

運用 YouTube 進行音樂教學之展演實踐

陳育恬

嘉義縣大埔國中小校長

國立中正大學教育所博士班學生

鄭勝耀

國立中正大學教育所教授兼任所長

一、前言

YouTube（以下簡稱 YT）平台是源於使用者創作內容（User-Generated Content）而設立的影片共享平台，最終使用者可以公開取得和創建各種形式的媒體內容，包含文字、照片或影片（Burgess & Green, 2009），YT 網站秉持著其口號「Broad yourself」（展現自己）的精神，鼓勵每個用戶創作表現。運用 YT 進行創建及上傳影片的人稱為 YouTuber，他們在 YT 上分享影片來獲得名聲(fame)，並藉由「追蹤」(follow) 與「訂閱人」(subscribe) 來獲得廣告廠商贊助與經濟收入的個人與團體（鄭勝耀，2018），這使得 YouTuber 成為一種真正的職業，甚至成為青少年心目中嚮往的職業。然而 YouTuber 對青少年的影響仍有許多不確定性和矛盾，例如 YouTuber 製作的影片內容可能會因商業行為和受眾（target audience）觀點而時常變化，有的可能傳達不正確的訊息，有些 YouTuber 因經營問題或遭受批評抹黑而產生心理困擾，加上媒體報導部分 YouTuber 的負面新聞，使得 YouTuber 這個職業給人不佳的觀感，認為會造成青少年的不良示範，又 YouTuber 本身即流行文化，非主流價值觀，被視為沒有教育價值。教育者對於 YouTuber 的概念普遍是模糊的，YouTuber 究竟是有利於或有損於學校的音樂學習與教學，仍未有定論（Waldron, 2013），國內有關 YouTuber 導入正式課程的研究也較為少見。

全球化的教育下，網際網路在數位新世代的生活世界中扮演了重要的角色，也是青少年豐富文化現象的場域（鄭勝耀，2018），了解青少年的文化是教育學者責無旁貸的任務。王俊斌（2018）認為在「人人可以是網紅」的時代，學校依據自媒體自主學習精神及跨領域之特性開設網紅課程，其學習內容必須重視跨素養的多元學習，學習重點能發展學生有效率解決問題之能力，因此本文以十二年國教課程綱要核心素養進行音樂科為主軸之跨領域課程轉化，以翻唱 YouTuber 作為音樂教育的教學取材，發展音樂展演實踐課程，進一步引導青少年走向創意且良善的虛擬空間，使學生從多元化社會中體認不同價值觀，並習得正確的網路及媒體文化認知。

二、YT 與音樂教育

十二年國民基本教育總綱核心素養中，科技媒體素養即希望學習者具備善用科技、資訊與各類媒體之能力，培養相關倫理及媒體識讀的素養；藝術美感素養

則是具備藝術感知、創作與鑑賞能力，透過生活美學的省思豐富美感體驗（教育部，2014）。藝術領域課綱中揭示音樂教師能運用數位媒體達成學習者藝術創作表現、多元審美鑑賞與生活實踐的學習素養，提供學生機會運用各種不同形式的音樂數位工具來發展知識、創建聲音並與各種形式的音樂結合表達等，因此音樂教師對於實施數位媒體的教學使用，不僅作為教學素材達到鑑賞的目的，還可以數位媒體進行創作展演實踐，並發展個人實現終身音樂參與。

