

中国共产党优化政党功能的路径分析

董瑞端

近年来，全球局势快速变化，各国的执政党也面临着来自各个方面的挑战。作为一个国家政治活动的重要主体，政党是由一定阶级的领导依据世情、国情决定的特定政治目标和意识形态的政治组织。中国共产党在建立新中国和推动国家现代化建设的历史进程中获得了自身的政党功能，这一功能实际表现在三个方面：在国家治理方面具有超强的政治领导能力，实现党的集中统一领导，使国家治理保持井然有序的状态；在社会动员方面具有超强的社会号召能力，能够凝聚最广大的社会力量投入到社会主义现代化建设的事业中；在自身建设方面能够勇于推进自我革命，不断加强自身建设，保持政治清明。一百多年来，中国共产党由弱到强，历经苦难辉煌，不断发展壮大，重要的原因在于其富有特色的政党功能。对中国共产党的政党功能进行不断优化，既是对国内外政党执政经验和教训的总结，也是新时代应对形势不断变化的需要，对于提高党建科学化水平、推进全面从严治党、铸就强大的政党能力具有重要意义。

确保党的领导全面覆盖

党的领导全面覆盖是集中力量办好中国事情的关键。新中国成立七十多年来，我们克服了种种难以想象的困难，见证了国家的一步步强大，推动了社会主义事业高歌猛进，使中华人民共和国发生了巨大变化，而助推这些巨变发生的关键就在于我们有中

国共产党的坚强领导。中国特色新型政党制度是中国共产党实现领导与执政的基础，可以保证党在各个层面、各个方面的工作中充分发挥领导作用，助力中国共产党实现科学执政、民主执政。坚持党的领导是民心所向，是历史的选择。近代以来，中国人民曾经在黑暗中挣扎前进，是中国共产党带领人民奋起反抗，赢得了民族独立、人民解放。事实雄辩地证明，没有共产党就没有新中国。回顾党的历史，我们更加坚信，只有共产党才能救中国，只有始终坚持党的领导才能发展中国。

坚持人民群众主体地位

能否把人民群众的利益放在首位，任何时候都是衡量政党的决定因素。依据唯物史观，人民群众是社会生产力的体现者，是物质财富的创造者，更是政党履行职责、发挥功能的后备军。历史已经充分证明，只有真正代表人民群众的利益，同人民群众想在一起、干在一起，才会得到人民群众的真心支持与拥护。政党要做好人民群众的代理人，切实维护人民群众的利益，想民众所想、急民众所急，始终坚持人民群众的主体地位，与人民群众紧密团结在一起。首先，各级党组织成员尤其是党员干部要甘愿做“人民公仆”，做好人民群众的“服务员”，要将“敢作为、办实事、多做事”立于心中、行于脚下，改进工作作风，提高服务质量，打造服务型政府，让人民群众生活得更加幸

福、更有尊严。其次，要坚决反对各种形式主义、官僚主义，提高做好新形势下群众工作的能力，始终将人民的利益放在第一位，倾听民众心声，反映人民诉求。最后，要将人民群众是否满意作为评价标准，将能不能帮助人民群众切实解决实际问题作为关键指标。所谓“得道者多助，失道者寡助”，无论是在新民主主义革命还是社会主义革命、建设和改革时期，党之所以能得到人民群众的全力支持与衷心拥护，就在于其始终将人民群众的利益放在首位。

不断推进党的自我革命

勇于自我革命是中国共产党最鲜明的品格，也是我们党最大的政治优势。中国共产党百余年的奋斗历程尤其是党的十八大以来的生动实践充分说明，始终坚持自我革命是中国共产党能够团结带领人民群众不断开创新局面的关键秘诀。中国共产党是靠革命理想和铁的纪律组织起来的马克思主义政党，实践已经证明，正是不断地自我革命才能淬炼出先进的马克思主义政党，只有始终保持从严管党治党的自觉。自觉和自律不是自然而然形成的，而是在特定环境和条件下养成的，包括共同的理想和目标、严峻的考验和现实的危险，也包括纪律的引导、警示和惩戒。古人说“善救弊者，必塞其起弊之源”，中国共产党发展壮大的重要原因在于中国共产党内具有一整套规范体系，能够对党

员进行有效约束，严肃党内政治生活，严密党内规范体系，中国共产党才能成为富有战斗力的政党。坚持推进自我革命既要有高标准，做到打铁还需自身硬，坚持和发扬党的理想信念宗旨、优良传统作风，又要严守底线，做到规矩必依、执行必严、违法必究，坚持以严明纪律增强遵规守纪的自觉自律，把加强党的自我革命体现到党和国家各项事业的全过程、各方面。

