

DOI: 10.15918/j.jbitss1009-3370.2019.1459

大数据时代专家在舆论场中的公信力分析

甘莅豪

(华东师范大学 传播学院 国家话语生态研究中心, 上海 200241)

摘要: 大数据时代,数据专家的公信力表现为两种情况:一种为“塔西佗陷阱”现象——数据专家无论如何努力,都无法被公众信任;一种为“豪猪法则”现象——公众一边质疑,一边不得不依赖数据专家。造成前一现象的原因在于“专家无法摆脱利益和权力的影响”“专家无法解决偶然性问题”和“数据方法存在非理性特征”等因素。造成后一现象的原因在于“现代社会存在高度分工”“直觉无法给予公众安全感”“公众信任真空区亟需填补”和“同行评议可资信赖”等因素。这两种现象互相矛盾,相互依存,共同表明了:“客观”“理性”只是数据专家在舆论场中的身份修辞。

关键词: 大数据时代; 数据专家; 现代化困境; 塔西佗陷阱; 豪猪法则

中图分类号: G206.3

文献标识码: A

文章编号: 1009-3370(2019)04-0181-08

从启蒙时代、工业时代到大数据时代,现代社会进一步走向系统化、整体化和抽象化。在大数据时代中出现了一批擅长数据分析的专家,他们试图将一切数据化:情绪变成数据、思维变成数据、行为模式变成数据、认知变成数据、沟通变成数据、关系变成数据等。总之,他们利用数据作为分析工具,进一步强化了现代社会对专家群体形象的时代要求,要求专家拥有客观和理性的修辞形象。可是现代化困境在于,虽然大数据分析促使社会进一步走向了现代化,但是“大数据本身仍然是一种统计抽样,仍不能等同于社会活动或者社会领域本身;对大数据的归纳式分析也不是从真空中来的,它仍然要受到人类偏见和框架影响,从而也受到理论的影响”^[1],由此,公众常常会发现不同专家用大量看似客观、中立的数据描述、预测和解释的社会,竟然呈现出完全不同、甚至相反的社会景象和结果,大数据时代“集中体现了现代性的专家系统,在被推举为扮演着系统信任的社会角色的同时,也在产生着怀疑甚至是破坏信任的因素”^[2]。“专家信任危机不仅会动摇社会信任的根基,而且会导致社会的无序化、阻碍社会的健康发展”^[3]。

一、公共舆论场需要客观理性的数据专家形象

根据韦伯工具理性和价值理性的分类,大数据时代存在技术理性型专家和价值理性型专家^[4]。技术理性型专家指只关心专业技术的有效性,而不关心该技术合理性的数据专家,比如2011年以来,美国加州圣克拉拉大学的数学教授乔治·莫勒及其团队为美国执法领域设计了一种名为普雷波尔(Predpol)犯罪预测系统。该系统可以根据一个地方的犯罪历史数据,计算出不同区域的犯罪发生率,再在地图上以网格形式呈现计算结果,最后只要锁定有高风险提示的网格,加强巡逻,就能遏制犯罪。然而,有效节省了警局的执法成本,乔治·莫勒却被指责说没有关注阶层平等等价值问题,“从阶层角度看,被算法纳入预测的都是常规犯罪,有钱人玩的金融欺诈和高智商犯罪并不在其中。也就是说,算法再精准高效,也只是协助警察瞄准穷人。”^[5]

价值理性型专家指在价值和意识形态层面为公众和政府提供咨询的数据专家。这种专家又有两种类型:第一种是建构型数据专家,这种专家“以大数据为基础,利用新一代数据分析技术与方法,在复杂的环境

收稿日期: 2018-08-22

基金项目: 国家社科基金项目资助“中国国家形象在维基百科词条中的建构与重塑研究”(18BXW006);中央高校基本科研业务费项目华东师范大学精品力作培育项目资助(2017ECNU-JP011)

作者简介: 甘莅豪(1977—),男,副教授,E-mail: ganlihao@126.com

西方古典修辞学将修辞资源一分为三,认定除了话语系统中蕴含的各种道理(logos)以及受众的情感(pathos)外,修辞者的身份形象(ethos)也是说服的一个比不可少的条件和手段。“Ethos”基本概念意义非常复杂,直到如今都还在反复被重新解读。本文依据西方早期现代修辞理论家乔治·坎贝尔的基本观点和当代西方修辞理论对身份(identity)的强调而采用“修辞身份/修辞形象组合”作为其标准汉译。该翻译表明“Ethos”包括两层含义:一层含义指修辞者所具有的社会身份(老师、律师、专家等);一层含义指修辞者所具有的人品形象(中立、正直、客观等)。该翻译并不排除其他学者使用“修辞人格、修辞威信”翻译的可能。

