

学校管理导入CIS系统若干问题探讨

金鑫 张明赫 杰

(中国工程物理研究院工学院 四川绵阳科学城 621900)

摘要:本文以学校管理导入CIS系统现存几个主要问题为研究起点,对CIS系统的概念界定产生效应、导入意义及导入应注意问题进行分析,指出学校管理导入CIS系统是一项文化战略,应以创名(品)牌学校为宗旨,以系统性、差异性为原则,走出“表象化CI”误区,最终实现学校办学有特色并具有能可持续性发展性。

关键词:学校管理;CIS系统;探讨

中图分类号:G47

文献标识码:A

文章编号:1008-4169(2004)01-0079-05

一、对CI与CIS概念理解及关系阐述

(一)关于CI与CIS的区别与界定

CI是企业识别(*Corporate Identity*)。是起源于“欧美型CI观”,重点突出视觉形象的美与冲击力,即较注重外在形象的表现。“它是以标准字体和商标作为沟通企业理念与企业文化的工具”,是塑造企业形象的一种经营技巧。

CIS是企业识别系统(*Corporate Identity System*)。是由70年代传入日本后,经其改造发展,注入民族理念和企业精神,并对其进行结构改造和完善,从而形成系统的理念(MI)、视觉(VI)、行为(BI)三大识别系统。日本人实现了由CI到CIS的升华和革新。

纵观CI起源与发展,以及在中国发展水平,笔者认为CIS系统应是:CIS不仅是企业形象塑造的手段方式,而且是管理者与企业员工理念的培养、行为的规范、视觉的美感三者统一文化管理,它使企业个性突出,文化精神内涵深厚。是一种文化发展战略。是培育品牌的过程,是可持续发展的动力和长期开拓市场的利器。它包括:理念识别(MI)、视觉识别(VI)、行为识别(BI)、专业识别(SI)、品牌识别(PI)、听觉识别(HI)六大子系统。本文界定这个概念重点强调下述三点:

1、CIS是企业的一种基本的、差异性文化战略。是将企业理念、个性特质,通过视觉和行为标识加以整合传播,建立具有鲜明个性的品牌形象和企业的价值观,并使社会产生一致的认同感,创造有利企业发展的外部环境,从而提高其市场竞争力的企业管理与经营战略。

2、CIS是一种动态系统战略。从CI到CIS其本身就是一个自我不断演进和发展过程。它随着企业、社会发展而发展。在这个过程中,从战略策划,到程序设计,再到传播和形象树立最终创立品牌,是一个渐进、系统、发展的过程,并以此阶段为基础进入第二阶段,如此循环往复,螺旋式前进。

3、CIS是一种培育品牌的战略。它以创造品牌为主导路线,在树立形象过程中不断提升品牌价值,产生更加广泛的社会辐射冲击效应和影响力,由此区别众多同类产品以取得更大的市场份额。

基于上述概念区别与界定,我们在研讨学校管理导入CIS系统战略中时,应从战略性、系统性、差异性三个主要方面认识理解。所谓战略性,应将学校管理导入CIS系统作为发展长远目标考虑,应表现出一定超前性;要处理好战略目标长远与近期利益;学校管理导入CIS系统要有一定渐进性和周期性,要视学校发展实际情况而定。所谓系统性,CIS系统工程各个部分必须在学校管理统一目标、宗旨、精神、文化指导下,规范化、标准化地表现学校整齐划一形象,而这个形象又是由学校哲学、文化、管理、美学、校风、传统管理等理念综合构成的符号体系。所谓差异性,即指品牌的差异独特化。“既要大众认同,又要与众不同”的差异化战略设计理念。CIS系统最本质特征,也是学校管理导入CIS系统的根本目的就是全方位塑造个性鲜明的名牌学校形象。只有独创性的设计,才有个性化,只有个性化,才有区别度,而区别度越大,识别性就越强,识别性越强,形象就越鲜明,故创新是差异化的源泉。

(二)关于CI与CIS系统两者的关系

收稿日期:2004-01-15

本文在写作过程中,四川师范大学教育与管理科学学院导师张玉堂教授给予指导审阅,并提出修改意见,在此表示衷心感谢!

