

“情境脉络完整性”视域下 社交网络中的隐私问题探讨

/ 牛静 翁林

【摘要】社交网络的出现对传统的隐私判断标准带来了挑战,私人信息和公共信息的界限日益模糊。Helen Nissenbaum教授提出的“情境脉络完整性”理论强调隐私权是一种“个人信息适宜地进行传递”的权利、隐私的判断取决于所处的情境脉络等观点,解释了在社交网络环境下隐私困境出现的原因,其原因是信息传播违背了特定情境脉络中的“适宜性”“传递性”原则。

【关键词】社交网络 隐私 “情境脉络完整性” 互联网

【作者信息】牛静,华中科技大学新闻与信息传播学院副教授;翁林,华中科技大学新闻与信息传播学院博士生。

【基金项目】本文得到中央高校基本科研业务费资助(华中科技大学自主创新基金项目“新媒体传播的法律规制问题研究:基于比较法的视域”的项目研究成果(2013WQ023))。

新媒体技术的发展使隐私成为一个热门话题,为诸多研究者所探讨。从个人计算机的出现,到各机构庞大数据库的建立,再到监控系统的安装,以及互联网的广泛应用,个人的隐私被暴露、侵犯的可能性也越来越大。特别是在社交网络环境下,个人信息的传播方式、传播范围等都在发生新的改变,这使得我们需要重新审视隐私的界定、困境等。本文在探讨社交网络特点的基础之上,分析其对隐私保护的困境,进而利用“情境脉络完整性”理论分析产生这种困境的原因。

一、社交网络对个人隐私保护的冲击

1. 社交网络为个人信息提供了呈现的平台

社交网络媒体是基于用户的兴趣、活动、背景或真实的社会关系等,而为用户在互联网中建立的社会关系网络平台。社交网络媒体是网络运营商基于Web 2.0技术向用户提供的交互式服务,比如在线社区服务、即时通信服务等。通过此类媒体,用户可分享感想、图片、事件、兴趣等。目前流行的社交网络主要有Facebook、Google+、Tumblr、Twitter等。2011年的调查显示,47%的美国人使用社交网络服务。^[1]到2012年9月,Facebook

也有超过10亿的使用者。我国的社交网络服务主要有新浪微博、人人网、豆丁网等。截至2013年6月底,我国微博用户规模为3.31亿,较2012年年底增长了2216万,增长7.2%;其他社交网站网民规模为2.88亿,较上年年底增加了1295万,增长4.7%。^[2]

世界范围内,社交网络的用户使用率也一直在上升,这显现了社交网络服务的独特优势。这一优势就在于它为用户建立人与人之间的社会网络或社会关系提供了一个平台。

以Facebook为例,作为世界最大的社交网站,为用户提供各种服务,其主菜单中有“状态”“信息”“朋友查找”“照片”、事件、APPS等。个人往往以“真实姓名”进行注册成为用户,用户可通过“朋友查找”加其他人为好友。用户可通过发布“状态”向其朋友和所在的社区显示其在哪里以及做什么等;用户朋友就可观看、下载其照片、兴趣爱好、工作、教育背景、社会关系、个人事件,甚至包括你的行程。用户也可加入兴趣组,如学校、大学或其他的一些分类,例如“同事”“亲密朋友”等。

可以说,社交网络的出现让人们享受到更快捷、更

方便的交流乐趣。然而,科技与社会之间的相互影响并不一直都是良性的,在人们享受科技所带来的盛宴时,总是要付出一定的代价。这种代价可能是隐性的,但却一直存在,如社交网络也为个人隐私的暴露提供了更多的可能性。

2. 社交网络使个人对信息的控制力减弱

隐私是指一种个人隐匿、免于公开、免于外在干扰的状态。他人或组织不能非法侵扰、搜集、利用和公开个人的隐私。阿伦·威斯汀在《隐私和自由》一书中写道,隐私权应被定义为人们控制有关自己的信息的传播的权利。因此,隐私的道德基础是控制有关自己信息的权利,隐私权的核心是隐私控制权。^[3]

