

打开手机APP(应用程序),开屏广告扑面而来;走路时轻微晃动,页面瞬间跳转购物平台;点击看似是“关闭”的叉号,反而触发更多广告弹窗……“扫一扫”就能缴费、“摇一摇”就能跳转,本是简化流程、节省时间的便利设计,但经过捆绑营销、诱导消费、违规收集个人信息等操作,却成了不少读者、网友的烦心事。

点击“关闭”,反而触发更多弹窗? 关个APP广告咋这么难

停车场、快递柜扫码缴费 要先看广告

停车场扫码缴费是经常遇到的场景,不料,扫描二维码后首先弹出的是广告,须观看一段3秒到5秒的广告,才能进入支付页面。

山东济南市读者齐先生说,他第一次在停车场缴费时看到弹窗广告,手忙脚乱地点“跳过”,没想到直接跳转到一个购物APP。他努力尝试在购物APP里找支付停车费按钮,后来才发现,广告页面有一则“5秒后跳过广告”的说明,如果一开始直接点击“跳过”或者不小心误触页面,就会直接跳转到另一个应用程序。

“我当时一系列操作下来,足足用了近5分钟时间,后面的车已排起长队。”齐先生说,许多停车场的出口都在上坡路段,车辆须在坡上频繁启停,一旦遇到雨天路面湿滑、新手操作失误等情况,极易发生事故。

如今,弹窗广告的“触角”已经伸到生活的方方面面。多名读者、网友反映,在丰巢、云柜等快递柜取快递,在自动售货机买饮料都会遭遇弹窗广告。广东广州市、天津市等地市民反映,乘坐地铁时使用的APP内页弹窗密集且关闭程序复杂,影响早晚高峰期过闸效率。此外,扫码开启共享单车、共享电单车也会跳出弹窗广告。

许多读者、网友反映,不少弹窗广告很难找到“关闭”按钮。人民网“人民投诉”一名网友反映,她打开抖音商城准备购物时,刚点进商城页面,屏幕立刻弹出“获得提现特权,现金奖励30元秒打款”的广告。她尝试寻找关闭按钮,却发现页面中没有任何“关闭”或“返回”选项。广告页面强制占据整个屏幕,只有“立即领取”一键可选。

记者在线上实测了一些投诉较多的弹窗广告场景,发现有的需扫码关注公众号或者下载APP后才能关闭,有的需要强制观看5秒至15秒的广告才能关闭,还有的看似是“关闭”按钮的叉号,点击后则会跳转到广告页面。

还有的APP通过“摇一摇”功能进行跳转。山东青岛市网友李先生反映,应用程序开启了手机的陀螺仪权限后,就可以捕获手机轻微的震动,导致手机很容易就会进入广告。“我向手机运营商反映过此问题,却被告知陀螺仪权限是默认开启的,用户不能更改。”李先生说。

停车场、共享单车等场景扫码缴费时的弹窗广告,让使用者被迫等待,更令人烦恼的是,有的弹窗广告制造了不少麻烦甚至安全隐患。

广东佛山市一名家长反映,自己使用的一款名为“智慧树”的APP,是孩子幼儿园要求家长安装的家校沟通软件,软件内没有普通用户关闭广告的开关,“在查看班级圈照片、点开消息、切换页面的时候,中途会突然弹出广告,覆盖整个屏幕。关闭后还会反复弹出其他广告。”

还有家长反映,软件内置“摇一摇”功能,手机轻微晃动、拿手机走路,就自动跳转到购物、小游戏或其他APP,“有时孩子拿着手机看照片就跳转到购物、贷款、游戏类广告,部分内容

“摇一摇”和弹窗广告或诱导消费

甚至不适合幼儿场景。”

天津市网友张先生在开车自驾游时,使用手机地图软件进行导航。经过一个五岔路口,他正忙着辨认道路,精神高度集中,地图软件却突然弹出一条智能AI推送,并附有语音播报,询问是否收听体育明星的小故事。张先生吓了一跳,不但语音导航中断了,还差点因为分心发生事故。

