

高职院校校园“家文化”品牌培育机制研究

李妍 马志发 杨杰 韩舜琦

(西安医学高等专科学校 陕西西安 710309)

摘要:现阶段,品牌化建设已逐渐成为各大高职院校的校园文化发展方针,将“家文化”融入到高职院校的品牌化建设中充分体现了国家“以文化人”教育方针的需要,是高职院校对以文育人教育理念的积极探索。基于此,本文从高职院校校园文化品牌培育现状入手,并分析校园“家文化”品牌的意义,重点阐述校园“家文化”品牌培育策略,以期打造独具特色的高校“家文化”文化品牌,使学生在感受到家庭温暖的同时在潜移默化间受到全方位的教育。

关键词:高职院校;“家文化”;品牌培训机制

引言:

高校的“家文化”品牌建设可以推动校园整体文化建设的进步,有助于营造高校和谐、温馨的生活氛围,提升学校的积极形象,让远离家乡的学生充分体会到归属感,使学校成为学生们共同的精神家园,促进学生的多方位发展。但当前从高校“家文化”品牌培育情况来看,并未达到预期目标,不仅影响了高校育人的功能,同时也极大降低了学生的生活、学习体验感。高校需要以“家文化”作为校园文化品牌建设核心,打造独具区域特色的校园“家文化”品牌。

一、高职院校校园文化品牌培育现状

(一)品牌定位模糊

明确校园文化品牌定位以及最终的建设目标是保障文化品牌建设的根本。但是从当前实际的高校文化品牌建设角度来看,大部分学校的校园文化品牌体系尚未成形,并未建立起明确的发展目标,对于“家文化”认识不全,定位模糊,仅是建立了大体以继承、发扬传统文化为基础的文化品牌,缺少时代精神,同时同质化情况严重,各个高职院校失去了其原本的地域特色,缺乏独特性,校园文化特色及优势无法充分体现。因此在进行校园文化品牌培育时,高校应当注意对“家文化”的认识了解,将以“家文化”为核心的新时代校园文化品牌建设放在首位。

(二)内涵建设脱节

从现阶段的校园文化体系建设来看,高职院校在建设校园文化品牌时,缺乏与时俱进的时代精神,忽略了当前多元化发展的新思想内涵,同时对于国家倡导的“文化育人”的教育改革方针落实不到位,校园的“家文化”品牌培育没有显著成效,且文化品牌建设工作出现停顿。因此,学校应当时刻紧跟时代发展的脚步,不断丰富新时代下和谐、温馨、开放等“家文化”内涵,重点突出其文化特质,保证品牌内涵的时代性。

(三)育人功能不足

当前的校园文化品牌建设中,主要强调了对社团、讲座、汇演等方面的文化建设,从活动方式来说,社团活动以自愿参与的兴趣小组为主要形式,讲座则主要以道德、法制宣讲为主,汇演重点突出“讲文明树新风”内容。此种方式极难调动起学生的学习兴趣,同时也在一定程度上割裂了校园文化与社会文化之间的联系,高校的育人作用受到了极大限制,呆板、单一的教育方式使得学生的逐渐出现抵触心理,不利于高校“家文化”品牌的培育,拖慢了高校的文化教育进程。因此,学校需要将“家文化”融入校园文化品牌建设中,丰富学校育人方式,为培养全方位的高素质人才提供精神层面的支持^[1]。

二、高职院校推进“家文化”的意义

(一)有助于塑造学生的主人公观念

当前高职院校已经成了00后的天下,高校在育人工作方面受到了极大的挑战。大部分的在校学生都是家里的独苗,尚未经历过群体生活,因此具有极强的个人意识,做事理性、观点奇异,对于现代化网络设施格外痴迷。将“家文化”融入日常的校园文化品牌建设中,可以在一定程度上减少学生的不适应情况,降低学生的抵触心理,使其以主人公的角度融入到集体生活中,保证其与家人、同学、教师之间的沟通顺畅,培养其团结包容、互助互爱的品质,在集体生活中充分担起自身的责任,从宿舍到校园,建立氛围浓厚的“家文化”环境,达到提升学生品质的目的。

(二)推进文化育人的建设进程

从长期的高校教育过程来看,无论处于哪一发展阶段,学校都承担着育人立德的重要作用,但是其内涵及方式则是随着当前的社会变化而不断发展的。近些年来,国家大力倡导传统文化走进校园等教育方针,丰富了文化育人的内涵。以文化人是当前学生接受精神文化教育的主要方式,高校通过线下宣传、线上推送的方式,为广大学生营造出浓厚的文化学习气氛,尤其是将“家文化”与高校的品牌文化建设融合,可以帮助学生对中国传统文化增加认知,使其主动融入到校园生活中,在耳濡目染间达成育人的目的。

