

“蜜月期”过后， 社交媒体将何去何从

本报见习记者 陈瑜

社交媒体们似乎已经意识到，用户已经厌倦了自己被当作企业调研、采集数据的样本。“用户希望被视为真正的个体，而不是人口统计学上的个体。钟摆正在回到社交的根源：真实的、个人的和可靠的。”毕竟，信任才是社交的根本，用户的信任亦是社交媒体们安身立命的根本。回归用户真实的社交需求，这是未来企业们破釜沉舟的关键。



图片来源：<https://www.sott.net>

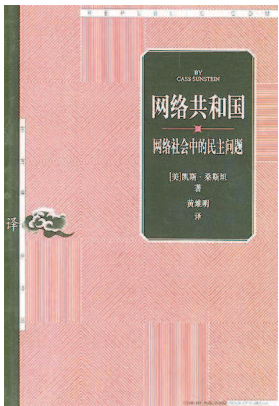
刚 刚过去的 2018 年对于社交媒体来说是充满动荡的一年。以行业巨头 Facebook 为例，不久前，美国媒体 BuzzFeed 汇总了其一年大事件，发现这家社交网络巨头几乎每 12 天就曝出一个丑闻：泄露和贩卖用户隐私、操纵选举、仇恨言论问题……今天，在互联网和社交媒体为我们的生活创造便利的同时，越来越多“行业内幕”被揭露，这也加速了人们与社交媒体之间“蜜月期”的结束。

在去年 Facebook 遭受的众多“指控”中，最严重的莫过于有关缅甸种族清洗和罗新亚人大屠杀事件引起的风波。去年 8 月，联合国尖锐地批评了 Facebook 放任其平台被用来煽动暴力和仇恨。对 90% 的缅甸人来说，互联网和 Facebook 几乎是同义词，Facebook 是他们唯一的新闻来源，他们自然无法鉴别假新闻和可信报道。极端分子的大量虚假言论构成了缅甸人对罗新亚人的认知。“他们要占领和窃取我们的土地、食物和水。”一位缅甸网友在采访中说。一个又一个极端用户的帖子仿佛树枝和木柴，最终点燃了现实中的熊熊火焰。

发生在缅甸的这场灾难，用哈佛大学法学院教授桑斯坦的话来解释，是一场由互联网的“回音室效应”所导致的“群体极化”现象。所谓的“回音室效应”，指的是当新闻和信息经过算法的筛选，而非以完整原貌呈现在

人们面前时，人们看到和听到的只能是“回音室”里不断被印证和放大的一己之见。这让一些偏执狂和阴谋论者意识到他们自己并不孤单，“群体意见中某些既有的偏向，经过商讨以后，群体成员继续沿着偏向的路线前进，最后形成极端的观点”（桑斯坦《网络共和国》），这就为现实生活中暴力和仇恨的滋长提供了温床。

除了假新闻和极端言论的泛滥，用户隐私问题也让公众对包括 Facebook 在内的许多社会媒体产生了深层次的信任危机。自去年 3 月爆出史上最大规模数据泄露事件、扎克伯格因此出席国会听证会接受“审问”之后，一连串关于安全漏洞和滥用隐私问题的指责一直持续不断。就在最近，又有“实锤”指控 Facebook 在用户不知情的前提下与 Spotify、Netflix 和微软等多家公司达成数据共享协议。



桑斯坦《网络共和国》

这一系列丑闻都在表明，当我们免费享用互联网的资源时，我们的个性和性格本身就成为了商家们“待价而沽”的商品。通过搜集我们在网络上留下的痕迹，算法技术可以轻易地给用户贴上标签，这不仅有利于企业把这些数据作为商品进行贩卖，更能够精准化地对用户进行“投喂式”推送。无论是在今日头条浏览新闻，在知乎提问，在网易云音乐下载歌曲，还是在抖音刷小视频……久而久之，这些社交媒体主动推送的内容都变得与我们自己之前的搜索记录大同小异。从表面上看，这似乎是一个搜索引擎们利用算法技术为用户量身定制的信息世界，但相伴随的往往是咄咄逼人的营销广告。

这些丑闻和来自社会各界的压力也让各社交媒体们意识到“痛改前非”的刻不容缓。“为防止选举干扰，我们已改进了识别虚假账号的系统；为组织有害信息传播，我们已建立人工智能系统，能自动识别和删除与恐怖主义、仇恨言论相关的内容；为了确保用户控制自己的信息，我们减少了广告系统中使用的诸多第三方信息。并开始构建‘Clear History’工具，它将使人们对自己的浏览历史有更多控制权，并让人们从我们的系统中清除它……”去年年底，扎克伯格在个人账号上发布“年度总结”，提及了 Facebook 这一年来为净化网

络空间的各项努力，并称为公司在 2018 年取得的进展感到骄傲。但是，许多人对此并不买账，国会认为 Facebook 的这些举措并没有完全兑现，它需要做的仍然更多。

媒体也在“泼冷水”。比如，《纽约时报》最近发表的一篇报道就揭露了 Facebook 为鉴别有害言论而制定的“规制手册”以及其使用过程中的混乱和无序性。其导致的后果是，“Facebook 成为全球言论更强大的仲裁者，它对于人们应该被允许发布什么的决定不仅是武断的，而且是反复无常的、自私自利的”。对此，一位传播学教授给《纽约时报》回信称：“像 Facebook 这样能够掌控人们言论和民主表达的媒介，需要政府冷静、系统地进行监督和监管。”

可以看到，今天的社交媒介通过掌控人们的话语权而拥有巨大的权力。但社交媒体能进行有效的自我监督吗？恐怕很难。社交媒体始终在寻求利润最大化和履行社会责任之间存在一定张力。无论是将用户“标签化”的行为，还是那些为博眼球而缺乏中立的言论和流言，往往能吸引流量和资本，对这些问题的自我监督不仅与企业的营利目标背道而驰，还需要耗费更多的金钱和人力成本。

因此，要真正解决这些问题不能全部寄希望于企业，对社交网络“阴暗面”的监管亟待政府和法律的介入。

算法和大数据技术不应成为无法被问责的黑箱，用户在个人信息的被使用问题上应享有更多的知情权。随着虚拟空间与现实世界之间界限的日益模糊，网络上的一点点“恶”很有可能被无限放大，造成严重后果，因此，对网络空间的治理，其主体和动力机制仍然需要进一步探索。

而从个人的角度来说，保持警惕、保持开放，这样的态度应重回网络社交的核心场域——社交媒体让人与人的关系变得前所未有地紧密，也让人们更容易遇到志同道合的人，但同现实生活一样，并非所有的链接都是好的链接，在这个人人拥有话筒和镜头的时代，更应该提高甄别信息真伪的能力。

值得庆幸的是，社交媒体们似乎已经意识到，用户已经厌倦了自己被当作企业调研、采集数据的样本。在谈及对 2019 年社交媒体的展望时，社交媒体管理系统公司 Hootsuite 的 CEO 瑞恩·霍尔默斯的态度仍是乐观的：“用户希望被视为真正的个体，而不是人口统计学上的个体。钟摆正在回到社交的根源：真实的、个人的和可靠的。”毕竟，信任才是社交的根本，用户的信任亦是社交媒体们安身立命的根本。回归用户真实的社交需求，这是未来企业们破釜沉舟的关键。

新的一年，全球的社交媒体或许将迎来一个关键性的转变，让我们拭目以待。