

發現自我 開創先機

專題報導

編者按：元月十日學校舉辦的「教學與行政革新研討會」以「新世紀、新展望」為主題，並由若干相關行政主管進行專題報告，本版將於「大學論壇」專欄中，陸續轉載其中精華部分，以饗讀者。

在二十世紀即將結束，新世紀即將來臨的時刻，人類社會的變遷將遭遇到空前的挑戰。根據Handy（1994）提出弔詭理論（Theory of Paradox）中的曲線邏輯：世界上每件事象皆有其生命週期，沒有任何事象能夠永遠不走下坡。所以淡江大學在校務的發展上提出「第二曲線」以為永續經營的因應。未來淡江大學將何去何從？應是我們必須慎審面對的問題。在未來世紀中，影響人類思維與舉止模式最大的；第一、將是「弔詭」（paradox）所帶來的不確定性，任何一件事象，我們很難遽下斷語，尤其價值的判斷，常游離在正反之間，對與錯都不是絕對的。所以「弔詭」現象的存在，會促使我們習慣於全方位的思維。第二、無疑的，新的世紀中，網路已成為日常生活中的必需品，更是學校教育中的必修課程，直接影響到人類的思維及工作的模式。微軟執行長包默說：「能夠『相互溝通』的網站和電腦將改變人類使用網際網路的方式，使用這個網站的人可以預定渡假行程，通知郵局和送牛奶的人在他渡假時不要送郵件和牛奶，同時提醒親人，自己渡假時將住他家，而且一旦飛機誤點，還可以代為通知親人。所以第三代的網路即將開始，它是網際網路科技和現有的『基本』活動整合在一起。」所以資訊媒體已把強烈依賴網路的族群稱之為dot-com世代。而通路（access）的觀念更將成為引領思維的主潮。所謂「通路（access）」在資訊科技用語中，通常是指存取電腦中的資料。它的最大特色是在某種條件下，任何人都可以儲存或取用各種資料，卻不必將資料佔為己有，加之資料是沒有重量的，也不需佔有空間。然而這種資料只是單獨的存在則是毫無意義的，它必須藉「連線」來傳遞。

所以在「通路」觀念的影響下，社會和文化的價值觀念也發生了很大的改變。其中最重要的約有下列諸端：

一、「通路權」（Access Right）觀念的高漲，而「所有權」觀念的消退：在傳

統思維中，以房地產、股票、鑽石、珠寶、銀行存款……等的「所有」來衡量人的財富，如果這些財物只是所有而不加運用，一如access中的資訊，不加連線、接觸，雖有其價值卻毫無意義。所以dot.com世代習慣於擷取資料，而不囤積資料。房地產已不再景氣，倉儲業出清存貨。甚或IBM公司已經改變了業務員的工作型態，他們不再以辦公室為工作的唯一場所，一個手機和一台攜帶型電腦，使他們的工作場所無止境的擴大。根據哈佛商業評論上的一篇研究指出：IBM這種新的空間配置，為自己省下了十四億房地產的花費。在可預見的未來，也沒有人會去購買汽車代步，因為款式不斷推陳出新，用租賃以代替擁有，遠較划算。企業界也認為外包的方式對於商業運作有諸多好處；首先公司可把比較沒有直接收益的相關事務，交給其他公司去做，而自己則可集中精力在賺錢項目，而且外包可以減少增添設備的龐大開銷。加之，在瞬息萬變的時代，產品的生命週期日漸縮短，外包使得在市場上更保有具彈性的適應力。外包已經不是純屬美國的新經濟型態，目前全球已有三分之二的公司企業，正將一個或一個以上的主要內部運作外包出去，而日本則有六成以上的公司在利用外包方式營運。在製造業裡，外包更是舉足輕重，在過去由單一一家生產工廠來製造不同廠牌的產品是不可思議的，而今天已成為眾所皆知的常識。在新的經濟網路關係中，「通路權」的取得意味著：從前相互競爭的買方與賣方關係，可以成為彼此分享資源並建立互信的伙伴。或者「租賃」也是一種方式，許多企業家已不再考慮購置資產設備，而是去借他們所需的實體資產來生產。今天，美國將近三分之一的商業機器設施、交通運輸設備都是為人所租用，而不為人所擁有的。

