

你聊啥就推啥 手机App真能“偷听”?

刚和同事聊到新出的包包,购物App立马精准推送;朋友聚餐才提到出行计划,手机瞬间被旅游攻略、机票信息“攻占”……这类现象对于智能手机用户来说并不陌生,而且似乎有愈演愈烈的趋势。

手机App真的能“监听”我们吗?如果是,该找谁维权?如果不是,普通用户如何保护自己的隐私安全?

成本奇高、效率低下 正规App一般不会录音偷听

相关调查显示,超过80%的智能手机用户担心自己的隐私被手机应用偷听或窥探,近三分之一的人表示反感App的精准推送广告行为,但苦于缺乏有效的防范手段和维权途径,只能在担忧中使用手机。

“正是因为安装了很多应用App,让智能手机存有偷听我们日常对话的可能。”绿盟数据安全咨询专家曾令平说,合法合规的App获取语音权限是为了正常使用,并不会偷听我们。但一些恶意App可就大不一样了,它们会偷偷开启麦克风权限,在后台悄悄“监听”我们的一举一动。

此外,黑客也可能瞅准手机系统漏洞,远程植入窃听程序,收集我们的语音信息。手机一旦被偷听,手机耗电量会异常增加,可能会出现掉电过快、发热发烫、CPU和内存占用高等现象。

对于所谓手机App偷听,中国电子技术标准化研究院网安中心测评实验室副主任何延哲也遭遇过。他说,有一天他运动结束后膝盖疼,跟家里人聊天谈了膝盖问题,一会儿打开某短视频App时,弹出一位主播医生说膝盖疼该怎么办。

何延哲说,他仔细分析了这个短视频App,看到这位医生是科普主播,并没有打广告,这也不排除碰巧刷到的可能,或者此前因为查看运动类视频,被推荐算法认为可能会关注运动损伤防护。

何延哲表示,手机偷偷录音虽说技术上可行,但成本奇高、效率低下,还得冒着触犯法律的风险,并不划算。智能语音行业某头部公司的语音转文本服务,市场售价10元/万秒,成本价2元/万秒。大数据与人工智能专家刘鹏算了一笔账:日活一亿的App日偷听用户1小时,一年下来成本高达263亿元,商业上根本行不通。

随着智能手机操作系统安全性的不断迭代,App通过麦克风偷听用户超过1分钟,都会被操作系统切断,根本无法维持长期偷听状态。此外,现在手机对于使用麦克风、摄像头等敏感权限都有“红点”提示,当麦克风权限被App调用,屏幕上方的角落里就有了提示……因此App监听可能性几乎不存在。

和合作伙伴共享用户信息 几乎所有的App都会

如果手机没有监听,如此精准的推送又如何实现呢?

很多时候我们感到被“偷听”,其实是AI算法推荐机制在起作用。多名互联网信息安全专家表示,消费者在购物网站、搜索和在网络平台购买某种商品后,App或SDK通过移动端应用后台收



集用户的消费习惯信息,如用户常浏览的商品类型、价格区间、购物历史等,并进一步收集用户身份特征。

另外,朋友圈关联的其他应用信息,通过银行账户资金往来短信等途径估算用户的收入水平,从而进行行为建模,给用户贴“标签”,为用户推送感兴趣的商品,甚至玩起大数据“杀熟”的把戏。“这种基于大数据构建的用户画像越丰富细致,广告推送就越能精准,从而让我们产生被手机偷听的错觉。”曾令平说。

何延哲表示,这背后的逻辑比较复杂,究其根本逻辑,主要是两个方面:一是需要收集用户在设备上的行为数据进行画像,其中应用程序列表就是常见现象,使用哪些应用程序代表了用户的生活习惯;二是需要收集用户设备的唯一标识信息,比如安卓ID,首先把用户画像匹配的精准广告推送到对应设备上,并对广告是否使用该设备的用户点击、购买等进行关联和统计。因此,要完成互联网精准的个性化广告投放,这两方面缺一不可,要完成这个过程,往往需要App、SDK(通过第三方服务商实现产品功能的软件工具包)和广告联盟等多方角色参与。

