·思政课程与课程思政研究·

品牌培育：高校思想政治工作的新动能

□王可心
[中国人民大学 北京 100872]

[摘 要] 【目的/意义】高校思想政治工作品牌，集精品属性、用户思维、融媒体模式和资源统合能力于一身，培育高校思想政治工作品牌，是高校思想政治工作实现全员、全程、全方位育人的新动能。【设计/方法】结合当前高校思想政治工作品牌热潮的经验，从品牌培育的基本要素入手，厘清高校思想政治工作品牌的“三要素”，总结高校思想政治工作品牌“三步走”的培育步骤，为优化品牌的培育思路奠定基础。【结论/发现】优化高校思想政治工作品牌的培育思路，要以党和国家对高校思想政治工作立德树人的意见要求为指引，纠偏高校思想政治工作品牌的认识误区，着重在理论融入、实践嵌入、技术渗入上实现品牌优化。

[关键词] 高校思想政治工作；品牌培育；“三全育人”；网络文化场域
[中图分类号] G641 [文献标识码] A [DOI] 10.14071/j.1008-8105(2022)-5026

Brand Cultivation: The New Energy of College Ideological and Political Work

WANG Ke-xin
(Renmin University of China Beijing 100872 China)

Abstract [Purpose/Significance] The brand of college ideological and political work is a combination of quality attributes, user thinking, media mode and resource integration. Cultivating the brand of college ideological and political work is the new driving force for college ideological and political work to realize the full, whole and all-round education. [Design/Methodology] Based on the experience of the current brand boom of college ideological and political work, starting with the basic elements of brand cultivation, this paper clarifies the “three elements” of college ideological and political work brand, summarizes the “three steps” of cultivating college ideological and political work brand, and lays a foundation for optimizing brand cultivation. [Conclusions/Findings] In order to optimize the brand of college ideological and political work, it is necessary to correct the misunderstanding of the brand of college ideological and political work under the guidance of the Party and the country, and realize the brand optimization in theory integration, practice embedding and technology infiltration.

Key words college ideological and political work; brand cultivation; “all-round education”; network culture field

习近平总书记强调“要扎根中国大地，走出一条建设中国特色、世界一流大学的新路”，高校思想政治工作是展现“为党育人、为国育才”的“中国特色、世界一流”大学的重要内容[1]。回顾全国

[收稿日期] 2022－06－02
[基金项目] 北京市社科联习中心项目（20LLMLA004）；中国人民大学马克思主义学院科研基金（YNY2020）.
[作者简介] 王可心（1994–）女，中国人民大学马克思主义学院博士研究生.

高校思想政治工作会议精神，习近平总书记明确指出“要坚持把立德树人作为中心环节，把思想政治工作贯穿教育教学全过程，实现全程育人、全方位育人”[2]，为探索融入式、嵌入式、渗入式的思想政治工作指明了方向。高校思想政治工作品牌，是高校为引导、培育、塑造大学生思想政治素养而着力培育和打造的具有精品性、吸引力和影响力的新型常态化、规范化、体系化的育人产品。它超越了以往传统高校思想政治工作的方式，为高校思想政治工作立德树人提供了新动能。培育高校思想政治工作品牌，是凸显高校立德树人的“独特的历史、独特的文化、独特的国情”的必然要求，成为当下各高校思想政治工作的重点。然而，高校思想政治工作品牌并不等同于思想政治工作的活动载体，需要在品牌的特色定位、资源统合、形象维护上下功夫。品牌培育的过程，也是思想政治工作的具体展开。

