

引用格式:郝海燕,邓淑月.高校学生理论型社团品牌培育路径探析[J].航海教育研究,2023,40(3):18-24.

高校学生理论型社团品牌培育路径探析

郝海燕,邓淑月

(北京师范大学 马克思主义学院,北京 100080)

摘要:将“品牌”概念纳入高校学生理论型社团建设,在此基础上梳理高校学生理论型社团品牌的内涵、特征与价值,分析品牌培育的影响要素,提出品牌培育具体路径:明晰品牌定位,牢牢把握培育方向;夯实品牌基础,加强社团队伍建设;强化品牌保障,打造协同发力的资源供给体系;研发品牌活动,充实品牌主体框架;加强品牌辐射,推进成果转化。通过内生动力以及外部支持双管齐下,共同推进学生理论型社团品牌建设。

关键词:高校学生;理论型社团;品牌培育

中图分类号:G641

文献标志码:A

文章编号:1006-8724(2023)03-0018-07

一、引言

2020年4月,教育部等八部门联合印发了《关于加快构建高校思想政治工作体系的意见》,强调要“加强群团组织建设和切实加强学生社团建设管理”^[1]。近年来,高校学生社团迅速发展成为大学生思想政治教育的重要阵地,在落实立德树人根本任务、引导学生成长成才过程中发挥着重要作用。学生理论型社团以坚定的政治性和鲜明的时代性,在高校同级社团中占有思想制高点,具备政治引领和价值导向的独特优势。基于此,要明晰社团理论特色,凝聚核心理念,打造社团高品质活动,培育学生理论型社团品牌,从品牌角度探索学生理论型社团育人功能的发挥及其实践路径,“不断增强大学生思想政治教育的针对性、实效性和吸引力、感染力,切实提升大学生思想政治教育的科学化水平”^[2]。

目前国内学界对于高校学生理论型社团的研究成果丰富,一方面,从共性角度探讨学生理论型社团的概念、组织架构、特征与功能价值,并结合当前高校学生理论型社团现状分析发展困境,以此针对性地提出对策与建议。另一方面,则是以

某一个高校学生理论型社团为例,如复旦大学博士生讲师团^[3]、西北政法大学马克思主义学社^[4],基于该社团建设实践个案分析,总结高校学生理论型社团建设的有益经验。本文在学界以往研究成果的基础上,将“品牌”概念纳入高校学生理论型社团建设中,既借鉴了商业领域品牌培育模式,又充分考虑到高校社团文化的特殊性,在此基础上结合学生理论型社团区别于高校一般学生社团的独特优势,以期推动高校学生理论型社团品牌化发展,更好发挥学生理论型社团思政育人实效。

二、高校学生理论型社团品牌的内涵、特征与价值

(一) 高校学生理论型社团品牌的内涵

学生理论型社团是“以学习、研究、传播和践行党的指导思想、路线、方针、政策为宗旨,旨在大学生群体中培养一批信仰坚定的青年马克思主义者的按照章程自主开展活动的学生组织”^[5],而高校学生理论型社团品牌作为该社团的无形资产,则是社团成员以更好地宣传马克思主义及党的创新理论为己任,聚焦社团理论风格,在学校有关部门及教师的指导与帮助下共同打造出来的反映社

收稿日期:2023-04-27

作者简介:郝海燕(1967—),女,副教授,主要从事思想政治教育研究。

团核心价值、代表社团独特形象并具有一定知名度和竞争力的、区别于高校其他社团的识别标志与精神象征。高校学生理论型社团品牌的培育是一项系统工程,需要通过明确品牌价值文化、制作品牌标识、开展品牌活动、设计品牌周边等多项具体举措得以实现。

