

# 中国高校慕课“本土化”发展研究

## Research on the Development of "Localization" of MOOC in Chinese Universities

张露露<sup>1</sup> 束宇<sup>2</sup>

Lulu Zhang<sup>1</sup> Yu Shu<sup>2</sup>

### 1. 马鞍山学院

中国·安徽 马鞍山 243000;

### 2. 安徽商贸职业技术学院

中国·安徽 芜湖 241000

1. Ma'anshan University,

Ma'anshan, Anhui, 243000, China;

2. Aahui Business College,

Wuhu, Anhui, 241000, China

基金项目: 自然科学研究项目: 2018 年度安徽高校自然科学研究项目《数据挖掘在智慧校园构建中的应用研究》(课题编号: KJ2018A0636)。

基金项目: 质量工程项目: 2018 年安徽省质量工程一般项目《面向新工科的工程项目驱动下的计算机类课程教学方法研究》(项目编号: 2018jyxm0158)。

**【摘要】**近年来慕课思潮席卷全球,引发了高等教育教学方式的思考与改革,开启了高等教育教学改革“慕课时代”。中国高校要清楚地认识慕课在高等教育中的现实地位,寻求慕课持续发展的良策——慕课的“本土化”。慕课的“本土化”并不是要取代传统课堂教学,而是要作为传统课堂教学的辅助,即利用线上慕课教学视频与线下传统课堂相结合,更进一步提升高等教育的教学质量和教学远景。

**【Abstract】**In recent years, the thought of MOOC has swept the whole world, which has led to the thinking and reform of higher education teaching methods, which has opened the "MOOC Era" of teaching reform in higher education. Chinese colleges and universities should have a clear understanding of the realistic status of MOOC in higher education, and seek for the sustainable development of MOOC: the "localization" of MOOC. The "localization" of MOOC is not to replace the traditional classroom teaching, but to serve as an auxiliary for the traditional classroom teaching, that is, to further improve the teaching quality and teaching perspective of higher education by combining online MOOC teaching videos with offline traditional classes.

**【关键词】**慕课;本土化;发展

**【Keywords】**MOOC; localization; development

**【DOI】**10.36012/sde.v2i3.1586

## 1 慕课由来与发展

慕课是指大规模(Massive)开放式(Open)在线(Online)课程(Courses),即“MOOC”,其旨在借助网络向全世界共享免费的视频教学资源,并通过教授讲授、学习讨论、作业巩固、考核评价和学习反馈的教学过程,使学习者完成课程的学习。

慕课依据教育理论的不同可分为 XMooCs 和 CMooCs。XMooCs 的理论依据是行为主义学习理论,即刺激—反应理论。该理论认为人类思维是与外界环境相互作用的结果,学习是教师设计,组织和实施刺激,学习者在教师创设的环境中接受知识的学习过程<sup>[1]</sup>。CMooCs 的理论依据是联通主义学习理论,该理论认为学习不再是内化的个人活动,学习是学习者通过与其他学习者建立起的交流网络分享知识经验,互相学习获得所需知识。慕课教育平台发展情况表,如表 1 所示。

## 2 慕课的特征和内在不足

### 2.1 慕课的特征

#### 2.1.1 学习者和讲授者有效互动

讲授者和学习者的互动:在课堂上,讲授者以一对多的方

式集中回答学习者的问题,并且每周提供固定的时间与学生在线交流。教师可以借助网络手段查看学生的作业和疑问,以此分析教学效果从而有针对性地帮助学生。

学习者和学习者的互动:在学习过程中,学习者被分为若干小组,并以小组的形式学习讨论,完成项目任务。遇到难题时,学习者之间可以相互帮助,互相交流,甚至在线下也可以通过 QQ、微信、微博、论坛等方式实现信息的交互<sup>[2]</sup>。

#### 2.1.2 学习者学习自主,灵活

慕课摒弃了课堂教学“教师为主,学生为辅”的教学形式,将学习者的主体地位凸显出了。学习过程中,学习者自行观看教学视频,学习辅助材料,完成测试题,根据个人学习情况在讨论区交流学习心得,解答疑问,充分发挥学习的自主性。

