

# 跨學校本位的課程規劃與執行

## —以 T. K. Travel 國際教育方案為例

翁慶才

### 摘要

國際化、全球化是新世紀時代趨勢，地球村儼然形成！不論政治、經濟、教育與文化，皆可見其國際間交互影響的現象。於此風潮襲捲下，教育國際化成爲各國教育革新的重點！我國也以中小學國際教育白皮書揭櫫「扎根培育 21 世紀國際化人才」之願景，期能透過學校教育達成培養學生有國家認同、具備國際素養、全球競合力及全球責任感等目標。爰讓莘莘學子能跨越國界彼此交流，藉以擴展視野、培養國際觀的國際教育旅行與教育遊學，便在因應全球化、重視國際交流的背景下游運而生、蓬勃發展。

本研究旨在探討 Taiwan Kaohsiung Travel（簡稱 T.K.Travel）台灣高雄教育遊學國際教育課程模組之現況與發展，著重 T.K.Travel 跨學校本位的課程融入國際教育遊學規劃的個案研究，對其推動歷程中所引用轉化之理論與策略加以描述和理解。本研究採文件分析和訪談法，研究重點聚焦在 T.K.Travel 的架構下，其在國際教育領域中之理念與策略，是如何在歷史脈絡中被型塑、轉化以及發展，進而探究其實施策略與制度，是如何進行系統性與整合性的運作。最後，將本研究結果提供台灣各級政府和學校，後續推動與實施國際教育遊學之參考。

**關鍵字：**跨學校本位、國際教育、教育遊學

# 跨學校本位的課程規劃與執行

## —以 T. K. Travel 國際教育方案為例

### 壹、緒論

#### 一、研究動機

一波又一波的教育改革，有如洪流般地在全球各國形成，從美歐到亞洲地區，希望能改善現有學校教育的功能，以達成穩定經濟、創新文化、提升國家競爭力為目的。因此，「追求卓越、提升品質、增進效能」，已是世界各先進國家所共同努力追求的目標。而全球化、國際化更是 21 世紀的趨勢，不論在政治、經濟或文化等各領域都可以看到國際間互相影響的現象，在此潮流之中，教育國際化也成為各國教育革新的重點。

地球村是孩子們學習的教室、也是未來工作與生活的場域！語文能力是適應環境的最佳利器、最關鍵的競爭力！英國文化協會指出台灣英語教學多使用制式教材，以講授為主且流於考試導向，缺乏生活實際應用的學習，導致雖有 10 年的英語學習經驗，仍懼怕、不敢開口用英語表達，導致無法與國際順利接軌。

高雄市有鑑於此，乃以「國際化導向建設市政」、「多面向參與國際事務」、「多元化推動國際交流」為市政發展之三大支柱，行銷高雄，協助各界推動學術、經貿、體育、文化與觀光旅遊交流，並為世界級各項賽會等在高雄市舉辦作準備。是故，2008 年高雄市前教育局局長鄭英耀博士帶領著專案團隊到韓國（同為非英語系國家）擷取推動國際語言的經驗，企圖透過團隊腦力激盪創意發想，為莘莘學子量身訂製最適推動模組與進程，包括國際學習角、文化村、英語區間車及英語友善商店等方案，循序建置主題型、整合型、造鎮型英語村，讓英語學習融入實體情境，為營造

「高雄市全球村英語世界」奠定了優質的發展基礎。

此外，高雄市政府教育局前瞻地於 2008 年成立國際教育股、且於 2010 年縣市整併後更擴編升格為「資訊與國際教育科」，培養學生的外語能力與國際觀，落實放眼世界的國際教育，達到高雄在地與國際交流分享、融合多元文化、培養學生之本土觀與國際觀，進而擁有國際競爭力的教育願景。爰「高雄市全球村英語世界」方案之構築與推動，即體現「海星創價」理念以「跨科整合、群策群力」循序漸進、全方位鋪陳之策略，經由團隊的交流分享、相互扶持之歷程，而有令人耳目一新、刮目相看之成果產出。而藉由該方案的循序推動，逐步體現「高雄走出去，世界走進來！」市政願景，讓高雄市民提前體驗國際事務，有效導引外國人士參與、體驗幸福高雄的熱情。由於該方案在 2009 年世界運動會獲致極佳的綜效與讚譽，裨益後續擘劃營造一個友善、宜居、可供莘莘學子體現與國際人士良好交流互動，了解與接納多元文化，提升國際競爭力的機制，孕育豐實的發展基礎。

全球化競爭下，台灣學校教育面臨轉化與創價的考驗！而新世紀的教育應該是培養年輕世代學生具國際觀能力，進而提升國際競爭力與世界接軌的新趨勢。為了達到這樣的目標，教育部自 2000 年開始宣導國際教育旅行的理念，推動高中學生赴海外教育旅行的活動；於 2002 年 12 月成立「臺灣國際教育旅行聯盟」，落實負責輔導全國公私立高中職校辦理國際教育旅行，成為國內外高中教育旅行業務的溝通平台，推動日本、韓國及其他國家的教育交流。國際教育旅行的目的，是在於讓年輕學子能跨越國界，互相交流，藉此擴展眼界，培養國際觀。因此，國際教育旅行便在重視國際交流的背景下蓬勃地發展起來。然而，國中小學階段在國際教育的尙處起步階段，雖然教育部方於 2011 年公布《中小學國際教育白皮書》，但各地方政府及學校在全球化推波助瀾下，已進行諸多的國際教育相關推展活動，也累積了不少實務經驗，惟仍需整合更有效的資源與機制，作為

其後續推動的扎實基礎和參據。綜觀台灣目前各級學校推動國際教育交流多以單兵作戰、打游擊的方式進行，較少見有跨校或跨縣市合作聯盟方式推展國際教育活動。

知名的美國麻省理工學院彼得·聖吉 (Peter Senge) 倡導學習型組織，揭櫫五項修練，其中之一就是「團隊學習 (Team Learning)」，這一概念正是我們推動「創意夥伴學校交流」很重要的精神。近年來教育改革趨於多元，學習不再是單單課堂上靜態知識的灌輸，透過動態校際之間的交流與分享，不但孩子們能認識自我、擴展視野，相互了解、欣賞、體驗不同學校、不同城市、不同國家文化的特色，進而培養其待人接物的態度、提升語言表達能力，建立孩子的自信；教育部 (2003) 指出就一個人的學習歷程而言，在學習期間，能夠與師長同儕前往異國，從事國際教育的交流活動，正是「觀察、體驗、學習、成長」的教育原點，更是一種「追求新知的挑戰」，期許能達到「創意台灣、全球布局—培育各盡其才新國民」的教育目標。此外，也因為透過校際交流與分享，凝聚學校教師團隊力量，腦力激盪發揮創意、共同地參與，達到資源共享與互補的作用。

因此，本研究希冀探究高雄市個案學校推動的方式及現況，進而逐步發展可行跨學校本位的國際教育模式，糾合夥伴學校、整合學校特色與社區資源等不同組合的交流課程模組，體現「讓台灣走出去」，更進而實現「讓世界走進來」的方案，提供教育行政機關及有志於推動國際教育之學校夥伴，作為政策訂定與策略規劃及國際教育遊學推動與實施之參考。

## 二、研究目的

- (一) 回溯探索、描述分析高雄市苓洲國民小學國際教育實施的內涵與方式。
- (二) 探討高雄市 T. K. Travel—跨學校本位的國際教育規劃內涵與執行策略。

### 三、名詞界定

#### (一) T. K. Travel

T. K. Travel 是 Taiwan Kaohsiung Travel (台灣高雄教育遊學) 之英文縮寫和簡稱。T. K. Travel 係指以國際教育為主軸，以其他國家(含華語與非華語系國家)之親師生為對象，透過地方教育主管機關、非營利事業組織及數個學校之策略聯盟方式，整合各學校與在地產業之資源及特色，規劃設計融合駐校遊學、教育旅行之一系列學習課程與活動之國際教育方案。

#### (二) 跨學校本位

學校本位管理是一種以學校層級為基準的管理，是由較高層級體系訂定一般性原則性政策與目標，充分授權給學校層級建立起高度參與式作決定的一種行政管理方式，強調由下而上的管理過程或實務，其範圍包含預算的編列、人事的任免、課程安排與教學實踐及評鑑等行政運作，讓教育績效彰顯，同時也要求學校能夠負起績效責任。本研究之跨學校本位係指以各策略聯盟學校本位管理特色營運為經，以各策略聯盟學校課程與教學、空間與社區資源整合為緯，採跨校整合之思維，進行國際教育駐校遊學、教育旅行之規劃與設計為探究重點。

