

转型背景下的地方行业院校校园文化建设探究 ——基于主体间性理论的视角

陈永斌

摘要：“推动地方本科院校实行转型”命题的明确提出，意味着世纪之交改制为属地管理的行业院校再次面临着转型问题，也给地方行业院校的校园文化建设带来了新的机遇和挑战。文章在综合分析地方行业院校校园文化建设特点和存在问题的基础上，基于主体间性理论的视角，探究其建设路径，从而实现各主体的共同发展。

关键词：地方行业院校；转型；校园文化；主体间性

作者简介：陈永斌，男，副教授，教育学硕士。（浙江传媒学院 电视艺术学院，浙江 杭州，310018）

中图分类号：G647

文献标志码：A

文章编号：1008-6552 (2015) 02-0122-07

20世纪50年代，为了适应国家走工业化发展道路的需要，参照前苏联的办学模式，我国按照专业大类设置专门的高等学校，建立了高度专门化的高等教育体系，一批与国家工业发展及产业布局相配套的行业院校迅速建立。20世纪末，随着我国市场经济的深入发展，高等教育的发展也从精英化阶段向大众化阶段过渡，传统的计划经济体制下建立起来的高校办学模式已经不适应时代的发展要求。为此，我国高等教育体系提出了“共建—调整—合作—合并”等一系列的体制改革思路，行业院校开始了新一轮的改革，大部分行业院校实行了中央与地方共建、以地方管理为主，并由地方统筹进行必要的布局 and 结构调整。2014年3月22日，教育部有关负责人在“中国发展高层论坛”上明确提出，要推动“600多所地方本科高校实行转型”。这意味着世纪之交改制为属地管理的行业院校将再次面临着转型问题，而地方行业院校的校园文化建设也面临着新的机遇和挑战。如何在新的转型背景下，激发校园文化中各主体的积极性、主动性，从而发挥校园文化的德育功能，成为新时期的一大重要课题。本文基于主体间性的视角，拟从校园文化的特点、存在问题和建设路径等方面对转型背景下的地方行业院校校园文化建设进行探讨和研究。

一、现实困境：地方行业院校校园文化建设存在的问题

当前，地方行业院校校园文化建设呈现出校园环境设施日趋美化，管理机构制度日趋完善，校园文化活动日趋丰富，校园文化载体日趋多样，发展方向目标日趋明确，文化价值取向日趋认同的良好态势，但就如何结合地方行业院校的办学理念、办学目标、办学特色创建特色校园文化还存在一些亟待解决的问题。

（一）重物质文化建设轻精神文化建设

校园物质文化是校园文化尤其是精神文化的物质载体和外在标志。地方行业院校为了抢抓高等院

校改制扩建的机遇，且随着办学规模的扩大和招生人数的增长，在学校物质文化建设方面采取“短、平、快”的发展模式，表现出“投入大、速度快、品质高、设施全”的态势，为校园文化建设奠定了良好的物质基础。然而，罗家伦先生说过：“办好一所大学，光盖房子是不够的，建筑物内必须有学术的灵魂，才是一个有生命的东西。”^[1]好些地方行业院校在校园整体规划建设中，没有认识到物质文化建设与精神文明建设同步规划的重要性，导致精神文明建设的高度、深度、厚度让渡给了物质建设的速度，没有实现物质文化与精神文化的有机融合，物质文化没有充分体现和反映学校独特的精神文化，在物质文化建设中缺少能体现学校精神的标志性建筑和具有象征性的校园景物，并且缺乏对物质文化进行精神层面的深入挖掘和宣传，师生员工只能感受到校园物质文化的现代感，难以感受到精神文化的厚重感，可谓“只见其形，不见其神”，造成精神文明建设发展滞后。

（二）重共性文化建设轻个性文化建设

美国当代著名比较高等教育学家伯顿·克拉克在论述院校特色时说：“院校的希望与其说产生于彼此的共同点，不如说产生于相互之间的差异。”^[2]地方行业院校多是行业性或者微综合性学校，随着外部环境的变化、学校规模的扩大、办学层次的提高，不少地方行业院校出现了贪大求全、好高骛远、急功近利、盲目跟风、照搬模仿等现象，在办学规模、办学理念、办学定位、办学目标上趋于雷同，办学规模追求“大而全、小而全”，办学理念追求“高、大、上”，办学定位追求“研究型、综合型、国内一流、国际一流”，没有充分考虑自身的历史渊源、发展趋势、优势特色、学术追求等方面的因素，出现了“千篇一律、千校一面”的现象，在校园文化建设过程中出现了定位不清晰、特色不明显、制度不健全、管理不到位等综合性症状，呈现出形式化、表面化、空泛化、趋同化等弊端，在展现学校个性魅力，打造特色校园文化，提升核心竞争力等方面激情多于理性，想法多于办法，眼前多于长远，最终导致目标不明、措施不力、效果不显。

