



hengfeng hangfeng rexian
quanmeiti shidai de yulun chuanbo

政风行风热线： 全媒体时代的舆论传播

李晓雷 著

中国矿业大学出版社

China University of Mining and Technology Press

政风行风热线： 全媒体时代的舆论传播

李晓雷 著

中国矿业大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

政风行风热线：全媒体时代的舆论传播 / 李晓雷著.
徐州：中国矿业大学出版社，2017.12

ISBN 978 - 7 - 5646 - 3838 - 2

I. ①政… II. ①李… III. ①舆论—传播学 IV.
①G206

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 319145 号

书 名 政风行风热线：全媒体时代的舆论传播
著 者 李晓雷
责任编辑 齐 畅
责任校对 孙 景
出版发行 中国矿业大学出版社有限责任公司
(江苏省徐州市解放南路 邮编 221008)
营销热线 (0516)83885307 83884995
出版服务 (0516)83885767 83884920
网 址 <http://www.cumtp.com> E-mail: cumtpvip@cumtp.com
印 刷 徐州市今日彩色印刷有限公司
开 本 787×960 1/16 印张 15 字数 286 千字
版次印次 2017 年 12 月第 1 版 2017 年 12 月第 1 次印刷
定 价 68.00 元

(图书出现印装质量问题,本社负责调换)

序

20世纪90年代末以来,在改革开放的大潮中,中国经济高速发展、社会形态急剧变革,建立、健全与市场经济体制相适应的制度、监督并重的惩治和预防腐败机制,让权力在阳光下运行是纪检监察工作面临的新形势、新任务。此时,政风行风热线节目如燎原之火,在全国普遍展开。

徐州市级《行风热线》栏目是2003年12月1日开播的。这项工作以高度的政治站位,秉承以人民为中心的宗旨,着力解决群众反映强烈的热点、难点问题,通过广播媒体的连接,密切了党委政府与人民群众的联系。这项跨世纪的创新之举,有效地将纪检监察机关的监督与媒体的舆论监督、群众的社会监督以及人大政协的专门监督结合起来,不断完善监督制约机制,促进行政权力规范运行,受到人民群众的欢迎和拥护,被称为党委政府通过媒体施政的典范。

2003~2014年十年之间,徐州市级《行风热线》不断成长壮大,不断创新发展:上线单位由最初的25家,发展到2014年的114家,实现了与人民群众生活密切相关的机关、企事业单位和社会领域的全覆盖;广电节目周一至周五,实现了行风热线节目工作日全覆盖。以徐州市级行风热线为龙头,全市各县(市)区全部开通行风热线节目,实现全市行风热线工作的全覆盖;市级《行风热线》节目也由最初的广播媒体一家独唱,变为广播、电视、网络、报纸“声屏网报四位一体”的全媒体传播,形成联动监督的有效合力。《行风热线》节目形态,也由最初的广播直播室上线单位领导访谈,变成省市县政风行风热线“四位一体”联动直播,徐州市市长带领主城区区长和市直各部门负责人走进直播现场与群众对话,现场办公处理问题,极大地促进了政务公开、依法行政,开创了纠风工作的新局面。2014年,《行风热线》节目更是深入探索与“12345”政府服务热线的协作联动,整合各行业领域的热线监督资源,形成新的监督合力,回应人民群众对行风热线解决民生问题与日俱增的期待与关切。十年之间,徐州市级《行风热线》节目为民办实事,解决各类问题难题近四万件,群众满意率超过90%,社会影响力不断加大,美誉度不断增强。《行风热线》节目的每一个发展进步,都深刻体现了人民的力量、监督的力量和民主政治建设的进步力量。

