

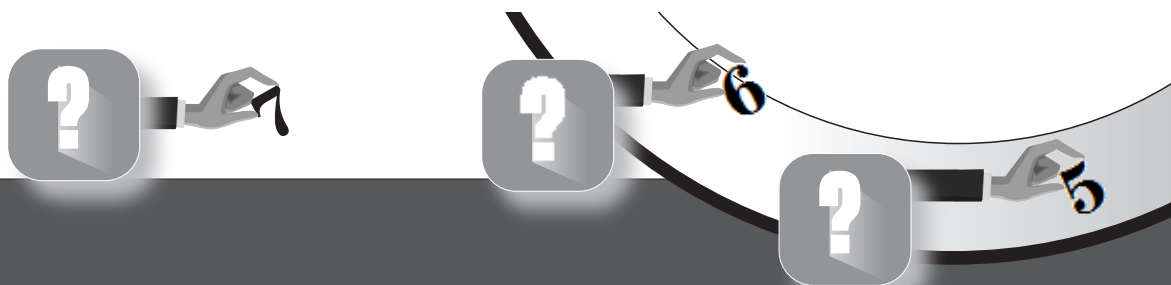


大肆收割用户时间 不良 App 成“时间围猎场”

专家建议建立不良 App 的负面清单,加强监管

政务服务 App 让居民办事少跑腿,线上办公 App 在防疫期间大展身手,购物外卖 App 更成为网民“必需品”……随着互联网科技发展,各类规范的 App 正让百姓工作生活日益便利。

然而,记者调研发现,随着用户时间成为流量时代最有价值的要素之一,一些不良 App 正通过化妆术、利诱术、隐身术等多种套路在各环节设卡,打造“时间围猎场”,大肆“收割”用户时间,从而实现牟利目的。为此,专家建议建立不良 App 的负面清单,通过加强监管等有效方式,构建天朗气清的网络环境。



“时间围猎场”： App 如“贪吃蛇”

“过去7天,您手机使用时长为39小时58分钟,累计解锁手机474次,平均每20分钟解锁一次。”25岁的杨森在广东一家金融公司工作,是个典型的“Z世代”青年,近日他打开手机的“屏幕使用时间管理”功能时,被吓了一跳,直言没想到每天近四分之一的时光花在屏幕上。

像杨森一样线上生活占比较高的网民并非个例。中国互联网络信息中心(CNNIC)发布第46次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至2020年6月,我国网民的人均每周上网时长为28个小时。其中,通信、网络视频、网络音频类 App 是手机网民最常用的软件,使用时长占比都超过10%。

“如今 App 之间不仅能相互唤醒,甚至能精准地跨设备推送广告。”在江西南昌从事电商行业工作的王群常年使用两部手机。近日他惊讶地发现,在一部手机购物软件上搜索了一款冷门商品后,另一部手机的短视频软件竟然很快就推送了同款商品的广告。

王群吐槽说,这让他感觉点开手机就像进入了 App “围猎场”,每个 App 都想尽可能占用浏览者的时间。

极光(Aurora Mobile)发布的《2020年Q3移动互联网行业数据研究报告》显示,2020年第三季度移动网民人均 App 安装总量达到56款,头部 App 用户流量价值达数百亿。

专家学者认为,相较于近乎无限的互联网信息,当下,有的不良 App 把网民有限的注意力视为可变现的“商品”。移动互联网在便利人们生活的同时,也让许多人被迫陷入流量和信息的“围猎场”。

收割有“术”： 关注度成“唐僧肉”

化妆术、利诱术、隐身术……记者近日采访调查了解到,有的不良 App 为“收割”流量歪招频出,在用户进入、使用、退出软件程序等各环节透支用户时间。

第一招,乔装打扮诱点击,暧昧消息、工作消息都是虚假信息。“哥,好久没联系了,我想……”“您有一条未读的工作消息”当点击这类突然从状态栏冒出来的消息后,却跳转打开了其他与信息无关的 App,用户才会意识到原来是条“化了妆”的广告。有的 App 通过设置虚假的消息通知,甚至更新提醒、系统通知等,以诱骗用户点击进入。

“这类情况防不胜防,且花样繁多,令人恼火。”杨森拿出手机示范,只见他打开一个软件,页面跳出“加载失败,请点击刷新”,点击“刷新”按钮后,却跳转到了某款购物软件的活动界面,原来这是条伪装成系统消息的开屏广告。

第二招,心机利诱拖时长,赚钱之路、提现之路布满层层套路。“走路就能赚钱”“刷视频得现金”……近日,软件市场涌现出一批所谓的“赚钱软件”,记者实际体验后发现,这类 App 暗藏门道,在提现次数、提现金额、提现上限等多方面设置门槛。有的用户耗费大量时间和精力也只是“竹篮打水一场空”。

网友“黎憬”曾尝试通过某短视频 App 赚钱,“养成了每天刷视频的习惯,一刷就是连续几小时”,最终“一个半月金币兑换的钱不过20元”。他表示,这段时间他不仅损耗了光阴,而且“手机电池被消耗得快报废了”,这令他懊恼不已。

第三招,匿影藏形阻退出,退出符号、关闭符号多是误导符号。有的 App 为强行延长用户使用时长,广告的关闭按钮或真伪莫辨、或体积很小、或颜色较淡,总之就是“躲躲藏藏”,关广告如闯“雷区”。有用户吐槽说,App 原本是便利工作生活的网络工具,如今却成了考验观察力、判断力的考题,一不小心就会被耽误时间。

网友“Braun 先森”在社交平台分享了一张图片,只见 App 弹出的广告界面上有“跳过”“关闭”等多个按钮,大小各异分布在屏幕不同位置,难以区分究竟哪一个才是真的。他说,一个广告看似四个按键可以“跳过”,但他一个没敢点。不少网民表示,此类 App 使用时得“瞻前顾后”,时刻提防掉入“陷阱”。

让“套路”没出路： 给不良 App 戴上“紧箍圈”

时间就是金钱,少数不良 App 构成的“时间围猎场”却想通过强迫或引诱将用户时间“分而食之”。商家变现流量获利的同时,严重透支了消费者有限的时间精力。专家学者呼吁,建立负面清单管理模式,加大对 App 的监管力度,让那些不良 App 被“拉黑”成为可能。

“App 恶意‘围猎’用户时间很容易失去市场口碑。”南昌航空大学软件学院数据科学与技术系主任杨玉丰表示,被“套路”多了以后,用户也会免疫,不仅起不到推广效果,甚至引发用户反感,导致对此类商业模式和平台的不信任。杨玉丰认为,App 应该聚焦优质内容和功能,而不是想方设法延长用户的无效使用时长。

值得一提的是,为了跟上互联网快速发展的节奏,及时给不良 App 套上“紧箍圈”,相关法律法规也在不断完善。

针对“一个广告数个关闭按键”的情况,《江苏省广告条例》明确,利用互联网发布、发送广告不得影响用户正常使用网络,也不得以欺骗方式诱使用户点击广告内容。“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”。条例还规定,“骗点击”的广告应由市场监督管理部门责令改正,处以1万元以上3万元以下的罚款。

随着网络环境日益成为公共环境的重要组成部分,提高互联网平台的社会责任感迫在眉睫。杨玉丰等专家建议,在鼓励互联网创新的同时,也要对 App 背后的网络公司加强管理,对不规范的 App 加以约束引导,防止 App 为争夺流量“野蛮生长”,避免给构建健康网络秩序埋下隐患。

(来源:《新华每日电讯》记者 胡锦武 熊家林)(应采访对象要求,杨森、王群为化名)