

美國聯邦貿易委員會推動「不留痕」機制，使消費者可選擇不在網路上留下個人資訊



美國聯邦貿易委員會（Federal Trade Commission, FTC）最近開始推動一套「不留痕」（do-not-track）機制，旨在防止網站蒐集未經使用者授權之個人資料。

FTC所出具的報告，旨在幫助政策制訂者和立法者形塑隱私規則，同時要求網站揭露更多其所蒐集之資料的相關事項，諸如蒐集的資料種類、如何使用該資料、以及保存期間。該報告並建議企業提供使用者更多拒絕被蒐集資料的退出選擇方案。

FTC主席Jon Leibowitz在最近的記者會中指出，目前有許多尚未受到網路隱私規範之行銷方式，普遍受到廣告商、社群網站或是搜尋引擎運用。FTC當局的建議由五人所組成的委員會無異議通過，由於網路廣告商、媒體經營者以及零售商所建立的新的行銷模式均建基於個人資料上，因此此建議亦同時考量到該等業者之利益平衡，至2011年1月31日前持續蒐集業者之意見。Leibowitz表示，FTC希望確保新興成長的市場是建立在促進隱私、透明、商業革新和消費者選擇的框架上，而這也是多數美國民眾所希望的。」

此一「不留痕」機制是參照FTC另外一套受歡迎的「勿來電」機制，也就是將電話號碼註冊在一特定的名單上，以防止電話推銷員來電。實際上的運作模式仍略有差異。相較於將姓名註冊在一份中央管控的名單，此一機制則是透過網頁瀏覽器的工具，傳送不願被追蹤或接受特定的訊息，Google、Microsoft和Mozilla都已測試過此套技術。

在此一報告提出後不久，麻州參議員John F. Kerry表明他將會推動一部隱私權相關法律，使FTC有更多規則制訂權以實現其報告所提建議。因為作為相關主管機關，FTC制訂規則的權利其實很有限。

相關連結

[The Washington Post](#)

[USATODAY](#)

蘇柏毓

專案經理 編譯整理

上稿時間：2010年12月27日

The Washington Post, 2010年12月1日, <http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2010/12/01/AR2010120106451.html>, 最後瀏覽日：2010年12月20日。

USA TODAY, 2010年12月13日, <http://www.usatoday.com/tech/news/2010-12-13-1A>

資料來源：[donottrack13_CV_N.htm](#), 最後瀏覽日：2010年12月20日。

推薦文章