



华夏全媒体  
主管主办  
华夏日报社出版  
国际标准刊号  
ISSN2521-0289

#### 编委会

江单 张华勇 黄浩  
李增勇 龚德贤  
张邦毛 齐明利

顾问 | 邓飞 方智平

李凌

总编辑 | 江单

执行总编辑 | 张华勇

执行社长 | 黄浩

副总编辑 | 李增勇

蒋靖善 龚德贤

视觉总监 | 古风

#### 采访中心

主任 | 董哲

编辑中心

主任 | 罗阳

经济新闻中心主任 | 龙波

视频新闻中心主任 | 罗明荣

区域新闻中心主任 | 潘利求

评论新闻中心主任 | 贺强

国际新闻中心主任 | 黄浩(兼)

新闻影像中心主任 | 巢砥平

驻境外记者

驻澳门记者 | 王强

驻台北记者 | 李冰洁

驻东京记者 | 向建国

驻新加坡记者 | 毛周

驻新德里记者 | 黄朝

驻阿拉木图记者 | 周璐

驻耶路撒冷记者 | 贺友

驻纽约记者 | 罗韵诗

驻开罗记者 | 吴志刚

驻莫斯科记者 | 朱可夫

驻奥斯陆记者 | 向建军

驻伦敦记者 | 邓联辉

驻巴黎记者 | 卢伟平

驻巴西利亚记者 | 尹志强

驻堪培拉记者 | 欧阳子

## 莫将灾区当秀场, “表演式救援”该止了

河南多支救援队伍向记者反映,在新乡市等灾区救援现场,一些网红、明星涌入,不仅影响救援,引起粉丝围观占据通道,且在网上传布不专业的救援指导。在天灾面前,人命大于一切,网红、明星前往灾区,为了作秀不顾大局,令人心寒。

俗话说“术业有专攻”。网红、明星的社会号召力大,在灾难面前可以呼吁粉丝团队进行捐款,给受灾严重地区带来关注。同时,其较高的收入可以给灾区送去温暖,的确可以为灾区救援提供实际的

帮助。但倘若是为了作秀而进行的“表演式救援”,就实在是不可取了。

灾区不是网红、明星个人魅力展现的舞台。他们前往救灾现场,不仅无法帮忙,还加剧了救援队的负担。7月25日蓝天救援队微博发文:“借机发财搞破坏作秀的请趁早离开”,这是被网红、明星等直接妨碍到工作后的无奈之举。一些网红、明星不顾劝阻,一味“逆行”,发放物资、“慰问群众”,旁边一群人拍照摄影,直接影响到救援工作的进行。非专业救援人士

驾船占据通道,又存在驾驶不当出现故障的风险,反而成为待救援对象,占用救援力量。

请网红、明星回到自己真正的舞台上,不是拒绝他们进行有效救援。网红、明星社会影响力相对较大,进行带头捐款、帮忙转发有效信息所带来的社会正面影响颇高。同样,我们从不排斥真正的公益人士前往救灾现场进行救援。蓝天救援队表示“真心救灾(的人员)欢迎并肩作战”,但“表演式救援”人士尽早离开。

网红、明星可以穿上便服,戴上口罩,服

从安排,成为志愿者。08年汶川地震,吴京在救灾前线进行支援,成为一位普通的志愿者。他没有团队更没有宣传,默默付出,真正帮助到灾区百姓。公益人士所想的是如何把自己的力量最大化,如何让救援更有效率以及如何让群众的生命财产损失最小,而不是把自己的行为传播开来,得到互联网上一致好评。

部分网红、明星一味谋人设、一心蹭热度,前往灾区进行“表演式救援”,但灾区不是秀场,不能被流量、热度染指。人命尤为可贵,

一艘救援船可以救活几个人的生命;专业救援人员如此受累,绝不能人为增加其工作量。网红、明星应该发挥自己的社会带头作用,捐款、捐献物资,进行救灾宣传,在自己的领域与专业救援队并肩作战,将救援力量发挥到最大。

人命不能用来换取流量与热度,灾区更不能成为某些人的秀场。请敬畏生命,尊重专业救援人员,人命面前,停止作秀!

