

王志清到中国民航报社 出版社宣教中心调研

□陆二佳

本刊讯 4月12日，民航局副局长王志清到中国民航报社出版社宣教中心调研，并与报社采编人员进行座谈交流。

王志清先后来到报社新媒体平台、视频演播室、《中国民航报》和《中国民航》杂志编辑部，详细了解报社新闻出版工作以及全媒体平台建设情况，听取了中国民航报社出版社社长、宣教中心主任马松伟所作的工作汇报。在报社新媒体平台，王志清表示，新媒体时代要更加注重新闻信息的时效性，要加强在移动端等新媒体领域的传播力度。在《中国民航报》编辑部调研时，王志清回顾了自己27年前在报社交流工作的经历，指



王志清在《中国民航》杂志编辑部调研。 陆二佳 摄

出好新闻出在一线，勉励新闻记者要深入基层、与一线交朋友，抓准、写精鲜活故事，为读者采写更多优质的民航新闻作品。

座谈交流中，王志清充分肯定了《中国民航报》创刊近40年来，始终

围绕中心服务大局，坚持正确舆论导向，主动服务国家社会经济发展、服务民航强国建设、服务人民群众安全便捷出行，为民航行业科学发展、安全发展鼓与呼。尤其是近年来，报社出版社宣教中心按照局党组统一部署，在“唱响主旋律、把握主导权、打牢主阵地”的同时，针对社会关注的民航热点、焦点问题及时利用全媒体平台准确权威发声，有力增强了民

要目

■本刊要讯

王志清到中国民航报社出版社宣教中心调研……

陆二佳

2

■采访札记

「匠心」密码

《当代民航精神在抗震救灾中闪光》写作体会……

张丰霖

3

■季度评优

中国民航报二零一七第四季度评优结果

本刊

6

■业务交流

编校质量无小事

报纸期刊抽查结果是这样得出的……

新闻出版广电报

7

■媒体动向

维基百科如何写极简新闻……

方可成

9

■融合发展

从美国媒体融合实践看深度报道转型……

尤畅

11

内容为王 技术加持

英国《每日电讯报》探索媒体融合环境下的「新语态」……

杨陶玉

■供您参考

编辑中易错字汇总(二)

……

14

■封面照片

察微知著……

刘莉

“匠心”密码

——《当代民航精神在抗震救灾中闪光》写作体会

□张丰蓁

《当代民航精神在抗震救灾中闪光》刊登在2017年8月14日《中国民航报》一版，是为九寨沟地震而发表的本报评论员文章。因事情的重要性，文章起草和修改都下了很大功夫。

评论文章约970字，比原先起草的稿件精简，并经过报社多位领导反复推敲最终定稿。出于写短文的考虑，及评论的重要性和特殊性，文章最终定稿在970字，在文章结构上更是费了不少心思。

2017年8月8日九寨沟地震发生后，民航局每天至少一个会议，统筹协调抗震救灾工作。参加完2017年8月10号的视频会议，部门领导专程交代要对这次抗震救灾视频会议配发评论。在与部门领导讨论后，我们认为，尽管要说的话很多，但是文章的核心是“当代民航精神”。因此文章也分成了三部分：第一叙述新闻事件，表述民航在九寨沟抗震救灾的实际行动；第二部分是回顾中国民航在历次救灾中的执行力和使命感；第三部分是总结并升华当代民航精神在抗震救灾中的体现。



主旨和结构拟定，剩下的就是行文走笔。在写评论前，我时刻反问自己，是不是传达了主题，这些文字是否有“受众意识”，因为首先你要自己被感动才能感动别人。文章中，灾区各空中管制单位，在地震发生时“没人跑，没人动”，管制工作井然有序；国航、川航等航空运输企业几近“空机”飞进九寨，竭尽全力疏散旅客，不计得失；四川省机场集团全心投入、沉着应对，九寨黄龙机场实现旅客零滞留；

“我们已经做好准备，随时整装待命”，各通航企业主动请缨；“我们人人可用，随时准备救灾飞行”，飞行员们蓄势待发……这些文字都是我看了无数报道材料后选择的总结形式，并使用了部分引语来体现现场感。而在第四段，行文也经过反复考量，最后选取四点内容。其中，以汶川、玉树抗震救灾的角度，展现出民航作为抢险救灾主力军的突出作用，以利比里亚战乱和日本海啸撤侨，弘扬民航在重大航空运输保障上的责任担当。

古人讲，“玉经琢磨多成器，剑拔沉埋便倚

航舆论传播的影响力、引导力和公信力。他祝贺《中国民航报》连续三届入选国家新闻出版广电总局评选的全国“百强报刊”，希望报社出版社宣教中心全体员工继续发扬良好传统，打造内容和传播优势，建立专业化复合化人才队伍，进一步推进新媒体发展，打牢民航行业文

化宣传和舆论引导阵地，为推动民航强国建设营造良好的舆论环境。

王志清还就中国民航的国际交往与合作、商务航空发展、无人机管理、空管建设与改革等行业发展的热点问题与编辑记者们进行了深入交流。

(作者单位：本报民航局记者站)

从会议“富矿”开采出新闻报道

□陈嘉佳

通讯稿件《中欧市场：深耕刚起步》在报社2017年第三季度评优中获得好稿件二等奖，而这篇稿件也可以说是我的“无心”之作。长期以来，我都比较关注航空市场的相关话题。从最早民航局鼓励“中国航空公司飞出去”，到现在中国航空公司在国际航空运输市场上占有一席之地，这种变化也反映了中国民航的发展变化。然而，航空市场占有情况等素材经常被航空公司视为“敏感话题”，这又给写作增加了难度。

2017年初，报社举办了首届中欧航空高层峰会，我有幸参加了这次会议，并从会上了解到了大量关于中欧航空运输市场的信息。经过和编辑的沟通，确定了中欧航空市场这一选题。这一次的写作经历，也让我更加深刻意识到，会议是“富矿”，记者要重视每一次会议，从“富矿”中深入挖掘，就能有意外的收获。

