

做好群众的“嘴替”不容易



张 弓

上个月，我发过一篇评论，题为《做好群众的“嘴替”》。不过现在想想，这个话题只说了一半，即评论（特指署名评论，下同）作者为什么要做群众的“嘴替”，还有一半就是“怎么做好”的问题。今天，来说说这个“怎么做好”。这可能是教科书上没有的，是我个人四十多年评论写作生涯积累起来的一些想法和体会，供有兴趣的朋友们参考。

要做好群众的“嘴替”，首先得了解群众，了解他们的想法、意见和要求。不弄清这些，就无法知道他们想说什么，“嘴替”也就无从谈起。

进一步说，知道了群众的想法还不够，还得弄明白他们为什么会产生这些想法，是因为面对的客观

环境所致，还是受当前社会风气影响之故，抑或各级干部工作所造成？弄清了这些，有助于文章不仅能说出“为什么”，还能够回答“怎么办”，向相关方面提出改进的建议。

做调查了解，记者有优势。他们有记者证、有采访权，而很多评论作者是业余的、兼职的，既无记者证，也无采访权。但大家都生活在这个社会上，会跟各种各样的人接触，同学、同事、家人、邻居，以及学校的师生、医院的医生护士和病人及家属……只要有人的地方，就会有社情民意，只要是有心人，就能获取你需要的信息。还有一个更广阔的信息来源——网络。网络上，什么样的信息都有，可謂取之不尽、用之不竭。只要你有辨别能力，由表及里，去伪存真，真的可以做到“秀才不出门，全知天下事”。辨别真假的办法很多，逻辑推理、慢一拍处理，等等。我曾经写过一篇评论，提出如果想用可信度不那么高的新闻作评论由头，不妨“让子弹再飞一会儿”，基本上就能看清真相，至少不至于陷入被动境地。

做好群众的“嘴替”，作者还

须具备一功——共情能力。共情能力这个词，目前的使用频率还不是很 高。按AI解释，共情能力是社会关系联结的重要纽带，是情商的核心组成部分，它的近义词是同情，反义词是冷漠。只有对群众的难处、愿望能设身处地想一想，才会萌发出手相助的欲望，才能产生伸手帮助的行动。一个冷漠的人，哪怕别人遭遇再大的困难，他也会视若无睹、波澜不惊，要他去做任何帮忙的事，那是不可能的。当然，共情也不能过了，共情过头，就可能言行偏激，结果说不定是好心帮了倒忙。

知道了群众的想法之后，还得摸清相关政策。有关方面国家的总方针总政策有哪些，地方各级的具体方针和具体政策又有哪些；哪些政策是可以公开讨论的，哪些政策是不宜公开讨论的；哪些政策曾经做过什么修改，同一类政策，不同地方又有什么不同的内容，等等。把政策背景搞清楚，写作有关的评论时，心中有数，稿子也就不会有被“枪毙”的风险了。

文字表述上，也得与群众的“嘴替”这个身份相吻合，简单地

说就是通俗。老百姓看得懂、听得进，一篇几百字千把字的文章，初中毕业以上学历的读者，也不用查字典。这方面，我的主要办法是当好“翻译”，把艰涩难懂的专业性太强的词句，翻译成通俗易懂的。有位报社同事在我的评论留言中说，“看张老师的评论，就像和邻居大哥聊天”，但“每个标点符号都蕴藏深意”。这样的肯定是高了一点，但力求口语化，让文章明白如话，确实是我对评论文字的一贯追求。

看到这里，有的朋友可能会想，做好群众的“嘴替”要求这么高，那还是别做了。

首先承认，做文字工作本来就不是轻松活，评论更是难中之难，所以几乎所有的公共媒体很难招到好的评论员。既然这么复杂，那为什么还要去做呢？因为社会需要、群众需要、领导机关需要——它是机关领导了解民情、改进工作的重要渠道。因为有这么多个“需要”，自然就成了公共媒体的职责所系，评论员(包括专职、兼职)的责任所在。我在标题上用了“不容易”三个字，绝对不是用来唬人的。

拒收孤独症学生 实为歧视性“教育自闭症”

张西流

又是一年开学季，本该是满怀期待踏入校园的日子，一名19岁少年却被挡在了校门外。李同学是一名孤独症患者，今年4月18日通过广东省残联的选拔和推荐，被广东省机械技师学院计算机网络应用专业正式录取。他收到了录取通知书，做好了所有入学准备，却在8月30日报到当天，被校方以“不收孤独症患者”为由拒绝办理入学手续（9月9日澎湃新闻）。

