

观察深一度

新闻工作者怎样提升人机交互素养

□栾轶玫

在当前信息生态加速演变的背景下，新闻工作者人机交互素养包含哪些内容？如何构建阶梯式人机交互素养？围绕媒介的内容生产、传播效能、危机应对三方面，新闻工作者人机交互素养包含人机对话能力、人机共创能力、人机协同能力。

第一，人机对话能力的提升。人机对话能力是人机交互素养的基本能力，新闻工作者需熟悉不同大模型的内容生成机制，并能准确选取提示词，用精准的指令引导AI，清晰提出问题，像与人交流一样保持连贯对话与自然互动。理解AI的能力边界，遇到AI“卡顿、走偏”时，能及时调整提问方式与提问内容，进行有效追问，利用多轮对话深化人机沟通。

面对数量众多且难以识别的AI生成文本，新闻工作者需要通过AI规划个性化学习路径，建立个人知识图谱与AI知识的映射关系并持续进化自身学习架构以适应技术迭代。借助AI工具对自己的报道领域进行“穿透学习”，能精准狠地识别AI生成内容的潜在错误，不断修复自身认知偏差。

第二，人机共创能力的提升。人机共创能力是人类创意与AI技术深度协同的复合能力，通过AI技术提升报道效率与传播效果。人机内容共创能力包括利用AI进行信源网络构建、跨界知识整合以及多模态叙事能力提升等。在新闻采写编发的各个环节都需要考虑与AI的人机共创。采写阶段，可以利用AI工具对采访对象进行多维心理建模，用情绪智能系统实时反馈采访对象的微表情，随时调整问题与采访方向，以保证采访过程顺畅进行；利用AI技术可以生成新闻初稿、数据图表、视听脚本、视听转换等多模态文本，还可对这些文本进行“语言风格转换”“跨语言翻译”与“本地化改写”，并能够将严肃报道转为口语化短视频文案，自动生成适配不同地区受众受传习惯的新文本，这些人机共创大大提升了采写效率。编辑阶段，可利用AI工具进行“多信源交叉验证”，从历史准确性、交叉验证度、动机透明度等多个维度查验信源可信度，还可通过智能辅助系统快速补充新闻背景、文献资料、历史报道、专家解读、相关政策文件、多媒体资源等信息。利用AI进行创意扩写与报道版本的多版本生成，一键生成适合微信、抖音等不同平台的内容版本，并自动调整字数限制、排版格式、传播呈现以适配多平台传播需求。此外，利用AI还可大幅提升关键词标注、版权信息核查等重复性工作的效率。舆论引导阶段，可利用VR危机场景库等模拟相关场景进行风险预判、传播链修复与信任重建等事前模拟；在危机传播中可以结合AI工具预测用户行为，进行传播辅导与情绪疏导。通过抓取全网数据，分析社交媒体热词与新闻客户端浏览数据，快速识别热点事件的用户关切并预测话题趋势，从而实现积极的舆论引导。

第三，人机协同能力的提升。人机协同的本质是“让AI做AI擅长的事，让人成为更‘人类’的存在”。媒体人需构建“人机协同”的系统思维，分阶段提升人机协同能力。初始阶段，人机协同能力主要是指新闻工作者破除AI恐惧，熟练使用多个AI工具，在多个AI平台中自由切换，在新闻实践中与AI不断磨合，善用AI、用好AI。比如，通过人机协同，对重大报道的传播效果即时复盘，运用分析工具提取思维节点，改进报道策划，提升传播效果。进阶阶段，媒介生产从“独立创作”转向“主导与调控AI创作”，新闻工作者需将专业领域知识与AI技术进行有机融合，建立个人的“AI知识增强系统”，协助自身职业转型。同时，新闻工作者还需警惕技术异化带来的认知惰性，突破“AI依赖”，构建技术免疫力，在新闻实践中对AI局限性有清醒认知且有边控意识与边控能力，不断提升批判思维与人机交互素养，既能善用AI的数据分析结果，又能保持独立验证能力。高阶阶段，人机协同能力主要是指媒体从业者具有构建适应未来变革的底层能力框架，参与到人工智能系统的共同演化进程中，从AI使用者升级为AI协同设计者。比如，持续优化人机协同流程，在新闻生产流程中进行有意引导以形成“机器适应人”的个性化协同。新闻工作者在与AI多轮交互中不断优化“人机协同”设计，最终形成“人—机—人”为我所用、螺旋式上升的人机协同闭环。又如，在AI替代性工作中聚焦人类独特优势，开发“人机能力共生图谱”，明确各岗位不可替代的人类技能组件。此外，创建“AI传播误导”数据库，全行业共享典型AI误导案例数据库，开发协同防御网络、溯源系统，构建媒体专业护城河与信息安全长城。