和海量的数据中,解释数据之间及数据与环境之间的广泛联系”^[6],准确了解过去、把握现在、预测未来,实时连续地帮助政府或各种机构组织制定并实现各项制度和政策,促使社会或机构良序形成和发展,构建和谐的社会或机构文化氛围。比如某些数据专家协助网络意识形态治理主管部门利用大数据对网站、BBS、微信、QQ等即时通讯数据,进行安全分级、内容预审和敏感词过滤,将潜在的威胁和敏感信息及时清除,净化网络意识形态治理环境^[7]。第二种是批判型数据专家。专家借助大数据提高洞察力,发现问题,站在政府或各种机构组织制定的各项规章制度对立面,找出制度、政策等各项不足,创造批评政府或机构组织的公共舆论环境,以期进一步完善政府或机构组织的各项行政法规,监督行政过程,促使“行政官僚统治转向信息化管理”^[8],保证社会和机构组织的公平与正义,比如孟天广和李锋针对民众很多帖子并不能得到政府官员及时回复的问题,对全国性网络问政平台进行了大数据分析,最后帮助网民发现“发帖给书记、实名发帖、使用更多负向情感和更长的诉求文本”,能在网络空间和政府进行更有效的政治互动^[9]。

无论哪种类型的专家,为了能在公共舆论场得到公众的信任,他们都试图以“客观”和“理性”的修辞形象定位自己,并以正义、真理、幸福等人类永恒价值标准作为自己的学术追求,正如朱旭峰、王倩如所说“客观中立地为决策者提供专家建议,一直都是专家咨询所追求的准则,也是决策者和公众的愿景。”^[10]

在《现代性的后果》中,吉登斯指出“专家系统信任是社会两大系统信任之一”“专家角色源自现代公共行政对行政手段和结果理性化的需求”^[11],即在面对不可知风险时,社会公众除了依赖和求助于社会行政系统,还要求助于具有知识和技术优势的专家,甚至有时,在处理公共危机事件时,公众对专家的信赖还可能超过行政官员。

大数据时代,数据专家之所以能获得公众更多信任,原因在于公众也在“客观性”和“理性”这两方面对数据专家进行了预设。

第一方面,公众预设数据专家是客观中立的。该预设认为和行政官员、市场商人不同,数据专家因置身于行政系统和资本系统之外,更少受到行政绩效和公司绩效的驱使,因而可以始终持有严肃批判的目光,保持自身的“中立性”和“批判性”,从而“在价值上具有专业性、独立性和价值无涉性”^[12]。他们“可以超越一般的现实或技术层面,以理性反思的姿态建构公共性的批判舆论”^{[13]62-63}。他们不仅会考虑实践层面的工具理性,还会考虑理论层面的价值理性。也就是说,数据专家可以利用“数字协商民主机制”^[14],不仅仅在技术上为政府官员提供支持,而且可以在公共服务、资源环境等方面对官员提出批评和建议,预防官员的短视性特征,进而为公众谋福利。

第二方面,公众预设数据专家是理性的。在公众看来,数据专家是科学代言人,他们经过专业培训,在某领域钻研多年,有一套严密的演算方法,甚至有一套昂贵的设备和器材作为辅助,肯定比普通人更科学、更理性。

事实上,和传统人文社科领域的专家相比,数据专家也具有更强的公信力。许纪霖就指出了传统人文社科领域专家的不足,他指出专家只具有批判性和独立性并不够,“人文的因素往往和技术因素掺杂在一起,假如没有一定的专业知识,仅仅凭形而上的普遍知识实施批判,在公共事务的消费市场上,很难与那些以维护现存秩序的技术专家竞争”^{[13]48-49}。因此,随着“科技理性的传播在自由意识形态正失去其作为一个公共信念体系力量的时代的到来”^[15],公众普遍认为“自然科学才是真正的科学知识,惟有自然科学的方法才能富有成效地用来获取知识,它能够推广用于一切研究领域并解决人类面临的各种问题”^[16]。或者说,科学主义影响下的公众不仅认为科学主义推进了自然科学的进步,而且促使人文、社科领域移植、借鉴自然科学的实证方法和数学工具,实现了进一步客观化。作为科学主义进一步深入和扩展的数据主义,正是在此背景下才能成为现代社会“一种被广泛接受的新范式”^[17]。

总之,在科学主义思潮影响下,数据专家以自然科学的定量化、形式化和逻辑分析为方法论基础,严格区分事实与价值,单纯追求工具化的实用目的和控制手段,强调数学上的可计算性、逻辑上的形式化和机械上的可操作性,以及充分占有调查对象的各种数据,就能客观合理地分析、解释和控制所有事物,就可能成为可资信任的对象。

