

的暑期新宠

“狼来了”，但未来值得期待



伴随在线教育的 是在线教师 这个新兴群体

说，线上教学是“一对一”进行的，72个课时总计9882元，每次完成一个单元，还会有些赠送课程和小礼物，孩子很喜欢。相比线下，线上教育的针对性和连贯性更强。

上述家长的想法，与调查中“您为何愿意为在线学习付费?(多选)”的答案基本吻合。统计数据显示，认为授课内容质量好的家长约占26%，看重教师一对一辅导的比例为24%，认为价格相对便宜的约有22%，还有26%的家长觉得有学习效果评估这一点非常重要。

总体来看，市民为“试水”投入的花销不少。暑假期间，为孩子进行线上教育投入1000元以内的有56%，1000元-5000元档的约占30%，5000元-10000元的占8%，还有4%的家长线上培训花销已超过1万元。

在线教育还未到“火爆”程度

7月初的时候，市民赵女士突然发现，朋友圈里有好多人在晒孩子网上培训的照片。但事实上，在线教育，特别是付费式教育培训，还未到“火爆”的程度。

市民王先生就毅然决然地拒绝参加线上教育培训。王先生的儿子今年处于小升初的关键阶段。他觉得，线上体验很可能会浪费时间，毕竟新的学习方式需要适应。

市民徐女士，则是在体验在线教育后失败了。她的孩子上初一，在电脑前根本坐不住，或者直接玩游戏了，这最终导致徐女士放弃了尝试。

调查问卷显示，家长对在线教育的顾虑不少。在不选择在线学习的原因(多选)中，只有个别家长因为没有设备而放弃。62%的家长主要是怀疑效果和教学质量。有24%的家长担心线上教育培训为预付费形式，怕对方跑路。也有10%的家长勾选了“孩子不适应”这个选项。

近年来，不少市民可能看到过类似这样的信息：线上培训教师年薪百万，秒杀当下各类直播型网红。

在线教师是一个新兴的群体。现阶段的在线教师来源广泛，有从传统教育岗位转战过来的，有教育培训师直接上线的，还有不少是在校大学生等非教育培训人士。记者辗转联系上几名在线教育业内人士，他们对在线教育又是怎么看的呢？

受访者：徐老师

在线教育是个新领域 在线教师年薪百万的不少

受访的徐老师，是一名80后。2016年初，他首次接触在线教育，很快就被线上教育的突出优势所吸引，于是离开原来所在的知名高中，转战在线教育领域。他觉得这种传播模式很新，能够打破原有四五十人一个班的授课模式，为更多的学生提供优质教育资源。

“以前在一个封闭的教室里讲课，现在是学生在全国各地，对这种转变，我还是很激动的。”徐老师是一个热爱教育的人，当初从学校离开，他也曾踌躇过，但天生爱冒险的性子促使他去探索新的领域，去追随他心中认定的“大势所趋”。

然而，新的领域并非一马平川。用徐老师的话讲，这与传统教育根本是两个不同的领域。当前，他采用的主要是“一对多”授课形式，直播和录播相结合。看起来这样似乎和传统的线下课堂没什么区别，其实不然。他给记者举了个简单的例子：假设每次观看数学课直播的学生有100个，他们来自不同的省市，水平参差不齐，当师生之间的眼神、动作、表情无法实时交流时，如何抓住这些学生的注意力，就要看老师的本事了。

“线下优秀的教师，未必线上能成功。”徐老师说，2016年初离开原来的学校后，自己经历了一个非常痛苦的蜕变期，花了很多心血和时间，总结出一套行之有效的授课方式，来帮助学生提高对数学的兴趣，提升解题能力。因为授课方式得当，加上平台的推广，很快他就从平台上获得了稳定的收益。

收入方面，徐老师表达得比较隐晦。“和在校任职相比，增收幅度比较大，这一行年薪百万的人不少，有的年收入能高达500万元。”他说，自己没做到那么拔尖，但短短一两年内，线上听过他数学课的人，用“成千上万”来形容一点儿也不夸张。

不过徐老师也反复强调，高收入的在线老师，必须得有真本领，需要综合展现实力。不光要会上

课，还得懂得运营。比如课件要漂亮，话语要幽默，体能要好，总之，要尽可能地让学生喜欢你的课，因为评论、选择的权利都在消费者手上。尽管有压力，但徐老师坦承，很喜欢现在的状态。

受访者：陈老师

时间精力都跟不上，无奈从线上“败退”

有成功，必然也有失败。受访的第二位教师姓陈，同样是80后，是我市一所初中的英语教师。这几年，宁波智慧教育开发了“甬上云校”的平台，鼓励在校教师在网上课，分享优质的教育成果，甚至鼓励低价付费的形式，进一步盘活这些教育资源。

陈老师对此很感兴趣，买了话筒等设备，下班后在家录制课程。然而，在录制五六个短视频后，她发现自己的精力根本跟不上，已经开始影响她日常的教学工作了。更让她伤心的是，视频分享和阅读率并不高，除了自己的学生，很少有人会关注她的“成果”。“只能说，看起来很美。”最终，她以“工作已足够忙碌”为由，放弃了对线上教育的探索。

陈老师说，自己也向身边的同事、朋友了解过，大多数人都觉得线上教育虽是红红火火，但真做起来并不容易，想要转化为有效的点击就更难了。前期需要投入大量精力，投入之后也未必有长进。即便是90后小年轻，对网络十分熟练，也未必能“杀出一条血路”。

“反正到现在，还是一头雾水，不知道线上的学生到底喜欢什么样的课程。”陈老师说，就像有些学生不适应线上作业一样，自己也是“有心无力”。

记者也从教育部门了解到，目前我市的“智慧教育”还是以公益直播课为主，此前着意要推进的教师“网红”并未如期出现，市场运作这一块涉及的还是比较少。原因虽有种种，但也从一个侧面反映出，成为受欢迎的线上教师并不容易。

受访者：屈女士

管理在线教师，最困难的是从无到有建立制度

今年35岁的屈女士也是从宁波的一所学校转型到在线教育领域的。与很多老师不同，她进入的是在线教育行业的管理岗位，公司注册地在杭州。

目前，公司平台上的日活跃用户有1万多人，月营收超过500万元，已经设立了2个海外教学中心。屈女士说，一开始公司签约的全部是全职老师，在教学中心进行集中授课和管理。但是随着规模的不断扩大，在线教育在一定程度上会受到地域的限制。而且随着人员不断增多，如何像线下培训机构那样建立一套行之有效的人员考核、管理办法，就变得非常重要。

她说，在公司的起步阶段，人们对在线教育模式并不太认可，最先碰到的是课程体系不规范、教师资质认定等方面的问题。之后，问题就集中到了人的身上。如何进行人员培训，如何提升教学水平，如何分级分类进行提升，如何形成好用的鼓励和保障机制，都是需要进一步思考的问题。

前天晚上10点多，屈女士还在公司里奋斗，加班是她的常态。在她看来，在线教育是传统教育的一种补充，甚至是一种重塑。作为管理人员，她能看到这个领域的更多优势。

在她手上，已有2000多名学员的学习过程数据库。收集到这类完整的轨迹信息，对传统教育而言是个很难完成的任务。通过对优秀在线教师的案例观察和分析比对，她相信能找到一些在线教育传播的共性。

“劳动强度很大，收入变化不是太大，但在这个全新的领域，我觉得我是鲜活的。”屈女士说，选择这份工作就是想影响到更多的人。

记者 徐叶 实习生 王闽珂

