

# 互联网群聊社交、社会信任困境与隐私焦虑

——基于 9575 户受访者的实证研究

司 若 任一丹

**摘要:**互联网社交平台不断涌现的背景下,明晰用户隐私焦虑形成机制可为社交媒体发展提供有效治理路径。以隐私焦虑为切入点,基于 2021 年中国社会状况调查(CSS)9575 名公众的调查数据,使用有序 Logit 模型,可探究互联网群聊社交对社会公众隐私焦虑的影响及机制。结果表明:第一,互联网环境下,互联网群聊社交接入和使用频率的提高均会显著提高个人的隐私焦虑程度。第二,互联网群聊社交促成的隐私焦虑与信息不对称条件下的社会信任困境密切相关。使用中介效应模型进行分析,互联网群聊社交通过降低用户对社会公众的信任水平而加深其隐私焦虑,但法律治理感知能够显著调节互联网群聊对于用户隐私焦虑的影响。法律治理感知程度的提高,能够降低互联网群聊社交对隐私焦虑的负向影响,缓解互联网群聊社交所导致的社会信任危机。第三,互联网群聊社交对公众隐私焦虑的影响具有跨部门差异。“社会信任困境”主要发生在任职于非公共事业部门的公众之间,且法律治理感知水平在互联网群聊社交影响其隐私焦虑的过程中具有显著的负向调节作用。

**关键词:**社交媒体;隐私焦虑;社会信任;法律治理感知

**中图分类号:**G206 **文献标志码:**A **文章编号:**2096-5443(2025)04-0015-15

**基金项目:**国家社会科学基金重大招标项目(22ZDA083)

随着互联网的深入发展,社会公众的隐私安全问题愈加凸显。中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的第 52 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至 2024 年 12 月,我国网民规模达 10.79 亿人,互联网普及率达 78.6%。社交媒体作为用户自我表达、互动分享的互联网应用程序,已成为新媒体时代用户生活的中心。<sup>[1]</sup>然而,伴随用户对社交媒体的依赖加深,隐私泄露的风险不断增加,用户隐私焦虑随之加剧并面临前所未有的隐私挑战。<sup>[2]</sup>在网民遇到的各类网络安全问题中,遭遇个人信息泄露的网民占比最高,达 23.2%<sup>①</sup>。越来越多的网络用户表示在使用社交媒体时存在隐私担忧<sup>[3]</sup>,隐私安全作为互联网使用的重要保障基础,已成为中国民众普遍关注的社会问题。用户对有关隐私政策、隐私价值等方面的关注和担忧显著影响其对社交媒体的使用<sup>[4]</sup>,对隐私问题关注度高的用户更有可能避免使用社交媒体进行自我表达或内容分享<sup>[5]</sup>。简言之,只有当用户的个人信息与隐私受到保障,其隐私焦虑才能有所缓解,并持续在社交媒体平台上形成新的互动。

回顾和追溯互联网发展脉络,在互联网业态发展的初期阶段,社交媒体平台以及用户数量十分有限,且大多数在监管部门的管理体制之下,社会公众对网络安全的认识处于相对浅层阶段;但随着互联网及其具体形态的不断扩展,多元化的社交媒体平台如雨后春笋般相继出现,隐私安全问题随之凸显,这一现象是否在一定程度上加深了公众的隐私焦虑?产生这种焦虑的影响因素有哪些?如

①2023 年 8 月 28 日中国互联网络信息中心发布第 52 次《中国互联网络发展状况统计报告》

何缓解公众在隐私问题上的焦虑,并在法律层面对个人隐私信息泄露现象进行规制,推动网络治理进程?

当前在互联网隐私焦虑问题的研究中,学者们一方面从质性研究视角展开论述,主要集中在以下几方面:一是从相关隐私政策层面进行探讨<sup>[6]</sup>;二是基于法律视角分析隐私权的立法保护策略<sup>[7]</sup>,三是从技术角度提出隐私保护方案<sup>[8]</sup>,包括隐私设置的使用<sup>[9]</sup>、隐私增强技术<sup>[10]</sup>以及信息隐瞒策略等<sup>[11]</sup>。但总体而言,有关互联网群聊社交与用户隐私焦虑的研究多属学术观点的探讨或描述性事实的呈现。另一方面,在定量研究中学者们主要关注技术及法律法规等外部环境因素,缺乏对隐私焦虑影响因素及异质性因素的深入探索。值得注意的是,作为网络社交的一种典型形式,聚焦互联网群聊社交对隐私焦虑影响的文献则相对而言更为稀少。基于上述研究缺口,本研究使用2021年中国社会状况综合调查(CSS)这一全国性的大规模调查数据,采用定量研究方法探究中国公众的隐私焦虑影响因素及形成机制。

本研究的边际贡献在于,基于隐私关注的相关理论,将社会信任关系和跨部门差异纳入分析框架中,分析互联网群聊社交对隐私焦虑情绪的影响及机制,有助于从多学科视角拓宽互联网群聊社交和隐私焦虑的研究视域,并从信息不对称和人际关系建构的视角重新审视互联网环境下的隐私安全治理渠道。

## 一、文献综述与研究假说

社交媒体作为基于用户关系的互联网信息生产和交换平台,以其参与性、互动性、社区性和连通性等特点<sup>[12]</sup>,深刻地改变了人们的社交方式。然而,其广泛普及和深度渗透也带来了负面影响,加剧了用户的焦虑情绪和信息隐私泄露问题。通常而言,“隐私”被视为个人生活中不愿诉诸公众社会或不愿让他人知悉、干预的情况和事态<sup>[13]</sup>,对隐私的认识始于个人对隐私信息的访问控制。若无此种对个人信息如何及何时被共享的控制概念,隐私的含义便无从谈起。<sup>[14]</sup>在社交媒体发展业态不断丰富的同时,“隐私”的含义也有所拓展。传统的隐私问题多指非公开的个人信息,但是不断衍生出的新隐私问题则发生在公开的、共享的、原本不敏感的信息之中,因而在此情境特性下,个体对信息的关注点不仅仅是指其公开性(或非公开性),而在于其能否受到有效地控制。<sup>[15]</sup>“焦虑”是指个体在面临紧急状况或者复杂情境时所产生的紧张和不安等负面情绪。<sup>[16]</sup>在社交媒体环境中,用户的焦虑情绪形成机制较为复杂,不仅受到平台外部特性(如系统特性和信息特性)的影响,还与个人因素、人际关系因素等密切相关。<sup>[17]</sup>值得注意的是,社交媒体平台为了提升用户活跃度和流量,往往鼓励用户披露个人信息,这种行为模式在促进社交互动的同时也加剧了用户的隐私焦虑情绪。用户通过发布个人信息等进行社交互动或维持线上关系的过程中,始终面临着个人信息泄露的潜在风险。随着用户在社交媒体上提供的信息量不断增加,个人信息隐私泄露现象呈现出日益普遍的趋势。<sup>[18]</sup>有鉴于此,聚焦网络环境下的隐私焦虑更多是指担心个人数据本身或与个人相关的其他信息泄露而产生的一种烦躁、不安情绪。<sup>[19]</sup>这些情绪在概念上与隐私焦虑相交织,成为隐私研究中的典型结构。因此,本研究将隐私焦虑限定为由社交网络平台中信息泄露所带来威胁而产生的焦虑情绪。

