

嘉庚精神的群体认同感研究

——基于厦门市高校大学生群体的调查

樊丁

(厦门工学院 博雅教育与艺术传媒学院, 福建 厦门 361021)

[摘要] 嘉庚文化中所蕴含的嘉庚精神, 被党和国家领导人高度评价为中华民族精神和时代精神的重要内容。作为嘉庚精神传承人的大学生群体, 他们对嘉庚精神的认同感至关重要。基于厦门市15所高校开展问卷调查, 了解大学生群体对嘉庚精神的认同感现状。结果显示: 大学生对嘉庚精神有一定了解且了解渠道多元, 但对嘉庚精神的认知不够全面准确, 有待提升; 对嘉庚精神的认同感表现出认知及情感充沛, 但行动力不足; 认知认同、情感认同、行为认同三者之间显著正相关。依据调查结果, 提出提升大学生嘉庚精神认同感的建议。

[关键词] 嘉庚精神; 认同感; 大学生群体

[中图分类号] G 641; G 206

[文献标识码] A

[文章编号] 1008-889X (2024) 03-0023-09

一、引言

2014年, 在陈嘉庚先生诞辰140年之际, 习近平总书记在写给集美校友总会的回信中对嘉庚精神作出了精辟阐述, 第一次把嘉庚精神提到国家层面, 成为中华民族精神和时代精神的重要内容^[1]。

当前关于嘉庚文化、嘉庚精神相关主题的研究, 主要围绕嘉庚精神的内涵解析、价值传承、践行路径展开^[2]。从传播学的角度来看, 已有研究的方向及落脚点侧重于理念提炼、具象元素的提取与应用, 更为重视嘉庚精神如何进行视觉化传递、理念传递^[3], 较少将关注重点放在作为嘉庚精神传承人的受众本身, 缺乏对受众的群体心理、群体情感、群体行为的分析和探索。鉴于此, 本研究有针对性地选取作为嘉庚精神重要传承者及践行者的厦门地区大学生群体作为研究对象, 使用认同感调查问卷, 探究作为受众和传承者双重身份的大学生群体对嘉庚精神认同感现状, 以期更好地了解嘉庚精神的群体认同现状,

提升嘉庚精神的群体认同效果。

二、研究设计与实施

本研究设计了“大学生群体的嘉庚精神认同感调查”主题调查问卷, 问卷难点在于“认同感测量量表”的设计与制作。相关研究认为, 认同感是指对相似性或共同性的一种共鸣或感觉, 在心理上既有亲切、亲近的感觉, 也有一种情绪上的友好、积极以及肯定的表现; 它是认同行为发生的一种感知判断与结果反应^[4]; 认同的起点在于认知, 认同的落脚在于实践^[5]。有学者将认同感的建构层层递进划分为情感认同、理论认同和实践认同^[6]。本研究在上述有关认同感研究的理论基础上, 结合本调查的实际需求, 将“认同感测量量表”划分为认知、情感、行为3个维度。结合前期针对大学生群体开展的小组访谈资料, 围绕认知、情感、行为3个维度初步设计了3个分量表共计29条认同感描述选项, 采用李克特5分量表量化问卷题项, 数值1~5分别对应非常不同意、不同意、一般、同

[收稿日期] 2023-09-14

[基金项目] 厦门市社会科学调研课题“城市嘉庚精神的认同感提升及价值转化实践研究”(厦社科研[2023]D8号)

[作者简介] 樊丁(1989—), 女, 河南南阳人, 副教授, 硕士, 主要从事广告媒介、调查实务研究。

意、非常同意, 预测量后删除部分条款。

本研究面向厦门市 15 所高校大学生开展问卷调查, 覆盖了全市近 9 成的高校, 含公办高校 8 所、民办高校 7 所, 其中本科院校 9 所、专科院校 6 所。回收问卷共计 708 份, 其中有效问卷 686 份, 问卷回收率约为 96.8%。在对 3 个分量表进行信效度检验时, Cronbach α 系数分别为 0.946、0.953、0.947, 数值均大于 0.9, 且分析项的 CITC 值均大于 0.4, 说明量表整体具有较高的信度, 且分析项之间具有良好的相关关系。效度检验中量表的 KMO 值分别为 0.941、0.937、0.901, 均大于 0.8, 说明整体效度较好。

