

“记者近日调查发现,无论线上线下,暑期不少教培机构都在“贩卖焦虑”,培训老师(主播)们“情真意切”地告诉学生家长“XX阶段是最重要的”,暑期得赶紧学习,否则孩子开学了就跟不上,或会被同龄人快速反超。对此,多位专家接受记者采访时认为,作为此类广告的受众群体,学生家长应当理性看待、增强识别能力,更多地关注孩子的身心健康,促进孩子全面发展,让孩子能够真正拥有健康快乐的暑期生活。同时,监管机构应当积极落实监管职责,做好宣传引导工作,确保“双减”政策落实到位。

■据《法治日报》



是谁在炒作“暑期最可怕”?

记者调查暑期线上线下“贩卖教育焦虑”现象

“最”视频应接不暇 实则推销书籍课程

某视频号今年6月发布的一条短视频中,屏幕的四分之三几乎都被“老师”的脸占了——他戴着眼镜,手掌随说话的节奏摆动着,眉毛微蹙,一股“资深教师”的范儿。额头前的大字格外引人注目:“成绩一般想要翻盘,五年级暑假这样做”。

在视频中,他一本正经地说道:“五年级成绩一般,你到了六年级以后啊,也还是会一般,到了初一就会更一般。”想要逆袭翻盘,应该怎么办?这位“老师”把学习比作赛跑,称“小升初”的成绩是最终反映孩子“小学学得好不好的标准”。

很多孩子都是六年级下学期开始准备小升初考试,这名“老师”则建议,应该从五年级开始,提早进入复习。随后他话锋一转,开始推销起某教材辅导书……

在短视频平台,此类“贩卖焦虑”的视频大火,从幼小衔接、小升初到初升高,几乎每一个年级都有覆盖——在短视频博主口中,每一个学期的暑假都是“逆袭”的关键节点。

从课程门类上看,“语文是分水岭”“英语要提前学”“奥数是敲门砖”……科科都必须重视。不过,当视频快要结束的时候,博主随即就会给出购书、购课建议。

不仅如此,在一些视频的宣传语上,还写着“XX年级是最可怕的”“暑假别再玩了,XX年级就是分水岭”“不利用好这个暑假基本就和高中无缘”等。夸

张的语气,配上令人紧张的音乐,让一些看了视频的家长直呼:倍感焦虑。

记者看到,这类账号大多开通了购物橱窗,视频左下方链接点击进去,是各种学习教材、辅导课程的销售。教材价格不等,有的卖三五十元,有的100多元。某小升初暑假预习资料显示已售38万件。辅导课程购买则更为复杂,定价看似低廉,但其实仅为咨询报名费,后续还需要支付一定费用才能开启正式课程。

6月28日,抖音发布第五期打击“借热点事件蹭热炒作”公告,贩卖暑期“教育焦虑”内容成为治理重点。集中发布“小学生二年级的暑假‘很危险’‘最可怕’”“二年级暑假不做好预习,三年级成绩一落千丈”“暑假来了,不浪费暑假60天”等营造“教育焦虑”内容的账号,因违反平台规则已受到严格处置。目前,抖音已处理相关违规视频961条,并对81个账号采取了禁止发稿、限制电商带货权限等处罚。

记者注意到,经验分享帖也成为新型焦虑传播方式。一位名叫“西西妈妈”的网友在网上分享自己的带娃经历时称,没必要的课程真不用补,告诉其他家长不要过度焦虑,但紧接着话锋一转,说“我家孩子就在看XX辅导书,很有用处”。帖子最后还直接附上各种补习资料的购买链接,有不少家长联系她购买。

积极落实监管职责 抵制贩卖焦虑行为

记者发现,机构销售课程时“贩卖焦虑”已是常态。这种宣传活动是否合法?

北京中征律师事务所高级合伙人孙维认为,机构通过广告来增加曝光度,以期获得更好的销售结果没有问题,但在广告中以“贩卖焦虑”的方式来寻求营销效果十分不妥。

孙维说,广告法第二十四条第一款第一项规定,“教育、培训广告不得含有下列内容:对升学、通过考试、获得学位学历或者合格证书,或者对教育、培训的效果作出明示或者暗示的保证性承诺”。虽然“贩卖焦虑”并未直接体现为一种保证性承诺,但通过“如果不……就会……”的方式反向表明了其教培课程或教材、书籍在升学、通过考试、获得学位等方面的必要性,实质上是一种暗示的保证性承诺,该行为违反了广告法的规定。

对此,线上平台该履行何种责任?线下培训班打“贩卖焦虑”的广告应该如何规范?

