

# 警惕AI模糊虚实界限，守住信任与安全

本报评论员 陈曦

道,随着AI技术的快速发展,一些不法分子的诈骗手段也在不断升级,从前单一的盗图、换脸、偷录进行欺诈,到现在可以多模态生成以假乱真的文书证件、动态视频以及能互动的“数字人”,给群众甄别违法犯罪增加了难度。黑灰产正从“堆资源、拼人力”的传统模式,转向更隐蔽、更低成本、更接近真实用户行为的“类真人化、智能化”阶段。

当前,AI技术正深度融入我们的生活,为千行百业插上翅膀,让社会运转更加高效。然而,这项技术也已被黑灰产从业者肆意滥用。从伪造病历到餐厅敲诈勒索,到“偷脸”盗刷医保卡和银行卡,从通过AI拟声、换脸伪装成“急需用钱”的亲友,到操纵AI“数字人”以情感陪伴为诱饵实行长期收割……一段时间以来,犯罪分子利用AI实施诈骗的手法快速迭代,令人防不胜防,不仅让受害者财产受损、心灵受创,还颠覆了不少人的惯常认知,造成了严重的信任损耗。

与传统的诈骗模式相比,AI诈骗呈现出一些新的特点和趋势。比如,造假成本更低,不法分子通常只需向AI工具输入简单指令,便能

从几秒钟的语音样本中提取声纹,甚至用一张照片生成能够实时交互的动态视频,音画效果可达“毛孔级真实”;从“广撒网”转向“一对一”,传统诈骗靠群发短信、随机拨号碰运气,而AI诈骗可“量身定制”话术与场景,如对家长谎称“子女”出事,为空巢老人打造“AI霸总”等,成功率大幅提升;犯罪链条更隐蔽,不少AI诈骗视频和语音由境外服务器生成,诈骗资金又经多个账户快速拆分转移,追踪成本较高。

AI本身并无善恶,关键在于谁被使用、如何使用。新修改的网络安全法于今年起施行,其中新增了AI发展的相关内容,勾勒出行“发展与安全并重”“用AI防控AI风险”的治理框架,体现了对新技术的包容审慎。此外,《生成式人工智能服务管理暂行办法》《人工智能生成合成内容标识办法》等文件也为AI使用划定了红线。

打击不断升级的AI骗术,需凝聚合力从多方面破题。比如,进一步明确“深度伪造”内容的司法鉴定标准和举证责任分配,厘清技术提供者、内容传播平台应承担的审查义务;推广数字水印、内容溯源等技术,要求AI

平台对生成内容嵌入显著、难以移除的元标识;在金融、法律、医疗等高安全需求场景中,引入AI数字笔迹等动态身份识别技术作为补充;强化网信、司法等部门与各平台企业间的联动,对诈骗新苗头及时研判、堵上漏洞;完善投诉举报机制,提升违法成本,加强国际执法协作等。

五花八门的AI骗术让“眼见为实”成为过去时,人们需要进一步提升数字素养。如,避免在社交平台 and 公开网站上过多暴露个人信息,注意保护好人脸、指纹、声音等,从源头降低成为诈骗“素材”的风险;被要求转账汇款时,要多维度交叉验证,而非在对方的话术中乱了阵脚。目前,一些地区的公安机关正在探索“以魔法打败魔法”,如利用AI开发“诈骗模拟”APP,在AI动画中拆解拟声、换脸等伪造伎俩等,取得了较好的反诈成效。

AI语言、AI水军、AI诈骗……AI时代有无尽机遇,也有未知挑战。相关治理思路、制度体系、执法手段等需及时更新,引导新技术向上向善,守住经济社会生活中的信任与安全根基,捍卫文明与秩序的底线。

## 社评

中国新闻专栏

犯罪分子利用AI实施诈骗的手法快速迭代,令人防不胜防,不仅让受害者财产受损、心灵受创,还颠覆了不少人的惯常认知,造成了严重的信任损耗。相关治理思路、制度体系、执法手段等需及时更新,引导新技术向上向善,守住社会生活中的信任与安全根基。

