

台北校園推廣教育之未來航向

專題報導

編者按：本文為技術學院院長徐錠基於91年10月19日舉行的諮教學與行政革新研討會中發表的專題報告，本報特予摘要刊出，以饗讀者。

一、推廣教育的發展趨勢

邁入二十一世紀，一方面伴隨高科技化、資訊化、國際化以及產業結構等社會、經濟的變化，每個人都必須不斷的學習新的知識、技術，充實新的能力，以配合新社會的脈動，才不致於被快速的社會變遷所淘汰。另一方面隨著每個人空閒時間增加、高齡化等社會的變化，為了豐富人們精神與物質的生活，學習的需要性也逐漸加大。對於這樣的發展趨勢，二十三年前張創辦人建邦博士早已完全臆測。

在張創辦人所譯「大學的功用（第三版）」書中譯序之一篇一九七九年四月十五日的「二十一世紀的教育」文章中，預測了「未來2005年的終身教育（lifelong education）將非常普及，而所謂終身教育包括：（1）高比率的成年人在學院或大學就學，（2）個人因故延期上學或中斷後再進大學，（3）因需要或興趣或為了適應新環境而學習，（4）因職業變動或新技術的發明或新工作的需要而重新學習，（5）為了使自己從事的行業能趕上時代，需要不斷的進修，（6）如何善加利用休閒時間及健身運動與正當娛樂的培養；終身教育不但已在校園內實施，並且推廣到校園外，教師們趕到了各機關、各工廠、大商店及大農場教學，配合學習者的職業及地點」。

CLARK KERR在二〇〇一年出版的「大學的功用（第五版）」書中也臆測，大學的整合過程會持續與市場走向相結合。屬於「市場 I」（Market I）之十八至二十四歲傳統型的大學生已逐漸被「市場 II」（Market II）之二十五至六十五

歲非傳統型的大學生所取代。"市場Ⅱ"的非傳統學生不僅已占整體入學人數的百分之四十，兩市場亦均開辦更多工作導向的課程。由課程選擇的多樣性就可證明，學生追求自我價值的教育目的已被就業目的所取代。另一個全新的市場，"市場Ⅲ"（MarketⅢ）就是為六十五歲以上退休人員所準備的。為了培養學生全方位生活的文雅教育已經在以上所談的三種類型的市場逐漸失去光芒。那些進入"市場Ⅲ"的學生只對他們年輕時無法學習到的事務感到興趣。

面臨這樣的市場變革，美國高等教育從一開始只是從事學生道德提昇的工作，逐漸轉為致力於幫學生獲得一份好的工作。建立充實的生活已取代心靈提昇的哲學人生觀，成為高等教育的主要目的。此外，"市場Ⅲ"的崛起，亦正可服務渴望再受教育的退休人員。高等教育、工作與休閒三者之間，已經因新環境的產生而融合在一起了。高等教育機構逐漸降低其傳統學校原本擁有的特質，而與產業及社會脈動相互結合。同時，"市場Ⅱ"與"市場Ⅲ"更特別適合網路校園的發展。

我國的發展趨勢亦同，依內政部戶政司資料整理統計，民國九十年底台閩地區現住人口共計22,405,568人，其中19歲以下人口6,430,231人、占28.7%，20~24歲人口1,992,372人、占8.9%，25~64歲人口12,009,608人、占53.6%，65歲以上人口1,973,357人、占8.8%。如將歷年來之資料加以分析，屬於市場Ⅰ的學齡人口逐年減少，而屬於市場Ⅱ、市場Ⅲ的在職與退休人口卻逐年成長之中，可預見的是未來正規教育的受教學生將越來越少，而非正規教育的受教學生將逐漸受到重視。有鑑於此，政府近年來亦積極推展終身教育，於一九九八年三月發表「邁向學習社會」白皮書，以十四項方案為推動重點，積極建構學習社會的雛型。一九九八年五月，將終身教育政策納入「教育改革行動方案」。今年二〇〇二年六月二十六日公布「終身學習法」，七月行政院推出了為期六年的「挑戰2008：國家發展重點計畫」，其中包含「1.2建構全民網路學習系統」、「1.4建立E世代終身學習社會環境」兩大議題，都顯示了政府對落實建構「人人有書讀，處處可讀書」的學習社會的決心。本校台北校園的推廣教育如何也能與政府「推展終身教育、建立學習社會」的政策銜接，建構成為未來社會大眾終身學習活動之教育機構，是刻不容緩值得我們共同探討的課題。

