

【裁判字號】 94,訴,6831

【裁判日期】 960430

【裁判案由】 損害賠償等

【裁判全文】

臺灣臺北地方法院民事判決

94 年度訴字第 6831 號

原 告 鈴木一郎(Mr. Suzuki Ichiro)

即反訴被告

訴訟代理人 古清華 律師

複代理人 林瑩姮 律師

被 告 創信股份有限公司

即反訴原告

法定代理人 甲○○

訴訟代理人 丙○○

當事人間請求損害賠償等事件，本院於中華民國 96 年 4 月 18 日言詞辯論終結，

判決如下：

主 文

被告應給付原告新臺幣伍佰萬元及自民國九十四年十二月二十一日起至清償日止，按年息百分之五計算之利息。被告應停止銷售任何顯示有原告肖像之產品及

將所有不法使用原告肖像權之平面廣告移除，並將所有侵害原告肖像權之產品立刻銷燬。原告其餘之訴駁回。訴訟費用由原告負擔百分之五，餘由被告負擔。本判決原告勝訴部分，於原告以新臺幣貳佰伍拾萬元或同面額之臺灣銀行無記名可轉讓定存單為被告供擔保後，得假執行；但被告如以新臺幣伍佰萬元為原告預供擔保，得免為假執行。原告其餘假執行之聲請駁回。反訴原告之訴駁回。反訴訴訟費用由反訴原告負擔。

事實及理由

壹、本訴部分：

一原告起訴主張：

(一)原告鈴木一郎為享譽國際之日本旅美知名職棒球員，於日本職棒球壇與美國大聯盟中的西雅圖水手隊均有優異表現，西雅圖水手隊因見原告之優異球技，故以高達美金 1312 萬 5000 元即新臺幣（以下未標明貨幣單位者同）4 億 2862 萬 3125 元（以匯率 1 美元換算 32.657 新臺幣計算）之轉隊費、與原告簽署三年將近美金 1,500 萬元至 1,800 萬元（折合新臺幣為 4 億 8985 萬 5000 元至 5 億 8782 萬 6000 元）之契約，當時為亞洲球員在美國大聯盟身價最高的明星球員。因原告在國際棒壇上之重要地位與不凡身價，故其肖像在所有職棒球迷、尤其是亞洲籍的球迷來說，是屬於勝利與保證的象徵，如果任何商品一旦與鈴木先生的肖

像相互連結，將會對全球的亞洲職業棒球球迷產生無以估計的說服力與影響力；再職棒球員在某一地區之首次代言曝光的授權金或代言費用，如為首次曝光或首次代言者，該地區之首次代言費用或曝光之權利金或代言費用將遠高於爾後同一地區之肖像權權利金或代言費，因首次曝光或代言，因性屬稀少性，故必定吸引該地區所有媒體與消費者的目光，對於其所代言商品或代表的活動、產品等等當然為巨大之廣告利益與形象推銷；又原告形象正直敦厚努力有禮，在臺灣球迷心中擁有不可取代的首席亞裔棒球選手地位，更使原告之肖像具有經濟上與無形之價值，加上原告曾在臺灣發生 921 大地震時赴臺義賣自己的球具，並捐出義賣所得供作救災之用，故原告之形象對臺灣球迷來說更有無可劃分的情感上正面因素；而原告因珍惜其在臺灣名譽與形象，在臺灣不輕易允諾代言活動，更未參與任何商業行銷活動廣告，故至今未授權臺灣任何團體得以在臺灣地區使用其肖像臺灣地區內如有使用原告肖像之行為，均屬不法行為。

(二)民國 93 年 (西元 2004 年)六月間，日商美津濃公司欲與原告洽商臺灣地區的肖像權授權事宜，並且提出高額的授權金邀約，孰知原告之經紀人乙○○ (Yoshiki Okada)於西元 2004 年 7 月 21 日收到來自於美津濃公司運動事業部的九保田憲史先生電子郵件，其中據該公司調查鈴木一郎先生的肖像權在臺灣地區當時已經遭被告創信股份有限公司的侵害與