CIS系统实质内涵是(1)指学校传播塑造形象的手段和工具;(2)是理念、视觉、行为识别三大体系的统一体;(3)具有系统性、整体性、平衡性(不断使企业调整战略规划来适应环境变化、社会要求及自身发展需求来塑造企业形象)。而CI实质内涵是(1)是一种视觉识别体系;(2)是社会公众与全体员工对企业整体印象和评价;(3)是企业理念行为和个性特征的综合反映;(4)该形象由质量、管理水平、领导素质、员工素质等形象组成。显然,CI产生于CIS系统之中,是其操作结果。两者是因果关系,而非同一关系。CIS系统是因,CI是果。两者因果关系表现:无系统的CIS设计,就无CI的鲜明个性识别;CI是企业实施CIS战略的结果;CIS系统是设计内容,CI是设计表现形式;CIS是战略系统,CI是战略中的一个识别体系;CIS是CI设计的灵魂、本质、核心。

二、学校管理导入CIS系统产生的四种效应

(一)定势效应

定势是“指向于一定活动的心理准备状态”。“它是在一定的认识活动中形成的,同时又决定后继认识活动的趋势或方向”。“其作用可能是积极的,也可能是消极的”。学校形象的建立,是循序渐进的过程,是公众对学校形象综合总体评价的一贯性表现。在学校历史发展中,这种表现为相对的稳定性。这种稳定性受“首次效应”影响,在公众心中产生一种定势效应(具有正面和负面两种定势效应),并对今后的发展产生重要认识评判影响(或肯定或否定)。其中途改变形象都较困难,因此,学校形象树立受“首次效应”和定势两种因素影响。

(二)吸引效应

这里的吸引还包涵注意。注意是一种定向反射,其本质之一即选择性。这种选择性使学校形象深刻地反映在公众认识之中。一个名牌学校往往比其同类学校更引起公众的注意,更容易吸引优秀的教师和学生。这种吸引效应的结果(1)可以保证吸纳更优秀的教师、学生;(2)高素质教师、学生又促进学校知名度和美誉度的提升;(3)而知名度和高美誉度又进一步吸引更优秀的教师、学生。这种吸引效应使学校无论从质量还是形象树立都处于一个良性循环之中。使学校在竞争中一枝独秀处于优势。

(三)增值效应

形象树立既意味学校知名度提升,又会带动学

校经济效益。形象树立能产生社会和经济“双重”效益。这种“双重效益”又具有积累性和社会辐射性特点。所谓积累性即指学校导入CIS系统后,经过一段受益时期,若再继续进行CIS系统策划,其形象树立会在原有基础上提高扩大,如此积累到一定程度,即开始进入品牌阶段。所谓社会辐射性即指学校在导入CIS系统设计后,进一步影响改变社会公众对教育价值观念的理解认识,推动(社会力量)学校进行更深入发展,扩大市场范围,提高学校规模,进而产生新的社会和经济效益,使学校形象呈辐射性冲击状态和趋势。

(四)品牌效应

品牌是增值效应最显著成果体现。它是一种无形增值资产,可使学校发展有持久性和对公众强大的诱惑力。名牌学校成长发展历史,即是学校导入CIS系统发展壮大并能自成特色的历史,它是逐渐发展不断积累并创立出来的,而非政府或评委评选出来的。学校名牌化需要两个体系支撑:(1)质量管理体系。优质是创名牌不可动摇的要基。它包括高质量教师与学生,并由此产生出的高升学率;学校对先进的教育技术方法有较强的跟踪、应用能力;具有一流的教学和管理;满足公众教育消费需求,并使其感到价有所值。其中高质量教师、升学率是该体系的基础核心。(2)名牌形象体系。学校导入CIS系统,无论是外在形象还是内在文化,通过视觉、行为识别,使学校形象达到“形神兼备”的境界。“名牌一半是文化”。文化是名牌学校发展出发点。培养全面发展的人,提升人的人文精神内涵是文化战略主要目的。名牌的产生,是学校特色发展过程中自身文化积淀的结果。从宏观上看,这种独特的文化给学校带来自尊、自信,高昂进取的气势;从微观上看,具有民族特色的文化深刻地渗透到学校成长过程之中,以其深厚无穷的底蕴和亲切力感染每一个发展中的人,从而使学校形象成为经久不衰的教育品牌。教育市场的竞争,归根到底有赖于学校品牌支撑。“名牌产品就意味着市场。”这里的“文化”一是指民族文化的精髓,二是指在这种文化背景下,对人怎样生活才能成为真正意义上的人大教育观。

简言之,学校导入CIS系统所产生的这四种效应,是连续而动态的;是渐进而有逻辑性的(每一种效应都是前一种效应的结果后一种效应的前提和条件);是由浅入深,由表及里的;是反复循环,前进上升的(图1)。因此,学校管理导入CIS系统是培育名牌学校战略的必由之路,是赢之战略。

