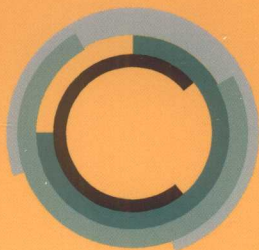


◀ 新闻传播学术原创系列 ▶

# 中国网民网络信息隐私认知与 隐私保护行为研究

申琦 著



復旦大學出版社

新闻传播学术原创系列

# 中国网民网络信息隐私认知与隐私保护行为研究

申琦 著

復旦大學 出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

中国网民网络信息隐私认知与隐私保护行为研究/申琦著. —上海:  
复旦大学出版社, 2015. 8

(新闻传播学术原创系列)

ISBN 978-7-309-11782-0

I. 中… II. 申… III. 互联网络-隐私权-研究-中国 IV. D923.04

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 217162 号

中国网民网络信息隐私认知与隐私保护行为研究

申琦 著

责任编辑/章永宏 朱安奇

复旦大学出版社有限公司出版发行

上海市国权路 579 号 邮编:200433

网址: fupnet@fudanpress.com <http://www.fudanpress.com>

门市零售:86-21-65642857 团体订购:86-21-65118853

外埠邮购:86-21-65109143

当纳利(上海)信息技术有限公司

开本 850×1168 1/32 印张 7.125 字数 152 千

2015 年 8 月第 1 版第 1 次印刷

ISBN 978-7-309-11782-0/D·759

定价: 30.00 元

---

如有印装质量问题, 请向复旦大学出版社有限公司发行部调换。

版权所有 侵权必究

# 目录

## CONTENTS

第一章 前言 .....	1
第二章 网络信息隐私认知 .....	14
第一节 隐私与网络信息隐私 .....	14
第二节 利益、风险与网络信息隐私认知 .....	40
第三章 网络信息隐私保护 .....	59
第一节 网络信息隐私关注与网络信息隐私保护 行为 .....	59
第二节 网络素养与网络信息隐私保护行为 .....	91
第三节 自我表露与社交网络信息隐私保护行为研究： 以微信为例 .....	115
第四章 中国网络信息隐私保护的法律法规与行业 自律 .....	141
第一节 中国网络信息隐私保护的法律法规 .....	141

第二节 中国网站信息隐私保护政策研究：基于 49 家 网站的内容分析 .....	155
第五章 结语 .....	180
参考文献 .....	185

# 第一章 前 言

## 一、研究问题和研究目的

全球化、大数据时代,互联网等新媒介技术以前所未有的速度急速发展,社会影响深刻。一方面,人类日常生活中的交往活动更多地在网络空间展开,愈加依赖网络信息系统来运行重要的基础设施,提高现代生活的效率。另一方面,由个人信息传播、存储、搜集与使用所带来的隐私安全问题,正成为影响个人生活乃至整个国家安全的重要问题。

2011年,一名西班牙男子在谷歌上搜寻自己的名字时,发现页面上仍有1998年有关他因断供而被迫拍卖物业的新闻报道。该男子提起诉讼,认为谷歌这一做法侵犯其隐私,要求删除报道的搜索链接。2014年5月13日欧盟最高法院欧洲法院作出最终裁定认为,一般人应该享有“被遗忘权”,即在某些信息属于“不足够、无关系或已过时”的情况下,人们有权要求谷歌从搜寻结果中移除有关个人资料的相关链接(陈昶屹,2014)。自此,一场席卷欧洲国家的“被遗忘权”运动拉开帷幕。

无独有偶,2015年年初上海外滩踩踏事故有关复旦罹难女孩的报道,也引发了公众对主动发布与留存在社交网络上的个人信息是否属于隐私、新闻媒体能否曝光个人信息的热议(陆晔等,2015)。紧接着6月份携程网与支付宝先后因技术与物

理故障导致服务瘫痪,网民在抱怨无法正常使用相关服务的同时,更在深深地忧虑网络空间里的个人信息是否安全?又该如何保护自己的信息隐私安全?

