

始终把纪律挺在前面

徐川

加强纪律性，革命无不胜。纪律是党的生命线，正是依靠严肃党的纪律，始终与各种违反党的纪律行为作坚决斗争，才使我们党的队伍始终保持很高的纯洁性和战斗力，步调一致，从胜利走向胜利。增强纪律意识，遵守党的纪律和规矩，是每个党员的责任。不管职务高低，无论党龄长短，都应把它作为一项重要的政治任务，须臾不可放松。

明纪、守纪的前提是学纪、知纪。俗话说：不学习，不知道。遵纪意识的强化、自觉性的提高，有赖于不断学习。不养成良好的学习习惯，对党纪条文不了解不熟悉，而是无知无畏，凭感觉和经验做事，确保不出事犯错。

在现实中，身为党员，不重视学习，对纪律要求知之不多或一知半解者不在少数。有的盲目自信，自以为行得端、坐得正、有底气，不想也不会违法乱纪，认为学习党纪是多此一举；有的态度不认真，满

足于应付了事、装模作样，浅尝辄止、自以为是，以致于懵懵懂懂、糊里糊涂，直到有朝一日违反纪律受到了查处，摔了跟头，才幡然醒悟、悔不当初。

党纪学习教育的重点是新修订的《中国共产党纪律处分条例》。《条例》全面贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，从党的性质宗旨、理想信念、宗旨要求、政治纪律和政治规矩、组织纪律、廉洁纪律、群众纪律、工作纪律、生活纪律等方面，对违纪违法行为进行了系统梳理、归类整合，体现了全面从严、释放越往后执纪越严的强烈信号。我们要以此为契机，认真学习、系统、深入地学，熟知条文内容，领会其精神实质，真正把党的纪律规矩刻印于心、践之于行。

通过学习，消除模糊错误认识，真正做到把纪律挺在前面。在有些人看来，只要不违法，犯点小错或违反纪律无伤大雅，谁也奈何不了我，以至于放松自我要求。殊不知，党纪严于国法，相对于普通群众，党员干部理当有更高的要求，《条例》充分体现了这一点。特别是与修订前相

比，新修订《条例》在内容有不少变化，要求更高，导向更鲜明，需要我们在学习中深刻领会和把握。

比如，新修订的《条例》将贯彻党中央决策部署只表态不落实行为，由违反工作纪律调整到违反政治纪律；将搞劳民伤财的“形象工程”“政绩工程”行为，由违反群众纪律调整到违反政治纪律；增加了对搞部门或者地方保护主义行为的处分规定；充实了党员领导干部政绩观错位，违背新发展理念、违背高质量发展要求的处分规定；增加了对搞政治攀附、结交政治骗子等行为的处分规定；完善了对慢作为、假作为等损害群众利益行为的处分规定；增加了对不斗争、面对危机困难临阵退避行为的处分规定，等等。这对于党员干部树立新发展理念和正确政绩观、权力观，改进作风，正确履职，确立了新的导向，提供了更严的标尺。

《条例》是党员干部行为的指南，明确告诉我们该干什么、不该干什么，从某种意义上说，既是“紧箍咒”，也是“护身符”。只有牢固树立纪律和规矩

意识，将各项纪律规定刻印于心，不稀里糊涂，不心存幻想，才能做到行不逾矩、行稳致远。由此而言，保持清醒的头脑，以积极主动、严肃认真的态度，投入以《条例》为主要内容的党纪学习教育，防止无所谓思想和消极抵触情绪、被动应付心态，显得尤为重要。

学习的目的在于运用，学纪、知纪的最终目的在于明纪、守纪。应摒弃为学而学的倾向，反对学习上的形式主义，尤其应防止学归学、做归做，学和做“两张皮”，而应善于联系工作和自身实际，认真对照检查，自觉反省改进，决不可明知故犯。在工作生活实践中，应更加严格要求自己，谨言慎行，慎小慎微。特别是各级领导干部应身先士卒，从我做起，带头学习并模范执行党的纪律规矩，切实做到敬畏、存戒惧、守底线。



把纪律规矩刻印在心落实于行

戈岩平

纪律严明是我们党的光荣传统和独特优势。新修订的《中国共产党纪律处分条例》，进一步扎紧了管党治党的制度笼子，为全面从严治党提供了坚强的纪律保障。

哲人有言，断线的风筝不仅不会得到自由，反而会一头栽向大海。有约束才更自由，有纪律才更有力。党的纪律为党组织和党员干部划定了行为空间，明确了权利与责任，是我们党自我净化、焕发活力的重要支撑。

