

4.0版共青团:群团改革语境下的 “互联网+共青团”

■ 胡献忠

(共青团中央青运史档案馆 资料部,北京 100051)

【摘要】移动互联网的发展正改变着人们的社会生活和消费习惯,也改变着政治环境,已成为群团改革发展的新场域。以互联网思维打造4.0版共青团恰逢其时,“用户思维”启发共青团更加注重以青年为本,“平台思维”启发共青团全方位整合资源,“迭代思维”启发共青团在与时俱进中超越自我。建构4.0版共青团,需要借助互联网之力,重构价值认同、组织形态和制度机制,推动共青团组织功能、话语体系、工作模式、自身建设全方位的整体性变革。

【关键词】4.0版共青团 群团改革 互联网思维

在人类社会发 展进程中,常常会有这样一种现象:当某个新事物或新时代出现并发展一段时间之后,许多人才逐渐意识到已身处其中。蓬勃而起并迅猛发展的互联网当属此类。随着光纤通讯和集成电路技术的飞速发展,移动终端拥有了强大的处理能力,从简单通话的工具跃升为综合信息处理平台,人们的数字化生存成为常态,移动互联对人类物理空间的“蚕食”、“渗透”发生了质的变化,多数人开始意识到互联网已经“统治”了全球。恰逢此时,当代中国正经历着一场打造清朗政治生态的新政行动,其核心目标是保持执政党与人民群众的血肉联系。中国共青团一向被视为中国共产党的助手和后备军,伴随着互联网发展成长起来的一代青年也正是共青团联系、服务、引导的对象,而且当代共青团不论是在工作思路、组织形态,还是在运作机制、干部作风等方面都面临着改革创新、升级换代的严峻挑战。在这种态势下,共青团主动探索互联网时代政治组织与基层青年沟通联系的新路径,服务青年、引导青年的新思路、新方法以及自身运作的新模式,最终打造出共青团的升级版,就成为一种必然。

一、互联网时代:共青团改革发展的新环境和新场域

以中央[2015]4号文件出台和中央党的群团工作会议召开为标志,工会、共青团、妇联等群团组织开始进入改革季。当下,恰逢“互联网+”的时代大潮,也就是说,移动互联、新媒体、大数据、云计算、物联网等既是群团改革所依托的时代环境要素,又是破解群团工作“顽疾”的重

收稿日期:2016-04-28

作者简介:胡献忠,共青团中央青运史档案馆资料部主任,副研究员,政治学博士,主要研究中国政治与群团发展、国家建构与青年运动。

要工具。

1. 互联网改变着人们的社会生活和消费习惯,也改变着政治环境

互联网技术作为一种潜能巨大的生产力,正以前所未有的力度和广度改变着世界,也改变着中国。Wi-Fi无线网络已成为网民在固定场所环境下接入互联网的首选方式。到2015年12月,中国有1.10亿网民通过互联网实现在线教育,1.52亿网民使用网络医疗,9664万人使用网络预约出租车,网络预约专车的人数已达2165万。互联网所带来的颠覆性变革,不仅体现在尖端科技、商业模式、社会生活和消费习惯等方面,而且越来越深刻地进入并影响着社会政治生活。新媒体不仅成为人们获取信息、传播信息的主要工具,同时也日渐成为人们的组织平台和社交平台。“在因特网和社会共同的演化过程中,我们生活中的政治范围已经被大大地改变了。权力基本是围绕着文化代码和信息内容的生产和传播进行的。对通讯网络的控制已经成了利益和价值观转变为指导人的行为规范的杠杆。”^[1]在构建中国特色社会主义民主进程中,互联网为表述公民权和传递个体价值观开辟了新路径。网络政治参与作为一种民主协商对话机制,能够与现实政治参与形成优势互补。

2. 互联网重塑着青年,青年也影响着互联网

美国学者杰弗里·斯蒂伯曾提出“我们改变了互联网,还是互联网改变了我们”的疑问,其实这两种改变是纠缠在一起的,你中有我,我中有你,很难截然分开。求新、求变、求异是青年的天性,青年群体一向走在时代的前列。截至2015年12月,中国网民规模达到6.88亿,中国居民上网人数已过半。手机网民规模达6.20亿,有90.1%的网民通过手机上网。网民以10-39岁群体为主,占上网人数整体的75.1%。其中,20-29岁年龄段的网民占比最高,达29.9%^[2]。中国互联网的主要用户是青年,新媒体从业人员的80%也是青年。越来越多的青年通过互联网获取信息、丰富知识;越来越多的青年通过互联网创业,实现自己的理想;越来越多的青年通过互联网交流沟通,密切关系。互联网正在成为青年新的工作和生活方式。从另一角度看,需求侧决定供给侧,青年网民的一些创造性思维、行为习惯也在影响着互联网技术的走向。广大青年强烈的参与意识、表达意识,推动了网络平台从BBS、博客、QQ到微博、微信的不断出新,并成为自媒体时代的重要标志;各类电子竞技、微信“红包”、“快的”、“滴滴”等产品的开发,都基于青年群体的内在需求,这些软件的研发大多源于青年网络技术人员创意。