### (一) 接入与使用:互联网群聊社交对隐私焦虑的影响

与面对面交往情境不同,社交媒体的出现和发展直接刺激并加速个人生活分享的深度和广度,与此相伴的是,用户需承受根植于社交媒体的公众性、社会性本质的隐私风险<sup>[20]</sup>,且其涉及高度的不确定性与信息不对称<sup>[21]</sup>。通常情况下,用户注册和使用社交平台的过程中需要提供自己的个人信息,这些信息和权限的获取能够为用户提供更好的社交体验<sup>[22]</sup>,但也可能增加隐私流出(或称“隐私泄露”)的不确定性风险。在社交媒体背景下,隐私管理更具挑战性,因平台数据跨越不同人际边界的内在互联性<sup>[23]</sup>,伴随技术的发展迅猛,个人需投入大量时间阅读每个互动组织的隐私政策。

“普通数字公民渴望隐私与安全,却难以完成保护所需的一切。”<sup>[24]</sup>此外,先前研究显示,即使接受隐私威胁教育,人们也未必采取隐私保护行为。<sup>[25]</sup>事实上,即便掌握了保护隐私的知识,人们也可能因数据使用方式的隐秘性而无法有效执行,或不清楚何时需要采取行动。同时,相比于其他通信方式或交流形式,社交网络上用户的自我隐私披露在时间和空间上都具有更大的潜在风险。<sup>[26]</sup>可以说,公众频繁通过互联网群聊进行社交,增加了隐私泄露的隐患,进而加深其隐私焦虑。据此,本研究提出假说1:

假说 H<sub>1</sub>:互联网群聊社交接入与使用频率的提高将会加深个体的隐私焦虑

### (二) 社会信任度:互联网群聊社交影响隐私焦虑的中介变量

隐私焦虑是社会情境和个体关系相互关联所产生的情绪符号,社会心理是互联网群聊社交影响隐私焦虑的一个可能解释。信任是重要的社会综合力量,没有信任则虚拟社交圈的交流程度和密度会大幅降低。<sup>[27]</sup>互联网发展不仅改变了人们获取信息的方式和社会交往习惯,也对现代社会的公共意识和社会信任产生了深刻影响<sup>[28]</sup>,不同的社会网络会形成不同程度的人际关系结构与关系性压力,从而影响用户的心理活动及其行为<sup>[29]</sup>。与传统媒体不同,新媒体时代包括互联网群聊在内的社交媒体不再仅仅作为信息获取的平台,更多的是作为网络用户与其他社会群体进行跨时空的浅层交流或深度沟通的载体,体现的是用户自我呈现和社会信任互动的价值。<sup>[30]</sup>李贺等的研究认为,社交网络是基于情感信任建立的<sup>[31]</sup>,个体对其他用户的人际信任程度是影响社交媒体使用体验和价值判断的重要考量因素。一方面,互联网群聊社交具有“匿名性”和“距离感”的属性,用户难以判断信息的真实性和对方的意图。<sup>[32]</sup>另一方面,尽管人们试图创建隐私边界,但许多信息是由与我们有联系的其他人共享的<sup>[33]</sup>,加之网络上的虚假信息和欺诈行为等机会主义行为难以察觉,逐步削弱了公众对他人的信任<sup>[34]</sup>。可以说,公众对他人或组织的社会信任度降低时,其对于个人隐私被泄露或滥用的担忧也将随之增加。<sup>[35]</sup>因此,本研究推测社会信任度可能作为一种常见的中介因素,在互联网群聊社交中对个人隐私焦虑的影响中起到中介作用,即互联网群聊社交会在一定程度上降低公众的社会信任度,进而影响其隐私焦虑程度。据此,本研究提出假说2:

假说 H<sub>2</sub>:社会信任度是互联网群聊社交影响隐私焦虑的中介变量,即互联网群聊社交降低了公众的社会信任度,从而增加其隐私焦虑

### (三) 法律治理感知:互联网群聊社交影响隐私焦虑的调节变量

在一个技术驱动的社会中,拥有公众私人信息的他人或组织的名单正在不断增加。数据显示,全球建立或修订个人信息保护法律的立法主体超过130个,隐私安全问题已成为全球互联网生态治理的一个重要议题。<sup>[36]</sup>一方面,作为社会生活的基本安全需要之一,隐私信息的保护对于提升公民的安全感、获得感和幸福感具有重要意义;另一方面,隐私安全可提高公民对社会的认可度,这是信息化良好发展的一个关键维度。当下,网络隐私权相关法律法规的缺失是造成社交媒体用户隐私被侵犯的主要原因之一。<sup>[37]</sup>由于信息的私密性和复杂性,公民遇到隐私泄露相关问题时,主观和客观上均迫切需要法律的有效治理。在证据链的完善、社会危害的界定、应履行责任的认定等方面,现有法律法规在完整准确地进行描述、剥离和界定时仍面临一定的困难。<sup>[38]</sup>此外,我国涉及个人信息保护的法律法规及规章制度多数是针对隐私泄露之后的追究和处罚,缺少相关前置的信息安全法律规定。<sup>[39]</sup>法律治理环境的改善,将有效规范企业和个人的行为,防止隐私信息被滥用和侵犯。<sup>[40]</sup>即法律治理水平的差异直接影响用户隐私保护的效果,强化法律治理水平并提升用户法律治理感知能力或是缓解互联网群聊社交带来的隐私焦虑的有效途径,据此,本研究提出假说3:

假说 H<sub>3</sub>:法律治理感知是互联网群聊社交影响隐私焦虑的负向调节变量,即法律治理水平的提高能够降低和缓解互联网群聊社交带来的隐私焦虑

#### (四) 跨部门差异: 互联网群聊社交影响隐私焦虑的异质性变量

中国社会科学院的一项调查显示,不同职业的公众对于互联网治理的认知有着明显的分野,这在一定程度上体现了职业角色意识和个人角色意识的交互作用。<sup>[41]</sup>在我国社会长期存在的制度性和结构性因素影响下,就业部门和工作组织中有着公共事业部门和非公共事业部门的区隔,这两类部门在工作条件、福利保障、发展机会等方面存在较为明显的差距<sup>[42]</sup>,这种部门差异极有可能会对公众隐私焦虑度产生至关重要的影响。对于非公共事业部门的用户而言,由于缺乏相应的信息筛选和验证机制,其所面临的社会信任困境更为突出<sup>[43]</sup>,易导致较高的隐私焦虑度。一般情况下,公共事业部门的工作性质对个人信息的\*\*安全性要求较高<sup>[44]</sup>,且其往往掌握一定的公共部门信息和非公开性资料,因而在互联网使用过程中具有较高的敏感度,在这种情况下,法律治理感知的调节作用相对有限。相反,对于制度性限制较为宽松的非公共事业部门而言,职业信息和个人隐私的界限相对模糊。这些部门通常更加注重市场导向和效率,其内部管理机制和信息保护措施可能不如公共事业部门那样严格和系统化。因此,非公共事业部门的员工在处理个人信息时,往往面临更大的风险和不确定性。<sup>[45]</sup>此外,非公共事业部门的员工相较于前者更加依赖于互联网群聊进行工作沟通和信息交流,这进一步增加了个人信息泄露的可能性。在法治环境相对复杂多变的情况下,法律体系的完善可提供基础制度保障,从而在一定程度上缓解公众在互联网群聊社交中产生的隐私焦虑。<sup>[46]</sup>综上所述,互联网群聊社交、社会信任困境、法律治理感知与隐私焦虑之间的关系在不同部门间存在显著异质性,据此,本研究提出假说4:

假说 H<sub>4</sub>: 互联网群聊社交影响隐私焦虑的中介效应和调节效应存在跨部门差异。相较于身处公共事业部门的个体,互联网群聊社交导致的社会信任困境主要发生在非公共事业部门的个体间;法律治理感知能够显著调节非公共事业部门的个体因互联网群聊社交产生的隐私担忧,缓解互联网群聊社交带来的隐私焦虑

## 二、研究设计

### (一) 数据来源

本研究所使用的数据库为2021年“中国社会状况综合调查”(Chinese Social Survey,简称CSS)。该调查项目由中国社会科学院社会学研究所于2005年发起,并面向全国范围开展大型连续性抽样调查。与其他数据库相比,这一调查项目涉及社会感知和价值判断的内容较多,并包含互联网群聊与隐私焦虑等本研究所需的关键信息。在对数据进行清洗、整理和汇总后,本研究共获得来自9575户公众的有效样本数据,并广泛分散在全国30个省(自治区、直辖市),其中东部地区、中部地区、西部地区和东北地区的有效问卷占比分别为37.14%、22.48%、32.27%和8.11%,样本地区分布较为均衡。在调查样本中,受访者的年龄跨度为18~70周岁,受教育年限在0~19年之间波动,工作行业较为多样化,体现出一定的样本代表性。

### (二) 变量定义

#### 1. 被解释变量: 隐私焦虑度

CSS(2021)问卷在“社会价值与社会评价”板块包含个人信息和隐私安全的重要信息,其设问形式为“您觉得当前社会中个人信息、隐私安全方面的安全程度如何”。结合研究需要,本研究重新对问卷信息进行编码,即非常不安全=5,不太安全=4,不好说=3,比较安全=2,很安全=1,问卷的数值越高,则表明受访者对于信息和隐私的焦虑程度越高。

#### 2. 核心解释变量: 互联网群聊社交

互联网群聊社交是跨时空通信的社交方式,其多样化功能满足信息传递、情感交流与社会联系拓展的需要。本研究通过问题“近2年来,您加入了以下哪些网上社交群/圈”来获得这一变量信息,

若受访者近两年加入任一群聊(不含亲友群和朋友圈),则赋值为1,反之为0。为保证结果的稳健性,本研究还选用另外两个变量进行测度,其一是加入各种不同网络群聊的数量<sup>①</sup>。其二是网络聊天交友的频率(如通过微信/QQ等进行聊天交友)。鉴于数值特征和便于理解,本研究重新对问卷进行编码赋值,即几乎每天=5,一周多次=4,一周至少一次=3,一月至少一次=2,一年几次=1,从不=0。

### 3. 中介变量:社会信任度

社会信任度是受访者对于社会人际信任水平的评价维度,本研究通过问题“请用1~10分,来表达您对现在人与人之间的信任水平的评价,10分表示非常信任,1分表示非常不信任”来获取这一变量信息。这一测度变量为正向指标,即数值越大,表明公众对于社会人际关系的信任水平越高。

### 4. 调节变量:法律治理感知

法律治理感知是主观层面的法律治理水平评价指标。为保证结果的可信度,本研究同时选用三个代理变量来测度,分别为个人层面的公众守法程度评价、政府层面的执法工作满意度、社会层面的法律公平评价。“公众守法水平评价”变量数据通过问题“您认为现在社会上人们普遍的遵纪守法水平怎么样”来获取,用数值1~10表示,非常好=10,非常不好=1;“政府执法工作满意度”变量通过问题“您认为当前所在县(市、区)政府在依法办事、执法公平方面的工作做得好不好”来测度,并定义赋值规则为:非常好=5,很好=4,不好说=3,不太好=2,很不好=1;“社会法律公平”通过问题“您觉得当前社会生活中在司法与执法方面的公平程度如何”的数值来表示,并定义为:非常公平=5,比较公平=4,不好说=3,不公平=2,很不公平=1。

### 5. 控制变量

借鉴隐私安全的相关文献<sup>[47-48]</sup>和问卷特征,引入受访者的人口学特征、家庭经济和社会特征和地区特征三类控制变量,并具体包括性别、年龄等10个控制变量,相关说明参见表1。同时考虑到地区差异可能带来的潜在影响,本研究还控制受访者所在省份的固定效应。

此外,本研究还将分析互联网群聊社交对公众隐私焦虑的异质性影响,并以部门差异<sup>②</sup>为划分依据,将样本分为公共事业部门和非公共事业部门。若受访者的行业类别为“党政机关/人民团体/军队/国有企业及国有控股企业/事业单位/集体企业/社区居委会、村委会自治组织等”,则界定为公共事业部门,反之为非公共事业部门。

主要变量的含义与描述性统计结果已列明如表1。

表1 主要变量的描述性统计结果

变量类型	变量名	变量含义	均值	标准差
被解释变量	隐私焦虑度	个人信息和隐私的安全程度(1~5级,非常不安全=5)	2.48	1.22
解释变量	互联网群聊社交	是否加入任一非亲友的网络社交社群(是=1,否=0)	0.57	0.49
中介变量	社会信任度	人与人之间的信任水平评价(1~10级,非常信任=10)	6.68	2.17
调节变量	公众法律水平	对社会公众遵纪守法水平的评价	7.67	1.79
	政府执法工作	对当地政府依法办事、执法公平的评价	3.83	0.99
	社会法律公平	对社会司法与执法的公平程度的评价	3.80	1.01

<sup>①</sup>包括亲戚群、朋友圈、邻居群、同事群、同乡群、校友群、兴趣群、社团群、行业群、维权群等12种群聊类型。若加入上述同一类型的群聊,不予重复计算。

<sup>②</sup>此处部门差异指受访者本身的职业单位属性。

续表

变量类型	变量名	变量含义	均值	标准差
控制变量	性别	受访者的性别(女=0,男=1)	0.44	0.50
	年龄	受访者的当期年龄(2021—出生年份,岁)	46.61	14.49
	年龄的平方	受访者年龄的平方值/100	23.83	13.03
	受教育水平	受教育年限(未上学=0,硕士研究生及以上=19)	9.54	4.40
	政治面貌	政治面貌(中共党员或预备党员=1,其他=0)	0.10	0.30
	工作状况	工作状况(有工作=1,没工作或休假停工状态=0)	0.47	0.50
	家庭资产	家庭目前有几套自有住房(套)	1.22	0.62
	收入水平	家庭总收入(万元,上下1%缩尾处理)	7.79	9.23
	社会保障	总的社会保障满意度(1~10级,非常满意=10)	7.10	2.35
	城乡区域	居住的社区类型(农村=0,城镇=1)	0.44	0.50
	省份代码	所在省份的代码	37.41	13.39

