

警惕“AI污染”乱象

宋瑞柳媛

有MCN机构利用人工智能程序日产上千篇虚假新闻,导致大量不实信息在网上病毒式传播;某小说平台账号依靠AI“创作”,每日更新十几本电子书,行文却逻辑不通、辞藻空洞;医学论文因使用AI生成的虚假配图而被撤稿……当前,AI生成、伪造或篡改文本、图片、音频和视频的现象越来越普遍,大量粗制滥造、真假难辨的“信息垃圾”,引发了关于“AI污染”的讨论。

去年以来,生成式人工智能在世界范围内掀起一波接一波的热潮,其颠覆性应用让许多行业和网民受益。然而,一块硬币有两面,伴随生成式人工智能而来的也有一些负面问题,由“信息垃圾”导致的“AI污染”越来越突出。

清华大学新闻与传播学院新媒体研究中心今年4月发布的一份研究报告显示,近一年来,经济与企业类AI语言量增速达99.91%。美国调查机构“新闻守卫”称,生成虚假文章的网站数量自2023年5月以来激增1000%以上,涉及15种语言。一些专家认为,AI制造的“信息垃圾”产量庞大,且辨别难度较大、筛选成本较高。

“AI污染”带来的危害显而易见。“AI污染”会让网民陷入认知幻觉。在某知识分享平台上,看似“上知天文,下晓地理”的AI生成的内容却空洞生硬。在缺乏批判性思考的情况下,AI快速编织的“知识体系”,一方面可能使人们的思辨能力产生退化,另一方面也可能让人陷入认知幻觉,引发公众认知困惑,进而扭曲公众对现实和科学共识的集体理解,最终让人被AI“牵着走”。尤其对于伴随互联网成长起来的年轻一代,一旦他们的认知被“信息垃圾”所塑造,其后果不堪设想。

“AI污染”会反噬AI产业的发展。众所周知,AI模型的准确性很大程度上取决于训练数据的质量。若AI生成的虚假、垃圾内容“回流”互联网,成为训练AI模型的新数据,这种“垃圾进,垃圾出”的循环模式,将使AI的输出质量断崖式下降,不利于整个AI产业的发展。比如,某互联网企业通过搜索引擎优化,将AI生成的文章优先呈现于搜索结果中,导致用户难以检索到高质量信息,引发用户广泛批评。

此外,“AI污染”还涉及法律、伦理甚至社会稳定等诸多问题。AI制造的虚假信息,或侵犯知识产权、动摇版权规则,也涉嫌侵犯个人隐私、泄露身份信息,且有滥用风险,恐扰乱、操控社会舆论,AI制造的违法行为还会加大社会治理难度。

由此可见,整治互联网“AI污染”势在必行。据中国互联网络信息中心发布的第54次《中国互联网络发展状况统计报告》,截至今年6月,我国网民规模达11.1亿人。互联网构筑着人类生存的新家园,年轻一代已成为网络“原住民”,可以说,整治“AI污染”是打造清朗的网络空间、保障每个网民美好生活的必要行动。

首先,应加大对AI学习和生成机制的源头治理。明确AI平台对源头素材的把控责任和对生成内容的监管责任,完善AI内容生成规则,强制对AI生成内容打上显著标识,提升AI技术的透明度和可解释性。

其二,加强对AI生成内容的筛查监管。有关部门及企业需将监管重点放在对AI生成内容的筛查及审核上,可开发相关的审查算法,规范生成内容与舆论场的流入及传播途径,及时发现并删除低质量或虚假信息。

其三,提高用户对AI生成内容的辨别能力。网民应理性对待互联网信息,增强防范意识和识别能力,可使用反向搜索工具,检查内容来源和作者信息,分析内容的语言和结构特征,从而鉴“伪”鉴“劣”。

网络空间不是乱扔乱堆的“垃圾场”。整治“AI污染”、打造清朗安全的网络家园,需要各部门同抓共管和全社会共同参与。

企业招聘设置“盲盒岗位”为哪般?

