

臺灣高等法院刑事判決

114年度上易字第79號

上訴人 臺灣臺北地方檢察署檢察官  
被 告 林裕逸

上列上訴人因被告妨害名譽案件，不服臺灣臺北地方法院113年度易字第542號，中華民國113年10月29日第一審判決（起訴案號：臺灣臺北地方檢察署112年度調院偵字第4274號），提起上訴，本院判決如下：

主 文

上訴駁回。

理 由

一、本案經本院審理結果，認第一審對被告林裕逸（下稱被告）被訴加重誹謗及加重妨害信用等罪嫌為無罪之諭知，核無不當，應予維持，並引用第一審判決書記載之證據及理由如附件。

二、檢察官上訴意旨以：告訴人高培元所使用之臉書粉絲專頁（下稱本案臉書專頁）為「車BOSS車用影音 安卓機 導航倒車影像」，與案外人商家之臉書粉絲專頁（下稱案外商家臉書專頁），僅有「BOSS」、「安卓機」兩詞相同，惟該兩詞使用與其他文字組合搭配之方式、先後均屬迥異。又本案臉書專頁，於上揭文字上方另搭配方形車內方向盤為底、黃色類鷹揚展翅造型，且載有紅色英文CB之圖片，該圖片下方尚有「汽車安卓機專賣(上訴書誤繕為專「業」) 主打環景安卓系統 進口車專用機 實體店面 主機皆大量在」等文字廣告，另加註不同核心機種完工價格，長達2頁；而案外商家臉書專頁，除「BOSS汽車音響-車用安卓機」文字外，其上搭配小圓形深色底、圓形內嵌入三排文字，其上排為最大白色字型之「BOSS」、中排為白底小黑字之「汽車音響」、

01 下排為白底小黑字之「車用安卓機」，除上揭文字與圖形  
02 外，別無其他說明，且於首頁即可開始對話。是僅就外觀、  
03 照片圖樣、整體色調、專頁廣告篇幅等情，上開2臉書專頁  
04 已無雷同、混淆之可能。況被告辯稱其於案發日前10日，曾  
05 點入案外商家臉書專頁，開啟文字對話，而與案外人商家就有  
06 關安裝車用安卓機之型號、規格及完工價格對話討論，且  
07 曾實際到店安裝等情，被告既進入案外商家臉書專頁並開啟  
08 對話功能而與案外人商家對話，於僅僅10日後，卻未能循舊  
09 記錄至案外商家臉書專頁，隨機覓得色調、風格、內容均迥  
10 異之本案臉書專頁留言謾罵，況點選2臉書專頁進入後，內  
11 容鋪排均相差甚遠，是被告辯稱係誤認臉書商家之辯解，顯  
12 與常情不符，原審判決逕予採信，顯與經驗法則有違，尚有  
13 未洽。為此提起上訴，請將原判決撤銷，更為適當合法之判  
14 決。

15 三、按刑法第310條第1項、第2項之誹謗罪，均係以意圖散布於  
16 眾，而指摘或傳述足以毀損他人名譽之事為成立要件，同法  
17 第313條之妨害信用罪，則係以散布流言或以詐術損害他人  
18 之信用為其成立要件。故行為人必須基於散布於眾之意圖且  
19 有誹謗之故意，抑或有妨害信用之故意，始足當之，並非客  
20 觀上有散布不實事實或流言即當然成罪；又縱使行為人未確  
21 實查證，但如無證據證明其有散布故意，容或有疏虞之處，  
22 亦不能逕認有傳述不實、散布流言之故意。經查：

23 (一)原審已依被告與暱稱「BOSS汽車音響 車用安卓機」商家(下  
24 稱案外人商家)之臉書對話訊息截圖(偵卷第23至36頁)、被  
25 告與告訴人臉書對話訊息截圖(偵卷第20頁)，說明被告所辯  
26 其與案外人商家於案發前3日(即民國112年8月23日)有消費  
27 紛糾，復將本案臉書專頁誤認為案外人商家，一時未察才在  
28 本案臉書專頁誤為原判決附件所示留言(下稱本案留言)等語，  
29 尚非子虛，且被告經告訴人質疑「請問你什麼時候來我的  
30 店裡安裝了」，被告隨即向告訴人道歉稱「我只是誤會了  
31 你是boss，不好意思」，則被告是否本諸誹謗或妨害信用之

