
大学生使用优酷英语视频进行语言学习的接受度

——调查以重庆大学为例

黄琼¹

(贵州师范学院, 贵州贵阳 550018)

【摘要】:该研究以重庆大学为例,探讨了大学生对优酷网上的英语视频的使用情况以及对他们对使用优酷英语视频进行语言学习的接受度调查。作者采用了问卷调查法和半结构式访谈法,用 SPSS19.0 分析数据,得出研究结果。研究结果表明,80.7%的被调查者认为优酷网上的英语视频对英语学习是有效的。

【关键词】:优酷网;英语视频;语言学习;接受度

【中图分类号】:G64 **【2 文献标识码】:**A **【文章编号】:**1009-5039(2016)02-0066-021

1 研究背景

与其他传统的学习材料形式相比,使用基于网络的英语视频学习材料,具有无与伦比的优势,因为在网络环境下,语言学习者更有可能找到适合自己水平和兴趣的学习材料,也更有可能形成一种课堂学习压力相对更小,焦虑感更低,积极性更强的以自我为中心的学习方式。

本研究的接受度调查采用 Davis 提出的技术接受模型来评估对象群体自愿或打算使用一个特定技术的心理状态。这个模型包括两个关键因素:①感知有用性和②感知易用性。感知有用性反映用户认为使用某技术对其成绩提高的程度,感知易用性是指用户认为容易使用某项技术的程度。

鉴于国内关于网络在线英语视频和英语学习的研究仍处于初级阶段,本研究的实施有利于语言教学者和学习者发现和利用网络在线语言视频资源,促进学生自主学习和积极学习,丰富自主学习的研究领域,因而非常有实用价值和理论意义。

2 文献回顾

一些最初的研究集中在学习者使用智能手机进行语言学习(Dias, Pagel, Browl1e, & Mellish, 2007)。另外也有早期的研究表明,学习者对使用网络视频进行语言学习是认可的。(Anzai, 2007; O' Bryan & Hegelheimer, 2007; Sathe & Waltje, 2008)。Sathe 和 Waltje 的研究有了以下几项重大发现:在 120 名受访对象中,56.7%的受试者认为 iPods 促进了他们的语言学习;77.3%喜欢使用 iPod 做听力训练;67.6%的受访者在完成听力和口语任务时,变得更加积极。50.9%的受访者认为他们所学习的语言水平有所提高。

¹收稿日期:2015-11-23 修回日期:2015-12-15

作者简介:黄琼(1986-),女,湖南冷水江人,贵州师范学院大学外语教学部,助教,硕士,主要研究方向为现代教育技术。

关于视频对语言学习影响的研究也集中在语言技巧的习得结果上。Lord(2008)对16名在美国上本科西班牙语发音课程的学生进行了一项研究,对这些学生的语言学习态度和水平在实验前后均进行了测评。研究发现,学生的学习态度变得积极,发音技巧也在不同程度上有所提高。Ducatealld Lomic-ka(2009)实施了另外一项关于学生使用视频学习发音的研究,研究结果表明,学生对在线视频的积极作用是认可的。Allas-tassia McNultv(2012)进行了一项语言视频在提高学生发音和表达能力方面的积极作用。研究结果表明,是基于视频的ESL活动增进了学生的学习动机以及他们的发音技巧。

本研究主要调查大学生对优酷视频的使用情况及接受度状况,接受度反映了大学生对在线视频对英语学习的认可程度。所以,接受度状况可以为语言教学者和学习者提供一个参考。

3 研究方法

3.1 研究问题

结合国内外研究以及本研究的探讨方向,得出以下三个研究问题,具体为:

- ①大学生对优酷网上英语视频的使用情况如何?
- ②优酷网上英语视频对大学生的英语学习是否有积极作用?
- ③大学生对优酷网上的英语视频的接受度如何?

3.2 研究对象及研究工具

本研究的在于探讨大学生对优酷网上英语视频的使用和接受度情况,因重庆大学的网络覆盖较为全面,因而将重庆大学的大学生作为研究对象。1080名大学生参与了此项问卷调查,回收有效问卷1070份。

问卷调查包括三个主要组成部分:①学生的基本信息;②学生使用优酷英语视频的动机及情况;③学生对优酷网上英语视频的接受度情况。

本研究使用了问卷调查法和半结构式访谈法,并将得到的数据,使用SPSS19刀进行分析,得出结果并讨论。

3.3 研究过程

①根据研究问题设计调查问卷;笔者结合先前研究所使用的调查问卷进行改编,以得到本研究需要的数据。②选取小样本进行试验性研究,对60名受试者,间隔4小时,发放同一份调查问卷,以检测调查问卷的信度和效度。对同一选项回答不一致的项目进行删改,然后,将重新修改的调查问卷付印对受试者随机发放,并随机抽取20名大学生进行半结构式访谈。③呈现有意义的数据和分析结果。④得出结论。

