

□ 本报记者 韩丹东

“每天科普一个医学小知识。你真的会洗头吗?三甲医院医生教你正确洗头。”这是某平台的一则医疗科普视频,一位身穿手术服的“医生”面对镜头,演示如何正确洗头,视频结尾还会说一句“健康科普看医姐,健康知识好理解”。

评论区有不少人纷纷留言咨询“孕妇中期可以用二硫化硒洗发水吗?”“请问一天洗头几次合适”……

这样的医疗科普短视频如今在各平台层出不穷,内容多以两性话题、心脑血管疾病、食疗补身等为主。一些博主在获得大量关注后,还会将流量变现,向用户售卖药品和医疗服务。

这些医疗科普短视频博主的医生身份究竟是不是真的?一边科普一边卖药带货合法合规吗?围绕这些问题,《法治日报》记者进行了调查采访。

一些博主没有资质认定

“这些关于肺结节的科普,一定要告诉身边有需要的朋友!”“三个小妙招让您远离心血管疾病”“长期喝酒身体会有什么变化”“男生需要知道的四个小知识”……

近年来,医疗科普短视频颇受用户关注,甚至有短视频教学医疗科普类短视频如何发布、引流,以至于用户只需搜索疾病名称,全国各地的“名医”就会出现短视频中,科普病症特点、传授治疗方法。

但这些身穿白大褂的博主真的是医生吗?

记者注意到,在医疗科普视频中,大多数博主都有资质认证,如在一条名为“四个建议,希望对爱打呼噜的你有所帮助”的医疗科普视频中,不但出现医师职称,旁边还附有医院名称。记者在主页看到,博主名为“上海华山耳鼻喉科”,下方还有一行小字“复旦大学附属华山医院耳鼻喉头颈外科主治医师”。

据了解,用户昵称下方的小字是平台的认证信息,而医生认证十分严格,必须为“公立三甲医院全职医生”或者“非三甲公立医院主治医师及以上职称”。不仅如此,医生本人还需完成个人资料上传等操作。

但仍有不少“浑水摸鱼”的博主存在。这类博主将自己的医学经历、医学资质写在“个人简介”一栏,这样做的好处是无需审核。因为任何内容都会显示在个人主页上,这部分内容由博主自己编辑设置。

在文章开头“正确洗头”的视频中,记者注意到,该博主在视频简介中特意备注了“三甲(医院)医生”,却未提供医师身份认证或医院名称相关信息。

该平台还有一名叫“医者仁心”的博主经常发布医疗科普内容,在其个人主页也没有相关认证,只在简介中写着“一名基层妇产科主治医师,从医25年,擅长调理各种妇科疾病”。

在浏览这些健康科普短视频时,记者发现这些博主大多穿着白大褂,以医生的形象出现在屏幕前,往往用“中医+姓名”的方式进行命名,并且在个人简介处注明了就职于某家医院和是否为公立,打着公立医院的名号来科普健康知识。从视频下方的留言来看,受众大多为老年人。

没有认证的医疗科普是否安全,未认证就科普是否合适?中国卫生法学会常务理事、北京华卫律师事务所律师事务所副主任邓利强认为,没有医师资质的人进行所谓的“医疗科普”,实质上是将其获取的医疗知识加以传播,构成洗稿,其行为有违道德,涉嫌欺骗公众。

在北京大学卫生法教研室主任王岳看来,医疗科普中针对疾病的建议一定要有资质,但对于预防疾病,则不一定非要有医生的职业资质。

传播焦虑有违医学伦理

“就一个动作,拧紧开关阀门,男人越揉越猛”“红糖配上这个东西,20分钟金枪不倒”“每次××到一半想上厕所,你知是什么原因吗”……

在某短视频平台,大量医疗科普视频标题“耐人寻味”,但凭借着不正经的标题,一本正经的“科普”,这些视频得到许多用户青睐,不少人留言称“我替朋友看看”“神医,助我重振雄风”。

穿上白大褂大谈两性问题 记者调查医疗科普短视频乱象

天津某三甲医院一名医生告诉记者,当前医疗科普内容逐渐庸俗,一味迎合“恶趣味”。部分短视频账号为赚取流量,不顾出镜医生自身学科背景,盲目追逐热点话题,甚至配以猎奇的文案,有悖于医疗科普的专业性与权威性。

