

学人关注

全力推动“家庭教育”学科与专业建设

■ 中国妇女报全媒体记者 周韵曦

9月23日,“中国高等教育学会家庭教育专业委员会成立大会暨第一次会员代表大会”在南京师范大学举行。会议由中国高等教育学会家庭教育专业委员会(筹)、南京师范大学主办,省部共建立德树人协同创新中心、南京师范大学教育科学学院协办。来自全国近百所高校和科研单位两百余位国内家庭教育专家学者共聚一堂,就家庭教育学科建设相关学术话题展开深入交流。

中国高等教育学会联络与宣传部副主任史维生宣读《关于同意成立中国高等教育学会家庭教育专业委员会的批复》。家庭教育专业委员会筹备组缪建东教授作筹备工作报告,与会代表认真审议通过《家庭教育专业委员会工作规

则(草案)》等文件,大会选举产生了中国高等教育学会家庭教育专业委员会理事96名、监事1名、常务理事26名。

会上,缪建东当选中国高等教育学会家庭教育专业委员会首届理事长。他表示,学会成立后将严格按照中国高等教育学会相关规定和专委会的工作规则,强化思想引领,加强组织与队伍建设;全力推动“家庭教育”学科与专业建设;加强科学研究,强化学术立会宗旨;推动专业人才培养,扩大培养规模、提升人才质量;发挥专业优势,开展咨政与社会服务;促进国际国内学术交流。

当天下午,与会专家学者代表进行了主旨报告。

中国高等教育学会副会长管培俊在报告中指出,高等教育是家庭教育学术发展的责任主

体,要坚持面向高等教育中的家庭教育问题研究,面向师范生培养的专业能力提升,面向中小学教师的家庭教育指导培训,面向父母以及未来父母的家庭教育普及。

教育部高等学校教育类专业教学指导委员会主任谢维和作了题为《家庭教育的学科地位》的报告,他指出家庭教育作为一门科学,下接个体自身修养,上承国家治理基础,是私德培养的摇篮,也是公德发展的台阶,在整个教育学科体系与结构中处于承上启下重要地位。

家庭教育专业委员会名誉理事长赵石屏结合自身生活、成长以及治学经历,阐明家庭教育研究者与指导者需要自带温暖阳光和精气神,在长期艰苦的探索中持续修炼、保持精神超越和学术严谨,秉持敬畏之心、家国之念、专业之质、服务之贵,才能读懂家长、理解家长、支持家长。

上海社会科学院社会学研究所研究员杨雄针对家庭教育学科建设提出十点思考,强调“亲职教育”“子职教育”和“夫妻教育”作为家庭教育学科建设研究范式的重要性;指出当下家庭教育研究应关注青少年儿童“生存”“生活”和“生涯”等现实课题。

重庆师范大学申仁洪教授在回顾教育部第五轮学科评估标准基础之上,探寻家庭教育学科与课程教材建设的核心要素和核心问题。他还介绍了课程教学系统的关系模型对家庭教育学科建设的启发,知识学习的整体关联性对家庭教育专业人才培养标准制定的影响。

中国教育科学研究院研究员储朝晖提出,家庭教育适合领域集成式研究,家庭教育专业人才的培养应以建设家庭教育指导服务体系为目标,使专业学生掌握基本的方法与技能,以

现实问题为根本,以问题讨论和辩论式教学为方法。

在题为《建构中国家庭教育学自主知识体系的思考与尝试》的报告中,北京师范大学余清臣教授用“中国性、自主性、教育学术性、知识体系性”四个变量讨论中国特色知识体系的高品质建设问题,提出中国家庭教育学知识体系要以形成创新思想为根本方向。

最后,缪建东在总结中表示,中国高等教育学会家庭教育专业委员会姓“高”名“家”,标志着各位家庭教育学术同仁形成学术共同体。高等学校肩负文化传承与创新的重任,应率先探索家庭教育的规律,传播家庭教育的科学理念,研究中国家庭教育的厚重历史,揭示中国家庭教育优秀的文化基因图谱,建构中国特色社会主义家庭教育学科体系。

