

认清“AI霸总”幻象,以技术向善应对“情感收割”

本报评论员 韩福超

或是经AI换脸、拟声伪造的形象,话术直白,戳中不少老年粉丝的心意。即便视频下方标注着“内容由AI生成”,一些老年粉丝依旧深信不疑。记者搜索关键词发现,仅平台推送来的“AI霸总”账号就达上百个,数个账号粉丝达到十几万。

嘴上都是“情意”,心里全是生意——“AI霸总”类账号打着“高端人设”的幌子与老年人进行情感交流,为的是最大限度积累流量,后续通过多种方式变现,包括赚取平台流量收益,开展带货、打赏或私域营销活动,为婚恋、医疗、养老等其他商业机构引流赚取佣金等。从AI数字人制作、文案批量生成,到引流、互动、转化,每一环都在算计如何从老人的情感需求中榨取价值。

“AI霸总”围猎老年人,本质上是对人性弱点的精准攻击。一方面,时下,独居、空巢是不少银发群体的常态,“霸总”人设中的“霸道宠溺”“专一深情”,填补了一些老年人的情感空白。另一方面,银发群体中的不少人对AI技术的认知有限,难以理解“眼见未必为实”的道理。此外,技术手段大幅降低了“AI

换脸”“拟声合成”的成本,加之平台算法持续为老年用户推送同类高浓度内容,从而令一些银发族陷入“情感空虚—邂逅霸总—寻求互动—被精准收割”的窘境。

“AI霸总”让一些老年人“上头”的同时,也为其带来多重风险。在财产安全层面,从直播间带货、付费解锁“专属陪伴”,到诱导转账、投资“高回报项目”,老年人的养老金可能被一步步掏空。在身心健康层面,过度沉迷虚拟互动,会加剧老年人现实中的孤独感。在个人信息安全方面,老年人个人隐私信息可能被获取,成为进一步精准收割的“原料”。

曾经,我们担心老年人被“干儿子、干女儿”们诱骗买保健品;后来,一些老年人落入了短视频平台上的假明星骗局;再后来,“AI+”对银发群体的诱骗成了一套可批量复制的收割模型。这一过程中,围猎手段从“人工话术”升级到“AI量产”,从“一对一突破”进化到“即使千人千面也能精准营销”……AI技术的迭代速度超过了治理的反应速度。对此,相关部门已经出台规定对AI生成内容进行强制标注,但这显然远远不够。在AI技术快速发展

的时代,相关治理需要多些未雨绸缪。

一方面,平台方不能只为技术做“嫁衣”,还应承担起内容审核的伦理责任;技术开发者在追求模型迭代的同时,也应主动嵌入伦理设计;监管部门则需依法严厉打击利用AI实施的情感诈骗、虚假宣传等行为,落实“谁使用、谁负责”的主体责任,让“AI不是免责金牌”成为共识和铁律。

另一方面,无论是家庭还是社会,需要进一步看见那些被忽视的情感需求与渴望。“AI霸总”视频的评论区里,有粉丝说“就算你是假的,我也愿意信一回。”可见,浇灭一系列AI幻象与相关人群之间的“火花”,有必要以更可行、更智慧的方式满足相关群体的情感需求,这需要各方伸出温暖的手,拉相关群体走出“情感孤岛”。

算法可以计算流量,但不能算计人心;技术可以模拟情感,但无法替代真实的关爱。阻断AI幻象渗透和蔓延的链条,守护好每个人的数字安全与情感尊严,这是应对“数字情感收割”的基本原则,也是技术向善的题中应有之义。

社评

中国新闻名专栏

算法可以计算流量,但不能算计人心;技术可以模拟情感,但无法替代真实的关爱。阻断AI幻象渗透和蔓延的链条,守护好每个人的数字安全与情感尊严,这是应对“数字情感收割”的基本原则,也是技术向善的题中应有之义。

