

In the new era, the Communist Youth League of colleges and universities practices the value logic and innovation path of educating people and brand building

Jianjun He

Northeast Electric Power University, Jilin, Jilin, 132012, China

Abstract

Faced with new situations and requirements, the practical education work of the Communist Youth League in universities is a long and arduous task. The thinking of young people is becoming increasingly complex, and the development of society has put forward more new requirements for them. The previous practical education model can no longer fully meet the needs of the times and the reality of young people. The construction of the brand of practical education by the Communist Youth League in universities is an important way to enhance the work of practical education. This article analyzes the political value, educational value, and social value of the construction of the Communist Youth League's practical education brand in universities in the new era from the perspective of combining theory with practice; And analyzed the problems in the construction of the brand of practical education by the Communist Youth League in universities, proposing to strengthen innovation in top-level design, content form, and evaluation mechanism, in order to promote the sustainable and healthy development of practical education by the Communist Youth League in universities in the new era, and to cultivate a sense of responsibility that does not live up to this era.

Keywords

New Era; Communist Youth League of Colleges and Universities; Practical education; branding; Value logic

新时代高校共青团实践育人品牌建设的价值逻辑与创新路径

何建军

东北电力大学, 中国·吉林 吉林 132012

摘 要

面对新形势、新要求, 高校共青团实践育人工作任重道远。青年人的思想越来越复杂, 社会的发展给青少年提出了更多的新要求, 以往的实践育人模式已经不能完全适应时代发展需要和青年实际。高校共青团实践育人品牌建设是提升实践育人工作的重要途径。本文从理论与实践相结合的角度分析了新时代高校共青团实践育人品牌建设的政治价值、育人价值和社会价值; 并分析了高校共青团实践育人品牌建设存在的问题, 提出要从顶层设计、内容形式和评价机制等方面加强创新, 以期推动新时代高校共青团实践育人工作的持续健康发展, 以培养不负这个时代的责任担当。

关键词

新时代; 高校共青团; 实践育人; 品牌建设; 价值逻辑

1 引言

新时代对高校共青团实践育人工作提出了全新的使命和要求。党的二十大报告指出, 要落实“立德树人根本任务”, 培养德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人。而高校共青团是党的助手和后备军, 是实践育人的重要力量。加

强实践育人品牌建设是增强共青团工作的影响力和感召力的有力途径, 也是适应新时代青年发展成长规律、服务社会发展要求的必然要求。不可否认, 当前仍有部分高校共青团实践育人品牌定位不清晰、内容不新颖、形式不灵活、缺乏可持续性等, 影响了实践育人效能。在此背景下, 探究新时代高校共青团实践育人品牌建设的价值逻辑和创新策略, 对增强实践育人实效、落实立德树人根本任务有着重要意义。

2 新时代高校共青团实践育人品牌建设的价值逻辑

2.1 政治价值: 筑牢青年思想根基, 强化政治引领

高校共青团搞实践育人品牌建设是巩固党执政青年群众基础重要举措, 打造有鲜明政治导向实践育人品牌活动像

【基金资助】东北电力大学辅导员专项项目“新时代高校共青团实践育人品牌的机制构建与创新路径研究”(项目编号: FDYXM202515YB)。

【作者简介】何建军(1991-), 男, 满族, 中国吉林磐石人, 硕士, 讲师, 从事思想政治教育研究。

红色主题社会实践等,引导青年学生深入学习马克思主义理论去了解党的光辉历史和伟大成就,增强青年学生对中国特色社会主义道路理论制度文化自信,在实践中青年学生能深刻体会党的初心使命进而坚定理想信念,让青年学生自觉把个人成长跟国家发展紧密结合起来,让青年学生成为听党话、跟党走的时代新人筑牢党执政青年思想根基,强化共青团在青年群体中的政治引领功能。

2.2 教育价值:促进全面发展,提升育人实效

实践育人品牌建设有利于弥补和优化课堂教学的局限性,为青年学生提供广阔的学习实践平台。志愿服务、创新创业、专业实习实训等实践育人品牌活动为加强和改进实践教学提供了素材,引导学生知行合一。如“三下乡”社会实践品牌活动使学生走进农村、了解国情、奉献社会,增强服务社会的责任感;创新创业类实践育人品牌活动有助于引导学生勇于创新、乐于创业,培养自主创新创业意识。实践育人品牌活动的开展可引导学生从多方面“接地气”,“做生活的主人”,弥补课堂教学的不足,切实增强实践育人的时效性^[1]。

2.3 社会价值:服务社会发展,彰显青年担当

高校共青团实践育人品牌建设有利于引导青年学生服务社会、奉献社会。品牌化的志愿服务,包括社区服务、环境保护、大型赛事志愿服务等,引领青年学生利用所学、所长服务社会,解决社会实际问题,在服务中践行社会主义核心价值观。同时,青年学生所展现的青春风采和社会责任感,有助于营造为社会服务的良好氛围,提高社会对青年群体的认识、评价,树立高校良好的社会形象,形成高校与社会良性互动的育人格局,彰显高校共青团实践育人品牌建设的社会价值。