百余年来党的伟大实践启示我们，中国之所以能取得今天的辉煌成就，就在于始终坚持党的领导，始终坚持走中国特色社会主义道路。与西方政党相比，中国共产党有着截然不同的特点，这也决定了中国共产党具有许多富有中国特色的政党功能，这些政党功能彰显了中国共产党的一个大国执政党的重大使命。习近平总书记指出，从现在起，中国共产党的中心任务就是团结带领全国各族人民全面建成社会主义现代化强国、实现第二个百年奋斗目标，以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴”。中国正面临百年未有之大变局，进入了改革的攻坚期和深水区。中国共产党要永葆自我革命精神，不断优化政党功能，不断清除一切损害党的先进性和纯洁性的因素，确保党在全面建成社会主义现代化强国进程中始终成为坚强的领导核心。

(作者单位系辽宁财贸学院马克思主义学院)

『大思政』视域下高校社会主义核心价值观研究

赵姝婕

社会主义核心价值观是顺应时代发展要求而提出来的，具有广泛而深厚的历史底蕴和现实基础，是国家的重要稳定器，也是整个民族的精神之魂。而教育本身就发挥着引领价值观的作用，高校教育更是承担着立德树人的根本任务，旨在为国家 and 民族培养品德高尚、综合素质优秀的时代新人。因此，研究“大思政”视域下高校社会主义核心价值观具有重要的现实意义。

当前，高校在社会主义核心价值观的教育方面存在着一定问题。一是落实路径较少，落实成果不够丰富；二是忽视学生的个性特点，难以聚焦于“以人为本”的理念；三是教师缺乏积极性和创造性，难以取得有效的教育成果。面对这样的问题，高校需要从“大思政”的角度出发，在全校范围内形成一种全员育人、全过程育人、全方位育人的教育体系，让每一位教师、每一门课程都发挥出其育人功能，将社会主义核心价值观渗透于每一堂课、每一次活动、每一名学生心中。具体而言，可从以下几方面着手。

高校要以特色校园文化熏陶浸润，助力大学生逐梦前行。“大思政”视域下，要想将社会主义核心价值观更好地融入到高校中，形成一种文化熏陶，就需要发挥特色校园文化这一主阵地的作用。每所高校在其建设与发展过程中均较为重视校园文化的养成，经过长时间的实践，逐渐形成了具有高校自身办学特色的校园文化。因此，高校要以校园文化为抓手，通过文化熏陶实现全员育人的目标。具体而言，其一，要挖掘具有特色的校园文化内涵，将其与社会主义核心价值观形成内在联系。高校可以从自身的历史发展、学科特色、校园精神等多方面入手，汲取其中与社会主义核心价值观存在内在联系的营养元素，并且将两者融合在一起，而在校园内形成一定的理论观念、价值体系，学生在这样的文化氛围内进行学习和生活，潜移默化中就能形成正确的世界观、人生观、价值观，进而有利于高校培养出政治思想品德良好、专业知识丰富的人才。其二，依托形式多样的校园活动，对社会主义核心价值观进行舆论宣传，从而将其合理融入到校园文化中。高校师生可以借助文化活动和专题活动平台，交流讨论与社会主义核心价值观相关的内容，以深化学生对社会主义核心价值观的认知，引导其将社会主义核心价值观作为自己的精神力量和行为指引，推动自身价值的实现。除此之外，高校还可以发挥媒介的优势作用，开展宣传工作。将学校开设的报刊、网络平台、公众号等媒介作为社会主义核心价值观宣传的重要平台，扩大宣传范围，丰富宣传路径，以深化学生对社会主义核心价值观的理解。

高校要以全面有效的教学实践，促进大学生乐学善思。高校是开展教育教学工作的主阵地。在“大思政”视域下，高校要将社会主义核心价值观的内容渗透到所有课程的教育教学中，发挥每一位教师的育人责任，进而实现“立德树人”的根本任务。具体而言，其一，高校要实现全课程的育人功能，不仅要关注思政课程，也要发挥其他专业课程育人实践功能，将思政课和专业课都当作社会主义核心价值观教育的主阵地。教师要明确所授课程的特点，并在充分掌握社会主义核心价值观具体内容及其实质的基础上，积极挖掘专业课程内容与社会主义核心价值观的内在关联性，并以合理的方式将正确的价值追求和理想信念融入到专业课程教育过程中，从而实现全员育人和全员育人。其二，教师应以教育教学规律为遵循，以学生特点为依据，以教学育人为目的，以课本内容为基础，不断丰富和改进教学内容和教学设计，增添一些与践行社会主义核心价值观相关的事例以丰富教学素材，发挥事例中榜样的示范作用，以引导学生树立正确的价值观，规范自身日常行为。