### (三) 模型设定

为检验互联网群聊社交对公众隐私焦虑的影响,本研究设定实证模型如下:

$$Anxiety_{ij} = \alpha_0 + \alpha_1 Interent_{ij} + \alpha_2 X_{ij} + \varepsilon_{iu} \quad (1)$$

其中: $j$ 为省份; $i$ 为个体;被解释变量  $Anxiety_{ij}$  为  $j$  省第  $i$  个公众的隐私焦虑程度; $Interent_{ij}$  为核心解释变量互联网群聊社交; $X_{ij}$  为影响隐私焦虑程度的一系列的控制变量; $\alpha$  为待估参数; $\varepsilon_{iu}$  为随机扰动项。考虑到隐私焦虑程度为有序响应变量,故使用有序 Logit 模型进行估计。应当指出,核心待估参数  $\alpha_1$  的系数值并不直接反映互联网群聊社交对公众隐私焦虑的具体影响程度,仅反映两者的关系。

结合前述分析,进一步探究互联网群聊社交是否通过社会信任度影响公众的隐私焦虑程度,并采取离散有序因变量的中介效应方法验证这一影响机制。Iacobucci (2012) 指出,当被解释变量为有序离散变量时,应当采用有序 Logit 回归形式而非 OLS 回归,原因在于有序离散变量形式下,基于 OLS 回归的中介效应标准误会产生偏差,且在类别数较小的情况下偏误较大。<sup>[49]</sup> 具体而言,本研究将通过逐步法进行验证,具体分为三个步骤。第一步,即为模型(1),以隐私焦虑为被解释变量,分析互联网群聊社交对隐私焦虑的影响;第二步,以社会信任度为被解释变量,验证互联网群聊社交对社会信任度的影响效应;第三步,以隐私焦虑为被解释变量,将隐私焦虑和社会信任度共同纳入模型中,考察这两个变量对隐私焦虑的影响是否显著。第二步和第三步的模型如下:

$$Trust_{ij} = \beta_0 + \beta_1 Interent_{ij} + \beta_2 X_{ij} + \varepsilon'_{iu} \quad (2)$$

$$Anxiety_{ij} = \gamma_0 + \gamma_1 Interent_{ij} + \gamma_2 Trust_{ij} + \gamma_3 X_{ij} + \varepsilon''_{iu} \quad (3)$$

(2)~(3)式中, $Trust_{ij}$  表示  $j$  省第  $i$  个公众对社会的信任水平; $\beta$  和  $\gamma$  为待估参数;其余变量的含义基本同(1)。在(2)中,在  $\beta_1$  通过显著性水平检验的情况下,第三步验证(3)式中  $\gamma_1$  和  $\gamma_2$  的显著性水平和系数符号。若  $\gamma_1$ 、 $\gamma_2$  的符号相同且均通过显著性水平检验,则通过部分中介效应检验。

为深入探究互联网群聊社交对隐私焦虑的影响机制,考察法律治理感知是否在此影响过程中发挥调节作用,本研究构建如下的调节效应模型。

$$Anxiety_{ij} = \rho_0 + \rho_1 Interent_{ij} + \rho_2 law_{ij} + \rho_3 Internet_{ij} \cdot law_{ij} + \rho_4 Trust + \rho_5 X_{ij} + \mu_{iu} \quad (4)$$

为避免多重共线性影响,本研究对互联网群聊社交  $Anxiety_{ij}$  和法律治理感知  $law_{ij}$  这两个变量分别进行中心化处理,再取两者乘积  $Internet_{ij} \cdot law_{ij}$  的交互项。若交互项的系数  $\rho_3$  通过显著性水平检验,则调节效应存在。

### 三、实证结果

#### (一) 基准回归

本研究使用有序 Logit 模型 (OLogit) 估计互联网群聊社交对公众隐私焦虑的影响,其结果如下表 2 所示。模型 1 仅纳入互联网群聊社交这一核心解释变量(系数值为 0.776)。在模型 2~模型 5 中逐步纳入控制变量,一方面模型估计所得到的 Pesudo  $R^2$  值逐渐增大,表明模型的拟合质量不断提高;另一方面互联网群聊社交这一核心解释变量的估计系数趋于平稳,反映出基本估计结果的稳健性。在模型 5 中,核心解释变量互联网群聊社交的估计系数值 0.292 显著为正 ( $P < 0.01$ ),这说明与未通过互联网进行社会交往的公众相比,使用互联网进行社交的公众,其隐私焦虑程度更高。因此,互联网群聊社交平台的接入将会显著提高公众的隐私焦虑程度,从而验证出假说  $H_1$ 。

控制变量的结果反映出个体、家庭和社会特征对于隐私焦虑的影响。在个人特征中,在模型 2、模型 4 及模型 5 中,年龄特征对于隐私焦虑有显著影响,年龄这一控制变量的待估参数显著为负,但其平方项的估计系数显著为正,这说明伴随着受访者年龄的增长,其隐私焦虑程度呈现出“U”型增长趋势。此外,具有更高受教育年限的公众,隐私焦虑程度更高 ( $p < 0.01$ )。在其他条件相同的情形下,与非党员群体相比,党员群体的隐私焦虑程度偏低 ( $p < 0.05$ )。在家庭特征中,资产相对丰厚和收入水平较高的家庭,包括财产安全在内的隐私信息更为丰富,这也间接提高了隐私泄露的风险,因而家庭成员的隐私焦虑程度相对偏高。在社会特征中,社会保障水平的提升有助于提高兜底保障能力,降低公众的隐私焦虑程度。社区类型的估计系数显著为正,这意味着相比于农村居民,城镇居民的隐私焦虑程度更高。控制变量的估计结果也为加强隐私安全保护提供了一定的参考与启示。

表 2 互联网群聊社交对隐私焦虑的影响估计

变量	被解释变量:隐私焦虑				
	模型 1	模型 2	模型 3	模型 4	模型 5
互联网群聊社交	0.776*** (0.038)	0.530*** (0.044)	0.289*** (0.045)	0.267*** (0.048)	0.292*** (0.048)
性别		0.042 (0.038)	-0.039 (0.039)	0.009 (0.041)	0.028 (0.041)
年龄		-0.039*** (0.008)	-0.005 (0.009)	-0.027*** (0.009)	-0.030*** (0.009)
年龄的平方		0.024*** (0.009)	-0.001 (0.010)	0.021** (0.011)	0.022** (0.011)
受教育水平			0.104*** (0.006)	0.088*** (0.007)	0.073*** (0.007)
政治面貌			-0.255*** (0.068)	-0.172** (0.068)	-0.163** (0.069)
工作状态			-0.102** (0.040)	-0.083** (0.042)	-0.054 (0.042)
家庭资产				0.078** (0.032)	0.086*** (0.032)

续表

变量	被解释变量:隐私焦虑				
	模型 1	模型 2	模型 3	模型 4	模型 5
收入水平				0.010*** (0.002)	0.008*** (0.002)
社会保障				-0.182*** (0.009)	-0.179*** (0.009)
城乡区域				0.458*** (0.043)	0.412*** (0.044)
省份效应	不控制	不控制	不控制	不控制	控制
Pesudo R <sup>2</sup>	0.016	0.023	0.035	0.062	0.070
N	10136	10136	10136	9575	9575

