

## 互联网思维下高校共青团组织优化研究

■ 金国峰 宋 磊

(辽宁工程技术大学: 团委, 传媒与艺术学院; 辽宁 阜新 123000)

**【摘要】**互联网正在深刻改变着人们的生产生活,有力推动着社会发展。互联网思维不仅影响着青年学生的思维方式,也以前所未有的方式冲击着高校共青团组织的传统优势。面对互联网思维带来的挑战,如何做到趋利避害,更好地组织青年、引导青年、服务青年,已成为高校共青团组织亟需解决的重大课题。要实现高校共青团的组织优化必须做到学生至上,活用体验式方法;简约至上,巧用具象化理念;平台至上,多用微创意项目;服务至上,熟用大数据分析。

**【关键词】**互联网思维 高校共青团 组织优化

1994年互联网正式进入中国,在此后的20年间,互联网在中国迅猛发展起来。互联网思维是互联网时代的产物,它正在被越来越多地运用到经济、社会、文化等各个领域。截至2015年12月,我国网民数量为6.88亿,其中,学生网民数量占了25.2%,约1.73亿<sup>[1]</sup>。随着互联网的迅猛发展和新媒体的大量涌现,其对青年学生的思想意识、生活方式、学习方式等方面都产生了重大而深远的影响,互联网已成为青年学生最大的“聚集地”。互联网思维在各领域中的成功应用,为高校共青团组织的优化提供了新的视野。作为“走在时代前列、走在青年前列”的先进青年的群众组织,共青团应该积极运用互联网思维,实现组织优化。

### 一、互联网思维的内涵及应用

“互联网思维”一词,最早出现在曹健的《周鸿祎的互联网思维》(《IT时代周刊》2009年第18期)一文中,文章以访谈的形式详细介绍了周鸿祎所推崇的互联网思维和商业模式。官方媒体正式使用“互联网思维”一词,始于2013年11月3日中央电视台《新闻联播》——“互联网思维带来了什么?”报道以小米手机、海尔空调为例,着重说明互联网给制造业带来的新变化。习近平总书记也曾多次提到了“互联网思维”问题。他强调:“推动传统媒体和新兴媒体融合发

收稿日期:2016-06-30

作者简介:金国峰,辽宁工程技术大学团委副书记,辽宁大学马克思主义学院博士研究生,主要研究共青团工作与思想政治教育;

宋磊,辽宁工程技术大学传媒与艺术学院团委书记,主要研究新媒体与共青团工作。

基金项目:本文系2014年度辽宁省教育厅人文社会科学思政专项项目“高校社会主义核心价值观教育生活化研究”(课题编号:ZS2014004)、2014年度辽宁省社会科学规划基金一般项目“新媒体与大学生社会主义核心价值观培育互动模式探究”(课题编号:L14BSZ016)的阶段性研究成果。

展,要遵循新闻传播规律和新兴媒体发展规律,强化互联网思维,坚持传统媒体和新兴媒体优势互补、一体发展。”<sup>[2]</sup>

“互联网思维”究竟是什么?互联网思维既是一种解决问题的方法论,更是一种对待事物的价值观,主要包括敢想敢干、彻底改变世界、与众不同的价值取向。互联网思维的核心内容包括用户思维、简约思维、极致思维、迭代思维、流量思维、社会化思维、大数据思维、平台思维、跨界思维等。当前,人们对互联网思维的理解存在两种误区。一种认识认为,互联网思维只存在于互联网领域,它的产生和发展也只能依托于互联网。其实不然,当下,互联网思维已逐渐上升为一种思维形态,一种可以影响人类社会的思考范式,它具有普遍的认识论、方法论意义,因此,它为互联网之外的其他许多领域提供了一种全新的借鉴模式。另一种认识认为,运用互联网语言、大数据技术等,就是在运用互联网思维,其实这种运用只是停留在技术和手段层面,而没有深入到思维层面,即互联网由“术”到“道”的转变。互联网思维是随着市场民主化发展而产生的,其内涵将会随着科学技术的不断发展和社会的不断进步而进行解构和重构。但是,其“创新革命”的实质始终不会改变。