(二) 高校学生理论型社团品牌的特征

高校学生理论型社团品牌既具有作为品牌的共性特征,如无形性、价值性、专有性、示范性、持续性、高知名度、高影响力等,也有区别于一般商业品牌、一般校园文化品牌的独特魅力。一是教育性。高校学生理论型社团作为高校思想政治教育的阵地之一,也是第二课堂的主要抓手,在落实立德树人根本任务,积极推进素质教育中发挥重要作用。基于此,高校学生理论型社团品牌要以指导青年学生树立人生理想、坚定信念信心为主要任务,充分体现育人特色,强化价值引领、品德塑造、精神提升,引导青年学子确立科学世界观、人生观、价值观。二是思想性。高校学生理论型社团以学习、研究、宣传、践行科学思想为己任,具有鲜明的思想性。高校学生理论型社团品牌要以思想为先,反映科学思想核心价值,做好价值引领,将思想建设贯穿于社团建设全过程和社团品牌培育的全过程。三是政治性。学生理论型社团是由一批关注时政热点、关心国家事业发展、具有上进心和使命感的爱国爱党青年——“基于对马克思主义的认同而自愿结成的组织,内在规定着其具有鲜明的政治理论属性和意识形态色彩”^[4]。基于此,学生理论型社团品牌也需要凸显坚定的政治立场,强化政治引导,保持政治本色,唱响主旋律,宣传正能量。

(三) 高校学生理论型社团品牌的价值

第一,彰显独特育人优势,推动高校思想政治工作创新。做好高校学生理论型社团品牌化建设,是开展高校思想政治工作的重要举措。一方面,与其他思想政治工作途径相比,学生理论型社团品牌建设多由学生自发组织、自主管理,注重理论与实践相统一,强调知行合一,以此创新思想政治工作方法,将传统被动接受式教育模式转变为主动参与式教育模式,极大地增强思想政治工作的互动性。另一方面,学生理论型社团品牌具备一定知名度、影响范围广,能够作为思政课堂

教学的重要补充,有效增加思想政治教育覆盖面,增强育人实效。

第二,坚定学生理想信念,提高学生综合能力。一方面,推动高校学生理论型社团品牌化建设,鼓励社团成员学习马克思主义先进理论和党的路线方针政策,学习一代又一代胸怀理想、志存高远的中国共产党人以及他们百折不挠、坚定不移为党和人民事业而英勇奋斗的故事,团结和培养一大批对马克思主义抱有坚定信仰、对社会主义和共产主义抱有坚定信念的青年马克思主义者,促使他们自觉将国家的发展与个人命运相结合,充分展现朝气蓬勃的时代新人形象。另一方面,通过开展理论型社团品牌活动,为社团成员提供更多学习和交流的机会,促使他们更好更快地学习掌握马克思主义的辩证唯物主义和历史唯物主义世界观与方法论,并自觉地将科学理论的立场、观点与方法运用到自己的生活中去,提高学生的实践能力与综合素质。

第三,示范辐射其他社团,推动校园文化建设。高校学生社团组织是校园文化的重要组成部分,为学生培养兴趣特长、展示才华智慧提供广阔舞台。而学生理论型社团则由于其独特的思想性、坚定的政治性和鲜明的时代性,在引领高校校园文化健康发展中起着举足轻重的作用。培育学生理论型社团品牌,尽力打造其成为学生社团的标杆,在校园社团建设中发挥模范作用,并对其他社团进行有效辐射,推动校园文化建设。

三、高校学生理论型社团品牌培育的影响要素分析

高校学生理论型社团品牌的培育是一项系统工程,离不开品牌内在发展动力、社团自身建设以及校内外资源平台等多重保障。全面深入分析其品牌建设要素,挖掘内外发展潜力,构建良性品牌,增强学生理论型社团育人实效,打造校园特色名片。

(一) 品牌内在发展动力:在精准品牌定位基础上传承与创新

品牌建设不是一蹴而就的,需要经历品牌探索、开创起步、丰富完善、成熟稳定、变革创新的生命周期,从定位设计,到培育升华,再到成果转化,品牌要具备持久的生命力和发展力。而品牌能否