一、高校思想政治工作品牌的独特优势

高校思想政治工作品牌以立德树人为核心，结合当代大学生的思想特点和行为习惯，充分融合课堂、活动、网络、移动客户端等各类思想政治教育载体，以专题式、互动式、开放式等方式呈现思想政治教育内容，形成常态化、规范化、体系化的品牌工作机制，着力打造具有吸引力、时代感和影响力的文化产品和教育产品。目前，高校思想政治工作品牌得到普遍重视和广泛应用。2019年，教育部发布《关于开展“一省一策思政课”集体行动的通知》，要求充分发挥各地的区位优势和资源优势，因地制宜，因势利导，在省级层面打造一批品牌工作项目。2020年，教育部同中组部、中宣部等7部门印发了《关于加快构建高校思想政治工作体系的意见》，要求高校思想政治工作品牌将立德树人融入思想道德、文化知识、社会实践教育各环节。2021年，教育部的“首批高校思政类公众号重点建设名单”公布了200个形式新颖、参与广泛的网络思政品牌项目。2021年底，教育部“三全育人”综合改革试点工作中的优秀育人品牌通过全域媒体宣传、展示和推广。2022年教育部思想政治工作司公布的100个高校思想政治工作精品项目，涵盖了课程育人、实践育人、网络育人、心理育人、资助育人等思想政治工作特色品牌。“全国高校思政课教师网络集体备课平台”和学生自主学习平台“青梨派”成为大思政课信息化系统的“中央厨房”……高校思想政治工作品牌建设如火如荼，而只有厘清品牌优势，才能“知其所以然”。

（一）高校思想政治工作品牌的精品属性，有助于增强育人产品的竞争力

高校思想政治工作是中国特色社会主义高校培育德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人的重要教育工作，而高校思想政治工作品牌是育人活动和育人项目中的精品。目前，国内和国际教育环境为提高高校思想政治工作育人产品的竞争力提出了要求。一方面，高等教育的国内环境更加复杂和灵活，教育市场中的知识付费、思想IP、文化疗愈等层出不穷，将高等教育阶段的学生引向“择商业教育品牌而自主学习”的模式，成为影响高校思想政治工作慕课、微课、公众号点击率不可小觑的竞争对象。另一方面，高等教育的国际环境更加开放多元，国际交流日渐丰富，而在教育产品的国际比较中，潜藏着意识形态安全风险。高校思想政治工作通过品牌培育打磨出精品化育人产品，有效地提高了其立德树人的竞争力和吸引力。首先，高校思想政治工作品牌吸收借鉴商业教育品牌的优点，精细化设计教育内容、创新教育形式，将思想政治工作的活动打造成文化精品，主动与琳琅满目的商业教育品牌进行良性竞争，实现受众引流，巩固主流意识形态的文化教育阵地。其次，高校思想政治工作在全面客观地把握世界发展趋势的基础上，打造具备国际视野、彰显中国特色的精品育人品牌，凸显了中国特色社会主义高等教育的优势，激励学生自觉成为堪当民族复兴重任的时代新人。

（二）高校思想政治工作品牌的用户思维，有助于满足学生的精神需求

高校思想政治工作归根到底是做人的工作，必然要从学生出发，到学生中去，围绕学生、关照学生、服务学生，而高校思想政治工作品牌的用户思维能够使其有效满足学生的精神需求。当代大学生的成长环境、基本素质以及面对的社会压力都具有独特性，他们在物质相对富足的环境下，追求更丰富、更高质量的精神世界，为高校思想政治工作提出了更高的要求。首先，在内容方面，当代大学生不满足于传统思想政治工作中的理论灌输，而是要求高校思想政治工作结合历史和现实、在中外对比中把道理讲透彻。其次，在方式载体方面，当代大学生对新媒体技术和网络技术的普遍熟练的应用，倒逼高校思想政治工作创新教育方式，打造网络品牌。目前，高等教育阶段的学生已经普遍更新为网络原住民。截至2021年6月，我国在线教育用户规模达3.25亿，其中10~19岁年龄段网民对在线教育

类应用的使用率最高，达 48.5%[3]24。教育信息化进入融合发展阶段，在线教育行业的个性化教学与服务更加契合学生的精神需求，促使他们自主运用网络教育产品。而高校思想政治工作品牌在用户思维的指引下，能够有的放矢地培育思想政治工作品牌，有效满足学生的需求。一方面，品牌在价值设计的萌芽阶段，就从学生的需求出发，精准定位品牌价值。这促使思想政治工作更好地在历史溯源中掌握理论的发展脉络和文化底蕴、在现实案例中理解政策方针和理论原则的实践指导意义、在国际对比中把握意识形态的本质差别，满足学生的精神需求；另一方面，品牌在打磨育人产品阶段，就将当代大学生对高校思想政治工作方式载体上的新需求，落实为技术化、信息化、媒体化的新型教育产品，满足大学生利用网络实现自我教育的需要。

