铸牢中华民族共同体意识视域下西口文化品牌塑造研究——以包头铁道职业技术学院校园文化建设为例

黄靖

摘要:以铸牢中华民族共同体意识为主线落实立德树人根本任务,是新时代民族地区高职院校培根铸魂的现实要求。西口文化是以走西口迁徙开发为历史载体,融合农耕、游牧、商贸等多重文化要素形成的地域文化形态,承载北疆各民族交往交流交融的历史记忆,是开展铸牢中华民族共同体意识教育的优质本土思政资源。本文依托社会认同理论中"类化—认同—比较"的分析框架,剖析当前西口文化校园品牌建设现状与面临的现实困境,从品牌定位、课程赋能、实践矩阵、运营保障四个维度提出优化路径。研究可为民族地区高校挖掘地域文化,打造校园文化品牌,推进民族团结教育提供实践参考。

关键词:中华民族共同体意识;西口文化;品牌塑造;校园文化建设

2014年第二次中央新疆工作座谈会上,习近平总书记提出"在各民族中牢固树立国家意识、公民意识、中华民族共同体意识"。同年9月,中央民族工作会议提出"积极培养中华民族共同体意识"。2017年,党的十九大将"铸牢中华民族共同体意识"写入党章。从"牢固树立""积极培养"到"铸牢"的演进历程,凸显出铸牢中华民族共同体意识对新时代国家富强与民族复兴的重要意义。2019年9月全国民族团结进步表彰大会上,习近平总书记强调"坚持文化认同是最深层的认同,构筑中华民族共有精神家园"。在以铸牢中华民族共同体意识为主线的民族工作中,需要深刻把握"以文化人"的作用,增进各民族对中华文化的认同感和归属感。这一要求对院校而言,意味着需要找到将文化认同教育落到实处的具体载体。

包头地处农牧交错、多民族共居的北疆前沿,数百年"走西口"迁徙开发进程中,内地移民与当地蒙古族等各族群众交错杂居、通商共建,孕育形成西口文化。当地积淀的丰富非遗技艺、民俗文化与口述史料,是开展铸牢中华民族共同体意识教育的优质本土资源。包头铁道职业技术学院现已建成"龙狮工坊""非遗教育实践工作站"两大校园文化精品项目,具备西口文化品牌建设的实践基础,但两大项目仍停留在分散活动层面,尚未完成系统化品牌建构。如何将西口文化资源转化为可持续运营的校园文化品牌,进而有形有感有效铸牢中华民族共同体意识,是本文研究的核心问题。

一、西口文化赋能中华民族共同体意识的内在机理

西口文化能成为铸牢中华民族共同体意识的优质资源,源于其历史与价值逻辑。校园文化品牌与中华民族共同体意识的培育并非简单因果,需厘清其作用条件与转化机制。

(一)西口文化赋能中华民族共同体意识的三重逻辑

一是留存各民族交往交流交融的鲜活实践。各族民众垦荒建城、互通商贸,打破族群地域隔阂,提供具象可感的本土历史叙事,避免理论说教空泛化。二是淬炼各民族共有精神品质。北疆艰苦环境孕育守望相助、开拓务实、诚信包容的精神财富,有助于引导青年学生树立中华民族整体性认知。三是适配高职实践育人特征。西口文化中包含的非遗技艺、民俗展演、口述史料可转化为课堂教学、技艺体验、社会实践等载体,契合高职学生重实操、重体验的特点,把宏大理念转化为具象教育场景。

(二)西口开拓精神与铁道工匠精神的逻辑关联

包头铁道职业技术学院拥有地域文化与铁道专业融合的天然优势。历史上走西口各族民众克服严寒、物资短缺等困境,依靠实干互助,在荒原兴城建商;近代包头铁路建设者直面复杂地质与严寒,逢山开路、遇水架桥,守护边疆运输线,其所体现的攻坚克难、甘于奉献、团结协作,正是西口开拓精神在现代职业领域的传承。

(三)品牌塑造与中华民族共同体意识认同的条件性关系

社会认同理论由亨利·泰弗尔与约翰·C.特纳等人提出,后经迈克尔·A·豪格等学者发展。该理论关注个体如何通过社会分类、社会认同与社会比较三个基本心理过程,将自我归属于特定社会群体,并从中获得身份认同与归属感。据此可作出如下推断:品牌塑造要真正促进认同,需满足三个条件:一是价值锚定,品牌叙事须锚定铸牢中华民族共同体意识主线,而非泛化民俗展示,使学生将品牌与中华民族共同体建立意义关联;二是全链浸润,打通课堂、实践、阵地全育人链条,实现长期浸润,零散偶发的文化接触难以完成从"知道"到"认同"的转化;三是转化机制,完成从文化接触到情感认同、再到价值自觉的设计,为不同阶段学生提供相应认知资源与体验机会。