三、调查结果与分析

(一) 样本人口统计学分布

受访大学生性别比例总体相当, 样本来自 15 所厦门市本科、大专院校, 涵盖不同年级、不同政治面貌以及不同专业。同时, 问卷还对受访大学生的生源地进行了区分, 便于后续进行深入的样本分析 (见表 1)。

(二) 样本基本行为特征分析

1. 大学生群体了解嘉庚精神的渠道。表 2 显示, 首先, 大学生了解嘉庚精神的渠道主要通过高校校园活动、课程教学, 这说明高校嘉庚精神的宣传及教学活动对大学生群体的嘉庚精神认知发挥着主要的引导作用; 其次, 大学生群体了解嘉庚精神的渠道是旅游景点及嘉庚风格建筑、户外广告、传统媒体及新媒体宣传, 这说明在地旅游文化的宣传及媒介舆论的参与对大学生群体的嘉庚精神认知产生了辅助影响; 最后, 大学生群体了解嘉庚精神的渠道是与家人、朋友的聊天, 说明人际沟通、口语传播在大学生群体对嘉庚精神认知形成中具有一定作用。

2. 大学生群体对嘉庚精神内涵的理解。调查显示, 虽然近 7 成的大学生表示知道嘉庚精神, 但是在判断嘉庚精神内涵时, 诚毅、爱国、奉献、忠公 4 个选项的被认可率较高, 均超过 60%; 而作为嘉庚精神构成重要部分的勤俭、创

新、慷慨被选择率相对较低 (见表 3)。这说明大学生群体对嘉庚精神有较深的了解, 但了解的完整性还不够。

表 1 样本特征描述统计

学生 基本信息	分类标准	频数	占比/%	累积 占比/%
性别	男	325	47.38	47.38
	女	361	52.62	100.00
年级	大一	186	27.11	27.11
	大二	192	27.99	55.10
	大三	174	25.36	80.47
	大四	97	14.14	94.61
	其他	37	5.39	100.00
政治面貌	群众	251	36.59	36.59
	共青团员	350	51.02	87.61
	中共预备党员	48	7.00	94.61
	中共党员	34	4.96	99.56
	其他	3	0.44	100.00
生源地	福建省外	259	37.76	37.76
	福建省内 (厦漳泉地区)	200	29.15	66.91
	福建省内 (非厦漳泉地区)	227	33.09	100.00
专业	文科类专业	328	47.81	47.81
	理工科类专业	358	52.19	100.00

当提及嘉庚精神时, 大学生群体联想到的内容排序的是: 陈嘉庚本人及个人事迹、相关高校、相关旅游景点、精神理念、其他 (见表 4)。这说明大学生群体虽然“知道”嘉庚精神, 但却“不完全知道”嘉庚精神。在了解嘉庚精神的过程中, 大学生群体更多聚焦在对陈嘉庚本人事迹及其对教育事业的支持, 对嘉庚精神中所蕴含的精神理念的了解有所欠缺。

表2 大学生群体了解嘉庚精神的渠道^①

渠道类型	响应		普及率/% (n = 496)
	人数	响应率/%	
校园活动(主题讲座、赛事活动、社团活动等)	358	27.33	72.18
课程教学(教材、课内学习、课外实践等)	293	22.37	59.07
影视作品(电影、电视剧等)	132	10.08	26.61
与家人、朋友的聊天	51	3.89	10.28
社交媒体(微信、微博、小红书、知乎、B站、抖音等)	90	6.87	18.15
传统媒体(报纸、杂志、电视、广播)	53	4.05	10.69
户外广告	111	8.47	22.38
旅游景点及嘉庚风格建筑 (集美学村、鳌园、龙舟池、陈嘉庚纪念馆、嘉庚雕像等)	222	16.95	44.76