主觀犯意而為本案留言，顯有疑問等情綦詳。

(二)臉書上商家廣告訊息琳瑯滿目，且廣告標題、內容頻仍更換，乃眾所週知之事，此情已致使瀏覽廣告之民眾，通常僅能就其中較為醒目或關注之訊息予以記憶。被告於案發前為裝設車用安卓影音設備與案外人商家發生糾紛，是以，其所關注者應僅在於「車用」、「安卓機」及「BOSS」等訊息，縱令案外商家臉書專頁與本案臉書專頁存有檢察官所指之差異，然被告於數日後在臉書鍵入其記憶中之「BOSS」為關鍵字加以搜尋(偵卷第16頁之被告偵訊筆錄)，尋得本案臉書專頁並誤認為案外商家臉書專頁，進而誤為本案留言，實無違常之處。

(三)稽之被告於發表本案留言時，係以本人姓名之英文譯名及個人相片申請之臉書帳號為之，而非以與其不相關之名義申設之臉書帳號為之，此有本案留言及被告臉書帳號畫面可佐(偵卷第18、19頁)，可見被告行為時並無刻意隱滿自己真實身分之情；再參以被告提出之上開與案外人商家之臉書對話訊息截圖，益徵被告發表本案留言之目的，確實為求將個人真實交易經驗與網友分享，僅因於辨別商家之際，有疏虞之處，以致誤於本案臉書專頁發表留言，究實並無虛捏事實誹謗告訴人或散布無稽流言之存心。

(四)此外，起訴書證據清單及待證事實編號3之待證事實欄亦記載「被告…並誤認為本案臉書粉絲專頁」等情(起訴書第2頁)，與原判決認定被告疏未查明本案及案外商家臉書專頁之差異而貿然留言，亦無二致。

四、綜上所述，原審以不能證明被告犯罪，而為被告無罪之論知，其採證並無違事理，亦無理由不備。檢察官仍執前詞上訴，指摘原判決不當，為無理由，應予駁回。

據上論斷，應依刑事訴訟法第368條、第373條，判決如主文。本案經檢察官洪敏超提起公訴，檢察官楊淑芬提起上訴，檢察官林綉惠到庭執行職務。

中　　華　　民　　國　　114　　年　　3　　月　　25　　日

01 刑事第十一庭 審判長法官 張江澤  
02 法官 郭惠玲  
03 法官 廖建傑

04 以上正本證明與原本無異。

05 不得上訴。

06 書記官 黃翊庭

07 中 華 民 國 114 年 3 月 25 日

08 附件：臺灣臺北地方法院刑事判決113年度易字第542號

09 臺灣臺北地方法院刑事判決

10 113年度易字第542號

11 公訴人 臺灣臺北地方檢察署檢察官

12 被告 林裕逸 男 民國00年0月0日生

13 身分證統一編號：Z000000000號

14 住○○市○○區○○路0段000巷000弄00  
15 ○0號

16 上列被告因妨害名譽案件，經檢察官提起公訴（112年度調院偵  
17 字第4274號），本院判決如下：

18 主 文

19 林裕逸無罪。

20 理 由

21 一、公訴意旨略以：被告林裕逸因其在社群網站Facebook（下稱  
22 臉書）粉絲專頁「BOSS汽車音響-車用安卓機」詢價經驗印  
23 象非佳，竟未經查證即率認告訴人高培元所經營之粉絲專頁  
24 「車BOSS車用影音 安卓機 導航倒車影像」（下稱本案臉書  
25 專頁）為「BOSS汽車音響-車用安卓機」，而意圖散布於  
26 衆，基於加重誹謗、妨害信用之犯意，於民國112年8月26日  
27 8時30分許，透過手機連接網際網路，復於登入臉書網站後  
28 在不特定多數人均得以共見共聞之本案臉書專頁內之文章下  
29 方，以臉書帳號「Yu Yi Lin」發表附件所示不實留言，以  
30 此方式散布流言並指摘告訴人所經營本案臉書專頁即位在新  
31 北市○○區○○路000巷0弄0號店面係以詐欺為業，足以毀

