

# 電子垃圾郵件管理策略與法律問題之探討

林宜隆

中央警察大學資管所教授

paul@sun4.cpu.edu.tw

陳蕾琪

國立政治大學法律研究所研究生

[blue@ms27.url.com.tw](mailto:blue@ms27.url.com.tw)

## 摘要

電腦科技的發達，資訊流通益加快速，無國界的網際網路已是耳熟能詳的常識，連帶者通訊產業、電子商務也搭上這般列車。雖然電子商務的興盛為我們的生活帶來便利性，但隱藏在背後的卻是個人資料商業化所引發的危機，即是利用網路使用個人資料進行行銷的一種網路行為，其中另多數人最為困擾的便是電子垃圾郵件的問題。無限的商機面對網路資源的浪費及使用者的反感，兩者間究竟如何取舍，有無適當的解決方式，是每一個網路使用者無可避免會產生的疑問。本文嘗試以電子垃圾郵件所引發的問題為出發點，逐步探討是否有立法規範的需要，再針對國內現有的法規尋求解決方法，並輔以歐美國家之立法趨勢概況，期能為我國的電子垃圾郵件問題提供管理策略及處理機制，以解決電子垃圾郵件所帶來的網路亂象，還給網路社會原有的秩序與資源。

## 壹、前言

自網際網路盛行以來，小至個人、企業，大至政府機構、國際組織間的往來通訊，電子郵件的使用如同水銀洩地般的普及開來。以台灣為例，2001年4月的統計顯示，針對亞洲國家家庭網路使用者對使用電子郵件的比率，以台灣的69.1%最高，其次為新加坡的52.7%、中國大陸的41.4%、香港的38.2%以及韓國的12.3%。而在2001年10月針對使用一

般網路使用者利用電子郵件的比率，台灣的使用者以60%以上蟬聯亞洲國家的寶座。在為此統計欣喜之餘，聰明的業者商家們同樣利用散發電子郵件行銷廣告他們的商品，以擴展商機，也就是有越來越多的使用者面臨大量不請自來的電子垃圾郵件，充斥在有限的電子郵件信箱裡，造成許多網路使用者與網路服務業者的困擾。

另外，依據ISP公司(Hinet)的統計，電子信箱的郵件每日進出約2470萬封，其中垃圾郵件佔百分之九十，垃圾郵件平均佔用的空間約佔全部空間的百分之八十五，故就整體網際網路的使用效率而言，垃圾郵件真是最大的殺手<sup>1</sup>

面對日益嚴重的電子垃圾郵件氾濫的問題，究竟如何解決？本文在探討電子垃圾郵件管理是否法規範化之前，即先由何謂垃圾郵件談起，所有可能產生的衝突為何？是否需以法律才能解決衝突？若答案為肯定，則嘗試就現行法制找尋解決之道，探討是否足夠加以規範？再則參考國際間對電子郵件的作法，最後則就我國未來處理電子垃圾郵件管理問題之作法提出提供管理策略及處理機制，以求在追求網際網路發展提高生活品質之際，亦能解決電子垃圾郵件氾濫之問題。

## 貳、電子垃圾郵件管理相關問題之探討

## 2.1 何謂垃圾郵件？

垃圾郵件 (unsolicited electronic mail, 又稱為 Spam), 不僅對於網路網路使用者或管理者、網路禮儀, 甚至是法律都造成不小的衝擊。在定義上有二種說法, 一為 UCE (unsolicited commercial email), 未經收信人許可的商業郵件, 類似於今日的某些直銷刊物, 同樣都是未經收件者的同意而寄發郵件, 而所不同的是在前者較難查出此郵件是否為未經請求的郵件。另一種說法為 UBE (unsolicited bulk email), 未經收信人許可的大量郵件, 強調的是數量, 而非郵件的內容 (即不僅僅限於商業廣告, 其他諸如宗教性、政治性、問卷形式、種族議題、色情等等皆包括在內), 由於短時間內寄發大量郵件, 常常造成系統負擔過重, 而對於網路使用者來講, 還要耗費撥接時間下載、閱讀、刪除, 造成上網時間與費用的雙重損失。

