

大学生MOOC英语学习任务价值感知的 四维结构理论探析

——基于Eccles主观任务价值理论的在线语境适配

余静然

兰州交通大学外国语学院, 甘肃 兰州

收稿日期: 2026年4月22日; 录用日期: 2026年5月20日; 发布日期: 2026年5月27日

摘要

MOOC已成为我国高校大学英语、通识英语、四六级备考、跨文化交际等课程的重要教学载体, 大学生是MOOC英语学习最核心、最稳定的群体。任务价值感知是影响大学生MOOC英语学习动机、课堂投入、持续参与与学习成效的关键心理因素。本研究以Eccles与Wigfield的主观任务价值理论为基础, 立足高校MOOC英语教学这一具体情境, 系统剖析大学生MOOC英语学习任务价值感知的获取价值、内部价值、效用价值、成本四维结构, 探究MOOC语境下时空分离、自主学习主导、弱互动、平台化、学分挂钩等特征对各维度价值感知的独特影响与作用机制, 分析四维价值感知在大学生MOOC英语学习中的现实适配困境, 并针对性提出各维度的在线语境优化策略, 最终构建面向大学生MOOC英语学习的任务价值感知四维结构模型。研究结果可拓展主观任务价值理论在高校英语MOOC领域的应用边界, 为大学英语MOOC任务设计、平台开发、混合式教学与学习支持提供更具针对性的理论指导与实践参考。

关键词

大学生, MOOC英语学习, 任务价值感知

An Exploration of the Four-Dimensional Structural Theory of College Students' Task Value Perception in MOOC English Learning —Adaptation to the Online Context Based on Eccles' Subjective Task Value Theory

Jingran Yu

School of Foreign Languages, Lanzhou Jiaotong University, Lanzhou Gansu

Abstract

MOOC has become an important teaching carrier of college English, general English, CET-4/6 preparation and intercultural communication in Chinese universities, and college students are the core and stable group of MOOC English learning. Task value perception is a key psychological factor affecting college students' learning motivation, classroom engagement, sustainable participation and learning effectiveness in MOOC English courses. Based on the Subjective Task Value Theory proposed by Eccles and Wigfield, this study systematically analyzes the four-dimensional structure of task value perception in college students' MOOC English learning, namely attainment value, intrinsic value, utility value and cost, based on the specific context of college MOOC English teaching. It explores the unique influence and mechanism of MOOC contextual characteristics (e.g., space-time separation, autonomous learning dominance, weak interaction, platformization, credit linkage) on each dimension of value perception, analyzes the practical adaptation dilemmas of the four-dimensional value perception in college students' MOOC English learning, and puts forward targeted online context optimization strategies for each dimension. Finally, a four-dimensional structure model of task value perception for college students' MOOC English learning is constructed. The research results can expand the application boundary of the Subjective Task Value Theory in the field of college English MOOC, and provide more targeted theoretical guidance and practical reference for task design, platform development, blended teaching and learning support of college English MOOC.

Keywords

College Students, MOOC English Learning, Task Value Perception

Copyright © 2026 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

1.1. 研究背景

在高校教育数字化转型与大学英语教学改革背景下，MOOC 英语课程凭借资源开放、选课灵活、可重复学习、支持混合式教学等优势，已全面融入高校人才培养体系，成为大学生学分修读、四六级备考、期末复习、能力拓展、补考重修的主流途径。但实践中，大学生 MOOC 英语学习普遍存在挂机刷课、浅层参与、互动冷淡、互评形式化、完课率偏低、学习效果与预期差距大等突出问题，学习动机不足、持续性差成为制约大学英语 MOOC 质量的关键瓶颈。作为影响学习动机与行为选择的关键非认知因素，任务价值感知通过塑造学习者的参与意愿、努力程度与坚持性，深刻作用于在线学习的最终成效[1]。

现有研究已证实任务价值感知对在线学习的关键作用，齐越等探讨了任务价值研究的发展脉络，明确其在学习动机研究中的核心地位，进一步揭示目标定向和任务价值在自我调节学习中的协同作用，为在线学习动机研究提供理论支撑[2]。龚少英等的研究发现，任务价值通过学业情绪中介影响网络学习满意度[3]；李久亮的实证研究表明，任务价值感能显著提升英语写作的自我调节学习水平，且与促学评价存在交互作用[4]。但在线学习环境固有的时空分离性、技术依赖性与低人际互动性等特征，也导致学习者普遍面临学习动机不足、课堂参与度低、学习持续性差等问题。而任务价值感知决定学习者的学习动