3.4 研究结果

调查结果表明(表1),重庆大学的本科生对优酷网上英语视频使用频率非常高。使用优酷英语视频3-4次每月的大学生比例为396%,而使用次数为每星期3-4次的有272%。由于学习的星期和投入的时间是成正相关的,而投入的时间又和学习的效果成正相关,所以结果意味着良好的学习效果以及优酷网英语视频对提高大学生的学习兴趣有积极的作用。

Table 1 The frequency of using YOUKU English videos

		Frequency	Valid Percent
Valid	never	117	11.2
	hardly ever	230	22.0
	3 or 4 times a month	416	39.6
	3 or 4 times a week	287	27.2
	Total	1050	100.0

表 2 表明了重庆大学的本科生在使用优酷网上英语视频的投入状况。即在观看视频时，是否会做笔记。仅有 15.6% 的大学生表示会做笔记。这表明，大多数的大学生在观看优酷网上英语视频时，并没有集中注意力。而集中注意力在很多二语习得理论中都是一个关键要素，将输入内化。Gass (1988) 定义内化为一个消化语言知识材料的过程。

Table2 Taking note while do the listening with videos from YOUKU

		Frequency	Valid Percent
Valid	listen, no taking note	624	60.9
	listen, doing other stuff	240	23.5
	listen, taking notes	160	15.6
	Total	1024	100.0

随着智能手机的推广应用，很多大学生也可以使用智能手机进行英语即时学习。他们可以将在线英语视频下载到智能手机，并随时观看。然而，数据却与笔者的预期相悖。表 3 显示，每月将优酷英语视频下载到手机上 3-4 次加上每星期将优酷英语视频下载到手机上 3-4 次的大学生比例只有 57%，而 55.1% 的大学生从未下载视频到手机上过。这意味着，大多数重庆大学的本科生仅在线观看英语视频。

Table3 Downloading YOUKU English videos to mobiles

		Frequency	Valid Percent
Valid	never	577	55.1
	hardly ever	410	39.2
	3 or 4 times a month	50	4.8
	3 or 4 times a week	10	.9
	Total	1047	100.0

表 4 指出，57.5% 的大学生认为优酷网上的视频对他们的英语学习有所帮助，20.1% 的大学生认为优酷网上的英语视频是有效的。8.8% 的大学生认为效果显著 (86.7% 是肯定的)。这表明重庆大学的本科生对优酷网上的英语视频对英语学习的有效性是肯定的，接受度是非常高的。

Table 4 The degree of usefulness of using English videos from YOUKU

		Frequency	Valid Percent
Valid	useless	20	1.0
	hardly useful	121	11.6
	a little useful	600	57.5
	useful	210	20.1
	very useful	92	8.8
	Total	1043	100.0

4 结论

本研究表明了,使用优酷网上的英语视频进行英语学习在大学生这个群体里是很受欢迎的。大多数大学生对于使用优酷网上的英语视频对英语学习的有效性是认可的。这说明,大学生对使用优酷网上英语视频进行英语学习的接受度是非常高的。本研究同时发现,大学生对优酷网上的英语视频资源的利用还不够深入,未来的研究可以探索如何将网络在线视频进行更为有效地深入利用,以期进一步提高英语学习效果。

参考文献:

[1]Anastassia M Best practices in using video technology to pro-I-note second language technology[J].ching English with Tech-nology, 2012, 12(3):49—61Retrievable form <http://www.tewt-journal.org>

[2]Burston J.Mobile-assisted language learning: A selected anno- tated bibliography of implementation studies 1994-2012[J]. Language Learning & Technology, 2013, 17(3):157-224.Re-trievablefrorn[http:// www. ltrnsuedu /issues /October.2013/burston. pdf](http://www.ltrnsuedu/issues/October.2013/burston.pdf)

[3]Bob L, Roisin D.Using videos to support communication skills development: A case study for content format preferences among postgraduate research students[J]Computers & Educa-tion, 2009, 54(4):962-971.

[4] Chen JJ, Yang S C Fostering foreign language learning through technology-enhanced intercultural projects[J].Lan-guage Learning & Technology 2014, 18(1):57-75.Retrieved from [http://www.llt.msuedu/issues/february2014/chenyang. pdf](http://www.llt.msuedu/issues/february2014/chenyang.pdf)

[5]曾臻, 诸彦含.甩着“长尾巴”的中国视频网-优酷网[J]. 科技创业月刊, 2007(12)=87-88.

[6]范磊.国内视频网站品牌传播研究—以优酷网站为例[D].浙江工业大学, 2012.

[7]杨文.我国视频网站的差异化战略研究-基于优酷网、土豆网和酷6网的对比分析[D].西南财经大学, 2012.

[8]王建磊.公民视频传播及其影响研究-基于搜狐、新浪、优酷、酷6网采集的样本[D].上海大学, 2011.

[9]安旺国.校园播客的构建及其在影视教学中的应用[J].现代教育技术, 2009(9):112-116, 19.