## 2.2 垃圾郵件所引發的問題？

### (1) 具有爭議性的內容

有些垃圾郵件除了推銷商品之外, 還包括以詐欺的手段欺騙消費者所引發的問題; 有些內容更包含了色情廣告, 但是寄發廣告信的人並無法確知收信人是否成年; 更令人憂心的是其所夾帶的病毒, 只要用戶接收 e-mail, 不需要開啟就受到感染, 或是在其附件檔案夾帶病毒, 大量危害企業網路, 附件網址亦可能附贈 Java or ActiveX 等惡性程式, 許多特洛伊木馬病毒 (Trojan Horses) 就是藉此大量擴散<sup>2</sup>。此外, 未知的資訊犯罪, 也有可能藉由電子郵件而引發。

### (2) 耗費網路公共資源

垃圾郵件和其他正常的電子郵件一樣, 在傳送的過程當中需要適當的頻寬, 傳入電子信箱也佔用電子信箱的空間, 就整體網際網路的

使用效率而言, 垃圾郵件是最大的殺手<sup>3</sup>。對於傳送廣告信的人而言, 利用網路傳送廣告信大大降低了搜尋客戶的成本, 以及促銷商品的時間、人力, 電子郵件可說是不可多得的一項工具。但是對於 ISP 業者及其他的 mail server 而言, 為了維持系統正常運作, 必須加大頻寬、新的過濾軟體以及更大的容量以接收郵件, 而這些花費最後勢必轉嫁到消費者身上, 可能在未來造成消費者使用率的降低, 反而妨礙的科技的進步<sup>4</sup>。

### (3) 危害網路安全

E-mail 的接收由於常有瞬間大量郵件進出, 以及可能跨遠距離傳送, 傳送檔案較大, 耗費網路資源較多等問題, 因此有一些系統可能常會遇上傳送或接收不順利的情形。於是過去一些網路先進, 很自然就進而發展設計出可以轉接/轉送 E-mail 的系統, 用以提升 E-mail 的接收方便性與效率, 即 mail relay 的轉接服務。

目前台灣的 ISP 以透過網路自律公約的約束方式, 約定業者與使用者無正當理由不得發送大量信件給其他用戶, 如經發現則 ISP 將進行砍信並且取消該業者在 ISP 中所享有的權利, 甚至可能在 Router 中過濾該業者 IP 或所利用的 E-mail server 所傳來的封包。也因此寄信人為了不被抓到, 都會使用假的 E-mail address 及利用其它單位的 mail server 作為 relay 來寄發廣告信<sup>5</sup>。

如此一來, 所引發的問題便不難想像, 首先是被盜用的 E-mail address 或是 mail server 被誤會成寄發廣告信的人, ISP 自然會取消其享有的權利。其次若是用戶將信件退回, 其退回的地址並非真正寄發者, 而是被盜用 E-mail address 用戶或是 mail server 的信箱當中, 進一步造成主機當機, 甚至被列為黑名單, 造成名譽受損。而真正的寄發者卻可以自己與那些廣告信無關。

relay 功能的出現,原先是為了方便接收郵件,使在遠端的一方可以藉由 relay 的功能在短時間的接受到郵件。但是垃圾郵件的盛行,使得越來越多的 mail server 採用關閉 relay 功能的方式,以阻擋濫寄廣告信者的侵害,受害者仍是用戶和業主。

### 2.3 電子垃圾郵件是否必須法規範化?

想像以下的情境:當我們在上班下班途中,或是星期假日上到街上閒逛,時時可看見在路邊散發宣傳擔的工讀生;回到家中,把信箱打開來看看,有的時候會夾雜大小不一的廣告信件;打開電腦接收電子郵件,更糟的是竟有三四十封垃圾郵件等著下載與清除,似乎我們不停的在處理者些商業與非商業的廣告信件。但是這些情形卻有些不同:首先是街上的宣傳單或宣傳品,在這裡我們有同意與不同意的選擇方式,揮一揮手選擇不要,或是伸出手

取得所散發的東西;家門口外信箱,我們沒有選擇權,只能乖乖的把宣傳單拿回家中,再嘀咕抱怨一下丟到垃圾桶裡;而垃圾郵件(Spam)呢?我們也只是乖乖的下載,在丟到資源回收筒中清除。後兩者有什麼不同呢?若是相同的話,則就沒有必要為 Spam 所引發的問題訂立法律了,若是不同,那是否有更強的理由使公權力介入其中保護受害者的一方呢?

