

网络与隐私

梅绍祖 著



清华大学出版社

网络

与

隐私

梅绍祖 著

清华大学出版社
北 京

内 容 简 介

隐私存在于我们的生活中,因特网的出现使得隐私权保护问题变得复杂起来。本书就网上隐私权等诸多问题进行了深入的分析研究。如果网上隐私权得以法律上的保护,就会向人们提供一个安全、友善的法律环境,这是电子商务和因特网繁荣、进步的保证。

本书从 IBM 任命第一任隐私保护主管和中国网上隐私侵权第一案说起,探讨了诸如我国隐私权和个人数据保护的现状、原则,因特网上的信息泄漏特别是未成年人的信息泄漏问题,因特网上个人身份识别及其网上的信息篡改,在网上个人数据丢失可能产生的麻烦,隐私权和公开权、隐私权与知情权的冲突,目前阶段网上隐私的法律保护,电子商务与隐私权,商家为利益驱动开展网上营销时进行的个人数据挖掘,网络时代个人隐私权的保护和网络时代世界主要国家的隐私权立法问题,世界有关国家隐私权保护的差异以及发展电子商务需有效解决不同国家关于隐私权问题的冲突等内容,并告诉读者在网上如何填写有关表格。本书还简要介绍了与隐私权相关的一些知识,如数字签名和数字签名技术;电子支付、电子信用卡(电子钱夹)、电子支票、电子现金(电子钱包)、电子货币、电子银行等知识。

本书适合对因特网与隐私权问题感兴趣的有关专家、学者和广大普通读者。

版权所有,翻印必究。

本书封面贴有清华大学出版社激光防伪标签,无标签者不得销售。

图书在版编目(CIP)数据

网络与隐私 / 梅绍祖著. — 北京:清华大学出版社,2003.4

ISBN 7-302-06369-9

I. 网… II. 梅… III. ①计算机网络—人身权,隐私—研究—中国
②计算机网络—安全技术 IV. D923.04②TP393.68

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 012019 号

出 版 者:清华大学出版社(北京清华大学学研大厦,邮编 100084)

<http://www.tup.tsinghua.edu.cn>

<http://www.tup.com.cn>

责任编辑:徐学军

印 刷 者:清华大学印刷厂

发 行 者:新华书店总店北京发行所

开 本:787×1092 1/32 印张:9.875 字数:255 千字

版 次:2003 年 4 月第 1 版 2003 年 4 月第 1 次印刷

书 号:ISBN 7-302-06369-9/F·493

印 数:0001~5000

定 价:18.00 元

刻不容缓的隐私权(代序)

——2001年《电子商务世界》对本书作者的采访

编者按：2000年伊始，美国不断传来有关隐私权的控诉。首先是Yahoo！被控侵犯网民隐私权；接着美国著名网络公司DoubleClick被控非法使用消费者信息；随后又有苏格兰记者称美国Echelon网络公司用间谍方式赢取行业竞争……隐私权问题已经在美国“炸开了锅”。

与此同时，为隐私权问题打了两年多“仗”的美国和欧盟就保护电子个人数据隐私达成一致，终于扫清了阻止美国在欧洲通过因特网发展电子商务的一大障碍。可以说隐私权问题已经成了今年因特网界不可缺少的一笔，为此我们采访了中国因特网隐私问题专家梅绍祖教授。

《电子商务世界》：一直以来，美国与欧盟在隐私权问题上都“打”得不可开交，美国副总统戈尔还曾就此问题多次出面协调，个人隐私问题已经成了因特网发展道路上一个至关重要的问题。那么您认为什么才算是个人隐私？能有个确切的定义吗？

梅绍祖：隐私权实际上还没有确切的定义，但都有说法。假定你的生活、个人的行为受到别人的干扰，使你产生了一定的困惑，那这些都应该属于隐私权范围。隐私主要包括你的姓名、年龄、职业，还有你的健康状况、收支情况以及银行存款等等。

2001年的李文和事件大家都应该知道，当时的反诉联邦政府就侵犯了隐私权，它把李文和原来的工作经历都公诸于世了。其实工作经历也同样属于隐私权范围。所以说，只要与个人相关的东西，被披露出去后，干扰到了个人的正常生活，或让人感到很难受，这些都算是隐私，属于隐私权保护的范畴。

实际上,隐私权的范围在国际上讨论时主要考虑两方面因素:一方面是隐私权保护,另一方面是个人数据保护。相对来说,个人数据就更广泛一些,层面更宽一些。

《电子商务世界》:据说您以前是做管理信息系统的,又怎么会对于隐私权问题产生了浓厚的兴趣,并首先在技术层面做了如此深入的研究呢?

