

DeepSeek等人工智能软件横空出世后,不少用户用它来写作—— AI生成的内容能随心使用吗

近日,DeepSeek凭借其高超的“深度思考”能力在一夕之间收获诸多拥趸。一些用户在与之几轮对话后,迅速“触类旁通”,让其为自己撰写“年度工作总结”或者“会议发言材料”。

那么,通过这些方式生成的内容真的能够随心使用,甚至贩售牟利吗?业内专家认为,通过AI生成的内容存在相应的版权风险,试图用AI“走捷径”来获取经济利益的行为,有可能付出巨额违法成本,因此需谨慎使用。

AI“生成热”背后有隐忧

“林深把最后一件T恤塞进行李箱时,窗外正飘着细雨。十六平方米的出租屋里,霉斑在墙角蔓延成地图,老式空调发出苟延残喘的嗡鸣……”

你恐怕很难想象,这样一段文字是由AI根据记者要求,自行生成的。在这“开篇”内容之外,还有千余字的剧情桥段,描绘了一个普通人“逆袭”成为职场精英的故事。

事实上,除了代劳撰写小说外,一些大学生早早发现了AI的潜力,偷摸利用AI为自己撰写学术论文。由于AI撰写的论文素材有不少来源于公开的文献资料,这不仅给使用者带来剽窃的隐忧,还增加了知识产权纠纷风险。因此,国内多所高校已经启用技术工具,去除论文中的“AI味”。

在利用AI大搞“创作”背后,由此衍生的版权问题日益引发社会关注。2024年2月,备受关注的“奥特曼案”在广州互联网法院作出判决,法院认定被告人工智能平台构成著作权侵权,并判令赔偿权利人的损失。

在该案中,由于AI平台方生成的“奥特曼”绘画形象与享有奥特曼著作权的奥特曼形象构成实质性近似,且该平台通过销售会员及“算力”等增值服务获利,故而侵害了权利人对奥特曼作品享有的复制权、改编权和信息网络传播权。

为了防范由AI生成内容导致的侵权风险,一些平台也上线了AI检测功能。抖音平台借助AIGC识别模型等相关技术,结合人工识别,对判定为疑似AI生成的内容,会打上“疑似使用了AI生成技术,请谨慎甄别”的标签;小红书、微博等平台上线了自主声明功能,提醒用户自主声明其上传内容是否为AI生成,并对疑似AI生成内容进行检测和提醒;网络文学平台阅文集团也采取



CFP供图

技术措施,用以检测作者上传的“AI水印”,该集团相关负责人表示,反对部分作者利用AI生成低质量且无意义的作品。

法律风险要重视

利用AI作为创作辅助,需要注意哪些法律风险?

即使使用公开资料进行AI训练,也可能产生侵权风险。“AI生成的内容可能是有原型的,而这个原型有可能拥有版权方。”长期从事AI领域研究的清华大学教授沈阳认为,相较于使用公开资料进行模型训练,使用自有数据所造成的侵权风险相对更低,但仍要留意相关训练语料的版权来源。

即使是用户作为自然人“指导”AI生成相关内容,也可能不享受著作权利。“AI生成的内容是否有版权现在是‘世界性难题’。”世辉律师事务所合伙人王新锐告诉记者,从现有司法实践看,由AI生成的内容是否享有著作权利还要看该内容是否融入了用户的“独创性思维”。加之因AI生成内容的过程涉及软件开发者、所有者、使用者等多方主体,即便这些生成内容本身受著作权法的保护,其版权应归属哪一方同样是目前各界争论的焦点。

即使不输出生成的内容,但AI在未经许可下使用了具有版权的训练语料,也可能造成侵权。从全球其他地区业已出现的案例来看,一些版权所有者认为,AI大模型在公开网络中擅自使用其版权内容,在“抹除署名和来源后”进行机器训练,也是一种侵权行为。在王新锐看来,此种行为性质的裁定应考虑其是否为“合理使用”,以及相关版权内容是否被用于商业目的。

此外,由于各国在司法实践中对AI侵权的认定标准不一,这也给我们的AI大模型走向世界参与国际竞争带来挑战。如何避免因司法体系和社会文化差异带来潜在的

侵权隐患,值得AI大模型的所有者思考。

规范AI健康发展

放眼人类发展史,任何一次技术革命都会对原有的社会观念和法律制度带来深刻影响,这就需要人们在享受技术创新带来的便捷和高效之余,尽快适应和完善相关规则。

2024年,国家网信办出台《人工智能生成合成内容标识办法(征求意见稿)》,其中明确“在生成合成内容的文件元数据中添加隐式标识”,而“文件元数据”即用于记录该文件的来源、属性、用途和版权等内容。

王新锐等法律界专家建议,AI大模型的所有者在进行机器训练时,要识别和审查训练语料的版权来源,对于有明确版权方的素材,应事先获得其授权许可;对于独创性较为显著、商业价值较高的素材,尤其要予以重点关注。同时,建立AI生成内容知识产权的合规审查流程,完善面向公众和版权人的投诉举报处理渠道,尽可能降低AI生成内容的侵权风险。

