

# 台灣網路講堂

## 隱私與安全之平衡點



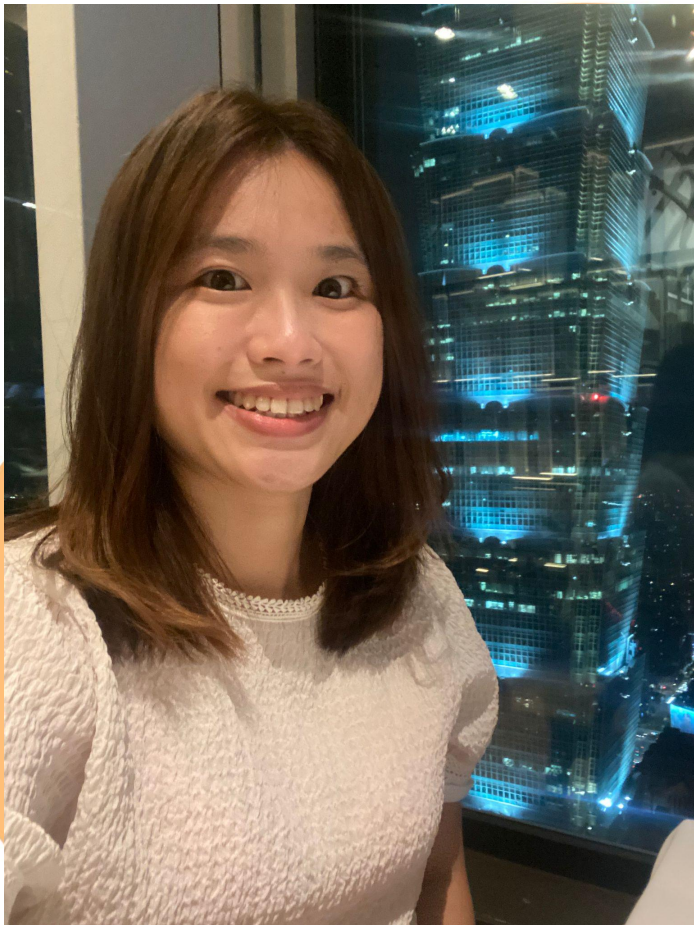
# Hi! I'm Singing

## From the Community

- Mozilla Taiwan Community
- COSCUP
- Technology communities

## For the Community

- CEO of Open Culture Foundation
- Open Source Promoter



**Technology should be based on  
the principles of**

**OPENNESS,  
TRANSPARENCY,  
PUBLIC PARTICIPATION**

*“Openness” is the root of internet and social design.*



開放文化基金會  
Open Culture Foundation



國家安全

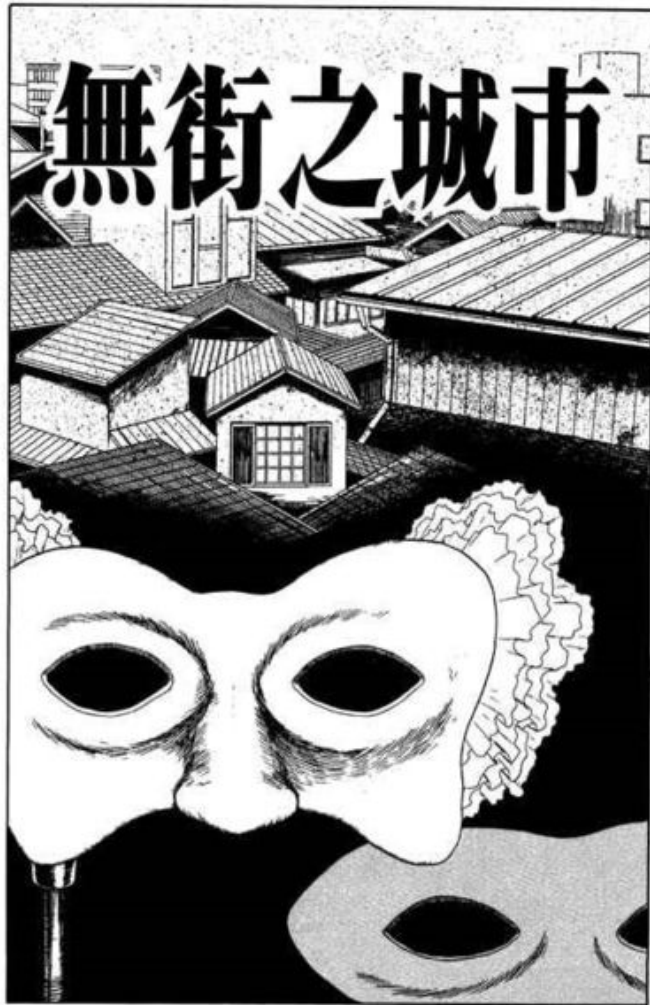
A Venn diagram with two overlapping circles. The left circle is blue and contains the text '國家安全' (National Security). The right circle is red and contains the text '人民隱私' (People's Privacy). The intersection of the two circles is labeled 'V.S'. The background is orange with faint white circular lines.

