

肆、研究方法

一、研究策略

(一) 課程規劃理念與策略

為了規劃傳播訊息學程，我們首先探討課程規劃的基本理念與策略，以便研究過程整合其他相關的知識內涵。

- 1、理念部分主要是作為課程規劃時思考的出發點的。
- 2、策略部分則是作為課程規劃時執行的具體作法。

(二) 目前需要的人才

為瞭解大傳畢業生是否得以「學以致用」，或者「在工作崗位上應當具備的條件是否已在學校養成」，研究可以由兩個方向出發：

- 1、 畢業生晉身大傳業界的比例與擔負之責任，與
- 2、 大傳業界所用人員大傳科班出身的比例、其他非出自大傳科班者來源，與晉身管道。

我們將一方面分析已實際側身於傳播業界之工作人員的背景、訓練與工作表現；另一方面亦將請擔任管理階層職務的業者，評估「未來」大傳教育與大傳職業的供需配合，尤其會側重他們對未來媒體市場「需求更新」的預測，以期今天的大傳研究所教育能為明天的實業界造就人才、領導媒體正常發展。

(三) 未來需要的人才

傳播業界未來需要什麼樣的人才，亦為影響本研究進行課程規劃的重要考慮因素。針對此一議題，根據本研究至目前的討論，將從以下幾個面向進行分析：政策分析,科技發展分析,市場結構分析,學者、業者意見訪問分析。其中政策、科技、市場分析部份，基本上是從整體傳播生態觀點切入，希望能預估台灣傳播業的未來發展方向，作為課程規劃的參考。

(四) 各校課程分析

有關課程規劃的探討，我們設計了二個階段的研究進度：第一階段為資料蒐集。第二階段為資料分析。課程規劃部分從兩個層面探討，第一個層面為分析台灣傳播研究所的課程規劃，其目的是對於台灣傳播教學的現況作全面性的瞭解與系統性的分析。第二個層面以傳播學界的相關訊息課程為主要的研究焦點，以利傳播訊息學程的規劃。我們以三個概念來分析台灣傳播研究所的課程規劃與教學目標：

1、 課程規劃的結構

- 每個傳播研究所的課程可以分為那幾種大類？
- 每大類是否與訊息設計課程相關？其關係為何？

2、 課程規劃的趨向

- 每大類的核心課程為何？該核心課程與訊息設計課程是否有直接或間接的關連？
- 每大類課程與該傳播研究所的總課程比率為何？

二、資料收集

(一) 在具體資料收集媒體業者何處來的部份，我們透過兩管道：

1、 Secondary Research--

蒐集、整理過去五年來與本專題相關的研究報告。包括：

- (1) 第一屆廣電學術與實務研討會發表論文（1994）。

其中有關文章分別為：

- × 遲琛，廣播電視人才培訓的具體實踐；
- × 何貽謀，電視人才培訓的問題；

- × 馬長生，廣播人才——電台經營管理人才面面觀；
- × 黃海星，有線電視培養人才的伯樂何處去。

(2) 行政院新聞局委託政大新聞研究所執行的「1989年與1990年度台灣地區廣播電視及新聞事業調查」。唯該研究只就從業人員的教育程度進行分析，並未進一步瞭解「科系出身」可能造成的影響。

(3) 對本研究有更直接意義的是馬驥伸在1991年「中華民國新聞年鑑」中所刊登的「新聞教育在1991年壯大時期」一文。文中將各校設有大傳相關科目的畢業生，依其就業類別為「本科」與「非本科」者，做了百分比的比對。

2、 Primary Research——

由本研究小組自行收集的原始資料部份，則經由兩個管道同時進行：

(1) 先去電、再去函平面與立體媒體的人事部門，請求提供該公司的人事資料，為尊重員工隱私故，會請人事部門只提供各員工之年齡、畢業學校系所、與目前擔任之職務三方面的資料，毋需透露姓名。為爭取時效，不擬聯繫所有媒體，而只針對以下幾家各具特色的媒體公司。抽樣方式採「非隨機目的抽樣」(purposive sampling)，主要考慮各機構的歷史屬性、或是經營特色。

- × 台視、華視，與 TVBS；
- × 報系：聯合、中時；
- × 雜誌：衛星與有線電視；

(2) 另外，為瞭解管理階層業者對「員工專業能力」以及對「產學配合」的評估，我們以面談的方式深入訪問在以上五家媒體公司中擔任企劃與經營要角的人士。訪問採開放式討論(open-ended in-depth interviews)。問題範圍將涵蓋以下八項：

- ✕ 新進人員何時可獨當一面？
- ✕ 用人考量 / 判准為何？ 進入管道一般方式？
- ✕ 該公司員工為大傳本科出身、與非大傳本科出身之比例為何？ 與工作性質可有關係？ 兩者在工作表現上有何不同？
- ✕ 學校養成教育是否足以應付工作所需？ 通常需要透過何種職工訓練， 方可完全勝任安排的職務？
- ✕ 預估未來一般媒體市場發展方向； 依其方向， 未來將可能需要哪方面的新技術與新人才？ 同時， 也預估該公司未來發展與所需之新技術與人才；
- ✕ 目前完成大傳教育的研究生（或大學生）是否足以應付未來市場的需求？ 換言之， 眼前的「供」與往後之「需」可有鴻溝？
- ✕ 業界對未來大傳教育的具體建議；
- ✕ 業界以為可以協助學界朝「兩利」方向努力的方案。

（二）在具體資料收集未來須要什麼樣的人才的部份，我們透過兩個管道：

1、生態分析

根據國外發展之經驗，以及國內相關資料的蒐集，在政策、科技、市場的互動生態中，傳播業未來的發展，從這三個面向初步分析如下：

（1）在政策方面，未來政府將陸續釋出廣電頻率，因此未來五至十年內，將因應政策的開放，出現以下的新廣播電視媒介：

- ✕ 公共電視台
- ✕ 第四、五家全國性商業電視台
- ✕ 地方性中低功率廣播電臺

- X 直播衛星電視台
- X NII, 電信，與有線電視

(2) 在科技發展方面，由於傳播科技發展快速，若就目前科技已接近成熟，將於可預見的未來對傳播人力市場產生影響的科技，至少有以下幾項：

- X 多媒體科技，包括硬軟體製作
- X HDTV，包括硬軟體與後製作
- X 網路資料傳輸設計
- X 有線電視雙向服務

(3) 在市場結構方面，由於新傳播媒介、科技的不斷出現，勢必不同於相關媒介間的市場競爭，進而影響市場結構。就傳播業人力需求而言，在此市場結構變動的環境中的影響因素有：

- X 尋找產品定位與利基
- X 強調經營績效
- X 多角化經營

(三) 在具體資料收集各校課程規劃的部份，我們蒐集了下列研究所的課程規劃與教學目標。

- | | |
|----------------|---------------|
| 1、 台大新聞研究所 | 2、 政大新聞研究所碩士班 |
| 3、 交大傳科所 | 4、 輔大大眾傳播研究所 |
| 5、 淡江大眾傳播研究所 | 6、 文化新聞研究所 |
| 7、 中正大學電訊傳播研究所 | 8、 政大新聞研究所博士班 |
| 9、 世新傳播研究所 | |