社交网络一直推崇美国心理学家Stanley Milgram提出的6度分割理论,“你通过6个人就能够认识任何一个陌生人”,并强调人们的线下关系可转移到网上。^[4]这确实是社交网络的优势,用户作为信息传递过程中的一个一个节点,可通过关注相关的用户以接收到更多的信息。然而,这也是用户使用社交网站的风险所在。虽然社交网络的技术设置中有一定的隐私控制,如用户可选择所发表的状态,更新仅仅是朋友或作者自己可看到。然而,大多数用户选择社交网络的主要动机在于“自我呈现”,会选择让自己的好友看到状态更新,这样,用户的照片、状态更新、兴趣爱好、位置等信息都可以到达任何其他用户那里。

当用户处于社交网络所构建的网络环境中时,当他发布信息之后,对于信息流向何处已没有了控制能力,而他所发布的信息有可能会侵害自己或他人的隐私,或令自己或他人产生不快。

侵犯了个人隐私的判断标准是什么?传统方法是采用二分法,即“公共空间与私人空间”“公共信息与私人信息”。也就是说,私人空间、私人信息是个人的隐私,未经许可不得被暴露、被侵犯。法律也规定,公民享有私人生活安宁与私人信息受到保护、不被他人非法侵扰、知悉、搜集、利用和公开等。这种二分法在过去是起作用的,因个人信息更多的是被一些组织机构收集,收集、侵犯个人隐私的主体主要是国家权力机构、商业机构,探讨的问题是如何禁止这些机构侵犯个人的私人空间,如何保护个人隐私不受国家的侵害、不受商业机构的侵害。过去,通过法律对这些组织机构进行规范,可在一定程度上解决侵犯隐私的问题。

然而,这一判断标准在社交网络环境下受到了挑战。社交网络的出现,使得信息的传播渠道变得难以控

制,个人的信息与状态是否暴露以及暴露到哪种程度,都是未知的。假定用户A使用社交网络,他在自己的主页上发布了一个上班时小憩的照片,好友B看之后,觉得用户A的照片有趣,转发了该照片,而用户A的领导关注了好友B,那么无疑就看到了用户A上班偷懒的照片。对于用户A而言,当他发现自己的领导看到这张照片时,觉得自己的隐私被曝光了。这种个人信息的广泛传播而产生的不快是怎么发生的?用户在自己的主页上发布了与朋友的合影,是否侵犯了朋友的隐私?个人在自己主页上发布的信息,应是个人信息,然而,如果这一信息经过大规模的传播,那这一信息是否具有了公共性?私人信息与公共信息的区别在哪里?郭美美发布自己的每日生活状态的私人信息,为何又演变成一个公共事件?“情境脉络完整性”理论可帮助人们理解社交网络环境下的隐私问题。

二、基于“情境脉络完整性”理论的网络隐私分析

纽约大学媒介、文化与传播研究所的Helen Nissenbaum教授在文章《作为脉络完整性的隐私》中提出了“情境脉络完整性”理论(Contextual integrity),以回应社交网络环境中的隐私问题。在Helen Nissenbaum看来,今天人们面对的隐私侵犯主体,除政府机构、公司企业之外,不容忽视的一个主体就是你在社交网络中的好友及其他熟悉或陌生的人。被侵犯的信息,可能并不是你的敏感性信息,也并不是在你的私人领地,你却觉得自己的隐私被侵害了。为什么你觉得隐私被侵害了,因为关于你的信息在传播过程中违背了“情境脉络完整性”理论的原则。

Nissenbaum教授所提出的“情境脉络完整性”理论基于两个准则:^[5]

其一,人们的活动是处于多种社会情境之中;

其二,每一个情境都有一套与之相匹配的社会规范,这一社会规范与其他情境下的规范截然不同。Nissenbaum认为这种社会规范塑造、限制着人们的角色、行为,使之控制个人信息以满足特定情境之下的他人期待。

在Nissenbaum的隐私解释中,有两种类型的信息规范。第一种是规范的适当性。规范的适当性指衡量暴露特定的个人信息在特定的情境中是否适当。在一个特定的情境中,如果用户可接受这一信息被曝光、被传递,那么这个信息在这种情境中传播是适当的。Nissenbaum举例说,在美国,和医生分享你的病史是适当的,但询