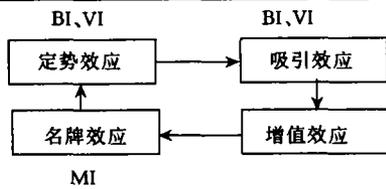


图1 导入CIS系统流程

三、学校管理导入CIS系统的意义

(一)CIS是学校管理过程中的一项文化战略

1、学校导入CIS系统必须以学校现实发展规划为依据,不能脱离学校具体发展规划而仅仅为了文化战略而CIS。做为一种差异性文化战略,它仅指向终极性教育目的(理想教育目的),它蕴涵人发展要求具有“完人”的性质。但发展性教育目的表明,社会对人培养不同时期、阶段具有不同要求,每一种目的都不带有终极性。学校发展规划如果脱离社会政治、经济发展水平、违背社会性质及要求,社会必然要通过各种方式对其进行调整、改造,甚至取消。因此导入CIS系统必然要根据实际情况分阶段进行。CIS系统做为文化战略对学校管理产生最大意义,即是对中国这样一个有悠久文化历史的文化古国,运用文化理念方法,去构建有中国特色的学校教育管理理论,并能产生实效性作用。(它是一种“软性”影响)作为学校管理中一种差异性文化战略,它与学校发展规划紧密相联。

2、这种差异性文化战略遵循:升学率,文化、品

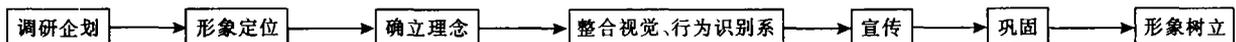


图2 导入CIS系统树立形象程序

(三)导入CIS系统可以统一标识,强化广告形成传播效力,产生巨大形象冲击力

其突出表现为统一、规范、差异化形象标识识别。CIS系统设计具有准确、有效、经济、便捷、传播功能。学校通过统一的视觉设计,并经系统、一体、

牌三位一体的综合发展战略思路。学校管理导入CIS系统,最终要指向学校实现“三个特色”的目标:“教师教有特色,学生学有特色,学校办有特色”。要实现“三个特色”,必须以质量为基,以文化为内涵,以品牌为目的。必须将CIS系统的灵魂理念识别系统融入学校发展战略规划之中,只有将文化渗透于教育管理之中,才能对人的社会意识、道德、思维方式、行为习惯、心理结构等真正产生实效性影响。这种文化战略不仅要体现于教育价值观、目标、组织结构上,而且还应体现于教育课程、专业、组织形式及方法之中。CIS系统不是简单的形象广告宣传,而是有其深层思想与文化内涵的品牌形象。

(二)CIS系统是以全方位整体综合性,提升、改变学校形象的最佳战略途径

学校形象是指社会公众、全体教职员与学生对学校整体印象和评价,是学校理念行为和个性特征在公众心目中的客观反映。是由师生形象、组织结构形象、教育技术与方法、环境形象、升学率、校风校纪、学校生活、管理水平、课程结构等因素组成。它是CIS这一系统性、整体性手段通过传播使社会公众对学校产生认同价值的结果(图2)。另外学校管理导入CIS系统,还可改变落后组织,振兴组织,提高学校竞争力。但由于导入CIS系统动机与目的各不相同,因此在选择导入时机上应有所不同,关键根据自身情况找到恰当切入点。

集中化的理念处理来传播学校管理思想(将具体可视的外在形象与抽象理念汇成一体,并附加文化价值,以浓郁的情感传递给社会公众),从而提高学校知名度。(图3)

