

收费删帖“病灶”难除

灰色公关降低网络公信力

南婷

近日,百度4名员工涉嫌违规收费删帖,其中3人涉嫌触犯“非国家工作人员受贿罪”遭刑拘。该消息一出,立刻引发了众多网友的关注,同时也让“删帖”这个隐性行业悄然浮出了水面。

什么是“删帖”?为什么“删帖”会引发司法机关的介入?

收费删帖“病灶”难除

开放性使网络成为普通人的舆论空间,网友通过发帖对政府、企业和个人进行监督。但是,一些相关利益方总是设法在最短的时间内删除负面信息,维护自身形象,导致大量的删帖需求市场。百度公司几名员工此次非法有偿删帖操作被披露后,网友批评百度监管不力,致使员工私用公权,百度贴吧公信力大跌。

据介绍,目前,网络上存在很多专靠删帖牟利的“网络营销公司”和个人,他们利用企业或个人急于删除对自己不利信息的迫切心理,公开打广告称为客户删除“不利网帖”,收费额数百元至千元不等。情节恶劣的甚至主动制造负面话题,对敏感帖子连续炒作,然后充当中介与互联网公司内部拥有删帖权限的人进行“金钱公关”,达到非法删帖的目的。

虽然百度有偿删帖事件已遭披露,相关人员已被刑拘,但目前有网民在百度搜索框中输入关键词“网络危机公关公司”检索,仍能发现提供“删除负面消息”服务的“网络危机公司”信息,而且搜索结果排在前列。

如何管理删帖

缘何百度内部会出现收费删帖?

据百度公司相关负责人称,百度贴吧自成立起,百度就严格规定处理用户的投诉不收取任何费用,对拥有删帖权限的员工进

行职业道德教育。在删帖流程方面,对每一个员工操作的删帖有完整的记录,便于事后核实。但近期确实发现有个别员工涉嫌卷入“收费删帖”。

而据一些门户网站的工作人员介绍,一般对于网站文章和论坛帖子内的不实内容,网站方面都提供了正常的渠道给有需要的企业进行申请删改。对于文章而言,如果是网站转载的内容,若原内容提供方已经删除或者就内容的真实性做出了更正,即可凭原内容提供方出示的证明进行网站文章的删改。如果为网站自制的文章内容,可以通过网站自制的删帖渠道进行删改,通过审核后即可对相关内容进行删改。

百度方面也介绍,百度贴吧也提供了完善的删帖渠道供用户使用,而且百度贴吧处理投诉不收取任何费用,凡符合法律、贴吧协议规定的投诉请求,贴吧专职人员收到投诉后,将及时进行核查处理。对于贴吧内容的删帖投诉,目前流程非常简单,在每个帖子的右下角都有个举报按钮,直接点击,就在弹出的举报框中选择进行举报投诉。其他投诉需求(解封ID、投诉吧主、解封IP、恢复帖子)则通过帖子列表页下方的“贴吧投诉”入口进入贴吧投诉中心发起投诉。凡符合法律、贴吧协议规定的投诉请求,百度贴吧专职人员收到投诉后,都将及时免费进行核查处理。

既然可以免费删帖,为何还会出现违规收费删帖的现象?从需求的角度看,主要有3种情形:一是有删帖诉求的企业或者个人,要删除的帖子并非存在失实或者侵权成分。他们删除此帖主要是出于对自身形象的考虑,是一种设法控制合法舆论导向的违法操作行为。二是正常的删帖需要一定

的操作流程和核查时间,而删帖诉求方心理迫切,宁愿花费一定钱财购买删帖时间。三是很多网友在注册的时候并没有认真阅读百度贴吧相关的说明,对删帖流程不了解,遇到事情时更是手忙脚乱,盲目设法接触非法删帖渠道。

面对巨大的市场需求,在百度贴吧中出现两种类型的非法收费删帖。百度相关负责人说,一种是百度内部正式的工作人员受雇删帖,收费删帖。此次处理的百度员工就属于这种情况。另一种是百度贴吧吧主担任删帖,吧主不是百度正式聘用人员,全部由百度贴吧吧主担任,删帖吧主有相当大的删帖管理权限。受利益驱使,部分删帖吧主与外部删帖公司勾结,违反贴吧规定帮助删帖公司进行收费删帖。

有偿删帖价格反而水涨船高

就在百度有偿删帖事件遭披露后,据了解,目前仍然有各种网

络危机公关公司还在通过媒体联盟等方式,进行人情删帖和有偿删帖交易,且要价大幅上涨。有关专业人士指出,一些互联网企业删帖相关的说明,对删帖流程不了解,遇到事情时更是手忙脚乱,盲目设法接触非法删帖渠道。

