

共創社區與學校美麗的故事



|| 吳惠花 新北市蘆洲區鷺江國小校長
國立臺北教育大學兼任助理教授

一、前言

學校公共關係的積極的目的在於增進學校組織與公眾間的互動關係，提升學校教育效能與促進優質的社區環境；而消極目的則是消弭學校與公眾間的誤解。尤其因應開放潮流下的教育發展，校長應主動積極經營學校內外部相關公眾之關係，以提升學校整體聲望和形象、爭取更多學生及增進學生、家長和社會的瞭解與支持（范熾文、邱文貴，2008）。具體而言，學校可借鑒企業行銷策略，主動出擊，積極邀請社區參與學校事務，凝聚共識，協力建構學校品質。其次，藉由共好的概念，促進多方溝通與互動，共同營造學校與社區融合的優質環境。最後，透過舉辦活動，積極建立良好的公共關係，將有助於

提升學校行銷推廣的成效。

二、解放、優化與共創

帶領學校就如同經營一家企業，每位經營者都有其獨特的風格，不同的風格自會塑造出不同的學校模式。「有怎樣的校長，就有怎樣的學校」這句教育名言，更凸顯了校長在推展學校公共關係中的重要性。

（一）學校組織權力的解放

學校不再單打獨鬥，而是解放組織權力，讓社區的力量參與其中。校長必須以開放的心胸，接納各方意見，容忍批評和異議，並廣納社區具有相關領域專長的人士共同參與，而不流於寡頭決定。學校不僅是社區



圖 1 孩子看到作品被放大後的震撼



的教育資源，更是社區的文化堡壘與發展原動力。因此，學校必須與社區有著生死與共的態度，社區能藉由學校凝聚社區意識，讓居民能以社區及學校為核心，共同發現及解決所面臨之問題。無庸置疑地，建構學校、社區的發展願景，將成為彼此對話的起點，也是構築社區與學校美麗故事的關鍵。

記得筆者在新北市立老梅實驗小學任職時，從「閱讀」開始第一步，

邀請社區家長共同引導孩子「說出老梅的故事，畫出老梅的美麗」。因為社區家長的投入，結合偏鄉孩子的創意力，編寫繪本認識家鄉，也運用繪本打造家鄉的新樣貌，學生的繪本創意彩繪在社區的牆面上。孩子看到作品被放大後的震撼，感受到創意的力量超乎想像。如今，寧靜的老梅社區，除了名聞遐邇的老梅綠石槽，更因學生的繪本彩繪而增添了創意與活力（如圖 1）。

（二）優化學校環境並與在地景觀相融合

學校是社區的精神堡壘，如何讓學校環境跟與社區景觀相調和，而非獨霸一方或被湮沒於一隅。掌舵先於划槳，校長是學校核心人物與靈魂之所在，同時帶領學校成員深刻理解在地文化，將其納入課程設計，甚至將校園藝術化，共創學校與社區美麗的記憶。

以筆者曾服務的淡水國小為例，這所學校擁有悠久的歷史，許多家庭

四代都是校友。大家共同的記憶來自於環境，無論時代如何變遷，觀音山、淡水河、紅毛城等景觀始終陪伴著大家成長。因此，我們藉由校訂課程「淡水心滬尾情」，讓學生認識在地的自然、文史及建築。文史專家帶著孩子探索家鄉，透過五感體驗的課程，涵養人文氣息及對大地的永續關懷；邀請藝術家進入教室與老師協同教學，引導孩子感受在地景觀的美，激發內在美學的覺醒，再轉換成藝術與人文的呈現。孩子們還參與規劃學校工程，舉凡學校老舊的司令臺、幾乎毀損的大象溜滑梯，還是即將新

圖2 老舊司令臺融合在地景觀





建的校舍，無不融合在地景觀的元素（如圖 2、3）。

（三）共創社區與學校的知名度

學校相關學習領域課程應適時運用社區資源或結合社區活動，將社區的價值融入日常教學，規劃多元統整的學習內容。在發展學校本位課程特色的同時，也應進行學校及社區的特色行銷，提升雙方的知名度（孫在國，2019）。以淡水國小「老街走讀」課程為例，孩子們在走讀過程中，發現戀愛巷的老屋面臨拆除困

境，於是透過資料蒐集、討論可以進行的行動，尋求大學生與在地居民的支持，並透過媒體報導引發社區關注。最終，社區和學校共同努力，成功保留了這座老屋，讓它在歲月中繼續美麗。從課程到行動，學生展現了對社會議題的關懷，同時提升了學校與社區的附加價值。

此外，為了讓學校的努力被看見，學生透過觀察與討論，發現校園開放時人潮最多的場域是穿堂，許多親子家庭在此活動。因此，他們開始規劃改造穿堂，作為展示學生藝文作

圖 3 變裝的大象溜滑梯也有在地元素



圖 4 在廊道行銷學生的作品



品、布置祖孫主題書展的空間，不僅行銷學生的作品，也展現了關懷社區的情懷（如圖 4）。在智慧型手機盛行的時代，若學校能善用 APP，進行學校及社區的特色行銷，更能提升知名度。

三、結語

要共創社區與學校美麗的故事，學校組織除了內部成員，還需與外部公眾如家長、社區人士、民意代表、

媒體記者等合作，發揮整合型功能，一起建構願景、溝通協調業務、問題解決等角色。其次，創造學校社區相融合的環境，藉由在地文化的理解，融入在地文化環境，刻劃共同的記憶。最後，學校與社區必須互為資源、互為服務對象、互為合作夥伴，才能邁向共生共榮的永續目標。✕

參考文獻

- 范熾文、邱文貴（2008）。國民中小學校長推動公共關係之研究——以花蓮縣為例。《學校行政雙月刊》，56，124-139。
- 孫在國（2019）。行銷策略與實務（頁 6-65）。財經錢線。