

高校招生咨询视域下的家长焦虑分析研究

姚佳寅

上海城建职业学院, 上海 200438

DOI: 10.61369/ETR.2026110016

摘 要 : 随着高等教育普及化进程的不断加快, 高校招生制度的复杂性与多样性日益凸显, 家长在子女升学过程中的参与度也较之提升。在此背景下, 招生咨询已不仅是信息传递的过程, 更演变为一场涉及心理、认知与决策的多维互动。然而, 当前高校招生宣传体系面临诸多结构性难题, 信息碎片化现象严重, 官方信息发布渠道分散, 社交媒体平台充斥非权威解读, 导致家长难以甄别有效信息, 普遍表现出高度焦虑状态。本文聚焦于高校招生的优化策略, 构建系统化的应对机制, 期望在新时代招生环境下有效缓解家长焦虑, 促进教育咨询的理性回归与公平发展。

关 键 词 : 高校; 招生咨询; 家长焦虑分析

Research on Parental Anxiety from the Perspective of College Admission Consultation

Yao Jiayin

Shanghai Urban Construction Vocational College, Shanghai 200438

Abstract : With the accelerating popularization of higher education, the complexity and diversity of college admission systems have become increasingly prominent, and parents' participation in their children's college enrollment process has also increased accordingly. Against this background, admission consultation has not only evolved into a process of information transmission but also a multi-dimensional interaction involving psychology, cognition, and decision-making. However, the current college admission promotion and consultation system faces many structural challenges: the serious fragmentation of information, the dispersion of official information release channels, and the prevalence of non-authoritative interpretations on social media platforms. These issues make it difficult for parents to identify effective information, leading to a widespread state of high anxiety. Focusing on the optimization strategies of college admission consultation, this paper constructs a systematic response mechanism, aiming to effectively alleviate parental anxiety in the new-era admission environment, and promote the rational return and fair development of educational consultation.

Keywords : colleges and universities; admission consultation; parental anxiety analysis

一、高校招生宣传的现实困境

(一) 信息碎片化严重, 家长获取渠道杂乱

如今, 互联网技术的普及使得招生信息传播途径多元化, 官方网站、社交媒体平台、教育类 APP、自媒体公众号、短视频账号以及各类论坛等共同构成了信息生态, 发布主体多元, 缺乏统一规范与审核机制, 这就容易导致同一所高校的招生政策呈现出多种解读版本^[1]。部分非官方平台为吸引流量, 往往会刻意夸大或曲解录取规则、专业设置与就业前景, 进一步加剧了信息混乱程度。家长在主动搜寻过程中, 常陷入信息过载状态, 无法辨别真伪与权威性, 容易被误导性内容干扰判断。此外, 不同地区、不同类型家庭所依赖的信息路径也存在差异, 经济发达地区的部分家长倾向于通过付费咨询机构或高端社群获取所谓“内部消息”, 而普通家庭则更多依赖免费但质量参差的网络资源, 信息获取的结构性不平等使得教育公平面临隐性挑战。一些家长反复查阅多个平台, 交叉比对数据, 耗费大量时间精力仍难获得一致结论,

心理负担随之加重^[2]。

(二) 宣传内容滞后, 响应招生政策变化迟缓

在高等教育改革持续推进的背景下, 招生政策频繁调整, 新高考方案逐步落地, 综合评价录取、强基计划、专项计划等多元化录取模式不断拓展。然而, 部分高校的对外宣传材料未能及时更新, 仍沿用过往年度的录取数据、专业设置说明和培养模式介绍, 信息时效性较为不足^[3]。与此同时, 部分高校仅通过官网公告栏、纸质宣传册或微信公众号推送进行信息传达, 缺少实时问答、在线解读、政策追踪等互动功能。当家长在咨询过程中提出关于最新政策的具体疑问时, 常遭遇答复口径不一、回应滞后甚至无回应的情况。这种被动式、延时性的传播方式加剧了信息不对称, 使家长难以准确把握政策动向。

(三) 数据权属不清, 隐私泄露风险持续攀升

家长在参与招生咨询活动时, 普遍需提供考生身份信息、学业成绩、家庭背景、联系方式等敏感数据。然而, 当前部分高校及教育机构并未建立清晰的数据所有权归属机制, 信息一旦进入

传播链条，其控制权便脱离原始主体^[4]。一些地方性招考服务平台缺乏独立的数据管理制度，技术运营方与行政管理部门之间责任边界模糊，进一步加剧了数据使用的随意性。近年来，各地已出现多起因招生信息平台漏洞导致考生身份证号、高考分数、家庭住址等敏感信息外泄的事件，相关数据甚至在暗网被打包出售。由于缺乏统一的追责标准，受害者难以追溯信息泄露的具体环节，维权路径受阻^[5]。与此同时，部分家长对个人信息权利认知不足，在填写咨询表单时未能意识到潜在风险，被动接受“默认授权”条款，使隐私暴露于不可控环境。