我們可以深刻的去探討,後兩者同樣都是未受允許而寄發的郵件,若將地址或是 E-mail address 皆視為隱私權所保護的對象,那麼寄發者同樣皆有侵犯隱私之虞(個資法皆可適用之?)但是現實社會所收到的廣告單,我們很少會去質疑隱私是否受到侵犯,反倒是在虛擬世界中,電子垃圾郵件問題卻成了網路族多數人避之為恐不及的對象,針對兩種不同的態度,其差異性究竟在於現實與虛擬社會的不同,還是在於廣告單與電子垃圾郵件的不同,則是一個值得玩味的議題。(見表一)

表一

	一般信箱中的郵件	電子郵件信箱中的郵件
傳送	寄發大量的信件	寄發大量的信件
耗費的成本	大宗郵資	加大頻寬或免費,成本大幅降低
追蹤寄發者	可以追查	甚難追查
行為與結果	從寄發到送達大致一兩天	具有行為瞬間性,通常行為當時結果立即發生
被害人	信箱擁有者	信箱擁有者、ISP
損害	時間、紙類資源的浪費	時間、金錢、網路資源等浪費
抵制方式	採拒收方式,請郵局退回發信人	收信人方面:若不採取過濾方式,則僅能來者不拒 無法限制收信人,則是否可限制寄信人做為抵制方式?

有以上可知,電子垃圾郵件(Spam)所造成的損害,除了收件人本身之外,還加上傳送郵件的各種 mail server,由於受限於頻寬以及容量,mail server 可能會因同一時間大量

接受大宗郵件導致當機,使一般真正的信件卻無法傳遞,更進一步影響電子商務的運作。更甚者,有些電子郵件夾帶病毒,更會造成不可想像的損失,這是以往宣傳單或是一般個人用

信箱無法比擬的。

憲法 23 條規定，除為防止妨礙他人自由、避免緊急危難、維持社會秩序或增進公共利益所必要者外，不得以法律限制人民的自由。網路屬於公共財，郵件的傳遞固然為人民通訊的自由，但是若因此造成更大的社會成本，任由少數人消耗共享資源，則非憲法保障自由之初衷。因此通訊自由與法益的衝突，實有必要透過一個良好的處理機制加以解決方為上策。

### 參、外國立法例

美國自一九九五年起，有關垃圾郵件之寄信與拒絕收信，以及言論自由、侵犯隱私權相關爭議不斷，美國數家大型的 ISP 業者，如 CompuServe(CSRV)<sup>1</sup>、American Online(AOL)<sup>11</sup>以及 EarthLink(LANK)，為保障使用連線服務各戶的權益，分別控告 Cyber Promotion，要求法規頒發禁制令，禁止 Cyber Promotion 繼續件電子廣告騷擾他們的各戶。除了透過訴訟途徑解決外，許多州嘗試透過立法途徑解決問題。以下就美國之立法概況，與歐盟相關指令說明之。

### 3.1 美國國會立法狀況

至今美國國會尚未有針對電子垃圾郵件的法令，但是相關的草案在近幾年則陸續的被提出。其中以 2001 年 1 月 3 日的 Unsolicited Commercial Electronic Mail Act of 2001(HR 95)以及 2001 年 4 月 26 日的 CAN SPAM Act of 2001(S 630)兩個議案最為重要。議案中較為重要的有以下幾點：1. 必須有一個真實的回覆郵件位址，以便讓收信者要求其不要再寄發類

似的郵件。2. 由聯邦貿易委員會(the Federal Trade Commission)以及州總檢察長(state Attorney Generals)負責管理。3. 對於違反者，ISP 可向其求償每則 10 元美金。因此，藉由法令的公佈，企圖減少電子垃圾郵件的氾濫問題。

### 3.2 美國各州制訂相關反垃圾郵件法

有鑑於電子垃圾郵件產生的問題，美國各州紛紛制訂相關的法令：Nevada(1997)、California(1998.9)、Connecticut(1999.6)、Delaware(1999.7)、Illinois(1999.7)、Iowa(1999.5)、Louisiana(1999.7)、North Carolina(1999.6)、Oklahoma(1999.6)、Rhode Island(1999.7)、Tennessee(1999.6)、Virginia(1999.3)、Washington(1999.5)、West Virginia(1999.3)等，其重點如下：1. 對電子垃圾郵件的定義不同：即有些規範 UCE 或 UBE，或二者皆規範。2. 皆必須設置 opt-out 機制。3. 針對具有限制級圖片或內容的郵件，必須於標題顯示 ADV 或是 ADV:ADULT 等字樣。4. 處罰對象：發信人不論是本州或外州，只要明知收信人是特定某一州的居民已足，或是透過當地的 ISP 傳送皆在處罰的範圍。這項立法的好處在於寄信人必須先知曉收信人究竟屬於哪一州的居民，是否會因此觸犯到某個州令的規定。5. 禁止偽造的郵件遞送資訊(routing information)，例如刊登「如果您想取消訂閱的話，請回覆到以下位址」等等。