梅绍祖:1997年7月1日,美国发布了一个关于《全球电子商务框架》的文件,并在文件中提出了一系列问题,其中一个就是有关隐私权问题,要求对隐私进行保护。我就是从那时开始关注隐私权问题的。我感觉美国把隐私权保护作为发展全球电子商务要考虑的一个问题,就一定不是个小问题。而且从美国与欧盟长期以来在隐私方面的纠缠也可以看出,隐私权问题如果不解决,实际上就没办法展开国际间的交流,真正全球范围的电子商务也就无从谈起了。

目前,搞电子设备的人有两拨,一拨是搞信息技术的,一拨是搞研究的。而电子商务又涉及三个领域:1. 信息技术,2. 管理,3. 法律。搞法律和管理的人要真正介入电子商务是比较困难的,因为他们毕竟不熟悉技术,所以会很难理解电子商务到底怎么做。

我所研究的隐私权问题是从电子商务以及信息系统方面着手的,和搞法律的人所研究的角度是有差异的。他们从纯法规角度,而我不光研究法规,今后还会侧重研究怎么从技术的方面来支持和支撑法律法规的实现。

《电子商务世界》:从目前的现状来看,国外对于隐私权问题似乎看的更重一些,近来发生的有关隐私权的纠纷也都主要集中在北美,您能就国外的隐私权问题做些简单的介绍吗?

梅绍祖:隐私权保护问题实际上在各个国家,被重视的程度不一。从法律体系来看,大陆法系国家和英美法系国家是有差异的。欧洲主要是大陆法系,它有严格的立法。相对英美,尤其是美

国方面,它可以有好多案例法,各个州的案例法可以不完全一样,有差异的地方。

实际上美国有一个隐私法,但不太严格,和欧洲一些国家相差比较大。因为美国的立法还存在一个联邦法院和地方法院的问题。联邦法院生效以后,它可能还要看地方法院有没有这种立法,因为各个州还有自己独立的立法。对于隐私权保护,美国在前几年各个州的情况都有所不同。有的州就没有这方面的立法,有些企业就可能从别的个人或第三方那里得到你的有关信息,来对你进行产品及服务推销,这实际上就干扰了你的生活,也就说已经侵犯了你的隐私权。如果有统一的立法,你就可以状告它。所以说,美国这方面与欧洲差得还比较大。

欧洲各个国家基本上都有自己的隐私法,而且欧盟经常发布一些有关文件和建议,这些文件和建议实际上带有一定的法规性质,文件出台后,欧盟国家就可以依据这些制定一些相关的法律。

欧盟本身也有一个通过的建议,建议说:只要某一国家或某一地区对个人数据的保护不符合欧盟的规定,那么凡欧盟国家的所有个人数据都不能流向这个国家或地区。这也就是美国与欧盟战事不断的主要原因。

《电子商务世界》:近两年因特网在国内的发展如火如荼,而与之相伴的隐私权问题似乎还不为大众所重视,导致这种现象的出现主要是什么原因呢?

梅绍祖:事实上,从法律角度来说,对隐私权的研究和立法反映了一个国家的文明程度,是一种文明进步的表现。而我国目前涉及到隐私保护的现有立法只有姓名权。国外则把隐私权这一块放在了人权里。

从中外文化差异中我们可以看出,国外很重视个人权利和个人利益,涉及到个人权利问题都很重视。在文化背景上国内外也存在很大差异,比如有人问你多大年纪,你的工资收入如何,中国

人好像觉得很正常,国外人就很忌讳,他们就认为这些都属于个人隐私。因此,隐私权的研究在中国社会上受重视的程度还远远不够。

目前国内一些大的网站已经在自己的网页上有了隐私权保护这一块,但我的感觉是:还远远不够。况且现在搞网站的,不要说隐私权了,搞电子商务要遵守哪些法律规范都不是太清楚,这在将来都将会引起纠纷,所以说中国网民的法律意识还是很淡泊,并且对于都有哪些法本身也不是很清楚。这就是造成现在这种局面的主要原因。所以说中国开展电子商务还有很长的路要走,因为它还不具备发展的环境,这个环境的建立需要假以时日,同时它也需要相关政策法规加以保证。

《电子商务世界》:听说您目前正在搞一个有关隐私权的课题,那么这个课题主要涉及的内容是哪些呢?

