

网络社区中的隐私关注与其互动情境间的作用关系

江根源

摘要：对网络社区中网民隐私关注的以往研究更多地集中在它与其行为意向之间的关系上。该研究重点关注网民的网络隐私关注与其等级性背景间的作用关系，即与网民生活脚本、社会关系和网络行为等互动情境因素之间的关系。研究结果显示：网民普遍不愿意公开个人隐私信息，尤其是对姓名、工作单位、电话等信息的公开更是在10%以下；在职业方面，大中学生、商业人士和专业技术人员比企事业单位负责人和办事人员要开放得多；就社会地位而言，越是处于社会下层的网民越愿意公开个人名字；就网络社区类型而言，成员之间越熟悉，网民也越愿意公开个人姓名，相反则越不愿意；性别差异对除实名之外的其他个人信息公开存在着显著影响，男性在“职业”、“工作单位”和“通讯方式”方面暴露的行为意向要比女性强，在其他信息类别上要弱于女性。这些结论均可以通过网民与其网络互动情境互动安全性的思想来作解释。

关键词：网络社区；隐私关注；互动情境

作者简介：江根源，男，副教授，博士，硕士生导师。（浙江大学 城市学院，浙江 杭州，310015）

中图分类号：G206.2 **文献标志码：**A **文章编号：**1008-6552（2014）05-0010-11

随着W2.0技术的发展，网民之间的网络互动变得更为方便与频繁；以此为技术支持而发展起来的多种社会交流平台，例如博客、微博、新闻跟帖、聊天室、社交网络、帖吧等，因为集聚了许多有共同兴趣或目的的人，经常讨论着同一话题，久而久之就形成了稳定的社会关系以及各具特色的网络社区。

任何网民只要申请参与网络社区的讨论，就需要登记个人资料作为认证信息。这些资料往往包括姓名或者昵称、年龄、职业、邮箱、居住地和个人兴趣等，有时还要登记身份证号、银行账号等。然而这种网络社区与传统社区相比，具有成员的不稳定性，互动时的匿名性，话题的无法预测性以及成员的隐身性等诸多差异。这种独特性使得社区成员以及他人的个人资料随时有被泄露的可能，网络隐私安全以及隐私管理就成为重要的社会问题。而这种隐私管理涉及网站管理以及网民个体的自我管理，“网络隐私关注”是网民自我管理的重要内容。本文研究的重点在于网民的网络隐私关注与其背景性因素间的作用关系。

一、有关“网络隐私关注”的研究回顾

要研究网络隐私，首先要界定何为“隐私”？Mason认为这是“控制、收集和使用个人信息的权利”。^[1] Culnan认为它是“某人控制其他人接触自己个人信息的能力”。^[2] 这里涉及到了自己或者他人使用个人信息的权利问题；与此同时，对“网络隐私”的界定更为复杂，学术界普遍认为网络隐私作为一个涉及社会学、信息学、传播学等诸多学科领域的问题，应该被视为一系列相关概念的集合。冉妮莉认为网络隐私就是个人隐私在网络环境下所呈现出来的“一系列的符号、数据或信息”。^[3]

路娟认为网络隐私就是涉及网络用户的信息资料，既包括个人的现实信息，也包括其兴趣爱好、价值取向、立场观点等；^[4] 但是大部分学者依旧坚持从权利的视角来界定它。Smith et al. 把网络隐私看作网民的一项“国际性人权”。^[5] 蒋骁等人把它定义为“在互联网上消费者对个人信息保护和控制的权利”。^[6] 虽然这些定义受到很多的争议，然而几个核心要素还是比较明确的：个人信息、使用权利以及使用主体

等，因此如果把网络隐私理解为一种自我在网络环境下对个人信息的管理权利是比较合理的。

在考察社会个体对网络隐私的态度时，学者们喜欢用“网络隐私关注”来测量个体对隐私信息的关注程度。相关研究主要集中在网络隐私关注与行为意向之间的关系。Wirtz等学者把网民对待网络隐私的行为分成三种：伪造、保护和终止，^[7]即在交易过程中消费者伪造个人信息，或者用互联网经验或技术去保护个人信息，或者终止提供信息等；那么，影响网民作出不同行为意向的因素有哪些呢？学者们基本上是从网民的人口统计因素入手来研究的。Sheehan发现女性网民经常比男性网民更关注自身的网络隐私^[8]。另外，教育程度和年龄也是重要的影响因素，Bellman et al.认为年纪大的以及教育程度较好的网民比年纪轻的或者教育程度稍微差一些的要更关注网络隐私。Bellman等人还认为网民的网络行为意向与其网络体验密切相关，网络用户的网络隐私关注会随着网络体验的加深而变小；^[9]当然，Singh and Hill却认为，那些富有经验和知识的网民会更关注网络隐私而不太愿意进行网络上的商业活动。^[10]