视频里“孙子”哭诉急需赔钱,电话那头“好友”的声音如常,连咳嗽习惯都一模一样……据6月11日“半月谈”微信公众号报

## 告别“撕番”内耗,让实力成演艺圈硬通货

何勇海

据央视新闻客户端报道,6月12日,中国电视剧制作产业协会、中国网络视听节目服务协会、中国广播电视社会组织联合会演员委员会向会员单位联合发布《关于规范电视剧(网络剧)演员署名的通知》。《通知》明确,演员署名实行分类管理,应根据角色性质、戏份体量及实际参与情况,规范使用“领衔主演”“特别出演”“出演”三类头衔,不得随意修改、增加其他名目。在分类基础上,演员署名按照法定姓名的姓氏笔画由少至多排列。如笔画相同,则依次比较姓名第二个字、第三个字的笔画,直至形成唯一排序。

电视剧的演员署名排序,本应由角色主配、戏份多少等综合因素决定,其初衷只是“记录分工”,不考虑演员的咖位高低、走红与否。然而,不知从何时起,这种排序开始背离本源,甚至衍生出“撕番”这一新名词——有的剧作尚未拍摄时,主演们的粉丝就因创作方公布的偶像番位问题直接“开撕”,也有一些剧作播出后引发番位纷争。

在“撕番”之下,番位与咖位、地位、人气、商业价值划上了等号,番位之争已成为赤裸裸的利益之争,给演艺圈带来了混乱。领衔主演、特别主演、特邀主演……一段时间以来,部分剧目放眼望去全是主演,甚是荒唐可笑。此外,过度争番位会扭曲粉丝的价值观。青少年是粉丝群体的主力军,他们为偶像追求虚名,满足的是自己的虚荣心,于自身成长无益。

2021年12月,国家广播电视总局发布《电视剧母版制作规范》,明确演职人员在电视剧的署名方式、顺序、位置等由聘用合同约定,制片人应在与演职人员签署聘用合同时对署名问题进行沟通和约定,规避争排位等署名纠纷的发生。此后,一些专家学者纷纷建议,进一步出台行业规范,营造风清气正的创作氛围。此次三协会发文规范电视剧(网络剧)演员署名,及时回应了这些呼声。署名新规不仅规范了格式、统一了排序,更是对行业生态和价值观的纠偏。

对于演员来说,演技才是立足之本。靠经纪人、粉丝争来的番位徒有其名,光环终会暗淡;对观众负责,对市场负责,靠好作品、真实力挣来的口碑才真正属于自己。期待国产影视行业以此为契机,放下浮躁,努力修炼内功,用扎实的故事、精良的制作、动人的演技,为观众奉上更多诚意之作。



## 图说

## 假

据央视报道,近期,国务院食安办会同市场监管总局、公安部,集中查处了一批假酒案件。目前共查实涉案酒水7.52万箱,大多是使用食用酒精加香精勾兑冒充的酱香型白酒。同时,查处存在违法行为的平台企业7家、网店61家、直播间78个。

近年来,在有关部门持续治理和严厉打击下,网售假冒产品得到有效遏制,然而仍有一些不法分子为了规避监管“折腾”出新花样。比如,炒作“专供”“特供”企业背景、刻意使用引人误解的图文说明、宣称保健食品“包治百病”等。在各类话术和“包装”之下,一些消费者不明就里为某种精心设计的标签和情怀掏了腰包。更令人担忧的是,这类假冒伪劣产品背后还隐藏着质量缺陷和安全隐患等重大问题,危害消费者健康。此番监管部门联合重拳出击,有力挤压了不法分子招摇撞骗的空间,希望未来在生产、线上线下销售等诸多环节再多一些精细化、智慧化监管举措,不给虚假商业营销留下喘息之机。