盜用，並將其所蒐集到的證據連同該電子郵件一併通知原告經紀人乙○○○，請其必需先處理被告之不法使用行為，其後該肖像權授權之洽商因而無法繼續而中止。查被告自 93 年 10 月間起陸續不法使用原告肖像於商品平面廣告、公車車廂外巨幅廣告、全省經銷門市廣告上逾一年，使臺灣消費者因而誤信原告乃為其公司產品代言推銷。被告於：**1.**93 年 11 月，被告不法使用原告肖像於「職業棒球」之全刊廣告；**2.**93 年年底至 94 年期間，被告不法使用原告肖像於其公車車廂外廣告之上被告未經原告事前同意，擅自將原來刊登於前開「職業棒球」雜誌中廣告部分，更大幅將之刊載於指南客運等公、民營公車外之廣告中；**3.**93 年年底至 94 年間，被告將原告肖像不法使用於自己在全省各地直營門市及百貨專櫃店面裝潢中，使消費者誤信原告有為其產品代言；**4.**據原告蒐證以及被告自己在其 96 年 4 月 12 日書狀中所提出證物顯示，被告尚在其其他自己零售門市或百貨專櫃上使用原告之肖像：**①**擅自將原告之肖像使用於創信公司在台北士林直營門市之牆面**②**被告使用原告肖像在其自己設置於台北新光三越百貨公司站前店 11 樓「MLB 美國職棒大聯盟」專櫃壁面；**③**被告使用原告肖像於台南新光三越百貨專櫃壁；**④**被告使用原告肖像於台南大遠百百貨專櫃壁面；**⑤**被告使用原告肖像於漢神百貨專櫃壁面；**⑥**被告使用原告肖像於高雄大遠百百貨專櫃壁面；**⑦**被告使用原告肖像於屏東太平洋百貨專櫃壁面。

(三)被告不法侵害原告之肖像權，爰依民法第 184 條第 1 項前段、第 195 條第 1 項規定請求被告賠償損害、停止損害行為及刊登道歉啟事。原告因被告之不法行為喪失 3,000 萬元以上之肖像權授權金收益，爰為一部請求 350 萬元，其餘暫予保留；又原告不法之商業圖利行為侵害原告之人格法益情節重大，造成原告精神上之痛苦，爰一部請求被告賠償 150 萬元，其餘亦暫為保留；另被告之行為使原告之優良名譽受有損害，為求正視聽，導正業受誤導之訊息，免原告再受到名譽侵害下，請求被告應登報道歉，以回復名譽之損害。

(四)聲明：**1.**被告應給付原告 500 萬元，及自起訴狀繕本送達之日起至清償日止按年息 5%計算之利息；**2.**被告應立即停止銷售任何顯示有原告肖像之產品、以及將所有不法使用原告肖像權之平面廣告移除，並將所有侵害原告肖像權之產品立刻銷毀；**3.**被告應於蘋果日報、中國時報、自由時報、民生報等報之頭版刊登道歉啟事連續三日；**4.**願以現金或等值之臺灣銀行可轉讓定存單供擔保，請准宣告假執行。

二被告則辯以：

(一)被告使用任何有關美國職棒大聯盟球隊的藍、白、紅三種底色之棒球人商標、所屬球隊之隊徽、所屬球員照片及商品，及為經銷該等商品所為之廣告，係經美國供應商 MAJESTIC ATHLETIC 合法授權，並成為臺

灣地區經銷商，而該供應商是否有權利使用原告之任何照片及如何使用，應屬原告與該供應商間之內部問題，無涉於善意之第三者即被告。

(二)美國供應商 MAJESTIC ATHLETIC 為美國大聯盟與美國球員協會之全球代理商，被告與之簽訂意向書，依意向書中約定，相關廣告行銷物須經美國供應商同意後方可執行，被告本於臺灣獨家銷售責任，要求其提供球員照片製作廣告物，並經其核准後，始於市場公開行銷；此外，美國大聯盟亦會將某些球員之照片（包含原告），直接寄予被告，以方便商品促銷廣告之製作及使用。

(三)凡屬美國球員協會成員，皆受該協會之規範，原告自不例外，除協會有權使用任一球員之商品於其所需要之行銷上，且接受被授權廠商每年支付之權利金，當然其受益人為該協會所有球員，而意向書中既已明文要求被告應支付該協會權利金，則當然確信美國供應商所提供之球員照片及經其同意製作之廣告物，並無疑問。

(四)被告於廣告物中秀出的不只限於球員圖像，尚包括同屬於人格權之姓名、球衣號碼及各個相關團體的商標，如水手隊之隊徽、美國大聯盟及美國供應商的商標等，原告無理由要求被告提出使用球員圖像的授權書，被告基於經銷商之地位，亦無任何權利與義務，須與原告談及相關授權之必要。