永葆生机活力,自身的精准定位和传承创新非常重要。因此,品牌打造的第一步便是凝聚本社团文化特色,提炼核心品牌理念,整合独特精神内核。既要挖掘本社团与高校文娱型、科普性等社团相比的理论特色,凸显思想性和政治性,也要彰显与其他院校理论型社团相比的独特之处,反映本校特色文化和师生精神面貌。第二,品牌建设是一个持续性的过程,是每一代师生共同努力的成果。品牌建设要体现继承创新,在传承核心品牌理念的基础上丰富品牌成果、拓展品牌活动,激发品牌持续发展的动力与活力。

(二) 社团自身建设能力:发挥学生主体性实现共建共治共享

高校学生社团尤其是理论型社团是思想政治教育的重要载体,与其他高校思政工作方式相比,“三自”是其独特优势,即由学生自发组织、自主参与、自愿参加。学生理论型社团是在党委统一领导、团委具体管理下,充分发挥学生主观能动性基础上建设的,其品牌的培育依然应由学生充当主力军。然而部分高校的学生理论型社团只充当学校党委、团委事务性工作的宣传工具,缺乏品牌理念,社团建设活力不足。因此,培育学生理论型社团品牌,要充分重视学生主体作用的发挥,鼓励学生团结协作,明确社团内部分工,强化社团组织意识,完善组织队伍建设,形成共建共治共享的治理制度。同时,由于学生理论型社团的特殊性,社团成员的理论修养和思想素质是品牌建设成功与否的重要因素。基于此,在吸收成员入社时,要注重对学生理论修养、思想情况和入会动机等方面的考察。

(三) 校内外保障合力:多方联动提高资源配置效率

组织社团活动容易,但要将其形成品牌并持续传承和发展下去,则需要树立战略思维、做好长远规划,通过整合多方资源,联动校内外优势,提高资源配置效应。一方面,学校要从宏观上统筹布局,加强有关制度建设,构建社团品牌长效建设机制,明确有关部门职能分工和责任对象,为学生理论型社团品牌的培育夯实基础。同时,学校要在指导教师配置、经费支持、平台搭建、场地空间、品牌宣传等方面做好后勤保障,为学生理论型社团品牌培育增添能量。另一方面,充分用好校外

资源,实现内外联动。学生理论型社团品牌要与外部环境保持密切联系与合作,通过校外环境的优质资源加强社团建设,提升品牌活力。如学生理论型社团举办特色品牌活动时,则可以充分用好校外红色资源、地方特色文化、爱国主义教育基地等。另外,借助校外有关权威性主流媒体的宣传与报道,充分发挥学生理论型社团品牌培育成果对其他高校社团的借鉴意义以及对社会的辐射作用。

四、高校学生理论型社团品牌培育路径

(一) 明晰品牌定位,牢牢把握培育方向

培育学生理论型社团品牌,树立品牌意识是前提,找准品牌定位是首要举措。品牌定位是品牌培育的第一步,在当前高校社团品牌趋于同质化的形势下显得尤为重要。独特的精神内核和核心理念是品牌的灵魂,能否做到科学定位、精准凝练关系到品牌是否能够传承与发展 and 永葆生机活力。学生理论型社团品牌定位实际上就是在分析自身所承载的思想理论特色、“瞄准”学生的思想困惑和现实需求的基础上,找准品牌培育的方向和思路。

如何明晰品牌特色,把握培育方向?一是呈现品牌亮点,彰显独特性。独特,意味着独一无二,与众不同。品牌独特性,指的是品牌要具有能够区别于其他事物的鲜明特色和重要标志。因此,打造学生理论型社团品牌,首要任务是明确学生理论型社团在高校中的价值定位,坚持目标导向,从社团成立宗旨、建设目的、服务对象、发展理念、价值传递中挖掘社团的独特亮点,凝聚理论文化特色,整合独特精神内核,为后续社团名称设置、社团活动开展、社团形象塑造、社团风格培养等指明方向,为品牌的传承提供原动力。二是立足时代背景,反映思想性。当今世界面临百年未有之大变局,各种意识形态工作错综复杂,学生理论型社团作为高校思想政治教育的重要一环,对提升大学生政治觉悟、思想理论水平、道德品质和文化素养具有重要意义,思想性和理论性是其必备特性。因此,学生理论型社团品牌定位要自觉以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,弘扬党的二十大精神,宣传党的创新理论,用思想建设品牌,用理论充实品牌。另外,学生理论型社