当前,互联网思维的应用领域主要集中于IT、媒体、教育、医疗、金融、消费等行业。在IT行业,马化腾、马云、李彦宏、雷军、周鸿祎等人在互联网思维下,分别在社交通讯、电子商务、搜索引擎、手机运用、安全防护等方面,创造了传统行业难以企及的互联网神话。而传统媒体、餐饮服务、打车软件等行业也不同程度地受到互联网思维的影响。随着互联网思维的不断发展,更多的人是通过数字报纸、移动客户端,实时关注最新的时政新闻;美团、大众网、饿了么等特色餐饮服务客户端,如雨后春笋般涌现,使大学生足不出户就能了解校园周边的餐饮服务信息,并可预订到既便宜又好吃的食品;快的和滴滴手机打车APP的出现完全颠覆了人们以往的打车习惯,人们可以通过手机客户端查询周边的出租车信息,通过文字和语音交流的方式,实现即时打车、预订专车等。

## 二、高校共青团组织面临的挑战

### (一)平等共享思维冲击着高校共青团的组织优势

《中国共产主义青年团团章》明确规定了中国共产主义青年团的性质、职能和任务,强调中国共产主义青年团是中国共产党领导的先进青年的群众组织,是广大青年在实践中学习中国特色社会主义和共产主义的学校。由此决定了中国共产主义青年团的政治属性,也确立了它的组织优势。高校共青团组织具有一整套完备的组织机构和运行体系。校团委、院系团总支和团支部形成了“自上而下”的工作架构。共青团具有明显的“准行政化”属性,必须严格执行一系列规章制度,而且团章对各级团组织的权责都有明确规定,使得高校共青团显现出高度的组织化优势,保证了学生团员对共青团组织的认同和服从,保证了共青团组织与成员间的思想、行为等方面的高度统一。互联网时代,这种传统的“准政党化”、“准行政化”的层级化管理模式所遵循的“自上而下”的工作理念突显出其不足,层级化管理模式以管理为本、效率为先;相反,互联网思维所推崇的扁平化管理模式是以平等共享为本,两者之间的理念有明显的差异。一方面,严格层级化的工作模式很难有效地吸引思想多样化的青年学生;另一方面,平台思维下不断产生的多元开放、平等共享的互联网服务模式,却在不断地吸引着青年学生。

### (二)用户至上思维冲击着高校共青团的沟通优势

长期以来,在与青年学生的交流沟通中,高校共青团组织具有明显的优势。一方面,高校团干部是青年学生中的佼佼者,素质高、有激情、敢创新,与青年学生一样乐于接受新鲜事物,也善

于做青年学生的思想工作;另一方面,高校共青团组织相比其他行政组织,更容易接受和使用新媒体等新技术。但是,互联网是一把“双刃剑”,既可以促进高校共青团工作,也可以影响甚至冲击高校共青团的原有优势。比如,随着互联网技术的不断发展,青年学生政治参与、社会参与的渠道变得越来越多元,共青团组织绝不是唯一联系、动员、组织青年学生参与社会建设的组织。积极适应时代发展和青年变化,组织青年、引导青年、服务青年、维护青少年合法权益是共青团组织的重要职责<sup>[3]</sup>。在互联网时代,共青团组织恰恰是在与青年学生沟通联系并把青年学生吸引和凝聚到共青团组织周围的工作中受到了极大的冲击,主要表现为“找不到、留不住、影响不了青年”。为什么会造成这种局面?一是工作设计的绝对化。在传统思维下,共青团只要围绕党的中心任务设计工作、开展活动就可以,很多时候,共青团比较认同固定的行政管理办法,把党组织和上级团组织的要求确定为自身工作设计的唯一依据,忽略了青年学生的真正需要。二是工作推进的行政化。共青团在布置一项任务、推进一项工作时,往往在“时间紧、任务重”的工作背景下,要求基层团组织必须按时间、按要求完成工作任务,而忽略青年学生的成长规律。三是工作主体的模糊化。团干部在共青团的活动中起着主导性作用,但决不是活动主体,共青团工作的出发点和落脚点应该是广大青年学生。

### (三) 极致专注思维冲击着高校共青团的品牌优势

“开展活动、打造品牌”是共青团的“看家本领”。高校团组织在开展各种各样的活动方面积累了丰富的工作经验,每个高校团组织都有自己的工作特色和活动品牌。但是,在社会转型期,高校共青团也呈现出功利化、政绩化倾向,出现了“丢了西瓜捡芝麻”、“哗众取宠”等现象。把“希望工程”、大中专学生志愿者暑期文化科技卫生“三下乡”社会实践活动、大学生志愿服务西部计划等品牌工作放在一起进行比较,会发现它们有许多共同特点,即“党政关心、社会关注、青年关切、共青团能为”。进入互联网时代,共青团必须学习和理解“专注于一件事,将其做到极致”的互联网思维,杜绝影响共青团打造品牌工作的错误认识和做法。一是故步自封,缺乏创新。互联网思维提倡微创意,“小”东西完全可以做成“大”品牌,高校共青团不能仅仅追求“高大上”的东西,而要进一步拓展工作新领域,运用互联网思维,设计和推送青年学生喜闻乐见的“微创意”、“微产品”。二是虎头蛇尾,缺乏坚持。打造品牌活动,贵在坚持。当前,一些高校共青团组织推出的品牌活动,开始时宣传力度很大,但很快就悄无声息。“雷声大、雨点小”是高校共青团组织打造品牌工作中必须要注意的问题。三是鼠目寸光,缺乏战略。品牌的打造,需要科学规划、合理实施、严格管理,其形成、发展和壮大必须要融入地方的社会发展,发挥其社会功能。因此,高校共青团组织应站在战略高度,系统推进,不断打造出“品牌项目”。