《残疾人保障法》和《残疾人教育条例》明确规定，残疾人享有平等接受教育的权利。学校对孤独症学生的劝退行为，涉嫌违反这些法律规定，构成了对残疾人群体的制度性歧视。这种歧视往往披着“专业判断”的外衣——学校常以“师资不足”“无法提供特殊支持”为由，将拒收合理化。然而，权利不应因实施难度而打折扣。正如轮椅使用者有权利使用坡道，视障学生有权利获得盲文教材，孤独症患者同样有权利，在获得合理便利的前提下接受普通教育。

这种排斥正在被一种“温柔歧视”的话语所包装。校方通常会表示“我们是为了孩子好”“特殊学校更专业”等。殊不知，这种“为他好”的论调，本质上剥夺了孤独症患者与同龄人共同成

长的基本权利。当我们允许教育系统筛选“适合”的学生，我们就在默认某些人因先天特征而不能与其他人共同学习。

诚然，普通学校在接收孤独症患者时，面临实际挑战。教师缺乏特教培训、班级规模过大、支持资源有限等是现实困难。但这些问题指向的，是需要解决系统缺陷，加大投入建设支持体系，而非将孤独症患者排除在外。北京、上海等地的实践表明，提供适当的教师资源、调整教学方法 and 评价体系后，孤独症患者不仅能够融入普通班级，还能为班级带来多样性的独特视角。

从更广阔的视角看，教育的选择关乎我们想要构建怎样的社会。是将差异视为需要消除的问题，还是将其视为人类经验的重要组成部分？当孤独症患者与普通学生共同学习时，所有学生都能从中受益——他们更早地学会理解与接纳人的多样性，培养同理心与协作能力。

校门对孤独症患者关闭，是对教育公平理念的伤害。而每一次成功的接纳与包容，则是向着更加公正社会迈出的重要一步。我们的校园应当成为多样性之花绽放的花园，而非筛选与排斥的流水线。当教育真正拥抱所有学生，我们才能说自己在建设一个人人有尊严的社会。这不仅是法律的要求，更是文明社会的道德责任。

老人借用厕所猝死家属索赔败诉：必须维护“好意施惠”者权益

史洪举

2024年8月，70岁老人黄某到广东佛山某健康管理中心借用厕所，后在厕所中突发疾病猝死。其亲属向该中心索赔21万余元。但是，一审、二审法院均驳回了家属所有诉求。

法院认为，中心经营者和店员在发现老人如厕时出现异常后，及时拨打120、撞门查看，已尽到了合理限度的安全保障义务，不应当承担赔偿责任。

老人猝死自然令人同情，但这不代表家属可以讹诈式地向出借厕所方天价索赔。

本案中，健康管理中心无偿出借厕所，是一种“好意施惠”，对其自然不能用经营者的安全保障义务来要求。所谓“好意施惠”，指人们之间无意设定法律上的权利义务关系，而由当事人一方基于良好的道德风尚实施的使另一方受恩惠的关系。“好

意施惠”却被天价索赔，如果这样的讹诈得逞的话，无疑会产生蝴蝶效应，导致更多人拒绝做好事。

近几年，所谓的“社会冷漠”一直是热议的话题，类似老人扶不扶等问题让人很纠结。其背后，是人们担心做好事会面临难以预料的法律风险。毕竟，一旦因为做好事被讹上，进而摊上官司的话，很可能会心力交瘁、费时费钱。这也是很多人在他人面临危难之时不愿伸出援手的原因。

因此，作为裁断是非的司法机关，势必硬起腰杆，坚决摒弃“谁闹谁有理”“谁弱谁有理”“谁死谁有理”的“和稀泥”立场，果断向无理诉求说“不”。

司法机关的裁判具有普法和社会导向作用。人民法院向讹诈式诉求说“不”的裁判，生动地诠释了公平正义理念，维护了“好意施惠”者的正当权益，减少了其被讹诈的风险，从而引导更多人向上向善。

不能任由“免费体验课”疯狂围猎老年人

苑广阔

在各大社交平台上，充斥着大量针对老年人的课程广告，从声乐、乐器、配音、瑜伽到基金、AI，应有尽有。这些课程基本宣称“免费”，学成后老年人甚至还可以将其作为副业“轻松赚钱”。然而，在这些“免费”课程背后，可能暗藏着虚假宣传、诱导消费等各种问题（9月9日《现代快报》）。

