



交大美學的起點：網站門面再造

文：應藝所100級 張哲榮

交大自西元1896年創校以來，孕育了無數優秀人才，一直是國內頂尖名校的代表；每位師生在各領域上皆具卓越的成就，對社會發展有著極大貢獻。行銷教父科特勒（Philip Kotler）曾說，「品牌」的意義在於企業的驕傲與優勢，當公司成立後，品牌力就因為服務或品質，形成無形的商業定位；品牌可視為交大卓越學術品質、獨特校園文化的象徵。現今企業無不透過各種手段不斷完善品牌，過往遭忽略的「美學」觀念於此世代孕育重生；作為教育英才的重鎮，交大該如何為既有品牌加值呢？我想校園網站的設計與經營，在品牌加值戰中便扮演著舉足輕重的角色。

為什麼交大需要？

(一)、網路影響力、全球資訊競爭漸增

過往在網路不發達的年代，學校門面和形象多徘徊在口耳相傳的名聲以及校內各硬體的配備設施比較。但隨著資訊科技發達，網際網路的普遍，其快速、無距離、即時可更新的特質，提供大眾更多互動性的功能，是其在眾多媒體管道中脫穎而出的主要因素。如何運用網路宣傳具有即時性、互動性、跨時空和明顯區隔市場等特性，進而能節省佈達時間、溝通成本與即時回饋資訊，實是無法避免的課題。

於大數據時代的今日，一個學校門戶網站已經成為了學校自我推廣和提高知名度的有效途徑，且是進行形象展示、資訊發佈、跨國招生和交流、內部服務溝通的重要基點。故[校園網站的再設計](#)已成學校推廣中不可或缺的一環，不僅能讓台灣大眾瞭解交大，更可讓世界走入交大。

(二)、強化形象的必要

今日，網路已成為學校在虛擬世界的代表；故交大品牌美學的起點，從網站門面做起，它不僅僅可增加學生的溝通渠道，更可體現學校的硬體設施，是顯示學校的軟實力並提升學校形象的必要形式。透過學校網站為行銷通路，將學校辦學理念與績效、學校特色行銷予家長、學生及社會大眾，以提升學校形象，凝聚學校成員共識，滿足大眾需求以獲得支持與認同，並能達成學校教育目標的完整歷程。