浩渺行无极,扬帆但信风。时代在前进,热线在继续,政风行风建设永远在路上。徐州市级《行风热线》始终坚持以人民为中心的价值追求,听民声、察民

情、解民忧、聚民心，坚持人民的利益高于一切，让人民群众在公开、公平、公正的环境下，安居乐业，共享改革发展成果。我们不忘初心、牢记使命。

尽管《行风热线》的主办主体、承办的形式、节目的内容会有些许调整变化，我们坚信，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，行风热线工作将继续遵循尊重人民、依靠人民、服务人民的原则，以人民群众满意为工作的唯一标准，以为民解忧、为民办实事为工作抓手，畅通热线，回应群众关切。《行风热线》节目必将成为党和政府倾听群众呼声、了解社情民意的连心桥；成为宣传解读党和国家政策法规、推行政务公开的服务台；成为促进政府有关部门转变职能、改进工作，依法行政的监督岗。

本书作者李晓雷同志一直负责《行风热线》节目的媒体策划、管理和运行等具体工作，与徐州市纪检监察机关相关部室密切协作多年。他把2003~2014年间徐州市级行风热线工作发展的好经验、好做法，以及在全媒体时代行风热线节目引导主流舆论传播的实践和体会，系统思考，形成专著，既有资料价值，又不乏专业思考和工作教益。这在全国同行中并不多见，在此，我为作者点个赞吧。

徐州市纪委副书记、徐州市监察局局长 刘章华

序

在中国传媒历史上,从来没有一档节目像“行风热线”那样对社会发展和变革产生如此巨大的影响。

“行风热线”节目诞生于20世纪90年代末,以倾听群众呼声、解决百姓烦难、化解社会矛盾、促进和谐为宗旨,呼应了改革开放这个大时代党和政府的期望、人民群众的期待及社会发展需求。今天,“行风热线”节目在全国声势浩大,赢得各方赞誉,其节目模式不仅在传统媒体的传播场域中成为传播主流,在当下网络新媒体环境中,传媒势头更为强劲,甚至成为中国社会文化的传媒符号,对社会各领域持续产生广泛而深远的影响。

2003年12月1日,徐州广播《行风热线》节目开播,我当时在市委宣传部,作为徐州市《行风热线》协调小组成员,参与筹备并见证了这个经典的热线理政节目的创办过程。十几年过去了,徐州广播《行风热线》节目成为全市宣传思想战线的优秀品牌,在省市纪委的推动下,徐州市级《行风热线》实现广播电视网络报刊“四位一体”联动新模式,率先开启徐州广播电视台全媒体传播的新时代。

站在徐州广电融合发展的新起点上,我想,徐州《行风热线》要继续贯彻习近平总书记以人民为中心的理念,充分发挥其党和政府与人民群众的“连心桥”、行风建设的“监督岗”的作用,持续引领民生监督类节目再上新台阶、再上新水平。

这本书是以徐州广播《行风热线》的发展为考察对象的。徐州广播与全国政风行风热线一样,是在新时期新闻改革的大背景下不断演变和发展的。《行风热线》对于舆论监督模式的创新之举,是遵循广播传播规律、发挥广播媒介特性的一次本体回归,是创新广播传播理念、传播手段,提升广播媒体政治地位和社会影响力的一个非常成功的媒体实践。我们需要更多的编辑记者,在传媒发展的历史中思考和沉淀,在节目理念和形态的变革中探索和总结,在面对新的传播环境的挑战中,不断创新,有所作为。