重启选题计划

2015年国航成为了中欧航空运输市场上最大的承运人，并保持至今。不仅是国航，国内越来越多的航空公司也在中欧市场上占有了一席之地。随着中欧航空运输市场的火热，我在和航空市场版编辑王妮妮沟通的过程中，她就提议我写



一篇分析中欧航空市场的稿件。当时，我也想尝试写作，但经过初步了解，就发现中欧航空运输市场情况较为复杂。一是开航的航空公司数量较多，二是不同航空公司的市场策略明显不同，三是中东欧、北欧和西欧地区的市场也存在较大差异。更为困难的是，采访任意一家航空公司，都无法较为全面地描述这一市场的整体情况，且航空公司之间存在竞争，都不愿意就市场策略等谈论太多。因此，这一选题也被搁置了。

2017年2月，我得知报社要举办首届中欧航空高层峰会。在中欧航空高层峰会上，不仅国航、海航这样大型航空公司的高管会发表演讲，还有首都机场、挪威机场等机场高管，研究机构专家学者都将发表各自观点。于是，我及时和编辑王妮妮进行了沟通。我俩都认为，这次会议上，应该会有不少中欧航空运输市场“干货”。而且，在会场间隙，“逮”住航空公司、机场、研究机构的专家聊上几句，就应该会有很丰富的内容了。于是，这个选题计划“重启”了。

开采“富矿”也要提前准备

根据以前参加各类会议的经验，我认为会议信息量过大，很可能一些细碎的重要信息就淹没

天”。文章是打磨出来的，要摒“匠气”留“匠心”。相对于新闻时评，评论员文章要求更严、标准更高。这种严格体现在，文字不能有枝蔓，要精准精当。因此，这篇评论文章经过了反复的打磨和雕琢，从主笔人到总编辑，至少经历了四道“关卡”，可以说是集体智慧的结晶。

该评论刊发后，社会网络、各航空公司纷纷转载。同时，我们还充分利用新媒体渠道，在微信公众号等平台推出，是一次对民航抗震救灾的全面动员，弘扬了当代民航精神，得到民航局党组的首肯和表扬。

(作者单位：本报民航局记者站)

在了信息海洋中,难以把握重点。这样不仅给当时采访造成困难,也会给采访后的写作增加难度。因此,在会议召开之前,我也进行了一些准备。

我把准备工作分为了三个部分。

第一,确定“必备信息”的信息源。写航空市场类稿件,用数据说话才有说服力,因此数据是最重要的信息。就中欧航空市场而言,执飞的航空公司数量、航线数量,航空公司市场份额情况是“必备信息”。在高层峰会召开前,我提前拿到了演讲嘉宾名单以及嘉宾确定下来的演讲方向。梳理以后,我认为国际航空研究院(英国)院长雷铮最有可能在演讲中提到这些统计数据。尽管会议现场有速记人员,但我知道速记人员容易在具体数据速录上出现失误,因此还是主要靠自己记录。我也就明确了将雷院长的讲解作为会场上听讲的重点之一。

第二,寻找“随机信息”,就是根据现场嘉宾的具体讲解内容,来收集材料。机场建设枢纽、提高中转效率,对中欧这样长航线运输的市场会起到较大的助推作用,但毕竟航空公司才是市场主体,其经营策略是最重要的。在会前,我已经大体了解到,在中欧市场上,国航和海航的航线网络布局策略不同。因此,这两家航空公司高管讲话,也成为了我关注的重点。

第三,准备采访框架。之所以定义为采访框架而不是采访提纲,是因为会前我对中欧航空市场是一个模糊的概念,而并不具体,因此只是为自己框定了一些采访方向,例如中欧航空市场上,欧洲和中国的新兴区域分别在哪里?中欧航空市场上,旅客构成是怎样的?以备在会场向参会嘉宾请教。为了从专业人士那里挖掘到更多的市场状况,我也提前通过报社市场营销部总经理张学瑞联系到雷铮院长,并确定在会议间隙采访他。

“骨骼清奇”十分重要

在中欧高层峰会上,我收集掌握了大量素材,后面的工作就是如何将这些素材呈现出来了。我一直认为,在采访完毕和提笔写作之间,其

实还有一个消化材料的过程,在这个过程中我通常会考虑文章的谋篇布局,其实也就是文章的框架结构。

文章框架结构好比是人的骨架。武侠小说里经常比喻“隐士高人”一看就“骨骼清奇”,文章也是如此。完成一篇稿件,我在谋篇布局上思考花费的时间往往比动笔写作时间更长。一旦确定了文章框架结构,按照框架结构来充实内容,写起来也就得心应手,非常顺畅了。

在这么多的材料中,我觉得航线信息、航班数量、航空公司数量这些我之前确定的“必备材料”是背景资料,必须要向读者介绍,但是通过这些“必备信息”还是要提炼出一个观点,让大家了解中欧航空运输市场的现状。“中国航空公司成为市场主要驱动者”其实是会场专家提到的观点,我就将其作为了第一部分的标题了。

在构思框架时,我觉得最有意思的是,国航和海航在中欧航空市场上网络布局思路完全不同,在会上,两家航空公司的高管也深入讲解了为什么会有如此不同的航线网络布局。于是,我觉得“为什么如此不同”,很值得说一说。我国还有不少中小规模的航空公司也在陆续开辟至欧洲航线,不同网络布局背后的不同理念对其他航空公司也是一个借鉴。此外,介绍分析一个区域的航空市场,市场前景也非常重要,所以这部分也成为了我文章中的一个重点。

为了将这些重要的信息都写进去,我构思了这样的文章框架:从时间上来看,从过去到现在,再到未来。从内容上来讲,先介绍航空市场情况、再谈到经营策略、最后提出未来市场“蓝海”的方向。我觉得两个层次上讲都是递进关系,也是符合逻辑的。最终就确定了稿件框架。在确定框架后,将丰富的材料装进去也就比较简单了。

