

[DOI]10.12315/j.issn.1673-8160.2021.06.090

# 关于大数据背景下隐私担忧的研究综述

常青青

(广州番禺职业技术学院,广东 广州 511483)

**摘要:**大数据时代的到来,使得个人隐私担忧问题上升到一个新高度。本文在回顾已有文献的基础上,总结关于隐私定义,隐私担忧,信息保护行为,隐私权发现。

**关键词:**大数据;隐私担忧;信息保护行为;隐私权

## 一、引言

互联网与数字化信息的大发展带来数据爆炸式增长,大数据(Big Data)成为当前学术界和产业界关注的热点。企业从大数据分析中看到了大数据的价值潜力,这极大地刺激了其进一步采集与利用个人数据的野心。如果说在互联网时代个人隐私受到了威胁,那么大数据时代不仅加剧了这种威胁,甚至改变了这种威胁的性质<sup>[1]</sup>。这种风险感知使得个人对自身隐私的担忧程度上升到一个新的高度,也因此采取更为积极的隐私保护行为。与此同时,企业普遍通过提供经济收益或便利等好处来缓解个人的隐私担忧,以此来完成海量信息的收集与使用。个人既要应对大数据技术带来的预期风险,又要警惕企业随时随地的“糖衣炮弹”,对于个人信息的保护就变得矛盾重重。

在此背景下,研究隐私担忧、个人信息保护行为、风险与利益四者之间关系的实践意义就显得十分重大。而现有研究中,对于隐私担忧与个人行为反应的研究相对较多,Smith(1996)等学者开发出信息隐私担忧的量表,Stewart(2002)等对其进行了验证,Eastlick(2006)发现隐私担忧对在线购物意向有显著影响。一些学者还研究了“信任”在隐私担忧与信息提供意愿二者关系中的作用(Metzger 2004; Xu 2005),说明隐私担忧与个人行为反应的关系会受到其他因素的影响。在上述研究中,对于“个人行为反应”的测量大多都是针对意向而非实际行为,但事实上意向并不代表实际行为(H.Jeff Smith 2011)。此外,大多数研究都是围绕消费者的行为意向,而针对网络涉及程度高<sup>[2]</sup>、自控能力不足<sup>[3]</sup>且未来消费潜力极大的大学生群体,相关研究并不多。针对此,本文以高校学生为样本采集数据,侧重于隐私担忧对个人行为的影响研究。由于“风险”与“利益”在个人行为导向中的重要影响作用,本文采用这两个因素作为调节,以此探索大数据背景下隐私担忧对个人信息保护行为的影响机理,从社会层面探究个人与企业应如何应对这一问题,在理论与实践两方面具有十分重要的意义与价值。

## 二、相关文献综述

### (一)隐私定义

历史上对隐私的第一次定义可以追溯到 Warren 与 Brandeis (1890)在哈佛法律评论上发表的文章,其明确提出一般隐私是指免受侵扰的权利<sup>[4]</sup>,这一定义影响了众多观点。而随着经济技术发展,当隐私作为权利概念应用到消费者行为中去时,一个隐私悖论出现了:尽管存在很大程度上的隐私

担忧,消费者仍然会在大多数情况提供个人信息给企业。此时,隐私作为商品这一观点被提出来。一些自由主义政治科学家认为,隐私不是一项绝对的权利,而是受成本-收益分析与权衡分析中经济原则主导的。可以看出,从商品价值观点来看隐私问题已经受到广泛关注。以上定义是基于价值视角的一般隐私概念,而从内容来看,一般隐私问题包含了物理隐私以及信息隐私,物理隐私关注个人环境与隐私空间,而信息隐私关注可识别身份或定位到个人的隐私。从历史资料来看,物理隐私概念最先被阐述,此后伴随着商业或政府机构对个人与团体信息收集的重视,信息隐私被归入到一般隐私问题中。Westin(2003)将一般隐私的发展分为4个阶段(隐私基础、隐私时代、隐私时代、隐私时代),每一阶段都伴随着信息技术的更新与发展,在隐私时代3中(即当前所处时代),互联网与Web2.0的兴起使得隐私关注上升到一个新的高度。而当前被广泛认可的一个观点,就是隐私(尤其是信息隐私)概念的演化是伴随着信息技术的发展而变化的。因此,本文主要从商品价值观点,围绕信息隐私问题而展开研究(隐私定义概述见表1)。

表1 一般隐私定义概述

(Overview of general privacy definitions)

隐私定义视角	物理隐私	信息隐私
权力价值观点	一般隐私是免受侵扰的权利	隐私就是个人收集、存储、处理、传播并使用自身信息的权利 [9]
商品价值观点	一般隐私是可交易的商品	个人为经济目的配合提供自身数据(在线自愿提供信息),说明消费者愿意为获得利益而进行交易

