



# 平台热捧早孕网红：“算法”要有价值观

□新京

据央视报道，国内多个短视频平台存在大量未成年人怀孕、生子的视频，她们以此为荣，争相炫耀。记者调查发现，平台的智能推荐功能成了这些未成年妈妈背后的推手。4月1日，有平台回应记者称，已经对平台上涉及“未婚妈妈”等类似视频，进行了清理。对于自称年龄低于14岁用户的案例，平台已固定证据与有关部门沟通。

虽然《婚姻法》《未成年人保护法》早已颁布实施多年，但早婚早育现象在一些农村地区长期存在是不争的事实。这其中有基层治理失序、监护人失责等多个层面的问题。未成年结婚生子，不仅挑战社会主流价值观，也突破了法律底线。我们不仅要看到短视频乱象，更要看到背后的社会乱象。因此，正确善后方式不应该只是将相关视频一删了之，将相关账号一封了之。相关平台固定证据与有关部门沟通的做法，值得肯定。

不过，除此之外也要看到，短视频平台没有制造早婚早孕，而只是用它们的算法进行了呈现和推

荐。但是，问题也出在算法上。在相当长的时间内，科技公司们一边大把赚钱，一边把“算法无罪”“技术中立”当作万能免罪牌。但是，近年来国内外的互联网用户都逐渐意识到这其中的问题。无论Facebook的用户信息泄露事件，还是前几天引发争议的“中国用户愿意用隐私换效率”，都凸显出用户权利的觉醒。人们不再把算法视作扑朔迷离的黑箱，而要进入其中一探究竟。

依据技术哲学专家安德鲁·芬伯格的技术批判理论，技术并不是一个中立的工具，而是带有自己的价值观及价值偏好：因为每项技术都不是来自真空，而是有特定的场景，比如：技术是由谁开发，为什么开发，技术如何运用。而公众、政府部门、科技公司也终将达成共识：算法也要有价值观，如果不给算法设置正确的价值观，它就会被错误的价值观所俘获。

就拿近年来越火爆的“智能推荐”算法来说，技术名词听起来很唬人，但归根结底一句话：尽可能推荐用户想看的内容。而在算法“眼”里，所谓用户想看的内容只能根据用户看过的内容进行推

导。所以，你点一次未成年妈妈的视频，平台就会自动给你推荐更多未成年妈妈。算法确实没有想过“我要做坏事”，但这个推荐过程本身就体现了一种价值观——用户“想看”什么都是正当的，流量最大化才是终极目的。

为了流量最大化，用户隐私、法律公德就极易沦为次级目的。事实上，如果科技公司不能为自家的算法划定“不可为”的红线，那就是默认了允许算法作恶。推荐同类视频看起来只是人畜无害的功能，但早孕网红被平台热捧的事实，却让我们清晰地看到了算法的黑暗面。这些早孕的妈妈们本身就是受害者，算法却帮助她们把自己想象成受人追捧的英雄。

进而言之，算法在帮助人们在网上一快速找到同类的时候，也很容易使人陷入封闭的信息环境难以自拔。长期上某些资讯平台、视频平台的用户，有可能失去认识更广阔的真实世界的能力，假如是本身缺乏辨别力的青少年用户，后果可能更可怕。

目前，公众关于算法价值观的讨论还处于很初始的地步，但严峻的现实警告我们，不能再任由算法野蛮生长了。

## 新闻点评

新闻：重庆部分陵园推出代客祭扫新方式：不哭坟不烧纸，而是供茶供果之后，点燃蜡烛，在音乐声中读亲属写给逝者的一封信。陵园方面全程录像，事后发送给无法现场祭拜的客户。（重庆晨报4月2日）

点评：文明人办文明事儿。

新闻：在南京读大学的贵州小伙丁某日前给母亲耿女士发送了一条“今生债来世还”的短信，随后再也联系不上了。以为儿子要自杀，耿女士急忙来到南京市秦淮公安分局瑞金路派出所报警。最终，民警在一家网吧找到正在玩游戏的丁某。丁某表示打游戏太着迷忘记自杀这件事了。（现代快报4月2日）