Nevada 州規定廣告業者寄發電子郵件時，

- 
- I. 在 CompuServe 的案例中，俄亥俄州的法官 James Graham 看法認為，這種亂寄廣告信的行為並不在憲法言論自由的保障範圍內，因此法官對於本案被告頒發永久禁制令，禁止 Cyber Promotion 寄電子廣告信給 CompuServe 的用戶，除非該用戶自願收受廣告信。
  - II. 在 AOL 案中的判決與上述判決大同小異，原則上法官頒布永久禁制令遏阻 Cyber Promotion 的發信行為，但附帶條件是 AOL 的連線用戶有權決定是否關閉 AOL 所提供的過濾裝置以接收電子廣告信。

必須表明寄件人的姓名、地址、電子郵件位址。West Virginia 州更規定每一封郵件必須記載寄件人的姓名、電子郵件位址、時間及日期。華盛頓州電子廣告信法案 (Washington House Bill 2752)，則賦予個人可以向濫發廣告信的人求償每則廣告信美金 500 元，向 ISP 可以求償每則 1000 美元，不論發廣告信的人士不是在華盛頓州內都一樣有效<sup>6</sup>。；此外，賦予 ISP 在有合理懷疑信件屬於違法電子廣告信時，有權加以攔截。如此對於詐欺性質的信件有程度上排除的效用。

但是這項法案逐漸受到批評，批評者認為此有違憲法中的交易條款，進一步阻礙州與州之間的貿易<sup>7</sup>以及交易條款的爭議。

### 3.3 歐洲聯盟指令

歐盟在 2000 年建立一套 opt-out 的機制，即「在消費者明確表示不要寄發時，廣告業者便不得寄發廣告信」。一旦消費者選擇登入 opt-out，則不論是哪裡的廣告業者就不能寄發廣告信給此消費者。至今已有 10 個國家採取 opt-out 的機制。

但是在 2001 年 9 月 18 日所公佈的「祕密電子資料與電訊」草案計劃中 (confidentiality of electronic data and communication)，引進了新的 opt-in 機制，即「只有在消費者明確要求要寄發時，廣告業者始得寄發廣告信」。澳洲、義大利、丹麥、芬蘭、德國相繼的引進這項新的機制。這項措施面對具有攻擊性或是色情的電子郵件防堵上，較能發揮其成效。但是這樣的草案被批評並無法有效解決垃圾郵件的問題：(1)由於網路無遠弗界，其具有全球化的性質，此法縱使能夠順利公佈，卻只能適用於歐洲聯盟的各會員國，那些濫發垃圾郵件的人仍可由其他沒有相關禁令的國家做為散發的起點。(2)網路的匿名性高，若要求得到消費者的同意其實有實際上的困難。(3)是否涉及言論自由也是爭論

的焦點<sup>8</sup>。

## 肆、我國電子垃圾郵件管理相關法律規範

若要主張受到垃圾郵件的不法侵害，首先面臨的問題是在現行法下有哪些法律可以適用？是否現行法已可充足的保護，抑或需另立新法以圖救濟？

### 3.1 電腦處理個人資料保護法(以下簡稱個資法)之適用

依據個資法第三條第一項規定，其所保護的個人資料係指：「自然人之姓名、出生年月日、身份證統一編號、特徵、指紋、婚姻、家庭、教育、職業、健康、病例、財務狀況、社會活動及其他足資識別該個人之資料。」電子郵件地址 (E-mail address) 單獨存在是否可構成個資法所稱之「足資識別個人身分」之保護客體仍有爭議，有者認為 E-mail address 並無法明確表徵個人的身份證字號、姓名等私人資料，因此 E-mail address 變成了個資法規範下的漏網之魚<sup>9</sup>；有者則認為 E-mail address 通常的格式包括有兩個部分：@之前半段為個人所使用的名稱，@之後半段為郵遞主機的名稱，在同一個郵遞主機中並不會產生相同的個人名稱，因此電子郵件地址可以認為是「足資識別個人之資料」<sup>10</sup>，亦屬於個人資料類別中識別類的 COO 一項「辨識個人者」，而受個資法的保護<sup>11</sup>。

