

“互联网+”时代背景下高校学生党建工作品牌化建设研究

王 姍

海南科技职业大学, 中国·海南 海口 571126

【摘 要】“互联网+”已经成为各行各业转型升级不可或缺的关键力量、重要推手。利用互联网技术,借助新媒体平台,探索高校特色党建工作品牌化路径是顺应时代变化,是提升党建工作吸引力和影响力的创新举措,是推动高校党建工作创新发展的必经之路。

【关键词】互联网+; 高校党建; 品牌化

引言

习总书记强调,“加强党对高校的领导,加强和改进高校党的建设,是办好中国特色社会主义大学的根本保证”^[1]。坚持党对高校工作的全面领导,高校作为党的意识形态工作的重要阵地,通过党建工作,高校能够确保教育教学的正确方向,培养出符合党和国家需要的高素质人才。

网络科技的迅猛发展,新的网络媒体的出现,使高校学生党建环境发生了很大的变化,使高校党建工作的空间和时间得以延伸,信息、文化、思想的传播不受地域和国别的限制,网络科技对青年大学生的学习和生活产生了深刻的影响。然而,互联网资源纷繁复杂,大学生价值观尚不成熟,缺乏信息处理能力和辨识能力,思想很容易受到冲击和影响,我们必须深刻认识到“互联网+”时代给高校学生党建工作带来的机遇与挑战。

在高校党建工作建设中植入品牌化理念,对于增强党组织的凝聚力和创造力,加强党组织的内涵建设,通过品牌效应提升学校的知名度和美誉度,促进党建工作与学校事业发展的深度融合,具有十分重要的意义。如何利用好互联网技术将高校党建工作进一步品牌化,真正地将高校党建工作品牌化建设落到实处,以取得长效发展,便显得尤为重要。

1 “互联网+”时代背景下高校学生党建工作品牌化建设的现状

1.1 网络平台建设起步,发展较缓

当前“高校党建工作的信息化和网络化进程缓慢,运用互联网开展党建品牌化建设的较少,实际工作中采用传统

党建工作模式的较多”^[2]。许多高校都建立了自己的网络平台,如党建网站、微信公众号等,发布党建信息、开展党员教育等。然而,这些平台在内容设计方面缺乏吸引力和创新性,内容更新以及互动交流等方面也存在不足之处。

1.2 品牌意识初入人心,探索起步

2018年起,教育部培育创建全国党建工作示范高校、标杆院系、样板支部,这一举措为推动高校基层党支部品牌化建设,但只有少数支部获批“党建工作样板支部”,其余支部在建设过程中仍然存在学习形式单一、活动内容趋同的现象。党建工作具有极强的组织性及严肃性,支部党员对党内组织生活一直以来具有刻板印象,对支部品牌化建设的阻碍不小。

近年来,越来越多的高校开始意识到品牌化建设在党建工作中的重要性,纷纷探索如何通过互联网平台打造具有特色的党建品牌。

1.3 品牌活动单一

所谓品牌化,是指为了提升产品或服务的市场竞争力和商业价值,针对产品或服务设计品牌名称、LOGO、包装等可视性元素,以及其他感官刺激的过程,如声音、触觉、嗅觉等^[3]。

高校党建工作品牌化,作为一种创新性的管理策略,旨在通过独特的设计、实施和宣传,使党建工作在众多高校中脱颖而出,形成鲜明的特色和优势。这种品牌化的过程,不仅增强了党建工作的辨识度,还极大地提升了其竞争力和价值。

目前高校党建活动还未形成系统意识,系列活动意识,

只是组织单一的主题活动如“党员先锋岗”、“红色文化日”等,高校需通过组织线上线下的系统化策划党建品牌活动,增强了党建工作的吸引力和感染力。

2 “互联网+”时代背景下高校学生党建工作品牌化建设的意义

2.1 适应“互联网+”时代需求

习总书记强调,“谁赢得了互联网,谁就赢得了青年”^[4]。党的十九大报告指出:党的建设要以创造性为着力点,要顺应时代变化,不断更新工作理念、工作方式^[4]。顺应时代创新党建工作势在必行。