问雇员的宗教信仰是不适当的。^[6]一个人从工作活动到家庭生活、到休闲娱乐,处在不同的社会情境之中,其中,所使用的语言表达、社会规范是不一样的。在一个情境中所使用的规范,在另一个情境中也许就不适当。例如,你可以去和你的亲密朋友谈论你的恋爱史,但你和你的领导谈论你的恋爱史是不合适的。事实上,在现实生活中,个人可很好地控制自己的言行,从而在不同的情境中做出适合这一情境规范的举动。

第二种是规范的传递原则。传递原则是指对信息流通的条件和限制给以规制,以决定在哪些情况下,信息的传递应该或不应该发生。信息的流通是一个好的现象,但并非所有的信息都是可以传播的。^[7]例如,地方法院的裁判文书应当是公开的。然而,把涉及某人C的败诉的裁判文书直接放到网络上,就会引起C的不满。用传统的隐私解释理论,很难分析为什么C会觉得自己的隐私被侵害了。Nissenbaum提出,这与传递原则有关。因为把裁判文书放在地方法院,只有关注此事的人才会到法院查看。然而,一旦放在网上,任何与此事无关的人都可很容易地看到。上述的案例中,用户A所发的照片,只希望传递给好友,然而,他无法控制照片的传播流向,当照片被他的领导看到时,就违背了传递的适宜性原则。

Nissenbaum教授指出,隐私权并不是一种对信息保密的权利,也不是一种控制信息的权利,而是一种“个人信息合乎时宜地进行传递”的权利。信息在传播过程中,一旦违背这两个原则,那么就会发生侵犯隐私现象。

信息对于个体的意义,取决于所处的情境脉络中,不存在脱离情境脉络的信息。所以,没有一个绝对的、统一的标准去判断什么是隐私、什么不是隐私。隐私的判断脱离不开其所处的情境脉络。传播信息时,遵守特定社会情境之下的社会规范时,隐私就得到了保护;而违背社会情境之下的社会规范时,情境脉络的完整性就被破坏,隐私就被侵犯。因此,作者认为“情境脉络完整性”理论可视为隐私是否得到保护的检查基准。

三、社交网络环境下个人隐私困境的理论分析

基于“情境脉络完整性”理论,不难理解为什么社交网络上传播的个人信息容易产生隐私争议,也可以理解,社交网络上的人际互动与现实生活中的人际互动相比有着更为复杂的关系。

对于社交网络的用户而言,当用户更新自己的状态、发布新的消息时,头脑中的情境脉络可能是线下的

现实中的情境脉络,而往往会忽视了社交网络空间的情境脉络。

在人人网、微博、Facebook上的分组中,有“朋友”这一栏,也有“查找朋友”这一搜索工具,但这里的“朋友”已不同于你在现实情境中的朋友。Facebook的调查显示,一般用户平均有130个好友,这一数字远远大于一个人在真实世界的好友数量。虽然用户使用社交网络的目的,很大程度上是为加强、扩展自己的线下的朋友圈,但实际上在用户的社交网络好友中,很多朋友都是陌生或随意加的。当人们在现实中发布信息时,知道自己的信息接受对象是谁,从而可以根据这一社会情境中的规范,作出适合社会规范的言语或行为表达。然而,在社交网络环境中,信息发布者和信息接收者之间存在着情境脉络上的鸿沟,从而使信息在传递过程中违背了“情境脉络完整性”理论。

Lampe等人的研究发现,大学生往往认为看到他们社交网络上信息的只是他们的同龄人或同学,很少考虑到“会有他的家庭成员、他的老师、学校的管理者或其他寻找大学生信息的人也可以看到他的信息”这一点。^[8]在美国高校,一些学生事务部门已开始提醒学生,你今天在Facebook等社交网络上的各种信息,会对你找工作有一定的影响,这些公司会通过社交网络来了解你是一个怎样的人,也许你曾醉酒的照片在将来会直接导致你失去一份工作。

所以,当用户在使用互联网时,是在现实的环境中使用互联网,所处的情境脉络是当时发布信息的现实情境脉络;然而,当用户将信息发布在社交网络上之后,所发布的信息随着转发者的不同、浏览者的不同,其所处的社交网络中的情境脉络发生了变化,这一信息便脱离了原来的现实情境脉络,在原来情境脉络中不被你视为隐私的信息,转换到另一情境脉络中时,可能就会成为你无比珍视的隐私。^[9]

