

“互联网 + ”时代背景下高校团建的新路向

■ 李 扬

(中国社会科学院 研究生院,北京 102488)

【摘要】高校共青团在“互联网 + ”时代背景下面临着学生网络化程度越来越高、组织机构建设落后、团建职责落空、团建观念落伍等多重挑战。互联网已经成为青年学生的一种生活方式,再造“互联网 + 共青团”的新组织格局已成为团建工作的必然选择。高校应当打造共青团互联网平台,进一步扩大互联网的应用。现阶段营造“互联网 + 共青团”新组织格局必须充分利用“互联网 + ”的“智慧”,建设新媒体矩阵,增强团组织的吸引力、服务性、先进性和政治性,借助人工智能引领青年学生工作。

【关键词】“互联网 + ” 高校团建 人工智能 思想引领

DOI:10.16034/j.cnki.10-1318/c.2018.05.005

随着网络技术的迅速发展,各行各业都普遍而深刻地受到“互联网 + ”的影响,高校团建工作也不例外。在“互联网 + ”的时代背景下,高校如何进行团建成为关心团建的人必须认真思考的问题。

一、问题的提出:共青团遇到“互联网 + ”的新困境

共青团作为中国共产党的助手和后备军,跟着党一路披荆斩棘,赢得了中国革命的胜利,迎来了中国特色社会主义进入新时代。然而,进入 21 世纪,共青团却遇到了前所未有的新情况——“互联网 + ”。

首先,青年学生网络化程度越来越高。随着智能手机的普及,青年学生不仅在“量”上全部完成了网络化,而且在“质”上网络化的程度也越来越高。互联网对于青年学生而言,早就摆脱了新兴通讯手段的定位,成为其生活方式不可分割的一部分。学生选课依靠互联网,外卖依靠互联网,求职依靠互联网,娱乐依靠互联网,出行依靠互联网,甚至连上课也有“雨课堂”“微课”和“慕课”等可供选择。在青年学生的学习生活中,互联网已完全成为不可或缺的生活、学习方式。而且随着互联网功能越来越强大,提供的服务越来越多,青年学生网络化的程度必将越来越高。

收稿日期:2018-07-20

作者简介:李 扬,中国社会科学院研究生院哲学系博士研究生,百色学院马克思主义学院副院长,主要研究信息社会群团组织变革。

基金项目:本文系广西壮族自治区哲学社会科学规划 2017 年研究课题“‘互联网 + ’与信息社会道德变革研究”(课题编号:17FZX004)的阶段性研究成果。

其次,团组织机构建设面临困境。与青年学生网络化程度越来越高形成鲜明对照,作为“先进青年的群众组织”的共青团,在“互联网+”的时代背景下,面临严峻的组织机构建设的挑战。一方面,团组织要依赖上级党政机关获取经费保障^①,团干部需要在党政系统中获取晋升的机会。为了巩固团的群众基础,高校团组织也只能按照院系、班级等结构建立各级团组织。因此团组织极易产生“行政化”“机关化”甚至“贵族化”倾向;另一方面,伴随青年学生网络化程度越来越高,青年学生在网络空间活动的时间越来越长,对基于传统院系班级组织建立起来的团组织的向心力就会越来越弱。在此背景下,部分高校团组织还没有真正建立起自己的“网络部”“微信公众号”,互联网仍被置于团建之外。在团的组织结构的形式上,原有的“旧阵地”正在丧失,而互联网这片“新阵地”尚未完全开辟。

再次,网络团建职责落空。与团组织机构建设困境紧密相连的是网络团建的职责落空。很多高校团组织将网络思想政治教育的职责完全交付给马克思主义学院,将利用互联网联系青年学生的职责完全交付给学工部;团组织只负责举办各种校内学生活动,举办的活动多是联系性的“娱乐”活动甚至是仪式性的“排场”活动,并非体现先进性的“政治”活动。在团建管理上,原来行之有效的整齐划一式的组织动员方式在追求个性、价值取向多元的互联网上遭遇前所未有的挑战,团组织还未肩负起在互联网中的职责。

最后,团建观念落伍。在团组织机构建设的困境与网络团建职责落空的背后,隐藏着团建观念落伍的重要问题。高校共青团依然只是将互联网当作新媒体,当作沟通手段,没有意识到互联网已经成为青年学生学习生活不可分割的一部分,没有以互联网思维推动共青团建设。这种观念的落伍,在“互联网+”时代必然给网络团建带来巨大影响。没有网络团组织平台,没有网络团建话语体系,没有网络团建新方法,团的群众性、对青年学生的吸引力和服务青年学生的职能就无从体现和发挥,在群众性基础之上的“先进性”和“政治性”必然会被遗落,团的影响力必定受到限制。