焦点透视

观点考场

编者按

日前举办的第四届平台研究学术工作坊,聚焦“平台社会与数字中国”这一主题,与会者从平台劳动、性别政治等视角展开了富有成效的讨论。本次工作坊集中讨论了平台控制与劳动主体解放、智媒语境下的性别政治等议题,不仅拥有理论上的洞见,也颇具现实关怀,除了对草根群体的关注,也聚焦孤独症、老年人等社会群体。学者们利用多元视角,为数字化时代所遭遇的各种现实风险与挑战,提供了可能的治理对策。

■ 井常灿 马中红

数字化和平台化深刻影响着中国社会政治、经济和文化的发展进程。2023年9月23日,中国社会科学院新闻与传播研究所、深圳大学传播学院、上海大学新闻传播学院与苏州大学传媒学院联合举办了第四届平台研究学术工作坊,聚焦“平台社会与数字中国”这一主题,与会者从平台劳动、性别政治等视角展开了富有成效的讨论。

隐蔽复杂的劳动控制与灵活的劳动群体

平台控制与劳动主体解放是平台劳动议题下不可或缺的重要议题。伴随平台技术的不断演化、发展,平台及其关联的各种社会关系组合合力,更加隐蔽、复杂地控制、形塑着平台劳动者的劳动观念和行动。

厦门大学博士生舒竞,上海大学教授贾前良与苏州大学博士生潘莹,香港中文大学博士生杨仪,浙江传媒学院副教授王喆与研究生贺果沙等学者,提出了“认同游戏”“情感‘家’工厂”“预制同意”“关系工作”等概念,来阐释理解平台及其关联的组织机构、群体如何通过大数据、技术、话语、关系等手段,将自身的意识形态嵌入劳动控制。更重要的是,劳动者也在此种柔性的规划中,无意识地陷入了资本和平台的算计之中。

然而,劳动者并非全然受控于平台及其相关的各种权力关系,劳动主体性的内涵与意义逐渐开始被更多研究者关注。湖南师范大学博士生李采薇、上海师范大学讲师蔡润芳与硕士刘雨娴、河南财经政法大学讲师彭步云等青年学者分别考察了网络主播、出租车司机等群体,发现这些平台劳动者通过成为跨平台数字零工,累积数字技术资本、关系资本、声誉资本等方式,对抗平台结构性的压制或不稳定的平台劳动。

值得关注的是,中国社科院新闻与传播研究所副研究员孙萍、中国社科院大学硕士生陈欣欣与宾夕法尼亚大学硕士生廖文钰,从传播、媒介与劳动的角度切入,探究平台化劳动与既往劳动历史的关联。技术中介下,劳动边界越来越广泛、普遍,劳动模式也逐渐转变,这种梳理为我们从历史的视角理解平台劳动,解决现实劳动问题提供了可能。

智媒语境下的性别政治

本届学术工作坊中“智媒语境下的性别政治”板块颇受关注。与会学者围绕平台与性别展开了深入的探讨,并集中观照平台劳动、游戏玩家、身体实践等研究主题,以求推动理论与实践的共同发展。

性别与劳动研究历久弥新,数字平台介入人其中时,研究者们以更加细腻和扎实的田野调查,揭示了平台劳动过程中复杂的性别权力关系。河北大学副教授朱琳发现,为了让冰冷的机器人变得如儿童“玩伴”一样温暖有趣,作为“智伴妈妈”的女工程师在机器人的研发过程中付出了大量的情感劳动。然而这种“爱”的表达却不断被隐形和贬低,人工智能行业中不平等的性别劳动分工形势仍然严峻。

随着女性游戏玩家队伍的逐渐壮大以及众多女性游戏社群的萌生,研究者们针对这些现象展开了经验研究,并试图看到在虚拟世界中性别权

力变革的潜力与局限。中国政法大学讲师滕乐与中国政法大学本科生雷璐楠考察了一个“女性玩家联合会”。她们认为女性玩家社群的建设与生长是其在电子游戏领域反抗性别霸权的另类尝试。苏州大学博士生井常灿则认为通过与硬件技术物、算法逻辑及符号文本表征三者构成的游戏技术系统的交互,女性玩家能够建立“硬核”的技术型身份认同,以男性为中心的游戏界面文化被打破,属于女性的界面文化与权力得以流动和重构。