拓展沟通空间:互联网技术的发展极大地拓展了全社会沟通活动的空间,不仅仅优化了资源配置,还深刻变革了社会各行各业的运行模式。对于高校学生党建工作品牌化建设而言,充分利用互联网平台,无疑是一个重要且有效的策略。网络环境成为大学生党建宣传的新阵地。这些平台还可以作为党建工作的互动窗口,收集师生的意见和建议,促进党建工作的民主化和科学化。二是依托各大新媒体平台,开拓了党建工作的新路径。没有了时间和空间的限制,使得党建工作可以在任何时间、任何地点开展起来。无论是线上学习、讨论还是交流,都可以通过互联网平台实现,极大地提高了党建工作的效率和覆盖面。再次,互联网平台提供了丰富的资源和工具,为高校学生党建工作品牌化建设保驾护航。通过互联网平台,可以获取大量的党建资讯、案例和经验,为品牌化建设提供有力的支撑。同时,还可以利用互联网平台提供的各种工具和功能,如在线调查、数据分析、社交媒体营销等,来优化品牌化建设的策略和方法,使其更加符合师生的需求和期望。

满足个性化需求:不同时代青年大学生成长于差异化的社会环境,他们的认知习惯、价值取向造就了他们的需求的个性化。“95后”“00后”大学生作为互联网原住民,更习惯碎片化、互动式的学习方式,传统“你讲我听”的单向灌输模式,已难以激发他们的学习热情,教育效果大打折扣。“互联网+”背景的党员教育模式的出现,为满足个性化需求提供了全新解决方案。通过搭建线上学习平台,将党史知识、理论课程等内容转化为图文、音频、短视频等多元形式,学生可以根据时间安排、兴趣爱好和专业特点自主选择学习内容,打破了“时间固定、地点固定、内容固定”的传统束缚。例如,理工科学生可通过技

术案例解析学习党建知识,文科生可借助历史故事深化理论理解,这种精准化的内容供给,让党员教育更贴合学生实际需求。同时,平台设置的学习进度跟踪、个性化推荐等功能,能帮助学生构建专属学习路径,真正实现“我的学习我做主”。

创新教育模式:通过“互联网+”技术,可以创新党员教育模式,催生了一系列生动鲜活的党建品牌项目。高校通过打造“云端党课直播间”,邀请优秀党员、行业先锋开展在线分享,利用弹幕互动、实时问答等功能增强参与感;开发党建知识闯关小程序,将理论要点设计成趣味问答、情景模拟等游戏化模块,让学习过程充满乐趣;构建线上线下融合的实践平台,学生可在线报名志愿服务、参与红色教育基地云参观,再通过线下实践巩固学习成果。这些创新举措不仅让党员教育从“严肃刻板”变得“生动有趣”,更显著提升了教育效率——原本需要集中组织的学习活动,通过线上平台可实现万人同步参与;分散在各地的实践资源,借助数字化手段能实现全域共享,使党员教育的覆盖面和影响力得到质的飞跃。

2.2 提升党建工作科学化水平

创新思路方法:以科学发展观为统领的品牌化建设,激发同学们明确党建工作的正确方向,使党建工作的新思路、新方法得到不断拓展。

增强实效性和科学性:打造规范性、稳定性、全局的品牌化制度,是打造党建品牌永葆影响力和持久力的前提。形成系统化的学生党建工作品牌,就像一面旗帜,给党员同志指明方向,也让大家牢牢的聚集在一起。

2.3 发挥党员先锋模范作用

增强党员的责任感,党建带动团建:打造符合本校特色的党建品牌,通过高质量的品牌活动,充分调动党员师生的参与度和积极性。发挥党员的先锋模范作用,带动党建活动的热度,从而影响广大团员青年,营造和谐健康的校园文化,加强青年大学生的教育引导。

2.4 推动高校事业高质量发展

推进思想政治教育:树立正确的世界观、人生观、价值观,培养社会主义建设者和德智体美劳全面发展的接班人,要把建设高校学生党建工作品牌化作为推进高校思想政治教育工作的一个重要载体来抓,明确品牌建设的重要性和紧迫性。

