

智能算法下消费者权益法律保护问题研究

韩栋源

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年5月11日; 录用日期: 2024年6月5日; 发布日期: 2024年8月15日

摘要

人工智能算法背景下, 算法在便利消费者的同时也带来了新的风险与挑战。智能算法所衍生出大数据杀熟、信息茧房、个人信息泄露等各种问题, 不仅侵害了消费者的权益, 而且阻碍了消费平台的发展以及加剧了社会信用危机, 因此对算法的规制势在必行。对于算法规制, 我国的法律规定尚有欠缺, 无法充分保障消费者权益, 本文通过对域外相关领域制度进行研究认为, 首先要建立和完善算法审查机制, 推动算法公开化透明化, 其次要明确侵权责任, 完善追责制度, 最后要规范消费者信息的收集和使用并完善救济保障制度, 以此来规制智能算法, 保护消费者权益。

关键词

消费者权益保护, 智能算法, 法律规制

Research on Legal Protection of Consumer Rights and Interests in the Context of Intelligent Algorithms

Dongyuan Han

Law School of Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: May 11th, 2024; accepted: Jun. 5th, 2024; published: Aug. 15th, 2024

Abstract

Under the background of artificial intelligence algorithms, algorithms not only facilitate consumers, but also bring new risks and challenges. The problems derived from intelligent algorithms, such as big data, information cocoon and personal information leakage, not only infringe on the rights and interests of consumers, but also hinder the development of consumption platforms and aggravate the social credit crisis. Therefore, it is imperative to regulate algorithms. For the regula-

tion of algorithm, the legal provisions still exist in our country, which cannot fully protect the rights and interests of consumers. Therefore, based on the study of foreign related fields, this paper draws some conclusions. First, we should establish and perfect the algorithm review mechanism, promote the transparency of the algorithm, and second, we should clarify the tort liability and improve the accountability system. Finally, it is necessary to standardize the collection and use of consumer information and improve the relief and security system, so as to regulate the intelligent algorithm and protect the rights and interests of consumers.

Keywords

Consumerism, Intelligent Algorithm, Legislative Regulation

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 问题的提出

算法是现代人工智能技术的核心，正是由于算法的加持，使得人工智能拥有了其他法律客体所不具有的“学习”和“思考”能力。算法保护现在仍然采用商业秘密的模式，这种模式下算法具有相当的隐秘性，随着算法的进一步发展，算法的不透明性与消费者权益的冲突加剧。智能算法的不透明性导致其在运行过程中难以受到监督，并且算法作为商业秘密受到法律保护，算法运行过程难以为外人所知，这就更加大了监管的难度。而且，算法所产生的数据化消费模式下，算法使用者掌握着大量的消费者数据信息，这导致消费者的弱势扩大，违反了公平交易的原则，也不利于构建合理有序的市场秩序。

2. 智能算法背景下消费者权益法律保护现实问题

2.1. 智能算法背景下的价格歧视问题

2.1.1. 智能算法价格歧视的定义

从概念上来看，算法价格歧视可以分为两部分，主要包括算法和价格歧视两部分。算法是指对现有的数据，根据一定的程序和方法，对其进行处理和分析，最后得出所需要的结论。而价格歧视，就是针对同一商品在同一时刻针对不同消费者进行的不同定价行为。因此，价格歧视可以总结为，算法的开发者和使用者的利用算法分析消费者数据，根据不同消费者的各自特点，在其他条件相同的情况下，对同一商品进行不同的定价现象称之为算法价格歧视。

2.1.2. 智能算法价格歧视的危害

第一，侵犯了消费者合法权益。智能算法的个性化定价行为，导致不同的消费者在购买相同的商品时，需要支付不同的价格，从而影响到消费者公平交易的权利[1]。另一方面，价格歧视可以说也是一种消费欺诈，由于不同的消费者在购买相同的商品时，有的消费者支付了更高的价格，从而导致了一些消费者的财产遭受损失，因此这种行为侵犯了消费者的财产权。算法价格歧视不仅对消费者的公平交易权和财产权造成了损害，而且还对消费者的隐私权造成了严重的损害，这是由于价格歧视是基于对消费者的各种信息的充分收集和分析而得到的结果，所以很多平台都会在没有得到消费者许可的情况下，擅自收集消费者的信息，并且在没有得到消费者许可的情况下，对所收集到的信息进行非法使用。