二、塔西陀陷阱:数据专家无法保持客观理性的形象

公众希望在现代社会中找到一只新的坚固的方舟,希望随着数据技术的进步,专家系统会越来越客观、

公正,值得信赖,由于数据专家自身的缺点,社会过高的期待,数据方法的局限性等原因,导致公众对专家的质疑并没有随着大数据时代的到来而消失。数据专家依然面临着“无论说什么、无论怎么说,公众都不信”的“塔西佗陷阱”。

(一)数据专家无法摆脱权力和利益影响

作为社会人和经济人的存在,数据专家实际上并不能摆脱权力和利益对专业话语、价值判断的影响。与传统社会基于在场承诺的个体人格信任有所不同,专家系统的信任是基于非在场的社会制度性抽象信任,这种制度性抽象信任以非人格的制度架构及其客观运作机制为保证。然而这些制度架构及其客观运作机制由于需要权力和资金的支持,比个人更容易受到数据技术以外的各种因素影响,从而促使数据专家本身无法保持完全的价值中立,现代科学研究的组织制度使得科学家都或多或少地背离了唯真理是从的职业操守^[18]。同样,博格斯也意识到现代社会专家依然受制于科层制和商业化,主为“专业主义的精神特质被用来掩盖某种‘智力的系统性腐败’,在这种腐败中,知识分子急切地在科学客观性和学术独立性的伪装下为既定利益服务”^{[15]132-133}。

无论是自然科学还是社会科学领域的大数据研究,大部分都得益于政府或其他机构提供的资金支持而得以顺利进行。这种资助关系使得数据专家们或多或少、或情愿或不情愿地受到了一些外部压力的影响,在这些影响下,研究结果常常混合了政治立场和商业利益。甚至有部分数据专家或出于学而优则仕的传统情怀,或出于扩大声望和影响力,或出于沽名钓誉、追求生活享受的现实需要,还可能成为某些利益集团和权力集团的雇佣,成为论证这些集团诉求的工具。对此,萨义德甚至强调一个独立性的业余者会比一个不独立的专业人士更客观,因为依附性会腐坏专家的客观性和批判性,会促使专家“转离明知是正确的、困难的、有原则的立场,而决定不予采取”^[19]。比如自2007年开始,由于不满较低的升学率,美国不少地区的教育部门开始引入一套教师评估计算系统,通过一套复杂的指标和回归方程,组成一个“计算模型”,自动为每位教师表现打分并决定其薪酬和去留。该数据模型一经推出,就被人指责该系统过于僵化,是数据专家和政府官员共谋的产物,因为该模型赋予了班级成绩过大的比重,片面强调了学生成绩是衡量教师好坏的唯一标准,而忽视了老师的亲和力、创造力和感染力,从而导致不少深受学生欢迎的老师被解雇^[20]。

此外,影响数据专家公信力的还有媒体和市场体制。媒体对数据专家公信力的影响是双面的。数据专家本来是存在于象牙塔中的专业权威或者是民间备受尊敬的资深技术人士,随着大众媒体的扩展,当公共事件发生后,数据专家借助媒体从象牙塔中走出,面对公众,其专业权威身份一方面能帮助民众减少艰苦的智力活动,一方面还能满足民众对公共事件理性分析和价值判断的需求。然而大众媒体普及后,又会造成部分专家开始沽名钓誉、博眼球和出位,以及配合媒体娱乐性的需要,开始越来越多地在媒体中将数据作为修辞手段,利用并不严谨的大数据分析表达自己片面和主观的观点,表现出并不符合专家身份的不负责任行为,从而降低了数据专家整体在大众中的公信力。比如江濡山^[21]调查了国内外20多家科技产业园区,撰写了《大数据时代的真实面目》一文,指出善于把应用诉求端与数据技术服务端用大数据思维整合到一起的复合专家,即具备市场知识、产业及产品知识、有效数据资源识别及配置知识复合体的专家或者专家团队,比如:麻省理工学院(MIT)的佩恩特兰(Perntland)团队、谷歌的诺维格(Norvig)团队、百度的吴恩达和亚马逊的物流物联研究小组等,全球大概不过1000人左右。借此,他指出公共领域中实际上存在大量并不具备大数据专家资格的伪专家,他们“头顶不少学术桂冠,虽然立项后拿到了政府和投资人的项目经费”,但是只是善于在媒体中炒作大数据概念,却无法解决实际问题。

(二)数据专家无法获得“神”一样不可质疑的修辞身份

在大数据时代,很多风险是偶然的,超出于科学知识之外的,可是公众却盼望数据专家能够解决。在传统社会,面对偶然的事件、未知的领域、未来的灾难及其可能的伤害,公众可以通过信仰获得确定性和安全感。而从启蒙时代、工业时代发展到大数据时代,科学理性逐步从证明宗教,到否定宗教,最后发展成了类似于宗教的科学主义或数据主义,也就是说,在大数据时代,公众希望科学、理性和数据能够取代“神”,掌控一

