

融观中国

聊啥推啥，是不是手机在“偷听”？

——“十字路口”看算法①

本报记者 霍旻含

刚和朋友聊起某样商品，打开手机，广告推荐就跳出来了。类似的体验许多人都有过，不少人会怀疑：是不是被手机“偷听”聊天了？

不少第三方机构对此进行过调研，结果显示，从经济成本、技术难度、法

律风险来看，“偷听”并不如大家想象的容易实现，对商家来说成本和风险远大于收益。用户被“偷听”的感受之所以存在，背后是网络个人信息保护不善、算法技术迭代升级等因素综合作用。



扫码看“融观中国”主页

算法更“聪明”了

家住陕西的秦女士发现，最近手机好像越来越“懂”自己了。她在社交媒体上发帖：“有时候可能只是闪过一个念头，下一秒就能精准地推给我广告。”

随口一句吐槽，引来上百条跟帖。网友们晒出类似经历：“刚给狗刷牙，心想下排牙齿不好刷，打开手机就给我推送方便刷牙排牙齿的狗咬胶。”“中午添米饭，勺子上沾了米不好洗，洗完碗就给我推不沾米的饭勺！”

这样精准、即时的广告推送，让不少人直呼“太神奇了”“细思极恐”。还有人疑惑：到底怎么做到的？手机是不是在“偷听”我？

在互联网消费者服务平台“黑猫投诉”上检索“手机偷听”等关键词，能看到大量投诉，投诉对象既有短视频、电商平台，也不乏接入大模型的AI智能助手。甚至有人提出家中老人因“被偷听日常聊天”，被大量推送针对性较强的广告视频，造成家庭矛盾，要求平台“停止侵权”。

对于这个问题，记者询问了多名业内人士，得到的答案是“3个不”：平台“偷听”在经济上不划算，技术上不现实，法律上不允许。

据了解，当前较大数据规模的非实时语音转写服务，市场主流服务商价格约为0.6—1元/小时，实时识别价格更高。单从技术层面来说，如果每天偷听1位用户16小时，单日成本约为9.6—16元/人，每人每年成本最高接近6000元。加上数据存储存储分析等成本，每日活跃用户量（DAU）达到1亿的App，若常年“偷听”，成本将达数千亿元。

“用户日常对话中真正具有广告价值的有效信息比例极低。相比‘偷听’，企业完全可以通过用户主动点击等合法行为，以更低成本获取更精准的商业数据。”某短视频平台相关负责人表示。

2024年底，中国电子技术标准化研究院网安中心测评实验室曾对App“偷听”的可能性进行实验测试。该实验室副主任何延哲介绍，手机被“偷听”时往往耗能增加，出现掉电快、机身发热、内存占用高等现象。

既然如此，为何算法推荐变得如此精准，更“懂”你的心？跨平台营销推荐是主要原因之一。

“这在业界被称为程序化广告。”该负责人解释，“比如用户在电商平台甲搜索了一款猫粮，打开社交平台乙，发现乙平台也在推荐猫粮。这并不是乙平台监控的结果，而是甲平台作为乙平台的广告主，利用甲平台的数据进行定向展示，实现了跨平台的广告营销。”

“幸存者偏差”也是用户感到“被偷听”的原因之一。“比如有1000名用户都提到了猫，其中999名用户打开App后推送的内容都与猫无关，但有一名用户被推送了猫的内容，这种反常的巧合会格外引人注意。”该负责人说。

给个人信息“上保险”

“偷听”或许是错觉，但用户对于信息安全的需求却是真实的。

“算法更‘聪明’，确实会使个人信息面临更多风险。”北京师范大学法学院教授、中国互联网协会研究中心副主任吴沈括分析，“跨平台营销让数据在多个平台流转，一旦某个环节受到攻击，

影响范围会更大；数据收集的过程更加复杂，用户的知情同意变得更困难。”

这就需要互联网平台、立法、监管等各方合力，给个人信息“上保险”。

据了解，App需经用户明确授权同意后才有限访问手机麦克风，不得在未获得用户同意时随意开启并录音。这是一条法律红线。

2019年，中央网信办、工信部、公安部、市场监管总局四部门联合印发《App违法违规收集使用个人信息行为认定方法》，明确了6大类违法违规行为的认定标准，包括未公开收集使用规则，未明示收集使用个人信息的目的、方式和范围，未经用户同意收集使用个人信息，违反必要原则，收集与其提供的服务无关的个人信息等。

今年1月，中央网信办发布《互联网应用程序个人信息收集使用规定（征求意见稿）》，要求App首次启动时须“通过弹窗等显著方式向用户告知个人信息收集使用规则”，且“应当仅在用户主动选择使用拍照、发送语音、录音录像等功能时调用相机、麦克风等权限”。

