

doi:10.13582/j.cnki.1672-7835.2019.01.019

# 传播隐私管理视阈下社会化 媒体个人信息分享的边际困境<sup>①</sup>

蒋晓丽,林正

(四川大学 新闻学院,四川 成都 610064)

**摘要:**社会化媒体在移动互联网时代蓬勃发展,为人们提供了一个可以共享的虚拟仪式互动空间;人们被自我表露与交流的便捷性所驱动而参与到个人信息分享的传播行为当中,对风险的误判与感知钝化使得个人信息管理面临隐私悖论。传播隐私管理理论指出,信息传播形式的分散与人际交往圈层的模糊让个人信息分享的边际处于隐匿而变动的失调状态,对传播契约规则的商讨与对隐私保护体系及意识的强化有利于协调这种边际困境。

**关键词:**社会化媒体;个人信息分享;隐私悖论;传播隐私管理理论;边际协调

**中图分类号:**G206.3      **文献标志码:**A      **文章编号:**1672-7835(2019)01-0145-09

移动互联网时代史无前例的发展缔造了高度发达的新文化景观,人们生活与交往方式翻天覆地的变化集中反映在与技术共时发展的人的虚拟生存上。这使得信息时代的传播伦理成为人们无法忽视的议题,尤其是在社会化媒体日益兴盛的语境之下,某种具备尺度的道德关系让人与人之间、人与技术之间的联结有了值得重新审视的地方。“分享”这一行为作为信息时代突出的传播惯习方式,不仅具有生理和心理的尺度,同时还存在着关乎私密与公共性质的伦理尺度。除了反映个人的主观能动性之外,信息共享还成为一种具有社会价值的行为实践。网络环境安全的问题接踵而至,诸如个人信息被收集、储存,以及操作使用过程中的技术风险。2018年3月,百度CEO李彦宏在中国高层发展论坛上谈到了个人信息的被使用,他认为中国人可以更加开放,对隐私问题不用那么敏感,并指出人们很多情况下愿意用隐私交换便捷性,百度可以用数据多做一些事情。这样一番表态增进了人们对于个人信息安全的担忧,最令人惶恐的并非李彦宏“讲错了”,反倒恰恰因为他“讲得没错”,这段言论所折射的不仅是

科技巨头们习以为常地忽视用户利益,甚至成为某种条件反射脱口而出,更暗示着人们主观上对于个人信息分享缺乏敏感。即使隐藏之担忧在增加,社会化媒体中的个人信息共享现象仍然并不少见。这种个人信息分享藉由在线的内容生产,并运用各种途径向他人传递有关于自己的信息,以此信息传播促进了网络沟通,也满足了个人希望被关注、被感知并寻求便利的需求。这里存在一种“隐私悖论”(privacy paradox),即尽管人们的确会留意并担忧涉及到个人隐私的种种问题,但这似乎没有妨碍人们分享与披露个人信息的行为,它关涉到人们分享个人信息时的心理、边际意识与风险感知等诸多因素。这些问题还不断迸发出其他更为严重的具体矛盾,例如私密与公共的边际日益模糊、数据运作使得记忆与删除产生抗衡,还有传播的情境所带来社交身份冲突的困境等等。本文便是基于传播隐私管理的理论,来探讨信息技术如火如荼的大趋势下,个人信息分享的边际与规则是否存在,并且在各种矛盾相互渗透的情况下,协调与管理何以成为可能。

① 收稿日期:2018-10-06

基金项目:2015年度国家社科基金重点项目(15AXW002)

作者简介:蒋晓丽(1956-),女,湖北孝感人,教授,博士生导师,主要从事文化与传媒、网络与新媒体研究。

## 一 个人信息分享隐私困境的现实演绎

### (一) 技术语境: 社会化媒体提供共享虚拟空间与交互仪式

技术进步促进了社会化媒体的快速发展,信息的产生与组织、获取与评估等传播行为与活动方式也随之变化,人们进行信息交换与互动之方式更是不可同日而语,社会化媒体的信息共享也得以于虚拟空间生成。美国社会学教授兰德尔·柯林斯主张,交流与分享的互动模式属于“互相的情感机制,它形成了一种瞬时共有的实在,形成群体共享的身份象征,并增强群体成员的团结度”<sup>①</sup>。由宏观层面的“瞬时共有”观之,处在信息交流当中的社会能被视为处于同一场域的互动仪式链(interaction ritual chains),参与信息分享的人们从一种境遇流向另一种境遇,不同层次的境遇和相应的互动仪式在这一仪式链上相互串联,参与者切换重组着信息分享行为并使传播互动的景观结构得以调整改变,社会生活成为了由人与信息所构造的生态学概念;而从微观上的“情感机制”与“身份象征”来讲,信息分享是互动得以发生的一种凭借与方式——互为主体性极高并且连带情感的信息分享形成了与认知符号紧密联系的身份参与感。然而在远程的社会交往中,参与者的身体缺席使这种行为并没有形成物理层面上切实互相关注的充分条件,从而容易导致情感抽离与身份认同感的削弱,因此信息符号的交流传播尤为重要,它代替着身体官能系统的协调来激起高度的情感连带。有学者在提出“饱和社会”(saturated society)的概念时称,个体藉由参与集体互动与仪式感知到“集体表象”(collective representation),并有一种消失个性的情感能量与之伴随;而在饱和社会里,集体活动与仪式所蕴涵的情感能量慢慢被抽离,人们更多的是把各种仪式与交际视作应酬,并将其实在的自我情感予以隐藏<sup>②</sup>。

