

畅通“网络盲道”，让更多人共享便捷生活

喻思南

打开手机软件，系统自动读屏：页面上有哪些文字、哪个窗口正在打开、什么程序正在运行等，一一给出语音提示。看新闻，靠文字识别技术“读”出资讯；想购物，图片转语音“描绘”商品详情……借助信息无障碍技术，许多视障者可以在工作、生活中，自如使用互联网产品。

互联网已经融入人们生活的方方面面。消除“数字鸿沟”，帮助更多人拥抱大千世界，是互联网发展的题中应有之义。目前，我国有超过3.2万个政务网站实现信息无障碍。交通出行、购物、娱乐等移动应用，则让视障人群靠一部手机便能更好地与世界连接。不论是阅读还是出行，有“网络盲道”的导航，视障者的生活更加丰富，融入社会的渠道更加畅通，实现自理自立更有依靠。

也要看到，当越来越多的生产生活服务信息向网络特别是移动端聚集，做好信息无障碍工作变得更为紧迫。目前，视障人群上网仍然有一些障碍待消除。比如，有些音频应用，播放键只是一个图

标，软件在读屏时只能生硬地说出“按钮”两个字，无法说出它的具体含义，这就不利于视障者接收信息。有些软件升级频率快，开发者添加了更丰富的功能、设计了更美观的界面，但无障碍需求往往没及时跟上，于是出现了新的不便。这说明，信息无障碍建设仍有不小改进空间。

畅通“网络盲道”，需要筑牢初始设计这一根基。互联网应用的信息无障碍优化，现在基本上是哪儿有卡点疏通哪儿，只有极少数能下沉到初始设计。一些开发者没有意识到，也不懂得如何围绕视障人群的上网需求进行针对性优化。互联网产品在做初始设计时，应当考虑信息无障碍的要求。相关部门不妨考虑出台统一标准，为完善应用初始设计提供遵循。

畅通“网络盲道”，有赖于构建协同发力的行业生态。比如，一些智能手机厂商开发无障碍触感设计，让视障人员触摸到界面元素，便于他们快速感知不同控件。有些头部硬件企业对手机系统进行无障碍深度优化，为行业做示范。应进一步提高各方参与信息无障碍建设的积极性，及

时总结可复制、可推广的经验做法，激励推出更多信息无障碍产品服务。同时，推动相关技术开放共享，帮助第三方平台进行无障碍升级，形成共促信息无障碍建设的合力。

畅通“网络盲道”，也离不开信息无障碍专业人才的贡献。视障人群有自己的思维方式、使用习惯。没有接受专门的培训，程序员很难从视障人群的角度去理解需求，进而优化产品。当前，我国相关专业人才较为匮乏，有必要通过培训交流，推动更多工程师把无障碍设计有效融入未来的产品开发中。

统计数据显示，包括全盲及弱视人群在内，我国有1700多万视障者。每个人也都可能因为各种原因，需要借助听觉获取信息。可以说，加强信息无障碍建设，虽然对视障者更有益处，但它的服务对象包括所有人。推进信息无障碍应成为各行各业履行社会责任的自觉行动，主动考虑特殊人群需求，携手共创更加包容、温暖、便利的上网环境，这样就能促进信息技术服务社会的水平整体提升，让更多人共享便捷生活。

假医生泛滥社交平台 需加强监管和整治

陈晓曼

近期，三个网络社交平台接连开展医疗专项治理，严厉打击伪医学健康科普宣传，持续整顿涉医违规营销现象。

当前，各种社交平台上存在大量医疗健康科普账号。这些账号，有的出自专业医生之手；有的却是挂羊头卖狗肉，注册者并非医生，却穿上白大褂，借科普之名行导流营销之实。社交平台重拳出击打击此类乱象，有助于保护用户权益，维护医疗行业声誉，净化网络生态。但从整顿结果也得以窥见社交平台上此类乱象之多、危害之大、治理任务之重。更值得关注的是，社交平台的涉医乱象具有隐蔽性强、迷惑性大等特点，给用户识别、平台和职能部门监管带来很大挑战。

比如，医生直播带货在2022年就被明令禁止。有平台明确，自2022年6月30日起关闭所有医疗健康类认证创作者账号的商品分享功能。不过，打擦边球的操作方式在一些社交平台上屡见不鲜。一个常见的做法是，在医生科普帖子或短视频下方，以该医生小助理身份的账号评论、置顶，做商务推广。

再比如，有人冒充医生的名号开设账号直播带货。在某平台上，一个认证为赵×医生的账号经常直播卖中药。经查证，赵×医生确有其人，不过她本人回应，账号不是自己的。根据该平台个人账号认证要求，只有提供医师执业证书，以及工作证或在职证明，才能认证为医生。对此，业内人士猜测，赵×有可能将自己的账号交给了某机构运营。

