

# 警惕算法编织的“数字牢笼”

□ 张旅阳

刚在淘宝浏览衬衫,抖音就刷到同款穿搭;昨晚闲聊露营装备,今早购物软件便收到帐篷推送……当算法精准捕捉到个人的喜好、需求,我们真的该习以为常吗?

## 算法拥有“读心术”

所谓算法,其实就是解决特定问题的具体步骤和方法。商业上常见的推荐算法,则是通过分析用户行为、偏好及内容特征,精准匹配用户需求,自动推送个性化内容或服务的一种技术手段。

简单来说,算法就像一位“潜伏”在网络中的观察者,用户为萌宠视频停留30秒,在购物APP反复对比商品价格,在新闻页面跳过体育板块,甚至深夜三点搜索“失眠怎么办”……这些行为都会被算法一一捕获,从而完成对用户的精准“数字画像”。

正是有了“数字画像”,商业平台就能预判用户下一次点击的方向,把它认为用户喜欢的内容、商品、服务,主动送到眼前。

当然,这种精准推送的背后,是互联网时代的必然选择。毕竟,每天有上亿条信息在网络中流转,如果没有算法的筛选,人们可能真的会在信息海洋中迷失方向。这就像书店店员会根据用户的阅读习惯推荐新书,算法的初衷是帮人们从海量信息中快速找到“心头好”。

## “懂你”背后有陷阱

不可否认,算法之下的数字生活变得更加“高效”。

然而这份“高效”背后,也隐藏着难以察觉的风险。最典型的便是“信息茧房”的形成:如果用户偏爱某类观点的新闻,算法就会持续推送同类内容,久而久之,他的信息流里只剩下认同的声音,不同的视角、多元的思考被彻底屏蔽。就像只吃一种食



AI制图

物会导致营养不均衡,长期被困在信息茧房里,人们的认知会逐渐固化,甚至变得偏执狭隘——你可能永远看不到反对的观点,也意识不到世界的复杂多元。

此外,算法的“消费诱导”更是防不胜防。它会精准捕捉用户一闪而过的欲望:偶然点开的口红测评,会变成购物车里不断上新的色号推荐;随手搜索的健身器材,会成为首页持续弹窗的促销广告……在算法的“连环推送”之下,不少人会稀里糊涂下单一堆并非真正需要的商品,陷入“冲动消费”的循环。

更令人担忧的是个人信息的泄露风险。为了得到用户的“数字画像”,算法需要收集地理位置、消费记录、社交关系,甚至生物特征等敏感数据。这些数据一旦被黑客窃取或平台滥用,轻则遭遇精准诈骗、价格“杀熟”,重则面临行踪暴露、隐私泄露的安全威胁。

## 要做算法的“主人”

面对无处不在的算法,公众并非只能被动接受。掌握这些小技巧,就能在享受便利的同时规避风险,成为数字世界的“清醒者”。

守住数据边界是第一步。下载APP时别急着想“同意”,仔细阅读隐私政策,关闭不必要的权限——你的位置信息、麦克风权限、相册访问权,不该成为平台推送的“祭品”。定期清理浏览记录、搜索历史和缓存数据,给算法的“画像库”减减负,能有效降低信息泄露风险。

主动打破信息茧房也很重要。不要让推荐页成为信息的唯一来源:刻意关注不同领域的账号,阅读观点对立的文章,和背景各异的人交流。就像饮食需要荤素搭配,信息获取也该多元平衡,这样才能避免认知的单一化。

试试“反向训练”算法也很有趣。如果发现推送内容过于单一,偶尔浏览些陌生领域的内容;遇到不感兴趣的推荐,直接点击“不喜欢”或长按屏蔽,用主动行为对算法说“不”。

推荐算法是数字时代的产物,它既非洪水猛兽,也非完美工具。与其抱怨算法“算计”,不如学会与它共处,善用它的便利提升生活效率,警惕它的陷阱守护认知自由。

(作者系中国计算机学会科普普及工作委员会委员)

## 资讯品读

### 电信运营商统一外呼号码

近日,针对用户反映强烈的通信业务电话营销乱象,中国电信、中国移动、中国联通三大基础电信企业联合推出规范举措,分别将各自的外呼营销号统一为10001、10085和10016。