点评：游戏人生。

新闻：“只要2500英镑就能体验难民生活，感受国家破产的滋味。”近日，英国《卫报》推出的希腊政治主题旅游项目遭到各界批评。该项目旨在让游客近距离“围观”深受经济危机和难民危机困扰的希腊民众的生活，其营销思路被痛斥为“麻木不仁”。迫于压力，《卫报》已经下架这个项目。

（环球时报4月2日）

点评：低俗营销。

“

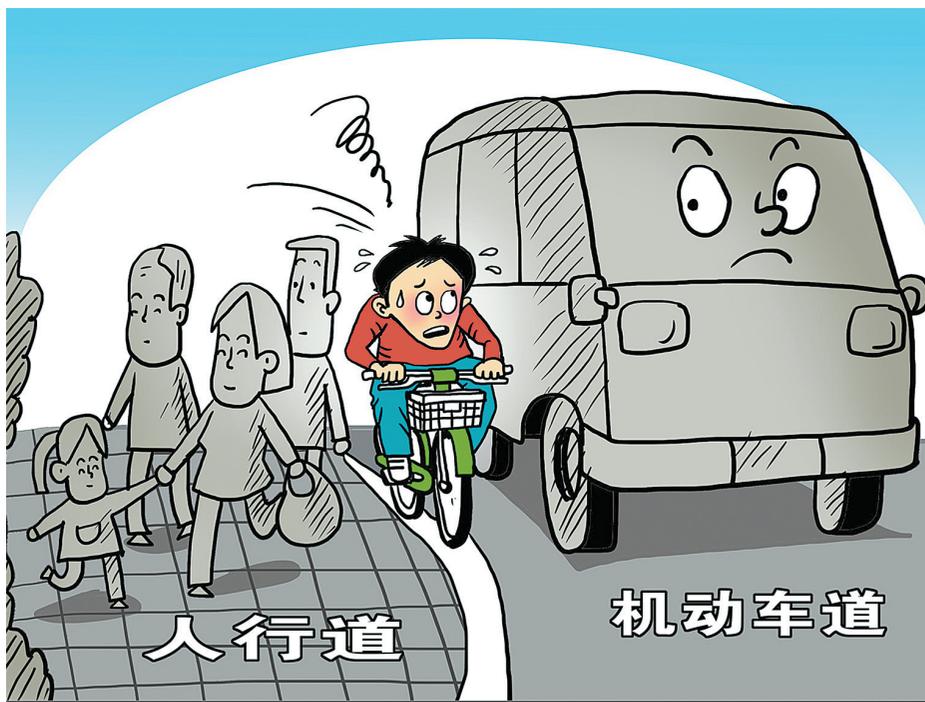
“算法”也要有价值观，如果不给算法设置正确的价值观，它就会被错误的价值观所俘获。

算法在帮助人们在网上一快速找到同类的时候，也很容易使人陷入封闭的信息环境难以自拔。长期上某些资讯平台、视频平台的用户，有可能失去认识更广阔的真实世界的能力，假如是本身缺乏辨别力的青少年用户，后果可能更可怕。

## “夹缝中求生存”

在环境和健康问题日益凸显的当下，人们越来越重视绿色出行。包括共享单车在内的自行车已成为城市交通体系的重要组成部分。然而，它所享受的路权，却与其角色的重要性相去甚远。赋予自行车与机动车相同的道路通行权利，建立独立、连续、安全、舒适的自行车路权体系，减少不同车辆间的争道冲突，成为许多城市正在探索的课题。日前，北京市审议的《北京市非机动车管理条例（草案）》提出：鼓励绿色出行，保障自行车路权。