3. 互联网既影响着群众工作方法,也影响着群众工作思维

现实生活中群众工作的基本方法是“面对面”,但难免会受到物理时空的局限。而互联网可以实现群众工作的“点到点”,即从“一对一”到“一对多”。实际上,互联网的普惠、便捷、共享等特性已经渗透到公共服务领域,深深地嵌入了广大群众的日常工作和生活之中。谁掌握互联网,谁就能掌握群众。群团组织主要的工作方式是群众工作方式,其核心问题是如何吸引群众、走进群众、服务群众。最重要的应该是群众工作方式方法的创新,运用新媒体技术扩充群众工作的容量,大幅度提高效率,做到既方便群众,又增强工作的生动性和趣味性。我们还应该看到,群众工作表面上是工作方法问题,其实更是工作态度、工作思维问题。互联网离开用户将寸步难行,只有“一切为了用户、一切依靠用户”,才能获取生命力和竞争力。而“一切为了群众、一切依靠群众”本来是革命战争年代形成的党的群众路线的重要内容,一是党的奋斗纲领、根本宗旨使然;二是因为环境险恶、敌强我弱,党时刻面临着生死存亡的考验。新中国建立近七十年的今天,党依然面临着严峻的挑战和考验,群众工作只能加强,不能削弱。

4. 打造4.0版共青团恰逢其时

在群团改革的背景下,共青团应该而且必须做的是乘势而上,坚持政治性、先进性和群众性,彻底消除“行政化、机关化、贵族化、娱乐化”现象,实现组织形态的升级换代。这里我们借

用工业 4.0 的概念,将移动互联时代的共青团称为 4.0 版共青团。

1.0-4.0 版共青团发展一览表

发展阶段	所处时代的经济特征	党的奋斗方向	青年状况	团的运作方式	团的功能
1.0 版共青团	小农经济 + 近代工业	革命与战争 民族独立、人民解放	一盘散沙 差异性	革命动员	阶级冲突的工具
2.0 版共青团	农业经济 + 工业化 计划经济体制	社会主义改造和 社会主义建设	同质性单位制	思想引导 体制内动员	
3.0 版共青团	承包制 + 农业产业化 工业化 + 城镇化 市场经济体制	改革开放 建设中国特色社会主义	原子化流动性 多元化	引导 + 利益 体制内动员 + 社会化动员	社会整合的工具
4.0 版共青团	市场化 + 全球化 + 网络化	全面深化改革 实现中国梦	多元化加剧 原子化增强 个性化张显	互联网动员 引导 + 服务	

可以看出,中国共青团作为党的青年群众工作的主要承担者,诞生锤炼于农业经济下的革命年代,蓬勃成长于国家开始工业化的建设年代,发展壮大于现代化进程中的改革年代,转型求变于进入信息化的互联网时代。也就是说,随着时代和环境的变化、党的历史角色变迁和政策调整、青年时代特征的新发展和青年群体结构的新变化,共青团的事业需要与时俱进,共青团的改革创新已成为必然。

二、互联网思维:启发共青团升级换代的新能量

2015 年启动的群团改革,不是一次小修小补的调整完善,而是一次深刻的自我革新。这种革新需要而且必须有新的思维做指导。互联网在中国经过二十多年的发展,人们对其特点、能量和影响力有着深刻感知,一种基于互联网的新思维应时而生。思维是人脑对客观事物能动的、间接的和概括的反映。它作为人类所具有的高级认识活动,是对新信息与脑内储存知识经验进行一系列复杂的心智互动过程。互联网思维是在移动互联、大数据、云计算状态下,对市场、用户、产品、企业价值链乃至对整个商业生态重新审视的过程。虽然业内人士与相关专家对“互联网思维”各有所见,但对互联网的开放性、平等性、用户至上、互动体验、快速更新、数据平台等基本特点的认识是一致的。以这些特点为基础所形成的互联网思维恰恰与党的群众路线相契合,从而成为启发群团改革、共青团升级换代的新动能和新思路。

