

医疗科普不能是“流量生意” 科学传播容不得“江湖忽悠”

别让伪科普“网红医生”抹黑“白大褂”

虚构病例、夸大效果，假科普、真带货……互联网健康科普乱象将迎来更大力度整治。

近日，中央网信办、国家卫生健康委等四部门联合印发《关于规范“自媒体”医疗科普行为的通知》，明确要求“自媒体”账号对发布转发医疗科普信息的真实性、科学性负责，严禁无资质账号生产发布专业医疗科普内容，严禁违规变相发布广告。

此前，国家卫生健康委新闻发言人胡强强在发布会上表示，有的“网红医生”把医疗科普当作牟利工具，还有的通过夸大治疗效果、虚构病例、杜撰故事等手段误导公众、敛财牟利。

医疗科普不能是“流量生意”，科学传播容不得“江湖忽悠”。

【链接】

科学技术普及法施行后 医疗科普将有哪些变化

2024年12月25日，十四届全国人大常委会第十三次会议表决通过了新修订的科学技术普及法，自公布之日起施行。这是科学技术普及法自2002年公布实施以来的首次修订，其中三个关键词备受关注。

关键词一：全国科普月

新修订的科学技术普及法规定，每年9月为“全国科普月”。“以前是‘全国科普日’，由中国科协发起，定在每年九月的第三个双休日。现在以法律形式对‘全国科普月’予以明确，这对于确保其权威性和稳定性，扩大影响力具有重要意义。”中华医学会科学普及分会候任主任委员、复旦大学医学科普研究所所长、复旦大学附属中山医院骨科主任董健表示。

关键词二：科普活动

医疗健康科普是科学流言的“重灾区”。在董健看来，“科普活动”这一章节明确要加强对科普信息发布和传播的监测与评估，建立相关评估体系，这对医疗科普非常重要。“如果伪科普盛行，非但无益于健康，甚至有可能危害身体、延误治疗。”针对制作、发布、传播伪科学、反科学信息，第七章“法律责任”也明确提出，此类行为由有关主管部门责令改正，给予警告或者通报批评，没收违法所得，对负有责任的领导人员和直接责任人员依法给予处分。

关键词三：科普人员

科学技术普及法第五章“科普人员”也是新增章节，这一章节对科普人才培养、志愿服务队伍建设、科普人员激励机制等作了明确规定。“从医疗科普的角度来讲，目前参与科普的人员数量和质量都有待提升。”董健认为，“从立法的角度鼓励医务人员参与科普并制定相关的奖励机制，对于提升医务人员的科普参与度以及国民的健康素养具有重要作用。”董健强调，唯有强化科普的深度和广度，才能让科研成果触达广大民众，从而推动科技成果的有效转化，真正惠及于民。

据《人民日报》报道



虚构病例、夸大效果，假科普、真带货……互联网健康科普乱象将迎来更大力度整治。

新华社发

【要点】

8月1日，中央网信办秘书局、国家卫生健康委办公厅、市场监管总局办公厅、国家中医药管理局综合司4部门联合发布《关于规范“自媒体”医疗科普行为的通知》，罗列8大规范要点，再次将

“医生科普”话题推上风口浪尖。

1. 分类核查认证账号资质。
2. 清晰展示账号资质信息。
3. 严格标注医疗科普信息来源。
4. 认真做好资质核验工作。

5. 严禁无资质账号生产发布专业医疗科普内容。

6. 强化网络行为规范。
7. 严禁违规变相发布广告。
8. 严处违法违规信息及账号。

【解读】

立规矩

完善账号资质认证工作

网络平台应进一步完善医疗“自媒体”账号资质认证工作，对申请相关资质认证的账号，区分医疗机构从业人员、医学院校人员、医药研发机构等不同医疗领域人员类型，分类开展账号资质核查。

比如，医生要晒出医师资格证和医师执业证，护士得亮明护士执业证……网络平台应在资质核验基础上，在账号主页显著位置强化认证信息展示。

同时，网络平台应进一步强化医疗科普领域认证材料的真实性审核，对证件、单位证明的时间期限、落款部门等明显可核查的情况，需严格比对核查。对医生、护士等执业信息，需通过国家卫生健康委官方信息查询渠道进行查验比对。

严监管

清理无底线“网红医生”

根据新要求，网络平台应坚决清理传授无底线蹭流量打造“网红医生”、借两性健康知识传播色情擦边内容、利用AI编造发布涉医领域同质化文案、编造健康故事售卖商品或药品、假冒医生身份开展科普、为售卖保健品鼓动拒绝就医等违法违规信息。

对存在不按要求或虚假标注信息来源、无资质认证且持续生产发布专业医疗科普内容、违规发布广告、不遵守医疗科普行为规范等问题的账号，要依法依规约采取取消互动功能、清理粉丝、取消营利权限、禁言、关闭等梯度措施。

给医疗科普戴上“紧箍咒”，不是要给科学传播“刹车”，而是为了让真知识跑得更远。

溯源头

借助AI生成信息需标识

引用转载专业医疗科普内容、引用医疗安全等旧闻旧事，结合医疗领域素材摆拍剧情、借助人工智能技术生成合成医疗科普信息、分享传播真实健康经历的，需严格标注信息来源或生成合成内容标识。

值得注意的是，网络平台应明确告知“自媒体”账号不得变相发布医疗、药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告。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。

生命至上！健康中国的大厦，容不得假科普的“砖”。

据新华社电