

# 七家网站隐私声明的文本分析与比较研究

徐敬宏 赵珈艺 程雪梅 雷杰淇

## 摘要

通过对七家网站隐私声明的更新提示、信息收集与存储、信息使用与共享、用户权利和儿童隐私保护等五个方面进行文本分析,发现当前网站隐私声明的总体框架与十年前相比略为全面,但具体内容仍流于形式;部分网站对隐私声明仍然不太重视,隐私声明中仍然存在明显错误;各网站利用隐私声明积极地保护自身权利且并没有详细地对用户权利进行说明。

## 关键词

网站、隐私声明、文本分析、比较研究

## 作者简介

徐敬宏,北京师范大学新闻传播学院教授、博士生导师、北京师范大学新媒体传播研究中心副主任;南京体育学院奥林匹克学院兼职教授。电邮: xujinghong@bnu.edu.cn。

赵珈艺,北京邮电大学数字媒体与设计艺术学院硕士研究生。电邮: 258123635@qq.com。

程雪梅,北京师范大学新闻传播学院硕士研究生。电邮: 807752681@qq.com。

雷杰淇,通讯作者,北京邮电大学民族教育学院讲师。电邮: lejieqi@bupt.edu.cn。

本文属于国家社科基金一般项目“社交网络中的隐私侵权问题研究”(11BXW042)和国家社科基金重大“中国参与网络空间国际规则制定研究”项目(16ZDA074)阶段性成果,并受北京师范大学青年教师基金项目资助(310422105)。

## Text Analysis and Comparative Study of Seven Websites' Privacy Policies

XU Jinghong, ZHAO Jiayi, CHENG Xuemei, LEI Jieqi

## Abstract

The paper analyzes the privacy policies of seven websites in the following five levels, the place and the title of the privacy policy, the information collecting and storing, the information

using and sharing, users' rights, and juveniles' privacy protecting, we find to find that the framework and content of privacy policy now is better than that of 10 years ago but the details are still quite superficial and that some websites pay little or no attention to the privacy policy with some obvious mistakes in it. Websites use the privacy policy to protect their own benefits instead of their users' rights.

### Keywords

Websites, Privacy Policy, Text Analysis, Comparative Study

### Authors

Xu Jinghong is a professor at the School of Journalism and Communication and Deputy Director of New Media Research Center, Beijing Normal University. He is also an adjunct professor at the Olympic College of Nanjing Sport Institute. Email: xujinghong@bnu.edu.cn.

Zhao Jiayi is a postgraduate student at the School of Digital Media and Design Art, Beijing University of Posts and Communications. Email: 258123635@qq.com.

Cheng Xuemei is a postgraduate student at the School of Journalism and Communication, Beijing Normal University. Email: 807752681@qq.com.

Lei Jieqi is the corresponding author and a lecture at School of Ethnic Minority Education, Beijing University of Posts and Telecommunications. Email: leijieqi@bupt.edu.cn.

This paper was jointly supported by three research projects (Grant Nos.11BXW042, 16ZDA074, and 310422105).

## 一、引言

层出不穷的互联网新技术和新应用,在满足用户各种需求的同时也威胁着用户的个人信息安全和隐私权。由360网络攻防实验室整理发布的《2016年中国网站安全报告》<sup>1</sup>显示,2016年共有1720个漏洞可能造成网上的个人信息泄露,涉及漏洞网站1382个,可能或已造成泄露的个人信息量高达50亿余条。中华人民共和国工业和信息化部网站公布的《2016中国网民权益保护调查报告》<sup>2</sup>显示,54%的网民认为个人信息泄露情况严重,84%的网民曾亲身感受到由于个人信息泄露带来的不良影响,我国网民因垃圾信息、诈骗信息、个人信息泄露等遭受的经济损失高达915亿元。

在法律方面,我国已经出台了一系列法律法规对各类网络用户的个人信息进行保护。比如,2000年出台的《互联网电子公告服务管理规定》第十二条规定“电子公告服务提供者应当对上网用户的个人信息保密,未经上网用户同意,不得向他人泄露,但法律另有规定的除外。”<sup>3</sup>2012年12月施行的《全国人民代表大会常务委员

会关于加强网络信息保护的决定》中也明确了对公民个人电子信息的保护。2014年3月15日实施的新修订《消费者权益保护法》和国家工商管理总局于2014年2月13日发布的《网络交易管理办法》，都对网络环境下的消费者个人信息使用做了明确规定。2016年11月7日表决通过的《网络安全法》也明确加强了对个人信息的保护及对网络诈骗的打击力度。

在网络隐私的行业自律保护方面，有研究指出，我国有关网络隐私权保护的行业自律，主要表现在两个层面：一是整个互联网行业的自律；二是各个网站及其从业者的自律（徐敬宏，2009）。其中，整个互联网行业的自律主要体现在《中国互联网行业自律公约》和《中国电子商务诚信公约》等公约的制定和出台上，各个网站及其从业者的自律则主要体现在各互联网企业（及其网站）对相关公约的遵守以及其他相关的自律措施上。

我国互联网行业出台了一系列的自律公约和规章来保护用户的个人信息和隐私权。比如2002年颁布的《中国互联网行业自律公约》第八条规定，“自觉维护消费者的合法权益，保守用户信息秘密；不利用用户提供的信息从事任何与向用户作出的承诺无关的活动，不利用技术或其他优势侵犯消费者或用户的合法权益。”<sup>4</sup>2004年出台的《中国电子商务诚信联盟公约》共有八大条款，其中第二条就是关于消费者隐私权保护的。该条款规定：“加强消费者隐私权管理，确保消费者各种信息和资料得到安全保护。”<sup>5</sup>中国互联网协会2012年发布的《互联网搜索引擎服务自律公约》第十条规定：“搜索引擎服务提供者有义务协助保护用户隐私和个人信息安全，收到权利人符合法律规定的通知后，应及时删除、断开侵权内容链接。”<sup>6</sup>2013中国互联网协会发布的《互联网终端安全服务自律公约》，第十一条明确规定保证用户享有知情权，“收集、使用和保存用户个人信息时，应当明确告知用户”。2014年3月发布并实施的《中国互联网定向广告用户信息保护行业框架标准》，是在相关国家法律法规的基础上，在全行业的积极参与下，通过自律方式，主动将定向广告用户个人信息的合法使用与违法界限界定清晰的行业标准。<sup>8</sup>也正是在相关行业自律规则频出的背景下，2015年有研究指出，近年来我国网络隐私保护的整个行业自律呈不断完善、不断进步的趋势（申琦，2015）。

