

# 采访理应千般细 珍珠犹需金线连

——《东风已绿双江岸》写作体会

□孟进

2017年元旦刚过，我就飞往云南临沧，到东航的定点扶贫县双江县采访。

自2003年东航与临沧市的双江、沧源两县结成扶贫对子以来，我已经5次踏上这块遥远、淳朴而神奇的土地，亲眼目睹了她在党的扶贫政策光芒照耀下，在东航集团等对口企业的帮助下日新月异的变化，看到了环境的逐步改善，看到了村民们一年年地远离贫困。

从云南回来后，我没有马上动笔写作。但双江5个日夜的所闻所见，却像放电影一样时时在我眼前浮现，尤其是那山坡上红粉粉的野樱花，始终触动着我平静的心灵。终于在某一天，我从灿烂的野樱

花中找到灵感，用两天的时间一气呵成地写出了6000多字的深度报道《东风已绿双江岸》（中国民航报2017年4月20日1版）。而文章的首尾正是用那烂漫的山花做呼应的：

位于祖国西南边陲的云南双江县，今年的春天似乎来得比以往更早一些。

元旦刚过没几天，山坡上的野樱花已经迫不及待地吐出粉红的花蕾，路边那些被当地村民叫做“鞭炮花”和“肥料树花”的红花黄花也袅袅婷

婷地竞相争艳。

一场春雨刚过，山间万物复苏。

……

离开双江的前一天，我又在山坡上看到了



## 要目

### ■ 采访札记

采访理应千般细 珍珠犹需金线连

2

如何读懂一座城市？

范新宇

### ■ 季度评优

本报二零一七年第三季度评优结果

6

### ■ 传播前沿

机器人写稿的现状与前景

8

智能机器人如何辅助编辑生产 社交媒体爆款

快笔小新：新华社第一位机器人记者

机器人聊新闻是什么体验

企业频道

### ■ 企业频道

用原生内容创造传播价值

15

### ■ 新媒体技术

2017 媒体新技术盘点

18

新华社发布「媒体大脑」

生成国内首条 MCC 视频新闻

刘扬

### ■ 媒体动态

纽约时报试验兴趣阅读

22

不同用户或看到不同报纸

陈梓

「网红记者」的优势分析及打造手法

姜黎珺

### ■ 通讯员园地

难忘2017，我的出书故事

25

### ■ 供您参考

两会报道中有哪些「不能」

27

编辑中易错字汇总（一）

李加旭

### ■ 封面照片

除雪

谭申捷

星星点点的野樱花。朱洪飞副县长告诉我们，细些村“东航路”两边的樱花树今年就会栽种完毕，细些村和那京村的山坡上也会种上许多山樱花，等你们下次再来双江，山里的景色将比现在更美丽百倍！

是啊，东航历年来的扶贫资助，每一届的挂职干部，不也像这些播撒在山间的种子和树苗吗？和着春天的细雨，随风潜入大山深处，悄悄地生根发芽，总有一天会长出参天大树，开出满山樱花。

“晓看红湿处，花重脱贫时！”

回顾这篇报道的采访写作过程，我有如下几点体会。

**第一，记者要沉下去，报道才能“深”下来。**记者越深入，文章越深刻。正如中央电视台《走基层》栏目的广告语：“坐在同一条板凳上，才贴近了心与心的距离；住在农家的炕头上，收获的才不止是建议。你的脚上沾有多少泥土，你的心中就会沉淀多少真情。”虽然是第五次到双江，但是与以往的走马观花不同，这次我是真正“沉入”各个村子整整5天。我走访了双江县的领导、县扶贫办的领导、东航的扶贫干部、临沧市的驻村第一书记，以及6个不同村庄的村干部和众多村民，获得了大量的第一手的鲜活素材。

与扶贫干部几天的深入交谈，获得的是满满的感动；与村民们拉家常式的聊天，增加的是对党的扶贫政策的信心。我和景亢村的原村主任刀明华促膝长谈，不但了解了传奇坎坷的过去，还得知了他宏伟规划的未来。我到俸小老六家，与他的家人一起喝茶聊天。谈到兴起，俸小老六又陪我到村里看古井，到山上看他养的鸡和牛。而干蚌村拉祜族村民杨洪的蔬菜大棚我一共去了两次。第一次村支书陪我去看的时候，正好杨洪不在家。村支书详细介绍了杨洪的情况，认为见不到本人也不要紧了。但我心底一直有个意念在支撑：这么生动的故

事，我一定要见到本人，听他亲口讲一讲。第二次在蔬菜大棚边终于见到了杨洪，倾听了他打心里对孙书记的感谢。我在文章里写道：

从一个酒鬼变成致富的带头人，杨洪身上的变化让其他拉祜族乡亲看到了希望：只要肯吃苦、勤劳作，就会翻身脱贫。

**第二，要反复采访，多人采访，获取的材料才更丰富、更立体、更有价值。**《纽约时报》记者里克·布拉格说：“当我采访某人时，我很少会合上笔记本，一走了之。我会回访或打电话三到四次，第三次或第四次你便能得到真正好的素材。”“你必须持续、稳定地提问，不要紧逼——我总是试着挖掘被采访人的个性。”他具有用仔细观察到的“细枝末节”撰写真实动人报道的非凡才能，并以典雅的文风书写美国当代故事而荣获普利策奖。如他在1995年8月13日发表的《她把所有的15万美元都捐给了一所大学》就是经过反复采访当事人，才用一些精彩的细节打动了读者。

记得2011年中国民航报组织“边远台站万里行”的采访，我来到陕西商州导航台。第一次去是西北空管局的领导和各职能部门干部一起陪同下去的。我觉得不能深入采访。于是我又找了一个时间单独下去采访。我和导航台员工一起搭长途车从西安去商州上班；我与导航台每一个人以及他们的家属聊天；与他们一起踩着泥泞的山路去山顶看无方向信号设备，与他们一起在厨房里吃手擀拉面；通过与值班员工同吃同住同工作，终于选到了与别的记者写导航台不一样的突破口：《最远的家、最近的心：四个守台人和他们的妻子》。

这次在双江虽然有5天的时间，但一个村一个村地走访，依然觉得时间匆忙，有些问题问得不深入。比如在细些村采访挂职第一书记禹勇，当时就觉得谈话意犹未尽，回来后我就通过电话和微信对他进行补充采访。最后一次与他通话时，他已经结束挂职回临沧市司法局

工作了。但就是通过一遍一遍地与他沟通，细些村的一些对比数据才显得那么生动：

去年的这个时候，勐勐镇的细些村还头顶着双江县“四个最”的“桂冠”：生产条件最差：2015亩耕地中只有585亩水田，但常年灌不到水，都变成了旱地；住房条件最差：村里70%的房屋是危房；劳动者素质最低：全村467个劳动力，一半是文盲半文盲；产业发展最单一：农耕是村民唯一的收入来源。

2016年初，东航定向资助细些村的首批250万资金陆续到位，细些村的改造便紧锣密鼓地开展起来。仅仅半年时间，老的“四个最”让位于新的“四个最”：安居房建设速度最快，入村道路建设最好，村党员教育室、文化室建设得最好，发展产业扶持力度最大。

**第三，如何把采访素材有效地链接起来？换句话说，一盘散乱的珍珠如何串成美丽的项链？**去双江5天，走访了6个村寨，几十位采访对象，收集的素材不可谓不多。但是，用哪些材料？舍弃哪些材料？还真是颇费思量。最后，我决定用杜甫最有名的五律《春夜喜雨》来作为主线，串起四个各具特色村子的前后变化。我用了四个小标题：

好雨知时节 当春乃发生 —— 景亢村的新生

随风潜入夜 润物细无声 —— 细些村的嬗变

野径云俱黑 江船火独明 —— 千蚌村的心愿

晓看红湿处 花重锦官城 —— 那京村的觉醒

每一段确实都是围绕着杜甫的意境展开。第一段写东航的扶贫工作正是在村民开始思考脱贫致富的关键时期到来，让景亢村的面貌焕然一新。文章中写脱贫致富的带头人刀明华：

刀明华还有更大的志向。他计划在门口的广场上建一座游客服务中心，里面有餐饮、住宿、当地土特产和旅游纪念品商店。他拿出设计图和效果图给记者看，说要把这个项目打造成双江“美丽家园建设示范点”。

“东航投建的风情村给我们这里带来了人气，我们要抓住机遇，把人气变成财气。”刀明华微笑的眼睛里充满着对未来美好生活的期许。

写到村里的首富俸小老六：

俸小老六说，我没有什么文化，但我就是想发展，而且要带领大家共同发展。东航已经给我们带了个好头。正如我们县委书记黄光富所说的，东航给双江村民带来的不仅是扶贫资金，更是脱贫思路；不仅仅是为我们“输血”，更是让我们能自我“造血”！

第二段写东航的扶贫工作是扶真贫、真扶贫，不摆花架子，让村民们实实在在地感受到了生活中的变化：

细些村的春天正在悄悄到来，细些村的变化正在发生，到今年年底，东航路两边将种上野樱花、竖起路灯，寨门牌楼、购物超市及乡村卫生所的扩建也将完成。

第三段则是写东航驻村干部一点一点纠正村民们不文明行为的努力。孙国平书记制定的村民文明守则使千蚌村成为周边村民眼里的“另类”，但千蚌村两年多来面貌的改变又在影响和刺激着周边的村庄：

文明的习惯不会一日养成，但文明的种子已轻轻播下。东风化雨，薪火相传。虽然周边村民对千蚌村的这些文明守则还感到奇怪，但千蚌村这“独明”的火种必将向周边蔓延。

孙国平的任期即将届满，新的“孙书记”又会到来。东航精神已经留在了这里，勤劳致富的样板已经深入人心。

第四段写一个主动到东航扶贫村取经学习的村庄：

在双江县采访了许多村庄，记者认为最有意义和价值的就是那京村。东航并没有在那京村投入一分钱，但那京村的变化谁又能说不是由于东航的带动呢？东航在双江、沧源两县能投入的资金、能帮扶的村寨毕竟是有限的，但是那种脱贫致富的示范效应、那种开拓进取的创新精神，已经让当地村民怦然心动。

如果说每个片段像一颗珍珠的话，杜甫的诗句就是那串起珍珠的金线，好的金线能让珍珠更加熠熠生辉。（作者单位：本报上海记者站）

# 如何读懂一座城市？

——信阳全域旅游采风心得

□范新宇

短短两天的行程，在一座陌生的城市里游历，寻幽访胜，与人交流，最终形诸文字，告诉读者我所感受到的一切，这其实是作为记者很平常的一项工作内容。现在回头细读《大美信阳印象记》（中国民航报2017年6月23日8版）一文，深感缺憾不少，但对于相关题材如何写作，自己也算是有了一些切实的体会。

## 采访缘起

2017年5月，由中国报业协会和信阳市人民政府联合主办的“中国报业百名社长总编全域旅游信阳行”活动在河南省信阳市举办。受社领导指派，我作为参与此次活动的中国民航报记者，第一次踏上了河南的土地。

此次活动以“红色老区、绿色茶都、生态信阳”为主题，由信阳日报传媒集团等单位承办，意在通过报旅融合的创新方式，借助全国新闻媒体宣传推介信阳当地的旅游资源，带动全市经济发展。在历时两天的活动中，主办方安排大家前往鄂豫皖革命纪念馆、郝堂村、文新信阳毛尖基地、鸡公山、南湾湖等地采风，整个行程非常紧凑。

对我而言，这是一次不同以往的新闻采访活动。就个人来说，旅游题材的报道以往极少涉足，如何把握颇费思量。再从活动本身来看，参与媒体众多，从新华社、人民日报这样的中央级媒体到全国各地的都市报、行业报，



面对同一采访对象、相似的报道主题，基本在同一时段内刊发新闻，各种比较本就在所难免，而承办方还将往届信阳采风活动的媒体作品装订成册，人手一本。大致翻翻这些资料，顿觉无趣得很，珠玉在前，小小一座城已被众人写尽，各种角度远观近看，如今再来落笔，还有何新意可言？

不过转念再想，对于一座城市，其实每个人心中都有一幅自己绘就的图画，它的美犹如拈花微笑，各具其妙。即便是置身于同样的环境中，不同的人因为文化背景

的差异、生活经历的不同，所产生的印象也会各有不同。作为写作者，首先要克服的是心中的障碍，潜心于自身的体验和感受，只要能真实呈现出心中的那幅图画，文字自己就会产生力量。

## 记录城市

描述一座城市，可以从代表人物、特色经济、人文地理、旅游景观等不同角度入手，没有一定之规，很多时候取决于作者的主观感受和第一印象。

初到信阳，我的第一感觉是这不像一座地处中原腹地的城市，绿意盎然，水系丰富，颇有几分烟雨江南的气象。有感而发，我决定从自然风光和人文历史的层面入手，选取了鸡公山、南湾湖、信阳博物馆和郝堂村4个典型场景，尝试以

