

“AI黄谣”泛滥，科技不应成为作恶“刀柄”

近日，网红特效师洪某通过AI换脸技术、利用电脑后期制作软件，合成了自己与某知名女明星的接吻视频后在网络上公开发布，受到众多网友关注，引发热议。视频发出后不久，洪某在社交平台上表示自己被该女明星粉丝抓伤“破相”，事件再次引发热议。

据悉，洪某是抖音平台上一位特效博主，其视频要么是将影视剧里的角色换成自己的脸，要么是将自己用合成技术“传送”到剧中，重新“演绎”剧情。在洪某发布的视频中，有很大一部分的视频内容是洪某将自己的脸替换成热门影视剧男主角的脸后与各个女明星进行“亲密互动”。

事件发酵至今，洪某坚称自己没有错，网友们对此的讨论热度也在不断攀升。不少网友都对此进行了强烈的谴责，有人直呼其“太过变态”“猥琐下流”“隔空猥亵”，有人提出“这难道不算是性骚扰吗”“这肯定侵犯肖像权了”等疑问。但也有少数人认为“影视剧是公开影像，为啥能看不能用”“自娱自乐而已”“算不得实质性骚扰”，表示不应对其苛责。

本次事件表面上是洪某替换影视剧角色人脸进行自娱自乐，但归根到底就是洪某为了满足个人私欲和博取网络关注而滥用AI技术、侵犯他人权益、对他人和社会造成不良影响的恶性事件。我们更应明白：诸如AI换脸这类科技，本应是造福人类的



工具，不应反倒了成为作恶之人伤害他人的“刀柄”。

我国《民法典》明确规定：任何组织或者个人不得以丑化、污损，或者利用信息技术手段伪造等方式侵害他人的肖像权；未经肖像权人同意，肖像作品权利人不得以发表、复制、发行、出租、展览等方式使用或者公开肖像权人的肖像。其中，“利用信息技术手段伪造等方式”包含了利用人工智能合成内容技术深度伪造他人肖像的行

为。因此，即使洪某在本次事件及账号中其他相关视频中制作的视频为影视剧的公开影像，但其使用AI换脸技术“污损”他人形象还公开传播的行为，依旧侵犯了原作中男女主演人员的肖像权。此外，我国《民法典》规定：民事主体享有名誉权，任何组织或者个人不得以侮辱、诽谤等方式侵害他人的名誉权。该视频制作出了洪某与该女明星的“接吻”桥段，本质上无异于“造黄谣”，已经损害了女明星形象，构成了对该

女星名誉权的侵害。

我们不难发现，随着AI换脸、VR定制等科技的发展成熟、广泛运用，这些科技被用于侵犯个人权益、辅助违法犯罪的情况时有发生，并且犯罪频率还在不断走高。据《南方都市报》报道，AI明星换脸、特效定制服务等已成为一条灰色产业链，不少不法分子将AI换脸等技术用于色情影视的制作和传播，而女明星、甚至素人女性已然成为“AI黄谣”受害的重灾区。

或许，有人会觉得这些“AI黄谣”离自己很遥远。然而，危墙之下，安有完卵？我们不得不承认，随着AI等技术发展成熟，此类技术的使用门槛和制造成本只会越来越低。这意味着，其在造福相关行业的同时，也在给不法分子提供便利，也在给某些有着邪恶想法的人提供一个便捷途径。不仅如此，因为技术的高度成熟，其“以假乱真”“真假难辨”的特点还会给受害者们造成更深的伤害和打击。

数字化时代，诸如AI换脸等科技的发展、成熟是时代必然，也是社会所需。技术本身的发展和普及没有错，但是怎样使用这些技术、怎样引导“科技向善”，却是和发展科技一样重要的问题。社会各界都应该明白，科学发展的本真追求应在于造福人类，万不能滥用科技，使其反倒成了作恶伤人