网络的隐私声明可以看成是一种比较重要的行业自律形式，对网站和用户而言，都有着重要的意义。一方面，网站隐私政策是网站行业自律的表现，有利于规范网站行为，保护用户隐私。而另一方面，对用户而言，网站隐私声明可以在用户上网的过程中给予一定指导，有利于用户了解个人权利并保护个人隐私。因而，对

网站的隐私声明进行研究具有重要的意义,能够使网站完善自己的隐私声明,增强用户信心并最终有利于整个互联网行业。限于篇幅,本文仅仅聚焦七家网站的隐私声明情况。我们主要对这七家网站的隐私声明进行文本分析并与十年前的相关情况进行比较。需要指出的是,文中的隐私声明,也有些网站叫隐私政策或隐私保护等等。另外,尽管个人隐私、个人信息、个人数据、个人资料等概念存在一定的差别,但详尽辨析这些概念的异同不是本文的重点。而考虑到这些概念有相当的重叠性,许多相关的研究又将这些概念混用的实际情况,本文也暂时将这些概念视为同一概念。

## 二、文献综述及研究意义

### (一) 文献综述

有关网络隐私保护的中外文献十分庞杂,我们根据需要,仅从三个方面进行简单且必要的文献综述:一是从宏观层面探讨网络隐私权的保护模式的文献;二是从中观层面探讨网络隐私权行业自律保护的文献;三是从微观层面探讨网站的隐私声明的文献。

目前,各国都已意识到网络隐私权保护问题的重要性,并根据各自的文化传统和现实情况,形成了不同的网络隐私保护模式。戴安娜·P·米歇尔菲尔德(Diane P. Michelfelder, 2001)认为,保护网络空间信息隐私主要有三种模式:一是技术保护;二是自律保护;三是法律保护。更为普遍的观点则认为网络隐私保护的模式主要有两种(Detlev Zwick & Nikhilesh Dholakia, 2001; 刘焕成, 2003):以美国为代表的行业自律为主导的模式和以欧盟为代表的法律规制为主导的模式(张秀兰, 2006: 113-128)。分别针对欧洲或者美国两种网络隐私保护模式进行研究的比较多(周汉华, 2006; 徐敬宏, 2008a; 齐爱民, 2009; 徐敬宏, 2009),有些研究还相当深入,比如托马斯·B·诺顿(Thomas B. Norton, 2016)指出,美国的网络隐私保护模式是告知与选择模式(Notice and Choice Model),属于网络行业自律保护的方式。另外,也有学者认为日本等国家是一种综合了美国和欧盟模式的综合保护模式(郎庆斌, 2012; 李丹丹, 2015),还有学者建议中国应采用这种综合保护模式(赵秋雁, 2005; 徐敬宏, 2010)。

网络隐私权的行业自律保护在网络隐私权保护体系中至关重要。美国是实行网络隐私权行业自律保护为主导的典型代表,也有学者称之为指导性立法主义(赵秋雁, 2005)。美国网络隐私权行业自律保护最具特色的形式主要包括四

个方面的内容（徐敬宏，2010：172-179）：一、建议性的行业指引（Suggestive Industry Guidelines）（张秀兰，2006：120-121），由网络隐私保护自律组织制定，成员则承诺遵守保护网络隐私权指导原则。二、网络隐私认证计划（Online Privacy Seal Program）（Culnan, 2000），典型代表是电子信任组织(TRUSTe)和商业促进局在线组织(BBBonline)，要求那些被许可在其网站上张贴其隐私认证标志的网站，必须遵守在线隐私收集规则，并服从多种形式的监督和管理。三、技术保护（technological protection or technological solutions）(WOO, 2006)，主要是指研发和利用各种相关技术来保护网络隐私，典型代表是由万维网联盟(W3C, World Wide Web Consortium)2000年开发的个人隐私选择平台（Personal Privacy Preference Platform, P3P）<sup>10</sup>。其工作流程如下：首先，网站在隐私声明中确定一些关键性问题，包括收集用户信息的人是谁，将收集什么样的用户信息，收集用户信息的目的是什么，谁可以接触到所收集的用户信息，发生纠纷如何解决等问题。其次，网站用户确定自己的隐私偏好，包括是否访问那些跟踪并储存你在网站上浏览哪些信息的网站，是否访问那些在你的电脑上安装“小甜饼”程序（Cookie）以便下次你再访问时识别你的网站等。最后，当用户访问某网站时，P3P软件将同用户的浏览器程序同时运行，每个受访网站都会发送协议给用户。如果某网站的信息收集行为同用户在P3P中设定的标准一致，则用户可以毫无障碍地访问该网站；如果不一致，P3P软件会通过对话框提醒用户，让用户做出决定是否要访问该网站。越来越多的网站采用了个人隐私选择平台，让用户在访问网站时对自己的个人信息有更多的选择权（Berendt, Preibusch & Teltzrow, 2008；徐敬宏，2008a）。四、设置首席隐私官（Chief Privacy Officer, CPO），是近些年来一些互联网公司或机构出现的一种新趋势。首席隐私官是一种高级管理职位，源自欧盟隐私保护法律中设置的隐私官员（Privacy Officer），主要职责是通过制定公司的隐私政策并确保公司遵守相关的隐私法律和规定，来保护网络消费者的隐私权（Sipior & Ward, 2002）。他们往往与首席技术官（Chief Technology Officer, CTO）密切合作（Purcell, 2000）。目前，越来越多的大公司都设置了首席隐私官，专门负责与用户隐私相关的业务。一些政府机关甚至也设立了类似职位（Shin, 2013）。

网站主动在首页显著位置张贴隐私声明，属于互联网企业践行行业自律保护网民隐私的主要措施之一。1998年3月，美国联邦贸易委员会（Federal Trade Commission, FTC）的调查发现，在1400家被调研的网站中，超过90%的网站都在收集用户的个人信息。674家商业网站中，仅有14%的商业网站告知其用户自己的

