

(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