

首頁 Crossing Campus 教育

先有能力，還是先有興趣？——我向「志趣不合」的大學生，分享這 3 種學習曲線

李銘尉／數位行銷三刀流 📅 2022/03/23 👁 21171



Photo Credit : Shutterstock

時代改變，傳統科系的訓練思維不易培養出跨領域人才，學生、老師與課程設計都得進行調整，加速學生能窺見跨領域能力的全貌，透過快速探索的過程確定未來的興趣方向。



許多教育改革者都鼓勵學生先探索出自己的興趣，再朝感興趣的領域進行發展，問題是：興趣可以探索嗎？探索多久才算夠？



「沒有興趣」是許多學生休退學或沒有動力學習的主要理由，近年教育部與學團的調查結果，台灣學生休退學最主要的原因之一就是志趣不合。

熱門文章

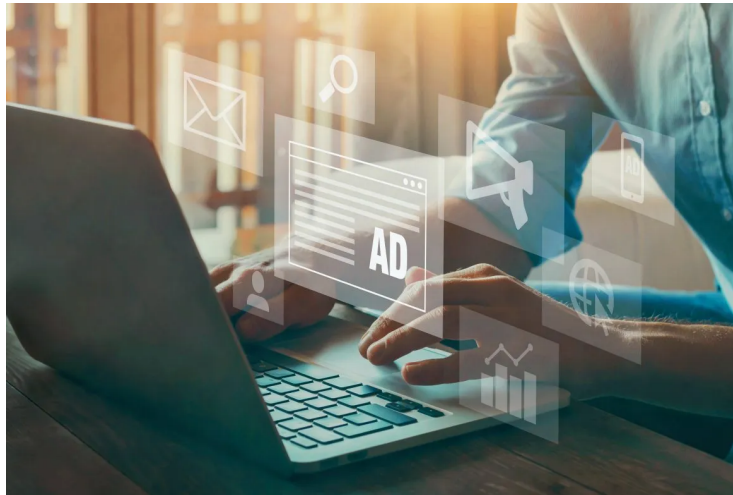
- 1 解決住房危機！加拿大溫哥華、多倫多課徵「空屋稅」，意外引發「大學生低價租豪宅」怪象
- 2 在俄羅斯臥舖火車，與醉漢們共度的那晚……陌生人只是「還沒成為朋友」的朋友
- 3 無上限休假日、提供白吃的三餐……「矽谷式福利」如何讓員工吃了暗虧，還感激涕零？
- 4 3 個許多台灣人習以為常，卻讓香港高管難以置信的職場管理法
- 5 真的可怕到極點？臺中一中學生看「音樂課師生衝突」：我眼中的現今教學現場……
- 6 日商為何紛紛來台發展？許多日本老闆不會告訴你的真相——而這也是他們失敗的原因

合作推薦

先有能力，還是先有興趣？

寒假時，有一位學生提出休學申請，按慣例我們必須確認他休退學的原因，他跟我說：「老師，我覺得這不是我的興趣，我怕讀下去也是浪費時間。」在我教學逾 10 年的時間裡，聽到很多學生休退學的原因都是所學與興趣不符。

一位大一商管科系學生，只唸過經濟與會計等基礎科目，就可以斷定自己的志趣不合；但是當我反問他：「你的興趣是什麼？」他也無法回答。商管就業領域包羅萬象，可以滿足各種個性與能力所需，例如喜愛辦活動的人可以考慮活動企劃，富有創意的人可以從事行銷，沉穩細心的人則可以考慮走國貿——但這位學生在大一還沒讀完時，就認為自己對這些方向都沒有興趣。



商管就業領域包羅萬象。圖/Shutterstock

若學生能明確說出他的興趣在哪個領域，例如是跳舞，我會鼓勵他勇敢追夢，但多數人是在還沒探索前就說沒有興趣。我經常針對大學新鮮人做調查，幾乎沒有人知道自己填的科系是要學什麼，自然也無法判斷這是否是他的興趣。

