

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 khooh

人講免錢的上貴，  
Lâng kóng bián-tsînn --ê  
siōng kuì，

這佇現此時的網路世界來講，  
tse tī hiān-tshú-sī ê  
bāng-lōo sè-kài lâi kóng，

真道理。  
tsin ū tō-lí.

像 Facebook、Google 遮的各種的  
網路服務，  
Tshiūnn Facebook, Google  
tsia-ê kok-tsióng ê bāng-  
lōo hòk-bū,

免費予咱使用，  
bián-huì hōo lán sú-iōng，

其實 in 是欲收集咱的資料、掌握咱  
的行為，  
kī-sit in sī beh siu-tsip  
lán ê tsu-liāu, tsióng-ak  
lán ê hīng-uī,

這就是咱付出的代價。  
tse tō sī lán hù-tshut ê  
tāi-kè.

敢講逐家攏無要無緊？  
Kám-kóng tak-ke lóng bô-  
iàu-bô-kín?

抑是無伊法度？  
Iáh-sī bô i huat-tōo?

最近美國拄好有一寡新的研究。  
Tsuè-kīn Bí-kok tú-hó ū  
tsit-kuá sin ê gián-kiù.

Pew 研究中心調查發現，  
Pew gián-kiù tióng-sim  
tiau-tsa huat-hiān，

93%的美國人認為，  
93% ê Bí-kok-lâng jīn-uī,

家己會使決定「啥人」會當提著 in  
的資訊，  
ka-kī ē-sái kuat-tīng  
“siánn-lâng” ē-tàng thêh-  
tiòh in ê tsu-sìn,

對 in 來講是重要的代誌。  
tuì in lâi kóng sī tiōng-  
iàu ê tāi-tsi.

九成認為，  
Káu siánn jīn-uī,

決定「啥物」資訊予人收集，是重  
要的。

kuat-tīng “siánn-mih” tsu-  
sìn hōo-lâng siu-tsip, sī  
tiōng-iàu --ê.

毋過同時，  
M-koh tông-sî,

真少人相信 in 予人收集的紀錄會當  
保持祕密恰安全。

tsin tsió lāng siong-sìn  
in hōo lāng siu-tsíp ê kì-  
lók ē-tàng pó-tshî pì-bít  
kah 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 ũ 7% ê lāng tuì  
bāng-iáh-tíng khan kóng-kò  
ê tshiúnn-siong ũ sìn-sim,  
11% tuì ka-kī sú-iōng ê  
siā-kau muī-thé ũ sìn-sim.

另外，  
Līng-guā,

Pennsylvania 大學調查大眾是毋  
是願意為著一寡小利來犧牲隱私。  
Pennsylvania tāi-hák tiâu-  
tsa tāi-tsiòng sī m̄ sī  
guān-ì uī-tiòh tsit-kuá  
sió-lī lâi hi-sing ún-su.

比論講，  
Pí-lūn kóng,

若是廠商打折予你，  
nā-sī tshiúnn-siong tán-  
tsiat hōo --lí,

同時佇你毋知的情形下收集你的資  
訊，  
tông-sī tī lí m̄ tsai ê  
tsing-hing-hā siu-tsíp lí  
ê tsu-sìn,

這敢是公平的？  
tse kám sī kong-pēnn --ê?

有 91%的受訪者回答無同意。  
Ū 91% ê siū-hóng-tsiá huē-  
tap bô tông-ì.

研究的主持學者 Joseph Turow 講，  
Gián-kiù ê tsú-tshî hák-  
tsiá Joseph Turow kóng,

民眾毋是真正自願為著小可好處，  
bîn-tsiòng m̄ sī tsin-  
tsiann tsū-guān uī-tiòh  
sió-khuá hó-tshù,

來交出個人資料。  
lâi kau-tshut kò-jîn tsu-  
liâu.

「實際上是一種放棄的心態。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。」

“Sít-tsè-siōng sī tsit  
tsióng hòng-khì ê sim-  
thài. Bí-kok-lāng kám-kak,  
tshiúnn-siong án-tsuánn  
tshú-lí iáh-sī siu-tsíp in  
ê tsu-sìn, in bô-huat-tōo  
khòng-tsè.”

講著收集使用者資訊，  
Kóng-tiòh siu-tsip sú-  
iōng-tsiá tsu-sìn,

Facebook (面冊) 是世界厲害的怪物。

Facebook (Bīn-tsheh) sī  
sè-kài lī-hāi ê kuài-bùt.

學者 Zeynep Tufekci 最近投稿  
《紐約時報》講，  
Hák-tsiá Zeynep Tufekci  
tsuè-kīn tâu-kó “Niú-iok  
sī-pò” kóng,

伊甘願付費使用面冊，  
i kam-guān hù-huì sú-iōng  
Bīn-tsheh,

共家己資料的主控權挈倒轉來。  
kā ka-kī tsu-liāu ê tsú-  
khòng-khuân khèh tò-tńg--  
lâi.

