●“两微一端”发力 ●“卖萌”赢得粉丝

政务新媒体成大V

本报记者 **李增辉**

在中央和地方网信部门的推动下，我国政务新媒体建设得到空前发展。目前，我国政务微博账号达24万，政务微信账号已逾10万，政务客户端发展迅猛，“两微一端”成为政务新媒体发展新模式。

国家互联网信息办公室近日召开政务新媒体建设发展经验交流会，在政务新媒体建设中涌现出的优秀代表齐聚河北石家庄，共同交流经验、探讨思路，就政务新媒体广覆盖建设、大范围应用、高层次发展问题进行研究。与会专家认为，政务新媒体建设预示着移动互联网条件下政务新媒体大发展时代的到来。

【 政务公号 百花齐放 】

从政务新媒体发展现状看，从中央到地方，影响力强、活跃度高的公众账号不断涌现，“百家争鸣”、“百花齐放”的局面已然形成。

以中组部“共产党员”为代表的优秀公众号，成为中央级政务新媒体的一面旗帜。截至目前，“共产党员”订阅用户已近600万，日均增加粉丝量接近3万，覆盖全国31个省（区、市）、港澳台地区及美国、法国等多个国家，是名副其实的政务公众号“第一大V”。国资委“国资小新”等一批中央部门公众号，把用户当伙伴、当朋友，以平等的姿态、“卖萌”的语气，赢得了百万级的“粉丝”。值得一提的是，全国公安、高检、高法、铁路系统在政务新媒体整体发展中格外抢眼，拥有一大批集权威发布、信息查询、政务服务等功能于一身的政务新媒体“大号”。

在地方，北京“平安北京”、上海“上海发布”、贵州“贵州发布”、新疆“最后一公里”等公众号特色鲜明，是地方级政务新媒体的佼佼者。辽宁“沈阳新社区”、北京“山水怀柔”、广东“广州妇幼保健院”等公众号，突出面向百姓的贴心服务，引领着基层政务新媒体的发展方向。

【 下力推进 体系渐成 】

国家网信办去年8月以来，出台《即时通信工具公众信息服务发展管理暂行规定》、召开运用即时通信工具服务社会座谈会、下发《关于积极运用即时通信工具开展政务信息服务的通知》，大力推进政务新媒体建设，并提出“2014年底即时通信工具政务公众号达到6万个，2015年底形成覆盖全面、功能完备的政务新媒体服务体系”的目标。各地认真贯彻中央部署，采取有力措施，下力推进政务新媒体建设。

在此次石家庄会议上，“共产党员”等58个政务新媒体账号和河北省互联网信息办公室等9个地方网信部门受到表彰，国家网信办有关负责人还就下一步政务新媒体建设发展工作作出部署、提出要求。据悉，近期国家网信办将出台相关文件，对政务微博、微信、微视、移动客户端等政务新媒体的建设、发展和管理提出指导性意见。

纽约时报广场举办春节庆典活动

欢庆中国年 为梦想举杯

本报联合国2月7日电（记者**李晓宏、李秉新、殷淼**）伴随着羊年春节临近的脚步，全球2015个普通华人的新年梦想，闪耀在纽约时报广场巨幅LED屏上。这是今晚在纽约时报广场拉开帷幕的百威“欢庆中国年 为梦想举杯”2015新春庆典中的一项活动。

中国驻纽约总领事章启月、百威英博首席市场运营官傅玫凯与现场观众共同点亮“梦想热气球”，为全球华人送上新春祝福。主办方在时报广场巨屏旁搭起临时舞台，台上舞狮表演生龙活虎，台下身着红色唐装的“老外”拉拉队手舞足蹈，喜气洋洋。“我从报纸上看到公告，就来了。”一位在纽约做歌剧演员的队员说，“大家都是义务演出。我们喜欢中国很多东西，不少人去过中国。”

百威梦想大使陈坤坦言，他的梦想是希望世界上更多的人看到华语电影，关注中华文化。出生于美国的混血名模及演员Maggie Q用广东话为观众送上新春祝福，并表示自己的新年梦想是向更多人推广保护海洋生态环境，宣传禁食鱼翅。

▼ 4位模特参加活动

欧美游客青睐三峡游

据新华社宜昌2月8日电（记者**刘紫凌、梁建强**）三峡大坝所在地湖北省宜昌市旅游部门近日发布的信息显示，2014年度宜昌的入境旅游市场稳中有升，全年共接待入境游客35.58万人次，其中欧美客源为“主力军”，港澳台地区的市场份额逐步扩大。

2014年，宜昌通过组织欧美、东南亚等国家和地区的重点旅行商代表来宜昌，对三峡人家、三峡大坝等风景名胜区等进行考察，以及赴海外多国开展促销推介活动等，促进了全市入境旅游市场的稳步增长。2014年度旅游创汇9759.4万美元，欧美客源占入境旅游市场的64%，港澳台游客占22.63%。