机强度、努力投入程度与学习坚持性，是破解在线英语学习痛点的关键切入点。

任务价值感知作为期望-价值理论(Expectancy-Value Theory, EVT)的核心构念，直接决定学习者是否选择、投入多少、坚持多久[5][6]。现有研究证实，任务价值显著正向预测在线学习投入、持续意愿与学业成绩；但 MOOC 语境的自主化、碎片化、弱监督、弱人际互动、平台化操作等特征，使大学生在 MOOC 英语学习中的价值感知与传统线下课堂存在显著差异：获取价值易被弱化、内部价值易被分散、效用价值感知模糊、成本感知被放大。目前针对大学生群体与高校 MOOC 英语课程这一具体情境的任务价值四维结构专门研究仍较薄弱，理论适配路径与实践干预策略尚不清晰。因此，本研究立足大学生 MOOC 英语学习真实场景，细化情境、聚焦问题，探析任务价值感知四维结构，对提升大学英语 MOOC 教学实效具有重要现实意义。

1.2. 研究意义

理论上，本研究将 Eccles 主观任务价值理论引入大学生 MOOC 英语学习这一细分情境，明确四维结构在高校英语在线教学中的内涵、表现与作用机制，完善情境化期望-价值理论体系，拓展动机理论在大学英语 MOOC 与混合式教学中的应用边界；实践意义在于为高校英语 MOOC 平台优化、课程任务设计、教师教学干预、学习支持服务提供可操作路径，帮助大学生提升价值感知、降低学习成本、增强持续学习动机，提高 MOOC 英语学习实效与完课率。

2. 理论基础

2.1. 理论起源与发展

任务价值感知作为期望-价值理论的核心构念，是个体对任务本身所蕴含价值的主观认知与评价，直接影响其学习动机、任务选择与持续投入。早期期望-价值理论中，Atkinson 将任务价值(激励价值)简单定义为成功概率的倒数，虽构建了理论框架，但局限于任务难度对价值的单一影响，忽视了个体主观认知的多样性。随着理论发展，Eccles 等人提出了更为系统的任务价值结构，将其划分为四个核心维度，后经完善形成三大核心成分与成本维度，构成了当前任务价值感知研究的基础框架[7]。

2.2. 四维结构核心内涵

Eccles 主观任务价值理论将任务价值感知划分为获取价值、内部价值、效用价值与成本四个核心维度，四个维度相互关联、相互作用，共同构成个体对任务的整体价值感知[8]。

内在价值(Intrinsic Value)指个体从任务本身获得的愉悦感与兴趣，是任务对个体的吸引力所在。例如，学生因对语言知识的好奇而主动参与探究学习，这种基于兴趣的价值感知直接驱动其深度参与学习[9]；实用价值(Utility Value)即任务对个体未来目标(如职业发展、技能提升)的工具性作用，强调任务与长远利益的关联性[10]。成人学习者参与在线课程以提升职业竞争力，正是实用价值驱动的典型表现[11]；达成价值(Attainment Value)又称重要性价值，指任务成功完成对个体自我认同、社会角色或核心价值观的确认作用。对于重视学术成就的学生而言，在核心课程中取得优异成绩所带来的自我效能感强化，即体现了达成价值的作用；最后是成本维度(Cost)，Eccles 等人将成本纳入任务价值框架，视为负面价值成分，包括心理成本(如焦虑、压力)、努力成本(时间与精力投入)和机会成本(放弃其他有价值活动的损失)。这一维度补充了价值感知的完整性，解释了为何个体即便感知到任务的积极价值仍可能放弃参与。

2.3. 理论在大学生 MOOC 英语学习中的适用性

Eccles 主观任务价值理论的四维结构为解析大学生 MOOC 英语学习任务价值感知提供了全面、动态

的分析框架。MOOC 英语课程的自主灵活、资源开放、弱互动、时空分离等特征，与大学生学业目标明确、自主意识强、时间碎片化、易受干扰、自律差异大的特点高度契合。四维结构能同时解释“为何学、爱不学、有什么用、为何放弃”，比传统动机理论更贴合 MOOC 英语真实学习心理，具备良好适配性。如表 1 所示，四个维度相互关联、相互作用，共同构成个体对任务的整体价值感知。

Table 1. Core connotation and typical performance of the four-dimensional structure of subjective task value
表 1. 主观任务价值四维结构的核心内涵与典型表现

