

# 今日头条 CEO张一鸣发公开信致歉:所有责任在自己 运营审核队伍将扩大到1万人 “内涵段子”是今日头条的起点



4月10日,广电总局发布消息称今日头条旗下内涵段子存在导向不正、格调低俗等突出问题,勒令今日头条永久关停内涵段子应用及公众号。

4月11日,今日头条宣布关闭App内语录,段子,趣图,美图和美女共5个频道。目前,打开今日头条客户端,在频道选择中,已经看不到相关频道。今日头条方面表示,这是产品内部整改的一部分。

## CEO发致歉信“自责”

4月11日凌晨,今日头条CEO张一鸣发表了致歉信,在致歉信中他提到了三个“自责”,第一是自责自己辜负了主管部门一直以来的指导和期待,对于主管部门的指导和帮助没有真正理解和认识到位,也没有整改到位,造成今天对用户不负责任的结果;第二是自责自己辜负了用户的支持和信任,忽视了引导用户获取正能量信息的信息;第三是自责自己辜负了投入无限热情和心血打造了这款产品的同事,产品出现这么大的问题,停止服务,自己有领导责任。他还提到要全面纠正算法和机器审核的缺陷,不断强化人工运营和审核,将现有6000人的运营审核队伍,扩大到10000人。

## 内涵段子与今日头条是什么关系

很多人并不清楚内涵段子与头条之间的关系,但实际上2012年5月就已经上线的“内涵段子”,拥有比今日头条更长的发展历史,同时也是早期头条重要的用户和流量来源。

2011年底,张一鸣从九九房CEO的位置离开,开始筹备字节跳动。字节跳动是今日头条在工商部门的注册公司,这家公司的第一款产品不是今日头条,也不是内涵段子,而是一款叫搞笑囧图的笑话类产品。

张一鸣的逻辑是,迅速搞出一款产品,快速进行市场验证,有成为爆款的迹象就all in,没有可能就迅速推其他产品。而张一鸣的第二款产品内涵段子也是这么诞生的。

内涵段子上线三个月后,即2012年的8月份,今日头条的第一个版本上线。此时内涵段子的用户数涨势喜人,而且没什么竞争对手。今日头条就不同了,一条赛道上挤满了巨头:搜狐、网易、新浪、百度、腾讯……据说有段时间张一鸣还找过其中的巨头谈收购事宜,但人家根本没看上今日头条。

关键时刻,内涵段子立了大功。由于用户群高度重合,今日头条最初的下载量几乎全是来自内涵段子。

## 算法最饱受诟病是导致低俗

今日头条崛起最重要的两个原因,一是流量红利,二是算法。2012年8月发布第一个版本,今日头条能够5秒钟内通过算法解读使用者的兴趣DNA,用户每次动作后,10秒更新用户模型,越用越懂用户,从而进行精准的阅读内容推荐。

今日头条早在去年年底便已收获了1.4亿活跃用户,每人每天平均在今日头条上花费76分钟。每个月有数亿的用户通过这款APP,获取着“机器学习”的算法为他们量身定制的各种资讯。

而今日头条算法最饱受诟病的一点,是导致低俗。

一个能够同时分发内容与广告的推荐算法引擎,到底能让今日头条这家公司带动起多少不同的产品?目前它给出的答案已经累计超过100个。

■综合澎湃新闻、中国网财经、新浪科技、搜狐科技、PingWest品玩

## “机器推荐”也“夹带私货”

今年4月,央视曝光了今日头条客户端向用户推送“艳俗”直播平台:火山直播,内容涉及大量穿着暴露的女主播,通过低俗不堪的表演吸引用户观看。4月18日下午,北京市网信办、市公安局、市文化市场行政执法总队联合约谈今日头条、火山直播等平台,责令限期整改。

事后,有媒体通过查询企业工商信息发现,火山直播(北京微播视界公司)的幕后实际控制人,正是今日头条(北京字节跳动公司)。火山直播的公司法定代表人为梁汝波,其在今日头条内的职务为天津字节跳动的法人代表和总经理。这一消息令外界一片哗然:原来今日头条的“机器推荐”也难免“夹带私货”,而且是主动向用户推送“不可描述”的低俗内容。

除了涉黄内容以外,今日头条充斥的“标题党”、营销信息、不实信息也一直饱受诟病。有媒体评价,今日头条就像一个巨大的“信息垃圾场”,通过持续迎合人性中低俗、阴暗的部分和固化的审美趣味,给用户喂养毫无营养却容易“上瘾”的“垃圾信息”,以此成就自身的巨大流量。

曝光