（三）高校思想政治工作品牌的融媒体模式，有助于占领网络文化阵地

网络文化是高校思想政治工作不能忽视的重要影响因素，也是高校开展思想政治教育的重要场域，而高校思想政治工作品牌融媒体模式的培育工作使其进军网络文化场域。据第48次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，我国网民规模达10.11亿，互联网普及率达71.6%，形成了全球最为庞大的数字社会[3]17。一方面，互联网的便捷性、时效性、开放性，吸引着大学生通过网络平台浏览信息、了解文化、获取知识，成为影响大学生三观培育的重要因素；另一方面，互联网的虚拟性、自主性，使网络文化内容丰富、种类繁杂，容易成为恶意引导舆论、传播不法信息、宣传西方意识形态的工具。其中，不健康的网络文化产品，以年轻人喜爱的形式进行包装，消解高校思想政治工作的教育效果。“加快推动媒体融合发展”[4]，是做大做强主流舆论、提供强大精神力量的必然要求。高校思想政治工作品牌的培育，建立在融媒体模式的宣传基础上，必然要在开发互联网教育产品、建立品牌的网络互动平台、创新运用网络技术教育载体等方面，进军网络文化场域。这使其能够有效地巩固高校思想政治教育的效果、提升学生对高校思想政治工作的认同感和喜爱度，占领网络文化中的主流意识形态阵地，增强高校思想政治工作的影响力。

（四）高校思想政治工作品牌统合教育资源，有助于营造“三全育人”的良好氛围

高校思想政治工作需要在社会上形成全员、全程、全方位的育人合力，充分开发和运用网络教育资源、社会教育资源、家庭教育资源等，“健全全员育人、全过程育人、全方位育人的体制机制”[5]344。而培育高校思想政治工作品牌的过程，就是调动社会各项教育因素的积极性、营造大思政的良好教育氛围的过程。首先，高校思想政治工作通过品牌设计与宣传，挖掘党政机关、企事业单位、网络门户平台、社会实践组织等潜在思想政治教育资源，调动全社会的育人热情。其次，高校思想政治工作品牌以学生为导向，形成具有社会视野的品牌内容，将各项教育因素有机融合，集各教育要素形成最佳的教育合力，打造全过程育人项目。最后，与高校思想政治工作品牌建立链接的各项教育因素，通过其自身的社会功能和社会影响力，扩大高校思想政治工作品牌的知名度和感召力，从而使学生乐于接受和参与思想政治工作，进一步提升高校思想政治工作全方位育人的实效。这种良性互动所创设的社会大思政的教育氛围，是高校思想政治工作品牌实现“三全育人”的重要方式。

二、培育高校思想政治工作品牌的“三要素”

高校思想政治工作品牌是以马克思主义科学理论为指导的、在党的领导下扎根中国大地立德树人的、以高校为品牌培育单位的特殊教育品牌。不同于其他商业教育品牌，它以“立德树人”为唯一目的、以吸引和教育青年学生为竞争动力，具有强烈的主流意识形态色彩。但作为一种品牌，高校思想政治工作品牌还是需要具备品牌的基本要素。不同学者对品牌的基本要素有着不同的界定，但品牌设计、品牌管理、品牌传播推广这三大要素是品牌研究的基本共识。依据对教育部联合全国高校思想政治工作网站公布的优秀高校思想政治工作品牌的分析可以发现，对于高校思想政治工作品牌来说，价值定位、育人产品和外在形象，是培育高校思想政治工作品牌的“三要素”。