价值维度	核心定义	大学生 MOOC 英语学习典型表现
获取价值	完成任务对个人能力、身份认同、成就感的重要性	完成课程获得大学英语学分/绩点；通过四六级备考任务提升分数；证明英语自主学习能力；获得教师与同伴认可
内部价值	任务本身带来的兴趣、愉悦与沉浸体验	喜欢英语影视赏析、英文歌曲、文化微课、情景对话等趣味任务；享受自主安排学习节奏的愉悦感
效用价值	任务对学业、保研、就业、技能提升的工具作用	对接大学英语期末考点；助力四六级/考研英语备考；提升听说读写能力；服务保研、求职、出国交流
成本	时间、精力、心理压力、机会成本等负面付出	刷课、单元测验、作业、互评耗时；平台操作繁琐；视频枯燥导致注意力消耗；四六级压力、拖延焦虑与挫败感

2.4. 理论拓展

为进一步深化对任务价值感知内在机制的理解，本研究引入 Deci 和 Ryan 提出的自我决定理论(Self-Determination Theory, SDT)进行跨理论整合。自我决定理论认为，个体的内在动机与心理健康取决于自主、胜任、关联三个基本心理需要的满足程度[12]。

两大理论在动机研究中具有高度的互补性。Eccles 理论从“任务对个体有什么价值”的角度解释动机，而自我决定理论从个体需要什么的角度解释动机。具体而言，内在价值直接对应自主需要的满足，当学习者能够自主选择学习内容与节奏时，内在价值感知会显著提升；获取价值同时对应胜任需要与关联需要的满足，任务完成带来的成就感强化胜任感，而社交认同则满足关联需要；效用价值主要对应胜任需要的满足，任务对目标实现的工具性作用让学习者感知到自身能力的提升；成本则会阻碍三个基本心理需要的满足，过高的时间与精力成本会削弱自主感，频繁的失败会降低胜任感，而人际互动的缺失则会影响关联感。

通过两大理论的整合，本研究能够更深入地揭示大学生 MOOC 英语学习中任务价值感知影响学习动机的内在心理机制，为提出更有效的适配策略提供理论支撑。

3. 大学生 MOOC 英语学习任务价值感知四维结构特征

3.1. 获取价值：学分驱动下的学业成就认同与英语身份建构

大学生 MOOC 英语学习的获取价值呈现学业导向强、成就反馈可视化、身份认同分层三大典型特征，是维系持续学习的核心动力之一。首先，学业成就驱动指 MOOC 英语多与大学英语学分、期末成绩、绩点、评奖评优直接挂钩，完成视频学习、单元测验、作业互评、期末考核等任务是获取学分与合格成绩的必要途径，任务完成质量直接关系学业达标，使获取价值具有强制性与现实紧迫性。其次，平台学习档案、进度条、成就徽章、模考分数、等级排名等即时反馈，让学习者清晰感知阶段性进步；高分通过测验、完成课程获得电子证书，可显著强化自我效能感与学业成就感。最后，小组协作任务、同伴互评、学习圈打卡、班级排名等机制，为学习者提供同伴认可与群体归属；跨文化交流、英语展示类任务则助

力构建“英语使用者”身份，提升语言自信与自我认同。

MOOC学习的弱监督、匿名化环境易弱化学习者的责任意识与身份代入感，降低获取价值感知；但学习轨迹公开化、成果可视化、社群互助机制又能强化成就认同，形成约束不足但激励多元的独特格局。

3.2. 内部价值：自主体验主导下的兴趣感知与情感投入

大学生MOOC英语的内部价值以自主选择权、任务趣味性、情感愉悦度为核心，呈现兴趣驱动、自主导向、易受体验干扰的特征。首先，自主掌控带来愉悦，倍速播放、暂停回放、选集学习、断点续学、自主安排时间等功能，满足大学生碎片化学习与自主规划需求，摆脱线下课堂时空束缚，提升学习掌控感与内在愉悦；微课视频、影视片段、英文歌曲、情景对话、文化微课、互动测验等轻量化、趣味化形式，降低传统语言学习枯燥感；AI口语对话、角色扮演、单词闯关等游戏化任务，进一步激发参与热情与沉浸体验；对英语本身感兴趣、偏好自主学习的学习者内部价值感知更强；而内容冗长、讲解枯燥、互动匮乏、平台卡顿、操作繁琐等问题，会直接打断学习节奏、削弱兴趣，导致内部价值快速衰减。英文短文写作、短视频配音、文化海报制作、主题讨论发言等任务，为学习者提供个性化表达空间，完成后获得的成就感与满足感持续强化内部价值。