## 本报2017年第3季度评优结果

### 一、好稿件（11篇）：

#### 一等奖：

1.《当代民航精神在抗震救灾中闪光》8月14日1版

作者：张丰蓁 责编：张嘉宁

2.《危急时刻显大爱 细微平凡见真情》9月8日1版

作者：梁永军 郭瑛 责编：韩磊

#### 二等奖：

1.《中欧市场：深耕刚起步》7月19日6版

作者：陈嘉佳 责编：王妮妮

2.《一年“无纸化”飞行等于种下15万棵树》8月31日1版

作者：钱擘 责编：刘璐

3.《发扬工匠精神 打造国货精品》9月1日1版

作者：郝蒙 责编：王诗彧

#### 三等奖：

1.《水果坐专机？烟台机场大樱桃保障有“文章”》7月3日6版

散文的语言贯穿全篇，描述这座与水结缘的城市，同时也将一线采访中获知的新闻事实穿插其间，丰富报道内容。这样既囊括了采风活动的主要行程，又避免面面俱到、冗长乏味，也便于在众多报道中体现出个人风格，增强文章的可读性。

写作的方向大致确定，接下来最重要的是深入一线的实地探访。我的个人体会是，细致的观察和采访有助于让文章内容变得更鲜活。比如，在旅途中，村头巷尾、山林深处时见明艳的野花绽放，特意为此询问当地人士，从中牵出一段上世纪初的中美交流史，进而呈现出了这座小城的底蕴。再如，深入当地茶农家中，在品茶、问茶的过程中，我了解到，信阳毛尖虽好，但有些游客将它买回家中却再难尝到昔日风味，其根源在于水质有别，由此联想到个人经历和古人的心得，相互加以印证，以此阐释饮茶之道。

### 发现城市

每一天，我们都在城市中行走，这是记忆之所，成长之地，但却往往难得有时间去细细欣赏城市之美。那些深入一座城市肌理的色彩、声音和氛围，如同传承经年的历史画卷，真正能读懂它的人并不多。有时，从局外人的视角去观察和记录，反而能更真切地体会到它的与众不同。

在我看来，每到一地，参观博物馆是了解这座

城市最快捷的途径之一。去武汉，少不了要参观湖北省博物馆；到西安，陕西历史博物馆则是必游之地。而信阳博物馆也让我觉得不虚此行，从信阳与水结缘的悠久历史，到楚文化与中原文明的交融、发展，以及信阳毛尖的传承演进，诸多文物和文字记录，为记述这座城市提供了丰富的素材和话题。

不过，观察、品读一座陌生的城市，最重要的还是了解那里的日常生活，光是围绕“著名景点”意义不大，这不过是按图索骥，重新确认前人的诸多记述，不会有多少新的发现。要深入认识一座城市，除了自然风物，更离不开人心。岁月为城市留下了太多印记，不仅影响着人们的审美取向，也在塑造着人们的性格和气质。位于信阳城郊的郝堂村就让人看到了今日中国乡村的变化，小学生已开始学习垃圾分类的知识，而传统民居的修旧如旧，让人们“见到了自己记忆中的乡村”，对这些内容的呈现，也有助于文章主题的升华。

2017年，在审阅TOP时空旅游版稿件的过程中，我有幸拜读了本报同仁撰写的一篇篇“看山西”旅游大作。对于我，这也是一个学习的过程，“怎么读懂一座城市？”，通过这一篇篇心血之作同样能够找到答案。英国前首相丘吉尔曾说过，我们塑造城市，城市又在塑造我们。此言不虚。

（作者单位：本报社会新闻部）

作者：王芳 责编：程婕

2.《天山北麓的民航人》7月24日1版

作者：王诗彧 责编：张嘉宁

3.《把“不可能”变成“不，可能”》7月27日1版

作者：吴丹 责编：肖敏

4.《美联航将退出杭州航线 二线城市国际航线盛宴不再?》8月7日3版

作者：光琪凝 责编：光琪凝

5.《将工匠精神进行到底》8月16日1版

作者：何丹 责编：肖敏

6.《“通航+山西”产业升级的无限想象力》8月30日7版

作者：王艺超 责编：马鑫

## 二、好版面（12个）：

### 一等奖：

1. 8月25日11版 责编：王艺超 美编：叶新

2. 9月14日8版 责编：王姝一 张哈斯巴根 美编：宋卫平 校对：王鑫

### 二等奖：

1. 7月7日3版 责编：王妮妮 美编：叶新 校对：任雨汐

2. 7月10日1版 责编：张嘉宁 美编：叶新 校对：任雨汐

3. 9月25日8版 责编：王芳 美编：叶新

### 三等奖：

1. 7月12日10版 责编：陈轩棋 美编：叶新 校对：王鑫

2. 7月13日6版 责编：高雅娜 美编：宋卫平 校对：王鑫

3. 8月23日1版 责编：肖敏 美编：叶新 校对：王鑫

4. 9月1日10版 责编：张晓莉 美编：孙欣 校对：王鑫

5. 9月7日4版 责编：郑雪 美编：孙欣 校对：王鑫

6. 9月8日4版 责编：马鑫 美编：叶新

校对：王鑫

7. 9月20日3版 责编：王雪 美编：孙欣 校对：任雨汐

## 三、好策划（1个）：

1.《让工匠精神熠熠生辉》9月7日6版

参与人员：李芳芳 高雅娜

## 四、好标题（9条）：

1.《快时代里的匠人匠心》7月17日1版

作者：张嘉宁

2.《提前“了解+预防” 遇到颠簸不慌张》8月2日3版

作者：王雪

3.《且看草原凤凰舞》8月10日1版

作者：陈嘉佳

4.《<二十二>：不卖磨难 不揭伤疤 不留利润》8月18日11版

作者：王艺超

5.《跑出加速度 剑指千万级》8月21日1版

作者：高雅娜

6.《机票“搭售”何时告别“迷魂阵”》9月1日3版

作者：王妮妮

7.《清风拂荷 水墨西湖》9月14日8版

作者：王姝一 张哈斯巴根

8.《书中自有“安全令”》9月18日4版

作者：郑雪

9.《“坐”在机场也有学问》9月18日7版

作者：马鑫

## 五、好图片〔2组（幅）〕：

1.《风自东方来》9月27日1版

作者：王世鑫

2.《让梦想因爱起航》9月29日4版

作者：东哈达



**编者按：**在当前这个“互联网+”和云计算、大数据、人工智能、机器学习等新技术广泛应用的时代，作为科技和新闻不断融合发展的产物，机器人在新闻领域的应用不断深入，并逐步代替人工完成一些辅助性工作无疑已成为一种趋势。但机器人不是要取代记者和编辑，而是解放劳动力，让采编人员集中精力于深层次的思考及情感诉求的挖掘。今后，具有创新能力的记者将成为人工智能时代的强者。本期《采编通讯》汇集了不同文章，从机器人撰写和传播新闻的现状、特点、工作方式，以及未来发展方向进行分析和阐述，供媒体从业者参考。

## 机器人写稿的现状与前景

□ 耿 磊

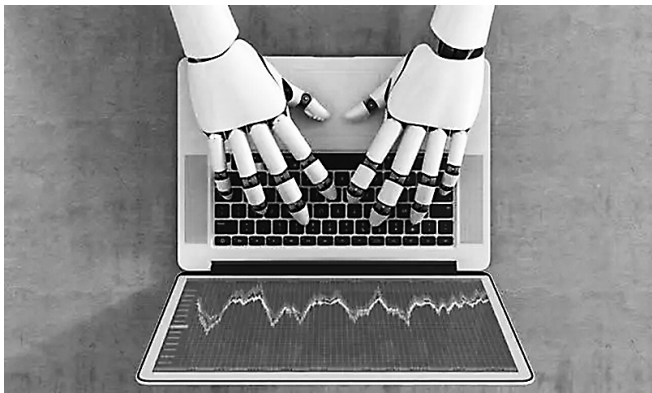
早在2009年，美国西北大学智能信息实验室研发的 StatsMonkey 系统就撰写了一篇关于美国职业棒球大联盟季后赛的新闻稿件。StatsMonkey 通过统计分析，识别出比赛期间发生的重大事件，并总结整体比赛动态，自动编写了一篇体育报道。

不过，机器人写稿真正迎来爆发则是近几年的事情。随着技术进步，人工智能已经从运算、感知逐渐过渡到认知阶段。同时，计算机自然语言处理技术也取得了很大进步，这为机器人写稿奠定了技术基础。

### 多准快全，机器人写稿优势明显

**数据海量，规模处理。**大数据和人工智能技术是机器人写稿的技术基础。尤其是随着大数据技术的发展，机器人写稿能力会越来越强。

据估计，当前全球存储的数据总量以上万艾字节测量（1艾字节=10亿千兆字节），而且仍在加速增长，大约每3年实现一次倍增。这些数据以各种格式存在，往往难以用传统数据软件进行



匹配分析。但应用大数据技术则能够规模化处理这些信息，并在写稿机器人的背后形成一个高度结构化的海量信息网。无论是文、图、音视频还是其他形式的信息，机器人编辑都可以像音乐家排列音符一样

去组合、重构。无论天气预报、地震预警还是赛事报道，最终都能放入机器人数据库中，这样的系统潜力巨大，可以构建无限可能。

**信息抓取，精准加工。**机器人写稿的另一大优势就是精准。写稿机器人生产新闻，可以不依赖于现场采访获取素材，而是通过对现有数据、资料进行快速搜集加工编制而成。虽然其对文章的理解深度还远不能和人类相提并论，但在海量数据和强大计算能力支撑下，精准度非常高，这是人类记者难以达到的。另外，在数据量足够大、样本足够多的情况下，机器人写稿可有效避免假新闻出现，因为，机器人写稿依靠的是全网数据，而非一人一言。

**实时监控，快速报道。**写稿机器人用机器代替人类完成对信息源的实时监控，并利用文本解

析和爬虫技术实现自动信息抽取,采用算法技术并融合编辑记者团队的经验和智慧,以模板和规则知识库的方式输出稿件。真正达到了对信息的实时监测、实时发布。

**数量庞大,效率极高。**目前来看,写稿机器人能够赢过人类记者,主要是依靠两个“法宝”——“数量”和“效率”。和传统媒体人相比,写稿机器人可以瞬间完成海量阅读、分析并根据互联网活跃点击量数据,瞬时筛选出下一个热点新闻,然后通过后台算法快速合成新闻。总体来看,写稿机器人在速度和数量上有着绝对优势。依靠海量数据和不断演进的算法设计,生成一篇深度报道的时间已经由最初的30秒缩短到2秒以内,其精确度还在不断提升,而且拟人化、情感化的技能也在不断增强。

### 刻板僵化,机器人写稿尚有不足

**缺乏独立思考能力。**目前,写稿机器人尚不具备独立思考能力,只能依据既有的数据和事先设定好的程序来写稿,不能像人类一样思考并提出问题。因此,其写作、编发的新闻稿件,也多是简单的资讯类新闻,对于复杂新闻事件的报道则只能通过人类的指导来完成。

在复杂写作领域,人工智能写稿目前存在两个状况:一是所有AI作品的完成都或多或少得到了人类的指点;二是人类给的指点越少,AI的最终作品就越惨不忍睹。

2016年,日本名古屋大学佐藤·松崎研究室研发的机器人创作了一篇名为《计算机写小说的那一天》的科幻小说,获得了日本微型小说奖。该小说架构严谨,但内容呆板,缺乏文学的美感,不过这已经是AI在复杂写作领域的最高水平。值得一提的是,该小说并非由人工智能独立完成。在创作中,人工智能的作用只占到20%,80%经过人类的编辑润色。

**写作模式固定,适用面窄。**机器人写稿的核心是利用大数据对信息进行分析,然后套用固定算法进行重新排列组合,再用人们能够接受的或

新闻报道要求的格式呈现。其写稿流程分数据采集、数据加工、自动写稿、编辑签发四个环节。技术上通过“三步走”来实现:根据各业务板块的需求定制发稿模板;数据自动抓取和稿件生成;各业务部门编审和签发。

从这一情况看,写稿机器人仅适合体育、天气、财经等资讯性较强的新闻报道,而对一些有思想性或形式更为灵活的报道则力不从心。

其主要原因是,目前机器人尚缺三个方面能力:一是归因,二是举证,三是应景。归因,就是描述现象后,分析这些现象的一些脉络,思考究竟是哪些东西导致这个现象发生;举证,就是提出一个观点后要找几个例子;应景,是指描述完一个过程之后,需要把握画龙点睛的是是什么,如何用恰当的词语对此进行贴切的描述。这是机器人写稿遇到的现实难题。

**不会采访,没有情感。**采访,是新闻写作的重要环节,尤其特稿和人物类稿件,采访更是必不可少。联系采访对象,观察对方,用心感受人物,再对大量资料进行整理,做出取舍。新闻稿件的字里行间都饱含着记者的判断、价值观与人文关怀。这些复杂细致的情感工作,机器人尚不能完成。此外,目前写稿机器人还无法进行独立思考,智能写稿系统在深度和个性化上也很难取得突破。正如人民日报副总编辑卢新宁在2017年媒体融合发展论坛上所言:“作为记者,我为地震颤抖,但机器人不会。”

### AI时代,记者将肩负更重责任

**人工智能尚不能替代人类。**目前,人工智能发展水平还处于初级阶段。这一阶段的表现是,各个垂直领域诞生若干超级智能,比如健康和知识问答领域的“沃森”、围棋领域的“AlphaGo”等。这些垂直超级智能可以在特定领域内展现出远超人类的能力,但在擅长领域之外,目前没有任何作为。