(五)原告及證人乙○○皆陳述未將原告之肖像權，授權任何之第三人使用在任何產品或商品上，惟被告曾提出附有原告肖像圖片商品等證物，該等證物皆係源自美國大聯盟所屬之網路專賣總店，顯見其二人之陳述與事實，有所矛盾。被告販賣原告所屬球隊之球衣等商品，雖尚未及於已附有肖像之商品，但依美國供應商 MAJESTIC ATHLETIC 2006 年春季商品目錄所示，附有原告肖像圖片或其他球員肖像之商品乃隨處可見，原告有義務至法院解釋。

(六)被告若販賣印製有美國大聯盟球員照片之球衣商品，而該球衣係經一般商業交易購得，此時被告當然有權利將該商品轉賣予不特定之消費者，而不受限於數量與次數；被告應用廣告手法，將商品使用之圖片予以放大，促銷販賣同一商品予特定區域中之不特定消費者，仍屬被告原應具有的合法商業交易權利，不應被視為非法。又原告不曾在臺灣地區被運用為代言人，代言他人製造之商品或服務，於國際市場使用其肖像商品，係源之於其所屬球隊國籍之相關商品，自非等同一般代言商品；另該商品是依循一般商品交易方式流通至臺灣地區販賣，原告不應再於臺灣地區主張此等商品屬於其代言之商品，販賣者，更不應被錯認為被代言商品之使用廠商。

(七)原告依民法第 184 條規定主張被告應負侵權行為損害賠償責任，應證明被告之行為係屬不法，且有故意或過失，並證明其損害額，及其間之因

果關係。又依據學者史尚寬、鄭玉波、曾隆興、曾世雄及王澤鑑之見解，

原告並不得請求金錢之損害賠償

(八)聲明：1.原告之訴及假執行之聲請均駁回；2.如受不利判決，願供擔保請准宣告免為假執行。

三兩造不爭執之事實：本件經本院協商兩造整理爭點，兩造不爭執之事項（卷

(二)第 44 頁反面），經文字修正後如下：(一)被告有使用原告之照片於其

士林直營門市之牆面、新光三越百貨公司站前店 11 樓之「MLB 美國

職棒大聯盟」及信義店 A11 館 6 樓文化館之「GO GO SPORTS

CENTER」專櫃壁面、指南客運公車外廣告及刊登於 93 年 11 月 10 日

出刊之第 272 期「職業棒球」雜誌封面內頁及第 1 頁之跨頁廣告中。

(二)MAJESTIC ATHLETIC 可以銷售印有原告姓名及球衣背號之商品。以上

有照片（卷(一)第 11 至 16 頁）、廣告（卷(一)第 17 至 22 頁、第 116 至

118 頁、卷(二)第 166 至 168 頁)在卷可稽，應堪信為真實。又兩造原就

被告於 94 年 7 月間接獲原告存證信函後，即自行停止及清除上開行為，

本不為爭執，嗣原告對之有所爭執，故未予列入，併予敘明。

四得心證之理由：本件經本院協商兩造整理爭點，兩造之待辯論爭點為原告主

張被告侵害其肖像權而請求損害賠償，有無理由？即1.被告有無侵權行

為？亦即被告被授權經銷之行為是否包含原告之肖像權？2.原告之損害為

何？與被告之行為有無相當因果關係？又有無相當之證明？ 3.原告請求慰撫金，有無理由？（卷(二)第 44 頁反面)茲判斷如下：

(一)按當事人主張有利於己之事實者，就其事實有舉證之責任；私文書應由舉證人證其真正，但他造於其真正無爭執者，不在此限，民事訴訟法第 277 條前段、第 357 條分別定有明文。又原告對於自己主張之事實已盡證明之責後，被告對其主張，如抗辯其不實並提出反對之主張者，則被告對其反對之主張，亦應負證明之責，此為舉證責任分擔之原則；各當事人就其所主張有利於己之事實，均應負舉證之責，故一方已有適當之證明者，相對人欲否認其主張，即不得不更舉反證（最高法院 18 年上字第 2855 號、19 年上字第 2345 號判例意旨可資參照）。

