

校园文化品牌建设新视野

——以滨州医学院“三个校园”建设为视角

李文喜 张玉龙◎著

新 华 出 版 社

校园文化品牌建设新视野

——以滨州医学院“三个校园”建设为视角

李文喜 张玉龙◎著

新 华 出 版 社

图书在版编目 (CIP) 数据

校园文化品牌建设新视野：以滨州医学院“三个校园”建设为视角 / 李文喜，张玉龙著：北京：新华出版社，2021.1

ISBN 978-7-5166-5631-0

I. ①校… II. ①李… ②张… III. ①医学院校—校园文化—建设—研究 IV. ①R-40

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2021) 第 023555 号

校园文化品牌建设新视野：以滨州医学院“三个校园”建设为视角

作 者：李文喜 张玉龙

责任编辑：张 谦

封面设计：中联华文

出版发行：新华出版社

地 址：北京石景山区京原路8号 邮 编：100040

网 址：<http://www.xinhupub.com>

经 销：新华书店

购书热线：010-63077122 中国新闻书店 购书热线：010-63072012

照 排：中联华文

印 刷：三河市华东印刷有限公司

成品尺寸：170mm × 240mm

印 张：15

字 数：215千字

版 次：2021年3月第一版

印 次：2021年3月第一次印刷

书 号：ISBN 978-7-5166-5631-0

定 价：95.00元

图书如有印装问题，请与印刷厂联系调换：010-89587322

前 言

校园文化是学校发展的灵魂，也是凝聚人心、展示学校形象、提高学校文明程度的重要体现。校园文化的建设在高等教育中所扮演的角色越来越重要，品牌化发展毫无疑问已是当前校园文化品牌建设的主流，成为当前大学文化建设的新景观和新现实。品牌化的辨识度标注确认了校园文化建设的特色化发展路径，但是，与现实实践相对应的却是特色的复制和文化个性的消匿。群体化的校园文化建设改变了品牌建构的经验性内容，也构成了快餐式文化打造的症候侵入。我们必须看到，在当前校园文化建设的浪潮中，品牌精神指向的复制化和效仿性问题日益严重，个性特色的文化价值确认也逐渐在问题的重现中退守到文化建设的边缘。我们必须承认，校园文化品牌的建设问题到了必须面对的时候。

在这样的校园文化建设语境下，滨州医学院第四次党代会于2017年12月27日胜利召开，在会上，“强化大学文化建设，营造优良育人环境”被确认为滨州医学院在新的起点上改革发展的八大主要任务和重点工作之一。“三个校园”（仁爱校园、活力校园、美丽校园）的建设也拉开帷幕。作为滨州医学院校园文化品牌建设的有效承载，“三个校园”力图破解当前校园文化建设的复制模仿和个性

缺失的问题，并以理论与实践相结合的视点来进行路径探索。紧紧围绕学校“一个战略目标、一体两翼战略布局和五个战略支点”的办学定位与发展思路，坚持立德树人根本任务，遵循文化建设和发展规律，以培育和践行社会主义核心价值观为主线，以建设优良校风教风学风为重点，以优化美化校园文化环境为基础，着力打造以“仁爱和善、充满活力、优美雅静”为鲜明特色的校园文化品牌，为学校事业健康持续发展提供强有力的精神动力和文化保障。

在“三个校园”建设过程中，我们结合学校的实际情况以及校园文化品牌的建设规律，形成了具有滨医立场的建设准则：

一是突出育人导向。诚然，校园文化建设的根本旨归在于育人，这是由学校的根本职能所决定。打造校园文化品牌实质上也是在打造校园教育品牌，如何以文化厚实的滋养力和品牌强劲的传播力来实现文化建设与教育教学的良好互动是我们在实践过程中所重点思考的立足点。“以文化人、以艺养心”是文化品牌的建设理念，培根铸魂是我们建设实践遵循的基本思想，培育德医双馨的新时代合格医疗人才是我们的最终目标，这些都紧紧围绕教人育人展开，也是我们“三个校园”文化品牌价值观的终极指向。

