主體

出租小編?

例外：受雇人 (§11)

契約未約定

-職務著作：受雇人為著作人，但雇用人享著作財產權

-非職務著作：以約定工作範圍判斷 (ex. 下班後自行的創作)

契約約定：依約定內容決定

例外：受聘人 (§12)

契約未約定：受聘人為著作人，且享有著作財產權 (未約定時)，但出資人得利用著作

契約約定：依約定內容決定

	未特別約定時	得以契約約定
著作人格權	受僱人 (公務員)	視契約
著作財產權	雇用人 (機關)	視契約

	未特別約定時	得以契約約定
著作人格權	受聘人	視契約
著作財產權	受聘人	視契約

新型態的外包服務，ex.出租小編、小編外包，其行為的規範問題

1. 出租小編發言之著作權歸屬？
2. 民事內部責任
3. 刑事：著作權法§101：「法人之代表人、法人或自然人之代理人、受雇人或其他從業人員，因執行業務，犯第九十一條至第九十三條、第九十五條至第九十六條之一之罪者，除依各該條規定處罰其行為人外，對該法人或自然人亦科各該條之罰金。對前項行為人、法人或自然人之一方告訴或撤回告訴者，其效力及於他方。」

Uninn 雲時代

《出租小編》跳脫市場以往的銷售導向

我們以「人」為本，創作人性化的內容行銷
讓您的品牌能扎實地住進消費者心中

- 利用溫暖的文字說出品牌想說的話
- 利用精準有力道的文字切入消費者的心底



資料來源：<https://www.uninn.com.tw/social>

著作權的類型



著作人格權

- 由著作人享有
- 永久存續（不因死亡而消滅）（§18）
- 不得交易、移轉、繼承（§21，專屬性）
- 約定不行使著作人格權

著作財產權

- 因不同著作類別而有差異
- 存續於著作人生存期間及死亡後五十年（§30）
- 無專屬性，得交易轉讓

著作權的限制：合理使用-1

合理使用的 (Fair Use)

重點不在於來源是否合法

概念：為調和社會公益，著作權人以外之人雖未經著作權人同意或授權，仍得在**合理範圍**內逕行利用他人的著作**不構成侵權**。

型態：

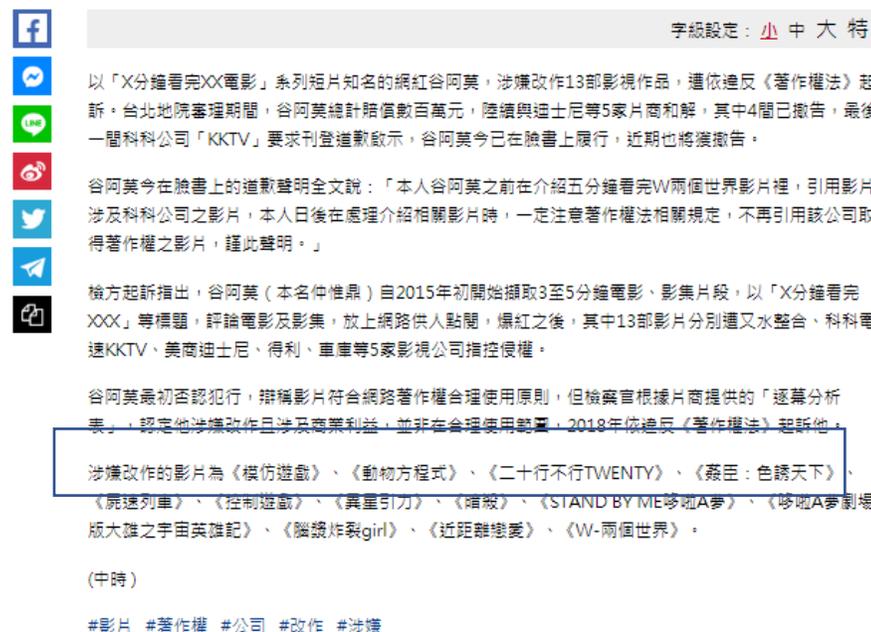
- 列舉態樣 (§44-63，公務機關及私人的合理使用)
- 概括規定 (§65)

要件：

1. 標的限於「**著作財產權**」 (§65 I)
2. 合理使用應「**明示出處**」，且對著作人之姓名或名稱以合理方式為之，以尊重「**著作人格權**」 (§64)



谷阿莫今在臉書刊登對科科公司的道歉啟事，近期將獲撤告。(翻攝「谷阿莫AmoGood」臉書)



資料來源：黃捷，谷阿莫侵權賠5大片商百萬全和解 臉書今PO道歉啟事 · 中時新聞，<https://www.chinatimes.com/realtimenews/20200609002860-260402?chdtv>，最後瀏覽日：2023年7月17日。

著作權的限制：合理使用-2

◀ 補充原則 (§65)

