

朋友圈随意转发? 你有可能侵权了!

雷区 1

公众号复制文章泄愤 理发师遭百万索赔

李先生是江西的一名理发师,因家中装修想买衣柜,就去当地的家具市场挑选。一家店铺宣称销售无甲醛家具,使用的某种板材是市面上最环保的。李先生很动心,就让店里进行设计并提出很多要求。

最终因价格超出心理承受范围,李先生放弃购买。店员十分不满,说了几句讽刺的话。李先生感觉很没面子,自尊心受到伤害。此后,他听一位木工师傅说,定制家具并没有商家说的那么好,没有甲醛都是骗人的,就在网上抄袭了有关吐槽该板材产品的相关文章,发表在他个人的公号里。时隔近一年,他又发布了另一篇类似的文章,最终引起北京一家公司的注意。

该公司称,公司系目前国内规模最大的零甲醛秸秆板材生产供应商,产品通过了全球最为严格的美国和日本零甲醛认证,并通过原国家环境保护部的十环认证,是真正符合国家生态要求的环保板材。涉案文章恶意诋毁其产品性能及质量,造成众多不明真相的购货商指责并要求退款退货,致使产品销量急剧下降,并使原告在业界的商业信誉急剧降低,为此提出百万元的索赔。

庭审中,李先生称其在公众号发表文章时只有三五个人关注,从未想过会给原告带来影响。他表示歉意,但不同意赔偿,认为公司业绩下降与他的文章没有任何关系。

法院经审理认为,李先生通过其微信公众号发布的文章系其复制、抄袭网络上的文章而成,并非经过深入调查而成,同时所涉内容确易让他人对原告的产品产生不良印象,从而对原告的商誉造成一定影响,故应承担侵权责任。据此,法院判决李先生删除涉案文章并在其公众号上刊登致歉声明,赔偿原告公证费及律师费共计3.2万元。

雷区 2

吐槽同行为“抄袭狗” 构成不正当竞争

从事留学中介服务的A公司在公司开设的微信公众号中推送了一篇文章,指责同行B公司为“抄袭狗”、“做贼心虚”以及“坑骗客户”等。该文章阅读量较大,亦被广泛转发。

B公司认为,身为留学中介同行,A公司广泛散布和传播捏造的虚伪事实,恶意诽谤其抄袭,无非是为了借助公司在留学中介行业的高知名度和良好声誉,借机炒作,以达到其不正当竞争的目的,给其带来重大的经济损失。为此,要求对方停止侵权并赔偿经济损失40万元以及合理开支10万余元。

但A公司则称,该公司无非是将真相告知大众,所有的澄清与言辞均是客观、适度的。就算因为气愤有些语言上的使用不当,也完全是普通大众朴素的情感,完全可以理解,这与法律规定的不正当竞争行为有本质上的区别。

法院经审理认为,A公司的言论属于脱离事实的主观臆断,是对“真实情况”的过度解读,极具攻击性,而非“普通大众朴素的情感”。该行为构成对B公司的商业诋毁,属于不正当竞争行为。据此,判令被告停止侵权,赔礼道歉并赔偿经济损失2万元和合理支出2万元。

法官提示

遭侵权主要留存证据

朝阳区法院法官谭乃文表示,近年来,微信公众号、知乎等互联网自媒体异军突起。然而,不同于传统媒体较为严格的发布监管模式,自媒体往往缺乏事前的监管,涉自媒体的知识产权纠纷案件也随之增多。其中,企业公众号在网上随意吐槽不仅可能侵害他人的名誉权,还可能构成不正当竞争中的商业诋毁。

很多企业在经营自媒体微信号以及发布朋友圈时,可能因发布不当内容而侵害到他人合法权益。微信公众号运营者发布信息需提高注意义务,杜绝发表不实言论、进行商业诋毁或不正当竞争。被侵权的公司及个人应提高自我保护及维权意识,注意保留证据,必要时借助专业机构通过公证流程和可信时间戳等方式进行举证,依法维护自身权益。