第二，不利于互联网经济良性发展。不同于传统交易模式，互联网背景下的交易模式具备出速度快、

范围广的特点一旦实施算法价格歧视那么遭受损失的将是一大批的消费者，而随着越来越多消费者的权益受到侵害，消费者们将会渐渐对互联网平台失去信任，这将会大大阻碍互联网经济的良性发展。在现阶段，算法价格的歧视已经波及到了许多平台，“杀熟”的情况也在不断出现。如果放任不管，很可能导致消费者对于互联网经济系统反感，从而导致互联网经济的信用崩塌。

第三，违背了诚信原则。平台和商家单方面隐瞒了该产品针对不同消费者存在不同价格的事实，且这种隐瞒行为严重侵害了消费者的权益，而在诚信原则下，经营者有主动告知消费者商品价格变化的义务。在互联网交易模式中，消费者对平台的经营信息知之甚少。与此形成鲜明对比的是，智能算法使用者掌握着消费者的大量消费信息，这种巨大的信息鸿沟导致消费者一直处于弱势。这一不对称的信息环境为算法的价格歧视提供了可能，并进一步损害了消费者的合法权益，造成了买卖不公平和违背诚信交易的现象。

2.2. 智能算法背景下自动化决策问题

2.2.1. 智能算法自动化决策导致“信息茧房”风险

“信息茧房”概念含义是，当人们面对大量的信息时，由于没有全面的需要，他们只会专注于他们所选择的或者是他们感兴趣的那一部分，从而将他们牢牢地困在一个“茧房”里。当“信息茧房”的效果出现时，就会出现一种看不见摸不着的风险。在“信息茧房”效应下，由自动决策算法持续精确地提供个性化信息，表面上可以很好地满足使用者的主观需要，实际上是画地为牢，在消费者不知不觉中将他们困在消费陷阱之中。在“信息茧房”中，由于信息空间的封闭性，同一种类的信息会反复出现，由于消费者不了解相关的算法机制和原理，往往会信以为真，可能会根据该信息做出错误的选择而导致财产损失，该现象被称为“回声室”效应，当“回声室”效应产生时，信息的多样性将会被大幅压缩，从而影响消费者的选择。此外，“信息茧房”还会导致同质化效应，消费者往往会选择和自己观点和想法相同的消费者进行交流，从而形成不同的消费群体。这类消费群体往往会取消关注，不关注，甚至拒绝包含与其观点不同的信息，最终导致群体内部同质性和群体间异质性。这一现象既造成了信息极化，又造成了群际关联的松动，也造成了相异观点的下沉，言论自由受到侵蚀。尽管通过自动决策算法进行的定制化信息能够短暂地满足用户的个人消费需要，但是由于其长久以来形成的“信息茧房”对社会造成的潜在危害是不可忽略的[2]。

2.2.2. 智能算法自动化决策侵害消费者自主选择权

在《消费者权益保护法》中第九条规定了消费者拥有自主选择权，消费者可以自主选择商品和服务的种类以及其他与商品和服务有关的需求。智能算法的自动化决策取代消费者的自行选择，其不断向消费者推送个性化商品服务，大大限制了消费者可以选择的消费范围，导致消费者无法知晓其他更加合适、廉价的商品信息，从而无法选择性价比更高的商品和服务，这种行为实质上是侵犯了消费者的自主选择权，使消费者只能在大数据推送的商品中选择购买，使得消费者的消费偏好与大数据算法预测方向更为贴切，从而进一步导致大数据杀熟行为盛行。

2.3. 智能算法背景下侵犯隐私权问题

2.3.1. 投放垃圾广告对隐私权的侵害

垃圾广告原来指的是发到邮箱中的不受欢迎的、反复出现的电子广告。但由于互联网和算法的发展，垃圾广告已经不仅仅是指发送到邮箱中的广告，在使用应用时，经常会出现几秒的垃圾广告，这些广告会在每次打开应用时自动弹出，需要消费者点击跳过才能跳过，这不但会造成我们宝贵的时间，而且还会对网络资源造成占用，而且最近还出现了一种新形式的“摇一摇”广告，只要手机略微晃动就会跳转