团品牌培育要立足时代背景,主动回应现实问题,紧跟时代发展潮流,把握时代发展脉搏,勇于回答时代课题,弘扬社会主义核心价值观,旗帜鲜明地突出品牌的思想特色和时代担当。三是体现校园文化,弘扬大学精神。学生理论型社团品牌定位既可以借鉴商业领域品牌培育模式,也要充分考虑高校社团文化的特殊性。培育学生理论型社团品牌、塑造品牌特色,不能只是一味地去追求标新立异,而要深深扎根于肥沃的大学文化土壤之中,不能脱离大学文化而存在;品牌培育不是白手起家、从无到有,而是在已有校园文化资源基础上总结归纳提炼而出。因此,通过品牌媒介讲好校园文化故事,弘扬大学精神,实现以文化人、以文育人,才是学生理论型社团品牌培育的应有之义。四是贴近学生,设计青年品牌符号。“高校校园文化活动是高等学校实施文化素质教育的重要载体,其最主要的职责是为了更好地服务学生,以服务学生的成长、成才为主要目标。因此,校园文化品牌的塑造也应以此为宗旨,搭建深受广大学生喜爱、能让广大学生锻炼的平台,尽可能使平台成为全员皆动、全程皆参与的活动项目,以期让学生能学有所成、学有所长”^[6]。社团是由一群有着相似的兴趣爱好和价值追求的大学生自愿组织成立的学生组织,具有凝聚青年力量、激发青年活力的重要功能。基于此,高校学生理论型社团品牌定位要贴近学生、回归学生,挖掘学生理论型社团品牌中能够引起学生共鸣共情之处,立足学生成长发展需求,凸显学生主体地位,引导学生发挥能动性,鼓励学生积极主动参与设计代表青年人朝气、志气、骨气以及底气的品牌形象和品牌符号,打造为青年群体喜闻乐见的品牌活动。

(二) 夯实品牌基础,加强社团队伍建设

目前高校学生理论型社团队伍建设面临诸多问题:第一,2020年教育部等八部门关于加快构建高校思想政治工作体系的意见中明确指出,加强学生社团建设管理要“突出分类指导,支持有序发展”^[1]。然而,不少高校运用对待一般文体社团的管理方法管理学生理论型社团,没有突出具体的思想性、理论性的针对指导,缺乏有效的管理制度和组织建设,对于其社团品牌的培育更是造成诸多不利。第二,不少高校将学生理论型社团当作学校党委团委相关事务性工作、有关校园事件

新闻报道的宣传工具,忽视学生所扮演的主体角色,学生理论型社团名不副实。第三,组织意识和团队精神薄弱。每年开学季,社团进入火热招新季,成立之初,凭借着社团骨干的广泛宣传,学生蜂拥而至,然而,由于缺乏经典特色的社团活动和有效的社团管理章程,社团成员组织意识薄弱,团队精神不足,管理松散,后期随意退出社团现象严重。齐心协力、充满干劲的社团成员是学生理论型社团品牌培育的主体力量,但若是人数不够、动力不足,社团品牌极易半途而废。第四,入社动机多元,思想素质参差不齐。许多学生加入学生理论型社团并非以加强理论学习、夯实理论基础、提高理论素养为主要目的,而是将其作为个人评优评先的资本,为入党做铺垫,渴望成为“校园名人”。还有部分学生在获得优秀社员、优秀干部后“摆烂”,违背加入社团的初心,严重影响社团纪律。相比其他社团而言,学生理论型社团对社员的理论素养和思想素质要求更高,然而良莠不齐的社员素质,对学生理论型社团日后活动的开展以及品牌的培育会产生巨大阻力。