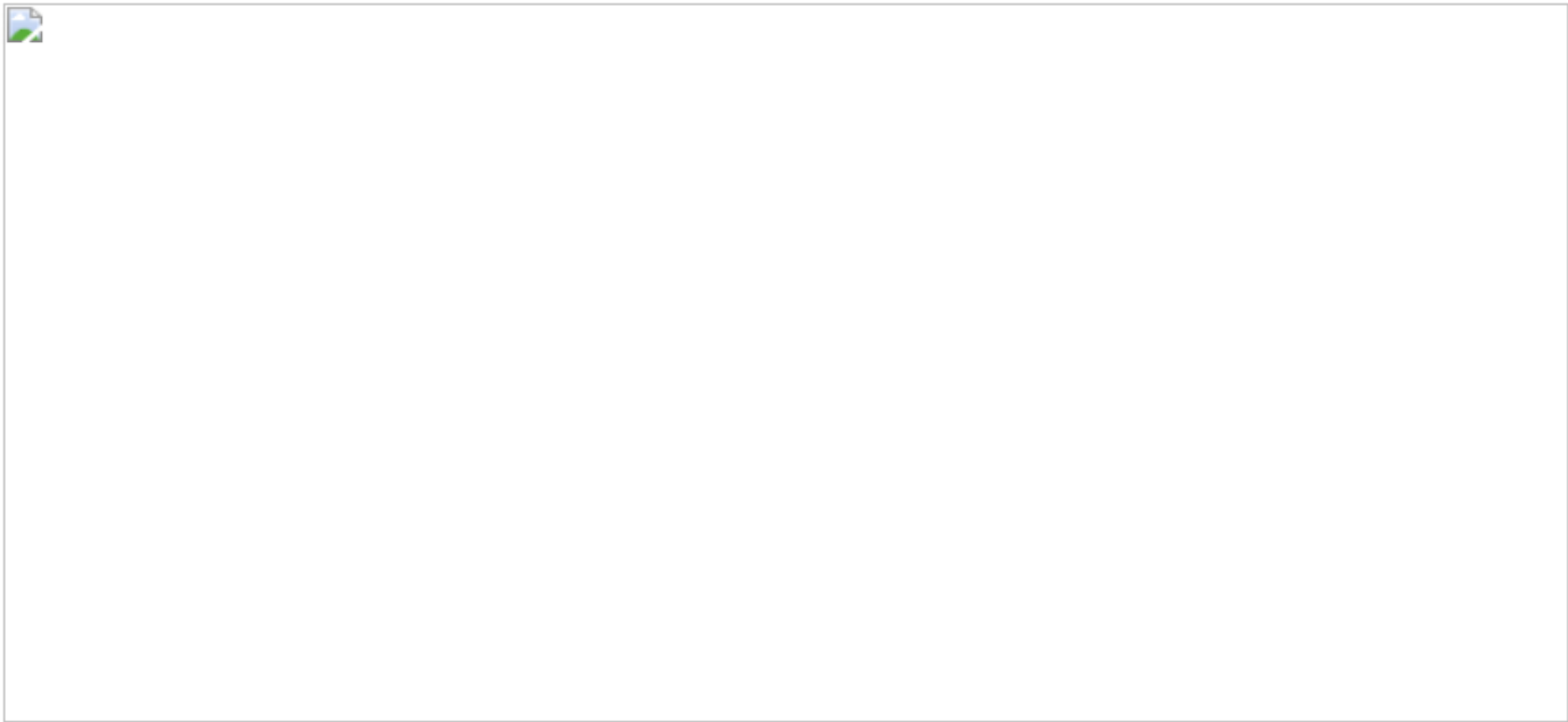
(四)、資訊快速取得、閱讀的便利性

交大是無數學子夢寐以求的高等學府，肩負無數夢想和期待。但在這講求創新的世代，除了過往傳統學術成就和名譽外，更多著重於軟體、美學的結合呈現，這是不衝突的媒合，而在乎如何整合，發揮既有校園文化特色為出發點。

對使用者來說，關心的是學校具體辦學成果和績效、服務項目、師資如何？而學校最新動態，相關影音新聞的配置，則能幫助大眾即時了解學校運作與辦學方針等策略。可惜當大眾進入現今學校頁面時，多感受到無整體性且制式化的氛圍和體驗；過多資訊顯露，反倒使資訊可閱讀性大幅降低，加上規劃不清的選單與連結導致使用者在瀏覽使用上不甚便利。當網站設計不親民的同時，其注意力以及願意停駐的時間相對縮短許多；校園網站應該以能有效地解決資訊在時間、地域上存在的侷限性，快速地為人們解決問題，同時也為使用者節省大量的時間和精力，除去尋找訊息上的經濟投入為主要目的，故如何以精簡易懂模式經營，實為需謹慎思考的當務之急。

一流的學術力，也應有一流的美學力

校園網站無疑是學校的「商標」；由於每間學校皆有不同的特色和個性，故在這個高度訊息流通的社會中，建立自我學校網站是最直接也最快速的宣傳手段，藉由網站的設計提高「內容」、「視覺」呈現及「可用性」。以下我們以世界一流名校哈佛大學與史丹佛大學的校園首頁作為舉例探討。



上圖：哈佛大學校網首頁視覺呈現

從第一眼，便不難發現國外名校的網站設計，在考量整體性、避免視覺疲勞前提下，以各種區塊俐落、明確配簡單色系為主軸，來傳達該校專屬意念。

網頁的整體性包含「內容」和「形式」上的整體性；在版式上，將頁面中各視覺要素做通盤考慮，以周密的組織和精確的定位來獲得頁面的秩序感，即使運用「散」的結構；一個站點通常只使用兩到三種標準色，並注意色彩搭配的和諧，因為好的色彩應用可以增進引起共鳴、可信度、記憶性及理解性。



