

官员直播带货该如何“写总结”

官员直播带货不只是降低疫情影响的应急之举，而应成为地方政府优化整合多方资源、推动经济社会高质量发展的有力杠杆。

赵姜

为降低新冠肺炎疫情影响，促进消费和经济复苏，这段时间，不少地方的市长、区长、县长纷纷走进电商平台直播间，为本地农副产品、土特产品“代言”，官员直播带货成为新时尚。最近，多地晒出官员直播带货成绩单，持续引来公众关注。山西临汾市推出“县级领导直播带货”活动，9天时间进行85场直播，带货总额达3194.53万元；“2020广州直播带货年”活动中，广州花都区两名年轻官员组成人气搭档，三天直播带动消费金额6300万元。

湖北是疫情重灾区，官员直播带货对湖北促消费、稳经济具有特别的意义。据报道，4月8日湖北解封以来，抖音发起“市长带你看湖北”直播等系列援鄂复苏活动，

多项举措助力湖北高效复工复产，解封首月共带动13个城市热销特产368万件，销售金额达1.72亿元。仅武汉市副市长李强参与的一场抖音直播，就带动周黑鸭、良品铺子零食等累计销售1793万元；在恩施州副州长李岩主持的一场直播中，当地一家蜂蜜企业销售蜂蜜5000多瓶，相当于平时一两个月的销量。

官员直播带货去年在少数地方试水，今年疫情发生以来，各地纷纷加入探索行列，虽然目前的繁盛局面多少有疫情“催生”的成分，但官员直播带货已发展成为“直播经济”的一种重要形态，当是不争的事实。而官员直播带货又不同于一般意义上的“直播经济”，其本质特征、内在规律和发展方向都需要全面深入研究，现在多地和多家电商平台晒出成绩单，说明官员直

播带货到了应进行阶段性总结的时候。这份总结书该如何写？

首先，在“互联网+”条件下，直播带货是对官员适应新形势新环境、学习新知识新技能的严峻考验。互联网是当今时代最大的变量，也是最大的增量，官员认真学网用网，敢于尝鲜网络新事物，才能不断强化互联网思维，提高对信息化发展的驾驭能力，以变革者心态改进工作方式，把互联网力量融入日常工作之中。官员为胜任直播带货，不但要全面学习直播技术技巧，还要详细了解拟推荐产品的情况，绝非易事。如恩施州副州长李岩参加抖音直播前，花了三天时间进行认真准备，西藏自治区申扎县副县长王军强为准备直播“首秀”，整整花了六天时间。

其次，官员直播带货要明确两个定位：第一，“官员”是国家公职人员和领导干部，而不是专业主播、“带货网红”；第二，无论解决了多少农副产品受疫情影响滞销问题，为多少藏在深闺人未识的土特产打开了销路，无论有多么鲜亮的成绩单，“带货”

都是政府服务和公益服务行为，而不是商业行为。应研究制定相关政策规定和法律法规，进一步明确政府（及职能部门）、直播平台、商家等主体的权利义务，规范、改善多方主体之间的关系，避免权责不清、职能错位、关系边界不明引发各种矛盾纠纷，切实维护官员直播带货的公益性与公信力。

再次，官员直播带货不只是降低疫情影响的应急之举，而应成为地方政府优化整合多方资源、推动经济社会高质量发展的有力杠杆。官员参与电商平台直播，当地获得的不只是一个销售产品窗口，而是全方位的信息化、数字化赋能——抖音发起湖北市长直播的同时，投入百亿流量对湖北进行系统推广，其综合效应显然不止于带货。从长远看，官员直播带货应升级为“官员直播促发展”，地方政府应像重视招商引资那样高度重视这项工作，组建专门机构统筹负责和执行。

写好这一份总结书，官员直播带货才能行稳致远。

为什么有些人一上网就变成“喷子”

保护“好好说话”的氛围，不让“网络喷子”牵着舆论走，不让寻衅滋事者逍遥法外，这应该是底线红线。

鲍南

仅因孩子随父姓，知名网红“papi酱”近日遭遇冷嘲热讽，一群围观者怒斥其作为独立女性竟不注重“冠姓权”，评论区里谩骂内容之低俗粗鄙令人瞠目。本意追求平等的“女权”，硬被一些人搞成了面目狰狞的“女拳”。