■曾羽熙

## 严查“网红儿童”炒作, 别让“啃小”变“坑小”

为营造未成年人良好上网环境,有效解决网络生态突出问题,近日,中央网信办决定启动“清朗·暑期未成年人网络环境整治”专项行动。聚焦解决直播、短视频平台涉未成年人问题,严禁16岁以下未成年人出境直播,严肃查处炒作“网红儿童”行为,禁止诱导未成年人打赏行为,防止炫富拜金、奢靡享乐、卖惨“审丑”等现象对未成年人形成不良导向。

《2020年全国未成年人互联网使用情况研究报告》显示,2020

年我国未成年网民规模达到1.83亿,未成年人的互联网普及率达到94.9%,我国未成年网民规模连续两年保持增长。现实生活中,也有一些拥有数百万、上千万粉丝的“网红儿童”成为平台的“宠儿”。有些家长把“网红儿童”当作挣钱工具刻意“啃小”。

直播、短视频平台炒作“网红儿童”,未成年人被利益捆绑,影响身心健康。这种“恶示范”不良导向,由互联网扩散传播,可能会影响更多未成年网民。

一些家长让“网红儿童”在直播过程中传播“少儿不宜”内容,吸粉生财,违背公序良俗,破坏儿童成长规律。网络直播平台一些浮躁心态与功利思维,过早灌输给儿童,会造成儿童畸形成长,实质是在“坑小”,损毁儿童一生。

严禁16岁以下未成年人出境直播,严肃查处炒作“网红儿童”行为,是给“啃小”家长和网络平台当头棒喝。有助于切断其靠“网红儿童”牟利“钱途”,防止“坑小”。儿童暑期生活已经到来,一纸

禁炒“网红儿童”禁令,可谓正当其时。

相关职能部门要加大监管处罚力度,对炒作“网红儿童”直播、短视频平台行为乱象“零容忍”,依规坚决查处,设立“黑名单”,提高违规成本,及时采取封禁、罚款等手段,让其付出沉重“代价”,以儆效尤。

直播、短视频平台要加强行业自律,严格落实主播准入条件和年龄限制,切实肩负起应有的社会责任。要创新技术手段,补上监管漏洞,比如针对“网红儿

童”注册者多是儿童父母,账号难以被发现等问题,“对症下药”,强化监管,不得回避。

家长要摒弃功利短视思想,摆正价值观和育儿观,引导儿童树立远大理想。同时和直播、短视频平台各方配合,共同管好好孩子,不让“啃小”变“坑小”。当然,作为观众也要自省,警惕自己充当炒作“网红儿童”助推者。

■曹灿辉

## 禁驶超标电动自行车, 需要“温柔以待”

7月26日,北京市交通综合治理领导小组印发《淘汰超标电动自行车回收处置工作方案》。根据方案,北京超标电动自行车今年11月初将禁止上路,违者交管部门将依法扣留、处罚。《北京市非机动车管理条例》对超标电动自行车设置的3年过渡期将于2021年10月31日结束。(7月27日《北京青年报》)

超标电动自行车,顾名思义就是不符合安全行驶标准的电动自行车。超标电动自行车的存在,安全隐患是巨大的。从既往发生的交通事故来看,超标电动自行车隐患导致的交通事故占据了相当高的比

例,一个个鲜活的生命因为“超标”而“流失”,这些悲剧原本是可以避免的。

禁止超标电动自行车上路,是确保安全的需要,因此必须达成一致意见,以生命安全的生命叫停,而是给市民淘汰超标电动自行车留出了一个空间。告别“半夜鸡叫”政策的做法无疑是人性化的,这与那些

“政策立即执行”相比,多了的是对民众的温柔。

更值得一提的是,在淘汰超标电动自行车的过程中,北京市有关部门考虑到了群众的实际情况和利益,对超标电动自行车的出路给出了多种选择:可以“以旧换新”,也可以安置在报废点。通过“以旧换新”和“回收拆解”的方式,最大程度维护市民的利益,让市民淘汰超标电动自行车不是只有“牺牲个人利益”的唯一渠道。

超标电动自行车的存在有着历史的原因。也就是说,市民骑行超标电动自行车,不是市民一方的错。比如,“以

前的电动车标准”和“现在的电动车标准”是不同的;比如,“超标的电动车”不是市民生产的,而是商家销售的,市民购买了这样的超标电动自行车本身没有太大的错误。历史原因造成的,在淘汰的过程中,就不能只让市民为超标电动自行车的禁止上路买单。

很多地方都在治理超标电动自行车,但是效果并不好,不是遭遇了市民的反对意见,就是遭遇了市民的埋怨。有的地方查处很是严厉,可是还是有市民骑行超标电动自行车上路。一个主要的原因就在于,市民淘汰超标电

动自行车是有损失的。淘汰超标电动自行车属于“痛苦死”。我们需要让超标电动自行车实现“安乐死”,让市民支持政策,让市民支持执法。

这就需要像北京一样的做法,在淘汰超标电动自行车过程中,最大程度维护市民利益,通过“以旧换新”和“回收拆解”,给予市民一定的利益回报和资金补助,让其淘汰超标电动自行车是“欢欢喜喜的自觉”,而不是“牢骚满腹的埋怨”。禁驶超标电动自行车,需要对市民“温柔以待”。

■郭元鹏