

如何阻止科技巨头侵犯用户隐私

近日,Facebook联合创始人克里斯·休斯呼吁监管机构拆分Facebook。他表示,首席执行官马克·扎克伯格过度关注点击量,并因此牺牲了用户隐私的安全和民权

□ 孟佳惠

近日,Facebook联合创始人克里斯·休斯(Chris Hughes)在《纽约时报》上发文呼吁监管机构拆分Facebook。他表示,首席执行官马克·扎克伯格(Mark Zuckerberg)对于公司快速发展的执念使得他过度关注点击量,并因此牺牲了用户隐私的安全和民权。

在此之前,《华尔街日报》的一项调查发现,Facebook在未经智能手机用户同意的情况下,从他们的其他应用程序中收集数据,这些数据可能包含极其敏感的信息,如用户的生育能力、心率,以及其他健康问题等,这进一步加剧了人们对该公司侵犯隐私行为的担忧。

利益至上 将用户隐私视为“工具”

据美国广播公司的奥利维亚·索隆(Olivia Solon)和赛勒斯·法里瓦(Cyrus Farivar)报道,Facebook及其创始人马克·扎克伯格(Mark Zuckerberg)在公开强调其将努力保护用户隐私的同时,曾考虑向应用程序开发商出售用户数据。

据内部文件显示,Face-

book方面曾提出几种方式,要求第三方应用程序为Facebook获取用户数据提供相应的补偿,包括直接支付、广告支出和数据共享安排等。虽然共享客户信息的企业并不少见,但Facebook的确拥有许多其他公司所没有的用户敏感数据。

早在2012年,扎克伯格就曾公开表示,他与开发商达成了多达100笔交易,其中一部分是为了确定公司所拥有的用户数据的“实际市场价值”。简而言之,Facebook并没有将用户数据视为需要保护的资产,而是将其视为一种工具,以获取最大的利润。

此次“拆分”危机已经不是Facebook第一次遇到有关如何处理用户数据的重大问题了。其经历的最大丑闻之一发生在2018年春天,《纽约时报》和《卫报》发表文章揭露,咨询公司剑桥分析在用户不知情的情况下非法访问了8700万Facebook用户的个人数据,并利用这些数据有针对性地投放了特定内容。

这一事件在当时引发了巨大争议,不仅是因为用户意识到他们的信息可在未经批准的情况下被Facebook的应用程

序获取,还因为这些数据的潜在用途不明确。据悉,2016年特朗普竞选团队聘用了剑桥分析公司,而该公司正是在总统大选之前,利用非法访问的用户数据直接针对目标人群建立了选民档案。种种事实证明,Facebook这家“硅谷巨头”过去并没有把保护用户隐私置于首位。

事实上,Facebook与用户数据的关系一直很不稳定。其对待隐私的态度也让它与Instagram和WhatsApp的关系愈发紧张。

利用用户数据来支持Facebook的崛起,是Facebook发展的核心战略之一,这也导致了扎克伯格与这家“硅谷巨头”收购的两家重要子公司的负责人之间发生了一系列冲突。据尼古拉斯·汤普森和弗雷德·福格斯坦近日发表在《连线》杂志上的一篇文章称,WhatsApp的创始人布莱恩·阿克顿和简·库姆经常与扎克伯格在用户隐私问题上的观点发生冲突。同时,Instagram创始人凯文·斯特罗姆(Kevin Systrom)和迈克·克里格(Mike Krieger)也与扎克伯格产生过分歧。其中一个分歧是Facebook利用Instagram

研发测试了一项定位跟踪功能,而这正是Instagram的图片应用管理层坚决反对的。

巨额罚单 科技业或将面临更强监管

5月6日,美国两名资深参议员敦促美国联邦贸易委员会对Facebook采取强硬立场,称有必要强制推动这家社交媒体巨头做出改变。据了解,美国联邦贸易委员会目前正在调查Facebook对用户数据的处理,以及潜在的侵犯隐私行为。

在致美国联邦贸易委员会主席的一封信中,康涅狄格州民主党参议员理查德·布卢门塔尔(Richard Blumenthal)和密苏里州共和党参议员乔什·霍利(Josh Hawley)严厉谴责了Facebook的“无耻”行为。信中称,Facebook预计将与美国联邦贸易委员会达成30亿美元~50亿美元的和解协议,并表示委员会应对此采取进一步行动,包括对Facebook收集和使用个人数据的行为实施长期限制,以及对Facebook高管实施问责措施和惩罚。

