

提升国人网络安全感需多方共治

眉间尺

自从进入互联网时代,个人信息安全就成了无法回避的问题。近日,A站数据外泄事件再次加剧了人们在这方面的不安全感。确实,在网民数量多达7.7亿的当下,人们要生活就要上网,要上网就要注册,要注册就要交出个人信息,个人信息上网就面临泄露的问题,一旦泄露又给生活带来极大的困扰,严重的还会危及人们生命财产安全。由于上网已成为大多数人的生活“刚需”,这个环环相扣的问题链也就成了几乎每个人都要面对和思考的问题。

客观地讲,生活在网络时代的芸芸众生,在享受网络带来的便利的同时,网络生活的技能还存在较大的提高空间。在今天,保护好自己个人信息,就像开车要看红绿灯、过马路要走人行道、去超市买东西要检查保质期一样,已经成为现代人脑中时刻不能放松的一根弦儿。而这种意识和能力,不但体现在上网填写个人信息时应

多加注意,而且体现为信息保护的自我维权。比如,曾有共享单车企业在用户协议中明确表示其“有权”将用户注册资料等用户信息提供给第三方。如果没有信息保护的意识,对此类“霸王”条款就会放松警惕,轻易地点下“同意”按钮。一旦发生用户信息泄露,这将给维权造成障碍。

由此可以发现,塑造网络时代的安全感,固然和用户个人素养有关,但承担最重要责任的还是互联网产品或服务的提供者。恰恰也是在这方面,存在着较大的问题。且不说因为网络防火墙等技术不过关,黑客攻击等导致信息外泄,网络平台自身有意攫取信息的情况也不在少数。据报道,曾有资讯阅读类APP诱导用户在红色提醒前将自己的个人信贷、商业活动交易记录、违法违规等敏感信息查询授权给APP及其合作伙伴;还有一些政府网站以信息公开为由,将群众的姓名、联系电话、家庭住址、慢性病情等隐私信息在网站上“张榜公示”。这为用户信息泄露埋下了

“前段时间李彦宏说,中国人愿意用隐私换取便利性。即便这话反映了片面的真相,追根溯源也和中国网络用户在信息保卫战中的弱势地位有关。就好像牛羊无法拒绝放弃自己的皮毛一样,在挟互联网之便利而四处伸手的平台面前,用户个体的防御力显然是薄弱的。

“地雷”,为不法分子窃取信息提供方便。对于这样致敌以粮的行为,互联网监管部门必须坚决查处。

其实,我国《网络安全法》早有规定,网络运营者采集用户信息时,应遵循合法、正当、必要的原则。但是在现实中,大家或许都有这样的体验,随便注册一个APP,都会要求读取我们的通讯录等各种权限,即便这些权限和APP的功能似乎并无一毛钱关系。可见,相当一部分网络产品或服务提供者在采集信息时抱的是“多多益善”的想法,并没有把“必要”原则当回事。前段时间百度的李彦宏说,中国人对隐私问题不敏感,愿意用隐私换取便利性。即便这话反映了片面的真相,追根溯源也和中国网络用户在信息保卫战中的弱势地位有关。就好像牛羊无法拒绝放弃自己的皮毛一样,在挟互联网之便利而四处伸手的平台面前,用户个体的防御力显然是薄弱的。

因此,提升中国人的网络安全感,必须以网络产品和服务的提供方为主要着力点,并在使用方和监管方等层面同时发力、多管齐下,才能让人们的网络生活更加舒心 and 放心。

游戏成瘾是种病 “解药”或在解药外

许茜

6月19日起,沉迷游戏将被视为一种疾病。据报道,世界卫生组织最新发布的《国际疾病分类》将“游戏障碍”,即通常所说的游戏成瘾,列入精神疾病。

关于“游戏障碍”,该组织给出的定义是:对一种游戏失去控制力,日益沉溺于游戏,以致其他兴趣和日常活动都须让位于游戏,即使出现负面后果,游戏仍然继续下去或不断升级,且相关行为持续至少12个月。

消息一出,便引来公众热议——沉迷游戏能算病吗?的确,面对“失去控制力”“出现负面后果”等略显模糊的判定标准,我们不由得脑中打上几个问号。无论这样的判定是否科学,世卫组织将沉迷游戏“升格”为一种精神类疾病,足见这一问题的普遍性和严重性。在我国,大量因游戏成瘾而酿成悲剧的新闻报道便是佐证。

既然是问题甚至是病,就得治,仅给出一个标准是远远不够的。与其争论判定的合理性、对号入座地贴标签,不如对症下药,找出建设性的解决方法。那么,我们有“成瘾”的良药吗?

