

南華大學管理學院文化創意事業管理學系

碩士論文

Department of Cultural & Creative Enterprise Management

College of Management

Nanhua University

Master Thesis

2019-2021 年臺灣文化創意相關研究所學位論文

內容分析之研究

Content Analysis of Graduate Schools of Cultural and Creative
Related Theses and Dissertations

Published from 2019 to 2021 in Taiwan

楊為茜

Wei-Chiann Yang

指導教授：趙家民 博士

Advisor: Chia-Ming Chao, Ph.D.

中華民國 112 年 1 月

January 2023

南華大學
文化創意事業管理學系
碩士學位論文

2019-2021年臺灣文化創意相關研究所學位論文

內容分析之研究

Content Analysis of Graduate Schools of Cultural and
Creative Related Theses and Dissertations Published
from 2019 to 2021 in Taiwan

研究生： 楊嘉嘉

經考試合格特此證明

口試委員： 洪子如
蔡雅麗
趙家元

指導教授： 趙家元

系主任(所長)： 林倫全

口試日期：中華民國 111 年 12 月 18 日

謝誌

這個學位的誕生
是生命中某段時間刻下的印記
修業過程中感謝師長提攜及同學協助

準備畢業了
也該慢慢收起從那時伊始的眷戀
帶著澄明且自信的心
以自己期望的
落落大方，從容自在的姿態
迎接未來每個美好的晨昏

謹以此論文獻給
作為身心靈強力支柱的妹妹
謝謝你無論何時總是大度包容甚或委屈自己
願你早日找到屬於自己的歲月靜好

天上的父親
您會欣慰女兒又拿了一個學位吧
無論這個選擇多麼崎嶇
就像您說的
一切都是最好的安排

楊為茜 謹致
2023年1月

中文摘要

論文成果可啟發新思潮、新觀點，探討文化創意相關研究所學位論文，以掌握國內文化創意學術領域之重要議題，對整體文化創意產業之發展，具有指標性意義。

本研究旨在分析2019-2021年疫情期間，文化創意相關研究所產出之1,047篇學位論文，並以自編之「臺灣文化創意相關研究所學位論文之內容分析登錄表」為研究工具，分為「論文基本資料」及「研究內容」進行內容分析。其中「研究內容」主類目包含研究對象、研究場域、研究主題變項(A)、研究主題變項(B)、研究方法、研究工具，藉以瞭解臺灣文化創意相關研究所碩博士論文之發展概況與趨勢。本研究運用Excel進行登錄建檔及分析，研究結論如下：

- 一、2019-2021年間1,047篇臺灣文化創意產業相關研究所學位論文，分別由29所大專院校碩博士生完成；論文出版數量以2021年篇數最多；產出論文數量以東方設計大學最多。
- 二、臺灣文化創意相關研究所學位論文之研究對象以「創作者/傳承者/經營者」最多，其次為「使用者/消費者」和「利害關係人」，「中介者」篇數最少；研究場域以「機關/機構/學校」最多，其次為「個人/作品/活動」和「產業」，「社區/聚落」篇數最少；研究主題偏重「創意生活產業」、「視覺藝術產業」與「建築與場域經營產業」及「設計—藝術創作」、「管理—產業營運」與「教學—課程設計」；研究方法以「質性研究」最多，其次為「量化研究」和「混合研究」；研究工具以「訪談研究法」最多，其次為「問卷調查法」和「參與觀察法」。

最後根據研究結果，提出後續對文化創意相關研究之建議。

關鍵字：文化創意系所、學位論文、內容分析

Abstract

This thesis results could inspire new ideas and new perspective. The thesis explores all the masters' degree theses related to culture and creativity in order to understand the important issue of the academic field of culture and creativity domestically, which is indicative of the development of the overall cultural and creative industry.

The thesis analyzes 1,047 theses written by students from the institutes related to culture and creativity during the pandemic period, 2019-2021, using the "Theses Contents related to Cultural and Creativity of Taiwan Institutes Registration form" as the analyzing tool and "the basic information of theses" and "contents analysis" are the two research directions. "Content analysis" explores research subjects, research fields, research variables (A), research variables (B), research method and research tools. The thesis tries to understand the development and tendency of theses and dissertation related to culture and creativity related industry in Taiwan institute. Using the Microsoft Excel form to register the data and analyzing, the thesis has two conclusions:

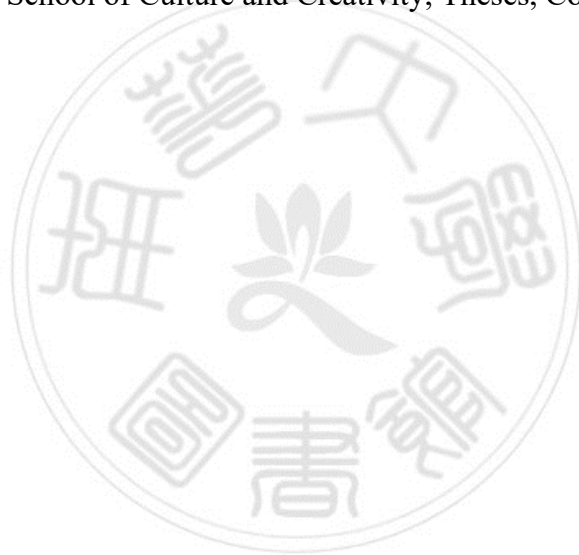
1. 1,047 theses were written by the graduates and PhD students which comes from 29 different institutes related to culture and creativity during the pandemic period, 2019-2021. It was 2021 that published the highest numbers of papers and most of the papers comes from Tung Fang Design University.

2. The thesis found that the most researched subjects of these theses are "creators/inheritor/operators", followed by "users/consumers", and "stakeholders"; the least researched subjects are "intermediaries". The most researched fields are "agencies /institutes/schools", followed by "individuals/works/activities" and "industries"; the least researched fields are "communities/settlement". The most researched topics are "creative life industries", "visual arts industries", "construction and fields industries", "artistic

creation of designing”, “industries operation of business management” and “courses designing of teaching”. The most used research method is “qualitative research”, followed by “quantitative research” and “mixed methods research”. The most used research tools are “interviews”, followed by “questionnaires” and “participant observation”.

Finally, according to the research results, the thesis proposes some suggestions on the future studies.

Keywords: Graduate School of Culture and Creativity, Theses, Content Analysis



目錄

謝誌.....	i
中文摘要.....	ii
Abstract.....	iii
目錄.....	v
圖目錄.....	vii
表目錄.....	ix
第一章 緒論.....	1
1.1 研究背景與動機.....	1
1.2 研究目的.....	3
1.3 研究流程.....	4
1.4 研究範圍與限制.....	5
第二章 文獻探討.....	6
2.1 文化創意產業的發展.....	6
2.2 臺灣文化創意高等教育現況.....	12
2.3 內容分析法.....	20
2.4 國內學位論文題目有關「內容分析」及「學位論文」之研究... 23	
第三章 研究方法.....	30
3.1 研究方法與流程.....	30
3.2 研究對象.....	33
3.3 研究工具.....	34
3.4 研究效度與信度.....	40
3.5 資料處理與分析.....	42
第四章 研究結果分析與討論.....	43

4.1 文化創意相關研究所學位論文概況.....	43
4.2 文化創意產業相關研究所論文之研究對象及研究場域分析結果	45
4.3文化創意產業相關研究所論文之研究主題分析結果.....	53
4.4研究方法及研究工具分布情形.....	72
第五章 研究結論與建議.....	81
5.1 研究結論.....	81
5.2 研究建議.....	85
參考文獻.....	87
附錄1：高等教育體系文化創意產業相關科系成立順序一覽表.....	92
附錄2：臺灣文化創意相關研究所學位論文之內容分析登錄表.....	95
附錄3：「臺灣文化創意相關研究所學位論文之內容分析」評核員編碼 須知.....	97

圖目錄

圖 1-1	研究流程圖.....	4
圖 2-1	年代篇數分布圖.....	26
圖 2-2	研究題目分布圖.....	26
圖 2-3	研究領域分布圖.....	27
圖 2-4	研究對象分布圖.....	28
圖 2-5	分析項目分布圖.....	28
圖 3-1	研究流程圖.....	31
圖 4-1	論文出版年趨勢圖.....	43
圖 4-2	研究對象統計圖.....	46
圖 4-3	研究場域統計圖.....	50
圖 4-4	研究主題變項 (A) 統計圖.....	54
圖 4-5	研究主題變項 (A) — 視覺藝術產業統計.....	55
圖 4-6	研究主題變項 (A) — 表演藝術產業統計圖.....	56
圖 4-7	研究主題變項 (A) — 影視聽產業統計圖.....	57
圖 4-8	研究主題變項 (A) — 建築與場域經營統計圖.....	58
圖 4-9	研究主題變項 (A) — 軟體與電腦數位產業統計圖.....	59
圖 4-10	研究主題變項 (A) — 創意生活產業統計圖.....	60
圖 4-11	研究主題變項 (B) 統計圖.....	64
圖 4-12	研究主題變項 (B) — 設計統計圖.....	65
圖 4-13	研究主題變項 (B) — 管理統計圖.....	66
圖 4-14	研究主題變項 (B) — 產業營運統計圖.....	67
圖 4-15	研究主題變項 (B) — 人力資源統計圖.....	67
圖 4-16	研究主題變項 (B) — 智慧文創統計圖.....	68
圖 4-17	研究主題變項 (B) 教學統計圖.....	68
圖 4-18	研究方法統計圖.....	72

圖 4-19 研究工具統計圖 76



表目錄

表 1-1	2018~2021年各國文化創意產業相關產值一覽表.....	1
表 2-1	聯合國及各主要國家之界定.....	7
表 2-2	臺灣與各國文化創意產業分類比較表.....	11
表 2-3	110 學年度大專院校文化創意產業相關科系一覽表.....	14
表 2-4	110學年度大專院校文化創意相關研究所碩士班一覽表.....	17
表 2-5	110 學年度大專院校文化創意相關研究所博士班一覽表.....	19
表 2-6	論文名稱含括「內容分析」及「學位論文」之學位論文.....	23
表 3-1	文化創意產業相關研究所學位論文各所篇數一覽表.....	34
表 3-2	研究主題變項 (A) 分類方法.....	36
表 3-3	研究主題變項 (B) 分類方法.....	38
表 3-4	研究工具分類方法.....	39
表 3-5	本研究專家效度審查名單.....	41
表 4-1	文化創意相關研究所學位論文之出處分布.....	44
表 4-2	研究對象與出版年篇數交叉分析.....	47
表 4-3	研究對象與學校篇數交叉分析.....	48
表 4-4	研究場域統計圖.....	51
表 4-5	研究場域與學校篇數交叉分析.....	52
表 4-6	主題變項 (A) 與出版年篇數交叉分析.....	61
表 4-7	研究主題變項 (A) 與學校篇數交叉分析.....	62
表 4-8	研究主題變項 (B) 與出版年篇數交叉分析.....	69
表 4-9	研究主題變項 (B) 與學校篇數交叉分析.....	70
表 4-10	研究方法與出版年篇數交叉分析.....	73
表 4-11	研究方法與學校篇數交叉分析.....	74
表 4-12	研究工具與出版年篇數交叉分析.....	77
表 4-13	研究工具與學校篇數交叉分析.....	78

第一章 緒論

1.1 研究背景與動機

Covid-19疫情衝擊前，各國文化創意產業呈現蓬勃發展的態勢，2020年起，為防堵疫情而採取停工、停產、封城等措施，使得部分強調親身體驗的產業，如表演藝術、展覽等產業，受到相當程度之影響，整體而言，各國文化創意相關產業皆呈現衰退趨勢。

與此同時，「宅經濟」相關的遊戲產業、電商直播及串流媒體等則逆勢成長，根據美國串流媒體指南良好卷軸 (ReelGood) 統計，2020年3月16日至4月19日間，美國相關串流平台之觀看用戶較疫情爆發前成長417%。由表1-1可知，創意經濟可謂不論在前疫情或後疫情時代，已然成為經濟及產業發展的新樞紐，其永續的影響效益，常是衡量國家或地區競爭力的重要指標。

表 1-1 2018~2021年各國文化創意產業相關產值一覽

	2018年~2019年	2020年	2021年
英國	2018年創意產業產值 1.117 億英鎊	音樂產業較2019年衰退46%	唱片業於行銷和推廣 投資4.948億英鎊
美國	2019上半年音樂行業 總收入達 54 億美元	約有10萬名創意產業 人員失業	2022年上半年電影票 房已達疫情前2/3
澳洲	現場表演票房收入為 21.62億澳幣，較2017 年成長14.77%	疫情延燒3個月，票房 損失超過5.4億澳幣	
日本	2018上半年影視軟體 銷售較上年同期成長 93.7%	流行音樂節市場規模 較上年同期減少97.9%	電子書市場規模較上 年成長14.3%

續下頁

韓國	內容產業較 2017 年 成長133%	上半年表演藝術相關 機構的營收共計損失 2,874億韓元	廣播電視產業整體收 入較2020年成長7.4%
中國 大陸	2018年文化核心領域 人民幣 5,760.2 億元	文化及相關產業企業 營業收入較上年同期 成長2.2%	上半年文化及相關產 業企業營業收入較上 年同期成30.4%，較 2019年同期成長22.4%

資料來源：財團法人台灣經濟研究院（2008-2022）

而能夠推動產業快速升級的關鍵，便是人才的培育。以臺灣文化創意相關教育發展觀之，1997年南華管理學院設立出版學研究所，2003年改名出版事業管理研究所。1999年國立雲林科技大學成立文化資產維護學系及碩士班。國立高雄應用科技大學（現為國立高雄科技大學）於2001年，正式由共同科國文組轉型，成立第一所名稱為「文化事業發展」的系所，開始招收日間部四技生。國立臺北教育大學則於2005年首創藝文產業設計與經營研究所。隨著相關產業發展，各大專校院紛紛轉型或設立文化創意相關系所，以培育創意資本的核心—人才。

于國華、吳靜吉、樊學良（2012）認為我國高等教育體系中，原本就已涵蓋我國文化創意產業發展法定義之相關產業所需之上、中、下游各種人才，每個區塊的人才透過學門內之專業訓練，增加相關智識之深度，然對於廣度的培育，及與其他區塊之串聯，仍稍有欠缺與不足。該三位學者認為，除了可進行原本系所的課程改革外，以宏觀的眼光創立整合性的新系、所或學程，提供跨領域的學習與思考，是目前高等教育可縮短上、中、下游差距的具體作法。林思玲、林炎旦（2013）則發現我國文化創意產業人力需求與人才培育間，出現學校數量、招生人數與產業營業額、家數成反比的現象。

文化創意相關科系之教學品質與實際產出之人力間，具有相當因果關係，誠如郭崑謨（1994）從研究與發展觀點出發，論文的成果不僅提供後續研究必備的

資訊，業延續長期研究發展的依據，更啟發新思潮、新觀點與新意念，拓展長期研究發展的里程碑。賴美鈴（2005）亦建議應定期對學位論文內做分析評論，以建立有系統的文獻資訊。

自2005年第一所文化創意相關研究所成立至今，期間產出之學位論文數量眾多，卻缺乏系統性的分析，探討文化創意產業相關研究所學位論文，以掌握國內文化創意產業學術領域之重要議題，對整體文化創意產業之發展，具有指標性意義，乃本研究動機之一。又2019年底爆發COVID-19疫情，世界各國採取相關隔離等措施，不但衝擊各產業的發展，甚或改變了原有的生活型態，疫情時代及後疫情時代的文化創意相關產業，也因不同的型態呈現各異的發展態勢，例如表演藝術產值急遽縮減，及宅經濟或線上科技爆發成長。因此觀察文化創意學術領域於2019年至2021年疫情期間的學位消長趨勢，乃本研究動機之二。

綜合以上所述，本研究針對文化創意相關研究所碩士學位論文之主題進行探究，以內容分析法綜理國內文化創意相關研究所2019年至2021年疫情期間產出之學位論文研究焦點，期能充實文化創意產業領域之關鍵研究之外，並析論當前臺灣蓬勃發展之文化創意產業系，於疫情衝擊下所關注之研究議題，進一步提供文化創意產業學術研究之未來具體方向。

1.2 研究目的

目前台灣有關文化創意的相關研究文獻中，對於學位論文的研究與探討較為缺乏，又2019年covid19疫情爆發，影響社會甚鉅，大學授課模式轉變，檢視2019年至2021年之學位論文，藉以觀察文化創意相關領域之學位消長趨勢，或有受疫情衝擊而產生之變化。因此本研究將目標鎖定台灣文化創意相關研究所學位論文，試圖透過內容分析法做有系統的分析，進而檢視台灣文化創意相關研究所學位論文，以此達到以下兩項研究目的：

- 一、探討疫情期間臺灣文化創意相關研究所學位論文之發展方向。
- 二、探討疫情期間臺灣文化創意相關研究所學位論文之研究方法。

1.3 研究流程

本研究旨在探討分析國內文化創意研究所之學位論文，以「內容分析法」做為本研究分析之工具，研究步驟依次為確立研究方向與主題、決定研究對象與樣本、界定分析單位、建立效度、建構分析類目、進行內容編碼、分析資料、執行信度檢測和結論與解釋。本研究分析流程如圖1-1所示。

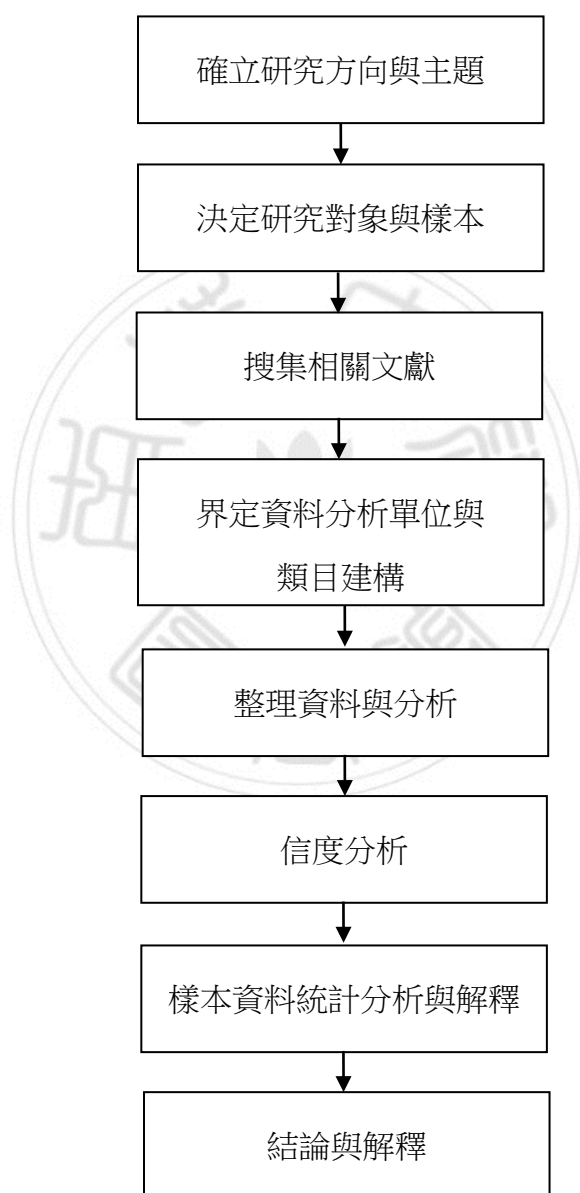


圖 1-1 研究流程圖

1.4 研究範圍與限制

本研究受內外條件因素之影響，使研究過程與結果之推論有以下限制：

本研究以文化創意相關領域之碩博士學位論文為主題，所得結果不能推論至其他學科領域。

文化創意產業相關領域包羅萬象，又高等教育原已有眾多相關系所分布在「文化」、「創意」和「產業」區域間，爰參考2010年文化創意產業發展法前後成立之相關系所，輔以大學招生委員會聯合會之大學選才與高中育才輔助系統中，關於「文化產業學類」文史哲學群跨管理學群之定義，本研究查詢系所之關鍵字，以「文化創意」相關一詞為主，關鍵字包括文化創意、文化（教）產（事）業、創意產（事）業、創意藝術（藝術創意）等，故未能納入我國文化創意產業發展法訂定之16個項目中，涵蓋於文化創意產業元素，但字面上未含上述關鍵字之系所。又所搜尋論文，悉數在臺灣博碩士論文知識加值系統中全文下載，如遇延長公開或無電子全文可下載者，則未列入本研究之範圍。

本研究所蒐集之文獻資料，時間範圍限制於 2019 至2021年間出版之論文，所得結果僅可作為該期間之文化創意產業相關論文關注議題，無法推論至其他時間。且聚焦於論文主題分析，尚未能涉及課程規劃及師資質量等層面。

第二章 文獻探討

本研究旨在探討2019年至2021年疫情期間，文化創意相關研究所學位論文之研究趨勢。本章將分別探討與研究主題相關之理論及研究等文獻，分別就文化創意產業的發展、臺灣文化創意產業高等教育現況、內容分析法文獻整理及歸納、國內相關研究主題之學位論文等加以說明，以做為後續研究工具及分析之參考。

2.1 文化創意產業的發展

本節旨在探討文化創意產業的發展，主要分為「文化創意產業之起源與定義」、「國內文化創意產業起源與歷史發展」與「國內文化創意產業之種類」進行探討，說明如下：

2.1.1 文化創意產業之起源與定義

1947年，《啟蒙的辯證》(Dialektik der Aufklärung: Philosophische Fragmente)一書出版，這部由阿多諾(Theodor W. Adorno)及霍克海默(Max Horkheimer)兩大法蘭克福學派代表學者合寫的名著，首度揭示了「文化產業」(kulturindustrie)或稱「文化工業」、「文化產業」之概念。後法國社會學家米亞基(Miège, Bernard)等人，認為文化產業的運作方式是多元的，非單一型態，便提出以複數取代單數的”cultural industries”。1994年澳洲於提出了「創意之國」(Creative Nation)政策，此份報告點出了創意產業的內涵，並將文化融入經濟思維，將文化政策視為經濟政策，並稱文化能創造財富(林詠能，2014)。

英國工黨於1997年前往澳洲學習與考查，時任首相參選人布萊爾(Tony Blair)提出創意產業(Creative Industries)此一概念，同年七月布萊爾出任首相後成立的文化媒體體育部，便是植基於創意之國的概念，1998年該部組成創意產業任務小組並於1998年11月提出第一份「創意產業」報告(Creative Industries Mapping Document)，將「創意產業」定義為：「創意產業起源於個人的創造力、技能和才華，透過產生與開發為智慧財產權後，具有開創財富和就業機會的潛力。」並

於2001年提出第二份報告，成為全球第一個政策性推動創意產業的國家，亦使世界各國紛紛重視（劉維公，2003；劉曉蓉，2006；林炎旦、李兆翔，2011）。

而在學界，Smith於2009年分別定義了文化產業(Cultural Industries)及創意產業(Creative Industries)，前者是以實體文化產品為核心，含括藝術作品、收藏品等，多為藝術家導向，重視藝術價值與資產保存，具提升社會美學素養之公共任務特性，多為非營利型且須仰賴政府補助。後者則以資訊為核心，實質產出不必然是實體商品，多為市場與顧客導向，重視互動性、娛樂性及仰賴高科技，傾向為商業性質活動。

2005年，Hartley結合創意藝術(Creative Arts)與文化產業，提出文化創意產業(Cultural And Creative Industries)的概念，該新產品需在新的媒體技術及知識經濟下，成為新的消費者與市民互動之產物。產業結構可分為(1)智慧財產權(Copyright)、(2)專利(Patent)、(3)商標(Trademark)、(4)設計產業(Design Industries)，此四個構面組成創意產業及創意經濟的發展(Howkins，2001)。

聯合國教科文組織(UNESCO)亦曾提出解釋：「文化產業是指那些以無形、文化為本質的內容，經過創造、生產與商品化結合，並獲得智慧財產權(Intellectual Property Right, IPR)的保障，採用產品或者服務形式來表現的產業。」

至此相關概念紛陳，各國發展文化創意產業的過程中，亦有各自解讀如表2-1，可以確定的是，「文化產業」也被視為「創意產業」(creative industries)，乃因文化歷史是創作的主要素材，而創作是文化歷史發展的主要動力，兩者難以明確區分，因而通稱為「文化創意產業」(cultural and creative industries)。

表 2-1 聯合國及各主要國家之界定

國家/機構	名詞	定義
聯合國 教科文組織 (UNESCO)	文化產業	結合創作、生產與商業的內容，內容本質是具有無形資產與文化概念的特性，並獲得智慧財產權的保護，而以產品或服務的形式來呈現。

