

改掉 App 胁迫用户提供信息的毛病

□ 朱昌俊

近日,国家互联网信息办公室、工业和信息化部、公安部、国家市场监督管理总局四部门联合发布《常见类型移动互联网应用程序必要个人信息范围规定》(以下简称《规定》),旨在落实《中华人民共和国网络安全法》关于个人信息收集合法、正当、必要的原则。其中明确规定,移动互联网应用程序(App)运营者不得因用户不同意收集非必要个人信息,而拒绝用户使用App基本功能服务。《规定》明确了39种常见类型App的必要个人信息范围,将自今年5月1日起施行。

根据国家工信部发布的数据,截至2020年年底,我国国内市场上监测到的App数量已达到345万款。这些App涵盖游戏、电子商务、生活、教育等各个领域,给网民的生活带来极大的便利。然而,App违规收集个人信息的老问题一直未能得到彻底根治。在刚刚过去的3·15晚会上,就有多款App因为存在违规处理个人信息等问题被曝光。相关部门明确划定39种常见类型App的必要个人信息范围,从制度上进一步明确App收集个人信息的合理边界,将有效压缩App灰色操作的空间。

应该说,近些年针对个人信息收集的规范体系建设一直在不断推进。不仅网络安全法早就明确,合法、正当、必要是

国网络运营者收集使用个人信息应遵循的基本原则,《个人信息安全规范》也规定,个人信息控制者开展个人信息处理活动时,应遵循“最少够用”原则。与此同时,相关部门已连续开展多批次的集中检查,并对违规收集个人信息的App进行曝光直至下架处理。

但是,一些App面对个人信息使用的原则规范,仍存在打擦边球或是虚与委蛇的问题。比如,必要“最少够用”原则到底如何界定,在实践中就存在模棱两可的情况,并且解释权似乎主要在App手中。其中一个突出表现就是,一旦用户不提供某些信息,部分App就直接无法使用,导致“必要”收集原则被架空。此次《规定》要求,运营者不得因用户不同意收集非必要个人信息而拒绝用户使用App基本功能服务,同时还对必要信息范围进行明确,这无疑切中了病灶。比如,像地图导航类App的基本功能服务为“定位和导航”,其对应的必要个人信息就只有“位置信息、出发地、到达地”;而短视频类、新闻资讯类、运动健身类等App则“无须个人信息,即可使用基本功能服务”。

这些规定直接戳破了部分App拿“基本使用权”来勒索用户的潜规则。相关原则在落地过程中,网眼“过大、边界模糊”的问题有望迎刃而解,违规的红线变得更清晰。对用户而言,到底哪些信息必须提交,哪些属于非必要,也变得一目了然。这就有

利于相应的维权。总而言之,App收集个人信息的边界、标准都变得更清晰、更透明。

当然,此次规定所明确的合理信息范围,只是对App收集个人信息的指导标准的明确,它要产生刚性的约束效力,确保令行禁止,依然还需要法律、制度的进一步托底。日前,相关部门负责人表示,目前正在加紧制定出台数据安全法、个人信息保护法,从而在法律层面为数据安全和个人隐私保护提供保障。当相关标准和顶层设计与一起搭配发力,App违规索取个人信息之手才能被捆得更牢。当前,对各个平台来说,距离新规执行只有一个月左右时间,严格对标新要求整改,改掉向个人信息“乱伸手”的老毛病,刻不容缓。

三星堆考古为何会出圈

□ 张丰

最近,三星堆再次火了。据某在线旅游平台发布的数据显示,由于三星堆考古的新发现,公众对三星堆博物馆的热情暴增。3月20日至21日周末两天,预订三星堆博物馆门票的游客数环比上周末(3月13日至3月14日)增长近12倍,不少游客还会“打飞的”专门去看古蜀文明。

在社交媒体和直播时代,这次挖掘不再是单纯的考古行为,而变成了一场“当下的文化事件”。

这次要挖掘6个祭祀坑,被称为“连拆6个盲盒”。盲盒是这两年才流行的消费文化,盲盒店售卖的通常是一些文创用品或玩偶,先付款再拆开。在打开之前,你不知道到底买到的是什么。这种营利模式,售卖的其实是“偶然性”和“惊喜”,这让盲盒成为一种精神产品。