李法明/图 嘉湖/文

# 跟着书本去旅行,让行走有更深厚的意义

孔德淇

据6月14日《半月谈》报道,近来,一种特别的旅行方式在年轻人当中流行:不再盲目追逐网红打卡点,而是捧着书本,循着文字去追寻红透半边天的故事。在许多年轻人看来,旅行不应只是“观光打卡”,而更像是读一本值得一读再读的书。

去昆明追寻汪曾祺的足迹,在地坛品读史铁生的心绪,到上海小巷寻访鲁迅的过往……年轻人奔赴一座座城市,向往的不只是山清水秀,更是文字背后的人间烟火、人文历史与精神力量。这场出行新风,不只是游玩方式的改变,更折射出一代人精神追求、消费观念的转变,也为当下文旅行业的转型发展,提出了值得深思的考题。

对年轻群体而言,这场行走本质上是一场精神寻踪。过去出门,是为了逃离日常、寻找新鲜感;如今踏上旅途,是想在陌生的空间里,和经典、和历史、和远方的作者完成一

场跨时空对话。当书页里的场景照进现实,抽象的文字变得触手可及,疲惫的旅途也增添了情感与温度。为一段文字奔赴一座城,背后是大众审美趣味的升级。大家不再满足于视觉上的愉悦,开始追求精神层面的共鸣。而主动走近文学经典,探寻文明根脉,也是文化自信在年轻群体中悄然生长的真实写照。

文学与旅行相遇,是一场双向奔赴。读者循着书香出行,文学IP也成为各地文旅发展的新抓手。比如,浙江盐碱地借余华的作品打造“文学地图”,让冷门小镇走进大家的视野;吉林长白山结合《盗墓笔记》推出主题空间、音乐会与互动活动,邀请读者前来“赴一场约定”;河北廊坊“只有红楼梦·戏剧幻城”则通过沉浸式戏剧等形式,携游客一起“入梦”。不难看出,文学作品正在成为文旅融合的新引擎,激活了一些地区沉寂已久的文化资源。

但热闹的背后,也藏着需要警惕的问题。眼下不少地方盯上了文学IP的流量,却

只是简单立招牌、划路线、造网红拍照点,把文学旅行做成了“换壳式打卡”。若是只蹭热度、不挖内蕴,为一段文字奔赴一座城,不解文字背后的底蕴,短期或许能吸引客流,长期则会消耗大众对经典的喜爱。长远来看,各地要结合历史、民俗、非遗,打造沉浸式体验,让游客既能“因书而来”,更能“读懂一本书”“认识一座城”。守住文化内核,文旅IP才能拥有长久的生命力。

除此之外,这股风潮也打开了文化传播的新窗口。当下,不少外国游客因为喜爱中国文学,慕名来到书中描写的城市。完善多语种讲解、补充文化背景解读,让海外游客透过风景读懂文字背后的情感与底蕴,文学旅行才能成为讲好中国故事的重要载体。

一场旅行,因文学而厚重;一段经典,因行走而鲜活。期待各地文旅放下流量焦虑,用心守护每一处文化印记,沉下心来挖掘文学价值;也希望更多游客放慢脚步,感受一城一地的文化魅力与精神气质——当书香融入旅途,行走便有了更深厚的意义。

们建立良性健康的社交关系,更有益于健全人格的养成。

整治校园玩梗乱象,不能简单“一刀切”,而是要区分性质、划清边界、分类引导,推动家庭、学校与网络平台三方协同发力。学校作为主阵地,需建立语言使用规则和公约,实行差异化管理;对无伤大雅的网络用语,明确课余可适度使用、课堂及正式场合禁用;对带有攻击性、歧视性、负能量的烂梗,要坚决禁止传播使用。同时,学校可通过诗词积累、美文品读、创意表达等特色活动,唤醒孩子的语言审美。家长须做好言传身教,在亲子沟通中多用严谨、温润、规范的表达,同时引导孩子提升网络辨别能力,拒绝盲目跟风玩梗。网络平台更要扛起社会责任,优化针对未成年人的算法推送机制,用文明、向上、知识性的内容滋养少年儿童精神世界。

