

# 论电视问政节目的娱乐场景、 娱乐效应与娱乐新潮

刘 爽 高辛凡

**摘 要：**近年来，全国地方电视台的电视问政节目在一片喝彩声中收视红火，节目内容与形式不断完善与成熟，凸显出电视媒体聚光灯“烤官”“烤政”“烤时弊”的时代价值。在专家学者集中肯定电视问政节目“舆论监督”常规功能之时，以电视问政节目“现场诘问”的娱乐场景、娱乐效应为原点，探索电视问政节目的“秀场娱乐”“换位娱乐”和“联动娱乐”样式，印证和暗合了大众传播之“提供娱乐”的功能特性。这种归类于新闻节目同时又疑似“综艺娱乐节目”的新型节目样态，在现场观众和电视观众此起彼伏的抒怀笑声中和击节叫好声中“寓政于乐”“寓教于乐”，俯身问民、针砭时弊，直击政府管理问题症结，实现了“寓民于乐”“官民同乐”的参与式娱乐、互动式娱乐、严肃式娱乐、创作式娱乐和惩戒式娱乐等综合立体化效果。

**关键词：**电视问政；舆论监督；娱乐场景；换位娱乐；联动娱乐

**作者简介：**刘爽，女，传播学硕士。（北京邮电大学 数字媒体与设计艺术学院，北京，100876）

高辛凡，男，编辑。（《未来传播（浙江传媒学院学报）》编辑部，浙江 杭州，310018）

**中图分类号：**J905.2

**文献标识码：**A

**文章编号：**1008-6552 (2019) 05-0096-06

电视问政节目是近年来出现在地方电视台的一档新闻综艺节目，是通过精心设计老百姓非常关切的话题，邀请政府主管领导与利益关系密切的市民百姓及现场评议员，在节目主持人别出心裁的引导、调控下，面对电视镜头，当面询问相关执政机构领导干部有关“贴身”的国计民生问题。在电视节目演播室，节目主持人、受邀的现场观众现场评议员和现任的政府官员，根据设定的主题，进行颇具舆论监督意味的、问答式的沟通交流与讨论。问政节目一般都是现场直播，主要让政治素质高、表达能力优秀、社会责任感强、对社会热点持续关注且有深入见解的人士进入问政代表库。针对不同的问政对象，所提的问题内容往往是相对应的。

回溯既往针对电视问政节目的关注和研究，有“不留情面，火药味十足”的节目场景素描，有“真问与问真：电视问政节目的精神与使命”的节目内核思考，有“电视问政节目的内容、形式、瓶颈与未来”探索，也有人建言“电视问政节目就该告别不温不火，敢动真格”，鲜有从娱乐层面娱乐维度探究电视问政节目“娱乐+问政”的双重效应。

笔者试图另辟蹊径，探索电视问政节目的“秀场娱乐”“换位娱乐”和“联动娱乐”样式，旨在论证该类电视节目既暗合了大众传播之“提供娱乐”的功能特性，是中国电视节目创新的“头脑风暴”，也为在职位的政府官员职能管理机构在步出演播厅、远离聚光灯之后，依样能够与普通老百姓打成一片，平等相待、平和相待并俯身勤政，实施“寓政于乐”“寓教于乐”方略，提供了实践样板范式。

## 一、电视问政节目的“秀场娱乐”

电视问政节目大胆借鉴娱乐节目、综艺节目、真人秀节目等娱乐型电视节目的场景设计、内容构思和表现方式，融入高新科技传播手段，将电视问政节目演播厅摇身一变为政府主政官员的“秀场”、现

场观众和现场评议员的“秀场”、节目主持人的“秀场”，在充分发挥节目的舆论监督作用的同时，最大程度放大了电视问政节目“秀场娱乐”的娱乐效应。

从传播学的角度看，电视问政是一场政治传播活动，传播主体是地方政府相关执政机构，传播受众是广大市民群众，传播媒介主要是电视媒体这一大众传播机器。通过电视问政节目，地方政府向市民群众传达施政理念，在与市民的问答过程中构建政府与民众的“共识”，打造“阳光政府”的形象。