二、必然的选择 “互联网+共青团”

互联网已经成为青年学生的一种生活方式,对团组织工作形式进行一次互联网改造,或者说再造“互联网+共青团”的新组织格局已成为团建工作的必然选择。

1. 打造共青团互联网平台

建立共青团网络平台,是再造“互联网+共青团”新组织格局的第一步。在“互联网+”时代背景下,要发出团的声音,重要的是改变以往“重建立、轻建设”的倾向。团组织不仅要建立自身的互联网发声平台,如网站、微博、公众号等,更要在发出“团的互联网声音”上投入极大精力。在产品快速更新换代的“互联网+”时代,团组织盲目跟风“建立”网络平台显然并非明智之举,莫不如依托专业技术公司如腾讯、新浪等公司已有的技术产品,将有限的资源更多地用于“建设”上,更好地发出“团的互联网声音”。

高校更好地发出“团的互联网声音”,要求学校团组织不能将互联网平台仅当作新闻的发布平台,而要让这一平台服务于广大青年学生,与青年学生开展各种形式的互动交流。团的互联网发声平台应该站在青年学生的角度对国内外“大事”进行评论,而不能仅是“粘贴”新闻而已。这种对“大事”的评论既是对青年学生的服务,也是和青年学生之间的互动。团的互联网发声平台应该对与青年学生关系密切的“中事”^①有所指引。如就业指导本身就不仅是招生就

^① 中事:不同于国家、公众层面的“大事”和局限于私人的“小事”,指与青年学生群体相关的一定范围内的公共性事务。

业处在学生毕业前一段时间才开展的工作,团应该结合对有关就业、创业新闻的转载、评论,帮助青年学生树立正确的就业观。这种对“中事”的指引不仅是对青年学生的服务,更是在具体服务工作之中的“思想引领”。团的互联网发声平台应该对青年学生身边的“小事”有所关注,以青年学生身边的“小事”为突破口,加强与青年学生的互动交流,增加青年学生对团的互联网发声平台(即团组织本身)的用户黏度。

高校要更好地发出“团的互联网声音”,还要求共青团使用青年学生习惯、喜欢的语言风格和语言形式。无论是对“大事”的评论,对“中事”的指引,还是对“小事”的关注,团的互联网发声平台都要使用青年学生习惯和喜欢的短平快的语言风格,改变让青年学生“看不懂、懒得想”的官样八股语言风格。在形式上,要求生动形象,能用短视频、短音频、图画表达的内容则不用文字表达,能用口语表达的内容则不用书面语表达。

2. 推动团的组织再造

团的“先进青年的群众组织”的定位明确了团组织的群众基础,团的各级组织必须随着自身群众基础的变化而变化。互联网已经成为青年学生学习生活的一部分,团的组织建设必须使用互联网,使互联网成为引导学生成长、成才的重要方式。不可否认,互联网“去地域”的特征和网民的流动性、匿名性等特点给团组织的网络建设带来了不小的困难,但这并不代表建立团的网络组织毫无可能。在互联网中,网民往往会因为兴趣爱好、地缘、业缘等各种因素联结成为一个网络社区。每一个网络社区都拥有自己的“常住居民”,这些“常住居民”往往在本网络社区中发挥着核心作用,这些“常住居民”的存在就为团的网络支部建设奠定了基础。高校团组织完全可以选择在青年学生经常“路过”的地方以学校的名义联结青年学生,建立“大学贴吧团支部”、“大学网团支部”,开展团的活动。当然,网络团支部作为团组织在互联网上的延伸,与现实中的团支部相比有其特殊性。作为团的一种特殊支部的网络团支部要“专注”在特定网络社区中“跨界(跨普通组织边界,如班级、院系甚至毕业与否)”联系团员,坚持以团员为中心开展活动,注重团员在团组织活动中的参与感与体验感。