### (四) 快速反应思维冲击着高校共青团的服务优势

服务青年学生是高校共青团组织的“立团之本、固团之基”,它决定着高校共青团组织对青年学生的吸引力和凝聚力。在社会转型期,大学生普遍具有多元价值观和多重需求,高校共青团组织只有更快、更好地解决青年学生的迫切问题,满足青年学生的实际需求,才能真正吸引和引领青年学生群体。互联网思维最显著的特点是“快”,即市场反应要快、推出产品要快、迭代更新要快、变革适应要快。因此,在互联网时代,谁的服务更及时、更精准,谁就能更直接地影响青年学生对各类组织的选择及归属。当前,互联网的快速反应思维正在冲击着高校共青团组织的服务优势。最明显的表现是,一些高校共青团组织的传统有形阵地出现了功能弱化的现象。一直以来,高校共青团组织采用“一体多翼”的组织模式,共青团指导下的学生会、学生社团本身就是维护学生权益、服务学生成长的组织。高校共青团组织运用这种组织模式,通过建设深入基层的有形阵地向青年学生提供长期有效服务。但是,互联网时代涌现出了许许多多的生活服务新平台,它们具有明显的“短、平、快”特点,能够在第一时间准确了解和把握青年学生的实

际困难和迫切需求,并根据青年学生的兴趣特点,以喜闻乐见的方式吸引和凝聚青年学生。因此,当前高校共青团组织迫切需要进行自我变革,融入互联网思维,找准着力点,注重开展“政府做不完、企业不愿做”的工作,解决介于青年学生保障性需求和个性化需求之间的发展性需求。互联网思维体现了草根阶层崛起的哲学,因此,高校共青团要树立“灵活多变、草根动员”的思维,积极与其他组织进行协作,使两者共享共赢。

### 三、互联网思维下高校共青团组织优化的实现路径

#### (一) 学生至上,活用体验式方法

用户至上是互联网思维的核心内容,用户至上与共青团组织“以青年为核心”的理念存在共同之处。互联网时代,用户至上是所有企业的生存法则,虽然,史蒂夫·乔布斯的成功与高科技不无关系,但是,更重要的是苹果公司做到了用户至上,苹果公司一直秉承“用户需求至上,用户体验至上”的产品设计和服务理念,所以,苹果产品用户的忠实度是最高的。互联网时代,高校共青团组织是不是能够发挥自身价值,不在于它与生俱来的性质、职能,而在于其“用户”即青年学生对共青团组织的认同度。今天的高校共青团工作已不再是“团组织说什么,青年学生就跟着做什么”的时代,而是必须根据青年学生的实际需求,采用青年学生可以接受的话语方式和工作方式,进行有针对性的组织、引导和服务。

一是了解青年学生的特点和需求。历史经验告诉我们,每一次科技革命都会带来青年学生群体思想的“大解放”,互联网思维势必会冲击人们固有的传统思维和做法。互联网时代,青年学生群体表现出观念个性化、集聚多样化、结构无序化、诉求多元化、利益博弈化、阶层固化等特点。辽宁工程技术大学团委于2013年组建了“大学生思想动态调研小组”,每个学期都分年级、分群体进行有针对性的调研,并把调研结果整理成“咨政建议”上报校党委,用于学校的战略决策。通过调研证明,共青团可以及时准确地掌握和了解青年学生群体的思想动态和实际需求,使学校的共青团工作做到有的放矢。

二是创建菜单式青年学生服务项目。为了增强青年学生对共青团工作的体验,必须以有吸引力的服务项目做支撑,使青年学生在丰富多彩的服务选项中,选择、试用和聚集,这一过程就是很好的“用户体验”过程。高校共青团要运用自身的公信力和号召力,充分整合社会资源,与地方政府、社会企业、商务网络平台建立协作共赢的关系,开发具有特色的服务项目,快速、精准地推送给有真实需求的青年学生。这种菜单式服务既可以使服务项目“供给方”之间形成良性的竞争态势,又可以使“需求方”在愉悦的体验中满足自身发展的需要。