之江实验室智能社会治理研究中心副研究员赵宇超、中国社会科学院大学本科生廖欣宇则从宏观视角试图拓展性别研究的理论进路。他们提出“性别平台化”概念以理解平台作为一种规范、权力、位置如何嵌入、组织、架构了性别关系和性别身份。

学者们对于平台与性别复杂的互动和协商过程的考察,不仅有助于我们进一步推动智媒语境下女性主义理论的发展,也有助于丰富现实生活中的性别议题、促进社会性别平等。

平台化进程中的特定群体

平台化进程快速推进,不仅影响着城市发展、青年群体的表达与生活方式。草根、老年人等群体的问题与声音也应被关注。苏州大学教授马中红与苏州城市学院讲师吴映秋,中国社会科学院大学博士生王楠与中国社会科学院大学政治传播研究中心主任何晶等学者,关注到短视频平台的“新农人”、卡车司机群体,发现平台对流量分配机制的不平等,审核、封号等一系列规约,造成了“流量鸿沟”。关注此类群体的问题,是我国建设普惠数字社区、数字中国必须面对的困境。

也有学者对平台与草根的关系持比较乐观、积极的态度。广东外语外贸大学讲师曹钺与重庆大学博士生陈彦蓉,认为平台化进程对文化生产领域的重构促进了草根创意工作。北京大学博士生张文杰则以县城的出租车司机为研究对象,发现平台的“地方化”是一个大型技术系统及其背后的垄断资本与地方原有基础设施、经济结构、制度环境及文化习惯的对抗与调适的过程,应当立足具体的行业环境和地方经验,观察多元主体的行动策略。

除了对草根群体的关注,也有学者聚焦孤独症、老年人等社会群体。深圳大学助理教授任玉琛与深圳大学硕士生李婷关注孤独症家长博主为何以及如何与具体的算法情境展开互动,深入剖析新媒赋权下弱势群体与具体媒介情境构成的关系系统。西安交通大学副教授徐婧与硕士生何苗则以网络相亲直播间中老年人为案例,试图描摹数字媒介中介下老年人亲密关系的变化。未来,优化平台的运行机制,是数字平台发展的应有之义。

本次工作坊不仅拥有理论上的洞见,也颇具现实关怀。来自法律、劳动等研究方向的优秀学者,从政策、法条、平台自治的多元视角,为数字化时代所遭遇的各种现实风险与挑战,提供了可能的治理对策。中国社会科学院大学媒体法研究中心主任罗斌教授,中山大学博士生赖鸣华,中国人民大学讲师赵磊、教授杨伟国与中国农业大学副教授陈龙等学者,分别从国外经验、政府介入、第三方组织管理等具体的措施出发,为当下平台治理与社会责任承担提供了可行的路径参考。

(作者单位:苏州大学传媒学院)

· 阅读提示 ·

某知名平台发布的《2023开学季读书报告》显示,女性成为当下励志类图书市场的消费主力军,而男性对儿童教育类和心灵哲学类书籍有更多偏好。本文作者认为,时代不同了,面对着变化的社会环境和包容的社会文化,男性和女性在社会发展中展现出多元状态,体现在他们的阅读喜好中,也呈现出鲜明特点。在一个多元发展的社会中,男性和女性都在变化,他们根据自己的特点和需求,在职业和家庭中有了不同的专注和投入。

■ 王琴

新学期伊始,某知名平台发布了《2023开学季读书报告》,报告针对18~35岁年轻人群的开学季购书行为进行分析,数据显示男女群体的读书偏好和传统性别刻板印象颇不一样,报告总结其为“理性女书迷和感性男读者”。报告指出,女性成为当下励志类图书市场的消费主力军,而男性对儿童教育类和心灵哲学类书籍有更多偏好。