續下頁

聯合國 貿易發展會議 (UNCTAD)	創意產業	創意與知識資本的投入，由一套以知識為基礎的經濟活動構成，包含產品與服務的創作、生產和銷售的循環過程，、生產具有創意內容、經濟價值與市場目標的智力或藝術服務。
英國	創意產業	創意產業起源於個人的創造力、技能和才華，透過產生與開發為智慧財產權後，具有開創財富和就業機會的潛力。
澳大利亞	創意產業	創意產業涵蓋文化產業，包括許多廣泛認可的文化活動，更具體的指出，創意產業利用象徵性的知識和技能，透過附加價值、商品化、分配和銷售，來創造經濟效益。
芬蘭	文化產業	奠基在一個意義內容上的產業，範圍從傳統產業，服裝或者是商業品牌都涵蓋在其中。狹義的說法則一定是強調文化企業家的精神，尤其是強調商品化價值創造的部分，並且對於交換商品的意義性特別強調。
香港	創意產業	源自個人創意、技巧及才華，通過知識產權的開發和運用，具創造財富及就業潛力的行業。
韓國	文化產業	文化商品（因文化內容內在而能生產經濟性附加值的有形、無形的財貨、服務和與此有關的商品）的生產、分配、消費相關的產業。
中國	文化產業	為社會公眾提供文化、娛樂產品和服務的活動，以及與這些活動有關聯的活動的集合。
台灣	文化創意產業	源自創意或文化積累，透過智慧財產之形成及運用，具有創造財富與就業機會之潛力，並促進全民美學素養，使國民生活環境提升之產業。

資料來源：引自林炎旦、李兆翔（2011）

2.1.2 我國文化創意產業起源與歷史發展

我國學者林榮泰（2011）將文化創意產業分成文化、創意與產業三個面向，文化講求的是內涵厚度，創意訴求的是感動深度，產業注重的是被接受的廣度。于國華、吳靜吉、樊學良（2012）認為，我國「文化創意產業」揉合了「文化」和「創意」兩種產業概念，即是透過「創意或文化積累」，發展出的新產品或服務。因此，「文化創意產業」的核心是「文化」；而「創意」具有雙層意涵：第一層是創意與文化有時會融合為新的產業核心；第二層則是透過創意的方式，移植、轉化、利用「文化」素材。不論源頭是以文化或創意為出發，都應循著「產業」模式，才能進入市場，從而被消費者接受。

早於 1994 年，當時的文化建設委員會提出「社區總體營造」政策，以「文化產業化、產業文化化」為號召，帶動地方社區自治發展及改造，並對文化經濟產生認同，並聚焦於沒落地區的初級產業，雖不符現今文化創意產業之基調，仍可看出該概念之雛形。

2002 年 5 月，行政院參照了聯合國與英國對文化創意產業的界定，頒布「挑戰2008：國家發展重點計畫（2002-2007）」，「文化創意產業」首度成為國家發展的重點產業，其定義為：「源自創意或文化積累，透過智慧財產之形成及運用，具有創造財富與就業機會之潛力，並促進整體生活環境提升的行業。」

2009 年 2 月，時任總統馬英九召開「當前總體經濟情勢及因應對策會議」，裁示「文化創意產業」為當前六大「關鍵新興產業」之一（文建會，2009a）；同年成立「行政院文化創意產業推動小組」，由文建會統籌各部會計畫資源，並於 5 月 14 日通過「創意臺灣—文化創意產業發展方案（2009-2013）」針對「六大旗艦計畫」和「環境整備」預計投入約 280 億新臺幣，期能攻占大華文市場，打造臺灣成為亞太文化創意產業匯流中心（文建會，2009a；2009b）。

2010 年 1 月制定頒布「文化創意產業發展法」，將文化創意產業定為「源自創意或文化積累，透過智慧財產之形成及運用，具有創造財富與就業機會之潛力，並促進全民美學素養，使國民生活環境提升」。根據文建會 2012 至 2013 年調查，2010 年我國文化創意產業產值已占 GDP 的 4.6%，2011 年該產業整體營業額已達新

台幣6,654億元，廠商家數為4.7萬家，就業人數約為17萬人，足見產業的成長潛力。而經過十年的發展，2020年文化創意產業之總營業額占GDP的4.68%，整體營業額達新臺幣9,264億元，廠商家數為6.7家，就業人數約為27.2萬人，占全國總就業人數比重的2.36%，若依循聯合國教科文組織（UNESCO）與歐盟統計局（Eurostat）的觀點，納入非文化創意產業之文創職業就業人口，推估整體帶動就業人數可達35.5萬人（文化內容策進院，2021）。

2.1.3 文化創意產業之範疇

文創產業性質特殊，其範疇與項目常隨國家政策制訂及發展地區而有不同，任何文化產業分類，皆須保留彈性，以因應環境時空的變化，便於納入新興的產業項目。劉維公（2003）曾指出，文化產業是一個龐大的體系，是由環環相扣的產業活動所構成，若是某個環節出問題，將會嚴重影響整體文化創意產業的發展。

以英國來說，其創意產業包含13項子產業，分別為：廣告、建築、藝術與古董市場、手工藝、設計、時尚、影視、互動式休閒軟體、音樂、表演藝術、軟體與電腦服務及廣播電視。芬蘭則是將聚焦於電影、視覺藝術、音樂和大眾傳媒、設計、廣告、軟體服務和創意知識。韓國的10個子項子產業包括：1. 與電影、影音產品相關的產業。2. 與音樂、遊戲相關的產業。3. 與出版、印刷、定期刊物相關的產業。4. 與廣播、影視相關的產業。5. 與文化遺產相關的產業。6. 與漫畫、卡通形象（概指卡通、小說中主要角色以及其被商業化的產品，如卡通圖像、吉祥物等）、動畫、娛樂教育、行動通訊文化內容、設計（工業設計除外）、廣告、表演、美術品、工藝品相關的產業。7. 從事數位文化內容、用戶製作參與型文化內容與多媒體文化內容的收集、加工、開發、製作、生產、儲存、搜索、流通等活動，以及提供與之相關服務的產業。8. 活用傳統素材和技術生產服飾、雕像、裝飾用品、小物件及生活用品等與之相關的產業，及促進其流通之產業。9. 以文化商品為主的展示會、博覽會、展銷會及慶典等相關產業，亦有除外規定。10. 符合上述二項以上之複合產業。中國則訂定為：新聞、出版發行和版權、廣播電視電影、文化藝術、網路文化、文化休閒娛樂及其他文化，及文化用品、設備及相

關文化產品的「生產」與「銷售」，合計九大類。

我國根據文化創意產業發展法區分為15+1項次產業，包括1.視覺藝術產業。2.音樂及表演藝術產業。3.文化資產應用及展演設施產業。4.工藝產業。5.電影產業。6.廣播電視產業。7.出版產業。8.廣告產業。9.產品設計產業。10.視覺傳達設計產業。11.設計品牌時尚產業。12.建築設計產業。13.數位內容產業。14.創意生活產業。15.流行音樂及文化內容產業。16.其他經中央主管機關指定之產業。

表 2-2 臺灣與各國文化創意產業分類比較表

子產業國家	UN	英	美	紐	澳	日	韓	中	法	芬蘭
視覺藝術	V	V	V	V	V	V	V		V	V
音樂/表演藝術	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V
流行音樂及文化內容	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V
文化資產應用及展演設施	V		V		V	V		V	V	V
工藝	V	V	V		V	V	V		V	
電影	V	V	V		V	V	V	V	V	V
廣播電視	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V
建築設計	V	V	V	V	V				V	V
廣告	V	V	V	V		V	V		V	V
設計品牌時尚		V		V	V	V			V	V
數位內容		V			V	V	V	V	V	
產品設計	V	V	V	V	V	V	V		V	V
視覺傳達設計	V	V	V	V	V	V	V		V	V
出版	V	V	V	V		V	V	V	V	V
創意生活										

資料來源：引自林炎旦、李兆翔（2011）

由表2-2可知各國之分類略有出入，然創意生活乃我國獨創之子產業，又音樂與流行音樂分屬不同子項，或有重覆之虞。誠如前述，更具彈性的分類，將是影響未來各項產業方、官方及學界發展的關鍵因素。

2.2 臺灣文化創意高等教育現況

本節旨在探討臺灣文化創意高等教育現況，分為「國內文化創意教育沿革」與「國內大專院校文化創意產業相關系所現況」兩面向探討。

2.2.1 國內文化創意教育沿革

2002年5月頒布的「挑戰2008：國家發展重點計畫（2002-2007）」，使「文化創意產業」首度進入政策後，國內許多大專院校相繼開設相關系所、碩博士班。這些系所或碩博士班，多半屬於管理學群。除此之外，亦有學位學程或學分學程，培育跨界人才。根據文化創意相關各系所之成立時間（詳見附錄一），將之分為啟蒙期、奠基期、發展期、蛻變期四個階段。

一、第一階段，啟蒙期2001-2005

臺灣的文化創意產業教育發展肇始於2001年，國立高雄應用科技大學（現為國立高雄科技大學）成立第一所文化事業發展系，開始招收日間部四技生。2003年嘉南藥理科技大學成立文化事業發展系，2005年國立臺北教育大學首創藝文產業設計與經營研究所，是為我國第一所文化創意產業之研究所，中臺科技大學亦成立文教事業經營研究所，此階段可視為文化創意教育之草創期，科系名稱以文化事業發展為主，研究所則出現產（事）業經營等名稱。

二、第二階段，奠基期2006-2010

2006年起，共計16所學校開設相關系所，如：國立臺北教育大學文化創意產業經營學系，9所學校開辦相關研究所，如國立東華大學藝術創意產業學系碩士班。亦有5所學校首度以「學程」的方式引進具跨領域性質的文化創意產業，如：輔仁大學藝術與文化創意學士學位學程、正修科技大學創意產業經營學位學程等。

而2006年全台第一所文化創意產業領域之博士班，係國立成功大學創意產業設計研究所，其成立標誌著文化創意產業相關領域的學制完整性及多樣性，據該

所官網說明，創意產業乃「源於個體創意、技巧及才能的產業，通過知識產權的生成與利用，而有潛力創造財富和就業機會。其範圍可包括視覺藝術產業、音樂與表演藝術產業、文化展演設施產業、工藝產業、電影產業、廣播電視產業、出版產業、廣告產業、設計產業、數位休閒娛樂產業、設計品牌時尚產業、創意生活產業、建築設計產業等。」與2010年所頒布之文化創意產業發展法所訂項目相差無幾，可視為文化創意發展的奠基時期。

三、第三階段，發展期2011-2017

2010年文化創意產業發展法頒布，文化創意產業正式進入政策，並蔚為一時流行，多所大學集中於2011-2012年，如：國立中興大學文化創意產業學士學位學程、南華大學文化創意事業管理學系及2017年新設相關科系，如：國立高雄師範大學藝術產業學士原住民專班，研究所含碩博士班則是逐年皆有新學校加入，使得國內相關人才之培育更臻完整。而系所名稱方面，或因文化創意產業發展法之定義，亦不同於啟蒙時期文化事業等名稱，多更名為文化創意產業。

四、第四階段，蛻變期2018-至今

2018年起，更多的教育資源投入研究工作中，靜宜大學、國立臺北商業大學、崑山科技大學、國立屏東大學等7所學校，紛紛設立碩士班，亦出現社會企業（行銷）與文化創意的新興結合。靜宜大學指出，「公益、商業與創意」三元並陳的趨勢，是現今世界各國社會企業積極推展的經營模式，文化創意原本即是多元且跨域的一門學科，或許配合相關趨勢以彰顯文化創意的價值，將成為未來的發展。

整體而言，臺灣文化創意產業高等教育以國立學校發展最早。私立學校發展相關科系則以2005年成立的中臺科技大學文教事業經營研究所最具代表性。另外值得注意的是，亦有6所學校之大學科系或研究所相繼停招，其中辦學期間最短的屬康寧大學文化創意學系，僅營運5年便停止招生，開南大學創意產業與數位整合學士學位學程亦未維持超過10年，草創期時便率先培育相關人才的嘉南藥理科技大學文化事業發展系，於2014年停招，而台灣首府大學文化創意產業學位學程及亞太創意技術學院文化創意設計研究所，也隨著辦學績效薄弱，相繼申請停止各學制招生，及遭教育部要求停辦，學校的存亡連帶使科系亦不復見。

2.2.2 國內大專院校文化創意系所現況

據教育部統計處110學年統計，我國大專院校總共有30個文化創意相關科系，以下將北、中、南部（含東部及離島）文化創意相關科系之學校名稱、科系名稱、學生數、學校屬性，以學生數遞減方式如表2-3所示：

表 2-3 110 學年度大專院校文化創意產業相關科系一覽表

學校名稱	科系名稱	人數	學校屬性
1龍華科技大學	文化創意與數位媒體設計系*	758	技專校院/私立/北
2弘光科技大學	文化創意產業系*	406	技專校院/私立/中
3國立聯合大學	文化創意與數位行銷學系*	322	一般大學/公立/中
4中國文化大學	時尚與創意產業品牌建構及經營進修學士學位學程#	253	一般大學/私立/北
5國立雲林科技大學	文化資產維護系	235	一般大學/公立/中
6國立高雄科技大學	文化創意產業系	219	技專校院/公立/南
7輔仁大學	藝術與文化創意學士學位學程#	218	一般大學/私立/北
8國立東華大學	藝術創意產業學	213	一般大學/公立/東
9國立勤益科技大學	文化創意事業系	212	技專校院/公立/中
10華梵大學	美術與文創學系	197	技專校院/私立/北
11國立暨南國際大學	原住民文化產業與社會工作學士學位學程	187	一般大學/公立/中
12國立臺北教育大學	文化創意產業經營學系	185	一般大學/公立/北
13國立臺中教育大學	文化創意產業設計與營運學系	175	一般大學/公立/中
14國立臺北科技大學	文化事業發展系	170	技專校院/公立/北

續下頁

15	國立屏東大學	文化創意產業學系	164	一般大學/公立/南
16	國立臺東大學	數位媒體與文教產業學系	155	一般大學/公立/東
17	國立中興大學	文化創意產業學士學位學程#	146	一般大學/公立/中
18	佛光大學	文化資產與創意學系	141	一般大學/私立/東
19	南華大學	文化創意事業管理學系	139	一般大學/私立/南
20	國立臺灣海洋大學	海洋文創設計產業學士學位學程	132	一般大學/公立/北
21	長榮大學	東南亞文化與產業學士學位學程	129	技專校院/私立/南
22	真理大學	人文與資訊學系	120	一般大學/私立/北
23	國立高雄師範大學	藝術產業學士原住民專班	104	一般大學/公立/南
24	長榮大學	台灣文化創意產業學士學位學程	71	一般大學/私立/南
25	南開科技大學	文化創意與設計系	67	技專校院/私立/中
26	美和科技大學	文化創意系*	52	技專校院/私立/南
27	大同技術學院	茶文化事業經營管理系*	39	技專校院/私立/南
28	大葉大學	文創產業國際人才學士學位學程	1	技專校院/私立/中
29	高苑科技大學	文化創意設計與數位整合學位學程	11	技專校院/私立/南
30	正修科技大學	創意產業經營學位學程	2	技專校院/私立/南

資料來源：研究者自行整理

*為含進修部 #為僅進修部

由表2-3得知，文化創意相關科系的基底是文化概念與素材，再運用藝術創作或設計等手法，結合企劃相關知識，創造出有形的產品或無形的服務，並透過各

種行銷方式，顯現出商品、服務的價值。為因應如此新興的跨領域性質，亦有學校以「學程」(program)的方式，藉由整合課程與科目之間的關聯性，有系統的組織成具特別教育目的之學程，提供學生修習。如輔仁大學藝術與文化創意學士學位學程、國立中興大學文化創意產業學士學位學程、大葉大學文創產業國際人才學士學位學程、高苑科技大學文化創意設計與數位整合學位學程、正修科技大學創意產業經營學位學程、國立臺灣海洋大學海洋文創設計產業學士學位學程、長榮大學東南亞文化與產業學士學位學程及台灣文化創意產業學士學位學程。亦有專注於文化創意中專門領域的科系，如原住民文化產業(國立暨南國際大學、國立高雄師範大學)、海洋文創設計產業學士學位學程(國立臺灣海洋大學)、東南亞文化與產業學士學位學程(長榮大學)、台灣文化創意產業學士學位學程(長榮大學)、茶文化事業經營管理系(大同技術學院)等。

進一步發現，共計30個文化創意相關科系中，分布相對平均，其中南部學校佔最多，共10所(33.3%)；其次為中部9所(30.0%)，北部8所(26.7%)；最後為東部，共3所(10%)。以學校屬性而言，一般大學共17所(56.7%)；技專院校共13個(43.3%)。以學生數而言，龍華科技大學萬文化創意與數位媒體設計系最多，共758位學生；大葉大學文創產業國際人才學士學位學程學生人數最少，共1位學生。

值得一提，高苑科技大學文化創意設計與數位整合學位學程，招生至109年，正修科技大學創意產業經營學位學程招生至108年，可見文化創意相關科系雖處於蓬勃發展的趨勢，其經營仍面臨少子化的衝擊。

據教育部統計處110學年統計，總共有30個文化創意相關研究所碩士班，以下將北、中、南部(含東部及離島)文化創意相關科系之學校名稱、科系名稱、學生數、學校屬性，以學生數遞減方式如表2-4所示：

表 2-4 110學年度大專院校文化創意相關研究所碩士班一覽表

學校名稱	科系名稱	人數	學校屬性
1國立臺北教育大學	文化創意產業經營學系碩士班*、EMBA、博物館管理與科技應用	109	一般大學/公立/北
2東方設計大學	文化創意設計研究所*	89	技專校院/私立/南
3中臺科技大學	文教事業經營研究所*	84	技專校院/私立/中
4國立東華大學	藝術創意產業學系碩士班*	75	一般大學/公立/東
5華梵大學	美術與文創學系碩士班*	68	一般大學/私立/北
6國立雲林科技大學	文化資產維護系碩士班	66	技專校院/公立/中
7國立高雄科技大學	文化創意產業系*	64	技專校院/公立/南
8國立成功大學	創意產業設計研究所	61	一般大學/公立/南
9國立高雄師範大學	文化創意設計碩士學位學程*	54	一般大學/公立/南
10大仁科技大學	多媒體設計系文創碩士在職專班#	52	技專校院/私立/南
11國立屏東大學	文化創意產業學系*	47	一般大學/公立/南
12靜宜大學	社會企業與文化創意碩士學位學程	46	一般大學/私立/中
13南華大學	文化創意事業管理學系碩士班*	44	一般大學/私立/南
14國立臺中教育大學	文化創意產業設計與營運學系	40	一般大學/公立/中
15崇右影藝科技大學	文化創意研究所	39	技專校院/私立/北
16佛光大學	文化資產與創意學系	28	一般大學/私立/東
17崑山科技大學	文創產業創新管理產業碩士專班	26	技專校院/私立/南

18環球科技大學	文化創意設計碩士班	25	技專校院/私立/中
19文藻外語大學	創意藝術產業碩士在職專班#	24	一般大學/私立/南
20國立臺北科技大學	文化事業發展系	23	技專校院/私立/北
21國立屏東科技大學	客家文化產業研究所	22	技專校院/公立/南
22正修科技大學	文創設計與藝術保存碩士班	20	技專校院/私立/南
23國立臺北藝術大學	文創產業國際藝術碩士學位學程	17	一般大學/公立/北
24國立勤益科技大學	文化創意事業系	12	技專校院/公立/中
25國立暨南國際大學	文化創意與社會行銷碩士學位學程	11	一般大學/公立/中
26國立屏東大學	客家文化產業碩士學位學程	11	一般大學/公立/南
27國立臺北商業大學	創意設計與經營研究所碩士班	11	一般大學/公立/北
28中原大學	文化創意設計碩士學位學程	6	一般大學/私立/北
29景文科技大學	數位文創設計碩士班	6	技專校院/私立/北
30國立臺東大學	數位媒體與文教產業學系	4	一般大學/公立/東

資料來源：研究者自行整理

*為含在職班 #為僅在職班

由表2-4得知，「學程」的概念亦延伸至碩士之修業方式，如國立高雄師範大學文化創意設計碩士學位學程、靜宜大學社會企業與文化創意碩士學位學程、國立臺北藝術大學文創產業國際藝術碩士學位學程、國立暨南國際大學文化創意與社會行銷碩士學位學程、國立屏東大學客家文化產業碩士學位學程、中原大學文

化創意設計碩士學位學程。

又文化創意相關研究所植基於產業的根本之上，應貼合產業界的發展與脈動，故教育部為促進學用合一，培育產業發展所需之高階人才，根據產業需求，由企業與學校合作辦理產業碩士專班。如崑山科技大學文創產業創新管理產業碩士專班、惟世新大學文化創意暨數位內容產業碩士專班、國立聯合大學創新設計產業碩士專班、中國文化大學數位內容管理產業碩士專班，僅招生至108年。而近2年新設立的研究所，如國立暨南國際大學文化創意與社會行銷碩士學位學程、國立屏東大學客家文化產業碩士學位學程、國立臺東大學數位媒體與文教產業學系，如此消長亦有待觀察。而別於大學科系多元的專門領域，僅有同樣位處屏東的屏東科技大學及屏東大學兩所大學，以研究客家文化為重。

文化創意相關研究所碩士班共計30所，其中南部學校佔最多，共12所(40%)；其次為北部，共8所(26.7%)；中部，共7所(23.3%)；最後為東部，共3所(10%)。以學校屬性而言，一般大學與技專院校數量僅些微差距，一般大學共17所(56.7%)；技專院校共13所(43.3%)。以學生數而言，國立臺北教育大學文化創意產業經營學系EMBA在職進修專班最多，共109位學生；國立臺東大學數位媒體與文教產業學系碩士班學生人數最少，共4位學生。

教育部於110學年統計，總共有4所文化創意相關研究所博士班，以下將南北部文化創意相關科系之學校名稱、科系名稱、學生數、學校屬性，以學生數遞減方式如表2-5所示：

表 2-5 110 學年度大專院校文化創意相關研究所博士班一覽表

學校名稱	科系名稱	人數	學校屬性
1國立成功大學	創意產業設計研究所	31	一般大學/公立/南
2東方設計大學	文化創意設計研究所	28	一般大學/公立/南
3國立臺灣藝術大學	創意產業設計研究所	26	一般大學/公立/北
4實踐大學	管理學院創意產業	25	一般大學/私立/北

資料來源：研究者自行整理

文化創意相關研究所博士班共計4所，其中南部與北部學校各2所，且學校屬性皆為一般大學。以學生數而言，國立成功大學創意產業設計研究所最多，共31位學生；實踐大學管理學院創意產業，共25位學生。

2.3 內容分析法

本節旨在探討內容分析法，主要分為「內容分析法之緣起」、「內容分析法之定義」、「內容分析法之類目表」與「內容分析法之步驟」進行探討，說明如下：

2.3.1 內容分析法之緣起

1941年，內容分析（content analysis）一詞，首度出現於英語中，然其起源可追溯至十八世紀的瑞典教廷審判活動，當時教廷權威受到非宗教性出版物的威脅，為維持其神聖性，教廷透過文本研究進行規範，從而觸發以內容分析法做出定量分析的研究。

二十世紀初葉，大眾媒體興起，新聞報章蓬勃發展，催生了「量化報章分析」，1930年代，美國使用此法分析戰時的情報，《統戰分析》一書對內容分析的目標及步驟做出重大貢獻。1950年代，內容分析法亦被廣泛運用於社會學（Sociology）、政治學（Politics）、人類學（Anthropology）、心理學（Psychology）等領域，1952年Berelson的著作《傳播研究的內容分析》（Content Analysis in Communication Research）問世，成為第一本內容分析之專論，亦是內容分析法典範之作。

1950年代後期，科技發展日新月異，翻譯機器、資料檢索等技術盛行，加之1980年代中期後電腦科技興起及普及，促使可解讀大量文本及重複編碼的內容分析持續發展，相關軟體可整合不同分析功能，支援不同語言，亦能同時追求量化及質化的研究。

整體而言，內容分析演變成對所有語言、圖像、文字、傳播數據、象徵符號等數據，均可做出推論的一系列研究方法，可進行宏觀的趨勢及脈絡研究，也可聚焦個人微觀的談話互動。

2.3.2 內容分析法之定義

內容分析法又稱資訊分析或文獻分析，雖部分類同歷史研究法，實則是討論某特定時間某現象狀況，或是某時期內所發生的狀況（王文科、王智弘，2009）。且是根據研究目的與研究假設，分析蒐集資料結果，證實或推翻研究假設（高明，2009）。