短视频平台上,身着正装、开着豪车、戴着金表的“儒雅霸总”,张口“姐姐”、闭口“想你”,嘘寒问暖甚至下跪求婚……据4月13日新华社报道,这些“AI霸总”或是AI数字人,

筑起直播打赏“防火墙”,更好守护“数字童年”

邱璇

据新华社报道,4月13日,中央网信办发布《关于加强网络直播规范管理的通知》,推出11条网络直播打赏管理新规,其中“不得向八周岁以下未成年人提供打赏服务”的条款,以刚性制度划出了网络空间保护低龄儿童的清晰红线,引发广泛关注。

当前,我国未成年网民规模近两亿,低龄儿童触网低龄化趋势明显。一些直播平台为争夺流量,纷纷打造童趣化场景,以动画特效包裹的虚拟礼物、萌趣主播的互动话术、“打卡上榜”的攀比玩法等,精准击中低龄儿童的认知弱点。8岁以下儿童作为无民事行为能力人,尚未建立金钱概念与消费理性,往往将打赏视为“游戏操作”,将虚拟礼物当作“趣味互动”,在主播“刷礼物解锁特权”“上榜就能连麦”的诱导下,轻易触碰支付按钮。7岁女童趁母亲熟睡给游戏主播打赏3万余元;6岁男童模仿短视频操作,一周内打赏网红主播近2万元……类似案例是低龄儿童直播打赏乱象的真实缩影。

此次《通知》明确“不得向八周岁以下未成年人提供打赏服务”,是对当下直播生态乱象的精准纠偏,更是对未成年人网络权益的深度守护。

禁令的生命力在于执行,不让低龄儿童触碰直播打赏,还需构建“技术拦截、平台履责、多方共治”的全链条防护体系,让每一个环节都成为不可逾越的安全屏障。

直播平台要摒弃“流量至上”思维,将未成年人保护置于商业利益之上。一方面,细化主播行为禁令,严禁主播诱导低龄儿童打赏,对违规主播采取永久封禁账号、纳入行业黑名单、通报经纪机构等“零容忍”举措。另一方面,加强身份审核,确保对8岁以下用户直接关闭打赏入口。此外,完善异常打赏处置与退款机制,杜绝“举证难、退款慢、推诿扯皮”现象。

当然,保护低龄儿童远离直播打赏,绝非平台一己之责,还需家庭、学校、监管部门合力织就密不透风的保护网。当每次直播互动都远离金钱诱惑,每个数字场景都贴合孩童天性,低龄儿童才能在网络空间中自由探索、快乐成长,让“数字童年”真正成为充满阳光和希望的美好时光。这是新规出台的初衷,是时代的责任,更是全社会的共同期许。

唐传艳

据中国医疗保险微信公众号报道,近日,最高人民法院、最高人民检察院联合发布《关于办理贪污贿赂刑事案件适用法律若干问题的解释(二)》,自5月1日起施行。这是继2016年相关司法解释施行之后,反腐败司法领域重磅、全面的一次升级,该司法解释重点降低了单位行贿罪入罪门槛,明确了医疗领域行贿从重处罚。

近年来我国打击医药商业贿赂力度很大,效果也十分显著。医药代表被纳入了



图说

隐患

据《四川日报》报道,最近,“拼豆”手工受到了不少人的欢迎,其玩法是通过排列组合彩色小塑料管形成图形后,经过加热固定成型,最终形成像素风格的各种物件。这一娱乐模式看似老少咸宜,实际上安全隐患不容小觑,“拼豆”焚烧已引发多起触电或烫伤事故。

近年来,各类充满创意的小玩具为目标群体带来了欢乐,也为相关产业的发展提供了更多动力,本应双赢的局面却往往被安全隐患打破,如一些刀箭类玩具因具有较强杀伤力而被禁止宣传销售,一些塑形玩具因含有毒有害物质而备受诟病……如果安全防线时常“跑冒滴漏”,显然会侵蚀消费者的信任,对玩具市场信誉造成损害。大到企业运行,小到一个玩具,安全都应摆在首位。希望相关企业能够以上述安全隐患为反思整改契机,真正把安全理念融入生产的每个环节,让安全与品控成为参与市场竞争的优势与底气——这是企业义不容辞的责任,也是行业健康发展的必然要求。