2025年起，相关专项行动持续开展，分批次通报、查处一批违法违规的App、SDK（软件开发工具包）、智能终端等，涉及领域包括直播、票务、餐饮零售、金融证券、出行交通等。

从行业规范来看，正规手机系统在收集声音数据方面有严格限制，各大应用商店也建立了严格的上架产品审核机制，如有麦克风等敏感权限的调用，必须通过隐私政策、系统权限申请文案等方式，说明调用场景及使用目的。若违规，可能被应用商店下架处理，并承担相应法律责任。

普通用户也应增强数据安全意识，主动保护自身权益。北京市京都律师事务所高级合伙人、中国计算机协会数据安全产业专家委员会专家委

图片由AI生成

更“聪明”也更正向

当算法变得“更懂你”，网络空间治理也变得“更懂算法”。

4月27日，《抖音算法社会价值》报告发布，介绍了算法精准分发带来的正向意义，包括助力谣言治理、发掘优质内容、激活区域经济实力等。

以谣言治理为例，近日，一则“上海浦东一女子在台风中坠楼”的消息在网上流传，在极端天气频发的背景下，引发不少网友担忧和恐惧。在被官方部门证实为谣言后，造谣者已受到行政处分。对于曾浏览过此类不实信息的用户，平台会通过算法将辟谣内容精准推送到他们的信息流中。“当时看到真的很慌，后来刷到官方辟谣才松了口气。”家住浙江的网友小班在辟谣视频下留言。

2025年，抖音上线AI求真大模型，借助大模型对谣言主动出击，全年平台谣言内容曝光量大幅下降。

“此前，平台识别和处置谣言主要靠用户举报、人工巡查与小模型协同，好比大海捞针。”抖音相关负责人告诉记者，“等工作人员看到辟谣信息再去回查辟谣，谣言已经传开了。”如今借助快速识别、精准推送，辟谣信息可以定向推给看过谣言的人，“从用户找真相变成了真相找用户”。

更“聪明”的算法还有激活区域经济的潜力。2025年，首届“苏超”联赛火遍全网，抖音相关内容播放超370亿次，分享超1.1亿次。借助算法，平台将赛事衍生内容更精准地推送给体育、美食、旅游等不同圈层用户，助力“苏超”的热度从赛场溢出至街头巷尾。赛事期间，江苏全省抖音团购订单量同比增长24%，销售额同比增长68%。

可以说，推荐算法像一个精密运作的巨大漏斗，需要综合用户和内容相似度、时间等多方因素，从数亿量级的内容池里选出几十、几百条内容，推送到用户面前。这种精准匹配能力的提升，让算法不仅能精准“猜你喜欢”，也能更精准地识别风险，扶持正能量、有价值的内容。

“当算法变得‘更聪明’，平台企业也需要在满足用户需求、守护网络空间秩序方面承担起更大责任。”吴沈括说。

新媒视点

过去我们聊算法，说的主要是内容推荐，你点过什么、看过什么，它就源源不断地给你推送类似的信息，核心就一句话：“猜你喜欢”。在大模型等新技术加持下，算法已不再局限于从已有内容池里挑一条现成的信息推送给用户，它开始根据用户在特定时间、场景下的需求，实时生成并精准推荐行动建议或决策方案，从优化点击率的工具进化为影响现实生活的“决策参谋”。

起初，很多人惊喜于算法推荐的便利性，对它给予极大信任。看到电商平台精准推送的“种草”内容，就容易冲动消费；看到算法不断推送认同自己立场的观点，就可能深信不疑。直到被错误信息误导、被同质化观点困住，人们才开始重新审视算法的运作方式，意识到算法代码由工程师编写，点击率、停留时长等核心训练指标由平台设定，可能带有偏向性。同时，用户很难了解推荐系统的运作方式和内部逻辑，平台虽然提供“内容偏好调节”“关闭个性化广告”等选项，却很少清楚说明给出决策建议的依据。用户看不到算法在“黑箱”里的运作逻辑，自然容易产生“被偷听”“被杀熟”的焦虑。

当算法与人工智能深度参与决策，用户如何找回自主性？

有人认为，算法不断进化，带来太多风险和不确定性，应该关闭个性化推荐，拒绝使用AI辅助决策工具，躲开负面影响。但今天，由大模型、算法、产品综合系统构成的AI智能体已融入日常生活的方方面面，如果只是“躲”，那就让渡了自主权。AI时代，数字素养需要从“防御导向”升级为“对话导向”。这包含三个层面，每一层用户都可以主动作为。

