

清理不彻底 道歉乏诚意 某些网站低俗依旧

本报记者 周志军



“对于我们存在的问题和由此可能给网民带来的不良影响,新浪网深感痛心并高度重视,立即展开全方位清理。”这是1月6日,在国务院新闻办、文化部等七部委对19家含有低俗内容的网站进行曝光后的24小时后,新浪网在首页登出的道歉信中的内容。

据了解,此次,由7部委联合发起的整治互联网低俗之风专项行动中,19家著名网站因在相册和博客等栏目中未对低俗内容做到及时删除,遭到曝光。而各网站对此次曝光的反应速度,也是互联网违法和不良信息举报中心自去年7月21日第一次公布问题网站名单以来最快的一次。

记者发现,网易在曝光名单公布的1月5日当晚,即对其中的低俗内容进行了删除。1月6日,搜狐网和中华网也分别在各自网站和社区首页推出了致全体网民的一封信,提出“进行网站、网民总动员,开展围剿低俗信息、清理网络家园的特别行动,让网络社区更加和谐有序。”1月6日,百度在其道歉信中承诺:“作为一家有社会责任感的互联网公司,我们将为净化网络环境、建设文明网络、促进产业健康发展而

不懈努力。”

不难看出,此次被曝光的19家互联网企业名单中,不乏一些互联网业内知名的大公司和大企业,道歉信抑或倡议书的发出,虽然不乏商业利益上的考虑,但能这么快就对批评意见作出反馈,多少还是让人看到了其积极而理性的态度。然而,不少网民注意到,此次整治行动中,有关部门发布的信息并没有涉及严惩违法违规网站的具体措施。这不禁让人担心整治能否到位、效果能否持久。

清理不彻底,道歉乏诚意

正如众多网民所担心的,记者发现,在高调道歉的同时,目前一些网站对低俗网络内容的清理结果并不令人满意,不少被曝光网站中仍然存在为数不少的“擦边球”内容。

截至1月8日12点48分记者发稿之时,在百度搜索栏中键入某相关词语,仍可找到相关网页4070万篇之多,用时仅0.001秒。

其中排在搜索网页首条位置的名

为“乱性”网站的提示内容,令人不堪;而在搜索网站谷歌的图片搜索

栏中输入某相关词语,用时仅0.04秒竟显示出76.4万项查询结果,图片内容也让人无法入目。同时,记者还注意到,在此次道歉行动中,个别网站的致歉信件中出现多处常识性的文字、标点错误,道歉诚意令人怀疑。比如,某网站的千字道歉信中在一句话结束时连续用了两个句号,两个“的”字一起出现。

低俗内容很难杜绝?

近年来,随着互联网的迅猛发展,低俗网络内容也如影随形,从来就没有停止过,并且随着经济利益诉求的最大化,有愈演愈烈之势,泛滥成灾、无孔不入。本来,网络媒体通过自身的平台优势,为网民提供广泛的内容信息,有效实现消费需求服务无可厚非。但一些网络媒体为了吸引眼球,提升点击率,在经济利益的驱使下,置道德和社会利益于不顾,从而成为发布低俗网络内容的帮凶,结果使得一些低俗甚至丑陋的东西也通过门户网站等网络媒体滋生蔓延,甚至波及到现实世界,造成极为恶劣的社会影响。

“只要能提升点击率,有些网站就什么都敢做,低俗一点、打点

色情‘擦边球’的算是好的了。在金钱面前,一些知名门户网站甚至抛开商业道德,与不法商人勾结,导致虚假搜索排名、低俗广告盛行。”某业内人士无奈地表示。

据业内人士介绍,低俗网络内容其实并不如想像中的那么难禁,面对肆无忌惮的低俗网络内容,一方面,国家通过必要的行政手段认真履行监管责任,颁布强硬的惩治办法,控制住网站以低俗化提升点击率的歪风邪气,肯定会收到效果。另一方面,网站可以运用有效的技术手段,对于一些涉黄信息的页面进行提前识别,并加以屏蔽。“网站以海量信息来不及处理为由,其实只不过是借个口。网站编辑要过滤低俗照片、暴力、侵权等不良网络信息,在技术上其实并无障碍,后台软件完全可以根据全文的语境及图形分析文章内容,锁定不良文字信息,网站工作人员也可通过后台系统,瞬间删除掉大量不良信息。”某搜索网技术人员潘磊告诉记者。