#### (二) 简约至上,巧用具象化理念

互联网时代,“简约思维”是互联网企业非常重要的商业逻辑,核心是要尽可能通过最简约的方式传递给用户所需的核心信息,简约唯美的网络设计、简单实用的产品体验等都是简约思维的表现。简约思维包括外观简洁、使用简单、描述简便三个要素。在信息爆炸的互联网时代,简约风格可以使产品变得独一无二和赏心悦目,也可以提高用户对产品的认知度、辨识度和忠诚度。简约即集成与共享,这种互联网思维为高校共青团组织优化提供了很好的启示:让青年学生用最少的时间和精力获得最大的收获。互联网时代,高校共青团组织可以通过互联网技术和新媒体把服务、信息、资源等整合在一起,为青年学生打造“一条龙”的服务产品,让青年学生享受到高性价比的具象化服务。

一是充分挖掘新媒体的功能。互联网时代,高校共青团组织应该充分挖掘和发挥新媒体的功能,把“大道理”变得具体化、有形化,使青年学生容易理解和便于接受。一方面要“化整为

零”。互联网时代讲究“图片化”、“碎片化”阅读,根据这一规律,高校共青团组织可以把“大道理”提炼成精美的“小故事”,努力把有“意义”的思想变成有“意思”的文化产品。另一方面要“化零为整”。高校共青团组织推送给青年学生的文化产品先要从青年感兴趣的话题、活动入手,但是,一定不能庸俗化、低俗化,娱乐问题政治化、政治问题娱乐化是共青团当前工作中一种常见的错误做法。高校共青团组织要站得高、看得远,将中华民族优秀传统文化中的精华推荐给青年学生,引导青年学生理解“大道理”,把有“意思”的事做得更有“意义”。

二是构建扁平化的服务体系。互联网时代,人与人之间的关系变得更加平等,世界也变得更加扁平,一个组织或一个人的发展,都需要与他人的协同合作、资源共享,由此形成了“开放、共享、共赢”的互联网思维。互联网思维下,以往高校共青团“准行政化”的层级化组织工作方式已经过时,因为它在瞬息万变的互联网时代表现出信息传递失真、行动反应迟钝、思想观念迷失等问题。在互联网时代,要构建扁平化的组织、动员和服务体系,这个体系应该具备实时监控、精准研判、快速反应、具象运行等特点。高校共青团组织在一些工作中完全可以打破层级化模式,采用“一竿子插到底”的工作方法,构建共青团组织与社会组织、团干部、青年学生“互联互通”、“平等以对”的扁平化服务体系,使微信、QQ群、APP客户端等互联网新技术和新媒体可以充分发挥作用,从而减少信息传递层级、缩短信息传递时间,做到组织动员迅速、引导方法有效、服务推送精准。

### (三)平台至上,多用微创意项目

“扩大团工作的有效覆盖面,关键是要把工作延伸到广大青年最需要的地方去。”<sup>[4]</sup>互联网时代,网络已成为青年学生生活的一部分,“上课是手机控,下课是电脑控”的现象,向共青团传递出一种信息,就是高校共青团组织必须主动、全面地进入青年学生的网络生活空间。互联网企业非常重视为用户搭建可持续发展的平台,依靠培植庞大而忠实的用户群,迅速提升企业的市场估值,平台越好、流量越大,企业的市值也会越高,这就是互联网企业的“平台思维”、“流量思维”。它启示我们:当前高校共青团要通过搭建青年学生喜闻乐见的平台,吸引和凝聚更多的青年学生,为努力实现“两个全体青年”的目标,增强基层团组织的影响力。互联网时代,共青团组织可以利用先进的技术、成熟的产品、广阔的渠道和新颖的内容,打造各种新颖的青年学生网络平台,让各类青年学生群体在网络平台上聚集,并有效孕育和传递正能量。当前,网站、微博、微信等互联网信息传递方式,以其人性化、快捷化优势,已成为高校共青团组织联系和引导青年学生的重要平台。