#### (三) 國際教育

國際教育係指透過教育國際化的過程來達到了解國際社會、參與國際教育活動以促進世界秩序及和平福祉的目的(教育部, 2011)。教育部 2011 年公布《中小學國際教育白皮書》，其目標在培育學子們具備「國家認同」、「國際素養」、「全球競合力」、「全球責任感」等四個特質的新公民。本研究跨學校本位的 T. K. Travel 國際教育方案，主要涵蓋「駐校遊學」與「教育旅行」兩項內容：

1. 駐校遊學：駐校遊學不同於一般遊學和參訪之走馬看花似地短

暫停留，而是指學習者停留於參訪的學校，與該學校各項教學與活動的作息同步進行學習。查教育部國語辭典網站：「駐」指停留，如：「駐外使節」。而「遊學」指到遠處或國外求學：文明小史·第三十五回：「因他家道殷富，父母鍾愛，把他縱容得志氣極高，向父母要了些銀子，到上海遊學。」亦作「游學」。或指從事學習：漢書·卷八十二·史丹傳：「哀王者，帝之少弟，與太子遊學相長大。」

2. 教育旅行：係指本國學校與國外學校透過交流互訪、姊妹校結盟等方式，以推展學生多元學習，並拓展國際視野的一種學習途徑及方法。此一學習方式，讓學生充分從休閒活動中學習，在多元、異質的文化中，與不同成長背景但年齡相仿的朋友交流互動、彼此學習，進而促進學生自我認識與成長、拓展國際視野與文化關懷。（教育部，2011）。

## 貳、文獻探討

教育改革的潮流改變了多年來科層管理下集權治校的體制，並以分權、共治、共享、共擔的學校經營模式取代之，開創了 21 世紀學校運作之共同願景。

台灣學校改革運動是由民間開始，民國 83 年四一〇教育改革聯盟發起提出訴求。行政院教育改革審議委員會在 1996 年 12 月提出【教育改革總諮議報告書】，其中揭示教育改革的重點之一為「發展以學校為中心的經營方式」，即教育權力下放、教育鬆綁的具體化作為，希望透過將學校經營的自主權回歸給學校，以提高學校績效，最終提升學生學習成效。

學校本位管理（School Based Management）的經營方式，主要是來自於美國的學校本位概念及英國的地方學校管理（曾燦金，1997）。美國有

鑑於教育投資日增，但未見公立學校效能提升，因此在 1983 年提出「國家在危機中」的報告書，希望教育品質上能迎頭趕上其他國家，而學校本位管理就是這些追求卓越的教育運動之一（郭為藩，1995）。英國於 1988 之教育改革法案中，對教育權力的主體產生些許變革：1.將教育權則由原先的地方教育當局轉變至各校及家長身上；2.全面推行地方學校管理，而「學校自主管理」即為此次教育改革下的重要產物之一（Simkins，1994）。除此，愛爾蘭、紐西蘭、瑞典、奧地利、丹麥、芬蘭、葡萄牙、比利時、法國、德國、挪威、西班牙、瑞士等國家，均以 SBM 作為學校改革運動的重要機制（鄭彩鳳，1999）。

學校本位管理概念具有：1.分享決策，擴大參與決定的機會；2.權力下放至學校，讓學校擁有經費、人事、課程教學的決定權；3.提升教職員創造力；4.塑造其強烈的績效責任意識；5.提升學校教育品質；6.提高學校人員士氣；7.提高學校運作彈性；8.可善用既有財務和教學資源；9.激發學校發展特色等優點（陳鐘金，2002；林雍智，2000；林偉人，2000），這些概念在英美等國快速成為教育改革的現代潮流。而台灣因政府財政收支惡化，公共資源難以滿足各種公共需求，加上受到世界各國教育改革風潮及民主化、分權化趨勢的影響，學校本位管理成為我國教育政策的重要發展目標之一。本研究以學校本位管理的概念，以課程與教學的規劃方面來著墨國際教育之推行。

隨著科技的日新月異，地球村的概念日漸普及，人與人、國與國的距離慢慢縮小，在社會、經濟、政治等引發不同的觀點，形成多樣化的全球化概念，各國的教育政策與發展，必須跳脫傳統的框架，邁向創新的思維展開國際教育的推動。於此潮流襲捲下，教育國際化成為各國教育革新的重點，2010 年教育部以「培育 21 世紀國際化人才」為願景，公布《台灣中小學國際教育白皮書》，並提出國家認同、國際素養、全球競合力、全球責任感為四項目標，透過教育國際化的過程，了解國際社會，發展國際

態度，培育國際化人才。

實施國際教育旅行活動的主要用意在於透過實地觀察體悟之便，讓學生早日接觸他國學子，國際教育旅行可加深學生對異國文化的瞭解，亦即拓展國際視野。讓學生的學習範圍，從傳統的校園內教學，擴展為多元刺激的國際旅行，累積個人生活經驗，有助人格成長。教育旅行（日語為修學旅行）在日本已經推行超過一百年，觀諸日本自明治維新以來，致力於推動國際化與趕上世界進步潮流的努力與成績，是值得我們借鏡的正面經驗。

《中小學國際教育白皮書》指出，中小學國際教育須遵循三個核心理念：

- 一、以學校本位為基礎，提供教學資源與行政支援；
- 二、以融入課程為主軸，加強縱向聯貫與跨科統整；
- 三、以支持基層為重點，落實中央地方雙向推動機制。

因此，「學校本位」與「課程融入」可謂學校推動國際教育的重要關鍵，為使國際教育切合學校情境，必須透過對學校地理位置、學校規模、學生結構、教師背景、產業文化及現有學校本位課程之分析，尋求可行之學校本位推動策略。期待經由國際教育交流，體驗差異生活文化，相互理解及關懷，建立長久持續友誼，達成「從台灣走出去、讓世界走進來、與世界作朋友。」的快樂學習目標。

## 參、研究方法

### 一、研究場域與研究參與者

研究的目的是，希冀透過本研究來了解和分析高雄市苓洲國民小學以及高雄市鹽埕區忠孝國民小學等策略聯盟學校，在推動國際教育交流及建構出 T. K. Travel—跨學校本位的國際教育規劃內涵與實施方式之整個歷程。

因此，研究場域與研究參與者的時空，界定於 2008 年至現在的六年期間（亦即自 97 學年度至 102 學年度上學期）；並將研究場域之範圍界定於高雄市，其涵蓋原高雄市（1979 年 7 月 1 日升格為直轄市之 11 個行政區）及於 2010 年 12 月 25 日與原高雄縣合併成為當前、共計有 38 個行政區之新直轄市。

為達成本研究目的，採立意取樣的獨特個案取樣，針對曾以國際教育為主題、於 2010 年榮獲全國教學創新標竿獎，再於 2013 年勇奪教育部教學卓越獎金質獎之高雄市苓洲國民小學，其參與擘劃藍圖、研訂策略的學校決策人員、國際教育專案團隊成員，以及實際參與國際教育計畫方案的推動與執行之親師生團隊成員，作為本研究之研究參與者。

## 二、研究方法

本研究係以建構主義派典觀點，採質性研究之個案研究方法與策略，來描述和了解高雄市苓洲國民小學推動國際教育的過程及運用的策略，以及逐步發展、整合各策略聯盟學校建構出 T. K. Travel—跨學校本位的國際教育規劃內涵與實施方式、及其轉化運用的策略之整個歷程，裨益研究結果得以有意義的延伸。

Guba 和 Lincoln（1994）指出建構主義以一元論、主觀論的觀點，研究者與研究參與者之間是互動且不可分割的；採用「詮釋」的觀點，使用非標準化的工具和質的方法來研究現象，並運用反覆、分析、批判、再反覆、再分析等持續辯證的過程，使研究者和研究參與者「共享建構」的產生，使知識得以有意義的延伸。Merriam（1998）指出個案研究具有特定性、描述性和啟發性三項特徵，特定性是指個案研究探討的是特定且有範圍的現象；描述性是指個案研究的報告會對現象做豐富而厚實的描述；啟發性是指個案研究報告能讓讀者對現象有更深入的理解，從中發現它的意義，擴展他們的經驗。（鈕文英，2006）因此，本研究選擇採用建構主

義派典觀點之質性研究方法。

### 三、資料收集、分析與信度

本研究為完成研究目的，乃採取質性研究之個案研究方法與策略來進行為主，另依研究問題輔以量化研究之問卷調查法，來證實和豐富本質性研究之結果。是以本研究所採用之研究工具共計三類，包含研究者、研究之輔助工具、研究之記（紀）錄工具；另為顧及在自然情境中有許多無法操弄的變因，乃依本研究兩個主要目的運用不同的資料收集方法，包括：個別訪談、焦點團體訪談、非干擾性測量及實地訪視等方法來進行研究資料的收集。