能用学术的眼光和角度,去探讨我们的工作,这是我感到欣慰的地方。

徐州广播电视传媒集团党委书记、董事长、台长 李爱彬

心的方向

——徐州《行风热线》主题歌

李晓雷

穿越你的声音,我流泪的眼睛
期盼你的笑容,我全部的生命
在每一次热切的期望里
总有一种信任,让我坚强
总有一份真情,让我感动

握住你的手,心与心的桥梁
温暖你的心,手与手的方向
在每个人的故事里
总有一缕阳光,给我力量
总有一个梦想,带我飞翔

2009年3月

目 录

序	1
序	1
心的方向	1
第一章 行风热线:源起发展与成功模式	1
第一节 《市民与社会》及行风热线源起	1
一、美国总统与上海人民广播电台《市民与社会》	1
二、谁在全国第一家开通《行风热线》	4
第二节 政风行风热线的发展	8
一、全国政风行风热线的发展阶段	8
二、江苏行风热线的历史轨迹	15
第三节 广播成功的原因、模式与意义	22
一、行风热线的成功模式与社会意义	22
二、广播成功的原因、模式与传媒意义	25
第二章 政风行风热线与徐州广播	43
第一节 徐州广播的前世今生	43
一、新中国成立前,徐州广播事业 20 年的峥嵘岁月	43
二、20 世纪 40~70 年代,徐州广播事业的曲折发展	46
三、改革开放 30 年,徐州广播事业跃马扬鞭大发展	53
第二节 徐州《行风热线》十年发展	82
一、2003~2009 年,横空出世,广播唱主角	83
二、2010~2014 年,声屏网报,行风四重奏	87
第三章 政风行风热线节目形态嬗变	99
第一节 徐州行风热线的前身	99

一、广播热线监督类节目寻源——《听众信箱》	99
二、徐州行风热线前身——《热线直通车》	102
第二节 徐州行风热线:创新形态、融合传播	106
一、节目组织与发展特色	106
二、广播《行风热线》节目的直播形态	113
三、从户外直播淮安模式到省市联动直播徐州模式	128
四、徐州电视问政《对话一把手》	136
第四章 全媒体时代的舆论传播	139
第一节 舆论及传播要素	139
一、舆论的形成与扩散	139
二、全媒体时代的舆论传播形态	143
第二节 领导干部如何应对政风行风热线	154
一、“行风热线”是一种政府形象	154
二、领导干部如何应对政风行风热线	155
第三节 徐州《行风热线》典型事例	161
一、第一期《行风热线月报》通报	161
二、徐州《行风热线》十大典型	162
附录	170
附录一 徐州《行风热线》节目活动文本	170
一、《行风热线》直播节目文案	170
二、2013年5月13日《沟通》直播节目文案	177
三、2012年江苏省市政风行风热线“四位一体”联动直播的 徐州实录	182
附录二 徐州行风热线六周年庆典实录	209
一、徐州行风热线六周年庆典流程和活动实录	209
二、原创小品《暖人的热线》剧本	220
参考文献	225
后记	227

第一章 行风热线：源起发展与成功模式

第一节 《市民与社会》及行风热线源起

一、美国总统与上海人民广播电台《市民与社会》

历史聚焦在1998年6月30日12时10分，正在中国访问的美国总统克林顿，走进了上海人民广播电台《市民与社会》节目直播室，就中美关系的发展前景，与上海市民对话交流50分钟。

美国总统克林顿走进中国上海人民广播电台直播室，与上海市民直接对话沟通，颇具亲民色彩。尽管这是一次外交活动，但上海听众反响热烈，中外媒体报道火热，评价很高。很多人不曾想到，这次直播，不仅成为中国有史以来最引人瞩目的传媒事件，更引发了中国传媒节目形态的大变革，直接引发一场席卷全国的舆论监督节目风行天下长达十年之久，至今仍然创新不已、经久不衰。

克林顿不是第一位访问中国的美国总统，中国民众对这位美国总统以及美国文化的认知与关注，不完全是因为中美关系这个国际政治因素，更重要的是改革开放的中国社会民众，被异域文化所吸引，有一些探究、好奇的因素。其一，克林顿是美国第一位出生于第二次世界大战后的总统，46岁入主白宫。1998年6月25日，美国总统克林顿对中国进行为期九天的正式访问，这是他任内首次访问中国，也是1989年2月布什访华九年后，美国在任总统首次访华，为中美关系的跨世纪进程确立了战略框架。这本身就是中美外交史上的重大历史事件，因而举世瞩目。其二，克林顿的访华班子极尽庞大而奢华，吸引全球目光，自然也刺激了中国民众的好奇心。随克林顿总统访华的代表团有1200多人，创历史之最；随团采访的记者有375人，仅通信器材就达60吨。除总统专机“空军一号”外，代表团还配备了两辆黑色的专用安全通信车，10辆防弹车，甚至包括演讲用小台架及饮用水。白宫安全助理曾开玩笑说：“几乎要把整个白宫都搬到中国去了。”其三，克林顿出身草根而入主白宫的传奇经历，他那美貌、智慧的第一夫人希拉里律师，他们只生一个女儿的独生子女家庭，以及他爱阅读并随身携带加西亚·马尔克斯的小说《百年孤独》，擅吹萨克斯，养一只名叫索克斯的宠物猫等诸多私人生活细节，都成为中国民众了解美国文化的独特元素，因而在年轻人中形成一股克林顿热，不足为奇。

