

社區大學學刊

臺北市內湖社區大學

創刊號

2017年10月

社區大學學刊

- ◆發行單位：臺北市內湖社區大學
- ◆發行人：林金銘
- ◆編輯顧問：林振春 教授／社會教育學系／國立臺灣師範大學
- ◆主任編輯：張苑珍 教授／成人及繼續教育學所／國立中正大學
- ◆編輯委員：林振雄 校長／臺北市立內湖高工
黃淑芬 中央研究院民族學研究所
楊碧雲 專員／臺北市政府教育局終身教育科
詹明娟 兼任講師／諮商心理與人力資源發展學系
／國立暨南國際大學
蔡秀美 副教授／成人及繼續教育學系／國立中正大學
蔡素貞 校長／臺北市松山社區大學
- ◆總編輯：張芳德
- ◆執行編輯：孫錫鳳、陳金讚
- ◆美術編輯：吳奕愷

- ◆發行單位：臺北市內湖社區大學
- ◆單位地址：臺北市內湖區內湖路一段 520 號
- ◆單位電話：(02) 8751-1587
- ※非經本刊同意，不得轉載※
- ◆印刷廠：采毅設計印刷有限公司
- ◆電話：(02) 2657-3638

目次／Contents

2	版權頁
3	目次／Contents
5	教育局長序
6	《社區大學學刊》出刊感言
7	創刊詞
9	社區大學創校初期與協辦學校互動之研究——以內湖社區大學為例 黃天祥
17	成人自主學習與工作績效關係之研究 張芳德
37	境外教學動機與學習歷程之探究——以「穿越時空·感動當下」音樂欣賞課程為例 鍾育恆
51	「食農教育」及「地產地消」之行動實踐——以鄉鎮玩家課程為例 何立德
61	提升健康生活與優質照顧之可能性——以中醫養生課程為例 張若梅
73	手作(DIY)價值之分析探討——以手工皂課程為例 陳明仁
103	第二專長之培養與競爭力之提升——以美容課程為例 侯秀春
127	社區大學與銀髮族學習問題芻議 熊智銳
137	投稿須知
141	論文撰寫體例

局長序

臺北市成立社區大學至今將邁入第 20 年。在這極具意義的時刻，欣聞臺北市內湖社區大學開辦之《社區大學學刊》創刊，這份刊物將強化社大課程的學理基礎，並深植了社區大學的傳承，這代表社區大學的發展將邁向一個新的里程碑，令人深表欽佩。

社區大學之成立係以「打破知識藩籬」、「建構新公民社會」為理想，在這理念下，如何落實、深化知識的內涵，提高民眾對公共事務的參與，仍是社區大學與政府繼續努力的方向。同時《社區大學學刊》的發刊，將社區大學的實務操作、生活應用等課程予以精進，透過學術的架構，使其更具研究價值，換言之，我們期待這份學刊的誕生，將社區大學的經驗、智慧，轉化為知識論述的開端；對社大授課老師而言，在學刊上發表研究文章，未來也能為自己在學術上擁有一席之地。《社區大學學刊》歡迎全國各地的社區大學的講授老師踴躍發表研究成果。

本市於民國 87 年成立文山社區大學，是本市第一所，也是全國第一所社區大學，歷經多年努力，本市 12 個行政區已各有 1 所社區大學，相關法令規章也日益完備，提供社區大學健全之蘊養環境，各社區大學肩負公民養成及多元的終身學習課程，目前，北市已累積超過 120 萬人次的參與，成果豐碩。此一成果，是所有社大夥伴共同努力之結果。

誠如 2016 年聯合國教科文組織「全球成人學習與教育報告」中指出，終身學習將成為全球推動永續發展的重要關鍵，臺北市作為首善之都，在推動終身學習工作上將更戮力以赴。夥伴們！讓我們一起努力向前。

臺北市政府教育局局長

曾輝全

謹誌

民國 106 年 10 月

《社區大學學刊》出刊感言

前年得知內湖社大要創辦《社區大學學刊》，期望從社區大學十餘年來蓄積的社區成人及終身學習實踐經驗出發，由社區大學推動終身學習的夥伴們共同進行經驗整理，將社區大學教師獨特的教學經驗、學員的自主學習心得與成長、社區經營創新與拓展成效、社區學習中心營運及社區大學經營管理的歷程等，整理成學術期刊發表的形式呈現給社會大眾，以促進終身學習機構實務經驗與學術界的對話和接軌。希望我能和社大的老師分享學術論文寫作的技巧和方法，協助有志於發表教學經驗的社大夥伴能將豐富的教學互動歷程與發現以學術整理的方式寫成論文。

從擬定論文題目和研究目的的互動討論中，深入瞭解每位論文寫作者所欲呈現在社大教學所面臨成人多樣化背景與需求的挑戰，及透由反覆實踐所淬煉出的因應策略，卻苦於只能以直觀的自我敘說以呈現這些寶貴的經驗，猶如稀世的珍寶放在黯淡的匣子裡，無法在聚光燈下綻放奪目的光芒以呈現自己獨特的風姿。尤其在進行相關理論文獻探討及實務經驗的對照分析時，屢屢出現理論與實務相應的驚喜、困惑解決的喜悅與創意的激發。直到各自的論文完成後，仍沉浸在彼此對話所碰撞出的火花所深深悸動著，雖然論文的格式並未如一般學術期刊論文嚴謹，但是，卻融入田野現象的鮮活脈動，呈現田野實踐者邁向學術接軌的第一步。

從高等教育知識解放到生活科學的實踐知識應用，都陸續呈現在創刊號的論文中，包含：手工皂製作與健康環保的關連、古典音樂鑑賞與創作背景體驗的境外教學、農漁村社區的地產景體驗教學、中醫養生結合社區養老的人才培育、美容專業技能轉銜職場就業能力培育、探索社區大學學員的自主學習與工作績效的相關、銀髮族學習內涵與學習體制規劃的倡導、內湖社區大學經營管理策略與經驗的彙整，呈現出社區大學在地深耕的累累果實，也是我國社區教育和終身學習本土化論文集結出刊的先聲。

在這本創刊號中，我看到社區大學夥伴們的堅持與努力，社區終身學習邁步向前的足跡，也見證了終身學習全球化議題與在地發展的無縫接軌，更慶幸的是能參與這場實踐經驗與學術對話融合的歷程，希望這只是一個學術與實務接軌的起步，未來會有更多的社區終身學習實踐經驗與創新發現被發表在《社區大學學刊》，共同記錄我國社區終身學習發展的成果。

國立中正大學成人及繼續教育學系教授 張菟珍 謹誌

創刊詞

內湖社區大學創辦《社區大學學刊》的目的，在於建置一個社區大學成人教育理論與實踐的交流平臺，希望結合國內在成人教育與終身學習領域中共同努力的夥伴們，能將教學經驗、學習心得、經營創新、營運管理等各項行動歷程，加以整理，用學術期刊的形式發表與分享，藉以促進終身學習實務經驗能與學術界對話，進而提昇成人教育的實質內涵，也為社區大學累積本土性的學術成果。

基於上述的創刊宗旨，本學刊特別邀請國立中正大學成人及繼續教育學系張菟珍教授，從開設小論文寫作工作坊開始，指導有意願投稿之講師進行論文的撰寫。同時組織和帶領數位熱心的編輯委員，經過多次的討論和修正後，確定學刊之投稿須知及論文撰寫體例，進行邀稿及徵稿程序，並加以審查，請作者修改論文格式及內容。本學刊從規劃及工作坊開課至今，已歷經近兩年的時間，距原預計出刊的時間也有所延誤，但所謂「行而後知」，對參與其中的每一位成員，想必也是一種學習和成長。如今學刊創刊號終於要誕生了，實值得高興與慶賀。

本學刊期能建立學術研究與實務經驗的共同交流園地，而園地是開放的，希望對社區大學經營、成人教育、終身學習參與及關心的各界先進，踴躍賜稿，投稿的文章可以是專題論文、研究論文、田野調查結果或專欄等；由不同的角度和方式做出不同的貢獻，同時也使本學刊能不斷成長與發展，達成本學刊致力的目標。

最後，在此創刊號出版之際，再次感謝作者們的熱心投稿，以及編輯委員和本校所有相關工作同仁長時間以來的辛苦和努力，使本學刊終於能夠出刊。我們期盼這顆剛播下的種子，在各界熱心人士持續的耕耘和灌溉下，能不斷地開花結果。為我國社區大學發展及成人教育和終身學習領域貢獻一份心力。

臺北市內湖社區大學校長 **林金銘** 謹誌

社區大學創校初期與協辦學校互動 之研究——以內湖社區大學為例

**A Case Study of Mutual Interaction between Community Colleges
and Cooperative Schools at the founding period -- An Example of
Nei-Hu Community College**

黃天祥

Tien-Hsiang Huang

博士研究生

國立臺灣師範大學工業教育學系研究所

Ph.D.Candidate

Department of Industrial Education

National Taiwan Normal University

Email: ricdconard@gmail.com

摘 要

本研究之內容以臺北市內湖社區大學為例，探討社區大學創校初期與協辦學校之互動情形。臺北市社區大學係由臺北市政府提供場地另補助部份經費，委由民間公益團體經營之終身學習機構。其目標是以培育現代社會公民，輔導社區民眾將其所學知能，達到自我成長，進而回饋社區。

臺北市政府協調提供中等學校校舍供社區大學使用，並共享教學資源。在共用場地與設備過程中，雙方接觸頻繁，也產生了一些問題，例如因社區大學與公私立中等學校共用校園、教室，所以社區大學白天無法上課，缺乏獨立辦學空間。另在場地及設備資源共享的過程中，因相關人員理念的不同及未建立妥善的共用機制，造成共用的困擾。所以社區大學協辦學校間之互動關係，對社區大學的辦學績效影響甚大。

本研究以臺北市內湖社區大學為例，探討其創校初期與協辦學校臺北市立內湖高工之互動情形。內湖社區大學自 2003 年開辦以來，歷經 13 年之發展，由王建煊校長建校，歷經高希均校長到現任的林金銘校長以及創校服務至今的張芳德主秘等人的領導下，學員人數已由開辦時之每週約 2,600 人/次，增加至 2016 年的每週約 5,500 人/次，並已成為內湖區重要的成人教育文教機構，除辦理社區大學校務外，並協助中央單位如教育部以及臺北市政府等公部門辦理相關活動。

內湖社區大學創辦至今，與內湖高工雙方人員的互動良好，且內湖社區大學辦理單位愛心第二春文教基金會採用長期投資經營模式，如持續投入硬體建設、提供內湖高工清寒或有需求之學生工讀及成長機會、贊助獎助學金或各項活動獎項、主動維修學校設施、夜間保全人力支援、提供優惠鼓勵教師進修……等，形成雙贏之局面，未來也將在這良好基礎上，持續蓬勃發展。

關鍵字：社區大學、創校、協辦學校

壹、緒論

臺北市社區大學係由臺北市政府教育局提供經費及場地，公開甄選民間公益團體經營，為「公辦民營」之終身學習機構，係以建立公民社會為願景，培育現代社會公民為目標，以輔導社區民眾將其所學的生活知能，由強調自我成長提升到社區回饋，為其最大特色（臺北市政府教育局）。設立社區大學的構想，源自 1994 年臺大數學系黃武雄教授的倡議。從教育改革逐步演進到社會重建，是民間團體教育改革運動的基本理念；推動社區大學，以活化社區、解放社會力、培育公民參與社會事務的能力，成為教育改革運動的主要著力點。1998 年 3 月，民間關心教育改革人士組成了「社區大學籌備委員會」，著手在全國各地推動社區大學的設立，並於 6 月首先獲得臺北市政府與新竹市政府的大力支持。臺北市政府教育局於 1998 年 7 月委託民間團體進行「臺北市設置社區大學規劃研究暨試辦計畫」，是年 9 月 28 日，臺北市政府教育局委託人本教育基金會，在木柵國中試辦全國第一所文山社區大學（林振春，2004）。由於試辦情形良好，頗受市民歡迎，臺北市社區大學即於 92 年度開始進入正式辦理期。第二期再設 6 校，以每個行政區 1 校為目標。目前臺北市有 12 所社區大學及 1 所原住民部落社區大學，其中 12 所社區大學均為公辦民營，由臺北市政府教育局委託民間公益法人團體營運（楊碧雲，2011）。

由於社區大學與市立國中或高中共用校園、教室，白天無法上課，缺乏獨立辦學空間。另在場地及設備資源共享的過程中，因相關人員理念的不同及未建立妥善的共用機制，造成共用的困擾，影響社區大學辦學績效（臺北市政府教育局，民 90）。所以能擁有獨立辦學空間，有利於社區大學的發展，但是以目前的政府財政

困難情況而言，這只是一個待實現的理想。依監察院「社區大學總體檢調查報告」（民 91）顯示：多數社區大學無獨立之場地及校舍，多係借用當地之國小、國中、高中教室及各項設備。是以普遍有場地不足、設施簡陋及使用不便之問題。

臺北市社區大學與市立中等學校共用校舍，共享教學資源。因為共用場地與設備，所以雙方接觸頻繁，在彼此綿密的互動中，陸續也產生了一些問題。例如：社區大學希望利用協辦學校之專科教室（如電腦教室、烹飪教室）開設課程，卻遭到該校專任教師之拒絕，無法順利開課；又社區大學每年均支付協辦學校水電費及設備維護費，惟協辦學校卻常要求社區大學另行支付場地使用費，或提供經費支援學校相關活動（如贊助球隊製作服裝、代為支付游泳教練之聘用經費等等），凡此總總皆超出兩造雙方所簽專案合作備忘錄之規範，徒增社區大學經營之困境與變數，值得探討（黃寶瑾，2003）。因此本文即以內湖社區大學例，探討社區大學在創設及開辦初期與協辦學校合作互動之狀況。

貳、緣起

許多國際重要組織如聯合國教科文組織、經濟合作發展組織(OECD)及歐盟(EU)等從 1970 年代起積極倡導與推動，強調終身學習是新世紀公民必備的素養，亦是提升國家競爭力的重要策略（楊國賜，2010）。為充分滿足市民終身學習之需求，臺北市政府確立於每個行政區設立 1 所社區大學之政策方向，自 92 年起除原已設立之六所社區大學，並增設大安、中正、中山、松山、內湖及北投等六所社區大學（黃寶瑾，2003）。

為增設 6 所社區大學，臺北市政府教育局於 2002 年 8 月發函徵詢所屬學校是否有意願成為社區大學之協辦學校，時任

內湖高工校長王邦義先生指派秘書（筆者）就學校協辦社區大學對學校未來發展之助益，以及可能帶來之衝擊等問題，進行瞭解及評估。因當時社區大學尚屬試辦階段，全校教職員工生對社區大學相當陌生。其中最大問題為：每天晚上將會有數百位民眾進入校園，對當時全校師生專用之校園需與民眾共用頗難接受。且因夜間校內尚有師生進行重修班課程以及自願留下晚自習或準備活動工作等需使用教室，若借用給社區大學上課，將造成衝擊。因此全校師生在獲知此訊息時，大多持保守或反對態度。

當時校長王邦義先生認為協辦內湖社區大學對學校長遠發展將有正面之助益，所以指派秘書（筆者）負責溝通協調工作，以化解校內阻力，以免因誤解而反對，失去學校另一個發展機會。

筆者首先瞭解試辦中之 6 所社區大學辦理情形、6 所社區大學與協辦學校之互動狀況以及學校協辦社區大學之優缺點等。經實地訪查 6 所辦理中之社區大學，並與協辦學校之對口處室（皆為總務處）就協辦社區大學所面臨的問題，包括：1. 停車位管理。2. 教學設備之借用。3. 教室內公物之管理。4. 體育設施借用。5. 場地租用問題。6. 水電費。7. 門禁管制—夜間（10 時前）需有人員值班。8. 公物損壞賠償。9. 實習工場之借用及管理。10. 校園安全問題。11. 對重修班課程之影響等，詳細瞭解後得知 6 所中有 5 所社區大學與協辦學校之合作情形良好，僅有 1 所互動不佳。

若協辦社區大學對內湖高工帶來之助益，包括：1. 對學校聲譽之提昇有正面之效益。2. 社區大學學員之好學精神可為學生之模範，有助於提昇讀書風氣。3. 學校老師可以有機會兼任社區大學之課程，教學相長。4. 教職員工選修社區大學課程，可就近進修，且學費可減半。5. 有利於學

生社團之發展。6. 可充實圖書資源。7. 可改善學校硬體設施。8. 民營機構之辦學模式可供本校參考。9. 增加本校辦理活動時之社會資源。

蒐集完上述資料後，於 91 學年度開學前的第二次行政會報中提出討論，與會人員大多認為內湖高工若成為內湖社區大學之協辦學校，不但可將社區資源整合亦可將本校資源回饋社區。於是會議主席王校長指示各處室就業務相關問題之處理方案提交實習主任（筆者）彙整，並於 91 學年度第 1 學期期初校務會議向全體教職員工提出說明，俾便全體教職員工瞭解及支持。所以由上述可知，協辦校校長的態度對於彼此的合作關係，具有關鍵性的影響力（黃寶瑾，2003）。

2002 年 10 月 31 日，筆者參加由臺北市政府教育局召開之「臺北市社區大學協辦學校座談會」，會議主席康副局長宗虎先生指示將再開辦 6 所社區大學，其中新辦之內湖社區大學希望設在內科園區且交通便利的內湖高工，由內湖高工擔任協辦學校。

參、申請創設時期

依中華民國 91 年 11 月 20 日臺北市政府教育局公告之「臺北市社區大學委託辦理實施計畫」：一、臺北市政府教育局（以下簡稱教育局）為委託公私立學校、依法登記之財團法人或公益社團法人（以下簡稱法人）辦理社區大學（以下簡稱委託辦理），特訂定本計畫。二、社區大學招收年滿 18 歲以上之民眾，不限學歷。提供其人文素養與生活知能，培育社會健全公民之終身學習課程，並配合市政發展需要，開設現代公民學程。三、教育局委託辦理時，應擬定公開評選須知公告之。前項公開評選須知應載明委託辦理標的、委託辦理事項、委託辦理期間、委託辦理經

費、收費基準、課程規劃、場地規劃、申請資格、申請方法及評選方式等事項。

因內湖社區大學緊臨內湖科技園區，且校址選定位於捷運文湖線港墘站之內湖高工，所以吸引多組財團法人及公益社團法人有興趣辦理內湖社區大學，紛紛與本校聯繫，當時由內湖高工實習主任（筆者）負責與各投標團隊溝通協商辦理事宜。在諸多團隊競標下，最後由王建煊先生領軍的財團法人愛心第二春文教基金會得標，開始內湖社區大學的籌設建校工作。

王建煊先生於 2003 年 2 月 7 日正式率領團隊成員至學校拜訪，隨行人員包括：主任秘書張芳德先生、陳金讚先生、聶仰賢先生、李玉燕小姐及陸秀盞小姐等。在經過連日實地探勘及多次會議協商後，雙方於 2 月 12 日簽訂：「內湖高工與內湖社區大學經營單位合作專案備忘錄」，並由愛心第二春文教基金會陳報臺北市政府教育局核備。專案合作備忘錄包含五大部分：學校地理位置與資源、學校設備空間資源、學校人力配合資源、學校設備管理資源及其他事項。茲摘述最主要之學校設備空間資源、學校人力配合資源等 2 項，重點說明如下：

一、使用學校空間設備資源

本階段甲方提供乙方使用之場地如下：

- (一) 經甲、乙雙方會勘確定之行政大樓二樓會議室，提供作為社區大學辦公室。
- (二) 普通教室：甲方提供教學大樓普通教室共二十六間供社區大學上課使用。
- (三) 專科教室：1.電腦教室五間。2.視聽教室五間。3.語言教室一間。4.桌球練習場。5.韻律教室一間。6.團體輔導室一間。7.音樂教室一間。
- (四) 勵學室。

(五) 戶外場地：設有夜間照明設備，有運動場、籃球場、排球場。

(六) 活動中心：約可容納兩千人，為木質地板，內設標準排球場，並備有舞臺、燈光、音響、冷氣等。

(七) 會議場地：1.第一會議室：約可容納 40 人。2.第三會議室：約可容納 200 人。

二、學校人力配合資源

(一) 人力共享：舉凡乙方工程規劃施工、設備維護修繕、相關物品採購、財產管理等，均可由甲方相關人員配合辦理。日間及夜間乙方教職員及學生進出，校園安全維護均有甲方值夜教官及保全人員兼顧。

(二) 聯絡人：甲方專職聯絡人由實習輔導主任（筆者）兼任，專責學校與乙方之溝通協調、安排協調會議；並由建教合作組負責公文會辦及資料彙整等工作。

另外，內湖社區大學預期未來開課後，將會開設韻律、瑜珈及中東肚皮舞等課程，主動提議出資將當時之 4 樓教師文康室，原擺設撞球桌和桌球桌，改為木質地板之大型韻律教室，顯示其長期投資之決心，也讓內湖高工校方人員感受其辦學之誠意。因此內湖高工在王校長指示全力配合，各處室分工如下：1.教務處：負責教學設備及專科教室之借用、重修班課程安排等。2.訓導處：教學大樓及教室夜間學生活動之管理、體育設施借用、環境衛生維護。3.總務處：場地借用、門禁管制、設備管理、維修支援、經費運用。4.實習輔導處：與社大協調課程規劃細節、召開雙方聯繫會議、實習工場借用、電腦教室借用。5.輔導室：團輔室借用事宜。6.會計室：經費核銷及財產管理查核事宜。7.圖書館：勵學室使用與維護。8.教

官室：保全設定、人員管制及夜間連絡單位。

因內湖高工與內湖社區大學雙方人員之互信、互諒，且雙方皆展現最大誠意合力創設內湖社區大學，讓內湖社區大學在簽約後，開始籌設、進行招生工作等，僅準備 2 個月時間即開始第 1 期之課程。

肆、設校開課初期

社區大學課程分為學術課程、社團活

動課程與生活藝能課程三類，強調以社團活動課程打開並發展人的公共領域，以生活藝能課程改造私領域的內涵，而以學術課程作為重建世界觀的基礎，養成人思考根本問題的態度（黃武雄，1998），依筆者所觀察，內湖社區大學的工作人員，發揮團隊合作精神，大致依圖一成人所示之教育活動設計模式（魏惠娟，1997），發展內湖社區大學之課程及各項行政業務。

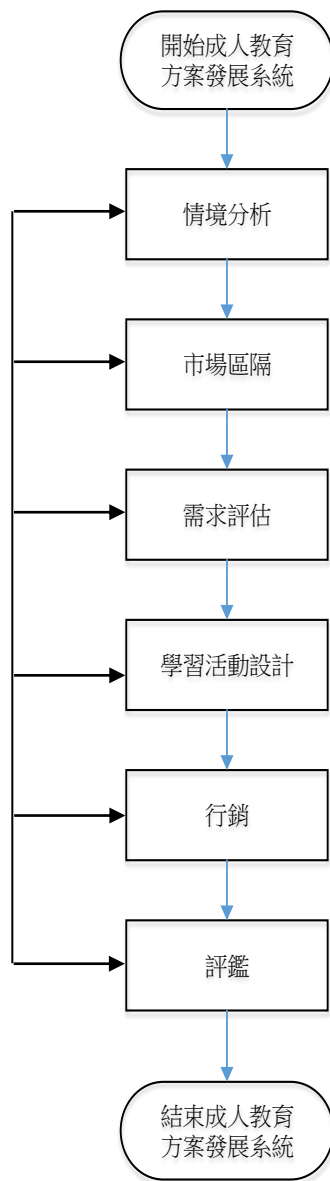


圖 1 成人教育活動設計模式（魏惠娟，1997）

其中在行銷部份，特別值得一提的是由王建煊先生親自錄音，透過小型宣傳車繞行大街小巷，宣傳內湖社區大學開課之訊息，讓人感受到非常具有說服力。記得王先生曾說：「晚上或下班後還來上課的都是好人，我們應該好好服務他們。」

2003年4月15日內湖社區大學第一期課程順利開課，首期招生人次即達每週約2,600人。對內湖社區大學的行政團隊而言，這是一個很大的挑戰。開課第一週，可想而知，各種問題層出不窮。例如因學員對學校場地完全不熟悉，會有走錯教室之情形；對教學設備如單槍投影機等器材，不會操作；桌椅復原時未按原位，學生白天上課時需再調整；活動音量太大影響重修班課程；環境清潔問題...等。皆由筆者每日協調校內各處室主任派員全力協助，並每日留下配合社區大學行政人員及志工共同解決問題。

但共用校舍及設備問題，仍引發一些糾紛。協辦學校教師常會抗拒社大進駐校園，基本上是擔心會因此增加額外的工作負擔。在實際運作的過程中，最令其困擾的是清潔不澈底與東西未歸位等問題，若無法獲得妥善解決，會影響其繼續配合意願。由某些學校的經驗得知，透過意見的反映，若行政部門能積極予以回應，妥善的處理，並得到教師的認同，基本上教師仍是會願意配合的。負責居中協調者之其人格特質，會影響雙方合作關係。積極主動、事事關心，努力與對方建立關係之協調者，能得到對方的信任與配合（黃贊瑾，2003）。因此加強宣導資源共享的理念，促進相關人員的良性互動；協助建立妥善的共用機制，減少共用的磨擦與困擾；研究修正現行對協辦校之補助方式，加強雙方合作的意願，建立良好的互動與參與機制，以「夥伴關係」取代「借用關係」，讓此資源共享的政策，發揮最大的效益。另就所轄之閒置空間予以檢討評

估，擇其適當者提供社區大學作為分班使用，擴展其服務的功能，使其成為社區共學的資源中心（臺北市政府教育局，民90）。內湖社區大學和內湖高工因雙方人員之互信互諒，遇問題共同解決，建立了良好的夥伴關係，也讓內湖社區大學能順利開辦，完成第一期之課程。

伍、結論

內湖社區大學自2003年開辦以來，歷經13年之發展，由王建煊校長建校，歷經高希均校長到現任的林金銘校長以及創校服務至今的張芳德主秘等人的領導下，學員人數已由開辦時之每週約2,600人/次，增加至2016年的每週約5,500人/次，並已成為內湖區重要的成人教育文教機構，除辦理社區大學校務外，並協助中央單位如教育部以及臺北市政府等公部門辦理相關活動。

內湖社區大學創辦至今，與內湖高工雙方人員的互動良好，且內湖社區大學辦理單位愛心第二春文教基金會採用長期投資經營模式，如持續投入硬體建設、提供內湖高工清寒或有需求之學生工讀及成長機會、贊助獎助學金或各項活動獎項、主動維修學校設施、夜間保全人力支援、提供優惠鼓勵教師進修.....等，形成雙贏之局面，未來也將在這良好基礎上，持續蓬勃發展。

參考文獻

- 林振春(2004)，〈社區大學與臺灣社區學習文化的深耕〉，《2004 兩岸社區大學經營理念與實務運作研討會手冊》，臺北：中華民國教育學會，頁 4-23。
- 黃贊瑾(2003)，《臺北市社區大學與協辦學校互動問題之研究》，臺北：國立臺北市立師範學院國民教育研究所碩士論文（未出版）。
- 黃武雄(1998)，〈我們要辦什麼樣的社區大學〉，《教育研究資訊》，7(3)，頁 59-77。
- 楊國賜(2010)，〈學習型臺灣的建構與發展〉，《全民終身學習論壇》，臺北。
- 楊碧雲主編(2011)，《臺北市社區大學 99 年營運摘要彙編》，臺北：臺北市政府教育局。〈臺北社區大學是什麼〉，臺北市：臺北市政府教育局，2017 年 1 月 5 日查閱，
<http://www.ccwt.tp.edu.tw/files/15-1000-2213,c103-1.php>。
- 黃富順(2002)，《社區大學總體檢調查報告》，臺北：監察院。
- 魏惠娟(1997)，《成人教育方案發展的系統分析與應用》，臺北：師大書苑。

成人自主學習與工作績效關係之研究

**A research on the relationship between Work Performance and
Adult Self-Directed Learning**

張芳德

Chang Fang De

臺北市內湖社區大學 主任秘書

Chief Secretary of Neihu Community College, Taipei City

摘 要

為瞭解成人自主學習者對其工作績效表現之影響，本研究提出以自主學習與參與自主學習行動為自變項，以工作績效為依變項，探討其相互之影響。

研究對象以參與臺北市社區大學學習之學員為受訪對象，透過 Guglielmino 自主學習準備度量表、Borman & Motowidlo 的工作績效量表以及學員是否經常且持續參與學習行動為變項，以 Logistic 迴歸分析來檢驗其相互之影響。

研究發現：

一、研究結果發現，經常且持續 1 年以上參與自主學習行動者，其工作績效、任務績效、脈絡績效均有顯著之相關性。

二、自主學習中如果是偏向效率學習者、主動學習者、學習動機者其工作績效會有顯著之影響。且無論是任務績效或脈絡績效均有相類似之表現。

關鍵字：

社區大學、自主學習、成人學習、工作績效、自我導向學習、任務績效、脈絡績效

Keywords:

Logistic, Community College, Self-Directed Learning, Adult Learning, Lifelong Learning, Performance

壹、緒論

近年來知識經濟的充分發展及國際環境快速變化及全球化的競爭衝擊，人力資源的充分運用已是全球性的趨勢。因應此趨勢，唯有積極提升知識及技能，才能立足於職場，而欲提升就業能力，則須透過在職訓練與終身學習。不論政府、企業或個人，要跟上時代的腳步，必需不斷重視在職訓練與終身學習，以提升整體競爭力。

每年超過 22 萬人參與學習行列的社區大學學員，大多數都是屬於自主學習的學員，這群學員有別於職業訓練、在職訓練等計畫性學習的學習者，雖然課程選擇大部分非以增進工作技巧為主要目的，但長期參與學習活動是否會對其個人之工作績效有所影響，是本文主要探討之目的。

貳、研究背景與動機

一、終身學習已成為全球推動社區教育及社區發展之重點

1995 年歐盟發表了「教與學：邁向學習社會」(Teaching and Learning: Towards the Learning Society)白皮書；聯合國教科文組織(UNESCO)也於 1996 年，二十一世紀國際教育委員會，以「學習：內在的財富」(Learning: The Treasure Within)為主題，發表了新世紀的學習社會宣言，2016 年 9 月 UNESCO 發表全球成人學習與教育報告 GRALE III (Third Global Report on Adult Learning and Education)更明確指出終身學習將成為全球推動永續發展之重要關鍵。終身學習已然成為各國提高人力素質、增進國家競爭力、推動國家永續發展之關鍵施政作為。

二、我國推動成人終身學習之發展

我國自 1998 年教育部公布「邁向學

習社會白皮書」，並宣布當年為終身學習年，2002 年 6 月 26 日制定公布終身學習法，積極鼓勵推動民眾參與終身學習，歷經 10 餘年，終身學習理念及實踐之風氣已逐漸普及。

2010 年為教育部推動終身學習行動年，鼓勵民眾參與終身學習行動。終身教育強調個人在生命中不斷進行學習活動，在社會快速變遷過程中，終身學習可促進個人的自我成長，推動終身學習也成為世界先進國家所追求的教育願景。

依據國立暨南國際大學「臺閩地區成人教育調查報告」顯示，2008 年 16 至 64 歲成人參與學習之比例已達 30.96%，2014 年增加為 32.30% (2011 年起調查改為 18-64 歲)。而 65 歲以上之參與學習人口由 2008 年之 11.40% 增加到 2014 年之 22.64，顯示成人終身學習逐年推動之成效。

三、社區大學已成為終身學習重要管道

臺灣自 1998 年起設立第一所社區大學，2002 年 6 月公布終身學習法，明定各縣市應普設社區大學，至 2010 年全國已有 85 所社區大學及 12 所原住民部落社區大學，每年選課人次超過 22 萬名。社區大學是我國極具特色的成人教育機構與終身學習機構，強調社區發展與社區學習之結合，進而發揮社會改造之力量，促進公民社會之發展。

2008 臺閩地區成人教育調查報告(暨南大學)，成人教育機構類別以大專院校的比例最高，有 32.48%；其次為公共圖書館，有 27.85%；其他依序為社區大學 12.66%，樂齡中心 9.92%，政府訓練機構 7.81%，國立社教機構 4.85%，家庭教育中心 4.43%。除教育機構外，社區大學實已成為民眾參與終身學習之主要機構。

研究者任職於臺北市之社區大學，期

間發現，為數眾多之參與終身學習行列的社區大學學員，透過學習行動其個人之人際關係、家庭生活等，實質產生改進的影響。這群社區大學的學習者，都是依其個人興趣選擇學習內容，雖然其學習目的不盡相同，但參與原因大致都與工作、興趣及生活層面息息相關，因此，每位成人學習者的自主學習傾向也有所差別。對於這群有別於技職及正規教育活動之自主學習者長期參與學習活動是否會對其工作績效有所影響，是本文主要探討之目的與動機。

四、自主學習與工作績效相關性之研究

影響員工工作績效的因素很多，但其中最常被提及的為工作動機、技巧和能力、以及角色知覺(Korman, 1977)。國內許多的研究都期望要能夠正確的指出影響工作績效優劣的因素，其中以從工作特性、工作滿足、人格特質著手研究的為多，實證研究結果包括有工作滿足-工作性質、主管及整體滿足與工作績效呈顯著正相關(曾倩玉, 1995);工作特性、工作滿足與工作績效呈正相關(廖曜生, 1997);員工對於工作滿意度的認知會影響其工作績效，而員工的個人屬性會影響其工作滿意度與工作績效(李文娟, 1997);工作滿足對工作績效有顯著性的影響(唐莉佩, 1998);人格特質與工作績效有相關性(陳雅燕, 1998)等。

然而，如前所說成人參與學習已達32.30%，並還持續在提升中，為瞭解成人自主學習者對其工作績效表現之影響，本研究提出以自主學習與參與自主學習行動為自變項，以工作績效為依變項之迴歸方程式，探討其相關；本研究之研究目的為下：

- (一) 檢視自主學習與參與自主學習行動兩者之間的相關。
- (二) 檢視自主學習與參與自主學習行動對

工作績效之影響。

本研究計畫之研究對象為在職之一般民眾，包括參與學習與未參與學習者，然而如果要接觸其工作單位並探究其工作績效有實際不可為之困難，在曾苡蓁(2002)及黃培文(2004)的調查研究中就曾指出，受測機構不願意提供客觀的績效評估數據，因此本研究採用自我檢視方式，由填答者自行評估績效表現。

參、文獻探討

一、成人學習之理論

所謂「成人學習者」，根據國際教育科學文化組織於1951年對「成人」的定義是，18歲以上成熟的人；我國民法第十二條規定：「滿20歲為成年」。並開始享有各種法律上規定的權利，及法律上賦予的應盡責任；成人教育辭典(黃富順主編, 1995)，指出成人係指生理、心理與社會等層面均發展成熟，因此，不宜只從單一層面去界定。因此，廣義成人學習者，即指以成人身份進行學習的人。

二、自主學習之理論與範疇

Maslow(1970)探討自我實現(Self-Actualization)的議題時，他對「自我實現者」提出三點人格特質：對渾沌情形的耐受度(Tolerance for Ambiguity)、接受自己與他人、卓越的歷練(Peak Experiences)。Rogers(1983)認為人是具有自主(Self-Directed)潛力的，只要給予積極關注、營造良好環境，就可逐漸培養出當事者者的自我接納、自我尊重而達到自我實現。自我實現者具備了自我的人格特質(Hiemstra & Brockett, 1991)。

自主學習的研究一般皆認為發展於Tough(1979)所提出的自我教學、自我計畫學習性質的學習計畫的研究。此一研究提出後，深受各方的矚目與青睞，各家學

者從不同的角度來解釋、探究自主學習的概念，因而有諸多不同的見解，其後相繼出現許多近似或雷同的名詞，諸如自我教學、自我教導、自我教育、自我研究、個別化學習、獨立學習、自我計畫學習、自我導向研究、自主性學習、自我促進學習、自我引發學習等等（鄧運林，1995）。

胡夢鯨(2001)提出自主學習循環模型(Autonomous Learning Circles model, ALC)，以成人的自主學習為核心概念，包含：自主學習、正規自我導向學習、非正規自我導向學習、非正式自我導向學習及自主學習的循環五個要義。其中核心概念「自主學習」包含三種涵意：

(一) 自主意識：

成人必須意識到自我導向的重要性，意識到自我需求和自我興趣，意識到其必須尋找方法和資源進行學習。

(二) 自主決定：

成人自主學習的各種決定必須來自成人自身，當其決定進行某種學習活動後，必對其學習歷程和後果負起責任。

(三) 自主參與：

參與是使成人獲得知識和經驗的主要來源，因此，當成人意識並決定自主學習後，即必須自主參與(親身體驗)各種學習歷程，以擴展其個人的經驗範疇。

此循環模型強調成人自主學習可以循正規、非正規、非正式三種途徑來進行，且此三種途徑的自主學習具有相同的重要性，三種途徑都是自主學習所不可或缺的，而不同的教育程度的成人在不同的階段可以依主觀的需求及客觀的條件，安排適當的自主導向學習活動，且任何一種途徑都可以作為學習的起點，其意義在於永續的學習，成人可以進行無終點的學習。

三、自主學習準備度的意義及量表

「自主學習準備度」是由 Gugliel-

mino(1977)提出，其自主學習準備度量表(SDLRS)，主要用來評估受試者認為自己擁有自主學習的技巧和態度。她提出五點研究應用之目的：

- (一) 協助課程設計能配合高度自主學習者或協助現存課程作調整。
- (二) 協助教師或教學輔導人員瞭解自主學習，並促進培養自主學習能力。
- (三) 增進自主學習者對自己能力的瞭解。
- (四) 影響教師或教學輔導人員改變課程設計的準備工作之內容，也就是提醒他們對自主學習能力培養的重視。
- (五) 提供一平均值，讓個人評估自己的自主學習之程度。

1991年鄧運林初步將SDLRS譯訂為中文，並於當年再經由郭生玉、吳靜吉、黃光雄、楊國賜、黃富順、陳如山等六位博士逐題進行譯文修訂，擬題完成而後施測，因而形成55題的正式量表題目。六個面向：效率學習、喜愛學習、學習動機、主動學習、獨立學習及創造學習（鄧運林，1992）。

從Guglielmino自1977提出自主學習準備度量表(SDLRS)後，一直受到各方人士的檢視與使用，同時也是最廣泛使用在於測量自主學習準備度的工具(Long & Ageykum, 1988; McCune, 1989; Merriam & Brockett, 1997)。

本文研究所稱自主學習，即為運用鄧運林譯自SDLRS並修訂為55題正式量表題目；六個面向：效率學習、喜愛學習、學習動機、主動學習、獨立學習及創造學習。

四、工作績效之定義與評估方法

(一) 工作績效之定義

工作績效的定義主要有兩種觀點，一種是以Kene為首的「結果」論，這些學者認為績效是個人的工作紀錄、顧客滿意度及目標的實現。不過另一種觀點以

Campbell 為主的學者，他們認為「行為」論才能正確的定義績效，這不是說結果不重要，而是因為許多結果或目標並不一定是個體行為所致，它可能會受工作相關的其他因素影響(Cardy & Dobbins, 1994)，而且員工過份地注重工作完成後的表現而忽略過程和人際關係可能會在工作要求上誤導了員工。

(二) 工作績效的構面

Borman and Motowidlo(1993)認為工作績效有任務績效與脈絡績效兩構面的分類模式；任務績效指的是工作者對組織技術核心有所貢獻，能在份內活動中表現出熟練度，並可以透過個人直接執行技術性程序或間接提供技術程序所需要的元素或服務予以衡量；脈絡績效則代表工作者對任務活動之外，仍對組織效能有所貢獻，根據自由的方式而採取合作、幫助團隊，甚至整個組織的行為或活動，都是脈絡績效的表現範圍。

(三) 工作績效評估方式

工作績效評估可分為主管評估、自我評估、同儕評估、部屬評估四種(Adrian, 1992)，大多數公司在衡量工作績效評估時都會混合使用，然應選擇哪些衡量指標，應該要考量組織的目標、組織的文化、產業的特性等因素，以選擇最適合之評估方法。

自我評估是指員工對於自己的績效表現從事評估；自我評估是提供員工參與績效評估的機會，因此自我評估的結果具有相當的參考價值(Shore & Thornton, 1986)；自我評估可視為傳統評估方法，是上司評估的替代方法之一(Campbell, 1990)，若能降低員工對績效評估的抗拒

心態，則自我評估將有助於組織的發展。

(四) 工作績效之衡量

本研究主要採用 Borman and Motowidlo 的分類模式，亦即將工作績效區分為任務績效及脈絡績效，而脈絡績效之中文翻譯名稱係根據余德成(1996)所做之定義而來。

余德成對工作績效兩因素構面「任務績效」與「脈絡績效」分別定義如下：

1.任務績效(Task Performance)：

工作者對組織技術核心效能有所貢獻，在其工作範圍以內的活動所表現出的熟練度，可以透過個人直接執行技術性程序或是間接提供技術程序所需要的服務或材料進行衡量。

2.脈絡績效(Contextual Performance)：

工作者對任務以外而對組織效能有所貢獻的其他活動中，所表現出的熟練度。當個人面對組織技術核心運作中，與其相關之一般性的社會與心理環境時，以自由心證方式所採取的合作與幫助他人及團隊，甚至整個組織的行為或活動，都是脈絡績效表現的範圍。因此，脈絡績效的衡量包括自願執行非正式規定活動、堅持完成任務、合作並幫助他人，以及在非正式場合自動贊同、支持與防衛組織目標的熱誠。

肆、研究方法

一、研究架構

根據本研究目的，探討自主學習、參與自主學習行動與工作績效等構面，並依此建立本研究假設，初步架構如下圖所示：

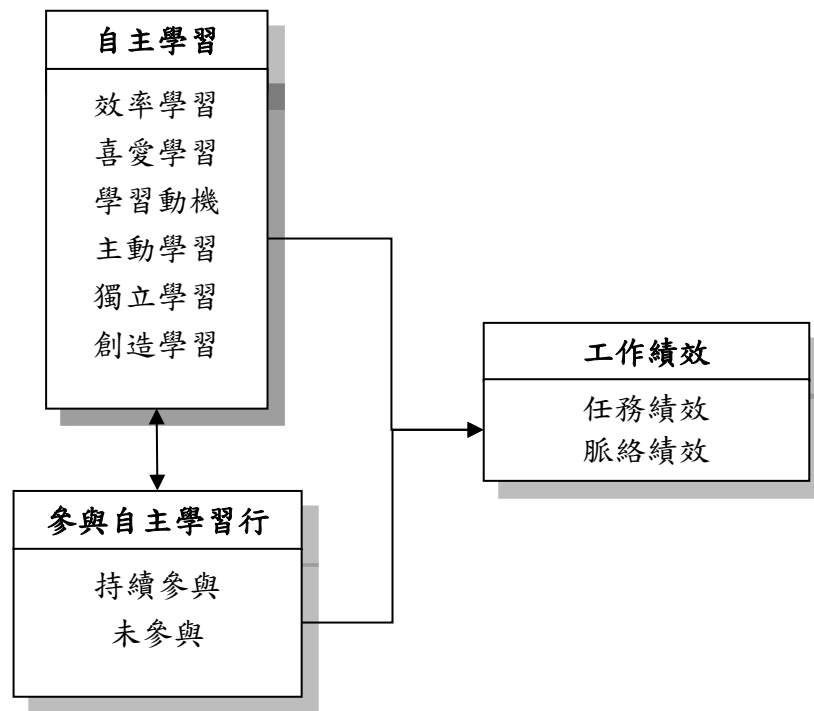


圖 1 本研究之研究架構
資料來源：本研究整理

二、構面因素操作性定義

以下就各相關變項分別說明本研究之操作定義。

(一) 自主學習(Self-Directed Learning)

1977 年 Guglielmino 邀集十四位自主學習專家以德菲法(Delphi Method)歸納出自主學習準備度量表 (Self-Directed Learning Readiness Scale, SDLRS)，是一份自我評估量表，用以評估自主學習的態度、價值、能力等特質。鄧運林(1991)初步將 SDLRS 譯訂為中文，並於當年再經由郭生玉、吳靜吉、黃光雄、楊國賜、黃富順、陳如山等六位博士逐題進行譯文修訂，擬題完成而後施測，因而形成 55 題的正式量表題目。六個面向：