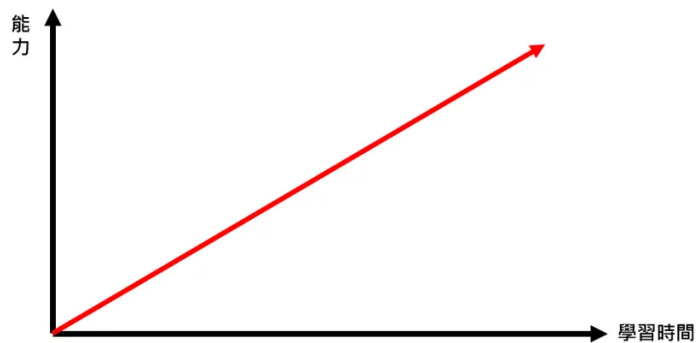
而我在畢業前再做一次同樣的調查，我發現「興趣度」似乎與「能力」成正比，但進一步訪談，這些產生興趣的學生很多是因為「有了能力，才有興趣」。他們發現若自己在這專業領域上可勝過同儕、被重視與需要、滿足內在需求，不僅能激發興趣，甚至充滿更多的熱情。

這個發現不禁讓人思考：究竟是先有能力，還是先有興趣？

過去許多生涯輔導的思維，都是幫助學生找到他的興趣，再讓他依興趣學習。但按照現況，恐怕很多大學生是「先有自我肯定，才會產生興趣」。我也長期追蹤那些曾因為「志趣不合」辦理休退學的同學，在多年後是否找到興趣了？結果多數同學不僅沒有發現自己的興趣，因為連基本的大學學歷都沒有，連帶也造成求職的侷限性，職涯發展遭遇很大的挫折。

因此，「興趣」似乎也是可以藉由實務訓練的過程中進行測試，我在課程中會向學生分享 3 種不同的學習曲線，讓他們理解學習與成果並非都是線性關係，可以分成以下 3 方面的學習來看。

一、線性關係的學習曲線



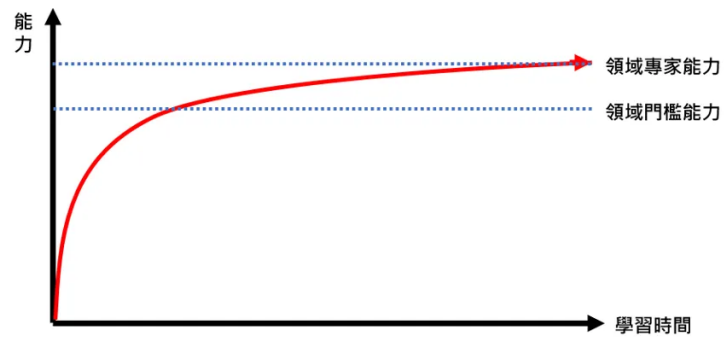
<線性關係的學習曲線>

圖／作者 提供

這是屬於比較理想的學習曲線，在義務教育階段，有許多專業知識是屬於「一分耕耘，一分收穫」，例如解題、背單字等，都是書 K 越多，越能反映在成績上。雖然有人的學習效率比較快、有人比較慢，但多數人都有相同的經驗，就是對於自己而言，能力的成長似乎是很公平的——你的成績反映出你的投入。

但到大學教育階段，在專業領域的學習上，未必是存在理想型的學習曲線，我們舉出另外兩種不同領域的學習曲線。

二、負加速型領域能力的學習曲線



<負加速型領域能力的學習曲線>

圖／作者 提供

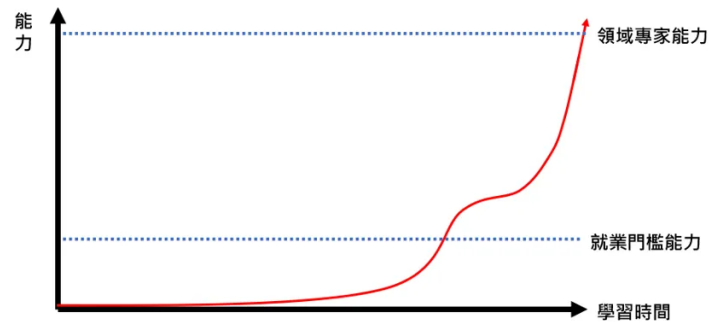
所謂負加速型領域的學習曲線，是指剛開始接觸時進步幅度較快，甚至很快就達到該領域就業的基本門檻，可是接下來進步的幅度會越來越慢，須花很長久的時間與經驗累積，才能達到領域中「專家」的水準。

例如台灣近年來餐飲類科系引起學生極大的就讀興趣，造成許多學生競相唸餐飲管理系，大學也廣設相關科系。餐飲業的很多職能學習效果快速可見、行業入門門檻較低，但要成為領域專家則要花上許多時間磨練。**許多學生畢業後實際進入職場，仍必須從學徒開始做起——拿到大學文憑後就業，卻得從洗菜、切菜開始**