每节慕课即为十几分钟至二十几分钟的教学视频,学习者可以通过网络在线学习,因此学习时间,学习地点,学习进度都可由学习者灵活安排。

#### 2.1.3 慕课受益人群广泛,免费提供优质课程

由于互联网、移动技术的普及和快速发展,想要学习慕课课程只需申请注册即可,对申请者的资格没有过多限定。学习

表 1 慕课教育平台发展情况表

| 全球慕课行业大事件                     | 时间           | 教学模式               | 推动方                           |
|-------------------------------|--------------|--------------------|-------------------------------|
| 麻省理工大学等高校引领开放课件活动             | 2001 年       | 开放教育资源线上远程教育学习管理系统 | 高等院校                          |
| 加拿大大学教授首次进行 cMOOC 实践          | 2008 年       | CMOOC              | 教师,个人                         |
| 斯坦福大学开设人工智能导论慕课               | 2011 年       | XMOOC              | 教师,个人,非营利组织,投资机构,商业机构,政府,官方组织 |
| Udacity、edX、Coursera 成立       | 2012 年世界慕课元年 |                    | 非营利组织,投资机构商业机构,政府,官方组织        |
| 学堂在线、智慧树提供平台服务, Coursera 进入中国 | 2013 年中国慕课元年 |                    | 非营利组织,投资机构商业机构,政府,官方组织        |
| Udacity 联合企业推出付费证书——纳米学位      | 2014 年       |                    | 非营利组织,投资机构商业机构,政府,官方组织        |
| 中国教育部出台“意见”,推动高校慕课制作          | 2015 年       | SPOC               | 非营利组织,投资机构商业机构,政府,官方组织        |
| 华文慕课上线 Udacity 开展中国业务         | 2016 年       |                    |                               |

者可以根据自身需要选择合适的课程。课程资源可任意浏览,无须任何费用。慕课解决了传统课堂对学生人数的限制,据统计仅麻省理工学院的《电路与电子》一课就有超过 160 多个国家的 15 万学生报名。

## 2.2 慕课的内在不足

### 2.2.1 无法实现课堂教学中的面对面教学

慕课课程由大量事先录制好的视频构成,学习者在学习的过程中不能和其他学习者交流讨论,也不能与讲授者交流互动。课后学习者不需要进行任何形式的调研或实践操作,讲授者无法真实了解学习者的学习情况<sup>[9]</sup>。课程评价只粗略由计算机通过选择题、判断题和简单的问答题自动给出,无法对学习者的运用知识解决实际问题的能力做出有效评价。

### 2.2.2 辍学率高

慕课退学率居高不下,以宾夕法尼亚大学教育学院开设的课程为例,平均 50% 的注册者学习过部分视频,大约只有 4% 的注册者学完课程。

有数据显示高达 90% 以上的慕课学习者因无法安排足够的学习时间;课程讨论区对学习没有帮助;没有奖励机制,完全靠学习者意志;知识积累不足,无法学习课程内容;与讲授者缺乏交流,学习中遇到问题或困难求助无门等原因中途放弃。

## 3 慕课的“本土化”

由于中国教育体制的特殊性,慕课的推广和发展受到一定程度的影响,因此必须让慕课建设与中国高等教育发展“齐步走”,才能使慕课在中国落地生根,开花结果。

### 3.1 中国慕课发展面临的问题

#### 3.1.1 经费严重不足

慕课的稳步发展离不开雄厚资金做后盾,国际慕课教育

平台融资方式多种多样,可获取足够的经费支持,并以社会资金为最主要方式。中国的高等教育经费主要来源以国家财政拨款为主,兼有学生学费,校办企业收入。但目前中国高等教育的财政拨款不及发达国家和发展中国家的平均水平,而且社会资金投入比较低,高校自身可投入资金有限,很难维持慕课的持续发展。

#### 3.1.2 缺少政策支持

中国慕课自 2013 年发展至今,尚未形成相关的法律法规,而慕课的发展离不开政策的支持。国家政策是社会发展的方向标,完善的政策可保证慕课的可持续发展,激发慕课的巨大潜力。

因此,目前亟待解决的问题是要形成确保慕课稳步发展的相关法律规定,保障慕课在中国教育发展规划中占重要地位。

#### 3.1.3 制作成本高

开发一门慕课课程制作费需要几万元,慕课制作设备也价格不菲并需要配备专门的制作团队,再加上课程教授和助教报酬,后期内容更新与完善的费用,所需的人力和财力投入高昂<sup>[10]</sup>。

## 3.2 以慕课配合课堂教学,实现“本土化”

发展慕课教育不是要替代课堂教学。“慕课根本无法替代教师,传统教学会根据学生的实际情况和教师的水平随时调整教学计划和教学方法,而慕课只是按照预定的程式教学,没有任何人与人之间的即时互动;教师理应是人类文明的传播者,而不仅仅是教学中的服务生。所以慕课可以作为学生的‘学习资源’存在,但慕课是否会引起师生角色的革命性变革,完全取决于师生对待慕课的态度。”<sup>[11]</sup>所以,应当把慕课当成

一种教育技术来对待,对于教育这项伟大的活动而言,技术是死的,人是活的,它可以辅助人,但不能取代人,它只有依赖人的能动性的调配才能发挥出自身的价值<sup>[9]</sup>。