从2002年郑州电视台播出的《周末面对面》、2005年兰州电视台开播的《一把手上电视》，到武汉电视台开播的《电视问政》、衢州电视台电视问政节目《请人民阅卷》和南宁广播电视台的《向人民承诺》，及至2016年4月由西安市政府和西安广播电视台联合主办推出的大型时政栏目《问政时刻》，延续多年横跨多地电视问政节目，都将节目演播厅设计成一个“大秀场”。

随着电视问政节目的成功，国内多家电视台正在长期举办此类节目，地域横跨宁夏、江西、安徽、浙江、湖南、广东、河南等多个省。各地根据自己的实际情况和不同需求进行改变和创新。电视问政节目可说是由城市电视台原创出来的具有中国特色的现象级节目，拥有鲜明的独特性。在生产电视节目的直播间内，在硬件方面包括话筒音响设备、机位的设置、灯光效果、舞美设计等，硬件设施的完备与专业性体现出问政现场的仪式感，烘托出浓浓的秀场气氛——秀灯光舞美场景、秀主持人语言魅力、秀官员形象（态度）、秀现场评议员形象（态度）、秀现场参与观众形象（态度）。素雅的舞美灯光、庄严的背景图、节目主持人和地方政府官员严肃正式的穿着，甚至连小装饰物品摆放的细节都烘托着节目的庄重肃穆的氛围，传达着节目现场浓厚的仪式感。

在节目现场浓厚的仪式感“秀场”氛围下，政府官员正襟危坐，严肃认真地回答着群众的提问，市民代表与政府官员一问一答，问答内容紧紧围绕着关系市民切身生活的民生问题，言辞或犀利或委婉，问政内容充满形式感与可看性。节目邀请专家学者（或人大代表）担纲现场评议员，以“新闻+访谈”的形式对政府的整改措施进行评价，彰显节目的严肃性与权威性。市民代表在充满形式感与仪式感的节目现场参加问政，参与政事的主人翁意识增强，同时，节目现场庄严郑重的氛围，映衬出政府公权力的权威性与可信度，确保了电视问政的节目播出效果。

问政节目是当地严肃的新闻节目，录制现场较为正规，市民代表全程参加问政节目的拍摄流程，作为电视节目制作的“门外汉”参与到节目拍摄过程中，对电视节目的拍摄流程有了大致的了解，拓展了视野，感受了节目内容的形式感与问政过程的仪式感，满足了猎奇心理，是一种参与式的娱乐，是一种“秀场娱乐”——“秀”出了百姓抒发情感的愿望和需求，“秀”出了敢于作为敢于担当的百姓风采。其定位是推进党政工作的重要抓手，是曝光问题、解决问题、联系群众的良好平台。

2014年5月，现场观众在温州电视台电视问政直播现场，面对温州市瓯海区区长彭立华，问责瓯海区有关职能部门或存在推诿、卸责现象；2016年4月，在温州电视台电视问政直播现场节目最后，现场一位观众代表市民向每位到场官员赠送了一份特别的礼物——沙漏。观众薄女士说：“沙漏像时光机。”她送这个礼物的目的，是希望政府个别职能部门在工程建设中珍惜时间，改掉拖拉的小毛病。

为了提高观众对节目的关注度，调动观众的积极性与参与热情，电视问政节目将节目内容以娱乐性的方式展现出来，主要是通过主持人幽默的语言技巧及主持风格，配上恰到好处的、能带动受众情绪的背景音乐，激发受众猎奇心理的预告片，也包括现场官员面红耳赤、满头大汗“出洋相”的镜头等。不少观众喜欢看官员被问住时的窘态——额头冒汗、面露尴尬、言语不畅等，这正是“惩戒式娱乐”效果最大幅度的展现。

电视问政不是真人秀综艺节目，节目的本意不是通过让官员出丑来娱乐观众，更不是专门为官员设计的作秀平台。恰好是这类“歪打正着”的另类“秀场娱乐”，实现了舆论监督与秀场展示“大联欢”，打通了政府官员与平民百姓平等沟通协商对话的桥梁。《电视问政》《问政时刻》和《向人民承