人机协同能力让新闻工作者能将更多精力投入到独家报道、情感共鸣与价值引领中，协助传统新闻工作者向“AI内容品控师”“AI协同设计者”转型。

（本文选自中国社会科学院，作者系中国人民大学新闻与社会发展研究中心研究员、新闻学院教授）

区县融媒

江西省宜春市融媒体中心三年连获中国新闻奖——

这家地市级媒体做对了啥？

□本报记者 张博

2022年至2024年，在全国优秀新闻作品最高奖——中国新闻奖的榜单上，江西省宜春市融媒体中心连续3年榜上有名，让不少地市级媒体心生羡慕。作为地市级媒体，宜春市融媒体中心同样面临平台资源有限、采编力量薄弱等问题，但其通过做强内容生产、提升宣传质效等办法，扬长避短、发挥优势，让“小平台”发出了“大声音”。

树立精品思维

“打造精品、冲击大奖”，近年来，宜春市融媒体中心坚持抓精品创作，对标中国新闻奖等国家级新闻媒体奖项要求，从顶层设计到日常工作，时时强调和体现精品思维。

“作为新闻人，对于‘好的新闻，七分选题，三分采写’这句话似乎不会陌生。”江西省宜春市融媒体中心主任谢小平告诉《中国新闻出版广电报》记者，宜春市融媒体中心正是通过建立常态化的选题策划机制，将精品意识贯穿策、采、编、发全流程。例如，其每周一召开的新闻例会会对重大主题和重要采访活动都会进行充分的讨论与详细的策划；每月组织各采编部门评选“月度好稿”，以创绩优考核的方式鼓励一线采编人员多出精品；不定期举行精品创优专题会，帮助记者、编辑复盘近期创优经验、成果与不足，及时反思与总结，为下一次的“出发”再蓄力。

同时，记者还了解到，对重要选题该中心领导会牵头布置，狠抓落实，营造了浓厚的创优、创新氛围，一批有分量、有特色、有影响的精品佳作随即涌现。从评论《从“蜗牛”获“奖”到“码”上“服务”》到融媒作品《墨西哥“小老表”Ami：我想去看明月山瀑布和万载烟花》，再到新闻纪录片《鲟娃归来》，3部先后斩获第32届、第33届、第34届中国新闻奖的作品均以独特视角和生动表达展现新闻力量、书写时代华章。

培育创优队伍

精品创作离不开优秀的人才。采访



《鲟娃归来》作品报道现场。江西省宜春市融媒体中心 供图

中，记者愈发感受到这一点。

宜春市融媒体中心非常重视人才队伍建设，尤其是注重对年轻记者、编辑及新媒体采编力量的培养。例如，该中心通过制定年度培训计划，每年都会邀请业界资深的专家学者前往授课、开展业务交流，同时选送人员赴复旦大学、浙江传媒学院等院校进行进修培训，创造请进来与走出去的机会提升队伍的专业素养和业务能力。

宜春市融媒体中心还积极发挥专职编委和高级职称人才专业特长，在中心内部大力推行“导师带徒”人才培养模式。通过“老带新”“一对一”模式，让采编人员快速成长，通过设立内容“红蓝榜”，促使员工争相学习、取长补短。

谢小平还补充说：“我们全面打破年龄、职称、职务界限，集中优势资源，让一批有创意、有干劲的年轻记者灵活组队，实施精品创作项目化、团队化。各团队既相互竞争又相互协作，大家全力以赴找选题、选角度，文稿、拍摄、制作、包装精益求精，共同发现精品、创造精品、打磨精品。”

