

# 社交媒体隐私政策文本研究

## ——基于 Facebook 与微信的对比分析

唐远清 赖星星

**【摘要】**本文运用文本分析法和比较研究法,从“一般项目”“信息的收集与存储”“信息的使用与共享”“用户权利”四个方面,对比分析了 Facebook 与微信隐私政策文本的现状与不足与微信,论述了如何完善社交媒体的隐私政策。作者研究发现,Facebook 与微信的隐私政策均存在不同程度的问题,文章最后提出了社交媒体今后完善隐私政策的建议。

**【关键词】**社交媒体;隐私政策;隐私保护;Facebook;微信

**【中图分类号】**G21 **【文献标识码】**A

中国互联网络信息中心(CNNIC)在2018年1月份发布的第41次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,我国移动互联网网民人数达到7.53亿,占我国网民总数的97.5%。<sup>①</sup>移动互联网快速发展的同时,用户隐私保护问题突出。360联合DCCI《2016年中国Android手机隐私安全报告》的数据让人触目惊心:30.2%的Android手机App越界获取了隐私权限。据360发布的《2017中国手机生态报

告》显示,2016年中国境内活跃的智能手机达23.3亿部,随着智能终端数量和用户隐私数据的急剧增长,个人手机隐私泄露的风险也越来越大。如美国联邦贸易委员会曾指控安卓App“最亮手电筒”未经用户许可出售用户数据。<sup>②</sup>网络环境下,对用户的隐私保护工作主要通过隐私政策来约束网络服务提供商收集个人信息的内容与途径、控制被收集信息的使用方法、掌握被收集信息的使用情况等。<sup>③</sup>因此,隐私

政策的好坏直接影响到用户隐私保护效果。

移动互联网时代用户的绝大部分个人数据产生自社交媒体平台,尤以Facebook与微信为代表。笔者考察发现,Facebook与微信的隐私政策文本差异较大,同时,两者在内容表述形式、展现方式和用户权利等方面均存在不同程度的问题,值得研究。

本文以Facebook与微信的隐私政策文本为研究对象,其中

Facebook 的隐私政策文本为其 2016 年 9 月 29 日修订的“数据使用政策(Data Policy)”<sup>④</sup>, 微信的隐私政策文本为微信平台 2017 年 9 月 14 日发布的“微信隐私保护指引”<sup>⑤</sup>。运用文本分析法和比较研究来对比分析两者的优缺点, 其中对两者的文本分析框架创新性地将“用户权利”内容列入分析主题项目, 主要考虑欧盟《通用数据保护条例》和我国《网络安全法》等涉及网络用户隐私的最新法律法规对“用户权利”的重视。通过实证分析以了解当前主流社交媒体平台隐私保护政策的现状, 为保护网民隐私安全和社交媒体隐私保护文本的制定提供一定的参考和借鉴。

### 一、文本分析框架说明

学界近几年已有不少对网络环境下隐私政策本文研究的成果, 采用的研究方法包括文本分析、内容分析和比较研究等。本研究主要通过文本分析法来分析对比 Facebook 与微信的隐私政策文本, 文本分析框架主要参考 Irene Pollach (2006)、范慧茜 (2016) 和宛玲 (2016) 的研究成果, 分为“一般项目”“信息的收集与存储”“信息的使用与共享”和“用户权利”4 个主题项目, 结合对 Facebook 与微信的隐私政策文本的初步分析结果, 具体分析 23 个

表 1 对 Facebook 与微信的隐私政策文本的初步分析结果

主题项目	子项目
一般项目	1. 隐私政策文本的显示位置 2. 隐私政策文本最近一次更新的日期 3. 隐私政策文本的展现形式 4. 隐私政策文本的表述方式 5. 隐私政策文本是否提供了联系方式
信息的收集与存储	6. 收集了什么信息 7. 对个人信息是否有分级 8. 信息收集的目的是什么 9. 是否说明信息如何存储和处理 10. 是否有 cookie 的相关说明 11. 是否有未成年人隐私保护说明 12. 是否从第三方收集个人信息
信息的使用与共享	13. 如何使用信息 14. 是否向第三方提供/分享数据 15. 是否同附属机构共享数据 16. 是否说明他们将不会出售数据 17. 是否说明保证信息安全 18. 是否有其他特殊情况对个人信息的使用说明
用户权利	19. 是否说明对业务政策变更、信息泄露等能让用户知情 20. 相关个人信息使用是否说明征得用户明示同意 21. 用户是否有被遗忘权(删除权) 22. 用户是否有数据可携权 23. 是否说明了用户如何访问、修改、删除个人信息