三大运营商明确,用户若明确拒绝营销电话,企业不得再次呼叫打扰;营销时必须全面准确介绍业务,严禁隐瞒资费标准、适用场景、有效期及限制性条件等关键信息,所有推介的资费方案需在网络营业厅和官方APP公示,保障用户知情权。

为强化监管,所有外呼营销需全程录音并全量复查,通过严格全流程质检确保合规透明。即使用户口头同意办理业务,工作人员仍需发送包含必要信息的确认短信,待用户短信回复确认后方可正式办理。

**点评:**三大运营商统一外呼号码,是将辨别官方与非官方营销来电的主动权交还给用户,为解决通信营销乱象提供了制度保障。

### 地图原生智能体上线

近日,高德地图宣布全面AI化,推出全球首个AI原生地图应用“高德地图2025”,将传统导航服务升级为具备深度时空理解和自主推理决策能力的出行生活智能体,让空间智能融入瞬息万变的现实场景。用户将APP升级至最新版并搜索“空间智能”,即可体验。

不同于常见的语言智能,空间智能聚焦三维空间与时间中的感知、推理和行动能力,核心是构建虚拟数字世界并实现与真实物理世界的无缝互联,被视为通向通用人工智能的关键。高德依托地图这一真实世界数字化的最大载体,通过感知视觉、音频、定位等多模态信息,理解三维时空结构及人、车、路、店的状态,结合时空推理预测变化,能为用户提供最优的出行决策。

**点评:**基于地图做AI原生智能体,有望将地图从“连接”真实世界推向“理解”真实世界。这种空间智能让导航更懂场景需求,也为AI落地真实场景提供了新的范式。

## 乘电梯也能抢红包了,有安全风险吗

□ 科普时报记者 陈杰

在快节奏的城市生活里,人们在等待、乘坐电梯的片刻闲暇也都各有安排:有人刷视频,有人思考人生,



支付宝供图

也有人放空发呆……

近日,“碰一下”解锁电梯“抢红包”新玩法,或许能为你的这一短暂等待提供新选择。

8月6日起,由分众传媒联手支付宝推出电梯“碰一下抢红包”服务在全国20余个城市上线。人们可以利用乘坐电梯的碎片化时间,收获实实在在的福利。

据了解,这一交互新玩法的操作十分简便,首先确保手机处于解锁状态,并打开NFC(近场通信)开关;随后将手机贴近电梯海报旁的蓝色圆环,保持1厘米以内距离;听到“叮”的提示音后,手机会自动跳转页面,用户即可领取现金红包、淘宝平台消费券或品牌特惠券,领取的福利将直

接存入支付宝卡包,下次消费时便能使用。

不少人可能担心,如此便捷的操作是否存在安全风险?对此,支付宝相关负责人表示,“碰一下抢红包”也有触发条件,必须同时满足“手机主动解锁+1厘米左右精准贴近”两个条件,缺一不可,未解锁的手机或快速掠过感应区都不会有反应;在功能设置上,电梯“碰一下”设备只支持领红包或消费券功能,并非支付设备,不会直接扣款,从源头切断误扣风险。

行业人士认为,“碰一下”正逐步成为各行各业打通线上线下场景的新入口。此前,“碰一下”已应用于便利店支付、快递柜取件、餐饮店点餐、单车骑行等场景。

### 便携式DVD播放器上新

近日,日本爱贝思唱片公司推出一款专为影音串流时代设计的便携式DVD播放器BRTNAP,为仍持有光盘的用户带来新选择。

这款播放器采用独特的纵向设计,配备5英寸屏幕,尺寸与常见DVD封面接近,重量仅约500克,轻巧便携的特性让它能轻松纳入包袋。功能上,BRTNAP支持DVD与CD播放,不仅自带扬声器,还配备有线耳机接口,并支持蓝牙耳机连接,满足不同场景的听音需求。同时,它具备HDMI输出功能,可连接电视实现大屏观看,供电方式则采用USB Type-C接口,兼顾充电与持续供电的便利性。

**点评:**对于珍藏了偶像演唱会、家庭聚会等DVD光碟的用户而言,无法重温这些内容是一种遗憾。BRTNAP确实能满足部分怀旧用户的需求,但也仅限于此,这一品类彻底消失的命运已然不可逆。