

初探學校識別系統之內涵與可行作法

薛雅純

屏東縣隘寮國小教師

一、前言

隨著社會時局與教育趨勢的演變，學校經營更見特色作為與在地價值，而愈加彰顯學校本位發展與品牌建立的重要性（林志成，2011；蔡清田、陳幸仁，2013）。如今，有越來越多的教育單位設計學校標誌、開發特色課程、統一相關學用品、打造文創小物等，無一不是建立自我能見度與辨識度的可行作法，例如國內各大專院校常有的校徽與校歌及其所指意涵、商業週刊之百大特色小學的多元教學課程（商業周刊，2018）、國外高等學校較常見的品牌文創設計用品（Arcadia university, 2014）。實際上，這些做法是在建立顯明的學校識別系統（school identity system, SIS），本文希冀透過相關文獻探討，初探教育單位執行學校識別系統之可行作法，以提供學校更多經營方針及思考。

二、學校識別系統之內涵

學校識別系統引自於企業界之企業識別系統（corporate identity system, CIS）的概念。諸多耳熟能詳的 logo 讓我們即刻想起該間企業，使用（消費）者便可立即辨認，談起 iPhone 手機就知道被咬一口的蘋果商標；麥當勞的黃色 M 字商標；NIKE 球鞋的勾勾；臉書軟體的藍底白字 facebook 等。此外有些公部門亦設計合適的識別表徵以強化願景共識，如南投縣水里鄉上安社區（陳美心、顏怡璇，2009）、

國立臺灣科學教育館（維基百科，2018）等。以下即整理學校識別系統之意涵與要素，提供後續可行做法的基礎。吳清山與林天祐（2005）認為學校識別系統係指一套傳達學校獨特經營理念的文字、活動與符號，目的在透過上述途徑突顯學校的獨特性與優越性，以建立學校成員與社會大眾對學校的認同感，並建構學校新形象及促進永續經營與發展。黃齡萱（2008）則指出學校在參酌文化、環境等內外部條件後，確立學校的辦學理念、學校願景、經營策略，以發展出長期性、系統性、標準化、個性化之傳播方式，期建立辨識與產生認同之支持作為。而蔡金田（2009）提出藉由不同識別要素來塑造學校特有的個性化與專有化，以建立學校品牌作為與區別他校的識別依據。施又瑀與張東晃（2017）認為是以校徽、精神標語、象徵圖形等基本要素，以及事務用品系統、建物環境系統、標識指標系統等應用系統為內容的一套系統，藉以樹立學校特色，彰顯學校優質形象。綜上說明可知，學校識別系統可突顯學校獨特的價值性表徵，能建立內外部之認同感並進一步促進永續經營的可能。

進一步歸納分析相關文獻之學校識別系統的要素後，發現仍不脫離企業識別系統的範疇，以下列三者為主（林慶川，2003；張金年，2002）：理念識別（mind identity, MI）、視覺識別（visual identity, VI）以及行為識別

(behavior identity, BI)。理念識別可包含學校發展的共識願景、經營哲思、方針口號等，是學校經營的基本理念與原動力所在（核心價值）。視覺識別可包含各式各樣之獨到的視覺表現形式來呈現具有辨識性的識別標誌，並以標準化系統連貫整體視覺設計內涵（靜態表象）。相關形式可以有校徽、圖案、造型、字體、顏色、用品等。行為識別為學校經營的具體實踐，以確切表現學校對內經營的共識性與對外經營的重視性（動態活動）。相關形式可以有特色教學課程、優良典章制度、公共服務活動、特色動態展演等。另按學校經營發展的邏輯性，應先確立理念識別後再逐步發展視覺識別與行為識別較宜。

三、可行作法之分析

承上，學校識別系統可協助建立鮮明的學校形象，使內外部利益關係者成為學校品牌的最佳代言人。筆者參酌學校識別系統的三要素內涵與策略管理的程序（確認使命⇨內外分析⇨形成策略⇨執行評估）（林孟彥、林均妍，2014），提出下述可行作法，以供學校經營之參酌運用。

（一）識別探尋：綜整分析&特質定位

學校識別系統貴在整合學校條件、在地資源與師生需求，可藉著綜整性的 SWOT 分析技術，建構學校理想的亮點／特質，使整體校園經營更顯一致與效率。此階段的主要任務乃創造與強化學校核心形象，故應經由充分性訪談、溝通、蒐集來掌握具共

