

网上“砖家”谁来管？

医美博主顶着“专家”头衔推荐项目，却拿不出资质证明；财经“大V”分析市场趋势，实则满嘴跑火车；某些机构批量起“素人号”，进行统一运营……现在，越来越多人上网寻求专业建议，这给了部分人“李鬼扮李逵”，甚至借机造谣传谣的可乘之机。

中央网信办2025年“清朗”系列专项行动中，特别强调整治“自媒体”发布的不实信息，尤其是干扰舆论、误导公众，不做信息标注、内容以假乱真，缺失资质、提供“伪专业”信息等问题。

针对各种“伪专业”信息，普通网民到底该怎么应对？不同主体如何协同发力、共同治理？记者进行了采访。

“假学姐”“假高管”…… “伪专业”何以潜滋暗长？

暑期将至，家住陕西西安的大学生小杨在网上找到一份兼职——给一家留学机构做“内容运营”。没想到第一天线上工作，她就感觉不对劲。

“他们让我运营一个社交媒体账号，账号‘人设’是一所国外大学在读的‘博士学姐’，我需要根据他们提供的材料，分享自己申博的‘真实经验’，一旦有人私信询问，就把这所机构推荐给他们。”小杨犯了嘀咕，“我根本没申请过博士，也不是什么学姐，这不是骗人吗？”

按小杨提供的线索，记者在平台上进行了关键词检索。弹出的内容果然鱼龙混杂，有的账号是博主本人亲自出境讲解，还配上了vlog等形式的生活分享；但也有不少账号，文案大致雷同，图片有时也模糊不清，却仍然有不明真相的网友在评论中“求分享”。

虽说这些“假学姐”发布的内容未必全是虚假编造，但对于真心找同道、求分享的网友而言，这样的引流实际上就是一种欺骗。

而在医疗、金融、农业等重点领域，“假专家”带来的危害更加值得警惕。

在医疗领域，不少人没有专业背景，却打着健康科普的幌子，将网络上的信息东拼西凑，加上危言耸听的开头和标题，就摇身一变成了“网红医生”。比如，有的短视频创作者展示各种“视力恢复技巧”，声称跟自己坚持训练，高度近视就能显著改善甚至恢复。对此，中国互联网联合辟谣平台已明确“打假”：目前医学上尚无有效根治近视的方法，只能通过科学矫正、改善用眼习惯等避免加重。

在金融领域，有人精心打造“国家某某活动评审”“世界500强

背后的培训师”“名校毕业的投资天才”等虚假人设，先是靠着煞有其事的说辞，大量收割粉丝的信任和崇拜，然后就开始销售课程、直播带货，以此牟利，甚至私下联络粉丝诱导“投资打赏”，实施诈骗。

在农业领域，有不法分子披着“博士研究生”“农大专家”的外衣，推荐防虫神器、生根神药等，以科普为幌子，堆砌高深艰涩的名词让人“不明觉厉”，实际售卖的产品却是“噱头大于实效”，甚至给农户带来损失。有时就连经验丰富的村干部，一不留神也可能掉入陷阱。

探究这些典型案例，不难发现：“伪专业”等虚假信息之所以在互联网潜滋暗长，背后既有流量的“利益驱动”，也有人工智能等新技术可以降低造假成本的因素。

平台、创作者、MCN机构…… 谁来为虚假内容买单？

当“伪专业”信息侵害用户权益，造成经济损失，平台、创作者以及可能牵涉其中的MCN机构，分别应承担哪些责任？

泰和泰律师事务所高级合伙人、中国广告协会品牌营销生态安全服务中心智库专家廖怀学告诉记者：“创作者是虚假内容制作和传播的直接实施方，承担首要责任，可能面临民事、行政、刑事法律责任。MCN机构若存在深度参与制作环节并策划、组织传播，或明知内容失实情况下未采取必要管控措施，可能作为共同的违法行为实施者承担法律责任。”

至于网络平台，往往能够更及时、直接、准确地掌握账号情况与动向，便于展开身份认证、数据信息获取等方面的管理，因此在管控“伪专业”信息、治理谣言方面责无旁贷。

廖怀学介绍，依据《中华人民共和国民法典》确立的“过错责任原则”，网络平台应当履行信息内容管理主体责任——知道或者应当知道网络用户利用其网络服务侵害他人民事权益，但未采取必要措施的，与该网络用户承担连带责任，网信部门可以责令平台整改、暂停运营等。

近年来，各家平台已在探索全方位的治理手段。

2024年7月，抖音安全中心发布《关于虚假人设的治理公告》，针对少数自媒体策划虚假人设开展专项治理。这份公告提到的治理重点，包括“无法核实的专业成就”“无法核实的高管身份”“自封无法验证的‘大师’”等。一方面完善认证要求，另一方面对违规账号实施下架内容、封禁等措施，阻断“假专家”的财路。

今年6月，小红书在北京举办打击“虚假”治理开放日，公布了2025年上半年社区虚假内容治理成



图片来源：网络

果，包括通过建设虚假内容全链路治理体系，处置虚假笔记320万篇，处置虚假人设账号1万个，处置虚假低质AIGC笔记60万篇，以及通过持续建设“同质化识别”能力，封禁批量造假黑灰产账号超1000万个。

尤其针对虚假人设治理，小红书设置了内容前置审核制度，采用了“账号关系挖掘”的分析策略，对虚假人设进行精准打击。

不过，不少业内人士表示，平台治理“伪专业”信息，绝非一日之功。虚假不实信息在识别、核实、溯源上都有一定难度，封禁处罚后也很可能“卷土重来”，需要平台发挥技术优势，不断创新治理手段。

医疗、金融、法律…… 重点领域如何有效监管？

放任“伪专业”信息传播，尤其是医疗健康建议、投资理财分析、法律解读等重点领域内容，极易催生谣言，后果不容小视。

以“缩短征信逾期记录”等谣言为例，中国人民银行党委宣传部部长杨瑞茂指出：“一张来源不明的截图、几句捕风捉影的对话、一则真假难辨的消息，可能影响公众对经济社会发展的信心和预期，甚至危害金融安全。”

在食品、药品、特种设备等领域，国家市场监督管理总局新闻宣传司副司长李春景则强调，市场监管与人们的日常生活密切相关，一

旦出现不实信息与谣言传言，将影响千家万户柴米油盐的方方面面。

那么，针对重点领域的“伪专业”信息乃至谣言，如何提升治理效能？

在安徽合肥举行的2025年中国网络文明大会辟谣分论坛上，首批“涉企网络辟谣工作直联点”试点单位名单发布，包括中国石油天然气集团有限公司、国家电网有限公司、中国南方电网有限责任公司、中国航空集团有限公司、中国钢铁工业协会、中国平安保险（集团）股份有限公司，涵盖不同重点领域。

名单企业取得了这样的共识：治理不实信息与重点领域谣言，应从“被动回应”转向“主动预防”，从“单打独斗”到“协同治理”。

具体怎么做？

首先，各领域头部单位应发挥在各自专业领域的权威性，借助互联网联合辟谣平台、主流媒体等力量，及时澄清谣言，让“冒牌货”失去生长的空间。

同时，应与不同部门联动配合，包括及时向网信部门举报线索，溯源清理不实信息，查处违规账号，以及配合公安部门查处谣言案件，公开通报查处情况。

此外，也要抓好宣传引导，积极通过短视频等接地气的方式，宣传相关政策，普及重点领域专业知识，提高公众对虚假信息的“免疫力”。

来源：人民日报海外版