

网上中国

云中漫笔

收集用户信息 强制用户浏览 不让用户关闭

岂容弹窗广告再“霸屏”！

本报记者 卢泽华

“世上最了解你的，也许不是家人，而是弹窗广告。”社交网络上，一位网友这样说道。

如今，当你打开一些网站，扑面而来的弹窗广告似乎总能击中你的内心：刚在百度上搜索了一件衬衫，就能弹出服装店铺的链接；只是随便在电商平台上收藏了几个商品，就能不停收到它们“降价促销”的信息。这让网友不胜其扰的同时，更担心自己的信息安全问题。

弹窗广告是“精准营销”还是“精准骚扰”？网络世界，我们还要“裸奔”多久？

如果你也遇到过类似情况，那很可能是因为走进了“WiFi探针”设备的覆盖范围。近年来，“WiFi探针”作为一种技术手段在网络营销界悄然兴起。它通过获取用户手机地址收集用户信息，然后冒充用户连接的WiFi，在手机界面投放无法消除的广告，并且强制性弹窗呈现。

除了这些，“弹窗广告”往往还内容粗俗、画面不堪，给广大网友带来困扰，也严重污染了网络风气。

形式强行推送，已经违反了法律。

然而，“明知不可为而为之”似乎已经成为行业普遍现象。今年初，工信部发布通告称，在对47家手机应用商店的应用软件进行技术检测时，发现违规软件43款，涉及违规收集使用用户个人信息、恶意消耗用户相关账户积分、强行捆绑推广其他应用软件等问题，目前均已责令下架。

治理盲区需出重拳

“监视”用户一举一动

在百度搜索“弹窗广告推广”，映入眼帘的是数条声称可以提供推广营销服务的链接。

记者打开其中一条，发现该平台拥有业务优势、广告类型、成功案例等多个版块。在业务介绍中，该平台声称可以借助搜索和资讯流推荐，收集用户意图和行为数据，形成超过200万种特征的精准“用户画像”，识别每一位用户真实需求及兴趣爱好。在实时捕捉用户行为的基础上，实现覆盖60万家网站、手机应用联盟资源，横跨个人电脑、移动、交通、电视多屏的精准一站式广告投放。

“这些营销公司手里搜集掌握了大量用户信息，用户在各网络平台上的一举一动都在他们的‘监视’之下。”在某互联网公司工作的木杨对记者表示，简单的一张“用户画像”，背后是一条网上黑色产业链。弹窗广告成本低、投放量大、治理难，借助所谓的“大数据”技术，部分广告还实现了“精准推送”。作为一种时兴的网络营销手段，弹窗广告成为许多互联网公司的重要盈利来源。

《中华人民共和国网络安全法》明确规定，网络运营者不得收集与其提供的服务无关的个人信息。未经被收集者同意，不得向他人提供个人信息。

显然，将自己收集的用户信息为其他企业提供广告服务，并以“弹窗广告”的

信息服务要让百姓用得用上用得起

栗雨石

伴随智能时代的到来，各类信息化、数字化的新成果、新技术层出不穷。有网友称赞，过年回家时乘坐高铁还需取车票，转眼“五一”回家就已经可以刷身份证进站上车了。如今的世界因信息化而更加多彩，当下的生活也因信息化而更加精彩。

近年来，中国高度重视数字中国建设，先后出台了《国家信息化发展战略纲要》和《“十三五”国家信息化规划》。相关数据显示，截至2018年底，中国数字经济规模达到了31万亿元。同时，电子政务建设取得重大突破。“互联网+政务服务”持续助推“放管服”改革，涌现出一大批“最多跑一次”“不见面审批”等改革典型，惠民便民的信息服务日益丰富。

信息化的迅猛发展日益影响着人们的衣食住行。比如过去每逢周末，很多上班族都发愁如何打发闲暇时光，如今只需拿出手机轻轻一点，好吃的、好玩的、好看的信息顿时令人目不暇接。若是不想出门，手机点个餐、再用网络电视点播一部电影也是不错的选择。

此外，信息化的迅猛发展也在逐步满足人们更高层次的需要。比如，高清视频和可靠的传输系统可以支撑远程医疗，有效减轻医院的负担；搜索引擎中包罗万象的信息，让人们足不出户就可“知天下事”……信息化正在为人们带来看得见、摸得着、感受得到的智慧生活。

然而，值得注意的是，尽管中国互联网普及率逐年提高，城乡之间、东西部地区之间的信息化水平仍不平衡。对一些落后地区以及受教育程度低的人群而言，信息化程度仍显不足。比如，尽管官方多次科普，仍有一些小区居民质疑通讯信号基站有辐射，要求物业予以拆除。同时，信息安全问题日益突出。人们在享受着信息化带来的诸多便利时，互联网诈骗、侵犯个人隐私等又让人深恶痛绝。

无论信息化的发展水平多么先进，其本质都是应为广大老百姓谋福利。因此，必须把增进人民福祉作为信息化发展的出发点和落脚点，让老百姓都能用得起信息服务。同时，信息化的健康发展离不开法律法规保障，应全面审视、深入分析信息化发展中的法治问题，不断健全与数字化生活相关的法律法规。



一些App利用用户上网浏览记录、定位、基本身份信息要素，实行广告精准推送。曹一作 新华社发

强行“加戏”防不胜防

近日，一篇揭露360、金山毒霸浏览器主页劫持的媒体报道引发了网民热议。据悉，这些网站经常在用户不知情时，将电脑主页强行篡改到其他网址，这些网站弹窗混杂、难以关闭、部分广告内容十分低俗。

