

Doi:10.3969/j.issn.1672-0105.2018.02.016

# 校友文化培育路径探析

卢志米

(台州职业技术学院, 浙江 台州 318000)

**摘要:** 校友是跟学校有情感联系的群体, 校友文化的建设对学校的建设和发展有重要的作用。那么如何培育良好的校友文化呢? 本文结合国内外优秀的经验和高职院校成功的做法, 对如何培育校友文化进行梳理。分别从以下三个方面进行阐述: 以情感为纽带, 从学生入校开始培养学生的归属感、荣誉感; 以沟通为基础, 搭建传统线下和网络沟通平台; 以活动为载体, 通过设计和开展特色鲜明的主题活动, 让校友关注母校, 造福桑梓。

**关键词:** 校友; 校友文化; 情感; 沟通

中图分类号: G641

文献标识码: A

文章编号: 1672-0105(2018)02-0063-03

## The Path of Developing Alumni Culture

LU Zhi-mi

(Taizhou Vocational & Technical College, Taizhou, 318000, China)

**Abstract:** Alumni are those who have emotional connections with school. The cultivation of alumni culture plays an important role in the construction and development of the school. So how to cultivate a good alumni culture? According to the excellent experiences of domestic and foreign universities, we conclude that: 1. Foster a sense of belonging and honor since the student entering school. 2. Build communication channels both on and off the internet. 3. Gain attentions of alumni, and focus them on the development of school through series of theme activities. Bring benefits to alma mater at last.

**Key Words:** alumni; alumni culture; emotion; communication

### 一、校友文化概论

校友指的是一个人与学校产生各种关系联结的总和。在这个关系中, 有学习关系、工作关系和进修深造的关系, 在这一关系的人群中, 有学生与学生之间的关系, 学生与教师之间的关系, 还有师生与学校之间的关系。一个学生在一所学校学习多年, 一个老师教学数年, 甚至几十年一辈子, 离开母校之日起就跟母校没有隶属关系, 剩下的是情感关系。

随着时代的进步, 校友与学校关系呈多样化发展趋势, 对学校亲近性与贡献率也呈现多层次状态, 一个成就和影响力越大的校友, 越亲近母校, 对母校的影响和贡献越大。与之相反的校友, 对学校消极影响越大。

近几十年来, 各所高校都创设了校友会。让校友

会成为校友与学校共生共荣的平台。学校以校友会为平台联系校友, 校友反哺母校, 支持母校发展, 期望取得富有成效的成绩。校友是学校的资源, 是人力资本、信息来源、财力支持、品牌广告<sup>[1]</sup>。因此, 构建学校的校友文化, 形成积极向上校友文化氛围就显得十分必要。

什么是校友文化? 校友文化是一种精神现象。“文化”含有“以文教化”之意<sup>[2]</sup>。它表示对人的性情的陶冶, 品德的教养, 属精神领域的范畴。具体来说, 校友文化是一所学校在长期的育人活动中形成的母校与校友、校友与校友、校友与社会之间的情感维系、价值取向、沟通网络、合作交流、服务回馈等的精神现象<sup>[3]</sup>。

校友文化的培育, 不仅包括校友走向社会以后关系的维系, 也包括在校时的精神熏陶, 两方面一

收稿日期: 2018-04-21

作者简介: 卢志米, 男, 台州职业技术学院副研究员, 研究方向: 教育管理

脉相承,相互影响。校友文化是学校与社会共同培育、共同分享的产物,会产生物质与精神的成果,影响学校的文化和精神的形成。本文着重从以下三方面探析校友文化的培育路径。

## 二、校友文化的培育以情感为纽带

情感是人对客观事物是否符合其需要所产生的态度体验。校友之所以在毕业以后还愿意整合甚至付出各种资源,支持母校各项工作,内心深处动力还是深厚的情感。所以校友文化的培养应以情感为纽带。具体来说,校友对母校的情感还包括归属感和荣誉感。

