

機構智用社交網絡 尊重個人資料私隱

本資料單張旨在介紹機構在使用社交網絡或社交媒體（統稱「社交網絡」）推廣業務或其機構時，須考慮的個人資料私隱事宜。

社交網絡急速演進發展，機構利用社交網絡發展業務的形式層出不窮。本單張概述機構使用社交網絡時，應如何尊重及保護個人資料私隱。在競爭激烈的環境下，有決心保障個人資料私隱的機構，更易取得公眾的信任和建立長久的關係。

除特別註明外，本單張的建議皆為良好行事方式（而非指引），旨在協助機構符合《個人資料（私隱）條例》（「條例」）中的相關規定。

社交網絡與《個人資料（私隱）條例》

社交網絡是一個平台，讓用戶與朋友、家人及／或顧客聯繫，或作商業交往。如機構從社交網絡收集條例所定義的個人資料，便受條例管限。

什麼是「個人資料」？

根據條例，個人資料是指符合以下說明的任何資料：

- 直接或間接與一名在世的個人有關的；
- 從該資料直接或間接地確定有關個人的身份是切實可行的；及
- 該資料的存在形式令予以查閱及處理是切實可行的。

如機構透過社交網絡所收集的資料，能切實可行地直接或間接確定某人的身份，有關資料便相當可能被視為條例下的「個人資料」。

從社交網絡收集的資料，即使不包含個人的獨特身份識別碼，機構也必須小心評估有關資料在整合後能否直接或間接地確定個人的身份。機構應謹記，它們可能會從社交網絡收集到大量的資料，而當這些資料經過整合後（不論是否與機構持有的其他資料整合），有可能足以確定個人的身份；在這情況下，有關資料或構成條例下的「個人資料」，而條例可能適用。

具透明度的私隱政策及行事方式

個人資料私隱專員公署(「公署」)鼓勵機構保持透明度，向公眾清楚交代會收集甚麼個人資料及如何使用該資料。即使機構未有向任何人收集或使用個別人士的個人資料，公署仍建議機構在《私隱政策聲明》中說明其行事方式，以向公眾保證與其機構在社交網絡上的交往，並不涉及個人資料私隱的收集或使用。

在某些情況下，例如有些社交網絡要求用戶以真實的身份開設帳戶，提供《私隱政策聲明》至為重要，因為用戶有理由相信或懷疑其個人資料會被收集或使用。

機構應採納良好行事方式，提供簡易的《私隱政策聲明》，讓客戶可容易閱讀和理解。詳情可參考個人資料私隱專員(「專員」)發出的《[擬備收集個人資料聲明及私隱政策聲明指引](http://www.pcpd.org.hk/chinese/publications/files/GN_picspps_c.pdf)》(www.pcpd.org.hk/chinese/publications/files/GN_picspps_c.pdf)。

保障個人資料私隱的主要原則

社交網絡的性質及功能發展日新月異，機構在利用社交網絡發展業務時，應留意下述的保障個人資料私隱原則：

適度	在社交網絡收集的個人資料，涉及資料的數量及用途，從資料當事人的角度看來應該是相關及相稱的；
透明度	機構應向當事人清楚交代，機構會從社交網絡查閱、收集及／或使用他們哪些資料，以作為機構社交網絡的一部分；
尊重個人權利	機構在社交網絡上利用個別人士的喜好(例如「讚好」某品牌)或追蹤個別人士的行為以作推廣用途，當事人應可獲得通知及選擇拒絕參與；
保障	機構應採取合理地切實可行的步驟，以確保收集、傳送、使用及／或儲存的個人資料，不會遭人意外地或未經准許而查閱、遺失或使用。

社交網絡營銷

社交網絡營銷，可視為機構利用社交網絡進行市場推廣活動的一種形式，其操作方式通常是在社交網絡上發放訊息，鼓勵社交網絡用戶與朋友或其他聯絡人分享該訊息，藉以增加品牌的曝光率及接觸面。

這種以消費者為對象的市場推廣策略，通常是以一方對多方的方式廣傳口碑，在社交網絡客戶群中，增加其推廣訊息的認受性。

採用社交網絡營銷（不論牟利或非牟利）的機構，一般不會特意從中去識別個人的身份。然而，機構進行下列推廣活動時，應注意有否涉及收集個人資料：

- 某些社交網絡（例如Facebook及Google+）會建議用戶使用真實身份開設帳戶，及讓公眾或指定的朋友群組知悉其個人聯絡資料（例如Facebook帳戶名稱、電郵地址及電話號碼）。若機構使用這類社交網絡上的聯絡資料作直接促銷¹用途，不論用戶是否已選擇與公眾或該指定機構分享其聯絡資料，機構亦必須遵從條例下的直接促銷規定，詳情可參閱專員發出的《直接促銷新指引》(www.pcpd.org.hk/chinese/publications/files/GN_DM_c.pdf)。
- 社交網絡其中一項最具價值的資產，就是用戶間的社交聯繫（或關係）。有些機構會利用社交網絡用戶互動的關係，藉著用戶的推介以提升機構（或其產品）的聲譽，又稱為「感染式行銷」。採用這種行銷手法的機構，應確保用戶在知情的情況下為品牌／產品作推介或宣傳。可行的話，機構應容許用戶選擇拒絕參與。舉例說，如某機構在社交網絡轉載某網民對其產品感興趣，或曾選購其產品，該網民應該知悉這做法，並且有權在技術可行的情況下，選擇拒絕參與相關安排。
- 機構可能會根據社交網絡用戶的行為／喜好，掌握其顧客或目標顧客的背景資料。機構應注意，不論過程中是否把資料與社交網絡以外其他來源的資料整合，若涉及任何形式的行為追蹤，都會影響顧客的私隱權。機構應通知行為追蹤的目標用戶，並容許他們選擇不受追蹤。機構可參閱專員出版的《網上行為追蹤》資料單張(www.pcpd.org.hk/chinese/publications/files/online_tracking_c.pdf)。
- 機構或會透過社交網絡進行某些明顯涉及收集及使用個人資料的市場推廣活動（例如：會員計劃、抽獎、攝影分享及投票），並採用表格或專為社交網絡而開發的網上應用程式來收集參加者的個人資料。機構應注意，上述做法受條例的規管。條例規定，資料使用者必須在收集個人資料之時或之前提供相應的《收集個人資料聲明》，資料使用者亦應在《私隱政策聲明》中向資料當事人清楚交代其處理個人資料的私隱政策及措施。有關擬備《收集個人資料聲明》及《私隱政策聲明》的詳情，機構可參考上文提及的《擬備收集個人資料聲明及私隱政策聲明指引》。

