

APP刷榜是对互联网信任体系的侵蚀

张盖伦

近日,据媒体报道,在针对手机APP的评论、评分和下载量的背后,暗藏一条黑色产业链。付费刷榜,就能让APP在关键词的搜索结果中排名靠前;付费评论,就可以提升APP的好评率,营造APP口碑不错的假象。长此以往,劣币驱逐良币,不参与刷榜游戏,APP就难以出头。

其实,APP刷榜不是什么新话题。在强调数据的互联网世界,“万物皆可刷”。电商平台的商品销量可以刷,商品评价可以刷;推荐平台上的“种草”笔记可以刷,网红博主的点赞量和互动量也可以刷……哪里有流量,哪里就有网络黑产。

靠作弊和造假就可以操纵数据。乍一看,目光所及处一片繁荣;但仔细一瞧,处处是坑。那排名前列的APP,可能就是山寨货;那被众多网友赞美的餐厅,可能从餐食到服务都乏善可陈;那被热议的网红护肤品,可能根本就是低成本劣质“三无”

产品……

我们可以看到,大多遭遇刷量的平台,都旗帜鲜明地反对造假。社交电商平台“小红书”在被曝出存在刷量问题后,发声明说对黑产打击到底,坚决捍卫社区生态,因为信任是平台立身之本。国外点评软件TripAdvisor也强调,在该软件撰写虚假评论在多个司法区都被视为违法行为,触犯了欧盟不公平商业行为指令和涉及消费者保护、欺诈和虚假广告等多个国家法律。

确实,一旦被虚假数据侵蚀,平台本身就会面临信任危机。不过,有些平台也与流量造假达成某种合谋——虚假流量能够提升平台热度和用户活跃度,即使知道这流量中存在猫腻,为了自身利益,也干脆睁只眼闭只眼。虚假数据营造看似不错的广告效果,能提升自媒体和大V的商业价值——这场游戏,一定有人甚至不少人乐意玩下去。

但是,若黑产肆无忌惮,刷榜愈演愈烈,威胁的是整个互联网信任体系——如

“付费刷榜,就能让APP在关键词的搜索结果中排名靠前。长此以往,一旦被虚假数据侵蚀,网络平台本身就会面临信任危机。要用互联网的手段解决互联网的问题,完善技术,提升对造假行为的识别能力,坚决打击黑产。”

果好评、分数甚至一条条评论有模有样的,那么互联网世界的评价机制又何以立足?当消费者对评价、对分

数的信任崩塌,互联网平台上的交易成本必然会随之升高。当广告主不知道广告投放的真实效果,本来有价值的数据就只能沦为虚空的比特——这对以数据为傲的互联网产业来说,是个沉重的打击。

和黑产的斗争,如很多人所说,是没有尽头的“猫鼠游戏”。只要数据是评价指标之一,就一定会有人用各种手段进行数据造假,也就一定需要监管方持之以恒地与之作斗争。要用互联网的手段解决互联网的问题,完善技术,提升对造假行为的识别能力;监管各方也必须形成合力,联动出击;对刷量行为要划定红线,为打击黑产在法律上提供依据。

刷量游戏的参与各方都应该意识到,这款游戏如果一直玩下去,恶果必将显现。用户信任崩塌的后果,将由整个互联网产业来承担。利益是暂时的,伤害是永久的。如果用户用脚投票,抛弃这一整套评价、排名体系,砸钱的你和他,最后收获的都不过是镜中月、水中花。

“三无”景点网络走红 传播平台应把好安全关

田怡

难以想象,一周前尚风靡抖音的鹤峰躲避峡风光,眨眼间已是一片狼藉。

在8月4日突发山洪造成人员伤亡之前,躲避峡随着暑热的加剧,借着“中国仙本那”的自定义标签,在抖音平台以山高谷深、水流清澈、船只悠然的视频形象出现,再加上动听的BGM,被广大网友争相点赞打卡。

事实上,像躲避峡一样被抖音带火的小众景点甚至非景点大有一批,毫不稀奇。作为当代中青年最钟爱的媒体平台,“两微一抖”的传播、宣传效果已是相当强大,抖音更因其内容推送的随机性、信息传输的碎片化让一批批网络新秀崭露头角,这其中网络主播和搞笑段子手、有文艺特长展示和场景故事原创,当然,也有网红商品和网红景点。