* 若將此種思維運用在本校的行政與教學革新上，我們不禁要問，（一）學校中的某些單位、某些工作是否有繼續存在的必要？（二）交通車有存在的必要嗎？加開的接駁車可否用公車（客運）取代呢？因為公車的班次遠比接駁車密集得多？（三）在學校全面推動資訊化前題下，資訊中心的定位如何？資訊中心留得住人才嗎？（四）某些軟體設計是否也可以外包？增添設備的費用是否等值於開發的工作效益？（五）學校中的許多單位都必須去增購或擴充基礎型的設備嗎？真的每個單位都必須擁有自己的電腦室、掃瞄器、影印機……而不能用租賃嗎？

二、「連線」（connected）效益的強化：在電腦網路世界中，只要你能與它連線，資訊的取得就易如反掌，而且是無窮盡的擴張。就知識的領域而言，能連線的國家就必然不斷進步，而不能連線的國家就停滯不前。目前全球只有五分之一的人口享受到網路世界內的資源與其帶來的富裕，五分之四的人口尚擯諸門外。就一九八八年的

統計，在高度開發國家中有百分之八八的網路使用者，只佔全球總人口的百分之五，佔全球人口百分之二十的南亞表示，他們不到百分之一。已開發國家與開發中國家，在傳訊科技上的鴻溝是如此之大，以致許多專家都認為世界上很快會被分成兩種人：一是資訊富有的人，一是資訊貧窮的人。我們到底要歸到那一類？就個人而言，二十一世紀的生活可能就是把自己連上線，共享資源，雖然仍是身在物競天擇的激烈戰場之中，每個人依然是獨立的節點（node），對他們而言，個人的競爭不是在擊敗對手，保有自己的資產，而是確保自己能連上線。在access的時代，同僚之間無距離的隨即取得聯繫是極端重要的，所以許多公司重新設計了辦公室的空間以及公司內的團隊工作。在Procter與Gamble這家公司，他們的討論空間是開放式的，所有的檔案夾都置於推車中，便於移動。還有一些會議室及較大的場所是特別設計為同僚們腦激盪所用。該公司的研發部副總裁J. P. Jones說：「這種開放式的團體工作空間，極有可能增加公司二至三成的生產量。因為資料共用分享更即時，使得高品質的決策也更迅速了。」尤其在以網路為主的世代，「連線」概念的運用，由於資訊的快速取得；在經濟上可以促成多國籍經濟體的合作，在政治上近則可以溝通國內跨黨派不同的意見，遠則可以拉近不同政治體制國家的相互了解與認同。在文化上更可以藉以認識彼此生活習慣與宗教信仰的差異進而化解種族或族群的歧視或仇恨。當「連線」的效果達到如此緊密的一天，自然中國儒家所標榜的「世界大同」就隱然若現。

* 若將此種思維運用在本校的行政與教學革新上，我們不禁要問，（一）本校在資訊教育上，已足夠讓學生「連上線」去面對新的世紀了嗎？（二）我們的網路新系統發展到何種程度？行政與教學的網路化連線又如何？（三）綜合大學資源共享的進度如何？遠距教學的進度又如何？（四）我們的教學設備與空間已經不斷改善，而行政單位的空間是否也要重新構思以增加業績？主管一定要有自己的隱密空間嗎？（五）五十周年校慶後，與全球姊妹校建立的關係已經連線了嗎？

三、廣泛接觸，發現自我：在電腦中資訊本身的存在是不具任何意義的，必須被連線、接觸以後才產生它的作用。反思人類亦然，所以查爾斯·韓第（Charles Handy）說：「我們經由自己的作為發現自己，也藉著與他人同住而為他人而活的長期掙扎而了解自己。『我做所以我存在』比『我思故我在』更為真實。」法國哲學家，也是數學家及物理學家的帕斯卡（Pascal）說：「世上一切惡之所以出現，是因為一個人無法獨自坐在一個房間裡。當世間一切好事的成因也是如此，因為人生大半的快樂來自我們與他人的交往。」我們既然必須與他人交往，那麼發現自己就顯得格外