记者在调查中还发现,一些医疗科普内容,以科普之名贩卖容貌、健康焦虑,传播缺乏科学依据的治疗、养生方法。

家住天津塘沽的张大爷经常在短视频平台看一些“老人再不吃××就要出问题”“老人体寒赶紧买××药”的视频,看到视频里面穿着白大褂的人,自然认为是医生,说的话也当成“医嘱”遵守。有些药品、保健品,张大爷从未听说过,但博主将购买链接放在视频下方,点击就能下单购买。就这样,各种胶囊、含片、膏药贴被张大爷陆续收入囊中。

张大爷还在短视频平台上关注了数位“养生专家”,每天观看养生视频。时间一久,张大爷刷到的短视频几乎都与医疗、健康相关,“这个专家说冬天不能吃××,另一个医生又说吃了好,我都不知道该听谁的了”。

邓利强认为,医疗科普视频传播焦虑的行为是一种“伪医疗”,不仅违背医学伦理原则,还会造成一定人群的焦虑,甚至对医学产生怀疑。

“精准投放贩卖焦虑的医疗科普,可能会使一些老年人成为主要的受害者。”王岳说。

医疗科普带货愈发隐蔽

许多博主在医疗科普视频上打上“该视频不推荐药物和治疗方案”等文字。事实真是这样吗?

采访中,记者发现,一类博主在视频中会讲述自己如何治愈病人的故事,然后用自己的独家秘方来吸引粉丝;还有一类博主在科普时说一半留一半,让粉丝对隐藏的内容产生好奇。然后博主顺势在评论区隐晦地公布自己的联系方式、社交账号,一些用户求医心切,便会联系该博主。

根据对方提供的社交账号,记者添加了几个“好友”,对方均称自己为医生助理。说明来意后,有些“助理”会安排会诊,以发起视频通话的方式来诊断病情,赚取用户的问诊费,一般几十元到几百元不等,甚至更高。还有一些“助理”会直接介绍药品多么对症,诱导用户买药。

一名医生博主介绍,当前医疗科普视频的带货手法越来越隐蔽,有账号打造医学生、药剂师等专业人设,未经平台身份认证却身穿白大褂以专家口吻推荐产品。

而《医疗广告管理办法》明确规定不得以医疗咨询类栏目或者节目发布者或变相发布医疗广告。《互联网广告管理办法》也规定,介绍健康、养生知识的,不得在同一页面或者同时出现相关医疗、药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品的商品经营者或者服务提供者地址、联系方式、购物链接等内容。

在邓利强看来,医疗科普视频中如果掺杂带货、推荐药品、就诊医院等行为,属于医疗广告的范畴。用医务人员的名义推广药品、医疗器械、诊疗方法或者带货其他商品等,其实相当于用医务人员的公信力来背书,这种行为违反医务人员九项行为准则。如果广告涉嫌虚假、夸大宣传等行为,则违反广告法;如果在作者不知情的情况下,在医疗科普文章或者视频下恶意捆绑广告,这种行为还可能侵犯了作者的著作权以及肖像权等。

