

808 免錢的上貴 面冊拜託收我 1 箍

免錢的上貴 面冊拜託收我 1 箍

Bián-tsînn --ê siōng kuì Bîn-tsheh pài-thok siu guá 1 khoo

人講免錢的上貴，這佇現此時的網路世界來講，真道理。

Lâng kóng bián-tsînn --ê siōng kuì, tse tī hiān-tshú-sī ê bāng-lōo sè-kài lâi kóng, tsin ū tō-lí.

像 Facebook、Google 遮的各種的網路服務，予咱用免錢的，其實 in 是欲收集咱的資料、掌握咱的行為，這就是咱愛付出的代價。

Tshiūnn Facebook, Google tsia-ê kok-tsióng ê bāng-lōo hók-bū, hōo lán iōng bián-tsînn--ê, kî-sit in sī beh siu-tsip lán ê tsu-liâu, tsióng-ak lán ê hîng-uî, tse tō sī lán ài hù-tshut ê tãi-kè.

敢講逐家攏無要無緊？抑是無伊法度？

Kám-kóng tak-ke lóng bô-iàu-bô-kín? Ah-sī bô i huat-tōo?

最近美國拄好有一寡新的研究。Pew 研究中心調查發現，93%的美國人認為，家己會使決定「啥人」會當提著 in 的資訊，對 in 來講是誠重要的代誌。

Tsuè-kīn Bí-kok tú-hó ū tsit-kuá sin ê gián-kiù. Pew gián-kiù tióng-sim tiau-tsa huat-hiān, 93% ê Bí-kok-lâng jīn-uî, ka-kī ē-sái kuat-tīng “siánn-lâng” ē-tàng thèh-tiōh in ê tsu-sìn, tuì in lâi kóng sī tsiānn tiōng-iàu ê tãi-tsi.

九成認為，會使予決定「啥物」資訊通予人收集，是重要的。
Káu siánn jīn-uî, Ē-sái hōo kuat-tīng "siánn-mih"
tsu-sìn thang hōo lāng siu-tsíp, sī tiōng-iàu --ê.

毋過佇仝一个時陣，煞無啥人相信 in 會好好保守祕密，嘛無啥放心 in 會絕對安全。

M-koh tī kâng tsit ê sī-tsūn, Suah bô siánn lāng
siong-sìn in ē hó-hó pó-siú pì-bít, mā bô siánn hòng-
sim in ē tsuát-tuì an-tsuân.

干焦有 7%的人對網頁頂刊廣告的廠商有信心、11%對家已使用的社交媒體有信心。

Kan-na ū 7% ê lāng tuì bāng-iáh-tíng khan kóng-kò ê
tshiúnn-siong ū sìn-sim, 11% tuì ka-kī sú-iōng ê siā-
kau muî-thé ū sìn-sim.

另外，Pennsylvania 大學調查，大眾是毋是願意為著小可錢都來犧牲隱私。

Līng-guā, Pennsylvania tāi-hák tiâu-tsa tāi-tsiōng sī
m̄ sī guān-ì uī-tiōh sió-khuá tsīnn to lâi hi-sing ún-
su.

比論講，若是廠商拍折予你，仝一个時陣，佇你毋知的情形下收集你的資訊，這敢有理？有 91%的受訪者認為這無理。

Pí-lūn kóng, nā-sī tshiúnn-siong phah-tsiat hōo --lí,
Kâng tsit ê sī-tsūn, tī lí m̄ tsai ê tsīng-hīng-hā
siu-tsíp lí ê tsu-sìn, tse kám ū-lí? Ū 91% ê siū-
hóng-tsiá jīn-uî tse bô-lí.

研究的主持學者 Joseph Turow 講，民眾毋是誠實甘願為著小可好處，都來交出個人的資料。

Gián-kiù ê tsú-tshî hák-tsiá Joseph Turow kóng, bîn-tsiòng m̄ sī tsiānn-sit kam-guān uī-tiòh sió-khuá hó-tshù, to lâi kau-tshut kò-jîn ê tsu-liāu.

「實際上是一種放棄的心態。」

“Sit-tsè-siōng sī tsit tsióng hòng-khì ê sim-thài.”

「美國人感覺，廠商按怎處理抑是收集 in 的資訊，in 無法度控制，只有由 in 去。」

“Bí-kok-lâng kám-kak, tshiúnn-siong án-tsuánn tshú-lí iáh-sī siu-tsip in ê tsu-sìn, in bô-huat-tōo khòng-tsè, tsí-ū iû-tsāi in khì.”

講著收集使用者資訊，Facebook（面冊）是世界上蓋厲害的怪物。

Kóng-tiòh siu-tsip sú-iōng-tsiá tsu-sìn, Facebook (Bîn-tsheh) sī sè-kài siōng-kài lī-hāi ê kuài-bút.