三星堆也一样,很多人连三星堆位于广汉还是成都都不知道,甚至有人半开玩笑地发问:为什么不叫华为堆?但这并不影响大家看直播、发弹幕、参与讨论。三星堆本来就有一些待解之谜,社交媒体时代大众的参与,并没有让这些疑问消失,反而让悬疑更吸引人关注。

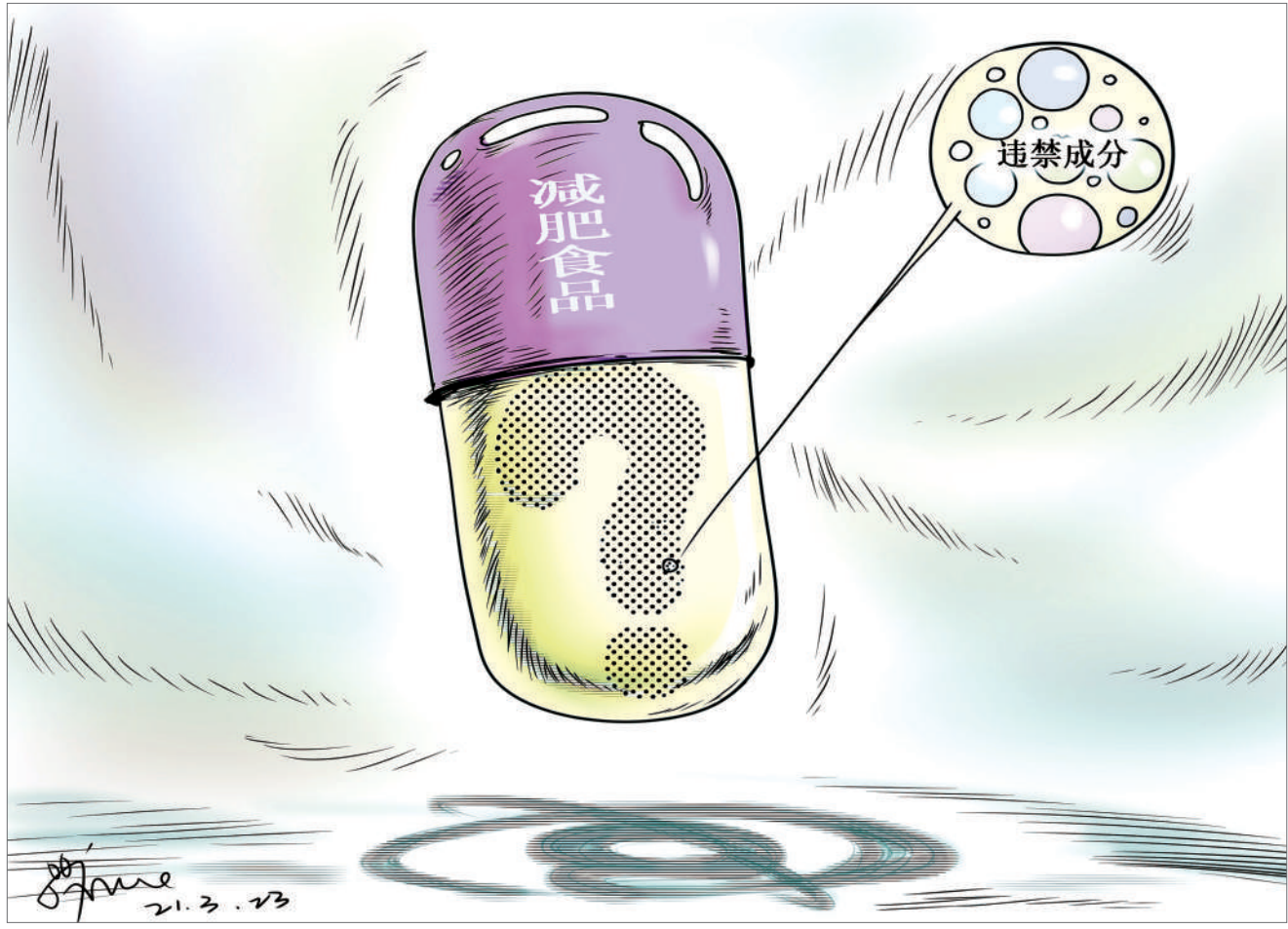
可以说,存在两种“三星堆考古”,一种是严肃的学术研究,专家会对着那些文物苦苦思索,小心求证。一位专家表示,30多年前的挖掘,大家写了数百篇论文,这次很多都需要“修正”,这种探索是没有尽头的。另一种则是充满想象的“网友考古”,相关帖子满天飞,充满幻想、激情和创造力。对网友的猜测,没必要太过认真,考古终究是一项专业的事。网友尽管“大胆想象”,专家则必须“小心求证”。

