

网上中国

个人信息泄露近日再成热点话题。有媒体调查发现，只要花上几百元钱，就可以查到对方的开房记录、名下资产、航班信息、存款记录等信息。甚至还可以通过手机进行实时定位，并查询通话记录。

几乎同时，一个12G的数据包在黑市流通，这个包含了用户名、密码、手机号和身份证号等数千万条信息的来源，是京东在2013年的一次数据泄露。

互联网生活，人们无时无刻不在提交和获取着相关的数据信息，大数据的作用日益凸显。如何更好地守护和利用数据、保障个人信息安全，已成亟待解决的问题。

大数据时代

谁来守护信息安全？

本报记者 刘 峤

个人信息易被“出卖”

数据泄露带来的麻烦和损失，很多人都有“切肤之痛”。从准确报出信息的骚扰电话和短信，到精心设计的电信诈骗，数据泄露已成网络公害。

《中国网民权益保护调查报告(2015)》显示，63.4%的网民通话记录、网上购物记录等活动信息遭泄露，78.2%的网民个人身份信息曾被泄露。

北京数字认证股份有限公司总经理詹榜华认为，互联网收集个人信息门槛很低，网上购物、发邮件、买房、求学等行为会不经意“出卖”自己的姓名、身份证号、电话、住址等个人信息。

有业内人士表示，随着互联网数据呈现方式的多样性以及获取渠道的多元化，隐私数据泄露风险越来越大。事实上，除了常见的姓名、手机、邮箱、密码等信息外，包括身高、体重、三围、脚码等更加详细的数据也被更多地收集起来。一旦泄露，后果更加严重。

目前，从窃取数据、兜售数据到利用数据从事违法犯罪行为的黑色产业链已悄然形成。从源头来看，许多网站及应用未经授权采集用户信息，有些经营机构枉顾法律买卖用户数据。更值得警惕的是，在警方此前查获的犯罪嫌疑人中，既有电信公司人员，也有快递公司、银行、医院、学校和工商局的工作人员，“内鬼”的泄露，更是成为数据保护的脆弱之处。

上个月通过的网络安全法规定，网络运营者收集、使用个人信息，应当遵循合法、正当、必

要的原则，公开收集、使用规则，明示收集、使用信息的目的、方式和范围，并经被收集者同意。对此，专家表示，防止数据泄露，首先必须保护好数据的源头。

用技术保障信息安全

数据泄露的原因，除了主动盗取、出售外，也与相关网站漏洞频发、网络攻击技术层出不穷有关。

360公司总裁齐向东认为，传统的网络安全防控技术已经无法完全解决大数据安全问题。“传统技术所采取的办法是‘设围墙、加大门’，但越来越多的网络攻击就像拿着万能钥匙一样，可以打开这些‘大门’，传统的网络围墙也挡不住不断更新的网络攻击。”

如何堵住数据技术的漏洞？业内人士指出，在大数据时代，数据入口多元、数据类型复杂，因此以技术的驱动力保障数据纯粹性，是解决大数据时代数据安全的首要手段。

齐向东认为，要解决大数据的安全，还得用大数据的技术。他说，大数据时代保障网络安全需要培养网络安全的感知能力，在一个完全智能化的大数据安全感知体系里，还是有可能、有能力保证大数据安全的。

完善信息监管制度

要真正堵住个人信息泄露的缺口，需要补齐

立法和实践层面的短板。

网络安全法除了就收集、使用个人信息作出规定外，还明确要求网络运营者不得泄露、篡改、毁损其收集的个人信息；任何个人和组织不得窃取或者以其他非法方式获取个人信息，不得非法出售或者非法向他人提供个人信息，并规定了相应法律责任。

中国传媒大学网络法与知识产权研究中心主任王四新表示，网络安全法不仅明确了网络产品服务提供者、运营者的责任，而且严厉打击出售贩卖个人信息的行为，对于保护公众个人信息安全，将起到积极作用。