國外學者 Krippendorff (2012) 以為，內容分析法乃藉由重複驗證及有效推論文字或其他有意涵的事務，所形成探究其情境脈絡關聯的研究技術。Hagen (2018) 表示內容分析法是以客觀、定量、系統性的方式，分析資訊且探索並推敲內容的趨勢。Solodatenko 與Backer (2019) 認為內容分析法是一個蒐集資料數據，根據標準將其內容分門別類的方法。國內學者歐用生 (1996) 綜合相關學者意見，將內容分析法定義為：透過質的分析與量的技巧，對文件內容，例如書籍、文章、報紙、廣告、圖片、影片、媒體等，進行客觀及系統的研究與分析，以此推論該項文件內容產生的環境背景及其意義，並間接了解人類的行為及生活的一種研究方法。

2.3.3 內容分析法之類目表

類目即是內容的分類，亦是內容分析的標準，楊國樞、文崇一、吳聰賢、李亦園 (1989) 認為，一個良好的類目表決定研究主題品質的好與壞，若欠缺嚴謹與客觀的歸類項目及正確定義，產出的資料毫無意義。王石番 (1991) 亦認內容分析的關鍵因素在於類目的擬定，類目愈適合研究問題及內容，變能更深入研究主題，故周延而明確的類目，可產出愈具學術價值的分析。

又研究者應如何產出類目呢？歐用生 (1995) 及楊孝潔 (1996) 皆表示，建構類目的方式有二：一是參照過往理論或他人研究結果延伸發展而成，一是由研究者自行建構一份完善的類目表。

而如何建構一個具有價值的類目？王石番 (1991) 提出建構類目必須依循九項原則：類目表的項目必須符合研究目的、明確反映研究問題、無窮、項目之間互斥、項目之間獨立、遵循單一分類原則、具有功能性、可被操作性、類目表內容必須符合信度與效度。王文科、王智弘 (2007) 則提示，分析的類目需要與研

究目的有關，各個類目是彼此獨立、互斥的，也就是當某資料被歸類在此類目時，這份資料不能同時被歸類在另一個類目當中。

本研究旨在探討我國文化創意產業相關研究所論文之內容分析，綜合上述，本研究採用自編方式建構類目，依照研究實際需要而自行發展而成。詳細內容將在第三章有完整說明。

2.3.4 內容分析法之步驟

有關操作內容分析法之步驟，諸多專家均提出各自見解。以外國學者而論，Krippendorff（1980）表示執行步驟是：資料蒐集、資料彙整、分析、推論與敘述其結果等；而首要步驟為資料蒐集，包含決定單位與類別、確立研究對象及編碼。Wimmer與Dominick（1991）提出研究缺口與初步假設、確立研究問題、從研究母體中抽取合適的樣本、選擇並界定好分析單位、建構分析內容的名詞項目、研擬出量化系統、訓練編碼者（研究者）進行測驗、實際執行將檔內容正式歸檔並編碼、分析統計已收集到的資料、推論結果並解釋說明其數值，共10個步驟。

國內學者如：王石番（1911）提出內確立研究問題：從已知現象中發現問題；界定母群體類別：根據問題的類別，向外擴散範圍；抽取研究樣本：母群體範圍大，將需挑選其具有代表性的樣本來做研究；界定分析單位：分析單位隨著內容而有所變更，在此界定最小分析單位；建構類目依據：類目為內容分析的核心要素，必須具備嚴謹依據與客觀性；建立量化系統：將內容數據次數予給予量化並配合適當分析方法；檢視信效度：規劃類目後要檢視類目的適切性；內容編碼：資料界定與編碼必須具備一致性，為內容分析法最耗時耗力的部分；分析內容資料：將編碼完成後的資訊進行統計分析；解釋及推論：針對分析過後的結果，給予解釋及推論，共10個步驟。

余霖（1990）則整理出分析對象與單位、分析類目、類目的信度與效度、資料的統計分析，共4個步驟。歐用生（2003）從擬定研究目的下手，並經過訂定研究單位與類目、決定研究對象、考驗信度與效度、搜集並分析資料、撰寫研究報告，共6個步驟。劉鶴群等人（2010）依循之步驟依序為：指定被研究的對象、選

擇被分析評論，或回顧的研究素材資源、指定分析的主題、發展收集資料的規準、分析樣本的編碼規準，再以表列或圖示組織編碼資料，最後描述以及進一步分析統計資料。王文科、王智弘（2014）將步驟可分為三個階段，第一階段為確立目標：確定要達成的具體目標或假設；第二階段為蒐集資料的方式：涵蓋抽樣、類目、界定紀錄單位、脈絡單位與計數統計；第三階段則為編排分析程序：綜合資料結果，給予解釋及分析。

綜上所述，本研究的主要步驟為：確立研究主題與研究對象、蒐集相關文獻與研究資料、決定分析單位與決定類目來源、蒐集研究主題之博碩士論文、建立原始類目表、檢定信度且分析內容、進行統計分析、解釋與說明研究結果，共8個步驟。

2.4 國內學位論文題目有關「內容分析」及「學位論文」之研究

為探討我國運用內容分析為研究方法之探討學位論文之學術論文，使用「臺灣博碩士論文知識加值系統」進行取樣，搜尋論文名稱為「內容分析」及「學位論文」、2021年前出版之論文，得出20篇相關學位論文，如表2-6所示：

表 2-6 論文名稱含括「內容分析」及「學位論文」之學位論文

出版年	論文題目	研究者	學校/系所
2021	台灣2008至2020年音樂治療相關碩士學位論文內容分析	劉英慈	國立屏東大學/ 音樂學系
2021	1994年到2018年臺灣音樂教育社會學相關學位論文之內容分析	鄧琬亭	臺北市立大學/ 音樂學系
2020	台灣地區2011-2019年企業訓練TTQS碩博士學位論文之內容分析	柳岑歡	國立清華大學/ 學習科學研究所

續下頁

2019	台灣地區2008-2016年國小Scratch程式教育碩士學位論文之內容分析	褚柏駿	國立屏東科技大學/ 幼兒保育系所
2019	1993-2018年臺灣音樂創作教學相關學位論文之內容分析	薛佳昕	臺北市立大學/ 音樂學系
2019	臺灣1985-2017年五大音樂教學法相關學位論文之內容分析	葉心儀	臺北市立大學/ 音樂學系
2019	臺灣觀光相關研究所學位論文之內容分析	張詩昀	國立高雄餐旅大學/ 餐旅研究所
2017	國內校長教學領導相關學位論文研究之內容分析	鄭明玉	國立臺南大學/教育 經營與管理碩士班
2015	1988-2015年臺灣音樂欣賞教學相關學位論文之內容分析	莊麗蓉	臺北市立大學/ 音樂學系
2015	台灣地區2001-2013年資訊科技融入音樂教學相關學位論文之內容分析	蘇千雯	國立臺南大學/ 音樂學系
2014	雲林縣國小教師進修碩士學位論文之內容分析	林沛靜	國立雲林科技大學/ 技術及職業教育研 究所
2014	九五~九九學年度音樂教育學位論文中教育心理學文獻內容分析研究	何中原	臺北市立大學/ 音樂學系
2014	幼兒音樂教育研究相關學位論文之內容分析	李怡潔	臺北市立大學/ 音樂學系
2013	我國成人讀書會學位論文內容分析(1994-2012)	黃纘靜	國立高雄師範大學/ 成人教育研究所
2009	我國軍事院校政戰學院新聞學系碩士班學位論文分析研究	林春穆	國防大學政治作戰 學院/新聞碩士班

續下頁

2008	台灣生態旅遊相關學位論文之內容分析	胡綱顯	國立臺灣大學/ 森林環境暨資源學 研究所
2007	2001-2008音樂統整教學相關研究學位論文之內容分析	黃莉庭	臺北市立教育大學/ 音樂學系
2007	1994-2007台灣地區音樂評量相關學位論文之內容分析研究	黃翠瓊	臺北市立教育大學/ 音樂學系
2005	臺灣地區技職教育相關研究所學位論文內容分析之研究	李蕙蘭	臺北科技大學/技術 及職業教育研究所
2005	技職教育相關研究所學位論文之內容分析研究	蕭如絢	國立臺灣師範大學/ 工業教育學系

資料來源：研究者自行整理

將蒐集之20篇內容分析相關論文，分為基本資料、研究領域、研究對象及分析項目，共四大類進行分析與討論。

2.4.1 基本資料

探討論文基本資料中出版年代、研究題目及畢業系所三部分。

一、年代篇數分布

本研究搜尋範圍下，2005年伊始出現論文題目中包含學位論文及內容分析方法之學位論文，年度篇數統計如圖2-1。

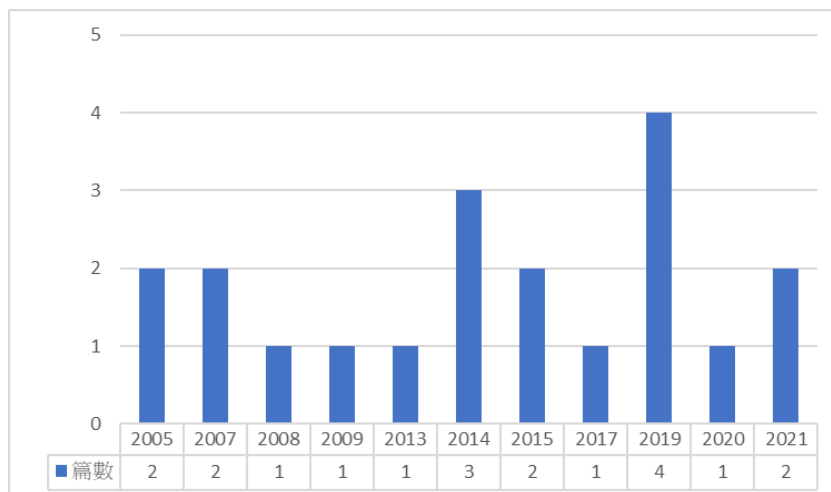


圖 2-1 年代篇數分布圖

二、研究題目

分析20篇論文如圖2-2，其中12篇皆已年代區間為討論範圍，其他8篇大致可分類為以研究所為單位，涵蓋觀光、新聞、技職教育相關研究所，共4篇；以主題為標的，如校長領導教學、幼兒音樂教育、生態旅遊，共3篇；以地區為主，如雲林縣，共1篇。

本研究以研究所為單位，進行文化創意相關學位論文之資料蒐集及分析，蒐集年代期間訂為疫情爆發之2019年至2021年，藉以觀察文化創意相關研究所因應疫情所採取的學術應對作為。

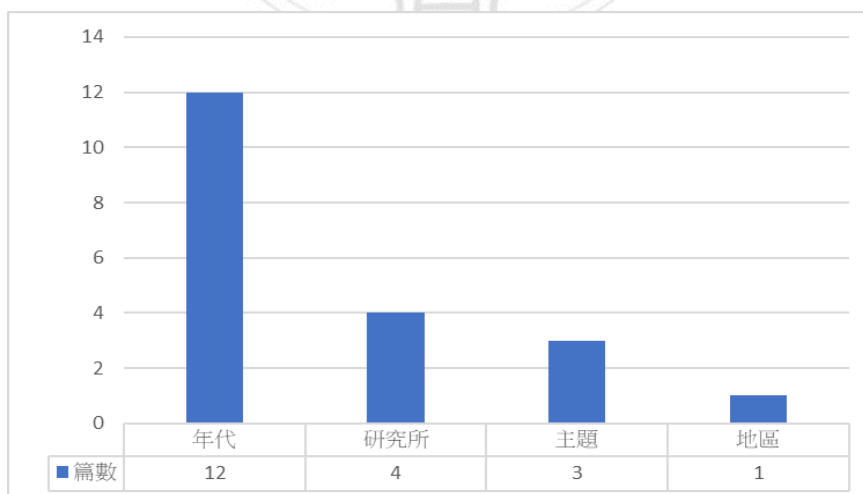


圖 2-2 研究題目分布圖

2.4.2 研究領域

參照教育部統計處「大專院校學科標準分類」將研究領域分為教育領域；藝術及人文領域；社會科學、新聞學及圖書資訊領域；商業、管理及法律領域；自然科學、數學及統計領域；資訊通訊科技領域；工程、製造及營建領域；農業、林業、漁業及獸醫領域；醫藥衛生及社會福利領域；服務領域；其他領域，共11大類。

由圖2-3可知，教育領域所佔篇數最多共計15篇，其次為藝術與人文領域及服務領域各2篇，商業、管理及法律領域1篇。

本研究題目為「臺灣文化創意相關研究所學位論文之內容分析」，亦為教育領域，險件內容分析之應用具有其指標意義，且經相關分析討論後，亦可觀察相關教育議題之研究趨勢。惟尚有諸多學科領域未利用內容分析法作為研究方法，顯示該研究方法仍有可在應用之空間。

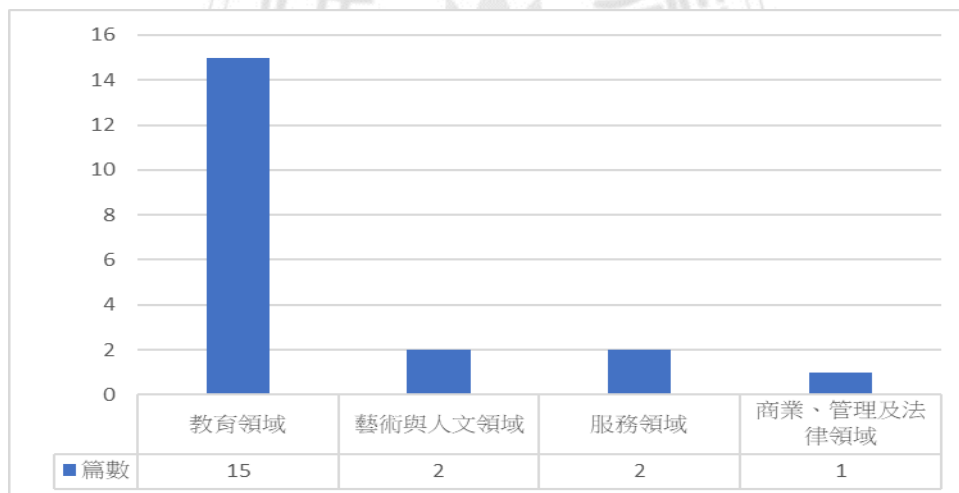


圖 2-3 研究領域分布圖

2.4.3 研究對象

承前定義本研究蒐尋之20篇相關論文，已將題目限縮為學位論文，故排除英文期刊論文或專題研究等，並據此將研究對象分為碩士論文、博士論文及碩博士論文，共三類。由圖2-4可知，以碩士論文為研究對象者共有16篇，以碩博士論文

為研究對象者有4篇，且無單獨針對博士論文為研究對象。

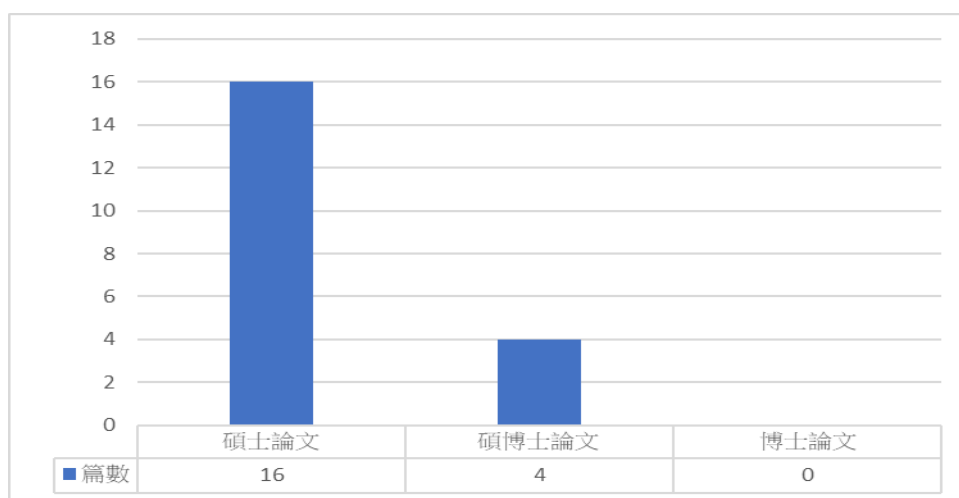


圖 2-4 研究對象分布圖

本研究為求學術嚴謹，選擇碩博士學位論文作為研究對象，以檢視文化創意領域之學術發展趨勢。

2.4.4 分析項目

檢視20篇論文之類目，將之分為基本資料、研究主題、研究對象、研究方法、研究工具、其他等六大類，如圖2-5。其他包含研究目的、研究結果及建議、研究區域、為人引用情形等。

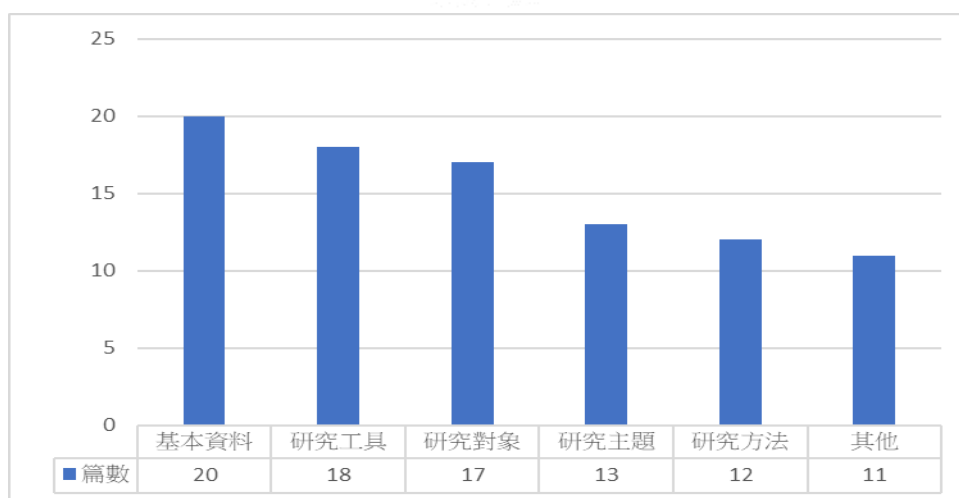


圖 2-5 分析項目分布圖

由圖2-5可知，20篇論文皆建立基本資料，次之為研究工具18篇、研究對象17篇、研究主題13篇、研究方法12篇及其他11篇。

整理論文發現，不同研究專業亦會發展出專屬的類目分類，例如「台灣2008至2020年音樂治療相關碩士學位論文內容分析」加入實務研究類目，以探討治療理論、實務範疇、治療對象；「台灣地區2011-2019年企業訓練TTQS碩博士學位論文之內容分析」直接應用PDDRO管理迴圈為類目，與教學相關之論文，加入教學設計取向或策略之類目，如「1993-2018年臺灣音樂創作教學相關學位論文之內容分析」、「臺灣1985-2017年五大音樂教學法相關學位論文之內容分析」、「1988-2015年臺灣音樂欣賞教學相關學位論文之內容分析」。

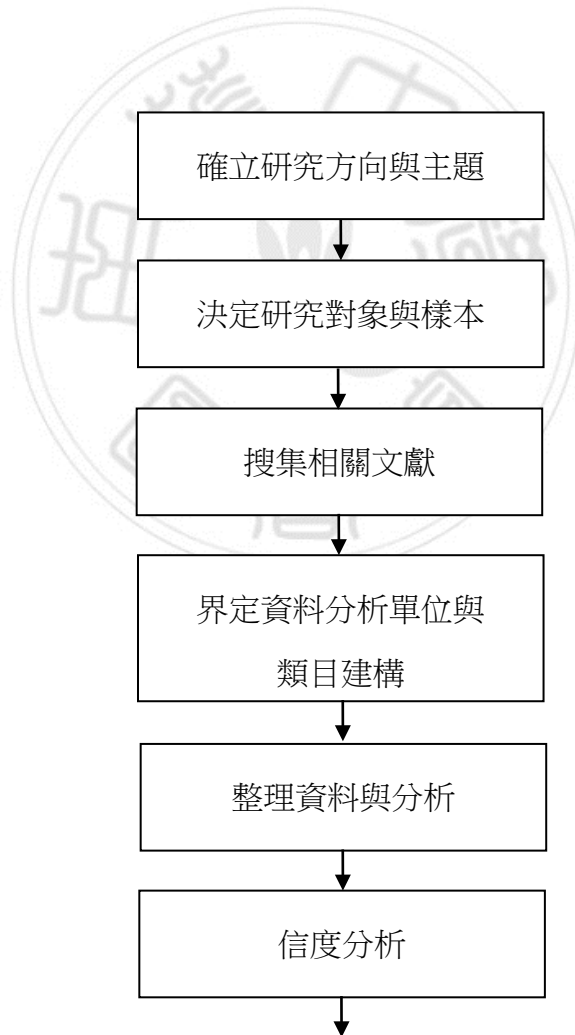
綜合上述，本研究擬以文化創意相關研究所學位論文為研究對象，利用內容分析法，針對論文基本資料、研究對象、研究場域、研究主題、研究方法、研究工具，共六項類目，運用次數與百分比之統計方法進行分析，以探討文化創意領域於疫情期間之學術發展趨勢。

第三章 研究方法

本研究旨在探討文化創意產業相關研究所學位論文之研究。本章共分五節：第一節為研究方法與流程；第二節為研究對象；第三節為研究工具、第四節為研究效度與信度；第五節為資料處理與分析，作為研究工具及分析之參考依據。

3.1 研究方法與流程

本研究依照研究動機和研究目的，選擇內容分析進行研究，目的乃瞭解國內文化創意產業相關研究所學位論文趨勢。本研究內容分析流程詳述如後，流程如圖3-1所示：



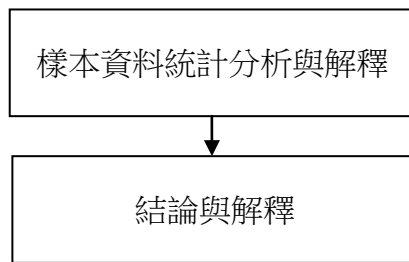


圖 3-1 研究流程圖

一、確立研究方向與主題

研究者首先需要確定想要完成的目標，可能是針對某個主題獲得描述性的訊息，或是形成主題，以幫助自己組織並理解大量的描述性資料，也可能藉此檢視其他研究的發現，或是獲得有關教育問題處理方法的資訊，也可用來檢定假設（楊孟麗、謝水南譯，2013）。

本研究與指導教授討論，藉由挖掘及探討有意義的研究主題，決定擬定以內容分析法，探討2019年疫情伊始期間三年內，文化創意產業相關研究所學位論文之現況與趨勢。

二、決定研究對象與樣本

使用「臺灣博碩士知識加值系統全文資料庫」為搜尋引擎，利用系所：文化創意、文化（教）產（事）業、創意產（事）業、創意藝術（藝術創意）、論文出版年：2019 至 2021 等關鍵字查詢，共計搜尋1,055 篇相關碩博士學位論文。

三、搜集相關文獻

搜集研究主題、內容分析法之相關研究與文獻資料，經由閱讀分析整理研究主題背景與內容分析法應用層面，本研究希冀透過研究結果與發現，了解目前文化創意產業相關碩士學位論文現況，以提供未來相關議題研究之參考。

四、界定資料分析單位與類目建構

本研究旨在分析國內文化創意產業相關研究所學位論文之現況，碩博論以一人一篇為標準，因此以「篇」為分析單位。而本研究的類目，運用英文字母表現

編碼或阿拉伯數字意義編碼來定義編碼值，針對研究對象、研究主題變向等各項類別，自行設計編碼對照表。

本研究按照分析類目來源，設計一份「文化創意相關研究所學位論文之內容分析登錄表」（附錄二）共有樣本基本資料、研究對象、研究主題變項、研究方法及取向、研究所系所分佈等五大類目。

五、整理資料與分析

將國內文化創意產業相關學位論文，根據「文化創意產業相關研究所學位論文之內容分析登錄表」，進行內容編碼。內容編碼的步驟為，逐篇檢視碩士學位論文，在編入登入表之中，並使用Excel 建置原始資料檔案。

六、信度分析

為符合科學研究的客觀與實證精神，簡茂發（1989）認為，研究者無論是自行編製測量工具或從現有的標準測驗中加以選擇運用，欲獲得確實可靠的資料，都必須講求其效度與信度。張紹勳（2001）表示，研究工具在預試之後，必須確定該工具具有準確的效度與信度之後，才可進行正式調查、測驗或實驗。故效度與信度之檢測，為內容分析的重要步驟之一。歐用生（1993）認為內容分析法的類目之信度分析關鍵在於要如何將研究內容歸在同一類目中，更要讓結果產生高度一致性。一致性高代表其內容分析的信度越高，反之內容分析的信度則低，信度與研究結果為正相關。

評分員由2位具有文化創意背景的學生共同擔任。首先，說明本研究實行流程與分析類目表；接著隨機抽樣100 篇碩士學位論文作為預試樣本，讓評分員遵循類目而予以定義；隨後進行主題類目的「評分員相互同意度」之信度檢驗。