新闻撰稿有简单和复杂之分,信息报道类的新闻撰稿,很大程度上正在被人工智能的新闻写作工具所取代。例如简单的事实组合、情况报

告，按照某些既定的格式完成文本写作，这种工作不需要复杂判断，可被机器取代。

但重头通讯等深度文章，或需大量采访为基础，或需在原始素材之上，发挥作者的归纳和推理能力，提炼出相对复杂的逻辑结构，设计出最适合主题的表述形式。有能力撰写这种类型稿件的记者，在未来很长一段时间内，根本不用担心自己的工作会受到人工智能的威胁。

**时代呼唤更有深度的记者。**机器人创作的稿件，难以全面反映社会文化和意识形态领域的各类问题，更缺乏打动人、有情感的细节。大量复杂、跨界、有深度、情感细腻的新闻生产仍需要人类记者。这意味着，具有专业经验和复杂采编技能的记者编辑对于新闻行业仍然起着支撑作用。

但机器人写稿毕竟为新闻工作者敲响了警钟。随着人工智能技术的进一步发展，作为一名记者，如果不能做到对新闻事实加以深度分析和独立判断，迟早会被机器人取代。从长远看，这种趋势对促进媒体加快转型升级、提升整体业务水平来说，是件好事。

**人机协作是必然趋势。**写稿机器人会给新闻行业带来冲击，但更多的是发挥技术的辅助功

能。媒体要依靠科技的力量，但不能成为科技的奴隶，数据只有为人类所用才有价值。未来，在各个垂直领域将出现若干超级智能。这个过程中，人机协作是必然趋势。未来的新闻稿背后也许会站着一个人类记者和一个机器人记者，透过不同的视角看世界。

**新闻内容生产将更加智能化。**首先是新闻线索获取将会更快。运用最新的人工智能技术，可以通过网络爬虫获取实时信息，然后进行内容特征词的抽取计算，快速提取发现新闻线索，再通过多渠道验证和排重等，排除无效内容，判断消息真伪，从新闻时效性和真实性上提升内容质量。

其次是信息整理效率将会更高。通过人工智能可以快速提取核心观点、事件发展趋势、舆论情感导向，分析事件传播路径，让新闻生产者迅速了解整个事件的来龙去脉，提供创作思路，从而缩减创作时间，升华新闻价值。

最后是内容创作能力将显著提升。写稿机器人的存在，并不是取代记者和编辑，而是解放了劳动力，让采编人员精力集中于深层次的思考、情感诉求的挖掘，新闻创作中的人文价值将成为人类记者的核心竞争力。（来源：新闻战线）

## 智能机器人如何辅助编辑生产社交媒体爆款

——以纽约时报 Blossom 为例

□汤天甜 李琪

当下，社交媒体已经完成了从个人空间向公共传播区域的转变，打破了传媒行业新闻生产主体和客体之间的二元对立。美国皮尤研究所与奈特基金会发布的一份《2016年社交新闻阅读习惯》调查报告，显示有62%的美国人会通过社交媒体阅读新闻，相比2012的49%增长了13个点，其中不仅有20出头的年轻人，也有50岁以上的中老年人群体；64%用户趋向于选择一个平台获取新闻，近一半的美国人使用Facebook接触并阅读新闻。

另一方面，媒体也需要发布符合热点趋势的

的新闻内容，以提升媒体的曝光率。而如何通过数据分析迅速匹配社交平台的热点进行内容生产，成为了人工智能时代媒体竞争的重要策略。嵌于企业内部协作程序Slack平台下的Blossom，是由纽约时报研发的新闻机器人，主要用来辅助编辑判断潜在热点，已成为当今全球知名的机器人服务系统。

纽约时报每天约发表300多个故事，这些故事经过编辑的筛选发布到社交媒体平台上，由于人工筛选的工作量大，过程艰巨，需要进行多次选择过滤，所以大约只有50个故事可以在媒体的

Facebook 主页上发布，而这个数量在周末还会减少。

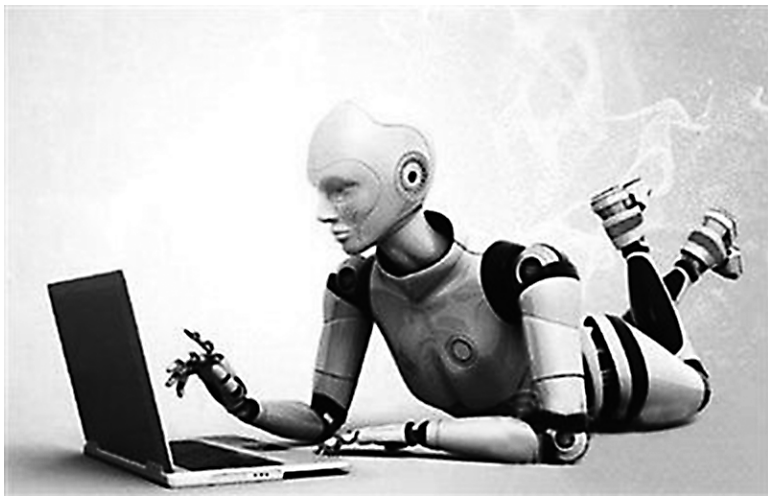
纽约时报的编辑们所进行的稿件筛选工作是基于 Slack 应用程序进行的，Slack 是面向企业的协同办公平台，其使用模式类似于国内的钉钉和 imo，工具设计旨在提升企业内部的工作效率。

纽约时报数字部门的科学团队研发的新闻机器人 Blossom，则是基于消息传递应用程序 Slack 上的一个虚拟智能机器人，该工具试图通过对数据及其结构的分析进而对社交平台热点进行预测。基于 Facebook 这类社交平台上所推送的海量文章的大数据分析，它能够预测哪些内容更具有社交推广效应，从而帮助编辑挑选出适合推送的文章和图片集。

数据分析处理和热点预测是 Blossom 的两大核心技能。

Blossom 的后端通过 Java、Python 等语言和 MapReduce 程序的支持，融合复杂的算法，形成较为先进的机器学习能力。其前端则将内容通过直接接口整合到纽约时报 Slack 账号的频道中。目前 Blossom 暂时未拥有自然语言的理解能力，但编辑可以使用已设定的命令与 Blossom 沟通。纽约时报的编辑可以直接在 Slack 上发送消息询问 Blossom，找出哪些故事要发帖至 Facebook 平台。例如发送 “Blossom Facebook?”，编辑就可收到 Blossom 关于内容推送的建议，包括适合推送哪些类型的文章和图片。Blossom 还具备一些被称为 “Easter egg（复活节彩蛋）” 的日常查询功能，以鼓励编辑们探索并熟悉该工具。在未来的研发计划中，Blossom 还将基于庞大的数据分析进行机器学习，以独立定制标题、摘要和配图。

根据纽约时报内部统计的数据结果显示，经 Blossom 推荐发布的 Facebook 帖子平均点击次数比其余的高 120%。目前，Blossom 应用的主要平台是纽约时报的 Facebook 和 Twitter 账号，而



且，经 Blossom 推荐在 Facebook 上受欢迎的内容和在 Twitter 上受欢迎的内容之间存在交集。未来，纽约时报的目标是，将 Blossom 应用于所有的社交平台。

不过，智能化的社交媒体分享仍需要人工编辑的共同协作。编辑能够凭借自身的专业知识对推送的内容进行判断和选择，特别是当新闻内容涉及到政治、性取向和种族等敏感话题时，更需要人工编辑的把控。

虽然，纽约时报 Blossom 的开发和使用目前尚停留在初级阶段，机器关注和分析的社交平台范围仍然较窄，但通过新闻机器人预测社交热点进而推送符合用户偏好的内容，将成为一种新型的新闻发布思路。纽约时报的尝试也是在为此探索新的工具支撑。

有社交平台热点预测功能的新闻机器人还有英国卫报的 Open001，该工具是卫报的一项实验计划，它会将社交网络上的热点事件和其关注热点数据进行统计分析，然后进行内容的筛选、编辑和排版，最终生成报纸。这份报纸的生产流程完全依靠智能算法进行操作，虽然发行量不高，每月约 5000 份，发行范围仅限于媒体内部，但其内容生产和发布逻辑为媒体赢得受众注意力提供了思路。

（来源：传媒评论）

# 快笔小新：新华社第一位机器人记者

□钟盈炯



2015年11月7日，在新华社84岁生日之际，新华社的编辑记者们迎来了一位特别的同事——快笔小新。

快笔小新上线运行后，7×24小时不间断工作。每逢重要体育赛事结束，或股市开收盘、突破整数关口，或是上市公司财报季报等金融信息发布之时，就会自动根据所公布的信息快速生成新闻稿件，编辑记者在编辑系统对快笔小新生成的稿件进行核对后正式签发。

## 快笔小新是如何工作的？

快笔小新的写稿可以分为“采集清洗”“计算分析”和“模板匹配”三个流程。首先是依托大数据技术对数据进行实时采集、清洗和标准化处理；然后根据业务需求定制相应的算法模型，对数据进行实时计算和分析；最后，根据计算和分析结果选取合适的模板生成CNML中文新闻语言标准的稿件自动进入到待编稿库，供编辑审核后签发。

在财经和体育报道中，快笔小新可以同时完成多项任务，并且有一套能和技术人员交流的“语言”，技术人员会告诉小新按照什么样的规则和样式生成什么样的稿件。这个过程被称之为“模板定制”。有了定制好的模板，机器人就会自动采集数据，进行进一步清洗、分析、加工后，再根据计算和分析的结果按照定义好的

格式自动生成新闻稿件。

快笔小新虽然是根据固定格式模板写稿，但写出来的稿件并非“一成不变”。一方面工作人员可以在模板定制的过程中，通过为每个报道场景建立领域知识库，针对不同的场景赋予其丰富的稿件样式，在具体运用模板的过程中，对每个知识点对应的模板赋予不同的权重，利用规则库的信息计算出权值，最后根据权值自动匹配出最佳的稿件。这其实就是建立模板库和规则库的过程。另一方面通过建立完善的历史数据库，例如财经类的季报、年报、历史报价等数据库，体育类的赛事、运动员基本资料等数据库，并针对业务报道需求，研发计算同比、环比、指数、累计进球数、积分排名等各种指标的历史统计模型和趋势分析模型等，提高快笔小新新闻报道内容的丰富性。

## 快笔小新能为编辑记者提供什么？

**撰写体育、财经类相关稿件。**面对互联网公布的大量纷繁冗杂的数据，比如失业经济数据、股价报盘、人民币汇率报价、上市公司公告和财报、个股资金净流入流出、融资融券数据、中超比赛结果和积分公报、CBA比赛结果和积分公报等，小新能迅速采集整理，准确编写新闻稿件。其中也包括国外的相关数据，如英国CPI、英国失业率情况、欧元区失业率数据、欧元区CPI初值以及终值数据，都可以迅速处理，生成相应的稿件。

**运用文本摘要技术实现上市公司公告摘要。**上市公司每天都要发布大量上市公司公告，编辑记者很难对每篇公告都进行详细阅读和跟踪。通过使用文本摘要技术，对于原文中的句子分析、评估和抽取，根据已经设计好的算法模型，自动分析和抽取其中的要点和知识点，输出短小的摘要，为编辑

记者提供素材服务。这极大地降低了编辑记者的工作量。

**实时关注网上的热点新闻。**网络用户既是内容的消费者，也是内容的生产者。自媒体时代，人人都可以写稿，人人都可以发声，微博、微信等UGC平台正在变成一个巨大的信息汇聚场所，一些热点事件往往都是从微博和微信被首先发布出来。机器人从微博、微信等UGC平台上获取整理这些信息，提醒编辑记者发现热点。

### 快笔小新的实际工作成效怎样？

自上线以来，快笔小新在工作岗位上不眠不休，是一位名副其实的“业务能手”。在擅长的体育和财经领域，无论是CBA和中超的体育比赛，还是诸如财经领域的股市行情触发、年报等财报的实时分析，原来需要编辑记者用15—30分钟时间完成的稿件，小新只需要3—5秒钟，极大地降低了编辑记者的工作强度，提升了新闻信息的生成能力和发稿时效性，让编辑记者从基础数据信息的采写中解放出来，将更多时间用于采写深度分析稿件。

在2016年里约奥运会期间，小新全程跟踪所有比赛，在赛事结束的第一时间迅速生成新闻稿件，实时跟踪报道了所有比赛的结果，共有500多篇稿件被正式签发，并实现了零差错。相比往届奥运报道，快笔小新的参与，使编辑记者第一次能如此轻松地播报奥运会所有比赛的成绩公报，使奥运赛事报道时效有了极大提升。

在做好体育和财经这些“主业”的同时，快笔小新正在不断地学习新的业务技能。例如，小新可以实时跟踪重要部委发布信息，一旦外交部、国防部等部门发布了重要信息，小新可以实时采集并生产稿件，为编辑和记者提供参考。并且还可以实时接收中央气象局发送的天气预报数据，自动生成符合要求的中英文天气预报稿件，编辑记者只需进行简单校对，就可以签发了。