某种信息收集行为,仅有2%的商业网站提供了较为系统的隐私声明(Miyazaki & Fernandez, 2000)。此后,国内外有关隐私声明的研究日益增多(Johnson-Page, & Thatcher, 2001; Liu & Arnett, 2002; Ryker et al, 2002; Miyazaki & Krishnamurthy, 2002; O' Connor, 2003; Pollach, 2006; 谈咏梅、钱小平, 2006; Fernback & Papacharissi, 2007; 徐敬宏, 2008b; 周涛, 2009)。乔治·米尔恩和玛丽·库尔兰(Milne & Culnan, 2002)指出,虽然公司网站张贴隐私声明并不能保证该公司一定会保护公司网站用户的隐私,但是公司网站不张贴隐私声明却能反映其不能很好地保护用户的隐私。迈克·马克尔(Mike Markel, 2005)研究发现,一些美国公司一方面希望通过从其网站访问者那里收集个人信息获利,但又担心此举既可能招致其网站访问者疏离,又可能导致自己遭到美国官方以及欧洲和加拿大数据保护当局的商业制裁。这一窘境体现在这些公司网站的隐私声明中。它们网站的隐私声明充斥着误导性和欺骗性的措辞,以掩饰公司的隐私政策与希冀打造的形象之间的差距。托马斯·B·诺顿(Thomas B. Norton, 2016)指出,在美国“告知与选择”保护模式下,网站通过隐私声明向其用户说明服务信息及隐私实践,而用户则可根据这些信息,选择是否享用某项在线服务以及选择是否采用保护自己隐私的措施。

## (二) 研究意义

在定量研究风气日盛的当下,我们坚持进行如此小样本的定性文本分析,主要是基于如下理由(亦即本文的研究意义):

1. 不管数据的收集方法是怎样的,样本代表性比大样本更为重要。网站成千上万,其分类方法也可以有多种多样,网站隐私声明也同样如此。如何通过少量有代表性的样本,较为准确地反映出整体情况,才是更为关键性的问题。我们试图在这一方面进行努力,尽管不一定很成功。

2. 隐私声明考察标准的简约、全面与系统十分重要。如前所述,尽管目前关于网站隐私声明研究的中外文献不少,但基本上都未将“用户权利”和“儿童隐私保护”两项重要的隐私声明内容突显出来进行考察。

在隐私权以行业自律保护为主的美国,隐私在线联盟(OPA, Online Privacy Alliances)对网站隐私声明(或隐私政策)有着比较明确的规定,<sup>9</sup>包括资料收集的通知(Notice of Data Collection)、信息披露的政策(Disclosure of Policies)、资料收集的目的(Purposes of Collection)、同意收集数据(Consent to Collect Data)、所收集的数据的安全(Security of Collected Data)、用户对数据的访问(User Access to Data)等内容。其中明确指出了用户对数据进行访问的权利。因此,我们认为,用户对其数据进行

访问等内容属于用户的重要权利，也应作为我们对网站隐私声明进行考察的一项重要内容。

另外，早在1998年，美国就通过了《儿童网上隐私保护法》（the Children's Online Privacy Protection Act, COPPA），来保护儿童的网络隐私权。该法通过让网站的个人信息收集实践透明，来帮助儿童的父母（他们被认为是监督儿童互联网使用的首要责任人），主要方法则是通过在网站上张贴隐私声明（Steeves & Webster, 2008）。该法尽管是美国法律，但美国联邦贸易委员会明确规定，该法也适用于外国网站——如果这些外国网站面向的是美国儿童或者明确地收集美国儿童的个人信息（Landy, 2008）。特别是欧盟于2016年4月27日通过的《欧盟数据保护通用条例》（the General Data Protection Regulation, GDPR），凸显了父母同意在保护儿童网络隐私权方面的重要作用。该条例首次规定，只有在父母同意后，网络服务商才可以处理16岁以下儿童的个人信息（Macenaite & Kosta, 2017）。这一规定对欧洲而言是全新的，由此可见该法的国际影响力。因此，我们认为儿童或儿童的隐私保护问题也非常重要，也应该属于考察网站隐私声明的重要标准之一。

3.连续性研究、比较研究和纵向研究的重要性。我们的研究是自2007年以来的连续性研究和纵向研究，这在一定程度上可以减少对样本量的需求。我们将2017年的代表性网站隐私声明与2007年的代表性网站隐私声明进行比较，用以描述国内网站对隐私声明是否重视这一现象的发展变化，以及解释不同现象前后之间的联系，具有连续性和重要意义。

4.尊重先前文献的重要性与必要性。目前，国内学术界仍存在不尊重先前文献的情况。我们不辞劳苦，通过大量的文献查询和阅读，将一些未被规范地标注出来的先前外文文献呈现出来，恢复其原本该有的地位。同时也寄希望以后的研究，能发掘出更多具有源头意义的前期文献。

### 三、研究方法与研究对象

#### （一）研究方法

本文主要采用文本分析法和比较研究法。德里达声称：“文本就是一切，文本之外别无他物。”（Derrida, 1976:158）托伊恩·A.梵·迪克指出，对文本进行定性分析的方法，是试图通过观察和阐释所选取文本的句型措辞等内容，达到深层次说明文本意义的作用。（Teun A. Van Dijk., 1997:1-37）本研究中，我们所选取的七家网站的隐私声明，就是我们的文本。我们将对七家网站隐私声明的具体内容进

行文本分析,达到深入阐释这些隐私声明的作用和意义。

比较研究法,又称为类比研究法、比较分析法等,是指对两个或两个以上的事物或对象加以对比,以找出它们之间的相似性与差异性的一种分析方法(江兵,2014:101)。本文的比较研究,体现在两个层面:首先,研究中,我们会横向比较所选取的七家网站的隐私声明,特别是比较两家外文网站与五家中文网站的隐私声明,以期发现它们的异同与利弊得失;其次,更为重要的是,我们要将本次研究与之前的两次相关研究进行纵向对比,以期发现这些网站的隐私声明十年来的具体发展演变。

## (二) 研究对象

2007年4月27日,徐敬宏曾对中国网站排名网(<http://www.chinarank.org.cn/>)综合排名前100名中的第1-10名、第46-55名和第91-100名共30家网站进行考察,发现仅新浪网、搜狐网、Yahoo、偶偶网、NBA官方网站共五家网站在首页显著位置张贴了隐私声明(徐敬宏,2010:230-232)。我们于2017年4月27日再次对这三十家网站的隐私声明进行观察,统计这些网站是否在首页显著位置张贴有关网民隐私权保护的声明。结果如表1(网站名称前的数字表示网站排名):