值得一提的是，克林顿总统访华期间，还有几件事首创中国纪录：一是央视首次向全国转播中美首脑会谈，这在过去，无论政治因素或技术因素都是不可想象的。二是在北京大学克林顿总统演讲后，几位学生就中美关系台海问题等提问尖锐，成为当年最引人关注的文化事件。三是克林顿总统历史性地访问一家媒体，来到上海人民广播电台《市民与社会》直播室与听众直接对话交流。从传媒角度来看，像一记重锤猛然敲击在中国媒体僵化而脆弱的节目形态的大鼓上，其震耳欲聋的响声，至今犹在！又像按动了舞台大幕的电钮，让你看到新闻节目改革的新时代在你面前徐徐展开。

大幕是这样打开的：在《市民与社会》50 分钟的节目里，上海市民争相打通热线电话向克林顿总统提问：“如何进一步发展中美贸易？”“对中国加入世贸组织有何看法？”“如何发展中美教育合作？”克林顿总统对此认真地谈了自己的看法。

随访的庞大美国记者团，以及多国驻华记者，一时间聚焦上海人民广播电台。他们的新闻报道和评论使《市民与社会》的广播直播节目形态瞬间引发了全世界的关注，《市民与社会》也注定在中国传媒史上写下了重要一笔。

20 世纪 90 年代，新闻改革已是激流涌动，人心思变，一些新构想新形态已经在悄悄尝试，美国总统的到来，只是把幕后的东西曝光在镁光灯下，成为世界关注的新闻焦点而已。

《市民与社会》是上海第一个大型新闻谈话类直播节目，1992 年 10 月 26 日正式开播，中午 12 点 10 分到 13 点，每天 50 分钟，每周 5 档节目。节目主要邀请政府官员、专家学者作为嘉宾走进直播室，主持人和节目嘉宾接听市民热线电话，与听众双向沟通交流。

这个节目的诞生，是上海改革发展的必然！

1992 年，上海浦东大开发开始启动，社会各领域的改革发展进入关键期，社会矛盾非常突出，乘车难是诸多社会矛盾中最为突出的问题。

上海人民广播电台新闻部副主任陈接章是《市民与社会》节目创办者之一。他说：“当时我们思考能否开设一档真正体现民众声音的节目，让广播捕捉改革中的时代气息？我们把这一档节目定位为一方面是公众的一个表达平台，还有一条就是政府官员和社会民众通过这样一个广播节目平台进行交流沟通。”

上海人民广播电台《市民与社会》节目选择以解决乘车难为突破口，做系列报道，听众反响热烈，引起市领导的重视，为解决问题营造了较好的舆论氛围。1992 年 11 月 4 日，上海市副市长夏克强与上海市交警总队和公交公司的负责人一同走进《市民与社会》直播室，参与节目。许多市民通过热线电话反映了乘车难的问题，市长和相关部门负责人现场探讨了改善交通、解决问题的办法和思

路，直播取得成功。上海市副市长夏克强成为中国传媒史上第一位走进广播直播室、参与广播直播互动节目的政府高官。

陈接章说，这样一场政府高官和民众的集体讨论其实非常融洽。我们所谓的市长热线应该是一炮打响。节目结束后大家非常高兴，我记得夏克强副市长说了一句话：“以后你们再请我，随叫随到”。