(二)經查，本件原告主張被告有使用其肖象，於其門市牆面、雜誌及公車外廣告等行為，為被告所不爭執，已如前~~三~~之(一)所述，原告否認曾授權被告使用，被告辯稱其係經美國供應 MAJESTIC ATHLETIC 授權經銷商品，並得使用於廣告，按諸前揭舉證責任分配之原則，即應由其負舉證之責。次查，被告雖提出 MAJESTIC ATHLETIC 公司授權信函（卷(一)第 135 至 136 頁）、2006 年 6 月 13 日意向書、被告之訂購單、美國供應商出貨單、與美國供應商往來書信、與美國大聯盟往來書信（以上見卷(二)第 10 至 29 頁）、2004 年 4 月 13 日意向書（卷(二)第 164 至 165 頁）為證，惟原告否認上開文書之真正，按諸民事訴訟法第 357 條之規

定，自應由被告證明上開文書之真正，然被告迄未證明上開文書之真正，其上開所辯云云，即非可採。再查，原告復提出 MAJESTIC ATHLETIC 公司之網頁(卷(一)第 114 至 115 頁)、該公司 2006 年春季商品目錄、球衣商品照片(卷(二)第 110 至 113 頁)，並提出衣服附卷，以資證明原告有授權 MAJESTIC ATHLETIC 使用其肖像云云，然原告陳稱僅同意 MAJESTIC ATHLETIC 銷售有原告之球衣背號及姓名之商品，但並未授權該公司使用他的肖像等語。惟查，縱被告所稱之原告有授權 MAJESTIC ATHLETIC 得使用其肖像且其為該公司在臺灣之經銷商屬實，但不能以之證明原告有授權 MAJESTIC ATHLETIC 得再授權被告得使用其肖像為廣告，足見被告上開所辯云云，並非可採。又查，原告主張被告不法使用其肖像權乙節，即堪採信。

(三)次按肖像權為人格權之一，且為個人形象及個性之表現，亦屬重要人格法益之一種，又肖像權與其他人格權不同，肖像之使用，若用於商業上，亦具財產權之性質，得發揮其經濟上之利益與價值，此於知名之影藝人員、運動員尤然，肖像權受侵害者，除得依民法第 195 條第 1 項前段請求侵權行為人，賠償其精神上損害外，並得依民法第 184 條第 1 項規定請求財產上損害賠償及回復損害之原狀。被告雖舉學者之見解，辯稱原告在法律上不得為本件之請求，惟其所引學者史尚寬、鄭玉波、曾隆興及曾世雄之見解，均為民法第 195 條修正前之見解，學者王澤鑑於其

侵權行為法第一冊中與本件有關之論述為以民法第 184 條第 1 項後段之請求權為中心 (卷(一)第 159 至 162 頁),再學者王澤鑑於月旦法學發表之回復原狀與金錢賠償,則係以民法第 213 條之規定為其論述範圍(卷(一)第 163 至 166 頁),皆與本件原告之請求權為民法第 184 條第 1 項前段及第 195 條第 1 項無關,自不得為被告有利之依據。本件被告未能證明其有權得使用原告之肖像權,已如前述,則原告主張被告不法使用其之肖像,致其受有非財產上之損害及財產上損害,其損害與被告之行為間有相當之因果關係等情,與常情相符,亦堪予採信。

(四)就原告各請求判斷如下：

- 1.原告主張其美國之身價遠高於我國旅美選手王建民,年薪為王建民之 25 倍,且參酌王建民日前回臺灣代言 2009 年高雄世運會之代言費為 1,500 萬元,每小時參加活動費為 130 萬元至 150 萬元,出席新光登高賽費為 500 萬元,球迷簽名會費 350 萬元,主張其受有財產上之損害 3,000 萬元,惟一部請求 350 萬元,餘為保留等語,並提出新聞資料為證(卷(二)第 62 至 70 頁),但為被告所否認,原告未證明上開新聞資料所述為真正,已難採信,且王建民為我國人,國人對其知悉度與接受度,本較外國人高,再王建民為新竄起之新星,新鮮度高,又觀諸上開新聞資料之內容,王建民實際參與代言,與原告之提供肖像,亦不相同,自難相以比擬,而原告自承其於中國大陸上海地區肖像權授權之權利金為

日幣 1,000 萬元，折合新臺幣約為 350 萬元，其經紀人乙○○亦到庭證稱係以日本國之授權契約日幣 15,000 萬元外加日幣 1,000 萬元等語(卷(二)第 84 頁)，且上海地區與臺灣地區相仿，同為經濟高度發達之地區，被授權人又同為日商美津濃，足見原告若與日商美津濃公司洽談臺灣地區之肖像權授權金，上開授權金自為重要之參考，因此，本院依民事訴訟法第 222 條第 2 項規定，以本件原告確受有財產上之損害，其雖不能證明其確切之損害金額，然審酌上開各情，認為其損害額為日幣 1,000 萬元，折合新臺幣 350 萬元，原告請求被告給付該金額為其財產上損害賠償，即為有理由。

