



强制标识给人工智能装了一道护栏

以更强的法治力量保障残疾人就业权利

□ 欧阳晨雨

近日,广东省惠州市大亚湾经济技术开发区区人民法院审结了一宗人格权纠纷案,2023年6月,求职者张先生通过大亚湾某公司三轮面试后,收到明确标注基本工资1.3万元的《录用通知书》。在按要求提交原公司离职证明、体检报告后,张先生满心期待准备入职,不料在办理入职手续当日,公司人力资源部发现其右手手指存在陈旧性伤残(系幼时鞭炮炸伤所致),当即要求其“回家等通知”,当日下午即以“不适合岗位”为由取消录用。法院依法判决,涉事企业赔偿求职者工资损失3.9万元及精神损害抚慰金5000元。《羊城晚报》3月17日)

我国的残疾人保障法规定“国家保障残疾人的劳动权利”,就业促进法更直接规定“用人单位招用人员,不得歧视残疾人”。然而,现实中,残疾人在融入社会生活的诸多方面,特别是在劳动就业上,常常遇到一道无形的“隔离墙”。比如,有的企业通过互联网平台发布招聘广告,其中毫无掩饰地夹带“不录用残疾人”等存在歧视残疾人内容;有的企业虽然没有在招聘广告中直接表明态度,却在实际招录中“一票否决”;还有的企业为了将残疾人拒之门外,“鸡蛋里挑骨头”,随便找个很牵强的理由,就把符合条件的对象排除掉。保护残疾人的合法权益,固然离不开完善的法律法规体系,但更需要通过司法、执法等活动,保证这些富于善意的法律法规落地有声。回到这起劳动纠纷,法院根据法律认定用人单位在未事先告知特殊身体条件要求的情况下,对通过正常招聘流程的求职者实施差别对待、反悔拒录,构成对平等就业权的侵害,设置了醒目的司法保护红线。不仅如此,媒体报道了一些类似案例,不少身有残疾的求职者,因为法院的鼎力支持,获得了经济赔偿和精神损害赔偿。

残疾人不是社会的拖累,他们也是社会的宝贵财富,保护残疾人是全社会的共同责任。法院依法作出判决,既是对残疾求职者强有力的经济支持,更释放出依法保护弱势群体的强烈信号。面对敷衍的结果,存在歧视行为的企业应当检讨社会责任、法律责任上的缺失。身有残疾的求职者也应当增强法治意识、维权意识,勇于通过诉讼等渠道争取合法权益。

□ 马青

人工智能发展太快了,如今满屏满网,从文字到照片,从声音到图像,AI无所不在。由此带来的真伪之辨也仿佛一场“打怪游戏”,难度逐渐升级。近日,国家互联网信息办公室、工业和信息化部、公安部、国家广播电视总局联合发布《人工智能生成合成内容标识办法》(以下简称《标识办法》),将从2025年9月1日起施行。

日益开放的AI技术,让更多普通人

都可以自由使用,但它的副作用也很明显,就是降低了违法门槛。一位江西老人差点被AI合成的“假靳东”骗走200万元,还有人冒充医生带货、冒充经济学家荐股、冒充朋友借钱、冒充家人诈骗……《IT时报》在调查AI造假案例时发现,“AI换脸”软件只需9.9元,记者花10分钟便能轻松“变身”另一人,且生成的视频顺利在多个平台发布并传播。

《标识办法》规定所有AI生成的内容必须加上“显式”和“隐式”两种标识:显式标识就像包装上的物品名称,用户一眼就能看清“是什么”,而隐式标识则像

藏在产品背后的二维码或防伪标识,便于平台监管与追责。这是一种“双保险”设计,能有效提高AI内容的透明度和可追溯性,让普通用户免于上当受骗的风险。

除了明确标识方式,《标识办法》还分别加强了服务提供者和传播平台的责任,意在重点解决“哪些是生成的”“谁生成的”“从哪里生成的”等问题,推动由生成到传播各环节的全流程安全管理。明确每一个环节的责任者,才能最大限度避免被人钻空子。