叶金福

近日,浙江杭州一家公司发布的校园招聘信息引发了关注,其中设置了一个“盲盒岗位”,具体的工作内容、任职要求均没有提出,相关话题因此冲上热搜。而根据公司的说法,设置“盲盒岗位”是“为了招聘者好”,并声称“盲盒岗位不是一个具体的岗位,只是供同学做意向岗位调剂用的”。

按说,求职者应聘找工作应秉持“我的工作我做主,我的工作我选择”的求职意向,找一份适合自己的工作,这才是求职者的“正确打开方式”。但一些企业竟然出人意料地设置了“盲盒岗位”,既没有工作内容,也没有任职要求,这样的“盲盒岗位”真的适合求职者吗?

企业招聘设置“盲盒岗位”为哪般?据从智联超过10年的HR分析,这些企业推出“盲盒岗位”的目的有三:一是聘用的人相当于轮岗后再定岗的管培生,只是换个名字吸引求职者;二是有的岗位不好招人,比如制造业工人、销售员等,推出“盲盒岗位”就是蹭热点、博流量;三是有些公司是“骗子公司”,用这种方法先把员工忽悠进去,再画很多“饼”,如多开几家公司让员工去做法定代表人,一旦出问题,作为法定代表人的员工很有可能担责。可见,“盲盒岗位”不仅不靠谱,而且陷阱多多。

因此,求职者需谨慎对待“盲盒岗位”。一方面,要学会理性求职。求职者在面对“盲盒岗位”时,不妨通过多渠道、多途径的方式,全面了解招聘企业的真实情况,包括招聘岗位、岗位薪资、岗位责任等,不要被不法招聘企业的花言巧语所迷惑。另一方面,要学会维权。求职者一旦遭遇“盲盒岗位”的忽悠和坑骗,既要坚决说“不”,又要积极主动地向劳动监察部门投诉举报,以维护自身合法权益不受侵害,切忌忍气吞声,吃“哑巴亏”,任凭不法企业设置“盲盒岗位”进行坑骗。

同时,劳动监察部门也要积极承担起自身的主体责任,对设置盲盒岗位“偷梁换柱”“蹭热点”“博流量”“画大饼”等坑骗行为采取“零容忍”的态度,发现一起查处一起,可以通过高额罚单、列入“黑名单”,甚至追究法律责任等多种处罚机制,让其既付出“经济代价”,又付出“诚信代价”,更付出“法律代价”,从而给求职者营造一个公开、真实的求职环境。

“网红城市消失”背后的思考

默达

“网红”这个让人又爱又恨的字眼,总是伴随旅游行业的发展。爱它,因为它确实带来了关注度乃至财富;恨它,怨的是“红”的方式千篇一律,热度常常不可持续。国庆假期前后,许多网友突然发现“网红城市”似乎没那么红了,取而代之的是传统热门旅游地走俏,新兴的县域旅游大放异彩,各种深度游、文化旅游取代了同质化的“打卡”,一众“网红店”“网红拍照”“网红路牌”也不再是人满为患。

为什么会这样?究竟是“网红”不香了,还是城市里多了“新气象”?

网红经济的本质是一种流量经济,是用有限的资源博弈更大的机遇。比如许多“网红主播”此前或许默默无闻,却能凭借着几个有趣的视频或是包装营销实现“逆袭”;近年流行的“网红单品”大多成本不高且便于复制;《狂飙》带火的孙子兵法、风靡校园的“萝卜刀”,只

图一乐的“爱因斯坦的脑子”,都是借由短视频平台进入公众视野。“网红”的出现,既有从众心理的影响,也有社交媒体的推波助澜。在行业发展初期,一个“大网红”确实能带来人气,创造远超预期的价值。

“网红城市”的发展同样也遵循着类似的规律。提到天水,许多人或许会先想到“天水麻辣烫”,然后才是历史悠久的天水古城和麦积山石窟;提到“尔滨”,“南方小土豆”迅速刷屏,本地人的豪爽热情同样令人印象深刻;提到淄博,烧烤不仅带火了一座城,还影响到全国烧烤摊的“地域格局”……对于游客来说,常常是先看到“这里很火”,深度体验后才会去思考“为什么火”;对于城市而言,“网红”则意味着“泼天的富贵”,天水“连夜铺路迎宾”,淄博“谁砸口碑我砸谁饭碗”,“尔滨”更是全民动员,都是想要把最好的旅游资源“端”出

