

“如是书院”被关停 家长为何沦为帮凶？

据媒体报道，8月16日，浙江新昌联合调查组通报，“如是书院”因无资质违法经营，经营活动中存在殴打、体罚、限制人身自由等行为，目前已被依法关停。创办人有传销前科，机构假借国学实施封闭式暴力管教，事件曝光引发关注。

家长沦为暴力管教的付费帮凶

在口诛笔伐涉事机构与呼吁加强监管的同时，一个现象更值得我们深思：面对这样一个充满暴力的牢笼，为何还有家长心甘情愿支付高达12万元的费用，主动将孩子送进深渊？剖析“如是书院”的商业模式，我们会发现：它的客户并非那些厌学、抑郁的“问题少年”，而是被恐惧与焦虑吞噬的父母。当家庭教育的复杂性遭遇青春期叛逆的剧烈碰撞，当科学的心理疏导显得漫长且见效缓慢时，一部分家长选择了将教育外包。他们渴望一种简单粗暴、立竿见影的速效药，而“如是书院”这类机构精准地捕捉到了这种焦灼，兜售了一套名为“传统国学”、实为精神控制的暴力方案。在这些父母眼中，孩子的沉默、顺从与机械的“感恩”表演，被误读为矫正成功。他们将施暴者的戒尺美

化为“为你好”的良药，认为“两巴掌就能把孩子打醒”。这种对绝对服从的病态渴求，本质上是对教育规律的无知与对生命尊严的漠视。它不是简单的不爱孩子，而是在教育无力感下，一种高成本、高风险的非理性选择。正是这种心甘情愿的盲从，为其提供了商业土壤，也让家长在不知不觉中，沦为了暴力管教的付费帮凶。“如是书院”并非孤例，从多年前的“豫章书院”到如今的“如是书院”，它们换个名字、换套话术便能卷土重来。这恰恰说明，正规家庭教育指导服务与青少年心理健康援助网络仍存在缺口。当公立教育体系无法完全兜底家庭的个性化困境，当专业的心理干预门槛过高或普及不足时，伪大师与暴力机构便趁虚而入。

封闭式矫治机构不能再野蛮生长

对各类面向未成年学生的“书院”“特训营”，应该进行全面的清理了。面向未成年学生进行全日制封闭训练的机构，必须取得学校（教育培训）合法资质，培训内容必须向主管部门备案，监管部门要对其培训进行过程性监管。今年6月，据媒体报道，一些散布在全国多地的戒网瘾机构，打着特训基地、成长基地、夏令营等名义办学招生，炮制大量“游戏毁了一代人”“拯救厌学叛逆”等短视频内容，吸引家长报名。据多位受害者反映，在几乎完全封闭的环境中，他们被强制矫正，经受体罚、殴打、虐待等伤害，有人重伤致残，有人精神严重抑郁，甚至有不幸者因此丧命。这些机构的教育培训内容，也都差不多，即针对有早恋、沉迷、厌学、叛逆、懒惰、自控能力差等不良行为习惯的青少年进行心理辅导、国学教育、军事训练、感恩教育、行为习惯矫正、思想教育、法治教育等。这迎合的就是一些家长想快速纠正孩子不良习惯、摆脱沉迷手机、学会感恩的功利心态。但是，这些机构往往没有合法的教育、培训资质，对学生进行训练的教官、指导老师，大

多不懂教育，也无职业资格，学生得到的训练，是反人格的，常用的教育方式就是辱骂、殴打。对学生实施教育培训，首先要求有培训资质。2022年教育部等十三部门发布的《关于规范面向中小学生的非学科类校外培训的意见》明确，各地非学科类培训机构，在师资条件方面，所聘从事培训工作的人员必须具备体育、文化艺术、科技等相应类别的职业（专业）能力或具有相应类别的教师资格证。而“如是书院”老师却“不需要教师资格证”近年来，类似机构不时被媒体曝光，但都没有得到有效的治理，一方面的原因是缺乏监管。另一方面的原因则是部分家长没有科学的育儿理念，在孩子出现学业问题、沉迷手机问题等后，病急乱投医。这些机构就认准家长的焦虑心理，宣称几天特训就可改掉孩子的坏习惯，进而受到家长追捧。不再让这类机构野蛮生长，“祸害”学生，就必须强化对其的监管，要明确监管规定，将这些机构纳入教育、培训体系。综合自红网、新京报网等（马九月 整理）

