

职业学校校园文化建设现状及文化品牌创建实践

——以广西商业技师学院文化建设为例

陆燕春 赵颖 广西商业技师学院 广西 桂林 541001

摘要：职业学校发展到今天迫切需要从文化建设的高度去形成自己的文化优势，着力打造学校文化品牌，在“全面推进健康中国建设”的战略目标指引下，以“康养”为特征，以专业化、个性化为抓手，创建5个校园文化品牌。

关键词：职业学校；校园文化；文化品牌

《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》明确指出了未来15年都要“坚持马克思主义在意识形态领域的指导地位，坚定文化自信，坚持以社会主义核心价值观引领文化建设”“推进社会主义文化强国建设”的远景目标，因此以文化建设为突破口引领学校建设，以文化塑造学校文化品牌，借品牌打造学校形象，具有十分重大的现实意义。

本篇文章所说的“文化品牌”，指的是学校在开展教育教学过程中形成的与学校核心理念相吻合、被师生认可和接受的、有制度保障的、具有一定影响力和文化积淀的文化活动。

一、职业教育发展呼唤校园文化

（一）职业教育发展的现状

有研究者认为：中等职业教育在2005年左右出现了复兴时刻，“但这种复兴并不是由中等职业教育发展的内生力所致，而是受强大行政干预的影响，以降低入学门槛为代价”^[1]，以致2010年以后中等职业教育再度陷入招生难困境。尽管此后国家出台一系列政策引导中等职业学校追求内涵式发展，努力提升自身的内在吸引力，然而中等职业教育内在发展动力不足，未形成自身发展的有力支撑，过于依赖政策导向在一定程度上导致其失去自身发展的特质，主要表现为招生压力、“双师型”教师严重不足、课程体系满足不了社会发展需求、教学方法仍然主要采用传

统课堂模式、实践课程比例不高等。

（二）职业学校校园建设的现状和存在的问题

《中等职业学校德育大纲》要加强校园文化建设，要建设体现时代特征和职业学校特色的校园文化的的精神，为中等职业学校校园文化建设指明了方向。知网关键词检索“职业学校文化建设的研究”386个结果，数据显示从2007年开始中职学校的校园文化受到学术界的高度关注。然而，办学历史不长、文化积淀薄弱的中等职业学校，在学校文化建设实践中除了部分校园文化建设品位高特色明，很大一部分中等职业学校的校园文化建设陷入同质化状态，无特色的自然发展状态导致校园文化未能发挥其应有的价值；理论研究大多缺乏系统性研究，理论深度浅，创新思考少。

（三）职业学校文化建设思路

余秋雨先生说：“文化是一种精神价值、生活方式所构成的集体人格。学校是看得见和看不见的生产力教育（显性与隐性结合）。文化与文明是生命的代价，要么等待，要么变革。”十四五规划确立了“坚持创新在我国现代化建设全局中的核心地位”，等待就是消亡，变革才有新生。职业学校文化建设除加强理论研究，更应结合学院实际情况打造有学校特色、地域特色和时代特色的校园文化活动，重视人文环境和自然环境建设，培育具有时代特征和职业特色的校园精神，丰富和创新校园文化活动，注重引入与整合就业导向。

【基金项目】本论文系2020年度职业院校文化素质教育研究课题《职业学校中华饮食养生文化传承与创新的研究与实践》（2020ZD09）的研究成果之一。

【作者简介】陆燕春（1964—），男，壮族，本科，高级讲师，研究方向：教育教学与管理。

二、我们的学校文化品牌创建实践

广西商业技师学院重视从宏观层面、从学校文化顶层设计的高度去提升自身发展的支撑,找回自身发展的特质,构建有专业背景的特色校园文化,重视品牌打造,筑就有核心竞争力的学校文化;在“全面推进健康中国建设”的战略目标指引下,以“薪火文化”为核心,以“康养”为特征,以专业化、个性化为抓手,打造了“一节一菜”“一季一养”“比翼双‘非’油茶米粉”“五禽养生操”“我们的节日”5个校园文化品牌,进行创新性实践和文化建设的系统性理论研究。