李法明/图 嘉湖/文

5天“碰瓷”6家餐馆?别让恶意索赔压垮中小商家

胡欣红

“肉里吃出了蟑螂,恶不恶心?”据4月13日《工人日报》报道,高某等3人职业索赔团伙,5天内以外卖“吃出蟑螂”为由恶意碰瓷6家中小餐馆,靠调包造假、威胁投诉牟利2700元,目前高某等3人已被北京警方依法刑事拘留。

正当维权与恶意索赔有着本质区别。消费者遇到食品安全、商品质量等问题,依法投诉、合理索赔,是受法律保护的正当权利,这也是监督市场、倒逼商家规范的重要力量。但上述团伙把投诉举报当成敛财工具,频繁变换身份、复制粘贴投诉内容,用“向12345投诉”“网络曝光”等相要挟,专挑抗风险能力弱的中小餐饮企业和商家下手,本质是有组织的敲诈勒索。

恶意索赔的危害,远不止让几家小店蒙受损失。对中小商家而言,经营本就不易,面对

对恶意骚扰往往陷入两难:妥协赔钱,等于助长恶行;硬刚维权,又要耗费大量时间、精力应对投诉与调查,轻则影响口碑客流,重则被迫关门歇业。对消费环境来说,这种行为严重扭曲维权本意,挤占12345热线、监管执法等公共资源,更会让守法商家寒心,扰乱公平有序的市场秩序。

近年来,恶意索赔乱象屡禁不止,从电商平台“职业吃货”批量索赔、收“保护费”承诺“免打”,到紧盯小餐馆“拍黄瓜”等微小违规反复举报,再到此次团伙式碰瓷餐馆,手段不断翻新。不少人打着“职业打假”旗号,却干着“假打真讹”的勾当,把法律规则变成牟利武器,既践踏法治权威,也透支社会信任。

遏制恶意索赔,法治已亮出鲜明利剑。今年4月15日起施行的新修订的《市场监督管理投诉举报处理办法》明确划定红线:对通过夹带、调包、造假、捏造事实等方式骗取赔偿、敲诈勒索的,一律移送公安机关依法处

理。此次北京警方刑拘索赔团伙,正是法治亮剑的生动实践,彰显了打击恶意索赔、守护营商环境的坚定决心。

守护良好消费环境,不让恶意索赔成中小商家不可承受之痛,需多方发力。监管部门与公安机关可强化协作,快速甄别恶意线索,形成打击合力,让碰瓷者付出沉重代价;电商、外卖平台要完善大数据甄别机制,精准识别批量恶意投诉,为商家筑牢防护墙;商家则须严守食品安全底线,摒弃息事宁人心态,遭遇恶意索赔要及时报警、固定证据。

消费环境是市场活力的基石,既需要保护消费者合法权益,也需要呵护诚信商家的生存空间。对恶意索赔“零容忍”,就是对正当维权的保护,也是对市场秩序的守护。唯有持续重拳打击,久久为功,才能斩断恶意索赔的黑色链条,让中小商家安心经营,让消费者放心消费,共建公平、诚信、健康的市场生态。

法所得及其收益,解释中明确规定要全额追缴或责令退赔,即使原物已经转化或者与合法财产混同,也可以追缴相应的等值财产。解释中类似规定都让药企行贿的违法成本呈几何级上升。

同时,该司法解释还对个人受贿的认定标准进一步细化,将“利用职务便利为药企谋利”的各类隐性行为纳入规制范围,实现了对医药购销全链条的覆盖,为斩断“带金销售”的利益链提供了坚实法律支撑。