注:\*\*\*、\*\*、\*分别表示  $p < 0.01$ 、 $p < 0.05$ 、 $p < 0.1$ ,括号内为稳健标准误;为节约篇幅,略去省份效应的估计结果,下文同

## (二) 稳健性检验

上述已验证出互联网群聊社交对公众隐私焦虑的显著负向影响,为进一步增强基本结论的可信度,采取如下三种方法进行稳健性检验。

### 1. 更换估计模型

本研究主要使用有序 Logit 模型进行估计,离散选择模型中,有序 Probit 模型也是一类较为常见的估计方法<sup>①</sup>。为此,本研究采用有序 Probit 模型验证互联网群聊社交对公众隐私焦虑的影响,其结果如表 3 所示。在更换计量模型后,互联网群聊社交这一核心解释变量仍然在 1% 的统计水平上显著为正,与研究假说 H<sub>1</sub> 一致。

表 3 稳健性检验结果

变量	被解释变量:隐私焦虑					
	更换模型	替换核心解释变量		倾向得分匹配法(PSM)		
互联网群聊社交	0.179*** (0.030)			0.154*** (0.047)	0.161*** (0.044)	0.170*** (0.042)
网络群聊数量		0.063*** (0.010)				
网络聊天频率			0.069*** (0.011)			
控制变量	已控制	已控制	已控制	已控制	已控制	已控制
R <sup>2</sup> /Pesudo R <sup>2</sup>	0.070	0.071	0.071			
N	9575	9575	9575	9575	9575	9575

注:为节约篇幅,略去共同支撑域和平衡性检验的估计结果

<sup>①</sup>有序 Logit 模型假设随机变量服从逻辑概率分布,有序 Probit 模型则假设随机变量服从正态分布。

## 2. 替换核心解释变量

互联网群聊社交的广度和深度均能够对公众的隐私焦虑产生影响,基准回归主要考虑互联网群聊平台的接入对隐私焦虑的影响,下文进一步从互联网群聊社交的丰富度和使用频率两个视角验证其影响。表3的结果说明,在其他条件一定的情形下,伴随着互联网群聊数量的增多,公众的隐私焦虑程度也随之上升。可能的解释是,互联网群聊数量的增多,使得公众在社交媒体上的信息暴露程度提高,并增加了隐私泄露的潜在风险,从而加深着公众对于互联网群聊社交的不安与焦虑。进一步地,探讨互联网群聊的使用程度对隐私焦虑的影响,使用互联网聊天交友的频率这一核心解释变量分析这一影响,其估计系数均显著为正,且在1%的显著性水平上显著,这说明互联网群聊社交使用频率的提高将会显著加深公众的隐私焦虑程度。

## 3. 倾向得分匹配法(PSM)

本研究中,可能存在混淆因素或不可观测因素,从而导致自选择偏差,并影响估计结果。例如,年轻群体对于互联网群聊社交的接受程度和使用范围相对广泛,但同时对于隐私信息的敏感度也更高,因而直接估计互联网群聊社交对隐私焦虑的影响可能隐含着年龄结构差异等其他混淆因素的干扰。为此,本研究采用倾向得分匹配法(PSM)处理这一选择性偏误。在倾向得分匹配法过程中,倾向值是指在控制可观测的混淆变量的基础上,某个特定样本进入特定单位的条件概率值<sup>[50]</sup>。根据倾向值的相似得分进行匹配,以此形成控制组(未使用互联网群聊社交的组)和处理组(使用互联网群聊社交的组)。

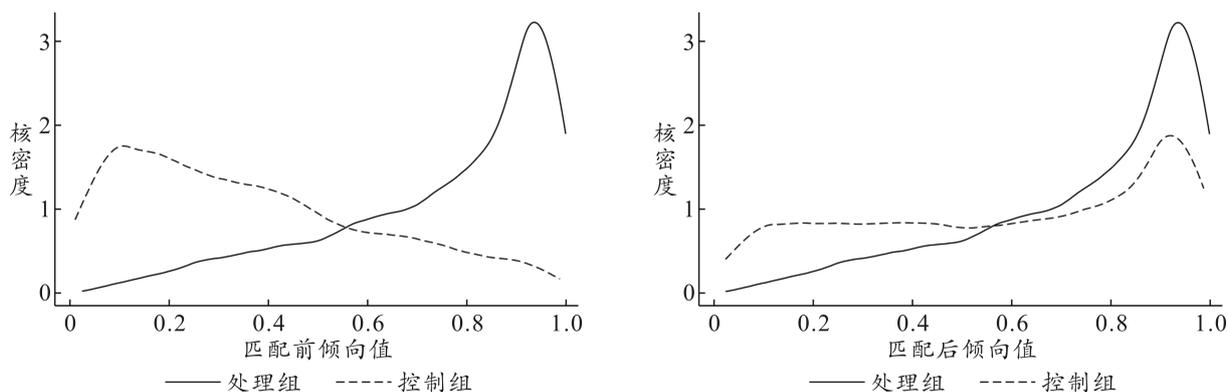


图1 匹配前后的核密度图

如图1所示,匹配前,处理组和控制组的核密度图存在较大的差异;匹配后,两者的核密度分布趋于相近,表明匹配质量较好。同时,在匹配后,控制组和处理组不再具有显著的系统性偏差,因而所估计的平均处理效应值可以视为互联网群聊社交对隐私焦虑影响的“净效应”。在共同支撑域内,表3同时使用三种具体的匹配方法,即最近邻匹配(一对四)、半径匹配(0.01)和核匹配来计算平均处理效应。互联网群聊社交这一变量均在1%的统计水平上显著为正,进一步验证出假说H<sub>1</sub>是稳健的、可信的。

### (三) 影响机制分析

上述已验证出互联网群聊社交对隐私焦虑的显著负向影响,下文进一步探究其影响机制。本研究采取逐步法进行验证中介效应,即首先验证自变量对中介变量的影响,并判断待估参数是否显著,若存在显著影响,则在此基础上,将核心解释变量和中介变量共同纳入回归模型中,若核心解释变量的系数或 $t$ 值下降,则中介效应成立。<sup>[51]</sup>

本研究使用有序Logit模型分析互联网群聊社交对社会信任度的影响,所得到的待估参数值显

著为负,且通过1%的统计水平检验。在相关研究中,喻国明等指出,互联网社群使得公众在网络空间的社会关系抽象化,特别是同陌生群体的沟通和交流中,人与人之间的关系在自我暴露逐步逐次深入的过程中被层层建构,因而隐匿化的网络信息和“弱关系”的相处方式降低了公众对社会公众的信任度水平,从而造成社会信任困境。<sup>[52]</sup>表4以隐私焦虑为被解释变量,将互联网群聊社交和社会信任度两个变量共同纳入有序Logit模型中,互联网群聊社交的估计系数(0.285)相比于表2中模型5的回归系数(0.292)有所下降,但仍在1%的统计水平上显著,且社会信任度的估计结果显著为负(-0.134),因此社会信任度的部分中介效应通过,这与假说H<sub>2</sub>一致。可能的解释是,一方面,互联网群聊社交的接入虽然便利了跨时空的交流对话,增强和拓展社会联系,但在网络关系中,互联网用户在跨时空交流中难以判断和甄别信息,降低了公众对社会的信任度,并转化为隐私焦虑的潜在动力因素;另一方面,互联网用户在虚拟空间的关系结构和层次更加多样和复杂,这一关系可能造成对虚拟社交的依赖性,与此相关的一个重要特征事实是错综复杂的网络关系也对公众的社会关系认知造成冲击,特别是对青年群体的影响则更为深远。<sup>[53]</sup>