提升高校综合竞争力：高质量的党建工作品牌能够提升高校的综合竞争力，吸引更多的优秀学生和教师加入，推动高校事业的高质量发展。

3 “互联网+”时代背景下高校学生党建工作品牌化建设的路径

在深入了解我国国情的，挖掘各校特色的前提条件下，构建高校学生党建工作的互联网阵地。

3.1 利用新媒体平台广泛传播

社会化媒体：在微博、小红书、抖音、微信、快手等社交媒体平台上创建并维护官方账号，定期发布相关信息、活动报道、党建品牌典型事迹等，吸引粉丝关注和转发，扩大党建品牌影响力。

新闻客户端：利用今日头条、腾讯新闻、人民号等新闻客户端的广泛用户基础，发布高质量的党建品牌新闻和深度报道，提高品牌曝光度。

短视频平台：制作短视频展示党建品牌的特色活动和成果，通过抖音、快手等平台进行传播，利用短视频的病毒式传播特点，迅速提升品牌知名度。

3.2 创新内容形式，增强吸引力

故事化叙述：党建品牌的魅力与价值展现，将党建品牌的核心价值和故事以故事化的形式呈现，增强内容的可读性和吸引力。

多样化形式：除了传统的文字、图片外，还可以尝试使用音频、视频、动画等多种形式来传播党建品牌信息，让内容更加生动有趣。

互动性强：鼓励用户参与讨论和分享，提高用户参与度和粘性，可在新媒体平台设置问答、投票、评论等互动环节。

3.3 精准定位目标受众，实现精准传播

分析受众需求：通过大数据分析工具对新媒体平台上的用户进行分析，了解他们的兴趣、需求和行为习惯，为精准传播提供数据支持。

个性化推送：推送和内容策划，需根据青年大学生的特点和需求进行推送，确保信息能够精准地传达给他们。

建立社群：通过新媒体平台建立党建品牌的社群，将具有相同兴趣和需求的用户聚集在一起，进行深入的交流和互动，形成品牌忠诚度。

3.4 加强合作与联动，扩大传播范围

与其他组织合作：与其他党建品牌、媒体机构、社会团体、红色文化基地等进行合作，共同策划和组织活动，扩大传播范围和影响力，如红色文化资源合作联动。

线下活动联动：通过举办线下活动吸引用户参与并体验党建品牌的魅力的同时，将活动成果和精彩瞬间通过新媒体平台进行线上传播。同时，应注重活动策划的系统性，确保活动的连续性和影响力。

3.5 监测评估效果，持续优化策略

监测数据：通过后台数据分析，包括阅读量、转发量、点赞量、评论量等指标，整体评估传播效果和策划质量。

分析反馈：收集用户反馈的意见和建议，结合监测数据分析，优化传播策略和内容。

持续改进：以监测评价结果为依据，以用户反馈意见为基础，不断优化传播策略和内容形式，提升党建品牌知名度和影响力。

通过以上策略的实施，可以有效利用新媒体平台提升党建品牌的知名度，推动党建工作的创新和发展。

4 结论

利用互联网技术，借助新媒体平台，为党建工作品牌化建设提供了新思路、新渠道、新方法，更是增强了党建工作的吸引力和感染力，在广大师生中树立起鲜明的党建形象，让更多的同学了解党、热爱党、跟党走，推动形成积极向上的校园文化氛围。

坚持发扬党与时俱进的优良传统，高校党建工作必须紧跟时代步伐，把党建工作与互联网融合发展、不断引向深入，积极探索更新与互联网融合发展的新路径。

参考文献：

[1] 何秀超. 坚持和加强党对高校的全面领导[N]. 人民日报, 2021-03-25 (9).

[2] 蔡芹. “互联网+”为党建工作注入新活力[J]. 人民论坛, 2017 (1): 106-107.

[3] https://baike.baidu.com/item/品牌化/10992508?fr=ge_ala

[4] 张文雯. 高校《思想道德修养与法律基础》课程中法律基础部分的教学思考[J]. 西部学刊, 2020 (06): 93~96.