

网购中的隐私权保护问题探析

——基于高职院校大学生群体调查的分析

钟丽娟

(深圳职业技术学院 广东深圳 518000)

【摘要】本文通过问卷调查的方式,试图研究高职院校大学生在网络购物时的隐私意识、隐私泄露情况与维权方式,借此窥探我国网民在网购当中的隐私权保护方面存在的问题,分析了在网购中隐私权被侵犯的几种途径,并针对这些问题提出了一些提高网民网购中的隐私安全保障的措施建议。

【关键词】网购;大学生群体;隐私权;隐私保护

【作者简介】钟丽娟,女,江西赣州,1993年8月,传播学硕士,助教。研究方向:学生管理与大学生心理健康。

【中图分类号】G923.8

【文献标识码】A

【文章编号】1673-9574(2022)04-000226-03

根据中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的《第49次中国互联网络发展状况统计报告》,截至2021年12月,我国网民规模达10.32亿,互联网普及率达73%,其中我国网络购物用户规模达8.42亿,占网民数量的比例超八成。自2013年起,我国已连续九年成为全球最大的网络零售市场。2021年,我国网上零售额达13.1亿万元[1]。显而易见,网购在我国的已经形成了不小的规模。而在我们的生活购物中,也经常避免不了网购,已经成为了网民网上活动的一个重要组成部分。相对于实体店,网上商城省去了房租、一部分人力费等可以适当减少其成本,因而网上商品价格相对较低;网上购物省时省力、方便快捷;可供选购的物品丰富,以上种种原因使得网购在网络时代深受网民(尤其是善于使用网络的年轻网民)的喜爱。而在网购逐渐渗透进人们的生活当中时,网购中的隐私泄露问题也引起了人们的关注。近年来,随着网购的热度逐渐上升,因为网购而泄露隐私事件也迅速增加。

大学生作为网络的主要使用群体之一,他们在网购当中所占的比重也相对较高。在有些学校,有超过半数的大学生都在使用网上购物这一形式购买生活用品。早在2015年,上海交通大学舆情研究实验室社会调查中心发布的《2015年中国大学生消费行为与品牌认知报告》就表明,在受访大学生的购物渠道选择中,网上购物占比最高,为80.2%。尽管各地、各个学校的大学生网购比重各有高低,但是不可否认的是,大学生网购的规模已经很大,成为了网络购物中的重要人群。然而,由于大学生的社会经验不足、自我保护意识较弱,隐私泄露几率较高。本文主要采用了调查问卷的方式研究高职院校大学生在网络购物时的隐私意识、隐私泄露情况与维权方式。

一、基于问卷调查的大学生群体的隐私保护现状

(一) 调查方法

本文采取问卷星发放问卷方式对深圳职业技术学院学生群

体进行调查,共发布问卷1022份,有效问卷1022份,问卷有效率100%。问卷利用网络形式发放,从发放到回收共经历了两天时间,本文通过对所回收问卷的分析,将对高职院校大学生群体的隐私保护情况进行初步描述。

(二) 调查结果

(1) 隐私意识薄弱

在所调查的1022位大学生当中,92.44%的被调查者的年龄为18-25岁,处于我国年轻网民的年龄范围。在这1022人当中,339人(33.17%)在购物网站注册时会阅读隐私政策,其余683人(66.83%)不会阅读隐私政策。有760人(74.36%)从来没有意识到购物网站将会如何使用和保存他们填写的信息这个问题。661人(64.68%)从来不关注购物网站上的隐私广告。在问到“在购物网站注册时,如必须填写个人消费特征信息(如收入情况,家庭状况教育水平等)您会如何选择?”时,734人(71.82%)选择了填写部分正确的信息,有112(10.96%)选择放弃填写离开网站。由此可见,尽管大学生群体拥有较高的网络操作技能,但他们的隐私意识仍然比较薄弱。