仔细回忆起这篇稿件的完成过程,从最初选题搁置到最终拥有丰富的数据来行文,其实都是这次会议帮我完成了这个“不可能”的任务。

(作者单位:本报北京记者站)

中国民航报2017第4季度评优结果

一、特别奖:民航喜迎十九大系列报道

1.《发展为了人民》9月18日1版

作者:肇茜 刘璐 责编:肖敏

2.《以“零容忍”坚守民航安全底线》9月20日1版

作者:肇茜 陈嘉佳 责编:肖敏

3.《真情服务:一路伴您飞翔》9月22日1版

作者:金欢 范新宇 王艺超 责编:刘璐

4.《在供给侧发力全面深化民航改革》9月25日1版

作者:王丽杰 陆二佳 责编:张嘉宁

5.《风自东方来》9月27日1版

作者:许晓泓 光琪凝 责编:韩磊

6.《为社会经济发展保驾护航》9月29日1版

作者:曾晓新 史影 责编:肖敏

7.《“效率动能”助力民航强国建设》10月9日1版

作者:李芳芳 韩磊 责编:张嘉宁

8.《科教创新点亮智慧民航》10月11日1版

作者:程凌 程婕 责编:肖敏

9.《蓝天上的忠诚担当》10月13日1版

作者:赵晓兵 林成龙 责编:张嘉宁

10.《前行的力量》10月16日1版

作者:吴丹 张丰馨 责编:张嘉宁

策划:黄晨 制表:肖敏 制图:王世鑫

二、好稿件(11个):

一等奖:

1.《穿过大半个地球来接你》10月4日1版

作者:钱擘 责编:肖敏

2.《不忘初心 牢记使命 迎接奋力建设民航强国的新时代》

10月19日2版 作者:吴丹 责编:张嘉宁

二等奖:

1.《悬壶惠民 大爱有“疆”》10月6日1版

作者:徐仲超 责编:韩磊

2.《牢记总书记的期望》10月20日1版

作者:徐业刚 责编:刘璐

3.《新时代民航强国建设的本质是高质量发展》12月29日1版

作者:陆二佳 责编:韩磊

三等奖:

1.《交出真心 交出安全》10月23日5版

作者:赵瑜 责编:王芳

2.《剑犁协奏 共飞蓝天》11月3日1版

作者:王诗或 责编:韩磊

3.《奢华的头等舱是一种营销戏码》11月23日4版

作者:郑雪 责编:郑雪

4.《“我们希望成为中国市场伟大的合作伙伴”》11月27日3版

作者:光琪凝 责编:光琪凝

5.《后舍间:从城市书店到机场书房》12月6日9版

作者:王艺超 责编:王艺超

6.《无人机:管好+飞好=前景好》12月11日2版

作者:刘璐 责编:刘韶滨

三、好版面(10个):

一等奖:

1.10月4日1版 责编:肖敏 美编:宋卫平
校对:王鑫

2.10月19日4版 责编:王妮妮 美编:叶新
校对:任雨汐

二等奖:

1.11月10日9版 责编:陈轩棋 美编:孙欣
校对:任雨汐

2.11月16日8版 责编:王姝一 张哈斯巴根
美编:孙欣 校对:王鑫

编校质量无小事

——报纸期刊抽查结果是这样得出的

不久前,很多媒体人的朋友圈被2017年部分重点报刊及少儿类报刊编校质量抽查结果“刷屏”,一时间,“你家编校质量排第几”成为媒体人的热议话题。那么,这份抽查结果是怎样出炉的?抽查中发现的常见错误有哪些?从结果中又应有哪些反思?对于这些疑问,出版产品质量监督检测中心(以下简称“质检中心”)报刊质量部相关负责人给出了答案。

方法——“三审、三核、一反馈”

此次抽查是为贯彻落实国务院关于推进“双随机、一公开”工作的决策部署,履行对出版物内容质量进行监管的法定职责而进行的。2017年,质检中心受国家新闻出版广电总局新闻报刊司委托进行了两批报刊的编校质量抽查:第一批对116种党报、行业专业报、晚报都

3.12月13日3版 责编:王雪 美编:孙欣 校对:王鑫

三等奖:

1.10月23日8版 责编:王芳 美编:叶新 校对:任雨汐

2.10月27日10版 责编:王艺超 美编:宋卫平

3.12月1日11版 责编:张晓莉 美编:孙欣 校对:王鑫

4.12月21日4版 责编:郑雪 美编:孙欣 校对:任雨汐

5.12月21日8版 责编:高雅娜 美编:叶新 校对:任雨汐

四、好策划(1个):

1.《国庆假日民航》10月4日、6日、9日2版
参与人员:李芳芳 高雅娜 王诗彧 刘韶滨

五、好标题(9条):

1.《铁拳“打出”15亿!》10月13日11版
作者:王艺超
2.《明亮车间里的“暗黑系”》11月2日5版
作者:王芳

3.《航油有价 生命无价》11月10日3版
作者:王妮妮

4.《扶贫有准头 脱贫有盼头》11月16日2版
作者:高雅娜

5.《合作“敞开门” 服务“门到门”》11月22日5版

作者:韩磊

6.《愿御长风牧群星》11月23日3版
作者:何丹

7.《“席”间协同联动“群”内融为一体》12月14日3版

作者:韩磊

8.《咬住“老赖”要用法律钢牙》12月15日5版
作者:张晓莉

9.《生于“微” 成于“微”》12月21日6版
作者:梁永军

六、好图片[3组(幅)]:

1.《“效率动能”助力民航强国建设》10月9日1版

作者:王世鑫

2.《合作“敞开门”服务“门到门”》11月22日5版

作者:张旭

3.《大美若羌 校飞启航》12月8日4版
作者:东哈达

市报, 130种学术期刊、行业期刊、大众类期刊进行抽查, 这些重点报刊涵盖了综合、大众服务、行业专业、学术等不同类型, 其中部分报刊曾获得中国出版政府奖期刊奖、全国百强报刊等荣誉, 具有较高的社会知名度和行业影响力。第二批则是为配合2017年“向全国少年儿童推荐百种优秀报刊”活动, 对各地区各部门报送的174种少儿类报刊(报纸29种、期刊145种)进行了编校质量检查。