广告,这严重侵害了消费者的合法权益。在欧洲和美国,垃圾广告被严格限制,相关部门将会对大量投放垃圾广告的公司处以高额罚金,并要求其公开对消费者赔礼道歉。

2.3.2. 滥用个人资料对隐私权的侵害

在互联网交易中,消费者在购买商品时,通常会被要求填写诸如姓名、联系方式、地址等个人信息,这些信息足以识别消费者的个人身份,而平台或商家的信息保护手段不足,导致信息很容易泄露,这就为不法分子非法利用个人信息提供了机会。在互联网交易中,平台利用消费者个人信息牟利的案例经常发生,美国某些企业更是以“无形资产”的名义,将消费者的个人信息进行公开拍卖,一度在美国社会上引发了极大的轰动。因此,应当更好的限制平台利用智能算法侵害消费者个人信息,如何做好消费者数据保护将是一个十分重要的问题。

2.3.3. 非法收集个人资料对隐私权的侵害

随着智能算法的快速发展,非法收集个人信息也成为了一个重要问题。网络上存在着许多在线数据调查处理业务,这些公司基于消费者的购物方式、购物习惯,非法收集了大量的个人数据。英国《数据保护法》明确规定,个人信息的采集必须经过本人的同意,并且个人拥有自主选择信息的权利。西班牙的《自动处理个人数据法》规定,用户有权利了解其个人资料的采集和处理程序,并且这些程序应当向公众公布,并向有关部门提供。

3. 智能算法背景下消费者权益法律保护的域外研究

3.1. 欧盟算法规制模式

欧盟于2018年5月25日出台了《一般数据保护条例》(简称GDPR),该条例为欧洲确立了统一的数据保护规则,为个人数据保护提供了典型范例[3]。GDPR主要以数据权利保护为核心,通过赋予数据主体访问权、更正权、可携权等权利,加大数据收集者的义务,增设数据保护官等手段保护个人数据。

首先GDPR通过赋予数据主体各种权利来强化个人对自我信息的控制权。其中最为典型的主要有可携权、被遗忘权及反自动化决策相关权利。被遗忘权是指数据主体有权要求数据控制者删除其个人数据的权利。被遗忘权行使的内容包括:一是信息主体可以要求撤回自己的个人信息,二是在信息主体撤回自己个人信息或者数据持有者丧失处理数据的合法性资格时,数据主体有权要求数据持有者删除相关数据并通知其他相关主体删除数据的复印件,但此权利会与公共利益相冲突,因此在实践中会对二者进行权衡[4]。

在数据控制者的义务设定方面,GDPR在个人信息数据处理方面主要规定了六条原则:第一,合法、透明原则,在处理个人数据的过程中数据控制者需要遵循GDPR中的条例规定,且要公开透明,保证数据主体的知情权。第二,目的限制原则,出于合法目的收集个人数据,其后续的使用不得违背该目的,除非与公共利益相冲突。第三,数据最小化原则,数据控制者应该在实现其目的前提下,在最小的范围内收集个人的相关信息。第四,准确原则,数据控制者必须保证个人数据的准确性并对相关数据信息进行实时更新。第五,有限留存原则,即数据保存的时间不能超过其完成目的所需的时限。第六,保护原则,数据控制者必须保证个人数据的安全性、保密性,避免数据遗失或被窃取。这六条原则的设立,加强了数据主体对于个人数据的控制权,严格的限制了数据控制者,并且还规定了违反这些义务应受的处罚措施。

欧盟从《欧盟基本权利宪章》规定“人人有权要求个人数据被保护”至今,制定了一系列强有力的法律,在个人数据权利、算法治理、平台责任等方面均有较详细的规定。主要包括《通用数据保护条例》(GDPR)、《非个人数据自由流动条例》(FTO)、《网络安全法》(CSA)等等。2018年《通用数据保护条

