

# 社交媒体隐私侵犯后的信任修复概述

李 斐, 刘 婧

江西中医药大学人文学院, 江西 南昌

收稿日期: 2023年10月7日; 录用日期: 2023年12月14日; 发布日期: 2023年12月22日

## 摘 要

随着社交媒体的普及, 用户的隐私越来越受到关注。社交媒体平台的商业模式和功能使用户面临来自各方面的信息追踪、分析和滥用的风险, 甚至越来越多的用户被曝光了各种私人信息。尽管隐私侵犯现象层出不穷, 但用户的隐私素养在某种程度上可以帮助修复用户对社交媒体的信任。文章将对社交媒体隐私侵犯的危害和表现、隐私侵犯后社交媒体平台的信任修复策略以及用户隐私素养对社交媒体信任修复的影响这几个方面进行研究阐述。

## 关键词

社交媒体隐私侵犯, 用户隐私素养, 信任修复

# An Overview of Trust Repair after Privacy Violations in Social Media

Fei Li, Jing Liu

Faculty of Humanities, Jiangxi University of Chinese Medicine, Nanchang Jiangxi

Received: Oct. 7<sup>th</sup>, 2023; accepted: Dec. 14<sup>th</sup>, 2023; published: Dec. 22<sup>nd</sup>, 2023

## Abstract

With the popularity of social media, users' privacy has attracted more and more attention. The business model and functions of social media platforms expose users to the risk of information tracking, analysis and abuse from all sides, and even more and more users are exposed to a variety of private information. Although privacy violations emerge in an endless stream, users' privacy literacy can help repair users' trust in social media to some extent. This article aims to explore the harms and manifestations of privacy infringement on social media, strategies for trust restoration by social media platforms after privacy breaches, and the impact of user privacy literacy on trust restoration in social media.

## Keywords

### Social Media Privacy Infringement, User Privacy Literacy, Trust Repair

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

随着数字化时代的到来, 互联网和移动设备得到广泛普及, 社交媒体已经成为了人们互相交流和共享信息的主要方式, 是人们日常生活中不可或缺的一部分[1]。社交媒体平台不仅为人们提供了社交互动的方便, 也促进了信息的传播, 为商业发展提供了新的机会。然而与此同时, 社交媒体平台也存在着用户隐私侵犯问题, 它们在为用户提供便利的同时, 也在不断地收集、储存和使用用户的个人信息[2]。这些个人信息的泄露可能会导致各种风险, 比如身份盗用、个人信息被滥用或者被出售给第三方等[3]。不断出现的隐私侵犯事件, 使用户的隐私面临着更加严峻的威胁和风险, 给用户带来了极大的困扰, 更对社交媒体的信任度产生了负面的影响[4] [5]。隐私泄露问题一直是用户和社交媒体提供商之间的争议焦点, 不断出现的隐私侵犯事件使用户对隐私的担忧逐渐增加, 用户隐私权愈加受到重视, 如何保护用户隐私已成为一个备受关注的话题[6]。大多数人认为, 通过加强对社交媒体平台的改进和监管能够有效保护用户的隐私不受侵犯, 修复用户对社交媒体平台的信任[7]。然而, 仅仅依靠社交媒体平台的改进和监管是不够的。用户自身的隐私素养也是维护个人隐私和修复社交媒体信任的重要因素。隐私素养是用户对于隐私保护的意识、知识和技能的综合体现。它不仅包括了用户对于个人隐私权的认知和理解, 还涉及到用户在使用社交媒体平台时的行为和决策。用户的隐私素养可以帮助他们更好地理解个人隐私的重要性, 学会保护自己的隐私, 以及对于社交媒体平台的隐私政策和数据使用方式进行合理的判断和选择。因此, 隐私素养已经成为了用户保护隐私和维护权益的重要手段[8]。在这种情况下, 用户隐私素养在维护和修复社交媒体信任方面具有至关重要的作用。本文将对社交媒体隐私侵犯的危害和表现、隐私侵犯后社交媒体平台的信任修复策略以及用户隐私素养对社交媒体信任修复的影响这几个方面进行研究阐述。

## 2. 社交媒体隐私侵犯的危害和表现

社交媒体平台的普及以及互联网技术的快速发展, 给用户带来了便利的同时, 也带来了安全隐患[3] [4]。根据《2022年数据泄露调查报告》显示, 2022年数据泄露事件超过过去五年的总和。在这些事件中, 社交媒体平台的隐私泄露和隐私侵犯占据了很大比重[9]。社交媒体隐私侵犯是指未经用户同意或知情, 擅自收集、使用或分享用户个人信息等违反用户隐私权的行为[7]。常见的社交媒体平台的隐私侵犯主要表现为以下几个方面:

1) 个人数据收集和分析。社交媒体平台通过收集用户的个人信息如电话号码、家庭住址、银行卡号等敏感信息, 以及用户的行为数据如用户的地理位置、浏览记录、搜索历史等[10]。通过算法分析这些数据, 以便向用户展示个性化的广告和内容, 然而, 这种数据收集和分析可能会侵犯用户的隐私, 在未得到用户同意的情况下被收集和用于开展广告营销、精准投放等业务[11]。

2) 个人信息泄露。社交媒体平台可能会因为安全漏洞、黑客攻击或内部失误等原因导致用户的个人信息被泄露。这些个人信息可能包括用户的账号密码、聊天记录、私人照片等敏感信息, 一旦泄露, 可

能会被用于恶意目的, 如身份盗窃、网络诈骗等。

3) 导致个人隐私曝光。在社交媒体平台上, 很多人都会发布自己的照片、视频等, 但是这些内容可能会被未经授权的人获取并用于商业用途, 进而导致用户的个人隐私曝光[12]。

4) 个人行为被跟踪。社交媒体平台会跟踪用户的个人行为、浏览记录等信息, 用于广告配置、算法推荐等业务[13]。这种行为可能会导致用户的隐私被侵犯, 因为用户的个人偏好和行为习惯通常会被用于商业目的, 例如广告投放和用户行为分析。虽然这些跟踪行为通常是匿名的, 但仍然存在潜在的隐私泄露风险[14]。

### 3. 隐私侵犯后社交媒体平台的信任修复策略

当社交媒体发生隐私侵犯事件时可能会引起用户的不信任, 甚至导致用户对社交媒体品牌的信任度降低, 失去对该平台的信任[15]。研究表明, 一旦用户遭遇社交媒体隐私侵犯事件, 用户会通过拒绝应用程序使用、更改隐私设置、分享更少的个人信息等方式来回应这一事件, 从而降低对社交媒体的信任程度[16]。然而, 在此类事件发生后, 平台可以采取一些策略来修复用户对平台的信任度[17]。社交媒体平台常用的信任修复策略主要有:

1) 道歉和赔偿[17]: 社交媒体平台公开发布道歉声明, 承认自身的责任并向用户道歉, 表达对用户的歉意和愿意改正的决心, 同时给用户适当的赔偿, 恢复用户的信任。

2) 提供更好的隐私保护措施[18]: 针对平台存在的漏洞和安全隐患, 社交媒体平台通过改善隐私政策的透明度和清晰度, 加强隐私保护的技术措施和安全防护, 确保用户数据的安全和隐私, 提高用户对平台的信任度[19] [20]。研究表明, 这种修复信任的努力对于挽救用户对社交媒体的信任很重要[19] [20]。

3) 公开透明的运营: 社交媒体平台公开自己的运营方式, 透明运营, 增加用户对平台的信任度。研究发现, 平台是否向用户透明公布隐私侵犯事件, 以及平台对此类事件发生的回应是否及时和有效, 是影响用户信任的关键因素[21]。

4) 提供优质的服务和功能[22]: 社交媒体平台持续提升平台的服务质量和用户体验, 提供有价值的内容和功能, 同时积极与用户进行沟通, 听取用户的需求和意见, 吸引用户的参与和留存, 增加用户对平台的参与感和信任度。

### 4. 用户隐私素养对社交媒体信任修复的影响

要修复用户对社交媒体的信任, 不仅仅要依靠社交媒体平台的改进, 同时也要依靠用户自身的隐私素养, 这也是维护个人隐私和修复社交媒体信任的重要因素。用户隐私素养是指用户在使用互联网和社交媒体时所需的隐私意识、知识和技能[23]。这些素养包括对数据隐私知识的掌握、对用户权益的保护意识、对隐私政策的了解和信任以及对隐私保护技术的应用[24] [25] [26]。用户隐私素养对于修复用户对社交媒体的信任起着至关重要的作用[24]。用户隐私素养对信任修复的影响主要体现在以下几个方面:

1) 用户隐私素养的提高可以增加用户对社交媒体平台的信任。研究结果表明, 用户隐私素养和用户对社交媒体平台的信任度之间存在着明显的正相关关系[25]。对于用户来说, 隐私泄露事件会影响用户对社交媒体提供商的信任[26], 而用户隐私素养的提升将有助于提高用户的安全感, 让用户更加理性地对待隐私泄露事件[27]。这将使用户对社交媒体平台更加信任, 进而对信任修复策略的实施产生积极的影响[28]。

2) 用户隐私素养的提高可以让用户更加积极地采取措施来保护自己的隐私。一般情况下, 拥有更高隐私素养的用户在遭遇隐私侵犯事件后会更加积极地采取措施, 主动去了解隐私政策和条款、更改隐私设置等, 从而加强对社交媒体的信任[29]。

