关不掉的手机广告,该如何治

手机APP广告乱象需深入治理,营造更安全的使用环境

目前,某些手机 APP 广告难以关闭、侵犯隐私、诱导点击 等问题屡禁不止,给手机用户带来困扰。

针对这一问题,工信部等部门采取多种举措,督促企业依规 整改。手机 APP 广告乱象带来哪些风险?如何治理乱象.更好 保护用户权益?记者展开采访。

打开一些手机 APP, 便会遭遇弹窗广告, 想关闭却找不到 按钮; 有些弹窗显示网络故障, 点击查看后, 却跳转到了广告页 面;在某款电商 APP 上浏览过的商品,进入其他 APP 时竟反复 收到同类商品的广告推送······手机 APP 给人们生活带来了便利, 但随之出现的开屏弹窗广告也给用户带来了困扰。

针对用户反映强烈、投诉较多的手机 APP 诱导用户点击跳 转、弹窗广告难以关闭等违规行为,近期,工信部进行了集中整 治,督促企业重视用户诉求、按照要求整改。数据显示,今年第 二季度, 手机 APP 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%。

APP广告风险多 小心手机变"手雷"

"我手机里有 20 多款 APP,不 少一打开就会弹出广告,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 发布信息称,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。

日前,记者使用微信、汽车之 36 氪等手机 APP 时发现,个性 化广告推荐关闭入口选项设置隐蔽, 流程繁琐, 用户难以发现。以微信为 例,记者依次点击设置-子菜单-"关于微信"-《隐私保护指引》,才 发现"个性化广告"的选择人口以蓝 色字体标注"埋藏"在相关条文中。 系统提示,这项关闭操作有效期仅为 6个月,且关闭后仍会看到广告。

一个广告"炸"出一串广 告,广告推送威胁隐私安全。杭州的

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。

"手机 APP 推给我的网贷广告 实在太多, 我头脑一发热, 就掉坑里 了。"家住武汉的梅女士今年24岁, 她告诉记者, 因为自己曾浏览使用过 某网贷 APP, 之后连续几个月她在不同的 APP 上收到"海量"网贷广告,不知不觉陷入"网贷陷阱"。

——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

虚假信息诱导点击 滥采滥用个人信息

-打开某款出行 APP, 就弹 出金融推广的窗口广告,关闭按钮看 不清,费半天劲才找到。"在北京市 海淀区工作的尹女士告诉记者,类似 这样的 APP 不在少数,影响了使用

来自上海市消费者权益保护委员 会的数据显示, 在对 600 款手机 APP 广告行为进行分析测试后,发现有 58%会弹出广告,其中 69.7%没有 "关闭键"

"手机 APP 用户权益保护,关 乎人民群众获得感、幸福感和安全 感。"中国电子信息产业发展研究院 网络安全研究所所长刘权介绍, 从近 来的用户投诉情况来看,主要存在以 下手机 APP 广告乱象-

弹窗信息标识近于无形, 手机广 "多数手机 告关不掉、退不出。 APP 在使用时会弹出广告,部分广 告没有'关闭键',用户只能被动接受,无法自行关闭。"刘权说,还有 部分广告的关闭入口选项设置隐蔽, 关闭流程繁琐,用户难以发现,损害

了用户的使用体验。

页面以虚假信息诱导用户点击跳 转。中国信通院泰尔终端实验室信息 安全部主任宁华说,部分 APP 在打 开后会出现"内存已满,立即清理" "电池过热,立即降温""拦截到木 马,立即查杀""您有百元话费补 贴,请领取"等页面,用文字、图 片、视频等方式诱导用户点击,实则 向用户推送未经审核的一些产品,甚 至是违法内容,严重侵犯了消费者的 安全保障权。

某些手机 APP 滥采滥用个人信 侵犯消费者隐私。 "当用户在一 个手机 APP 中点击某类广告后,会 在其他手机 APP 中接收到大量相同 类型的广告,涉嫌侵犯用户隐私权。

