

写“高大上”要“接地气”

——《永远做一名合格党员》采写感受

□徐业刚

今年上半年我采写的《永远做一名合格党员》一稿在本报刊发后取得了较好的传播效果，主人公邝云平被全国总工会授予五一劳动奖章，“七一”前夕作为全国民航系统唯一的全国百名优秀共产党员受得了习近平总书记的接见。

邝云平同志是民航华东空管局浙江分局云和导航台的台长，30年扎根贫困山区工作，默默奉献，28年在民航基层单位工作，恪尽职守，能获此殊荣可谓当之无愧。

今年1月26日，报社出版社社长马松伟一行参加G20杭州峰会报道座谈会时，浙江空管分局党委书记鲁彦提出，峰会宣传需要典型先进人物来传播正能量，通过先进人物的示范、引领、带动来促进浙江民航做好峰会保障的浓厚氛围。同时他说分局现在就有这样一个人物叫邝云平，希望报社能给予宣传。鲁书记的发言引发了



大家共鸣和讨论，并得到了马社长的肯定，当场指示我会后马上向采编部门领导汇报，抓紧落实采访。

会后我马上向董义昌副社长电话汇报，要求尽快到现场采访。任务明确后，3月21日到23日，整整3天时间我和邝云平多频次、多场合沟通交流。邝云平很健谈，慢慢熟悉后他从工作、生活、感悟等多方面敞开心扉与我交流。同时我还与他的3名同事，妻子和资助过的小女孩深入沟通希望

从多个侧面了解真实的邝云平。印象中最深的场景之一是晚上8点多和邝云平多年持续资助的贫困山区16岁小女孩游玉婷的交谈。她在3岁时母亲就离家出走，之后随父亲到云和读书，后来父亲又离开了。小学一年级邝云平就开始资助她读书和照顾她生活。谈及感受，非常懂事的小婷说，现在的邝爸爸和杨妈妈对自己就像亲生女儿一样，自己只有读好书才能回报他们，长大后

要目

■采访札记

2

写“高大上”要“接地气”

——《永远做一名合格党员》采写感受

徐业刚

“倚马可待”需平时备“料”

——《“资源红利”转向“创新红利”》
采写心得

钱 璧

■业务交流

5

手机已成记者新“标配”

“随手拍”时代如何讲故事

张紫璇

■媒体动态

7

美国新闻客户端趋势：好看 分享 多维度

容错创新

戴睿云

■媒体前沿

11

探寻媒体发展事半功倍之法

未来重点关注四大方向

任晓宁

■论新媒体

13

新媒体时代微信新闻的写作特征

青年记者

■供您参考

15

这些成语的使用对象不能搞错

赵丕杰

■封面照片

荆 雷 摄

比翼齐飞

“倚马可待” 需平时备“料”

——《从“资源红利”转向“创新红利”》采写心得

□钱 擘

新闻报道的采写，除了突发事件的动态报道与精心策划准备的深度报道之外，还有一类更具挑战的状况：新闻事件虽是突发，动态消息却不足以满足报道需求，必须在尽量短的时间内，推出有广泛视角和深入挖掘的深度稿件。我国古代对此有一个非常形象的词：“倚马可待”。而要在新闻工作中实现深度报道的“倚马可待”，平时备足“料”是基础和关键。这次上海记者站孟进站站长带领我采写的《从“资源红利”转向“创

新红利”——东航集团全力攻坚提质增效侧记》，便是依托这一基础完成的。

央企提质增效， 引发采写任务

2016年，中国经济面临较大的下行压力，在整个经济大形势的波动中，民航产业的持续成长则成为亮点。

因此，东航在年初主动加压、提出将企业今

自己有能力了也一定会把这种爱传递下去以回报社会，感恩社会。她说：“我不会找亲生父母了，因为他们抛弃我可能有他们的苦衷，但我现在还不能理解，以后长大了也不会找他们，因为没有意义了。现在郦爸爸和杨妈妈就是对我很好，我会永远孝顺他们的，郦爸爸得重病了，我就每天给他洗脚。”听完小婷婷的话后，我的眼眶湿润了，在场的郦云平哭了出来……

现场采访结束后回到杭州我又到分局补充采访。全部采访结束后我没有马上写稿，而是思考了几天并和采编领导多次沟通如何写稿，最后决定结合“两学一做”活动，从一个普通共产党员如何践行合格党员角度写稿，这样立意可能会更好，后来3天后交稿见报。

从事新闻报道的人可能有一点感受和共识，就是先进典型人物不好写。过去媒体报道过的很多典型人物大都“高大上”，感觉离我们很远。党的十八大以来，习近平总书记对新闻报道工作多次作过重要讲话，强调要传播正能量，要深入基层，记者要接地气，采写出喜闻乐见的好作品。最近总书记又强调要“四个坚持”，这些重要讲话要求我们新闻工作者要与时俱进，要真正改文风。

我的理解感受是，一是先进典型人物采写关

键是要把人物写“活”。不能仅仅报道先进人物如何先进，如何高尚，而要抓住细节展现人物的内心世界，其实先进人物大部分都是普通人，记者采访必须要深入基层，深入到人物的内心世界，展现人物的精神世界，这样人物就会“活”起来，从“高大上”到“接地气”，让读者感觉到先进人物离我们很近，就在我们身边，先进人物其实是可亲可敬、可爱可学的。

二是人物采写要尽可能用平实语言，说群众话，写身边事。以新华社典型人物报道为例，从敢于改变文风的优秀代表记者郭玲春到近年来的优秀记者张严平等，在采写先进典型人物方面都不断创新，而其中一点共性是语言都很平实，没有过多的华丽辞藻，通过很多身边事让先进人物“立”起来，在读者中和社会上产生强大共鸣。

三是先进人物采写要放到历史时代社会坐标中去定位、表达。雷锋、焦裕禄、杨善洲等大批先进典型人物无一例外都烙上鲜明的时代印记，从而成为经典。所以我理解先进人物报道需要有大局意识，把要报道的人物放到历史时代社会坐标系中去定位、考量，这样所选择的人物报道有没有价值，有多少价值就会衡量，让先进人物“鲜”起来。采 (作者单位：本报浙江记者站)