二是根植中华优秀传统文化。习近平总书记在纪念孔子诞辰2565周年国际学术研讨会暨国际儒学联合会第五届会员大会开幕会上的讲话中指出：“不忘历史才能开辟未来，善于继承才能善于创新。优秀传统文化是一个国家、一个民族传承和发展的根本，如果丢掉了，就割断了精神命脉。我们要善于把弘扬优秀传统文化和发展现实文化有机统一起来，紧密结合起来，在继承中发展，在发展中继承。”同样，我们建设校园文化品牌也不能丢掉中华优秀传统文化，

善于继承才能善于创新，“三个校园”的建设立足滨医文化立场，充分汲取中华优秀传统文化营养，无论是大学生科技文化艺术节还是端午诗会、读书节、“粽香五洲”国际文化交流、“河海情”诗歌朗诵会、诗词大会、经典美文诵读……都标注着滨医视角下的中华优秀传统文化的基因。比如，“三个校园”中为首的“仁爱校园”便是立足于中华优秀传统文化的儒家文化，儒家思想内容丰富，从个体来讲有仁、义、礼、智、信、恕、忠、孝、悌等德目，其中“仁”排在首位，整部《论语》只“仁”字便提到了109次，可以说“仁爱”是儒家文化核心的核心，仁爱精神是儒家文化的重要特色，具有超越时空的魅力和价值。而“仁爱”所指向的博爱也与医学的精神实质有着默契的吻合。于是，我们的“三个校园”建设着眼于吸纳、融合、汲取中华优秀传统文化资源，并实行创新转换，将传统资源和校本特色有机统一，进一步丰富校园文化建设资源，并以此指导人、教育人、鼓舞人；

三是贴近时代精神。“一个时代有一个时代的主题，一代人有一代人的使命。”同样，校园文化品牌的建设也烙有深刻的时代印记。一个成功的校园文化品牌打造必须能够回应时代的主题，秉承时代的精神，反映时代的文化。所以，滨州医学院“三个校园”文化品牌的建设高扬唱响时代的主旋律，以立德树人为出发点和归宿，贴近校园师生，讲好滨医故事，做好校园文化传承和创造创新。这里面不仅有五千年来国医文化的文脉传承，还有新时代国医文化的创新性发展和创造性转化；这里面不仅沁润着中华优秀传统文化的滋养，还有新时代的奋斗精神的复兴感召和情感汇聚；这里面不仅有文化自信的彰显，也有社会主义核心价值观的映显，还有发展中国

特色社会主义文化的凸显。我们善于掌握文化品牌的意识形态主导话语，也勇于探索社会主义文艺发展的校园化凝练，这些都与时代同频共振，也映衬出滨州医学院“三个校园”建设的时代精神指向，生动反映了滨医人的时代担当和创新探索。

四是凸显医学院校特色。既然称之为品牌，那么校园文化建设就需要有辨识度，要有自己的特色。医学是医学院校的根本，滨州医学院的校园文化品牌建设自然也不能脱离医学文化的范畴。那么，文化品牌的建设该如何彰显出滨医的医学特色，这是我们思考的重点，也是“三个校园”建设所呈现的个案价值所在。在具体的实践过程中，我们遵循医学文化的发展规律，深入探寻医学文化的内涵，结合学校“仁心妙术”的校训和几十年来的滨医实践，我们确立了仁爱文化的精神指向。于是，“仁爱校园”作为“三个校园”之首成为滨州医学院校园文化品牌建设的集中映显。仁爱向度的圈定是滨医校园文化的神来之笔，也是多年来累积的文化必然。不仅吻合了国医文化悬壶济世和大医精诚的意象书写，也契合了医学教育仁者爱人、仁心为本的价值指向。应该说，在当前国内医学院校的校园文化建设中，还没有院校像滨州医学院一样旗帜鲜明地提出“仁爱校园”的建设。所以说，滨医“三个校园”的建设也为医学院校文化品牌建设的医学特色彰显呈现了样本价值和探索意义，它能够充分发挥滨州医学院深厚的文化底蕴优势，展现滨州医学院的文化之魅力，体现滨州医学院的办学特色，形成自身独特的文化品牌，传播滨医先进文化，树立良好滨医形象，为滨州医学院各项事业的发展提供文化滋养和智力支持。

