

儿童APP内现少儿不宜内容

广告推送“契约萌妻” 部分家长模式形同虚设

近日,教育部办公厅印发《关于严禁有害APP进入中小校园的通知》,要求各地采取有效措施,坚决防止有害APP进入中小校园。《通知》强调,要开展全面排查,凡发现包含色情暴力、网络游戏、商业广告等内容及链接,或利用搞题海、公布成绩排名等应试教育手段增加学生课业负担的APP,要立即停止使用。

目前,各种各样的手游APP一方面成为哄孩子发愁的家长们的福利,同时也有许多针对儿童的手游存在扣费陷阱、不适宜广告以及获取隐私等问题。

2018年12月19日至26日,记者通过采访案例及儿童相关关键词搜索,在华为应用市场下载了15款受儿童欢迎的APP。应用市场年龄分级显示,这些APP的年龄分级大多在3周岁左右,个别如冰雪皇家婚礼、我的心动小狗虽为12周岁,但均有年龄不满7周岁的儿童使用这些APP。记者发现,15款APP中,13款APP有付费内容,11款APP有广告。此外,部分APP没有家长模式或“征得监护人同意”相关条款。

有专家认为,由于目前我国没有游戏分级制度,面向儿童的手游APP与面向成人的手游APP在审核上是“一视同仁”的,这导致了“一刀切”的问题。对成人来说司空见惯的扣费道具和诱惑性广告,放在儿童面前就可能成为扣费陷阱以及不适当内容。

儿童游戏

内含付费选项?

“孩子经常会拿手机下载一些小游戏玩,有的是换装类游戏,有的是消除类游戏,都可能导致手机被扣费。”2018年12月24日,孙女士向记者反映。

根据《青少年蓝皮书——中国未成年人互联网运用和阅读实践报告(2017-2018)》显示,近年来未成年人首次触网年龄持续走低。截至2017年底,7岁(学龄前)儿童触网比例达到27.9%,10岁前儿童触网比例约70%,而小学生“拥有自己手机”的比例达64.2%。

2018年12月19日至26日,记者通过安卓手机下载了排名靠前的15款儿童APP,发现其中13款APP有付费选项,付费方式包括游戏道具付费,购买“完整版”付费等。

其中,一些游戏的付款环节让人“防不胜防”。在游戏进行中,系统也会提示玩家点击支付选项,此时玩家虽然可以点击关闭,但在此前新手提示点击其他地方没有反应的惯性下,一般都会进入支付页面。

“手机APP内有付费选项我理解,但孩子不懂得游戏和实际金钱的联系,会造成盲目消费,给家人带来不必要的损失。”孙女士说,“孩子小不懂事,很怕在没发现的情况下被扣更多款。”

根据《网络游戏管理暂行办法》第二十条,网络游戏虚拟货币交易服务企业不得为未成年人提供交易服务。在2017年9月的国家网络安全宣传周高端智库论坛上,腾讯游戏总监王磊曾表示,若接到不理性消费投诉,认定是未成年人行为,将一律退费。

针对上述案例,北京盈科(杭州)律师事务所律师方超强表示,如果消费行为确实是10岁以下的无民事行为能力人做出的,监护人可追认或撤销。但在实际操作中,家长首先要证明消费行为是否为孩子所为,这点很难。

“毕竟孩子进行消费,必须使用家长的手机,同时也要解锁手机、知道家长的支付密码。因此证明消费是否是孩子的行为,举证责任在家长,如果证明不了,游戏公司不退款也是很有理由的。另外,家长是否尽到了监管责任也值得讨论。”方超强说。



资料图片

部分家长模式形同虚设

针对儿童容易点击付费按钮的行为,不少APP推出了家长验证机制。如KaDa故事中,有些故事需要付费订阅,而点击订阅选项后会出现成语填词形式的家长验证选项,只有验证通过才会进行购买;宝宝巴士里有询问儿童年龄的选项,同时在充值VIP的时候会跳出图片验证,通过验证后才能充值。

不过,一些APP的家长模式孩子也可以轻松通过。例如在小伴龙APP中进入商城消费需要家长模式,但在小伴龙APP中,只要轻轻右滑即可开启家长模式。

“即便孩子并不识字,也可以划开。”邢台市的张女士对新京报记者说。张女士5岁的孩子童童就是自己“摸索”进了小伴龙的家长模式。

2018年12月26日,新东方在线儿

童产品事业部总经理、酷学多纳品牌创建人陈婉青对记者表示,目前国内每个儿童APP都在探索符合自身实际情况的变现模式,例如:传统的广告变现方式、电商变现模式、“流量+服务”的形式变现。