1.效率學習：學習者能有效率地學習的程度，指的是能切確知道學習主題與重心，

並瞭解自己的學習狀況，有能力且善於提出做事的各種方法。

2.喜愛學習：學習者對學習喜愛的程度，其代表學習者若對所學的東西有興趣，則會認真學習，且對新學問有興趣，能進行長時間的學習。

3.學習動機：對於學習的動機程度，指促使學習者去學習的動力：是否積極學習、樂意去學習等等。

4.主動學習：指學習者對於學習能主動的程度，能在忙碌生活中主動抽空學習，且知道何時需要更多學習並實踐。

5.獨立學習：學習者能獨立進行學習的程度，單獨把欲學習的學問讀得很好，並自主去實踐學習與自行學習各類新奇學問。

6.創造學習：學習者對學習有思考與創造的程度，喜歡探討複雜問題的背後原因與

喜歡與別人討論，並對事情常會抱持著存疑而思考。

另外，學者鄧運林將”Self-Directed Learning”翻譯成中文為「自我導向學習」，由於本文探討自主學習對工作績效之影響，各構面因素也以自主學習為名，為避免混淆，本研究以自主學習為 SDL 之中文譯稱。

(二) 參與自主學習行動

參與自主學習行動在本研究以未參與、持續參與二個構面來說明。

1.未參與：研究對象未曾或很少參與自主學習。

2.持續參與：研究對象持續或間斷參與自主學習 1 年以上者。

(三) 工作績效

本研究構面參考 Campbell(1990)與 Borman & Motowidlo(1993)的文獻，題目共計 12 題。各構面之內涵說明如下：

1.任務績效：員工工作上的結果，與公司所期望或指認的任務有關，類似角色內的行為。

2.脈絡績效：可以是員工自由的行為或表現，非透過公司內部正式系統加以控制。

(四) 各相關變項之操作定義與評量方式

本研究探變項包括自主學習六個構面與工作績效二個構面：

1.自主學習六個構面：

主動學習（計 10 問項）、效率學習（計 11 問項）、創造學習（計 4 問項）、獨立學習（計 13 問項）、學習動機（計 7 問項）、喜愛學習（計 10 問項）。合計共有 55 題問項。

2.工作績效二個構面：

任務績效（計 7 問項）、脈絡績效（計 5 問項）。合計共有 12 題問項。

三、Logistic 模型之建立

本論文假設，影響工作績效的因素有：自主學習(包括效率學習、喜愛學習、學習動機、主動學習、獨立學習、創造學習)、參與自主學習行動（未參與、持續參與）為了探討能否利用自主學習（包括效率學習、喜愛學習、學習動機、主動學習、獨立學習、創造學習)及參與自主學習行動（無參與、短期參與、長期參與）來預測其工作績效，故採取 Logistic 迴歸分析。

四、研究假說

本研究以自主學習與參與自主學習行動為自變項，以工作績效為依變項，研究假設為預期所有自變項與依變項均有正相關，故以 Logistic 迴歸分析來作檢定。

表 1 Logistic 迴歸分析自變數彙整表

變數構面	變數名稱	變數代號	預期關係(研究假說)			
			工作績效	任務績效	脈絡績效	學習行動
自主學習	主動學習	X ₁	+	+	+	+
	效率學習	X ₂	+	+	+	+
	創造學習	X ₃	+	+	+	+
	喜愛學習	X ₄	+	+	+	+
	學習動機	X ₅	+	+	+	+
	獨立學習	X ₆	+	+	+	+
參與學習行動	學習行動	X ₇	+	+	+	

伍、研究結果與分析

本研究問卷發放對象為臺北市社區大學學員目前仍在職者。共發送問卷數 500 份，回收問卷數 382 份，扣除回答未完整之問卷 38 份，實際有效問卷為 344 份，有效回收率為 68.8%。

一、自主學習問卷同意性程度統計分析

為進一步瞭解受訪者對各構面間不同之認知，就受訪者在各構面題項之回答，

進行基本敘述性統計分析及排名，並利用李克特五點量表來衡量，以瞭解受訪者對自主學習各構面問項的同意性程度。

1.主動學習

本構面問項計 10 題，構面範疇指的是學習者對於學習能主動的程度，能在忙碌生活中主動抽空學習，且知道何時需要更多學習並實踐。其中同意性程度最高之前 2 題為「對我想學的事情，我會設法去學習」、「我知道要學什麼」平均值均大於 4.0 以上。

表 2 主動學習問項同意性程度表

問項內容	平均值	標準差	排序
對我想學的事情，我會設法去學習。	4.099	0.725	1
我知道要學什麼。	4.012	0.774	2
我能做自己認為該做的事情。	3.904	0.719	3
當我決定去探討某些事情時，我就會去做。	3.892	0.812	4
我知道從哪裡去獲得自己所需的資料。	3.797	0.707	5
只要我決定學習，不論多忙，我都會抽空去學。	3.759	0.910	6
任何我需要的東西，我都能自己去學習。	3.701	0.796	7
我嘗試思考所學的東西，如何與自己的計畫相配合。	3.689	0.785	8
我知道什麼時候我需要學習的更多。	3.683	0.752	9
在學習的時候，我會參與決定學什麼及如何學。	3.512	0.856	10

資料來源：本研究整理

備註：平均數採 Likert 五點量表，由從未如此到總是如此分別給予 1~5 分

2.效率學習

本構面問項計 11 題，構面範疇為學習者能有效率地學習的程度，指的是能切確知道學習主題與重心、瞭解自己的學習狀況，有能力且善於提出做事的各種方

法。其中同意性程度最高題為「我是唯一能對所學的東西負責的人」平均值為 4.049。除排序第 11「我會在學習團體中，成為一個領導者」平均值 2.895，其餘問項平均值均介於 3.3-3.9 之間。

表 3 效率學習問項同意性程度表

問項內容	平均值	標準差	排序
我是唯一能對所學的東西負責的人。	4.049	0.825	1
我能知道什麼時候學的不錯。	3.826	0.758	2
不論在教室或自我學習，我都是一位好的學習者。	3.776	0.835	3
每年我都自行學習許多新東西。	3.753	0.899	4

我會比大多數同年的人，能夠自我學習的很好。	3.648	0.756	5
我能夠想到許多不同的方法來學習新東西。	3.541	0.806	6
我的確擅於解決問題。	3.532	0.750	7
我不為困難的問題所阻擋。	3.436	0.812	8
我比多數人更能發現需要學的東西。	3.404	0.851	9
我善於提出做事的新方法。	3.349	0.906	10
我會在學習團體中，成為一個領導者。	2.895	0.919	11

資料來源：本研究整理

備註：平均數採 Likert 五點量表，由從未如此到總是如此分別給予 1~5 分

3.創造學習

本構面問項計 4 題，問題範疇指學習者對學習有思考與創造的程度，喜歡探討複雜問題的背後原因與喜歡與別人討論，

並對事情常會抱持著存疑而思考。

平均值均介於 3.2-3.7 之間。可以看出，對於「創造性」這一個比較抽象的問項，受訪者的回答趨向保守。

表 4 創造學習問項同意性程度表

問項內容	平均值	標準差	排序
我喜歡思考未來。	3.672	0.896	1
我樂於尋找困難問題的答案。	3.567	0.840	2
我喜歡討論一些想法。	3.558	0.840	3
我對事情常有很多疑問。	3.273	0.843	4

資料來源：本研究整理

備註：平均數採 Likert 五點量表，由從未如此到總是如此分別給予 1~5 分

4.喜愛學習

本構面問項計 10 題，問題範疇指學習者對學習喜愛的程度，其代表學習者若對所學的東西有興趣，則會認真學習，且對新學問有興趣，能進行長時間的學習。

同意性程度最高最差者為「我希望老師在上課時，都能夠明白告訴大家應該做什麼」為反向題，亦可能在題意上的敘述不夠清楚，本題由於信度檢驗不足($\alpha < 0.5$)故在相關回歸分析時予以剔除不計。

表 5 喜愛學習問項同意性程度表

問項內容	平均值	標準差	排序
如果對所學的東西有興趣，我會認真學習。	4.358	0.688	1
我完成學習時，感到很高興。	4.337	0.790	2
懂得學習的方法，對我來說是重要的。	4.244	0.702	3
學習是一種有趣的事情。	4.215	0.728	4
我想要學的更多，因為它可使我愈來愈好。	4.029	0.788	5
學習愈多，世界變的更美好。	4.012	0.869	6
能繼續不斷學習的人是領導者，因為它的知識能與時俱進。	3.858	0.856	7

我想知道自己是否能夠解決難題。	3.686	0.832	8
我羨慕總是在學新東西的人。	3.558	1.101	9
我希望老師在上課時，都能夠明白告訴大家應該做什麼。	1.797*	0.828	10

資料來源：本研究整理

備註：平均數採 Likert 五點量表，由從未如此到總是如此分別給予 1~5 分

* 反向題反向記分，由總是如此到從未如此分別給予 1~5 分

5. 學習動機

本構面問項計 7 題，構面範疇指對於學習的動機強度，指促使學習者去學習的動力：是否積極學習、樂意去學習等等。

前三個問項具有強烈之宣告自主學習意識，問卷結果同意性高平均值均大於 4.0，顯示自主學習、終身學習的觀念已經非常普遍。

表 6 學習動機問項同意性程度表

問項內容	平均值	標準差	排序
不管我年紀多大，我仍能繼續學習。	4.235	0.743	1
我會終身學習。	4.227	0.808	2
我喜歡學習。	4.151	0.759	3
我經常想要學習。	3.991	0.833	4
即使不能確信結果如何，我仍然很喜歡去學新的東西。	3.959	0.761	5
我實在很想學的東西。	3.869	0.865	6
我想學的東西很多，所以真希望每天多幾個小時。	3.785	0.974	7

資料來源：本研究整理

備註：平均數採 Likert 五點量表，由從未如此到總是如此分別給予 1~5 分

6. 獨立學習

本構面問項計 13 題，構面範疇指學習者能獨立進行學習的程度，單獨把欲學習的學問讀得很好，並自主去實踐學習與自行學習各類新奇學問。1-12 題項之平均

值均介於 3.9-3.0 之間，平均值略低之原因為本構面之題項均為反向題之故。除了排序第 13 題平均值為 2.552 外，其餘平均值均大於中間值 3.0 以上。

表 7 獨立學習問項同意性程度表

問項內容	平均值	標準差	排序
整天不停的學習令人厭煩。	3.884*	0.923	1
我只要得到好成績，即使不瞭解，也沒有關係。	3.753*	0.849	2
我不像其他人那樣，對學習感到興趣。	3.735*	0.935	3
我自己無法單獨把工作做的很好。	3.637*	0.792	4
我認為書本是枯燥乏味的。	3.576*	0.928	5
如果我不能學的很好，那不是我的錯。	3.564*	0.870	6
我不喜歡別人指出我的錯誤。	3.500*	0.899	7

當我對一些事情不瞭解時，我就不去管它。	3.448*	0.812	8
要瞭解所學東西，對我來說有困難。	3.352*	0.804	9
我不喜歡學習困難的事情。	3.352*	0.896	10
即使我有很好的想法，但我無法發現實現的方法。	3.125*	0.706	11
我不喜歡思考沒有正確答案的東西。	3.041*	0.955	12
使用我認為可行的方法，要比嘗試新方法更好。	2.552*	0.812	13

資料來源：本研究整理

備註：平均數採 Likert 五點量表，由從未如此到總是如此分別給予 1~5 分

* 反向題反向記分，由總是如此到從未如此分別給予 1~5 分

二、工作績效問卷同意性程度統計分析

1. 工作績效

本構面問項計 12 題，其中同意性程度最高前二個排序為「對我來說，與他人合作並不困難」、「我能在工作上與同事建立且維持良好的友誼」其平均值均大於

4.0 以上。可以看得出，對於工作績效而言受訪者最容易感受與在乎的其實比較偏向脈絡績效，然而由前章學者對工作績效之研究可看出，實際在進行考核之主管比較在意的事員工實際的工作表現。

表 8 工作績效問項同意性程度表

問項內容	平均值	標準差	排序
對我來說，與他人合作並不困難。	4.015	0.737	1
我能在工作上與同事建立且維持良好的友誼。	4.012	0.682	2
我不曾推卸主管所交付的工作，並都能在規定期限內完成。	3.956	0.759	3
我對我的工作事項及執行方法非常瞭解。	3.945	0.669	4
工作上有任何問題發生時，我都能妥善處理。	3.916	0.630	5
我會不斷的學習與工作有關的新知識、新技巧。	3.878	0.772	6
工作上任何小細節，我都能注意到並妥善處理。	3.852	0.677	7
不論主管派我到任何崗位或工作，我都能勝任愉快。	3.843	0.689	8
我能妥善運用溝通技巧在工作上。	3.834	0.746	9
我常能達到績效評比所訂的獎勵標準。	3.628	0.775	10
我所完成的業績量會比主管所要求的高。	3.538	0.769	11
我常會在工作上提出特別及創新的建議。	3.430	0.808	12

備註：平均數採 Likert 五點量表，由從未如此到總是如此分別給予 1~5 分

資料來源：本研究整理

2. 任務績效

本構面問項計 7 題，其平均值均介於 3.4-4.0 之間。由本問項的同意度看，受訪者對於工作績效之價值表現在限期完成、

瞭解工作內容、妥善處理上；然而可以為單位創造更高價值如主動、創新的能力等，反而是比較會令受訪者所忽略。

表 9 任務績效問項同意性程度表

問項內容	平均值	標準差	排序
我不曾推卸主管所交付的工作，並都能在規定期限內完成。	3.956	0.759	1
我對我的工作事項及執行方法非常瞭解。	3.945	0.669	2
工作上任何小細節，我都能注意到並妥善處理。	3.852	0.677	3
不論主管派我到任何崗位或工作，我都能勝任愉快。	3.843	0.689	4
我常能達到績效評比所訂的獎勵標準。	3.628	0.775	5
我所完成的業績量會比主管所要求的高。	3.538	0.769	6
我常會在工作上提出特別及創新的建議。	3.430	0.808	7

資料來源：本研究整理

備註：平均數採 Likert 五點量表，由從未如此到總是如此分別給予 1~5 分

3. 脈絡績效

本構面問項計 5 題，其中同意性程度最高前二個排序為「對我來說，與他人合

作並不困難」、「我能在工作上與同事建立且維持良好的友誼」其平均值均大於 4.0 以上。

表 10 脈絡績效問項同意性程度表

問項內容	平均值	標準差	排序
對我來說，與他人合作並不困難。	4.015	0.737	1
我能在工作上與同事建立且維持良好的友誼。	4.012	0.682	2
工作上有任何問題發生時，我都能妥善處理。	3.916	0.63	3
我會不斷的學習與工作有關的新知識、新技巧。	3.878	0.772	4
我能妥善運用溝通技巧在工作上。	3.834	0.746	5

資料來源：本研究整理

備註：平均數採 Likert 五點量表，由從未如此到總是如此分別給予 1~5 分

三、Logistic 迴歸模型實證結果

(一) 自我學習與工作績效之相關性分析

本研究以工作績效為依變數，將工作績效分 2 組，0 為無績效，1 為有績效，並與自變數 X1-X6（自主學習之 6 個構

面：主動學習、效率學習、創造學習、喜愛學習、學習動機、獨立學習）及 X1-X7（加上學習行動）分別做羅吉斯迴歸分析。

表 11 自我學習與工作績效羅吉斯迴歸結果

自變數	依變數—工作績效(0=無績效，1=有績效；69：275)			
	M1		M2	
	參數估計值	P 值	參數估計值	P 值
X1：主動學習	0.5893	<.0001*	0.5838	<.0001*
X2：效率學習	0.2424	0.0189*	0.2420	0.0191*
X3：創造學習	-0.0634	0.5499	-0.0655	0.5394

X4：喜愛學習	-0.0827	0.4073	-0.0805	0.4243
X5：學習動機	0.1859	0.0038 *	0.1847	0.0043 *
X6：獨立學習	-0.0181	0.8842	-0.0164	0.8954
X7：學習行動			0.0377	0.8590

*有顯著相關

資料來源：本研究整理

由表 11 可得知自主學習與工作績效之相關性，以主動學習、效率學習、學習動機有顯著正相關（P 值<0.05）。若加上學習行動進行同組分析，仍是相同結果。依上述結果與指標內容對照：

主動學習：指學習者對於學習能主動的程度，能在忙碌生活中主動抽空學習，且知道何時需要更多學習並實踐。本項變數與主動進取相關，故與工作績效呈正相關應屬合理。

效率學習：學習者能有效率地學習的程度，能切確知道學習主題與重心，並瞭解自己的學習狀況，有能力且善於提出做事的各種方法。本項變數與注重效率相關，故與工作績效呈正相關應屬合理。

學習動機：對於學習的動機程度，指促使學習者去學習的動力：是否積極學習、樂意去學習等等。本項變數與積極心

態相關，故與工作績效呈正相關應屬合理。

由表 11 我們另外可以得知，自我學習與工作績效之相關，並未因為是否有學習行動而有明顯改變。由此可見，比較偏向個人內在之層面之自我學習是影響工作績效的主要因素。

由上述結果看來，高主動學習、高效率學習與高學習動機之自主學習者其工作績效會有正相關之表現。

(二) 自主學習與任務績效之相關性分析

本研究以任務績效為依變數，將任務績效分 2 組，0 為無績效，1 為有績效，並與自變數 X1-X6（自主學習之 6 個構面：主動學習、效率學習、創造學習、喜愛學習、學習動機、獨立學習）及 X1-X7（加上學習行動）分別做羅吉斯迴歸分析。

表 12 自我學習與任務績效羅吉斯迴歸結果

自變數	依變數-任務績效(0=無績效, 1=有績效; 70:274)			
	M1		M2	
	參數估計值	P 值	參數估計值	P 值
X1：主動學習	0.4284	<.0001 *	0.3933	<.0001 *
X2：效率學習	0.1782	0.0638	0.1795	0.0627
X3：創造學習	-0.0642	0.5234	-0.0846	0.4079
X4：喜愛學習	-0.0178	0.8504	-0.0001	0.9993
X5：學習動機	0.1653	0.0051 *	0.1566	0.0086 *
X6：獨立學習	0.0103	0.9298	0.0218	0.8532
X7：學習行動			0.2855	0.1493

*有顯著相關

資料來源：本研究整理

由表 12 可得知自主學習與任務績效之相關結果，以主動學習、學習動機與任務績效有顯著正相關（P 值<0.05）。若加上學習行動進行同組分析，仍是相同結果。效率學習與任務績效之迴歸結果雖然未達 0.05 之標準，然其值為 0.0638 與其餘未顯著者相差明顯，可視為顯著。

由上述結果看來，高主動學習與高學習動機之自主學習者其任務績效亦會有正

相關之表現。

(三) 自我學習與脈絡績效之相關性分析

本研究以脈絡績效為依變數，將脈絡績效分 2 組，0 為無績效，1 為有績效，並與自變數 X1-X6（自主學習之 6 個構面：主動學習、效率學習、創造學習、喜愛學習、學習動機、獨立學習）及 X1-X7（加上學習行動）分別做羅吉斯迴歸分析。

表 13 自我學習與脈絡績效羅吉斯迴歸結果

自變數	依變數-脈絡績效(0=無績效, 1=有績效; 70: 274)			
	M1		M2	
	參數估計值	P 值	參數估計值	P 值
X1: 主動學習	0.5246	<.0001 *	0.5055	<.0001 *
X2: 效率學習	0.4427	<.0001 *	0.4427	<.0001 *
X3: 創造學習	-0.1934	0.0618	-0.2017	0.05430
X4: 喜愛學習	-0.1032	0.2964	-0.0957	0.33770
X5: 學習動機	0.2519	<.0001 *	0.2491	<.0001 *
X6: 獨立學習	-0.1465	0.2308	-0.1376	0.2642
X7: 學習行動			0.1223	0.5623

*有顯著相關

資料來源：本研究整理

由表 13 可得知自主學習與任務績效之相關結果，以主動學習、效率學習、學習動機與脈絡績效有顯著正相關（P 值<0.05）。若加上學習行動進行同組分析，仍是相同結果。

由上述結果看來，高主動學習、高效

率學習與高學習動機之自主學習者其脈絡績效會有正相關之表現。

(四) 學習行動與工作績效之相關性分析

本研究以學習行動為自變數，分別與工作績效、任務績效、脈絡績效做羅吉斯迴歸分析。

表 14 學習行動與工作績效羅吉斯迴歸結果

自變數	依變數	參數估計值	P 值
學習行動	工作績效	0.6928	<.0001 *
學習行動	任務績效	0.7677	<.0001 *
學習行動	脈絡績效	0.6753	<.0001 *

*有顯著相關

資料來源：本研究整理

由表 14 可得知學習行動與工作績效、任務績效及脈絡績效均有顯著正相關 (P 值<0.05)。當學習行動與自主學習成為工作績效之共同變數時，其顯著性被分散。然而單獨迴歸學習行動與工作績效，便能發現參與自主學習行動者確實與其工作績效有顯著的正相關。此現象在與任務績效、脈絡績效相回歸時亦同。

由此結果可知，無論個人之自主學習

為何，透過參與學習行動，均能對其工作績效產生正相關之影響；並且同時對任務績效與脈絡績效有正相關之影響。

(五) 自主學習與學習行動之相關性分析

本研究以學習行動為依變數，將學習行動分 2 組，1 為無參與學習行動或偶爾參與，2 為持續參與 1 年以上，並與自主學習之六個構面進行羅吉斯迴歸分析。

表 15 自我學習與學習行動羅吉斯迴歸結果

自變數	依變數-學習行動(1=無, 2=有; 93 : 251)	
	參數估計值	P 值
X1：主動學習	0.3809	<.0001 *
X2：效率學習	-0.0493	0.5486
X3：創造學習	0.2089	0.0210 *
X4：喜愛學習	-0.1336	0.1183
X5：學習動機	0.0531	0.2830
X6：獨立學習	-0.1318	0.1721

*有顯著相關

資料來源：本研究整理

由表 15 可得知，自主學習之主動學習與創造學習與學習行動有顯著正相關 (P 值小於 0.05)。

自主學習中除主動學習與創造學習與學習行動有顯著正相關，效率學習、喜愛學習與學習動機與學習行動無顯著相關，推估可能原因為本研究對象為社區大學之學員，而社區大學之課程對於提供高效率學習與高學習動機之學員之需求，可能有部份落差，然而實際之原因可能尚待進一步之探求。

(六) 假說驗證

本論文假設，影響工作績效的因素

有：自主學習（包括效率學習、喜愛學習、學習動機、主動學習、獨立學習、創造學習）、參與自主學習行動（未參與、持續參與）為了探討能否利用自主學習（包括效率學習、喜愛學習、學習動機、主動學習、獨立學習、創造學習）及參與自主學習行動（無參與、短期參與、長期參與）來預測其工作績效，故採取 Logistic 迴歸分析。

完成羅吉斯迴歸分析後，本研究將依據模型顯示之結果，逐一檢視本研究所提出之假設，並探討自主學習與自主學習行動對工作績效之關係，如表 16 所示。

表 16 本研究假說驗證一覽表

依變數 自變數	工作績效	任務績效	脈絡績效	學習行動
效率學習	成立*	成立*	成立*	未成立
創造學習	未成立	未成立	未成立	成立*
獨立學習	未成立	未成立	未成立	未成立
主動學習	成立*	成立*	成立*	成立*
學習動機	成立*	成立*	成立*	未成立
喜愛學習	未成立	未成立	未成立	未成立
學習行動	成立*	成立*	成立*	

*有顯著相關

資料來源：本研究整理

陸、研究結論

一、參與自主學習行動對工作績效有顯著之影響

研究結果發現，經常且持續 1 年以上參與自主學習行動者，其工作績效、任務績效、脈絡績效均有顯著之相關性。由於本研究對象故意限縮於社區大學學員，亦即為自主學習之行動者，以別於教育訓練、在職進修、工作目標導向學習、正規學習之學員。

依本研究結果，建議企業應積極辦理企業內部之學習活動或鼓勵員工參與外部學習活動，將有助於提升員工之工作績效且助益面涵蓋任務績效與脈並不需局限於與工作內容相關。絡績效，同時依本研究結果顯示學習內容

二、效率學習、主動學習、學習動機對工作績效有顯著之影響

研究結果發現，自主學習中如果是偏

向效率學習者、主動學習者、學習動機者其工作績效會有顯著之影響。且無論是任務績效或脈絡績效均有相類似之表現。

由本研究可見，員工的自主學習與其工作績效有可預期之顯著相關，所以只要能夠有效引導員工投入效率學習、主動學習、學習動機之問項情境中，應該可以預期產生較好之工作績效。

三、研究限制及未來研究方向

本研究旨在探討自主學習行動對工作績效之相關性研究，限於研究時間與研究經費之考量，本研究僅針對臺北市社區大學學員為研究對象。因為研究對象已經非為自然分布族群，難免有樣本採樣之偏差性。再者近年來終身學習已經蔚為風氣，學習的管道與方法也不盡相同，主動參與自主學習的族群也越來越多樣性，建議未來研究者可擴大調查層面，使後續研究內涵能更具完整性。

參考文獻

- Brockett, R. G. & R. Hiemstra, (1991). *Self-direction in adult learning : erspectives on theory, research, and practice*. New York: Routledge.
- Borman, W. C., & S. J. Motowidlo, (1993). "Expanding the Criterion Domain to Include Elements of Contextual Performance,"In N. Schmitt, W. C. Borman, and Associates (Eds.,)
- Campbell, J. (1990). *Modeling the Performance Prediction Problem in Industrial and Organizational Psychology*, Chicago: Consulting Psychologists press.
- Gerstner, John H. (1987). *Jonathan Edwards: a mini-theology*. Morgan, PA: Soli Deo Gloria.
- Guglielmino, L. M. (1977). *Development of the self-directed learning readiness scale*. Doctoral Dissertation: University of Georgia.
- Knowles, M., E. F. Holton, & R. Swanson, (1986). *The adult learner (5th ed)*. Gulf Publishing Company.
- Korman, A. (1977). *Organization Behavior*, Englewood Cliffs, Prentice Hall, Inc., New Jersey.
- Lindeman, E.C. (1926). *The meaning of adult education*. New York: New Republic.
- Maslow,A.H. (1970). *Motivation and Personality*. N.Y. : Harper & Row.
- Journal of Education, Vol. 44, No. 3, *Work-Based Learning in Higher Education*, pp. 339-350.
- Michael, Eraut (2007). "Learning from Other People in the Workplace", *Oxford Review of Education*, Vol. 33, No. 4, *Learning in and across the Professions*, pp. 403-422.
- Noe. R.A., J. R. Hollenbeck, B. Gerhart, and P.M. Wright, *Human Resources Management - Gaining a Competitive Advantage*, New York: McGraw-Hill Inc.
- Porter , L. W. & E. E. Lawler, (1968). "What Job Attitudes Tell about Motivation ", *Harvard Business Review* , Vol.46, No.1, PP.118-126.
- Rogers, C. R., (1983) *Freedom to learn for the eighties*, Columbus, OH: Charles E. Merrill.
- Schuler, R.S., & S.E. Jackson, (1996). *Human resource management: Positioning for the 21st century (6th ed.)*, NY: West Publishing Company.
- UNESCO Institute for Lifelong Learning. (2016). *Thrid Global Report on Adult Learning and Education (GRALE III)*.
- Zimmerman, B. J. (2001). *Theories of Self-Regulated Learning and Academic Achievement: An Overview and Analysis*. In B. J. Zimmerman, & D. H. Schunk(Eds.), *Self-Regulated Learning and Academic Achievement: Theoretical Perspectives*. NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- 丁導民(1996),《空中大學學生自我導向學習準備度、電腦態度與電腦成就關係之研究》,嘉義:國立中正大學成人及繼續教育研究所碩士論文。
- 余德成(1996),《品質管理人性面系統因素對工作績效之影響》,高雄:國立中山大學企業管理學系博士論文。
- 余雅屏(2003),《人格特質、自我導向學習以及工作績效之相關性研究》,高雄:國立中山大學人力資源管理研究碩士論文。
- 李文娟(1998),《領導型態、工作滿意度與工作績效相關之個案實證研究》,桃園:國立中央大學人力資源管理研究所碩士論文。
- 李秋瑩(2010),《統一超商店長人格特質及自我導向學習與工作績效關係之研究》,臺南:國立成功大學經營管理研究所碩士論文。

- 林淑娟(1997),《高雄市市民學苑成人自我導向學習準備度之研究》,高雄:國立高雄師範大學成人教育研究所碩士論文。
- 林振春(2006),《社區大學與臺灣社區學習文化的深耕》,〈社區學習新思維〉,臺北:師大書苑,頁 45-74。
- 胡夢鯨(2001),《自我導向學習理論及其在成人基本教育上的意義》,〈成人教育現代化與專業化〉,臺北:師大書苑,頁 275-293。
- 張夢凡(2004),《自我導向學習傾向與學習滿意度對繼續進修意願之研究——以空中大學高雄地區學生為例》,高雄:國立中山大學人力資源管理研究碩士在職專班碩士論文。
- 郭為藩(2003),《成人學習:心理學的探討》,臺北市:心理出版社。
- 黃明玉(2004),《成人學習者自我導向學習傾向、班級學習氣氛與學習滿意度之研究》,高雄:國立高雄師範大學成人教育研究碩士論文。
- 黃英忠(1993),《現代人力資源管理》,臺北:華泰書局。
- 黃培文(2004),《工作適性的組織、群體及職務層次對工作滿意、工作績效與工作轉換意圖的同時效果——以臺灣旅館業餐飲部員工為例》,高雄:中山大學人力資源管理研究所博士論文。
- 黃富順(1989),《成人心理與學習》,臺北:師大書苑。
- 黃富順主編(1995),《成人教育辭典》,臺北:中華民國成人教育學會。
- 黃富順(1996),〈增進成人學習者的學習動機〉,《成人教育雙月刊》,34,頁 2-8。
- 黃富順(1997),〈終生學習理念的意義與發展〉,《成人教育雙月刊》,35,頁 6-15。
- 楊碧雲(2008),《臺北市社區大學十年回顧與前瞻》,臺北:臺北市政府教育局出版。
- 廖曜生(1998),《彈性工時制度、個人屬性與工作特性、工作滿足、工作績效之關係研究——以國內電子業為例》,臺南:成功大學企業管理研究所未出版之碩士論文。
- 鄧運林(1992),《自我導向學習對成人學生學習行為、學業成績影響之實驗研究》,臺北,國立政治大學教育研究所博士論文(未出版)。
- 鄧運林(1995),《成人教學與自我導向學習》,臺北:五南出版。

境外教學動機與學習歷程之探究 ——以「穿越時空・感動當下」音樂欣賞 課程為例

**On Motivation and Learning Process of Overseas Learning -- A
Case Study of the Music Appreciation Course.**

作者：鍾育恆(Chung, Yu-Heng)

職稱：社區大學講師

服務單位：臺北市內湖社區大學(Nei-Hu Community College)

Email：yhchung7729@gmail.com

摘 要

古典音樂多半來自西方，對自小生長在臺灣的民眾而言，原本即有源自語言、文化、宗教、建築…等的隔閡和理解障礙，即使以現今科技與網路世界之高度發展，若能藉由境外教學之規劃與實施，讓學員經由實地參訪與親身經歷，更深入理解古典音樂創作之背景，對於提昇學習興趣與教學效果，具有無可替代之價值。

社區大學學員一般而言都具有一定經濟能力，藉由境外教學，用以有效拓展學習領域，提昇學習成效，將具有高可行性與推展價值。

希望對已經推展八次社區大學「古典音樂欣賞」課程境外教學之實際經驗和影響，藉由本研究獲得具體結論。同時除音樂欣賞課程之外，過去十年社區大學另有幾門課程亦曾經辦理境外教學，其中有獲得與課學員極高度評價，也有課後引起若干漬議和糾葛，期待藉由本研究的具體結論，為爾後辦理境外教學，提供卓具參考價值的正面訊息。

關鍵詞：社區大學、境外教學、學習動機、情境學習、學習歷程

壹、緒論

一、問題背景的重要性

(一) 境外教學符合古典音樂欣賞課程的特性與需要

古典音樂多半來自西方，對自小生長在臺灣的民眾而言，原本即有源自語言、文化、宗教、建築…等的隔閡和理解障礙，即使以現今科技與網路世界之高度發展，若能藉由境外教學之規劃與實施，讓學員經由實地參訪與親身經歷，更深入理解古典音樂創作之背景，對於提昇學習興趣與教學效果，具有無可替代之價值。

(二) 境外教學符應社大學員的學習動機與能力

社區大學學員一般而言都具有一定經濟能力，藉由境外教學，用以有效拓展學習領域，提昇學習成效，將具有高可行性與推展價值。

二、研究動機

(一) 研究者個人對境外教學的關注與經驗之啟發

希望對已經推展八次社區大學「古典音樂欣賞」課程境外教學之實際經驗和影響，藉由本研究獲得具體結論。

(二) 補充目前社區大學辦理課程境外教學的相關研究之不足

除音樂欣賞課程之外，過去十年社區大學另有幾門課程亦曾經辦理境外教學，其中有獲得與課學員極高度評價，也有課後引起若干漬議和糾葛，期待藉由本研究的具體結論，為爾後辦理境外教學，提供卓具參考價值的正面訊息。

三、研究目的

(一) 探究境外教學，對於「拓展學習領域，強化學習歷程」的成效之影響。

(二) 探討社區大學「古典音樂欣賞」課程過程，對學員學習的實際影響。

(三) 歸納社區大學辦理境外教學之結論與建議，提供社區大學其他課程辦理方向之參考。

四、名詞釋義

(一) 社區大學

為直轄市、各縣（市）政府與鄉（鎮）公所依據終身學習法第九條採取自辦，或透過公開照標方式，委由民間非營利組織辦理之終身學習機構。本文所指社區大學，係指臺北市內湖社區大學。

(二) 境外教學

為社大課程教師依據教學實際需要，透過適當規劃，確定教學主旨與所要行程，由講師自行擔任領隊，或委由依法登記合格之旅行社代辦食宿，報經所在社大同意，並完成訂約、繳款與相關保險，進行離開國境，至另外一個國家進行實質教學之專案活動。本研究的境外教學，係指本人所任課之「穿越時空·感動當下一音樂欣賞」課程。

(三) 學習動機

學習動機概可區分為主動與被動兩種，其主要內涵包含：1.源自學習者的需求；2.緣起於某種環境下的需要；是欲達成目的的推動力；源自價值驅使而引發行動力量；為了滿足慾望的行為方式（孫臺鼎，教學原理書面報告）。本研究定義學習動機為：社區大學參與「穿越時空·感動當下一音樂欣賞」課程 24 位學員之學習動機。

(四) 學習歷程(Portfolio)

學習歷程指的是「歷程檔案 process-portfolio」（張美玉，民 92），既能反映學生的學習結果，也能呈現學生成長的過程（張振成，民 86）。本研究定義學習歷程係指：社區大學參與「穿越時空·感動當下一音樂欣賞」課程 24 位學員之學習歷程。

(五) 情境學習

情境學習理論(situated learning)旨在說明在一個似「真實」的環境中，由學習者透過主動參與，和環境中的人、事、物互動獲得知識。(蔡秉宸 靳知勤--博物館季刊 18(2))。「在行動中求知」(knowing in action)及「在行動中反省」(reflection in action)的學習概念，即是情境學習理論的重要內涵之一(鍾邦友，民 83)。知識若脫離使用情境，則學習就變成玩抽象符號的遊戲(邱貴發，85)。因西方藝術史乃至古典音樂發展絕大部分源自歐陸，本研究指情境學習為：透過參訪歐陸的城市、建築、雕塑、繪畫，以及欣賞頂尖音樂家的現場演出，使與課學員可以藉由西方文化發展、演變的軌跡、鑿痕，實地體會古典音樂在不同時代所展現的不同樣態、特性，與各自時代文化發展之間密不可分的關連性、相同內涵與特質。

貳、文獻探討

一、成人的學習動機與學習特性

(一) 遠端教育中成人學習特性的研究

所謂動機是指個人內在的心理過程，它在一段時間內驅動、指引和保持著個人的某種行為。基本上，個人的需要和意向將影響其動機，從而影響其行為。將動機的概念應用到成人學習方面，就是要探討學習者為了什麼原因參加學習，以及願意為學習付出何種努力。在研究中，我們希望被訪者除說明學習的直接動機外，還要說明遇到哪些困難，以及是否考慮過放棄學業(紀河—中國遠端教育，2004)。

(二) 成人學習的基本特性初探

由於成人身心發展特徵和未成年人的身心發展特徵有較大的差異，加之成人的學習動機、學習經驗、學習需求、社會角色以及社會責任等都對成人的學習有較大的影響，導致了成人學習與未成年人學習有較大的不同(孔倩—中國成人教育，

2004)。

(三) 運用多元智慧理論改善學生學習態度之行動研究

以「教師即研究者」之理念，透過「行動研究」的方法，探討教師如何將多元智慧理論融入現有教材，並利用此教學模式改變學生的學習態度；在實施多元智慧教學的過程中所遇到的困境及克服之道；及探討研究者在此行動研究過程中的成長與收穫。(李玉鳳—國立臺北教育大學數理教育研究所學位論文，2001)

二、成人的情境學習理論

(一) 成人經驗學習理論之探討

(黃明月—社會教育學刊，2000)

還有經驗學習，經驗包含感官經驗、次級經驗(如錄影帶)、當下的經驗、回憶的經驗、人工創造的經驗，經驗學習運用在成人學習上，可分為以下幾種(黃明月，2000)：

- (1) 日常生活的經驗學習：日常生活與人們生活脈絡相關，在生活體驗中，人們有意無意獲得學習，這是最自然的學習，也是各種經驗學習的基礎。
- (2) 教室中教導式學習：教室中最常出現的情況就是教師提供次級資料。例如由教師說故事或實例，試圖喚起學生過去類似的經驗來進行學習。
- (3) 教室中學習者中心的學習：此部分的經驗學習相當多元，包含問題的解決、角色扮演的學習、互動式討論皆屬此。
- (4) 職場上的學習：如作中學、行動學習等。

(二) 藉情境學習提昇民眾科學素養：以科學博物館教育為例

怎樣的教學理論能夠去支持並營造出真實抑或是擬真的情境，足以誘發學生進行學習活動呢？綜觀現有的教學理論中，

情境學習理論(situated learning) 旨在說明在一個似「真實」的環境中，由學習者透過主動參與，和環境中的人、事、物互動獲得知識，並強調知識的社會性與真實性。教育人員若採行此一理念，運用科博館的展示與教育資源設計活動，將不失為一項可行的方案。情境學習理論源起於Scribner(1984)與Suchman(1987)的研究成果，他們發現在學校體系中所習得的知識，與現實生活中所孕育培養的認知能力確有不同。換言之，人類的認知活動受限於其所活動的社會情境，知識的意義也取決於社會活動的規範。因此Suchman乃提出「情境行動」的觀點，認為人類是在其所處的情境中，透過對情境事物的直接操弄與參與，而發展出自己的知識。(蔡秉宸、靳知勤--博物館季刊 18(2))

(三) 情境學習的理論綜述

情境學習理論強調知識與情境之間動態相互作用的過程，Brown 等人(1989)認為：知識與活動是不可分離的，活動不是學習與認知的輔助手段，它是學習整體中的一個有機組成部分。可以說是學習者在情境中通過活動獲得了知識，學習與認知本質上是情境性的。

Barab 和 Duffy(2000)指出，人們在某種現實情境中通過實踐活動不僅獲得了知識與技能，同時還形成了某一共同體成員的身份(identity)，兩者是不可分離的。Lave 和 Wenger(1991)把這種情境稱之為實踐共同體，並把它定義為一群追求共同事業，一起從事著通過協商的實踐活動，分享著共同信念和理解的個體的集合。從這個意義上說，在空間上聚集在一起的任一群體並不一定是實踐共同體。它強調要有共同的任務，使用工具、利用資源並通過實踐活動完成任務，有共同的歷史、知識基礎與假設，以及各自擔負的責任(Driscoll,2000)。

在傳統課堂教學中，學生先是學習一

套抽象的概念性知識，然後再在實踐中加以應用。而 Brown 等人(1989)則把概念性知識看成是一整套工具，認為二者共用著若干重要的特徵：它們都只有通過運用才能得到充分的理解，通過運用不僅改變了使用者對世界的看法，同時又適應了其所處群體的特有的文化信念體系。因為，概念性知識的涵義不是由概念本身獨立決定的，而是由這一概念、使用者所在群體的文化以及活動共同決定的，因而在不同的群體中，對同一概念也許有不同的意義。例如，對日落這種自然現象不同群體可能有不同的理解，對澳大利亞土著居民而言，意味著要加強警戒以保護同伴免受野獸的侵襲；對天文學家可能意味著要準備好儀器以便觀察夜晚的星空；而對一個在作畫的藝術家而言，則可能會考慮到此時光線的變化。

因此，學習實質上是一個文化適應與獲得特定的實踐共同體成員身份的過程。Lave 和 Wenger(1991)把情境學習的這種過程稱為合法的邊緣性參與。合法是指隨著時間的推移與學習者經驗的增加，學習者合法使用共同體資源的程度；邊緣性是指學習者在實踐共同體中對有價值活動的參與程度與離成為核心成員距離的程度。從本質上看，合法的邊緣性參與這一術語描述了一個新手成長為某一實踐共同體核心成員的歷程。(張振新、吳慶麟 - 心理科學, 2005.28(1)：125-127)

(四) 情境學習與教學研究

我們對於問題的產生、問題的結構形式、解決問題的資源與工具、偏好採用的策略與方法等，都受到社會文化情境的影響，都是我們出生後藉由觀察與參與成人或同儕活動而主動習得的。(黃永和 - 國立編譯館, 2009：31-42)

三、境外教學的特性

(一) 國立中山大學海洋環境及工程學系

「給水及排水工程」課程赴荷蘭、比利時境外教學及參訪報告（100年10月6日）

古人有云『讀萬卷書不如行萬里路。』，從對讀海洋工程學系至今已經三年，學習了很多課本的理論，這次難得有機會可以於2011年8月海洋環境及工程學系由楊老師、于老師及陸老師帶領16位學生至荷蘭與比利時進行海外參訪，主要參訪內容可分為四個大項：水利、能源、船埠與環境。並加入兩天自由行可以讓我們個人親自去體驗當地的生活與人文，雖然因參訪的行程較多導致比較趕一些，但是相信可以從此次旅程中觀察及學習到許多課本中學習不到的體驗，也希望此次的參訪可以對我自己的人生帶來不一樣的改變。

(二) 國立中山大學海洋環境及工程學系「應用流體力學」課程赴美國境外教學及參訪報告（101年10月1日）

為了加強學生專業並與國際接軌，藉由至歐洲實地參訪，學習各國學界及業界對海事及水利工程之前瞻性概念及相關技術，以提升學生國際視野。

本活動的預期成效至少包括：

1. 瞭解國際上在海洋及海岸環境工程上的研究方法與成果、思維模式與未來發展方向，以做為臺灣未來學習目標。
2. 強化學生對專業領域的認同與責任感，培養嚴謹的研究方法及團隊分工合作態度。
3. 觀摩國外海事工程規劃及處理方式，學習以多元思維解決問題並提升學生專業能力。

(三) 談社大班級經營--有關境外教學與融入式學習部分（鍾育恆 2007.0915.）融入式教學內涵與基本元素

國立暨南大學成人與繼續教育所助理教授徐敏雄：

- (1) 成人學習有清楚的自我概念可以進行自我導向學習

- (2) 成人擁有豐富的經驗可以成為學習資源
- (3) 成人的學習準備度與他們的社會角色有關
- (4) 成人的學習取向以生活問題為中心

四、社區大學「穿越時空、感動當下--音樂欣賞」課程的設計、內涵與實施境外教學的必要性（以下為實際案例）

內湖社大（2010年）

義大利音樂藝術之旅 15天

A. 學校：臺北市內湖社區大學

B. 課題：歐洲藝術巡禮

C. 任課教師：鍾育恆

D. 行程規劃與課程內涵（11月7日至11月21日）

- ◆ 11月9日於米蘭史卡拉劇院欣賞比才歌劇《卡門》
- ◆ 11月10日於威洛納參觀羅馬圓形劇場及茱麗葉故居
- ◆ 11月11日於威尼斯參觀道奇宮及鳳凰歌劇院
- ◆ 11月13日於佛羅倫斯參觀烏菲茲美術館實地瞭解文藝復興至巴洛克時期藝術發展的過程與特性
- ◆ 11月16日於西西里島的阿格利真托參觀的神殿谷參觀古希臘與羅馬的建築遺跡
- ◆ 11月18-19日至羅馬參觀梵諦岡、圓形劇場、萬神殿...具體瞭解古希臘文化對於羅馬以次，直到文藝復興、巴洛克、洛可可、古典乃至浪漫時期歐洲文化、藝術的深遠影響

