应用型本科院校经济史课程混合式教学改革研究

——以“世界经济史”为例

□重庆对外经贸学院 汪廷美

课程是人才培养的核心要素，课程质量直接影响人才培养质量。早在2019年教育部印发《关于一流本科课程建设的实施意见》，全面启动一流本科课程“双万计划”，确立了高阶性、创新性和挑战度的“两性一度”质量标准。以混合式改革推动课堂革命，以课程思政强化价值引领，已成为高校课程建设的普遍选择。当前，一流课程建设已进入“深水区”，需要更加强化“以学生为中心”的理念，在具体课程情境中扎实落地。

“世界经济史”是笔者所在应用型本科院校经济学专业的核心课程，本文以校级一流课程建设为依托，对标“两性一度”标准系统推进以线上线下混合式为核心的教学改革，梳理改革的现实起点、设计逻辑与建设成效，以期为应用型本科院校经管类专业史类课程的混合式教学改革提供参考。

一、应用型本科院校经济史课程教学的现实困境

（一）课程定位偏移，学科功能未充分发挥

世界经济史兼具历史学与经济学的双重学科属性，是训练学生历史思维、提升理论素养与价值观念的重要载体。但从课程史看，它长期被视为历史学的一个分支而非经济学的内在组成部分，部分高校未将其列入经济学专业必修课程，仅以通识选修课的形式开设。同时，复合型师资培养相对不足，进一步制约了课程建设水平。在应用型本科院校，这一困境还叠加了“重应用、轻史论”的培养惯性，课程处于“重要但不受重视”的位置。

（二）内容庞杂与学时不足的结构性矛盾

经济史时间跨度大、涉及国别多、知识点密集，课程内容庞杂与课程学时不足的矛盾十分突出。本校课程设置64学时，需完成从古代世界贸易到当代世界经济的全景式讲授，内容取舍难度极大。同时，原有内容体系对数字经济、平台经济等新经济形态的历史解读相对缺位，与当代世界经济发展和中国式现代化实践的呼应不够紧密，课程内容的前沿性与时代性存在不足。

（三）教学方式相对单一，学习体验高度依赖形式组织

当前，世界经济史课堂教学以课堂讲授为主，微视频、慕课等资源运用较少，学生在学习过程中难免感觉枯燥乏味，往往“将世界经济史等同于高中时期的历史课程”，学习重视程度随之减弱；同时，部分教师“照本宣科”的固定化教学模式也容易使课堂气氛沉闷、师生互动效果不佳，进而陷入恶性循环。

（四）课程思政融入存在改进空间

应用型本科院校专业课教学中普遍存在重专业轻思政的倾向。世界经济史天然蕴含丰富的思政元素，如中外经济发展路径的比较、中国经济发展的特色道路、中华商业文明的智慧等，但实践教学中往往缺乏系统挖掘与教学设计，思政教育容易流于生硬添加。

二、应用型本科院校“世界经济史”混合式教学改革的实施

（一）改革理念与框架构思

坚持以“两性一度”为标准、OBE理念为引领、课程思政为价值主线、线上线下混合为实施手段，构建以自主、合作、探究为特征的混合式教学模式。按照逆向设计、正向实施原则，把教学时空与教学任务重新分工，以能运用经济理论解释重大经济史现象、能基于历史比较分析现实经济议题、能在历史比较中坚定道路自信作为学习产出成果，再反推配置各教学环节与评价方式，实现“教—学—评”一体化。

（二）“课前—课中—课后”三阶段混合设计

依托超星学习通平台，将教学过程分解为课前、课中、课后三个阶段。课前“学”由教师发布文献导读、微课视频、课件、课前测验与讨论话题，学生自主学习事实性知识，教师通过平台监测学习进度、收集问题并据此调整课堂设计；课中“教”则侧重基于课前学情，综合运用引导式讲授、对分课堂、案例教学、场景教学、分组辩论等方法，聚焦重难点突破与研讨互动，学生角色从“听众”转变为参与者与合作者；课后“用”是通过小组作业、线上测试、在线答疑与拓展资料实现知识巩固与迁移应用，形成学习闭环。