社会化媒体与传统的大众传媒以及 Web 1.0 时代的网络媒体在信息内容上的显著差异在于普通人的个人信息数不胜数地进入了传播环境。从

主体取向的角度来看,在角色上,社会化媒体的信息分享者从纯粹的信息接受者与消费者锻炼为集信息生产与消费合二为一的主体,同时在角色的转变中所应具备的信息处理能力与素质也对应地有了调整;从分享场域而言,社会化媒体早已成为人人皆可参与的传播场景,伴随信息来源前所未有的扩增,人们的隐私被暴露的危机度也随之提高;从平台特质来看,在社会化媒体上传播的个人信息难以删除,并且容易搜索,这导致人们掌控个人信息的成本显著增加;就技术语境来讲,社会化媒体颠覆了以往传统信息传播分裂的语境,绝大多数的服务和产品都不遵循以技术为开发核心的惯例,转换为以用户为重点而进行创新,以满足与迎合多元需求及不同传播样态为先决目的,如异地传受与多终端等,继而也令个人信息被误读的可能性与日俱增;由分享传播的结构探讨,社会化媒体藉由信息流的“重组”与“聚合”等途径变革了个人信息呈现在受众面前的样貌,亦致使人们的隐私感受产生变化。

### (二) 心理机制: 个人信息分享背后的表露冲动与交流捷径

有关“个人信息”的内涵,目前尚没有形成统一的定论,总体上存在“隐私论”与“识别论”这两种观点。“隐私论”主张个人信息是个人隐私的组成部分,个人隐私包括三个方面:信息、活动与私领域;个人信息更侧重于个人不打算呈现的或个人颇为敏感且不想让他人知晓的信息<sup>③</sup>。该观点倾向于从主观层面定义,而“识别论”更强调客观层面,也就是说,个人信息被认为是足以构成对个人身份产生识别的所有信息<sup>④</sup>。具体落实于互联网时代里的个人信息是指在网络上能够凭据继而辨识与判断某个主体身份的个人资料与众多活动记录的汇集。由一系列具体发生的移动互联网社会化媒体个人信息安全事件能够发现,社会化媒体中的“个人信息”已然不单单局限于“识别论”里指出的客观层面的个人信息,无论是视频和图片,还是地理位置与态度表达等都隐匿着海量个人信息。

①[美]兰德尔·柯林斯:《互动仪式链》,林聚任等译,商务印书馆 2012 年版,第 79 页。

②Pekka S. *The Saturated Society: Governing Risk & Lifestyles in Consumer Culture*. New York: Sage Publications, 2009, p. 25.

③William P. “A New Definition of Privacy for the Law”, *Law & Philosophy*, 1983(3): 305-338.

④张新宝:《从隐私到个人信息:利益再衡量的理论与制度安排》,《中国法学》2015 年第 3 期。

美国作家丹尼尔·沙勒夫断言,人们夜以继日地向四面八方的观众表达着自我,这种现象于既往的人类历史中未曾出现过<sup>①</sup>。为什么在移动互联网时代,人们如此热衷于分享关于自己的个人信息?

自我结构的多重性、异质性与情境性好似一个拼盘——当情感能量从集体仪式中脱身,拼盘的组成部分便遗失了融合的助推器,这时就需要新的手段来重新唤起热情。这也解释了在饱和和社会时代,社会化媒体平台上个人信息分享兴起的社会心理动因和基础,因为在处在这种“饱和”中的自我更离不开社交,也更亟需寻觅同伴来化解虚幻,排遣孤单。从心理机制分析,人们分享传播个人信息首先出于社会交往需要。技术越是发达,人们却越是容易感到孤独。在以单向传播为主导的 Web 1.0 时代,信息多是由与普通尚无关联或距离较远的机构或专业人士发布,和个人相关的信息的丰富度与亲密度是明显较低的。而根据社会渗透(social penetration theory)的观点,自我披露是社交关系进展的关键,双方互相熟悉彼此将促使关系往密切的朝向迈进,即便是最为琐碎的个人信息分享,亦可以在交往主体与主体之间达到一种“数字化亲密”的化学反应<sup>②</sup>。其次是社会支持需要。人作为社会性动物都不乏寻求社会支持的需要,人们藉由释放个人信息来获取回馈,借此知悉并掌握外部环境的异动状况,继而协调自己,整饬自我评价。英国社会历史学者安东尼·吉登斯曾说:“人类生活需要稳固的本土安全与信赖感,得以生发出这种感受的基础机理是人们不足为奇的惯习。”<sup>③</sup>移动互联网与社会化媒体寄寓于疾速变动的现代社会,既有的“惯习”与支持系统陆续被挑战,剧烈的不确定不稳定普遍引起个体的“生存焦虑”(existential anxiety),因此这种社会支持的需求在快速变化的社会形态里显得愈发紧迫。再次是自我展演的需要。在黑格尔看来,“自我”作为个体的生命力恰恰在于可以将个性展现于自己与旁人的意识当中,恰恰在于