E. 參加人員：

社大音樂欣賞班學員 37人

F. 課程目標：

秉持「讀萬卷書·行萬里路」的理念，以及「情境學習」無可替代的必要性和價值，辦理境外教學，針對文藝復興三傑、古羅馬圓形劇場、烏菲茲美術館、西

西里島阿格利真拖的神殿谷、梵諦岡聖城、羅馬萬神殿…等景點之建築、繪畫、雕塑、相關神話故事，廣泛瞭解從古羅馬文明、文藝復興、巴洛克至浪漫時期歐洲文化發展的軌跡，以及在米蘭史卡拉劇院欣賞比才歌劇《卡門》，使古典音樂欣賞課程獲得具體而美好的延伸學習機會，配合實地參訪、導覽，達到寓教育於休閒的崇高目標。

G.執行方式：

委託喜鴻旅遊協助行程規劃，指派領隊，並負責全程參訪與食宿事宜。

參、研究設計與實施

一、研究方法

採問卷調查與訪談方式

二、研究架構與設計

針對曾經參加自 2002 年「歐洲音樂之旅」至 2014 年「英倫三國音樂藝文之旅」的學員，按照本研究所欲達成之目的，設計問卷，採訪談同時現場錄音，然後進行文字整理及後續研究。

三、研究對象

社區大學過去 12 年參加本課程境外教學二次（含以上）的學員

四、研究工具

本研究訪談題目列述如次：

1.請問你是否參加過 2 次以上鍾育恆老師所規劃辦理的音樂欣賞課程境外教學？

a.是 b.否

2.你覺得透過這個境外教學的授課方式，對於學員拓展學習領域，強化學習成效，增進學習深度，是否產生正面且良好之影響？

a.是 b.否

3.你覺得在音樂欣賞課程當中，境外教學

是否令你覺得用實用而且印象深刻？

a.是 b.否

4.你覺得鍾老師所規劃的音樂欣賞境外教學，收費是否合理？

a.是 b.否

5.社區大學對於音樂欣賞課程的行政配合是否良好？

a.是 b.否

6.音樂欣賞課程辦理境外教學對你提高學習興趣是否產生正面影響？

a.是 b.否

7.你參加音樂賞課程境外教學對於你進一步理解西方音樂乃至其他藝術文明的發展是否具有明顯且具體的影響？

a.是 b.否

8.你是否覺得音樂欣賞課程的境外教學具有高度融入式學習的價值？

a.是 b.否

9.你是否覺得音樂欣賞課程的境外教學確實有達到寓教於樂的目的？

a.是 b.否

10.你覺得社區大學其他課程是否有辦理境外教學之可能與價值？

a.是 b.否

11.你是否聽過社區大學其他課程辦理境外教學曾經發生導致惡評的情況？

a.是 b.否

12.你對於社區大學其他課程辦理境外教學曾經發生導致惡評的情況是否有具體的改善建議？

a.是 b.否

五、研究倫理

本研究係針對內湖社區大學過去十二年參加過「穿越時空·感動當下--音樂欣賞」境外教學達二次（含）以上之學員，採問卷 24 名，訪談 6 名之方式進行不記名問卷、以代號進行訪談與結果分析，參與本研究案之問卷填寫者與受訪人，均係獨立作業，並充分瞭解以下事項。

- | | |
|------------------------------|---------------------------|
| (一) 研究的目的與特性 | 與者負面的感受或後果 |
| (二) 受邀參與研究的原因 | (九) 研究者所提供資訊的保密程度 |
| (三) 將參與的活動是作為研究用途的 | (十) 假若研究參與者對研究有任何的問題 |
| (四) 研究計畫中相關的不確定因素 | 或對其身為研究參與者之權益有所疑慮，可以聯絡的對象 |
| (五) 參與研究的意義 | |
| (六) 參與研究並不具有任何直接的利益 | |
| (七) 在研究過程中，研究參與者是可以隨時停止參與研究的 | 肆、研究結果分析與討論 |
| (八) 停止參與研究的決定不會帶給研究參與者 | 一、研究結果分析 |

表 1 研究結果分析表

「穿越時空・感動當下—音樂欣賞」課有關境外教學研究問卷及訪談分析			
問卷題號	問卷及訪談內容	是與否之比例	
1	請問你是否參加過2次以上鍾育恆老師所規劃辦理的音樂欣賞課程境外教學？	是 24/24	否 0/24
訪談所獲結論	A 學員：5 次，B 學員：4 次，C 學員：4 次 D 學員：3 次，E 學員：3 次，F 學員：2 次		
2	你覺得透過這個境外教學的授課方式，對於學員拓展學習領域，強化學習成效，增進學習深度，是否產生正面且良好之影響？	是 24/24	否 0/24
訪談所獲結論	1.情境學習有其無可替代的高尚價值。(A,B,C,D,E,F) 2.特別是歐陸有許多城市或鄉村小鎮，都可以透過當地的建築和特定傳統，具體展現該地的歷史軌跡，不同時代所具有的文化特質，和居民對於文化保存具有高度共識與強烈責任感…等，這對於理解書本上有關文化發展的知識，特具有「強化學習成效，增進學習深度」的良好效益。(A,B,C,D,E,F)		
3	你覺得在音樂欣賞課程當中，境外教學是否令你覺得用實用而且印象深刻？	是 24/24	否 0/24
訪談所獲結論	1.2009 年「奧捷音樂藝文之旅」讓我們可以通過行前導聆和實地參訪，聽懂捷克作曲大師史梅塔納的交響詩《我的祖國》，讓團員普遍感覺非常有成就感。(A,B,E,D,F) 2.2010 年「義大利音樂藝文之旅」，鍾老師為了避開艱澀的華格納歌劇，選擇欣賞比才歌劇《卡門》，我覺得用心良苦，但也因此被迫把境外教學時間延後至深秋時分，我覺得如果連艱澀的樂曲《我的祖國》都可以藉由老師的導聆讓大家聽懂，為了刻意避開華格納，而將原本適合旅遊的初秋延至寒冷而相對潮濕的深秋，不僅多慮了，而且感覺有些可惜。(C,E)		
4	你覺得鍾老師所規劃的音樂欣賞境外教學，收費是否合理？	是 24/24	否 0/24

訪談所獲結論	<p>1.就我所參加過的行程（完整包括食宿、音樂會、預定景點參觀門票、領隊司機小費），我覺得收費非常合理。(A,B,C,D,E,F)</p> <p>2.鍾老師自己也繳交團費，所以我們還可以享受平均攤還給每位團員的福利，大家都給予高度肯定。(A,B,C,D,E,F)</p> <p>3.其實老師規劃這個團是很辛苦的，按照旅行社的行規享受適當優惠，本為應當，無須謙辭。(A,B,D,F)</p> <p>4.社大既然訂有相關規範，大可按照規範內容執行。(A,B,C,D,F)</p>		
5	社區大學對於音樂欣賞課程的行政配合是否良好？	是 24/24	否 0/24
訪談所獲結論	<p>1.內湖社區大學對於境外教學訂有相關規範。(A,B,C,D,E,F)</p> <p>2.由於內湖社大要求境外教學承辦旅行社除了和參加旅遊的個人依法定約，還附帶要求必須在行前送交合約副本以及緊急聯絡人名冊，此項作法對於參與境外教學學員可有效增加保障及安全感。(A,B,C,D,E)</p> <p>3.內湖社大自開辦迄今，每學期都針對報名上課的學員辦理保險，這對於社大學員參與境外教學而言，也多了一項保障。(A,B,C,D,E,F)</p>		
6	音樂欣賞課程辦理境外教學對你提高學習興趣是否產生正面影響？	是 24/24	否 0/24
訪談所獲結論	<p>1.情境學習的適當規劃可以提高學習興趣自無疑義。(A,B,C,D,E,F)</p> <p>2.特別是透過境外教學的參與，讓我們因為自覺學識不足，而衍生返國後產生對延伸學習的強烈需求（譬如：因為自覺對歐洲藝術文化的發展的所知太過有限，返國後即決定報名下學期的「歐洲藝術賞析課程」…），這對於成人繼續學習，實具有極為積極的價值與效益。(A,B,C)</p>		
7	你參加音樂賞課程境外教學對於你進一步理解西方音樂乃至其他藝術文明的發展是否具有明顯且具體的影響？	是 24/24	否 0/24
訪談所獲結論	<p>1.這是顯而易見的。(A,B,C,D,E,F)</p> <p>2.例如：參觀西班牙多哥華的清真寺，就可以清楚看見回教文明和基督教文明曾歷經衝突和融合的歷史軌跡；參觀位於拿波里附近的龐貝遺跡，就可以實地瞭解二千年地球上曾經有過的羅馬都市、建築規模、宗教信仰、生活設施和相關文明；參訪位於布拉格南方的莫札特故居，就可以具體瞭解 1787 年之後莫札特在布拉格大受推崇的情況，以及他的第 38#交響曲《布拉格》，和歌劇《唐·喬望尼》的創作重要背景。(A,B,C)</p>		
8	你是否覺得音樂欣賞課程的境外教學具有高度融入式學習的價值？	是 24/24	否 0/24

訪談所獲結論	<p>1.這是顯而易見的。(A,B,C,D,E,F)</p> <p>2.例如：參訪北愛爾蘭的巨人堤道與愛爾蘭的莫赫斷崖，可以增加地質常識；到訪都柏林，可以瞭解為何在臺灣已經面臨嚴重少子化的威脅之下，愛爾蘭之所以可以人口比例維持健康永續，是和民眾普遍具有生養眾多的傳統觀念息息相關的；去過德國和英國、愛爾蘭，就會特別珍惜我們在臺灣所擁有的美食天堂。</p> <p>3.因為每個人的成長背景和學習歷程都有若干甚至明顯的差異，所以在旅遊的過程當中，除了特定主題會導覽之外，所謂「融入式學習」，基本上就是各取所需而且無處不在的。</p>		
9	你是否覺得音樂欣賞課程的境外教學確實有達到寓教於樂的目的？	是 24/24	否 0/24
訪談所獲結論	<p>1.這是顯而易見的。(A,B,C,D,E,F)</p> <p>2.去歐洲旅遊，包括交通、食、宿、環境維持、都市景觀維護、文化資產保護、維持、精緻音樂的推廣、深化…寓教於樂的浸潤，可以說是「無處不有，無所不在。」(A,B,C,D,E,F)</p>		
10	你覺得社區大學其他課程是否有辦理境外教學之可能與價值？	是 24/24	否 0/24
訪談所獲結論	<p>1.除了少數具有特定授課內涵與目的課程（譬如：投資理財，臺灣古蹟趴趴走，臺灣鄉土文學…），社區大學多數課程都有按照情境教學所需，辦理境外教學的潛在需求。(A,B,C,D,E,F)</p> <p>2.像攝影課程可以將外拍的景點大幅度擴展至國外；書法課程可以去陝西碑林實地參觀；藝術賞析和博物館趴趴走的課程，也可以將參訪的範圍拓展至歐美和課程內涵可以高度結合的地域、景點……這些思考對於社大授課講師，以及有適當經濟能力可以參與境外教學的學員們，都卓具參考價值。(A,B,C,D,E,F)</p>		
11	你是否聽過社區大學其他課程辦理境外教學曾經發生導致惡評的情況？	是 24/24	否 0/24
訪談所獲結論	<p>有攝影課的境外教學，老師收了外拍費，卻對學員所提有關攝影的問題，以「那是攝影基礎課程的範圍」為由，拒絕回答，而造成學員普遍反感，而大大影響該項境外教學的觀感和成果，足堪警惕。(B,E)</p>		
12	你對於社區大學其他課程辦理境外教學曾經發生導致惡評的情況是否有具體的改善建議？	是 24/24	否 0/24

訪談所獲結論	<p>1.既然按照行規收了外拍費，就應該按照行規對學員在旅次中所提有關攝影的問題，盡到指導外拍所需技巧的責任。(B,E)</p> <p>2.按照我們多次出國對於旅遊行業的瞭解，每一家旅行社都會有他們各自辦理的強項，當然也會有他們不太擅長的地域，所以前一次辦好境外教學的配合事項，並不代表下回換了地域再找同一加旅行社，依然可以保持同樣讓人滿意的水準。現在網路資訊這麼豐富，建議想要規劃境外教學的老師，在規劃時期就上網瞭解同一地域、不同旅行社的服務口碑，這對於確保境外教學品質，是一項非常重要的關鍵思考。(A,C,D,E)</p> <p>3.由於飲食習慣最為主觀強烈，故爾在規劃德國、英國、愛爾蘭、北歐這些素來不以美食聞名的國家或地域，所謂的在地風味餐，以選擇一至二處讓大家淺嚐瞭解即可，安排適度的中式料理是可以積極考量的。(A,B,C,D,E)</p>
--------	---

二、綜合討論

(一) 從社大學員的角度切入，什麼樣的境外教學模式是肯定可以受到歡迎和肯定的？

- 1.物美價廉的行程安排。
- 2.講師在行前周到而踏實的資料預備與導聆。
- 3.課程講師具有足以令學員信服與推崇的專業素養和熱忱。

(二) 從社大辦學的角度切入，如何鼓勵並推動具有高尚價值的情境學習？

- 1.應就社大永續發展的實際需要，針對境外教學訂定適宜規範。
- 2.可考慮對於辦理境外教學績效良好而且出版專書或專案記錄的講師給予適當補助或獎勵。
- 3.以有效提升並普及情境教學為主旨，針對境外教學邀請適合講師，辦理專案工作坊。

(三) 從社大課程永續發展的角度切入，如何有效普及並深化情境教學（包含戶外及境外教學），用以強化學習效果，豎立良好的繼續學習典範？

- 1.邀請感覺因校外教學而深受幫助的學員在講師研討會作專案分享。
- 2.境外教學允為情境教學的一環，尤其具有誘發延伸學習需求的特殊效益，故爾

設法營造一個可供情境教學（特別是境外教學）可藉以發展、茁壯、並蔚成風尚的平臺，用以成為刺激課程良性發展的重要動能所在，是為推動社區大學課程朝向永續發展的重要思考。

伍、結論與建議

一、結論

(一) 境外教學，對於「拓展學習領域，強化學習歷程」成效的具體影響。

- 1.情境學習有其無可替代的高尚價值。
- 2.特別是歐陸有許多城市或鄉村小鎮，都可以透過當地的建築和特定傳統，具體展現該地的歷史軌跡，不同時代所具有的文化特質，和居民對於文化保存具有高度共識與強烈責任感…等，這對於理解書本上有關文化發展的知識，特具有「強化學習成效，增進學習深度」的良好效益。
- 3.境外教學的本身就是有效拓展學習領域的求學模式。
- 4.除了對課程本身的學習可藉由情境教學提高學習成效，增加學習深度，還可以因為境外教學過程當中的多元接觸，按照學員本身的成長背景，自然產生各自不同的延伸學習需求。

(二) 境外教學對社區大學「古典音樂欣賞」課程學員學習的實際影響。

1. 藉由參訪古典音樂作曲家的原鄉和發展軌跡，可有效加深對於每一位作曲家音樂作品的認知深度和賞析素材。

2. 像布拉格、維也納、柏林、德勒斯登、萊比錫、慕尼黑、米蘭、威尼斯、羅馬、巴黎…等著名音樂與文化之都，所展現居民對於精緻音樂與藝術領域普遍的高水準和熱愛之情，都足以讓參與境外教學的學員們，因為親炙這些原鄉以及居民所展現的身後傳承與素養，而得到有效的學習激勵。

3. 因為親身到過前述作曲家的原鄉，於是包括巴哈、海頓、莫札特、貝多芬、舒伯特、孟德爾頌、舒曼、蕭邦、布拉姆斯、史梅塔納、德弗札克、德布西、拉威爾、羅德利哥、葛拉那多士…這些作曲家，不再單純只是書本和知識上的圖騰，更成為他們在學習古典音樂欣賞課程當中記憶因而更加深刻的途徑與成果。

(三) 歸納社區大學辦理境外教學之具體建議。

1. 內湖社區大學因應好幾門課程實際辦理境外教學的成效和具體反映，所訂定的社區大學境外教學管理辦法，卓具參考價值。

2. 由於境外教學已經執行經年（以古典音樂境外教學為例，已經長達 15 年），並展現應有成效，可考量藉由校際講師研討會或成長工作坊，邀請對此具有豐

富實務經驗，且學員反映和學習成效均為良好的課程講師，來做專案分享及研討，用以鼓勵其他課程講師以「拓展學習領域，強化學習歷程，誘發多元需求」為共同目標，形成傳承優異的辦學氛圍與傳統。

3. 以內湖社大法文老師應學員要求而辦理「巴黎博物館之旅」，因為講師曾經有長時間擔任巴黎幾間博物館館長的經歷，非僅相關學養豐富，且在巴黎當地相關領域的人脈異常豐沛，使得該項境外教學獲得極高讚譽和推崇為例，講師對於所授課程的專業素養，以及規劃案排境外教學相關資源的有效獲得與掌握，實允為各個課程規劃辦理境外教學能否最終獲致高度肯定與成效的關鍵因素。

二、未來研究建議

(一) 研究對向可由單一課程向多元課程發展。

(二) 訪談對向可同時納入學員、講師和社大行政人員。

(三) 曾經受委託協助辦理社區大學單一課程境外教學的旅行社，也應該考量納入研究範圍。

(四) 由於社大學員的社經地位和經濟能力多半達到一定水準，故爾因應情境教學的實際需要，在社區大學以及其他社教機構積極推動境外教學，實具有鼓勵、激發並深化成人繼續學習的卓越價值。

參考文獻

- 紀河(2004)，〈遠端教育中成人學習特性的研究〉，《中國遠端教育》，15。
- 孔倩(2004)，〈成人學習的基本特性初探〉，《中國成人教育》，10，頁 60。
- 李玉鳳(2001)，《運用多元智慧理論改善學生學習態度之行動研究》，臺北：國立臺北教育大學數理教育研究所學位論文。
- 黃明月(1999)，〈成人經驗學習理論之探討〉，《社會教育學刊》。
- 蔡秉宸、靳知勤(2004)，〈藉情境學習提昇民眾科學素養：以科學博物館教育為例〉，《博物館季刊》，18(2)。
- 張振新、吳慶麟(2005)，〈情境學習的理論綜述〉，《心理科學》，28(1)，頁 125-127。
- 黃永和(2009)，《情境學習與教學研究》，臺北：國立編譯館。
- 國立中山大學海洋環境及工程學系「給水及排水工程」課程赴荷蘭、比利時境外教學及參訪報告（100 年 10 月 6 日）
- 國立中山大學海洋環境及工程學系「應用流體力學」課程赴美國境外教學及參訪報告（101 年 10 月 1 日）
- 鍾育恆(2007)，〈談社大班級經營—有關境外教學與融入式學習部分〉。

「食農教育」及「地產地消」之行動 實踐——以鄉鎮玩家課程為例

**The Practice and Implementation of Education of Diet and
Agriculture and Consumption of Local Produce -- A Case Study of
Educational Farm Tourism Course.**

作者：何立德 Ho, Li-Te

職稱：

臺灣休閒漁業發展協會 秘書長

內湖社區大學（鄉鎮玩家）課程講師

臺灣休閒農業發展協會 休閒農業輔導委員

“Hey! Talent“ 嘿 達人旅遊平臺 顧問

服務單位：魚樂天地旅遊發展聯盟

Emai：fishader@gmail.com

摘 要

目前，臺灣之農漁業生產環境，因為產銷僅依靠傳統之躉售產銷制度，已無法負荷目前少量多樣性農作樣態之需求，甚至容易導致農漁業因生產量提高而讓風險提升，導致農民收入常常因「穀賤傷農」之產銷失衡而受害，也因為獲利受控制而無力單獨面對其氣候異常、天災造成之責任承擔。目前，行政院農委會借鏡日本農業推動之「食農教育」及「地產地消」推動經驗，導入創新農漁業精緻化經營觀念，為「農業六級化」之策略加溫，而藉由臺灣近年來消費者逐漸著重「低碳環保」、「食物哩程」，甚至更講求「吃得健康、吃的安心」，這些觀念都是來自食農教育中需注重的環節。食農教育起始條件，其實就是要引導被教育者深入生產區，直接認識農漁業、關懷農漁鄉、進而以消費支持農漁民生產，期間透過生產者親身導覽解說其農漁專業知識，針對其農漁技術改良與環境友善之條件說明，教導如何將好的食材呈現到消費者餐桌上，而讓友善農漁民、友善交易環境及友善消費者都可以相互串連結合，產生合理的農漁業生產價值鏈，共享共好。

所以，內湖社大鄉鎮玩家課程自 2010 年啟動鄉鎮玩家課程至今，長期累積農漁村社區服務案例，將「支持地方」的觀念導入終身學習課程及遊程設計中，其中嘗試以地方發展案例及記錄影像做課程說明，搭配室內外食材品嚐活動及戶外見學課程之親身經歷，讓學員有機會透過下鄉體驗活動，認識農漁村之天然食材、生產現況並可親手摘採烹調食用，推動食農教育觀念被接受，朝向普及化邁進。

關鍵字：鄉鎮玩家、支持地方、友善平臺

壹、前言

一、農漁業產銷傳統機制的演變

就日前臺灣長期建立的農產交易機制，目前大多農漁戶還是依賴傳統躉售機制，透過產地盤商囤貨、批發、轉運後，接續依照上下游之大小零售商通路需求，進而轉進各類市場批發通路，最後銷售給消費者採購並食用。其實早期這樣的銷售機制是被農漁民依賴，讓農漁民安心生產而可以不用擔心運銷的運作機制，讓農漁民生產可以達到快速出清其大量採收的農漁產品，可以避免自家囤貨風險，讓產地農漁產品物暢其流、快速得利並不用考量庫存問題，順利接而續種下一季（期）農漁作物，讓上下游產業鏈發揮分工合作的聯結機制。但是長年來累積依賴躉售及盤商交易機制，反而讓農民容易忽略消費端的感受，甚至漸漸失去農漁家產地直售的能力，因為嫌零售單賣實在太繁瑣，失去服務直客（不是透過經銷商的客戶）意願，錯失大好產地直營的大好機會。

現今，隨著農漁業經營環境的時空變換、耕作面積零碎、生產質量變小，加上農漁業人口逐漸老化流失，農漁村發展早已面臨到莫大的挑戰及變革，而臺灣農產種作特性及實際推動需求，也就依賴傳統及大量交易之盤商產銷制度，似乎已無法符合地方農民需求，反而是減緩了「地產地消」的發展趨勢，目前臺灣農業生產常以「少量多樣性」取代「大量單一面積種植」之種作形態，農民自主個性化經營，更因為消費者直接深入產地而漸漸抬頭，朝向以消費者市場為主的農民品牌創新營運型態，以健康環境、天然無毒及有機作物為號召行銷在地，嘗試以高效率的精緻農業形態，活化地方農家經濟體。

二、產業輔導的本質及目的需被檢討

因應臺灣目前休閒農業常常為產地銷售量身訂做各類農產大型促銷活動，例如 xx 花季、xx 花海及 xx 節之大力簇擁下，中央與地方政府積極編列經費全力衝刺，看來似乎是一帖造福農漁業生產戶的良方，其成果經驗更大量被旅遊業、公關公司複製活動模式，當然順勢造就許多地方農業鄉鎮 xx 節慶「火紅登場」，但是通常最後都會「草草了事」而氣短，只因為大型促銷活動通常是一時計劃編列補助，僅是瞬時光景的火花效應，不管是半天、一天，還是一個月不等，都是一時，實際上產地銷售應該是需要細水而長流持續下去，若地方沒有較成熟對應活動的銷售機制，規劃良善配套的服務機制，就無法累積持續性的產地營運模式，如農家直售所、食材市場、或是農家友善訂購整合平臺等，恐就無法滿足農民產地直營的實際需求；甚至有些地方辦理活動，因為某種原因辦理計畫的急促特性，為了年底結案而失去章法，請了大型專業團隊在短時間內創造大量人潮達成數量上的 KPI，而忽略了產地農產交易真正的意涵與需求，僅就人潮擁入的表面數字呈現，無形間反而排擠了在地農民微型脆弱的農家經濟型態，擠壓農民產地直售之生存空間。其實，因為產地大多以少量多樣性發展以及小農的成本考量，農民大多禁不起大量瞬時的交易量、低價的促銷策略、劣值的農產品（外來競爭者大量傾銷）的惡性競爭，反而讓農民無法共同參與，那豈不是倒反了政府辦理輔導計劃的美意，值得省思再三。

三、教學動機與目的

農業經營面臨環境議題經歷「變遷過程」，都是值得深入探討之農業發展議題，全民農業就是要民眾一起關心，

更需要讓大家直接面對的問題而解決，所以更需要寶貴的經驗扶持並修正。就變遷過程中並沒有直接的對錯，都是經驗，更不指責其責任歸屬，終究太過深沉。其實這些經驗都是農業旅遊推動遭遇過的挑戰，或許已經付出代價去學習試煉，接續亟需各農業推動相關單位能共同討論檢視其成效，貼近實際發展經驗而檢討改進，整理出一套對地方農業有利的方式，包含針對產地農鄉友善耕作的生產者，找出更合理且友善的交易模式進而持續推廣之，就是真正的臺灣農漁業發展之路徑。

期初於內湖社區大學 99 年正式啟動鄉鎮玩家課程模組，就是希冀對農漁民有利的觀念想法導入，透過「食材旅行」遊程推動模式，透過消費支持而培植良善的支持力，轉變成輔導案例並透過輔導而擴散效益。而農業旅遊應該擺脫傳統觀光之既有模式，所以課程中傳授正確理念給課程學員，透過參加「非觀光」發展模式的農業旅遊，建立學員之消費者與生產者間之互信機制，以課程引流消費者進入農業較粗糙的生產區，試圖培養消費者對生產者的經營現況、生產規模及生產商品有其實際的認知，當然對於農民種作的認真執著認同，配合農業知識的導覽解說瞭解食材的真實感，並透過消費採購給予農民實質肯定，以實際採購行動支持地方農村發展，唯有「持續消費」才能有效支持農民；另一部分，則是讓生產者有機會直接瞭解消費者的需求，以消費者的購買需求為其最重要耕作作物的選擇依據，直接生產「消費者需要、願意買」之農產。因為在先前傳統思維下，應該大多都是栽種生產者自己可以耕種，或是農技單位大力推廣的新研發農產品，所以常常滯銷、適得其反。

臺灣農漁業生產特性應以緯度、季

節及地形而產生多樣性的農產，並且朝向產品精緻化發展，因此以鄉鎮玩家推動之「食材旅行」銜接消費者與生產者雙方的供需條件，運用農業旅遊的運作，促使讓農業生產朝向「友善農鄉環境、農民樸實導覽、健康無毒生產」持續推動，這些要件都是鄉鎮玩家課程中，引薦觀念而推動食材旅行經營之必要條件，缺一不可。

貳、農業產業「生產端」及「消費端」之發展現況分析

針對目前農委會推動農業旅遊之食材旅行的配套條件，理論上是必需兼顧生產者與消費者的不同經營角度及需求來分段思考，方可讓產銷均衡發展。就「生產端」之產業型態而言，目前地方農業產業重點輔導對象，包含有農家民宿體驗、料理餐廳、體驗型觀光果園、主題休閒農場、休閒農業區、養殖體驗漁業、娛樂漁船及農漁村社區等，讓產地生產者可以透過不同的經營樣態，吸引消費者前來體驗支持：

一、個性化的主題休閒農場：

透過行政院農委會大力推動及臺灣休閒農業發展協會之長期輔導耕耘，協助臺灣各地區休閒農場產生多樣性農業產品及個性經營形態，讓消費者有機會透過農事體驗及農場住宿，輕鬆享受鄉間農業體驗活動及分享生活。

二、地域發展的休閒農業區：

近年來，農業休閒化另一項重要輔導指標，就是農委會輔導各縣市紛紛成立以地區發展為軸心的「休閒農業區」，促使區域內農業相關休閒產業集結，成為共同發展農業休閒化的區域整合體，形成休閒農業產業群聚圈，針對

其休閒農業區內的經營體產生聚合效益，帶動整體休閒農業區之個體及群體共同發展。

三、農民直營的觀光農園：

相對來說，經濟規模較小的體驗農園，反而可以呈現臺灣各地區各種農家生產的特性，包含學習型體驗菜園、生態觀光果園、休閒鳥園及林業教育等，目前大多皆朝向深度解說、環境教育場域及體驗在地農村生活等風貌發展，亦為在地農業經營最好的風格呈現，成為最佳農業旅遊產品之包裝元素。

四、農村再生帶動社區產業發展：

藉由近年來農村再生之計畫挹注輔導經費，大力輔導眾多農村社區之培力成果，更是照顧基礎單位農民絕佳機會，有效引導消費者深入農鄉，認識在地社區，支持農業，就須依賴農村社區有更好地接待場域流程與農產品，吸引消費者。

五、特色的農山漁村民宿：

以農漁民生產者純樸個性為特質，導入農漁民宿經營特色，從離島到海岸間，從山村到鄉鎮，都是可以代表臺灣農鄉特色的好場域。尤其時道地的季節食材、農漁業生活分享、自然的生態環境等，透過體驗活動設計跟安排，包含釣魚體驗、種稻插秧、料理東西軍等趣味的課程安排，都是農漁家另一種的創新經營方式，提供給消費者來享受。

六、養殖生產區的漁業體驗：

近年來政府亦輔導養殖戶整理生產區環境，創造自然漁村景觀，並訓練漁民多角化經營，輔導養殖漁業生產區發展觀光休閒漁業及親子體驗漁業活動，增加產業附加收益，如彰化芳苑漁村牛

車採蚵，乘上牛車，漫步蚵田；搭乘觀光漁筏欣賞嘉義外傘頂洲、潟湖等多樣化的自然景觀，體驗抓文蛤。充滿未來性的臺灣專業養殖產業，是臺灣魚食重要的來源地，造訪漁鄉，走入漁村、體驗養殖魚池、造訪養殖達人、探訪溼地的生態自然教室，透過體驗活動，對養殖漁業能有進一步認識。

七、娛樂漁船的體驗漁業：

娛樂漁業以民眾搭乘娛樂漁業漁船出海體驗為主軸，可近距離賞鯨豚、欣賞海島風貌、海洋生態觀光、潟湖觀光、登島活動及海釣等。像是每年春夏季，在宜蘭烏石漁港、花蓮石梯漁港及臺東伽藍（富岡）漁港，只要天候條件許可，民眾憑身分證即可購票搭乘娛樂漁業漁船出海，觀賞蔚藍大海中盡興欣賞躍於海面鯨豚；另外，近年來船釣體驗盛行，許多漁船逐漸轉型為兼營娛樂漁船，提供喜愛釣魚運動的民眾一番不同的體驗活動。

而就「消費者端」而言，事實上消費者其實是應該需要「被教導」後，才比較能進入農業旅遊的場域。喜愛農業旅遊的消費者，應具有與一般遊客不同之屬性及條件，需要透過課程「洗鍊」且「分眾」較為妥適些。所以培養農業旅遊的支持者，是需要透過適當的課程理念、教育活動、體驗教學及服務情境等設計，針對不同參加族群產出不同的教育旅行方式，逐步導入農鄉體驗觀念，當然必須同時考量生產者能否對應的接待條件符合才適當：

一、以戶外運動結合農村自然環境：

通常喜愛戶外運動者，包含喜愛露營、走步道、爬山及郊遊踏青，甚至釣魚、潛水、攀岩者等，都是大自然的愛

好者，透過相關領域的串接與規劃，引流進入農業旅遊領域，應該歸為喜愛鄉村類，非常之契合。

二、食育教育結合食材旅行：

目前臺灣開始著重「低碳環保」、「食物哩程」，甚至推廣「吃得健康、吃的安心」，都是食育教育重要的一環。原始條件就是要消費者願意進入農區，關懷農業、支持農民，透過農民的技術改良與堅持，才可能有好的食物供應到消費者市場的需求，產生友善農民、友善環境及友善消費者相互結合，才有好的農業生產價值鏈。所以，食材旅行就是食育教育的戶外課程改良版，可以相互支持輝映。

三、教育旅行結合環境教育：

環境教育場域及教育人才認證等，目前已經漸漸普及於各農業經營場域，從學校、農場、農村社區、體驗農園及農業區等，漸漸朝向環境教育場域認證趨勢廣度發展。未來農漁民的生產場域，適合推動以環境教育結合食材旅行的活動，將會成為農業旅遊的創新發展模式，讓消費者親身參與。

參、本研究推動「支持地方的旅行」模式之實踐

一、凝聚社區大學「熟齡族群」，以消費力支持農業：

目前臺灣已邁入高齡化人口結構的社會發展形態，近年來因政策驅使下產生退休潮而產生大量熟齡族群，但是雖然是退休族群，體力年齡都算相對年輕，具備很優質學習能力與行動體力。其實社區大學以協助終身學習凝聚這股熟齡者，以體驗課程吸引班級經營及鼓勵學員參與學習，鄉鎮玩家課程以導入

熟齡者導入支持農業旅遊之粉絲團，以購買食材為訴求號召，徵求班級學員認同並積極參與之，進而影響內湖社區大學之教師群、志工群之支持力協助。

目前更進一步規劃透過課程規劃，下場認養農民契作產物，下鄉以農業行為打工換宿、支援農村社區之公益旅行、以及工作假期等活動，都是具有潛在市場的體驗型課程。

二、以企業善盡社會責任(Corporate Social Responsibility, CSR)來協助推動：

目前企業善盡社會責任及社會企業發展模式來推動農業旅遊發展，是可以積極嘗試的參考路徑。規劃地方農業旅遊活動配合企業員工旅遊、社團，甚至是公益假期帶動企業參與，都是可以跟農業食材旅行作結合的選項之一，消費者一方面可以深度參與並認識臺灣農業，另一方面可以品嚐道地料理，品嚐鮮美農產及濃濃的鄉村人情味，都是跟一般旅遊不同的新玩法。

肆、結論與建議

一、結論

行政院農委會輔導處自 102 年度起，陸續將其計畫實施重點規劃於各地區農業旅遊的食材遊程輔導規劃與擴大執行，讓臺灣各鄉間農村微型產業可以結合在地食材，包含特色農家的觀光果園、學習型主題休閒農場、休閒農業區及農村社區等經營組織等，期共同發展。所以，就其農業旅遊之食材旅行規劃模式，透過鄉鎮玩家課程，導入支持力而造就地方農民有利，有效結合產銷履歷的安心健康的農產食材，促使休閒農業塑造的友善環境，間接鼓勵農村社區的在地人力培訓與接待能力提升，引導以產業發展引導出農民最認真的態度

來款待遊客，讓消費者與生產值者可以共生互利，達到農業旅遊發展的真正目的。內湖社區大學鄉鎮玩家課程設計，持續以實踐「支持地方的旅行」創造實際輔導實質案例，透過支持地方的旅行之觀念融入農漁鄉教育旅行，達到其課程設計規劃之目標與效益，值得將其經驗透過文章分享之。

二、未來發展建議

接續建議，實應將實質經驗轉為更

大的營運基盤，透過內湖社區大學支持力延展與鄉鎮玩家課程進階設計，使之推動經驗擴大成效，籌募成立友善的農業旅遊平臺，協助更多需要協助之農漁村。其實目前有非常多社會企業經營是以「農業產銷」之「產地經營」主要主題，以農業旅遊有效鏈結生產區與消費者間良性互動，亦對於其社會企業營運應是成功關鍵因素，政府單位可以積極協助串聯之，廣度增加認同農業的營運團體(如圖 1)。

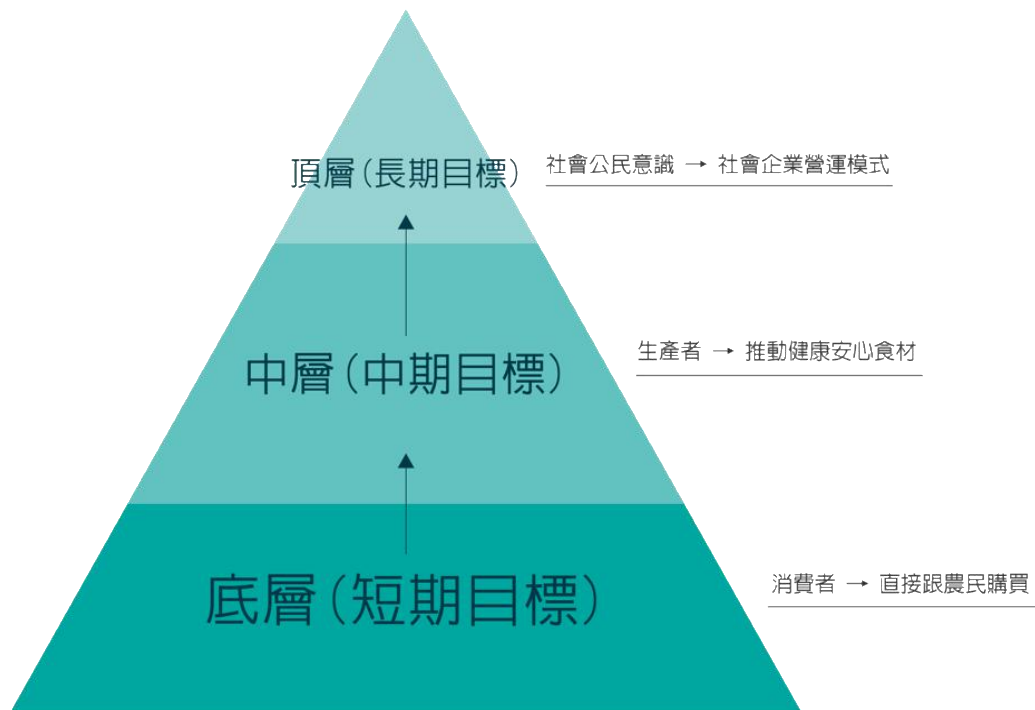


圖 1 以社會企業導入農業旅遊發展模式

其實農業旅遊規劃應朝向「綜觀其農業生產者與市場消費者的需求作全盤考量」，找出其串接彼此的共同理由與配套條件，其成功關鍵因素都需兩者到位、缺一不可。當兩者以農業旅遊之食材旅行串接其信任感，橋接起雙方友善的橋梁，這互信的友善平臺初步就算順利架接，其實可參考日本農協觀光長年發展農業旅遊的經驗(www.ntour.jp)及日本農漁(協)之地方農漁單位的推動案

例，籌設臺灣的休閒農業「**農業旅遊平臺**」(友善交易平臺)，以農業旅遊發展為主軸之網站(非官方非交易資訊網站平臺)，可持續累積地方經營及發展成果(如圖 2)。另外，逐步需後續配置以友善公平交易為基礎的農產食材市集，以實體地方農民市場、電子商務網路交易平臺類型建置並營運輔導，兼具配合農委會現有的農民學院培訓課程持續導入各類農業新興科技服務業人才，將之

結合成為「農業旅遊產業策略聯盟」，甚至應可朝向「社會企業」的民間投資經營模式，整合其農業旅遊真正的經營

價值，以最合理之對農業有利之農業旅遊營運主軸及獲利模式，真正提升其經營效益，產業獨立而永續發展。

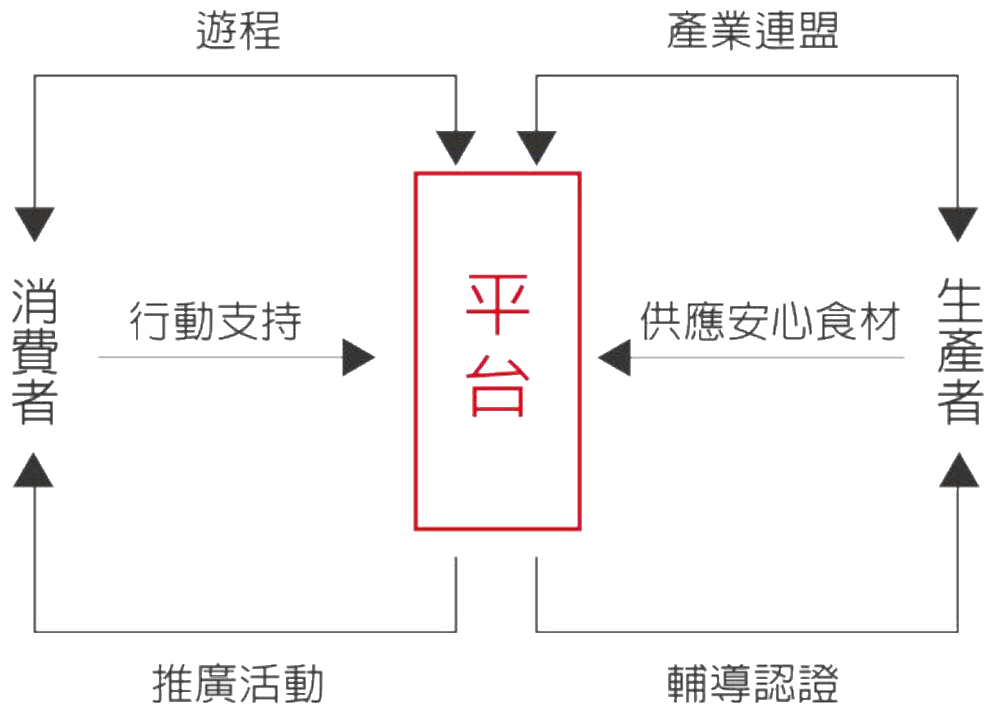


圖 2 農業旅遊友善交易平臺營運關聯圖

附錄：

作者介紹：何立德

累積多年農漁村產業輔導經驗，堅持走自己想走的路，感恩所有鄉鎮玩家夥伴義氣相挺與行動力支持，讓鄉鎮玩家多年來的堅持的經驗成果滿滿，似乎已經累積到適合薑之經驗拓展的好時機了。

10 多年來，走遍臺灣鄉鎮的經驗夠不夠呢？臺灣有太多在地的鄉鎮故事可以被挖掘，而鄉鎮玩家也在這十多年與地方經營與互動，更產生許許多多的感動點，2003 年，30 多歲的基隆少年郎，嘗試於基隆社區大學以“旅遊基隆”暑期課程入社大講師行列，快樂的帶領班級學員從“認識基隆”出發，進而認識臺灣農漁鄉鎮，陸續累積輔導及支持臺灣漁鄉旅遊實力與規劃經驗。

於 2007 年，創立臺灣休閒漁業發展協會，由花蓮多羅滿賞鯨-林振利總經理擔任當選創會理事長，一己毛遂自薦擔任秘書長一職至今，帶領休閒漁業工作團隊投入臺灣農漁鄉轉型規劃、娛樂漁業輔導及農漁村社區營造等工作，最後將之輔導經驗納入農業旅遊，推動之。

2008 年，累積多年輔導休閒漁業成果，以“臺灣瘋魚季”主題旅遊，邀請休閒漁業產業團參展，為臺灣首次有休閒漁業專題，參加新加坡 NATAS 國際旅展旅遊商品群，至今累計經驗及行銷成果，將臺灣漁業旅遊送向國際舞臺發光。

2008~2010 年，陸續受邀於新北市淡水社大及臺北市內湖社大開班，正式以“鄉鎮玩家”出具活動團隊名稱，熱情攜手走進鄉鎮見學領域。

*2010 年 受邀參與“臺北市學習型城市推動計劃”，首度以“鄉鎮見家-當一個鄉鎮玩家”課程，獲得評審青睞與肯定，榮獲臺北市社區大學優良課程獎殊榮。

2010 年受內湖社區大學推薦，以鄉鎮見學課程獲選臺北市社區大學示範觀摩優良課程。

2013 參與國立海洋大學智慧生活人才整合性培育計劃，輔導“漁翁得利”學生創業團隊成軍，正式投入社會企業創業競賽，建立“漁翁得利”海洋與漁業友善資訊平臺，在內湖社大支持下，推出“漁翁得利”漁業旅遊專刊、並建置資訊網站及建立粉絲頁，以具體行動參與海洋教育與漁業旅遊推廣。

2015 年 鄉鎮玩家課程參加臺北市社區大學優良課程評選，榮獲“社團類”課程特優。

2016 籌畫“嘿 達人”農業旅遊交易平臺，開始以鄉鎮玩家活動誌等文宣品，號召社群同好及企業夥伴，一起以行動力關懷鄉鎮，並鼓勵以“消費力”、行動支持地方地域活化與在地產業發展。

鄉鎮玩家夥伴-始終堅持簡單的事情“重複做、一直做”，就是『帶著熱愛臺灣鄉鎮的人、支持地方農漁業』感謝歷年來支持的夥伴們、地方協力團隊、休閒農業及漁業旅遊夥伴們，多謝一路相挺。

提升健康生活與優質照顧之可能性——以 中醫養生課程為例

**The Possibility of Living a Healthier Life and Better Senior Care -
- A Case Study of Traditional Chinese Medicine Courses.**

作者：張若梅

Author: Zhang Ruo-Mei

任職機構：臺北市內湖社區大學

Service Organization: Taipei Nei-Hu Community University

Email: zhangruomei99@gmail.com

摘 要

依據中醫養生課程在社區大學的實踐經驗，面對現今臺灣的社會問題，運用社區大學普及傳統文化中醫養生課程，以因應人口老化、政府財政負擔日益沈重等問題；提升全民身心健康及生活品質，並探討結合在地資源，發展社區大學參與培養人才，投入改善社會養老與長照問題的可能性。

關鍵詞：中醫、養生、社區大學

Abstract

In the light of the actual experience of TCM courses in community colleges and in the wake of today's social issues in Taiwan, in this paper I would like to conduct a review on how things like population ageing and an increasing governmental financial burden may be dealt with through traditional Chinese medicine courses offered at community colleges with a view to enhancing physical and mental health and quality of life among the general public. In addition, topics such as the feasibility of the development with local resources of TCM research in community colleges, and the possibility of nurturing young talent as caregivers for social elderly care programs and long-term care plans will also be carefully explored.