（三）“线上自主研习+线下深度互动”的双轨设计

充分运用智慧教学平台将知识类型进行时空分工，将事实性、记忆性知识前置到线上——以微课、图文史料、纪录片片段、时间轴梳理等形式呈现，将有限的线下课堂集中用于规律阐释、比较分析与价值引领。线上环节解决“发生了什么”，线下课堂解决“为什么、意味着什么”。这一分工机制为“史实与理论”之争提供了实践层面的解决方案，史实与理论不再争夺同一块课堂时间，而是各得其所；学时约束下“内容庞杂”矛盾也随之缓解。

（四）多元递阶的课堂教学方法

课中教学实施多元递阶教学法，形成“案例引入→梳理融合→持续强化→互动激励→培养能力→启迪新知”的递阶路径。章节新课讲授时以历史案例或现实经济问题导入激发兴趣，以脉络梳理厘清史实与逻辑，以随堂测验持续强化知识点，以讨论辩论推动课堂参与，以史料研读、数据解读锻炼高阶思维，以学科前沿成果启迪新知，将学生偏好的案例式、参与式、互动式教学在课堂中常态化实施，使学生在知识、能力、价值塑造上层层进阶。

（五）四类平台资源建设

依托学习通平台建成四类核心资源，不断开发和完善的教学案例库、微课视频库、支撑随堂测验与线上测试的习题库、汇集经济史学科前沿成果的文献资料库。同时，按照章节思政映射体系开发——如“丝绸之路与古代全球贸易网络”映射文化自信与开放包容的文明观，“苏联经济改革的失败与教训”映射道路自信与制度自信，改革开放成就与“一带一路”建设映射家国情怀与人类命运共同体理念，使思政元素与专业知识、教学内容同构，用有说服力的历史事实与史料文献实现“如盐溶于水”的融入。

结 语

研究表明，经济史课程的混合式改革必须直面其学科特殊性，线上承接史实、线下聚焦规律才能够在有限的学时约束下同时进行史实铺陈与规律阐释。以OBE理念逆向设计“课前—课中—课后”三阶段流程并配套过程性评价，能够实现学习行为从课堂内向课外的延展。以章节思政映射体系将价值塑造嵌入知识传授，“如盐溶于水”的思政融入才能基本实现。评价改革是混合式落地的关键变量，以学生反馈驱动持续改进，没有过程性评价的制度保障，课前自学与课后拓展便难以持续。本研究亦存在不足之处，如何深化人工智能、知识图谱等数智技术与经济史课程的融合，探索个性化学习路径，推动课程从“建好”走向“用好”也是一项重要任务。数智赋能并非简单的技术叠加，需要立足经济史叙事逻辑搭建适配资源框架，依托学情数据动态调整教学策略，持续打磨兼具历史厚度与育人温度的混合式教学范式。

基金项目：重庆对外经贸学院教改项目“一流课程建设背景下‘世界经济史’课程建设研究与实践”（JG2023010）；中国民办教育协会2025年度规划课题“数智视域下新商科本科人才数字素养培养模式研究”（CANQN250804）。

大学生数字消费异化：现实样态、生成机理与破解路径

□南京工业大学马克思主义学院 李 双

随着大数据、人工智能深度融入生活，数字消费已成为当代大学生主要生活方式。数字消费拓宽了消费选择，丰富了精神文化体验，为追求美好生活创造了更多可能。立足大学生成长实际，培育理性健康的数字消费理念，助力大学生在数字时代健康成长，具有重要的现实意义。

一、大学生数字消费异化的现实样态

其一，消费动机趋于符号展演。部分大学生消费不再看重商品使用价值，更追求其承载的符号意义。潮玩、国风服饰、限量文创成为彰显审美、获取圈层认同的载体。社交媒体进一步放大这一倾向，开箱晒物、点赞评论等外部反馈，使得部分学生将消费当作博取他人认可的方式，消费沦为身份展演，脱离自身真实需求。

其二，消费决策受算法诱导呈现冲动特征。算法推荐、直播带货、达人种草重构了大学生获取消费信息的渠道。平台依据浏览记录持续推送商品，直播场景中限时优惠、氛围烘托容易激发瞬时购买欲望。同时算法容易形成信息茧房，不断推送同质化内容，压缩信息对比空间，看似选择丰富，实则消费判断受到平台机制的隐性影响，削弱消费决策的自主性。