目前,就未成年人群体而言,政府和商家都在防止游戏成瘾方面做出了努力。2010年《网络游戏管理暂行办法》颁布实施,此后引导未成年人健康参与网络游戏逐步上升至国家层面、法律层面。另一边,如《王者荣耀》等许多游戏平台均推出了防沉迷系统,通过限制每日登录时长、强化实名认证等方式,对

未成年用户采取严格的保护措施。不仅是网游,短视频平台抖音也于近日上线了防沉迷系统。

但越是商家的天性,尽可能多地抢占用户时间才是互联网的生存之道,“成瘾”这件事不可能完全依赖平台的自觉。同时,政府的监管力度与监管成效似乎与人们的期盼还存在一定差距。

究其根本,要想真正解决游戏成瘾问题,还是要从玩家自身入手。在一定程度上,过度沉迷游戏也是一种变向的逃避——沉溺于网络虚拟世界,从中寻求一种释放和慰藉。中央电视台《面对面》栏目曾在一家“网瘾戒治中心”对接接受治疗的孩子及其家长进行调查,其中大多数家庭都存在肢体或言语暴力、长期缺乏沟通、过度溺爱等问题。由此可见,其实过度沉迷游戏的根源并非在游戏本身,而是在游戏外。这些“游戏瘾君子”需要亲友以及专业人士的帮助,帮助他们找到问题所在、对症下药,如此才能真正摆脱“游戏障碍”。

在此基础上,相关机构或部门也应根据世卫组织的新规定,结合自身情况尽快制定配套标准及行业准则。此外,相关的政策法规也要跟上技术迭代的步伐,设计出符合当下游戏环境的监管手段。

游戏成瘾“升格”为疾病,或许是给了我们一个大大的提醒:是该严肃而认真地面对这个问题了。

网络平台订房容易退房难 技术时代也该有人文关怀

朱昌俊

现在出去旅游最重要的一件事情就是预订酒店,通过携程、去哪儿等平台预订到不错的酒店,并且折扣力度也很大。但不知道大家有没有遇到过,预订的酒店因为特殊原因没有入住,而不能退房呢?

据媒体报道,前不久,宁波慈溪的余先生因为朋友聚会需要,通过网络平台订了四间房。但在入住前两天,余先生的奶奶去世,聚会因故只能取消,所以向平台提出退房并说明了理由。但平台工作人员要求余先生提供奶奶的死亡证明,且只能退订其中一间由余先生本人身份证所预订的房间。

像余先生这种特殊情况,预订好的酒店不能按时入住,退房是理所当然的选择。正常情况下,无论是平台还是酒店,应该都能理解。不过,正如平台方面所回应的,在网络平台预订房间时,相关页面已经注明了订单生效之后再取消是要扣全款的。所以,平台履行了提前告知义务,按规则执行,似乎无可厚非。

一般而言,消费者在网上平台预订房间,可享受比线下预订更大的折扣力度。但与此同时,这也意味着消费者得“让渡”一些权益,比如,订单生效后若取消将无法获得退款。这一规则的设计初衷,主要是为了规避平台和商家因消费者“退订”而带来的利益受损风险。事实上,目前很多的网上预订服务,都是按此操作。如网上购买电影票,也无退票之说。

但是,对像余先生这种情况的处理,相关平台执行的规则,是不是“最优”的,或可以讨论。这里有一个细节,余先生提出退房的时间为入住日期的前两天,这也就意味着,若允许退房,至少在理论上是可以将房间重新放到网络平台对外预定。那么,在不影响平台和酒店双方权益的前提下,采取这样的方式,是不是比“一刀切”扣除全款,更显人情味?

