

# 文化传播视域下的 MOOC 教育及其发展策略

梁晓波, 郭锦亮, 曾 广

(国防科学技术大学 人文与社会科学学院, 湖南 长沙 410073)

**摘要:** 作为基于联通主义和网络技术的新型高等教育模式, 大规模开放网络课程 (慕课/MOOC) 于近年获得了极大发展。其作为一种新的知识传播媒介和文化价值载体, 在教育全球化发展的大背景下, 对文化传播能力提出了更高的要求。就 MOOC 发展的形势, 剖析了 MOOC 教育与文化传播之间的关系, 通过分析我国 MOOC 教育文化传播能力现状与世界发达国家之间的差距, 揭示了提高 MOOC 教育文化传播力的必要性和紧迫性。此外, 还就如何提高我国 MOOC 教育文化能力提出了以下策略: 加强宏观设计, 突出精品课程; 精选内容, 体现中国特色与全球视野; 传播方式有效化, 提高跨文化能力; 利用多媒体手段, 发挥网络课程优势; 深化外围合作, 巧借企业与志愿者之力。

**关键词:** 慕课; 文化传播; 教育; 发展策略

**中图分类号:** G640 **文献标志码:** A **文章编号:** 1672-8874 (2016) 03-0035-05

## MOOC Education and Its Development Strategy Viewed from Cultural Communication

LIANG Xiao-bo, GUO Jin-liang, ZENG Guang

(School of Humanity and Social Sciences, National University of Defense Technology,  
Changsha 410073, China)

**Abstract:** As a new type of higher education based on connectivism and Internet technology, Massive Open Online Courses (MOOC) have achieved a significant development during these years. In the context of educational globalization, as the carrier of knowledge and culture, MOOC will call a better competence on the inter-cultural communication. Based on the development of MOOC, this paper points out the relationship between the MOOC education and inter-cultural communication, and figures out the necessity and urgency of improving the competence of MOOC's inter-cultural communication by analyzing the gap between our status quo and that of the developed countries. Furthermore, the paper also gives the strategic counter measures for improvement: to make macro design of building MOOC and highlight the best ones; to carefully choose the content of courses to show our national characteristics and global view; to improve the efficiency of inter-cultural communication by using better expressive form; to take the advantages of MOOC with multimedia; to well allocate resources by cooperating with enterprises and volunteers who are fans of MOOC.

**Key words:** MOOC; culture communication; education; development strategy

## 一、引言

高等教育向全社会开放共享一直是教育界追求的美好愿景,早期的无线广播和电视广播已为此进行了许多探索和实践。随着 Web 2.0 的出现,尤其近十年间,世界范围内开放教育资源(OER)运动的蓬勃发展,不断推动优质教育与信息技术、网络技术的结合,当前广受高校师生关注的大规模网络开放课程(MOOC)正是在这一时代背景下应运而生。以定制的平台技术为基础、严格的课程制度为保障,以教师、学习者、平台之间无处不在的交互为经络,以交互产生的各种课程材料为骨肉<sup>[1]</sup>,MOOC如同一场“正在来临的海啸”<sup>[2]</sup>席卷全球。在这场全球浪潮中,我国高校的网络课程也纷纷登场亮相,将高等教育的新成果带到了世界各地,同时也将带有明显中国文化特征的课程纳入世界教育体系。在此过程中,MOOC教育同时表现出强大的文化传播功能,已然成为世界了解中国文化和中国高等教育的重要窗口。然而,事实上我国现有的MOOC教育还存在缺乏相应的跨文化能力、发展建设中不重视新教育模式的外向潜力与文化传播价值的问题。本文兹就当前我国MOOC教育发展上的不足,着重探讨文化传播视角下的MOOC教育功能,并探索提高我国MOOC教育文化传播价值的策略与思路。

## 二、MOOC 教育的发展概况

MOOC是英文Massive Open Online Course的缩写,直译即大规模开放式网络课程,也有国内学者译为“慕课”。2008年,Dave Cormier和Bryan Alexander为响应加拿大George Siemens与Stephen Downes教授设计与领导的《连通主义与关联知识》在线课程<sup>[3]</sup>,首次提出MOOC这一术语<sup>[4]</sup>;2011年秋,MOOC迎来里程碑式发展,三大主流MOOC平台(Udacity、Coursera和edX)鼎立态势初现端倪。与在线课程以及公开课相比,MOOC不仅提供共享资源,还注重教学活动全程参与,力求再现真实学习过程。近年来,MOOC教育又出现了以下新的趋势:1.从单一的高等教育向包含技能培训、企业招聘在内的多元社会活动扩散;2.从免费的虚拟在线教育向市场认证的体系化教育进军;3.从以美国高校为首的三大平台鼎立到全球范围内

