

AI代写论文,该不该管?

新华社 李双溪 李伟 谢樱

近期是高校学生提交课程论文、进行毕业论文答辩和审核的高峰期。记者调查发现,部分高校学生在悄悄利用ChatGPT等AI(人工智能)写作软件代写论文,或者用AI辅助论文写作,如罗列提纲、润色语言、降低重复率等。

AI写作软件是否会助长学术造假?该不该管?

AI软件代写论文

北京市某高校大三学生程光宇(化名)本学期要交4篇课程论文,每篇都要求在3000字左右。程光宇没有花时间看文献资料、整理、摘录、写作,在交作业前熬了一个通宵,使用ChatGPT完成了论文。

“我起初还担心能不能完成,结果给ChatGPT一个大概方向,它就列出论文提纲,自动续写,写得比我好多了。”程光宇一个晚上就写完了4篇论文,简单修改后提交给教师。

记者在部分高校调查了解到,当前一些高校学生借助ChatGPT完成课程作业、期末论文甚至本科或硕士毕业论文。“本科毕业论文门槛低,我本身也没什么科研能力。很多人的本科论文都是在网上摘抄拼凑成的,现在交给人工智能来完成更便捷。”武汉某高校大四学生乔一帆(化名)说。

从罗列提纲、撰写部分内容到润色语言、降低重复率,AI写作软件可以用于论文写作各个方面。但湖南省某高校一名使用过AI写作软件的大学生认为,用AI软件修改、润色文章效果还不错,但如果用它做实质性研究、阐述创新观点,并不合适。

记者采访发现,国内类似ChatGPT的AI写作软件并不少见。如智创帮AI、秘塔写作猫、搭画快写等,普遍支持文章、论文写作。此外,在知乎、小红书等网站上,传授如何用AI软件代写论文的文章比比皆是。在体验分享中,有网友称:“老师根

本看不出来”“夸AI论文写得好”“给了论文优秀”。

采访中,一些高校教师也发现了AI论文的特点。吉林省某高校国际政治专业教师在审核一名本科生论文时发现,其写日本文化方面的论文观点偏颇,且语言生硬、冗长,内容空洞无物。在教师的质问下,学生承认论文是用ChatGPT写的。

此外,一些用AI软件撰写的论文错误百出。“如果仔细核实,会发现其引用的论文链接打不开、作者名字搜不到,论文发表时间、期刊、页数、所属SCI分区等内容全部是假的,甚至一些涉及的历史事件也是无中生有。”长沙理工大学计算机与通信工程学院副教授何施茗说。

“有助科研”还是“助长作弊”?

能否使用ChatGPT辅助论文写作?不少高校教师对此存在争议,既有支持使用者,也有坚决反对、要求严禁者。

据了解,国外一些大学明确出台规定禁止使用ChatGPT写作论文。在国内,《暨南学报(哲学社会科学版)》《天津师范大学学报(基础教育版)》等学术期刊相继发布关于使用人工智能写作工具的说明,表示作者如果在论文创作中使用相关工具,要在文章中详细解释使用程度。

出于研究目的,东北师范大学马克思主义学部教授杨志平曾尝试使用AI写作软件。他发现,为了让AI提供正确思路,需要不断地向AI“投喂”语料。在与AI的提问和对答中,原本模糊不清的研究思路也渐渐清晰起来。“这就像与一位有着百科全书般知识量的专家交流思想,通过思想碰撞,可以启发产生新的学术观点。”杨志平说。

“AI写作软件就和谷歌、百度等搜索工具一样,刚刚出现的时候,总会引发人们的恐慌。”吉林大学社会科学研究院院长姚毓春说,但究其根本, AI写作软件依然是一种工具,它是科技的产物,需要辩证地看

待。如果学生只是将其用于有限的目的,如查找文献、罗列大纲、整理思路等,是无可厚非的,不能将其一禁了之。

华中师范大学人工智能教育学部教授付卫东认为,不管是人工写作,还是AI写作,按现有的学术论文规范,只要超过规定的重复率,都应视为学术不端。此外, AI写作是基于对已有知识的检索与加工,语句重复或思想抄袭在所难免,必将涉及知识产权、肖像权等方面纠纷,应该严格加以规范。

