

N 新华社 南方都市报

随着短视频和直播的兴起,越来越多医生开始在线分享医学知识。将复杂的医学知识转化为听得懂、用得上的生活常识,有助于提升民众的健康素养。

然而,记者调查发现,一些伪装医生、“伪科普”、带货卖课博取流量的行为,却让医疗健康科普变了味、走了样。

变味的“网红医生” “流量病”如何治?

一些视频博主伪装医生,通过“伪科普”带货卖课博取流量,让医疗健康科普变了味

穿上医生“马甲”,为卖货“搭台”

某短视频平台上,博主身着“白大褂”在近似医院的场景中开始“表演”。冠着“男医生”名头的博主,不时帮助扮演患者的女主角,评论区不少人表示“医生太暖心了”。

然而,记者发现,该博主并未获得医生身份认证,利用“医生”人设虚构剧情,实则是为卖货“搭台”,推荐牛奶、维生素、洗衣液等产品。

与此同时,也有不少获得身份认证的医生从事与本

专业不符的“健康科普”工作,为多款产品带货。记者注意到,有“妇科医生”给男士T恤带货,“骨科医生”给美容产品带货。

“我们的肠道里,住着数以万亿计的微生物。”在某短视频平台上,一名认证为广东某三甲医院“神经康复科”的医生就食用益生菌的好处侃侃而谈。在其主页中,这名“神经康复领域”专家为某品牌的益生菌冻干粉带货。详情页面显示,标价为59.9

元的产品销量已接近3000件。

在部分直播间内,还有一些所谓的“营养专家”虚构各类头衔、推销虚假保健品。

今年5月,安徽省淮南市中级人民法院二审宣判一起诈骗案。涉案人员迟某军只有高中文化,为了向老年人兜售价值不菲的保健品,他虚构“国家一级保健医师”“国家一级营养师”等诸多头衔,在直播间内大

谈养生。在推销一款胶囊保健品时,迟某军虚构产品具有降血脂、治病功效,对老年人进行“洗脑式”推销诈骗。

一家平台新发布的医疗内容治理规范显示,创作者不得通过不当营销、不当演绎等方式发布虚假同质化医疗类内容。今年8月,该平台对1711个相关违规账号进行无限期封禁、短期禁言等处置,处理同质化视频3.7万条。

链接

穿着擦边、谈两性话题 “演员医生”引流卖药

9月上旬,记者调查发现,一些“伪科普真带货”的短视频账号常以两性话题等方式引流,而最终目的是推广药品,有的账号从6月至今,发布超过60条推荐药物的视频。

“脾虚兼肾虚,一个中成药,脾肾同补。很多药店都喜欢藏着不说,但是我们医生也都偷偷在用……”

“分享一个中成药,从日常调理抓起。××益肾胶囊,可以帮助身体扶正固本、补肾健脾、活血通络。”

视频里,男医生露胸肌、讲段子、谈“夫妻生活”,女医生大胆开麦两性话题,发布大量“性知识”等私密话题内容。有些博主在出境讲解时,除了身穿白大褂进行常规科普,还偶尔穿着吊带裙、睡袍、紧身衣当“福利”。

记者在短视频平台上随机选取24个相关账号调查发现,这批账号中,最高粉丝数可达200万,最低粉丝数也超过10万。24名博主均通过视频平台认证,主页显示其真实名字、所在医院与岗位。

记者查询国家卫健委的医生执业注册信息查询系统获悉,24名博主中,平台认证为“宜昌市第一人民医院骨科主治医师张如骐”、认证为“石家庄市人民医院泌尿外科主治医师韩爱云”、认证为“宁夏自治区妇幼保健院妇产科主治医师高丽莉”、认证为“山西省儿童医院妇产科主治医师罗婧”的4个账号,查询结果显示“未查询到符合条件的医师”。

记者向涉事医院求证。宜昌市第一人民医院表示,张如骐曾在医院骨科工作,后来调走了。韩爱云及高丽莉所在医院均确认了医生的存在,但是对于为何查不到执业注册信息,表示不知情。山西省儿童医院回复,该院没有名叫罗婧的医生。