基于以上校园文化品牌建设的实践经验总结，我们力图形成较

为系统的理论成果，于是，就有了本书的撰写。本书的前半部分主要是理论文献的调研和系统分析，并在此基础上了解医学院校校园文化品牌建设的实践进路和理论研究现状，在此基础上通过分析滨医的历史文化和校园文化品牌建设的内在逻辑和外延特征，试图提出医学院校建设校园文化品牌的理论框架和实践方案。本书的后半部分主要是滨州医学院“三个校园”建设的实践总结，主要汇聚了任务配当表分配的各项建设任务的负责部门的建设情况和经验总结，以宏观与微观结合的视角描摹了“三个校园”建设的概貌，实实在在的经验汇聚也基本囊括了当前医学院校的文化建设的基本项目，并设置了滨医自己的特色亮点，具有较强的实践参考价值。

本书的撰写系统梳理总结了医学院校建设校园文化品牌的实践探索与经验累积，试图建构较为完整的医学院校校园文化品牌建设体系，理论与实践的结合视点与方法探索也为同类型院校的校园文化建设诚信了可供参考得样本。在理论体系的完善建构上，本书也以严谨的理论阐释界定了校园文化品牌等相关概念的内涵，并形成理论样本的路径探讨，这些都为理论体系的完善发挥了积极作用。而本书所重点呈现的“三个校园”品牌建设也为医学院校如何遵循医学文化的建设规律、探寻医学文化品牌建设的特色化路径标注了典型的经验，从“仁爱”到“活力”再到“美丽”的文化建设逻辑线也明晰了医学院校文化品牌的阐释逻辑线，对于同类型文化品牌的层次建构也将具有较好的启发意义。

所以，以此书为载体，我们也愿意和医学兄弟院校一起，共同探索，互相学习，相互进益，从医学的本体探寻符合自身特色的校园文化品牌建设路径，精妙创意，精心筹划，精准实施，精工建设，

精品呈现，为医学院校校园文化品牌建设水平的提升贡献个体力量。在此，也诚挚欢迎各位专家、学者、同行的批评指正，让我们不断完善，不断改进，不断追求，为建设优势突出、特色鲜明的高水平医科大学贡献文化力量。

编者

2020年6月10日

目 录

CONTENTS

第一章 缘起：医学院校校园文化品牌建设的背景与理念·····	1
第一节 医学院校校园文化品牌的建设：作为命题的提出·····	1
第二节 医学院校校园文化品牌建设的理念·····	3
第三节 研究目的、对象、方法及价值·····	6
第四节 相关概念的内涵界定·····	11
第二章 医学院校校园文化品牌建设理论研究综述·····	15
第一节 医学院校校园文化品牌建设理论研究学术史梳理及综述···	15
第二节 理论工具：新时代医学院校校园文化品牌建设的多元审视···	20
第三章 医学院校校园文化品牌建设实践探索现状·····	35
第一节 医学院校校园文化品牌建设实践的经验积累·····	35
第二节 医学院校校园文化品牌建设实践的问题存在·····	39
第三节 医学院校校园文化品牌建设的实践进路·····	45
第四章 滨州医学院校园文化品牌建设探索的三大基础·····	49
第一节 滨州医学院校园文化建设的历史基础·····	49
第二节 滨州医学院校园文化建设的现实基础·····	55

第三节	滨州医学院校园文化品牌建设的个性基础	58
第五章	“三个校园”与“滨医精神”	63
第一节	“三个校园”：“滨医精神”的文化表达	63
第二节	“三个校园”的内在逻辑关联与外延研判	66
第三节	“三个校园”建设的文化意义和品牌价值	69
第六章	滨州医学院校园文化品牌建设的“三个校园”路径探索	73
第一节	仁爱校园：思仁术妙恭所芟	73
第二节	美丽校园：好景人醉忆谁家	137
第三节	活力校园：书香倾卷青春好	159
第七章	个案启示视角下高校校园文化品牌建设总结	214
第一节	理论路径：基于研究框架的敷设与凝练	214
第二节	实践路径：基于类型特色的思考与探索	217
后 记	224