其三，消费对象转向虚拟体验。游戏皮肤、抽卡道具、直播打赏、线上情绪陪伴等虚拟数字产品广受大学生喜爱。这类产品无实体，价值依托平台存在。部分大学生通过虚拟消费获取情绪慰藉，弥补现实情感缺失。当情感满足愈发依赖付费虚拟服务，消费从物质需求转向虚拟体验，易造成过度投入。

其四，消费能力存在透支风险。花呗、各类月付信贷工具简化支付流程，“先享后付”降低即时支付门槛。一些大学生被分期营销话术误导，形成“可以分期就能够消费”的认知误区，忽视自身尚未稳定的经济来源。超前消费把消费成本转移至未来，多笔分期叠加之后，容易背负持续的还款压力，挤占学习生活开支，给学业和日常生活带来负担。

二、大学生数字消费异化的生成机理

资本的逐利本性推动消费主义借助数字媒介广泛传播。平台借助商业叙事，将物质与符号消费包装成彰显个性、实现自我价值的标尺。资本不只满足大学生的现实需求，还不断制造新欲望，为商品赋予情感、身份、圈层标签，使部分学生把商业诉求内化为自我期待。加之社交媒体的放大传播，符号化、炫耀式消费叙事持续扩散，为数字消费异化滋生提供了文化土壤。

智能算法并非价值中立，底层逻辑服务于商业变现。平台采集大学生浏览、点赞、消费等数据构建用户画像，持续推送刺激消费的内容。算法放大个人偏好，形成信息茧房，混淆真实需求与平台制造的消费欲望。叠加直播带货、限时优惠、一键支付等手段，强化情绪刺激，削弱理性决策。正如所言，大量广告持续渗透，看似自主的消费选择，实则受到算法的隐性引导。

在心理层面，大学生处于自我身份建构阶段，有强烈的自我表达、群体归属与情感慰藉需求。在网络圈层中，消费成为社交资本，购买圈层流行商品是获得身份认同的捷径。面对学业、人际压力，部分大学生借助数字消费舒缓情绪，将购物、打赏当作排解焦虑孤独的手段。现实情感支持不足时，虚拟消费带来的短暂愉悦易催生心理依赖，诱发非理性消费。

学校层面，消费观教育多零散融入思政课堂，缺少围绕算法营销、虚拟消费、网络信贷等新场景的专题与情景案例教学；家庭层面，部分家长重学业而对新型数字消费风险认识不足，较少和子女探讨金钱规划、欲望取舍等话题。

三、大学生数字消费异化的破解路径

平台要坚守正向价值导向，助力技术向善发展。平台应当坚持以人为本的发展理念，用好算法技术的优势，优化内容推送逻辑，兼顾商业发展与大学生群体成长需要。在提供丰富商品、娱乐内容的同时，多推送倡导适度消费、科学规划生活的正向内容。清晰区分商业推广与普通用户分享内容，打造清朗友好的消费环境，让数字平台真正成为服务大学生生活成长的有益工具。

学校立足育人职能，做好常态化消费素养培育。高校可结合大学生日常数字生活实际，把健康消费理念融入思政教育与日常育人工作。依托主题班会、案例研讨、微课分享等形式，结合直播购物、数字文创、线上服务等大学生熟悉的生活实例，普及消费规划、财富管理相关知识。引导大学生学会分清现实需要与兴趣追求，把更多精力投入学业提升与社会实践，树立契合自身长远发展的生活理念。

家庭发挥第一课堂作用，做好生活层面言传身教。家长在日常生活中传递科学的财富观念，以自身的生活态度为大学生做好示范。在日常相处中和子女平等交流关于金钱、规划、取舍的生活话题，帮助大学生理解劳动创造价值的内涵，学会结合自身实际规划开销，养成量入为出的生活习惯，在生活点滴之中完成消费素养的熏陶。