不过，有些学者把这些影响因素整合为一个包括多重变量在内的有机系统，从而来研究两者之间的影响关系。Hichang Cho, Milagros Rivera-Sánchez and Sun Sun Lim把这些影响因素归纳为三个层面的变量：人口（年龄、性别和收入等）、文化（个体和集体）和网络使用经验（网络使用的长度和频次等）等因素，经过研究发现年纪较大的来自个人主义文化的女性网民相对比她们的同伴更关注隐私。^[11] Tomasz Zukowski, Irwin Brown则认为年龄和教育水平对网民隐私关注具有显著影响，而性别、收入和互联网体验的作用效果并不显著。^[12]

还有一些学者关心的是网络隐私关注与其行为意向之间的影响机制问题。也就是说，在从网民的网络隐私关注到网络隐私行为意向之间，文化、人口和网络经验等因素是如何发挥影响的。蒋骁、季绍波认为在这个转化过程中，文化、个人、风险和制度因素共同起了作用，并且提出了一个作用的模型。^[13] Malhotra等人的研究表明如果消费者的网络隐私关注与其网络行为意向之间，对网络隐私风险的信念起了中介作用，如果有较高的隐私风险信念也就有较高的隐私关注，也意味着消费者对透露个人信息的意愿有负面影响；^[14]更多的学者认为在网络社区中，成员之间以及成员对网站互动环境的信任是网民之间分享信息和有效互动的基础。Metzger研究发现，在电子商务中，成员的信任程度与成员之间的信息公开之间有密切联系。信任同样也是社会交换理论的核心内容。该理论认为，一个人在进入正式的社会交往之前，他会对交往对象与交往情境有一个交往成本的评估，如果评估成本低于自己的承担能力，就会进行交换；反之，就会终止交换式的交往。^[15]研究表明，信任因素是个人信息暴露的重要前提，因为它可以有效降低交往中的社会个体暴露自身信息的危险性；但是从建立网络社区中的社会关系视角来探索，Catherine Dwyer和Starr Roxanne Hiltz认为，网民间的信任与分享信息的意愿并不能自动地转化为新的社会互动。网络关系可以在一个信任程度比较低以及隐私安全保护比较弱的情况下得以建立。^[16]或者说，信任虽然有助于网民之间的网络互动，但并不是网民建立网络社区中社会关系的必要前提。

这些研究从不同的理论视角研究了网络隐私关注以及行为意向的不同领域，为后来的研究提供了重要的参考价值；不过这些研究基本上是以西方发达国家的网民和网络社区为研究对象，而且重点集中在营销领域的网络隐私关注与其网络行为意向关系方面。本文希望以中国网民使用个人日志、社交网络、新闻跟帖和即时通讯工具为研究对象，以意义符号互动理论中的等级性背景思想为理论根据来研究网民的网络隐私关注与其互动背景之间的影响关系，从而能够发现新的结果。

二、研究的理论模型与理论依据

在网络情境下，成员之间的互动不是面对面的，即便在即时通讯语境下的交流也是通过网络这个技术媒介的。因此，网络社区中的交流实际上是网民个体与一个虚拟环境之间的互动。网民根据互动背景来判断互动环境或者互动对象是否值得信任，从而来评估安全程度与风险的大小。以此为依据，网民来定义网

络隐私以及如何处理个体信息的网络分享。依照这种思想，我提出了以网民与其网络情境之间互动为网络隐私关注起点的网络隐私管理模式（如下图）。

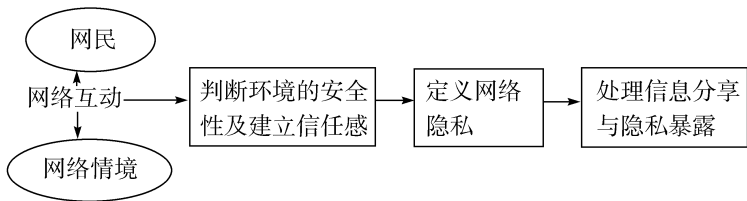


图1 网络隐私的自我管理模式

根据符号互动论的思想，影响网民网络隐私关注的人口、文化、网络经验等因素都可以归结为网络互动的情境因素。米德认为，互动中个体态度的形成“不仅涉及各种因素同时出现的情境，而且涉及包括其他时间关系的情境，即当下反应顺应在某种意义上已经启开的后来反应的情境”。^[17] 在这里，各种因素主要指个体的人口统计属性等；而其他时间关系的情境则指互动时的前后文关系。Pearce 和 Cronen 把这种思想发展为意义协商管理理论，认为以等级性背景和时间性背景为核心内容的组织规则决定了社会个体对其互动行为的理解。^[18] 等级性背景又分为四个层面：生活脚本层面（life scripts），主要指性别、年龄、职业、民族、地域等人口统计性因素；关系层面（relationships），涉及个体的家庭、社会地位等社会界定的权利、义务或责任等；情节层面（episode），是指日常互动的套路，构成解读言语行为的框架，包括网络社区的行动套路；文化信仰层面，包括政治观念、宗教信仰等，是对前面层面的文化解释。时间性背景包括前因条件（antecedent conditions）和后续条件（consequent conditions）两个层面，其中前因条件指的是行为发生的前提条件，而后续条件则指一个既定的行为将要引出一个特定反应的期望。