（一）高校思想政治工作品牌的价值定位

品牌的价值定位，即高校思想政治工作品牌的特色育人价值。高校在对自身的思想政治工作目标、内容、活动、载体、影响等育人亮点和突出优势充分了解的基础上，结合本校的办学特色、硬件设施、教师团队、社会资源的现实情况，在国家政策、地方特色的引领下，在学校党委的支持下，对高校思想政治工作品牌的特色内容、核心竞争力进行价值定位。确定品牌的价值定位是高校思想政治工作品牌培育的前提和基础。首先，品牌的价值定

位以高校自身状况为基础。各高校的办学特色、教育资源状况、教师队伍素质要求等方面各有千秋，打造高校思想政治工作品牌，就需要充分挖掘自身的思想政治工作优势。以地域特色为例，少数民族地区的高校，以树立中华民族共同体意识为特色育人目标，设计育人品牌；革命老区的高校，充分开发传承红色革命基因的育人资源，设计育人品牌；粤港澳大湾区的高校，结合历史与现实讲好中国现代化发展的故事，设计育人品牌……高校思想政治工作品牌的定位，就是充分结合高校自身的教育资源和教师队伍状况，盘活地方的政策优势和教育资源共享的平台优势，着力打造富有特色的思想政治工作品牌的结果。其次，品牌的价值定位离不开教育系统和高校党委的决策支持和方向指导。思想政治工作是学校各项工作的生命线，各级党委、各级教育主管部门、学校党组织都必须紧紧抓在手上[6]。高校思想政治工作品牌的培育是一项耗费人力、物力和财力的过程，需要来自高校党委和领导决策层的强有力的物质保障和制度支持。只有通过高屋建瓴的顶层设计和脚踏实地的落实执行，自上而下、上下一心，才能精准定位育人品牌的价值目标，共同打造立德树人的高校思想政治工作品牌。

（二）高校思想政治工作品牌的育人产品

品牌的育人产品，是指高校思想政治工作品牌的特色育人活动。高校在思想政治工作品牌的价值定位的前提下，针对学生和工作对象的思想特点、知识需求和价值追求，通过金牌思政课、特色实践活动、新型网络互动平台、重大活动或重大事件为契机的典型教育活动等品牌项目产品，实现思想政治工作的教育效果。育人产品是高校思想政治工作品牌的主体内容。首先，品牌的育人产品是从高校思想政治工作的立德树人的需要出发设计的项目活动。高校思想政治工作品牌归根到底是要做人的工作，因此品牌产品的设计、开发和运转，都需要从大学生的培育出发。具体来说，需要以培育社会主义建设者和接班人为目标确立育人产品的性质；需要以大学生思想困惑和精神成长需求为主旨设计育人产品的内容；需要以当代大学生喜闻乐见的方式方法选择品牌的教育载体。只有从立德树人的根本任务出发创设品牌内容和品牌项目，才能保障高校思想政治工作品牌的育人品质。其次，品牌的育人产品以学生的获得感、参与度、满意度为品牌产品效果监测和评价的标准。高校思想政治工作的实效性，以思想政治教育活动的受教育者为考核对象，高校思想政治工作品牌的好坏，也需要以学生从品牌育人产品中得到的精神引领、思想启迪、人生指引为监测和评价的标准。具体来说，要求育人产品从学生的需要和现实生活出发，设计学生参与、学生收获、学生评价的思想政治教育活动，凸显出高校思想政治工作品牌的育人实效。

（三）高校思想政治工作品牌的外在形象

品牌的外在形象，代表着高校思想政治工作品牌的特色影响力。高校思想政治工作品牌运用品牌产品、品牌活动、品牌课程、品牌人物、品牌网络平台、品牌互动活动等载体，在高校以外的网络文化场域、社会实践场域、教育市场竞争场域等场域中，通过宣传项目主题、活动成果、代表人物等方式，展现和提升品牌的影响力。这也是高校思想政治工作品牌占领文化教育阵地、调动育人合力的重要路径。

