

简历“整容”成生意？当心“敲门砖”变“绊脚石”

新华社

对求职者来说,简历理应力求实事求是,但如今,让简历“看上去更美”却成了某些人赚钱的生意。此前“重庆女孩帮改简历助3万人求职成功”的话题冲上热搜,让“简历优化师”成为热词。

毕业季来临,记者亲测简历“整容”过程,经过调研发现,撰写简历、优化简历等服务存在于多家电商平台、招聘网站,甚至微信群中,其背后服务质量低下、人员资质不明、诱导简历造假、隐私泄露频发等问题也逐步暴露。

记者亲测简历“整容”

记者在某电商平台以“简历优化”为关键词,搜索到2万多条相关服务信息,价格从几十元到上百元不等,多家店铺月销量超过一万单。一名提供该服务的卖家表示,近几年“简历优化”市场持续扩大,自己的小店现在平均每天都有几十个订单。

简历如何“整容”?企业HR是否“买单”?记者咨询多家店铺后发现,“简历优化”服务的定价与求职者的工作年限密切相关,店铺大多根据工作经历的繁简程度、交稿时间等收取不同费用,但“优化”效果却参差不齐。

记者以应届毕业生的身份,在淘宝选取了一家“优化简历”的店铺,客服人员初步了解情况后表示,“优化”一份中文简历65元,4小时交稿,随后为记者分配了简历执笔老师,并称其“具有十多年人力资源从业经验”。

记者提交基本信息3小时后,一份“漂亮简历”新鲜出炉。但仔细阅读发现,一些记者从未提供过的工作内容和证书被写在了简历上,如“计算机二级证书”“驾驶证”等。记者向执笔老师表示自己并未考取相关证书,部分工作内容也没有参与过,但执笔老师回复:“不会有人深究”。

记者在另一家标价较高的店铺中选择了一款“简

历优化”服务,表示自己并没有取得招聘要求的资格证书,但想请“优化师”在“优化”过程中添加该内容。随后店铺客服请记者添加其微信,表示可以帮忙代办所需证书,并称“基本可以以假乱真”。

一名从业多年的企业HR告诉记者,近年来收到的“模板式”简历增多,部分简历“优化”痕迹明显,尤其是实习经历、校园经历和资格证书是“优化”的主要对象。

简历“整容”背后“雷点”重重

商家让简历“华丽变身”的同时,也为求职者埋下了重重“雷点”。

雷点一:“优化师”身份造假,当心被蒙骗。记者发现“简历优化”项目大多宣称“师资力量雄厚”“核心老师为10年以上大厂专业HR或猎头”,甚至不同店铺还会使用一模一样的广告页。

记者咨询某电商平台的店铺时,客服人员表示“优化师”为一家知名互联网公司的资深HR,但记者向该互联网公司核实后,该公司工作人员表示“没有提供简历润色的收费服务,也严禁员工参与此类服务”。

雷点二:“无中生有”内容造假,当心被HR“拉黑”。记者在某投诉平台看到,一网友购买了价值498

元的“简历优化”服务,但成稿中却存在大段网络摘抄内容,夸张地编造了许多她本人并未经历的工作内容。

雷点三:前脚“简历优化”后脚“骚扰电话”,当心隐私被泄露。记者发现,虽然大部分商家承诺保障顾客的信息安全,但依旧存在“简历优化”后隐私泄露的情况。在天津某大学就读的小李告诉记者,自己此前为进入某互联网公司实习,购买了“简历优化”服务,但收到简历没多久,就连续接到骚扰电话。

雷点四:评价标准不统一,当心陷维权困境。记者调查发现,“简历优化”产生的投诉案例中,成功维权的消费者寥寥无几。业内人士坦言,该行业服务标准并无统一规定,消费者最多给个差评。

“优化简历不如优化自己”

上海锦天城(天津)律师事务所合伙人王忠琦律师强调,简历造假可能涉嫌违法。简历造假过程中,如果涉及伪造国家机关印章、伪造公司、企业、事业单位、人民团体印章等行为,甚至可能会涉嫌犯罪。

“大学生就业指导应作为高校必修课,但实际上,一些学校的就业指导工作并不到位,导致有的学生在大学期间缺乏良好的职业发展规划,求职期间也没有明确的求职目标,缺乏相关的求职技巧和能力,因此有的求职者会选择‘简历优化师’。”21世纪教育研究院院长熊丙奇说。

此外,专家认为,应对证件、履历的制假、造假行为加强监管,严厉打击简历“整容”背后产业链,营造公平的求职环境。同时,求职者也应树立正确就业观,比简历更重要的是提高自身竞争力,“优化简历”不如优化自己。

广告难以关闭、侵害隐私、涉黄涉赌……手机APP广告乱象何时休?

