

## 二、目前需要的人才

為了了解目前需要的人才，我們從兩方面探討台灣「媒體專才」的看法，一是發表於學術與實務交流研討會上的討論；二是學術領域中，針對「大傳事業」討論的學術論文。前者往往指出有關廣電人才培訓的問題，而後者則通常就服務於各傳播媒體的「專業」與「非專業」人員背景與工作表現進行瞭解與評估的工作。

是以代表第一種論述者往往是目前或從前在業界工作的經營管理階層。比方，自台視退休，現在文化大學任教的何貽謀，曾在 1994 年第一屆廣電學術與實務研討會上，分析了國內大傳相關科系畢業生任職於三台的比率。他發現，結業於傳播系者，多集中於三台之新聞部，次為節目部，再次為業務部與行政管理部門。因此，他特就「新聞部」員工的學歷背景，做進一步的檢視。根據 1994 年 510 份三台提供的資料，我們可以發現：傳播族系在華視新聞部任職之比率最高，中視最低，台視居中。平均比率為 49 %。這即表示，有一半的新聞人員是來自傳播族系以外的科目。何貽謀同時提出幾項問題，供學界參考：

- × 如何修訂有關課程，延攬適用師資，使學生學以致用，增進學生在電視市場就業機會。
- × 如何加強建教合作，使學生能有較學校更佳之實習環境。
- × 如何提供課程及師資，以適應電視從業人員在職進修。
- × 如何在彌補正規傳播教育之不足，是否當設立與電視有關之各種短期講習班或訓練班。

同樣是面對電視人才難覓的困境，台灣廣播公司總經理馬長生特別指出有關電台「經營管理」人才的缺乏。他認為，雖然正值傳播更新的年代，業者卻很少能在現行的學術單位中尋得合適的人才。主要原因是，學術單位一向偏重理論，或某些專業項目的訓練，如節目、新聞、工程、以及市調等。但對於「電台管理」，關於電台全面運作的管理課程，卻未能滿足市場的需要。電台管理人才逼不得已才在電台中覓得「老」人出任。（馬長生，p. 11）固然「老人出掌」的原因可能不只一端，然而馬所提出的問題仍然值得吾人正視。

同時，我們可以回顧一些學術領域有關「專業人才」的論述。

政大新聞研究所黃振家在他的碩士論文中，特就台灣地區廣電從業人員的「專業性」特質進行瞭解。根據 194 份回收的問卷資料，他發現「新聞／大傳／廣告／公關相關科系畢業的受訪者與非相關科系畢業的受訪者在專業性程度及專業條件的知識訓練上有顯著的差異」（黃振家，1994:50）前者在專業程度上得分較高，同時也比後者更認為「專業知識訓練是從事廣告工作必須俱備的條件之一。」

無論是業者的呼籲，或是學界的反省，這些聲浪對傳播族系的課程設計實有很深的啟示。傳播族系畢業學生與非本科畢業學生在工作表現上是否有明顯的差別？大傳本科生是否必然要比非本科生在求職、或工作表現上來得優秀？由於傳播媒體日益多元化，所需人才或許也日益變得多元。這會不會連帶地意味著「就業市場」也應有重新定位的必要？這個重新定位，是不是也意味著大傳本科教育也必須朝跨科系(interdisciplinary)教育的方向努力？

為瞭解大傳／新聞本科畢業生是否真正夠滿足市場的要求；同時，他們是否必然比非本科畢業生在工作上表現出色，我們以電話訪問了五個媒體單位，得到以下幾點結論：

（一）大傳族系畢業生隨著市場競爭加劇，在媒體工作機會取得上面臨與具有法律、經濟等專才教育者的競爭，因此，傳播知識如何能與專業知識結合，應是傳播教育努力的重點之一。

（二）從事新聞／傳播事業的學歷固然已有逐年提昇之勢，然而在用人考核時，「經驗」仍是一個重要因素，因此，傳播教育如何透過實作或個案研究的課程，增廣學生的實務經驗，應是努力的方向。

（三）雖然明顯地感受到媒體市場競爭日烈，業者應用新科技的層面仍停留在迫使員工提早熟悉科技在收集、整理資訊上的應用。比方，員工勢必要學會中文電腦文書處理，加強語文能力，以便適應日趨國際化的資訊流通方式。

### 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，根據本研究的探討，從以下幾個面向進行分析：(a)政策分析，(b)科技發展分析，(c)市場結構分析。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，並配合三位學者的諮詢訪問資料來進行分析，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。