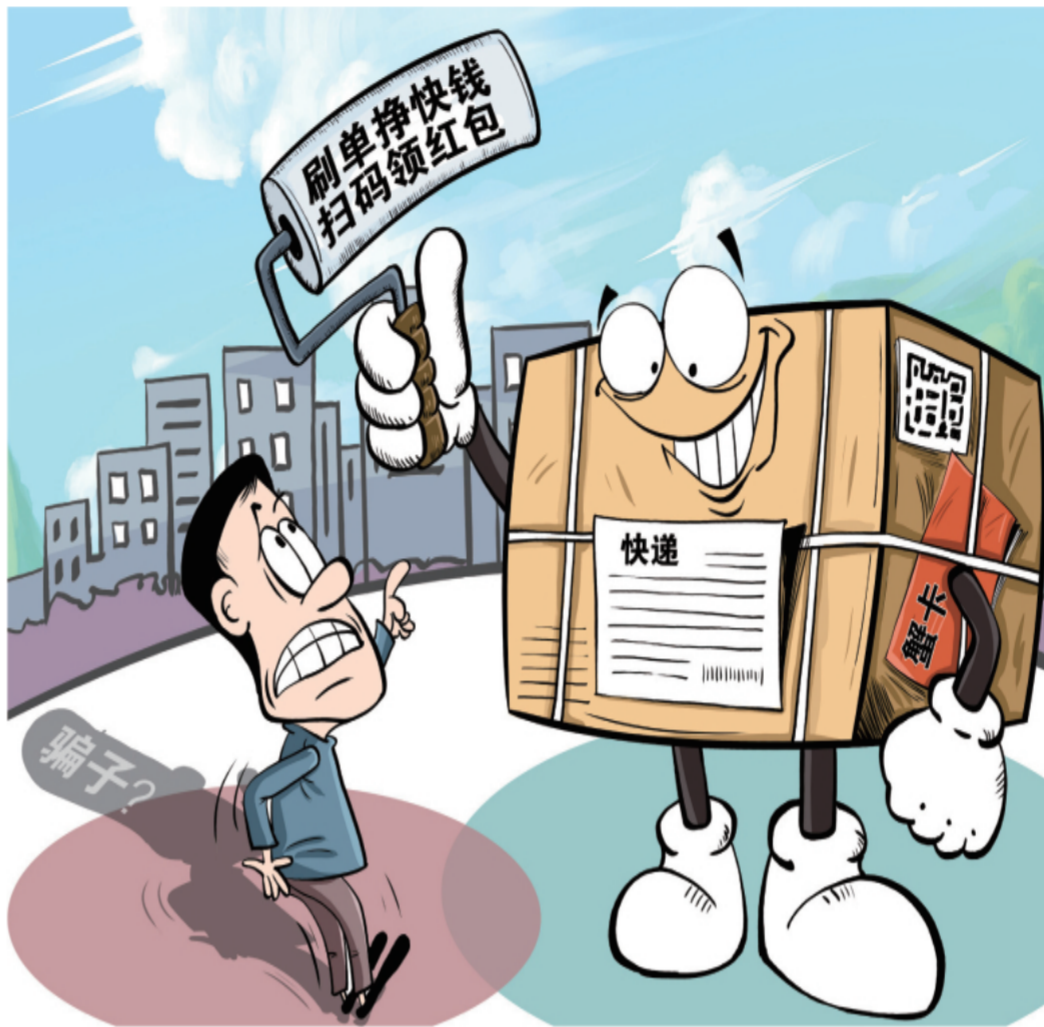
那么,在做医疗科普视频时应该把握什么样的尺度呢?

邓利强认为,医疗科普应该是告诉大家一些疾病的注意事项、保健方法等,诊疗还是应该到医疗机构,在科普视频里不适合说诊疗方法,也不适合出具诊断、开药方。

“让科普真正回归科普。”邓利强呼吁道,短视频和直播因为具有直观性强、互动性强、方便快捷的特点,已经成为健康科普的主要形式。数据显示,我国有73%的短视频直播用户曾经在手机端观看过健康科普类内容。其中42%的用户每周会观看1至3次健康科普视频。在如此庞大的人群基础上,如果医疗科普能够真正做到“唯科普为唯一目的”,对健康中国建设将会是很好的助推力。

从蟹卡兑奖券到大米食用油 从手机支架到充电宝

陌生快递“送礼上门”为哪般?



□ 本报记者 文丽娟 □ 本报实习生 郑 婷 毕冉

前不久,演员孙艺洲在微博发文称收到一张蟹卡的快递,最后发现疑似诈骗。上海市公安局随后发布微博称,这是一种新型骗局:不法分子大范围投递大闸蟹兑换卡、湿巾等,以领奖为由,引导受害人扫码进群后实施刷单诈骗。

《法治日报》记者调查发现,现实中有不少人收到过这样的陌生快递,里面有杯子、手机支架、风扇、充电宝、刮刮乐……这些商品有一个共同点,就是都会附带一个二维码。在社交平台上,有多位用户发帖称收到大闸蟹兑换券,蟹卡包装精致,上面写着“阳澄湖大闸蟹”“VIP蟹礼卡”“2388型”等字样,暗示礼品价值不菲。

