

肯尼亚狮子袭击少女

肯尼亚野生动物管理局20日说,一头狮子在首都内罗毕郊外袭击一名14岁少女并致其死亡。

这起惨剧19日发生在内罗毕国家公园以南的一个牧场。一名青少年目睹了袭击过程,报了警。管理局“护林员和反应小组迅速行动,沿着血迹一路追到姆巴加蒂河河边,在那里发现女孩遗体,她腰背部有伤”,救援人员“没有在现场看到狮子”。

管理局方面已设下陷阱准备诱捕狮子,同时安排人员仔细搜查,加强安保。

据新华社电

澳大利亚7人因巨浪死亡

澳大利亚东部沿海自18日起出现大浪,截至20日下午已造成7人死亡,2人失踪。

据澳大利亚“新闻9”网站报道,一名9岁男童20日下午在新南威尔士州沿岸西南岩一带因巨浪落水,被卡在岩石之中。消防人员15时30分左右赶到现场并设法将他救出,但为时已晚。这名男童成为18日以来因大浪天气确认死亡的第七人。美国《纽约时报》援引澳大利亚官方数据报道,昆士兰州布里斯班海岸18日出现高逾7米的巨浪。

据新华社电

挑战第31次登顶珠峰

尼泊尔登山向导凯米·瑞塔·夏尔巴20日离开首都加德满都,开启再次挑战世界最高峰珠穆朗玛峰的旅程。如果这次登顶成功,凯米将第31次登上珠峰,打破自己先前创造的世界纪录。

现年55岁的凯米在加德满都机场告诉美联社记者,“目前我处于最佳状况”。

凯米于1994年5月首次登上珠峰峰顶,此后几乎年年登顶珠峰。去年5月,他在十天内两次登顶珠峰,创下个人登顶珠峰30次的世界纪录。

据新华社电

“辱骂妻子”视频流出 李在明:深度伪造

韩国首尔警方21日说,警方已开始调查针对下届总统热门人选、最大在野党共同民主党前党首李在明的深度伪造视频。

首尔警方说,共同民主党向警方提交了6段深度伪造视频并向多名嫌疑人提起诉讼后,首尔地方警察厅网络调查部门对此展开调查。

韩国第21届总统选举定于6月3日举行。李在明4月10日宣布参选,共同民主党定于27日决出总统候选人。李在明的竞选团队本月16日对短视频平台“优兔”

的十余名博主提起诉讼,指出这些博主涉嫌违反《公职选举法》,持续传播抹黑李在明的深度伪造视频。

另据韩国《中央日报》报道,李在明竞选团队曾接到举报,“有人试图制作并传播李在明辱骂其妻子金惠景的深度伪造视频”。该伪造视频显示,金惠景接受调查人员问话后回家,遭李在明辱骂。

《中央日报》援引人工智能专家的话报道,随着深度学习技术的进步,没有专业知识的人也可伪造特定人物的面容和声音进行视频合成,利用技术传播虚假信息 and 进

行人身攻击。韩国各党派总统参选人不仅要彼此竞争,还面临一个“共同敌人”,即深度伪造。李在明阵营已表示对深度伪造采取“零容忍”态度,执政党国民力量党则考虑采取较为温和的举措。

韩国民调机构“真实计量器”21日发布的最新民调结果显示,所有宣布参选和潜在参选者中,李在明以50.2%的支持率排名第一,国民力量党热门人选、前雇佣劳动部长官金文洙支持率12.2%,排名第二。

新华社微特稿 李富玉



4月19日,在白俄罗斯首都明斯克,摩托车爱好者参加巡游活动。 新华社发(任科夫 摄)

韩国小学生用石头砸同学 被罚了1.6万美元

韩国法院消息人士20日说,一名9岁小学生用石头砸伤同学,其家庭被法院判罚2200万韩元(约合1.6万美元)。

韩国《中央日报》20日援引消息人士的话报道,这起伤人事件发生于2023年10月5日,法院方面没有披露原告和被告的性别。事发当天,两个孩子在釜山一所小学的操场上玩耍,被告朝原告扔了一块石头,导致原告脸部出现多道伤口。其中一处位于左眼

