

为2元红包听课，却被忽悠花上万元买货

记者“潜伏”老年人“养生网课”微信群：套路环环相扣，陷阱防不胜防

李殷婷 济南报道

“魔怔”的妈 疯狂听课打卡

“从早到晚，白天听，晚上听，出门买菜也要随时播放”，这几乎是群内老年人普遍的生活状态。就在上周，杨雪(化名)被55岁的母亲拉进了一个号称拉5人进群就能得2.16元红包的微信群。一时间，满屏的玫瑰花、排满的课表和“花开富贵”们一致的签到回复，着实让她见识到了县城老年群的实力。

从起初偶尔听听所谓“专家”讲课，到家里堆积如山的羊奶粉和各类保护心肝脾肺的“战利品”，在杨雪家里，一场老年人“触网”大戏持续升级。

从2022年开始，杨雪的妈妈赵女士就一头扎进了中老年养生大军的“怀抱”。起初，她只是偶尔听听课，学习“养生知识”。一开始，杨雪并没对母亲多加干涉。可随着家里越来越多“保健品”的出现，杨雪逐渐意识到问题的严重性。

“从早到晚都在听课，连买菜时间都不放过。”杨雪母亲有四部常用手机，由于这种听课界面不能切换退出，所以杨雪经常联系不上母亲，无奈之下，她给母亲专门买了一台平板电脑用来听课，手机用于日常联系。但没想到，最后这也只是增加了一个新的听课工具，杨雪仍经常联系不上母亲。

据杨雪介绍，两年时间，母亲听课时所记录的笔记本摞起来将近1米高，平均一节课50-90分钟不等。如果加入的群多，每天听课时间就相对较多。据杨雪介绍，赵女士每天大约要听5节课，平均一个手机一天能赚十多块钱。

杨雪所描述的情况，与记者进入的学习群如出一辙。“学习群”里群消息不断闪烁，其中包括各种任务通知，以及产品预订接龙，还有各种听课笔记拍照打卡。

不仅如此，记者发现，这种听课模式还有诸多“任务”需要完成：不能随意退出直播间，必须听够时长、没有进度条可让你“作弊”，必须按时答题、拍照做笔记并发给群主，环环相扣，才能获得0.5元-2元不等的红包奖励。

听课途中上链接 “养生课”背后套路多

“叔叔阿姨们在干啥呀?给你们表演个才艺，跳得不好别介意哦”“好漂亮的美女，你真棒”……在群里观察了几天，记者发现，这里的“学习”模式“别出心裁”。除了日常的学习签到，群主还会不定期进行“才艺展示”。

此外，群主会定时发送群消息，让群成员观看指定视频，视频时长在60-90分钟之间，每观看一个视频，就能获得相应报酬。在记者“潜伏”进五六个群后，发现一个共同现象：虽然群不同，但每天要求听课的内容是一样的。

表面看似让老年人免费学习养生知识，实际上背后隐藏着利益



链条。与最多2元的红包相比，在听课过程中蹦出的购买链接商品，其价格从99元到上千元不等。在记者蹲守的直播中发现，该场直播的听课人数大约在100人，下单商品的人数在10人左右。这些群内听课跳转的购物平台大多为小程序平台，点开链接商品的详情页，无任何详情介绍，包括保质期、生产厂家，均无文字介绍。记者根据杨雪所提供的其母亲购买的产品发现，此类产品均为食品，并无任何保健功能。

从去年开始，杨雪发现，听课这件事在她妈心中变得愈发重要。就连生病住院，赵女士都没落下所学课程和笔记。

与杨雪的经历相似，在网上发布此类“求助帖”的网友不少，反映的大多是父母沉迷保健品讲座直播间，被诱导下单的情况，涉及金额动辄成千上万元。记者在黑猫投诉平台上，以“老人+直播”为关键词进行检索，相关投诉有两千余条。

子女如何帮老人 跳出“养生局”陷阱

为何最初为了2元红包听课，最终却损失上万元买货?子女如何帮老人跳出“养生局”陷阱?

山东省精神卫生中心老年医学科副主任张艳表示，随着年龄增长，许多老年人除生理指标发生变化外，心理特征也发生很大改变，对死亡的恐惧往往会加剧。同时许多老人会担心给子女增加负担，内心容易产生焦虑、孤独感。而网络上丰富多彩的内容，对老年人有着极大吸引力。

“在信息茧房时代，大数据会给老年人精准推送相关信息，其中就包括养生或售卖保健品的内容，使很多老年人深陷其中。”张艳说，老年人长时间看手机，还容易诱发视疲劳、青光眼、颈椎病等身体疾病。

如何避开“网络养生局”?张艳认为，老年人应多出门散步、参与社交活动，这不仅仅是身体上的锻炼，更是一种精神上的滋养。

反之，长期待在家中的老年人，由于生活环境相对单一，缺乏新鲜事物刺激，大脑逐渐变得“懒惰”。他们可能越来越沉默，减少与家人的交流，久而久之，大脑功能就可能出现衰退。

“作为子女，应适度监督父母的上网行为，引导他们理性消费，避免盲目跟风，通过倾听、共情和积极沟通，与老人建立深厚的情感联系，避免让他们沉迷网络。”张艳说。

微信称将治理 违规“养生课”

记者注意到，3月7日，微信安全中心发文称，近期收到不少用户投诉，在部分打着“养生”“科普”“公益”旗号的微信群里，存在着发布H5链接诱导用户跳转外部直播间的行为。这些直播间表面上讲授养生知识，实则利用老年人渴望健康的心理，夸大相关产品的功效，诱导老年人高价购买“养生”类非处方药产品或者保健品。