孙维说,根据广告法第二条之规定,线上平台属于广告发布者,其所发布的广告应当承担法律规定的监管审核职责。广告法第三十四条规定,“广告经营者、广告发布者应当按照国家有关规定,建立、健全广告业务的承接登记、审核、档案管理制度。广告经营者、广告发布者依据法律、行政法规查验有关证明文件,核对广告内容。对内容不符或者证明文件不全的广告,广告经营者不得提供设计、制作、代理服务,广告发布者不得发布”。

“如果认定某些教育培训类广告违反了广告法第二十四条之规定,广告发布者对此明知却仍继续发布的,监管机构有权根据情节严重程度,依据广告法,对发布者处以罚款、暂停广告发布业务或吊销营业执照等行政处罚。”孙维说。

孙维认为,广告依法应当具备可识别性,线下培训机构的广告内容应当能够使广大家长学生辨明这是广告,而不是试图以一种“科学”的角度阐述教培课程和教培书籍的必要性,通过“贩卖焦虑”这种引导性的内容导致消费者产生误解。对此,行政机关应当积极履行监管职责,进一步规范线下培训机构发布广告的行为。

针对培训机构在暑期“贩卖焦虑”问题,应该如何治理?

孙维说,一方面,监管机构应当积极落实监管职责,做好宣传引导工作,确保“双减”政策落实到位;另一方面,作为此类广告的受众群体——学生家长,应当理性看待、增强识别能力,更多地关注孩子的身心健康,促进孩子全面发展,让孩子能够真正拥有健康快乐的暑期生活。

培训机构找人当托 刻意制造群体焦虑

“贩卖教育焦虑”不仅仅在线上,线下同样普遍存在。

来自上海浦东新区的沈州(化名)曾从事教育培训行业,他告诉记者,网上“贩卖教育焦虑”的话术早已存在,都源自线下培训机构,“先渲染焦虑再引导家长报班买书,线下培训机构玩剩下的搬到短视频平台上,又骗了一批家长”。

沈州向记者透露,他所在的上海市浦东新区川沙附近就有一些培训机构存在“贩卖教育焦虑”现象,这些补课机构涵盖小学到高中各个阶段,只要有应试需求的科目,都能在这里上课,渲染焦虑是这些机构的主要招生方式。

沈州说,教培机构通常会发动学生家长,让他们在亲友中宣传机构。有的机构还承诺每招来一名学生,介绍人可以获得一笔提成,或是介绍人的孩子可以以优惠价格入学。于是,学生家长群体中混进了许多“机构托”。

“这些‘机构托’会利用闲聊时间和家长会等场合,向其他家长传播焦虑。这样一来,周围家长的焦虑情绪被极大调动,纷纷咨询该怎么做。这个时候再说机构名称,一些家长便会十分信服,赶紧

去交钱报班。”沈州说。

家长的焦虑心理每到寒暑假就会被放大数倍,似乎不趁着这段时间恶补,孩子在开学后就会被同班“学霸”甩在身后,甚至被其他同学“弯道超车”。

记者发现,这类焦虑甚至从幼儿园阶段开始,就在一些家长之间传播,并且线上线下涌现出许多补课培训班,从才艺特长到学科辅导应有尽有。家长急得焦头烂额,孩子忙得不可开交。

面对家长陷入的“教育焦虑”,学生更是“有苦难言”。安徽宿州的小宋向记者吐槽说,在学校,老师会说“不提前预习就会跟不上下一学期的教学安排”,要求家长帮助学生利用假期的时间提前把下一学期的课程自学,所以学生就会有两套教材,一套提前买来自学,一套学校统一发放正式上课时用。“成绩下滑一点,家长就要给我报补习班,一对一辅导,晚自习辅导,课间辅导,利用所有能利用的时间,假期几乎不存在。”小宋回忆说,尤其是在中考结束后的那个暑假,她好像直接无缝衔接到高一,根本没有暑假。家长的焦虑比孩子还要严重,他们不会自我消化,还会转移给孩子。