

# 老年教育线上课程同质化困境与破解路径 ——基于四平台比较的实证研究

孙北辰

国家开放大学国家老年大学资源平台中心资源应用科, 北京

收稿日期: 2025年12月14日; 录用日期: 2026年1月13日; 发布日期: 2026年1月21日

## 摘要

随着近年我国人口老龄化进程加快, 老年线上教育随之蓬勃发展。本研究挑选四个具有代表性的老年教育线上课程平台进行深入分析。研究发现, 老年教育线上课程高度集中于健康养生与文化艺术类课程, 生活休闲和技能提升类课程不足。究其原因, 在于现有研究中针对老年人教育需求的研究不足, 同时平台运营策略及资源分配过于看重市场反馈。为了改变这一情况, 老年教育线上课程需深入调研老年教育需求, 优化课程评价与反馈体系; 同时深入挖掘地域文化资源、精细划分兴趣领域、加强多方协同合作, 推动老年教育线上课程向差异化方向发展, 全面满足老年群体多样化的学习需求。

## 关键词

老年教育, 线上课程, 同质化, 差异化发展策略

# Homogeneity Dilemma in Elderly Education Online Courses

## —Differentiation Strategies from a Four-Platform Comparative Empirical Study

Beichen Sun

The Seniors University of China Resource Platform Center, Open University of China, Beijing

Received: December 14, 2025; accepted: January 13, 2026; published: January 21, 2026

## Abstract

With the acceleration of China's population aging process in recent years, online education tailored to senior citizens has witnessed prosperous development. This study conducts an in-depth analysis

of four representative platforms offering virtual courses for elderly learners. Findings reveal a pronounced concentration of curricula within health preservation and cultural arts domains, whereas lifestyle enrichment and skill enhancement modules remain underdeveloped. The underlying reasons lie in both the scarcity of dedicated research on geriatric educational demands and platform operational strategies prioritizing market-driven resource allocation. To address this imbalance, it is imperative to implement systematic investigations into senior learning needs, refine course evaluation mechanisms, leverage regional cultural resources, establish nuanced interest categorizations, and strengthen multi-stakeholder collaborations. Such measures aim to diversify online curriculum offerings and comprehensively fulfill the heterogeneous learning requirements of the aging population.

## Keywords

Elderly Education, Online Courses, Homogenization, Differentiation Strategy

Copyright © 2026 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

### 1.1. 研究缘起

当下，我国人口老龄化正逐渐加剧，根据国家统计局数据，截至 2024 年末全国 60 周岁及以上老年人口达到 3.1 亿人，占总人口的 22.0%；65 周岁及以上老年人口为 2.2 亿人，占总人口的 15.6% [1]。随着老年群体不断增加，老年人的生活需求和精神需求，也逐渐受到更多关注。

让老年人“老有所学”，可以同时满足老年人的生活与精神需求，促进老年人社会参与，是国家应对老龄化挑战的关键举措之一。2021 年 11 月 18 日，《中共中央国务院关于加强新时代老龄工作的意见》发布，明确提出“依托国家开放大学筹建国家老年大学，搭建全国老年教育资源共享和公共服务平台” [2]。在此背景下，包括全国老年教育公共服务平台在内的众多线上老年教育平台应运而生，成为传统老年教育以外的关键补充。

线上课程具备便捷性、灵活性以及资源共享优势，能让老年人随时随地学习，极大拓展了老年教育覆盖面。但伴随线上平台的持续增多，平台质量逐渐良莠不齐，课程同质化问题也开始日益显著。不同平台在课程主题、教学模式、师资配置等方面趋同严重 [3]，致使课程内容缺乏创新，无法满足老年群体日益多样化的学习需求。平台内容的同质化，大幅降低了线上课程对老年人的吸引力，严重阻碍了老年教育的高质量发展，成为当下老年教育领域亟待攻克的重要课题。

