



速成公文,实用不实用?

《半月谈》熊嘉艺 胡梦雪

随着人工智能技术迅猛发展,AI大模型在各垂直领域的应用日趋深入。近期,不少AI软件陆续推出了公文写作板块,或上线“公文版”,提供通知公告等法定公文,以及讲话稿、工作总结等事务性文书的写作生成服务。人工智能开始悄然影响公文写作等日常政务工作,这一现象引起社会关注。

公文速成,“无痛写作”?

进入写作页面,输入标题或计划内容,选择所需文本长度,点击“一键生成”按钮,由AI自动生成初稿……短短十几秒,一篇格式标准、框架完整的通知便“炮制”而出。

这是南京一家人工智能科技公司今年4月推出的“AI公文写作工具”呈现的效果。公司官方称,该款工具预计可为工作报告、个人总结等事务文书的撰写节省70%时间,此外,还提供各类公文模板3万余条,供用户浏览下载。

记者采访发现,眼下不少AI写作软件相继推出“公文版”,或内置相应板块功能。相较此前公文写作辅助软件主打素材金句、排版校对、模板搜索等功能,AI写作软件宣称可以自动生成公文,“无痛写作”模式吸引不少用户。

供职于江西某事业单位的周华(化名)在撰写通知公告、工作总结时尝试使用过上述AI写作软件。在他看来,相关功能操作便捷,减轻了处理文字材料的重复性劳动,很适合撰写初稿。进入知乎、小红书等互联网平台,传授如何用AI软件速成公文材料的经验帖不少。不少网友称:“再也不用怕催材料了”“行政人的救星”“准点下班不是梦”。

记者调研过程中发现,一些AI写作软件上线不过数十天,就能收获几十万用户。马雁飞是一款公文写作软件开发企业创始人,他告诉记者,该公司产品面向党政干部、国企员工、中小学教师等有大量公文写作需求的人群。“AI模型基于大量公文语料训练,这既可以帮助经验、能力不足导致写材料困难的在职人员,也可以为有大量材料写作需求的人提高工作效率。”

是固化,还是变化?

AI写作软件效果好不好?记者找来多位有公文写作经验的地方干部,在阅读多篇示例文章后,受访者普遍表示,AI写作优点在于条理清晰、主题明确,但内容失之笼统,语言相对僵硬,不贴合实际工作。

“在目前体制内公文工作中,AI写作可应用的范围有限。”就职于广东某市级部门的一名公务员评价说,目前市面上的AI写作公文对于地方的基本情况了解不全面、不准确,更不懂当地的新政策、新提法。“AI生成文章放之四海而皆准,缺乏吸睛点,难以满足领导要求的吸引力。”

撰写政务材料,往往需要大量理论知识和实践案例支撑。“一些AI生成的公文看上去框架齐全,其实空无一物,没有实际内容。”上海一位基层干部表达了对AI公文写作的担忧,她认为尽管技术进步有助于提升工作效率,但也可能导致公文的“模板化”“八股化”,不利于改善文风,更有可能成为下级应付上级材料要求的形式主义工具。

一些软件开发者则有不同看法。他们认为,相比一步到位,AI写作软件定位更像工作秘书,通过与人的交互,帮助工作者发散思维、组织语言、优化结构,是技术与人共同完成公文写作。

“AI的作用与其说是固化,不如说带来更多变化。”马雁飞认为,AI技术帮助工作者从繁杂重复的基础性写作中解脱出来,从而有更多时间在材料中发挥创造性,能够更好平衡效率和质量。AI技术也可以通过自主学习,及时补充一些时政新闻、行业知识,不断丰富语料数据库,与既有模型形成互动。生成内容不贴合实际的问题,将逐步得到解决。

找到“电子笔杆”的着力点

“有时候为了应付检查,一篇材料可能要整理出十几个不同的版本。”部分受访干部表示,在实际工作中,部分公文材料重复且繁琐,可以向AI写作寻求帮助。“相对于文学类的写作,公文写作套路化、模板化是其特点。”北京大学中文系教授漆永祥说,公文自身发展经历了由随意到套路化的过程,格式的目的是限定公文形式与内容,让审阅者一目了然。

