

警惕「友朋間信息披露」風險

許佳龍

科大資訊、商業統計及營運管理學系講座教授

劍橋分析公司（Cambridge Analytica）利用臉書（Facebook）平台上的漏洞，未經許可收集了逾 5000 萬臉書用戶的信息資料，事件轟動國際。今日，幾乎每一個人都離不開網絡世界，這事件背後，其實隱藏了一些我們絕不能忽視的「須知」。

劍橋分析公司如何攫取到逾 5000 萬臉書用戶的資料，關鍵是負責收集資料的劍橋心理學教授科根（Aleksandr Kogan），透過一個性格測試的 APP，邀請臉書的用戶參與測試，科根則收集登錄臉書帳號參與者的個人資訊與點贊記錄。除受訪者本人外，再通過收集受訪者在臉書上的好友資料。當時，參與性格測試的人約 32 萬人，但順藤摸瓜，加上用戶在臉書上的好友，像滾雪球般，科根一共收集到逾 5000 萬臉書使用者的資料。

筆者扼述事件的來龍去脈，是因為事件裡有幾個要點很值得檢討，並吸取其教訓。

私隱資料無絕對安全

第一，網上的企業，如臉書等，的確須做好一切防禦措施，以確保收集到的用戶資料，其隱私得到保護，不輕易外洩。今次捲入事件中的臉書，該公司創辦人朱克伯格（Mark Zuckerberg）4 月中到美國參議院司法和商業委員會作證。即使他公開認錯，但公司的商譽還是受到相當程度損害；至於劍橋分析公司，5 月上旬更宣布倒閉停業。可以看到，保障用戶資料的私隱，對企業來說，不僅關乎公司的信用和經營，更是維繫網絡商業世界秩序運作的一個關鍵要素。

更重要的一個訊息是，個人私隱的安全保護，與其依靠企業平台方作出，用戶是否也該反思一下，在網上的活動，若假定私隱訊息已完全得到平台方的安全保障，這種想法是否需要改變？

從目前個人在網上的行為看，不少人都缺乏警惕性，隨意在社交平台上載自己的生活訊息、相片、甚至和朋友之間的活動也一一上載。隨意行為的背後，其

實蘊含了認定平台方有確保個人私隱資料安全的絕對責任和措施。今次 5000 萬臉書用戶的個人資料外洩事件，不僅推翻了平台方的保護傘「固若金湯」的設定，並暴露了網上個人私隱保護的漏洞。究竟完全由平台方作出保護，前提是否合理？

「友朋間信息披露」新現象

平情而論，今次劍橋分析公司事件，臉書的訊息保護安全設計當然有問題，但事件牽涉一個網絡新現象，筆者稱之為「友朋間信息披露」(Peer-Disclosure)，這個新現象問題在臉書事件中更為突出。

有關網上的個人資料，目前大家擔心的，是平台方是否會不正當地運用所收集到的用戶資料，譬如把資訊有償或無償地給予第三方，卻很少人意識到，朋友一方可能引發的問題。今次臉書逾 5000 萬用戶的個人資訊受到不恰當使用，大部分受害者，其實是受到朋友牽連，因為朋友接納和使用了一個性格測試的 APP，而令到自己無辜受害。

筆者一篇即將發表的研究論文，「在線社交圈的友朋間訊息披露之經濟分析」(An Economic Analysis of Peer Disclosure in Online Social Communities)，便探討了這個網絡新現象。「友朋間訊息披露」可視為對其他人造成一種負面性外部效應(Negative Externality)。另一方面，友朋間分享信息，所上載的訊息也可以產生福利，譬如朋友的讚賞與喜悅，這樣，信息便可以造成正面性外部效應(Positive Externality)。因此，如何權衡其造成的社會福利與對個人的利弊，確實需要新政策思維。本文並不打算詳述這方面的經濟分析。

然而，「友朋間信息披露」，亦即是一些敏感信息披露對其他人造成的負面性外部效應，問題便很值得討論。

曾蔭權家僕被炒啟示

記得 2010 年 2 月，時任特首曾蔭權所居禮賓府有一名家務員，帶同十多名朋友到禮賓府燒烤，其後，當中有朋友在網上討論區及交友網站，張貼多張「玩轉」禮賓府的相片，不僅在禮賓府內燒烤；又在舉行授勳儀式的宴會廳裝作授勳拍照；亦有人在前國家主席江澤民的「香港明天更好」題字前留影。相片在網上流傳，令事件曝光，最終這名禮賓府家務員丟職被炒。

