

532万人网上蹭他的刑法课

刑法学教授罗翔靠“硬菜”和“浓汤”火出圈

“罗翔在《圆圈正义》中把正义比成用任何仪器都无法画出的，但客观存在的完美的圆圈。他觉得心中所希望成为的那个“理想人”也是类似的圆圈，而自己只能继续追求画得更圆些，同时也不要随意去论断别人画得不够圆，因为自己画得也不太圆

他强调：“但这并不意味着圆圈不存在”



▲罗翔（图片由受访者提供）

本报记者张典标

直到发现那些和法律圈八竿子打不着的朋友，也在看自己的刑法课，罗翔才觉得自己火了。

43岁的罗翔是中国政法大学教授、刑法学研究所所长。3月9日，他受邀把自己的刑法课“搬”上B站（视频网站），两天之后涨粉百万，如今粉丝数量已超532万。

这532万里既有法学专业的学生，也有土木工程师、师范、历史、哲学、化学、畜牧兽医、金融等五花八门的非法学专业学生，甚至小学生、中学生和大学毕业生也来“蹭课”。

对于自己的迅速蹿红，罗翔最开始是开心，但转身又反思自己太虚荣。他想起外公的遗言“你当自卑视己，切勿狂妄自大”，提醒自己只是一个普通老师，别飘然。

听到外公这句话时，罗翔还在上小学，直到33岁以后，他才算真正听懂。

刑法课上的“硬菜”和“浓汤”

女干部遭人强奸时，急中生智将不法之徒推入粪坑并连踩三脚，这种行为属于正当防卫还是事后防卫？

张三对他人怀恨在心，给对方买了一百张蹦极票，结果第九十九次的时候对方摔死了，赠票算不算危害行为？

张三儿子考上985，就在颐和园里放了985条毒蛇，应该认定为什么罪？

……

罗翔把上课比喻成做菜，这些曲折离奇的案例就是他的食材。由于举的案例大多以张三为主角，张三也被网友戏称为“法外狂徒”，有热心网友还专门拼出这个虚拟张三的“传奇一生”。

张三的故事大部分来自真实案例，有些是经他加工改造而成的。干货满满的食材，配上罗翔剥洋葱一样的讲解和单口相声式的风格，一道司法课“硬菜”出炉。

除了“硬菜”，罗翔的法学课堂上还有“浓汤”。这些“汤”就是案例背后夹带的“思政课”。比如，讲到性犯罪，他解释为什么不对那些罪大恶极的人处以酷刑时说：“法律归根到底是人的法律，我们惩罚犯罪分子，也要把他当作人来尊重。如果那些性犯罪者真的被物理阉割了，那么我们就没有把他们当作人，而是当成了一个随意拆卸的物件。如果随便便给绑架案、拐卖案、强奸案一律判死刑，那强奸犯或许会在作案时毫不犹豫地杀死受害人，因为反正被抓到了都是死刑。”

这些“汤”并不是简单的“心灵鸡汤”。有毕业“回炉”的法学生说：“学了几年法律，很多时都是机械地学、为了考试而学。但从罗翔老师身上，感受到了对生命的敬畏、对常识的尊重、对正义的向往和对法治的追求，这些让我感动。”

网友评价罗翔的“饭菜”实在“上头”。等腰酸背痛时，很多人才发现已经过了一两个小时，而自己原本只打算看一会儿。很多人留言：“津津有味”“根本停不下来”“奇怪的知识增加了”。

质疑也紧随人气而来。有人说他的教法是“教学娱乐化”，网友是来看段子、听相声的，没多少是真正想学刑法的。

“如果法律能像相声那样深入人心，普及法治观点，那很让人欣慰。”罗翔说，“新奇案例背后是一些抽象的观念，希望这些‘段子’能调动更多思考。”

事实上，从“沸腾”的弹幕和留言不难发现，很多人是在分析案例，讨论罪名。

曾逐字写下课上要讲的话

其实在成为“网红”之前，罗翔已经是“校红”。他蝉联“最受本科生欢迎的十大老师”多年，被学生称为“刑法小王子”。

在中国政法大学，罗翔的课一座难求，能容纳200人的阶梯大教室里连走廊都坐满了旁听生。中国政法大学毕业生许奕圣回忆，为

了抢座，早上六点半教学楼一开门他就去座位上贴条，写明何时占有此座。

再后来，为了避免选上课的学生没座位，罗翔只能通过提前抽签固定选课学生的座位。而抽到了前排的学生，“开心得像中了奖”。

罗翔的线下课堂风格与线上并无二致。“就像我们湖南人做菜，肯定都得葱姜蒜爆锅。不同的课堂就像炒不同的菜，不一样的只是食材，但都得爆锅。”

