

数字图书馆与法律

罗军强 著



中国国际出版社

NATION CUSTOMS PERIODICAL OFFICE

数字图书馆与法律

NUMERICALLIBRARYANDLAW

罗军强 著

中国国际出版社

NATION CUSTOMS PERIODICAL OFFICE

责任编辑：王慧

封面装帧：白雪

数字图书馆与法律

罗军强 著

中国国际出版社出版、发行

NATION CUSTOMS PERIODICAL OFFICE

（地址：香港九龙尖沙咀麼地道 67 号半岛中心 11 楼 1112 室）

电话：（852）-30785900

传真：（852）-30785900

中国国际出版社承印部承印

开本 850×1168 1/32 印张 10.5 字数 250,000

2006 年 9 月第 1 版 2006 年 9 月第 1 次印刷

印数 1-1000 册

ISBN 988-98994-7-7

定价 26.00 元

版权所有。翻印必究

前言

因特网的迅速普及,改变了人类获取、利用、处理、交流知识的方式。在信息载体数字化和信息传播网络化的推动下,数字图书馆应运而生。数字图书馆自 20 世纪 90 年代以来,随着计算机技术高密度存储技术和数据通信技术等高新技术的迅猛发展,获得了长足的进步。所谓数字图书馆,就是对有很高价值的图像文本、语音、音响、影像、软件和科学数据等多媒体信息进行收集、组织规范性的加工、进行高质量保存和管理,并提供在广域网上高速双向冷库连接的电子存取服务。同时还包括知识产权、存取权限、数据安全管理等。数字图书馆是一项系统工程,它涉及到多个领域,如法律、管理、运营等。知识产权问题是数字图书馆建设所面临的最为复杂的问题之一,它贯穿数字图书馆建设和利用的全过程。如何正确地理解知识产权制度,做到既维护知识产权不受侵犯,又促进数字图书馆的进一步发展,已成为图书情报界普遍关注的话题。

数字图书馆也是网络传媒之一,关于网络传媒的定义很多,除了称第四媒体,也称新媒体。1998 年 5 月,联合国秘书长安南先生最早为互联网赋予了“第四媒体”的称誉。“第四媒体”作为网络传媒的代名词迅速普及。其基本的要素是这样几点:数字化信息,互联网,发布平台,编辑制作系统,信息集成界面,传播通道,接受终端。如中国的新浪、搜狐、网易,国外的雅虎、美国在线等门户网站和传统的广播、电视、报刊、数字图书馆网站等。

信息技术的发展，遇到了许多意想不到的法律障碍。随着数字技术和网络传播技术的飞速发展，随着“涉网”法律纠纷的增多，网络环境下的数字图书馆，必须适应新的技术条件的要求，平衡作者、传播者和读者三方的利益。而这种利益的平衡，在依法治国的今天，离不开完善的法律法规和广大网民法律意识的提高。

数字图书馆作为一个新生事物，与法律有着千丝万缕的联系，近年来，网络诉讼日趋增多，网络犯罪也层出不穷。作为WTO成员国之一，我国与国际接轨的步伐也越来越快，而数字图书馆是以互联网为平台的大众媒体，与法律的关系也最为密切，作为有着1亿多网民和潜在的庞大网民群体的中国，让网民，尤其是学生网民了解一些网络与法律的基本常识，是非常必要的。

本书是作者工作实践和理论思考的研究成果，内容涵盖了数字图书馆与法律有关的大部分内容。涉及有知识产权、经济、刑事、民事等法律领域，以及国务院和有关部委与数字图书馆有关的规章，最高人民法院的部分司法解释等有关内容；近年来与网络有关典型案例40多个都收录于书中，并作了简要分析。书中的每章附有撰写时的参考文献，参考的法律法规目录作为附录收于书后，不一一说明，附录部分收录了与网络传媒有关的国际公约、我国的法律法规目录，以方便读者查对。本书的内容通俗易懂，既可以作为普法读物供一般读者阅读，也可以作为图书馆从业人员、法律工作者、图书情报专业教学人员的参考书。

作者

二〇〇六年九月

目 录

前言.....	(作者)
---------	------

第一章 综述

第一节 概述.....	(1)
一、互联网发展历史.....	(1)
二、互联网在中国的发展历程.....	(3)
三、互联网诞生的意义.....	(4)
第二节 网络传媒.....	(6)
一、美国网络传媒的发展.....	(7)
二、中国网络传媒的发展.....	(9)
三、网络传媒的特点.....	(12)
第三节 网络传媒与法律.....	(14)
一、国外网络立法概述.....	(14)
二、我国网络立法概述.....	(17)
三、数字图书馆与法律的关系.....	(23)
第四节 数字图书馆.....	(28)
一、数字图书馆概述.....	(28)
二、发达国家数字图书馆发展现状.....	(29)
三、我国数字图书馆的建设和发展.....	(30)