“网络应该更健康、更高雅。”此次整治互联网低俗之风专项行动中,不少网民表达出了这样的共识。而此次的治理行动能否让网络真正实现“更健康、更高雅”的态势,人们拭目以待。



1月7日,消费者在北京一家中国移动展厅体验3G手机的功能。当日,工业和信息化部宣布,批准中国移动通信集团公司增加基于TD-SCDMA技术制式的第三代移动通信(3G)业务经营许可,中国电信集团公司增加基于CDMA2000技术制式的3G业务经营许可,中国联通网络通信集团公司增加基于WCDMA技术制式的3G业务经营许可。按照近期国务院的部署和要求,工业和信息化部依照法定审批程序,及时受理了中国移动、中国电信和中国联通的书面申请,并对三企业的财务资质、业务发展和实施、网络规划建设和互联互通等内容进行严格审查,于1月6日批准3家企业的经营许可变更,增加了3G业务经营许可。

(新华社发)

今年在线音乐产值将达4.5亿元

本报讯 近日发布的《2008年数字音乐产业调研报告》显示,未来两年内,中国在线音乐市场将进入快速增长期。但在商业模式不清晰和决定移动音乐增值服务提供商发展的未来政策因素尚不明朗的情况下,未来几年内,国内数字音乐行业也将面临整体洗牌。

据《2008年数字音乐产业调研报告》显示,2008年中国数字音乐市场中在线音乐部分规模超过2亿元,而今年在线音乐市场规模有望达到4.5亿元。待2010年左右版权问题完全解决后,中国在线音乐市场将步入成熟阶段,届时在线音乐潜藏的巨大空间将充分释放。报告中的行业案例调查显示国内主要的数字音乐服务商——QQ音乐,目前总用户数超过1亿,同时在线听歌用户也达到250万以上,这意味着以QQ音乐、新浪乐库为代表的网络在线音乐正成为音乐市场的主流形式之一,其

蕴含的巨大用户消费潜力将为整个音乐市场的快速发展提供强劲动力。音乐产业借助新的传播介质——网络,正在实现结构性转变并进入快速增长期。

目前,网民通过网络下载音乐,使用数码音乐播放器、设定手机背景音乐等增值服务已成为一种时尚。有关专家表示,随着宽带和手机网络系统的进一步完善,数字音乐将成为“宽带娱乐”中高增长的业务,整个市场蕴含巨大潜力。数字音乐服务供应商之间的竞争也将加剧,在线音乐服务商和内容集成平台如果能利用好网络,将能够为之带来巨大的财富;反之则将丧失重要的盈利和发展机会。

另有业内人士指出,中国在线音乐市场目前依然问题多多,尤其受到利益分配、版权斗争、政策法规、消费习惯等诸多因素的影响,在一定程度上制约了行业的发展。

(李朝立)

动感地带

我国博客作者超过5000万

本报讯 中国互联网协会副理事长高户麟1月6日说,截至2008年11月底,我国博客空间超过1亿,博客作者规模超过5000万。

博客即网络日志。个人博客网站,就是网民通过互联网发表各种思想的虚拟场所。2007年底中国博客作者规模超过4700万。目前,全国网民数超过2.9

亿,居世界第一位,网站总数超过210万个。高户麟说,网民这个群体已不仅仅是活跃于网络虚拟世界的力量,如今已经成为现实社会中不可或缺的重要群体。网民用特有的网络语言和各种网络形式,反映现实生活中许多现象,关注热点问题,创造网络文化,网络文化建设很有必要。

(欣文)

中国广告协会规范互联网广告

本报讯 中国广告协会互动网络委员会日前出台的《中国互联网广告推荐使用标准(试行)》,已于1月1日起正式试行。这也是该委员会第一次推荐使用的互联网行业广告标准。

中国广告协会互动网络委员会有关负责人表示,此举旨在采取循序渐进的方式逐步统一互联网行业广告标准,使互联网广告更加便于销售和代理销售,从而降低销

售和制作成本,促进行业发展。

“这一标准覆盖了目前互联网广告投放量的80%以上。”该负责人希望,通过全行业的共同努力,利用6个月时间,逐步淘汰掉占市场份额不足20%的非主流广告形式;一年后对试行标准进行修订,形成正式的中国互联网广告使用标准;争取利用三年时间,通过规范标准提升中国互联网广告技术质量和标准化水平。

(木岩)