业内人士也指出，除了立法外，也需要不断丰富与发展大数据时代的数据安全内涵，保证在面临新技术、新问题的時候，相关法律同样能够发挥应有的作用。

而在监管方面，需要完善个人信息的监管制度。目前，不少行业内企业缺乏保护用户信息的业务流程和职业规范，信息保护的薄弱环节增多，一旦出现数据泄露，很难追溯相关人员的责任。因此，应尽快完善信息使用及管理制度，让“内鬼”没有生存之地，让用户将个人信息安心存放于此处。

对互联网用户而言，培养自己的安全意识同样重要。作为数据的发出者，用户应掌握基本的数据安全知识，不轻易留下自己的个人信息。一旦发生信息泄露现象，要勇于维护自己的合法权益，协助相关部门打击信息泄露分子，帮助相关机构完善信息保护技术。

“生吃酱油会致癌；WiFi对人体有害……”朋友圈里，许多网友对这些谣言并不陌生。通过编造耸人听闻或煽动性的不实信息，一些网站和社交媒体可以轻松打造一则“朋友圈爆款”，通过病毒式传播，创造不菲收益。

近日来，罗尔“捐款门”等网络事件，再次让网络虚假信息问题成为人们关注的焦点。而如何让网络舆论突破“造谣—辟谣”怪圈，用优质内容为网络“正本清源”，成为一个待解的命题。

揭穿谣言新外衣 资讯准确是根本

治理网络谣言 还需“正本清源”

本报记者 卢泽华

谣言“猛于虎”

在北京一家旅游公司工作的罗女士近日转发了一篇名为“……，这些食物不能一起吃”的文章。“文章图文并茂，还有专家提示，我看十分惊讶，原来过去的生活如此不健康。”罗女士说。

读完这篇文章，罗女士自觉“受益匪浅”，同时也将这篇文章转发到朋友圈，还特别提醒家人一定要阅读。然而，当记者针对该文部分内容辟谣信息转发给罗女士时，她感到非常错愕。“防不胜防”成为她此刻的内心写照。

对于罗女士而言，转发一则谣言只是生活中一段小插曲。而对于不久前因八达岭老虎伤人事件成为舆论热点的赵某来说，“被老虎咬伤是职业医闹”等网络谣言所带来的伤害，可能在短时间内无法弥平。这也让很多人意识到，网络时代，谣言有时比猛虎更伤人。

如今，各地网络谣言违法事件依旧频发。就在11月份，上海市公安机关还成功打掉一个在网上大肆编造散布虚假信息，严重扰乱社会秩序、严重损害国家形象的犯罪团伙。

对此，华东政法大学教授李翔表示，在互联网伪造并传播虚假信息，是扰乱社会秩序的行为。任何公民都有自由表达的权利，但不能采用胡编乱造甚至是恶搞的形式传播虚假信息，否则就要受到法律惩处。

民众“不胜烦”

近年来，“立二拆四”、“秦火火”等因造谣滋事、恶意营销而锒铛入狱。前不久，罗尔“捐款门”事件当事人被迫向公众道歉，并承诺将筹集的260余万元网捐善款全部捐出，对此，网友纷纷拍手叫好。

网络社会，资讯日益发达，互联网信息鱼龙混杂在所难免。而近几年网络生态的改变，让网友经历了从“频频中招”到“不胜其烦”的过程。随着民众认识能力和媒介素养的提高，几年前甚为流行的“灾难类”、“惊天黑幕类”谣言，逐渐已经失去市场。反而是一些煽动情绪或是披着“理性”、“客观”、“科学”外衣的谣言，让民众防不胜防，不胜其烦。

“现在，很多公号已经变成‘吐槽号’、‘谣言号’，运营者常常打着揭黑、公益的旗号刺激民众情感神经，使其不经理性思考就转发文章，进而获利。还有的公号，以捏造专家言论、拼接图片、视频等方式，让网络谣言真假难辨。”针对网络谣言的写作“套路”，有多年微信公号运营经验的范先生对记者表示。