品牌外在形象具有强大的标识性和鲜明的特殊性，能够因品牌效应而产生更广泛的社会影响。作为一种教育品牌，高校思想政治工作品牌的对外宣传对象不仅包括学生群体，还包括与思想政治工作相关的其他社会群体，如高校的上级管理机构和管理部门、其他兄弟高校的思想政治工作者、品牌活动相关的受益人群或受影响人群等等。一方面，在课程、科研、实践、文化、网络、心理、管理、服务、资助、组织十大高校思想政治工作育人形式中，明确品牌的独特的育人价值，深耕育人内容和育人产品，是建构品牌形象的基础。另一方面，良好的品牌形象更容易发挥品牌宣传的作用，不仅能够扩大受教育者的范围，而且还吸引相关教育者通过“共有共建共享”的品牌平台发挥育人合力。例如，中国人民大学打造的“高精尖”水平的思想政治理论金课，逐步构建起贯穿选修课和必修课、第一课堂与第二课堂的思政课程体系，成为以思政金课为品牌内容的标识性思想政治工作品牌[7]。同时，依托“人大品牌”打造的全国高校思想政治理论课教师网络集体备课平台，不仅汇集名师大家讲授马克思主义经典著作和马克思主义中国化的最新理论成果，而且将青年思政课教师、大中小思政课教师凝聚在一起，增强思政课集体备课的优势，更广泛地发挥思政金课对高校学生的铸魂育人的作用。由此可见，以清晰的品牌定位和扎实的品牌内容为基础所塑造的品牌形象，不仅能够使高校思想政治工作在品牌建构的过程中得到提升，而且还能充分地发挥品牌效应，凝聚相关育人主体的育人合力、提高育人质量。

三、“三步走”培育高校思想政治工作品牌

高校思想政治工作品牌培育与高校的思想政治教育实践相伴相生。根据品牌打造的基本要素，总结各高校思想政治工作品牌的经验，培育高校思想政治工作品牌需要在价值的定位与设计、育人产品的运行与打磨、外在形象的宣传与维护上下功夫，即完成品牌萌芽阶段、品牌成熟阶段、品牌发展阶段的“三步走”培育工作。

（一）萌芽阶段：定位与设计品牌价值

培育高校思想政治工作品牌，要在品牌萌芽阶段确定品牌的价值品格。首先，定位品牌价值，需要完成大量的评估和实证调研工作，为思想政治工作品牌的必要性、可行性、创新性奠定坚实的现实基础。品牌的定位需要能够与对象产生共鸣，引起对象的兴趣，与对象的生活方式相关[8]68。对于思想政治工作品牌来说，要充分了解受教育群体的思想特点、发展需求、主要问题和影响因素等；客观评估教育者理论素养、教育能力、队伍大小和技术水平等；系统整合开展思想政治工作的物质支持、硬件设施、软件应用、历史特色和相关教育资源；还要了解与思想政治工作相关的国家政策、地域文化、行业资源、企事业单位资源。通过对开发思想政治工作品牌各项影响因素状况的调研分析，准确把握品牌的特色定位，发挥优势、补足短板。其次，品牌的设计，是在前期品牌定位的基础上开展思想政治工作的准备工作。主打理论内容的育人品牌，需要在教辅资料、名师名家、理论创新成果和思想政治工作理论教育的载体、平台、环境等方面做好充分准备。主打活动项目的育人品牌，需要在实践活动主题、实践活动合作方、实践活动内容、实践活动物质支持、活动宣传载体和开展常态化实践活动的时间等方面打好实践活动的基础。主打特色形式的育人品牌，需要在思想政治工作特色场域、主要工作任务、技术人员、设备设施、前期宣传等方面完善准备工作。

