

## 教育研究院定位「教育智庫」



【文／柯華葳 院長】

八月中旬，除了傳統的父親節、七夕情人節、中元節等節慶外，也是立秋的開始。

三個星期前，本院研究中心主任被問到作為智庫，身為研究員的你該怎麼回答？我想這是一個很寬廣的題目，沒有方向的題目；或許你可以回答智庫的條件、怎樣才算智庫（**what**）？你也可以回答要做甚麼研究才可以作為智庫（**how**）？甚至可以針對某議題提出三~四個政策建議，包括 **why**、**how to do** & **what to do**，讓教育部選擇。

整體來說，教育研究的至終目標，在落實如何改善學生的學習。無論是課程、測評、教政、教科書、編譯、教育資源中心、本國語文，都以幫助學生成長為目標；譬如提升國民素養方案是 12 年國民基本教育方案，目的在找出一些指標作為檢視經過 12 年國民基本教育後的 18 歲年輕人應有的知識、能力與態度，而這些素養可以代表臺灣培育出來的年輕人。簡單來說，當一位有素養的臺灣年輕人站在世界各地，大家可以說出：『這人來自臺灣』或是『這是臺灣的產品（MIT）』。我看重這些即將研究出來的指標，不僅是為 12 年國教的成效找指標，更為臺灣找共同特徵或者說是認同指標。淡江大學陳麗華所長更稱之為“**national brand**”。換言之，年輕人在世界各地其實就代表著臺灣品牌，從另一個角度說，臺灣孩子要足以代表臺灣的特質。因此，未來我們的計畫都要以每位孩子能成為臺灣品牌為目標，包括政策規劃、教材設計、課程設計、教科書審查等方向，我更期許教育研究院也得以成為臺灣品牌。

上一世紀我們以經濟創造臺灣奇蹟，其背後是全體國民接受九年國民義務教育，教育普及且提昇到一定的水準。有了富足之經濟基礎，文化得以培養和永續。此時正是經營文化的好時機，而要成就世人矚目的臺灣文化，『教育』還是關鍵；12 年國民教育的開展正是其時，我們在此關鍵期，我們的共同目標是臺灣孩子，這才是成就本院為教育智庫的最大意義。