

# 被當產品的社群使用者

2020-12-20 02:51 聯合報 / 盛治仁 (雲品國際董事長)



相信有青春期小孩的家長，多很頭痛小孩在網路上花太多時間，我是其中之一。過去沒有系統性地思考此問題，只覺得是科技發展的自然現象，加上小孩定力不足造成。直到看 Netflix 的紀錄片「智能社會：進退兩難」(The Social Dilemma) 後，才驚覺問題嚴重性和民眾面對的巨大力量，遠遠超出原來想像。

片中訪問包括臉書、推特等科技公司前員工與主管，分享他們過去工作內容。原來這些平台投注無數心力，希望讓使用者花更多時間在平台上。舉例說，當你看到朋友上傳一張標注有你照片時，有多少人會不去點閱？當你和朋友聊天時，對方打字動作也會以圖示方式讓你知道他正在回覆，所以我們會繼續留在線上等。看完一部 YouTube 影片，下一部根據過去瀏覽紀錄來猜我們喜好影片會自動繼續播放，這些都是設法延長我們使用時間的方法。

為達到極大化使用時間，社群平台用人工智慧加上大數據分析，使用一切能夠蒐集到的資訊，從作息時間、出入地點、生活習慣、消費資訊、人際網絡到按讚偏好，加上不斷測試修正，來分析什麼訊息用什麼

方式呈現，最能夠引起使用者的反應。這種「監控式資本主義（surveillance capitalism）」實在太強大，一般消費者在這樣的攻勢之下，很難有招架能力。

除了對個人時間的浪費影響之外，社群網路的負面作用還造成了一些社會效應，例如同儕間的比較壓力、網路霸凌、憂鬱症和自殺個案增加、以及假新聞氾濫等。麻省理工學院研究顯示，推特上的假訊息比真消息散播速度快六倍，因為假新聞的聳動性較能刺激情緒，所以有人不相信新冠病毒的威脅真實存在，或堅信地球是平的。

持平來說，社群網路絕非只有壞處。跟任何工具一樣，可以用之為善，也可使之為惡。社群提供人們遠距互動的平台，可以關注朋友的近況、分享知識、也可以集合眾人之力一起行善，例如幫助漸凍人的冰桶挑戰。我相信創辦這些平台的初衷都不是壞的，但是現在的副作用已經大到需要社會正視。

我們都應該自我檢視。如果覺得快上癮了，如何降低使用，影片中也給了建議：關掉提醒的功能或乾脆移除軟體、使用不儲存搜尋歷史的引擎、不接受平台的推薦連結、盡量延遲小孩使用移動式裝置的時間等。

社群平台公司和政府也應該積極做出對應政策。例如谷歌在年初宣布兩年內會慢慢取消第三方軟體在瀏覽器中追蹤用戶行為的資訊（c

ookies)。以目前社群網絡的影響力量來看，單靠公司的覺醒和自律顯然不夠，所以美國政府也正在討論強制將臉書分割為不同事業體的可能性，以降低其壟斷力和影響力。

過去的世界，廠商製作產品，再販售給顧客。現在的世界，廠商把顧客當成產品，賣給了廣告商。所以說，免費的東西最貴。

**只有兩種產業把顧客叫做使用者 (user) — 毒品和社群。是時候該思考，還要不要繼續當產品、做 user。**



社群網路提供人們遠距互動的平台、分享知識，但也還造成了一些負面社會效應。圖／美聯社