### 快笔小新的成长和发展空间如何？

随着近年来机器学习技术的不断发展，国内外同行也都纷纷推出机器人写稿产品，写稿机器人智

能化水平也在不断提高。而快笔小新也在不断尝试将智能语言处理、人工智能的技术应用到发稿中，进一步提高智能化水平。下面几项是快笔小新重点探索的方向。

**文本复述。**也就是通过对原有文本进行改写，生成新的文本描述。在所生成的文本和原文本的比对过程中，会发现要表达的意思基本一致，但是可能会加入一些诸如立场、更多的表述风格，使复述出来的稿件更加生动，观点更全面，更有可读性。

**语音交互。**语音技术主要包括语音识别和语音合成两个主要应用方向。语音识别简单地说就是机器将人的语音转换为文字。语音合成，又称文语转换技术，能将任意文字信息实时转化为标准流畅的语音朗读出来，相当于给机器装上了人工嘴巴。快笔小新现已具备了一些简单的语音交互能力，编辑记者只要口述股票的名称和所需查询的内容，小新就可以自动获取生成的股市行情、股市公告、股市财报、体育赛事结果等消息，并进行实时播报。未来，快笔小新在智能问答、人机交互等领域还有很大的成长空间。

**看图写话。**探索图片、视频的自动生成。根据给定的图片或者视频，自动生成可以描述图片或者视频内容的稿件，类似于“看图写话”或是“看视频写话”。首先，需要从图片或者视频文件中抽取诸如人物、时间、事件等信息，然后根据这些信息找出其表述的最重要的概念，最后运用自然语言处理技术将上述概念等，根据该事件的实际场景和实际语境整理成一句或者一小段合乎逻辑的文本。

**视频写稿。**应用智能算法，将文字快速生成对应的短视频稿件。对编辑填写的文本信息进行语义分析，得到摘要与关键词，并自动搜索资源库匹配关联性最强的图片、视频、音频素材，自动制作成一段视频，甚至同时支持语音合成作为配音。

**智能模板生成。**目前，快笔小新所采用的模板，多为技术人员根据以往编辑记者采写的稿件采集、分析后入库，从技术角度挑选最合适的模板来匹配实际场景。通过应用机器学习技术，让机器学习编辑记者曾经发过的稿件，根据不同的报道要求，自动生成最合适的模板。

# 机器人聊新闻是什么体验

□应霖氏

随着语音识别、自然语言处理技术的成熟，目前，除了机器人写稿和新闻推送外，许多媒体还在尝试推出聊天机器人助手产品，即以对话形态获取新闻内容的阅读模式，通过人工智能把分析得出的相关新闻进行汇总，并运用自然语言处理技术，提取信息的核心内容，以满足各类读者的需求，方便用户更快捷地获取具有针对性的信息。

## 机器人聊新闻： 引爆新的阅读方式

“聊天式新闻”最开始被 Facebook、微软等公司采用，但是一直不温不火，直到2016年初，美国新媒体网站 Quartz 旗下的 Quartz 新闻客户端上线，才开始引爆这种新的新闻阅读方式。

CNN 则推出了“个性分发”。聊天机器人向用户推送头条新闻，在推送下方有三个选项：Read Story、Get summary、Ask CNN，用户可以阅读故事内容、了解故事梗概、向聊天机器人提问。这种以人工智能来进行个性化推送的模式可以为用户节省搜索时间，方便用户进行简洁化的阅读。纽约时报、华盛顿邮报、华尔街日报、Buzzfeed 等都开发了自己的聊天机器人，在美国大选报道中，用这类机器人来采访选民。

目前国内多家媒体 APP 中都嵌入了聊天机

器人，如“百度”推出的“聊新闻”，通过对新闻信息进行分类及结构分析，信息特征学习等，自动为用户提供最核心的信息，以深入聊天的方式呈现用户所想要了解的新闻内容要素。人民日报客户端“小端”“小融”、新华社的“小新”、光明日报的“小明”、微软“小冰”、百度“小度”、中央人民广播电台旗下的“下文 APP”等，可实现与用户的语音对话，在后台持续搜集用户对资讯的反馈。

2016年4月，中科大发布了美女机器人“佳佳”，由于造型逼真、颜值高，刚一亮相，就成了超级网红。2017年4月，“佳佳”还当了一回新华社的特约记者，通过网络视频形式与美国《连线》杂志创始人凯文·凯利进行了一场越洋采访。据“佳佳”开发团队负责人陈小平教授表示，对“佳佳”这次临场表现总体打70分。这和跨境网络延迟导致语音识别误差等问题影响了“佳佳”的发挥有关。但这一次采访却具有标志性的意义，因为这是全球首例高仿真智能机器人作为记者与采访对象进行交互对话。

## 人机交互： 给用户怎样的体验

笔者尝试选择新华社客户端、人民日报客户端、光明日报客户端、中央人民广播电台“下文”客户端、封面新闻客户端、百度客户端界面

**丰富数据库，拓展新行业。**扩展信息来源、丰富数据库资源是快笔小新向前迈出的“第二条腿”，目前，快笔小新具有规模可观的数据库和新闻线索来源，已经建立了奥运、篮球、足球、沪深股市、国内期货债券、外汇等20多个不同类型的数据库。丰富广泛的数据库资源是快笔小新写稿创作的源泉，不断完善扩充新的数据库是加强

快笔小新写稿能力的重要手段，完备、丰富、准确的数据库是快笔小新写稿质量的强有力保证。综上所述，在体育、财经领域之外，快笔小新目前已经具备了地震快报、天气预报的写稿能力，随着数据来源的不断丰富，快笔小新会涉足更多行业的新闻写稿。

（作者为新华社技术局技术实验室工程师）

# 用原生内容创造传播价值

## ——移动互联网时代如何做好企业宣传

□邱大朋

移动互联网正在迅速改变着我们的生活，但很多人的思维方式却跟不上移动互联网带来的更迭，一些传统的思维仍然决定着我们的行为方式。前几年有句话挺火，叫做“身体走得太快，灵魂落在后面”。这句话现在可以改为“身体适应变化，思维落在后面”。在移动互联网时代，企业宣传该如何转换思维？如何利用新技术吸引受众关注、参与，进而扩大传播效果呢？

### 传统宣传思维：花钱购买传播渠道

上世纪五六十年代的农村人民公社，村头树上绑着个大喇叭，村长打开喇叭喊一声全村社员同志都听得见，如果你有什么事情想让全村人知道，只要拥有这个喇叭的使用权就可以了。所以，花钱购买信息的传播渠道，这就是传统的宣传思维。

在过去30多年成长起来的中国企业的宣传

中的标志提示进行对话。在对话开始之前，机器人会把新闻导语推送给用户，阅读完导语之后，用户有两个选择，一是选择深入了解，二是放弃深入了解。

从实践上来看，一些客户端上的机器人“聊新闻”目前还停留在聊天和卖萌的功能上，虽然能根据用户发出的关键词，推送出相关的新闻，但离用户的需求目标较远，尚有待于从技术和内容上不断改进、深化和完善。比如打开西南一家媒体客户端的聊天功能，机器人发来一条功能介绍信息，输入了一些关键词后，聊天框内并没有跳出相关的新闻。一旦输入一些口语化的关键词，机器人也很容易“哑语”。

语音转录功能是这家客户端的重要砝码，当笔者通过语音功能说出“今日头条是什么”后，机器人只回复了一句“我最喜欢的就是××新闻啦！靠谱！”并没有其他实质性信息。

信息转换过程中缺乏畅达和圆润，提供的信息较多堆砌，往往辞不达意。回答提问略显生硬，有时读起来没有“动感”，让部分用户觉得“很干瘪”。另一家新闻客户端在2016年年底上线了6.0版本，这个版本有聊新闻功能，位于界面首页底部，第一次点开该功能，会立马跳出欢迎语和介绍词，随即出现的“每天我都会准备一大

堆有趣、有料、又有用的新闻等着你”这样一句话，引起笔者的浓郁兴趣。笔者迅速依样画葫芦地回赠了一句：“那您跟我说说，今天有什么有趣、有料、又有用的新闻。”不料却收到了“伦家还在努力提升对话技能，请不要太为难我”的回复和一则当地客运中心的乘车注意事项。笔者颇不甘心，又推送出“最近杭州出现因蚊子叮咬传播的登革热病，我想了解这方面的新闻和科普知识”请求，结果收到了一家专门培育蚊子工厂的生产消息，很明显是从其他报道中摘抄下来的，让人哭笑不得。

许多业内人士和学界专家认为，在人工智能还没有和新闻内容很好地结合之前，聊天机器人并不能准确地抓到用户的需求点，经常出现机器人语言生硬、回复文不对题、主动无语等情况，半人工+半智能编辑模式成为了目前最好的选择。

不过，有专家指出，随着新闻数量的爆炸式增长和聊天机器人对话模式的愈加完善，以及年轻一代对于资讯获取体验的个性需求，有个性的聊天机器人可能会成为日后人们接受资讯的一种流行方式。路透社新闻研究机构曾预测，今后还有更多的媒体在投资聊天机器人的路上。

（来源：浙江传媒研究院）

工作，往往也是按照这个喇叭思维来做的，企业宣传要做好，就要攻占那些最强悍的发声渠道，例如全国性的报纸和电视台，不惜重金来买断他们的传播渠道，完成对企业产品的传播。所以占有什么样的渠道是过去企业宣传的主流问题。

进入移动互联网时代，看报纸和电视的人越来越少，各种各样的信息传播渠道层出不穷，传统媒体的传播功能被大幅弱化，就算是新浪、腾讯等门户网站的传播渠道，同样也在

道上，而是转型为创造原生内容，然后让各类媒体渠道进行主动传播。

所谓原生内容，是指经过策划产生的，在不同媒介可灵活变化形式的内容，在微博上它是一条微博，在微信上就是一篇图文信息，在新闻网站就变成一条新闻。

在最近几年的宣传工作中，厦航也在逐步摸索通过原生内容增加传播价值。从阿姆斯特丹航线的红茶白瓷、到悉尼航线的游历澳洲公益计划，都是在基础新闻事件上延伸创造出的原生内容，力争让每一条洲际航线的开通，都成为厦航品牌影响力的一次重大提升。

例如，2016年9月26日厦航开通首条美国航线，厦门—深圳—西雅图，经过前期的分析和研究，根据航线的目的地，厦航延展出以下几个传播概念：

李小龙，这是在中美两国都有巨大影响的一个文化符号，李小龙在美期间长期生活在西雅图，离世后也埋葬在西雅图。

波音与厦航，这两家企业的合作堪称中美企业合作典范，西雅图正是波音总部。

中秋博饼，博饼是闽南的传统习俗，西雅图开航时间距离中秋节不远。

留学生，中美之间拥有数量庞大的留学生群体，而厦航本身就有一些留学生优惠产品。

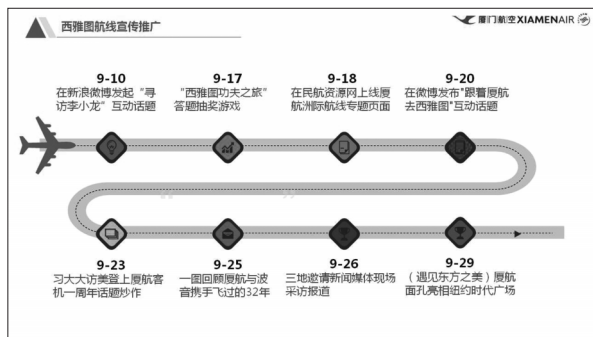
围绕这几个传播概念，厦航制作了一系列的原生内容，并提前半个月通过不同的媒介进行了分阶段的发布。

9月10日，在新浪微博发起“寻访李小龙”互动话题，征集网友对李小龙的致敬感言。

9月14-16日在微信公众号陆续发布西雅图首航将举办空中博饼、西雅图航线机上餐食、中美留学生机票福利等信息。

9月17日，发布“西雅图功夫之旅”的H5答题抽奖游戏，这个H5页面游戏总计吸引了5万多人参加。

9月18日，在民航资源网上线厦航洲际航线专题页面，全面回顾厦航的洲际航线发展。



厦门—深圳—西雅图宣传推广路径图。



“西雅图功夫之旅”以李小龙为符号进行策划。贬值中。这是由于传播渠道多元化，而社会公众的注意力有限，并已成为各类传播方式争抢的稀缺资源所决定的，即使是推送到个人手机上的信息，很多人也不会点开。所以花钱买渠道在某种意义上已成为越来越衰落，越来越无效的传播模式。

### 宣传工作新思路：创造原生内容增加传播价值

在新时代，企业宣传该如何进行呢？答案就是放弃渠道，不要再把预算花在购买传播渠

9月20日，在微博发布“跟着厦航去西雅图”互动话题，重点介绍西雅图的旅游资源。

9月25日，发布一图回顾厦航与波音携手飞过的32年，回顾双方合作历史。

9月26日，在厦门、深圳、西雅图三地邀请新闻媒体现场采访报道，为他们提供新闻通稿和高清图片。

9月29日，厦航面孔亮相纽约时代广场，这张东方面孔吸引了众多关注。

以上这些都是厦航围绕这条航线创造出来的原生内容，这比只发布一篇航线新闻要丰富的多，受众在参与话题、自发阅读中都可以接收到西雅图航线的相关信息。

这次传播最终取得的效果：相关新闻报道累计645条，登上了人民日报海外版和央视财经频道。微信公众号文章39篇，阅读量超24万人次。新浪微博相关话题阅读量总计3.1亿人次。Facebook相关内容阅读人数超过5万人次。