上圖：史丹佛大學校網首頁視覺呈現

藉由形式去構成內容諸要素的內結構或內容的外部表現方式，進而從中填充更多想像性的故事、增加無形的服務力和行銷力。但過往交大校網以委外模式進行，從使用者回饋中不乏零散、不易找尋資訊之負評，且缺乏美學品質。談論至此，您是否想過想過為什麼國外可以，而交大不行？除在學術上的競爭力外，我們也應思考如何使交大重生，塑造交大的美學感受力。

如何改變？

有鑒於此，交大秘書室、交大資訊中心的同仁和張哲榮、鍾奕麟、陳建姿等三位交大應藝所學生，在前年開始思考如何以友善的使用者介面，將現今豐富的網站資訊重新架構。首先，要明確學校網站建設的意義和需求及校網所能提供的功能和內容，因此我們分別為「導覽」、「資訊」與「視覺」設計下了番功夫。「導覽」以重新規劃完整及正確的網站架構，讓使用者方便使用且可以迅速找到所需的資訊為目標。「資訊」是經整合豐富網站的內容後能清楚地傳達給使用者；運用「視覺」要素，包含整體背景、按鈕、圖像、色彩、導引工具、動態影像等等，使畫面更具有吸引力。藉此三大主軸欲達成以下再造目標。

(一)、加強宣傳交大形象，為品牌加值

通過校網重新組建和完善，力爭在短時間內使網站內容得以充實，使學校的管理、教育、教學、服務等各項目擁有新的格局和邁入新的階段。以圖文並茂的形式凸顯介紹學校之辦學理念和辦學目標、學校榮譽、校園風光等，我們相信一個傑出的網站，代表著學校的卓越；準確地來說，創新的形象設計，對交大校務宣傳與推廣有事半功倍的效果。

(二)、使校園網站配色有鮮明定位

網站給人的第一印象來自於視覺衝擊，而視覺設計要單純、簡練、清，故確定網站的標準色彩是相當重要的一步。「藍」和「黃」色作為交大兩大標準色彩，我們將兩主色鮮明地突出設計主題，搭配其他色的應用，作為點綴和襯托而不失焦於資訊內容，在體現「美」的同時，實現「功能」取向。

(三)、致力形式和內容統一，達成交互性和持續性

過往網站的模塊未經明確切版和尺寸劃分，而顯得雜亂；在顧及使用使用者體驗下，新網站需讓瀏覽者感受網站主題的「明確性」，並在制定欄目時，更仔細地考慮，並加以合理安排，以扣緊主題，劃分主項目和次項目為主，以致使網站有規劃地突出，使人留下深刻的印象。從中刪除過往和主題無關的欄目，盡可能將最有價值得內容列於欄目中，盡可能方便訪問者得瀏覽和查詢。

(四)、實現教學資源利用最大化

網站的建構不僅是項技術，更是各資訊版塊交互性、持續性、綜合性、緊密性的展現。現有資源的整合，加上判斷學校宣傳和知名度，皆與網頁門面有很大的關係；在整合面上，我們思考如何使各版塊和各處室要既有相對獨立性外，又有著相互連結性，並有效連接相關合作企業，且提供各類公告等連結，集結發布學校的各種專題新聞，在首頁提供每周（天）的校園動態新聞和其他凸顯學校辦學特色的內容，而能有效降低不必要的運輸成本，同時提高學校的教學效率。

我們相信美和功能的相互搭配下，便能完整表達交大新網站所要傳達的新觀點。總之，再過一個月多後，交大網站將以全新的風貌呈現給您，敬請拭目以待；望以此為交大美學起點，開啟交大更遠大的視野格局。