學者 Zeynep Tufekci 最近投稿《紐約時報》講，伊甘願納錢使用面冊，共家己資料的主控權挈倒轉來。

Hák-tsiá Zeynep Tufekci tsuè-kīn tâu-kó “Niú-iok sī-pò” kóng, i kam-guān lap-tsīnn sú-iōng Bîn-tsheh, kā ka-kī tsu-liāu ê tsú-khòng-khuân khèh tò-tńg--lâi.

Tufekci 指出，社交媒體等免費的網路服務的大問題，就是靠廣告趁錢的商業模式。

Tufekci tsí-tshut, Siā-kau muī-thé tńg bián-huì ê bāng-lōo hòk-bū ê tuā bûn-tê, tō sī khò kóng-kò thàn-tsīnn ê siong-giáp bôo-sik.

為著賣廣告，面冊控制著啥物會出現佇咱的主頁、啥物袂。
Uī-tiōh bē kóng-kò, Bīn-tsheh khòng-tsè-tiōh siánn-
mih ē tshut-hiān tī lán ê tsú-iáh, siánn-mih bē.

這已經「攪擾咱佇線頂的互動。」
Tse í-king "kiáu-jiáu lán tī suànn-tíng ê hōo-tōng."

尤其單純貼廣告已經趁無錢，所以社交媒體愈來愈需要針對個人，共可能對 in 有效的廣告分別抹予 in，這就表示愛分析使用者的資料、追蹤 in 的行為。

Iû-kî tan-sûn tah kóng-kò í-king thàn bô tsînn, sóo-í siā-kau muî-thé jú lâi jú su-iàu tsiam-tuì kò-jîn, kâ khó-lîng tuì in ū-hāu ê kóng-kò hun-pià̍t tu hōo in, tse tō piáu-sī ài hun-sik sú-iōng-tsiá ê tsu-liāu, tui-tsong in ê hîng-uî.

雖然面冊趁真濟錢，但是 Tufekci 引用網路專家 Ethan Zuckerman 所講，面冊一個月平均對每一位使用者，才趁著 2 角美金，這表示靠廣告趁食的路嘛已經行袂通矣。

Sui-jiân Bīn-tsheh thàn tsin tsē tsînn, tân-sī Tufekci ín-iōng bāng-lōo tsuan-ka Ethan Zuckerman sóo kóng, Bīn-tsheh tsit kò guéh pîng-kin uì muí tsit uī sú-iōng-tsiá, tsiah thàn-tiōh 2 kak Bí-kim, tse piáu-sī khò kóng-kò thàn-tsiáh ê lōo mā í-king kiānn bē thong --ah.

面冊應該愛開放予使用者納錢，伊相信有幾若億的用戶恰伊全款，願意逐個月付 1 箍美金，

Bīn-tsheh ìng-kai ài khai-hòng hōo sú-iōng-tsiá lap-tsînn, i siong-sìn ū kuí-nā ik ê iōng-hōo kah i kâng-khuán, guān-ì tàk kò guéh hū 1 khooh Bí-kim,

「做一个消費者，毋是一項產品。」

“tsò tsít ê siau-huì-tsiá, m̄ sī tsít hāng sán-phín.”

毋過話講倒轉來，遮的免費的網路服務，嘛毋但是趁廣告錢爾爾。

M-koh uē kóng tò-tńg--lâi, tsia-ê bián-huì ê bāng-lōo hók-bū, mā m̄-nā sī thàn kóng-kò tsīnn niā-niā.

這幾年來，巨量資料俾人工智慧雄雄發展甲真驚人，上主要的就是靠網路使用者上傳的濟濟內容。

Tsít kuí nī lâi, kī-liōng tsu-liāu kah jîn-kang tì-huī hiông-hiông huat-tián kah tsin kiann--lâng, Siāng tsú-iàu ê tō sī khò bāng-lōo sú-iōng-tsiá siōng-thuân ê tsē-tsē luē-iông.

《經濟學人》5月中報導舉一个例，Microsoft 咧研發的一種個人軟體，已經會曉認捌兩種相 siāng 的狗，共你講佢一隻是佢一種。

“King-tsè hák-jîn” 5 guéh tióng pò-tō kī tsít ê lē, Microsoft teh gián-huat ê tsít tsióng kò-jîn nng-thé, í-king ē-hiáu jîn-bat nng tsióng sio-siāng ê káu, kā lí kóng tó tsít tsiah sī tó tsít tsióng.

未來，個人資料俾紀錄的收集俾利用愈來愈厲害、愈複雜，個人對本身隱私的主控權，恐驚是愈歹掌握。

Bī-lâi, kò-jîn tsu-liāu kah kī-lók ê siu-tsip kah lī-iōng jú lâi jú lī-hāi, jú hók-tsáp, kò-jîn tuì pún-sin ún-su ê tsú-khòng-khuân, khióng-kiann sī jú pháinn tsióng-ak.