一是“双网”平台,相得益彰。最近,广州团市委开展的“智慧团建”,最引人注目的创新点是在“平等、开放、创新、共享、协作”的互联网思维下,建立的“020”工作体系。“020”的第一层意思是网络加网络,即在原有组织建制的纵向网络资源基础上,形成横向的网络平台,它是对青年学生的无缝覆盖。第二层意思是网上加网下,即利用新媒体等互联网技术,将共青团组织的活动和影响力向青年学生的网络生活空间渗透,实现虚实结合、贴近生活、扩大影响、增强实效的共青团工作新体系。但是,无论如何“网上平台”的功能不可能完全代替“网下平台”的功能,高校共青团组织不能放弃传统的网下组织和阵地。高校共青团要学会把网上人气引入网下活动,做到“线上”与“线下”相得益彰。另外,共青团组织在创建网上平台的过程中,要注重与成熟的第三方网络平台合作,强化对原有青年学生网络自组织的行为指引、观念指导和组织支持。

二是推送“微创”,快速迭代。微创意具有“短、平、快”的特点,这符合互联网思维的价值追求。高校共青团组织要鼓励各级团组织发挥主动性,从“小”着手、从“创”着力,不断推出“短而实、小而精”的微型创意活动项目,如“我身边的好人”微人微事、“我的支部、我的团”微纪录、“主题团日、微信抢红包”(红包里包的不是钱,而是各式各样的微项目)等活动。运用互联网思

维中的“粉丝经济”、“参与感”等理念,激活基层团组织,形成良好的微循环,不断提高共青团组织的黏性和依存度。需要注意的是,要把握好推送微产品的质量和频率,质量是获得团员青年肯定和追捧的根本所在,也是共青团组织增强吸引力和凝聚力的关键要素。推送微产品的频率不宜过快,过快的频率将给基层团组织带来不必要的工作干扰。

#### (四)服务至上,常用大数据分析

以往高校共青团组织单向度的服务方式,多少有点“一厢情愿”的味道。因为,很多时候作为活动组织者的共青团并不知道青年学生是否能够收到团组织的相关信息,是否能够接受其主张,以及青年学生是否还有其他的需求和意见,互联网思维可以很好地解决这一问题。互联网的最大优势是数据化,人们在浏览网页、即时通讯、网上购物、发表日志等过程中,产生了大量的数据和信息,其背后蕴含着巨大的价值。习近平总书记在参观考察腾讯公司时强调指出:“我看到你们做的工作都是很重要的,比如在这样海量的信息中,你们占有了最充分的数据,然后可以做出最客观、精准的分析。这方面对政府提供的建议是很有价值的。”<sup>[5]</sup>的确,大数据具有巨大的价值和重要意义。互联网时代,大数据分析可以做到实时化、智能化和直观化,高校共青团组织可以根据大数据分析,及时做出反应,调整工作方式,提高服务水平。

一是实时掌握、运用大数据。近年来,各高校正在通过“数字校园”、“智慧校园”建设,努力实现教育信息化。高校共青团可以很好地利用这一契机,共享由招生就业处、网管中心、教务处、学生处等各部门数据集成的校园大数据,全面掌握每个学生的信息。从海量的数据中,准确了解、掌握高校共青团工作所需要的信息,是一件专业性较强的技术工作,因此,可以借助麦可思、百度、阿里等第三方数据咨询公司来实现对青年学生的大数据分析。

二是明确高校共青团的任务。高校共青团组织掌握、分析和运用大数据的目的是为了更好地“服务青年学生”,即针对青年学生的现实需求、思想特点和价值取向,不断增强高校共青团服务青年学生工作的针对性和实效性。互联网时代,许多企业向用户提供免费产品,但需要注意的是,“免费的最终目的是为了收费”,互联网企业通过“流量效应”、“价值转移”等手段向部分用户收取费用,进而获得了丰厚的经济回报。同样,“服务青年”是共青团工作的重要内容,但仅仅为了服务而服务是不够的,服务是为了思想引领和成长成才,是为了传播马克思主义真理、中国共产党的主张和社会主义核心价值观。因此,在运用互联网思维推进共青团工作的同时,要始终把培养中国特色社会主义事业建设者和接班人作为根本任务,把巩固和扩大党执政的青年群众基础作为政治责任<sup>[6]</sup>。

#### [ 参 考 文 献 ]

[1]中国互联网络信息中心:《第37次中国互联网发展状况统计报告》,http://www.cnnic.cn/gywm/xwzx/rdxw/2016/201601/W020160122639198410766.pdf

[2]习近平:《共同为改革想招 一起为改革发力 群策群力把各项改革工作抓到位》,载《人民日报》,2014年8月19日。

[3][4][6]习近平:《共青团要紧跟党走在时代前列走在青年前列》,载《中国青年报》,2013年6月21日。

[5]《习近平的6个“互联网思维”》,http://politics.people.com.cn/n/2014/1120/c1001-26064303.html

(责任编辑:邢 哲)