认知层面，正确认识算法的本质，卸下焦虑预设。算法是一套基于数据进行自动化决策的指令集，其表现取决于设计者的目标函数和输入的数据。神化或妖魔化算法，都不利于我们驾驭它。

知识层面，理解算法的基本逻辑与局限。算法推荐什么、如何排序、为何给出某个建议，背后都有特定的逻辑框架。掌握这些，才能知道算法擅长什么、不擅长什么、哪些环节可能出错，进而判断何时该采信、何时该审慎，在面对算法推荐内容时，保持主动审视的意识。

技能层面，掌握与算法对话和协作的实操能力。观察信息流推荐内容的历时变化，可以感受到算法与用户的互动在不断加深。过去广告推荐基于关键词，如今信息流里推送的陌生品牌，风格、价位、品质可以精准贴合个体偏好，甚至转化为线下消费，这种推荐就不是“偷听”关键词能实现的，需要算法依据用户的行为数据构建用户画像，识别“你是什么样的人”，进而预测偏好。通过每一次点击、反馈、搜索，用户都在参与算法价值的塑造，都是用自己的行为告诉算法“我是谁”。

这种对话与协作意识不仅适用于推荐算法，也适用于各种智能体工具。找回自主性，才能让工具服务于我们自身，而非相反。

一年前，有学生在新闻业务课上提出，想用AI协助创作非遗主题纪录片。我当时持保留意见，一来当时AI能力有限，二来也担心学生把锻炼脑力、笔力的策划与制作过程过度外包。但随着AI迅速发展，今年上半年我调整了教学要求，同意学生用AI制作多模态新闻产品，条件是提交与AI的完整对话过程。我要看的是学生如何下指令，包括怎么定报道角度、如何选视觉风格、怎样排信息层级……这些策划思路藏在对话记录里，体现着人在面对智能工具时的主体性。

算法正站在发展的十字路口，但方向不应只由平台和工程师决定。近年来抖音等平台开始尝试打开“黑箱”，如上线“安全与信任中心”网站，公开算法基本原理。用户应主动升级自身数字素养，积极了解算法运行的基本逻辑，不被算法推着走，也不是全盘拒绝算法，而是在每一次互动中不断校准自己的意图和需求，与技术共舞共生。

（作者为中国人民大学新闻与社会发展研究中心研究员）

中国牵头制定 智慧城市数据利用 顶层框架国际标准发布

本报北京电（记者林丽鹏）国际标准化组织（ISO）和国际电工委员会（IEC）近日联合发布国际标准《信息技术 智慧城市数据利用 第1部分：框架》（ISO/IEC 25005-1:2026）。该国际标准由我国专家担任项目负责人，联合韩国、加拿大、日本、澳大利亚、德国、哈萨克斯坦、津巴布韦、墨西哥等11个国家的专家共同制定完成，是我国在智慧城市国际标准化领域取得的又一标志性成果，为构建全球智慧城市数据利用共识提供了顶层框架。

该国际标准首次构建起智慧城市数据利用的统一框架，从数据可用、数据有用、数据易用、数据善用和数据赋能五大方面，系统界定了智慧城市数据利用的核心特征及内涵，将智慧城市数据利用视为有机整体，突破单一视角局限，有效填补了该领域综合性国际标准的空白。

智慧城市数据利用是驱动城市从“经验管理”迈向“数据治理”的关键生产要素。发挥数据要素叠加、倍增效应，可有力驱动城市治理体系和治理能力现代化建设，为推进城市全域数字化转型、夯实数字中国建设根基提供核心引擎。该国际标准的发布实施将激活数据作为城市战略资源和资产的核心价值，促进数据高效、可持续、全面、创新利用，发挥数据的基础资源和创新引擎作用，推动城市精细化治理与服务升级，为全球智慧城市数据利用提供统一技术参考。

核心特征及内涵，将智慧城市数据利用视为有机整体，突破单一视角局限，有效填补了该领域综合性国际标准的空白。

智慧城市数据利用是驱动城市从“经验管理”迈向“数据治理”的关键生产要素。发挥数据要素叠加、倍增效应，可有力驱动城市治理体系和治理能力现代化建设，为推进城市全域数字化转型、夯实数字中国建设根基提供核心引擎。该国际标准的发布实施将激活数据作为城市战略资源和资产的核心价值，促进数据高效、可持续、全面、创新利用，发挥数据的基础资源和创新引擎作用，推动城市精细化治理与服务升级，为全球智慧城市数据利用提供统一技术参考。



▲ 8月8日，广东省东莞市滨海湾OPPO园区，工作人员讲解OPPO自研运动算法。

新华社记者 梁旭摄