报告显示,2023年女性消费增长最高品类中,“自我完善”类书籍增长132%;而在女性消费金额最高的前十类中,企业管理与培训类书籍增幅最大。在2023年男性消费金额最高品类中,儿童文学赫然在列。幼儿心理学类书籍男性消费增长302%。此外,男性特别青睐助力升华思维、重塑格局的东方哲学类书籍,消费增长高达401%。在消遣娱乐类书籍选择上,男女阅读兴

不同性别反差阅读

男女阅读偏好改观
女生爱上推理,男生迷上穿越

男性下降11% 女性上升11%

侦探/推理小说

男性上升29% 女性下降32%

穿越/重生/架空小说

男性下降51% 女性上升58%

经济史

男性下降37% 女性上升41%

电子竞技

女性对瘦身塑型和星座运势的热爱是永远不变的。

瘦身塑型 上升216%

星座运势 上升40%

趣偏好也在悄然改变。相比于2022年,2023年男性用户对侦探/推理小说偏好度下降11%,而女性用户偏好度则上升11%;对于穿越/重生/架空小说,男性用户偏好度上升29%,女性用户下降32%。这些数据让我们意识到,时代不同了,面对着变化的社会环境和包容的社会文化,男性和女性在社会发展中展现出多元状态,体现在他们的阅读喜好中,也呈现出鲜明特点。

搞事业的女性:女性追求励志成长

女性更喜欢读励志类书籍,可能因为当前的青年思潮更倡导女性专注事业,而不是专注感情。独立女性才是当下年轻女性追逐的偶像和榜样。传统社会观念鼓励女性

男性开始“关注内心世界” 阅读偏好走向“理想主义”

男性“至死是少年”,新手奶爸也买儿童读物,在2023年男性消费金额最高品类中,儿童文学赫然在列。

2023年男性消费金额最高品类

大学教材 高考 党政读物 儿童文学 工程类考试 考研政治

男性更关注幼儿心理学

幼儿心理学类书籍

302% 171%

男性消费 女性消费

增长302% 增长171%

男性消费 女性消费

增长302% 增长171%

男性消费 女性消费

增长302% 增长171%

男性消费 女性消费

增长302% 增长171%

男性消费 女性消费

增长302% 增长171%

男性消费 女性消费

增长302% 增长171%

男性消费 女性消费

增长302% 增长171%

男性消费 女性消费

增长302% 增长171%

男性消费 女性消费

增长302% 增长171%

男性消费 女性消费

增长302% 增长171%

男性消费 女性消费

增长302% 增长171%

男性消费 女性消费

增长302% 增长171%

男性消费 女性消费

增长302% 增长171%

男性消费 女性消费

增长302% 增长171%

男性消费 女性消费

增长302% 增长171%

男性消费 女性消费

增长302% 增长171%

男性消费 女性消费

增长302% 增长171%

男性消费 女性消费

增长302% 增长171%

男性消费 女性消费

增长302% 增长171%

男性消费 女性消费

增长302% 增长171%

在年轻群体中,男性与女性用户的购书目的存在着明显的差异,具体表现在以下几点:

女性更注重自我提升
阅读内容逐渐“硬核”

女性更注重自我提升

2023年 女性消费增长最高品类中 “自我完善”类书籍 增长132%

女性阅读内容逐渐“硬核”

2023年女性消费金额 最高的前十类目中 企业管理与培训类增幅最大

93% 128%

男性 女性

此外,“励志”类书籍 女性消费增长128% 高于男性的93%

女性阅读内容逐渐“硬核”

2023年女性消费金额 最高的前十类目中 企业管理与培训类增幅最大

93% 128%

男性 女性

此外,“励志”类书籍 女性消费增长128% 高于男性的93%

女性阅读内容逐渐“硬核”

2023年女性消费金额 最高的前十类目中 企业管理与培训类增幅最大

93% 128%

男性 女性

此外,“励志”类书籍 女性消费增长128% 高于男性的93%

女性阅读内容逐渐“硬核”

2023年女性消费金额 最高的前十类目中 企业管理与培训类增幅最大

93% 128%

男性 女性

此外,“励志”类书籍 女性消费增长128% 高于男性的93%

女性阅读内容逐渐“硬核”

2023年女性消费金额 最高的前十类目中 企业管理与培训类增幅最大

93% 128%

男性 女性

此外,“励志”类书籍 女性消费增长128% 高于男性的93%

女性阅读内容逐渐“硬核”

