

## 媒體從業人員擁抱社群媒體前的幾件事 | 美國 PBS 篇

研發部 副研究員 李彥 103.06

2013 年 5 月，美聯社(Associate Press, AP)修訂社群媒體指南(Social Media guideline for AP employees)，台灣亦曾有熱心之士將原著編譯為中文供參。美聯社所編撰的社群媒體指南，旨在提昇美聯社與同仁在社群媒體上的清譽，並鼓勵新聞工作人員，除了積極參與社群網站之外，也應保護美聯社的核心價值，故員工不應該針對具爭議性之議題發表個人意見。本系列啓發於美聯社之舉，進而蒐集各國公共媒體所編撰之社群媒體使用指南資訊，以探討各公共媒體如何在新聞自由、工作倫理與個人自由之間決定取捨與平衡。

美國公共電視網 Public Broadcasting Service (以下簡稱 PBS) 的社群媒體規範指南為「PBS social media policy (摘譯：美國公共電視網社群媒體政策，以下皆以原文標示)」，相較於前篇介紹的英國 BBC 與澳洲 ABC 社群媒體使用政策，PBS 的規定則顯得簡單扼要。PBS 在規範中提到，PBS 鼓勵員工透過社群媒體獲取資訊與交換意見，但 PBS 也希望員工不要因此影響工作品質。由於員工的社群媒體使用行為，在法律上可能會實質侵犯或損及 PBS 的品牌與名譽，故制定該政策，藉以確認 PBS 與員工在社群媒體使用議題的權利義務關係。

### 一、社群媒體政策－通則 (適用 PBS 全體員工)

「PBS social media policy」的第一部份為通則，並列出 9 項 PBS 全體員工在使用社群媒體時應擔負之責任與義務。

項次	內容
1	PBS 所有員工應對自己的網際網路的發言負責 (如社群媒體、部落格、網路聊天室、論壇)。員工應切記，任何對外公佈的發言與貼文皆會留下長期的紀錄。
2	員工如果在網路上揭露自己任職於 PBS 的訊息，員工在社群媒體上的一言一行便與 PBS 有直接連帶，亦即 PBS 將會因為員工公佈自己的職業狀態而受到影響。
3	PBS 鼓勵員工透過社群媒體轉貼與 PBS 相關的節目訊息。這類貼文是很有效的行銷機制，可以鼓勵觀眾與節目產生深層互動。
4	員工必須瞭解，即使員工個人的言行與 PBS 無直接關聯，但相關所作所為仍很容易對 PBS 的品牌產生連動影響。一般而言，員工必須

	站在保護PBS利益的角度，並思考個人言行是否得宜以及個人言行是否會對PBS造成負面影響。如果員工在社群媒體的發言或討論內容對PBS或對PBS的節目造成爭議，PBS建議員工應謹慎發言尺度，或避免這類議題的討論。假使員工已經涉及PBS相關爭議的討論內容，則應明白揭露自己的職業狀態。
5	員工在討論與PBS直接或間接相關之議題時，須明白告知自己的身份，並聲明皆為個人言論，並不能代表PBS的立場。
6	倘若員工在PBS事務（或議題）相關之網站發表，應在內文特別加註聲明：「相關言論、貼文僅為個人行為，並不代表PBS立場、策略或意見。」
7	員工應時常強化自己的判斷力與基本知識。避免轉貼或發表可被解讀為惡意批評、侮辱、低俗用語或任何PBS工作場域中不被接受的行為舉止。員工應當審慎面對他人的隱私權以及其他具主觀性、煽動性之議題（如政治、宗教）。
8	員工應尊重商標權、著作權，以及公平使用原則。要發表任何作品前，應該確認自己擁有合法權利。
9	員工須保護PBS的機密文件與財產。PBS禁止員工在社群網路張貼或散布與PBS所屬財產相關之貼文，或是在貼文中提及PBS的內部文件資訊。

## 二、社群媒體政策-官方帳號專章<sup>1</sup>

PBS 官方所設立的社群媒體，目的在宣傳節目服務，或是強化 PBS 的品牌宣傳。PBS 的員工或是與 PBS 有僱傭關係的人員，皆應遵守以下規範：

項次	內容
1	本社群媒體使用政策適用於 PBS 的員工以及有實質僱傭關係之人員。後者在非 PBS 官方社群媒體發表言論時，也應留意發言內容，避免對 PBS 品牌形象造成負面影響。
2	任何發言應尊重閱聽人，且應具備基本道德常識。如果你認為即將發表言論不應出現在報紙的頭版頭條，那該言論就不該出現在 PBS 的官方社群媒體。