动辄对不合己意者喊打喊杀，是当下网络空间中的寻常怪相。在浓重戾气之下，“无风也起浪”，不仅娃跟谁姓会被喷，连早餐喝不喝粥，吃中药还是西药，认不认识某流量明星，甚至用什么品牌的手机都能掀起骂战。即便在一些颇有专业度的社交网站，摆事实、讲道理的理性讨论也在明显减少，“劣币驱逐良币”令人担忧。更讽刺的是，许多网民一边对网络暴力深恶痛绝，一边觉得自己作为普通网民，对看不惯的人和事骂上几句又何妨？持此心态者越来越多，导致网络空间乌烟瘴气、刀光剑影。

为什么一些人在现实世界彬彬有礼，一进网络世界就变身“喷子”？匿名性是“性情大变”的一大诱导条件。在“昵称”马甲掩护下，话语责任与话能力走向失衡，发言时很容易借题发挥，将个人观点、情绪宣泄和道德审判“一勾烩”。同时，一些社交平台并没有担起主体责任，反倒有些“鹬蚌相争渔翁得利”的意思，通过算法、拉黑等机制的设计，有意无意地强化着言论的极端化，以刺激性提升用户活跃度。至于有些博主更是为了收割流量红利，不惜煽动情绪，故意设置找事儿的爆款议题。

网络戾气蔓延，谁都有可能是受害者，说什么都可能被“怒撕”。对网上言论，《网络信息内容生态治理规定》等划出了硬杠杠，但执法往往“抓大放小”，恰恰给了“喷子”嚣张作恶的空间，亟待进一步探索有效的执法方式。保护“好好说话”的氛围，不让“网络喷子”牵着舆论走，不让寻衅滋事者逍遥法外，这应该是底线红线。

《十万个为什么》成绝响，科普仍然在路上

今天我们缅怀叶永烈，怀念的是科学的理性精神、“一辈子做好一件事”的态度，以及无数人孜孜不倦打磨、出版一本好书、一套作品，为科学观念的普及而献身的高度热忱。

果冻

大气层有多厚？天空为什么会出现彩虹？为什么会产生龙卷风？蚯蚓是益虫还是害虫？……知名科普作家叶永烈笔下的“十万个为什么”就像一座座灯塔，照亮了一代代青少年通向未来的成长求索之路。5月15日上午，与病魔抗争多年的叶永烈先生在上海长海医院与世长辞，享年80岁。消息传出，不少科普工作者与科普爱好者对先生的离世表达了深切缅怀之情。

叶老曾形容自己为“一辈子的码字匠”，一生创作了超过3500万字的作品。晚年他把多年的书信、文稿、档案和创作笔记都捐给了上海图书馆。在一次演讲中，叶老说：“本来想我去世之后，在我的墓碑上写一句话：‘对不起，我不能再为你回答为什么’。后来我想，我现在应该改成‘请到上海图书馆来找我’。”我对此的理解是，叶老终其一生所致力的科学普及工作，都凝结在了这些文字中，而这些文字所体现的好奇心、求知欲和探索精神，不因叶老的离去而停滞，通过图书馆，还有互联网等存储介质，它

们必将在未来的读者那里获得回响。

说到叶老影响力最大的作品，其一是他参与撰写的《十万个为什么》。在中国科普读物中，《十万个为什么》堪称最具影响力的第一品牌，叶永烈自1960年起参与了这套书第一版至第六版的创作，半个多世纪以来，影响了几代人。那个时候，普通人家里或多或少都藏有几本《十万个为什么》。另外一本影响甚广的作品是《小灵通漫游未来》，这本书写于1961年。想象一下，一位北大化学系的毕业生，在上世纪60年代想象人类21世纪——也就是今天我们的生活。书中写到了可视手机、原子能气垫船、机器人服务员、360度环幕电影、反季节蔬菜……有些在今天已变成现实，这需要何等的想象力。

《小灵通漫游未来》发表于1978年，正是改革开放启动的年份。在特殊的历史时空里，这本幻想性质的小书，激励了那个时代的无数青年，“学好数理化，走遍天下都不怕”成为一代人特殊的求学偏好，与“小灵通”所畅想和召唤的国家未来建设蓝图不无关联。中国第一家民营互联网服务企业创始人张树新女士曾

经回忆，1978年，15岁正在上中学的她读到“小灵通”，“觉得像开了天眼一样”。而正是这次相遇，让她“对科学和科学可能导致的未来开始充满好奇”。几年后她考入中科大，与叶永烈一样读了化学系。

在资讯匮乏的年代，一本小册子改变一个人的人生选择，这样的事并不罕见。如今，互联网的发达、信息爆炸，年轻人可以看到的书、找到的信息多不胜数，但要说全民科学素养就比过去有多大的进步，恐怕很难如此乐观。君不见社交媒体上、朋友圈里，伪科学帖子成灾，有关科学知识、生活常识的信息，辟谣的赶不上造谣的。网络提供了丰富多元的信息，但与此同时，对于民众的科学素养、鉴别能力也提出了更高的要求。