3.3. 效用价值：应试与工具理性主导的目标关联感知

效用价值是大学生MOOC英语学习最核心、最稳定的价值维度，呈现高度功利化、目标精准化、场景具象化特征，直接决定学习投入强度。首先，学习目标与应试目标高度绑定：课程内容紧密对接大学英语教学大纲、期末考点、四六级/考研英语真题，专项刷题、技巧讲解、模考演练等任务直接服务提分需求，效用感知清晰且强烈；其次，MOOC学习可以助力学分修读、保研材料补充、求职英语能力证明、出国交流语言准备，实现“学习-成绩-发展”的直接关联；通用英语、学术英语、职场英语分类任务，适配不同职业与深造规划，工具属性突出；听、说、读、写分项训练、错题整理、能力测评报告、进步曲线等功能，让语言能力提升可感知、可衡量，强化“学了有用、练了提分”的效用认知。

但MOOC语境存在两面性，碎片化学习易导致知识体系零散、长期效用弱化；但资源精准、即时反馈、可重复学习等优势，又能快速提升应试效率，使短期效用突出、长期效用需引导。

3.4. 成本：在线语境下的多重负面代价与感知特征

大学生MOOC英语学习的成本感知呈现时间碎片化、精力高消耗、心理压力集中、机会成本突出的叠加特征，是导致挂机刷课、中途退出的关键原因。首先，时间成本存在双重负担，如核心学习(看视频、做题、写作)与附加操作(平台签到、资源查找、技术调试、完成形式化互评)挤占课余碎片时间；任务时长不合理、重复操作多，进一步加剧时间浪费感知。其次，自主学习要求高度自律，网络环境易分心，维持专注需额外认知努力；长期面对屏幕、自主规划进度、无人实时督促，导致精力消耗远超线下课堂。而四六级备考压力、分数焦虑、口语表达恐惧、低分挫败感、拖延自责普遍存在；弱互动、少反馈带来孤独感与无助感，进一步加重心理负担。再者，学习时间挤占娱乐、社交、专业课学习、兼职实践等活动，使学习者频繁面临“学英语还是做其他事”的权衡，降低持续参与意愿。最后，在线MOOC学习虽然时空灵活，可降低主观时间成本，但弱监督易引发拖延、低效学习，反而推高实际成本；AI辅助工具可减负，技术故障与操作复杂则加剧成本感知。

4. 四维价值导向的大学生MOOC英语语境适配策略

针对大学生MOOC英语学习中任务价值感知的现实困境与在线语境的双重影响，本研究立足获取价值、内部价值、效用价值与成本四个核心维度，提出系统性、可操作的语境适配策略，以全面提升学习

者的积极价值感知、降低负面成本感知，进而强化学习动机与持续参与度。

4.1. 获取价值适配

获取价值维度的语境适配应以学业成就认同与英语身份建构为核心，通过强化任务与学分、绩点、学业评价的直接关联，让学习者清晰感知完成 MOOC 英语学习任务对自身学业发展的重要意义，同时借助平台学习档案、阶梯式成就徽章、阶段性模考反馈、学习进度可视化等功能设计，为学习者提供持续、及时的成就体验，在此基础上搭建班级学习社群、小组协作任务、同伴互评与教师常态化指导相结合的社交支持体系，弱化在线匿名性与弱监督带来的责任淡化问题，帮助学习者在完成任务的过程中逐步构建稳定的英语学习者身份认同，获得来自同伴与教师的双重认可，从而稳固并提升获取价值感知。

4.2. 内部价值适配

内部价值的核心是内在兴趣与愉悦感，适配策略的关键是通过趣味化、个性化、创造性的任务设计，结合技术赋能，提升学习者的任务参与感与内在动机。

内部价值维度的语境适配应聚焦自主学习体验与内在兴趣激发，充分尊重大学生碎片化、个性化、自主性强的学习特点，优化倍速播放、断点续学、自主选题、进度自定等功能设置，让学习者拥有充分的学习掌控感，同时依托微课视频、影视片段、英文歌曲、文化情境、AI 口语对话、游戏化闯关等多模态资源与趣味化任务形式，降低传统语言学习的枯燥感，提升学习过程的愉悦度与沉浸感，此外还可通过英文短文写作、短视频配音、文化主题讨论、作品展示等任务为学习者提供创造性表达空间，使其在自主表达与成果分享中获得持续的内在满足，有效维持并强化内部价值感知。

4.3. 效用价值适配

效用价值维度的语境适配需紧扣大学生应试需求与长远发展目标，推动 MOOC 英语课程内容精准对接大学英语教学大纲、期末考点、四六级及考研英语要求，明确每项学习任务对应的能力点、提分方向与实用价值，让学习者直观感受到任务的工具性意义，同时借助平台智能测评、错题自动整理、能力变化曲线、阶段性学习报告等功能实现语言能力提升的可视化呈现，在此基础上构建“学习 - 训练 - 应用 - 反馈”的完整闭环，强化 MOOC 英语学习在学分获取、保研评优、求职就业、出国交流等方面的长期效用，使效用价值从短期应试导向延伸至长远发展导向，形成稳定且持续的驱动力量。