01 損告訴人名譽及損害告訴人及其所經營之本案臉書專頁之商  
02 譽信用，因認被告涉犯刑法第310條第2項之加重誹謗、同法  
03 第313條第2項、第1項之加重妨害信用等罪嫌云云。

04 二、按犯罪事實應依證據認定之，無證據不得認定犯罪事實；又  
05 不能證明被告犯罪者，應諭知無罪之判決，刑事訟訴法第15  
06 4條第2項、第301條第1項分別定有明文。再按認定不利於被  
07 告之事實，須依積極證據，苟積極證據不足為不利於被告事  
08 實之認定時，即應為有利於被告之認定，更不必有何有利之  
09 證據；再事實之認定，應憑證據，如未能發現相當之證據，  
10 或證據不足以證明，自不能以推測或擬制之方法，以為裁判  
11 之基礎；且認定犯罪事實所憑之證據，雖不以直接證據為  
12 限，間接證據亦包括在內；然而無論直接或間接證據，其為  
13 訴訟上之證明，須於通常一般之人均不致有所懷疑，而得確  
14 信其為真實之程度者，始得據為有罪之認定，倘其證明尚未  
15 達到此一程度，而有合理之懷疑存在時，事實審法院復已就  
16 其心證上理由予以闡述，敘明其如何無從為有罪之確信，因  
17 而為無罪之判決，尚不得任意指為違法（最高法院30年上字  
18 第816號、40年台上字第86號、76年台上字第4986號判決先  
19 例意旨可參）。又犯罪之成立，除應具備各罪之特別要件  
20 外，尤須具有故意或過失之一般要件，而過失行為之處罰，  
21 以有特別規定者為限，刑法第12條定有明文，刑法第310  
22 條、第313條既未處罰過失犯，倘行為人主觀上並無誹謗或  
23 損害他人之信用之故意，縱令他人因其作為而名譽受損，亦  
24 欠缺犯罪故意而不得處罰之。

25 四、本件公訴意旨認被告涉有上開罪嫌，無非係以被告之供述、  
26 告訴人之指訴、本案臉書專頁之留言、被告與告訴人間對話  
27 紀錄內容、告訴人與「BOSS汽車音響-車用安卓機」間對話  
28 紀錄內容等件為其論據。訊據被告固坦承於前揭時間，在前  
29 揭網頁刊登如附件所載留言乙情不諱，惟堅決否認有何妨害  
30 名譽犯行，並辯稱：其因向「BOSS汽車音響-車用安卓機」  
31 商家購買車用安卓機發生購物糾紛，復將本案臉書專頁誤認

為「BOSS汽車音響-車用安卓機」商家，一時未察才誤為如附件所示之留言，希望其他消費者不要受騙，並非故意誹謗告訴人名譽或損害告訴人經營之本案臉書專頁商譽信用等語置辯。經查：