例》(GDPR)正式生效,对涉及到欧盟境内的所有数据处理进行了更为严格的规范措施,可以看作是欧盟在数据治理与个人数据权利保护领域的最核心的法律。GDPR 针对企业对用户进行识别分析、用户画像和算法自动化决策做出了规定,此种个体赋权的模式符合欧洲大陆关于隐私的一贯认识和治理传统。

3.2. 美国算法规制模式

相较于欧盟实行的统一立法规制模式,美国实行的是政府监管、行业自律及重要领域分散立法三头并进的规制模式。美国对算法治理与个人信息保护未进行统一立法,在联邦层面也未对平台或相关企业利用算法对用户行为数据等进行用户画像与个性化推荐做出法律规制。美国更为注重实行灵活的治理体系,从而保护和促进新兴经济的发展。美国有长久的重商主义和自由竞争的传统。美国的法律传统导致其不便如欧盟一样实行赋予用户权利并扩大监管机构权利的规制模式。因此,美国更倾向于保护数据产业的发展,侧重于运用市场手段对算法应用进行规制,强调以算法责任为中心,体现出了明显的实践导向。

美国的算法问责制相较于深究每一个内部运行环节,更为关注的是算法运行结果的公正性。在制度层面对算法使用者起到了促使其积极采取降低算法风险和负面影响措施的激励效果。此外,算法问责制也符合美国长久以来的隐私文化和治理传统。美国对算法做出直接规定的立法很少,多是部门性的法案,主要依赖于行业自律的监管方法。例如 CCPA 要求经营算法业务的公司发布隐私政策,披露公司如何响应浏览器“不跟踪”信号,明确公司收集和与第三方主体共享的个人信息种类及规模。在美国,对于网络领域的规制与引导主要是通过美国联邦贸易委员会(FTC)这一独立的联邦机构来进行,对于算法的规制也是如此。FTC 目前仅禁止了美国公司将用户同意提供的敏感据用于定向广告[5]。

4. 智能算法背景下消费者权益法律保护之完善

当前,面对算法等科技的快速发展与普遍应用,欧盟或美国的规制模式也并非一定是最有效的规制模式。但我国与欧盟和美国的立法现状存在着相似的不足之处,即都缺乏对算法的体系化立法。基于各国错综复杂且差异化的具体国情,算法应用引发的问题在各国略有差异,但各国都在不断地探索适合本国的规制模式与路径。我国也需要加大重视、迅速应对,要抓住时机、迎难而上,在吸取域外在立法和实践的过程中取得的经验和教训的基础上,积极探索、敢于尝试,寻求适应我国国情与现状的法律规制模式与具体路径。

4.1. 强化对消费者个人信息的保护

赋予消费者选择推出权是消费者控制个人信息的重要手段,消费者在进入消费平台时,平台可以向消费者收集必要的个人数据,以此来更好的为消费者服务,并且在消费者消费过程中,平台也可以收集消费者的消费数据,并通过算法进行分析,然后向消费者进行个性化推荐[6],在这一过程中,一方面算法技术大大提高了平台经营者的效率,为平台带来了许多利益,平台利用消费者的个人信息为消费者提供了相当大的便利,但这也会导致平台自动化决策逐渐取代了消费者的自我决策,消费者很容易就会掉入平台的消费陷阱,因此我们需要赋予消费者一个拒绝自动化决策的权利,让消费者可以随时退出平台的个性化推荐,这样才能保障消费者的自主选择权[7]。在实践中,消费者在同意授权个人信息给平台后,平台在取得消费者同意后就可以随意使用该信息,不会受到任何监督,消费者的个人隐私权完全被架空,而在拥有选择退出的权利之后,消费者完全可以退出相应的算法服务,阻止算法进一步侵犯其权利。