罗翔说，这种“香爆入味”的风格并非自己刻意雕琢的结果，而是学生鼓励出来的。

“学习是很辛苦、枯燥的，如果有一种趣味性引导，能够让人坚持，那也未尝不可。”罗翔告诉新华每日电讯记者，“学生越喜欢这种教学风格，越能教学相长，也就越能鼓励自己坚持这种风格。这是一种正向循环的关系。”

罗翔在讲台上收放自如，妙语连珠，很少人知道他从小就不敢在大庭广众之下说话。1999年，罗翔还在中国政法大学读研究生时，就开始外出兼职讲课。曾经每次课前，他都把要讲的每个例子、每句话写下来，甚至包括“下课了”三个字。

罗翔希望学生能培育出真正的法治理念，比他走得更远更好。一门课结束时，常有学生找他留言，他总是写“愿你成为法治之光”。“法治之光”，在罗翔看来意味着一方面要追求良善，另一方面也要自觉遵守规则，不要觉得自己在规则之外。

“这些学生们是中国法治未来的中坚力量。如果他们能够成为法治之光，就能够照亮周围的人，也照亮他们自己。”罗翔说，“其实，那句留言也是写给自己的。”

罗翔在《圆圈正义》中把正义比成用任何仪器都无法画出的，但客观存在的完美的圆圈。他觉得心中所希望成为的那个“理想人”也是类似的圆圈，而自己只能继续追求画得更圆些，同时也不要随意去论断别人画得不够圆，因为自己画得也不太圆。

他强调：“但这并不意味着圆圈不存在。”

本文部分资料参考《圆圈正义》

罗翔的线下课堂风格与线上并无二致。“就像我们湖南人做菜，肯定都得葱姜蒜爆锅。不同的课堂就像炒不同的菜，不一样的只是食材，但都得爆锅。”

罗翔说，这种“香爆入味”的风格并非自己刻意雕琢的结果，而是学生鼓励出来的。

“学习是很辛苦、枯燥的，如果有一种趣味性引导，能够让人坚持，那也未尝不可。”罗翔告诉新华每日电讯记者，“学生越喜欢这种教学风格，越能教学相长，也就越能鼓励自己坚持这种风格。这是一种正向循环的关系。”

罗翔在讲台上收放自如，妙语连珠，很少人知道他从小就不敢在大庭广众之下说话。1999年，罗翔还在中国政法大学读研究生时，就开始外出兼职讲课。曾经每次课前，他都把要讲的每个例子、每句话写下来，甚至包括“下课了”三个字。

罗翔希望学生能培育出真正的法治理念，比他走得更远更好。一门课结束时，常有学生找他留言，他总是写“愿你成为法治之光”。“法治之光”，在罗翔看来意味着一方面要追求良善，另一方面也要自觉遵守规则，不要觉得自己在规则之外。

“这些学生们是中国法治未来的中坚力量。如果他们能够成为法治之光，就能够照亮周围的人，也照亮他们自己。”罗翔说，“其实，那句留言也是写给自己的。”

罗翔在《圆圈正义》中把正义比成用任何仪器都无法画出的，但客观存在的完美的圆圈。他觉得心中所希望成为的那个“理想人”也是类似的圆圈，而自己只能继续追求画得更圆些，同时也不要随意去论断别人画得不够圆，因为自己画得也不太圆。

他强调：“但这并不意味着圆圈不存在。”

本文部分资料参考《圆圈正义》

40万人“放弃李佳琦”听他讲文物

“刻有罕见大夏纪年的珍贵文物——大夏石马，在白雪松的口中，成了‘我们碑林，就是用这么珍贵的文物看守厕所。’以《玄秘塔碑》传世的柳公权‘最怕大户人家有人去世，这都得找他写墓志’”

本报记者杨一苗

一部手机，几本字帖，西安碑林博物馆的讲解员白雪松，在自家客厅里当起了主播。

“《开成石经》，就是唐代的‘五年高考三年模拟’。”“唐玄宗李隆基和正态分布有什么关系？”在本应带货吸粉的直播间里，白雪松不疾不徐地讲着石碑和书法。

“宝藏男孩”“带货王”“顶流小哥”……一场直播下来，网友恨不得把所有“网红”称呼都安在白雪松头上。

“冷门”博物馆里的“顶流”

一次两个多小时的直播，让白雪松一夜之间成了博物馆讲解员中的“顶流”。

2月23日晚，中国国家博物馆、敦煌研究院等多家文博单位在淘宝直播上开启了“云春游”。实景直播、专业讲解，网友看文物、赏春景，动手手指，就可以购买博物馆的文创产品。

在这场同台竞技中，初涉直播的西安碑林博物馆名气不算大，讲解员白雪松显得也有些“随意”。与其他博物馆讲解员在展厅里文物前的现场讲解不同，白雪松坐在自家餐桌旁，没有助理，也没有专业的摄像灯光，一个人自言自语着完成了自己的网络首秀。