年的年度预算利润从70亿元上调至75亿元，比原定计划增长8%，实现同比增长19%，为央企提质增效作出自己的贡献。

报道就是在这样的背景下，由记者站和东航宣传部沟通、决定着手采写的。

要采写这样一篇稿件，仅仅将文体定位为围绕东航主动加压、增加预算利润这一事件，写一篇动态消息，当然能够很快推出，但显然没有充分体现这一事件的新闻价值；如果能写成深度报道，则能够有效分析这一增加的可行性在哪里、对于业内的启迪借鉴体现在哪些方面，效果会好得多，当然，稿件在时间上依然必须做到“新闻姓新”。

综合分析素材， 确定“创新红利”主题

作为行业媒体兼航机读物，《中国民航报》的读者同时包括业内读者和业外读者两大群体。他们对民航业的了解程度大不相同，深度报道如何同时赢得他们的认可？我们在报道中尝试着换位思考。

就业外读者来讲，对东航增加利润预算的质疑可能是，认为民航业近几年经营向好，仅仅是靠低油价“躺着赚钱都能赢”，又发现旅游、特别是出境旅游越来越热门，所以想定哪怕有高铁冲击，凭借出境游市场的热潮，航空公司自然不愁利润，“风口上猪都会飞”。归根结底，他们对预算利润增加会误解为易如反掌。

从业内读者来讲，他们非常了解民航业的甘苦，也因此可能有另一重担心：东航要在既有利润已经颇为可观的基础上，进一步增加利润预算，能不能实现？会不会因为实现的压力很大，而把目光过多聚焦于人力成本、甚至影响员工待遇？

要写好稿件，就需要回答好这些疑问。



虽然采写的时间很紧，但在新闻素材上，上海记者站已经有丰富的先手准备。去年下半年到今年年初，我们相继完成了东航达美战略合作、东航打造航空枢纽助力上海国际航运中心建设、东航携程战略合作、东航与迪士尼开展合作、东航全力升级其APP客户端等一系列与东航有关的深度报道。

这些采写中积累的素材，有些还没有在原先的报道中用足，有些虽然已经使用过，但从原本的单项活动到现在和其他背景资料融合观察，又会展现出不一样的意义。在既抓紧采访、更积极梳理既有素材的基础上，我们确信，东航近年来的经营业绩改善，当然有油价、出境游市场等资源型因素带来的助益，但创新才是最关键的核心内因，此次提出预算利润增加，更将主要依托于创新。

报道主题因而敲定：《从“资源红利”转向“创新红利”》。

长期“备料”发挥作用， 缺少提醒留遗憾

有了长期充足的“备料”支撑，稿件得以条分缕析、由点及面地说明，东航近年来产业链上下游的广泛布局，线上线下的同步推进，对于实现经营业绩成长，确实创造了关键的“创新红利”。否则，即使有油价低位的成本减压，解决不了销售渠道，航空公司只能给掌握渠道的电商、代理打工而无法创造自己的利润；即使有出境游市场的大蛋糕，如果与外航存在巨大差距，则既无法争取旅客的选择，更难以赢得同业的尊重与合作、实现市场共赢。在急剧变化的市场中，“资源红利”已不足为依靠，“创新红利”才是关键。

最终，报道成文刊发，赢得了关注与好评。

手机已成记者新“标配”

“随手拍”时代如何讲故事

□张紫璇

媒体记者的“长枪短炮”，早已成为各大新闻现场的一道景观。然而，近年来随着信息科技的快速发展，一种新趋势得以呈现：记者纷纷拿起手机，记录下重要的新闻时刻。

在去年的珠海航展上，除了远距离的飞机特写、装备特写，其他的新闻摄影作品，中青在线的记者周婉娇都是用手机拍摄完成的。

“我用手机全景功能拍了航站楼的整体场面，用延时摄影拍出现场的人潮涌动，还架上自拍杆突破‘人墙’进行了录像直播，而且所有照片和视频材料，用微信就能压缩上传，减少了电脑的必需性和网速的困扰，发布新闻更及时了。”周婉娇说。

小小的手机，似乎正在改变其新闻拍摄“业余军”的地位，受到不少记者的青睐。

手机成记者新“标配”

从19世纪起，相机就成为新闻记者们必备的装备。从傻瓜胶片机再到数码相机，沉甸甸的

相机设备记录了许许多多珍贵的历史时刻。而当移动互联网大潮袭来，记者们的采访设备也在悄然发生着变化，曾经看起来非常“业余”的手机，正频繁出现在今天重要的新闻现场。

“现在在很多新闻场合，我都会用手机进行拍摄。”对于用手机拍摄新闻照片的原因，周婉娇解释道：“一是节省时间、取材方便，相比倒腾相机的时间，手机又能拍又能录，还能随时切换模式，很快捕捉到精彩瞬间；另外，上传方便、传播速度快也是一大优点，能够方便给后方编辑团队回传素材用于制作。”

“在短平快的即时新闻中，手机拍照上传显然更有优势。”《都市快报》摄影部主任傅拥军认为。央视网记者林孔仕说：“手机方便取景也方便编辑传送，且现在的手机像素越来越高，拍出的新闻图片也足够清晰。”

“手机摄影很适合现在的网络传播。有些单反照相机也具有了手机的一些便捷功能，但没有

这是“手中有粮”、厚积薄发形成的，如果仅靠商定选题后短短几天的采访准备，肯定远远不够。长期“备料”，既为摸索、确定选题提供依据，又为选题最终成稿提供扎实素材。

此外，回顾稿件采写过程，确实仍然有一些遗憾之处。这一遗憾则与平时“备料”范围还不够广息息相关。

稿件采写时，自己曾经想到，无论是东航与旅游电商龙头合作、与外航合作，还是主动抓住迪士尼商机、打造APP、完善枢纽航线网络，都在为运输业务大力导流；而在民航业人力、空域、时刻等生产要素存在紧缺瓶颈的情况下，导流固会带来业绩上升，但也容易导致这些瓶颈加剧。如果本篇报道能予以提醒，指出这是东航

在增加预算利润之际将要面临的挑战，有赖其进一步的应对举措，或许稿件会更加完整——既看到了成长的机遇，又看到了成长的烦恼。可惜最后因为限于时间周期和当时自己的思考不够完善、对这些薄弱环节的素材“备料”不足，没能写就。

而今年以来东航和业内其他相关单位出现的若干意外状况说明，高速成长期确实容易成为短板凸显期，对航空公司、机场、空管等方面皆如是，航空公司作为直接面对旅客的一线，尤其容易首当其冲。如果要弥补类似的遗憾，还是需要更加广泛、多样、深入的长期素材积累，为未来的报道做好准备。采

(作者单位：本报上海记者站)

手机用起来那么普及。”中国人民大学教授盛希贵说。

而正是由于具备快速拍摄和制作的能力,且可以上传至社交网络,手机摄影极大地拓展了图片诞生的维度,正引导互联网新闻从文字时代走向读图时代。

好器材不等于好照片

那么,像手机摄影这样多样、有趣的视觉呈现方式,是否会让新闻摄影的专业性降低?