诺》等在节目的制作播出上,严格遵循电视艺术的表现规律,在坚持正确舆论导向的前提下,注重“问政”内容的形式感和问政现场的“秀场娱乐”仪式感,增强了节目的可看性。<sup>[1]</sup>

## 二、电视问政节目的“换位娱乐”

独具匠心、别具一格的艺术往往能够带来不一样的视觉感受。《蒙娜丽莎》画作的最大成就“点睛之笔”之神秘微笑,就是创作作品眼睛的错位;比萨斜塔的传世魅力,也是因其“歪歪斜斜”却屹立不倒。“错觉摄影”能够带来别样的视觉体验,让人收获意想不到的惊喜,产生“错位映射”这一另类现代行为艺术。

中国电视工作者巧借“错位艺术”,将“错位映射”作为一种电视艺术表现形式,把现实本身作为艺术创造的媒介,并杂糅中国特色时间事件的延续元素,“润物细无声”地融汇到电视问政节目之中,形成独树一帜的电视问政节目“换位娱乐”的特殊效应。随着电视问政节目的不断成熟与完善,节目形式、节目内容和表现手法等进入了新的发展阶段,“换位娱乐”这一新型的超级娱乐效应逐次显现。

电视问政节目的“换位娱乐”,指的是一些百姓在平日里不常见的政府职能部门官员,在步入电视问政节目“秀场”之时,已经从常态的主动发号施令一方,“换位”为被动接受质询甚至诘问的一方,现场参与节目的百姓和电视观众会由衷产生一种观看的兴趣。当这些接受“逼问”“追问”的官员,被问得脑门冒汗、手足无措之时,被穷追猛打、答非所问之时,主持人会忍俊不禁,老百姓会开怀大笑。这不是一般意义的幸灾乐祸,这更是一种电视节目“换位娱乐”的行为艺术。

南京电视台电视问政节目《民声》设置“换位思考”环节,就是直截了当的“换位娱乐”构思设计。在节目现场,参与节目的政府职能部门官员、现场评议员(人大代表)、普通百姓市民、节目主持人彻底打乱惯常流程,既能让每一位参与者切身体会到另一方的挣扎与纠结,也能使官员感受到如果自己不作为、乱作为,将带给对方、带给社会怎样的负面影响。让政府官员扮演评议代表发问,往往更能够问到痛处一针见血,引发现场观众和电视观众齐声喝彩;而让评议代表扮演政府官员作答,往往能代表市民百姓直奔要害,提出符合实情的解决方案,下属执行机构更能够“令行禁止”,同时也能体悟到“为官不易”“家家都有难念的经”。设置“换位思考”环节,借此增进双方相互理解,在忽而紧绷忽而轻松诙谐的气氛中化解各种矛盾与误解,提高了办事效率。

洛阳电视台《百姓问政》的问政嘉宾将河湖里的发黑水样带到节目现场,质问环保局治水成效,诘问现场官员“这种水质你敢喝吗”。在逼问得环保局长“下不了台”之时,节目现场不乏叫好声、欢呼声,娱乐气氛也达到高潮。此类种种突破常规的创新表现手法,对增强问政力度和节目可看性都大有帮助。<sup>[2]</sup>

电视问政节目直播是演播间情景的实时播放,不存在后期剪切官员“出丑”画面的可能,节目的可信度高。直播时保留节目现场人物的表情、神态、语气等细节,内容都非常真实、具体,比如,如果节目中播放的暗访短片与官员的现场表态形成了鲜明的对比或反差,市民“考官”进行毫不客气地逼问,“应考”干部脸上汗如滚珠,这富有“火药味”的情景,通过直播镜头传递到数百万的人民群众。官员的公开述职改为电视现场直播,并接受现场市民代表的辛辣点评,让官员们多了几分紧张与压力。

