

罕见病公益人士诉国家工商总局案开庭

■ 本报记者 张明敏

10月28日,“互联网医疗广告打假公益联盟”成员袖珍人之家创办人袁纳纳起诉国家工商总局政府信息公开一案在北京市第一中级人民法院开庭审理。

早前,袁纳纳诉称国家工商总局对2013年《北京市工商局关于百度推广是否应依据司法判决认定为广告的请示》的批复内容,为非公开信息不予公开不认可,要求国家工商总局重新认定。

国家工商总局当庭表示,批复内容符合法律程序,适用法律准确,请求法院认为有效,要求驳回原告诉讼请求。

这被看成是罕见病公益人士诉国家工商总局监管医疗广告第一案。目前,法院尚未作出判决。

庭上交锋: 是否属于政府信息公开

下午两点开始的庭审中,原、被告双方都强烈坚持自方的观点。原告“互联网医疗广告打假公益联盟”的代表袁纳纳坚决要求撤销2016年5月11日国家工商总局作出的《政府信息公开告知书》内容,并要求重新作出认定。

被告方国家工商总局的代理人表示,国家工商总局作出的《政府信息公开告知书》行政答复符合法律程序,适用法律准确,请求法院认为有效,驳回原告诉讼请求。

国家工商总局在庭审中表示,对2013年《北京市工商局关于“百度推广”是否应依据司法判决认定为广告的请示》的批复内容,国家工商总局认定不予公开,其理由为,依据《中华人民共和国政府信息公开条例》第二条的规定,“本条例所称政府信息,是指行政机关在履行职责过程中制作或者获取的,以一定形式记录、保存的信息”。2010年《国务院办公厅关于做好政府信息依申请公开工作的意见》第二条规定:“行政机关向申请人提供的政府信息,应当是现有的,一般不需要行政机关汇总、加工或

重新制作(作区分处理的除外)。”

但这一回复在袁纳纳看来,并不能成为不予公开的理由。

袁纳纳对《公益时报》记者表示:“国家工商总局对北京市工商局关于百度推广是否依据司法判决认定为广告的请示内容,该批复内容对外是有法律效力的,国家工商总局的回函答复应该首先明确告知该批复是否存在,如果不存在,应该明确告知申请人申请信息不存在。如果已经批复不公开,应该告知申请者不予公开的理由,而目前回复为非公开信息,就不得公开,有无批复公众无从知晓。”

早期举报未获立案

2016年1月,36家关注健康疾病类的公益组织组成了“互联网医疗广告打假公益联盟”。

2016年4月,田军伟成为“互联网医疗广告打假公益联盟”一名志愿者。他从2012年便开始向北京市海淀区工商局举报百度推广,2013年,北京市海淀区工商局答复:“关于百度推广是否适用《广告法》调整规范,我局经北京市工商局于2008年12月4日向工商总局请示,尚未得到答复。另,2013年11月19日北京市工商局就你举报的‘百度推广’是否适用《广告法》调整规范问题再次向工商总局请示,现正等待答复。鉴于上述情况,对‘百度推广’是否适用《广告法》进行调整规范尚无定性,因此对你举报的百度可能存在的广告违法行为,我局决定不予立案。”

据田军伟描述,北京市海淀区工商局在答复文中提到的“请示”一词是指2008年、2013年北京市海淀区工商局曾先后通过北京市工商局,向国家工商总局请示百度推广是否定性为广告,但国家工商总局一直未批复。

无奈中,4月26日“互联网医疗广告打假公益联盟”的公益机构代表,北京瓷娃娃罕见病关爱中心、亿友公益、袖珍人之家等的8名公益人,同时到国家工商总局申请政府信息公开,申请公开内容为国家工商总局对2013年《北京市工商局关于“百度推广”是否应依据司法判决认定为广告的请示》的批复内容。

2016年5月11日,国家工商总局依据《中华人民共和国政府信息公开条例》第二条和国办发(2010)5号文件第二条规定,回复称:“申请人所要求公开信息不属于《中华人民共和国政府信息公开条例》中政府信息公开