塔西佗陷阱:古罗马时代的历史学家塔西佗在评价一位罗马皇帝时所说的话:“一旦皇帝成了人们憎恨的对象,他做的好事和坏事就同样会引起人们对他的厌恶。”之后被引申成为一种现社会现象,指当政府部门、某一组织或者某人失去公信力时,无论说真话还是假话,做好事还是坏事,都会被认为是说假话、做坏事。

切事情,甚至包括掌控一切偶然性、不稳定性和无规律性的各种事情。

数据专家和“神”的合法性并不相同。“神”的合法性建立在不能被怀疑的基础上,当“神”的启示和直觉不一致时,人们首先是怀疑自己的直觉出了问题,而不是“神”。作为科学的代言人,数据专家身份的合法性却是建立在质疑和争辩之上,比如大数据研究价值之一就在于“反直觉性”。而“反直觉性”成果在公众中的第一反应就是质疑。2017年微信圈出现一篇热文《如果你直觉:西方国家媒体特爱负面报道中国。大数据告诉你:直觉错了》,该文作者通过详实的互联网大数据(Global Database of Events, Language and Tone, GDELT)分析,指出“西方大国媒体对中国的报道多以褒扬为主”,该结论违反了不少人的常识和直觉,刚一推出,就遭受了公众的质疑,认为其有哗众取宠的嫌疑^[22]。可见,数据专家并没有和神一样无可置疑的修辞权威,他们无法满足公众内心中对“神”的渴求,而这也造成公众常常对数据专家产生无可避免的失望之情。

(三)数据方法本身蕴含非理性

大数据时代,专家公信力来源于科学技术的理性与客观,可事实却是,科学的理性之中蕴含了非理性,确定性之中包含着不确定性,比如数据专家在创建数据挖掘模型,采集数据进行关联分析、文本分析,进行可视化呈现过程中都要大量使用归纳法。而休谟^[23]很早就提出了著名的“归纳问题”。该问题暗示了科学归纳法的直觉性、非理性性和不可靠性。而演绎法又是分析性的,不能扩大人们的知识,这也就表明了数据科学并没有既保持真实性,又扩大知识的推理形式。同样,数据专家也就没有政府、企业和公众所追求的预言未来的可靠方法,比如个性化定制商业中的“推荐算法”通常基于用户信息、行为特征、关联规则、社交关系等因素,运用“基于内容的推荐算法”或者“协同过滤算法”,希望精准又全局地理解和把握用户未来的消费行为。可是这两种“推荐算法”实践下来,却遭到了用户质疑。“基于内容的推荐算法”遵循原则是“你多看什么就给你推荐什么”。“协同过滤算法”主要是基于人际关系和兴趣关联的推荐方案,例如“张三很多朋友爱看世界杯,张三也极有可能喜欢足球”“读王小波的人很有可能也喜欢乔治·奥威尔(对王影响最大的作家之一)”,这两种算法都基于归纳法推测用户的消费欲求,可是它们的推测结果并不成功,相反反而形成了令消费者反感的“信息茧房”^[24]。而“过滤气泡”的提出者伊莱·帕里泽也抱怨他在政治上是改革派,时常需要关注几个保守派人的页面,可是脸书(FACEBOOK)网站基于算法,把他新闻组中的保守派全删除了^[25]。

此外,数据研究本身的范式性和非确定性也导致了专家所依靠理论和知识的预测性降低,也就是说,数据专家更多地承担了事实、事件的解释功能,而对于事实、事件的解决和预测功能则表现不足,特别是一些涉及社会科学范畴的风险处理问题,数据专家所擅长的理论范式更是彼此竞争,其所使用的研究方法也都有不可克服的缺陷,比如2016年美国大选中,很多著名大数据算法都错误预示希拉里将赢得大选,其中包括使用“集群智能”原理预测硅谷创业的“一致人工智能公司”(Unanimous A.I.),运用R语言和蒙特卡罗算法的预测,运用贝叶斯理论预测的大数据专家内特·希尔(Nate Silver),基于搜索结果、网络、社交媒体数据及第三方的预测结果等多来源数据预测的微软必应(Bing)。整体看来,这些大数据调研范式预测之所以失败,是因为它们具有多个无法弥补的漏洞:首先,各种算法都无法回避互联网中存在的大量“数据孤岛”^[26]。由于安全和市场竞争关系,互联网公司之间并不愿意共享数据,从而造成数据割据的局面,再加上互联网中大量的删贴和网络推手的灌水,最终导致大数据样本缺乏真实性、精确性和代表性。其次,大数据采集环节还存在多样、混乱、可靠性差、系统性低等问题,一方面从网络中采集下来的数据,由于采集标准的多元化,导致了数据的可靠性难以保证,另一方面,全球现有的数据中只有5%的数字数据是结构化的,超过95%的是非结构化的^{[27]64-65}。而传统的数据分析难以对网络媒体中充斥着大量的图片、视频、音频等非结构化数据进行采集、分析和解释。再次,大数据分析没有很好解决不同时期的数据赋权问题。数据分析模型常常需要对数据进行分级,选出“少数”重要数据,剔除大多数“不重要”数据。通常越靠近预测事件发生日期的数据,应该越重要,权重应该越大。但不足的是,越靠近预测