显然,建立网络团支部仅是推动团的组织再造的一部分,在“互联网+”的时代背景下推动团的组织再造,必须推动学校团委层面的组织改革。这就需要学校团委成立“网络部”或“网络工作组”以协调组织网络活动,领导、指导网络团支部开展工作。“网络部”或“网络工作组”的成立要去除“行政化”“科层制”色彩,实现柔性化的组织设置,考虑不再固定设置某某科或某某中心,而是以特定的活动为基础组建工作组。工作组随着活动的策划、开展而建立、扩展,随着活动的落幕而自然解散。除了组建“网络部”以外,学校团委还要在裁撤办公室的基础上成立团员服务中心,不仅要以网络方式实现团员联系、团籍管理的一站式服务,搜集团员所需要的各种信息,还要实现以团员为中心的团委与学校各职能部门乃至校外单位的互联互通;改建组织部,以“互联网+”的方式改进团员发展、推优入党、档案管理工作,弱化组织部的日常管理职能,强化思想教育职能;在文体部、社会实践中心的基础上组建新的实践部,将举办主题团日活动的职能移交实践育人中心,利用柔性化的组织设置适时策划、组织各类线上线下社会实践活动,不仅要举办“娱乐性”“联系性”的活动,更要根据团员服务中心的信息反馈举办服务性的“政治性”的活动;改革宣传部和新媒体中心,弱化校报、板报的宣传职能,弱化新闻的采访、报道等编辑职能,强化在互联网的新闻评论职能和新闻推荐职能,适时将思想政治教育内容视频化、图片化,在“互联网+”时代背景下,有效提升宣传教育效果,积极推动团的组织改革。

3. 进一步开展网络活动

无论是在互联网上发出团的声音,还是推动团的组织再造,都只是为团的网络活动搭建框架,通过开展活动联系、服务和引领青年学生才是网络团建的根本目的;才是“互联网+共青团”

团”组织再造的最终任务。团的各类网络活动主题的形成应以青年学生自主倡议、专家凝练为主,以组织倡导为辅,通过大数据、算法推荐等技术准确搜集、发现青年学生的“痛点”,以具象化、可感知、可参与这些不仅有意义而且有意思的活动满足青年学生的各类需求。

可以借鉴 B2B2C^① 的商业营销战略,通过活动/项目工作组的方式,实现人员和资源的下沉,更好地面向青年学生组织开展活动,更好地服务、引领青年学生。在 B2B2C 活动组织流程中,第一个 B 是指学校团委,第二个 B 是指活动/项目工作组,C 是指青年学生。学校团委作为信息中心、决策中心、经费的提供者,负责发现“痛点”,做出决策,提供活动支持。活动/项目工作组根据团委提供的信息,负责面向青年学生融合和重组资源,细化活动方案,承担具体的活动组织工作。

例如,对于高校团组织来说,类似“职业生涯规划大赛”等服务青年类的活动都可以通过互联网来开展,而不只是利用互联网进行宣传。相关活动完全可以在互联网空间展开,由 1-2 名常驻人员和拥有少量经费的工作组来组织和完成。借助互联网整合资源,实现青年学生的互动式、学习式、探究式的参与,不仅能在更大范围内吸引更多的青年学生参与,而且能让在校的青年学生彼此学习。类似“红色记忆·微视频”的思想引导类活动,几乎可以完全移植到互联网中,而且形式会更加新颖活泼,更能激发青年学生的参与积极性和创意。志愿服务类活动和权益保护性活动可以通过 O2O 的形式在互联网上长期举行。此类活动的工作组所需人员较多,使用资源较多,但是有时能够带来巨大的资源回馈。例如,浙江台州依托“彩虹温岭”“新青年”等共青团微信公众号在全市范围内为青年团员和市民提供近乎专业化的志愿服务,已经取得了良好的成效^[4]。

三、相应的路径:吸引、服务和引领

“互联网+共青团”新组织格局是“互联网+”时代背景下团建的必然方向,新方向必然要求新路径。在现阶段,营造“互联网+共青团”新组织格局必须充分利用“互联网+”的“智慧”,增强团组织的吸引力、服务性、先进性和政治性,最终达到引领青年学生的目的。

1. 建设新媒体矩阵,增强团组织的吸引力

在互联网中,团组织与青年学生的交流互动不仅依赖于团组织“推”送各种信息,更依赖于青年学生从海量信息中将组织推送的信息“拉”出来^[5]。这一新型的信息交流互动关系内在地要求团组织不仅要建立网络“基站”,而且要在青年学生经常“路过”的地方建立网络“基站”,各个网络“基站”之间还要相互联系、相互链接。伴随着移动互联网的主导地位不断强化,微信、微博、抖音、陌陌等以“微”著称的移动 APP 成为青年学生网络“集散地”的趋势愈加显著。团的互联网发声平台自然而然也应该向“微”的方向发展,以链接方式的多元性、展现方式的多屏化推进团组织与青年学生的联系,建设属于团组织的新媒体矩阵。