V.S

人民隱私

最後，容本席引述日本漫畫家伊藤潤二短篇作品「無街之城」的情節，充當文末的若干反思。「無街之城」描述一個沒有隱私權的社會：人們生活在一個「客廳即公園」的環境裡，為了彼此通行便利的「公共利益」，臥室可以成為通行道路；以為戴上面具生活，不知道彼此身分就可以保有隱私，殊不知當自己的家成為馬路，人來人往，戴上面具還是沒有隱私；即便自暴自棄，不戴面具甚至全身赤裸，放棄所有隱私，仍然會有更私密的自己成為被窺視的目標。當國家可以強制蒐集我們的健保個資，並不經我們同意，就提供第三人使用，即便信誓旦旦掛保證，一定可以讓我們戴上面具「去識別化」而保有隱私權，但失去家、失去如同所謂「城堡」的獨立監督機制及嚴謹程序保障，我們仍然生活在這座「無街之城」。不讓人民生活 在伊藤潤二筆下的「無街之城」，不僅是本席在對學術研究與基本權利二者作出權衡後的呼籲，更是本庭貫徹憲法保障人民資訊隱私權的職責所在！

Source: 憲法法庭111年憲判字第13號判決許大法官宗力提出之部分不同意見書



Source: 伊藤潤二短篇作品「無街之城」

VISUALIZING

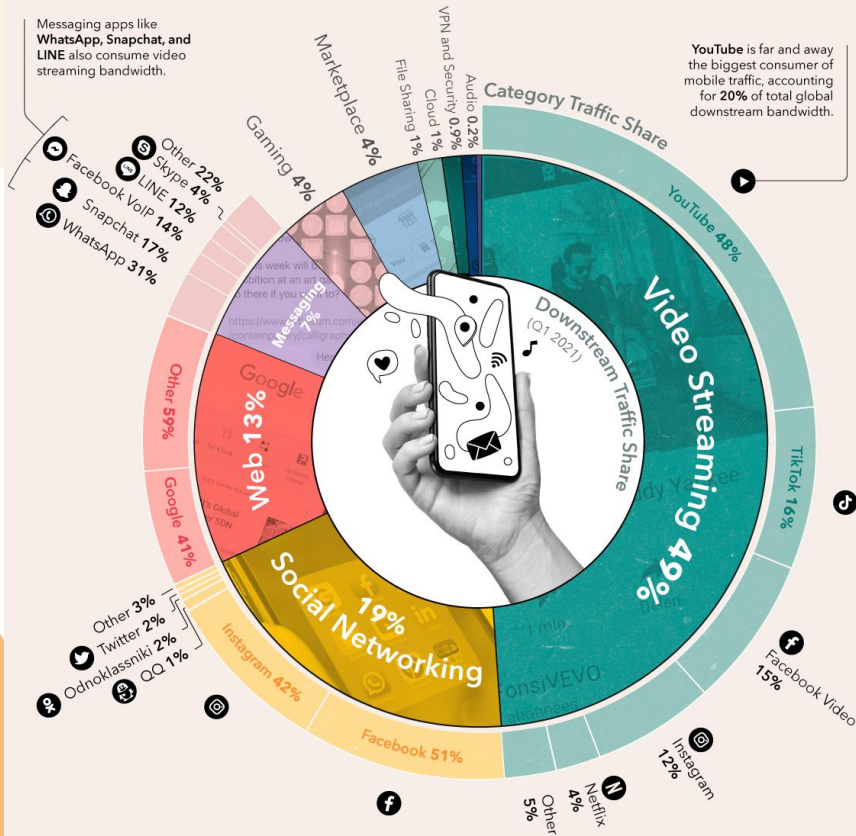
# Mobile Traffic Worldwide

As global smartphone proliferation surges, a handful of categories and apps are dominating internet bandwidth.