高校要以丰富真实的实践体验，提升学生对于社会主义核心价值观的认同感。实践是检验真理的唯一标准，“大思政”视域下，要想将社会主义核心价值观融入高校教育，实现高校“立德树人”的根本任务，就要让学生深入实践，在实践中切身体会社会主义核心价值观的深刻内涵和核心要义。其一，高校要通过丰富的实践活动去构建完善的实践教学体系。高校可以通过宣讲会、讲座、研讨会等校内实践活动和志愿者活动、公益活动等校外实践活动，构建多层次、多目标的实践教学体系。在这样的体系下，学生会有更多参与实践活动的机会，有助于他们形成和正确践行社会主义核心价值观。其二，高校要发挥校内基层团组织的作用，开展一些以社会主义核心价值观为主要内容的党团主题教育，基于这些活动以更好地开展大学生的思想政治教育。

整体而言，社会主义核心价值观是青年学子内化政治信念和道德涵养、外化政治行为和自觉行动、塑造坚定政治信仰和灵魂命脉的指明灯。“大思政”是落实立德树人根本任务的关键，高校有必要将社会主义核心价值观全过程、全方位有机融入“大思政”体系，深入开展社会主义核心价值观宣传教育，筑牢精神支柱、树价值标杆、育时代新人。

(本文系基金项目辽宁省社会科学规划基金“依托红色资源，弘扬伟大建党精神有效路径研究”[项目编号:L22BJ007]和大连理工大学城市学院党建课题“大思政”视域下高校社会主义核心价值观培育研究”[项目编号:2023DJKT-YB012]的研究成果)

(作者单位系大连理工大学城市学院马克思主义学院)

新时代高校辅导员网络谈心谈话工作能力的基本要求

张栋臣

网络的优势不仅体现在对学生层面的有利，同时对高校辅导员日常工作也带来了重要帮助。网络已成为辅导员思想政治教育工作的“最大增量”，解决了传统谈话的一些不利因素障碍，成为了高校辅导员工作的新方向和新模式。网络谈心谈话工作不是简简单单的网上交谈，需要以学生的实际问题、工作的实践要求、学生的身心发展等为谈话导向。由于学生的个体差异性、思想复杂性、问题多样性等特点，对高校辅导员来说，如何实现谈之有理、谈之有味、谈之有度十分关键，而这也是破解学生工作难题，助力学生健康成长的关键法门。

其一，平等尊重，换位思考。高校辅导员网络谈心谈话要坚持平等尊重的理念，要认识到一次好的、有成效的沟通前提是平等尊重。学生群体特别是高校大学生在个人情感方面已逐渐成熟，高校辅导员要在网络沟通时注重言语表达的“度”，切忌以师生地位、职务高低作为网络谈话的原则，而要以真诚态度获取学生的信任和支持，为之后做好学生各项工作打好基础。此外，辅导员要做到换位思考，从学生的实际情况出发思考网络谈话的话语构思、谈话步骤、谈话技巧。学生往往在情感经历、成长历程、生理状况、家庭因素等方面存在不同烦恼，辅导员要用心考虑他们的感受、接纳他们的抱怨、主动帮助他们消除“心霾”。

随着航空市场竞争的日益加剧，航空公司不仅需要提供安全、高效、优质的飞行服务，还需要通过精心设计的品牌形象和创新的市场营销策略，吸引并留住客户。有效的品牌建设可以增强客户的情感连接，同时提升品牌认知度和美誉度。市场营销策略的成功实施则可以帮助航空公司精准识别目标市场，满足客户多样化的需求，从而在日益激烈的行业竞争中脱颖而出。基于此，笔者将深入探讨航空服务品牌建设与市场营销的优化策略，以期为航空公司的品牌管理和市场营销提供更多有益的实践指导。

航空服务品牌建设策略

一是品牌定位。对于航空服务品牌来说，品牌定位需要考虑市场竞争情况、客户需求以及自身优势。航空公司可以针对高收入、高频出行的商务人群，提供高端、舒适、便捷的航空服务，如豪华座椅、精致餐饮、专属贵宾厅等。面向大众消费者，则可以提供价格合理、服务基础的航空服务，如低价机票、简化服务流程等，以满足大众出行需求。此外，还可以针对特定群体，