而收集到的研究資料處理與分析部分，包括有質性研究的資料編碼作業、收集與整理、資料分析、分類展現資料、詮釋資料、結果呈現；另量化研究輔助部分，由研究者針對國際教育實施方案自編之調查問卷，進行參與方案活動親師生之感受與滿意度調查，資料的處理與分析乃基本資料與問卷調查結果進行描述性統計。

本研究係以建構主義派典觀點，採質性研究之個案研究方法與策略，來描述和了解本研究個案之整個歷程，裨益研究結果得以有意義的延伸，進而能將研究之結果條理出在推動國際教育交流政策時，可以參考和運用的有效又可行的推動模組。因此，報告敘寫內容重視和關注的不僅是描述史料，研究團隊自我期許能善盡分析和解釋史料，藉由本個案研究，讓讀者得以跨越時空鑑往知來。因此，研究團隊希望藉由本研究可以將歷史的經驗，轉化成閱讀者行事的借鏡。（鈕文英，2012）

### 肆、研究結果與討論

本研究係描述和了解高雄市苓洲國民小學推動國際教育的過程及運用的策略，以及逐步發展、整合各策略聯盟學校合力建構跨學校本位的國

際教育企劃案之整個歷程，謹分別從國際教育交流在苓洲國小的推動歷程、AIESEC 國際志工、日本 HIPPO 家族國際交流，以及 T.K.Travel 教育遊學企劃，依序就研究結果要述如下：

## 一、國際教育交流在苓洲國小的推動歷程

苓洲國小位於高雄市苓雅區，全校 32 個班級，自 1904 年創校至今，為一所歷史悠久的百年學校，校齡已 109 歲的苓洲國小，因環境優質化、設備現代化、師資年輕化與專業化，已變身為一個朝氣蓬勃的活力學校！加上近年高雄市政府「亞洲新灣區」之規劃、企業投資所孕育之天時地利等，使得苓洲國小成為座落於海洋首都商業經貿重鎮之核心位置。2009 年在教育參訪過程中，得知新加坡后港小學有意在臺灣尋找交流之姊妹校，兩校在確認交流模式後，便展開兩校師生互訪及遊學的規劃，並以駐校遊學方式為主並融合教育旅行之方式交錯進行。

### （一）國際視野與在地行動－國際教育交流實務方案

推動國際教育的成果是創意與縝密規劃的積累，「熱情」、「團隊」、「創新」與「行動力」缺一不可，理念的發想，融入創新的元素，匯集眾人的智慧，將理念化為創新的行動。茲將苓洲推動國際教育旅行策略實務推動過程分述如下：

#### 1. 成立團隊積極推動

有效能的組織是行動成功的關鍵，苓洲國小為推動國際教育旅行，與各處室及家長會、社區資源結合成立「國際教育推動小組」，透過定期集會與專案管理模式，積極推動國際教育。

(1) 成立國際教育駐校遊學推動小組

職 稱	負責人員	工作內容	備註
總 監	校長	領導國際教育推動事宜	
總 顧 問	家長會長	提供相關意見諮詢與資源協助	
專案經理	教務主任	規劃國際教育與交流專案	課程部分
專案經理	學務主任	規劃國際教育與交流專案	活動部分
執行委員	總務主任	庶務工作支援及環境規劃	
執行委員	輔導主任	社區資源整合與運用	
執行委員	各年級學年主任	入班遊學設計及課程規劃	
執行委員	志工團長	人力資源整合與運用	
執行委員	社區區童軍團長	協助活動規劃設計	

(2) 國際教育駐校遊學推動進程

階段	時間	內容
規劃	96.01-96.12	組成國際教育推動執行小組研議教育行動內容
準備	97.01-97.06	資源整合：整合行政、教學及社區資源，為計畫執行預作準備。
		籌畫組團前往新加坡參訪事宜 環境建置：校園建置荅洲村、全球智能空間意象規劃。
執行	97.07	荅洲國小英語遊學團第一次前往新加坡（參觀4所學校，與后港小學第一次接觸）
	98.11	新加坡后港小學第一次組團至荅洲國小遊學
	99.02	荅洲國小英語遊學團第二次前往新加坡，並至后港小學遊學，兩校簽訂合作備忘錄，締結為姊妹校，展開為期三年教育交流計畫。
	99.05	新加坡后港小學第二次組團至荅洲國小遊學
	100.03	新加坡后港小學第三次組團至荅洲國小遊學
	100.07	荅洲國小英語遊學團第三次前往新加坡后港小學遊學

修正	96.01-100.08	將活動成果彙整成案，召開專案會議進行檢討及修正。
再執行	100.08-103.08	落實回饋修正機制，建立遊學模組，累積10團次國際教育交流承辦經驗並將經驗與其他學校分享。

## 2. 國際教育交流實際行動

透過國際姊妹校關係的建立，苓洲的國際教育交流方案找到了著力點和施力點，透過國際教育交流實際行動，豐富了苓洲國際教育的內涵。

### (1) 與新加坡后港校學締結姐妹校、簽訂合作備忘錄

99年2月，苓洲國小與新加坡后港小學在新加坡舉行盛大的姊妹校簽約儀式，為兩校國際教育交流合作開啓新頁與新加坡后港小學建立合作關係，並著眼：

- a. 兩國語文教育的互補性
- b. 新加坡高度發展舉世聞名
- c. 新加坡積極推動國際教育交流
- d. 新加坡治安良好安全性高

### (2) 創新的苓洲國際教育交流辦理模式

苓洲與后港的交流模式分為 INBOUND 與 OUTBOUND 兩種方式，建立「你來我往、互有往來」的雙向交流模式，每年均接待后港小學 30 餘位學生與 3 位老師到高雄與苓洲國小遊學體驗及交流，至民國 103 年 7 月，共接待 5 團次 170 位師生。

每團駐校遊學 5 日，搭配各種活動及課程，讓新加坡學生體驗道地臺灣課程與文化，並讓學生建立跨國友誼。遊學課程規劃如下：

項目	內容及特色	時間	備註
第一類接觸 視訊交流	(1)遊學團師生自我介紹 (2)學伴自我介紹 (3)荅洲校園及課程簡介	2 小時	
有朋自遠方來 歡迎會	(1)學校特色團隊表演 (2)學伴相見歡	2 小時	
體驗臺灣課程	(1)每位學生安排 1 位學伴 (2)體驗全中文七大領域課程 (3)體驗營養午餐 (4)體驗臺灣小學作息	4 日	
體驗特色課程	(1)飛盤課程 (2)擔任視訊升旗小主播	3 小時	
體驗臺灣文化	(1)傳統市集參觀 (2)臺灣美食體驗 (3)參與社區學習	0.5 日	
教育座談及教學觀摩	(1)教學演示及觀摩 (2)教學經驗交流與座談	2 小時	兩校教師 參加
校園經驗分享	(1)兩國校園流行文化 (2)分享對高雄的印象	2 小時	遊學生與 學伴參加
期待再相見 惜別會	(1)兩校學生才藝表演 (2)致贈紀念品	3 小時	

### (3) 國際教育交流列為學校本位課程

各學年教學團隊配合姊妹校來訪，規劃「國際教育週」，設計相關課程，並以跨領域科際整合方式，認識我們的姊妹校及瞭解新加坡社會、歷史與文化特色。

年級	活動主題	學習領域
一	話我獅城—新加坡	生活
二	「新」「苓」相印	生活
三	獅城風情	社會、綜合
四	溝通無障礙	語文、綜合
五	新加坡 PaPaGo	社會、語文、綜合
六	有朋自遠方來	社會、語文、綜合

### 3. 專案管理績效檢核

苓洲國小推動國際教育與交流，在可供參考範例有限的情況之下，行政團隊與教學團隊通力合作，透過專案管理的模式，歷經 5 年的計畫、執行、檢核、修正的歷程，發展出最佳實務方案。

#### (1) 回饋機制

國際教育交流活動完成前，透過團隊自編的研究調查問卷方式，了解活動成效與待改進之處。

#### (2) 建立國際教育交流模組

經過多次的執行與檢核，我們逐步發展出苓洲特有且賦予新意的國際教育交流模式，模組化後，成為可分享、可複製、易推廣的教育方案，使得苓洲的國際教育與交流方案得以永續經營，並可在其他學校複製成功的模式。