在这条航线的宣传推广中，厦航没有花钱去购买传播渠道，而是围绕航线本身创造内容，从传播效果来看，创造的原生内容成功吸引了社会公众的注意力，并且还引发了受众的自发传播，做到了不胫而走。

绕过渠道做内容，这是适应新时代的企业宣传方式。但是西雅图航线的宣传推广还局限在品牌宣传的层面，对于机票销售的促进作用十分有限，所以这只是原生内容的初级阶段。那么，原生内容的高级阶段是怎样的呢？

### 原生内容进阶：为企业创造价值源泉

2016年底，恒信钻石机构采取了一种全新的方式来发布他们的“纪念日”系列产品：

在社交媒体上提出“结婚证7年有效期”争议性话题，引发网络大讨论；

借势这个争议性话题，在线上征集千对夫妻结婚红底照，吸引网友参与互动；

四家全国性平面媒体同日刊登整版创意广告，成为当日全国性新闻焦点；

以25对明星夫妻的婚姻爱情故事为依托，打造创意H5，引爆微信朋友圈分享传播；

伴随社会对于结婚纪念日话题的热切关注与空前讨论，3支“纪念日”系列商业视频短片重磅推出，“纪念日”产品正式发布，上市后立即引发购买高潮；

推出“结婚纪念日7天假”企业福利假期，赢得国内外媒体赞誉。

在这个案例中，从最初的“结婚证7年有效期”争议话题、结婚红底照征集、报纸广告，到明星夫妻爱情故事、三条视频短片，再到推出结婚纪念日7天假期，这些原生内容密切配合产品上市，在受众与产品之间建立起了强烈的情感连接。

在这一套宣传推广之后，恒信钻石机构的销量同比增长25%，品牌各类曝光超过10亿人次，既赚到了钱，也赢得了口碑。不仅如此，这整个宣传推广还在2016年各类广告节上囊获多个大奖，对恒信的品牌形象进行了又一轮的传播。

这给了我们一个很重要的启发，企业宣传不能停留围绕某个产品想方设法去传播的阶段，而是要努力走到企业生产链条的顶端，在产品或服务诞生前，就介入其中。原生内容的高级阶段，就是要为企业创造最顶层的价值源泉。

以航空公司为例，目前服务部门和营销部门往往都在各自做产品，缺乏有效整合，作为企业宣传部门，应该主动统筹，联合服务和营销部门对客户进行分析研究，洞察不同种类客人的不同需求，寻找旅客出行过程中的痛点，并由此设计服务产品，然后通过分阶段立体式的传播引爆热点，建立起社会公众与服务产品的情感连接，从而获得品牌与效益的双丰收。

为企业创造价值源泉，这应该成为宣传工作的方向，打个比方说，就是要去创造山顶的雪，雪融化后就会产生流动的水，它必将流下来，至于从哪个渠道进行传播，已经不重要。

(作者单位：厦航党群工作部)

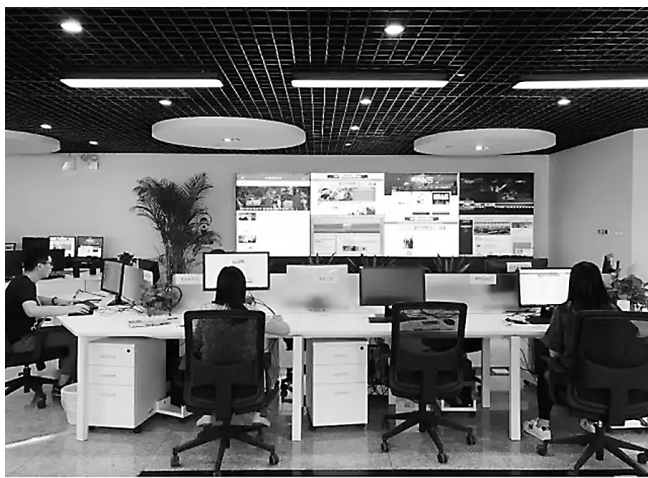
# 2017 媒体新技术盘点

□ 刘 扬

“中央厨房”创建与升级加速;整合资源的共享平台开始出现;AI 参与媒体内容生产;VR、AR 不断创造视觉奇观;技术为用户内容生产赋能,某些定制化内容可“一键”生成;智能语音互动受到青睐,H5 技术增强互动体验……在 2017 年以互联网,特别是移动互联网为代表的信息技术发展日新月异,在新闻传播领域表现得尤为突出。

## 技术推动媒体融合走向深入

“中央厨房”建设推动媒体内部融合。2017 年,我国媒体融合发展进入深水区,“中央厨房”成为媒体融合的龙头工程,中央及地方主要媒体结合自身情况搭建或升级改造了适合自身特点定位和业务需要的“中央厨房”。



中国青年报“融媒小厨”。

2 月,中国青年报小而精的“融媒小厨”让网报融合办公在物理空间中落地,推动网报融合流程再造和全媒体渠道连接;4 月,津云“中央厨房”实现了天津市广播、电视、报纸、刊物、新闻网站的全媒体大融合;6 月,河南日报报业集团“中央厨房”从 1.0 升至 3.0;7

月,西安广播电视台“中央厨房”融媒体指挥发布平台建成,实现了播出节目文件化传送,全台节目无带化播出……各媒体“中央厨房”运行方式大体相同,都是通过搭建数据技术平台,统筹策采编发力量,实现“一次采集、多元生成、多渠道传播”。

“公共平台”推动媒体间资源整合。国内一些主要传统媒体在加强自身平台建设基础上,尝试开发吸纳外部机构入驻的技术平台。人民日报与新浪微博共同推出全国移动直播平台,吸引百余家媒体机构入驻。平台成员可共享优质直播原创内容、全流程技术解决方案、免费的云存储和带宽支持。新华社推出“现场云”全国服务平台,102 家机构入驻。通过“现场云”系统,记者只需一部手机就可实现素材采集和同步回传,后方编辑部可实时进行在线编辑和播出。江西日报社自主研发的“赣鄱云”以移动直播功能为特色,同时支持 500 个“中央厨房”、5000 个媒体终端联网运行。为了打造“面向全国党报的公共厨房”,人民日报社启动了“全国党媒公共平台”建设,形成全国党媒内容共享、渠道共享、技术共享的公共平台,38 家党媒客户端签约入驻。

## 地方媒体云平台主打政务服务集成。

湖北广播电视台打造的“长江云”,在湖北推出“全省政务通”,汇聚全省政务微博、微信、APP 等,打造集新闻、服务于一体的信息互动平台。广西日报社加快“广西云”融媒体生态系统建设,除服务本媒体外,构建起全区性的“党网+政务网”一体化网群,共建区域性统一、开放、合作、高效的“新闻+政务+服务”融媒体云平台。湖南

A stylized diagram illustrating the Wuhan lockdown area. It features a large, white-outlined cloud shape containing various city names in Chinese characters, each accompanied by a small icon of a person or a building. The cities shown include: 十堰 (Shiyan), 襄阳 (Xiangyang), 随州 (Suizhou), 孝感 (Xiaogan), 神农架 (Shennongjia), 荆门 (Jingmen), 武汉 (Wuhan), 黄冈 (Huanggang), 宜昌 (Yichang), 天门 (Tianmen), 鄂州 (Ezhou), 恩施 (Enshi), 荆州 (Jingzhou), 潜江 (Qianjiang), 仙桃 (Xiantau), 黄石 (Huasheng), 咸宁 (Xianning), and 鄂西云 (Ebiyun). Lines connect these cities, forming a network that represents the geographical spread and connectivity of the lockdown area.

## AI参与媒体内容生产

国外一些互联网企业也在机器人写稿方面加大了投入。7月，谷歌通过“数字新闻行动”基金向美联社提供70.6万欧元的资金，帮助其发展机器人写稿。

**机器人担当网上直播主持。**机器人主持从实体走向虚拟。3月，机器人“图图”和“灵灵”在花椒直播平台上完成了主持首秀。在直播中，二位“主持人”能够熟练使用各类网络直播用语，还即兴表演了热门歌曲，吸引超过百万网友围观。

2017年4月24日,机器人“佳佳”通过网络与科技观察家凯文·凯利对话。

## VR/AR 营造媒体视觉奇效

VR被广泛应用于新闻报道。众多媒体频频使用VR视频。中国经济网推出2017两会VR直播；“一带一路”国际合作高峰论坛期间，人民网的海外网与科技公司携手对盛会进行全程VR直播；金砖国家领导人厦门会晤前，厦门市政府新闻办公室、厦门日报社联合制作发布

“VR 720°全景看厦门”；为迎接十九大召开，光明网上线了VR虚拟体验“砥砺奋进的五年”大型成就展，用户可切换观看或根据引导箭头观看展览的11个场景。国外媒体也将VR作为常规新闻展示手段，如美国有线电视新闻网（CNN）等专门成立VR新闻部门，每周推出一期VR新闻报道，让用户以沉浸的方式体验了解全球大事。

**AR技术不断创造视觉奇观。**继2016年杭州G20峰会期间将AR首次应用于新闻报道后，央视在2017年3·15晚会中，采用AR技术展示各种欺诈消费者的骗局内幕。在建军90周年之际，解放军报社推出了AR读报系统。在美国，Quartz利用AR渲染技术模拟并报道了卡西尼号探测器冲进土星大气层及在与土星大气摩擦后烧毁的过程。

### 直播装备助力新闻采集

**多信道直播云台让记者“长”出三头六臂。**2017年全国两会期间，光明网全媒体报道的单兵设备——多信道直播云台吸引了各方关注，穿戴该套设备的记者被人们称作“钢铁侠”。该云台安装有多部摄录和显示设备，重约30斤，由一名记者穿戴并操作，集新闻信息采集、发布于一体，可同时为15个平台提供3K画幅、4M码流的视频和VR信号，轻松实现PC端、新闻客户端及H5页面等跨平台视频内容的同步分发与适配，大大提高了网络视频直播效率。

**导航直播车为无人机拍摄保驾护航。**无人机拍摄的画面越来越多出现在报道中。为了给无人机航拍提供更好的地面保障，提高无人机新闻拍摄和报道水平，新华网在2017年先后投入使用了24台无人机导航直播车。导播车配备了智能设备，可实现无人机、车辆、后台中心三者之间的互动作业，保障无人机队进行全天候、多地形、全媒体的新闻航拍。



越来越多的无人机出现在新闻报道中。

### 技术为用户内容生产赋能

**为用户制作视频提供编辑与发布服务。**2017年2月，中央电视台移动融媒体新闻平台上线。借助该平台，遍布全球的央视记者可以通过央视新闻移动网APP完成现场视频拍摄、编码和传输，未来还将支持用户生产内容上传。

国内360公司推出了免费的“快剪辑”视频制作工具，让用户可以在线边看视频边剪辑，功能齐全、操作简捷，大大降低了短视频制作门槛。与之类似，国外知名的业余视频制作工具平台Moovly发布了“视频生成器”，用户使用其提供的现成模板，只需加入自己准备的图片、音频、视频等素材，“一键”便能立即生成一段定制化视频，并可通过邮件、社交媒体等第三方应用进行精准投放。

**输入文字便能自动生成视频。**以色列公司Wibbitz通过智能语言处理技术和算法，让用户可以轻而易举地生成声情并茂的视频。系统用算法抽取用户上传文章的摘要，通过文字识别分析，自动从网上搜索、获取相关图片、图表等素材，并将这些信息瞬间整理转变成一段视频，配以相关文字内容朗读，可被分享至社交平台。

**自动无缝拼接多角度视频。**Snapchat社交应用开发出名为Crowd Surf的新功能，可以迅速收集同一场景下不同人拍摄的视频，拼接成一个超过10秒钟的完整短视频，并保持背景声音

# 新华社发布“媒体大脑” 生成国内首条MGC视频新闻

2017年12月26日，新华社发布“媒体大脑”（mp.shuwen.com），并在成都举行的第五届中国新兴媒体产业融合发展大会上，发布了首条MGC（机器生产内容）视频新闻。视频只有短短2分08秒，却意味着人工智能技术在媒体领域已经取得了重大突破。

“媒体大脑”是中国第一个媒体人工智能平台，由新华智云自主研发和落地。这是中国第一次正式宣布把大数据和人工智能技术用于服务海内外媒体，国内各媒体机构均可在认证后，通过mp.shuwen.com的官方网址使用“媒体大脑”的各项功能和产品。在“媒体大脑”发布后的数小时内，已有成都传媒集团、重庆日报报业集团、北京人民广播电台、牡丹江传媒集团等4家媒体机构与媒体大脑签约。