### (二)隐私担忧

因为隐私本身比较主观,更多依赖于个人的认识和感知而非理性评估,很难进行测量。因此,所有社会科学中的隐私实证研究都倾向使用其他相关的替代变量进行测量。替代变量有时会涉及“信念、态度以及认知”,但随时间推移,研究方向正朝隐私担忧的测量靠拢。Smith(1996)开发了信息隐私担忧的量表,识别出隐私担忧的四个相关维度:信息收集、信息准确性、二次使用、信息权限保护。收集是指个人担心“大量个人信息被收集并储存在数据库”;信息准确性是指个人担心“由于刻意和偶然的误差使得个人信息存在缺失”;二次使用是指个人担心“源于某一目的收集的信息被用于其他

途径”；信息权限保护是指个人担心“个人数据容易被未经授权的人查看或处理”。Stewart和Segars(2002)通过采用大样本数据进一步验证了这些维度。在此基础上,类似的维度测量在各种研究中被应用,但表达形式存在差异。如Sheehan和Hoy(2000)使用“信息收集与使用的控制”,其控制维度又包含了两个子维度;Chen与Rea(2004)使用“权限使用”这一维度来描述Smith(1996)量表中的“未经授权访问”以及“二次使用”;Earp(2005)等学者使用“信息储存”这一维度来描述隐私担忧。在最近研究中,学者Weiyin Hong与James Y.L.Thong(2013)整合了一个网络隐私担忧(IPC)框架,其中就包含测量隐私担忧的六大维度,相较于Smith(1996)提出的四大维度,此框架在前人研究基础上增加了“信息控制”与“信息警觉”两个维度。“信息控制”是指个人控制网站上自身信息的程度;“信息警觉”是指个人对网站信息隐私实践行为的关注程度。Westin(1967)曾定义信息隐私是个人控制自身信息传播途径与对象的能力,还有研究定义隐私时重点考虑了控制的两大维度:信息传播与使用。由此可以看出“信息控制”在测量隐私担忧时的重要性。本文对隐私担忧的测量,借鉴的是Weiyin Hong与James Y.L.Thong(2013)IPC框架中的六个维度。

### (三)信息保护行为

最常见的行为反应是个人对信息散播或信息交易的意愿。在已有研究中,大多数研究围绕消费者对隐私担忧的行为反应,如Eastlick(2006)等学者发现隐私担忧对在线购买意愿有显著影响。但在实际情况中,一些学者们发现隐私悖论表现突出:个人表示出较高度度的隐私担忧,但其行为却与担忧的心理相悖。因为“行为反应”这一概念在大多研究中测量的都是意向而非实际行为,从理性行为理论进行推导,行为是与意向匹配的,但就隐私悖论而言,这一理论可能带有误导性。事实上,隐私担忧与意向结合,并不一定会影响实际行为。因此,本文针对个人信息保护行为进行研究,而非意愿或态度。

### (四)隐私权衡

Acquisti(2004)对上述隐私悖论做出了一个合理的解释:个人隐私决策过程会被有限理性所影响。经济学研究认为,个人总倾向于对未来成本或收益进行“过度”打折。在此基础上,H.Jeff Smith(2011)等学者从实证研究中提出“隐私权衡”概念,其假设条件是:成本与利益的结果权衡会明显影响个人的行为反应。从这一观点来看,个人在提供信息给企业时,会对风险-收益进行分析,以此评估自身所面临的后果,再以此做出隐私决策。从中可以总结出,隐私权衡主要是从风险与利益两个方面展开分析。“隐私风险权衡”是指个人对提供信息给企业所带来的潜在损失的心理预期程度(Featherman, Pavlou 2003; Malhotra 2004);而“隐私利益权衡”是指个人对其自身行为所带来的最佳收益结果的预期程度。先前研究都支持隐私风险对隐私担忧有正向影响(Dinev 2006; Dinev, Hart 2004),对个人信息披露意向有负向影响(Malhotra 2004; Xu 2005)。Caudill与Murphy(2000)等也从实证中发现通过提供物质利益补偿,企业可以培育消费者的信息披露行为。

### 参考文献

[1]Viktor Mayer-Schonberger, Kenneth Cukier 著,盛杨燕,

周涛译.大数据时代[M].浙江:浙江人民出版社,2013:195-198.

[2]佚名.CNNIC发布第31次《中国互联网络发展状况统计报告》[J].中国建设信息,2013(2):4-4.

[3]罗喆慧,万晶晶,刘勤学,等.大学生网络使用,网络特定自我效能与网络成瘾的关系[J].心理发展与教育,2010,26(6):618-626.

[4].Warren, S.D., Brandeis, D.L.The Right to Privacy[J].Harvard Law Review, 1890,4(5):193-220.

作者简介:常青青(1993-),女,汉族,湖北荆州人,初级,硕士研究生,专任教师,研究方向:企业管理、网络隐私。