社交媒體等免費網路服務的大問題，  
Siā-kau muī-thé tńg bián-  
huì bāng-lōo hók-bū ê tuā  
būn-tê,

Tufekci 指出，  
Tufekci tsí-tshut,

就是以廣告為財源的商業模式。  
tō sī í kóng-kò uī tsâi-  
guān ê siōng-giáp bōo-sik.

為著賣廣告，  
Uī-tiòh bē kóng-kò,

面冊操控著啥物會出現佇咱的主頁、  
啥物袂。

Bīn-tsheh tshau-khòng-tiòh  
siánn-mih ē tshut-hiān tī  
lán ê tsú-iáh, siánn-mih  
bē.

這已經「扭曲咱佇線頂的互動。」  
Tse í-king “niú-khiok lán  
tī suānn-tńg ê hōo-tōng.”

尤其單純的貼廣告已經趁無錢，  
Iû-kī tan-sūn ē tah kóng-  
kò í-king thàn bō tsīnn,

所以社交媒體愈來愈需要瞄準個人，  
sóo-í siā-kau muī-thé jú  
lâi jú su-iàu biāu-tsún  
kò-jīn,

共可能對 in 有效的廣告分別抹予  
in,  
kā khó-líng tuì in ū-hāu ē  
kóng-kò hun-piát tu hōo  
in,

這就表示愛分析使用者的資料、追  
蹤 in 的行為。

tse tō piáu-sī ài hun-sik  
sú-iōng-tsiá ê tsu-liāu,  
tui-tsong in ê hīng-uī.

雖然面冊趁真濟錢，  
Sui-jîân Bîn-tsheh thàn  
tsin tsē tsînn,

但是 Tufekci 引用網路專家 Ethan  
Zuckerman 所講，  
tân-sī Tufekci ín-iōng  
bāng-lōo tsuan-ka Ethan  
Zuckerman sóo kóng,

面冊一個月平均對每一位使用者，  
Bîn-tsheh tsit kò guéh  
pîng-kin uì muí tsit uī  
sú-iōng-tsiá,

才趁著美金 2 角，  
tsiah thàn-tiòh Bí-kim 2  
kak,

這表示靠廣告支持的模式嘛已經行  
袂通矣。  
tse piáu-sī khò kóng-kò  
tsi-tshî ê bôo-sik mā í-  
king kiânn bē thong --ah.

面冊應該愛開放予使用者付費，  
Bîn-tsheh ing-kai ài khai-  
hòng hōo sú-iōng-tsiá hù-  
huì,

伊相信有幾若億的用戶恰伊全款，  
ì siōng-sìn ū kuí-nā ik ê  
iōng-hōo kah ì kāng-khuán,

願意逐個月付 1 箍美金，  
guān-ì tàk kò guéh hù 1  
khoo Bí-kim,

「做一个消費者，毋是一項產  
品。」

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

毋過話講倒轉來，  
M-koh uē kóng tò-tńg--lâi,

遮的免費網路服務，  
tsia-ê bián-huì bāng-lōo  
hók-bū,

嘛毋但是趁廣告爾爾。  
mā m̄-nā sī thàn kóng-kò  
niā-niā.

這幾年來，  
Tsit kuí nî lâi,

巨量資料恰人工智慧的科技發展的  
速度驚人，  
kī-liōng tsu-liâu kah jîn-  
kang tì-huī ê kho-ki huat-  
tián ê sok-tōo kiann  
--lâng,

真要緊就是靠網路使用者上傳的濟  
濟的內容。  
tsin iàu-kín tō sī khò  
bāng-lōo sú-iōng-tsiá  
siōng-thuân ê tsē-tsē ê  
luē-iōng.

《經濟學人》5月中報導舉的例之一，  
“King-tsè hák-jîn” 5 guéh  
tìong pò-tō kí ê lē tsi  
it,

是兩種有夠相 siâng 的狗，  
sī n̄ng tsióng ū-kàu sio-  
siâng ê káu,

Microsoft 咧研發的一種個人軟體，  
Microsoft teh gián-huat ê  
tsit tsióng kò-jîn n̄ng-  
thé,

已經會曉共你講佢一隻是佢一種。  
í-king ē-hiáu kā lí kóng  
tó tsit tsiah sī tó tsit  
tsióng.

未來，  
Bī-lâi,

個人資料佢紀錄的收集佢利用愈來愈厲害、愈複雜，  
kò-jîn tsu-liâu kah kì-lók  
ê siu-tsip kah lī-iōng jú  
lâi jú lī-hâi, jú hòk-  
tsáp,

個人對本身隱私的主控權，  
kò-jîn tuì pún-sin ún-su ê  
tsú-khòng-khuân,

恐驚是愈歹掌握。  
khíóng-kiann sī jú pháinn  
tsióng-ak.