應審酌一切情狀，「特別」就以下四個因素**綜合**判斷

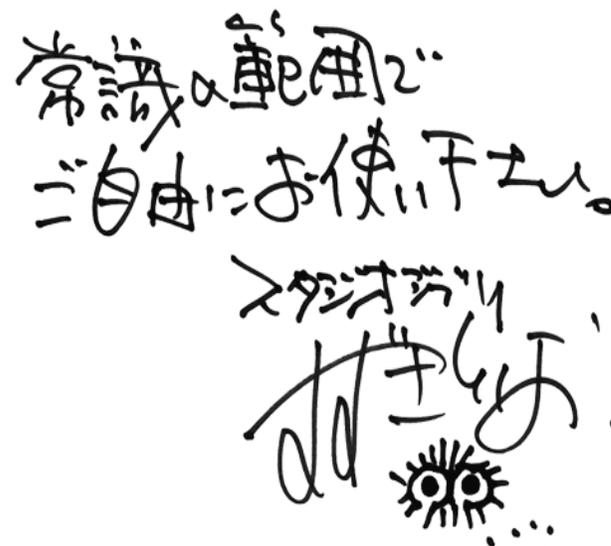
1. 利用之目的及性質

- ◆ 包括係為**商業目的**或**非營利、教育目的**
- ◆ 能否連結至著作權法鼓勵創作、傳播資訊，促進文化進步之立法宗旨
- ◆ 換言之，二創是否有助於社會公共利益或國家文化發展

2. 著作之性質

- ◆ 如愈接近事實性著作，符合促進學術與文明之進步，增進公共利益之目的
- ◆ 由於著作類型眾多，在不同類型著作的創作目的與著作性質差異甚大，也會影響著作內容，合理使用的判斷自然會因為著作性質的不同而有不同的審酌標準

吉卜力工作室釋出 400 張動畫劇照免費下載，在常識範圍內可自由使用



資料來源：<https://free.com.tw/studio-ghibli-free-gallery/>

著作權的限制：合理使用-3

▽ 補充原則 (§65)



「合理使用」成立與否，須依個案進行判斷並由司法機關進行最後裁決，無法自行認定。

資料來源：<https://free.com.tw/studio-ghibli-free-gallery/>

3. 所利用之質量及其在整個著作所占之比例（質與量綜合評估）：

- ◆ 利用他人著作的範圍是否是他人著作最精華之處
- ◆ 看被利用著作占利用人著作內容的比例及數量。實務上普遍的看法：完全的複製，不適用合理使用
- ◆ 合理使用則適用於公開發表著作之利用，對於尚未公開發表著作之利用，較不利於認定構成合理使用

4. 利用結果對著作潛在市場與現在價值之影響（是否產生市場替代效果）

- ◆ 有損及被利用著作之市場或價值（潛在市場？）
- ◆ 有因之致生取代被利用著作之效應

02

社群媒體之實務問題解析

社群媒體之 實務問題解析

- 1.法律風險解構
- 2.社群媒體平台
- 3.網頁頁面
- 4.避雷指南

法律風險解構

- 每個環節都存有不同的法律風險及問題，需分別留意



社群媒體平台-1

1. 平台定義：屬於「**資訊儲存服務提供者**」（ISP）：指「透過所控制或營運之系統或網路，應使用者之要求提供資訊儲存之服務者」，係提供資訊儲存（Information Storage）的服務，例如Facebook、Instagram、Tiktok、Youtube、17 Live、Twitch等。
2. 如果於社群平台上架相關爭議行銷主體，或網頁頁面有包含侵權物，平台依使用者條款，及著作權法等規定（避風港條款）亦有權直接下架。
3. 提醒：
 - ✓ 詳讀使用者條款（包括罰則）
 - ✓ 治本方式仍在於網頁頁面之確認。

Instagram使用條款

Instagram 禁止的使用情況。我們必須同心協力，才能為廣大社群用戶共創安全開放的服務。

- 不得冒充他人或提供錯誤資訊。
您不必在 Instagram 公開自己的身分，但必須向我們提供正確的**最新資訊**（包括註冊資訊），其中也可能包括提供個人資料。此外，您不得冒充他人或並非您本人的事物，且不得未經他人明確同意為其建立帳號。
- 不得進行任何違法、誤導或詐欺的行為，亦禁止為達成非法或未經授權之目的而從事的一切行為。
- 不得違反（或是協助或勸誘他人違反）本條款或我們的政策，尤其是**《Instagram 社群守則》**、**《Meta 開放平台使用條款》**和**《開發商政策》**，以及**《音樂使用準則》**。
如果發佈品牌置入內容，您必須遵守**《品牌置入內容政策》**，依規定使用我們的品牌置入工具。若要瞭解如何檢舉違規行為或內容，請參閱**使用說明**。
- 不得以任何方式干擾或損害本服務之正常運作。
包括不得濫用任何用於提出檢舉、異議或申訴的管道，例如提出詐欺或毫無根據的檢舉或申訴。
- 不得試圖透過未經授權的方式建立帳號，或是存取或蒐集資訊。
未經我們明確同意，亦不得透過自動化的方式建立帳號或蒐集資訊。
- 您不得出售、授權或購買任何帳號或您從我們或我們的服務得到的資料。
包括不得試圖購買、販售或轉移您帳號的任何部分（包括用戶名稱），不得徵求、蒐集或使用其他用戶的登入憑證或標章，亦不得要求或蒐集 Instagram 用戶名稱、密碼，或盜用存取權杖。
- 未經允許，您不得發佈他人的**私密或機密資訊**，亦不得做出侵犯他人權利的任何行為，包括**侵犯智慧財產權**（例如**著作權侵權、商標侵權、仿冒或盜版商品**）。
在適用法律所規定的著作權及相關權利之例外情況或限制條件下，您可使用他人的作品。對於您所發佈或分享的內容，您聲明您擁有或已取得所有必要權利。請點擊**這裡**瞭解詳細資訊，包括如何投訴侵犯您智慧財產權的內容。
- 您不得對我們的產品或其元件進行修改、轉譯、創造衍生作品或反向工程。
- 未經我們事先書面同意，不得在用戶名稱中使用網域名稱或網址。