针对一些用户过分仰仗简单提示词,随意将AI生成内容用于商业目的,造成侵权。沈阳建议,一方面用户要谨慎将AI生成内容用于商业目的,另一方面,如用户想要将AI生成内容赋予知识产权,需融入自己的独创性提示词内容,在不侵犯他人IP和合法权益的前提下,通过相应渠道进行知识产权声明,以此维护自身合法权益。

厦门大学知识产权研究院院长林秀芹建议,有关部门可根据技术发展的实际情况,完善相关法律法规。同时,结合国际通行做法,明确AI领域“合理使用”的内涵外延,为AI技术的创新和发展创造良好的制度环境,引导相关企业有序参与国际竞争。

据新华社

自律挑战? 想“躺赢”却被“割韭菜”

独处挑战、自律挑战、不使用手机挑战,随着挑战天数和难度的增加,相对应的奖金更加丰厚……相信不少人在社交平台上刷到过类似活动的广告。然而,成功案例鲜有,挑战者因规则苛刻“痛失”高额报名费而导致的纠纷却不少。这类“躺赢”式挑战葫芦里卖的什么药?

“资质”作噱头,“免责书”来甩锅

所谓的自律挑战,常见的有三种类型。一种是境内外社交平台网红博主自己开设的慢直播,以记录封闭生活为卖点吸引网友关注打赏;一种是带有公益性质的短时间挑战,如“8小时不用手机”,倡导人们“放下手机,重拾宁静”;第三种则是招募挑战者,以缴纳报名费的形式博取高额奖金。

记者通过短视频平台联系上黑龙江一家组织自律挑战的机构,其工作人员发来的招募海报显示,分别可挑战“自律封闭”5天、7天、8天、18天、25天。以挑战18天的新活动为例,报名费为1.5万元,挑战规则为:第7天奖励1万元,第10天奖励6万元,第13天奖励14万元,第18天奖励30万元,并退还报名费。

工作人员向记者展示了大量图片、视频以证明企业“资质”,如宣称是“中央媒体主持人”的视频推介、“体育冠军”助力传播的视频截图等。此外,江西南昌一家从事自律挑战的公司也以各类资质证书、广告播出证明等作为“背书”信息。

根据上述工作人员提供的“自律封闭挑战”合同书,报名者需要签署“安全免责协议书”,挑战规则中关于挑战者的约定有21条,包括“不可遮挡手机,在监控里看不到视为遮挡(在走路移动中不算遮挡),否则视为挑战失败”“挑战期间,每天必须累计运动健身达到一个小时以上”等,同时约定“若乙方被判定失败,不得胡搅蛮缠,无理取闹,恶意生事”。

挑战者“上头”中“圈套”

记者梳理发现,近年来,各地有多名挑战者因高额奖金诱惑报名参赛,最终因极为

苛刻的规则被判挑战失败,“痛失”报名费,有的甚至一纸诉状将活动方告上法庭。

2024年9月,陕西一名挑战者3次报名参加独处挑战赛,分别因面部遮挡超过3秒、整理床铺时背对摄像头遮挡面部、起身运动时遮挡房间内物品而被判挑战失败,不仅分文未得,还损失了2.04万元报名费。上海的张先生先后挑战10次均被判失败,在咨询律师后决定起诉。

从多起挑战失败案例来看,看似主办方“关注细节”,实则是“肆意判定”。例如,多家企业提供的挑战规则中都有“不得在监控下触碰身体隐私部位”的规定,但张先生反映,手放在大腿上也被判违规。对方给出的理由是,“膝盖到大腿之间的位置都叫隐私部位”,诸如此类的还有摘下眼镜也算触犯了“不能在监控下穿脱任何衣物”的规则。

北京市一律师事务所律师张翼鹏表示,自律挑战规则中部分涉及霸王条款和侵犯个人隐私。“由于规则解释权都在对方,又缺少第三方监督,参与者处于极其被动的局面。”

“躺赢”挑战不能成为牟利工具

“交完报名费的那一刻就已经输了”“你看中几十万元的现金,但人家只想赚你报名费”……在自律挑战乱象频频被曝光后,许多网友指出,高昂的报名费与苛刻规则叠加,明显是在“割韭菜”。

此前,一名挑战者在挑战失败后将活动方告上法庭,要求偿还报名费6000元。法院综合双方的过错及损失判决活动方退还原告5400元。法院审理认为,交6000元参与活动是为了赢取25万元,有相当多“赌”的成分在内,与社会主义核心价值观倡导的友善、诚信相抵触,应当给予否定性评张翼鹏认为,相关部门和网络平台对类似活动应该加强监管和内容审核把关,一方面要调查相关公司是否涉嫌虚假宣传和欺诈,另一方面短视频平台也需要对此类活动的引流行为进行约束。

据半月谈微信公众号