傅拥军并不这样认为。在他看来,数码专业相机的优势是明显的。比如,从技术角度看,广角镜头的大多数场景手机可以应付,离近了还可以拍微距,但手机绝不适合拍好“天上的月亮”这种题材。此外,手机的感光元件很小,这也就意味着它在弱光环境下拍摄并没有太多优势,无法营造出单反相机大光圈镜头的那种背景虚化的氛围。

但这并不意味着记者用手机拍不出专业的新闻摄影。傅拥军说,对于今天的新闻摄影来说,器材与好照片其实并没有直接的关系。“重要的不是机器设备,而是手握镜头的记者有怎样的思想和态度。”

盛希贵也认为,新闻摄影是“图文结合的新闻信息传播方式”,新闻价值的判断和充分的新闻信

息传达是其主要目的。讲好新闻故事,不是只靠拍摄“工具”,而是要有新闻事实、逻辑思维、鲜活的视觉语言和充分的信息量。

“技术再更新,总有一些记者会坚持拍摄胶片,还能出好作品。所以,重要的不是要有怎样的拍摄工具,而是其中有价值的新闻内容。”盛希贵说,新闻摄影图片要具备吸引力、感染力和震撼人心的力量,而这些元素的呈现并不是完全受拍摄工具的影响。

随手拍时代如何讲故事

在去年第十一届国际新闻摄影比赛中,美国盖蒂图片社摄影记者约翰·摩尔(John Moore)的作品《埃博拉席卷利比里亚首都》获得了年度新闻照片大奖。让人意想不到的,这幅作品正是通过手机拍摄的。

在盛希贵看来,记者的专业性在随手拍时代更加凸显。“专业记者可以用大众化的手机生产出专业品质的产品;普通人用专业设备也只能满足其‘业余爱好’。”

“今天的受众对新闻图片的需求也发生了改变。”傅拥军认为,新闻摄影发展到今天,可以是融合的、多元的,新闻图片可以与声音、视频、绘画等艺术综合使用,“手机摄影的应用,应该成为新闻摄影思维的一种创新。”

正因如此,傅拥军认为,新闻摄影的专业人群更应该思考如何用好手机拍摄,怎样产生价值。“手机生产商正在开发多款‘无所不能’的手机,作为摄影记者,要活学活用,而不必过于担心。我们这个时代可以出好作品,摄影人应该有对未来的思考,才不至于错过应该记录和表现的东西。”

盛希贵还建议,要辩证看待手机摄影带来的挑战,摄影记者应该与时俱进,主动适应新技术环境,成为“学习型记者”。“不管是什么工具,主要看是什么样的人在使用,以及为了什么目的在使用。坚守和创新两者相辅相成,如果能够自如地游走在新技术和传统技术之间,驾轻就熟,岂不更好?”采

(来源:人民网)



美国新闻客户端趋势： 好看 分享 多维度 容错创新

□戴睿云

现在，美国各大公司支付给报纸、杂志等传统媒体集团的移动客户端越来越高昂的广告费。根据美国 eMarketer 调查机构 2016 年 3 月的统计报告，2015 年美国数字媒体的移动媒体（客户端）获得广告投放高达 315 亿美元；根据其预测，到 2020 年，这个数字将达到 770 亿美元。庞大的广告市场，为美国媒体发展移动客户端注入了“强心剂”。移动客户端，成为主流新闻媒体的标配。

2016 年 10 月，笔者走访了包括纽约时报、华尔街日报、BuzzFeed 网站、路透社纽约总部在内的美国主流媒体，并在密苏里大学新闻学院进行了短时的学习。考察和学习中，笔者感受到，美国移动新闻的发展和各类型新闻客户端发展方兴未艾，与国内近年来新闻客户端的风起云涌形成了有趣的映照，其发展趋势和成败经验也为国内新闻客户端发展提供了借鉴。

“好看”：吸引年轻受众的“利器”

根据 KPCB 2014 年对美国智能手机用户行为分析报告，大约 90% 的人整天都离不开手机，

80% 的人每天醒来第一件事情就是看手机，75% 的人每天两小时以上使用手机，60% 的人觉得未来 5 年可以在移动手机上完成任何事情。移动端，毫无疑问已成为美国用户接触新闻主渠道之一。

纽约时报、华尔街日报、BuzzFeed、路透社、今日美国、华盛顿邮报、ABC、CBS、CNN 等各大媒体都拥有自己的客户端。一些大的集团，除了主客户端外，还推出若干个细分的客户端。

“视觉，成为美国的新闻移动媒体客户端越来越重视的元素。很多分析学家指出，视觉性强的新闻报道更容易吸引受众，引发分享。”研究移动新闻学的密苏里大学新闻学院教授迈克·麦金这样总结。

从界面分析来看，无论是纽约时报、今日美国、CNN、华盛顿邮报、ABC News 等主流媒体客户端，都喜欢使用占用半个手机屏幕甚至以上的大图来呈现当日的头条新闻。在总体内容的排布上，也喜欢大量使用大图片呈现。华盛顿邮报作为传统媒体的代表，其客户端则走了强调视觉的路线，几乎每篇报道都有相关图片。

客户端的“好看”程度，还取决于视频数量和质量。根据思科的预测数据：到 2019 年，80% 的用户收到的是视频形式的新闻。

“5 年前，报业做视频还是前沿，现在，视频是美国媒体的标配。大家意识到，视频是吸引年轻受众的重要内容。”华尔街日报视频部门负责人乔安娜说。她所在的视频部门成为华尔街日报近年来营收增长最快的部门。在华尔街日报位于新闻集团大厦的总部内，配备了多功能的视频直播室，在报业裁员潮趋势下，视频部门的人数



