

本用于定位却沦为社交神器 暗 中 诱 导 消 费 侵 犯 孩 子 隐 私

儿童智能手表里或潜藏『大灰狼』

“近年来,儿童智能手表的功能不断延伸,除了定位、接打电话外,还可以微信、视频通话、拍照发好友圈、留言评论等,甚至内置益智游戏,又有支付功能,俨然一部微型智能手机。

多位接受记者采访的家长担心,本来有益于孩子的“定位手表”沦为“社交神器”;同时,智能手表功能繁杂,孩子容易沉迷其中;还可能暗藏诱导消费、暴露隐私和被不法利用的风险。

该如何保护未成年人“手腕上的安全”?记者进行了调查采访。

■据《法治日报》、《北京晚报》

智能手表风靡一时 功能繁杂容易成瘾

由于功能实用、趣味性强,近年来,儿童智能手表从“满足家长”到“取悦孩子”,越来越受到未成年人的青睐。

根据中国产业研究院《2022-2027年中国儿童智能手表行业深度调研及投资前景预测报告》,目前中国5岁至12岁的儿童数量约为1.7亿人,儿童智能手表的市场普及率约为30%,基本上3个孩子当中就有1个孩子有智能手表。其中智能手表在城市儿童的市场普及率至少过半。

记者在某电商平台上搜索发现,儿童智能手表的价格从几十元至数千元不等,品牌包括小天才、华为、小米、360等。在产品详情介绍页面,记者看到,不少儿童智能手表都预装了聊天、音乐、作业、故事、钱包等多种应用程序,支持拍照摄像、身体监测及支付等功能。其中的聊天软件可以发语音、图片、表情包,或者视频通话,也有类似社交朋友圈的功能,手表好友可以互相点赞或评论。

以小天才手表为例,起初主打“双向通话”,随后逐渐升级迭代增加了各种功能,价格从398元到1999元不等。豪华版的功能更加丰富,某电商平台上销量达2000+。

北京市民李先生介绍,其女儿从幼儿园到三年级,用了两代智能手表,最初是为了随时了解孩子的位置,和孩子通话,如今这两项功能反而被弱化了,社交、娱乐、购物、拍照等功能越发突出,“像个集多重功能于一体的小型智能手机,孩子像着了迷一样,天天捧着手表玩儿。手表里的好几个陌生人,不知道是在什么情况下添加的。”发现问题后,李先生立即把女儿手表里的陌生人全删了,并赶紧设置了“加好友需家长同意”模式。

广东中山一小学王老师告诉记者,其所在班级几乎人手一个智能手表,学生们特别喜欢聊天、拍照、朋友圈等玩法,上课都无法集中注意力,“为了不影响上课,只好采取集中保管的方式”。

国家二级心理咨询师李静思分析,智能手表在满足未成年人便捷生活需要的同时,也能满足他们的心理需求,如安全感、归属感及成就感,使其越来越受到孩子们的青睐。

“他们在智能手表聊天群里随时可以得到‘有呼必应’的被重视的归属感,加上智能产品开发者挖空心思设计让孩子们上瘾的钓鱼式黏附机制,让没有足够认知能力的孩子认为,应用智能手表是一种能够阔步于浪尖潮流的炫酷体验,误以为智能手表有时候可以替代一些成长过程中的真实需求。”李静思说。



沉迷虚拟社交网络 弊大于利需要警惕

“碰一碰手表,加个好友吧。”如今,这句话成了不少儿童社交时打招呼的见面语。记者随机采访北京、湖南等地10多个未成年人发现,智能手表中的社交功能最受孩子们欢迎。

7岁的北京女孩琳琳就特别喜欢和人加好友,“好玩”“随时聊天”是她加好友的动力。前不久,她加了一名刚认识的女孩为好友,隔三岔五便给对方发短视频或者视频聊天,分享自己的日常。12岁的湖南男孩康康热衷于加好友的理由是,发朋友圈后,看到好友为他点赞,特别有成就感。