大学生主动提升自我，实现消费与成长双向赋能。大学生自身也要发挥主观能动性，在享受数字消费带来便利的同时，主动做好自我调适。面对丰富多元的数字消费选择，学会关照自身真实的生活与发展需求，理性看待各类消费带来的情绪体验。积极走向现实生活，通过社会实践、文体活动、阅读交友以丰富精神世界，把消费当作服务生活的手段，而非生活追求的全部，让消费服务于个人成长，在数字时代实现物质充实与精神丰盈的统一。

本文系2026年度江苏省研究生科研实践创新计划项目“新时代大学生数字消费异化研究”（项目编号：PX-122655）。

以“友好之城”待“有为青年”——青年发展型城市建设路径研究

□中共金湖县委党校 周 雷 解梦月 朱晋江

青年因城市而聚，城市因青年而兴。青年发展型城市的核心在于构建“城市对青年更友好”与“青年在城市更有为”的双向互动机制。城市通过系统性的政策供给、精准化的空间营造以及全方位的服务优化，为青年搭建充满机遇的发展平台；青年作为行动主体，并非被动接受，而是积极回应城市期待，通过自身努力与创新反哺城市，驱动城市持续进行结构调适，构筑更契合青年成长规律的生态基底，从而增强对青年群体的磁吸效应，构建起“城市持续优化环境—青年贡献力量—城市更好发展”的良性循环。

一、构筑乐居城市，优化青年生活空间

青年人才的流向选择深刻反映了其对城市综合承载力的考量，其中环境宜人度与公共服务的完备性占据核心地位。尽管如此，住房价格的持续攀升、户籍政策的阶段性收紧以及居住地和工作地错位带来的通勤压力，深刻影响着青年的城市选择。回溯上一阶段城镇化进程，长三角与珠三角依托高度发达的市场经济生态，确立了对青年群体最具吸引力的区域地位。一些中西部省会城市通过实施“强省会”战略，借助严格的住房宏观调控和增加保障性租赁住房供应，成为最受瞩目的区域中心城市。有的城市通过增加竞自持租赁用地、存量柔性改造等多种方式增加保障性租赁住房供应，有的则特别放宽对国内一流院校应届毕业生的落户门槛，并在住房方面持续加大供给力度。对此，应着力优化保障青年基本住房需求，通过完善以公租房、保障性租赁住房和共有产权住房为主体的住房保障架构，积极化解新市民及青年群体的住房压力。同时，推动青年发展元素全面融入国土空间规划，探索建设青年发展型社区、街区、园区及文创书店、轻食餐厅、主题咖啡馆等基本单元。大力推动人产城融合，将青年驿站、人才保障房等优先布局在产业园区、重点功能区周边，打造集居住、工作、休闲、教育、医疗于一体的青年活力社区。

二、营建立业城市，激发青年奋斗动能

当前，招工难和就业难并存的结构性矛盾依然突出，创业成功率偏低，贷款融资难、创新服务不完善等问题制约着青年施展才华。与此同时，国际局势波动、突发灾害及行业调整等不确定因素增多，就业创业环境面临风险挑战。北京、上海、深圳等城市引领全国就业创业格局，有的侧重创业氛围营造，有的侧重就业吸引，有的二者并重。一些新一线城市通过打造数字经济、智能制造等创新高地，逐渐展示出对人才的强大吸引力。部分城市实施“百万大学生创业就业计划”，推广“订单式”培养、让人才和团队带着项目落地等举措，有效推动了人才向这些城市转移。对此，需完善面向青年的公共就业服务网络，构建劳动权益维护与薪酬稳步提升的双重保障机制。在拓宽就业渠道的同时，致力于提供高标准的就业岗位，促进更多青年群体迈入中等收入群体行列。同时，构建涵盖青年人才“选育用留”全链条的闭环管理机制，巩固企业在创新网络中的核心节点地位，并充分激活共性技术平台、孵化载体及赛事活动等媒介的赋能效应，让青年“学有所成、业有所就”。