铲除网络“护剧”服务毒瘤

□ 关育兵

据媒体报道，近日，公安机关接连破获三起针对影视行业的网络舆情敲诈案：浙江杭州李某、廖某团伙操控百万粉丝账号炮制负面信息，倒逼片方购买“护剧”服务；福建福州郑某、黄某二人每逢热播节点便发布不实帖文，收费删帖；广东河源李某军团伙成立MCN机构，动用AI工具操控千万级粉丝矩阵，先制造舆论热点再强卖“护剧”套餐。三起案件、24人落网，撕开的是——一条长期隐藏在影视宣发链条中的黑色产业链，也揭开了所谓“护剧”服务的真实面目——自导自演，敲诈勒索。这不是简单的舆情公关乱象，而是一场精心设计的舆论围猎。从养号、选题、炮制内容到精准投放、谈判要价，环环相扣，已形成高度组织化、流程化的运作模式。这正是其狡猾之处：披商业合作之外衣，行敲诈勒索之实际，让受害方在“花钱消灾”中步步沦陷。犯罪团伙屡试不爽，根源在于精准击中了影视行业的“舆情焦虑”。当下影视市场高度商业化，一部作品的口碑与热度直接关系到排播档期、广告招商和艺人商业价值。在宣发窗口期，任何负面舆论都可能引发连锁反应。犯罪团伙深谙此道，将这种焦虑变为可利用的“筹码”，以炮制舆情为矛，以删帖为盾，将片方逼入两难境地——妥协则助长黑产气

焰，不妥协则负面信息持续扩散。更需警惕的是，此类犯罪正加速向技术化、产业化升级。广东这起案件中，李某军团伙注册公司、雇用写手、利用AI批量生成内容，掌控千万级粉丝账号矩阵，有组织犯罪特征明显。当敲诈勒索以“舆情服务协议”的面目出现，当违法犯罪披上MCN机构、文化传媒公司的合法外衣，传统防范手段和维权路径面临严峻挑战。铲除这一毒瘤，须系统施策。公安机关保持高压严打是首要——“法不容商”的信号必须持续释放；网络平台应承担主体责任，在影视宣发节点建立异常负面舆情实时预警机制；影视行业更需摒弃“各自为战、花钱了事”的侥幸心理，完整保存帖文截图、沟通记录等证据，遭遇胁迫时第一时间报警而非私下交易，方能斩断黑产获利循环。更深层看，“两高”司法解释已明确此类行为以敲诈勒索罪追究刑责。但法律的生命在于执行，行业的觉醒在于行动。唯有推动影视市场从“唯流量论”回归内容为本，压缩负面舆情的寻租空间，方能从根本上切断黑色利益链。真正的“护剧”，从来只靠作品品质说话，靠观众口碑支撑。妄图通过操控舆论实施敲诈者，无论穿上何等“商业合作”的马甲，终将难逃法律制裁。

景区“年卡”岂能强制“刷脸”

□ 杨玉龙

近期，有媒体接到市民投诉，反映在办理景区年卡时遭遇强制“刷脸”——不录入人脸信息，年卡无法激活，大门也进不去。该媒体对国内20家热门景区的年卡办理及入园环节实测发现，用户知情权存在明显短板，多家景区对人脸信息的处理去向语焉不详，多家景区则要求年卡用户刷脸入园。办张景区年卡本想省心畅游，却先得交出“脸面”。这种做法，本质上是对用户知情权的漠视，也是对个人信息保护法的公然违背。人脸信息是敏感个人信息。个人信息保护法明确，处理敏感个人信息，必须具备特定目的与充分必要性，履行完整告知义务，并且取得个人单独、自愿的同意。同时，《人脸识别技术应用安全管理规定》明确了人脸识别技术应用的非强制原则，规定实现相同目的或者达到同等业务要求，存在其他非人脸识别技术方式的，不得将人脸识别技术作为唯一验证方式。从情理角度讲，游客购年卡是为便捷出游，不该被迫交出敏感人脸信息。“不刷脸无法入园”属于变相强制，被动妥协的同意并非真正自愿。强制采集生物识别信息容易激起游客抵触情绪，不断消耗公众信任，持续透支景区口碑。景区不能只追求管理便利而忽视游客权

益，唯有尊重游客自主选择权，规范信息采集行为，才能实现可持续经营。针对景区年卡强制“刷脸”现象，监管执法部门应当主动发力、依法整治。一方面，开展常态化巡查，严格依据个人信息保护相关法规督促企业整改，对违法行为依法惩处，并公开典型案例形成震慑。另一方面畅通线上线下投诉渠道，高效处置游客维权诉求，统一线上规则与线下执行标准，以刚性监管守住生物信息保护底线。行业本身当筑牢依法经营底线。各大景区应当树立合规意识，厘清人脸识别使用边界，摒弃只图管理便利的粗放运营模式。完善隐私协议，以醒目方式清晰公示人脸信息用途、存储期限与销毁机制，配套落实数据加密防护。同时，行业协会可出台指引规范，推广合规运营范本，引导企业平衡运营效率与游客隐私权益，规范市场秩序。此外，广大游客应当明晰自身法律权利，主动提高个人信息保护意识。办理景区年卡前留意信息采集条款，面对强制录入人脸的要求有权直接拒绝。遭遇变相胁迫收集人脸信息时，及时留存页面截图、沟通录音等证据，及时通过法律途径维权，用消费选择倒逼景区整改，从而持续推动商家尊重游客知情权与自主选择权。