温州电视台直播官员述职的电视问政节目,大胆地把“考分”与末位淘汰挂钩,直接影响官员乌纱帽。温州市四套班子的主要领导、各有关部门负责人、各县(市、区)分管领导、专家学者、媒体代表现场给这些“一把手考生”打分,市委书记、市长加以点评。部分市人大代表、政协委员和群众代表参与会议并提出意见建议。不少市民把“官员述职”节目现场直播中官员们的“难关”,当作“娱乐节目”来享受。一方面,“主考官”市领导辛辣的点评,使一些“考生”一脸茫然、难以招架,



当市金融办主任张震宇满头大汗述职的紧张神情出现在荧屏上时，迅速被微博等网络媒体转发，引起网民热议，这种“娱乐”效应被推到高点。书记、市长的点评越犀利，越能顺应民众的围观心理，对被问政官员有“颜面惩戒”效果。另一方面，电视问政把群众感受、人民满意作为检验标准，让老百姓来打分，民意能更直接地影响官员的“乌纱帽”。网络大V担任电视问政节目嘉宾，他们更善于利用现代媒体技术抢占舆论阵地，成为新型意见领袖。网络大V在网上发布的言论关注度更高，他们的言语通俗、直接，受众人数多、范围广，他们的批评对官员的惩戒化效应尤为明显。

西安电视台问政节目《党风政风热线》在直播中，大胆提问西安市高陵区交通运输局局长黑车问题，引起众多网友与媒体各界关注。针对节目能够大胆提出尖锐、敏感的问题，网友们多为支持态度，纷纷点赞，认为这是舆论监督的最好体现之一。堂堂的政府行政机构负责人能够在电视直播中被连番发问，其社会影响是无法估量的。从该局长的回答中，也可以看出其希望通过电视问政，强抓当地的交通问题系统，从根本上解决问题。当然，观众“怼”交通局长不是节目的根本目的，电视问政的本质在于舆论监督，形成舆论压力，促进问题的解决，营造更好的社会环境。西安电视台这档节目之所以能够成功，关键因素还是这个节目的强大班子。《党风政风热线》是由西安市纪委、西安市监察委和西安电视台联合办的，在西安市内起到舆论监督的强大作用。由此可见，媒体是作为舆论监督的承担主体，而问政类节目一般都是由党委领导点题，形成一个强有力的运行机制。

除了西安电视台，浙江丽水市的月播节目《问政进行时》的成功也离不开市委领导把舆论监督作为执政手段。舟山电视台的《电视问政》由市纪委、市委宣传部主办，市委市政府督考办参与承办，宣传部负责协调工作，通过这样有效的联动机制，从而保障了监督效应。

平时惯于指挥、领导、主持工作的行政官员在电视节目现场却接受群众的询问、质疑，从主动的执政者、施政者变为被动的问责者，在根本上实现了“权力的反转”。市民代表可以对某些官员及其工作进行质疑，甚至问责官员，这种情况可以理解为市民群众需要一种对话与沟通平台的集中体现。部分民众更愿意将官员的电视述职节目当成娱乐节目，还处在围观、看热闹的状态。电视问政节目直播的形式，将问政现场的互动与交锋，甚至是官员被问住时的窘态悉数播放给观众，满足民众的围观心理，是一种恰到好处的带有严肃性的“换位娱乐”。

由于电视问政节目把舆论监督的影响力推到了一个新的高峰，从电视问政节目内曝光，并引起广泛讨论的议题，往往在节目播出后得到有效解决，并且有持续讨论的热度。节目本身也成为观众津津乐道的话题之一。问政节目组受众范围广、公信力高，根据南宁电视台的数据，电视问政节目的受众涵盖所有年龄层，其中尤其以25-44岁区间的比例最高。2014年，南宁电视台电视问政节目收到的市民反馈就高达三千多，直播期间接到的电话达到七百多个。

### 三、电视问政节目的“联动娱乐”

影响力、品牌化是问政类节目的生命力的强有力保证。在互联网、新媒体时代，电视问政节目以电视播出为主，开办了官方微信公众号、微博账号、网站主页、手机APP等，多种传播手段齐头并进，形成了以电视传播为主导的全媒体传播的格局，利用全媒体平台宣讲政府政策法规、倾听百姓声音、解答百姓疑虑、拉近官民距离，形成了全媒体“联动娱乐”效应。总的来说，电视问政节目作为带有强烈时政性质的节目，形式是新颖的，这也是跨界使用多种电视类型的元素和表现手段后形成的独特性。