資料來源：節錄自Instagram使用條款，

https://help.instagram.com/581066165581870/?helpref=uf_share，
最後瀏覽日：2023年7月17日。

社群媒體平台- 2

Meta 音樂使用準則

《音樂使用準則》

如果您在任何 Meta 產品發佈或分享任何含有音樂的影片或其他內容，即適用本補充條款。

您必須為您發佈的內容負責

用戶使用我們的產品與家人朋友分享內容。請注意，您必須全權為您發佈的內容（包括內容中出現的任何音樂）負責。本條款中的任何內容均不構成我們對在我們任一產品使用音樂的任何授權。

基於商業用途或非個人目的使用音樂更是絕對禁止，除非您已取得適當授權。

您不得在我們的產品使用影片提供音樂聆聽體驗

我們希望您能開心觀看家人朋友發佈的影片，但若您在我們的產品使用影片為自己或他人提供音樂聆聽體驗，您的影片會遭到封鎖，您的粉絲專頁、個人檔案或社團也可能會被刪除，Live 影片也包括在內。

未授權的內容可能遭到移除

如果您發佈的內容含有他人所擁有的音樂，您的內容可能會遭到封鎖，或由適合的所有權人進行審查；如果您未取得正當授權即使用該音樂，您的內容可能會遭到移除。

可能無法在全球所有國家/地區發佈或存取內含音樂的影片

我們希望無論您與家人朋友相隔多遠，都能夠與他們分享影片，不過若影片中含有任何音樂，即使音樂已獲得授權，也可能無法在全球所有國家/地區使用。

資料來源：Meta 音樂使用準則，https://www.facebook.com/legal/music_guidelines，
最後瀏覽日：2023年7月17日。

Instagram 使用條款

移除內容，並將您的帳號停用或終止

- 如果我們認為您在本服務中分享的任何內容或資訊違反了本使用條款、相關政策（包括《Instagram 社群守則》），或我們依法可以或必須採取行動，我們得移除這些內容或資訊。在下列情況下，我們得拒絕或立即停止向您提供全部或部分服務（包括終止或停用您對 Meta 產品以及 Meta 旗下企業產品的存取權限）：為保護我們的社群或服務，或您使我們暴露在風險和法律問題中、違反本使用條款或我們的政策（包括《Instagram 社群守則》）、一再侵害他人的智慧財產權，或我們依法可以或必須停止向您提供服務。為了避免或降低在法律或規範方面對我們的負面影響，若我們認為有其合理必要性，我們亦得終止或變更服務、移除或封鎖在我們服務分享的內容或資訊，或停止提供所有或部分服務。如果您認為將帳號停權的處置有誤，或您希望停用或永久刪除帳號，請參閱我們的**使用說明**。若您提出刪除內容或帳號的要求，刪除程序將在您提出要求後的 30 天內自動開始。刪除程序開始後，系統需要最多 90 天的時間來刪除內容。刪除內容的程序進行時，該內容便不再向其他用戶顯示，但仍需遵守本使用條款以及《資料政策》。刪除內容後，系統可能還需要最多 90 天的時間將內容從備份和災害復原系統中移除。

資料來源：節錄自 Instagram 使用條款。

https://help.instagram.com/581066165581870/?helpref=uf_share，最後瀏覽日：
2023年7月17日。

社群媒體平台-3

Tiktok版權條款

未經他人許可，能否在 TikTok 上發佈他人的版權內容？

我們的《服務條款》和《社群自律公約》嚴禁發佈、分享或傳送任何違反或侵犯他人版權、商標權或其他智慧財產 (IP) 權的內容。這包括未經正式授權或無合法原因的情況下，使用他人的版權內容。