来,将流量转化为“留量”。

当“网红”变得可打造、可挖掘,当“网红城市”的赛道上挤满了越来越多的选手,后来者自然要尝试另辟蹊径。县域旅游,反向旅游热起来了,许多小众宝藏旅游地“藏不住了”;“黑悟空”带火山西文旅,铭刻历史的古刹、佛像让人沉浸其中;广东精心打造数十条精品旅游线路,全域旅游“不重样”吸引众多深度游客,也带动了乡村旅游目的地的开发。值得注意的是,无论是主还是客,都不急于把自己打造成“网红”,与之相反,不是一方获取了另一方的关注,更像是一种“双向奔赴”“双向选择”。

“网红”不是消失了,而是各地文旅练起了“内功”;追“网红”的人未曾“割爱”,只是他们的选择更为理性也更有个性的。旅游市场深度发展,消费需求持续释放,意味着单靠招牌吸引游客,依

赖打造“网红”来抢跑将不再是唯一可行的模式;旅游产品日益丰富,各种“攻略”不断完善,也让人相信“网红”之外还有诗和远方。更何况,许多城市的文旅资源本就别具特色,不需要千篇一律的“网红”路线,关键是将本地区的优质文旅资源挖掘好、整合好、宣传好,用心用情将游客服务好,即可期待近悦远来。

热门上榜也好、小众冷门也罢,放到文旅发展的长周期上,最终都要回归内容与口碑的良性竞争。近年来,有不少“老网红”玩出了“新花样”,许多人印象中“好吃好玩”的广州,当下主推的“非遗之旅”不容错过;曾经在年轻人眼中象征着浪漫的厦门,如今靠山海绿道吸引了不少老年旅游团;吃到互联网第一波红利的长沙,靠着坡子街再一次火出了圈……要问“网红”为城市带来了什么,答案便是有压力也有动力,还有“网红模式”之外的广阔天地。

LPR年内再次下调意味什么

姚进

10月21日,新一期贷款市场报价利率(LPR)出炉。中国人民银行授权全国银行间同业拆借中心公布,1年期LPR为3.1%,5年期以上LPR为3.6%,两个品种较前期均下降25个基点。这是今年以来LPR第三次下调,也是降幅最大的一次。

作为贷款利率定价的“锚”,LPR决定着金融机构贷款利率的水平和走向,直接影响各类经营主体的融资成本。此次1年期和5年期以上两个品种报价均下降25个基点,降幅较大,预计将带动企业和居民贷款利率进一步下行。这有助于促进社会融资成本稳中有降,扩大宏观经济总需求,支持物价合理回升,带动实体经济稳定增长。

LPR下降将大大减轻房贷借款人的利息负担,并有力促进消费。今年以来,5年期以上LPR累计下降60个基点,对新老房贷都是利好。对即将贷款买房的人来说,利息成本更低。对存量房贷借款人来说,今年以来LPR下降的0.6个百分点,加上各商业银行10月25日统一批量调整的存量房贷利率平均约下降0.5个百分点,今年房贷利率降幅可能超过1个百分点。大多数贷款购房者负担得以减轻,有助于提高居民整体的消费意愿和消费能力。

值得注意的是,因房贷定价规则是

在重定价日按照最新LPR确定新的重定价周期的利率水平,存量房贷利率下降一般需要分步兑现。例如,北京一存量房贷借款人,重定价日为每年1月1日,目前房贷利率为4.75%(2024年1月1日的LPR+55BP),则其房贷利率下调步骤可分两步:第一步,10月25日,商业银行批量将房贷利率在LPR上的加点调整至-30BP,则该房贷利率调整为3.9%(LPR-30BP),调整幅度为0.85个百分点(4.75%-3.9%);第二步,2025年1月1日,房贷利率按照最新一期LPR重新计算,若12月份公布的5年期以上LPR为3.6%,则该房贷利率调整为3.3%(LPR-30BP),调整幅度为0.6个百分点(3.9%-3.3%)。两步调整完成后,2024年该房贷利率累计下降了1.45个百分点,按照100万元贷款本金,25年等额本息还款方式,房贷利息总额减少超过24万元,每月月供减少超过800元。