3 新时代高校共青团实践育人品牌建设现存问题

3.1 品牌定位模糊,缺乏特色与辨识度

部分高校共青团在实践育人品牌建设过程中,没有考虑学校自身的历史文化和学科特点,没有结合自身的实际情况和青年自身的发展需求,对实践育人品牌的核心内涵进行提炼,导致品牌策划设计缺乏品牌基因、学科优势和培育目标的深度融合,定位不清,实践育人品牌活动的内容和形式缺乏特色,相互借鉴的现象十分严重,没有打造出独具自身特色的育人品牌活动,无法吸引青年学生的积极参与,在社会上难以产生广泛的社会影响,起不到实践育人品牌的引领示范作用^[2]。

3.2 内容形式陈旧,创新活力不足

随着青年的思想和行为发生新变化,部分高校共青团实践育人品牌活动内容与形式未能与时俱进,内容方面大多以理论宣讲、调研走访等为主,缺乏针对新领域、新热点开展的活动,无法满足新知识、新体验的需求,不能激发学生

的参与热情。活动形式多为集中在线下开展,缺乏新媒体的应用和互联网技术的利用,未能全面实现线上活动的传播功能,活动传播和覆盖面受限,未能适应青年学生碎片化、多元化的接受方式,使得品牌活动缺乏活力,不受学生欢迎。

3.3 协同机制不完善,资源整合不足

高校共青团实践育人品牌建设需要学校各部门的协同努力,但当前部分高校协同机制不健全,学校内部教学、学工、团委等部门沟通协调不足,各自为政,资源分配、活动策划等缺乏统筹安排,导致资源分散,无法形成优势合力。在外部合作上,校企、社区、社会组织等资源合作不深入、不广泛,合作模式和合作领域较为单一,未能充分发挥社会资源的育人功能。因缺乏协同与资源整合,品牌建设缺少资源,难以形成强有力的育人合力,从而限制了品牌发展的规模与空间^[3]。

3.4 评价机制不健全,可持续发展受限

评价是品牌建设持续发展的基础,然而当前很多高校的评价机制存在缺陷。评价指标只关注活动参与人数、活动成果等易量化的内容,缺乏过程规范方面、育人效果方面、社会影响方面等的考量,不能客观全面地反映品牌建设成效;评价结果未有效应用于品牌改进完善,缺乏跟踪反馈和动态调整。品牌建设不能随着内外部环境的变化而灵活调整,导致品牌建设失去持续动力,阻碍实践育人品牌的发展,不利于品牌建设长期目标的实现。

4 新时代高校共青团实践育人品牌建设的创新路径

4.1 强化顶层设计,明确品牌定位

新时代高校共青团实践育人品牌建设必须加强顶层设计,明确品牌建设的指导思想和建设目标。高等学校要建立由校党政领导牵头,团干部、专家教授、学生代表共同参与的实践育人品牌建设工作领导小组;由小组负责牵头、统筹全校共青团工作,根据学校整体发展战略、各学科专业建设情况、学生诉求和社会人才需求开展调查研究,通过对本校历史文化、优势学科专业、特色专业等的深入挖掘,结合学校共青团工作开展思想引领、实践育人等工作职责,凝练实践育人品牌内涵,明确实践育人品牌建设目标。

在定位时,注意差异化发展,即不同类型高校可各取所长,形成特色,避免同质化。综合类高校可结合不同学科优势,形成社会实践类品牌,涵括社会调查、文化弘扬、科技创新等;文科类高校可在社会服务、文化传播等方面,发挥专业优势,形成人文社科类品牌;艺术类高校可结合社会服务,围绕艺术创作、文化展示等方面做好品牌特色。确定品牌定位后,制定品牌建设阶段性规划。包括阶段性目标,即短期内形成品牌雏形,中期提升品牌知名度,长期打造品牌示范;主要任务,包括活动开展、资源整合、队伍培养等;工作举措,包括实施路径、工作流程、责任分工、时间节点

等具体的规划和实施流程,确保品牌建设有力有序推进。

4.2 创新内容形式,增强品牌吸引力

为适应新时代青年学生的认知特点与发展需求,需要高校共青团从内容和形式两个方面进行创新,与时俱进,紧跟国家战略和社会热点,围绕乡村振兴战略,积极组织学生参与农村产业发展情况及乡村文化建设的调研,体验和感受乡村生活的烟火气息,引导学生关注乡村产业发展;人工智能、大数据技术等都是近年来备受关注的新兴技术领域,可以积极组织学生参与相关科技实践与竞赛,引导学生关注新兴科学技术;围绕生态文明建设战略,积极组织学生围绕环境保护、生态平衡等主题开展公益、调研等实践活动,培养学生的社会责任感和关注生态平衡的意识。将上述这些具有时代性、时效性,以及社会性强的内容融入品牌活动过程中,丰富品牌活动的内容,使品牌活动与时代接轨,增强对青年学生的吸引力。