三、建设活力城市，营造青年消费场景

优化城市公共空间布局并释放其内在潜能，已构成“人民城市”理念实践的核心要义。青年发展型城市的推进，亟须精准匹配青年特质与诉求的消费、文娱及社交场景的深度营造。一些城市提出建设国际消费中心城市，实施公共空间文化“微更新”，建设“15分钟社区生活圈”。有的城市依托网红气质，在新锐消费和社交设施上形成独特魅力，专门建设青年专属线下阵地，拓展体验经济。还有的城市大力发展夜间经济、“她经济”，培育首店经济、夜间经济精品示范区等新兴业态，构建多元消费目的地场景，联合塑造国际文化和旅游形象。对此，需精准对接青年消费偏好，培育以青年为供需主体的“青年经济”生态，拓展深受青年群体青睐的新型消费模式与业态。通过实施城市更新行动，优化城市布局，完善城市功能，精心打造品质消费体验场景，有效提升青年在城市建设中的参与感和贡献度，让城市公共空间真正契合青年人的使用习惯和审美需求。

四、引领有为城市，构筑青年精神归属地

青年发展离不开青年有为，以城市与青年在价值理念上共融互促的良性发展为前提，充分体现“城市让青年更有为，青年让城市更美好”的导向。青年志愿者群体凭借旺盛的生命力，为城市文明的演进提供了强劲的内生动力，并实现了与城市形象的深度互嵌。一些城市推动建设“志愿者之城”，注册志愿者规模庞大且平均年龄年轻，形成了覆盖社会生活与城市治理各方面的志愿服务体系。有的城市迈向“青年志愿服务新时代”，推动青年有序参与国际赛会服务、联合国志愿服务等项目。对此，应组织动员青年引领城市文明风尚，激励青年积极投身志愿服务，在服务社会的实践中实现精神层面的自我赋能，进而转化为城市文化软实力的建设者与传播载体。充分发挥青年在社区治理和服务中的积极作用，深化青年文明号、青年突击队等“青”字号品牌建设。同时，完善青年荣誉体系，设立青年发展贡献奖，推荐优秀青年代表担任“两代表一委员”，营造尊重人才、关爱人才的浓厚氛围。

本文系2026年度淮安市委党校（行政学院）系统调研课题（重点课题）“打造青年就业友好型城市研究——以金湖县为例”阶段性成果。

人机协同视角下基层矛盾纠纷化解的情感治理机制研究

□湖南工业大学法学院 王 辉

随着数字技术与人工智能的发展，智能法律咨询、在线调解等技术手段为基层矛盾纠纷化解提供了更加便捷、高效的途径。但基层矛盾纠纷不仅涉及法律争议，还交织着复杂的情感诉求与社会关系。尤其在婚姻家庭、邻里等纠纷中，当事人更重视情感诉求的回应与人格尊严的维护。人工智能虽然能够提高纠纷处理效率，却难以替代人在情感理解、情绪疏导和信任建构中的作用。因此，如何在人机协同框架下实现技术效率与情感关怀的有机结合，成为基层矛盾纠纷化解的重要课题。

情感治理通过沟通理解、情感认同和关系协调，为基层矛盾纠纷的实质性化解创造条件。基层纠纷具有情理法相互交织的特征，表面上的权利争议背后，可能隐藏着长期积累的情感隔阂和利益表达不畅等问题。传统基层治理依赖工作人员的人际沟通与经验判断，能够回应具体情境中的情感需求，但受到信息获取和治理资源的限制。数智技术能够弥补信息处理方面的不足，却难以全面把握情感的主观性与复杂性。因此，人机协同的关键在于明确技术的辅助功能与人的主体责任，实现优势互补。

首先，建立人机协同的情感感知与矛盾预防机制。数智技术可以辅助整合群众投诉、基层诉求反馈等信息，识别重复性问题和潜在矛盾线索，为基层治理人员提供参考。但技术分析无法完全反映群众真实的情感状态，仍需工作人员通过调查走访、沟通交流核实情况，理解不满情绪背后的实际困难与利益诉求，并通过及时回应、释法说理和情感关怀防止矛盾激化。

其次，构建人机协同的情感回应机制。人工智能可以辅助梳理纠纷事实、识别争议焦点、检索法律规范，为基层工作人员开展针对性沟通提供支持。基层工作人员则应结合当事人的真实意愿与具体情境，通过充分倾听、情绪疏导和释法说理回应其合理诉求。对于适宜协商、调解的纠纷，应注重缓解对立情绪、促进相互理解。对于需要通过行政处理、仲裁或诉讼解决的争议，则应侧重程序参与和权利保障，避免情感诉求在标准化解纷程序中被忽视。