新华社

近日,工信部发布信息显示,经过对手机APP用户反映强烈、投诉较多的“弹窗信息标识近于无形、关闭按钮小如蝼蚁、页面伪装瞒天过海、诱导点击暗度陈仓”等违规行为进行集中整治,2021年第二季度,开屏弹窗信息用户投诉举报数量环比下降50%,误导用户点击跳转第三方页面问题同比下降80%。

记者调查发现,当前手机APP广告难以关闭、侵害隐私、涉黄涉赌、弄虚作假等问题仍屡禁不止,治理力度不能减弱。

APP广告风险让你的手机变“手雷”

“我手机里有20多款APP,不少一打开就弹出广告,使用时也会时不时弹出。”北京朝阳张女士告诉记者,手机APP广告“轰炸”令她非常烦恼。

上海等多地消费者权益保护机构发布消息称,当前网民深恶痛绝的手机APP广告乱象仍然“顽疾难断”。

——或无法关闭或“隐藏”关闭,广告关闭难上加难。上海市消费者权益保护委员会称,在对600款APP广告行为分析后,发现近六成在使用时会弹出广告,其中近七成没有“关闭键”。此外,在APP个性化广告中,仅14%有关闭入口。

——一个广告“炸”出一串广告,广告推送威胁隐私安全。杭州的鲍女士近来忧心忡忡。“我发现我只要在一款电商APP上浏览过什么商品,其他APP上竟然就会反复收到这类商品的广告推送。”记者调查发现,鲍女士的遭遇并非个案,许多用户都有类似的体验和忧虑,甚至还有部分用户因此遭受损失。

——部分手机APP广告涉黄涉赌涉假问题仍存在。记者发现,用百度APP浏览部分网页时,网页上的涉黄广告仍能正常显示。还有不少直播类、视频类手机APP中含有违法广告图片,点击后将用户导向涉赌涉黄等违法内容。另有部分手机APP广告打着“超低折扣”“薅羊毛”等旗号,诱骗消费者至售假网站网页。

记者还发现,部分手机APP广告会诱骗用户点击包



含窃取信息、远程操纵等病毒的链接,严重威胁用户安全。

监管治理难度加大

前瞻产业研究院发布数据显示,截至2020年末,我国安卓应用共计330.7万款,IOS应用共计210.1万款,庞大的市场规模中也隐藏着不小的风险隐患。

业内人士向记者透露,当前手机APP广告收费已非常成熟且高度细化。有的广告按照曝光量收费,每千人收费5元至20元不等,这类多是信息流广告;有的按照点击量收费,每次点击约1元,这类多是个性化定制广告;有的按投放时间收费,可选择24小时内任一时段投放广告,不同APP费用差距较大,这类多是开屏广告。朋友圈广告更加“简单粗暴”,目标人群、投放时间、投放地区都能明码标价。

清华大学新闻学院教授沈阳表示,与传统广告相比,手机APP广告隐蔽性更强、精准度更高、主动性更强、转化率更优,对广告主吸引力很大。因此,尽管广告法、互联网广告暂行管理办法等规范已出台实施,但治理业内乱象难度依然不小。

暴利引人趋之若鹜。记者调查发现,正常的APP广告价格已有相当的利润空间,而违规广告因大多涉赌涉黄,价格更高,往往是正常市场价格的数倍之多,有些甚至能达到数十倍。

部分平台心存侥幸,钻规范漏洞。某视频APP平台运营人员韩先生告诉记者,手机APP以闭环广告为

主,通过图片和视频设置“购买链接”,消费者直接跳到其他平台的购买页面,广告展示平台不用负责任。

记者还从不少用户处了解到,部分APP平台会在使用授权协议中玩“文字游戏”蒙骗用户。北京市民韩女士告诉记者,小红书等APP在个性化服务设置条款中声称自己不会使用用户聊天内容,但用户行为数据“将被用来推测个人的兴趣爱好”“这些行为记录可以细化到包括浏览记录在内的使用记录,并且能够分析用户所阅读的文章咨询内容”。还有一些APP的此类条款中规定,如公司被并购或收购,这些隐私数据将一并移交给购买方,不必经用户同意。

此外,技术上的难题也增大了治理难度。北京市市场监管局表示,由于手机APP种类繁多,不同类别APP从事广告经营活动的方式和广告发布主体也不尽相同,监管方需要持续针对海量各广告行为进行具体甄别,难度很大。

多角度发力治理“断病根”

中国农业大学商法研究所所长刘俊海表示,手机APP广告乱象已侵犯消费者隐私权、安全保障权、知情权与选择权。他认为,应加强执法力度,制裁和打击手机APP开发主体、平台机构及相关灰色产业链,激活公司理性自制的免疫力。

中国信息通信研究院安全研究所数据安全研究部陈海建议引进公益诉讼,让违法违规手机APP广告发布主体切实承担相应责任。行业协会应开展自清行动,进一步明确APP广告发布者的责任义务,明确企业社会责任,杜绝违法违规垃圾广告投放,将消费者友好的合规理念植入到相应技术主题、市场主体,重视从技术研发方面堵住漏洞。

记者了解到,北京市市场监管局目前正在加强对互联网新媒体广告活动监管方法和手段的调研,完善互联网广告的监测技术,提升监测的准确性、时效性。

工信部方面表示,APP用户权益保护关乎人民群众获得感、幸福感和安全感,将把整治APP侵害用户权益作为“我为群众办实事”重要举措,不断加大工作力度,扎实推进APP专项整治往深里走、向实里去。