二、西口文化校园品牌建设现状调研

(一)调研设计与中华民族共同体意识认同测量说明

本次研究采用问卷调查法,调研对象覆盖各年级学生、地方非遗传承人,回收有效问卷4999份,在校生4970人,地方非遗传承人29人。参照学界已有研究,从认知、情感、行为三个层面设计题项:认知维度指向对中华民族多元一体格局和"五个认同"的理解,情感维度指向对中华民族共同体的归属感和自豪感,行为维度指向自觉维护民族团结和参与中华民族共同体意识的行动倾向。需要说明的是,本次调研采用态度量表测查认同倾向,并非标准化信效度量表,后续研究可继续进行更精确的测量。

(二)品牌建设已有基础

一是两大子品牌具备一定群众基础。龙狮工坊常态化开展舞龙舞狮训练、展演活动,传递团结拼搏精神;非遗实践工作站邀请非遗传承人入校开展教学、手工体验,引导学生感受各民族交融历史。问卷数据显示,两大精品项目知晓度达到84.91%,项目校内认可度较高。95.38%学生愿意参与中华优秀传统文化传承活动;二是对民族团结教育与西口文化育人价值认同度较高。94.95%受访者认为西口文化对铸牢中华民族共同体意识作用重大或较大。但良好的群众基础不等于已经建成成熟可持续的校园文化品牌。现阶段两大项目仍属于分散化文化活动,尚未构建系统化的母品牌体系,缺少统一品牌叙事、一体化传播与长效运营机制。

三、西口文化校园品牌塑造存在的现实问题

(一)文化认知停留在表层,品牌定位模糊,叙事传播碎片化

问卷显示82.01%受访者自认为对西口文化比较了解,但这种认知多是碎片化民俗符号认知,多数学生未能读懂西口文化背后各民族交往交流交融的历史内核。传播渠道虽包含课堂教学(74.54%)、校园社团活动(66.87%)、网络媒体(64.15%),但各类渠道独立,没有围绕中华民族共同体主线形成协同传播矩阵,容易造成学生"知民俗而不知历史,知符号而不知价值",品牌凝聚思想共识的育人效能未能充分释放。

(二)校本融合深度不足,品牌与人才培养体系耦合程度偏低

西口文化品牌建设尚未深度嵌入高职人才培养全链条。第一,课程载体缺位。思政课缺少西口文化专题模块,专业课程没有系统将西口文化守望相助、开拓务实的精神和工匠精神、职业道德进行融合,品牌育人缺少课堂主阵地支撑;第二,实训场景文化浸润不足。校内实训基地侧重专业技能训练,缺少西口民族交融文化相关景观与文化载体,实训空间未能转化为品牌浸润育人场景。

(三)实践活动缺少顶层统筹,尚未建立梯度化品牌活动矩阵

调研数据显示53.63%受访者认为校园文化活动表现形式陈旧,48.92%的受访者认为宣传推广力度不足。现有西口文化活动以普惠式观摩、听讲、浅层体验为主,没有形成分年级梯度化的品牌活动矩阵。问卷结果也体现年级差异特征:随着年级升高,学生消极评价占比上升,三年级学生受就业实习压力影响,对活动评价"无效果"占比高于一年级学生。高年级学生已经不满足简单观赏体验,但是学院缺少匹配毕业班学生需求的调研、文创、社会服务等高阶实践项目。各类活动缺少母品牌主线串联,活动之间关联性弱,难以持续沉淀品牌影响力。

(四)保障机制尚不健全,品牌长效运营体系有待完善

两大子品牌由不同系部分别独立运营,缺乏校级层面统筹母品牌建设的管理机构。现有经费仅能保障基础活动开展,难以支撑校本教材编写、IP开发、阵地升级等品牌提质项目。同时,评价机制偏重量化指标,仅考核活动场次、参与人数。问卷调查结果也显示,部分活动对青年群体吸引力不足;评价体系缺少品牌认同度、传播效果等质性评价要素,品牌迭代优化缺乏数据支撑,制约西口文化校园品牌的可持续发展。

当前学院西口校园文化品牌建设恰恰在以上四个方面都存在缺失。要真正提升学生的中华民族共同体意识认同,需要同时满足四个条件——品牌有明确的价值主线、有课程作为载体、有分阶段的持续浸润、有长效的运营保障。

四、铸牢中华民族共同体意识下西口文化校园品牌塑造优化路径

(一)凝练品牌核心价值,统一叙事传播,夯实品牌认知根基

第一,明确母品牌定位。立足铸牢中华民族共同体意识主线,凝练"西口文化铸魂·铁道匠心育人"母品牌内涵,挖掘西口开拓务实与铁道攻坚克难精神的内在联系,设计专属品牌标识与视觉IP,统一两大子品牌的价值叙事;第二,分层开展多元传播。建立"课堂讲历史、活动做体验、网络传价值"的协同传播机制。面向全体学生开设西口文化专题讲座,讲好多民族共建家园的西口历史。依托校园融媒体产出微课、短视频等轻量化内容,重点呈现西口文化中各民族交往交流交融的历史细节,而非泛化的民俗展示;第三,打造实体沉浸式阵地。升级龙狮工坊、非遗实践工作站,建设西口文化展厅、文化长廊,把品牌叙事物化到校园空间。