(一) 用专业化的手段建设校园文化品牌

“一季一养”是立足于我院烹饪专业办学优势打造的校园文化活动,融合了《黄帝内经》的四季养生、食疗理论和烹饪技术,让师生享受美食的同时,感悟“不时不食”的养生理念。活动的初心是让全校师生共享烹饪专业办学成果,随着活动的持续开展,在实践中成长为一个深受师生欢迎、且在同类学校中具有一定影响力的文化品牌,专业化手段使文化活动形成以“大健康”为特征的具有学校烹饪专业标识的文化活动品牌。

“一节一菜”是融节庆文化、节气文化和饮食文化于一体的校园文化活动,挖掘传统节庆文化和节庆饮食习俗的内涵,以工匠精神涵养学生,突显其中蕴含的爱的情感,开展了以“浓情端午”“和谐中秋”“诚敬重阳”等为主题的节庆习俗体验和节庆菜肴制作、品鉴活动;挖掘24节气养生文化的内涵和节气养生菜品,涵养尊重顺应自然的人文情怀,挖掘出“冬至养生话羊肉”“忆苦思甜话小满”“望梅止渴话芒种”等主题推介节气养生菜品,并在学校微信公众号和官网推介宣传,打造和形塑了“一节一菜”这张校园文化标志与名片。

“比翼双‘非’油茶米粉”是融合广西区级非物质文化遗产恭城油茶和桂林名小吃——桂林米粉形成的具有养生功能饮食类文化产品。2017年中国东盟职业教育展获创意作品展一等奖;2019年参加中国烹饪协会主办的“全国民族餐饮发展大会及高峰论坛”获康养美食产业扶贫工作卓越贡献奖;2020年第二届黄炎培杯中华职业教育非遗创新大赛三等奖。通过参加政府或企业举办的各类会展活动,别具一格地用会展推广的形式检验了产品在不同受众中的接受程度。目前已经进行商标注册,在品牌形象的塑造方面迈出重要一步。

(二) 用个性化的理念构筑校园文化品牌

在以专业化为突破口打造文化活动品牌取得突出成绩的基础上,坚守“大健康”为特征的个性化建设理念,并使之成为学校文化建设的典型特征。

“坚持健康第一的教育理念”,依据“补齐短板,特色发展”的工作原则,“弘扬中华体育精神,推广中华传统体育项目,形成‘一校一品’‘一校多品’的学校体育发展新局面”^[2],设计“五禽养生操”,传承了传统五禽戏形神兼备的特点,融入了青春时尚的现代元素,收势融合了区域具代表性元素广西花山壁画的蛙形图腾。“五禽养生操”进入体育课规定动作、每日一操、每年一赛,成为学校体育活动的亮点,成为具有学院“健康”特色的文化品牌。

开展“我们的节日”系列活动,以“孝亲康养”为主题,以假期作业为内容,以照片、视频为形式,鼓励引导学生将校园文化活动引入家门。在微信公众号推广24节气养生菜点指导活动内容,用为父母做一道菜肴(或点心、饮品)的孝亲行为,让每一个学生家庭共同参与学校文化活动。按每个家庭3口人的结构计算,在校生5000人,则一次活动直接受益15000人,活动后期上传抖音、快手及相册,以当前网络效应造成的影响覆盖面,其宣传效果将成几何位数增长。

“优秀的企业,都是通过确立共同使命,让员工认同并接受自己的企业文化,然后将各种力量综合到一起,促进企业不断发展壮大”^[2]。我们最初的使命是:让全体师生共享烹饪专业教学成果。于是有了“一节一菜”“一季一养”,有了“比翼双‘非’油茶米粉”。随着活动品牌的影响力不断扩大,随着健康中国战略的深入推进,我们的使命升级为:让健康观念深入人心,让健康习惯涵养一生。于是有了“五禽养生操”“我们的节日”。

我们希望一套养生操可以伴随人们健康的一生,一个活动可以影响数千个家庭。学校品牌活动就像一面高高飘扬的旗帜,它的独特魅力就在于它不仅丰富了校园文化,而且帮助全校师生去确立一种价值观、一种品位、一种格调、一种时尚,一种生活方式,成为受用一生的精神财富。

参考文献

- [1] 王辉,陈鹏.中等职业教育的发展历程、特征及未来走向[J].教育与职业,2020(5):5-8.
- [2] 中共中央办公厅、国务院办公厅《关于全面加强和改进新时代学校体育工作的意见》.中国政府网http://www.gov.cn/xinwen/2020-10/15/content_5551609.htm.
- [3] 张继辰,王乾龙.阿里巴巴的企业文化[M].深圳:海天出版社,2015:27. 