

專題演講：商業言論與言論自由的保障——比較法的觀點

主講人：劉定基博士

專題演講大綱

商業言論的憲法地位(1)

- 為什麼要保護言論自由？(言論自由的功能與價值)

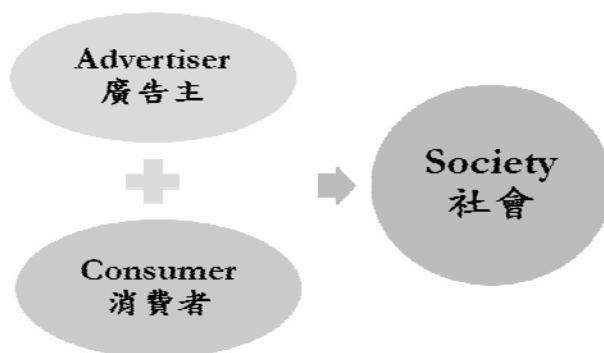
商業言論的憲法地位(2)

- 商業言論是否受到保護？
 - ❖ Valentine v. Chrestensen(1942)
 - ◆ 事實
 - ◆ 採否定看法！
 - ◆ 為什麼？
 - 提示：從言論自由的價值、功能思考!!

商業言論的憲法地位(3)

- 商業言論是否受到保護？
 - ❖ Virginia State Board of Pharmacy v. Virginia Citizens Consumer Council, Inc. (1976)
 - ◆ 承認商業言論也受言論自由保護!!
 - ◆ 為什麼改變見解？
 - ◆ 批評

Virginia State Board of Pharmacy



商業言論的憲法地位(4)

- 商業言論是否受到保護？
 - ❖ 司法院大法官的立場
 - ◆ 釋字 206
 - 醫療廣告
 - ◆ 釋字 414
 - 藥品廣告
 - ◆ 另參釋字 577 + 釋字 623

商業言論的定義(1)

- 什麼是商業言論？
 - ❖ 商業言論 = 廣告？
 - ◆ Valentine v. Chrestensen (1942)
 - ◆ New York Times v. Sullivan (1964)
 - 蘇利文案跟商業言論有什麼關係？
 - \$\$\$\$\$\$ 是重點嗎？
 - ◆ Virginia State Board of Pharmacy (1976)
 - “Propose a commercial transaction”

商業言論的定義(2)

- 什麼是商業言論？
 - ❖ Central Hudson Gas & Electric Corp. v. Public Service Commission (1980)
 - ◆ “expression related solely to the economic interests of the speaker and its audience”

商業言論的定義(3)

- ❖ Bolger v. Youngs Drug Products Corp. (1983)
 - ◆ Commercial advertisement?
 - ◆ Speaker has an economic motivation?
 - ◆ The offer to sell certain products?

商業言論的定義(4)

- 案例討論 Kasky v. Nike (Cal. 2002)
 - ❖ 事實
 - ❖ 加州地院及高院的見解
 - ❖ 加州最高法院的見解
 - ❖ 美國聯邦最高法院 Stephen Breyer 大法官的見解



商業言論的定義(5)

- 商業言論：司法院大法官的見解
 - ❖ 釋字 414 號解釋
 - ◆ 吳庚等三位大法官部分不同意見：「商業言論通常以追求經營之利潤為主要目的」
 - ❖ 釋字 577 號解釋
 - ◆ 商品標示為提供商品客觀資訊之方式，為商業言論之一種，有助於消費大眾之合理經濟抉擇
 - ❖ 釋字 623 號解釋
 - ◆ 有助於合理經濟抉擇 + 著重「商業交易」？

商業言論的定義(6)

- 什麼是商業言論？
 - ❖ 台灣學者的見解
 - ◆ 商業言論 = 廣告
 - 企業經營者基於商業目的或利潤所為廣告其商品或服務之言語或文字(林世宗教授)
 - ◆ 商業言論 > 廣告
 - 宣傳或推廣某種商品或服務的言論，而其目的在「直接」刺激該項物品或服務的交易，以獲取商業利益者。...最常見的就是廣告(林子儀大法官)

商業言論的定義(7)

- 構成商業言論的判斷因素

憲法對商業言論的保障程度(1)

- 商業言論與政治性言論的不同？

憲法對商業言論的保障程度(2)

- 美國憲法對於商業言論的保障？
 - ❖ 事前審查(prior restraint)？
 - ❖ 涵蓋過廣(overbreadth)？
 - ❖ 審查標準
 - ◆ 一般內容限制 = 嚴格審查(strict scrutiny)
 - ◆ 商業言論？

憲法對商業言論的保障程度(3)

- 美國憲法對於商業言論的保障？
 - ❖ The Central Hudson test
 - ◆ 商業言論須非不實或涉及非法活動
 - ◆ 政府管制具有實質利益(substantial interest)
 - ◆ 管制手段足以直接達成所欲維護的公益
 - ◆ 對於言論的限制須在必要範圍內

The Central Hudson test

實例討論 Lorillard Tobacco Co. v. Reilly (2001)

憲法對商業言論的保障程度(4)

- 司法院大法官對於商業言論的保障程度？
 - ❖ 釋 414 (藥物廣告)
 - ◆ 非關公意形成、真理發現或信仰表達之商業言論，尚不能與其他言論自由之保障等量齊觀。藥物廣告之商業言論，因與國民健康有重大關係，基於公共利益之維護，自應受較嚴格之規範

憲法對商業言論的保障程度(5)

- 司法院大法官對於商業言論的保障程度？
 - ❖ 釋 577
 - ◆ 商品標示如係為促進合法交易活動，其內容又非虛偽不實或不致產生誤導作用者，其所具有資訊提供、意見形成進而自我實現之功能，與其他事務領域之言論並無二致，...國家為保障消費者獲得真實而完整之資訊、避免商品標示內容造成誤導作用、或為增進其他重大公益目的，自得立法採取與目的達成有實質關聯之手段，明定業者應提供與商品有關聯性之重要商品資訊

憲法對商業言論的保障程度(6)

- 司法院大法官對於商業言論的保障程度？
 - ❖ 釋 623
 - ◆ 商業言論所提供之訊息，內容為真實，無誤導性，以合法交易為目的而有助於消費大眾作出經濟上之合理抉擇者，應受憲法言論自由之保障。...促使人為性交易之訊息，固為商業言論之一種，惟係促使非法交易活動，因此立法者基於維護公益之必要，自可對之為合理之限制

綜合討論