- (一) 被告於112年8月16日在臉書網頁以暱稱「Yu Yi Lin」與「BOSS汽車音響-車用安卓機」商家詢價，並與該商家確認安裝車用安卓機之型號、規格及完工價格後，約定於112年8月23日安裝，惟被告實際到店安裝時因認安裝規格與原先約定不符，而與該商家發生紛爭等節，業據被告提出其與暱稱「BOSS汽車音響-車用安卓機」商家之臉書對話訊息截圖為據（見112偵38205卷第23至36頁），是被告所辯其與「BOSS汽車音響-車用安卓機」商家有消費糾紛乙節，尚屬非虛。
- (二) 又被告於112年8月26日8時30分，以暱稱「Yu Yi Lin」在本案臉書專頁留言如附表所示之內容，業據被告供述在案，並有被告（臉書暱稱「Yu Yi Lin」）臉書個人檔案、本案臉書專頁之留言截圖在卷可參（見偵卷第17至21頁），而依被告留言之內容觀之，其意係指摘商家實際安裝車用安卓機之規格與報價時之內容不符，而有受騙之意思，則被告所為留言，確有貶損告訴人經營之「車BOSS車用影音 安卓機 導航倒車影像」商家名譽及信用之社會評價，亦堪認定。
- (三) 被告於本案臉書專頁所為之留言，固然影響告訴人經營之「車BOSS車用影音 安卓機 導航倒車影像」商家名譽及信用之社會評價，惟被告係將告訴人所經營之「車BOSS車用影音 安卓機 導航倒車影像」商家誤認為「BOSS汽車音響-車用安卓機」商家，始為前揭留言，業據被告供述在卷，且被告上開留言內容，確實與其於留言前3日即112年8月23日與「BOSS汽車音響-車用安卓機」商家所生消費糾紛之情節相符。足見被告在本案臉書專頁所為留言，乃係陳述其購買車用安卓機商品之親身經歷，所指對象即非告

訴人經營之「車BOSS車用影音 安卓機 導航倒車影像」商家。又被告經告訴人質疑「請問你什麼時候來我的店裡安裝了」等語，被告即向告訴人道歉表示「我只是誤會了你是boss，不好意思」等語，有被告與告訴人臉書對話訊息截圖在卷可考（見偵卷20頁），則被告是否本諸誹謗或意圖損害他人信用之主觀犯意而為前揭留言，顯有疑問。再者，告訴人經營之「車BOSS車用影音 安卓機 導航倒車影像」商家與被告交易之「BOSS汽車音響-車用安卓機」商家網頁名稱之文字相似度極高，僅部分文字排列順序不同，是被告辯稱其因混淆誤認二者為同一商家，始在本案臉書專頁為上開留言等語，即非無稽。況公訴意旨亦認被告係誤認「BOSS汽車音響-車用安卓機」為本案臉書專頁，方為附表所示之留言（見起訴書第2頁），益見本案實係肇因於被告疏未查明告訴人經營之本案臉書專頁並非「BOSS汽車音響-車用安卓機」商家，即貿然留言所致，實難認被告係故意妨害告訴人之名譽。

(四) 從而，本件依卷內所存之證據，並無從認定被告主觀上具誹謗告訴人名譽或損害告訴人所經營本案臉書專頁之商譽信用之故意，縱被告所為欠缺注意而有過失，並因此損及告訴人名譽或信用，至多僅應負民事侵權行為損害賠償責任，而不得以加重誹謗、加重妨害信用等罪責相繩。

五、綜上所述，公訴意旨所提之相關證據方法，既尚未達於通常一般之人均不致有所懷疑，而得確信被告有前開加重誹謗、加重妨害信用之主觀意圖，揆諸前揭說明，既不能證明被告犯罪，依「罪證有疑，利於被告」之法則，即應為有利於被告之認定，依法應為無罪之諭知。

據上論斷，應依刑事訴訟法第301條第1項，判決如主文。

本案經檢察官洪敏超提起公訴，檢察官楊淑芬到庭執行職務。

中華民國 113 年 10 月 29 日  
刑事第十一庭 法官 趙德韻

以上正本證明與原本無異。

01 如不服本判決應於收受送達後20日內向本院提出上訴書狀，並應  
02 敘述具體理由；其未敘述上訴理由者，應於上訴期間屆滿後20日  
03 內向本院補提理由書（均須按他造當事人之人數附繕本）「切勿  
04 遷送上級法院」。告訴人或被害人如對於本判決不服者，應具備  
05 理由請求檢察官上訴，其上訴期間之計算係以檢察官收受判決正  
06 本之日期為準。

07 書記官 田芮寧

08 中 華 民 國 113 年 10 月 29 日

09 附件：

10

(留言內容)

大家不要再相信這個騙子。

大家不要再相信這個騙子。

本來說好完工價5500, 包框，包can盒，結果去到店，師傅說框  
不包，線也不包，要裝的話，9500元。

浪費時間又浪費油錢。

所以大家不要再相信那些中介人。