北京师范大学法学院博士生导师、中国互联网协会研究中心副主任吴沈括表示,正常情况下,手机不存在窃听的状态。但不同的App之间有一个数据的交互,也就是SDK广告商联盟,通过App或SDK给用户画像形成标签后,通过数据交换被另一个App所使用。

记者查询10款主流App的个人隐私协议后发现,几乎所有的App都会将自有用户个人信息共享给第三方或合作伙伴。某购物网站隐私权政策中提到,“为便于我们基于平台账户向您提供产品和服务,推荐您可能感兴趣的信息,识别会员账号异常,保护关联公司或其他用户或公众的人身财产安全免遭侵害,您的个人信息可能会与我们的关联公司和/或其指定的服务提供商共享。”

整治App侵犯个人隐私 各监管部门应通力合作

对于因算法推荐而产生的被“偷听”错觉,保护个人隐私是关键。

自2019年1月以来,网信办、工信部等四部门联合开展App违法违规收集使用个人信息专项治理行动,对个人金融数据安全的监管日益趋严。已有一大批违法违规收集用户数据的金融类App被网信办、警方点名,重点针对违规收集个人信息、违规使用个人信息、不合理索取用户权限、为用户注销账号设置障碍四个方面的八类问题进行规范整

改。

去年11月24日,政府多部门联合发布关于开展“清朗·网络平台算法典型问题治理”专项行动的通知,明确将大数据“杀熟”现象列为重点整治对象,要求App不得超范围收集用户个人信息用于内容推送等。

随着《中华人民共和国个人信息保护法》《App违法违规收集使用个人信息行为认定方法》《常见类型移动互联网应用程序必要个人信息范围规定》《互联网信息服务算法推荐管理规定》等法律法规的施行,个人信息保护虽有所改善,但一些侵害用户隐私的现象仍屡见不鲜。

通过调研,游闻键发现许多App技术设置不规范。比如,没有遵循最小权限原则,部分App调用的摄像头、麦克风拍照、录像、语音输入等功能与App服务本身不相关。甚至一些恶意App可能会在用户使用手机时偷偷开启摄像头或麦克风,窃取用户的隐私信息。

目前相关部门对App违法违规收集用户信息主要以随机抽查、算法备案的方式开展,一方面检查覆盖面有限,另一方面,对存在侵害用户权益行为的App,多数仅通报要求限期整改,监管力度不够。

各监管部门应通力合作,加大事前、事中、事后全链条监管,即备案、抽查、委托第三方审计评估,加大对侵犯用户隐私App的曝光、处罚力度。

提高个人隐私保护意识 专家建议谨慎授权App权限

用户的个人隐私保护意识也很重要。在下载应用软件时,应优先选择官方应用商店的合规App。安装过程中,务必仔细查看麦克风、摄像头等敏感权限申请,非必要坚决不授权。同时,别忘了及时更新手机系统和软件,以坚固的“防护铠甲”抵御黑客入侵。

北京市京都律师事务所高级合伙人、中国计算机协会数据安全产业专家委员会专家委员王菲提醒,用户下载App在勾选相关隐私政策协议,需要仔细阅读。比如,App或SDK获取哪些权限,权限中哪些是开启状态,不相关的、涉及隐私的要手动关闭,把所有不影响正常使用的授权全部关闭,避免在不知情的情况下被收集个人信息。

曾令平建议,除了谨慎授权App权限,防止个人信息泄露外,在公开网站上也要“守口如瓶”,不轻易填写个人真实信息。不明网站千万别点,来历不明的App坚决不碰,公共场所的免费Wi-Fi更要慎用。

随着专项行动的稳步推进与落实,以及用户越来越重视隐私保护,我们日常感觉被手机“偷听”的困惑或将逐渐减少。

本报综合消息

“结婚登报” 为何在年轻人中流行?