梅绍祖:1997年底,我开始向国家自然科学基金委员会申请基金题目,课题是:电子商务流程重组和网上银行风险研究。这一课题是在1999年正式启动,2001年已全部结束。

在网络银行风险这部分,我提出了隐私权问题。因为银行中集中了大量的个人数据,包括账号、信用卡号等等,还有个人的收入情况和支付情况。从这些来看,银行的安全性应当是一个很大的问题。我之所以研究网上银行风险,出发点就是考虑到网络银行通过因特网连接后就是全球性的,那么世界任何一个地方都有可能入侵到你这个银行的内部连接,一旦取得个人数据,就会出现很大的问题,作为银行就要承担巨大风险和责任。好像2001年就有一个报道说:一黑客拿到了几十万人的信用卡密码,其中还包括比尔·盖茨的。这让比尔·盖茨也不得不担心起这个重大问题了。

所以我一贯认为,电子商务是一种跨国界、跨地域的全球性贸易行为,隐私权问题如果不解决,就不可能开展真正全球范围的电子商务。中国也是迟早要深入到这个领域的,现在就开始规范国

内的隐私权问题,对于将来和国际接轨是至关重要的。

《电子商务世界》:作为专业人士,您认为保护隐私权最核心的问题是什么呢?

梅绍祖:隐私权从保护来说,主要归结为三大问题:

1. 对个人数据收集的过度(过度收集)。
2. 对个人数据超常规地使用。
3. 出售个人数据。这个问题最危险,而它的根源则是第一个问题。

基本上各国都集中在这三大问题上在积极地研究和讨论,我们关注的也同样是这三个方面。

早在 1998 年,我就曾提出过两个观点:一个就是对个人数据的收集要最小化。根据使用目的来进行收集,相关内容可以收集,与使用无关的数据最好不要收集。第二就是收集的个人信息要有不可传递性,更不可深度加工。这样就会对个人数据有所限制,有利于隐私保护。

实际上我所提出来的这两条与上面所说的三大问题基本等同。很快,在 1998 年底巴黎召开的 WTO 部长级会议上也有了相似的提法,会后还设有相关立法。也就是说,基本上我国对隐私权的研究是与国际同步的。

前 言

自从萨缪尔 D. 沃伦和路易斯 D. 布兰戴斯于 1870 年在《哈佛法律评论》上发表了著名的《隐私权》(The Right to Privacy)一文,一个多世纪以来,各国法学家致力于隐私权理论研究及其司法实践工作。但是传统的隐私权保护,着重于保证个人不受他人干涉的权利。时过境迁,进入信息时代后,利用信息技术进行个人数据的收集、处理和传输变得十分简单,所有工作瞬间便可完成。因此,人们不但越来越担心网络对个人隐私无孔不入的入侵,而且对隐私包括个人数据的主动控制权提出了新的要求。

随着因特网的发展以及电子商务这样一种全新的经营模式的广泛普及,需要着手解决一系列的问题,而网上隐私权的保护问题就是亟待解决的重要问题之一。网上隐私权的保护问题从因特网的诞生之日起就存在,但从未像现在这样引人注目。隐私权的保护问题一定程度上已成为影响电子商务发展的重要因素。

据统计,在网上浏览的潜在消费者中有 45% 由于担心个人隐私得不到保障而放弃了网上购物的希冀,这从一个侧面说明了网上隐私权保护状况极不理想。

总的看来,在网上隐私权保护方面,目前主要存在三个方面的问题:过度收集个人数据、个人数据二次开发利用和个人数据交易。

1. 过度收集个人数据

在电子商务中,过度收集个人数据是指:为了商业上的需要,商家采用多种形式的手段来收集个人信息。一是通过填写各类表格,二是通过利用先进的电脑追踪技术收集个人数据。

为了网上购物,消费者必须提供个人信息:姓名、电话号码、信用卡号码,购物偏爱,有时还要提交收入记录和健康记录。网络公司汇编这些信息,而因特网使得分享这些信息亦非常容易。这些表格也确实吓走了不少消费者,首先是表格中的内容有一些与访问的目的关系不大;其次,人们担心个人信息得不到有效保障。更严重的是,可能在你上网时,不知不觉之中被网站经营者收集了个人数据。