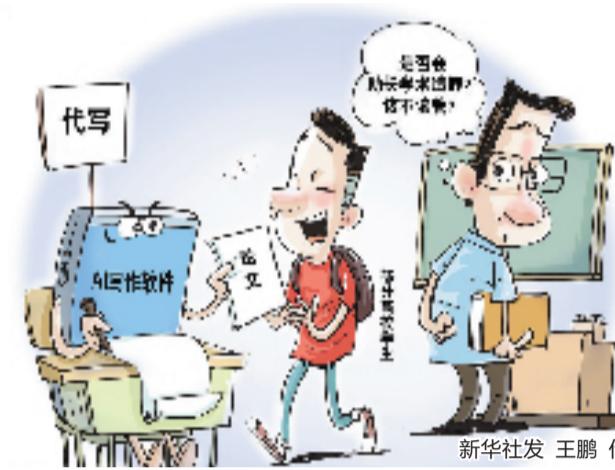
湖南省一位高校教师担心,如果任由学生使用AI写作,不利于培养学生的科研能力。长此以往,容易让学生养成惰性,形成不良学术风气。

此外, AI软件可能造成的信息安全问题也引起关注。吉林大学人工智能学院教授李辉来表示,欧洲一些国家因数据安全问题要“封杀”ChatGPT,因为其抓取数据时,存在“未经同意收集、使用和披露个人信息”的隐患。李辉来提出,国内学生在使用ChatGPT时,可能会造成对国内科研成果的滥用,存在数据安全隐患。

积极应对AI技术带来的学术挑战

一些业内专家认为,如同搜索工具一样,作为一种技术, AI的普及应用是难以阻挡的。应及早制定AI写作工具应用标准,规范使用范围;同时,改变高校对学生的传统考评机制,并为科研人员提供AI写作检测工具。此外,还要加强人工智能领域的自主研发,掌握核心技术。

21世纪教育研究院院长熊丙奇认为, AI写作软件很难禁止,应该想办法“将魔鬼关在瓶子里”,明确AI写作工具的使用



新华社发 王鹏 作

范围、程度。“与其回避,不如正视。高校甚至可以开设使用AI写作工具的公共课程,将使用规范、方法和学术道德都明确教给学生。”

何施茗认为,高校使用的查重软件已经很难应对AI写作。目前高校、学术期刊都缺乏检测AI写作的专用软件,仅靠人眼识别难免“挂一漏万”。希望国内相关机构研发识别AI写作的软件,为高校提供更加安全可靠的反学术造假系统。

为避免AI写作的影响,有些国外高校正在减少课后完成的开放式作业,更加强调课堂作业、手写论文、小组作业和口试。

湖北大学公共管理学院副教授谢迪建议,教育部门对学生论文的评判导向应该更注重学生的问题意识,对社会对自然的观察、理解和分析,加大实验、调研等言之有物的内容的评分比重,而非过分强调形式。

ChatGPT具有强大的功能,有可能带来一场新的科技革命。李辉来认为,国内应加强对人工智能的研发力度。目前,国内部分公司也正在研发同类产品,但还处于初期阶段,无法与ChatGPT形成有力竞争。

“要利用窗口期加快中文AI应用以及AI论文检测等系统开发,加强人工智能核心技术的自主研发。”付卫东说。

乱象丛生 互联网广告待治

《北京商报》方彬楠 陆珊珊

一点暂停键,花花绿绿的广告画面马上占据了屏幕;一条广告上有上下左右好几个关闭按钮,一不留神就陷入下个链接;点击应用着急要改文档,却突然打开了购物软件……弹窗广告“霸屏”、关不掉,“摇一摇”随意跳转等现象,让人不胜烦扰。

近日,市场监管总局办公厅印发《市场监管总局办公厅关于扎实做好广告监管领域行风突出问题排查治理工作的通知》(以下简称《通知》),将加强互联网广告监管,紧扣直播带货广告、弹窗广告、“软文”广告等新型广告形式,加大互联网广告乱象清理整治力度。在相关办法频出但互联网广告乱象仍屡禁不止的情况下,提高违法成本被视作打击乱象的必要手段。

