

# 新的债务 道德问题

债务日益数据化引发了一系列道德问题，  
为此需要建立一种新的贷款监管方式

尼基塔·阿加沃尔

纵观历史，整个社会对债务道德问题的争议之声从未停止过。在古代，债务是指以还款承诺为凭据向他人借款。许多文化都认为债务是一项罪恶行为，有息贷款更是令人深恶痛绝。社会普遍存在一种担忧，借款人会过度举债，沦为贷款人的奴隶，这也就意味着，免除借款人的偿债义务司空见惯。时至今日，这种担忧仍在持续影响着人们对信贷市场上贷款和监管的认知。在伊斯兰金融体系内，严禁任何形式的收息行为，国家还针对“发薪日贷款机构”（也即提供高成本短期贷款的公司）设置了利率上限。同样，当呼吁债务免除政策的支持者在伸张减轻经济窘迫的债务人背负的无法承担的沉重债务时，他们在一定程度上也是在求助于道德。

## “数据化”的贷款

在这场辩论中，“公平”这一道德价值发挥了主要作用。具体来说，这里指的是分配的公平。人们认为债务是不公平的，因此也是不道德的。这是因为，借款人和贷款人之间本就在知识、财富和权力方面不平等，贷款人可以且经常利用这种不平等关系。近来，贷款行业的技术进步，给债务带来了新层面的道德问题。值得注意的是，消费贷款的数据化加剧了人们对损害个人隐私、自主权、身份和尊严等道

德问题的担忧。在这种背景下，“数据化”描述的是个人数据被愈来愈多地迅速运用于消费信贷决策——特别是“另类”社交数据和行为数据，如个人在社交媒体上的活动数据、手机数据等——同时，上述数据分析还结合了更复杂的数据驱动型机器学习算法 [ 赫尔利 (Hurley) 和阿德巴约 (Adebayo)，2017 年 ]。

贷款人利用这些技术可以预测消费者的行为，采用比以往更加细致的方式，勾勒出消费者的财务身份。例如，有研究表明，使用 iOS 设备的借款人，他们的社交网络往往更加广泛，也更加稳定，愿意花费更多时间来浏览贷款人条款及条件的借款人，信用更加可靠，按时还款的可能性更大（当然，许多这些变量都是收入等信用周期基础变量的替代变量）。数据化贷款业务的创新，很大程度上得益于金融科技初创企业的推动，特别是像 LendingClub（借贷俱乐部）和 Zopa 这样的 P2P 借贷平台以及像阿里巴巴 / 蚂蚁集团这样的大型科技公司。尽管如此，正如英国央行和剑桥大学替代金融研究中心近期的一项调查结果所指出，传统银行贷款机构也在越来越多地使用“另类”数据和机器学习技术。

以上这些做法削弱了消费者塑造自我身份的能力，使他们越来越多地与“数据本体”或算法身份绑定在了一起。此外，数据收集和行为监测覆盖生活



的方方面面，推动了数据化贷款业务的进一步发展，但也限制了消费者的行为自由，因为他们害怕会对自己的征信产生负面影响，因而一举一动都谨小慎微。企业将某些类型的个人数据商业化，将它们用于贷款决策，引发了人们对损害个人尊严这个道德问题的担忧。贷款人利用从社交媒体和交友应用程序等处采集的具有高度私密性的健康数据和人际关系数据来确定消费者的可信度，这是否合乎道德标准？消费者在特定的场景中可能会出于特定目的自愿共享个人数据，例如，便于在线交友和社交互动。但这并不意味着，他们同意将自己的个人信息用于新的场景，或者用于其他用途，特别是像信用评分以及营销等商业用途。

数据化还加剧了人们对消费贷款行业已经存在的公正问题和不平等问题的担忧。例如，贷款机构很容易滥用数据带来的知识，将目标对准弱势消费者，为其提供不利的信贷条款。由数据驱动的借款人资料分析，也利于针对穷人形成一套更具侵略性和侵扰性的债务催收做法。采用“另类”数据和机器学习对人群做出更加精准的筛选并施以价格歧视，会增加以前通过隐藏信息领取补助的消费者的借贷成本（富斯特（Fuster）等，2020年）。