（三）重行业文化建设轻地域文化建设

校园文化具有其生成的长期性、作用的潜在性、存在的延续性和改变的迟缓性等特点。虽然行业院校改制为地方行业院校，但此类院校还没有像融入行业文化一样地把地域文化融入到校园文化中来，校园文化与地域文化互动意识缺乏、互动机制缺位、互动介质缺失，地方行业院校与地方沟通不够，合作较少，联谊有限，缺乏必要的宣传和展示，这必然会影响地方行业院校对地域文化营养的吸收和自身校园文化优势的充分发挥，难以在地方形成规模效应和品牌效应，知名度低，影响面小。这些都严重地影响了校园文化、行业文化和地域文化的和谐发展。

（四）重文化建设形式轻文化建设内涵

地方行业院校的校园文化活动存在着目的不明、层次偏低，设计欠妥等问题，活动文化建设呈现浅表化、形式化、庸俗化、商业化趋向，具体表现为：娱乐性活动多，教育性活动少；文体性活动多，学术性活动少；时尚流俗性活动多，高雅艺术性活动少；反映前卫的活动多，继承传统的活动少。表面上看起来热闹无比，但实际内容匮乏、形式单调，缺乏高质量、高品位的活动项目来满足师生的精神需求和引领校园文化建设，对活动的主题性、思想性、学术性缺乏深刻的思考和精准的凝练，使校园文化还处于自娱自乐的低层次状态，缺少有深厚的文化底蕴、有高度的文化引领和有热度的文化追求。

（五）重学生主体参与轻教师主体参与

教师本身的职业角色决定了其在主导、引领、保持与巩固校园文化建设中的重要作用，他们是校园文化最主要的创造者、继承者和传播者。但当前地方行业院校的校园文化建设没有构筑全员共建的校园文化体系，作为校园文化建设主体之一的教师群体在缩小，难以形成全员育人、全过程育人、全方位育人的合力。究其原因，主要有主观和客观两个方面。就主观方面而言，有的教师认为校园文化建

设是学校领导、相关职能部门、团学组织和学生的事情,况且学生文化活动通常安排在晚上或者周末,那是个人的休息时间,没有义务去参加指导。就客观方面而言,一是地方行业院校扩招造成师生比例失调,教师教学任务加重,同时还肩负学历深造、职称晋升等压力,没有时间、精力去参加校园文化活动;二是随着地方行业院校新校区重建、分校区扩建,许多教师候鸟般穿梭在新老校区、主分校区之间,把新校区、分校区当成工作的地点而非生活的地方,上课就来,下课就走,踩着点赶班车,和学生缺乏正常的充分的交流与沟通,难以达到育人效果;三是地方行业院校属地管理后,招生、就业、教学、科研等具体的办学条件成为评估一个高校的硬性指标,因此也就成为了院校发展关注的核心,导致作为隐性的、软性的校园文化建设地位下降;四是由于绩效工资的改革,教师的主观能动性和工作积极性得不到充分调动,在完成规定工作量的基础上,那些专业强的教师在行业领域从事副业,无暇顾及校园文化活动。上述因素导致作为校园文化主体之一的教师在校园文化建设中的主导作用无法充分发挥,直接影响教书育人、管理育人、服务育人的效果。

二、主体间性:校园文化建设转型的破解之道

“主体间性”理论是由胡塞尔提出,经海德格尔、哈贝马斯等人完善的一个哲学范式,该理论认为,两个主体之间不再是主客体关系,而是相互沟通、理解、交往的关系,“是主体与主体在交往活动中表现出来的以共主体(交互主体)为中心的和谐一致性等集体特征。”^[3]强调每个作为主体的个体的存在和发展。这一理论的发展也运用到教育学等领域,为校园文化建设的转型提供了理论支撑和实现路径,基本内涵可从以下几个方面理解。

