## 浅谈“淘宝直播”对“直播教学”的启示

成都七中万达学校 庄三 一级教师 13880175638 成都市金牛区盛安路1号

**引言**

“淘宝直播”自2016年3月份试运营以来，已经积累了4年的经验，产生了像李佳琪、薇娅这种有千万粉丝的现象级主播，形成了一个千亿级的产业。而根据网络数据显示，淘宝直播的转化率高达65%。当下受到新冠肺炎疫情影响，全国各地的教师大范围的开启了“直播教学”，虽然形式上完全有别于课堂教学，但是我们对于教学效率的追求是不变的，所以笔者认为可以从“淘宝直播”的成功经验中提炼转化一些用于“直播教学”的优化，从而引发了以下几点思考。

**一、淘宝直播和直播教学的异同**

1、评价标准的类似。从目的上看，淘宝直播和直播教学是不同的，淘宝是卖货，而直播教学是为了传授知识，但是相同的是这两种直播都要以达成度来做为评价标准，淘宝的评价是交易的达成，而对教学的评价是学生知识内化的达成。二者都有一个转化率，我们不可能做到100%，但都能够通过各种方式和手段尽量的提高。

2、受众的强制性行为不同。传统的课堂教学是具有一定的强制性的，学生必须在教室内坐好并听完教师的讲授，而“直播教学”虽然打破了物理上教室的强制性，但是却依然保留了行为的强制性，因为学生是受到家长监督的，受到网络在线数据监控的，不管愿意不愿意，他必须听课，但是学生听课的效果是没法保证的。而淘宝直播则截然不同，观众是可以随意的进出直播间的，而如何让观众留在直播间，就是淘宝主播们的重要任务，他们的工作都是以量来换效果，所以很多淘宝主播开播的时候都会采用各种各样的方式来吸引消费者观看,比如说开展秒杀活动、抽奖活动，或者以观看时长来换取优惠券等等，当积累到足够的粉丝量之后，淘宝直播才开始有收益的提升。

**二、两种模式的淘宝直播的教学化迁移**

1、第一种直播模式是给定商品的直播，主播会给出固定的商品链接，然后在当天的直播时间内介绍这些商品，这就像我们每节课，老师是提前备好了的内容，要讲解到的知识点都是提前设定好的。  
 这种模式直播有两种形式进行推进，一种是由主播自己控制，按照编号顺序来讲解宝贝。这就类似于录播课，讲解效率和清晰度是很高的，但却丢失了一部分的互动性。但是现在淘宝有一个功能叫做宝贝讲解回放，使得每一个讲解过的宝贝都有一个单独的视频，让所有在线的观众想要仔细了解、多次观看的就可以点击回看，同时，晚一点进入直播间的观众也不会因为错过时间而无法获取宝贝信息。那我们老师在讲解知识点或者讲解练习题的时候就可以学习这种方式，一边讲解一边用录屏软件录制成小视频，然后按照知识点或者题目号进行编排，最终打包成一个资料库发给学生,让第一次没有听懂的学生可以反复听讲解，让因为客观原因错过听讲的同学，或者上课走神的同学有机会弥补学习的缺漏。这样就尊重了每个学生的学习节奏。

另外一种形式就是纯粹的是观看者主导，主播同样的给出链接，但是是由观看者给出编号，选择他们想要详细了解的链接商品。那么这种形式就相当于上课以学生的意志为转移,完全跟随学生的兴趣点来推进教学。此时，教师的备课量是巨大的，但是课堂生成却是极好的，因为学生对每一个兴趣点的选择和听讲都伴随着好奇、筛选、思考、顿悟、释然等一系列的心理情绪和大脑活动，这些心理情绪和大脑活动都是提高知识内化效率的重要要素。

在实际应用中，第一种主播控制的形式适合逻辑性强的教学内容，这样教师讲解不会被学生打断，可以非常流畅的呈现，同时又不用担心学困生跟不上节奏。第二种学生主导的形式适合菜单式的教学，比如语文的古文诗句赏析、地理的地形区讲解等等。

2、第二种直播模式是随机的直播，主播完全不提前展示今天的商品，没有链接内容只有价格，然后就是随机的过款，而整个过程中一定会不定时的出现非常高性价比的商品，或者抽奖秒杀等活动。其实这就是当代社交媒体平台常用的“诱导技术”，美国心理学家斯金纳研究发现，强化老鼠习得行为的最佳方式是随机安排奖励，随机奖励代替固定奖励，给人带来的诱惑力之大，已经渗透到人们日常生活中的各个层面。例如，最常见的就是微信红包，逢年过节，各个微信群中的红包此起彼伏。大部分的红包总额为1~200元不等，如果只是从金额上来讲，并没有特别大的诱惑力，但是由于加入了随机奖励的机制，导致用户在每次领取红包之前，期待值大幅提高，开启红包的一刹那有可能得到数十元，也有可能只有几毛钱，这种不确定的惊喜感大大强化了用户的情绪波动。而这种随机奖励的方式已经广泛应用于电子游戏、短视频平台等众多领域，它能使人产生更多的多巴胺，从而兴奋，甚至上瘾。在日常教育教学工作中，我们总是需要花大量的时间和精力来避免和拯救学生对于网络的上瘾，但我们为何不转换思路，学习这些软件的做法，利用直播教学强互动的优势，合理设置随机奖励，让学生对学习上瘾呢？随机奖励的方式可以是多种多样的，可以是在某一题的答案中隐藏一个小笑话，这是对全班的随机奖励；也可以是对某一同学的刷屏表扬，这是对特定同学的随机奖励，也同时提高其他同学对奖励的期待。  
 **三、突破直播局限做直播**

1、生活化的直播更受欢迎。

通过对各大知名主播的观察，讲解宝贝详情是直播的工作，但仅完成讲解却不能达成交易，真正让这些主播受到大量粉丝追捧的原因在于生活化的对话方式，避免了明星的距离感，也让观众有带入感，主播会帮各种各类的观众考虑到他们在选择和使用商品时会思考或遇到的问题，让观众感觉就像一个好朋友在帮自己挑选，从而更易接受。而作为一个教师，我们要做到的就是降低知识跟学生的距离感，让他们感觉到知识不是抽象的深不可测的，而是在生活中实实在在会用到的，尽量的选取生活中的场景作为学习的情景，在教师与学生看似生活化的对话中，自然而然的将新知识带入其中，从而达到最好的接收效果。

2、直播教学应跨界拓展

淘宝直播起家的各大著名主播，在具有一定知名度后，通常会同时在多平台进行直播和互动，而我们老师也要有这种发散和跨界思维，不能被直播所限制，要清楚“直播教学”面对的不是一个摄像头，而是互联网，我们应该充分发挥网络的特性，采用课堂教学无法采用的互动模式，比如，上网搜索。教师可以设置问题要求学生搜索信息，既拓展了学生的视野，也让学生掌握科学的信息检索技能，提升信息素养；也可以就课堂生成的问题，进行实时的搜索，让课堂无限延伸，也给学生展示正确的求学态度。又比如，在线游戏比赛。以地理课为例，在讲解中国行政区划时，可以让学生同时进行地理拼图游戏比赛，教师在直播间进行战况播报，营造紧迫又愉快的氛围，提高学习效率……网络的空间是无限的，可以给课堂带来更多可能，也给学生的学习创造更多未知和惊喜，拓宽了学习的维度，加深了学习的深度。