識性的形象訴求。學校團隊透過以上分析較能具體擬出理念識別的內涵，這些內涵有助於界定出學校專屬的特質與定位，供後續深化成校長的辦學理念與經營方略，成為未來學校品牌表現的卓越基礎。

（二）識別表現：通盤設計&特色飛揚

本階段任務主要對應在視覺識別要素，因此需發展出一系列相符的基本要素與應用項目（張百清、羅文坤、許俊基、程春，2003）。基本要素可為代表標誌、標準字體與顏色或圖案等，搭配各項學用品之輸出，即成為應用項目（如事務用品、學校制服、文創小物、校園環境等）。就現況來說，各層級學校中尤以大專院校在識別表現上最為普及，多數以制定特定意涵的校徽、系徽或符號為主，此些標誌泛見諸多字母與圖案的結合，然後成為其他應用項目的主要元素，甚而推出特色文創用品而帶起學校名聲。

（三）識別行動：動態產出&特點行銷

識別行動階段以各式彰顯學校特色的行動為主，對內應產出動態活動，包含學校經營發展的典章制度、校園文化建設與創新、創新教學與特色課程、多元社團與才藝展演等；對外應行銷學校亮點／特質，包含學校公共關係的經營、特殊優良學生的宣揚、社會公益服務活動、社區聯合運動大會等。在進行各項活動時，可擴大參與層面（如社區人士、家長團體）並配合視覺識別元素，呈現有靜有動

與有裡有外的多元豐富，共同增進公共關係，促使社區民眾對學校的理解，從而建立良善之友好形象。

(四) 識別再造：策略管理&永續發展

學校識別系統要突顯策略管理的思維程序，故在實際運作上更需重視評估反思以求永續發展，對照校內教學與行政事務之計畫、執行、評鑑為主要程序，可發現兩者皆在企求精進學校績效品質的共同目標。因此，在推動學校識別系統的各项運作時，建立定期蒐集相關回饋資訊的程序，藉由不斷修正、檢討與評估，而兼顧理念識別、視覺識別與行為識別之三要素的有效配合，可加強建立學校優質卓越的識別形象。

四、結語

近來，建立學校發展特色一直是學校經營中深具巧思的區塊，也是牽動校務發展興衰的奇特吸引子(strange attractor)，學校識別系統提供整體性架構，使學校特色透過理念、視覺、行動等識別元素，搭建對內的向心認同與對外的優質形象，一連串的識別元素導入過程中(探尋⇨表現⇨行動⇨再造)，學校領導者應盱衡一切、多方考量。成功的學校識別系統應有益於實踐學校經營的理念、提升學校形象的地位、發揚學校特色的功效，期許在淬鍊揉合相關要素的行動過程中，學校的形象價值能與時俱進、歷久彌新。

參考文獻

- 吳清山、林天祐（2005）。學校識別系統。教育研究月刊，131，156。
- 林志成（主編）（2011）。特色學校理論、實務與案例。臺北市，高等教育。
- 林孟彥、林均妍（譯）（2014）。管理學（原作者：S. P. Robbins & M. Coulter）。臺北市：華泰文化。
- 林慶川（2003），學校識別系統之初探，南投文教，19，55-58。
- 施又瑀、張東晃（2017）。國民小學學校識別系統之規劃設計—以彰化縣一所小學為例。學校行政，107，105-129。
- 商業周刊（2018.02.20）。關於特色小學。百大特色小學。取自 http://www1.businessweekly.com.tw/event/2009/school/about_taipei.php。
- 張百清、羅文坤、許俊基、程春（2003）。CIS發展與國別模式：超值企業形象設計。臺北市：巨流。
- 張金年（2002）。企業識別系在國民小學應用之探討。國教新知，48（4），22-29
- 陳美心、顏怡璇（2009）。以企業識別系統加值地區形象塑造—南投縣水里鄉上安社區案例探討。水保技術，4（4），252-260。

- 黃齡萱（2008）。一所國小學校識別系統之研究（未出版之碩士論文）。國立屏東教育大學，屏東縣。
- 蔡清田、陳幸仁（2013）。特色學校的課程領導：微觀政治取向。《教育研究月刊》，225，23-38。
- 維基百科（2018）。國立臺灣科學教育館。維基百科。取自 <https://zh.wikipedia.org/wiki/國立臺灣科學教育館>。
- Arcadia university（2014）。*Brand and identity system*. Retrieved from <https://www.arcadia.edu/file/14p7985-brand-identity-systempdf>
- 蔡金田（2009）。學校品牌建構與形象管理之探究。《國民教育研究學報》，23，139-160。