### 1.2. 研究回顾

有学者指出，当前老年教育课程呈现出供需结构性失衡的特征，供给高度集中于健康养生与文化艺术类，而老年人迫切需求的数字技能、金融防诈、再就业培训等实用性课程明显不足 [4]。同时，从发展路径来看，老年教育目前呈现出“政府 + 市场”并驾齐驱的发展模式，但产业发展并未经过严谨的顶层设计 [5]，政府层面依托国家政策，强调资源整合；市场层面则依托“互联网+”技术扩大老年教育覆盖范围。此外也有研究揭示，老年教育正经历从福利型向消费型的转变，其功能延伸至老年人力资源二次开发层面。但现有课程体系不能充分匹配老年群体的新兴需求，制约了银发经济对教育创新的赋能效应。

在教育形式层面,线上老年教育课程也呈现单一化趋势,有研究发现,约75%的课程采用单向视频授课模式,缺乏有效的互动[6],导致老年人反馈“学完即忘”,学习效果不佳。同时,从2019年的相关研究可以看到,约70%的在线教育平台存在文字过小、界面层级复杂、无语音导航等适老化不足的问题,这些问题直接阻碍了高龄用户的学习体验[7]。

本研究引入法国社会学家皮埃尔·布迪厄的文化再生产理论作为分析框架。布迪厄认为,教育是文化资本传递与再生产的关键机制,其过程深受场域规则、个体惯习与资本形式的影响[8]。老年人群积累的生活经验可被视为一种未被开发的“惯习资本”[9],本研究将老年教育线上平台视为特定的文化场域,课程视为面向老年群体的文化资本供给,政府主导与市场主导的平台代表了不同的“场域”规则,影响着资本的分配;而老年群体的学习偏好,则反映了老年群体内在“惯习”与外部供给之间的互动。

### 1.3. 研究意义

在理论层面,目前市面上大多研究集中在如何避免线上平台资源同质化,但对于老年教育线上课程同质化程度、背后深层次原因的相关研究还较为匮乏。本研究引入布迪厄的文化再生产理论,聚焦目前市面上已有的老年教育平台,深入研究线上课程同质化问题出现的本质,揭示课程同质化问题的结构性成因,填补这一研究空白。同时,本研究也将为后续老年教育线上课程的优化路径奠定理论依据。

在实践层面,本研究旨在为老年教育线上平台运营方、课程制作方及相关管理部门提供切实可行的实践指导。通过深入剖析课程同质化问题本质成因,提出相应切实可行解决方案,助力构建更具多样化的课程体系、切实提升老年教育整体效能、为老年教育可持续发展提供实际支撑。

### 1.4. 研究方法与思路

本研究采用对比分析法,对老年教育线上课程的同质化现象进行深入探究。研究选取四家具有代表性的线上平台作为案例样本,其中包括两家政府主导型平台,以反映政策引导下的平台建设方向;以及两家市场主导型平台,以体现商业化运营模式的发展现状。基于全面性与典型性考虑,最终选取“全国老年教育公共服务平台”、“国开终身教育平台老年频道”、“乐活学堂”以及“乐退族”四家老年教育线上课程平台作为研究对象。

全国老年教育公共服务平台,以国家开放大学办学体系为基础,承担老年教育教学、技能培训、文化传承等任务,面向全国老年人开展线上线下相结合的教学活动[10]。作为官方搭建的重要线上学习平台,其依托国家力量整合了丰富的教育资源,课程覆盖全国范围,在老年教育领域具有权威性和广泛影响力,能充分展现官方主导平台在老年教育课程设置上的导向性。

国开终身教育平台2022年5月上线,共服务来自200余个国家和地区的近6000万人次[11]。其老年频道同样为官方平台,虽课程总数相对较少,但在课程分类上有自身特点,且与全国老年教育公共服务平台形成对比,有助于探究不同官方主导平台在老年教育课程布局上的异同,以及资源整合和课程开发的差异。

