

网上中国

云中漫笔

过度采集信息 侵犯用户隐私 滥用数据牟利 三问网络信息安全

本报记者 卢泽华

打开新闻网站，广告区会出现自己关注过的产品；打开手机，会经常收到各类广告短信；接到一通电话，对方在推销或是诈骗中竟能直呼其名……大数据时代，互联网为人们带来便利的同时，也给网民隐私保护带来威胁。随着各类用户信息泄露事件的发生，社会越来越关注网络信息安全问题。

用户的信息该谁做主？谁在侵犯网民信息安全？有关部门如何打击相关行为？对此，本报记者作了调查。

用户信息该谁做主？

近日，北京市朝阳区人民法院审理了一起网络招聘平台“智联招聘”员工参与倒卖个人信息案。该案涉及公民个人信息达16万余份，一份简历标价5元左右。这一案件引发网民对个人信息安全保护的担忧。记者注意到，有网友在微博留言：“赔钱吗？找工作一天接几百个贷款电话？”“我都工作一年多了，还在被骚扰”。

冰冻三尺非一日之寒。网民集体愤慨的背后，是对长期以来网络信息安全问题频发的不满。记者在社交网络平台上检索分析网民因信息泄露受到的骚扰和危害，主要包括几个方面：经常收到垃圾短信和营销电话；被诈骗分子频繁骚扰；身份被冒用、个人名誉受损；账号密码被窃造成财产损失等。

这些乱象，除了因为不法分子买卖用户个人信息，也与网络平台过度收集用户信息有关。《中华人民共和国网络安全法》明确规定，网络运营者不得收集与其提供的服务无关的个人信息。未经被收集者同意，不得向他人提供个人信息。显然，从法律角度来说，收集哪些信息、信息怎么用，应该由网民自己做主。

然而，现实中实现“用户做主”却非常困难。一方面，用户在使用互联网软件时，通常需要阅读一份冗长的“隐私条款”，用户很难识别这些条款中的“坑”；另一方面，如果不同意这些“隐私条款”或是不开通相关权限，用户将无法使用这些应用。这就近乎在用一种霸王捆绑的方式强制用户同意对自己信息的使用。

谁在侵犯网民信息安全？

大数据时代，数据就意味着行业资源和商业财富。如今，中国正孕育着一个全球最大的用户数据市场。中国互联网络信



新华社发 王威作

息中心(CNNIC)发布的数据显示，截至2018年底，中国网民数达到8.29亿，手机网民8.17亿，互联网普及率为59.6%。

商业利益驱动着各类互联网平台收集海量用户数据，并进行商业开发。其中，移动手机应用在侵犯网民信息安全方面首当其冲。

有媒体曾统计2015年至2018年工信部公布的检测发现问题的应用软件名单，有695款手机应用存在违规收集使用用户个人信息等行为。中国消费者协会的测评报告则显示，参与测评的10类手机应用普遍存在涉嫌过度收集个人信息的情况，比如，约六成涉嫌过度收集用户位置信息。

这些软件存在对外提供个人信息时不单独告知并征得用户同意，未明确告知用户如

何更正个人信息和撤回同意等情况。

比过度收集用户信息更难规避的是对用户信息使用边界的界定。记者下载百度搜索手机应用，并打开《百度隐私政策总则》。其中内容显示，百度收集的个人信息除了用于改善产品和服务、数据分析和研究之外，还会与“授权合作伙伴”共享用户的“某些信息”。这些合作伙伴包括“服务平台或服务提供商”“软硬件/系统服务提供商”和“广告、咨询类服务商/广告主”。

虽然百度宣称会对用户画像进行“匿名化处理”，并与这些公司“签署严格的保密规定”。但将这些信息提供给广告主等“合作伙伴”的行为是否有违《中华人民共和国网络安全法》，显然有待查证。

如何打击相关行为？

相对于网络信息安全的纷纷乱象，社会更关注的还是如何解决网上信息“裸奔”、切实保护网民信息安全的问题。

就目前来看，解决这些问题的途径主要包括技术和监管两个方面。在技术方面，加强应用审核已经成为各大应用分发平台的共识。各类网络运营商在不断加强人才和科技投入，持续升级网络安全系统，稳固网络后台，保护访客隐私。

在监管层面，今年1月，中央网信办、工业和信息化部、公安部、市场监管总局四部门组织开展了APP(应用程序)违法违规收集使用个人信息专项治理。

工信部网络安全管理局相关负责人表示，目前专项治理工作取得了阶段性成效，通过对百余款用户投诉量大、社会关注度高的APP进行检查评估，发现存在强制授权、过度索权、未经同意收集个人信息和对外提供个人信息等典型问题，并督促企业及时整改。