Key words:

TCM Traditional Chinese Medicine, health regimen, community college (university)

壹、前言

現今的臺灣，由於社會的變遷，高齡化社會來臨，在資源供需失衡的條件下，政府及全民同時面臨日益嚴峻的挑戰，傳統養生文化在社區大學的教育體系中突顯其重要的意義。

一、社會的變遷

科技的發展，西風東漸，大眾的生活方式漸漸產生極大的變化；昔日社會，生活步調和緩，傳統的養生文化在地方上的耆老、家中的長輩導引下得以代代相傳；目前，臺灣的家庭結構，小家庭占六成以上，（「臺灣社會變遷基本調查」，1995,2000,2005），家庭成員各有其崗位，無論生活節奏、思維上都產生極大的分歧，雖期望彼此的關照，但多心有餘而力不足。傳統養生文化漸漸失去主流價值，也影響人們身心的健康。

二、高齡化的社會

隨著社會進步、醫藥發達，出生率及死亡率逐年降低，臺灣老年人口的比例正大幅增加，高齡化社會已成為重大議題，高齡化社會所產生的問題也逐漸浮現。臺灣幾年後將從「高齡化社會」邁入「高齡社會」，如何維護高齡生活的品質與尊嚴，以及訂定健全的社會福利和健康政策，已是政府刻不容緩的挑戰。

根據聯合國世界衛生組織定義，65歲以上老年人口占總人口比例達到7%時稱為「高齡化社會」，達到14%是「高齡社會」，若達20%則稱為「超高齡社會」。內政部統計，到2016年5月為止，臺灣老年人口約占總人口的10.7%，國民健康局還估計到了2026年，65歲以上人口會占總人口20%，臺灣將進入「超高齡社會」，每4到5人當中就有一位老人，人口老化將是社會一大隱憂，到了2040年

達到30%，2051年更高達37%。（外交部NGO國際事務會：人口高齡化，社會福利大挑戰）

三、國家醫療資源的負擔

臺灣人口高齡化日趨嚴重，研究並發現，國內65歲以上老人對於未來最擔心的問題以「身體健康」比例最高，其次是「經濟來源」，再來是生病時的「照顧問題」，顯然健康與經濟是目前老人最重要的需求。目前臺灣高齡人口占總人口的比例已超過10%。也就是說10個臺灣人就有一位是老人；相對受到退休人口不斷增加與少子化趨勢的影響，工作人口所占的比例也隨著減少，平均每位工作人口所需擔負的扶養老人責任，也將隨著高齡人口增加，日益沈重。（外交部NGO國際事務會）

為因應高齡化社會，政府已經以經濟安全、健康維護、生活照顧三大規劃面向為政策主軸。但所需龐大的財政與社會資源，從何而來？

家庭結構的變遷有助於我們瞭解家庭制度對於當前整個社會環境的因應與調整。在地老化、在地安養(aging in place)，用在地的資源照顧老人，居住在自己所熟悉的環境得到完整的照顧，增進他們獨立尊嚴地生活。政府積極推動「長照十年計畫2.0」的目標，希望讓臺灣長期照顧制度，從支持家庭、進而以社區為基礎的照顧體系及機構式照顧服務系統。長照制度若能向前銜接健康促進、預防及減少失能，向後延伸至安寧照護，儘量減少醫院化與機構化，回歸家庭及社區，如此完整的系統是國人期待的。（行政院新聞傳播處05-08-17）。

四、小結

對老人而言，最擔心的事有：生病、經濟、孤單等問題，老人安養的問題回歸

家庭及社區，完整的保健系統為國人所期待，促進全民健康的舉措是其中關鍵的環節，刻不容緩。健康教育與社區連結，傳統養生文化，中醫治未病的預防觀念，將經典中的養生智慧，以深入淺出系統化課程的規劃普及；參與者的人際關係從地緣情感中深耕；長者從學習中延緩老化，在群體中建立歸屬感，實現無憂無懼自主生活頤養天年的理想境界。

貳、中醫養生課程經驗

世界衛生組織公佈，決定人類健康的因素，其中環境社會因素占 17%，遺傳因素占 15%，醫療干預占 8%；而生活方式占 60%（請參考圖 1）。我們雖然不能選擇遺傳的基因，但卻能夠選擇健康。因為，人體健康長壽的六成因素都取決於是否擁有一個良好的生活方式！人們只要對健康的生活方式有了正確的認識、並不斷改進，就能增進健康。

美國社會福利局曾有過一個報告：採

用醫療方法，花費數百至上千億美元可以減少 10% 的過早死亡，但採用養生預防方法，不用花多少錢，就可以減少 70% 的過早死亡。合宜的養生保健不但預防疾病，更能提高生活品質，使健康壽命延長。其實，很多疾病本來是可以避免發生的，關鍵看人們是否努力去預防，是否養成了良好的生活方式。而「中醫養生」，乃依循生命發展的規律，進行健康的生活態度與方式，追求身心靈的和諧。

在歷史發展過程中，先賢創造出了一系列與疾病和衰老抗衡的理論方法，逐漸使養生成為極具華夏民族特色的文化現象。傳統養生文化在數千年漫長的歷史進程中，不但形成了獨特的理論體系，而且也積累了整套實用、同時又充滿智慧的實踐方法，煥發著勃勃生機。

文化研究在於探求各種文化現象的內在目的和特徵。就傳統養生文化而言，其研究為「人」的健康與長壽，但健康和長壽與人們所處的社會生活及其自然環境有

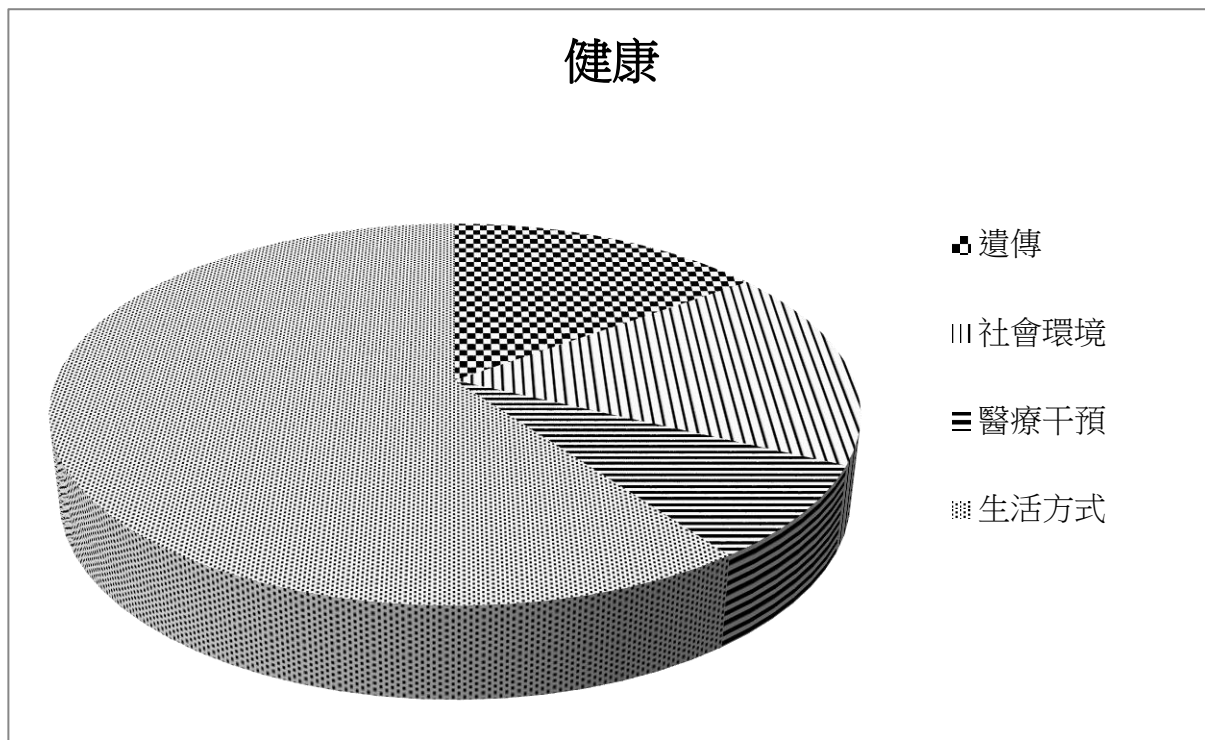


圖 1 健康

密切的關係。

因此，研究和探求傳統養生文化，決不能僅囿於人體，而必須結合社會、經濟、政治、哲學，乃至藝術等層面，綜合考察全貌。由於每個人都生活在特定的社會之中，所以，影響人們健康長壽的因素除了先天遺傳和自然環境之外，社會環境也是其中的關鍵。傳統養生文化，所關注的重點是如何在已然的客觀條件中去努力發揮人的主觀作為，達到祛病延年的理想境界。

養生之道，道家稱之「攝生」，「攝」，《說文解字》：「引持也」，就是抓來，自己把生命控制住，就叫攝生，攝生之道，是主動而且積極的作為。養生之道，即是將此主動而且積極的作為融於日常生活，貫徹應用到日常生活細節之中，成為生活習慣。

一、中醫思維

我國的養生文化，在秦漢以前就已形成了基本的理論思想與方法體系。《老子》《莊子》中的養生思想，「人法地，地法天，天法道，道法自然」（《老子》）是一切事物變化的根本規律，也是認識生命問題的基本原則。《黃帝內經》分為《素問》和《靈樞》兩部分，該書全面總結了秦漢以前的醫學成就，中國醫學發展到理論階段，也是養生理論的基礎。

《素問·上古天真論》「法于陰陽，和於術數，食飲有節，起居有常，不妄作勞，故能形與神俱，而盡終其天年，度百歲乃去。」明確指出養生的基本觀念與方法。中醫養生課程的主軸即是把握中醫思維——整體平衡、未病預防、動態辨證，實踐並融入生活之中。

(一) 整體平衡

「法於陰陽，和於術數」強調人和自然環境、社會環境的和諧，天人合一，形

神合一，人與環境的協調，以及心理與生理的協調一致（請見圖 2）。「陰平陽秘，精神乃治，陰陽離決，精氣乃絕。」認為人體陰陽平衡是健康的基礎，一旦平衡被破壞，也失去健康。

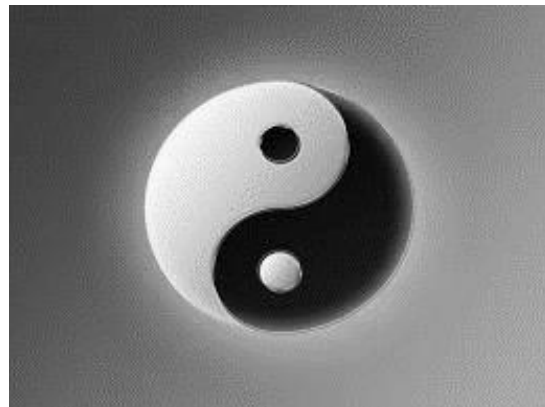


圖 2 陰陽平衡

(二) 未病預防

《黃帝內經》中提出「聖人不治已病治未病，不治已亂治未亂」。喻示，從生命開始就要注意養生，依生命發展的過程，採取相應的養生保健措施，以保健防衰和防病於未然，居安思危、防微杜漸，未病先防、未老先養。

動態辨證觀

生命在於運動，因為運動是生命存在的特徵。人體無時無刻不在運動著、變化著，根據身體的現象分辨寒熱虛實，作適度的調理以恢復陰陽平和的健康狀態，執簡馭繁，應無窮之變；講究個人化，根據不同的年齡、性別、體質、季節、地域等採取適當的方法，即因時、因地、因人制宜，辨證施養。

二、中醫養生課程規劃

課程名稱「抗衰老的生活智慧——中醫養生」，旨在從傳統文化中汲取智慧，實踐延緩衰老的生活方式，尋求健康之道。

(一) 課程進行方式

每次三小時課程分為四部分，專題講述、五行掌練習、靜坐、學員提問與分享；學習理論與實際運用、氣功、經絡走向、從形體運動到呼吸、意念守靜的練習、保健手法，神形共養；重視學員的背景與經驗，鼓勵學員提問討論並分享生活經驗，彼此之間良性互動，增進情誼，發揮互助合作的精神。

(二) 課程內容設計

以中醫思維結構為主軸，循序漸進，深入淺出，分成中醫養生、醫食同源、情志養生、辨證養生四個系列進行：

1. 中醫養生

依據經典中的養生理論，認識中醫思維結構，因應時代環境，學習身心健康維護的意義與疾病預防的方法，研究適合自己的養生之道；體悟外形和內神的協調，身心保健是健康的關鍵，在人生中的重要價值；實踐保養身體、預防疾病、延緩衰老、增進健康、提高生命品質的生活方式。課綱：

- (1) 認識自己：生命的蛻變過程，明確自己在生命進程中所正值的階段
- (2) 認識自己的體質：中醫觀點的體質分類
- (3) 骨正筋柔：適合自己的運動方式五行掌
- (4) 食飲有節：適合自己的飲食方法
- (5) 起居有常：生活作息與自然界的節律、環境的關係
- (6) 安臥有方：睡前調攝、睡眠宜忌、醒後保養
- (7) 頤養性情：情緒管理決定幸福
- (8) 謹避外邪：避免自然界、環境中有害人體的因素
- (9) 形神共養：守神全形，保形全神
- (10) 生命之歌：如何看待衰老過程
- (11) 古人如何駐顏有方
- (12) 活血化癥：中醫抗衰老的理論依據
- (13) 中西醫學哲學比較：保健與求醫的選

擇思考

- (14) 香料傳奇：善用廚房的香料
- (15) 抗衰老計劃：針對學員的學習成果設計個人化的抗衰老計劃

2. 醫食同源

以中醫「醫」與「食」同一本源的飲食觀為主軸，從中醫經典《黃帝內經》中精選篇章，認識人與食物性味的關係作為本課程的基礎，在傳統中醫理論指導之下，學習如何將各類天然藥材與日常食物進行組方配伍、辨證施膳、節制與宜忌；因應現實條件，運用傳統與科學的方法製作具備色香味與功效的膳食，不僅滿足對美食的追求，同時調理生理機能，預防疾病並保持身體健康。課綱：

- (1) 中醫飲食概述
- (2) 中醫飲食觀
- (3) 審因用膳與辨證施膳
- (4) 食物的性味
- (5) 食物的歸經
- (6) 食物的作用——預防保健
- (7) 食物的作用——滋養補益
- (8) 食物的作用——延緩衰老
- (9) 食物的作用——以食平痾
- (10) 飲食應用
- (11) 食物的配伍與宜忌
- (12) 在天地間取方——解表清熱
- (13) 在天地間取方——化痰止咳
- (14) 在天地間取方——健脾消食
- (15) 在天地間取方——理氣養血
- (16) 在天地間取方——補益保健
- (17) 在天地間取方——以通為補
- (18) 膳食方

3. 情志養生

二十一世紀精神疾病將成為人類的頭號敵人，現代人精神障礙的問題不斷增加，社會變遷、生活步調快速、工作忙碌和壓力過大，已經嚴重威脅現代人的健康。

中醫主張形神統一，生理與心理的健

康關係緊密且互為因果；人的心理活動，中醫將其統稱為情志。情志，是指喜、怒、憂、思、悲、恐、驚等七種情緒。正常的情志活動對機體生理功能有協調的作用，有益於身心健康。《養性延命錄》：「喜怒無常，過之為害。」《三因極一病證方論》則將七情列為致病內因。

依據中醫經典中的情志理論，因應時代環境，學習心理健康維護的意義與心理疾病預防的方法，致力於外形和內神的協調統一，體悟心理保健是健康的關鍵，在人生中的重要價值。課綱：

- (1) 情志養生
- (2) 現代人的精神問題
- (3) 認識自己——體質與個性
- (4) 人各有志——個性與情志
- (5) 生命各階段的情志養生
- (6) 身心之間——五志與五臟
- (7) 七情六慾——情志與氣血
- (8) 情志致病——七情太過
- (9) 治神——調心定志
- (10) 心病還得心藥醫
- (11) 順應自然調控神形
- (12) 隨遇而安——生活與社會
- (13) 養神——掩目靜耳 凝神斂思
- (14) 安神——養心養血
- (15) 呼吸之間調情志
- (16) 五味食療安五臟
- (17) 安臥有方——清心安神
- (18) 形與神俱

4.辨證養生

中醫養生，根據生命發展的規律，採取能夠保養身體，減少疾病，增進健康，延年益壽，其核心在於整體衡動與辨證論治。

中醫的整體觀「天人合一」，人與自然界、社會和周圍環境成為是一體，因此，人的健康受外在環境因素的影響；人身是一個小天地，人體本身也是一個整體，臟腑、氣血、經絡、四肢百骸、五官

九竅相互關聯，相互影響。養生的根本在保持動態平衡，人體中的氣血是一對陰陽，血為陰為體，氣為陽為用，只有氣血平衡，人才能健康。

養生講究個體化，必須根據不同的年齡、性別、體質、季節、地域等，採取適當的方法，即因人而異，辨證論治。辨證是經過望、聞、問、切，四診合參所收集到的訊息，進行綜合分析，從而判斷身體的徵候，選擇調理方法。

辨證養生課程，將中醫理論與生活實踐緊密結合，學習簡易辨證的方法，根據辨證的結果，確定相應的改善方式。課程編排從如何「司外揣內」；辨識鑑別身體徵候，從頭面到四肢，使學員便於查閱參考；並以通經絡、調飲食、動靜功等具體方法緩解「以平為期」，調理、改善身心狀態，增進健康。

課綱：

- (1) 辨證養生
- (2) 陰陽不調百病生
- (3) 察顏觀色辨陰陽
 - ① 神色與氣色
 - ② 司外揣內
 - ③ 舌象
 - ④ 指甲
 - ⑤ 氣血與津液
- (4) 證候與緩解

頭面

- ① 頭痛
- ② 失眠
- ③ 落枕
- ④ 眩暈

眼部

- ⑤ 流淚

鼻部

- ⑥ 鼻塞
- ⑦ 流鼻血

耳部

- ⑧ 耳鳴

口部

- ⑨ 口腔潰瘍
- ⑩ 痰
- ⑪ 咳嗽
- ⑫ 牙痛
- ⑬ 口臭

胸脅肚腹

- ⑭ 胸悶
- ⑮ 腹脹
- ⑯ 腹瀉
- ⑰ 腸鳴
- ⑱ 便秘
- ⑲ 積聚

腹部保健

腰背

- ⑳ 背痛
- ㉑ 肩痛
- ㉒ 腰痛
- ㉓ 夜起

腰背保健

四肢

- ㉔ 關節不利
- ㉕ 足踝扭傷
- ㉖ 中風

四肢手足保健

(5) 調理陰陽有良方

三、小結

因應現實生活的中醫養生課程，讓每位學員感受到傳統文化的時代價值，培養個人化的養生觀念。以中醫思維結構為主軸，循序漸進，深入淺出，分成四個系列進行，中醫養生、醫食同源、情志養生、辨證養生：經典為經，養形養神的方法為緯，四個系列彼此關聯，相互滲透，使學員從任何一系列開始參與都不會產生學習上的障礙。

課程中每一主題的進行大體分為三階段，講課——練動功（五行掌）——靜功（靜坐）——講課及討論，融入動靜之節

奏，使學員自然心領神會形動與心靜時，身心所產生的變化；課程行進，講述並配合現場板書、畫圖輔助，帶出生動活潑的氛圍，儘量使學員充分理解，提高學習的情緒並增進記憶；由於大部分的學員帶著本身或家人的問題來上課尋求解決之道，課程中，鼓勵學員提出相關案例討論與學習效益進行經驗分享，使每位學員自我肯定之外，同時發揮彼此相互關照的功能。

參、社區大學中醫養生課程的發展思考

中醫是我國傳統文化的瑰寶，《黃帝內經》、《神農本草經》、《傷寒雜病論》等等中國古代醫書的傳世，表明中國在兩千多年前就已經形成了一套較完整的中醫理論體系，確立辨證施治的理論體系與治療原則：以陰陽五行學說為方法論，以證候為研究對象，形成了以藏象經絡、病因機理為核心，包括診法、治則及方劑、藥物理論的完整的理論體系。中醫辨證論治所形成的診治疾病的基本法則，是中醫最突出的特色，也是西醫不可替代的獨特優勢。中醫內容豐富、有條理、有效的醫學科學，其中的預防觀念，是醫學的核心價值，維護國民健康，有效降低醫療費用更具現實意義。社區大學中醫養生課程除了增進個人健康之外，是否還能在我們的社會中發揮更大的意義與價值？

一、中醫哲學思維整體衡動

最早提出「中醫」這個概念，是《漢書·藝文志》的《方技略》，提到「有病不治，常得中醫」。中醫的根本原則是「治未病」的，而不是治已病，而有了病以後也主要是調整自身整體的生理機制，從而打通閉塞，平衡陰陽。中醫認為人是一個有機整體，臟腑經絡、四肢百骸都是相互聯繫，相互影響；人體與自然界也是

一個密不可分的整體。中醫思維方式是中國文化、中國哲學的思維方式，就是整體關聯的思維方式；每一部份是相互關聯的個體，而不是一個個孤立的部份，所以是生機勃勃，活潑潑的生命。醫學根本的問題是研究生命的問題，是研究人——有精神的生命體。所以，中醫的理論裡才有整體生命力的每一個部分都能完整地反映整體面貌的觀念，而不是只反映某部分；是在不斷的變化中尋求平衡的整體，整體衡動。

二、中醫養生課程的功能

(一) 預防疾病

中醫「治未病」觀念最早見於《黃帝內經·素問·四氣調神大論》指出：「聖人不治已病治未病，不治已亂治未亂」強調了治未病的重要性。「治未病」是採取預防或治療方法，防止疾病發生、發展。包括未病先防、已病防變、已變防漸等。即：防病於未然，強調攝生，預防疾病的發生；既病之後，防其傳變，強調早期診斷和早期治療，及時控制疾病的發展演變；預後防止疾病的復發及治癒後遺症。

《內經》時代的中醫學已認識到，人體由健康向疾病的轉化是一個漸進的過程，在此過程中，早期預防、早期發現、早期干預具有積極意義。

中醫以「正氣內存，邪不可干」的論述，重視體質因素：一方面提出養生之道：飲食節制，起居規律，勞逸結合，情緒平和；另一方面「順應天時，天人合一」，積極避免致病因素，減少對人體的侵害，就能常保安康。未病先防，正是即是現代「預防為主」的醫學觀念，包含調養精神、適當運動、均衡飲食、適時養生、謹慎用藥等。「治未病」，以增強體質為核心的健身、防病觀念，以適應自然變化，增強身體抗病能力來預防疾病，從功能的、整體的變化來把握生命；培養健康

的生活習慣，「治未病」是人類保健養生，防治疾病的最高境界，對於提高全民健康品質可以發揮重要的作用。

(二) 降低醫療費用

理想的醫療衛生體系是預防疾病，但現在的醫療體制過多經費花在醫療而非保健。醫療資源一直是國民非常關心的問題，為了防止醫療費用日趨高漲，減少醫療費用，政策上，應從以治療為主轉向以維護和促進健康為主，發揚中醫「治未病」的特色和優勢，預防疾病發生而不是病後用藥。國民健康政策應該是讓人避免生病或只生小病，小病不會變成大病，大病則不會致命，但臺灣的健保卻只偏重「大病不會致命」，形成龐大醫療資源的傾斜；中醫「以人為本」、「天人相應」、「形神統一」的預防觀念和養生方法的普及化，能夠因應這種健康需求的轉變。國民體會預防觀念，認同「中醫講究調理」，履踐順應自然的生活方式，將會給個人及家庭帶來更大的健康利益與幸福感，為國家節省更多的醫療費用。

三、中醫養生健康教育社區化

隨著老年人口的激增，臺灣已漸進入高齡化的社會，伴隨而來是慢性疾病、老化失能等現象，造成家庭、社會和國家醫療與心理沉重的負擔。傳統的養生觀念指導下的生活方式，能達到延緩老化、降低失能的健康效益。因此，為了讓國人培養出良好的生活習慣，積極推展全民中醫養生健康教育，增強國民預防保健之意識，更可進一步降低國家健保經費支出，提高全民生活品質。

若能以中醫養生課程作為全民健康教育的一環，社區化的推行，是中醫預防觀念普及的第一步，以鄰里社區為宣導單位，發行養生護照，明訂學習時數，從而不斷提高保健意識，達到強化大眾自我保健的能力。社區大學自從 1998 年第一所

社區大學設立以來，各個社區大學積極參與地方公共事務，承載起強化在地認同、發展地方文化的使命，中醫養生是傳統文化的重要組成部份，由社區大學推動更具重大意義。

四、小結

世界衛生組織認為「自我保健」是指個人、家庭、鄰居、親友自發的衛生活動（老年護理學，61）。從個人發展到周圍關係，鼓勵積極參與社區健康教育，在熟悉的環境中學習，更容易增進學員彼此互動，形成相互關懷網絡。

臺灣將邁入高齡化社會，老人化所帶來的社會負擔，會讓財政壓力日益沉重，我們的社會可能在不遠的將來出現仇視老人、排斥老人現象，若不正視問題，提出因應對策，政府必將面臨危機；政府推行長照政策，財源規劃，已顯窘境，如何減少需要長照的人口，使老人健康終老才是努力的方向，透過中醫養生課程的推動普及，延緩老化，增進老人生理的活動力和心理的價值感；甚至，鼓勵協助健康老人成為長期照顧的生力軍。社區大學對群眾而言，是最左近的學習資源，社大「知識解放，營造公民社會」的宗旨，是社大教育工作者的社會責任；從正視群眾健康與因應老齡化社會問題，社區大學此一成熟的公民教育平臺，從普及中醫養生健康教育，可能進而融入在地養老，發展在地培養長照人力資源等等，成為有效協助解決社會問題的基地。

肆、結語

中醫以人為本，以人的健康為本，而不是西方醫學以病為本，這也體現了中醫學的整體觀念，天地人三才一體，以人為本的治療觀、健康觀和生命觀。這種觀念正代表了現代醫學，現代生命科學的發展

方向。世界衛生組織已提出，醫療的終極的目標不只是治病，而是「提高人們的健康水準，提高人的生命品質」。這觀念在現代自然科學的指導下，現代的生命科學，現代醫學直到二十世紀才提出來，而中醫早在秦漢時期已經建立了完整的體系，體現的優勢和特色服務大眾至今。現代臺灣醫療體系一向以西醫為主流，長久以來缺乏具傳統性、本土性的中醫普及政策。因此，普及中醫養生的預防觀念實為刻不容緩的課題。

中醫在衰老理論及抗衰老方法研究，早在二千多年前的《黃帝內經》中就已經建立了關於衰老的理論以及抗衰老、防治老年病的基本架構。如：《素問·上古天真論》：「法于陰陽，和於術數，食飲有節，起居有常，不妄作勞，故能形與神俱，而盡終其天年，度百歲乃去。」《靈樞·天年》篇：「五臟堅固，血脈和調，肌肉解利，皮膚緻密，營衛之行，不失其常，呼吸微徐，氣以度行，六腑化穀，津液布揚，各如其常，故能長久。」中醫養生的課程即是引導進入活在當下，感受文化，探索生命，體悟人生，養護生命。依據生命的發展規律，實踐保養身體、預防疾病、延緩衰老、增進健康、提高生命品質的生活方式。

由於時代變遷，科技進步，對人們的生活產生許多變化，人們的漸被環境所影響，錯誤觀念，不良的生活習慣等，直至出現健康上的警訊，才會漸漸正視本身的問題，尋求改善之道。從教學經驗之中探討，課程進行過程所形成的具體效益可總結三方面：

一、學以致用調理身心

課程將中醫理論以生活中的實例，深入淺出，凝煉出簡而易行的方法，使學員容易領會並在生活中實踐，形成體會中醫，親近中醫；靈活運用中醫智慧，照顧

自己與家人，逐步調理改善了身心的問題，行有餘力並推己及人，從中醫智慧中獲益。

二、在地建立互助網絡

由於社區大學的學員大多來自社區大學附近地區，彼此生活在共同的區域，都以健康身心為目的，或帶著本身的問題來上課，並希望藉以尋求解決之道；學員彼此因近鄰的關係，真誠往來，同時拓展人際，形成良性的互聯網絡，環境中的資源互通有無，相互關懷勉勵，彼此互相幫助；甚至有助遠離孤寂無助，重建自信。

三、提升醫療資源效益

面對高齡化社會的來臨，在國家有限的醫療資源下，推廣中醫養生預防的觀念，培養健康的生活方式，是對於醫療資源更積極的態度，提升醫療資源的運用的效率，大有益於國家與社會大眾。

養生，是我國傳統文化的核心問題。「身國同治」是道家的養生理念；養生保

健是每一人都享有的共利。《黃帝內經》《靈樞·師傳》：「余聞先師，有所心藏，弗著于方。余願聞而藏之，則而行之，上以治民，下以治身，使百姓無病，上下和親，德澤下流，子孫無憂，傳於後世，無所終時。」對於國家而言，人民身心健康、人倫敦睦，是國家正常運作、長治久安的基礎。經典雖經過二千多年，至今依然有其重要意義，國民的健康，永遠是國家最重要的資產，更是提升國家競爭力的關鍵。

社區大學以知識解放、公民社會為願景，已為臺灣的成人教育開闢了一個新的視野，協助民眾，開擴知識的領域，強化個人與社會的關聯性。中醫養生源於傳統文化，在此社會、家庭結構變化、高齡化社會來臨之際，中醫養生的課程若適時在社區大學此一平臺普及化，發揮引領大眾從個人到家庭與社區，學習老祖宗延緩衰老的生活智慧，藉茲提高幸福指數，國家幸甚，國民幸甚。願集思廣益，創造社區大學在促進全民健康發展上的無限可能。

參考文獻

- 《重廣補注黃帝內經素問》，北京：學苑出版社，2014。
- 《黃帝內經靈樞》，北京：學苑出版社，2014。
- 漢·許慎，《說文解字》，上海：古籍出版社，2008。
- 陳長香、余昌妹主編，《老年護理學》，北京：清華大學出版社，頁 61。
- 黃富順，〈臺灣地區社區大學的發展與省思〉，《教育資料集刊》，第二十七輯。
- 徐一仁(2004)，永和社區大學行政人員實踐公民教育經驗之研究，(臺北：國立政治大學教育研究所)，<http://thesis.lib.nccu.edu.tw/record/#G0901520181>
- 林孝信(2011)，成人教育的知識解放，臺北市社區大學教學與實務運作，臺北市政府教育局。
- 蔡傳暉(2011)，社區大學的基本理念與發展現況，臺北市社區大學教學與實務運作，臺北市政府教育局。
- 〈臺灣社會變遷基本調查〉，1995,2000,2005，中研院社會所。
- 人口高齡化，社會福利大挑戰，外交部，NGO 國際事務會
<http://www.taiwanngo.tw/files/13-1000-9962-1.php?Lang=zh-tw>
- 衛生福利部，〈長期照顧的整體政策藍圖〉，
<http://www.taiwanngo.tw/files/13-1000-9962-1.php?Lang=zh-tw>
- 衛生福利部國民健康署，〈健康行為危險因子監測調查〉，2015 年，
<http://www.hpa.gov.tw/BHPNet/Web/HealthTopic/TopicBulletin.aspx?No=201303130001&parentid=200712250038>
- 推廣中醫藥全民普及化、永續經營與人才培育，林永農，中醫藥年報，第 28 期第 10 冊計畫編號：CCMP97-RD-036。
- 黎建南，〈長照最大課題：不怕老人化，只怕人老化〉，聯合報，2016 年 8 月 26 日。

手作(DIY)價值之分析探討——以手工皂 課程為例

**Analysis and Discussion on the Value of Hand-Made Products -- A
Case Study of Handmade Soap.**

作者：陳明仁

職稱：

立久國際有限公司總經理

社區大學講師

摘 要

本論文旨在探究社大手工皂 DIY 課程學員之學習成長歷程價值內涵與連結模式，提供社大手工皂 DIY 課程老師設計符合社大學員想法、需求的課程。研究之進行是以方法目的鏈模型(Means-end Chain Model)的理論為基礎，透過其建構技術（階梯法）收集了五位已從社大結業的學員之深度訪談內容，探究他們對某種屬性所認定的核心價值，以知悉社大學員的偏好、需求及興趣所在，以及手工皂 DIY 課程在其心中的價值。

資料收集後，利用內容分析法建立「屬性—結果—價值」三個層次的編碼，分析後匯整出價值階梯圖(Hierarchical Value Map: HVM)。在研究結果中顯示在「產品屬性」方面，學員們重視「天然」、「環保」與「健康」；在「消費結果」方面，學員們強調要的是「滿意度」與「改善肌膚健康」；在「個人價值」方面，最終價值都是「改善肌膚健康」、「學製皂技巧」與「成就感」。

關鍵詞：社區大學、方法目的鏈、手工皂 DIY、學習成長歷程。

壹、緒論

一、研究背景

手工皂在歐美市場上已經流行很久了，近十多年來才被引進臺灣，手工皂最早在臺灣流行是因為手工皂 DIY 風的盛行，因為手工皂非常適合自己 DIY 來製作，市面上教導製作手工皂的教學課程有很多，幾乎每個社區大學都有相關課程的開設。手工皂所具有的優點是促使其在競爭激烈的市場能夠佔有一席之地，並為越來越多人喜歡及欲學習 DIY 的原因。

張育誠等(2012)在微型創業門市營運企劃之研究——以皂福人生手工皂為例，經實證分析研究結果發現女性消費者對於手工皂的支持為最彰顯。目前國內手工皂市場處於開發中的階段，而手工皂的行銷策略研究上需再分析改善，本研究即在探討手工皂 DIY 課程學員之學習成長歷程的價值與內涵，期望研究結果希能提供相關社區大學手工皂老師參考，唯有瞭解學員需求，才能開發創新課程，設計符合學員期望之課程。

二、研究動機

研究者自 2004 年 7 月起在北投社區大學開設「手工肥皂 DIY」課程開始，2004 年 9 月在北投社區大學開設「天然保養品&手工香皂 DIY」課程，2006 年 9 月在內湖社區大學也開設「天然保養品&手工香皂 DIY」課程迄今，已有十一年之久。這期間亦有 2006 年至 2008 年在中山社區大學開設「天然保養品&手工香皂 DIY」課程，2009 年迄今持續在松山社區大學開設「天然保養品&手工香皂 DIY」課程。

在十一年來教授「手工香皂 DIY」課程的當中發現來社區大學學習製作手工皂的學員的動機有很多，如為了環保、健康、省錢、流行、興趣、創業、學習技

能.....等等不一。但為瞭解社大學員的需求方向，則需要再做研究與調查分析，找出學員的需求所在，做為手工皂 DIY 課程設計規畫之參考。此為本研究動機之一。

手工皂 DIY 課程在社區大學仍屬熱門課程，在生活中不僅是清潔用品亦是綠色環保產品，在產品開發上有相當多的創新技術的困難（林惠卿，2010），本研究欲探討手工皂具備了哪些屬性？這些屬性能為社大學員帶來何種效益與結果？這樣的效益與結果又能如何滿足社大學員者心中的核心價值呢？此為本研究動機之二。

依據 Gutman(1982)所提出的方法目的鏈理論(means-end chain theory)，透過深度訪談，探討社大學員行為的最終價值；利用方法目的鏈的「屬性—結果—價值」的連結，瞭解手工皂具有哪些屬性、由屬性所產生的結果如何能滿足社大學員心目中的價值？此為本研究動機之三。

三、研究目的

依據以上研究動機，本論文研究之目的如下：

- (一) 瞭解社大學員選課時的屬性、結果與價值的預期效益、結果與其心中的核心價值及滿足感的關係。
- (二) 探究手工皂 DIY 課程屬性、學習成果及社大學員的價值需求間的關聯性。
- (三) 以「方法目的鏈」理論為基礎，瞭解社大學員對手工皂 DIY 課程所重視的屬性、結果與價值。
- (四) 依據研究結果提出設計手工皂 DIY 課程規畫的建議。

四、名詞詮釋

(一) 社區大學

係指直轄市、各縣（市）政府，或鄉、鎮公所，依據「終身學習法」第九條之規定，透過公開招標，選擇適當對象在

合約所訂期限內承辦；或由各該地方政府自行辦理之終身學習機構。本文所指「社區大學」，係指臺北市政府透過公開招標所產生的終身學習機構。

(二) 方法目的鏈

「方法目的鏈」理論 (Means-end-chain) 是 Gutman 於 1982 年所發展出來，依 Olson 與 Reynolds(1983) 的說法，「方法」是指人們所熱衷的物品、活動或對它們的看法，而「目的」則為個體的價值觀狀態，此理論主要的目的在了解消費者決策選擇的原因，並以結果間的連結來解釋消費者的行為。故 Gutman(1982) 把方法目的鏈定義為一種探討人們如何透過產品或服務的選擇，以促成欲求目的地的最終狀態之模型，是說明消費者產品知識整合的理論。

本研究定義之方法目的鏈為消費者（社大學員）購買（選課）或使用某一產品和品牌（課程）時所追求的基本目的，反映了消費者怎樣將產品的屬性與自我觀念的重要方面相聯繫，為行銷人員（教師）瞭解消費者的購買動機，制定更有效的行銷策略（課程設計）提供了依據。

(三) 手工皂 DIY

係指使用天然油脂與鹼液皂化而成的肥皂 DIY，有別於一般肥皂成分大都含有皂鹼、合成色素、合成香料、防腐劑、抗氧化劑等。本研究定義的手工皂 DIY 為社大課程。

(四) 學習成長歷程

係指可以包括學生在整個學校課程中，累積多年的學習或研究成果。是一種相當個別化的資料，是一種有目標的資料蒐集，是一種需要長時間的累積，是一種視覺化的過程呈現，是一種真實性的成果表現。本研究所定義的學習成長歷程是指：「社大學員對手工皂 DIY 課程的屬性、結果和價值之預期效益及需求滿足感。」

五、研究範圍與限制

手工皂在臺流行已有十多年之久，然而要學習如何 DIY 手工皂極其容易，不過要如何行銷手工皂課程卻是一大學問。本研究受限於研究取樣的限制，在未能全面訪談已修習過手工皂 DIY 課程的學員，只訪問到其中五位而已，故無法將研究結果推論到所有手工皂 DIY 課程的學員。若後續再研究者應該要增加業者及專家的訪談人數，或是設計問卷，這將會使本研究更具確信度。

貳、文獻探討

一、方法目的鏈的理論與應用

本研究利用 Gutman(1982) 綜合 Rockeah(1973)、Howard(1977)、Young and Feigin(1975)、Vinson et al.(1977) 等人而提出的「方法目的鏈」(Means-end Chain) MEC，探討消費者心中無形的核心價值；當從事消費決策時，會先對商品有形或無形的特徵（屬性）有甚麼樣的認知，再從消費這些商品之後得到什麼樣的消費結果，並由消費結果獲得了甚麼樣的消費價值，來達成心中的期望；也就是說產生連結(chain)、屬性(Attributes; A)、結果(Consequences; C)到價值(Values; V)的一項簡單結構。其目的為瞭解產品屬性可以影響消費者的何種結果與價值；也就是說，消費者的價值層即始於產品或服務屬性，透過屬性的消費結果與目標價值產生鏈結（彭西鄉，2009）。也就是說，屬性被視作達成目的的一種「方法」，此「目的」可能是一種結果或是一種抽象的價值。消費者的產品知識 (product knowledge) 來自於對產品屬性的認知，使用產品後的結果可能幫助消費者得到最終的價值（林勤豐、葉明義、邱兆民，1999）。以下分別介紹方法目的鏈 MEC 三個層級：

(一) 屬性 (產品屬性)

屬性(Attributes)指的是產品、活動或服務的特徵或特性，具備有形或無形的部分，例如：產品的外觀、包裝、顏色、甚至產品中的添加物等都是(Reynold and Gutman, 1988; Pitts, Wong, and Whalen, 1991; Schoell and Gultian, 1990)，也就是消費者對於產品產生認知的特徵，即產品屬性是消費者對於產品的認知產生的知覺。屬性大致上可分為兩大類：具體屬性(concrete attributes)與抽象屬性(abstract attributes)，前者是指有形、具體、可以直接觀察或描述其特徵或特性；後者則是指在使用過後，帶給消費者在心理上所產生的感覺，也就是無形、存在人們心中產生主觀的描述特性(Olson and Reynolds, 1983)。

Gutman(1982)表示顧客在購買產品時，會將自己劃分為不同群組，並分為三個層級的屬性結構，說明如下：

- 1.層級 A：是指抽象的部份，難以衡量而且較為主觀。例如：服裝的款式，此層級與產品的形式最為相關。
- 2.層級 B：與層級 A 相較是為較不抽象的。例如：服飾穿帶的舒適度。也就是說此種層級的產品屬性可以直接被體驗出來，但也和產品本身型式相關連。
- 3.層級 C：為一具體的、具有單一構面，可以直接衡量是比較客觀的屬性。就是說消費者本身可已由感官進行體驗，或是直接以標準程序測量出來。

(二) 結果 (消費結果)

結果(consequences)指的是當消費者使用產品或服務後所產生的任何(心理或生理上)的後果(Gutman, 1982)，也就是消費者較為具體，直接或間接的經驗和感覺，有可能是令人滿意或不滿意的(Gutman, 1982)。如果消費者對於產品或服務的結果是正面的、滿意的，可稱之為

效益(benefits)(Haley, 1968)；反之，如果產生的結果是負面的，則稱為知覺風險(perceived risk)，(Florence and Rapacchi, 1991)。方法目的鏈的結果可以分為兩種：功能性結果(functional consequence)、心理性結果(physiological consequence)，前者是說在使用產品或享受服務後，能夠立即感受到產或服務的屬性所提供的結果，後者則指使用產品或享受服務過後，帶給消費者在心理上所產生的感覺，它包含有情感與社會性及象徵性地，分別為：功能性結果(Functional Consequence)、社會性結果(Social Consequence)、心理性結果(Psychosocial Consequence)，(Olson and Reynolds, 1983; Valette-Florence and Rapacchi, 1991)。

(三) 價值 (個人價值)

價值(value)根據 Rokeach(1973)的定義，價值觀是一種持久的信念，是個人認定某種行為模式或最終的存在狀態，為個人或社會所偏好；而 Gutman(1982)定義價值為心中最渴望的最終存在型態，認為價值是描寫消費者內心的基本信念，並影響其行為偏好，進而做出最後選擇衡量的指標。價值觀是引導個體對週遭環境的評判即決定個體行為的指引，持久影響個體的處世態度，從認知觀點來看，價值是為達成重要生活目標的心理表現(林勤豐、黃信鐘，2006)。價值大致可分為兩種：工具價值(instrumental values)，指達成目標的行為方式；最終價值(Terminal values)，是指個人想達成的最終目標和信念。

以本研究之手工皂課程而言，其價值係指消費者經由消費後的結果，在滿足程度方面再提昇的感受，亦即對手工皂課程在心中最終的需求。本研究將 A、C、V 的概念性定義及操作型定義整理如表 1 所示。