（四）话语体系陈旧，难以触达新生代家长群体

新生代家长更关注教育过程的适配性与个性化发展可能，他们希望了解的是孩子在未来校园中的真实生活图景、专业学习的实际路径以及综合素质成长的支持系统，而非仅限于抽象的培养目标或笼统的就业率数据。然而，当前部分高校的招生宣传材料缺乏场景化叙事能力，没有将教育资源转化为可感知的生活经验与成长预期。例如，部分上海高职院校虽已开通微信公众号或抖音账号，但内容更新滞后，推送内容仍以校园新闻、领导视察为主。在介绍专业设置时，大多仅罗列课程名称与学制安排，很少会结合上海本地产业布局如智能制造、现代服务业、数字创意等领域的发展趋势进行具象化说明，这种脱离实际应用场景的表述方式，难以帮助家长建立对职业教育价值的清晰认知^[6]。在这种背景下，家长在面对复杂择校决策时，大多转向非官方渠道寻求答案，依赖网络社群的经验分享甚至匿名论坛的情绪宣泄来填补信息空白，从而导致谣言传播与群体焦虑相互叠加。

二、舒缓家长对高校招生焦虑的策略

（一）健全信息管理策略，构建精准传播机制

面对高校招生宣传过程中的信息过载问题，高校要健全完善基于大数据分析与人工智能技术的招生宣传信息管理策略，构建精准传播机制^[7]。

一方面，高校应设立专门的信息审核与内容提炼团队，结合自然语言处理技术，自动提取政策要点、专业优势、录取规则等关键信息，剔除重复、过时或误导性内容。通过建立关键词标签体系与信息权重评估模型，确保推送给家长的内容具备权威性、时效性与相关性。同时，引入反馈闭环机制，依据家长对推送信息的打开率、转发量、咨询转化率等指标反向优化筛选逻辑，实现内容供给与受众需求之间的动态匹配。

另一方面，高校应推动招生宣传从“机构主导”转向“共同体共建”，激活校内师生与校外校友的人际传播潜力^[8]。鼓励在校生通过短视频、直播答疑、经验分享等形式呈现真实就读体验，借助微信公众号、知乎专栏、小红书笔记等载体扩大影响范围。教职工可在学术讲座、中学对接活动中嵌入学校特色介绍，校友则能以其职业发展成果反哺母校声誉。这种多节点、去中心化的传播结构，能够在亲子社群、教育论坛中引发链式反应，增强信息可信度与情感共鸣，从而缓解家长因信息不对称带来的焦虑情绪。

（二）深度融合智媒技术，构建动态优化机制

高校要实现宣传策略与智媒技术间的深度融合与同步推进，构建两者间的动态优化机制，以全面提升整体宣传效能^[9]。

虚拟现实（VR）与增强现实（AR）等沉浸式技术的快速发展为高校招生咨询提供了全新的交互路径，高校可构建多维度、立体化的校园展示体系，突破传统图文介绍的局限。通过制作高精度的360度全景校园视频，结合空间音频与智能解说系统，考生与家长能够在远程实现“云游校园”，直观感受教学设施、宿舍环境、图书馆资源与实验室配置等关键要素，有效缓解家长因空间距离导致的认知隔阂，帮助家庭建立对高校更为清晰与全面的认知图景。

招生公信力的建立不仅依赖于信息透明，更需制度层面的技术保障。高校可以利用区块链技术搭建去中心化的招生信息公开平台，将招生章程、计划投放、录取分数线、特殊类型招生评审结果等关键数据上链存储。每条记录附带时间戳与加密签名，任何修改行为均被完整留痕，杜绝人为干预与信息篡改的可能性，家长可随时查验政策执行的一致性与程序合规性。智能合约还可自动触发通知机制，在关键时间节点向注册用户推送状态更新，减少信息不对称引发的猜疑与不安，从底层架构上重塑了信息信任关系，使招生工作和技术加持下获得更强的社会认同。

（三）加强数据防护管理，构建安全保障机制

高校在招生咨询过程中涉及大量考生及其家长的个人信息，涵盖身份信息、联系方式、学业成绩、家庭背景等多个维度，这些数据具有高度敏感性与隐私特征。为有效防范数据泄露与非法使用，须从制度设计与技术执行双重层面推进数据防护体系建设。