不少网友吐槽“杀毒软件成了病毒软件。”对此，金山毒霸首席执行官姚辉回应称，这与部分外包的广告商没有守住商业底线、违规推广有关。

“弹窗广告本质是一种行业内通行的市场营销行为，根据相关法律规定，弹窗广告应当显著标明关闭标志，确保一键关闭，这是最核心的一点。如果无法一键关闭，包括关闭一个弹窗广告后隔一段时间又弹出同样内容的广告，都属于违法行为。”北京志霖律师事务所律师赵占领表示。

实际上，通过主页劫持强行弹窗广告“加戏”，只是网络广告乱象的冰山一角。很多弹窗广告花样百出，常常让人防不胜防。

比如，很多用户反映，自己的手机总是在商场等公共场合连接到毫无用处的WiFi，并莫名其妙收到广告弹窗。

一些新型综艺节目注重传递新时代年轻人的乐观、积极、上进精神

哪类青少年偶像更有价值含金量？

常江

随着团训类节目在网络综艺中大放异彩，“偶像”这个概念的内涵在大众认知中发生了显著变化。这种变化因《创造101》等现象级节目的火热而日趋成熟，如今已经进入稳健的文化积累期，不断释放正向的社会效应。

新偶像的专业水准“在线”

从形式上看，以《创造101》为代表的网络综艺节目有两个主要特征：第一，通过强调各种竞争元素中的共情力，打造了一个令偶像和粉丝实现共同成长的话语空间，真正在精神层面实现了偶像的真实感和立体感；第二，借助对节目模式的精细设定，确保只有能力和品行均出众的学员才能出道，这就显著提升了青少年明星群体的价值含金量。

新型的青少年偶像往往更有意愿和能力为青少年观众呈现一种符合主流价值期许的精神面貌。以火箭少女101为例，自2018年6月成团以来，这11位女孩产出了大量洋溢着青春与朝气的音乐作品，其中《风》、《撞》、《生而为赢》等俨然已是类型上十分成熟的青年文化精品，这些作品坚定不移地传达新时代最优秀年轻人应有的乐观、积极、上进精神。在主线演艺事业之外，火箭少女101还十分注重对自身公

众形象和品行修养的建设，在展现新时代女性的能力、能量和斗志的同时，积极参与社会公益项目，其今年发布的“春蕾计划”关注失学女童，受到广泛赞誉，整个活动过程真诚朴素，令人动容。而在价值坚持和艺德修为之外，这些新偶像的专业水准“高度在线”，并随着演艺经验的丰富而不断提高。

影响力意味着责任感

综合来看，以火箭少女101为代表的新偶像强调“作为立体的人的明星”，而不是“作为消费符号的明星”。优质的偶像不会通过商业包装和神秘感去不断刺激购买和消费，而应当在价值层面为青少年树立专业精神和个人修行的榜样。

网络综艺节目在当下青少年群体里拥有巨大的影响力，这种影响力对于从业者来说更意味着一种责任感而非优越感。追星并非坏事，关键在于追什么星、以什么方式追星。新



火箭少女101成团一周年见面会现场。来源：火箭少女101官方微博

型偶像不但具有外形和专业方面的辨识度，更要为青少年提供行为上的直接指引。这也意味着全社会都应当努力推崇那些在价值观层面对青少年观众做出正面、积极引导，同时又像朋友一样和粉丝共同成长的优质偶像。如何提升青少年偶像的价值含金量，是当下时代不能回避的议题，对这个问题的观察和思考应当持续深入地进行。

互联网大咖秀

朴正浩：

SK电信的领军者

海外网 吴正丹



5G商用服务方面，韩国近来发展势头很猛。

2018年12月1日，韩国三大移动运营商同时向首尔、济州岛等地区发送5G电波；截至今年5月底，韩国5G入网用户已达77.86万户，突破百万大关指日可待。在2018年12月1日韩国拉开“5G时代”序幕的盛会现场，首个接通5G视频通话的正是SK电信社长朴正浩。他使用三星出品的新款智能手机，通过5G网络与职员进行视频通话。朴正浩感慨：“5G的未来有无限发展空间，有一日必将超越我们的想象。”

朴正浩于2016年接任SK电信社长一职。他出生于1963年，在韩国三大名校之一的高丽大学就读，随后又远赴美国，在乔治·华盛顿大学拿到了工商管理硕士学位。1989年，朴正浩加入SK集团，逐步接触到企业的全球业务。在SK控股的C&C集团担任首席执行官期间，朴正浩主导了对海力士半导体的收购，被业界称为SK布局关键业态的神来之笔。

在任命朴正浩为SK电信社长时，公司曾宣称：“新掌门的核心工作在于引导公司走大规模创新之路。日后企业将在电信、物联网、媒体、

平台建设以及半导体等业务之间建立融合发展的新格局。”对第四次工业革命前景敏锐的洞察力以及在业务重组、全球并购方面大胆的行动力，都是SK集团看中朴正浩的关键所在。而朴正浩希望为SK电信寻找新的业绩增长引擎，以此实现公司的快速转型，同时也为韩国信息与通讯技术行业建立起一个全新的生态系统。

在5G移动网络、物联网以及人工智能等领域，SK电信都有剑指业界领袖的雄心。而朴正浩面临的挑战也不少。以5G商业化为例，运行初期，不少韩国民众抱怨网速不稳定、在人员密集场所或移动交通环境下无法连接。为了满足用户需求，朴正浩紧急召开高层会议，并公开承诺到今年年底，在韩国现有3.5万个基地台基础上扩建至7万个。

同时，朴正浩也在积极接触全球各地电信领域的龙头企业，包括德国电信、新加坡电信等，以求在5G网络的架设、运营等方面相互借鉴。朴正浩说：“在移动通讯技术上，中国已经超越了韩国。若韩国继续满足于半导体出口获得的盈利，那么在追赶中国企业的竞赛上怕是会彻底落后了。”