(二)深耕校本资源研发,构建岗课赛证一体化品牌课程支撑体系

一是组建跨学科研发团队,挖掘西口文化中契合高职育人的元素,补齐课程短板。开发课程专题模块。在思政课增设西口文化专题,把各民族交往交融历史融入课堂。面向轨道交通类专业开展课程思政建设,将西口开拓务实、团结互助精神与岗位职业需求有机融合,打通地域文化到职业素养的转化路径。结合各实训基地专业特点,因地制宜布设文化展板、主题浮雕、文化长廊等景观,把各民族交往交流交融故事嵌入实训场所公共区域,实现实训空间"处处有文化、时时可浸润",推动实训场地从单纯技能训练场所,转型为集技能实训与文化育人于一体的品牌浸润场景;二是以赛事孵化物化品牌成果。将西口文化+铁路文创、民族文化宣讲纳入创新创业、技能竞赛赛道,以赛促创,产出品牌物化成果,丰富品牌载体。赛事的参与本身即是一种深度浸润,有助于推动学生从文化接触进入价值内化。

(三)优化实践育人体系,搭建分学段梯度化品牌活动矩阵

以"龙狮工坊""非遗实践工作站"两大子品牌为抓手,构建新生品牌启蒙—中高年级品牌创作—毕业班品牌社会服务三级活动矩阵,全部活动统一归口西口文化母品牌管理。

新生阶段重在启蒙体验。开展西口文化科普、非遗观赏民俗体验,建立基础文化认知,让学生对西口文化产生初步感知和兴趣;中高年级重在实践创作。开展龙狮训练、西口民俗手作、文创设计、校园主题展演,落实76.3%学生对技艺体验的现实期待。此阶段的目标是完成情感卷入,让学生在动手实践中体会西口文化中的协作精神和历史温度;毕业年级重在社会输出。组织西口文化调研、非遗数字化传播项目、文旅志愿服务,匹配毕业班实习就业背景下的高阶实践需求。此阶段的目标是完成价值自觉,让学生在服务社会中将西口文化精神转化为职业行动的内在准则。

(四)健全统筹管理机制,完善品牌长效运营保障体系

建立校级层面的品牌统筹运营机制,打破系部壁垒,将两大子品牌纳入西口文化母品牌统一管理。

一是完善制度建设,出台校园文化品牌建设管理办法,明确建设目标、部门职责。落实资源保障,将西口文化品牌纳入宣传思想文化专项经费,保障IP开发、阵地升级、校本课程开发;二是组建"校内教师+校外非遗专家、西口文化研究者"双轨队伍;三是改革评价考核机制。改变单纯统计活动数量的评价模式,增加品牌感知度、中华民族共同体意识认同、青年参与深度等指标,定期使用问卷调查、访谈开展效果评估;四是将学生参与西口文化传承实践纳入综合素质评价,调动学生积极性,形成品牌建设闭环,真正实现品牌可持续运营。

高职院校把西口文化转化为可持续校园文化品牌,不是简单叠加民俗展演与文化活动,而是一套包含价值定位、课程载体、梯度实践、长效保障的系统性工程。西口文化凭借多民族交融的历史内核,具备开展中华民族共同体意识教育的独特价值,但只有经过系统化品牌建构,锚定民族团结主线,打通文化资源向育人价值转化的全链条,才能够真正发挥作用,否则仅停留在符号层面无法实现思想认同提升。同时,要充分发挥轨道交通类高职院校的专业特质,打通西口开拓务实精神与铁路工匠精神攻坚克难特质的内在联系,实现地域文化育人与职业人才培养双向赋能。

参考文献:

[1]涂世吉,冯强,燕鑫、张妮.民俗体育铸牢中华民族共同体意识的逻辑与路径——基于社会认同理论视域[J].体育文化导刊,2025(06):17–23.

[2]贾圆鑫.铸牢中华民族共同体意识:历史逻辑、现实诉求与未来担当[J].大连干部学刊,2021,37(8):30–34.

[3]任志刚,富霞、张雯、渠莎莎.走西口文化对包头社会、文化与城市形象的历史塑造及当代活化路径研究[J].鹿城学刊,2026(38):32–36.

[4]陈科,谢佳琼.思想政治教育铸牢大学生中华民族共同体意识的作用机制[J].思想战线,2024(03):132–142.

[5]袁小宝.社会认同理论视域下我国民族传统体育传承的发展困境与推进策略[J].辽宁体育科技,2025(06):91–97.

[6]陈立鹏.薛璐璐基于心理测量学的中华民族共同体意识量表的编制[J].中南民族大学学报(人文社会科学版),2021(41):30–38.

[7]陈静.浅议以校园文化品牌助力高校思想政治教育[J].吉林教育,2026(26):49–51.

[8]黄家攀.基于实证研究的高职院校校园文化品牌建设路径研究[J].科教文汇,2026(11):163–167.

[9]王伟.广西高校校园文化建设与铸牢中华民族共同体意识的深度融合研究[J].产业与科技论坛,2023(22):254–257.

作者单位:包头铁道职业技术学院