4.2. 完善处罚制度与争议解决机制

4.2.1. 提高赔偿金额

智能算法侵权问题早已出现,我国也已经有了多部法律对其进行规制,如《消费者权益保护法》《网

络安全法》《个人信息保护法》和《电子商务法》等这些法律都对平台侵权行为的赔偿金额做出了规定，如《网络安全法》中规定了最高一百万元的罚款，《消费者权益保护法》中规定了三倍赔偿，但除了《个人信息保护法》的其他法律的惩罚力度都不足以遏制平台经营者的侵权行为。由于互联网交易中商家侵权需要承担的是民事责任，而民事责任的赔偿原则一般是赔偿损失的金额，而网上购物的消费金额大多数较小，消费者的损失也较小，所以赔偿的数额不足以起到惩戒作用，因此需要引入惩罚性赔偿制度，提高赔偿的惩戒力度，这一制度在我国的《个人信息保护法》中有所体现，其中规定了最高可达五千万的惩罚性赔偿，在实践中有必要对一些实施严重侵权行为的平台实施惩罚性赔偿，以达到威慑的目的，当然，由于惩罚性赔偿本身具有相当的严厉性，因此需要明确其使用的条件，依照法律规定进行处罚。

4.2.2. 健全争议解决机制

在智能算法背景下，消费者与平台之间存在着明显的信息鸿沟，由于平台掌握算法和数据，具有天然的优势，消费者维权愈发困难[8]。针对此问题，可以延用《消费者权益保护法》中的责任倾斜原则即增强平台的责任来增加对消费者的保护，主要有以下几种方式：一是增强法院的证据收集权，由于消费者作为个体对抗平台企业难免会存在举证困难的问题，此时就需要法院来帮助消费者收集相关证据，以免消费者由于证据收集不足而导致败诉。二是简化诉讼程序，许多消费者放弃维权的原因之一就是诉讼程序所耗费的成本比其获得的赔偿要高，因此加快建设互联网法院，利用互联网程序简化一些手续，减少消费者维权的成本，可以更好的激发消费者维权的主动性。

4.3. 构建新的监管模式

4.3.1. 完善算法审查和备案机制

为了更好的监督平台经营者的行为，需要完善相关的审查机制，除开已有的算法分级分类管理制度，还需要进行算法备案和算法审查。算法备案是指平台经营者需要对其算法的原理和运行机制进行备案，在发生侵权行为后可以通过对比备案来确定平台经营者的责任，如果实践中的算法运行结果与备案不一致那么平台经营者就需要承担证明责任，若无法证明未侵权则将会承担不利后果。平台经营者应当定期向监管机构报告算法的运行状况，即使更新算法的备案，监管机构则可以对备案进行不定期抽查。算法备案制度既强化了监管机构对平台的监督，也降低了消费者收集证据的难度。

算法审查机制是对算法进行审查，审查算法技术本身是否存在侵权的程序。算法在一定程度上也代表着平台经营者的主观意愿，平台经营者为了获取更多的利益难免会在算法中嵌入一些非法程序，使得算法输出的结果会损害消费权益，给自己带来更多利益[9]。算法审查重点包含对算法规则进行分析、审查算法规则在源头上是否具有歧视、检测数据结果真实性及检验数据结果中是否包含偏见向选项等。对符合规则的算法，才能准许平台经营者进行使用。在审查智能算法时，应当要求企业配合解释相关内容，在审查涉及商业秘密的数据，应与企业进行协商，采取合理方式，即保护消费者权益也兼顾平台利益。

4.3.2. 提高监管技术

智能算法在不断的发展，监管技术也应该相应提高。首先可以利用算法技术，建立网上监督平台，网上监管平台可以全方位全过程监管，其可以利用大数据和算法对平台的行为数据进行收集分析，可以及时发现平台的异常行为并制止，用算法治理算法才能更好的保护消费者权益，其可以通过随机获取网上的消费数据来进行比对分析，发现是否存在侵权行为。加强监督不意味着过度的限制，监督是为了保证平台健康持续的发展，维护良好的市场秩序。

4.3.3. 建立数据保护人制度

从欧洲立法中我们可以学习到一些经验,设置数据保护人员,通过增添专业人员来提高监督的专业性和科学性,由于智能算法的不断变化发展,我们也需要一种变通性较强的监督力量,设置数据保护人员可以充分利用其主观能动性,发挥其法律和技术上的能力,以应对不断变化的监管形势,避免平台经营者利用技术钻法律漏洞,才能更好的解决侵权问题。数据保护人员一般设立在企业平台内部,并且能够实时接触到平台的数据处理活动,内部的数据保护人员可以与外部的监管机构联合监督,以构建更加有效的监督链条,同时数据保护人员在企业处理数据的时候可以给出相应的建议,引导企业更好的进行数据保护,从根本上减少企业的侵权行为。

