



# 中国教育竞争力提升须靠 价值互联网



【财新网】(专栏作家 蔡剑) 最近一段时期, 教育领域的矛盾愈加突出, 课外教学辅导班被大量叫停, 互联网教育企业市值跌落谷底, 互联网媒体频繁爆出学术造假事件。要处理好教育创新与数字科技的关系, 必须从更深层次理解教育的本质和互联网科技的趋势。本文基于我们长期在教育创新领域的研究和实践, 结合国际政治经济和技术趋势, 探讨国家教育竞争力和价值互联网的本质关系, 提出未来中国教育体系改革的新思路。

价值互联网开辟了新的价值创造方式和价值分配关系。这不仅引起了产业的变革, 而且将在更深层影响人们的文化和教育。互联网由于可以不受时空限制地影响人的知识与行为, 打破了政治的疆界和学科的边界, 因而在让学习者享有更充分的自由。教育价值互联网由于不受传统教学制度与教学资源与设施约束并具有极快的反应速度, 是一种出色的软实力竞争手段。这必不可免地会给未来经济社会发展带来深刻的变化。

任何国家竞争模式都取决于当时的竞争科技手段与管理方式。互联网由于可以不受时空限制地影响人的知识与行为, 打破了国与国的疆界, 因而在战略行动和策略上享有充分的自由。互联网人才教育体系由于不受传统教学制度与教学资源与设施约束并具有极快的反应速度, 是一种出色的软实力竞争手段, 因而能够自由选择攻击点并能调动最大的打击力量, 使竞争者没有时间调动资源加以对付。所以, 价值互联网将在深层次变革学习和教育模式进而改变国家竞争模式, 必不可免地会给未来经济社会发展带来深刻的变化, 国家竞争的主要特性必将与以往任何竞争根本不同。

今天的世界竞争格局，是由一百年之前的教育思想与人才战略决定的。一位教育家，影响力巨大。在历史上，深谋远虑的教育家和具有前瞻力的领导人在人才培养方面的关键决策对世界起到了重要的作用。一百多年前，美国伊里诺大学校长詹姆士在 1906 年给罗斯福总统的一份备忘录中，强调了通过教育而实现对中国进行精神支配。“哪一个国家能够做到教育这一代中国青年人，哪一个国家就能由于这方面所支付的努力，而在精神和商业上的影响取回最大的收获。”美国教育家让政治家笃信“商业追随精神上的支配，比追随军旗更为可靠”。这种思想直接导致了美国政府决定同意中方提出的退还庚子赔款的虚报数额，这笔退款被用于帮助中国学生赴美留学，清华学堂因而得以建立。一百年后，詹姆士的战略产生了效果。2008 年 7 月发布的《美国大学博士学位获得者综合报告》对 2006 年度全美 45596 名研究型博士学历背景的分析显示，全世界“出产”美国博士最多的学校，清华大学以 571 人、北京大学以 507 人位居前两名，甚至超过了美国加州伯克利大学。2000 年~2005 年间，中国大陆（含香港）17763 名留美学生获得博士学位后，倾向于继续留在美国的比例为全球之最。2000~2001 年达 91.4%，2002 年~2005 年为 90.4%。

近几年来，在互联网教育领域，美国在线课程慕课（MOOC）平台 Udacity、Coursera、EdX 等已获得总计超过 2 亿美元的风险投资，2014 年开始大举进入中国，争抢中国的人才资源与教育资源。以信息互联网领域为例，截至 2020 年，中国市场对程序员的需求量超过 1200 万，但高校每年的输出量只有数十万，Udacity 等互联网教育企业进驻中国，就是瞄

准了这个正在上升的市场。Google、Facebook、Amazon 等互联网巨头均参与了 Udacity 课程的研发设计，并直接选择和中国互联网头部企业与顶尖大学合作。

