

高职院校校园文化品牌培育策略研究

Research on the Cultivation Strategy of Campus Culture Brand in Higher Vocational Colleges

黄思瑜

Siyu Huang

苏州卫生职业技术学院, 中国·江苏 苏州 215009

Suzhou Vocational Health College, Suzhou, Jiangsu, 215009, China

【摘要】校园文化品牌培育的最终目标,是在原有基础上针对高职院校的校园文化建设水平进行提升。在此过程中,高职院校内涵建设也得到不同程度的强化。在探索高职院校校园文化培育过程当中,必须实现对高职院校发展现状的全面熟悉与掌握。同时要针对品牌培育的要素进行明确,然后从重要环节着手,实现对校园文化品牌的有效培育。本文主要针对高职院校校园文化品牌培育策略进行探究,这对高职院校校园文化品牌的有效培育有积极作用,同时也可促使高职院校实现长远健康发展的目标。

【Abstract】The ultimate goal of campus culture brand cultivation is to improve the level of campus culture construction in higher vocational colleges on the basis of the original. In this process, the connotation construction of higher vocational colleges has also been strengthened to varying degrees. In the process of exploring the campus culture cultivation of higher vocational colleges, it is necessary to realize the full familiarity and mastery of the development status of higher vocational colleges. At the same time, it is necessary to clarify the elements of brand cultivation, and then proceed from the important links to achieve effective cultivation of campus culture brands. This paper mainly probes into the cultivation strategy of campus culture brand in higher vocational colleges, which has a positive effect on the effective cultivation of campus culture brand in higher vocational colleges, and can also promote the goal of long-term healthy development in higher vocational colleges.

【关键词】高职院校; 校园文化品牌; 缺失表现; 要素分析

【Keywords】higher vocational colleges; campus culture brand; lack of performance; factor analysis

【基金项目】本文为2017年度高校哲学社会科学专题研究项目《新媒体时代高职院校校园文化建设研究》(项目批准号:2017SJBFDY668)成果之一。

【Fund Project】This paper is one of the results of the 2017 Annual Research Project of Philosophy and Social Science in Colleges and Universities, "Research on Campus Culture Brand Construction of Higher Vocational Colleges in the New Media Age" (Project Approval Number: 2017SJBFDY668).

【DOI】<https://doi.org/10.26549/jxjfxysj.v2i1.1140>

1 引言

中国《国家中长期教育改革和发展规划纲要(2010-2020)》明确提出,高职教育已经跨入内涵发展期。针对校园文化建设水平不断提升,是内涵发展最为重要的一项任务。通过相关调查分析发现,校园文化整体运作长远思路的缺乏问题普遍存在于高职院校当中,这是导致校园文化经营出现资源浪费问题的主要原因,尤其是其有序性得不到保障。在提高校园文化建设水平过程当中,需要利用多种方法,走品牌培育之路、发挥品牌震撼力是最为普遍的一种。在分析高

职院校校园文化培育过程当中,可从缺失表现、培育要素以及重要环节几个方面着手。进而指导高职院校校园文化水平得到真正意义上的提升。

2 当前高职院校校园文化品牌培育不足的原因探析

2.1 校园文化品牌理念的缺失

在认识校园文化品牌过程当中,高职院校各级领导阶层都有着一定的差异。一种是并不能正确的认识到校园文化品牌概念,在传统观念的影响之下认为商业领域是品牌学应用的主要范围。在不断发展过程当中,虽然有部分高校已经逐

步提出校园文化品牌概念，但是并不存在权威解释对校园文化品牌进行定义。尤其是在评价校园文化品牌过程当中，并没有统一的评价指标体系。部分人还会错误的将校园文化品牌培育工作划分到思政教育工作当中，这是导致各自为政现象出现的原因之一。部分院校还会存在校园文化品牌培育与知识技能教育不平衡的状态。在追求技能立身目标的影响之下，高职院校地位在原有基础上得到较大幅度的提升。高职院校会在这一过程中逐步提高对知识技能教育的重视程度，但是校园文化品牌培育却呈现出一种被忽视的状态^[1]。