4月26日,“互联网医疗广告打假公益联盟”的公益机构代表到国家工商总局申请政府信息公开,申请公开内容为“百度推广是否属于广告”。

的范围”。

2016年5月26日,公益组织“互联网医疗广告打假公益联盟”袖珍人之家的代表袁纳纳在律师的协助下,将国家工商总局诉至北京市第一中级人民法院获得立案。

罕见病人 网络检索依赖程度高

2016年3月30日,患罕见病的大学生魏则西在知乎网上记录了自己求医的经历,其中关于武警二院和百度搜索的内容引发广泛关注。

根据当时《华西都市报》的报道,魏则西的父亲魏海全称,当初在北京的一家肿瘤专科医院里,他听了一位医师的推荐,在通过百度搜索和央视得知“武警北京总队第二医院”后,魏则西父母前往考察,并被该医院李姓医生告知可治疗,于是魏则西开始了在武警北京总队第二医院先后4次的治疗。从2015年9月份开始,魏则西在父母的带领下先后从陕西咸阳4次前往北京治疗。

袁纳纳说,罕见病由于发病时间不固定,而且容易间歇性产生,从患者自身来说,通过网络检索功能找到符合自身诊疗的信息就显得尤为重要,由此对于网络的依赖将会大量产生,作为网络信息的提供商和制造商,提供合法、真实、有效的信息,是其基本职责。与此同时,相关监管部门也理应负有相应监管责任。

公益组织的连续“行动”

事实上,对于这次诉诸法院,这帮公益组织的成员早有“行动”。

2016年1月,“互联网医疗广告打假公益联盟”,联名向北京市工商局举报百度公司利用竞价排名等推广方式,发布涉嫌虚假医疗广告信息。

2016年3月“两会”期间,“互联网医疗广告打假公益联盟”向几位人大代表和政协委员取得联系并委托其递交了建议书。

2016年3月14日,“互联网医疗广告打假公益联盟”的代表北京瓷娃娃罕见病关爱中心、亿

友公益等组织提着鸟笼,将1687名网友联名的《关于加强百度推广等互联网医疗广告监管的建议》递交给国家工商总局,希望能将虚假广告装进法律的笼子。

2016年5月间,“互联网医疗广告打假公益联盟”成员向北京市工商局提起行政复议,要求北京市工商局确认海淀工商分局未在法定期限内作出处理决定,责令海淀工商分局立即对举报作出处理决定并告知处理结果。

对话

对话原告“互联网医疗广告打假公益联盟”代表袁纳纳

《公益时报》:你的诉求是

什么?
袁纳纳:上诉状中我们并没有要求一分钱的赔偿,这表明我们并不是金钱利益的谋求者,但对于公共利益,我们想让对方知道,在这个世界上还有这样一个被称为罕见病的群体在关注着这件事情,国家工商总局不管处于哪种考虑都应该做出一个答复,如果仅仅以信息不公开为由拒绝公开答复内容或者是否答复,这应该得到改进。

《公益时报》:怎样看待今天的庭审?

袁纳纳:和我预想的差不多,国家工商总局并没有做出让步。

《公益时报》:对于庭审辩论怎么看?

袁纳纳:国家工商总局的回函答复应该首先明确告知该批复是否存在,如果不存在,应该明确告知申请人申请信息不

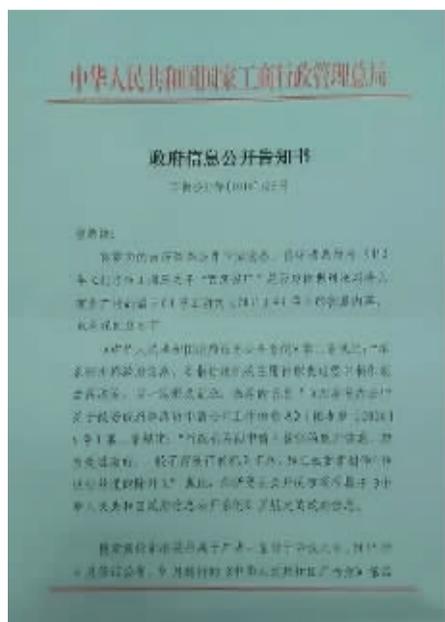
存在。如果已经批复不公开,应该告知申请者不予公开的理由,而目前回复为非公开信息,不公开,那有无批复公众无从知晓。”

《公益时报》:觉得能胜诉吗?

袁纳纳:不管判决结果如何,我们作为罕见病群体也是普通公民,我们都将尊重法院判决,相信法院会给出一个公正的判决。

《公益时报》:对于互联网各方的责任你怎么看?

袁纳纳:罕见病发病时间不固定,而且容易间歇性产生,从患者自身来说,通过网络检索功能找到符合自身诊疗的信息就显得尤为重要,由此对于网络的依赖将会大量产生。作为网络信息的提供商和制造商,提供合法、真实、有效的信息,是其基本职责。与此同时,相关监管部门也理应负有相应监管责任。



工商总局对袁纳纳信息公开申请的回复