

假冒政府机构账号卖假货 假冒官媒账号敲诈勒索 标注“官方”的“假官号”为何屡禁不绝?



短视频平台上,“××文旅推荐”“邮政官方直播间”等账号层出不穷,简介标注“官方”、头像使用机构LOGO,主页却充斥带货链接与问题商品。

近年来,仿冒官媒及政府机构账号的“李鬼”乱象愈演愈烈——从虚构“文旅局长”人设吸睛引流,到假借邮政名义销售贴牌商品,仿冒者利用公众对权威信息的信任攫取流量,甚至衍生售假、欺诈等灰色产业链。尽管2024年网信部门处置仿冒网站平台超500个,平台封禁违规账号数千个,但“假官号”仍屡禁不止。

为何仿冒行为屡禁不绝?如何破解“李鬼”背后的信任危机与监管困局?《法治日报》记者对此展开采访。

冒牌官媒泛滥

今年年初,在云南工作的王先生刷短视频时刷到“××文旅推荐”账号,一度以为这是家乡文旅局的官方平台——账号简介自称“官方”,头像使用文旅局LOGO,内容多为当地景点和文化习俗。然而,点进主页后他却发现端倪:视频中频繁插入带货链接,推销的商品发货地址不在本地,账号也缺乏官方认证的“蓝V”标识。他向平台举报后,该账号很快被封禁。

像这样的情况不在少数。2024年,河南文旅因“宠粉”营销爆红后,短视频平台上涌现出大量昵称含“河南文旅”“河南旅行推荐官”的私人账号,部分在简介中标注“官方小号”,实则夹带旅游卡、特产等带货链接。更早之前,自称“宁夏文旅局长”“四川文旅局长”的账号通过劈砖、舞剑等夸张表演吸睛,实际运营者与官方毫无关联。

近期,在第三方消费者投诉平台和社交平台上,有大量消费者投诉一些打着“邮政官方”名号的直播间。这些直播间以“地名+邮政”命名,头像使用邮政LOGO,宣称售卖“邮政合作商品”。然而,不少消费者称收到的却是货不对板的减肥咖啡、美白粥品甚至贴牌酒水。

记者检索邮政官网发现,其并没有售卖上述产品,真正的邮政官方账号既未开直播,也未开通带货橱窗。

与此同时,冒充媒体的账号也屡见不鲜,导致财产损失、媒体公信力下降等情况的案例不少:2024年,蔡某全等人伪造央视证件,以“央视资深编导”名义诈骗企业6.82万元;彭某纲等运营的“湘江听潮”账号冒用政府名义发布企业负面视频,借此勒索12万余元。

相关部门和平台持续打击和治理:2024年,中央网信办处置违法违规网站平台518个;抖音、微信等平台也封禁数千个违规账号。

触犯法律红线

自媒体名称和官媒近似甚至一样,或是在主页简介中自称“官方”,这样的做法是否违法违规?

中国传媒大学人类命运共同体研究院副院长、教授王四新指出,此类行为已违反《互联网用户账号信息管理规定》。根据该规定第八条,互联网用户注册、使用账号信息,不得假冒、仿冒、捏造政党、党政军机关、企事业单位、人民团体和社会组织的名称、标识等;不得假冒、仿冒、捏造新闻网站、报刊社、广播电视机构、通讯社等新闻媒体的名称、标识等,或者擅自使用“新闻”“报道”等具有新闻属性的名称、标识等;不得假冒、仿冒、捏造国家(地区)、国际组织的名称、标识等。

“部分自媒体利用人们对官方账号发布信息的信任,恶意假冒、仿冒官方账号名称和头像进行信息传播,以获得公众信任和关注,违反了法律规定,侵害了官方账号的权益,对官方账号及其传播信息的权威性造成不良影响,损害官方机构的公信力和形象,混淆视听、误导公众,导致信息传播的混乱和误导,破坏了正常的网络传播秩序。”王四新说。

此类乱象为何屡禁不止?江苏警官学院副教授高新分析,根源在于三重矛盾:部分自媒体从业者缺乏正确的经营观念,通过模仿官方账号的名称、头像和简介,以博取眼球和吸引流量,将假冒、仿冒官方

账号视为快速赚钱的捷径,违法违规经营;部分公众账号信息服务平台履行公众账号管理主体责任缺位,自媒体平台注册机制不健全,账号注册审核机制不完善,执行制度不严格;部分地区监督管理执法工作不及时、不到位,对本地区仿冒官方账号等相关违法违规行为监督查处不力。

在中国人民大学新闻与社会发展研究中心研究员曾持看来,这种乱象的持续出现与违法成本低有关。根据相关规定,在不涉及国家安全、社会稳定的情况下,对仿冒账号的处罚措施一般是关停账号或处以一万元以上十万元以下的罚款,相比之下,仿冒账号的盈利远不止于此。

“此外,仿冒账号的欺诈行为与发生在新闻领域的新现象相关:伴随着互联网的发展,‘公民新闻’——公民(非专业新闻传播者)通过大众媒体、个人通讯工具,向社会发布自己在特殊时空中得到或掌握的新近发生的特殊的、重要的信息,正日渐活跃。可能有些人会认为,发表自己日常的生活见闻是很正当的一件事,把这一行为叫‘新闻报道’也未尝不可,所以他们会创建这些仿冒账号。这说明,互联网时代的新闻开始逐渐脱离机构,新闻的规范性被弱化。仿冒账号是这一大潮流之下的极端体现。”曾持说。

建立封禁机制

受访专家一致认为,破局之道在于平台、执法与公众共筑防伪防线。

高新建议,自媒体应当遵守法律法规,遵循公序良俗,履行社会责任,端正守法依规经营观念,不得在账号名称和头像方面仿冒官方账号名称和头像,未取得相关资质,不得从事相关信息传播活动。

平台应当落实公众账号管理主体责任,强化账号信息审核,建立动态核验巡查制度,适时核验生产运营者注册信息的真实性、有效性。严格落实相关规定,发现账号名称、头像和简介与注册主体真实身份信息不相符的,特别是擅自使用或者关联党政机关、企事业单位等组织机构或者社会知名人士名义的,应当暂停提供服务并通知用户限期改正,拒不改正的,应当终止提供服务;发现相关注册信息含有违法和不良信息的,应当依法及时处置。加强对本平台公众账号信息服务活动的监督管理,及时发现和处置违法违规信息或行为。对违反相关法律法规的公众账号,依法依规采取警示提醒、限制账号功能、暂停信息更新、停止广告发布、关闭注销账号、列入

黑名单、禁止重新注册等处置措施,保存有关记录,并及时向主管部门报告。

网信部门要强化自媒体监督管理执法,会同有关主管部门建立健全协作监管等工作机制,监督指导公众账号信息服务平台和生产运营者依法依规从事相关信息服务活动。公众账号信息服务平台和生产运营者违反法律法规的,网信部门和有关主管部门应依法处理。

曾持补充道,公众账号信息服务平台应当在显著位置设置便捷的投诉举报入口和申诉渠道,完善用户举报机制,设置“仿冒官号”专项投诉入口,公布投诉举报和申诉方式,及时处理公众投诉举报。相关部门要加大处罚力度,根据违法违规账号的传播影响和非法所得的数额进行惩罚。追究仿冒行为的违法主体,建立“仿冒账号数据库”,将多次、批量生产仿冒账号的个人和公司纳入其中,推动建立跨平台封禁机制。相关部门和主流媒体可以开展“账号仿冒科普活动”,提高公众辨别官方账号和官方信息的能力。

来源:法治日报