表 1 方法目的鏈概念性與操作型定義

項目	概念性定義	操作型定義
產品屬性	對事物特性的認知，是學習者對於商品或服務的認識程度。	學者專家及學習者對手工皂考慮的要素。
學習結果	屬性所引發的結果。係指學習者學習後直接或間接所產生的結果。	學者專家及學習者考慮的要素經由學習經驗所產生的結果。
個人價值	對滿足程度的最終需求，是一種主觀認知，也是心中渴望的最終存在狀態。	學習及使用後的結果，在滿足程度方面再提昇的感受，是手工皂學習者對手工皂 DIY 在心中比較高層次的最終需求。

資料來源：本研究整理 & 彭西鄉(2009)

最常被拿來衡量個人價值的量表有下列三種：價值量表(Rotech Value Survey ; RVS)、價值與生活型態量表(Values and Life Style ; VALS)以及價值觀量表(List of Values ; LOV)，如表 2 所示。

1.價值量表(Rotech Value Survey ; RVS)

由 Rokeach(1973)所提出，包含兩類價值觀，各有十八項價值，一類是最終價值(Terminal Value)，一類是工具價值(Instrumental Value)；其中「最終價值」指的是個人想達到的最終狀態，即一生中最想達到的人生目標；而「工具價值」指的是個人偏愛的最終狀態或人生目標，或為達到最終價值的行為手段（林金韻，2007）。

2.價值與生活型態量表(Values and Life Style; VALS)

由 Mitchell(1983)所提出的，是利用一連串有關消費者活動、興趣與意見的問題，將消費者分群，利用人口統計變數將人們區分成 9 種不同的生活型態：倖存者(survivor)、支撐者(sustainer)、隸屬者(belonger)、競賽者(emulator)、成功者(achiever)、自我者(I-am-me)、體驗者

(experiential)、社會意識(societally conscious)及整合的(integrated)等。VALS 原始量表由 800 項問項縮減為 36 個項目，雖然經過簡化，但用於實際應用上仍然過長，過於細分使得 VALS 較難以應用在實務上。

3.價值觀量表(List of Values ; LOV)

Gutman(1982)認為價值是描述消費者內心的基本信念，並影響行為偏好。Kahle, Beatty, Homer(1986)所提出的 List of Value(LOV)價值量表，包含了自尊(self-respect)、受尊重(being respected)、自我滿足(self-fulfillment)、歸屬感(sense of belonging)、刺激冒險(excitement)、趣味人生(fun and enjoyment of life)、溫暖人際關係(warm relations with others)、成就感(sense of accomplishment)、安全感(security)等九項價值（林裕凌、李兆益，2009）。

Kahle and Kennedy(1989)提出包含九個項目，分別是自尊、受尊重、滿足自我、歸屬感、刺激冒險、趣味人生、溫暖的人際關係、成就感、安全感（林金韻，2007；林裕凌、李兆益，2009）。

表 2 個人價值量表分類型態

研究者	價值分類
Rokeach(1973)RVS	工具價值 ：權力野心、心胸開闊、能力、高興、清潔、勇氣、寬恕、幫助、誠實、想像力、獨立、聰明、邏輯、愛、服從、禮貌、自責、自我控制 最終價值 ：舒適生活、刺激生活、成就感、世界和平、美麗世界、平等、家庭安全、自由、幸福、內在和諧、成熟的愛、國家安全、樂趣、救世、自尊、社會認同、真正友誼、智慧
Mitchell(1983)LOV	倖存者、支撐者、隸屬者、競賽者、成功者、自我者、體驗者、社會意識、及整合的
Kahle & Kennedy(1989)LOV	自尊、受尊重、滿足自我、歸屬感、刺激冒險、趣味人生、溫暖的人際關係、成就感、安全感

資料來源：Rokeach (1973), Mitchell (1983), Kahle & Kennedy (1989)

二、顧客價值

顧客是指已經或可能要購買產品的個人或組織，顧客主要指產品和服務的最終消費者（成海清、李敏強，2007）。Lai(1995)認為顧客價值是購買當下，購買者對產品的評價，而消費者價值是強調在產品消費時或擁有時的評價(黃盈裕，2001)。林裕凌、李兆益(2009)將方法目的鏈研究法又稱為顧客價值階層(Customer-Value Hierarchy)，為顧客取得的，而使用產品或服務是為了達到個人的目標(Gutman, 1982；Rokeach, 1973)。它連接著產品屬性、消費結果以及決策過程中的個人價值觀，並解釋個人是如何選擇產品來達到個人目標的脈絡。

顧客價值的涵義：Gutman(1982)認為若能將消費者行為與其價值相連結必能加強行銷的規劃與策略；而每個顧客價值過程都體現了顧客不同的價值需要，顧客價值會因為顧客本身的知識背景、教育程度、價值觀、經濟條件、消費偏好、消費經驗及廣告宣傳而有不同（成海清，2007）。顧客價值是顧客所知覺到某產品或服務對他的價值，而不是企業所認知其產品對於顧客的價值。顧客購買企業產品

不是為了得到產品本身，而是為了滿足價值需要（陳瑞娟，2008）。

研究顧客價值的學者最早從交易的角度對顧客價值進行界定，認為價值就是交易(Transaction)中節省金錢(Berkowitz, 1980)。之後學者提出價值是一定價格下的品質，強調價格與品質之間的主觀感知連繫（陳瑞娟，2008）；大多數學者們認可從效用來定義顧客價值，將價值看做效用或利益與成本付出間的權衡(Zeithaml, 1988; Kotler, 1994；Woodruff, 1997)。又有學者從體驗角度來看，認為價值是經驗的交互作用，明顯受情境所影響(Sinha, 1996；黃淑琴、陳姿君，2007)。Holbrook(1994,1996,1999,2005,2006)認為價值是由偏好決定，他將顧客價值定義為「一種顧客相對偏好下的體驗」，價值是相對的，且價值包含顧客與產品間的互相影響，而顧客價值是一種體驗。Butz and Goodstein(1996)將顧客價值定義為顧客使用完產品或服務時，發現有附加價值產生時，所建立在供應者與顧客間的情感連結。兩者間的關係本身可能在顧客所知覺的整體價值中起很大的作用，顧客關係的評價，由單獨的產品或服務評價轉移至對

購買過程關係的整體評價 (Gronroos, 1996)。

Kotler(2002)將顧客價值定義為顧客擁有或使用產品所獲得的價值及顧客取得產品間的差異，那是一種交易關係的交換，在交換過程中彼此雙方都需犧牲某些價值，以使雙方的價值變得更多。顧客價值的主體是顧客，客體是企業及其產品或服務與顧客價值是一種感知和評價認知。所以顧客價值為：顧客價值是指在顧客與企業及其產品的整個接觸互動過程中，顧客對企業及其產品的作用及其變化同顧客及其需要相適應、相一致或相接近的程度之感知與評價（成海清、李敏強，2007）。

(一) 顧客價值的分類

在顧客價值的分類上，可分為功能性價值(function value)、社會性價值(social value)、情感性價值(emotional value)、認知性價值(epistemic value)及條件性價值

(conditional value)等五項 (Sheth et al., 1991)，如圖 1 所示，說明如下：

- 1.功能性價值：係指顧客經由產品或服務主要的功能性、實用性等進而取得功能性價值，並藉由選擇產品所提供的功能性、實用性或物理性表現而獲得的知覺效用。
- 2.社會性價值：係指顧客經由人口統計變數、社會經濟、文化等的連結，進而取得社會價值。因此，為顧客由選擇與一個或多個社會群體連結而獲得的知覺效用。
- 3.情感性價值：係指顧客由產品或服務之選擇，所引起的情緒變化或狀態，進而從中獲得的知覺效用。
- 4.認知性價值：係指顧客由產品或服務的選擇，所引起的好奇心、滿足感，進而從中獲得的知覺效用。
- 5.條件性價值：又可稱為情境性價值，指顧客在特定條件下如特定情境或環境下，所進行的比較與選擇結果，進而從中獲得的知覺效用。

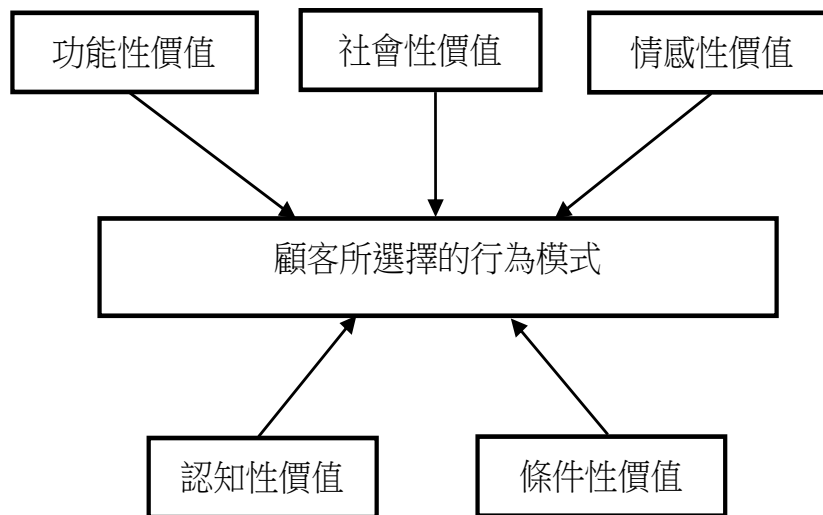


圖 1 顧客價值模型

資料來源：Sheth, Newman & Gross (1991)

顧客價值的重要性

Stater(1997)指出當企業在傳達顧客價值時，顧客的滿意即可達成，Woodruff

(1997)強調顧客價值將是下一個競爭優勢的主要來源，並認為顧客價值可作為一個決策工具，故企業為保持領先的優勢地

位，因此必須創造新的產品或特色，亦即必須創造新的顧客價值，藉由瞭解顧客需求、探討顧客真正的需求為何，才能使企業創造其競爭優勢，維持在市場上的領先地位（林裕凌、李兆益，2009）。

Roger(1997)認為要創造顧客價值，必須從瞭解顧客的需求與使用情形兩個方

向進行。透過顧客分析、價值創造與顧客滿意度流程圖，企業能夠瞭解顧客所想要的利益，在提供傳遞顧客想要的利益以及成本，使企業可以進而提高顧客滿意度（林裕凌、李兆益，2009），如圖 2 所示。

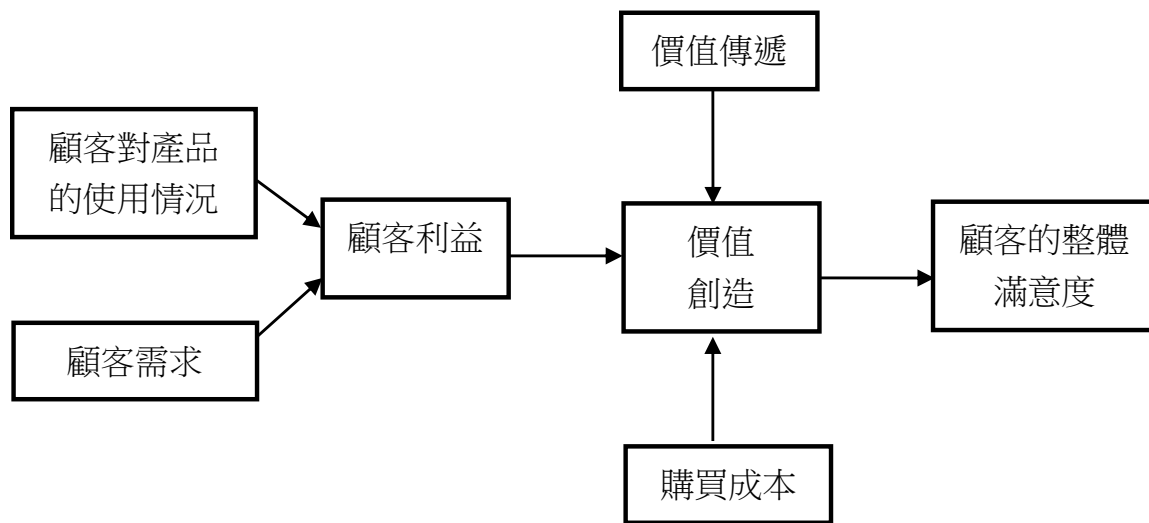


圖 2 顧客分析、價值創造與顧客滿意度關係圖

資料來源：Roger(1997)；林裕凌、李兆益(2009)

三、方法目的鏈相關應用

對企業而言，能提供好的服務，滿足客戶的要求，創造滿意的客戶族群；就消費者言，購買滿意的產品與服務，皆各為其主要目的。因此，近年來企業漸漸重視顧客導向，而均以創造並維繫顧客粉絲做為主要行銷策略，而「方法目的鏈」理

論，可以協助企業瞭解顧客對產品真正的需求所在，進而制定顧客滿意的行銷策略滿足顧客內在價值，所以「方法目的鏈」理論的研究方法受到學者重視，相繼應用在探討各項內涵與價值之研究（黃美禎，2012），以下就近年來其相關應用文獻整理，如表 3 所示：

表 3 近年來「方法目的鏈」理論相關研究應用

學者&出處	研究主題	研究方向
曾光華、陳貞吟 張永富(2004) 戶外遊憩研究，民 93.12 43-69 頁	以方法目的鏈探討旅客懷舊體驗的內涵與價值	以方法目的鏈以消費者行為的觀點，探究旅客在歷史遺跡、古文物或舊城鎮旅遊中的懷舊體驗。從研究結果中解析旅客懷舊體驗的屬性、利益與價值，並且探討其行銷策略上的意涵。

<p>林裕凌、鄭麗珍 林芝亘(2008) 數位學習科技期刊， 2008.09， 39-55 頁</p>	<p>以方法目的鏈探求數位學習平臺需求之研究</p>	<p>以擁有數位學習經驗之學習者，瞭解學習者使用上的需求，並期望平臺開發者能開發出更符合學習者需求，進而影響學習者或得最終價值。</p>
<p>鄭雲珊(2011) 世新大學資訊管理學研究所(含碩專班)碩士論文</p>	<p>社群網站功能需求之探究</p>	<p>使用方法目的鏈，探索使用者潛藏的功能需求，以及效益與內心價值。</p>
<p>李虹蓉(2012) 世新大學傳播管理學研究所(含碩專班)碩士論文</p>	<p>應用隱喻抽取技術進行網站規劃與設計－以手工皂為例</p>	<p>以「隱喻抽取技術」(ZMET)及「方法目的鏈」彙集多數消費者的價值共識，再透過資訊科技的輔助，依據消費者需求進行網站規劃與設計。</p>
<p>陳明仁(2014) 臺北城市科技大學休閒健康研究所 碩士論文</p>	<p>以方法目的鏈探討手工皂的內涵與價值</p>	<p>本論文旨在探究手工皂消費者之顧客價值內涵與連結模式，提供手工皂業者設計符合消費者想法、需求的產品。研究之進行是以方法目的鏈模型(Means-end Chain Model)的理論為基礎，透過其建構技術(階梯法)收集了五位分別從事手工皂製造、販售業者或教學等專家的深度訪談內容，探究他們對某種屬性所認定的核心價值；並且設計封閉式問卷，蒐集 132 位使用者他們心中對手工皂之認知，知悉消費者的偏好、需求及興趣所在，以及手工皂在其心中的價值。</p>

資料來源：本研究整理

四、小結

綜合以上「方法目的鏈」理論相關研究應用論文中，有以「方法目的鏈」彙集多數消費者的價值共識，依據消費者需求進行網站規劃與設計的研究；僅有筆者所撰之「以方法目的鏈探討手工皂的內涵與價值」論文有探討從事手工皂製造、販售業者或教學等專家的深度訪談內容，探究他們對某種屬性所認定的核心價值，知悉消費者的偏好、需求及興趣所在，以及手工皂在其心中的價值。

參、研究設計與實施

一、研究方法

本研究採用質性研究法，運用半結構式深度訪談大綱作為蒐集研究資料的主要方法，並進行文獻探討以蒐集相關研究及文件資料，以作為本研究的基礎理論與佐證資料。

本研究為使受訪者無須奔波及占用時間太多，均採用到受訪者工作地點或家中訪談。挖掘出製作手工皂族群個人內心的

價值，以清楚瞭解手工皂 DIY 之最終價值，編碼分析後，再來分析手工皂 DIY 學員對手工皂 DIY 課程的選讀決策因素，期能連結手工皂 DIY 學員與教師間的關聯，作為選讀手工皂 DIY 課程的決策預測。

(一) 導出差異

為了讓受訪者能迅速進入訪談內容情境，本研究將先以基本資料詢問方式，讓受訪者先回答對於從事手工皂製作或教學的資歷、歷程等資訊，並與他們就手工皂製作所遭遇到相關議題，與受訪者簡單輕鬆的聊天；在受訪者回答完相關基本問題之後，便會開始依據題項設計（詳如附錄一）之訪談大綱逐步詢問受訪者。

詢問受訪者為何選擇學習手工皂製作，為何會選擇社大手工皂 DIY 課程等等。暖場階段的問題除了能帶領受訪者涉入於訪談主題中，亦可以讓研究者有機會獲得額外的重要資訊。

階梯法的第一步驟便是導出受訪者在選擇學習手工皂製作時會納入決策考量的重要屬性差異。根據學者 Reynolds & Gutman (1988)所言導出屬性差異的方法有三：

- 1.三方分類法(triadic sorting)；
- 2.偏好消費差異法(preference-consumption differences)；
- 3.場合差異法(difference by occasion)。

本研究主要採「偏好消費差異法」，藉以瞭解受訪者從事手工皂的原因與其專長領域...等等為何，導出受訪者認為的重要屬性。

(二) 階梯訪談

在導出差異的階段，先導出幾個受訪者在學習手工皂製作時的屬性，當做階梯訪談之基礎以進行深入訪談，讓受訪者從自己回答的屬性中選出 2 至 5 個在學習手工皂製作時最重視的屬性。在進行階梯訪談時，可以用各種不同的問法來詢問，檢

視受訪者答案的一致性程度，例如「為什麼學習這對您來說很重要？」、「學習對您有何幫助？」、「您可從中得到些什麼？」、「為何您想獲得它？」等等問題來獲得功能性結果。以「當您在製作手工皂之後，您的體會與感想是什麼？」、「為何您覺得這個屬性在手工皂上是不可或缺的？」、「學習手工皂製作讓您本身有何改變？」等等來獲得屬於個人感覺和觀念想法的社會心理結果。而當受訪者開始不斷重複相同的回答、不想繼續回答問題時即停止追問，而要重新開啟另一條階梯詢問。

再進行訪談時，可以參照 Reynolds and Gutman(1988)所提出的訪談技巧來促使受訪者能順利回答問題，包括了：

(一) 喚起情境背景(evoking the situation context)

如：詢問過去學習手工皂製作之回憶或經驗。

(二) 假設不存在的某物或存在的某物(postulating the absence of an object or a state of being)

如：若因工作或家庭因素而無法再製作手工皂時會覺得如何呢？

(三) 負向階梯(negative laddering)

如：為何學習手工皂製作時，不希望有甚麼情形是認為不適當？

(四) 回到過去比較法(age-regression contrast probe)

如：學習手工皂製作之前與之後有何不同？

(五) 第三人問法(third-person probe)

如：您認為您的家人、朋友是否也覺得手工皂 DIY 的這項屬性很重要？

(六) 重新導正技巧(redirecting technique)——沉默／確認溝通

如：訪談者的沉默以對，可能會促使受訪者再講出另一種想法來；訪談者透過重複受訪者的答案讓其確認正確

意涵與概念。

二、研究方法

本研究的主要研究概念圖示如下：用此研究方法探討手工皂 DIY 課程之社大學員對手工皂 DIY 課程屬性認知，到學

習手工皂 DIY 課程的結果，連結到手工皂 DIY 課程社大學員學習後的內心價值，以清楚社大學員選擇手工皂 DIY 課程的決策因素，並在未來應用在手工皂 DIY 課程的設計上參考。如圖 3 所示

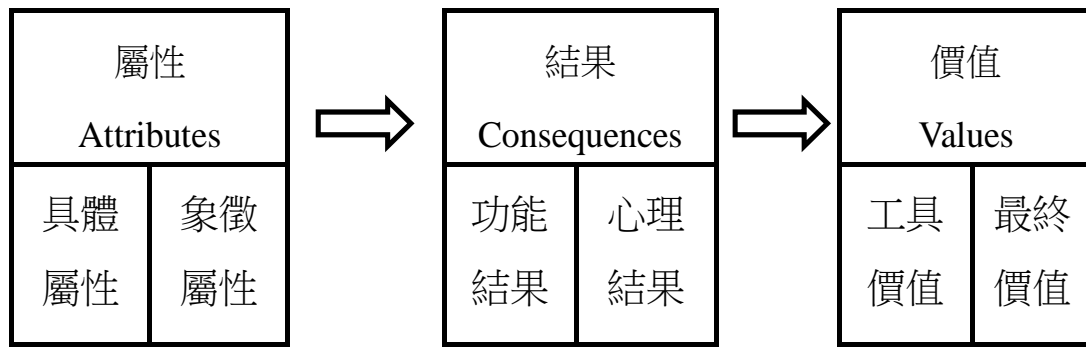


圖 3 方法目的鏈模型

資料來源：Olson and Reynolds (1983)

曾光華、陳貞吟、張永富(2004)以方法目的理論著重在探討個人價值對個人行為所產生的影響，用於解是消費者通過某些產品屬性與結果（方法），以獲取某種價值意涵（目的）。

屬性是指產品、事物或活動的特性或特徵，是可以感受的，且具備有形(tangible)或無形(intangible)的特色(Pitts, Wong & Whalen, 1991)。屬性可以說是消費者對產品所感受的任何事，包括具體屬性與象徵屬性，例如：包裝、色彩、品質、品牌、或是聲譽、服務人員態度等。

結果是指某種屬性所引發的結果，較為抽象，包含想要的結果，想獲取的利益，而且也包含不想要的結果或成本（風險），可分為功能結果(functional consequence)與心理結果(physiological consequence) (Haley, 1968)。功能結果對消費者較具為具體或直接的經驗，如飲水止渴、吃食物止飢或肥皂可洗淨的功能。對服務而言，功能的結果可能是放鬆心情、賓至如歸、暫時忘卻煩惱或體驗不曾

有過的感覺，而心理結果則可能是令人想起往事、學習新事物等。

價值則是指更加抽象的行為或使用結果。價值在方法目的論中被定義為消費者可望的終極存在狀態，因此個人價值描述是一種內再且與個人相關的目標狀態。價值包含工具價值(instrumental value)與最終價值(terminal value) (Rokeach, 1973)助益性價值是一種偏好或行為的認知，如生活不斷有變化，獨立與自信等。最終價值則是希望成為最後狀態，如安心、放心與健康等（曾光華、陳貞吟、張永富，2004）。

產品「屬性」產生某種「結果」，從產品知識到自我意識，藉此讓消費者邁向其「最終價值」，而將消費者由產品的「屬性」連結到個人的「最終價值」可以整合成如圖 3「方法目的鏈研究架構圖」的階梯，其中包含一種或多種的屬性、結果與價值。因此，「方法目的鏈」主要在於指引研究者探究消費者對某種屬性所認定的核心價值(Gutman, 1982)，這種連結

關係可以清楚瞭解消費者為何(Why)，以及如何(How)認定此屬性是重要的（曾光華、陳貞吟、張永富，2004）。

三、研究對象

學習過手工香皂 DIY 課程的學員很多，本研究選擇了五位曾經學習過手工香皂 DIY 課程學員為對象訪談。分別是內

湖社區大學與松山社區大學學員共五人，如表 4 所示。被選中的人選須符合下列其中幾項條件之一：

1. 在社大學習結業後仍有繼續做手工皂者。
2. 有利用在社大學習到的技能從事創業者。
3. 時常製作許多手工皂分享親朋好友者。

表 4 研究對象基本資料表

研究對象代碼	性別	年齡	職業	婚姻狀況	學歷	學習手工皂時間	訪談日期	訪談地點	備註社大
A	女	56	商	已婚	大專	5 年	2016.02.23	明仁堂	松山
B	女	52	工	已婚	高職	2 年	2016.03.25	松山社大	內湖 / 松山
C	女	56	商	已婚	高職	2 年	2016.03.25	明仁堂	內湖
D	女	68	家管	已婚	高商	2.5 年	2016.04.09	明仁堂	松山 / 內湖
E	女	42	商	單親	大專	3.5 年	2016.05.21	星巴克	內湖

資料來源：本研究整理

四、研究工具

本研究主要用「方法目的鏈」作為研究工具，探究手工皂 DIY 課程內容對手

工皂 DIY 學員屬性認知，到製作手工皂所產生的結果，其與內心深層的價值觀產生何種關係連結，因此在進行軟式階梯訪

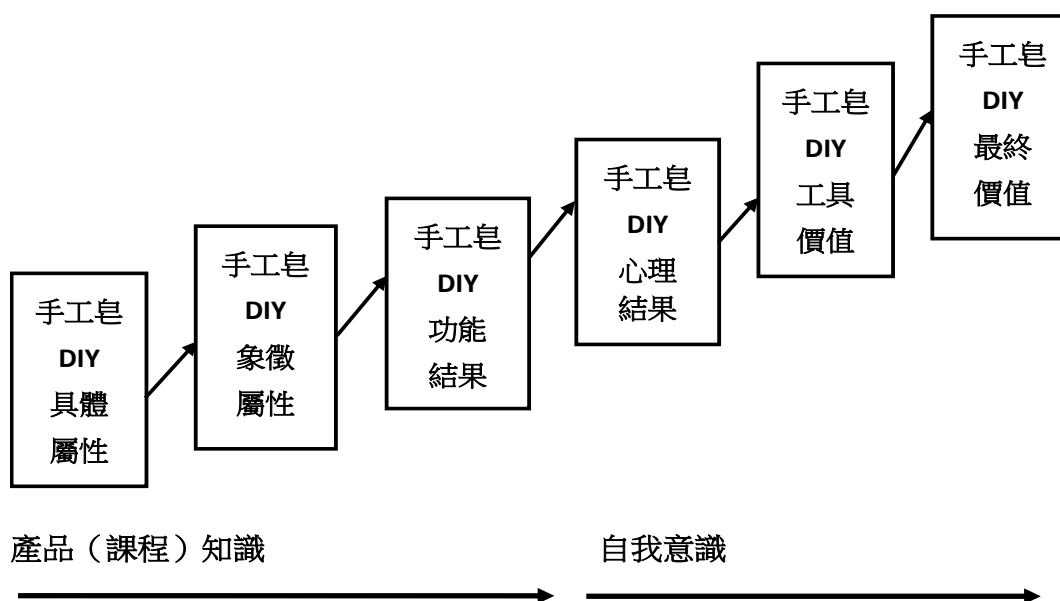


圖 4 方法目的鏈研究架構圖

談前須營造一個能讓受訪者感覺到是一個放鬆，且能夠暢所欲言的回答問題環境 (Reynolds & Gutman, 1988)，見圖 4。

因深度訪談的時間通常較長，為使受訪者願意配合長時間的訪問流程，且能夠暢所欲言的回答，故本研究在進行訪談前會事先知會受訪者本研究之目的與內容，以及訪談的完整流程，以增加受訪者對本研究的涉入感；並強調受訪者所回答的答案只要是自己的感覺即可，無對與錯之分，也無需感到過份猶豫；並在最後保證受訪者所有訪談資料將僅作為學術用途不會外流，謹遵『個人資料保護法』之規範（法務部，2010）；以消除受訪者的戒心，獲得最準確的資料 (Reynolds & Gutman, 1988)。

(一) 階梯法

方法目的鏈之「屬性－結果－價值」之連結，找出學員心中對產品屬性所理解出來的結果與價值，全部研究者都透過階梯訪談法、內容分析法與階層價值圖，形成一個階級狀的結構 (Reynolds and Gutman, 1988)

Reynolds and Gutman 在 1988 年提出的階梯法(laddering)是種經由一對一深入訪談來瞭解受訪者如何將產品屬性轉換成個人內在價值觀連結的技術，也就是方法目的鏈最常用的方法。因一般消費者對於自身購買決策的價值衡量中並不很清楚認知道產品或服務的屬性、屬性帶給消費者的結果及連結到的價值為何？因此此三要素的連結型成將需要透過階梯法來引導消費者，建構出屬性－結果－價值的方法目的鏈（姜瑋婷，2011）。階梯法之運用必須由簡入深，誘導消費者思考回答出內心深處的價值觀，並一步步透視其內心層面。利用階梯法可以導出屬性、結果與價值的方式有兩種：

1.軟式階梯法

軟式階梯法(soft laddering)是透過一

對一深入訪談，讓受訪者幾乎在不受限制的情況下進行思考與回答，自由引出(free elicitation)其真正的內心想法。軟式階梯法可以藉由深度訪談獲得較多的資訊，方便爾後進行內容分析時的編碼建構 (Reynolds and Gutman, 1988)。

2.硬式階梯法

硬式階梯法(hard laddering)是指按照產品屬性、結果與價值的順序編排問卷題目，限制受訪者以電腦或紙本問卷方式，依序填答來蒐集資料。硬式階梯法的優點是可以避免訪談時的人為因素造成的偏差，或是可以克服無法面對面訪談時的困境等，可以節省較多的時間與成本 (Botschen and Hemetsberger, 1998)，而且訪談人數可以增加。但是缺點有侷限了受訪者暢所欲言的彈性。

(二) 半結構式深度訪談法

半結構式深度訪談是指一種訪談者與受訪者間面對面接觸，透過有目的詢問與談話以獲得研究所需資料的方法。與單純訪談不同的是，深度訪談目的在於深入瞭解與分析受訪者內心真實想法與意涵、思考邏輯等等。深度訪談須較一般訪談花更多的時間引導，通常僅提供一至二個大方向主題讓受訪者自由發揮回答，但是其所獲得的結果與資訊通常能更深入描述事實，以作為進一步分析的依據（姜瑋婷，2011），見表 5。

(三) 訪談大綱

1.基本題項：

- (1) 請問您從何時開始學習手工皂 DIY？
- (2) 請問您在甚麼情況下來學手工皂 DIY？
- (3) 請問您為何要學習手工皂 DIY？動機是？
- (4) 請問您所從事的本業如何？
- (5) 請問您目前有無將手工皂 DIY 當成職業？

2.深入題項：屬性

- (1) 請問您對手工皂 DIY 課程，那些部分是您最注重的？請依重要性稍作排序。
- (2) 請問您手工香皂 DIY 課程學員選課（消費）行為研究中，對於一般學員的行為動機大致有那些？
- (3) 請問您手工香皂 DIY 課程學員選課選擇的項目大致有那些訴求？重要性為何？
- (4) 請問「手工香皂」本身主要應具備有何種功能？原因是……？

3.深入題項：結果

- (1) 請問您對以前所學習的手工皂 DIY 課程滿意度為何？如何測量？
- (2) 請問您手工香皂 DIY 課程能帶給學員什麼樣的結果？（研究）

- (3) 請問您製造的手工皂給人的滿意度為何？如何測量？
- (4) 請問您對手工皂 DIY 課程的學習有甚麼感想？

4.深入題項：價值

- (1) 請問您手工香皂 DIY 課程能帶給學員什麼樣的價值？（研究）
- (2) 請問您認為手工香皂 DIY 課程能帶給您什麼樣的價值？
- (3) 請問您對手工皂 DIY 的課程還有甚麼期許或改進的？
- (4) 請問您還有其他事項要補充的嗎？

五、資料分析

半結構式深度訪談者內容分析資料，見下表五。

表 5 深度訪談者內容分析資料

編號	屬性	結果	價值
A	天然、環保、健康、創業、學配方設計	回購率、環保、創業、健康、滿意度、流行	成就感、改善肌膚健康、更有自信、環保、學製皂技巧、擴展社交、安全感
B	天然、環保、健康、創業、學配方設計、實用、興趣	回購率、環保、健康、滿意度、創意和創新、舒服	成就感、改善肌膚健康、更有自信、環保、學製皂技巧、擴展社交、安全感
C	天然、環保、健康、創業、學配方設計、實用、美觀	回購率、環保、創業、健康、滿意度	成就感、改善肌膚健康、更有自信、環保、學製皂技巧、擴展社交、安全感
D	天然、環保、健康、簡單易學、學配方設計、興趣、創業	環保、創業、健康、滿意度	成就感、改善肌膚健康、更有自信、環保、學製皂技巧、擴展社交
E	天然、環保、健康、簡單易學、學配方設計、興趣、創業、無化學添加物、省水愛地球、成本低廉	回購率、環保、創業、健康、滿意度	成就感、改善肌膚健康、更有自信、環保、流行、學製皂技巧

資料來源：本研究整理

六、研究流程

依文獻探討及學員的拜訪分析出目前社大學員學習手工皂 DIY 課程後之概況，分析出手工皂課程之屬性(Attri-

butes)、結果(Consequences)與價值(Value)找出鏈結的關係，最後的結論與建議，如圖 5 所示。

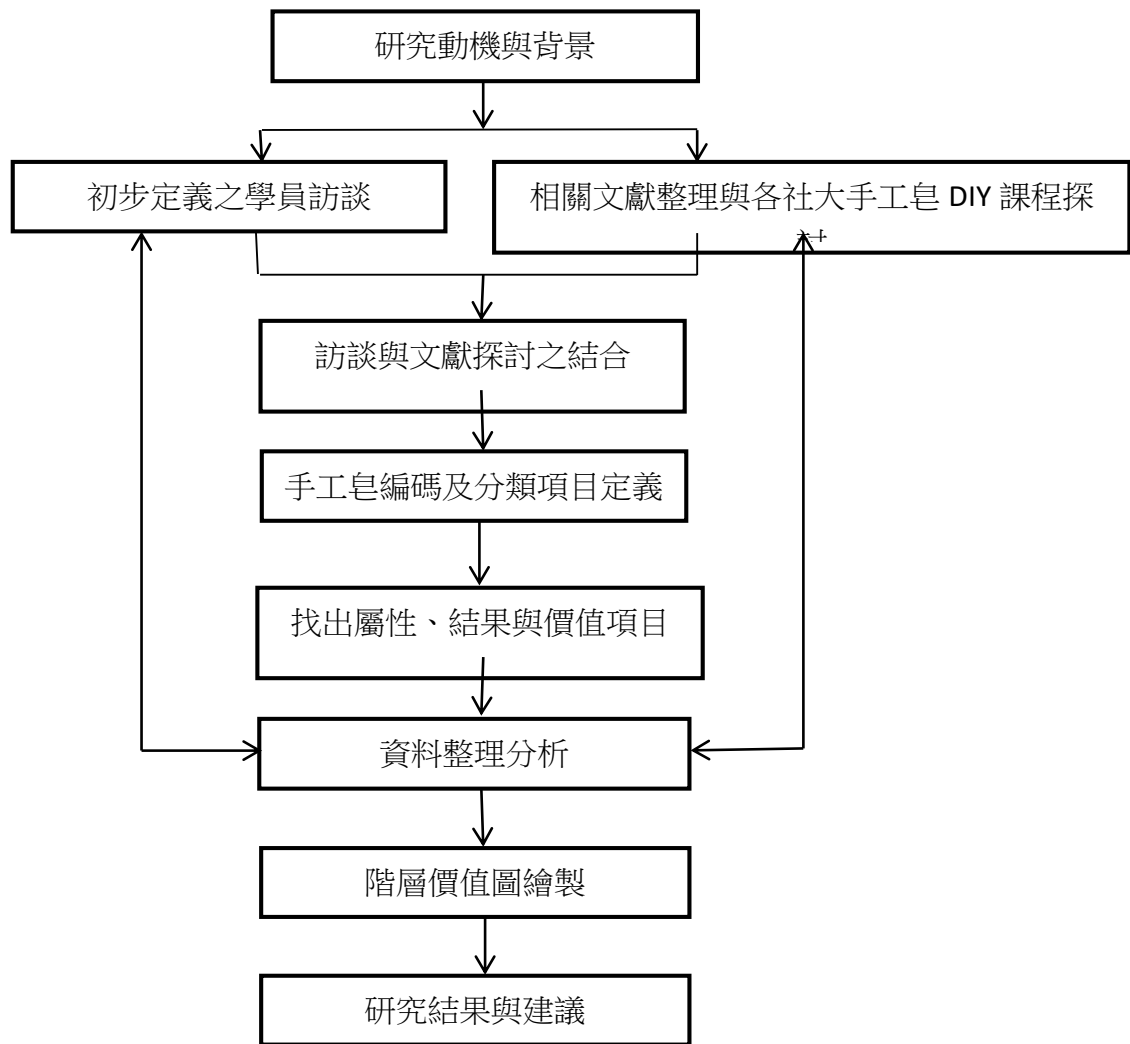


圖 5 研究流程圖

七、內容分析法

(一) 研究訪談資料

本研究先將訪談內容(如附錄)整理成逐字稿，並將由深度訪談所導出的屬性、結果、價值等要素整理出來，依照要素被源引(from)與延至(to)的程度來決定層級，若要素只有被源引，歸類為價值層

級；若要素同時被源引與延至，則為結果層級；若要素只有被延至，則為價值層級(Reynolds & Gutman, 1988)。

(二) 類目建構

本研究類目建構初步得到有手工皂 DIY 屬性 8 項、課程學習結果 8 項、個人價值 10 項共 26 項，見表 6 與表 7 所示。

表 6 手工皂 DIY 編碼表

A 屬性			
A01	天然	A07	創業
A02	環保	A08	美觀
A03	健康	A09	實用
A04	無化學添加物	A10	簡單易學
A05	學配方設計	A11	成本低廉
A06	興趣	A12	省水
C 結果			
C01	回購率	C05	滿意度
C02	環保	C06	流行
C03	創業	C07	創意和創新
C04	健康	C08	舒服
V 價值			
V01	成就感	V06	創意和創新
V02	改善肌膚健康	V07	學製皂技巧
V03	更有自信	V08	擴展社交
V04	環保	V09	省水
V05	流行	V10	安全感

資料來源：本研究整理

表 7 手工皂 DIY 分類定義

A 屬性		
類目	指標	定義
A01	天然	天然植物油，天然萃取精油、草本植物和種草藥、生來就有的、自然生成的甘油
A02	環保	防止自然環境受到污染和破壞，有益地球生態
A03	健康	身體肌膚得到改善，膚質變好，身體健康
A04	無化學添加物	沒有添加有害的化學添加物，如防腐劑、皂鹼等
A05	學配方設計	認識油脂特性，針對膚值配方設計
A06	興趣	如打發時間、當作娛樂
A07	創業	以手工皂為業
A08	美觀	外觀美好
A09	實用	實際應用
A10	簡單易學	操作簡單不複雜學習容易
A11	成本低廉	價廉，不貴
A12	省水	節省用水量
C 結果		

類目	指標	定義
C01	回購率	有再次訂購的意願
C02	環保	防止自然環境生態受到污染和破壞
C03	創業	以手工皂為業
C04	健康	對身體無傷害，膚質變好，膚質健康無恙
C05	滿意度	心理滿足的程度
C06	流行	時尚趨勢
C07	創意和創新	是種創新與突破的能力表現
C08	舒服	自在的感覺
V 價值		
類目	指標	定義
V01	成就感	指達成目標後所獲得之愉悅感
V02	改善肌膚健康	身體肌膚得到改善，膚質變好，膚質健康無恙
V03	更有自信	增強自信心
V04	環保	有益環境和生態，無環境荷爾蒙
V05	流行	時尚趨勢
V06	創意和創新	是種創新與突破的能力表現
V07	學製皂技巧	學習打皂的技術及巧妙的技藝
V08	擴展社交	擴大發展社會的交際
V09	省水	節省用水量
V10	安全感	指獲得生理或心理上的安全感

資料來源：本研究整理

(三) 編碼

本研究在編碼前先請兩位編碼員進行前測，將逐字稿中相同語句予以歸類，經由編碼員的相互討論後，將不適合的語句剔除，將歸類的類目予以命名，進行編碼，並於最後得到訪談導出之屬性、結果、價值要素，共得出 30 項類目與定義如表 3-3、表 3-4 所示。

(四) 信度分析

本研究採用編碼員間之相互衡量信度 (interjudge reliability)，依照信度公式檢測編碼員間的信度，根據王石番(1996)於其著作中說明，此種檢驗編碼員間同意度的信度設計是相當嚴謹的，此信度公式如下：

$$\text{相互同意度} = 2M / (N_i + N_j)$$

$$\text{信度} = n * \text{平均相互同意度} / \{1 + [(n - 1) * \text{平均同意度}]\}$$

M：互相同意題數

N_i：第 i 位編碼員編碼題數

N_j：第 j 位編碼員編碼題數

n：參與編碼人數

然而在衡量編碼資料之信度時，並無確切的接受標準 (Grunert and Grunert, 1995)，學者 Kassarjian(1997)認為，信度在 85% 以上已達滿意之標準。本研究計算結果如表 8，手工皂的編碼員間相互同意度達 90%；信度達 95%，已達標準。

表 8 信度表

手工皂	
1.相互同意度	$=2*105 / (108 + 125) = 0.90$
2.信度	$=2*0.90 / (1 + 1*0.90) = 0.95$

資料來源：本研究整理

八、階層價值圖繪製

方法目的鏈是以深度訪談的方式，發覺受訪者所重視的屬性，並將受訪者尤屬性所轉化的價值連結建立成「階層價值圖(hierarchical value map, HVM)」(Gutman, 1982)。在繪製階層價值圖之前，將編碼所得之連結結果，製成蘊含矩陣(implication matrix)作為繪製之基礎，矩陣中的行與列分別為內容分析法分類出的屬性、結果與價值要素，蘊含矩陣描繪了所有要素間關係的次數。

(一) 蘊含矩陣

蘊含矩陣(implication matrix)是總結了所有受訪者的連結關係，加以量化，是繪製階層價值圖(HVM)之基礎。Reynolds and Gutman(1988)蘊含矩陣的行與列的數字是由整數與小數所組成(XX,YY)，代表要素與要素之間的連結數目，整數部分(XX)代表要素直接連結的數目，而小數部分(YY)代表要素間接連結的數目；若兩要素有直接源引或延至的連結，則代表該二項要素具直接關係(XX)，若兩要素是透過第三要素做連結，則表示該兩項要素具間接關係(YY)。若兩要素直接相鄰，則稱為直接關係在矩陣中，要素間關係數目越高，表示兩要素之間的連結關係越強(Gengler and Reynolds, 1995)；蘊含矩陣詳如附錄二。

(二) 繪製階層價值圖

藉由蘊含矩陣繪製階層價值圖來呈現受訪者的價值認知結構，將所有連結關係列入階層價值圖(Reynolds and Gutman, 1988)。為避免階層價值圖過於複雜，

Gengler & Reynolds(1995)曾建議截止(cutoff)值之為訪談樣本數的 5%，以及最能適切表達研究結果之考量，設定 cutoff 值為 2，意即直接關係次數在 2 以下者不列入階層價值圖中。

在階層價值圖中，以不同圖形來表達不同層級要素：橢圓框表「價值」層級要素；圓角框表「結果」要素；長方框表「屬性」層級要素。而圖中框內的 n 表是提及該要素的受訪者人數，若受訪者相同要素題即超過一次，僅算一次提及數。

肆、研究結果分析與討論

一、研究結果分析

本研究係利用次數分配表、百分比來描述被訪問者對手工皂的基本屬性、結果與價值經編碼後回答次數，將其整理以利分析，如表 9。

屬性各編碼的依回答次數整理，依序為「天然」、「環保」、「健康」、「創業」、「學配方設計」、「興趣」、「實用」、「無化學添加物」、「美觀」、「簡單易學」、「成本低廉」與「省水」。

結果各編碼的依回答次數整理，依序為「滿意度」、「改善肌膚健康」、「環保」、「創業」、「健康」、「流行」、「創意和創新」和「舒服」。

價值各編碼的依回答次數整理，依序為「改善肌膚健康」、「學製皂技巧」、「成就感」、「環保」、「擴展社交」、「更有自信」、「安全感」、「流行」、「創意和創新」以及「省水」。

表 9 屬性、結果、價值之層級要素提及數統計表

編碼	屬性	回答次數	百分比%	排序
A01	天然	10	20%	1
A02	環保	8	16%	2
A03	健康	7	14%	3
A04	無化學添加物	2	4%	8
A05	學配方設計	2	4%	8
A06	興趣	3	6%	6
A07	創業	5	10%	4
A08	美觀	2	4%	8
A09	實用	3	6%	6
A10	簡單易學	2	4%	8
A11	成本低廉	4	8%	5
A12	省水	2	4%	8
	總次數	50	100%	
編碼	屬性	回答次數	百分比%	排序
C01	改善肌膚健康	4	16%	2
C02	環保	4	16%	2
C03	創業	3	12%	4
C04	健康	3	12%	4
C05	滿意度	5	20%	1
C06	流行	2	8%	6
C07	創意和創新	2	8%	6
C08	舒服	2	8%	6
	總次數	25	100%	
編碼	屬性	回答次數	百分比%	排序
V01	成就感	5	12%	3
V02	改善肌膚健康	8	20%	1
V03	更有自信	3	8%	6
V04	環保	5	12%	3
V05	流行	2	5%	8
V06	創意和創新	2	5%	8
V07	學製皂技巧	6	15%	2
V08	擴展社交	4	10%	5
V09	省水	2	5%	8
V10	安全感	3	8%	6
	總次數	40	100%	