子项目内容(见表1)。

## 二、Facebook 与微信的隐私政策文本比较

### (一)一般项目

#### 1. 关于隐私政策文本的链接位置与内容更新

在 Facebook 与微信的主网页上,均能在网页底部栏看到隐私政策文本的链接。在移动端,微信手机 App 中需要点击 4 步才能看到“微信隐私保护指引”的链接,而 Facebook 手机 App 则需要 3 步可以看到“数据使用政策”的链接。在隐私政策内容更新方面,Facebook 与微信的更新日期均在近一两年内,符合快速发展的互联网行业对用户隐私保护的强烈需求。

#### 2. 关于隐私政策文本的展现形式

Facebook 的“数据使用政策”文本与微信的“微信隐私保护指引”文本对比可以发现:Facebook 隐私政策文本的超链接多文本形式,明显比微信的单文本隐私政策在内容上更加专业和全面。Facebook 的“数据使用政策”中有许多超链接,用于进一步了解相关信息内容,如“隐私基本信息(Privacy Basics)”超链接用于进一步了解 Facebook 如何处理隐私的信息,“Cookie 政策(Cookie Policy)”超链接用于进一步了解 Facebook 的 Cookie 政策等;微信隐私政策文本则属于无超链接的单文本形式,用户只能通过单个文本了解微信隐私政策内容。一定程度上显示出微信对隐私政策

的“不够重视”。

#### 3. 关于隐私政策文本的表述方式

通过对比 Facebook 与微信隐私政策文本的表述方式,可以发现以下区别:

(1)从用户角度来看,微信隐私政策专业术语较少,用户易懂,且其为用户提供了“简版”和“详细版”隐私政策文本,以方便用户查阅。Facebook 只提供了“详细版”隐私政策文本,其存在不少专业术语,虽然其文本中有相关超链接用于帮助用户理解相关专业内容,但如要全面读懂 Facebook 的“数据使用政策”,用户就需要具备一定的专业背景知识。

(2)从政策专业角度来看,微信隐私政策明显不如 Facebook 的隐私政策专业和全面。如 Facebook 的“数据使用政策”页面中显示 Facebook 已经通过美国商务部获得了“欧盟-美国隐私盾框架和瑞士-美国隐私盾框架(EU-U.S. Privacy Shield Framework and the Swiss-U.S. Privacy Shield Framework)”的认证,并详细介绍了 Facebook 在不同业务领域遵守的“隐私盾原则(Privacy Shield Principles)”。因此,Facebook“数据使用政策”看起来更像是“具有法律法规依据”的隐私政策,而用户往往更信任看起来专业的政策文本。

#### 4. 关于联系方式的说明

Facebook 与微信的隐私政策文本中都有关于“联系方式”的内容

说明,两者都提供了包括“在线联系方式”和“寄信地址”来让用户能够联系上该平台方。在用户就相关问题和建议进行回应与解答方面,微信表示“我们将尽快审核所涉问题,并在验证你的身份后的 30 天内予以回复。”而 Facebook 的隐私政策中没有相关说明。

### (二)信息的收集与存储

#### 1. 关于收集信息

首先,Facebook 与微信均有收集第一方信息(此处指 Facebook 与微信)和第三方信息,而且 Facebook 对所收集的信息说明详尽。在表述所收集的第三方信息方面,Facebook 表示会收集包括“来自使用我们服务的网站和应用的信息(Information from websites and apps that use our Services)”“来自第三方合作伙伴的信息(Information from third-party partners)”以及“Facebook 旗下公司(Facebook companies)”的信息,微信则表示“无法获得用户在第三方服务时所产生的信息”“目前不会主动从第三方获取用户的信息”,除非“征得用户的明示同意”。