Pearce 和 Cronen 的研究主要针对面对面的人际互动，在这样的互动情境下，互动的**时间性背景**具有十分重要的价值；但是到了网络环境下，正如前面讨论的那样，互动实际上是网民与一种技术在进行，也如 Catherine Dwyer 和 Starr Roxanne Hiltz（2007）所研究的那样，即使互动双方并没有建立起一种信任关系，也可以维持一种社会关系以及进行网络互动。^[20] 正是因为如此，等级性背景在网络互动中对网民对其互动的理解具有特别重要的价值。根据前面的研究以及该研究的实际情况，我把网民互动的等级性背景分为三个层面：个人生活脚本因素（性别、年龄、职业和学历等）、个人社会关系和地位层面（这里主要考察家庭地位与社会地位）以及个人的网络体验（例如使用时间与网络使用类别等）。下面就重点来考察由这三个层面构成的网络等级性背景是如何影响网民的网络隐私关注的。

三、研究问题与方法

（一）网络社区的选择

为了使研究结果更有说服力，我们同时选择了四种社交网络技术（“即时通讯工具”、“社交网络”、“个人日志”和“论坛或跟帖”）所支持的网络社区，分别为腾讯 QQ、人人网、博客或微博和论坛或新闻跟帖等。这四种网络社区不仅被多数的网民广泛使用（见表1），其使用频率均超过一半，即时通讯工具的使用率接近90%，而且从注册要求方面的差异也可以说明其代表性。论坛或跟帖几乎允许所有人参与，开放性最大；个人日志的个人性很强，开放性自然最小；人人网与QQ群中的成员往往是相互之间熟悉的同学或朋友，外面的人要加入需要比较严格的审查，开放性居于中间。因此选择这四种互动工具所建立的网络社区，就具有很好的代表性和说服力。

表 1 网络社区的选择情况

选 项	小 计	比 例/%
即时通讯工具（MSN 或腾讯 QQ 等）	122	89. 1
社交网络（例如人人网）	94	68. 6
个人日志（博客或微博）	80	58. 4
论坛或跟帖（天涯等）	84	61. 3
样本总数	137	100

（二）研究问题

我们研究网络社区中网民的个人隐私关注，实际上就是研究网民在网络社区中表达的开放程度，愿意表达什么，以及不愿意表达什么。根据以往的研究成果，笔者把涉及网络隐私的个体信息要素简化为实名、性别、年龄、电话、邮箱、职业、工作地位、居住地和兴趣爱好等。由于实名十分重要，因此单独作为一个考察对象，而其他信息笼统地称为个人信息。这样，我们就有了下列几组研究内容（如表 2）：

表 2 网络社区中网民社会结构与网络隐私管理之间的关联性研究结构

自变量和因变量类别	网络实名使用	网络个人信息暴露
个人生活脚本因素	1	4
个人社会关系与地位	2	5
个人网络社区使用	3	6

这样，本研究就提出了 6 个需要研究的问题：

- （1）个人生活脚本因素的差异对网络实名使用是否具有显著影响？
- （2）个人社会关系与地位的差异对网络实名使用是否具有显著影响？
- （3）个人网络社区的使用差异对网络实名使用是否有影响？
- （4）个人生活脚本因素的差异对网络个人信息暴露是否具有显著影响？
- （5）个人社会关系与地位的差异对网络个人信息暴露是否具有显著影响？
- （6）个人网络社区的使用差异对网络个人信息暴露是否有影响？

（三）研究对象

本研究首先选择问卷星网站作为合作对象，因为该网站拥有 260 万样本库，而且从年龄分布来看，从 15 周岁到 40 周岁以上，年龄结构合理；该网站对调查问卷软件的设计十分专业，可以进行单题统计，还可以进行交叉统计、回归分析和自定义统计等，可以满足不同要求；借助该网站中的“样本服务”，可以在短时间内完成，节省了大量的调查和统计时间，大大提高了效率。本研究借助该网站的样本服务和网络链接两种形式，分别获得 105 份答卷和 37 份答卷，去掉 5 份无效问卷，一共获得 137 份答卷，其人口统计情况如下表 3。从表格里的数据来看，这 137 个有效样本中，男女比例在 4：6 之间，年龄集中在 19-40 岁之间，职业以企事业单位一般人员、大学生和专业技术人员为主，学历在大专以上，基本与当前的网民一致。

表 3 所选样本的人口统计情况

人口统计项目		人 数	占总数的百分比/%
性别	男	52	38.0
	女	85	62.1
年龄	18 周岁以下	1	0.7
	19-23 周岁	41	29.9
	24-29 周岁	47	34.3
	30-39 周岁	40	29.2
	40 周岁以上	8	5.8
职业	国家机关、党政群体、企事业单位负责人	8	5.8
	专业技术人员	21	15.3
	企事业单位一般办事人员和相关人员	61	44.5
	商业、服务业人员	10	7.3
	大中学生	30	21.9
	其他人员	7	5.1
学历	中小学及以下	4	2.9
	大学专科	22	16.1
	大学本科	97	70.8
	研究生及以上	14	10.2
样本总数		137	100