1. 互联网的“用户思维”启发 4.0 版共青团必须更加注重以青年为本

用户至上是互联网最为基础、最为根本、最为核心理念和思维,因为再好的商品,如果没人关注、没人喜爱、没人使用,其价值等于零,也可以说,没有用户,就没有成功。从这个意义上讲,开放(无门槛)、平等(关注多数)、互动(注重体验)等互联网特点,体现出的不仅仅是一种技术,更是一种理念,其目的只有一个:打动人心,获取“粉丝”,提升黏度。因此,360 公司董事长兼 CEO 周鸿祎就认为,用户至上的互联网思维与为人民服务不谋而合。甚至有人说,互联网思维正是互联网条件下党的群众路线的新形式、新体现。互联网思维讲究一切相信用户、一切依靠用户,一切以用户满不满意为标准;党的群众路线要求一切相信群众、一切依靠群众,一切以群众满意不不满意为标准。互联网思维讲究从用户中来,再到用户中去;群众路线要求从群众中来,到群众中去。当然,互联网公司以争取用户为手段,是为了获取更多利润;党的群众路线

以服务群众为目的,是为了实现最大多数人民群众的根本利益。

尽管二者的目的性存在如此差异,但这并不能贬低互联网的“用户思维”对共青团改革发展的启发意义。如何获取青年的认同和支持呢?笔者认为,互联网的用户至上启发共青团必须更加尊重和坚持青年的主体地位;互联网的开放性启发共青团工作必须打破“自娱自乐”的狭隘圈子,走出体制内循环;互联网的平等性启发共青团必须彻底放下身段,真正把普通青年当朋友、当亲人;互联网的互动性启发共青团必须搭建与青年交流的有效平台,不断吸纳汇集青年的意见建议并及时反馈;互联网的草根性启发共青团必须破除高端化、精英化,培育基层“粉丝”;互联网的简约性启发共青团必须缩短供给路径,为青年提供精准服务。

2. 互联网的“平台思维”启发 4.0 版共青团必须全方位整合资源

互联网既是一种技术,更是一个平台。以移动互联、即时通信、微博微信、社交网络等为代表的新技术、新应用,带来了链接行动的多边汇聚以及回应式适配,使互联网升级为人们生产生活的平台(不再仅仅是信息平台),更成为一个如同蜂巢的社会平台。我们知道,共青团必须与青年关联互动是无疑的。那么,怎么关联互动?频度有多强?面对八千多万共青团员,四亿多 14-35 岁青年,中央、省、市、县各级共青团组织的资源与其被赋予的职能、所承担的各项任务很难完全匹配。以维权工作为例,即使全部人员都扑到具体事务上,也难免捉襟见肘。到底是做个案,还是做平台,抑或兼而有之,一直在探索之中。这就要求共青团既要发挥各级机关的平台作用,又要开发基层团委、团支部连接社会的功能。20 世纪 90 年代中期团中央探索建设的“青年中心”,本质上是要打造一种关系空间,成为共青团整合青年的平台,而在实际工作中有人仅仅将其理解为“青年活动中心”。令人欣慰的是,团十七届五中全会提出全面推进“青年之家”建设,既可以建成实体,也可以借此平台整合关系。

互联网作为一种平台,将传统社会中短期不可能达到的目标变为现实。大数据思维启发共青团通过对海量青年需求信息的收集、分析,更好地指导决策和行动;众筹思维启发共青团进一步强化“伙伴”意识,实现与青年组织的合作共赢,在潜移默化的过程中施以影响和引导;跨界思维启发共青团进一步整合党政、市场、社会等各种资源,竭诚服务于青少年成长发展;链接思维启发共青团有效加强团组织与党政的链接、团组织与社会的链接、团组织与青年的链接、青年与青年的链接、团组织与团组织的链接,真正发挥枢纽作用;共享思维启发共青团以博大的胸襟气魄,将更多资源投向基层,提供更多的公共服务产品,与广大青年共生共存、共享共荣。

3. 互联网的“迭代思维”启发 4.0 版共青团必须在与时俱进中超越自我

互联网是以新生事物的面孔出现于世的,或许正因为如此,其技术、产品、理念、模式一直不断推陈出新。对于网络迭代的理解众说纷纭,一般来说,Web1.0(第一代互联网)以 PC 端浏览器(个人电脑台式机)为平台,以门户网站(新浪、搜狐、网易)等技术为代表,强调内容的组织与提供(单向度的)。Web2.0 更注重用户的交互作用,用户既是网站内容的浏览者,也是网站内容的制造者,其主要技术有博客、Wiki 等。Web3.0 是基于移动终端(智能手机)发展起来的技术成果,人与人之间随时随地连接,信息自主产生,形成庞大的数据库,精准传播,其主要表现形式有微博、微信等。发展的高端是物联网(Internet of Things 即“IOT”),是互联网用户端延伸和扩展至任何物品与物品之间,进行信息交换。