其次,关于“信息的收集”整体语言逻辑表述方面,Facebook 的隐私政策不如微信的隐私政策表述严谨。“微信隐私保护指引”是基于相关服务功能来收集相关个人信息的逻辑来表述“收集的信息”的,并告知用户“收集信息的使用目的”和“不提供该信息会有什么后果”两个用户非常想了解的关键信息,以便

用户做出选择。而Facebook的“数据使用政策”关于收集“什么样信息”的内容表述得非常详细,但并没有具体告知用户为什么要收集这些信息,只是简单表述为“我们将根据您的服务从您那里收集不同的信息或关于您的信息(Depending on which Services you use, we collect different kinds of information from or about you)”。显然微信的表述比Facebook的表述更加严谨和让用户信服。

另外,微信在表述“我们收集的信息”时,对信息进行了初步分级,对属于敏感信息的信息在隐私政策文本做出了明示说明,让用户知晓个人信息的敏感度,方便用户理解和做出自己的选择。相比微信,Facebook隐私政策文本中只对“公开信息(Public information)”做了定义,在“我们收集哪些信息(What kinds of information do we collect)?”部分并没有对信息加以区分,而是让用户自己理解相关信息的重要性。

## 2. 关于存储与处理信息

Facebook与微信的隐私政策文本均对“信息存储与处理”有说明,两者对“信息的存储”均是基于实现服务目的的考虑,当用户删除社交媒体帐户后,平台将会删除“相应的信息”。其中Facebook在说明“删除或停用账户(Deactivating or deleting your account)”时,可以点击超链接了解相关详情,并且说明了“用户在别人的账户中留下的相

关信息将不会被删除(Others have shared about you is not part of your account and will not be deleted when you delete your account)”,是对“被遗忘权”的明示回应。在说明“信息存储地点”时,微信说明根据“相关法律法规”,将收集的信息存储于中国境内;Facebook有类似声明,并且会取得用户的同意。

## 3. 关于Cookie及类似技术的说明

Facebook在其“Cookie政策”中这样解释Cookie及类似技术:“Cookie是用于在网页浏览器上存储信息的一小段文本,它能用于在电脑、手机和其他设备上存储和接受标识符和其他信息,其他技术也用于类似目的,统称为Cookie(Cookies are used to store and receive identifiers and other information on computers, phones, and other devices. Other technologies, including data we store on your web browser or device, identifiers associated with your device, and other software, are used for similar purposes)。”<sup>⑥</sup>微信虽然最初诞生于移动互联网,属于移动应用程序,但后来的微信网页版、微信公众号、朋友圈广告等,都有信息存储技术的需求,而在“微信隐私保护指引”中却找不到与Cookie类似信息存储技术的说明。但Facebook隐私政策文本中,有“Cookie政策”的超链接,专门对“Cookie和其他存储技

术”进行了详细说明。相比而言,没有有关“Cookie及类似技术”的说明,是微信隐私政策文本的一大不足之处。

## 4. 关于未成年人隐私保护

比较Facebook与微信不难发现,虽然他们都有相关“未成年人保护”的内容文本,但是都没有对未成年人个人信息做具体有效保护的说明,只停留在“表层”的表述。截至2017年12月,我国10-19岁网民数量占比达到22.9%,占总网民数量的四分之一之多。在移动互联网领域,手机即时通信用户7.2亿。<sup>⑦</sup>而近年来我国中有近八成的网站隐私保护政策中未声明会保护未成年人的信息隐私安全<sup>⑧</sup>,因此,未成年人个人信息保护在社交媒体的隐私政策中应该得到应有的重视和切实可行的说明。

## (三)信息的使用与共享

### 1. 关于使用信息

Facebook与微信对使用信息的表述内容基本一致,均表示使用收集的信息是用于提供、优化、开发服务和保障个人信息安全。关于他们是否会将收集的信息用于收集使用目的之外的其他用途,微信隐私政策明确表示假如对“使用的信息超出了收集信息时所声称的目的及具有直接或合理关联的范围”,将征得用户的“明示同意”,Facebook在其隐私政策文本中则没有谈及。

