

# 你的数据正在被克隆？ 算法偷走的可不只是时间

限于技术本身的风险性和伦理悖论，克隆技术被严禁应用于人体实验，但当今时代，对于个体的“数据克隆”却无时无刻不在进行着。

每一个人都是行走的数据源，个体在网络上的所有行为都能够被互联网技术解剖，再重组成为可识别、可抓取、可利用的数据图谱，从而为商业活动和个性化服务提供指导。毫无疑问，基于人机交互和算法的内容分发、商品推荐，正是构成移动互联网时代大众传播和电子商务的坚实基础。

但是，算法所带来的隐忧，也越来越多地引起公众的关注，人们惊奇地发现自己正在乐此不疲地刷着各类信息资讯，并在不经意间跌入了信息茧房的陷阱之中；发现自己在私密交谈时被种草的商品如影随形地出现在网购 APP 的推荐页面里……让渡隐私以获得便利的事情，每天都在发生，算法偷走的，可不只是用户的消费时间。

或许，从悲观的角度来看，算法对个体数据的复刻所带来的争议并不比生物学上的人体克隆争议要小。本期全媒派将从算法的偏见、信息“偏食”的代价和个人信息的权属争论等角度展开论述，试析大数据时代全面数据化的现实和被算法支配下的个体困局。总之，算法不是洪水猛兽，但它的风险点也值得反复论证、探讨。

## 算法的偏见是与生俱来的？

2016年，国内一篇题为《基于面部图像的自动犯罪概率推断》的论文公开发表，该论文通过 LR（逻辑回归法）、KNN（k 近邻法）、SVM（支持向量机）

和 CNN（卷积神经网络）四种算法，对 1856 张人脸进行分析并发现罪犯普遍的面目特征。无独有偶，2017 年，斯坦福大学一个研究团队发表了一篇题为《通过面部图像分析深度神经网络比人类更精准判断性取向》的论文，宣称该 AI 算法能够通过照片高准确率的识别出同性恋。

上述两项研究引发了巨大的争议，争议的焦点并不在于算法是否能够实现准确的预测，而在于致力于通过预测提供决策指导的算法，是否会增加或强化传统社会里普遍存在的歧视与偏见，让其感受到来自于大数据算法的恶意。

“算法以貌取人”的案例还告诉我们，大数据算法中包含着人的经验投影，不可避免地带有“以偏概全”的风险。这并非是由数据模型的偏差所致，而是因为在本质上，作为人类观察世界的表征形式之一，算法未超出对人类经验归纳总结的逻辑范畴，即“通过历史数据的训练，形成类的概念（或聚类或分类），然后对新对象进行归类，按类的集合属性，实现对新对象的特征预测”。

从这一角度来讲，算法的偏见是与生俱来的。国内大数据应用领域的专家学者周涛在《数据的偏见》一文中也明确指出，“让我们不安的是，因为系统设计人员带来的初始偏见，有可能随着数据的积累和算法的运转慢慢强化放大。”也就是说，大数据与算法不可能独立于人从而保持客观性，其会在人机交互的过程中从人身上继承偏见。

此外，在现实的应用场景中，数据样本偏差、算法模型设计缺陷、数据解

读受人为干扰等因素都会导致或加剧算法的偏见，从而致使某一被大数据算法观测的标签群体受到不公平待遇。

## 算法让信息“偏食者”钻进茧房

就目前而言，算法在新闻传播上的一个基础型应用是资讯 APP 的个性化推荐。在海量的资讯中找到自己偏好的信息，并据此量身定制一份个性化的资讯信息服务，是信息技术进步的表现，也是资讯过载的必然结果。

但是，人们的担忧在于，算法在内容个性化推荐分发方面的极致应用，或正在把信息的私人订制推入美国学者桑斯坦所提出的“茧房”悖论。信息茧房的争议史几乎也是数字化媒介的发展史，此间，不乏有论者将致力于个性化资讯推荐的算法视为个体乃至整个社会信息“自闭”的罪魁祸首。显然，这种对待算法的敌视观点不够客观、有失公允。因为，作为独立个体的读者对于内容的选择和鉴别始终掌握着更大的主动权，其随时可以通过丰富阅读打破“茧房”禁锢。