可以表现自己,令自己成为现象,因为每个人在活着之时皆处于设法实现自己的状态<sup>④</sup>。虽然这难免从哲学的角度来分析个人的表露冲动,然而亦揭示出了人类凭借各种途径展演自我、希望心灵外化的一种普遍的心理机制。社会化媒体毋庸置疑地给个人信息传播创造了很多便利。更高的匿名程度、更自在的禁忌讨论、更少的现实尴尬与害羞的焦虑因素、更容易把握的交流节奏无疑让线上交往与信息分享比面对面的交流有了许多优势,这自然鼓励了更开放、更大胆、更蓬勃的自我表达。最后还出于自我审视的需要。日本心理学界所提倡的“内观疗法”要求患者藉由赓续地“观内”与“凝视内心”来企及治疗精神障碍与修养身心的目的<sup>⑤</sup>。科技专栏作家克里夫·汤普森也指出,社会化媒体上经常出现的类似于“自我报道”的个人信息分享生发出一种接近“内观疗法”的效应:“如此断然不可的个人信息更新带来的是某种更趋于自我审视的文化。如果每天都不免屡次停下脚步来体察自我的情绪,这种个人信息与感受的分享长此以往便会变得具备哲学意义,受众的存在可以让这种自我观照变得更加敏感。”<sup>⑥</sup>然而在新兴技术的异化效应日益显现的当下,假若人们沉溺于对信息分享的依附与膜拜,执拗地奔向赛博虚拟世界去找寻躲避崇高的乌托邦,不免终将受控于媒介乃至被信息与技术所奴役的归宿。

### (三) 隐私悖论:个人信息管理面临的风险误判与感知迟钝

英国莱斯特大学的学者马克·兰斯戴尔在 1988 年第一次提出了“个人信息管理”(Personal Information Management, PIM)这个概念,认为个人信息管理是包括获得、架构、储存、检索和应用个人信息的过程。伴随互联网技术的出现与进步,传统意义上的个人信息管理已经从过去的图书、电话簿、信件等等具体而有限的实物载体进一步延展到网络与移动终端,特别是服务类软件及社

①[美]丹尼尔·沙勒夫:《隐私不保的年代》,林铮颖译,江苏人民出版社 2011 年版,第 4 页。

②Jih-Hsin T. "Self-disclosure among Bloggers: Re-examination of Social Penetration Theory", *CyberPsychology, Behavior & Social Networking*, 2012(5): 245-250.

③[英]安东尼·吉登斯:《社会的构成》,李康等译,生活·读书·新知三联书店 1998 年版,第 271 页。

④[德]弗里德里希·黑格尔:《精神现象学(第一卷)》,贺麟等译,商务印书馆 1979 版,第 81 页。

⑤[日]榛木美惠子:《内观法基础》,《上海精神医学》2005 年第 6 期。

⑥Clive T. "Brave New World of Digital Intimacy", *New York Times Magazine*, 2008(1): 4-5.

会化媒体网络<sup>①</sup>。信息系统学者杰夫·史密斯在1996年指出“信息隐私关注”(Concern for Information Privacy)是一种“由于信息分享而导致隐私造成损失所引发的内心担忧”<sup>②</sup>。隐私计算(Privacy Calculus)是一种风险与控制评估,它衡量人们分享个人信息的时候的预期获益和潜在损失。隐私计算的观点认为,涉及到价值收益的因素会影响到个人信息的分享的动机。例如连续性的经济回馈(代币激励或未来便利)容易减弱信息分享者对于信息偏误、非正当访问与信息再次利用等隐患的重视水平;并且,人们参与社会化媒体的个人信息分享的重要出发点在于它可以凭借较低的成本来维护人际关系。有学者通过研究网络购物得出结论,当用户感知到的隐私风险上升,对信息隐私也会随之愈发重视<sup>③</sup>。在下载游戏、即时通信等网络使用行为中,分享个人信息所带来的正向且持续的感知体验能够使得用户的隐私关注程度降低,当用户可以更好地控制他们可以共享的个人信息时,他们将减少对信息隐私的关注<sup>④</sup>。这些研究通过实证试图解释“隐私悖论”的产生。

“隐私悖论”导致海量数据的侵袭隐匿了危机感。依赖于网络虚拟环境的信息分享在很大程度上受外部因素摆布,匿名性使得人们可以隐去自己的真身,避免周围熟悉的人的约束与监督,所以在实践活动中自主性是相当大的。然而在缺乏理性思维支配的情况下,信息分享的传受者行为受到来自各方面的影响甚至误导,诸如无意识地受到网络设计者与管理者的引导,在眼花缭乱的信息刺激下六神无主,连续不断地从一个界面走向另一个界面。大数据的狂欢语境并不局限于个性观点的流动表达,也不止于纯粹的欣悦,庞杂的隐私也在此期间被有意无意地暴露出来,并为数据所记录。大数据的浪潮席卷而来之前,个人信息的分享不仅体现在个体的意愿或能力,而且还体现在某种客观存在情境下的社会交往过程与行动,这使得当人们面临个人信息分享的时候会根

