

高校“青椒”闯B站，他们的新路和心路

不知曾几何时，课堂不再局限于教室里的方寸空间，也不仅仅是面对面式的传授知识。有这样一群高校“青椒”，他们在B站上授业解惑，多年来的触网经验，也让他们成为粉丝们喜欢的UP主老师。这些“青椒”UP主们缘何触网，触网对他们来说意味着什么样的收获，当UP主有何心得？让我们一起来了解一下他们的心路历程。

青年报首席记者 范彦萍

交大副教授 陈超

“倘若要将这重身份坚持下去，既要技术上的专业性，又要时间上的投入，还要不断地构思内容，稳定地产出，保持垂类领域活跃的创作能力。”



少年气加反差萌 让他成为“网红”

85后青年、交大国际与公共事务学院副教授陈超的触网之旅始于2019年年底至2020年初。一次课后，一名学生对他推荐道：“老师，您应该尝试一下当UP主！”尽管此前他对B站并不了解，但好奇心驱使着他下载了这款应用，从而打开了一个全新的世界。

为何这位学生会劝说他成为UP主呢？事后，陈超曾回想：“也许这位学生比较清楚短视频博主的风格，觉得我符合他心目中的UP主形象。”

在日常生活中，陈超在学生中的形象、气质与普通大学教授有所不同。他的言谈举止、穿搭都与学生无异，尽管已近不惑之年，但他的状态看上去依然十分年轻，颇具反差感。这也给了他开一个视频账号的信心。

对于拍摄什么内容，陈超坦言从未认真思考过。因此，翻开他的B站视频号，你会发现里面的内容颇为随性。起初，恰逢B站推广大学教授入驻平台的政策，工作人员给予他的定位是知识分享类UP主。

于是，他尝试结合自己专业的特色做时政方面的分享。做了几期后，流量不少，但渐渐地他对做硬核的时政内容有些抵触。在研究了其他博主分享的内容后，他的内容开始变得亲民起来，有分享如何写论文的内容，有传授面试的经验技巧的。然而，多期视频发布后，关注度却寥寥无几，这让他有些意兴阑珊。

当看到其他UP主做vlog大火后，他寻思是否也要尝试一期。于是，他硬着头皮做了一期“大学老师的一天”。没想到这期视频竟成了爆款，一夜之间，粉丝数从三四千猛增至两三万。看到这样的数据，陈超的嘴角忍不住咧开了：“第二天白天，我看到后台的数据简直不敢相信，平均每一小时涨1000粉。”

形象年轻、有朝气，或许是这期视频能大火的原因。又或者得益于其副教授的身份，满满的少年气与“老学究”的刻板印象中，陈超似乎掌握了流量密码，一发不可收拾。

他制作了不少生活Vlog系列，还与屏幕前的学生们侃侃而谈，闲聊新闻热点、社会实事，抒发一番感触，偶尔还会推荐一本好书。由于制作的视频内容和学生的日常学习和生活紧密相关，很多学生后台私信他称自己看了论文、面试方面的指导后成功上岸了。这让他得到了前所未有的成就感。

他逐渐享受到了“网红”的待遇。比如有学生在食堂遇到他时，会找他合影和签名。尝试做短视频，始于对新事物的好奇，但真的要持久靠的还是恒心。

2020年、2021年，由于工作不那么繁忙，他尽量保证一周到两周更新一次视频。然而，到了2021年下半年开始，本职工作任务越来越重，他的更新速度变慢了。有时候一个月、两个月甚至更长时间才更新一次。

“倘若要将这重身份坚持下去，既要技术上的专业性，又要时间上的投入，还要不断地构思内容，稳定地产出，保持垂类领域活跃的创作能力。”陈超逐渐发现，在本职工作重压下，很难将两者兼顾得很好。“UP主如果不能稳定地产出内容，平台不会再推给你流量。”

没有广告收入，只有一些几乎可以忽略不计的创作激励。陈超坦言，自己打从一开始做视频号就没奔着赚钱去。“做短视频给我带来了意想不到的收获。倘若开创了一个公共的舆论平台，还吸引了一群活跃的受众。每期视频出来都会引起很多人的共鸣，但也不乏争论。”陈超告诉记者，通过短视频，也让他接触到了一些很有意思的机会。

撇开UP主和交大副教授这两重身份，陈超自嘲自己是一名普通的新上海人，租住在不大的房子里。除了过年，他几乎每天早晨都要坐校车去办公室，晚上11点回家，连周六周日也不例外，几乎没有假期。“同事们都太拼了，不努力不行啊。”他自嘲说。

而之所以热爱办公室的原因竟然是：家里的环境还没有办公室好。谈及未来，陈超的想法有点多：“我们学校新招了国际留学生，其中有一名将于9月入学读博士。我可能考虑和对方合作一起当短视频博主。角度可以很多元。目前合作详情还在构思和洽谈中，没有完全定下来。大概率会考虑两个人对话的方式。”



