

線上教育不能丟掉“教育”二字

24-02-2021 中國消費者報·中國消費網

作者：毛建國

“花 9 塊錢買 10 節課”“49 元 33 節課，再包郵送教輔材料”“19 元 20 節課，另享受價值 499 元大禮包”……寒假期間，各大機構紛紛開啟“搶人”模式，不少機構以低價為噱頭引家長“入網”。在聲勢浩大的宣傳中，上課的都是“名師”，效果都是“提分明顯”，幫助孩子“實現假期彎道超車”。但實際上，不少機構的老師資質存疑，課程質量良莠不齊，一些老師無心授課，而是一門心思做銷售。

線上教育迅速發展起來，有其合理性。在疫情防控期間，線上教育有力支撐了“停課不停學”。而在多元化的今天，線上教育對於促進教育公平，在提供個性化、定制化教育方面發揮著重要作用。一定意義上講，只要“錢到網到”，即使是大山溝裡的孩子也能接觸和享有優質教育資源。而且線上教育有大資料支撐，有利於教育工作者對現行教育模式和教育方式及時進行有針對性調整。

線上教育身上所有的光環，都是建立在教育基礎上。線上教育也是教育，如果丟掉了“教育”這兩個字，也就失去了初心。現在的問題在於，有些線上教育在資本裹脅上，已經迷失了方向，不僅自己掉進了溝裡，也把家長和學生帶進了溝裡。

如今線上教育，呈現出“不差錢”和“只要錢”的並立傾向。所謂“不差錢”，是指線上教育流露出財大氣粗的范兒。據統計，2020 年全年，資本向線上教育領域輸入了近 150 億美元。這個假期，線上教育廣告充斥各大短視頻平台、社交 APP、綜藝節目、路邊看板，不僅廣告多，而且課便宜，有的機構 9 塊錢 10 節課，有的 19 塊錢 30 節課，很多還送號稱價值幾百元的教輔材料大禮包。

所謂“只要錢”，是指低價裡面暗藏套路。真要選擇了這些低價課，就會發現主要是用來引流的，課程總量雖大，卻不成體系，也不會深入講解，而是不斷引誘孩子和家長買課，購買正價課之後才會系統講解。這也是很多人感慨的，“授課”變成了“售課”。而一旦選擇了正課，那麼價格就沒有那麼便宜了，很多線上教育收費，並不比線下少，有的還以名校名師為噱頭，在收費上有過之而無不及。

對於線上教育來說，錢或許還不是最重要的，真正值得重視的是教育品質。據瞭解，現在不少線上教育的老師，連教師證都沒有，而老師的講解看起來十分生動，但也僅限於生動。這也是很多人感慨，請一個脫口秀演員去講課，課堂效果肯定好，但又能傳遞多少有效知識？

既然打著教育的牌子，就不能丟掉教育的初心，否則，不僅會耽誤了孩子，也會影響自身的發展。對現在的線上教育來說，最大的問題就是缺少可定義可量化可評價的尺規。此前，教育部等六部門印發了《關於規範校外線上培訓的實施意見》。就當前而言，不僅要解決線上教育呈現的一些亂象，而且要著力引導線上教育在課程品質、教學能力上下功夫。

責任編輯：遊婕