其二，线下为主，线上为辅。网络谈心谈话在高校思想政治工作中作用不断突出，但也存在一定弊端。辅导员要把网络当作“工具性”客体，必须考虑到网络谈话中话语真实性，把握网络谈话的“度”。线下谈话的优点在于其“真实度”较高，辅导员可以通过学生言语、动作、眼神来初步获取沟通的有用提示，且面对面、心对心的交流更能够增强彼此情感，有利于学生流露真情、坦诚交流。因此，高校辅导员要坚持线上线下相结合的沟通理念，坚持线下为主，主动把“办公桌”搬到“学生宿舍”，通过访谈访问形式增加与学生的融洽程度，切身体会学生的生活习性，提高获取学生信息真实程度，为开展学生工作打好基础。

其三，话语创新，与时俱进。高校辅导员要注重思维创新以提升话语创新。网络时代瞬息万变，如果不能及时跟进网络发展步伐，增强网络技术水平，掌握学生时代性话语，就容易与学生产生“网络代沟”，难以与学生在思维上同频共振，难以把握网络思想政治教育工作的话语权。当前，网络学习、网络生活、网络社会成为符合学生特点的新模式和新形态，也是辅导员做好学生思想政治工作的重要方向、重要抓手。面对网络流行语、网络表情包、网络新媒体技术，辅导员要创新化运用到平时与学生的网络聊天过程中，谈心谈话内容要与学生话语的时代化相适应，运用学生

喜爱的网言网语、社交词汇、网红元素来增强网络沟通的趣味性。

其四，客观求实，抓住关键。辅导员在与学生进行网络沟通时，不能以自我的价值判断和思维定式来教育、定义、批评学生，对学生提出的问题和要求需做到理性分析、善于引导。网络沟通时要坚持实事求是，以力求公正，而不能以学生的相貌、性格和与辅导员的亲密程度来作为是否认同学生观点和建议的标准。首先，辅导员要耐心倾听学生的述说，对他们提出的意见和观点进行理性推断思考，结合学生的平时表现、性格特征等综合考虑其话语表达中观点的可信度。在网络沟通过程中，不能脱离实际，切忌过分以自我观点为中心，坚持自我社会经验、文化水平、思维认知比学生更准的看法。同时也不能完全放弃自我话语的权威，不经过调查思考学生实情和学生话语的合理性，而过分迎合学生的观点、答应学生的诉求，造成话语失真、实情颠倒。其次，辅导员在与学生网络聊天时，要围绕每次网络沟通的目的提取关键信息，抓住学生入学季和大三下学期等关键时间节点。在入学季引导学生做好本学期的学习规划，搭建与学生网络谈心谈话的日常机制，激励他们善于把握机遇、敢于与困难斗争、增强抗压能力；大三下学期也是关键时期，是学生人生职业选择的准备阶段，辅导员要侧重培育学生融入社会的能力，在网络沟通内容上适当增加

大学生就业相关要求和注意事项等内容，并细化每位学生的个性需求、综合素质、专业能力，有针对性地找出他们就业中的困惑及难点，及时补救，增强他们的社会适应能力和竞争能力，引导其成为满足社会需要的高素质人才。

其五，善于归类，有效引导。高校辅导员对网络沟通中常见的问题类型进行归类尤为重要，这将有利于精准掌握各类学生群体的沟通诉求，推进辅导员网络谈心谈话工作有效、有针对性地开展。网络沟通中常见的问题大致可以分为心理问题类、党性教育类、感情问题类、违纪违规类、学团培训类、学生思想引导类等类型。面对不同的问题类型，辅导员要建立起与问题类型相关的网络谈话方法体系，以增强自身对各类问题的把控力。此外，网络沟通的归类需要进一步细化整合各类问题之间的共性，比如在某种程度上，心理问题与感情问题处理的方法有着密切联系，都需要辅导员有一定的心理咨询知识水平，熟练运用思想政治教育心理学的知识内容对学生的心理和感情问题进行疏导。同时要善于找出学生思想上的主要矛盾，从归类的问题出发，进行有目的性、有步骤性的网络谈心谈话，以摸清、研究、破解学生在思想上的困惑，从根源上把握问题、寻求方法、化解矛盾。

(作者单位系长春理工大学马克思主义学院)