按理说,抖音带火了原本鲜为人知的小村寨,让当地的旅游业平地拔楼,以低成本换取高知名度,促进了经济发展;抖音带火的景区也在某种程度上分散了节假日著名老品牌旅游圣地的低密度人口压力,让人们有了更多的出行选择,也为景区环境保护作出了贡献。但躲避峡惨剧一出,让看似互利的游客与景点之间暴露出“相爱相杀”的一面。

据报道,是躲避峡一溪溪水清澈见底的照片在网上走红,让本地村民做起这片未开发区域的“导游”生意。尽管鹤峰县官方多次发出通告,禁止进入未开发区域游玩,但“禁令”既没有阻止招揽生意的“导游”,也没有减少慕名而来的游客。

无独有偶,在汕尾陆丰,一座名为“半月湾”的水坝因坝区景色优美、空气质量良好,被莫名当做旅游景点走红。尽管当地政府一再表示,该水坝是为了供应农田灌溉和当地村民的日常饮用水而修建,绝非景点,但仍然拦不住蜂拥而至的人群,极大程度上影响了当地的环境状况和村民的正常生活。

一夜成名的网络传播效力足以淹没一地一域的官方禁令。要从根源上减少此类事件的发生,必须从传播平台上下手,为每天新增的海量的网络上信息再把关。

说到把关,人们最常见的便是抖音界面弹出的提示——“该行为存在风险,请勿轻易模仿”。2018年,因一些用户模仿抖音视频中的舞蹈动作、创意行为而造成不良后果,抖音平台推出了风险提示系统,但尚未包括对网红景区的官方报备、安全状况进行认证并给出风险提示。正如躲避峡、网红玻璃栈道等景点,一些无国家旅游部门认证、无安全防范措施和突发自然灾害预警、无正规从业人员的“三无”景点趁虚而入,大肆宣传。

“躲避峡惨剧一出,让看似互利的游客与景点之间暴露出‘相爱相杀’的一面。网络传播效力足以淹没一地一域的官方禁令。要从根源上减少此类事件的发生,必须从传播平台上下手,为每天新增的海量的网络上信息再把关。”

在各类网络内容安全监管机制中,旅游景区是否得到官方认证,各方面条件是否能保证游客的安全、是否配备突发事件应对措施、设施和管理服务等,这些方面的监管与把关仍然是一个新的课题。诸如抖音等媒介平台,应逐步将内容把关视角从单纯的风险模仿转向涉及用户人身安全的全球,对各类风险进行分门别类的识别和提示,对带有景区宣传性质的内容进行深入审核,并对当地存在的自然条件、设施配备存在的风险给出安全提示;注重对此类内容的“双向推送”——就像线上商品的好评与差评能影响买家的看法和购买意愿一样,从源头将带有对立看法的同主题内容进行临近推送;此外,要逐步加强与国家、地方旅游部门的联络与合作,如为一些符合传播要求的视频盖印“官方认证章”,从用户方面强化对景区的安全认知与警惕性。

网红景区是“互联网+”从众心理下出现的一种新兴经济产物。既然充当“意见领袖”,媒体就肩负有不能任由其无序、失范和野蛮生长的责任。要改善网红景点与打卡游客之间“相爱相杀”的关系,必须从信息源到受众客户端多加几层筛网,多做一些求证、优化风险提示。上传信息内容既需要合乎法律又需要合情合理,信息发布推送既要注重概率公平又要另辟小众口径,鼓励受众积极反馈不良内容和有风险、有错误导向的内容,对多次发布此类内容者采取限时禁言、封号处理。这既是对传播效果负责,也是为受众提供的一份保障。

观点速递

名校名头被盗用 消极防御不可取

近日,北京大学官网发布了一则声明,称其名头被盗用,该校从未授权其他机构团体使用“北京大学”“北大”等商标标识开展活动。

当下,北清复交等名校的金字招牌,成了一些人眼中的“唐僧肉”,各种硬蹭流量、傍名牌。名校的校名本来就注册了商标,甚至作为驰名商标得到法律特殊保护。创新中国,离不开对知识产权、对品牌的严格保护,一个国家的著名大学的知识产权受尊重、受保护水平,应该被视为知识产权保护环境的硬指标。对此,大学不该患事宁人、“消极防御”,就该拿起法律武器维护自身权益,让以身试法者付出沉重代价。