据真实的环境氛围与人际坐标来进行考量。然而网络产生的拟态环境带来新的数据化特征,除了各项个人基本信息以外,用户的地理位置、照片视频、态度观点等涉及价值观的或更为深层的私密信息也忝列分享的内容之中;与传统的人际关系交流相比,社会化媒体平台的匿名性与视觉线索的不稳定性使得移动互联网时代的社会化媒体个人信息分享可以带来现实难以获取的满足感。这种数据化展演的趋势让数据化节制被提上议程,节制以分享者的感知为前提。这种感知既包括对私领域层面隐私侵犯的感知,也包括对数据挖掘技术侵犯隐私的感知,如果个人信息的分享者对这些毫无感知可言,那么所谓节制便也无从谈起。人们热衷分享自己的喜怒哀乐与言行举止,这些都成为了数据库的样本元。而海量的数据库催生出一个个蓬勃发展的产业,这种由分享所带来的数据隐私侵犯需要人们警惕,意识到边际与隐私管理的重要性。

## 二 传播隐私管理边际协调的理论观照

### (一)传播隐私管理理论的提出

在个人信息分享行为里,用户自行决定保密或者公开个人信息,依照意愿对公开的程度作出衡量。艾伦·F·威斯汀在1967年指出,“隐私是人们由肉体与心理上对社会生活所采取的自愿与临时的逃避”<sup>⑤</sup>,认为人们对于个人信息的控制具有自知力,隐私也成为人们社会生活的一个避风塘;法学家丹尼尔·索勒夫在论述中认为,“隐私乃横亘于开放及封锁私人边际之间的张合力,是个人对其他人能否接近自己的主观对策……个人信息的自我控制意味着,隐私权是指他人所享有的支配何时、对何人和以何种方式公开其个人信息的权利”<sup>⑥</sup>,进一步说明个人能够掌控自己的隐私,隐私的存在也印证着交往边际的存在。这些有关隐私的观点为此后关于隐私管理的研究提

①Mark L. “The Psychology of Personal Information Management”, *Applied Ergonomics*, 1988(1): 55-56.

②Jeff S. “Information Privacy: Measuring Individuals’ Concerns About Organizational Practices”, *MIS Quarterly*, 1996(2): 167-196.

③Tamara D. “An Extended Privacy Calculus Model for E-Commerce Transactions”, *Information Systems Research*, 2006(1): 61-80.

④Seounmi Y. “Determinants of Online Privacy Concern and Its Influence on Privacy Protection Behaviors Among Young Adolescents”, *Journal of Consumer Affairs*, 2009(3): 389-418.

⑤Alan W. *Privacy and Freedom*. New York: Atheneum, 1967, pp. 5-6.

⑥Daniel S. “Conceptualizing Privacy”, *California Law Review*, 2002(4): 1 087-1 155.

供了理论根柢。

2002年,美国传播学者桑德拉·佩特罗尼奥在前人关于隐私概念的启发下提出了自己的传播隐私管理理论(Communication Privacy Management),该理论由着重于个人信息、边际分袂、隐私把控和管理机制的创设等诸多层面分析了个人信息与隐私之间的关联<sup>①</sup>。传播隐私管理理论也常被称为“传播边际管理理论”,藉由“边际”(boundary)作为隐喻来强调公共领域与私人领域间的传播分野。一旦某人把个人信息分享给其他人时,他们就围绕这个被分享的信息创造了一个达成共识的边际。社会化媒体平台上的隐私存在多重边际,强关系与弱关系同时存在,隐私边际便是动态的、变化的。并且不同群体之间存在交集,隐私的边际便又有彼此渗透的可能性。

传播隐私管理理论认为,隐私管理的必要性在于新的传播环境里物理“在场”的消失导致了社交边际的消失。技术的进步使得网络信息分享具备了隐身、平等、即时等诸多特性,让人们可以摆脱现实为信息交流带来的诸多限制。虚拟自我诞生的前提是在网络技术发展过程中藉由群体想象的交互感应形成的虚拟空间。“距离的消逝”不单单意味着高科技的信息手法缩短了天然距离,固有的保守的空间无限扩增,同时还体现于伴随着天然距离的缩短,置身于日新月异的变化中的人们对推陈出新有了极大欲求。这种欲求从本质而言已然和沉思、领悟与观照等等审美行为没有瓜葛,它更趋向于经验层面的提跃与开发,更偏重于直截了当的冲击感与同步无延迟的轰动效应。隐私边际的动态调整与改变,正是在适应这种欲求。佩特罗尼奥在传播隐私管理理论中所指出的“边际协调”(coordination)侧重于探讨人们怎样管理与他人共同拥有的信息。无论是在微博还是朋友圈,都可以看到个体私生活信息和共同“圈层”(circle)的隐私信息被分享的痕迹。在社会化媒体平台上,动态变化的边际与不断调适的传播规则使得分享行为本身呈现出不同的显示级别,