各语种得多平台同时竞争;4.从以计算机技术课程为主体到全学科多门类综合发展。这些新趋势表现出MOOC教育模式的成熟化与扩大化,不仅使MOOC平台上的教育体系更加接近完备的课堂教育,而且在MOOC教育盈利模式上做出了新的探索,解决了新平台的可持续发展问题,显示出了这一新模式的生命力与发展潜力。

MOOC的迅速发展也引起了中国教育界的高度关注。清华大学和北京大学加入了edX平台课程,而北京大学、复旦大学和上海交通大学也加入了Coursera阵营。2014年5月8日,针对世界MOOC发展的迅猛趋势,教育部主导的“爱课程”网联合网易公司自主研发了“中国大学MOOC”平台,首批16所知名高校的56门课程于2014年陆续上线,向广大学习者开放<sup>[5]</sup>。除了国家支持建设的MOOC平台,企业、高校、社会团体也积极开展MOOC教育。清华大学主持的“学堂在线”是我国目前最大的高校自建MOOC平台,与edX联盟院校有着紧密的合作关系;果壳网是我国最早关注MOOC的网站之一,旗下“MOOC学院”是我国最大的MOOC资源交流平台,“MOOC学院”虽不自己发布课程,却提供丰富的课程介绍推荐、MOOC资讯评论和学习笔记资源。此外还有网易云课堂、超星慕课、智慧树在线教育、过来人网等各具特色的平台,共同构成了我国MOOC发展的大格局。

## 三、文化传播视域下的MOOC教育

从MOOC的发展概况与主要特征中不难发现,MOOC教育不同于传统教育模式的最大优势正是利用网络这个虚拟中介打破了实体教育的时空限制,真正突破了教育资源分配受限的难题。在MOOC模式下,任何人只要具备网络条件就可以获得来自世界名校的优质课程,而网络授课的教师也将面对任何实体教室都无法容纳的来自世界各地的学生。在这个双向过程中,MOOC教育承担的不仅是教育任务,也是文化交流任务。而且随着教育全球化和我国MOOC与高等教育的发展,越来越国际化的教学环境也对MOOC的文化传播功能提出更高的要求。

### (一) 文化的内涵

对文化的界定是探讨文化传播视域下的MOOC教育不可或缺的逻辑前提。然而由于研究者学科不一,派别不同,文化的内涵和外延在不同语境

中也存在差异。美国人类学家 Kroeber 和 Kluckhohn 对文化的概念进行了梳理,仅 1871 年至 1951 年间,其不同定义方式便多达 160 余种<sup>[6]</sup>,在具体的使用中,更是仁者见仁,智者见智。在此,笔者仅列举部分认可度较高的定义,以期管窥文化的深刻内涵和丰富含义。

泰勒是第一个对文化进行了科学界定的人类学家,他对文化的内涵进行了列举式描述“文化或者文明,是一个错综复杂的总体,包括知识、信仰、艺术、道德、法律、习俗和人作为社会成员所获得的任何其他能力和习惯”<sup>[7]</sup>。谢弗的定义侧重文化的规范功能,他认为文化是“有机的能动的总体,它关涉到人们观察和解释世界、组织自身、指导行为、提升和丰富生活的种种方式,以及如何确立自己在世界中的位置”<sup>[8]</sup>。法国学者维克多·埃尔指出,“文化是对人进行智力、美学和道德方面的培养,包括行为、物质创造和制度的总和”<sup>[9]</sup>。

上述定义为文化的界定提供了线索,总体而言,文化具有群体共有性、继承发展性、行为规范性、综合整体性等特点。有广狭义之分,广义的文化着眼于人类与自然界的本质区别,亦称“大文化”,包含物质文化、制度文化和精神文化三个密切联系的层面。本文探讨的文化指剔除了广义文化中“物质”成分的狭义文化,特指一定社会群体共有的意识形态及一切观念和行为习惯。其中,文化的精神层面居于核心地位,对制度层具有指导和支配作用,主要由三方面内容构成:知识、价值规范和艺术<sup>[10]</sup>,这三种文化形式的理论基础对应哲学意义上的认识论、伦理学和美学,与教育的智育、德育和美育功能密切联系<sup>[11]</sup>,建构了人类理智、意志和情感的方方面面。就 MOOC 教育而言,其教育活动本身与文化的制度层面关联,而教育理念、思想等属于文化的精神层面。文化时刻把握着教育的脉搏,教育则是知识、价值规范和艺术传播的基础和载体。