外國亦有事例，據《紐約每日新聞》於 2013 年一則新聞報導，一名高中教師的學生在 Instagram 上發布了一張照片，這張照片顯示，該名老師在舞會後提

供酒精和避孕套，結果這名老師「被炒」了。當然，老師的行為值得商榷，但關鍵的問題是，「友朋間信息披露」(Peer-Disclosure)，往往產生一些意想不到的後果。你的朋友把一些關於你本人的數據，包括文本或照片上載到社交平台，這些觸及你的一些個人的敏感資料，有機會令你受到傷害。

可以說，個人在網上跟朋友交流，這種「友朋間信息披露」(Peer-Disclosure)的風險，在劍橋分析公司事件中暴露無遺。這種風險，是我們很難控制的。值得注意的是，目前全球國家的私隱條例，只對企業不能洩露客戶的個人資料、以及未經許可下，不能另行使用客戶的個人資料作出規範，但法例卻沒有覆蓋到朋友間的信息披露。換言之，在未經你同意下，朋友可以把牽涉你的信息上載到社交平台進行集體分享。即使你因此而受到意想不到的損害，也完全沒有損害賠償的歸責法律問題。

事實上，交朋友是個人的自由，法例不會、也不應該對朋友間的信息分享、信息保密、信息互動等行為作出規範與管制，因而令「友朋間信息披露」的政策處理顯得更為複雜。

大數據時代變局

面對「友朋間信息披露」風險，第一、我們也不該假定有外力能夠作出幫助；第二，也不應該那樣「理所當然」地認為，個人的資料必然得到保護，不會外洩，因為即使企業或平台方作出保護承諾，而朋友亦明白有些敏感信息不宜公開分享，但也無法保證企業或平台內所有員工都沒有侵犯的惡意？也不排除有朋友——無論有意或無意，把敏感信息上載到網絡上。

誠然，「友朋間信息披露」的同類風險，在傳統實體世界都有，只不過在傳統世界，要把信息廣泛傳播，以及在外圍攫取到如此大規模的個人資料數據，絕不容易，因為缺乏一個無遠弗屆的平台和龐大數據庫。然而，隨著資訊科技和網絡的發展，如大數據、社交平台、雲端處理的技術出現，導致今日每一個資料使用者，如企業及其內部的員工、以至相關的機構，其處理數據的能力大幅提升，變相令其對私隱侵犯的威脅，也較過去為大。

持份者利益關改變

今日這個科技發展趨勢已無法抗轉。事實上，科技的發展是一條單向路，只會向前行，而不會往後退，因此，在科技不斷發展下，如大數據庫、社交平台、雲端處理的普及化，個人的私隱資料已不能像過去那樣，理所當然地設定得到企業的絕對保護。

隨著科技的發展，也相應地改變了社會上不同持份者之間的利益關係。舉例來說，過去的盜版問題，未有數碼技術前，盜版只局限於翻版 CD、錄映帶、軟件等，成本高效率低。但有了數據化技術；加上網上「點對點」分享後，出版商的利益大大受到侵蝕，他們花了不少工夫，力圖訴諸法律來解決這個問題，制止盜版，不過，從目前的情況看，出版商的努力得不到回報，因為科技的進展，即使監管機構想管制，但也未必管得到，譬如「點對點」的分享，便無從找到打擊侵權的對象，因而透過法規去壓止用戶互相分享那些受版權法保護的產品，已愈來愈困難，而箇中的利益，也從出版商轉移到用戶手上。

管制之手能力受制

可以看到，網絡技術的發展，出版商顯然對此也束手無策，難以再用固有的法律框架來解決問題。換言之，技術的發展，令固有的法律框架無法再適用。網上的私隱問題有類似情況。隨著科技發展，數據的產生、儲存和運用也出現了巨大改變，而改變並非向用戶方傾斜，而是有利於使用者一方，因為。目前數據的產生和處理速度，已急遽到幾乎同步在網絡上四處發放、互相傳輸，無法像傳統那樣有力地受到控制。

事實上，臉書 5000 萬用戶的個人資料外洩，很多人都跟這家公司沒有直接關係，與測試 APP 的劍橋分析公司也沒有拉上關係，只不過因朋友關係引起，從而受到損害而已。

長遠來看，資料外洩的事故不會因劍橋事件而終止，不會再發生。倘若大家都想繼續在網絡社交平台分享信息，大眾必須反思，我們是否期望繼續以過去那套保護框架和對私隱的標準，來應對目前的時代變局？甚至可以說，我們是否需要考慮改變目前對私隱的定義和定位？如果我們要維持高標準的私隱定位，個人也有責任和警惕之心「自我保護」，也許無法避免。

〔本文由科大商學院傳訊部筆錄，許佳龍教授口述及整理定稿，文章在信報六月五日發表〕