日前，工信部印发了《电信和互联网行业提升网络数据安全保护能力专项行动方案》，明确提出“基本建立行业网络数据安全保障体系”的目标，要求今年10月底前完成全部基础电信企业(含专业公司)、50家重点互联网企业以及200款主流APP数据安全检查。同时，还明确了5个方面的重点任务，包括加快完善网络数据安全制度标准、开展合规性评估和专项治理、强化行业网络数据安全管理、创新推动网络数据安全技术防护能力建设、强化社会监督和宣传交流等。

专家表示，除了技术和监管手段之外，发挥行业协会和企业主体作用，提升开发者自律意识，提升网民信息保护意识，加强网络生活自我保护，也是重要一环。

张鹏禹

不要用技术成果作恶

近年来，针孔摄像头偷拍事件频发，试衣间、酒店房间、自助银行、女厕所成为偷拍事件高发地。偷拍事件给受害者带来极大精神伤害、引发公众担忧的同时，也引起人们关于如何避免科技成果被不法分子利用的思考。

技术是把双刃剑，这也是很多科研工作者秉持技术中立原则的原因。针孔摄像头的发明本是用于公安机关侦查破案，出于维护社会安全的初衷，然而如今却成为社会安全的隐患。如果不对技术使用加以约束，它就会成为从潘多拉盒子里跑出来的魔鬼，成为不法分子危害社会的工具。

从源头来看，设备生产和销售企业理应尽到责任，对一般消费者坚决说“不”。早在

2014年底，中国就通过了《禁止非法生产销售使用窃听窃照专用器材和“伪基站”设备的规定》，《刑法》中也有“非法生产、销售间谍专用器材”的法律条文。可以说，针孔摄像头的生产和销售并不是法律盲区，在相关法律法规的执行过程中，针孔摄像头生产和销售企业是否在利益驱使下将其卖给了不该买的人？是否存在没有生产资质的“黑作坊”违规生产？只有从源头堵漏才能切实保证科技成果的合法、合理利用。

从场所来看，经营场所具有安全保障义务，其中包括对消费者人身安全进行保障。2018年有媒体报道，通过国内各地法院查询到，酒店、出租房等房间内被偷装针孔摄像头案件达33件。酒店房间、商场试衣间、自助银行等偷拍事件频发的地点，相关经营主体应尽最大努力保障顾客隐私安全。以酒店为例，酒店在为消费者提供住宿服务时，安全是其中的应有之义和首要原则。商店试衣间也不例外。定期检查试衣间是否存在不安全隐患能有效避免侵犯消费者利益的行为发生。

从技术本身来看，技术自身的更新迭代和不断完善有助于针孔摄像头偷拍隐患的排除。物联网技术的发展给敏感设备监管提供了新思路。微型摄录、储存、传输设备的核心组件制造商可通过加装物联网管理模块，并与销售渠道、购买者信息等进行关联，以便对产品使用进行监管和追溯。除此之外，防偷拍技术产品的研发在隐私安全日益受到重视的今天也存在广泛的市场空间。

互联网大咖秀

拉杰什·戈皮纳坦： 相互尊重是团队合作的关键

海外网 陈菲扬



数字服务的更快增长，并与客户的增长和转换需求保持一致，同时也注重管理的稳定性，实现了行业领先的业绩。在拉杰什的身上，体现了共同协作、共同参与的领导风格。

拉杰什在帮助塔塔公司成为一家全球性公司方面发挥了关键作用。他拥有超过40万名员工，是全球最大的私营企业雇主之一，连续第三年被评为全球最佳雇主。在竞争激烈的行业中，员工保留率最高。拉杰什的领导方式强调了一个重要的特质，即尊重团队。“你需要了解自己的团队，你需要尊重他们。从心底尊重他们，他们就会尊重你。这种相互尊重是扩大团队合作的关键。”拉杰什说。

一路走来，拉杰什也曾遭受过质疑。他说：“当我成为首席财务官时，人们问我，‘你没有金融背景吗？你怎么能成为首席财务官？’现在他们问，‘你来自金融业，怎么能当CEO？’然而，拉杰什却以实际行动证明了自己的领导能力。在拉杰什的领导下，公司市值于2018年4月突破了1000亿美元，成为印度市值最高的公司。2018年，塔塔公司被公认为IT行业增长最快的品牌，并通过增加超过13亿美元的品牌价值等，连续两年巩固了其IT服务品牌前三名的地位。

在工作中，拉杰什深入贯彻以客户为中心的企业文化，秉承着高服务质量的声誉和创新传统。他推动了服务组合的重新架构，以支持

网店牵起贫困地区与市场之间供需纽带

互联网扶贫村民喜上眉梢

本报记者 叶子

在太行山深处的河北省阜平县平石头村，水源优质、空气清新，种植有核桃等绿色健康特产。以往，囿于交通不便、信息阻塞，村里的农产品就近销售，卖不出好价钱。今年，通过互联网，村里的核桃终于走出了大山，在电商平台上热销。这让平石头村的村民们喜上眉梢。在中国，这样的村子还有不少。要实现2020年现行标准下农村贫困人口全部脱贫的目标，今年是攻坚克难的关键一年，啃下深度贫困地区的硬骨头，“互联网+扶贫”大有可为。

