

经过多年的发展,现在的搜索引擎功能越来越强大,提供的服务也越来越全面。搜索引擎网站已经成为用户上网主要选择,流量飙升,它正成为炙手可热的新的网络经济增长点。但在其发展的过程中不断面临侵犯隐私权的起诉,如何处理、解决该问题,是我们应该关注和探讨的重要问题。

# 搜索引擎侵犯隐私权问题探析

□胡凡 唐守廉

搜索引擎现在成为网民经常使用的网络服务之一,它功能强大,用户利用它能很容易在浩如烟海的网页中找到自己想要的网址、文档、程序等等。但是普通用户在使用搜索引擎时可能并不知道自己的用户信息(如用户爱好、兴趣和宗教信仰等)和搜索数据等记录会被搜索引擎公司保存长达数年之久。虽然这些公司表示,保留用户数据是出于网络安全考虑,如防止搜索引擎受到黑客攻击,同时也是为了防范欺诈。但是他们收集到的用户个人喜好方面的信息,可能会被广告商等第三方所利用。欧盟一个数据隐私保护组织表示,这一做法可能违反了欧盟的隐私保护法。

搜索引擎商是否侵犯了用户隐私,首先要弄清楚网络隐私权。

## 网络隐私权的特点

隐私权是指个人具有依照法律规定保护自己隐私不受侵害的权利,具体包括:公民对于自己与社会公共生活无关的私人事项,有权要求他人不打听、不搜集、不传播,也有权要求新闻媒介不报道、不评论、不非法获得;公民对于自己与社会公共生活无关的私生活,有权要求他人不得任意干涉,包括自己的身体不受搜查,自己的住宅和其他私生活区域不受侵入、窥探。

网络隐私权指自然人在网上享

有私人生活安宁和私人信息依法受到保护,不被他人非法侵犯、知悉、搜集、复制、利用和公开的一种人格权;也指禁止在网上泄露某些个人相关的敏感信息,包括事实、图像以及诽谤的意见等等。网络隐私权的内容具体包括个人数据、私人信息、个人领域三个方面;其中以个人数据最为重要,具体又包括:

(1)个人属性的隐私,包括个人的姓名、身份、肖像、声音等。

(2)个人资料的隐私,主要包括消费习惯、病历、宗教信仰、收入、个人财产、工作以及婚姻状况等。

(3)个人通讯内容的隐私,在有些情况下,非由发文者或收文者监控、披露的电子通讯的内容也可能构成隐私权的侵犯。

网络隐私权与传统意义上的隐私权并没有本质上的区别,网络隐私权仍然属于隐私权的一种,具有隐私权的一般属性,但是,网络的特点将隐私权的一些特殊性放大开来,当隐私权与网络传播这种高速、海量、自由的信息流动方式联系起来的时候,网络隐私权就表现出了一些不同于传统隐私权的新特点:

(1)对象扩大:网络隐私权的对象不仅包括传统的姓名、性别、身高、指纹、血型、病史、联系电话、财产等,随着科技的发展,一些新兴的个人数据逐渐成为网络隐私权所保护的主要对象。例如,E-mail地址、

网络域名、用户名称、通行密码等。

(2)内容更为复杂:除了具有传统隐私权的个人生活安宁、个人信息保密、个人通讯保密、自由支配使用的四项基本权利外,网络隐私权还衍生出了四项新的内容:

**隐私收集知悉权:**指的是权利主体有权知晓个人数据收集者有关情况,包括数据收集者的性质、经营范围、收集信息的目的、用途等,有权通过相关途径查询自己个人数据的收集和使用情况,以保证权利主体对隐私收集行为的基本了解。

**隐私修改权:**指权利主体发现自己的个人数据信息记录有误或者记录已经发生变化时,有权进行修改、补充、删除,以保证个人信息的准确性。

**隐私安全请求权:**是指权利主体有权要求网站等隐私收集、利用者采取必要、合理的措施保护个人信息安全,并有权通过法律手段要求隐私收集、利用者履行这一义务。

**隐私收益权:**指的是权利主体有权要求个人信息收集或使用支付相应的报酬或使用费,以保证主体的物质利益得以实现。

(3)附有经济价值:网络背景下的隐私权不再仅仅是一种单纯的精神权利,开始附有经济价值。民法理论认为,隐私权是一种独立的精神性人格权,不具备物质性或财产权的属性。但在网络空间中,对个人隐

私的侵犯已经不仅是基于窥探他人隐私的好奇心,而大多数是受利益的驱使,隐私权便具有了物质性或财产权属性。举例来说,美国有两个大规模的个人资料库公司——Double click 和 Engage Technologies,他们以掌握大量网民上网习惯和个人资料而著称。不少网站因为经营不善,将自己所保存的网民个人资料卖给其他公司,以此获取经济利益。这就使得网络隐私权的侵犯者在利益驱动下变得更加贪婪。