青年是惟新的,“苟日新,日日新,又日新”,共青团也是善开风气之先的,但这主要指在社会领域,而涉及自身利益的重大改革,常常是由危机倒逼的,“不改革不转型,早晚变恐龙”。互联网的改革思维启发共青团瞄准工作中的痛点、难点和疑点,将那些不愿改、不想改和不易改的问题置于改革的靶心;互联网的快速迭代思维启发共青团紧盯青年需求的新变化、新趋势,不断创新工作内容和模式;互联网的颠覆式创新思维启发共青团以壮士断腕的勇气,超越眼前

利益和局部利益,力争最大化解决日积月累的矛盾和问题。

三、借力互联网:建构4.0版共青团

互联网的影响与冲击是全球性的,托马斯·弗里德曼慨叹“世界是平的”余音未尽;戴维·霍尔惊呼“大转折时代”来临了。任何政治组织、商业机构、社会个体都无法抗拒这一世界性的发展趋势。时下中国所开启的群团改革,其背景与以往大不相同,不仅是在市场经济环境和全球化背景下,更是在移动互联成为常态的信息化进程中。适应以互联网为代表的信息技术、数字技术给我们的生活方式带来的变化,在“互联网+”时代焕发出新的生机与活力,重新建构价值认同、组织形态、制度模式是群团组织必须直面的重要问题。

1. 价值回归:摒弃官本位意识,追寻组织成立之初的原本意义

不可否认,互联网思维正在以极具冲击力的颠覆性势能构建一种全新的价值观,包括平等、共享、众筹、用户至上、体验为王等。中国社会的很多组成部分,包括思想和组织机构,将在本质、外观、特性以及形式上发生改变。共青团作为具有政治色彩的群众组织,行政化、机关化倾向在很大程度上冲淡了群众组织的本来意义。在民主革命之初组建青年团,在新中国建立前夕重建青年团,当时中共的战略意图究竟何在?不是为了找几个人去当“青年官”,而是要更广泛地联系青年、服务青年、团结青年。毛泽东曾鲜明地指出,青年团要照顾青年的特点,青年就是青年,不然,何以要搞青年团呢?共青团的根系只有深深扎入普通青年的日常生活之中,得到广大青年的认同和支持,才能获取用之不尽的生命源泉。

新媒体时代要用互联网思维推动团的工作和建设,固然应当注重互联网新技术的运用,通过大数据、“智慧团建”、移动互联网、云计算等强化团的组织和建设,提升团组织的整体响应速度和工作效率,使团组织和团员青年通过互联网更加紧密地联系,使团的活动和声音在社会和网络更加广泛地传播。但更为根本的还不仅仅是“技术问题”,而是要回到共青团出发的原点,找到团组织最为本质的“核心竞争力”——“融入青年”^[3]。这就需要共青团彻底改变现有的与初衷相背离的观念和思维,因为青少年是网络中最为活跃的群体,尤其85后和90后是伴随互联网发展而成长起来的网络原住民,如果共青团不彻底打破贵族化、精英化的组织模式,以青年为本,就会有被边缘化的危险,甚至可能失去存在的政治价值和社会价值。

2. 组织重构:破除行政化、机关化,强化组织内外的有效贯通

互联网的成功运作,很大程度上在于其平等、简约理念指导下的扁平化运作,打破传统的路由器到中心交换机向下连接到分交换机的结构,实现路由器直接连接到N个交换机,交换机带工作站,各种信息的传递通道都可以实现零环节到达任何一个用户。其实,组织扁平化就是通过破除自上而下垂直高耸的结构,减少管理层次,扩大管理幅度,建立一种紧凑的横向组织,达到使组织变得灵活敏捷、富有柔性和创造性的目的。它强调系统、管理层次的简化、管理幅度的扩大与分权。对于很多互联网企业来讲,组织扁平化要求企业的管理幅度增大,简化烦琐的管理程序,取消一些中层管理者的岗位,使企业指挥链条最短。将企业资源和权力下放至基层,让基层员工与顾客直接接触,使他们拥有部分决策权,避免顾客反馈的信息向上级汇报过程中的失真与滞后,大大改善服务质量,快速回应市场变化,真正做到使“顾客满意”。