乐活学堂是市场平台的典型代表,自2014年成立以来,借助线上线下融合(OMO)模式,积累了丰富的市场运营经验。乐活学堂官网显示,其专注于为老年人提供多元化学习内容,课程分类细致,在音乐、艺术等领域课程丰富,能反映市场主导平台对老年教育市场需求的挖掘和特色化课程的打造方向。

乐退族,同样在中老年群体中拥有较高的知名度,官网显示,其全网用户超1000万,在全国多省市设有管理机构。该平台通过举办各类中老年活动,深入了解老年群体需求,课程涵盖多种类型,特别是在时尚生活相关课程方面独具特色,将为研究市场主导平台如何满足老年群体多样化需求提供独特

视角[12]。

研究主要通过分析各平台前台显示的课程分类来开展对比研究。前台显示的课程分类是用户直接接触和了解平台课程的窗口，能直观反映平台对课程的规划与定位。通过对比不同平台课程分类的异同，在理论框架下解读其资本构成与场域特征，全面呈现现有老年教育线上课程同质化程度，进而深入挖掘其内在成因，为后续提出有效解决策略提供有力依据。

## 2. 多平台课程内容的对比

### 2.1. 全国老年教育公共服务平台

全国老年教育公共服务平台课程分为“德、学、康、乐、为”五大类。“德”大类下，含公民素养 1220 门、时代前沿 757 门、时事思政 165 门、隔代教育 8515 门；“学”大类有哲学 26 门、文学 1963 门、数字素养 58 门、摄影 70 门、表演 537 门、社会科学 24 门、自然科学 2308 门、农学 21 门、语言 46 门、数学(等)学历教育服务 23 门、论文写作 34 门、医学 20 门；“康”大类包括家庭照护 1613 门、中医保健 3965 门、用药安全 497 门、食品营养 6625 门、心理健康 404 门、运动健康 2161 门、慢病管理 711 门、口腔健康 67 门、生命教育 78 门、老年痴呆防治 39 门；“乐”大类涵盖舞蹈 1491 门、声乐 10498 门、器乐 5498 门、书法 85 门、绘画 111 门、模特 21 门、戏剧 3453 门、手工 198 门；“为”大类有生活休闲 15330 门、历史地理 23 门、文化 620 门、退休生涯规划 24 门、投资理财 1113 门、志愿服务 44 门、创新创业 1010 门、农业养殖 2816 门、职业技能 811 门。

从该平台“课程超市”页面可见，平台目前前台展示的课程总数为 89295 门。其中“乐”大类和“为”大类课程数量占比较高，二者合计近半，表明平台在满足老年人文化娱乐和社会参与等方面较为侧重。课程数量排名前五的小分类分别是生活休闲(15330 门)、声乐(10498 门)、隔代教育(8515 门)、食品营养(6625 门)、中医保健(3965 门)。这五类课程总数达 44933 门，占平台课程总数约 50.32%。这意味着平台上近一半课程集中于生活休闲、艺术、家庭及健康养生等热门领域，突出反映了老年群体在这些方面的强烈学习需求。从布迪厄的理论视角看，此平台的课程体系优先供给促进社会和谐、提升生活品质与实现社会再融入的象征性资本与文化资本，体现了政策“场域”规则下的文化资本分配逻辑。

### 2.2. 国开终身教育平台老年频道

国开终身教育平台老年频道课程分为主动健康、休闲娱乐、技能提升三大类。“主动健康”大类下，含家庭照护 21 门、食品营养 106 门、中医保健 40 门、心理健康 10 门、运动健康 14 门、慢病管理 6 门、生命教育 2 门、退休生涯规划 1 门。“休闲娱乐”大类有舞蹈 23 门、声乐 44 门、器乐 1 门、书法 34 门、绘画 32 门、模特 1 门、戏剧 3 门、手工 78 门、摄影 3 门、文化 38 门、文学 20 门、历史 3 门、生活休闲 29 门。“技能提升”大类包括公民素养 68 门、数字素养 20 门、投资理财 8 门、创新创业 1 门、隔代教育 44 门、时代前沿 16 门、农业养殖 6 门、职业技能 61 门。

