

高校艺术浸润“文化育人”工作创新与品牌建设研究

张晓丹 胡 杨 于瑞泓

大连工业大学, 中国·辽宁 大连 116034

【摘要】艺术教育是现代高校素质教育的关键内容,是高校组织实现育人目标的关键路径;文化育人是当代高校的主要任务,是高校组织工作的新思路,在解决高校中心工作与工作融合的问题中具备无限可塑性和特殊优势。因此,高校工作立足组织工作的时代诉求和实际状况,以艺术浸润“文化育人”为前提,展开工作创新和品牌建设,从而提高工作的质效和影响力,充分实现高校的育人目标。本文将艺术浸润“文化育人”为前提,深度探究高校工作创新和品牌建设的意义、现状和策略,以供参考。

【关键词】高校;文化育人;艺术;品牌建设

Research on Innovation and Brand Building of College art Infiltrating "Cultural Education"

Zhang Xiaodan, Hu Yang, Yu Ruihong

Dalian University of Technology, China · Liaoning, Dalian 116034

[Abstract] Art education is the key content of quality education in modern colleges and universities, and the key path for colleges and universities to achieve the goal of educating people; cultural education is the main task of contemporary colleges and universities, and a new idea for college organization work. There are infinite plasticity and special advantages in the fusion problem. Therefore, the work of colleges and universities is based on the demands of the times and the actual situation of organizational work, and on the premise of art infiltrating "cultural education", to carry out work innovation and brand building, so as to improve the quality, efficiency and influence of work, and fully realize the educational goals of colleges and universities. Based on the premise of art infiltrating "cultural education", this article will deeply explore the significance, status quo and strategies of work innovation and brand building in colleges and universities for reference.

[Keywords] colleges and universities; cultural education; art; brand building

【基金课题】本文为2022年度大连工业大学党建研究课题“高校艺术浸润“文化育人”党建工作创新与品牌建设研究”阶段成果。

引言

坚持高校社会服务、国际交流合作、人才培养、文化传承创新、科学研究等深度融合,为完成国家和重大战略任务,为高校稳定、发展、变革提供组织、政治和思想保障,是高校基层党组织工作必须遵守的关键原则之一。十九大的理念已深入人心、全面践行。高校担负着培育中国特色社会主义事业建设者和接班人的核心历史使命,高校组织承担着为高校发展提供动力、把方向的关键任务。因此,如何基于艺术浸润“文化育人”,强化工作创新和品牌建设,以创新精神和坚韧意志锐意创新、积极作为,是高校组织必须完成的时代任务之一。

1 基于艺术浸润“文化育人”,高校工作创新和品牌建设的意义

高校工作创新与品牌建设即高校在工作中以品牌管理理念为参考,以工作的开展现状和性质特征为参考,合理定位工作目标,以创造性的思路探寻工作的新思路、新方法和新机制,全方位推动工作品牌的建设,建构品牌效应,从而推动高校工作的科学化发展,提高高校党建工作的影响力。此外,就内容而言^[1],品牌包含制度、宗旨、精神、理念等理念识别系统,品牌图案、名称、符号、标志及相关有形宣传材料等视觉识别系统,个人或组织以一定思想为指导、以履行高校的宗旨为目标而付诸行为的各项活

动和所有言行的总和的行为识别系统;以分类标准为依据,高校品牌建设工作可以高校组织与地方的互动关系、某一阶段的工作重心与发展目标、工作内容为依据展开。

高校品牌建设符合优化和强化建设的客观诉求,是夯实争优创先活动成果的关键策略,是高校坚持正确办学方向的必要选择,是强化内涵建设的关键驱动力,在促进高校工作创新和科学化发展、推动高校活动载体的多元化发展、强化工作有效性和吸引力、助力个人及组织高校发扬榜样价值、增强高校示范性和影响力、巩固高校的领导地位和执政基础、全方位促进高校建设等方面发挥着极其关键的现实意义^[2]。

“文化是一个民族、一个国家的灵魂。文化强则民族强,文化兴则国运兴。”和“优先发展教育,办大众满意的教育”是十九大提出的观点。文化可以为人们提供强大的精神支持、充沛的道德滋养和坚实的思想保障,而文化育人是一种可以提高国民文化修养和思政修养等核心素养的先进教育理念,可以服务大众的、积极的文化价值取向培育契合社会主义新时代发展诉求的综合型人才;艺术教育是现代高校素质教育的关键内容,是助力大学生德智体美全方位发展的关键措施,是大学生喜闻乐见的教育形式,可有效实现高校组织的育人目标;艺术活动是高校组织开展活动的关键形式,可有效提高大学生参与活动的热情,提高高校组织活动

对大学生的影响力和感染力,且因其形式的特殊性,在发展繁荣社会文化等方面具备极其直接的影响力,凭借艺术实践展开社会服务,可有效提高高校工作的社会影响力^[3]。

2 基于艺术浸润“文化育人”,高校工作创新和品牌建设的现状

2.1 高校组织工作认知有待提升

相较于基础教育阶段,高等教育阶段的学校在教育管理、学生培育模式等方面较松散,给予学习者的自由程度较高。因此,高校的部分教师和学生对思政教育与组织工作的关注度较低,对思政教育与组织工作欠缺科学客观地认知,缺乏参与组织活动的热情。此外,高校部分工作者缺乏开拓创新和与时俱进的精神,在组织工作中过于故步自封,忽视工作创新和品牌建设的时代诉求;高校部分工作者虽积极关注组织工作的诉求,但尚未意识到艺术和文化在引导政治价值取向和组织工作中的价值,无法将艺术浸润“文化育人”,融入高校工作创新和品牌建设中;部分工作者在发展过程中过度重视起专业能力,忽视对其思政水平、政治表现、文化水平、艺术素养等的合理关注与评价,难以吸纳符合工作创新和品牌建设诉求的个人,难以兼顾艺术浸润“文化育人”的工作创新诉求,从而影响高校组织工作的科学化发展。