报刊质量部相关负责人介绍, 为体现公平公正, 抽查的报纸样本原则上选择的是同一天出版的报纸, 期刊也选择了同月出版的期刊进行检查, 所有版面内容, 包括广告的编校质量也在检查范围之内。检查过程按照“三审、三核、一反馈”的工作程序, 即每一份受检报刊会经过3位不同专家进行初审、复审、终审3次审读和初核、复核、终核3遍核对。按照报纸差错率不超过3/10000、期刊差错率不超过2/10000的合格标准, 对质量不合格的报刊, 质检中心会向相关报刊出版单位反馈检查结果, 召开质量认定小组工作会议, 逐一审核报刊单位申辩意见, 集体研究讨论后形成最终结果。

那么, 差错率是怎样算出来的呢? 审查时, 专家会根据发现错误的类型扣除相应的分数, 比如知识性错误、语法错误、图文不符等差错扣2分, 文字错误等差错扣1分, 标点和数字错误扣0.1分, 用扣分总数除以检查的万字数, 就是最终的差错率数值。

结果——有共性错误也有个性问题

《关于2017年部分重点报刊及少儿类报刊编校质量抽查情况的通报》显示, 本次抽查的重点报刊中, 报纸和期刊的合格率分别为97.41%和95.38%, 编校差错率在0—1/10000的优秀报刊共141种, 占总数的57.32%, 《人民日报》等6种报纸和《求是》等10种期刊编校零差错。3种报纸、6种期刊编校差错率超出合格线。

少儿类报刊方面, 报纸和期刊的编校合格率均为96.55%, 被检的29种报纸中, 差错率在0—1/10000的报纸有14种, 占总数的近一半, 《现代中小学生报》等7种报纸差错率为0。一种报纸差错率超过3/10000, 编校质量为不合格。被检的145种期刊中, 差错率在0—1/10000的期刊有105种, 占总数的72.41%, 比2016年增长近6个百分点, 《大灰狼画报》等44种期刊零差错。从近几年连续开展的报刊质量专项检查情况看, 少儿报刊整体质量良好且状况稳定。

在此次报刊抽查中, 哪些编校差错比较常见? 报刊质量部相关负责人介绍, 共性问题主要集中在一般性文字差错(别字、多字、漏字)、语法错误(搭配不当、语义重复、成分残缺)、标点符号错误和数字用法错误。举例来说, 文字差错有“的、地、得”使用错误, 应该写成“4月12日”但把“日”字丢掉的漏字错误, 以及像把“高温高压的水蒸气”写成“高温高压的水蒸汽”这样因不理解字词义造成的文字差错等。标点符号方面, 逗号和顿号混用、分号和句号使用不规范以及直接引语标点符号的使用错误比较常见。数字用法方面, 常见错误有“下午14:00”(正确写法应该是“14:00”或“下午2点”)、“约6—7厘米”(应去掉“约”字)。

具体到不同类型的报刊, 也存在一些个性问题。比如, 部分少儿报刊存在汉语拼音使用不规范、知识性错误、违反规定使用网络语言等问题; 部分党报、都市报存在报道日期表述不清、内容重复、常识性错误、前后不一致等问题; 部分行业期刊存在参考文献著录不规范、图文不符、专业名词使用不规范等问题。

反思——不该松了编校质量这根“弦”

“报纸上就是这么写的”, 时至今日, 白纸黑字的报纸期刊, 仍然是受老百姓信赖的权威信息来源。报刊质量部相关负责人说: “质量无小事, 白纸黑字的报纸期刊不仅代表着公信力

维基百科如何写极简新闻

□方可成

极简新闻是什么样子的？该怎么写？

近一年来，维基百科的创始人Jimmy Wales一直在筹办他的新项目——WikiTribune。这个项目从一开始就定下了很高的调子：新闻业出问题了，我们知道如何解决这个问题。

WikiTribune的思路带有维基百科的元素（社区参与、公开历史编辑记录），也带有媒体的元素（雇佣专业记者）。目前WikiTribune雇佣了10名记者，他们和普通社区用户以合作的方式进行内容生产。创始人Jimmy Wales说，写新闻和编辑百科条目不同，需要有专业记者的参与才行，例如追踪调查、发展线人等。但同时，他也相信有些事情大众可以做得更好——他以维基百科为例，那里的编辑们是信息控，对任何假消息都非常敏感。

因为要号召公众参与，所以WikiTribune专门列了一个新闻写作指南，教大家迅速上手写新闻。这份堪称极简的指南，基本上把新闻写

作（或者更准确说，是“消息写作”）中的主要原则都概括了。

新闻的原则

新闻是讲故事的。

新闻是新的。

新闻是真实的。

新闻的元素

有人名才有新闻（川普说……教皇下令……Lady Gaga透露……）

新闻有动词。

新闻在讲故事的时候不需要形容词和副词。

最好的新闻写作不是大喊大叫，而是使用冷静、中性的语言。

新闻的基本信息：5个W和一个H，也即Who（谁）、What（什么）、Where（哪里）、When（何时）、Why（为什么）、How（如何）。

新闻的结构

先写标题，这样可以帮助你聚焦，提取出

和权威性，更会直接影响到读者认知。”

近年来，新媒体的冲击使得一些报刊出版单位将工作重点放在抓多种经营、抓经济效益上，出版质量意识有所淡化，甚至有报纸出版单位认为只要导向正确，字词、标点符号方面出点差错是小事。