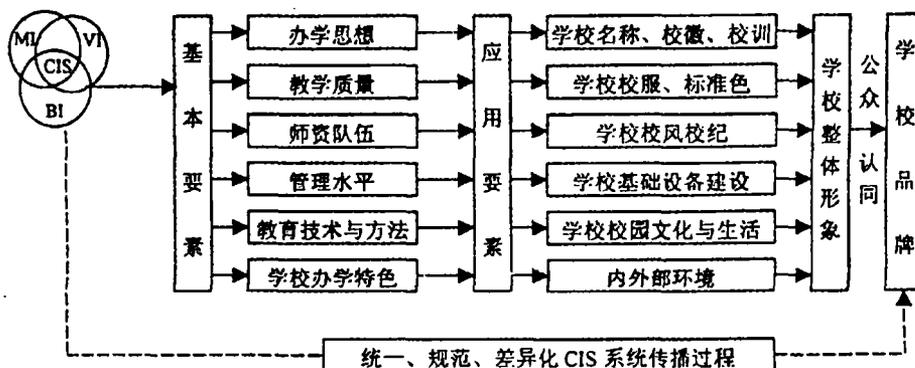


图3 统一、规范、差异化设计传播流程

从该流程图可看出,学校理念、精神是通过统一、规范、差异化设计传播最后为公众认同接受,从而建立优良形象形成品牌的过程。

(四) 强化品牌意识,启动品牌战略,最终实现学校可持续发展

从学校发展角度看,导入CIS系统最终归指创名牌学校。品牌策略不仅是CIS系统推动核心问题,也是检验其效应水准与深度的标尺之一。学校应强化品牌意识,确立主导品牌,启动品牌战略,避免重复性办学、低层面广告宣传以及陈旧的教育观念。CIS系统对品牌培育过程应为:品牌开发→品牌传播→品牌管理→品牌延伸→品牌创新。品牌开发是以学校形象树立为基础起点;品牌传播是通过BI、VI、推广中长期宣传;品牌管理是在CIS系统指导下对目标的调控;品牌延伸是扩张策略,产生辐射效应;品牌发展依靠创新。我们之所以强调品牌意识,关键在于品牌具有高质量、高信誉、高知名度、高市场占有率、高效益的特点。它是学校综合实力重要标志,它可产生巨大的社会和经济效益。它有利于学校升级和保证学校可持续发展。品牌创立表明学校办学境界和品位的提升。

四、学校管理导入CIS系统应注意问题

(一) 学校管理导入CIS系统必须以管理为基础

科学管理是基础是条件,是质量保证,是CIS系统导入的根基。首先,CIS系统的系统性与管理系统性是一致不矛盾的。因此,学校导入CIS系统必然要与管理相结合,两者是相互促进的。“任何管理都是在特定文化环境下进行的。它同时又是文化的产物”。CIS系统作为一种文化战略,它既表现为一

种商业文化,也表现为一种管理文化。MI系统,设定了学校管理中文化建设的核心内容,而VI、BI则是这种文化、理念、素质的对外展现,并由此形成人文环境氛围。其次,我们强调管理,是兼于教育是以培养人的质量为出发点与归宿,而人的质量源于教育的质量,教育质量基础一旦动摇,导入CIS系统即毫无意义。管理是质量强有力的保证。第三,导入CIS系统只是学校管理中“软件”部分。文化、精神不是万能的,人的解放归根结底在于人自身的解放。过分或片面强调文化精神层面,是扭曲CIS系统的内涵。因此,管理制度建立仍是必须的。

(二) 学校管理导入CIS系统必须有良好的设计、完整的规划和步骤

1、要利用VI、BI传播优势与感染力量,以及其具体直接的特点,突出学校形象独特个性,并使人感受到MI精神内涵。在VI设计方面,要注意创作风格、设计理念与学校需要合拍,遵循教育特点,要同公众审美观达成共识,要体现教育文化品味,而不要照搬或简单模仿企业VI设计思路和形式。学校属文化事业单位,对其文化品位要求自然要比企业高。要从学校性质、实际情况、欣赏水平,创作出适合教育文化特色,并为大众接受,具有中国气派的VI设计。在BI设计方面,设计应分为对内对外两大部分:内部系统要注意制度、组织、师生教育、行为准则、管理、教师业务要求及校园文化与环境。外部系统要注意学校整体形象、社会与经济效益、教育质量、公共关系、社会活动内容。在MI设计方面,要体现学校发展目标、存在意义、管理哲学观、道德思想、追求价值、文化品位、创新意识。理念是学校管理精神的浓缩,是学校灵魂集中体现,它反映学校发展蓬勃向上的方向,使公众看到学校的前景与未来(图4)。

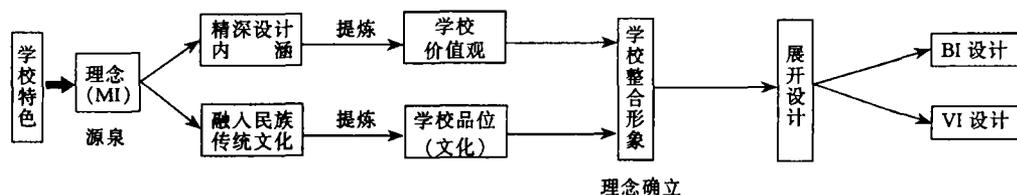


图4 MI设计思路

2、对于导入CIS系统程序由于论述较多,故本文不做讨论,但需强调两点:一是,由于CIS系统是横跨学校管理、形象传播设计、民族文化、艺术审美(美学)领域,并具体牵涉到学校人、材、物,是学校管理系统性工作的整合,因此,要制定一套完整的