现实中，一个不容忽视的现象是，一些党员干部对党规党纪不上心、不了解、不掌握，党纪学习教育存在简单化、浅层化、走过场等问题。比如，有的党员干部没有把自己摆进去，认为党

纪与现实工作生活距离较远，“学了用处不大”；有的心不在焉、不以为意，认为违规违纪者往往是领导层或者要害岗位“一把手”，声称“学规是为了不违纪，不违纪就不需要学规”；有的对党规党纪制定的背景、要求等内在逻辑缺少应有的思考，一定程度上存在临阵磨刀、学用脱节、照本宣科、蜻蜓点水等情况。

思想上松一寸，行动上就会散一尺。对一个执政党来说，有铁的纪律，才有党的团结统一，才有党风的正清廉洁。党要管党、从严治党，靠什么管，凭什么管？关键靠严明纪律。遵守党的纪律是无条件的，要说到做到，有纪必执，有违必查，不能把纪律作为一个软约束或是束之高阁的一纸空文。

党规党纪不是空泛的、抽象的，而是具体的、现实的，是管党治党的“戒尺”，也是党员干部约束自身行为的标准和遵循。这次开展党纪学习教育，组织党员干部特别是党员领导干部认真学习《条例》，有助于党员干部做到学纪、知纪、明纪、守纪，搞清楚党的纪律规矩是什么，弄明白能干什么、不能干什么，把遵规守纪刻印在心、内化为言行准则，进一步强化纪律意识、加强自我约束、提高免疫力。

学纪、知纪，方能明纪、守纪。纪律意识是否牢固，是党员干部能否遵守党的纪律的先决条件。纪律意识不会自然养成，必须通过不断学习增强。党的十八大以来，党中央先后三次修订《条例》，向全党释放了全面从严治

党永远在路上的强烈信号。广大党员干部应以此为契机，主动学、认真学，准确全面理解，掌握精神实质，明确哪些事能做、哪些事不能做，尤其应把握好《条例》中针对管党治党的突出问题和新发现的新型违纪行为作出的新规定，真正把《条例》刻在心里、烙在脑海，自觉增强纪律意识和规矩意识。

开展好党纪学习教育，首责在党委，关键在领导，重点在落实。各级党组织应把开展党纪学习教育作为重要政治任务，切实做到抓在经常、融入日常。各级领导干部须率先垂范，教育引导广大党员干部深刻认识党的纪律建设的重大意义，把守纪律讲规矩作为行为准则，自觉把增强党性、严守纪律、砥砺作风内化于心、外化于行。

“一次购票终身游”：提高复游率的妙招

何勇海

这个“五一”假期，新疆吐鲁番人气爆棚。这得益于当地推出的“一次购票终身游”。此前，吐鲁番市文旅部门宣布，从今年5月1日起，全市各A级景区执行首次实名制门票、终身免门票政策。游客在景区购票进入该景区，终身有效(5月15日新华社)。

我国已迎来大众旅游时代，各地文旅部门铆足劲儿，使出“花式揽客”手段吸引游客“到此一游”。仅在门票方面，就有背诵古诗课文免门票、一段时间内门票全免，以及门票打折优惠、“买一送一”等。像吐鲁番推出的“一次购票终身游”，无疑是“放大招”，实属双赢之举。

“一次购票终身游”能让游客更好地享受吐鲁番优质的旅游资源。吐鲁番是古丝绸之路上的重镇，文旅产业一直是它的闪亮名片，境内交河故城、高昌故城、柏孜克里克千佛洞、阿斯塔那古墓等古迹，有着重要的史学价值、艺术价值和科学价值，这些文旅资源需要“反复游”“深度游”，慢慢感受领略。

“一次购票终身游”，能够提高游客“复游率”，更可带动周边酒店、餐饮、购物、交通等相关产业发展。“一日游”“过路游”，也能够引来游

客，却不能聚客、留客，经济效益终究有限。推动“过路游”发展到“过夜游”再到“反复游”，把游客“流量”变“留量”，才能更好拉动住宿、餐饮、购物、娱乐等消费增长。

今年3月9日，当地的葡萄沟景区率先试行该优惠政策，截至4月28日，景区共销售门票3万余张，1万多名游客复游景区。“五一”假期，景区再售门票2.1万张，实际接待游客数量突破5万人次，复游数量激增，门票收入虽只增加12%，但旅游收入比以往翻了一番多，34家民宿、1000多个床位天天爆满。“过路”与“过夜”，一字之差，效果迥然不同。