<sup>1</sup> 本篇原文為：Social Media Policy—Official PBS Blog and Social media

3	員工應公佈自己的職稱，方能透過 PBS 官方社群媒體發言以示負責。
4	員工應獲得直屬主管授權後，方能在 PBS 官方社群媒體或由 PBS 負責的社群媒體發言。
5	即使員工發現自己的貼文有誤，也不要第一時刻編輯勘誤，PBS 鼓勵員工以留言串的方式，透過公開討論以校對錯誤。
6	員工應避免無意義的發言或貼文，以維護 PBS 的品牌形象。

### 三、簡易問答版(Social Media Policy Q & A's)

針對常見問題，PBS 也編撰簡易的問答版綱要供參，綜整如下：

(一) 哪些適用社群媒體政策？

所有PBS員工以及與PBS與實質僱用關係之個人。

(二) 我個人在外的行為也適用本政策嗎？

是的，因為PBS員工在外的私人社群媒體使用行為也可能對PBS造成風險。

(三) 本政策的制定過程為何？

本政策已由PBS、一般事務辦公室與人資部門審核並通過。

(四) PBS須針對員工的社群媒體使用行為負起法律責任嗎？

這是有可能的。原則上，若員工是以PBS的名義發言，PBS便須對此負起法律責任，然而也有可能只是PBS員工的個人發言。現行並未有專門的法律對此有詳盡解釋或規範，但各家公司行號為了避免潛在的觸法風險，而開始有不同的積極作為。這也是為什麼，PBS要求員工應針對社群媒體使用一事，強化自己的判斷力與基本知識。

(五) 如果員工在推特(tweeter)發文，發文內容與PBS有關，但有員工覺得反感，這該怎麼辦呢？

得視個案特性而定。部份員工社群媒體使用行為是可以被約束的，如果對網路上的特定發文有意見，可循內部管道（如找直屬主管或人力資源部門）申訴。

(六) 如果員工從Youtube轉貼其他人影片在自己的網站，但有人主張(她/他)擁有該影片的著作權。倘若主張為真，PBS是否會因此須負相關法律責任？

首先，PSB已經於社群媒體政策中主張，員工應尊重智慧財產權，且員工不得在未獲得直屬主管的同意下，轉貼公司機密資訊。有關智慧財產權的侵權問題，應歸咎於構成侵權的行為者，造成侵權的貼文若是出現在PSB的社群媒體或網頁，PSB便有義務移除侵權的內文。

(七) 我同時擁有工作與私人的社群媒體帳號，請問皆適用公司政策嗎？

本政策適用員工所有社群媒體的使用行為。員工應謹記，即使匿名，仍有許多方是可以查出使用者的身份，因此仍須謹言慎行。

(八) 我能發表自己的政治觀點嗎？

可。但請謹記發表政治言論的風險，且不應將PBS捲入你個人的言論風險中。

(九) 若不會涉及褻瀆或不敬，我能在社群媒體上起誓嗎？

PBS設定社群媒體使用政策，目的是希望提供員工良善的使用方式。員工應該謹記，網路上的資料可能長存一世，每個人的一言一行都可能與PBS產生連結，並造成影響，因此員工應謹慎看待在社群媒體起誓的行為。請記得：倘若某些言行會讓你不想讓自己的資訊(如照片、名字)公諸於世，同理，那你也就不該在網路上有這些行為。

(十) 如果我知道PBS的新服務或活動，我能透過社群媒體散布嗎？

最好不要。你所知道的訊息，並非全然屬於公共訊息。PBS有自己的宣傳規劃，你可以轉貼PBS已公佈的活動訊息，但請不要自己搶自家公司的獨家(Don't scoop your company)。

全文完

參考資料：

PBS Social Media Policy

[http://www-tc.pbs.org/modules/docs/pbs\\_socialmediapolicy.pdf](http://www-tc.pbs.org/modules/docs/pbs_socialmediapolicy.pdf)

Social Media Policy Q & A's – PBS

[http://www-tc.pbs.org/modules/docs/socialmediapolicy\\_qa.pdf](http://www-tc.pbs.org/modules/docs/socialmediapolicy_qa.pdf)