本研究信度檢驗採評分員信度，也就是評分員之間一致性指標，其公式如下：

$$\text{相互同意信度} = 2M \div (N1 + N2)$$

$$\text{評分員信度} = (n \times \text{平均相互同意信度}) \div [1 + (n-1) \times \text{平均相互同意信度}]$$

M 為編碼決策過程中，兩個評分員意見一致的數量

N1 為第一位評分員之同意數目

N2 為第二位評分員之同意數

n 為參與編碼人員數目

七、樣本資料統計分析與解釋

依據分類、歸檔每一篇論文後，進行數據分析，通常使用敘述統計進行資料摘要，次數、百分比、特定內容出現比率等方法；若是要探索變項之間的關係，也常利用交叉表或卡方分析進行統計分析。

本研究將根據研究目的及問題進行統計分析，再會製成統計圖表和表格，並以次數與百分比分析為主要統計分法。

八、結論語解釋

根據研究問題與研究目的，逐一說明各項統計結果，已達成內容分析法最重視且具有價值的內容趨勢與事實資訊。

3.2 研究對象

本研究以國內文化創意產業相關研究所之學位論文為研究對象，藉由國家圖書館臺灣博碩士學位論文知識加值系統網站，使用「文化創意」相關系所以及「2019年」至「2021年」期間出版之文化創意相關研究所的碩博士學位論文，共計搜尋1,055篇相關碩博士學位論文，扣除延長公開或無電子全文可下載者，以1,047篇碩博士學位論文為研究對象。

本研究共計1,047篇，由29所學校之研究生所完成，其中17所為一般大學，12所技專院校；15所為私立學校，14所國立學校。學校名稱將以最新之學校名稱為準，例如：高雄應用科技大學與他校合併為國立高雄科技大學，本論文登錄為高雄科技大學。將29所學校文化創意產業相關研究所從2019至2021年間之學位論文，以篇數遞減方式整理如表3-1。

表 3-1 文化創意產業相關研究所學位論文各所篇數一覽表

編號	學校名稱	篇數	編號	學校名稱	篇數
1	東方設計大學	117	16	環球科技大學	22
2	南華大學	102	17	崇右影藝科技大學	20
3	國立臺北教育大學	96	18	中原大學	17
4	中臺科技大學	91	19	靜宜大學	16
5	國立高雄師範大學	89	20	國立屏東科技大學	16
6	大仁科技大學	68	21	國立雲林科技大學	15
7	國立高雄科技大學	64	22	華梵大學	14
8	國立成功大學	55	23	國立臺灣藝術大學	13
9	國立東華大學	45	24	景文科技大學	10
10	國立臺中教育大學	29	25	國立臺北科技大學	9
11	國立臺北藝術大學	28	26	國立勤益科技大學	8
12	國立臺北商業大學	27	27	文藻外語大學	7
13	崑山科技大學	26	28	實踐大學	6
14	國立屏東大學	24	29	正修科技大學	4
15	佛光大學	22			

資料來源：研究者自行整理

3.3 研究工具

本研究依據研究目的、文獻探討資料，建構出研究工具為自編之「文化創意產業相關研究所學位論文之內容分析登錄表」，包含7種主類目、7種次類目，經過信度與效度確認之後，完成最後之研究工具。以下針對登錄表內容及類目定義其內涵加以說明。

一、「文化創意產業相關研究所學位論文之內容分析登錄表」內容敘述

(一) 論文基本資料

此類目為了了解碩士學位論文的基本資料，透過分析各篇論文的封面，歸納

其學校、系所、論文題目、研究生及論文出版年。

(二) 研究對象

此類目是為了瞭解文化創意產業相關研究所學位論文所研究之對象，又因其範圍涉獵不僅囊括管理類及藝術創作類，故以輸出輸入的角度著眼，將類目選項分為四個，包含生產端的創作者/傳承者/經營者，轉換端的中介者，接收端的使用者/消費者，及結合前三項任二項以上之利害關係人。

(三) 研究場域

此類目是為了瞭解文化創意產業相關研究所學位論文所研究之場域，該類目對應研究對象之類目，將選項分為四個，包含個人/作品/活動、機關/機構/學校、社區/聚落及產業。

(四) 研究主題變項 (A)

此類目是為了瞭解研究主題中，對於文化創意產業相關學位論文的內涵分類為何，依據文獻探討之歸納整理及專家修正後之建議分為八個選項，包含視覺藝術產業、表演藝術產業、影視聽產業、出版產業、建築及場域經營產業、軟體與電腦數位產業、創意生活產業、其他。

(五) 研究主題變項 (B)

此類目之建構是因研究樣本之論文主題當中依舊有很多主題未能歸類在主題變項 (A)，因此從1,095 篇中隨機抽取250 個主題進行分類，並依據專家修正後之建議分為三大選項及二十五項細項。

(六) 研究方法

此類目是為了瞭解文化創意產業相關學位論文中，其採用之研究方法取向為量化、質性或是混合研究。

(七) 研究工具

此類目是為了瞭解文化創意產業相關學位論文的研究方法，針對各篇論文摘要及第三章內容探究其搜集資料的研究方法並加以分門別類。

二、次類目定義

依據文化創意產業相關研究所學位論文之內容分析登錄表之內容，以下針對

研究主題變項 (A)、研究主題變項 (B)、研究方法作出定義。

(一) 研究主題變項 (A)

以各國對文化創意產業種類之界定為分類依據，說明研究主題變項 (A) 之分類定義如表3-2。：

表 3-2 研究主題變項 (A) 分類方法

次類次分類	內容說明
視覺藝術產業	視覺藝術 指從事繪畫、雕塑、其他藝術品創作、藝術品拍賣零售、畫廊、藝術品展覽、藝術經紀代理、藝術品公證鑑價、藝術品修復等行業。
	(傳統) 工藝 指從事(傳統)工藝創作、(傳統)工藝設計、模具製作、材料製作、(傳統)工藝品生產、(傳統)工藝品展售流通、(傳統)工藝品鑑定等行業。
	視覺傳達設計 指從事企業識別系統設計(CIS)、品牌形象設計、平面視覺設計、網頁多媒體設計、商業包裝設計等行業。
	設計品牌時尚 指從事以設計師為品牌或由其協助成立品牌之設計、顧問、製造、流通等行業。
表演藝術產業	(傳統) 表演藝術 指從事(傳統)音樂、(傳統)戲劇(曲)、(傳統)舞蹈及民俗藝陣之創作、訓練、表演等相關業務、表演藝術軟硬體(舞台、燈光、音響、道具、服裝、造型等)設計服務、經紀、藝術節經營等行業。

續下頁

	<p>流行音樂及文化內容</p> <p>指從事具有大眾普遍接受特色之音樂及文化之創作、出版、發行、展演、經紀及其周邊產製技術服務等之行業。</p>
	<p>電影</p> <p>含電影指從事電影片製作、電影片發行、電影片映演，及提供器材、設施、技術以完成電影片製作等行業。</p>
影視聽產業	<p>廣播電視</p> <p>指利用無線、有線、衛星廣播電視平台或新興影音平台，從事節目製作、發行、播送等之行業。</p>
	<p>廣告</p> <p>指從事各種媒體宣傳物之設計、繪製、攝影、模型、製作及裝置、獨立經營分送廣告、招攬廣告、廣告設計等行業。</p>
出版產業	<p>指從事新聞、雜誌（期刊）、圖書等紙本或以數位方式創作、企劃編輯、發行流通等之行業。</p>
建築及場域經營產業	<p>建築</p> <p>指從事建築物設計、室內裝修設計等行業。</p> <p>文化資產應用及展演設施產業</p> <p>指從事文化資產利用、展演設施，如劇院、音樂廳、露天廣場、美術館、博物館、藝術館（村）、演藝廳等經營管理之行業。</p>
	<p>軟體</p> <p>包含應用/系統軟體設計開發、系統整合服務、資料處理服務、通路經銷等行業。</p>
軟體與電腦數位產業	<p>電腦設備</p> <p>電腦及週邊設備產業鏈包含上游零組件供應商，及下游電腦終端應用產品及其他電腦週邊設備供應。</p>

續下頁

	<p>數位內容</p> <p>指從事提供將圖像、文字、影像或語音等資料，運用資訊科技加以數位化，並整合運用之技術、產品或服務之行業。包括數位遊戲、行動應用服務、內容軟體、數位學習，以及提供內容數位化創作、企劃編輯、發行流通所需之技術面產品或服務。</p>
創意生活產業	<p>指以創意整合生活產業的核心知識，提供具有深度體驗及高質美感的產業。包括源自創意或文化積累，以創新的經營方式提供食、衣、住、行、育、樂各領域有用的商品或服務。運用複合式經營，具創意再生能力，並提供學習體驗活動。</p>
其他	<p>指從事中央主管機關依下列指標指定之其他文化創意產業：產業提供之產品或服務具表達性價值及功用性價值。產業具成長潛力，如營業收入、就業人口數、出口值或產值等指標。</p>

資料來源：研究者自行整理

(二) 研究主題變項 (B)

因「研究主題變項 (A)」僅涉及產業分類，因此隨機抽取250個論文題目進行初步分類，產生「研究主題變項 (B)」，分類方式如表3-3。

表 3-3 研究主題變項 (B) 分類方法

次類目分類	內容說明
設計	分為藝術創作、藝術技法、藝術評析、商品設計等與設計有關之分類。
管理	分為創新創業、經營策略、行銷模式、服務品質/滿意度、消費模式/消費者行為或認知、營運成效、其他等與產業營運有關之分類。

續下頁

	分為組織發展、工作設計、訓練考核、員工協助等與人力資源有關之分類。
	分為網路科技/APP應用、AI、其他等與智慧文創有關之分類。
教學	分為學習動機與認同、班級經營、課程設計、多媒體應用、教學成效、教師專業成長、其他等與教學有關之分類。

資料來源：研究者自行整理

(三) 研究工具

以下說明研究工具之分類定義，如表3-4：

表 3-4 研究工具分類方法

次類目分類	內容說明
問卷調查法	以書面提出問題的方式搜集資料的一種研究方法。研究者將所要研究的問題編製成問題表格，透過嚴謹的機率抽樣，找出能反映大型母體特徵的受訪者，經由標準化過程，讓所有受試者以相同形式提供資料，得以對母體從事推估或假設的驗證的方法。因受訪者提供一致性的回答，研究者容易處理所蒐集到的答案，故通行於調查研究。
參與觀察法	研究者深入到所研究對象的生活背景中，成為被觀察團體中的一員，參與活動或生活，扮演參與者及觀察者的雙重角色。
訪談研究法	透過訪談過程及對話內容，發覺受訪者的動機、信念、態度、看法及認知等。深度訪談、半結構訪談皆屬之。
個案研究法	研究者針對特殊事體，藉由多元資料的蒐集及比較分析，以期發現其研究對象內隱的特質或規律，以邏輯性的導向思考過程，尋求解決問題的方法。
行動研究法	將行動與研究合而為一，研究者針對特定的時間、地點及情境

續下頁

	中的問題特性，擬定解決問題策略，透過實際行動來進行評鑑反思與回饋修正。
實驗研究法	指研究者在控制足以影響實驗結果的無關干擾變項之下，探討獨立變項與依變項之間是否存在有因果關係的研究方法。並把受試對象區分為實驗組和控制組，再依不同組別施以不同的實驗處理，然後藉由操縱獨立變項來觀察依變項所受到的影響，以探究其因果關係。
文獻與內容分析法	對文獻內容作客觀、系統而且量化的方法，以解釋特定時間的現象狀態及發展情形，便以對事物發展作出預測。
創作研究法	包含藝術創作之理念形成與創作省思，創作之自我評析，獨特創作經驗之闡明、洞察、與呈現之藝術研究法之應用。
其他	非屬前幾項者。

資料來源：研究者自行整理

3.4 研究效度與信度

本研究由三位評分員擔任內容分析工作，以提高專家效度。研究文化創意相關學位論文內容，將主題一內容分析編碼時，與三位評分員討論類目與歸類，並且檢視是否一致，同樣概念是否歸入同一類目，以達到編碼前後一致及研究分析結果的可靠度。

一、效度考驗

本研究以文化創意相關研究所學位論文為主題之內容分析研究，為研究工具能得有效得到相關資料，進而達成研究目的，本研究採專家效度檢定，請相關主題專家，審查所設計之內容分析研究工具，以提升研究工具類目之效度。

10月7日傳送「文化創意產業相關研究所學位論文之內容分析登錄表」予三位專家審查，進行專家效度檢視，以評斷其適切性。三位專家分別於10月7日、10月9日、10月11日回覆無須修改。

表 3-5 本研究專家效度審查名單

專家代號	任職單位及職稱	專家姓名
一	私立大學文化創意事業管理學系碩士班教師	洪○○
二	國立科技大學文化創意事業系碩士班教師	陳○○
三	私立大學文化創意事業管理學系碩士班教師	黃○○

註：依姓氏筆畫順序排序

二、信度考驗

內容分析法的信度設計為：具有研究者信度（Intra-coder reliability）的「穩定性(stability)」、具有評分者信度（Inter-coder reliability）的「可複製性（reproducibility）」與「準確性（accuracy）」等三種類型（王石番，1991；楊孝滌，1993）。

本研究之研究工具在經過專家效度考驗，並發展「評核員編碼須知」（附錄二），因研究限制，由2位具有文化創意背景的學生共同擔任評核員，先說明本研究實行流程與分析類目表；接著從研究樣本1,047 篇論文中隨機抽取100 篇碩士學位論文作為預試樣本，讓評核員遵循類目而予以定義。隨後檢驗評核員信度，也就是評核員之間一致性指標。一致性高代表其內容分析的信度越高，反之內容分析的信度則低，信度與研究結果為正相關。

本研究「評分員相互同意度」之信度檢驗（Intercoder Reliability）公式如下：

$$\text{相互同意信度} = 2M \div (N1 + N2)$$

$$\text{評核員信度} = (n \times \text{平均相互同意信度}) \div [1 + (n-1) \times \text{平均相互同意信度}]$$

M 為編碼決策過程中，兩個評核員意見一致的數量

N1 為第一位評核員之同意數目

N2 為第二位評核員之同意數目

n 為參與編碼人員數目

整體而言，內容分析信度應介於0.66至0.95 之間（鈕文英，2007）。從各類目之編碼題項得知平均相互同意度檢測結果，一致性越高，內容分析的信度越高；

一致性越低則內容的信度越低。

本研究2位評核員的相互同意度0.79、相互信度0.91，各類目之間的同意度亦相當平均，主要相異處為研究主題變項（B）。對於評核員持不相同的歸類項目意見時，共同重行檢視該篇論文內容並協調討論，取得一致共識後予以確認所屬類目。因相互信度介於0.66 至0.95 之間，達成信度係數標準故此登錄表具有信度，因此可繼續執行後續分析內容之編碼。

3.5 資料處理與分析

本節共分為兩個部分進行說明，一為資料分析方式；二為資料處理方式，茲分述如下：

本研究以碩博士學位論文題目為分析單位，根據題目和類目的定義分析歸納並登錄畫記，進行常見的統計分析：

一、資料分析方式

本研究建立 2019 至 2021 年間之文化創意產業相關研究所碩士論文清冊，共計1,047篇，全部論文悉數在臺灣博碩士論文知識加值系統中全文下載。並完成研究工具「文化創意相關研究所碩士論文之內容分析登錄表」之編制與信效度檢定後，依據擬定之歸類方法及規則，進行各類目之登錄及劃記。

二、資料處理方式

本研究利用EXCEL 軟體將樣本論文資料登錄並建檔，量化部分採描述性統計分析，敘述各類目之數量、散布情形、百分比和排序，並使用EXCEL內建直條圖、及折線圖製成相關圖表；質性部分依據論文全文或摘要採詮釋性分析。

第四章 研究結果分析與討論

本研究針對2019至2021年間文化創意產業相關研究所碩博士論文，進行內容分析，藉以了解文化創意產業相關研究所論文研究之概況與發展，依統整結果進行統計分析，本章共分四節進行說明，第一節為文化創意產業相關研究所學位論文概況；第二節為文化創意產業相關研究所論文之研究對象及研究場域之分析結果；第三節為文化創意產業相關研究所論文之研究主題分析結果；第四節文化創意產業相關研究所論文之研究方法分析結果。

4.1 文化創意相關研究所學位論文概況

本節旨在分析文化創意產業研究所學位論文之基本資料概況，透過大學院校系所學位論文的發表篇數進行分析，以了解2019至2021年間文化創意產業相關研究所學位論文篇數的成長情形及學位論文出處分布情形。

4.1.1 文化創意相關研究所學位論文出版年分布情形

本研究依據自製之登錄表研究工具，統計文化創意產業相關研究所碩博士論文於 2019 至 2021 年間篇數，呈現趨勢如圖4-1所示。

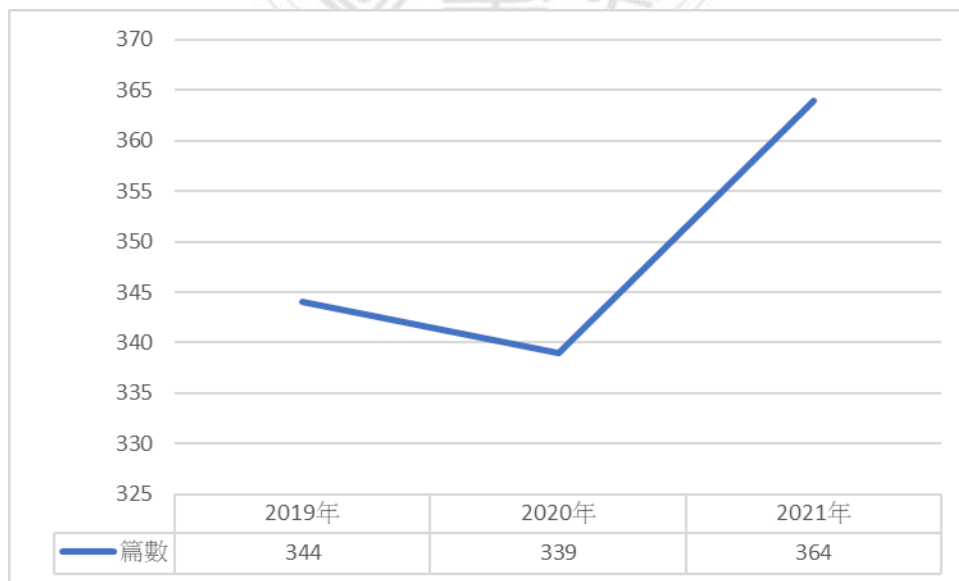


圖 4-1 論文出版年趨勢圖

由圖4-1得知，文化創意相關研究所碩博士論文於 2019 至 2021年間，2021 年篇數最多，共計 364 篇，佔總篇數 34%；次多為 2019 年共計 344 篇，佔總篇數 33%；最少為 2020 年共計 339 篇，佔總篇數32%。

4.1.2 文化創意相關研究所學位論文之出處分布情形

文化創意產業相關研究所碩博士論文於2019至2021年間，各學校產出之篇數如表4-1 所示。

表 4-1 文化創意相關研究所學位論文之出處分布

編號	學校名稱	系所名稱	篇數
1	東方設計大學	文化創意設計研究所*	117
2	南華大學	文化創意事業管理學系碩士班*	102
3	國立臺北教育大學	文化創意產業經營學系碩士班	96
4	中臺科技大學	文教事業經營研究所*	91
5	國立高雄師範大學	文化創意設計碩士學位學程*	89
6	大仁科技大學	多媒體設計系文創碩士在職專班#	68
7	國立高雄科技大學	文化創意產業系碩士班*	64
8	國立成功大學	創意產業設計研究所	56
9	國立東華大學	藝術創意產業學系碩士班*	45
10	國立臺北藝術大學	文創產業國際藝術碩士學位學程	28
11	國立臺北商業大學	創意設計與經營研究所	27
12	崑山科技大學	文創產業創新管理產業碩士專班	26
13	國立屏東大學	文化創意產業學系碩士班*	24
14	佛光大學	文化資產與創意學系碩士班	22
15	環球科技大學	文化創意設計碩士班	22
16	國立臺中教育大學	文化創意產業設計與營運學系碩士班	21

續下頁

17	崇右影藝科技大學	文化創意研究所	20
18	中原大學	文化創意設計碩士學位學程	17
19	靜宜大學	社會企業與文化創意碩士學位學程	16
20	國立屏東科技大學	客家文化產業研究所	16
21	國立雲林科技大學	文化資產維護系碩士班	15
22	華梵大學	美術與文創學系碩士班*	14
23	國立臺灣藝術大學	創意產業設計研究所博士班	13
24	景文科技大學	視覺傳達設計系數位文創設計碩士班	10
25	國立臺北科技大學	文化事業發展系碩士班	9
26	國立勤益科技大學	文化創意事業系碩士班	8
27	文藻外語大學	創意藝術產業碩士在職專班#	7
28	實踐大學	管理學院創意產業博士班	6
29	正修科技大學	文創設計與藝術保存碩士班	4

資料來源：研究者自行整理

由表4-1得知，2019至2021年間文化創意產業相關研究所碩博士論文中，以東方設計大學總篇數最多共計產出117篇，佔總篇數10.7%，次多為南華大學共計產出102篇，佔總篇數9.3%，及國立臺北教育大學共計產出 96 篇，佔總篇數8.9%。

文化創意相關系所的名稱，多以文化、創意、設計、事業、管理等詞彙組合而成，且涵蓋面向從設計、創意領域橫跨管理領域，雖有部分科系自傳統的美術系轉型而來，但皆補強了管理相關課程，符合文化創意產業跨領域的特性。

4.2 文化創意產業相關研究所論文之研究對象及研究場域分析結果

本節旨在分析文化創意產業研究所學位論文之研究對象及研究場域概況，希望瞭解此領域研究對象及研究場域之變化情形。分析項目包括：一、研究對象及研究場域分布情形；二、研究對象及研究場域與出版年篇數交叉分析；三、研究

對象及研究場域與學校篇數交叉分析。

4.2.1 研究對象分析

一、研究對象分布情形

為瞭解2019至2021年間1,047篇之文化創意產業相關研究所論文其研究對象之篇數，其分布情形如圖4-2所示。

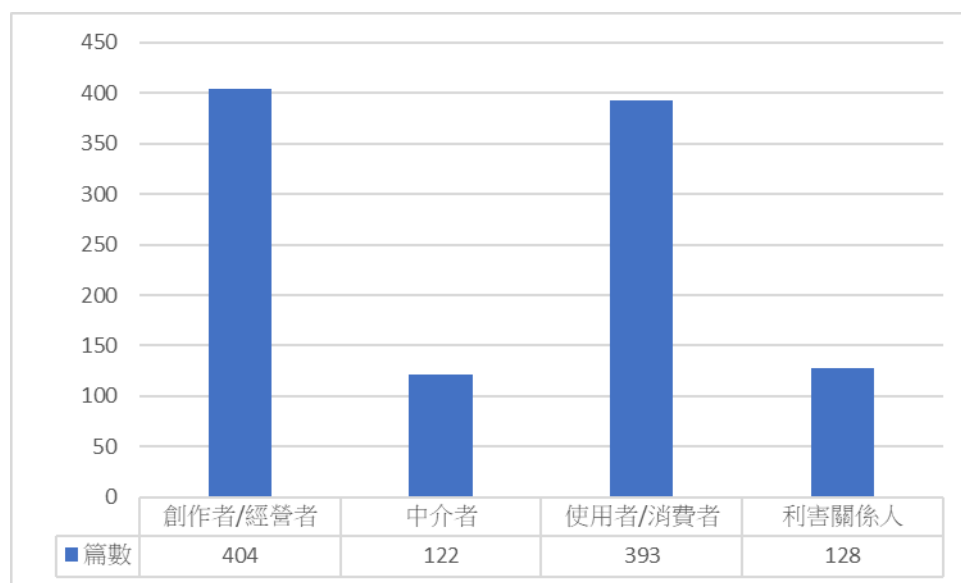


圖 4-2 研究對象統計圖

由圖4-2得知研究對象分布情況，共分為創作者/經營者、中介者、使用者/消費者、利害關係人，共四種分類。

「創作者/經營者」研究篇數最多，共計404篇，佔總篇數39%；依次為「使用者/消費者」共計393篇，佔總篇數37%、「利害關係人」共計128篇，佔總篇數12%、「中介者」共計122篇，佔總篇數12%。

二、研究對象與出版年篇數交叉分析

為探討文化創意相關研究所碩博士論文之研究對象疫情期間學位論文篇數分布情形，與年代區間之交互關係，進一步根據研究對象與出版年實施交叉分析，其結果如表4-2所示。

表 4-2 研究對象與出版年篇數交叉分析

出版年	研究對象				總計
	創作者 傳承者 經營者	中介者	使用者 消費者	利害 關係人	
2019	143 13.8%	40 3.8%	124 11.8%	37 3.5%	344
2020	134 12.8%	34 3.2%	138 13.2%	33 3.2%	339
2021	127 12.1%	48 4.6%	131 12.5%	58 5.5%	364
總計	404	122	393	128	1047

