

好稿件要“十问”才能“常准”

□陆二佳

在报社第二季度采编评优中，我的稿件《从长水十问到长水常准》获得了好稿件二等奖。从第一季度的两会报道专题，到第二季度的长水专访，结合我在局机关记者站的采写经历，我愈发意识到深入采访的重要性，这也是记者的基本功。如同我这篇稿子呈现的从“问”到“准”一般，每次采访写作同样要“十问”甚至多问，才能做到“常准”。

《从长水十问到长水常准》源于5月份民航局在昆明召开民航服务质量和航班正常工作会。航班正常是民航的重要工作，每年民航局航班正常工作会的地点选择也非常讲究，今年选择在昆明，是因为昆明长水机场连续数月放行率在全国主要机场中排名靠前。会议期间，王志清副局长带着参会人员长水机场参观调研，详细了解其“常准”的经验，回

程车上嘱咐我认真发掘梳理长水机场的航班正常工作的做法。

事实上，“长水常准”已并不新鲜，报社也从“长水十问”的时候就对长水机场进行过深度报道，有《长水样本》，且报社成都记者站也有过不少对长水机场航班正常工作的报道。对我来说，是只知其“常准”的结果，此番正好借着航班正常工作会议的东风，详细了解其“常准”背后的故事。

接到任务后，我立刻在车上就联系了长水机场党委书记邓喜平和副总裁黄鑑，恰好二位领导也都在会议的酒店，顺利邀约到。黄鑑在接受采访时给我他在航班正常工作会议上的发言材料并就其中的主要工作做了说明，还给我带来了长水机场编写的航班正常工作的员工论文集，其中收录了三十余位不同岗位员工对“长水常准”



要目

■采访札记

2

好稿件要“十问”才能“常准”

陆二佳

「典型」的发现

吴勇

《四个人的支部》采写记

■业务交流

5

新闻标题可以通俗但不能跑偏

郭强

■他山之石

6

推陈出新：把「天大的事」做到极致

全昌连

■媒体动态

8

数字化转型中的英国记者：困顿与坚守

史安斌 王沛楠

■供您参考

11

如何避免隐形差错

薛来

■论新媒体

13

记者在新媒体时代需要哪些技能

张耀升

二零一六中国新媒体趋势报告发布

腾讯网

传媒边界消失，格局正在重塑

■封面照片

2

二零一六珠海航展上的《中国民航报》展台

李曦和 摄

的工作思考，极具参考价值。邓喜平书记则着重介绍“长水常准”的信息系统，并对整体航班正常情况高度概括，两位机场领导的介绍给了我很多启发。

但消化完材料之后，我觉得两位领导的信息仍不丰满，做成全面的梳理报道尚有欠缺，我决定继续深入采访。我先是联系了参会的开发“长水常准”系统的飞友科技 CEO 郑洪峰，电话里他向我更详细介绍了“长水常准”系统的整合信息的优势所在。第二天，我再次去参观过的机场 AOC，现场了解整体的运行模式并采访运行总监，将报告里的各项条块落到实际中看一看。最后，我又通过机场方面找了两位安检和机坪保障的普通员工，了解他们在“长水常准”中所做的工作与对航班正常工作的想法。会议最后阶段，王志清副局长对长水机场做了整体评价，至此我觉得采访才算结束，我自己对多个人的“多问”也收获了足够的材料。回京后我迅速组稿，并与机场宣传部积极沟通，得到了他们的肯定。

回头反思，这篇稿件我认为自己最大的亮

点在于采访搜集了大量的有效信息，找到了一些关键人物，然后根据信息提炼出其主要做法也就顺理成章。但显然，采访时间较短，尤其是现场体验仓促，一线员工交集较少，也使得整篇报道故事性较差，可读性不强，这也是下一步需要加强的地方。

台上一分钟，台下十年功。做记者亦然，稿件呈现出来都只是最后一步，最困难也是最精髓的部分，都是采访和收集信息的过程。其难度源于对稿件质量精益求精的态度，源于对自己的文字细致打磨的决心。新闻记者的职业追求永远应是崇高的，但犹如中国新闻奖评奖对差错“零容忍”一般，我更应打好采访和写作的基本功。目前，在局机关记者站，新闻线索有很多，我应在面对任何线索和写作的时候做到“十问”，采访十个人回答十个相关问题，相信好稿件的比率就会提高，做到“常准”。这也是民航工作作风的体现，我们的稿件是我们的产品，应做到用高质量服人，才能提升我们报社的整体竞争力。采

(作者单位：本报民航局记者站)

“典型”的发现

——《四个人的支部》采写记

□吴 勇

接到去耿马导航台采访的任务，是在2月下旬。其时，西南空管局张华书记告诉我们：今年4月，西南空管局党委将在云南分局的耿马导航台开一个现场交流会，观摩、学习这个边疆台站的基层党组织建设，希望我们能去看看。我们接下了这份邀约，但是并没有把它作为一次特别重要的任务来看待。类似的活动我们经历得太多，并没往深里去想。这次采访吸引我的是耿马导航台本身——我在20多年前就

听说过这个边疆台站，却一直无缘与之谋面。

4月15日上午，在耿马县委大楼三楼会议室举行的“西南空管局边远台站基层党支部党建工作现场交流会”上，所有讲话者都谈到的两个内容引起我的注意：一是耿马导航台党支部的双重管理模式，二是他们与边疆社会和少数民族人民的融合。这两方面的内容提示出一些线索——坚强的组织保证和党性的外化表现。交流会上的材料只有梗概，没有更具体的细

节。我想，只有会议结束后再去寻找相关做法的具体情况 and 那些事例梗概背后的故事。直到会议结束，我仍然把自己面对的新闻题材定位成基层党建的一个先进实例。他们在接受空管云南分局党委和耿马县直工委双重领导方面，其党建工作的计划、标准、流程、落实、总结、检查和考核确实相当规范。然而，这些“规定动作”可以规范支部工作和党员的言行，也就是说可以严明纪律，但并不能担保党员思想认识的提升和内在党性的增强。那么，交流会上用以印证这些经验所产生的实践效果的那些事例，实际上缺乏逻辑必然性。那些概述性的事例涉及台站一直以来成绩优异的民航业务，以及支部和党员与边疆社会的鱼水相融。而这些事例指向的是坚强党性在实践中的表现。交流会上，这些念头只是在我脑海里轻轻掠过，来不及细想。