可以说，这些措施也为新闻精品的持续产出奠定了坚实基础。

主打“说什么”

“一件新闻作品，在冲击国家级奖项的时候，最重要的是‘说什么’，也

就是主题。”谢小平表示，地市级媒体相较国家级、省级媒体在重大主题方面相对缺乏。为此，宜春市融媒体中心另辟蹊径——“创新腾挪留余地，选取独家的视角”，通过抓准落点、创新角度，深耕基层、扎实采访，全国视野、宜春特色等方式，努力做到人无我有、人有我新、人新我特、人特我独。

例如，2021年，宜春市融媒体中心记者在丰城采访时偶然了解到，针对服务群众推诿扯皮的现象，当地设置“踢皮球奖”；针对重大项目建设慢，当地设置“蜗牛奖”。宜春市融媒体中心敏锐地抓住营商环境这一主题，果断跟踪采访这一做法的效果，结合政府主动加压作为和企业群众做“判官”直接评价服务好坏两个方面进行评述，推出评论《从“蜗牛”获“奖”到“码”上“服务”》，引起了各级政府和社会各界的广泛关注。宜春市纪委、宜春市经开区纷纷效仿，分别推出“码上监督”平台和“红黄榜”，对优化营商环境、服务企业和群众有着突出而现实的意义。《从“蜗牛”获“奖”到“码”上“服务”》也由此获得第32届中国新闻奖二等奖。

再比如，2022年至2023年，我国科研人员在宜春市靖安县天然水系首次发现娃娃鱼野外自然种群。宜春市融媒体中心立足价值与深度，将此选题作为2023年精品创作的重点，由主要领导

《福建侨报》

提升亲和力和打好新“侨牌”

□本报记者 张福财 通讯员 蔡丽菁

“找到了！福建的表亲，找到了！”陈燕飞对父亲陈信吉说。

4月18日，马来西亚闽籍华人陈信吉在深圳参加完展会返程的途中，收到了来自儿子的好消息。凭借2013年《福建侨报》刊登的外祖母照片和《福建侨报》的帮助，陈信吉与福建的表亲完成了跨越10多年的重逢。

创办于1956年的《福建侨报》，自诞生以来就天然具有“侨”的基因。近年来，《福建侨报》树立“立足统战，站位全国，面向全球”定位，扎实开展为侨服务和对外宣传工作。

帮助侨胞寻根

续写跨海亲缘

陈信吉在《福建侨报》的微信公众号后台留言发出寻根求助并得到该社编辑帮助找到亲人的故事，是《福建侨报》日常服务的一个缩影。

事实上，自2022年起，《福建侨报》便以微信公众号后台为依托，为海外华侨华人提供“寻根诉求”的对接，以及跟踪报道和海外传播。

福建侨报社副社长赵凯在接受《中国新闻出版广电报》记者采访时说，两年来，报社接到后台寻根求助数十次，工作人员及时将资料较为完整的诉求10余件与各地相关部门、民间志愿者对接，已成功实现寻根案例5件，有效助力了海内外亲情的重新联结。

“寻根最困难的，就是那‘最后一公里’。”赵凯介绍，由于时代的更迭、社会的发展，许多地名早已变更，导致海外寻根之路困难重重。

福建侨报社与各级侨联组织建立起紧密协作的寻根联动机制，达成信息共享、协同合作，并借助微信“搜一搜”“问一问”模块开设侨乡地名变革专题帖，搜集散落在民间的珍贵线索。“对我们来说，这些都是我们寻根信息的来源，将为我们进一步搭建完整数据库提

供重要资料。”赵凯说道。

“我们意识到，有时候侨胞所需要的‘服务’，不在前台、不在流程，而是在一处宗祠、一通电话、一张祖先的照片中静静展开。它没有标准动作，却能触发情感的共鸣。”《福建侨报》记者李敏在回忆起近年的寻根服务工作时写下这样的感想。