在某些情況下，您可在法律允許的範圍內使用他人的版權內容，而無需取得對方的許可。這包括合理使用和版權例外情況，例如引述、評判及/或評論版權內容。

如果 TikTok 使用者侵犯了您的版權，該怎麼做

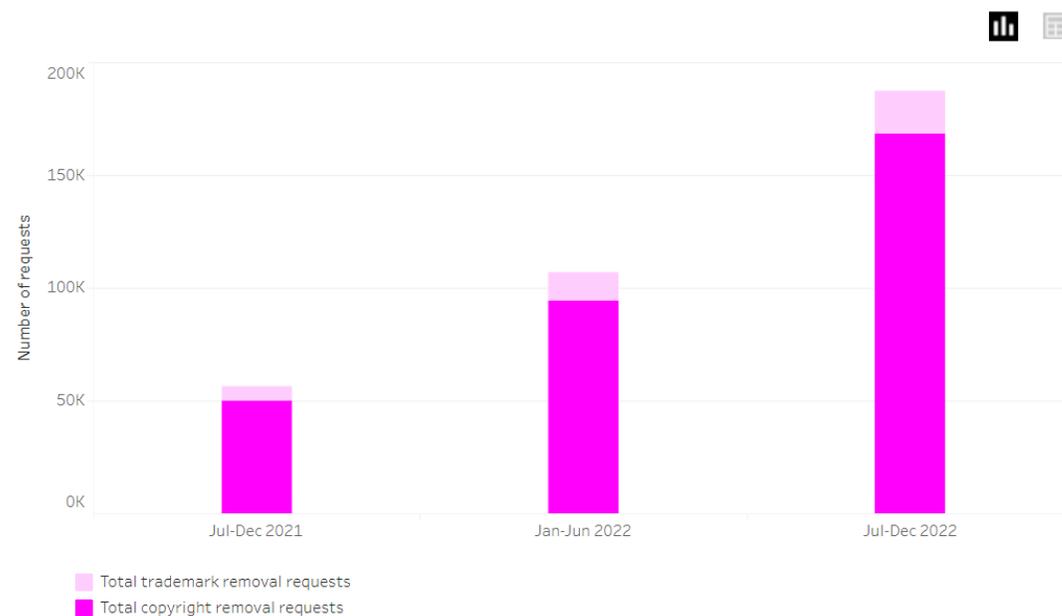
如果您認為其他 TikTok 使用者侵犯了您的版權，可直接聯絡該使用者解決問題。或者，您也可提交**侵犯版權舉報**，請求 TikTok 移除涉嫌侵權的內容。

舉報 TikTok 上侵犯智慧財產權的內容：

1. 在 TikTok 應用程式中，點擊您要舉報的影片旁邊的 [分享] 按鈕。
2. 點擊 [舉報]。
3. 點擊 [侵犯智慧財產權]。
4. 點擊 [侵犯版權舉報] 並依照提供的指示操作。

Tiktok智慧財產權 移除申請報告

Trademark and copyright content removal requests



資料來源：Tiktok版權條款，https://support.tiktok.com/zh_Hant/safety-hc/account-and-user-safety/copyright；Tiktok智慧財產權移除申請報告，<https://www.tiktok.com/transparency/en-us/intellectual-property-removal-requests-2022-2/>，最後瀏覽日：2023年7月17日。

社群媒體平台-4

於社群媒體直播演唱是否侵害音樂之著作權？

1. 恐涉及侵害音樂著作權：**公開演出、公開傳輸、重製**（如有開啟回放直播影片之功能）。
2. 是否為合理使用？
→如開啟斗內(donate)功能，恐被認定為營利行為（補充：YouTube黃標）。
3. 部分社群媒體平台業者，有與著作權管理團體就「公開傳輸」利用行為簽有授權契約。
→但使用者仍建議於使用平台前，先行瞭解使用條款/服務條款的內容，或逕行詢問自己經授權得利用之範圍。

資料來源：尋夢娛樂·馮提莫被告！直播侵權、鬥魚被判賠償音著協，主播也不是想唱就唱，
<https://ek21.com/news/star/53902/>；經濟部智慧財產局，音樂錄音著作授權資訊查詢管道，著作權主題網
<https://topic.tipo.gov.tw/copyright-tw/cp-430-856179-40492-301.html>，最後瀏覽日：2023年7月17日。

鬥魚平台首被判侵權賠償

由於主播馮提莫、阿冷等在內的多名主播在鬥魚直播時播放未經授權的音樂作品，2018年7月，直播平台鬥魚被中國音樂著作權協會(以下簡稱音著協)訴至北京市東城區人民法院。

起訴書中音著協曾指出，鬥魚直播在其平台上大量使用音著協管理的音樂作品進行表演，包括其知名主播馮提莫、阿冷等在內的多名主播在直播間對音著協管理的音樂作品進行循環回放，嚴重侵犯了著作權人的合法權益。

(延伸閱讀：[鬥魚參與制定《網路直播主播管理規範》·促進行業健康發展！](#))



音樂錄音著作授權資訊查詢管道

音樂錄音著作授權資訊查詢管道	
小 中 大	
音樂著作	重製權 <ul style="list-style-type: none">• 台北市音樂著作權代理人協會 (MPA)<ul style="list-style-type: none">◦ MPA成員包括國際版權公司以及本土音樂版權公司，可代為查詢音樂著作重製、改作等授權事宜。可EMAIL詢問重製授權相關問題。• 其他<ul style="list-style-type: none">◦ 部分台語、客語歌曲，如要取得重製授權，建議可透過著作財產權人所屬的集管團體代為聯繫。
	公開傳輸權 <ul style="list-style-type: none">• 智慧財產局：音樂/錄音著作查詢系統• 音樂著作之集管團體
	公開演出權 <ul style="list-style-type: none">◦ 社團法人中華音樂著作權協會(MÜST)◦ 社團法人亞太音樂集體管理協會(ACMA)◦ 社團法人台灣音樂著作權集體管理協會(TMCA)
	公開播送權 <ul style="list-style-type: none">◦ 社團法人台灣音樂著作權人聯合總會(MCAT) (105.02.24廢止許可)◦ 社團法人台灣音樂著作權協會(TMCS) (106.10.27廢止許可)

