

美國大學增設內容創作學位，回應創作者經濟與數位媒體人才需求

駐紐約辦事處教育組

美聯社於 2026 年 8 月 14 日報導，隨著社群媒體、影音及 Podcast 等數位內容逐漸成為青年日常生活與職涯想像的一部分，美國部分大學開始將「內容創作」納入正式學位與課程設計。亞利桑那州立大學（Arizona State University）近期透過 Walter Cronkite School of Journalism and Mass Communication 推出內容創作學士學位，除延續大眾傳播與媒體研究的基礎課程外，另增加 Podcast 製作、攝影棚製作及鏡頭表達等專業選修，反映高等教育因應數位媒體產業變化而調整人才培育方向。

報導指出，亞利桑那州立大學並非唯一投入此一領域的學校。雪城大學（Syracuse University）、昆尼皮亞克大學（Quinnipiac University）及科羅拉多州立大學（Colorado State University）已開設內容創作相關副修課程，聖博納旺蒂爾大學（St. Bonaventure University）則於 2025 年冬季宣布設置內容創作主修。隨著美國大學面臨學生人口縮減及招生競爭，各校持續推出更貼近新興職涯與產業需求的學程，但這類學位能否真正提升就業機會及職涯發展，仍受到教育界及社會大眾討論。

康乃爾大學傳播學教授 Brooke Erin Duffy 指出，近一年教育機構及其他產業開始更正式承認內容創作是一種可行的職涯選項。內容創作者的工作並非僅是在社群媒體發布照片或影片，實際上還涉及媒體製作、受眾經營、品牌合作及商業關係管理等多項工作。部分支持者因此認為，大學課程可協助學生系統性培養內容企劃、數位製作、行銷、溝通及個人品牌經營等能力，即使畢業後未成為全職創作者，相關技能仍可運用於傳播、媒體及行銷等其他職業領域。

另一方面，內容創作產業雖持續成長，個人創作者的收入及職涯穩定性仍具有高度不確定性。市場研究機構 Emarketer 預估，2026 年美國社群媒體創作者相關收入將超過 200 億美元，但分析人士指出，大部分產業收益並非直接進入創作者手中。創作者可透過平台分潤、

商品推廣佣金及品牌贊助等方式獲利，其中品牌合作為重要收入來源；然而，社群媒體市場競爭激烈，要建立穩定受眾並形成可持續收入仍相當困難，因此專門學位是否能直接轉化為職涯成功，仍有待觀察。

學位成本亦是外界質疑的重點之一。報導指出，亞利桑那州立大學州內學生每學年基本學費約為 1 萬 2,000 美元，若加計住宿、餐費及其他支出，全年就學成本可能超過 3 萬 7,000 美元；州外學生基本學費則超過 3 萬 5,000 美元，完整就學成本在獎助學金扣除前約可達 6 萬美元。因此，部分批評者質疑，學生是否有必要支付高額大學教育成本，以取得一項其核心技能亦可能透過實務經驗、自學或短期培訓獲得的專門學位，並關切畢業後的就業與投資報酬能否符合期待。

不過，實際從事內容創作的人士認為，此類課程仍具有一定教育價值。亞利桑那州鳳凰城內容創作者 Aiesha Beasley 表示，在現今職場環境中，建立數位形象及個人品牌已愈來愈重要，相關能力也有助於拓展人際網絡及職涯機會。內容創作者 Sammy Cristerna 則認為，若在大學期間能接受品牌合作協商、營利模式、受眾培養及維繫等正式訓練，將具有實務助益；惟他也指出，鏡頭前的個人特質及與受眾建立連結的能力，並非完全可以透過課堂教學養成。

美國大學陸續增設內容創作相關學程，顯示高等教育課程正更積極回應數位媒體、創作者經濟及新興就業型態的變化，也再次引發大學教育應如何在專業知識、實務技能與就業市場需求之間取得平衡的討論。對我國而言，可作為檢視大專校院數位傳播、媒體製作、行銷及跨域人才培育之參考；在規劃新興學程時，除回應產業趨勢外，亦宜同步評估課程的學術基礎、可轉移能力、就業前景及學生投入成本，以兼顧教育品質與長期職涯發展。

撰稿人/譯稿人： Kaitlyn Huamani 駐紐約辦事處教育組

資料來源：2026 年 08 月 14 日 ASSOCIATED PRESS (美聯社)報導 by Kaitlyn Huamani

<https://apnews.com/article/college-degree-influencer-major-content-creator-c7522cdde7d61c7305b54df6effd03ff>