

观点 加料

“AI换脸拟声”不能想换谁就换谁

新闻事件:人工智能深度合成技术的快速发展,推动了“AI换脸拟声”在影视、广告、社交等领域广泛兴起,同时,“AI换脸拟声”的不当滥用也引发了诸多关注。今年全国两会,全国政协委员靳东“建议为规范AI换脸立法”登上热搜,全国人大代表雷军也表示:“我本人也是AI受害者,呼吁尽快立法重点整治。”

“受害者”呼声值得被重视

正观新闻:面貌被合成、声音被伪造,靳东、雷军只是“深度受害者”的冰山一角。过去一段时间,不法分子利用公众人物形象、声音进行AI深度合成视频,实行诈骗,给社会带来信息失真、认知混乱等问题。这恰恰说明,现阶段规范AI合成技术应用和传播边界,已非常迫切。

靳东、雷军两位公众人物,在全国两会上纷纷提出AI合成音视频相关治理意见,不仅推动行业自律和技术应用的伦理合规性,也强化相关平台主体责任,明确了使用AI技术的发展和风险防范,无疑是及时且有必要的。

当然,在实践层面,如何将这类原则性要求细化为具体指导,确保各方拥有明确预期,尚需深入研究。比如,对于提供生成式AI服务的服务商而言,面对此类侵权行为是否应该承担责任?应承担何种责任?若相关平台未能及时有效阻止,是否应连带担责?这些问题值得探讨。

重点应是传播环节监管

21世纪经济报道:对于某一类的换脸拟声,AI是无法区别恶意还是善意的,那么,就只能是完全封禁。随着以Deep-Seek为代表的高性价比人工智能技术路线的出现,私人部署的价格已经降低到200万元,如果再容忍生成内容的速度慢一些,这个价格还可以进一步降低到50万元。也就是说,AI算力越来越出现分散化、私人化的趋势。这就意味着监管是不对称的,越是大型的AI厂商,受到的监管越大,小型厂商或者私人部署反而受到的监管约束较小,可能会让一些不法分子利用“AI换脸拟声”进行的违法活动得到规避。一些电信诈骗分子如果使用国外的生成式AI工具,那么国内如果仅仅对相关工具进行监管,对他们可能不会有太大影响。

因此,监管应聚焦于传播层面,在平台上进行中游式监管,这更合乎逻辑,而不是对生成式人工智能服务者和供应商提出过高的合规义务。

侵害他人利益的惩罚机制需更明确

潇湘晨报:加强对AI换脸技术的立法监管,应尽快立法明确企业以及使用者应该承担的义务,从事前、事中、事后三个环节进行规范。

在事前,规范研发者的技术伦理和信息素养,强化制作者的标识义务和声明义务。事中,保障信息主体的知情同意权,最重要的是推动AI换脸技术服务提供者在收集个人信息时严格遵守知情同意规则,其中,加强传播平台的内容审查义务尤为重要。如果有人用AI换脸技术制作了视频,上传的时候,要作AI使用说明。比如在AI内容生成时自动添加一个水印,或发布时自动增加标识。

假如AI换脸技术的使用者对他人造成了损失或侵犯他人权益,在惩罚方式上要更加明确。通过立法形式,明确侵权责任主体及责任划分标准,设立惩罚性赔偿机制,才能让AI技术的使用更规范、让AI的发展更健康。

热点 聚焦

网购要绷紧“三不”这根弦

新闻事件:近日,中国消费者协会发布消费提示,网络购物应牢记“三个不”,即不轻信夸大宣传、不点击不明链接、不脱离平台交易。

广州日报:网购有“三不”,不妨数一数。夸大宣传“最离谱”。“原价999,限时99”,不仅重新定义了“抹个零头”,也重新诠释了“扮猪吃老虎”——超低价实为平常价,通过虚构原价、夸大折扣来诱导消费。这点小伎俩看似“无伤大雅”,实则已涉嫌违反《价格法》、《消费者权益保护法》中关于明码标价和禁止虚假宣传的规定。消费者也不妨多留个心眼,购买前多比价、多核实,避免一时上头,事后觉得有蹊跷时,也不妨顺手截图、留存证据,后续维权也有理有据。

不明链接“最危险”。不明链接往往与电信诈骗深度绑定。日常生活中,大部分人不会轻易点击来历不明的链接。然而,当这个链接是自称某平台、某商家的客服说“帮助你退款”时,可能就会有人信以为真。近期频发的

“冒充客服退款”“快递丢失理赔”等电信诈骗案件正是利用这一手段。正如中消协提醒,所有售后问题都应通过平台官方渠道联系客服。且任何退款、赔付款都是原路返回支付账号,无需额外操作。消费者谨记这两点,就能抵御大部分电信诈骗的伎俩了。

脱离平台“最不妥”。如消费者被某些商家的“更低折扣”所吸引,直接脱离平台私下交易,结果很可能遭遇钱货两空。事实上,网购平台的存在就是为了监管交易资金,防止有人“过河拆桥”。因此,坚持平台内交易不仅是自我保护,也是对市场秩序的维护。