2. 按慰藉金之賠償須以人格權遭遇侵害，使精神上受有痛苦為必要，其核給之標準固與財產上損害之計算不同，然非不可斟酌雙方身分資力與加害程度，及其他各種情形核定相當之數額(最高法院 51 年台上字第 223 號判例意旨參照)。原告主張其因被告之行為受有非財產上之損害 300 萬元，本件暫為一部請求 150 萬元等語。經查，本院審酌原告從事職業棒球運動多年，且為知名之選手，對臺灣亦甚友善，且美國西雅圖水手隊之年薪為美金 1,250 萬元，而被告之公司實收資本額為 6,292 萬元，有其變更登記表在卷可憑(卷(一)第 66 頁)，其以廣告之方式侵害原告肖像權，期間約一年，始陸續停止等情，認原告主張之非財產上損害以

150 萬元為適當，而原告以此請求被告賠償其所受非財產之損害，亦為有理由。

3.原告請求被告應立即停止銷售任何顯示有原告肖像之產品，及將不法使用肖像權之平面廣告移除，將侵害原告肖像權之產品銷燬部分，固然本院協商兩造整理爭點時，原告對於被告陳稱其於 94 年 7 月間接獲原告存證信函後，即自行停止及清除上開行為（見前開~~三~~兩造不爭執事項之（二）），表示不爭執，但其於本院 96 年 4 月 18 日言詞辯論期日主張被告之門市仍看到原告之肖像等情，為被告所不否認，則原告請求被告停止其行為並將廣告移除及將侵害其肖像權之產品銷燬，以回復其損害，亦有理由。

4.原告雖又主張被告未經其同意使用其肖像權，誤導眾多消費者誤信原告有為被告代言之行為，使原告多年來在臺灣球迷深植之公益形象受到重大損害，使其優良名譽受有損害，並依民法第 195 條第 1 項後段規定請求被告應於蘋果日報、中國時報、自由時報、民生報等報之頭版刊登道歉啟事連續三日以為回復其名譽之處分云云。惟按肖像權係個人對其肖像是否公開之自主權利，從而未經他人同意，擅自使用他人照片之行為，固構成對肖像權之侵害，但使用他人之肖像權，並不當然因而貶損他人之社會上之評價，構成對他人名譽權之侵害。本件被告使用原告肖像之行為，係在為其經銷之棒球週邊商品為廣告，並無減損原告名譽之

行為甚明，且原告自承曾與日商美津濃公司洽商臺灣地區之肖像授權事宜，其經紀人乙○○亦到庭證稱原告授權美津濃公司於日本及中國大陸之上海市使用其肖像權，亦足證使用原告之肖像於棒球之週邊商品，並無減損社會上對其人格及公益形象之評價，原告主張被告使用其肖像之行為侵害其名譽，並請求被告登報道歉云云，並非可採。

(四)綜上所述，原告主張被告侵害其肖像權，致其受有財產上及非財產上之損害，爰依民法第 184 條第 1 項前段、第 195 條第 1 項前段規定，請求被告賠償其財產上之損害 350 萬元、非財產上之損害 150 萬元，及自起訴狀繕本送達翌日即 94 年 12 月 21 日起至清償日止，按年息 5% 計算之利息，為有理由，又其請求被告應停止銷售任何顯示有原告肖像之產品及將所有不法使用原告肖像權之平廣告移除，並將所有侵害原告肖像權之產品立刻銷燬，亦為有理由，均應予准許，至其請求被告於報紙上刊登廣告道歉以回復其名譽部分，則為無理由，應予駁回。

五假執行之宣告：本件原告勝訴部分，兩造均陳明願供擔保，請准宣告假執行或免為假執行，經核於法並無不合，爰分別酌定相當之擔保金額宣告之；至原告敗訴部分，其假執行之聲請，因訴之駁回而失所附麗，應併予駁回之。