8月8日,笔者以删除几个人身攻击帖为由,咨询了几家网络危机公关公司,其中两家公司在接到链接后开始要价。山东济南新浪博客文章要2500元。”据称,删帖并不经过博主,付费以担保交易方式进行十分安全。另一家网络公关公司的工作人员十分警惕,在长时间沟通后,他表示,百度贴吧上删这条帖需花费2400元,新浪微博暂时没有相关资源。人们对负面信息的恐惧带来巨大的删帖市场需求,巨大的市

场需求又拉动了网络删帖产业的发展。北京大学新闻与传播学院胡泳教授指出,谁出钱、谁执行、执行的人又如何找到网络服务商相关人员实施操作,网络删帖实际上已经成为一个上下游的产业链。网络删帖公司的运作逻辑是,给钱就能删除负面新闻和帖文。而很多互联网公司及门户网站等,普通员工的权限非常大,有自行删除帖子的能力。于是,网络公关公司通过与互联网公司内部人员进行金钱交易,非法删帖,操纵舆论。

中国互联网协会信用评价中心法律顾问赵占颂说,现有相关文件中并没有给非法网络公关一个明确界定,也没有明确的法律规范。专家指出,互联网领域不同于传统行业,新的问题伴随着新技术和新应用不断出现,需要立法和监管部门及时研究、及时规范,否则,很多新问题可能导致行业不规范甚至混乱,进而影响到行业发展。



中国网络经济二季度市场规模超900亿元

本报讯 艾瑞咨询近日发布最新统计数据显示,2012年第二季度中国网络经济整体规模达943.4亿元,同比上升66.1%,环比上涨22.5%。移动网络经济市场规模为126.5亿元,同比增速高达108.9%,环比增长18.6%。移动网络经济市场规模同比增速显著高于传统网络经济市场。

今年第二季度中国网络经济整体规模达943.4亿元,较上季度增长173.3亿元。其中电子商务的增长贡献率高达50.6%,是2012年第二季度中国网络经济市场增长的最大驱动力;移动电商营收规模同比高速增长354.4%,环比增长60.9%,远超网络经济其他细分行业。

艾瑞咨询分析认为,第二季度电子商务行业增长贡献率最高的原因有两个方面:首先,电子商务

务已经成为整个网络经济占比最高的细分行业,虽然其二季度的环比增速27.6%低于网络广告及移动电商等行业,但其庞大的份额足以使其成为网络经济市场增长的最强劲引擎。其次,网络购物市场是电子商务市场中份额最大的子市场,第二季度占比为84.7%,这与亚马逊中国、京东商城和易迅网等开展了大规模店庆活动,多家网商纷纷加入以3C家电为代表的大范围价格战活动有关,营销推广活动助推了网络购物在第二季度的增长远超预期值。

此外,分析认为移动电商行业继续保持高速增长的原因主要有两个方面:首先,智能手机普及率的不断增长以及移动购物体验的逐步提升;其次,电子商务对于移动端的大力渗透所产生的带动作用。(周志军)

“黄金屋”电子书亮相上海图书馆

本报讯 8月15日至21日,2012上海书展在上海展览中心举办。本届书展期间,除了众多新书、好书的亮相外,数字阅读产业的相关方也动作频频。其中,国内电子书产业龙头企业汉王科技今年的最新力作——汉王“黄金屋”电子书集中亮相上海图书馆,让人眼前为之一亮。

据了解,早在2009年,上海图书馆就启动了“上海市民数字阅读推广计划”,在全国图书馆界率先推出了电子阅读器的外借服务,使上海市民能够更方便地阅读数字图书。作为该计划的阅读者之一,汉王与上海图书馆合作,向上海图书馆提供了100台设置了无线上网下载功能的电子书,持有上海图书馆借阅证的

读者可以像借纸质书一样借阅电子书,并下载相关图书进行阅读。据悉,首批用作外借的汉王电子书N618很快就被读者“抢借”一空。截至目前,上海图书馆已能够为借阅汉王电子书的读者提供20多万部、50多万册的电子书。

为了丰富读者可借阅的电子阅读器品种,本届书展期间,上海图书馆再次牵手汉王电子书,定制了1000余套汉王电子书新品——“黄金屋”电子书,今后,持有上海图书馆借阅证的读者不仅可以借阅图书馆的“黄金屋”电子书,还可以自行购买“黄金屋”阅读器,通过软件升级的方式登录上海图书馆电子书库,享受50万册馆藏电子书资源。(周志军)

8月11日至14日,2012中国杭州工业设计产业博览会在杭州市浙江世贸国际会展中心举办,本届博览会展出面积约1万平方米,共吸引浙江省内200余家企业和北京、深圳、无锡等多地工业设计协会参展。图为参观者在博览会上用电子触摸式琴键弹奏乐曲。