下午去台站。毫无疑问，耿马导航台是一个美丽的边远台站，绿树成荫，鲜花盛放。在台站的支部活动室，我见到了支部工作的所有手册、记录和总结，从而把交流会上介绍的那些“规定动作”落到了实处。在活动室的书柜里，我还看到了各种学习材料。我有意翻了翻他们的学习记录，其中出现的内容都在学习材料之中。这时，那个你上午从脑海里掠过的念头开始变得明晰起来：经年不断的日常学习，是这个支部和党员党性力量的源泉。那一刻，我猛然意识到，自己正在采访的这个支部不仅仅是一个基层党建的先进个案，而且很可能是



中央正在全党范围内开展的“两学一做”活动在民航基层的一个优秀范本。意识到这一层，我开始关注他们的学习情况和那些事例梗概的具体细节。后来，支部以一堂有质量的微型党课证明了他们对日常学习的常抓不懈。党课结束后，我又就自己关心的问题采访了支部的全部4名党员。不仅问了学习情况，还请他们努力还原支农、抗震、助学和公益性地种植行道树等故事的当时情境。随着采访的深入，我愈加确信：这是一个民航基层党组织“两学一做”的典型。

在采访即将结束时，附近村民身着节日的盛装，敲着铜锣，打着象脚鼓，来到台站，给导航台的同志拜傣历新年。导航台的4名党员与他们手拉着手，围成一圈载歌载舞，并且互相泼洒吉祥水。这一幕所体现出的党员与群众的水乳交融，不正是我们党一直珍视的党群关系的完美诠释么？我觉得，眼前的欢乐场景把我的采访推上了最高潮。作为台站的客人，参加现场交流活动的代表，还有记者本人，也被热情的傣族人民祝福得浑身透湿。

回来写稿的时候，我为了突出西南空管局这次现场交流活动的主题，仍然以党建为主线来组织素材。但是，在行文中，我暗埋了自己心中认定的那个更重要的主题。要闻评论部的同事火眼金睛，看出了我的意图，并在“编者按”中将之全盘托出。于是，一个只有4名党员的基层党支部的故事就登上了《中国民航报》(4月29日)的头条。采

(作者单位：本报成都记者站)

新闻标题可以通俗但不能跑偏

□郭强

从9月下旬到10月初，中外发生的几条科技新闻成为媒体关注的热点，比如：全球最大单口径射电望远镜启用，小苏打“饿”死癌细胞，以及日本科学家大隅良典荣获2016年诺贝尔生理学或医学奖。通过对这三大科技新闻报道进行对比，可以发现新闻标题对新闻事件走向的影响。

9月25日，有着“超级天眼”之称的500米口径球面射电望远镜FAST，在贵州平塘县克度镇的喀斯特洼坑中落成启用，这个目前世界上最大的单口径射电望远镜被誉为中国“天眼”。“超级天眼”究竟有多灵敏？新华社的报道中有这样一个生动的描述：“科学家打了个比方，有人在月亮上打手机，也逃不过它的‘眼睛’。”对于此事的报道，多家报纸的标题基本围绕着“天眼”和“慧眼”两个关键词展开，比如，北京日报：《“天眼”睁眼，寻找宇宙中的“诗和远方”》；新闻晚报：《给我一双“慧眼”吧》；深圳晚报：《“中国天眼”一眼看穿137亿光年》，等等。这些报纸标题不管是充满诗意还是动感十足，都不会让人产生新闻本意之外的联想。

日本科学家大隅良典荣获2016年诺贝尔生理学或医学奖，缘于他在细胞自噬机制研究中取得的巨大成就。“细胞自噬”，一个专业性很强的名词，“自噬”通俗讲就是“将自己吃掉”，细胞可以通过降解自身的非必需成分来提供营养和能量，也可以降解一些毒性成分以阻止细胞损伤和凋亡。看看报纸对此采用的标题，扬子晚报：《日科学家从273位提名者中脱颖而出 因研究“吃掉自己”的细胞摘奖》；长沙晚报：《为抗衰老带来新希望》；楚天都市报：《日本科学家获得2016年诺贝尔生理学

或医学奖 研究出细胞是怎么“吃掉自己”的》。这些标题中规中矩，即使如钱江晚报的标题《这项诺奖研究，可以使人更长寿》，对大隅良典的成就做通俗的解读，也准确概括了新闻事实，提炼出新闻最核心的内容，所以未引起热议和争议。

如果说报纸对于“天眼”和大隅良典获诺奖的报道“波澜不惊”，那么多家报纸对于“用小苏打‘饿’死癌细胞”的报道可谓“波澜壮阔”。究其原因，部分报纸等媒体的标题跑偏，让人产生了错觉。

9月24日，一则由新华社发布的医学进展消息《重大突破！癌细胞竟被中国医生用小苏打“饿”死了》被广泛转载，并刷爆“朋友圈”。廉价的小苏打竟然会成为抗癌神器，这样的联想很容易刺激人们的神经。事后，有多家报纸以此为题进行了报道，并在标题中突出强调“小苏打‘饿死’癌细胞”，比如：东北一家晚报的标题是《中国医生用小苏打“饿死”癌细胞》；而西北一家都市报也以《用小苏打“饿死”癌细胞》为题。这种被媒体称为“小苏打饿死癌细胞”的疗法本名叫做“TILA-TACE疗法”（靶向肿瘤内乳酸阴离子和氢离子的动脉插管化疗栓塞术），由浙江大学肿瘤研究所胡汛教授和浙江大学医学院附属第二医院放射介入科晁明教授团队研发而得，用于原发性肝癌细胞肝癌的中晚期治疗。

随着各种报道的出炉，争议和追捧也相继出现。胡汛和晁明两位教授更是接到了无数电话，甚至有癌症患者因此专程从四川飞到杭州。在人们狂热的期盼和传播中，这条科技新闻呈现跑偏的迹象。所幸的是，第二天，新华社记者就收集了讨论热度最高的八大话题，对话胡

推陈出新： 把“天大的事”做到极致

□全昌连

自从2003年创刊伊始,《新京报》便开设气象新闻专版,置于封底。十多年来,虽然历经十余次改版,但是封底气象新闻一直“雷打不动”,足见气象新闻版的江湖地位之重。《新京报》气象报道之所以取得如此大的成功,有以下四个方面的原因。

版面定位精准,做透市民关心这一“天大的事”,并在这一板块精耕细作,做到极致。《新京报》的气象新闻版,一改以往在报纸中缝等不起眼处刊登简要天气预报信息的做法,而是将其作为一个独立的新闻版面产品来经营,甚至配置了专职记者和专门的责任编辑。在版面的内容设置方面,除了气象新闻稿件、主要天气预报信息,还集纳了每日空气质量指数、穿衣指数、紫外线强度、洗车指数、尾号限行等跟天气、出行相关的资讯,根据“人的需要”对气象信息予以立体呈现,一网打尽。