**表1 网站首页显著位置“隐私声明”张贴情况统计表**

在首页显著位置有隐私声明的网站	在首页显著位置无隐私声明的网站 (无隐私声明或需进行二次或多次链接)	无法登陆的网站
(2) 腾讯QQ; (3) 新浪网; (5) Yahoo; (6) 网易; (7) 淘宝网; (53) 天涯社区; (96) NBA官方网站	(1) 百度; (4) 搜狐; (10) POCO; (46) 21CN; (47) 土豆网; (48) 小说阅读网; (49) 中国中央电视台; (50) 中国工商银行; (51) 中国移动通信; (52) 265上网导航; (54) 中国经济网; (55) 偶偶网; (91) 中金在线; (92) 酷龙吧; (93) 91综合娱乐; (95) HC360慧聪网; (97) 我要地图网; (98) 全球中文论坛网; (99) 263在线; (100) 华飞华健康网	(8) 6781_com; (9) 谷歌; (94) 香港讨论区

我们发现,自2007年以来的十年后,这三十家网站中仍然只有七家网站在首页显著位置张贴了隐私声明。原来在首页显著位置张贴了隐私声明的五家网站中,搜狐、偶偶网首页的隐私声明已从首页消失,其他三家网站新浪网、Yahoo和NBA官网仍然在首页显著位置继续张贴隐私声明。现在腾讯QQ、网易、淘宝网、天涯社区也在网站首页的显著位置张贴了隐私声明。

七家网站的隐私声明都是张贴在网站首页的底部,但并没有统一的命名:腾讯

与网易采用的是“隐私政策”，新浪采用了“隐私保护”，淘宝网采用的是“法律政策与隐私声明”，天涯社区将隐私声明放在了“隐私和版权”板块，两家外文网站Yahoo和NBA网站分别采用的是“Privacy”和“Privacy Policy”。

如前所述，基于前人文献和相关经验观察，我们进一步对这七家网站的隐私声明进行文本分析，发现七家网站的隐私声明主要在涉及隐私声明更新提示、用户个人信息收集与存储、信息使用与共享、用户权利、儿童隐私保护等五个主要方面有所不同。具体情况见表2<sup>11</sup>：

表2 各网站隐私声明内容覆盖统计表

	隐私声明更新提示	信息收集与存储	信息使用与共享	用户权利	儿童隐私
腾讯QQ	√	√	√	√	√
新浪	√	√	√	√	×
Yahoo	√	√	√	√	√（通过超链接）
网易	√	√	√	√	√
淘宝网	√	√	√	√	√
天涯社区	×	×	√	×	×
NBA官方网站	√	√	√	√	√

（注：表格中“√”代表包含有该项；“×”代表无该项内容）

我们认为，以上所列出的五项主要内容中，有些内容还可以继续细分：信息收集与存储说明包括信息收集说明、信息存储安全说明和Cookies说明；信息使用与共享说明包括信息使用说明、信息共享说明和信息共享提醒等；用户权利说明包括用户个人信息的访问和修改权说明、广告选择权说明、Cookies选择权说明；儿童隐私说明包括儿童使用说明、儿童信息收集说明、存储与使用原则说明等。

#### 四、研究发现

##### （一）隐私声明更新提示

除天涯社区外，其余六家网站对隐私声明的更新均有提醒。其中，腾讯、Yahoo、网易、淘宝网将隐私声明的更新作为独立项目列出，并提醒用户随时查阅或提示会通过电子邮箱的方式告知更新，这些网站中，淘宝网在显要位置标注了版本生效时间。NBA官方网站虽未将其更新单独列出，但与Yahoo网站都显示了最近的隐私声明更新日期：NBA官方网站的最后更新日期为2016年12月22日，Yahoo的最后更新日期为2016年11月23日。值得注意的是，新浪的隐私声明虽在最后写到

“由于网上技术的发展突飞猛进，我们会随时更新我们的信息保密制度”，但与之前的相关研究相比，我们仍然可以轻易地发现，十年来新浪网并未对其隐私声明进行较好地更新和完善，语句不通、重复等明显错误仍然存在。

## （二）信息收集与存储说明

我们认为，信息收集与存储说明包括信息收集说明、信息存储安全说明和Cookies说明三部分内容。其中，信息收集说明主要包括信息收集方、信息收集的主要内容以及信息收集的主要途径等内容。信息存储安全说明主要包括网站所收集信息的存储时长以及是否提供了具体的存储技术保障等内容。Cookies说明是指网站是否向用户清楚地介绍了Cookies或者其他类似相关技术的使用方法及其用途等。各网站的信息收集与存储说明见表3：

**表3 各网站隐私声明信息收集与存储情况**

	信息收集说明	信息存储安全说明	Cookies说明
腾讯	√	√	√
新浪	√	√	√
淘宝网	√	√	√
Yahoo	√	√	√
网易	√	√	√
天涯社区	×	×	×
NBA官方网站	√	√	√

而对于用户信息是否可由第三方进行收集，仅腾讯、网易、NBA官方网站三家网站进行了说明。腾讯和网易均在其隐私声明中提到“我们和第三方合作伙伴可能通过Cookies和Web Beacon收集和使用您的信息”。NBA官方网站隐私声明目录的第一点就将收集信息的组织一一列举并说明可能随时更新该组织列表，请用户定期进行查阅。

关于信息收集的内容与途径，除天涯社区外，其余六家网站都单独进行了说明。腾讯在“我们可能收集的信息”中明确指出，将收集“您提供的信息”、“其他方分享的您的信息”、“我们获取的您的信息”共三个方面的信息，具体解释了将在进行何种操作时收集这些信息，并对每个方面进行了举例。网易在信息收集部分的阐述与腾讯的类似，也提到了以上三方面内容。此外，网易还将要收集的信息分为两类：与个人身份无关的信息和有关个人身份的信息，并对不同的分类信息将在何时被收集进行了详细的说明。淘宝网具体解释了将要收集的三类信息“您向我