做起，工時長、薪水又不如預期，造成許多餐旅科系畢業生從事相關工作的比例偏低。

針對這一類領域的專業，在教育上應重視配置較多的時間「實習」，讓學生可以先花更多時間去體驗工作，在學期間即先適應工作內容，而學校授課的重點則應放在「培養成為專家的關鍵能力」。

三、跨領域能力的學習曲線



<跨領域能力的學習曲線>

圖／作者 提供

跨領域人才最早被提到的詞為「T 型人才」（T-shaped Talent），英文字母「T」中，橫向的「一」代表知識的廣度，指要具跨領域的知識和才能；縱向的「|」就代表知識的深度，即至少在一個專業上具有深度。除了「T 型人才」外，也有所謂「π 型人才」或「非型人才」的說法，但都是指跨領域發展的概念。

因應數位時代來臨，目前許多職務需要跨領域的技能，例如大數據分析人員同時要懂程式語言、行銷與統計，而 UX 設計師要研究用戶、商業思維與數據分析。以筆者主要培育的數位行銷人才為例，得同時具備行銷工具運用能力（如社群平台熟悉度、廣告投放平台操作）、數據分析能力及商業企劃能力。**由於學習領域多**

元，剛開始接觸所學習的內容較難，所以進步較慢，要達成就業門檻須花的時間就比較多。

學生必須花許多時間學習，卻覺得沒有顯著的進步，這時候學生就很容易感覺到「不知道自己在學什麼」、「感覺什麼都學，卻不專精」、「投入努力看不到成果」，於是許多人在這階段就開始「沒有興趣」，認為自己不是這塊料，於是便放棄了。

而有些選擇繼續投入時間學習的人，將所需的能力都融會貫通後，慢慢可以將所學的部分交互運用，日積月累的成果能達到領域基本的就業門檻能力，在自我肯定之餘，也漸漸產生了興趣。而當達到就業門檻能力後，若能繼續學習，則可透過「成長駭客」的學習方法快速進步，在短短幾年內達到行業專家水平的能力。

在時代的改變下，傳統科系的訓練思維不容易培養出跨領域的人才，包括「學生」、「老師」與「課程設計」都得進行調整，加速學生能窺見跨領域能力的全貌，透過快速探索的過程確定未來的興趣方向。

課程設計應融入領域實作

許多實務性課程都只是喊喊口號，或者邀請業師來演講，就將之認定為實務課程，然而真正的實務課程必須讓學生真正實作、模擬真實就業狀況，如此才能加速探索期。

以筆者訓練數位行銷人才為例，會分配一項產品讓學生進行數位行銷，內容包含粉專發文、直播製作及數位廣告投放等。每當有學生跟我說：「老師，我不適合當小編，每天要想發文好累！」我會恭喜他這是很大的收穫，因為他已經確定這不是自己的興趣；當然也有不少學生會因為實作的成就感，而提早確認自己的興趣。



確定某項事物不是自己的興趣，也是一種收穫。圖／Shutterstock

傳統教學在部分學科仍有必要性，但在職涯探索的歷程中能讓學生充分實作，才更有機會幫助他們加速探索興趣。

許多學生習慣很快就能看到成效，像是花時間打手遊，因為投入時間可以直接看到成效；又像是花時間打工，因為工作一小時就可以賺到一小時的錢。但對於專業能力的學習，因沒辦法立即見效，所以容易覺得付出的努力都是徒勞無功。