“儿童APP中,作为使用者的儿童和作为消费者的家长是分开的。对于儿童APP领域来讲,现在好奇、尝鲜和试试看的消费心理已经过去,家长愿意为真正优质的内容付费,同时也对产品的品质、服务、知名度提出了更高的要求。在这样的商业环境下,开发者应该沉下心来,关注产品体验的提升,一切运营和销售的手段(如弹屏、付费道具等),只能解决短期的收入增长,长期看,理性的消费市场下,只有优质的产品才能得以存活并长期发展。”陈婉青表示。

一分钟内

现六则广告

除了付费选项外,广告是儿童APP盈利的一种主要方式。在新京报记者测试的15款APP中,11款APP有各式广告。例如冰雪皇家婚礼、莉比小公主的疯狂派对夜、精灵公主美衣秀等APP既有开屏广告,每打开一个页面,也会有新广告弹窗跳出。

一些游戏的广告频率很高,如记者打开“我的心动小狗”APP页面并进行操作5分钟后发现,该游戏的顶部页面几乎始终悬挂着横幅广告,只要点击就会跳转到其他网站。

而在另一款名为水果传奇之旅的游戏中,记者在进行一次正常游戏时,从开屏广告、屏幕下方悬挂广告到游戏失败时跳出的弹窗广告,一分钟内看到了六则广告,广告投放主包括美团、58同城、搜狐等。

其中,有一些广告极易误触,如有用户反映冰雪皇家婚礼的广告悬浮页面的关闭选项颜色很浅,只要误触到广告界面,就会自动下载广告中的APP。记者测试该APP时,就误触弹窗广告后自动下载了一款名为“好看视频”的APP。

儿童类APP的开屏、置顶或弹窗广告中,一般都是推荐自家APP的,如儿歌多多的广告导向其同系列APP多多超市。但也有不少APP的广告内容并不适合儿童。

如冰雪皇家婚礼、我的心动小狗、精灵公主美衣秀等APP中自带的广告五花八门。在测试期间,上述APP曾出现“腹黑老公太嚣张”“阔少的契约萌妻”或者画有漂亮美女图片的广告推送,记者点击之后发现均为APP安装链接,包括阅读类APP、直播类APP等。

事实上,诟病儿童APP中存在不适宜内容的观点存在已久。如2018年10月,有用户在微博吐槽爱奇艺儿童板块里有丰胸广告。12月19日,记者登录爱奇艺APP发现,该视频APP中有综艺、动漫、儿童等多个板块,每个板块的下拉菜单中均有信息流广告,但当选择儿童板块时,信息流广告已经消失。同样将儿童板块取消广告的,还有腾讯视频APP。目前,搜狐视频的亲子板块还有信息流广告,广告内容为保健品回收以及生活服务类广告。

陈婉青表示,儿童APP的广告一定要克制,最重要的是保证孩子不受到不良信息的干扰。

多个APP用户协议中未要求监护人同意

根据《信息安全技术个人信息安全规范》,收集不满14周岁的未成年人信息,应征得监护人明示同意。

如我的心动小狗APP首页有明显的“致家长”选项,点进去后可以见到“青少年特别是13岁以下的儿童上网和使用Libii系列软件应该在其家长或监护人指导下,正确使用Libii软件,我们鼓励未满13岁儿童的家长和监护人定期检查和监控他们使用电子邮件及参加其他在线活动的情况。”

但记者发现,这15款APP中,冰雪皇家婚礼、儿童儿歌换装游戏、水果传奇之旅、东方可儿百变彩妆4款APP并没有家长模式或“征得监护人同意”相关条款。

在21世纪教育研究院副院长熊丙奇看来,不管APP本身有没有相关条款,都不能忽视监护人自己的职责。

“《未成年人保护法》明确规定了监护人的职责,儿童下载APP一定是监护人帮他下载的,监护人必须对APP的内容进行全面了解,不能轻易下载给孩子使用。实际上,我国的很多家长没有在孩子选择APP、使用APP时进行指导和监护,使得很多孩子接触到一些不良的信息,此时就需要家长履行监护职责。”熊丙奇表示。

在他看来,对于广告内容不适宜的问题,也需要相关部门加强监管和审核。但一大问题在于,由于我国没有外国在儿童产品上采用的分级制度,而是直接不允许色情暴力内容,使得一部分产品进入了“灰色地带”。

“比如同样都是合法的产品,一些广告公众浏览是适合的,但让未成年的孩子看却未必适合。这就需要我们制定针对未成年人产品的政策。”熊丙奇说。

(据新京报)



资料图片