刘权说。 "APP广告乱象损害了用户体 禁藏的风险 验,破坏网络服务秩序,潜藏的风险 不小。"宁华说,"某些手机 APP 违 背用户意愿肆意下载安装或开启第三 方应用或页面, 侵犯了用户的合法权 益和隐私安全,必须加大力度治理。



高额广告利润驱使 投放方式复杂多样

2020年3月,国家市场监督 管理总局等部门联合印发通知, 强调将加大监测监管力度,坚决 遏制移动 APP、自媒体账号等虚 假违法广告多发、易发态势;

2020年10月,国家网信办 针对手机 APP 弹窗广告乱象,出 台了首批专项整治名单;

今年7月,工信部在持续开 展的手机 APP 专项整治行动中, 就 APP 开屏信息页面中存在利用 文字、图片、视频等形式欺骗误 导用户跳转等问题进行了集中整

"整治行动取得显著成效, 互联网广告相关的多项规范性文 件也已经发布,但有些手机 APP 呈现出'问题频出一监管治理一 安全平稳一再次复现'等特征, 手机 APP 广告乱象仍然需要深入

治理。"刘权说。 "广告投放是当前手机 APP 流量变现的主要方式。"宁华认 "手机 APP 广告通常按照点 击率、转化率进行计费结算,一 些手机 APP 利用恶意推送等方

式,提高广告展示次数、用户点 击次数和下载安装次数,从而获 得更高收益。"

某些手机 APP 常通过图片和 视频设置"购买链接", 点击后 直接跳转至其他平台购买页面, 作为广告展示平台的此类手机 APP 往往借此逃避责任。刘权认 为,在实际管理过程中,手机 APP 广告投放方式复杂多样, 些平台常利用不同技术手段强化 广告设置。针对海量广告行为, 监管方应加大甄别力度。

加大行政执法力度 完善侵权救济机制

"手机 APP 广告乱象涉嫌侵 犯消费者隐私权、安全保障权、 知情权。"刘权介绍,根据广告 法第四十四条、互联网广告管理 暂行办法规定,利用互联网发 布、发送广告,不得影响用户正 常使用网络, 在互联网页面以弹 出等形式发布的广告,应当显著 标明关闭标志,确保一键关闭。

针对手机 APP 广告乱象,有 专家表示,仍须从加强行政执法、 完善救济机制等方面发力,不断 加大对违规广告的整治力度。

"相关部门应积极利用技术 手段,对基于数据分析进行精准

识别和广告投放的商业行为进行 识别。"刘权说,相关部门应强 化广告弹窗过滤等技术手段的应 用,推动手机 APP 平台开发广告 过滤及屏蔽工具,并为用户开启 广告过滤功能的选项。

"目前,中国广告协会和中 国互联网协会正联合业界企业共 同制定《移动互联网应用程序 (APP) 启动屏广告行为规范》, 引导两协会会员依法从事启动屏 广告活动,保障用户正常使用手 机 APP, 推动启动屏广告健康、 规范发展。"中国互联网协会有 关负责人说。

"从保护消费者权益的角 度,应推动完善手机 APP 广告侵 权救济机制,建立、畅通用户投 诉渠道,完善对被侵权消费者的 救济服务。"有关专家认为, "针对因广告中虚假内容所引发 的人身、财产安全风险,可积极 探索消费者广告安全保险制度, 做好消费者相关权益的保护。"

据介绍,工信部将不断加大 工作力度,扎实推进手机 APP 广 告专项整治往深里走、向实里 去,强化提升用户感知,为广大 群众营造更安全、更健康、更干 净的手机 APP 使用环境。

多角度发力治理 营造安全的应用环境

中国人民大学商法研究所所 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湉建议引 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,将消费者友好型的合规理念 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

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

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,强化提升用 户感知,为广大群众营造更安 全、更健康、更干净的 APP 应用

(综合新华社、《人民日报》)