在信息采集环节，学校应严格执行知情同意原则，向考生及家长明确告知信息收集的目的、范围、使用方式及保存期限，并通过电子签名或勾选确认等方式获取其明确授权。未经当事人许可，不得将信息用于招生以外的其他用途，禁止擅自扩大采集范围或进行二次利用，确保信息处理行为始终处于合法、合规的边界之内^[10]。

在技术执行层面，招生部门需构建系统化的内部数据安全管理体系，实现对数据全生命周期的闭环管控。信息公开是赢得家长信任的重要基础，高校应推动招生信息管理的透明化进程。通过官方网站、微信公众号等渠道主动公布数据管理政策，说明信息如何被收集、保护及共享，使家长能够清晰了解自身数据的流向与处置情况。另外，还可以设立专门的数据咨询与申诉通道，回应家长关于隐私保护的疑问，受理信息更正或删除请求。在发生数据安全事件时，建立快速响应与通报机制，依法依规向受影响个体披露事件性质与应对措施，最大限度减少负面影响。通过制度规范、技术保障与公开沟通的协同作用，构建起全方位、多层次的数据安全屏障，在提升招生服务效能的同时切实维护考生家庭的隐私权益。

（四）适应表达范式转变，构建宣传创新机制

高校招生宣传需主动回应高考综合改革带来的深层变革，将人才培养模式转型、选科机制调整与录取方式创新融入传播内容

设计之中,系统呈现学科布局的战略方向,凸显新兴交叉学科、国家一流专业建设点以及产教融合平台的发展成效。

首先,学校需借助可视化数据图谱展示科研成果转化率、重点实验室配置、高水平学术论文发表情况,增强学术公信力。同时,创新创业教育作为现代高等教育的重要支点,学校也应在宣传中展现孵化基地运营状况、学生创业典型案例、竞赛获奖实绩等内容,形成具有时代特征的价值输出体系。其次,传播内容需摆脱程式化表述,转向以情感连接为核心的叙事逻辑。学校可以借助短视频、微纪录片、沉浸式H5等媒介形态,向家长讲述师生共同科研攻关的真实经历、贫困学子通过专项计划实现升学突破的成长轨迹、毕业生扎根基层或进入顶尖机构发展的职业路径。这些具象化的故事片段能够激活家长的情感认同,使院校形象从抽象符号转化为可感知、可共情的存在。最后,在宣传节奏上,学校可实施分段推送策略,依据高三关键节点精准投放备考指导、志愿填报解析、政策解读类内容,形成持续性的信息陪伴。

通过多维度、立体化的内容重构,实现招生传播由单向灌输向双向对话的根本转变。

三、结束语

招生咨询服务在高等教育普及化与信息传播多元化的背景下,正面临深层次结构性变革。家长作为子女教育路径的重要参与者,其焦虑情绪不仅影响个体家庭的决策质量,也对高校招生工作的公信力与有效性构成挑战。为此,招生咨询工作需超越传统信息发布模式,转向以家长心理需求为核心的服务型治理架构,并建立常态化的家长心理支持机制。高校可联合心理学、教育学专业力量,在招生活动周期内设置专属咨询窗口,提供个性化答疑与情绪疏导服务,缓解因信息不对称带来的认知压力。未来,招生咨询不仅是信息交换过程,更是教育理念共育的过程。

参考文献

- [1] 张媛媛. 智媒时代算法推荐的版权风险与协同治理[J]. 中国出版, 2022(19):29-34.
- [2] 陈林. 数字化转型赋能高等教育高质量发展:价值机理与推进策略[J]. 教育学术月刊, 2023(8):95-103.
- [3] 刘三宝, 李剑, 罗小峰. 网络招生宣传能改善专业"盲选"与"错选"吗?[J]. 国家教育行政学院学报, 2022(2):85-95.
- [4] 倪瑞, 杜进, 李文婷. 信息化时代研究生招生精准宣传工作的探索——以中国科学技术大学为例[J]. 学位与研究生教育, 2020(6):44-48.
- [5] 常赛. 基于决策树的高校招生宣传策略研究[J]. 电脑知识与技术, 2023, 19(4):119-122.
- [6] 张苏. 大数据技术驱动:美国高校招生机制变革研究[J]. 教育学术月刊, 2021(8):50-56.
- [7] 李巨星. 智媒时代主流意识形态传播力内涵厘定及四维架构[J]. 中国出版, 2023(22):22-25.
- [8] 林莉萍, 徐国强. 利用新媒体实现研究生招生宣传工作转型[J]. 中国高等教育, 2018(11):60-61.
- [9] 李卓育. 知识传播的社会网络结构研究——以MOOC为例[J]. 情报科学, 2022, 40(5):180-186.
- [10] 冯艺佳, 王兰珍, 路燕. 互联网时代研究生招生宣传的实践与分析[J]. 高教论坛, 2020(10):71-76.