

舆论监督报道与互联网的亲密融合

——中国新闻奖作品《“看见”全媒体监督应用平台》浅析

费兴海 路平

在第33届中国新闻奖应用创新类别中,湖州市新闻传媒中心创作的《“看见”全媒体监督应用平台》获得了三等奖,这个奖项在全国仅6件,从这个角度看,该作品的含金量较高,其作品本身也具有独到之处,是移动互联时代舆论监督报道与互联网的一次亲密融合,也是“新闻+政务+服务”的积极探索。

该应用平台设置于手机APP“南太湖号”上。从“南太湖号”首页点击“看见”按钮进入,应用在界面顶部设置了曝光、提问、分享三个子菜单,中上部核心位置为“更多报道”,可以翻看《看见》栏目采制的所有舆论监督报道;往下是根据网友意见设置的“热聊话题”,可随时更换主题;再往下就是《看见》市民观察团、民声大数据、基层百姓评等子菜单。从界面设置可以看出,该平台具有观看新闻报道和反映问题、群众评议及数据统计等功能,构建起群众与媒体、媒体与政府的一座公开直观的桥梁,是较为创新、前沿的一种做法。那么这款应用又是从何而来?

一、看与不看,趋势就在那里

新闻工作者会经常留意周边人阅读新闻报道的习惯变化,近来会经常听到“报纸、电视看得少了”的声音,也常常感叹传统媒体平台的受众流失。然而,与此同时移动互联网的快速发展,令信息传递更为便捷、高效,人们可以通过更多途径了解各类信息。国家统计局发布2022年国民经济和社会发展统计公报显示,互联网上网人数10.67亿人,其中手机上网人数10.65亿人。由此可见,信息传播的受众高度集聚在移动互联网端。

作为颇有“辣味”、自带“吸睛”流量的舆论监督报道,其传播、联系受众的主战场必须挺进互联网。基于这种考虑,湖州市新闻传媒中心在

2022年6月24日创设《看见》栏目时,就将节目的主属性设置为视频节目,直观有感符合视频传播流行趋势,并将传播的主阵地牢牢锁定移动端。“看见”全媒体监督应用平台研发而来的初衷是实时推送新鲜出炉的舆论监督报道。当然无论报纸、电视等传统平台有没有人看、看的人多不多,传统媒体平台不能丢,节目同样以适合平台特性的形式进行全媒体分发。《看见》栏目前缀“全媒体专栏”的定位是最大限度争取和覆盖受众。

把新闻报道搬上互联网看似简单,要想吸引受众却并不容易,很多节目只是实现了物理搬运,静悄悄换个地方,受众寥寥。要让新闻报道在移动互联网扎根生长,需要报道质量和技术赋能双向发力。市级媒体融合为实现这一目标创造了有利条件。从省内看,绍兴、湖州、嘉兴等地市在推进媒体融合的进程中都选择了技术赋能,分别推出了“越牛”“南太湖号”“读嘉”等移动客户端。其中“南太湖号”以其丰富的信息和服务实现了“10万+”的日活,这是实现有效传播的重要渠道和基础。“看见”栏目内容登上“南太湖号”自然而然催生了“看见”应用平台,以实现“视频+图文”的网页新闻推送,更符合受众阅读习惯,利于随手转发。

传播快、覆盖广,意味着影响大,对节目质量也提出了更高要求,一字一句都须经得起推敲,舆论监督报道更是如此。《看见》是一档直击问题、深挖原因、叩问作风的监督栏目。起初,栏目组担心偏向“揭短”的报道,责任主体往往是部门、乡镇,他们受不受得了?负面报道传播开去影响好不好?但一年多的实践证明,揭短有理有据、监督到位,不仅令责任方信服,也令读者、观众信服。晚8点在手机端“南太湖号”收看“辣味”浓浓的监督报道渐成当地一种现象。

二、放与不放，问题就在那里

互联网生态下的用户，单方面接受信息早已是过去式，屏幕背后都有情感交流、发表意见和表达诉求的直接需求。栏目组发现，几乎每篇报道都有很多网友留言跟帖，有的反映类似的情况，有的对这样的“揭短”点赞，有的也会提出自己的看法建议。如何进行及时回应，扩宽用户表达渠道，栏目组开始进一步思考。于是基于新闻传播的平台，真正开启了应用的“新闻+”创新。

首先，出于新闻报道的线索考虑，“看见”平台创新增设了“曝光、提问、分享”三大版块。曝光主要是让网友发现身边不好的现象和问题，以简单的文字或增配随手拍的图片直接进行网上反映；提问是网友有不清楚不明白的问题可以留言询问；分享则更多的是交流看到的美景、品尝的美食或者表达美好的心情。三大版块的设立巧妙抓住了观看舆论监督报道的受众群体，并以“新闻+”的功能延展实现进一步引流。