为了回应这些问题,本书以上海大学生为研究对象,首次实证地考察中国网民的网络信息隐私认知现状、隐私保护行为及其影响因素,从受众心理、网络素养、社交网络中的自我表露行为,网站隐私保护政策以及相应的政策法规等个体、企业、国家等多个层面,探讨影响中国网络信息隐私认知、隐私保护行为的因素,以期为提升中国网民网络信息隐私保护能力、增进隐私保护实际效果,提供理论思考和经验参考。

## 二、研究背景和研究意义

隐私,是事关人们私人生活、私人领域与私人事务的话题,千百年来一直处于不断的调整 and 变化中。回顾中国有关隐私问题的社会认识与立法保护,不难看出,长期以来我们对隐私概念的界定模糊,对隐私权益的保护不足。

从立法层面来看,受中国“重刑轻民”法律传统的影响(赵长生,1982),隐私权与物权等民法中私权的立法保护均较为缓慢。同时,由于隐私问题的复杂性,仅靠立法保护已经不能解决诸多现实问题。首先,法律不能涵盖和解决所有问题。法律的刚性与滞后性,导致法律条文不能详尽地保护到现实中所有的隐私侵权问题。比如,当我们主动在社交网络和自媒体中发布个人信息,是否还享有合理的隐私期待?法律对此没有规定。这也是为什么在许多隐私侵权案件中,对隐私的保护最终归于对个人名誉权的保护。其次,法律的事后救济,不能完全恢复隐私丧失后的损失。隐私是个人对自己私人生活、私人领

域的心理感知和界定。当隐私被别人知晓或泄露后,实际上人们已经丧失对自己隐私的控制,侵害已然产生。通过经济上的赔偿或者赔礼道歉,无法弥补这部分心理损失。而诉讼过程本身,往往又会对受害人产生二次心理伤害和损失。同时,法律保护隐私的追诉成本较高,导致现实中人们往往不愿意主张或者实际上无法主张自己的权利,最终放弃自己的隐私权益。再次,将隐私保护上升到法律保护的层面,需要当事人知晓或明确其权利受到侵犯。信息社会,政府、公共服务部门、商业组织有更为充分的理由和可能性随时收集个人信息,监测个人行踪。我们很难说清、辨明自己的信息在哪个渠道被泄露,谁在违法使用和二次传播自己的信息。无法确定侵权者主体,即难于提起侵权之诉(王利明,2013)。最后,法律有时会权衡其他更重要的价值而牺牲隐私利益(鲁斯·嘉韦逊,转引自张民安,2014)。为了保护国家安全、言论自由等权益,保护公共利益等重要社会价值,在司法裁决时法律会舍弃隐私利益。例如,斯诺登事件曝光美国政府以国家安全为由,大肆收集网民个人信息,监视个人生活。在这种情况下,个人隐私权益不得不让位于国家安全利益。

从社会认知层面来看,受传统文化与社会结构的影响,长久以来中国社会公私界限不明,公私之间的界限充满弹性。费孝通先生认为,以乡土社会为代表的中国熟人社会的行为逻辑遵循一个“事实上的公式”：“为自己可以牺牲家,为家可以牺牲族……”(费孝通,2012)。在这个以“自己”为中心不断向外推的多圈层格局中,公与私的边界是模糊的、相对的,具有鲜明的“层次性与伸缩性”。这种“差序格局”观指出,农民可以理直气壮地为了内圈层的利益而牺牲外圈层的利益,因为在他们看来内圈层的利益也非“私”,而是“小团体的公”。所以,他们可以



言之凿凿地为了家的利益去牺牲族的利益,为了族的利益去牺牲国家乃至天下的公利(赵晓峰,2014)。而在中国传统文化与政治制度中,对公私观的塑造却呈现一个相反的导向。“礼法”思想、“儒教”学说推崇“公权力”至上,反映在对普通民众的思想训诂上,就是泯灭个人的“主体”观念。“亲亲”“尊尊”的“礼法”思想带给人们的多是等级观念和服从心理;而弘扬“仁”“义”“礼”“智”“信”的“儒教”学说带给人们亦是包含忍辱、服从的“抑引”观念(彭诚信,2004)。这种依靠压抑人性来稳固统治者统治地位的思想与文化,横贯整个中国古代史。