MGC(机器生产内容)新闻是通过摄像头、传感器等设备智能收集数据和信息，实时检测新闻事件，结合新闻发生地附近的多维数据，智能进行内容分类、数据分析、数据可视化、

稿件撰写、视频剪辑、全程配音等一系列工作，给媒体和记者提供富媒体内容的新闻线索和新闻素材。通过人工智能来完成从繁杂的数据流和信息流到转化为可用的新闻，这是一个万物为媒的进化过程。

在大会会场内比以往多了一些新面孔：21路摄像头、4类传感器，还有会场附近多类传感器随时待命，它们构成了“媒体大脑”的眼睛和耳朵，而301万个网站的公开数据则是“媒体大脑”的知识储备库。

在会议过程中，登台嘉宾首先要通过人脸核查，数据挖掘技术将嘉宾丰富生动的简介同步呈现到大屏幕上；嘉宾们的发言经过实时语音识别后提取关键词，并将实时检索的结果以数据可视化方式呈现；“媒体大脑”还调用了地理位置、天气、交通等多维度数据，经过图像识别、视频识别、自然语言处理、语音识别、语音合成等技术处理后，智能生产出一篇富媒体视频内容。

无缝衔接。用户还可在播放中点击短视频右下角的按键，切换到任何角度进行观看。

## 媒体技术丰富用户互动体验

**H5技术增强互动体验。**许多现象级传播产品都离不开H5展示。在建军90周年报道中，人民日报客户端与腾讯天天P图合作，利用H5技术推出了《快看呐！这是我的军装照》，侧重互动、分享，浏览量超十亿人次，独立访客达1.5亿以上，打破多项传播纪录。国庆节期间，广州日报推出H5产品《我为祖国升国旗》，让观众在天安门前成为一名国旗手的愿望得到“即时满足”，迅速引爆了朋友圈。

**智能语音互动受到青睐。**2017年春节前夕，人民日报推出人工智能机器人小融与网友互动，陪全国人民聊过年。2017年全国两会，光明日报客户端推出“小明AI两会”，融合人脸识别、图片识别、语言识别等技术，并以40多万篇历年两会报道数据为基础，让人工智能应答机器人“小明”回答用户提出的有关两会问题。国外媒体也在着力开发相关功能。亚马逊联合《华盛顿邮报》推出“读新闻”应用产品——Polly，利用人工智能语音识别技术，根据用户语音指令读出新闻。同时，亚马逊还研制出Echo音箱，通过语音交互为用户播放音乐、新闻等内容。

（作者系人民网研究院研究员）

# 纽约时报试验兴趣阅读 不同用户或看到不同报纸

□陈桦

据外媒报道，未来，“刊载所有适合出版的新闻”（即《纽约时报》的新闻方针）将在很大程度取决于读者是谁，他们的兴趣是什么。

《纽约时报》给读者的最大价值之一在于编辑评判。无论是报纸头版、新闻应用，还是网站主页，《纽约时报》编辑挑选的新闻都有着明确的意义：这是当前发生的最重要事件。

然而过去几个月，《纽约时报》进行了一系列小型试验：基于用户以往行为、地点和时间等多种信息，针对读者个人对内容选择进行订制。以往，谷歌(微博)搜索结果会因人而异，而现在，不同读者看到的《纽约时报》内容也会有所不同。

《纽约时报》编辑部主任卡洛琳·奎伊表示：“我们制作了很多优秀的新闻，并且不想浪费这些新闻。我们不考虑竞争主页上有限的空间，而是试图将讨论转移至对内容分发的不同理解。”

大部分情况下，这些测试都有些微妙。在一项正在进行的试验中，《纽约时报》根据读者所在位置对主页进行个性化：来到纽约或周边地区的读者会看到关于这座城市的近期新闻，而其他读者则不会。

《纽约时报》网站主页“更聪明的生活”



栏目提供轻量级阅读、以服务为导向的内容。在这个栏目中，编辑尝试利用个性化技术给读者提供经久不衰的内容。许多访问该页面的读者都会看到编辑选择的内容，但另一些读者则会基于阅读习惯看到特定主题，例如健康、婚礼和航空旅行。奎伊表示：“这些主要内容来自于我们识别到的不同的读者兴趣。”

《纽约时报》也考虑根据读者上次访问网站的情况来调整主页显示的内容。例如，如果《纽约时报》周一发布了一篇关于企业的报道，但读者直到本周晚些时候才访问该网站，即报道从主页下线的几天之后，《纽约时报》仍有可能对读者的主页进行个性化编排，将这篇报道纳入在内，尤其是在读者的多次阅读行为表现

新华社副社长刘思扬表示，“媒体大脑”和MGC新闻的出现，不是要取代记者和编辑，而是在更高层面上，把人与物的延伸连接起来，更快、更准、更智能地获得新闻线索和新闻素材，赋能记者和编辑，帮助媒体提高生产力。媒体大脑可能不是未来媒体发展的唯一方向，但一定是其中一个方向。

根据首条MGC（机器生产内容）视频新闻显示，本条新闻由媒体大脑2410“会议报道模型”生成，实时调用服务器数量：1000台，分析网页108786961个，检索视频15793分钟、音频4465分钟，调用知识节点437个，计算耗时：10.3秒。

（来源：界面新闻）

# “网红记者”的优势分析及打造手法

□姜黎璐

所谓打造“网红记者”，其实就是适应网络时代的传播规律和传播特点，运用个性化的内容生产方式，打造网络传播时代的“名记者”“名主持”。当下，各级媒体机构都在摸索适合自己的媒体融合方案，“网红记者”模式也受到越来越多的关注。笔者以为，以记者个人品牌为核心开展新闻内容的融合生产，从个人品牌培育和新媒体产品培育着手，推动传统媒体全面转型的融合发展策略，投入小，收效快，值得在实践中不断探索。



## “网红记者”的优势分析

2016年10月17日，南方报业传媒集团启动“南方名记培育工程”，口号是“培养南方名记、打造主流网红”。迄今为止，已经推出前后两批名单共40名南方名记，这些人选记者专业特色鲜明，在政经、教育、医疗、军事、三农

等领域具有明显的传播营销优势。经过一年多的实践探索，“南方名记培育工程”收效显著，不仅生产了一批有影响力的爆款新闻产品，培育了一批新媒体产品品牌，传统媒体的一些记者也在这一过程中成功完成了向新媒体从业者的转型。

出对这类主题的兴趣之后。

这类个性化也可以与定向的推送通知一同使用，而《纽约时报》在这方面技术也很感兴趣。当前，许多科技公司已经非常熟悉这种技术，但对缺乏用户数据和相关专业技能的新闻机构来说，这还是个尚未得到探索的全新领域。

《纽约时报》也在考虑，基于位置信息来判断读者是否应该看到某些新闻。例如2017年夏季的美国日全食，许多报道只和日全食发生路径上的读者有关。此外，《纽约时报》也进行了一些细节调整。例如，在英国读者看到的报道中，长度和温度单位是码和华氏度，而不是公里和摄氏度。数据显示格式的情况也是如此。

奎伊表示，对《纽约时报》来说，这样的

个性化尽管很新鲜，但却代表了一种强大的新方式，让“我们最具野心、最具创新性的新闻作品呈现在尽可能多感兴趣的读者面前。对于所有读者，我们希望让阅读体验尽可能顺畅、尽可能无障碍。”

但一些《纽约时报》读者对个性化表示反对。公共编辑玛格丽特·萨利文就曾谈到读者对于《纽约时报》个性化尝试的不满：“我认为这很无礼，也很荒谬，因为我觉得，自己有能力选择文章来阅读。”公共编辑利兹·斯派德也表示，个性化新闻分发很有前景，但同时也有潜在的缺陷，例如隐私问题，以及更严重编辑判断的缺失。这样的个性化导致读者更难接触到不熟悉的话题，或是持不同观点的评论文章。

（来源：传媒圈）

除了南方报业,2017年以来,很多媒体也开始探索“网红记者”:2月,央视推出“直播+”网红记者计划;同时期,北京《法制晚报》旗下“法晚APP”也宣布2017年重点招募和培养“直播+”记者;9月,《楚天都市报》着手打造自己的“网红记者”——让记者入驻该报微信公众号,开设专栏,与读者网友互动。

打造“网红记者”,看起来是扩大记者个人知名度,实质是解放记者的生产力,塑造和挖掘记者的个人品牌价值,培育新的传播节点,提升新闻的传播价值,提高媒体的传播影响力。

**个性化内容生产方式更适应互联网时代的传播规律。**以南方报业的“网红记者”模式为例,每个工作室以南方名记为龙头,成员包含文字记者、摄影、摄像、后期制作,各个环节相互配合,不仅有利于团队成员相互学习,实现向全媒体人才的转型,也有利于激发创意、生产出各具特色的新媒体产品——比如做短视频,推微信公众号,开品牌专栏等。而这种更为个性化的内容生产方式,更适应互联网时代的传播规律,推出爆款新闻产品的成功几率更高。像南方名记赵杨工作室推出的短视频《武松来了》,以传统说书人的方式讲反腐倡廉,令观众耳目一新,最终第一季四集的点击量过亿,成为互联网传播现象级新闻产品。

**打造记者个人品牌,有助于提高受众覆盖面。**中国人民大学新闻学教授杨保军认为,在当下,新闻传播主体已经形成了“三元类型结构”:职业新闻传播主体,民众个体传播主体,非职业、非民众个体的组织(群体)传播主体。网络时代,虽然职业新闻传播主体影响力依然要远远大于个人和机构,但必须看到,个体和组织作为这张网络的传播节点,影响力也越来越大,比如“网红”。面对这一形势,媒体主动打造“主流网红”,塑造记者个人品牌,利用现有优势占据更多的传播节点,本身就是一种提高受众覆盖面和传播影响力的策略。而记者个性不同,内容生产定位不同,其吸引的受

众也不同,可以最大限度提高受众覆盖面的深度和广度。这也是传统媒体打造新媒体传播矩阵、形成整体传播合力的基础。

**有利于发挥记者的积极性、主动性和创造性。**媒体将名记者、名主持人打造常态化,鼓励记者凭借独特的生产内容打响自己的知名度,这也意味着拥有独特专业生产能力记者的重要性得到认可。而在互联网上,品牌价值就意味着“变现能力”,媒体机构打造“网红记者”,实质就是对媒体品牌价值的部分让渡,鼓励记者转型,提高其参与劳动成果分配的自主权,这必将最大程度发挥记者的积极性、主动性和创造性。

**鼓励媒体融合创新,试错成本低廉。**“网红记者”模式具有显而易见的优点,硬件设施投入相对较少,可以大幅降低媒体融合成本。上述南方报业的“南方名记工作室”制度,鼓励南方名记们按照自己的想法进行内容创意生产,团队相对独立的运作方式,使得这些记者融合方向和内容生产风格各不相同,他们中肯定有一部分会成功,失败也“船小好调头”,试错成本低廉。

### 打造“网红记者”的媒体实践

回顾传统媒体时代,最有“名记者”“名主持”打造意识的当属凤凰卫视。在记者个人品牌打造上,他们一方面为栏目挑选气质风格合适的主持人,另一方面,也为主持人量身打造合适的栏目,成功打造了吴小莉等一批知名主持人的个人品牌。看他们的名牌栏目,主持人风格凸显,还有很多以主持人名字命名的节目。除此之外,他们还有专门栏目多侧面展示媒体人的个性特质,塑造媒体人形象和媒体机构形象。

主持人的个性特质决定了其所主持的栏目的风格,而栏目的特色与内容生产又反过来塑造了主持人的个体形象和品牌。从实践来看,培育栏目品牌和打造记者主持人的个人品牌两

者是相辅相成的，最终实现的是一种互利互惠的发展关系。从受众关注度来看，这种常态化打造“名记者”“名主持”的运作模式显然取得了很好的传播效果，不仅培育了一大批“名记者”“名主持人”，更有效提高了媒体机构的社会知名度和传播影响力。当下媒体打造“网红记者”的传播策略和凤凰卫视打造“名记者”“名主持人”实质上并无不同。这些传统媒体的记者主持人如何赢得网友的关注呢？从目前的媒体实践来看，比较具代表性的方法有三种：

**培育“直播+”记者。**很多传统媒体在打出“网红记者”旗号时，直接借鉴“网红直播”的形式。如《法制晚报》旗下的“法晚APP”，招募和培育“直播+”记者，让记者现场“直播”新闻，培育自己的“主流网红”。有的记者变身“名主持”，如南方日报赵杨，原是政法线记者，因为《武松来了》这档点击量过亿的短视频，成功变身“名主持”。

**记者开设个人专栏。**如《楚天都市报》，2017年9月，该报首批7名“网红”记者正式进驻楚天都市报官方微信公众账号，开辟以记者姓名命名的个人专栏，如陈凌墨的“墨墨说”、曹磊的“曹打听”、陈媛的“健康媛”、徐颖的“颖响圈”、陈凌燕的“燕语堂”、汪亮亮的“亮车哥”、刘利鹏的“流利嘴”等七个专栏，用新方式讲述自己的采访内容。与此同时，这些专

