

V沙 龙
I S I O N

V环 球
I S I O N

国外官员的微博制胜法

在国内，眼下微博议政成为热潮，一些政府机构和官员纷纷开通微博，或发布信息，或与百姓沟通交流。微博平台拥有特殊的、草根化的话语环境，与一些党政干部习惯了的话语体系有不小的差距，使一些官员需要“重新学会说话”，也因此“将平民和莎士比亚拉到了同一水平线上”。那么，外国的政府机构和官员中是不是也有一些热衷使用微博的人？他们是怎样利用微博塑造形象的？

印度官员网上评时局

印度官员使用微博和社交网站和民众交流的情形比较普遍。其中，最著名的要属曾经担任过联合国副秘书长和印度外交部外务秘书等职的沙西·塔鲁。这位接受过西方教育的印度精英非常善于使用新事物和新技术，他是首位在推特微博上拥有超过 10 万名粉丝的印度人。据悉，现在他的粉丝人数已经达到 110 万。

沙西·塔鲁的微博主要以观点见长。他经常针对印度时局和一些印度社会的热点问题发表自己的观点，并且能引起很多人的共鸣。例如，有一条微博内容是关于他参加议会会议却由于议员们大声嚷嚷导致两次休会的事情。他由此责问人们究竟应该选什么样的人当议员。这条微博立即引来大批粉丝评论并转发，粉丝们和他一起讨论印度议会选举制度的优劣等。

另外，前驻华大使、刚刚卸下外务秘书职位、准备赴任驻美大使的拉奥也是微博的忠实粉丝。她的微博主打感情牌。除了发布一些公共外交类的信息之外，她经常在微博上和一些老朋友以及忠实粉丝们展开交流。她曾经在微博上深情地怀念自己在中国的日子，并且还在微博上关注一些中国新闻等。从微博上可以判断，拉奥时刻关注着与中国有关的消息。

由于印度官员喜欢用微博发布信息，一些外国驻印度记者也会时常关注一些印度官员的微博来获取信息。现任印度外交部发言人普拉卡什的微博是所有驻印记者都要关注的。由于微博传递消息非常迅捷、方便，普拉卡什经常在他的推特



微博上发布外交部最新的消息、表态等。他甚至还会在微博上公布举行发布会、重要领导人来访以及向记者互动的时间、地点等。许多印度媒体甚至直接引用他发表在微博上的话进行报道。大到外交政策，小到问候某位记者的生日，这位发言人的推特微博成了一个网上记者俱乐部。

总的来看，印度官员使用微博有几条特点：一是准确及时地发布相关消息，形成一个权威的消息发布源。二是不摆架子，把自己放在和大家平等交流的位置上，从不同的角度和大家就一些问题展开讨论，发表观点。三是利用微博维护一定的社交圈子，和固定的群体保持接触。所以，政府官员的微博往往很受人关注和欢迎。

粉丝左右韩国政局

推特是目前在韩国最受欢迎的网络沟通平台之一，韩国目前拥有 400 万人的推特用户。所以，在韩国现在很多政界人士都纷纷注册推特，把它当做自己的宣传工具。

最典型的事例就是去年 6 月举行的韩国地方选举中，民主党因利用推特等网络手段，得到大批年轻人的支持而获胜。在此之前，由于投票率较低，年轻人一直没能受到政治界的关注，但通过此次选举年轻人成为左右政治方向的重要族群。此后，韩国执政党大国家党对选举失败进行了各方面的反思。为了更好地与年轻人进行沟通，该党也开通了官方微博。

在个人微博中，最具代表性的是下届总统大选的热门候选人物，前大国家党代表朴槿惠、民主党代表孙鹤圭和国民参与党代表柳时敏等，在推特上他们的粉丝均超过 60 万人。专家分析认为，到 2012 年，韩国的智能手机用户将达到 2000 万人，微博的影响力也将随之进一步提高。如果总统候选人得不到 20 岁年龄段选民的支持，恐怕难以在明年的总统大选中获胜。