新华社发(李忠 摄)

为城市文化旅游贴上“青年音乐”的标签

——2012西安曲江国际青年音乐旅游节璀璨谢幕

随着8月10日在陕西西安城墙瓮城内举办的首个户外电子大Party——Mushroom电子音乐节在晨曦来临之际悄然,历时16天之长的西安曲江国际青年音乐旅游节系列活动也进入了尾声。

由西安市人民政府主办、西安市旅游局和曲江新区管理委员会承办,北京视觉音乐全程运营的2012西安曲江国际青年音乐旅游节,活动覆盖西安大唐芙蓉园、大明宫国家遗址公园、西安城墙三大特色景区,是定位以音乐为媒,以景区为舞台,为时下的新青年提供的一个音乐、旅游、文化全方位的交流平台。它以一种崭新的模式把历史、文化、现代的西安展现给了世界。

自2010年成功举办第一届开始,三年来,西安曲江国际青年音乐旅游节正成为一个越来越多人知晓并愿意积极参与的节庆品牌。其中,它是怎样一种产业模式和运营理念去打造这一城市旅游品牌的?今天,让我们一起探秘一下它们的产业运营心得。

立体打造 全方位欢庆的青年文化盛宴

2012西安曲江国际青年音乐旅游节是名符其实的青年盛宴。活动历时16天,分别创立了首届旨在为青年群体提供社区化和国际化的音乐文化交流平台的蘑菇生活节,首届充满时尚个性和竞技刺激的长板马拉松系列比赛,首届视听震撼、品质高端的Mushroom电子音乐节。3个系列活动间隔约5天的时间相继在大唐芙蓉园、大明宫国家遗址公园、西安城墙三大特色景区轮番上演,精彩不断的节目给了西安青年一个连续不断的欢乐盛典。

2012西安曲江国际青年音乐旅游节中的蘑菇生活节于7月27日至28日在西安曲江唐街区成功举办。为期两天的蘑菇生活节一共设立了3个舞台,分别为“蘑菇舞台”“YOHO音乐汇”“人人颂乐”,

依次涵盖了主舞台、音乐大汇演、音乐角落3种不同的演出模式和格局,将音乐表演彻底覆盖到西安唐街区每个角落。并且邀请了国内外以及西安本土共38组别具特色的乐队、艺人轮番为西安的观众带来了精彩的演出。

其中有流淌诗意气质的声音玩具乐队,美国的Ring Road Ramblers,西安本土的黑撒乐队、岛屿心音乐队、马飞、王建房,北京的AOK、王胜男、台湾的小彭等,不同地区不同风格的音乐在蘑菇生活节上同台碰撞,带给了西安听众多样的感受。

最具意义和参与互动感的舞台是“人人颂乐”舞台。和另两个主舞台不同,“人人颂乐”的乐队阵容主要来自西安20所高校中选拔的数十支优秀校园乐队。与主舞台的大牌相比,高校的乐队可能缺少相应的名气和影响力,但他们代表了最新鲜和最直接的音乐力量。“这个舞台为西安的蘑菇新生代提供了展现和磨练自己的平台,很好地诠释了蘑菇生活节挖掘和传递青春之声的初衷。”该舞台负责人自豪地说。

紧随蘑菇生活节之后,8月4日,首届长板马拉松在大明宫国家遗址公园如期举行。长板陆地旨在为青年群体提供社区化和国际化的音乐文化交流平台的蘑菇生活节,首届充满时尚个性和竞技刺激的长板马拉松系列比赛,首届视听震撼、品质高端的Mushroom电子音乐节。3个系列活动间隔约5天的时间相继在大唐芙蓉园、大明宫国家遗址公园、西安城墙三大特色景区轮番上演,精彩不断的节目给了西安青年一个连续不断的欢乐盛典。

技的不同理解和审美。比赛当日,现场来了数十组参赛团队和个人,烈日下,每个参赛者依旧热情不减,尤其是英姿飒爽的女选手更是让人敬佩。比赛一共设立了三大竞赛项目:环大明宫竞速赛、大绝招板上技巧赛、最佳风格赛。比赛过程激烈紧张又充满了欢乐的气氛,但也有参赛者跌倒摔伤,但还是坚持完成了全部比赛项目。年轻人用自己的精神和毅力给古老的遗址注入了新的活力。