考古曾经是大学里所谓的“冷门专业”。去年湖南一位高分考生报考北大考古专业,曾引起巨大反响。老派的观点认为这个专业不好找工作,但是持这种观点的人很快会发现自己过时了。很多考古队、博物馆都给这位同学送了礼物。这时人们才发现,考古“博物”已经是潮流了。

三星堆博物馆本身就已经是“网红”,其微博有众多粉丝,还会经常用那些“面具”做一些有创意的推文,深受网友喜爱。在更大范围内,博物和文创是过去几年新的经济增长点,最“出圈”的代表就是故宫博物院。参观博物馆,成为新的都市生活方式,各种博物馆如雨后春笋一般建立起来,以至于有网友戏言:“文物”都显得不太够用了。

在这种背景下,我们就能很好理解这次三星堆考古带来的热潮。在所有的考古项目中,三星堆是最神秘的,这次也出土了不少文物。对历史和文明的研究,其实是无止境,而除了宏观、学术的论断,公众也会对更多历史细节产生好奇。尽量还原三星堆文化的细节,有助于我们了解当时这片土地上的人们到底是怎么生活的。

在社交媒体时代,网友对考古的热情值得珍视,它意味着中国人对传统文化与中华文明的兴趣和热情进一步迸发。作为一种文化现象,这关乎中国人的当下和未来。



违禁品

日前,上海浦东警方成功侦破一起生产、销售添加违禁成分(西布曲明)减肥类食品案件,而此事也引发了大众对减肥食品安全性的担忧。记者调查发现,一些“成分不明”甚至连商品名称都没有显示的减肥食品仍在电商平台销售。而科普人士则表示,想要减肥靠吃药不靠谱,还是要注重生活方式。(《北京青年报》3月23日)

漫画 徐简

建立捕鼠机制 让网络黑产无处可逃

□ 晓沐

近日,媒体报道了求职者个人信息泄露的问题,大数据黑色产业链的曝光引起了民众对于个人信息安全的进一步担忧。

民众隐私泄露问题由来已久。早年间电信诈骗信息多来自于银行、医院等民众信息集中的机构,而后数字社会到来,各种软件都载有用户信息,个人信息黑产的来源变得更为复杂多样。

每当发生信息泄露事件,平台首先成为众矢之的。随着平台技术的完善,在一定程度上能够加强用户信息保护的力度,但只要黑产利益链条仍然存在,信息泄露就很难遏制。换个角度讲,平台方也是信息泄露的受害者。平台方没有理由主动出售用户信息,这不仅带来任何收益,还要付出

品牌形象受损的代价,更有可能承担法律责任,是稳赔不赚的买卖。对于个人信息感兴趣的,往往是专门倒卖信息的“老鼠黑客”,他们利用流量劫持、造假、DDoS攻击、病毒攻击、数据窃取、刷单等手段,借助法律监管和平台功能的漏洞而实施非法获利行为。黑产具备的虚拟性、复杂性、跨国性和隐蔽性等特点,决定了与他们斗争是一项长期且艰巨的任务。

不难看出,平台类企业在用户信息保护上作出了很多实质性努力。例如网约车平台每年花费重金设置虚拟号码,保护用户与司机的个人号码不被泄露;一些软件建设了完备的反爬虫系统,对抗随时入侵的“老鼠黑客”,在3·15过后,招聘软件也集体作出回应,上线“虚拟号码”功能,推出“简历水印”,追踪用户数据流向,承诺强化对简历操作行为的公开、透明管理。