“微”端的建立仅是前提,要让青年学生从海量信息中将组织推送的信息“拉”出来,就要以适合青年学生的使用习惯、青年学生喜欢的形式“推”送信息,实现团建信息的“微”化。如此,不仅便于青年学生把团组织“推”送的信息“拉”出来,而且能增强青年学生将这样的信息“拉”出来的意愿。实现团建信息的“微”化,完全可以借鉴“微百科”的做法,将各种理论、事件、人物漫画化、图案化,以述论结合的方式、调侃化的语言、通俗的例证传递信息、引领潮流。

^① B2B2C, “Business to Business to Customer”的缩写,电子商务用语,第一个 B 指商品或服务的供应商,第二个 B 指电子商务企业,即平台,C 指消费者。本文借用这一概念,以解释团委、活动/项目工作组和青年学生在活动中的关系。

在实现团组织信息“微”化的同时,要特别注重形成团组织“微”信息的联动效应、回声效应^④。实现团组织所属的不同“微”端之间的联动,要求同一“微”信息不能仅发布在单一平台上,而应根据不同平台的特征,对信息稍加转换后发布在不同平台上。团组织所属的不同的“微”端之间,应实现多屏化的信息传递,形成多平台、多屏化的联动效应和回声效应。此外,团组织的“微”信息还要与外部环境形成联动效应、回声效应。高校团组织应彻底打破“行政”、“机关”的思维,大胆启用学生社团乃至市场化力量,以市场化的方式推送“微”信息,及时回应时事热点问题,在更大的范围内形成联动、回声效应。

被动地等待信息被“拉”出来,是团的互联网发声平台影响力不高的重要原因,为此团组织要主动地将信息“推”出去。对于高校团组织而言,应在掌握青年学生信息的基础上,以数据管理的方式,将青年学生进行“标签”归类,实现信息推送的精准定位,按不同需求,既依靠实体组织,又不完全依赖于实体组织,将各种“微”信息准确地推送出去。

2. 通过互联网服务青年学生,增强团组织的服务性

以“微”的方式增强团组织的吸引力固然必不可少,但是还必须增强团组织对于青年学生的服务意识,才能从根本上增强团组织的吸引力,并以此为基础实现和增强团组织的先进性和政治性。在高校团组织初期的互联网工作中,难免会出现“娱乐化”的倾向,放任“娱乐化”倾向的蔓延显然不利于团服务青年、引领青年工作的展开。

服务青年就是服务于青年的需要。学习需要、生活需要以及就业需要是青年学生最重要的三种需要。比如,今天食堂发生了什么趣闻,明天哪间教室被占用,后天在哪儿有什么讲座,哪位同学在就业创业过程中碰到了什么难事等,这些“需要”容易被团组织忽视,但正是它们构成了青年学生最具体和现实的关注。高校团组织要在数据管理的基础上,积极协助学校教务处、学工部、图书馆、招生就业处等部门乃至校外有关单位,将服务主动“精准”地“推送”给青年学生,不仅要在学校各级团组织之间实现信息互联,而且要在学校范围内实现团组织与各职能部门之间以青年学生为中心进行全面互联、协同合作。同时,对这些需求的关注与满足,不仅能够从根本上增强团组织的服务性,也能够极大地增强团组织对青年学生的吸引力。如是才能让青年学生在“高、大、上”的团组织中“露个脸”,才能让团组织变得更加亲民、利民。

高校更好地服务于青年学生的需要,重要的是要知道每一个青年学生的需要是什么。高校团组织可以凭借学校和自身的组织优势,组建一个存储青年学生“需要”的数据库,自学生入学开始就根据招生就业处、教务处提供的数据,让每一位青年学生添加“生源地”“专业”等标签;根据学校网络中心所提供的青年学生经常访问的网站数据,给每一位同学添加若干个“时事关注”标签;在入学后,根据学生参与的活动、参加的学生社团给每一位同学添加若干个“兴趣”标签;并且凭借自身在各院系、班级的组织优势,每个学期通过网络的方式组织一次青年学生的大普查,调查每一位青年学生的就业意向、下一步专业学习的方向、个人的文体爱好、时事关注的兴趣点等,不断以“标签化”的形式完善和更新青年学生的“需要”数据库。