3) 用户隐私素养的提高可以帮助用户更加清楚知道个人信息的保护方式, 并从而更加科学地保护自己的个人信息[30] [31]。随着用户隐私素养的提高, 用户将更加重视隐私保护, 谨慎地处理个人信息, 采取更加有效的隐私保护措施, 从而降低个人信息被泄露的风险。

4) 用户隐私素养的提高可以让用户更好地理解和支持社交媒体平台采取的隐私保护措施, 同时也可以让平台更顺利地执行信任修复策略[32] [33]。如果用户对于自己的隐私保护知识越多, 那么对于社交媒体在隐私被泄露后采取的措施也会越加相信和支持, 从而让信任修复策略得到更快地实施。

综上所述, 用户隐私素养的提高对于信任修复策略的实施具有积极的影响。在网络信息时代, 隐私泄露事件已经难以避免。但是, 用户隐私素养的提高可以增加用户对社交媒体平台的信任, 促使用户更好地完成隐私风险分析、保护自己的隐私、以及接受和参与信任修复策略的实施[34] [35]。同时, 在信任修复策略的执行过程中, 社交媒体平台可以针对用户隐私素养的不同程度采取不同的策略。对于那些隐私素养较高的用户, 社交媒体平台可以提供一些更加细致、复杂的隐私保护方案。对于那些隐私素养较低的用户, 则需要采取更简单、更直观的方案, 以让用户更好地理解隐私保护措施的重要性。

## 5. 总结

社交媒体平台隐私侵犯问题给用户隐私保护和信任带来了极大的挑战, 但是通过提高用户隐私素养和社交媒体平台的信任修复策略可以解决这些问题。然而, 仅仅提高用户隐私素养并不足以实现完全的信任修复。平台不仅需要改善隐私保护措施, 还需要采取更为积极有效的措施, 如赔偿、道歉等。一些研究发现, 用户对于隐私侵犯的态度和对于平台的认可度取决于平台的反应[36]。在承认错误、采取补救措施、恢复用户受损利益等方面, 平台处理隐私侵犯事件的态度是极其重要的。总体来说, 用户隐私素养对于信任修复起到了重要的作用, 但并不是唯一因素。平台的具体反应也会对用户的信任度产生深远的影响。隐私问题一直是社交媒体亟需解决的问题, 未来, 社交媒体平台需要更加注重用户隐私保护, 提高隐私保护的可行性和可操作性, 从根本上提升用户对于平台的信任。同时也需要加强用户隐私素养的培养和加强对用户隐私保护的教育。总的来说, 要构建一个相互信任的社交媒体平台, 需要平台方和用户共同努力, 达成共识。

## 基金项目

本研究经费由江西省高校人文社会科学研究项目“社交隐私媒体侵犯情境下的信任修复机制研究”资助(项目编号: SH22102), 负责人: 李斐。

## 参考文献

- [1] 何双百. 基于社交媒体平台上“自我呈现”的批判性思考[J]. 编辑之友, 2023(2): 86-91.
- [2] 李秉权. 社交媒体语境下隐私侵权、边界划定及保护研究[D]: [硕士学位论文]. 长春: 吉林大学, 2020.
- [3] 张鲁玉. 社会契约论视角下社交媒体隐私保护的伦理规制[J]. 传媒论坛, 2023, 6(6): 36-39.
- [4] Dianne, H., John, D.R. and Sun, S.W. (2022) When Job Candidates Experience Social Media Privacy Violations: A Cross-Culture Study. *Journal of Global Information Management*, 30, 1-25. <https://doi.org/10.4018/JGIM.312251>
- [5] 范海潮. 社交媒体平台隐私自我管理研究[M]. 南京: 江苏人民出版社, 2019.
- [6] 李洁, 吴杰浩. 第三人效应对个体隐私保护行为的影响机制研究——来自 PLS 与 fsQCA 的研究发现[J]. 情报探索, 2022(4): 28-38.
- [7] 赵芳霞. 社交媒体用户隐私泄露、侵犯与保护研究[D]: [硕士学位论文]. 兰州: 兰州财经大学, 2019.
- [8] 刘鸣箏, 孙冬鑫. 网络素养对用户隐私关注与隐私保护自我效能的影响[J]. 沈阳大学学报(社会科学版), 2023, 25(1): 47-54, 78.
- [9] Verizon (2018) 2018 Data Breach Investigations Report. <https://www.sgpjbg.com/baogao/76265.html>