最后来临的是8月10日首届Mushroom电子音乐节。在巨大音乐场和光影科技的完美结合下,Mushroom电子音乐节在西安瓮城释放了上千名现代青年巨大的身体能量,为他们带来了最独特、最“潮”、最时尚的娱乐盛典。作为西安首个户外电子音乐节,Mushroom电子音乐节为西安乃至整个西北地区制定了高端视听的标准。负责本次音乐节运营的视觉音乐有关负责人表示:“电子音乐的音乐节在西安是一个全新的文化项目类型,这里是一个具备电子音乐消费市场 and 人群的城市,只需让市场受众得到好的现场体验,用更先锋的艺术呈现手段去引导和诠释这类文化项目,就一定能够带起一个城市新一轮的音乐文化消费。如果Mushroom电子音乐节感染了西安古城,那么它将在各个城市遍地开花。”

为将此次电子音乐节从意义和品质上达到国内顶级效果,承办方视觉音乐在硬件上全套使用来自中国颇具口碑的Intro电子音乐节演出设备,现场以多已经开始在西安零星生长的长板青年首次聚集在一起,全景展示西安滑板竞技的图景和活力,为所有热爱长板的“疾风青年”提供最具号召力的团队竞技平台。数十名来自不同团体、风格的爱好者齐聚一堂,用勇气、热血和激情演绎了他们对于速度和技巧竞

16天的青年狂欢活动,多维构成的节目内容保证了本届青年音乐旅游节的核心吸引力。

另辟蹊径 激活西安新能量

近年来,各地文化单位和地方政府都热衷于利用音乐节的形式来激励和发展当地旅游行业,在全国兴起了一股举办音乐节的热潮,如已形成品牌效益的迷笛音乐节、草莓音乐节、张北草原音乐节等,吸引了众多的乐迷,在取得巨大社会效应的同时,还极大地推动了当地经济的发展。然而,并不是所有地方办音乐节都能成功,很多音乐节由于定位不准,或者急于求成,导致昙花一现,甚至负债累累。

为了找寻到适合自己的发展模式,西安曲江国际青年音乐旅游节活动举行前期曾通过认真研究国内外音乐节范本,认识到了准确定位的重要性。为充分发挥西安市旅游发达、高校云集的优势,将音乐与旅游进行深度结合,并赋予青年文化蓬勃发展的推力。本届音乐节承办方以“时尚、动感、个性”为理念,将现代艺术、高校乐队、文艺社团、青年竞技和电子音乐节等多种青年人热爱的先锋元素融入进去,为新青年群体打造了西安历年规模最大的国际青年文艺生活社区,并且希望通过持续不断的活动,催生或刺激青年文化的良性发展,形成西安地区的特色名片。

“音乐旅游节在这里有着独特的市场和成长空间。我们所要做的就是为广大市民和游客奉献一场又一场的精彩演出,而不是花大价钱邀请国际级乐团博取眼球。”活动现场执行总监胡楠在介绍本届音乐节规划和构想时表示,“眼镜”音乐节可以瞬间吸引人气,但对于地方长期的旅游品牌而言,极易容易成为一种泡沫。缺乏内涵和品牌号召力的音乐节是没办法持续和壮大的。所以我们希望构成的青年音乐旅游节中培育出自己的品牌文化——让这个



2012蘑菇生活节——大唐芙蓉园蘑菇舞台



2012Mushroom电子音乐节——西安城墙

文化推手 青年发声的催化与展现平台

保守的城市是不会有多元的文化,更不会包容活跃的青年文化。西安政府主导的青年音乐旅游节展示了这个地方的别样胸襟,也是这个城市的文明、包容力以及观念进步的体现。曲江旅游局特邀北京视觉音乐全案运营此次国际青年音乐旅游节,更是充分说明了其对推广青年文化的重视。

视觉音乐是2008年在北京成立的音乐传播推广公司,公司成立之初就确立了一个倾重人文培养的方向,致力为青年群体和文化寻找或搭建生长发展平台。公司在2010年启动的音乐交流品牌平台“影响”就为广大的爱乐青

年、青年艺术家等提供了诸多演出和交流的机会,为青年文化的壮大注入了强大的力量。随着视觉音乐在青年文化推广的影响力扩大,它逐步成为了被圈内推崇的青年文化旗帜推手。

西安有厚重的传统文化土壤沉积,注重经典自然地成为了它的形象,但也为衍生其他文化提供了多样的可能,未来的西安肯定是一个包容万千审美观念、肯定与前卫交映的文化大都市。推动青年文化发展,让青年代表和展现自己的活力和个性,是

独具前瞻性的战略眼光。随着曲江国际青年音乐旅游节的不断发展,蘑菇生活节、长板马拉松、Mushroom电子音乐节在青年文化推广的影响力扩大,它逐步成为了被圈内推崇的青年文化旗帜推手。西安有厚重的传统文化土壤沉积,注重经典自然地成为了它的形象,但也为衍生其他文化提供了多样的可能,未来的西安肯定是一个包容万千审美观念、肯定与前卫交映的文化大都市。推动青年文化发展,让青年代表和展现自己的活力和个性,是