北京的旅游资源十分丰富,因此,气象新闻版开辟了与之对应的栏目,譬如,刊登天安门广场每天升降旗时刻信息,以及北京主要景区景点气象预报信息。除了气象资讯信息之外,

气象新闻版还结合气候时令节点,介绍解读一些跟气象、节气相关的知识和民风民俗,在丰富版面内容、增强可读性的同时,也拓展了报道的文化底蕴和深度。

气象新闻主打稿件形成独特文风和调性,标题别具一格。作为一份新闻报纸的重头版面,新闻属性不可或缺,因此,气象新闻版面上主稿的风格和调性至关重要。《新京报》的气象新闻稿,讲究新闻事实性、气象预报准确性和表达艺术性的有机统一,既不偏离事实,也不因为追求表达的生动活泼悦读而使气象预报的准确性打折扣。在《新京报》,气象新闻稿件的写作一直被认为是很有挑战性的工作,稿件并非简单摘录气象部门发布的预报信息,坚决杜绝艰涩枯燥的文本,力求在做到准确严谨的同时,文字精致优美。

同时,气象新闻的标题在《新京报》也很受重视,这几乎成了编辑部的一大传统。标题制作考究,有的引经据典,化用诗词歌赋、名章名句;有的借用耳熟能详的流行歌曲歌词;有的紧跟潮流、嵌入网络热词……结合比喻、

汛和晁明教授,答疑解惑。

另外,也有一些报纸及时发声,比如9月25日扬子晚报的《中国专家能用小苏打饿死癌细胞?激动归激动,疗效嘛还是再等等看吧》;9月26日钱江晚报的头版头条《是注射小苏打,不是苏打水 这项研究是真的,但有严格定义》,及其内页报道《记者追问 小苏打真能饿死肿瘤吗》等,及时纠偏。

“小苏打‘饿死’癌细胞”这样的标题固然很吸引人,但既不严谨又不科学,因为注射用的碳酸氢钠和日常食用的小苏打完全不同。科技新闻里往往有大量专用且生僻的名词,新闻标题应该力求通俗、生动,但这样做有一个非常重要的前提:以新闻事实为基础。倘若牺牲新闻事实,只求吸引眼球,无疑会跑偏,容易误导读者,沦为标题党。采 (来源:记者网)

拟人等修辞手法，虚实结合，生动鲜活，如《小雨潜入夜润物细无声》《大风起兮尘飞扬》《薄衾不耐夜雨寒》《北风徐徐 夏木阴阴》《人间三月天 莫负好春光》《一番潇潇暮雨洗清秋》等令人拍案叫绝的气象新闻标题不胜枚举。

气象新闻版面开辟的主打图片专栏“城市表情”独树一帜。“城市表情”记录在这个城市里生活的人们的奋斗拼搏、喜怒哀乐、悲欢离合，在记录表情的同时，也解码城市的文化基因和内在精神气质，成为版面的点睛之笔。气象版开设之初，就设置了专门的栏目“城市表情”。作为纪实摄影的“城市表情”，主题涵盖人物、风光等方方面面，并用图片说明简要介绍拍摄时间、地点、场景描述，配以简短传神的标题。城市表情记录北京四季变换、时令轮转、阴晴圆缺；记录寻常平淡的小市井生活，奔腾不息的大都市节奏；记录平凡的感动，卑微的愿望；也记录宏大时代背景下的社会变迁和历史的风云激荡。有的诙谐有趣，有的令人沉思，有的意味深长，凡此种种，不一而足，正好是这一转型社会万千“气象”的细微注解。

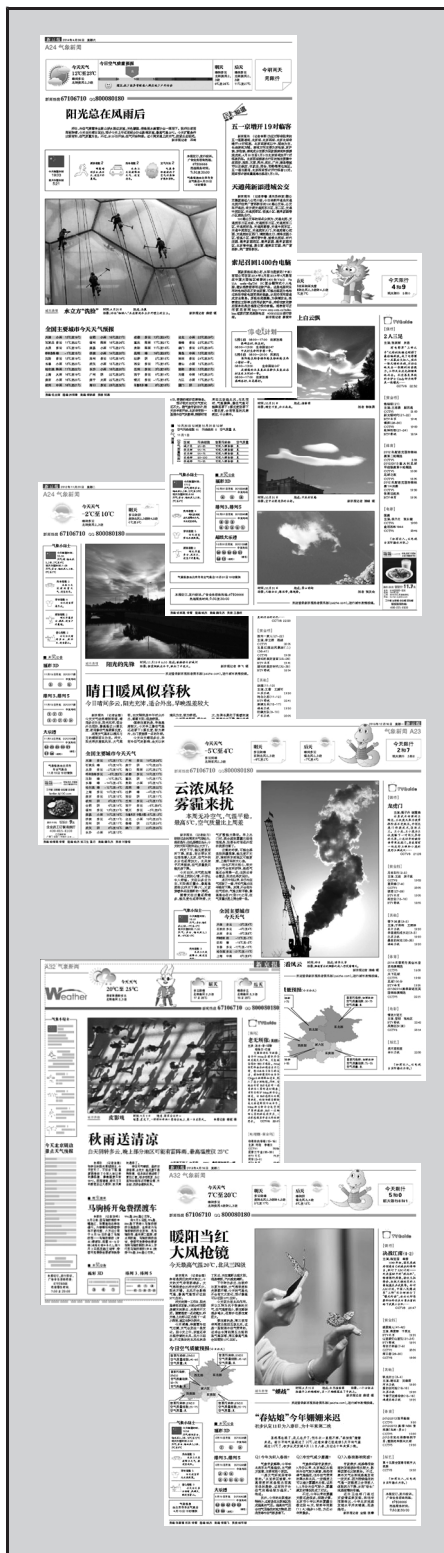
“城市表情”栏目常年接受读者投稿，既扩充了优质图片内容的渠道来源，也增强了

跟读者的互动和交流。因此，“城市表情”栏目深受读者喜爱，有大批忠实拥趸，甚至有读者来信提出，把“城市表情”结集起来出版画册，“让它的记忆从一页页的报纸，变成一本城市变迁的岁月小品”。

根据媒体形势不断变革创新，与时俱进。《新京报》气象新闻继承优良传统的同时，也在不断变革创新，与时俱进。气象新闻版根据形式的变化，不断对内容进行调整，比如，从几年前开始便取消了此前一直沿用的全国各地降水预报图，拿出更多版面，增加本地化的气象信息。近年来，雾霾等空气污染使得受众对空气质量的关注度空前高涨，对此，气象新闻版也做出相应调整，在报头醒目区位，增加空气质量预报信息。