2023年女性消费金额 最高的前十类目中 企业管理与培训类增幅最大

93% 128%

男性 女性

此外,“励志”类书籍 女性消费增长128% 高于男性的93%

女性阅读内容逐渐“硬核”

2023年女性消费金额 最高的前十类目中 企业管理与培训类增幅最大

93% 128%

男性 女性

此外,“励志”类书籍 女性消费增长128% 高于男性的93%

女性阅读内容逐渐“硬核”

2023年女性消费金额 最高的前十类目中 企业管理与培训类增幅最大

93% 128%

男性 女性

此外,“励志”类书籍 女性消费增长128% 高于男性的93%

女性阅读内容逐渐“硬核”

2023年女性消费金额 最高的前十类目中 企业管理与培训类增幅最大

93% 128%

男性 女性

此外,“励志”类书籍 女性消费增长128% 高于男性的93%

女性阅读内容逐渐“硬核”

2023年女性消费金额 最高的前十类目中 企业管理与培训类增幅最大

93% 128%

男性 女性

此外,“励志”类书籍 女性消费增长128% 高于男性的93%

女性阅读内容逐渐“硬核”

2023年女性消费金额 最高的前十类目中 企业管理与培训类增幅最大

93% 128%

男性 女性

此外,“励志”类书籍 女性消费增长128% 高于男性的93%

女性阅读内容逐渐“硬核”

2023年女性消费金额 最高的前十类目中 企业管理与培训类增幅最大

93% 128%

男性 女性

此外,“励志”类书籍 女性消费增长128% 高于男性的93%

聚焦数字化与平台化进程中的劳动和性别

第四届平台研究学术工作坊新视点

面有了更多发展。

对于男性而言,事业发展是他们一贯被赋予的社会责任。而当下的社会环境更加宽松包容,男性在追求事业之外也可以有更多选择。老龄化社会的背景下,社会鼓励年轻人多生育,改善人口结构。建设亲子家庭也需要男性积极参与。社会期待男性作为父亲更多参与家庭事务,承担育儿的责任。

无论是热播的综艺节目还是主流媒体的倡导,都在鼓励男人做亲子型爸爸,强调男性作为丈夫和父亲应该更多参与到育儿活动中。在今天,做一个积极参与育儿的好爸爸已经成为社会风尚。好爸爸的角色可以让男性更具亲和力,也更容易得到社会认可和女性群体的赞赏。

古语有云,子不教,父之过。父亲一直都是育儿的主力。但是近年来,在很多家庭中,母亲却成为育儿的第一责任人。如今,让父亲更多地参与育儿,回归育儿传统,也是社会对男性家庭角色的期待。当男人关注家庭,他们也在读书的选择中有所改变。在2023年男性消费金额最高的图书品类中,幼儿心理学、儿童文学、儿童教育类书籍都成为重点。

在参与育儿之外,男性也在积极探索内心。多元化的社会让男人不必紧绷,男人不必只有硬汉气质,也可以温柔细腻,敏感多情。男性对于自我的认知和心理的探求也在不断增长。体现在读书方面,男性更关注内在的磨砺和成长,对东方哲学类书籍尤为青睐。塑造内心力量,可以增强我们面对困难的勇气。世事艰难,我们不能改变外部环境,就需要不断修炼自身。

在一个多元发展的社会中,男性和女性都在变化。女性积极向外打拼,努力发展事业,男人开始更多向内探索,关注家庭,修炼内心。这也说明我们的社会变得更加包容和多元。男女都有进可攻,退可守的社会角色和社会责任,他们不再被传统社会角色和性别刻板印象所束缚。而是根据自己的特点和需求,在职业和家庭中有了不同的专注和投入。

倡导男女平等的社会,不是要鼓励颠倒男女角色和性别气质,而是要给男性和女性都提供平等多元的社会发展空间。一个性别平等的世界,就是不被性别角色和身份所束缚的世界,我们每个人都可以作为大写的人,自在自在地成长。

(作者为中国传媒大学媒介与女性研究中心副主任)