《高等数学》播放量最高，你还在拒绝社交媒体吗

作者：writer 来源：科学网

本文原地址：https://www.iikx.com/news/progress/28996.html

本文仅供学习交流之用，版权归原作者所有，请勿用于商业用途！

《高等数学》播放量最高，你还在拒绝社交媒
体吗
。近年来，随着网络社交媒体的兴起，越来越多的人开始在各类社交平台上生产、传播和获取知识。以知名网络视频平台“ 哔哩哔哩 ”（以下简称B站）为例，知识类内容已经成为用户最喜欢的视频类型之一。过去一年，共有超过2亿用户在B站学习知识，“ 上B站搞学习 ”成为年轻人的口头禅，该网站甚至被许多用户称为“ 中国哔哩哔哩大学 ”。

数据显示，截至2024年7月5日，B站播放量最高的视频为山东财经大学教师宋浩的“ 《高等数学》（同济版） ”，其播放量高达1.6亿次；粉丝数量最多的UP主（即在视频网站制作和上传视频、音频等的人）为科普刑法知识的中国政法大学教授罗翔，其粉丝数超过3100万。

社交媒体重塑高教形态

以B站为代表的社交媒体，将在许多方面重塑高等教育的形态与功能。

其一，打破课堂时空限制。在传统意义上，课堂教学仅限于师生在实体教室的面对面教学。社交媒体则打破了传统课堂的时空限制，任何一名大学生只要能接触网络，就可以根据自身兴趣选择社交平台的学习内容，并按照自己喜欢的节奏学习，不受时间和空间限制。

此外，在传统课堂上，师生间交流与互动的受众、频次往往受限，但在社交媒体上，用户除了可以跟UP主互动外，还可以与国内外其他用户进行深入讨论和交流。

其二，创新教育教学模式。高校教师利用社交媒体进行教学，是对传统教学模式的一种创新和融合。通过视频、直播、弹幕互动等多媒体手段，教师能以更生动、直观的方式传授知识，激发用户的学习兴趣和动力。同时，这种新型教学模式还能促进师生间的交流和互动，增强教育的参与感和实效性，以及学习的趣味性和交互性。

更重要的是，B站上的弹幕功能能营造一种浓厚的学习氛围，调动用户的学习主动性。这不仅丰富了教学手段，也为教育行业的发展提供了新的思路和方向。

其三，满足个性化学习需求。尽管目前高校提供了丰富的选修课程，国外名校的选修课数量甚至高达上千门，很多高校还制作了一批网络公开课，但相比社交平台上海量的知识内容，大学里的选修课数量仍是“ 小巫见大巫 ”。况且在大学提供的选修课（包括网络公开课）中，还充斥着不少“ 水课 ”。

年轻人之所以热衷在B站上学习，就是因为其平台资源不仅丰富、易于理解，质量也很高，能满足用户的个性化学习需求。

其四，促进高等教育公平。相当长一段时间里，学生只有考入头部高校，才能最大程度享受优质的教育资源，绝大部分群体则被排斥在外。头部高校对优质教育资源的垄断显然不公平，而通过短视频社交平台传播高质量知识，则打破了这种垄断，使更多人能跨越地域、年龄、经济等界限，学习自己感兴趣的高质量知识。这种开放性和包容性有助于缩小教育差距，促进教育公平，使更多人有机会接触优质高等教育资源。

其五，推动网络文化建设。高校作为人才高地与思想创新高地，在舆论引导和网络文化建设中具有先天优势。社交媒体是推动我国网络文化建设的一大利器。高校教师在B站等社交平台上分享学术成果、生活感悟和人生经验，不仅为学生们提供了宝贵的精神食粮和人生指南，也向更广泛的社会群体传递了积极向上的价值观和文化理念。这有助于增强社会的凝聚力和向心力，推动社会的和谐与进步。

应鼓励高校教师拥抱社交媒体

B站数据显示，2023年共有217万UP主投稿泛知识类内容，但只有645位教授、学者入驻B站。换言之，社交媒体上的知识生产者和传播者中，绝大部分为各行各业的异质群体，高校教师只占极少部分。

