

讲原则不讲面子

■ 徐文秀

史，在老一辈革命家和无数先锋模范人物身上，讲原则是讲党性的一个集中体现。对中国共产党人而言，原则问题从来都是安身立命、为人处世的大问题，来不得半点马虎，容不得丝毫含糊。

在某种意义上，讲原则最大的敌人，就是各种各样的私情和面子。现实生活中，有的人习惯“说好话”“好说话”，搞一团和气，成了不顾原则、丢弃原则的“好好先生”；有的人“酒杯一端，政策放宽”“枕边风一吹，耳朵根就软”，过不了人情关、面子关，成了“通情达理”的“温良绅士”；有的人不敢坚

持正确的主张和意见，总是碍于他人的脸面，习惯于顺风跑、顺杆爬，顺着说，态度暧昧、缩手缩脚，成了风吹两边倒的“墙头草”，等等。“盖天下之事，不难于立法，而难于法之必行；不难于听言，而难于言之必效。”原则是方向、规矩、底线，讲原则不讲面子，就应知行合一、不弄虚末，从一点一滴做起，用行动诠释“法之必行”“言之必效”。

讲原则不讲面子，必须敢于说“不”。讲原则，就是在是与非、对与错、好与坏、公与私等问题上，勇于亮明自己的态度、立场和观点；对则对、好则好、行则行，不躲闪、不回避、不矇

昧。党的十八大以来，一些落马的领导干部在忏悔时表示，最初收受贿赂就是“碍于情面”。因为面子丢掉是非原则、最终害人害己，这样的教训何其深刻！邓小平同志曾说：“不讲党性，不讲原则，说话做事看‘来头’、看风向，满以为这样不会犯错误。其实随风倒本身就是一个违反共产党员党性的大错误。”事实证明，在原则问题上无路可退，一退则自乱方寸，危害甚深。

讲原则不讲面子，还要勇于去“私”。心底无私天地宽，真正讲原则的人，总是能够捧着一颗公心、不夹杂

私利，任何情况下都始终做到没有私心、不徇私情。反过来讲，一旦私心杂念作祟、歪风邪气附身，原则的堤坝就极易溃败。毋庸讳言，坚持原则会得罪人，但为了事业、为了正气，就得拉得下面子、抹得开情面，敢于“唱黑脸”，做到既在大是大非面前讲原则，又在小事小节中讲原则。关键时刻讲原则不讲面子，才是真正的大义所在。

坚持原则是共产党人的重要品格，是衡量一个干部是否称职的重要标准。原则问题上的铁面，是真正的情面；原则问题上的不让步，方是进步。(转载自9月23日《人民日报》)

HK 锐评

从“名媛”到“佛媛”，逐利的画皮还能披多久？

■ 斯涵涵

最近一段时间，佛门寺院多了一群特殊的“女香客”。她们被称作佛系名媛，简称“佛媛”。抄经、拜佛、品茶、吃素……是“佛媛”日常（作秀）的标配。她们把这些行为拍成照片或者录成视频，发到朋友圈或者上传到视频网站。有的人粉丝数量高达数十万，在网络上很有影响力。

我国民众信仰自由，敬香拜佛也是不少佛门信众的常见行为。然而，“佛媛”们却在庄严的佛像前摆拍，行为轻佻地在宁静的佛殿里招摇，衣着暴露地抄写佛经……行为举止令人讶异。正如网友们所质疑的：你只是去拍照炫耀罢了，根本没有礼佛之心。可谓一语中的。

“佛媛”们打造虚假人设，展示虚假生活，待到火候差不多了，便原形毕露，开始售卖服饰、串珠、手链等“礼佛”用品，甚至接广告、开“灵修班”，如在其他网购平台20到50元就能买到的平安锁，经过“佛媛”之手，售价立刻高达百元之上，利润着实可观。利用民众的虔诚之心，把肃穆佛像作为炒作的背景，抄经礼佛成为营销的套路，可恨又可恶。

从“拼房名媛”到佛系名媛，浮躁之人在利益的驱使下，用不间断的“表演”来吸引眼球，而自媒体的跟进、短视频平台的传播无疑又放大了这种负面效应。在佛门清静之地招摇，借拜佛之名行牟利之实，轻则是无知无畏，破坏了宗教场所的严肃气氛，重则是无视规则，背离公序良俗，败坏社会风气。

我国《宗教事务条例》第五十三条规定，“禁止以宗教名义进行商业宣传。”“佛媛”们借佛营销，唯利是图，欺骗信众，监管应重拳出击。目前，一些自媒体平台已经依规禁封了此类“佛媛”营销账号，此举受到了大批网友的强烈支持。今后，相关部门还应加强协作联动，严厉打击不良分子以宗教之名进行违法营销活动，将拉大旗作虎皮的“佛媛”清理出去，维护佛门清净与消费者权益。

网络平台则要切实承担起企业责任与社会道义，提升监管水平，对假“敬佛”真“生意”的不良行为露头就打，该封禁的封禁，该下架的下架，坚决不让“佛媛”野蛮生长，惑乱人心。广大民众则要仔细甄别，切莫被“佛媛”的生财圈套，折财伤心。

本版言论只代表作者个人观点 投稿信箱:hnrbl@163.com

HK 观点撷英

习近平总书记指出：“党的干部都要有秉公办事、铁面无私的精神，讲原则不讲面子、讲党性不徇私情。”坚持原则是具体的，体现于日常工作生活的方方面面。年轻干部要想成为可堪大用、能担重任的栋梁之才，就必须从细节做起，敢于坚持原则、勇于讲原则，不能被所谓面子问题所困。