多年以后，上海市副市长夏克强已转任上海机场有限公司董事长，他回忆第一次走进直播室参与《市民与社会》节目时说：“以前没有这个方式，提出这个方式我认为这是很好的，提供了我作为一个分管副市长怎么更好地跟百姓沟通的渠道，了解当时百姓的疾苦或者需求，也能够把政府的一些想法跟百姓进行交流，所以我就欣然同意去参加这样一个节目。”

《市民与社会》节目一炮走红，随后，上海市以及各区县的领导纷纷走进《市民与社会》直播室。据统计，《市民与社会》开播一年零四个月，已经有市长和7位副市长与市民“空中对话”11次，市政府有关部门和区县负责人与市民对话80多次，解决的实际问题不计其数。

像上海市副市长夏克强这样的政府官员走进直播室，与市民直接交流，让街谈巷议、市井言论直达市长，让这些不一样的声音能够对社会事件、政府决策形成影响，这铸就了《市民与社会》的独特风格和价值追求。一时间，《市民与社会》的节目片头“时事热点的讨论，公众意见的论坛”成为街头流行语，上海听众亲切地称《市民与社会》节目为“市长热线”。它不仅是上海影响最大、听众最喜欢的广播节目之一，而且节目模式和影响也波及全国，创一代风流。

上海人民广播电台《市民与社会》节目被听众誉为“信息交流的渠道，官民对话的桥梁，公众意见的论坛”，1999年荣获“中国新闻名专栏奖”。

美国总统克林顿也是为《市民与社会》节目做了一次效果惊人的广告，上海人民广播电台的《市民与社会》节目当年被《美国国家地理杂志》称为“中国独特的公众论坛”。

随后，与《市民与社会》相类似的节目在全国风行一时：

1995年6月，湖北武汉人民广播电台开播《市民之声》；

1997年1月，吉林人民广播电台开播《738百姓热线》；

1997年9月，河北邢台人民广播电台开播《行风热线》；

1998年4月，重庆人民广播电台开播《时政热线》；

1999年3月，山东临沂人民广播电台开播《行风热线》；

2002年6月，河北人民广播电台开播《阳光热线》……

不少节目和《市民与社会》的创新理念相同、运行模式相似，社会效果相近，在全国范围内获得巨大成功。

二、谁在全国第一家开通《行风热线》

（一）河北邢台与山东临沂的“第一”之辩

《市民与社会》节目模式成为一种经典范例，甚至成为新时期中国文化的传媒符号，影响广泛而深远，以至于我们已经把《市民与社会》节目当作“行风热线”节目的源头。但是，《市民与社会》与后来的“行风热线”节目无论内容性质还是传播意义等方面，都不可同日而语。十年之间，“行风热线”节目在全国浩浩汤汤，已成传播主流。十年之后，我们回眸历史，寻源问道的意义何在？

2006年8月21日，《人民日报》头版头条刊登一篇题为《倾听群众呼声，解决百姓烦难——政风行风热线化解矛盾促进和谐》的通讯。文章说：“自1999年山东省临沂市开通了全国第一条行风热线以来，政风行风热线工作得到了发展，目前全国开通政风行风热线的省份已经达到29个，市（地）一级的开通率普遍达到80%以上……”这是对全国政风行风热线发展的阶段性总结，不料，这篇文章引发了一桩学术公案：第一家通行风热线的究竟是谁？

当年《中国广播》杂志发表《全国第一条“行风热线”是由哪家电台开通的》，首先对此说法提出质疑：把山东省临沂市作为“行风热线”的率先发起者是不准确的。

文章引述：1998年7月，在河北省邢台市，邢台人民广播电台在早间新闻直播板块《黄金60分》节目中，率先策划了新闻舆论监督栏目《行风热线》。这是贯彻落实党的十五大报告中“完善民主监督制度”“把党内监督、法律监督、群众监督结合起来，发挥舆论监督的作用”的有关精神，结合节目改版策划的《行风热线》节目，邢台市精神文明建设委员会与邢台人民广播电台联合开办、共同运作。