(2) 保护个人隐私能力不足

在此次问卷调查中,有820人(80.23%)不知道网络消费者拥有哪些隐私保护的相关权利,541人(52.94%)不知道Cookies追踪软件,只有26人(2.54%)会在每次上网之后对Cookies文件进行清理,有481人(47.06%)很少对此文件进行清理,而有266人(26.03%)从不对此文件进行清理(指某些网站为了辨别用户身份、进行session跟踪而储存在用户本地终端上的数据(通常经过加密),用户可以改变浏览器的设置,以使用或者禁用Cookies。)。739人(72.31%)都认为购物网站无权对其发送促销短信和信件,但是,837人(81.90%)都在收到促销短信之后选择“置之不理”。459人(44.96%)的人很担心自己的隐私被泄露,691人(67.61%)的人遭受过网购中的隐私泄露带来的困扰,在得知购物网站泄露了他们的信

息之后，有 434 人（42.47%）通过到购物网站所在平台投诉，然而，淘宝平台的强制力有限，只在经济上进行约束并不一定能有效地终止卖家的侵权行为，并且，如果卖家已经对买家造成精神上的伤害，淘宝平台也不能强制卖家对买家做出精神上的赔偿。此外，仅有 73 人（7.14%）选择了“寻求法律上的帮助”，464 人（45.40%）表示“尽管愤怒却无可奈何”，还有 52 人（5.08%）认为“无所谓，泄露就泄露吧”。可见，在网购中隐私被泄露之后，大学生群体们的维权能力还有待提高。

（3）整体隐私保护现状不容乐观

在被调查的 1022 位大学生中，有 540 人（52.83%）使用网购已经超过两年以上，493 人（48.24%）表示自己经常使用网购来购买所需物品，不管是从本次调查问卷的数据来看，还是从我们的日常生活经验来分析，我们都不难得出一个结论：当下使用网购的大学生人数多、频率高。大学生对网购的使用率和黏着度都很高。但是，尽管频繁使用网购这一购物方式进行购物，大学生群体却在思想上对隐私保护不够重视、对隐私概念不够明晰，隐私保护能力有限。当他们的隐私权被侵犯之后，不知道如何寻求有效的法律帮助。从整体上来说，大学生群体的隐私保护现状不容乐观，成为了一个亟待解决的问题。

二、网购中隐私被泄露的途径

（一）网购平台侵犯用户隐私权

我们在网购的过程当中，通常都要“货比三家”，在不断地浏览各个网点、各种商品的过程当中，网购平台会运用追踪软件默默地记录下用户的浏览数据和交易数据，当用户下一次打开上次浏览过的网购平台时，浏览器会根据他们上一次的浏览数据为用户推送其可能感兴趣的物品，这一营销模式被很多人叫做“精准营销”，尽管这一模式可以为商家精准地锁定潜在的客户而广受欢迎，但是，在实施的过程当中，越来越多人意识到这一营销模式收集数据的行为侵犯了用户的隐私权。用户在网购过程中的浏览数据和交易数据都属于用户的隐私，在没有得到用户的允许时，应当禁止对用户的浏览行为进行监视。然而，由于很多用户都没有建立明晰的隐私权概念范畴，很多人并没有意识到他们的上网浏览痕迹也属于个人隐私，用户法律意识的薄弱加上网购平台的“狡猾”，使得这一形式的侵犯隐私行为很难杜绝。

（二）卖家泄露、买卖个人信息

网购时，买卖双方应该建立在诚信互信的基础上进行交易，但是由于在网上进行违法行为的隐蔽性高、卖家素质良莠不齐，卖家监守自盗、主动泄露、买卖个人信息的行为就屡见不鲜。首先，在网购中，下单时我们要填写自己的姓名、地址、联系方式等信息，以便卖家寄送商品，这意味着在我们下单之后，卖家就拥有了这些信息。尽管大部分卖家在网上是通过售卖商品给买家的正当途径来获利，但是也有不少素质低下、法