据红网

莫把日入九千当下海模板

近日，在浙江义乌摆摊的“豆腐西施土豆郎”日收入9184元的视频走红网络。视频中，忙活完一天的小两口盘算当晚营业收入，兴奋地说出一天赚了9184元的镜头令人印象深刻。

有网友算了一笔账：如果按日营业额9000元计算，每份豆腐、土豆的单价是9元，那么一晚上就得出餐1000份左右。夫妇俩每日工作9小时，那么平均1分钟要出2份餐，这是不现实的。对此，“土豆郎”赵先生接受采访时称，生意并非单独由夫妇

俩完成，摊位上还有两名员工参与，当天生意火爆是偶然，但平时生意也不错，六七千元是常态。夫妻二人还有另外一个身份——在网络上直播自己切土豆、卖豆腐的短视频博主。不少学员慕名前来学习，线上教学收入也比较可观。

2020年起，在保障安全、不占用盲道和消防通道、不侵害他人利益情况下，各地政府坚持柔性执法和审慎包容监管原则，允许设置临时占道摊点、临街店铺越门经

营，“地摊经济”迎来春天。从“摆摊买房”到“日入万余”，在一个个“摆摊致富”奇迹的感染下，年轻人摆摊做生意成为风潮。

不是每个小摊都可以日入数千元，也不是每位创业者都能获得成功。普通人“下海”全职摆摊、做生意，还需要冷静思考，做好各种准备包括失败准备。莫把日入九千当作“暴富模板”，倘若盲目跟风，仓促“下海”，急功近利，当心被滚浪浪潮拍得晕晕乎乎，不知所向。

据南方日报

消除职场年龄歧视很有必要

定年龄不超过35岁。

如何理性看待这一现象？诚然，步入35岁以后，往往意味着职场身份和家庭角色正在经历转变，方方面面的事务日渐增多，对个人的体力精力都提出了更高要求，部分人可能会进入职场倦怠期。这也是企业偏爱年轻人的一个重要原因：精力旺盛，有冲劲，没有太多负担。但同时也要看到，35岁左右的人群尽管在某些方面受到限制，却也具有诸多优势。他们通常在自身工作的领域积累了更深厚的专业储备、更丰富的实践经验，并因生活的磨砺具备更

成熟的思维方式、更广阔的人生阅历。

打破这扇隐形的“玻璃门”，不仅需要用人单位调整招聘理念，还要求在全社会营造“不拘一格降人才”的就业氛围。在当下人才流动日益频繁的时代，选人用人的标准应更加多元，年龄可以作为参考，但不是衡量真才实学的“硬指标”。消除了不必要的年龄歧视，才会为更多人拓展就业渠道、打开就业空间，才有利于缓解就业焦虑，避免造成人才浪费和年龄断层，促进劳动力市场良性竞争，更好满足全社会的人力资源需求。

据经济日报

遏制餐饮浪费应从企业抓起

反食品浪费议题涉及多元主体，消费者与餐饮企业是两大焦点。两者区别在于，消费者浪费食品常常因为非理性消费，比如请客吃饭爱面子，而餐饮企业多半出于经济人的理性，追求利益最大化。正因为餐饮企业往往是消费者浪费行为的受益者，因此，想要他们出于社会效益考量、主动引导消费者按需点餐、合理消费，对食品浪费行为说不，似乎有点难。

餐饮企业有责任和义务，也有一定的能力制止食品浪费，从他们身上挖潜符合公平与效率原则。难点在于，必须有效激发餐饮企业参与反浪费的自觉性。否则，诸多规章制度也难从“墙上”落到“地上”。在这一议题中，“大棒”是需要的，法律的权威性、法规的严肃性要通过刚性执法得以体现。比如，将制止浪费与企业信用挂钩，必须有执行力作保障，使之成为治理利