第一章 缘起：医学院校校园文化品牌建设的背景与理念

第一节 医学院校校园文化品牌的建设：作为命题的提出

校园文化的概念最早是由美国社会学家华勒，美国利物浦大学哲学博士、台湾师大教育研究所所长林清江先生提出的。在大陆，校园文化作为概念最早是在1986年4月上海交大举行的第12届学代会和1986年5月由共青团上海市委学校部召开的“校园文化理论研讨会”上提出的。到20世纪90年代末，人们关于校园文化概念的认识先后出现了“课外活动说”“第二课堂说”“氛围说”“学校准文化说”“规范说”“校园精神说”等六种主要观点。自20世纪末以来，人们对于校园文化概念的认识不断加深并趋于成熟，“品牌说”渐如大众视野。这个原本是商业营销和广告宣传的专业词汇不断与校园文化进行理论与实践上的黏合，形成了校园文化建设的全新方向。

那么，校园文化有没有可能形成一种品牌，答案显然是肯定的。如果没有品牌指向，那么校园文化的建设很难形成具有辨识度的特色化区分，如果不能形成特色，作为学校精神魂魄的文化建构不仅对于提升育人水平没有实际意义，而且还会偏离了文化育人的主旨方向。所以，虽然品牌更多地是偏重于经济价值属性的专业术语，但是对于校园文化同样能够产生具有黏合性的适应价值。只不过，校园文化品牌与商业品牌所产生的价值属性有所区分，商业品牌更为注重的是经济效益，而校园文化品牌则更

为注重社会效益。当前，诸多高等院校和中小学纷纷提出了打造校园文化品牌的目标，并在实践上进行了卓有见地的实践。但是，相应的问题也出现，千校一面的建设面貌、脱离特色的品牌确立、急功近利的建设诉求、理论与实践脱节的建设模式让校园文化的建设偏离了方向。实践的偏离也直接导致了相关理论研究的错位。有相当一部分研究成果与其说是理论研究不如说是工作总结。所以，关于校园文化品牌研究亟须确立完善的理论建构体系，打通文化品牌与学校特色的内在逻辑关联。

与此相应合的是，从更为宽广的背景方面考量，校园文化建设也成为时代发展合教育走向的必然。党的十九大报告指出：“文化是一个国家、民族的灵魂。文化兴国运兴，文化强民族强。”中共中央、国务院发出的《关于进一步加强和改进大学生思想政治教育的意见》也强调，大力建设校园文化是拓展新形势下大学生思想政治教育的重要途径。^①2010年7月29日发布的《国家中长期教育改革和发展规划纲要（2010-2020年）》提出高等教育要优化结构办出特色，这指明了高等教育的发展要走特色办学之路，要加强校园文化建设。国家层面的关注合指向为校园文化品牌的建设提供了政策基础合导向启示。打造好校园文化品牌也成为践行时代精神，落实重要指示的有效路径。

而从遵循教育发展规律的视角审视，校园文化品牌的建设也是教育发展的必然要求。因为教育本身就是一种文化传承的公益性事业，离开了文化，学校即使现代化程度很高，也像无源之水、无本之木，缺少根基和魂魄，没有教育本有的价值呈现。所以，校园文化是高校的精神和灵魂，是高校赖以生存和发展的重要根基，是高校核心竞争力的重要组成部分。

再从教育管理的角度来看，文化管理是最高境界，也是管理者的最高追求。文化立校，特色育人将成为学校可持续发展的源泉和动力，也必将成为办人民满意教育的重要标志。所以，加强校园文化建设，努力构建富

^① http://www.moe.gov.cn/s78/A12/szs_lef/moe_1407/moe_1408/tnull_20566.html：教育部官方网站，中共中央国务院发出《关于进一步加强和改进大学生思想政治教育的意见》。