照片 使用「圖片」、「代言人照片」、甚至「模版」會有問題嗎？

1. 此為著作權使用的問題。
2. 照片：涉有「攝影著作」、「人格權」、「肖像權」等議題。
3. 圖片：會涉及「美術著作」，只要有**原始性及創作性**，會受到保護。
4. 模版：圖形著作、美術著作，若偏向功能性、公版，則主張著作權機率較低。
5. 注意：實務只要有營利行為就不易主張合理使用。

媒體在2021年7月14日在某處停車場拍下鄭家純以及一名男子「牽手照」，以標題聳動「新歡已有未婚妻，想趁防疫弄胸部，疑雞排妹與男方對話流出」進行報導。週刊出刊後，鄭家純直接在個人IG限時動態反擊，搭配上的照片卻是週刊拍下的「牽手照」，甚至直接在上面加註文字「猜猜那一盒是什麼？」同時標註面膜廠商，行業配之實，對此週刊認為自家的照片被雞排妹拿來當作商業用途，認定她侵害著作權，提起告訴，求償10萬元。

根據智財院一審判決，週刊使用的照片並**沒有拍到雞排妹的五官**，並不會觸犯侵害肖像權。而**雞排妹的IG照片則被認定有助於面膜曝光**，可能增加銷售量，可視為商業用途，因此依法判決。二審則認為雞排妹未經週刊同意就利用照片重製，更未標明出處、移除週刊浮水印，侵害著作權。二審判決週刊勝訴，雞排妹敗訴還要賠1.5萬新台幣。不過雞排妹反控週刊公司的偷拍行為，求償60萬元，一審認為雞排妹是公眾人物在公開場合被跟拍，報導內容也非全無公益性，判她敗訴，雞排妹已上訴二審審理中。

資料來源：節錄自黃建雄·鄭家純連敗！盜圖業配被告上訴不成要賠1萬5·民視新聞網·<https://www.ftvnews.com.tw/news/detail/2023424W0155>·最後瀏覽日：2023年7月17日。

網頁頁面-2

照片

使用「圖片」、「代言人照片」、甚至「模版」會有問題嗎？

4. 提醒：

- ◆ 避免抓圖，盡可能自行拍攝。
- ◆ 如必須使用圖片，則使用前先確認權利狀態。
 - 善用創用CC資料庫或其他有經授權之資料庫。
- ◆ 圖庫圖片仍要確認授權條款與標示來源之方式。
 - 以創用CC資料庫為例：[4個授權要素+6種授權條款](#)。

姓名標示 3.0 台灣 (CC BY 3.0 TW)

This is a human-readable summary of (and not a substitute for) the license. 免責聲明

你可自由：

- 分享 – 以任何媒介或格式重製及散布本素材
- 修改 – 重混、轉換本素材、及依本素材建立新素材且為任何目的，包含商業性質之使用。
- 只要你遵守授權條款規定，授權人不能撤回你使用本素材的自由。

惟需遵照下列條件：

- 姓名標示 – 你必須給予 [適當表彰](#)、提供指向本授權條款的連結，以及 [指出 \(本作品的原始版本\) 是否已被變更](#)。你可以任何合理方式為前述表彰，但不得以任何方式暗示授權人為你或你的使用方式寫書。
- 不得增加額外限制 – 你不能增設法律條款或 [科技措施](#)，來限制別人依授權條款本已許可的作為。
- 聲明

當你使用本素材中屬於公眾領域的元素，或當法律有 [例外或限制條款](#) 允許你的使用，則你不需要遵守本授權條款。

未提供保證。本授權條款未必能完全提供，你預期用途所需要的所有許可。例如：[形象權](#)、[隱私權](#)、[著作人格權](#) 等其他權利，可能限制你如何使用本素材。

資料來源：姓名標示 3.0 台灣 (CC BY 3.0 TW)。

<https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/tw/>，最後瀏覽日：2023年7月17日。

網頁頁面-3

照片

製作梗圖會有侵害著作權的問題嗎？

1. 「詼諧仿作」→有無「轉化性之利用」。
 - ◆ 依我國著作權法第65條第2項合理使用等要件判斷，不過個案是否構成合理使用，仍應由法院調查事實認定。
 - ◆ 網路素材不可考（實務可能不易被主張著作權）
2. 照著迷因梗圖重新構圖：思想不保護。
3. 直接使用他人圖片：侵權可能性高