然而,个人信息黑产为何从未彻底根除,在反思原因之时,我们需要认清的一个问题是,对抗个人信息黑产应当在全社会建立起完善的“捕鼠”机制。

首先是法律法规的完善,要让盗取个人信息有罪可判、有例可循,提高违法成本,让法律对于“老鼠黑客”真正具有威慑力;其次是公民信息安全意识的提高,不能随意在网站(尤其是钓鱼网站)注册个人信息,在注册个人信息时要谨慎阅读法律条款,从根源上防止个人信息泄露;最后是技术手段提升,利用先进技术提高信息溯源能力和速度。

我们应当认识到,个人信息保护问题的解决,并不是一家一时之事,而需要全社会共同的努力。不断推动监管—信源—平台之间的完善与透明,才能逐渐根治个人信息泄露顽疾。

真有让人“边走边赚”的理财教育吗

□ 南向歌

《月入3万,安利一个“边走边赚”的高薪副业》,看到这样的标题,我忍不住点进去了解一下。毕竟,“副业刚需”“斜杠青年”是这代年轻人乐于接纳的身份,还有什么比能满世界旅行又赚钱的职业更吸引人的呢?在正文里,作者果然描述了一个“财富自由的年轻人周游世界的故事”,情节丰富、情绪饱满,让人心向往之又油然而敬。然而,读到后面,笔锋一转,带出了理财课程的广告。

近段时间,互联网理财课程大行其道,在线理财课广告满天飞,让人防不胜防。比如,上述以“边走边赚”为噱头的广告,就发布于我平时关注的一个旅行类公众号;至于一些以点评时事为己任的公众号,则会以夸张的宏观经济预测为幌子吸引人点击;教育类自媒体更是打着“财商教育”的名义,进行在线理财课程推广。

平心而论,这些公众号、自媒体接广告没什么问题,这也是内容变现的一种方式。问题在于,在线理财课程并非如其所宣传的那样,能轻易改变用户的人生,而是挖了不少“坑”,等人往里跳。据报道,在所谓“商学院”“学堂”开设的网络理财课背后,师资问题、课程内容和退费难等,都成为用户集中投诉的方面。如果受到误导,作出了失败的投资,将给用户带来更多经济损失。

我注意到的几条网络理财课广告,不约而同地打出了9.9元的价格,还宣称名额有限报满为止。说起来,这届年轻人本来不好忽悠,也不会轻易给来路不明的网络理财课埋单。但是,区区9.9元的定价,很难不让人心动。正所

谓“买不了吃亏,买不了上当”,9.9元不过是一顿早餐钱。就算网络贩卖的理财课真的“水”,也不妨姑妄听之,有关机构正是抓住了用户的这种心态诱君入瓮。

就像公众号广告凭借用户感兴趣的内容吸引流量一样,“免费”或低价广告课程更像是一个诱饵。有上过在线理财课的用户表示,所谓“商学院”老师在微信群里授课,并介绍感兴趣的学员进入“精英进阶班”,如此一来,学费就需要几千元了。如此看来,低价的微信理财课也是营销的一部分,你为此花的9.9元,也只是“套娃”最外面的一层。正如媒体所报道的:“负责小白课程的老师就是销售,完全不需要具备理财知识,拥有销售技巧就可以。”

众所周知,理财的预期收益越大,相应的风险也越高。报名参加理财课的用户,往往不满足于保本且收益稳定的理财。但是,这些理财课真的能够正确指引学员,让他们获得理想收益吗?答案同样是否定的。否则,理财老师为啥不自己“闷声发大财”?正规的理财教育,不应该利用人们的焦虑,夸大投资收益,低估风险。那些以各种名目推广的互联网理财课,只不过尝试再割一轮年轻人的韭菜罢了。

互联网的兴起,给人们获取知识、运用知识搭建了更便捷的渠道。然而,对知识的吸收领悟从来都不轻松。理财方法、金融知识尤其是投资实践更是需要多门学科的融会贯通。如果只想了解皮毛,那么用不着专门购买课程,读几本权威的入门经济类读物即可。而如果真想投资的海洋里有所斩获,不仅需要更扎实的知识积累,还需要积累丰富的经验与信息,甚至包括做好承受损失的准备。