现实中,无论是预订房间还是电影票等服务,消费者因临时原因不能使用的情况,并不少见。若能够在不伤及相关平台利益的情况下,给予消费者“退订”的选择,既可避免免

“互联网+社会,各行各业都在上网。人们在网上一只要根据提示操作,就可以简便地完成购物、预订服务。这种消费习惯的转变,不仅带来了实际的便利,也给社会提供了价值启蒙,比如契约精神和规则意识。但是,技术本身不抵他人情味,对规则、契约精神的尊重,也不意味着与呼吁人文关怀相矛盾。

费,也能够增加服务的人性化,何乐而不为?相关平台不妨开设一个“退订”的绿色通道,只要被退的服务,在失败前能被再次订出去,就应该给予消费者相应的退款。如此也可避免出现必须要消费者出示死亡证明这类粗暴做法,对消费者和平台而言,都是好事。

互联网+社会,各行各业都在上网。人们在网上一只要根据提示操作,就可以简便地完成购物、预订服务,无需与人直接接触。这种消费习惯的转变,不仅带来了实际的便利,也给社会提供了价值启蒙,比如契约精神和规则意识。但是,技术本身不抵他人情味,对规则、契约精神的尊重,也不意味着与呼吁人文关怀相矛盾。

在互联网经济大行其道的今天,如何让技术和网络平台在带来便利的同时,植入更多的人文、人性因子,或是必须思考的问题。毕竟,无论技术和网络如何发展,以人为本都应该是其不容舍弃的底色。

观点速递

“网红”商品能走多远 考验市场生态

如果一个行业缺乏技术标准和行业规范,生产者没有形成行业共同体还缺乏诚信,这样的产业环境显然没有为“一夜暴红”做好准备。以章丘铁锅为例,“十二道工序,十八遍火候,1000℃高温冶炼,36000次锤打”的技术标准并没有刚性约束力,分散经营的小生产者各自为战,哪怕有人以次充好,以假乱真,也没有行业组织对其监督约束,其他经营者也很难干涉。在这种产业环境中,一旦暴利降临,“劣币驱逐良币”几乎成为必然。

——封寿炎(《光明日报》)评因《舌尖上的中国》蹿红的章丘铁锅最近遇冷滞销

学历认证免费申领 是应有权利回归

高校毕业证是大学颁发的,并且经过了教育部的许可,教育部门理应为其真实性签字背书。然而在现实中,求职者要想证明学历的真实性,还要向教育部门下属的企业网站缴纳一笔费用,才能进行学历认证,这难免有利用信息垄断地位进行创收之嫌。再者,发现和打击学历造假是教育、公安等部门义不容辞的责任,岂能让拥有真实学历的毕业生代人受过?

——《北京青年报》评论员评相关人士称今年7月起可在网上免费申请学历在线验证报告

治理虚假广告 传媒平台也要担起责任

现实中,广告出钱者、当事企业常被追责,而广告刊播平台往往只是被处以罚款。事实上,虚假广告借助于大众媒体传播,依赖的是大众传媒的权威性和影响力,对消费者具有很强的迷惑性。无论是报纸、电视台等传统媒体,还是社交网站、客户端等新平台,都必须坚守媒体的社会责任,不能见利忘义、违背事实。

——王君平(《人民日报》)评国家广播电视总局要求停止播出“邦瑞特植物防脱发发露”等电视广告



小说《围城》里,方鸿渐回国前花重金买下“美国克莱登大学”的假文凭,变身海归博士。然而,“野鸡大学”不只存在于文学作品里。当下正值高招季,一些“野鸡大学”又开始蠢蠢欲动,通过各种手段“招徕”生源。甚至同一校名年年存在,年年被举报,年年死灰复燃。“野鸡大学”为何屡禁不绝?一位高校老师说,“野鸡大学”大多只是创建网站行骗,成本低廉,多为“打一枪换一个地方”,致使相关部门监管、查处难度较高。 视觉中国