## (二) MOOC 与文化传播的关系

MOOC 的出现突破了传统校园的围墙,教育资源信息化、民主化、全球化将成为时代的新动向;与此同时,其教育功能也将超越现有范畴,在传播知识的同时,成为国家软实力和文化传播的重要载体。

1. MOOC 本身即文化产品。一门优秀的 MOOC 是其国家、民族优秀文化的结晶。严格来说,没有割裂文化而独立存在的课程,即便科学

类课程,也与该国文化血肉相连,积淀了本民族对某一科学问题的追寻与探索,反映了该民族对待科学的态度和精神,蕴含了该国家、民族深厚的文化和历史信息。

2. MOOC 的设置体现国家与高校学术文化特点。MOOC 是某一国家某一大学的文化向全世界进行推介与传播的重要载体,蕴含着该国家文化中的经典和精髓之处。一般说来,某所大学在所推出 MOOC 课程的设置与选择中,往往体现了该大学的学术强项、学科优势以及名师结构,也是该所大学学术思想与学术成果的缩影。如果仅仅是对于其他课程、其他高校以及其他教师思想的简单重复,在 MOOC 平台上绝不会得到广大学习者的认可与欢迎。

3. MOOC 的内容涉及国家、民族独特文化。MOOC 平台中文化类课程的种类和比重越发丰富,涉及哲学、社会、政治、经济、管理、宗教、文学、艺术等各个方面。这类课程本身就反映了国家、民族文化,其中不乏直接介绍和探讨文化的专门课程。通过这些课程,高校可以直接向外全面、丰富、细致、突出地对所在国家的历史、文化和文明史等内容进行介绍和传播。

4. MOOC 的接受过程体现设置者文化背景、文化思维。不同民族不同文化背景的学习者接受知识的习惯不尽相同,然而 MOOC 却以课程设置方的思维模式、文化观念和世界观为主导,进而在教学过程中对学习产生由表及里、潜移默化的影响。

5. MOOC 的技术特点隐含跨文化认知因素。MOOC 课程中广泛融入了微视频、多媒体、游戏化、社交互动等元素,生动展现了某个国家、民族文化中习以为常的现实场景,为那些接触不到其他国家文化内容的学习者提供了重要的文化接口。

## (三) 提高 MOOC 文化传播能力的必要性

提高 MOOC 文化传播能力,是我国高等教育与学术文化积极参与教育全球化的必然要求。科技与教育的进步离不开不同思维的碰撞,我国高等教育要想在创新能力上取得突破,就少不了要与世界其他国家进行积极的学术交流。让更多学生参与学习我国高校开设的 MOOC 课程,不仅能让开设者获得多元文化的反馈,从而加深对课程主题的理解与反思,而且也能引起国际同行对高校学术成果的关注,提高高校的国际学术知名度与影响力。很多名校在开设 MOOC 时都将学习者定位为全球受众,从选题内容、师资保障和教学

形式等方面等考虑到了国际学生的接受程度。台湾国立大学在 Coursera 上开设了一门“红楼梦”课程,其中教师为了适应更多中文学习者的习惯,授课就以普通话为标准,而非纯粹的台湾“国语”。这一细节的设置就颇值得中文 MOOC 设置者深思。此外,国外 MOOC 平台有很强的输出能力,果壳网 2013 年联合学堂在线和 Coursera 平台所做的一项用户调查中显示,中国学习者最常使用的 MOOC 工具依然是 Coursera、edX 和 Udacity 三大平台(偏爱度分别为 94%, 24% 和 11%)<sup>[12]</sup>。反观国内大型 MOOC 平台,则主要面向国内用户。清华大学的“学堂在线”可谓中国最大的高校自建 MOOC 平台,但其网站同样是以自建课程和引进优质的 edX 联盟院校的课程为主,并没有针对海外学子的多语种界面;而其他以 MOOC 为名的许多中小型平台,实质上只是将传统的公开课模式稍加“改装”,甚至不少大学主推 MOOC 也只是将其作为正常教学的辅助工具。刘和海和李起斌对我国 MOOC 平台的用户总体满意度进行的调查研究显示<sup>[13]</sup>,不少国内课程在教师支持、内容涉及和技术支持三个维度上仍存在着普遍的问题,连国内学习者的基本要求都达不到,更毋庸说兼顾国际学生的接受能力了。Class Centre 是一家类似果壳“MOOC 学院”的全网络 MOOC 搜索讨论平台,其创立者 Dhawal Shah 与笔者交流时也直言其网站中学习中国 MOOC 的学习者数量不大,不具备统计上的代表性。这些现实表明我国 MOOC 在吸引国际学生,对外发出声音,产生学术影响等方面还存在着明显的进步空间。提高我国 MOOC 的文化传播能力是 MOOC 教育发展壮大的应有之义。