- [10] 胡文彬, 张宏宇, 王晨曦, 等. 社交网络中攻击背景下个人隐私泄露度量研究[J]. 南京大学学报(自然科学版), 2021, 57(2): 289-298.
- [11] 黄敏学, 张皓. 信息流广告的前沿实践及其理论阐释[J]. 经济管理, 2019, 41(4): 193-208.
- [12] 段秋婷, 周杨. 数字时代隐私侵犯成因探讨: 基于归因理论的视角[J]. 编辑学刊, 2022(3): 30-36.
- [13] 陈昌凤, 虞鑫. 大数据时代的个人隐私保护问题[J]. 新闻与写作, 2014(6): 44-46.
- [14] 蔡立媛, 李晓. 人工智能广告侵犯隐私的风险与防御[J]. 青年记者, 2020(18): 93-94.
- [15] 濮莹萍. 我国青年用户社交媒体使用中的隐私悖论行为研究[D]: [硕士学位论文]. 南京: 南京财经大学, 2020.
- [16] 李伟娟, 林升栋. 社交媒体隐私侵犯后的信任修复机制探究[J]. 图书情报工作, 2021, 65(17): 33-44.
- [17] 段秋婷, 张大伟, 谢兴政. 社交媒体隐私侵犯情境下的用户信任修复策略效果研究[J]. 图书馆学研究, 2022(3): 75-86+68.
- [18] 曹珍. 共享经济下平台安全隐私保护对用户信任的影响研究[D]: [硕士学位论文]. 无锡: 江南大学, 2020.
- [19] 唐远清, 赖星星. 社交媒体隐私政策文本研究——基于 Facebook 与微信的对比分析[J]. 新闻与写作, 2018(8): 31-37.
- [20] 蒋明欣. 社交媒体的隐私保护政策研究[D]: [硕士学位论文]. 南京: 南京师范大学, 2019.
- [21] 王慧敏. 大数据时代社交媒体用户的隐私保护研究[D]: [硕士学位论文]. 湘潭: 湘潭大学, 2021.
- [22] Göttel, V., Wirtz, B.W. and Langer, P.F. (2021) Success Factors of Brand Community Management in Social Media. *International Journal of Electronic Business*, **16**, 1-31. <https://doi.org/10.1504/IJEB.2021.112762>
- [23] 王建亚, 张欢, 张坤. 社交媒体用户隐私素养评价指标体系构建[J]. 图书馆论坛, 2023: 1-12.
- [24] 陈素白, 顾晨昱, 吕明杰. “躺平”还是“保护”: 社交媒体隐私保护行为悖论研究——“U”型关系与数字代际比较[J]. 情报杂志, 2023, 42(1): 158-167.
- [25] 邓胜利, 王子叶. 国外在线隐私素养研究综述[J]. 数字图书馆论坛, 2018(9): 66-72.
- [26] Yan, Z., Ding, W.X., Niemi, V. and Vasilakos, A.V. (2016) Two Schemes of Privacy-Preserving Trust Evaluation. *Future Generation Computer Systems*, **62**, 175-189. <https://doi.org/10.1016/j.future.2015.11.006>
- [27] 宛玲, 张月. 国内外隐私素养研究现状分析[J]. 图书情报工作, 2020, 64(12): 144-150.
- [28] Rosenthal, S., Wasenden, O.C., Gronnevet, G.A. and Ling, R. (2020) A Tripartite Model of Trust in Facebook: Acceptance of Information Personalization, Privacy Concern, and Privacy Literacy. *Media Psychology*, **23**, 840-864. <https://doi.org/10.1080/15213269.2019.1648218>
- [29] 袁向玲, 牛静. 社会化算法推荐下青年人的隐私管理研究——个性化信息接受意愿与隐私关注的链式中介效应[J]. 新闻界, 2020(12): 58-70.
- [30] 段秋婷, 张大伟, 陈彦馨. “精于算计”: 社交媒体用户隐私保护脱离形成机制探讨[J/OL]. 图书馆杂志, 2023: 1-16. <http://kns.cnki.net/kcms/detail/31.1108.G2.20230315.0954.002.html>
- [31] 王珉, 侯贵生, 尤志珑. 网络用户隐私疲劳的影响因素与行为选择研究——基于 S-S-O 理论与扎根理论[J]. 情报理论与实践, 2021, 44(9): 149-154, 128.
- [32] Wissinger, C.L. (2017) Privacy Literacy: From Theory to Practice. *Communications in Information Literacy*, **11**, 378-389. <https://doi.org/10.15760/comminfolit.2017.11.2.9>
- [33] 王柯文. 社交媒体隐私设置功能使用行为影响因素研究[D]: [硕士学位论文]. 郑州: 郑州航空工业管理学院, 2022.
- [34] 林碧烽, 范五三. 从媒介本位到用户至上: 智媒时代隐私素养研究综述[J]. 编辑学刊, 2021(1): 36-42.
- [35] 邱艺. 论平台社会语境下个人信息隐私保护的困境与重建[D]: [硕士学位论文]. 上海: 华东师范大学, 2022.
- [36] 刘俊. 享受便利还是坚守隐私? [D]: [硕士学位论文]. 合肥: 安徽大学, 2022.