

AI“复活”逝者成清明节新“生意” 如何看待争议与风险？

仅需一张照片和一段逝者录音，就能在数字世界中让逝者“永生”……清明节前后，此类AI“复活”广告宣传在各大电商和社交平台上日益活跃，甚至演变成一门新“生意”。

技术的发展为满足人们的精神与情感需求提供了更多载体，与此同时，AI“复活”也引发强烈争议。有专家提出，AI“复活”技术被滥用，或将带来侵害个人权益、数据隐私安全、传播虚假信息等问题。

新“生意”背后的技术难度有多高？

“大家好！其实我没有真正离开这个世界……”不久前，已故艺人与公众亲切“打招呼”的视频在社交平台上引发网民关注，也让AI“复活”这一话题进入公众视野。

利用AI技术将逝者“复活”，渐已发展成新“生意”。某电商平台的的数据显示，在平台经营AI“复活”相关业务的商家达1900余个。

在一家电商平台上，某商家称，让照片中的人物动起来20元，如果要配上“AI人声”则需收费50元。数据显示，该商家已达成超800次交易。在该电商平台上，“复活”亲人的“商品”售价在几十元至几百元不等。

在短视频平台上，一些商家展示多位已故艺人的“复活”视频，疑似为其“复活亲人”业务引流。视频中，从表情到说话口型，呈现效果参差不齐。

“有的‘复活’效果‘一眼假’，其实是过去‘照片活化’技术的延伸。有的‘复活’效果很逼真，多是采用‘深度合成’技术。”中国电子技术标准化研究院网安中心测评实验室副主任何延哲认为，当前市面上绝大部分的AI“复活”并非刚出现的“新技术”。

一些商家已开始兜售“AI‘复活’技术变现指南”。在某二手交易平台上，记者以19.9元的价格购买了一份“AI‘复活’技术教程”。除文字说明外，还有视频讲授如何制作“照片活化”的短视频。

记者了解到，当前网络上的AI“复活”工具主要分为三种。

一种在手机应用商店中即可下

载获得，只要一张正脸照片就能根据应用中所提供的模板“活化”，可实现歌唱、“演电影”等场景转化。

第二种是利用线上工具，由用户提供正脸照片和相关音频文件，经过系统自动编辑后，实现照片中人物“开口说话”的效果，该工具需要用户支付一定费用。

第三种则是在开源社区中，由程序员编写AI测试程序，在经过相关语料训练后，将照片转化为能简单对话互动的“数字人”。此类程序门槛较高，需要一定计算机知识基础。

引发法律与伦理多重争议

AI“复活”的话题引发重重争议。有专家认为，是否进入公共领域，是判断AI“复活”是否侵权的重要分界线。

世辉律师事务所合伙人王新锐表示，个人利用AI“复活”亲人、缅怀纪念，且在必要范围内使用，无需过度干预。而如果在公共平台扩散传播，用于市场盈利，是否侵犯他人或社会公共利益就要特别考量。

今年3月，一些已故艺人的近亲属已就相关“复活”视频提出下架要求，并表示后续或将采取法律手段维权。

“在未依法获得逝者相关近亲属授权的情况下，擅自使用逝者面容将其‘复活’并进行商业推广，涉嫌侵害逝者的肖像和名誉等权利。”北京康达(厦门)律师事务所高级合伙人张翼腾说，根据民法典相关规定，如未经许可，擅自使用逝者的姓名和面容用于“复活”，逝者的近亲属有权依法

请求行为人承担民事责任。

一家社交平台相关负责人表示，平台认为，未经逝者生前同意或逝者家属授权，他人不应使用AI或任何技术手段“复活”逝者。该负责人称，如果家属投诉或侵权行为被查实，平台将对侵权账号作出处罚。

AI“复活”还涉及“数字遗产”问题。张翼腾说，逝者生前的个人信息、聊天记录等“数字遗产”能否继承，目前没有明确法律规定。对于谁有权使用、如何避免不当获取、使用时应遵循何种规范等问题，仍需进一步明确。

此外，相关服务中，AI需要处理大量个人敏感数据，如面部表情、语音语调等；数据一旦被滥用或泄露，会对用户隐私造成威胁。业内人士建议，开发者和使用者都应承担责任，确保技术不会误导用户或影响人类情感；同时也要注意隐私保护和数据安全。