下方,长约1厘米;一处在左脸颊,长约2厘米;鼻子下方有一处,长约1厘米。

经医院鉴定,原告需要做整容手术及激光治疗,但即便如此,脸上可能会永久留疤。

辩方主张,被告只有9岁,欠缺法律行为能力。不过,法官不接受这一主张,在裁决中说:“目击者在证词中说,被告在伤人后哭了起来,说自己可能会被送到学校纪律部门(接受处分)。这表

明孩子有充分的认知能力,知道自身行为会产生后果。”

法官说:“家长有责任向未成年子女提供日常指导和监管,确保子女不做出伤害他人的举动。被告家长忽视了这份责任,而这一疏忽导致本案发生。”

法官裁定伤人者及其父母均有过失。

据了解,伤人事件发生后,学校纪律部门曾要求被告给原告写道歉信。

新华社微特稿 杨舒怡

寻求心灵慰藉 韩国年轻人转向“可爱消费”

在近年来韩国经济低迷、社会不安定的大背景下,越来越多二三十岁的韩国成年人把钱花在以“可爱”为卖点的商品上,从毛绒钥匙扣到卡通主题的笔,以此来愉悦心情,在充满不确定性的社会中寻找些许慰藉。

现年26岁的上班族吴宝美(音译)在近期于首尔江南区举办的创意文具展上购买了一支顶端印有白熊玩偶的钢笔。《韩国时报》19日援引她的话报道:“每次看到可爱的东西,我的心情就会好起来。”她说,自己经常随身携带有卡通形象的可爱钥匙圈和家居用品。“它们点亮了我的一天,所以我一直在买。”

印有可爱图案的文具也很抢手。22岁的大学生许裕珍(音译)说,她把日本三丽鸥公司推出的“凯蒂猫”等动漫主题的贴纸贴在笔记本电脑和其他物品上,因为“使用可爱的东西真的让人有满足感”。

29岁的上班族金采妍(音译)也有同感:“如果无论如何都要买东西,我会选择可爱的。这会让我感到内心宁静。”

这股被称为“可爱消费”的潮流始于2020年前后。当时,以精灵宝可梦为主题的零食以及洞洞鞋挂饰、毛绒钥匙圈等大受欢迎。同年,旅韩大熊猫“爱宝(华妮)”和“乐宝(园欣)”诞下的第一个后代“福宝”在爱宝乐园出生,引发了韩国全民热捧。玩具、书籍、家居用品等各种周边商品一再售罄,“福宝”的相关视频也在网上吸引了海量点击量。

如今,“可爱消费”在二三十岁韩国人中蔚然成风,商家也积极参与其中,以可爱形象为主题的商品在网上的销售量激增。

韩国在线生活方式零售商29CM的数据显示,今年1月至3月的文具类销售额是2023年同期的三倍。该公司一名管理人员说,最大的买家是25岁至39岁女性,她们不再纯粹为工作而购买文具,而是选择能体现个人品位的商品。29CM和位于首尔城东区的文具精品店共同举办的文具展在五天内吸引了超过2.5万人到场。

依照《韩国时报》说法,经济低迷或许是“可爱消费”热潮的一大推动力。引入流行卡通形象,企业不仅可以节省产品开发成本,还能吸引一定数量的消费者。首尔大学消费趋势分析中心研究人员《2025年韩国趋势》作者之一崔智惠(音译)说:“在经济困难时期,消费者倾向于选择价格低廉但能满足情感需求的商品,以卡通形象为主题的消费热潮与这种转变密切相关。”

社会不安定是推动更多韩国年轻人“可爱消费”的另一个因素。崔智惠说:“随着代沟和性别矛盾的加剧,越来越多人转向‘可爱消费’来舒缓情绪。”

仁荷大学教授李恩熙(音译)对此表示赞同,并指出:“与上一代人相比,现在的韩国年轻人享受着更丰富的文化环境,他们更能够与内心深处的童真产生共鸣,经常在玩具、娃娃或怀旧文具中寻找慰藉。”

在《我买它因为它可爱》一书作者姜胜惠(音译)看来,可爱的感觉在帮助人们成为群体生活一分子方面发挥着至关重要的作用。“在享乐占主导地位的时代,可爱感的流行可能是恢复生活平衡和稳定的一种方式。”

新华社专特稿 乔颖