欧洲官员直播出访

在亚洲官员纷纷大搞微博外交时，欧洲的官员也不落后。在欧洲，推特和脸书是网民使用最为普遍的两个社交网站，欧洲国家的很多领导人和政府官员都是它们的用户。他们会通过在网上不定期地发一些消息，和网民互动。

欧盟理事会主席范龙佩是个“推特控”，他今年 5 月访华时曾在推特上全程直播行程，还在脸书网站的个人相册中上传了中国之行的照片。离开中国时，他还在推特上发了一首小诗以示纪念。在欧洲内部事务上，范龙佩的推特也没少起作用。7 月 15 日，范龙佩发了一条推特说，决定在 7 月 21 日召集一个欧元区首脑会议，讨论欧元区金融稳定和救助希腊的问题。21 日峰会当天，范龙佩也不忘随时更新，即使像“工作午餐开始了”这样的内容也让媒体和民众都很期待。峰会结束后，他通过推特透露欧元区国家首脑和欧盟机构已经达成一致，市场立刻就作出了反应，欧元对美元汇率立即有所回升。由此看来范龙佩的推特还是很受关注的。

欧洲国家的领导人在推特上的形象各有不同。比如被称为“铁娘子”的德国总理默克尔，在微博中就很唠叨，展示出一个“温情生活”的女人形象，经常会发一些生活信息。像“今天我买了烤箱燃料”、“卖鸡蛋的来按门铃了”这样的内容，让人觉得她和唠唠叨叨的家庭主妇没什么两样。但是法国总统萨科齐就特别不喜欢推特，因为他和夫人布吕尼双双出访找外遇的丑闻就是最先从推特上爆料出来的，他从来不写微博，没有推特账户，只有脸书的账户。

国际

美国拟推出就业创造计划

9 月 5 日，在位于密歇根州底特律市的通用汽车总部的停车场，美国总统奥巴马发表美国劳工节演说。奥巴马将于 8 日晚在国会联席会议上推出有关就业创造和刺激经济的新计划，根据这次劳工节讲演，舆论纷纷对就业创造计划的主要内容作出猜测。

失业率保持在 9.1% 的高位

高失业是美国经济面临的最大挑战，也是奥巴马争取连任路上的最大拦路虎。劳工部最新数据显示，8 月份美国几乎没有新增就业岗位，失业率依然保持在 9.1% 的高位。如果这一趋势继续，加上每月新增劳动力人口，失业率无疑将继续走高。失业之虞抑制美国民众的消费意愿，劳工节一向是购物旺季之一，但市场今年明显要惨淡得多。驱动美国经济增长的消费支出失去动力，企业就不愿扩大投资和雇佣，美国经济有进入一种恶性循环的危险。

奥巴马在底特律发表劳工节讲演，有深刻背景。密歇根州是全球最大的汽车制造业基地，失业率达 10.9%，高出美国平均失业率近两个百分点。底特律市尤为突出，近几年来失业率一直徘徊在 20%~30%。同时，底特律彰显奥巴马经济刺激计划的有效性。今年年初以来，美国汽车业复苏势头明显，销量大幅增长，白宫对两大汽车巨头

救援是成功的。

广修路桥是就业创造重点

有关延长薪资税减免期和扩大基础设施建设支出内容，在奥巴马近期有关讲演中都提及，被认为是其就业创造计划的主要内容之一。

美国目前实行的薪资税减免将于今年年底到期，延长这一计划，能够帮助每个家庭每年节省 1000 美元。就业创造的重点是广修路桥。舆论认为，奥巴马可能将呼吁美国国会参与制订美国的基础设施建设计划，让更多建筑工人重返工作。