福建海外华侨华人遍布全球190个国家和地区，约2000万人。他们大多数与祖（籍）国的亲人素未谋面，却始终心怀一个方向：故乡。为此，《福建侨报》微信公众号特别打造《寻根故事》专栏，以温润笔触勾勒海外侨胞与家乡血脉相连的动人图景。福建侨报社还发挥媒体的传播与宣传功能，联动全球华人构建“寻根”网络，其中每位成员都作为亲情纽带的关键联结者，助力众多海内外家庭实现跨越时空的团圆。

深挖“侨”特色

扩大内外传播阵地

“深耕侨文化资源是我们永恒的课题，如何将这座文化富矿转化为有温度的传播力，是我们持之以恒的破题方向。”赵凯表示，报社正通过多维叙事体系构建，让“侨”字招牌在新媒体时代绽放更璀璨的光芒。

《福建侨报》紧跟侨界热点，精心策划专题栏目，凝聚侨界精神合力。

2024年是陈嘉庚诞辰150周年，福建侨报社组织采编团队深入报道“弘扬嘉庚精神、共圆民族复兴之梦”系列活动，创作短视频、评论、长篇通讯、组图新闻等融媒体作品，系统梳理该报近70年来关于陈嘉庚的报道史料，推出“侨报里的嘉庚故事”系列电子特刊展播。

与此同时，《福建侨报》推出《旗帜与光辉》栏目，向各地侨务部门约稿“侨办主任说/侨联主席谈”署名文章，办好《嘉庚故事》经典栏目，持续面向海内外弘扬陈嘉庚以国家为重、以民族为重的品格。



“如何讲好福建故事、讲好中国故事，并且让这些故事得以传播，是我们一直在思考的事。”在赵凯看来，内容要既通俗，又创新有趣，才能够吸引更多的读者。除了报道外，《福建侨报》还以策划推出图书的形式，讲侨乡福建的故事，讲福建华侨的故事。

更值得一提的是，《福建侨报》自上世纪80年代初期便开创“借船出海”的对外宣传模式。如今，这一模式正焕发新生机。2024年，福建侨报社与全球历史最悠久的中文报纸之一的马来西亚华文媒体《光华日报》建立战略合作关系，双方在内容互换、联合采风、人员交流等领域展开全方位合作。至此，报社海外传播“朋友圈”已涵盖菲律宾《世界日报》、匈牙利《欧洲论坛》、南非《非洲时报》等10余家主流华文媒体。

技术革新

加快传统纸媒转型

“在新时代下，我们面临的问题

是，如何打破传统纸媒的传播边界。”赵凯告诉记者，近年来，福建侨报社也加快了融媒体转型步伐，通过构建全媒体传播矩阵，深化“内容+技术”双轮驱动。

福建侨报社已从单一纸媒拓展至福建侨网及微信公众号、微信视频号、抖音号、学习强国号、华人头条号等多媒体传播矩阵。开发专属AI数字人主播“福乔”形象，报纸出版当天同期推出专属AI数字人主播读报视频，用户通过手机端即可观看全球大事和侨乡新闻。自上线以来，多个视频阅读量突破10万。

截至今年6月，“侨号”微信公众号关注人数相比2024年同期净增长48428人，增长138%。

与此同时，福建侨报社还实施了“闽侨记忆”新媒体传播工程，策划发布侨批篇、侨企篇、侨领篇等系列主题周历式短视频，目前已推出系列作品120余篇，全网播放量破5000万。

通过资源整合、内容共创与渠道共享，福建侨报社构建了“央地协同、内外联动”的立体化传播矩阵，建立起辐射全球的华侨华人传播共同体，让福建故事跨越山海，引发海内外同胞强烈共鸣。此外，福建侨报社还积极参与省内主流媒体的《环球侨世界》《四海传福》《闽人智慧》等品牌栏目建设。

“不仅要当信息的传递者，更要当情感的联结者。”赵凯表示，通过织密覆盖五大洲的传播网络，报社正将福建的茶香、侨批、古厝等文化符号，转化为全球侨胞可触可感的情感纽带。

“航空母舰和鱼雷各司其职，我们并非全能，但力求发挥我们的特长，以‘小而美’的坚守践行‘大服务’的初心。”在赵凯看来，利用新媒体为大众提供好的服务，是传统媒体在融合转型中锚定自身价值的必然路标，也是新时代媒体人的责任担当。