有必要提醒,任何管理办法都要具备可操作性。比如,有人建议在文本内容中

增加隐式标识,在多媒体文件中添加数字水印,但存在技术难点或可能增加企业成本。正因如此,该办法不作强制要求,而是提供了文本符号标识、音频节奏标识、文件元数据标识等成本更低、更易执行的替代方案。

AI生成与AI检测是矛与盾的关系,相对来说,检测技术具有滞后性。比如,一些不法分子可能通过技术手段篡改或删除标识,通过境外未监管的平台发布内容,或通过更隐蔽的私人社交传播,以此逃避监管。更何况,技术手段只是为了更方便识别,不等于给所有人“上保险”。就像最

近曝光的冒充经济学家陈志武教人炒股的“杀猪盘”,伪造身份只是骗局的一部分,真正让人上当的,是高达58%的巨额“预期收益”诱惑。这种骗局,仅靠技术标识,不足以完全帮助人们抵御受骗风险。

无论如何,《标识办法》给人工智能这条“高速路”装上了“安全护栏”,以免轻易“脱轨”,但面对AI技术带来的治理风险,除了不断在技术上寻求突围,以及完善相关法律和政策之外,还需要持续提升公众的媒介素养与认知能力。说到底,欺骗人的不是AI,而是人。那么,识别骗局的主体,最终也要还原到人。



近年来,消费者与商家之间因差评而产生的纠纷时有发生。各地发布的典型案例,既有消费者的合理批评得到法院支持而赢得官司,也有消费者被法院认定为恶意差评而追究其责任。(中央广播电视总台中国之声3月19日) 漫画:徐简

差评的边界

关好隐私保险箱 消除被“开盒”的担忧

□ 邓海建

近日,百度集团副总裁谢广军的女儿多次“开盒”他人隐私信息事件,在网络上引发热议。3月19日晚,百度针对此事发布声明称,百度坚决谴责这种窃取和公开他人隐私的网络暴力行为。谢广军表示已与女儿沟通,并严肃批评其行为,也恳请网友给未成年人改正和成长空间。

“开盒”,指在网络上恶意公开他人隐私,并施以无休止的网络暴力和生活骚扰

的行为。有受访者坦言,几乎没有什么办法制止,“只能等言论自然平息”。

据行业专家透露,用户信息的调取是产品研发过程中审批级别最高的权限。百度发布声明表示,经过调查,开盒信息来自海外的社工库——一个通过非法手段收集个人隐私信息的数据库,相关调查过程已取证,并得到公证机关公证。随着事件抽丝剥茧进展渐深,黑灰产业对数据治理和数据安全的挑战再次暴露在公众面前。

这些年来,遭遇过“开盒挂人”困扰的,既有公众人物,也有普通民众。《南方都市

报》记者暗访发现,仅需300元,一个普通人的隐私就能轻易被“开盒”。2023年,B站通报称,收到多位视频创作者举报,有群体在境外平台有组织地煽动用户对站内视频创作者进行“人肉开盒”。经公安机关查明,此次网暴侵权案件牵涉18个省市,共计40余人,主要活动人员为两名未成年人。

我国个人信息保护法自2021年11月1日起施行,迄今已3年有余。此外,数据安全法等法律法规相继出台实施,全国公安机关深入推进“净网”专项行动,全社会始终保持对侵犯公民个人信息犯罪的高压严

打态势。不过,新的挑战与风险也在与日俱增。比如,在具体实践中,案件证据分散,跨平台取证难。海外社工库的猖獗、国内黑产的肆虐、平台监管的滞后,都可能成为“开盒”乱象的帮凶。