积极向上、团结协作的社团队伍是培育学生理论型社团品牌的重要基础。首先,要着力构建党委统一领导、团委具体管理的工作机制,统筹规划学生理论型社团品牌发展路径、制定品牌发展战略。党委学生工作部门和共青团负责人要与社团负责人建立“一对一”联系机制,明确学生理论型社团挂靠单位和指导单位,加强具体有针对性的思想理论指导,将学生理论型社团管理纳入挂靠单位考核机制。如江南大学“发挥学院党委主导作用和各分团委组织支撑作用,搭建理论学习团学模式,举办团学菁英养成班、青春驿站新生班委培训班等”^[7],加强对学生理论型社团的管理与服务。其次,学生掌握社团品牌培育权。高校要重视学生主体性,鼓励学生制定日常管理办法,引导学生“头脑风暴”设计品牌培育办法,明确社团成员的权利与义务。社团成员才是学生理论型社团高质量发展的根本力量,因此要激励学生结合实际能力,制定品牌培育的长期规划和短期目标,学期末、学年末定期开展总结反思,并明确下一阶段工作计划,建立长效培育机制。再次,引导学生理论型社团在团建拓展中提升队伍凝聚力和向心力。通过建立学习互助队、科研帮扶组、生活指导

队等增强团队意识,培养团队归属感和责任感,打造同心协力的团队氛围,提高团队培育品牌的“战斗力”。此外,要明晰社团成员的职责定位和任务分工,激发社团成员责任意识,在品牌培育过程中鼓励每个人都出一份力。最后,设置必要的社团准入门槛,重视社团骨干成员培养。指导学生根据学生理论型社团规章制度约束自身的思想行为,允许其在社团品牌活动中不断提高自身的理论修养,激励学生自我教育、自我发展、自我超越。“素质较高、能力较强、具有奉献精神的学生骨干,是学生马克思主义理论社团发展和建设的关键要素。”^[8]基于此,培养学生理论型社团骨干,将其“纳入‘青年马克思主义者培养工程’,通过专题培训、岗位锻炼、社会实践等途径对其进行立体化培养,不断强化其政治意识、历练其学识品行”^[9]。要建设过程考核和评价机制,严肃组织纪律,将学生的工作态度、群众基础纳入评优评先的考量标准,对随意退出社团、不干实事的行为严肃批评。

(三) 强化品牌保障,打造协同发力的资源供给体系

第一,配强配齐师资队伍,强化常态指导。2020年1月中共教育部党组、共青团中央印发的《高校学生社团建设管理办法》中有一整章的篇幅规定社团指导教师的职责与任务,对于思想政治类社团更是明确要求指导教师是中共党员,鼓励选聘高水平的思政课教师。但不少指导教师常以自身科研教学工作繁忙为由,对于如何凝聚社团品牌特色、办好品牌特色活动缺乏针对性指导。学生理论型社团围绕学习与宣传理论展开活动,指导教师要发挥好领航作用,保证理论不动摇、不缺位。因此,各高校要在配强配齐指导教师上再下狠功夫,多措并举让教师队伍强起来。一方面要建立健全指导教师聘任制度,严格选聘思想政治理论课教师、学科专家及知名学者担任指导教师,在学生理论型社团品牌培育过程中从专业知识的角度提供理论指导,让品牌更具理论味,更有深度和内涵。如复旦大学“定期邀请学校政治学、马克思主义哲学、思想政治教育等优势学科的专家学者以及党委学生工作部、关工委等部门负责党建工作的资深教师参与‘双周沙龙’‘聆听大师’‘经典阅读’等品牌活动,提升学生基础理论素养,充实学生理论型社团内涵发展。”^[10]另一方面,要完

善指导教师的政策激励制度,激发教师积极性。定期开展优秀学生理论型社团、优秀指导教师评选活动,将教师对于学生理论型社团品牌的指导率纳入有关绩效考核、评优评先的考量中去。值得注意的是,在考核时要充分考虑倾听社团成员的声音,让考核更具真实性。