该平台老年频道课程总数相对较少，总计为 733 门，与全国老年教育公共服务平台的 89295 门课程相比差距明显。各分类下课程数量分布差异较大，部分小分类课程数量极少，反映出课程体系在丰富度和完整性上存在一定欠缺。课程数量排名前五的小分类分别是食品营养(106 门)、公民素养(68 门)、手工(78 门)、声乐(44 门)、休闲娱乐中的生活休闲(29 门)。这五类课程总数达 325 门，占平台课程总数约 44.34%。这意味着平台上接近一半的课程集中于健康养生、公民素养培养、手工艺术、声乐娱乐以及日常生活休闲这些领域。

此平台同样处于政策“场域”，但其课程结构呈现出更精炼的健康导向与技能提升，可以看出，此平台对健康、娱乐等传统老年文化资本与数字素养等新兴文化资本进行了选择性供给。



### 2.3. 乐活学堂

该平台课程分为精品课程、医疗保健、歌曲音乐、有声书斋四大类。“精品课程”大类下，含器乐课程 10 门、声乐课程 6 门、绘画课程 10 门、书法课程 7 门、技能爱好 8 门、手机微信 3 门、英语天天说 3 门、旅游攻略 2 门、健身养生操 7 门、太极拳剑 10 门、瑜伽舞蹈 5 门、广场舞 5 门、朗诵课程 3 门、形象设计 4 门、少儿课程 4 门、茶与茶道 2 门、母婴课程 1 门、烹饪课堂 3 门、美术艺考 9 门、法律课堂 1 门、阳光心态 1 门、国学与修身 1 门；“医疗保健”大类包括名医讲座 10 门、慢病管理 10 门、护理照护课 1 门、家庭救护 8 门、推拿针灸 4 门、营养课堂 4 门、养生讲堂 8 门、养生广播 1 门；“歌曲音乐”大类涵盖百名歌星 100 门、戏曲大全 10 门、交响乐精选 10 门、中国歌典 5 门、经典民歌 8 门、战地新歌 5 门、红歌 99 首 1 门、军旅歌曲 1 门、东方红 1 门、样板戏歌曲 1 门、养生音乐 4 门、中国古典乐 9 门、民乐经典 6 门、天籁佛音 3 门、睡眠音乐 1 门、宝宝世界 1 门、西方古典乐 1 门、轻音乐 1 门；“有声书斋”大类有单田芳评书 10 门、四大名著 4 门、诗歌散文 7 门、唐诗宋词 3 门、传记历史 19 门、美文鉴赏 38 门、问佛听禅 3 门、圣经诵读 47 门。

从平台前端的课程展示情况可知，平台目前前台展示的课程总数为 450 门。课程涵盖精品课程、医疗保健、歌曲音乐、有声书斋四大类，领域较为多元。其中歌曲音乐类课程数量为 229 门，占比最大，在音乐资源供给上十分丰富。作为市场平台，此平台的课程设置精准回应了特定老年群体的“惯习”——对经典歌曲、戏曲、评书等怀旧文化形式的消费偏好。在市场“场域”中确立差异化优势，将老年人的群体惯习有效转化为稳定的市场需求。

### 2.4. 乐退族

该平台课程较少，其中模特走秀有 44 门课程，时尚妆容有 11 门，舞蹈健美有 13 门，健康养生有 48 门，声乐朗诵有 21 门，书法绘画有 61 门，智能应用有 6 门，居家生活有 5 门，器乐教学有 8 门，摄影后期有 5 门。