四、研究过程与研究内容

我们根据问卷星网站上回收的这 137 份有效问卷，针对以上 6 组关系进行了统计分析，具体内容与结果如下。

（一）个人生活脚本因素与网络实名使用之间的关联性

个人生活脚本因素实际上等同于人口统计因素，但是之所以称之为个人生活脚本因素，主要是基于社会结构的视角。我们研究的不是单个的人，而是以人口统计因素来划分的社会群体，这些划分标准包括性别、年龄、居住地、职业和学历等。问卷要求受调查者针对自己参与的网络社区中使用的昵称或个性签名是否属于实名作出回答。为了使研究更为全面，综合了中国网民最常参与的“即时通讯工具（MSN 或腾讯 QQ 等）”、“社交网络（例如人人网）”、“个人日志（博客或微博）”和“论坛或跟帖”等四种网络社区，并且对其相关性利用 SPSS 作了检验（结果如下表）。

表 4 个人生活脚本层面与网络社区中个人实名使用情况之间的关联性

个人生活脚本类别		个人实名使用情况		Pearson Chi-Square 检验结果
		实 名	非实名	
性别	男	39（18.8%）	169（81.3%）	0.915>0.05
	女	65（19.1%）	275（80.9%）	
年龄	23 周岁以下	35（20.8%）	133（79.2%）	0.343>0.05
	24-29 周岁	32（17.0%）	156（83.0%）	
	30-39 周岁	34（21.3%）	126（78.8%）	
	40 周岁以上	3（9.4%）	29（90.6%）	
职业	事业单位负责人	3（9.4%）	29（90.6%）	0.001<0.05
	专业技术人员	23（27.4%）	61（72.6%）	
	企事业一般办事人员	37（15.2%）	207（84.8%）	
	商业、服务业人员	11（27.5%）	29（72.5%）	
	大中學生	39（32.5%）	81（67.5%）	
	其他	8（28.6%）	20（71.4%）	
学历	大学专科及以下	25（24.0%）	79（76.0%）	0.343>0.05
	大学本科	69（17.8%）	319（82.2%）	
	研究生及以上	10（17.9%）	46（82.1%）	

我们发现：第一，不论从个人生活脚本的哪个类别进行观察，网民在网络社区中都是倾向于使用昵称，而不愿意使用实名。网民中使用实名的比例一般在 20% 以下，而 40 周岁以上的网民和单位的负责人采用网络实名的比例更是只有 9.4%；使用实名最高的则是大中學生，达到 32.5%，其次为专业技术人员，也有 27.4%。第二，经过皮尔逊卡方检验，职业的差异对网民是否在网络社区中使用实名的影响值为 0.001，远远小于 0.01，具有极为显著的影响，也就是说不同的职业直接影响了网民对实名使用的决定，单位负责人比较谨慎，而大中學生则显得开放，构成了使用网络实名的两个极端类型；与此同时，性别、年龄和学历等因素对网民使用实名的决策虽然有影响，但是其卡方检验值都大于 0.05，结果显示这些因素的影响效果并不显著，尤其是性别差异的影响（卡方值为 0.915）几乎没有。

（二）个人社会关系和地位与网络实名使用之间的关联性

个人的社会关系涉及家庭、朋友、工作单位等多个层面中的人与人之间的政治、经济、情感等多方面的社会关系，同时也涉及对自身在社会中地位的一种自我评价，因此在社会关系层面笔者重点选择了个人在家庭和社会中的自我评价（社会地位）。这里主要研究个人的社会关系的差异与网民在网络社区中使用实名之间的关系。

通过分析，我们发现：第一，不管网民处于社会关系中的哪个层面，在网络社区中采用实名的比例还是很低，基本上在 20% 以下，最高的也在 24.0%，而最低的属于社会地位中自我评价为上层的网民，居然没有一人使用实名。第二，对两者的影响关系进行卡方检验，结果显示家庭地位这个层面的值为 0.71，超过 0.05，没有显著影响；自我评价的社会地位差异对个人实名使用情况则为 0.02，小于 0.05，意味着有显著影响。从结果来看，社会地位越高，越不愿意公开个人实名。第三，虽然网民在家庭的身份差异对网络社区中实名的采用情况不具有显著影响，但是仔细分析还是发现，扮演父亲角色的网民使用网络实名