“其实我们博物馆的许多馆藏文物，并不适合进行网络直播。光线暗、石碑外层玻璃罩反光，不少碑文字太小，摄像头不容易聚焦，这才选择在家里直播，以展示照片和拓片为主。”白雪松说。

没想到，效果却意外地好。首场直播开始前，西安碑林博物馆在淘宝直播上官方账号粉丝数量不过几百人，而开播后涨粉过万，一场直播吸引了40万网友围观，点赞数超过500万。有网友在弹幕中留言：“我放弃了李佳琦在这里待了一晚上。”还有网友说：“他这是用国宝讲单口相声啊。”

不爱卖货的文博“带货王”

平时在博物馆进行现场讲解时，白雪松就不是最字正腔圆的那一个，他既能旁征博引，也能插科打诨。直播间里，白雪松仍然“另类”。

刻有罕见大夏纪年的珍贵文物——大夏石马，在白雪松的口中，成了“我们碑林，就是用这么珍贵的文物看守厕所。”以《玄

秘塔碑》传世的柳公权“最怕大户人家有人去世，这都得找他写墓志。”

白雪松在与网友的互动中，让冰冷厚重的石碑石刻，成了一连串甩出的“梗”，网络直播成为轻松活泼的文博知识脱口秀。

在西安碑林博物馆工作8年，白雪松深知，直播带来的意外走红，得益于碑林这座“冷门”博物馆。始建于宋哲宗元祐二年（公元1087年）的西安碑林，经历代扩充，收藏着汉代至今的碑石、墓志4000余件，数量为全国之最，藏品时代系列完整，时间跨度达2000多年。

如今的西安碑林博物馆，是一座以收藏、研究和陈列历代碑石、墓志及石刻造像为主的艺术博物馆，这里珍藏着唐景云钟、石台孝经碑、大夏石马、昭陵六骏等一大批珍贵文物。

“如果不热爱书法和石刻艺术，碑林很可能成为游客心中‘最无聊’的那一个景点。”在网络直播中，白雪松似乎忘了自己的带货“职能”，而是用“梗”作为兴趣点，不断抛出小段子小故事，很快就“粘”住了大批粉丝。“卖货不是直播的主要目的，博物馆里最多的是文物，直播其实是让文物‘开口讲话’。”他说。

从介绍名碑石刻到精品拓片，白雪松凭“一己之力”让西安碑林博物馆的淘宝官方旗舰店粉丝数量迅速增长到近4万，直播场次也一加再加之《鸳鸯志》《笠翁偶集》《兰亭序》等书法拓片立即成为热销商品。

让文物成为“人”

其实，白雪松的“火”也并非偶然。在求

学阶段，他就有些“不务正业”，小学和中学时，热衷于看杂书与闲书，大学时学习生物工程专业，却屡次在篮球和演讲比赛中夺冠。

不用微博，不发朋友圈，在首秀直播之前，“85后”白雪松一直保持着与网络的距离。“保持较大的阅读量，用自己的思考和理解将不同的知识点和学科相关联，这既是我的营养源泉，也为知识的传递提供了桥梁。”

白雪松认为，现在喜欢文物和历史文化知识的人越来越多，但像碑林这样的博物馆，呈现出的都是石碑石雕等略显晦涩难懂的文物，“每件文物就像是一个个‘人’，它们有过往，有故事，甚至有不愿示人的秘密，我在直播中，讲这些‘人’的故事，希望这种方式会吸引越来越多的网友爱上博物馆、爱逛博物馆。”

在第一次直播之后，网友的热情让他既开心又“震惊”。作为西安碑林博物馆的金牌讲解员，白雪松最多时一天曾完成18批讲解。

“在碑林，我一年最多能为5000人次游客进行现场讲解，而参与一场直播的网友，可以达到几十万人次。这些网友中如果有1%愿意来碑林现场看一看，这就是我最大的成就感。”

如今，白雪松的国宝名碑“脱口秀”直播常态化为一周一次。他说：“文博行业需要真金白银的支持，借助文创产品和网络直播，让文物‘潮’起来、‘萌’起来、‘火’起来，才会有更多人感受到传统文化的厚重魅力。”

面孔

这种生涩、不自然，恰恰是基层干部为人民服务的模样，是不忘初心使命的体现

本报记者张典标

几年前，还只有极少数人能做主播、当网红；但在今年，新冠肺炎疫情为直播经济按下快进键，只要有手机就可以尝试直播带货。这段时间，从直播室到田间地头，从水果生鲜到家电、口红，从院士、明星到干部、农民，网络直播热度不减，很多人都成了“带货官”。