那些有本事在资本市场呼风唤雨的人士,无不承担了巨大的压力,付出比常人更多的努力。边走边赚?恐怕是想多了。

为什么年轻人不敢轻信招聘网站

□ 柯锦雄

可能很多年轻人第一次见识到社会的复杂是通过招聘网站。此前,智联招聘、前程无忧、猎聘网几家招聘网站被央视3·15晚会点名通报。据央视记者调查发现,在各类贴吧、论坛、QQ群等社交平台,出售简历的信息随处可见。而这些还只不过是招聘平台乱象的冰山一角。

人才要找工作,工作同样也需要找到人才,两者的信息不对称使得招聘平台有了存在的必要性。网络招聘平台是把线下的职业介绍转移到了线上,发挥了网络信息服务的优势,有效促进了企业和求职者的信息匹配。

然而,通过招聘陷入“消费贷”“培训贷”,招聘平台售卖简历等乱象,让许多年轻人防不胜防。有人甚至直言:“这届年轻人不敢再相信招聘网站了”。招聘网站为何会从业者的“法宝”,变成一些人眼中的“诈骗工具”呢?

经济学中有一个很重要的概念:激励。激励通常被定义为一系列奖励或处罚措施,这些措施旨在诱导一部分经济主体从事特定的行为,从而产生另一部分经济主体所需要的结果。不同的激励措施,会让处于不同位置的人作出不同的反应,从而产生不同的效果。招聘网站出现如今的这些乱象,恰恰就是一些激励措施所产生的后果。

互联网世界中没有绝对的免费,通常会有一个最终付费者,招聘网站对求职者免费,而付费的往往是应聘者。对许多网络招聘平台来说,吸引更多企业入驻和付费,才能让自己获得更多收益。

然而,企业是否购买招聘网站的服务,很大程度上取决于能否从收费服务中找到合适的人才。这时,便会

出现一个悖论:企业更早找到合适的人才,就会减少付费频次;可是平台若是为了刺激企业持续付费,使其更晚找到合适人才,那企业也会降低使用招聘网站的意愿。

一些招聘平台的销售人员每个月会有固定的业绩指标,这种考核不是针对撮合了多少人才和岗位,而是出了多少简历。他们为了完成业绩,会以低于市场价的价格向人力资源公司出售简历。如此,招聘网站成了简历的“二道贩子”,实际承担人才匹配工作的还是线下的人力资源公司。

此外,还有一种针对代理商的激励:对招聘平台的代理商而言,主要的收入方式是通过引进企业入驻。为了尽可能增加企业入驻量,一些代理商会放低平台准入门槛,原本不符合标准的公司也能够注册成功。

门槛降低的后果自然是诈骗者层出不穷,求职者蒙受损失就会导致平台上的求职者质量下降,使得企业的正常招聘需求更难得到满足,从而相继退出平台,而代理商为了业绩则会更进一步降低门槛。也就是说,这是一条恶性循环的链条。

平台匹配率降低、售卖简历泛滥、代理放纵骗子入驻,这些问题的产生都源于一开始的激励措施。要改正问题自然需要改变激励措施,对于平台而言,还是需要找寻新的盈利模式。如今招聘需求更加垂直化,一系列行业类型的招聘网站,通过有针对性提供差异化服务,从而提高人才匹配速度。如此,可以依赖服务营利,而不仅仅依靠流量。

除此之外,更应该加强相关监管,严控企业入驻的门槛,防止骗子企业趁虚而入。作为平台,对代理商的管理不能放松。骗子企业对代理商来说是业绩,但对平台来说是伤害。要想重新获得年轻人的青睐,招聘网站还需明确问题,强化内部管理。

别让青少年陷入电子烟的迷雾

□ 张田勳

3月22日,据工信部网站消息,工业和信息化部、国家烟草专卖局研究起草了《关于修改〈中华人民共和国烟草专卖法实施条例〉的决定(征求意见稿)》,现向社会公开征求意见。该条例的修改,将在附则中增加一条:电子烟等新型烟草制品参照本条例中关于卷烟的有关规定执行。

中国疾病预防控制中心发布的《2019年中国中学生烟草调查》显示,初中学生听说过电子烟的比例为69.9%,电子烟使用率为2.7%。另一份调查结果则显示,中国15岁及以上人群吸电子烟的人数达1000