資料來源：本研究整理

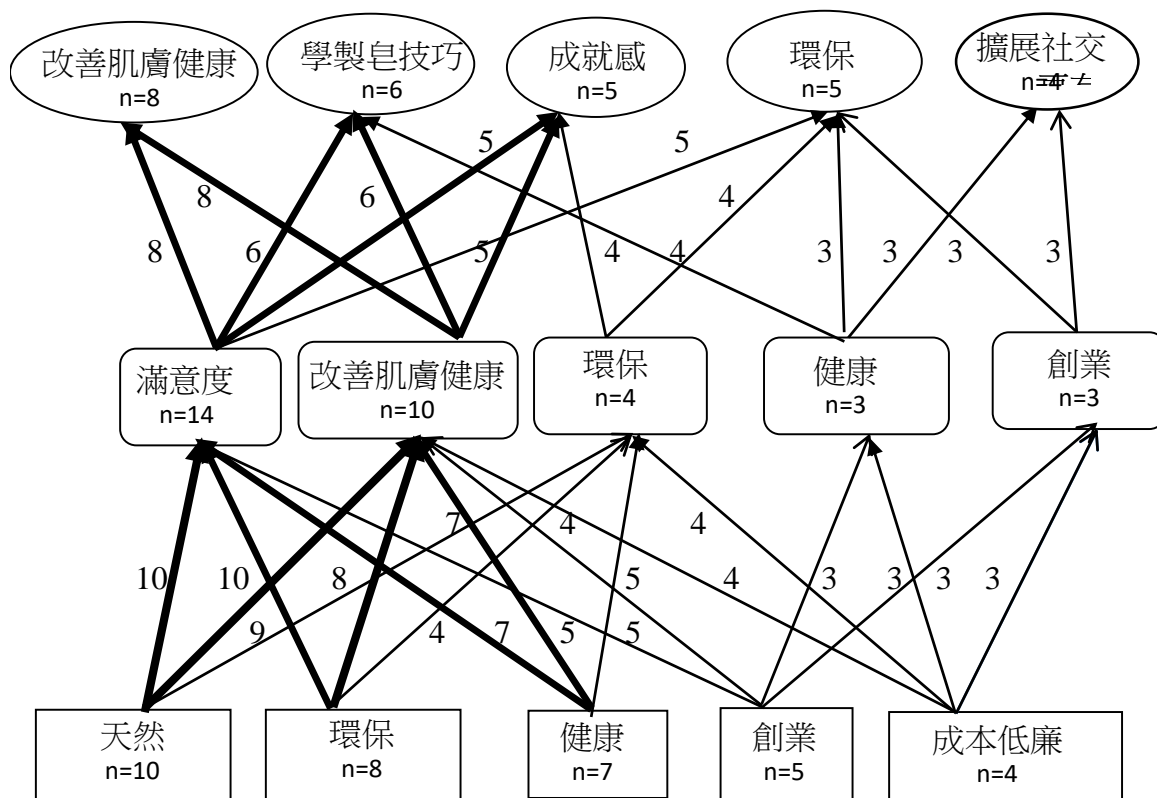


圖 6 手工皂階層價值圖

二、手工皂階層價值圖分析

(一) 手工皂屬性與結果鏈結分析

由圖 6 可說明本研究之受訪者在學習手工皂成長歷程上所認知到的重要屬性有：「天然」、「環保」、「健康」、「創業」、「成本低廉」等五項；而鏈結屬性的重要結果則有：「滿意度」、「改善肌膚健康」、「環保」、「創業」、「健康」等五項。其中屬性直接鏈結結果為「天然」－「滿意度」、「天然」－「改善肌膚健康」、「環保」－「滿意度」、「環保」－「改善肌膚健康」、「健康」－「滿意度」、「健康」－「回購率」等六條，以下針對每一結果與價值鏈結進行分析與說明。

(一) 天然（佔要素提及數 20%）

「天然」指自然的，不是人工的、自然賦予的、生來就有的、自然生成的感覺，學習手工皂 DIY 者，是希望所做產品是完全使用天然素材，對環境不會汙染

和破壞，或是可以讓身體肌膚得到改善，膚質變好，膚質健康無恙。

『手工皂 A 號受訪者：手工皂利用天然油脂與鹼水為原料，利用冷製法打出來的手工皂，無太多化學添加物，因為市面上充斥著太多的黑心產品，希望自己可以掌控才會安心。』

『手工皂 E 號受訪者：使用純天然植物油製成、添加天然萃取精油、添加草本植物和藥草、不含有害化學成分、減少環境賀爾蒙的毒害、全程低溫製作不破壞養分、含有珍貴的天然甘油、不含皂鹼、有益環境容易分解、省水愛地球。』

「天然」屬性可以分別鏈結到「改善肌膚健康」結果（鏈結度 10），「滿意度」結果（鏈結度 10），以下分別作說明：

1. 「天然」－「改善肌膚健康」

手工皂 DIY 者們深信使用天然材料

製作手工皂可以有效的改善肌膚健康和降低環境污染，很多學習手工皂 DIY 者起初就是要改善家人的皮膚情況（例如異位性皮膚炎、皮膚過敏等症）才開始學習手工皂。

『手工皂 A 號及 E 號受訪者：之所以會做手工皂，起初是為了改善家人的皮膚問題，等家人使用了之後皮膚問題解決了，心想和我家人有一樣問題的人一定很多，市場有此需求，就開始了手工皂製造的事業。』

2. 「天然」－「滿意度」

手工皂 DIY 課程所教都是使用天然材料、油脂、精油等，不會摻合成之化學物質（例如防腐劑、界面活性劑等），手工皂課程讓學員們的心理滿足的程度很高。

『手工皂 B 號及 C 號受訪者：製作手工皂僅用了油脂、鹼和水，添加物也都採用天然物質（例如中草藥），別無其他化學添加物，所以不會造成環境的污染，饋送親朋好友的手工皂讓人很滿意。』

(二) 環保（佔要素提及數 16%）

「環保」係指防止自然環境受到污染和破壞，也就是環境保護。現代高度都市化的結果導致大量生活污水排入，影響民眾生活品質；家庭污水佔河川污染源約有 45% 之多，尤其是合成清潔劑之污染；將家庭污水集中處理後再排入河川，如此就可大大減低污染程度。（我國目前的下水道普及率只有約 3.3%，與歐美先進國家的 70% -80% 的比率相去甚遠）

『手工皂 A 號受訪者：消費者若能多多使用手工皂，少用化學合成清潔劑，必能減少河川污染，就是愛護地球愛護臺灣環境保護的最佳表現了。』

「環保」屬性可以分別鏈結到「滿意度」結果（鏈結度 8）與「改善肌膚健康」（鏈結度 8），以下分別作說明：

1. 「環保」－「滿意度」

現在一般消費者普遍使用化學合成的清潔劑，根據環保署的檢測，所排出的家庭廢水嚴重污染臺灣河川；南北各河川無一倖免。因此若普遍改用手工皂，將可帶來臺灣河川水質的提升和改善污染之程度。

『手工皂 A 號受訪者：手工皂很容易被微生物分解成水及二氧化碳，無環境荷爾蒙，所以對河川不會造成污染。』

2. 「環保」－「改善肌膚健康」

日常生活裡在合成化學清潔劑中含有很多刺激皮膚的化學品，諸如防腐劑、殺菌劑、合成香料、人工色素等等，都含有刺激人體的毒物，導致人體皮膚受傷害或過敏不健康。受訪的手工皂業者均表是使用手工皂就可以改善這擾人的問題。

『手工皂 E 號受訪者：我之所以會做手工皂全是為了改善家人的皮膚問題，見家人使用了之後皮膚問題解決了，心想和家人一樣問題的人一定很多，不如我就來做手工皂賣吧！』

(三) 健康（佔要素提及數 14%）

「健康」是手工皂的基本訴求，主要是無有害化學添加物，不含有合成化學清潔劑成分無生成環境荷爾蒙之慮，可以被分解，不會有害人體健康，對皮膚的保護非常好。

『手工皂 C 號受訪者：當你使用過手工皂後，你絕對會愛死它了，一定會用不慣以前的工業皂了，尤其是它的洗感，讓你舒舒服服的洗臉、洗澡是一種享受。』

「健康」屬性可以分別鏈結到「改善肌膚健康」（鏈結度 7）與「滿意度」結果（鏈結度 7），以下分別作說明：

1. 「健康」－「改善肌膚健康」

皮膚的清潔要適度，過由不及均會造成皮膚之傷害，選擇對的、適用的手工皂就是改善皮膚健康的第一步；自己做的手工皂沒有有害的化學添加物，洗起來非常滋潤皮膚，可以大大改善肌膚健康。

『手工皂A號受訪者：選對、選好的手工皂對身體非常溫和且滋潤，有很多油脂均可修護皮膚或滋潤皮膚，讓你的皮膚問題迎刃而解。』

2. 「健康」—「滿意度」

手工皂由天然油脂與鹼水皂化而成，其不含有害成分不會危害健康。

『手工皂E號受訪者：你做的手工皂如果能讓消費者使用滿意，從顧客回購率可知。』

(四) 手工皂結果與價值鏈結分析

由圖 6 可說明本研究之受訪者在從事手工皂製作上所認知到的重要結果則有：

「滿意度」、「改善肌膚健康」、「環保」、「健康」與「創業」等五項；而重要價值則有：「成就感」、「改善肌膚健康」、「環保」、「成本低廉」、與「擴展社交」等五項。其中結果直接鏈結價值為「滿意度」—「成就感」、「滿意度」—「改善肌膚健康」、「滿意度」—「成本低廉」、「改善肌膚健康」—「成就感」、「改善肌膚健康」—「改善肌膚健康」、「改善肌膚健康」—「改善肌膚健康」、「改善肌膚健康」—「成本低廉」等六項，以下針對每一結果與價值鏈結進行分析與說明。

(五) 滿意度（佔要素提及數 20%）

經手工皂 DIY 課程所教做的手工皂，不論自用或贈送親朋好友或者販賣給消費者，都獲得好評對產品使用的滿意度非常高。

「滿意度」結果鏈結至「改善肌膚健康」價值（鏈結度 8）、「學製皂技巧」價值（鏈結度 6）與「成就感」價值（鏈結度 5），以下分別作說明：

1. 「滿意度」—「改善肌膚健康」

手工皂不含有害物質，又含有益滋潤皮膚的天然物質，當然有利於改善肌膚健康。

『手工皂受訪者E號：天然萃取植物精華結合天然花草精油製成手工皂，在清潔的同時對皮膚產生保濕滋潤的效果。』

2. 「滿意度」—「成就感」

手工皂屬天然界面活性劑，易分解無毒，有別於由石化原料合成的合成界面活性劑，久久不分解且會形成有毒化合物。

『手工皂D號受訪者：當學會做手工皂之後，親朋好友們都非常欽羨，人際關係也變得更好，把手工皂當成禮物送人獲得之愉悅感無以形容。』

3. 「滿意度」—「成本低廉」

手工皂製皂的材料，如植物油、精油、藥草...等等，不需太貴重的配方即可製造出非常實用的產品外，用點技巧製作又可以當藝術品欣賞。

『手工皂受訪者A號：多年前為了家人健康，開始學皂，從此便投入手工皂豐富多元的世界。手工皂以天然素材入皂，用起來比一般市售香皂更加溫和，也不用擔心化學添加物的殘留汙染；手工皂可以改善濕疹、異位性皮膚炎、足癬等皮膚問題，讓手工皂不只是一種清潔用品而已，其造型也是藝術品。』

(六) 改善肌膚健康（佔要素提及數 16%）

「改善肌膚健康」幾乎是為何要使用手工皂之最大理由，很多人都是因為皮膚有問題才接觸手工皂。

『手工皂E號受訪者：之所以會做手工皂，起初是為了改善家人的皮膚問題，等家人使用了之後皮膚問題解決了，心想和我家人有一樣問題的人一定很多，市場有此需求，本身又是學化工的，就開始了手工皂製造的事業。』

「改善肌膚健康」結果鏈結至「滿意度」價值（鏈結度 8）、「改善肌膚健康」價值（鏈結度 8）與「學製皂技巧」價值（鏈結度 6），以下分別作說明：

1. 「改善肌膚健康」—「滿意度」

透過改善肌膚健康之結果，因為沒有添加化學合成物，而使得使用者獲得之最終價值為保護環境認同感。

『手工皂 B 號受訪者：對手工皂改善肌膚健康很滿意，瞭解皂海無邊，幾乎得了「皂慾症」。』

2. 「改善肌膚健康」－「改善肌膚健康」

手工皂的功效可以改善肌膚之健康是毋庸置疑的，而使用的材料必須真天然、真環保的。

『手工皂受訪者 E 號：由於家人的過敏膚質，而著手自製手工肥皂，秉持著「愛惜人身，將心比心」的初衷，製作肥皂的一切素材都使用純天然植物油製成、添加天然萃取精油、添加草本植物和藥草、不含有害化學成分、減少環境賀爾蒙的毒害、全程低溫製作不破壞養分、含有珍貴的天然甘油、不含皂鹼、有益環境容易分解、省水愛地球。』

3. 「改善肌膚健康」－「改善肌膚健康」

大多使用手工皂者是為了改善皮膚的健康，當使用了之後能夠達到改善目標時，這時的心裡高興與滿足的感覺是不可言喻的。

『手工皂受訪者 D 號：當初學做手工皂的初衷，是因為孫兒的皮膚過敏，聽人說洗手工皂可以改善，所以就來學做手工皂。』

三、研究結果討論

探討手工皂 DIY 學習者對手工皂的屬性－結果－價值之鏈結結構，並繪製階層價值圖如圖 7 所示：

從手工皂 DIY 學習者階層價值圖可以看出手工皂 DIY 學習者們對產品的屬性看法相當一致，這跟手工皂專業知識的瞭解有關，因為瞭解手工皂對人體及環境的好處，為了推廣手工皂給更多人，創造出許多精彩的手工皂作品，分享給喜愛自然環保的朋友，讓更多人願意來使用它。

從階層價值圖可以看出產品屬性「天然」主要的連結路徑有三條：1. 屬性「天然」連結到結果「滿意度」再連結至價值

的「改善肌膚健康」，2. 屬性「天然」連結到結果「滿意度」再連結至價值的「學製皂技巧」，3. 屬性「天然」連結到結果「滿意度」再連結至價值的「成就感」。產品屬性「環保」主要的連結路徑有三條：1. 屬性「環保」連結到結果「滿意度」再連結至價值的「改善肌膚健康」，2. 屬性「環保」連結到結果「滿意度」再連結至價值的「學製皂技巧」，3. 屬性「環保」連結到結果「滿意度」再連結至價值的「成就感」。產品「健康」主要的連結路徑也有二條：1. 屬性「健康」連結到結果「滿意度」再連結至價值的「改善肌膚健康」，2. 屬性「健康」連結到結果「改善肌膚健康」再連結至價值的「學製皂技巧」，3. 屬性「健康」連結到結果「改善肌膚健康」再連結至價值的「成就感」。

產品屬性「天然」次要的連結路徑有三條：1. 屬性「天然」連結到結果「改善肌膚健康」再連結至價值的「改善肌膚健康」，2. 屬性「天然」連結到結果「改善肌膚健康」再連結至價值的「學製皂技巧」，3. 屬性「天然」連結到結果「改善肌膚健康」再連結至價值的「成就感」。產品屬性「環保」次要的連結路徑有三條：1. 屬性「環保」連結到結果「改善肌膚健康」再連結至價值的「改善肌膚健康」，2. 屬性「環保」連結到結果「改善肌膚健康」再連結至價值的「學製皂技巧」，3. 屬性「環保」連結到結果「改善肌膚健康」再連結至價值的「成就感」。產品「清潔、洗淨」次要的連結路徑也有三條：1. 屬性「健康」連結到結果「改善肌膚健康」再連結至價值的「改善肌膚健康」，2. 屬性「健康」連結到結果「改善肌膚健康」再連結至價值的「學製皂技巧」，3. 屬性「健康」連結到結果「改善肌膚健康」再連結至價值的「成就感」。

依照手工皂 DIY 學員們的深度訪談，他們學習歷程的主觀認定透過階層價值

值圖的分析，衍生出 18 條主、次要鏈結路徑。

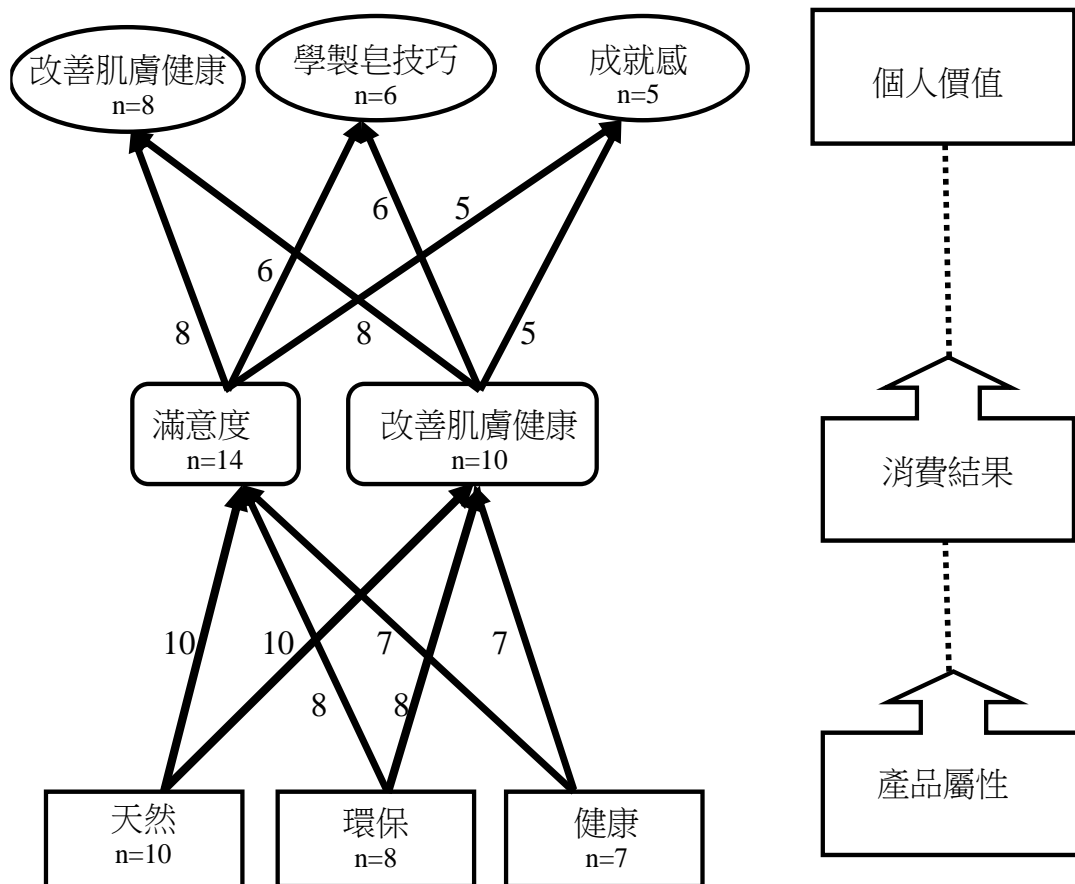


圖 7 手工皂 DIY 學習者成長歷程階層價值圖

伍、結論與建議

一、結論

本研究目的在於瞭解社大學員對手工皂 DIY 課程選課時的屬性、結果與價值的預期效益、結果與其心中的核心價值及滿足感的關係。探究手工皂 DIY 課程屬性、學習成果及社大學員的價值需求間的關聯性等。本研究受訪者最在意手工皂素材的天然性與真材實料的選擇，對環境保護與無化學添加物的努力，希望能改善現代人因環境中充滿了的合成學品，讓人們能遠離生活中的防腐劑、增稠劑.....等化學藥劑。大多數起初會選擇手工皂 DIY 課程者都是為愛自己或為家人健康而開

始，為了臺灣的環境能永續發展，大家為環保為健康對手工皂得那份情感與成就感非常強烈，對手工皂 DIY 課程的創意與創新應再接再厲的開發。

(一) 產品屬性

產品屬性主要是「天然」、「環保」次要是「健康」，手工皂 DIY 學習者都強調手工皂一定要真材實料、天然素材、純正的油脂與無化學添加物。多數受訪者都贊同課程要簡單易學材料成本低廉。

(二) 消費結果

消費結果主要是「滿意度」，次要是「改善肌膚健康」，與大部分手工皂 DIY 課程學習者都是從要改善家人的皮膚問題而開始學習做手工皂，因而改善了肌膚健

康對會自己製造手工皂非常滿意。

(三) 個人價值

個人價值主要是「改善肌膚健康」、「學製皂技巧」，次要是「成就感」，手工皂能不能改善肌膚健康是手工皂的首要述求，學習者都致力於手工皂配方的設計與環保的精神，又可藉手工皂擴展社交，有了這些收穫當然就很有成就感了。

二、建議

本研究探討社大手工皂 DIY 課程學員之成長歷程的內涵與價值，透過訪談舊學員可以發現：社大學員們或愛好者，對於製作手工皂的素材要求逐漸嚴苛，尤其是在臺灣發生食用假油風波之後，這個堅持是非常好的，而且是必須的；除了這些之外更需要有創新的研發精神，配方開發設計。建議社大手工皂 DIY 課程在行銷課程時候須以強調產品功能屬性、天然、環保性為主要行銷策略。並要強調手工皂的環保功能，可減少環境的汙染，再來就

是要加強新穎的課程內容設計及文創效果來吸引學習者選課的意願。另外要做好社大手工皂 DIY 課程學員的需求調查，研發創新性的課程，吸引廣大的群眾來社大選課。

三、未來研究建議

本研究主要聚焦於「產品屬性」、「消費結果」以及「個人價值」三個層級，僅就層級之間的因果路徑連結關係加以探討。建議後續研究者可以用量化研究設計問卷調查增加研究對象，以增加確信度。如能夠再增加有關「項目重要度」及「項目認同度」的調查，如此就能做「重要度－表現分析法（Importance-Performance Analysis，簡稱 IPA）」的分析，藉此分析學習者對該產品的滿意度，分析的結果能更精準的提供手工皂 DIY 課程未來對學員的行銷策略建議，更能有助於社大手工皂 DIY 擬定未來的課程設計的參考。

參考文獻

- Berkowitz, E. N., & Walton, J. R.(1980) Contextual influences on consumer price response: Aexperimental analysis. *Journal of Marketing Research*, 17, 349-358
- Butz, H. E., & Goodstein, L. D. (1996) Measuring customer value: Gaining the strategic advantage. *Organization Dyanamics*, 24(3), 63-77.
- Botschen, G. and Hemetsberger, A. (1998), “Diagnosing Means-End Structures to Determine the Degree of Potential Marketing Program Standardization”, *Jurnal of Business Research*, 42(2), pp.151-159
- Florence, P. V., & Rapacchi ,B. (1991). Improvements in means-end chain analysis: using graph theory and correspondence analysis. *Journal of Advertising Research*, 31(1). 30-45.
- Gengler, C. E., and Reynolds, T. J.(1995). Consumer understanding and advertising strategy: Analysis and strategic translation of laddering data. *Journal of Advertising Research*, 35(4), 19-34.
- Gronroos, R. (1996) The value concept and relationship marketing. *European Journal of Marketing*, 30(2), 22-28.
- Grunert, K. G., and Grunter, S. C. (1995). Measuring subjective meaning structures by laddering method: Theoretical considerations and methodological probems. *International Journal of Research in Marketing*, 12(3), 209-225.
- Gutman, J. (1982). A means-end chain model based on consumer categorization processes. *Journal of marketing*, 46(2), 60-72.
- Haley, R. L. (1968) Benefit segmentation: A decision-oriented research tool. *Journal of marketing*, 32(3), 30-35.
- Holbrook, M. B. (1994) The nature of customer Value: An Axiology of service in the consumption experience, *Service quality: New Directions in Theory and Practice*, 21-71.
- Holbrook, M. B. (1996) Customer value: A framework for analysis and research. *Advance in Consumers Research*, 23(1), 138-142.
- Holbrook, M. B. (1999) Customer value: A framework for analysis and research. London(UK): Routledge, 1-28.
- Holbrook, M. B. (2005) Customer value and autoethnography: Subjective personal introspection and the meaning of a photograph collection. *Journal of Business Research*. 58, 45-61.
- Holbrook, M. B. (2006) Consumption experience, customer value, and subjective personal introspection: An illustrative photographic essay. *Journal of Business Research*. 59, 714-725.
- Howard, J. A. (1977) *Consumer behavior: Application of theory*. New York, NY: McGraw-Hill.
- Kahle, L. R., and Kennedy, P. (1989). Using the list of values (LOV) to understand consumers. *Journal of Consumer Marketing*, 6 No. 3, 5-12.
- Kassarjian, H. (1977). Content analysis in consumer research. *Journal of Consumer Research*, 4(1), 8-18.
- Kahle, L. R., Beatty, S. E., & Homer, P. (1986). Alternative Measurement Approaches to Consumer Values: The List of Values (LOV) and Values and Life Style (VALS). *Journal of Consumer Rescarch*, 13:3, 405-409.
- Kahle, L. R., & Kennedy, P. (1989). Using the List of Values (LOV) to Understand Consumers, *Journal of Consumer Rescarch*, 6: 3, 5-12.
- Kotler, p. (1994). *Marketing management: Analysis, Planning, Planning, Implementation, & Contrl*, 8th ed. Englewood Cliffs, N. J.: Prentice-Hall, Inc.
- Kotler, Philip J, (2002), *Marketing Management*, eleventh edition, NJ: Prentice Hall Inc.
- Lai, A. W. (1995) Consumer values, product benefit and customer value: A consumption behavior. In Frank R. Kardes and Mita Sujjan (eds). *Advances in Consumer Research*, 22, 381-388.
- Mitchell, A. (1983). *The Nine American Lifestyles*, New York: Warner.
- Olson, J. C., & Reynolds, T. J. (1983) Understanding Consumers' Cognitive Structures: Implications for Marketing Strategy in Advertising and Consumer Psychology, LL. Percy and A. G. Woodside (eds.), Lexington, Mass: Lexington Books, pp. 77-90.
- Pitts, R. E., Wong, J. K., Whalen, D. J. (1991) Consumers' evaluative structures in two ethical situations: A means-end approach. *Journal of Buessiness Research*, 22,pp. 119-130.

- Reynolds, T. J. & Gutman, J. (1988) Laddering Theory, Method, Analysis and Interpretation, *Journal of Advertising Research*, 28(1), 11-31.
- Roger J. Best (1997) *Market-Based Management: Strategies for Growing Customer Value and Profitability*, Prentice-Hall International, Inc.
- Rokeach, M. J. (1973) *The Nature of Human Values*, New York: The Free Press.
- Schoell, W. F., & Gutman, J. P. (1990) *Marketing: Contemporary concepts and practices*, 173.
- Sheth, Bruce I. Newman, and Barbara L. Gross, *Consumption Values and Market Choices: Theory and Applications*, Cincinnati, OH: Southwestern Publishing, 1991.
- Sinha, I. (1996) *Valuemap: An Intergraded Approach toward the Spatial Modeling of perceived Customer Value*, unpublished Ph.D. thesis, The University of Michigan.
- Slater, S. F. (1997) Developing a Customer Value-Bassd Theory, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 25, Iss. 2, pp. 162-167.
- Vinson, D. E., Scott, J. E., & Lamont, L. M. (1977) The roles of personal values in marketing and consumer behavior. *Journal of Marketing*, 41(2), 44-50.
- Valette-Florende, P. & Rapacchi, B. (1991) Improvements in Mens-end Chain Analysis: Using Graph Theory and Correspondence Analysis, *Journal of Advertising Research*, 31, 30-45.
- Woodruff, R. B. (1997) Customer Value: The nex source for competitive advantage. *Academy of Marketing Sicine Journal*, 25(2), 139-153.
- Young, S., & Feigin, B. (1975) Using the Benefit chain for improved strategy formulation. *Journal of Marketing*, 39, 72-74.
- Zeithaml, V. A. (1988) Consumer perceptions of price, quality, and value: A Means-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, 52, 2-22

王石番(1996),《傳播內容分析法—理論與實證(二版)》,臺北:幼獅文化。

李虹蓉(2012),《應用隱喻抽取技術進行網站規劃與設計——以手工皂為例》,臺北:世新大學傳播管理學研究所碩士論文。

成海清、李敏強(2007),〈客價值概念內涵、特點及評價〉《西北農林科技大學學報(社會科學版)》,7:2期,頁34-38。

成海清(2007),〈一種新的顧客價值層次模型〉,《軟科學》,21(4),頁21-24。

林勤豐、葉明義、邱兆民(1999),〈方法目的鏈研究法建構行銷研究變數與行銷策略之探討〉,《中華管理評論》,2:6,頁107-128。

林勤豐、黃信鐘(2006),〈探討產品利益變數評價力:以方法目的鏈理論為分析基礎〉,《臺灣商管與資訊研討會》,頁1-15。

林裕凌、鄭麗珍、林芝亘(2008),〈以方法目的鏈探求數位學習平臺需求之研究〉,《數位學習科技期刊》,2008年09月,頁39-55。

林裕凌、李兆益(2009),〈以方法目的鏈探討遊戲機對顧客價值之研究〉,《人文社會科學學刊》,第一期,171-192頁。

林金韻(2007),《生態旅遊地遊客體驗與價值之探索》,嘉義:國立嘉義大學觀光休閒管理研究所碩士論文。

林惠卿(2010),《生物科技產品行銷策略之研究——以手工香皂為例》,臺中:國立勤益科技大學生物科技製程研發與管理產業研發碩士專班碩士論文。

姜瑋婷(2011),《以方法目的鏈探討綠境運動族群體驗的內涵與價值》,桃園:國立體育大學休閒產業經營學系碩士論文。

〈個人資料保護法(2010)〉法務部全國法規資料庫,2014年5月6日查閱,

<http://law.moj.gov.tw/LawClass/LawAll.aspx?PCode=I0050021>

- 黃淑琴、陳姿君(2007)，〈租書休閒活動之顧客價值內涵：區域與性別觀點〉，《管理系統》14:4，頁 603-621。
- 黃美禎(2012)，《銀髮族對行動裝置應用軟體潛在需求之研究》，臺北：世新大學，資訊傳播學研究所碩士論文。
- 張育誠、賴芳子、沈汎芳、張玟君(2012)，《微型創業門市營運企劃之研究——以皂福人生手工皂為例》，雲林：環球科技大學行銷管理系 101 學年度實務專題。
- 彭西鄉(2009)，《以方法目的鏈探討蜜月旅行之價值內涵》，臺中市：嶺東科技大學高階主管企管碩士在職專班碩士論文。
- 曾光華、陳貞吟、張永富(2004)，〈以方法目的鏈探討旅客懷舊體驗的內涵與價值〉，《戶外遊憩研究》，民國 93 年 12 月，頁 43-69。
- 陳明仁(2005)，《天然保養品&手工香皂 DIY 講義》，臺北：內湖、松山社區大學。
- 陳明仁(2014)，《以方法目的鏈探討手工皂的內涵與價值》，臺北，臺北城市科技大學休閒健康事業研究所碩士論文。
- 陳瑞娟(2008)，《休閒農場遊客的價值認知—方法目的鏈之應用休閒農場遊客的價值認知—方法目的鏈之應用》，高雄：國立高雄應用科技大學觀光與餐旅管理研究所碩士論文。
- 鄭雲珊(2011)，《社群網站功能需求之探究》，臺北：世新大學資訊管理學研究所碩士論文。

第二專長之培養與競爭力之提升——以美容課程為例

Cultivation of Other Area of Expertise and Enhance Competitiveness-- A Case Study on Makeup Application Training Course

作者：侯秀春 Hou,Hsiu-Chuen

職稱：

社區大學講師 Community College

環球科技大學助理教授 TransWorld University assistant professor

中國文化大學講師 Private Chinese Culture University lecturer

臺北海洋技術學院講師 Taipei College of Maritime Technology lecturer

服務單位：

環球科技大學 TransWorld University

中國文化大學 Private Chinese Culture University

臺北海洋技術學院 Taipei College of Maritime Technology

Email: Springhou0407@gmail.com

摘 要

隨著社會經濟、生活水準提升與知識水準的進步，消費者不再局限於單一的基本需求，而是轉向複雜的消費行為模式，對於有著美麗經濟象徵的「美容服務產業」需求也是日俱增高。即便受到全球金融海嘯的影響，經濟成長大幅衰退的情況下，人們仍對「美麗」和「健康」保有最低限度的消費，這也使得美容相關產業的成長不容小覷。

消費者對於服務的價值與品質，在一定的程度上取代了消費品的意義，是一種精緻的需求，這也造就美容服務業興盛的原因。由另一個角度而言，現代人對於「外表儀容」的要求十分重視，它不僅是代表個人的第一印象，亦為人與人之間的心靈觸媒。坊間美容相關服務中心的林立，成為人們追求「美麗」的去處，更是予以放鬆壓力、安靜休息的地方，因此在這些美容中心裡，還負擔著「美的相關知識」及「健康保養教育」傳播的重責大任。

社區大學的課程讓已經長久離開校園生活的學員，得以學到「美容」之第二專業技能，利用實際操作的互動上課模式，並透過老師的經驗分享有機會體驗到業界的需要和水準。藝術美甲師、新娘秘書以及整體造型師等，在現今都已出現了全職工作者，證明「美容服務業」是現代社會成長的新力量，能滿足每位愛美的消費者和使自己外表儀容舒適度提升，更成為成人教育第二專長的新目標。

關鍵詞：第二專長、美容服務產業、競爭力

ABSTRACT

With the improvement of social economy, living standard and knowledge level, consumers are no longer confined to a single basic requirement, but also a complex pattern of consumer behavior. The "beauty services", a beautiful symbol of beauty industry demand is increasing. Even under the influence of the global financial tsunami, the growth of the beauty-related industries has not been underestimated by the fact that people still spend a minimum of "beauty" and "health" in the face of a sharp decline in economic growth.

Consumers take the value and quality of service replaced the meaning of consumer goods to a certain extent. It is a delicate demand and also created the rise of beauty services industry. From another point of view, the modern "appearance" requirements are great importance to people. It not only represents the first impression of individuals, but also catalyst between the human spirits. These beauty centers, the quit places, where people pursue beauty, relax stress and rest, also take the heavy responsibility of beauty-related knowledge and health-care education be popularized.

Community College programs let students who have left campus life for a long time to learn the second skill "Beauty". To experience the experience of the industry by the hands-on interactive class models and teacher share experience themselves. Art nail technician, bride secretary and overall stylist, etc., have emerged full-time workers by now. "Beauty services" is a new force to meet the beauty of each consumer and make their appearance comfortable in the development of modern society. It also became the new target of adult education

Keywords: second specialty, beauty service industry, competitiveness

壹、緒論

一、撰寫背景與動機

根據行政院主計總處「人力資源調查」及「人力運用調查」的最新統計資料，失業率從 2015 年 12 月的 3.87% 到 2016 年 7 月已逐漸上升至 4.02%，而當中值得注意的是，中高齡失業人數 8 萬 4 千人，失業率為 1.99%，由數字得知至少有 8 萬 4 千個家庭的經濟受到破壞與連帶影響。

「危機就是轉機，到社區大學培養第二專長，與社會經濟產業接軌。」作者在美容相關產業服務已有 40 餘年，對於現在職場的看法，為當今社會經濟快速成長、行業競爭日益激烈，因此企業在尋覓人才時，再也不需要只有一個「專長」，而是嚮往找到擁有數個專長的「通才」，由此可知第二專長的訓練與培養日漸重要。

作者在美容領域裡，教學有 20 多年的經驗，常與社區大學的學生談及：第二專長的學習，不外乎就是利用多餘時間，來進修專業技能，並且決定開始進行第二專長訓練後，相對的「時間管理」變得非常重要，除了要妥善安排上課時間外，也要利用多餘的零碎時間做「三習步驟」，其分別為課前預習、課後複習及技術練習等。另外重要的課題是「證照累積」，第二專長訓練到純熟後，在職場上還是有不足之處，因為業界對於工作者第二專長的能力，需要由協力廠商的公證單位認可，若要把第二技能當成生財工具，就必需透過證照考試，讓專業機構去做檢驗，證明自身的第二專長能力具備優質肯定。

在本次社區大學期刊發表的「第二專長課程教育之於美容服務業競爭力之提升

—經驗分享與探討」將以作者開設的課程時尚整體造型、美容實務班的教學為舉例以做分享。並透過美容相關理論、臺灣美容美髮業發展、臺灣美容教育學習途徑、臺灣美容教育的方向與內容以及提升競爭力—美容服務業的人才核心能力指標等，對於臺灣「美容服務產業」的認知有了具體的瞭解。

二、撰寫目的

近年來由於科技進步、時代的轉變及生活水準提升，教育普及與經濟發展帶動著職場需求。社會變遷之快速，接觸化妝品者有年輕化的趨勢，不管是男是女，「愛美」是人的天性，喜歡化妝的人愈來愈多，現代正走入「美麗經濟」時代。

美容美髮是屬勞力密集的服務業，隨著消費型態的改變，其經營方式愈朝向多元化的發展。傳統美容教育多為師徒制，以技術為重，較忽略了美容服務業所面對的對像是「人」。顧客想要得到的服務是一種親切、關懷以及舒適感，美容從業人員的正面心態可以間接的影響到顧客。

在社區大學所傳授的，不只是精煉技術外，還需要讓學員們培養從業人員在情緒管理層面的學習，「例如人際關係、社交技巧及接待禮訓練等亦為重要課程。」（黃宜純、詹慧珊、王稚璇，2005）¹授課時，也需要分享自己從業時的經驗，以讓學員們更加瞭解美容服務業的知識以及教育目的與內容。

在現今所提倡的終身學習「活到老，學到老」一句話帶進了非正式教育裡頭，社區大學與各級學校所搭配的課程，給了許多有興趣或者想要學習第二專長的學員們，有了更多的資源可以學習成長。

¹黃宜純、詹慧珊、王稚璇(2005)，〈美容從業人員對在職進修之看法與需求〉《餐旅暨家政學刊》2:2，頁 272。

貳、文獻探討

一、美容相關理論

(一) 美容業之特性

美容業具備服務之要素：「提供專業服務行為，而非銷售產品之活動為目的。」服務業特性，具備以下 6 項：

1. 無形的綠色商品：

服務業大多提供的「行為」即是商品，不需要原物料或加工程式繁複的過程，即可產出商品，屬於零污染的自然商品。例如美容造型化妝師，透過專業的化妝技術之行為，而輸出的無形商品，因此也常被稱為「自然的時尚產業」。

2. 產出的商品無法保存：

服務的過程，顧客幾乎都參與其中，每個人的需求和狀況又不盡相同，所以無法將「服務行為模式」事先給予儲存，幾乎都是立即反應與當場提供之行為。

3. 行為產出與顧客的互動較多：

服務業所提供的行為，整個過程消費者幾乎都在現場，可即時的溝通和接受服務。因此服務業與顧客互動最為頻繁，也幾乎都與消費者息息相關。例如婚紗禮服店之服務，需要陪伴顧客挑選合適的禮服，並給予介紹與建議。

4. 無法完全複製商品品質：

服務是由個別人員提供，即使事先經過統一的訓練或規範，依然無法完全輸出一樣的服務行為。例如美容師，在幫客人做去角質時，會因為每個人的手感力道，在按摩力道時會有大小差異。5. 人員是構成服務產出的關鍵部份：

產出的服務行為，大致上都需要人員在現場做臨時的處理，因此人力、人員是服務商品構成的最重要部份。例如婚紗攝影產業，固然某些程式可藉由機械設施處理，但仍需要人員在場操作，處理婚紗拍

攝的佈景燈光、婚紗照景角度擺置等處理。

6. 對於時間管理有一定的控制：

因服務行為無法儲存之特性，對於服務與時間的關聯性需要非常密切的掌控。消費者不需浪費時間的等待，可提高顧客的滿意程度。

另一方面，美容服務業之特性，則由美學藝術的觀點出發，例如利用專業的護膚保養品，經由判斷的膚質知識、按摩技術、護理經驗及各種設備或儀器等，對顧客實施身體之部位的保養及護理的服務行為。

對於美容服務從業人員的特性，需具備以下 3 項重點：(曾俊明, 2008)²

1. 從業人員均受過長期相關的專業知識及技術訓練。

2. 使用專業有效果的商品成份，與市售化妝保養品不盡相同。

3. 提供消費者專業的相關諮詢及分析建議、並規劃相關服務療程。

(二) 美容業之涵蓋範圍

隨著臺灣經濟之蓬勃發展，消費者愈來愈注重生活品質，對於美容品質之要求日益提升。基於市場之要求，美容業之發展日趨多元化，所涵蓋的範圍甚廣。根據「中華民國職業分類典」指出，美容、美髮及有關工作人員，係指凡從事理燙髮、洗髮、染髮、髮型設計、整髮、美容、化妝、指甲修整塗油等工作人員均屬之，其工作定義及工作內容說明如下：

1. 美容師：

係指為顧客作各種方式之美容處理之工作人員。

工作內容包括：(1)皮膚保養(2)面部頸部按摩(3)修睫毛及眉毛(4)修除不必要之毛髮(5)化妝。

2. 男子理髮師：

為男士修整頭髮及儀容等服務人員。

²曾俊明(2008)，《美容經營管理》(臺北：華立圖書)，頁 27-30。

工作內容包括(1)髮型及造型設計(2)修髮、洗髮及吹整髮型(3)燙髮(4)染漂頭髮(5)臉部按摩、修剃及鬍鬚修整(6)假髮設計。

3.女子美髮師：

為女士修整頭髮及儀容等服務人員。工作內容包括：(1)髮型及造型設計(2)修髮、洗髮及吹整髮型(3)燙髮(4)染漂頭髮(5)選用髮型裝飾品配戴(6)假髮設計。

4.整體造型師：

運用美顏專業技巧與服裝搭配技巧，透過修飾與組合由頭至腳作整體包裝設計之專業設計人員。工作內容包括：①婚紗整體造型中心②個人造型工作室。

5.一般化妝師：

透過美顏專業技術，在消費者臉部作適當比例修飾和美化的彩妝設計人員。工作內容包括：(1)化妝品專櫃美容指導人員(2)美容美髮沙龍之美容師(3)化妝品科技公司彩妝技術指導(4)藥妝店美容師。

6.美體雕塑師：

主要著重於減肥與身材之改善，除了美體專業護理外，還需要指導消費者的飲食和運動方面的知能，以達到雕塑身材目的之專業人員。工作內容包括：(1)瘦身中心美體雕塑師(2)休閒中心美體雕塑師(3)皮膚科醫學美容中心美體師(4)SPA 美容護膚相關部門美體減壓調理師(5)化妝品科技公司瘦身相關產品技術指導師。

7.美容諮詢師：

以分析或教導顧客之方式來傳達美容相關的知識與經驗，協助顧客瞭解自己皮膚或相關問題之專業人員。工作內容包括：(1)化妝品專櫃美容諮詢師(2)藥妝店美容諮詢師(3)化妝品傳銷公司美容顧問

(4)皮膚科醫學美容部專業諮詢師(5)休閒健康中心美容諮詢師(6)美容坊美容諮詢師(7)化妝品科技公司美容技術指導人員。

8.其他理燙髮、美容及有關工作人員：

係指未歸類之其他理燙髮、美容及有關工作人員均屬之，如美甲師、經絡按摩師等。

「中華民國職業分類典」³將美容師依其服務對象及工作性質之不同，再分列為下列四種：

1.為表演工作者化妝的美容師

大多在電視公司或表演舞臺的專屬化妝室工作，有時也配合節目需求，出外景到戶外工作。此類美容師經常要和節目製作人溝通，依節目、角色需求和明星的個人特質等做不同的造型設計及創新之整體造型師。

