

高職學生使用網路平台 YouTube 媒體對學習繪畫能力之影響 - 以廣告設計科學生為例

邱建穎

國立屏東大學 多媒體動畫研究所 研究生

¹ National Pingtung University of Education Department of Multimedia and Animation Technology Student

E-mail : fon711213@yahoo.com.tw

國立屏東大學資訊科學系 研究所 林彥廷教授

² National Pingtung University of Education Department of Computer Science Technology Professor

E-mail : ricky014@gmail.com

摘要

隨著科技及網路日新月異的進步，使我們從資訊化時代走向雲端化時代，生活中有了資訊科技的融入更是生活中之必要元素。

近年來，更是隨著數位多媒體設備普及，多媒體融入教學具有相當穩定的發展基礎，因此本次以探討數位多媒體融入教學多媒體媒介發展多元、創意的教學活動以促進學生主動學習，而其中，YouTube 更是數位多媒體的龍頭，本研究亦從中發現，高職廣告設計科學生的學習動機對於學習成效具有顯著且正面的影響。這說明了當我們使用 YouTube 融入教學後，有效提升了高職廣告設計科學生的學習動機，而這也同時影響連帶了繪畫教學成效的提升。

關鍵字：網路平台、多媒體、廣告設計。

Abstract

With the rapid progress of technology and the Internet, we have moved from the information age to the cloud era. The integration of information technology in our life has also become an essential element.

In recent years, with the popularity of digital multimedia devices, multimedia integration into instruction has a quite stable development foundation. Therefore, in the current study, we will explore the integration of digital multimedia into instruction to develop diversified and creative teaching activities to promote students active learning. Among them, YouTube is viewed as the leader of digital multimedia. This study also found that the motivation of advertisement design (AD) students from vocational high school has a significant and positive impact on their learning outcomes. This shows that when we use YouTube to integrate into our teaching, it effectively promotes the leaning motivation of the AD students, and this meanwhile also improve the effectiveness of the painting instruction.

Keywords : Network Platform 、Multimedia 、Advertisement Design

壹、前言

智慧型手機在青少年族群的普及化，人手一機已是司空見慣的事。而青少年對於手機的接觸已是不可擋之趨勢，以往教師常常反映學生在課堂上使用著手機觀看著影片，妨礙教學的秩序與成效。然而，若我們可以易位思考，將手機的影音串流工具-YouTube 融入至教學變成教學的工具之一，則可能為教學者成為得力的助手。因此，教師需要思考的是如何翻轉自己的教學型態，而非排斥世代工具的演進。

一、背景與動機

本研究主要想瞭解在高職學生接觸了 YouTube 上眾多的影音資料後，是否能夠有效提升其在繪畫方面的創作能力，又或者因為眾多內容位學生帶來繪畫能力上的發展阻力，此乃本研究動機。

二、研究目的

本研究以個案高職學校的廣告設計科學生為研究對象，探討 YouTube 融入繪畫教學對高職廣告設計科學生繪畫能力之影響。

貳、文獻探討

一、資訊媒體融入教學之意義

快速且蓬勃發展的資訊科技，為教育領域帶來極大的影響，從學前教育到成人教育階段，在教學內容與教學過程都可以看見資訊科技的蹤跡，而資訊科技也顛覆了許多傳統的教學模式與方式，更為接受知識的學生以及提供知識的教師帶來許多不同的體驗與衝擊。教學新思維在教育領域蔚為一股新的風潮，並為資訊媒體導向新的應用層面。

二、學習成效

學生是接受教育的主體，教育之成敗繫於學生學習成效。係指學生在接受教育前、後之行為變化，亦即接受教育後之「終點行為」減去接受教育前之「起點行為」所產生之實質變化。

換言之，學習成效是指某一學習主題或教學結束後，對學習者在知識、技能及態度上的改變（邱貴發，1992；Piccoli et al, 2001），所進行某種形式的評量，是一個學習者學習成果的指標，也是教學成果評估中最主要的項目之一，以做為學生與教師對教學與學習調整的依據。黃政傑（1997）提到，學習是經轉化外在環境刺激之認知歷程，學習成效則是一種經由反覆練習而使個體在行為上產生持久改變的歷程。