新中国成立后,社会主义公有制下的文化与政治制度主张“大河有水小河满”的集体主义。这种新型集体主义观,明确集体利益高于个人利益,当个人利益与集体利益冲突的时候,个人利益必须无条件地服从集体利益。这一公私观适应了当时生产力水平低、物质匮乏的历史发展阶段,满足了现实需求(陈桐生,1999)。然而,“文革”期间以剥夺个人财产,泯灭人性与人伦达到阶级斗争目的的“割资本主义尾巴”“大义灭亲式告密”之风盛行。血缘感情必须服从于阶级感情,个人生活被政治高压压榨到最低(刘正风,2015)。

公私观念的模糊,以及长期以来公私领域的不断调整,直接且深刻地影响着现代人们隐私观念的形成。改革开放至今,中国生产力水平快速提高,人民物质生活开始富足,人们在争取私人财产权益合法化的同时,要求确定隐私权益与保障隐私权益的呼声逐渐高涨(张新宝,1997)。体现在立法上,隐私从20世纪70年代初的不宜公开的事务,逐渐明确为受侵权责任法保护的一项独立的权益。直至2014年最高院出台的网络侵权司法解释,明确网络隐私为与人们身份相关的个人信息。立法层面隐私权益的复苏与明确,加之公众对“文革”时期压制人性等畸形社

会文化的反思,使得整个社会开始认同并尊重个人生活的隐秘性、思想的独立性,公众的隐私期待逐渐提高(王利明,2009)。

今天,当我们谈及网络新媒体环境下的隐私时,更多地将其与个人信息关联在一起。隐私不仅是一种生活自决权,或者是一种保持自己相对安宁自由的生活状态;它更多地物化为以数据为载体和表现形式的,具有一定商品性质的人身权益,即网络信息隐私。人们留存、记录、流动在网络空间的,与个人身份、生活轨迹、思想动态相关的个人信息,均属于网络信息隐私(Daniel J. Solove,2006)。与自治性隐私、物理性隐私不同,信息隐私的商品性使得它具有一定的经济价值,并有可能通过市场进行买卖。然而在网络信息隐私交易市场中,由于买方(政府、企业等第三方组织)与卖方(网络用户)双方的信息不对称(网络用户不知道自己的个人信息被谁收集和使用),卖方估价困难(网络用户通常低估自己信息的价值,而大方地提供自己的个人信息)、卖方议价能力不足(为了享有一定的网络服务,只能提交自己的个人信息)、卖方集体行动困难(电子商务行为的分散性使得网民较少能够针对某一具体侵权行为展开集体行动)等等因素,导致网络使用者隐私期待降低,自身信息隐私的保护能力不足(Shuan B. Spencer,2002,转引自张民安,2014)。

本书将从网民隐私关注、网络素养与自我表露等理论视角出发,首次实证地考察网络心理、使用技能等因素如何影响当前中国网民的信息隐私认知、隐私保护行为,具有以下三个主要方面的研究意义。

一是,获取中国网民网络信息隐私认知状况及其影响因素,为了解中国网民网络信息隐私期待的现状,以及制定相关法律法规提供理论思考和经验参考。隐私期待是立法保护隐私时根据公众对隐私的理解和认知而确定保护隐私范围的重

要参照,它随社会生活的变化而改变。隐私期待越高,我们内心所想要争取的隐私权益就越多,反之越少。本书通过实证研究方法,科学客观地获取当前中国网民的隐私认知现状,同时根据保护动机理论考察利益与风险因素对网民信息隐私期待的影响,这在中国有关研究中尚属首次。

二是,获取中国网民网络信息隐私保护的实际情况及其影响因素,为提升网民的隐私保护能力与增进隐私保护实际效果提供理论思考与经验参考。保护隐私不应只求助于法律的强制性管理,更为现实可行的途径是依靠网民自身的力量,使其掌握基本的保护技能,在隐私侵犯发生之初,即可进行处理,而不必等到隐私侵权发生后再诉至法律。本书将从隐私关注心理视角与网络使用技能两个层面,首次实证地分析影响人们网络信息隐私保护行为的因素。