万,其中以15-24岁的年轻人为主。

电子烟作为一种新型烟草消费品,已经扩散到青少年当中,而且是利用青少年喜欢新事物的特点进行渗透的。如今的科学研究尽管能在总体上揭示电子烟的危害,但在具体机理上还不能完全解开谜团,电子烟可能有很多目前尚无法认知的危害。

吸食电子烟相当于把一个小化工厂“吸进”身体。现阶段,仅市场上流通的电子烟口味就多达1.5万余种,添加成分也五花八门,有的电子烟含有尼古丁,随意性大。这些成分会发生什么化学反应,产生什么化合物,有何活性和毒性,现在还难以弄清。

电子烟之害还在于,吸用者常常想当然地认为,吸用电子烟并不像吸香烟一样有害,电子烟的生产者和销售者也会以种种冠冕堂皇的理由来为其开脱。在电子烟无害论的影响下,青少年吸用电子烟总会振振有辞,以为没有危害。然而,电子烟含有尼古丁等与传统烟草一样的成分,虽然不像传统香烟那样会通过燃烧产生焦油,但经过雾化吸入后同样有害健康,可诱发心脑血管疾病、癌症等,而且会让人成瘾。

而且,电子烟就像是吸用香烟的“桥梁”,青少年吸用电子烟后更容易吸用传统香烟。多项研究证实,青少年吸用电子烟和随后开始吸用香烟之间具有很强的相关性。深圳控烟办2019年的一项调查显示,

在同时吸用过卷烟和电子烟的学生中,先吸用电子烟后吸用卷烟的比例占24.2%。

如果放任电子烟在青少年中流行并扩大,无疑会产生诸多危害。为此,必须像严格禁止青少年吸烟一样禁止青少年吸电子烟。现在工信部等两部门拟修改条例,将电子烟参照卷烟有关规定执行的动作,目的主要是推进电子烟监管法治化,增强电子烟监管效能。此外,从今年6月1日起,未成年入保护法也把放任、唆使未成年人吸电子烟视为违法。

除了完善相关法律,还需要其他方面的工作和联手行动,2019年11月,国家卫健委、中宣部等8部门联合印发《关于进一步加强青少年控烟工作的通知》,全面开展电子烟危害宣传和规范管理工作。家庭、学校也要通过教育,让学生了解电子烟的危害,并且有相应的家规和校规来奖惩,如此方能把青少年从电子烟的迷雾中拯救出来。

给教育部门分派招商任务合适吗

地方财力吃紧的困境,但大水漫灌式的“全员招商”,由于眉毛胡子一把抓,便没法分门别类地梳理经济发展问题,不利于因地制宜地开出药方。有地方还将招商任务分给妇联、教育局、工会等机关,这样的“额外工作”,分散这些部门工作人员的精力,加之他们并不擅长招商工作,招商效率也难以得到保证。与其如此,还不如由专业部门和人士牵头招商,其余部门协调配合即可。

市场主体是经济发展的“毛细血管”。优越的营商环境,有利于孕育出庞大的市场主体,还能激发出企业创新创造的活力。有的地方“全员招商”口号很响,考核很严,但前期

准备不足,要么基础设施、产业配套存在短板,要么政策宽容度不够、支持力度不大、创新导向不明,最终导致本地缺乏吸引外来投资的比较优势,难以妥善承接外来企业的产业转移。有些地方前期承诺各种优惠,甚至许下违反规定、无法兑现的承诺,之后不得不“变脸失信”,有的把招商引资当作“肥肉”上“关门宰客”。凡此种种滥用政府公信力的表现,如果得不到纠正,企业会缺乏长期发展的信心,想过来的企业也会望而却步。

招商引资需要政府的呵护和引导,但也要遵循市场规律。除了政府主动牵线搭桥外,本土企业开展的对外合作,也能展示当

地的商业形象。由于合作双方有互信的基础,上下游产业链的衔接等,将极大吸引外地企业前来兴业投资。当然,前提是当地要有良好的营商环境,慢慢培育出优质的本土企业,这个过程要付出的努力,一点也不亚于招商引资。

综合来看,全员招商的诸多弊端,是缺乏科学规划导致的。因此,政府招商引资必须谋划在前,从地区实际出发找问题,补齐短板,通盘谋划经济发展方向,明确发展分几步走。有了系统清晰的准备谋划,才能让力气往一处使,才能给前来投资的企业吃上定心丸。