#### 四、MOOC 教育文化传播发展策略

鉴于 MOOC 教育发展的形式和我国 MOOC 教育的现实情况,有计划有目的地提高课程文化传播能力是发展这一教育形式不可回避的重要议题。对于如何加快加强我国 MOOC 教育的文化传播能力,现将几点思考总结如下:

##### (一) 加强宏观设计,突出精品课程

我国 MOOC 教育发展迅速,却难以在世界范围内产生大的学术影响,一方面固然是我国高等教育课程在整体质量上尚与世界名校存在着一定距离,但另一方面更是因为国内课程设置者缺乏体系意识,许多课程不是同质化严重,就是完成

度不高,精雕细琢、肯下功夫的课程不多。究其原因,还是我国 MOOC 缺乏相对统一的建设标准,而各高校在课程设置中缺乏沟通,造成了不小的资源浪费。在宏观上统筹学科门类、统筹课程层级、统筹高校资源,优化教育资源在 MOOC 设置上的合理分配是提高我国 MOOC 整体素质,进而增强文化传播能力的战略性规划。以往我国 MOOC 资源分布零散、质量参差,但随着教育部“爱课程”网“中国大学 MOOC”平台的建立,各高校有了能够更好发挥优势资源的官方平台。下一步应当集中推进 MOOC 教育的标准化规范,并将文化传播能力作为一项重要指标进行谋划。此外,还要集中资源,突出经过市场检验的优质课程,并将之作为文化能力的成功范例进行研究与拓展。早期清华大学的“中国建筑史”和北京大学“文物精品与文化中国”等课程都在世界平台上获得了不俗反响,在此基础上形成品牌课程是我国 MOOC 教育尽快走向国际化的一条捷径。

##### (二) 精选内容,体现中国特色与全球视野

最容易走向世界的 MOOC 教育往往是最具有民族特色的课程。但以往我国在文化传播中,往往走进滥用传统文化符号、刻意迎合西方文化、文化态度庸俗化等误区。因此,合理设计 MOOC 的内容也是教育文化传播能力的重要路径。一方面,最优质的中文 MOOC 内容应该是独具中国特色的“精英教育”。一种文化对其他文化的吸引力建立在其优越性与独特性之上,唯有对中国传统文化底蕴的深层挖掘才能向世界展示中华文明的独特魅力。作为高等教育平台的 MOOC,还原文化中的精髓,乃至承继发展之才是大学精神的要义,才是中国高等教育的优势所在。另一方面,MOOC 内容还应进一步扩展全球视野,积极讨论国际关系、全球化、环境问题等与全世界学习者休戚相关的话题,体现中国学术界与高等教育界对全人类福祉的探求。Coursera 和 edX 上西方高校课程有一个显著的特点,即以全球视野来关注学术问题,如“国际人权”、“个人与全球化”、“现代中东的兴起”等课程无不体现出开设者对这些世界问题的个人认识及其文化解读。因此,我国 MOOC 教育也应该站在更宏观的视野上,设置更有文化吸引力的课程内容。