統計結果分析，由表4-2-研究結果顯示，2019至2021年間文化創意相關碩博士論文在研究對象上有差異。就研究對象而言，「創作者/傳承者/經營者」依序為2019年143篇、2020年134篇、2021年127篇；「中介者」依序為2019年40篇、2020年34篇、2021年48篇；「使用者/消費者」依序為2019年124篇、2020年138篇、2021年131篇；「利害關係人」依序為2019年37篇、2020年33篇、2021年58篇。

研究結果發現，2021年是碩博士論文最多研究對象的一年，共計364篇，由此可顯示該年研究對象的多元性及多樣性，其次為2019年碩博士論文344篇，而排序第三為2020年碩博士論文共計339篇。

進一步以出版年分析，2019年研究篇數344篇，以「創作者/傳承者/經營者」佔最多，其次為「使用者/消費者」，排序第三為「中介者」，「利害關係人」篇數最少；2020年研究篇數339篇，以「使用者/消費者」佔最多，其次為「創作者/傳承者/經營者」，排序第三為「中介者」，「利害關係人」篇數最少；2021年研

究篇數364篇，以「使用者/消費者」佔最多，其次為「創作者/傳承者/經營者」，排序第三為「利害關係人」，「中介者」篇數最少。

研究對象與出版年交叉分析研究結果顯示，疫情期間研究數量最多為2019年的「創作者/傳承者/經營者」(13.8%)，其次為2020年的「使用者/消費者」(13.2%)，排序第三為2020年「創作者/傳承者/經營者」(12.8%)，由此可知，文化創意相關研究所碩博士論文之研究對象，主要為「創作者/傳承者/經營者」。

三、研究對象與學校篇數交叉分析情形

為探討文化創意相關研究所碩博士論文之研究對象疫情期間學位論文篇數分布情形，與各別學校之交互關係，進一步根據研究對象與學校實施交叉分析，其結果如表4-3 所示。

表 4-3 研究對象與學校篇數交叉分析

學校名稱	研究對象				百分比	總計
	創作者 傳承者 經營者	中介者	使用者 消費者	利害 關係人		
東方設計大學	37	9	58	13	11.2%	117
南華大學	30	15	57		9.7%	102
臺北教育大學	29	10	41	16	9.2%	96
中台科技大學	26	7	50	8	8.7%	91
高雄師範大學	27	25	28	9	8.5%	89
大仁科技大學	15	1	31	21	6.5%	68
高雄科技大學	30	7	17	10	6.1%	64
成功大學	15	2	29	6	5.0%	52
東華大學	37	2	5		4.2%	44

續下頁

臺北藝術大學	10	7	8	3	2.7%	28
臺北商業大學	2		20	4	2.5%	26
崑山科技大學	24	1		1	2.5%	26
屏東大學	11	1	6	6	2.3%	24
環球科技大學	17	1	3	1	2.1%	22
佛光大學	13	3	2	4	2.1%	22
臺中教育大學	6	2	13		2.0%	21
崇右影藝科技大學	11	3	5	1	1.9%	20
中原大學	8	5	2	2	1.6%	17
靜宜大學	13	1	1	1	1.5%	16
屏東科技大學	2	2	8	4	1.5%	16
雲林科技大學	1	9	1	4	1.4%	15
華梵大學	14				1.3%	14
臺灣藝術大學	3	2	1	7	1.2%	13
景文科技大學	5		2	3	1.0%	10
臺北科技大學	3		2	4	0.9%	9
勤益科技大學	3	2	3		0.8%	8
文藻外語大學	5	2			0.7%	7
實踐大學	4	2			0.6%	6
正修科技大學	3	1			0.4%	4
總計	404	122	393	128	100%	1,047

註1：為便於閱讀，數字為0一律使用空白欄位顯示

統計結果分析，由表4-3研究結果顯示，研究對象「創作者/傳承者/經營者」以東方設計大學及東華大學最多，2校各佔37篇；「中介者」以高雄師範大學25篇最多；「使用者/消費者」以東方設計大學58篇居首；「利害關係人」以大仁科技大學21篇居首。

4.2.2 研究場域分析

一、研究場域分布情形

為瞭解2019至2021年間1,047篇之文化創意產業相關研究所論文其研究場域之篇數，其分布情形如圖4-3所示。

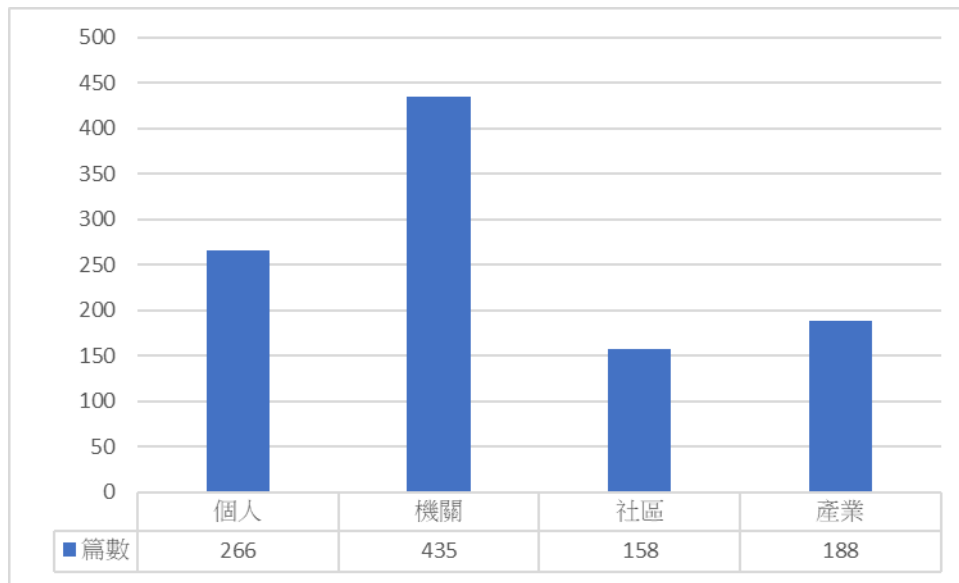


圖 4-3 研究場域統計圖

由圖4-3得知研究場域分布情況，分為個人/作品/活動、機關/機構/學校、社區/聚落、產業，共四種分類。

「機關/機構/學校」研究篇數最多，共計435篇，佔總篇數42%；依次為「個人/作品/活動」共計266篇，佔總篇數25%、「產業」共計188篇，佔總篇數18%，「社區/聚落」共計158篇，佔總篇數15%。

二、研究場域與出版年篇數交叉分析

為探討文化創意相關研究所碩博士論文之研究對象疫情期間學位論文篇數分布情形，與年代區間之交互關係，進一步根據研究對象與出版年實施交叉分析，其結果如表4-4 所示。

表 4-4 研究場域統計圖

出版年	研究場域				總計
	個人 作品 活動	機關 機構 學校	社區 聚落	產業	
2019	90 8.6%	144 13.8%	51 4.9%	59 5.6%	344
2020	79 7.5%	133 12.6%	51 4.9%	76 7.3%	339
2021	97 9.3%	158 15.1%	56 5.3%	53 5.1%	364
總計	266	435	158	188	1,047

統計結果分析，由表4-4研究結果顯示，2019至2021年間文化創意相關碩博士論文在研究場域上有差異。就研究場域而言，「個人/作品/活動」依序為2019年90篇、2020年79篇、2021年97篇；「機關/機構/學校」依序為2019年144篇、2020年133篇、2021年158篇；「社區/聚落」依序為2019年51篇、2020年51篇、2021年56篇；「產業」依序為2019年59篇、2020年76篇、2021年53篇。

進一步以出版年分析，2019年研究篇數344篇，以「機關/機構/學校」佔最多，其次為「個人/作品/活動」，排序第三為「產業」，「社區/聚落」篇數最少；2020年研究篇數339篇，以「機關/機構/學校」佔最多，其次為「個人/作品/活動」，排序第三為「產業」，「社區/聚落」篇數最少；2021年研究篇數364篇，以「機關/機構/學校」佔最多，其次為「個人/作品/活動」，排序第三為「社區/聚落」，「產業」篇數最少。

三、研究場域與學校篇數交叉分析情形

為探討文化創意相關研究所碩博士論文之研究對象疫情期間學位論文篇數分

布情形，與各別學校之交互關係，進一步根據研究對象與學校實施交叉分析，其結果如表4-5 所示。

表 4-5 研究場域與學校篇數交叉分析

學校名稱	研究場域				百分比	總計
	個人 作品 活動	機關 機構 學校	社區 聚落	產業		
東方設計大學	36	23	22	36	11.2%	117
南華大學		65	21	16	9.7%	102
臺北教育大學	16	54	12	14	9.2%	96
中台科技大學	9	78	3	1	8.7%	91
高雄師範大學	13	26	23	27	8.5%	89
大仁科技大學	4	38	16	10	6.5%	68
高雄科技大學	18	30	7	9	6.1%	64
成功大學	16	19	5	12	5.0%	52
東華大學	27	9	4	4	4.2%	44
臺北藝術大學	13	7	5	3	2.7%	28
臺北商業大學	2	11	1	12	2.5%	26
崑山科技大學	25	1			2.5%	26
屏東大學	7	10	5	2	2.3%	24
環球科技大學	11	4	3	4	2.1%	22
佛光大學	4	13	4	1	2.1%	22
臺中教育大學		7	1	13	2.0%	21
崇右影藝科技大學	13	4	1	2	1.9%	20
中原大學	5	2	3	7	1.6%	17

續下頁

靜宜大學	3	5	7	1	1.5%	16
屏東科技大學	2	3	8	3	1.5%	16
雲林科技大學	4	8	2	1	1.4%	15
華梵大學	14				1.3%	14
臺灣藝術大學	1	6	2	4	1.2%	13
景文科技大學	4	1	1	4	1.0%	10
臺北科技大學	4	4	1		0.9%	9
勤益科技大學	7			1	0.8%	8
文藻外語大學	6	1			0.7%	7
實踐大學		5	1		0.6%	6
正修科技大學	2	1		1	0.4%	4
總計	266	435	158	188	100%	1,047

註1：為便於閱讀，數字為0一律使用空白欄位顯示

統計結果分析，由表4-5研究結果顯示，研究場域「個人/作品/活動」以東方設計大學36篇最多；「機關/機構/學校」以中台科技大學78篇最多；「社區/聚落」以高雄師範大學23篇居首；「產業」以大仁科技大學21篇居首。

4.3 文化創意產業相關研究所論文之研究主題分析結果

本節依據文化創意產業相關研究所學位論文之研究主題進行分析與討論，以了解2019至2021年間文化創意相關研究所學位論文研究主題之變化情形。分析項目包括：一、針對研究主題變項（A）及研究主題變項（B）兩大類型之概況進行統計分析，繼而針對主題變項（A）及主題變項（B）各項內容加以分析說明。二、研究主題變項（A）及研究主題變項（B）與出版年篇數交叉分析；三、研究主題變項（A）及研究主題變項（B）與學校篇數交叉分析。

4.3.1 研究主題變項 (A) 分析

一、研究主題變項 (A) 分布情形

分析2019 至2021 年1,047 篇之文化創意相關研究所論文其研究主題變項 (A) 之篇數，分布情形如圖4-4 所示。

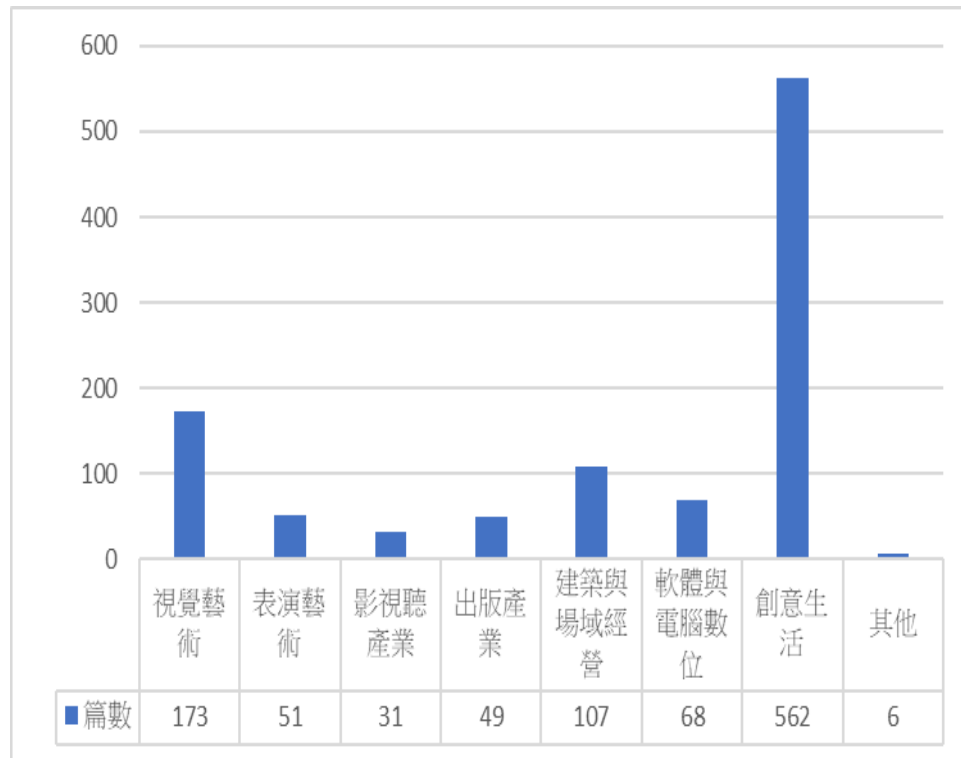


圖 4-4 研究主題變項 (A) 統計圖

由圖4-4得知研究主題變項 (A) 分布情況，分別為視覺藝術產業、表演藝術產業、影視聽產業、出版產業、建築與場域經營產業、軟體與電腦數位產業、創意生活產業及其他，共八種分類。

「創意生活產業」為最多研究篇數，共計562篇，佔總篇數54%；其次為「視覺藝術產業」共計173 篇，佔總篇數16%、「建築與場域經營產業」共計107 篇，佔總篇數10%、「軟體與電腦數位產業」共計68篇，佔總篇數6%、「表演藝術產業」共計51篇，佔總篇數5%、「出版產業」共計49篇，佔總篇數5%、「影視聽產業」共計31 篇，佔總篇數3%、「其他」共計6 篇，佔總篇數1%。

二、主題變項 (A) 次類目分析

(一) 視覺藝術產業分布情形

分析2019 至2021 年間文化創意相關研究所論文其研究主題變項 (A) — 視覺藝術之篇數，分布情形如圖4-5 所示。

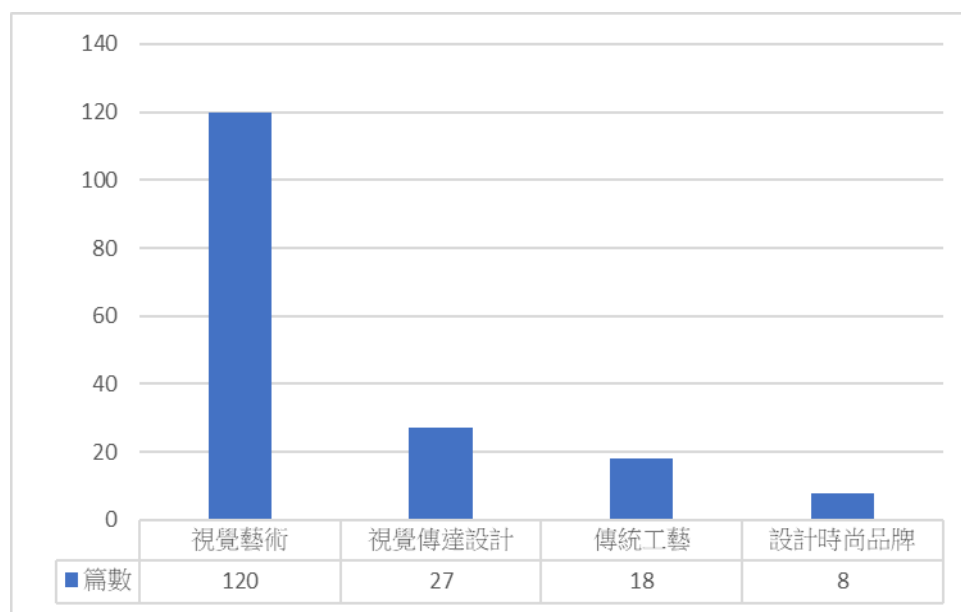


圖 4-5 研究主題變項 (A) — 視覺藝術產業統計

由圖4-5可知研究主題變項 (A) 分布情況，分別為視覺藝術、傳統工藝、視覺傳達設計、設計品牌時尚，共四種分類。

「視覺藝術」為最多研究篇數，共計120篇，佔總篇數69%；其次為「視覺傳達設計」共計27篇，佔總篇數16%；「傳統工藝」共計18篇，佔總篇數10%；「設計品牌時尚」共計8 篇，佔總篇數5%。

（二）表演藝術產業分布情形

分析2019至2021年間文化創意產業相關研究所論文其研究主題變項（A）－表演藝術產業之篇數，分布情形如圖4-6 所示。

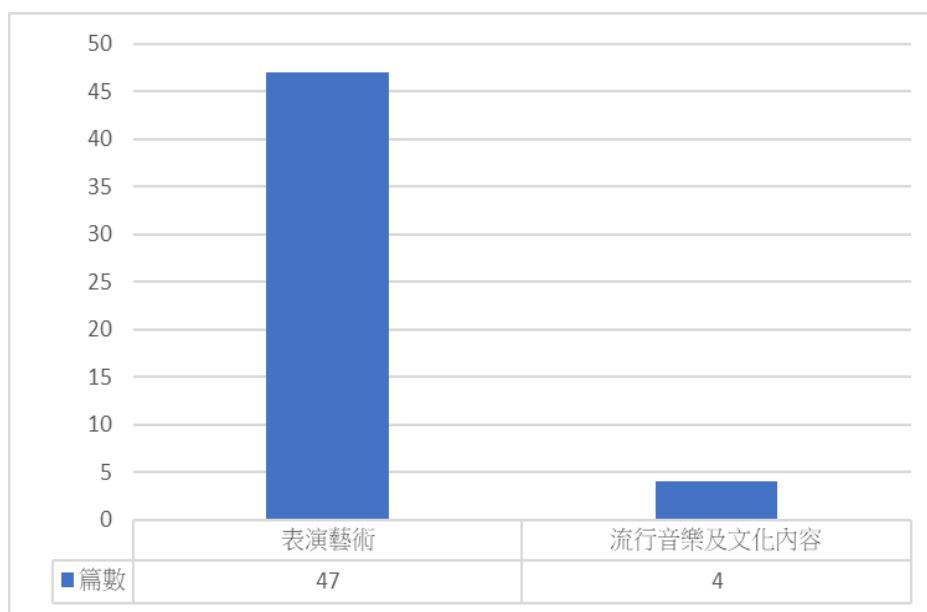


圖 4-6 研究主題變項（A）－表演藝術產業統計圖

由圖4-6可知研究主題變項（A）表演藝術產業分布情況，分為表演藝術、流行音樂及文化內容，共二種分類。

「表演藝術」為最多研究篇數，共計47篇，佔總篇數92%；其次為「流行音樂及文化內容」共計4 篇，佔總篇數8%。

(三) 影視聽產業分布情形

分析2019至2021年間文化創意產業相關研究所論文其研究主題變項(A)－影視聽產業之篇數，分布情形如圖4-7所示。

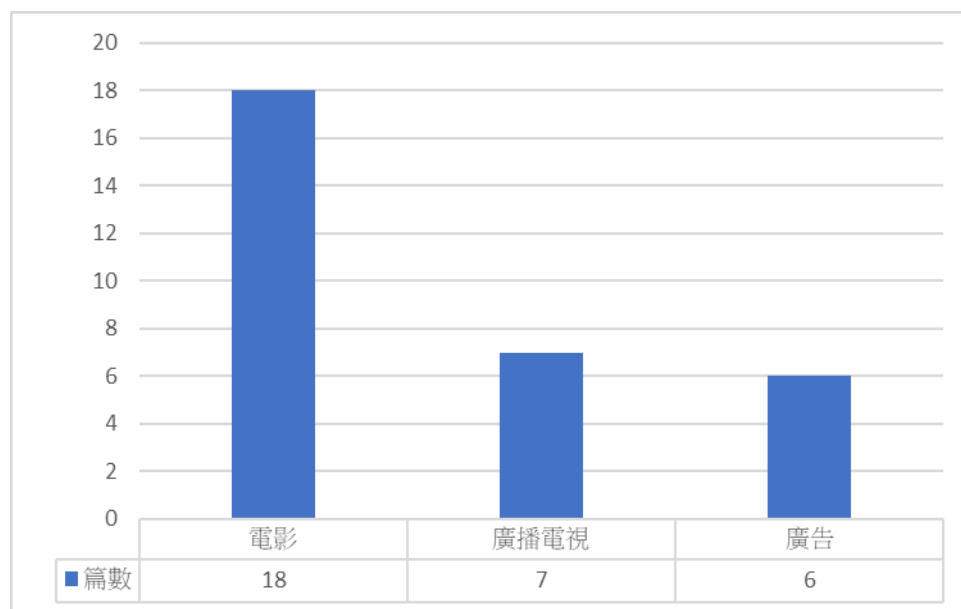


圖 4-7 研究主題變項(A)－影視聽產業統計圖

由圖4-7可知研究主題變項(A)影視聽藝術產業分布情況，分為電影、廣播電視、廣告，共三種分類。

「電影」為最多研究篇數，共計18篇，佔總篇數58%；次之為「廣播電視」共計7篇，佔總篇數23%；「廣告」共計6篇，佔總篇數19%。

(四) 建築與場域經營分布情形

分析2019至2021年間文化創意產業相關研究所論文其研究主題變項(A)－建築與場域經營之篇數，分布情形如圖4-8 所示。

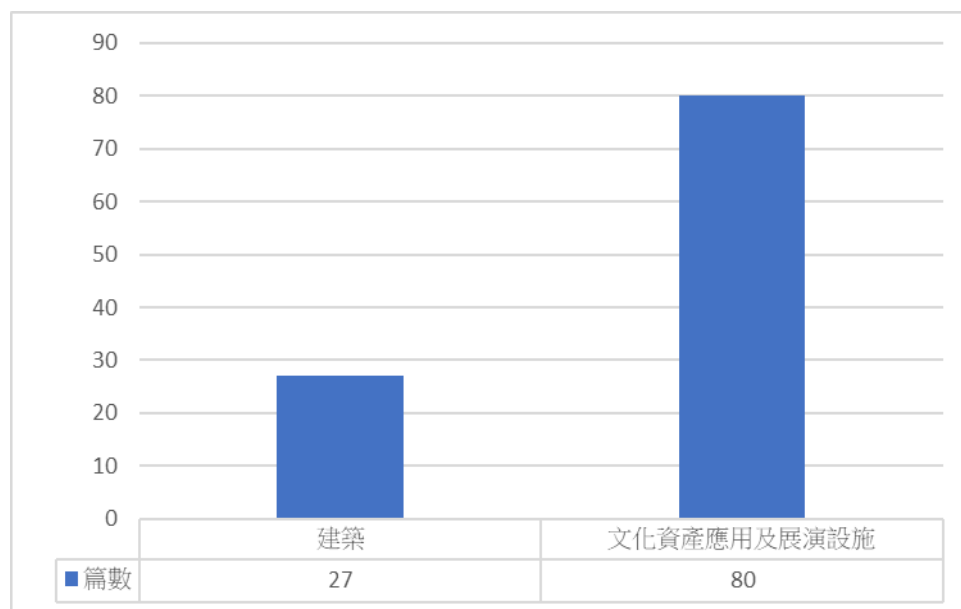


圖 4-8 研究主題變項 (A)－建築與場域經營統計圖

由圖4-8可知研究主題變項(A)建築與場域經營分布情況，分為建築及文化資產應用及展演設施，共二種分類。

「文化資產應用及展演設施」研究篇數最多，共計80篇，佔總篇數75%；「建築」次之，共計27篇，佔總篇數25%。

（五）軟體與電腦數位產業分布情形

分析2019至2021年間文化創意產業相關研究所論文其研究主題變項（A）－軟體與電腦數位產業之篇數，分布情形如圖4-9 所示。

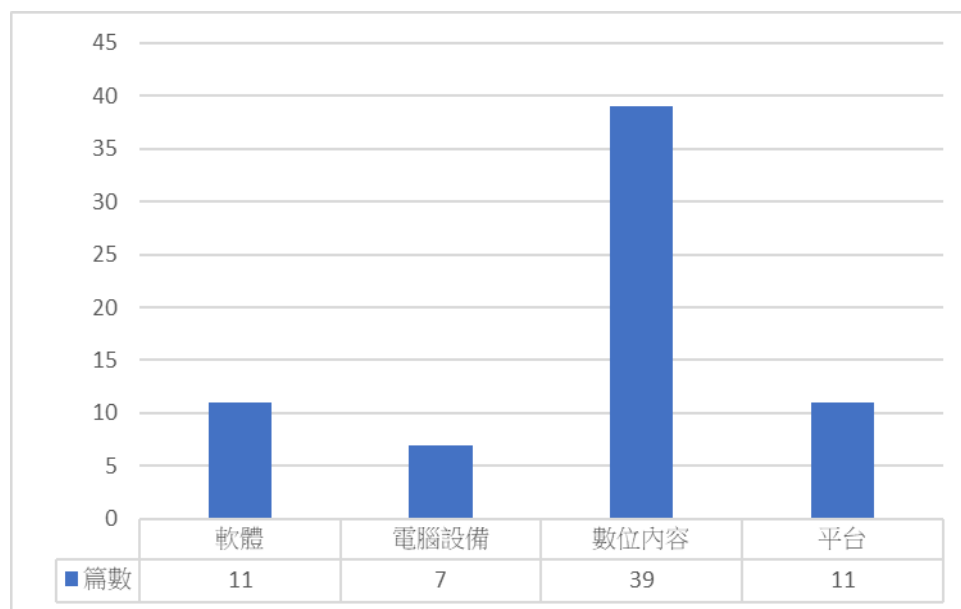


圖 4-9 研究主題變項（A）－軟體與電腦數位產業統計圖

由圖4-9可知研究主題變項（A）軟體與電腦數位產業分布情況，分為軟體、電腦設備、數位內容，平台，共四種分類。

「數位內容」為最多研究篇數，共計39篇，佔總篇數58%；次之為「軟體」共計11篇，佔總篇數16%、「平台」共計11篇，佔總篇數16%、「電腦設備」共計7篇，佔總篇數10%。