归属感是一个重要的校友情感。校友毕业以后,还能够认同自己是学校的一员,积极参与学校活动,需要内心深处充满对学校深深的归属感认同感。有调查研究显示,离开学校以后对母校认同感越深的人,在校友活动中的融入就越深,投入程度和发挥的作用就越大<sup>[4]</sup>。

校友归属感的培养不是一天两天能够完成的,需要长时间熏陶,应从在校期间开始。学生在校期间感受到的同学、老师、学校对待他们的方式,深深影响到离校以后对母校的忠诚度<sup>[5]</sup>。一个进入大学校门的新生正在经历人生重要的转变,来到陌生的环境,遇见来自四面八方的同学,很容易受到同学、老师、学校的影响。一方面,从陌生到熟悉再到适应的过程,新生开始独立面对新的学习、生活环境,比如哪里可以买生活用品,哪里有图书馆,学校有哪些设施可以使用等等。与高中时代相比,大学的学习、生活方式发生较大的变化,大学生更加独立自主。比如,高中学习以老师安排为主,而大学需要更多自主学习;以前在家父母照顾生活起居,现在要独立处理生活琐事,处理寝室室友关系,这些都会让刚进校门的新生措手不及。当学生能较快地适应环境,适应学校的各种规划,会形成符合心理规律的“熟悉——喜爱”效应,学生的焦虑感自然降低,安全感和归属感获得。另一方面,人有逃离孤独的倾向,希望自己隶属于某个社会群体,成为团体一员,从而满足许多社会情感,获得他人认可、接受,获得友情、关心、帮助、尊重等。因此让新生对校园生活、对学生群体、对校友文化先有个清晰的了解是校友工作开展的第一步。在美国,校友回馈率最高的普林斯顿大学最重视母

校归属感和责任意识培养<sup>[6]</sup>。

归属感的培养,仅仅局限于在校时的培养是狭隘的理念,需要延伸到毕业后。母校经常与校友联系,会让校友感到自己仍然是母校的其中一员,会让校友感觉到母校关心自己的成长。美国的实证数据显示,与母校联系越多的人会有越多的回馈<sup>[7]</sup>。国内的调查也表明,毕业的校友深切期盼母校联系他们,觉得被主动联系是件很荣幸的事情。而且他们也会关注学校的建设发展,希望能听到、看到学校的消息,在能力范围内感恩回馈母校。许多学校的校友会日常工作之一,是向校友发布学校信息,方式和途径多样,比如节日寄送祝福贺卡、发送电子邮件、发手机短信等,保证与校友的情感不间断、沟通不间断。

荣誉感也是校友文化的重要情感因素。在校时学生以母校为荣,毕业后母校以校友为荣。一方面,校友要感受到学校给他带来知识的价值、发展的价值。人一生中的美好时光在大学里度过,在大学学到了专业知识,锻炼了多种能力,通过知识改变自己的命运。当校友有所成就而且认识到自己的成就离不开学校的培育时,自然就会回馈母校,认为回馈多少都不足以表达对母校的感谢。另一方面,荣誉感影响校友参与校友会活动的程度。有调查表明,校友参与学校的发展积极性越高,参与的人越多,回馈学校的影响力也就越大。一些校友会工作重要一项内容是展示校友风采,一方面学校建设“优秀校友成果展厅”,开放给在校生参观;另一方面在各种媒体上宣传优秀校友的事迹,提升学校的影响力,增进校友的荣誉感。校友情感,看不见、摸不着,但实实在在地存在人心间。校友情感会传承、会扩散,是校友文化的纽带。

校友情感文化与学校品牌建设息息相关。校友是学校向社会输出的培养成果,又是母校的活广告。学生为什么选择就读一所学校,品牌响亮是重要因素。当人在接触认识新的事物时,品牌情感起到至关重要的影响<sup>[8]</sup>。响亮的品牌会提升人们对新事物的好感度。具有良好社会影响力的高校品牌,对新生的影响是巨大的,有着先入为主的作用,让新生走进校门就有想亲近的愿望。因此,可以推测通过校友情感建立高校品牌,将有助于学生择校,增加生源数量,提升生源质量。大量实证研究表明,校友对母校的归属感、荣誉感等情感是校友回