#### (二) 分享經驗與推廣實務

民國 100 年教育部「中小學國際教育白皮書」公布後，相關配套措施陸續開展，國際教育的觀念將從課程理念進化至實際課程之規劃和教學活動之實施，乃自民國 101 年起苓洲以國際教育旅行豐富的辦理經驗，將模組提供其他學校分享，經驗的分享與諮詢模式如下：

### 1. 研習講座分享

高雄市國際教育研習、桃園縣典範團隊研習、新北市特色學校研習、台東縣國際教育研習、新北市瑞芳國小、高雄市誠正國小、台東縣東海國小、屏東縣勝利國小。

### 2. 策略聯盟學校推廣與分享

以高雄市學校為主：四維國小、美濃國小、寶山國小、建國國小、博愛國小、曹公國小、鳳山國小、龍華國小等校，並將此國際教育遊學模組複製至國中階段，嘗試由明華國中以此模組，規劃、策動其策略聯盟學校。

### 3. 提供經驗諮詢

嘉義市林森國小、新北市金龍國小、高雄市桂林國小、新北市北大附中等；而建立模組進而分享與複製，一直是苓洲國小推動國際教育與國際教育交流方案的初衷，累積五年辦理駐校遊學的經驗與能量，T.K Travel 方案的誕生可說是「苓洲經驗」擴散的具體行動。

## 二、AIESEC 國際志工

AIESEC 是一個由大專院校學生和畢業生共同經營的非營利性、非政治性的跨國組織，全名原為法文（Association Internationale des Etudiants en Science Economiques et Commerciales）。每年提供世界各地青年國際實習或海外成長機會。苓洲、忠孝國小之國際志工，係透過國立中山大學 AIESEC 國際志工團隊媒合。

### （一）國民小學引進國際志工方式

由於 AIESEC 是一個全球性的組織，因此在台灣也有 1 個總會，15 個分會，從北到南分別為政大分會、文化分會、台大分會、北大分會、東吳分會、銘傳分會、輔仁分會、元智分會、清大分會、交大分會、東

海逢甲分會，成大分會、中山分會、文藻分會另有中山籌備會。一般來說，AIESEC 各分會都會有八個部門，而將志工引進國內的部門為「全球青年在地發展計畫」，內容是將國際志工輸入到國內教育機構服務，通常時間為 6~8 週。

學校單位如要申請國際志工，先向各分會申請之，繳交 1000~1500 的訂金，待媒合成功，再交 3000 元左右的費用。當然校方可以先要求審閱志工資料，如不符合學校需求，可以向 AIESEC 回報後再等待下一次的媒合。在告知媒合成功後約有 3 個月的時間可以規劃。包含校內配合來訪志工國家的文化情境佈置、課程規劃，寄宿家庭的甄選…等。教師在各科融入各國文化認識與教學，雖然也可以達到國際教育的目標，但是要深入了解各國的文化，還是要有實際接觸，才更容易建立起關係且產生跨文化的交流。

## （二）國際志工扮演的角色與課程規劃

以本校現階段的目標而言，是希望能有英語系國家之國際志工來促進學生對英語學習興趣及英語溝通的技巧。因此剛開始填寫申請書就設定在歐美及紐澳地區的人士。整個課程的規劃也以文化交流為主，英語學習為輔。

爲了不影響課程進度，我們讓國際志工配合英語課程中的 20 分鐘進行文化交流，國際志工在課程中介紹自己的國家、生活環境、重要節日、生活習慣…等。而小朋友也在老師的引導下向國際志工介紹本國的在地文化，除了達到國際交流的目的外，更能促進對家鄉的認識與欣賞，深化對本土的認同。以 2013 年 9 月到校的德國籍志工 Falk 為例，進行的活動爲：

### 1. 每週與英語課配合做協同教學

其教學之主題包含：風俗民情、節慶、日常食物、著名古蹟、民俗童玩、簡易德語教學，以及其所熟悉的足球相關基本

知能。

2. 製作德國文化海報佈置情境。
3. 下課時間與學生互動。

### (三) AIESEC 國際交流經驗反思

透過這六週的接觸，不僅讓孩子對另一個國家的文化更加認識，更重要的是讓孩子對另一個文化的地球村居民可以友善相處，邁開國際化道路的一大步。國際志工的引進不只是為了學習英語，更重要的是落實國際教育白皮書中的「國際素養」的目標。因此除了希望藉由配合英語教學的課程設計讓英語系國家的外籍人士增進孩子的英語學習與溝通能力外，更重要的是透過文化的交流，與外國人相互討論，以達到透過對自己國家文化的檢討、省思，促進國家認同。對學生來說，國際志工的引進確實帶來了瞭解其它國家的興趣及新鮮感，也能引發主動探索異國文化的動機與興趣。但是對老師而言，透過實際接觸其它國家的文化，更能領悟到如果國際教育的執行，除了有網際網路的協助之外，透過實際的接觸更能了解到不同文化的精髓。



國際志工來促進學生對英語學習興趣及英語溝通的技巧

### 三、HIPPO 家族國際交流

隨著世界各國都市化的現象越趨明顯，根據統計到 2009 年全球已有過半數的人口居住在都市中，聯合國的統計報告預測，到 2050 年全球將有 67%的人口居住在都市（United Nations,2014）。因應全球化的時代，台北市也早在 85 年成立「台北市政府國際事務委員會」，由市長兼任主任委員，並設委員 29 至 33 人，統籌協調各項國際性活動的諮詢與指導（葉慶元，2010）。楊睿雲（2010）針對我國地方政府國際交流現況調查中，截至 2010 年高雄市有 3 個國際交流專責單位；13 名人力，23 個姊妹市，參與 12 個國際組織；並在 92-99 年間共辦理 86 次國際交流活動，僅次於台北市及新北市，可見地方政府努力發展城市外交，積極養成國際人才以符應全球化這個無法阻擋的歷史趨勢。苓洲國小乃開始推動日本 HIPPO 家族遊學接待的國際交流型態，帶領學生共同邁向國際教育白皮書中「學習國際化」的目標前進。

#### （一）HIPPO 家族的緣由、遊學型態及歷程分析

日本 HIPPO 家族以「語言和人類」為研究主旨，透過實踐多語言的自然學習及多國間的國際交流，探討語言和人類科學，以及致力於國際間的相互理解與人類的和平共存為目的（引自台灣 HIPPO 家族俱樂部官網，2014）。該教育遊學每年規劃在暑假七八月期間來台，每年七月底八月初有將近 200 位來自日本各地 HIPPO 學會的會員飛到台北會合，他們大約都是 10 到 15 歲的在學生，抵達台北後由 HIPPO 家族俱樂部台北辦事處統籌規劃遊學接待事宜，剛開始的遊學接待家庭安排以台北市為主，近幾年也開始往台中、台南、高雄及屏東做接待家庭的安排，苓洲國小從 2012 年開始參與嘗試接待工作，每年大約接待 8-10 位團員（含研究員 fellow1-2 位）。

每年夏季接待都安排 8 天行程，在正式接待行程之前，研究員會專

程從日本飛到台灣召開遊學接待的說明會，對象以接待家庭成員為主。待正式遊學八天行程啓動，有三個重要活動安排，分別是第 1 天的「對面式」、第 8 天的「送別式」，在第 4 或 5 天會安排一個「交流會」活動，透過家庭的交流活動聯繫感情，並且讓日本學生碰面交談，化解思鄉情愁。

		
<p>HIPPO 家族說明會，前排著白上衣者為日本研究員</p>	<p>交流會活動大家輪流表演</p>	<p>接待學伴之選擇以年齡相仿為原則</p>

## (二) 苓洲國小辦理 HIPPO 家族遊學接待的焦點座談

本次訪談對象為 2012 年辦理 HIPPO 家族遊學接待的主任、以及接待家庭 2 位家長，希望藉由辦理接待的實務經驗中，描述 HIPPO 家族遊學接待的心得與感想，受訪者背景說明如下：

受訪者	代號	性別	年齡	職業	接待工作說明
蔡小姐	A1	女	43	小學主任	負責與 HIPPO 台北辦事處連繫、統籌所有事務
陳小姐	B1	女	42	家管	接待日本 10 歲小女孩
林先生	B2	男	45	印刷業	接待日本 12 歲小男孩

縱使高雄市的教育環境已然成熟，家長知識水平普遍提升，但要辦理成功教育遊學的經營及行銷，能成功地將世界帶進高雄，學校聯繫窗口、接待家庭以及學校支持度等皆會影響遊學接待的成功與否。