“一次购票终身游”是摆脱门票依赖的好做法。长期以来，不少景区的高额门票成为游客的一大经济负担，抑制了游客在景区及当地的消费支出，还制约了相关产业发展。摆脱“门票经济”，探索多元营收，更有利于景区和地方文旅行业持续发展。

当然，“一次购票终身游”只是提高游客“复游率”的“第一步”，想最大化引流、聚客、留客，就要在丰富旅游产品、打造旅游线路、推动差异化经营，以及提升管理水平、完善游览设施、消除安全隐患、整治旅游价格秩序等方面下功夫。一个个具体细节，最终构成游客对地方旅游形象的整体评价，只有千方百计提升管理服务水平，才能让“一次购票终身游”更具有引流价值。

给“孟姜女哭倒长城处”立碑：是草率炒作不是科学传承

许朝军

近日，河北省秦皇岛市山海关区“天下第一关”景区内，一块写有“孟姜女哭倒长城处”的石碑，引起网友关注。对此，当地旅游和文化广电局有关负责人介绍，设立石碑的目的，在于推广孟姜女传说相关的文化(5月15日澎湃新闻)。

“孟姜女哭长城”的故事家喻户晓，与《牛郎织女》《梁山伯与祝英台》《白蛇传》一起，被誉为中国四大民间传说。从传承传统文化、汲取民俗文化精华角度而言，挖掘和推广“孟姜女传说”是应该的，也是必要的。“孟姜女传说”于2008年被列入非物质文化遗产代表性项目名录扩展项目，就是很好的证明。但借此在“天下第一关”景区内设置“孟姜女哭倒长城处”石碑，却是咋看咋别扭，了无传统文化传承意味，给人的更多感受，是一种蹩脚的炒作。

“孟姜女哭长城”版本众多，从故事框架到修筑长城地点，每个版本叙述不同。据中国非物质文化遗产网显示，河北孟姜女传说最早见于战国时期；西汉刘向的《说苑·善说篇》中，已经出现“其妻悲之，向城而哭，隅为之崩，城为之圮”的情节；至唐代，故事情节和主题思想与后来的孟姜女故事趋近，但故事发生时间和地点也分别由春秋改为秦朝、由“齐长城”变为“秦长城”；到明代，又

多了“秦始皇逼婚”的情节，进而发展成目前流传的故事框架。孟姜女故事从江南松江府到北方山海关皆有流传，山海关的凤凰山上建有贞女祠，即现今的孟姜女庙。

孟姜女到底在哪儿“哭倒长城”？或许这只能是一个扑朔迷离的“文化符号化传说”，即便各地对“孟姜女传说”文化情有独钟，但简单随意地在某个地方立下“孟姜女哭倒长城处”石碑，不仅行为简单武断，而且是对传统文化传承发掘的草率和不负责任。

这么做，说白了，只不过是借借助“孟姜女传说”非遗名头，竖大旗、蹭热点、博流量，以此增加当地文旅市场影响力，本质上是“没景造景”“无特色造特色”的文旅发展畸形思维作祟。借助传统文化亮点打造文旅特色项目无可厚非，但不结合实际审慎理性发掘，不顾及简单粗暴地“拉名人作旗”，只能算一种盲目发展文旅市场的虚热症和炒作病。

近年来，多地不断出现抢注名人故里、包装名人故居、挖地三尺发掘名人效应和特色景点的做法，最终不仅难以被接受，很多还陷入“画虎不成反类犬”的尴尬，值得关注和反思。防止类似行为，除了发掘和传承传统文化时要科学理性、审慎严谨之外，更需要开展广泛的论证并吸纳民意，集思广益采取针对性举措。这才是文旅市场高质量发展的基础和关键。

帮社恐青年脱单 地铁不妨设“相亲车厢”

杨美科

再过几天，“5·20”这个令情侣们忙乎的日子就要到了。笔者常坐地铁，又很关心时事，在这个时间节点，自然就想到一个跟地铁相关的话题。

有调查显示，65.6%的地铁乘客为出行习惯较固定人群，每周乘坐地铁次数在9次至15次，搭乘地铁上下班的需求占89.5%。这些地铁族较为年轻，18岁至55岁人群占比高，平均年龄34.4岁，中专以上至研究生学历的占67.9%。可以说，年轻群体是当前地铁出行的主力军。

另据《2023年轻人恋爱观报告》显示，单身群体中有近半数对恋爱需求处于可有可无的状态，年轻人的恋爱意愿越来越低。面对恋爱这件事，许多年轻人表现出随缘的态度，认为“该来的总会来”，平时不积极主动社交。有的年轻人虽然想脱单，却因为没时间、社交圈窄乃至不善表达等原因，脱单无期。