何以重构隐私焦虑网络空间中的社会信任结构?本研究认为,增强公众的法律治理感知度,有助于形成社会认知关系约束,削弱互联网群聊社交所导致的社会信任不足所造成的影响。在同时纳入互联网群聊社交和社会信任度两个变量的基础上,引入公众守法水平评价、政府执法工作评价、社会法律公平评价三个表征法律治理感知的变量,以及经过中心化处理的互联网群聊社交同这三个变量的交互项,以验证法律治理感知的调节效应,其结果如表4所示。守法水平评价、执法工作评价和法律公平评价的向好,能够显著降低公众的隐私焦虑,这一结论通过了1%的显著性水平检验。在考虑调节变量的影响后,社会信任度这一中介变量的系数值有所降低,反映出法律治理感知的增强对社会信任困境的削弱作用。同时,互联网群聊社交同法律治理感知三个表征变量的交互项显著为负,这一重要结论表明法律治理感知是互联网群聊社交影响公众隐私焦虑的负向调节变量,即法律治理感知程度的提高,能够降低互联网群聊社交对隐私焦虑的负向影响,进而验证出假说H<sub>3</sub>。这一结论的可能解释是,虚拟社交网络的约束作用相对偏弱,网络主体“机会主义”行为的实施成本低,但监管成本相对较高。如何对网络空间进行有效的监督和约束,法律治理在此过程中发挥着极为重要的作用。<sup>[54]</sup>在互联网使用主体的法律观念和法律意识逐步提高的背景下,社会公众对于隐私安全的信心将会重新建构,并转化为良好网络生态格局的法治基础。

表4 影响机制分析

变量	被解释变量:隐私焦虑				
	中介效应		调节效应		
互联网群聊社交	-0.129***	0.285***	0.302***	0.275***	0.283***
	(0.047)	(0.048)	(0.049)	(0.048)	(0.048)
社会信任度		-0.134***	-0.104***	-0.104***	-0.108***
		(0.011)	(0.012)	(0.011)	(0.011)
公众守法水平评价			-0.135***		
			(0.015)		
互联网群聊社交× 公众守法水平评价			-0.096***		
			(0.025)		
政府执法工作评价				-0.360***	
				(0.025)	

续表

变量	被解释变量:隐私焦虑				
	中介效应		调节效应		
互联网群聊社交× 政府执法工作评价				-0.101*** (0.045)	
社会法律公平评价					-0.308*** (0.024)
互联网群聊社交× 社会法律公平评价					-0.085* (0.044)
控制变量	控制	控制	控制	控制	控制
Pesudo R <sup>2</sup>	0.068	0.077	0.082	0.088	0.085
N	9575	9575	9575	9575	9575

注:本研究也使用网络群聊数量和网络聊天频率两个替代性的测度变量进行验证,结论同上,限于篇幅未报告

#### (四) 异质性分析

职业环境与社会认知的形成具有内生关联。<sup>[55]</sup>对于中国民众而言,任职于公共事业部门和非公共事业部门,不仅仅代表着两种不同的职业环境,还将带来社会认知和感知逻辑的差异。

表5使用有序Logit模型进行分组回归,其结果表明两个部门具有显著差异。从互联网群聊社交的直接影响而言,两个部门的回归结果中,互联网群聊社交的估计系数均通过1%的显著性水平检验,但前者的系数值(0.456)显著高于后者对应的系数值(0.268),即互联网群聊社交对身处公共事业部门人员的隐私焦虑影响更为深远,这可能是因为前者的工作职业具有特殊性,其往往掌握一定的公共部门信息和非公开性资料,使用互联网群聊社交时具有更高的职业敏感性。在公共事业部门,互联网群聊社交对社会信任度未呈现出显著负向影响,因此社会信任度并非互联网群聊社交影响隐私焦虑的中介变量。相反地,互联网群聊社交显著降低了非公共事业部门人员的社会信任度( $p < 0.01$ )。换言之,互联网群聊社交所导致的“社会信任困境”主要发生在非公共事业部门,并由此造成社会公众的隐私安全危机,从而验证假说H<sub>4</sub>。

法律治理感知的调节效应在两个部门也具有显著差异。互联网群聊社交同公众守法水平评价的交互项(即调节效应)在公共事业部门并未通过显著性水平检验,但在非公共事业部门呈现出显著负向影响( $p < 0.01$ )。法律治理感知水平的提升,能够削弱互联网群聊社交对非公共事业部门人员隐私焦虑的影响。可能的解释是,公共事业部门的人员多处于正式的制度环境中,其本身已具有较高的法律治理感知水平。但在非公共事业部门,由于法律治理体系和法治环境相对复杂多变,法律治理感知水平对于隐私安全治理具有重要作用。例如,社会法律的公平共识能够激起互联网用户的法律信念和信心,并激励用户依法依规维护隐私权益。

表5 跨部门的异质性影响分析

变量	公共事业部门			非公共事业部门		
	中介效应		调节效应	中介效应		调节效应
互联网群聊社交	-0.147 (0.125)	0.456*** (0.113)	0.489*** (0.115)	-0.118** (0.051)	0.268*** (0.054)	0.281*** (0.054)

续表

变量	公共事业部门			非公共事业部门		
	中介效应		调节效应	中介效应		调节效应
社会信任度		-0.211***	-0.189***		-0.119***	-0.087***
		(0.028)	(0.029)		(0.012)	(0.013)
守法水平评价			-0.100***			-0.146***
			(0.034)			(0.017)
互联网群聊社交× 守法水平评价			-0.040			-0.102***
			(0.063)			(0.028)
控制变量	控制	控制	控制	控制	控制	控制
Pesudo R <sup>2</sup>	0.089	0.097	0.099	0.065	0.071	0.076
N	2108	2108	2108	7467	7467	7467

注:本研究也选用政府执法工作评价和社会法律公平评价两个调节变量进行验证,结论基本同上,限于篇幅未报告

## 四、结论与启示

### (一) 主要结论

随着社交媒体的广泛普及和深度渗透,用户的隐私安全问题成为大数据时代的一项重要议题。社交网络中的“信息爆炸”和不确定性风险,使得公众面临信息过载而导致的隐私安全问题。为此,本研究以隐私焦虑为切入点,探讨互联网群聊社交对公众隐私焦虑的影响。