山东建成全省网吧监管平台

据新华社消息 (记者董学清) 山东运用高科技手段监管文化市场取得显著进展。目前,全省网吧监管平台已建成,实现了全省所有网吧、所有计算机终端和省、市、县三级监管中心的联网运行。

山东省文化厅负责人近日介绍,通过两年多的努力,全省安装监管软件的网吧超过1万家,计算机终端51万余台,网吧服务器在线率达85%以上,网吧监管平

台共拦截禁止游戏站点1757万余次,提供各类报警信息2070万余次。

目前,山东省建成了1个省级监管中心,17个市级监管中心和148个县级监控中心,实现了对全省网吧的远程在线实时监控。与此同时,山东还启动了网络文化网上监控、音像制品目录库建设、歌舞娱乐场所KTV内容审查和版权维护工作,并开始实施全省文化市场的网上实时监控。

做什么样的互联网公司才有前途

雷军

去年,百度的李彦宏曾说过:“五年后不再有互联网公司,因为所有公司都在用互联网。”这句话引起了很大反响。我非常赞同他的观点,未来不再有所谓的互联网公司,至于是不是李彦宏说的五年时间,现在还不好说。

早在1993年我就开始用互联网,1996年还是发烧级的BBS站友,但关于“互联网是什么”这样一个简单的问题,我曾思考过两次,一次是1999年创办卓越网之前,一次是2004年出售卓越网之后,每次都长达半年时间。两次长考的结论也很简单:首先,互联网是工具,未来不存在所谓的互联网公司;其次,互联网是一次观念的革命,只有改变观念,才能跟上互联网时代。

互联网公司是什么?

那是一个疯狂的年代。美国互联网热潮从1995年网景公司上市开始拉开序幕,美国在线、雅虎、亚马逊、eBay等公司陆续登场,纳斯达克指数从1000点涨到创纪录的5132点。2000年4月,互联网泡沫破灭终止了这次热潮,接着大批互联网公司关门,纳斯达克指数跌回1000多点。1998年,互联网热潮传到中国,1999年

达到巅峰。那时候,处在躁动中心的北京,每个人都有点慌乱。只要是互联网,无论做什么,不管是否能赚钱,都有风险投资的巨额资金投入。

我明白在这样的潮流面前,不能做时代的看客。但十年商业经验让我想不明白:这些公司靠什么挣钱?什么时候能挣回烧掉的钱?实在有太多想不通的问题,我决定先跳进去,边做边想。

1999年初,我在金山内部种了一块试验田,建立了一个专门的事业部,招了10多个人,做软件下载站,取名叫卓越网。很快我们做到了第一名。但接着问题出来了,做下载需要很多服务器和带宽,而当时服务器和带宽都非常贵,用户又不愿意付钱。没有任何收入,同时需要消耗大量的费用,这个业务如何支撑下去呢?看着软件下载业务每天消耗的大量现金,我当时非常痛苦,内心有很多问题没有答案:互联网公司是什么样的公司?互联网公司靠什么挣钱?做什么样的互联网公司才有前途?

想了半年多时间,直到1999年10月的一天,我突然明白了:首先,不存在所谓的互联网公司。互联网只是一个工具,未来每个公司都将变成互联网公司;其次,做电子商务最有前途。因为互联网是一

个先进的生产工具,传统公司应用互联网最快的方式就是电子商务,这就是所谓的“水泥+鼠标”。当然,电子商务也是过度性名词,因为未来所有公司都会是电子商务公司;第三,软件下载投入太高,而想象空间不足,不值得下工夫做。

就这样,我痛下决心,放弃软件下载业务,转型做电子商务,做图书音像的网上零售。为了把这件事情做大,1999年底,我说服了金山董事会把卓越分拆出来,单独运作。当时我非常自信,觉得已经想透了,一定能成功。我力主不融风险投资的钱,而是金山股东自己投资。后来,金山主要股东投资了1600万元,联想作为当时金山的大股东,也投资了几百万元。那个时代,大家都是烧风险投资的钱,而卓越网,从一开始,就用自己的1600万元表达了自己对成功的自信心。

互联网是什么?