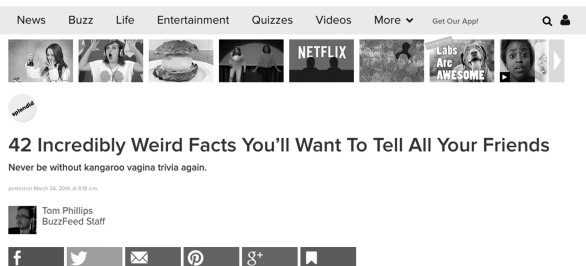
纽约时报的 my time

5年来却已经扩充到50人，每天华尔街日报视频部门生产内容30-40个，有些是小短片，有的则是制作精良的专题，调查新闻、深度报道类、纪录片式的长视频专题，这些视频会拍几个月。他们制作的视频在包括华尔街日报客户端上播放，还同时向谷歌、苹果等30多个平台以“辛迪加”（媒体联盟）方式做视频内容交换或交易。

纽约时报成立了超过50人的视频团队，并在网站开辟视频频道，制作各种类型的视频，包括新闻、纪录片等。在其客户端上，每一条视频都会有很大的纽约时报的logo，视频新闻类型很多，包括硬新闻、体育、时尚等等。客户端新闻配备视频的比例不断增高，头条新闻的引导图片有条件的情况下会变成引导短视频，引导视频有的甚至短至几十秒（讲清楚概要），但都达到了很高的水平。纽约时报客户端上，还专门开辟了视频（VIDEO）频道，且排位紧跟在头条、最热门、收藏、观点频道之后，列于世界、美国、商业等传统分栏之前。

路透社纽约总部则专门成立了路透TV（数字化电视）。路透TV客户端上线一年多，已有100多万的用户，4.5万的活跃用户每人每天看视频超过10分钟。路透TV客户端上，用户可以根据自己的时间和喜好选择愿意观看视频的长度：最短5分钟，最长30分钟。根据用户的定义，客户端会自动跳出相应的内容。路透华尔街日报APP TV，已经成为

BuzzFeed



新闻聚合网站 buzzfeed

路透社从B2B转入B2C领域的突破口，移动端也是未来三年要重点发展的一个端口。

在BuzzFeed客户端上，“TASTY”（好吃）栏目大受欢迎。该频道把制作简单美食的过程拍成短视频，被放置在网站上。目前该栏目已被翻译成六种语言，成为网站成长最快的栏目。

分享：“内外兼修”的社交提升

美国传统媒体在转型中，也与中国传统媒体一样，面临社交平台抢夺大量用户注意力的处境。在移动客户端战略上，美国传统媒体在立足自身内容优势的基础之上，不断强化移动端的社交功能；并依附于拥有大用户流量的社交平台建立自己的品牌形象，依靠优质新闻内容的频频“亮相”吸附社交平台用户。

从内容到界面，新闻客户端都在强调自己的“社交性”。纽约时报客户端上的新闻风格和报纸上完全不一样，包含了很多设计元素，以便让用户分享；客户端上的原创视频还标配了字幕，大量视频体现出更多纪录片风格，记者并不出镜，更适合在社交媒体上进行传播。

运营好社交平台账户，也成为新闻客户端提升社交性的重要手段。纽约时报专门成立2到3人的社交媒体组，负责重要原创新闻的社交平台账户推广，吸引受众链回自己的客户端或网站。

利用社交媒体进行“二次传播”之外，专门

为社交平台定制内容，也成为媒体提升在社交平台影响力和识别度的手段。路透 TV 客户端在脸书上设置了路透 LIVE 账号，每天会有 2 小时以上的记者直播内容。

通过技术手段，全面分析用户偏好，生产用户更愿意分享的内容，成为“实验室”起家的 BuzzFeed 提升内容社交性的手段。作为跨媒体平台，BuzzFeed 每个月 70 亿浏览量，每个月环球范围独立访客 2 个亿，七成流量来自移动平台。BuzzFeed 175 个工程师团队设计出一套分析“病毒传播指数”的分析系统，能够分析每条稿子在互联网上的阅读率、分享率，并进行实时排位。例如这条裙子到底是蓝黑相间还是金白相间的案例，就是编辑根据话题是否具有朋友间的讨论价值而推出的原创内容。这则富有争议性、具有生活趣味的消息，在全世界的社交平台都引发过讨论，是否适合乐于分享、是否能找到乐趣也成为 BuzzFeed 制作内容的最重要标准。

社交平台自身也根据用户需求不断演进迭代，推出直播功能和平台。推特推出了新的视频移动客户端——Periscope，这是推特公司做的视频分享 APP，让人们用视频录制直播，分享给全世界，你还可以根据自己的位置找到附近的人，观看直播。脸书（Facebook）也有这种直播功能，可以随时直播，并马上生成，并且上传。脸书的这个功能两年前就可以用，但“LIVE”标签半年前才加到客户端首页。

用户开发：创造价值 多维度推广

如何让老的用户对你的客户端产生更多依赖？如何让更多的人关注到自己的客户端，不断吸引新的移动用户群

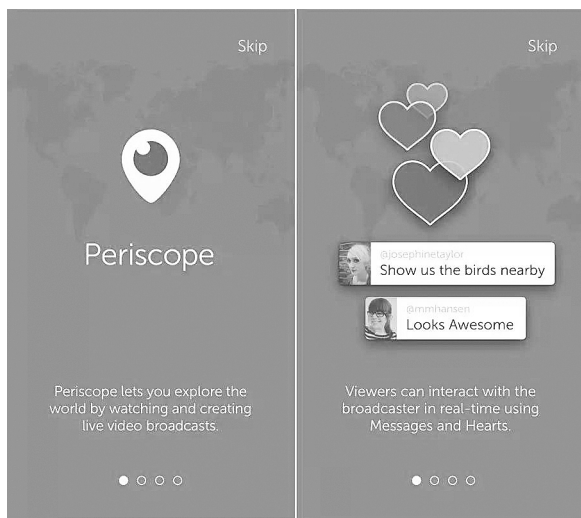
体？美国媒体也在不断探索，不断为用户创造价值，不断发现用户需求，不断开发用户。

无论是老牌纸媒纽约时报、华尔街日报，还是新型跨媒体传媒集团 BuzzFeed，一流的内容生产能力是美国主流媒体锁住用户的立身之本、利润之源，也是新闻客户端吸引用户的根本。纽约时报坚持雇佣来自全美最好的写作者；华尔街日报的原则也是“聘请最好的记者，写最好的故事”；BuzzFeed 除了有趣的内容，还重视传统范畴的原创新闻，也鼓励记者花长时间推出独家长篇报道，认为独家深度报道既可以树立品牌，也可以吸引更多用户阅读、分享。他们的内容也都坚持原创。