电视问政的节目形式是近年来城市电视台在内部广电体系机制难突破，外部新媒体冲击下的发展新出路。城市电视台应该在当地深耕与服务，在无法与其他强劲的卫视抗衡大型娱乐综艺节目及电视剧的情况下，另辟蹊径，结合自身优势来突破创新，电视问政节目无疑提供了一个上佳的范本。

随着台网融合以及全媒体融合进程的深入,电视问政节目利用新媒体对节目内容进行保留和固化,上传到网络供市民观看,有效整合音频、视频、文字、图片等全媒体资讯服务,市民可以在电视节目结束后的任意时间、地点关注并参与话题讨论,形成二次发酵。

舆论监督是新闻媒体的重要职能之一,办好新闻舆论监督节目,不仅能够提升媒体的公信力、创新力和自我发展能力,也能密切党群干群关系,助推中心工作的改进与落实。新闻舆论监督不是一种社会中的对立或对抗,而是要形成一种社会协调状态,不是为了由外至内的批评,而是为了由内至外的建设。作为舆论监督新利器,电视问政节目也应以此作为发展目标。电视问政节目只要始终恪守“建设性”这一信条,大胆探索,持续创新,进一步提升层次与内涵,增强监督实效,让地方党委和政府肯定,让人民群众满意,就一定能保持持续的生命力。<sup>[3]</sup>

电视问政节目通过全媒体联动增强了官民之间的互动,扩大了节目的影响力。节目突破各类新媒体的“围剿”,让节目呈现差异化发展,建构出多点化扩散、分众化传播的交互联动沟通机制。<sup>[4]</sup>新媒体时代的到来,降低了市民群众参与政事讨论的门槛,互联网的普及,可以让民众根据个人的条件和习惯,选择合适的媒体资源,在相关平台上对政府管理层进行质疑问责等。与此同时,电视问政节目实现了“媒体舆论场”和人民群众“口头舆论场”的和谐统一。<sup>[5]</sup>通过多媒联动,开阔了人民群众与政府联系交流的渠道、加深了政府与民众的相互理解,政府更直观地倾听民众的声音,民众能更深刻地理解政府的政策,官民之间实现平等对话,最终形成一种舆论场,官与民拧成一股绳。利用全媒体平台,官与民之间、民与民之间加强了互动,是一种互动式的“联动娱乐”。

武汉电视台的《电视问政》直播中通过武汉网络电视黄鹤TV收看节目的人数达70多万人次,通过手机客户端“掌上武汉”收看节目的人数达40万人次。在直播中,有的官员对答如流,有的被问得哑口无言,有人面露尴尬,额头被汗水浸得发亮,还有人声称“第一次听说这个问题”。而这一切,都通过电视、收音机、电脑以及手机客户端,传递给千家万户。在节目直播中,场外观众可以通过打热线电话参与节目,利用微信、微博参与话题讨论,实时“吐槽”,主持人挑选网络热门评论留言进行现场播报,其余留言在节目现场大屏幕下方的滚动条出现,场外观众的参与度充分调动起来。值得注意的是,随着近两年网络直播的火热,观众边看视频边发弹幕成为潮流,市民在网络上观看问政节目的同时,发送弹幕对节目内容进行评价与讨论,弹幕内容或调侃或吐槽,发送弹幕和观看弹幕不失为一种新开发的乐趣。

广大网友发挥聪明才智与艺术天赋,对电视问政节目相关片段进行二次创作,用趣味的方式传播严肃内容,戏剧化效果明显,娱乐味道十足,形成区域内独特的短视频、表情包、网络流行语文化。

