

---

# 《作风面对面》：“监督”土壤上 如何树起“服务”大旗

张健

无锡广播电视集团新闻中心

2013年5月25日，无锡广播电视台《作风面对面》第一期电视直播开播，使得无锡广电成为全国最早开办舆论监督类节目的城市台之一。8年过去了，节目影响力越做越大。究其原因就在于其“精准把握”这四个字，同时始终坚持“监督”+“服务”。“监督”是节目的根本和手段、“服务”是节目的内核和目的。对于《作风面对面》而言，“监督”的过程其实就是“服务”的过程。过去节目更多的是培育好“监督”这块土壤，如今在这块土壤上要思考更多的是怎么样树起“服务”这面大旗？从关注作风建设转变到为民排忧解难上，通过节目的介入解决老百姓面临的实际困难，继而反问职能部门，是否在相关政策法规制定上、在办事流程审批环节上还存在不足，促进相关部门健全完善制度流程，解决信息不对称问题，树立公信力，最终形成“服务”的大循环。

## 一、“监督”转向“服务”的第一步：围绕群众诉求热点，为民排忧解难

从2020年开始，《作风面对面》上线主题和内容，紧扣“三个围绕”：围绕党和政府重点工作、围绕群众诉求热点、围绕无锡民生项目。力避碎片化、琐碎化，以点带面，突出关注共性问题。《作风面对面》前期更多关注的是一些比较琐碎的百姓投诉，虽然解决了一些来自个体的反馈，但是其中不乏相关部门采用“特事特办”的方式去解决。这不是栏目想要做的事，不是栏目想要达到的效果。节目本身应该更多地关注群众反映的共性问题，从“大民生”的角度去解决更多群众遇到的难题。一个个案或许不能引起政府部门的注意，但是很多相同的个案，肯定能够引起政府部门的注意，从而促使行政职能部门去解决群众遇到的问题，并推动政府部门改进工作作风、提升工作效能。对于栏目来说，如果能够达到这样的效果那就“善莫大焉”，就能最大化地实现栏目价值。

案例一：锡东创谷大学生创业者的投诉。在本地新闻中，观众可能见到更多的报道是关于无锡营商环境评比省内名列前茅、无锡营商环境对标上海、南京之类的新闻，但是在优化营商环境这项工作过程中，确实也有很多小微企业遇到了各种各样的问题，尤其是在疫情影响下，一些问题更加尖锐地凸显出来，需要政府职能部门去解决。这个案例中，其实市、区两级政府关于免租的相关政策都很清楚，但是为什么就是落实不到这些小微企业呢？大学生创业者们向上反映无果，又反映到12345、反映到《作风面对面》栏目来。作为一个当下普遍关注的热点问题，案例本身具有“服务”的价值和意义。作为小微企业主来说，他们也知道问题卡在了承包办公用地的第三方，但是政府政策的红利没有享受到，这个后果不应该由他们来承担。这就需要节目来为他们和政府部门之间架设一道沟通的桥梁，通过问题的反馈，通过直播现场问题直击来剖析背后的原因。

通过这个案例，《作风面对面》栏目体现了“服务”的价值和意义。一是解决了投诉者和政府职能部门之间的信息不对称问题；二是让群众、投诉者知道类似的问题可以去哪个部门反馈、通过怎样的流程方式去解决；三是通过问题的反馈，让政府职能部门知晓了工作中存在的问题，继而可以去完善工作流程，提升政府公信力；四是通过“服务”，提升栏目的社会影响力和公信力。

---

## 二、“监督”转向“服务”的第二步：“监督”的过程就是“服务”的过程

解决群众难题是“小服务”，通过解决群众难题，能够给政府职能部门带来解决同类问题的途径思路才是《作风面对面》栏目给出的“大服务”。所以“监督”的过程本身就是“服务”的过程，栏目对于政府职能部门而言，并不仅仅是赋予一个媒体监督的职能，更多地应该转向为政府部门服务的职能。《作风面对面》服务好政府职能部门，就是通过老百姓的投诉反馈，来寻找相关职能部门工作中的不足，改进职能部门的工作流程，完善职能部门的工作机制。为打造服务型政府、让人民满意的政府，借助媒体的“服务”力量，树立政府部门的公信力。