(三)加强教师队伍的团结协作意识

教育具有繁杂性的特点,同时又对学生的发展起到了至关重要的作用,从传统的粗放式管理形式到现如今按照特点分类、一对多甚至一对一的精准教育管理方式,使得教师团队的发展也面临着挑战。在进行学生的教育过程中,需要充分综合高校的各方面优势,将育人作为高校的主要教学目的,不仅是对学生的学识方面进行教育,更重要的是对学生的观点态度、道德品质进行教育,这就需要高校的教师密切配合,将“家文化”融入校园品牌可极大提升教师的合作进程,通过营造出家庭的温馨感,使得教师充分发挥自身的力量,通过教育合力保证高校育人能力及成效的提升。

(四)拉近教师与学生之间的距离

高校的教育主题是学生,所有的一切教育活动都是为了让学生获得更好的发展,学生才是整个教育环节的主角,通过将“家文化”融入到校园文化品牌建设中,可以在短期内打破教师与学生之间的隔阂,拉近双方距离,并建立深厚的情谊,形成类似家人之间的情感关系。通过营造“家文化”的生活环境,加之教师的以身作则,可以让学生从一开始就培养其良好的个人习惯,增加学生的情感归属感,锻炼其集体观念^[2]。

三、校园“家文化”品牌培育策略

(一)共同参与,精准定位

想要做好高校的校园“家文化”品牌建设工作首先就需要找到高校自身的教育优势、文化特征、发展目标,方可融入“家文化”内涵,精准定位新时代下的校园文化品牌建设方向。不仅需要充分

认识到高校校园文化的新思想、新趋势,还需要深刻了解“家文化”的时代内涵。高校在进行校园“家文化”品牌建设工作时,需要建立较为完善的规章制度,并组建规范化、科学化的专业管理部门,发挥好示范领导作用,保证辅导员及班级干部首先落实“家文化”的观念,通过日常交往形成一定的正向促进作用。高校需要从软实力与硬实力两方面推进校园“家文化”品牌建设工作,主要体现在以下四点。第一,树立正确的思想观念,只有学生从思想层面真正接受了“家文化”观念,才可以促进校园“家文化”品牌建设工作真正落实,使得文化品牌培育工作具有广泛的认同性。第二,定期进行教师与学生的共同培训,同时可以邀请相关的教育专家及学者进行面对面沟通,使得全体师生深入学习“家文化”的品牌建设内涵,在极短的时间内提升自身的道德素质,实现学校立德育人的目的。第三,教师可以与班级干部合作收集有关“家文化”的资料,通过线下组织活动及线上推送信息的方式使得“家文化”观念深入人心,加强师生之间的沟通交流,保证校园“家文化”品牌建设工作的有效落实。第四,通过上下联动的方式,将校园“家文化”观念充分落实到整个高校的工作机制中。

(二) 深挖内涵,塑造形象

校园“家文化”品牌建设工作是当前广大高校工作推进的重要方面。建立校园“家文化”品牌的主要目的实际上就是为全体师生建立一个放松、温馨、和谐的精神乐园,保证师生均可受到良好的文化教育,成为品行高洁、有涵养、有智慧的综合型人才。在进行校园品牌建设工作时,除了以“家文化”作为主要核心,需要同时注意深挖社会及传统文化山观点,不断丰富校园“家文化”品牌内涵,充分凸显高校的独特魅力,塑造个性化的高校形象。首先,高校需要探寻新时代社会内涵及品质,牢牢跟进当前的社会主旋律,将绿色、奋发的精神融入到校园“家文化”品牌建设中,补充“绿色发展”、“艰苦奋斗”的校园精神,使得校园“家文化”品牌始终闪耀着时代的光辉。其次,结合“家文化”内涵树立全新的文化品质,为新型校园文化品牌的打造提供条件。在“家文化”的温馨校园氛围内,全体师生受到了多种思想观念的熏陶,充分体现了高校与时偕行的时代特征,从养人、育人的角度出发,凸显高职院校的独特属性,有效提升高校影响力,让高校以全新的文化品牌形象展示给广大群众。