根據個資法第六條規定「個人資料之蒐集或利用，應尊重當事人之權益，依誠實及信用方法為之，不得逾越特定目的之必要範圍。」簡言之，使用個人資料必須符合「目的明確化原則」<sup>111</sup>，並且網路服務提供者原則上必須在其蒐集之特定目的必要範圍內(例如為處理與提供網路服務相關之事宜)，才能利用(透露)所蒐集的客戶個人資料。

此外，個資法第十八條規定僅有特定情

形下始可對個人資料蒐集或電腦處理之<sup>IV</sup>。在個資法第 23 條也規定在特定情形下始可在特定目的之外利用個人資料<sup>V</sup>。因此，蒐集電子郵件位址來散發垃圾郵件，顯與第 23 條一至四項的事由無關，若要符合個資法之規定，則勢必要獲得當事人的書面同意始可為之。但從業者的角度而言，目前業者手上所擁有的大批資料，要全部獲得當事人的書面同意，有實際的困難<sup>12</sup>。民國 90 年 11 月 14 日所通過的電子簽章法，透過立法方式賦予電子文件的數位簽章等同於法定簽章的效力<sup>IV</sup>，因此業者若能取得使用者的「同意」（不再限於書面），則較有個資法 23 條適用之可能。

又個資法規範的主體限於八大行業<sup>VII</sup>，若採取嚴格的解釋方式，則將有許多業者或個人便不在個資法規範對象之內，例如進入各個聊天室，大量蒐集、利用聊天室裡公佈之上線者的信箱帳號者，或利用搜括軟體在電子佈告欄(BBS)中大量搜括使用者之信箱位址者，多不屬於「以此為主要業務者」之個人、團體或電子商家。因此，個資法無法完全有效地解決垃圾郵件的問題。

### 3.2 刑法第 352 條第二項之適用

刑法第 352 條第二項規定：「凡干擾他人電磁紀錄之處理，足以生損害於公眾或他人者，處三年以下有期徒刑、拘役或一萬元以下罰金。」條文之立法意旨在規範電腦病毒或侵入他人系統等情形，能否原用來規範垃圾郵件之問題，則先探討是否符合以下兩個要件：

(1)客觀要件：需該垃圾郵件以干擾他人電磁紀錄，如嚴重至網路服務提供者的系統當機或使用者電子信箱無法承受負荷方可適用。若單純僅郵件較多而不堪其擾的情形，並未達成對他人電磁紀錄的干擾，則無法適用該條文<sup>13</sup>。

(2)主觀要件：需發信者有干擾他人電磁紀錄之故意，例如有意使網路服務提供者的系統當機之故意，或存心灌爆使用者的信箱均屬之。

其實就垃圾郵件而言，其發信的目的大多數是為了廣告，廣告發信者通常並不知道使用者與網路服務提供者的設備與狀況，無法判斷收到廣告信後的使用者或是網路服務提供者是否受到干擾，因此欲證明發信者有干擾他人電磁紀錄之意圖是困難的<sup>14</sup>。在客觀要件方面，若僅僅是設備消耗、下載時間過長等困擾，而並未使其信箱無法正常運作的話，本條即無適用之可能。值得注意的是，本罪屬於公共危險罪章，必須「足以生損害於公眾或他人者」始該當本罪。而在實務上由於認定「足以生損害於公眾或他人者」採謹慎態度，縱使符合主觀與客觀要件，若無強大理由證明「足以生損害於公眾或他人者」，仍阻卻第 352 條之成立。由此可知該條文無法完全解決現行國際網路上垃圾郵件氾濫之情形。

### 3.3 民法 184 條之適用

民法 184 條規定：因故意或過失，不法侵害他人權利者，負損害賠償責任。若要主張侵權行為，同樣必須符合侵權行為之要件：

III. 何謂特定目的？依據法務部 1996 年 8 月會銜公佈的「電腦處理個人資料保護法之特定目的」，所列舉的「特定目的」，從人身保險業務、行銷到其他諮詢與顧問服務等有一百零一項。馮震宇、錢世傑，論網路電子商務發展與隱私權之保護，《萬國法律》，第 104 期，1999 年 4 月，頁 10。