2001年2月一位加州女士提出诉讼,控告美国著名的网络广告公司DoubleClick非法使用消费者信息。这位女士的律师表示,她指控这家网路(网络)广告公司采用了cookie这个先进的电脑追踪技术,以识别网际网络使用者,在未经同意的情况下收集网络浏览者的个人资讯,非法取得并且贩卖消费者的私人资讯。

2. 个人数据的二次开发利用

个人数据二次开发利用是指商家利用自己所掌握的个人信息举报建立起综合的数据库,从中分析出一些个人并未透露的信息,进而指导自身的营销战略。

为什么在网上购买了婴儿奶粉的女士会收到儿童服装商店的电子广告,为什么你从未接触的一些商家会在你的电子信箱里塞进一大堆垃圾邮件,这些都是商家对个人数据的二次开发利用的结果。譬如:你是那个在网上购买婴儿奶粉的女士,该商家会推测你家里需要各种育婴用品,它就自作主张地建议你购买儿童服装,甚至推销哺乳期妇女的化妆品。这些广告邮件占用了几乎全部邮箱,使你无法正常收到朋友的电子邮件,造成了很大麻烦。而且它还使你感觉自己被赤裸裸的推到了一群商人的面前,毫无个人隐私可言,使你对网上购物产生了抵触心理。

网络公司对个人数据开发利用,同样遭到网民的抵制和反对,网上在线广告公司DoubleClick现在是官司缠身,除了正在接受政府调查之外,还面临着另外几项官司。密歇根首席检察官控告

说,DoubleClick 公司已经收集了 8000 万到 1 亿个用户资料。仅仅在 1999 年 12 月的一个月当中,DoubleClick 就联合其他网站发出了大约 300 亿份广告。2001 年 2 月 17 日,DoubleClick 公司因为收集网上用户的个人资料并向用户发送广告而再次受到调查,其股票也一路下跌了 15%,并成为纳斯达克股票市场跌幅最大的几只股票之一。

3. 个人数据交易

个人数据交易有两种形式:第一种形式是商家之间或商家与机构间互相交换自己所掌握的个人信息;另一种形式是网上商店将自己所掌握的个人信息出售给这些信息的需求者。个人数据交易是目前对网上隐私保护危害最为严重的一种行为。

第一种形式的交易被商家称为“与合作伙伴共享信息,而且是在有限的范围内”。但是,一般情况下商家的合作伙伴不止一个,如果共享的范围得不到有效控制的话,个人信息就有可能被极多的商家知晓,这无异是在变相侵犯个人的网上隐私权。

第二种形式的交易更为人们所谴责,因为它完全不顾消费者的意愿,靠出卖消费者信息赚钱。在美国,有一些网站专门从事这方面的交易,比如 1-800 U. S. Search, American DataLink, Discreet Data Systems 和 Dig Dirt 等。在 1-800 U. S. Search 公司输入社会安全号(这一号码很容易被别有用心的人搞到),在 1 小时内就能找到某人近 10 年内的住址情况,以及电话号码、出生日期和别名。花上 179 美元,就可以找到某人的银行保险库内的保险箱;花上 289 美元,可以访问银行档案;花上 789 美元,就可以了解某人存有多少海外账号。至于个人信息的购买者会对这些信息作什么样的处理,会对消费者个人造成什么样的危害,则不在这些网站的考虑之列。

对专门出售个人信息的网站无疑应予以清理,而对那些表面上正常地收集个人信息供自己使用、暗地里却偷偷将个人信息泄

露给第三者或直接出售的网站,又如何取证和处理呢?这个问题在目前还难以解决。但是为了保护消费者,为了保护网上隐私,到了采取一定的技术手段和出台有效法律措施的时候了。

以上三类关于网上隐私权的问题是互相联系的,它们共同对网上隐私保护构成威胁。但是由于具体情况不同,不能采取武断处理的做法,需要在商家与消费者之间找到一个平衡点,既保证个人信息的正常流动,使得商家可以提供有针对性的服务,同时又要注意保护网上隐私,使网上消费者不受非法干扰。要做到这一点,除了业界的自律外,政府的规范也必不可少。对这三类问题的处理态度直接关系到电子商务是否能得到健康发展,因此绝不可等闲视之。

网络发展对隐私保护带来了巨大的威胁,虽然各国对网上隐私权保护已取得共识,但是由于各国在隐私权立法上的差异和具体做法上的不同,有可能出台迥然不同的政策,处理不当可能导致妨碍网上数据的交流。