们提供的信息”、“在您使用服务过程中收集的信息”、“来自第三方的信息”。新浪在“我们收集哪类个人信息”部分并未说明会收集哪类个人信息，也未对“个人信息”进行具体界定，仅在个人信息举例中提到了电子邮件、工作、姓名、地址、电话号码等几项零散的内容。Yahoo在“信息收集与使用”部分详细地说明了将在用户注册、用户使用雅虎产品服务、用户登录雅虎页面以及合作伙伴页面、用户参加各种促销等活动时收集与以上四种情况一一对应的用户信息，并通过超链接的方式进一步解释了以上四种情况的具体范围。NBA官方网站在“什么样的个人信息将被收集”部分，除了说明在网络服务和交易中会收集的个人信息和匿名信息外，还说明了用户在登录移动设备或使用社交媒体和第三方平台时会被收集的各类信息。

关于信息存储的时效性问题，没有一家网站具体明确了信息存储的准确时长。腾讯、网易和淘宝网分别在“信息安全”、“我们如何保留、存储和保护您的信息”、“我们如何存留信息”部分，说明了将在“所述目的所必需期间和法律法规要求的时限内保留您的个人信息”，其余四家网站均未提及信息存储时长问题。

在信息存储的技术保障方面，腾讯和网易分别在“信息安全”和“我们如何保留、储存和保护您的信息”部分，说明了“我们使用各种安全技术（如SSL）和程序，以防信息的丢失、不当使用、未经授权阅读或披露”，腾讯和网易还同时指出由于技术的限制有可能出现可控范围之外的问题。淘宝网在“您的个人信息保护”部分，声明淘宝网“努力采取各种合理的物理、电子和管理方面的安全措施来保护您的个人信息”并“对可能接触到您个人信息的员工或外包人员也采取了严格管理”。新浪在“保护你的隐私”部分指出“我们也将采取合理的安全手段保护已存储的个人信息”，但具体采取何种合理的安全手段在随后的说明中并未具体涉及。Yahoo与NBA两家外文网站均在信息存储安全部分，说明了将使用带有法律性与行业普遍性的存储安全协议。Yahoo并未对信息存储安全进行具体的介绍，但提供了“雅虎安全”的超链接，NBA官方网站则直接说明了其使用的技术以及适用范围。天涯社区并未对信息存储情况进行说明。

除天涯社区没有提到Cookies之外，其余六家网站的隐私声明都不同程度地对Cookies进行了说明。网易在“Cookies、日志档案和Web Beacon”部分首先向用户概念性地介绍了Cookies，随后，同腾讯一样，对Cookies的具体使用情况进行了分点举例说明，并简单说明了停用Cookies可能造成的后果。淘宝网在“Cookie和类似技术的使用”中说明了相关的技术保障问题并请求用户理解，

“我们的某些服务只能通过使用Cookie才可得到实现”。新浪同样有独立的子栏目介绍“Cookies”内容,但并未说明何为Cookies,仅仅是不断重复Cookies将为用户提供更好的服务,而未提供有实际意义的解释。Yahoo在“Cookies & Similar Technologies”栏目中简单介绍了自身以及第三方对于类似技术的使用情况和权力范围,并通过超链接详细地介绍了“Cookies & Similar Technologies”的各种使用途径。NBA官方网站详细地介绍了Cookies及其他技术、本地的Flash Cookies等技术以及第三方使用的Cookies等其他技术的使用方法、权力范围并提供了许多超链接用以补充说明相关内容。

### (三) 信息使用与共享说明

清晰、准确的信息使用与共享说明有助于用户了解网站的收集意图,清楚在使用过程中可能存在的隐私风险。信息使用与共享说明主要包括:信息使用说明,即告知用户网站如何使用用户个人信息以及使用目的;第三方共享说明,即告知用户网站是否与第三方共享信息以及信息共享的原则;信息分享提醒,即网站是否提醒用户可能存在的隐私风险,是否具体地说明用户信息的限制利用原则。七家网站信息使用与共享说明情况见表4:

表4 各网站隐私声明信息使用与共享情况

	(网站)信息使用	第三方信息共享	信息分享提醒
腾讯	√	√	√
新浪	√	√	√
淘宝网	√	√	√
Yahoo	√	√	×
网易	√	√	√
天涯社区	×	√	×
NBA官方网站	√	√	√

在说明网站对用户个人信息使用情况方面,腾讯和网易都在“我们可能如何使用信息”部分,说明了收集的信息将用作提供服务、确保提供的产品和服务的安全性等多项内容。新浪的隐私声明则多次强调,“只能用于帮助我们为您提供更好的服务”以及“为了使我们更好地理解您的需求,以便向您提供有效的服务”。淘宝网的隐私声明指出,收集个人信息的目的是为了“提供各项服务,并维护、改进这些服务”、“向您推荐您可能感兴趣的内容”。Yahoo在“信息的收集与利用”中提到,会将个人信息用于“定制广告和内容、满足用户要求的产品和服务、完善网

站的服务、联系用户进行调研，并为用户提供匿名举报途径。”NBA官方网站的隐私声明宣称，使用网民个人信息，是出于为用户提供所要求的信息和服务，并一一列举了具体的使用场景。

在说明与第三方信息共享情况时，腾讯和网易表示，会因为向用户提供服务、维护和改善网站服务、公司合并或收购等商业变化，依据法律要求保护客户和公司等人的合法权益等原因，向第三方分享用户信息。新浪则承诺，在未得到用户为使用服务而产生的明确要求或者法律要求前，不会向第三方提供用户信息。淘宝网声明“不会出于第三方的营销目的而向其出售或提供您的任何信息”，并列举了与任何其他第三方共享个人信息的情况。Yahoo在“信息共享与披露”部分明确表示，除了提供产品和用户要求的服务外，网站不会出租、出售个人信息给第三方。天涯社区的隐私声明仅有的三点内容，都是与第三方信息共享有关的说明。网站承诺除得到用户授权或根据法律法规要求或得到第三方承诺愿承担与网站共同保护用户隐私的责任外，不会向第三方提供单个用户的相关信息，但同时明确表明自己有权对整个用户数据库进行分析并对用户数据库进行商业利用。NBA官方网站的隐私声明，在“可能与谁共享信息”部分提到会同NBA家族分享用户信息，NBA家族也会谨慎挑选共享用户信息的第三方，且明确说明了用户的可识别与不可识别信息将在何种情况下向何类第三方分享。