在邢台市委市政府的指导和协调下，确定了19个政府部门和窗口行业负责人，每月定期轮流到电台直播间与群众直接对话，接受听众质询、答复听众提出的问题、汇报部门行风建设情况。这是邢台市民主政治建设的一大创举。一时间，《行风热线》受到群众普遍欢迎，被称为“民主线”、“连心桥”、“服务处”、“监督岗”。

据此，文章宣称，开通全国第一条“行风热线”的城市不是山东省临沂市而是河北省邢台市。文章认为，由河北省邢台市文明办和邢台人民广播电台联合创办的《行风热线》节目，应该是全国创办最早的热线理政节目，节目于1997年9月1日正式开播，从开播时间上看，也是全国第一家开播的行风热线节目。

此外，也有资料显示：河北人民广播电台《阳光热线》节目与河北省民主评议办联合开办，2002年6月3日开播，每天7:30~8:00播出，是全国省级电台开办的第一个政风行风热线节目。

那么，第一家“行风热线”究竟是谁？

首先，“行风热线”在全国取得巨大成功，被领导和专家称为“党委政府通过媒体施政的典范”，成为中国改革发展，推进法制建设和民主化进程的一个时代符号。我们回过头去根究十年前谁是第一家开播，意义何在？

其次，“行风热线”节目在全国各地电台开播，时间有早晚，名称不尽相同，但运行模式基本一致，联办方式基本相同，在国务院纠风办及各级纪检监察机关的强势推动下，已经成为遍及全国的常设节目，我们回过头去，从开播时间上排座次，究竟意义何在？

第三，“行风热线”节目开播第一家之谓，是否还分层次排列？谁是县级广播第一家？谁是地市级广播第一家？谁是省级广播第一家？那么评判标准又是什么？是开播时间、解决问题的行政影响力、社会关注度，还是行风热线节目本身获得的荣誉？

如果认真地、科学地总结十几年来全国政风行风热线的发展成果，似乎又回避不了这个问题。尤其是传媒圈里的这桩学术公案：河北邢台与山东临沂的“第一”之辨，已经无法回避。

从节目理念、节目形态、运营模式和影响力，以及开播时间来看，应该说全国“行风热线”这类听众与主持人互动、在节目直播状态嘉宾参与话题讨论的新闻访谈节目，都是借鉴上海人民广播电台《市民与社会》节目的发展与延伸。

就节目社会影响力、节目辐射力、获得政府高官的参与度与关注度而言，《市民与社会》有着独特的地位。据资料统计，走进《市民与社会》直播室的嘉宾有当时的上海市委市政府徐匡迪等主要领导、多位副市长，节目不仅有上海市委市政府各委办局、各区县领导参与，还邀请全国各省市、自治区、直辖市甚至国务院部委的有关领导走进直播室参与节目。1998年来访的美国总统克林顿也获邀到直播室，就中美关系发展前景与上海市民进行直播对话。这些记录至今在全国无人企及。

关于河北邢台与山东临沂开播行风热线的“第一”之辨，不时有业内人士著文释疑，有的还延伸到在全国媒体中的首位度、对同类节目的影响力和指导意义。

《中国广播》又刊载《新闻名牌到民心工程——邢台电台行风热线十年实践的思考》一文，披露河北省邢台市文明办和邢台人民广播电台联合创办的《行风热线》节目，1997年9月1日正式开播，节目开播意义重大、空前成功：在全国广播同行中引起共鸣，辽宁、山东、河南等兄弟电台和文明办或纠风办的同志来邢台，真切感受《行风热线》节目的魅力所在。同时，也引起业内专家、学者的关注……此后不久，河北省委宣传部、河北省记协向全省新闻界推介“邢台经验”。

2000年夏天，中国社科院新闻与传播研究所所长尹韵公到邢台调研《行风

热线》节目后，大声呼吁：“《行风热线》是我们一个地方精神文明的名片，希望地方能够珍惜它，现在办三年，我希望一直办下去，十年、三十年。走出河北，走向全国。”2001年，邢台《行风热线》荣获第二届中国新闻名专栏奖，实现了邢台市委提出的“把行风热线办成群众满意、全国叫响的名牌栏目的要求”。