4.4. 加大救济力度

4.4.1. 提高平台救济效益

消费者在遭受侵权之后,一般会先向平台求助,对平台的处理觉得不满意才会向法院提起诉讼。因此可以提高平台救济的效率和效益,让消费者能够一步解决侵权问题。

首先,平台可以对经营者做出规定,对所有消费者一视同仁,不进行价格歧视,一旦消费者发现相同商品存在不同价格,则可以立即要求经营者退还差价甚至退款,在此情况下平台应无理由支持消费者,尽快让商家进行退款,甚至可以对商家进行合理的限制。其次,平台在发现经营者的侵权行为后,应当主动联系消费者进行退款处理,让不知情的消费者也能够受到相应的保护,并且可以将相关的商家进行标记,如果再次发现相关侵权行为,可以提醒消费者并上报管理部门对其进行处罚,如此一来消费者无需在维权时耗费过多成本,也有助于形成良好的市场环境。

4.4.2. 行业自律与公益诉讼相结合

一个好的行业必然有着高度的自律性,一个好的行业自律组织也能维护好行业的秩序,促进行业的发展。相较于监管部门行业自律组织身处行业内部,可以及时得到行业的信息,也更加了解行业的技术。行业自律组织可以将行业内的企业组织起来商定一个行约,在追求商业利益的同时也要承担相应的社会责任,在法律允许的范围内经营,并为消费者提供更好的服务,保障消费者的合法权益。

关于公益诉讼方面我国《民事诉讼法》中有相关规定,但仍然可以借鉴一些美国的经验,可以设立一个消费者权益保护基金,将相关惩罚性赔偿所得纳入其中,该基金主要用于资助社会团体对智能算法侵权问题提起公益诉讼。通过公益诉讼与互联网行业自律相结合,加大对消费者救济的力度,营造一个诚实友善的交易环境。

5. 结论

智能算法背景下,互联网企业利用算法技术为消费者带来了极大的便利,但随着进一步的发展,一些平台企业不满足于现状,想要利用算法技术摄取更多的利益,于是这些企业就开始侵害消费者的权益,他们的行为严重扰乱了市场秩序,为此需要对平台企业进行规范,本文明确了智能算法的性质,分析消费者权利受到侵害的种类、原因,指出现有消费者权益法律保护不足之处,并收集域外立法资料,分析欧美立法模式,从中汲取立法经验,结合我国现状,针对性的提出一些建议,从强化个人数据保护、创新监管模式、完善法律制度和加大救济力度等四个方面来分析如何更好的保护消费者的合法权益。

参考文献

- [1] 孙建丽. 算法自动化决策风险的法律规制研究[J]. 法治研究, 2019(4): 108-117.
- [2] 金欣. 人工智能对法律价值的挑战与应对[J]. 西北民族大学学报(哲学社会科学版), 2022(3): 69-78.

- [3] 吴沈括, 霍文新. 欧洲议会和理事会关于欧盟机构个人数据处理第 2018/1725 号条例分析[J]. 信息安全与通信保密, 2019(4): 30-34.
- [4] 胡文华. 冲击与应对: GDPR 与《网络安全法》比较视野下的企业合规[J]. 中国信息安全, 2018(7): 77-81.
- [5] 张欣. 从算法危机到算法信任: 算法治理的多元方案和本土化路径[J]. 华东政法大学学报, 2019, 22(6): 17-30.
- [6] 丁晓东. 论算法的法律规制[J]. 中国社会科学, 2020(12): 138-159+203.
- [7] 刘欣然. 数字经济条件下消费者权益保护法律范式[J]. 社会科学家, 2021(11): 105-110.
- [8] 易玲. 网络购物维度下消费者的权益保护研究[J]. 河北法学, 2016, 34(6): 181-187.
- [9] 汪庆华. 人工智能的法律规制路径: 一个框架性讨论[J]. 现代法学, 2019, 41(2): 54-63.