IV. 個資法第 18 條：一、經當事人書面同意者。

二、與當事人有契約或類似契約之關係而對當事人權益無侵害之虞者。

三、以公開之資料且無害於當事人之重大利益者。

四、為學術研究而有必要且無害於當事人之重大利益者。

五、依本法第三條第七款第二目有關之法規及其他法律有特別規定者。

- (1) 主觀要件：寄發廣告信之行為人，寄發信件時有意使其造成主機暫停服務或是信箱無法使用，則成立故意之要件。發信人亦有可能構成過失，即未知曉主機或信箱之容量大小，卻同樣造成當機的情形。
- (2) 客觀要件：「權利」，包括了財產權（物權、債權、其他無體財產權）及非財產權（人格權、身份權）。關於人格權的部分：在八十八年債篇修正時已在 195 條新增隱私權為特別人格權的一種，而受到民法第 18 條第一項的保護：「人格權受侵害時，得請求法院除去其侵害；有侵害之虞時，得請求防止之。」第二項又規定：「前項情形，以法律有特別規定者為限，得請求損害賠償或慰撫金」。電子垃圾郵件所引發的人格權受侵害的問題，在使用者方面，不外乎是接收郵件所浪費的時間與金錢，亦即非財產與財產上的損失。而在郵件主機方面，除了時間與金錢外，更包括了名譽權的損害。在舉證方面，金錢的損失可由電信費用可知，但就下載時間的損失，實務上的見解雖將其視為非財產的損害<sup>VIII</sup>，但現行並無就下載時間之損失訂有賠償的規定，如何舉證損害則成了相當困難的問題

又當有侵權行為發生的時候，原則上應該由侵

權行為人承擔責任，但是網路具有高度隱匿性，想要追查發信者的所在地本身就具有困難度，更何況使用 open relay 轉寄郵件功能的發信者更是難以追查。因此似乎濫寄電子郵件的行為雖可以藉由侵權行為加以主張，但是在賠償的對象及範圍上卻難以知悉。

## 伍、管理策略

### 5.1 業者自律

由於大量的垃圾郵件經常造成 ISP 業者瞬間停止服務的情形，許多 ISP 會利用多種科技技術去阻擋、偵測哪些是垃圾郵件，若是發現有大量、相同容量、重複性高的郵件，則一律予以攔截，並且對發信者採取取消權限的動作，徹底解決垃圾郵件的問題，但是這樣的作法逐漸受到批評，因此最近則有改採彈性作法：首先，網路服務提供者在網頁上明確闡釋自律公約，約定業者與使用者無正當理由不得發送大量信件給其他用戶；其次在每一次傳送郵件時，都會重複短訊顯示以提醒發信人（例如「禁止垃圾郵件」）；第三則是這些自律公約需向政府主管機關登記，此舉乃是讓自律公約合法化，間接使得發信人必須遵守自律公約方得傳送郵件。

### 5.2 個人對抗垃圾郵件

- (1). 拒絕向未經同意即大量傳播垃圾郵件者購買商品。
- (2). "取消訂閱"前請三思：有些別有用心的

V. 個資法第 23 條：一、為增進公共利益。

二、未免除當事人之生命、身體、自由或財產上之急迫危險者。

三、為防止他人權益之重大危害而有必要者。

四、當事人書面同意者。

VI. 電子簽章法第 4 條：經相對人同意者，得以電子文件為表示方式。

VII. 八大行業係指醫院、學校、電信業、金融業、證券業、保險業、大眾傳播業、徵信業以及蒐集或電腦處理個人資料為主要業務之團體或個人等（個資法第 3 條第一項第七款）。

VIII. 71 年三月司法業務研究會第一期，就民法中關於「非財產上損害，得請求賠償相當之金額」之歸第有第 194 條、第 195 條第一項、第 979 條、第 999 條第二項、第 1056 條第二項；關於「慰撫金」之規定有第 18 條第二項。例如被殺受傷，住院治療時，則除財產上（醫藥費等）、精神上（慰撫金）損害外，及時間上光陰之浪費亦屬非財產上損害，亦得請求賠償。

- (3). 垃圾郵件製造者，會利用"回信"(reply)功能確認 email address。
- (4). 要求你的 ISP 拒收由 Spam server 來的所有信件。
- (5). 不隨意在網路上透漏自己的 e-mail address 或其他個人資料，或將重要資料和網路隔離。
- (6). 將垃圾郵件原文(含標頭)寄至此信件所屬之網路服務單位，向其反應並適度抗議<sup>15</sup>。
- (7). 利用 Outlook 或其他 Mail 應用程式的過濾功能，以信件內容的特定字眼定義垃圾郵件，如："Free"、"Money" 或 "Sex."