华师大辅导员 吴晓隆

“作为个人UP主请不起视频制作团队，往往是单打独斗。变现这条路是绕不开的话题，纯粹为爱发电无法长久。但仅凭几元几十元的打赏充电很难持续创作热情。”

将美育+摄影科普课 搬到网络

90后B站“青椒”UP主吴晓隆的本职工作是华师大设计学院团委书记兼设计系辅导员，主攻思政和美育教育。他还曾获得过上海市高校辅导员年度人物的称号。

如何更广泛地传播美育知识，这个问题吴晓隆曾经百思不解。直到他发现B站可以成为开设第三课堂的阵地，在研究了学生们的兴趣点和自己的特长后，选择在网上开设美育+摄影科普课。“就拿特朗普遇刺事件来说，在未来将成为历史。我用历史照片来讲解摄影。加入一些思政元素，做成视频。粉丝们很爱看。”

虽是2019年左右才开始当UP主，但他真正触网的时间却要早得多。很久以前，吴晓隆就做过一段时间公众号。渐渐地他发现视频创作已然成为大势所趋。

初当UP主时，吴晓隆很随意，出门旅游后剪辑过一两期vlog自娱自乐，没溅起任何水花，播放量少得可怜。渐渐地他才开始聚焦摄影史。

默默无闻做了半年视频，直到有一天，妻子的学生转来吴晓隆制作过的一期视频，一点开竟然有5万播放量。“哇，我不是火了？”惊喜之余，吴晓

隆意识到这原来是长尾效应。日积月累，播放量会如滚雪球般越滚越多。这无疑给了他坚持下去的动力。

当UP主给他带来了全新的成就感。有外校的学生看了视频，想要报考华师大的研究生。甚至还有一名德国粉丝无意中刷到了吴晓隆的视频，为了看懂视频内容，想要学中文。这件事被华师大校方领导知道了，调侃道，“吴老师，你应该去干招生。”

自从身上多了一个UP主的标签，他和学生们的关系也变得更近了。见面后，时常有学生打招呼的口头禅变成了，“吴老师，我昨天给你点赞了。”

之所以能“明目张胆”地从事这份“副业”，吴晓隆称，这与学校包容开放的态度分不开。学校有一个网络育人的项目，鼓励老师们触网。“我们学校有不少当UP主的‘青椒’。同事们会友善地介绍说：‘吴老师是我们学校的网红。’也许换个其他的氛围，我就没底气坚持了。”

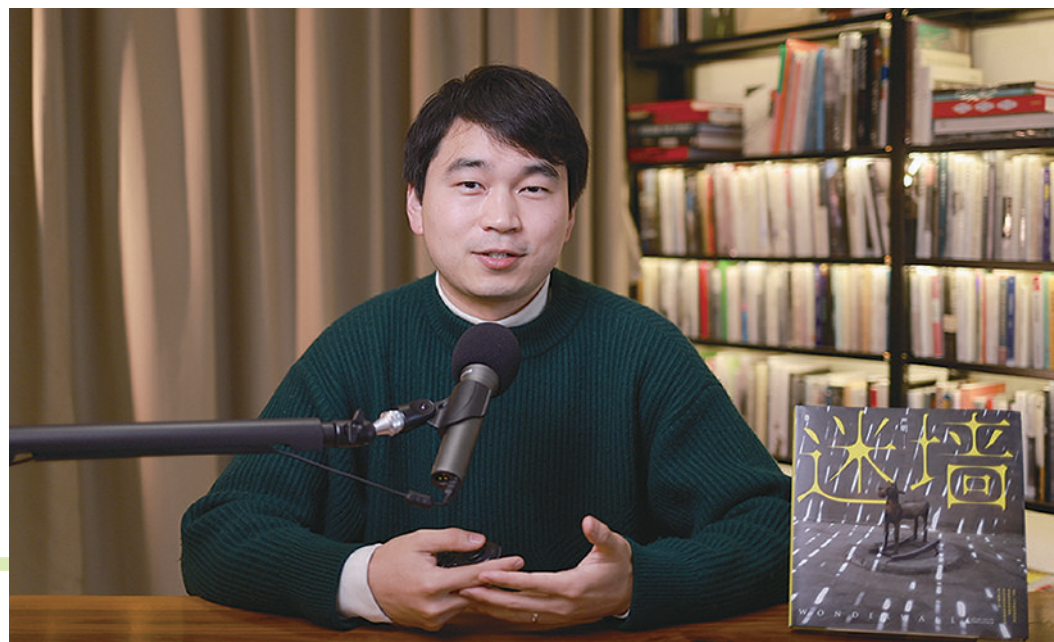
很多人羡慕UP主身份的光鲜，却鲜有人知道这份职业背后的艰辛。吴晓隆透露说，一名UP主真实的状态是没有休息时间。平时带学生已经很累