该平台课程总数为 222 门。在课程侧重上，与其他平台有同有异。和全国老年教育公共服务平台、终身教育平台老年频道相似的是，都重视健康养生、艺术文化类课程。但乐退族的特色在于对模特走秀、时尚妆容这类时尚生活相关课程的设置，更贴合部分追求时尚、展现自我的老年人需求。乐退族的课程策略，揭示了市场“场域”的另一种逻辑，它抛弃了老年群体的传统“惯习”，而是聚焦于模特、时尚妆容等新兴文化资本。这类课程吸引更现代、更外向型“惯习”的老年亚群体，满足其对身份重塑的追求。

## 3. 老年教育线上课程的现状与特点

### 3.1. 课程主题分类对比：老年教育线上课程高度同质化

基于上述各平台前台资源数据，本研究对课程主题进行了科学分类，具体划分为健康养生、文化艺术、生活休闲、技能提升以及其他五大类别。健康养生类课程聚焦于老年人的身心健康，涵盖中医保健、食品营养、运动健康、心理健康、慢病管理等细分领域；文化艺术类课程则包含声乐、舞蹈、书法绘画、器乐、戏剧等内容；生活休闲类课程则围绕老年人日常生活，如烹饪、旅游攻略、手工等课程资源；技能提升类课程致力于提升老年人的综合素养与社会适应能力，如数字素养、投资理财、职业技能、隔代教育等。其他类课程则收纳了无法细分的特定领域课程，如法律课堂、国学与修身等。

通过统计各平台在不同主题下的课程数量占比(如表 1)，我们可以直观地展示各平台课程主题的分布情况。

Table 1. Proportion of course quantities across platforms under different themes  
表 1. 各平台在不同主题下的课程数量占比

主题分类	全国老年教育公共服务平台	终身教育平台老年频道	乐活学堂	乐退族
健康养生	15.53%	24.01%	16.2%	21.62%
文化艺术	23.67%	18.70%	74.44%	73.42%
生活休闲	17.17%	3.96%	5.56%	2.25%
技能提升	11.77%	18.14%	3.78%	2.70%
其他	20.93%	36.49%	0%	0%

通过对各平台课程主题占比的对比分析，可以得出以下结论。

3.1.1. 健康养生类：老年教育课程的“刚需核心”

健康养生类课程在各平台中均占据重要地位，反映出老年群体对健康管理的强烈需求。全国老年教育公共服务平台、终身教育平台老年频道、乐活学堂和乐退族中，健康养生类课程的占比分别为 15.53%、24.01%、16.2%和 21.62%。这表明，无论是官方主导平台还是市场主导平台，健康养生类课程都是老年教育的核心内容之一，凸显了该平台对老年人健康问题的重视。

3.1.2. 文化艺术类：市场化平台的“特色长板”

文化艺术类课程在各平台中的占比差异较大，但整体上呈现出较高的比重。乐活学堂和乐退族的文化艺术类课程占比分别高达 74.44%和 73.42%，远高于全国老年教育公共服务平台(23.67%)和终身教育平台老年频道(18.70%)。这表明，市场主导平台更加注重满足老年人在文化艺术方面的学习需求，尤其是声乐、舞蹈、书法绘画等课程，成为这些平台的主要特色。

3.1.3. 生活休闲类：官方与市场平台的“冷热不均”

生活休闲类课程的占比相对较低，尤其是在市场化平台中。全国老年教育公共服务平台的生活休闲类课程占比为 17.17%，而终身教育平台老年频道、乐活学堂和乐退族的占比分别为 3.96%、5.56%和 2.25%。这表明，生活休闲类课程虽然在官方主导平台中有一定的覆盖，但在市场主导平台中并未得到重视。

3.1.4. 技能提升类：老年教育的“开发洼地”