栏还将在楚天都市报官方微博、看楚天APP、楚天都市报头条号等全媒体平台推送。

**成立“名记工作室”。**如南方报业的“南方名记工作室”，以“南方名记”为中心组建团队，团队成员协作配合，一举实现“一次采集、多种生成、多元传播”的融合目标，其实质是以人的融合为切入口，实现内容融合生产。而从实践来看，名记者独特的内容生产和个性风格决定了内容融合生产的走向，并直接促成了名记者的身份转型：有的记者变成“产品经理”，如南方名记曹斯，其工作室团队主要运营《南方日报》惟一的健康垂直领域微信公众号“南方名医帮”，致力于打造权威、贴心、悦读的媒体健康垂直服务平台。未来有望打通线上线下，实现“公司化”发展。

在衢州，衢报传媒集团2014年以名记者周芸（曾获衢州市“十大女杰”、浙江省“巾帼建功”标兵等称号，在衢州具有很高的社会知名度和影响力）为首成立了“周到工作室”，以衢报传媒的多种传播平台为依托，合力打造“周到”互动栏目，栏目口号“芸芸身边事，周周帮你办。”该工作室成立至今，不仅为当地读者排忧解难，提供周到服务，还先后推出了20多个大型公益活动，有效提升了媒体的社会影响力。

（来源：传媒评论）

## 难忘2017，我的出书故事

□倪嘉云

金鸡报捷去，锦犬送春来。回顾我在2017年里最难忘的一件事，莫过于我的新书《难忘彩云间》的出版，特别是通过朋友圈签名售书的经历令我难忘。在这岁末年初之际，我把这一年利用业余时间出书和售书的故事与大家分享。

那是2016年国庆前夕，我的脚部突发感

染，疼痛难忍，行动不便，在昆明的一家医院接受治疗。当时机场集团摄影协会正组织会员去泸沽湖机场采风，另外还有一个媒体记者对泸沽湖机场的采访活动也等着我去参加。机票已经提前买好，但脚病不见好转，无奈，我只好在活动的头天晚上把机票退了并放弃参加此次活动。

国庆黄金周很快到了，看着别人纷纷外出旅游，而我却因为行动不便哪里也不能去，心里很不是滋味。此时，望着家里的那堆发黄的旧报纸，思绪万千。上面有我曾经发表过的文章，平时一直没时间整理。我想，为何不利用这段呆在家里的时间把它们整理成书然后再出版呢？对！心动不如行动。电子版的原稿已经不可能全部找到，但手机上的扫描软件帮了我的大忙，我仅用了17天的时间就完成了把纸质的文章全部扫描成电子版的书稿。接下来，便是为这本书写序和后记。有朋友建议我找个名人或者领导为这本书写序，可我认为，能不麻烦别人的事就尽量不要麻烦别人，于是我以自序的方式写完了序，随后又写完了后记。

关于书稿章节的分类，其实我早有构思，可以分为：空港风景线、金孔雀传奇、巫家坝纪事、转场进行时、新长水风采、彩云南故事、人物访谈录、采访启示录这八个章节，将云南民航20余年的发展历史全部囊括。记得书名最初定为《白云飘飘》，后来，中国民航出版社的李永老师建议更名为《难忘彩云南》，经反复斟酌并征求一些朋友的意见后，认为书名用《难忘彩云南》更有意味，于是决定更改。特别是云南著名书法家丁炳先生两次为我题写书名，一次是“白云飘飘”，另一次是“难忘彩云南”，令我感动。

《难忘彩云南》经过半年的编辑于2017年6月由中国民航出版社正式出版，共400多页，42.5万字。该书出版后，新华网、中新社、网易、今日头条、中国民用航空网、民航资源网、云南网、昆明信息港、春城晚报、都市时



报等十余家新闻媒体和网站相继发布了新书出版的新闻报道，《云南经济日报》用大半个版面刊登了云南作家李国庆先生撰写的5000多字的书评——《“老民航”的情怀》，高度赞扬了这部新闻作品集。

《难忘彩云南》从2017年6月出版、7月发行、8至10月热卖、11月份售罄，一路走来，得到了云南民航员工和广大读者的厚爱。7月26日，我的校友景德镇陶瓷大学图书馆的刘春福老师正好出差来昆明，得知我出书的消息后，提议我为母校捐赠一些书籍，我觉得这是一件很有意义的事，于是我用快递发送了我的两本书：《空姐梦》和《难忘彩云南》共50本给母校，没多久我就收到了母校图书馆寄来的《收藏证书》。

《难忘彩云南》除了一部份馈赠亲朋好友和同事外，另外一部份放在我的微店里出售，让我感到意外的是，书在微店里居然也卖得很顺利。云南民航的一些单位以团购的形式找我买书，并作为新闻通讯员培训教材，给了我莫大的鼓励。特别是我以中国硬笔书法协会会员的身份在朋友圈中推出签名售书以来，受到了朋友们的青睐。我认为，一本新书有了题签和印章，更具有了收藏的价值。

《难忘彩云南》既是一部记录云南民航风雨历程的新闻作品集，也是一部云南民航人写作参考的工具书。民航老员工读了可以回顾那些难忘的岁月，民航新员工读了可以了解民航发展历史和提高写作水平。最近该书被昆明市官渡区文联列为“2017年官渡区文艺作品创作精品扶持资助项目”。而在今年1月2日，《难忘彩云南》又实现了再版。

（作者单位：昆明长水国际机场党委工作部）

## 两会报道中有哪些“不能”

两会年年开，而在新闻报道中，大大小小的错误年年都会出现。尤其是一些专用名词，稍不留神就会出现失误。现收集整理了一些全国两会报道中的关键要素和容易混淆的常用词语，供大家参考。

●官员排位不能弄错，需要核对再核对。

●对领导干部和政协委员中的企业负责人（特别有国有企业），不能使用“老板”。

●不宜称“中共XX省省委书记”“XX市市委书记”，应称“中共XX省委书记”“XX市委书记”。此外，对这些领导同志的活动报道，慎用“亲自”等词；低一级的，更不能用了。

●“人大”与“人大常委会”不能混为一谈。根据法律规定，人民代表大会（简称“人大”）是国家的权力机关，人民代表大会常务委员会（简称“人大常委会”）是人民代表大会的常设机关，二者不能混为一谈。

●“人大常委会机关”不能写成“人大机关”，“人大常委会办公室”不能写成“人大办公室”。根据法律规定，人民代表大会是通过会议集体行使职权，不设领导机构和领导人员，其没有机关，也没有办公室。因此，在表述时，不能把“机关”“办公室”前面的“常委会”三个字漏掉。

●“人大常委会会议”不能写成“常委会会议”。人大常委会是人民代表大会常务委员会的简称，是县级以上地方各级人民代表大会常设机构。“常委”不是机构，多指人员，常委会议不能确切地表达人大常委会会议的含义，通常把党委的或政协的常委会会议称为“常委会议”。因此，不能把“人大常委会会议”误写为“常委会议”。

●不能把“人大代表”称为“人民代表”。“人大代表”是人民代表大会代表的简称，是国家权力机关组成人员，是按照法律规定的方

式，通过严格的、民主的、法定的程序选举产生，是代表人民的利益和意志参加行使国家权力的一种职务。“人民代表”是指普通人民群众代表，是一定范围内针对某一事项由人民群众公开推荐、为他们说话的“代言人”，无须依法产生，不具有法律效力。

●不能把“列席人员”称为“列席代表”。目前，我国宪法、组织法等法律对人民代表大会及其常务委员会的会议，尚无列席代表的规定或称谓。“列席人员”是指依照法律和惯例被邀请列席会议的人员，可以由人大常委会决定邀请，不用经预备会议审议通过。法律还规定，人大代表可以列席有关的人大或人大常委会会议，但不是作为“列席代表”列席会议，而是作为列席人员列席的。因此，“列席人员”不能称为“列席代表”。

●不能把“人大常委会组成人员”称为“常委会委员”或“人大常委”或“人大领导”。人大常委会组成人员包括常委会主任、副主任、秘书长和委员。人民代表大会是通过会议集体行使职权，不设领导机构和领导人员，只有人民代表大会的常设机关人大常委会设领导人员。所谓“人大领导”的称呼是错误的，正确的称呼是“人大常委会领导”。因此，不能把“人大常委会组成人员”写为“常委会委员”或“人大常委”或“人大领导”。

●不能把“人大专门委员会（专委会）负责人”称为“人大主任、副主任”。人大专门委员会（专委会）成员在同级人大代表中选举产生，采取委员会制，委员会由主任委员、副主任委员、委员组成。因此人大专门委员会（专委会）负责人不能称为“人大主任、副主任”，应称为“主任委员、副主任委员”。

●“议案”与“提案”不能混为一谈。“议案”是人大的专门术语之一，是指由法定机关

# 破折号用法和常见差错

□李加旭

关于破折号的用法，就我看到的出版社出版的标点符号用法的一些版本和专家专著中有关论述，可以说“五花八门”；对其常见的差错，也是各有各的说法。请看：

第1版中华人民共和国国家标准GB/15834-1995《标点符号用法》中标明有4种用法；

第2版中华人民共和国国家标准GB/15834-2011《标点符号用法》中标明有10种“基本用法”，并附“B.1.7破折号与括号表示注释或补充说明的区别”“B.2.3破折号前后的标点用法”两项说明；

语文出版社出版、苏培成著《标点符号实用手册》说破折号有5种“主要用法”和7种“其他用法”；

凤凰出版社(原江苏古籍出版社)出版，钱进、陈晓浒，金戈、方绚编著《标点符号规范使用手册》说破折号有4种“基本用法”和8种“特殊用法”；

上海大学出版社出版，康桥、金婕著《标点符号规范使用手册》说破折号有16种用法。

破折号的用法和常见差错的说法各种各样。但不管有多少种说法，也不管怎么说，我们不是专业搞学术研究，是为日常撰稿办报而用，抓最主要的几点就行了，不必面面俱到。

## 破折号正确用法

破折号最主要的用法，最根本的标准，应

是最新版的国家标准《标点符号用法》(GB/15834-2011)中关于破折号的用法。现摘编如下：

一、破折号最基本的用法是注释、说明或补充说明。这方面也可以用括号“( )”。但注释说明或补充说明的部分是正文的一部分，而且是重要的一部分，可与前后文连读用破折号。而括号内的部分相对较次要，可不与前后文连读。

1. 在今年——农历虎年，必须取得比去年更大的成绩。

2. 哈雷在牛顿思想的启发下，终于认出了他所关注的彗星（该星后人称为哈雷彗星）。

二、标示插入语。插入语前后可用破折号，也可用逗号。

简直就是——说得不客气点——无耻的勾当。

三、标示总结上文或提示下文。总结性或提示性词语后可用破折号，也可用冒号。

画家开始娓娓道来——数年前的一个寒冬……

四、标示话题转换。

“好香的干菜——听到风声了吗？”赵七爷低声说道。

五、标示声音的延长。

“嘎——”传过来一声水禽被惊动的鸣叫。

六、标示话语的中断或间隔。

“班长他牺”——小马话没说完就大哭起

和法定人员依照法定程序提请本级人民代表大会或人大常委会会议进行审议，并要求人大会议讨论、作出决定的议事原案；“提案”是人民政协的专用术语，是指参加政协的单位或者委员个人向全体会议或常务委员会提出的，经提案委员会审查立案，交付有关单位办理的书面

意见和建议。

●政协会议时，不要使用“非党人士”的提法。在特定场合，如需强调民主党派人士的身份，可使用“非中共人士”。“党外人士”主要强调中共党内与党外的区别，已经约定俗成，可继续使用。（来源：中文编辑校对网）

来。

七、标示引出对话。

——你长大后想成为科学家吗？

当然想了！

八、标示事项列举。

根据研究对象的不同，环境物理学分为以下五个分支学科：

——环境声学；

——环境光学；

——环境热学；

——环境电磁学；

——环境空气动力学。

九、用于副标题之前。

飞向太平洋

——我国新型号运载火箭发射目击记

十、用于引文注文后，标示作者、出处或注释者。

1. 先天下之忧而忧，后天下之乐而乐。

——范仲淹

2. 很多人写好信把信笺折成方胜形，我看大可不必。（方胜，指古代妇女戴的方形首饰，用彩绸等制作，由两个斜方部分叠合而成。——编者注）

### 破折号用法常见差错

最常见的差错，就我看到的主要有三类。

一、注释说明的部分或插入语处在行文句子中间时，应该用两个破折号而只用了一个。

1. 2000年，经党中央、国务院批准，把“青记”成立日——11月8日确定为“中国记者节”。（2017年11月8日《光明日报》）

2. 8月7日，北京广播电视报读者艺术团——平原之声合唱团通过层层筛选，登上了国家大剧院的合唱舞台……（2016年8月25日《北京广播电视报》）

3. 全球最大的自动化集装箱码头——上海国际港务集团洋山四期码头于今日正式开港投入运营。（2017年12月10日《解放日报》）

4. 据悉，万峰湖是国家重点水电工程——

天生桥高坝电站建成蓄水后形成的人工湖，烟波漂渺，湖光潋滟。（2017年12月1日《中国民航报》）

上述第1例中“11月8日”后，第2例中“平原之声合唱团”后，第3例中“洋山四期码头”后，第4例中“天生桥高坝电站”后都应各加一个破折号。

上述破折号用法之误，相当普遍。这样用法虽说在国家标准《标点符号用法》中没有标注出来，但不少专家专著中均有论述。仅举三例。

1. 凤凰出版社出版的《标点符号规范使用手册》说：“在行文中用一个破折号引出的解释说明部分，如果其界限不清或者语法上不能与上下文直接衔接，需要再加一个破折号。

“你的生日——四月十八——每年我总记得。（曹禺《雷雨》）”