三、學習動機

學習動機是指引發學習者願意投入學習的內在驅力與心理狀態的轉變（張春興，1996；陳舜文、魏嘉瑩，2013；劉政宏，2009）。

學習動機是引發學習者參與學習活動，維持學習活動，以朝向既定的學習目標進行的一種心路歷程（張春興，1996；MacIntyre & Rebecca, 2012；Pintrich, Smith, Garcia, & McKeachi, 1993）。

歷年來學者們所提出的動機理論十分多元，大致分為兩類，一為生理作用為基礎的動機，例如原始性動機、驅力、需求等；二為心理作用為基礎的動機，例如成就動機、親和需求、合作動機等。學習動機為學生參與和投入學習方案的意願，而該意願會影響學習過程中所決定的方向及重點，由於學生在學習歷程中的自我知覺將決定學習的有效性，並能預測其個人表現的優劣程度，故學習動機衡量的焦點多集中在心理認知層面（張春興，1996；陳舜文、魏嘉瑩，2013；劉政宏，2009）。Pintrich et al (1993) 提出期望動機理論模式，說明在學生學習過程中，包括價值、期望與情感等三個主要動機成份，一些研究亦將學習動機分為價值、期望、情感等三面進行探討（梁麗珍，2008；劉政宏，2009；曾妙音等，2011；MacIntyre & Rebecca, 2012），價值動機指學生為何從事某學習工作的理由與信念；期望

動機指學生對於學習工作成敗的預期；情感動機指學生對學習工作、學習結果或本身學習能力的情感。

參、研究實施與設計

一、研究方法

本研究採「資料收集」與「問卷調查」做為本研究之方法，透過文獻整理及問卷調查了解消費者對包裝形式的意象認知做分析歸納：

(一) 變數定義

學習成效是指學生參與數位學習活動後的反應以及學習和行為的改變 (Guay et al, 2008; Pikeetal, 012)，本研究以 Kirkpatrick 與 Kirkpatrick (2006) 的成效評估模式的反應、學習與行為三個層次為主，反應層次是指學習滿意度，學習層次是指知識獲得，行為層次是指技能提昇。

(二) 問卷設計

本研究問卷內容共分為三大部份，第一部份為學習動機，參考自張憲卿、程炳林(2010)；曾妙音等人(2011)；MacIntyre & Rebecca (2012)；Pintrich (2000) 之研究將學習動機區分為價值、期望、情感、意志四個層面進行問卷之編制。第二部份為學習成效參考自 Kirkpatrick 與 Kirkpatrick (2006) 的成效評估模式的反應、學習與行為三個層次進行問卷之編制。

四、資料分析

在資料分析方法方面，本研究利用 SPSS 統計軟體做為資料分析的工具。針對回收之問卷資料進行信度與效度分析，以差異性分析探討學生不同背景變項對於學習動機與學習成效的看法是否有所差異，最後以迴歸分析探討學習動機與學習成效之間的關係，並驗證研究假設。

一、學習動機

本研究問卷內容共分為三大部

份，第一部份為學習動機，參考自張憲卿、程炳林 (2010)；曾妙音等人 (2011)；MacIntyre & Rebecca (2012)；Pintrich (2000) 之研究將學習動機區分為價值、期望、情感、意志四個層面進行問卷之編制。

二、學習成效

第二部份為學習成效，參考自 Kirkpatrick 與 Kirkpatrick (2006) 的成效評估模式的反應、學習與行為三個層次進行問卷之編制。

三、基本資料

第三部份為基本資料，包含性別、年級、入學管道，各量表依 Likert 五點量表設計，圈選同意程度的答案，依非常不同意至非常同意的程度分別給予 1~5 分，圈選分數越高，同意程度越高，而分數越低，則同意程度越低。