(4) 挽救难度大:网络隐私权一旦遭到侵犯,损害更严重,也更难于救济。由于网络空间的广泛性和信息传输的迅捷性,个人的隐私一旦在网上被披露,就有可能全世界的人在瞬间都能知道,这会给当事人带来严重的损害后果。1996年,被解雇的法国总统密特朗的私人医生发表了《大秘密》一书,大肆披露密特朗的健康档案。这本书因为侵犯了密特朗总统的私生活,也违反了医生替病人保密的职业道德,很快被巴黎法院下令禁止发行,但是禁令下发后不久,就有人将此书全文录入互联网,最后密特朗总统的个人隐私成了世界上各个角落的人都可以调阅的“公开的秘密”。

## 搜索引擎侵犯隐私问题的解决途径

由网络隐私权的定义和特点,我们可以得出,网民有维护自己网络隐私的权利,搜索引擎服务商有保护网民网络隐私权的义务,国家应建立一套完备的法律体系来保证网民网络隐私权得以实现。

### 1. 完善相关法律法规建设

目前为止,我国在对网络隐私权的问题上基本上处于一种无法可依的状态,我国尚未制定一部个人信息保护法。关于网络隐私的比较成形的法律、对于网络个人隐私的

保护问题更是鲜有涉及。所以就我国的网民而言,在法律上既没有新的网络隐私保护的规定可供适用,也不能求助于传统隐私权的保护手段来保护个人的网络隐私。在这种情况下,我国数千万网上用户的隐私权实际上出于一种非常危险的状态,一旦出现网络服务提供商或其它的主体通过网络非法搜集网上个人用户的隐私资料,并用作对当事人不利的方面,网上用户很容易陷入孤立无援的境地,它反过来又必会对我国整个的互联网和与之有关的产业带来非常严重和后果,造成难以估量的损害。因此,笔者建议以下几点:

(1) 网络隐私权合法化。应在《宪法》中明确个人隐私权是公民的一项基本、独立的人身权;在《民法通则》或将来的民法典中将隐私权作为一项独立的人格权。让网民充分认识到自己所拥有的捍卫自己网络隐私的权利。对于侵犯个人隐私权的将受到《刑法》的制裁,发挥刑法对公民隐私权保护的有效的法律作用。

(2) 制定专门的单行法。通过单行法加强对个人数据的隐私保护。毕竟网络隐私与传统的隐私权相比有其特殊性存在,其强调的重点与保护方式都与传统隐私权有所区别,在单行法中对个别问题予以规定可以增强法律保护的灵活性,适应市场经济发展的需要

(3) 完善诉讼法,保证网络法律法规的可行性及可操作性。网络的开放性和虚拟性,给隐私权侵权案件的侦察,起诉,取证,审判等带来一定的困难,加之网络隐私侵权证据只能是电子证据,所以在有关网络隐私权案件的诉讼法和证据法上也应做出相应规定,确保实体法的实施。

### 2. 加强搜索引擎产业自律

在相关立法不完善的情况下,

通过新技术和规范服务来加强行业自律是目前很重要的一个措施。鼓励经营者自律,依照法律和行业习惯制定个人资料使用政策和隐私权保护政策。经营者的个人资料声明或隐私权政策声明体现了经营者在收集、持有及使用个人资料方面的整体政策及具体措施,是经营者自律的纲领,也是经营者与用户间签订的一个关于个人资料利用及隐私权保护的合同,如果经营者违反自己所作出的声明,用户即可依法要求经营者承担相应的法律责任。

### 3. 加大日常监管力度

各级行政执法机关作为我国维护社会公共秩序和公民合法权益的一支生力军,对网络用户的合法权益也承担着一定的监管任务。需对搜索引擎服务提供商进行准入资格审查,这在一定程度上决定着网络服务是否规范。

### 4. 软件保护

它依靠一定的技术支持,由互联网消费者自己选择、自我控制。

它将保护消费者隐私的希望寄托于消费者自己手中,通过某些隐私保护的软件,来实现网上用户个人隐私材料的自我保护。在消费者进入某个收集个人信息的网站之时,该软件会提醒消费者什么样的个人信息正在被收集,由消费者决定是否继续浏览该网站。或者在软件中预先设定只允许收集特定的信息,除此以外的信息不许收集等等。

这类系统或运行程序本身的安全性和可信度正在研究和发展。

### 作者简介:

胡凡,北京邮电大学经济管理学院硕士,主要研究领域为企业市场营销策划。

唐守廉,北京邮电大学经济管理学院博士生导师。研究方向:电信市场营销。