2.2 大学生人数较少,高校组织的影响力有限

相较于基础教育院校,高校的学生基数普遍较多,但高校组织每年吸纳的人数有限,致使活动的涉及范围较小,间接制约了组织活动在学生中的影响力,难以实现高校工作的育人目标。此外,高校的专业普遍较多,部分工作者组织活动,以专业院系为单位,选择契合专业特色的艺术形式和文化内容进行党建工作创新和品牌建设,仅能吸引和影响相关专业的学生,致使活动的影响力有限,难以引领各个专业学生的思政价值取向,难以实现其育人目标和榜样职能,难以扩大高校组织工作的影响力。

3 基于艺术浸润“文化育人”,高校工作创新和品牌建设的策略

3.1 以文化为核心,有机融合各种艺术文化形式,创新工作形式

文化是建设实践过程中循序生成的极具组织特点的情感态度、行为规范、理想信念、思维方式、价值追求等观念体系,是创造力和先进性的精神支撑,是催发个人对组织的归属感和认同感的动力来源,是强化工作质效的思想基础和软实力,是高校校园文化的关键构成,可以其先进性助推校园文化的发展与传播,以其规范性教育熏陶大学生,从而实现陶冶师生情操、塑造独立健全人格、内化教育目标、提高大学生的综合素养、彰显学校综合实力和办学特色、增强师生及员工的归属感、促进高校的可持续发展等目标。此外,高校和谐是社会和谐的关键构成,和谐文化是建构和谐社会的思想基础和前提,和谐文化的宣扬可助力高校师生形成积极的道德观念和理想信念,为高校和谐建构优良的文化生态和人文环境,极具育人价值。受学术声誉、区域经济发展、办学历史、人文传统、办学思想、办学模式、人文传统等方面的不同,我国高校的特色追求和发展目标亦不相同,从而形成极具专业和地域特征的特色文化,助推学生的专业化、特色化发展。公寓是高校学生发展、沟通、

生活、娱乐、学习的关键场所,是学生接受课外素质教育和思政教育的主阵地,是高校学生的“第三课堂”、“第二家庭”和“第一社会”;公寓文化是一种以高校公寓及其附近场所为载体,以校园精神为特征、以课外活动为内容的,与高校学生生活关联紧密的群体文化,在高校学生的行为、心理、思想等方面发挥着极其关键的育人功能。社团是高校学生以兴趣爱好为驱动力自愿组建和参与的课外活动;社团文化是关乎社团运营、发展和建设的,贯彻社团活动、成员、组织中的规范、制度、精神和观念,积极的社团文化可促进大学生德智体美全面发展,陶冶其道德情操,且凭借极具影响力的社团活动和活跃的言行,对高校周围和社会产生辐射和感染效应,从而推动社会文化生活的多元化发展,推动社会的文明化发展。

3.2 依托高校艺术、文化,建设品牌

高校工作者需以各级组织为中心,以艺术浸润“文化育人”品牌建设为目标,拟定长期性、规范性的高校工作发展策略。第一,高校工作者可凭借高校间组织的合作学习和校内各级组织的协同联动,以高校品牌建设的先进经验为参考,以本校实际状况为参考,拟定可行的高校品牌建设方案,在实践过程中优化调整方案,从而实现强化高校工作影响力的目标。第二,高校工作者在品牌建设过程中,需充分挖掘高校的各类艺术资源、文化资源,并深度挖掘其文化内涵,有机联系品牌内涵与文化内涵、高校品牌建设,并以多样化的形式为大学生提供诸多接受艺术熏陶、文化影响和教育的机会,比如,组织大学生参观红色艺术作品发源地、红色根据地、红色文化诞生地等场所的活动,并以微信朋友圈、抖音短视频、微博、公众号、校园晚会等途径,以多样化的艺术形式演绎和宣传红色故事和艺术作品;组织大学生和积极分子前往儿童村、养老院等地展开宣扬积极价值取向和文化的公益表演,并为老人和儿童提供公益服务,兼顾社会服务和文化引领的目标;引导党员及积极分子积极创新高校品牌发展的路径,有机结合品牌建设与校园文化,以高校活动活跃校园氛围,以校园氛围宣扬高校品牌及其文化内涵,从而拓宽高校品牌的知名度和影响力。

4 结束语

一言以蔽之,基于艺术浸润“文化育人”,强化品牌建设和工作创新,契合高校及其组织高效发展的时代诉求,是提高高校组织发展活力和生命力的重要举措和关键保障。因此,以品牌管理理念为参考,以大学艺术和文化内容为切入点,基于艺术浸润“文化育人”的诉求,以高校文化为核心,有机融合各种文化和艺术形式,创新工作形式;以纵横为发展方向展开高校品牌建设,优化高校品牌建设机制,从而提高工作创新和品牌建设的综合质效,推动高校工作的可持续发展。

参考文献:

- [1] 吴婷,周抒. 智媒时代红色文化浸润高校化人育人工作研究[J]. 2020.
- [2] 姜媛,贺翔,杨明凤. 以文化人以文育人——打造“书香材料”学院品牌文化建设方案研究[J]. 科教文汇, 2019(1): 2.
- [3] 肖中俊,刘星萍,段华伟. 高校特色文化品牌建设的探索与思考——以齐鲁工业大学(山东省科学院)“电创空间”文化品牌为例[J]. 大学教育, 2018(8): 3.