随着大模型写作在公文领域的深入,一些产品称其在法定性、事务性、规范性公文内容创作上的准确性、逻辑性、流畅性逐渐“接近专业人士水平”。但受访干部表示,出于材料保密和工作规范考虑,使用AI进行公文写作的场景还十分有限,“一般只会在罗列提纲等部分场景下寻求AI的帮助”。一位央企总部公关部职员表示,愿意尝试AI公文写作,但因保密等原因AI尚不便提取本单位语料库,提高效率程度有限。

记者了解到,目前市面上一些软件开始拓展政企业务,尝试与政府部门合作,将技术融入内部系统,提升写作效率。对于一些工具性、客观性较强的内容,一些政务部门也乐意采用新的技术手段。如深圳一区公安局应用AI写作,通过智能语义抽取警综系统的结构化信息,基于模板生成信息快报,有效提升警务内部信息传达效率。

漆永祥认为,对于政务系统内一些简单直接的信息传递,如会议通知等,可以交给AI写作去完成,但人工智能的加入并不意味着公文写作能力不再重要。“公文写作需要较强的分寸感和对象意识,这恰恰是AI写作力有不逮的。当AI承担更多基础性工作时,高超的写作能力和其背后的思考能力将更为稀缺。”

深度

7

『摇一摇』跳转广告让消费者不堪其扰

消保委:把选择的权利交还用户

《工人日报》黄洪涛 田田

近日,“摇一摇”跳转广告再次在网络上引起热议。不少用户在社交平台吐槽,称他们的手机常被“摇一摇”跳转广告打扰,一不小心就会跳转到购物软件的“双11”专场,让人不堪其扰。对此,江苏省消保委发声呼吁:平台方在进行权限获取时应当获得用户同意,把选择的权利交还给用户。

手机跳转广告出现已久,此前也曾引发争议,监管部门已对其进行过整治和规范。去年12月,工信部就联合多家企业制定了《APP用户权益保护测评规范》,细化了APP信息窗口通过“摇一摇”等方式触发页面或跳转至第三方应用的相关参数。今年2月,工信部还发布了《关于进一步提升移动互联网应用服务能力的通知》,明确不得利用高灵敏度“摇一摇”等易造成误触发的方式诱导用户操作。

但今年“双11”期间,“摇一摇”跳转广告再度袭来,互联网上出现大大小小的“传送门”,消费者轻轻晃动一下手机,瞬间就会跳转到某某购物平台。其跳转频率之高、速度之快,再一次引发“众怒”。

对此,江苏省消保委在微信公众号上展开投票调查。结果显示,77.22%的投票者表示经常遇到“摇一摇”进入广告详情或跳转相关应用情况,94.94%的投票者明确表示对“摇一摇”这种开屏广

告的态度是“厌恶”,93.67%的投票者认为此功能侵犯了自己的权益,74.68%的投票者支持叫停开屏“摇一摇”跳转广告。

江苏省消保委分析,广大手机用户在使用不同软件进行学习、工作和娱乐的过程中被迫跳转到各类购物软件浏览广告,这不仅浪费了时间,更是对其权益的侵犯。这种“摇一摇”自动跳转的开屏广告实际上剥夺了消费者的自主选择权,消费者进入广告页面并非出于本意,而是源于商家的误导。

除了“摇一摇”,还出现了“扭一扭”“手机前倾”跳转等新花样。“这种所谓的创新之举不仅是对企业形象的损害,也是对消费者合法权益的侵犯。”江苏省消保委建议,手机系统运营商可以通过技术手段严格权限获取。

“摇一摇”跳转广告依托手机陀螺仪和运动传感器数据的调用,而这部分数据属于使用者的个人信息,平台方在获取这些信息时应当进行提示,在征得用户同意之后方能开启。同时,应当设置易于找寻的关闭通道,方便用户及时关闭此类授权。

此外,商家在投放广告时应遵守相关规定,尊重用户的体验感。商家在制作和投放类似“摇一摇”跳转广告时,应当将相关数值限制在许可范围之内,做到有法必依。

