



反貪櫥窗

一、為提升選舉公平性，降低貪腐，請踴躍檢舉賄選，請觀賞最高檢察署反賄選影片 feat. Howhow <https://youtu.be/j7a1VS1gxPk>

二、為加強大眾對司法的信賴，司法院推出司法廉政宣導影片「國民法官：許效舜篇」，請至 <https://youtu.be/GL4QuQBe0AM> 觀看。

(一) 三、破壞司法信譽案例宣導 - 民眾(何○○)涉嫌行賄○○地方法院書記官案

案情概要：

1. 民眾何○○與財政部國有財產署○○分署因不動產物權紛爭，向○○地方法院提起民事訴訟，案件審理中，何○○以致贈中秋節禮金為由，於 105 年 9 月 13 日將新臺幣 2 萬元現金寄予○○地方法院書記官。
2. 案經司法院政風處 105 年 10 月 11 日函報法務部廉政署，該署偵查後，移送臺灣雲林地方法院檢察署偵辦，該署檢察官認為何○○所為係犯貪污治罪條例第 11 條第 4 項、第 2 項之非公務員對於公務員關於不違背職務之行為行求賄賂罪，審酌何○○年逾 80 歲高齡，犯後態度良好，僅因過往陋習誤蹈法網，信無再犯之虞，以 106 年 4 月 14

日 106 年度偵字第 431 號處緩起訴處分。

資料來源：司法院政風處

公務機密維護宣導

司法人員洩密案例

- 一、 午○○為執業律師，明知應依法執行訴訟業務，並應合於律師倫理規範，且依刑事訴訟法第 245 條第 3 項規定，辯護人於偵查中因執行職務知悉之事項，不得洩漏予執行職務必要範圍以外之人員。午○○知悉黃○○、萬○○為該車手集團之重要幹部，於第三層收水 B○○遭查獲逮捕時，前往警局擔任 B○○之辯護律師，並基於洩漏國防以外秘密之犯意，利用擔任 B○○辯護人得以接見遭羈押禁見中之 B○○的機會，允為替黃○○探知偵查中案情相關事項。午○○於 110 年 8 月 13 日，將遭羈押禁見中之 B○○所述之「名下的車先不要開、有人注意」、「在溪湖做什麼事都知道，也問誰在開」、「注意一點、我自己的部分會承擔、放心」等事項，以通訊軟體 iMessage 傳送予黃○○，使黃○○得以知悉 B○○如何遭警方查獲、知悉黃○○現所駕駛之車輛已經遭到警方鎖定、及黃○○所指揮之車手們在溪湖鎮犯案之偵辦進度以及 B○○是否將其供出等偵查中案件應秘密之偵查內容，洩漏予黃○○知悉，而以此方式洩漏國防以外之秘密。
- 二、 被告午○○身為執業律師，未自矜重律師名器，利用身為 B○○辯護人，於偵查中得以接見遭羈押禁見之 B○○之機會，洩露偵查案情重要內容予被告黃○○，濫用釋字 654 號解釋賦予之權利，致法院羈押禁見裁定之法律效果蕩然無存。
- 三、 核被告午○○所為，係犯刑法第 132 條第 3 項之洩露國防以外秘密罪。

資料來源：司法院裁判書查詢系統

公職人員利益衝突迴避法宣導

Q：共同投標廠商或分包廠商係公職人員之關係人，則共同投標廠商或分包廠商是否均須踐行事前揭露義務？

A：本法第 14 條第 1 項規範對象係「機關團體」與「公職人員或其關係人」兩造間之交易行為，關係人與其他廠商共同投標受公職人員服務或受其監督之機關採購案件，應依本法第 14 條第 2 項踐行事前揭露義務。至於分包者，依政府採購法第 67 條第 1 項明定「得標廠商得將採購分包予其他廠商。稱分包者，謂非轉包而將契約之部分由其他廠商代為履行」，其分包契約主體為得標廠商與分包廠商，尚非分包廠商與機關間為交易行為，該分包廠商並無本法第 14 條第 2 項事前揭露義務。