项目设计和具体实施方案,要专人负责,而且设计要体现阶段性、长远性、计划的滚动性。二是,设计过程要牢牢抓住差异性文化策略,要细致考虑形象定位,(形象定位是多种多样的,如品牌战略型、形象致上型、文化型、管理务实型、质量致胜型等)要根据学校自

身实力和发展能力来诊断定位。

(三)学校管理导入CIS系统必须要学校领导自身有正确认识

观念解放是人自身解放的前提。CIS系统是学校管理组织文化与外在形象树立的深层精神文化综合体。但从现状看,无论企业还是其它行业,其操作受众多条件因素限制,大多数只停留在简单的VI设计层面上,而教育界对此认识又滞后于企业对此的认识。中国学校导入CIS系统管理的障碍表现在:(1)政府部门的认识:CIS系统在中国传播14年,政府有关部门仍不知其为何物,具体表现对CIS理论知识的盲点与忽略;(2)学术界的认识:高等学校、社科院、经济管理机构仅停留在理论(基础知识)的传播层面,缺少与案例结合的具体实践专项研究(因本身成功案例就少,也就无法建立案例库);(3)学校管理者简单化理解。具体表现:对CIS系统浮泛与表层认识,仅理解其为标识与广告;将CIS系统投入看成沉重“费用”负担,不愿做更深层次的资金投入;仅将CIS系统当成一种表面形式,并与管理工作相对立;认为CIS系统是富贵学校的专利或者认为“等学校壮大了再做CIS,而不是用CIS系统将学校做大”;对CIS系统观念模糊滞后,缺乏整体战略眼光。因此,克服障碍,正确认识,从学校发展战略角度出发是学校管理导入CIS系统前提和必须条件(特别是名牌学校,目前其发展应当说是进入CIS系统导入阶段)。

(四)学校管理导入CIS系统必须克服“表象化CI”现象

所谓“表象化CI”是指“CI运动侧重于视觉形象识别(VI)部分,而未将CI作为一个完整的战略体系来实施,忽略了它的核心部分理念识别(MI)和执行层面的行为系统(BI)部分。”中国大部分学校在导入CIS系统,基本停留于浅层VI设计阶段,较少深入MI设计阶段。造成这种“表象化CI”现象原因:(1)主观上,认为CI即标识、广告、形象包装设计,对CIS系统认识不到位;(2)客观上,受应试教育及资金限制,无精力考虑学校管理的文化层面。同时导入CIS系统在中国本身教育界落后于企业(在认识乃至发展上)。因此,首先,要克服“表现化CI”现象必须由VI设计深入到BI设计再到MI设计,由局部走向整体,逐步完善。其次,通过管理手段,将三大识别系统相互整合推动,在“外塑形象”同时更应注重“内强素质”的管理。要使学校理念与形象达到“形神兼备”的境界。第三,要克服导入CIS系统只少数人推行,多数人不关心的状态,要与管理挂钩,全员参与。最后,要从长期发展战略角度考虑,应将CIS系统设计作为一项学校可持续发展的工程,长期推动,分阶段完成。

参考文献:

- [1]梅雨.中国CI再出发[M].广东经济出版社,2002.
- [2]燕国材.新编普通心理学概论[M].东方出版中心,1998.
- [3]万力主编.中国名牌策略[M].中国商业出版社,2001.
- [4]朱永新主编.中国著名校长办学思想录[M].江苏教育出版社,2001.
- [5]陈孝彬主编.教育管理心理学[M].北京师范大学出版社,1995.
- [6]张玉堂编写.教育管理心理学研究大纲[R].(内部发行).

Questions Occurred after Introduction of CIS System in School Affairs Management

JIN Xin , ZHANG Ming and HAO Jie

(China Engineering Physics Research Institute, Science Garden, Mianyang Sichuan 621900)

Abstract:The paper, starting from the problems occurred after the introduction of CIS system in schools, discusses the connotation, significance and noteworthy questions in application. It points out that CIS system should adopt the principles of systematic and differentiation to achieve a sustainable development.

Key words:School Management;CIS System;Discussion

(责任编辑:吴建萍)