第二,完善经费平台建设,建立交流互动机制。首先,与文娱型、科普型社团相比,学生理论型社团获得校外企事业单位的经费赞助难度较大,因此,学校要在合理范围内给予学生理论型社团适当的资源倾斜。学校要按照一定标准设置必要经费,将各项资助经费采用记账制纳入学校财务统一管理,保障专款专用、专款真用,不得忽视对经费使用的合法合规性审核。其次,在活动场地、图书资料、设备条件等方面提供必要支持,满足品牌培育需求。高校可以引导优秀校友、有关科研合作单位和企事业单位关注学生理论型社团发展,联系校外爱国主义教育基地、志愿服务基地、博物馆、党史展览馆等在社会实践、理论学习、项目合作等方面提供支持,打造协同发力的资源保障体系。最后,建立交流良性互动机制。学校要为学生理论型社团校内校际交流互动提供机会与平台,加强横向沟通,深化校内校际合作,为学生理论型社团互享品牌建设经验、取长补短、开阔视野保驾护航。学生理论型社团要定期开展交流分享会,鼓励百佳学生理论型社团充分发挥示范引领作用,分享品牌建设经验和工作阶段性成果。如“2022年11月,来自清华大学、上海交通大学、东华大学等全国66所高校、90多个理论类社团代表线上线下齐聚‘与党同心,跟党走’复旦大学博士生讲师团成立二十周年暨大学生理论类社团宣讲工作论坛,围绕新时代高校理论社团宣讲工作方法研讨、新时代高校理论社团建设工作路径探究和新时代高校理论社团育人工作机制研究三大议题交流发言,就如何宣讲好党的二十大精神、如何建设好大学生理论类社团等主题开展研讨,交流分享青年理论宣讲的体会经验,共同探讨高校理论社团使命初心。”^[11]

(四) 研发品牌活动,充实品牌主体框架

习近平总书记强调:“要更加注重以文化人以文育人,广泛开展文明校园创建,开展形式多样、健康向上、格调高雅的校园文化活动,广泛开展各

类社会实践。”^[12] 社团品牌活动作为校园文化活动的重要组成部分,对于高校思想政治教育具有重要意义。另外,社团品牌理念和精神内核不是虚无缥缈的名词,也不是纸上谈兵,而是反映在具体的、特色的、动态的活动中的社团灵魂。由此,要积极探索学生理论型社团品牌活动的培育,推进品牌理念实体化。

如何将社团普通活动升级为品牌活动?首先,自主构建活动规划。不可否认的是,新建学生理论型社团在成立之初具有较强的创新优势,思想活跃、灵感丰富,但在品牌活动的建设方面还缺乏一定经验,要鼓励新建学生理论型社团学习老牌优秀学生理论型社团活动设计思路,同时也要自主研发原创性品牌活动,不能照搬照抄、“换汤不换药”。学生理论型社团要自主构建“品牌活动路线图和品牌活动创新战略规划,以此为指导对整个社团关键品牌活动的创新进行引导与调控,从而集中优势创新资源进行重点突破,有效防范无秩序、无方向的混乱创新局面”^[13]。其次,充实活动内容。一是讲深理论:打铁还需自身硬,把握好理论内容。“以学为基,坚定信仰,在理论学习上做到真学、真懂、真信、真用。”^[11] 由于学生理论型社团具有较强思想理论性,社团成员在谋划活动时,要先学懂弄通马克思主义基本原理,将马克思主义理论尤其是党的创新理论成果学深悟透,始终坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,在学习中不断提高理论素养,涵养政治品格,以充实的理论和学术背景拓展品牌活动内涵。二是讲活道理:“顶天立地”聚焦学生视角,坚持理论关照现实。大学生是容易接受新知识、新观念的活跃群体,他们常常热衷于谈论时事政治,关注国内外大事,然而,他们往往不喜欢纯粹纸上谈兵、脱离实际的理论内容。因此,学生理论型社团品牌活动的设计要将理论内容与大学生实际生活与现实需求相结合,如通过理论回应他们关注的“内卷”“躺平”以及就业焦虑、婚恋焦虑等问题,坚持解决思想问题与解决实际问题相结合。正如上海市教卫工作党委副书记、市教委副主任闵辉在复旦大学博士生讲师团成立二十周年暨大学生理论类社团宣讲工作论坛中所强调,“理论宣讲要关注所盼所需、务求讲活讲实”^[11]。三是讲好故事:挖掘学院特色元素,融入专业领域