（二）成熟阶段：运行与打磨品牌产品

培育高校思想政治工作品牌，要在品牌塑造阶段优化品牌育人产品的品质。首先，品牌产品的运行，就是在特色定位和充分设计准备的基础上，有效整合理论灌输法、实践锻炼法、自我教育法、榜样示范法、比较鉴别法、咨询辅导法等思想政治教育方法[9]220,切实开展思想政治工作项目活动，并将这些项目活动作为长期实施并不断优化的高校思想政治工作育人产品。实践是检验真理的唯一标准，高校思想政治工作品牌的定位和设计是否科学、思想政治工作效果是否显著、受教育群体是否能够并乐于接受思想政治工作品牌的内容以及思想政治工作品牌是否能够产生正向评价和影响，都取决于高校思想政治工作品牌产品的实际运行效果。其次，要塑造优秀的高校思想政治工作品牌，还必须在工作实践中不断打磨。辩证唯物主义认为，“每一种事物都有它特殊的否定方式，经过这样的否定，它同时就获得发展。”[10]521事物的发展是波浪式前进和螺旋式上升的过程，思想政治工作品牌的打磨，离不开对工作实践中问题的总结、受教育群体的意见的反馈。根据品牌受教育者的反馈和对实际教育效果的评估，找到思想政治工作品牌中的薄弱之处，再有针对性地进行调整、更新和升级。只有坚持不断打磨思想政治工作育人产品，才能够塑造具有吸引力、时代感、影响力的优质知名品牌。

（三）发展阶段：宣传与维护品牌形象

培育高校思想政治工作品牌，要在品牌发展阶段扩大品牌的知名度和影响力。首先，品牌的宣传是高校思想政治工作品牌的题中应有之义，也是区别于其他普通思想政治工作载体的重要特点。其一，品牌宣传需要找准思想政治工作品牌的独特优势作为宣传突破口，提升品牌在其他教育品牌和高校思想政治工作品牌中的竞争力和辨识度；其二，品牌宣传需要运用恰当的宣传载体和宣传平台，善于开拓网络媒体资源、构建具有互动功能的新兴媒介平台，提升思想政治工作品牌的影响范围和影响力度；其三，品牌宣传是一个长期的渐进式收益的过程，必须坚持将宣传工作常态化。同时，还需善于抓住社会相关重大事项和新闻热点的关键时间节点，加大相关的品牌内容的宣传力度，提升思想政治工作品牌的社会形象。其次，在品牌宣传的同时，还需要进行品牌的维护工作。品牌宣传是为了提高品牌的知名度，而品牌的维护，是为了提升思想政治工作品牌的满意度、美誉度和忠诚度。具体来说，高校思想政治工作品牌的外在形象，取决于受教育群体的评价、相关社会群体的认知和品牌所吸引到的“粉丝”的支持和关注。因此，高校思想政治工作品牌需要勇于和善于在新型社交媒体、网站论坛、移动客户端等平台上，开展品牌评价活动和“粉丝福利”活动，集思广益、推动高校思想政治工作品牌获得更多正向的关注和支持。而“对于任何品牌来说，不仅需要传递品牌价值，同时也需

要将品牌弱点最小化。”[8]67针对育人品牌的负面评价和负向舆论，不能因思想政治工作品牌的非营利性而选择无视，反而要针对性地提出方案，化解矛盾、引导舆论，从而保证高校思想政治工作为党育人、为国育才的正确方向。

四、优化高校思想政治工作品牌的培育思路

随着高校思想政治工作不断加强，高校思想政治工作品牌也需要进一步优化发展。党和国家高度重视高校思想政治工作，提出了一系列具体要求和工作意见，为打破高校思想政治工作品牌培育的认识误区、优化品牌的培育思路提供了指引。在明确品牌要素和培育步骤的前提下，可以将优化思路概括为理论融入、实践嵌入、技术渗入三个方面。