2.2 校园文化品牌培育有功利化倾向

首先是将校园文化作为一种教育核心看待。在不断发展与进步的过程当中，高职院校物质条件以及校园环境都得到不同程度的改善。很多学校会将每周的活动以及展板宣传等作为文化培育的所有内容。但是并没有人真正的去探讨存在于校园文化内在的理论依据。淡薄的校园文化内涵对品牌培育有一定的消极影响。其次是校园文化品牌在培育过程中过度重视包装，甚至将其认定为一种概念化以及虚拟化的物质，只能单纯的向外界以及社会进行宣传报道。

3 高职院校校园文化品牌培育的要素分析

3.1 理念上的认同是校园文化品牌培育的重要条件

一流建设是现阶段各个高职院校所面对的主要问题，但是不能将一流片面的理解为在任何领域都要占据首要位置，而是在某一领域中具备自身的独特优势与品牌。这要求高职院校以及相关政府部门必须将多种服务提供给校园文化品牌培育，其中主要涉及到政策、制度引导以及意识培养等。学校也可通过组织各种活动的形式引导师生认识到校园品牌建设的重要性，调动师生积极性与潜力，提升校园文化品牌认同感。在挖掘其主体意识的基础上形成意识与品格，这部分内容带有一定的独特性。

例如，中国苏州市卫生职业技术学院充分挖掘校本资源，依托中国鹤山书院和中国江苏省巡抚衙门遗址，建成中国传统文化教育基地。将中国社会主义核心价值观和医学人文元素有机结合，呈现中国巡抚衙门、吴门医学、鹤山书院的深具中国传统文化精髓的人物故事，以古鉴今，让学生在历史、校史的对话中接受传统文化熏陶，内化为职业道德操守。在此过程当中，师生的理念会受到潜移默化的影响，从根本

上提升对校园文化品牌培育的重视程度。

3.2 情感性是校园文化品牌培育的最重要面向

群体气质以及品性可在多方面进行直观体现，校园文化就是其中一种。怡情励人以及亲和力较强是校园文化最为原始的品质。在亲和力方面校园文化品牌所占据的优势相当明显，与受众之间的亲切感、紧密感以及互动感相当强烈。校园文化品牌培育理论和实践在整体上呈现出一种贴近性，新颖性以及有效性的特征。也正是这些特征实现对受众兴趣的最大限度调动，这也是校园文化感召力的主要来源。师生主体能动性的发挥会对校园文化品牌培育造成直接影响，因此必须在给予足够重视的同时实现对师生内在需求的满足。尤其是在培养校园文化品牌亲和力过程当中，必须着重对师生实际困难的解决^[2]。

4 高职院校校园文化品牌培育的重要环节结构

4.1 顶层设计要先行

顶层设计是校园文化品牌培育不可缺少的组成部分，也在其中占据重要位置。系统性以及整体性是其最为明显的特质，战略性布局则作为内涵存在于顶层设计当中。在分析顶层设计时，必须要利用理性思维进行。基层是顶层设计的主要来源，但是注意绝对不能将顶层设计的高度高于基层。为实现对顶层设计精致性要求的满足，需要通过实践进行一系列的艺术性构思。

必须密切配合，协调各方面的管理与服务，实现整体联动的目标。这些工作都需要得到顶层设计的支持，在设计过程中我们必须实现对以下几项要求的满足。首先是结合实际，针对目标以及定位进行有效明确，明显区分自身与其他高职院校，从自身特色着手开展一系列的设计与培育。其次是要严格设置相关的战略与设计。在分析学校发展现状的同时确立总目标与任务，通过对组织网络的构建实现对学校或者院系文化品牌的科学创设。最后是要针对考核工作进行严格控制，利用协同效应以及合力机制实现对顶层设计执行机制的不断强化，还要利用相应的制度支撑与巩固顶层设计的执行性。

4.2 项目定位是关键

定位从本质上来说就是实现对校园文化品牌目标的明晰，其中涉及到师生需求、时代要求以及兄弟院校发展情况等。

最为基础的就是办学类型、层次以及特色。品牌创建会受到多种客观因素的影响,其中最为直接的就是定位的高低,这可充分说明定位工作的重要性与必要性^[1]。高职院校在定位文化品牌时需要结合多方面内容,人才培养、目标培育对象、传播对象等都在其中,也就是说必须从多个方面与角度进行调研,科学制定目标。办学理念、工作理念以及地域文化等也会在一定程度上影响到校园品牌文化的定位,需要针对上述优势项目进行不断挖掘,发挥自身的价值与特征。在考虑定位的同时也不能忽视专业发展、师资队伍以及校园建设的重要性。校园文化项目为实现对整体平衡状态的保障,必须在相互合作,协调以及促进的基础上实现对办学规模、专业设置以及人才培养要求的进一步满足。