作者
海巡署長室 Coast Guard
感謝各位粉絲的喜愛，關於圖片素材，發文前我們已向 peopleimages.com 購買取得授權，謝謝大家的提醒。



截圖自美國動畫《無敵少俠 Invincible》

資料來源：海巡署長室粉絲專頁，

<https://www.facebook.com/CGA4U/photos/pb.100064651960895.-2207520000./2566335550359025/?type=3>

<https://www.facebook.com/CGA4U/photos/pb.100064651960895.-2207520000./2952642938394949/?type=3> · 最後瀏覽日：2023年7月17日。

影片

直接使用原廠「介紹影片」？

最高法院109年台上字第2616號刑事判決

「所謂的『超連結』，乃使用者藉由點選連結路徑開啟、新增外部網站，將使用者帶至該經連結之網頁為瀏覽，是超連結之技術手段只是『提供』外部原始已經存在足以供不特定大眾瀏覽、播放各該著作之『路徑』，事實上向公眾提供或傳達著作內容者為將影片上傳之外部影音平台之人，並不是提供超連結之人，故而單純提供超連結，似與『公開傳輸』（指以有線電、無線電之網路或其他通訊方法，藉聲音或影像向公眾提供或傳達著作內容，包括使公眾得於其各自選定之時間或地點，以上述方法接收著作內容。）之構成要件不該當。」

若使用臉書分享功能分享超連結（影片或網頁），但跳出照片縮圖，是否侵害照片之著作權人？

提醒：

- ◆ 此係著作權議題。
- ◆ 單純使用嵌入（社群媒體功能）或「超連結功能」不構成「公開傳輸」行為。
- ◆ 若影片內容違法，仍有可能構成幫助犯。

網頁頁面-5

影片

拍影片上傳可能涉及之著作權問題？

▲上位概念
著作權保護界線→思想不保護

影片橋段

- ◆ 偏向思想概念
- ◆ 重新拍攝應不侵害著作權

- ◆ 有侵權風險
- ◆ 但於特殊形態，原著作權人希望藉由模仿帶起風潮 (#hashtag, 熱搜)

重製音樂與舞步

影片搬運工

- ◆ 違法重製
- ◆ 侵害著作權!!!



網頁頁面-6

影片 關於商品「比較性廣告」的問題

1. 此涉及公平交易法§21、24的議題。
2. **提醒**：比較廣告應就自身與他事業商品（服務）之表示或表徵，均應確保廣告內容與**實際相符**，並應以**公正、客觀、比較基準相當**之方式為之。或**適當遮掩品牌**，降低爭議

- ✓ 就自身或他事業商品（服務）為虛偽不實或引人錯誤之表示或表徵。
- ✓ 以新舊或不同等級之商品比較。
- ✓ 比較採不同基準或條件。
- ✓ 引為比較之資料來源，不具客觀性等
- ✓ 未經證實或查證之比較項目以懷疑、臆測、主觀陳述比較。

微軟 Surface Pro 7 Still the Better Choice 廣告影片



資料來源：瘋先生·微軟用Surface Pro 7 與iPad Pro 比較·廣告暗示這台更強大·
<https://mrmad.com.tw/microsoft-ad-surface-pro-7-vs-ipad-pro> ·最後瀏覽日：2023年7月17日。

- ✓ 就某一部分之優越而主張全盤優越之比較，或於比較項目僅彰顯自身較優項目，而故意忽略他事業較優項目，致整體印象上造成不公平之比較結果。
- ✓ 就比較商品（服務）之效果表示，並無科學學理或實驗依據。
- ✓ 其他就重要交易事實為虛偽不實或引人錯誤比較行為。

文案

直接使用原廠官網或代理商之「商品介紹」、「規格說明」？

1. 需從「原創性」與「創作性」判斷。
2. 「環保書衣多功能介紹」案：「屬於對該商品之使用方法或用途、特性等作單純之描述，且僅為歸納整理產品之功能及可能之用途，其精神作用的程度甚低，並無其獨自之思想感情，應認不足以表現作者之個性或獨特性」（臺灣臺南地方法院93年度智字第40號民事判決）。
3. 在網頁中使用他人的著作，會涉及**重製**與**公開傳輸**的利用行為。
4. 提醒：盡可能不要直接複製（除非只是單純的規格），並以重新撰寫為妥。

網頁頁面-8

文案

短標語是否為著作權法保護範圍？

教你如何寫詩
1. 隨意寫一段話
2. 最後加上「像極了愛情」
3. 完成

例1 冷豎師傳說這周不會來
下周也不一定
像極了愛情

例2 早上晴空萬里
下午卻下起了大雨
像極了愛情

例3 她坐上瓊芬拉蒂
頭也不同的樣子
像極了愛情

「縱使非屬通用之名詞或單句，亦因無任何著作物之內涵與表達，原創性過低，而不受著作權法之保護。」
(智慧財產及商業法院103年度民著訴字第40號民事判決參照)。

而根據《聯合報》報導，「教你如何寫詩」的原創Chris是一名從事物業管理的王姓上班族，平時喜歡寫字，她對於去年寫下的詩再起跟風潮，感到非常訝異。仔細研究《聯合報》拍攝的完整圖文，可以發現她在最後署名「Chris」，完成日期為2019年6月7日，蘇後來也表示他只是轉貼，並非原創。

