

# 让“政”能量有大流量

## ——政论访谈类节目《有请发言人》的全媒体传播创作谈

梁舟怡

全媒体时代，推进政务发布和媒体深度融合早已成为一项战略任务、系统工程，一时间多档政论访谈类节目应运而生。政务发布讲究摆事实、说故事、树形象、抒情感、讲道理，要做到既能让政论观点寓于鲜活的故事中，又能让老百姓了解丰富的社会生活，把功夫做在平时、做在细微处。因此，政论访谈类节目出现的必要性不言而喻。但与此同时，政论访谈类节目又陷入可看性不强的尴尬境地。传统的政论访谈类节目不可避免地走“高大上”的路子，难以从可读向可视，从静态到动态，从一维到多维的创新融合，在和受众的情感沟通上显得过于“冷漠”，过分注重立场态度而忽视了人文关怀，缺乏温度和情怀。“酒香也怕巷子深”，政务发布听上去和老百姓的生活离得很远，实际上点点滴滴都与生活相关。政务发布要想深一层、多走一步，就要呈现政府工作的不同侧面，打通“官方舆论场”和

“民间舆论场”的间隔，把握和放大“主场优势”。

2018年，浙江电视台经济生活频道推出一档全媒体时政节目《有请发言人》。时至今日，栏目已经走到了第六季。全新一季以八八战略20年为主题，跟随省商务厅、省交通厅、省林业局等厅局，走进广交会、梅山港、安吉余村等地，实地探访沉浸体验20年来政策带给当地的变化。

### 一、问题设置触达本质 直击人心

清华大学新闻传播学院的李希光教授认为：“懂得新闻发布的技巧非常重要，新闻发言人的语言表达要生动鲜活、简洁明快，少讲官话、空话和套话。善于运用技巧，让政府的声音通过媒体传达给受众。”<sup>①</sup>《有请发言人》的每期节目在录制前的沟通环节就是秉持这样的原则，在准确传播政策内容的基础上，通过发言人表达的鲜明

观点，促进公众在价值判断和认知构建上的统一。

以《有请发言人——这座“世界大港”究竟是怎样炼成的》为例，宁波舟山港作为世界吞吐量第一的大港，对很多观众来说还很陌生。观众感受不好，再好的节目也是自娱自乐；社会共识不强，再大的声音也是自说自话。节目录制前的踩点阶段，我们就预埋了很多场景中的问题。比如，装卸区有许多卡车在来来回回的运输装卸，我们首先想到的是，这么多的卡车不会迷路吗？它是如何做到精准运输的呢？再比如，远程操控室内，码头工作人员坐在空调房内，像在“打游戏”一样操作着集装箱的装吊，我们又想到了传统码头工人的工作环境和现在数字化进程中现代码头的工作人员之间的差别。

预设完一个个的问题后，节目的框架逐渐清晰，而发言人的回答则是重中之重。如何将公众最希望听到的表达出来，引起公众关注、引导公众行为、引发公众共鸣。“答案只有一个，但表述不止一个”。为了让发布内容做到有层次、有节奏、有深度、有说服力，我们多次跟交通厅和发言人沟通交流，力争做到问答的同频共振，将“干货”转变成接地气的口语，更多的让故事、细节、数字来说话，通过形象的比喻、直观的表述，把抽象概念形象化，把深刻道理通俗化，让受众愿听、想听、入脑、入心。

《有请发言人》每期节目都是由评论员和新闻发言人对话访谈，穿插观众提问。栏目已经做过沉浸式访谈，如何在走读的基础上讲政治、懂政策、知情况、会说话、敢担当？一次次的头脑风暴后“00后 talk”应运而生。“00后”是当下年轻人的一个代名词，或许很难把他们和“问政”结合起来，《有请发言人》栏目充分发挥跨界思维，将年轻人带进问政节目中，将“00后”摇身一变，成为发言人在政策扶持、实际帮助、工作意义等方面交流互动、回应关切的对象。

在新的社会环境和传播格局下，编导要善于主动设置议题，善于和老百姓打交道、交朋友，广开言路、汇聚民智。以“00后 talk”为例，问答设置要在平等沟通、积极主动的前提下客观真实、讲究分寸，在年轻人面前不失语、不乱语，对于可以公布的政策信息主动地说、真诚地

说，不说空话、假话、套话，保持平等、谦逊、自信的态度，做到有理有据、从容大气。

## 二、节目创作源于生活 以小见大

《有请发言人》的录制过程就是一个创作过程，作为编导要随时捕捉发言人的情绪和状态，适时调整，引导发言人增强吸引力、感染力、亲和力、说服力。我们在录制交通厅发言人的过程中，发言人在录制前和评论员的交流中无意提到“港口大不大看吞吐量，强不强看集装箱，宁波舟山港既大又强！”原本提纲中是没有这句话的，简简单单一句话把超级大港活灵活现地展现出来了，我们当下决定主持人出镜就从这句金句开始。

《有请发言人》在交通厅的第二个场景集装箱码头中，远处的桥吊吸引了评论员的注意，摄像也同步切到了桥吊。评论员提出原先的码头工人就是在这样的工作环境里作业的。此时发言人突然做出了一系列的示范动作，这在之前的提纲里也是没有预设的，摄像第一时间将镜头切回了发言人，画面一度变得十分生动有趣。《有请发言人——接续奋进 青山不老》节目中，在讲到自然保护地时，发言人临时起意向评论员提问“西湖是自然保护地吗？”这个问题也是很多观众所不了解的，自己身边原来就有那么多的自然保护地。