在此基础上，媒体还在固有注册用户群体身上发现集中需求，发挥传统内容优势满足需求开发新的子客户端，粘住老用户，吸引新用户。纽约时报不断完善自己的用户数据库并进行用户分析，发现用户中有相当一部分群体对美食情有独钟。他们为喜欢美食的用户专门建立了纽约时报“Cooking”（烹饪）客户端，制作精良的家常美食烹饪视频，用户不仅可以看，还可以要求客户端直接发送菜谱、制作方法的邮件，广受欢迎。类似的，在 BuzzFeed 的用户分析中，美食栏目“Tasty”也呈现出强大的吸引力

和增长趋势，BuzzFeed 专门成立充实团队，制作出美食制作视频，邀请并拍摄读者尝试新食物等，获得了较大成功。

华尔街日报则利用访问娱乐界、时尚界甚至财经界名人的机会，为注册用户提供与大咖面对面的机会，作为专有福利回报给客户，为用户创造更多价值。



推特推出的视频移动客户端——Periscope

用户开发，离不开有效推广。“如果客户端有好的内容和产品，不触达用户也没有人知道。美国媒体也千方百计对自己的产品进行推介促销。”研究媒体融合的密苏里大学新闻学院博士章于炎说。

譬如一些新闻客户端将同一视频制作成上午版、下午版、夜晚版和周末版，不停地在自己的产品矩阵中推广，让好的产品带动客户端的下载与分享。

路透 TV 客户端还向脸书、推特等社交平台付费，在重要新闻发生时，将路透 LIVE 的新闻露出在更好的位置，让更多用户识别到路透 TV，下载客户端。路透 TV 客户端也在一些城市的地铁站、火车站购买户外广告，他们通过数据比对发现，做过户外广告的城市的客户端下载量，明显比没有做过户外广告的城市要高。

前沿：勇于尝试容错创新

作为手机应用的一种类别，新闻客户端的迭代与竞争在美国也是硝烟弥漫。成百上千的新闻客户端在新陈代谢，但是创新不停。勇于试错，勇于尝试，是美国新闻客户端发展留给笔者的深刻印象。

2014 年纽约时报曾经推出过针对年轻人开发的新闻客户端 NYT Now，就在 2016 年 10 月笔者访问纽约时报的前几个礼拜，NYT Now 关闭了。纽约时报有关负责人解释说，NYT Now 是针对年轻人推出，并尝试了一些吸引年轻人的实验性举措，事实证明，更大胆的尝试可以在主客户端进行，他们就决定关闭了 NYT Now。据悉，NYT Now 当时推出时，并没有像纽约时报主客户端那样设置付费墙，同时尝试了新闻以聚合为主，也与主客户端以原创新闻为主的定位有所不同。在纽约时报内部，NYT Now 的关闭并没有被视为是件很严重的事情，而仅仅作为一次大胆尝试。

在华尔街日报，视频客户端 WSJ Live 是否要继续存在也成为内部讨论的一个话题。目前视频部门除了为 WSJ Live 填充内容，没有做更多的运营和推广。5 年前，视频部门成立时，主要任务之一就是推出一个视频客户端。但从目前的运营情况看，视频更多是作为网站和主客户端的内容产品。

路透 TV 客户端在盈利策略上，曾经也想过设立“付费墙”，但是在成立之初的 3 个月内就放弃了收费。“人们习惯收看免费视频，我们一看市场反应不热烈，就立即改变策略，迅速扭转了势头。”路透社纽约数据媒体总监克里斯托弗·考夫曼说。

新闻客户端的类型不断细分，通过技术驱动做一些新型的新闻 APP，也代表着客户端的新兴趋势。

比如 VR 客户端，纽约时报就建立了自己的 VR 客户端，路透 TV 则有自己的 VR 频道。他们都先找到了互联网企业或者 VR 设备赞助商，用以支持比较高昂的 VR 制作费用。人们越来越愿意去“浸入式”体验，特别适合旅游等板块。

比如 NBC 推出的突发新闻（Breaking News）客户端，就通过技术抓取各地的突发新闻，全国各地的用户就可以通过手机的地理定位查看周边的实时突发新闻。

又如向用户布置任务的新闻客户端。卫报直击（GuardianWitness）APP 会问你：是否在昨天的那场游行中？能否上传你的照片？读者上传的图片点赞越多，位置就越靠前。用户上传照片后，APP 后台会进行审查，通过地理标识、时间等要素验证图片的真实性，然后决定是否会上 APP。但验证需要花费很多人力物力。

新闻客户端的发展在全世界已经趋于同步，传统媒体面向移动端的融合与创新，也是在不断地自我革新和撕裂中曲折前行。

美国新闻客户端广告的强势增长，纽约时报、华尔街日报等传统媒体不断追求客户端的

探寻媒体发展事半功倍之法 未来重点关注四大方向

□任晓宁

传统媒体、新媒体、社交媒体……在过去短短的几年内，媒体行业经历了几十年来未曾有过的变革与创新。并且，这种变革与创新还远远没有结束。

无论是传统媒体还是新兴媒体，都在这种变化中寻找自己未来发展的方向。在11月中旬举行的2016腾讯网媒体高峰论坛现场，来自国内与国外的20多位传媒及科技行业领军人物对这个方向进行了探讨。他们认为，未来传媒领域可以重点关注个性化新闻、机器人写作、新闻现场重塑、分布式新闻这4个方向。