休谟提出的归纳问题是指:归纳推理的正当性不能从理性上证明。

信息茧房是指人们的信息领域会习惯性地被自己的兴趣所引导,从而将自己的生活桎梏于像蚕茧一般的“茧房”中的现象。

“过滤气泡”指搜索引擎推荐算法根据人们已经显露的偏好以及与之具有相似性的好友的偏好,为用户推荐内容,形成高度同质化信息流的行为。

事件,情况变化越大,以前不重要的数据可能会突然变得很重要,而大数据模型赋权值的设定通常无法跟上各种突发情况的变化,这将直接影响大数据预测的准确性。2016年美国大选投票日前几天,FBI突然重启“邮件门”导致选情变化太快,而数据指标体系和评价权重无法及时重新设定,是大数据分析失败的重要原因。最后,大数据算法还没有想出很好的方法克服数据模型开发者偏好的影响。基于海量数据,大数据计算不容易通过人工排查方法消除开发者的影响。或者再退一步说,即使允许对部分数据进行人工排查,排查者在人脑中依据一定算法对其进行分析和解释的过程中,人为主观性也会影响大数据分析的准确性。

三、豪猪法则:公众在质疑中依赖数据专家

数据专家身份和话语的公信力常常被公众质疑和否定,又被各种利益集团随意使用和解释,但并不意味着公众在面对风险时候,不再求助于数据专家,也不意味着政府在处理各种危机事件中不能合理、有效地使用数据专家身份。实际上,在公共舆论场中,公众和数据专家的关系遵守着“豪猪法则”:具有专门知识的数据专家就像带刺的豪猪。在许多方面,公众虽然心里知道数据专家不那么可信,可是在无意识和潜意识中,还是深深地依赖数据专家系统。

首先,一个高度分工的现代社会,不可能有一个人掌握所有领域的知识,成为无所不通的全能专家^{[28]69-88}。各领域数据专家依靠海量数据资源、先进的数据算法和精深的数据模型,借助于云计算平台和互联网的传播,向公众解释社会事件和社会风险的起因、发展与应对,弥补了公众的知识不足,扩展了公众的视角和视野,促使公众本体性安全感产生^[29]。换句话说,由于精力、智力和资金有限,公众如有数据专家系统可资信任,就能够提高效率、降低交易成本,信任是致力于在风险中追求最大化功利的有目的的行为^[30]。

其次,虽然公众在直觉和细节处较数据专家更有优势,但是仅仅依靠直觉并不能完全获得安全感。直觉存在“不识庐山真面目,只缘身在此山中”的悖论。在场和直觉可以让民众取得直观、经验的判断,可是要对整个事件和问题的来龙去脉进行深入分析,并做到防范于未然,则必须在时间和空间上充分拉长和展开,对其他各种相似语境进行比较研究,以及在对各种数据、信息和资料充分占有的基础上进行理论关照、逻辑推导后才能实现,也就是说,公众常常要依靠数据专家从宏观、他者的视角,对自身的感知、直觉、经验和思考作出参照、批评和纠正,从而作出最佳决定。或者说,人们在现代化社会获得本体性安全感,来源于在场直觉经验的信任和对脱域的抽象体系信任的交叉口处^{[28]98-131},即如果公众有机会直接和抽象系统中某个专家面对面沟通,并建立长期稳定的人与人之间的联系,从而在外貌、形象、人格上对该数据专家有“在场”的“再嵌入”式了解^{[28]124-125},民众一样会接受数据专家提供的各种意见,比如近几年为了解决食品安全问题,全国各省市开始部署食品安全信息追溯平台,大范围收集各级政府质量监管与追溯数据;完善并整合条码基础数据库、监督抽查数据库等质检系统内部现有资源(分散存储、互联互通),并通过食品企业质量安全数据的分析与处理,结合舆情收集,实现公众查询、诊断预警、质量投诉等功能。也就是说,这些平台不仅实现了食品舆情信息的在线采集、处理、存储、挖掘和分析,而且通过线下日常巡查,监督抽查,通过网页、APP和微信等方式,让专家、消费者、企业负责人、政府官员直接进行人际交流,开启了抽象的数据系统和人际间线上线下直接接触相结合的模式,从而为解决公众食品安全信任问题提供了新的技术支撑与解决思路^[31]。