对于这种现象，质量监督检测部门提醒报刊出版单位，思想上的松懈不仅会导致编校质量不断下降，更会丧失长期积累形成的公信力优势、影响力优势和品牌优势。

那么，怎样提高编校质量呢？质检中心有关部门负责人强调，提高报刊编校质量首先要引导报刊出版单位增强质量意识和责任意识，

堵住思想上的“漏洞”。其次，应该加强对编辑校对人员知识水平和专业素养的培训，使他们熟练掌握与出版有关的法律、法规、政策和业务知识、质量要求，提高工作责任心。再次，报刊出版单位除了坚持“三审三校”、集体交叉和责任校对等制度以外，还应结合自身实际，制定切实可行的编校质量保障体系，加强报刊出版事前、事中、事后全过程质量管理。

2018年，编校质量抽查工作仍然会继续进行，《报刊质量管理规定》目前已进入最后的修改完善阶段，计划年内将以部门规章的形式颁布实施。

（来源：中国新闻出版广电报）

事物的关键。标题需要包含最重要的信息，并且尽量简短。如果不知道怎样开始，你可以问自己：这件事情令人惊奇的地方在哪里？

第一段：被称为“导语”。是对最重要信息的概括，至少要包含5个W和1个H之中的两个。

第二段：顺着导语，给出更多的细节，包括导语中没有介绍的5个W和1个H。

第三段：包含一个直接引语，读者希望听到当事人的声音。一句好的引语，不是对导语的重复，而是最好可以回答“怎么样”和“为什么”。记得在引用的时候注明语境，比如“他在声明中说”“他在接受采访时说”“他在微博上说”。

第四段：通常被称为“nut graph”（“nut-shell graph”的简称，坚果壳段落）。这一段介绍新闻的背景，解释它为什么重要、有什么影响、和哪些人相关、是一次性的事件还是某些更大趋势的一部分。

用细节展示信息

通过展示事实、数据、案例，让读者自己来判断，不要直接把判断灌输给读者。要尽量详细。

不要这么写：有记录以来最严重的飓风厄马（Irma）袭击了波多黎各。

要这么写：2005年以来大西洋上风力最强的飓风厄马（Irma）袭击了波多黎各。

另一些应该这么写的例子：

- 2012年以来最大的年增长
- 英国有记录以来最大的蚯蚓
- 六个月内最小的增长

区分事实和论断

事实是无争议的，可以用客观的、可测量的方法证明的。例如：猎豹是世界上速度最快的陆地动物；超速驾驶是违法的；亚伯拉罕·林肯在1865年4月被John Wilkes Booth刺杀。

论断是没有证据支持的说法，例如：美国是地球上最自由的国家；只要保证安全，超速

驾驶就是合法的；亚伯拉罕·林肯在1865年4月遇刺，刺杀者希望达到的目的是制止奴隶投票。

听到一则论断之后，聪明的记者会问：“谁说的？”因此进入下一部分——

信息必须有出处

作者自己见证的事件、活动，不需要注明出处，其他信息都需要给出出处。

例如：人们在第五大道上游行，要求释放XXX。

但如果是这句话，就需要出处了：几千人在第五大道游行……

因为我们一般没有肉眼判断出人数的能力，这个数据需要由警方、NGO或其他机构来提供。

加了双引号的，一定需要是此人的原话，不要修改。

记者在采访时得到的内容，一般都是可以引用的，不可以引用是例外情况，需要事先说清楚。记者不需要问“我可以引用你的话吗？”如果被访者不希望被引用，他需要自己提出来。

带有具体姓名的信源总是比匿名信源好。

采访和写作的建议

新闻最重要的东西：准确。

当你采访别人的时候，问清楚他们的名字具体是哪几个字，最好请他们给你一张名片，或者请他们把名字写给你。

采访的时候记笔记并且录音。多拍照，对于取得的文件要翻拍，编辑可能会找你要这些材料。

新闻的核心是对事实的核查。

使用简单、平实的语言，多用短句，用普通人能懂的词汇，用现实生活中的例子。

把数据变成可以理解的例子。比如，44万平方米是多大，大多数人不清楚，但如果你说“就像天安门广场那么大”，大部分中国人就有概念了。

新闻不是关于记者的。一个好的记者是隐身的。

（来源：新京报传媒研究）

从美国媒体融合实践看深度报道转型

□ 尤 畅

媒体的深度报道，由于人力成本、风险成本较高，而它所带来的社会影响力转换成直接的效益需要漫长的过程，再加上互联网的强势发展，不断冲击和挤压着传统纸媒的生存空间，而且目前网络媒体对传统媒体的侵权成为一种普遍现象，所以成本和效益之间的悬殊使得深度报道成为媒体眼中的“奢侈品”。不少传统纸媒的深度报道都着手压缩成本、调整部门，业界频频传出一些报纸深度报道部门调整或撤销的消息，深度报道记者队伍中的优秀人才转型或转行也屡见不鲜。

与此同时，智能手机和移动互联网的普及，实实在在改变着每一个人的生活与工作，互联网时代碎片化信息的泛滥使得很多人不再深入思考。信息移动化、阅读电子化也已使得一些在网络快餐新闻熏陶下成长的年轻读者对长篇深度报道越来越没有耐心，他们更容易接受一目了然的可视化信息和更加轻松有趣的表达方式，喜欢图表多于数字、图片多于文字、视频多于图片。

BuzzFeed 的逆袭

其实深度报道在国内的近况，十来年前在美国也曾出现过。据密苏里新闻学院副教授马克·霍维特介绍，在2004年—2005年，由于新闻业不景气，美国媒体失去了三分之一的记者。因为调查新闻成本较大，不少新闻机构取消了调查新闻部门。但后来随着经济复苏，非盈利组织开始投入调查机构，调查性新闻又逐渐兴起。到现在，连凭借大量适合社交网络快速传播的内容，如萌宠、排行榜、明星八卦、奇闻怪事而出名的 BuzzFeed，都非常看重深度报道和调查报道。

