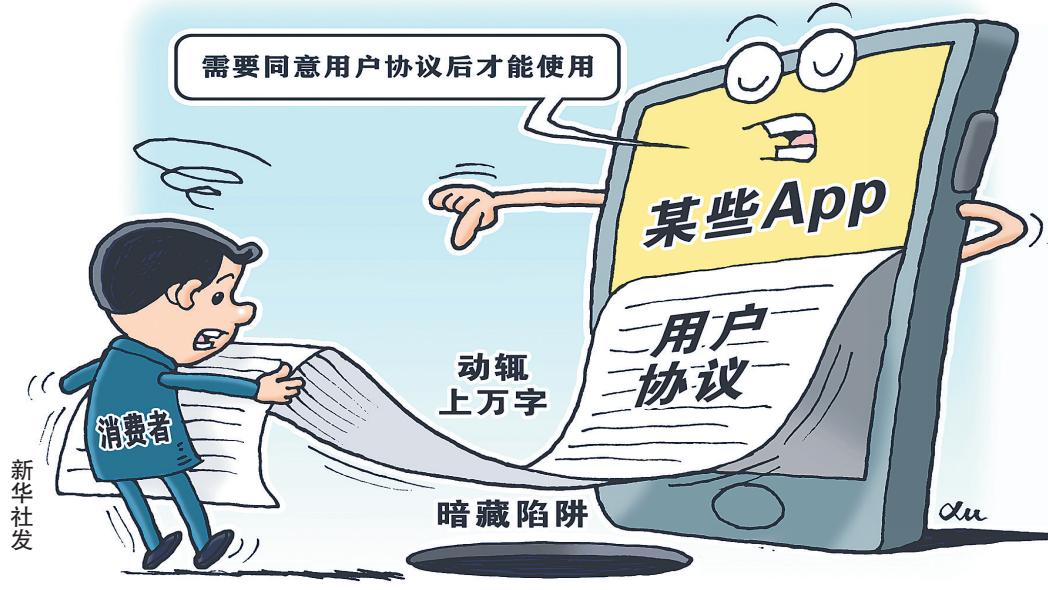


动辄上万字,近80%的用户很少或从未阅读 你没读过的App用户协议有哪些“坑”?



A 动辄上万字 多少人会读App用户协议?

日前,记者在手机应用市场里下载5款下载量过亿次的社交、游戏、短视频、购物等App发现,各App会根据自身特点规定用户协议和隐私政策的内容。不过,一些基本内容是相同的。

在用户协议方面,App一般会介绍产品基本情况和使用规范,比如账户如何注册、注销,密码丢失如何处理;强调用户行为规范,比如要求用户不得编造、散布谣言、虚假信息;强调本公司的权利,比如相关内容的知识产权归公司所有;此外,还会声明免责条款、留有联系方式等。

针对近年来备受瞩目的个人信息安全,用户协议一般会单独列出“个人信息保护”一章,有的还专门列出“未成年人保护”相关条款。同时,隐私政策也从个人信息的收集、管理、储存、保护等方面进行详细规定。

这5款App用户协议和隐私政策总字数超过13万字,平均每款App需要用户“阅读并同意”的内容约2.7万字,比一篇本科论文长,逼近硕士论文的篇幅。一些小众App的协议相对简单,用户协议长度在数千字。

如此庞大的阅读量,有多少用户会去看呢?武汉大学网络治理研究院副院长袁康所在的联合调研组去年对1036人进行调查访谈的结果显示,77.8%的用户在安装App时“很少或从未”阅读过隐私协议,69.69%的用户会忽略App隐私协议的更新提示。

“用户协议和隐私政策写满了大量冗杂信息,专业人士都直呼头疼,更别提普通消费者了。”袁康认为,“少有人读”反映出相关协议仍“形同虚设”,达不到保障用户知情权的初衷。

B 用户协议里 藏着哪些“坑”?

近年来,App用户协议和隐私政策在治理中逐步完善。不过,部分App仍然在“挖坑”,消费者一不小心就容易掉进陷阱。

第一“坑”:不同意则不能用。个人信息保护法规定,个人信息处理者不得以个人不同意处理其个人信息或者撤回同意为由,拒绝提供产品或者服务;处理个人信息属于提供产品或者服务所必需的除外。

部分App展示商品、视频时完全没必要过度索取个人信息,那些不同意便不能用的行为是不合适的。”中国信息安全研究院副院长左晓栋还提醒说,“是否必需不该由App单方面规定,要防止打擦边球。”

第二“坑”:暗度陈仓。今年3月,“oTMS 到哪了”App在首次运行时未通过弹窗等明显方式提示用户阅读隐私政策等收集使用规则,或以默认选择同意隐私政策等非明示方式征求用户同意,涉嫌隐私不合规,被国家计算机病毒应急处理中心通报。