不过，不能否认的是，算法的出现，确实让少数缺乏自制力的信息“偏食者”钻进了牛角尖。算法很可能会越俎代庖，由信息适配者的角色僭越为对个人胃口了如指掌的信息投喂者。

在《新媒体用户研究——节点化、媒介化、赛博格化的人》一书中，清华大学新闻与传播学院彭兰教授将“信息茧房”划分为两类：

- 1、某个平台或应用造成的茧房，即“局部的阅读内容的狭窄”；
- 2、整体视野与思维上的茧房，即“对

社会环境感知的偏见”。

前者可能会对后者形成影响，而后者则会人们在公共对话时缺乏共同的视角。

而正如彭兰教授所指出，“共同‘视角’的缺乏，意味着人们对一些事实的判断会出现偏差，共识难以形成……也可能进一步固化人们的某些观点与立场。”从这个角度来讲，算法不仅具有与生俱来的偏见，或从人身上继承偏见，还会真切参与到人的偏见的构建之中，对人与人之间对话产生影响。

## 个人信息与隐私的权属争论

数据即财富，算法大数据还带来了电商的精准营销。而电商的精准营销是建立在对用户数据充分收集、分析、处理的基础之上的，因而其在给人们带来财富和便利的同时，也带来了另一个关乎普通人隐私安全的深层次风险，即无处不在的数字化监视。

这并非危言耸听，人们对安装一款 APP 后被频繁要求授权访问通讯录、照相机、文件夹的“用户协议”更是司空见惯。近年来，也不时有网友公开质疑自己私密交谈的某些内容很可能正在被“偷窥”。

被“偷窥”的多数信息的权属边界是明晰的，其与用户在公共平台上留下的数字化痕迹、特征信息有着本质上的区别。

但是，对于个人信息的权属问题依然有诸多疑问，比如所有在公共互联网上可采集到的个人信息都属于公共资源吗？个体在决定停止使用某款 APP 的服务后，是否有权要求平台方删除所有关

于自己的信息记录？如果没有删除，用户能拿平台怎么办呢？

随着信息技术的快速发展，在可以预见的未来，各种传感器将能够随时随地捕捉人的数据，甚至我们可以想象，算法大数据或许还能够根据源源不断的传感数据和个体的数字化痕迹对人进行数字化克隆，就像科幻电影里所描述的那样，把个体的“意识”载入到计算机中。

届时，如果在法律上还没有关于个人信息清晰的权属界定，个体有可能会被作为数据“金矿”进行开采、计算。人们或将更加真实地生活在资本的数字化监视下，而互联网对信息保存的复制性、永久性也将使个体更为渺小。

不过，个人数据权在法理上的讨论从未停止，有学者认为其作为一种新型基本权利，属于人格权；而有的学者则提出个人数据权已超出一般人格权的范畴，具有显而易见的财产权的属性。

此外，隐私权、被遗忘权、删除权等相关权利也均在具体的法律条文有所体现，例如：2012 年欧盟出台的《一般数据保护条例》首次提出“被遗忘权”，规定信息主体有权要求信息控制者删除与其个人相关的资料信息；我国实施的《网络安全法》确认了“删除权”，即个人发现网络运营者违反法律、行政法规的规定或双方约定收集、使用其个人信息的，有权要求网络运营者删除其个人信息。

终归，和互联网一样，算法是一种工具，我们要正视其与生俱来的能量和偏见，在大力挖掘开发其价值的同时，谨防其凌驾于个体权利和社会制度之上。**E**

## Google 资助 5300 家媒体：成为金主就能当“爸爸”吗

自 2018 年乃至更早起，美国地方新闻生态逐渐崩溃，纸质媒体、记者和读者的数量锐减，以致于在社区极度需要本地信息的疫情期间，很多地方的内容供给无法跟上需求。

新闻行业整体的萧条导致本地新闻业陷入生存困境，其实早就是一个世界性难题。那么，问题暴露之后，如何补救呢？

今年，Google 发起了一项“新闻紧急资助基金”计划，为全球数以千计的中小型地方新闻媒体提供紧急资助。尽管数字平台与媒体机构之间的关系一直难言和睦，但在其新闻副总裁 Richard Gingra 看来，“本地新闻一直是维系人们与社区间关系至关重要的资源”，Google 这次拿出了真金白银。