随着老年人“触网”普及，各类声称“免费”的线上课程在社交平台蜂拥而至，种类繁多且打着“零基础速成”“轻松变现”的诱人旗号。这些所谓免费课，实则为精心设计的消费陷阱，最终目的往往是推销数千元的高价“进阶课”。此类乱象不仅损害老年人权益，更侵蚀着互联网教育的公信力。

治理这类“围猎”老年人的营销套路，关键在于加强监管。当前，许多课程利用跨平台引流模式，通过在短视频平台投放广告吸引用户，再引流至微信等私域进行推销和交易，形成监管盲区。网信、市场监管等部门需出台针对性措施，明确平台对广告内容和后续交易行为的连带责任，要求平台建立更严格的内容审核机制和投诉响应通道，对违规账号采取封禁等处罚措施。同

时，依据《消费者权益保护法》等法律法规，对虚构效果、诱导分期支付、虚假限时优惠等行为严厉打击，提高违法成本。

平台决不能做“甩手掌柜”。作为流量入口和广告发布者，平台有责任对课程类广告主体进行资质审核，并跟踪其后续营销行为。比如，平台可以建立“老年人课程推广白名单”制度，对屡遭投诉的机构限流或禁止投流。此外，推出针对老年人的消费提醒机制，当监测到课程销售中存在话术误导、高频推销等情况时，及时弹出风险提示，为老年人设置一道“缓冲带”。

面对层出不穷的营销新招，老年人也需不断提升自身的信息素养。保持理性，认清“免费”背后的商业逻辑，切勿轻信“速成”“暴利”等承诺；在支付前多与家人商量，谨慎使用“分期付”等金融工具。子女和社会组织也应积极参与，通过社区宣传、反诈讲座等方式，帮助老年人识别套路，增强自我保护能力。

老年人追求学习与进步的需求值得被尊重和满足，但绝不应成为不良商家收割的对象。唯有监管部门、平台、家庭与社会形成合力，强化监管、压实责任、提升防范意识，才能彻底铲除“免费课”骗局滋生的土壤，让老年人真正享受到安全、优质的线上教育服务。



从“入境游”到“入境购”：一字之变大不同

关兵

当外国游客不再仅仅满足于爬长城、逛故宫，而是拖着空行李箱直奔浙江义乌，精打细算地采购汉服、茶具和装饰品；当海外社交平台上的“带着空箱来中国”成为热门旅行建议；当暑期外国游客机票预订量增幅最高的不再是一线城市，而是众多特色小城——中国入境游的图景正在经历一场静默却深刻的升级（9月9日澎湃新闻）。

从“游”到“购”，这一字之变，绝非简单的消费行为改变，其背后是中国与全球关系的一次微妙再平衡。它

标志着中国在全球价值链中的角色正在发生转变：从一个充满神秘感的观光地，一个巨大的“世界工厂”，升级为一个兼具制造能力、文化魅力和消费吸引力的综合性目的地。外国游客来华，不再只是观赏风景，而是主动地参与、体验和认同。

这种转变源于政策红利的持续释放。中国免签“朋友圈”的不断扩大，为国际人员流动提供了前所未有的便利，使得“说走就走的中国行”成为可能。更重要的是，它建立在“中国制造”向“中国智造”和“中国品牌”转型的坚实基础上。义乌的国际商贸城内，交易的不再仅是廉

价商品，更是独具特色的国潮文创产品、设计精良的电子产品。这些商品背后所承载的文化审美、工艺水准和创新能力，构成了吸引外国消费者的核心魅力。

“入境购”热潮体现了中国从“贸易输出”到“消费吸引力”的模式升级。过去，我们的商品通过海运、空运“走出去”；现在，我们通过打造极具吸引力的消费场景，将全球采购商和消费者“请进来”。这种“体验式采购”和“目的地消费”，不仅拉动了旅游收入，更直接带动了外贸增长，形成了“游购一体”的良性循环。游客在市场中询价、验货、交流，本身就是一种深度的文化交流和经济信任的建立。

更深层次看，“带着空箱来中国”象征着一场双向的文化奔赴。外国游客带走的是装满实物的行李

箱，中国向世界传递的则是现代化的生活方式和文化自信。他们购买的汉服、茶具，是对中国文化的触摸与认同；他们追捧的极光之旅、小城古建，是对中国多元魅力的探索。这种由物质消费带来的精神共鸣，正在重塑中国的国际形象。

当然，从“入境游”到“入境购”的转变，也对我们的接待能力、支付环境、语言服务等提出了更高要求。如何让外国游客买得顺畅、玩得舒心，将短期流量转化为长期口碑，是需要重点关注的课题。