在内容创新方面,充分运用新媒体新技术,线上线下联动;开展体验式、互动式、情景式、小组式、项目式活动,增强体验和参与趣味,形成线上线下活动“互补+互补”的模式;开展线上主题云调研,搭建线上调研平台,学生可以线上问卷、线上访谈方式完成调研;开展线上宣讲会,邀请专家、学者、行业榜样等开展云宣讲、互动交流;策划开展虚拟实践体验活动,增强学生的体验感和实践感,以虚拟现实技术为载体呈现实践场景,使学生有身临其境之感。同时,通过短视频、社交媒体等渠道进行品牌活动的宣传和推广。制作主题鲜明、形式新颖的活动海报、短视频,及时通报活动进程和成果,提升品牌活动的覆盖面和影响力,契合青年学生碎片化、移动化的阅读、信息接受习惯,吸引更多的学生参与品牌活动。

4.3 完善协同机制,整合多方资源

学校共青团实践育人品牌建设涉及面广、内容复杂,是一项系统性的工程,要使学校内部形成合力,与社会外部资源形成合力,形成强大的育人力量。在学校内部,要建立职能部门之间的协调联动机制,教学部、学工部、学校团委等部门之间,应相互联动,建立常态化的沟通机制,定期召开联席会议,就品牌建设进行会商。各部门分工协作,在教学品牌建设过程中,教学部提供课程资源、进行学业指导,学工部配合学生参与并做好思想工作,学校团委负责活动资源统筹以及对接工作,通过信息沟通,共享教学资源、人力资源和场地资源,在品牌活动过程中相互配合、相互保障。

在外部合作上,拓展与企业、社区、社会组织等社会力量的合作。与企业加强合作,共建实习实践基地,按照企业需求和学生专业特点设置实习实践项目,为学生提供专业对口的实践机会,促进学生将理论知识与实践能力的结合;与社区加强持续合作,共同策划开展志愿服务项目,针对社

区在治理、文化、助老扶幼等方面的需要,组织学生参与社区服务,培养学生的社会服务意识和实践能力;与社会组织合作,整合他们的专业资源和社会网络,在开展联合调研、公益活动等活动中丰富品牌的活动内容。通过拓展合作网络,集聚社会力量,为实践育人品牌建设提供厚实力量,提升品牌的社会影响力和资源动员能力。

4.4 健全评价机制,推动可持续发展

客观健全的评价是品牌活动取得实效的保证,高校共青团应通过全方位、多角度、多元化的评价体系对品牌建设进行全过程评价,在评价体系的设置上要涵盖多个方面。评价品牌活动的达成目标,即评价品牌活动的实施是否达到既定的育人目标和社会意义,评价品牌活动在组织实施、资源使用等过程的规范性,评价品牌活动在知识、能力、思想等方面是否存在育人效果和成效,评价品牌活动的开展在社会上的反响和认可程度,以全方位多层次的指标来反映品牌建设的效果。

针对评价主体,增加学生、教师、社会多元评价,学生作为参与主体能直观、直接地反馈活动对自身成长的作用,教师能从专业视角对活动的学术性、教育性进行评价,社会评价可关注品牌活动的社会性价值,多元主体的评价可保证评价结果更加客观全面。同时,建立跟踪反馈机制,根据评价结果分析问题、动态优化活动内容与形式,将评价结果与资源分配、奖惩挂钩,充分调动多方积极性,推动实践育人品牌持续发展。

5 结语

新时代高校共青团实践育人品牌建设是落实立德树人根本任务、培养时代新人的重要举措,探析其价值逻辑,明确政治价值、教育价值和社会价值,有助于准确把握品牌建设的意义。针对其存在的问题,诸如品牌定位不清晰、内容形式不新颖、协同机制不完善、评价机制不健全等,提出强化顶层设计、创新内容形式、完善协同机制、健全评价机制的工作思路,无疑为高校共青团实践育人品牌建设提供了可适用的路径。在接下来的一段时期内,一方面,高校共青团要持续推进实践育人品牌建设,不断契合时代发展的要求,契合青年成长成才的需要,提升实践育人的实效,为培养担当民族复兴的时代新人添砖加瓦。

参考文献

- [1] 王欣.新时代高校共青团构建美育育人格局的实践探索[J].理论界,2025,(03):99-103.
- [2] 张伟伟.高校共青团实践育人的逻辑理路与实现路径[J].中国青年,2025,(05):48-51.
- [3] 唐勇,白显良.新时代高校共青团实践育人高质量发展论析[J].高校辅导员,2025,(01):40-45.