### 2. 关于分享或提供信息

Facebook隐私政策文本中有



关分享或提供信息的内容详实全面,但其在“与第三方合作伙伴和客户分享(Sharing within Facebook companies)”的表述,恐怕会让用户感到“担心”和“恐慌”,如其表示:“我们将信息发送给在全球范围内支持我们业务的供应商、服务提供商和其他合作伙伴(We transfer information to vendors, service providers, and other partners who globally support our business)”,却并没有说明会将什么样的信息发送给那些“供应商、服务提供商和其他合作伙伴”,也没有说明发送相关用户信息需要征得用户的同意或明示同意。比较而言,微信用户在这方面的担心就会少很多,因为微信的隐私政策中明确表示:“不会主动共享、转让或公开披露你的个人信息,除非征得你的明示同意”。

### 3. 关于保证信息安全

隐私政策文本中对“信息安全的保证”,能让用户理解和信任平台方对用户信息收集与使用的目的,减少用户的隐私顾虑,是隐私政策中必不可少的内容。Facebook与微信的隐私政策文本中均有对“信息安全保证”的说明,两者均表示会“建立相关团队和采用加密等先进技术来保障信息的安全”。Facebook还在“用户安全主页”(Facebook Safety Page)提供了“安全易用的安全工具”,来为用户帐户提供额外的安全保障;微信隐私政策表示“在信息安全方面已经达到了

ISO27001、国际信息安全管理体系等国际权威认证标准的要求,并已获得了相应的认证”,以及“发生个人信息泄露等安全事件时,会告知用户,并启动应急预案”,以此向用户保证信息的安全。

#### (四) 用户权利

用户作为社交媒体的数据生产者,享有的权利应当和承担的义务相辅相成。即将在2018年5月生效的欧盟《一般数据保护条例》(General Data Protection Regulation, GDPR),无论对Facebook还是要走向世界微信,都将对其隐私政策的制定和实施产生巨大影响。GDPR要求用户同意必须明确表述为“对同意事项的明示而非默认”,即“明示同意”,还要求用户享有被遗忘权或删除权,享有数据可携权,网站或信息服务提供商有个人信息泄漏通知等义务。<sup>⑨</sup>

#### 1. 关于用户知情与明示同意

对比Facebook与微信隐私政策文本有关“用户知情与明示同意”的内容,发现微信能够做到包括收集与使用个人信息、个人信息泄漏通知、重大业务变更、政策协议变更等信息的告知,对用户信息的收集与使用、对外提供等明确说明会征得用户的“明示同意”;Facebook在这方面做得并不好,在其“数据使用政策”中,仅在“政策变更”中表述了用户知情,在Facebook所有权或控制权发生变更后,其表示“我们可能会将您的信息转移给新的所有者(We may

transfer your information to the new owner)”,但没有表述会把这一变更通知给用户。此外,Facebook隐私政策文本中没有关于“用户明示同意”的表述,只是表述为“会取得您的同意(Obtain your consent)”,不符合GDPR有关“明示同意”的要求。

#### 2. 关于被遗忘权或删除权

被遗忘权或称删除权,主要是指用户有权“撤回”之前在互联网中相关个人信息,或者对他人在互联网上发布有关自己的信息有异议时,应该允许其删除这些信息。<sup>⑩</sup> Facebook隐私政策文本在“停用或删除账户(Deactivating or deleting your account)”中有相关的说明,但其明确表示“别人分享的与您相关的信息不是您账户信息的一部分,因此当您删除账户时这些信息不会被删除(Information that others have shared about you is not part of your account and will not be deleted when you delete your account)。”界定了用户可删除信息的内容边界。微信隐私政策中则没有提到有关被遗忘权的明确内容,但在“你的权利”条目中表示“提供了相应的操作设置,可以让你更加便捷地访问、更正、删除你的个人信息”,其中有“删除个人信息”操作的设置,明确说明了用户如何删除相关信息的操作流程。

#### 3. 关于数据可携权

数据可携权是指数据主体有权“携带”其自己的数据,或自己能下

载个人数据副本,或将个人数据传输给第三方服务平台。虽然数据可携权还未生效,但已有相关大型互联网公司在这方面进行尝试,如谷歌于2011年就推出了Google Takeout服务,用户可选择Google+设置里的“数据自由”(Data Liberation)选项,下载自己所有的档案数据,信息流数据,Buzz数据,圈子和联系人等数据。<sup>⑩</sup>Facebook隐私政策中有明确规定用户可以通过超链接为“下载你的信息工具(Download Your Information Tool)”下载用户的Facebook账户相关的信息。微信则没有相关数据可携权的说明。