技能提升类课程在四大平台的占比普遍较低，尤其是在市场主导平台中尤为明显。全国老年教育公共服务平台和国开终身教育平台老年频道的技能提升类课程占比分别为 11.77%和 18.14%，而乐活学堂和乐退族的占比仅为 3.78%和 2.70%。这表明技能提升类课程在老年教育中的整体开发力度不足，尤其是在市场主导的平台中，技能提升类课程的设置较为匮乏，难以满足老年人在数字素养、投资理财、职业技能等方面的学习需求。

综合对各平台课程主题占比的分析可知，老年教育线上课程同质化现象较为严重。在课程主题方面，各平台虽在部分领域占比有所差异，但整体上健康养生、文化艺术等课程集中扎堆，而生活休闲、技能提升类课程开发不足的问题普遍存在。

3.2. 老年教育线上课程同质化问题产生的原因

课程同质化问题，既涉及市场环境，也与平台自身运营策略有关。从市场层面来看，随着老年教育市场的不断扩大，越来越多的线上课程平台进入老年教育领域。为了迅速占领市场份额，市场主导平台往往采取模仿或复制成功案例的策略，导致课程内容趋于雷同。此外，由于老年教育的特殊性，老年教

育资源创作者在设计课程时亦会受到传统观念和已有路径限制，缺乏创新意识。

### 3.2.1. 内容创作者对老年教育需求认识不足，心态保守

官方老年教育平台在设计课程时过于谨慎，担心创新内容无法得到用户认可，因此倾向于选择稳妥的、已被验证过的课程主题和教学模式。这种心态限制了内容的多样性和创新性。同时，当前市场对老年教育需求的认知存在刻板印象，片面地将老年群体的学习需求归结为少数几个传统领域，这实质上是对老年人“惯习”的脸谱化理解。老年人的学习选择受到过往生活经历、社会角色及当下生活情境所构建的“惯习”影响，而当前课程供给未能洞察活力型、社交型等老年亚群体在“惯习”上的差异，忽视了随着时代发展老年群体在兴趣爱好、生活方式等方面的深刻变化，进而导致课程开发方向过度集中，引发同质化问题。

### 3.2.2. 平台运营模式趋同

多数官方老年教育线上平台采用全部免费的运营模式，而大多数市场化平台也是采用了类似的商业模式，即通过提供免费或低价的课程吸引用户，然后通过广告、会员费等方式实现盈利。这种模式使得平台在课程设置上难以形成差异化，容易陷入同质化竞争。趋同的商业模式服务并强化了“对免费资源敏感、偏好易于上手课程”这一主流“惯习”，而愿意为深度技能付费、追求个性化表达的老年群体，没有得到有效的供给激励，从而抑制了课程市场的多样化创新。

### 3.2.3. 资源受限，开发成本高

线上课程开发涉及教学设计、技术支持、师资培训等多环节成本投入，而国家官方平台缺乏创新主观能动性，市场化平台又受限于资金、人力等资源瓶颈，难以进行课程差异化开发，只能选择成本相对较低、内容相对成熟的通用课程模式，从而加剧了同质化现象。平台倾向于投资于已被验证、符合普遍“惯习”的课程类型，如健康养生和基础文化艺术课程，而针对小众“惯习”或新兴需求的课程开发因风险高、成本效益不确定而遭到搁置。同时，课程开发团队在技术应用能力、教育教学设计能力等方面，并未针对老年人特点进行单独设计，对老年教育课程的适老性把握不够，导致课程在技术呈现与内容质量上与非老年教育平台也有同质化问题出现。

### 3.2.4. 协同合作机制的缺失

目前，各老年教育线上课程平台之间缺乏有效的沟通交流、资源共享与合作开发机制，各自为政，在课程资源建设上重复投入，无法形成优势互补、协同创新的良好局面，进而使得同质化问题在行业内不断蔓延。老年教育平台与高校、科研机构、社会组织等外部主体在课程开发、师资共享、实践基地共建等方面存在合作渠道不畅、合作机制不完善问题，这种“资本”交换管道的堵塞，限制了对老年群体“惯习”进行多维度研究的可能，难以充分汲取外部优质资源，拓展课程的深度与广度，进一步限制了课程的差异化发展空间。