结合上述两则信息，笔者有一个建议：如果我们能在单身群体地铁通勤时间，在地铁车厢开辟一个公共空间，打破他们“在公共空间的界限感”，突破其“社恐防御机制”，就可以增强他们的交流意愿，有效

地激发、促进他们的恋爱进程。

正如地铁车厢温度，因为归属公共空间，“众口难调”。尤其在夏季，地铁车厢温度，有的乘客说空调温度太高、太热，有的乘客说太冷，有的表示温度正好，不要再调节。但地铁管理部门通过“分区调温”的方式，将地铁车厢分为“弱冷车厢”“强冷车厢”和“普通车厢”三种温区，进行分开控温，体现出地铁服务的细致化和人性化，让城市出行更有“温度”。

如果我们能根据地铁进出客流量，在每班地铁设立一节或几节“相亲车厢”，进行适当的氛围布置，并广而告之：进入“相亲车厢”并停留，就代表您是单身人士，渴望恋爱，那就自动获得了一个“想脱单”的标签。同一车厢的单身人士就可以破除“公共空间的界限感”和“社恐防御机制”，遇到有缘的、对得上眼的异性，就可以大方大胆地去沟通交流。如此，单身人士尤其是年轻人的恋爱时间和恋爱机会等将获得极大拓展，有助于其恋爱进程。

在很多年轻人婚嫁意愿不高、生育率持续走低的大背景下，笔者以为，这一建议有现实意义且可操作，供相关部门参考。

漫画角

现成饭



王成喜 绘

毕业季来临，2024届高校毕业生陆续进入论文答辩阶段。今年不少高校发布专门通知，明确将对毕业设计(论文)中的人工智能生成内容占比进行检测，并对AI代写在论文中的比例等问题作出规范(5月15日央广网)。

读懂“高铁2元矿泉水上热搜”背后的深意

苑广阔

近日，有网友发帖称，“乘坐高铁可以找列车员要2元钱的矿泉水，再也不用买高价矿泉水了”。相关话题随后冲上热搜，引发网友讨论。5月14日，12306客服表示，一般情况下高铁上有2元矿泉水售卖，但具体要问各趟列车的餐车工作人员有没有卖完(5月15日极目新闻)。

一瓶价值2元的矿泉水，竟然引发一场全网大讨论，本身就有些不正常。但是很显然，更加不正常的，则是高铁、动车上的物价。实际上，围绕高铁、动车

上商品的价格，近年来吐槽声不断，概括起来，就是“贵、乱、不透明”。一瓶价值2元的矿泉水，为什么能够登上网络热搜榜？说到底，还不是因为车上这种低价矿泉水时有时无，更多的是四元五、七八元甚至是十余元的矿泉水。

而且，公众质疑的，不仅仅是高价矿泉水。有网友爆料，自己在列车上想买2元矿泉水和便宜的素食套餐，结果不但没买到，还被乘务员公开嘲笑。也有网友爆料，在高铁上花35元买了一份盒饭，却发现价格标签下还有一个标签，标价仅为15元。此类事件被曝光以后，往往是铁路方面出面解释、道

歉、处理相关工作人员，也从一个侧面说明，列车上的商品价格，确实存在“贵、乱、不透明”问题。

列车车厢，是一个相对特殊的空间，所以站在旅客的角度，并不指望列车上的商品，能够和车站外超市、便利店里的商品一个价格。但是贵也要有个限度，应考虑大众化的消费水平，同时做到价格透明，保障列车上消费者的合法权益。

《铁路旅客运输服务质量规范》规定，高铁上“供应品种多样，有高、中、低不同价位的预包装饮用水、盒饭等旅行饮食品，2元预包装饮用水和15元盒饭不断供”。但具体到现实中，显然不是

这么回事。不管是2元的矿泉水还是15元的盒饭，经常出现断供，乘客并非想买就买得到。而这种断供，更像是一种人为，而不是客观原因导致的。铁路部门理应为乘客提供更多元化的选择，并且坚持薄利多销的理念，既追求经济效益，也要兼顾社会效益。否则只能倒逼更多乘客多带方便面、多带矿泉水乘车。

高铁上2元一瓶的矿泉水，本不该登上网络热搜榜，而它既然登上了网络热搜榜，我们就要看清楚它背后所传达出来的深意。尤其是对于铁路部门来说，更是如此。