貳、反訴部分：

一程序方面：

按被告於言詞辯論終結前，得在本訴繫屬之法院，對於原告及就訴訟標的必須合一確定之人提起反訴；反訴之標的，如專屬他法院管轄，或與本訴之標的及其防禦方法不相牽連者，不得提起；反訴，非與本訴得行同種之訴訟程序者，不得提起；當事人意圖延滯訴訟而提起反訴者，法院得駁回之，民事訴訟法第 259 條、第 260 條分別定有明文。所謂「相牽連」者，係指反訴之標的與本訴之標的間，或反訴之標的與防禦方法間，兩者在法律上或事實上關係密切，審判資料有共通性或牽連性者而言；舉凡本訴標的法律關係或作為防禦方法所主張之法律關係，與反訴標的之法律關係同一，或當事人兩造所主張之權利，由同一法律關係發生，或本訴標的之法律關係發生之原因，與反訴標的之法律關係發生之原因，其主要部分相同，均可認為兩者間有牽連關係(最高法院 91 年度台抗字第 440 號裁定意旨可資參照)。本件被告即反訴原告於 96 年 4 月 2 日具狀以原告即反訴被告召開新聞記者會，評論反訴原告之行為，致其商譽受損，而向原告提起反訴，反訴被告雖抗辯反訴原告之訴顯有延滯訴訟之意圖，且反訴之標的及其防禦方法顯與本訴不相牽連，不得提起云云。惟查，本件反訴原告主張之事實與本訴之訴訟標的，事實上關係密切，且審判資料有牽連性，得互相援用，按諸上揭說明，反訴原告自得提起本件反訴，又反訴原告提起之反訴固遲至 96 年 4 月 2 日始向本院提起，而反訴起訴狀亦甚簡略，惟其於 96 年 4 月 12 日就反訴之事實及法律依據為陳述，並提出相關之證明，因此，

尚無法證明反訴原告之訴有延滯訴訟之意圖，仍應認反訴原告之訴於程序上係屬合法。

二實體方面：

(一)反訴原告起訴主張：

1.反訴被告即原告於 94 年 9 月 29 日及 95 年 6 月 6 日在未經確定其肖像權是否已遭反訴原告即被告侵害下，即率予通知國內各大新聞媒體召開記者會，大肆評論反訴原告之不是，其行為已嚴重傷害反訴原告之良好商譽。

2.反訴原告因反訴被告之行為受有 500 萬元之損害：

(1)財產上損害：包含廣告撤除與其重新製作之損害，其中公車廣告撤除之直接花費 584,325 元，重新製作於各大賣點之櫃位與廣告看板之直接金錢損失，包含壁面海報更換計 27,300 元，更換海報圖之輸出成本作業 345,679 元，人員出巡場作業費 11,451 元，合計 968,755 元。

(2)非財產上損害，包含名譽、信用損害及回復名譽費用，合計為 4,031,245 元。

3.聲明：反訴被告應給付反訴原告 500 萬元。

(二)反訴被告辯以：

1.反訴原告依侵權行為法律關係主張反訴被告應賠償其損害，其主張之事實為反訴被告在提起本件訴訟時，因大批媒體蜂擁而至進而在各大平面與電子媒體爭相報導反訴被告跨海來臺求償之事時，因而造成其各項損失等語云云。惟該各媒體報導係對報導新聞事件事實，並報導行為人為各家媒體並非反訴被告所為，反訴原告之主張顯與民法第 184 條構成要件不符。

2.反訴原告所稱撤除各項廣告海報等受到財產上損害云云。然查，各該拆除廣告、更正裝潢海報等等行為，均係反訴原告自己之行為所致，並非反訴被告所進行，亦與民法第 184 條之構成要件不符。

3.聲明：駁回反訴原告之訴。

(三)經查，本件反訴原告既無法證明其經原告授權使用肖像權，已如前開本訴部分所述，則反訴被告通知國內各新聞媒體召開記者會評論反訴原告之行為，係屬正當權利之行使，不能認為不法之行為，與民法第 184 條第 1 項規定之侵權行為損害賠償請求權之要件並不該當，反訴原告依上揭規定及民法第 195 條第 1 項規定請求反訴被告給付其 500 萬元，為無理由，應予駁回。

叁、本件事證已臻明確，兩造其餘、攻擊防禦方法及所舉未經援用之證據，經本院斟酌後，認為均不足以影響本判決之結果，爰不一一論駁，併此敘明。

據上論結，原告之訴為一部有理由，一部無理由，反訴原告之訴為無理由，依民事訴訟法第 78 條、第 79 條、第 390 條第 2 項、第 392 條第 2 項，判決如主文。

中 華 民 國 96 年 4 月 30 日

民事第四庭法 官 劉坤典

以上為正本係照原本作成

如對本判決上訴，須於判決送達後 20 日內向本院提出上訴狀

中 華 民 國 96 年 4 月 30 日

書記官 楊勝欽