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，可從這三個面向初步分析如下：

#### (一) 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，因應政策的開放，將出現以下的新廣播電視媒介，並進而影響傳播人力的需求：

##### 1、公共電視台

建台一波三折的公共電視台目前只差臨門一腳，可稱是萬事具備，只缺法案。若公共電視法能在立法院獲得通過，則已進行內部試播的公共電視台即可正式開播。公共電視需要的人才與一般商業電視台類似，如一般行政、管理、新聞、節目企劃設計、製作與後製作等人力，但更強調能針對特定觀眾規劃製作高品質之非商業或公益節目的人才。

##### 2、第四、五家全國性商業電視台

新聞局日前公佈第四家全國性無線電視台的審議結果，由全民電視台獲得許可，將進行籌備，預計可在三年內開播。至於第五家全國性電視台也將於明年初開始接受申請。由於第四家無線電視台將設立於高雄，負有平衡南北傳播差距的責任，但也面臨以往三台長期寡占市場的不公平競爭態勢，因此全民電視台除一般電視台所需之人力外，更需要優良的節目規劃與行銷管理人才，以與現有之三台競爭。

### 3、地方性中低功率廣播電臺

除前述全國性媒介的開放外，新聞局也已陸續開放兩波中低功率地方性廣播電臺的設立。由於這些新成立的廣播電臺如台北電臺、人人電臺、寶島新聲、全景電臺、蘭潭之聲等都是針對特定地理區域，甚或特定聽眾群，具有特定理念的社區電臺，因此在人力需求上應較重視與社區結合的節目規劃製作、與活動策畫行銷人才。

### 4、直播衛星電視台

目前新聞局正積極草擬衛星電視法，希望規範未來國內業者利用衛星傳送節目的商業行為，包括使用衛星成立直播衛星電視台（DBS）的業者。直播衛星電視台乃藉由衛星直接傳送整套節目至訂戶家中，事實上與一般全國性商業電視台無異。不過在實務上衛星電視台除可能提供綜合性節目，以廣告為主要營收來源外，更可能以提供某類特定節目為主，如電影，搭配其他音樂與體育節目，並以向訂戶收取訂閱費為主要營收來源，如日本的WOWOW台。對此類衛星電視台而言，可能最重要的人力需求亦為節目規劃與行銷管理人才。

### 5、NII，電信，與有線電視

此外，政府對於全國資訊基礎建設（NII）的推動，以及電信相關業務的開放，亦將促使國內電腦、電信網路相關增值業務的發展，尤其此一發展未來極有可能與有線電視結合，增加未來新的傳播服務與人力需求。

目前雖然政府相關法令禁止電信與有線電視等傳播業者彼此間跨媒介經營，但未來有可能在NII的架構下開放兩者合作，因此透過網路結合通訊與傳播（C & C），在未來不僅可為現有傳播媒介提供更佳的傳輸方式，更可能發展出新的傳播媒介或服務，而針對此一發展，為通訊與傳播結合規劃設計節目、訊息，並加以行銷推廣的人才，應是此一發展最迫切需要的人力資源。

綜合上述，台灣目前傳播政策上種種解除規約（deregulation）的作法，為當前與未來傳播媒介生態帶來的影響，主要即為解除了目前廣電媒介的進入障礙，使新加入者得以進入此一生態環境，與原有之媒介競爭。從人力需求角度來看，政策的開放將造成人力需求量的增加，但就人力需求的質而言，因為競

爭的加強，新舊媒介皆需要優秀的高級人力來因應生態環境的變化。而由於廣電媒介的重心為節目，如何創造節目內容的優勢以爭取閱聽眾，即為未來廣電媒介生態環境中人力質量需求的重點。因此，若以節目為核心，則高品質的節目規劃製作人才、以及節目行銷管理人才，即應是未來傳播媒介生態環境在競爭與轉型中不可或缺的重要資源。

## （二）在科技發展方面

對於傳播媒介生態的影響，科技無疑是佔據重要地位，甚或有些學者認為是占了主導的位置。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：

### 1、多媒體科技，包括硬軟體製作

電腦多媒體科技與影視工業的結合已是未來趨勢，藉由電腦快速的處理與傳輸，閱聽眾透過個人電腦或網路即可享受到高品質的影像與聲音，也促進了電腦與視聽媒介的合流。這種結合包括電腦在內多種媒體特性，發展出之新型傳播服務（如電腦影音光碟、多媒體電腦網路World Wide Web），勢必將衝擊傳統的印刷與影視媒介，對未來媒介內容訊息的設計規劃產生重大影響，同時也會左右了整體媒介市場的人力需求方向。

