

2万元即可弹100万次

# “霸屏”弹窗广告谁来管?

“双十一”临近,很多消费者打开电脑发现,各类花花绿绿的弹窗广告扑面而来,让人眼花缭乱,想关掉却无处下手……

记者调查发现,“霸屏”的网络弹窗广告不仅影响用户工作效率,还可能存在侵犯用户隐私、暗含违法信息等问题,亟待加强监管。

## 弹窗广告多如牛毛,有的根本无法关闭

弹窗频率高、关闭键过小甚至形同虚设,这是消费者反映最多的问题。很多网民反映,大多数应用软件均有弹窗广告;有些软件还将弹窗广告做成了开机启动项,只要电脑一开机就会跳出来“骚扰”用户。更令人恼火的是,这些弹窗广告或者根本无法关闭,或者关闭键特别小,几乎难以识别。

某广告公司工作人员向记者透露,一些弹窗广告的关闭按键其实只是摆设,用户点击后非但不能关闭广告,反而会进入广告页面。即便用户安装了过滤屏蔽软件,公司技术人员也有办法应对,强制给用户推送。

记者通过某浏览器登录一家电商平台,随机浏览了一款家教学习机。之后的7天内,每天早上、中午、下午,电脑桌面正中心位置弹出的该浏览器新闻页面,都包含了该商品。此外,每次打开该浏览器,页面左下方与右下方就弹出该商品链接,点击关闭后,过一个小时会再次弹出。

值得警惕的是,一些弹窗广告还暗含色情、诈骗等内容。记者发现,许多弹窗广告以炒股、生发、药品、女性直播、蜂蜜

等为主要内容,宣传字眼十分夸张。

今年3月,南京网警通过官方微信公众号提醒,网页随处可见的“日赚100至300元”“扫码就有礼”“您已获得某某大礼包”等弹窗可能隐藏巨大陷阱。

## 投入2万元即可弹窗100万次

记者在百度以“弹窗广告推广”为搜索词,发现多条弹窗广告制作及推广的链接。记者以推广中药产品为由,咨询了一家广告代理公司,工作人员称,可以提供两种弹窗广告的发布途径:一种是与运营商合作,只要电脑是联网状态,打开就能接收到弹窗广告;另一种是与软件、浏览器合作,在使用某些软件和浏览器时,屏幕就会弹出广告。

“运营商、软件、浏览器平台都有用户大数据,你只要提出广告时间段、推广地区、目标受众、产品定位,我们就可以提供服务。”客服人员表示,若是运营商弹窗广告,价位是2万元发送100万次弹窗,量越大成本越低。

随后,记者又以同样理由,线上咨询了另外一家广告代理公司。工作人员介绍说,他们公

司的弹窗广告业务是与某浏览器平台合作,按受众点击量收费,每次点击的收费标准为0.1元至0.3元。“我们可以针对目标人群精准推广,年龄范围、时间范围、地理范围都可以由您自己设定。”

一位网络浏览器研发人员透露,国内大部分软件实行免费使用,开发者为了获利,通过强行植入广告等方式“迫使”用户阅读广告。

某知名搜索服务提供商提供的数据显示,今年“双十一”前夕,电商行业广告主的广告投放量比平时增加了两到三倍。

针对商品被浏览后相关链接不断弹出的问题,记者电话咨询了某电商平台,相关部门工作人员表示,他们与各浏览器开发公司都有合作,由对方平台来做广告推广。“每日广告点击量达到一定数额,我们便

会支付相应广告费;至于如何推广,不是由我们公司负责。”

## 弹窗广告谁来管?怎么管?

我国广告法第44条明确规定,“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。”近年来,相关部门多次针对互联网广告开展整治行动,并取得一定效果。但是,弹窗广告过多过滥的问题,像牛皮癣一样难以根治。

业内专家建议,应多措并举,细化相关管理办法,完善公民个人信息保护制度,多部门联合打击违法行为,规范网络弹窗广告发展。

今年5月,我国《数据安全管理办法(征求意见稿)》明确提出,网络运营者不得以改善

服务质量、提升用户体验、定向推送信息、研发新产品等为由,以默认授权、功能捆绑等形式强迫、误导个人信息主体同意其收集个人信息。

中国信息安全研究院副院长左晓栋建议,可参照国家治理垃圾短信的措施来加强对弹窗广告的监管,任何组织和个人未经接收者同意或者请求,不得向其发送弹窗广告;接收者同意后又明确表示拒绝接收弹窗广告的,应当停止向其发送。

北京市京师(太原)律师事务所律师胡荣认为,针对网络弹窗广告,相关部门应加大管控力度,例如多部门联合执法,每年不定期对网络弹窗广告进行突击检查,对涉及色情、暴力、侵害他人隐私权等违法违规行为坚决惩处,对构成犯罪的移交司法部门追究刑事责任。(据新华网)