据一项调查显示，科学研究、权威媒体、著名教授，是谣言最常打的“旗号”。对此，中国社会科学院新闻与传播研究所副研究员杨斌表示，对一些比较夸张的谣言，大家基本上都有概念了。现在的谣言从内容上来说更加丰富多样，隐藏在健康、养生信息中的谣言很

多。很多有关日常生活的谣言大家无从查起，因此就很难求证。

呼唤“好内容”

过去，很多带有偏见和夸张性质的内容，经由各类媒介平台的算法推荐和搜索排名，就能引爆点击量。如今，这种模式所带来的“副作用”正在逐步显现。

在北京从事科研工作的霍先生，最近对手机里的新闻客户端有点“累觉不爱”，原因是经常被推送一些内容偏激、真假难辨的新闻。“有说癌症药物研制成功的，也有讲股市背后惊天秘密的，很多都是垃圾信息。”如今，霍先生更多选择在一些主流媒体上浏览新闻。他认为，这些媒体的内容虽然表达形式不那么丰富，但至少可以保证内容上的相对真实、优质。“与其让谣言倒置真相，不如最初就选择有真相的内容。”霍先生说。

如今，像霍先生一样，希望用更多优质内容为互联网生态“正本清源”的受众不在少数。对此，有业内人士表示，网络信息准入门槛低，对点击率的盲目追求导致的虚假信息泛滥，正在一步步成为新媒体健康发展的毒瘤。互联网媒体应该在追求阅读量之前，首先保障内容的真实性、合理性。依靠真实、客观、优质的内容，也许能使谣言所带来的负面效应悄然隐去，而这对新媒体真正实现健康长远的发展来说，也意义重大。

云中漫笔

「同道大叔」带给内容创业者的启示

孙 懿

近日，创业圈的一则“暴富”新闻刷了屏：2016年上半年营收接近2500万元、净利润超600万元，作为全网第一星座文化类微博账号和全网第一女性微信订阅号——“同道大叔”，以2.17亿元人民币出让72.5%的股权，其创始人蔡跃栋通过这笔交易“套现”1.78亿元。

通过短短3年时间变现近2亿元，这无疑让所有内容创业者都为之心潮澎湃。毕竟根据新榜所做的“自媒体人生存状态调查”，超过六成的自媒体人月收入不到1万元。按1.78亿元计算，大多数自媒体人要干上1483年零4个月。

内容创业者的成功，本身就是一件天时、地利、人和的事情。复制一个“同道大叔”几乎是不可能的。但“同道大叔”的成功也绝非偶然，它给其他内容创业者带来不少有益的启示。

首先是打造品牌IP。IP英文原文为Intellectual Property，直译为“知识产权”。而从商业意义上讲，IP可以被理解为自带流量的品牌化内容。优质的IP本身就构成流量入口，可以在运营中低成本地获取用户，其衍生品也能创造巨大的商业价值。同道通过简单的漫画风格将“同道大叔”及“12星座”卡通形象化、人格化，迅速被粉丝接受和喜爱。相对于一个“冷冰冰”的传统媒体或新媒体账号，人们更愿意与这种类型的账号进行交流，它传达的内容也更容易被接受。不仅如此，今年7月，同道官方宣布设计并研发了8个大类、88个小类，累积超过1200个SKU（库存量单位）的衍生品，涵盖服装、家居、饰品、3C、文具、休闲食品、动漫、文化衍生品等各类。9月，同道星座体验式咖啡馆在上海开张，同时推出“星座话剧”，以同道大叔为原型的电影也备案立项。可以说，同道大叔打通了一个以品牌IP为核心的娱乐链。

第二是社文化。在社交媒体时代，链式传播使得优质内容具备快速、大范围引爆的可能性，再加上社交媒体使得内容品牌与用户建立关系变得更加容易，通过内容的广泛传播，快速从海量用户中筛选出潜在用户群，形成对内容品牌的极高认可度。有人说“同道大叔”凭着几句星座吐槽就轻轻松松收获几千万的粉丝，其实这个过程恰恰是在做社交文化，让每个星座的人都有话题讨论，让星座吐槽变成一种社交。这是同道标签快速扩散，粉丝经历爆发式增长的一个很重要的原因。