还要特别警惕的是，不少直播带货者并未获得平台资质认证，却身穿白大褂做医疗健康和养生类科普。他们不直接推销产品，也不明说产品功效，而是通过画面对比、配发字幕等方式，对网友进行暗示和诱导。这些假医生带货，段位更高、套路更深，不仅坑害用户，也可能让医生本人和医疗健康行业声誉受损。

对社交平台涉医乱象的治理，是一场持久战。尽管一些社交平台祭出了重拳，但依然有很多假医生在社交平台上招摇撞骗。作为网络公共空间，社交平台负有公共治理责任，不能仅享受流量红利而不承担相应的社会责任。

除了社交平台要积极履责外，相关职能部门的主动监管、日常监管也应跟上。今年国家网信办组织开展的“清朗”系列专项行动特别提到，对于从事医疗、司法、教育等专业领域信息内容生产的自媒体，从严审核认证材料并加注专门标识；严格规范自媒体营利行为等突出问题。监管部门要与平台一起，探索建立常态化管理机制，进一步发挥好规则制定、技术升级、功能调整等创新手段在管网治网中的关键作用。

与此同时，医疗从业者要加强自律，遵守法律。正如一位凭借科普心外科医学知识走红的医生在接受采访时所说：“医生做科普最重要的就是帮助别人，摒弃商业行为可以更好地保持公信力。”

严格整顿，加强规范，提高违法成本……全社会形成治理合力，共同守护网络平台的良好生态，才能让公众远离伪医学健康科普内容的坑害，更好地守护健康和安全。

打掉48个 新型传销团伙

成功打掉

“5·15”全国公安机关打击和防范经济犯罪宣传日来临之际，北京警方通报去年以来针对新型传销团伙打击情况：多个违法犯罪团伙通过搭建网络平台销售所谓“收藏品”，并通过招募会员，循环售卖炒至高价，造成“底层会员”承担高额损失，已有48个团伙被打掉。

新华社 徐骏 作

AI孙燕姿“出圈”？且慢“上头”

虞亚男

最近，“AI孙燕姿”翻唱周杰伦的《发如雪》、南拳妈妈的《下雨天》在B站点击量均破百万，几乎没有“AI孙燕姿”驾驭不了的曲风。

“AI”又出圈了，这一次，是音乐圈。“AI孙燕姿”通过模仿歌手孙燕姿独具辨识度的音色和别有韵味的唱腔，将大家熟悉的《岁月神偷》《红豆》等歌曲逐一翻唱，仿真程度接近歌手原声水准，而且每天都有数十首“新作”面世。此举引来大量粉丝狂欢，并在社交媒体平台掀起AI翻唱浪潮。

“AI孙燕姿”出圈背后，歌手本身是最强助力。目前，活跃在网络上的还有“AI周杰伦”“AI王心凌”等，这些

AI歌手大多顶着曾经华语乐坛巅峰歌手的头衔，翻唱着大家耳熟能详的歌曲，在社交媒体时代掀开了当代人对于华语乐坛的集体记忆。从这个意义上讲，大家或许能够被AI歌手“老歌新唱”的新意吸引一时，但当新鲜感褪去，那些驻留在歌曲和歌手身上，记载一个时代的特质与传奇的内核才能真正令人留恋与追忆。

虽然AI翻唱如火如荼，但狂潮之下，版权问题却是最大隐忧。一者，AI翻唱可能涉及侵犯歌手的声音版权。据民法典规定，对姓名、自然人声音的保护参照适用肖像许可使用的有关规定。也就是说，如若未经歌手许可，AI模仿歌手声音产生的音乐有可能侵犯歌手的声音权。二者，AI翻唱可能涉及侵犯其

他歌手的音乐版权。未经著作权人许可使用软件合成或改编音乐作品让AI人物通过视频公开播放、表演，也有侵害他人著作权之嫌。再者，AI翻唱的歌曲版权归属是一个问题。即便AI翻唱过程合法合规，可最终生成的AI作品究竟权归何方？这一问题显然有待进一步探讨。

从日常生活到文学艺术，AI之介入渐渐从生活层面上升至精神领域，但正如AI可以模仿歌手的音色和唱腔，却取代不了歌手歌唱的情愫与韵味。人类独有的思想、智识，以及个体心灵和内生情感，可能是技术无法触达的。但即便如此，我们心怀自信和底气的同时也应理性谨慎，让科技在人类的善用之中呈现人文主义的温度。