在朋友圈上传有趣的图文、点赞精彩的内容、转发认同的观点,已成为时下主流的社交方式。同时,使用微信推销商品也让朋友圈变身充满商机的创业高地。但在拇指按动之间,稍不留神也有可能触及侵权的“雷区”。近日,北京市朝阳区人民法院通报了几类常见的朋友圈侵权方式以及相关案例,提醒社会公众在享受朋友圈便利的同时也要提高法律意识,规避侵权风险。



雷区 3

擅自发布他人图片 被判赔偿6000元

不少人遇到精美有趣的摄影图片或是动漫美术作品都会随手保留,这些作品往往不知来源与作者,就朋友圈里随意上传了。殊不知,一张小图片也可能引发著作权侵权风险。

北京一家图像技术公司起诉称,其为全球最大图片供应商美国盖帝公司在中国境内唯一授权代理,横店影视股份有限公司未经许可,在其“横店影视”、“横店影视城”的微信公众号中使用了该公司享有著作权的摄影作品,侵害了其摄影作品的信息网络传播权。该公司曾多次要求横店公司提供授权使用文件或者停止侵权行为并赔偿经济损失,但遭到拒绝。为此,起诉要求对方立即停止侵权并赔偿经济损失及维权合理开支两万元。

最终,在法院的调解下,双方达成协议,支付原告版权使用费6000元。

法官提示

不明来源的图片尽量不上传

谭乃文称,我国《著作权法》规定,未经著作权人许可,任何人擅自将网络上传播其作品的行为,都构成侵权。在网络上将他人享有著作权的图片未经许可随意上传,属于侵犯著作权中的信息网络传播权的范畴,在没有其他法定理由的情况下,可能构成侵权。

对于“指尖一族”,在上传图片发布朋友圈的时候应当做到:不明来源的图片尽量不上传;发布他人图片应取得权利人授权;合理使用他人图片要注明作者和出处;收到侵权通知要及时删除。

雷区 4

转发未经授权文章 经营号被判赔偿

重庆一家公司在其经营的微信公众号里发布了一篇标题为《累了,请放过自己,但别放弃自己》一文。该文章的作者周某曾将作品的信息网络传播权及该权利的相关权利全部转让给北京的一家公司。因重庆的这家公司未经授权和付费转发了该文章,北京这家公司提起诉讼,要求对方删除涉案作品、赔偿经济损失6000元和维权合理开支4000元。

重庆这家公司认为,该公司经营的微信公众号是为了给内部员工提供学习之用,作品来自搜狐网,属于合理使用。此外,公司微信公众号只使用了两个月就停用,在接到诉状后也立即删除,因此不同意赔偿。

法院经审理认为,被告未经许可在其经营的微信公众号内登载了涉案作品,侵犯了原告对于该作品享有的信息网络传播权,据此判决赔偿500元。



雷区 5

未经授权使用商标 微商被判侵权

活跃在微信朋友圈中的微商,常常以图文并茂的营销方式进行商业推广。但微商推广需注意注册商标的使用须符合法律规定,否则很容易引官司上身。

王女士是一位全职妈妈,在照顾孩子的闲暇之余,王女士做起微商,在朋友圈销售某品牌化妆品。她精心拍摄了带有该品牌标识的商品图片发布在朋友圈。然而,让她没想到的是,第一桶金还没赚到,却接到了法院的传票。

该化妆品品牌的企业诉称,公司对涉案商标享有注册权,其从未许可王女士销售相关产品。对方未经公司同意,在微信朋友圈销售的行为侵犯了其商标权。庭审中,王女士无法证明所销售化妆品的合法来源。此外,经鉴定,其销售的商品也并非正品。经过审理,法院最终判

决王女士的行为侵害了原告的商标权,判令其赔偿相应的经济损失。

法官提示

微商要坚持诚信无欺

谭乃文称,根据《商标法》规定,销售侵犯注册商标专用权商品的行为,属侵犯注册商标专用权的行为;销售不知道是侵犯注册商标专用权的商品,能证明该商品是自己合法取得并说明提供者的,不承担赔偿责任。

在此提醒,从事微商,一是要坚持诚信无欺,做到正规渠道进货;二是要保留好相关凭证,以备必要时说明商品的合法来源。

(颜斐)