航空服务品牌建设与市场营销策略研究

杨文武

如家庭出行、旅游爱好者等，提供定制化的航空服务，如家庭套餐、旅游套餐等。

二是品牌视觉与听觉形象设计。品牌的视觉与听觉形象是客户感知品牌的重要途径，包括品牌标志、色彩搭配、字体选择以及广告音乐等。对于航空服务品牌来说，应设计简洁、易记且富有象征意义的标志，以增强品牌识别度。同时，应选择能够反映品牌定位的颜色，如高端商务定位的航空公司可以选择黑色、金色等彰显奢华的颜色，而经济实惠定位的航空公司则可以选择蓝色、绿色等平易近人的颜色。此外，可以通过独特的音乐或声音标志来增强品牌记忆。例如，某些航空公司在广告中使用轻快、舒缓的音乐，以传达舒适、愉快的飞行体验。

三是品牌故事和价值观传播。品牌故事和价值观是品牌文化的重

要组成部分，它们可以赋予品牌独特的个性和情感价值。航空服务品牌的介绍需要展示品牌的起源、发展历程以及背后的故事，使客户了解品牌的使命和愿景。在此基础上，需要通过各种渠道传递品牌所坚持的理念，如安全、服务、创新、环保等，以增强品牌的可信度和美誉度。

四是品牌体验设计。品牌体验设计是指通过优化客户在各个接触点上的体验来增强品牌认同感。品牌体验设计主要包括全流程服务设计、个性化服务提供和客户反馈机制的建立。其中，全流程服务设计是指从预订机票到登机、飞行以及到达目的地的整个过程，航空公司都需要提供一致的、高质量的服务体验。例如，优化官网和移动端的订票流程，确保客户能够方便快捷地完成订票；提供高效的登机行李服务，减少客户等待时间。个性化服务是指根据客户的不

同需求提供不同的服务体验。例如，为商务客户提供专属贵宾厅、快速安检通道等；为家庭客户提供儿童餐、亲子娱乐设施等。客户反馈机制的建立则是能够及时了解客户的需求和意见，并据此改进服务质量。例如，通过问卷调查、客服热线、社交媒体等渠道收集客户反馈，并对反馈进行分析和处理。

航空服务市场营销策略

一是目标市场识别。目标市场识别是航空服务市场营销的第一步，决定了营销活动的方向和资源的分配。识别目标市场需要进行市场细分，根据地理位置、人口特征、行为习惯和心理特征等将市场划分为不同层次。例如，航空公司可以将市场细分为商务旅客、休闲旅客、家庭旅客和高端客户等。一旦完成市场细分，航空公司就需要评估每个细分市场的增长潜力和竞争状况，选择最具潜

力的目标市场。对于每个目标市场，航空公司则应当制定相应的营销策略，满足不同客户群体的需求。例如，商务旅客通常注重航班准时性和机上办公设施，休闲旅客则更关注票价和旅游套餐等。

二是产品多样化。产品多样化是提升市场竞争力和客户满意度的重要策略。航空公司可以根据不同客户群体的需求，提供多样化的产品和服务。例如，针对商务旅客，可以推出商务舱、快速安检通道、优先登机机和机上办公设施等服务；针对休闲旅客，可以提供经济舱、旅游套餐、目的地指南和特价机票等服务。

三是客制化服务。客制化服务是提升客户满意度和忠诚度的有效手段。航空公司可以建立客户数据库，记录客户的偏好、历史消费记录和反馈意见。通过大数据分析和客户关系管理，精准地了解客户需求，提供服务和优惠。例如，在客户生日或

重要节日期间，航空公司可以发送个性化的祝福和优惠券，增强客户的品牌忠诚度。

四是数字营销。数字营销是现代市场营销的重要组成部分。航空公司可以优化其官方网站和移动应用的用户体验，使客户能够方便地预订机票、查询航班信息和办理登机手续；可以通过微博、微信、抖音和 Facebook 等社交媒体平台，与客户进行互动，分享品牌故事和最新动态；可以发送个性化的电子邮件，与客户保持持续沟通，提供最新的航班信息、特价机票和会员优惠等；可以通过各大平台的广告投放，在潜在客户搜索相关关键词时展示品牌广告，吸引客户的关注和购买。

总而言之，通过系统化的品牌建设、多样化的市场营销策略实施，航空公司能够构成强大的品牌体系，迎来全新的发展，以应对不断变化的市场环境 and 客户需求，持续提升品牌价值，并展现出更大的竞争优势。

(作者单位系西北师范大学)

本版投稿邮箱：
13063463253