的比例还是很低的，看来往往作为一家之主的父亲在网络社区中还是十分谨慎的。

表 5 个人社会关系层面与网络社区中个人实名使用情况之间的关联性

个人生活脚本类别		个人实名使用情况		Pearson Chi-Square 检验结果
		实 名	非实名	
家庭地位	儿子	22 (20.4%)	86 (79.6%)	0.710>0.05
	父亲	17 (15.7%)	91 (84.3%)	
	母亲	21 (21.9%)	75 (78.1%)	
	女儿	44 (19.0%)	188 (81.0%)	
社会地位	上层	0 (0.0%)	89 (100.0%)	0.20>0.05
	中层	55 (15.8%)	293 (84.2%)	
	下层	23 (24%)	73 (76.0%)	
	说不清	26 (27.1%)	70 (72.9%)	

（三）个人网络社区使用层面与网络实名使用之间的关联性

在这里，网络社区的使用主要包括网络社区类型的选择和网络社区的使用时间两个方面，它们与网络实名使用之间的关联性显示如下：第一，对网民实名采用的人次进行赋权重之后的 P 检验，发现 $p<0.01$ ，这就可以证明网络社区的差异与个人使用网络实名之间的影响是十分显著的。从社交网络开始，到个人日志、即时通讯工具以及论坛或跟帖，使用实名的比例依次下降。而这些网络社区的差异也恰恰体现了社区公开程度的差异，论坛或跟帖社区的公开性最强，而社交网络最低，就导致了网民使用实名比例的不同。第二，在网络里使用实名的比例都很低，即使最高的社交网络也只有 41.5%，在即时通讯工具或网络日志上使用真实名字的一般在 20% 多，而在论坛或者跟帖中只有 14.3%，可见使用昵称是网络社区中的普遍现象。第三，对网络社区使用时间长短差异与网民实名采用情况的关联性进行 P 检验，显示结果超过 0.05，意味着两者之间的联系不具有显著关系。换言之，网民使用网络社区时间的长短不会影响他们对是否使用实名的决策。

表 6 个人网络社区使用层面与网络社区中个人实名使用情况之间的关联性

网络社区使用层面		个人实名使用情况		Pearson Chi-Square 检验结果
		实 名	非实名	
网络社区类型	即时通讯工具 (MSN 或腾讯 QQ 等)	31 (25.4%)	91 (74.6%)	0.01<0.05
	社交网络 (如人人网)	39 (41.5%)	55 (58.5%)	
	个人日志 (如博客)	22 (27.5%)	58 (72.5%)	
	论坛或跟帖 (天涯等)	12 (14.3%)	72 (85.7%)	
网络社区 使用时间	3 年以上	8 (13.3%)	52 (86.7%)	0.311>0.05
	4—5 年	28 (23.0%)	94 (77.0%)	
	6 年以上	68 (20.2%)	268 (79.8%)	

(四) 个人生活脚本因素与网民个人信息暴露之间的关联性

综合腾讯、新浪等国内主要网站中相关社区的注册要求，我把除名字之外的个人信息要求概括为年龄、性别、职业、工作单位、联系方式以及兴趣爱好等方面。经过对 4 个网络社区中网民的调查，网民个人生活脚本属性对网民个人信息暴露程度的关联性结果如下表：

表 7 网民个人生活脚本与网民个人信息暴露程度之间的关联性

个人生活脚本类型		年龄/%	性别/%	职业/%	工作单位/%	通讯方式/%	兴趣爱好/%	其他/%
性别 ($p=0.004$)	男	108 (20.0)	130 (24.1)	95 (17.6)	40 (7.4)	32 (5.9)	109 (20.2)	26 (4.8)
	女	160 (21.6)	206 (27.8)	101 (13.6)	23 (3.1)	40 (5.4)	176 (23.8)	35 (4.7)
年龄 ($p=0.270$)	23 周岁以下	84 (21.3)	103 (26.1)	50 (12.7)	24 (6.1)	22 (5.6)	88 (22.5)	23 (5.8)
	24—29 周岁	108 (22.2)	130 (26.7)	72 (14.8)	16 (3.3)	35 (7.2)	107 (22.0)	19 (3.9)
	30 周岁以上	76 (18.9)	103 (25.6)	74 (18.4)	23 (5.7)	18 (4.5)	90 (22.3)	19 (4.7)
职业 ($p=0.798$)	事业单位负责人	16 (15.7)	34 (33.5)	18 (17.6)	8 (7.8)	6 (5.9)	16 (15.7)	4 (3.9)
	专业技术人员	34 (17.9)	48 (25.3)	36 (18.9)	11 (5.8)	12 (6.3)	43 (22.6)	6 (3.2)
	企事业一般人员	126 (22.0)	152 (26.6)	84 (14.7)	23 (4.0)	32 (5.6)	128 (22.4)	27 (4.7)
	服务业人员	20 (22.7)	25 (28.4)	14 (15.9)	2 (2.3)	4 (4.5)	17 (19.3)	6 (6.8)
	大中学生	60 (21.4)	73 (26.1)	36 (12.9)	17 (6.1)	15 (5.4)	67 (23.9)	12 (4.3)
	其它	14 (19.2)	18 (24.7)	16 (21.9)	2 (2.7)	3 (4.1)	14 (19.2)	6 (8.2)
学历 ($p=0.963$)	专科以下	47 (20.6)	61 (26.8)	32 (14.0)	16 (7.0)	16 (7.0)	48 (21.1)	8 (3.5)
	大学本科	207 (21.1)	255 (26.0)	151 (15.4)	50 (5.1)	51 (5.2)	216 (22.1)	49 (5.0)
	研究生以上	14 (17.1)	20 (24.4)	13 (15.9)	5 (6.1)	5 (6.1)	21 (25.6)	4 (4.9)