### 5.3 設定 Spam-Filter

憲法明文保障人民通訊的自由，因此並不能夠允許網路服務提供者擅自停止使用者傳送郵件，但是垃圾郵件的問題仍然存在，網路服務業者雖然可以停止濫發郵件者的權限，但是卻僅限於對於自己用戶(因其違反自律公約)，對於非自己用戶者則無可奈何，因此便有過濾軟體的出現，透過參數或關鍵字的設定來阻擋信件或發信人。國際上過濾廣告信函極為普遍，從用戶反應追查源頭，從系統收信使用記錄找出寄同樣信函的來源；用人工智慧掃描信件內容，提高過濾精準度。但是若只比對是否連續收到同樣大小同樣來源的信函，很容易過濾到用戶主動訂閱的電子郵件雜誌，對於專業代寄廣告者卻因為經常變換寄信位置，反而不容易過濾到。<sup>16</sup>

### 5.4 Opt-out 機制

目前許多國家大多採用 Opt-out 機制，為此機制是否適用我國，實有探討的必要。目前商業上採去的契約模式，大多數是採用「告知後同意」(informed consent)方式，例如契約上載明「申請人同意本行將其個人資料提供予第

三人」，亦即在資訊充分揭露的前提下，事先先行告知網路使用者可以選擇「禁止」資料蒐集者將其個人資料移轉給第三人使用，否則蒐集者可以將個人資料作進一步處理。在個資法施行細則第三十條第二項規定「非公務機關基於特定目的為取得當事人書面同意，於初次洽詢時，檢附為特定目的蒐集、電腦處理或利用之相關資料，連同得於所定相當期間表示反對意思之書面，經本人或其法定代理人收受，而未於所定期間內為反對之意思表示者，推定其已有同意之表示」此顯示係採取 Opt-out 機制<sup>17</sup>。

但是 Opt-out 機制有其可議之處，首先，使用者對於定型化契約，往往由於篇幅過常或對法律文字的不瞭解，在填妥個人資料後，僅就相關(尤其是契約中的前幾項)大致瀏覽，而所謂的「告知後同意」條款往往列於契約中的末項，經常被使用者所忽略，無形中「出賣」了自己的資料。其次，在資訊地位不對等的情况下，個人對於擁有網路科技及資源的企業，其個人自主選擇權相對受到牽制，例如網站可能要求使用者釋出某些個人資料始得瀏覽或下載某些資訊。因此，Opt-out 機制是否可行，是值得再深入探討的議題。

### 5.5 政府管理與國際合作

政府相關單位應儘速參考其他國家在網路電子郵件管理方式，尋求一套保障使用者、網路服務提供者以及其他業者各方的權益規範及管制方法，並且獎勵研發管理電子郵件之科技工具。又網路無國界的特性已不容置喙，管轄權的問題更是一大重點。雖然反垃圾郵件的立法，各國至今仍未有統一的法律出現，以致於在認定上有矛盾之情形發生，但是仍應透過國際間的合作及交流，共同建立一套網路通用標準，如此才能有效防治垃圾郵件。

## 陸、結語



從歐美國家立法推動解決電子垃圾郵件問題的情形觀之，可發現我國對於該問題之處理似乎略顯被動。雖然現階段可透過更進步的郵件過濾技術及網路服務業者的自律規範合作，來抑制垃圾郵件的問題。在前者，過濾工具仍然會耗費許多時間；在後者，由於沒有法律規定，缺少制裁力量以對抗。因此就長遠而言，國家公權力的介入，以確立網路服務業者的法律責任才是根本之道。

在處理機制方面：(1)設定郵件的分級制度，以保障未成年受到不當的侵害。在此部分，目前由行政院新聞局訂定相關的分級制度，在未來則由交通部郵政總局負責訂定；(2)利用過濾軟體，並建立黑名單；(3)由電信總局訂定「以價制量」的規則，意即由商家負擔某一部份的「廣告費用」，以避免毫無限制的寄發大宗郵件。

此外，法律具有最後手段性，在立法時除考慮如何防止垃圾郵件氾濫的情形外，應同時考量資訊自由與網路秩序的平衡，以及該標準對網路社會後續發展所造成之衝擊，才能真正解決問題，才能有助於網路環境的正面發展。事實上，垃圾郵件的問題並不在於其內容，而是在於「濫寄」的行為上，因此除立法管制外，政府應研究有效地管理電子郵件的策略。