十多年以来，媒体传播格局和生态发生了翻天覆地的变化，这也明显体现在报纸的受众群结构上，对于报纸而言，中老年受众群体的比例增大。为了更好地服务这部分受众，气象新闻版及时增加跟市民生活息息相关的菜价信息，与北京最大的“菜篮子”批发市场新发地合作，刊登了“菜价晴雨表”。^{〔采〕}

（作者为新京报原编委，现任 36 氪副总编辑）



数字化转型中的英国记者：困顿与坚守

□史安斌 王沛楠

英国是世界现代新闻业和职业记者的发祥地之一，长期以来一直在全球传媒业中占据主导地位。在英国的主流媒体中，BBC 是世界公营媒体制度的先声和典范，路透社是世界四大通讯社之一，包括《泰晤士报》、《卫报》等媒体也在全球传媒业享有极高的声誉。在面对当前这场世界传媒业的巨变时，身居世界新闻业前沿的英国记者在经历着怎样的变化呢？

牛津大学路透新闻研究院新近发表的一项研究揭示了英国新闻从业者的现状。这份名为“英国记者现状”的调查报告对 700 位来自英国不同媒体的新闻从业者进行了问卷调查，内容涵盖了记者的个人信息，社会角色认知，工作习惯，对雇主媒体的态度，行业伦理等诸多领域的问题，由此勾勒出了英国近 6.5 万名专业新闻工作者的基本样貌以及新闻业的现状。本文将这份最新报告与 2012 年发布的“世界新闻业现状”计划（Worlds of Journalism project）在英国进行的同类调查数据进行了对比，从而展现出英国的记者群体在这场传媒变革中所发生的改变。本文将从英国记者个人背景的多元化程度，对传媒环境的理解，与受众的关系，对职业的认知以及在专业化程度上的自我要求这五个方面来进行分析，结合当前全球新闻传播行业的变革趋势，从而更为全面和深入地认识在剧变中寻求突破的英国传媒业。

记者职业构成：多元化的神话

伴随着移民的增加，英国社会的种族多样性日益提升，但这一变化并没有反映到新闻从业者的构成中，由白人男性主导新闻业，少数族裔、



女性等群体处于边缘地位的传统格局并未得到改观。

2011 年英国人口普查数据显示，英国白色人种所占的比重由 2001 年的 92% 下降到 87%。与此同时亚裔和非裔英国人比重快速上升，其中亚裔比重从 2001 年的 4.4% 增加到 6.9%，非裔从 2% 上升到 3%。但调查中，亚裔记者和非裔记者的比重分别只有 2.5% 和 0.2%，与其人口所占比重严重不平衡。特别是 700 位记者样本中只有两位非裔记者，体现出非裔英国人在传媒行业处于严重被边缘化的地位。此外，英国媒体还存在着对少数族裔的“隐蔽性歧视”。报告中提到，一位穆斯林媒体人用其本名投递简历被拒后，更换了一个更加“英式”的姓名重新投递简历，并成功获得了面试机会，因此，他认为少数族裔的身份在一定程度上影响了自己的求职。另一位供职于全国性报纸的亚裔财经媒体人认为自己在日常工作中并没有经历过种族问题，但他也承认歧视问题在地方报纸中更为严重。

女性在英国媒体中的地位同样存在边缘化的趋势。虽然英国媒体中 45% 的记者是女性，但女

性在收入、职业地位、编辑自由度等方面都存在着显著劣势。在收入方面，有50%的女性记者月收入低于2400英镑，在这个收入阶层的男性记者只占34%。高收入阶层则正好相反，36%的男性记者月收入超过4000英镑，但只有22%的女性能达到这一水平。与此类似的是不平等的职业地位，在调查的样本中，虽然男性与女性记者的人数接近，但能够成为所在媒体高级主管的男性是女性数量的将近2倍。性别甚至还影响到了新闻采写的自主权，男性记者认为自己“能够自主选择新闻主题”和“能够自主选择新闻报道视角”的比重都超过女性，体现出女性在新闻采写的过程中会更多受到外界因素的干预。

“墨客”与“极客”的合体： 记者角色的数字化转型

自上世纪90年代以来，互联网、智能手机等新媒体不断涌现，对传统媒体造成严重冲击，全球媒体也始终没有停止其数字化转型的步伐。作为英国传媒业的标杆，BBC率先提出“数字优先”的发展理念，并构建了“中央厨房”式的采编平台，《泰晤士报》和《卫报》也紧随其后参与到这场变革中来。媒体的数字化转型也对记者和编辑提出了更高的要求，他们需要面向不同的平台生产符合电视、网络、智能手机移动端等不同平台发布要求的新闻产品。

调查报告的数据体现出数字化转型对记者行业的影响，主要表现在网络新闻的崛起与全媒体记者队伍的日渐成型上。其一，报告指出，英国记者服务的媒体平台在2012到2016年间经历了显著的变化。2012年中有56%的英国记者为报纸工作，而这个数据在2016年降到了44%。与此相反的是，在2012年参与的网络新闻生产的记者只占有所有记者的26%，但在4年后这个数据已经飞速上升到52%。网络新闻在很短的时间内吸纳了大量记者参与其中，证明数字化转型对记者行业已经产生了显著的影响。虽然网络新闻记者的比例快速提升，但这个领域的薪资待遇水平

较低，调查显示，专职纸媒记者的平均年薪仍然比专职网络记者高出10000英镑左右。

其二，虽然数字化转型是由技术驱动的，新闻内容仍然是媒体生存的基石，这就使得能够完成全媒体生产的记者日益受到青睐。调查显示，有42%的英国记者在工作中采用两种及以上的媒体形态完成报道，其中6%的记者使用三种及以上的媒体形态。面对全媒体的新闻环境，记者需要以多媒体的思维来审视自己的报道，并能够充分利用图表或视频进行报道。但同时，全媒体模式也在一定程度上影响了专业新闻生产应达到的“深度”和“厚度”，减少了高品质新闻的出现，从而在一定程度上降低了新闻业作为“第四权力”的职业声誉及其社会影响力。数据显示，86%的记者认为他们进行采访的时间在下降，其中网络新闻记者采访时间下降的比例尤为显著。擅长采写编评的传统“文人墨客”型记者正在遭遇技术“极客”对新闻业的冲击。