这增添了隐私管理中“边际协调”的成本与难度<sup>②</sup>。当人们试图去勘定分享的隐私边际时,边际协调的规则实际上并非恒定的,特别是当人们对隐私管理的期望相互冲突时,由个人信息分享所带来的边际纠纷更容易随之而来。现实难题是,由分享所导致的隐私纠纷不一定可以通过规制来约定动态性,继而实现调和。

传播隐私管理理论还意识到,人们在进行信息分享时,往往处于“无从凭借”“对空言说”的状态,这里的“边界协调”不单单是作为终端的人与人之间边界的调和,还包括虚拟自我的交流中介。例如,在网络社会化媒体平台,人与设备之间的关联变得含混不清。设备既是呈现着一切分享的屏幕,又是攫取着一切分享的镜头,当人注视着屏幕时,正如尼采所说,“当你远远凝视深渊的时候,深渊也在凝视你”<sup>③</sup>,社会化媒体平台上的“他我”即他人的判断所反映的自我概念亦透过这个缺口投来凝视“本我”的目光,并且在注目中的双方皆试图把彼此放置在对象的境地,但是这种努力恰巧证明二者都为权力的主体。于是智能设备与信息分享平台不再只是贮存个人信息的工具,更仿佛是一个看与被看的交流场景。虽然人是社会性的存在,在大多数情况下人们需要相互合作与沟通,但人们也有一个复杂的情感和精神世界,想要独自一人而不想被打扰,这种安全与平静是隐私所具有的功能之一<sup>④</sup>一旦进入了信息分享的场景,面临着分散与去中心化的圈层,自我与外部、使用与满足的边际变得难以界定。

## (二) 个人信息分享边际的失调

### 1. 分散与隐匿的边际:信息本身与传播形态

庞杂而分散的信息分享行为使得真实与虚拟的边界越来越暧昧。移动互联网社会化媒体平台上信息分享的传播行为跨越时空边界,体现出一种表达与交流的自由,将人们的情绪释放,也宣泄了现实生活中人们可能存在的被压抑的需要。虚拟世界所提供的自由充当了减压阀的角色,让人们的心态趋近平衡;然而,这种纾解恰恰也是实际

<sup>①</sup>Sandra P. “Communication Boundary Management: A Theoretical Model of Managing Disclosure of Private Information between Marital Couples”, *Communication Theory*, 1991(4): 311-335.

<sup>②</sup>Carrie K. “Communication Privacy Management Theory: Exploring Coordination and Ownership Between Friends”, *Communication Quarterly*, 2012(5): 665-680.

<sup>③</sup>[德]弗里德里希·尼采:《善恶的彼岸》,朱泱译,团结出版社2001年版,第51页。

<sup>④</sup>黄莹:《语境消解、隐私边界与“不联网的权利”:对朋友圈“流失的使用者”的质性研究》,《新闻界》2017年第4期。

社会里永久的、安全的,同时也是非常经济的一种控制策略,因为它以符号消费的方式遮蔽了胁迫个人与社会关系的实际矛盾。此时,传播技术成为了社会控制与凝聚团结的新兴有效形式,虚拟空间所体现的自由并不代表真实世界的自由,相反,这当中不乏平面的、画饼充饥式的嫌疑,凌乱的信息分享甚至可能削弱了人们在现实世界里产生诉求的意愿,结果,信息膨胀和虚幻的自由感与日俱增,人们思维的一维性逐渐加强。从技术本质来看,网络设计的最初思路就是一种分散结构(dispersed structure),20世纪为了防止核战后的通讯集中式瘫痪,逐渐发展出在地点上分散而又可以集中协调的指挥网络,即便一部分节点遭到破坏,其他节点仍然可以不受影响正常工作<sup>①</sup>。正因为要达到这种初始的战略目的,网络上的任意一个终端都是尽可能相对独立的单元,设备的使用也有很大的隐蔽与自由度。网络本身是拒绝中心化(decentralized)的,它以一种延展的发散的传播理念贯穿其中。现如今,社会化媒体平台更热衷于调动起人们的感官与情绪,甚至不排除试图去影响人的逻辑能力,不知不觉中搅乱人类思维的形式逻辑。例如信息的分享并不同于传统媒介的连接方式,它所利用的是点对面的超文本链接(hypertext link)方式,信息分享的参与者能够方便地从一个细微之处跳转到另外一个内容关联度极低的页面,这种链接方式也造成了信息接收时的时间扭曲,而超文本链接也正是网络去中心化设计的体现,它尽可能吸引信息分享的参与者的注意力,在形式和内容上追逐新鲜刺激的感受,随着相关链接明示或暗示持续往远走,长时间沉浸在分享的信息中流连忘返。这种风险在每个人身上的体现因人而异,因为人们对自我暴露的节制能力与分享尺度的拿捏都存在着差异,无论是性别还是年龄,无论是职业还是教育水平,甚至还包括对技术的认可程度,这些客观因素都会对分享行为形成不同程度的影响。