再次,严格的同行评议程序可以赋予数据专家足资信赖的权威身份。“‘同行评议’可严格地定义为:由从事该领域或接近该领域的专家来评定一项工作的学术水平或重要性的一种机制。”^[32]同行评议不同于简单的个人怀疑方式,它是一种有组织、系统性、制度化的质疑系统,它是科学规范的内化和自律。任何专家成果和品德经过同行审视、批评、点评和发布后,个体的智慧和成果也就变成集体的认同和智慧,此时再进入社会系统,就能为公众所理解、所信赖,并指导人们实践。虽然大数据方法存在各种缺陷,数据专家群体依然可以通过同行评议程序来获得公众的信任。

最后,亟需填补的信任真空区也促使公众不得不相信数据专家。当出现突发公共危机事件时,公众内心

德国哲学家叔本华有一则寓言:一群豪猪在一个寒冷的冬天挤在一起取暖。但是它们的刺毛开始互相刺,于是不得不分散开。可是寒冷又使它们不得不聚在一起。后来美国心理学家莱欧·博格借此提出了“豪猪法则”,指在人际社交中,交往者既要保持自己的独立性和批判性,又要呈现出对他人的依赖和尊重。

往往特别需要预测或者解释,此时有专家及时出来给出答案,公众虽然心有怀疑,但无其他更好的答案可以选择的时候,可能最终还是会选择信任专家。比如大数据时代存在大量试图直接依靠机器和算法运用海量的数据来分析社会心态的专家。可是实际情况是,这些专家虽然能够较好地预测社会关心的热点,却并不容易预测到社会心态的变化。大数据专家常常通过获取用户对某事件的回帖量、点击量来看出用户对某事件的关心程度,然后通过对用户发帖的话语来分析社会心态的变化。然而,简单地根据褒贬词句来分析社会心态是不够的,因为语言表达的手段是多样的、复杂的,即语言必须放到语境中才能被正确理解。也就是说,语言中存在的反语、名词化、被动态、隐喻等多种修辞手法都可以让大数据软件误判,比如“你很聪明呀!”如果是反语,则表示贬义,可是大数据分析软件碰见“聪明”这个词会将其看成褒义。再比如网络流行语中“躲猫猫”“小目标”带有贬义和调侃义,可是大数据分析软件无法将其和词典义的“躲猫猫”与正常义的“小目标”区分开,结果可能会将它们视为中性。实际上,大数据专家的预测常常失败,提供的解释往往也是“马后炮”。可是,即使明白这点,因为大数据专家在某一定意义上填补了信任真空区,满足了企业、政府和公众的心理需求,企业和政府依然每年都会投入大量人力、物力请专家借助抽象的大数据检测来评估社会心态,试图及时发现社会不稳定因素和风险,为企业和国家治理提供“科学”“客观”的研究报告和应对方案。

总之,怀疑与信任体现了人类两种不同的心理状态,它们在心理倾向上互相排斥,信任了就不应有怀疑,一旦有了怀疑,信任也就开始动摇了。怀疑就是不确定性,怀疑“是一种反复游移于二者之间的状态,人们既不安于此,也不安于彼——然而我们却应当或者安于此,或者安于彼”^{[33]120-121},“是一种与确认相对立的思想——一种举棋不定,一种悬而未决”,有“寻求”和“探究”之意^{[33]110-111}。信任则显然与此不同,它是指一种态度,相信某人的行为或周围的秩序符合自己的愿望,其本质是确定性。

当今宗教信仰有复兴的趋势,可是整体说来,文艺复兴之后世俗社会对宗教信仰的否定还是占社会的主流,即宗教世界在现代社会还没有找到新的填补人类内心空白的新的阐述和解释方式,因此人们普遍处于不确定性和虚无的精神状态之中。人类的本质在于希望理解、解释并把握世界,有天然憎恨不确定性的心理,因此,虽然大数据方法存在很大的缺陷,可是抱着两权相害取其轻的心理,人们还是强烈地把大数据方法作为认知、行为和信仰的标准和目的。总之,当现代社会变成一个充满怀疑的社会的时候,那么以怀疑为己任的数据科学就不敢被怀疑,不能被怀疑,因为怀疑一切后就走向虚无。或者说,当人类走向虚无后,就会产生寻找“确定”的社会需要。由此社会公众处于一种无所可选、而必须选的状态中。在“神”不再被求助和信任的情况下,大多数公众依然会将数据专家列为可以信任的对象。