第二章 网络传媒与公共传播权

第一节 公共传播权.....	(32)
一、公共传播权概述.....	(32)
二、公共传播权特点.....	(34)
三、我国著作权法的公共传播权.....	(36)
第二节 网络传媒与网络传播权.....	(38)
一、网络传播概述.....	(38)
二、网络传播特点.....	(39)
三、网络传媒与网络传播.....	(41)
第三节 数字图书馆与公共传播权.....	(44)
一、数字图书馆的传播特征.....	(45)
二、数字图书馆的版权问题.....	(47)
三、数字图书馆与公共传播权.....	(53)

第三章 网络传媒与著作权

第一节 网络传媒与著作权的法律关系概述.....	(59)
一、网络信息资源与著作权的关系.....	(59)
二、著作权人的权利.....	(62)
三、著作权的法律限制.....	(65)
第二节 网络传媒与著作权的法律关系.....	(67)
一、网络传媒中常见的著作权侵权行为.....	(67)
二、网络著作权侵权典型案例.....	(68)

三、网络著作权纠纷的法律适用.....	(73)
第三节 数字图书馆与著作权的法律关系.....	(75)
一、数字图书馆信息资源建设的著作权问题.....	(75)
二、数字图书馆信息资源传播的著作权问题.....	(80)
三、数字图书馆信息资源服务的著作权问.....	(82)

第四章 网络传媒与计算机软件

第一节 概述.....	(85)
一、计算机软件.....	(85)
二、我国计算机软件的立法保护.....	(87)
三、计算机软件侵权案例.....	(91)
第二节 网页版权.....	(94)
一、网页版权概述.....	(94)
二、不享有版权的网页.....	(96)
三、网页版权案例.....	(98)
第三节 数据库版权.....	(103)
一、数据库概述.....	(103)
二、数据库版权保护.....	(105)
三、数据库版权案例.....	(106)

第五章 网络传媒与链接

第一节 网络链接.....	(111)
---------------	-------

一、网络链接概述.....	(111)
二、网络链接的法律责任.....	(115)
三、关于链接是否构成侵权的争论.....	(117)
第二节 链接引起的法律纠纷.....	(119)
一、链接引起法律纠纷的原因.....	(119)
二、链接引起著作权侵权案例.....	(120)
三、链接法律纠纷的规避.....	(125)
第三节 数字图书馆的链接问题.....	(130)
一、数字图书馆的链接.....	(130)
二、普通链接合法案例.....	(132)
三、解决数字图书馆链接法律关系的途径.....	(134)

第六章 网络传媒与反不正当竞争

第一节 反不正当竞争.....	(138)
一、反不正当竞争概述.....	(138)
二、网络不正当竞争行为.....	(140)
三、《反不正当竞争法》适用的特殊性.....	(147)
第二节 不正当竞争典型案例.....	(149)
一、深层链接引起的不正当竞争.....	(149)
二、模仿他人域名网页的不正当竞争.....	(152)
三、网络虚假广告的不正当竞争.....	(156)
第三节 不正当竞争的特殊性.....	(158)

一、关键词检索的特殊性.....	(158)
二、数据库的特殊性.....	(160)
三、网络反不正当竞争法律的完善.....	(162)

第七章 网络传媒与电子商务

第一节 电子商务.....	(164)
一、电子商务概述.....	(164)
二、国外电子商务的立法.....	(166)
三、我国电子商务的立法.....	(170)
第二节 电子商务典型案例.....	(174)
一、国外电子商务案例.....	(174)
二、我国电子商务案例.....	(177)
第三节 电子商务法律问题.....	(181)
一、电子商务合同中的实体法律问题.....	(181)
二、电子商务合同中的程序法律问题.....	(186)

第八章 网络消费与消费者权益

第一节 网络消费.....	(189)
一、网络消费概述.....	(189)
二、网络消费者权利.....	(191)
三、网络消费的法律障碍.....	(194)
第二节 网络消费典型案例分析.....	(196)

一、网络消费服务质量案例.....	(196)
二、意外事件对网络消费者权益的损害.....	(199)
三、网络格式合同对消费者权益的损害.....	(203)
第三节 网络消费者权益的保护.....	(206)
一、网络接入服务消费者权益的保护.....	(206)
二、网络消费者基本权利的保护.....	(207)
三、网络消费的注意事项.....	(211)

第九章 网络诉讼与民法的法律关系

第一节 概述.....	(215)
一、民法在我国法律体系中的法律地位.....	(215)
二、民法中保护知识产权的相关内容.....	(216)
三、民法对知识产权保护的现状.....	(217)
第二节 民法对网络版权纠纷的调整.....	(219)
一、什么是版权和网络版权.....	(219)
二、产生网络版权侵权的原因.....	(222)
三、网络版权侵权案例.....	(223)
第三节 网络诉讼与民事相关法律的关系.....	(225)
一、网络民事侵权典型案例.....	(225)
二、跨国网络民事纠纷案例.....	(233)
三、网络诉讼的证据问题.....	(235)