在传媒环境剧烈变化的今天，英国媒体人也经历对行业认知的调整和对新闻生产方式转型的适应。在媒体融合和数字化转型的背景下，单纯依赖传统的采写编评和内容生产模式已经不能满足以“数字原住民”为主体的受众对新闻业的期待。数字化时代的新闻记者不仅应是秉持批判精神的“墨客”，还应是富于创新精神和技术素养的“极客”。新闻记者只有将二者优势互补，走向“合体”的境界，才能实现自身的数字化转型。

受众至上：盈利压力下的转变

在全球新闻媒体都在面临生存危机的环境下，英国的传统媒体也不可避免地陷入了这场“传统新闻业的寒冬”。自2010年以来，英国媒体的广告收入已经连续五年出现下滑，其中2014年的广告收入下滑达到了8.2%。英国记者也明显地感受到了行业利润下滑所带来的危机。调查显示，有77%的记者认为，他们供职的媒体机构所面临的盈利压力有不同程度的增强。为了

应对可能出现的运营危机，英国媒体机构与公关广告业的关系开始变得日益密切。超过 60% 的记者认为，当前新闻业受到了来自公关业和广告业越来越大的影响。与此同时，由于新闻媒体缩减预算引发不断裁员，记者个人所承担的工作量也呈现增加趋势，有 81% 的英国记者认为自己工作的平均时间在增加。

为了更好地吸引受众从而获得广告收益，英国记者在新闻选材的方向上更多地展现出“受众中心”的思路。调查数据显示，45% 的英国记者认为“提供吸引大多数读者的新闻”是非常重要的，同时有 50% 的记者认为“提供娱乐与休闲信息”非常重要。甚至有 51% 的记者承认自己在不同程度上倾向于生产夺人眼球的“煽情新闻”。另一方面，在社交媒体的时效性压力下，新闻生产的速度也在加快。传统媒体记者平均每周完成 10 篇报道，相比之下，网络新闻记者平均每周能够完成超过 20 篇的报道。

上述这些调查结果充分表明，在市场萎缩和互联网竞争双重压力下的英国记者转向生产出越来越多的“垃圾快餐新闻”（junkfood news），即追求短平快的消息和易于吸引读者的煽情信息。采访时间的减少与新闻生产需求的增加，催生了诸如“列表清单体”（listicle）等缺乏思想深度和内容品质的“扁平”式新闻泛滥。如果记者只将受众视作消费者，而非社会中的公民，一味迎合其需求和偏好，则很有可能威胁到新闻作为“社会公器”的重要作用。

记者的职业操守：坚守、共识与困顿

虽然英国新闻业面临着整体性的萧条，但记者在职业道德和伦理操守方面的态度依然非常坚定。调查显示，94% 的记者认为，无论在任何条件下都必须坚守职业伦理规范。英国是最早明确提出遵守新闻职业道德和专业伦理的国家之一。早在 19 世纪末就成立了“全国报刊投诉委员会”，20 世纪初就制定了《英国新闻业务准则》，对新闻业的道德伦理进行严格的监督和规范。即

便在数字化时代生存压力的重压之下，英国对新闻道德伦理的信念并没有发生根本性的动摇。调查中有超过 50% 的英国记者都反对“伦理标准取决于记者自己的判断”，说明这套准则在实践中已经发展成为具有较强约束力和认同感的行业伦理标准。在收取“车马费”和保护隐私等具体问题上，英国记者也都体现出较强的共识。96% 的记者反对在任何情况下接受“车马费”，53% 的记者反对在任何情况下使用私人的信件和照片。

对于记者的职业定位和社会角色，英国记者也有较强的共识。对于记者应该如何定位自己的工作这个问题，77% 的记者不同程度地认同记者应当是“超然物外的观察者”（detached observer），93% 的记者则认为，记者应当客观地反映新闻事实的样貌。由此可见，新闻专业主义精神仍然是英国记者职业精神的主要来源，对客观性、真实性和独立性的追求占据英国记者职业认同的主导地位。

另一方面，英国记者仍然对政府和政治家保持着高度的警惕性。93% 的记者认为支持政府的政策不是自己的责任，90% 的记者认为传递政治人物的正面形象并非记者的分内之事。82% 的记者认为自己不应当对民众的政治观念和政治参与进行过多地干涉，63% 的记者不同意在报道中鼓动民众参与政治运动。

虽然英国记者在坚持伦理标准与专业主义的精神，但他们依然敏锐地感受到了新闻自由的削弱。只有 19% 的记者认为相比 5 年前自己对新闻内容有更大的裁量权，反之 41% 的记者认为这 5 年来的采编独立的状况有所恶化。同业竞争和媒体频繁展开的受众调查是导致新闻自由恶化的主要原因，激烈的同业竞争导致媒体必须花费更多的精力吸引受众，而受众调查则为媒体如何吸引受众指明方向。包括 BBC、《金融时报》等媒体都开发出复杂的计算方法来评估受众的喜好，并且将编辑裁量权集中于少数人手中，以便于在数据的配合下生产符合受众期待的产品。

在职业精神的层面上，英国记者展现出作为

如何避免隐形差错

□薛 来

隐性差错在新闻稿件中比较常见，又是编辑在审稿过程中最容易忽略、最难把握、最常出错的地方。隐性差错往往藏身于各种文字、数据、语法中，稍不留神就会见诸报端。

另外，隐性差错具有模糊性。有些语句表面上没有毛病，但读起来总感觉有问题，可又说不清哪里有错，这正是由隐性差错的模糊性所导致。

笔者结合日常校对工作，将最常出现的隐性差错分为以下几个类型：

常识类隐性差错。校对人员虽不是通古博今、知文达理的专家，但有些常识性知识是必须要掌握的。比如一篇文章的题目是“春风得意马蹄急”，初看字面并无差错，但细究后，发现这是唐代诗人孟郊的一句诗。原句是“春风得意马蹄疾”。“疾”表现出诗人迎着春风策马扬鞭的

职业共同体的高度责任感的伦理意识，试图捍卫记者作为一个高度专业化的职业所应当具备的素质。但在面对采编独立受到诸如广告、受众、资本等因素的侵袭时，身处数字化大潮中的他们依然像前辈一样在理想与现实之间苦苦挣扎。

专家型记者：精英主义的崛起

尽管数字化时代“人人都是记者”由梦想成为现实，但与此同时，专业记者的门槛水涨船高，精通某个领域的专家型记者成为新闻业的主导力量。有53%的英国记者认为自己是某一特定领域的专业记者，其中财经记者占11%，文化记者占9%，包括体育记者、娱乐记者、科技记者和交通记者的比重都超过3%。值得注意的是，英国专门从事环境和公共健康领域报道的记者比重分别达到了2%和1.5%，在这两个领域已经形成了专业化的报道门类和记者群体。在可以预见的未来，这种“专家型”记者的比例在新闻媒体机构还会有进一步提升的空间。