对此,还需厘清几方责任:一是平台的主体责任,比如可以设置“一键反网暴”等基础功能,加强全流程管控,防范“人肉开盒”;二是监管的职能责任,对于各类应用程序和软件开发工具包过度收集用户信息以及在境外平台有组织地煽动用户对站内视频创作者进行“人肉开盒”,监管部门应时刻警惕并严惩不贷;三是网民自我约束的责任,网络不是法外之地,每个人都应自觉尊重他人的隐私权。

就像有网友所说的,数字文明的承重墙从来不是单一的技术堡垒。作为系统性问题的数字安全,应实现道德与文明的有机协同,让个人信息的“保险箱”严丝合缝地关好。

象,形成极端化的观点与态度。此外,这些批量化、同质化的虚假信息,也会抹黑其中涉及的灵活就业群体的形象,影响他们的社会地位和职业发展。

对此,既需要相关监管部门形成常态化的治理机制,加强整治力度,及时惩处造谣传谣的违法犯罪人员,加大对相关法律法规的宣传普及,也需要平台负起监管责任,建立健全对虚假信息的审核和侵权举报机制,对可疑内容作出公开标注,并及时查封违法违规账号。更重要的是,作为信息消费者的我们,应有意识地提升个人媒介素养,与激起强烈情绪的信息前,保持理性的思考与判断。

总而言之,治理网络谣言乱象,不仅需要技术与法律加持,更需要重建“理性共情”的社会契约——在真相出现以前,不要被带人极端情绪。让善意与事实共鸣,而非成为谣言的燃料。

“一票管3日”创造新的消费增长点

□ 申竹月

日前,广西出台《广西国家A级旅游景区“一票3日使用制”实施方案(试行)》,规定游客从第一次入园之日起算起,3日内可持该门票再次进入景区游览。

这是一次从“单次交易”到“深度体验”的转型。“一票3日使用制”打破了传统景区“一票一进”的固化模式,将门票的有效期延长至72小时,赋予游客更灵活的时间支配权。这种设计直击过去传统旅游“赶场式”痛点,使游客能根据天气、体力等因素自主规划行程,更深入地探索景区文化内涵。

于景区运营方而言,“一张票管3天”看似减少了门票收入,实则通过“流量转化”创造新的增长点——游客延长停留时间将有利于带动“二次消费”,充分拓展“吃住行游购娱”全链条;长假期间多日制票也有利于错峰游览,缓解交通与接待压力,提升管理效率。

我们也应注意到“一票多日使用制”对于景区服务带来的更高要求——当前,游客可通过“一键游广西”等App、小程序等渠道购票,也可以通过相关旅游平台进行购买,尚未实现智能化购票、验票功能的景区,要及时、统一升级验票系统。同时,也要

及时提升住宿、餐饮等配套服务质量,减少因停留人次上升而带来的缺口。由于动态人流监控难度加大,对于部分热门景区,有必要建立实时预约系统,防范超载风险。

长远来看,广西的探索为全域旅游改革提供了发展样本——一方面,立足当前旅游发展,“一票多日使用制”通过拓展时间维度,契合当代人“慢旅行”的需求;未来还可进一步延伸至跨景区的多日通票,推动“点状旅游”到“面状旅游”,进一步提升旅游覆盖面与辐射带动效应。

另一方面,“一票多日使用制”将推动景区进一步加快数字化转型,依托平台构建智慧旅游生态圈,进一步完善App或小程序的购票、验票等功能,以及观光、餐饮、住宿等一系列咨询服务,这将持续推动旅游平台智能化提升。同时,推动区域协同旅游,能够让更多周边中小景区都可以“分一杯羹”,将有利于促进旅游辐射带动作用“从一地到一域”。

构建可持续旅游生态路径,未来还可以根据季节和淡季、旺季动态调整有效期;推荐多日旅游线路、配套酒店交通等“72小时旅游包”,提升综合收益稳定性;引入更多技术降低票务纠纷,加强监管创新。要拓宽时间与空间维度,进一步升级消费场景,激发消费热情。