案例二：投诉者为了变更店面招牌，遭遇了先有鸡还是先有蛋的千古难题。市民刘先生来到城管窗口被要求出示房产证明，可是因为没有房产证明需要去住建窗口备案，当刘先生到了住建窗口，工作人员却说备案必须要有房产证。四个月了，刘先生的事愣是没办成，通过节目介入，最后在属地城管中队解决了这个难题。这个案例充分说明，问题总归有解决的途径和办法，要说城管窗口有错吗？没错。要说住建窗口有错吗？也没错。工作人员都是按照规章办事，但是为什么事情偏偏就在城管中队解决了呢？《作风面对面》直播现场把几方政府职能部门都请到了现场，市、区两级住建部门领导、梁溪区城管局和山北城管中队的负责人都来到了现场，一起来探讨这个问题。结果是，工作流程机制都没有问题，但是就是缺了那么一点点主动服务意识、缺了一点点部门与部门之间的相互沟通，使投诉者奔波无门。节目开播之前，梁溪区政府专门召集区住建局和城管局专题会商，最终达成统一意见，以后类似的问题都最终在街道办结。

在山北街道，其实还有很多像刘先生这样的个案。通过一个个案，《作风面对面》推动了一项政府工作的改进，使得以后同类问题的处理有案可查、有据可循。这就是《作风面对面》现在以及未来能够给政府职能部门的一项“大服务”。其实，对于政府职能部门来说，问题曝光不可怕，关键是发现问题以后要重视，要举一反三，这样才能推动政府部门作风建设，推动职能部门工作完善，树立政府部门真正为民办事的良好形象。这就是此案例《作风面对面》“服务”的价值和意义所在。

## 三、“监督”转向“服务”的第三步：把“服务”作为《作风面对面》的“标签”，实现三方对话的最终共赢

服务了群众、服务了政府部门，作为栏目来说，得到的是什么？得到的就是社会影响力和公信力。

案例三：节目请到了无锡市供电公司、市市场监管局、两家涉及的物业公司负责人来到直播现场讨论转供电的话题。市供电公司领导说政策、物业公司说难处、市场监管局说处置。针对这个话题，市场监管局表明态度的同时，也很好地解释了在转供电监管这一方面的政策。以往，很多职能部门的负责人都害怕上节目，但是现在，很多职能部门的负责人愿意上节目，因为他们知道有些可能政府部门单方面没法解决的问题，通过《作风面对面》平台能够实现问题最终解决，达到共赢的效果。《作风面对面》经过多年深耕发展，已经在政府职能部门间形成了一定的影响力和品牌效应，政府职能部门也把《作风面对面》作为展示自己工作的一个平台。人无完人，工作也不会十全十美。有疏漏、有不完善的地方不可怕，只要积极改进，这就是成绩，就是政府部门“赢”的地方。作为群众来说，他们反映的问题得到解决，这是他们“赢”的地方。而作为栏目来说，几方皆大欢喜，栏目的“服务”属性做好了，栏目的公信力和影响力达成了，栏目就“赢”了。所以，《作风面对面》要实现自己的赢，要实现三方甚至多方共赢，就要在“服务”二字上下足功夫、做好文章。

## 四、“监督”转向“服务”的第四步：《天天面对面》等其他栏目的完美补充，形成《作风面对面》的全天候“服务”

广播版《天天面对面》在推出之后，迅速成为《作风面对面》的日常延续。每周三《作风面对面》电台节目播出之前，《天天面对面》都会对上线单位的业务管理范围进行预告和提问引导。《作风面对面》播出之后，当中一些后续问题的反馈、解决由《天天面对面》做进一步地跟进。同时，《天天面对面》中一些较为复杂、一时难以处理的问题，也可以转入《作风面对面》电

---

台节目和电视专场中，形成《作风面对面》的全天候服务概念。

《天天面对面》在作为《作风面对面》的强有力附加属性之后，改变了以前《作风面对面》电台节目结束之后，没法呈现后续性的问题，最终形成《作风面对面》服务大循环的闭环。

《作风面对面》是一个全媒体栏目，它的触角不仅延伸到了电视、广播，还延伸到了报刊、新媒体等方方面面，甚至也不断尝试在抖音、视频号等渠道传播，今后还将在更多的领域尝试节目的创新。