2. 上海大学出版社出版《标点符号规范使用手册》说：“行文中解释说明的语句通常用一个破折号引出。如果是插在句子中间的可以在前面和后面各用一个破折号。

“太阳系除了九个大行星——水星、金星、地球、火星、木星、土星、天王星、海王星和冥王星——以外，还有40个卫星以及为数众多的小行星、彗星和流星体等。”

3. 华文出版社出版《中国人最易犯的2000个语言错误》一书说：“在用破折号标明解释说明的部分或插入语时，有时一个破折号不够用，还要再加破折号，才能准确说明被说明的语句。如果不加或少加破折号，说明文字就与正文混淆，容易让读者误解。

“如《索姆战役》这部影片的制作对死亡的渲染——或者说对死亡的带主观情绪的表现就不会像它的主题那样被‘误解’。

“例句中被破折号引出的注释语是对上一句的补充说明，属插入语，但只用了一个破折号表示提示，还应再用一个破折号表示结束，而原句没有再用破折号，使得后面的句子层次

## 编辑中易错字汇总（一）

1.“安装”不要写成“按装”。

2.“安详”不要写作“安祥”。

3.“按部就班”不要写作“按步就班”。“按部就班”的“部”指门类。“三部曲”不要写作“三步曲”，“三部曲”的“部”指部分。

4.在表达埋怨这个意思的时候，不要把“抱怨”写成“报怨”。

5.“报道”与“报导”读音不同，提倡用“报道”。

6.“爆发”与“暴发”。“爆发”指因爆炸而发生，如“火山爆发”；“暴发”指突然发作，多用于山洪、大水、疾病等。非典作为一种急性流行病，应用“暴发”。另，在用于社会事物时，“爆发”指像爆炸一样突然发生，多用于抽象事物，如革命、起义、运动等，又用于表示力量、情绪等。“暴发”也指突然得势或发财，多含贬义。

7.“辨”与“辩”。凡与区别、辨别、分辨有关的，用“辨”不用“辩”；凡与言辞、辩论、辩解有关

的，用“辩”。如“分辨率”、“辩护律师”。“辨明”与“辩明”、“辨证”与“辩证”等含义不同，适用对象也不同，如“辨明是非”是指辨别清楚是与非；“辩明事理”是指辩论清楚道理。中医所说的“辨证施治”（区别病人的不同征候进行治疗）显然不能用“辩证”。

8.“表明”一般指把思想感情显示出来；“标明”指做出记号或写出文字。

9.“表率”一般不写作“表帅”。作动词时，用“统率”不用“统帅”；作名词时，用“统帅”不用“统率”。

10.“部署”不要写作“布署”。

11.“黯然”不要写作“暗然”。

12.“倍”字不能用于表示减少的场合。“减少了一倍”是错误的用法，应写作“减少了一半”“减少了50%”或“减少了五成”。

13.“薄”与“簿”。“薄”指单薄；也指轻视、看不起，如厚此薄彼；也可指迫近，如

混淆不清。为了对句义不发生误解，应在‘表现’的后面加一个破折号。”

从上述三部专家专著的论述可知，该用两个破折号时就用两个，少了一个不行。

二、不该用破折号却用了破折号。

1.在会场，民航工会精心编制的收纳了全体受表彰班组风采展示的画册——《群英荟萃》，引起了与会单位负责人以及班组长的兴趣。（2017年12月7日《中国民航报》）

2.2016年11月，在第二届海航社会责任论坛上共同发表了第一份聚焦中国航空业绿色发展的研发报告——《2016绿色航空白皮书》。（2017年12月6日《中国民航报》）

上述两例中的破折号均为多余，完全可以删除。就常识而言，一般在“标准”“画册”“报告”“著作”等词后，有带书名号的名称，不用破折号句义不会发生歧义、误解，句子层

次也不会混淆不清，因此，破折号和书名号在这里不必重复使用。

三、破折号占两个字位置，中间不能断开，但常有断开的情况发生。

1.闽彩墨华——福建省画院晋京作品展选登（2017年02期《美术》）

2.让我们一起感受芭蕾舞经典——《天鹅湖》的魅力吧！（2017年11月4日《新京报》）

上述两例中的破折号均不应中间断开，尤其是第2例中的破折号可以不用，更不应该断开。这种情况有的是，不再多举例了。

总之，使用破折号与使用其他标点符号一样，正如专家所说“使用标点，首先要考虑的是该不该用，合适不合适，该用标点的地方不用，不该用标点的地方用了，都属于差错”。只要我们精准掌握破折号的用法，在工作中细心，就不会发生差错。（作者为本报特聘审读）

日薄西山。“簿”指本子、账本,如发文簿。“练习簿”不能写作“练习薄”,“对薄公堂”应为“对簿公堂”。

14.“板”与“版”。“板”特指较硬的片状物体,如板凳、板车,也可引申用来形容呈片状的物体,如“板块”;“版”本义指文字或图形的供印刷用的底子,主要用于印刷、出版。“经济板块”不要写作“经济版块”,“雕版”不要写作“雕板”。

15.“艾滋病”不要写成“爱滋病”。

16.“淡泊名利”不要写作“淡薄名利”。

17.“博弈”是指下棋,“博弈论”由此意引出,这个词里没有对打的意思,“博”不能写作“搏斗”的“搏”。

18.“长年累月”不要写作“常年累月”。

19.“差强人意”的“差”是指大略、稍微,这个成语是指大体使人满意,不要误用为表示“不合主观意愿”。

20.“彩”与“采”,都是多义词,应根据不同的义项加以辨别。一般来说,在表示具体事物时用“彩”,如“节目精彩”“剪彩”“彩排”;在表示抽象意义时用“采”,如“神采”“兴高采烈”。

21.“篡改”与“纂改”。“篡改”是指改动、删改,被篡改的一般是具体的书面材料如成语、文件、古书等。“纂改”是指用作伪的手段改动和曲解真实的、正确的东西,被篡改的往往是重大、比较抽象的东西,如经典、理论、政策等。

22.现在多用“人才”,不用“人材”。

23.“成规”与“陈规”。“成规”指所有久已通行的现成规矩;“陈规”则指陈旧的、不适用于现实情况的老规矩,如“陈规陋习”。

24.“不耻”与“不齿”。“不耻”指不以……为可耻,如“不耻下问”;“不齿”则指羞与为伍、不愿意提到,表示极端瞧不起,如“人所不齿”。

25.“侦察”与“侦查”。“侦察”常用于军事、作战等方面;“侦查”常用于公安、检察、司法等部门以及与破案有关的方面。“侦察”着重于察看,从观察中来了解情况;“侦查”着重于调查,从检查中来了解情况。

26.“备加”“倍加”“备受”“倍受”都是可用的词,其中“倍”与“备”主要区别在所表示的程度不同。“倍”指加倍,有更加、格外的意思,如“信心倍增”“倍感亲切”“倍思亲”。“备”是表示完全,有极而言之意思,如“艰苦备尝”“关怀备至”“备受欢迎”“备受青睐”。

27.“订”与“定”。“订”大多指经过商讨而订下,商讨的成分很大,有的不是最后确定,如合同、条约、规章等用“制订”。如果是可以确定而且确定了的,用“定”。“制订发展规划”,这个规划制订后可以不是确定了的;“制定发展规划”,这个规划制定后是确定了的。“协定”虽然如同“条约”,但是用“定”。没有“签定”这个词,应该用“签订”。

28.“度”与“渡”。这两个字都含有“通过”的意思,在使用中,用于与时间相关的意义时,一般用“度”,如“度过这段时光”“欢度国庆”“虚度年华”;用于与空间相关的意义时,用“渡”如“渡江”“渡河”。如用于有人为因素的意义,用“渡”,如“引渡回国”。“渡过难关”“过渡时期”的“渡”有由此到彼的引申义,带有比喻的性质,所以用“渡”。“度汛”,是指度过“汛期”这个时段,所以用“度”。

29.“摄氏度”三字不拆开用。表示温度时,用“25摄氏度”“零下25摄氏度”,不能用“摄氏25度”“零下摄氏25度”。

30.“迭”与“叠”。按1986年重新发表的《简化字总表》的调整,“叠”不再作为“迭”的繁体字处理,“重叠”“叠床架屋”“峰峦叠翠”的“叠”不能写作“迭”。“高潮迭起”的“迭”不要写作“叠”。

31.涉及汽车的“换挡、挂挡”中的“挡”不能写作“档”。

32.“第一”“第二”不能写作“第1”“第2”。

33.“偶尔”不能写作“偶而”。

34.“翻番”与“加倍”。“翻番”是两倍两倍地增加,如果基数是3,翻1番就是6,翻2番就是12,翻5番就是96。“翻几番”就是基数乘以几个2。“加倍”表示某数的几倍,就是用几去乘以某数。如3的1倍是3,3的2倍是6,3的

5倍是15。“翻番”比“加倍”的增长要快得多。

35. “法人”并不是人，不要把厂长、经理等担任“法人代表”的负责人写成“法人”。“法人”与“自然人”相区别，是指法律上具有民事权利能力和民事行为能力，依法独立享有民事权利和承担民事义务的组织。它包括企业、事业单位、社会团体等。“法人代表”是代表法人行使职权的负责人，是“法人”的法定代表人。

36. “蜂拥”不能写作“蜂涌”。

37. 现在不少人常将“分”写成“份”。如“份内事”应为“分内事”；“有着特殊的份量”应为“有着特殊的分量”；“犯罪份子”应为“犯罪分子”。“身分”是符合字义的词，但因为公安部门发放证件时使用了“身份证”，这个词使用频率较大，《现代汉语词典》按约定俗成的原则，收入了“身份”这个词。但与此同义的“本分”“缘分”“成分”等仍用“分”。“县份”“省份”“年份”“月份”用“份”不用“分”。“分量”不要写作“份量”。

38. “肤浅”与“浮浅”。二者的侧重点不一样，“肤浅”强调不深入、不深刻，止于表面，多与表示人的认识活动的词语搭配，比“浮浅”用得更多。“浮浅”则强调浅薄、轻浮，重在表示缺乏某种知识、修养。

39. “扶养”与“抚养”。“扶养”的意思就是“养活”，其对象既可以是长辈，也可以是平辈或晚辈。“抚养”的意思是“爱护并教养”，其对象多是晚辈。

40. “复”不是“覆”的简化字。凡有“遮盖”“翻转过来”意思的词语都用“覆”，如“覆盖”“覆灭”等，不用“复”。

41. “副”与“幅”。对字画习惯用“幅”，而对联因为成双，只能用“副”，如“一副对联”。用于脸部表情，用“一副笑脸”。表示中药的汤药时，用“一服药”。

42. “伏法”与“服法”。“伏法”指罪犯被执行死刑，不能用在被判死缓及以下的罪犯身

上；如果指罪犯认罪，可用“伏罪”。“服法”是指服从法院判决，如“认罪服法”。

43. “赋予”与“付与”。“赋予”中的赋予者应是尊长高贵的一方，如“人民、宪法、历史、时代、组织、大自然”等。“付与”指给予、交给，所给的对象多是一般人或具体事物，所付的东西也多指钱款和具体物品。

44. “竿”“杆”“秆”。“竿”指竹竿，所组词汇与竹子原料有关。“钓竿”现在多用塑料来做，但仍沿用“竿”字。“杆”是指细长的棍状物。“秆”是指某些植物的茎，“秸秆”“麦秆”不要写作“桔杆”“麦杆”。

45. “冈”与“岗”。“冈”指较低而平的山脊，构词有“山冈”“井冈山”“黄冈”“云冈石窟”。表示岗位、岗哨要用“岗”。但也有的地方土坡、不高的山也用“岗”，如“黄土岗”。

46. “功夫”与“工夫”。经常通用，但是，在表示占用的时间或空闲时，习惯用“工夫”；表示工作、学习所花的精力时间时，表示本领和造诣等义项时，习惯用“功夫”。

47. “合龙”与“合拢”。“合龙”特指修筑堤坝或桥梁等，因为施工中的桥梁或堤坝的中间一段称作“龙口”，所以这种接合工作叫“合龙”。“合拢”可指堤坝、桥梁以外一般事物的闭合。

48. “宏大”与“洪大”。“宏大”指规模巨大、志向宏伟，如“规模宏大”“志愿宏大”。“洪大”一般指声音和具体的情状，如“钟声洪大”“水势洪大”。

49. “候”（音四声）与“侯”（音二声）。如“等候”应为“等侯”；“侯选人”应为“候选人”；“那时侯”应为“那时候”。“侯”字只有两个义项：（1）姓；（2）古代贵族的一种爵位，如“诸侯”“封侯”。

50. “划”与“画”。凡是指用手、脚或物做出某种动作时，一般用“画”字，如“画十字”“指天画地”“指手画脚”；“规划”“计划”等写“划”。  
(待续)