首先,在主体间性校园文化建设中,学校的师生、员工,相关的行业、地方主体都是主体间的存在。校园文化的建设者,校园活动的参与者,校园精神的宣传、传承者都具有主体性,不再是物化的客体和被动的参加者,而应该是与他人共存发展的独立个体,并进行交往和沟通。其次,校园文化建设过程中,校园文化活动是主体间的交往互动活动,而不是单方面的灌输,是主体间通过彼此的交流、理解达成共识的过程。主体间是相互理解的,通过平等对话来达成一致,从而实现双方的共同发展。

在转型背景下的校园文化建设过程中,以主体间性理论为指导,不仅是师生等主体发展的需求,更是基于地方行业院校校园文化建设自身特点的需要。地方行业院校作为相对独特的高校群体,其所创建的校园文化既具有共性特点又具有个性特点,一般表现为明显的行业性、明确的导向性、明晰的地域性、主体的独特性和文化的再造性。

其一,明显的行业性。地方行业院校大多依靠行业部门举办,服务于行业发展,办学具有鲜明的行业特色。这就要求其校园文化的建设要体现行业特色,凝练行业品质,在办学理念、办学特色、学科建设、专业设置、实践实训、师资建设等方面都要体现出明显的行业特性。实践证明,只有在地方行业院校的校园文化中融入行业文化,才能凸显地方行业院校的行业特性,真正形成地方行业院校的办学特色,以适应和满足就业市场以及行业企业的需要。

其二,明确的导向性。地方行业院校拥有特定领域的就业市场,一般是行业需要怎样的人才,学校就培养怎样的人才;岗位需要什么,学校就教学什么;学科建设、专业设置紧贴行业需求,培养的学生主要是满足于行业对人才的需求,在行业竞争中具有巨大的优势。因此,该类院校的校园文化建设应在历史传统、办学定位、学科优势、人才培养、教学科研、师资建设等方面凸显出明确的导向性,强化办学特色,优化内涵建设,固化办学品牌。

其三,明晰的地域性。“城市孕育大学,大学滋养城市”,一个区域的社会传统文化与其所属院校校园文化有着极为密切的“互哺”关系。尤其是20世纪90年代,全国大部分行业院校改制为属地管理或地方与行业部门共建,这就意味着地方行业院校从原来的“办在地方”过渡为“由地方举办”。在

市场经济条件和高等教育大众化背景下，高校开放办学是必然趋势，地域文化与校园文化的联系比以往任何一个时期都更为紧密。因此，高校作为地域文化的中心，它的校园文化始终是包含在区域文化中，都带有区域文化的印记。^[4]

其四，主体的独特性。校园文化的主体泛指全校的师生员工。地方行业院校因为与行业有着千丝万缕的联系，因此校园文化的主体具有独特性——融合教育性与行业性的统一体。从教师群体来看，地方行业院校的专业教师更多地来自行业一线或更高层次的同类型院校，具有较强的行业素养和行业技能，在站好讲台的同时还活跃在行业一线。从学生群体来看，能考入地方行业院校的学生一般具有一定的行业潜质和强烈的专业追求，专业思想稳固，专业目标明确，就业去向一般为行业系统。

其五，文化的再造性。20世纪末行业院校进行的新一轮的改革主要表现为：一是属地管理，地方行业院校归学校所在地的省市区管理为主，行业部门管理为辅；二是合并升格，地方政府实现所属辖区的同类型的行业院校合并，且完成办学层次的升格；三是扩建校区，大部分地方行业院校为了缓解办学空间紧张，扩大教育资源，优化布局结构，采取“整体置换，重新建设”的模式建设新校区，有的院校拓展了分校区，还有的甚至在建设新校区的基础上又开辟了分校区。然而，在转制时间短、规模扩张快的同时，地方行业院校校园文化如何在传承中融合、重塑、再造，成为了新的思考和新的课题内容。

无论是地域性特点还是主体独特性的属性，校园文化建设都应该发挥所有相关主体的积极性和主观能动性，从而发挥校园文化的德育功能，提升人才培养质量，实现主体的终极发展。

三、实现路径：主体间性下地方行业院校的校园文化建设

（一）树立共生理念，凝练精神文化

首先，确定办学理念。清晰的办学理念是规划校园文化建设的灵魂。对于地方行业院校来说，要在主体间性理念下重新审视自身发展的历史历程，综合分析自身在全国和所在区域以及行业领域高等教育结构中的位置和作用，找准自己的学科优势和办学特色的基础上，提炼具有时代性、行业性、地方性的办学理念，并在共生、互惠的理念下，基于平等交往关系，组织全校师生员工开展各种形式的学习、讨论，树立与学校相适应的价值观念和思想理念，用科学的理念、精神、目标、思路引导全校师生员工，为学校的发展指明方向，同时也为校园文化建设奠定基础。