### 2、HDTV，包括硬軟體與後製作

高畫質電視技術目前已接近成熟階段，國內中華民國廣電基金會與新聞局已進行培訓計劃，遴選招考相關技術人員赴美受訓，學習HDTV節目的相關製作技術，希望藉由此一培訓計劃預先培養國內HDTV的節目製作人才。由於HDTV的硬體規格與一般電視規格有頗大差異（如16：9寬螢幕、一千條掃描線），對未來電視節目內容的規劃設計與製作接可能產生影響。

### 3、網路訊息傳輸設計

目前國內電腦網路的使用人口已超過一百萬人，雖然此一使用人口仍集中在學界或產業界，但網路的普及已是指日可待。加上網路資訊傳輸技術發展快速（如電信局已於六月份啟用整合型數據網路ISDN，非同步傳輸模式ATM也開

始在主要國立大學校園內進行試驗），因此網路的訊息傳輸服務在未來也可能日形重要，如電子會議（teleconferencing）、隔空遠程教學、甚至電子購物、投票等，都可能擴展目前傳播媒介的服務範圍，對傳播業生態環境將產生一定的影響。

#### 4、有線電視雙向服務

目前有線電視多半僅能提供由頭端至訂戶的單向傳送功能，不過透過前述網路傳輸技術的發展，以及未來五年內光纖科技普及，有線電視將可提供雙向的服務。目前中研院電通所已在新竹與有線電視業者合作，進行VOD（video on demand）的雙向服務實驗，未來有線電視訂戶可自行決定所欲觀賞的節目，並可計次付費，使有線電視視聽軟體節目的消費更具彈性。

綜合上述新科技發展對傳播媒介生態的影響，可歸納出兩項相互影響的媒介生態變化趨勢：其一為新科技將影響媒介訊息的設計與製作，其二為新科技將影響閱聽眾對媒介訊息內容的消費模式。這兩項趨勢將改變以往媒介單點單項產品對大眾多點傳佈的生產與消費模式。為因應此一生產消費模式的改變與互動，媒介在人力需求上亦需要有能了解此一新型生產消費關係，並進而能規劃、設計、並將此觀念加以行銷的傳播人才，這也就是說，因應未來新科技發展，業界需要有能了解此一科技脈動及其影響，了解訊息生產與行銷互動關係變化，並能加以應用的人力資源。

### （三）在市場結構方面

由於新傳播媒介、科技的不斷出現，勢必增強不同的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，人才專業需求的品質與種類，亦將有所變化，以因應以下三項市場發展趨勢：

#### 1、尋找產品定位與利基

由於政策的開放與新科技的發展，媒介市場的進入障礙逐漸減少，而新加入者的進入競爭，使原先寡占或壟斷的市場結構轉為競爭市場。對市場中既有

的經營者與新加入者而言，因應競爭局勢可能會產生兩個發展趨勢。其一為發展本身特色，其二為爭取以往忽視的特定閱聽眾。而為達到以上兩個目標，媒介也將強調其節目內容的定位，與產品的行銷包裝，以期將同質產品的完全競爭市場結構，透過產品的差異化，轉為獨占性競爭市場結構，以爭取不同媒介的獨特利基（niche）與產品定位。

## 2、強調經營績效

在競爭狀態下必須有效應用資源，因此媒介也必須強調經營的績效。經營績效可能表現在消極的成本控制分攤，或積極的掌握市場資訊、增加收益等面向上。就傳播媒介言，由於媒體產業多半具有規模經濟（scale economics）特色，因此如何維持長期成本下降的優勢，以在競爭中將資源做最有效的應用與分配，將是未來媒介市場中日益重要的課題。

## 3、多角化經營

由於科技的發展，不同媒介間的界線日益模糊，同時一套媒介內容產品可以多種媒介形式出現，將促使媒介朝多角化經營方向發展。對媒介言，多角化經營可降低或分攤產品成本，並充分發揮其產品的剩餘價值，如最近聯合報利用其報紙內容與廣播電臺合作，進軍廣播市場即是一例。事實上報紙內容產品尚可不斷重複利用，以雜誌、單行本、視聽節目、甚至光碟形式再出版。因此如何跨越媒體界限，有效運用資源，也是未來市場結構的重要議題，以及媒介在進用人力資源時的重要考量。