2.在攝影禮服公司為新郎和新娘締造美麗回憶的美容師

以預約方式幫新人做婚前保養、結婚化妝等服務之彩妝師。

3.化妝公司的美容師

除了對各地區專櫃小姐做美容、保養教育宣導及技術指導外，並在公司產品促銷時，到百貨公司為消費者做現場示範及產品推薦之工作。有些化妝品公司附設有美容教室，美容師需要教導前來學習美容和化妝之消費者大眾。

4.美容沙龍之專業美容師

美容沙龍為一般大眾提供專業保養、美容服務及新娘化妝和保養等工作。

「職業簡介」⁴則依據美容、美髮師以其專業技術，為顧客提供改善或修飾容貌等服務。將其工作歸納為三類：

1.男賓理髮師：

³ 〈中華民國職業標準分類〉行政院主計總處，2016年8月15日查閱，<http://www.dgbas.gov.tw/public/Attachment/141413555071.pdf>。

⁴ 〈職業簡介〉行政院勞工委員會職業訓練局，2016年8月15日查閱，<https://www.wda.gov.tw/index.jsp>。

係為男性提供剪髮、洗髮、染髮、燙髮等服務，有時也兼為顧客修剪指（趾）甲。

2.女髮裝飾師：

係為女性提供剪髮、洗髮、染髮、燙髮等服務，有時也兼為顧客修剪指（趾）甲。

3.美容師：

係為顧客提供各種方式的美容處理，如皮膚保養、面部按摩、修描眉毛、特殊化妝、健身減肥等服務。

(三) 美容業之經營型態

由於美容業的競爭激烈，涵蓋範圍又相當廣泛，因此，對於美容事業的經營型態就需要進一步的瞭解，讓未來想要創業者，作為參考根據《美容事業經營寶典》⁵一書中將美容院的經營型態分類為以下四種：

- 1.獨資公司(sole proprietorship)獨資公司在創新事業形態中是最簡單，最容易設立的組織，創業者就是經營者，也是公司唯一所有權人，無須對他人負責，獨自一人作決策，獨享所有盈餘，卻也自己承擔所有的風險。優點是公司設立簡明、獨得所有利潤，且利潤所得比照一般綜合所得課稅，在新創事業型態中最高為單純。
- 2.合夥公司(partnership)合夥公司是二人或二人以上協議合夥契約，共同出資且共同分享事業所有權，優點在於資金籌措、風險、職務共同分擔，但是決策也需要經合夥人共同討論，容易意見分歧而拆夥。
- 3.股份有限公司(corporation)股份有限公司是一種合法公司，由政府統轄，需要

向經濟部登記，由指定或獨立的所有人經營。優點是公司不會因股東死亡而減散，事業可繼續經營，股東承擔部分的有限責任，個人的資產較無風險，並且不直接參與經營，但是申請過程較為費時、費力。

- 4.加盟店型態(franchise salons)是一種有組織有計畫的行銷模式，加盟店一般為個人所擁有，但也有由總公司管理之直營店，公司提供標準化之管理、整體設計企業識別、裝潢及產品等，缺點是比較無法發揮個人理想和特色，一切行銷及管理均需遵照總公司提供的經營模式。

每一種的組織經營型態都有其優缺點，而所有的型態都有其效果及功能，端看創業者的需求而定。目前臺灣美容事業大多屬於中小型的獨資經營型態，或是加盟大型事業機構之連鎖經營型態，較不會選擇股份有限公司之經營型態。

二、臺灣美容美髮業發展

臺灣美容美髮業發展極為成熟且擁有發達的市場，若依人數規模歸類，美髮沙龍大致可分為五大類：連鎖、獨立大型、中型、小型和個人工作室。為數眾多、約佔總數量七成以上的則是小型獨立沙龍及個人工作室，大多以老客戶維持；至於連鎖店，目前大多採用價格戰路線，對成本和價格的敏感度較高，於近年來陸續有優質的連鎖品牌沙龍以流行時尚、晉升專業技術與服務品質為擴展的方向，因臺灣美髮產業發展迅速，在不同時代中所演變經營趨勢，相對形成了不同類型之服務型態，如表 1 所示（陳秀足，2008）。

⁵亨利蓋比諾（Henry J. Gambino）著，彭明璋譯(1997)，《美容事業經營寶典》（臺北：亞太），頁 10-15。

表格 1 不同時代的美容業服務型態

年代	時代變遷中的發展趨勢
1950 年以前 (剃頭店時期)	臺灣光復初期，家庭美髮院是最常見的典型，其設備包括：一面鏡子和一張理髮椅。美髮業最早稱之為「剃頭店」，後來慢慢發展成「理髮店及美容院」，前者服務男士，後者服務女性，此型態延續了二十餘年。
1951~1970 年 (理髮店及美容院時期)	經濟漸趨平穩成長，消費者開始注重店面的設計與髮式，但流行感並未普及化。只有少數店家建立個別名號與個人高超技術之形象，因此形成所謂之「名店」，也未有「企業經營化」的跡象。較無差異性區別，價位成為一般消費者選擇店家的依據。
1971~1980 年 (女子美髮院時期)	臺灣對外貿易快速成長。國外資訊也開始比較容易輸入，國民所得提高，人們對生活品質的要求，時尚漸漸形成趨勢。雖然傳統的單一店面在此時亦為市場主流，但都會區的經營型態在硬體設備方面也具有相當程度的改進，已形成各店間同步強化的趨勢，較傳統店家有明顯區隔進步。
1981~1990 年 (大型美容美髮院時期)	臺灣在電子業及建築業的帶動下經濟成長快速，人們消費模式改變。此時女子美容院進步快速，也吸引男士來消費，「而傳統男士理髮店在硬體上改進有限，再加上師傅手藝傳承不完整」，使得美髮沙龍不再強調「女性專用」而是「女男性顧客專用」。同時加上國際流行資訊的交流頻繁並漸影響國人，追求舒適、摩登、便利性與服務品質等整體性服務成為主要趨勢。
1991~2000 年 (連鎖化經營時期)	由於新制貨物稅法公佈，化妝品將不列入課稅範圍，許多廠商將此優惠稅制反應在價位上，因此售價降低，不但鼓勵消費、同時也吸引許多國外廠商積極湧入臺灣市場，帶動美髮界的發展與激烈競爭。此時經營型態呈現兩極化的特色，可明顯區分為單一店面（個人工作室）及連鎖化經營形式。個人工作室以簡單管理、高超的技術為主。而連鎖經營業者將現代化管理技術引進到美髮界，諸如成本分析、店面績效、作業流程設計、管制電腦化、內部教育訓練、員工生涯發展規劃等，建立整體企業化系統，發展特色性商譽，至此已是「企業化」的美髮界所具備的技能。
2001 年~現在 (企業多元化經營時期)	由於國內政治經濟的發展，人們走入「優質服務」的消費習慣，要求服務流程產業分工專精及美髮服務變得更親切。時尚流行趨勢的漫延與髮禁的解除，讓美髮市場愈加活絡，消費型態的改變讓原本僅以女性顧客為主的美髮市場，增加男性顧客的服務項目；市場上仍存有傳統理髮店、家庭式美髮院、個人工作室、特色單店與連鎖經營店；尤其這幾年雖然

	經濟大環境不理想，美髮業更體會出「特色經營」才有明天；所以紛紛與其他行業合作，以擴大經營範圍，或走向精緻化。更注重企業文化，強調整體經營的概念。
--	--

資料來源：陳秀足(2008)，《技職院校美髮類課程與職場需求能力之研究》(高雄：樹德科技大學應用設計研究所碩士學位論文)，頁 5-7。

由美髮產業的發展過程中可知，美髮沙龍產業的經營模式，從傳統美容院演變至個人工作室，再演進至連鎖企業化經營。美髮產業經營也從都會區擴編至鄉鎮，從這可看出隨著臺灣經濟動向，進而影響產業之變遷發展。也因為經濟蓬勃發展資訊發達，產業間相對的也快速成長。

「在國際化、自由化及大陸競爭下，企業為強化競爭優勢，經營思潮紛紛轉向追求卓越與品質提升，產業升級帶動各行各業對高品質人力需求，人力需求儼然成為知識經濟時代企業經營的核心。因此在競爭激烈的環境下，企業也必需創新經營並且要不斷成長，方能達到永續經營之目的。」(吳碧瓊，2015)⁶

三、臺灣美容教育學習途徑

臺灣地區的美容技職教育可分為「正式教育」與「非正式教育」。正式的學校教育從國中、高中職、專科、二技、科大、大學、研究所等，以就業準備為目的的教育。而非正式的教育指的是屬於學校教育之外的學習管道，例如社區大學、公

共職業訓練中心和針對職位升遷、技能專精、工作轉換為目標的在職訓練、推廣教育及成人教育等範疇。

美容教育屬技職體系的一環，學習途徑是指無論先進入職場工作，或接受完整學校教育，都有互通性，並可以將理論和實務相互結合印證，以提高本行業之專業地位與資格。

(一) 正式教育

近年來高職「美容科」與技職校院美容相關科系陸續開設，使職業學校畢業學生有更多升學進修的機會。高職教育的設計皆強調終身教育，乃是假定學生畢業之後立即就業，而升學為其次，其課程與教學安排都是朝此方向來設計(吳緯文，2008)。技職教育是為了謀生而準備的教育活動之一，此種活動是透過各種職業課程的傳授與訓練，使學習者事先做準備。而美容教育屬於技職體系的一環，主要目的在於讓學員具備美容、美髮相關職業知識與技能，以因應美容美髮相關業界的需要，見表 2。

表格 2 高中職美容科培育之人力及教育目標

培育人力	<ol style="list-style-type: none"> 1.護膚美體基層服務人員。 2.彩妝基層服務人員。 3.化妝品銷售人員。 4.美髮基層服務人員。
------	---

⁶吳碧瓊(2015)，《美髮沙龍設計師核心競爭力之研究——以經營者與髮型設計師之觀點》(高雄：東方設計學院文化創意設計研究所碩士學位論文)，頁 6-7。

教育目標	1. 培育符合美容相關職場之基層人才的能力，並奠定學習專業知能之基礎力。 2. 培育學員具備敬業、負責、勤奮、合作等職業道德及良好安全工作習慣。 3. 培育具有繼續進修相關專業領域之能力。
------	--

資料來源：高等中學資訊查詢網，教育部統計處，2016年8月20日查閱，
http://course.tchcvs.tw/pCV/CVDept.asp?year_select=105&strGroup=%E5%AE%B6%E6%94%BF%E7%BE%A4&strDept=&search_name=。

技專院校之美容相關科系，依據社會需求及國外美容時尚相關教育內容培養國際視野，以培養學員有關專業整體時尚之相關能力及身心靈保健，美容經營管理的專業知識與技能，使學生成為符合時代潮流與時尚美容產業發展之優質人才，方針為以下六項：(國立臺中科技大學美容系教學大綱)⁷

1. 落實理論與實務並重

課程不僅強調學用合一，更要落實理論與實務並重。從基礎理論知識紮根、到各專業技術分流，最後由整合型課程做畢業前的準備。協助學員寬廣視野、熟悉職場知能，以真正落實技職教育，畢業即就業的本質。

2. 專業技術方面

鼓勵與業界講師協同教學，並落實產學合作回饋給系上教師的專業知識。課程的屬性配置及專任教師專業知識的能力養成與更新，將會是未來能否引導畢業學員無縫接軌進入就業市場的關鍵指標。因此除了鼓勵教師申請與業師協同教學之外，更落實產學合作與本系專任教師的專業知能的實質回饋。

3. 健康美容專業知能的養成

健康美容產業需要的除了熟練的專業技能之外，更需要創意與整合力。教育培育目標設立課程架構，並基於市場需求、實務操作能力，以及職場競

爭力，規劃出二大專業「樂活養生」及「時尚造型」，期望學員於畢業時，除具有健康美容專業能力外，也能依自己的興趣及專長，在樂活養生及時尚造型等相關領域及產業中得到寬廣且多元的就業機會。

4. 制訂實習辦法

在各年級課程中提供各項實習課程的經驗與訓練，加強學生的美容美體、彩妝美髮及整體造型等實務操作技巧。配合整體課程規劃，分為業界參觀與校外實習。實習後，學員均需繳交實習報告，並舉辦校外實習座談會，進行實習成果檢討及專業能力之補強，以增強實習成效。

5. 提供各種升學資訊

指派具留學經驗的教師，提供給計劃出國留學之學員諮詢；並邀請在國內、外進修研究所之校友返校座談，提供升學資訊；且每學年均舉辦校園徵才活動及不定期辦理國內外升學進修資訊講座。

6. 強化各專業課程的銜接與整合，以符合產業期待的專業健康美容人才

為期使課程內容符合產業期待的專業健康美容人才之需求，積極辦理專、兼任教師與相關產業合作。考量學員興趣及生涯規劃各有不同，因此在發展上以樂活養生專業為主軸，輔以時尚造型專業，藉由二種專業領域的課

⁷ 〈國立臺中科技大學美容系教學大綱〉國立臺中科技大學美容系，2016年8月21日查閱，<http://www.nutc.edu.tw/files/11-1000-140.php>。

程強化基礎能力、專業技術能力、藝術及行銷與管理之相關實務課程，來培育學員具有未來工作所需之專業素養與知能。

「在這競爭激烈的市場上，大部分的美容業者都能體會「唯有不斷的創新和進修，才能不被潮流淘汰」。由於行政院教育改革推動委員會於 1993 年宣誓將推動多元入學管道，高教司及技職司全面修正各大專院校推動回流教育相關辦法，因此這幾年使得以往多以機構內進修為主的美容從業人員，有了新的進修期盼和途徑，更希望能透過在職進修來提升工作能力與學歷。」（黃宜純、詹慧珊、王稚璇，2005）⁸

在臺灣美容教育隸屬於技職教育，在許多公私立大專院校中皆有設置其相關的進修推廣部和在職班，給予了學員更多的知識和技巧，這對於提升美容服務產業之競爭力有了很大的幫助。作者本身也是從這個在職班管道取得高等學歷，平日工作、晚上和假日到學校學習，工作中遇到的瓶頸也可以藉由學校的課程一一得到見解。

(二)非正規教育

「美容服務業」是強調專業導向、服務品質與競爭激烈的環境，為避免技職教育體系與市場有落差，導致學習者產生就業受挫、工作不穩定等情況。本文以社區大學教育方針為舉例，作者常將新技術與學員做分享，才不會出現在培育過程中，出現有結訓無就業實力的學員。

另一方面，成人教育的第二專長學習途徑，則可以結合「非正規教育」，此規範於教育部 92 年 10 月 20 日正式發布「非正規教育學習成就認證辦法」，最大的政策意義，在於建構正規與非正規教育體制

之間連結的橋樑，是「落實終身學習理念與建構學習社會」理想具體之政策。

社區大學的非正規教育教育方針與方向，以社區為基礎的落實終身學習範疇，延伸至城市及國家層面的各類型終身學習發展，並透過非正規教育學習成就認證方式，使中高齡層與學習第二專長的學習者，完成技能認識後，可以與社會發展做連結，成為產業競爭力的一份子。

四、非正式教育

美容美髮服務業是屬於勞動力付出很大的職業，在職場上面對的是消費者，因此不管在高中職的教育中，或者是在大專院校的高等教育體系裡，針對學習教育的課程內容應朝向：多元化設計，以引發或刺激學員的學習動機。

從事美容工作或是學習，除了美容相關專業知識及技能訓練是必須接受的課程外，人際關係、社交技巧及接待禮儀訓練也是服務的重要之處。對於增加創新力、問題解決能力、學習的溝通技巧、增加人際關係、情緒管理、敬業精神、職業道德以及繼續進修的能力等，都是美容服務業的重要學習內容。

「態度決定了一切」，對內在，技能訓練的純熟以及知識的培養都必須擁有，在職場上，應以正面的心情迎接每一位顧客。美容服務業是一個隨著時代變遷而不斷更新的職業，繼續進修的能力對此幫助甚大，所謂「活到老，學到老」就是這樣的道理。手中化妝品的更新，面對各種階層的顧客，心態的轉換、學習的多元、人脈的培養以及靈機的應變能力，這些都是美容教育重要的學習方向與內容。

⁸黃宜純、詹慧珊、王稚璇(2005)，〈美容從業人員對在職進修之看法與需求〉《餐旅暨家政學刊》2:2，頁 272。

五、提升美容服務業的競爭力—人才核心能力指標

對於前一節所提及的美容服務業教育方向，再此部份進一步詳細說明。

美容美髮業乃是服務業的一種，服務業的員工必須具備的人格特質包括人際技巧、交易過程中之實務運作。由於人格特質並非一朝一夕就能養成，加上美髮美容業各有其不同的市場定位，因此業界都希望員工特質能符合公司形象，方能展現出與公司一致的形象。以下為臺灣主要大專院校對於美容藝術產業人才所需具備之核心能力：

- (一) 專業技能：具備美容、美髮、美膚、整體造型設計與管理的美學知識與技能。
- (二) 人文創意：融合多元文化、生活環境與社會關懷，培養人文品味與美學素養。
- (三) 團隊合作：培養團隊精神，瞭解團隊分工的重要性，具有團隊合作的能力。
- (四) 創新研發：具有靈活發想、創意思考、統整知識之能力。
- (五) 溝通表達：良好的人際互動關係下，充份自我表達、溝通或談判之能力。
- (六) 外語溝通：能以第二種語言與人溝通並充分表達自我理念。
- (七) 保持好奇心：秉持冒險的精神，願意吸收新的資訊，豐富自己的內涵。

(八) 敬業熱誠：熱愛從事之工作與對工作、人群之熱情關懷。

(九) 分析思考：具備發現問題、分析問題、提出計畫與執行之能力。

(十) 資訊運用：具收集全球時尚相關資訊與電腦科技應用之能力。

(十一) 終身學習：持續學習新知識或技能，增加競爭力。

(十二) 統整規劃：擁有統整知識、技能與設計的能力，並運用於本身的生涯規劃。

(十三) 藝術品味：藝術的鑑賞力或對於藝術環境的熟悉，對於美感的認知。

(十四) 人才培育：重視美容藝術產業人才之培育。

(十五) 國際視野：願意接受異國文化，增廣見聞並具備國際觀與國際競爭力。

(十六) 行銷經營：運用行銷方法與經營手段吸引更多顧客。

(十七) 社會關懷：多參與社會服務或慈善活動，關懷弱勢團體為社會貢獻一己之力。

(十八) 倫理道德：提昇職場倫理觀念並具有職業道德與專業素養，重視每位顧客。

經由以上指標本研究再將其歸納整理成三大項構面：溝通與協調、知識與技能及態度與價值觀，並將 18 項要素分類如下表 3：

表格 3 美容藝術人才核心能力

目標	構面	要素
美容藝術人才核心能力	溝通與協調	團隊合作
		溝通表達
		人才培育
		國際視野
		外語溝通
		保持好奇心
	知識與技能	行銷經營
		資訊運用
		統整規劃
		專業技能

		藝術品味
		創新研發
	態度與價值觀	分析思考
		終身學習
		人文創意
		倫理道德
		社會關懷
		敬業熱忱

資料來源：張曉楨、施光訓、吳冠宏(2013)，〈美容藝術產業人才核心能力之分析〉，《績效與策略研究》10:2，頁 95-97。

參、研究目的與方法

一、研究背景

自從教育部放寬高中職學生在髮禁、化妝的標準後，化妝儼然成了時下高中職學生日常生活禮儀之一。在臺灣女性開始化妝的年齡降至二十歲，種種的數字可以顯示美容服務業的重要性日漸升高。

隨著時代的改變，許多女性在學生時代就已經開始接觸化妝品，而且很早就具備了許多化妝品的使用經驗，不再需要專櫃小姐一一為他們解說如何使用產品。由於社會風氣的改變，越來越多的上班族女性認為在職場上化妝可以給客戶與主管較佳的印象，因此辦公室婦女幾乎是出門必定化妝，對於「儀容」和「美麗」的需求遠高於其他族群。

現在的臺灣，影視產業日趨蓬勃發展，經營的一年比一年要好，在於拍攝廣告以及演員上臺演出的妝容上，有了更加嚴苛的標準，這也證實了美容服務業的需求量更是與日俱增。因此在美容服務業培養優質人才是不可缺少的。

二、研究目的

本研究旨在學員對於社區大學，學習美容教育內容進行之研究目的如下：

(一) 探討學員對於美容服務產業瞭解之情

形。

(二) 探討學員想要學習美容教育作為第二專長之目的。

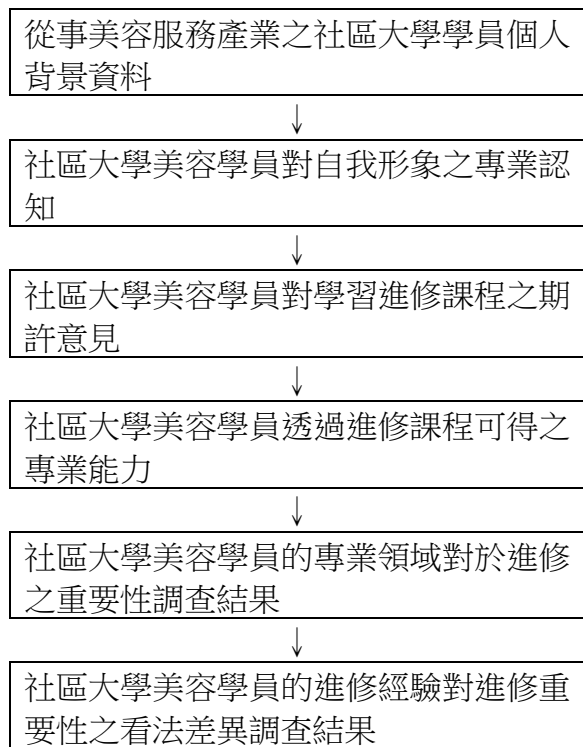
(三) 探討學員是否想要轉行，從事美容服務業之工作，並更進一步的指導。

(四) 探討學員對於社區大學美容教育課程的需求。

(五) 探討學員提出社區大學課程規劃之具體建議。

三、研究方法

本研究係以社區大學美容學員之問卷調查，由於抽樣的方便性與成本考量，以隨機取樣的方式，針對北部 116(100)名美容從業相關的學員進行問卷訪談。研究流程其架構如下所示：



研究之問卷設計，是由研究小組透過文獻探討與分析、並以專家會談內容為依據，並列出各項指標與研究方向，最終得出問卷項目與類別；個案研究之現況調查，為針對各企業、店家、工作室的美容相關學員為對象，給予問卷調查；研究過程之方法，以邀請社區大學學習美容之學員們，進行連續五次的焦點式訪談，而問卷結果則以統計軟體 SPSS 進行分析，主要以百分比、序位、交叉分析、卡位檢定與變異數分析等方式呈現「第二專長課程教育之於美容服務業競爭力之提升－經驗分享與探討」，再經 6 位相關美容產業領

域的專家，針對內容進行審核；其專家的信度與效度為 0.81。本研究有效問卷共 100 份，回收率為 86%。最後根據研究結果，對個人及相關單位，提出規劃課程時的具體參考與建議。

肆、研究分析與結果

一、研究分析

本研究分析，為根據有效樣本 100 位，遍佈臺灣北部之社區大學的美容學員。

(一) 從事美容服務產業的社區大學學員之個人背景資料情形

由問卷調查統計得知（表 4）女性學員佔美容從業人員的大多數為 87%，其中以未婚者居多佔 75%，教育方面以高中職最為普遍佔 41%，勞動年齡層以 21~30 歲居多佔 62%，年資以未滿 2 年者為多數佔 51% 此數據反映在職場流動率較高，薪資在 3 萬元以內者佔大多數為 62%，而數據反映高薪設計師的比例明顯較少 6 萬元以上者只佔 6%，此數據反映出職場上的技術水準大多相等，無太特殊的專業能力去做產業競爭。

工作職稱上，雖然都為美容從業人員，但因工作內容略有不同而呈現多元化職類稱呼，而這次參與本研究分析之個案在領域職稱中，彩妝婚紗從業的學員比美容美體的職類多。

表格 4 從事美容服務產業的社區大學學員之個人背景資料調查結果 (N=100)

基本類別	項目	人數
性別	女	87
	男	13
婚姻	已婚	25
	未婚	75
教育	國中	10

	高中職	41
	大專院校	33
	碩士	10
年齡	未滿 20 歲	16
	21~30 歲	62
	31~40 歲	20
	41 歲以上	2
年資	未滿 2 年	51
	2~5 年	28
	5~7 年	12
	7 年以上	9
薪資	2 萬元以下	20
	3 萬元以內	62
	3~6 萬元	12
	6 萬元以上	6
專業領域	美容美體	33
	美髮造型	17
	彩妝婚紗	46
	其他	4
進修經驗	有/教育機構	35
	有/非教育機構	68
	無	7

(二) 社區大學美容學員對自我形象之專業認知情形

由調查統計得知(表 5)此部分的研究分析,主要想瞭解社區大學美容學員對於自我專業形象的認識情況。從數據得知「需要不斷地進修專業能力」此項目高達 83%,深感得知專業形象的塑造,還是得不斷地進修自我技能,以應付市場上的需求。而此項目的數據也與本文「第二專長課程教育之於美容服務業競爭力之提升」主旨相當一致。當中有 82%的學員,認為「學一技之長勝過家財萬貫」,由此數據反映出社區大學美容學員對於自我專業形象當中,仍相當重視擁有專業技術的重要性。

而「創造出符合顧客需求技術」此

項,則有 72%的學員認同,說明美容學員在追求現代流行趨勢之餘,還是會注意到滿足顧客的形象造型才是關鍵,這也說明學員對於「美的應用優於其他工作者」的認知佔 80%,畢竟現代消費者的自我意識的高漲,消費型態則不同於往日;另外在「廣告宣傳勝於專業技術」佔 18%,而「技術優於其他多元化能力」佔 66%,由此兩個項目數據當中,可得知雖然一般消費者容易對美容廣告具誇大的印象,但社區大學美容學員僅有少部份的人同意廣告資源豐富勝於實際,亦再度說明美容學員認為身處美容相關產業,仍需以擁有專業技術之能力,才是主導自我專業形象的指標。

表格 5 社區大學美容學員對自我形象之專業認知調查結果 (N=100)

類別	項目	百分比
專業形象之認知	專業形象優於整形外科醫生	8%
	講師形象優於職場從業人員	5%
	技術優於其他多元化能力	66%
	美的應用優於其他工作者	80%
	創造符合顧客需求的價值	72%
	是值得一生都投入的事業	50%
	學一技之長勝過家財萬貫	82%
	需要不斷地進修專業能力	83%
廣告宣傳勝於專業技術	18%	

(三) 社區大學美容學員對學習進修課程之期許意見，由調查統計得知 (表 6)

此部分的研究分析，主要想瞭解社區大學美容學員對於進修課程的期許與意見之看法情況。從數據得知「課程內容與教材多元化」為最多數 89%，由此可見現在的學員不在只是接受以「口述」的方式學習，而是更喜愛搭配影音視頻、簡報播放、書面講義等多方式接受課程資訊。另

外「課程輔導轉職或就職」為 48%，從數據中可得知社區大學的美容學員，在課程的內容安排上有符合現代人求職或轉職上面工作的需求指標，這也跟本文重點「第二專長課程教育之於美容服務業競爭力之提升」有很大的呼應。在「課程學習時間富有彈性」佔了 36% 不算少數，已說明社區大學的上課時間的調整與老師的教學時間管理，可盡量配合每位學員的需求。

表格 6 社區大學美容學員對學習進修課程之期許意見調查結果 (N=100)

類別	項目	百分比
進修課程之期許	課程內容與教材多元化	89%
	課程理論多於技術實作	25%
	課程學習時間富有彈性	36%
	課程輔導轉職或就職	48%
	課程上容易結訓完成	17%
	上課講師為知名師資	22%
	上課方式多為小班制	12%

(四) 社區大學美容學員透過進修課程可得之專業能力

由調查得知 (表 7) 主要想瞭解社區大學美容學員對其進修課程想要獲得的需求之情況。而明白社區大學美容學員期望進修的需求範圍後，可有助於課程規劃上的調整，進而提升學習動機與成效。此部

分的研究分析，將項目分成四大部份做問卷調查，分別有「習慣的養成」、「學習的能力」、「流行的運用」、「增加美感」。

從數據來看，「流行的運用」及「增加美感」此兩大部份也是互相影響，其中以細項的「現代流行的美容技術運用」佔最多數，從數據上可得知學員深知擁有技

術固然重要，但自我美感設計也是可以提升競爭力的重要一環，因此在課程安排上，必需注意是否有新潮流的技術資訊外，還需要將美感概念、造型設計等相關課程的帶入並引導，使社區大學美容學員具備「技術」與「想法」的通用專業人才。

另一方面「學習的能力」與「增加美感」此兩大項，也為學員目前迫切想要進修學習的目的。而在細項目中又可以得知學員對於學習解決問題的能力與學習良好

的溝通技巧為多數，如同管理大師大前研一說過：「在全球化的時代，想要成為世界通用的專業人才，就要具備問題解決能力。」而行政院勞委會職訓局日前也指出，求職者應具備良好的人際關係、抗壓性、資訊整合及解決問題的能力，並隨時自我充實，創造不可取代的地位，才能立於不敗之地。由此上述可見，學習思辨與學習解決問題都是往後教學課程上需要思考的方針。

表格 7 社區大學美容學員透過進修課程可得之專業能力調查結果 (N=100)

類別	項目	百分比	
進修可得之專業能力	習慣的養成	良好的情緒管理養成	30%
		良好的工作態度養成	25%
		良好的職業道德養成	32%
	學習的能力	學習解決問題的能力	56%
		學習良好的溝通技巧	57%
		學習增加良好的人際關係	42%
	流行的運用	現代流行的美容技術運用	75%
		現代流行的美容儀器運用	24%
		現代流行的美容產品運用	23%
	增加美感	增加美感的色彩敏感度	42%
		增加美感的造型能力	54%
		增加美感的設計能力	62%

(五) 社區大學美容學員對專業核心科目之進修需求結果

由統計得知(表 8)本研究分析為參考國內技職、大專校院現有的正式學制(例如日間部、進修部)與非正式學制所開設的課程為選項，以了解社區大學美容學員對於現在進修的專業核心科目課程之需求程度。此外也將專業核心科目的選項，以重要性程度來做排序，並做出 1 至 5 名的先後序位。

依平均值與排序數據顯示，前三項之進修重要性分別為，「時尚造型設計」、

「色彩美學」、「美顏學理論與實作」，其結果如表 8。第一項時尚造型設計與前述增加美感之項目的學員，進修程度與看法不謀而合。第二項色彩美學可視為創意設計必需具備的來源之一，因為「色彩」是美學中最重要、最基礎的元素，每個人從睜開雙眼的那一刻起，就被這個充滿光與色彩的世界所包圍，因此色彩不僅存在於自然、也存於生活美學中。第三項美顏學理論與實作則為美容職場上最為需求的技能，需融合專業知識與美容護膚等技術層面。

由此部份的研究指出，社區大學美容學員對於此三項科目的重視結果，反映了

美學創新設計與美容技術，還是有密不可分的發展核心科目。

表格 8 社區大學美容學員對專業核心科目之進修需求調查結果 (N=100)

類別	科目	平均值	排序
專業核心科目	時尚造型設計	4.9	1
	色彩美學	4.57	2
	美容學理與實作	4.49	3
	美容衛生概論	4.31	4
	化妝品概論	4.23	5

(六) 社區大學美容學員對專業必備科目之進修需求結果

由調查得知 (表 9) 本研究分析為參考國內技職、大專校院現有的正式學制 (例如日間部、進修部) 與非正式學制所開設的課程為選項，以了解社區大學美容學員對於現在進修的專業必備科目課程之需求程度。此外也將專業必備科目的選項，以重要性程度來做排序，並做出 1 至 5 名的先後序位。

依平均值與排序數據顯示，前三項科目之進修重要性分別為，「顧客管理」、「情緒管理」、「溝通能力」，其結果如表 9。由此三項結果顯示出，美容學員不僅需擁有顧客服務能力、良好的情緒管理及透過溝通學習如何正向回應顧客的相關知能，這對於服務業所提倡的「顧客是全世界最重要的資產。」理念符合，亦代表學員兼顧專業技術與顧客管理的重要性。

表格 9 社區大學美容學員對專業必備科目之進修需求調查結果 (N=100)

類別	科目	平均值	排序
專業必備科目	顧客管理	5.0	1
	情緒管理	4.86	2
	溝通能力	4.77	3
	急救知識	4.33	4
	職業安全	4.23	5

(七) 社區大學美容學員的專業領域對於進修之重要性調查結果

由問卷統計得知 (表 10) 依卡方值為 11.82, $p < 0.01$ 數據可知，顯示專業領域之不同，在對於進修之重要性的看法上，顯然有所差異。

對於進修認同度最高的為彩妝婚紗從業學員，其次為美容美體從業學員。認同度略低的為美髮造型從業學員。以此說明

第一項，新娘秘書的彩妝技術與流行，技術轉變較為快速，例如妝容的改變，從早期的厚重妝底到現在的輕薄妝感等。而第二項，美容美體認同感指標多的技術層面的變化，例如按摩手技加入經絡、中醫穴位等知識，而相互產生了新的手技方式，以因應多變的消費者。第三項，美髮造型的領域認同感略低，此原因可能跟學員們在學習美髮時，多為師傅一對一指導，並

且也加上訓練期較長有關。因此在社區大學進修方式上，多採邊做邊學的模式，是

否因此影響社區大學美容學員對進修認知的解讀，值得未來進一步探討。

表格 10 社區大學美容學員的專業領域對於進修之重要性調查結果 (N=100)

專業領域	認為進修很重要	認為進修不重要	卡方值
美容美體	70%	30%	11.82***
美髮造型	66%	34%	
彩妝婚紗	73%	27%	
其他	8%	92%	

(八) 社區大學美容學員的進修經驗對進修重要性之看法差異調查結果

由問卷統計得知 (表 11) 依卡方值為 7.78, $p < 0.01$ 數據可知, 有沒有在專門的教育機構內的進修經驗, 在對於進修之重要性的看法上, 顯然有所差異。

研究分析調查結果的個案, 其中值得進一步探討的現象有, 有在教育機構外進

修的經驗者, 表示對進修重要性之看法略遜於未接受過專門的教育機構外進修經驗者 (39.9% : 69%)。此數據意味著社區大學美容學員, 雖然具有較高的進修需求與意願, 但非專門教育機構所提供的課程內容, 較無實質或直接的助益, 此調查結果可提供未來要開設美容相關的社區大學進修課程設計上作為一個參考指標。

表格 11 社區大學美容學員的進修經驗對進修重要性之看法差異調查結果 (N=100)

進修經驗	認為進修很重要	認為進修不重要	卡方值
有教育機構以外的進修經驗	39.9%	60.1%	7.78**
無教育機構以外的進修經驗	69%	31%	

綜合上述研究分析結果顯示, 社區大學美容學員對進修需求的看法, 主要還是以對自我形象之專業認知中得知, 「需要不斷地進修專業能力」、「學一技之長勝過家財萬貫」與「美的應用並創造滿足顧客需求」, 為此訴求下所產生相關看法與需求。

二、研究結果

(一) 社區大學美容學員透過進修課程可得之專業能力結果, 期待「學習的能力」與「增加美感」此兩大項各佔一半, 而其中細項的「現代流行的美容技術運用」為佔最多數。

(二) 社區大學美容學員對於專業核心科目方面, 前三項科目之進修重要性依序為

「時尚造型設計」、「色彩美學」、「美顏學理論與實作」。

(三) 社區大學美容學員對專業必備科目之進修重要性看法, 前三項科目為「顧客管理」、「情緒管理」、「溝通能力」。

伍、研究討論與建議

一、研究討論

根據問卷調查的研究指出, 社區大學美容學員對自我形象之專業認知 (表 5) 多數結果都認為「需要不斷地進修專業能力」, 由此可印證黃富順(1984)所提出之「唯有不斷的吸收新知識才能因應社會的挑戰變遷」。此指標也說明, 唯有透過進修學習到的能力, 有助於在工作領域上,

具有正面的影響力，並且提升整體進修者的專業形象，以達到終身學習之目的。

為配合國人生活水平、消費經濟力的提升，近年來在美容市場上，除了因應時代潮流外，也常配合大眾需求，美容相關產業不斷地引進新的技術及新產品。所以由社區大學美容學員透過進修課程可得之專業能力（表 7）的現代流行的美容技術運用為多數，可了解社區大學美容學員對於新資訊的吸收及學習應用，都具有敏銳性、進取心及學習動機。

依據問卷調查結果指出，學員認為在工作環境有「解決問題的能力」及「良好的溝通技巧」，也是美容專業人才極須具備的。此結果不僅突顯出美容工作環境的多樣性、多變化性，這也與李振昌(2001)所譯「知識經濟大趨勢」有異曲同工的觀點，即教育的重點不應該只是灌輸知識，而是發展能力、對他人負責之行為等。在知識經濟快速成長的時代下，人文素質的層面更顯得急切與重要。

根據（表 11）的研究結果顯示，社區大學美容學員的進修經驗對進修重要性之看法差異，此部分與文獻中所提臺灣美容教育學習途徑，目前多所教育機構或非教育機構單位，都有推出許多美容相關課程。但透過研究發現，現有的非教育機構課程多屬於證照輔導班、適合美容入門學習者的基礎課程或是提供給有興趣學習實用美容資訊的一般民眾之課程內容。因此美容相關產業學員，自然在問卷調查中，容易對教育機構外的課程，較感到失望或不實際。此呼應黃宜純（2002）針對美容美髮沙龍店長專業能力研究中所強調提昇從業人員的專業知能範圍相似，或許在目前進修途徑暢通之餘，應區隔出不同專業程度的人員之安排，才能有效增加教育機構進修經驗者的認同進修實質功能的成效。

二、研究建議

（一）對進修者

參與進修的社區大學美容學員，對於工作環境的衛生與安全、美容相關專業技能與美容相關專業知識等方面都會有幫助；另外在情意層面的學習，則針對顧客管理、情緒管理、溝通技巧等提升自我素質及自我心理建設上的學習。但整體學習效果都要視個人需求目標而定。

（二）對教育機構

美容相關產業普遍工作時數較長，因此進修課程的時間須彈性化，加上學員在從事工作時，常遇到不同的個案，所以針對學習方針應朝向多元化設計之課程安排，例如以美容各領域的工作內容為主，發展各職類需求的專業技能準則與指標。另外師資方面則採多元化延攬，將理論與實務與時俱進，才能具體滿足進修者的需求。總而言之，必須以學習者的角度與需求來做導向規劃，才能激發美容相關人員前來進修的動機，

（三）對企業機構

公司整體品質、素質的提升，也是經營者必須省思的問題，因此應多鼓勵員工加強在情緒意識、相關知識、相關技能等三方面的進修意願，並提供相關管道，以增進員工的自我工作能力成效。同時也建議將員工的進修方針，視為考核、晉級或獎勵等指標，如此能彌補以往僅憑「業績」取向來看待員工，此外經營者也可以明確規定員工進修的權利與義務，例如以工作時數及配合進修去做彈性化調整，員工進修結訓後，以回饋公司服務年資等方式去進行規劃。

透過此方式，不只可以提高企業整體的發展水平，同時員工在進修過程中對於習得新的技術會產生成就感，除了有助於業績的穩定與積極進取的心，並以專業而自信心角度去贏得顧客的心，而非以低價促銷來獲得。

綜合以上敘述，這才是「顧客」、「美容人員」與「經營者」之間的「互利互贏」，也是為教育機構推廣進修的最終目的。

陸、結論

一、第二專長之教學經驗分享

本研究結果是以作者提供有心想進入美容產業或培養第二專長之學習者的管道，並在社區大學所開設的課程為「時尚整體造型」、「美容專業實務班」的教學經驗分享為主題。

想成為一名優秀的專業美容師，其必須擁有豐富的專業知識與清晰的思緒外，還需要「多項」的專業技術，才能配合「萬變」的社會潮流，並因應工作之需求。在教學方針上，常與職場實際技術做結合應用，並帶入時尚潮流造型新技術及現代資訊，為增進美容服務產業人才專業水平的提升，另一方面則可讓學習者結訓後，即可馬上投入職場以做運用。

進修內容主要以美容從業人員必備的專業知識與技術培養，如美容業相關法規、美容保養、彩妝技能、時尚美髮、美甲藝術及整體造型，最後再提供第三方認證機構能力指標之訓練等相關進修課程，認證除了可藉此機會取得證明，提高個人文憑與資歷等，可增進自我被認同感及成就感。

作者編製於第二專長進修項目與內容細分，分為以下七項：

(一) 美容業相關法規：本項為專業知識的培養，以職業之衛生安全相關法規、公共衛生與安全、化妝品衛生管理法之概要及辨識等。

(二) 美容保養：以專業護膚流程 1 為開頭，認識皮膚分析，肌肉、骨骼圖等，實務方面，則以工作前準備之訓練如蒸臉、去角質、按膚等示範式教學。再配合專業

護膚流程 2，如敷臉、手部保養、脫毛等善後工作之示範，在由學員互相練習。課程中也會帶入現代人最為需要的「芳香經絡護理」，透過學習人體經絡位置，並搭配上穴壓手法，進行能量減壓法。

(三) 彩妝技能：以化妝設計圖 1 為解說各種臉型之眉型、脣形、粉底等修飾，並學員互相實習，再以化妝設計圖 2 為各種臉型之眼影、眼線、腮紅、鼻型等修飾與實習。課程中加入現代人常用的三個妝，第一為職業上班妝，能表現知性、幹練、大方、高雅的化妝特質，展現職場專業；第二為外出妝，表現健康、淡雅表現的郊遊型化妝；第三為現代流行的時尚裸妝，畫出晶瑩剔透完美無暇的裸妝，常應用於日常生活化妝、廣告產品化妝、影視化妝等多元化彩妝。課程最後帶入現代新興美容產業，新娘祕書時尚整體造型學習，新娘化妝設計圖為修眉、清純新娘、華麗新娘、龐克新娘妝紙圖學習等；清純新娘彩妝、華麗新娘彩妝，實務教學則以冷色系與暖色系運用；龐克新娘彩妝，則透過對比色與補色做運用，最後透過學員們的互相實習與教師從旁指導做修正。

(四) 時尚美髮：擁有時尚髮型的設計能力，先學習基礎技能，如刮髮、扭髮、編髮等方式，再學習性感自然與雜誌風尚造型的吹整技術。最後再透過學習黃金比例臉蛋分析，開始運用於各式髮型、瀏海造型設計等，展現學習者的個人化風格。

(五) 美甲藝術：先認識美甲保養手法及常見指甲疾病之處理方式，再學習彩繪美甲構圖設計，如美甲九宮格構圖、彩繪元素「點、線、面」之設計繪製，再進階學習花型元素繪製。最後在透過甲片、指甲油、壓克力、凝膠彩繪與時尚美甲整體設計，將學習成果展現出來。

(六) 整體造型：涵蓋相關產業最廣，需要的技能也是最多，如美髮能力、美甲設計實務能力、除此之外在帶入飾品製作，如

珠寶棒花設計、婚禮頭飾水鑽蕾絲設計等，及攝影彩妝運用，以黑白色彩及室內光影之理論進行演練示範。

(七) 第三方認證機構：由行政院勞工委員會核發技術士證照，可獲得同等學歷；如丙級滿五年以上或乙級滿二年以上者，可直接就讀二專；乙級技術士證照滿四年以上者，可直接就讀二技。

二、美容產業競爭力提升之探討

作者對於競爭力的提升內容，分為以下四點：

(一) 對於學員的「態度養成」十分重視，因為職場上美容師必須養成對消費者負責，包括服務過程、服務項目、服務品質等，任何一個環結都需要多加注意，不應該有苟且的想法，以達到與顧客間的相互尊重之基本原則。

(二) 對於「美感的認識」，在技術實務指導前，以理論作為基礎。現代人的生活水準上升、知識水平的提高，每個行業都會加入「設計元素」及客製化設計需求。這在美容服務相關產業也不例外，當每位顧客完成服務後，都希望與眾不同。因此在教育方針上，會先讓學員瞭解什麼是「美」這個既抽象又意廣的詞彙，到底要如何加以詮釋？以「認識色彩」作為課程之開端，此元素的出現，豐富了我們的世界，在教學上以專門開發和研究色彩而聞名全球的權威機構 **Pantone** 所發表的年度流行色彩為例，讓學員瞭解如何將色彩運用在彩妝、美甲、髮色等配色，彰顯個人獨特的風格。

(三) 對於「技能的純熟度」，因為美容美髮是一種技能、一種實務面，需要大量的操作，才能熟悉它。在教學上先以實際示範操作為主，並一個步驟完成後，再由學員們各自操作一遍，以循序漸進的方式做

技術引導。透過聆聽老師的指導，一邊動手學習，希望學員能得到更多知識及技藝純熟。在課堂上若有問題，請立即舉手發問，將給予其答案，做到相互學習和樂在教學的成效。

(四) 對於「技術的創新」，此為技術與想法結合之延伸概念，時代不斷的在變化，每年都有新的流行模式，想要跟上腳步就要不斷的吸收知識、透過學習與反覆訓練，得取技巧上的經驗。教學上我也常與學員分享新的技法和想法，例如今年流行的新娘秘書整體造型美甲，在教學上就會運用較無味道的美甲產品凝膠粉雕與其搭配雕塑的洗筆液，有別於早期水晶美甲溶劑的刺鼻味道，常常讓喜愛美甲的顧客留步。在技術教學上先在底層畫上彩繪設計，之後在上層進行彩繪融合的雕塑，使新娘手上的造型，視覺上不沉重且富含創意與極簡風格，以符合現代流行的設計原則，增加學員在此領域的變化性。另外在今年美容實務班的教學，則帶入「山茶花睫毛」，特殊造型的睫毛花樣，以自然呈現為訴求，有別於傳統的嫁接睫毛的厚實層次感表現，這同樣也可以使學員在接案項目與收費上，別出心裁。

綜合以上，這些都並非是考卷試題上面皆有的正解，是一種不斷反覆演練的技術操作，而想法則是可不斷的透過網路上的新資訊、美容相關領域的書籍去做知識的大量累積。而預習方面，可以先找好資料，訂出想要學習的妝容或美髮造型；課堂上，專心聽講，並勇於發問；於課後，期望學生都能多加練習。

最後作者給學員一段勉勵的話語：「成就天下之事無捷徑可循，欲使能力更加精練，需付出的汗水要如泰山之廣闊。」

參考文獻

- 黃宜純、詹慧珊、王稚璇(2005)，〈美容從業人員對在職進修之看法與需求〉，《餐旅暨家政學刊》2:2，頁 272。
- 曾俊明(2008)，《美容經營管理》，臺北：華立圖書。
- 〈中華民國職業標準分類〉，行政院主計總處，2016 年 8 月 15 日查閱，
<http://www.dgbas.gov.tw/public/Attachment/141413555071.pdf>。
- 〈職業簡介〉，行政院勞工委員會職業訓練局，2016 年 8 月 15 日查閱，
<https://www.wda.gov.tw/index.jsp>
- 亨利蓋比諾(Henry J・Gambino)著，彭明瑋譯(1997)，《美容事業經營寶典》，臺北：亞太圖書。
- 陳秀足(2008)，《技職院校美髮類課程與職場需求能力之研究》，高雄：樹德科技大學應用設計研究所碩士學位論文。
- 吳碧瓊(2015)，《美髮沙龍設計師核心競爭力之研究——以經營者與髮型設計師之觀點》，高雄：東方設計學院文化創意設計研究所碩士學位論文。
- 〈高等中學資訊查詢網〉，教育部統計處，2016 年 8 月 20 日查閱，
http://course.tchcvs.tw/pCV/CVDept.asp?year_select=105&strGroup=%E5%AE%B6%E6%94%BF%E7%BE%A4&strDept=&search_name=。
- 〈國立臺中科技大學美容系教學大綱〉，國立臺中科技大學美容系，2016 年 8 月 21 日查閱，
<http://www.nutc.edu.tw/files/11-1000-140.php>。
- 黃宜純、詹慧珊、王稚璇(2005)，〈美容從業人員對在職進修之看法與需求〉，《餐旅暨家政學刊》，2:2，頁 272。
- 張曉楨、施光訓、吳冠宏(2013)，〈美容藝術產業人才核心能力之分析〉，《績效與策略研究》，10:2，頁 95-97。

社區大學與銀髮族學習問題芻議

On the Learning Obstacles for The Seniors in Community College.