从“游”到“购”，仅一字之差，却折射出中国与世界互动方式的深刻演进。它预示着我们中国正从一个被观看的“他者”，转变为一个被深度参与、体验和消费的全球目的地。这不仅是旅游业的升级，更是国家软实力和经济韧性的生动体现。

取消“超时罚款”有利于构建多赢外卖新生态

余明辉

日前，美团骑手体验运营负责人表示，美团将在2025年年底底全面取消超时罚款。2024年底，美团首次提出通过引入培训、积分制等替代方案，推动从负向处罚向正向激励的转变。今年2月，美团在广西部分城市试点，将众包骑手超时罚款改为积分制，辅以培训帮扶等支持策略。在试点区域，超时不影响收入，若为骑手责任会扣分，后续

可通过准时送达获积分。

全面取消超时罚款，对骑手无疑是一种减压。长期以来，超时罚款是悬在骑手头上的达摩克利斯之剑。为了不被罚款，骑手们不得不争分夺秒，在大街小巷上演现实版的“速度与激情”，由此带来一系列交通安全隐患。此外，还带来恶意投诉等问题。全面取消超时罚款后，骑手们不用再为了赶时间而冒险，可以更加从容地规划配送路线，以更加安全、平稳的速度完成配送任务。这不仅能减少交通事故

故，也能让骑手的工作体验得到极大改善，进而提升他们对职业的认同感和归属感。

全面取消超时罚款，对平台健康运营是另一种减压。以往，以罚代管模式虽然在一定程度上能促使骑手提高配送效率，但也容易引发骑手的不满情绪，导致人员流失等问题。而通过正向激励机制，平台与骑手之间的关系将更加和谐稳定。骑手感受到平台的关怀后，会更愿意留在平台，并且积极提升自身服务质量。这对于平台来说，不

仅可以降低运营成本，还能提升用户对平台的满意度和忠诚度，从而在激烈的市场竞争中占据更有利的位置。

全面取消超时罚款，对城市经营也是另一种形式的减压。外卖骑手是城市的一道独特风景，他们的安全与城市的安全息息相关。当骑手不再为了避免罚款而超速、闯红灯，城市的交通秩序等将得到有效改善，交通事故发生率也会随之降低。这能够减轻城市交通管理的压力，让城市管理者能够将更多精力投入其他方面工作。同时，和谐的外卖配送环境也能提升城市的整体形象，为城市的高质量发展营造良好氛围。

当然，要想实现这些利好，或者说让取消超时罚款最终转化为对消费者的利好，还需要外卖平台对一些配套措施进行科学优化。比如，针对积分正向激励等替代方案，进一步细化规则，确保公平公正。针对新骑手的培训帮扶，建立更加系统、有效的机制，帮助他们尽快熟悉业务，提升配送能力。此外，在遇到恶劣天气、突发状况等特殊情况下，平台也应及时调整配送策略，合理安排订单，避免骑手因客观因素而陷入被动局面。只有这样，全面取消超时罚款才能真正落地生根，构建起一个骑手安心、平台放心、城市舒心、消费者开心的多赢外卖新生态。

慈溪轻纺布料城招商公告

慈溪轻纺布料城是由宁波慈溪工贸集团有限公司斥资21.5亿打造的大型现代化专业市场，自2022年5月28日开业以来，已成为长三角地区纺织面料、服装辅料、毛绒皮草等商品展示和交易的核心市场。轻纺布料城坐落于慈溪市商品市场园区，交通网络发达，商贸氛围浓厚，占地面积约22.3万㎡，总建筑面积约42.3万㎡，集销售、展示、信息、加工、物流、仓储于一体，包括A区、B区、C区、D区四个主体市场、物流中心和仓储中心、2个商务楼。

为优化业态布局,满足持续增长采购需求,现隆重推出少量黄金商铺招商,诚邀精英商户入驻,携手共赢！

核心招租区域：

- A区一层：布料区
- A区二层：时装面料及辅料区
- A区三层：百货区
- B区一层：布料区
- C区一层：毛绒区

优越的地理位置、成熟的商业氛围和全方位的运营支持，慈溪轻纺布料城诚邀广大纺织面料、服装辅料、毛绒皮草及衍生品、服装百货等经营者入驻，共享无限商机！

咨询方式：马女士、岑女士（0574-67002533）
黄经理（13586599906）

工作日，8:30-11:00, 13:30-16:00

市场地址：浙江省慈溪市胜山镇经貿大街558号