北京“羊”景观扮靓街头

羊年春节临近，一座大型羊造型景观近日亮相北京，营造了浓浓的节日气氛。 新华社记者 **陈晔华**摄

义乌 春联送军营

浙江义乌爱国拥军联合会部分成员近日来到海航驻义某部慰问。图为书法家正在写春联。 **卢国良**摄

上海 市民时政关注指数发布

本报上海电（记者**沈文敏**）上海日前首次发布“市民时政关注指数”。其中，“外滩事件与大都市公共安全管理”成为今年1月份上海市民最为关注的时政话题。

调查显示，上海民众信息获取、分享渠道的新媒体化特征凸显。41.5%受访者通过手机网络关注时政话题，34.5%通过电脑网络，新媒体比例远远超过了传统媒体。同时，超四成受访者在微信群、微信朋友圈和微博交流时政话题。

“上海市民时政关注指数”调查由上海市社会科学界联合会和新华社上海分社联合发起，每月发布一次，揭晓前一月度上海市民时政话题关注排行榜。

杭州 太阳能垃圾箱亮相西湖

10组太阳能智能压缩垃圾箱日前亮相杭州西湖白堤。图为游客在好奇地打量新式垃圾箱。 **龙 巍**摄（**人民图片**）

春晚 以观众之心为心

——专访2015年央视春晚总导演哈文

本报记者 **郑海鸥**

伴随着回家的脚步快起来，2015年央视春晚已经蓄势待发。彩排、修正、磨合，万众期待下，春晚的演职人员等都在做着最后的冲刺。

春晚的节目和演员筛选有哪些标准？羊年春晚将如何回归联欢？又有哪些创新和亮点？本报记者独家专访了羊年春晚总导演哈文。

■ “拆门办春晚”

记者：今年是你第三次担任央视春晚总导演，有前两次的积累，你此次的心态是怎样的？

哈文：面对观众的期待，整个剧组一如既往地感受到了压力。2014年10月30日，才正式敲定由我来担当羊年春晚总导演，当时距离除夕已经仅有110多天，时间紧、任务重。拿到任务，我们直接开工，有时候甚至没有太多时间去感受压力。春晚是面对十几亿观众的“一次性”舞台呈现，甚至还有很多不确定性，这就决定了我们任何人都没有哪怕是一丁点“犯错”的机会，此间的压力也可想而知。

记者：你一直在强调“开门办春晚”，那么门究竟开多大，哪些人能进、哪些人不能进？

哈文：不如说成“拆门办春晚”。大门打开，我们坚持“好节目是硬道理”，而什么是好节目？我们是有评价标准的。比如杂技节目就要足够惊险、高难度、高技巧，此次春晚杂技节目就是获过国际大奖的；语言类节目就要“好笑”，追踪社会热点，为观众带来乐趣和启迪；创意类节目必须新、奇、特，让观众看到平时看不到的东西。总之，我们坚持以艺术为首要标准，公平公正地选拔演员。

■ “联欢是春晚的核心”

记者：“众口难调”是一直以来伴随春晚的问题，近些年社会上对春晚还有一些负面评价，你如何看待？

哈文：非常感谢广大观众对春晚的关注，这是对我们工作的最大鞭策。春晚的定位是面向家庭、合家欢，让几代人都能找到快乐、温情或感动，而每个人的喜好都有差异，所以难免会众口难调。随着观众对春晚的期待值越来越高，这个问题就越来越严峻了。但是，众口难调绝不是我们主创团队搪塞自己或者敷衍观众的理由，我们始终在竭尽全力寻找“最大公约数”——让绝大多数人满意，这是我们的奋斗目标。

同时，以观众之心为心，我们时刻在聆听和接受观众的不同看法，也期待建设性的意见。春晚不是某一个人的春晚，而是全球华人的春晚。

记者：春晚一直强调“联欢”，本次春晚在联欢上下了多大工夫？

哈文：我以为联欢是春晚必须坚持的核心，为此羊年春晚做了很多努力。比如史无前例地设置了两个舞台。首先是观众“好看”，两个舞台便于观众尤其是现场观众直观地看到演员的每一个艺术表现细节；第二是演员“好演”，对于演员，尤其是语言类节目的演员来讲，舞台的拉近使他们更贴近观众，能更好地与观众互动和交流，表演也能更起劲；第三是两个舞台之间“好互动”，根据创意，春晚两个舞台间会形成“互相打擂”的局面——“你出了个好节目，我出个更好的”，无疑增加了联欢性；最后，两个舞台上的节目会在晚会的首尾形成呼应，烘托气氛。

▲▶ 春晚彩排现场

此外，我们还首次设置了春晚吉祥物阳阳、首次引进新媒体互动，等等，都是期待让每一个人都成为春晚中的一分子，不仅乐享视听盛宴，更在互动中获得快乐。

■ “创意不能节俭”

记者：据了解，本次春晚十分节俭，这会不会影响到节目的质量？

哈文：“节俭办春晚”是本次春晚的另一特点，但我们说“舞美节俭，创意不能节俭”，或许我们的舞台呈现不再那么豪华亮丽，但我们相信内容为王、创意制胜，通过一个个从无到有的创新，我们努力让大家留下美好的印象和深刻的记忆。

羊年春晚在节目的筛选测评和表现形式上做出了很大努力。比如在语言类节目审查的过程中，春晚第一次采用“掌声记录仪”来记录“笑点”和“笑果”；在节目的内容呈现上，我们也强调春晚“要引领，不追逐”，不会简单地把网络流行语“再炒一遍”。在传统戏曲、武术、非物质文化遗产的节目呈现上，我们也在创新表现手法，让现代人尤其是年轻人爱听爱看。