表3 大学生群体对嘉庚精神内涵的判断^②

内涵	响应		普及率/% (n = 496)	内涵	响应		普及率/% (n = 496)
	人数	响应率/%			人数	响应率/%	
忠公	318	12.40	64.11	爱国	386	15.05	77.82
诚毅	439	17.12	88.51	奉献	334	13.02	67.34
勤俭	297	11.58	59.88	慷慨	257	10.02	51.81
创新	261	10.18	52.62	奋斗	273	10.64	55.04

表4 大学生群体对嘉庚精神的联想内容

联想内容	样本量	最小值	最大值	平均值	标准差
陈嘉庚本人及个人事迹	480	2.000	5.000	4.733	0.602
相关学校(集美学村、厦门大学等)	387	2.000	5.000	3.770	0.695
相关旅游景点(鳌园、陈嘉庚纪念馆等)	325	2.000	5.000	3.160	0.761
精神理念	340	1.000	5.000	2.985	1.112
其他	22	1.000	5.000	1.227	0.869

(三) 大学生群体嘉庚精神认同感测量及分析

1. 大学生群体对嘉庚精神的认知认同。表5显示,大学生群体对嘉庚精神的整体认知认同矩阵平均分为4.124分,整体表现出较高的认知水平。其中,对“陈嘉庚是华侨史上兴办教育、

热心教育、贡献教育的杰出楷模”的认可度最高,平均分为4.367分,紧随其后的是“我认为嘉庚精神是厦门文化的重要组成部分”(4.333分)、“我认为嘉庚精神倡导我们要有艰苦创业、自强不息的创新精神”(4.321分),与以上认知存在明显差距的选项是“我能够清楚

① 拟合优度检验: $\chi^2 = 562.073, p = 0.000$ 。

② 拟合优度检验: $\chi^2 = 90.142, p = 0.000$ 。

地说出嘉庚精神的内涵”(3.367)、“我对嘉庚精神很了解”(3.554)。可见,嘉庚精神在大学生群体中的知名度较高,但是,大部分大学生认为自身对嘉庚精神的深度了解程度一般,并不能完整、准确地陈述其内涵。这在一定程度上表明嘉庚精神在大学生中具有较高认知度,但该群体对自身的认知自信有所不足。大学生群体能够对

嘉庚精神的内涵和陈嘉庚先生的贡献有一定认同,同时,认为嘉庚精神在华侨文化和厦门形象中具有重要地位;认同他的爱国精神和创新精神,认为对教育事业的贡献和无私奉献体现了嘉庚精神的价值追求;认为嘉庚精神在海外有一定的影响力,并促进了华侨同胞的团结。

表5 认同感之认知认同测量结果^①

认知认同测量题项	平均值	标准差	中位数
我对嘉庚精神很了解	3.554	0.977	3.000
我能够清楚地说出嘉庚精神的内涵	3.367	1.095	3.000
我认为嘉庚精神跟陈嘉庚先生密不可分	4.236	0.803	4.000
我认为陈嘉庚先生是华侨的旗帜,是中华民族的光辉	4.306	0.801	4.000
陈嘉庚是华侨史上兴办教育、热心教育、贡献教育的杰出楷模	4.367	0.767	4.000
我认为嘉庚精神是厦门文化的重要组成部分	4.333	0.760	4.000
我认为嘉庚精神是厦门形象的重要代表	4.300	0.794	4.000
我认为爱国精神是嘉庚精神的核心	4.294	0.788	4.000
我认为对教育事业的贡献,是嘉庚精神的价值追求	4.278	0.738	4.000
我认为对教育的无私奉献,是嘉庚精神的全部	3.909	0.933	4.000
我认为嘉庚精神是华侨文化的代表	4.216	0.755	4.000
我认为嘉庚精神促进了华侨同胞的团结	4.167	0.772	4.000
我认为嘉庚精神在海外有着很大的影响力	4.095	0.851	4.000
我认为嘉庚精神倡导我们要有艰苦创业、自强不息的创新精神	4.321	0.796	4.000
汇总项平均值		4.124	