馈的重要因素。校友对母校的回馈体现了校友对学校的满意程度,体现了一所大学的声誉。比如浙江金融职业学院就赢得了“金融黄埔”的声誉,办学40多年来,培养了5000位银行行长。

### 三、校友文化的培育以沟通为基础

搭建校友会平台,目的是促进学校与校友的双向交流与发展。通过沟通平台,让校友更多地了解学校的发展方向和最新成就;又让学校通过平台了解校友们最新的发展成果,实现双向互动,共享信息。

校友工作需要搭建一个沟通平台。一是要重视校友总会建设,建立章程,开展活动。二是要建立校友分会,尤其在校友人数众多的地方,团结联络热心校友工作、又有影响力号召力的校友担任校友分会筹办负责人。及时寻找区域内的其他校友,开展互动。

除了传统的校友会,在信息社会沟通平台可以更宽广。电信平台、网络平台都可以加以合理利用。这些平台不受到地域的限制,随时随地都可以让校友了解学校,参与到学校中来。

信息平台具有传播的功能,可以将学校《校友通讯》等承载学校信息的电子杂志,通过邮件系统向校友发送。通过节假日发布祝福短信、增进情感。建设校友会主页,展示学校、校友会的工作和活动,促进各分会的交流。

在自媒体时代,沟通是双向的互动的,可以有目的地解决一些问题。校友会工作可以利用校园BBS、微博微信这些自媒体和校友进行双向互动。母校了解校友需求,了解校友动态,校友也可以通过信息平台了解学校。学生之间也可以借此相互联系。曾经就有学生,在微博上和知名校友相互沟通、相互了解取得了较好的就业机会。

### 三、校友文化的培育以活动为载体

校友文化植根于校友与学校互动的实践活动中,顶层设计校友活动主题,精心组织校友活动,对于培育校友文化具有重要的意义和作用。可以从以下几方面去设计和开展校友活动:

一是通过设立奖助学金或奖助基金会,由校友自愿捐助,奖励和资助优秀学生和困难学生,通过冠名和资助活动,让母校情感代代相传。

二是建造文化景观,营造浓厚的文化育人氛围。如通过知名校友在校时留下的故事、足迹,以

雕塑、公园、名楼等文化景观形式呈现,让历届校友和在校生了解、熟悉,形成校友的优良传统和习惯。

三是收集展出优秀校友作品。用欣赏的眼光寻找学生闪光点,收集作品充实校史,以此激励学生了解学校,提升学生思想认识。若干年后当他们重返学校看到自己的作品,也是珍贵的回忆。

四是开展校友回校活动。国内外许多高校每年都会开放1~2次“校友回访日”,期间开展丰富多彩活动。例如让校友以座谈会、报告会、特色课程等形式,与在校生交流工作中的心得体会,指导学生职业生涯规划。可以聘任校友成为专业发展委员会,参与人才培养方案制订和论证,让校友走进课堂,导航人生,听课评教,促进教学。

五是让在校生走访校友。学生每年寒暑假都需要开展社会实践活动,毕业前需要顶岗实习。这时候各行各业的校友可以起到传、帮、带的重要作用。学校以校友总会出面联系各校友分会,号召校友们积极接纳在校学生,指导学生。不仅帮助学生走向工作岗位,学习做事,而且帮助学生走向社会,学习做人<sup>[9]</sup>。

六是培养校友回馈意识。校友回馈意识培养,要从在校生抓起。虽然说在校生不如在社会上工作的老校友有影响学校的能力,但是这种意识和情感始于在校期间。除了上文提到的归属感、荣誉感的培养是回馈的主要动力外,具体活动上国外也有经验可循,其目的是让在校学生深切体会到校友回馈给他们带来的实实在在的好处。例如利用校园网平台告诉学生校友回馈以及这些回馈给学校带来了什么样的提升。让学生重复看见这些信息,记住这些信息。等在校生适应学校生活后,招募对慈善事业感兴趣的学生,带动身边的同学参与到慈善筹款活动。哪怕现在只是回馈几元钱,也会成为今后源源不断回馈的动力<sup>[10]</sup>。