YT 最初被設想為可以上傳和分享個人家庭影片的線上空間（Burgess & Green, 2009），但後來 YT 已經變得遠不止於此，尤其是從音樂學習的角度（Lange, 2014；Waldron, 2013），YT 是一個提供音樂家分享作品、提供表演機會的強大空間，Cayari（2011）分析 YT 用戶的需求，從聆聽流行歌曲到混音原創音樂，與他人分享原創歌曲，學習彈奏他們最喜歡的吉他或在鋼琴上用什麼手指來演奏複雜的和弦，翻唱偶像的歌曲，並與世界各地的音樂家合作演出。YT 是一種藝術媒介，讓有創造力的學生展示他們的才華，聽眾成為歌手，觀看者成為演員，消費者成為創造新事物的生產者，原創作品與現有作品融合，影響了音樂藝術形式，並為藝術開闢了一個新的場所。Waldron 等人（2020）認為透過 YT，個人可以參與製作和分享 UGC，建立社群來消費和評論音樂偶像，發布和學習音樂技能，測試和建立自己的音樂實力和身份，發展粉絲群並接收反饋，還可透過互動討論批判性地檢視個人音樂選擇能力，及理解音樂究竟是扮演支持還是打破文化、社會、政治和身份規範的角色。Cayari（2011）提出教育者幫助學生學習如何在 YT 等網站上創作和分享音樂，將改變學生的終身音樂生涯，因 YT 不僅提供學生以多媒體方式表達藝術，同時也讓他們獲得接觸閱聽者（audience）和即時反饋的機會，Horsley 和 Veblen（2020）也認為，音樂教育者善用生活中的社群媒體，可訓練批判性思考和學習線上互動，檢視社群媒體中音樂學習的樣貌等，並探索如何在道德和教學反思中成功實踐的方法，培養媒體素養。YT 的用戶是來自世界各地的人，他們可以共享並討論，具有互動性，使學生在全球化下學習建立聯繫溝通與交流。

在國外的教學實例中，Cayari（2018）描述了一位 YouTuber 進行無伴奏歌唱的創作時應用正規音樂教育的內容外，並透過非正式的音樂和技術學習來創作音樂影片。Green（2002、2005 和 2008）進行有別於傳統課堂的非正式學習方式，他發現教導學生在 YT 上創作、製作和分享音樂影片時，會幫助學生學習音樂、職涯和其他跨學科研究，透過表演創作歌曲將音樂教育融入其核心--音樂表演，其他例如利用硬體和軟體等技術進行錄音和編輯創作歌曲，教導學生關於如何購買軟體、公開、版權和錄音銷售結合營銷和會計，除此之外，學生可能還得學習設計網站，構圖和視覺設計等，培養藝術和網頁設計之技能，另外在準備影片拍攝時所需腳本則與語言藝術有關。可見 YouTuber 於正式課程中實施，會涵蓋藝術、資訊科技、社會及語文等領域的學習過程。

綜上可知，運用 YouTuber 做為音樂課程，可提供教育工作者將線上表演實踐轉化到課堂，在實務教學中的跨領域教學找到其豐富性，與課綱中的核心素養緊密結合。

三、翻唱 YouTuber 的展演實踐

由於網際網絡的發達及音樂編輯軟體的發展，自己動手做的混搭（DIY remixing）作品變成線上娛樂的主流現象之一，大部分的混搭作品是由非專業藝術家所製作的，包括素人翻唱（shredding）（經典音樂影片的音軌被業餘演出者的聲音取代）、多軌疊錄（overdubbing）或重新混音錄製（redubbing）（羅世宏，2018），愛唱歌的人需要展現的舞台，翻唱 YouTuber（cover singer YouTuber）則是喜歡唱歌的素人，藉由翻唱偶像的歌曲，嶄露自己的音樂能力，不需透過經紀人，容易達成，也成為偶像的最佳途徑，例如名列 2019 年台灣百大 YT 頻道的翻唱 YouTuber 蔡佩軒（引自臺灣維基百科），就是在家裡以鍵盤自彈自唱，將歌手大壯的歌曲「我們不一樣」從粗曠的曲風改編為溫暖療癒，因而受到關注，從影片上傳截至目前 4 年期間，該影片已有 2434 萬次觀看紀錄，10 萬人按讚，留言筆數為 5,079 則。名為「gootmusic」頻道，是美國紐約的創作型歌手 Alex Goot 所創，他沒有受過正規的音樂訓練，16 歲開始自彈自唱上傳音樂影片，其中演唱，鼓手，吉他，鍵盤，錄製合成等都是他一手包辦，他的時間幾乎都花在他的家庭音樂工作室（引自英文維基百科），最受歡迎的影片是 2015 年與 Kurt Schneider 及 Chrissy Costanza 以樂團形式翻唱「One Republic」樂團的歌曲「Counting Stars」，截至目前觀看人次達 1.3 億次。