## 1. 學校支持度

家長接納教學上的新嘗試經常裹足不前，持觀望態度者居多，但是學校支持度，是家長參與各項活動的重要指標，校長的參與與否具有關鍵性的影響力。

B1：……因為我家女兒和兒子就讀苓洲國小的關係，我們很順利的成為「台灣南部地區第一次」的日本小友人接待家庭之一，真的是超幸運的啦！我有一些朋友都超羨慕我的，去年我就知道有這個活動，我沒參加真的有點後悔，所以今年一定要參加……。

B2：……我是看到校長的 FACEBOOK 貼的訊息，想說校長平時超有創意的，所以才想說來聽聽看（指說明會）。

## 2. 接待家庭

接待家庭在遊學接待的過程中是最辛苦的，要同時解決語言交換、生活適應甚至要解決突發問題，但是卻也是接待活動的最大受益者。

A1：……在召開遊學說明會之前大約一個月，台北辦事處就會連絡我，把這一次要接待的日本小朋友的親筆申請表附上照片寄到學校，我會依照性別及年齡開出接待的名額，在升旗公開宣導募集接待家庭。一旦接待家庭都確認後，我會製作一個遊學接待家庭總名冊以方便後續的聯繫工作。這兩年的接待家庭募集與接待大概都算順利，但是在尋找研究員的接待家庭部分，會遇到比較多的困難。

A1：其實這兩年的經驗，通常遊學接待家庭在行前問題很多，到接待期間反而問題不大耶！……

B2：……在離開的前一天晚上，當我看到一位才 11 歲的孩子整理自己的行李時，真的讓我驚訝！竟然如此整齊，而且自

己寫”備忘錄”註記尚未放進行李箱的東西時，我真的很震撼……

B1：我們家是全家動員來接待，結果最投入的反而變成我先生，爲了讓日本小友人清楚了解我們爲她作的安排，所以我們製作了她專屬的行事曆……還標上日文，成爲我們彼此溝通的一個重要指標！哈哈……

B1：我們家這個小女孩叫做 ASUKA，10 歲，女兒長這麼大也沒切過水果給爸媽吃，結果第一次就獻給她的日本小友人，游泳是每天去的，也跟著我們回奶奶家，除此之外，就安排一些城市的觀光行程如動物園、工博館等。

### （三）學校聯繫窗口

整個教育遊學的聯繫窗口也是遊學接待成功與否的重要關鍵，他是解決各項疑難雜症並串連整個活動順利推動的靈魂人物。

A1：……還好還好，研究員比較讓我傷腦筋，但是我也很佩服研究員大約都是志工，大家爲了日本下一代的國際觀共同努力這一點值得敬佩，另外，申請表的撰寫堅持親筆書寫這一點我很欣賞，用簡單的中文或英文溝通，在還沒正式接待之前，就先拉近兩家的距離……還有，研究員參與卻不過度涉入的帶隊方式也很特別，讓孩子自己嘗試去面對自己的接待家庭，但是，一旦出現比較嚴重的適應問題，研究員還是會適時介入處理，這樣的安排讓我也覺得心有戚戚焉，值得效法。

B2：主任很幫忙，像我們家這個（指接待日本小朋友）完全不會說英語，我們家又有長輩，剛開始都比手畫腳，要不是主任一直鼓勵，我一定不敢的啦！但是，接待之後就我媽媽最喜歡，每天拉著他……

A1：……我是覺得高雄要邁向國際化，就必須學習如何接待外國友人，也許我們沒有很多學生有能力出國，HIPPO 的外國人接待工作，是學習語言的好方法啦，不用出國就辦得到，語言喔……反而都不是接待工作的主要問題，反應比較多的還是飲食以及生活習慣的問題，所以，我覺得 HIPPO 的遊學接待對高雄市國際教育是有幫助的。

B1：……我們家也是，日本小朋友離開時候，我媽（指阿嬤）還偷偷掉眼淚耶……



HIPPO 家族之遊學接待無論對苓洲或是對港都來說都是一項嶄新的嘗試，也是擴展國際教育的新創意，符應陳菊市長「高雄走出去世界走進來」的理想與願景。苓洲國小在兩年的試辦之後，發現港都家長的潛力無窮，親師生合力可活化高雄的教育環境；提升高雄市的教育水平。所謂藍海策略是指尚未開發的市場空間及新需求（引自黃秀媛，2005），國際教育在高雄必須採用藍海策略來創造新的價值，才能永續發光發熱。

#### 四、跨校推動引用轉化之理論與策略

經本研究個別訪談、焦點團體訪談、非干擾性測量及實地訪視的歸納：高雄市 T. K. Travel—跨學校本位的國際教育規劃內涵與實施方式之整個歷程，在專家學者的帶領與引導之下，整個團隊針對國際教育政策

之理念宣導、政策引導及可能遭遇的問題，創意發想出的推動和因應策略，而「引用與轉化企管成功模組之策略」是 T. K. Travel—跨學校本位的國際教育課程規劃與執行，其成功的重要關鍵之所在。謹將其運用較具績效的理論與策略模組進行探究，分別敘述如後：

### （一）企業識別系統 CIS

CIS（Corporate Identity System）直譯為企業形象識別系統，意譯為企業形象設計。CI 是指企業有意識、且有計畫地將自己企業的各种特徵，向社會公眾主動地展示與傳播，俾使公眾在市場環境中對某一個特定的企業有一個標準化、差別化的印象和認識，以便更好地識別並留下良好的印象。而促使「企業識別」（Corporate Identity）設計發展的主要原因，是由於戰後經濟的國際化。因為在世界戰爭前，許多國家的經貿活動僅侷限於本國內，但戰後美歐等國家的經濟活動迅速進入國際市場，競爭日益激烈，企業為了能在國際市場生存，藉由各種方式不斷的樹立自己的國際形象。爰美國一些重要的平面設計師，開始嘗試運用一些藝術設計的作品在一些商品銷售上面，引來極大的迴響和讚譽，因此，奠定「現代企業形象」的基礎，此種觀念在 1970 年代從美國引入日本，由日本企業界進一步的發展成系統（王受之，2000）。

援此，源自於日式體系的 CIS 是由理念識別（Mind Identity）、行為識別（Behavior Identity），視覺識別（Visual Identity）構成。CIS 的操作是將企業經營理念與精神文化，運用整體傳達系統（特別是視覺傳達設計），傳達給企業體周遭的關係者或團體，使其對企業產生一致的認同感與價值觀（林馨聳，1985），三者互相推演，帶動企業經營腳步，塑造企業獨特形象，如圖 1：

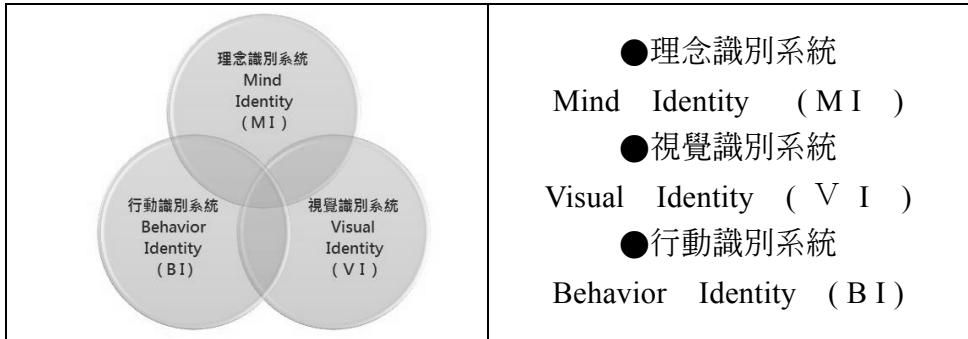


圖1 企業識別系統CIS (Corporate Identity System) 的構成因素  
(修改自林磐聳, 1985, 頁 13)

企業識別系統的做法，係將企業識別以視覺識別的傳播與感染力量最為具體直接，能將企業識別的精神充分的表達出來，並且，可讓消費者直接掌握到所欲傳達的情報訊息，輕易的達成識別、認知之目的。

企業識別系統設計，是由標誌等基本體系和展開後的應用體系所構成，組成項目包含兩大系統，一為「基本設計要素」，另一則是由其衍生、擴張後加以應用的「應用設計要素」。前者，包含：企業標誌、企業標準字、企業標準色、企業圖案、企業造形，基本組合型式等，由前至後依序完成。後者，則包含：事務用品設計、包裝用品、服裝衣著設計、建築外貌設計、廣告傳播，旗幟等，視實際需求，執行設計導入（林磐聳，1985）。