总而言之,校友文化培育是从学生进校就开始,持续校友一生的工作。通过毕业校友之间的互动,毕业校友与在校学生的互动,在校学生之间的互动等方式全方位培养校友的母校情感。让大家感受到从入学开始到离开学校以后,自己一直都是学校的一分子,学校以大家为荣,大家以学校为荣。进而促进校友回馈,促进学校品牌建设,让校友成为学校生生不息的源泉。

(下转 第95页)

效途径,是积累实践经验的重要机会。各种国家级、省市级、校级的创业大赛很多,如互联网+大赛、大学生创业竞赛等,通过竞赛提升学生竞争力,推动创业项目完善和落地。鼓励学生主动参加各类大赛,在准备过程中不断完善项目;在参赛的过程中,学生的组织能力、团队协作能力、抗压能力、自信心等都得到了提升,在参赛过程中创业项目得以改善个人品质得以磨练。创业大赛是创业教育的重要途径,高校每年可组织1~2次大型的校内创业大赛,以赛促创,营造良好的创业环境,鼓励和帮助学生参加大赛,提升学生综合素质。

#### (五) 整合社会资源推进创业教育

创业教育需要协同地方经济共同发展,整合地

方企事业单位资源,打破行业的界限,加强学校与地方政府、企业、单位组织的合作,建立资源互补、资源共享的人才培养模式。高校要充分发挥自身优势,主动融入地方经济社会发展,把科技成果用于企业的生产实践,推进技术创新和成果转化。尤其需要加强与企事业单位的合作,给学生提供产学研的实践基地,真正落实理论结合实践,在做中学,在学中做,为学生创业项目的孵化做好准备,协助学生项目落地生长。

总之,“2+1”创业教育仍处于起步和试点阶段,在思想认识、课程设置、师资等方面还存在不足,需要不断加以改进和完善,从而提高创业教育的效果。

#### 参考文献:

- [1] 申珊珊.“2+1”创业教育班学生的创业意向及其影响因素分析——基于个体特征及家庭特征的研究[J].浙江工贸职业技术学院学报 2017(02):58-61
- [2] 2015届浙江省高校毕业生职业发展普及人才培养质量调查报告[M].杭州:浙江省教育评估院,2016.
- [3] 吴晶.我国现代学徒制的研究综述[J].中国职业技术教育,2016(31):20-24.
- [4] 黄兆信,赵国靖.中美高校创业教育课程体系的比较研究[J].中国高教研究,2015(1):56-5

(责任编辑:台新民)

---

(上接 第65页)

#### 参考文献:

- [1] 谢晓青.高校校友资源开发与运用研究[J].高教探索,2010(2):27-30.
- [2] 池莉.文化究竟是什么意思[J].快乐阅读旬刊,2012(10).
- [3] 王东升.高职院校校友育人生态文化建设探析[J].职业教育研究,2010(6):128-130.
- [4] 陆志华.校友融入校友组织活动质态分析研究[J].教育与职业,2013(6):173-174.
- [5] 李政云,邹琴.在校大学生校友情结的培养——美国的经验与启示[J].黑龙江高教研究,2013(1):17-20.
- [6] 李祖祥,潘霞.中美高等教育捐赠结构及途径之比较[J].黑龙江高教研究,2013(3):5-8.
- [7] 李政云,邹琴.在校大学生校友情结的培养——美国的经验与启示[J].黑龙江高教研究,2013(1):17-20.
- [8] 望海军.品牌信任和品牌情感:究竟谁导致了品牌的忠诚?——一个动态研究[J].心理学报,2012(6):830-840.
- [9] 龚宏富,陈民.我院“校友文化”建设的实践与探索[J].中国职业技术教育,2011(4):86-88.
- [10] 李政云,邹琴.在校大学生校友情结的培养——美国的经验与启示[J].黑龙江高教研究,2013(1):17-20.

(责任编辑:邱旭光)