从表 7 可以发现：第一，网民普遍不愿意公开个人信息，不过我们也发现网民相对比较愿意公开的个人信息分别是“性别”、“兴趣爱好”和“年龄”，基本超过 20%，而最不愿意公开的个人信息是“通讯方式”和“工作单位”，均在 10% 以下。第二，经过卡方检验，性别差异对网民个人信息暴露程度有显著影响 ($p<0.01$)。男性和女性在公开“性别”、“职业”和“通讯方式”三项有明显差异，男性比女性更愿意公开“职业”和“通讯方式”，而女性比男性则更愿意公开“性别”。

(五) 个人社会关系、地位与网民个人信息暴露之间的关联性

网民社会关系差异对个人信息暴露的影响结果见下表 8：

表 8 个人社会关系与网民信息公开程度之间的关联性

社会关系类型		年龄/%	性别/%	职业/%	工作单位/%	通讯方式/%	兴趣爱好/%	其他/%
家庭地位 ($p=0.191$)	儿子	64 (20.8)	75 (24.4)	48 (15.6)	21 (6.8)	21 (6.8)	63 (20.5)	16 (5.2)
	父亲	49 (18.8)	70 (26.8)	50 (19.2)	19 (7.3)	12 (4.6)	51 (19.5)	10 (3.8)
	母亲	43 (20.0)	57 (26.5)	38 (17.7)	7 (3.3)	11 (5.1)	49 (22.8)	10 (4.7)
	女儿	111 (22.0)	144 (28.6)	60 (11.9)	16 (3.2)	28 (5.6)	121 (24.0)	24 (4.8)

社会关系类型		年龄/%	性别/%	职业/%	工作单位/%	通讯方式/%	兴趣爱好/%	其他/%
社会地位 ($p=0.499$)	上层	1 (10.0)	2 (20.0)	2 (20.0)	0 (0.0)	1 (10.0)	3 (30.0)	1 (10.0)
	中层	176 (21.0)	198 (23.7)	140 (16.7)	42 (5.0)	48 (5.7)	190 (22.7)	43 (5.1)
	下层	47 (25.8)	53 (29.1)	18 (9.9)	5 (2.7)	12 (6.6)	38 (20.9)	9 (4.9)
	说不清	43 (18.6)	63 (27.3)	36 (15.6)	16 (6.9)	11 (4.8)	54 (23.4)	8 (3.5)

结果显示：第一，两组社会关系属性变量与网民个人信息公开程度之间的关联性，经过卡方检验， P 值均大于 0.05，意味着这些属性内部不同变量之间的差异与网民个人信息公开程度之间不存在显著关联。网民在社会关系中的地位差异对他们在网络社区中处理个人信息是否公开的决策没有决定性影响。第二，同前面检验结果一样，“性别”、“年龄”和“兴趣爱好”是所有社会关系中的网民相对愿意公开的信息，而“工作单位”和“通讯方式”是最不愿意公开的个人信息。

（六）网络社区的使用与网络个人信息暴露之间的关联性

我们对网民网络社区的选择和使用情况同网民在网络社区中个人信息暴露之间的相关性进行了统计和卡方检验（结果见表 9）：

表 9 网络社区的使用与网络个人信息暴露之间的关系

网络使用		年龄/%	性别/%	职业/%	工作单位/%	通讯方式/%	兴趣爱好/%	其他/%
网络社区类型 ($p=1.00$)	即时通讯工具	90 (21.5)	109 (26.1)	67 (16.0)	19 (4.5)	22 (5.3)	95 (22.7)	16 (3.8)
	社交网络	68 (22.1)	76 (24.7)	51 (16.6)	16 (5.2)	18 (5.8)	70 (22.7)	9 (2.9)
	个人日志	55 (21.2)	68 (26.3)	41 (15.8)	13 (5.0)	12 (4.6)	59 (22.8)	11 (4.2)
	论坛或跟帖	57 (21.0)	66 (24.4)	47 (17.3)	15 (5.5)	17 (6.3)	59 (21.8)	10 (3.7)
网络社区使用时间 ($p=0.695$)	3 年以下	21 (20.4)	25 (24.3)	15 (14.6)	6 (5.8)	10 (9.7)	21 (20.4)	5 (4.9)
	4—5 年	77 (19.8)	101 (26.0)	58 (14.9)	24 (6.2)	26 (6.7)	87 (22.4)	16 (4.1)
	6 年以上	170 (21.5)	210 (26.6)	123 (15.6)	33 (4.2)	36 (4.6)	177 (22.4)	40 (5.1)