(六) 創意生活產業分布情形

分析2019至2021年間文化創意產業相關研究所論文其研究主題變項(A)－創意生活產業之篇數，分布情形如圖4-10 所示。

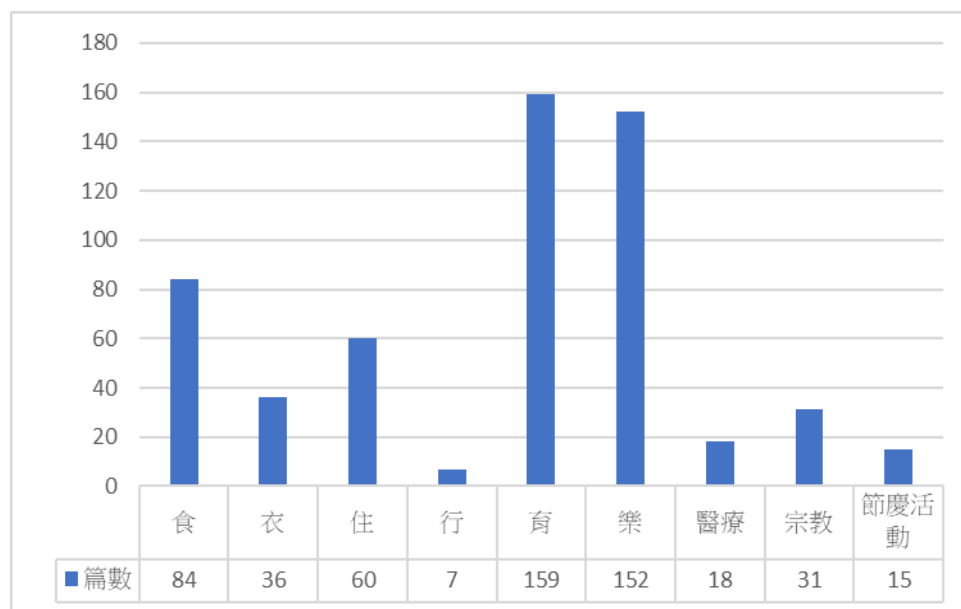


圖 4-10 研究主題變項(A)－創意生活產業統計圖

由圖4-10可知研究主題變項(A)創意生活產業分布情況，分為食、衣、住、行、育、樂、醫療、宗教、節慶活動，共九種分類。

「育」研究篇數最多，共計159篇，佔總篇數28%；次之為「樂」共計152篇，佔總篇數27%、「食」共計84篇，佔總篇數15%、「住」共計60篇，佔總篇數11%、「衣」共計36篇，佔總篇數6%、「宗教」共計31篇，佔總篇數6%、「醫療」共計18篇，佔總篇數3%、「節慶活動」共計15篇，佔總篇數3%、「行」共計7篇，佔總篇數1%。

三、研究主題變項 (A) 與出版年篇數交叉分析

為探討文化創意相關研究所碩博士論文之研究主題變項 (A) 疫情期間學位論文篇數分布情形，與年代區間之交互關係，進一步根據研究對象與出版年實施交叉分析，其結果如表4-6 所示。

表 4-6 主題變項 (A) 與出版年篇數交叉分析

出版年	主題變項 (A)								總計
	視覺藝術產業	表演藝術產業	影視聽產業	出版產業	建築場域經營	軟體電腦數位產業	創意生活產業	其他	
2019	57 5.4%	18 1.7%	18 1.7%	18 1.7%	35 3.3%	24 2.3%	170 16.3%	4 0.4%	344
2020	58 5.5%	15 1.4%	7 0.7%	15 1.4%	35 3.3%	19 1.8%	188 18.1%	2 0.2%	339
2021	58 5.5%	18 1.7%	6 0.6%	16 1.5%	37 3.6%	26 2.5%	203 19.4%		364
總計	173	51	31	49	107	69	561	6	1,047

註1：為便於閱讀，數字為0一律使用空白欄位顯示

統計結果分析，由表4-6研究結果顯示，2019至2021年間文化創意相關碩博士論文在研究主題變項 (A) 上有差異。就研究主題變項 (A) 而言，「視覺藝術產業」依序為2019年57篇、2020年58篇、2021年58篇；「表演藝術產業」依序為2019年18篇、2020年15篇、2021年18篇；「影視聽產業」依序為2019年18篇、2020年7篇、2021年6篇；「出版產業」依序為2019年18篇、2020年15篇、2021年16篇；「建築及場域經營」依序為2019年35篇、2020年35篇、2021年37篇；「軟體與電腦數位產業」依序為2019年24篇、2020年19篇、2021年26篇；「創意生活產業」依序

為2019年170篇、2020年188篇、2021年203篇；「其他」依序為2019年4篇、2020年2篇。

進一步以出版年分析，2019年研究篇數344篇，以「創意生活產業」佔最多，其次為「視覺藝術產業」，排序第三為「建築及場域經營」；2020年研究篇數339篇，以「創意生活產業」佔最多，其次為「視覺藝術產業」，排序第三為「建築及場域經營」；2021年研究篇數364篇，以「創意生活產業」佔最多，其次為「視覺藝術產業」，排序第三為「建築及場域經營」。

研究對象與出版年交叉分析研究結果顯示，2019、2020、2021年文化創意相關研究所碩博士論文各年之研究主題變項（A），主要為「創意生活產業」。

四、研究主題變項（A）與學校篇數交叉分析

為探討文化創意相關研究所碩博士論文之研究主題變項（A）疫情期間學位論文篇數分布情形，與各別學校之交互關係，進一步根據研究主題變項（A）與學校實施交叉分析，其結果如表4-7所示。

表 4-7 研究主題變項（A）與學校篇數交叉分析

學校名稱	研究主題變項（A）								百分比	總計
	視覺藝術產業	表演藝術產業	影視聽產業	出版產業	建築場域經營	軟體電腦數位產業	創意生活產業	其他		
東方設計大學	23	0	3	0	7	1	83		11.4%	148
南華大學	0	4	2	17	11	4	64		8.3%	107
台北教育大學	10	6	4	4	28	4	39	0	9.3%	120
中台科技大學	2			1			86	2	7.3%	94
高雄師範大學	6	4	5	2	5	1	65	1	8.4%	109

續下頁

大仁科技大學	4	3	1	3	20	4	30		6.7%	87
高雄科技大學	6	4	2	6	5	12	29		7.3%	95
成功大學	8	1	1	2	5	17	17	1	6.3%	81
東華大學	24	3	2	1	1		13		3.9%	51
臺北藝術大學	5	8	2		2	2	9		3.2%	41
臺北商業大學	2			1		3	20		2.4%	31
崑山科技大學	24	1					1		2.0%	26
屏東大學		5	1	1	3	1	13		2.8%	36
環球科技大學	8			1	1	1	11		2.1%	27
佛光大學	6				8		8		2.2%	29
臺中教育大學					1	8	11	1	1.8%	23
崇右影藝 科技大學	5	7	2	1	1		4		1.8%	23
中原大學	1		1	2		1	12		1.5%	19
靜宜大學	1		1				14		1.5%	19
屏東科技大學	1	1		1	2		11		1.6%	21
雲林科技大學	8	1			1	2	3		1.5%	19
華梵大學	14								1.1%	14
臺灣藝術大學	1	1	1	1	1	2	6		1.6%	21
景文科技大學	1			1	1	2	5		1.0%	13
臺北科技大學	3	1			2	1	2		1.0%	13
勤益科技大學	3		2	1			2		0.7%	9
文藻外語大學	3	1	1	1	1				0.5%	7
實踐大學	1			2		2	1		0.6%	8
正修科技大學	3				1				0.3%	4
總計	173	51	31	49	107	68	562	6	100%	1,047

註1：為便於閱讀，數字為0一律使用空白欄位顯示

統計結果分析，由表4-7研究結果顯示，研究主題變項（A）「視覺藝術產業」以東華大學、崑山科技大學各24 篇最多；「表演藝術產業」以臺北藝術大學8 篇最多；「影視聽產業」以高雄師範大學5 篇居首；「出版產業」以南華大學17 篇居首；「建築及場域經營」以臺北教育大學28篇最多；「軟體與電腦數位產業」以高雄科技大學12篇最多；「創意生活產業」以中臺科技大學86篇最多；「其他」以中臺科技大學2 篇最多。

4.3.2 研究主題變項（B）分析

一、研究主題變項（B）分布情形

分析2019至2021年間文化創意產業相關研究所論文其研究主題變項（B）之篇數，分布情形如圖4-11 所示。

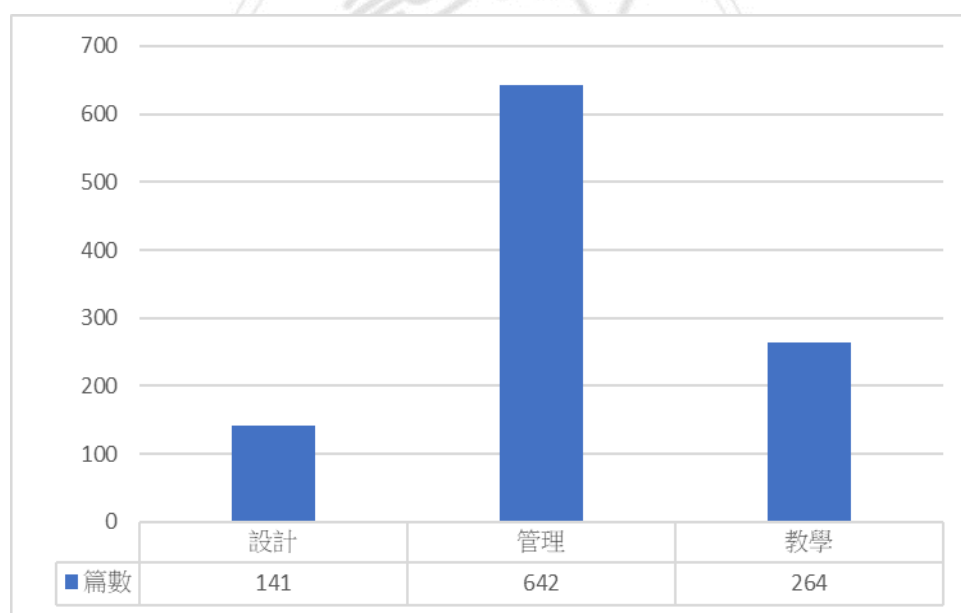


圖 4-11 研究主題變項（B）統計圖

由圖4-11可知研究主題變項（B）分布情況，分為設計、管理、教學，共三種分類。

「管理」研究篇數最多，共計642篇，佔總篇數61%；其次為「教學」共計264篇，佔總篇數25%；「設計」共計141 篇，佔總篇數14%。

二、研究主題變項 (B) 次類目分析

(一) 研究主題變項 (B) — 設計分布情形

分析2019 至2021 年間文化創意產業相關研究所論文其研究主題變項 (B) — 設計之篇數，分布情形如圖4-12所示。

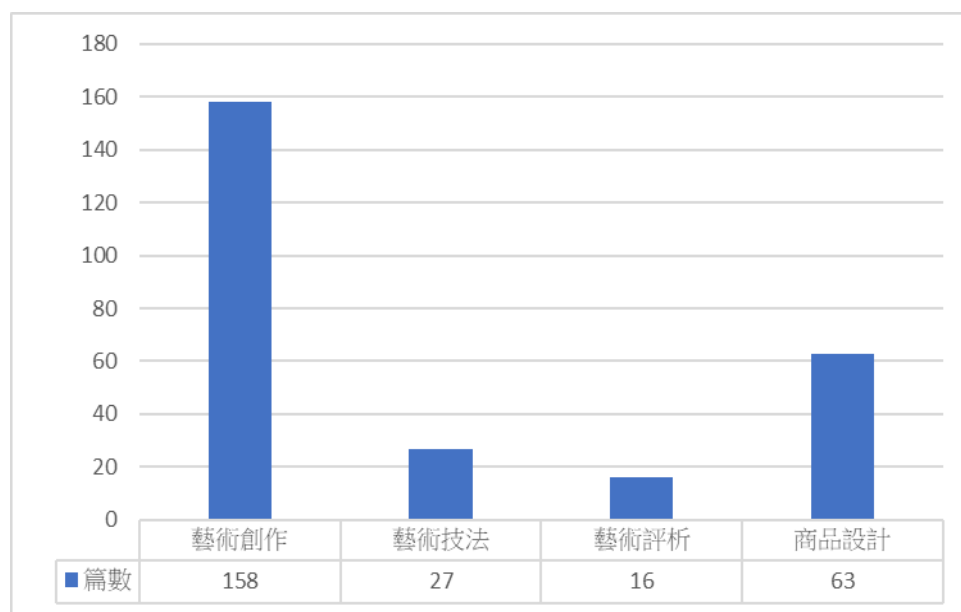


圖 4-12 研究主題變項 (B) — 設計統計圖

由圖4-12可知研究主題變項 (B) — 設計分布情況，分為「藝術創作」、「商品設計」、「藝術技法」、「藝術評析」，共四種分類。

「藝術創作」在設計中研究篇數最多，共計158篇，佔總篇數60%；其次為「商品設計」共計63篇，佔總篇數25%、「藝術技法」共計27篇，佔總篇數10%、「藝術評析」共計16 篇，佔總篇數6%。

(二) 研究主題變項 (B) — 管理分布情形

分析2019至2021年間文化創意產業相關研究所論文其研究主題變項 (B) — 管理之篇數，分布情形如圖4-13 所示。

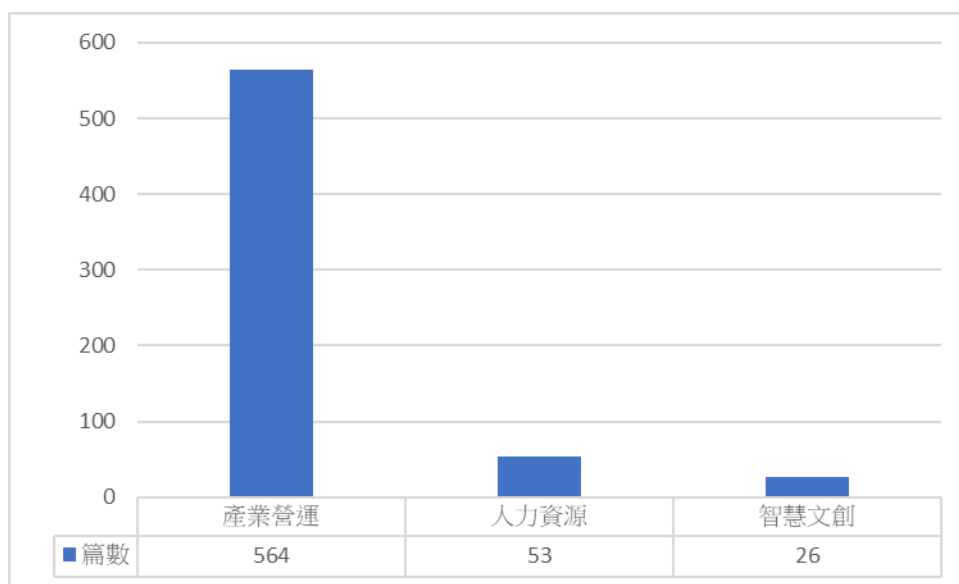


圖 4-13 研究主題變項 (B) — 管理統計圖

由圖4-13可知研究主題變項 (B) — 管理面向分布情況，分為產業營運、人力資源、智慧文創，共三種分類。

「產業營運」研究篇數最多，共計564篇，佔總篇數88%；其次為「人力資源」共計53篇，佔總篇數8%、「智慧文創」共計26篇，佔總篇數4%。

其中「產業營運」分為創新創業、經營策略、行銷模式、服務品質/滿意度、消費模式/消費認知或行為、營運成效及其他。

「經營策略」在產業營運中研究篇數最多，共計192篇，佔總篇數34%；次之為「消費模式/消費認知或行為」共計135篇，佔總篇數24%、「服務品質/滿意度」共計84篇，佔總篇數15%、「行銷模式」共計61篇，佔總篇數11%、「其他」共計45篇，佔總篇數8%、「創新創業」共計27篇，佔總篇數5%、「營運成效」共計19篇，佔總篇數3%，如圖4-14 所示。

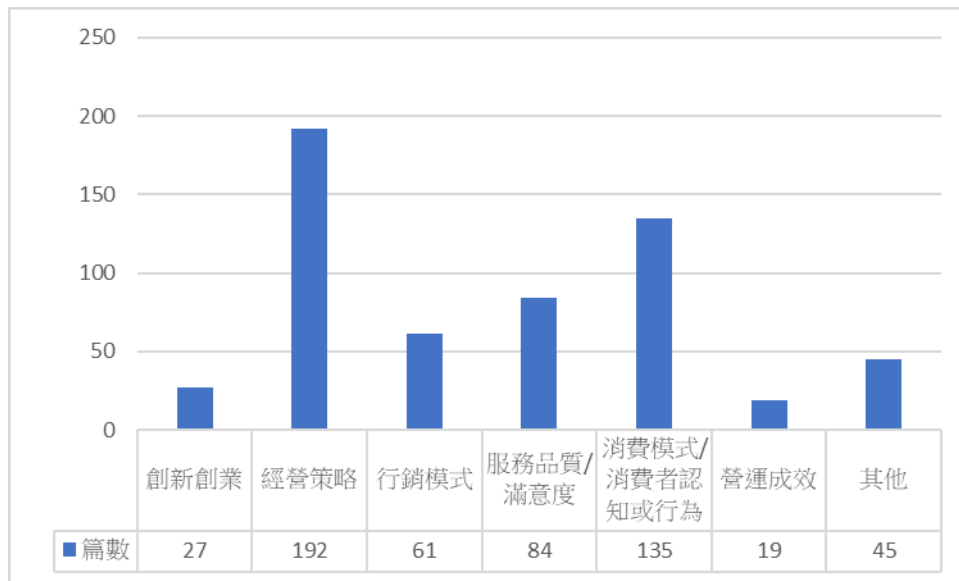


圖 4-14 研究主題變項 (B) – 產業營運統計圖

其中「人力資源」分為組織發展、訓練考核、員工協助。「員工協助」在人力資源中研究篇數最多，共計29 篇，佔總篇數55%；次之為「組織發展」共計14 篇，佔總篇數26%，「訓練考核」共計10 篇，佔總篇數19%，如圖4-15所示。

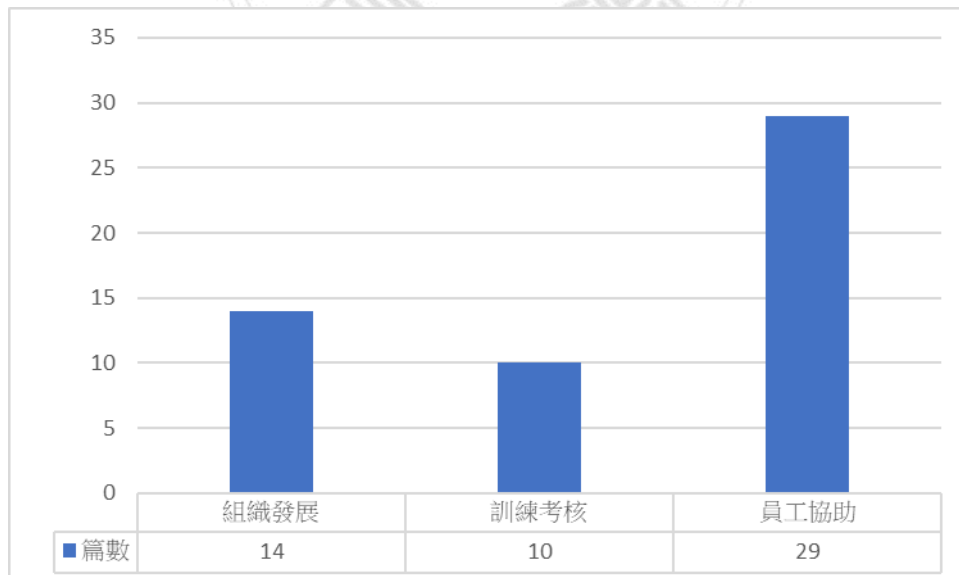


圖 4-15 研究主題變項 (B) – 人力資源統計圖

其中「智慧文創」分為網路科技/APP應用、AI應用。「網路科技/APP應用」在人力資源中研究篇數最多，共計24篇，佔總篇數92%；次之為「AI應用」，共計2篇，佔總篇數8%，如圖4-16所示。

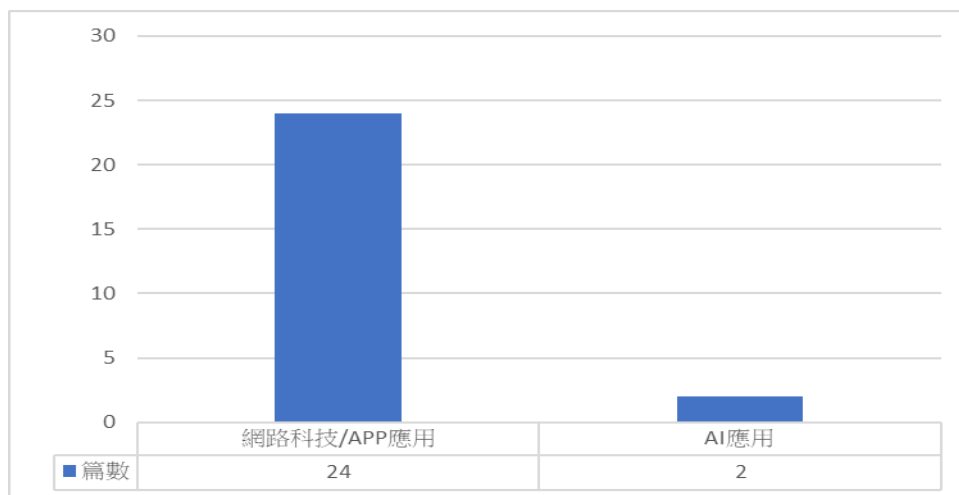


圖 4-16 研究主題變項 (B) – 智慧文創統計圖

(三) 研究主題變項 (B) – 教學分布情形

分析2019至2021年間文化創意產業相關研究所論文其研究主題變項 (B) – 教學之篇數，分布情形如圖4-17 所示。

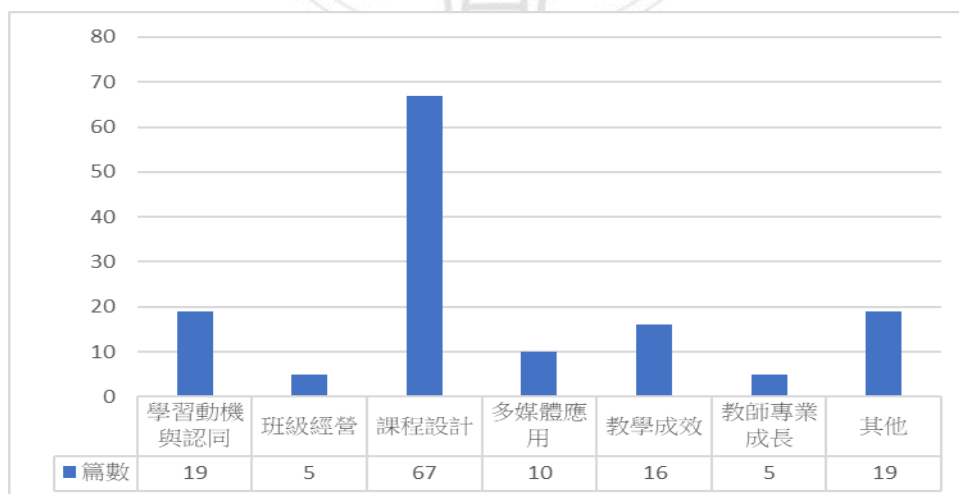


圖 4-17 研究主題變項 (B) 教學統計圖

由圖4-17可知研究主題變項（B）－教學分布情況，分為學習動機與認同、班級經營、課程設計、多媒體應用、教學成效、教師專業成長及其他，共七種分類。

「課程設計」在教學中研究篇數最多，共計67篇，佔總篇數48%；次之為「學習動機與認同」共計19篇，佔總篇數13%、「其他」共計19篇，佔總篇數13%、「教學成效」共計16篇，佔總篇數11%、「多媒體應用」共計10篇，佔總篇數7%、「班級經營」共計5篇，佔總篇數4%、「教師專業成長」共計5篇，佔總篇數4%。