通过上网拔穷根

“早年间为了维持生计，核桃要挑着去上百里外的镇上卖，根本卖不上价钱。现在京东和洽洽一下子全收走了，给的价格要高得多，我们真是省心了！”平石头村的耿大爷说。

原来，京东联合恰恰等合作企业，来到平石头村实地考察、进行产品检验，根据核桃品种的特点优势制定收购及扶持合作方案，最终以高于市场价的价格对当地农户的核桃进行集中收购，帮村民将核桃卖到大山外边去。

通过一块块屏幕、一家家网店，互联网牵起了贫困地区和消费市场之间供需的纽带。2018年8月底，正值贵州省毕节市威宁自治县银光村的马铃薯丰收季节，当地携手电商企业举办了一场网络营销直播来拓宽销售渠道。这场长达2个多小时的直播秒杀活动，吸引了来自全国各地的20余万人观看，共为农户售出1600余单13余吨马铃薯，交易额达10余万元。“以前卖10天的土豆，现在顶多2天就卖完了，而且价格卖得比平时好得多。”银光村一位村民感慨道。

不只是马铃薯，威宁的苹果、腊肉等30余款扶贫农产品也都在电商平台上线销售。当传统的牛耕文化遇到现代的网络直播，互联网真正为农产品上行打通了“绿色通道”，让农产品搭上互联网销售的快车出山进城。

近年来，电商扶贫工作发展得如火如荼，无论是开网店还是上直播，以往“藏在深山无人知”的特色农产品进入消费者的眼帘，丰富多变的市场信息“无延迟”地直达农户，随之而来的现代技术也帮助农业生产转型升级，许多贫困村因此摘了穷帽，还发展起可持续的产业，拔了穷根。

方式日渐多样化

互联网扶贫释放的新动能不只体现在电商卖货、促销等领域。各地各致贫的原因不一，“互联网+扶贫”的方式也因此多样。

在云南昭通，老包寨村的村民小常不幸患病，来自“顶梁柱健康扶贫公益保险项目”的理赔为她解了燃眉之急，也让她的家庭重获生机。这种“互联网+公益+保险”的方式提升了理赔工作效率，降低了扶贫工作成本，形成了一套可推广、有实效的“互联网+健康扶贫”模式。

雄安新区对贫困户致贫原因进行调研论证后，探索出的一种新模式——“互联网+社会扶贫”模式。推动“互联网+社会扶贫”模式创新，借助互联网筹集资源、公众参与、互联互通的优势，运用社会组织联系广泛、包容各界、资源集聚的能力，发挥企业平台因地制宜、壮大集群、优势互补的作用，通过互联网、社会组织、企业平台及地方扶贫部门之间的跨界合作、深入融合，着力增强扶贫脱贫创新活力、扶志扶智内生动力，促进脱贫攻坚向项目化、精准化、智慧化发展。

除此之外，“互联网+金融扶贫”“互联网+教育扶贫”“互联网+旅游扶贫”等也帮助许多贫困地区和人口实现发展。中国在“互联网+扶贫”领域的努力得到了国际社会的认可。肯尼亚信息通讯和技术部长乔·穆切鲁曾表示，他非常关注中国通过互联网进行经济帮扶，这值得非洲国家学习。

扶贫搭上快车

根据国务院扶贫办日前公布的脱贫攻坚成绩单，中国农村贫困人口从2012年底的9899万减少到2018年底



甘肃陇南市徽县水阳镇石滩村某网店的店主梁倩娟，正在收购返贫户周金川夫妇的山野菜。

李旭春摄(人民图片)

的1660万，累计减少贫困人口8239万人，贫困发生率从10.2%下降到1.7%。当前，脱贫攻坚战已经进入“下半场”，“互联网+扶贫”将扮演越来越重要的角色。

近日，今年的中央一号文件正式发布，其中明确提出实施数字乡村战略，要求“继续开展电子商务进农村综合示范，实施‘互联网+农产品出村进城工程’”。电商企业也行动起来，业内人士表示，目前电商扶贫的重中之重就是帮助贫困地区形成有影响力的产品品牌。许多地方政府也主动与互联网企业合作，引入脱贫致富的新力量。

专家指出，激发互联网释放出更多的扶贫新动能，需要进一步建立和完善多方参与网络扶贫的工作机制，充分发挥政府、企业和一些社会机构等各方在技术、资金、组织等方面的作用；此外，还要进一步挖掘互联网科技的优势，发挥互联网在生产要素配置中的优化和集成作用，让扶贫工作更好办、更舒心，也让贫困群众共享更多获得感。