本期全媒派编译多篇文章，一起来看看以 Google 和 Facebook 为首的科技巨头如何慷慨解囊，启动各项资助与帮扶项目，以挽救岌岌可危的本地新闻业。

### 新闻业式微将牵连数字平台

尽管本地新闻是发布信息和维系社区的重要力量，其收入却持续走低，不得不开始做出停薪、裁员等行为。甚至连美国发行量最大的报纸之一《洛杉矶时报》都在 4 月份告知员工：行业整体低迷，公司的广告收入已基本归零。

而过多新闻媒体关门大吉，各大科技巨头也将受损。一直以来，新闻媒体生产内容吸引流量，为科技公司也带来了源源不断的收入，双方在竞争中实现了合作。Gingra 曾如此评价这种共生关系：“我们公司发布的广告能否赚到钱，这完全取决于新闻媒体是否成功。”

因此，可以预见的是，新闻媒体机构的倾颓将影响 Facebook 与 Google 等科技公司此前在这一领域的收益，特别是让大量布局资金付诸东流。

为了阻止情况进一步恶化，巨头自掏腰包为世界各地的新闻编辑室提供资助，似乎也是一件很具有经济理性的行为。

### 各国政府向科技公司施压

促使科技公司开始资助新闻媒体的另一因素是一些国家的政府机构的持续施压。Google 与 Facebook 这类科技公司一直面临着来自行政方面的压力，许多国家的政府部门要求这些科技公司向其使用过内容的新闻媒体做出直接补偿。

今年 4 月，澳大利亚政府就颁布了相关规定，要求上述两家公司向相应的澳大利亚媒体支付内容使用款项。法国政府主管市场竞争的部门也裁定，由于 Google 在搜索结果中再次使用了新闻媒体的内容，为此 Google 理应承担相关费用。美国的《保护贸易及商业以免非法限制及垄断法案》也规定科技公司应为使用资讯内容而付费。

另外，一些机构也有意围绕这一倡议建立支持体系：5 月，对冲基金 Alden Global Capital 的 CEO Heath Freeman 将一封信发送给了几家美国报纸的 CEO，信件的主要内容是请这些报纸为一项活动提供推广支持，活动主题正是要求 Google 和 Facebook 支付费用。

在通常情况下，Google 和 Facebook 是新闻媒体最为重要的业务合作伙伴之一，但在双方目前的关系中，许多媒体并不认为自己获得了与付出相匹配的回报，而赚得更多的科技公司理应做出补偿。

### 科技巨头自掏腰包资助新闻业

Google：两周内收到 12000 份求助申请。

在内部需求与外部压力下，Google 于今年 4 月成立了一项“新闻紧急资助

基金”，旨在资助遭遇重创、陷入困境的本地新闻媒体。Google 新闻倡议创新负责人 Ludovic Blecher 表示：“被选中的新闻编辑室‘将会获得 5000 美元至 30000 美元不等的资助基金。”

申请发布出去以后，Google 在两周内就收到了来自 140 多个国家和地区的 12000 份申请，这些申请根据之前商定的一套标准均接受了评估。目前，Google 已从世界各地的申请中遴选了 5300 多家新闻编辑室作为该项基金的资助对象。

在这之前，Google 还推出过一系列旨在帮助新闻媒体的方案。如 Google.org 向国际记者中心与哥伦比亚大学达特新闻与创伤中心捐赠了 100 万美元。另外，Google 还在 4 月份宣布，它将为抗争疫情虚假信息的事实核查者与非营利性组织提供 650 万美元的资助资金。