LPR下行一方面可引导金融机构继续降低经营主体的融资成本,减轻企业和居民负担,激发融资需求,增强信贷总量增长的稳定性;另一方面有助于稳定企业和居民的信心和预期。特别是5年期以上LPR的大幅下降,将有利于降低购房者成本,与支持房地产企业融资等措施形成组合拳,对于稳定房地产市场具有积极意义。



再次下降

又“降息”了!企业和居民将再享利好。

10月21日,新一期贷款市场报价利率(LPR)发布,1年期和5年期以上LPR双双下降25个基点,1年期LPR降至3.1%,5年期以上LPR降至3.6%。

新华社发 徐骏作

利率政策传导机制正有效运行。9月27日,中国人民银行将政策利率,也就是公开市场7天期逆回购操作利率由1.7%下调至1.5%,带动中期借贷便利利率下降0.3个百分点。随后,10月18日主要商业银行下调了存款利率,10月21日报出的LPR也跟随下行,有效

反映了政策利率变化。这表明由短及长的利率传导关系在逐步理顺,市场化的利率调控机制进一步健全,货币政策传导效率不断提升。商业银行调整存款利率,有利于降低银行负债成本,对稳定净息差形成支撑,提升金融支持实体经济的可持续性。

孩子充值打赏,家长责任不可推卸

戴先任

近年来,未成年人“打赏门”和冒用父母身份充值游戏币的事件屡见不鲜,但未能给某些家长敲响警钟,有些家长发现孩子上述行为后仍疏于监管,导致孩子再次做出上述行为。部分家长甚至认为,只要以“未成年人打赏、充值”为由向平台申请退款便可以挽回损失。北京市第四中级人民法院近日接连审理了两起涉及未成年人二次充值、打赏的案件,家长希望追回全额充值、打赏的诉求,均未获法院支持。

未成年人自控能力与认知能力欠缺,而各种网络直播的付费内容、网络游戏设置的“氪金陷阱”又对他们具有吸引力和迷惑性,另外便捷的支付方式,也让他们的支付没有阻碍。网络消费还具有交易环境虚拟化、交易空间地域等特点,部分未成年人对金钱缺乏具体概念,

一些成年人尚且出现网上过度消费问题,何况是未成年人。随着移动互联网的普及,未成年网民规模越来越大,未成年人首次上网的年龄也不断下降,未成年人在网上过度消费乱象也随之衍生。

近年来,未成年人因沉迷网络进行巨额消费的案例不断增多。一些未成年人为了玩游戏或给主播打赏甚至动辄充值巨款,浪费父母的血汗钱。申诉未成年人网络消费退款的诉讼案件近年来也是频发。

未成年人充值打赏,与一些商家利用未成年辨别能力和自制力较低等弱点,绕过“青少年模式”,诱导孩子沉迷等有很大关系,但有些情况也并不限于此。如一些家长并没履行好自身的监护责任,如放任孩子使用自己的手机设备玩游戏、看直播等,对自己的社交账

号和支付密码也没尽到及时监管义务。家长没有履行好“第一责任人”责任,在孩子大额打赏、充值之后,却只想将“锅”都推给外部环境。根据法律规定,限制民事行为能力人超出其年龄智力范围的充值行为无效,平台由此取得的财产应当返还,但是未成年人监护人有过错的,可以减轻平台责任。

在一些涉及未成年人二次充值、打赏的案件中,一些家长希望追回全额充值、打赏的诉求,均未获法院支持,这些案件就给家长上了一堂生动的法治课,有助于倒逼家长履行好自身的监护责任,而不是凡事当“甩手掌柜”,有利于真正解决孩子沉迷网络进行巨额打赏等问题,也有利于孩子的成长。比如家长对于孩子沉迷网络进行巨额消费等问题,要严把“第一道关”。如对银行账