## （二）訊息傳達 SMCR 系統

SMCR (Source Message Channel Receiver) 傳播模式在社會心理學研究以及傳播理論中極為風行，但在學校教育領域的運用就比較少見。

顏瓊芬、黃世傑（2003）研究中提到：傳播學者 Schramm（1979）曾指出，在教學過程中，老師就是訊源，學生是接受者，為了適當傳達訊息，並避免不必要的干擾，教師應瞭解學習者背景，為學生準備充分經驗領域內之教材，運用適當傳播工具，將訊息轉至接受者，使其產生

正確的訊息解碼。訊息的傳播必須藉由傳播者將訊源（source）傳出來的訊息加以處理、編碼，再經由視、聽、觸、味、嗅等五種管道，以送達受訊者，這正是 Berlo（1960）所提出的 SMCR 傳播模式。（顏瓊芬、黃世傑，2003）。從圖 2 所示，即可一目了然地了解其梗概：

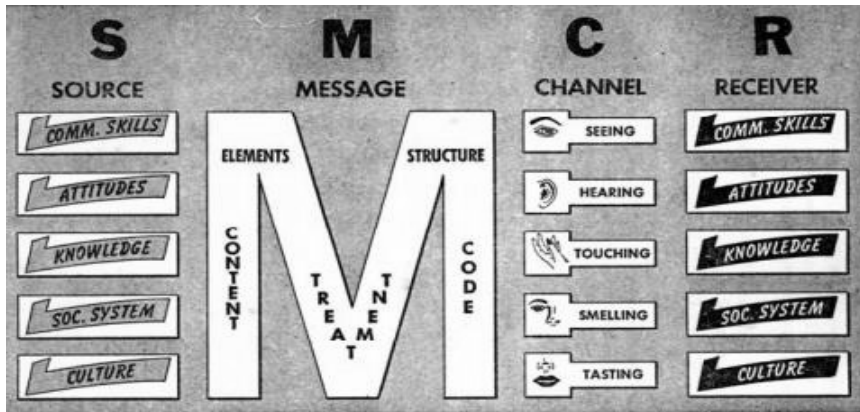


圖 2 SMCR 訊息傳播模式

資料來源：Berlo, David K. “The Process of Communication”, San Francisco: Rinehart Press, 1960., p.72；引自顏瓊芬、黃世傑，2003。

該研究較強調傳播之模式，即資訊來源係由知識、態度和社會文化等元素組合而成，經由選擇、組織、編碼等資訊處理過程，再透過眼、耳、鼻、口及皮膚等感覺器官，將這些訊息傳達到受訊者，最後由受訊者進行解碼獲取該訊息。

資訊的轉換，的確是訊息是否成功由送訊者傳送到收訊者的關鍵，而且是否讓收訊者能了然於心更是其重點之所在。創學中心團隊經由 SMCR 理論的運用，將創造力教育政策的資訊，轉化為學校教育人員容易理解的文字、說詞與做法，讓第一線的教育夥伴容易理解、產生心動和共鳴，相對地在學校行政和教學也就容易轉化和上手，而形成一個良善的循環，進而較好的成果展現！

### (三) 4P 與 4C 行銷策略組合之轉化

4P 即產品 (Product)、管道 (Place)、價格 (Price)、促銷 (Promotion) 以及它們的組合。這便是眾所皆知的行銷 4P 理論。麥卡錫 (Jerome McCarthy) 在 1960 年《基礎市場行銷：管理方法》一書，率先提出行銷組合的 4P 因素。它為企業思考行銷活動提供了四種容易記憶的分類方式，也是現代市場行銷理論最具劃時代意義的變革，此後，行銷管理逐漸成為企業管理的重要課題。而於 90 年代，Booms 和 Bitner 在 4P 的基礎上發展出 7P 模型，使之更適用服務業和知識密集型產業，增加的 3P 是：人員 (People)、過程 (Process)、物證 (Physical Evidence)。

Robert F.Lauterborn (1990, 李士福) 提出了 4C 理論向 4P 理論發起挑戰。4C 即指消費者的需求與欲望 (Consumer needs wants)、消費者願意付出的成本 (Cost)、購買商品的便利 (Convenience)、溝通 (Communication)。而 Lauterborn 他認為在行銷時需持有的理念應該是：「請注意消費者！」而不是傳統的「消費者請注意！」。消費者的需求與欲望，把產品先擱到一邊，趕緊研究消費者的需求與欲望，不要再賣你能製造的產品，而要賣某些人確定想要買的產品；消費者願意付出的成本，應暫時忘掉定價策略，趕快去瞭解消費者要滿足其需要與欲求所必須付出的成本；購買商品的便利，忘掉通路策略，應當思考如何給消費者方便以購得商品；溝通，最後請忘掉促銷，90 年代以後的正確新詞彙應該是溝通。4C 理論的提出引起了行銷傳播界及工商界的極大迴響，從而成為整合行銷理論的核心。而且 4P 與 4C 的整合，更能因應數位網路時代的需求。

綜上所述，任何理論的提出和應用，都有其相對應的環境背景和條件。而 4P 主要針對無顯著差異的消費大眾，來銷售大量製造的規格化產品。它簡單明瞭，易於操作。而 4C 理論乃是在一定程度的發展中延伸 4P 理論的核心，它以消費者需求為中心，使企業所有的行銷活動在市場上

針對不同的消費者進行“一對一”傳播，形成一個總體的、整合的印象和情感認同，它不僅是社會經濟發展到了一定程度下，符應建立品牌的需要且是確立企業核心競爭力和超越競爭的需求。因此，4P 與 4C 兩者並不是誰取代誰的關係，而是相輔相成、相益得彰！

#### （四）GUNGHO 團隊共好氛圍之形塑

所謂「共好」，顧名思義就是你好我好大家好，是一種和諧良好的狀況，另一個解釋就是全贏、多方互惠互利。究竟，在一個組織裡，若能達到共好帶來的益處和功用是很大的！主管尊重成員，讓成員有充分的自由、並給予充分自主空間；再者，描繪願景、提供長、短程目標，而且這些都是與團隊成員互相討論過後的結果。若能如此運作，一來團隊成員的工作效率和效能變高，團隊的氛圍變好也變得更和諧，相對主管和組織也會受惠獲利。

而如何共好？應該要做哪些事情？其核心在於以下這三種要素：

1. 松鼠的精神—做該做的事，有價值的事：松鼠在秋天時努力的工作儲備冬天所需糧食，這是他們工作的目標，也是他們在秋天該做的事情，而且對他們而言是有價值的工作。
2. 海狸的方式—管理達成目標的過程：一群海狸一起築巢時，為何能彼此之間不會有干擾出現，甲海狸放置的樹枝為何乙海狸不會去破壞，而是彼此合作？難道有某一隻海狸在發號司令，答案是沒有的！而是每隻海狸都知道自己的職責所在，且行有餘力時互助幫忙而非看戲、扯後腿。
3. 野雁的天賦—互相鼓舞：野雁會隨季節南遷北返，而在空中飛翔時為何會整群的以 V 字型且有順序的排列？飛行時，為何會不時地發出叫聲呢？答案是牠們靠著叫聲，可以讓彼此知道自己的狀況良好，也為同伴加油打氣、彼此鼓舞。飛到某一個棲息地，也會發出叫聲通知夥伴：狀況良好，大家可以安心跟隨

進入這個棲息的處所。(Ken Blanchard,1998；游舒帆，2011)

因此，上述「松鼠的精神、海狸的方式、野雁的天賦」三個部份，我們就可以看到一個團隊的成員，雖然來自不同家庭、學習成長背景而專長領域也有所不同，在團隊內部各有各的不同工作任務，如果可以成爲一個共好團隊，各司其職，理解自己的任務和組織團隊的目標，更能體現自我惕勵及相互鼓舞和打氣，齊心協力一起營造出你好、我好、大家好的組織氛圍，將可成爲一個共好、共榮的優質團隊。

#### (五) 創新擴散理論 IDT 之運用

從歷史來看，許多創新不斷出現，但是能夠真正成功留下來的寥寥無幾。正如《創造力》作者契克森米哈賴 (Mihaly Csiksentimihalyi) 所言：「個人的創造力，只有爲多數人採用後，才能成爲社會系統的一部分。」(王美雅，2006) 高雄市創造力學習中心在推動政策過程中，運用許多的理論在工作中獲得體現！從訪談中得知：羅吉斯 (Rogers) 的創新擴散理論 (IDT)，獲得團隊成員的認同與共鳴，相對被提及和運用的機會比較多。就闡如：Rogers 認爲：當某一個觀念、做法或事物，被接收端的某個人或團體認爲是「新」的時候，這個觀念、做法或事物就是一種創新。它跟該創新是不是剛被發明、或是否第一次被使用的客觀上的新或舊無關。簡言之，假使某一種想法被某一個人認定是新穎的，那麼它就是一項創新。(1030520，文創媒)