¹根據條例，直接促銷指透過直接的促銷方法 (a)要約提供貨品、設施或服務，或為該等貨品、設施或服務可予提供而進行廣告宣傳；或(b)為慈善、文化、公益、康體、政治或其他目的索求捐贈或貢獻。根據條例，直接促銷方法指(a)藉郵件、圖文傳真、電子郵件或其他形式的傳訊，向指名特定人士送交資訊或貨品；或(b)以特定人士為致電對象的電話通話。

利用社交網絡提供顧客服務

機構或會利用社交網絡向現有顧客及目標顧客提供客戶服務，包括產品／服務查詢、服務台及售後服務等等。過程中，機構須注意保障顧客的個人資料私隱。

機構應時刻提醒顧客切勿在公開的社交網絡與機構聯絡時披露其個人資料。機構應就這方面制定正規的政策及守則，以及培訓顧客服務人員，在需要確定顧客的身份及／或索取顧客的個人資料時，應利用社交網絡以外其他安全的通訊渠道。

利用社交網絡管理人力資源

愈來愈多機構利用社交網絡作為人力資源管理的工具，包括建立機構品牌形象、職位招聘（受薪員工或義工）、收集資料以篩選職位申請人及／或監察僱員對機構的態度。

在這些活動中，機構可能會收集不同類型的個人資料，機構必須評估這些個人資料的使用是否恰當，及資料當事人是否知悉其資料被收集。

如機構希望參考互聯網及／或社交網絡上的資料（包括職位申請人或其朋友張貼的資訊），從而對職位申請人進行評估，就聘用與否或篩選作決定，應留意這些資料是否可靠，更重要的是，如此使用有關資料與該等資料原先公開的目的是否一致。

若機構發現僱員在社交網絡上討論機構的內部事務，它們可能會採取適當行動制止，從而構成監察僱員活動的行為。機構可參考專員就僱員監察發出的《[保障個人資料私隱指引：僱主監察僱員工作活動須知](http://www.pcpd.org.hk/chinese/publications/files/monguide_c.pdf)》(www.pcpd.org.hk/chinese/publications/files/monguide_c.pdf)。

社交網絡分析

社交網絡分析是對顧客在社交網絡的討論作出分析和評估，藉以掌握顧客的喜惡，而這些數據有助機構作出商業決定。機構或會利用這種數據分析去衡量顧客對機構或品牌的認知度或口碑（正面及負面），確立市場需要和潛力，探測是否正醞釀公關危機，及／或量度銷售活動的成效。機構經常利用社交網絡分析工具，在一段長時間記錄及檢視社交網絡上的討論，並從不同的社交網絡匯集大量的討論內容，加以整合，相互參照和作出分析。

這類分析大多會把所得的資料匯集，然後呈交給機構作為決策的參考。不過，在過程中機構可能無意中收集了個人資料。機構可能會從多個社交網絡，把就同一議題的相類似意見聯繫起來，從而識別出在不同社交網絡發表言論的同一人。此外，機構亦可能會刻意監察或追蹤在不同社交網絡上張貼訊息表達「不滿」的顧客，藉以控制或減低有關負面訊息可能招致的損害。

利用這些方法，機構可串連個人在不同社交網絡使用的身份，以達致識別某人身份的效果。作為良好的行事方式，機構應讓公眾清楚知道它會如此使用社交網絡。機構在收集及儲存個人資料時，必須遵守條例下的六項保障個人資料原則，包括尊重個人查閱及更改資料使用者所持的個人資料的權利。六項保障個人資料原則的簡介：www.pcpd.org.hk/chinese/ordinance/ordglance.html。

香港個人資料私隱專員公署

查詢熱線：(852) 2827 2827

傳真：(852) 2877 7026

地址：香港灣仔皇后大道東248號12樓

網址：www.pcpd.org.hk

電郵：enquiry@pcpd.org.hk

版權

如用作非牟利用途，本資料單張可部分或全部翻印，惟須在翻印本上適當註明出處。

免責聲明

本資料單張所載的資料只作一般參考用途，並非為《個人資料(私隱)條例》(「條例」)的應用提供詳盡指引。有關法例的詳細及明確內容，請直接參閱條例的條文。專員並沒有就上述資料的準確性或個別目的或使用的適用性作出明示或隱含保證。上述建議不會影響專員在條例下獲賦予的職能及權力。

© 香港個人資料私隱專員公署
二零一四年四月