故事。不少学生理论型社团会面向全校各学院开展理论宣讲活动,鉴于宣讲对象的不同,学生理论型社团要做到因材施教,将宣讲对象学院及领域的典型案例与素材融入宣讲,从对象学院的人与事出发,以讲故事的方式潜移默化传递道理,增强育人实效。最后,丰富活动形式。一是引导各学生理论型社团开展校内校际合作,跨院跨校举办联合活动,鼓励文娱类、科普类社团与理论型社团合作探索活动新模式,充分发挥各自优势,画好社团活动同心圆。二是指导学生理论型社团学习模拟国家有关大型活动,如模拟政协提案大会、模拟法庭、模拟联合国大会等活动,增强学生主人翁意识。三是探索“理论学习+实践活动”的发展模式。理论与实践相结合,是学生理论型社团尤其需要注意的一点。然而,不少学生理论型社团过于把精力放在静态的理论学习上,缺乏实践活动,缺乏讲出来和走出去的机会。基于此,要充分用好社会资源,通过“三下乡”社会调研,宣讲“进社区”“进”中小学、“进”企事业单位等活动,让大学生的脚步和视野都回归社会。在这方面,复旦大学博士生讲师团作为学生理论型社团代表,坚持深耕基层理论宣讲,组织广大研究生深入基层一线,截至2022年年底,“累计开展理论宣讲3500余场,覆盖受众达55万人次”^[11]。

(五) 加强品牌辐射,推进成果转化

学生理论型社团品牌之所以能够打造成为知名品牌,仅依靠举办一次又一次的活动是不够的,要加强品牌后续推广,强化辐射作用,经过应用试点、评价反馈再研发,实现社团品牌符号化、形象化、实体化,打造品牌文化周边产品与特色手办,推进成果转化。

一是增强品牌成果转化意识。学生理论型社团在品牌设计与研发过程中,要基于思政工作现实需求,具备强烈的成果转化培育导向,提升品牌应用价值,以成熟的丰硕的品牌成果引领校园文化建设,从而培养一批坚定理想信念的青年马克思主义者,培养树立正确的世界观、人生观、价值观的时代新人以及展现朝气蓬勃的青年形象。二是结合试点反馈更新品牌建设。在品牌研发成果被广泛推广前,允许其在部分具有类似特征的学生理论型社团中试点,按照“应用试点—评价反馈—及时调整”的思路打造长链条,建立过程评价

机制,在反复试验和不断实践中检验品牌成果的科学性与有效性。三是搭建成果共享平台。鼓励各学生理论型社团积极搭建互联网虚拟平台和线下交流平台,汇聚优秀理论型社团的品牌资源和品牌成果,充分发挥示范引领作用,通过一线交流的方式交流品牌培育经验,分享品牌成果,增强辐射作用,发挥品牌群体效应。四是培育品牌周边文创产品。鼓励学生理论型社团成员结合社团文化和品牌特色打造文创产品,如具备品牌鲜明特色的文化玩偶、T恤衫、鼠标垫、帆布包、文化卡套、钥匙扣等,以实物形象强化品牌效应,推广品牌特色。五是做好品牌宣传工作。既可以在学生住宿区、教学区、活动区利用海报、公告栏等打造品牌宣传长廊,也可以用好新媒体资源提升社会效益。一方面,要以鲜明品牌理念和成熟的品牌成果吸引官方主流媒体的宣传报道,形成广泛宣传效果。另一方面,要积极探索学生理论型社团自媒体平台的建设。自媒体时代,信息的传播和宣传速度快、时间短、空间大、辐射面广。“这不仅提升了宣传的广泛性,而且增强了宣传的针对性和实效性。同时自媒体比较契合学生的心理特点,在学生社团品牌化建设中引入自媒体,不仅可以广泛宣传社团的形象、扩大社团的影响力,还可以比较快捷地将社团的理念和文化传播到更为庞大的群体中。”^[14]因此,学生理论型社团要积极建设自媒体平台,通过社团微博、微信公众号、小红书账号等平台,制作电子版的形象标示、宣传文稿与视频,及时发布品牌信息,鼓励学生理论型社团成员成为社团品牌代言人,宣传社团品牌核心理念与人文情怀,全方面塑造品牌形象,让社团品牌走出校园、走向社会。