信息的分享在表面上具有分散性,但一种暗藏的、隐匿的一体化控制却是不容忽视的。这种控制与外在的强迫不同,它让人们乐于接纳现代

传播媒介提供的作用于感官的内容,乐于将其置于日常生活之中,这种信息的分享不仅仅创造了一种亲历历史与各大事件的幻觉,而且更提供了一种消磨时光、组织闲暇的排遣趣味。芜杂的信息分享向人们奉献着奇观,以异彩纷呈取替“智慧痛苦”,与世无争的象牙塔被日常生活的场景所代换。然而正因为信息分享的势不可挡使得一批又一批的使用者禁不住深陷经验快感的诱惑,人们在信息分享的过程中便被牢牢捆绑于经验现实,从而使其追寻净化与升华的超验意向闭塞。数字时代的信息分享行为所促成的经验民主化(empirical democratization)一方面使得过去信息所区隔的神圣与禁忌告终,另一方面使得“他人导向的社会”(other-directed)成为可能。霍克海默对此有过尖锐的批评,称当代的人们“失去建造另一个与他所生活的世界不同的世界的的能力”<sup>②</sup>。又正如马尔库塞对这类现象的指责,虽看似极端但绝非毫无道理:“人们不再去想象另一种生活方式,而是想象统一生活方式的不同类型。”<sup>③</sup>

## 2. 模糊与动态的边际:人际交往与圈层划分

费孝通曾用“差序格局”这个概念来揭示中国社会普遍存在的关系模式,社会化媒体平台的各种信息分享更是丰富了“圈子”这种存在形式,将以往以现实人际关系为基础的边际延申到全新意义层面上的联结与传播。相比较于隐私被他者分享,即信息的二次传播所导致的不可控性以及技术、法规等等客观非内在支配因素,隐私安全问题关键在于信息分享者主动传播所产生的风险。

缺乏标准的个人信息分享使得人际交往圈层的边际越来越模糊。在社会化媒体平台当中,朋友、亲属,以及同学、同事等错综复杂的关系,使虚拟社交圈层中的弱连结与现实生活中的强连结纠缠在一起。适当的自我暴露对人际关系发展有所裨益,这在一定程度上可以解释各种“晒”的存在意义,一方面令自我的情绪得以倾泄,另一方面也可增进人际协调,成为交流的纽带与中枢。通过不断地分享,表演者证明了自己的存在,将原本属

<sup>①</sup>Peter D. "The Internet, Public Spheres, and Political Communication: Dispersion and Deliberation", *Political Communication*, 2005(2): 147-162.

<sup>②</sup>[德]霍克海默:《批判理论》,李小兵译,重庆出版社1989年版,第263页。

<sup>③</sup>[美]赫伯特·马尔库塞:《单向度的人:发达工业社会意识形态研究》,刘继译,上海译文出版社2008年版,第48页。

于熟人关系网络的分享行为拓展到一般关系群体之中,再加上转发、评论等功能的加成,隐私不自觉地渗入数字陌生人的圈层之中,让隐私边际变动更新,这让个人信息的管理与控制规制不得不面临新的考验。不仅如此,边际的模糊性还体现在:除了信息的所有权之外,社会化媒体平台本身很难说属于公共还是私有。对于内容的权限设置,以及对差异群组的分享,这些功能使得社会化媒体平台彷徨于公私范畴的灰色地带,既往的隐私边际界限便很难保障数据隐私的应有之义。

传播隐私管理理论主张,隐私所有者有理由划清隐私信息的边际(demarcation),信息流动的自由程度应根据边际的开放与合拢而变动<sup>①</sup>。然而,如今边际的分野伴随着媒介技术的升级换代而趋于模糊不清,过往的隐私问题绝大部分与秘密、敏感和尚未公开的信息有关,当下的隐私问题关系到信息分享行为本身,以及本来不算敏感的和属于公共领域的个人信息。跨越时空限制的信息传播有赖于大数据技术的支持,这种传播在殊异的虚拟时空里进行着云储存,并实现了多点共享。公与私的边际由一开始的井水不犯河水,到互相交错混杂,再到大数据时代可以预料到的包含关系。可以看出,隐私边际的厘革体现着个人对隐私控制权的变化。难怪有学者认为,关系的发展是个复杂的过程:“我们不再将关系单纯理解为增进亲密度的表露手段,相反我们把关系视为一个自我管理信息的过程。在这个过程中,我们必须确定公共领域与私人空间的边界在哪里。”<sup>②</sup>

边际的划定需要持续不断地自我审视。移动互联化的今天,我们需要意识到自己的生活空间愈发透明。边际开放意味着信息分享的越发频繁,人们也更容易走向亲密,而封闭的边际给我们带来更多的自我控制的权利和更为踏实、坚定、安全的感受。边际不断变化,在何时向何人传递分享何种信息,是信息所有者自己决定与掌控的。也即表示,当别人自愿向我们分享其私密信息,抑或与社会福祉和公共利益不甚相干的私生活信息