新中国建立以来,群团作为国家政权重要的社会支柱,一直是社会主义民主政治建设中重要的成员,群团的各级组织和工作人员被纳入体制之内。20世纪90年代群团参照公务员管理后,其机构设置、人员配备、经费运作、工作考核等实质上成为党政系统的一部分。在组织资源得到较好保障的同时,被赋予了一定的政策职能和行政职能,这都在无意间强化了其行政色彩,

以致有些群团组织比较习惯于在机关大楼里发号施令。应该说,在庞大的国家事务和社会事务运行中,科层制有其合理性与必然性,但由此带来的行政化、机关化甚至官僚化却扼杀了群团组织应有的活力,因此必须实施扁平化改革,实现群团与群众的直接联系。当然,由于现有的实践和理论均在探索之中,目前的扁平化实践主要表现为对科层制的修补和完善。所以,科层制只能在扁平化过程中逐步蜕变,有层级而不唯层级。最重要的是实现观念的变革,坚持“小步快跑”,渐进地以扁平化替换科层制。

3. 制度创新:依照群团的自身逻辑革新机制、再造流程

互联网之所以在中国发展得如此迅猛,备受青年热捧,源于多数IT企业能够在遵守国家相关法律法规的前提下,洞察用户的特点和需求,主动开发出适应市场且独具特色的消费产品。虚拟空间不是法外之地,互联网必须在法律法规框架内独立地、活跃地自主运营。这是互联网发展的两点论。共青团运作也有两个最为根本的要求,一是自觉坚持党的领导,二是依法依规开展工作。两者相辅相成,缺一不可。毛泽东早就指出:“青年团要配合党的中心工作,但在配合党的中心工作当中,要有自己的独立工作,要照顾青年的特点。”^[4]群团发展的这两个根本点在理论上是相当明晰的,但在运作流程中如何实现有机统一,尽量避免或减少偏差,需要一个良好的机制。也就是说,工会、共青团、妇联等群团组织需要通过这样一个机制,去寻找党和政府的需求与其所代表的群众需求的最佳结合点,从而实现“向上向下同时看”。

群团改革要求在党的领导与独立工作有机结合的制度框架下推动系统性配套改革,实现群团事业整体性发展。(1)要调整群团组织内部的资源配置,着力改革录用机制、考核机制、激励机制和保障机制等,把合适的人放到合适的岗位上。让想干事的人有奔头,让混日子的人没机会;让实干家有舞台,让钻营者没市场。(2)要与工会、妇联、科协等群团组织协同运作,实现有机联动、深度融合,形成群众工作合力。(3)要确保相关部门如组织部、编制办、人力资源社会保障局、公务员局、财政局、审计局、发展改革委、经济信息化委等的支持与保障同时到位。总之,就是要让群团按照群团自身的逻辑而不是行政的逻辑去发展。

结语:纵观历史,新的科技成就始终引领着文明发展。在这一过程中,中国社会的很多组成部分,包括思想意识和组织机构,持续在本质、外观、特性或者形式上发生着改变。当然,世上任何事物的嬗变都是渐进的,共青团不可能在一夜之间突然改头换面,4.0版只能在3.0版基础上逐步完善而成。我们必须清醒地认识到,互联网是共青团转型升级有力的助推器。就目前的共青团改革而言,不是一次小修小补的调整完善,而是一次深刻的自我革新,必然会涉及群团组织资源、权力和利益关系的深刻调整,也会涉及一些党政机关、事业单位、社会组织的关联变化,产生阵痛是必然的。越是形势严峻、情况复杂,越要坚持以新思维——互联网思维破解困局。倘不如此,共青团改革就很难走出一条新路。各级党政和团组织一定能从互联网的用户思维、平台思维、迭代思维中得到更多启发,推动共青团真正以群团的方式开展工作,让真正热心青年工作的人做青年工作,让那些试图以群团组织为跳板的投机、钻营者望而却步。

[参 考 文 献]

[1]曼纽尔·卡斯特:《网络星河:对互联网、商业和社会的反思》,郑波武 炜译,北京:社会科学文献出版社2007年版,第177页。

[2]中国互联网络信息中心:《第37次中国互联网络发展状况统计报告》,http://www.cnnic.net.cn/hlwfzjy/hlwzbg/hlwtjbg/201601/t20160122_53271.htm

[3]《共青团坚持互联网思维就要更好践行党的群众路线》,载《中国青年报》,2015年5月11日。

[4]中共中央文献研究室:《毛泽东文集》(第6卷),北京:人民出版社1999年版,第276页。

(责任编辑:邢 哲)