了，只能利用休息时间写文案、做视频。他也幻想能成为时间管理大师，但事与愿违，直到他找到了更高效制作视频的方式。

有一次，他看到某位老师将自己上课的过程片段录制下来，再上传到网上。“录制课程做成切片就不费事了。课程内容既然能给学生看，为何不能切部分出来分享给网友看呢？”渐渐地，吴晓隆发现如果能结合自己的课程做好视频录制规划，就能节省大量的拍摄时间，使得当UP主这件事变得更高效率了。

也许有人觉得UP主收入高，但吴晓隆的回答却否认了这一点。约莫在2021年，B站推出了高校教师UP主内容创作激励机制，当时吴晓隆也加入了该计划。一个月内制作若干条视频能领取一定数额的激励。去年，很多老师的合同陆续到期，有不少高校教师UP主也是在那段时间陆续断更。

“作为个人UP主请不起视频制作团队，往往是单打独斗。变现这条路是绕不开的话题，纯粹为爱发电无法长久。但仅凭几元几十元的打赏充电很难持续创作热情。”吴晓隆坦言。



借助网课 深度“助攻”基础教学

华政教授 姚明斌

“流量是一把双刃剑，我一直持比较中立的态度，不会太刻意去迎合。如果一味追求和教学规律不匹配的流量，反而容易被其裹挟。”

作为85后B站课程UP主，华东政法大学法学院教授姚明斌是2020年开始触网的。有段时间学校要上网课，各大学校的高校老师都在探索新的授课方式，有的用会议软件，有的组建了微信群，有的采取高校官方推荐的学习通平台。起初，姚明斌采用的方式是在微信群里上网课。但考虑到学生对课程详细程度要求越来越高，他尝试将一些课程发布到B站的个人主页上。在开直播课的时候，他也有意识把内容录下来。课后尝试剪片子，做封面，再上传至B站平台。

和传统的UP主不同，姚明斌在B站开课，主要是为了辅助、推动基础教学的质量和效率。“现在的学生使用线上资源的方式很丰富，他们可以将课件内容收藏点击稍后再看，可以召唤AI小助手做视频总结，也可以在学习的过程中发弹幕，当然还可以有感而发在评论区做学习总结。网课可以丰富学生们课程学习的维度和方式。”

不用和学生预约视频会议的时间，不需要下载教育类视频软件，有时也不用端坐在电脑前，仅用手机端就可以轻松上课……正因为B站授课有诸多好处，即便在恢复教学秩序后，姚明斌仍然将一些课程段落放到了线上，方便学生反复复习抓要领。

谈及当UP主的缘由，姚明斌坦言经历了三个阶段。“一开始在B站上传课程，除了华政校内同学，校外的法科学生也能受益。持续了一段时间后，又发现可以开始把线上的资源一点点地融入到线下的课程中。直到最近一年，我开启了线上线下深度融合的模式，即开学第一周就向学生说明，这门课有70%的内容在课堂上传，有30%的内容在线上。这样做的好处是，每年不需要重复讲线上资源的内容，只要那些内容

没过时，就可以交给学生自行看视频消化。同时，也可以为剩下70%的内容释放出线下的课时，我有相对充裕的时间来细细讲述。”

当然，线上课程有好处，也有短板。选取哪些内容上网，姚明斌会因课而异。“一般我会选择那些法律规定不会有太大变化、不太容易过时的内容上网。如果涉及非常关键的原理或者方法论，原则上还是会放到线下面对面讲述。课后尝试剪片子，做封面，再上传至B站平台。”

姚明斌的视频课热门到什么程度？曾有学生评论说“不配一桶水根本看不了，太干了”，还有非华政的本科生留言，没有机会到华政读书，但能听到华政姚老师的课很幸运，未来想到华政读研究生。

一传十传百，粉丝如滚雪球般越积越多。其间，不仅有学生跨校之间的传播，还有同行老师的推荐。“外校有的老师觉得我做的课程短片有助于他们的学生消化内容，就会像推荐书单一样，向学生推荐我的线上资源。有时，同行也会和我反馈、交流，帮助我提升课程设计的质。”

自始至终，姚明斌都没有想过将B站作为增加个人流量的渠道。“我不太追求市场效应，因此不仅没有流量焦虑，有时反而会有反焦虑。”对于流量这件事，他看得很开，“流量是一把双刃剑，我一直持比较中立的态度，不会太刻意去迎合。如果一味追求和教学规律不匹配的流量，反而容易被其裹挟。这就和拍电影一样，拍好的电影和拍卖座的电影可能是两码事。过分考虑商业效应，注定就没那么自由，反过来可能冲击到教学规律，影响教学的效果。”