记者注意到,8月底,网红医生擦边引流带货的现象就曾被曝光。有的视频账号粉丝量百万以上,经常发布“足控”“少妇”等话题,时而穿“黑丝”出境,被网友调侃为“黄医生”。9月上旬,南都记者发现,一些被曝光的账号已无法找到或已清空相关视频,此前进行直播的账号也未开播。

上海市第一妇婴保健院的男科主治医师杨阳,从5年前开始做健康科普。他坦言一些“演员医生”的存在是“劣币驱逐良币”。他认为,目前有一些不靠谱的机构签下了大量的“演员医生”,传播的内容很多并不具备科学性,“这是非常值得警惕的一件事情”。

嘴上“科普”,背后是“生意”

穿上“医生”的“马甲”,就能在科普中获得巨大经济利益。有利可图让一些博主降低底线,“嘴上科普,背后是生意”。

“医生给保健品带货的抽佣能达到30%到60%。”从事线上“达人”资源对接的王女士向记者透露,“维生素C、叶酸这类产品最多,吃了对人没什么太大影响,又能获得可观提成。”王女士说。

记者获取的一份某平台“健康科普领域”的“软文”报价单显示,在该平台上拥有3万以上粉丝量的“医生博主”每篇“软文”的费用是1万元。“这类是不包含‘挂链’(直接放购买链

接)的,如果要‘挂链’,销售需要跟博主分成。”业内人士透露。

记者在某平台上联系了一名医美领域的博主,以带货保健品为由向其了解“抽佣”情况。“你卖多少钱,我抽走一半。”该博主告诉记者,50%的“抽佣”比例并不保证销量,“卖一瓶,抽一瓶”。沟通过程中,对于要带货的保健品本身的资质和功效,博主却只字不提。

另一方面,平台的监管缺失,也为“造假”和“引流”留有空间。

当前,平台对于医生身份审核认证的标准不一。记者查询相关平台的认证要求后发现,一些平台需要

医院出具在职在岗证明来验证医生的真实身份,一些平台仅需提供执业医师证就能获得认证,还有一些平台对药剂师、护士等身份的证明也予以认证。

除了认证标准不一以外,各大平台身份认证主要停留在医生的“硬资质”本身,对于其科普内容是否与执业领域“专业对口”并未做审核,一些MCN机构也得以借资质“粘贴”科普文案。

广州市第一人民医院急诊医学副主任医师王西富表示,一些非本专业医生为了蹭流量带货,导致跨专业、跨科室的科普大行其道。“有的MCN机构与医生

专家: 网上冒充医生 或涉多宗罪

冒用医生身份或以医生身份进行“伪科普”的行为,不仅可能对普通人的健康造成危害,还严重损害医护群体的形象。

2023年2月,国家市场监督管理总局发布的互联网广告管理办法中明确规定,禁止以介绍健康、养生知识等形式,变相发布医疗、药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告。

上海君悦(杭州)律师事务所高兵律师认为,根据刑

法、医师法的有关规定,在平台上冒充医生,进而宣传售卖保健品或药品,有可能构成诈骗罪或非法行医罪。执业医师在网上诊断与自己执业范围不符的疾病,或推销与自己执业范围不符的药物,可能构成“超范围执业”;造成严重后果的,可能构成“医疗事故罪”。

记者从福建、广东等地公立医院了解到,在职医生如需开设平台身份认证的科普账号,需获得医院授权;

为防止产生捐客行为,也禁止在职医生从事各类直播带货工作。

浙江大学数字法治研究院副院长高艳东建议,医疗机构加强对本单位医务人员及证件的管理,让医学科普真正发挥应有的社会价值;监管部门加大对虚假摆拍、宣传的监管力度,防范误导患者带来的社会风险。

厦门大学新闻传播学院副院长苏俊斌建议,平台更多落实主体责任,采取技术

手段识别“违规文案”、拦截和屏蔽“伪科普”内容,维护健康科普的公益性和严谨性。

“不要随意套用健康科普中的症状和诊断。身体出现不适时,应直接前往医院就诊。”多位健康科普博主建议,应尽量关注经平台身份认证的博主,或观看经权威媒体核查证实的科普内容,切勿轻易购买伪“医生”在视频或直播中推销的保健药品。



新华社图