在叶永烈声名鹊起的年代，科普写作和信息生产基本上是专业人士的“精英”行为。训练有素的撰稿队伍，高度责任心的编辑，严格把关的出版流程……让《十万个为什么》这样的科普读物，一方面平易近人饶有趣味，普通人也看得懂，另一方面却也因专家把关而具有高度权威性。这是这一类科普作家和作品深入人心的根本原因。今天我们缅怀叶永烈，怀念的是科学的理性精神、“一辈子做好一件事”的态度，以及无数人孜孜不倦打磨、出版一本好书、一套作品，为科学观念的普及而献身的高度热忱。



《十万个为什么》成绝响，科普仍然在路上

今天我们缅怀叶永烈，怀念的是科学的理性精神、“一辈子做好一件事”的态度，以及无数人孜孜不倦打磨、出版一本好书、一套作品，为科学观念的普及而献身的高度热忱。

果冻

大气层有多厚？天空为什么会出现彩虹？为什么会产生龙卷风？蚯蚓是益虫还是害虫？……知名科普作家叶永烈笔下的“十万个为什么”就像一座座灯塔，照亮了一代代青少年通向未来的成长求索之路。5月15日上午，与病魔抗争多年的叶永烈先生在上海长海医院与世长辞，享年80岁。消息传出，不少科普工作者与科普爱好者对先生的离世表达了深切缅怀之情。

叶老曾形容自己为“一辈子的码字匠”，一生创作了超过3500万字的作品。晚年他把多年的书信、文稿、档案和创作笔记都捐给了上海图书馆。在一次演讲中，叶老说：“本来想我去世之后，在我的墓碑上写一句话：‘对不起，我不能再为你回答为什么’。后来我想，我现在应该改成‘请到上海图书馆来找我’。”我对此的理解是，叶老终其一生所致力的科学普及工作，都凝结在了这些文字中，而这些文字所体现的好奇心、求知欲和探索精神，不因叶老的离去而停滞，通过图书馆，还有互联网等存储介质，它

们必将在未来的读者那里获得回响。

说到叶老影响力最大的作品，其一是他参与撰写的《十万个为什么》。在中国科普读物中，《十万个为什么》堪称最具影响力的第一品牌，叶永烈自1960年起参与了这套书第一版至第六版的创作，半个多世纪以来，影响了几代人。那个时候，普通人家里或多或少都藏有几本《十万个为什么》。另外一本影响甚广的作品是《小灵通漫游未来》，这本书写于1961年。想象一下，一位北大化学系的毕业生，在上世纪60年代想象人类21世纪——也就是今天我们的生活。书中写到了可视手机、原子能气垫船、机器人服务员、360度环幕电影、反季节蔬菜……有些在今天已变成现实，这需要何等的想象力。

《小灵通漫游未来》发表于1978年，正是改革开放启动的年份。在特殊的历史时空里，这本幻想性质的小书，激励了那个时代的无数青年，“学好数理化，走遍天下都不怕”成为一代人特殊的求学偏好，与“小灵通”所畅想和召唤的国家未来建设蓝图不无关联。中国第一家民营互联网服务企业创始人张树新女士曾

经回忆，1978年，15岁正在上中学的她读到“小灵通”，“觉得像开了天眼一样”。而正是这次相遇，让她“对科学和科学可能导致的未来开始充满好奇”。几年后她考入中科大，与叶永烈一样读了化学系。

在资讯匮乏的年代，一本小册子改变一个人的人生选择，这样的事并不罕见。如今，互联网的发达、信息爆炸，年轻人可以看到的书、找到的信息多不胜数，但要说全民科学素养就比过去有多大的进步，恐怕很难如此乐观。君不见社交媒体上、朋友圈里，伪科学帖子成灾，有关科学知识、生活常识的信息，辟谣的赶不上造谣的。网络提供了丰富多元的信息，但与此同时，对于民众的科学素养、鉴别能力也提出了更高的要求。

在叶永烈声名鹊起的年代，科普写作和信息生产基本上是专业人士的“精英”行为。训练有素的撰稿队伍，高度责任心的编辑，严格把关的出版流程……让《十万个为什么》这样的科普读物，一方面平易近人饶有趣味，普通人也看得懂，另一方面却也因专家把关而具有高度权威性。这是这一类科普作家和作品深入人心的根本原因。今天我们缅怀叶永烈，怀念的是科学的理性精神、“一辈子做好一件事”的态度，以及无数人孜孜不倦打磨、出版一本好书、一套作品，为科学观念的普及而献身的高度热忱。