再次，完善人机协同的情感修复机制。纠纷处理结果的形成并不意味着矛盾彻底消除，部分纠纷仍可能因处理结果未能得到有效履行、情感隔阂未能缓解而再次发生。数智技术可以辅助开展履行情况反馈、重复纠纷提示和意见收集，为基层工作人员评估纠纷化解效果提供支持。基层工作人员则可根据具体情况开展必要的沟通回访，促进受损信任与社会关系的修复。但关系修复并非所有纠纷的必然目标，对于存在严重权利侵害或不宜恢复原有关系的纠纷，应尊重当事人的自主选择，避免以“情理”代替“法理”。

最后，以法治保障规范人机协同情感治理的运行边界。应明确人工智能的辅助定位，保障当事人对技术介入的知情与合理选择，完善关键环节的人工复核与干预机制。同时，依法规范纠纷信息及相关个人信息的收集、使用与保存，防止信息滥用和不当干预，确保情感治理遵循自愿、平等与合法原则。

人机协同并非以技术替代人，而是通过技术赋能增强基层治理人员理解诉求、回应情感和协调关系的能力。只有坚持技术辅助、人工主导与当事人自主相结合，实现情感感知、情感回应和情感修复的有效衔接，才能兼顾纠纷化解的效率与公平，推动基层矛盾纠纷的实质性化解。

屏间亲缘：短视频叙事下亲子关系的现实审思与治理路径

□淮阴师范学院 张 慧 顾思甜 邵心怡 赵爱娣 胡栩萌

随着移动互联网深度普及，我国短视频用户规模持续扩大，截至2023年6月短视频用户规模超10.26亿人，用户使用率达95.2%。亲子类短视频蓬勃兴起，私密的家庭育儿场景借助公共屏幕实现传播拓展，为广大家长搭建育儿经验互鉴平台，推动科学家庭教育理念跨越地域圈层广泛传播。与此同时，流量逻辑介入家庭叙事场域，部分内容存在剧本摆拍、过度煽情、儿童成人化演绎等现象，碎片化育儿信息混杂其中，一定程度放大育儿情绪，虚拟化的“云端亲情”也给现实代际相处带来新的考验。

现有不少研究多聚焦于内容现象梳理归纳，对媒介场景下矛盾的生成机理挖掘尚有拓展空间，面向实践的优化路径有待进一步深化。本文基于抖音、快手、微信视频号、B站、小红书五大平台样本编码分析，梳理亲子短视频内容样态，剖析现存问题内在成因，从多元主体视角提出优化路径，更好释放短视频对家庭教育的赋能价值。

一、多元分化：短视频亲子内容生态的现实图景

不同平台依托用户画像、算法与产品定位，培育出各具特色的育儿内容场域。抖音以民主型育儿叙事为主流，快乐成长、素质培养内容广为传播，生活化叙事极易引发大众共鸣；快手立足下沉市场，权威型与民主型内容占主体，挫折教育热度较高，反映三、四线家庭务实朴素的育儿观念；微信视频号创作者多为家庭教育从业者，素质培养内容集中度高，侧重系统化教养知识输出；B站聚集青年家长与准父母，教养理念多元共存，用户思辨互动氛围浓厚；小红书素质提升与成绩导向内容并存，育儿分享常和母婴生活体验交织。

从创作主体来看，亲子短视频的内容产出呈现多层次特征。不少普通家庭记录自家真实养育点滴，这种立足日常、倡导平等对话的内容，容易获得大众认同。专业育儿博主把晦涩的家庭教育理论通俗化，降低家长理解专业知识的门槛。教育机构依托自身资源做科普，顺带推广配套课程；自媒体紧跟教育热点创作，不少聚焦品格塑造的内容收获了较高关注度。

视频传递的教育理念，和家庭相处模式、权力关系密切相关。权威导向内容重视规则养成与抗挫能力训练；民主型叙事看重孩子综合素质与快乐成长；放任、子权型叙事则充分尊重儿童自身想法。平台推送与受众认知存在落差：抖音常推送尊重天性的育儿内容，但评论区频繁讨论规矩、学业竞争。这反映出家长的现实纠结，既向往宽松教养，又要面对成长竞争，“自由还是规矩”成为网络育儿讨论的重要议题。