2. 大学生群体对嘉庚精神的情感认同。表6显示,大学生群体对嘉庚精神的情感认同矩阵平均分为4.115分,整体表现出较高的情感认同等级。其中,大学生对“我很认可嘉庚精神所传达的理念”(4.268分)、“我非常赞同嘉庚精神所倡导的价值观念”(4.268分)、“我为嘉庚精神感到由衷的自豪和骄傲”(4.264分)表现出了较高的认同;其次是“了解嘉庚精神后,我深受其中的人物、事件、精神触动”(4.103分)、“了解嘉庚精神后,我发自内心的感到对它的热爱”(4.081分)“嘉庚精神引发了我强

烈的情感共鸣”(4.071分)。这表明大学生群体对嘉庚精神表现出了整体一致的触动和正向情感。但是,大学生群体虽然认为“嘉庚精神增强了我对厦门的归属感”(4.173分),却在“我觉得我有对外传播嘉庚精神的意愿”(3.927分)和“我觉得嘉庚精神与我密切相关”(3.883分)表现出略低的水平。调查结果说明,嘉庚精神在大部分大学生心中产生了积极的影响,能够触动情感、激发热情,嘉庚精神得到他们的认同和支持。但是,在自我关联度和对外传播意愿上相对有所欠缺。

^① 1~5分分别表示非常不同意、不同意、一般、同意、非常同意,分数越高认知情况越好。表6、表7相同。

表6 认同感之情感认同测量结果

情感认同测量题项	平均值	标准差	中位数
了解嘉庚精神后,我深受其中的人物、事件、精神触动	4.103	0.762	4.000
嘉庚精神引发了我强烈的情感共鸣	4.071	0.779	4.000
了解嘉庚精神后,我发自内心的感到对它的热爱	4.081	0.797	4.000
我很认可嘉庚精神所传达的理念	4.268	0.740	4.000
我为嘉庚精神感到由衷的自豪和骄傲	4.264	0.784	4.000
我非常赞同嘉庚精神所倡导的价值观念	4.268	0.762	4.000
我觉得嘉庚精神与我密切相关	3.883	0.925	4.000
嘉庚精神增强了我对厦门的归属感	4.173	0.870	4.000
我觉得我有对外传播嘉庚精神的意愿	3.927	0.880	4.000
汇总项平均值		4.115	

3. 大学生群体对嘉庚精神的行为认同。表7显示,大学生群体对嘉庚精神的行为认同矩阵平均分为3.83分,整体表现出中等的行为意愿等级,与前两个量表测量结果有一定差距。其中,大学生群体对“当我在社交媒体上看到有关嘉庚精神的内容时,我会主动参与,点赞、转发或评论”(3.913分)、“当学校举办嘉庚主题的校园活动、赛事、实践活动时,我会积极参加,用

行动推动嘉庚精神的传承”(3.897分)表现出相对较高的认同度;但是,对“当遇到不了解嘉庚精神的人,我会主动给他们讲解、交流”(3.698分)表现出略低的认同度。这与前述大学生了解嘉庚精神的渠道有一定的关联性,同时也与情感认同测量中表现出的低自我关联度、低传播意愿相互呼应。

表7 认同感之行为认同测量结果

行为认同测量题项	平均值	标准差	中位数
了解嘉庚精神后,我对相关景点、建筑等很感兴趣,会主动前往参观学习	3.835	0.919	4.000
当我在社交媒体上看到有关嘉庚精神的内容时,我会主动参与,点赞、转发或评论	3.913	0.864	4.000
当学校举办嘉庚主题的校园活动、赛事、实践活动时,我会积极参加,用行动推动嘉庚精神的传承	3.897	0.864	4.000
日常生活中,我会进一步查找、学习嘉庚精神相关知识	3.806	0.907	4.000
当遇到不了解嘉庚精神的人,我会主动给他们讲解、交流	3.698	0.958	4.000
汇总项平均值		3.829	