《東森新聞》報導進一步寫到，這些詩句原本分享在寫字社團，Chris表示：「那陣子在社團裡很認真寫字，完全不記得為什麼會寫到這段，也許只是單純覺得有趣」、「我始終覺得文字是魔法，能給人溫暖開心的力量。希望這個起頭，能讓大家更喜歡文字！」

「愛情」源起中國？台灣這位上班族去年就寫
rormedia.mg/story/20200731web001/，

追蹤

馬？

臺南有糖系神明
帶你走一趟府城月老廟，遇見愛情，與雲端發票相遇
雲端並不遙遠
在統一發票兌獎APP裡
與你咫尺相繫
像極了愛情

資料來源：蘇三毛臉書，
<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10222918084371436&set=p.b.1557745729.-2207520000.&type=3>，最後瀏覽日：2023年7月17日。

資料來源：南區國稅局粉絲專頁，<https://fb.watch/IPKT2k54nH/>，最後瀏覽日：2023年7月17日。

避雷指南

給予經營自媒體的您的提醒

➤ 如何自保及避免侵權爭議：

1. 確認行銷網頁頁面之素材是否有經過授權或無須授權？
2. 無論是否需著作權人授權或業經授權，建議仍需標註來源，以杜爭議。
3. 「免費使用」≠「授權使用」、「無須標註著作權人」。
4. 詳閱使用/服務條款。
5. 行銷相關圖文等素材，建議自行設計及製作；亦可加入浮水印、載明不得轉載等。
6. 爭議的即時處理及溝通。

碰到其他社群媒體疑似侵害自身著作權時：

1. 預先蒐證：將網頁頁面侵權部分截圖或螢幕錄影，且避免打草驚蛇。
2. 尋求平台協助：通知平台協助下架。
3. 寄發存證信函或律師函，報警。
4. 注意：公平交易委員會對於事業發侵害著作權、商標權或專利權警告函案件之處理原則

自身遭指控侵權時：

1. 暫時性下架避免損害擴大。
2. 尋求專業人士協助，確認是否確有侵權行為或有主張不具侵權故意之空間。

03

著作權法律責任及實務

著作權法律責任 及實務

- 1.著作權的侵害：如何判斷？
- 2.著作權的侵害的判斷
- 3.著作權侵權責任-民事與刑事

著作權的侵害（抄襲？）：如何判斷？

接觸可能性（由著作權人負舉證責任）



實質近似（substantial similarity）

- ▷ **直接證據**：引用著作權人著作之證據
- ▷ **間接證據**：依一般社會通常情形，被告有合理之機會或可能性閱讀或聽聞系爭著作。
- ▷ **明顯近似**（striking similar）：我國實務會以兩著作**高度雷同**，**推論**被告顯然有接觸過原告著作。

臺灣高等法院83年度上易字第6782號刑事判決

「被告之產品與告訴人者比較觀之大量逐字、逐句相同，甚至有相同之錯誤，若非有「接觸」，實不可能僅因參考相同之藍本即會發生該等結果。」

質（quality）

如果是著作之**重要部分**，即使只占著作小部分，仍構成實質近似。尤應特加注意著作間之「**整體觀念與感覺**」。

量（quantity）

抄襲部分所佔比例，考量構圖/整體外觀/主要特徵/顏色/景物配置/造型/意境呈現/角度/型態/構圖元素/圖畫與文字關係，以一般理性閱聽大眾反應或印象為判斷。

著作權的侵害的判斷-1

智慧財產法院100年度刑智上訴字第39號刑事判決

◀ 實質近似

從俯視圖呈現、基本體態構圖、整體輪廓之線條轉折方法、走向角度、尾鰭向外延展之大小幅度、各部位比例等整體佈局構造認定構成實質近似

◀ 接觸可能性

1. 都是設計圈從業人員
2. 同一間大學學姐學妹
3. 工作地點搭捷運可以到世貿中心看展覽



《被控抄襲作品》
澄果設計禮盒包裝
2007年作品



《原作者金魚》
畢業製作作品
2006年作品

資料來源：<https://iip.ntut.edu.tw/p/16-1092-28813.php?Lang=zh-tw>

著作權的侵害的判斷-2

臺灣臺北地方法院111年度智易字第27號刑事判決

▽ 實質近似

1. 僅有極少部分不同，其餘在**整體架構、細部設計及顏色之選用上**，均呈現高度相似甚至相同；部分未呈現相同者，亦多僅為顏色不同、或葉形、箏形及菱形之利用有些許差異。
2. 參考重疊比對結果，二圖形相同或相似之「質」與「量」但兩者確實存在些許差異，故應判斷兩者構成「**實質相似**」，而落入「**改作**」之範圍。

▽ 接觸可能性

1. 均以刺青為業。
2. 「依據IG、FB社群軟體會依照使用人常點閱之主題，**推薦具關連性內容之貼文供使用人閱覽之特性**，則不論被告是否有追蹤告訴人帳號，**被告既與告訴人均有於IG、FB張貼關於刺青之貼文**，則被告合理接觸告訴人美術著作之可能性極高」。