“对于委员会而言,Facebook的调查将具有决定性意义,”布卢门塔尔和霍利表示,“委员会必须被视为消费者隐私的有力保护者,并开启一个执法的全新时代,否则其将会被视为一个不可信的执法机构。”

Facebook在今年4月份发布的一季度财报中显示,预计美国联邦贸易委员会将对处以最高50亿美元的罚款。数十亿美元的罚款对于美国联邦贸易委员会来说无疑是一笔重磅罚款。毕竟迄今为止,美国联邦贸易委员会开出的最高罚单是2012年对谷歌的2250万美元。

然而对于Facebook,许多人认为这远远不够。对很多公司来说,每隔一段时间就会受到监管罚款的打击,这是经营的成本,但Facebook可以在短短几个月内就把这笔钱赚回来。有数据显示,在Facebook为第一季度可能面临的罚款预留了30亿美元的情况下,仍获得了高达24亿美元的利润。

曾呼吁拆分包括Facebook在内的大型科技公司的2020年总统候选人、民主党参议员伊丽莎白·沃伦(Elizabeth Warren)在Twitter上发

帖称,这笔潜在罚款只是“一记耳光”。众议院反垄断小组委员会主席、众议员戴维·西西林(David Cicilline)也附和沃伦的说法,并呼吁国会立即采取行动。

这也是为什么布卢门塔尔和霍利会呼吁美国联邦贸易委员会采取更多行动应对Facebook“隐私门”的原因。两人在信中警告道,罚款可能会让美国联邦贸易委员会看起来像“给那些违法获利的公司开超速罚单的交通”,从而为Facebook和其他公司继续突破“隐私”的边界打开大门,完全无助于阻止这些科技巨头侵犯用户隐私。

自成立以来,Facebook似乎经历了一个又一个丑闻。然而,任何规模的惩罚都远不足以遏制Facebook对用户数据的侵犯。“单靠罚款是不够的,必须进行深远的改革以敦促Facebook对用户的隐私负责。”参议员们建议联邦贸易委员会明确Facebook能够收集的用户数据类型,以及对其数据的使用方式予以长期限制,以及对Facebook删除跟踪数据、限制信息收集、限制广告行为,以及在不同的Facebook产品之间设置私人数据防火墙等。

此外,参议员们还敦促联邦贸易委员会对任何不当处理信息的个人高管和管理人员负责,暗示他们希望Facebook首席执行官马克·扎克伯格或其他人会因他们的行为受到惩罚。他们写道:“从公司董事会到产品开发团队,必须认识到个人责任。如果联邦贸易委员会发现任何Facebook高管故意违反同意令或违背法律,必须在进一步行动中列出他们的名字。”

尽管丑闻不断,Facebook仍在蓬勃发展。据其发布的财报显示,一季度的收入超过150亿美元,并对外表示使用社交网络的人比以往任何时候都多。

对于像Facebook这样的科技巨头而言,企图用一张“巨额罚单”来产生“一劳永逸”的影响力几乎是不可能的。或许,正如布卢门塔尔和霍利所言,对扎克伯格进行进一步的监督和惩罚,才可以让公司做得更好。但这是Facebook将要面临的最后一个隐私问题吗?可能不是。

海外传真

英国:警惕网络交易诈骗

货币骗局达2700万英镑

本报讯 英国金融行为监管局(FCA)近日披露,英国涉及货币和比特币等加密资产的诈骗案,在上一个财政年度的涉案金额共计2700万英镑,平均每名受害者损失约14,600英镑。

据路透社报道,根据英国金融行为监管局一份报告表明,欺诈者经常使用社交媒体来推广他们的“快速致富”在线交易平台。(截至4月份的一年中,诈骗的举报增加了两倍多,达到1800人。

英国金融行为监管局介绍称,“通常,诈骗者会让投资者相信他们的第一笔投资

已经成功盈利”,然后欺诈者与投资者联系,诱惑其投入更多的钱,并承诺获得更大的利润。投资款项入账后,客户账户随后被关闭,诈骗者消失了。

英国金融行为监管局表示,会将此典型案例广而告之,以此来提高人们对网络交易诈骗的认识。

英国金融行为监管局执法和市场监督执行主任马克·斯图尔德(Mark Steward)称,“我们一直在向公众发出警告,对保证在线交易平台获得高额回报的广告,应持怀疑态度。” (仲闻)

