

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

● 无论线上线下，暑期不少培训机构都在“贩卖焦虑”，培训老师（主播）们“情真意切”地告诉学生家长“ $\times \times$ 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

● 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。这些视频里的辅导老师可能分属不同机构，却用着同一套话术，且视频左下方往往都附有教辅图书或培训班课程的购买链接

● 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

“一年级的暑假是最可怕的，两个月时间差距就拉开了，没有把握好暑假一步差步步差。”

“三年级的暑假是最可怕的，如果你不做这件事，孩子开学就会落后一大步。”

“六年级的暑假是最可怕的，小学成绩不好的同学，暑假以后成绩全起来了，一定要做好衔接。”

……

随着暑期来临，类似视频在网络大量涌现。这些视频里的辅导老师可能分属不同机构，却用着同一套话术，且视频左下方往往都附有教辅图书或培训班课程的购买链接。“越看越让人焦虑，感觉这个暑假孩子不抓紧学习就再也跟不上了。”一位北京的家长王先生说。

记者近日调查发现，无论线上线下，暑期不少培训机构都在“贩卖焦虑”，培训老师（主播）们“情真意切”地告诉学生家长“ $\times \times$ 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。

“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，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。”想要逆风翻盘，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“ $\times \times$ 年级是最可怕的”“暑假别再玩了， $\times \times$ 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。

如果没有把握好这段时间，孩子是不是真的“废了”？有网友吐槽，这两年，每逢暑假、寒假，在短视频平台总能刷到大量这类视频或直播，从一年级到高中毕业，每年都是“分水岭”，仿佛孩子学业的成败就在此一举。

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。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 $\times \times$ 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。

有用户在评论区留言：一口气给孩子报七八门补习班、兴趣班，其实是在缓解自己焦虑，增加孩子压力。更有用户指出，看着是分享经验，实则“贩卖焦虑”，吃相难看。

“贩卖焦虑”视频中的博主夸夸其谈，他们购物链接中的课程、教材效果如何呢？

不少家长称，在网上看到各种博主推荐的教材，自己也不知道哪一种好，索性给孩子全买来了，但发现很多教材虽然写着全国通用，但实际内容和当地的教学内容、进度完全不符，孩子学起来很不适应。

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”。

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。

上海徐汇区的茉莉（化名）正在上幼儿园大班，显得和身边小朋友格格不入。茉莉爸爸马先生告诉记者，身边的家长们已经在讨论孩子小学前的补课班怎么选，要抓紧上英语班、艺术班等，一股焦虑情绪在家长中蔓延。

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。

在短视频平台中，一些所谓“资深老师”的警告视频也会被家长分享到亲友群、家长群，制造群体焦虑。

与此同时，线下的补课机构同样面临货不对板问题。

采访过程中，学生普遍反映线下课程存在诸多问题：课程过于基础、全程做题也没有讲解、老师一味念PPT……不仅如此，师资力量也难以得到保障，一些“家教”“名师”甚至都没取得教师资格证书，有的还是在校大学生。

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、获得学历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。

同时，广告法第三条规定，广告应当真实、合法，以健康的表现形式表达广告内容，符合社会主义核心价值观建设和弘扬中华优秀传统文化的要求；第四条规定，广告不得含有虚假或者引人误解的内容，不得欺骗、误导消费者。严格意义上讲，“贩卖焦虑”属于一种“不健康的表现形式”，其内容具有一定的欺骗性和误导性，不符合广告法对于广告内容的要求。

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别这是广告，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。

据法治日报