对于此类现象,不少家长表示担忧:很多成年人都抵挡不住手机的诱惑,一刷就很难停下来,更何况孩子。还有家长经常看到孩子半夜躲在被窝里用手机聊天。

“智能手表里暗藏‘大灰狼!’”这句话如今已成为刘维和女儿聊天时的口头禅。北京市民刘维的女儿今年8岁,沉迷于“表圈”(智能手表好友圈)近3年时间。往常,他放任女儿和好友互动,认为孩子有自己的社交圈很正常。直到刚刚过去的这个寒假,他偶然发现,女儿的智能手表里面竟然加了不少陌生人,其中有声音像中年男性的人频繁发来一些性暗示的语言,他这才警惕起来。

在他看来,儿童智能手表越来越社交化,对孩子来说弊大于利,“通过智能手表,孩子会接触过多、过于成人化的网络信息,容易心理早熟,可能沉迷于虚拟网络社交,降低在现实世界与人交往的意愿”。

李静思也提出,未成年人处于身心发展的关键期,自制力和自律性较弱,网络社交容易让他们产生获得感和满足感,痴迷于智能手表发圈、打卡可能会加剧网络依赖甚至导致网络成瘾。同时,智能手表的一些智能卖点,也会在无形中淡化孩子的主动思考能力,如遇到不会的字和词,问一句便可呈现答案。

诱导消费涉嫌侵权 泄露隐私触碰红线

记者注意到,在某第三方投诉平台上,有关儿童智能手表的投诉中,有不少与诱导消费有关。江苏省消费者权益保护委员会也曾发文称,多名家长投诉反映,儿童智能手表绑定的家长端并未开启免密支付和支付确认,而小孩在手表端购买游戏服务却能直接从家长端扣款。

另外,儿童智能手表中还存在部分游戏软件重复扣款、多次扣款等问题,孩子在使用时极易被广告推送或游戏内容吸引,甚至进行大额充值消费。

“儿童手表的使用群体为3周岁至14周岁的未成年人,其属于无民事行为能力人和限制民事行为能力人,擅自支付行为无效,可由家长否认其效力。若因此给儿童或家长造成经济损失的,儿童和家长还可要求存在过错的商家承担赔偿责任。”北京市中闻律师事务所律师杜秀军说。

他提出,儿童智能手表诱导消费不仅违反我国广告法“针对不满14周岁的未成年人的商品或者服务的广告不得含有劝诱其要求家长购买商品或者服务的内容”的规定,还违反未成年人保护法“网络服务提供者应当针对未成年人使用其服务设置相应的时间管理、权限管理、消费管理等功能”的规定,相关部门可依法查处。

有的儿童智能手表还存在隐私暴露风险。记者注意到,一些版本和配置比较老旧的儿童智能手表没有相应的隐私设置,安装APP无须用户授权便可开启多种权限,通过远程获得未成年人的人脸图像、位置和对话等隐私信息。

此前,“3·15信息安全实验室”对电商平台一款销售量达“10万+”的儿童智能手表的测试结果显示,由于手表使用的操作系统过于老旧,没有任何权限管理要求,恶意程序可以在儿童和家长不知情的情况下轻松植入,并获取孩子的位置、人脸图像、录音等隐私信息。

“儿童智能手表在收集信息方面的不合规现象亟须引起重视。”中国青少年研究中心少年儿童研究所负责人张晓冰说,儿童智能手表收集的生物识别、行踪轨迹等儿童个人信息实际上均属于敏感个人信息,收集时应当坚持最小收集原则,必须取得未成年人的父母或者其他监护人的同意,这条红线不得逾越。

多名受访专家提出,教育部门、学校、家庭、社会应该形成合力,织密安全网。加强行业审核与监管,规范健康指引标准。可考虑将儿童接触社交媒体纳入监管范围,发布关于儿童智能产品的设计与推广指导规定,让企业在开发相关产品时有法可依。