（一）融入党的创新理论，培育真学真懂真信真用的思想政治工作品牌

党的创新理论是高校思想政治工作立德树人的核心内容。习近平在讨论“十四五”规划和二〇三五年远景目标纲要草案以及《政府工作报告》时明确要求：“做好高校思想政治工作，推动党的创新理论进教材进课堂进头脑，深入培育和践行社会主义核心价值观。”①不仅是作为立德树人的主渠道的思政课，所有形式的高校思想政治工作，都需要融入党的创新理论，“把道理讲深、讲透、讲活……达到沟通心灵、启智润心、激扬斗志”[1]。目前，思想政治工作品牌培育存在将其等同于一般文教品牌的认识误区，导致高校思想政治工作品牌的培育完全采取商业品牌的运行模式，为赚取关注和流量而削弱高校思想政治工作立德树人、培育社会主义建设者和接班人的教育效果。虽然将品牌借鉴到高校思想政治工作领域，能够进一步提升吸引力、时代感和影响力，但在任何时候都不能忽视思想政治工作品牌的育人本质、不能忘记自身的时代责任和历史使命。因此，高校思想政治工作品牌要根据思想政治工作对象的成长发展需要、高校立德树人的优势特色以及党和国家培育社会主义建设者和接班人的明确要求，将党的创新理论融入品牌的育人内容，让学生在多种多样的育人活动中，充分感受到真理的力量，从而实现真学、真懂、真信、真用的理论教育效果。一方面，高校思想政治工作品牌需要善于借助强大的理论科研团队的力量，不断丰富理论的解读、创新理论的运用，使理论散发时代的光芒，吸引学生真学理论、真懂理论。另一方面，高校思想政治工作品牌需要建构经验丰富的理论教育教学团队，结合理论形成发展规律、学生思想品德的形成发展规律和思想政治教育规律，通过有效的教育活动和教育方式，增强理论的感染力和指导力，保证学生真信理论、真用理论。

（二）嵌入特色实践活动，培育真实践练就真本领的思想政治工作品牌

实践活动是开展高校思想政治工作的重要方式。习近平对广大青年的寄语中，强调“用脚步丈量祖国大地，用眼睛发现中国精神，用耳朵倾听人民呼声，用内心感应时代脉搏”[1]，为高校将特色实践活动嵌入思想政治工作指明了方向。《关于深化新时代学校思想政治理论课改革创新的若干意见》明确对思想政治工作与实践活动相结合提出了要求，即“推动思政课实践教学与学生社会实践活动、志愿服务活动结合，思政小课堂和社会大课堂结合，鼓励党政机关、企事业单位等就近与高校对接，挂牌建立思政课实践教学基地，完善思政课实践教学机制。制定关于加快构建高校思想政治工作体系的意见，汇聚办好思政课合力。加大正面宣传和舆论引导力度，推动形成全党全社会努力办好思政课、教师认真讲好思政课、学生积极学好思政课的良好氛围”②。目前，思想政治工作品牌培育存在将其等同于典型课堂教学案例的误读，导致高校思想政治工作品牌的常态性不足、实效性有限、影响力不高，错失将典型教育案例系统升级为具有常规运行机制的高校思想政治工作品牌的机会。通过实践活动开展思想政治工作，是将理论与实际、认识与实践有机统一起来的桥梁，是综合提升新一代青年学生的学识、知识和见识的有效途径。例如，高校与党政机关、事业单位对接的参观访问性实践，高校针对社会问题开展的志愿服务性实践，高校与特定社会职业衔接的体验性实践等，都是深化新时代学校思想政治理论课改革创新的重要举措，具有无可替代的教育效果。因此，高校思想政治工作品牌的培育，需要在政策支持和学校党委的重视和领导下，设计具有独特教育意义的活动主题、灵活运用各种丰富新颖的活动方式、有机融合理论与实践相结合的活动内容，为学生在实践中练就真本领创造条件，将其培养成为德才兼备、全面发展、堪当时代重任的人才。

（三）渗入新型教育技术，培育真互动、真参与、真收获的思想政治工作品牌

新型教育技术是开展高校思想政治工作的重要载体。高校思想政治工作品牌不仅要以内容为王，还要充分开发特色形式、打造品牌标识，全面展现品牌的价值定位、核心内容和社会影响。这就需要