一直以来，BuzzFeed 都被互联网界视作既



有流量又会赚钱的“当红炸子鸡”，病毒式的传播和丰厚的广告营收让媒体同行嫉妒不已。到2013年时，成立仅仅7年的 BuzzFeed 已经依靠原先的网络热门内容聚合模式，超越纽约时报、华尔街日报、纽约客等老牌媒体，问鼎全美分享和转发量第一大新闻网站，并被投资者估值超过10亿美元。而在这样成功的基础上，BuzzFeed 在2013年底组建成立深度调查部，并聘请普利策奖得主为部门主编，带领团队。时至今日，原创深度内容已成其不可或缺的一部分，多篇报道享誉美国媒体界，而且还不断在招聘大量的年轻记者。BuzzFeed 创始人乔纳·佩雷蒂非常明白原创深度新闻的重要性，他甚至会在病毒式内容的推荐位放上不受大众欢迎的深度报道内容，以便让这些报道获得更好的传播。

从 BuzzFeed 对待深度报道的态度上不难看出，长篇的深度调查报道不仅不会因新媒体、自媒体时代的到来而失宠，反而还会借助其优势，更有力地发展和传播。并且传媒新形势也对未来深度报道的变革提出了新的要求。

把数据思维引入深入报道

深度报道来源于采访的深入，要想写出有

深度的报道首先要能够捕捉到有深度的新闻题材，也就是热点和焦点新闻事件。这就要求媒体从业人员发现故事，寻找信源，采访，查证，分析信息。当前，美国媒体已将数据分析作为深度调查报道的基础，在建立调查新闻团队的同时，往往还要组建数据新闻团队，二者相互协作配合，在报道中运用更多的数据信息。马克·霍维特说，深度调查性报道的独特优势在于，即便是中长篇的调查报道也能达到人无我有、人有我优的目的。为了让报道更有说服力，数据已成为深度调查新闻记者采访的重要工具。他认为，给新闻加上数据有助于厘清问题形成的原因，澄清事实，增添有用信息；数据还能帮助记者构建故事，像传统采访一样，增进事实的丰富性；同时，可以帮助新闻记者更好地做好把关人的角色，通过数据核实采访对象说的是否属实。通过分析数据，可以发掘一些趋势，以及其他他人发掘不了的事实。目前，记者常用的数据处理基本工具有：Spreadsheet、Software、Open office calc，以及更高阶的工具：Database manager、Mapping等，后者可以用作地图可视化工具。

目前，美国的深度调查新闻机构不仅在建立自己的数据库，而且还非常注重培养记者的数据思维。大部分记者首先想的是，找谁采访。其实，深度调查记者更需要想到，是否还有其他信息，有哪些数据支撑这个故事。

根据受众需求创新深度报道呈现方式

为了适应网络媒体时代，可视化内容已日渐成为媒体向读者和受众呈现创新深度调查报道的一部分，以吸引获得更多的分享和传播。提高新闻部门的视觉领导力，模糊部门边界，以项目为核心，以出精品为目标，这就要求新闻机构进行全媒体融合报道。在新闻报道发布方面，传统深度报道相对单一的文字报道形式已经不能够满足新媒体受众的信息接收需求。根据新闻传播规律和受众接受心理，综合运用

视频、图片等进行全媒体融合报道，简明扼要而又生动地传递核心信息，才能达到传播效果的最大化。

在以搞笑和网络热门轻新闻为主的 BuzzFeed，用户阅读喜好比较垂直。他们在发布和推送一篇深度调查报道时，往往会采取短视频等形式作为深度稿件的引子发布在 Facebook 之类的社交媒体平台上，这种方式可以帮助媒体去发现和接触潜在读者和用户。马克·霍维特建议说，如今媒体技术更新速度飞快，作为媒体从业者要紧跟时代，时刻更新自己的知识和技能，才能不被市场淘汰。媒体从业者的职业培训要以人为本，只有解决了“人”在职业发展中的需求，才能解决好行业在发展转型中的需求。从当下行业发展趋势来看，无论是传统纸媒还是新媒体都要求从业者拓展和提高自身融媒技能，这也是媒体创新和出内容精品的关键所在。

以连续性和时效性构建深度报道转型

互联网时代公众对新闻时效性的要求越来越高，深度报道长久调查、一次刊发的报道形式已不能满足受众需求。媒体在事件发展的每一阶段都需要对相关问题进行深入报道。对新闻进行不同角度的挖掘，以立体而多层次地呈现事件的全貌。连续性的深度报道既能体现时效性，又不失深度，是深度报道转型的重要方式。在深度报道的信息发布形式中，新媒体多平台信息发布机制和信息分享机制有利于信息实现最大范围的传播。过去，传统媒体发布报道只是单向传播，而新媒体能够实现信息的双向互动，开放的信息交流机制能够促进舆论的生成，推进公共事件的解决。更重要的一点还在于，BuzzFeed 的成功说明了讨论互动能助力舆论生成，无论谈论的观点如何，都能在 Facebook、YouTube、Snapchat 和其他数字平台上创造许多爆点内容，进而回过头来促进 BuzzFeed 上内容的分享，使之能吸引更多的用户。

内容为王 技术加持

——英国《每日电讯报》探索媒体融合环境下的“新语态”

□杨陶玉

英国传媒业的专家和同行都有一个共识：无论媒体如何转型，高品质的内容才是媒体的生命力。《每日电讯报》认为，要通过自身专业的策划和编辑能力，为用户带来高质量高水平的新闻报道，具体可以概括成三个词：“trusted environment”（可信）、“effectiveness”（高效）、“creativity”（创造）。

“可信”就是指《每日电讯报》相信自己提供的知识、信息和洞察，能够推动当今世界的进步；“高效”是指通过提高内容质量（文本、语境和品牌等）以及用户分析（唯一性、网页浏览、时间停留、分享数、忠诚度、用户数等）来满足用户需求；“创造”则指可视化设计、数据新闻等新技术新媒介带来的变化。