## 4. 老年教育线上课程的发展策略

面对这一现状，需从造成同质化的根源出发，有的放矢地制定差异化开发策略，推动老年教育线上课程摆脱同质化困境，实现高质量、多元化发展。本研究策略以布迪厄文化再生产理论为纲，结合对政府主导型与市场主导型平台不同“场域”规则的分析，对老年教育线上课程同质化问题提出四大策略。

### 4.1. 立足地域文化，打造特色课程

不同地区的老年人在文化背景、生活习惯和兴趣爱好上存在显著差异。基于布迪厄的资本理论，地域文化是老年人重要的象征资本。老年教育线上课程的开发者应充分挖掘利用本地文化资源，设计具有

地方特色的课程内容，使老年人在学习中强化身份认同，实现文化资本的代际留存。

针对政府主导型平台，应侧重承担公共文化服务职能，系统性地开发与集成具有普惠性的地方文化传承课程。例如，全国老年教育公共服务平台联合地方老年大学分部，上线“地方好课”专区，涵盖地方非遗技艺、乡土历史等。针对市场主导型平台，应鼓励其聚焦地域文化的消费转化。例如，平台可与旅游机构合作，开发“康养游学”主题课程旅游，将线上教学与线下沉浸式体验相结合，满足高意愿老年群体对深度文化体验的需求，形成特色商业模式。

#### 4.2. 聚焦兴趣细分，拓展多元课程

面对老年群体日益多样化的学习需求，线上平台应进一步细化平台课程分类，为老年群体提供更丰富的学习选项。除了常见的健康养生、文化艺术、生活休闲和技能提升类课程外，还应该根据老年群体独特的兴趣爱好，开发诸如旅游摄影、园艺栽培、宠物照料、手工制作等更具有针对性的课程。通过挖掘老年群体的兴趣点，将这类惯习资本转化为课程制作思路，进行课程设计，增强课程吸引力，提升老年人参与积极性。

针对此条举措，政府主导型平台应优先填补关乎老年人基础生活质量的关键内容，提供诸如数字素养、主动健康、金融安全等普惠性课程，确保基础性文化资本的广泛覆盖。市场主导型平台的优势则在于引领细分兴趣需求。应鼓励市场主导型平台在旅居养老、时尚穿搭、短视频创作等新兴领域进行课程创新，提供一站式教学与社群支持，将老年人的经验、兴趣转化为潜在经济资本。

#### 4.3. 优化评价反馈，营造开放氛围

布迪厄指出，文化资本需要在一定的场域规则下，才能实现有效传递。因此，建立科学合理的课程评价与反馈机制，是线上平台有序发展的必要步骤。平台应当定期收集老年用户意见，分析不同课程的受欢迎程度，识别现存问题，并及时优化课程内容。同时，要鼓励老年人积极参与评价，主动分享学习体验，营造出开放、互动的学习氛围。通过持续改进课程资源，确保内容既贴合老年人真实需求，又具备创新性和实用性。

在此基础上，政府主导型平台探索建立标准化的课程质量评价规范体系。通过专家评审、满意度调查等评价机制，引导优质资源建设；市场主导型平台则应更侧重用户粘性、完课率、付费转化率及社群活跃度等市场指标。

#### 4.4. 加强协同合作，实现资源共享

布迪厄将资本分为经济资本、文化资本、社会资本，协同合作可以使通过主体间资本交换，突破单一主体的资源局限。老年教育线上平台通过积极与政府、高校、科研机构、社会组织等外部主体开展合作，共同推进老年教育课程的开发与创新。政府通过政策支持、学分认证提供制度化资本，高校注入专业化文化资本，企业贡献经济资本，社区提供社会资本，通过多方协作，提升课程的深度与广度，满足老年群体多层次、多维度的学习需求。