——《澎湃新闻》评“北京大学中华文化创意产业联盟”盗用名校商标

直播“刷流水” 亟须一场专项打假

最近,“乔碧萝事件”引发直播界和公众广泛关注。斗鱼声称,该事件系主播自主策划、刻意炒作,将永久封停其直播间。相比乔碧萝是如何走红的,人们更关心粉丝打赏的钱去哪了。原来,这些多金的“土豪人设”,就跟电商APP里泛滥成灾的刷单好评一样,不过是一种诱人上当、催人入坑的氛围。一方面,它给众多围观的粉丝制造了一种“这个主播有土豪捧着”的错觉,放大从众效应,怂恿跟风刷礼;另一方面,跟主播合伙儿唱双簧,甚至安排两个假土豪互斗,制造泡沫繁荣,污染行业数据。

平台与经纪公司勾结、经纪公司与主播搭戏,对于监管部门来说,按照流水单顺藤摸瓜便是,关键是,谁来测谎、谁来处罚?打赏“流水”造假,发现一起关停一家——“乔碧萝事件”之后,不妨来场雷霆的专项治理,治治这个领域的魑魅魍魉。

——邓海建(《北京青年报》)评“乔碧萝事件”里的“刷流水”



近日,媒体记者“卧底”骚扰电话源头企业,发现每天有大量骚扰电话从这里打出,成千上万条含有个人姓名、住址、工作单位等详细信息的“文件”在大量微信群内“裸晒”,公民个人信息泄露已成一条地下黑色产业链。中央财经大学法学院副教授刘权表示,应当将相应的惩戒与约谈结合起来,使得整治骚扰电话不力运营商受到惩罚,保障实际效果。

视觉中国

游学成了生意 家长可得量力而行

杨仑

从海子“喂马、劈柴、周游世界”到高晓松的“诗和远方”,别处风景不知触动了多少人的内心。与父辈们相比,如今家长更愿意在假期让孩子走出家门,旅游+学习的游学模式因此爆红。有媒体调查显示,74.9%的受访家长为孩子购买过假期游学项目,88.9%的受访家长称,身边假期去游学的孩子变多了。

游学也好,夏令营也罢,“增广见闻”四个字才是家长们的初衷。无论披上何种外衣,游学本质上是一种文化体验式的教育模式。客观来说,只要流程设置合理,讲解体验内容专业,对孩子来说,一般意义上的游学都会有所裨益。

但从市场管理角度来看,游学却不折不扣成了“灰色区域”。跨行业、跨机构的

交叉地带,带来了管理上的限制。譬如5年前,教育主管部门曾出台文件,规定游学活动中,“学”的行程至少要占一半以上时间,其他针对带队教师人数、比例、游学时间等等细节都有明确规定。

然而受管理模式限制,这份规定只能约束学校举办的游学活动。“聪明”的商家很快找到了漏洞:注册第三方公司或机构开展游学活动,导致上述规定几乎无法落到实处。一边是家长们旺盛的消费需求,一边是几乎没有有效约束的市场主体,该领域出现游而不学、价格虚高、课程及安全无保障等乱象几乎成为必然。

对于家长们来说,是时候给游学退烧了。古人云:读万卷书,行万里路,最重要的就是通过观察大千世界风土人情,增添自己的见识,形成独立思考的能力。游学的意义也一样。

家长们应该认识到,如果为了游学而游学或者为了攀比而游学,落入了商家促销的话术,深陷教育焦虑之中,盲目给孩子报名参与游学,不但增添了家庭经济负担,对孩子的成长益处也比较有限。一旦参与“旅行团”式的游学,在国外的景点走马观花,反而占据了孩子宝贵的假期时间,使其产生逆反心理,这就有些得不偿失了。

说到底不应该参与游学,至关重要的一件事就是量力而行。所谓“力”,第一层含义就是经济实力。如果经济条件允许,孩子兴趣浓厚,那么不妨精挑细选,择口碑良好的机构进行合作;第二层含义则是能力。在减负的大背景下,如果孩子能够在暑期完成学习任务、参与社会实践,提升思考判断能力,那么游学与否,其实并不重要。

王钟的

安徽省近日出台《安徽省家庭经济困难学生认定工作实施办法》,提出要尊重和保护学生隐私,严禁让学生当众诉苦、互相比困。此外,该办法还取消了学生申请资助时需由家庭所在地乡、镇或街道办事处对学生家庭经济情况予以证明的环节,改为学生本人或监护人书面承诺。