有文化内涵、时代风格和学校特色的优秀校园文化品牌，对增强广大师生的凝聚力，对形成良好的校风教风学风，对提高人才培养质量和办学水平，对促进优质教育建设都具有重要的意义。

综上所述，校园文化是师生精神风貌、思维方式、价值取向和行为规范的综合体现，可以说校园文化是一所学校内涵发展的具体体现，也是一所学校综合实力的反映。加强校园文化建设，既是构建和谐校园的需要，更是提升学校内涵、促进学校可持续发展的重要途径。^①于是，校园文化品牌的建设作为问题的提出便有了时代语境、理论基础和话语指向以及内在旨归。那么，既然是品牌建设，那么，相应的特色和辨识度也需要重点考量，从类型学角度来审视，学校校园文化品牌的建设应该遵从类型化特色，根据不同学校的不同文化特点来建构和确认符合自身实际情况的品牌。而本书所研究的医学院校校园文化品牌建设便是直面校园文化品牌建设的探索样本。山东省应用型人才培养特色名校滨州医学院为进一步加强大学文化建设，传承创新学校优良传统和“滨医精神”，打造校园文化特色和品牌，提升学校的文化品位和文化“软实力”，根据学校文化建设总体规划和重点工作安排，开展了“仁爱校园、活力校园、美丽校园”建设活动。不难看出，滨州医学院“三个校园”的建设基点是特色和品牌，这也印证出该品牌建设创意的科学性，它没有盲目地跟时髦寻求快速的品牌建设效果，而是着眼于学校的历史发展特色和当下的品牌效应积淀，这也让它具有非常好的样本意义，对于医学院校校园文化品牌的特色化和类型化建设探索了良好的样本启发与典型借鉴，对整合育人资源、拓宽育人渠道、强化育人效果、提升学校品位将具有重要作用。

第二节 医学院校校园文化品牌建设的理念

当前，校园文化品牌的建设属于大学文化建设的框架范畴，也是大学

^① <http://www.jnsyzyx.cn/display.asp?id=930>：江南实验中学官方网站，安师大孙德玉教授来我校做校园文化建设专题报告。

文化建设理论框架的具体践行。大学文化建设整体着眼的还是大学理念，这是大学文化建设无可规避的阐释重心和理论基础。所以，医学院校校园文化品牌的建设理念归根结底还要建立在大学理念的探讨上进行。

（一）引导性

大学理念在教育的具体实践中要有一定的超前性，最起码不能落后于教育实践，否则，指导意义便无从说起。所以，校园文化品牌的建设要具有一定的文化高度、思想深度和情感温度，而这一切，都需要其本身的指导性体系的确认。在具体的效用发挥过程中，校园文化品牌也只有实现思想上的超前，才能够为学校的发展指明前进的方向，并形成强劲的软实力支撑。如果说大学精神是在日积月累的历史积淀中形成的文化底蕴，那么，大学理念则是灌注大学精神理念与教育思想的指针，以此而形成对师生的持续引领，大学理念是建立在文化精神基础之上的思想引导。它的引领属性具有超前性、预判性和指定性的特征，这些都决定了医学院校校园文化建设的理念，不能圈定于当前的校园文化发展认识，而是需要具有一定的超越性，跳出当前性的拘束而体现出一定的前瞻思维和预判意识，最终形成对未来文化发展的总结性特点。

（二）实践性

大学理念的本质属性归属于精神层面，它能够对大学文化的建设产生指导作用，而实践则是从精神到实际之间的有效架连。这也决定了校园文化品牌以文化人教育方式的非说教性的定位。与传统的说教教育相比，校园文化品牌强调潜移默化的育人功效，更多地是着力于情感共同和心理共鸣。而其强调的着力点则需要实践的推进。首先，校园文化品牌的建设需要实践，只有通过实体化的品牌项目建设才能够发挥品牌效应。其次，师生要使大学理念以及校园文化品牌发挥效应，也必须通过言行举止的实践来指导自己，发挥文化品牌的本有张力。

