

# 基于互联网思维的高校思想政治教育创新研究

□ 熊 钰 林伯海

**摘要:**互联网思维是互联网时代的主流思维方式。应对互联网生存,加强和改进高校思想政治教育,亟待学习、形成和运用互联网思维,引领和推动思想政治教育产品创新、传播创新和平台创新,建立符合互联网时代技术特征、传播规律、受众特点、组织形态的思想政治教育体系,以此提高大学生思想政治教育的针对性、参与性和实效性。

**关键词:**高校;思想政治教育;互联网思维;创新

**作者简介:**熊钰,西南交通大学马克思主义学院党委副书记,讲师;林伯海,西南交通大学马克思主义学院院长,教授,博士,博士生导师。(四川 成都 611756)

**基金项目:**本文系四川省教育部辅导员培训与研修基地(西南交通大学)2016年后期资助课题的成果。

**中图分类号:**D641

**文献标识码:**A

**文章编号:**1007-5968(2017)02-0073-02

“每一个时代的理论思维,从而我们时代的理论思维,都是一种历史的产物,它在不同的时代具有完全不同的形式,同时具有完全不同的内容。”<sup>[1]</sup>随着互联网的发展,有关互联网的讨论逐渐由技术层面上升到思维层面。“互联网思维是一种对市场、用户、产品乃至整个商业生态进行重新审视的思维方式,注重‘以用户为中心’,强调信息在生产、交换和传播中的价值。”<sup>[2]</sup>互联网思维主要包括用户思维、简约思维、极致思维、迭代思维、跨界思维、平台思维、大数据思维、社会化思维等等思维方式。如今互联网思维正成为互联网时代的主流思维方式,进而深刻地影响着社会经济、政治和文化形态,也改变着高校思想政治教育的运行逻辑。面对互联网生存,高校思想政治教育者学习、形成和运用互联网思维,引领和推动思想政治教育产品创新、传播创新和平台创新,无疑具有重要的现实意义与工作价值。

## 一、基于互联网思维的高校思想政治教育产品创新

在互联网时代,思想政治教育需要进行“产品创新”。互联网思维的实体化呈现就是互联网产品。比如,硬件类的智能手机等,软件类的微信、滴滴打车等。互联网产品的成功,无不投射出互联网思维的影子;互联网思维的呈现,无不推动着互联网产品的成功。从某种意义上讲,思想政治教育所提供的,亦是一种“产品”,一种“教育产品”。因此,在互联网思维下,一定要像“做互联网产品”一样做思想政治教育——树立“用户思维”,注重“以学生为中心”,注重“学生体验至上”,注重简约、极致、迭代、跨界,做

出真正满足学生刚性需求、给予学生好的体验、有吸引力有感染力的思想政治教育“产品”。当下,高校思想政治教育领域已经出现了一批注重学生体验的优秀“产品”,比如复兴路上工作室《领导人是怎样炼成的》《中国共产党与你一起在路上》等播放量过百万的网络视频。这些“产品”是互联网时代思想政治教育“产品”创新的样本。

此外,“树立‘用户思维’,做出‘好的产品’。”不是一句空洞的口号,更不是一项简单的任务。长久以来的思想政治教育实践已经表明,在传统思维特别是传统思维固化的教育体制下,互联网思维很难具体地贯彻和体现到思想政治教育实践当中,很难催生新的教育产品、教育模式。当前,树立“用户思维”,做出“好的产品”,关键是要创新思想政治教育体制。一是建立新的教育理念,树立“以学生为中心”“学生体验至上”教育理念,从“往上看”转向“往下看”,走出“自说自话”“自拉自唱”的僵化状态,关注学生需求,注重学生体验,把“社会需求导向”同“学生需求导向”有机结合起来。二是建立新的质量标准,紧紧围绕网络传播规律、受众接受特点,强调学生“参与感”,“以‘为谁设计’为最重要的先决条件”<sup>[3]</sup>,开发有吸引力、有说服力的优秀网络产品,把“有意义”的事做得“有意思”,让学生听得进、听了信、记得住、能管用。三是建立新的激励机制,建立优秀网络文章在科研成果统计、职务职称评聘中的认定机制,建立符合互联网时代思想政治教育特点的职称评审体系、职务晋升体系、薪酬待遇体系,激

