

調查摘要

引言

個人資料私隱專員公署（公署）委託香港大學社會科學研究中心（研究中心）於二零一四年十一月至十二月期間，以科學基礎進行一項公眾對個人資料私隱的態度的調查，為公署未來在策略、教育及推廣方面的決策提供參考，並讓公署了解公眾對私隱資料保障及一些日常生活上的私隱議題的認知和看法。

研究方法

本研究包括了香港成年人口的住戶電話調查及聚焦小組討論。住戶電話調查採用電腦輔助電話訪問系統（CATI）進行，研究中心從最新英文版本的香港住宅電話號碼目錄取得住宅電話號碼，把電話號碼中最後一個數位刪除，再刪除重複號碼，然後在這批保留的號碼末端加上 0 至 9 的單位數字，並把號碼的次序隨機抽出所需要的號碼數目。目標對象為 18 歲或以上，能操廣東話、普通話或英語的人士。本調查採用雙語（中文及英文）的問卷來收集數據。訪問於二零一四年十一月二十五日至十二月十七日期間進行，成功完成了 1,222 個訪問，接觸率為 30.6%，整體回應率為 62.2%，於 95% 的置信空間的最大樣本誤差為 +/- 2.8%。為了讓調查結果更能代表香港人口的情況，當中作出了比重調節。研究中心採用了統計檢定測試的方法，測試選取的受訪者特徵與選取的題目之間的顯著差別，而本報告只顯示在顯著水平為 5%（兩面）的結果。

研究中心進行了 4 個聚焦小組討論，共有 36 名與會者，目的是反映公眾的不同意見：

- 一. 年齡介乎 18 至 40 歲的市民（男性及女性）；
- 二. 年齡 41 歲及以上的市民（男性及女性）；
- 三. 教育程度較低的市民，即：中學教育程度或以下（男性及女性）；及
- 四. 教育程度較高的市民，即：專上教育程度或以上（男性及女性）。

主要調查結果

研究中心根據住戶電話調查受訪者的年齡及性別作出比重調節，以符合政府統計處於二零一四年中所編製的香港人口調查數據。

關於使用身份證的私隱態度

住宅電話調查的結果顯示，約 30%的受訪者不介意合法及合理地使用身份證資料，而接近 40%的受訪者清楚地表示他們介意不合理使用身份證資料。

對提供不同類型的個人資料的私隱態度

住宅電話調查的結果顯示，只有少數受訪者表示介意提供手提電話號碼(即使它容許接收廣告電話)、職業或完整出生日期(儘管它經常被用作核實身份)，但很多受訪者關注到提供個人收入及身份證號碼是否合理。

公共登記冊、閉路電視及積分優惠卡的私隱

對於使用公共登記冊上的個人資料，13-15%的受訪者表示沒有關注，但有 18%對婚姻登記處及土地註冊處的公開資料表示非常關注。對於公司董事的身份證號碼及住址，28-35%的受訪者表示非常關注，再次證明這些資料被視為敏感。對於閉路電視覆蓋受訪者居住單位的出入口，16%的受訪者表示沒有關注，而 23%的受訪者表示非常關注。67%的受訪者非常關注當申請積分優惠卡時要提供他們或他們的朋友/親戚的姓名及地址，只有 1-2%的受訪者對此沒有關注，顯示公眾普遍認為這是侵犯私隱。

個人資料被濫用

住宅電話調查的結果顯示，近半數的受訪者 (46%) 在過去 12 個月曾經歷其個人資料被濫用，最常發生問題的是銀行(57%)，其次是電訊公司(32%)，健身及美容中心(26%)及財務公司(17%)。(而在 2001 年的調查中顯示最常發生問題是銀行、地產代理及電訊公司。)

個人資料曾被濫用的受訪者當中，接近 11%有作出投訴，而那些沒有投訴的受訪者解釋，主要原因是提供資料的是其朋友(35%)，其次是受訪者(25%)不願意及該公司的職員。

所有參與聚焦小組討論的與會者普遍認同資料外洩事故應該即時通報給資料當

事人、公署及傳媒。

對公署工作的認識

住宅電話調查的結果顯示，大部分的受訪者表示透過大眾媒體(63%)認識公署，其次是透過網頁/多媒體資訊(19%)、公署的刊物(15%)及公署的推廣活動(7%)。絕大部分的受訪者(86%)同意或非常同意公署自二零一零年八達通事件發生後，提升了社會對個人資料私隱的認知，只有 14%的受訪者對此表示不同意或非常不同意。

點名批評違規的機構

大多數聚焦小組討論的與會者認為公署在公佈的報告中，點名批評違規的機構是有效的，因為公眾對個人資料保護的意識因此有所提升。大多數與會者表示會降低對被公署報道違反<<個人資料(私隱)條例>> (條例) 的公司的信心或信任。

現行的規管架構提供的保護是否足夠

聚焦小組討論的結果顯示，只有數位 41 歲及以上或較低教育程度的與會者認為現行的規管架構足夠保障公眾，但有很多與會者不甚知道公署的規管架構。教育程度較高的與會者均認為現行的規管框架不足夠保障公眾，因為目前市民被逼提供個人資料及大量個人資料可被公開找到的情況令他們擔心。