基于全国层面 9575 名公众的大规模抽样调查——2021 年“中国社会状况综合调查”(CSS)数据,使用有序 Logit 模型,本研究实证分析互联网群聊社交对公众隐私焦虑的影响及机制。结果表明:第一,互联网群聊社交对公众隐私焦虑有显著影响,互联网群聊的接入、使用广度和使用深度都将会增加公众的隐私焦虑程度。第二,社会信任度是互联网群聊社交显著加深公众的隐私焦虑的中介变量,即互联网群聊社交通过降低互联网用户对社会公众的信任水平,进而加深其隐私焦虑,这一结果是网络空间社会互信困境的表现。但是,法律治理感知能够显著调节互联网群聊社交对于用户隐私焦虑的影响。法律治理感知程度的提高,能够降低互联网群聊社交对隐私焦虑的负向影响,缓解互联网群聊社交所导致的社会信任危机。第三,互联网群聊社交对公众隐私焦虑的影响具有跨部门差异。“社会信任困境”主要发生在任职于非公共事业部门的公众之间,且法律治理感知水平在互联网群聊社交影响其隐私焦虑的过程中具有显著的负向调节作用。

### (二) 启示与思考

中国社会科学院中国舆情调查实验室进行多次调查结果均显示,个人隐私保护是民众认为中国互联网治理中首要解决的问题之一,同时调查显示民众认为当前中国的网络隐私保护方面还有不足之处。互联网时代,个人隐私保护得到社会各界的呼吁与关注,现阶段亟待出台相关规章以加强个人隐私信息保护机制。<sup>①</sup> 基于本研究得出的结论,总结如下政策启示:

第一,增强个人信息保护意识,提升公众媒介素养与隐私保护能力。互联网社交平台的兴起使得中国社会原有传播生态发生极大改变,培育个人隐私信息保护意识刻不容缓,应进一步通过多渠道、多平台加大信息安全和隐私安全宣传,以增强公众的信息防范意识和隐私维权意识。同时,鼓励

<sup>①</sup>中国社会科学院中国舆情调查实验室于 2015 年 10 月、12 月在全国范围的城市居民舆情调查进行了两次“互联网治理”的舆情调查。调查抽样区域设定为大型城市、中型城市和小型城市,20 个城市总体样本规模为 2000 人。

社交媒体平台开发用户友好的隐私保护工具,降低用户隐私保护的技术门槛。

第二,完善法律治理体系,提升公众法律公平感知。进一步完善《个人信息保护法》实施细则,明确互联网平台的数据收集边界和使用规范,加大相关违法违规行为的惩戒力度,提高隐私犯罪的成本。加强执法透明度,通过典型案例宣传提升公众对法律治理的公平感知,营造良好的网络法律环境,为公民开展信息和隐私侵害维权提供必要的渠道。

第三,加强非公共事业部门的网络平台治理。开展网络社交媒体乱象整治专项行动,对虚假、“博眼球”式和“流量至上”的社交媒体信息进行治理。鼓励和倡导社交平台传播和传递社会正能量,自觉抵制恶劣和低俗的平台信息。同时,加快行业准入和认证规则的出台,从信息源头上加强信息筛选和防控,降低隐私泄露的发生风险。

第四,构建多方协同的隐私保护机制。建议建立政府、平台、用户三方协同的隐私保护机制。政府部门负责制定规则和监管执法,平台方落实主体责任,用户提升自我保护意识。此外,鼓励第三方机构开展隐私保护认证和评估,形成多方参与的治理格局。

本研究探讨了隐私焦虑情绪与互联网群聊社交行为的内在关联,在一定程度上弥补了现有文献仅关注技术因素或某一消极行为的不足,在后续研究中应结合更多类型的社交媒体,充分利用现有数据,探讨隐私焦虑情绪与网络社交行为间的更深层次的互动关系。

#### 参考文献:

- [1] A. Vannucci, K. M. Flannery, C. M. C. Ohannessian. Social Media Use and Anxiety in Emerging Adults. *Journal of Affective Disorders*, 2017, 207: 163-166.
- [2] B. Debatin, J. P. Lovejoy, A. K. Horn, et al. Facebook and Online Privacy: Attitudes, Behaviors, and Unintended Consequences. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2009, 15(1): 83-108.
- [3] 李迎迎,陈婷婷,孙玉琦. 社交媒体智能推荐中用户隐私风险感知的影响因素研究. *情报杂志*, 2023, 2: 151-157.
- [4] L. N. Zlatolas, T. Welzer, M. Heričko, et al. Privacy Antecedents for SNS Self-disclosure: The Case of Facebook. *Computers in Human Behavior*, 2015, 45: 158-167.
- [5] C. Liu, R. P. Ang, M. O. Lwin. Cognitive, Personality, and Social Factors Associated with Adolescents' Online Personal Information Disclosure. *Journal of Adolescence*, 2013, 36(4): 629-638.
- [6] 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. *新闻与写作*, 2018, 8: 31-37.
- [7] 韩华瑜. 移动互联网环境下的隐私权保护. *法制与社会*, 2018, 19: 243-244.
- [8] 罗恩韬,王国军. 移动社交网络中一种朋友发现的隐私安全保护策略. *电子与信息学报*, 2016, 9: 2165-2172.
- [9] R. Gross, A. Acquisti. Information Revelation and Privacy in Online Social Networks//Proceedings of the 2005 ACM Workshop on Privacy in the Electronic Society, 2005: 71-80.
- [10] A. C. Squicciarini, H. Xu, X. Zhang. CoPE: Enabling Collaborative Privacy Management in Online Social Networks. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 2011, 62(3): 521-534.
- [11] Z. Jiang, C. S. Heng, B. C. F. Choi. Research Note—Privacy Concerns and Privacy-protective Behavior in Synchronous Online Social Interactions. *Information Systems Research*, 2013, 24(3): 579-595.
- [12] 赵宇翔,张轩慧,宋小康. 移动社交媒体环境下用户错失焦虑症(FoMO)的研究回顾与展望. *图书情报工作*, 2017, 8: 133-144.
- [13] H. L. Bekker, F. Legare, D. Stacey, et al. Is Anxiety a Suitable Measure of Decision Aid Effectiveness: A Systematic Review? *Patient Education and Counseling*, 2003, 50(3): 255-262.
- [14] A. F. Westin. Privacy and Freedom. *Washington and Lee Law Review*, 1968, 25(1): 166-170.
- [15] 吕耀怀. 信息技术背景下公共领域的隐私问题. *自然辩证法研究*, 2014, 1: 54-59.
- [16] 唐海波,邝春霞. 焦虑理论研究综述. *中国临床心理学杂志*, 2009, 2: 176-177+199.
- [17] B. A. Primack, A. Shensa, C. G. Escobar-Viera, et al. Use of Multiple Social Media Platforms and Symptoms of Depression and Anxiety: A Nationally-representative Study Among U. S. Young Adults. *Computers in Human Behavior*, 2017,