专家型记者是伴随着“利基新闻”（niche-news）的产生而出现的，由于利基新闻追求小众群体的专业信息需求，因此对新闻报道的专

业化程度也有所提高。英国最早一批专家型记者出现在20世纪80年代，《星期日泰晤士报》雇佣了一批记者专门负责体育、旅行和商业领域的报道。近些年来，对气候变化、恐怖主义等问题的关注催生出报道领域更加细分的专家型记者。这些记者都在某一领域有着丰富的知识储备和广泛的人脉，能够对专业数据和信息进行分析并提炼出对受众有价值的内容，撰写具有深度的解释性报道。

调查中，79%的记者认为“教育和启迪受众”仍然是新闻媒体的重要职责之一，这从另一个角度体现出英国记者精英化和专业化的趋势已经愈发明显。专家型记者的崛起使记者的职责不再仅仅是告知受众信息，还需要对信息进行阐释和解读，对信息的意义进行判断，以帮助受众理解他们所不熟悉的事物。从这个意义上看，专家型记者的崛起也在推动着英国新闻业走向更加成熟的职业化进程，并能够有效防止社交媒体时代新闻的职业声誉和内容品质出现的“断崖式下跌”。从这个意义上说，数字化时代的新闻教育不仅不会衰落，而且会朝着更为精英化、专业化的趋势发展。采

（来源：《青年记者》）

喜悦之情，而“急”却无法表达这一情绪。

一篇报道环卫工人的新闻稿说：“他从事环卫工作30年，扫帚就用坏了1万多把。”30年是10950天，平均一天用坏一把扫帚，这明显不符合常理。

简称类隐性差错。简称是必不可少的新闻稿件写作方式，但是简称的使用有着严格的规范，许多简称是约定俗成的，一旦违规使用，势必会造成歧义。某报曾有一篇“普高体育专业招生考试开始”的报道，从“体育专业”4字可以推断出这里的“普高”是指“普通高等学校”，而“普高”已被约定俗成成为“普通高中”，这个简称就造成了明显的歧义。再比如将“冬季锻炼”简称为“冬炼”都是不规范的简称。简称的使用虽有其优越性，但如果模棱两可、无法确定时，建议直接书写全称以避免出错。

习惯类隐性差错。习惯类隐性差错是指人们长期以来对某些词语（组）的经常性的错误的使用。比如“该犯罪团伙涉案金额高达千万，受害人遍及北京、广东、广西等省市。”冷不丁校对时发现并无不妥，但敏锐的人一眼就会发现，记者将广西和其他两省市并列，“广西壮族自治区”不能误认为“省市”，犯了行政区划不清楚的错误。习惯类隐性差错常常以假乱真、辨识困难，长期以来人们已对这类错误形成思维定势，以至于以讹传讹。

数据类隐性差错。主要表现为数据使用不准确、产生数据的主体不准确、缺乏比较数据、数据与数据之间以及数据与文字之间的关系混乱。比如一篇题为《2075户中低收入家庭有住房》一文说：“实际销售面积1.45万平方米，解决了约2075户中低收入家庭的住房问题。”计算一下，户均约7平方米，这个数据明显有问题。另外，2075户是准确数据，前面就不能用“约”，这是数据与数据之间以及数据与文字之间的关系不清楚。由此可见，校对遇到数据时，一定要放慢校对速度，亲自算一算，就能

把这类隐性差错消灭。

笔者以为，消灭新闻稿件隐性差错有以下几项措施：

首先，要努力扩大知识面。优化知识结构，广采博纳，这是消灭隐性差错的基础。校对人员要广泛涉猎历史、哲学、地理、科技、法律、经济、政治、军事等多个领域，力争将自己锻造成为一名“杂家”。日常工作中要注重积累，将各种容易忽视的隐性差错备录在案并熟记于心。

新式语言词汇在不断增多，这要求校对人员不断充实知识储备库。遇到模棱两可的问题时，要参考最新出版的文字资料，使每一次的改正都有理有据。

中央及地方政府的一些新提法，要及时学习领会其精神实质，如果对这些新提法学习不到位，就不能把国家及地方政策准确及时地传达给民众，舆论导向就会出现偏差。

其次，要具备良好的心理素质。校对工作相对枯燥、校对任务大量而繁琐，校对人员的身心状态均会受到不同程度的影响，校对质量便难免有好坏之分。故此，一名优秀的校对员，必须做到莫贪虚名、耐得寂寞；不厌其烦、持之以恒；心无旁骛、专心致志；严谨细致、平衡稳定。

再次，要具有质疑精神。校对人员对任何新闻稿件都应该大胆质疑、小心求证，不盲目迷信原稿与权威。例如新华社电子稿件出错率很低，有人遇到电稿时便一瞥而过，孰知权威也是人，是人就会犯错误，笔者就曾多次校检出新华社电稿中的错误。毕竟在快节奏的新闻工作中，差错是难以避免的。遇到疑问或似是而非之处时要敢于质疑、处处留心，思考出错的原因，是因为记者录入文字错误，还是编辑的粗心大意所致，要多问为什么。要充分利用工具书、网络查阅质疑之处，必要时致电询问采访人与被采访人或有关专家学者。采

（来源：中文编辑校对网）

记者在新媒体时代需要哪些技能

□张耀升

俗话说，“工欲善其事，必先利其器。”

新媒体时代，记者只会采访跟写稿两个武器真的不够吗？

媒体观察网站 Journalism 在 9 月 29 日推出了一篇《为什么记者应该学会编程？》，引起了欧美记者的注意。

报道中 Journalism 采访“代码 23 街”的创办人奥斯曼，这是专门教导女性编程的学校。奥斯曼鼓励新闻从业人员学习编程，尤其是在新闻这个以男性为主导的行业，女性记者如果能够建立编写代码的能力，可以让她们有新的方式去呈现新闻。

虽然不少媒体要求记者拥有多样化的技能，但是记者真的需要这么多专业吗？或者说，为什么不能专注在文字和采访，再跟其他专业人士配合呢？

为此，传媒狐特别整理了几样记者在新媒体时代可以具备的技能，大家可以看看自己具备了几项，想学习哪一项。

记者需要学编程和数据分析吗？

关于记者需不需要会写程序，这个问题已经被提出来很多次了。

数据工厂创始人黄志敏说：“学编程也有能力上的区别，不一定说要做到多强，但记者最好有编程基础，知道编程能做什么，知道过程是怎么样，你才可以去跟负责编程的人去沟通。”