第三“坑”:先斩后奏。今年以来,“云联健康”“寻迹旅行”等多个App在征得用户同意前开始收集个人信息,而被一一通报。“虽然相关部门对类似行为不断加强监管,但App违法收集个人信息的行为仍然具有一定隐蔽性。”袁康说。

第四“坑”:一次同意,多次同意。部分App会根据需要修订隐私协议,但用户无法及时得知内容是否有所更新。比如,一款美妆App在用户协议中表示,公司有权根据需要不定期地制订、修改本协议及/或各类规则,并在App平台公示,不再另行单独通知用户。消费者使用平台服务,即表明接受修订后的协议和规则。

第五“坑”:个人信息转送第三方。一款购物App的用户协议称,对于消费者的视频、照片、文字等,“(平台)均享有永久的、无期限及地域限制的、完全免费的使用权”,并且“有权将其许可给任何第三方使用”“实际行使时无须另行征得您的同意”。袁康认为,App在初始协议里就征得了将用户数据与第三方分享的授权,相当于让用户放弃了对未来的个人信息流通转让的审查权利。

用户协议与隐私政策提示
您需要同意用户协议与隐私政策后才能使用
如您不同意,很遗憾我们无法为您提供服务
您可阅读《用户协议》和《隐私协议》了解详细信息。如您同意,请点击“同意”开始接受我们的服务
不同意并退出 同意并继续
一个App的用户协议和隐私政策
新华社发

H 生活观察

移动互联网时代,App成了人们的必备工具。首次下载使用时,点击“我已阅读并同意用户协议和隐私政策”是常规操作。这些协议动辄上万甚至数万字,长度堪比一篇论文,相关调查显示,近80%的用户很少或从未阅读。复杂的协议文字中藏有哪些“坑”?“3·15”国际消费者权益日来临之际,记者对此展开了调查。

C 用户协议 可否清单制?

左晓栋等多位专家认为,一些App用户协议和隐私政策有通过晦涩难懂的文字浑水摸鱼的嫌疑,呼吁通过清单制简洁明了地列出消费者需要了解的内容,降低阅读门槛。

今后要进一步规范App用户协议、隐私政策。天津财经大学商学院互联网信息与用户行为研究中心主任陈旭辉、袁康等呼吁,用户协议普遍内容繁杂,有必要从用户便捷阅读需要出发,将与用户关联的重要部分在协议前面突出显示,类似上市公司年报和学术论文摘要,方便用户了解隐私协议核心内容。

“相关协议还要进一步明确‘必需信息’‘第三方’等核心要素的范围,不能含糊地概括为‘可能向第三方披露’。在分享用户信息的时候,也要将敏感的个人信息匿名化处理。”袁康说。

压实手机应用市场的责任。陈旭辉认为,监管部门可抓住手机应用市场这个“关键少数”,明确其上架违规App的相应法律责任,推动其从上架App的源头上做好把控工作。

此外,要提升消费者个人信息保护的意识,加强执法力度。左晓栋认为,青少年、大学生等群体熟悉App,有较强的个人信息保护意识,可以成为推动完善用户协议和隐私政策的主力军,律师等职业力量要积极加入,形成违规必举报、举报必查处的良性循环,逐步促进协议内容落到实处。

(新华社天津3月14日电 记者王井怀 刘惟真)

他们盯上老人了! ——部分手机App“收割”老年群体调查

H 新华视点

“这款交友App,把我们家闹得鸡飞狗跳。”武汉市民刘女士说,家里老人看了网络广告下载了一款中老年社交App,结果被引诱充值五六千元。

“新华视点”记者调查发现,如今老年人普遍用上了智能手机,但不少老年人欠缺网络安全知识,成为一些手机App流量“收割”的对象,乃至陷入各种网络套路中。

不少老年人在网上被骗

“我父亲不知道点了什么广告,无意间办理了一份保险,接下来每个月自动扣费并且没有通知。”谈起这件事,来自天津的程先生十分气愤——短短7个月,他父亲就被某网络保险平台莫名其妙地扣款1800多元。

程先生询问其父亲从何处投保时,年近七旬的老人完全不知道怎么回事。他通过网络搜索才发现,这个网络保险平台在出行App、购物弹窗等投放了很多广告,用“领红包”“首月1元”等噱头吸引众多用户点击。

记者发现,在“黑猫投诉”平台,该网络保险平台迄今已有9000多条投诉,“老人

记者调查发现,一些互联网“老玩家”精心研究老年人的喜好和焦虑,熟练运用互联网套路,在老年网民面前挖下一一道道“流量深坑”。

专打老年人缺少陪伴的痛点,“陪聊”诱导付费充值。眼下,不少社交软件将目标人群转移到老年群体,老年人线上交友社区、婚恋相亲App层出不穷。这类App真的能帮助老年人找到幸福吗?