第十章 网络犯罪

第一节 网络犯罪.....	(237)
一、网络犯罪概述.....	(237)
二、网络犯罪的特点.....	(239)
三、惩处网络犯罪的法律法规.....	(241)
第二节 网络犯罪的发展现状.....	(244)
一、国外网络犯罪综述.....	(244)
二、我国网络犯罪发展情况.....	(247)
三、典型网络犯罪案例分析.....	(250)
第三节 遏制网络犯罪对策研究.....	(255)
一、以法制手段遏制网络犯罪.....	(255)
二、用教育手段遏制网络犯罪.....	(260)
三、以科技手段遏制网络犯罪.....	(261)

第十一章 网络时代著作权的合理使用

第一节 合理使用制度.....	(265)
一、合理使用制度概述.....	(265)
二、合理使用制度的经济学分析.....	(268)
三、反垄断与合理使用制度.....	(269)
第二节 网络时代的合理使用.....	(271)
一、网络时代对合理使用制度的挑战.....	(271)
二、技术保护措施与网上契约.....	(273)

三、自由使用与合理使用.....	(276)
第三节 数字图书馆的合理使用.....	(280)
一、数字图书馆的合理使用概述.....	(280)
二、我国数字图书馆著作权的合理使用.....	(282)
三、我国著作权合理使用立法展望.....	(285)

第十二章 网络言论自由与法律的关系

第一节 网络言论自由.....	(287)
一、言论自由概述.....	(289)
二、名誉侵权的法律界定.....	(291)
三、网络时代言论自由与名誉侵权的问题.....	(293)
第二节 网络名誉侵权典型案例.....	(296)
一、国外名誉侵权案例.....	(296)
二、我国名誉侵权案例.....	(302)
第三节 言论自由与名誉侵权之间的界限.....	(311)
一、网络名誉侵权行为.....	(311)
二、网络言论自由与名誉侵权之间的界限.....	(313)
三、网络被侵权者自我保护途径.....	(315)
附录：数字图书馆有关法规目录.....	(317)
后记.....	(319)

第一章 综 述

第一节 概 述

随着互联网的介入,人类的生活方式和习惯正在遭遇前所未有的挑战。人类开始学着使用计算机,开始学着浏览网页,开始学着收发 E-mail。互联网技术的发展带给了人们对未来传媒的美好憧憬。现在越来越多的人把迅速普及的因特网和信息高速公路作为继报刊、电台和电视台之后的又一种传播媒体。

这种网络传媒的一个显著的特点是以现代化的电子技术作为传播的技术手段,和世界范围内的因特网和信息高速公路密不可分,人们给互联网冠以“第四媒体”的称号,不少人已在惊叹“第四媒体”对传统媒体构成的强力冲击。

随着现代信息技术革命的深入发展和网民的普及,传统媒体正逐步向网络传媒迈进,它的出现给传媒事业的发展带来新的契机,随着信息载体的数字化和信息传播的网络化,以传统媒体为依托向网络传媒转化,将是媒体发展的趋势。

一、互联网发展历史

Internet 是计算机交互网络的简称,又称互联网或因特网。它是利用通信设备和线路将全世界不同地理位置的功能相对独立的数以千万计的计算机系统互连起来,以功能完善的网络软件(网络通信协议、网络操作系统等)实现网络资源共享和信息交换的数据通信网。

Internet最早起源于美国国防部高级研究计划署 DARPA

的这样就像是双方都买了市场保险，实现了双赢。

美国网络媒体发展以高起点、大规模为显著特征。华盛顿邮报于 1995 年涉足网络业务，前 5 年已经花了 1 亿多美元，1999 年向网站注资 1.5 亿美元。华盛顿邮报 1998 年总收入是 22 亿美元，对网站的投入占他们总收入相当大的比重。目前该网站有雇员 300 多人，一周 7 天，每天 24 小时地播发新闻和信息，是报纸集团里最大的网站。全国广播公司（NBC）与微软公司共同投资合办了 MSNBC 公司，既有一个有线电视频道，同时又有有一个网站提供 24 小时的在线服务，包括新闻、商业、本地、健康、技术、生活和电子商务等内容，使电视与网络实现互动，网上在线服务每月有 500 万受众，相当于美国第五大报纸的读者群。新闻集团将自己全球业务中所有涉及网络的公司进行了大规模的整合，投入巨资成立了天宇环球网络集团，其业务遍及 65 个国家和地区，涉及电子商务、信息提供、互动电视、卫星电视、有线传输等多个领域。包括香港的卫星电视、凤凰卫视、中国的 chinabyte.com 网站和泰国、印度的一些网络公司都属于这个集团。正如默多克所说：我们未来的大部分利润将来源于网络或与网络有关的业务。