(三) 整合资源,完善功能

校园“家文化”品牌培育工作需要从校园文化建设的实际情况进行参考,考虑高校资源的充足性,在完善“家文化”品牌时,就需要充分整合高校资源,将文化育人作为高校的主要功能,明确品牌定位并丰富品牌内涵。整合资源需要做到以下两方面。一是充分掌握当前高校的现有资源,例如讲座、汇演、社团等方面,由于其主要的活动地点是校园内,因此极易出现与社会脱节的情况,因此,功效需要充分鼓励学生走进社会,丰富校园“家文化”,提升活动质量。二是寻求合作,主动寻求资源共享的途径,将社会文化的内涵融入校园中,通过多种活动充分彰显高校的育人作用,帮助师生建立起相应的良好的道德修养。

四、其他方式

(一) 打造精神家园

除了以上的培育策略之外,高校也应当将“家文化”充分融入到高校的教育目标中,以宿舍、班级、院系的划分方式,建立不同层次及要求的“家文化”体系,为学生营造出和谐、温馨的生活氛围以向上、积极的学习空间。高校应当重视宿舍管理方面的“家文化”建设工作。宿舍作为学生的主要生活空间,健康的宿舍文化是实现校园“家文化”品牌的关键基础单元,是学生价值观念的集中

体现。对于学生的发展与进步起到至关重要的作用,以宿舍的建设带动院系甚至整个高校的进步,将爱国精神作为主要的价值核心,培养学生的团结、和谐、友爱等意识,并逐渐渗透创新、争优等理念,通过增强情感联系打造出全新的“家文化”,让宿舍成为学生安心休憩的精神家园。

(二) 彰显校园特色

一所高校的文化底蕴及人文价值是通过长期的发展建设,并不断总结经验积累得到的,是具有独特性的精神文化氛围,充分凸显学校的办学宗旨、授课水平、风俗传统、校风校貌等,同时也是学校在某一阶段内的管理及发展状况的集中体现,是资源累积及精神文明建设成果的具体象征。现阶段,校园“家文化”品牌作为展现高职院校影响力的名片,具有以下两点特征。第一,充分展现出学校的品格,校园文化品牌是高校的地位象征。想要凸显高职院校的与众不同之处,需要拥有被其他学校无法模仿的独特文化特质以及出众的竞争发展力。第二,将“家文化”作为打造品牌的核心要素,将弘扬中国传统文化作为关键点,不断融合其他多样化的内涵,深入探寻学校背后的文化内涵,保证高职院校始终具有独特的发展理念,促进高校的快速发展。

(三) 营造温馨氛围

通过对高校近些年的发展进行总结即可发现,良好、温馨的文化氛围,将极大促进学生的全方面发展,促进其精神世界的丰富。尤其当前国家大力推行高校的“家文化”教育理念,高校可以结合当前的社会教育主题,在校园的各个生活及学习区域进行主题教育活动,通过张贴宣传图片及制作文化墙等行为让学生在潜移默化间学习到具有中国特色的新时代中国特色社会主义思想,与“家文化”形成教育合力,不断加强学生的精神文化教育,有助于培养学生的奉献精神、集体观念、大局观念、以及自律观念^①。

结论:

综上所述,打造校园的“家文化”品牌是实现高校内涵式发展,推动学生素质全面发展的重要途径,“家文化”的建设实际上就是深挖全体师生的共同价值标准达到情感共鸣,将学校原本死板的校规制度变得富有人情味,引导全体师生培养健康、正向的价值追求,可以从精神教育层次约束学生的行为,使得高校成为广大师生共同的精神家园,有效推动学校、教师与学校之间的和谐相处。

参考文献:

- [1]杨娟丽.高校校园文化品牌培育路径与对策分析——以青岛大学为例[J].中国市场,2022(20):128-130.
 - [2]张晚雨.融媒体时代校园文化建设品牌培育创新策略研究[J].中国地市报人,2020(09):25-27.
 - [3]姜森,张洪兵,宋景城.新时代背景下高校“家”文化建设研究——以沈阳工业大学为例[J].中国艺术家,2021(03):133-134.
 - [4]盛晓雯.地方高校校园文化品牌培育机制研究[J].发明与创新(职业教育),2019(06):76.
- 作者简介:李妍,女,陕西西安,汉族,出生年月:1990.09.07,讲师,研究方向:大学生思政教育。
- 马志发,男,宁夏固原,回族,1982.12.18,讲师,研究方向:思想政治教育。
- 杨杰,男,陕西西安,汉族,1989.09.13,讲师,研究方向:思想政治教育。
- 韩舜琦,女,青海省化隆回族自治县,撒拉族,出生年月:1994.04,助教,研究方向:思想政治。
- 课题:陕西省委教育工委《高职院校校园“家文化”品牌培育机制研究》编号:2020FKT80