

玩偶眼内藏探头 个人隐私岂容如此窥探

据媒体报道，近日，来自广西的梁女士在网上购买一个布娃娃，发现内有类似摄像头设备，随后发布视频反映此事。梁女士和商家沟通后，商家称，商品系“混搭发货”“员工没注意”，并表示存在带摄像头的玩偶。目前，平台已对该商家商品下架处理，并积极沟通消费者全力保障用户权益。相关话题在社交平台上引发关注和热议。

该查查背后是否有黑色产业链

暗藏在玩偶眼中的摄像头就如同躲在身边的“偷窥者”，可能记录日常生活对话，捕捉家庭成员影像，甚至被用于敲诈勒索或网络贩卖隐私，家庭安全防线被悄然突破。更可怕的是，喜欢和玩偶一起玩耍的往往是孩子，如果孩子的隐私视频被不法分子获取，可能被用于制作儿童色情内容，严重侵害儿童权益，造成难以估量的身心伤害。这绝不是危言耸听，当科技被滥用，每一枚隐藏的探头，都可能成为伤人的利刃。

这一事件引发高度关注，也足以说明人们对于个人隐私的保护越来越重视，对于偷拍行为也越来越警惕和厌恶。而偷拍行为之所以如此猖獗，究其根源，既有法律惩戒力度不足、违法成本过低的问题，也存在生产监管漏洞和平台审核失职。现行标准对“窃听窃照专用器材”的认定滞后，部分厂商利用灰色地带大肆生产，将摄像头隐藏到各种生活场景之中，而电商平台对隐蔽关键词的筛查不力，让违规商品得以流通，

等出了事之后再下架，其实已经滞后了。

遏制滥用摄像头的行为，斩断偷拍黑灰产业链，还需多管齐下，久久为功。法律应当率先亮剑，明确将非法的隐藏摄像设备生产与销售定性为严重违法行为，并提高处罚标准。市场监管部门要建立智能硬件溯源机制，对可疑电子产品实行备案登记，从源头遏制非法改装；电商平台更应重视每一次消费者投诉，利用人工智能筛查可疑商品，对违规商家实施永久封禁，并积极与相关部门联动，及时报送可疑线索。

梁女士发现玩偶里的摄像头，有一定的偶然性，却也给我们提了个醒。日常生活中还需提高警惕，对于可能藏有“偷拍”设备的日常用品，要仔细检查，学会识别并拒绝潜在的危险。如果发现权益被侵犯，要勇敢站出来，通过法律途径维护自身权益。唯有提高警觉，依法“断链”，合力铲除偷拍毒瘤，才能让社会真正告别“被偷窥”的恐惧。

个人隐私不该成为任人窥探的橱窗

事件看似快速平息，但商家的回应满是敷衍。藏在玩偶眼中的“第三只眼”，不仅暴露了电商监管的薄弱短板，更精准戳中了现代人隐私无处安放的焦虑痛点。

商家轻描淡写的回应，始终没能解答消费者的核心疑问。一个普通玩偶的眼睛里，为何会藏着摄像头？一句“混搭发货”，俨然成了侵犯消费者隐私的“遮羞布”。今天能“混搭”带隐藏摄像头的玩偶，明天又会“误发”什么危害隐私的物品？商家这番托词，将消费者的隐私置于未知风险之下，既暴露了对责任的逃避，更凸显了对消费者权益的漠视。

然而，玩偶眼中的这“第三只眼”绝非个例，它只是微型摄像头催生的系列安全隐患的冰山一角，背后是当今时代个人隐私保护的深层困境。近年来，多地曝光酒店、民宿偷拍事件，当这些冰冷的摄像头被精心嵌入戒指、插座孔甚至沐浴露瓶盖等

日常到被忽视的角落，一种深深的无力感便会席卷而来——我们的个人生活还有何隐私可言？

个人隐私不该成为任人窥探的橱窗，隐私的边界容不得这样粗暴的侵蚀与消解。因此，仅关掉一只玩偶的“第三只眼”远远不够，治标更需治本，必须从源头打击这些“改头换面”的偷拍神器。平台不能只停留在屏蔽“针孔摄像头”等关键词，更可通过AI学习实现动态识别，精准屏蔽新增的伪装关键词；同时，对“摄像头”“监控”类商品，上架前必须经过更为严格的审核，要求商家提交完备的营业执照、品牌授权及产品合规认证证书；更要压实平台主体责任，一旦发现问题，立即永久封店，并追查其名下关联店铺。监管部门更需主动出击，定期巡查线上平台与线下电子市场，溯及生产、批发源头重拳打击。

综合自红网、极目新闻等
(马九月整理)

警惕AI魔改对童年系统性侵蚀

□ 王思薇

据媒体报道，最近，天津一名小学生家长发现孩子口中时常念叨“通通通通撒呼啦”“哩哩哩辣力辣”等神秘咒语，这些看似无意义的音节实则是AI生成的怪异动画形象名字。更令人忧心的是，这类被孩子们称为“外国山海经”的AI魔改内容，不仅造型诡异、夹杂暴力血腥元素，还通过短视频平台和电商平台渗透进低龄群体，成为校园社交中的“硬通货”。当孩子们的童年想象被AI生成的怪诞形象占据，当传统经典被解构成“魔法战争”和“激光大战”，我们不得不警惕这场由技术驱动的童年危机。