慕课可以由教学视频、阅读材料和小组讨论,作业习题、小测试四个模块构成。

①教学视频按照教学大纲要求,结合各章节的教学目的,对教学重难点知识进行剖析并录制成视频,供学生预习、复习时观看。教学视频具有以下特点:一是利用上机课观看慕课视频(不占用业余时间);二是重难点知识巩固加深理解;三是慕课视频时长 5~20 分钟。

②阅读材料和小组讨论。将学生 2 人一组分为多组,以小组为单位学习与授课内容相关的阅读材料,并进行讨论。

③作业习题。结合慕课视频和小组讨论的成果完成习题作业,通过实际操作进一步固化知识点,达到知识深入理解和灵活应用的教学目的。

④小测试。根据教学视频所涉的重难点知识和作业习题中学生反映出的问题设计测试题,对学生的知识理解和应用能力进行进一步检测。

### 3.3 慕课“本土化”设计

高校慕课的发展必须要“走出来”,与中国高等教育模式以及不同水平等级高校发展状况相契合,闭门造车不但不会推动慕课在高校的发展反而会适得其反。因此,高校慕课要实现可持续发展,必须建立自适应性,即实现慕课的“本土化”。

#### 3.3.1 知识点前后呼应,一线贯穿

慕课视频如果只是简单地将一节课(45 分钟)按知识点分割成多个视频片段,而不是将离散的知识串联起来形成知识链,反而会影响学习者的学习效果和对课程的整体把握。因此慕课视频应避免知识点零散、孤立、不成体系的情况发生,各个慕课视频应有一根主线贯穿始终。

#### 3.3.2 视频高度精炼,短小精悍

慕课视频一般用 5~20 分钟讲解一个或一组知识内容。视频内容由授课教师精心组织、提炼;讲授方式由授课教师谨慎安排、设计;授课教师语言简洁、知识点高度集中;有利于学习者高效学习<sup>[7]</sup>。

#### 3.3.3 结合已有的校园网络教学平台推行慕课,相辅相成

将慕课视频投放到校园网教学平台上,授课教师根据教学设计选取慕课视频,请学生课前学习并列出自各疑问在线提交。授课教师在备课过程中将学生的问题融入授课内容中重点讲解。

#### 3.3.4 注重授课技巧,引人入胜

授课教师讲课要有感染力、要有激情、要注意语调的抑扬

顿挫、要伴有适当的肢体语言、要有丰富的表情、要有眼神交流、要能引起学生共鸣、要能激发学生的兴趣。因此,慕课视频不是简单的课堂授课内容的切割,平铺直叙的讲解,而是授课教师深入浅出、循序渐进的剖析知识点。

#### 3.3.5 加强学生线上学习监督,边学边练

慕课视频中可采用“问题引导的教学法”,在视频开始或重难点处中断视频,并在小窗口中提出问题,让学生带着问题学习,学习后请学生回答问题;在视频结束后或知识点讲解后中断视频,并在小窗口中进行总结归纳,请学生完成相关练习。

#### 3.3.6 加强校企合作,校校合作,建立特色专业,强强联合

通过与其他学校和企业合作,紧跟市场人才需求,在遵循学科人才培养方案和教学大纲的基础上,合理设置专业课程,统筹规划教学流程,发挥企业运行机制的优势和学生自身特点,不断调整教学策略,有目的地培养人才。结合企业用人导向,利用企业成熟的技术,与本校学科体系相关联,加强学生实践能力培养,建立特色专业,树立专业课程品牌。

#### 3.3.7 根据学生特点定制学习计划,事半功倍

慕课教学中引入大数据技术,对学生学习与反馈情况进行分析,为学生量身定制个性化的学习计划。同时将挖掘的数据反哺到本课程慕课内容及框架的调整与改进中,完善课程结构,提高本课程慕课在本校的适用性,实现“本土化”设计。

## 4 结语

慕课要实现可持续发展就必须摆正自己的位置。慕课不应是传统教育的竞争者,而应和传统教育相结合,作为一种辅助技术和传统教育相辅相成,实现“线下”课堂教学与“线上”慕课视频的完美结合。

### 参考文献

- [1]邓锐.慕名而来,课不容缓——慕课建设与教学实践[M].北京:电子工业出版社,2016.
- [2]汤敏.慕课革命[M].北京:中信出版社,2015.
- [3]李晓明.慕课[M].北京:高等教育出版社,2015.
- [4]戴海金,陈平.我国高等教育慕课的现状、定位与未来[J].煤炭高等教育,2016,34(3):36.
- [5]吴万伟.“慕课热”的冷思考[J].复旦教育论坛,2014,12(1):10-17.
- [6]乔南·唐纳森,丹尼尔·鲍登 著.陈绍继译.大规模开放:慕课怎样改变了世界[M].上海:华东师范大学出版社,2015.
- [7]杜积西,严小芳.慕课:重新定义学习[M].北京:北京师范大学出版社,2016.