此外，由数据驱动、算法引领的贷款业务越来越多，可能会加剧种族和性别歧视所造成的不公正现象，近期的苹果信用卡（Apple Card）失败事件就突显了这一问题——该信用卡给与女性的信贷额度比男性少。特别是，用于训练机器学习模型的数据中存在的偏见和代理变量会加重贷款服务中针对少数群体的间接歧视，这在数据反映了长期结构性歧视的情况下尤其如此。通常情况下，社交媒体数据等“另类”数据，比金融信贷数据包含的特征更加丰富，因此，这些数据中也嵌入了更多受保护的特征的代理变量，如种族和性别。深度神经网络等机器学习方法的可解释性有限，难以通过代理变量检测出歧视行为。因此，在未经严格检验、缺乏有意义的人类监督的情况下，运用这些机器学习模型会加重社会偏见和原有的违法歧视行为，将弱势群体和少数群体永久性地阻挡在消费贷款市场之外。

但消费信贷的数据化可以从其他维度提升消费信贷市场的分配公平性，从而维护债务的道德性。

值得注意的是，借助基于机器学习以及算法的信用评分中的“另类”数据，我们可以得出更加精准的信用评估结果，改善消费者的信贷渠道，特别是之前因信用数据（信贷记录）不充分被主流信贷市场拒之门外的“信用档案不足”及“不具备信用档案”（但可信）的消费者（阿加沃尔，2019年）。益百利公司和美国消费者金融保护局的预估数据显示，分别有近10%的英国人和近15%的美国人拥有很少或者没有任何信用记录，他们也被称为“信用隐形人”，接触不到负担得起的贷款渠道。在发展中国家，这个数字要高出好几倍。根据世界银行全球金融包容性指数，生活在南亚和撒哈拉以南非洲国家的人口，90%以上无法获取正规贷款。

考虑到这些消费者往往都是社会中最弱势的群体，且通常来自少数族裔和低收入人群，改善他们获取贷款的渠道有助于促进普惠金融发展，提高消费贷款市场的公平和效率。数据化算法贷款也可以降低银行员工在授信时不经意的直接歧视性做法，从而提高公平性——例如，其可防止人工授信人员因其性别、种族方面的偏好而产生歧视性做法。（巴特利特（Bartlett）等，2017年）。此外，更加便利的贷款申请渠道以及随之而来的各种机会也可以增强消费者的自主权和尊严。

更广泛地说，贷款行业的数字化和自动化可以减少交易成本，为贷款机构发放小额贷款、服务传统意义上因地理位置限制而被排除在贷款之外的消费者（例如，在“银行荒漠”地区无法设立支行）提供了便利，扩大了普惠金融的范围。数据驱动技术还可以提升消费者的金融素养，改善个人债务管理能力，推动金融普惠的发展。例如，多数金融科技公司的贷款应用程序都有自动储蓄和自动还款功能，可以帮助消费者克服更为常见的行为偏见，以避免破坏消费者良好的个人财务管理能力。

## 重构监管

机器学习和数据化贷款业务的兴起，使债务道德问题变得更加微妙。对于监管机构而言，他们面临的“金发姑娘”难题（指各方都有自己的偏好，很难平衡）在于，在数据化贷款业务的利弊之间寻找一



## 对于监管机构而言，他们面临的“金发姑娘”难题在于，在数据化贷款业务的利弊之间寻找一个恰当的平衡点。

一个恰当的平衡点。在保护消费者的隐私、避免不公平歧视、剥削等方面，监管机构必须保护消费者免于遭受严重伤害，同时又能够抓住关键利益，特别是改善金融贷款渠道、扩大金融普惠范围等好处。然而，在英国、美国和欧盟等地，管理消费信贷市场和数据化贷款业务的现有监管框架，并未掌握好这一平衡。特别是，它们并未充分缓解数据化贷款业务对消费者的隐私、自主权和尊严造成的伤害。