4.4. 成本适配

成本维度的语境适配应以全方位降低多重负面代价为目标，针对大学生时间紧张、精力有限、心理压力突出等现实问题，设计 5~15 分钟轻量化微任务以适配碎片化学习场景，通过简化平台操作流程、整合学习资源、减少形式化互评与冗余操作降低不必要的时间与精力消耗，依托 AI 智能辅导、在线词典、语法纠错、发音指导、学习策略推送等工具减轻学习难度，并提供应试焦虑缓解、时间管理指导、自律方法分享等心理支持，同时完善平台技术保障、助教实时答疑与同伴互助机制，及时解决技术故障、学习困惑与情感孤独问题，从时间成本、精力成本、心理成本、机会成本四个层面全面减负，最大限度弱化负面感知对学习动机与持续参与的抑制作用。

5. 结论

本研究基于 Eccles 主观任务价值理论，聚焦大学生 MOOC 英语学习这一具体情境，构建了获取价值 - 内部价值 - 效用价值 - 成本四维结构模型。研究发现 MOOC 在线语境对四维价值感知具有双重影响，既提供自主、灵活、资源丰富等优势，也带来弱互动、弱监督、高自律要求、成本感知上升等挑战。针对

大学生群体与大学英语教学特点,从强化学业成就、提升趣味体验、对接应试效用、降低多重成本四个方向提出适配策略,可有效提升任务价值感知、改善学习动机与持续性。本研究拓展了主观任务价值理论在高校 MOOC 英语领域的应用,为大学生在线英语学习动机提升、课程设计与混合式教学丰富了理论支撑。

参考文献

- [1] 齐越, 方平. 任务价值研究的回顾与展望[J]. 心理科学, 2005, 28(2): 488-490.
- [2] 齐越, 方平, 张雅君, 等. 目标定向和任务价值在自我调节学习中的作用[J]. 首都师范大学学报(社会科学版), 2004(5): 109-112.
- [3] 龚少英, 韩雨丝, 王丽霞, 等. 任务价值和学业情绪与网络学习满意度的关系研究[J]. 电化教育研究, 2016(3): 72-77.
- [4] 李久亮. 基于《量表》的大学英语写作促学评价及任务价值感对自我调节式学习的影响[J]. 中国考试, 2022(12): 19-26.
- [5] Eccles, J.S., Adler, T.F., Futterman, R., et al. (1983) Expectations, Values, and Academic Behaviors. In: Spence, J.T., Ed., *Achievement and Achievement Motives: Psychological and Sociological Approaches*, Freeman, 75-146.
- [6] Wigfield, A. and Eccles, J.S. (1992) The Development of Achievement Task Values: A Theoretical Analysis. *Developmental Review*, **12**, 265-310. [https://doi.org/10.1016/0273-2297\(92\)90011-p](https://doi.org/10.1016/0273-2297(92)90011-p)
- [7] Eccles, J.S. and Wigfield, A. (1995) In the Mind of the Actor: The Structure of Adolescents' Achievement Task Values and Expectancy-Related Beliefs. *Personality and Social Psychology Bulletin*, **21**, 215-225. <https://doi.org/10.1177/0146167295213003>
- [8] Eccles, J.S. and Wigfield, A. (2002) Motivational Beliefs, Values, and Goals. *Annual Review of Psychology*, **53**, 109-132. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.53.100901.135153>
- [9] Part, R., Perera, H.N., Marchand, G.C. and Bernacki, M.L. (2020) Revisiting the Dimensionality of Subjective Task Value: Towards Clarification of Competing Perspectives. *Contemporary Educational Psychology*, **62**, Article ID: 101875. <https://doi.org/10.1016/j.cedpsych.2020.101875>
- [10] Pintrich, P.R. and Schunk, D.H. (1996) *Motivation in Education: Theory, Research, and Applications*. 2nd Edition, Merrill.
- [11] Lee, C.Y. (2002) *The Impact of Self-Efficacy and Task Value on Satisfaction and Performance in a Web-Based Course*. Ph.D. Thesis, University of Central Florida.
- [12] Ryan, R.M. and Deci, E.L. (2000) Self-determination Theory and the Facilitation of Intrinsic Motivation, Social Development, and Well-Being. *American Psychologist*, **55**, 68-78. <https://doi.org/10.1037/0003-066x.55.1.68>