唯有疏堵并举,才能引导孩子们跳出跟风玩梗的怪圈,领略母语的丰盈之美,在健康、清朗的语言环境中向阳生长。

工人日报 网评

### 高考何以是一场巨大的后知后觉?

龚先生

高考甫一落幕,“高考真是一场巨大的后知后觉”便登上热搜。这是高考最为锐利的后知后觉。无数人多年后才读懂,那场考试真正的考题是“散场”与“告别”。这是高考最为睿智的后知后觉。人生有许多考试,高考只是其中一种。高考之后,人生真正的考试才开始。人不能同时拥有青春和对青春的感悟。每个经历高考的人,都是从“不知不觉”到“后知后觉”,从“被推着走”到“找到路自己走”。无论是怅然若失的怀念,还是若有所思的感悟,这场跨越代际的追忆和讨论,都会帮助无数家庭和考生,不困于一时得失,从容淡定走向人生下一程。

网友跟帖——

@碎念:“当时只是寻常”。

@千货:那道青春的分水岭,遥远又清晰。

阅读全文请扫码 “工人日报e网评”

## 中国品牌何以“闪耀”世界杯?

朱波

2026年美加墨世界杯开幕式上,穿着定制球衣的LABUBU蹦跳登场,托起迷你大力神杯的视频登上各大社交平台热搜。这是世界杯历史上首个官方授权联名中国原创潮流IP。在赛场侧面,还有中国品牌当上了“裁判”。例如,海信提供的显示设备进驻美国达拉斯的国际转播中心及裁判中心,用于捕捉赛场细节,辅助裁判精准判罚。(见6月14日中国新闻网)

世界杯的哨声再度吹响,绿茵场上群雄逐鹿;赛场之外,另一场关乎国家实力的较量早已风起云涌。曾几何时,我们习惯了在赛场边瞥见中文广告牌,在球迷手中看到从义乌启程的小喇叭与助威棒。而今天,中国企业已不甘于只在看台上“插旗呐喊”,而是径直挺进赛事判罚、数据处理、绿色通勤等“中核地带”。从供应边缘产品到交付核心设施,这绝不是简单的份额扩张,而是角色定位的跃迁,世界杯这面镜子清晰映照出中国制造在全球制造价值链上的不断攀升。

联想推出的足球AI超级智能体,海信为世界杯量身打造的超清显示终端等,不再是批量贴上标签的成品,而是深度定制、与顶级赛事标准共融共生的技术方案。从江苏淮安的足球内胆到浙江义乌的精致文创,从山东青岛的赛事旗帜到广东江门的液晶电视,各地织就了一条协同高效的产业链——这不是单打独斗的孤勇,而是产业集群成建制、成体系的出海。完备的产业链条,赋予中国制造弹性与韧性,让中国企业在面对世界杯量级的需求时,能够更加从容不迫。

绿茵场上的胜负终有哨响一刻,但产业跃迁的征程没有终点。中国制造在本届世界杯舞台上的惊艳亮相,标志着我们从“被看见”到“被需要”,日益成为服务提供者、技术共建者、价值创造者。这方寸绿茵所照见的产业气象,无疑是中国经济高质量发展叙事中一个生动而璀璨的段落。

## 媒体声音

### “三蹦子”缘何成外贸“小明星”

近年来,中国制造的电动两轮车、电动“三蹦子”掀起一股出海热潮,从东南亚、欧洲的街巷一直火到南美乡村和北美农场。《光明日报》评论说,中国“三蹦子”在国际赛道大放异彩,源于全球能源转型及日益广泛的减碳共识,更源于中国制造能成功打造出有极致性价比且适配多需求场景的好产品。中国外贸高质量发展,既需要新能源汽车等的高端突围,也需要更多像“三蹦子”这样接地气的市场渗透。背靠中国工业制造庞大完备体系、超大市场规模的试错空间与快速迭代能力,只要“探照”到真实需求,哪怕再不起眼的角落,相信定能开辟出新赛道,跑出新精彩。