2004年9月,我在出售卓越网的协议上正式签了字,亚马逊以7500万美元全资收购了卓越网。卓越网从2000年5月正式创办到出售,仅4年零4个月的时间。

对于创业者来说,卖掉亲手创办的企业,是件非常痛苦的事情。为了尽快从痛苦的情绪中走出来,

网络监管重在持之以恒

1月5日,互联网违法和不良信息举报中心根据公众举报,公布了19家存在大量违反社会公德、损害青少年身心健康、低俗内容的网站,其中包括谷歌、百度、新浪、搜狐等多家知名网站。这是国务院新闻办、文化部、公安部等七部委在全国开展整治互联网低俗之风专项行动的内容之一。

随着互联网的普及,中国网民总数正逼近3亿,网络内容日益呈现出五彩缤纷却又泥沙俱下的状态。说网络是虚拟世界,而事实上完全是现实世界的另一面,现实生活中的一切,网络上也包罗万象,应有尽有。毋庸讳言,目前,许多媚俗、低俗、恶俗乃至糟粕,已经严重污染了网络视听,到了不堪入目的地步。只要稍花些时间浏览,便能发现,网络上藏污纳垢的角落随处可见,常让人纳闷,网络世界难道真可以“网开一面”,不受管制,难道违法外?

有人认为,互联网不同于传统媒体,不必“管头管脚”,要管也管不住。这实际上是一种认识误区。互联网的复杂性,使得世界上没有哪一个国家会对其不加引导、放任不管,区别只是方式和程度不同而已。据了解,号称“自由之国”的美国,虽然没有专门管理互联网的法律,却通过完善的法律体系对互联网实行严密的监控。法律

授权政府或执法机构可以截取嫌疑人的互联网通信内容,网络公司有义务向政府提供网络用户的有关信息和背景。法国的网络管理在欧洲处于领先地位,在电子商务的诚信及数字签名、互联网通信的安全管理等方面均有立法,并实行实名制上网,个人在网络公司登记的资料必须是完全真实的。在新加坡,对网络监管比较严格,设立了专门机构监控网络有害信息,要求内容提供商履行对色情、政治、宗教、种族方面的有害信息进行过滤的义务,对黑客、垃圾邮件、非法下载等行为的惩处也非常严厉。一些国家对网络管理之严,甚至令我们难以想象。曾经听出国考察归来的人员介绍,在有的国家,网民即使是在家上网,打开色情网站的网页浏览,也有可能引来警察的“关照”。当然,要想真正做到对互联网高效有力的管理,现在还是一个世界性的难题。不过,强化管制,则是一种国际共识,这是毫无疑问的。

另一方面,由于网络低俗信息的顽固性和反复性,也使得目前的监控和管理的难度极大。但无论如何,不可手软,也不可一时彼一时,更不可期望网站仅仅自律便能奏效。健全的、刚性的、长效的监管机制,一旦启动便该持之以恒,长久不歇。

——吕怡然

企业“冬天”转型容易摔跤

从历史经验来看,凡是经济危机时期都是游戏行业的高速发展时期。1997年韩国经济大萧条时,韩国政府采取了大力发展游戏的策略,到2003年韩国网络游戏出口已达1.8亿美元,2008年据估计可超过7.5亿美元。在金融危机重灾区美国,2008年游戏产业相比上一年仍保持了43%的高增长。而就目前的观察来看,国内宏观经济形势对网游产业的影响也是非常小的,业内对2009年的持续增长也非常有信心。网游玩家月均消费50元至100元人民币,不过相当于一张电影票钱。在整个社会经济不景气的情况下,网游产业可能会有更多的潜在用户群体。所以,网游企业切不可在这个时候感到气馁,尤其是对于中小网游企业而言,我认为,在宏观经济的寒冬时期,不要盲目急于产业转型,要动的最好只是在原有业务模式上作出微调,而不是彻底转向。当然,可以理解的是,资金不足是很多

中小企业现在面临的最大的问题,目前很多银行只是宣传说要给中小企业贷款,但事实上大量的中小企业仍面临贷款难题。因此,在对中小企业融资问题上,政府和银行应给予实际的支持,而不是仅仅停留在口头上。

此外,我认为,企业在“冬天”转型肯定是容易摔跤的,还是利用社会资源、国家的资源来过“冬”比较妥当。遇到困难的企业最好是在原来主营业务的基础上寻找过“冬”路径,不要盲目转型。在最困难的时候,最理想的办法就是坚守自己的行业,想想如何在原来的行业提高自身的核心竞争力。在核心竞争力不足的时候,想想怎么创造新的竞争力。不要老是山望着那山高,老是觉得别的行业更好,其实自己所在的行业可能更有前途。一旦盲目转型,离开自己所熟知的行业到了另外的行业后,另外的行业可能也不会接纳你。

——史玉柱