时,关系的亲近性与彼此间的信任感是可以获得保证的;然而,这并不意味着我们具备能够把这些信息进一步扩散分享的资格,如果那样,则会使得个人信息逾越告知者所能把握的范围。

### (三) 个人信息分享边际的协调

#### 1. 从参差到和洽: 边际契约规则有待商讨

热衷于参与信息分享的虚拟自我日益偏离了良性健康的发展轨道。当我们不得不无奈地面对网络信息空间中自我多元化的负面倾向时,寻求一种使虚拟自我与现实自我整合以及让不确定的自我能够健全发展的途径便成为必然。四分五裂却无法整合的自我会使人们丢却最为根本的道德意识和社会责任担当。用佩特罗尼奥的隐私边际管理理论来看,分享行为未必单靠个人就能作出选择,受制于关系的“契约”(agreement)也在发挥着影响力。基于分享的成本与回报,传播者和接受者所一致认可的共识便是这里所说的“契约”。关于“契约”的论断当中,那些与我们共享信息的人便是所谓“共同拥有者”(co-owner)<sup>③</sup>。他们拥有通过协商而奠定的权利及其责任,这其中包括分享规则,例如何时何地、通过什么途径、向哪些对象分享什么具体信息。

可是,这种契约协商的精神在如今天花乱坠的社会化媒体分享过程中被明显弱化了,信息边际管理中的规则被逐步瓦解。对于那些发布在社会化媒体上的隐私信息,“共同拥有者”们普遍缺乏协商一致的隐私管理规制,这样的后果便是凡是看到信息分享的人皆可再向其他人透露,并且不受丝毫局限。在分享过程中缺乏与“共同拥有者”协商规制,信息一旦发布就被默认标识为从属于公共领域。即便是分组管理,也因为其并未标识明显的或潜在的信息界限而不能算是隐私管理的规则,无法分辨那些被分享的信息是传播者分组发布的还是不加区分地公开分享的。在社会化媒体平台上,分享和传播信息的过程并未对隐私边际保护规则给予足够的重视,也没有反映出协商谈判的精神。体现协商,是负责任的价值追求,这当中包括对于边际渗透性(penetrability)、

<sup>①</sup>Sandra P. "Communication Privacy Management Theory: What Do We Know About Family Privacy Regulation?" *Journal of Family Theory & Review*, 2010(3): 175-196.

<sup>②</sup>[美]斯蒂芬·李特约翰:《人类传播理论》,史安斌译,清华大学出版社2004年版,第231页。

<sup>③</sup>Jeffrey C. "Let's Be Facebook Friends: Exploring Parental Facebook Friend Requests from a Communication Privacy Management (CPM) Perspective", *Journal of Family Communication*, 2013(1): 46-59.



边际联系性(accessibility)以及边际所有权(belongingness)的商议。边际渗透性是指个人信息边界的开放程度,边际联系性是指决议边际内外传受者的范围尺度,而边际所有权指的是明确“共同拥有者”在分享过程中应该承担的责任与义务。

首先是信息分享行为的边际渗透性规则的商讨。正如之前提到的,从操作界面上获得清晰的边际提示尤为困难,分享的信息的边际开放程度也无法明确。因为标注标识的缺乏,边界渗透规则难以被信息的分享者传递,大大增强了信息的传播分享行为的自由性,当事人的信息安全因此存在潜在危害。以微信为例,目前,个人信息的传播者只能在发朋友圈时通过开放可见的闸口来强调渗透性规则,或是自行申明才能试图规避风险。在新浪微博,如果分享的是分组可见的消息,信息发布的界面中会出现“好友圈”的字样,标注了这条信息的选择性播发,并且限制转发。虽然这种标识无法强行限制他人的传播与再分享(比如截图后分享),但至少明确表达了初始的分享意图,对“共同拥有者”起到提醒的作用,即某些个人信息属于隐私。

其次是信息分享行为中边际联系性规则的协商。信息的“共同拥有者”难以分辨与界定信息的传播者对分享本身所进行的设定。例如分享一条信息固然可以通过权限的设置排除一部分接收者,但是余下能够看到分享信息的“共同拥有者”并不知道是哪些人被排除在分享行为之外;如果分享行为内外的人们相互认识,那么分享所涉及的隐私信息则或多或少面临被暴露的隐患,难以预测、难于把控的风险由于缺乏边际联系性的商讨而增加。

同时,社会化媒体平台的边际所有权规则也需要进一步明确。与上述的规则缺失相类似,信息分享者只能通过告知信息的所有权才尽可能地确保传播行为中利益损害更少。从这个层面上来说,分享传播的边际规则反倒更为复杂,更难以进行商讨,迫使传播者利用其它的手段来进行隐私管理,例如新兴的“端到端加密”(E2EE)技术可以提升用户进行信息交流时的安全性,避免数据服务供应商、互联网运营商获取通讯内容,但新兴