中国苏州市卫生职业技术学院依托传统文化教育基地,以十项主题教育活动为抓手,以百部必读书目为引导,以千名志愿者服务社会为重点,实施“个十百千”学生职业素质提升工程,完成“六个一”项目,努力打造优秀传统文化教育基地品牌。帮助学生确立并理解医学职业道德和医学人文精神,培养高素质的医药卫生人才。充分融合学院发展目标以及地域文化定位自身的校园品牌文化。

4.3 资源整合成合力

对各种资源进行充分的挖掘与利用,也是校园文化品牌培育目标实现的必要途径。首先,我们需要针对各种有效的力量资源进行整合。现阶段很多高职院校已经逐步认识到校园文化品牌建设的重要性,并在各种会议以及文件中不同程度地提出校园文化品牌建设。各种研讨会议上所提出的文化建设已经逐步具备新鲜、独特以及创新框架。学校具体部门是最终落实校园文化品牌培育的最终责任人,在理论上较难实现。封闭保守以及自我感觉较为良好是现阶段高职院校在建设校园文化过程中所面对的主要问题,因此我们必须结合实际实现对专门研究与实践机构的建立,而不是随意的将校园文化品牌建设划归到某个部门或者办公室当中。

其次是通过有效的系统实现对校园文化品牌培育资源的大力整合,较为零散是校园文化的明显特征,所以其整合性在整体上呈现出一种较为缺乏的状态。虽然很多活动较为丰富,但是其内在联系并不明显,甚至出现自成一体的现象。部分扎堆活动也会较为明显的体现出无序的问题。校园在开展各项文化活动中并不是以数量取胜,而是要从内容的新颖

性以及主旨的深刻性着手,将校园文化作为系统工程进行科学合理的建设。注意在建设过程中必须实现对多种内涵的不断深化与明晰,理性的把握校园文化。

再次,要通过项目化运作形成好的校园文化品牌管理方式。项目化运作就是以活动项目为基本单位,使校内外的人力、资金、信息等达到最优化配置的校园文化活动管理方式。立项项目可分别从内容、形式、对象上着手,通过立项激发师生创造力、积极性,并带动指导教师的研究实践结合,促进品牌培育的良性循环,最终要实现成功搭建青年大学生成长平台、增强大学生主体意识、强化竞争机制和目标管理,促进全员育人。

5 结语

计划、组织、领导以及控制等是校园文化品牌在发挥自身价值最大化过程当中所涉及到的内容,注意也要在这一过程中针对品牌进行一定的创立、维护与塑造。高职院校首先在做到有所取舍的基础上,针对文化建设指导与投入进行不断的加强,建设过程当中将高品位以及高规格的品牌作为主要依据。尽可能的将精力与资金投入到有潜力的文化品牌项目当中,促使其健康可持续发展的目标得以顺利实现。在这一过程当中也不能忽视管理者文化修养的重视程度。师生共同构建是校园文化品牌所必须满足的条件,其中还会涉及到多种行为方式以及价值理念等。在校园文化中,高职文化管理者的理念以及修养作为最核心与基础的内容存在,会对整个品牌培育的进程造成直接影响。为在真正意义上实现对品牌培育科学化的保障,我们需要结合实际,针对评价体系以及奖惩机制进行不断的建立与完善,从根本上避免培育过程中有随意以及盲目等问题的出现。

参考文献

- [1] 张义俊. 民办高职院校校园文化品牌培育策略研究[J]. 中国重庆电子工程职业学院学报, 2017(5):81-84.
- [2] 鲍育育. 高职校园文化品牌培育机制研究[J]. 职教论坛, 2015(14):33-35.
- [3] 郭晓明, 张华阳. 台湾校园文化对大陆高职院校文化品牌培育的启示[J]. 劳动保障世界, 2017(18):61-62.