欧盟于1995年10月发布了《个人数据保护的指导文件》,规定欧盟国家必须根据该指导文件调整或制定本国的个人数据保护法,文件中规定了保护个人数据的一些基本原则,而且对法律的使用问题作了说明,特别是在其第6条中规定:“除非非成员国对数据及其相关个人有适当的保护,成员国不能向非成员国传播个人数据。”

德国是大陆法系的代表国家,它对个人隐私的保护水平也很高。颁布有《信息与通信服务法》、《州内媒体服务协定》,而且拥有详备的案例。对长期的实践进行分析后,德国法学研究者们认为:在目前的情况下,建立起完善的电子商务立法是不现实的,应立足于不完善的法律体系,强调业界的自我规范。

欧盟成员国同时也是英美法系代表国家的英国,长期以来实行的是《1984年个人数据保护法》,对在计算机上保存的个人数据

的管理进行规范,只适用于在英国领土范围内保存的个人数据。但是,实践方面它对个人隐私的保护并不理想,偏向于间接保护。随着电子商务时代的来临,根据欧盟《个人数据保护的指导文件》的要求,英国政府在1998年1月出台了新的《个人数据保护清单》,针对网上隐私权保护的立法不久也会出台。

在当今法国,虽然还没有关于个人隐私保护的专门立法,与保护个人隐私相关的法律有《1978年计算机与自由法》、《刑法》、《新刑法》等。

美国是英美法系的另一代表国家,它也是世界上最早建立其个人隐私保护法的国家。从政府到法学家们都很重视对个人隐私保护的研究与加强。其代表法律《1974年隐私权法》达到了个人隐私保护的较高水平;1997年10月克林顿总统作了题为《全球电子商务框架》的报告,将个人隐私保护提升到很高的地位。1998年6月,美国联邦贸易委员会(FTC)发布了一个报告,声称Web站点未能充分保护消费者的隐私;此后不久,美国商务部就提出了保护人们私人上网信息的指导原则。从2000年4月开始实施《儿童网上隐私保护法》,规定所有为13岁以下儿童服务的网站在收集上网儿童的个人信息之前,必须得到其父母的同意。此外,《儿童网上隐私保护法》还规定网站必须说明他们所要收集的内容,以及将如何处理这些信息。

澳大利亚在个人隐私权保护方面同英国的情况类似,目前使用的还是《1988年隐私法》,虽然针对信用提供者的责任提出了要求,并作出了相关规定。但是,在网上隐私保护方面还比较薄弱。由于澳大利亚的商业网站缺乏对消费者隐私权的足够保护,很多消费者不愿意通过因特网来传递他们一些很重要的个人信息。因此,尽管目前在澳大利亚因特网的使用已经十分普及,但电子商务的发展远远落后于整个因特网的发展。这其中主要的原因就是人们的隐私得不到足够的保护。

在加拿大,除魁北克省外,还没有和电子商务有关的针对隐私权问题的综合法律,但是,在许多和特定行业相关的联邦法律中规定了在特定情况下要保护隐私权。加拿大对个人数据进行管理的法律文件是《信息示范法》,信息示范法为个人信息管理提供了如下 10 项原则:(1)指定负责人。(2)鉴定收集目的。(3)获得个人同意。(4)限制收集。(5)限制使用、透露与保存。(6)准确性。(7)保密性。(8)开放性。(9)个人的相关权利。(10)监督以上原则的贯彻情况。可以看出,加拿大的这 10 项立法原则对隐私权保护的要点作了比较全面的总结,有着很大的参考价值。

综上所述可以看出,各国对网上隐私权的法律保护水平主要与以下 4 个因素有关:

(1) 立法传统。一贯重视保护隐私权的美国在网络时代也不落后;而我国关于隐私权的法律保护方面历来较为薄弱,到如今仍未能引起足够的重视。

(2) 社会经济、政治状况。人民生活富裕、政局稳定的欧美国家及东亚强国具备立法所需的物质基础,较少受一些外界因素的干扰,因此能以战略眼光着眼未来,制定出有利于电子商务发展的网上隐私权保护法,在一些经济落后、政局不稳的国家,政府主要考虑的还是经济发展和政治稳定,就对网上隐私权保护问题重视不足。