受访的业内人士指出,这些快递物品的成本很低,却具有很强的吸引力和迷惑性。部分群众收到快递后看到二维码,习惯“扫一扫”一探究竟,但扫码后大多数是“人群再领礼品”“引导下载App”“做任务”之类的刷单操作,最终被诱导进入诈骗圈套。消费者应提高警惕避免上当受骗。

陌生快递暗藏风险

今年国庆假期,山东济宁市民张女士收到一份陌生快递,里面有一封以天猫名义写的感谢信和一张金枫蟹礼提货单。

感谢信上写着:为让更多顾客朋友享受到实实在在的优惠和回馈,现全网随机抽取100000名在平台有5年以上购物记录的活跃用户赠送2388型(价值约500元)鲜活螃蟹提货卡。提货卡背面提示需要用微信或浏览器扫描二维码联系客服进行提货。

张女士扫码后进入一个类似客服聊天的界面。一名自称是商家联盟平台的客服称,她“有幸”被选中,获得18元红包和大闸蟹一份。随后,客服又给她推送了一个二维码和一组数字,让她扫描后进入商家活动群。进群后,群主开始发任务红包,要求群里每个人完成相应的截图任务,便可收到数额不等的红包。

几轮下来,该群突然被停用。但很快张女士又收到了群主的好友申请,通过后对方要求她下载商家App,有新人奖励38.88元和大闸蟹礼品,并附上下载链接。张女士点击链接显示是另一款软件,注册完成后她又被拉入一个有近千名成员的群内,群主称可订阅

相关商家店铺获得返利,后期升级后可按数据福利单做任务。

和张女士收到的蟹卡不同,广东湛江的陈女士收到的快递是一个水杯,里面还有一封自称来自“淘宝联盟”的感谢信,以及商家周年回馈赠送的“刮刮乐”。

刮开后,陈女士发现中了一个10元的红包和一份四季水果,兑奖方式为扫描“刮刮乐”右上角的二维码。陈女士扫码后,又跳出一个新的二维码,因害怕受骗,她没有进行下一步操作。

四川成都市民罗女士在莫名其妙收到一个手机支架后,选择扫一扫二级页面的二维码,很快,页面跳转至一个聊天界面。客服让罗女士提供手机号码、“刮刮乐”照片,快递单号进行验证,通过后便让她免费挑选一件赠品,可选项包括大米、牛奶、洗衣液、食用油等,随后又发来一个二维码要求其加群。

进群后,罗女士发现,群主会不定期发任务,群成员完成任务即可领红包。任务多为安装App、关注店铺,每个任务会发4.8元或5.8元红包。她根据指示下载App并完成注册后,又被拉进两个新群,群主介绍称:“能来到这个群的都是忠粉,忠粉有福利,可以升级会员,会员返的钱更多。完成一次捐赠任务即可升级,捐30元返60元。”

“具体任务是在某支付平台公益栏内,选择一个项目捐款30元,再上传捐款证书截图。随后添加‘数据分析师’,对方会指导我们在下载的App内完成一次购买,便能得到60元红包。”罗女士回忆说,还有更高金额的返现,如捐150元返200元,捐350元返500元等,但前提是要往一个银行账户内转账。

记者近日随机采访北京、湖南、广东等地数十位群众发现,不少人都收到过类似的陌生快递,有的是手机支架,有的是充电宝,有的是网店促销宣传单或者刮奖卡,但无一例外这些物品上面都印着一个二维码。有人及时止步,也有人损失了不少钱财。

刷单返利套路多多

这些陌生快递背后的真相是什么?湖南长沙一位民警告诉记者,目前一些不法分子改头换面,不再以短视频、抢红包等途径发布点赞、刷单等虚假兼职信息,而是大范围投递大闸蟹兑换卡、湿巾、水果、手机支架、洗衣液、水杯等,以收快递扫二维码领奖为引流方式,引导受害人扫码进群后实施刷单。

“这些人的套路是让你看到实实在在的甜头,逐步放下戒备,最后对他们绝对信任。这时候,他们就会引诱你下载软件,完成刷单任务。当你不断加大投入后,你会发现自己的本金和佣金都无法提现。此时,诈骗分子又会以‘系统卡顿’‘任务超时’‘操作失误’等理由,要求你继续充值垫付。实际上,这些都是他们的话术,你根本没有办法提取自己的本金和佣金了。”该民警说。