一方面，网络传媒的传播渠道、发布特点、受众结构与纸质媒体大不相同，所以不能简单地把纸质媒体搬上网络，要经过适当的加工、整理和编辑。这点在报纸和杂志网站中的体现尤为突出。纽约时报、华盛顿邮报、时代杂志都强调了这一点，突出了图片的编辑，以生动、直观、形象的优势来吸引网上读者。另一方面，网络媒体以其更快的实时性、更强的互动性、更丰富的多媒体性而有别于传统媒体，其即时更新、背景拓展、深入分析的特性更为显著。时代杂志网站的编辑方针，可以概括为：全（把报道搞得更全面，前因后果讲得更清楚）、新（以新的角度进行报道）、深（分析问题透彻）。这种不是将纸质

二、互联网在中国的发展历程

互联网在中国的发展历程可以大略地划分为三个阶段：

第一阶段为 1986.6—1993.3 是研究试验阶段，在此期间中国一些科研部门和高等院校开始研究 Internet 联网技术，并开展了科研课题和科技合作工作。这个阶段的网络应用仅限于小范围内的电子邮件服务，而且仅为少数高等院校、研究机构提供电子邮件服务。中国互联网起源于一封名为“穿越长城走向世界”的电子邮件。1987 年 9 月 20 日，中国互联网创始人钱天白先生通过国际互联网向前西德卡尔斯鲁厄大学发出了中国第一封电子邮件——“穿越长城，走向世界”，这行动标志着互联网正式进入中国。1990 年 11 月 28 日，钱天白在美国的国际互联网中心正式注册了中国顶级域名 CN，并成为管理者，此举标志着中国网络在国际上有了自己的位置。

第二阶段为 1994.4 至 1996 年，是起步阶段。1994 年 4 月，中关村地区教育与科研示范网络工程进入互联网，实现和 Internet 的 TCP/IP 连接，从而开通了 Internet 全功能服务。从此中国被国际上正式承认为有互联网的国家。之后，ChinaNet、CERNET、CSTnet、ChinaGBnet 等多个互联网络项目在全国范围相继启动，互联网开始进入公众生活，并在中国得到了迅速的发展。2003 年底，中国互联网用户数已达 7980 万，利用互联网开展的业务与应用逐步增多。

第三阶段从 1997 年至今，是快速增长阶段。国内互联网用户数 1997 年以后基本保持每半年翻一番的增长速度。增长到今天，上网用户已超过 8000 万。中国目前有十家具有独立国际出入口线路的商用性互联网骨干单位，还有面向教育、科技、经贸等领域的非营利性互联网骨干单位。现在有 600 多家网络接入服务提供商（ISP），其中跨省经营的有 200 家左右。

前身 ARPAnet，该网于 1969 年投入使用。由此，ARPAnet 成为现代计算机网络诞生的标志。最初，ARPAnet 主要是用于军事研究目的，它主要是基于这样的指导思想：网络必须经受得住故障的考验而维持正常的工作，一旦发生战争，当网络的某一部分因遭受攻击而失去工作能力时，网络的其他部分应能维持正常的通信工作。

ARPAnet 在技术上的另一个重大贡献是 TCP/IP 协议簇的开发和利用。作为 Internet 的早期骨干网，ARPAnet 的试验并奠定了 Internet 存在和发展的基础，较好地解决了异种机网络互联的一系列理论和技术问题。1983 年，ARPAnet 分裂为两部分，ARPAnet 和纯军事用的 MILNET。同时，局域网和广域网的产生和蓬勃发展对 Internet 的进一步发展起了重要的作用。其中最引人注目的是美国国家科学基金会 NSF 建立的 NSFnet。NSF 在全美国建立了按地区划分的计算机广域网并将这些地区网络和超级计算机中心互联起来。NSFnet 于 1990 年 6 月彻底取代了 ARPAnet 而成为 Internet 的主干网。

NSFnet 对 Internet 的最大贡献是使 Internet 向全社会开放，而不象以前的那样仅供计算机研究人员和政府机构使用。1990 年 9 月，由 Merit，IBM 和 MCI 公司联合建立了一个非盈利的组织——先进网络科学公司 ANS。ANS 的目的是建立一个全美范围的 T3 级主干网，它能以 45Mbps 的速率传送数据。到 1991 年底，NSFnet 的全部主干网都与 ANS 提供的 T3 级主干网相联通。

Internet 的第二次飞跃归功于 Internet 的商业化，商业机构一踏入 Internet 这一陌生世界，很快发现了它在通信、资料检索、客户服务等方面的巨大潜力。于是世界各地的无数企业纷纷涌入 Internet，带来了 Internet 发展史上的一个新的飞跃。