不以规矩，不能成方圆。原则就是规矩和准则，意味着必须始终恪守的底线、不能踩踏的红线。回溯党

求美之心别被“贷”进坑里

■ 庞梦霞

是极不负责任的说法，对误导性宣传需加强管理。

青年群体价值观尚未定型、消费观还不成熟，需警惕被容貌焦虑裹挟。有的机构将青年求职、人际交往不顺等个人发展困境简单归因于形象缺陷，制造容貌焦虑。人在青年阶段，一方面想尽快实现人生价值，另一方面确实借款能力低，还款能力弱，在发生借贷行为时应当提高警惕，清醒认识到医美贷背后可能存在“套路贷”“砍头息”陷阱。

爱美是人的天性，对美的追求无可厚非。但美也有很多层次，不该只有“A4腰”“巴掌脸”“筷子腿”等被炒作出的“审美公式”。修身求美的路上，通过整容“改头换面”是一条走不远的路。整容不是万能钥匙，背上贷款押注外貌，是把希望寄托在未知风险上。

青年时期正是奋斗的大好年华。自信不应全维系在形象上，求美不是“任性”抹去缺点，而应该锻造品格，塑造精神，全方位发展培育自己的能力。脚踏实地、昂扬奋斗的样子是最美的。

HK 图说辣论



向隐性消费说“不”

近日，广东深圳市民王女士向深圳市消费者委员会投诉称，她和朋友在一家牛肉火锅店就餐，结账时发现每份餐具被收取了3元钱。该市消委会对此回应称，经营者应当以显著方式提醒消费者，否则格式条款内容无效。记者调查发现，餐饮行业存在各式各样的隐性消费，点餐时店家不主动告知需要收费，结账时却计入账单。

餐饮行业隐性消费由来已久，屡遭诟病。从餐具费到餐位费、茶水费、酱料费、毛巾费、包间费等，可

谓花样百出。顾客进了餐馆，啥也没点，就已经消费了十几块钱，若要认真计较，又会显得“小气”；想向有关方面投诉，又常常因为证据不足而不了了之。层出不穷的隐性消费侵犯了消费者的权益，也破坏了市场秩序和消费环境。对此，相关部门应加强监管，打破行业“潜规则”，将隐性消费项目变成“明规则”，消除市场的灰色地带。消费者也应当敢于对隐性消费说“不”，保护自己的合法权益不受侵害。

(图/沈海涛 文/魏燕)

HK 微评

@中国纪检监察报：别在机器人面前丢了人类的脸。9月23日，两名女游客在北京环球影城主题公园因插队问题发生争执，工作人员多番劝解仍僵持不下，机器人“威震天”也出面劝解无果，最终导致演出中断。此前，一名男子上台后即朝“威震天”做出不雅手势，遭到“威震天”怒怼。有网友评论“在机器人面前丢了人类的脸”。

无论“威震天”是机器人还是真人，都应得到充分尊重。景区以“接地气”的台词打造“具有自主意识”的机器人，正是为了增强游客代入感，为游客提供沉浸式体验。游玩者只有遵守规则、遵循秩序、尊重角色，才能让自己在情景中与角色形成良好互动，增添游玩乐趣。逾越文明界限，不仅会让自己受到谴责，还会破坏游玩氛围，影响他人观感。不文明游览行为之所以屡禁不止，很重要的原因在于游览者的文明自觉意识尚未养成。

心有所戒，才能行有所止。文明出游包含了安全、规范、礼让等诸多要素，将个人行为划定在“文明”圈内，脚下有条“警戒线”、脑中有“红绿灯”，这不仅不会使出游感受打折扣，反而为个人提供充分保障，为他人给予更多便利。(魏辑)

广告·热线:66810888

图说

我们的
价值观

富强民主文明和谐
自由平等公正法治
爱国敬业诚信友善

革故鼎新
锐意进取
尊崇自然
绿色发展
创新引领
开放包容
共享共赢

弘扬新风正气
凝聚磅礴力量
谱写壮丽篇章
创造美好未来

共产
党
人

赞曰：谨铭宗旨，敬业乐群。倾情奉献，扶困济贫。令科技兴业，勤

创新浪，起沧海帆挂青云。百余年来第一人也。

包君起帆，元五年生，元五年金
浙江镇海人也。早年入沪，上而为
码头工，淳朴而颖慧，勤职以尽
其责。廿余年来，致力港口装卸工
具之革新，曾以百四十余项发明
获誉。抓斗大王；复以集装箱箱

码箱技术革新，
富百牢铭，奋勇争先。
建国初期，满怀豪情，
扬帆挂锦，程航远

中宣部宣教局 中国网络电视台 中国楹联学会

图说
我们的
价值观

知识型职工：榜样邓建军
运城王珍珠 沈丹阳剪纸

夜色朦胧月已残
攻关攻克寝难愁
一心只盼机梭好
要为人间御暑寒
邓建群 摆玉 郭丽君

纺织业内独放奇葩
妙想立志标新建功
业世雄联郭永利书

邦之唯其巧学苦干实现五百余项革新
业廿载讷言敏行任劳当头敢拼敢抢技
术关口不眠不休时纺织机械诸困非独吾
人之典范奉献社会企业之精魂

邓建军小传
一九六九年生一九九二年入党邓建
军江苏常州人也起身微末社志于怀从
事甘载讷言敏行任劳当头敢拼敢抢技
术之唯其巧学苦干实现五百余项革新
业廿载讷言敏行任劳当头敢拼敢抢技
术关口不眠不休时纺织机械诸困非独吾
人之典范奉献社会企业之精魂

中宣部宣教局 中国网络电视台 中国楹联学会