一段时间以来,贫困生认定成了一项敏感工作,可谓动辄得咎。一方面,为了开展贫困生认定,采取让候选人当众诉苦、比困的做法,伤害着家境贫寒学生的尊严,违背教育应有的人文关怀;另一方面,过度强调“证明”,反而让贫困生认定工作失之于简单粗暴——个别事实上家境优越的学生,通过一张证明获得贫困生身份,在学校里享受各类帮扶待遇,而真正需要帮扶的学生,可能因为无法获得证明而失去受资助机会。

当然,不需要证明,不搞比穷,并不意味着对贫困生认定“放水”。为防止少数人浑水摸鱼,贫困生认定工作需要进一步提高精细化水平,对合理需求绝不吝啬,也绝不乱花一分资助资金。

贫困是一种生活状态,而不是简单的账面数字。现实中,有的“贫困生”大手大脚地消费,生活水平在一般学生之上,显然不符合贫困生应有的生活面貌。近年来,一些高校尝试将学生在校消费情况与资助贫困生挂钩,取得了不小的成效。例如,中国矿业大学

打击“网生代”骗子重在铲除滋生土壤



眉间尺

近日,又一个“风水大师”被曝光。有意思的是,这位“大师”和以往那些单枪匹马的骗子同行不一样,他隶属于一个名叫“广东玄义文化传播有限公司”的正式注册机构。而这个机构不但有人事、财务、行政等内部运转部门一应俱全,使用A9系统进行内部管理,而且还流水线式地培训“大师”,堪称“教科书式”的行骗。而这些头戴各类“大师”光环的诈骗业务员,所使用的教材竟然是“高级国学培训师”从网上下载

拼凑的,更有甚者,这位老师坦言,有的材料自己也理解了。

应该说,这些年被曝光的迷信诈骗团伙并不罕见,但这一案例依然值得引起重视。因为它由一家注册机构实施,而且还充分运用了互联网的手段,显得既高端又“科学”,抓住一两个假大师,取缔几家骗子机构并不难。难的是肃清骗子赖以滋长的土壤。而要做到这点,首要的任务是弘扬科学精神。毋庸讳言,对于我们这个民族而言,接受科学精神的洗礼,怎么强调都不为过。正所谓虚高一尺道高一丈,崇尚实证、理性的科学精神是封建迷信的克星。只有科学精神真正在人们的生活中扎下了根,才能从根本上筑起抵御骗子的心理防线。

古往今来,骗子总是游走于思想观念的模糊地带,从看似“说不清”的现象中寻找和攻击人们心理防线的软肋。抓住一些

貌似既不能证实也无法证伪的东西大做文章,或对生活中出现的问题进行非理性的“解释”,为偶然的事件找到言之凿凿的因果联系,或给必然的现象笼罩上一层似是而非的玄奥理论或观念,达到混淆视听、浑水摸鱼的目的。

有时候,正是一些看似“无害”实则错误的所谓传统文化宣传,比如一些名胜古迹的导游解说或文字介绍,津津有味于“因果报应”的奇闻异事,一些网络文艺作品打着“灵异”“风水”“盗墓”的标签,欲说还休地演绎着带有迷信色彩的内容,却不自觉地传播了传统文化的糟粕,久而久之为“风水大师”之类的骗子走入人们生活准备了心理台阶。为此,一方面应加强传统文化的研究和传播,帮助大众加深对传统文化的了解,历史地看待九宫八卦等文化遗存,更重要的是去粗取精,把那些带有迷信色彩的

成分从传统文化中清除出去。只有科学精神的正气在全社会上扬,歪风邪气才能得到根本遏止。

从前些年的“电脑算命”到近几年活跃在网络空间的“散养”大师,骗子总是积极“学习”新的科技手段。互联网作为信息的集散地,也是信息的放大器,既为正能量内容提供了更加便捷、广阔的传播平台,也为骗子提供了藏身之所。又由于互联网深度介入社会生活的现实,“网生代”骗子比起他们的前辈来,不但在网络上“学习充电”,而且娴熟地运用网络社交工具,服务于自己的“业务”。因此,进一步净化网络空间,也是当下防骗治骗的重要内容,只有取缔那些假科学、真迷信的网络平台,同时不断提高人们的网络素养,提高辨别网上信息的水平,增强抵御骗子“话术”的能力,才能让骗子在网上销声匿迹。