三、研究主題變項（B）與出版年篇數交叉分析

為探討文化創意相關研究所碩博士論文之研究主題變項（B）疫情期間學位論文篇數分布情形，與年代區間之交互關係，進一步根據研究對象與出版年實施交叉分析，其結果如表4-8 所示。

表 4-8 研究主題變項（B）與出版年篇數交叉分析

出版年	研究主題變項（B）			總計
	設計	管理	教學	
2019	88	200	56	348
	8.4%	19.1%	5.3%	
2020	87	216	36	339
	8.3%	20.6%	3.4%	
2021	89	226	49	364
	8.5%	21.6%	4.7%	
總計	264	642	141	1,047

統計結果分析，由表4-8研究結果顯示，2019至2021年間文化創意相關碩博士論文在研究主題變項（B）上有差異。就研究主題變項（B）而言，「設計」依序為2019年88篇、2020年87篇、2021年89篇；「管理」依序為2019年200篇、2020年216篇、2021年226篇；「教學」依序為2019年56篇、2020年36篇、2021年49

篇。

進一步以出版年分析，2019年研究篇數344篇，以「管理」佔最多，其次為「設計」，排序第三為「教學」；2020年研究篇數339篇，以「管理」佔最多，其次為「設計」，排序第三為「教學」；2021年研究篇數364篇，以「管理」佔最多，其次為「設計」，排序第三為「教學」。

研究對象與出版年交叉分析研究結果顯示，2019、2020、2021年文化創意相關研究所碩博士論文各年之研究主題變項（B），主要為「管理」。

四、研究主題變項（B）與學校篇數交叉分析

為探討文化創意相關研究所碩博士論文之研究主題變項（B）疫情期間學位論文篇數分布情形，與各別學校之交互關係，進一步根據研究主題變項（B）與學校實施交叉分析，其結果如表4-9 所示。

表 4-9 研究主題變項（B）與學校篇數交叉分析

學校名稱	研究主題變項（B）			百分比	總計
	設計	管理	教學		
東方設計大學	42	70	5	11.2%	117
南華大學	2	85	15	9.7%	102
台北教育大學	17	74	5	9.2%	96
中台科技大學	1	36	54	8.7%	91
高雄師範大學	15	55	19	8.5%	89
大仁科技大學	10	48	10	6.5%	68
高雄科技大學	21	38	5	6.1%	64
成功大學	1	46	5	5.0%	52
東華大學	27	14	3	4.2%	44
臺北藝術大學	7	19	2	2.7%	28

續下頁

臺北商業大學	3	20	3	2.5%	26
崑山科技大學	25	1		2.5%	26
屏東大學	3	19	2	2.3%	24
環球科技大學	13	8	1	2.1%	22
佛光大學	8	13	1	2.1%	22
臺中教育大學		20	1	2.0%	21
崇右影藝科技大學	9	8	3	1.9%	20
中原大學	10	7		1.6%	17
靜宜大學	2	14		1.5%	16
屏東科技大學	2	12	2	1.5%	16
雲林科技大學	10	3	2	1.4%	15
華梵大學	14			1.3%	14
臺灣藝術大學	2	10	1	1.2%	13
景文科技大學	7	2	1	1.0%	10
臺北科技大學	1	8		0.9%	9
勤益科技大學	3	4	1	0.8%	8
文藻外語大學	6	1		0.7%	7
實踐大學	0	6		0.6%	6
正修科技大學	3	1		0.4%	4
總計	264	642	141	100%	1,047

註1：為便於閱讀，數字為0一律使用空白欄位顯示

統計結果分析，由表4-9研究結果顯示，各研究主題變項（B）「設計」以東方設計大學42篇最多；「管理」以南華大學85篇最多；「教學」以中台科技大學54篇居首。

4.4 研究方法及研究工具分布情形

本節旨在分析文化創意產業研究所學位論文之研究方法及研究工具概況，希望瞭解此領域研究方法及研究工具之變化情形。分析項目包括：一、研究方法及研究工具分布情形；二、研究方法及研究工具與出版年篇數交叉分析；三、研究方法及研究工具與學校交叉分析。

4.4.1 研究方法分析

一、研究方法分布情形

分析2019至2021年1,047篇之文化創意產業相關研究所論文其研究方法之篇數，分布情形如圖4-18 所示。

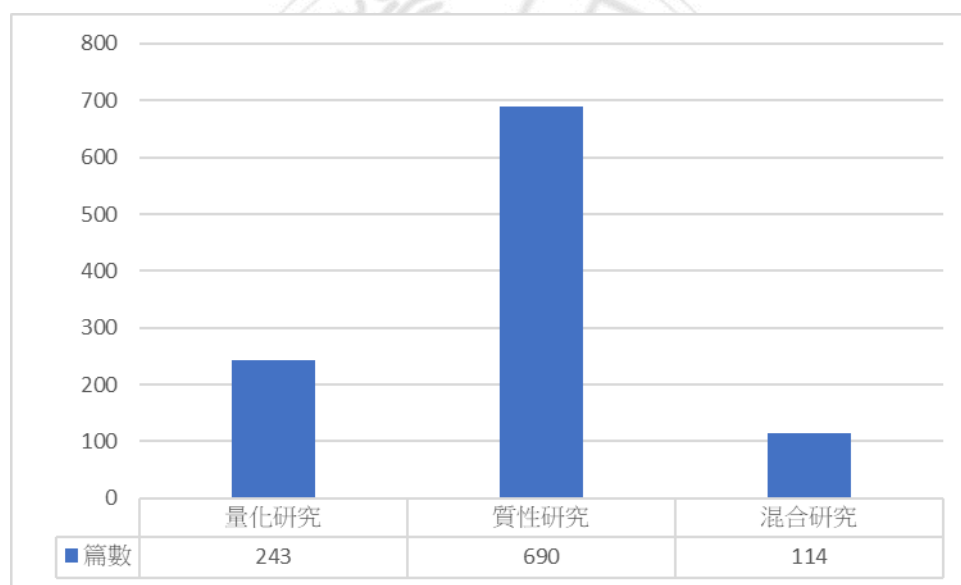


圖 4-18 研究方法統計圖

由圖4-18可知研究方法分布情況，分為量化研究、質性研究、混合研究，共三種分類。

「質性研究」在研究方法中研究篇數最多，共計690篇，佔總篇數66%；次之為「量化研究」共計243篇，佔總篇數23%、「混合研究」共計114篇，佔總篇數11%。

二、研究方法與出版年篇數交叉分析

為探討文化創意相關研究所碩博士論文之研究方法疫情期間學位論文篇數分布情形，與年代區間之交互關係，進一步根據研究對象與學校實施交叉分析並探討，其結果如表4-10 所示。

表 4-10 研究方法與出版年篇數交叉分析

出版年	研究方法			總計
	量化研究	質性研究	混合研究	
2019	70 6.8%	234 22.5%	40 3.9%	344
2020	92 8.7%	214 20.2%	33 3.2%	339
2021	81 7.7%	243 23.2%	40 3.8%	364
總計	243	690	114	1047

統計結果分析，由表4-10研究結果顯示，2019至2021年間文化創意相關碩博士論文在研究方法有差異。就研究主題變項（B）而言，「量化研究」依序為2019年70篇、2020年92篇、2021年81篇；「質性研究」依序為2019年234篇、2020年214篇、2021年243篇；「混合研究」依序為2019年40篇、2020年33篇、2021年40篇。

進一步以出版年分析，在2019年研究篇數344篇，以「質性研究」佔最多，其次為「量化研究」，排序第三為「混合研究」；2020年研究篇數339篇，以「質性研究」佔最多，其次為「量化研究」，排序第三為「混合研究」；2021年研究篇數364篇，以「質性研究」（23.2%）佔最多，其次為「量化研究」（7.7%），排序第三為「混合研究」（3.8%）。

研究方法與出版年交叉分析研究結果顯示，2019、2020、2021年文化創意相關研究所碩博士論文各年之研究方法，主要為「質性研究」。

三、研究方法與學校篇數交叉分析

為探討文化創意相關研究所碩博士論文之研究方法疫情期間學位論文篇數分布情形，與各別學校之交互關係，進一步根據研究方法與學校實施交叉分析並探討，其結果如表4-11 所示。

表 4-11 研究方法與學校篇數交叉分析

學校名稱	研究方法			百分比	總計
	量化研究	質性研究	混合研究		
東方設計大學	22	65	30	11.2%	117
南華大學	45	53	4	9.7%	102
台北教育大學	30	60	6	9.2%	96
中台科技大學	52	34	5	8.7%	91
高雄師範大學	5	77	7	8.5%	89
大仁科技大學	26	40	2	6.5%	68
高雄科技大學	8	45	11	6.1%	64
成功大學	4	32	16	5.0%	52
東華大學	1	41	2	4.2%	44
臺北藝術大學		23	5	2.7%	28
臺北商業大學	20	4	2	2.5%	26
崑山科技大學		26	0	2.5%	26
屏東大學	3	19	2	2.3%	24
環球科技大學	3	17	2	2.1%	22
佛光大學		22		2.1%	22

續下頁

臺中教育大學	10	9	2	2.0%	21
崇右影藝科技大學	1	16	3	1.9%	20
中原大學		16	1	1.6%	17
靜宜大學	1	15		1.5%	16
屏東科技大學	3	13		1.5%	16
雲林科技大學	2	12	1	1.4%	15
華梵大學		14		1.3%	14
臺灣藝術大學	1	4	8	1.2%	13
景文科技大學	2	5	3	1.0%	10
臺北科技大學	2	6	1	0.9%	9
勤益科技大學	1	6	1	0.8%	8
文藻外語大學		7		0.7%	7
實踐大學		6		0.6%	6
正修科技大學	1	3		0.4%	4
總計	243	690	113	100%	1,047

註1：為便於閱讀，數字為0一律使用空白欄位顯示

統計結果分析，由表4-11研究結果顯示，研究方法「質性研究」以東方設計大學65篇最多；「量化研究」以中臺科技大學52篇最多；「混合研究」以東方設計大學30篇居首。

4.4.2 研究工具分析

一、研究工具分布情形

分析2019至2021年1,047篇之文化創意產業相關研究所論文其研究工具之篇數，分布情形如圖4-19 所示。

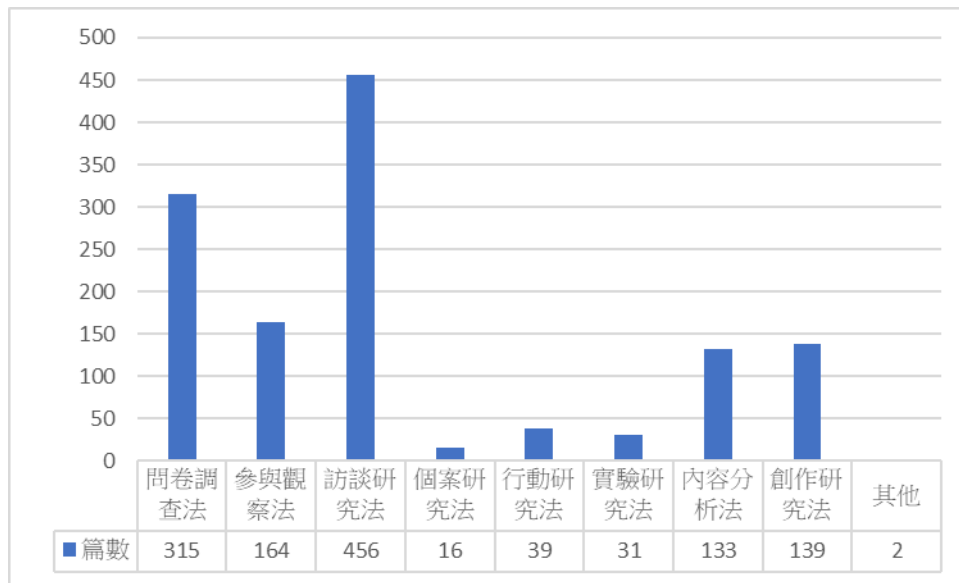


圖 4-19 研究工具統計圖

由圖4-19可知研究方法分布情況，由於部分研究有一種或一種以上之選項，故重複計算後得到總計1,295筆，分為問卷調查法、參與觀察法、訪談研究法、個案研究法、行動研究法、實驗研究法、內容分析法、創作研究法及其他，共八種分類。

「訪談研究法」在研究工具中研究篇數最多，共計456篇，佔總篇數35.2%；次之為「問卷調查法」共計315篇，佔總篇數24.3%、「參與觀察法」共計164篇，佔總篇數12.7%、「創作研究法」共計139篇，佔總篇數10.7%、「內容分析法」共計133篇，佔總篇數10.3%、「行動研究法」共計39篇，佔總篇數3%、「實驗研究法」共計31篇，佔總篇數2.4%、「個案研究法」共計16篇，佔總篇數1.2%、「其他」共計2篇，佔總篇數0.2%。

二、研究工具與出版年篇數交叉分析

為探討文化創意相關研究所碩博士論文之研究工具疫情期間學位論文篇數分布情形，與年代區間之交互關係，進一步根據研究工具與出版年實施交叉分析並探討，其結果如表4-12 所示。

表 4-12 研究工具與出版年篇數交叉分析

出版年	研究工具									總計
	問卷調查法	參與觀察法	訪談研究法	個案分析法	行動研究法	實驗研究法	文獻與內容分析法	創作研究法	其他	
2019	95 7.3%	47 3.6%	142 11.0%	10 0.8%	16 1.2%	10 0.8%	45 3.5%	55 4.2%	1 0.1%	421
2020	114 8.8%	67 5.2%	154 11.9%	5 0.4%	7 0.5%	9 0.7%	36 2.8%	41 3.2%	1 0.1%	434
2021	106 8.2%	50 3.9%	160 12.4%	1 0.1%	16 1.2%	12 0.9%	52 4.0%	43 3.3%		440
總計	315	164	456	16	39	31	133	139	2	1295

註1：為便於閱讀，數字為0一律使用空白欄位顯示

統計結果分析，由表4-12研究結果顯示，2019至2021年間文化創意相關碩博士論文在研究工具上有差異。就研究工具而言，「問卷調查法」依序為2019年95篇、2020年114篇、2021年106篇；「參與觀察法」依序為2019年47篇、2020年67篇、2021年50篇；「訪談研究法」依序為2019年142篇、2020年154篇、2021年160篇；「個案分析法」依序2019年10篇、2020年5篇、2021年1篇；「行動研究法」依序為2019年16篇、2020年7篇、2021年16篇；「實驗研究法」依序為2019年10篇、2020年9篇、2021年12篇；「文獻與內容分析法」依序為2019年45篇、2020年36篇、

2021年52篇；「創作研究法」依序為2019年55篇、2020年41篇、2021年43篇；「其他」依序為2019年1篇、2020年1篇。

進一步以出版年分析，在2019年研究篇數433篇，以「訪談研究法」佔最多，其次為「問卷調查法」，排序第三為「創作研究法」；2020年研究篇數422篇，以「訪談研究法」佔最多，其次為「問卷調查法」，排序第三為「參與觀察法」；2021年研究篇數440篇，以「訪談研究法」佔最多，其次為「問卷調查法」，排序第三為「文獻及內容分析法」。

研究對象與出版年交叉分析研究結果顯示，2019、2020、2021年文化創意相關研究所碩博士論文各年之研究工具，主要為「訪談研究法」。

三、研究工具與學校篇數交叉分析

為探討文化創意相關研究所碩博士論文之研究工具疫情期間學位論文篇數分布情形，與各別學校之交互關係，進一步根據研究工具與學校實施交叉分析，其結果如表4-13 所示。

表 4-13 研究工具與學校篇數交叉分析

學校名稱	研究工具								百分比	總計
	問卷調查法	參與觀察法	訪談研究法	個案分析法	行動研究法	實驗研究法	文獻與內容分析法	創作研究其他法		
東方設計大學	46	4	60		2	3	8	25	11.4%	148
南華大學	48	2	33	4	4	1	15		8.3%	107
台北教育大學	32	19	48	1	4	1	10	5	9.3%	120
中台科技大學	40	9	17		9	11	6	2	7.3%	94
高雄師範大學	10	21	38		2	2	31	5	8.4%	109

續下頁

大仁科技大學	27	18	39		3					6.7%	87
高雄科技大學	17	14	39	1	2	4	10	8		7.3%	95
成功大學	19	16	42		2		1		1	6.3%	81
東華大學	3	5	8	8	1		2	24		3.9%	51
臺北藝術大學	5	12	19		3		2			3.2%	41
臺北商業大學	21	1	5		1	3				2.4%	31
崑山科技大學								26		2.0%	26
屏東大學	5	10	18				2	1		2.8%	36
環球科技大學	5	1	7				3	11		2.1%	27
佛光大學		10	13				3	3		2.2%	29
臺中教育大學	12		5				6			1.8%	23
崇右影藝 科技大學	4		10		2		4	3		1.8%	23
中原大學	1	4	5	1			7	1		1.5%	19
靜宜大學	1	4	11		2		1			1.5%	19
屏東科技大學	2	6	11				2			1.6%	21
雲林科技大學	1	3	5			2	7		1	1.5%	19
華梵大學								14		1.1%	14
臺灣藝術大學	9		8		1		3			1.6%	21
景文科技大學	2		2	1		3	2	3		1.0%	13
臺北科技大學	3	2	6				1	1		1.0%	13
勤益科技大學	2		3		1		1	2		0.7%	9
文藻外語大學		1					1	5		0.5%	7
實踐大學		2	2				4			0.6%	8
正修科技大學			2			1	1			0.3%	4
總計	315	164	456	16	39	31	133	139	2	100%	1,295

註1：為便於閱讀，數字為0一律使用空白欄位顯示

統計結果分析，由表4-13研究結果顯示，研究工具以「問卷調查法」南華大學48篇最多；「參與觀察法」以高雄師範科技大學21篇最多；「訪談研究法」以東方設計大學60篇居首；「個案研究法」以東華大學8篇居首；「行動研究法」以中台科技大學9篇最多；「實驗研究法」以中台科技大學9篇最多；「文獻與內容分析法」以高雄師範科技大學31篇最多；「創作研究法」以崑山科技大學26篇最多；「其他」成功大學及雲林科技大學各1篇。



第五章 研究結論與建議

為探討疫情之下文化創意相關研究所碩博士論文之撰擬方向，以內容分析法分析2019至2021年間出版之論文，並統計分析結果，了解文化創意相關研究所論文研究之概況與發展。

5.1 研究結論

為瞭解疫情影響之下，國內文化創意相關研究所碩士及博士學位論文之發展概況，依內容分析法之步驟，自編「文化創意相關研究所學位論文之內容分析登錄表」為研究工具，聚焦2019至2021年共1,047篇文化創意相關研究所碩博士論文，對論文之研究對象、研究場域、研究主題變項（A）、研究主題變項（B）、研究方法及研究工具六大類目進行探討，據此整理歸納後提出以下結論。

5.1.1 疫情期間臺灣文化創意相關研究所學位論文之發展方向

一、疫情下相關論文研究對象及研究場域

- （一）文化創意相關研究所碩博士論文研究對象跨度廣，其中「創作者/經營者」研究篇數最多，共計404篇，「使用者/消費者」共計393篇，二者佔論文總數之76%，顯示多數論文皆集中探討生產端及消費端。研究場域以機關/機構/學校最多，共計435篇，個人/作品/活動共計266篇，二者佔論文總數之67%，顯示對特定機關/機構/學校及個人/作品/活動進行研究，乃是本學門之主流場域。
- （二）以研究對象與出版年進行交叉分析發現，四類研究對象之消長狀況皆十分細微，增減均維持在2.5%以內；以研究場域與出版年進行交叉分析發現，四類研究場域之消長狀況皆十分細微，增減均維持在2.5%以內，顯示文化創意相關領域之研究，或已達相對平衡的研究水準。

(三) 以研究對象與29所學校進行交叉分析發現，其中27所學校（93%）的研究對象集中在創作者/經營者及使用者/消費者；僅雲林科技大學及台灣藝術大學2所學校（7%），以中介者及利害關係人為多，顯示文化創意相關領域之研究對象高度集中於創作者/經營者及使用者/消費者，佔主題對象全部論文之93%。以研究場域與29所學校進行交叉分析發現，其中19所學校（66%）的研究場域，涵括個人/作品/活動、機關/機構/學校、社區/據落、產業四大類，而華梵大學1所學校（3%）之研究場域僅限於個人/作品/活動。

二、疫情下相關論文研究主題

- (一) 研究主題變項(A)整理各國文化創意產業之規範而成，然因各國對產業範圍界定仍有相異之處，且我國分類亦有可再深入探究之模糊之處，經歸納後顯示「創意生活產業」為最多研究篇數，共計561篇。研究主題變項(B)由1,047篇隨機抽取250個論文題目統整而成，分為設計、管理及教學三大面向，其中「管理」研究篇數最多，共計642篇，而管理類目之「產業營運」次類目研究篇數最多，共計564篇，其中「經營策略」為最多研究者研究之主題，共計192篇，與研究對象及研究場域相對照，顯示不論從生產端或消費端的角度，皆能從此議題發展出新的觀察。
- (二) 以疫情影響為主題的相關論文篇數僅為23篇，且多數集中於出版產業，顯示相關學術研究反映疫情下消費者對線上閱讀之需求及消費習慣之改變。
- (三) 經歸納整理後，發現歸入研究主題變項(A)「其他」論文題目計有「中小企業運用政府資源關鍵成功因素之探討-以小型企業創新研發為例」、「中小企業社群媒體營銷與調適銷售行為之探究」、「我的哥哥不一樣——一位極重度身心障礙正常手足的自我敘說探究」、「不一樣的警察故事：女警的視角與職場經驗探究」。歸入研究主題變項(B)管理次類目中「產業營運——其他」論文題目計有「兒童博物館於兒童教育影響之初探-以故宮兒童學藝中心為例」、「策展型公共藝術計畫介入都市空間開發之研究——以上

海陸家嘴濱江金融城為例」、「臺中市太平區地名演變之調查」、「臺中市準公共化托育政策之研究」、「旗山區溪洲聚落之研究」、「高雄市杉林地區客家族群的民間祀孔祭儀之研究」、「探討屏東打鐵村村廟與宗族的關係」、「天主教聖功修女會在台灣之研究(1949至2011年)」、「Ulajuc之天主教傳教歷程研究」、「東排灣族頭目制度變遷之研究—以台東達仁鄉土坂部落為例」、「日治時期臺灣公共浴場之研究」、「1980至2015年台灣陶瓷茶壺發展與探索」、「高雄師範學院歷史變遷及其周邊文化關係之探討」、「日治初期旗後西式醫院之研究(1895~1911)」、「從族譜看臺灣江氏客家福建祖源問題-以八郎派和金豐派為例」、「澎湖東吉人的移動與移民之研究」、「博物館中的集體記憶：莫拉克風災後永久屋社區的展示詮釋」、「高雄市覆鼎金人文地景之研究」、「高雄大寮翁公園的傳統信仰及當代變遷之研究」、「城鄉「王爺信仰」之探討-以臺南蚵寮與高雄哈瑪星的廟宇為例」、「魯凱族神山部落石板屋家屋文化建築空間形式之調查與探討」、「從「設計階梯」升級視角檢視台灣設計政策與視覺設計產業」、「七腳川(Cिकासuan)的傳統服飾變遷與重製」、「抗議中的美學：以迷因反抗和抵擋--以宏都拉斯為例」、「酷兒華夷風身體性：同志台北的視覺、認同與語言」、「顛覆的粉絲文化：2020泰國政治運動」、「長治火燒庄伯公信仰研究」、「宜蘭縣礁溪鄉十一股山福德廟信仰之研究」、「頭城地區土地廟空間分布之研究」、「馬來西亞多元民族與文化之研究」、「六堆客家區域移民及文化適應之探究—以內埔鄉大和社區為例」、「走出女性禁錮：以長治新潭頭之民俗與禁忌為例」、「以行動者網絡學理分析聚落建築群保存運動-以虎尾建國眷村為例(2005~2018)」、「台灣女性的家：家務勞動作為戰時體制下的後援基地(1937-1945)」、「區域發展與公共藝術之關係研究—以臺中市七期重劃區為例」、「英國維多利亞時代新富階層的藝術投資研究」，共36篇。