现阶段不少记者学习编程是为了数据分析，所以编程难度不会太高。地图资料网站 Every-Block 创始人阿德里安·哈罗瓦描绘了数据新闻的雏型，他认为记者应该拿出结构化、机器可读取的数据，抛弃传统新闻的繁琐文字。

除了业界关注，学界也在培养记者的编程能力。2015 年，哥伦比亚大学针对记者开设名为

Lede 的新闻硕士项目，专攻数据新闻。参加 Lede 项目的记者将会学习如何编程，还有如何处理数据和图表。

哥大新闻学院创办人普利策曾说过，“我的想法是将新闻作为一种崇高的知识分子的职业，用实践的方法鼓励、教育现在、将来的从业人员。”Lede 数据新闻的项目，也许承接了普利策“开创”的想法。

曾参加 Lede 项目的记者王小丹介绍说：“在这半年多的时间里，我接触到超过 20 种软件及编程语言，以供处理不同类型的数据。”

但不是每位记者都有时间参加学校课程，对于编程有兴趣的记者朋友，国际记者站推荐三个自学网站，分别是 Codecademy、Lynda.com、Harvard online courses。其中 Codecademy 提供免费编程课程，包括 Python、JavaScript 和 Ruby 三种语言，也包括 H5 所需要的 HTML 和 CSS。

其实除了学生或年轻记者，黄志敏认为资深记者也能学个编程：“自己了解一下，体会一下，对工作是有好处的。”

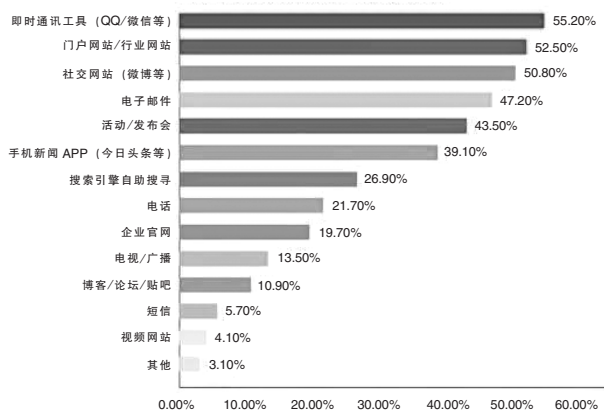
学习在社交媒体收集和核实信息

记者信源来自社交媒体的频率越来越高，但却越来越不真实。

社交媒体成为记者主要信源不是偶然，因为社交媒体的丰富性、即时性都是过去线人或外部爆料所不能相比。前 CNN 记者费利佩·斯特芬认同这个观点：“在新闻采访过程中，记者可以使用社交媒体找到关键信源。特别是在偏远地区，民众可以提供实时信息。”

根据公关公司万博宣伟（Weber Shandwick）2014 年发布的《亚太地区媒体从业者的数字化生活》报告指出，记者使用通讯应用、门户网站、社交媒体寻找新闻线索的比例超过五成，分

您最常使用何种方式获取报道信息或新闻线索？



别是通讯应用 (55.2%)、门户网站 (52.5%)、社交媒体 (50.8%)。(图 1)

报告也指出,有 68.8% 的记者在社交媒体上找突发新闻。但是记者不仅要具备在社交媒体收集线索的能力,还要确认线索的真实性。不少记者为了抢快引用社交媒体的信源,这并没有不好,但是有时会忘记核实信息的真实性。

数字第一媒体 (Digital First Media) 编辑史蒂夫·巴特瑞认为,面对网络信息,记者该有三个态度:具有判断信息的敏感、执着、怀疑和技巧;知道消息的来源和可靠性;是否有合理的文件证明事实。

巴特瑞举了个例子。2014 年曾有小飞机迫降纽约市布朗克斯区的高速公路。跟进记者最早在 Twitter 上发现,几个推送说小飞机迫降纽约的高速公路,于是记者关注了纽约几个官方 Twitter 帐号,查看有没有推送迫降事件的相关信息。

最后记者联系了纽约市消防局,确认网上收到的信息,同时要求他们提供更多细节。联系官方的途中,记者也不忘用社交媒体客户端 TweetDeck 查看相关讨论。

记者的态度很明确,未核实前暂时不报道,直到信息得到验证。

记者需要学习剪辑音频和视频

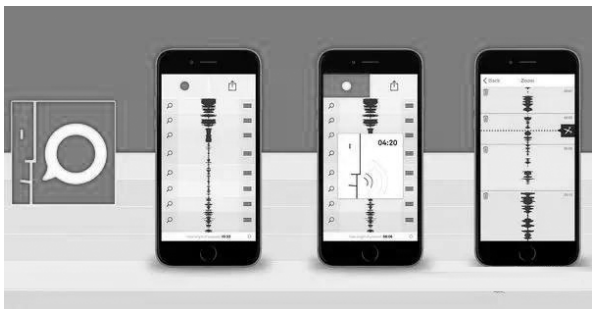
近年来记者也在探索视频或音频新闻的可行性。

对于音频新闻大家并不陌生,因为过去广播也是以音频的形式传播,但是音频新闻比起广播的制作要容易许多。

在音频新闻制作上,BBC 新闻学院给了几个比较实务的意见。BBC 认为音频的导语应该告诉听众这篇报道跟什么有关,还有为什么听众应该听下去,一开始就要抓住听众的注意力。除了好的开头,也要把新闻的来龙去脉讲清楚。

在音频新闻的录音中,BBC 新闻学院认为采访应该要让录音质量好一点,才能让听众听清楚对话内容,同时利用现场环境的音效让听众有身临其境的感觉。

针对记者在音频新闻的学习和制作,国际记者网给了六个方便记者制作音频新闻的工具:



Opinion、oTranscribe、Free Music Archive、PhotoPeach、SoundCite、Clammr。

音频应用 Opinion 介面

其中,Opinion 可以在手机上简单编辑音频,同时也可以分享音频,很适合实地报道的记者。但是 Opinion 的缺点是它是付费应用,而且只支援 iOS 系统。

跟音频一样,视频也是记者在新闻现场能呈现的形式。

随着近年短视频在国内走红，视频新闻的重要性也在逐年上升。跟传统电视台的节目制作不同，现在记者大多使用自己的手机来进行拍摄，甚至在手机上完成剪辑然后推送。

过去的3年中，BBC对旗下1,000名记者进行移动报道的培训，而且发给记者3,000台智能手机支援他们的新闻报道。

BBC新闻学院的萨利·韦伯提供了几个制作视频新闻的诀窍，首先开头和结尾的画面要干净，而且同一个事件要多拍几个不同角度，累积素材以方便剪辑。最后还要注意故事连续性，比如人物用的是哪只手、东西的摆放位置、人物的外表等是否一致。