号、手机设备等进行必要管理,不能让孩子随便使用。家长、学校等也要加强对未成年人的教育引导和管理,避免他们上当受骗,沉迷网络,要培养孩子健康的兴趣爱好。

当然,平台更要严把“充值关”,要落实好“青少年模式”,比如要求网游平台、直播平台强制增加人脸识别,加强技术防范手段。要完善相关行业标准,对游戏内购、充值等行为进行规范。

要让未成年人网络消费别再陷进“氪金陷阱”,家长、学校、网络平台、监管部门等相关各方都要守土有责,尽好各自责任,不能有任何一方缺席,既要打破“技术藩篱”,堵住“技术漏洞”,还要筑牢各方“责任藩篱”,形成合力,才能解决好未成年人网上高额消费的问题,更好遏制未成年人网络游戏沉迷等问题。

清北毕业生入职“县中”,“双向奔赴”推进教育公平

孔德洪

近日,浙江绍兴嵊州市因一批名校毕业生的到来而备受瞩目。今年8月,嵊州市教育体育局发布的教师招聘用人员公示中,清华、北大、浙大、厦大等名校的博士、硕士研究生赫然在列,其中三名毕业于清华北大的毕业生将入职嵊州市县级中学担任高中老师。

在传统观念里,名校毕业生似乎理应留在大城市,进入顶尖的科研机构、大型企业或者高校,从事更具挑战性和创新性的工作。当这些高材生选择走进县级中学,无疑打破了人们的固有认知。

“县域教育”是中国教育的重要底色,在县域人才培养和文化建设中起着关键作用。数据显示,截至2020年底,县域高中占全国普通高中数量的51%,超过半数的在校生在这里开启他们的求学之路,达1468.4万人之多。这

些学生的教育状况深刻影响着中国未来的社会面貌。但长期以来,由于城乡发展不平衡,县级中学在办学条件、经费投入以及师资队伍等方面与城市中学相去甚远,加之城镇化加速演进,进一步加剧了优质生源和师资向大城市及发达地区的流动,使县级中学的办学水平和教学质量面临严峻挑战。

县域教育的困境,首当其冲便是教育资源的匮乏。近年来,虽然县级中学的硬件设施有了显著改善,但师资力量薄弱仍是亟待突破的瓶颈。名校毕业生的加入,为推动教育资源均衡分配带来了新契机。他们凭借卓越的学习能力和独特的思维方式,能为县级中学注入先进的教育理念和创新的教學方法,为学生带来全新的学习体验和启发。同时,他们的到来不仅能提升学校的师资水平和教学质量,更有望吸引更多优秀学生报考,从而形成

良性循环,对于提高当地教育水平、缩小城乡教育差距、促进教育公平意义重大。

诚然,达成这场双向奔赴的完美融合,需要多方协同发力,以增强县域教育的吸引力。一方面,政府和学校应为人才提供合理的薪资水平、良好的物质保障以及广阔的发展空间。嵊州市去年12月发布的招聘公告中,明确了对清北毕业生给予高额的房票补贴、安家补贴和人才奖励,这是良好的开端。但仅仅靠高薪还不够,还应积极提供全方位配套服务,强化对人才的培养与管理,促使他们的才华与价值得以充分彰显。另一方面,社会亦应给予更多的理解与支持,以开放的心态看待名校毕业生执教县级中学这一现象,认识到这是他们对教育公平的担当,为他们创造良好的教学环境,让他们安心地在教学岗位上发光发热。

破解县域教育发展的难题并非一蹴而就,亟待逐一回应县级学校的突出问题,稳步推进教育资源均衡化。此前,教育部等九部门印发的《“十四五”县域普通高中发展提升行动计划》,针对我国一些地方县中发展存在的跨区域掐尖招生、师资不足等顽瘴痼疾,从深化招生管理改革、加强教师队伍建设、改善办学条件、提高教育教学质量等多方面明确了重点任务、措施与保障机制。各地应认真贯彻落实这一行动计划,切实推动县域教育高质量发展。

清北毕业生入职县级中学,是教育资源优化配置的积极探索,也是对教育公平的有力推动。要积极创造良好的教学环境,让他们在教学岗位上发光发热。也希望更多地地方能够重视教育人才的引进和培养,共同推动县域教育事业的健康发展,让教育公平的阳光洒遍每一个角落。