由此可见，内容为王是他们坚守的准则，也是他们的自信根源。《每日电讯报》“中央厨房”全天候运作，大开间办公室里最醒目的是一个由许多块屏幕组成的电子屏，时刻刷新着所有文章的受欢迎程度，直观醒目。同时，《每日电讯报》有一套数据监控系统 Parsely，分分秒秒都在统计和监控用户浏览情况，细致到每条新闻、每个广告的关注度和点击量，并实时在电子屏上跳动。中心区域的主编们可以随时根据大屏信息和各路消息源，决定跟进哪条信息，抑或协商多部门合作事务，并最终确认在报纸、手机还是PC上呈现。跨媒体、跨部门、跨专业的内容团队在这个环境下，被激发出创新意识、创作活力，源源不断生产优质内容。



好的内容仍需要技术加持，才能精准到达用户。比如，一段视频如何在最短时间内实现在电脑的横屏播放和手机的竖屏播放，再比如社交媒体上的视频，要多用文字少用配音，因为在碎片时间打开视频的用户很可能无法使用耳机。《每日电讯报》营销负责人盖文举例指出，他们的广告拦截技术，要确保广告投放合适的位置，比如决不能在恐怖主义的新闻报道页面出现休闲度假的广告，这样会引发用户不适，甚至最终丢失这个用户。

技术对编辑记者实现内容生产也能发挥重要作用。《每日电讯报》新入职的编辑记者们都会收到两本有关如何应用现代传媒工具的培训教材，编辑记者们还要熟练地使用各种新媒体。据介绍，《每日电讯报》有专门的工具团队，主要任务就是研发各类多媒体呈现工具，确保编辑记者们可以通过简单操作就能添加多媒体元素，丰富新闻内容的呈现方式，从而提

在美国深度报道转型中，媒体的组织协作令人印象深刻。比如，来自佛罗里达州的《坦帕湾时报》和《萨拉索塔先驱论坛报》共同合作，分别派出记者进行联合调查，揭露了佛罗

里达精神病院中不断升级的暴力行为，并向州政府有关官员追责。两家机构多方筹划，紧密合作，此报道最终摘得“2016年普利策调查性报道奖”。
(来源：传媒评论)

编辑中易错字汇总（二）

（上接第208期）

51. “贯穿”与“贯串”。有时可通用，但“贯串”大多用于较抽象的事物，“贯穿”不仅用于较抽象的事物，还能用于较具体的事物。“贯穿”用得更多一些。

52. “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。

53. “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”。

54. “候”（音四声）与“侯”（音二声）。如“等候”应为“等候”；“候选人”应为“候选人”；“那时候”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”。

55. “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”。

56. “会合”与“汇合”。“会合”含有相会、见面的意思，如“两军会合”；“汇合”没有相会、见面的意思，而且多用于水流聚集或类似的喻义，如“三江汇合”“人民的意志汇合成巨大力量”。

57. “化妆”与“化装”。“化妆”一般指用脂粉等使容貌美丽，也有“美化”的比喻义。“化装”一般指演员为扮演角色而加以修饰；也指因特殊需要而改变装束、容貌，如“化装成特务”。

58. “荟萃”是指英俊的人物聚集或精美的东西汇集，不要写作“荟翠”。

59. “轰然”与“哄然”。“轰然”形容声响巨大，如“旧楼轰然倒塌”；“哄然”形容人声

高用户体验。如《每日电讯报》的视频团队开发了一种嵌入式视频工具，编辑借助这个工具，可以在编辑文字内容的同时，通过诸如关键字、标签以及原创内容等分类搜索，简单操作添加视频。文字与视频的关联度大大增加，使《每日电讯报》整个网站的视频播放量增加了20%到30%。

当数字媒介到来后，手段、素材的极大丰富，人们对于信息产品需求不断提升，传统单一的媒体理念已经到了不得不变的时节。英国媒体一直以来有与许多不同类型的第三方公司合作的惯例，而这种突破行业的限制进行合作的方式，将是未来媒体融合能够先人一步的重要方面。

《每日电讯报》为吸引年轻用户，在跨界

合作方面下了很大的功夫。除了常规在 Facebook、Twitter 等社交媒体上发布信息和广告外，他们还与 Snapchatters 这个以年轻用户为主的视频平台合作，每天发布合作版的视频新闻。据了解，这个合作项目为《每日电讯报》带来了400万左右的新用户。为年轻时尚有趣的新媒体平台提供严肃认真高质量的短视频，是他们的目标。

《每日电讯报》的读者俱乐部也是跨界合作的一个成功案例。用户每年缴纳一定费用便可入会，除了收到为期一年的《每日电讯报》外，还能拥有多项独享权益，包括酒店和餐饮优惠券、高端场所和知名专家讲座的入场券以及各类社会活动的邀请函等。

（来源：新闻战线）

又多又大，如“哄然发笑”。

60. “憾”是指失望、不满足。“震撼”不要写作“震憾”。这个词经常用作“震撼人心”，不要因为与“人心”有关就写成“震撼”。

61. “竟然”不要写作“竟然”。

62. “竣工”不要写作“峻工”，没有“峻工”这个词。

63. “一年之计在于春”不要写作“一年之季在于春”。“计”在这里指计划、安排、打算。

64. “简朴”与“俭朴”。“简朴”除了指生活方面外，还指语言、文笔。

65. “接合”与“结合”。“接合”所用的对象比较具体，如“城乡接合部”；“结合”比较抽象，如“理论结合实际”。“接合”的各部分基本上还是各自独立的，只是相接触的部分连在一起，“结合”的各部分合成整体，是相互融合的。

66. “截止”“截止到”与“截至”。“截止”“截止到”是某过程停止、终止；“截至”是到某过程的某个时候。“截止今天”是错误的用法，正确的用法是“截至今天”或“截止到今天”。

67. “界限”与“界线”。“界限”主要用于抽象事物，表示限度、尽头；“界线”主要用于具体事物。

68. “几率”和“概率”是一个意思，不要写作“机率”。

69. “决不”与“绝不”。“决不”含有决心不、一定不的意思，多强调主观态度，如“决不让步”；“绝不”则含有“绝对不”的意思，多强调客观上必定不，如“绝不允许”。