2002年，河北民主评议行风办公室副主任高长水在考察邢台市电台《行风热线》时指出：“行风评议自从有了纠风办就有了，是从1990年开始的，那时行风评议只是促进纠风工作落实的一个手段，并没有作为一项工作来部署。2002年，河北省纪委提出要把行风评议这项工作做大，把民主评议政风行风工作纳入规范化、制度化轨道。民主评议政风行风工作给‘行风热线类’节目一个‘户口’，媒体的行风热线现在已经成为政府纠风工作的一部分。”这真实客观地描述了“行风热线”发展的阶段性和走向，也为解决这桩媒体公案提供了有效论据。

“行风热线”是依靠热线直播互动，嘉宾与听众直接对话的舆论监督类访谈节目，初创时期，因地制宜、百家争鸣，有党政部门参与联办、轮流上线的现实，但节目流程并没有一定之规，直到纪检监察部门加入联办，把这类节目变成纠风工作的一部分进行规范化、制度化推广，才在全国普遍开花，呈燎原之势，成为各地常设节目。

打开山东临沂市“行风热线网站”主页，公开资料介绍：1999年3月8日，临沂市政府纠风办与广播电台联合创办了《行风热线》，组织与群众生产生活密切相关的市直部门负责人轮流到电台直播间，以“替百姓说话、为政府分忧”为宗旨，通过热线电话与群众沟通交流，排忧解难，成为全国第一家纪检监察部门与广播电视系统联办的“政风行风热线”节目。

由此，不难理解，如果把纳入纪检监察部门统一指导的时间为标准，邢台电台与文明办联办《行风热线》，时间虽早，但不在统计之列。临沂市政府纠风办与广播电台联合创办的《行风热线》，时间虽晚，但“户口之说”确实名副其实，因而确定临沂台是全国第一家开播行风热线是有依据、有共识的。

临沂广播电视台副台长赵学芝介绍，临沂《行风热线》是学习上海人民广播电台《市民与社会》的节目模式创办的，每天固定7:30~7:55播出，四个广播频率，一个电视频道，同步播出，节目组人员达到25人。上线单位30家，每天一家单位上线，每月一轮回，上线时间固定。比如民政局5号上线，下个月仍然是5号，每天都有。当年腊月二十五停播，次年正月十五开播，使这项工作有了一个固定的时间表。

赵学芝说，上个月受理的问题，下个月集中跟踪投诉人，回访反馈。只要你电话打进来反映的问题，一定给予解决，解决率达到100%，而且承诺25个工作日内一定解决。2001年，临沂市委书记乔延春同志走进临沂电台直播室，参与

“行风热线”25分钟节目，线上线下接听电话，收到短信91条，当天所有问题全部解决。当年11月7日，临沂市委副书记、市长李群同志上线，接听电话22个，短信127条，所涉及的问题，短时间内全部解决。临沂台《行风热线》一下子成为群众有难题求助的第一渠道。

多年以来，临沂台选定30家群众关注、领导重视的单位上线，市委书记、市长带头上线，市直单位一把手上线率超过80%，县区一把手上线率达90%。临沂台在全国较早实行广播电视并机直播，发挥广播的直播优势和双向互动优势，实行省市县三级联动全覆盖，为行风热线工作提供了更大的发展空间。临沂台坚持解决问题不拖延，争取当天办理、当天解决，疑难问题一月为限，全面解决问题，增强了政府的公信力。临沂市委书记乔延春说，临沂行风热线解决了大量民生问题，化解了社会矛盾，推动政府效能提高，成为城市品牌。无论到任何时候，临沂这两个品牌不能丢，一个是临沂国际商贸城品牌，一个是行风热线品牌。