正是这一个个节目录制中的小插曲、小细节，串成珍珠，增加了节目的可看性、政策的可读性，引导协调了信息发布，展现了政策的不同侧面。发布文稿不再是以前那张冷冰冰的白纸，而成了你我身边简洁明快、通俗易懂、易于传播的老百姓听得懂、看得明白的节目。

新形势下，政策发布和解读在“稳、准、实”的基础上，要努力向“新、活、深”全面迈进，要体现其鲜活性，从扁平化走向纵深化。一档好的政论访谈类节目，应该努力在创新发布形式上花力气，在突出新闻发布渠道上下功夫，从而逐步实现单向传输向更符合新媒体传播规律的叙事模式和对话模式转变。

## 三、爆款频出 “政”能量也有大流量

《有请发言人》栏目从成立的第2年开始，陆续开通了微博、抖音、快手、视频号，逐步打通线上线下融合传播。建设政务新媒体是一项系

统性的创新工程，是一个长期、艰巨的过程，不是短期突击、一锤子买卖，不能成为“断头路”和“烂尾工程”。一档好的栏目想要不走寻常路，势必要经历从线下到线上，实行传播的全覆盖。本季八八战略特别节目，首次联合浙江发布、金华发布、宁波发布、绍兴发布等各地发布的官方视频号，进行全矩阵立体化直播，同期最高达100万观看量，使政策发布既说得出，又传得开，还让人听得进。

事实上，栏目依托节目内容收获大数据，创造大IP的例子数不胜数。2019年时任浙江省统计局新闻发言人、总统计师王美福在节目中称，11个浙江人里面就有一个老板，收获微博热搜第17位，讨论度破亿，同期抖音收获几百万点击量、几十万点赞量。网民在哪里，政务新媒体就在哪里。政务新媒体传播渠道的拓展和延伸，获得了受众的信任度，拉近了与人民群众特别是网民的距离，又让人民群众第一时间了解各厅局的作为，消除了信息不对称带来的误解，架起了政府和人民群众沟通交流的连心桥。

随着互联网的快速发展和普及，以微博、抖音、视频号等为代表的政务新媒体，逐渐成为人民群众行使知情权、参与权、表达权和监督权的新途径。官微的优势在于信息量大、信息更新速度快，便捷且可以达到精准推送。政务新媒体的建立是政务发布在互联网空间的延伸和扩展，是政府信息公开的一种新渠道、新方式，标志着政府应对网络舆论的彻底变革。

主动发布、及时发布、时时回应，“发言人来了”相关栏目官方号，正一步步构建浙江政务的权威信息源。在众声喧哗、真假难辨的海量信息环境下，栏目官方号发出有公信力的权威声音，最大限度地传播“政”能量。栏目公号做到了精心筛选、精致策划、精准传播，不断增强政府与社会公众之间的黏合度。

#### 四、政务发布矩阵联动 融合出圈

星罗棋布的政务新媒体，改变了以往重大政策出台少有人说、少有人负责任地去说、没有能即时传播的平台可说、没有无中间环节的传播载体能说的被动情况。政务新媒体的飞速发展，推动和加速了有关政府部门对重大政策的有效发布，使政务发布进入了崭新时代。

#### （一）政务新媒体要在潮头起舞

今天的政务新媒体，面临的已经不是简单的信息发布。发布者还要关心传播效果，要懂“套路”，更要有情怀。和网友的关系，也从以前的“我说你听”，变成了现在追求情感共鸣与情绪疏导。这几年，政府部门越来越重视互联网环境下的官民对话，“万能回复”大大减少，政府官微和网友的良好互动越来越多，接地气的温馨对话被网友点赞不胜枚举。

实现信息公开、政策解读等政务公开工作和新媒体结合是必然趋势。这是互联网时代政府管理创新的一个必然要求，让政府的信息和声音通过新媒体送达，使政策更容易被解读，让老百姓看得到、听得懂、能监督。这也是栏目每一位新媒体小编一以贯之的工作目标。

#### （二）找准主旋律的着力点

政务新媒体传播已进入“零时差”时代，新闻发言人一方面要追求“快”，做到敏锐感知，快速反应，另一方面还要以主流权威的声音去引领受众，敢于及时发声，形成持续的舆论声势。这也要求各个发言人加大对政务新媒体驾驭能力的培训力度，着力提高获取、分析、评价和传播各种信息的能力，掌握政务新媒体的互动交流、应对应用的方法和技巧。

《有请发言人》栏目作为政务新媒体，也要克服官方表达单一的缺陷，在内容上更“接地气”，在运营上亲民化，甚至拟人化，多尝试公开“卖萌”或为“段子手”。政务新媒体时代，对新闻发布工作者来说，每一个人都应熟悉新媒体的传播规律、熟练掌握网言网语，成为一名能编快编的新媒体小编。

政论访谈的专业性，体现在“对谁说”“谁来说”“说什么”“怎么说”，作为编导要了解媒体运行的特点，遵循新闻传播规律，以更加专业的思维干好这项专业的工作。

#### 参考文献：

① 方程 尚婧 郦鸣枫《解码第一声——全媒体时代的新闻发布》，浙江人民出版社，2017年6月，第1版。

（作者单位：浙江电视台经济生活频道）