五、结 语

近年来,在高校共青团等相关部门的指引下,学生理论型社团逐步发展壮大,作为高校思想政治教育的重要阵地,为培育一批具有坚定马克思主义信仰的社会主义建设者与接班人提供了重要保障。然而,从品牌角度探索学生理论型社团育人功能的发挥及其实践路径仍是值得我们思考的问题。在今后高校学生理论型社团品牌的培育中,要继续从内生动力以及外部支持双管齐下,凝

聚社团核心理念,传承社团特色文化,凝魂聚气推进社团品牌建设。

参考文献:

- [1] 中华人民共和国教育部.教育部等八部门关于加快构建高校思想政治工作体系的意见[EB/OL].(2020-04-22)[2023-02-11].http://www.moe.gov.cn/srcsite/A12/moe_1407/s253/202005/t20200511_452697.html.
- [2] 冯刚.习近平关于大学生思想政治教育论述的理论蕴涵[J].重庆大学学报(社会科学版),2018,24(3):170-180.
- [3] 杜玉春,梁鸿.以学生理论型社团建设提升思想政治教育效能研究——基于复旦大学博士生讲师团的分析[J].黑龙江教育(高教研究与评估),2022(8):81-83.
- [4] 方宁,赵汀汀.新时期高校政治理论型社团探究——基于西北政法大学马克思主义学社的实践[J].陕西教育(高教),2019(9):8-9.
- [5] 郭世平,邹世斌.学习型理论社团的功能定位、现实困境和实践探索[J].思想理论教育导刊,2017(6):148-151.
- [6] 何小梅.高校校园文化品牌培育策略探究[J].思想理论教育导刊,2016(12):130-133.
- [7] 中华人民共和国教育部.江南大学加强理论型学生社团建设[EB/OL].(2017-04-18)[2023-02-16].http://www.moe.gov.cn/jyb_xwfb/s6192/s133/s185/201705/t20170502_303503.html.
- [8] 王传利.高校学生马克思主义理论社团存在的问题及其对策建议[J].思想教育研究,2018(10):120-124.
- [9] 侯君,刘魁.新时代高校理论型学生社团高质量发展探析[J].学校党建与思想教育,2019(2):78-80.
- [10] 中华人民共和国教育部.复旦大学创新大学生理论型社团建设工作格局着力完善青年马克思主义者成长的制度设计[EB/OL].(2011-06-21)[2023-05-16].http://www.moe.gov.cn/jyb_xwfb/s6192/s133/s164/201106/t20110621_121095.html.
- [11] 复旦大学.今天,66所高校、90多个理论类社团,共同探讨高校理论社团使命初心[EB/OL].(2022-11-29)[2023-07-06].<https://news.fudan.edu.cn/2022/1130/c4a133388/page.htm>.
- [12] 习近平.习近平谈治国理政:第二卷[M].北京:外文出版社,2017:378.
- [13] 王艺,祁钰.新时代繁荣发展高校学生社团的路径探析[J].学校党建与思想教育,2018(12):77-79.
- [14] 吴垚.自媒体时代学生社团品牌化建设的途径探析[J].新闻战线,2015(12):46-47.