就业创造计划还可能包括延长失业保险领取期、为雇主减税、减少监管及签署贸易协定以及房屋抵押再融资。在这些措施中，减少监管的内容被企业界所关注。如不再要求环保署出台更加严格的空气质量标准，此举一项企业可节约 900 亿美元，同时，将对政府的行政监管措施进行审查，未来 5 年企业可节省 100 亿美元，放松对墨西哥湾和阿拉斯加近海油气开采的限制等。近来奥巴马政府否决美国电话电报公司（AT&T）并购 T—MOBILE 协议，起诉华尔街 17 家大银行，在银行监管和医保改革法上不打算让步，表明奥巴马试图树立一种既重监管又亲商界的中间形象。

青 参

瑞典增加安全部门投入

瑞典司法大臣贝亚特丽斯·阿斯克 6 日说，鉴于瑞典目前面临的恐怖威胁呈上升态势，瑞典政府拟在明年预算中加大对国家安全局的资金投入。

据《瑞典日报》报道，阿斯克当天在接受该报记者采访时说，过去一年中，瑞典首都斯德哥尔摩遭连环爆炸袭击，邻国挪威首都奥斯陆的爆炸和枪击事件震惊全球，与瑞典隔波罗的海相望的爱沙尼亚国

防部也发生枪击事件，这些事件表明极端主义、恐怖主义和个人暴力行为呈抬头趋势。阿斯克说，瑞典政府在定于本月 20 日呈交议会的 2012 年预算草案中对国家安全局增加 8500 万瑞典克朗（约合 1315.4 万美元）投入。阿斯克说，这笔新增资金将主要用于提高国家安全局在提早发现、判断恐怖威胁和保护重点目标方面的能力。

新 华

婚 育

坚持宣传倡导 建设婚育文明

我市创新开展婚育新风进万家活动

本报讯 近年来，我市以科学发展观为统领，以“形成新的婚育观念和生育文化”为目标，以“稳定低生育水平，提高出生人口素质”为中心，按照“贴近实际、贴近生活、贴近群众”的要求，创新机制，创新载体，创新方法，有力促进了婚育文明建设，为统筹解决人口问题，构建和谐社会营造了良好的社会环境和舆论氛围。我市被中宣部、国家人口计生委等 13 部委授予“全国婚育新风进万家活动第四阶段（2011~2015 年）示范市”。

创新机制，构建党政主导大宣传。焦作市坚持把婚育新风进万家活动纳入全市精神文明建设的重要内容，常抓不懈。一是创新组织运行机制。成立高规格领导小组，由市委副书记任组长，市委常委、宣传部长和分管副市长任副组长，市委宣传、人口计生、工青妇、广播电视、日报社等 29 个部门为成员，形成了党政主导、部门联合的大宣传格局。二是创新统筹规划机制。出台《焦作市深入开展婚育新风进万家活动的意见》，对整个“十一五”期间的工作进行了统筹规划，明确了指导思想、活动主题和工作任务。三是创新高层倡导机制。坚持将人口理论纳入各级党委中心组理论学习计划，列入各级党校（团校）、干校的培训课程，列入“三到位”督察内容。在清华大学举办了“统筹解决人口问题高级研修班”，专门邀请国家人口计生委宣教司副司长施春景系统传授婚育

新风进万家活动的有关内容。四是创新经费保障机制。充分发挥公共财政对计划生育宣传教育工作的主导功能、保障功能、导向功能和调节功能，把宣传教育工作经费列入财政预算，确保了宣传教育工作经费占人口计生年度事业费 20% 以上。

创新方法，丰富宣传教育新形式。在坚持利用集中宣传、社会宣传、新闻宣传等传统宣传形式的同时，丰富创新宣传形式，拓展宣传新渠道。一是创新宣传阵地，建设新家庭文化屋。各级累计投入 630 余万元，共建成新家庭文化屋 424 个，成为开展群众性婚育文化活动的崭新阵地。二是创新宣传方式，开展远程教育。把村级人口文化大院与党员干部现代远程教育紧密对接，制作婚育知识和致富信息技术光盘上传到平台，组织广大育龄群众集中收听收看。三是创新宣传队伍，建立关爱女孩行动志愿者队伍。发挥志愿者在促进社会文明和谐中的重要作用，组织有一技之长、有一定社会影响力且热衷于人口计生事业的 社会人士，在全社会宣传普及男女平等思想，营造浓厚的舆论氛围和社会环境。四是创新宣传媒介，利用手机短信传播婚育新风。各级人口计生部门与移动公司联系，设计制作“人口发展与社会和谐、婚育新风与小康同行”等手机彩铃。每年双节、“七一”、“九二五”等重大节日和纪念日为群众免费发送婚育知识短信。