### Facebook：承诺资助 1 亿美元

另一家数字广告收入巨头 Facebook 也在为新闻媒体提供帮助，Facebook 早前就作出承诺：将在疫情期间为新闻媒体提供 1 亿美元的资助。

其中，2500 万美元将通过 Facebook 新闻项目作为紧急拨款资金发放给本地新闻媒体。其余的 7500 万美元将被用作额外营销支出，从而将资金发放给世界各地的新闻媒体机构。

本地新闻协会（Local Media Association）的顾问 Matt DeRienzo 提到：“Facebook 在 3 月份的时候已经向 400 家本地媒体机构提供了各 5000 美元的资助，而后又在 5 月初的时候向 200 家新闻媒体提供了 1600 万美元的更高资助款项。”

### 媒体如何用这些资助款？

接受资助的到底是哪些地方的新闻机构呢？Google 为我们提供了新闻

紧急资助基金受助对象的一些概况。目前来看，该基金的资助机构在地域上跨越了北美（资助新闻编辑室高达 1800+）、拉丁美洲（1050+）、亚太地区（800+），以及欧洲、中东和非洲（1550+）。

这些新闻编辑室计划将这笔资金投入各个方面，例如：迁移业务到新的线上平台；投资音频、视频、数据生产工具以覆盖更多受众；为记者购置个人防护用品；重点关注新冠疫情为贫困的非裔美国人社区带来的影响；维持新闻编辑室的正常运作等。

### 科技公司做了金主，媒体未必乖听话

随着各项资助基金逐渐成立并运作起来，科技公司将在新闻媒体以后的发展道路中占据着越来越重要的地位。

Google 与 Facebook 也承诺将投入大笔资金来协助新闻媒体建立具有可持续性的新型商业模式，如投资订阅实验室、帮助本地新闻媒体创作品牌内容等。

然而，新闻媒体接受科技公司资助的举动也引发了一轮讨论，人们十分关注这一趋势将会对新闻媒体与科技公司的角色地位产生怎样的影响。

Facebook 新闻业务主要负责人谈及资助措施的用意时表示，他坚信，当下投资新闻媒体订阅等举措符合他们未来想要前进的方向。但对于那种仅仅只是想维系基本运作的新闻媒体来说，他们之间并不会达成深度的、可持续性的合作关系。

从明面上看，科技巨头们慷慨解囊的背后，是希望促进有发展前景与野心的新闻媒体与自身达成合作共赢。一些受助机构也针对科技公司投资新闻媒体的新型商业模式与项目给予了高度评价。

但颇具争议的地方在于，媒体与平台的博弈由来已久，接受了巨头们的资助后，媒体的报道立场难免受到质疑，在科技公司面前的议价能力将大打折扣，商业主义入场导致专业主义离场的风险增大。

而且，一小部分新闻媒体的发展并不能完全推动新闻业整体的发展。许多本地新闻媒体，尤其是那种小型媒体，依然只能严重依赖纸媒广告获取收入。资助总有上限，这些小媒体的前景照样扑朔迷离。

因此，虽然科技公司在这一轮危机中提供了巨大支持，但新闻业整体上仍然保持着警惕，并关注着媒体与平台的地位是否会因此而发生变化。

只不过，对于那些有意向发展多样化业务并且与平台建立平衡关系的新闻媒体来说，持续性的资助的确十分符合它们的利益，能够为未来的商业模式的建立与巩固提供良好的支持。

“人们想要争论这些举措属于进攻还是防守，我并不在乎这一点，”《德克萨斯论坛报》的 CEO 向 Digiday 谈及 Facebook 与 Google 的资助项目时说道。这家媒体已经向这两家科技公司申请了资助款项，他总结称：“我们的使命，就是尽可能地获取更多的钱来做严肃新闻。”

可以预见，即便接受资助并不是媒体的最优选项，但接下来，还会有越来越多的人提出建立各种补偿机制，在如此不稳定的情况下，要求科技公司支持新闻媒体的呼声只会越来越响。**E**



（本版文章由腾讯传媒 全媒派授权转载）