四、结论

互联网上每天都有12.5万亿字节的数据在流通,而历史上90%的数据仅仅是在过去的两年内产生的^[34]。“我们身处数据驱动的全球社会中”^[35]“大数据开启了一次重大时代转型。就像望远镜让我们能够感受宇宙,显微镜让我们能够观测微生物一样,大数据正在改变我们的生活以及理解世界的方式,成为新发明和新服务的源泉,而更多的改变正蓄势待发……”^{[27]2-3}。的确,网络大数据获取、储存、搜索、共享、分析、挖掘、云计算、可视化呈现开启了一次重大时代转型,大数据信息风暴正变革人类社会生活方式、思维方式和民主治理方式。

在科学主义思潮中,民众将对科学的信任转化为对数据专家的信任,在一定程度上,是将公众对科学理性的信任转化为对人的政治理性的信任,而将政治理性绝对化,会进一步走向非理性化。作为科学理性的代言人,数据专家被认为具有更高的逻辑思维能力,他们能充分利用海量数据,更好地分析对象、认识事物,并揭示客观事物的本质,从而在社会上成了“客观”“理性”的代名词。由此,各种政治、经济甚至个人日常生活统统被置于大数据专家的审视之下。大数据专家也就成为一种本体的决定力量,成为知识的源泉、科学的基础、方法的根据、道德的展现和人性完善的支柱,从而也成为社会、历史发展的决定力量。这种对大数据专家的无限崇拜,会对其他个体理性进一步的发展构成障碍。也就是说,“数据专家”这个身份标签在社会认同中的至高无上性,很有可能会阻碍人们进一步探索真理,甚至造成灾难性后果。

同样,也不能忽视另一种倾向。虽然大数据分析有助于社会科学进一步走向科学化^[36],但是依然没有解

决公众对专家系统的信任问题。也就是说,一旦公共危机事件发生时,虽然数据专家力图继续延续专家系统客观和理性的修辞形象,可是,事实上,由于权力和利益的影响、大量无法解决的偶然性和非理性问题、数据方法自身的非理性特征等因素和现象的大量存在,数据专家很容易陷入“塔西佗陷阱”,无法有效摆脱在“现代化”社会信任体系中的身份悖论和尴尬。

数据专家不良的修辞形象会在大数据时代长期存在,但由于社会的高度分工性,大数据技术的宏观性、开放性和实时性,数据系统和人际交往系统进一步融合,亟需填补的信任真空区和同行评议等因素,政府、企业、公众和数据专家之间遵循着“豪猪法则”——虽然政府、企业和公众知道数据专家不那么可信甚至不可信,可是每当公共危机事件发生时,数据专家依然能够成为政府、企业和公众不得不依赖的对象。

总之,在大数据时代,数据专家群体的公信力受两种现象的影响:一种为“塔西佗陷阱”,一种为“豪猪法则”。这两种现象互相矛盾,却又彼此相互作用,共同影响和决定着数据专家群体在公共领域中的可信度和公信力。

参考文献:

- [1] ROB K. Big data, new epistemologies and paradigm shifts[J]. *Big Data & Society*, 2014(1):1-12.
- [2] 吴秋兰. 怀疑主义、科学怀疑精神与科学信任[J]. *福建师范大学学报(哲学社会科学版)*, 2005(2):48-53.
- [3] 郭飞, 盛晓明. 专家信任的危机与重塑[J]. *科学学研究*, 2016(8):1131-1136.
- [4] 马克斯·韦伯. *经济与社会(第1卷)*[M]. 上海:上海人民出版社, 2010:34-35.
- [5] 叶伟民, 凯西·奥尼尔. 盲目信仰大数据的时代必须结束[EB/OL]. (2018-02-03)[2018-08-04]. https://mp.weixin.qq.com/s/bR4lom5ipTWtefkUa_A7ng.
- [6] 胡税根, 单立栋, 徐靖芮. 基于大数据的智慧公共决策特征研究[J]. *浙江大学学报(人文社会科学版)*, 2015(3):5-15.
- [7] 曹彬, 顾怡立, 谢珍真, 等. 一种基于大数据技术的舆情监控系统[J]. *信息安全*, 2014(12):32-36.
- [8] MALLEY M O. Doing what works: governing in the age of big data[J]. *Public Administration Review*, 2014, 74(1):555-556.
- [9] 孟天广, 李锋. 网络空间的政治互动: 公民诉求与政府回应性——基于全国性网络问政平台的大数据分析[J]. *清华大学学报(哲学社会科学版)*, 2015(3):17-29.
- [10] 朱旭峰, 王倩如. 政府决策者能力与专家咨询选择[J]. *公共行政评论*, 2010(4):47-67.
- [11] 安东尼·吉登斯. *现代性的后果*[M]. 南京:译林出版社, 2011:72-73.
- [12] 朱伟. 政策制定过程中官员、专家、公众的互动模式[J]. *南京工业大学学报(社会科学版)*, 2013(3):106-113.
- [13] 许纪霖. 从特殊走向普遍——专业化时代的公共知识分子如何可能? [C]//许纪霖. *公共性与公共知识分子*. 南京:江苏人民出版社, 2003:62-63, 48-49.
- [14] 汪波. 大数据、民意形态变迁与数字协商民主[J]. *浙江社会科学*, 2015(11):41-47.
- [15] 博格斯. 知识分子与现代性危机[M]. 南京:江苏人民出版社, 2002:128-129; 132-133.
- [16] 陈其荣. 科学主义: 合理性与其超越[J]. *山东社会科学*, 2005(1):35-39.
- [17] 国内外新闻与传播前沿问题跟踪研究课题组. 大数据实践与研究: 批判性反思与研究推动[J]. *新闻与传播研究*, 2015(8):122-125.
- [18] HUFFMAN W E. New insights on the organization of research: theory and evidence for western developed countries [G]// KUNGL. *Skogs-och Lantbruksakademiens Tidskrift*, 2000, 139(12):9-41.
- [19] 爱德华·萨义德. *知识分子论*[M]. 北京:生活·读书·新知三联书店, 2002:56-57.
- [20] HEADDEN S. Inside impact: D.C.'s model teacher evaluation system[J]. *Education Sector*, 2011(6):50-68.
- [21] 江濡山. “大数据”产业的“真实面目”[EB/OL]. (2016-12-19)[2018-08-22]. <http://finance.sina.com.cn/zt/china/2016-12-19/zt-ifxytqax6578452.shtml>.
- [22] 杭敏. 直觉和大数据, 谁错了? [J]. *新闻战线*, 2017(3):89-90.
- [23] 休谟. *人性论(上册)*[M]. 西安:陕西师范大学出版社, 2009:18-19.
- [24] 凯斯·R·桑斯坦. *信息乌托邦: 众人如何生产知识*[M]. 毕竟悦, 译. 北京:法律出版社, 2008:67-68.
- [25] PARISER E. 当心网上“过滤气泡”[EB/OL]. [2018-08-22]. https://www.ted.com/talks/eli_pariser_beware_online_filter_bubbles/transcript?language=zh-cn#t-2155.
- [26] 匡文波, 黄琦翔. 大数据热的冷思考[J]. *国际新闻界*, 2016(8):134-148.

- [27] 维克托·迈尔-舍恩伯格,肯尼思·库克耶. 大数据时代:生活、工作与思维的大变革[M]. 杭州:浙江人民出版社,2013:64-65.
- [28] 安东尼·吉登斯. 现代性的后果[M]. 南京:译林出版社,2011.
- [29] MUNNICH G. Whom to trust? Public concerns,late modern risks and expert trustworthiness[J]. Journal of Agricultural and Environmental Ethics, 2004,17(2):113-130.
- [30] COLEMAN J S. Foundations of social theory[M]. Harvard University Press.1994;200-201.
- [31] 刘彤,谭红,张经华. 基于大数据的食品安全与营养云平台服务模式研究[J]. 食品安全质量检测学报,2015(1):366-271.
- [32] 郑也夫. 信任论[M]. 北京:中国广播电视出版社,2001:208-209.
- [33] 黑格尔. 哲学史讲演录(3)[M]. 北京:商务印书馆,1983:120-121;110-111.
- [34] IBM. Extracting business value from the 4 v's of big data[EB/OL]. [2018-08-22]. http://www.ibmdatahub.com/sites/default/files/infographic_file/4Vs_Infographic_final.pdf.
- [35] POWER D J. Using big data for analytics and decision support[J]. Journal of Decision Systems,2014,23(2):222-228.
- [36] WATTS D J. A twenty-first century science[J]. Nature,2007(1):444-445.

Credibility Analysis of Experts in Public Opinion Field in the Era of Big Data

GAN Lihao

(Center for National Discourse Ecology Studies, Communication School, East China Normal University, Shanghai 200241, China)

Abstract: In the era of big data, the credibility of data experts in the public opinion field is manifested in two phenomena: one is the phenomenon of “Tacitus trap”—data experts cannot be trusted by the public no matter how hard they try; the other is the phenomenon of “the porcupine rule”—the public has to rely on data experts while questioning them. The reasons for the former phenomenon are as follows: experts cannot get rid of the influence of interests and powers; experts cannot solve contingency problems; data methods are irrational. The reasons for the latter are as follows: the high division of labor in modern society, the inability of intuition to give the public a sense of security, the need to urgently fill the vacuum of public trust, and the credibility of peer review. These two phenomena are contradictory and interdependent, showing that “objectivity” and “rationality” are only the rhetoric of identity of data experts in public opinion.

Key words: big data era; data expert; paradox of modernity; Tacitus trap; the porcupine rule

[责任编辑:箫姚]