(四) 歸入研究主題變項(B)管理次類目中「教學—其他」論文題目計有「以AHP分析法探討家長選校決策因素之研究—以彰化縣某國中為例」、「南投縣

原住民學童知覺父母教養方式與挫折容忍力之關係研究」、「臺中地區兒童華語音節末鼻音合流現象之變異研究」、「校長轉型領導與學校效能關係之統合分析」、「中臺文資—創價大學社會責任之個案研究」、「臺灣游泳活動中的女性身體觀(1920-1940年代)」、「雲林縣土庫鎮閩南語變體分布研究」、「Kanakanavu民族植物研究」、「客家話四縣腔與韓國語漢字音的比較研究」、「臺灣閩南語kám問句研究」、「初鹿卑南語是非問句與附加問句之研究」、「高雄師範學院歷史變遷及其周邊文化關係之探討」、「賽德克語都達方言外來語之探究」、「客語、華語、台語聖經版本翻譯比較研究」、「初鹿卑南語連謂結構之研究」、「日治時期萬丹公學校之研究(1899-1941)」、「壽山植被變遷之歷史研究」、「清代至日據時期六堆捐資助學的組織與制度(1761-1945)」、「東海岸的一頁傳奇—公東高工的起源及其瑞士學徒制本土化成因與影響」、「桌遊與親子互動之關係研究-以「洛亞貓」桌遊創作為例」，共計20篇。

- (五) 由上可知，歸入本研究登錄表「其他」類目之論文題目，多以人文地景變化、語言、語音變化為主，一方面展示了文化創意相關領域的多元性，一方面仍較偏向社會學或語言學之學門，或與文化創意相關系所發展歷程之初的原型（如國立高雄科技大學由共同科國文組轉型）及演化有關，然如何加強與文化創意之連結，值得注意及借鏡。

5.1.2 疫情期間臺灣文化創意相關研究所學位論文之研究方法

一、疫情下相關論文之研究方法及工具

- (一) 文化創意相關研究所碩博士論文之研究方法，「質性研究」研究篇數最多，共計690篇，佔論文總數之66%，其中使用「訪談研究法」的論文篇數最多，共計456篇，顯示透過第一手的質性資料蒐集，是相關研究的核心。
- (二) 以研究方法與出版年進行交叉分析發現，量化研究的消長趨勢（6.8%→8.7%→7.7%）為先增後減，異於質性研究

(22.5%→20.2%→23.2%)及混合研究(3.9%→3.2%→3.8%)之先減後增，顯示研究方法之選用，具有彈性。

(三)以研究對象與29所學校進行交叉分析發現，其中5所大學，包含崑山科技大學、佛光大學、華梵大學、文藻外語大學、實踐大學，皆僅使用值性研究方法，或與個別研究所之屬性具關聯性。

二、疫情下相關論文之研究工具

(一)文化創意相關研究所碩博士論文研究工具，多集中使用訪談研究法，共計456篇，問卷調查法共計315篇，二者佔論文總數之74%，顯示訪談研究法及問卷調查法為質性及量化之研究方法中，多數研究生選擇之工具。

(二)以研究對象與出版年進行交叉分析發現，四類研究對象之消長狀況皆十分細微，增減均維持在2.5%以內；以研究場域與出版年進行交叉分析發現，四類研究場域之消長狀況皆十分細微，增減均維持在2.5%以內，顯示文化創意相關領域之研究，或已達相對平衡的研究水準。

(三)研究工具與29所學校進行交叉分析發現，其中高雄師範大學1所學校(9採用了8種研究工具為最多，崑山科技大學及華梵大學2所學校，皆僅採用1種創作研究法之研究工具，與研究方法相互對應。

5.2 研究建議

依據研究結果與歸納之結論，針對文化創意相關研究所之學位論文教學實務及未來學術性之研究。提出以下建議：

5.2.1 教學實務建議

本研究藉由分析2019至2021年間的學位論文，觀察疫情之下文化創意相關學位之學術發展。發現以疫情為主題的論文數量佔比不高，一方面或可謂疫情發展變化過於快速，相關研究仍待時間沉澱。另一方面亦提醒研究者，欲達成如此快速的應對，有賴教學實務把握趨勢，透過研究與實際現況接軌，將研究發揮最大

功效。

5.2.2 後續研究建議

本研究歸類疫情期間之論文後，發現各校論文皆發展出專屬的特色，例如使用相似的研究理論或相似的研究主題，各校發展如兼容並蓄的文化創意般，呈現出多元的發展面向。

綜觀本研究1,047篇之論文主題，多集中於歷史性的研究及現行各文化創意相關產業團體經營現況之研究。貼合趨勢如以疫情為主題之論文占比較少，細探該類論文多集中於本研究研究主題變項（A）之出版產業，與後疫情時代電子書市場崛起息息相關，若能多投注於此類研究，抓緊時代與業界脈動，除可增加研究生日後之就業競爭力，亦可使產學界之關聯更加緊密。又本研究1,047篇之論文研究方法，採用混合研究（量化研究與質性研究）者僅有10%，建議後續研究者可兼顧研究方法之質與量，將會使論文有更加全面的視角。

本研究重視本領域的多元特質，故加強類目設計之廣度，針對有志於從事特定論文主題內容分析之研究者，建議未來可擇一研究主題後，綜合分析學生背景及論文撰擬方向，據以設計類目，以期拓展研究結果之深度。

參考文獻

一、中文文獻

書籍

- 王文科、王智弘（2010）。**教育研究法**。臺北：五南。
- 王石番（1991）。**傳播內容分析法—理論實證**。臺北：幼獅。
- 行政院經濟建設委員會（2002）。**挑戰2008：國家發展重點計畫**。臺北：經濟建設委員會。
- 林炎旦主編（2009）。**文化創意產業策略研究**。臺北：師大書苑。
- 林炎旦主編（2011）。**文化創意產業理論與實務**。臺北：師大書苑。
- 高明（2009）。**教育研究法**。臺北：鼎茂。
- 張健一主編（2022）。**2021年臺灣文化創意產業發展年報**。臺北：文化內容策進院。
- 張紹勳（2001）。**研究方法**。臺北：滄海。
- 陳德富（2016）。**文化創意產業經營與行銷管理：整合觀點與創新思維**。臺北：揚智。
- 鈕文英（2007）。**教育研究方法論文寫作**。臺北：雙葉書廊。
- 楊孝榮（1996）。**傳播研究方法總論**。臺北：三民。
- 楊孟麗、謝水南譯（2003）。**教育研究法：研究設計實務**。臺北：麥格羅希爾。
- 楊國樞、文崇一、吳聰賢、李亦園編（1989）。**社會及行為科學研究法上冊**。臺北：東華書局。
- 劉鶴群等譯（2010）。**社會科學研究方法**。臺北：新加坡商聖智學習。
- 歐用生（1996）。**教師專業成長**。臺北：師大師苑。
- 歐用生（2003）。內容分析法。載於黃光雄、簡茂發（主編），**教育研究法**（頁229-254）。臺北：師大書苑。
- 歐用生（2003）。內容分析法及其在教科書研究的應用。載於莊梅枝主編，**歐用生教授教科書之旅**（頁149-170）。臺北：五南。
- 簡茂發（1989）。**教學評量原理與方法**，輯於**有效教學研究**。臺灣書店。

羅昌智，林詠能主編（2014）。**兩岸創意經濟研究報告**。北京：社會科學文獻出版社。

期刊

于國華、吳靜吉、樊學良（2012）。文化創意產業的教育創新。**教育資料與研究**，**105**，1-38。

余霖（1990）。內容分析法與教育研究。**師友月刊**，**271**，16-18。

林思玲、林炎旦（2023）。我國文化創意產業人才培育發展現況與策略。**教育資料與研究**，**112**，25-51。

林榮泰（2011）。文化創意產業的本質與研究。**設計學報**，**16(4)**，2-10

財團法人台灣經濟研究院（2018-2021）。重要國家文化產業情勢動態。**國內外文化產業訊息及趨勢分析雙月報**，**2018(5)**，38-55；**2018(6)**，39-64；**2019(1)**，41-69；**2019(2)**，40-68；**2019(3)**，41-67；**2019(4)**，43-73；**2019(5)**，45-78；**2019(6)**，36-68；**2020(1)**，41-75；**2020(2)**，42-75；**2020(3)**，40-70；**2020(4)**，46-80；**2020(5)**，45-75；**2020(6)**，40-71；**2021(1)**，40-71；**2021(2)**，40-82；**2021(3)**，40-81；**2021(4)**，43-89；**2021(5)**，38-79；**2021(6)**，36-70。

劉維公（2003）。創意文化園區是強心劑？還是打錯針。**典藏今藝術**，**129**，102-105。

林炎旦、李兆翔（2010）。文化創意產業之人才培育策略。**台灣教育**，**665**，11-25。

賴美鈴（2005）。音樂教育碩士論文之內容分析（1994-2004）。**藝術教育研究的回顧與展望研討會論文集**，23-48。屏東：國立屏東教育大學。

學位論文

何中原（2014）。九五~九九學年度音樂教育學位論文中教育心理學文獻內容分析研究（未出版碩士論文）。臺北市立大學音樂學系碩士班，臺北市。

李怡潔（2013）。幼兒音樂教育研究相關學位論文之內容分析（未出版碩士論文）。臺北市立大學音樂學系碩士班，臺北市。

李蕙蘭（2005）。臺灣地區技職教育相關研究所學位論文內容分析之研究（未出

版碩士論文)。國立臺北科技大學技術及職業教育研究所，臺北市。

林沛靜(2014)。雲林縣國小教師進修碩士學位論文之內容分析(未出版碩士論文)，國立雲林科技大學技術及職業教育研究所，雲林縣。

柳岑歡(2019)。台灣地區2011-2019年企業訓練TTQS 碩博士學位論文之內容分析(未出版碩士論文)。國立清華大學學習科學研究所，新竹縣。

胡綱顯(2008)。台灣生態旅遊相關學位論文之內容分析(未出版碩士論文)。國立臺灣大學森林環境暨資源學研究所，臺北市。

張詩昀(2018)。臺灣觀光相關研究所學位論文之內容分析(未出版碩士論文)。國立高雄餐旅大學，高雄市。

莊麗蓉(2014)。1988-2015年臺灣音樂欣賞教學相關學位論文之內容分析(未出版碩士論文)。臺北市立大學，臺北市。

黃巧芬(2021)。1998-2018年臺灣家庭暴力相關學位論文之內容分析研究(未出版碩士論文)。樹德科技大學，高雄市。

黃莉庭(2008)。2001-2008音樂統整教學相關研究學位論文之內容分析(未出版碩士論文)。臺北市立教育大學，臺北市。

黃翠瓊(2007)。1994-2007台灣地區音樂評量相關學位論文之內容分析研究(未出版碩士論文)。臺北市立教育，臺北市。

黃纘靜(2011)。我國成人讀書會學位論文內容分析1994-2012(未出版碩士論文)。國立高雄師範大學，高雄市。

葉心儀(2018)。臺灣1985-2017年五大音樂教學法相關學位論文之內容分析(未出版碩士論文)。臺北市立大學，臺北市。

褚柏駿(2018)。台灣地區2008-2016年國小Scratch程式教育碩士學位論文之內容分析(未出版碩士論文)。國立屏東科技大學，屏東縣。

劉英慈(2020)。台灣2008至2020年音樂治療相關碩士學位論文內容分析(未出版碩士論文)。國立屏東大學，屏東縣。

劉曉蓉(2006)。文化產業發展成創意產業之策略研究-以交趾陶為例(未出版碩士論文)。國立中山大學公共事務管理研究所，高雄市。

- 鄧琬亭（2020）。1994年到2018年臺灣音樂教育社會學相關學位論文之內容分析（未出版碩士論文）。臺北市立大學，臺北市。
- 鄭明玉（2016）。國內校長教學領導相關學位論文研究之內容分析（未出版碩士論文）。國立臺南大學，臺南市。
- 蕭如絢（2004）。技職教育相關研究所學位論文之內容分析研究（未出版碩士論文）。國立臺灣師範大學，臺北市。
- 薛佳昕（2018）。1993-2018年臺灣音樂創作教學相關學位論文之內容分析（未出版碩士論文）。臺北市立大學，臺北市。
- 蘇千雯（2014）。台灣地區2001-2013年資訊科技融入音樂教學相關學位論文之內容分析（未出版碩士論文）。國立臺南大學，臺南市。

二、英文文獻

- Allen, B., & Reser, D (1990). Content analysis in library and information science research. *Library and information science research*, 12, 257.
- Elo, S., & Kynga, S. H. (2008). The qualitative content analysis process. *Journal of Advanced Nursing*, 62 (1), 107–115.
- Kassarjian, H. H.(1977). Content analysis in consumer research. *Journal of Consumer Research*, 4, 8-18.
- Klaus, K. (1980). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. Newbury Park: Sage Publications, Inc.
- Krippendorff, K. (1980). *Content analysis: An introduction to its methodology*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Krippendorff, K. (2004). *Content analysis: An introduction to its methodology*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Krippendorff, K. (2004). Reliability in content analysis: Some common misconceptions and recommendations. *Human communication research*, 30(3), 411-433.
- Murugan, K. & Kennedy, R.K . (2016). Content Analysis in Library and Information

- Science Research. *Proceedings of the National Conference on Research Methodology in Library and Information Science*. Karaikudy: AlagappaUniversity.
- Neuendorf, K. A. (2002). *The content analysis guidebook (Vol. 300)*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Stemler, S. (2001). An overview of content analysis. *Practical Assessment, Research & Evaluation*, 7(17), 137-146.
- Weber, R. P. (1989). *Basic Content Analysis*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Weber, R. P. (1990). *Content Analysis*. Sage Publications.
- Wimmer, R. D., Dominick, J. R. (1991). *Mass Media Research: An Introduction Wadsworth series in mass communication*. Belmont, CA: Wadsworth Publishing Company.



附錄一：高等教育體系文化創意產業相關科系成立順序一覽表

學校名稱	科系名稱	起始年
大學部		
國立雲林科技大學	文化資產維護系	1999
國立高雄科技大學	文化事業發展系	2001
嘉南藥理科技大學	文化事業發展系	2003-2014
國立屏東大學	台灣文化產業經營學系	2005
南開科技大學	文化創意與設計系	2006-2021
弘光科技大學	文化事業發展系	2006
國立臺北教育大學	文化創意產業經營學系	2006
美和科技大學	文化事業發展系	2006
國立勤益科技大學	文化創意事業系	2007
佛光大學	文化資產與創意學系	2008
真理大學	人文與資訊學系	2008
康寧大學	文化創意學系	2008-2012
開南大學	創意產業與數位整合學士學位學程	2009-2017
中國文化大學	時尚與創意產業品牌建構及經營進修學士學位學程	2010
輔仁大學	藝術與文化創意學士學位學程#	2010
國立東華大學	藝術創意產業學	2010
正修科技大學	創意產業經營學位學程	2010
大同技術學院	茶文化事業經營管理系	2010
台灣首府大學	文化創意產業學位學程	2010-2017
華梵大學	美術與文創學系	2011
國立臺北科技大學	文化事業發展系	2011
國立中興大學	文化創意產業學士學位學程	2011

高苑科技大學	文化創意設計與數位整合學位學程	2011
龍華科技大學	文化創意與數位媒體設計系	2012
國立臺中教育大學	文化創意產業設計與營運學系	2012
南華大學	文化創意事業管理學系	2012
大葉大學	文創產業國際人才學士學位學程	2012
國立暨南國際大學	原住民文化產業與社會工作學士學位學程	2014
國立聯合大學	文化創意與數位行銷學系	2015
國立臺灣海洋大學	海洋文創設計產業學士學位學程	2016
國立臺東大學	數位媒體與文教產業學系	2017
長榮大學	東南亞文化與產業學士學位學程	2017
長榮大學	台灣文化創意產業學士學位學程	2017
國立高雄師範大學	藝術產業學士原住民專班	2017
碩士班		
國立雲林科技大學	文化資產維護系碩士班	1999
國立臺北教育大學	文化創意產業經營學系暨碩士班	2005
中臺科技大學	文教事業經營研究所*	2005
國立成功大學	創意產業設計研究所	2006
國立屏東科技大學	客家文化產業研究所	2006
東方設計大學	文化創意設計研究所	2007
文藻外語大學	創意藝術產業碩士在職專班#	2006
佛光大學	文化資產與創意學系碩士班	2008
國立東華大學	藝術創意產業學系碩士班	2010
國立高雄科技大學	文化創意產業系碩士班	2010
大仁科技大學	多媒體設計系文創碩士在職專班#	2010
國立屏東大學	文化創意產業學系碩士班	2010
華梵大學	美術與文創學系碩士班	2011

國立臺北藝術大學	文創產業國際藝術碩士學位學程	2011
景文科技大學	視覺傳達設計系數位文創設計碩士班	2011
亞太創意技術學院	文化創意設計研究所	2012-2018
國立高雄師範大學	文化創意設計碩士學位學程	2012
南華大學	文化創意事業管理學系碩士班	2012
國立臺中教育大學	文化創意產業設計與營運學系碩士班	2012
環球科技大學	文化創意設計碩士班	2013
崇右影藝科技大學	文化創意研究所	2014
國立勤益科技大學	文化創意事業系碩士班	2014
中原大學	文化創意設計碩士學位學程	2014
國立臺北科技大學	文化事業發展系碩士班	2017
靜宜大學	社會企業與文化創意碩士學位學程	2018
國立臺北商業大學	創意設計與經營研究所碩士班	2018
崑山科技大學	文創產業創新管理產業碩士專班	2019
正修科技大學	文創設計與藝術保存碩士班	2019
國立暨南國際大學	文化創意與社會行銷碩士學位學程	2020
國立屏東大學	客家文化產業碩士學位學程	2020
國立臺東大學	數位媒體與文教產業學系碩士班	2021

博士班

國立成功大學	創意產業設計研究所	2006
國立臺灣藝術大學	創意產業設計研究所	2010
實踐大學	管理學院創意產業博士班	2012
東方設計大學	文化創意設計研究所	2013

附錄二：臺灣文化創意相關研究所學位論文之內容分析登錄表

主類目	次類目	
論文 基本資料	編號： 論文類別： <input type="checkbox"/> 碩士論文 <input type="checkbox"/> 博士論文 論文出版年度： 研究生姓名： 學校/系所名稱： 論文題目：	
研究對象	<input type="checkbox"/> 創作者/傳承者/經營者 <input type="checkbox"/> 中介者 <input type="checkbox"/> 使用者/消費者 <input type="checkbox"/> 利害關係人	
研究場域	<input type="checkbox"/> 個人/作品/活動 <input type="checkbox"/> 機關/機構/學校 <input type="checkbox"/> 社區/聚落 <input type="checkbox"/> 產業	
研究主題 變項A	<input type="checkbox"/> 視覺藝術產業	<input type="checkbox"/> 視覺藝術(美術及造型藝術等) <input type="checkbox"/> (傳統)工藝 <input type="checkbox"/> 視覺傳達設計 <input type="checkbox"/> 設計品牌時尚
	<input type="checkbox"/> 表演藝術產業	<input type="checkbox"/> (傳統)表演藝術 <input type="checkbox"/> 流行音樂及文化內容
	<input type="checkbox"/> 影視聽產業	<input type="checkbox"/> 電影 <input type="checkbox"/> 廣播電視 <input type="checkbox"/> 廣告
	<input type="checkbox"/> 出版產業	
	<input type="checkbox"/> 建築及場域經營	<input type="checkbox"/> 建築 <input type="checkbox"/> 文化資產應用及展演設施
	<input type="checkbox"/> 軟體與電腦數位產業	<input type="checkbox"/> 軟體 <input type="checkbox"/> 電腦設備 <input type="checkbox"/> 數位內容 <input type="checkbox"/> 社交平台
	<input type="checkbox"/> 創意生活產業	<input type="checkbox"/> 食 <input type="checkbox"/> 衣 <input type="checkbox"/> 住 <input type="checkbox"/> 行 <input type="checkbox"/> 育 <input type="checkbox"/> 樂 <input type="checkbox"/> 醫療 <input type="checkbox"/> 宗教 <input type="checkbox"/> 節慶活動
	<input type="checkbox"/> 其他	
研究主題 變項B	<input type="checkbox"/> 設計	<input type="checkbox"/> 藝術創作 <input type="checkbox"/> 藝術技法 <input type="checkbox"/> 藝術評析 <input type="checkbox"/> 商品設計
	<input type="checkbox"/> 管理	<input type="checkbox"/> 產業營運 (<input type="checkbox"/> 創新創業 <input type="checkbox"/> 經營策略 <input type="checkbox"/> 行銷模式 <input type="checkbox"/> 服務品質/滿意度 <input type="checkbox"/> 消費模式/消費者行為或認知 <input type="checkbox"/> 營運成效 <input type="checkbox"/> 其他) <input type="checkbox"/> 人力資源 (<input type="checkbox"/> 組織發展 <input type="checkbox"/> 工作設計 <input type="checkbox"/> 訓練考核

		<input type="checkbox"/> 員工協助) <input type="checkbox"/> 智慧文創 (<input type="checkbox"/> 網路科技/APP應用 <input type="checkbox"/> AI <input type="checkbox"/> 其他)
	<input type="checkbox"/> 教學	<input type="checkbox"/> 學習動機與認同 <input type="checkbox"/> 班級經營 <input type="checkbox"/> 課程設計 <input type="checkbox"/> 多媒體應用 <input type="checkbox"/> 教學成效 <input type="checkbox"/> 教師專業成長 <input type="checkbox"/> 其他
研究方法	<input type="checkbox"/> 量化研究 <input type="checkbox"/> 質性研究 <input type="checkbox"/> 混合研究 (量化+質性) <input type="checkbox"/> 其他____	
研究工具 可複選	<input type="checkbox"/> 問卷調查法 <input type="checkbox"/> 參與觀察法 <input type="checkbox"/> 訪談研究法 <input type="checkbox"/> 個案分析法 <input type="checkbox"/> 行動研究法 <input type="checkbox"/> 實驗研究法 <input type="checkbox"/> 文獻與內容分析法 <input type="checkbox"/> 創作研究法 <input type="checkbox"/> 其他____	



附錄三：

「臺灣文化創意相關研究所學位論文之內容分析」評核員編碼須知

南華大學文化創意事業管理學系碩士班

指導教授：趙家民博士

研究生：楊為茜

壹、研究簡介

本研究旨在探臺灣文化創意產業相關研究所學位論文之概況與發展。採用內容分析法，以 2019 至 2021 年間，國內文化創意產業相關研究所學位論文之碩士學位論文共1,047 篇為研究對象進行歸納與探究。本研究透過相關文獻蒐集，採用自編之「文化創意產業相關研究所學位論文之內容分析」為研究工具，再依據獲得之研究結果彙整成結論並提出具體建議。

貳、注意事項

- 一、為了使編碼過程順利且準確，以及結果更具信度，請評核員於每次編碼前須先詳閱本須知。
- 二、編碼過程請務必專心且仔細閱讀資料內容，遵循本須知之規定與類目定義說明，判斷時以客觀、明智與果斷之態度進行判斷勾選。
- 三、請適切調配編碼時間，不宜一次工作太久，以免因疲憊而產生錯誤判斷。
- 四、如遇資料判讀出現困難時，請直接聯繫研究人員並詢問。

參、填寫說明

- 一、紀錄時請用「勾選」方式，勾選於相關欄位中。
- 二、論文基本資料包含編號、論文題目、研究生姓名、學校/系所名稱、論文出版年，請在編碼前加以核對。
- 三、評核員請先閱讀各類目之說內容說明，若主類目中有註明（可複選）即為複選，若無標明皆為單選題。
- 四、如無適當選項，請填寫「其他」，並在底線處簡單說明。