

浸大組織傳播專修、數據與媒體傳播專修 培訓新一代應用數據人才 帶領企業和媒體前進

數碼科技的發展為不同行業帶來翻天覆地的變化。資訊爆炸時代，企業如何有效向員工傳達公司理念和策略，激發他們積極投入參與公司發展？媒體行業人員如何運用人工智能和大數據，蒐集不同的資料和分析社會現象？為與時並進，近年香港浸會大學（下稱「浸大」）傳理學院開辦不少與數碼科技有關的課程和科目，當中傳理學學士的「公關及廣告主修」（PRA）及「新聞與數碼媒體主修」（JDM），提供跨學科的知識，讓學生發展多元技能。其中PRA開辦的「組織傳播專修」（ORGC）和JDM開辦的「數據與媒體傳播專修」（DMC），着重培訓新一代的內部傳訊及媒體工作者運用數碼科技分析數據，從中尋找有價值的資訊予受眾，在傳播領域中發揮重要的角色。



右起：香港浸會大學傳理學院傳播系副教授馮繼峯博士、新聞系助理教授張引博士



新一代數碼媒體人員面對很多挑戰，如要掌握各種新技術。

學生藉着不同的交流活動擴闊視野，增強溝通能力和建立自信，提升國際競爭力。圖為浸大傳播系學生參加維多利亞/布拉格學習團。

組織傳播 着重企業內部溝通 推動進步創新



疫情以來，「在家工作」成為全球新常态。工作搬回家中，你是否也遇過令你求助無門的技術問題，或是無所適從的工作安排？企業員工來自不同背景、部門、年齡層等，機構要做好內部溝通，才能把信息有效地帶給員工。此重要角色由專業的內部傳訊（Internal Communication）人員擔當，帶領企業面對商務環境轉變帶來的挑戰。尤其在大型跨國企業，要聯繫起橫跨不同地域和文化的員工，內部傳訊專才的角色就更吃重。

內部傳訊是組織傳播學科的核心課題，探討企業如何運用不同通訊平台，例如內聯網或社交平台，有效並及時地向員工傳達公司政策等資訊，建立成員與機構內部間的良好溝通，達到雙方理念一致。香港浸會大學傳理學院傳播系副教授、組織傳播專修課程主任馮繼峯博士（上圖）表示，內部傳訊重視如何說服和爭取員工支持，內部傳訊人員會設計不同傳訊策略和企劃，推廣並鼓勵員工認同和實踐企業價值觀。

他以一間企業為例，為鼓勵員工實踐企業重視的創新精神，「內部傳訊部設計一套嘉獎計劃，如果員工提出能有效提高工作率的新流程，就可以「儲分」換獎賞。」有效的內部傳訊一方面可助員工解決工作上的問題，另一方面能將員工打造成僱主品牌大使，並以清晰一致的目標來凝聚員工、建立工作意義，增加員工的投入和認同感，不但有助企業留住人才，亦能推動成員一同為企業不斷進步創新、提升競爭力而努力。

數據科技運用得宜 提供個人化信息 呈現人性化

馮博士坦言，在人工智能和大數據急速發展下，正為企業內部傳訊帶來很大改變。他提到，企業員工每天接收大量內部電郵，未必有足夠時間消化，有些電郵甚至與他們的職務無關。數碼技術有助機構為員工提供個人化信息，提升他們對信息的關注度，他舉例：「企業可引入人工智能聊天機械人（Chatbot），作為內部傳訊的溝通工具，它可猶如客戶服務般，快速地為員工提供個人化的信息，如解答一些簡單的問題、提供表格等。」

他強調：「數據是冷冰冰的，但如果運用得宜，卻也可以很人性化！」內部傳訊人員職務亦包括了解成員需求，例如通過分析人事數據或以問卷收集員工意見，配合公司整體發展需要而制訂相應的內部傳訊策略，以及評估相關策略的執行成效，達到提升成員間的溝通和聯繫。

此外，現今社交平台資訊流通，既是內部傳訊人員的新挑戰，也是新機遇。他談到，社交平台令公司政策、員工間信息，更容易流出企業外部，使得內部傳訊人員需關注更多通訊平台以掌握企業成員的溝通現況，以防止影響企業形象等危機出現。另一方面，社交平台亦令他們有

更多媒介可用，發揮創意企劃新方案和多媒體內容，以增強企業內部溝通。他舉例，以往企業員工一般較難接觸高層，但近年不少管理人員以各種形式跟員工接觸，例如請內部傳訊人員拍短片，分享公司決策背後的理念。