政府主导型平台应发挥枢纽作用，牵头构建政府、学校、企业、社会协同的公益性资源共建共享机制，制定统一的技术标准，整合形成覆盖全面的国家级老年教育数字化资源库；市场主导型平台则应构建灵活、高效的市场化合作生态，例如与知名医院合作开发健康课程、与老年偶像合作开发形象课程、与律师事务所合作开发老年人权益保护课程等。通过引入外部专业资本，快速提升课程的专业性与吸引力，在垂直领域建立竞争壁垒。

通过上述举措，地域文化课程转化象征资本、兴趣课程激活惯习资本、评价体系优化场域规则、协同网络整合外部资本，老年教育线上平台将构建出完整的文化资本再生产闭环，政府与市场平台在明确



自身“场域”定位的基础上,选择差异化的发展路径,最终将从根本上破解课程同质化困境,形成互补共生的老年教育线上课程新生态。

## 基金项目

中国教育技术协会数智教育创新应用研究课题(2025 年度)重点课题“适老化与社交化协同驱动的老年教育平台数字化服务创新研究(课题批准号: SZJY2025024)” ; 2023 年度国家开放大学青年科研项目、校级项目“终身教育平台新媒体传播力与运营策略研究(项目编号: Q23C0025)”。

## 参考文献

- [1] 国家统计局. 2024 年经济运行稳中有进 主要发展目标顺利实现[EB/OL].  
[https://www.stats.gov.cn/sj/xwfbh/fbhw/202501/t20250117\\_1958332.html](https://www.stats.gov.cn/sj/xwfbh/fbhw/202501/t20250117_1958332.html), 2025-01-17.
- [2] 中共中央国务院关于加强新时代老龄工作的意见[J]. 中华人民共和国国务院公报, 2021(34): 10-15.
- [3] 马瑞燕. 搭建全国统一的平台共享线上优质课程[EB/OL].  
<https://www.ccntv.cn/p/387441.html>, 2021-03-04.
- [4] 蒋泽刚. 银发经济赋能老年教育高质量发展的机理与路径[J]. 海南开放大学学报, 2024, 25(3): 67-74.
- [5] 张红兵, 张淑莲, 靳荣莉, 等. 新时代我国老年教育的嬗变与跨越——客观趋势、发展定位与路径选择[J]. 成人教育, 2021, 41(12): 38-44.
- [6] 杨银芳. 在线“老年”教育对终身老年化和积极老龄化的理论实践[J]. 当代继续教育, 2019, 37(2): 51-57.
- [7] 张文兰, 李昂, 赵姝. 国内老年在线教育网站无障碍测评研究[J]. 电化教育研究, 2018, 39(9): 75-80+108.
- [8] 黄俊. 布尔迪厄文化再生产理论研究[D]: [博士学位论文]. 重庆: 西南大学, 2018.
- [9] Bourdieu, P. 文化资本与社会炼金术[M]. 包亚明, 译. 上海: 上海人民出版社, 1997.
- [10] 吴月. 3 月正式挂牌成立, 搭建多终端学习平台——国家老年大学教什么[EB/OL].  
[http://www.moe.gov.cn/jyb\\_xwfb/s5147/202304/t20230426\\_1057299.html](http://www.moe.gov.cn/jyb_xwfb/s5147/202304/t20230426_1057299.html), 2023-04-26.
- [11] 丁雅诵. 我国终身教育平台服务近 6000 万人次[EB/OL].  
[http://www.moe.gov.cn/jyb\\_xwfb/s5147/202406/t20240617\\_1136086.html](http://www.moe.gov.cn/jyb_xwfb/s5147/202406/t20240617_1136086.html), 2024-06-16.
- [12] 乐退族. 互联网时代文化养老模式探索——乐退族案例分析[M]//易鹏, 徐永光. 老龄社会发展报告(2022). 北京: 社会科学文献出版社, 2023: 144-151.