在信息分享提醒方面，Yahoo以及天涯社区并未在其隐私声明中提醒用户信息共享行为可能存在的隐私风险，其余五家网站对该事项均有进行不同程度的说明。腾讯隐私政策中的“您分享的信息”、“您分享的敏感个人信息”和“隐私政策的适用例外”和网易隐私声明中的“有关共享信息的提示”、“有关个人敏感信息的提醒”和“我们服务中的第三方”部分，说明多项服务会使得信息扩散途径增大，因此希望用户谨慎通过网站服务上传、发布和交流信息内容。同时，腾讯和网易都提醒用户，第三方不受本网站隐私声明的约束，两家网站也不对任何第三方使用用户提供的信息承担责任，用户应仔细阅读第三方的隐私声明。淘宝网在“您共享的信息”中申明“请您妥善保管自己的个人信息，仅在必要的情形下向他人提供。如您发现自己的个人信息泄密，尤其是您的账户或密码发生泄露，请您立即联络淘宝网客服，以便淘宝网采取相应措施。”同时，淘宝网还根据平台的不同使用场景向用户告知了应谨慎分享的信息。新浪则解释由于不能控制第三方网站，建议用户仔细阅读第三方网站的个人信息保密制度。NBA官方网站虽然没有单独的信息共享提醒内容，但在“社交媒体服务与第三方平台”和“哪些信息可以共享”部分也提到

了谨慎分享个人信息、仔细阅读第三方隐私政策的用户分享提醒。

#### （四）用户权利说明

大多数网站的隐私声明中都重点说明了网站方可以行使的权利，而对用户权利的介绍，各家网站的说明情况不一。用户权利方面说明主要包含：个人信息访问与修改说明，广告选择权说明和Cookies选择权说明。具体情况见表5：

**表5 各网站隐私声明涉及用户权利情况**

	个人信息访问与修改权	广告选择权	Cookies选择权
腾讯	√	√	√
新浪	√	×	√
淘宝网	√	×	√
Yahoo	√	×	√（超链接）
网易	√	√	√
天涯社区	×	×	×
NBA官网	√	√	√

在个人信息访问与修改权说明方面，除天涯社区未提及个人信息访问与修改权外，其他六家网站的隐私声明中都有不同程度的提及。腾讯和网易在如何访问和控制自己个人信息的部分明确指出，用户享有访问、更新、更正和删除个人信息的权利。淘宝网向用户介绍了查询、更正及删除自己账户信息等使用淘宝网服务时提供的个人信息的修改途径。新浪网指出可以通过自行修改或通过公布的联系方式联系新浪来修改用户信息。Yahoo与NBA官方网站均在隐私声明中说明，用户享有编辑、删除用户信息的权利。

关于广告选择权说明，中文网站中仅腾讯和网易清楚说明了用户的广告选择权，两家外文网站则都有关于广告选择权的单独说明。其中，Yahoo详细说明了关于广告的定制以及广告推送的各方，但并未提到用户的广告选择权。NBA官方网站说明将提升广告对于用户的针对性，同时也告知用户在PC端与移动端选择接受或拒绝广告的具体方法。

在Cookies选择权说明方面，腾讯、网易都在隐私声明中提到用户的Cookies选择权：“您可以通过浏览器设置拒绝或管理Cookies或Web Beacon。但请注意，如果停用Cookies或Web Beacon，您有可能无法享受最佳的服务体验，某些服务也可能无法正常使用。同时，您还会收到同样数量的广告，但这些广告与您的相关性会降低。”看似在向用户说明关闭Cookies的后果，其实打着为用户着想的名义确保

网站自身的信息搜集权,但两家网站都没有详细说明“某些服务”的具体内容。相较于前两者,淘宝网的表达方式稍显诚恳:“请您理解,我们的某些服务只能通过使用Cookie才可得到实现。如果您的浏览器或浏览器附加服务允许,您可以修改对Cookie的接受程度或者拒绝淘宝网的Cookie,但拒绝淘宝网的Cookie在某些情况下可能会影响您安全访问淘宝网平台相关网站和使用淘宝网平台提供的服务。”新浪表示“如果您的浏览器被设置为拒绝Cookies,您仍能够访问我们的大多数网站”。NBA官方网站与Yahoo均说明了Cookies技术的设置方式,只不过Yahoo并没有在首页隐私声明中直接说明,而是通过超链接介绍了Cookies在PC端与移动端的选择与拒绝方式。

#### (五) 儿童隐私保护说明

如前面表2所述,在儿童隐私保护部分,仅有三家中文网站和两家外文网站做出说明。腾讯、网易、淘宝网都有单独的儿童隐私保护内容,但三者都没能明确对儿童的信息处理采取了何种措施,只是鼓励监护人指导儿童的网上活动。Yahoo在“信息收集与利用”以及“信息共享与披露”两个部分,都提到儿童隐私保护问题,而在“儿童隐私与家庭账户部分”,更是以超链接的方式,详细说明了儿童信息的收集、使用、共享和披露。NBA官方网站也在隐私声明中说明了网站对儿童上网活动的限制以及网站与第三方对儿童信息的处理。

### 五、研究结论及启示

通过以上分析我们可以发现:我国知名企业网站的隐私声明,不仅与美国等国际企业网站的隐私声明相比差距不小,而且与十年前相比,依然进步不大。

首先,七家网站中仅两家外文网站和淘宝网有显示近期的更新时间,其余四家中文网站均无法看到最新的更新的日期。新浪网虽然继续张贴隐私声明,但是历时十年仍未对隐私声明中明显的表述错误进行修改完善。

其次,与十年前的研究结果一样,外文网站的隐私声明比中文网站的隐私声明更具体、更全面。外文网站更多地使用超链接来解释具体的专业术语与内容。中文网站除天涯社区外,其余四家网站的内容覆盖较为全面,但表述方式及详尽程度差异较大。其中,腾讯、网易、淘宝网是较为详尽的代表,两者涉及的主要内容和结构、陈述方式大同小异。其余几家中文网站在内容框架设置上都无法规律可循。

再次,与十年前的研究结果一样,隐私声明中大多数网站都在积极地“谋求”自己的权利,如天涯社区整个隐私声明全部是在对自身权利进行说明。与隐私声明

中的其他内容相比,七家网站对于用户权利的说明都不完善。

另外,虽然大多数网站都表示,在未经用户同意的情况下,网站及其所属的关联公司不会与第三方分享用户的个人信息,在得到用户同意的前提下,才会开展分享行为。但对于如何征求用户同意,什么情况下才算已经征求得到用户同意等问题并未明确说明。

