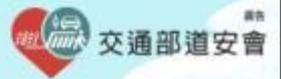


111年12月份廉政宣導

製作人：藍韋倪



酒駕零容忍

不靠運氣不冒險 我們拒絕酒駕!



喝酒駕車
生命難測



連坐處罰
同車乘客



宿醉行車
前程自毀



駕駛 吐氣酒精濃度超過0.15mg/L
或 血液酒精濃度高過0.03%以上

駕駛汽車, 機車, 自行車都是違規酒駕

機關安全維護宣導

急救知識：沒有呼吸心跳時的處置

臺灣每年約有 2 萬人心跳停止，經緊急救護技術員急救後送醫。心跳停止若沒有即時急救會造成腦部缺氧、損傷甚至死亡，因此，若能在心跳停止的當下，實行心肺復甦術(Cardiopulmonary Resuscitation,CPR，以下簡稱 CPR)及使用自動體外心臟電擊去顫器(Automated External Defibrillator,AED，以下稱 AED)，病人存活的機會將會提高。

1. 觀察病人的呼吸狀況

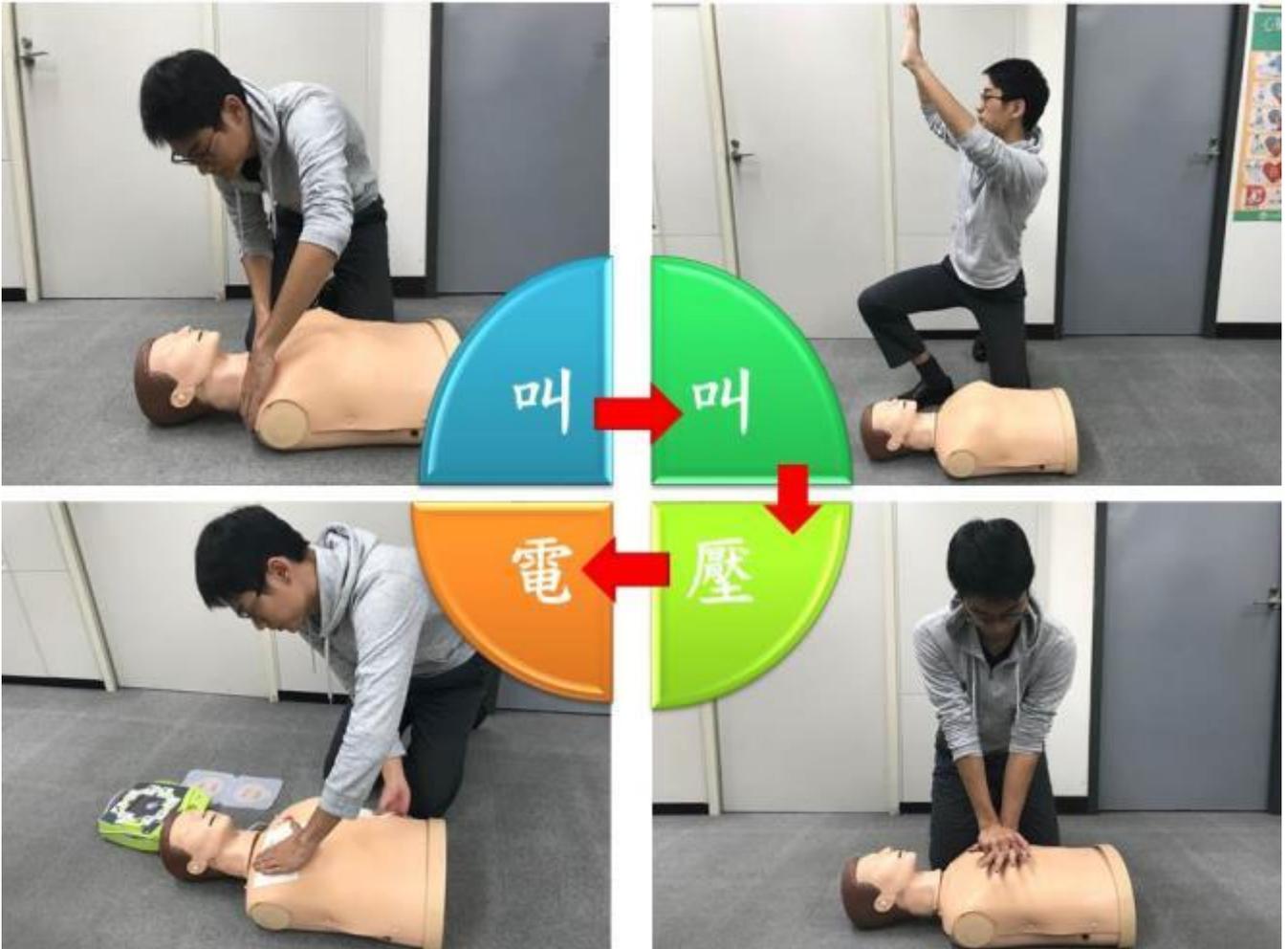
- 觀察病人有沒有正常呼吸，胸膛有沒有起伏，從確認反應到仔細觀察呼吸的時間，不應該超過 10 秒鐘，可以喊出秒數來協助計時。
- 當病人在 7 秒內完全沒有呼吸或僅僅存有一點點「瀕死式(喞嘆式)呼吸」就表示病人需要 CPR 了！