律意识薄弱的卖家在收集到一定数量的买家信息之后，再到网上找到专门收购个人信息的客户，将这些买家的个人信息以高价卖出去。其次，当买家收到网购的货物时，因对商品的质量等方面不满意，所以在对交易进行评价时给了差评，这一个差评可能就会引起卖家的打击报复。有些卖家因为买家的一个差评，心生怒火，又因为手中掌握着用户的个人信息，会给用户不断地打电话、发短信进行骚扰，或者将这些买家的个人信息发布到各种色情网站、含有病毒的网站等。另外，卖家在填写快递单时的“无心之举”可能会造成买家隐私泄露。如，卖家在填写快递单上一栏“货物名称”或者“内件品名”时，也可能造成买家隐私泄露。有一位买家在论坛上说，他曾经通过淘宝网购过一件成人用品，但是由于卖家在快递单上填上了该成人用品的详细名称，包裹被寄到公司时放在前台，引起了公司同事的“围观”。而此事一直到现在都还在困扰着他，他经常因为此事遭到公司同事们的调笑。最后，网购当中还会出现一些“九块九包邮”、“十元包邮”的商品，当买家下单购买之后，卖家迟迟不发货，最后买家只好申请退款，这样的情况看起来并没有损害买家的权益，其实不然，有一些商家就是这样打着售卖商品的旗子来套取买家的信息，实际上这些卖家并没有实体货物可以销售，他们的目的就是用低价的虚假货物骗取买家下单，买家下单之后卖家就得到了他们的个人信息，然后卖家再将这些骗取的个人信息打包高价卖出。

（三）用户自己不小心泄露个人信息

网购用户在收到自己的包裹之后，常常把快递的包装随意丢弃，不对贴在包装上面的快递底单做任何处理，底单上面的个人信息也容易因为用户的这种行为被泄露。2020 年，某报社记者针对人们对快递单的处理做过一个访问，在访问的 40 个人当中，仅有 6 个人表示会把快递底单上的个人信息进行部分销毁后再扔，29 人表示未经任何处理就会丢弃快递底单，还有 5 个人表示不一定会处理。尽管近几年媒体对不妥善处理快递底单上个人信息的危害多加宣传，但是，仍然有很多人会在丢弃快递底单之前不做任何处理，这一行为存在着严重的安全隐患。近年来，有不少白领单身居住的女性因为频繁网购且随意丢弃快递底单，引起了犯罪分子的注意，从而导致的入职抢劫、强奸的事件时有发生。

三、构建立于现状的网购隐私保护模式

网络时代的隐私泄露已经成为一个困扰人们日常生活的问题，要想提高网购中用户隐私的安全保障，我认为，至少需要具备以下几点条件：

（一）加强隐私立法、完善行业自律

目前，我国关于隐私方面得了立法还很不完善。我国现行法律体系建立的时间较短，对隐私权没有明文规定，甚至于我国宪法至今都并没有建立明确的隐私概念，只在宪法文本中隐

含了对个人隐私利益的关注。如公民的人身自由不受非法侵犯,人身自由包括政治自由、民主权利自由、私生活自由以及婚姻自由、通信自由等等。并且,民法也没有把隐私权确立为一项独立的人格权,只是借助司法解释并通过保护名誉权的方式或以维护公序良俗的名义来涵括隐私权,这就意味着要是有一部分人侵犯了他人隐私权而没有对他人名誉权造成实质伤害的行为很可能会逃脱法律的惩罚,这就从本质上降低了保护公民隐私权的效力。在网络时代,我国对网络隐私权的立法就更加缺失了。并且,市场经济的发展也衍生了许多一味追求经济效益而不顾公民权利的行为。立法上的不足和行业自律的缺失就使得我国网民在隐私权被侵犯的情况下常常求助无门,最后只能不了了之,长此以往,网购中的隐私侵权现象只会愈演愈烈。对比之下,美国对隐私权方面的维护重视程度就远远高于我国。在隐私保护方面,美国在公领域采取的是分散立法的模式,在私领域主要依靠行业自律。分散立法模式就是针对各个需要保护的领域分别立法,建立五花八门的法律。美国是世界上最早确立隐私权概念的国家:1974年美国国会就通过了《联邦隐私权法》,这是美国对隐私权保护方面最重要的立法。早在1986年,美国就通过了《电子通信隐私权法》,为网络用户保护隐私权提供了重要的法律手段。除此之外,美国还建立了各个领域的不同法律,如:《儿童网上隐私权法》、《电子通信隐私权法》等法律。在建立起比较完善的法律体系之后,网民在维权的时候就能够有法可循。因此,我国应当尽快完善隐私权立法,在宪法上明确隐私权概念,在吸收借鉴西方立法模式的基础上,根据我国自身的情况进行有选择的学习,并且,我国应当加强行业方面的自律,比如建立某些行业准入规则,对违反规则的成员进行经济上的制裁。