70. “即”与“既”。“即”指“靠近”的意思，如“可望而不可即”；也有“就”的意思，如“一触即跳”；“即使”的“即”有假设的意思。“既”指已经达到、已经过去，如“既然如此”“既往不咎”。

71. “记”与“纪”。“纪实”是指记录事实，也指记录真实情况的文字（多用于标题），

一般不写作“记实”。“纪行”一般不写作“记行”。

72. “忌妒”和“嫉妒”是同义词，现在常用“忌妒”。“嫉”本身就有“忌妒”的意思。不要把“嫉贤妒能”写成“忌贤妒能”。

73. “家具”不能写成“家俱”。

74. “请柬”的“柬”不要写作“简”。

75. “精简”一般不写作“精减”。

76. “娇纵”与“骄纵”。“娇纵”指娇养放纵，动词，可带宾语，如“娇纵孩子”。“骄纵”则指骄傲放纵，形容词，不能带宾语，如“骄纵惯了”。

77. “巳”“已”“己”字形差异微小，尤其是使用字形输入法打字时出错后不易分辨。如“目前已成为”应为“目前己成为”；“事不关已”应为“事不关己”。“巳”一指地支中的第六位，二为“巳时”，指上午9点到11点；“已”指罢了、已经、后来、过分等；“己”一指自己本身，二指天干的第六位。

78. “键”与“健”。如“成败的关键”应为“成败的关键”；“强健体魄”应为“强健体魄”。“健”从人字旁，指形体强健，如“健康”“健美”；“键”从金字旁，指管住车轮不脱离车轴的铁棍，引申为重要的部分，如“关键”。

79. “界”与“届”。政协委员中，有“届”的概念，如“本届委员”“上届委员”；又有“界”的概念，是在同一届中不同社会职业人士的区别。学校里常有“级”与“届”的用法，“级”按入学年份确定，“届”则按毕业年份确定，如“七八届”。

80. “浆”与“桨”。“桨”指划船的用具；“浆”指比较浓的液体，如纸浆。“螺旋桨”不要写作“螺旋浆”。

81. “间谍”是指为敌方或别国进行刺探、窃取情报工作的人，而不专指别国。因此，可以使用“台湾间谍”这样的说法。

82. “厉害”与“利害”。“厉害”有难以对

付的意思,“利害”则有利益和损害两个方面的意思,不要把“这个人很厉害”写成“这个人很利害”。

83. “再接再厉”的“厉”不要写作“励”。“厉”古通“砺”,意为磨快,引申为奋勉。

84. “俩”是“两”“个”两字的合音词,“俩”字后面不能再接“个”或其他量词。

85. “连”和“联”。“连”侧重相接,“联”侧重相合。连日、连续、连接、牵连的“连”不能写作“联”;联合、联邦、联欢、对联、三联单的“联”不能写作“连”。

86. “了了”“寥寥”。如“寥寥数件”应为“寥寥数件”;“了了无几”应为“寥寥无几”。“了了”指清楚、明白,如“心中了了”;也指聪明,如“小时了了”。“寥寥”指很少。没有“廖廖”这个词。“廖”字仅用于姓氏。

87. “另”不是“零”的简化字。“零件”“零售”“零散”“零碎”的“零”不要简写成“另”。

88. “啰”与“罗”。“啰唆”的“啰”不要写成“罗”。

89. “练”与“炼”。“练”字与丝有关,如“简练”“洗练”是指文字像白绸子一样干净、没有杂物。“炼”与火有关,与加热有关,如“修炼”原来就与炼丹有关。“练字”有练习的意思,“炼字”是指创作诗文时用心思琢磨用字。“精练”指文字简洁,“精炼”有精心提炼的意思。“体育锻炼”不能写作“体育锻炼”。

90. “澜”与“斓”。“波澜”不能写作“波斓”;“斑斓”不能写作“斑澜”。

91. 没有“美仑美奂”和“美伦美奂”,只有“美轮美奂”。“轮”指轮囷,古代圆形高大的谷仓,在这个成语中指高大;“奂”指众多。“美轮美奂”多形容建筑物的高大、众多而华美。

92. “不利”与“不力”。“不利”指不顺利、有害处,如“出师不利”;“不力”指不尽力或不得力,如“领导不力”。

93. “权利”和“权力”的含意不完全相同。“权力”经常做“行使”“使用”等的宾语,而“权利”经常做“享受”“享有”等的宾语,二者不能互换。“权力”可构成“权力机关”“权力部门”,而“权利”则不能。

94. “临”与“邻”。如“相临的吧街”应为“相邻的吧街”;“邻街建筑”应为“临街建筑”。“临”指到来或挨着的意思,如“身临其境”“临河”;“邻”指接近、附近,如“邻居”。

95. “迈”是“英里”的音译词,不是指公里。

96. “谜团”不要写作“迷团”。“一个谜”不要写成“一个迷”。

97. “哈密瓜”是因“哈密”地名而得名,不要因为它如蜜一样甜而联想写作“哈蜜瓜”。

98. 成语“明日黄花”出自苏轼在九月初九重阳节写的《九日次韵王巩》“相逢不用忙归去,明日黄花蝶也愁”,说菊花明天就要过节了,要珍惜今天的相逢。这里的“明日”是相对写诗的“今日”而言。后来,“明日黄花”所指范围扩大,由“过季”“过时令”的意思引申为“过时的事物”。“昨日黄花”是误用。但有的语言学者认为,典故性成语会朝着表意明确、通俗的方向发展,据此预测“昨日黄花”会越来越流行。

99. “明”与“名”。邮政用途的“明信片”,不要写作“名信片”;人与人互相介绍身份、联系办法时用的“名片”,不要写作“明信片”;“明星”不要写作“名星”。

100. “哪里”常常错为“那里”。“那”是指示代词,“那里”指示比较远的处所。“哪”是疑问代词,“哪里”有一个词义是泛指任何处所。“首长指向哪里,我们就打到哪里”不能写成“首长指向那里,我们就打到那里”。

(待续)