官方称，上述行为一经发现核实，平台将依据国家相关法律法规以及《腾讯微信软件许可及服务协议》《微信个人账号使用规范》《微信外部链接内容管理规范》等进行处理。若外部链接中的直播内容，涉及违规发布医疗、药品、保健食品等信息，微信端会限制链接访问，同时平台会结合用户投诉证据，加大对此类违规账号的处罚力度。

微信方面提醒用户，如发现所在微信群存在“听课、答题、领红包、买产品”套路的违规行为，请第一时间通过客户端进行投诉，他们核实证据后会及时处理。

“NPD有六大特征，遇到了赶紧跑”“有的孩子看着正常，其实是ADHD，快来测一测”……近期，以在线“诊断”NPD(自恋型人格障碍)、ADHD(注意缺陷多动障碍)等为标题的视频在网络上大量传播，不少人“被确诊”。这样的在线“诊断”是否靠谱、可信?

“对号入座” 即可识人查病?

“NPD善于处理人际关系，缺乏同情心，利用他人达到自己的目的，且不会反思自己的错误”……一段时间以来，短视频平台出现大量关于NPD的分析视频，不少网友留言觉得自己符合相关特征，自行“确诊”后感到迷茫焦虑。

除了看视频给自己“对号入座”查病，还有一些网友将相关特征套用到家人、同事或朋友身上，进而影响现实社交。28岁的江小敏刷完关于NPD的视频后，发现一位同事完全能“对上号”，“现在我和其他人都会互相提醒，避免和他接触”。

那么，只要符合视频里的描述，就是NPD吗?

北京安定医院临床心理中心副主任医师李颖说，NPD的诊断非常复杂，需要考虑一些特质是否持续存在并导致明显的社会后果等，不能仅凭某个行为就下结论。

记者了解到，由于精神障碍等存在多种表现形式，准确识别和诊断较为困难，美国精神医学学会编著的《精神障碍诊断与统计手册》对NPD诊断标准多次作出修订。

同样，备受家长关注的ADHD“诊断”视频也不能作为“确诊”依据。

“家长很容易受这类视频影响。”广西壮族自治区妇幼保健院临床心理科主任雷灵说，孩子成绩不好、性格不够“完美”，有多动症……之前就有家长根据视频“诊断”孩子的行为，甚至轻信一些机构或个人推荐的“疗法”、保健品或药品。

国家心理健康和精神卫生防治中心副主任黄长群说，相关心理疾病须由具有执业资格的专业人员根据诊断标准进行判断，这既要求专业知识，也需要临床经验。受访心理专家认为，这类视频将医学诊疗过程娱乐化、绝对化，容易引发网友出现自我否定、焦虑恐惧等情绪；草率地给某类人群贴上标签，可能导致本身存在精神心理问题的人加重病耻感，放弃或推迟寻求专业帮助，影响心理健康。

从在线“诊断” 到带货变现

记者调查发现，不少在线“诊断”心理的视频，先以NPD、ADHD、抑郁、焦虑等为热门话题吸引关注，通过话术激起需求后，再推销课程、保健品、一对一

网上『问』心病，靠谱吗

在线咨询心理疾病背后，往往是带货变现

咨询辅导等收费项目，已形成较完整的链条。

在一些社交平台上，有不少打造心理博主的教程帖，包括起号、引流到变现全套流程，小到文案、字体、配图，大到账号定位、策划内容、受众分析，一应俱全。

记者发现，在多个短视频平台的直播间，一些主播自称心理咨询师、家庭教育师等，宣称可以“解决青少年心理问题”。家长信以为真，纷纷留言或连线主播求解。

这时，主播就会推销课程、保健品、一对一咨询辅导等收费项目。直播间里会有非常明显的“加微信或群聊”等标识，主播也不断重复“先点关注，加上互助群”“领取免费试听课程”……为规避平台禁用词，主播还用“白大褂”指代医生、用“吃片片”指代吃药、用“YY”指代抑郁。

在一个直播间的商品链接里，记者看到多个以“训练营”“体验营”“成长营”等为名的课程产品，价格从十几元至几十元不等。

这样的直播间在短视频平台不在少数。有的直播间售卖课程标榜“名师”，价格从299元到599元不等，销量不低；还有价值1980元的“xx老师粉丝见面会”，现场听所谓的“心理大咖”讲课，面对面解惑。

一名主播透露，视频是促成与“潜在客户”点对点联系、进而变现的关键一步。“直播间里卖的课相对便宜，私聊后会推价格更高、时间更长的课程。”

多位曾买过此类课程的家长说，课程内容参差不齐，有些所谓的家庭教育专家甚至引导家长强行砸掉孩子手机，来阻止其沉迷“二次元”；结果不但孩子问题没解决，严重时还会导致极端事件的发生。雷灵表示，“这样的‘乱投医’行为潜藏风险，轻者治疗后未见改善，严重者可能加重孩子焦虑，甚至导致心理疾病向更深度发展。”

健全心理服务体系 对网络信息保持理性

受访专家表示，在线“诊断”心理问题视频的火爆，反映出心理健康问题越来越受到大众关注。但一些“诊断”类视频专业性不够，不能起到科普作用，反而会产生误导，造成心理伤害。互联网平台应加强对此类视频的监管，对内容离谱的视频采取下架、封号等处理；相关部门加大对互联网心理诊断与治疗违规惩戒，并针对群众需求，推出内容形式更为丰富的公益性科普视频，给予一定流量倾斜，避免出现“劣币驱逐良币”的情况。

据新华社