重要。查爾斯·韓第（Charles Handy）稱之為「適當的自私」，我們千萬不要被既定的詮釋意義所迷惑，「適當的自私」不是叫你稍微為「自己」著想，只是叫你「偶爾也想想自己」，他人所看到（感覺的你）和你自己發現的自我是不同的。所以冷靜的思考、反省是你發現自我的捷徑。在龐大的日本商社組織裡，日本人不像西方人那樣快速的提拔最優良最聰明的年輕人，他們反而讓這些年輕人輪流去做同一階層的不同工作。他們希望這些有天份的年輕人有機會去經歷各種選擇與不同風格的上司，並讓他們發現真正的自我。這也是一個重新界定自己的機會。

若將此種思維運用在本校的行政與教學革新上，我們不禁要問，（一）我們同仁與同仁之間的接觸夠嗎？彼此常有工作經驗的交換與傳承嗎？（二）我們的課程設計可以與國際一流大學接軌嗎？我們的語文能力行嗎？（三）日本的企業能，為什麼我們的行政措施「輪調制度」不能？（四）各教學單位院、系能發現自我以創造特色與競爭力嗎？（五）我們的經驗和作為是「閉門造車」，還是與其他學校作過對應比較？

四、「文化與商業的衝突」越來越明顯：新的商業型態，正透過電子媒介在網路中進行，已取代傳統的市場。在傳統經濟裡，買賣的標的是資產、貨物、人力、技術等服務，在數位世界裡，交易的是資訊、知識、經驗、甚至是夢想。簡言之，傳統市場交易的是財貨，數位市場則提供一個資源共享的網路，讓每個人共享各自的文化經驗。在數位網路時代，是人們花錢購買文化經驗的時代，越來越多的文化經驗被商品化。所謂文化本來就是一種共同的經驗，人們藉文化以分享共同的價值觀，而文化產品則是將文化一點一滴的分離出來成為商業化的個人娛樂。歷史學者兼媒體評論家尼爾·蓋伯樂（Neal Gabler）宣稱：「娛樂革命已成為當代唯一最強而有力的經濟及社會力量。」「到二十世紀末，美國人最主要的事業已經不是企業，而是娛樂。」「在美國成長率高的事業與傳統娛樂有直接的關聯，或者是那些與能讓人輕鬆過生活的行業有關。」統計數字證實了蓋伯樂的看法，到一九九〇年中期，娛樂業是美國最快速成長的行業，一年消費金額超過四千八百億美元，比全國公立中、小學教育的花費還多。尤其「全球旅遊」只不過才短短半世紀，它便從經濟生活的邊緣地帶竄起，成為新的文化產品，已成為全球最大的產業。旅遊業是不折不扣的文化經驗商品化。自有文明以來，文化是一直凌駕在市場之上的，商業機制總是建立在文化基礎之上，所以文化的商業化，將對未來的社會帶來很大的問題。這個問題也是大學教育中必將面臨的挑戰。

除了文化的受到影響之外，我們不容諱言，教育是也必須配合科技的發展而作若干適度的調整，而「通路」時代對教育的最無情的衝擊，是它迫使教育日趨商業化與娛樂化，教育理論或方式已不能再墨守成規；電視上、網路中，許多新的「寓教於樂」的節目，不斷的創新，並吸引了大量dot-com世代的喜好，求知慾強的年輕人，以目前台灣大學生的保守估計，一天平均要花五、六個小時在網路的世界中，因為目前學生還有不得不上課的限制，以後學生排斥接受傳統式教學的人數會越來越多。有朝一日，網路上可以請世界一流的學者、專家撰述教材，極富創意的製作群編寫腳本，專業多媒體工作坊規劃、設計、製作。試問，誰還會在教室中上課呢！

* 若將此種思維運用在本校的行政與教學革新上，我們不禁要問，（一）本校目前也有「文化經驗商業化」的趨勢嗎？（二）在社會及產業結構的急速改變下，本校的系、所發展目標、策略與課程設計需要整合嗎？（三）未來蘭陽校園的教學發展方向如何？可以採行「文化經驗商業化」的趨勢嗎？（四）本校是否具備人文、社會與科技並行發展的條件？（五）本校多媒體、網路的教學規劃與教材設計如何？（上）

2010/09/27