在 YT 創建影片時，須具備一個重要的能力，就是將簡單的技能和才能與 YT 現有的文化和網絡聯繫起來（Grünwald & Haupt, 2014），而翻唱 YouTuber 通常具備基本的音樂知能，例如歌唱技巧、演奏樂器或編曲能力等專業音樂素養，也善於使用科技與媒體，如專業音響及錄音、攝影設備、YT 平台的操作使用，並善於連結其他社群媒體來為自己廣告（陳育恬，2020）。根據 Jang（2015）的分析，YouTuber 在建構影片都會經歷設置（setting）設計（design）、製作（making）產出（production）及分享（sharing）發行（distribution）等三階段，因此依據以上對於翻唱 YouTuber 的分析結果，設計以翻唱 YouTuber 展演實踐為課程目標，結合 12 年國教課程綱要核心素養之自主學習、溝通互動與社會互動三大面向，於國中九年級進行翻唱 YouTuber 課程轉化，茲分為三階段之課程設計，說明如下：

(一) 第一階段課程設計：自主學習

單元目標：能分析成功的翻唱 YouTuber 影片內涵並能選擇適宜的歌曲，及設計影片內容與行銷。

總綱核心素養	A2：系統思考與解決問題
具體內涵	J-A2 具備理解情境全貌，並做獨立思考與分析的知能，運用適當的策略處理。
藝術領域核心素養具體內涵	藝-J-A2 嘗試設計思考，探索藝術實踐解決問題的途徑。
課程內容	一、具擬翻唱 YouTuber 之養成計劃:調查目前市場，分析當下流行歌曲之元素，探討翻唱 YouTuber 成功之因素，認識翻唱 YouTuber 歌手的類型，並了解其不同的美感。 二、選擇擬上傳影片之歌曲，編排拍攝內容腳本製作，及影片製作分工。 三、製定行銷策略。

(二) 第二階段課程製作產出：溝通互動

單元目標：學習運用歌唱技巧、樂器演奏、音樂軟體及設備製作影片，並具備媒體素養。

總綱核心素養	B2：科技資訊與媒體素養 B3：藝術涵養與美感素養
具體內涵	J-B2 具備善用科技、資訊與媒體以增進學習的素養，並察覺、思辨人與科技、資訊、媒體的互動關係。 J-B3 具備藝術展演的一般知能及表現能力，欣賞各種藝術的風格和價值，並了解美感的特質、認知與表現方式，增進生活的豐富性與美感體驗。
藝術領域核心素養具體內涵	藝-J-B2 思辨科技資訊、媒體與藝術的關係，進行創作與鑑賞。 藝-J-B3 善用多元感官，探索理解藝術與生活的關聯，以展現美感意識。
課程內容	一、演唱/演奏知能 (一)音樂專業知能:歌唱技巧，含音準、共鳴、發聲位置、呼吸、咬字等；樂器自彈自唱，如鍵盤、吉他及爵士鼓等；編曲技巧。 (二)能展演適合的歌曲，並錄影上傳 YT 平台。 二、應用音樂與媒體素養 (一)認識音響設備:如麥克風，監聽及擴音設備如監聽喇叭，混音器等。 (二)資訊使用:能運用音樂軟體如影音剪輯、編曲軟體，及編曲基本概念。 (三)具備正確的媒體素養。

(三) 第三階段課程分享及發布：社會參與

單元目標：以合作學習進行展演並上傳影片至 YT，與閱聽人互動及討論社會互動關係。

總綱核心素養	C1：道德實踐與公民意識	C2：人際關係與團隊合作
具體內涵	<p>J-C1 培養道德思辨與實踐能力，具備民主素養、法治觀念與環境意識，並主動參與公益團體活動，關懷生命倫理議題與生態環境。</p> <p>J-C2 具備利他與合群的知能與態度，並培育相互合作及與人和諧互動的素養。</p>	
藝術領域核心素養具體內涵	<p>藝-J-C1 探討藝術活動中社會議題的意義。</p> <p>藝-J-C2 透過藝術實踐，建立利他與合群的知能，培養團隊合作與溝通協調的能力。</p>	
課程內容	<p>一、以小組為單位，共同完成展演並上傳 YouTube。</p> <p>二、了解翻唱 YouTuber 與閱聽者正確之互動關係。</p> <p>三、討論翻唱 YouTuber 對社會的影響。</p>	