對不遵守條例的後果的認知及對公署行動的期望

聚焦小組討論的結果顯示，大多數與會者並不知道違反條例的後果。

直接促銷及條例的修訂

聚焦小組討論的結果顯示，只有少數年齡介乎 18 至 40 歲或具有較低教育程度的與會者知道機構須通知準客戶，並應在使用其個人資料作直接促銷前先得到他們的同意。然而，大多數 41 歲或以上或具有較高教育程度的與會者知道這項通知及同意的要求。

少數與會者知道當機構獲得資料當事人批准使用其個人資料作直接促銷後，只可促銷資料當事人已同意的產品和服務類別。

很多參與聚焦小組討論的與會者知道除非已獲得他們的書面同意，否則機構不可以轉移他們的個人資料予第三方作直銷用途。

大部分年齡介乎 18 至 40 歲之間的與會者知道他們擁有拒絕機構使用其個人資料作直銷用途的權利，即使他們之前曾給予同意。然而，大部分 41 歲及以上的與會者並不知道他們擁有此權利。

少數聚焦小組討論的與會者曾聽過《個人資料(私隱)(修訂)條例》，包括加強監管直接促銷。簡介自 2013 年實施修訂的《個人資料(私隱)條例》有關直接促銷的主要條文後，大部分的與會者相信當中條文不足以保障公眾，因為執法權力有限。

處理投訴的可信性

公署 (25%) 的可信性繼廉政公署(33%)之後，輕微高於消費者委員會(24%)，成為第二個最值得信任的機構。受訪者對以下六個法定機構在處理投訴方面的可信性給予評分：

消費者委員會 (9 分或 10 分: 24.3% 與 5 分或以下: 30.0% 相比)

香港警務處 (19.9% 與 42.5% 相比)

香港申訴專員公署 (19.7% 與 34.9% 相比)

平等機會委員會 (16.4% 與 38.1% 相比)

廉政公署 (32.7% 與 23.4% 相比)

個人資料私隱專員公署(25.0% 與 29.9% 相比)

對網上活動的私隱態度

(a) 廣告及私隱

住宅電話調查的結果顯示，大部分受訪者(56%)肯定不會每月支付\$20 購買承諾沒有廣告的電子郵件服務，如 Gmail，而只有 6%的受訪者表示肯定願意，表明大多數人都不願意付出費用來保障私隱。

(b) Facebook 及私隱

住宅電話調查的結果顯示，大部分擁有 Facebook 帳戶的受訪者(56%)至少每天使用一次 Facebook，只有 18%很少或從不使用他們的帳戶。大部分 Facebook 的用戶(77%) 知道有私隱設定，當中有大部分(73%)曾檢查私隱設定，其中幾乎所有

(90%)受訪者曾更改其私隱設定。反映市民現時普遍意識到在社交網絡保護私隱的需要，並會採取行動來保護自己。(公署在 2013 年進行有關 Facebook 用戶對於私隱意識的調查，發現超過 80%的受訪者知道如何設定權限來保護他們的個人資料，但少於 40%會這樣做。)

(c) 智能手機及私隱

住宅電話調查的結果顯示，絕大部分的受訪者(87%)使用智能手機，其中 95%有安裝微信或類似的應用程式，但有 19%的受訪者並非自己安裝有關的應用程式。只有 72%安裝了微信或類似的應用程式的受訪者知道這個應用程式會查閱他們智能手機上所有聯絡人的資料，而有很大的比例(33%)認為法例應該禁止這個做法。

私隱的權衡

在聚焦小組討論中，大多數年齡介乎 18 至 40 歲或具有較低教育程度的與會者都不願意提供他們自己或其他人的個人資料以換取金錢或其他利益。相反，41 歲或以上或具有較高教育程度的與會者願意為了換取好處及實際利益而提供他們身份證號碼以外的個人資料，但不願意提供其他人的個人資料。

總括而言，結果顯示受訪者對公署、個人及他們的朋友的私隱權的認知、以及對公署的信任普遍都相當高，而且在需要按著不同情況下平衡私隱權方面有好的認知。然而，對於現時公共登記冊一些做法表示關注，顯示他們支持公署加強相關工作。

受訪者普遍支持點名批評違規機構的做法，建議公署應該繼續使用這個策略來推廣遵守條例。

公眾似乎不了解公署的執法權力是很有限，受過良好教育的受訪者更認為現時的規管架構對公眾的保障並不足夠。建議公署在這方面再加強教育，以增加支持公署獲賦更大的權力。

調查顯示公眾支持發生資料外洩事故的機構應即時向公署通報，反映公眾期望可推行強制性規定。

市民較多意識到使用 Facebook 所需要的私隱保障。然而，隨著資訊及通訊科技

的進步，如流動應用程式的普及，科技發展對私隱及個人資料保障的工作帶來持續不斷的挑戰，公署須加強執法力度及公眾教育來應付。