张先生向地图软件投诉,工作人员却认为是软件自带的“关键词触发”功能。但张先生说自己未进行任何操作,弹窗是软件自动推送的。“即使触发了关键词,也并非我本意。这种突然出现的弹窗,已经影响到了正常行车。”张先生说。

看似便利的“摇一摇”和弹窗广告

弹窗广告成本低、收益大、监管难度大

稳定的营收来源。”林斐然说。

2023年5月,《互联网广告管理办法》正式施行,明确要求“弹窗广告和开屏广告,广告主、广告发布者应当显著标明关闭标志,确保一键关闭”。对于未达标者,“处五千元以上3万元以下的罚款”。但这个数额与弹窗广告带来的巨额收益相比,成本实在太低。

此外,执法也面临现实困境。中国政法大学副教授范世乾表示,弹窗广告已经从手机APP延伸到快递柜、停车场等线下扫码场景,线上线下场景交织,涉及范围更广。而在技术手段不断翻新的背景下,现有规范很难覆盖新型诱导方式,企业容易打擦边球。同时,弹窗广告产业链条复杂,很多APP本身并不直接投放广告,而是接入第三方广告服务商的SDK插件,运营方和广告服务商之间容易出现责任“甩锅”。此外,用户维权面临取证难,跳转过程往往无法截图留存。这种“低风险、高回报”的格局,导致弹窗广告整治陷入“通报—整改—反弹”的循环。

许多APP推出了老年模式,但仅仅放大字体,并没有屏蔽、限制高风险弹窗、“摇一摇”广告,没有从源头减少诱导风险。

因此,专家建议,要根治弹窗广告这一顽疾,需多方协同发力。监管部门应提升违法成本,建立按次处罚、倍数罚款等机制,明确“摇一摇”、假关闭、

还被一些不良商家当成诱导消费的手段。部分人群,特别是不熟悉智能手机操作的老年人,容易因误触带来困扰甚至经济损失。手机上的短视频平台和搜索引擎都有各种各样的弹窗广告,这些广告把“关闭”按钮做得十分隐蔽,容易让人误触。比如有的广告页面会跳出“开通免密支付即享保障”,导致老人不知不觉间就完成了“免密支付”签约。

来自北京市的姜女士父母都已70余岁,姜女士反映,一次老人查看银行卡余额,发现少了1000余元。姜女士调取银行流水才了解到,几个月前老人购买了某保险,但老人根本不知道。当时看到跳出的弹窗广告,以为是商家做活动免费领取,实际是开通了自动续费功能。最后经过与保险公司的反复交涉才退款。

强制跳转等行为的判定边界,将“显著标明”和“一键关闭”转化为可量化技术标准,在手机操作系统增设“一键禁止非主动跳转”等功能;强化常态化检测监测,对违规行为依法予以约谈、通报、下架;将停车场、快递柜、自动售货机等民生刚需场景纳入统一监管标准。“还应当转变监管方式,从人工巡查转向技术抽检。”范世乾说。

平台企业应守住底线,运营者要对软件内全部广告内容负总责,严格审核第三方广告插件。加快推进适老化改造,在老年模式中默认关闭弹窗诱导跳转广告。专家认为,通过全方位设计,可以平衡流量收益和用户权益,探索不带套路、合规可持续的盈利模式。

对于消费者而言,谨慎点击跳转按钮,“可以通过录屏等方式固定证据,通过12315等渠道积极投诉举报,也可以通过12321网络不良与垃圾信息举报中心进行举报。”林斐然说。

6月9日,工业和信息化部官网发布消息称,信息通信管理局组织召开专题会议,指导督促相关互联网平台和智能终端企业,强化APP信息窗口呈现方式的规范管理,严禁违规呈现信息窗口,后续将持续开展常态化检测监测,对发现的违规行为,依法予以约谈、通报、下架APP等处置。