(3) 人民的民主意识。欧美国家的人民善于利用法律保护自己,这是公认的事实,因此制定网络时代的个人隐私保护法在他们的要求下可以迅速实现。而缺乏民主传统的国家,网上隐私权保护问题在许多人的头脑中还近乎空白,自然难以迅速推出相关立法。

(4) 因特网普及状况。电子商务的媒体是因特网,因此在因特网普及率较高的国家,电子商务的发展也比较迅速,会更多地接

触到网上隐私权保护问题;而在因特网普及率低的国家,上网还只是一部分人的事,因特网上隐私权保护问题才刚刚露出冰山的一角。

目前的因特网上隐私权保护问题呈现两个特点:

第一,全球一体化。比如:加拿大的《信息示范法》10项原则在其他国家的网上隐私权保护立法中也有所体现,而欧盟对所辖国家的立法更能起到示范和约束作用。

第二,保护的强化和立法的专门化。保护的强化使得几乎在各国的网上隐私权保护法中都对侵犯网上隐私的行为处以罚金甚至附加刑事处罚。立法的专门化要求各国对网上隐私权的法律保护均倾向于直接保护,而过去采取间接保护的国家也开始改变其立法体系,对网上隐私权的保护制定单独立法。

欧盟于1995年发布的《个人数据保护的指导文件》对个人数据的流动提出了严格的规定,为个人隐私权提供了很好的保护措施。

自1998年10月开始,欧盟禁止其成员国所属的公司把个人资料数据交换给对网上个人隐私不实行广泛保护的非成员国公司,而美国恰恰是对网上隐私权不加重点保护的国家。1998年10月欧盟宣布禁止美国在线、贝尔公司、大西洋公司等美国企业横跨大西洋发送消费者的个人数据。从此,两年多来,美国和欧盟就一直在数据隐私问题上争论不休,直到2000年3月,美国和欧盟就保护电子个人数据隐私问题达成一致协议,从而扫清了阻止美国和欧洲通过因特网发展电子商务的一大障碍。新协议将适用于开展因特网电子商务的企业。

双方达成的协议在2001年7月开始实施,并审评各公司遵守数据隐私协定的情况。倾向于让企业自己来管理网上隐私问题的美国,已经同意设法确保美国企业遵从欧盟的规定,并表示,它将

根据美国的法律进行必要的调整。不遵守相关法律的企业将被定为商业欺诈行为,并会受到司法起诉。这一初步协议有可能解决欧盟和美国在相关方面的差异,也有助于避免可能发生的贸易争端。

到目前为止,我国没有隐私权保护的法律条文,网上隐私的法律保护完全空白。历来缺乏隐私权保护传统也给我们的立法造成了困难,最大的问题是我们的大多数民众,甚至部分法学研究者尚未意识到网上隐私权保护立法的重要性。他们可能会说:我国经济还很落后,还是等经济发展上去,因特网普及了之后再制定相关立法吧,毕竟我们还有其他一些更重要的法律有待出台。这种说法貌似有理,其实对我国的网上隐私权保护危害极大。制定网上隐私权保护立法正是发展的需要。从欧盟和美国的隐私权之争可以看出,就目前情况来说,我国通往欧盟国家中个人消费者的电子商务通道已被堵死。

电子商务立法刻不容缓,我国法律界应该尽快拿出隐私权保护的立法草案(这当然就包含网上隐私和隐私权保护问题),提交“人大”审议,在试行中不断完善,最后在适当的时候颁布正式的立法,这才是比较妥帖的解决办法。我们相信,随着网上隐私权保护立法的出台,我国的电子商务必定会再上一个新台阶。

我是在进行国家自然科学基金项目《电子商务过程重组和电子银行风险的研究》中开始接触隐私权问题的。研究中发现隐私权的问题不只涉及个人也涉及到国家的利益,因此网上隐私权保护立法是有其重要意义的,不容忽视。我们也希望读者能够对于因特网上的隐私权问题予以足够的重视。这就是我们编写这本书的初衷。

在本书的编写过程中,丁立言、杨玲莉、范小华、黄艾舟、吴国罡等同志参与了部分工作,在此表示真诚的谢意。本书引用了一

些最新研究成果和参考文献,在此谨向被引用文献的作者表示诚挚的谢意。对清华大学出版社文泉经管研发部给予的热情帮助也一并表示感谢!

由于时间紧张,难免有疏漏之处,对于书中谬误或不当之处敬请学界同仁、专家或读者批评指正。

北京科技大学 梅绍祖

2002. 8. 20