器。与此同时，“胡萝卜”也不可或缺，在反食品浪费行动中，尽量降低餐饮企业的损失，甚至通过各种激励工具，让企业有所获益（物质或非物质），从而正面提升他们参与的积极性。通过合理制度和柔性服务，在政府与企业、企业与消费者之间建立一种良性的、有效的合作关系，合力将反食品浪费行动推向深入。

据广州日报

网红餐厅别为流量忘安全

近年来，随着“流量经济”“粉丝经济”的兴起，一茬茬网红餐饮品牌迅速走红。但部分餐饮品牌在出名后，往往只关注品牌包装、营销炒作以及加盟扩张，却忽视了最基本的食品安全。比如，把“高端新鲜食材”作为核心卖点的蓝蛙餐厅，其工作人员在面对记者疑问时，竟表示“你要觉得不干净，那哪也不干净。”此类言行，践踏的是道德和法律双重底线，让人震惊之余，也再次

提醒我们：网红餐饮品牌决不能金玉其外、败絮其中，看不见的“后厨”也决不能成为游离于监管之外的“盲区”。

守住舌尖上的安全，不能只指望商家慎独自律。现实中，一些商家被曝出问题后，往往会在舆论的压力下信誓旦旦保证会整改，但不久后就故态复萌，致使后厨脏乱差乱象重演。对此，有关方面要在做好常态化监管之时，通过科技手段消除监管盲区，实

现全流程全链条式监管。同时，要加强处罚力度，把“板子”打得更重一些，触发那些以身试法者足够的痛感，形成有效震慑。

民以食为天，食以安为先。在此特别提醒广大网红餐饮品牌，如果还是重捞金不用心、重营销轻安全，迟早会口碑崩塌，难逃昙花一现的命运。只有对食品安全永怀敬畏之心，忠于品质、练好内功，才能成为一路长红的餐饮“常青树”。据河北日报

为兰州牛肉拉面立法叫好

近日，由甘肃省政协办公厅提出的关于将《兰州牛肉拉面产业发展条例》列入立法规划的立法建议，已列入甘肃省人大常委会2023年度立法工作计划调研项目，将由相关部门和单位抓紧推进立法调研、论证、起草等工作。

兰州牛肉拉面历史悠久，享誉全国乃至世界。目前，兰州牛肉拉面已遍布世界50多个国家和地区，国内面馆超过50万家，年销售额粗略估计超过4000亿元。但目前尚未还未形成比较统一的牛肉拉面质量、技术、标准体系，生产、加工、经营、服务等环节服务质量都缺乏法制保障，很难形成规模化的品牌效应。为兰州牛肉拉面“立法”，并非多此一举，将有助于地方小吃形成规模化效应，保障和推动兰州牛肉拉面产业规模化、标准化、品牌化发展。

“兰州牛肉拉面”是甘肃的一张名片，具有较高的品牌价值、经济价值和文化价值。专门为其“立法”，有网友质疑是多此一举，没有多大的必要性。因为当地店铺、摊点和厨师的特色风格不同，制作出来的“兰州牛肉拉面”，其风味也不尽相同，“立法”规范其质量、技术、标准，大都也不会按照规范来制作，依然“我行我素”，制作属于自己风味的拉面。

由此可见，“兰州牛肉拉面”大多数仍是沿袭传统的作坊式经营模式，处于小、散、弱的状态，可复制性差，牛肉面标准化、工业化生产及供应链建设仍未成形，很难形成规模化效应，品牌势能并未很好地转化为经济的增长引擎。因而，“立法”加快兰州牛肉拉面发展，提升规模化品牌效应，就显得非常有必要。

为地方小吃立标准或立法，规范其质量、技术、标准体系，当地店铺、摊点和厨师依然可以“自由发挥”，为当地居民制作风味各异的传统美食；但如果产业化生产的话，就必须严格按照规范标准来制作小吃产品，否则，就有可能成为“一盘散沙”，难以形成规模化品牌效应，立法也会沦为一纸空文。

据东方网