4. 大学生群体对嘉庚精神认同感的相关性及回归分析。在相关性分析中,情感认同与认知认同、行为认同之间的相关系数分别为0.822和

0.730,均呈现出1%水平上的显著性,表现出了显著正相关关系(见表8)。

表8 Pearson相关性分析(认知-情感-行为)^①

三方认同度	平均值	标准差	情感认同度	行为认同度	认知认同度
情感认同度	37.038	6.247	1		
行为认同度	19.149	4.104	0.822**	1	
认知认同度	54.908	9.982	0.730**	0.694**	1

基于相关性分析结果,分别对三者进行进一步的线性回归分析。结果显示,认知认同度的回归系数值为0.457 ($t = 23.745$, $p = 0.000 < 0.01$),意味着认知认同度会对情感认同度产生显著的正向影响关系,即大学生群体对嘉庚精神的认知认同越高,则相应的情感认同度也会越高(见表9)。

表9 (认知认同度与情感认同度)线性回归分析结果 ($n = 496$)^②

认知与情感	非标准化系数		标准化系数	t	p	共线性诊断	
	B	标准误	$Beta$			VIF	容忍度
常数	11.952	1.074	-	11.130	0.000**	-	-
认知认同度	0.457	0.019	0.730	23.745	0.000**	1.000	1.000
R^2				0.533			
调整 R^2				0.532			
F				$F(1, 494) = 563.824, p = 0.000$			
D-W 值				1.742			

认知认同、情感认同、行为认同三者的多元线性回归模型公式为:行为认同度 = $-1.823 + 0.443 \times$ 情感认同度 + $0.083 \times$ 认知认同度,模型 R^2 为0.695,意味着情感认同度、认知认同度可以解释行为认同度的69.5%变化原因。其中,情感认同度的回归系数值为0.443 ($t = 18.519$, $p = 0.000 < 0.01$),认知认同度的回归系数值为0.083 ($t = 5.539$, $p = 0.000 < 0.01$),意味着情

感认同度、认知认同度均会对行为认同度产生显著的正向影响关系(见表10)。总的来说,大学生群体对嘉庚精神的认知认同、情感认同、行为认同三者之间显著相关,且呈显著的正向影响关系,即当大学生群体对嘉庚精神的认知认同越高时,相应伴随着越高的情感认同及行为认同;当大学生群体对嘉庚精神的情感认同越高时,相应会产生越高的行为认同。

表10 (认知认同度、情感认同度与行为认同度)多元线性回归分析结果 ($n = 496$)^③

认知、情感与行为	非标准化系数		标准化系数	t	p	共线性诊断	
	B	标准误	$Beta$			VIF	容忍度
常数	-1.823	0.639	-	-2.853	0.005**	-	-
情感认同度	0.443	0.024	0.675	18.519	0.000**	2.141	0.467
认知认同度	0.083	0.015	0.202	5.539	0.000**	2.141	0.467
R^2				0.695			
调整 R^2				0.693			
F				$F(2, 493) = 560.430, p = 0.000$			
D-W 值				1.727			

① *、** 分别表示在10%、5%的统计水平上显著。表9、表10、表11 相同。

② 因变量为情感认同度。

③ 因变量为行为认同度。

5. 大学生群体属性对嘉庚精神认同感的影响分析。在进行 t 检验及方差检验的过程中, 研究发现大学生群体的性别、年级、政治面貌、专业在嘉庚精神的认同感上表现出并不显著的差异, 但在“知道嘉庚精神的时间段”上则表现出显著差异。表 11 显示, “知道嘉庚精神的时间段”对大学生群体的嘉庚精神认知认同、情感认同、行为认同度全部均呈现出显著性 ($p < 0.05$), 表现为: 知道嘉庚精神的时间段对于认知认同, 组别平均值得分对比结果为中、小学时期大于高中时期, 中、小学时期大于上大学

