# Article information:

Do not allow pop-up ads to appear too early: Internet users’ browsing behaviour to pop-up ads: Behaviour & Information Technology: Vol 40, No 16
<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/0144929X.2020.1784282?needAccess=true>

# Article summary:

1. 研究发现，互联网用户对弹出广告的浏览行为受到广告出现时间的影响。如果弹出广告在用户浏览页面之前就出现，用户更有可能忽略或关闭这些广告。

2. 弹出广告的时间控制对于提高广告效果非常重要。研究表明，在用户开始浏览页面后的适当时间内显示弹出广告，可以增加用户对广告的注意力和积极反应。

3. 用户对于弹出广告的态度和行为受到多种因素影响，包括个人特征、网站质量和内容相关性等。了解这些因素可以帮助营销人员更好地设计和定位弹出广告，以提高其效果和用户体验。

# Article rating:

Appears strongly imbalanced: The article is written in a biased or one-sided way, and the information it provides is not trustworthy enough to be considered a reliable source. You should consult other sources to find reliable information on the presented issues.

# Article analysis:

对于上述文章的详细批判性分析如下：

1. 潜在偏见及其来源：文章中未提及作者的研究背景或利益冲突，这可能导致潜在的偏见。读者无法确定作者是否有与广告行业相关的利益关系，这可能影响他们对研究结果的客观性。

2. 片面报道：文章只关注了互联网用户对弹出广告的浏览行为，而没有考虑到广告主和广告平台的角度。这种片面报道可能导致读者对整个问题的理解不完整。

3. 无根据的主张：文章声称不应该让弹出广告过早地出现，但没有提供足够的证据来支持这一主张。缺乏实证研究或数据分析来证明弹出广告时间与用户体验之间存在因果关系。

4. 缺失的考虑点：文章未考虑到用户个体差异和上下文因素对弹出广告浏览行为的影响。不同用户可能有不同程度的接受度和反感度，并且上下文环境（例如任务类型、情绪状态）也会影响他们对弹出广告的反应。

5. 所提出主张的缺失证据：尽管文章声称早期出现的弹出广告会干扰用户的浏览体验，但没有提供实证研究或数据来支持这一主张。缺乏对用户行为和心理反应的深入分析。

6. 未探索的反驳：文章未涉及可能与其主张相悖的观点或研究结果。这种选择性报道可能导致读者对整个问题的认识受限。

7. 宣传内容：文章中存在宣传性语言和偏袒某种观点的倾向。作者似乎试图说服读者接受他们的观点，而不是提供客观、全面的信息。

8. 注意到可能的风险：文章未提及使用弹出广告可能带来的安全风险，例如恶意软件或网络钓鱼攻击。这种忽略可能导致读者对于弹出广告存在潜在风险的认识不足。

9. 没有平等地呈现双方：文章只关注了互联网用户对弹出广告的浏览行为，而没有平等地考虑到广告主和广告平台的利益和需求。这种不平衡可能导致读者对整个问题产生偏见。

总体而言，上述文章存在一些潜在的偏见和不足之处。它未能提供充分的证据来支持其主张，并忽略了一些重要的考虑点和反驳观点。此外，文章中存在宣传性语言和偏袒某种观点的倾向，可能影响读者对问题的客观认识。

# Topics for further research:

* 作者研究背景和利益冲突
* 广告主和广告平台的角度
* 弹出广告时间与用户体验的因果关系
* 用户个体差异和上下文因素的影响
* 早期出现的弹出广告对用户浏览体验的影响
* 反驳观点和研究结果
* 宣传性语言和偏袒观点的倾向
* 弹出广告的安全风险
* 对广告主和广告平台的平等考虑

# Report location:

<https://www.fullpicture.app/item/9ccb944808956fcaa81b8105a858ba26>