三是,获取中国网络企业网络隐私保护政策的实际情况并分析存在的问题,为更好地规范网络企业行业自律提供经验参考。如前所述,在网络信息隐私市场中,网络企业等组织在收集和利用网民信息隐私方面占有绝对优势。在这一不均衡的关系中,规范网络企业对网民个人信息的收集与使用的行为十分必要。而且,这也是中国网络企业遵守国际条约,适应国际化市场竞争的需要。本书运用内容分析法,实证地考察中国社交网站、电子商务网站等各类网站的网络隐私保护政策,为提升中国网络企业信息隐私行业自律提供理论思考和经验参考。

### 三、研究思路和研究方法

#### 1. 研究思路

本研究主要从下面三个方面展开研究。

### (1) 中国网民网络信息隐私认知的实证研究。

本书将梳理隐私概念的发展历程,涉及法学、哲学、伦理学以及传播学领域有关隐私以及隐私权的研究,同时分析近年来法律与电子商务领域中有关网络信息隐私概念的发展历程。本书没有将网络信息隐私等同于网络个人数据或者网络个人资料,原因在于,笔者认为网络信息隐私涵盖的范围更广。它不仅包括网民传播、记录、存储在网络空间的具体的个人信息,还应该是一种信息自决权,或者一种网络空间自主生活的状态。

在此基础上,本书将运用心理学中的保护动机理论以及电子商务中的社会契约论,实证地考察网络风险感知、网络利益感知对网民网络信息隐私认知的影响。之所以使用这些理论与变量,笔者认为,在网络信息交易行为当中,网民认为自己与网络服务者之间存在一定的协议,人们会根据这样的协议提供自己的个人信息;同时,对风险和利益的评估影响着人们实际提交自己信息的行为。网络信息隐私认知是人们在实际网络使用行为中对隐私的内心理解与考量,笔者希望知道网民如何对自己各类信息排序以界定哪些是不能触碰的隐私,哪些是可以出让的信息而不属于隐私。进一步来说,笔者想要了解中国网民对自己信息隐私的评估能力和重视程度如何,在选择界定自己隐私信息的时候,会受哪些因素的影响;即面对利益时是否会更多地出让自己的信息隐私,还是即使面对利益,一旦存在风险,人们仍会自觉地较少地提交个人信息。

据此,本书希望通过实证研究方法,科学、客观地把握当前中国网民对自己网络信息隐私认知的实际情况,为有关部门制定相关网络信息隐私保护政策和法规提供理论思考和经验参考。当前使用互联网已成为人们生活的常态,与传统的媒介环境不同,网络环境下人们的隐私观正在发生改变。立法与管理

部门应根据网民的实际需求,有的放矢地制定相关信息隐私保护法律,在合理保护网民网络信息隐私的基础上,有效促进网络市场的信息交流通畅,真正做好“裁判员”和管理者。

(2) 中国网民网络信息隐私保护行为现状及其影响因素的实证研究。

网络信息隐私保护行为,是网民基于网络隐私信息环境安全与否的判断,面对隐私侵害危险时主动作出的应对,可以分为积极类或者消极类的隐私保护行为。积极类的隐私保护行为,有利于网络信息交易有序、规范地进行。而消极类的信息隐私保护行为不仅不利于网络信息交易的正常进行,还会鼓励虚假个人信息泛滥,对网民个人和网络企业而言有百害而无一利。鼓励网民采取积极的网络信息隐私保护行为,并提升他们的隐私保护能力,在中国网络信息隐私保护尚不完备、网络企业行业自律不足的今天,尤为必要。这也是中国网络信息隐私保护切实可行的路径之一。本书将在了解中国网民网络信息隐私认知现状的基础上,进一步考察他们实际采取的网络信息隐私保护行为及其影响因素,并主要从下面三方面展开。