新华社发 朱慧卿作



## “吃不死人”岂能成生产底线？

□陈强

福建西海粮油食品有限公司，是当地规模较大的食用油加工企业之一。在这里记者发现，对外打着所谓高端调和油的旗号，实际上几乎都是采用普通植物油勾兑出来的低端油。

本来，生产食用调和油的初衷是丰富食用油品的营养，促进消费者身体健康。然而，到了部分生产者那里却变了味，“吃不死人”成了生产的底线。作为食用调和油的生产者，本应该以产品质量赢得消费者，赚取合法的利润才对。但一些不法生产者为了赚钱而不择手段，一方面隐瞒廉价原料油，用廉价的转基因大豆油冒充价格相对较高的玉米油；另一方面偷工减料，虚假标识，比如虽然在配料表里标称含有6%橄榄油，其实含量连3%都不到。如此不法经营，生产者居然还振振有词：“最起码工商部门查不会查出问题，吃不死人，不是地沟油，这是最基本的啊。”

食用调和油的不法生产者之所以敢于违法生产，就在于依仗两条：其一，国标《食用植物调和油标准》一直没有出台。没有食用调和油生产标准，管理部门就没有依据查处不法生产者。其二，食用调和油的含量不易检测。有业内人士曾表示，只有调和油中成分在15%以上的油类才能比较准确地测定出来，但是很多调和油中的成分都是8至9种油，一些油的比例不到1%，而成分在5%以下就很难通过仪器测定出来了。由于技术的空白，使得调和油的检测方法无法普遍适用于目前的调和油产品。

尽管从目前媒体报道来看，食用调和油目标今年有望实施，但是如果不在食用调和油含量检测技术上实现突破，打击食用调和油不法生产依然困难重重。无论如何，以吃不死人作为食用调和油生产底线，都无法让人接受，相关部门必须采取切实可行的措施，保障食用调和油的质量和安

（相关报道详见本报今日A15版）

## “咖啡致癌”：拿焦虑换流量的肮脏生意

□曾于里

这两天，许多人的朋友圈被“咖啡致癌警告”刷屏了。起因是一篇文章以耸人听闻的语气写道，星巴克中含有致癌物质丙烯酰胺，而星巴克为了利益长期向公众隐瞒这一事实。该文轻松引起了公众的恐慌，以及对星巴克这样巨头外企的质疑。可事实真如此吗？

原来，上周三美国加州法院下达了一个判决：加州的咖啡销售者要在咖啡的标签上贴出警告，让消费者知道咖啡里含有一种“可能致癌的物质”丙烯酰胺。但这东西还存在于各种含淀粉的烘烤食物里，比如饼干、薯片、烤肠等。美国癌症学会指出：“目前

没有任何一种癌症类型的风险增加，是明确和摄入丙烯酰胺相关。”该判决自身就充满争议，如果咖啡要标记的话，那薯条、烤肠等食物就要被强制标记无数次了。

有医生曾提供过一条甄别原则：如果一篇文章只告诉你某样东西有毒性，却不谈引起毒性的剂量，那么这篇文章多半是不可信的。此前曾有研究显示，丙烯酰胺的致癌剂量大约为每天每千克体重摄入2.6微克至16微克，而煮咖啡的丙烯酰胺平均剂量为13ug/kg。

但类似“咖啡致癌”这样充斥着标题党、假新闻和炒作气息的文章，却又一次成为爆款文章。有机机构曾做过统计，2014年度被复制转载最多的微信公众号标题就是养生族最钟爱的一则补肾秘方。

健康养生领域由此也成为造假的“重灾区”，经常有“致癌风险”“食物相克”等为主题的不实信息在微信朋友圈里刷屏。

这背后隐藏着肮脏的生意经。通过断章取义、夸大编纂、无中生有等手法妖言惑众，戳中公众的情绪点，触发他们转发的冲动，让文章成为爆款，并最终将流量转化为金钱和生意。

对于此类公众号，公众一方面要提高甄别意识，不要沦为他人的生意，被源源不断地喂养廉价的情绪；另一方面微信平台和管理者要从严处理，不要让图谋不轨的骗子活得太过轻松，并败坏公众号的健康生态。传播“咖啡致癌”的公众号被封，着实罪有应得！

（相关报道详见本报今日A12版）

“

通过断章取义、无中生有等手法戳中公众的转发冲动，使文章成为爆款，最终将流量转化为金钱。

有医生曾提供过一条甄别原则：如果一篇文章只告诉你某样东西有毒性，却不谈引起毒性的剂量，那么这篇文章多半是不可信的。