其次，培育学校精神。学校精神是校园建设的核心内容和最高境界，其贯穿于学校校园文化的各个方面，具有独特的感染力、凝聚力和向心力。地方行业院校在校园文化建设过程中应当积极践行办学理念，努力培育全校师生认同和共享的独特的学校精神，并升华为一种文化自觉，凝聚成一种精神力量，不断推进学校发展和校园文化建设。

最后，明确办学特色。从长远来讲，办学特色是一所学校生存和发展的支柱，明确办学特色是学校校园文化建设的内在要求。地方行业院校一定要明确自己的办学定位，不能一味地模仿和抄袭其它高等院校，从而走入追求“大而全、小而全”的误区，而是应该结合自身的办学实际，实施差异化发展战略和特色办学战略，根据学校的发展历史、学科优势、行业优势、专业特长等，总结和归纳本校的办学经验和办学特点，准确把握自身在国内同类院校中所处的地位，明确办学理念，找准办学定位，强化办学特色，拓展办学思路，整合办学资源，确立自己的个性，打造自己的特色，树立自己的品牌，形成一系列特色学科、特色专业、特色课程和特色文化，从而扩大办学的影响力、增强办学的吸引力、提升办学的竞争力，彰显办学的品牌力。

（二）加强平等协作，融合行业文化

由于地方行业院校的特殊属性，相应行业在校园文化建设过程中也应该成为平等对话的主体，融

合优秀的行业文化也有利于校园文化的内涵提升、特色凝聚、品牌塑造,有助于形成“植根于行业、养成于校园、结果于社会”的开放式校园文化系统。^[5]

首先,优化元素融入。地方行业院校应紧跟行业发展动态,充分利用学校的网站、橱窗等宣传窗口和宣传平台,及时介绍行业发展动态、前沿技术、先进人物、优秀榜样、文化建设等;用行业相关的术语用语冠名于学校楼名、路名,在校园内竖立具有象征意义的雕塑,设立行业奖助学金等;积极举办各种与行业相关的知识竞赛、技能大赛、模拟训练、行业培训等活动;在校内设立行业研究院所,开展行业研讨会、高峰论坛等;积极采取“走出去、请进来”的形式,一方面组织学生赴行业企业参观学习、见习实习,另一方面邀请业界专家、学者、行业标兵、先进人物来校开展各类讲座、报告会等活动;重视行业型、专业型学生社团建设,积极指导其开展活动,使学生在社团活动中体悟专业魅力、感悟行业文化;加强课程改革,开设一批提升学生行业道德和行业素质的课程,在教学计划、教学大纲制定,教学方法安排和课程管理上融入行业精神,形成以课堂为前沿,以讲座、研讨为延伸,以活动为补充的教学体系,把行业精神、行业文化、行业特色融入学生的专业实践、职业规划、学习生涯。

其次,深化校企合作。校企合作、工学结合、产教融合是地方行业院校融合行业文化最有效的途径和载体,也是体现主体间性的重要措施,能够将企业作为主体的能动性发挥出来,从而构建“互主体”的格局,实现共生共赢。吸引鼓励行业企业积极参与地方行业院校学科专业的调整,形成双方的共建机制,实现行业与学校共同制定人才培养方案、共同组建学生见习实习实训基地、共同组建专业委员会、共同编写校本教材、共同进行课程改革,从而形成对接紧密、特色鲜明、动态调整的行业教育课程体系。要加强“双师型”教师的培养,行业企业与地方行业院校要建立师资的双向流通与培养机制,一方面组织教师到行业企业挂职锻炼,参与生产管理、技术开发等专业实践活动;另一方面,鼓励行业高管、资深技术人员或经营人才成为学校的兼职教授或客座教授,参与课程开发和实践教学,优化学校的专业设置及课程设置,创新学校的教学方法和内容,使产业的最新发展动态能够很好地运用于地方行业院校人才培养模式的改革与完善。