作者：熊智銳

簡歷：

民國 15 年生，河南商城人；中興大學中國文學士，政大教育研究所結業，文化大學中國文學碩士，現就讀博士中。曾任小學校長、中學、大專教師，臺灣省教育廳督學、專門委員退休，現任臺北市內湖社區大學「唐詩欣賞與習作指導班」講師。著作：教育類——中小學校教育情境研究、開放型的班級經營（有簡體字版）、國民小學總務行政、三年乙班教室裡的笑聲（簡體字版為《好媽媽與好老師》，與王廷蘭合著）以上均五南公司出版。文學類——唐詩新品賞，文津出版社出版，採著黃蝶翠谷的秋陽，臺中市政府出版，熊智銳 童話故事選集六冊，臺灣書店出版。「大頭大頭，下雨不愁」童謠。其他，書畫教學，國際交流，聯展，個展多次。

摘 要

本文從銀髮族學習的重要性、門檻以及社會效益，進一步探討社區大學的設立宗旨與問題。民間機構與政府應重視銀髮族的學習，給予便利管道與部分補助，讓「上學」、「上課」、「同儕交流」等等的事情不再只侷限於國民基本教育，已出社會工作者甚至退休者也能夠自我提升，與社會、與環境、與地方都能有更好的交互作用，帶來正面的影響力。學習一事，不只是為了升學與工作，也是一種生活、陶冶內在的知性、人文、藝術的管道。

關鍵字：銀髮族、終身學習、社區大學

壹、緒言

先秦儒道二家，對智（知識）的看法，有很大的差異。儒家重智，重知識，重學習，自集大成的孔子起，至踵事增華，後出轉精的孟子、荀子，乃至韓愈等儒者止，無不念茲在茲地強調知識、學習的重要。孔子更是終身學不厭的典範。¹老莊道家，基本態度是反智、反知識、反學習的。老子云：「絕智棄辨，民利百倍。」²莊子云：「吾生也有涯，而知也無涯。以有涯隨無涯，殆已。」³儒家及孔孟荀，在中華文化道統上，始終居核心不搖地位，儘管歷經中共文革浩劫，而今卻又到處設置孔子學院，重新鼓吹儒家思想和儒家學習精神。不過，儒家雖在二千多年前，就倡導終身學習；而我國的「終身學習法」卻遲至民國九十年，才訂頒公布實施，而且畏畏縮縮，形同「半吊子」的法律。今日社區大學的苦澀模樣，及銀髮族終身學習的闌珊步調，即是此半吊子法律下的產物。本稿試申一隅之見如次。

貳、從頭說起——銀髮族學習的社會效益

民國九十八年一年間，筆者在《健康世界月刊》銀髮族閒話生活專欄，連續寫了三篇探索銀髮族學習問題的文稿。⁴本蕪稿以下有關銀髮族學習問題的議說，即是那三篇文稿的初樣。可喜的是，看看今

天銀髮族學習之門，已逐漸敞開，一方面印證我當年的愚見有可取處，另一方面也見證政府施政在進步中。以筆者自身的經驗為例，民國一〇〇年，我以八十六歲高齡，僅憑學經資歷審查及口試，即進入中國文化大學碩專班就讀；三年多後，在尚未取得碩士學位時，又僅憑《唐詩新品賞》著作，⁵以同等學力資格審查通過，進入博士班續學。相信很多大學在銀髮族學習門檻上，也有類似的做法出現，這就是開通與進步。以下僅就銀髮族學習門檻、價值及效益，略抒淺見。

一、銀髮族學習的門檻

我在探討銀髮族學習問題時一再強調，學習、受教育是每個人的應享權利；提供適當教育場所和機會，是政府的應盡義務。但事實上，銀髮族學習的道路卻荊棘重重，傳統的門閥思想，認為知識學問不宜賤賣，特別是高等教育的學位，更不可廉售。這就是銀髮族學習「門檻」的根源。再加上銀髮族本身的自我設限，約言之，銀髮族學習的門檻可歸納為下數端：

之一，官方的關卡，包括學習機會有限。以社區大學言，官方限定不可任意設置；正規學校入學資格和方式，更關卡重重。

之二，銀髮族的自我設限，包括心理障礙——走不出家門；物質障礙——學習型社會尚未形成，終身學習精神尚未獲肯定等。

¹ 《論語·學而篇》，「子曰：學而時習之，不亦說（悅）乎。」；《孟子·梁惠王上篇》「謹庠序之教，申之以孝悌之義，頒白者不負載於道路矣。」；《荀子·勸學篇》「學不可以已。……學至乎沒而后止也。」。韓愈〈師說〉「古之學者必有師。師者，傳道、受（授）業、解惑者也。」

² 陳錫勇著《老子釋義·第十九章》，臺北：國家出版社。2011年8月初版二刷。

³ 張松輝著《新譯莊子讀本·養生主篇》，臺北：三民書局。2005年4月初版一刷。

⁴ 《健康世界月刊》，1976年創刊，發行人林國煌，社長陳榮基，現已改以網路方式經營。臺北：臺北市仁愛路一段4號6樓

⁵ 熊智銳著《唐詩新品賞》，臺北：文津出版公司。2013年12月一刷。

二、銀髮族學習的價值

價值不等於價錢或價格，價值是無形的財富，他的主觀意味多於客觀品價。我和內子王廷蘭於民國八十八年開辦社區大學時，當時「終身學習法」尚未頒布，「社區大學」之名尚不見經傳，我們為了提振學習風氣，訂了一則「參與學習者的共同信念」⁶，全文十條，第六條是「學習的人生最充實，學習的家庭最溫馨，學習的社會最健康。」這就是學習的價值，更是銀髮族學習的價值。請想想看，一位學習的銀髮族，消極方面，他不會感覺空虛、無聊、甚麼都沒有、就是有時間；積極方面，他會從不斷學習中，獲致成長的滿足；在家庭中，他會是家人，特別是子女晚輩的好榜樣，更會添加家中有趣的話題，增進家庭溫馨喜悅的氛圍。更進一步言，如果學習型的社會形成了，那個社會的方方面面，必然判然改觀，改變得更健康，更生機活潑。

三、銀髮族學習的社會效益

依循前面銀髮族學習的價值言，學習的人生、家庭、社會都是光鮮美好的。換言之，銀髮族學習無形中，會降低許多社會成本（負面支出），更會增加許多社會收益（正面收穫）。以下試妄自設想，銀髮族學習可能產生的社會效益，約為：

之一，跑醫院的長者會減少。學習的快樂會壓縮生病的空間，特別是銀髮族「心身性疾病」會減少，醫療糾紛及醫護設施不足現象，會隨之紓解。

之二，前項的「因」產生的「果」之

一，是老年人跑醫院而生的交通事故，會相對減少，交通壓力亦相對減緩。

之三，前項的「因」產生的「果」之二，是健保老年給付，會相對減少，健保虧損的局面會改善。

之四，前項的「因」產生的「果」之三，是在銀髮族樂於「投資」學習的情形下，市場內需消費相對增加，對整體經濟的繁榮有助。

之五，前項的「因」產生的「果」之四，是大量銀髮族湧入學習市場，社區大學固然欣欣向榮，連帶著正軌的弱勢高等教育場所，亦將獲致新的活水生機。

至於銀髮長者因樂於學習而生活有趣了，左鄰右舍關係相對和諧了，兒孫晚輩乃至普羅大眾，亦將受到良好啟發，自是意料中事。

參、攔腰一問——銀髮族學習怕甚麼

在筆者的妄自探索解析下，銀髮族學習的社會效益多多。但反觀現實景象，銀髮長者學習的步履，至今仍遲遲其行，我們的學習型社會始終還停滯不前。何故？攤開來說，是政府和銀髮朋友，皆有所「怕」。以下試分別言之。

一、政府怕甚麼

政府的教育義務，理當是敞開大門，拆掉諸多不必要的門檻，將受教育的權利「還」給人民。舉世公認教育是實現民主

⁶ 黎明社區大學〈參與學習者的共同信念〉：「一、我健康，我快樂，我勇敢，因為我肯學習。二、我學習的目的是，學一些新事物，交幾個新朋友。三、我學習的方法是，靜心聽，仔細看，常常思考，多多練習。四、我學習的態度是，不會就學，不懂就問，不好就改，不爽就說。五、學習習慣自己培養，讓學習成為生活的一部分。六、學習的人生最充實，學習的家庭最溫馨，學習的社會最健康。…十、這一次沒學好，下一次再來；這一項學好了，再學另一項。這就是終身學習。」

的最佳武器。⁷號稱民主燈塔的中華民國臺灣地區，九年國教只花了短短一年時間，說實施就實施了，這是「威權時代」政府的業績。⁸你要來個「轉型正義」，似乎也未始不可。擾攘不休的十二年國教，固然實現無日，連「課綱微調」這種高度專業性的事，竟然搞出連小學生也參與審理的怪招，成為騰笑國際的笑話，豈不怪哉！

開放銀髮族學習機會，政府到底在怕甚麼？姑妄言之：

一怕碰禁忌。早期學院派視學歷學位為神聖，門檻森嚴，五十多年前，教育部修訂「補習教育法」時，原來希望將補習教育延伸至大專階段，最後遭到一位權威教育學者反對而功告垂成。時至今日，學院派的氣焰，雖已大減，但大學教師重研究、輕教學的考評取向，以學位論文把關的學位授予，都是無形的禁忌，高學歷高學位，依舊視為珍品。

二怕火上加油。全世界都在蔓延失業、低薪潮，青壯年尚嗷嗷待哺，如果老年族群輕易取得高學位，紛紛加入搶就業、搶高薪的陣營，不啻為人力市場和罷工爭薪的危局火上加油。政府抱薪救火已焦頭爛額，哪敢火上加油，搬石頭砸自己的腳，誰不怕？

三怕惹事生非。公務機關多做多錯，少做少錯，不做也過，由來如此。如果開放銀髮族學習管道，必須有大開大闔的膽識，還得等著挨「利委」、「名嘴」、「地媒」的無情砲轟。五日京兆下的紗帽，隨

時會大風吹，誰不怕？

二、銀髮族怕甚麼

政府有所怕，不無道理。銀髮朋友本身對老年學習，通常是又愛又怕。很多長者早期失學，眼看兒孫晚輩各個擁有高學位而頭角崢嶸，自己卻遠遠落後，甚至一片空白，巴望有生之年，有學習機會，以稍補遺憾。這種事人之常情，但他們卻有所怕。

一怕丟人現眼。老年人從新學習新事物，既覺得面子上掛不住，尤其早有聲望成就的長者，更拉不下面孔當老學生。更不堪的是，學習三要素（遺傳、環境、成熟）之一的「成熟度」，重在及時學習。我國古人謂：「時過而後學，則勤苦而難成」（參見《禮記·學記》）銀髮族學習新事物，當然較困難，因為已錯過學習時間；但「難成」並非「不能成」。眼前事例很多⁹。

二怕失血。老年人較珍惜財物，尤其辛勞所得來處不易，而且往後顯然不可能有新的來源，「老本要保」自是必然。事實上，以今日體制言，學習都是要自掏腰包的，怎能不珍惜。但是，有失就有得；如果得失相當，甚至失的是有形有限的財物，得的是無形更大的快樂。「投資自己」，何怕之有？何樂而不為？

三怕跨不過門檻。這是根本問題，入學是第一道門檻，要銀髮族與年輕後輩競爭跨過入學門檻；乃至往後在學習過程中的寫報告、做研究、交論文等重重關卡，

⁷ 參閱熊智銳著《中小學校教育情境研究》。臺北：五南圖書公司 民國 81 年 4 月初版二刷。本書曾獲民國 79 年全國教育學術團體聯合年會核贈「木鐸獎」。

⁸ 國史館著《潘振球先生訪談錄》。民國 93 年 11 月初版一刷，頁 229，潘廳長稱：「省教育廳最重要的無名英雄人物是熊智銳先生。」當時筆者除替潘廳長對外文稿日夜捉刀外，教育部長閻振興向老總統蔣公的報告，也是我在大年初一趕寫的；老總統向第一屆國中畢業生的訓詞，也是我捉刀的，均無半文報酬，這就是當年的國家公務員。

⁹ 參見民國 105 年 8 月 9 日臺北《聯合報》、《人間福報》、美加《世界日報》，均刊載臺北東吳大學 87 歲老碩士生卜賚及中國文化大學 91 歲老博士生熊智銳的求學事蹟。

相對的難度當然較高，這是最可怕的大難關。如何跨越，且待後話。

肆、根本問題--銀髮族學習的石頭和甜頭

儘管學習、受教育是人民的權利，提供適當而足夠的機會和便利，是當政者的義務，而銀髮族學習又會產生若干意料之中和意料之外的社會效益，何以學習之門尚未大開，或僅遮遮掩掩地開幾扇小門小窗？而銀髮朋友，也暫時只能畏畏縮縮地在此等小門小窗下，鑽出鑽進？

因為，政府有些怕。

因為，銀髮族也有些怕。

更因為銀髮族學習之路，遍地是石頭，卻不見甜頭。是析言之。

一、石頭在哪裡？

銀髮族學習的路上，到處是石頭；前文提到，政府和銀髮朋友各有所怕，石頭就是大家都怕的。小石頭不足畏，大石頭一石擋道，才可怕。石頭是甚麼？石頭在哪裡？請放眼看看。

一是有形的石頭。即入學門檻，九年國教施行後，國中、國小補校是國民教育階段，入學門檻拆掉了，隨時隨地歡迎任何年齡層的國民申請入學，課程、學制、教材及教法，都有極大彈性。這條短途中，雖不見有形的石頭，但學習者本身的主觀因素，即無形的石頭，卻依然存在，如怕東怕西、畏首畏尾之類。十二年國教延宕不前，高中職補校的石頭，便較多較大；很多中老年朋友，勇闖國中小補校的難關後，即止步，道理即在此。至於高等教育階段，石頭是巨無霸型，須用重型推土機、起重機，才能破除。但在現實時空下，重型推土機、起重機折損率最高最快，許多所謂國之重臣，稍不經意就鞠躬下臺，或聰明一點，來個「髮夾彎」拐過

巨石，巨石依然無恙。

二是變形的石頭。前文提到，筆者將三篇探討銀髮族學習問題的文稿，三次函請教育部參考後，二次無反應，唯一反應的一次大意說：我們已做的夠多了，包括：

- 社區大學已是遍地開花。
- 長春學苑、老人大學、松年大學，已應時興起。
- 本教育部已委託國立中正大學研究，成立並輔導的「樂齡銀髮教育」已在很多社區設置終身學習中心。
- 本教育部提出的「銀髮新鮮人——阿公阿嬤上大學」圓夢計畫，已有多所大學響應接辦。
- 本教育部委託辦理的老人短期寄宿學習計畫，部分大學也在響應推動。
- 許多大學也正自動舉辦各式老人終身學習活動。

筆者在此再替教育部美顏一椿：君不見，往日的大學夜間部，多已改頭換面成「推廣教育部」，或類似的名稱，並大大擴張了高等教育的領域和功能。石頭變形了，但恕筆者口殘舌賤，這樣變形的目的和效果，是市場化的，是營利走向的，高收費的結果，被排斥的那些弱勢的中老年人；這樣變形的推廣教育，連所謂「社會企業的旨趣」都還掛不上邊。

三是無形的石頭。無形的石頭，即人們的心中之石、意中之障。它普遍存在於銀髮族自身與一般普羅大眾，特別是當政者心坎中。就銀髮族言，銀髮一族儘管「人多」，但「勢不眾」，自甘居於沉默的弱勢，他們既無怨無悔，更苦樂自享，石頭於我何所哉！

就當政者言，老人問題雖迫在眼前，但老人不會為自己權益走上街頭，免驚。老人更不會攻占官府，免驚。老人問題還不會動搖國本，免驚。亦不致撼動政局或侵門踏戶拔動樁腳，免驚。更何況，替老

人們搬動大石頭既冒險，又不會提升民調滿意度，還是省省力氣，搞搞小學生審「課綱」的把戲有色有趣有營養。

二、甜頭是甚麼，在哪裡？

用廣角望遠鏡看，給銀髮長者更多更好的學習機會和學習誘因，讓他們勇於學習並樂於學習，就是甜頭；這樣的甜頭，非僅僅是他們族群的甜頭，從增進社會效益的觀點看，更是全社會和大未來的甜頭。

其一，甜頭像食物鏈。試思，當這個社會的長者學習興趣高漲了，學習風氣鼎盛了，學習領域或學習人口擴充了；在食物鏈式的帶動下，它的市場機制和附加價值，實不限於眼前社會的一切會變得更生動美好，未來社會的一切，也將變得更生動美好。就像前文提到的，學習的人生最充實，學習的家庭最溫馨，學習的社會最健康，正是「蝴蝶效應」的必然現象¹⁰。

其二，甜頭像消炎劑。銀髮長者樂於學習的正向效果像食物鏈，它的負向效果則像消炎劑。感冒發燒或創傷發炎，會牽動全身不舒服，打一針消炎劑，即豁然而愈。銀髮長者如待在家裡生悶氣，小者全家受累；大者會造成社會事件，事例所在多有。醫療糾紛、交通事故、監獄人滿為患，或多或少，均與長者有「病」痛、不「安」於室有關。一旦人人樂於學習，可望產生注射消炎劑的效果，化除「病」痛，若干社會問題也連帶獲得舒展。

其三，甜頭是甚麼？第一個，也是最大最甜的甜頭，是搬開擋路的「石

頭」，即橫梗在銀髮長者學習之路上重重關卡，包括入學門檻、學制、高額收費等等。這須大智大仁大勇的當政者，扮演推土機起重機的角色。

其四，甜頭的上層設計。這是繼第一個甜頭，拆除「石頭」之後的進一步構思：匯集政府各相關部門的部分資源，包括因老人不「安」不「樂」而衍生的各種消極性支出，如警政、獄政、醫政等消極開支，以轉投資於積極性的激勵老人學習事務上。例如：

- 老人學習支出補助、抵稅。
- 老人學習消費券。
- 殘障、弱勢老人學習特別獎勵。
- 老人持續學習榮譽制。
- 老人學習家庭認證。
- 老人學習意外保險。
- 老人學習成就再利用。
- 建立老人學習準學歷、準學位制。

問題是，如此豐美可口的甜頭大餐，能端得出來嗎？盱衡今世，甘於冒險犯難的智仁勇者，「有影嚨？」到頭來，無非空話夢囈而已！

伍、社區大學問題

提起社區大學，說來話長；民國八十年筆者屆齡退休，拉著長年任國小教師的內子王廷蘭提前退休¹¹，以便步調一致。我倆無事找事做，先後自設自營五個義工單位，其中兩個曾榮獲教育部特優獎。最後，於民國八十八年設置的就是社區大學。起因於我倆退休後，赴美探視子女，

¹⁰ 「蝴蝶效應」是混沌學中常提到的現象，指的是在一個動態系統中，初始條件下，微小的變化能帶動整個系統長期巨大的反應。

¹¹ 王廷蘭，金氏認證「臺灣生最多（五個）博士子女的媽媽」，著有《三年乙班教室裡的笑聲》。臺北：五南圖書公司 2008年5月初版一刷。稍後，中國大陸化學工業出版社在五南公司授權下，以《好媽媽與好老師》的書名，發行簡體字版。北京：化學工業出版社 2012年7月。一版一刷。

發現那邊有多樣性的老人休閒學習活動；返臺後，我們就籌辦社區大學，八十八年上期招生，首次即有近千人報名參與。以下分就社區大學的相關問題陳敘經驗及略抒淺見。

一、社區大學的法源與意旨

我們係先成立全國性的社團法人「中華長青文教協會」，由時任教育部常務次長林昭賢先生領銜，時任中國醫藥學院院長陳梅生先生任理事長，筆者任執行長，與內子共同操作經營。兢兢業業，向當地臺中市政府申請登記，以期取得合法地位。當時「終身學習法」尚未訂頒，臺中市政府覆函稱，尚無法令規定，請自行辦理。我們辦了三學期，情況愈來愈好，民國九十年，終身學習法令公布後，市政府便以「違法經營」勒令我們停辦，並飭令市屬中小學不得再借教學場所給我們。我們乃循行政訴訟程序，向教育部及行政法院提訴，所持理由有二：

(一)「終身學習法」只有鼓勵設置社區大學之類學習機構的條文，並無限制設置的條文。

(二)「終身學習法」並無但書或類比的條文，例如「本法未盡事宜，得比照相關法律行之」之類的條文。

訴訟直到最高行政法院，都執意批駁我們違法敗訴。官方對我們所持的「理由」，始終都一字不提也不駁。

從法源看，終身學習法中的社區大學是積極的，它的意旨也是正向的。但行政機關卻以消極負面的態度，既「擴權」以宰制非我族類，更自我設限其作為，以自我感覺良好的態度一仍舊貫，世謂熟睡的人，是叫不醒的，旨哉斯言。

二、社區大學的羈絆與牢籠

以當年臺中市政府宰制我們的作法為例，他們限制臺中市區（當年尚未合併臺

中縣），只准設四所社區大學，東南西北區各設一所，而且須是公私立中等以上學校，才得附設。

其他縣市或不致於像臺中市一樣，但可能相似處，則是社區大學為民間機構，走的是市場經營方式，生死興衰靠自己，即自給自足。這看似無足輕重，也似乎並無不妥。事實上，這既是社區大學的羈絆，也同時無形中為終身學習之門添加了一道門檻，參與學習者必須自掏腰包，繳足夠的費用。這樣的理念與做法，能形成學習型社會嗎？能讓銀髮長者高高興興上學去嗎？更別妄想讓社區大學，搖身一變成為「社會企業」，轉過頭來，以取之於社會，奉獻於社會的角色，壯大自己的社會聲光和身價。

三、社區大學前景的呼喚與推估

就目前主客觀環境看，要說社區大學前景一片美好，可能難逃自欺欺人之譏。大力輔導經營中華民國臺灣地區社區大學的苦行僧林孝信先生往生了，但願後繼有人。筆者不辭譴陋，試妄為今後的社區大學作呼喚。

其一，建立一套「准學制」。比照國中小、高中職的課程、學制、教材、教法而大大彈性化，讓參與學習者在修畢足夠的課程後，可授予相應的「准學歷」。大專階段參考空中大學的學制與方式，課程、科目、修業年限等更加大大彈性化，讓參與學習者有取得「准學位」的機會。當然也必須有適當的規範，不宜流於浮濫。

其二，搬開「石頭」給予「甜頭」。當政者以智仁勇精神，除搬開橫梗於銀髮族學習途中的大小石頭外，更以多種方式賦予或端出社區大學學習者足夠足甜美的甜頭，讓學習者不禁食指大動，不必畏畏縮縮賠老本，而勇於為學習而消費，成為市場內需的「投資者」或「資產」，而非

「負債」。如此這般，自政府當政者至終身學習者，人人都將成為建造學習型社會的大推手、大功臣。

其三，社區大學自求多福。不再單賴收費掙生存，設法兼營「社會企業」以自利利他。期使社區大學功能極大化，成為推動終身學習、建立學習型社會的主流，並在客觀需求下，生機勃勃，遍地開花，結實纍纍，豐收滿滿。像目前的臺北市內湖社大，經營得如此光鮮亮麗，應屬異數。

陸、結語

人為萬物之靈，靈在人的認知學習潛力無窮；儒家異於他家者，在其尚智，創終身學習說。本蕪稿遠從儒道二家，對知識、學習有相左的態度談起，為我國終身學習思想尋根。接下來，探討銀髮族學習問題，分別以「銀髮族學習的社會效益」、「銀髮族學習怕甚麼」及「銀髮族學習的石頭和甜頭」為重點，各抒淺見。

最後探討社區大學問題，從當年筆者創辦社區大學的遭遇，談到社區大學的法源與意旨、社區大學的羈絆與牢籠、社區大學前景的呼喚與推估，並為建立學習型社會乃人人有責作由衷的呼籲。姑妄饒舌，諸請指教。

投稿須知

《社區大學學刊》是結合國內社區大學教育領域共同編印出版的刊物，其宗旨是「做為社區大學成人教育理論與實踐的交流平臺，從行動中創新，發表、分享經驗，藉以提昇成人教育的實質內涵，進而為社區大學累積本土性的學術成果。」主要刊登內容涵蓋社區大學經營管理、各課程經營管理、創新實驗教案相關論著、相關書評或調查報告等。本刊園地係屬公開性質，歡迎各界投稿。

一、文稿類型

- (一) **專題論文 (Special Issue)** 符合當期期刊之特定主題，具有原創性與完整學術格式之論文。中文之文稿以八千字至一萬五千字（含注釋、表格及參考書目）為限；英文文稿則勿超過一萬字。投稿論文必須經本刊雙向匿名審查作業程序，由二至三位相關審查人審定通過，方可刊登。不接受已正式出版或一稿數投。
- (二) **研究論文 (Research Paper)** 非屬於本刊當期企劃之主題，但對社大教學研究領域有創新、評論上有建設性、資料收集及分析有貢獻之完整學術規範論文，其字數限制與審定方式皆同專題論文。
- (三) **特約稿 (Article)** 已在國際或國內相關物刊、研討會上發表，符合每期企畫專題的傑出論文。該文需經兩位以上編輯委員推薦，每期以一篇為限。
- (四) **田野調查 (Field Research)** 針對社區大學相關領域所作之田野資料的彙編、整理與呈現。
- (五) **專欄 (Column)** 以社區大學研究相關領域為主題，刊登專人及某一性質的文章，作一系列探討分析與評論。文章格式不受正式論文格式的規範，行文視撰寫者風格而有所不同，不必經過審查，提供一個較新、較寬廣的思維空間，或是做為系統性研究時的參考指標。

二、論文格式

- (一) 論文文字，中英文均可，但中文以繁體字為限；英文文稿不超過當期篇幅的四分之一。同時本刊亦歡迎以其他語言（如日文、法文）來稿，經審議通過，本刊將譯成中文刊登。
- (二) 來稿請用電腦文處理並註明檔名，檔案軟體請以與 windows 相容者為限。文字橫向排列，並註明頁碼。
- (三) 來稿內容以首頁、中英文摘要與關鍵字、正文、注釋、參考書目及附錄為序，各項獨立起項。
- (四) 首頁著錄：中英文論文題目、作者中英文姓名與中英文任職機構、通訊地址電話、E-mail、謝詞語等相關資料。
- (五) 首頁後，依序為中文摘要（三至五百字以內）與三至五個關鍵詞，以及英

文摘要（三至五百字以內）與三至五個關鍵詞。

（六）為便於本匿名審查作業，請勿在正文內頁，呈現作者姓名與任何相關可供辨識之資料。

三、審查程序

（一）本刊立基於社區大學學術研究之立場，採取雙向匿名外審制度。

（二）文稿寄至本刊，由編輯委員決定審查委員；審查委員由相關研究領域之學者擔任之。

（三）每篇來稿將由兩位審查委員審查，需時約一至兩個月。送審文章之作者匿名，審查委員名單亦不公開。本刊編輯負責通知作者文稿審查進度與結果。

（四）本刊審查意見分成：1.「採用」 2.「修改後再採用」 3.「修改後再審」 4.「不採用」四項處理方式，詳細如下：

處理方式		第一位審查委員意見			
		採用	修改後再採用	修改後再審	不採用
第二位 審查委員意見	採用	1	2	3	4
	修改後再採用	2	2	3	4
	修改後再審	3	3	4	5
	不採用	4	4	5	5

狀況 1 即原稿採用，並將審查意見寄予投稿人參考。

狀況 2 函知投稿人逐項答覆，編輯委員會通過後予以刊登。

狀況 3 函知投稿人逐項答覆之後，送回原審查人再審。

狀況 4 函知投稿人逐項答覆之後，送回原審查人再審

狀況 5 送第三位審查委員，若其審查結果為採用，則予以採用。若為修改後再採用或修改再審，則由本刊編委會決定。若為不予採用，則函知投稿人不予採用

狀況 6 函知投稿人不予採用，並將審查人意見寄予投稿人參考。

（五）本刊將審查意見與文稿副本寄回投稿人，作者應於十五到三十天內，將修整完畢寄回本刊。文稿確定後，作者不得再更動稿件。

（六）本刊依匿名審查意見，保有對於文稿進行任何必要更動的權利，並得請求作者

參考審查意見做必要的修改或拒絕刊載文稿。如作者堅持審查意見需修改部分有其學術價值而不願接受刪改者，請填具答辯書。

(七) 請自行保留原稿，本刊依例不退還原稿。

(八) 本刊隨時接受來稿，文章隨到隨審，稿件之刊登時間依審查進度及當期主題而定，本刊編輯部會書面通知投稿人預定刊登期數。

四、版權事宜

(一) 本刊不接受已正式出版，或一稿數投的論文。邀請之論文，不再此限。

(二) 經刊登之論文，版權歸本刊所有，非經本刊同意，不得轉載或轉譯他語文發表。邀請之論文不再此限。

(三) 凡經刊登之論文，本刊將致贈當期學刊五本，以及 PDF 檔。

(四) 投稿著作所有列名者皆同意在投稿文章經本刊刊登後，其著作財產權即讓給《社區大學學刊》，但作者仍保有其著作未來自行集結出版、教學等個人使用之權利。

五、稿件交寄

請投稿人將文稿 word 檔案，[以附加檔案方式 E-mail 至 infos@nhcc.tw](#)，並於三天內以電話洽詢編輯部，確認稿件收受無誤。或是列印文字稿及準備檔案光碟片，郵寄至內湖社大學刊編輯部。並請提供電子郵件帳號或是行動電話，以便於聯絡。

六、出版查詢

詢問本刊出版相關事宜，請洽：電話：02-87511587，傳真：02-87511586，或上網查詢 <http://www.nhcc.org.tw>。11493 臺北市內湖區內湖路一段 520 號。

社區大學學刊論文撰寫體例

(2016 / 10 / 14 第一次編輯委員會修正通過)

本刊為統一文稿規格，特編訂論文撰稿體例，敬請參考遵循採用。

一、撰稿格式

- (一) 文稿格式，文字橫向排列，左右邊對齊，並註明頁碼
- (二) 文稿請以首頁、中英文摘要與關鍵字、正文、注釋、參考書目及附錄（如有需要）為序。
- (三) 各項獨立起項。
- (四) 以繁體字書寫列印，避免使用易引起混淆的簡體字，如「后」應改為「後」。
- (五) 若有特殊注意事項，請於稿件後獨立起頁註明。
- (六) 中文採新細明體，字級 12。英文和數字採 Times New Roman，字級 12。

二、首頁

首頁內容請著錄：

- (一) 題目：中、英文並列
- (二) 作者：中、英文並列
- (三) 職稱：中、英文並列
- (四) 服務單位：中、英文並列
- (五) 聯絡地址
- (六) 連絡電話
- (七) E-mail 信箱

三、摘要與關鍵詞

稿件「第二頁」著錄：

- (一) 題目名稱（中、英文並列）
- (二) 中文摘要（三至五百個字以內）、中文關鍵詞（三至五個）
- (三) 英文摘要（三至五百個字以內）、英文關鍵詞（三至五個）

四、正文格式

稿件第三頁開始，著錄「題目名稱」，「正文」自本頁起。

- (一) 為了便於匿名審查作業，正文中請勿出現透漏作者身分的文字。
- (二) 圖表請勿放入文中，勿集中於文後。
- (三) 標點符號之使用
 1. 中文標點符號一律使用「全形」輸入，英文標點符號一律使用「半形」輸入。

2. 正文中書刊名以及篇名、標點符號之使用：

「」 用於一般引號、徵引專門辭彙、研究專題名稱等。

『』 用於第二級引號（即引號之內引號）

《》 用於書名、期刊（雜誌）、報紙名稱等。

例 《全球化》於 1997 年在臺灣出版。

〈〉 用於單篇論文或某章。

例 〈八 0 年代臺灣新電影的社會學探索〉

(四) 標題：論文子目，依下列次序列章節段落。

中文大小標題以下列表現方式為序，原則上勿太過繁複。

壹、 □□□□□□□□

一、 □□□□□□□□

(一) □□□□□□□□

1. □□□□□□□□

(1) □□□□□□□□

(五) 分段與引文

1. 每一段第一行第一字前空兩個全形格。
2. 直引原文時，短文可徑入正文，外加引號。
3. 如所引文原文較長，可另行抄錄，引文需較正文縮排兩格。
4. 引文字體均以標楷體呈現，若英文引文以大小 12 斜體呈現。

(六) 插圖與表格

1. 排序範圍：圖 1，圖 2，表 1，表 2；或 Figure1，Figure2，Table1，Table2。
2. 圖表說明之位置：圖之標題與說明標示於圖下方；表格標題在表上方。

(七) 年代、數位寫法

1. 請以阿拉伯數字表示日期與年號。
例 1990 年 7 月 1 日 / 光緒 11 年 / 民國 68 年
2. 圖表中數位，請以阿拉伯數字書寫。
3. 百分之 XX，請用阿拉伯數字書寫
4. 數位十以下及整數的標示法，均用中文數字表示
例 一、二、三；十、二十、三十；萬；千萬

(八) 外文翻譯

1. 外國人名請譯寫姓氏(Last name)，不須標註國籍，並後以括弧列出原文全姓名。
例 費克斯(John Fiske) / 韋伯(Max Weber)
2. 翻譯專有名詞、文章、書籍等，必須加註中文引號，再附原文於括號

內。

例 「議題設定」(Agenda Setting) / 《解讀電視》(Reading Television) / 流行樂曲《麥卡蓮娜》(Macarena)

3. 有關其他相關的外文資料，盡量以中文翻譯呈現，並附原文以利閱讀。
4. 中文姓名以羅馬音方式，如，李亦園(Li, Yih-Yuan)或李亦園(Yih-Yuan Li)。

(九) 簡稱：有些較長的陳述，第一次使用全稱，之後可以簡稱呈現。

例 國立政治大學（以下簡稱政大）、有線電視新聞網(Cable News Network，以下簡稱 CNN)

五、注釋與參考書目書寫格式

(一) 有關引述出處與書目，請以注釋表示。

(二) 內文注釋，請以阿拉伯數字至於標點符號之後的右上方，並在文中頁末左下角註明。

(三) 所有注釋請以頁下注方法表達。

(四) 中文文獻按作（編）者姓氏筆畫、英文文獻按作（編）者英文姓氏字母順序編列。若同一作者有多項參考文獻時，請依年代先後順序排列。若同一作者有多項參考文獻時，請依序在年代後加 abc 等符號。

(五) 中文書籍

1. 注釋

◎作者（出版年份），《書名》（出版第：出版社），頁次。

例 李英明(1999)，《中國：向鄧後時代轉折》（臺北：生智出版社），頁 72。

◎若第二次再引用，請以下列方式表示：

例 李英明(1999)，《中國：像鄧後時代轉折》，頁 13。

◎原文作者姓名中譯（原文作者姓名），譯者（出版年份），《書名》（出版地：出版社），頁次。

例 阿里夫·德里克(Arif Dirik)著，王寧譯(1999)，《後革命氛圍》。（北京：中國社會科學出版社），頁 269。

例 Edward W. Said(1978) . Orientalism. New York : Vintage Books, pp.3-7. 中譯本件王志宏等譯(1999)，《東方主義》（臺北：立緒文化事業），頁 6。

2. 參考書目

◎作者（出版年份），《書名》，出版地：出版社。

例 李英明，《中國：像鄧後時代轉折》，臺北：生智出版社。

例 Jamison, Kay Refiend 著，易之新譯(2002)，《夜，驟然而降：瞭解自殺》，臺北：天下遠見。

(六) 中文文章 (期刊論文)

1. 注釋：

◎作者 (出版年份),〈文章〉,《刊名》期號,頁次。

例 黃典權,〈香火傳承考索〉,《成大歷史學報》第17期,頁121-122。

例 江明修、梅高文(1999),〈宗教非營利組織之符號管理初探〉,《公共行政報》3,頁259-277。

2. 參考書目

◎作者 (年份),〈文章〉,《刊名》,卷期 (期數),頁次。

例 顏學誠,〈修練與身體互動：一個氣的身體人類學研究〉,《臺大考古人類學刊》第?卷第?期,頁112-145,2002。

例 鄭慧慈(2005),〈伊斯蘭服飾文化〉,《新世紀宗教研究》4:2,頁83-120。

(七) 中文文章 (載於書籍)

1. 注釋

◎作者 (出版年份),〈文章〉,編者,《書名》(出版地：出版社),頁次。

例 杭之(1987),〈大眾文化的流行透漏甚麼?〉,李亦園編,《辯思與擇取》(臺北：敦理出版社),頁61-70。

例 James N.Rosenau 著,楊雪東譯 (出版時間不詳),〈全球化的複雜性與矛盾〉,《全球化的資本主義》(臺北：推手文化出版社),頁207-208。

2. 參考書目

◎作者 (出版年份),〈文章〉,編者,《書名》(出版地：出版社)。

例 杭之(1987),〈大眾文化的流行透漏甚麼?〉,李亦園編,《辯思與擇取》,臺北：敦理出版社。

(八) 中文學位論文

1. 注釋

◎作者 (出版年份),《論文名稱》(學校所在地：學校系所學位學位論文),頁次。

例 溫洽益(2002),《論西方當代中國研究典範的嬗變》(臺北：國立政治大學東亞研究所博士論文),頁20-24。

◎再次引用時,可省略出版資訊。

例 溫洽益(2002),《論西方當代中國研究典範的嬗變》,頁20-24。

2. 參考書目

◎作者 (出版年份),《論文名稱》,學校所在地：學校系所學位論文。

例 溫洽益(2002),《論西方當代中國研究典範的嬗變》,臺北：國立政治大學東亞研究所博士論文。

(九) 報章

1. 注釋

◎作者，〈文章〉，《刊名》，年月日，版次。

例 鄭樹森，〈四十年來的中國小說〉，《聯合報》，1989年8月11日，版27。

◎若無特殊定義者，省略作者名與篇名。

例 《聯合報》，2001年1月26日，版6。

2. 參考書目

◎作者，〈文章〉，《刊名》，年月日，版次。

例 鄭樹森，〈四十年來的中國小說〉，《聯合報》，1989年8月11日，版27。

◎若無特殊定義者，省略作者名與篇名。

例 《聯合報》，2001年1月26日，版6。

(十) 古籍

1. 注釋

◎朝代，作者，《書名》卷數（出版地：出版社，出版年代），頁數。

例 清·李兆洛，《駢體文超》卷三十（臺北：廣文書局，1963），頁26。

例 唐·段成式，《酉陽雜俎》，《四部叢刊初篇子部縮本》（上海：商務印書館，1935）。

◎朝代，作者，《書名》卷數〈篇名〉（出版地：出版社，出版年代），頁數。

例 梁·沈約，《宋書》卷六一〈武三王傳〉（臺北：鼎文書局，1993）。

例 宋·歐陽修、宋祁，《新唐書》卷四〈則天皇后本紀〉（北京：中華書局，1975），頁81。

◎古籍之書名與篇名連用時，可省略篇名符號。

例 漢·司馬遷，《史記·刺客列傳》（北京：中華書局，1969），頁335。

例 宋·歐陽修、宋祁，《新唐書·則天皇后本紀》（北京：中華書局，1975），頁81。

◎再次引用時，可省略出版資訊。

2. 參考書目

◎朝代·作者，《書名》卷數，出版地：出版社，出版年代。

例 清·趙翼，《二十二史劄記》，北京：中華書局，1984。

例 北周·庾信，清·倪潘注，許逸民點校，《庾子山集注》，臺北：源流出版社，缺出版年代。

◎朝代·作者，《書名·篇名》，出版地：出版社，出版年代。

例 漢·司馬遷，《史記·刺客列傳》，北京：中華書局，1969。

(十一) 經藏

1. 注釋

◎引用新舊約：可嵌入正文（書卷略稱卷數，節數）。

例（歌林多前書四，10-13節）。

例（林前四 10-13）。

◎引用古蘭經：可嵌入正文（書卷略稱卷數，節數）。

例《古蘭經》(10:13)。

◎引用佛典：朝代·作者，《書名》卷數，《藏經》冊碼，經號，出版地：出版社，出版社年代。

例 唐·玄奘譯，《瑜伽師弟論》，《大正藏》冊 30，第 1579 號，臺北：新文豐出版公司，1987。

2. 參考書目

◎作者（出版年份），《書名》，出版地：出版社。

例 方廣鋁主編(1998)，《藏外佛教文獻》第六輯，北京：宗教文化出版社。

(十二) 網路文獻

◎網址文件若有紙本出版，請以紙本文獻為主。

◎若引用的文獻僅有網路文件，請詳細列出其網址、刊登日期或查詢日期，並確認連結網址可以開啟。

◎作者，〈篇名〉，網域名稱，年月日，網址。

例 〈臺灣地區死亡人數表〉內政部統計處，2010 年 11 月 30 日查閱，
<http://www.noi.gov.tw/stat/gender.aspx>。