2. 辨識瀕死式呼吸

- 心跳停止的病人可能呈現瀕死、喘息式的呼吸。
- 病人外觀看起來若有似無的呼吸（通常每次呼吸間格會大於 7 秒），呼吸聲沈重且吵雜，但胸部已沒有正常的呼吸起伏。呈現瀕死式呼吸時，病人的心跳已經停止，應立即進行 CPR。

3. 尋求協助並撥打 119 報案

- 如果病人完沒有反應，或只有瀕死式呼吸，接下來就要尋求幫忙。
- 如果身旁都沒有人，請大喊「救命」尋求幫助。呼救的動作非常重要，因為進行有效 CPR 是非常耗費體力的，必須盡快找人來交替幫忙，這段期間可指定一人幫忙撥打 119 報案，同時指定另一人立刻將附近的 AED 拿過來。



資料來源：內政部消防署

公務機密維護宣導

保密從守法開始

保密的要旨，是要人人懂得謹言慎行，重視資訊安全，對於違反保密規定者，務必依法究責，絕不姑息。

乍看之下，「保密防諜」猶如過時的口號。然而事實上，保密防諜不但一直存在於我們身旁，更在當今激烈的企業競爭中被發揮得淋漓盡致；對於國家來說，當然更是如此。企業的秘密，關係著他們的獲利來源；國家的秘密，則影響全民的安全，涉及層面之廣，尤顯得重要。在現今科技日新月異的時代裡，隨著網路不斷發展，人們藉由無遠弗屆的資訊傳播，能輕易傳送並取得所需資訊，更凸顯保密之重要性與必要性。尤其是國軍部隊，一旦資訊安全出現漏洞，敵人便可輕易竊取我機密資訊，對國家安全將產生無法估計的威脅。

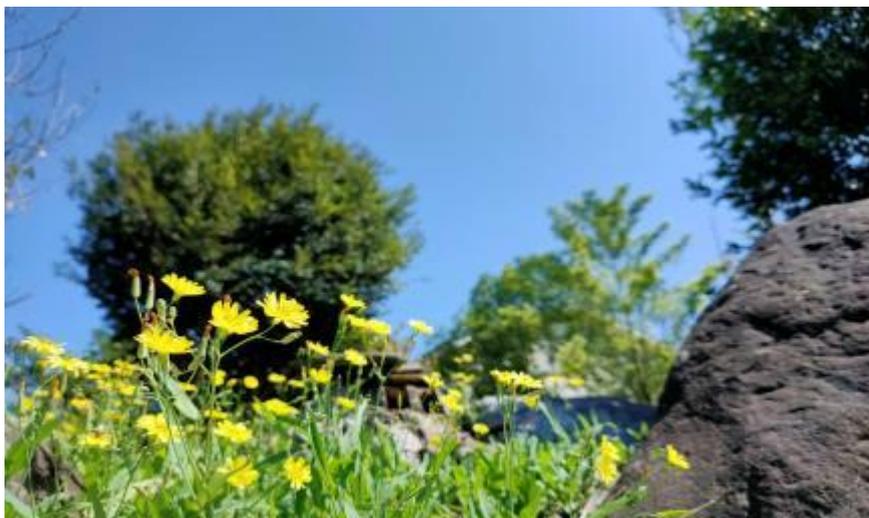
儘管臺灣之重要機關多已建置網路實體隔離機制，並訂定完整周延之安全規範，但資安違規事件仍然偶有發生，究其主要原因，仍以人為因素為主。面對全球資訊戰的威脅，相關人員如因一時作業疏失，未能確遵通信保密規定，導致機密資訊外洩，或因外在誘惑而將本身業管內容透漏給外人，將對國家安全與全民利益造成重大損害。

先前媒體曾陸續報導幾件國軍軍官洩密案，多是受到金錢或美色誘惑。是以保密警覺之提升必須從「守法」開始要求，法令規定的事項，就

是規範國人保密的基本責任，不得恣意違犯。對於違反保密規定者，資安督導人員應秉持「毋枉毋縱，除惡務盡」的原則，必須依照規定追究其責任，整飭保密紀律，絕不可姑息放縱，進而導致洩密事件一再發生。至於保密的要旨，是要人人懂得謹言慎行、守口如瓶，懂得拒絕誘惑，任何機密資訊，少一個人知道，就少一分洩密的顧慮，唯有人人養成良好的保密習慣，才不致使機密資訊外洩，讓敵人有機可乘。