美国互联网教育产业从表面看是实现了优势教育内容的网络化与教学资源的公平化，从长远看是抢占中国人才资源与教育市场，其实质还是实现“商业追随精神上的支配”。

一个国家文化和教育体系建设是一个长期努力探索和实践的过程。从蔡元培时代，中国的知识界就已经认识到人才培养需要符合国情，形成自己的特色模式，而不能照搬和完全模仿国外的教育模式。蔡元培百年之前就在北京大学倡导“以美学代宗教”，提出养成健全之人格，导致国家之昌隆，是为真正之爱国。中国的改革开放过程中，邓小平特别强调人才战略的作用，在改革之初就针对干部问题明确指出：“问题是干部构成不合理，缺乏专业知识、专业能力的干部太多，具有专业知识、专业能力的干部太少”，提出“科技是第一生产力”的思想，大量培养各行业的专业干部和人才，他们为中国市场经济建设做出了贡献。

经过 40 多年的发展，中国高校的教育体系拥有相对成熟的学科和完整的创新网络。然而，国内大量引进的西方管理课程和教材也出现了难以适应中国实际的问题。更有一些学校将教育定位为经营创收，重视“大楼”而轻视“大师”，盲目规模化和对外扩张，廉价贩卖学位，教学粗制滥造。传统教育质量下降，就给了市场机会。商业互联网对社会和家庭的全面渗

透，同时又与改革滞后的应试教育与洋八股学风结合，产生出教育商业化和学位商品化的业态。为了让孩子能够在考试中得到更高分数，家长不惜花费重金补课。于是，各种课外辅导和网络课程大行其道，通过线下线上的互联网商业营销和无孔不入的社群传播渗透市场，获得了不少的订单。然而，在中国的慕课（MOOC）和网络校外辅导教育是高价值的教育吗？

我们的团队一直深入研究 MOOC 和网络视频教学的应用，调研了大量的学习者和教师，发现：其虽然价格不菲，但依然是信息互联网层面的通讯技术工具，并未能根本解决学习和教育质量的问题。市场上大量的 MOOC 和线上辅导班要求学生对着计算机听课，很难保持集中注意力，启发学生创新思维与行动力更是难上加难。大多数商业教育机构的教学都是以提升考试成绩或者拿到证书为目标，其效果是可能通过了考试，但泯灭了学生终身学习兴趣。全球疫情发生之时，大量的学校开始要求学生在家上网络直播课程。虽然降低了病毒传播的风险，但是也增加了智慧启发的难度。上直播课的老师对着摄像镜头，学生的参与和反馈无从把握，即使学生在上网络直播课期间玩游戏老师也不会知道，要激发真正的学习兴趣是更难了。

教育是需要人生的经历和实践的，学生要在真实生活和学习中领悟科学和文化的真谛，学会相互的帮助与团队的激励，这些都不是远程直播课程能够实现的。所以，我们要真正实现教育质量的提升，不能仅靠通讯技术和网络工具，必须在人的价值层面下功夫。

与技术经历了五层网络升级同步，教育经历了四代教育模式（图）。第一代教育是“教学生学”，以知识复制为目的，以书本考试为主要方法，其教育方法是中国从孔子时期至今采用了 2000 多年的。第二代教育是“帮学生学”，以专业训练为目的，以辅导实验为主要方法。中国从洋务运动开始至今推动形成的现代学校，主要是这种方法。第三代教育是“让学生学”，以科学探究为目的，以论文答辩为主要方法。这是中国从改革开放之后大量学习西方研究型大学采用的方法。第四代教育是“向学生学”，以人生价值为目的，以创新实践为主要方法。这是我尝试回答钱学森之问提出的教育模式。

为什么要提倡“向学生学”的教育？因为好奇心和认知升级是每个人的天赋。人人皆可学，人人皆好学。然而，很遗憾，人们过去的教育模式大多忽视掉了一个事实：每个人与这个世界都是一体的。爱因斯坦讲过：

“不要去争做一个成功的人，不如努力成为一个有价值的人。”我们的很多学校在费尽心力培养所谓成功者，但是却看不到每个人本身的价值。

教育不应是知识灌输，不应是洗脑说服，更不应是思想操控。教育是一个  
人忘记在学校所学的所有东西 还留在心里的真实 学生要能创造新知

**预览已结束，完整报告链接和二维码如下：**

[https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1\\_34376](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_34376)