- 69(C):1-9.
- [18] 欧阳洋,袁勤俭. 国内外电子商务环境下隐私关注研究述评. 情报科学, 2016, 7:170-176.
- [19] G. R. Dowling. Perceived Risk: The Concept and Its Measurement. *Psychology & Marketing*, 1986, 3(3):193-210.
- [20] 王雪芬,赵宇翔,朱庆华. 社交媒体环境下的用户隐私关注研究现状. 情报学报, 2015, 12:1322-1334.
- [21] A. Acquisti, L. Brandimarte, G. Loewenstein. Privacy and Human Behavior in the Age of Information. *Science*, 2015, 347(6221):509-514.
- [22] 谭春辉,陈晓琪,梁远亮等. 隐私泄露事件中社交媒体围观者情感分析. 情报科学, 2023, 3:8-18.
- [23] A. E. Marwick, D. Boyd. I Tweet Honestly, I Tweet Passionately: Twitter Users, Context Collapse, and the Imagined Audience. *New Media & Society*, 2011, 13(1):114-133.
- [24] J. A. Obar. Big Data and The Phantom Public: Walter Lippmann and the Fallacy of Data Privacy Self-management. *Big Data & Society*, 2015, 2(2):2053951715608876.
- [25] M. Heinrich, N. Gerhart. Privacy Education Effectiveness: Does It Matter? *Journal of Information Systems Education*, 2023, 34(1):49-69.
- [26] M. Taddicken. The 'privacy paradox' in the Social Web: The Impact of Privacy Concerns, Individual Characteristics, and the Perceived Social Relevance on Different Forms of Self-disclosure. *Journal of Computer-mediated Communication*, 2014, 19(2):248-273.
- [27] F. Kuo, C. Yu. An Exploratory Study of Trust Dynamics in Work-oriented Virtual Teams. *Journal of Computer-mediated Communication*, 2009, 14(4):823-854.
- [28] 梁银锋,王镛. 政务服务数字化转型何以提升公共服务效率? ——以“互联网+政务服务”平台建设为例. 电子政务, 2024, 1:46-62.
- [29] 姜泽玮. 网络分享时我们在害怕什么? ——恐惧对分享回避的影响及社会网络的调节作用考察. 新闻记者, 2023, 5:84-96.
- [30] 牛静,孟筱筱. 社交媒体信任对隐私风险感知和自我表露的影响:网络人际信任的中介效应. 国际新闻界, 2019, 7:91-109.
- [31] 李贺,余璐,许一明等. 解释水平理论视角下的社交网络隐私悖论研究. 情报学报, 2018, 1:1-13.
- [32] 王爱玲,武文颖. 网络民意的“匿名制服”效应及其有效调控. 新闻界, 2008, 1:16-18.
- [33] Y. Alsarkal, N. Zhang, H. Xu. Protecting Privacy on Social Media: Is Consumer Privacy Self-management Sufficient? Available at SSRN 3252182, 2018.
- [34] 王雪,常健. 舆情中和:化解舆情极化的另一种策略. 中国行政管理, 2021, 3:138-146.
- [35] 陶长春. 网络谣言对民意的表达与歪曲. 武汉:武汉大学博士学位论文, 2015.
- [36] 邢弘昊. 以有效保护机制 提高个人数据治理效能. 新闻世界, 2023, 11:33-35.
- [37] 郭晴. 社交媒体使用中用户信息隐私及保护. 中国信息安全, 2014, 7:90-93.
- [38] 谭九生,张庆. 信息社会公民隐私安全风险及其防范. 四川行政学院学报, 2022, 1:28-37.
- [39] 王文华,姚津笙. 法秩序统一性视角下“守门人”个人信息保护法律体系的完善. 河南社会科学, 2023, 4:56-65.
- [40] 王林,王雁,许知非. 青少年对网络信息内容治理的态度研究——基于B站视频弹幕和评论. 情报科学, 2024, 8:144-153.
- [41] 殷乐,李艺. 互联网治理中的隐私议题:基于社交媒体的个人生活分享与隐私保护. 新闻与传播研究, 2016, S1:69-77.
- [42] 张海东,杨城晨. 体制区隔、职业流动与工作满意度——兼论新社会阶层跨体制流动的特点. 社会科学辑刊, 2018, 6:91-101.
- [43] 李海金,冯雪艳. 数字乡村建设赋能乡村治理:挑战与应对. 社会主义研究, 2023, 6:95-102.
- [44] 文宏,黄之珩. 网络反腐事件中的政府回应及其影响因素——基于170个网络反腐案例的实证分析. 公共管理学报, 2016, 1:21-30.
- [45] 张青波. 个人信息处理规则的程序法治. 南大法学, 2024, 6:1-17.
- [46] 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. 编辑学刊, 2022, 3:30-36.
- [47] 张学波,李铂. 信任与风险感知:社交网络隐私安全影响因素实证研究. 现代传播(中国传媒大学学报), 2019, 2:153-158.

- [48] 王晰巍,王雷,贾若男等. 社交网络中个人信息安全行为影响因素的实证研究. 图书情报工作,2018,18:24-33.
- [49] D. Iacobucci. Mediation Analysis and Categorical Variables: The Final Frontier. Journal of Consumer Psychology, 2012, 22(4):582-594.
- [50] A. Abadie, G. W. Imbens. Matching on the Estimated Propensity Score. Econometrica, 2016, 84(2):781-807.
- [51] 温忠麟,叶宝娟. 中介效应分析:方法和模型发展. 心理科学进展,2014,5:731-745.
- [52] 喻国明,朱烱枢,张曼琦等. 网络交往中的弱关系研究:控制模式与路径效能——以陌生人社交 App 的考察与探究为例. 西南民族大学学报(人文社科版),2019,9:141-146.
- [53] 田丰,李夏青. 网络时代青年社会交往的关系类型演进及表现形式. 中国青年研究,2021,3:28-37.
- [54] 周振超,张梁. 网络谣言法治化治理的法理诠释与实践向度. 理论月刊,2021,1:124-135
- [55] 翁清雄,席酉民. 动态职业环境下职业成长与组织承诺的关系. 管理科学学报,2011,3:48-59.

## Online Group Chatting, Social Trust Dilemmas, and Privacy Anxiety: An Empirical Study Based on 9,575 Respondents

*Si Ruo* (Tsinghua University)

*Ren Yi-dan* (Capital Normal University)

**Abstract:** Against the background of the continuous emergence of Internet social platforms, clarifying the mechanism of user privacy anxiety formation provides an effective governance path for social media development. Taking privacy anxiety as an entry point, this paper explored the effects and mechanisms of Internet social networking on public privacy anxiety based on survey data from 9,575 members of the public in the 2021 China Social Situation Survey (CSS), using an ordered logit model. The results indicated that, first, both access to and increased frequency of Internet socialisation in the Internet environment significantly increased individuals' privacy anxiety. Second, privacy anxiety facilitated by Internet social networking was closely related to the social trust dilemma under the conditions of information asymmetry. Analysed using a mediation effect model, Internet socialisation deepened privacy anxiety by reducing users' level of trust in the public, but legal governance perception significantly moderated the effect of Internet socialisation on users' privacy anxiety. An increase in the degree of legal governance perception could reduce the negative impact of Internet socialisation on privacy anxiety and alleviate the social trust crisis caused by Internet socialisation. Third, there were cross-sectoral differences in the impact of Internet socialisation on public privacy anxiety. The "social trust dilemma" mainly occurred among members of the public working in the non-public sectors, and the level of legal governance perception had a significant negative moderating effect on the impact of Internet socialisation on their privacy anxiety.

**Key words:** social media; privacy anxiety; social trust; legal governance perception

---

■ 收稿日期:2024-10-21

■ 作者单位:司若,清华大学新闻与传播学院;北京 100084

任一丹,首都师范大学文学院;北京 100089

■ 责任编辑:刘金波