当然“曝光”版块的设立一开始颇有争议。有人担心，诸如安全问题、环境问题、公共服务问题、社会纠纷等直接呈现在网络上是否妥当，且没有经过核实与调查会不会产生负面影响？在经过充分讨论研究和建立完善的预警、处置机制后，栏目组认为，无论问题放不放，它就在那里，平台只是提供了民意反映的一个渠道，只要积极应对、合理处置，更有利于早发现早处理早解决问题。为此，针对“曝光”版块，根据有关政策强化管理、及时梳理，恰恰起到了“触手”作用，有助于党委、政府更好地了解社情民意，发挥媒体在新时代的新作用。

“提问”版块的设立也同样需要一套完整的沟通联系处置机制，部分工作和“曝光”版块重合。栏目组在中心的支持下，和技术保障部门建立专门小组，与全市52个部门、6个区县全部建立联系，组建专门的联络员队伍，将需要反映的曝光问题、网友提出的有关问题及时转交给部门、区县，便于及时处理和回复。

三大版块的设立丰富了平台功能，巩固拓展了受众群体，也收获了宝贵的数据资源。《看见》栏目从“曝光”中挖掘出重点选题进行再调查，形成新闻报道后进行全媒体分发，有效缓解了舆论监督报道线索征集难的问题。从“提问”“分享”

中了解受众更加关注什么，对哪些方面还需要宣传阐述，便于媒体更好跟进服务，甚至对城市地标、网红打卡地、传统美食等起到了再“发酵”作用，对城市形象和烟火味的浓郁也起到了助推的作用。

三、做与不做，群众就在那里

“看见”全媒体监督应用平台不是相对静止的，它在应用中创新，在创新中应用。得益于“新闻+”和技术团队的有力支撑，版块在设置上述功能后，陆续增设了热聊话题、《看见》市民观察团、民声大数据、基层百姓评等菜单。热聊话题主要由媒体根据工作需要、网友意见灵活设置，引导网友针对某一主题开展充分讨论和建议。当前设置的话题是“湖州哪里最堵”“不文明现象‘随手拍’”。这两类问题也是群众反响强烈和政府部门希望改进的地方。《看见》市民观察团是邀请市民代表考察《看见》曝光问题整改成效、政府推进项目、民生工程等。这对于提升栏目自身影响力以及增进党委、政府工作对群众有感起到积极作用。

“民声大数据”是“吸睛”较多，也是对政府部门和区县触动最大的版块。这里集纳了网友曝光提问的数据。截取2023年11月1日上午10时的数据显示：今日发帖111、今日阅读291、今日点赞173，累计曝光4502、累计提问11701、累计分享64720，其中民声反映的问题主要是城乡规划、公共服务、城镇建设、项目推进、乡村振兴、营商环境、基层治理、生态环境以及其他。问题涉及区域有个设计巧妙的“区县热力图”，问题越多的地方颜色最深，这个设计往往会令当地政府“脸红心跳”而想方设法积极回应改进工作，以减少网民反映的问题。

更令部门和区县坐不住的是“民声大数据”还有一个晾晒版块，这里汇集了网民提出的问题、曝光的问题转交部门、区县后的交办、答复情况，以及数据统计后的答复率和满意率，原则上3天内必须给出回应，从目前数据来看，满意率大多在80%左右。交办最多的区县是地处中心城区的吴兴区，交办最多的部门是湖州市公交公司。这样的设计对于构建“新闻+政务+服务”体系有着很大的推动作用。对于公职人员来说，做与不做，群众就在那里，阳光晾晒的工作成就是

部门工作作风的直接反映。

栏目组还会梳理网友反映归纳分析出一周民声热榜,供党委、政府参阅,较为紧急、重要的问题和建议会立即转交。富有建设性的意见,栏目组会派记者再深入调查,采制内参供党委、政府决策参考。这些设计和做法推动媒体功能更丰富,作用和地位再提升,一方面紧密联系群众,践行了走好网上群众路线的要求,另一方面密切对接党政部门,积极助力参与社会治理,在有为

中实现有位。对于部门来说,这样正向发力、公开阳光的监督闭环也是锻造队伍的有效助力。

从“看见”全媒体监督应用平台的积极探索可以看出,用户在这里可以看到重点报道、反映问题线索、表达情感建议,政府部门可以在这里了解社情民意、解疑释惑、处理问题,媒体融合了用户、自身、部门三方圈层和数据,推动从媒体“触手”向“智脑”升华。

(作者单位:湖州市新闻传媒中心)