创新载体，探索宣教工作新途径。坚

持以宣传教育为先导，努力做到融入结合，探索婚育新风进万家活动新途径，实现新突破。一是开展计划生育“幸福家庭行动”，推动新农村建设。围绕“小康工程”、“奖励优惠政策”、“婚育新风”、“生殖保健”、“计生法规”五进农户，强化保障措施，引导广大育龄群众参与农村精神文明建设。全市评选出婚育新风进万家里市级明星示范乡（镇、办）33 个、示范村（社区）200 个和示范户 1939 户。二是开展“进百村走千家访万民”活动，贴近群众搞宣传。以群众的需求为出发点和落脚点，改变过去政府宣传群众被动接受的方式，而是突出群众在宣传活动的主体地位，每年印送各类宣传品近百万份，张贴街头村口，送入千家万户，受到了群众的广泛好评。三是开展具有焦作特色的宣教活动，强化精品意识。结合焦作实际，坚持一年一主题，创新宣传品牌。2006 年举办“幸福家庭行动”文艺汇演和“和谐计生在焦作”采风活动；2007 年编辑出版《和谐计生在焦作·幸福家庭行动》系列丛书；2008 年举办“纪念改革开放 30 周年人口和计划生育成就展”和“魅力焦作 和谐计生”大型书画展；2009 年举办的全市人口计生系统庆祝新中国成立 60 周年“爱国歌曲大家唱”歌咏大赛和“国策杯”全国人口文化漫画大赛；2010 年举办的纪念《公开信》发表 30 周年系列宣传活动。

在全市各级各部门的共同努力下，焦

作市的婚育新风进万家活动取得了显著成效。

一是群众的婚育观念不断更新，新型婚育文化正在形成。初步形成了人人关注计生、支持计生的社会氛围，营造了计划生育光荣、实惠的舆论氛围，计划生育政策和相关知识知晓率在 90%。男女平等、晚婚晚育、少生优生的观念进一步深入人心。2005 年以来全市共有 504 对符合生育二胎条件的夫妇主动放弃生育二胎。全市独生子女证申领率明显上升。

二是群众对人口计生工作满意率不断提高，干群关系更加和谐。通过针对性强、极富人性化的宣传活动的开展，使群众倍感温暖，从而赢得了社会各界对人口计生工作的支持，党群干群关系进一步密切，群众对人口计生工作的满意度不断提升。

三是新型家庭人口文化氛围日趋深厚，富裕文明和谐新家庭不断涌现。婚育新风进万家活动的开展有力推动了社会精神文明建设和先进文化建设，更多的家庭实现了“计划生育丈夫有责、少生优生、生男生女顺其自然、关爱女孩、尊敬老人、夫妻恩爱、善教子女、家庭和睦、邻里友善、勤劳致富”，以“少生优教、身心健康、富裕文明、家庭和谐”为主要内容的幸福文明和谐新家庭不断涌现，推进了社会文明进步。

（章宇环 吴志明 李明）

沁阳市：创新计生宣传形式

本报讯 “人口问题解决好，小康生活早来到”、“生男生女一样好，人口素质最重要”、“关爱老年人，幸福全家人”等一条条措辞得体、群众喜闻乐见的计生宣传标语呈现在等待观看电影的群众眼前。这是沁阳市人口计生委不断创新宣传形式、拓展宣传渠道的又有一有益探索。