结果显示：第一，不管是网络社区类型的差异，还是网络社区使用时间的差异，对网络个人信息暴露的程度并没有显著影响，因为卡方检验的 p 值分别是 1.00 和 0.695，都远远高于 0.05。网民们对于选择暴露何种信息实际上同所处的网络社区以及使用网络社区的时间长短并没有显著差异。第二，从网民愿意暴露何种个人信息的比例来看，网民们最愿意暴露的还是“性别”、“兴趣爱好”和“年龄”，最不愿意公开的依然是“工作单位”和“通讯方式”。

五、研究结论与简单讨论

该研究关注的是网络社区中网民个人隐私关注与以网民现实社会结构为核心的网络环境之间的影响关系。我们发现，所谓网络隐私，就是网民对个人信息的一种管理，是网民在与网络环境的互动中，通过对互动对象与互动背景安全性的评估之后所作出对个人信息的一种处理决策。以上研究的主要结论可以总结如下：

第一，在网络社区中，网民普遍不愿意公开“实名、年龄、性别、职业、工作单位、通讯方式、兴趣爱好”等个人信息。问卷星网站的调查告诉我们，不管与网民互动的背景有何差异，他们基本不愿意公开自身的名字与其他信息，愿意公开的比例基本在 20% 以下；在这种环境下，还体现了网民对其网络隐私关注程度的差异，在姓名、性别、年龄、通讯方式、工作单位和居住地等诸多信息中，网民对姓名、工作单

位、电话等信息的公开往往十分谨慎，普遍在 10% 以下，对另外信息的公开相对开放得多，经常在 20% 以上。

第二，通过相关性检验，我们发现职业、社会地位和网络社区类型的差异对网络实名使用具有显著影响。在职业方面，大中学生、商业人士和专业技术人员比企事业单位负责人和办事人员要开放得多，两者相差 10% 以上；就社会地位而言，处于社会下层的网民中有 24% 具有公开意向，处于中层的有 15.8%，而处于社会上层的网民无人愿意；就网络社区类型而言，人人网等社交网络社区中的成员最愿意公开个人实名（达到 41.5%），其次是个人日志和即时通讯工具（分别为 27.5% 和 25.4%），论坛或跟帖的比例最低（14.3%）。

第三，相关性检验结果还显示，性别差异对除实名之外的其他个人信息公开存在着显著影响。男性在“职业”、“工作单位”和“通讯方式”方面暴露的行为意向要比女性强，在其他信息类别上要弱于女性，但是差距均在 10% 之内。

以上三条结论可以用“网络隐私的自我管理模式”来解释。网民对个人网络隐私的关注不是一个机械过程，而是在与网络环境以及其他网民的互动过程中，通过对互动安全性的判断理解后作出的一种心理反应。网民一旦觉得网络互动非常安全，他就不会把个人信息当作个人隐私来处理；相反，如果觉得环境不安全，这些个人信息就会被当作隐私而伪装起来。Altman 把网民是否公开个人信息的决策归于被公开的需求和风险之间的评估，^[19] 实际上还是一种安全性的判断。

在网络社区中，网民愿意公开个人信息的比例都在 20% 以下；而且特别不愿意公开姓名、工作单位、电话等个人信息（普遍在 10% 以下）。根本原因就是觉得网络不如现实社会安全可靠。这种安全的忧虑主要基于网络的匿名性与隐身性特征。网络的注册登记都是在台后进行，哪怕是最严格的实名和真实身份信息的注册网站，还是在后台完成的。网民在网络社区中见到的信息大多是一种匿名信息与虚拟的网民。其网络活动实际上是一个真实的个体与虚拟的网络环境之间的互动。这种互动就会产生一种不真实的心里空虚感；与此同时，网民在一个虚拟环境里的活动与现实活动相比，就会发现拥有更大的自由度，从而会演变为不受约束的放纵^[20]（Suler, J.），从而深深地伤害了互动中的网民个体；与匿名性相伴的是网络活动中互动双方的隐身性。这种隐身性使网民都会对互动的另一方产生一种神秘感和不安感，这种心理反应会使互动者不敢对网络个体真诚相待。在现实环境下人与人见面的方式往往以自报姓名、工作以及电话等方式开始，但是一旦到了网络社区语境中就会发生根本性改变，对自身个人信息出于安全考虑进行隐瞒或虚报的自我管理，而且越是能够影响个人生活与工作的信息，例如工作单位或通讯方式等，网民就越会深深地隐藏起来。