励一部分有能力、有意愿的人“先干起来”，开发更多更好的思想政治教育产品。

## 二、基于互联网思维的高校思想政治教育传播创新

互联网思维的社会化呈现就是互联网传播。在互联网时代，“人人都是通讯社，人人都有麦克风”，每个个体都是一个平等的信息节点、传播主体，都能通过社会化媒体独立进行评论、转发、推荐、分享，“草根”和“大V”共同制造话题和社会热点，以自媒体为基础的社会化传播全面超越了大众传播，彻底颠覆了大众媒体主导的传统传播秩序。厦门大学教授邹振东认为：“教育本身就是一种传播”。教育传播是指教育者按照一定的目的和要求，选定合适的信息内容，通过有效的媒体通道，把知识、技能、思想、观念等传授给特定的教育对象。具体到高校思想政治教育，就是要把主流的思想观念、政治观点、道德规范传授给学生。因此，在互联网思维下，一定要像“做互联网传播”一样做思想政治教育——树立“社会化思维”，把学生既当成“消费者”又当成“生产者”，注重“利用社会化媒体进行传播”，建立适应互联网特点的思想政治教育传播模式。

互联网时代的高校思想政治教育，若是缺乏互联网思维，继续采用单向度的“灌输”方式进行教育和宣传，将会完全没有效果。因此，高校思想政治教育，必须学习运用互联网思维，建立适应互联网特点的思想政治教育传播模式。一是遵循互联网传播规律，互联网集大众传播、群体传播、组织传播、人际传播于一体，天然具有强大的“议程设置”功能，高校思想政治教育应当主动设置、引导相关网络议程，打到学生的痛点，吸引学生的参与，进而影响学生“想什么”“怎么想”。二是利用互联网传播渠道，高校思想政治教育既要重视利用校园门户进行传播，更要注重利用微博、微信、论坛等进行传播，“不是劈开大脑，而是潜入大脑”<sup>[4]</sup>，打通“官方舆论场”和“民间舆论场”两个“舆论场”，不断增强舆论引导的针对性和有效性。三是使用互联网话语体系，高校思想政治教育要自觉去“高大上”，从洗脑式的说教转变为朋友式的交流，以生动活泼、简洁平实、通俗易懂、言简意赅的语言面向学生开展鲜活、有趣的网络对话，努力做到走心、抓人、有温度、接地气，提升吸引力、传播力和影响力。

## 三、基于互联网思维的高校思想政治教育平台创新

互联网思维的组织化呈现就是互联网平台。互联网平台，包含两层基本含义：从商业模式上看，它是一个开放、共享、共赢的“价值链”“生态圈”；从组

织模式上看，互联网平台是一种新型组织形态——平台型组织。互联网的开放性、交互性、便捷性，使得低成本联通各方成为可能，激活了网络跨边外部性效应和网络同边外部性效应，催生了平台化商业模式和平台型组织模式。因此，在互联网思维下，一定要像“做互联网平台”一样做思想政治教育——树立“平台思维”，注重建立多边协作体系，注重开放、共享、共赢，建立思想政治教育平台化模式和平台型组织。

高校思想政治教育引入平台化战略，建立平台化模式和平台型组织，实质上是要解决新媒体视域下大学生思想政治教育的组织构架问题。一是建立平台化模式，搭建思想政治教育开放平台，引入思想政治教育优质资源，包括党政官员、产业精英、道德模范、新闻记者、网络大V等等，借鉴思想政治教育周边学科，包括教育学、传播学、社会学、心理学等等，实现互联网时代思想政治教育的主体延伸、资源整合、跨界合作。二是建立平台型组织，建立扁平化、自组织、阿米巴(Amoeba)式的思想政治教育运行体系，组建若干“小而精”的工作单元，各个工作单元独立创意、独立设计、独立运行，培育一批网络名师，开办一批名站名栏，打造一批骨干队伍，推出各具优势和特色的思想政治教育产品和产品系列，进而通过全网传播形成教育引导合力。在建立平台化模式和平台型组织的过程中，需要特别强调的是，若要求全体两课教师、辅导员、团干部全部上网开展思想政治教育，既不现实也没必要，关键是要选拔培育一批真正有能力、有意愿的优秀骨干人才，进而推进形成思想政治教育“百千万”大V局面。

当前，应对互联网这一“最大变量”，加强和改进高校思想政治教育，必须首先从“互联网思维”上破题、解题，以互联网思维引领和推动思想政治教育产品创新、传播创新、平台创新，建立符合互联网时代技术特征、传播规律、受众特点、组织形态的思想政治教育体系，进而提高大学生思想政治教育的针对性、参与性和实效性。

## 参考文献：

- [1] 马克思恩格斯选集，第4卷[M].北京：人民出版社，1995.
- [2] 喻思婵.透视互联网思维[N].人民日报，2014-05-26.
- [3][4] 黎万强.参与感：小米口碑营销内部手册[M].北京：中信出版社，2014.

责任编辑 胡倩倩