創新擴散理論的研究最早在 1903 年，但此創新擴散理論模型之集大成者，則是美國新墨西哥大學的傳播與新聞學教授羅吉斯 (Rogers, Everett M.)，他在 1995 年對超過 3,000 個創新擴散的案例加以彙整，總結描述創新事物在一個社會體系中擴散的基本規律和過程，而被稱爲「創新擴散理論之父」。他流傳於世、影響人類極爲深遠的是「創新擴散理論」(Innovation Diffusion Theory，以下縮寫簡稱 IDT)。後來，羅吉斯先後

四度修訂、再版《創新的擴散》這本著作，雖然他不是研究創新擴散的第一人，不過這本著作卻具有承先啓後的經典地位。2006年該書中文版由唐錦超先生翻譯、台北遠流出版事業公司出版，相信將為台灣與華人世界帶動另一波擴散的風潮。羅吉斯近50年之研究發現：若一個新觀念、新方案或新產品具有明顯的好處，可是要讓它被其他人接納，往往都是很困難的，許多創新事物自推出後，必須經過好幾年的時間，才獲得廣泛的接受。

羅吉斯的創新擴散理論把「擴散」定義為一個過程，在這一個過程中：一項創新事物透過特定溝通管道，於一段時間內在社會體系中的某些成員之間傳播。亦即擴散的四大要素分別為：創新、溝通管道、時間、社會體系。在每一個擴散研究理論，以及每一擴散活動中皆可以發現此四大要素。謹分別摘要敘述其主要概念如下：(Rogers,1995)(唐錦超(譯)，2006)。

#### (一) 創新：

羅吉斯研究發現：當一個觀念、做法或事物被接收端的某個人或某個團體認可為「新的」時，這項觀念、做法或事物就是一種創新。個體認知的新舊，決定它是不是一項創新；如果某項想法被某個人認定是新的，那它就是一項創新。

許多擴散學者就創新擴散提出重要的研究議題，包括(一)較早接受創新的人和較晚接受者的差異；(二)創新的認知屬性，如相對優勢，相容性，對於接受率的影響等等；(三)為什麼接受度到達百分之十至二十之間時，人際關係網開始發酵，終於讓關鍵多數接受創新，而且是呈S型曲線開始急速攀升。

對於創新事物，一般人最常提出的問題是：「這項創新到底是什麼？」「如何使用？」「為什麼會產生這樣的效果？」「創新後果是什麼？」以及「以我的實際情形來看，有何利弊得失？」羅吉斯提出「創新的認知

屬性」，他認為我們不應像過去的分析一樣，假設所有的創新都具有同等重要性。這個假設過分簡化。許多消費性創新商品，如行動電話、錄放影機等，幾年內就在美國造成風行；相對的像度量衡公制和汽車安全帶等創新，卻花了好幾十年才推廣成功。因此，創新的屬性，特別是接受者所認知的屬性，有利於它們被接受。這些屬性可大致區分為：

1. 相對優勢：這是指相對於被取代的舊事物，創新所具有的優勢程度。
2. 相容性：創新事物和目前的價值體系、過往經驗，以及潛在接受者的需求吻合的程度。
3. 複雜性：關於了解和使用某項創新的難易程度，這裡指的難易程度也只是一種自由心證。
4. 可試驗性：這是指創新是否可以在有限的資源上被驗證的程度。
5. 可觀察性：創新的後果可以讓旁人觀察的程度，稱之為「可觀察性」。後果愈容易讓旁人看得到，那麼其接受度就愈高。

被認定為具有較高的相對的優勢、相容性、可試驗性、可觀察性和較低複雜性的創新事物，會較其他創新更快被接受。過去的研究報告顯示，這五大屬性是說明創新接受度高低的重要指標。而其中前兩項，即相對優勢和相容性，在解釋接受度高低時，特別重要。

## （二）創新溝通管道：

羅吉斯較早前把溝通定義為：「參與者相互提供及分享資訊，以達到某一種程度共識的過程」。擴散本身是一種較特別溝通形態，雙方所溝通的資訊內容，都和某項創新有著直接關聯。而擴散過程的本質，即是指一方就新的想法和他方（或一群人）進行溝通，以達成一致看法。此一溝通管道是指資訊從某個人傳遞到另一個人的手段或方法。而個體之間交換資訊的方式（例如口碑的傳播方式），決定了創新擴散者能否成功把創新推廣到被擴散者身上，以及推廣的效果。大眾傳播媒體通常是最快

速、而且有效的溝通管道，可以讓社會大眾（即潛在接受者）很快知道某項創新事物的存在。而大眾媒體管道，則是指一切能傳播資訊的工具，包括廣播、電視和報紙等，能夠讓某個人或一些人透過這些媒介，將訊息成功傳遞給廣大社會大眾。

羅吉斯也發現：人類溝通的一個明顯通則，就是兩個相似的或是同質性高的人最容易進行溝通。例如具有類似的宗教信仰、教育程度、社會經濟地位等等。如果在一個可以自由選擇的情況下，當一個人可以和其他人互動時，一般來說，他會選擇一個和他極類似的人進行。因此，擴散在本質上也需要存在某種程度的異質性，而最理想的是，溝通雙方對創新的看法是異質性的，但在其他變數上（如教育程度、社會經濟地位等等）卻是同質性高者。

### （三）時間：

羅吉斯把時間因素納入研究的一個變數，是因為時間確實有其效力。在擴散過程，時間的測定包括：1.創新決策過程；2.相對於體系中其他成員，個人或其他接受單位的創新性（即指接受創新的相對早晚）；3.體系的接受率，通常是以某段時間內，體系內有多少成員接受來進行衡量。

1. 創新決策過程：這是指個人（或其他決策單位）從得知創新的存在、形成對這項創新的看法、到做出接受或拒絕的決定、執行和使用創新的整個過程。因此創新決策過程中的五個重要步驟，用五個概念來說明：

（1）認知：是指個人（或其他決策單位）知道創新的存在，並且在某種程度上了解它的效用。

（2）說服：說服過程乃發生於個人對創新事物形成有利或不利看法時。

（3）決策：指個人採取實際行動，以作出取舍的抉擇。

- (4) 執行：指個人把創新事物的取捨付諸實踐，再發明通常在這個階段發生。
- (5) 確認：是指個人就自己先前所做的決定予以再確認，如果出現和先前決定相衝突的資訊，也不排除重新做抉擇的可能。
2. 創新性和接受者分類：亦即相對於體系中其他成員，個人或其他接受單位的創新性（即接受創新的相對早晚）。而基於創新性，可將社會體系的接受者予以概分類成下列五種：（1）創新先驅者；（2）早期接受者；（3）早期大多數；（4）後期大多數；（5）落後者。創新先驅者會主動積極蒐尋創新的資訊。這些人對大眾媒體相當關注，其廣闊的人際關係網遠遠超出一般人，也較其他類別的接受者更能夠化解創新高度的不確定性。
3. 體系的接受率：這是指在某一社會體系中全體（或大部分）成員接受創新的相對速率。將接受創新的人數，隨著時間畫出累積人數分布曲線時，它將會呈現 S 型。首先，在每個時間單位內（如一年或一個月），只有少數人（創新先驅者）率先接受創新；很快地，該擴散曲線就會向上攀升，接下來在每一個單位期間，會有愈來愈多的人接受創新；最後，接受率曲線開始持平，因為那時只有極少數人還沒有接受；最後，S 型典線就會達到其極限的臨界點，這意味著擴散過程已告一段落。
4. 社會體系：社會體系乃是指一群相互關聯的單位，一起參與解決共同面對的問題，並達成共同的目標。社會體系中的每個成員和其他成員可能不盡相同，但是為了達到解決某個問題的共同目標，各個成員之間最少要有某種程度上的合作，也正是這一種共通性，把整個體系的成員維繫在一起。羅吉斯指出：擴散必須在社會體系中進行。而體系中的社會結構，在許多方面

影響著創新的擴散。換言之，社會體系本身就是一道屏障，使創新擴散發生在這個範圍之內。是故，羅吉斯的創新擴散理論即在討論體系中社會結構對擴散的影響、社會規範對擴散的影響、意見領袖和創新擴散者扮演的角色、創新決策的類型、以及創新的後果等議題。