從上可知，從認識現在流行的翻唱 YouTuber 及其創作的內容，所蘊含之文化與詮釋音樂的創作美學，並讓學生嘗試以數位及實體硬體與軟體合作完成跨學科之創作展演，進行表現、鑑賞與實踐之學習表現，結合 12 年國教課綱核心素養，是音樂教師實施翻唱 YouTuber 跨領域教學可以連結之要素。

三、結語與建議

翻唱 YouTuber 帶來的是一個跨領域的知識，多元的教育領域，良好的娛樂和激動人心的熱情，能培養學生發展興趣重視創意，並正確引導媒體素養，幫助他們認識自我並探索真實且多元的職涯，提供青少年一個良好的音樂教育與社會影響，因此運用 YouTube 進行音樂教學之展演實踐，以翻唱 YouTuber 作為正式音樂課程的教材，符應 12 年國教課綱之核心素養，運用數位媒體達成學生藝術創作表現、多元審美鑑賞與生活實踐的學習素養。

在教學現場中常見學生對網路深度使用，因為他們是知識訊息的接收者，同時也是產製者及傳播者等多重角色，教師應理解青少年的在網路世界中的意義，並肯定青少年有屬於他們自身的網路權，青少年有機會接觸網路文化與媒體文化，將是他們參與更寬闊世界與文化的重要關鍵（鄭勝耀，2018），因此音樂教師在正式音樂課程中導入 YouTuber 影片時，不應只是媒體內容的滿足，更要善用自媒體的特性，提升學生學習的渴望與創新的能力；引導學生建構媒體素養，分析以 YouTuber 作為職業應具備的能力，進一步幫助學生發展多元能力及記錄自我認同的軌跡，培養學生成為終生學習者。本文僅提供課程運用之建議，未來可進一步在教學現場中蒐集實踐的過程與結果進行分析討論，俾

了解該課程實際運用之成效。

參考文獻

- 王俊斌（2018）。網紅世代的自主學習：在展現自我與智慧學習之間。《教育研究月刊》，296，31-46。
- 鄭勝耀（2018）。網紅文化的教育社會學想像。《教育研究月刊》，296，47-74。
- 羅世宏譯（2018）。文化研究：理論與實踐。原著作者 Chris Barker, Emma A. Jane。五南。
- 陳育恬（2021）。國際教育 2.0 融入素養導向之課程設計-以翻唱 YouTuber 為例。《台灣教育》，726，63-71。
- Burgess, J., & Green, J. (2009). The entrepreneurial vlogger : Participatory culture beyond the professional-amateur divide. In P. Snickars & P. Vonderau (Eds.), *The YouTube Reader* (pp. 89–108). National Library of Sweden.
- Cayari ,C. （2018）. Connecting music education and virtual performance practices from YouTube. *Music Education Research*, 20 (3), 360-376.
- Cayari, C. （2011）. The YouTube effect : How YouTube has provided new ways to consume, create, and share music. *International Journal of Education & the Arts*, 12(6), 1-28. Retrieved from <http://www.ijea.org/v12n6/>
- Cayari, C. （2019）. Facilitating music video projects in the classroom. In Z. Moier, B. Powell, & G. D. Smith （Eds.）, *Bloomsbury handbook of popular music education : Practices and perspectives* （pp. 219-226）. London, UK : Bloomsbury.
- Grünewald, L., & Haupt, J. （2014）. *Value Creation on YouTube How Musicians, YouTubers and Commercial Networks Create Social, Cultural and Economic Capital*. Manuscript Présenté aux Vienna Music Business Research Days.
- Jang, S. H. （2015）. “I am a YouTuber”: a netnographic approach to profiling teen use of YouTube. Doctoral dissertation, University of Tasmania.
- Waldron, J. （2013）. User-generated content, YouTube and participatory culture

on the Web: Music learning and teaching in two contrasting online communities. *Music Education Research* 15(3), 1-28

■ Waldron, J., L., Horsley, S., & Veblen, K., K. (2020). Introduction: Why Should We Care About Social Media? *The Oxford Handbook of Social Media and Music Learning*. Oxford University Press, USA.