在管理策略方面：(1)對於在同時間寄發相同信件的人，若超過 50 封，則會有懲罰性的規定，或是採用美國州令的作法，以每封郵件為賠償計算標準；(2)例如禁止不實的標題，因為唯有標題與內容相符合的郵件，才有可能透過過濾技術加以攔截；(3)又可以針對不當蒐集 E-mail address 的使用者明文加以處罰，而不僅僅由業者做消極的停權；明確授權給 mail server 在特定情況下可以禁止郵件的傳送；(4)有鑑於舉證責任的困難，例如時間及金錢的耗費、主機的瞬間暫停服務等等，可以立法設定最低限額的賠償金，使受害者能獲得真正的賠償；(5)將 ISP 業者加入八

大行業；(6)研討 opt-out 與 opt-in 機制，並參酌國內與國際間的使用狀態，研擬一套適合的抵制方式。

無可諱言的，垃圾郵件的最大癥結點在於什麼情況下屬於垃圾郵件，例如有些人認為旅遊廣告是垃圾郵件，但對愛好旅遊的人來說則是符合其興趣的郵件。如何制定一套有效的防制管理規範是有待世界各國共同解決的，雖說科技日新月異，即使建立一套完整的法案也未必能徹底解決問題，但若侷限在傳統的理論中，若想要將其適用在網路社會裡，則可能發生濫用或扭曲的現象。再者，本文所討論探討的雖僅是網際網路上垃圾郵件問題，但是資訊社會中相關的手機、電信設備，似乎也開始產生了類似的垃圾郵件問題，網站與電信設備的結合，更進一步的挑戰現行的法制體系，因此，解決垃圾郵件的問題成了刻不容緩的課題，如何解決垃圾郵件滿天飛舞的網路亂象，是網路族所應致力共同維護的責任。

## 參考文獻

1. 討厭的垃圾郵件，  
<http://city.tgl.com.tw/mirage/to/hatespam.htm>
2. <http://y2k.trend.com.tw/corporate/security/garbage.htm>
3. <http://antispam.nca.org.tw/>
4. University of San Francisco Law Review, "Technical and Legal Approaches to Unsolicited Electronic Mail", p.338.
5. <http://spam.gsnmm.gov.tw/#Q1>
6. 美國華盛頓州制訂反廣告信法，1998/4/31，  
<http://www.stic.gov.tw/stic/1/107/archive/volume/870331.htm#titleat3>
7. <http://www.newsbytes.com/news/01/166617.html>，並參考聯邦最高法院判決  
<http://www.courts.wa.gov/opinions/opindisp.cfm?docid=694168MAJ>
8. <http://www qlinks.net/quicklinks/spam.htm>
9. 侯俊耀，DM 行銷退位，E-mail 行銷興起！，1997/11/13，  
<http://herb.ficnet.net.tw/mag/m0014.htm>
10. 馮震宇、錢世傑，論網路電子商務發展

- 與隱私權之保護，《萬國法律》，第 104 期，1999 年 4 月，頁 9。
11. 戴豪君、李科逸，個人隱私與電子商務之法律角力競賽，《第二屆網際空間：資訊、法律與社會研討會論文集》（中央警察大學，2000），頁 52。
  12. 王郁琦，個人資料商業利用須知 - 垃圾郵件當心觸法，《法律與你雜誌》（台北：法律與你雜誌社，1999 年 11 月），頁 39-40。
  13. 張雅雯，電子垃圾郵件漫網飛，罰還是不罰？，《數位科技與法律》（台北：書泉，2000），頁 214。
  14. 張雅雯，大量商業性電子郵件廣告之法律問題與管理機制，《資訊法務透析》（台北：資策會，1999.9），頁 15-16。
  15. 例如中華電信(HiNet)：  
[spam@ms1.hinet.net](mailto:spam@ms1.hinet.net)
  16. 數位聯合(SeedNet)：  
[antispam@eagle.seed.net.tw](mailto:antispam@eagle.seed.net.tw)
  17. <http://home.pchome.com.tw/internet/nospam/>
  18. 陳以儒，網際網路上隱私權保護之研究，文化法研所，90 年，頁 185。
  19. 17.黃偉陵，電子垃圾郵件相關法律問題之研究，第 12 屆全國資訊管理學術研討會，台大，2001.5。