个性化新闻将提升内容分发精准度

“一个用户经常读一些财经的文章，现在又比较关注美国大选，能不能以此来推断他很关心特朗普对财经的政策，并给他推送很多这样的新闻？”专注于研究人工智能技术的香港科技大学计算机系主任及大数据研究院院长杨强提出了这样的疑问。他认为，人们看新闻是出于对新闻的兴趣。他所研究的，是怎样才能更精准地把用户想看的内容及时准确地推送给用户。

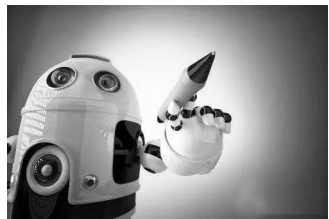
这种个性化新闻现在在国内已经有了不少案例。数据显示，从去年9月到今年9月，在今日头条、天天快报、一点资讯3家国内主要的个性化推荐新闻平台上，用户每天使用的次数、使用的时间提升幅度超过了55%。

但是，目前的个性化新闻还远远不够。用户的兴趣会随着时间而改变，“比如，我去年感兴趣的东西，今年不一定感兴趣。今天在上班时喜欢看的新闻，和我放假时喜欢看的新闻完全不一样。”清华大学新媒体研究中心主任彭兰认为，用户一旦兴趣发生了转移，就会对算法产生质疑。这种情况下，需要有更智能化的手段判断他们的个人兴趣所在，判断他们的社交渠道所在。

“根据每个用户特定的场景，特定的行为习惯，为他们量身订制一些信息。这对于大数据分析能力，还有整个新闻的生产机制都会提出更高的要求。”彭兰表示，未来随着技术与人工智能的普及，算法的优化和提升会使得用户真正得到个性化的满足。

机器人写作表现将超出想象

2013年，彭兰就已经关注到了机器人和人在未来博弈的趋势。今年3月，AlphaGo击败了围棋超一流高手李世



石；无人驾驶、智能投顾等典型人工智能应用也日趋成熟。而在媒体领域，今年里约奥运会中，腾讯的写作机器人 Dreamwriter 就撰写了超

突破与推广，新兴媒体诸如跨媒体平台 BuzzFeed 的成功经验，以及新老媒体、社交平台在客户端的不断探索与尝试，也为国内传统媒体融合发展提供了一个好的心态：科技日新月异

异，新闻客户端依然有广阔的市场空间，必须以更开放思想和视野，以用户为中心，怀抱容错的勇气，用更好的手段，做更好的产品。

采

（来源：《传媒评论》）

过 3000 篇的赛事新闻报道……在当下整个媒体生态环境下，人工智能的应用已开始普及。

机器人写作的发展将愈发迅猛。如今不少新闻报道已无法让人分辨是机器人写作的还是人类写作的。现在很多人对机器人写作的温度、情感的表达，及机器人写作的内容质量会有各种各样的担忧。但彭兰认为，随着机器人学习能力的提高，机器人在未来的表现可能会超出人的想象。

另外，当人的智力和机器的能力结合在一起后，未来的整个新闻写作会变成一种人机合一的写作体系，“机器帮助我们发现选题，机器帮助我们拓展报道的广度、深度，机器帮助我们提炼规律，预判内容的传播效果，反过来指导我们写作的起点”。对于机器人写作的未来，彭兰很是看好。

新闻现场重塑让用户“所见即所得”



作为新闻人，对新闻现场及时、准确地描述是基本能力之一。但是之前，即使是进行电视直播，也会受到导播、摄像角度的限制，使得直播不能给用户提供方位了解新闻现场的机会。当 AR（增强现实）、VR（虚拟现实）的技术开始兴起后，情况发生了改变。

AR、VR 强调的是 360 度沉浸到现场去，这种沉浸感不仅仅是身临其境感，更重要的是每一个用户在新闻现场的获得感，对于某个事件现

场认知观察的角度完全自主，会产生“所见即所得”的最终效果。也就是说，当现场新闻与 AR、VR 结合后，用户可以在 360 度的虚拟现实环境中，以第一视角实时观察事态的发展变化，最快、最直接地获取第一手资讯。

目前，AR、VR 与直播结合已经出现并逐渐流行。在一些大型的体育赛事、大型的活动，这样的直播已经都在初步显现出它们的可能性。无论是国内还是国外，各种各样的科技巨头、媒体巨头都在布局这个新的领域，未来的新闻形态也许会在未来几年里由此而推进。

皮尤研究中心媒体研究总监艾米·米歇尔提醒说，一些科技公司现在在技术、知识、网络通信上非常占优势，传统的新闻媒体已经被甩在了后面。“当下新闻的生产、传播以及与受众的互动，甚至在收入上，科技公司都扮演着重要的角色。”对于传统新闻媒体，这意味着他们需要花更大的力气去迎头赶上。

分布式新闻将集大成于一身

在未来，新闻传播的内容生产不仅仅是人与人、人与机器的碰撞，更重要的是通过汇集人和人的智慧，集结出最优质的效果，分布式新闻就是这样的产物。

在国外，已经有一些国家在传媒领域进行了这样的实践。彭兰介绍说，在新闻领域中，各种个体的碎片化新闻素材，为用户完整了解一个新闻事件的全貌提供了丰富的视角。在未来整个新闻业的生产过程中，其将不再依赖于某个个体或专业机构，而是依赖于大量的个体，通过去中心化的自组织方式完成新闻协同生产的模式，不久的将来，这种方式也将变得越来越普遍。

“智能化将重新塑造人与媒体、人与资讯的关系，带来新的组织形式、生产方式、产品形态，颠覆并重构媒体生态。”腾讯集团高级执行副总裁刘胜义总结说，媒体的未来，拥有无限可能。采

(来源：人民网)

新媒体时代微信新闻的写作特征

传统媒体、网络媒体、移动新媒体等不同的平台，因其不同的媒介属性必然衍生出不同的写作特征。虽同属新闻传播领域，皆会遵循新闻价值，但因每个媒介属性的不同，其写作特征也有着明显的差异。

随着新媒体平台的发展，微信、微博已经成为现代人接受、传播、分享信息的重要渠道，一个好的新媒体作品应当兼具可读性和传播性，因此，新媒体作品的生产者、把关人在传播时更需要担负起关键作用。从这个意义上而言，研究新媒体文本写作不仅具有理论建设的重要价值，也具有实践性的借鉴及指导意义。