##### (三) 传播方式有效化,提高跨文化能力

知识没有国界,但知识传播的方法却应视文化的不同而进行调整。提高 MOOC 教育的跨文化能

力,其一就在于善用受众文化中的典故成例来引证具有本民族特色的课程内容。在日本初入西方视野时,其武士道精神的一些仪式表象曾令西方人错愕不已。为了扭转这一印象,学者新渡户稻造即用西方骑士精神来诠释武士道精神,将西方人眼中的蛮夷行为包装为贵族品质,并不断援引圣经、希腊神话、莎剧等西人习见的典故来阐释日本武士道与西方文化本质上的共通之处。这种学术上的探讨增强了西方上流社会对日本文化的兴趣与认同,收到了很好的效果。MOOC同样是学术交流平台,且面向的群体更为广泛,根据课程内容利用受众文化的典故、史实来巧妙阐释中国独特的民族文化,对增强不同文化认同、提高MOOC教育的文化接受能力具有重要作用。其二是选择符合国际认知常规的符号来表现课程,避免文化误读和风俗忌讳。在如今符号学、阐释学广为当代社会承认的时代背景下,积极、适当的文化符号才能避免错误的心理暗示、传递正面的文化形象。因此,MOOC教育在文化符号的选择上要更为谨慎,一方面可以发掘文化潜能,寻找新的符号系统来增强课程亲和力;另一方面也可以赋予世界熟悉的中国文化符号以新的意义体系。在后者上,纪录片《舌尖上的中国》的成功已经证明,国际受众可以通过对美食饕餮的介绍,来感知其背后承载的中国人的文化气质。以类似的手法组织MOOC教育,同样能引起受众更精深的思索。

#### (四) 利用多媒体手段,发挥网络课程优势

MOOC有其作为新教育媒体的独到之处,善于利用其平台与媒介优势才能发挥其教育的最大效果,对于文化传播能力而言也是如此。MOOC对传统高等教育模式的一大突破即在于使教育更趋碎片化与交互化,使教育的主体由教师转移到了学生身上。因此,积极完成教师从一个传授者到引导者的转变是使MOOC更有效实现文化传播的应有之义。此外,灵活运用多媒体资源、组织新颖教学模式也有助于提高一门课程的竞争力。对此,多使用图片与动画有助于消解语言和文化障碍所造成的影响,而运用游戏方式进行学习也是颇具普适性的方案,前者的代表是清华开设的“文物精品与文化中国”MOOC,课程通过到各大博物馆进行实物讲解的方法使课程变得更加直观可感,而后者则以台湾大学的“几率”课程最为突出,其中教师甚至开发了一款可以边玩边学的在线游戏PAGAMO。总而言之,综合运用态度、符号、技术等多方面的手段,不断消解文化间的隔阂与

误解,增进共识与理解,才能使我国MOOC教育真正走进国际视野。

#### (五) 深化外围合作,巧借企业与志愿者之力

MOOC教育走向世界根本在于课程本身能够在公开竞争的网络教育市场取得优势。这不仅要依靠高校在平台投放课程,更涉及平台外围的相关配套设施和后援团队。根据当前我国MOOC教育的发展现状,院校提供课程资源,IT企业提供技术手段,爱好MOOC教育的志愿者参与配套设施的完善是一条相对可行且节约成本的有效路子。一方面,高校联合网络技术领域的大型企业,共同促进技术创新。以互联网技术为平台依托的MOOC教育,技术的进步不仅可以进一步优化其使用体验,同时可以解决目前线上学习在评分、诚信、认证等方面的瓶颈。而硬件方面,也可以利用移动设备平台,联合生产商研发专门的MOOC学习移动设备,整合MOOC学习必备的视频、网络、社交功能,提高用户使用体验,使之进一步便携化、大众化,抢占新的教育市场先机。另一方面,联合国内各网络社交平台,完善MOOC教育的后援团队。在果壳、豆瓣等社交网站中都有学习者自行组织的MOOC学习小组,课程设置者可以通过与这些网站的合作,招募大批富有学习热情的志愿者参与中外字幕的互译制作,并由授课者认证一批水平较高的具有跨文化能力的学习者组成“助教团”,以解答国际学习者相对简单的问题,从而提高教师资源的利用率,完善整个后备系统。

## 五、结语

MOOC被视为高等教育发展史上具有里程碑式意义的事件之一,不断飙升的MOOC注册用户也以雄辩的事实证明了这一新型教育模式的勃勃生机。教育领域的资源再分配背后体现着高等教育不断走向全球化的脚步。相比一些具有成熟跨文化模式的发达国家,我国MOOC教育在课程的形式和内容上都还相对欠缺针对国际化学习者的必要设计。但可喜的是,近年我国MOOC教育始终得到了国家和各大高校的强烈关注,一些精品MOOC正在国际教育界上逐步形成口碑与品牌。在此,笔者也衷心祝愿本文对MOOC教育文化传播能力与策略的探讨能够进一步帮助我国MOOC教