至于上海人民广播电台，直到2004年才正式与纪检监察部门专门联办一档实至名归的政风行风热线节目，以响应全国纠风一盘棋的工作大局。

（二）河北开通全国首家省级政风行风热线

2002年6月3日，河北人民广播电台开播的《阳光热线》成为全国省级电台开办的第一个政风行风热线节目，无可非议。

作为全国第一个省级电台开办政风行风热线节目，其影响之大、关注度之高、赢得荣誉之盛都是空前的。

它的意义首先在于把直面群众监督的层次，提升到省级行政层面，其推进民主政治建设的力度，不言而喻。其次就政风行风热线的节目发展而言，河北省电台开通《阳光热线》，打通了地级市热线监督节目向上向前（省级）发展和向下（区县级）开放覆盖的通道，形成纠风工作搭建政风行风热线平台全国一盘棋的重要格局，这类节目得以迅速推广，席卷全国，掀起热潮。对普通群众，尤其对远离城市的农民，城市下岗低保等弱势群体而言，一件生活难事可以越过县级、市级行风热线平台，与省长直接对话交流，《阳光热线》成为高层党委政府与普通群众直接交流的纽带和桥梁。参加河北人民广播电台《阳光热线》的一位副省长说，这个节目重在赢得民心。这才是执政之基。

据统计，参加河北省民主评议的61个省直部门厅级领导，轮流到河北人民广播电台《阳光热线》直播室接听群众电话和接收手机短信，解答政策咨询，受理听众投诉，每次节目接听群众热线电话都在10000多人次。截至2007年底，6年间共有12位河北省领导、530多位厅局负责人走进《阳光热线》直播室与听众直接交流，解决各类问题45000多个，退还各种不合理收费2亿多元，问题解决率达98%以上。

河北人民广播电台《阳光热线》赢得广泛赞誉，社会舆论评价：密切干群关系的“连心桥”、解决社会矛盾的“减压阀”、提升党和政府形象的“展示台”、加强政风行风建设的“监督岗”。这些赞誉成为全国同类节目的经典评价，在很多地方成为节目形象宣传的标配。

河北人民广播电台《阳光热线》被不少高校列为研究课题。中国人民大学新闻学院将其列入教学课程，新华社新闻研究所、中国社科院新闻研究所、中国传媒大学、暨南大学的数十位专家教授撰文高度评价《阳光热线》是“对中国舆论监督类节目的创新和发展”，“代表了当代中国广播节目品牌建设的最高成就”。

不少领导和专家赞誉《阳光热线》为河北“阳光模式”，节目辐射全国，产生了深远的影响，并在全国掀起新一轮广播改革的热潮，是“中国新闻改革的一面旗帜”，成为“党委政府通过媒体施政的典范”。

第二节 政风行风热线的发展

一、全国政风行风热线的发展阶段

作为一个重要传媒现象，“行风热线”十年有余，涉及全国各地纪检监察系统，涉及省市县三级媒体，各地行风热线发展历程，形态各有创新、理念各有发展，纷繁驳杂，不一而足。如果进行严谨的历史分期，除了尽可能详细研究部分典型的案例外，以新华社、《人民日报》、中央电台电视台及相关网站公开报道的新闻资料为依据，也是重要选择。

本书将全国政风行风热线划分几个发展时期，冀以客观真实地描画政风行风热线发展的历史阶段。

（一）第一阶段，行风平台初创、形态风行全国

该阶段以山东临沂台《行风热线》开播为代表，各地政风行风热线工作平台萌动初创时期。

这一时期，从20世纪80年代中期开始，以各地各类广播热线直播节目为源头，且以上海人民广播电台《市民与社会》、广东珠江经济广播电台《秘书长热线》为代表，到2004年国务院纠风办在内蒙古包头市组织召开的“政风行风热线”工作座谈会为标志。

综前所述，广东珠江经济广播电台《秘书长热线》、上海人民广播电台《市民与社会》节目，是新时期广播媒体发展理念的创新成果，引起全国多地效仿，一时间全国各地开办不少依靠热线电话进行直播互动的舆论监督类谈话节目，可谓百花齐放，各具特色，直到各地纪检监察部门参与其中，对这类节目进行规范引导。这类舆论监督类谈话节目，省级台一般称为“政风行风热线”，市县台多称为