近年来，随着“数字电影”下乡的普及开展，沁阳市人口计生委积极与该市电影公司结合，充分利用这一平台，在巡回播放电影之前，

将一些群众易懂、易看，与群众息息相关的计生宣传口号或者标语进行播放，在群众欣赏电影的同时传播新型生育文化，让群众在娱乐中了解计划生育，接受计划生育，自觉遵守计划生育，做到娱乐与宣传共进双赢，使群众更易接受，更乐学习。

截至目前，该市在巡回播放电影 200 余场之前，播放计生文化标语 1000 余条，受益群众近万人，受到了群众的一致好评。

（荣冰心）

修武县：打造计生宣传新格局

本报讯 近年来，修武县在开展人口计生宣传教育工作中，立足现状，开拓创新，贴近需求，以计划生育宣传服务惠及每一个计生家庭为主旋律，以“送、请、问、联、建”为重点表现形式，全力打造计生宣传新格局。

“送”。该县精心设计了一套体现亲情化服务理念“计生大礼包”，内有避孕节育、生殖保健等计生宣传品和红糖、鸡蛋等生活用品，免费发放给育龄群众。

“请”。该县依托人口与生育文化远程教育工作站，开设“放青春春期”、“邂逅新婚期”、“呵护孕产期”、“关爱育儿期”、“珍爱更年期”五期教育，将不同需求的育龄群众请到远程教育课堂中，为不同层次不同需求的育龄群众提供服务。

“问”。该县向育龄群众发放计生调查问卷，通过问需求、问效果、问建议，全面反馈计生工作效果，了解民意，倾听广大育龄群众呼声，促进整体工作完善。

“进”。该县抽调优秀技术骨干组成生殖健康村村行小组，通过出动计生宣传服务车、摆放咨询台、发放宣传品等形式，把生殖健康知识送进千家万户。同时，为群众免费进行健康体检。

“建”。该县结合各乡镇实际情况，在条件比较好的村通过建立新家庭文化屋、婚育文化大院、婚育新风进万家示范村等形式，进一步为群众办实事，让育龄群众感到温暖，让育龄群众感到幸福，让育龄群众感到快乐，让育龄群众感到舒心。

（范春雷）

孟州市：优化计生宣传环境

本报讯 连日来，孟州市人口计生委大力开展人口计生户外宣传环境优化活动，通过优化外部形象，为人口计生工作营造更加有利的宣传环境。

该市下发了《关于优化人口计生户外宣传环境的通知》，进一步明确了户外宣传环境的内容、要求及目标，把户外宣传形式和内容分为提倡、不提倡和禁用清除三大类，并召开专题会议对户外宣传环境清理活动进行了安排。

该市组织市、乡、村三级人口计生干部对全市街道、小巷、路牌及各行村进行了次拉网式排查，将排查出的所有户外宣传标语

口号按规定要求进行整理分类，及时对过激、过时和残缺的标语口号予以清除或修正，确保户外宣传在载体上形式多样、新颖美观，在内容上准确规范、温馨宜人。截至目前，该市共清查出不合格宣传载体 169 例。

该市还按照规范、美观、时尚、温馨的原则，尽量做到户外宣传的内容、形式与周边环境有机融合，做到统一和谐，体现人文关怀，给人以美的享受。同时，结合孟州特色，每个乡镇办事处打造一个高标准的教育文化宣传街、婚育文化宣传长廊和婚育文化宣传村，让户外宣传进一步上档升级。（张海军）



连日来，武陟县人口计生委结合实际情况，以“注重情感沟通，体现人文关怀”为主线，积极组织乡镇、村两级扎实开展计生户外宣传“洗脸工程”，努力营造具有地方特色的人口计生户外宣传环境。图为该县嘉应观乡荆辛庄村群众正在墙壁上画计生漫画。

秦林林 李洪峰 摄



近日，为丰富农村计生家庭文化生活，新区人口计生委举办了第一届农村计生育家庭趣味运动会，并投入 1 万余元专项资金购置了微波炉、豆浆机和电饭煲等奖品。全区共有 82 户独生子女家庭分别参加了青蛙过河、反抛羽毛球等 15 个项目的比赛。图为比赛现场。

孙明军 摄