二、台北校園推廣教育的現況

台北校園目前有技術學院、建教合作中心、推廣教育中心等推廣教育相關單位。技術學院辦理技職教育，以實務教學為導向，並提供回流教育功能；建教合作中心和推廣教育中心提供終身教育、終身學習的功能，同時負有開拓社會資源的任務。整體而言，台北校園未來的發展方向係以服務為主的終身及推廣教育。

依據教育部頒佈的「大學推廣教育實施辦法」，大學推廣教育，分為「學分班」及「非學分班」二類。在本校的台北校園分別由推廣教育中心負責辦理學分班、建教合作中心負責辦理非學分班之推廣教育業務。推廣教育中心學分班的開班主要包括：碩士學分班、學士學分班以及教師進修學分班等，建教合作中心非學分班的開課系列主要包括：專業訓練、工商企業管理、外國語文研習、華語研習、以及海外研習等。

根據教育部高教司「校務量化資料資訊」及「財務報表資訊清冊」所彙整85~90學年度北部五所私立綜合大學包括：淡江、東吳、文化、輔仁、中原等推廣教育概況之比較資料顯示：本校歷年來在「學分班」推廣教育之開課總班數、開課總時數、訓練人數均高過其他五校甚多，執行成效最佳，中原次之，然後是文化。「非學分班」推廣教育之開課總班數、開課總時數、訓練人數則以文化業績最佳，且高過其他五校甚多。值得注意的是，近年來之推廣教育，中原、東吳均有顯著的成長，而本校卻呈現了小幅的萎縮。若以推廣教育加上建教合作的總收入而言，九十學年度文化收入總為714,005,892元，其次是本校的371,389,230元，之後依序為中原318,751,015元、輔仁192,966,459元、東吳119,073,358元。究其原因，文化大學建教合作部辦理推廣教育，在學分班的開設其實並不如本校的班次多，非學分班的各單位委託專業訓練也不及本校，但文化在推廣教育的電腦相關課程上則開設得相當多，據悉達三百多種課程，此外開設了健康、銀髮長春、養生保健、休閒育樂、婦女、藝術、兒童等多元的課程為其特色，同時文化建教合作部除了建國本部外，另有新莊分部、台中分部、高雄分部，均開設相同多樣之課程。

三、台北校園推廣教育的未來展望

從以上的說明可知，本校的推廣教育執行績效在北部私立大學校院中已屬上乘，惟面對文化大學一枝獨秀的業績，本校仍有再努力的空間。對於文化大學開設多元、豐富的推廣教育課程，值得本校學習。依據 www.waseda.ac.jp/extension/index.html 網站資料，早稻田大學於2001年推廣教育的受教學員人數共計27,462人，學員平均年齡40歲，其中女性學員占三分之二，為男性學員的一倍等，顯示女性在推廣教育之市場，相當重要，這也都是值得我們參考的地方。台北校園推廣教育的應如何航向未來，茲在此提出下列幾點建議：

1. 開發多元的推廣教育課程，提供「市場Ⅱ」、「市場Ⅲ」不同市場人士多樣之學習機會。對象包括一般成年人、青少年、高齡者、女性，主題包括電腦科技之運用、養生保健、休閒育樂、藝術、家庭教育，形式包括短期講座、講演課程等。

2. 增設在職專班以配合推廣教育中心開設學士或碩士學分班課程，提供「市場Ⅱ」人士更多回流教育的機會，也進而增進推廣教育之執行成效。

3. 配合政府「挑戰2008：國家發展重點計畫」，建構推廣教育之網路學習系統，包括：開發適合不同年齡層之網路學習內容，以及建立終身學習網站平台。同時，本校各「資訊」相關單位應發揮相互合作的泥巴精神，共同加速推展推廣教育課程採用遠距教學、網路教學或結合傳播媒體進行教學，以增進多元市場學生之學習機會。

4. 依據「終身學習法」第十七條：學校、機關、機構及團體為鼓勵國民參與終身學習活動，經主管機關核准，得發行終身學習卡，累積學習時數，作為採認學習成就

之依據。積極建構台北校園成為社會大眾終身學習活動之教育機構。

5. 規劃推廣教育之學習會員卡，開放大學部份學習資源，增加民眾參與台北校園終身學習活動之誘因。

2010/09/27