虽然网购陷阱花样繁多,但只要谨记“三不买”——夸大宣传的我不买,不明链接的我不买,脱离平台的我不买,自然无人能害。当然,“三不买”更多只是消费者的防御指南,要筑牢网购安全网,仍需要平台与监管者承担更多责任,如平台需加强审核,打击虚假宣传与售假行为;监管部门则应健全机制,从进一步畅通举报渠道、强化日常监督等方面发力。唯有各方协同,方能让消费者安心“买买买”。

民生 热议

商场设“父婴室”为何引热议

本期话题:近日,深圳一商场里出现的新设施——父婴室,引发网友热议。据报道,一家购物中心在母婴室旁,另辟一间,门上醒目标识“超级奶爸区”,室内配备了冷热水、加热湿巾、奶粉冲泡区和放置台等。

媒体谈

红星新闻:除了母乳喂养是母亲的“专长”外,其他照护事项无一不是父亲不能完成的。不少超级奶爸力气大、心思细,同样能把孩子的事情打理得井井有条。应需而生的父婴室,在形而下,是给了奶爸们一个用武之地;在形而上,则像是一个提醒:照顾婴儿,并非母亲专属,父亲不该置身“室”外。

正如呼吁、提醒意味着“还有很多进步空间”,父亲在养育中的责任,也该进一步“履职尽责”。发表于2021年的一份调查报告,对某市千余名家长做了问卷调查,数据显示,超过八成的0~3岁儿童主要由母亲负责照护,仅有41.6%的父亲经常或一直参与新生儿的养育。

据国家统计局的数据,2022年,全国女性就业人员3.2亿人,占全部就业人员的比重为43.2%。所以,比较父亲和母亲在社会和家庭中的“就业率”“尽职率”,恐怕并不是工作因素决定了父亲在育儿过程中的缺失。或许,父亲们还应该继续从意识、观念中挖掘进步的空间——“男主外、女主内”,可不再是什么好理由了。

“父婴室”虽小,却是社会观念进步的标志牌,不仅是公共服务人性化的提升,更体现着打破传统性别分工、推动育儿责任分担,进而构建婚育友好社会的愿景。于男性而言,也应该看到其传递出的提醒与鼓励:多带娃,成为一个更好的丈夫和父亲。

网友说

***敏:**夫妻双方协同分工承担育儿照护是社会导向,育儿不应只是妈妈们应做的事,也应成为每个爸爸的必修课。

***苏:**从功能上来说,如果能实现父母协作,会显得更具关怀。将现在普遍常见的“母婴室”改造成“育婴室”也许更易实现。

***清:**公共场所中亲子空间的完善不仅是人文关怀的提升,更是社会文明进步的一种象征。未来还需在儿童娱乐、游玩等功能的开发上花更多的心思,让公共空间更加亲民。

媒体 观点

让孩子“息屏24小时”需家长先“言传身教”

新闻事件:全国两会期间,全国人大代表姚明提出了关于“动员未成年人开展息屏24小时行动”的建议,引发大众热议和共鸣。

羊城晚报:在快节奏的现代生活中,电子设备已成为我们不可或缺的一部分。智能手机、平板电脑等电子设备,如同魔法盒一般,深深吸引着孩子们的目光。它们为孩子们打开了一扇通往多彩世界的大门,提供着丰富的娱乐和学习资源。然而,过度沉迷于这些电子设备,却如同给孩子们戴上了一副无形的枷锁,让他们逐渐远离了现实生活的美好。

其实,不光是未成年人,成年人也一样被困于电子屏幕中。孩子模仿能力强,家长的行为模式,也会潜移默化地影响他们。如果家长自己整天沉迷于手机,那么要求孩子远离电子设备,就显得苍白无力。“身教胜于言教”,家长要以身作则,树立良好的榜样。假设家

长能够在日常生活中,减少对电子设备的依赖,多陪伴孩子进行户外活动、阅读书籍、互动交流等,那么孩子在耳濡目染之下,也会逐渐意识到现实生活的乐趣远胜于虚拟世界。

“息屏24小时”,不仅仅是引导孩子有节制地使用电子设备,更是对家庭教育方式的一种反思与改进。家长在实施这一倡议时,不能简单地采取强制手段,而应该与孩子进行充分的沟通与交流,了解孩子的需求和想法,共同制定合理的使用规则。

此外,学校和社会也应该发挥积极作用,为孩子们营造一个健康成长的良好环境。学校可以通过开展丰富多彩的兴趣小组活动、体育运动等,吸引孩子参与其中,减少对电子设备的依赖。社会应该加强对电子设备使用问题的关注与研究,提供科学的指导和建议,帮助家长和孩子更好地应对这一挑战。只有这样,我们才能让孩子们在数字时代健康成长,享受现实生活的美好。