后; 知道嘉庚精神的时间段对于情感认同, 组别平均值得分对比结果为中小学时期大于高中时期, 中小学时期大于上大学后; 知道嘉庚精神的时间段对于行为认同, 组别平均值得分对比结果为中小学时期大于高中时期, 中小学时期大于上大学后。也就是说, 在中小学时期了解到嘉庚精神, 会对大学生群体的对嘉庚精神的总体认同感产生显著的影响, 且平均值得分大于高中及大学时期, 充分验证了对嘉庚精神的传播在群体上发展的必要性, 面向中小学甚至幼儿时期的宣传教育需要得到重视和普及。

表 11 方差分析结果

认同度与时间段	您在什么时候知道嘉庚精神的(平均值 ± 标准差)			F	p
	中小学时期(n = 101)	高中时期(n = 124)	上大学后(n = 271)		
认知认同度	57.56 ± 11.32	54.08 ± 8.39	54.30 ± 9.99	4.543	0.011 *
情感认同度	38.49 ± 6.52	36.26 ± 6.07	36.86 ± 6.16	3.835	0.022 *
行为认同度	20.57 ± 4.01	18.54 ± 3.77	18.90 ± 4.18	8.197	0.000 **

四、结论与建议

通过问卷调查, 可以发现: 当前厦门市高校大学生群体对嘉庚精神有一定了解, 但仍有提升空间; 对嘉庚精神的了解渠道较为多元化, 但认知不够全面、准确, 对嘉庚精神中勤俭、创新的精神理念认知相对不足; 对嘉庚精神的认同感表现出认知及情感充沛, 但行动力不足。在对认知认同、情感认同、行为认同 3 个层面进行回归分析时, 发现三者之间显著相关, 且呈正向影响关系, 即当大学生对嘉庚精神的认知认同越高时, 相应伴随着越高的情感认同及行为认同; 当情感认同越高时, 相应会产生越高的行为认同。要提升大学生对嘉庚精神的认同感, 首先要回归到认知认同的提升上, 提高大学生对嘉庚精神的知晓度以及对嘉庚精神内涵的深刻、全面认知和领悟。

调查发现, 嘉庚精神在大学生群体中的传播受特定传播环境及方式影响, 由此可有针对性地围绕“信源 - 信息及编码 - 信道”, 对面向大学生传播嘉庚精神的“传播主体 - 传播内容及表

达 - 传播渠道”采取优化措施, 提升大学生群体嘉庚精神认同感。

(一) 传播主体: 政府倡导, 高校引导, 双重合力促传播

1. 政府政策号召及舆论氛围塑造。大学生身处社会, 大环境的政策倡导及氛围塑造会对他们产生直接的影响。政府部门可围绕嘉庚精神理念开展系列的教育政策专项扶持、主题文化交流促进、文化创意产业支持、舆论宣传矩阵及内容传播建设, 全面调动政策及舆论氛围, 展现政府部门的重视与支持, 逐渐渗透、影响大学生群体的认知。同时, 这也是对嘉庚先生“以教育提升民族素质”的响应和践行。

2. 高校主题活动及教学、科研实践引导。在高校校园学习生活中, 教师是直接对学生产生影响的重要主体。在前期小组访谈中, 学生多次提及在思政类公共课及专业课中, 授课教师通过设计课程思政或实践任务的方式, 引导学生学习深化嘉庚精神, 留下了深刻记忆。由此, 高校可建议或鼓励高校教师将嘉庚精神的课程思政融入教学, 将课程规划建设与嘉庚精神进行深度融合, 以主题课程、教材单元内容、课程实践、项

目作业等多元方式引导学生深化对嘉庚精神的理解;鼓励高校教师开展嘉庚精神专项科研项目申报,优选大学生组建研究团队,师生共同开展嘉庚精神主题研究,在科研实践中深化对嘉庚精神的理解及认知。

厦门市高校圈可充分联动、发挥合力,以厦门大学、集美大学等深受嘉庚精神影响的主力高校为核心,联动周边高校共同规划主题明确、覆盖范围全面、影响力大的高校嘉庚主题校园活动,如思政大课堂、学科融合赛事活动、主题讲座等,联动校园官方自媒体矩阵进行动员、活动执行及舆论宣传工作,提高活动等级及校园影响力。在此基础上,将这些活动打造为厦门市高校圈的“红色品牌活动”,逐渐渗透至各个高校、学生圈层,全面提升品牌精神知名度及影响力。