首先,我们将拓展运用西方管理学中的隐私关注概念模型,实证地考察隐私关注这一心理因素对一般网络使用行为中网络信息隐私保护行为的影响。隐私关注是人们对可能失去控制自己信息隐私的担忧(忧虑),这一心理因素会直接影响到人们的网络信息隐私保护行为。已有大量中西方管理学研究运用隐私关注概念模型,考察电子商务领域中网民的隐私保护行为。笔者认为,一般网络使用环境下,人们使用网络服务时的信息交易行为与电子商务中的基本一致,均需要提交与个人身份相关的某些信息才能获取服务。对网站信息安全的感知,将直接影响到网民提交信息的质量,以及采取何种具体的信息

隐私保护行为。通过对这一问题的分析,本书希望帮助中国网络隐私安全管理者在了解网民隐私保护现实行为的基础上,认识到网民对网络环境安全的感知对其隐私保护行为的重要影响,以敦促网络管理者与网络企业改善网络环境安全,鼓励与帮助网民多采取有利于网络信息隐私市场发展的积极类隐私保护行为。

其次,笔者将运用网络素养理论,将该理论提炼为网络技能与网络媒介知识两个维度,深入分析网络素养对网络信息隐私保护行为的影响。西方有关青少年网络信息隐私保护的研究指出,由于识别网络信息的能力不足,青少年易受周围环境影响,对网络安全的评估往往低于富有生活经验的成年人。因此,仅靠测量隐私关注这一心理因素对网络信息隐私保护行为的研究存在不足(Hargittai & Hinnant, 2008; Livingstone, S., 2013)。换言之,还需测量包括网络实际使用技能在内的网络素养这一重要因素。网络素养,是指人们以多种形式接近、分析、评估和生产网络媒介内容等四个方面的能力(Aufderheide, 1993; Christ & Potter, 1998);可以归为网络技能与网络媒介知识两个维度,来考察人们使用网络时需要的基本技能以及辨析媒介信息的能力。网络素养不只是简单的网络使用技能,它还是人们参与网络社会政治民主生活的重要能力之一(Hargittai, 2004)。因此,在前期研究的基础上,本书将讨论通过网络素养提升中国网民网络信息隐私保护能力的可行性与具体措施。

最后,笔者将运用传播隐私管理理论,分析自我表露对人们隐私保护行为产生的影响,以及自我表露、隐私关注等因素对信息隐私保护行为的作用机制。近年来以微信为代表的社交网络成为中国网民重要的网络使用行为。与一般网络环境

不同,人们喜欢或者需要在社交网络平台表露一定的个人信息,与他人交流和分享信息、思想与情感,以获取社会支持和社会资源。由于网络媒介渠道的特殊性,人们在社交网络里进行的自我表露,事实上蕴含着极大的隐私风险。例如,信息隐私预期效用失控,即用户通过社交网络表露的个人信息因网络环境自身的安全性,网络企业的隐私保护政策、隐私保护条款,以及网络企业或者其他用户的二次传播等不可预计因素而带来的风险。传播隐私管理理论认为,自我表露时,人们会通过设置一个心理界限来管理和保护自己的隐私;在权衡隐私风险与自我表露的实际效用后,人们控制、管理和保护自己的隐私(Petronio, S., 2002)。本研究将根据传播隐私管理理论,考察社交网络中隐私关注这一心理因素与自我表露行为,对人们网络信息隐私保护行为的影响。我们希望了解在微信这类特殊网络使用行为中,人们如何管理和保护自己的网络信息隐私,在此基础上探讨社交网络信息隐私保护的有效路径。

(3) 中国网络信息隐私保护的法律法规与网站网络隐私保护政策研究。

立法保护从国家管理层面,明确了隐私权益,提供了相应的隐私侵权救济。与美国、欧盟等西方国家和组织的隐私保护立法不同,中国缺乏隐私保护的法治传统,立法确立隐私权较晚,法律保护不够完善。这一方面不利于中国网民的信息隐私保护,也不适应个人信息流通的国际化趋势。我们将梳理当前中国宪法、民法、侵权责任法等法律法规对网络信息隐私的有关保护,考察当前中国立法层面网络信息隐私保护的现状,分析存在的问题,以为有关法律制定提供理论思考和经验参考。