最后,在儿童隐私保护方面,五家中文网站的隐私声明中,有两家未涉及儿童隐私保护问题,两家外文网站全部有专门的儿童隐私保护内容。而与隐私声明中包含儿童隐私保护内容的中文网站相比,两家外文网站的儿童隐私保护内容更为具体、详细。

总之,在隐私保护方面,尽管出台了一系列政策与法律,总体的行业自律也在不断增强,但十年来中文网站的隐私声明并没有取得明显的进步与改善。我们认为,主要原因首先在于单个网站只注重自身的利益而对隐私声明和用户隐私权益不够重视。其次,政策和法律以及行业自律的执行也存在一定的问题,没有具体的关于隐私声明的规定,也没有相应的奖惩和衡量标准。再次,大多数网民对网站隐私声明的认识依然不够,更谈不上对不合格网站隐私声明进行监督和抵制,尤其是在当前相关政策、法律和行业自律都不够完善的情况下。

诚然,在完整把握社会现实方面,像本文分析这种定性方法存在着一定的局限性。主要原因在于定性分析是依据典型的或少量个案的资料得出结论,这种结论不一定具有普遍性。(袁方、王汉生,2013:109)但由于文本分析(或话语分析)等研究方法主要目的是提供一种现象的深入理解,因此,其选取的样本的并不需要具有统计学上的代表性。(Fernback,2007)而我们近十年来有关网站隐私声明的研究,都发现中文网站的隐私声明仍然存在不少问题。

(责任编辑:张萌)

### 注释 [Notes]

1. 2016年中国网站安全报告[EB/OL].2016-01-05[2017-04-27].<http://bobao.360.cn/news/detail/3905.html>.
2. 2016中国网民权益保护调查报告[EB/OL].2016-06-22[2017-04-27].<http://www.isc.org.cn/zxxz/xhdt/listinfo-33759.html>.
3. 互联网电子公告服务管理规定[EB/OL].2000-11-06[2016-04-27].[http://www.gov.cn/gongbao/content/2001/content\\_61064.htm](http://www.gov.cn/gongbao/content/2001/content_61064.htm).
4. 中国互联网协会公约[EB/OL].2011-08-13[2016-04-27].<http://www.isc.org.cn/hyzt/hyzt/listinfo-15599.html>.

5. 中国电子商务为诚信而联盟[EB/OL].[2016-04-27]. [http://www.3edu.net/lw/wlj/lw\\_47018.html](http://www.3edu.net/lw/wlj/lw_47018.html).
6. 互联网搜索引擎服务自律公约[EB/OL]. 2013-04-12[2016-04-27].<http://www.isc.org.cn/hyzt/hyzt/listinfo-25501.html>.
7. 互联网终端安全服务自律公约发布[EB/OL]. 2013-12-04[2016-04-27].[http://news.xinhuanet.com/zgxx/2013-12/04/c\\_132940205.htm](http://news.xinhuanet.com/zgxx/2013-12/04/c_132940205.htm).
8. 我国首部互联网定向广告用户信息使用规范行业标准发布[EB/OL]. 2014-03-12[2016-04-27]. [http://tech.ifeng.com/internet/detail\\_2014\\_03/12/34689211\\_0.shtml](http://tech.ifeng.com/internet/detail_2014_03/12/34689211_0.shtml).
9. Privacy Alliance. Guidelines for Online Privacy Policies[EB/OL]. [2016-04-27]. <http://www.privacyalliance.org/resources/ppguidelines/>.
10. P3P CURRENT STATUS[EB/OL]. [2016-12-27]. <https://www.w3.org/standards/techs/p3p#stds>.
11. 为了减少人为的误差,我们借鉴了内容分析法中的类目编码和信度操作。由于本研究中所涉及的相关内容都比较明确,第一作者和第二作者的初始统计结果一致率达98%,不一致的部分经过四位作者讨论后也很快达成了一致。

### 引用文献 [Reference]

郎庆斌(2012).国外个人信息保护模式研究.《信息技术与标准化》,(Z1),22-26.

[Lang, Qingbin (2012). Study on Abroad Individual Information Protection Mode. *Information Technology & Standardization*. (Z1), 22-26.]

李丹丹(2015).日本个人信息保护举措及启示.《人民论坛》,(11), 238-240.

[Li, Dandan(2015). Japanese protection of personal information and its Revelation to Us. *People's Tribune*. (11), 238-240.]

刘焕成(2003).网络隐私保护对策研究.《情报科学》,21(4),428-433.

[Liu, Huancheng(2003). Research on Internet Privacy Protection Countermeasure. *Information Science*. 21(4), 428-433.]

江兵(2014).《奢华价值的生成》.长春:吉林人民出版社.

[Jiang, Bing (2014). *Generation of Luxury Value*. Changchun: Jilin people's publishing house.]

齐爱民(2009).《拯救信息社会中的人格——个人信息保护法总论》.北京:北京大学出版社.

[Qi, Aimin (2009). *Saving the Personality from the Information Society: General Introduction to Personal Information Protection Law*. Beijing: Peking University Press.]

申琦(2015).我国网站隐私保护政策研究:基于49家网站的内容分析.《新闻大学》,132(4),50.

[Shen, Qi (2015). Research on Chinese Websites' Privacy Policies: Based on Content Analysis of 49 Websites. *Journalism Bimonthly*. 132(4), 50.]

谈咏梅, 钱小平(2006).我国网站隐私保护政策完善之建议.《现代情报》,(1),215-217.

[Tan, Yongmei & Qian, Xiaoping (2006). Suggestions to Policy Perfection of Websites' Privacy Protection. *Journal of Modern Information*. (1), 215-217.]