的手段也无疑对使用者的技能操作水平提出了更高的要求。

## 2.从缺失到完善:信息保护体系有待强化

在社会化媒体平台上,人们通过零碎的个人信息披露来展示自己,这种置于前位的分享行为必然受到表演者自身的主观经验结构、社交互动与交往强度等“表演框架”的限制。社会化媒体平台上以分享为代表的各种数据化表演令数字化记忆的范畴不再限于前互联网时代的记忆维度,大数据的无限性让个人信息的贮存期限趋近于无穷尽,社会的碎片化与去中心化也应运而生。数字化的记忆不单单属于个人,有可能被所有人共享。向什么人公开什么信息,起决定性意义的本不该是某个算法,而是应该使“我”充分告知,并由“我”自己决定。面对这样的情形,“数据化节制”使得很多人尽可能地远离那些向他人分享隐私信息的互动<sup>①</sup>。然而在这种情形之下,基于海量数据的记忆共享让自我删除成为了一种不可及的指望,数字节制和所谓的“被遗忘的权利”已成为当今个人信息保护的正当含义。

网络分享可能意味着个人信息被公开、令人难堪且尴尬的图片或文字被传播、陈旧的链接与过时的记录依然存在等等后果,这些皆为能够藉由内容表达直观展现的显性数据形式;而信息分享行为背后的隐性数据还包括利用 Cookies 等技术手段,在用户预先授权或不被告知便默认的情况下,网络服务供应商或相关数据提供机构保留并上传客户的网络使用行为,诸如浏览器与输入法记录、网购消费偏好、交易账单、视频观看痕迹、即时聊天信息,以及网络游戏过程等等。这些信息在大数据时代中具有极高的商业价值——即便只是寻常的网络行为记录,借助特殊算法就能被导出为富有利用意义的数据。基于这些价值,商家能够进行标靶式广告的精准投放,还可以对潜在的、具有针对性的市场数据进行分析。2018年3月《卫报》和《纽约时报》揭露,特朗普团队利用数据助选公司“剑桥分析”(Cambridge Analytica)盗取的5000余万Facebook用户的上传信息与偏好数据为美国大选时精准推送信息所用,毫无疑问,这种操纵加深了大众对数据安全的担忧。为了试图解决层见迭出的个人数据资料泄

<sup>①</sup>[英]维克托·迈尔-舍恩伯格:《删除:大数据取舍之道》,袁杰译,浙江人民出版社2013年版,第112页。



露与滥用问题,被遗忘权(Right to be Forgotten)的概念被提出,简而言之,即人们理应拥有要求移除自己负面或过时的个人身份信息搜寻结果的权利。近年来欧洲各国政府相继主张,当个人资料明显已过时且不相关时,民众有权行使“被遗忘权”,这对互联网搜索引擎与社会化平台信息分享行为产生了复杂的影响。为了因应与时俱进的数字矛盾,欧盟委员会从头核阅了既有的个人数据保护法令框架,并投票通过了商讨四年的《一般数据保护条例》(General Data Protection Regulation, GDPR),该法案于 2018 年 5 月正式生效,旨在让用户更方便地收回数据控制权。

信息所承载的经济价值急剧增加,分享的功利性便也随之体现,进而人们认识到,对个人信息的掌控干预着社会资源的分配<sup>①</sup>。个人信息与数据分享行为当中的隐私保护看似无关痛痒,实质

上关键性非同小可。不混淆私域与公域,让信息本身与信息背后的人获得充分尊重,在此基础上完善互联网的信息分享与隐私保护体系,可以构建一个更合理的公共空间。即便有“数字遗忘权”等相关体系的建设,但制度保护通常是事后干预,如果想避免因信息分享带来的损失,还得使用者自己的内心里树立警钟意识。信息分享者根据分享信息的敏感度与对分享对象的判断进行有节制的分享,如此的个人信息管理与控制策略,不仅可以相应地减少隐私外泄的机会,而且更是媒介质素的关键体现。与此同时,在分享行为中还务必具有适当的隐私担忧,减少他人利用分享行为的可乘之机。总而言之,个人信息分享带来的负面效应莫过于自我表露、隐私关注与风险感知的对局,对信息分享行为的进一步认识也是试图改善网络隐私安全问题的重要一步。

## On Boundary Dilemma of Personal Information Sharing on Social Media: Based on Communication Privacy Management Theory

JIANG Xiao-li & LIN Zheng

(College of Journalism, Sichuan University, Chengdu 610064, China)

**Abstract:** Social media is flourishing in the mobile Internet era, providing a shared cyberspace for people's interaction rituals. People are actuated by self-disclosure and the convenience of communication to take part in the behavior of personal information sharing. The miscalculation about risks and the dull perception make the personal information management a privacy paradox. The Communication Privacy Management Theory points out that the decentralization of the information transmission form and the ambiguity of the interpersonal circle result in a fact that the boundary of personal information sharing is in a maladjusted condition which is covert and fluctuate. To negotiate the agreements and the rules as well as to strengthen the protection system and the awareness can be beneficial to coordinate the dilemma of the boundary.

**Key words:** social media; personal information sharing; privacy paradox; Communication Privacy Management Theory; boundary coordination

(责任校对 钟丽)

<sup>①</sup>张文亮:《个人数据保护立法的要义与进路》,《江西社会科学》2018 年第 6 期。