事实上,网络信息隐私保护问题是各国在网络媒介技术迅速发展的当下普遍面临的问题。根据情况不同,各国在网络信

息隐私方面采取的保护方法存在差异。目前主要有欧盟的立法保护模式和美国的行业自律模式。以欧盟为代表的国家和组织主张以完备的个人信息或者个人数据专项立法,保护网民网络信息隐私安全。例如,欧盟 1995 年制定欧盟数据保护指令(1998 年 10 月生效),规定只有经欧盟委员会判定达到“充分的”保护标准,各成员国之间才能自欧盟互相进行跨境个人信息保护。美国则更侧重行业自律模式(包括企业制定隐私保护政策行为准则,民间“认证制度”以及替代争议解决机制)配合政府的执法保障,以最大限度地减少对网络企业的约束,保护网络产业自身的创造力与创新性(周汉华,2006)。我们认为,以共享和创新为核心的互联网精神,本应该鼓励网络企业和个人能够在网上安全、自主地传播、获取和交流信息,而不是简单、硬性地限制和规范。因此,提倡甚至要求网络企业完善和规范其行业自律,消除网民隐私担忧,要比通过法律事后追惩隐私所支付的成本低得多。尤其是,近年来越来越多中国互联网企业进军国际市场,制定规范和完善的行业自律成为它们适应国际竞争的必要条件之一。例如,2013 年 12 月微信海外版及其网站在获美国隐私管理(DPM)公司 TRUSTe 的认证后,成功登陆海外市场(宁晓,2014)。我们希望制定规范的网络信息隐私保护政策,应成为每个网络企业得以从事经营的最低标准,每个网络企业都能自觉保护网民信息安全,如此才能改变“劣币驱逐良币”的恶性竞争,真正实现整个中国互联网产业的繁荣发展。

为此,本书将选取中国社交网站、电子购物网站等 6 类网站,运用内容分析法,实证地分析中国各类网站网络隐私保护政策在一般项目规定,搜集、使用与共享用户信息等方面的实际情况,以获取当前中国网络企业隐私保护行业自律的基本情况,为网络企业隐私管理提供理论思考和经验参考。



## 2. 研究方法

当前,大学生已成为中国使用网络的主要群体(CNNIC, 2014)。已有的研究指出,大学生是一个比其他群体更容易依赖网络的群体;且他们的网络使用经验较为丰富,网络使用行为为多元,网络卷入度高(Kandell, 1998; Livingstone, S., 2013; 申琦和廖圣清, 2012)。由于自我控制能力不足,风险意识与评估能力相对较低,大学生应对网络中信息泄露、在线交友欺诈等安全问题的能力较弱,并且不同群体在网络使用技能与应对网络风险的能力方面存在较大差异(罗喆慧等, 2010; Livingstone, S., 2004, 2008; 申琦, 2013, 2014)。尤其是在社交网络中,大学生通过展示真实信息进行交往,引发诸多隐私安全问题,如线上经济损失、线下人身侵害等等(Sebastian Valenzuela et al., 2009; Lewis et al., 2008)。然而,迄今为止对中国大学生网络信息隐私保护行为的研究不多。

本研究以上海大学生为研究对象,一方面希望了解中国大学生群体网络信息隐私认知与信息隐私保护行为的现状,丰富已有研究;另一方面,更为重要的是,希望在此基础上进一步拓展研究,找到影响中国网民网络信息隐私保护行为的相关影响因素。笔者认为,仅描述性地报告网民隐私安全问题,实质上无法帮助有效解决中国的网络信息隐私安全问题。笔者希望能够在科学深入地考察上海大学生网络信息隐私保护行为及相关影响因素的基础上,为中国网络管理者与政策制定者科学、有效地制定网络信息隐私保护管理办法及有效提升网民的隐私保护能力,提供理论与经验参考。

本书将主要采用文献分析、内容分析和问卷调查法三种研究方法,定性研究和定量研究相结合,考察分析中国网民网络信息隐私认知与网络信息隐私保护行为的现状。