以用户思维化解人居环境的“敌意”

王钟的

“人居环境也需要这样的用户思维。在盲道设计和建设之初,让视觉障碍者走一走;让行动不便的人为无障碍通道提出建议;从孩子的视角考虑小区公共活动场地的设计是否安全……不同的用户,存在不同的需求,而规划设计要遵从用户需求的最大公约数,尤其是要守住让每一个用户感到安全与舒适的底线。

北京大学建筑与景观设计学院副院长李迪华最近“火”了。他在网络平台发表的演讲《“与人为敌”的人居环境》,引发人们共鸣。在演讲中,他控诉改造得很窄的人行道、盘绕在十字路口的报刊亭、横亘在路中间的锋利铁丝……

其实,李迪华在演讲中列举的现象并不新奇,而是人们生活中的日常经历。无奈的是,很多时候人们被迫忍耐糟糕的人居环境,路上有个坑绕过去就是,门前有个槛跨过去就是。学者的归纳与整合,把人们从琐碎的抱怨视角,带到了理性的批评维度:我们如何让人居环境不再“与人为敌”。

人居环境是一门科学,也是一门需要感情艺术的技术。它关系到人们日常的存在与发展,体现城市化进程的人文关怀。人居环境出了问题,很多时候不是技术出了问题,而是人对于环境的理解出了问题。一个设计也许本身并没有缺陷,但是当它呈现在环境之中,就发生了各种各样的问题。

比如,在路边种植什么行道树,本身是园林绿化部门的责任。但是,如果选择浅根系树种,树根从透水砖和下面硬壳铺装的水泥之间伸进去,人行道就会变得坑

坑洼洼。显然,种什么树又牵涉到道路建设和维护的问题。对于人居环境,技术并非孤立存在的,只有不同的部分、不同的系统精准协调,才能建设友好的人居环境。不好的人居环境,就像是生活中的“断头路”。负责道路建设的两个地方都觉得自己做的没有问题,但是到了衔接处,要么发现对接不上,要么谁也无法说服对方建一座跨越分界河的桥。恰恰是这种只顾自己而不顾整体的思维,导致了人居环境的“与人为敌”。

用户思维是互联网从业者常说的热词。一个程序或网页要受用户欢迎,不光需要写代码的程序员,还需要产品、运营等多个部门的通力配合。在外行人眼中近似于天书的代码,和生动活泼的交互页面之间,隔着对用户心理的揣摩,以及对用户需求需求的研判。一个缺乏用户思维的互联网公司,技术水平再高,想法和创意再新颖,也可能从一开始就失败。

人居环境也需要这样的用户思维。在盲道设计和建设之初,让视觉障碍者走一走;让行动不便的人为无障碍通道提出建议;从孩子的视角考虑小区公共活动场地的设计是否安全……不同的用户,存在不

同的需求,而规划设计要遵从用户需求的最大公约数,尤其是要守住让每一个用户感到安全与舒适的底线。

跟人居环境有关的领域,存在各种各样的数据标准。然而,满足用户需求,不能生硬地执行某种刻板的标准。不能因为把报刊亭搬到绿地和周围空地上的成本太高,审批太难,就让报刊亭只能安放在十字路口。公说公有理,婆说婆有理,最后损害的还是环境的协调感和人们身在其中的安全感。

如果把人居环境比作一家巨大的公司,那么支撑这家公司奋力前行的,是对身在其中的每一位用户的尊重。不能因为大家都要适应环境,而不去做任何改变。人要在环境中生存,但人类文明就是基于对环境的改造而进步的,何况,人居环境本身就是人类一手创造的。

李迪华教授的演讲,让人们对身体环境的审视上升到了一个广阔的人文境界。为什么我们的环境会缺乏细节?为什么我们会感受到糟糕的生活体验?影响这一切的不光有技术,还有对人的需求的深刻理解;而实现改变的,终将是那种扎根于人性深处的用户思维。



扫一扫 欢迎关注 科技评论员 微信公众平台