标题：图文呼应，简练有力

1. 选取有视觉冲击力的图片作为封面

报纸等传统新闻写作是需遵循一定模式的线性写作，主要利用 COREDRAW 或方正飞腾等软件将筛选后的图文资料整合在版面中，标题之下紧跟消息内容。不同于传统媒体标题的纯文本形式，微信公众号推送消息时，可以选用与消息相关的图片作为封面图，在增强图文消息对受众视觉冲击力的同时，还能对标题内容进行补充、说明和完善。微信新闻主要通过超链接的方式呈现内容，受众通过对公众号所推送消息的题目和封面图进行观察，根据需求来判断该消息对自己的价值及有用度，从而决定要不要打开该链接进一步阅读。

2. 标题简短有力，与图呼应

标题是新闻的“眼睛”，对于微信而言，标题与封面图同样重要，都是决定其消息传播效率与广度的重要因素。由于用户手机显示屏大小的影响，对于小屏手机用户而言，过长的标题在显示中会换行，从而影响其视觉冲击力和吸引力，因此，在为微信图文消息取标题时，应尽量使用最精炼的语言概括出新闻的核心内容。如人民日

报微信公众号 2016 年 5 月 29 日推送的图文消息，以“这个假，放得好！”为题，配以一



张独生子女父母光荣证，表明了该消息与独生子女获得假期的新闻事件相关，且通过简短有力的“放得好”三个字，表达了编辑的价值导向。

正文：语言青春活泼，结构模式化

不同于微博以 140 字以内的短文写作为主，微信在报道图文消息时，其篇幅大小更接近于传统媒体的深度报道方式，但由于传统媒体受到技术的局限，更多地依赖于文字，即便使用图片也不得不考虑其大小、数量等，因此，微信的写作方式与传统媒体有极大的不同。

1. 语言青春活泼

微信用户的年轻化及其媒介本身的平民化、碎片化、多媒体等特点，决定了其新闻写作更具青春、活泼、趣味、易懂的特性。因此，在微信新闻传播中，可以通过图片、视频等更活泼、更具视觉冲击力的表现形式来进行新闻传播，以音频作为背景音乐，辅以文字对相关内容进行说明引导，使报道更具吸引力，也更容易吸引受众的眼球。

2. 写作结构模式化

微信写作一般倾向于选用总分、并列、递进等自由式结构。一般开头以一两段简单活泼的文字告知下文信息，有时也选用编辑器中的对话格式来进行简单的一问一答引导受众阅读，从而实现消息的导入。当然，依据新闻的不同类别，微信新闻写作结构也有所不同。

在热门事件报道中，一般将网上现有的信息

进行整合编辑，以“描述事件—事件背后—网友评论选登—事件总结/评价”方式进行，以便能迅速地在媒体平台上有所反应。例如，2016年6月27日，“南方日报名记者诱奸暨南大学女实习生”事件发生；28日，当事人在天涯论坛、微博平台进行曝光，网帖热传后，该事件引起媒体注意；28日下午，一众非官方公众号平台就网络已曝光消息进行整理发布，如在漫画社、噪点等微信公众平台的推送中，只对部分语言进行了加工完善，90%以上的内容皆来源于网络帖子；28日后事件升温，官方媒体也予以回应要严肃处理此次事件，各大微信平台也就事件本身、各方声音等相关情况进行了汇总和编辑。这种编辑报道方式，最大的特征便在于编辑过程较为简洁，反应迅速，但深度、准确度有不足之嫌。

在对通知、公告、会议、文件类公文进行传播时，一般会采用截取新闻关键点的方式进行报道，并以换色、加粗或变大字体等方式突出部分内容，有时也将信息浓缩整合制作成图，方便受众理解，也方便其找寻有用信息。例如，人民日报微信公众号在传播十八届四中全会公报时，将纯文字内容以图片的形式整合起来，截取公报中的重要部分制成九图，在微信平台以“九张图读懂十八届四中全会公报”的方式进行传播。

3. 进行适当的议程设置

微信写作借鉴了传统媒体写作报道的“倒金字塔结构”，将最重要的信息放在前面，实现简单化的文本内议程设置。例如，该条消息的编辑目的是推荐视频，则开头一般用一两句简单的文字信息对视频内容作大概说明，随后便附上视频链接，其后再续上视频观后感或视频背后的故事等等。若是通过文字、图片已对视频作了完整的介绍后再附上视频链接，因部分受众的注意力易被长篇的文字和大量的图片冲淡，可能还未看到视频便退出阅读，从而削弱了视频的视觉冲击力，使视频点击量减少，因此关键性的议程设置在新闻写作中也是必不可少的。

善用新技术和小功能

1. 融入新兴媒介技术

VR、直播、H5等媒介技术手段在不断升级，微信的功能及其传播手段也发生着变化。在微信编辑中，可以融入已有的技术，使文本的表现形式更加活泼多样，提升微信的表现力和传播渠道。例如，通过后台操作、编程等信息技术手段，微信已实现了在线直播的功能，用户可通过点击链接的方式进入直播室，形成公众号与粉丝之间的小型直播朋友圈。公众号在该平台上及时推送消息，用户可通过点赞、评论等方式参与实时互动，增加互动性、表现性，有效地弥补了公众号一天只能发送一条消息的不足。

2. 善用微信小功能

利用好微信本身的功能与优势，能增加微信公众号图文消息的用户使用与满足度。

充分利用“阅读原文”，有利于实现信息的全面度、完整度和权威性。例如，高校发布招聘信息时，可以将学校就业信息网的链接附在文末的“阅读原文”中，并用简单的一句话告知读者“更多招聘信息可点击‘阅读原文’进行查看”，感兴趣的读者可以通过链接获得更多信息，在完善微信内容的同时，也增加了读者的满足感。

“申请原创”功能是腾讯为保护公众号原创度、知识产权而新增的功能，在推送消息时，若公众号A已将本条消息申请了原创，且公众号B推送的消息与公众号A所推送的相似度达80%以上，系统会自动将公众号B推送的消息换为公众号A推送的消息。编辑应善用申请原创功能，在不侵犯别人的知识产权的同时，维护好自己的权益。