此外,上述司法解释还明确了单位行贿与个人行贿的区分标准,避免医药企业以“个人行为”为借口逃避处罚。

上述司法解释是医药反腐法治化进程中的重要一步,对于医药企业而言,合规经营不再是选择题,而是关乎生存的必答题。医药购销领域的“带金销售”回扣行为或将因刑事责任门槛大幅降低而明显减少,或将倒逼药企从“拼回扣”转向“拼质量”,因回扣驱动的过度诊疗和不合理用药也有望同步减少。

严惩单位行贿,全链条斩断医药“带金销售”

全流程的严格监管,昔日“跑医院、塞红包、递回扣”等乱象得到了很大程度的遏制,不少地区的医药代表开始转向学术推广、临床服务等合规路径。医务人员的廉洁行医意识也显著提升,在医德教育与制度约束的双重作用下,面对各类回扣、礼品诱惑时的敬畏心大幅增强,“不敢收、不能收、不想收”的行业共识已基本形成,医疗行风普遍好转。

与此同时,医药反腐工作仍存在短板。比如,过去治理举措多聚焦于对医务人员和医药代表等个人行受贿行为,对药企行贿的约束力度不足。部分药企钻制度空子,通过

“费用包干”“业绩挂钩”等隐蔽方式,将企业主导的行贿行为包装成医药代表的个人自发行为,一旦东窗事发便将责任全部推给个人。本该承担主要责任的药企常能置身事外,仅以罚款了事,难以对医药行业内的行贿风气形成有效震慑。这一短板直接削弱了医疗反腐的整体效果。

上述司法解释进一步明确了单位行贿罪的量刑门槛,将单位行贿纳入严厉惩戒范围,这就斩断了药企通过“甩锅”个人逃避责任的途径。解释中明确了单位行贿实行双罚制,即对企业处以高额罚金,也追究高管与直接责任人的刑责。对于企业的违

丁慎毅

据公众号“齐鲁壹点”报道,最近,江苏足球超级联赛因一份“散装”赞助名单火遍全网。从万亿元规模的江苏银行,到南京街头的卤菜小店、宿迁巷尾的奶茶铺,34家赞助商横跨资本巨头与市井小微,构成了体育领域罕见的赞助生态。

有人调侃这是“江苏十三大保”的散装本色,有人惊叹于小商家的破圈机遇,细细品味就不难发现,这场“卤菜与银行同台”的赛事,正以朴素的方式揭示着当代体育发展的深层密码——体育的根不在金碧辉煌的场馆,而在热气腾腾的生活;体育的魂不是少数精英的表演,而是万千大众的参与。

以往,体育赛事的赞助多为“大户游戏”,中小规模的市场主体鲜少有机会参与。如今“苏超”主动拆掉这堵墙,开出5万元的小微赞助席位,让3000多家本土企业争相报名,最终32家小微企业成功“上车”。当“食为天卤菜店”的招牌与国际品牌并肩而立,当街边烧烤店的广告在赛场大屏轮播,赛事本身也得以超越运动竞技的范畴,进一步延伸为扎根本土、连接万家的生活载体。

这种“散装”藏着大智慧。它不是无序的拼凑,而是致力于通过巨头企业托底赛事品质,通过小微商家为赛事注入烟火气息,二者相辅相成,让苏超既有专业赛事的规范,又有全民参与的温度。

对小微企业而言,这不是简单的广告投放,而是被看见、被尊重的机遇。南京卤菜店店主坦言,获得赞助机会后,每天多卖出200多份球迷套餐,不少顾客甚至专程前去打卡。这背后是赛事流量对实体经济的真实反哺。对观众而言,熟悉的本土品牌出现在赛场,带来的是强烈的归属感与亲近感,看球不再只是看竞技,更是看自己的生活、自己的城市。