AI魔改内容的流行绝非偶然，它精准击中了当代儿童心理需求的软肋。在学业压力与成长规划的双重挤压下，青少年正处于自我同一性建立的关键期，这类猎奇解构的内容恰好满足了他们低风险反抗的心理需求。更值得警惕的是，这些内容已成为校园社交的“社交货币”——拥有稀有盲盒的孩子不会被排挤，了解最新“咒语”的孩子更容易融入群体。平台算法推波助澜，将偶然的好奇转化为信息茧房中的深度沉迷，孩子们在一次次点击中越陷越深。

这种系统性侵蚀的危害远超表面所见。从发展权角度看，AI魔改内容挤占了儿童接触优质文化资源的空间，阻

碍其安全感、同理心与健康审美的养成；从受保护权角度看，充斥暴力血腥的画面不仅造成直接精神伤害，更隐藏着以流量经济为核心的商业剥削；从参与权角度看，它将儿童的文化参与扭曲为对“赛博垃圾”的追捧，污染了其数字成长环境。

治理这一乱象需要构建多方协同的防护体系。平台企业必须承担起“守门人”责任，优化算法推荐机制，真正落实未成年人保护模式，而非以流量为导向推送低俗内容。监管部门应加强对AI生成内容的审核，特别是对电商平台销售的违规商品坚决下架。但更重要的是家庭与学校的教育引导——家长需要陪伴孩子辨别良莠，培养批判性思维；学校应当加强媒介素养教育，帮助孩子们建立健康的审美标准和文化认同。

当AI技术成为童年的“入侵者”而非“助力者”，我们必须重新审视创新与保护的边界。AI魔改现象敲响了一记警钟：在享受技术红利的同时，如何守护孩子们眼中那片未被污染的星空？答案或许在于，我们不仅要为未成年人打造技术防护网，更要重建他们对真善美的感知能力，让传统经典与优质文化重新成为童年想象力的源泉。唯有如此，孩子们才能在数字时代既拥抱技术，又不迷失自我。

俞敏洪的“诗与远方”难解员工的“眼前苟且”

□ 苑广阔

据媒体报道，11月16日，新东方迎来成立32周年纪念日，创始人俞敏洪身处南极发布内部信，向全体员工及支持者致谢。内部信发布后引发关注，但并未收获预期的共鸣，有员工表示无法与正在旅游的老板共情，类似言论在多个社交平台引热议。疑有员工发文调侃与吐槽，称“今夜，所有xdfer（新东方人）都是南极人”，暗指老板的“远方”与员工的“现场”形成鲜明对比。

俞敏洪这封来自世界尽头的寄语非但未能激起共鸣，反而在舆论场中意外“翻车”，员工们用“南极人”的调侃和“出租屋看数字”的对比，道出了理想宣言与现实处境之间的深刻断裂。

这场共情的失败，首先源于地理与心理的双重距离。南极之旅所象征的财务自由与时间弹性，是绝大多数在绩效考核与生活成本间挣扎的员工难以企及的奢侈。当老板在冰川间思考企业哲学时，无数员工正伏案于格子间，为下一季的财报数据埋头苦干。这种物理空间的极端反差，使得信中对“坚守”的礼赞在部分员工看来不免显得有些苍白。

进而言之，则在于管理视角与员工体验的错位。内部信通篇十七次“我”的叙事，虽展现了创始人的个人情怀，却未能充分回应员工当下的核心关切，

尤其是持续的工作压力、职业发展的不确定性以及生活与工作的平衡。在教育行业震荡、公司净利润骤降七成的背景下，员工们亲历着业务调整的阵痛与转型的迷茫，他们最渴望的或许不是远方的愿景，而是眼前切实的改善与理解。

值得玩味的是，舆论并未止于对“何不食肉糜”的简单批评，而是进一步追问企业责任的内涵。不错的福利待遇固然是基础，但现代企业的员工关怀，更应触及工作价值的认可、时间自主权的尊重以及心理健康支持等深层维度。当“让世界装在心里”的文旅理想遭遇“让加班少一点”的朴实诉求时，企业管理者需要思考员工的“心”若被日常的疲惫与焦虑填满，又将如何承载更广阔的世界？

此次内部信风波，如同一面镜子，映照出中国企业在成长转型期普遍面临的挑战：如何让宏大的企业叙事与细微的个体感受同频共振？卓越的领导者往往善于描绘星辰大海，但真正的管理智慧，在于同时关注通往星辰之路上的每一处沟坎。企业的长远发展，既需要高瞻远瞩的灯塔，也离不开对内部“土壤”的持续滋养，包括减少无谓的消耗，减轻前行的负重，让每一位同行者不仅能望见远方的光，也能感受到脚下的踏实与途中的温暖。