乱象屡禁不止

互联网广告,是指通过网站、网页、互联网应用程序等互联网媒介,以文字、图片、音频、视频或者其他形式,直接或者间接地推销商品或者提供服务的商业广告。其中,互联网弹窗广告是指打开网页、软件、手机App等的时候自动弹出的广告。

近年来,我国对互联网广告进行过多

务管理规定》《互联网广告管理办法(公开征求意见稿)》等,使互联网广告治理有规可依。多位采访对象告诉记者,一些规模较大的浏览器和网络应用设置了明显的弹窗广告关闭标识,有的应用还提前几秒对即将出现的广告进行预告,用户可提前知晓、提前关闭。

然而,互联网广告乱象仍较为广泛地存在,让用户不堪其扰,“不好关”和“关不掉”是最常见的。湖北的胡小懿购买了某视频播放平台会员,在观看一档综艺节目时想关闭广告,但关闭按钮过小,导致她误触广告,跳转到了购物软件。另有受访者向记者讲述,部分App的弹窗广告关闭按钮会满屏移动,用户需要跟随它的移动方向,多次点击才能关闭。

广东的钟大云表示,在浏览网页时,时不时会弹出一些游戏广告弹窗,弹窗上显示好几个关闭标识,随手点了其中一个“×”却马上跳出新的游戏界面,有时候要把弹窗上的4个“×”全点一遍才能彻底关掉广告。如果不手动关闭,每个广告将会持续很长时间。

利润与处罚“失衡”

公开数据显示,截至2022年6月,中国网民规模已达10.51亿人,弹窗广告几

乎影响到每一个网民的上网体验。

弹窗广告违法成本低,对它的执法又缺乏明确标准,这些都给治理带来了困难。卓纬律师事务所律师孙志峰告诉记者,互联网广告给互联网企业带来巨大的营利空间,一些企业为迎合需求,选择铤而走险在违规边缘试探。此外,互联网信息具有发酵快、广告效应爆发时点集中且广告信息泛滥多样等特点,无论是执法机关还是平台,客观上都不易监控,违法一方断链删链容易便捷,甚至不乏广告效应实现就下线的现象,给执法和维权取证带来较大困难。

产业链上的利益驱动则是屡禁不止的另一原因。据相关媒体报道,一家办理游戏行业弹窗广告推送的互联网公司称,如想在一些浏览器推送广告,需充值6000元至2万元不等的费用,如想做开屏广告,即使是小广告位,每天的广告费也至少需要8万元,多则需要180万元。

“对大部分提供互联网广告的平台网站来说,业务模式和收入来源的单一使得平台主体很依赖这些广告。”北京市社会科学院副研究员王鹏在接受记者采访时表示。

与利润相比,处罚就显得无足轻重。根据市场监管总局此前修订发布的、于2023年5月1日起施行的《互联网广告管

理办法》,对于目前常见的弹窗广告违法现象,处罚金额往往在3万元以下。北京云嘉律师事务所律师赵占领此前公开表示,与广告盈利相比较,罚款不值一提,很难起到惩罚和震慑效果。

亟须提高违法成本

针对互联网广告乱象屡禁不止,将其纳入立法成为业内人士近年探讨的新观点。

但人法能否根治问题还有待考量。孙志峰表示,广告法已将互联网广告的规范及对应罚则明确列出,且现行广告法也一直被誉为新中国成立后最严厉的一部广告法。市场监管总局还在2016年《互联网广告管理暂行办法》的基础上,制定颁布了《互联网广告管理暂行办法》,对互联网广告行为的界定、规范和罚则进行了进一步的明确,且几乎每年都要开展互联网广告的专项整治行动。

“但互联网广告乱象的整治不是立法层面的问题。建议进一步整合资源,强化违法广告监测力度,同时加大各部门的通力合作,完善联合执法机制,对于多次违法、屡罚屡犯的主体,要坚决给予严厉处罚,大幅度提高其违法成本,甚至剥夺其再次违法的可能。”孙志峰称。