其實人生中多數的學習都是徒勞無功，但卻都是成功的養分。就像烏鴉喝水的故事一樣，保持恆心往水瓶中持續投入石子，石子多了就能喝到水。

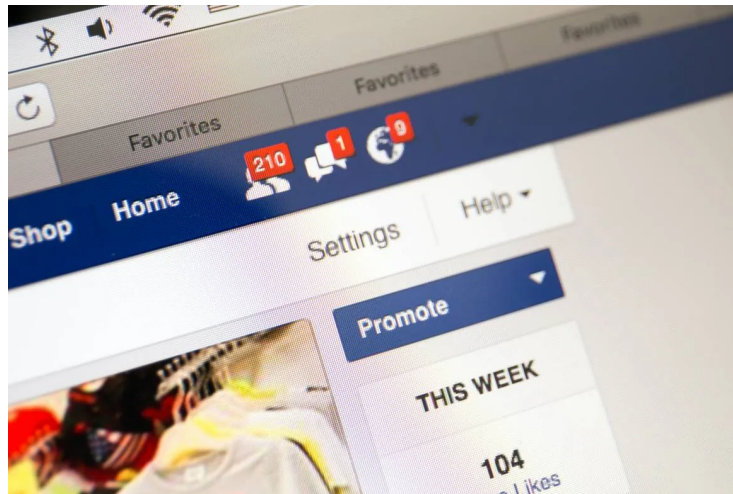
教授要比學生還用功？

台灣許多博士畢業後的志願是要當教授，助理教授要升副教授、副教授要升正教授，或是私立大學教授想轉到國立大學任教，此時學術論文發表的質量就成為最重要的指標之一。

教授要達到理想的職涯路徑，學術發表是最值得花時間投資的，有時人們會覺得選擇當「研究員」比當「老師」還要吃香，許多教授甚至會說他們別無選擇，只能以研究為主、教學不要太差就

可以——既然如此，那為什麼大學教授還被賦予「老師」這個身份呢？

目前環境早已瞬息萬變，許多專業領域的教科書遠不如網路上能蒐集的資訊，**當一位行銷專業的教授還拿著教科書在教行銷 1.0 的 STP、只能照本宣科讀簡報，而台下的學生都已在蝦皮開賣場或當兼職小編——他們在你誦唸簡報時，已經成交了一筆訂單——你要如何讓他相信，你能傳遞更實用的知識？**



當教授在唸簡報、學生已經在經營粉專時，如何讓學生相信教授能傳遞更實用的知識，是一大難題。圖/Shutterstock

因此，教授除了學術研究外，探索產業趨勢、強化與業界互動與進行產學合作，要當個比學生還要用功的人，才能真正提供正確的知識傳輸。

最後，透過這篇文章想再次強調，人生很少會有天生的興趣，一個人喜歡音樂、唱歌或畫畫，很少是與生俱來的天賦，都是先經過不斷學習後才能產生的。當你花越多時間在追劇與打手遊，就更難對專業能力產生興趣；只有投入時間學習後，歷經失敗的痛苦和成功的喜悅，才能更理解自己的興趣。所以不要再花時間「思考」興趣了，先去學習再說吧！

執行、核稿編輯：孫雅為

大學

興趣

能力

科系

志願

教育

學習

跨領域

關聯閱讀

陽明交大副教授，給高三生的一封信：你該問的不是「如何選系」，而是……

【作者通信】擁有「跨領域」特質，求職卻為何屢屢碰壁？——如何把「興趣」變「專業」才是關鍵

「選錯科系」的教訓，讓他創辦「啟夢教育」——高中生找未來，必須求廣、求深、求透？



李銘尉／數位行銷三刀流

台北大學企業管理博士，現任致理科技大學行銷與流通管理系副教授，實務工作足跡遍及廣告企劃、品牌行銷、大數據分析與數位行銷，累積演講超過上千場次…

[看更多](#)

[上一篇](#)

當教授有苦有甜，投入前請詳閱 7 項「特殊遊戲…

[下一篇](#)

面對「隨時可能消失」的難民學生，他們怎麼教…

你可能有興趣的文章



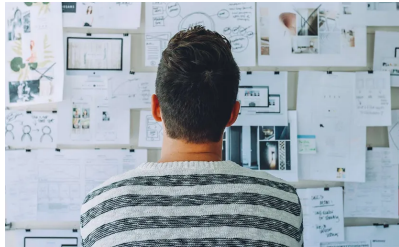
學習

「台灣最頂」有什麼意義？端看你我如何定義自己——台大研究生新訓演講分享



教育

台大資管系孔令傑教授：每個時代有自己的挑戰，複製前人的成功模式沒有意義——那麼，該怎么做？



教育

《兼任下流》：面對高等教育的全面崩壞，學術工作者將何去何從？



生活

【技職潮人夢系列】第41屆國際技能競賽模具銅牌得主 李紹民：最難忘的比賽，永遠是失敗的那一場

【未來人才進行式】EP1 小紅帽創辦人 林薇Vivi



[歷年季刊](#) [團隊成員](#) [大事記](#)

Copyright © 2022 天下雜誌. All rights reserved. 版權所有，禁止擅自轉貼節錄
[隱私權政策](#) [著作權聲明](#)