(二) 传播内容及表达:完整性、创意性兼备,挖掘文旅资源促行动

1. 重视传播内容的完整性、创意性。调研发现:大学生群体在判断嘉庚精神内涵时,诚毅、爱国、奉献、忠公4个选项的被认可率较高,作为嘉庚精神重要组成部分的勤俭、创新被选择率相对较低,这意味着大学生对嘉庚精神的内涵认知不够全面。政府、高校等传播主体,在传播内容上应重视对嘉庚精神阐述的完整性、全面性,在后续传播过程中,有针对性地侧重对勤俭、创新精神的宣传,传播主题及舆论热词表达上应尝试爱国主义视角主导下的立体化陈嘉庚叙事,对陈嘉庚先生勤俭奉献、艰苦创业,以实业发展国家实力、以改革促进社会进步的事迹及爱国主义的行动表达进行传播,拓展大学生群体的嘉庚精神认知,并将有关活动与大学生密切相关的创新创业大赛、“互联网+”等重要赛事相结合,开辟“嘉庚创新赛道”,实现以赛促知。

在传播内容的表达上,应代入大学生群体的受众视角,尝试更多的创意化表达方式。当前的大学生群体,多为“00后”互联网原住民,深受圈层文化和网络潮流的影响,习惯于网络语言的使用及娱乐化、个性化的表达方式。在对嘉庚精神的内容传播上,可从视觉、听觉角度做出创新,给大学生群体传递新时代、新媒介环境下的嘉庚精神,拉近群体距离。例如,在嘉庚精神主题宣传作品中,尝试数字化创意的融入,让作品

声画结合,动起来、可交互、潮流范,在作品中体会嘉庚精神、感受文化自信和民族自豪感,进而促发情感和行为的变化。

2. 借文旅品牌规划塑造促行动。嘉庚精神是厦门市城市形象的重要名片,政府部门可对嘉庚精神系列文旅资源进行全面梳理、规划,根据文旅资源的片区分布、景观及建筑特色构成、家族人物故事线等进行开发升级、路线规划,开展“嘉庚文旅”品牌化运营,产出文旅文创产品,实现价值转化。面向大学生群体,可遵照品牌形象识别系统打造的规律,从VI(视觉识别)-BI(行为识别)-MI(理念识别)视角采取有针对性的举措。

比如,针对大学生推出“青春·嘉庚”主题的VIS视觉系统,以嘉庚创意IP形象及衍生元素、周边系列等方式为青春嘉庚代言,让嘉庚主题的文旅资源整体焕然一新,创作过程可面向高校大学生开展创意征集活动,充分调动参与积极性,在自主创作过程中主动了解嘉庚文化、感悟嘉庚精神。

又如,面向大学生群体规划设计“青春·嘉庚”文旅路线,如“新生开学季:重走嘉庚之路研学路线”“高校团建季:时尚嘉庚city walk路线”“青春毕业季:凤凰花开的嘉庚故事路线”等,结合高校学期时间节点开展推广,吸引大学生走进嘉庚故里、走进嘉庚文化、走出嘉庚风采,形成城市独有的高校“嘉庚行动”行为识别特色。在视觉与行动的双重交织、实践参与过程中,使大学生逐步全面、深入的了解嘉庚精神,参与到嘉庚精神的传承、发展中,最终形成群体独有的精神风貌和理念共鸣。

(三) 传播渠道:整合媒体资源,拓展传播维度

1. 全媒体运营宣传,从旁观到参与。当前厦门市在嘉庚精神的宣传工作上已取得显著效果,得到大学生群体较高的“印象分”。但是,也需要换位思考,了解大学生的媒介使用习惯,让宣传途径及方式更加沉浸式、接地气,吸引大学生从内容旁观者转变为内容生产者,转变他们的媒介用户身份。