作为学历最高、知识储备最丰富的群体之一，高校教师理应在知识生产与传播中扮演更重要的角色。之所以有如此现状，其背后原因很多，如大部分高校教师忙于教学和科研，无暇顾及面向公众的知识需求；高校教师对社交媒体的恐惧和信息技术的陌生，致使他们对拥抱社交媒体缺乏信心和动力等。

鉴于国家推进网络文明和网络强国建设的需要，以及社交媒体已成为当代年轻人获取知识的重要途径，政府与高校应鼓励教师走出象牙塔，积极拥抱社交媒体。

首先，当下的各类高校评价体系普遍以科研、教学为重要依据，高校的网络参与基本被忽视。大学作为教书育人和知识生产的中心，在评价中重科研和教学本身没错，但在社交媒体时代，教学的时空限制已被打破，教育教学模式不断创新，学生获取知识的方式日趋多样化，高校固守传统的评价体系已不合时宜。

建议各级教育主管部门（包括各类民间机构）在大学评估、排名中，应将高校及教师的网络参与纳入评价体系中，如此才能最大程度上推动高校及教师主动拥抱社交媒体，在网络文化建设中扮演更重要的角色。

其次，高校应不断完善教师评价体系，激发教师参与网络的内生动力。比如，某教师在社交平台播放量上百万甚至过亿的课程，是否有资格被认定为“金课”？某教师在社交平台阅读量达10万+的“网文”，在教师评价中能否与学术论文“平起平坐”？

在笔者看来，为激发教师参与网络的意愿与动力，高校可考虑设立公共传播型教师岗位。

尽管在多元评价的理念下，高校已设立了多种类型的教师岗位，如教学型、研究型等，但教师的网络参与（如在社交平台上的知识讲解或文化创作）很难被归入其中。鉴于此，高校可以增设赛

道，为少数有志于网络传播的教师设立公共传播型岗位，以鼓励他们“从一而终”。

最后，高校应提供技术与资金支持，提升教师参与网络的能力。网络课程的制作，单凭教师个人是很难完成的，这就需要高校联合相关社交媒体合力完成。

同时，“网文”创作也并非想象的那样简单。人们往往误以为，作为各自领域的“权威”，高校教师能很自然地将其研究成果流畅地传达给大众。诚然，部分学者在此领域表现出色，但大多数教师却面临有效传播的挑战——

一是他们长期浸淫于学术论文的撰写习惯中，脱离专业术语和数学符号的框架后，便很难将研究成果通俗化；二是人文与科学领域的思想往往深邃且复杂，并非简单替换为更浅显的词汇就能实现有效沟通。

然而，通过针对性培训，这一困境就可以被打破。美国部分高校在此领域的实践已经提供了良好范例。例如，美国马萨诸塞大学阿姆赫斯特分校设立的“公共参与小组”，其核心任务之一就是会聚跨学科且具有丰富公共写作经验的大学教师（每期包含7~9名教师），为有志于提升公共写作能力的教师提供培训。

当然，对于高校教师加入社交媒体的潜在风险，我们需加以警惕。例如，在追求快速传播和吸引流量的过程中，部分教师可能忽视了对教育内容的严格把关，存在误导观众的风险；再比如，高校教师在制作和发布教学视频时，可能会使用他人的作品或素材，如图片、音乐、视频片段等，若未经授权擅自使用，可能会引发版权争议和法律诉讼。对此，高校应加强监督和管理力度，确保内容的合法性和准确性。

总之，社交媒体的崛起给知识的生产、传播和获取带来了新模式。高校及其教师作为知识生产和传播的中坚力量，在此过程中应扮演更重要的角色。我们期待更多高校教师走出“象牙塔”，走进社交媒体，用自己的知识和智慧影响广大“网民”。

（作者单位：浙江师范大学）

作者：刘爱生,张旭慧 来源：中国科学报

更多 科学进展 请访问 https://www.iikx.com/news/progress/

本文版权归原作者所有，请勿用于商业用途，爱科学iikx.com转发