同學到澳洲的大學進行交流活動。

組織傳播專修強調知識整合 培訓新一代內部傳訊人才

由浸大傳理學院開辦的傳理學學士PRA主修課程，一共提供廣告及品牌、組織傳播及公關三門專修。馮博士指，一般院校開辦的公共關係課程比較着重「對外關係」，浸大的組織傳播專修課程則集中企業「對內關係」。這令學生可在同一主修內同時涉獵對內、對外傳播知識，成為更全方位的傳播管理人員及領袖。

他說，如何加強企業與員工間聯繫在未來更形重要。新世代員工選擇工作時，會較着重公司理念、企業社會責任，以至Work-life Balance等。愈來愈多管理人員重視與員工的溝通，內部傳訊人員可企劃相應方案，例如安排管理人員親身體驗前線工作實況，增加對員工需要的理解。

組織傳播專修的課程設計正正針對未來內部傳訊人才必須具備的知識技能，為學生提供四方面訓練，包括：內部傳訊知識、數碼傳播技巧訓練、多元平台內容製作培訓，以及實踐機會。他期望透過課程培訓出精於數碼科技的內部傳訊專才，當中擁有：

- 解難能力** 掌握與人、數據、電子媒體相關的分析能力，結合批判和電腦思維，應用於發現和解決內部傳訊問題。
- 策劃及執行能力** 能配合企業目標，活用知識制訂及執行內部傳訊策略。
- 傳訊能力** 熟練地運用文字、影像等不同媒介及通訊平台，有創意地規劃各類內部傳訊活動。

學生可修讀「Data Analytics and Visualization for Corporate Communication」、「Programming for Digital Communication」等科目，學習使用編程語言分析數據、自動生成圖表、開發通訊程式等。學

生亦可通過「Internal Communication and Employee Engagement」等課程，有系統地學習如何企劃活動。學生更可選修「Social Media@Work」等課程加深對社交媒體與職場關係的理解。

不同科目助學生掌握 實習從做中學 交流拓視野

在香港，內部傳訊工作普遍由企業傳訊和人力資源兩個部門負責。在浸大的組織傳播專修課程下，同學將有機會到不同機構的企業傳訊、人力資源等部門實習，體驗內部傳訊、數碼市場推廣、人力資源、公共關係等工作。



修讀組織傳播專修的學生，有機會參與不同機構的內部傳訊項目。圖為同學參與籌辦社企員工嘉許計劃。

過往修讀「Strategic Communication Internship and Practicum」課程的學生，就曾規畫和執行不同類型的方案，幫助企業解決內部傳訊問題，例如為社企創作多媒體內容，並發布到社交平台對內宣傳周年晚宴，又或者為國際非牟利機構設計手機App專用表情符號作內部即時通訊之用。學生更可加入由學生獨立營運的組織「The Young Agency」，從在學時期就接案，支援不同機構解決傳訊問題，累積實務經驗。

馮博士指，以往學生曾到俄羅斯、荷蘭、奧地利、捷克、澳洲等國作交流。現時英國、美國的企業不少均設有內部傳訊部門促進與員工關係，跨國企業的內部傳訊更會涉及在全球分部建立一致的企業文化，故校方亦已跟不少海外機構作好連繫，包括英國，增加學生未來赴外交流的機會，幫助學生擴闊視野，了解國際企業的內部傳訊工作。

他表示，教學團隊擁有豐富的研究和實踐經驗，包括學者及業界人士，當中有老師更是同時精通傳播及數據相關範疇，充分掌握如何結合這兩方面的知識。他說，畢業生將可選擇企業傳訊或人力資源發展，也可向數據科學等相關方面發展，出路廣泛。

組織傳播專修 (JS2360)

電話：3411 7224 / 3411 7832
網址：www.coms.hkbu.edu.hk/orgc/
電郵：coms@hkbu.edu.hk



ORGC課程資料

數據與媒體傳播 用大數據分析社會現象



時代不斷進步，很多行業都已在應用大數據和人工智能於不同業務，以媒體行業為例，現正處於一個用大數據描述、分析社會現象等的熱切追求階段。香港浸會大學傳理學院新聞系助理教授、數據與媒體傳播專修課程主任張引博士（左圖）表示，以收集市民注射疫苗意見的新聞為例，傳統新聞工作者會進行「街訪」，但隨着社交平台的興起，新一代媒體人員可透過此途徑進行調查。

「他們要對相關的操作和技術有認知，如執行、設置時間段、搜索關鍵字作討論等，然後再用自然語言處理技術（NLP），才可有效地將意見分類和整理，進行設計數據模型，了解事件或作出預測。」