最后,强化品牌打造。一是打造品牌项目,积极推行政府、院校、行业、企业联动,促进技术技能的积累与创新,通过共建研发中心、实验实训平台、技能大师工作室等平台,培育具有时代特征、行业特色、学校特点的科学研究、教学改革、人才培养、校园文化、行业赛事、专业活动等方面的品牌项目,不断提升地方行业院校的业界知名度和社会美誉度。二是打造品牌师生。树立人才强校理念,积聚人才优势,积极开展“名师培养计划”、“业界导师引入计划”、“卓越人才培养计划”、“未来之星打造计划”等项目,大力培养行业发展所需要的“大师”、“名师”和优秀的行业人才,使地方行业院校的师生成为行业热捧、社会欢迎的一张张“响亮名片”。三是打造品牌专业。地方行业院校要确立“错位竞争、差异竞争”的意识,评析自身办学实力,瞄准行业发展动态,找准学科发展定位,明晰专业发展段位,明确学科专业发展目标,整合行业优质资源,举全校之力重点扶持具有发展潜力和发展愿景的优势学科、传统专业,将其打造成为国际有巨大影响力、国内有强大竞争力的品牌学科和品牌专业。

(三) 开启交往模式,融入地方文化

随着地方行业院校属地管理进程的推进,地方文化与地方行业院校的校园文化的联系也越来越紧密,为学校的专业设置、学科建设、人才培养、社会服务等提供着源源不断的精神支撑。因此,地方行业院校要树立“建设具有地方特色的校园文化”的观念,加强与地方政治、经济、文化建设的结合,这有利于地方行业院校发挥对地方的积极作用,也是形成校园文化特色的重要途径。

首先,依托地方出特色,丰富文化内涵。地方行业院校要加大对地方文化的研究和引进力度,深入

研究地方文化蕴藏的历史积淀和当代价值，通过专题讲座、研讨会、报告会、高层论坛等形式汲取地方文化精髓，丰富校园文化内涵；将地方文化教育纳入学校教学计划，构建与地方行业院校相适应的人文教育课程体系，开设地方文化校本课程，传播地域文化知识，力促地方文化进课堂、进活动、进头脑；建立学校专业实践、志愿服务、社会实践等基地，引导师生积极开展参观学习、调查研究、采风鉴赏等活动；充分发挥网络优势，在校内积极宣传地方文化。

其次，引领地方创品牌，发挥导向作用。地方行业院校要积极融入地方，依托自身校园文化资源，积极开展与地方文化的共创共建活动，使校园文化与地方文化实现优势互补、相得益彰，让校园文化引领地方，辐射社会；积极开展各类学术研究、志愿服务、社会实践等活动，做好地方文化的挖掘、传承和创新，让地方行业院校真正成为地方的一张文化名片，让地方行业院校的校园文化真正成为地方文化的桥头堡、示范区和辐射源。

最后，服务地方树形象，凸显社会效应。地方行业院校应坚持“服务地方”的理念，重点根据地方经济结构特征和文化资源筹划学科建设、确定专业设置、从事课程开发，力争专业建设中蕴含地域经济特色，学科发展中加强地域特色研究，使学校真正成为地方人才培养中心和文化教育中心；鼓励师生积极参与地方民间艺术和文化遗产的保护、拯救，为地方文化产业发展及历史研究提供咨询服务和决策支持；发挥人才优势和行业优势，积极参与地方文化产业建设、文化用品开发、民间艺术传承等活动，提升地方文化品位，打造地方文化品牌；使地方行业院校校园文化在服务地方文化中提高融合度，扩大辐射面，增强竞争力。

（四）促进主体协调，聚合校区文化

正如前文所述，如今的地方行业院校多为分校区办学，所以如何加强多校区的校园文化建设聚合校区文化也是地方行业院校不可回避的一个话题。

首先，确立共同愿景。要审视多校区文化的共有基因，地方行业院校不能简单以某一个校区的文化来取代其他校区的校园文化而成为共同文化，而是要在承认、尊重多校区多元文化并存的基础上求同发展，通过对各校区优良文化的提炼，找出校园文化建设的共有基因，结合学校建设与发展实际创新发展校园文化。要确立多校区文化的共同目标，在审视多校区共有文化基因的基础上，加强对异质文化的协调和管理，引导异质文化向共同的发展方向创新发展，从而在各个校区确立校园文化建设的共同目标。要打造多校区文化的各自特色，各个校区之间还要处理好存异与求同的关系，在立足共有文化基因和共同文化目标的基础上，倡导鼓励符合本校区的特色校园文化的创建与打造，使其成为地方行业院校校园文化的重要组成部分。