謹將 Rogers 創新擴散理論主張，整理如下圖 3：

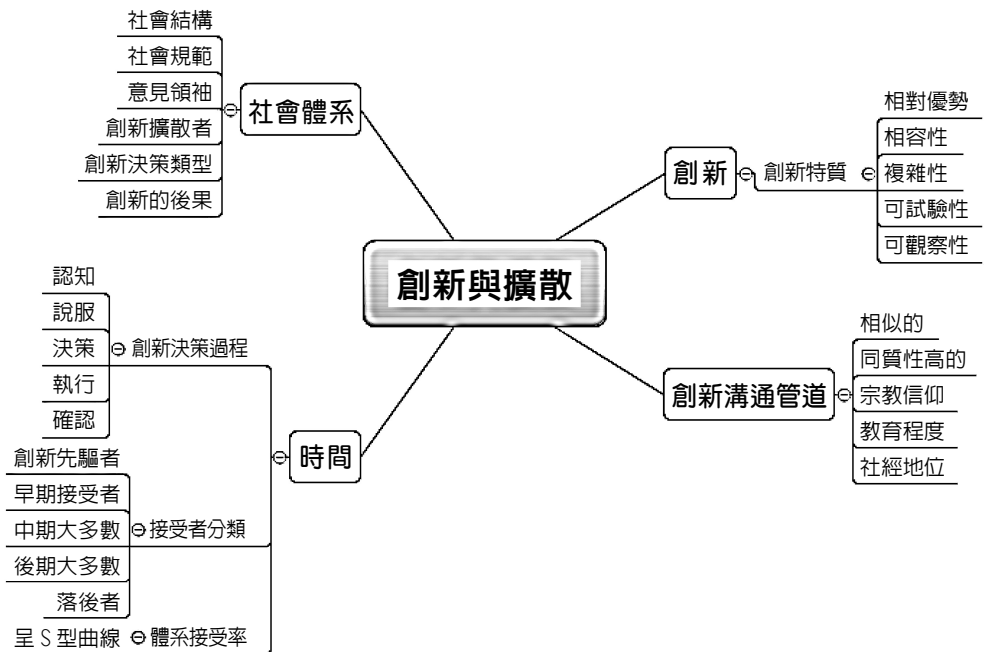


圖3 Rogers創新擴散理論主張架構圖

資料來源：研究者整理繪製

## 五、結果與討論

苓洲國小親師生團隊從新加坡遊學出訪及駐校遊學的接待，到HIPPO 家族遊學接待的成功經驗，讓苓洲國小相信擁有山、海、河、港自然環境的高雄市深具遊學觀光的特殊地域性！黃麗美、郭雄軍（2007）

以台北縣漁光國小爲例，探討這一所只有八名學童的迷你小學創下四年四萬遊學人次，約三百則報導，乃運用創新思維的創意遊學與文化行銷的標竿案例。而如何將前述國際教育之推動所累積的經驗，透過 T.K.TRAVEL 結合跨學校的駐校遊學、教育旅行及整合地方產業的教育行銷，共同營造教育產業的藍海是其終極的目標。爰企圖以實驗計畫性質與民間之非營利組織（NPO）合作辦理，導入平價奢華概念，規劃辦理系列「套裝型態」之「高雄教育旅行」主題遊學活動，提供華人國家和各國 10~15 歲青少年學生，經由親身的駐校遊學，了解和學習中華語言文化及學校教育情境，藉深入的導覽體驗，從不同角度來探索台灣高雄在地民情文化，引領青少年參與各項「世界社會」公民議題之討論，培養其對台灣高雄及中華歷史文化之興趣與理解，進而主動關懷各項世界社會之共同議題。要述跨學校本位課程（跨校課程）模組之內涵如下：

### 一、跨校課程創想思維

- （一）全球化是澎湃洶湧的世界潮流～平面橫向移動繁密，國家疆界模糊。
- （二）台灣儼然形成國際社會的面貌～資本勞動流動，牽動亞洲人口遷移。
- （三）台灣是全世界認識中國的捷徑～台灣集中國文化之大成，完整豐富。
- （四）台灣是安全與衛生兼具的國家～人民素質高且熱情好客，值得信賴。
- （五）體現台灣走出去&世界走進來～化政策爲實際行動，輸出輸入並重。
- （六）學校社區共同體舉世學習焦點～學校與社區共存共榮，志願服務夯。

## 二、跨校課程企劃策略

- (一) 演化國際教育「駐校遊學」與「教育旅行」理念，以「發現探索」、「認識體驗」、「情感互動」、「創新發展」為規劃辦理原則。
- (二) 由學校與 NPO 及地方產業攜手規劃，具高雄在地特色之主題之旅，活動內容包括有：華語文學習、觀光旅遊、體能探索、達人導覽、DIY 體驗、世界公民議題討論等五大向度之內涵，並視實需與大專院校相關資源配搭實施。
- (三) 整合與串聯特色學校資源、結合地方產業、觀光網絡及公部門資源等，運用跨局處協調整合之優惠措施（例如：平價食宿機構、公共設施、服務體系、旅遊卡…等），並與在地及國際旅遊產業資源結合辦理。

## 三、跨校課程企劃行動

跨校課程具體行動，初期聚焦參與各國舉辦之相關教育交流與論壇活動為主要行銷之目標活動，不僅可以以逸待勞地節省相關先期作業之耗費，亦能相輔相成，兼籌並顧地達成教育議題理念論述之學術交流目標，更能以置入性行銷的技巧，將 T. K. Travel 教育遊學專案融入於論壇活動之中，順水推舟、營造多贏並達成教育文化交流分享之效益。

## 四、跨校課程預期效益

專案企劃，預期可達成下列幾項合力共榮的效益：

- (一) 滿足全世界「瘋中國」之風潮、與各國致力將「華語」定為主要外國語言之教育和文化學習之廣大需求，為台灣與高雄創造利基與其衍生之經濟效益。
- (二) 促進學校、NPO 團體及在地產業資源的有效整合，除了提供更優質而平價的學校、社區教育文化體驗與深度學習之外，攜手共創

互惠互利、全贏的教育與產業鏈結之經濟效益，並有效地行銷高雄優質的教育成果和地方產業特色。

- (三) 透過香港等華人地區學者、教育領導之互動、引發興趣，將本教育遊學訊息流傳擴散，進而帶領學校師生選擇蒞臨台灣高雄進行國際交流之學習體驗。

## 參考文獻

- 王美雅（2006）：**淺談大師羅吉斯和《創新的擴散》**。載於唐錦超（譯）（2006），Everett M.Rogers（著）：**創新的擴散**（Diffusion of Innovations, 5<sup>th</sup> ed.）。台北：遠流。
- 台灣HIPPO家族俱樂部（2014）。HIPPO是什麼。引自  
<http://www.yhwh.com.tw/hippoweb/hippoindex.htm>
- 林磐聳（1985）。**企業識別系統**。台北：藝風堂。
- 唐錦超（譯）（2006），Everett M.Rogers（著）：**創新的擴散**（**Diffusion of Innovations, 5<sup>th</sup> ed.**）。台北：遠流。（原著第5版出版於1995年）
- 翁慶才、鄭英耀、劉秋珍（2009）：**破繭而出—團隊創造力在偏遠小學的體現**。發表於台灣教育研究學會主辦之「2009台灣教育研究學會學術研討會—教育的一道彩虹」。高雄。
- 翁慶才、蔡慧華、宋宗樺、劉秋珍、楊志偉（2014）：**T.K.Travel—跨學校本位的國際教育規劃**。發表於國立中正大學教育學研究所主辦之「教育部中小學國際教育國際研討會：國際交流與課程變革」。嘉義。
- 鈕文英（2012）：**質性研究方法與論文寫作**。台北：雙葉書廊。
- 教育部（2011）。**中小學國際教育白皮書**。台北：教育部。
- 黃秀媛譯，kim, W.C.& Mauborgne, R.著（2005）。**藍海策略—開創無人競爭的全新市場**。台北：天下文化。
- 黃麗美、郭雄軍（2007）。**創意遊學與文化行銷之研究-以台北縣漁光國小為例**。研考雙月刊，2007年4月，98-111。
- 楊睿雲（2010）。**我國地方政府國際交流現況與檢討**。研考雙月刊，2010年12月，98-102。
- 葉慶元（2010）。**城市國際交流策略與實務—以台北市政府為例**。研考雙月刊，2010年12月，74-82。

United Nations(2014).*World Urbanization Prospects, the 2011 Revision*,  
*United Nations, Department of Economic and Social Affairs*,from  
<http://esa.un.org/unup/index.html>