著作權的侵害的判斷-3

車庫娛樂 v. 觸電網

智慧財產及商業法院111年度民著訴字第40號民事判決

▽ 使用者是否有經著作權人或被專屬授權人而授權使用？

1. 原告提出授權證明書，除載明原告為系爭視聽著作之**專屬被授權人**外，亦載明其授權範圍為「**影片正片，以及授權人所提供、被授權人所改作與其他第三人所改作之授權影片預告片、幕後花絮與廣告素材等**」，授權之權利則為「**重製權、改作權、散布權、出租權、公開播送權、公開上映權與公開傳輸權等權利**」等文字，堪認原告為系爭視聽著作之**專屬被授權人**及授權範圍。
2. 查原告為系爭視聽著作在我國境內之**專屬被授權人**，對於侵害原告之**專有重製權、公開傳輸權**之權利者，自得以著作權人之地位，以訴訟行使排除侵害之權利。

回歸契約認定

著作權侵權責任-民事-1

◀ 民事責任：處罰故意或過失

民事救濟	法條依據	說明
損害賠償請求權 (侵害著作財產權或製版權)	85條1項 88條1項	1.過失責任主義 2.侵害著作人格權得請求財產上與非財產上之損害 3.侵害著作財產權得請求非財產上之損害
損害賠償之計算	88條第2、3項	1.具體損害計算說 2.差額說 3.總利益說 4.總銷售額說 5.酌定賠償額說 (1-100萬元，故意且情節重大：up至 500萬元)
禁止侵害請求權 (停止及防止)	84條	1.無過失責任主義 2.分為排除侵害與防止侵害請求權
回復名譽請求權	85條2項/89條	1.表示著作人之姓名或名稱、更正內容或為其他回復名譽之適當處分 2.判決書全部或一部登報
銷燬請求權	88-1	無過失責任主義

著作權侵權責任-民事-2

◁ 民事責任：求償金額

智慧財產及商業法院112年度民著訴字第32號民事判決

1. 被告並非將非法重製而來之系爭圖片作為販售，而係將系爭圖片使用於被告臉書網頁作為水煎藥之圖片使用，非直接獲取利益，因此被告因本件侵權行為所得之利益為何，亦難估算。
2. 原告以經營圖庫授權之營業模式，獲取商業上利益，被告未經授權擅自使用系爭圖片於被告臉書網頁，侵害原告重製及公開傳輸之著作財產權，自非可取，...，參以本件被告使用系爭圖片為1張，重製次數僅1次，係作為向消費者介紹水煎藥使用，並未因本件侵權行為而直接獲得財產上利益等情，認為原告得請求之損害賠償金額，以2萬元為適當。

1. 如有直接獲取利益，則依獲取利益估算。
2. 如無直接獲利，則斟酌使用與重製侵權物之次數。

著作權侵權責任-刑事

◀ 刑事責任：處罰故意

刑事責任	刑度	法條依據
重製罪 (意圖銷售或出租加重)	3年以下，科或併科75萬元 6月-5年，得併科20-200萬元；如果是 光碟 ，6月-5年以下，得併科50-500萬元 (公訴)	91 (皆為著作權法)
侵害散布罪 (明知而散布或意圖散布而公開陳列或持有)	3年以下，科或併科50萬元 3年以下，得併科7-75萬元 如果是 光碟 ，6月-3年以下，得併科20-200萬元 (公訴)	91-1
侵害重製罪以外專有權罪	3年以下，科或併科75萬元	92
侵害著作人格權罪	2年以下，科或併科50萬元	93第1款
違反音樂強制授權罪	2年以下，科或併科50萬元	93第2款
視為侵害著作權罪	2年以下，科或併科50萬元	93第3款
違反過渡條款罪	1年以下，科或併科2-25萬元	95
違反合理使用罪 (違反59條二or 64)	科5萬元以下罰金	96
破壞權利管理電子資訊罪	1年以下，科或併科2-25萬元	96-1
沒收/銷燬，判決書登報		98/98-1/99
兩罰規定	就同一犯罪，既處罰行為人，又處罰業務主	101

04

QA問答



- Q1：使用網路圖片，只要註明出處，就可以主張合理使用？
- Q2：Po在封閉社團，是非公開行為，因此就不會有侵權問題？
- Q3：外國人侵權或外國人被侵權，台灣可否主張權利？



謝謝聆聽

眾勤法律事務所 <http://www.joinlaw.com.tw/>

Facebook 法律兵工廠

2023

This publication has been prepared for general guidance on matters of interest only, and does not constitute professional advice. You should not act upon the information contained in this publication without obtaining specific professional advice. No representation or warranty (express or implied) is given as to the accuracy or completeness of the information contained in this publication, and, to the extent permitted by law, Joinlaw, Taiwan, its members, employees and agents do not accept or assume any liability, responsibility or duty of care for any consequences of you or anyone else acting, or refraining to act, in reliance on the information contained in this publication or for any decision based on it.