在思想工作中渗入新型教育技术，搭建交互平台，使教育者与受教育者在品牌中真互动、真参与、真收获。2017年2月，中共中央、国务院印发的《关于加强和改进新形势下高校思想政治工作的意见》中指出“要加强互联网思想政治工作载体建设，加强学生互动社区、主题教育网站、专业学术网站和‘两微一端’建设，运用大学生喜欢的表达方式开展思想政治教育”③。目前，思想政治工作品牌培育存在将其等同于基本思想政治教育工作的误读，导致高校思想政治工作品牌的培育不仅忽视了品牌宣传、品牌维护，还消解了思想政治教育工作品牌作为主旋律的文化教育品牌所具有的抢占舆论阵地的功能，特别是对于网络文化阵地的引领功能。因此，对高校思想政治工作品牌来说，不仅需要借助新型教育技术凸显品牌的独特性、扩大品牌的影响力；而且还要利用新型载体，使品牌受众广泛而真实地交流、互动和参与，切实增强学生的获得感。渗入新型教育技术主要体现在以下三个方面。首先，依靠网络技术所搭建的线上交互平台，对提升教育资源利用效率、加强教育活动的交流学习、落实大中小一体化建设具有重要意义。特别是在网络舆情危机、网络群体性事件的防控和治理中，高校思想政治工作品牌能够发挥出应有的监测引导的作用[11]。其次，运用新媒体技术所打造的官方微信公众号、微博账号和自媒体账号，有助于扩大高校思想政治工作的影响力和实效性，提升受教育者对思想政治工作品牌的吸引力和认同感。在文化消费主义植入网络空间的现实中，通过高校思想政治工作网络品牌在学生群体中的融入，提高网络文化的供给质量、涵育学生的消费素养、筑牢网络空间意识形态建设的安全屏障[12]。最后，开发AR、VR、MR等智能技术所创设的教育形式，对推动高校思想政治工作创新发展、打造富有科技感、时代感的高校思想政治工作品牌具有重要作用。因此，高校思想政治工作品牌的培育，需要不遗余力地开发和运用新型教育技术，在以技术赋能打造品牌特色的同时，使其成为提升高校思想政治工作实效性的得力助手。

注释

① 参见中共中央印发《中国共产党普通高等学校基层组织工作条例》。

② 参见中共中央办公厅国务院办公厅印发《关于深化新时代学校思想政治理论课改革创新的若干意见》。

③ 参见中共中央办公厅国务院办公厅印发《关于加强和改进新形势下高校思想政治工作的意见》。

参考文献

[1] 习近平在中国人民大学考察时强调 坚持党的领导传承红色基因扎根中国大地 走出一条建设中国特色世界一流大学新路[N]. 人民日报, 2022-4-26.

[2] 习近平. 把思想政治工作贯穿教育教学全过程 开创我国高等教育事业发展新局面[N]. 人民日报, 2016-12-09.

[3] 中国互联网络信息中心. 第48次《中国互联网络发展状况统计报告》[DB/OL]. [2021-08-27]. http://www.cnnic.cn/hlwfzyj/hlwxzbg/hlwtjbg/202109/P020210915523670981527.pdf

[4] 习近平. 加快推动媒体融合发展 构建全媒体传播格局[J/OL]. (2019-03-16). http://www.qsthdukaneory.cn//qs/2014/2019-03/16/c_1124241408.htm.

[5] 习近平. 论党的宣传思想工作[M]. 北京: 中央文献出版社, 2020.

[6] 习近平. 坚持中国特色社会主义教育发展道路 培养德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人[N]. 人民日报, 2018-9-10.

[7] 中国人民大学: 打造“高精尖”水平的思想政治理论金课[N]. 人民日报, 2022-5-29.

[8] [美]卡恩著. 沃顿商学院品牌课: 凭借品牌影响力获得长期增长[M]. 崔明香, 王宇杰, 译, 北京: 中国青年出版社, 2014.

[9] 陈万柏, 张耀灿, 主编. 思想政治教育学原理[M]. 北京: 高等教育出版社, 2007: 220.

[10] 马克思恩格斯选集(第3卷)[M]. 北京: 人民出版社, 2012: 521.

[11] 王楠. 网络舆情群体极化的形成机理与传播路径研究[J]. 思想教育研究, 2021(9): 99-103.

[12] 杨章文. 网络文化消费主义: 显示表征、本质透视及诊治理路[J]. 思想教育研究, 2022(1): 91-97.

编 辑 朱娜