### 三、社交媒体完善隐私政策的建议

欧美在互联网行业自律方面,一直以来都走在世界前列,Facebook在其隐私政策网站上也明示已经通过美国商务部获得了“欧盟-美国隐私盾框架和瑞士-美国隐私盾框架”的认证,表明其在保护用户隐私权方面具有一定的自律。但通过对隐私政策文本的深入分析,发现Facebook隐私政策还存在一些漏洞,如其在“与第三方合作伙伴和客户分享(Sharing With Third-Party Partners and Customers)”所谓的“以便我们的公司能正常运转以及为世界各地的用户提供免费服务(Makes it possible to operate our companies and provide free services to people)”,其实是以牺牲用户

个人隐私为前提的,其隐私政策中还有诸多借以“提供并支持我们的服务(Provide and support our Services)”为名,而不顾用户个人隐私的说明。

微信隐私政策同样存在诸多问题,如没有关于Cookie及类似信息存储技术的说明,没有关于数据可携权的说明等。Facebook与微信在未成年人保护方面都存在没有说明对未成年人个人信息保护的问题。综合上述分析对比结果,笔者提出以下几点社交媒体完善隐私政策的建议,以供相关机构借鉴参考。

#### (一)隐私政策内容应该专业全面

随着互联网行业的快速发展,各种新型信息技术被应用于社交媒体平台和各类网站,为了保护用户的个人隐私安全,国际上各组织机构也在加快对有关用户隐私权保护内容的制定,如2013年经济合作与发展组织修订的隐私保护准则<sup>⑪</sup>、2015年12月欧盟通过的《一般数据保护条例》(GDPR)以及我国2016年11月通过的《网络安全法》等。而作为与用户日常生活最为贴近的社交媒体,应该适时根据相关法律法规和隐私准则,及时修订和增加相关内容,以体现其隐私政策的专业性和全面性,减少用户的隐私顾虑,提升其社会信誉。首先,即将于2018年5月实施的GDPR中的“被遗忘权”“数据可携权”“个人信息泄露通知”,以及我国2017年6月实施的《网络安全法》中的“明示

同意”等新内容,都应该及时添加到社交媒体平台的隐私政策内容当中。其次,“未成年人个人信息保护”的相关内容应该被写进隐私政策当中,作为对未成年人隐私保护的保证。此外,“用户的权利”应当作为一个独立条款内容,写进社交媒体隐私政策中,以体现其对用户权益的重视,以平衡社交媒体隐私政策中用户权利与义务的关系。

#### (二)隐私政策应该从用户角度来表述

社交媒体的隐私政策作为一种行业自律行为下发布的用于减少用户隐私顾虑的行政性条文,它的阅读目标群体是一群具有不同认知水平的社交媒体用户,隐私政策文本要达到减少用户隐私顾虑的目的,其首要任务是尽量让不同认知水平的社交媒体用户读懂其隐私政策内容。因此,社交媒体的隐私政策文本需要以深入显出的语言去表述相关专业化的内容,尽量少使用专业术语,或者对专业术语配有相关超链接进行解释。另外,社交媒体平台方不应该以自身业务需求为由,“简单粗暴”地告向用户说明“我们”(社交媒体平台方)如何“收集信息、使用与分享信息”等内容,而应当尽量从用户的角度来表述隐私政策,告知用户如何“控制”自己的相关信息,以达到减少用户隐私顾虑的目的。如Facebook的“数据使用政策”,对内容的表述大量是从自身业务需求出发,仅仅围绕自身的相关业务需要用户的何种信息来表述相关内

容,没有告诉用户如何“控制”自己的信息,假如用户不提供相关信息会有什么后果等内容,这样恐怕只能让用户感觉到Facebook没有设身处地地为他们考虑,并没有很好地关注用户的隐私问题,让隐私政策失去了其本来应有的作用。