### 乐见更多为职校生正名的“娜依拉”

最近,《加油吧!娜依拉》全国公映,影片根据深圳“汽修女孩”古慧晶等人的真实经历改编,讲述了新疆少女娜依拉突破重重困难勇夺全国技能大赛冠军的故事。《南方日报》评论说,这是古慧晶的故事、娜依拉的故事,更是一封“给职校生的情书”,是产业与梦想的双向奔赴。镜头里的娜依拉,不是天赋异禀的“爽文主角”,而是用“不服输”对抗“不看好”的破局者,是千千万万默默奋斗、以技立身的年轻人代表,他们组成了我国经济转型升级不可或缺的力量。电影之外的故事未完待续。技能成才的目的,不在于拿了多少奖牌,而在于将技能扎进产业一线,让能工巧匠获得更多尊重,让努力与回报实现价值适配。

### 别让“要好评”变了味儿

打开手机订民宿、点外卖、约网约车,消费结束后冷不丁接到一通回访电话,寒暄过后,落脚点总是那句“麻烦给个五星好评”。这种“客客气气的骚扰”已成为不少消费者的困扰。《经济日报》评论说,再好的临场消费好感,也经不起消费结束后的反复纠缠,事后要好评非但没能提升美誉度,反而把原本尚存的一丝包容与好感消耗殆尽,还可能面临监管追责、品牌受损的风险。长期如此则会透支信任,更遑论留住消费者。消费市场的金字招牌,是一餐一饭、一言一行日积月累打磨出来的。事后要好评,不如当把服务做好,把产品做精,让好评回归真实体验的本质,推动消费市场走出虚假评分怪圈,实现健康有序良性发展。(乐群 整理)

# 拒绝网络烂梗,引导孩子们“好好说话”

王志顺

小学老师把课堂上捣乱的学生叫到办公室,责问他为什么上课不听讲,学生反问“那咋了?”老师又问,“那你以后打算怎么办?”学生不假思索地说,“受着呗”……据近日央视网微信公众号报道,网络烂梗正在各地小学校园流行,而且不断“迭代升级”,呈现出一种明显的“病毒式传播”特点。

网络烂梗在低龄群体中蔓延,是少年儿童成长规律与当前网络环境共同作用的结果。小学生的社交重心逐渐从家庭转向同龄人,迫

切需要获得群体认同与归属感,简单通用的网络烂梗自然成为融入集体、拉近距离的低成本“社交通行证”。同时,面对学业压力与成长中的人际困扰,网络烂梗自带的戏谑属性具备宣泄功能,能够帮助孩子们释放负面情绪。此外,平台的算法推荐机制会针对用户偏好精准推送内容,未成年人浸泡在烂梗密集的网络语境中,久而久之便会陷入跟风玩梗的闭环。

从传播特性来看,这类网络烂梗迭代速度快、传染性强,从短视频、网络游戏之中滋生后,通过校园社交实现破圈式扩散,往往老师与家长刚了解旧梗,新梗便已席卷校园,防控难度远大于其他不良信息。网络烂梗对孩

子成长的伤害,隐蔽且深远。一味依赖“666”“绝绝子”等单一话术,孩子们或将丧失细腻的情感感知与表达能力。不少一线教师发现,沉迷玩梗的学生,日常交流空洞乏味,作文语言贫瘠、逻辑松散。语言是思维的外壳,长期用粗浅烂梗概括复杂场景与情绪,还可能弱化孩子们的深度思考能力。

比语言匮乏更值得警惕的是,烂梗会悄悄扭曲孩子的认知与价值观念。多数流传进校园的烂梗本身就带有人身攻击属性,或是藏着低俗的恶趣味,近年来不少校园矛盾甚至肢体冲突,追根溯源都是无度玩梗引发的对立。习惯了不分场合地调侃,不利于孩子