

壹、研究動機與目的

一、教師成長團體經營與教學行動相輔相成

學校教育必須迎接新世代的來臨，教師也必須與時俱進，才能提供創新、多元、即時的資訊，而非墨守成規、一成不變。學校雖常提供研習、舉辦講座或鼓勵進修，但仍多屬強制、被動與誘導的學習模式。由於教師是教育工作的實踐者，教育工作者應能隨課程與社會環境發展，隨時調整其角色，將所見、所聞及發現紀錄下來，並探討其意義，成為實際的教學「行動研究者」(action researcher) (陳伯璋，2000)；因此，最佳的成長機會與方法就是教師自發性的主動學習，而教師自發性組成成長團體更有助於以集體力量進行教學行動的實踐。

當教師面對特殊專業學習的過程，謝瑞榮 (1999) 的研究指出，教師成長團體對教師專業發展具有鼓勵學習的動力，但傳統的教師成長活動都是以研習或專業進修為主，強調個人專業知能的提升，缺乏互動式的經驗學習。因此，周水珍 (1996) 曾建議以學校本位的教師專業發展模式，鼓勵教師自發性的學習，以提升教師的專業發展。

二、教師團體具多元化特色

在推動多元文化教育過程中，學者研究或理論建構過程大多呼籲教師養成認同與尊重差異、賦權增能 (empowerment)、以及反普同主義 (anti-universalism) (石雅玫，2000; Davis, 1996; Goldberg, 1994; Kincheloe & Streinberg, 1997)，也就是希望教師必須具備多元文化的意識。儘管教師在推動多元文化教育過程中較以往已有長足的進展，但仍有多項困難 (譚光鼎，2000)，尤其值得注意的是在推動過程中往往忽略教師團體本身組成的多



元性，因此，在各項專業研習上造成實踐賦權增能的落差，形成陳江松（2004）所指出的「部分學校行政工作者與教師多元文化意識薄弱，形成包容性和開創性不足的校園文化」。因此，一個具有多元特性的教師團體如何推動成長團體，促成專業研習，並能加強認知及信念的自我覺察與對話，就成為推動教師成長團體的關鍵。

三、媒體是「學校的延伸」(extension of school)

學校教育活動需要透過媒體宣傳報導，許詩旺（2002）指出，為實現教育理想，建立良好的學校形象，教師應「具有勇於行銷的勇氣，經由情感及意念的表達，讓學校內外成員了解學校辦學的成果，以凝聚全體師生的向心力」。亦即善用傳播媒體往往可使教育發揮加乘的功能，進而行銷學校。

學校活動的傳播也具有重要的教育意義：即透過「媒體」傳達社會大眾有關教育的理念與議題，因此傳播對於社會的正向功能就強調要能「代代傳承社會遺業（transmission of the social heritage from one generation to the next）」（Lasswell, 1971）。事實上，媒體早已成為青少兒學校以外的「第二個教育課程」（Second Curriculum）（教育部，2002）；此外，一般民衆對教育議題或教育現場的瞭解，除藉由自身的經驗之外，多是透過傳播媒體認知。然而，學校教師對於傳播媒體領域卻是「陌生」（許碧月，2005），甚至恐懼與敵對。

基於教育與媒體的關係日益密切，教師應具備「媒體素養（media literacy）能力」（教育部，2002），也必須有了解與運用傳播媒體的準備，尤其面對資訊科技快速發展，教育部已於2001年六月規劃完成「中小學資訊教育總藍圖」，希望能透過科技傳播特質，提供合作學習討論、互動的機會（高熏芳、楊諮燕，