值得关注的是，AI“复活”技术使用不当，也可能成为犯罪分子实施诈骗等犯罪活动的工具。

“服务提供者不会也没有能力核实‘逝者’的身份信息，一些不法分子也可能以‘复活’之名行‘诈骗’之实。”中国科学技术大学网络空间安全学院教授左晓栋说，面对新的电信网络违法犯罪活动时，不熟悉网络应用的中老年群体更易成为受害者。

AI“复活”也可能衍生新型法律纠纷。“不排除有人会借AI‘复活’来伪造逝者遗嘱或做出其他违背逝者意愿的事。”王新锐提出，如有近亲属利用这项技术伪造音视频遗嘱，或将耗费更多时间和人力成本来验证真实性，甚至给司法鉴定带来一定挑战。

亟待完善法规厘清边界

业内专家认为，技术创新永无止境，其应用应有道德边界和法律规范。应抓紧完善相关法律法规，警惕AI“复活”技术可能产生的社会风险。

首先，AI“复活”技术的应用，应严格遵守知情同意原则，在网络传播过程中不侵犯他人利益。

2022年，国家网信办等三部门发布《互联网信息服务深度合成管理规定》，对深度伪造等新技术应用进行了规范。规定明确，深度合成服务提供者和技术支持者提供人脸、人声等生物识别信息编辑功能的，应当提示深度合成服务使用者依法告知被编辑的个人，并取得其单独同意。业内人士认为，如果被编辑人是逝者，理应取得有义务保护逝者肖像权的亲属的同意。

其次，不少专家提出，AI“复活”产品应恪守技术管理规范，加强内容“标识”。

左晓栋等专家表示，根据有关规定，相关技术服务提供者必须对“生成内容”进行“标识”；在已有原则性要求的背景下，可出台相关行业标准，要求相关技术服务提供者在生成式内容中添加“水印”，防止不法分子借用该技术实施违法犯罪活动。

另外，业内人士提出，在数据处理过程中，要更注重隐私保护和数据安全。

2023年，国家网信办、国家发展改革委、教育部等七部门联合发布《生成式人工智能服务管理暂行办法》，进一步明确了生成式人工智能的行业发展规划。办法规定，提供者应当依法承担网络信息内容生产者责任，履行网络安全义务。涉及个人信息的，依法承担个人信息处理者责任，履行个人信息保护义务。

专家还建议，要进一步落实相关平台的主体责任，处置借AI“复活”概念不当牟利的不法商家。

法律界人士建议，有关部门对AI“复活”的需求和其衍生的产业链要保持关注、合理辨析，在现行法律法规基础上做好数据保护、涉诈犯罪风险预防等方面的监管。

(颜之宏)

商用燃气灶等7种产品纳入CCC认证

市场监管总局7日发布公告，对具有较高安全风险的商用燃气灶、阻燃电线电缆、电子坐便器、电动自行车乘员头盔、可燃气体探测报警产品、水性内墙涂料、防爆灯具及控制装置等7种产品实施CCC认证，将低压元器件由CCC自我声明恢复为第三方评价方式。

市场监管总局认证监管司副司长李春江介绍，此次纳入CCC认证的产品，主要集中在近期安全生产事故暴露出安全质量问题较突出、或是消费者反映安全隐患较多的领域，需要通过事前准入方式确保安

全合格的产品进入市场。如广泛应用于餐饮场所的商用燃气灶，如果未按照国家标准设计自动熄火装置，极易引发公共安全事件。

低压元器件在2019年CCC制度改革时调整为自我声明实施方式，但从这两年的监督检查结果来看，出现了企业承诺不实、产品合格率不高等问题，为加强全社会用电供电安全，低压元器件此次也恢复为原有的第三方评价方式，不再实施企业自我声明。

(赵文君)

本版稿件均据新华社



柯基“福仔”从警记

4月7日，“福仔”和训导员在训练间隙玩耍。

柯基“福仔”是山东省潍坊市昌乐县公安局警犬基地的警犬。外出巡逻时，“福仔”一亮相，它萌萌的样子就引了发市民的关注。目前，为提高专业技能，“福仔”和其他警犬一起，在训导员带领下开展专项训练，为辖区安全贡献力量。

孙树宝 摄