网友剖解电视问政节目中的话题后,通过重复、再创作等形式,对经典的视频片段作再加工,对单个声音作重复、变调,重新剪辑、配音,重配字幕,制作出鬼畜视频。鬼畜视频带有强烈的节奏感,在强化焦点、讽刺社会的同时,娱乐着广大网友受众,让观众看后情不自禁地跟着起舞或唱和,从而产生一定的愉悦感。在电视问政节目中表现良好的政府官员的鬼畜视频,多配以经典正能量的画面,背景音乐气势恢宏有干劲。而在节目中表现欠佳的政府官员的鬼畜视频,多以鼓励或调侃风格为主。不论何种风格的鬼畜视频,都能给观看视频的人带来力道十足的视听冲击,兼具独特的娱乐效果。

网友取材于电视问政节目,制作出风趣幽默、易于传播的表情包。在新媒体时代,形式本身也是内容,网友制作和分享表情包,让普通群众看见忍不住会心一笑,可以拉近政府和网友之间的距离,柔化政府的形象,改变相关部门或者政策在群众中严肃刻板、传播形式传统、话题严肃的认知偏见。表情包不是一套高度组织化的抽象符号,而是有表情的交流,没有照本宣科的单调乏味甚至官僚习气,而是富有情感、性格以及有温度的服务。表情包这种传播方式,符合广大网友的需求,现场感与代入感较强,用户体验效果好。譬如,网友近几年根据官员在问政节目中的金句制作的表情包——“不要

老熬夜”“记得住乡愁”“打铁还需自身硬”“撸起袖子加油干”等，使原本严肃的政治语言变得生动活泼、接地气，成为年轻观众与网友在网络沟通中的重要工具。

## 四、结论与建议

电视问政节目以声画造型的传播方式与艺术的审美思维，向观众传递着政府管理信息，渲染着新型娱乐氛围，满足着观众多样化的需求。电视问政节目同时打破了以往固有的传统的监督模式和方法，采用独特的大胆的创新形式，借助电视台及新媒体的传播影响力与优势，让政府官员公开透明地进行现场直播，直接回答民众提问，拓宽了民众参与政治的渠道，是对社会监督方式的一种创新。老百姓的执行权、监督权和质询权都得到了充分的实现。

赖特将大众传播的“环境监视功能”“社会联系与协调功能”“社会遗产传承功能”等社会功能概括为三个方面，在此基础上，增加了“提供娱乐”的功能。电视问政节目的娱乐效应，有力印证了赖特关于大众传播功能的科学论断。电视问政节目的娱乐场景、娱乐效应与娱乐新潮，增强了艺术感染力，提高了节目品牌形象。电视问政节目通过娱乐化的表现形式，增强了人民群众与相关执政部门的沟通与交流，发挥着舆论监督的作用。

当下和未来的电视问政节目，更应当紧扣时代主题，坚持节目的权威性、严肃性操守，充分发挥全媒体时代的联动效应，搭建好政府与人民大众沟通的桥梁，发挥人民群众的监督权与知情权，推进阳光政府的健康运行。电视问政节目在追求收视价值的同时，应不忘初心，不该只为“眼球效应”博取观众的注意力，片面追求节目的娱乐效应，需要尽可能找准“娱乐效应”与“舆论监督”的平衡点。当然，为了营造良好的自然环境和商业环境，提高当地的行政效能与效率，一方面可以借助电视问政节目等形式发挥舆论的监督作用，另一方面，当地的人大代表也应当更深入地了解民情，更深切地按照民众的呼声履行职责。

### 参考文献：

- [1] 万忆，覃露莹，易正逊．从南宁台《向人民承诺》看电视问政节目新探索 [J]．中国记者，2017（12）．
- [2] 吴闻哲．互联网思维下电视问政节目的思路探讨 [J]．视听纵横，2018（6）．
- [3] 顾良达．对电视问政类节目生命力的理性思考 [J]．案例与方法，2019（6）．
- [4] 李亚铭，赵敏．媒介融合背景下电视问政节目的机制建构 [J]．青年记者，2018（26）．
- [5] 陶甚健．构建政府联系群众的“立交桥”——城市台电视问政节目的实践与思考 [J]．中国广播电视学刊，2015（1）．

[责任编辑：华晓红]