记者随机下载一款名叫“中老年生活”的App,注册后正要跟网友聊天,就弹出充值页面。原来,只有花费168元至368元不等的费用开通超级VIP,才能享受“无限畅聊”功能。记者随后下载了5款中老年相亲交友App,有的App里网友主动搭讪,索要虚拟“鲜花”等礼物;有的App甚至每发一条消息,都要收取“金币”。

在不明白的情况下被误导投保”等成为常见的投诉标题。

不少消费者感叹,现在网上各种小广告满天飞,老人一不小心就落入陷阱,让人防不胜防。

“老人已经70多岁了,平时省吃俭用,一下被骗了2800多元,每天茶饭不思。”来自山西的李先生吐槽,自己的父亲在网上学习理财课,说是免费学习,几节课下来就在所谓“教授”的怂恿下买了价值2888元的“精品课”,结果发现课程内容都是“教授”从网上抄来的。

中国互联网络信息中心今年2月发布的第49次《中国互联网络发展状况统计报

告》显示,截至2021年12月,中国60岁及以上老年网民规模达1.19亿。

随着老年网民快速增长,针对老年人的网络套路也逐渐增多。2021年9月,中国社科院社会发展战略研究院发布的研究报告显示,17.25%的被访老年人有在网络中受骗的经历;其中,超四成老年人曾因保健品被骗,近四成老年人因免费领红包被骗。

天津市社会学会会长张宝义认为,老年人是互联网领域的“年轻人”,也是互联网领域的“弱势群体”。老年人有其生理和心理上的特点,面对复杂的网络套路,往往难辨真伪,一旦放下戒备心理就容易上当受骗。

“围猎”老年人手段多多

一位年近六十的单身男性表示,本想在网上寻找另一半,但花费数万元后“竹篮打水一场空”。“语音聊天按分钟计费,不送礼物人家也不搭理。”

——紧盯老年人“网络小白”的盲点,弹窗信息成套路入口。记者了解到,一些老人常常点击带有“内存不足”“病毒威胁”等信息的弹窗,然后手机就被稀里糊涂地安装了好几个手机管家、清理大师等各类App。

天津财经大学商学院互联网信息与用户行为研究中心主任陈旭辉说,大部分老年用户的手机性能一般,有的是子女用过的旧手机,老人容易被这类弹窗欺骗。一些软件在安装后会偷偷收集用户信息,进行数据画像,给他们标注“容易被误导和诱导”的群体标签;随后,各种劣质内容、欺骗套路的广告,就会定向往这类老人的手机上推送。

——瞄准老年人辨识能力差的弱点,吸引流量、快速变现。《有毒!这种食物千万不能乱吃》《丈夫出轨,离家多年未归》……这类文章充斥着一些老年人的微信朋友圈。在短视频平台,中老年用户成为一些婆媳关系、养生保健内容的“自来水”。直播领域,一些老人深陷“情感直播”不能自拔。

陈旭辉表示,这些内容一边对老年人展开“洗脑”,一边通过打赏、带货、知识付费等方式变现。此前,在某个“患病”家庭调解直播的结尾,主播话题一转卖起保健品,不少老年人被“剧情”感染,按捺不住消费的冲动。有养生类自媒体从业者坦言:“内容是抄来的,好赖要靠网友自己分辨。我要的只是粉丝和点击量,赚的是广告费和流量分成。”



扬州市文汇街道春江社区老年人学习使用智能手机。新华社发(孟德龙 摄)

为老年人营造一个清朗的网络空间

为帮助老年人跨越“数字鸿沟”拥抱互联网,去年1月起,工信部在全国范围内组织开展了为期一年的互联网应用适老化及无障碍改造专项行动。一批大字体、大图标、界面简单、操作方便的App问世,大大满足了老年人的需要。

“有关部门和社会各界帮助老年人跨越‘数字鸿沟’的努力和成绩有目共睹,但一些互联网从业者试图把老年人引入另一个‘流量深坑’,这是社会所不能容忍的。”陈旭辉认为,“有必要整合社会力量,引入第三方专业测评机构对各类软件展开常态化抽检、巡检,定期公布测评结果,对违法者予以曝光,倒逼企业遵纪守法。”

张宝义认为,平台、应用商店应该负起主体责任,

重视用户反馈,及时下架有问题的App。有关部门也应坚持对违法广告、弹窗零容忍,建立一套快速响应机制,对发现的违法问题快速处置。

针对一些老年人网络安全知识不足的问题,北京奥肯律师事务所执行主任李传文建议,可利用老年受众较多的电视节目、电台广播等,普及网络安全知识和典型案例,提醒老年人不占小便宜,增强防范意识,一旦被骗及时投诉或报警。

张宝义说,年轻人也应给予家中老人更多陪伴,一方面通过陪伴给予老人关心和理解,起到预防作用;另一方面在陪伴中向老人传授更多手机使用技巧和防骗技能,提供更多安全守护。

(新华社天津3月14日电 记者黄江林 邓浩然)