幼儿园调查家长“背景” 让家园共育变了味

□ 胡欣红

据极目新闻等媒体报道,江苏盐城一幼儿园收集家长资源,调查信息包括家庭的产业、可以为幼儿园提供哪些教育资源等。园方回应称是省级优质幼儿园复审需要,但这一说法被当地教育局否认。3月18日上午,盐城当地教育主管部门回应称,相关调查问卷系部分班级老师制作,目前已责成涉事幼儿园整改。

在注重隐私保护和强调教育公平的当下,涉事幼儿园此举在舆论场引发了广泛关注。幼儿园调查家长“背景”,并非第一次发生。几年前,深圳市龙岗区一幼儿园某班就曾下发一份调查表,询问家长房产相关信息,被网友指责为“幼儿园版房产实名登记”。

家校共育是教育的一个基本原则,适当了解家长的相关信息有助于形成家校合力,对孩子开展有针对性的教育。但是,将调查的触角伸向家长“背景”,就逾越了合理的行为边界,极易让家园共育变味。

从隐私保护角度看,家长的名下产业、房产信息等属于个人隐私范畴。我国个人信息保护法和民法典等都明确规定,收集个人信息应遵循合法、正当、必要原则,不得侵犯他人隐私权。幼儿园收集与教育服务并无直接关联的信息,显然违反了相关法律规定,涉嫌侵犯隐私权,让家长产生不安和抵触情绪。

而且,当幼儿园掌握了家长的

“背景”信息后,很难保证部分教师不会因此对学生区别对待。这样的担忧绝非多余,现实中,确实存在个别教师根据学生家长的职务、收入等情况,在教学资源分配、关注度上有所倾斜。这种因“财”施教、因“权”施教的行为,严重违背了“有教无类”的教育初衷,破坏了教育公平。

为进一步健全公平入学长效机制,营造促进学生健康成长的良好生态,2022年教育部办公厅专门印发了《关于进一步做好普通中小学招生入学工作的通知》,强调严禁采集学生家长职务和收入信息。

中小学严禁采集家长职务和收入等信息,幼儿园也应该明确信息收集的边界,遵循合法、正当、必要的原则,收集与教育教学真正相关的信息。例如,了解家长的教育理念、与教育活动直接相关的职业技能等,以便充分挖掘身边的各项教育资源。但是,将调查的触角伸向家长“背景”,就逾越了合理的行为边界,极易让家园共育变味。

从隐私保护角度看,家长的名下产业、房产信息等属于个人隐私范畴。我国个人信息保护法和民法典等都明确规定,收集个人信息应遵循合法、正当、必要原则,不得侵犯他人隐私权。幼儿园收集与教育服务并无直接关联的信息,显然违反了相关法律规定,涉嫌侵犯隐私权,让家长产生不安和抵触情绪。

而且,当幼儿园掌握了家长的相关信息后,很难保证部分教师不会因此对学生区别对待。这样的担忧绝非多余,现实中,确实存在个别教师根据学生家长的职务、收入等情况,在教学资源分配、关注度上有所倾斜。这种因“财”施教、因“权”施教的行为,严重违背了“有教无类”的教育初衷,破坏了教育公平。

为进一步健全公平入学长效机制,营造促进学生健康成长的良好生态,2022年教育部办公厅专门印发了《关于进一步做好普通中小学招生入学工作的通知》,强调严禁采集学生家长职务和收入信息。

中小学严禁采集家长职务和收入等信息,幼儿园也应该明确信息收集的边界,遵循合法、正当、必要的原则,收集与教育教学真正相关的信息。例如,了解家长的教育理念、与教育活动直接相关的职业技能等,以便充分挖掘身边的各项教育资源。但是,将调查的触角伸向家长“背景”,就逾越了合理的行为边界,极易让家园共育变味。

谁在制造外卖骑手的“悲情宇宙”

□ 林铭汝

据央视新闻报道,最近,一段提到“外卖平台不允许45岁以上骑手接单和做外卖员”的视频在网上热传,引发不少人的焦虑和担忧。但警方调查发现,这段视频竟是捏造的。此外,还有人冒充外卖员的身份,在视频中表情愤怒,吐槽自己辛苦一个月,却只有两三千元的工资。