最近,在报纸上刊登结婚启事在不少年轻人中流行起来,不少网友晒出了自己的启事。

他们说,通过这种方式找到了一种“复古纸质浪漫”

520元即可实现结婚登报

每个人选择结婚登报的原因都不同。有人觉得结婚登报是一种很浪漫的纪念方式。

杨女士和丈夫的结婚启事登上了沈阳一家报纸的版面。杨女士说,她曾在网上看到有人结婚登报,觉得很有意思,于是决定自己结婚时也要用这种方式留下纪念。“我们觉得出版物发行了就不可更改撤销,因此登报结婚是一种很浪漫的纪念方式。”

之后,杨女士打电话联系了报社广告部,得知只要按自己的喜好向报社提供文字、照片就行,费用按照可选版面的大小从520元到9999元不等。杨女士说,结婚启事登报后,她和丈夫“超级满意”,俩人留了好几份做纪念。

登报原因五花八门

有人觉得,结婚登报可以留下爱情信物。

网友金先生就表示,看到报纸,就感觉和伴侣的爱情向全世界宣布了。跟其他方式比,登报的方式与众不同,“铅字印下的不仅是他们结婚的喜讯,更是一份可以长久保存的爱情信物。”

网友小杨则称,她和朋友闲聊得知可以将结婚启事登报,于是想赶一下“时髦”。对于为什么选择登报,小杨说,她上学的时候很喜欢看书,对纸质版的東西有点情结,“我知道每天的报纸会在当地图书馆存档,成为历史的一部分,这个点蛮戳我的。而且我是在领证当天登报结婚的,因此上报纸对我来说,就是‘特邀历史与法律一同见证这一天’。”

还有人是为了收藏,或者跟自己的职业、家人有关。95后的白女士说,她是一名纸张修复师,对纸张有特殊的情感,曾经修复过民国报纸,一直知道结婚可以登报。当时,虽然报社向他们提供了结婚启事的文字模板,但是她和丈夫没有使用,而是由丈夫亲自写了一段文字:“今兹 咸恒庆会 秦晋绍新 然白头之约,何如初见莞尔。红叶之盟,怎比当下寻常。已载鸾谱,祈祝永康 愿眼里有己有对方 此证。”

小文和丈夫在领证当日,将结婚启事登上合肥一家报纸。小文的原因比较特别,她说,她的爷爷从很早就开始就有剪报的习惯,每年都会剪一本册子出来。“我想如果我结婚上了报纸,我家人看到再剪下来收藏,是很美好的一件事,我的家人都会很有参与感。”

其实,除了“结婚启事”,捷报佳讯登报一直是部分报纸的传统业务。有报社工作人员介绍,湖北有一对祖父母已经连续8年登报祝孙生日快乐。

如今,已有多家报社重新推出了专门的登报业务。有商家列出了不同报纸的价目表,刊登结婚启事、生日祝福、金榜题名等喜事广告,按照不同启事内容占据版面大小不同,收费不等。

用复古感表现时尚感

结婚登报原本是几十年前的潮流,却在日新月异的数字时代重燃热度。

中山大学新闻传播学院副教授周如南认为有几个方面的原因。

一是追求创新,很多时尚潮流会以复古风的名义出现,结婚登报其实是一种多元化的婚俗表达与创新形式。“比如70后、80后为了彰显个性,选择旅行、不摆酒等方式突破传统的结婚形式。90后、00后的年轻人喜欢复古的浪漫,用国潮来表现自己的时尚感。”

二是追求仪式感。周如南说,“在电视年代,会专门摄像、制作CD来纪念婚礼;现在随着智能终端设备的普及,很多人会对婚礼进行直播。但是当直播成为主流的时候,就会有人开始追求更加独特的仪式感。”

三是体现“诚意感”。周如南认为,结婚登报是一种“传统的发明”,有其历史渊源可以考究,这一举动给人一种昭告天下的郑重感觉,意味着在向公众传达一种庄重的声明。

此前有媒体认为,当下一些年轻人登报对外宣布自己已婚,意在更加公开和透明地展示自己的婚姻状况,展示他们的爱情和承诺,应该给予点赞和祝福。报纸作为传统传播方式,有着很大公信力,有着不可替代的文化意义和珍藏价值。年轻人结婚登报,除了写明结婚日期等信息,还留下各种美好期许,这是将传统文化深深嵌入自身生活的可贵表现。

本报综合消息