保密應是自然而為之事，應該視之為一種習慣或素養，並將之融入日常生活中，保持謹言慎行並處處留心，必能防範洩密之可能。唯有真正從心底遵守，並建立「保密防諜，人人有責」的觀念及資安防護的正確認知，才能貫徹保密。

審視當前兩岸關係發展形勢，國人普遍缺乏敵情警覺，輕忽潛藏的危機。國軍肩負國家安全重責大任，更應有先見之明，不可因兩岸交流頻繁、政治氣氛和緩而錯估形勢。只要洩密者有心，國防即沒有真正安全的一天。因此，只有養成安全習慣，恪遵保密規定，在外部的規範及本身習慣的雙重保險下，才能落實保密防諜。



資料來源：清流月刊

網路廣告要透明 名實相符最可靠

隨著電子商務盛行，廣告形式更加多元，但遵守廣告真實的義務則始終如一。依消費者保護法第22條規定，企業經營者應確保廣告內容之真實，其對消費者所負之義務不得低於廣告之內容。企業經營者之商品或服務廣告內容，於契約成立後，應確實履行。

行政院消費者保護處提醒企業經營者，製播網路廣告，務請落實下列事項，才能獲得消費者信賴：

- 一、於廣告或行銷活動中，明確揭露企業資訊與交易資訊。
- 二、廣告及行銷資訊應避免與評論或其他報導混淆，以利消費者清楚知道其為廣告內容。
- 三、不應利用電子商務之特性，隱藏真實身分或所在位置，規避執法和售後服務。
- 四、對於兒童、高齡者及其他弱勢消費者採行之廣告或行銷活動，應慎重妥適為之，避免誇張或引誘。
- 五、讓消費者可以選擇是否接收企業寄發的商業電子郵件。當消費者表示不願意時，應即停止寄發。



廉政案例宣導

搭乘公務車出差仍請領交通費案

【案情】

乙為○○鄉公所民政課村幹事，明知在國內因公奉派出差報支出差旅費，應依「國內出差旅費報支要點」據實請領出差旅費，及依屏東縣政府員工國內出差旅費支給標準」規定，機關專備交通工具及使用公有車輛，不得報支交通費，惟仍於100年6月15日至101年5月29日負責支援及辦理兵役業務期間，明知其僅有自所在地前往火車站後，即轉搭縣政府提供專備之役男專車，護送役男前往臺中市、嘉義縣、臺南市、高雄市及屏東縣等5處新兵訓練中心，並未自屏東市搭乘火車或汽車往返各該新兵訓練中心，卻利用出差後得以申請出差旅費之機會溢報費用，先後計6次各詐得新臺幣合計9,232元，經法院認被告犯貪污治罪條例第5條第1項第2款公務員利用職務機會詐取財物罪，共6罪，各處有期徒刑1年2月，褫奪公權3年，應執行有期徒刑2年。

【風險評估】

1. 未依「國內出差旅費報支要點」規定或按真實情況報支：

機關員工未遵守國內出差旅費報支要點相關規定，虛偽陳報未實際搭乘之交通工具之費用請領交通費。

2. 未落實內部管理及實質監督作為：

單位主管未落實相關法規及內部管理機制，對於員工出差是否有搭乘公務車輛，卻仍請領交通費之情形未進行有效監督與把關。

3. 員工就職務上相關行政、刑事法規未建立正確法治觀念：

機關員工如就職務上相關行政、刑事法規不熟悉，容易因不知法規而誤觸法網，或因便宜行事，貪圖小利卻涉犯貪瀆重罪。

【廉政叮嚀】

1. 依據「國內出差旅費報支要點」相關規定辦理：

應確實依據「國內出差旅費報支要點」相關規定辦理經費核銷申請作業；交通費請領部分，應確實依實際搭乘交通工具狀況核實請領。

2. 加強各單位主管對費用申請與核銷之覈實審查機制：

對於屬員之出差申請，應詳實審核其必要性，另對於屬員請領差旅費時是否符合差旅費相關規定，主管應善盡督導審核之責，俾利機先預防風險之發生。

3. 加強機關員工宣導：

加強宣導機關員工本誠信原則對所報支之事實真實性負責，如有不實，將負相關刑事或行政責任；另適時加強宣導報支相關規定，使同仁瞭解差旅費請領流程。

【參考法令】

1. 貪污治罪條例第 5 條第 1 項第 2 款「二、利用職務上之機會，以詐術使人將本人之物或第三人之物交付者。」

※最高檢察署 111 年 2 月 25 日新聞稿說明該署召開檢察、調查、廉政首長專案會議，會議結論公務員詐領加班費、值班費、差旅費及休假補助費以普通詐欺罪論處，其他性質之個案則視具體案件情節，由各檢察署參酌研討會意見認定之。

2. 刑法第 339 條第 1 項（詐欺取財罪）

3. 刑法第 134 條（公務員犯罪加重處罰規定）

4. 刑法第 213 條（公文書登載不實罪）

5. 刑法第 214 條（使公務員登載不實罪）

6. 刑法第 216 條（行使偽變造文書罪）