**Downstream traffic** measures the amount of data downloaded from the internet to a device, like a message or video clip.

Messaging apps like **WhatsApp, Snapchat, and LINE** also consume video streaming bandwidth.

**YouTube** is far and away the biggest consumer of mobile traffic, accounting for **20%** of total global downstream bandwidth.



Source: Sandvine's global mobile traffic report for 2021 Q1

The background features a solid orange color with several overlapping circles. A large white circle is centered, with a smaller, semi-transparent white circle overlapping it from the top-left. A dark blue rectangular box is positioned horizontally across the middle of the white circle, containing white text. The text is arranged in three lines, centered within the box.

除了全球規模的數位平台，  
亞洲區域和台灣本土的數位平台  
也已經掌握巨量的民眾資料



臺灣的網路使用人口

91%

社群媒體帳戶

84%

線上購物 42.8%

## 最常使用社群媒體

Facebook

61.21%

PTT 實業坊

1.35%

Instagram

17.17%

Twitter

0.66%

抖音

2.19%

Dcard

0.41%

## 最常使用電商平台

臺灣蝦皮購物

61%

Yahoo 購物中心

23%

momo 購物網

59%

淘寶 / 天貓

19%

PChome24h 購物

43%

東森購物網

12%

# 台灣政府在向數位平台調取資料時缺乏透明度

## 根據台灣人權促進會的調查：

---

- 台灣的執法機關偵辦刑事案件，**僅在向電信公司調取資料時受通保法規範**，數位平台的資料調取缺乏程序保障
- 法務部目前仍以「有礙犯罪」、「妨礙偵查效能」等理由，**拒絕公開**大部分與企業約定調取條件的內容

台灣常用的本土和亞洲數位平台能  
否保障使用者隱私？

# Ranking Digital Rights (RDR)

## 國際企業數位人權排名計畫在臺灣

- RDR 是一個針對跨國科技公司的國際人權倡議計畫。藉由發展**國際標準**，定期評估全球主要數位平台和電信公司的人權表現，範圍涵蓋**公司治理、隱私、言論與資訊自由**三面向
- RDR 的主要目標：客觀評估跨國科技公司的**政策條款**對使用者的人權保障程度。藉由公開企業人權表現的透明度來促成改善
- RDR 於 2022 年開始執行亞洲區台、馬、韓三國企業數位人權倡議計畫，並由開放文化基金會評估台灣市場中的本土及亞洲跨國業者