当然，医学院校校园文化品牌的建设实践需要遵从一定的实践规律，这是与文化建设理念相协调的具体策略规整和前提规约，具体如下：

1. 单体建设方式

单体建设是校园文化建设实践最为常见的方式，主要是指学校进行某个单体工程项目的建设来形成集约的品牌形象。比如，学校建设特色班，或者特色教室，或者建设文化长廊，等等，都属于文化实践的单体建设方式。这一实践方式的优势是能够再最集约的时间以集中的人力、物力和财力来实现较为快速的效果呈现，这也是当前大部分学校在校园文化建设上选择这一方式的重要原因。但是，这一方式的劣势也很明显，由于其个体化的单体呈现缺乏体系构成，无论是品牌的持续性延伸和效应性凸显都稍显弱势，往往难以形成集群效应，对理论体系的建构关照更是无从谈起。

2. 联合借用方式

联合借用是指学校与校外资源或者兄弟院校联合建设的品牌建设方式，强调双方资源的集中与汇聚。该方式的主体结合一般为地方职能部门或者企事业单位与学校强强联合共建基地或者文化场馆项目。这一实践方式的优势是能够较为充分地发挥资源效益，进一步提升校园文化品牌的开放性，强化品牌的社会影响力，能够最大效度的节约学校资源付出；但是这一方式的劣势也很明显，最大的问题就是特色化的精准定位，未必能够体现出学校的特色和类型特征，在育人的稳定性方面也有待考量。

3. 融合汇聚方式

融合汇聚方式是指学校积聚自身资源，适当引入外部资源，但主要是学校的内部资源协同打造品牌元素构成体系。这是当前文化品牌最为优化的实践方式，对品牌的创新性建构具有很好的保障作用。比如，本书的研究对象滨州医学院“三个校园”建设便是融合汇聚方式的代表样本。这一品牌文化的打造立足于学校数十年历史发展的文化底蕴，结合学校医学类型的特色，找准以仁爱文化作为该品牌的精神内核和有效的辨识度，同时，规避单一个体的项目建设和较大以来外部资源的建设模式，协同联合校内各个部门力量集体发力，让校园文化品牌的建设更接地气，更具有普适性特征。当然，值得肯定的是这一文化品牌的建设并没有以单独的仁爱校园为品牌建构内容，而是汇集美丽校园和活力校园建构起完整的校园文

化品牌构成体系，形成过往、当下与未来的完整的脉络进度和时间走向，让品牌打造更具有完备性特征。当然，“三个校园”的建设基础是学校各部门汇聚的资源，于是，在顶层设计上学校对具体的建设内容以类型元素的细分视角进行分门别类的划定，并按照主体责任部门的界定落实到位，对校园文化品牌的建设对劲确立了较好的政策机制保障，也较好地探索了校园文化品牌建设实践的创新路径，为融合汇聚实践方式提供了典型样本的注解，也为校园文化品牌建设的提档升级进行了富有借鉴意义的创新尝试，是整个品牌建构体系的有效支撑和具体践行。

（三）个性化

不同的高等学校在自身的实践发展过程中都会形成不同的风格传统和文脉传承，并能够形成薪火传承的代际性文化特征。所以，在大学理念的总结上也会形成区分性较好的个性化特征，这是大学理念的本有意义。当然，在具体的实践中，诸多大学理念虽然在文字的表述上略有不同，但是千校一面也是不争的事实。所以，个性化成为高等院校校园文化品牌建设的指向性标准规则。在实际建设过程中，医学院校该如何彰显医学文化特色，打造与众不同的品牌辨识度，如何将医学的科技属性与人文情怀有效统筹，如何凝练出代表学校师生行为举止和内在思想的文化核心点……这些都是校园文化品牌建设所应该着力的理念考量。所以，判断一所高校的文化建设水平，相当程度上个性化文化体系的建构会发挥比较重要的作用，也是校园文化品牌建设的重要理念。

第三节 研究目的、对象、方法及价值

一、研究的目的

本书重点探讨的是医学院校校园文化品牌建设的研究，通过滨州医学院“三个校园”文化品牌的建设实践，为解决当前医学院校校园文化品牌