除了外卖骑手,网约车司机、快递员

等,也成了这类摆拍视频所青睐的人物设定。清华大学新媒体研究中心最新发布的一份研究报告显示,2024年,涉“骑手、网约车司机”等网络谣言的年增长率约为151.35%。

从心理机制来看,网民间对看似“真实度颇高”的视频,容易忽略视频中的不符合实际的细节,容易被唤起愤怒、同情等情绪,产生情感共鸣,进而对视频内容作出评论、点赞、转发等行为反馈。

在这个过程中,“情绪”是虚假信息制

作者善用的工具。他们精准捕捉到公众对弱势群体的天然“同情”,发现了解开流量密码的“愤怒”之钥。于是,他们精心选定贴近大众的工作人员角色,使用情绪化、戏剧化的情节制造冲突,引起网民的关注,最终达成流量变现的目的。如今,除了真人摆拍的视频,利用AI技术生成的虚假视频也不在少数,而这些行为已经触碰到法律的红线。

不仅如此,这样的谣言还容易造成网民对现实情况的误解。随着不实信息传播范围的扩大,还会使网民群体产生极化现

规范发展让“谷子经济”后劲更足

价值。当然,部分“谷子”所具备的收藏、投资价值,也进一步激活了“谷子经济”的热度。

为进一步释放“谷子经济”的规模效应,实现其规模和品质的跃升,一方面,要充分意识到“谷子经济”所蕴藏的巨大潜力,精准抓住新的消费形态风口。政府部门要有针对性地培育本地区的“谷子经济”品牌或引进相关企业,并在IP打

造、产品转化、市场拓展、创业就业等方面提供指导和优惠政策,让还处于成长阶段的“谷子经济”有更好的发展环境。

另一方面,随着“谷子经济”的走红,整个行业也出现了产品同质化、版权纠纷易发、二级市场炒作混乱、对未成年人缺乏引导等问题,有些甚至诱发诈骗等犯罪行为。此前,一名13岁的学生因购买“谷子”被诈骗分子套取个人信息并恐

吓,最终被骗取近万元,引发较大关注与争议。这些问题不得到有效解决,不仅影响“谷子经济”的体验感,也将拖累整个行业。

针对“谷子经济”目前还缺乏较为完善的规章制度,职能部门要尽早建章立制,填补监管空缺、补齐治理短板,让“谷子经济”规范发展有章可循。比如,在IP、版权保护问题上,既要建立科学

□ 夏熊飞

近期以来,“谷子”一词逐渐走红。它由“Goods”(商品)音译而来,泛指动漫、游戏等IP为原型制作的二次元周边商品,与之相关的经济行为则被称为“谷子经济”。

别看“谷子经济”主要在二次元爱好者群体中流行,其规模不可小觑。据央视财经报道,2024年,中国“谷子经济”市场规模达1689亿元,较2023年增长40.63%,预计2029年将超3000亿元。可以说,“谷子经济”蕴含着巨大的能量,正成为推动文化消费不容忽视的力量。

“谷子经济”流行与爱好二次元的90

的评估标准体系和纠纷解决平台,也要加大对盗版行为、产品的打击力度,避免不法行为扰乱“谷子经济”市场秩序。

对于未成年人在“谷子经济”中容易沉迷进而非理性消费等隐忧,要有效引导和规范。比如,上海黄浦区市场监管局日前发布《黄浦区二次元衍生商品和服务经营合规指引》,规定不得向8周岁以下未成年人提供二次元衍生商品和服务,体现了对未成年人的必要保护。

为“谷子经济”设立这些“条条框框”,并不是为了束缚其发展,而是为了其行稳致远。只有让“谷子经济”在规范法治的轨道上运行,才能让小小的“谷子”产生大大的效益,持续释放强大后劲。