(二) 网购平台提供商必须加强管理

网购平台提供商也是提高网购用户隐私保障的重要一环。首先,网购平台应该向用户公开他们所收集信息的使用方式和目的,使用户能够掌握自己个人信息的流向;然后,网购平台提供商应该加强网站的安全可靠性,尽可能地减少系统漏洞,从而减少黑客技术的入侵造成用户信息的窃取;其次,网站在追踪用户的浏览数据之前应当事先征求用户的同意,并且保证不将这些数据用作其他用途;最后,网购平台提供商应该加强对内部员工的管理,防止他们为了追求自己的利益而泄露用户的隐私。

(三) 网购用户要提高隐私保护意识和隐私保护能力

从上文的问卷调查中可以很明显地知道,当下我国大学生群体的隐私意识还很薄弱,不仅仅是大学生,我国大部分网民的隐私意识都相对比较薄弱,这也是造成他们网购时隐私更容易被侵犯的重要原因。不提高隐私保护意识,网民就无法在网购时敏锐地察觉到潜在的隐私泄露危机。在中国人的意识里,“隐私”一词就意味着不愿意公开或者不愿意告人的事情,很

多时候都带有贬义。并且,中国自古以来就十分注重“公”,强调集体主义,反对“私”,反对个人主义,并且有很多中国人都认为隐私代表着不可见人的事情,因此,我国很多人是不注重隐私的。而西方人将隐私权看做一种不被他人打扰的权利,他们认为隐私权是一种人权,不能随意侵犯。西方人对隐私的重视就使得他们在使用社交软件、网购平台的时候会更加慎重,更加注重网购中的安全性,并且会在自己的隐私被侵犯之后积极运用法律武器保护自己的隐私权。我国也应当对“隐私”的概念下一个明确的定义,矫正中国人心中将隐私视作不可告人的事情,舍弃那种对隐私的贬义的看法,同时加大对隐私保护方面的宣传力度,提高用户的隐私保护意识。除此之外,用户在注册网购平台账号的时候,也应当仔细阅读该网站的隐私保护条款,充分了解其存在的风险,并在隐私收到侵犯的时候能够依据该条款为自己做初步的维权斗争,当自己的隐私权被侵犯时,应该积极寻求法律帮助。在扔弃包裹的包装之前,应该将上面的快递单撕毁或者用其他方式进行妥善处理,避免快递单上的个人信息被不法分子得到。

结语

对于本文中的对大学生进行的问卷调查,由于经验的不足和操作能力有限,使得调查设计不够完善,希望能够有机会在下次的调查当中进行完善。通过本次的调查和查阅资料,可以发现不仅仅是大学生,我国网民在网购中普遍存在隐私保护意识薄弱、保护能力不足、隐私被侵犯现象严重的特点,要想加强对我国网民网购中隐私安全保障,还有很长的一段路要走。

参考文献

- [1] 第49次《中国互联网络发展状况统计报告》CNNIC[N]. 中国互联网络信息中心, 2022,01.
- [1] 赵方飞. 网购消费者隐私权法律保护研究[D]. 吉首大学, 2021.
- [2] 吴丁娟. 大学生消费者网购的隐私保护意向及影响因素研究[J]. 市场研究, 2020,(07):5-8.
- [3] 刘畅. 网购消费者个人信息保护问题研究[D]. 哈尔滨商业大学, 2020.
- [4] 张海汝. 网购情境下消费者网络隐私应对悖论研究[D]. 青岛大学, 2020.
- [5] 杨苗. 网购行为中隐私信息的管理与保护研究[D]. 南京师范大学, 2018.
- [6] 韩艳芳. 消费者隐私关注对其网购行为的影响研究[D]. 华中师范大学, 2017.
- [7] 宋佳美. 论网购中消费者隐私权的保护[D]. 甘肃政法学院, 2017.