虽然整体发展态势向好，但仍有部分内容有待优化。少数创作者靠编剧本博取流量；完整的教育知识被切割成碎片，片面阅读容易造成认知偏差；部分渲染竞争的内容加重家长焦虑；个别家庭把亲子互动变为镜头表演，一定程度弱化现实陪伴的价值。

二、乱象溯源：亲子短视频现实矛盾的生成逻辑

亲子短视频出现的各类问题，是算法规则、市场力量、社会环境与受众媒介认知多重因素交织形成的阶段性现象。

第一，平台流量算法容易带来内容取向偏移。短视频以完播、点赞、评论评判传播效果，容易挑起情绪冲突的内容更能带动互动。平淡的家庭日常很难拿到流量，戏剧化故事更容易被算法推荐，间接左右创作者选题；不同受众的认知差距，进一步拉大各平台的内容差异。

第二，商业力量深度参与亲子内容赛道。培训机构、MCN把育儿科普用作引流载体，部分主体为追求热度，刻意塑造理想化父母范本，却忽略每个家庭客观条件并不相同，经验不能直接照搬。

第三，社会转型下家庭教育诉求趋于复杂。社会对青少年成才的期待落到家庭，家长既想守护孩子天性，又不得不直面教育竞争。短视频汇集各类育儿观点，信息过载反而让不少家长陷入选择迷茫。

第四，创作者责任意识与受众的媒介素养仍需提升。不少创作者只输出个人经验，缺少理论支撑；一些家长直接照搬网络育儿案例，没有结合自家情况甄别取舍。

三、协同善治：构建短视频赋能家庭教育的实践路径

技术本身属于中性工具，短视频为家庭教育带来新的发展机遇，并非破坏亲子关系的根源。多方主体协同发力，扬长避短，缓解流量逻辑带来的负面影响，充分释放媒介科普价值，打造家庭、平台、创作者、制度、社会“五位一体”治理闭环，助力家庭教育提质增效。

一是立足家庭本位，提升家长媒介素养。家长要分清网络演绎和现实生活，辩证借鉴网上育儿经验，不要迷信网络打造的完美育儿样本。多关注官方专业账号，把短视频仅作为育儿参考，重视现实陪伴沟通，引导孩子客观看待各类网络家庭叙事。

二是压实平台主体责任，优化算法与内容治理。平台不能单纯追逐流量，要兼顾家庭教育的社会效益。细化审核，对虚构摆拍内容明确标注，调控焦虑向内容的推送力度；增加权威科普曝光，用专题弥补碎片化阅读缺陷；畅通反馈渠道，专项处置儿童成人化演绎等不良内容。

三是强化创作者行业自律，平衡流量效益与社会责任。创作者划清商业推广和科普创作的边界。普通家长基于真实经历分享；育儿博主输出观点务必严谨；机构、MCN摒弃博眼球套路，减少过度营销。凝聚正向创作共识，产出实用可借鉴的经验，接纳多元育儿观念表达。

四是完善制度规范供给，夯实媒介监管保障。依据《中华人民共和国家庭教育促进法》等法规，细化亲子内容引导规范，明确平台与机构主体责任。推动家庭教育机构、中小学入驻短视频，将线下家长课堂转化为线上科普资源。健全监督渠道，规范虚假科普、不当消费未成年人等行为，做到事前引导、事中管控、事后规范相结合。

五是培育理性包容的社会育儿文化氛围。摒弃“标准化育儿”“完美父母”片面认知，尊重教养方式的差异化选择。鼓励教育工作者解读家长关切，树立多元成长评价理念。挖掘短视频公共讨论价值，把观点交流转化为共享家庭教育经验，舒缓大众育儿压力。

技术赋能不等于技术万能，短视频终究是现实家庭的镜像。多方协同联动，统筹线上媒介资源与线下家庭实践，褪去过度戏剧化叙事、消除不必要焦虑，短视频便将成为传播科学教育理念、增进亲子理解的有力载体，从而助力少年儿童健康成长。