(三)隐私政策应该有多样的展现形式

从Facebook与微信两大社交媒体平台的隐私政策文本可以看出,隐私政策的内容纷繁复杂,有些用户会由于内容专业性过强、内容文本生硬等因素“望而怯步”,导致隐私政策的用户触达率受阻。为解决这个问题,Facebook隐私政策网页提供了“互动工具”“隐私基本信息”等与用户的交互网页,用于解释相关用户隐私问题,让有关专业性较强的隐私问题变得深入显出,生动有趣。因此,为了使用户能更加容易地了解到社交媒体的隐私政策内容,社交媒体平台应该进一步采用网页、动画、视频等多样化的展现形式。

(四)隐私政策的实施应该有效监督

要保障隐私政策有效的实施执行,要从三个层面进行有效监督:其一,用户自身要加强个人隐私保护意识,遇到有关个人隐私侵犯的情况应当通过各种渠道进行揭发或投诉,起到对社交媒体平台隐私政策实施的监督作用;其二,互联网企业内部应配有相关制度和人员组织,来保证隐私政策的良好实施;其三,

互联网行业自律组织应该加强对隐私政策实施效果的监督,逐步规范社交媒体平台的隐私准则,使社交媒体的隐私政策能够“与时俱进”,真正保护用户的隐私,减少用户隐私顾虑。

[本文是唐远清教授主持的2017年北京市社科基金研究基地重点项目《融合背景下北京主流媒体舆论引导能力建设研究》(课题号:17JDXCA001)的成果]

(唐远清:中国传媒大学新闻学院教授、博士生导师;赖星星:中国传媒大学互联网信息研究院硕士生)

#### 注释:

①CNNIC:第41次《中国互联网络发展状况统计报告》,中国互联网络信息中心,<http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwxbg/hlwjbg/201803/P020180305409870339136.pdf>

②360安全播报:《2017中国手机生态报告》,360互联网安全中心,<http://zt.360.cn/dl.php?filename=2017%E4%B8%AD%E5%9B%BD%E6%89%8B%E6%9C%BA%E5%AE%89%E5%85%A8%E7%94%9F%E6%80%81%E6%8A%A5%E5%91%8A.pdf>

③刘百灵、万璐璐、李延晖:《网络环境下基于隐私政策的隐私保护研究综述》[J],《情报理论与实践》,2016年第39(09)期,第134-139页。

④截至2018年4月1日,Facebook官网对外公布的隐私政策(Data Policy)为2016年9月29日修订版本,来源于[https://www.facebook.com/full\\_data\\_use\\_policy](https://www.facebook.com/full_data_use_policy).

[facebook.com/full\\_data\\_use\\_policy](https://www.facebook.com/full_data_use_policy).

⑤截至2018年4月1日,微信官网对外公布的隐私政策(微信隐私保护指引)为2017年8月22日修订版本,来源于[https://weixin.qq.com/cgi-bin/readtemplate?lang=zh\\_CN&t=wxin\\_agreement&s=privacy](https://weixin.qq.com/cgi-bin/readtemplate?lang=zh_CN&t=wxin_agreement&s=privacy).

⑥Facebook Privacy, Data Privacy, FACEBOOK.[www.facebook.com/data-privacy](http://www.facebook.com/data-privacy),2017/12/2.

⑦CNNIC:第41次《中国互联网络发展状况统计报告》,中国互联网络信息中心,<http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwxbg/hlwjbg/201803/P020180305409870339136.pdf>.

⑧申琦:《我国网站隐私保护政策研究:基于49家网站的内容分析》[J],《新闻大学》,2015年第4期,第43-50页。

⑨GDPR. General Data Protection Regulation.Regulation (Eu) 2016/...Of The European Parliament And Of The Council.<http://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-5419-2016-INIT/en/pdf>.

⑩李兵、展江:《美国和欧盟对网络空间“被遗忘权”的不同态度》[J],《新闻记者》,2016年第12期,第63-70页。

⑪张哲:《探微与启示:欧盟个人数据保护法上的数据可携权研究》[J],《广西政法管理干部学院学报》2016年,第31(06)期,第43-48页。

⑫OECD.TheOecd Privacy Framework. Organisation For Economic Co-Operation And Development. [http://www.oecd.org/sti/ieconomy/oecd\\_privacy\\_framework.pdf](http://www.oecd.org/sti/ieconomy/oecd_privacy_framework.pdf)