“苏超”的“散装”,改变着人们对体育与社会关系的认知。不同于一些赛事成为电视里的奇观、少数人的狂欢,如今“苏超”用实践证明,体育本该是全民共享的公共产品。它不味追求竞技水准,而是坚守“源于民间、归于民间”的初心,用属地化参赛规则、低门槛赞助机制,让普通市民、小微商家都能成为赛事的主人。球员是公司职员、教师、大学生,下班后奔赴训练场;赞助商是街坊邻居常去的小店,观赛时能看到自己熟悉的招牌。这种“人人可参与、人人能共享”的模式,一定程度将足球从“竞技焦虑”中解放出来,回归快乐本源、社交本质。

这正是“苏超”带给我们的宝贵启示——好的体育,从来不是“造神”,而是“育人”;不是“堆砌资本”,而是“连接人心”。它不必是巨头云集的盛宴,却可以是城市日常的庆典;不必是少数精英的舞台,却可以是万千市民的狂欢。我们看到的不仅是一项联赛的成功,更是一种新的体育哲学——体育源于生活,也将归于生活。

从贵州“村超”到江苏“苏超”,近几年草根体育的接连破圈,生动诠释了体育的生命力,从来不在光鲜亮丽的表象,而在扎根市井的深度;体育的价值,也不仅仅局限于竞技水平的高低,它更体现于惠及大众的广度。

期待更多地方能读懂这份“散装”智慧,运用更多智慧,充分调动资源,让体育更好地回归初心、融入生活。那时,我们或将迎来更多“菜市场篮球联赛”“咖啡馆围棋赛”,让体育真正成为人人可触摸、可参与、可热爱的日常,以市井烟火与体育活力绘就新时代的美好生活图景。

不能利用技术优势制造“购票焦虑”

董方萍

据4月10日中国新闻网报道,近日,中央网信办、国家铁路局联合约谈7家涉火车票销售业务的第三方互联网平台,要求相关平台应当严格落实网络安全相关法律法规要求,不得利用自动化程序实施大规模、高频次的抢票操作干扰铁路12306平台的安全核验措施,不得干扰、危害铁路12306平台的安全稳定运行。

铁路12306作为关键信息基础设施,承载着亿万民众的出行需求,其安全稳定运行关乎国计民生。然而,部分第三方平台为逐利,利用自动化程序实施大规模、高频次抢票,大量占用服务器资源,导致12306系统响应迟缓甚至崩溃。这种技术异化催生的“数字黄牛”,不仅破坏了“先到先得”的公平购票秩序,让普通用户因技术壁垒陷入“加速包焦虑”,更可能引发个人信息泄露、行程受影响等风险。

此次约谈以《网络安全法》《关键信息基础设施安全保护条例》为依据,将12306平台的安全保护提升至一定高度,体现了法治对技术乱象的精准规制。约谈明确要求平台不得干扰12306运行,后续相关部门还将加强技术监测与严肃查处,形成了“约谈+立法+监管”的闭环治理。这不仅是对平台的警示,更是对公共利益的强力保护——通过限制技术霸权,确保公共服务不被商业利益裹挟。

数字出行服务的本质是便民惠民。对第三方平台而言,通过优化用户体验、提供增值服务创造价值才是正道,而非利用技术优势制造“购票焦虑”。此次约谈正是倒逼第三方平台回归服务本位:一方面,第三方平台需摒弃“加速包”“双通道”等误导性营销,以透明、合规的方式提供代购服务;另一方面,可探索与官方平台协同,在信息整合、行程规划等领域创新,真正成为公共服务的“补充者”而非“干扰者”。唯有如此,才能在合规中实现可持续发展。

此次约谈更深层的意义,在于为数字时代的公共服务治理提供了范本。当技术深度嵌入民生领域,如何平衡商业创新与公共利益,是一道必答题。如今看来,始终以法规为底线,以公平为核心,让技术服务于人,通过技术创新真正提升服务效能,才是最优解。

数字出行服务的健康发展,离不开法规的刚性约束与平台的自觉担当。期待在法治护航下,数字技术能真正成为惠民工具,让每个出行者都能在公平、便捷的环境中,感受到数字时代的温度。