同样道理，职业、社会地位以及网络社区类型的差异对网民个人网络隐私关注的管理具有显著差异也可以从网民对网络互动环境安全性的判断视角来解释。职业与社会地位具有很大的相似性。据统计，职业中为企事业单位负责人和企事业单位一般员工的这些网民中绝大部分自我评价处于社会中上层，他们往往受过良好教育，经济收入稳定，从事的工作体面，因而总体感觉良好；而商业服务业的人员结构复杂，不管是受的教育还是经济收入等，差异都很大，对自身社会地位的评价差异也就很大。自我评价为中上层的往往是商业服务业中的管理人员，而另外那些收入低微，处于社会被支配地位的网民也往往自认为社会下层的成员。自我评价处于社会中上层的网民能够比较清楚地认识到在网络社区中暴露个人网络隐私所带来的生活风险，因而往往会采取比较保守的态度；相反那些处于社会中下层尤其是下层的网民一方面对网络风险的认识不够，另一方面会认为自身的商业价值不高，不值得其他网民关注而无视网络的风险，他们因而比较敢于暴露个人信息。至于网络社区类型的差异对网民网络隐私关注的影响就比较容易解释，人人网中的社区成员一般为同学或朋友，不仅有频繁的网络互动，而且还有现实互动，没有必要隐瞒大量的个人隐私。但是像新闻跟帖中的网民，相互之间并不熟悉，对松散的网络社区自然缺乏安全感，因此也尽量隐

瞒个人隐私。像QQ群之类的即时通讯社区中既有十分熟悉的同学群,也会有不是很熟悉的商业群体,因此成员之间的信任度以及对社区环境的安全感显然无法与人人网相比。正因如此,网络社区类型的差异对网民隐私关注的影响无疑是十分显著的。

综上所述,以上结论与相关解释可以归结为这样一个比较宏观的认识:网民的自我隐私关注虽然同其互动情境密切相关,但是情境的影响大小根本上还需通过网民心理这中介。

参考文献:

- [1] Mason R O. Four ethical issues of the information age. *MIS Quarterly*, 1986, 10 (1): 5-12.
- [2] Culnan M. Consumer awareness of name removal procedures: implications for direct marketing. *Journal of Marketing*, 1995, 9 (2): 10-19.
- [3] 冉妮莉. 青少年网络隐私权及其法律保护 [J]. 江汉大学学报: 社会科学版, 2010 (1).
- [4] 路娟. 网络隐私权的权益范畴及法律保护现状 [J]. 当代传播, 2012 (1).
- [5] Smith H J, Milberg S J, Burke S J. Information Privacy: Measuring Individuals' Concerns about Organizational Practices. *Management Information Systems Quarterly* 1996, 20 (2): 167-196.
- [6] 蒋骁, 季绍波. 网络隐私关注与行为意向影响因素的概念模型 [J]. 科技与管理, 2009 (5).
- [7] Wirtz J, Lwin M, Williams J D. Causes and consequences of consumer online privacy concern. *International Journal of Service Industry Management*, 2007, 18 (4): 326-348.
- [8] Sheehan K B. An Investigation of Gender Difference in On-line Privacy Concerns and Resultant Behaviors', *Journal of Interactive Marketing*, 1999, 13 (4): 24-38.
- [9] Bellman S, Johnson E J, Kobrin S J, Lohse G L. International Differences in Information Privacy Concerns: a Global Survey of Consumers. *The Information Society*, 2004, 20 (5): 313-324.
- [10] Singh T, Hill M E. Consumer Privacy and the Internet in Europe: A View from Germany. *Journal of Consumer Marketing*, 2003, 20 (7): 634-651.
- [11] Hichang Cho, Milagros Rivera-Sánchez and Sun Sun Lim A multinational study on online privacy: global concerns and local responses. *New Media & Society*, 2009, 11: 395-416.
- [12] Tomasz Zukowski, Irwin Brown. Examining the Influence of Demographic Factors on Internet Users' Information Privacy Concerns. *SAICSIT* 2007: 2-3; 2007: 197-204.
- [13] 蒋骁, 仲秋雁, 季绍波. 网络隐私的概念、研究进展及趋势 [J]. 情报科学, 2010 (2).
- [14] Malhotra N K, Kim S S, Agarwal J. Internet users' information privacy concerns (IUIPC): the construct, the scale, and a causal model. *Information Systems Research*, 2004, 15 (4): 336-355.
- [15] Metager M J. Privacy, Trust and Disclosure: Exploring Barrier to Electronic Commerce. *Journal of Computer-mediated Communication*, 2004 (9): 4.
- [16] Catherine Dwyer, Starr Roxanne Hiltz, Katia Passerini. Trust and privacy concern within social networking sites: A comparison of Facebook and MySpace. *Proceedings of the Thirteenth Americas Conference on Information Systems*, Keystone, Colorado August 2007: 9-12.
- [17] [美] 乔治·H·米德. 心灵、自我与社会 [M]. 赵月瑟译. 上海: 上海译文出版社, 2008: 112.
- [18] Pearce W B, Cronen V E. *Communication, Action, and Meaning: The Creation of Social Realities*. New York: Praeger, 1980.
- [19] Altman. Privacy regulation: Culturally universal or culturally specific. *Journal of Social Issues*, 1977, 33 (3): 66-84.
- [20] Suler J. The online disinhibition effect. *CyberPsychology and Behavior*, 2004, 7 (3): 321-326.