

壹、前言

在這教育環境變遷的時代，有研究指出教師的專業精神與付出已不如以往，加上校園權力的消長現象，使行政領導難以落實領導理念（王瑞璦，2006），許多教育改革的推動，到了基層教師卻成為另一套樣態，形成如鄭彩鳳（2003）所指，轉而將教師視為需改革的對象。但研究者在實務現場卻感受到教師們的孤立感較高，對屬於自己的群體沒有一個整體的概念，這種情況即如Sarason（1971）指出教學是一種孤寂的專業工作，很少有機會與外界分享感覺。但相對地，外界也對教師們內心在想些什麼感到困惑，甚或認為教師是「沉默的一群」。如此，常造成教育理念的推行與教師實務現場操作的落差，這實在是需要釐清與改進之事。

借鏡於近年來傳播、行銷、企業管理領域，對消費者認知採取「先感應後回應」（sense-and-respond）研究模式途徑之啟示，這些研究屏除了以往專注在產品生產為中心（product-centered）的「先生產後銷售」（make-and-sell）導向，較關注於釐清消費者到底在想些什麼？如何去想？的議題（Kotler & Keller, 2006），其基本論點在於透過挖掘影響消費者心智模式形成的因素，進而探索消費者對客觀環境可能擁有的另一套解釋，以協助企業有效掌握市場區隔（market segmentation）。有鑑於此，教育行政研究需對教師「心智模式」加以探究則顯現其重要性，研究者乃以挖掘影響教師心智模式形成的因素為途徑，藉以了解在這個表面同質性很高的教師團體中（具有極為相似的專業背景與工作內容）（王素芸，2009），有著怎樣的心智模式內涵？此即為本研究的動機所在。

許多影響人們的動機、決策與行為的因素是潛藏在人的潛意識中，人們卻不容易很明顯地將這些因素完全表達出來，這種「難以言喻」的情形甚至讓自己本身根本沒有察覺到這些因素的存在或重要性，尤其如果這又是屬於某個群體層次的心智模式，則更加不容易被察覺（Zaltman & Zaltman, 2008）。Schein（1992）曾指出，有些事情如果要了解根本的影響因素，則要越過個人的行為表現，去推導出在價值觀後面的深層基本假定（basic assumption）。Allison與Allison（1993）則認為以認知觀點來對教育行政上的問題進行根本的關注，著實是一個特別有利的工具。本研究主題即在基於國民小學教師「共同意識」（collective consciousness）觀點下，編製國民小學教師心智模式量表，藉分析其影響因素，以探究教師心智模式內涵，除完成量表以提供學術分析運用外，也期望能做為試圖了解教師心智模式產生脈絡與樣態之途徑，並提供教育行政與學校領導在實務上的參考與運用。