法国:防范新型信用卡盗窃

犯罪现场主要在快餐店

本报讯 近日,法国两名男子涉嫌15起信用卡盗窃案,于当地时间5月10日被巴黎大区埃松省的埃夫里法院判处30个月监禁,包括6个月缓刑。他们的新型盗窃方式也已引起法国司法部门的注意。

据《巴黎人报》报道,31岁的比耶莱和46岁的穆萨组成二人团伙,专门在快餐店盗窃信用卡。他们通常是开车到快餐店,进店后在收银台附近徘徊,偷窥并记住客户付款时输入的信用卡密码,然后“背靠背”坐到相应顾客的邻座,伺机窃取信用卡,一旦得手,迅速离去,持卡到银行的自动柜员机取款,或到商店刷卡消费。

警方提醒消费者,刷信用卡时一定要留意周边环境,避免输入密码时被附近的人偷窥;一旦信用卡遇窃,要第一时间挂失。(鲁佳)

茵省等外省多地,15起案件的涉案总金额近1.5万欧元(约合人民币11.6万元)。

有报道称,近一年来,此种类型的信用卡盗窃案高发。埃松省宪兵大队的勒热内上校介绍说,该省一年间抓获三四个此类盗窃团伙,犯罪现场主要是快餐店;“在一些快餐店的环境里,窃贼很容易接近目标受害者”,而且收银台的刷卡机一带没有等候线,很多顾客扎堆簇拥,为窃贼偷窥密码制造了机会。幸运的是,法国银行对于信用卡设有每日取款额度和一段时间内的消费额度,使客户免于遭受更严重的经济损失。

警方提醒消费者,刷信用卡时一定要留意周边环境,避免输入密码时被附近的人偷窥;一旦信用卡遇窃,要第一时间挂失。(鲁佳)

韩国:多家企业涉嫌排放数据造假

将安装检测仪器加强监管

本报讯 继今年4月韩国环境部曝光235家企业涉嫌大气污染物排放数据造假后,该事件在韩国持续发酵。

近日,韩国媒体曝出三星电子、锦湖石油化学、乐天化学也因涉嫌排放数据造假在接受韩国检方调查,目前相关企业排放数据造假的具体内容尚未被公开。此前韩国环境部表示,多家排污企业与环境检测代理企业串通,近4年间共伪造1.3万份虚假检测数据,涉及多种导致雾霾的有害气体的排放。

事件曝光后,三星电子方面表示从未向环境检测代理企业要求修改或变更数值,锦湖石油化学表示已经将相关工作人员移交检方,并将认真接受调查。

韩国环境部近日表示,今后将在2000余家企业的烟囱上安装能够实时检测大气污染物浓度的仪器,并将尽快调整排放数据管理机制,以加强监管。(央闻)

标准普尔将日产信用评级归为负面观察

认为未来两年盈利能力的下滑程度可能超出预期

本报讯 据外媒报道,日产近期降低了其利润预期,而之后全球信用评级机构标准普尔将日产的信用评级归为负面观察一档,由此日产的信用状况又遭受了新的“打击”。

标准普尔全球信用评级表示,日产的利润恢复将有超过1/3的几率会出现进一步延误,而该评级机构2月份在10年内首次将日产的长期发行人信用评级从A降到A-。

在第三季财报利润低于分析师预估之后,日产降低了其全年的收入预期,前主席戈恩被逮捕事件也给日产带来了不利影响,这无疑是在雪上加霜。在行业下滑时期,日产1月份在美国的销量也暴跌19%,这也为首席执行官西川广人带来巨大压力,而他也在试图缓和与合作伙伴雷诺集团及其股东之间的关系。

认为日产未来两年盈利能力的下滑程度可能超出我们此前的预期,基于此,我们对日产的信用评级做出了调整。当前复杂的商业环境下,日产不利的产品竞争力使得其与竞争对手相比在北美和欧洲市场面临更大的收入压力。

受美国地区销量下滑、车型老旧及产品周期不同步的影响,日产预计截至2020年3月份本财年的利润将达到2300亿日元(约合21亿美元),大约是4530亿日元平均预测的一半。另外,日产的年度利润也创下近10年新低,为3180亿日元。