几天前，习近平总书记在陕西考察时，一个被大家津津乐道的画面是，总书记与当地一位正准备通过直播售卖土特产的主播进行交谈，并鼓励大家说电商在推销农副产品方面“大有可为”。

事实上，在总书记点赞之前，已经有不少人开始尝试担任“带货官”。在云南澜沧拉祜族自治县竹塘乡蒿枝坝村，中国工程院“土豆院士”朱有勇戴着草帽，用手机直播挖土豆，还炒了一盘醋溜土豆丝。1个小时的时间里，这位院士吸引了54万网民观看，卖了近25吨土豆。

在另一场直播中，中国工程院“柑橘院士”邓秀新和种阳县副县长吆喝卖柿归脐橙，吸引了125万网民围观，6万斤脐橙当场售罄。

除了明星、院士等自带流量的“网红”，更多人是和你我一样的草根主播、非主流主播。比如，各地市长、县长们一改平时严肃的形象，挖掘出“被政务掩盖”的销售和表演天赋，带货能力不比网红明星弱。据新华社报道，上个月共有约130位县长走进淘宝直播间。

在山间田野，很多农民第一次接触直播，就把镜头对准了自己和农副产品。比如，杭州西湖区金家岭村的茶农马勇和妻子，除了采茶还兼职直播带货。上个月，他俩做了20场直播，卖了近百斤新茶。难怪有媒体说，“现在数字成了新农资，手机成了新农具，大棚成了直播间，直播成了新农活。”

在贫困村的扶贫车间和产业基地，一线扶贫干部为农特产品代言，成为扶贫战线新景象。

这些“非主流主播”，既没有精致的瓜子脸，也没有高挑优雅的身材，在镜头面前也并不熟练，却不影响网友的偏爱和买单。原因在于，这种生涩、不自然，恰恰是基层干部、扶贫干部为人民服务的模样，是不忘初心使命的体现，他们的目的不是成为网红，而是缓解销售难题。

受疫情影响，传统的销售渠道尚未完全恢复，不少贫困地区的扶贫产品面临销售难题，“直播带货”不仅为消费者被限制的消费需求打开了口子，也为扶贫产品提供了新渠道，解了滞销难题。以湖北为例，4月初，新华社民族品牌工程联合京东发起“买光湖北货”行动，湖北货线上成交额整体比2019年同期增长106%；拼多多数据显示，自2月10日开通“抗疫助农”专区以来，拼多多售出滞销农产品总计超过16.25万人。对于火热的“直播带货”，有人看到了创业商机、风口，有人看到了产业转型升级方向，笔者看到的是“带货主播”成为乡村治理新力量的可能。

产业扶贫是脱贫的根本之策，产业兴旺是乡村振兴的基础。而产业发展重在长远，需要防范化解各类市场风险。这次疫情让我们看到，“直播带货”在拓展销售渠道、缓解市场风险，甚至推动产业升级方面都大有可为。

很多地方的产业，原本走的是当地小批发市场，甚至靠农民摆地摊销售，如今在互联网电商平台上，原有农产品销售打破了时间和空间的限制，开拓出更广阔的市场。

试想一下，疫情过后，如果每个村都有一个本地的“带货主播”，为乡亲们吆喝本村的农产品、旅游资源，打破信息藩篱，既让消费者买到优质的农产品和服务，又帮平农民可能面对的市场波动，岂不是一举两得。

在帮助村民往外“带货”的同时，本地“带货主播”还可以把党和国家的新政策、治理的新理念、产业发展的新主意带进来，在促进小农业衔接大市场的同时，推进乡村治理。而输出与输入是相互促进的。不难想象，越能帮助农民解决销售难题的带货官，农民也越信服，新政策和新理念的传播效果也越好。

4月13日，新华每日电讯头版刊发《“乡村新闻官”》一文，介绍的就是这方面的尝试。据报道，2018年，清远市创设“乡村新闻官”制度，打造575位乡村本地“网红”——乡村新闻官。他们有的是村干部，有的是乡贤，有的则是热心村中事务的青年。打造乡村新闻官的目的是，打通城乡信息不对称的“最后一米”，一方面为乡村带货、代言、发声；另一方面，传达国家政策，播报农事信息，传播思想文化。

这次“直播带货热”培养了众多草根、非主流带货官。据新华社报道，截至3月底，已有6万多名农民入驻淘宝，成为农村主播。农产品相关直播已达140万场，覆盖全国31个省（市、自治区）2000多个县（区）。如果这些农村主播经过适当培训和赋能之后，完全可以在带货之外，发挥更多作用，为乡村治理注入新的年轻力量。

“带货官”

“带货”的也是初心使命



▲前不久，中国工程院“土豆院士”朱有勇戴着草帽，化身“土豆主播”，用手机直播的形式叫卖土豆。新华社资料照片