## 📈 The 2022 Big Tech Scorecard



## 📈 The 2022 Telco Giants Scorecard



# 數位人權在台灣： 2022 企業責信報告

本次評估對象包括台灣市場中具有高市佔率的本土與亞洲區域數位平台、電信公司。共計 17 個數位平台、3 家電信公司（僅評估行動網路服務）

產業名稱	服務名稱	所屬公司	公司屬性
社群媒體 SOCIAL MEDIA	Dcard	狄卡科技股份有限公司	英屬開曼群島商 Dcard Holdings Ltd. 投資成立之臺灣股份有限公司
	巴哈姆特電玩資訊站	旺普網路資訊股份有限公司	臺灣股份有限公司
	噗浪	噗浪股份有限公司	英屬蓋開群島商 Plurk Ltd. 投資成立之臺灣股份有限公司
	小紅書	行吟信息科技（上海）有限公司	中國股份有限公司，無在臺灣登記
	104 人力銀行	一零四資訊科技股份有限公司	臺灣股份有限公司（上市）
人力銀行 JOB BANKS	1111 人力銀行	全球華人股份有限公司	臺灣股份有限公司
	Yes123 求職網	一二三生活科技股份有限公司	臺灣股份有限公司
	小雞上工	數字科技股份有限公司	臺灣股份有限公司（上櫃）
	518 熊班	數字科技股份有限公司	臺灣股份有限公司（上櫃）
	Yourator	友睿資訊股份有限公司	臺灣股份有限公司
電 商 E-COMMERCE	PChome 24h 購物	網路家庭國際資訊股份有限公司	臺灣股份有限公司（上櫃）
	momo 購物網	富邦媒體科技股份有限公司	臺灣股份有限公司，富邦集團之關係企業
	台灣蝦皮購物	新加坡商蝦皮娛樂電商有限公司臺灣分公司	新加坡冬海集團之子公司新加坡 Shopee Pte. Ltd. 在臺成立的分公司
	台灣樂天市場	台灣樂天市場股份有限公司	日本樂天集團子公司新加坡 Rakuten Asia Pte. Ltd. 投資成立之臺灣股份有限公司
	博客來	博客來數位科技股份有限公司	臺灣股份有限公司，統一集團之關係企業
	露天市集	露天市集國際資訊股份有限公司	臺灣股份有限公司，網路家庭國際資訊股份有限公司與 eBay 合資成立
	ETMall 東森購物網	東森得易購股份有限公司	臺灣股份有限公司，東森集團之關係企業
電信公司 TELECOM	中華電信 行動網路	中華電信股份有限公司	臺灣股份有限公司（上市），原為國營企業
	台灣大哥大 行動網路	台灣大哥大股份有限公司	臺灣股份有限公司（上市），富邦集團之關係企業
	遠傳電信 行動網路	遠傳電信股份有限公司	臺灣股份有限公司（上市），遠東集團之關係企業



# 數位人權在台灣： 2022 企業責信報告



RDR 方法總計 58 項指標，在台灣評估時共選擇 29 項指標，並且主要關注數位隱私

領域	指標內容	
公司治理 (G)	G1 人權政策承諾	G6a 公司政策申訴機制
	G4b 人權影響評估：公司政策	G6b 內容審查申訴機制
言論與資訊自由 (F)	F1a 政策可及性：服務條款	F5a 回應機制：政府限制要求
	F1b 政策可及性：廣告內容	F8 告知使用者內容與帳戶限制
	F1c 政策可及性：目標式廣告	F11 實名制
	F3a 政策規章：內容與帳戶限制	
隱私 (P)	P1a 政策可及性：隱私條款	P8 個人資料副本請求權
	P1b 政策可及性：演算法系統開發	P9 從第三方搜集使用者資訊
	P2a 政策變更通告：隱私條款	P10a 回應機制：政府索取個資
	P3a 使用者資訊搜集	P11a 統計資料：政府索取個資
	P3b 使用者資訊推論	P12 告知使用者個資被索取
	P4 使用者資訊分享	P13 資安監督
	P5 使用者資訊處理目的	P14 處理資安弱點
	P6 使用者資訊保存	P15 個資外洩處理
	P7 資訊處理控制選項	P17 帳戶安全（數位平台）

# 數位人權在台灣： 2022 企業責信報告

在台灣受估評的本土和亞洲業者皆有遵循最低法法律標準，有提供隱私政策。但政策內容對使用者的保障程度有待提升。

指標內容 (F)	平均數 (μ)	變異係數 (CV)
P1a：隱私政策可及性	80.00	0.17*
P1b：演算法系統開發政策可及性	0.00	- *
P2a：隱私政策變更通告	11.25	1.40
P3a：使用者資訊搜集	46.67	0.40*
P3b：使用者資訊推論	7.50	2.05
P4：使用者資訊分享	48.75	0.32*
P5：搜集、推論、與分享使用者資訊的目的	35.50	0.38*
P6：使用者資訊保存	12.00	1.28
P7：使用控制資訊搜集與處理	11.18	0.34*
P8：取得個人資料副本	24.69	0.24*
P9：從第三方搜集的使用者資訊	9.72	1.08
P10a：回應政府要求索取使用者資訊的機制	4.64	2.54
P11a：政府要求使用者資訊的相關資料	2.75	2.66
P12：告知使用者其資訊有被索取	0.00	-*
P13：資安監督	34.17	1.12
P14：處理資安弱點	2.50	3.18
P15：資料外洩處理	10.00	2.07
P17：帳戶安全性（數位平台）	24.51	1.07





# Facing Threats, Privacy Remains Non-Negotiable

- ❖ **Transparency** 透明, 取得信任
- ❖ **Openness** 開放, 保持彈性
- ❖ **Privacy Matters** 隱私, 不能妥協

