

第八章 結論

科技日新月異，新興科技不斷推陳出新，一項新的科技的推出，可能會影響到舊的產業的收入，於是便產生了衝突。如何調和兩造雙方的利益，取得一個平衡點，就變得是一件非常重要的事。在美國，有許多的案例對於這類的訴訟，想要去劃出一個令人滿意的解決方案，其中最著名的便是 Sony 案及其後續案例所討論的 Sony 原則。而德國法下，以其法律的理論框架，去架構規範這類行為的便是中性幫助理論。美國案例所提出的 Sony 原則認為行為人提供一個具有實質非侵權用途或商業上重要非侵權用途的科技或服務的行為，並非侵權行為。對於這個原則有許多的解釋，包括了 1·認為只要提供的科技或服務符合上述的定義，則其行為就不是侵權行為。2·實質非侵權用途的實質應作權衡，當超過 50%的用途是侵權用途時，就不能算是實質。3·只要該產品或服務有實質的或商業上重要的非侵權用途(不需是過半的非侵權用途)，光是製造、販賣、散佈的行為並不能推定行為人主觀上有惡意，所以主觀要件不該當，尚要去認明行為人對侵權行為有實質上的認知才能成立輔助侵權責任。而在德國法的中性幫助理論下，對於一個典型的日常的業務行為是否可能成立刑事的幫助犯，分成主觀理論與客觀理論，客觀理論認為 1·中性業務行為不是幫助行為。2·中性業務行為依信賴保護原則未創造法所不容許的風險無或中性業務行為有其自我的目的依回溯禁止原則因而無客觀歸責性。3·中性業務行為無違法性，可阻卻違法，故不成立犯罪。而主觀理論認為 1·行為人主觀上無促進之意思，沒有幫助故意，主觀構成要件不該當。2·在確知正犯有犯意的情況下，可能因為提供產品或服務與犯罪間無犯罪關連性而不成立幫助犯；而在懷疑正犯有犯意的情況下，若無高度懷疑，則可依信賴保護原則主張無主觀犯意。在我國現刑法下，對於這類提供、製造、散佈新興科技或服務的商業行為，可以去規範的，就刑法上而言，應是刑事的幫助犯。在解決這類的問題上，本文參考了美國的 Sony 原則與德國的中性幫助理論，提出了三項判斷法則，主要對這類的商業行為由三個部分去討論是否成立刑事的幫助犯或其他犯罪行為，第一個部分是就製造、販賣、散佈產品或服務的行為依德國的中性業務行為主觀理論去判斷是否成立刑事幫助犯；第二個部分是就後續的服務行為依德國的中性業務行為主觀理論去判斷是否成立刑事幫助犯，此時需特別注意的是有可能成立不作為的幫助犯；第三個部分是對於其他的商業行為如廣告行為去判斷是否成立其他的犯罪行為。對於本文所提出的三項判斷法則，本文認為是在現行法下對於新興科技產業與傳統產業的衝突中所劃出最好的一個平衡點，不過這個平衡點的功能僅止於讓雙方井水不犯河水，會將一個市場切分成兩塊，對於傳統業者，新興科技業者及消費者三方而言都不是一個最好解，最好的解依本文的分析會出現在傳統業者，新興科技業者和解合作的情況下，不過也因為不是最好的解，本文亦相信依此法則去作判決，訴訟的兩造雙方最終亦會向和解合作前進。