他指出,这些陌生快递之所以能够精准发货到人,是因为不法分子从源头上掌握了大量的公民个人信息,“通过互联网黑灰产业链获得潜在受害人的信息,包括姓名、地址等,这些信息可能在各种网购环节中泄露”。

为什么快递送小礼物容易让人上当受骗?该民警分析道,将具有实用性的日常生活用品作为“小礼物”,能让目标群体尝到甜头。印在物品上的二维码就容易让人丧失警惕性并产生好奇心,进而扫码操作。

北京市中闻律师事务所律师杜秀军提出,不法分子通过送小礼品或红包套取用户个人信息,然后利用个人信息进行诈骗等违法活动,根据后续行为可能构成诈骗罪、集资诈骗罪、非法吸收公众存款罪等。而就套取用户个人信息出售或提供他人行为本身来说,情节严重的,可能构成侵犯公民个人信息罪。

“若平台泄露个人信息,根据情节可能需承担民事责任、行政责任,严重的可能构成刑事犯罪。不仅被泄露信息的个人可以依据民法典相关规定追究其民事责任,有关主管部门还可以根据网络安全法相关规定责令违法平台立即改正,根据情节单处或者并处警告、没收违法所得,处违法所得一倍以上十倍以下罚款,没有违法所得的,处一百万元以下罚款,对直接负责的主管人员和其他直接责任人员处一万元以上十万元以下罚款;情节严重的,可以责令暂停相关业务、停业整顿、关闭网站、吊销相关业务许可证或者吊销营业执照;构成犯罪的,可追究其刑事责任。”杜秀军说。

合力打击快递诈骗

公开数据显示,目前,刷单返利、虚假网络投资理财、虚假网络贷款、冒充电商物流客服、冒充公检法、冒充领导熟人、婚恋交友10种诈骗类型已经成为最常见的高发案件,占发案的80%左右;其中刷单返利类诈骗发案率最高,占发案的1/3左右。

多地警方提醒,网络刷单返利类诈骗已逐步演化成变种最多、变化最快的一种主要诈骗类型,成为虚假投资理财、贷款等其他复合型诈骗以及网络赌博、网络色情等其他违法犯罪的主要引流方式,被骗百万元以上的重大案件时有发生。受骗人群多为学生、老年人、低收入群体及无业人员。

受访的业内人士指出,在此背景下,凝聚多方合力打击陌生快递诈骗刻不容缓。快递公司要从严把关,实行快递实名制收寄制度,从源头上阻止陌生快递诈骗行为。市场监管、公安等部门应对此类诈骗行为采取“零容忍”态度,发现一起查处一起,通过高额罚单、追究法律责任等方式,让不法分子付出代价。

“梳理陌生快递诈骗的套路,不难发现两个特点:一是操作手段大批量、广撒网,二是很多依托于网络平台和社群运营。”杜秀军说,因此当务之急是斩断泄露、贩卖用户个人信息的灰色产业链,公安机关可以考虑和快递公司合作,针对此类快递内容物轻薄、大批量寄出等特点,及时发现可疑行踪,对诈骗窝点进行查封处理。

他认为,根据我国现行的邮政法和《快递暂行条例》,快递企业应当依法建立并执行收寄验视制度。发现邮件内夹带禁止寄递或者限制寄递的物品的,应当按照国家有关规定处理。对于快递包裹内有不明二维码等疑似诈骗的情况,可以及时报公安机关处理。

“平台要落实好监管责任,通过技术甄别、畅通举报渠道、做好风险提示等手段,及时发现并屏蔽可疑诈骗网站,规范社群运营,尽量为用户创造安全可靠的使用场景。”杜秀军建议。

他同时提醒,收件人也要加强防范,不轻易签收陌生快递,如遇可疑情况应拒绝签收;切勿扫描陌生快递内的二维码,也不要点开陌生链接填写银行卡、身份证、手机号等个人信息;及时销毁快递单上的个人信息,做好个人信息保护。

漫画/李晓军

欢 | 迎 | 订 | 阅



中国邮政扫码订阅

法治日报

全国各地邮政局(所)均可订阅

邮发代号:1-41 全年定价:480元

订阅热线:010-84772800

法治护航人生 阅读创造精彩 全面依法治国 共享美好生活