從市場結構角度看傳播生態中人力需求問題，未來最需要的人力，即為能了解訊息內容生產過程與趨勢、以及整體媒體生態互動的經營管理人才。媒介行業在以往雖然一向被視為是資訊服務業，但實質上當前國內媒介仍可說是停留在製造業階段，只依循其本身的生產邏輯，生產單一產品來符合多元需求，並未對閱聽眾提供太多服務。但在未來的市場結構中，生產與消費密不可分、且競爭大幅加強的態勢，將使業界不得不重視經營管理的問題，同時也必須把經營管理與其本身的生產過程，與民眾的消費模式扣聯起來，以因應未來市場生態中的變局。

因此，綜合前述政策開放、新科技發展、以及市場結構變化三個面向的生態分析，可看出由於目前媒介市場的變動極為快速，且預期前述政策與新科技發展對市場的衝擊將在未來幾年內陸續浮現，使傳播人力需求質量轉變的問題更形重要。

針對此一傳播生態變化引發之人力需求質變趨勢，從傳播學界教育觀點，如何預先針對未來發展，規劃設計相關課程，以培養未來能因應變局的傳播從業人員，即為一項當急之務。

#### 四、各校課程分析

在分析目前國內相關的傳播研究所課程，我們主要收集了以下九個研究所的詳細課程說明，其中包括：

- 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

而分析時我們又將這九個傳播研究所區分為大傳科系和新聞科系，後者有文化、政大和台大三個新聞研究所。將這九個所區分為這兩類之後，我們在根據以下兩個階段來作課程分析：

第一、我們分別將這兩類的傳播所共有的課程整理歸納，從每一類當中每個所都有的課程依序排列到僅有一個所有的課程。而表（一）和表（二）所呈現的就是這樣課程的分布狀況，從表中同一門課出現在不同傳播研究所的頻率數字，我們可以了解有那些課是多數研究所皆強調的，又有那些是僅有某個學校所特有的課程。

第二、有了前面的課程分析資料之後，我們將傳播訊息相關的課程從中找出，並進而將這些訊息課程分成幾大類（見表三和表四），最後在研究內容時，在加以探討這些課程的意義。以下即是這些表格的資料：



表(一) 傳播科系課程

A	B	C	D	E	F	G	H
傳播科系課程							
(傳播系所課程)	交大傳科所	輔大大傳所	世新傳研所	淡江大傳所	中正電傳所	總計	
傳播研究方法	√	√	√	√	√	5	
傳播理論	√	√	√	√	√	5	
傳播政策與法規	√	√	√	√	√	5	
媒體傳播與新科技	√	√	√	√	√	5	
媒介管理	√	√	√		√	4	
社會科學統計學	√	√	√			3	
傳播生態研究	√				√	2	
資訊科技理論與研究	√					2	
公共關係專題研究		√		√		2	
質的研究方法			√		√	2	
文化理論	√	√				2	
大眾媒介政策		√				2	
國際電訊傳播	√			√		2	
政治傳播			√	√		2	
電腦與傳播	√					2	
媒介與兩性關係		√	√			2	
閱聽人分析	√				√	2	
多媒體訊息設計	√				√	2	
廣電資訊節目企劃	√				√	2	
有線電視專題	√				√	2	
訊息評估方法	√				√	2	
比較傳播制度				√	√	2	
個別研究	√				√	2	
傳播與藝術專題研討	√					1	

A	B	C	D	E	F	G	H
中國傳播思想研究		√					1
廣告效果研究			√				1
廣告專題研究			√				1
多媒體視訊理論與實務	√						1
傳播批判理論		√					1
語藝理論		√					1
出版管理	√						1
組織傳播	√						1
衛星傳播				√			1
跨文化傳播				√			1
電腦圖像與視覺傳播	√						1
語文傳播				√			1
符號學			√				1
傳播心理學					√		1
傳播與文化	√						1
影像美學與溝通		√					1
傳播與兩性			√				1
國際廣告與行銷				√			1
媒介與國家發展				√			1
說服與談判				√			1
電腦輔助多媒體	√						1
使用者界面設計	√						1
廣播節目設計-公益節目專題					√		1
多媒體專題	√						1
傳播理論專題	√						1
國際新聞採訪專題				√			1
國際區域性問題專題				√			1
新媒體專題					√		1