在这些辖区内，负责监管消费者隐私的普遍做法带有明显的个人主导色彩，在数据处理的方方面面，机构需要消费者同意才能获取数据，且也依赖消费者自身来管理他们的隐私——如行使查看、修改、删除个人数据的权利。但在日益数据化的消费信贷市场，这种做法根本无法为消费者提供保护。在消费信贷市场，借款人和贷款人之间的信息和实力极度不对称，在数据处理问题上存在负外部性，市场存在的偏见，影响了消费者的决策，个人根本无法独自保护自己的隐私和自主权。

在《剑桥法律杂志》新发表的一篇文章中，我建议通过实质性和制度性监管改革来应对这些不足，缩小消费信贷市场的隐私缺口（阿加沃尔 Aggarwal, 2021 年）。首先，我们需要建立一种自上而下的监管方式。在数据化贷款模式下，政府应当针对企业提出更加严格的要求，强制企业证明处理个人数据的合理性，包括预先针对贷款决策所需的个人数据的类型和细节程度做出严格限制。例如，明确禁止使用社交媒体数据等私密性较强、富含更多特征的数据，并默认个人数据必须匿名处理。

此外，企业（特别是非银行类的金融科技贷款机构）还应当承担更多的举证责任，以证明处理个人数据的必要性、对消费者隐私的侵犯程度等，包括持续进行严格的模型验证、数据质量验证等。例如，在基于算法的信用评分背景下，贷款人必须证明，处

理“另类”数据会显著改进信用等级评估的准确性。

在改革的同时，还需要对监管架构做出调整，以改善消费信贷市场的消费者隐私保护的执行力度。特别是，英国金融市场行为监管局等为消费者提供金融保护的监管机构，应当扩大执行权力，在消费信贷市场，为消费者提供隐私和数据保护。我认为，数据保护就是消费者金融保护。考虑到消费信贷公司的专业知识和经验，在加强消费金融市场的数据保护方面，行业机构在许多方面都比跨行业数据保护和消费者保护机构更擅长。尽管如此，行业机构仍然应当继续与跨行业监管机构，例如，在数据保护监管方面拥有专长的英国信息委员会办公室等开展合作。

当然，不仅是数据化消费贷款及其监管需要改革。为切实保障（信贷）消费者的私隐，不仅需要消费信贷市场上对个人数据处理做出严格限制，而是应对面向消费者信息系统的发展生命周期内的所有参与者的个人数据都这样做。同样，在日益数据化的经济体内，想要实现最优数据保护监管制度安排，需要行业监管机构发挥更大作用以及各行各业（不仅仅是指消费信贷市场）与跨行业监管机构之间开展深度合作。FD

尼基塔·阿加沃尔（NIKITA AGGARWAL）担任牛津大学互联网研究院数字伦理实验室助理研究员。

### 参考文献：

- Aggarwal, Nikita. 2019. "Machine Learning, Big Data and the Regulation of Consumer Credit Markets: The Case of Algorithmic Credit Scoring." In *Autonomous Systems and the Law*, edited by N. Aggarwal, H. Eidenmüller, L. Enriques, J. Payne, and K. van Zwielen. Munich: C. H. Beck.
- . 2021. "The Norms of Algorithmic Credit Scoring." *Cambridge Law Journal*.
- Bartlett, Robert, Adair Morse, Richard Stanton, and Nancy Wallace. 2017. "Consumer-Lending Discrimination in the FinTech Era." University of California, Berkeley, Public Law Research Paper.
- Fuster, Andreas, Paul Goldsmith-Pinkham, Tarun Ramadorai, and Ansgar Walthert. 2020. "Predictably Unequal? The Effects of Machine Learning on Credit Markets." <https://ssrn.com/abstract=3072038> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3072038>.
- Hurley, Mikella, and Julius Adebayo. 2017. "Credit Scoring in the Era of Big Data." *Yale Journal of Law and Technology* 18 (1): 147–216.