其次，打造系统工程。标志要体现整体意识，例如：建造统一的学校大门，张贴统一的校训、校标，选择统一的校歌、佩戴统一的校徽，印制名片等。管理要体现规范意识，地方行业院校要推进规范化、科学化管理，实现“五个统一”，即各个校区统一领导、统一机构、统一制度、统一财务和统一规划，保证全校师生员工政令统一，资源共享，从而提高管理效益和办学效益。活动要体现合作意识，地方行业院校要充分发挥校级组织对校园文化活动的统筹和协调作用，加强对分校区校园文化活动的统一部署和指导，实现分校区校园文化活动多种形式的合作，实现思想统一、统分结合、协同合作、形式灵活的一体化局面。

最后，运用网络媒介。当今社会，随着手机成为可以随身携带的口袋终端，新媒体已成为一种主要的生活方式，微文化已成为一种主要的校园文化。这就需要地方行业院校充分利用网络媒介，加大校园文化建设、学生工作、教学管理服务、行政管理服务、后勤管理服务 etc 网络平台的建设力度，利用网络平台做好师生员工的思想引导、心理辅导、专业向导、生活指导等工作，发出好声音，弘扬主旋律，传递正能量，积极创建地方行业院校的校园网络文化。

（五）推进主体反哺，培育校友文化

校友是树立母校品牌、弘扬大学精神、体现办学质量、彰显母校形象的“品牌资源”，校友文化是校园文化中的一个特殊的组成部分。作为地方行业院校的校友，其最大的特殊性在于有相对固定的就业行业和工作领域，这为学校加强交流、凝聚资源、传承文脉、培育文化创造了天然的优越条件。

首先，创建服务平台。服务平台具体包括“一办一会一网一刊一库一月一日”。“一办”是指学校要成立校友工作办公室，全面负责学校校友工作；“一会”是指要建立校友总会和校友分会；“一网”是指要创建校友工作网，使其成为集工作平台、信息平台、交流平台和服务平台为一体的综合阵地；“一刊”是指要编印校友会刊，并定期刊出；“一库”是指要建立校友信息数据库，并及时更新；“一月”是指要设立校友走访月，每年固定某一个月走访校友，加强交流联系；“一日”是指要确定校友返校日，每年确定某一日欢迎校友返校，并使其成为学校的一个传统节日。

其次，创建宣传平台。要重视校史馆建设，开辟“校友”专区，充实内容建设，提升内涵建设，扩大宣传效应；要重视宣传平台建设，通过网络、报刊、广播、橱窗等宣传校友的先进事迹、突出成就、成长经历；要重视在校生与校友互动，积极开展诸如“‘请进来’听校友感言、‘走出去’访校友足迹”、评选“金校徽奖”等活动，用校友的成人之举、成长之路、成功之道、肺腑之言引领在校学生立足青春梦、追逐行业梦、共筑中国梦。

最后，创建反哺平台，推进智力反哺，聘请资深校友为学校发展咨询委员会、专业建设委员会委员，定期对学校的发展规划、专业建设等方面提出意见和建议；聘请杰出校友为业界导师、客座教授、兼职教授等，让活跃在行业一线的既具有扎实理论基础又具备丰富实践经验的校友回母校参与教学指导工作；邀请知名校友回母校参加开学典礼、毕业典礼，举行各种报告会、恳谈会、座谈会、校友沙龙等。另外，推进资金反哺，举行校友捐赠活动，设立校友基金、奖教金、奖助学金，为学校营造“乐教乐学”的良好氛围提供经费支持；推进项目反哺，举办校友单位专场毕业生双选会，与校友所在单位共建见习实习基地、开发多层次的产学研合作，实现优势互补、共同发展、多方共赢。

参考文献：

- [1] 陈华. 高等教育大众化阶段高校新校区校园文化建设的分析研究 [D]. 西安：西安科技大学，2006.
- [2] 伯顿·克拉克等. 高等教育新论——多学科的研究 [M]. 王承绪等译. 杭州：浙江教育出版社，2001：289.
- [3] 冯建军. 当代主体教育论 [M]. 南京：江苏教育出版社，2011：255.
- [4] 赵军. 地方大学引领区域文化发展的路径选择 [J]. 三峡大学学报（人文社会科学版），2009（1）：103.
- [5] 夏洁露. 高职院校文化与行业文化对接路径探讨 [J]. 浙江交通职业技术学院学报，2009（1）：71.