市場需求傳統內容創作與技術操作人才

他說，過往很多媒體或新聞工作者均是文科出身，他們雖具備一定的統計能力，但當面對大量網上資訊，或有系統地去分析大型數據時，這方面的能力則有點捉襟見肘，而現時行內最殷切需求的正是能聯繫傳統內容創作與技術操作的人才，有見及此，浸大新聞系與計算機科學系於2018年合辦全新專修「數據與媒體傳播」。

張博士說，課程設有兩組主修學生（新聞系與計算機科學系），他們在首兩年各自修讀本課程，三年級時，新聞系同學將學習基本的數據處理和應用知識，以及採訪和製作視覺化新聞故事技巧，涉及科目如「Fundamentals of Data Analysis and Management」和「Data-driven Visualization for the Web」。另會學習用數據形式呈現調查新聞報道，相關



浸大新聞系與彭博通訊社合作讓學生學習使用彭博金融資訊終端機。

科目有「Data Analysis Studio」、「Data Media Project」（計算機科學學生修讀）和「Exploratory Data Analysis and Visualization」。選修科方面，除了人工智能和大數據的相關學科外，加入「人」作元素的科目有「Human Computer Interaction」，內容與用戶體驗有關。

將經營YouTube頻道體驗融於課堂

為了增加同學的實踐體驗，學系去年起與Google香港攜手，首度將經營YouTube頻道的體驗融於課堂，當中包括與本地藝人合作的項目：「同學要在3個月內，為藝人度身訂造短片及宣傳策略，使頻道的訂閱者達到一定目標，藉此全面地學習前台的創作，以及後台的數據分析部分。」學系也與彭博通訊社合作，學生使用彭博金融資訊終端機，學習實時金融市場數據分析，撰寫財經新聞。同學可在選修科「Social Media Content Management」、「Financial Data and Market Sentiment Analysis」中，學習以上的相關內容。

計算機科學範疇很廣，其中與傳媒最相關的包括數據處理、可視化等技術。張博士說，「新聞系同學可在學習相關的跨學科內容後，由此再去啟發日後的發展路向。」他強調，在大數據年代，懂得從混沌的海量訊息中，把數據整理成數據庫十分重要，「因為我們要有數據庫後，才能再去進行分析。」學習過程中老師會引導同學如何運用批判思考，去處理不同的新聞故事。



兩學系同學 學習協同合作和溝通技巧

他續指，四年級時，兩個學系的同學會一起修讀「Investigative Reporting for Data and Media Communication」和「Data-driven Storytelling」，由於彼此專長不同，大家可以學習協同合作和溝通技巧，是個很好的訓練。

教學團隊中，老師來自不同背景和地方，有新聞傳播，亦有計算機專業背景，部分兩樣兼備。學院會安排同學到不同的機構參觀，如南華早

報、彭博通訊社，以及社交媒體、數碼營銷公司等。另學院一般會在三年級暑假時，安排學生到不同的傳媒機構實習，過去台灣總統大選時，也曾組成採訪團到當地實地工作，亦曾到過德國和非洲等地。

張博士認為，從事新聞或數碼媒體工作者要擁有3項特質：

- 好奇心** 懂得在大量的資訊中，發掘出可作探究的線索。
- 耐性** 處理大量數據時，除了要思考採集數據的方法外，也要考慮如何搭建數據結構，及進行有意義的分析。
- 媒介素養** 對不同媒體和平台有判斷能力，懂得利用其特性及應用，能有效地去表達觀點和展現事情。

他以媒介素養為例，Twitter傳播虛假資訊的速度較Facebook快，因為前者的特性是簡短精要。但如果是說對一般人造成影響的話，Facebook或IG會比Twitter有效，因為前兩者是透過人們的社交渠道去互通，再加上圖片的話，影響力會更大，以上都是同學採集數據時要知道的。

唯真為善 追趕技術下要懂「還原基本步」

張博士不諱言，新一代數碼媒體人員面對很多挑戰，包括追趕技術的發展。「他們要在適當時候，懂得「還原基本步」，反思所展現出來的新聞，是否能正確地反映事件的主題和本質，以防表達了錯誤的信息時，要承擔更大的後果和責任。」他提醒，學生要緊記院訓「唯真為善」的本質：「事實的準確性比展現的技巧更為重要，這對從業員來說是一個永恆的挑戰。」

他認為，一些事實性的報道和訊息的處理將會逐漸被機器所取代，人會變成監控質素的角色，「我們應用多些時間去思考內容，目前來說，不論是數據或人工智能，它們只會按照人的指令做事，當要選取新聞的方向和角度時，始終是由人決定，所以人在這方面擔當的角色會愈見重要。」

數碼與媒體傳播專修 (JS2350)

電話：3411 7490
網址：bu-dmc.hkbu.edu.hk
電郵：bu-dmc@hkbu.edu.hk



DMC課程資料