重视社交媒体在大学生媒介使用中的重要作用,将嘉庚精神的传播与大学生常用社交媒体相

融合。借助本地官方自媒体、青年网络大V, 联动校园自媒体矩阵联合发力, 结合红色品牌活动、“青春·嘉庚”等主题活动, 有规划地发起社交媒体话题、打造舆论热点、营造话题标签, 带领大学生逐渐提高话题参与度。同时, 重点鼓励原创UGC短视频内容的产出, 结合主题季品牌活动开展, 给予一定的扶持政策, 激发大学生的参与热情。

2. 巧借口语传播, 发挥朋辈影响力。调查中, 部分大学生反馈家人、朋友、学长之间交流是了解嘉庚精神的开始, 虽然数据占比不高, 但是仍具有启发意义, 即口语传播在文化传承中的重要作用。尤其是针对福建省外、省内非嘉庚精神发源地地区的大学生, 可发挥学生党员、社团组织及干部、高校辅导员等的引领作用, 结合党支部学习会议、社团主题活动、班级团建活动开展嘉庚主题的口语传播活动, 以口述历史的方式进行人际沟通, 既可以提高传者的自豪感和使命感, 也可以加深受者的记忆, 促进了人际关系的融洽, 形成共同文化记忆。

综上所述, 通过对嘉庚精神传播主体的方向明确化、传播内容全面化、传播表达创意化、传播渠道整合化, 提高大学生群体对嘉庚精神的认

同认知, 提升嘉庚精神的知晓度和理解度, 在渗透过程中逐渐强化对嘉庚精神的情感认同, 增强大学生群体传播嘉庚精神的使命感和自豪感, 在每一次的校园内外活动的参与中潜移默化, 最终发自内心地传播嘉庚精神、践行嘉庚精神, 形成深厚的嘉庚精神认同感。

[参考文献]

- [1] 中央党校采访实录编辑室. 习近平在厦门 [M]. 北京: 中共中央党校出版社, 2020: 125.
- [2] 张釜迪, 刘汇川. 陈嘉庚事业中蕴含的红色基因及发掘路径 [J]. 集美大学学报 (教育科学版), 2022 (3): 1-4.
- [3] 王睿思, 吴抒玲. 基于厦门嘉庚文化的地铁空间公共艺术 [J]. 建筑创作, 2021 (5): 198-199.
- [4] 操慧. 论新闻传播对社会认同感的建构 [J]. 郑州大学学报 (哲学社会科学版), 2011 (2): 126-130.
- [5] 许烽, 杨燧娜. 新时代民办高校大学生对革命精神认同的实证研究. [J]. 高教论坛, 2019 (6): 67-73.
- [6] 欧阳沁, 赵晓杰, 王小龙. 增强对社会主义核心价值观的情感认同、理论认同和实践认同 [J]. 社会主义核心价值观研究, 2016 (1): 70-74.

Group Identity with the Jiageng Spirit: A Study Based on a Survey of College Students in Xiamen

FAN Ding

(School of Boya Education and Art Media, Xiamen Institute of Technology, Xiamen 361021, China)

Abstract: The Spirit of Jiageng, contained in Jiageng culture, is highly regarded by Party and state leaders as an important part of the Chinese national spirit. It is crucial for college students, the inheritors of the Spirit of Jiageng, to have a sense of its identity. The study is conducted based on a questionnaire survey in 15 higher education institutions in Xiamen to reveal college students' identification with the Spirit of Jiageng. The results show that college students have a certain understanding of the Jiageng Spirit and have multiple channels to learn about it, but their cognition is not comprehensive and accurate enough, and needs to be improved; their sense of identity shows abundant cognition and emotion, but insufficient action; there is a significant positive correlation between cognitive identity, emotional identity, and behavioral identity. Based on the conclusion, suggestions are proposed to enhance college students' identity with the Jiageng Spirit.

Key words: the Jiageng Spirit; sense of identity; college students

(责任编辑 冯庆福)