最后也是最关键的，是优质内容的持续输出。在内容创业者群起发力的大趋势下，如何以优质内容突出重围率先攻占一批铁杆粉丝，是时下内容创业者们共同面临的难题。内容能够保持一定广度、深度和专业水准，并迅速地在大众圈的用户群体中引起共鸣和传播，这需要内容生产者有优质并且持续不断的创意。对于任何一个自媒体来说，离开优质内容这个核心竞争力，都是空中楼阁。并不是人人都能成为“同道大叔”，但优质内容创作者永远都会有机会。



肖恩·帕克

肖恩·帕克的悲情人生

王 岭

互联网大咖秀

他曾是三家世界知名网络公司的创始人，却先后三次被踢出公司。他曾三次改变世界，却总是离人生巅峰差了一步。他就是Facebook（脸书）的首任总裁肖恩·帕克。

《福布斯》杂志曾这样评价他：“肖恩·帕克是人类激情的助燃剂，是创意催化剂，一旦他和合适的人共同努力，就能干出一番大事业，他推动了过去20年中一些最具突破性的公司的成长。”肖恩·帕克这样总结自己十余年来创业的经验，“创业就像嚼玻璃，慢慢你会喜欢上自己血的味道。”

1999年，他与肖恩·范宁（Shawn Fanning）共同创办了Napster，这是第一个被广泛应用的点对点（P2P）音乐共享服务。它的出现，使音乐爱好者间共享MP3音乐变得容易。Napster一经上线用户量即突破了千万，在最高峰时Napster网络有8000万的注册用户。但很快，不用付费就可以听歌、随意下载的Napster受到各唱片公司围攻，最后Napster被告倒了。但他们开创的P2P分享模式却彻底改变了音乐产业，将CD送进了坟墓。

与Napster的失败有着一样悲情命运的还有通讯录服务软件Plaxo，同样是由帕克创建的。

2001年，帕克和一些合作伙伴从红杉资本获得一些启动资金。同年11月，Plaxo开张了。Plaxo小有名气却颇具影响力，主要业务是提供用户实时更新通讯录的网络服务。它是全球最大的职业社交网站LinkedIn的先驱。

但当公司业务走上正轨之后，帕克不但经常翘班，开会也经常迟到几个小时。最后，投资人联手把

帕克赶出了公司。帕克的天才想法颠覆了传统音乐分享方式，刷新了通讯录服务的概念，但他始终没有摆脱掉出局的命运。

然后，帕克遇到了马克·扎克伯格。这次相遇似乎是“命中注定”。肖恩·帕克是在朋友的女朋友电脑上发现Facebook，他很快得出结论，社交网站的启动必须是通过一个相对封闭的社区，而大学就是最完美的平台。

帕克对Facebook的前景所抱有的乐观态度甚至比扎克伯格还要强烈。Facebook的第一位投资者、Paypal创始人之一彼得·泰尔说：“那时候，肖恩不停地唠叨，说Facebook将大获成功。如果说马克曾经有过任何怀疑，那么肖恩就是打消疑虑的人。”

年仅24岁的肖恩·帕克帮助Facebook这些大学生创始人在硅谷崭露头角，带着扎克伯格与投资者泰尔、霍夫曼和帕卡斯等会面。

当帕克带领着创始人一步步迈向成功时，2005年8月，北卡罗来纳警方在以他名义租赁的海滨别墅中发现了可卡因，他虽然与之无关，但突如其来的毒品丑闻让他无奈退场。最终，帕克做出了“对公司最有利的选择”，辞职并马上搬到了纽约。

帕克帮助Facebook从设想变成一个价值10亿级全球商业巨头，在某种程度上改变了世界的社交方式。“我帮助人类至少3次改变了世界”，此时帕克的心情一定是无奈和遗憾的，“但我永远是个局外人。”