徐敬宏(2008a).美国网络隐私权的行业自律保护及其对我国的启示.《情报理论与实

- 践》,31(6),955-957.
- [Xu, Jinghong (2008a). US Self-discipline of Industry policy to Protect Internet Privacy and its Revelation to Us. *Information Studies: Theory and Application*. 31(6), 955-957.]
- 徐敬宏(2008b).网站隐私声明的真实功能考察——对五家网站隐私声明的文本分析.《当代传播》,(6),67-70.
- [Xu, Jinghong (2008b). Real Function of Online Privacy Statements: Text Analysis of Five Privacy Statements. *Contemporary Communication*. (6), 67-70.]
- 徐敬宏(2009). 欧盟网络隐私权的法律法规保护及其启示.《情报理论与实践》,32(5),117-120.
- [Xu, Jinghong (2009). EU Protection of Internet Privacy with Laws and Regulations and Its Revelations. *Information Studies: Theory and Application*. 32(5), 117-120.]
- 徐敬宏(2010).《网络传播中的隐私权及其保护》.北京:北京燕山出版社.
- [Xu, Jinghong (2010). *The Right to Privacy and its Protection during the Course of Internet Communication*. Beijing: Beijing Yanshan Press.]
- 袁方,王汉生(2013).《社会研究方法教程》.北京:北京大学出版社.
- [Yuan, Fang & Wang, Hansheng (2013). *Social Research Methods*. Beijing: Peking University Press.]
- 赵秋雁(2005).网络隐私权保护模式的构建.《求是学刊》,(3),80.
- [Zhao, Qiuyan(2005). The Construction of Protective Models for the Rights of Internet Privacy. *Seeking Truth*. (3),80.]
- 张秀兰(2006).《网络隐私权保护研究》.北京:北京图书馆出版社.
- [Zhang, Xiulan (2006). *Research on the Protection of the Right to Internet Privacy*. Beijing: Beijing Library Press.]
- 周汉华(2006).《中华人民共和国个人信息保护法(专家建议稿)及立法研究报告》.北京:法律出版社.
- [Zhou, Hanhua (2006). *The Personal Information Protection Law of the PRC (Expert Proposal) and the Legislative Studies Report*. Beijing: Law Press.]
- 周涛(2009).基于内容分析法的网站隐私声明研究.《杭州电子科技大学学报(社会科学版)》,5(3),11-16.
- [Zhou, Tao (2009). A Study of Website Privacy Statements Based on Content Analysis Method. *Journal of Hangzhou Dianzi University(Social Sciences)*. 5(3), 11-16.]
- Berendt, B., Preibusch, S. & Teltzrow M. (2008). A Privacy-Protecting Business-Analytics Service for On-Line Transactions, *International Journal of Electronic Commerce*, 12(3).
- Culnan, M. J.(2000).Protecting Privacy Online: Is Self-Regulation Working? *Journal of Public Policy & Marketing*,19 (1).
- Derrida, J. (1976). *Of Grammatology*. Baltimore: The Johns Hopkins University Press.
- Fernback, J. & Papacharissi Z. (2007). Online privacy as legal safeguard: the relationship among

- consumer, online portal, and privacy policies, *New media & society*, 9(5):723.
- Johnson-Page, G. F. & Thatcher, R. S.(2001). B2C data privacy policies: current trends, *Management Decision*, 39(4).
- Landy, G. K.(2008). Privacy and Use of Personal Data. In Mastrobattista, A. J.(ed.), *The IT/Digital Legal Companion: A Comprehensive Business Guide to Software, IT, Internet, Media and IP Law Includes Contract and Web Forms*. Burlington: Elsevier, Inc.
- Liu, C. & Arnett, K. P.(2002). An Examination of Privacy Policies in Fortune 500 Web Sites, *American Journal of Business*, 17(1).
- Macenaite, M. & Kosta, E.(2017).Consent for processing children’ s personal data in the EU: following in US footsteps? *Information & Communications Technology Law*, 26(2).
- Markel, Mike.(2005). The Rhetoric of Misdirection in Corporate Privacy-Policy Statements, *Technical Communication Quarterly*, 14(2).
- Michelfelder, D. P.(2001). The moral value of informational privacy in cyberspace, *Ethics and Information Technology*, 3(2).
- Milne, G.R., & Culnan, M.J.(2002). Using the Content of Online Privacy Notices to Inform Public Policy: A Longitudinal Analysis of the 1998–2001 U.S. Web Surveys, *The Information Society*, 18(5).
- Miyazaki, A. D. & Fernandez, A.(2000). Internet Privacy and Security: An Examination of Online Retailer Disclosures, *Journal of Public Policy & Marketing*, 19(1).
- Miyazaki, A. D. & Krishnamurthy, S.(2002). Internet seals of approval: Effects of online privacy policies and consumer perceptions, *The Journal of Consumer Affairs*, 36(1).
- Norton, T. B.(2016). The Non-Contractual Nature of Privacy Policies and a New Critique of the Notice and Choice Privacy Protection Model, *Fordham Intellectual Property, Media & Entertainment Law Journal*, 27(1).
- O’ Connor, P.(2003). What happens to my information if I make a hotel booking online: An analysis of on-line privacy policy use, content and compliance by the international hotel companies, *Journal of Services Research*, 3(2).
- Pollach, I.(2006). Privacy Statements as a Means of Uncertainty Reductionin WWW Interactions, *Journal of Organizational and End User Computing*, 18(1).
- Purcell, R. (2000). Chief Privacy Officer, *Harvard Business Review*, 78(6).
- Ryker, R., Lafleur, E., McManis, B. & Cox, K. C.(2002). Online privacy policies: An assessment of the Fortune E-50. *The Journal of Computer Information Systems*, 42(4).
- Shin, K. (2013). A Study on the Personal Information Protection of Preparatory Investigation by Police, *Journal of Korean Public Police and Security Studies*, 10(2).
- Sipior, J. C. & Ward B. T.(2002). A Strategic Response to the Broad Spectrum of Internet Abuse. *Information Systems Management*, 19 (4).

- Steeves, V. & Webster, C.(2008). Closing the Barn Door: The Effect of Parental Supervision on Canadian Children' s Online Privacy, *Bulletin of Science, Technology & Society*, 28(1).
- Van Dijk, T. A.(1997). Discourse as Interaction in Society, in Van Dijk, T. A. (ed.), *Discourse as Social Interaction*. London: Sage.
- WOO, J.(2006). The right not to be identified: privacy and anonymity in the interactive media environment, *New Media & Society*, 8(6).
- Zwick, D. & Dholakia, N.(2001). Contrasting European and American Approaches to Privacy in Electronic Markets: Property Right versus Civil Right, *Electronic Markets*, 11(2).