国际记者网推荐了几个适合记者做简单视频剪辑的手机应用，分别是Videolicious、FilmicPro、Videon、iMovie、Voddio、VideoPro Camera、Splice、Cute CUT。



Spark Pro 的使用介绍

但是传媒狐要介绍一款名叫 Spark Pro 的应用，它在某种程度上解决了采访需要摄影师的问题。Spark Pro 好处在于操作简单，有基本的视频编辑功能，而且不会浪费记者多少时间就能做出高质量的视频新闻。

但是对于有专业需求的记者朋友们，传媒狐还是推荐去学习 Adobe Premiere Pro 或是 Final Cut Pro。

直播、VR 这些新技术也要学

目前最火的直播，不只网红能用，连新闻也能派上用场。

部分媒体就要求视频记者要有现场直播的能

力。今年邯郸洪灾中，《新京报》派出了视频记者前往邯郸灾区，带来第一手伤亡消息，即使灾区手机信号不好，记者还是带来了3条快讯，2条报纸稿件，4条视频和最重要的2段直播。

目前国内记者使用的直播工具尚未统一，但国外记者普遍使用 Facebook 作为直播的平台。

Facebook 的 Live 直播功能无疑是国外媒体的新宠，因为技术门槛低，Facebook 帮纸媒、网络媒体、广播电视提供了直播渠道，可以推送新闻事件最新情况、追踪报道。

Facebook 执行官扎克伯格认为，“Live 就像是在你的口袋放了台电视摄影机，所有拿手机的人，都有能力向全世界做推送。”换个角度看，也给了记者向全世界推送新闻消息的能力。

除了直播，VR 最近也成了记者学习的项目，即便 VR 产业尚未成熟，但《纽约时报》很早就推出了 VR 新闻应用“NYTVR”。《纽约时报》杂志总编杰克·西尔弗斯坦(Jake Silverstein)表示：“通过虚拟实境的沉浸式体验，我们得以将读者置于报导的中心。”

在国内，VR 新闻也不算新鲜事物了。新华社在今年 G20 大会就用上了全景摄影。中国传媒大学新闻传播学部教授孙振虎在《人民日报》采访中表示：“VR 新闻的独特性在于它将空间感扩充的同时，延伸了受众的感官体验。”

相较于昂贵的 VR 拍摄设备，其实记者也可以用手机拍出简单的 VR。安卓系统里的谷歌相机是个好选择，它里面有全景拍摄模式。在 iOS 系统，你也可以下载谷歌街景应用拍全景照片。

看了这么多新时代记者必备技能，相信不少记者朋友已经晕了，即便是活到老学到老，可能也没办法学这么多东西。但是这些技能，其实只是辅助记者去呈现事实的工具，去把故事说好的工具。

黄志敏也认为学习新技术是好事，“你要知道 VR 或视频怎么制作，大家才有办法进行沟通。”对新技术的了解，也能带动新闻团队的配合。记者们也不用担心，新技术崛起不代表文字就是弱势，一篇好的文字报道也能抵过高成本的 VR 新闻，所以核心还是在故事。**采**（文章来源：传媒狐）

2016 中国新媒体趋势报告发布

传媒边界消失，格局正在重塑

11月14日，在2016腾讯网媒体高峰论坛上，腾讯旗下互联网产业趋势研究机构“企鹅智酷”联合清华大学新媒体研究中心共同发布《智媒来临和人机边界：中国新媒体趋势报告（2016）》。报告显示，以人为主导的媒介形态开始被打破，各种智能物体及新技术的交互融合，推动传媒产业的新变革，传媒业原有边界正在被消融，一个极大扩张的新版图在博弈中逐渐形成。

清华大学新闻与传播学院教授、新媒体研究中心主任彭兰对报告进行解读。智媒首先是人工智能和媒体的相遇、碰撞，这样一种碰撞是必然的，因为人工智能要在一些具体的行业落地，需要基本的数据，而在过去这些年当中，整个传播业的变革恰恰是完成了这样一个全流程、数据化的过程。

另外一方面，媒体需要新的发展空间，人工智能恰好带来了这些。除了人工智能之外，跟智媒相关的技术远远不止这些，社会化媒体，移动互联网今天已经普及。同时，AR和VR今年特别流行，它们可能给在智媒时代的新闻呈现带来一种全新的感觉。

彭兰表示，未来智媒时代会有三大特征：

第一，万物皆媒。过去媒体是以人为主导的。今天已经可以看到所有的智能物体，智能机器在某种意义上都有可能媒体化；

第二，人机共生。当人和智能机器碰撞在一块之后，他们会形成一种相互的协作，会带来全新业务的模式；

第三，自我进化。在深层次互动之间，人对机器的驾驭能力，以及机器对人的感知能力、领悟能力会相互促进。所有这一切都会带来这样的结局：传媒业边界正在消失，格局正在重塑。

当前，就新闻的获取方式来看，新闻类客户端仍是移动用户阅读新闻的首选，传统媒体的用户粘性 & 信任度日渐式微。另外，社交分享在媒体消费体系中的地位越来越重要，年轻一代用户更看重“新闻本体”之外的增值信息与功能，诸如内容的共鸣程度、社交或社群的意义等。

这份报告还对“智媒时代”作出了五大判断：

1. 近期，机器算法、人工智能将改变媒体信息分发机制，不断提升内容与读者的个性化匹配度；

2. 中期，数据挖掘、语义技术等将促进机器创作力的升级，大大扩张自动写作的边界；

3. 中期，新技术集群（VR/AR、物联网等）不断迭代，将为媒体内容生产与呈现提供全新想象空间；

4. 中长期，人工智能、大数据、物联网、VR/AR技术实现媒体全链条的渗透，从模式创新走向生态重构；

5. 更远的未来，机器智能与人类将通过相互学习与训练，共同升级，最终完成智媒革命。

这份报告还提出了“智媒时代”的五大方向：

1. 个性化新闻——个性化推荐、对话式呈现、定制化生产三个通道；

2. 机器写作——挖掘新闻写作新模式；

3. 传感器新闻——人的感官延伸；

4. 临场感新闻——技术重构现场感；

5. 分布式新闻——去中心化与知识分享。

可以预期的是，未来的文本内容，应该来源于人与智能“如影随形”的协同生产，在人的主导下，机器的作用不仅仅是数据采集、定位分析，还将体现在引导新闻线索的发现，甚至是拓展写作的广度和深度上。采

（来源：腾讯网媒体高峰论坛）