“留言评论”“投票”等功能也增强了微信公众号与受众之间的交互性，也使微信图文消息的互动形式和编辑方式更加生动灵活。虽然与微博不限制评论数相比，微信有评论量和审核通过后才显示的限制，但其已在原有的基础上获得了很大的丰富和完善。采 (来源：青年记者)

这些成语的使用对象不能搞错

□赵丕杰

有些成语的使用对象是有严格限制的，不是什么人都可以适用。有的只适用于一定性别和年龄的人，有的只适用于具有一定关系的人，有的只适用于某种特定的对象。这是由成语的出处、意义和长期使用的习惯决定的。使用时只能严格遵守，不能随意扩大或转移，否则必然造成误用。

香消玉殒

“香消玉殒”比喻年轻女子死亡（殒：死亡）。古人习惯用“香”“玉”比喻女子。成语中就有许多例子：“怜香惜玉”比喻男子对女子温存爱怜，“瘞玉埋香”比喻埋葬已故的美女，“玉减香销”形容女子形貌消瘦。有人把“香消玉殒”用于男子，显然是用错了对象。例如：

1.类似的事情（按，指飞机失事），在重庆还发生过一起，而这次，差点让蒋氏父子当场“香消玉殒”。（《驼峰航线》第四章，广西师范大学出版社，2010年版）

2.“挑战者”香消玉殒，里根致词悼念——寒冷天气导致“挑战者”号航天飞机升空73秒时爆炸。（《新京报》，2011年5月22日）

蒋氏父子都是男性，当然不能说“香消玉殒”。《新京报》把“香消玉殒”用于“挑战者”号航天飞机，更是不伦不类了。

豆蔻年华

“豆蔻年华”只能比喻十三四岁或稍大一点的少女。有人把它用于青年妇女，甚至用于男性，也是用错了对象。例如：

1.豆蔻年华的知识青年们……把自己的青春奉献给了所在的乡村和农场。（《吉林日报》，2009年10月13日）

2.浙江卫视领袖型女主播梁薇，28岁的豆蔻年华……在上海出差期间突然猝死。（《上海青年报》，2009年9月11日）

上山下乡知识青年并非只有女性，当然不能使用“豆蔻年华”。而女主播梁薇已经28岁，还说“豆蔻年华”就比较离谱了。

琴瑟和谐

琴和瑟是古代两种弦乐器，因为经常配合演奏，音调和谐，古人常用来比喻夫妻或夫妻的感情。现在有人把它用滥了，不管什么人只要关系和谐，配合默契，就说“琴瑟和谐”。例如：

1.撒贝宁理性、严谨、犀利的主持风格与谢娜深入人心的古怪精灵何以做到琴瑟和谐？（《华西都市报》，2012年11月14日）

2.湖人要真正实现内外线的琴瑟和谐，杰克逊仍有很多工作要做，漫长的常规赛也许正是磨合“三巨头”的最佳时段。（《羊城晚报》，2008年10月28日）

看了例1，很容易使人误以为央视主持人撒贝宁和湖南卫视主持人谢娜是一对夫妻，其实大谬不然，说他们两人“做到琴瑟和谐”，未免荒唐。至于湖人队的科比、拜纳姆和加索尔三名球星，都是彪形大汉，让他们“实现……琴瑟和谐”，更是强人所难了。

反戈一击

“反戈一击”比喻调转头来，反对自己原

来所属的或拥护的一方。

“反戈”就是在战争中投降敌方，调转武器反过来打自己人。因此，成语“反戈一击”的使用对象必须是自己原来所属的或拥护的一方。只有背叛了原来的营垒倒向敌对的一方，才有可能回过头来反戈一击。它同“反击”恰好相反，反击者是被自己攻击过的敌对的一方，而不是自己的一方。现在有人把“反戈一击”同“反击”混为一谈，显然是搞错了使用对象。例如：

1. 足球就是这样，你不进球，别人就会反戈一击。（《济南时报》，2010年9月12日）

2. 日本……在钓鱼岛和历史问题上寻衅滋事，中国现在反戈一击，要给日本一个全面的教训。（《环球时报》，2013年3月14日）

例1所说的“别人”只能是对方，你久攻不下，对方就会发起反击，说“反戈一击”显然是用错了对象。例2，日本对中国挑衅，中国予以反击，怎么能说“反戈一击”呢？

严阵以待

“严阵以待”意思是摆好严整的阵势，等待迎击来犯的敌人。这条成语只适用于特定的对象，那就是来犯的敌人。现在有人用得太多，不管是等待谁，也不管是谁在等待，只要做好准备等待什么就说“严阵以待”，这就不妥了。例如：

1. 记者昨天来到运动员村公共区发现，一排排整齐的大巴严阵以待，蓝色的车身在阳光下熠熠生辉。（《羊城晚报》，2010年11月5日）

2. 记者在……施工现场看到，地上附着

物已清理干净，大片被整理过的土地正严阵以待，准备履行新的使命。（人民网，2010年5月25日）

“大巴”等待的是各国运动员，运动员是来宾，怎么能说“严阵以待”呢？至于说“土地”等待施工，与“严阵以待”更不沾边，纯属滥用了。

广开言路

“言路”旧指人臣向朝廷进言的途径，现在也指向政府或领导提出批评或建议的途径。因此“广开言路”只能是领导者的行为，这条成语只能用于领导者。现在很多人没有弄清“广开言路”是谁的行为，应该用在谁身上，把它同“献计献策”“建言献策”等群众的行为混为一谈。例如：

1. 从大会发言到小组讨论，委员们广开言路，积极建言献策，提出的一个个真知灼见，为“十二五”规划的科学编制再次提供了广泛的智力支持。（《甘肃日报》，2010年7月5日）

2. 我们邀请部分文学网站的负责人、网络文学作者、编辑和读者代表，还邀请了一些作家和评论家，请大家广开言路，从不同的角度和层面来研讨网络文学，发表对网络文学的看法和意见，建言献策。（中国作家协会网，2010年5月27日）

以上两例，“广开言路”的实施者分别是“委员们”和“大家”，都不是领导者，显然都不能使用“广开言路”。修改的办法很简单：或者把“广开言路”改为“群策群力”（大家想办法，大家出力气）；或者干脆删掉“广开言路”。采

（文章来源：中文编辑校对网）