資料來源：法務部廉政署

機關安全維護宣導

駭侵者利用 Facebook 廣告，假冒 ChatGPT 散布惡意軟體

資安專家表示，近來發現有眾多駭侵者在 Facebook 上刊登廣告，假冒 OpenAI ChatGPT 的名義，實際上用以散布多種惡意軟體，用戶應特別提高警覺。



椰林視界

華盛頓郵報資安專欄作家 Jeremy B. Merrill 日前在其專欄中撰文指出，近期他本人在 Facebook 就看到 13 檔以 ChatGPT 為推廣內容的廣告；但事實上 ChatGPT 幕後的母公司 OpenAI 並未在 Facebook 上進行任何廣告宣傳活動。

Jereme B. Merrill 指出，這些廣告的出資者欄位會顯示為「OpenAI」或「GPT」，也有少數假冒為 Google Bard 人工智慧聊天工具；而這些廣告的內文，通常會包含一個連結，點按連結後就會下載惡意軟體；而文案會告訴受害者，以「888」作為解開檔案的密碼。

用戶如果誤點連結，即可能下載回惡意軟體，造成個人機敏資訊、各種服務登入資訊與權限遭竊的後果。

Jeremy B. Merrill 進一步在 Facebook 廣告資料庫平台以「Password 888」進行搜尋，找到了 59 檔在本(2023)年三月底前仍然活躍中的廣告；而這些廣告多半鎖定本身有在經營 Facebook 粉絲專頁，或對網路行銷有興趣的受眾，以這些人當做廣告目標投放對象進行精準投放。

該專欄作家去信 Facebook 詢問為何這類詐騙廣告未遭移除，Facebook 表示駭侵者會利用各種手段逃過該平台的檢測系統，而 Facebook 也正在加強相關系統的學習與偵測能力。Facebook 也表示，駭侵者會利用當下流行的各種關鍵字來發送惡意軟體廣告。

建議用戶在 Facebook、Instagram、YouTube 或 Google 等社群平台或搜尋引擎看到這類包含連結的廣告時，務必提高警覺，切勿任意點按。

資料來源：摘自台灣電腦網路危機處理暨協調中心

消費者保護宣導

6 大電商平台 111 年度被申訴案件減少 22%

去(111)年度 6 大電商平台被申訴 4,957 件，較前(110)年減少 1,405 件，降幅達 22.1%。行政院消費者保護處(下稱行政院消保處)仍持續請主管機關數位發展部(下稱數發部)要求各大電商平台，逐步減少消費爭議，並精進各項消費者權益保障措施。

行政院消保處表示，近年線上消費盛行，再加上疫情的影響，民眾大量透過電商平台進行購物，也因此衍生相當數量的消費糾紛案件。經統計，去年 6 家知名電商平台被申訴案件量的排序如下：

- 一、新加坡商蝦皮娛樂電商有限公司 2,743 件，較前年減少 1,326 件(減少 32.6%)。
- 二、富邦媒體科技股份有限公司 1,124 件，較前年增加 59 件(增加 5.5%)。
- 三、網路家庭國際資訊股份有限公司 475 件，較前年增加 10 件(增加 2.1%)。
- 四、露天市集國際資訊股份有限公司 330 件，較前年減少 36 件(減少 9.8%)。
- 五、香港商雅虎資訊股份有限公司 172 件，較前年減少 61 件(減少 26%)。

六、東森得易購股份有限公司 113 件，較前年減少 51 件(減少 31%)。

另依行政院消保處統計，被申訴原因及商品類型前 3 名的排序分別如下：

一、被申訴原因

(一)瑕疵品爭議：約占 31.7%。

(二)產品內容爭議：約占 13.3%，主要為顏色、形狀、體積及數量不同。

(三)退費爭議：約占 10.7%，主要為時間延遲及數額短缺。

二、商品類型

(一)家電及周邊產品：約占 14.8%。

(二)通訊及周邊產品：約占 10.4%。

(三)服飾、皮件、鞋類：約占 9.6%。

行政院消保處表示，雖去年電商平台被申訴量減少，但平台的管理及服務的品質仍有相當改善空間，因此，已函請電商平台的主管機關數發部，督促要求電商平台業者持續精進各項保障消費者權益的措施，俾減少消費爭議案件。

最後，行政院消保處呼籲消費者，網購商品或服務有一定風險，應瞭解賣家及電商平台的信譽，並善用第三方支付或平台業者提供之「價金保管機制」，俾發生消費糾紛時，較能維護自身之權益。其次，除非有消費者保護法規定的「合理例外情事」，消費者可於收受商品或接受服務後 7 天內向企業經營者主張無條件解除權，且不需負擔任何費用，以維護自身權益。

資料來源：摘自行政院消費者保護會