表(二) 新聞科系課程

新聞科系課程					
	台大新研所	政大新研所(碩)	政大新研所(博)	文化新研所	總計數
傳播理論	√	√	√	√	4
國際傳播專題研究	√	√	√	√	4
民意原理	√	√	√	√	4
傳播研究與統計	√	√	√	√	3
批判傳播理論		√	√	√	3
政治傳播專題		√	√	√	3
傳播專題研討		√	√	√	3
公共關係專題		√	√	√	3
新聞編輯	√	√		√	3
當前社會問題	√	√	√		3
當前新聞問題	√	√	√		3
研究方法概論		√	√	√	3
傳播法律	√	√	√		3
媒介批評	√	√	√		3
專著研究		√	√		2
採訪寫作	√	√			2
深度採訪寫作專題	√				2
新聞史專題		√	√		2
廣告專題研究		√	√		2
傳播政策專題 I、II			√	√	2
調查方法		√	√		2
質的研究方法		√	√		2
媒介社會學		√	√		2
傳播心理學		√	√		2

傳播政治經濟學		√	√		2
大眾文化研究		√	√		2
獨立研究		√	√		2
閱聽人分析		√	√		2
內容分析		√	√		2
縱斷式資料分析法		√	√		2
因果結構模式分析法		√	√		2
媒體實務	√				2
意識型態與電影	√	√			2
觀念行銷		√	√		2
傳播科技與現代社會		√	√		2
採訪寫作專題討論	√				1
深度採訪寫作專題討論	√				1
特寫寫作		√			1
雜誌寫作		√			1
新聞英文寫作報導文學		√			1
理論建構			√		1
廣播電視專題		√			1
傳播生態專題研究				√	1
新聞報導專題研究				√	1
廣電媒體新聞	√				1
新聞攝影	√				1
新聞與政治	√				1
新聞業務實習		√			1
廣播新聞製作		√			1
電視新聞製作		√			1
大陸傳播制度		√			1

中國現代戲劇研究		√			1
論文專題研討		√			1

表 (三) 傳播科系之訊息課程

A	B	C	D	E	F	G	H
傳播科系課程							
(傳播系所課程)	交大傳科所	輔大大傳所	世新傳研所	淡江大傳所	中正電傳所	總計	
媒體傳播與新科技		√	√	√	√		
資訊科技理論與研究	√			√	√		
電腦與傳播	√						
多媒體專題	√						
電腦輔助多媒體	√						
新媒體專題					√		
電腦圖像與視覺傳播	√						
多媒體視訊理論與實務	√						
視覺經驗	√						
影像美學與溝通		√					
電子媒體播音配音	√						
國際新聞與資訊網路交流			√	√			
衛星傳播				√			
有線電視	有線電視 √ 專題				√		
(多媒體) 訊息設計	多媒體訊 √ 息設計				√	訊息設計	
使用者介面設計	√						
傳播節目設計： 公益專題					√		
廣電資訊節目企劃	√						
訊息評估	訊息評估 √ 方法					√	傳播節目 √ 評估

A	B	C	D	E	F	G	H
言說分析					√		
語藝理論		√					
語藝分析方法		√					
語文傳播				√			
說服與談判				√			
		√					
閱聽人分析	√				√		
媒介與兩性關係		√	媒介與兩性 √ 性				
傳播與兩性			√				
廣告效果研究			√				
廣告專題研究			√				
國際廣告與行銷				√			
傳播心理學					√		
傳播與藝術專題	√						
媒介批評方法		√					
符號學			√				



表（四）新聞科系之訊訊息課程

新聞科系課程					
	台大新研所	政大新研所（碩）	政大新研所（博）	文化新研所	總計數
採訪寫作	√	√			
深度採訪寫作專題	√			評論寫作 專題研究	
採訪寫作專題討論	√				
深度採訪寫作專題討論	√				
特寫寫作		√			
雜誌寫作		√			
新聞英文寫作報導文學		√			
新聞編輯	√	√		新聞編輯 專題研究	
新聞報導專題研究				√	
廣電媒體新聞		√	√	√	
新聞攝影	√				
新聞與政治	√				
新聞業務實習		√			
廣播新聞製作		√			
電視新聞製作		√			
新聞史專題		√	√		
新媒體與文化變遷				√	
傳播科技與現代社會		√	√		
廣播電視專題		√			
廣告專題研究		√	√		