参考文献:

- [1] 维基百科[EB/OL].http://en.wikipedia.org/wiki/Social_networking_service. 2013-12-10.
- [2] 中国互联网络信息中心. 2012年中国网民网络视频应用研究报告(发布于2013年5月)[EB/OL]. <http://www.cnnic.cn/index.htm>, 摘录于2013-10-16.
- [3] 李伦, 李军. 隐私权: 网络传播自由的道德限制[J]. 道德与文明, 2007(5): 86.
- [4] 李冰. 国内SNS社交网络隐私安全问题及对策研究[D]. 陕西师范大学, 2012-05.

- [5] [7] Helen Nissenbaum. Privacy as Contextual Integrity. Technology. 2011(13):289-302.
Washington Law Review, 2004 (1):119-157.
- [8] Lampe, C., Ellison, N. B., & Steinfield, C. A familiar Face: Profile Elements as Signals in an Online Social Network. San Jose: ACM Press,2007:435-444.
- [6] Gordon Hull, Heather Richter Lipford, Celine Latulipe. Contextual Gaps: Privacy Issues on Facebook. Ethics Information

(上接第51页)立起一个共识的方法规范,其结果是会在对美国传播学的各种模仿中迷失自己,还是会因此获得多元发展,还有待进一步观察与反思。

回到当时的历史情境中去思考,既不要被西方学术话语绑架,也不要被一些所谓“本土化”的假象迷惑。

参考文献:

- [1] [美] 约瑟夫·熊彼特. 经济分析史: 第一卷[M]. 朱泱, 孙鸿敞, 李宏, 等, 译. 北京: 商务印书馆, 1991: 17.
- [2] [德] 卡尔·曼海姆. 意识形态与乌托邦[M]. 黎鸣, 李书崇, 译. 上海: 上海三联出版社, 2011: 278.
- [3] 方文. 学科制度和社会认同[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2008: 32.
- [4] [美] 希伦·A.洛厄里, 梅尔文·L.德弗勒. 大众传播效果研究的里程碑[M]. 刘海龙, 译. 北京: 中国人民大学出版社, 2004: 18-19.
- [5] Deacon, D. & Keightley, E. Quantitative Audience Research. In Nightingale, V. The Handbook of Media Audience. Malden & Oxford & West Sussex: Wiley-Blackwell, 2011: 305-306.
- [6] 中国社科院新闻研究所, 河北大学新闻学院. 解读受众: 观点、方法与市场[M]. 保定: 河北大学出版社, 2001: 4-10.
- [7] 彭聃龄, 黄合水, 黄方明. 电视新闻收视效果的研究[J]. 广播电视学刊, 1989(4): 4.
- [8] 童兵. 中国共产党和中国的新闻学研究[J]. 新闻与传播研究, 2001(3): 14.
- [9] 陈崇山. 施拉姆的理论对我的指引[J]. 新闻与传播研究, 2012(4): 16.
- [10] 赵月枝. 批判研究与实证研究的对比分析——加拿大国家研究教授赵月枝做客中国人民大学新闻学院学术沙龙[J]. 国际新闻界, 2006(11): 38.
- [11] [德] 马克斯·霍克海默, 西奥多·阿道尔诺. 启蒙辩证法——哲学片段[M]. 渠敬东, 曹卫东, 译. 上海: 上海人民出版社, 2006: 15.
- [12] [13] [美] C.赖特·米尔斯. 社会学的想象力[M]. 陈强, 张永强, 译. 北京: 生活·读书·新知三联书店, 2005: 61, 71.
- [14] 王亦高. 试论上世纪80年代我国新闻学研究中逻辑思维的缺失[J]. 国际新闻界, 2008(3): 38.
- [15] 刘海龙. 从受众研究看“传播学本土化”话语[J]. 国际新闻界, 2008(7): 6.
- [16] 汪琪, 沈清松, 罗文辉. 华人传播理论: 从头打造或逐步融合[J]. 新闻学研究, 2002(1): 7.