高校更好地服务于青年学生的需要,还要建立一个以学校团委为中心的服务信息数据库。对于青年学生而言,其各种需要的满足以往通常由学校各个职能部门分散完成,各职能部门对学生的服务是一种“碎片式服务”;青年学生在课程学习之外,也只有“碎片化时间”去办理各种事项。团组织可以与校内各部门合作组建一个交互开源的服务数据库。由教学处提供教学信息,由学工部、后勤处提供学生管理和后勤服务信息,由科研处、图书馆提供科研和图书信息,由招生就业处、校友会提供有关就业的信息,由各级团组织提供各种文体活动信息等,形成一个以青年学生为中心、多部门联动、交互开源的服务数据库。

在上述建立青年学生“需要”的数据库和校内交互开源的服务数据库基础上,高校团组织可以

利用“置”于青年学生手机之中的各种“微”端精准地实现服务供需对接,将校内各部门向学生提供的“碎片式服务”与学生的“碎片化时间”有效联结起来,实现以服务团结青年学生的目标。

3. 借助人工智能引领青年学生,增强团组织的先进性和政治性

共青团是党领导的先进青年的群众组织,政治性和先进性是共青团的根本属性,在任何时候团组织都不能丢掉其政治性和先进性。增强团组织的吸引力和服务性,归根到底是为了增强团组织的政治性和先进性。“互联网+”时代背景下高校团建要引导青年学生对海量信息做出“事实判断”,更为重要的是,团组织必须引导青年学生在“事实判断”的基础上做好“价值判断”与“政治判断”。

然而,仅凭借团组织数量有限的专职团干,很难对互联网中的海量信息迅速做出“事实判断”,更难在“事实判断”的基础上引导青年学生做好“价值判断”与“政治判断”。高校团组织的现实状况决定了它要较好地完成教育和引导青年学生的根本任务,就不仅要在校内借助马克思主义学院、宣传部等教学院系和职能部门的力量,也要在校外借助专业化的文化公司等社会资源;在大数据、算法推荐等新的人工智能技术风起云涌之时,高校各级团组织还应注重技术在教育和引导青年学生工作中的作用。应用人工智能技术推进共青团引领青年工作,是目前“互联网+”时代背景下共青团工作的重要着力点。

首先,要用人工智能技术把握青年学生的思想动态,实现对个别青年学生思想状况的精准“画像”,并在此基础上实现青年学生思想状况的适当“归类”。上文提及的建立“标签化”储存青年学生“需要”的数据库不仅是高校团组织因应时代变革、精准服务青年学生的需要,也是实现团建工作“数据化”、实现团对青年学生思想状况的精准“画像”和适当“归类”的需要。高校团组织可以根据数据库所提供的信息,将青年学生粗略地归为理论学习、思想提升、思想游离、急需介入四类,为后续的智能化生成和推荐思想引导类信息提供条件。

其次,要在对青年学生思想状况适当“归类”的前提下,在整合全网信息的基础上,借助人工智能技术自动推荐思想引导性“信息”,实现对青年学生的“智能”引领。例如,针对有志于学习马克思主义理论的“理论学习”的青年学生而言,“微”端平台可以经常推送理论性文章,就能准确刺激这类青年学生的“痛点”,满足这类青年学生的思想需要。针对“思想提升”的青年学生而言,他们对党团组织有一定的信心,却又在思想上对马克思主义不熟悉,向其转发“马克思何以成为马克思?”“资本家是怎么做到的?”“屁股决定脑袋中的马克思主义哲学”这类信息,必定让他们为此打 Call。针对“思想游离”青年学生而言,不妨经常给其中带有“关注时事”标签的学生转发“国家新成就”的新闻,给带有“体育爱好者”标签的学生转发有关中国队参加国际比赛的预告、直播,给带有“文艺爱好者”标签的学生转发有关中国文学、中国艺术发展及展览的信息。针对经常访问非法网站、言语激烈的“急需介入”的学生,就要提醒辅导员、基层团干等专职思想政治工作者特别注意,做好一对一的思想辅导工作。

总之,“互联网+”时代的到来,对高校团建工作既使一个契机,又是一个挑战,高校如何应对这些挑战,将是未来要面临的问题,本文仅从个人角度提出一些想法,仅供高校团委、学生工作人员参考。

[参考文献]

[1] 陈晓运《群团组织、竞合式镶嵌与统合主义的运作》,载《青年研究》,2015年第6期。

[2] 团台州市委《“智慧团建”彰显共青团改革智慧》,载《中国共青团》,2018年第1期。

[3] 骆郁廷《吸引、判断、选择:网络思想政治教育的关键词》,载《马克思主义研究》,2016年第11期。

[4] 黄楚新 彭韵佳《“微”团建:互联网思维下的共青团创新工作模式》,载《中国青年社会科学》,2016年第4期。

(责任编辑:王俊华)