肆、結果與討論

本研究結果發現，高職廣告設計科學生使用 YouTube 影片融入繪畫教學後，對於學生的繪畫能力帶來相當正面的影響。對於高職學生來說，YouTube 加入課程元素中，讓大多學生的學習動機增加不少，其中，價值動機與情感動機更是明顯，足以見得 YouTube 對於這個世代學生在學習上的影響力。

本研究亦從中發現，高職廣告設計科學生的學習動機對於學習成效具有顯著且正面的影響。這說明了當我們使用 YouTube 融入教學後，有效提升了高職廣告設計科學生的學習動機，而這也同時影響連帶了繪畫教學成效的提升。

最後也發現 YouTube 融入教學應用於繪畫能力學習情境中，對於高職廣告設計科學生的學習動機影響學習成效的關係具有調節效果。若採用傳統式教學，學生的學習動機對於學習

成效的關係雖有所影響，但效果較不明顯。但若是採用 YouTube 融入後，則學習動機對於學習成效的關係則影響效果非常明顯。因此，本研究建議可以融入 YouTube 教學方式來強化學習動機對於學習成效的正面效果。

一、建議

基於本研究結果，本研究提出建議如下：以 YouTube 學習方式增加高職廣告設計科學生對繪畫課程的學習動機，以提升學生的學習成效。

本研究結果顯示 YouTube 學習方式的學習動機對學習成效具有正向顯著影響，因此建議學校管理者與學校教師應重視學生的學習動機，讓學生覺得使用 YouTube 學習方式具有價值性，積極增加學生對 YouTube 學習方式之價值與情感動機。

此外，教師如果可以增加學生的自信心與創造力的發想，鼓勵學生試著使用 YouTube 學習方式，讓學生慢慢對自己產生信心，學生會有較明確的目標和強烈想把課程內容學會的渴望，則容易有較好的學習成效效能。

伍、未來展望

本研究目前研究對象乃單一學校，範圍較小，研究結果推有其限制。

因此，建議未來的研究可將範圍擴大至其他學校，或是區分各種不同屬性的學校，如：公立與私立，進一步將其做對照比較其差異性，以建立更為完整的實證資料，使研究的結論更具參考價值。

參考文獻

1. 權淑芯、梁鴻鑑、黃久秦(2012)。高中生對老化課程學習動機、學習滿意度及學習成效之探討-以新竹某私立高中為例。明新學報，38，189-204。
2. 林孟眉、涂鵬斐、楊子孟、林東興(2017)。空中學院學生之學習動機與學習成效相關研究。數位與開放學習期刊，7，80-93。
3. 陳清檳、張仁誠、翁傑倫、鄭瑞娟(2010)。國中技藝教育學程學生學習

動機、學習成效知覺與生涯意向之研究。工業科技教育學刊，2，47-55。

4. 吳銘達、鄭宇珊(2010)。教師教學行為、學生學習動機對學習成效之影響：階層線性模式分析。中等教育，61(3)，32-51。

5. 雲端影音平台探討對於學習成效與學習興趣影響之研究——以排球教學為例”，第十五屆離島資訊技術與應用研討會，pp. 332-336。

6. 張基成、王秋錕(2008)。台北市高職教師資訊科技融入教學之影響因素。教育實踐與研究，21 (1)，97-132。

7. 宋曜廷、張國恩、侯惠澤(2005)。資訊科技融入教學：借鏡美國經驗，反思臺灣發展。教育研究集刊，51 (1)，31-62。

8. 陳裕隆(2000)。電腦融入教學面臨的困難與挑戰。資訊與教育，77，29-35。

9. 邱貴發(1992)。電腦輔助教學成效探討。視聽教育雙月刊，33-5。

10. 李勇輝(2017)。學習動機、學習策略與學習成效關係之研究—以數位學習為例。經營管理學刊，14，68-86。

11. 吳銘達、鄭宇珊(2010)。教師教學行為、學生學習動機對學習成效之影響：階層線性模式分析。中等教育，61(3)，32-51。