标准普尔指出利润疲软是其认为日产前景不利的原因,鉴于日产稳固的全球商业经营特许权和充足的资金状况,以及可观的净现金流将会流入,标准普尔确定日产的评级是长期A-,短期A-2。(阳万顺)



“这完全是量身定制”——中国车辆助力古巴铁路客运

经过近40天航行,一辆辆蓝白相间的中国铁路客车终于顺利抵达古巴首都哈瓦那港。由中国机械进出口(集团)有限公司承揽、中车唐山机车车辆有限公司设计与制造的首批出口古巴的中国铁路客车5月20日晚在这里举行车辆交接仪式。这是古巴多年来首次采购全新铁路客车。这些中国车辆的到来,是古巴近年来积极推动铁路系统现代化改造的重要成果。图为中国铁路客车抵达并停靠在古巴哈瓦那港。新华社发(华金·埃尔南德斯 摄)

法国消费者权益保护组织呼吁食品包装宣传“更加透明”

□ 郎美智

今年3月,法国消费者权益保护组织“食品观察”(Foodwatch)公布了一组针对法国和欧洲食品品牌的调查结果:包括Eléphant, Lipton, LaTisanière, Tropicana, Innocent, Ricola, Fitness, Gerblé, Fruit d'Or在内的20余个品牌都存在夸大功效,甚至虚假宣传的现象,而法国和欧洲的相关部门对此尚未采取任何措施。

经过该组织内部食品专家的深入调查,20多个食品品牌宣传的“健康功效”都不可信。在该组织的调查报告中,专家写道:“那些印在包装上的‘承

诺’无异于空中楼阁。”

这些功效包括抗癌、排毒、增加能量、减肥、抗氧化、安眠、抗胆固醇等。根据该组织在新闻发布会上的说法,食品商可以随意将这些疗效印在包装上,并且由于目前对食品加工企业没有相关的限制,所以“没人能阻止他们(食品商)”。

以Eléphant名下的冲剂饮品为例,根据包装上的说法,这种饮品因为含有绣线菊成分,所以有排毒功效。食品商因此以“无毒且排毒”作为宣传语。但该组织表示,相关部门并没有对这种所谓排毒功效进行过任何检验,对这种声明也未予以批准。

根据“食品观察”的说法,

把一些未经当局检验和批准的能效印在包装上,这已成为食品行业的常用手法。

“这本是欧盟委员会的责任。但自2002年以来,我们就一直在等委员会对超过2000项声明进行检验,但他们并没有这么做。与此同时,食品商就趁着这个机会把那些不知真相的功效印在包装上了。”

和上述Eléphant名下的排毒饮品类似,Lipton名下的迷迭香与马鞭草瘦身绿茶,Jardin Bio名下的护肝绿茶,LaTisanière名下的西柚排毒茶,Celliflore名下的减肥茶都存在虚假宣传的成分。

此外,虽然有部分产品确实有包装上宣传的效果,但实

际上,只有大量食用后才能起到非常微小的效果。如欧尚尚出品人造黄油,虽然如宣传所言含有固醇和OMEGA-3这两类营养成分,但根据该组织的计算,一个人必须每天吃至少6片黄油,才有可能维持人体所需的固醇成分。

至于那些宣传的抗氧化、增加活力与能量的食品,普遍存在糖分过多的现象。如Nestlé(雀巢)名下的营养巧克力牛奶中,每100克牛奶就含有20克的糖。Innocent名下的“Super Smoothie Energize”系列饮料,几乎和可口可乐一样甜。

还有一类标签,纯粹是出于商业目的而印制,其产

品本身并无此功效。例如Ricola名下有一款声称具有安眠作用的饮品,但当食品观察机构对此功效提出质疑时,制造商承认这只是一种“营销方式”。

最后一种标签的性质最为恶劣,因为它们打着“治疗癌症”的旗号做宣传,而这是“完全非法的”。如在biologique-ment.com这一网站上,消费者可以买到一些据说“可以治疗癌症”食品,如蓝莓胶囊、绿茶提取物等。目前食品观察组织已经对该网站进行了投诉。

以这项调查为背景,该组织呼吁食品制造商对包装上的宣传“更加透明”,同时敦促法国和欧盟的相关部门加强法规建设。