

中国网络视听节目服务协会

会员通讯

(2018 年第 11 期总第 131 期)

中国网络视听节目服务协会编

2018 年 9 月 11 日

要闻

习近平出席全国宣传思想工作会议并发表重要讲话
国家广播电视总局局长聂辰席主持召开总局党组扩大会议传达学习贯彻全国宣传思想工作会议精神
六部门联合部署大力加强网络直播行业基础管理
国家网信办：要让网络短视频充满正能量

协会资讯

从孵化到推优 两大重磅活动全面助力网络视听创制人
关于开展网络视听节目主持人培训（二期班）的通知

会员资讯

腾讯视频上线“中国梦优秀作品展播”专题
求是视频：自编自演原创视频 全网推广传播正能量
国广东方参投电视剧《裸养》开机 都市励志话题传递正能量

映美：《二郎神》系列电影 8 月 15 日开机 打造品质之作

笑果文化主办喜剧周末 打造线上+线下生态闭环

行业资讯

BIRTV2018 主题报告会在京举行
“创意在北京”总结表彰大会在京举办
迪士尼欲推 SVOD 服务迎击 Netflix

Instagram 推出长视频应用 IGTV 向 YouTube 发起了全面
挑战
专题
数据新闻的再思考

●要闻

习近平出席全国宣传思想工作会议并发表重要讲话

全国宣传思想工作会议 21 日至 22 日在北京召开。中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平出席会议并发表重要讲话。他强调，完成新形势下宣传思想工作的使命任务，必须以新时代中国特色社会主义思想 and 党的十九大精神为指导，增强“四个意识”、坚定“四个自信”，自觉承担起举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象的使命任务，坚持正确政治方向，在基础性、战略性工作上下功夫，在关键处、要害处下功夫，在工作质量和水平上下功夫，推动宣传思想工作不断强起来，促进全体人民在理想信念、价值理念、道德观念上紧紧团结在一起，为服务党和国家事业全局作出更大贡献。中共中央政治局常委、中央书记处书记王沪宁主持会议。

（本文转载自新华网）

国家广播电视总局局长聂辰席主持召开总局党组扩大会议

传达学习贯彻全国宣传思想工作会议精神

8月23日，国家广播电视总局局长聂辰席主持召开总局党组扩大会议，传达学习贯彻全国宣传思想工作会议精神，并对总局系统学习宣传贯彻作出安排、提出要求。会议分两个阶段召开。第一阶段，按照要求在党组成员范围内传达了学习了习近平总书记重要讲话，传达了学习了王沪宁同志主持讲话和黄坤明同志总结讲话；第二阶段，在各部门各单位党政主要负责同志范围内以会议新闻稿为主传达了会议精神。

（本消息来自国家广播电视总局官网）

六部门联合部署大力加强网络直播行业基础管理

近日，全国“扫黄打非”办公室会同工业和信息化部、公安部、文化和旅游部、国家广播电视总局、国家互联网信息办公室联合下发《关于加强网络直播服务管理工作的通知》，部署各地各有关部门进一步加强网络直播服务许可、备案管理，强化网络直播服务基础管理，建立健全长效监管机制，大力开展存量违规网络直播服务清理工作。

（本消息来自中国扫黄打非网）

国家网信办：要让网络短视频充满正能量

近期，国家网信办会同有关部门，针对网络短视频行业存在的突出问题，开展了一系列专项治理行动，依法依规处理了一批违法违规网络短视频平台及其账号，同时，大力推动网络短视频优质精品内容生产，开展了一系列正能量传播活动，得到了许多网络短视频平台的积极响应和热烈参与。

（本消息来自中国网信网）

●协会资讯

从孵化到推优 两大重磅活动全面助力网络视听创制人

近日，2018年度优秀网络视听作品推选活动与2018“原创Plus”网络影视与节目提案暨创投大会正式启动本年度优秀作品评选及项目扶持的征集报送工作，为网络视听界搭建起从孵化、扶持、洽谈，到评优、交流、展示的全方位平台。

今年推选活动将邀请百余位业界专家组成评委团和评委会主席团，面向广大网络视听节目制作机构、大学生和网民征集作品。活动将评出“剧情类”“非剧情类”和“大学

生原创”三个单元，并在此基础上优选出 11 个特别推荐作品和单项，优秀项目将获得国家广电总局网络视听节目内容建设专项资金扶持。活动报名截止至 9 月 5 日。

“原创 Plus”活动，是网络视音频领域中第一个综合性原创网生内容交易与合作平台，曾在 2017 年首届活动中成功助力多个项目实现对接。今年活动将继续为青年创制者提供与行业深入交流合作的机会。本届活动将集结业内 20 余家顶级机构的购片、创投决策人以及多个扶持计划。活动报名截止至 9 月 30 日。

关于开展网络视听节目主持人培训（二期班）的通知

为响应广电总局等主管部门关于促进互联网视听行业健康发展的相关政策规定，规范网络视听行业的播出行为，提升网络视听节目主持人的政治意识和业务水平，中国网络视听节目服务协会联合国广教育共同推出网络视听节目主持人培训项目。了解培训详情请浏览协会官网。

●会员资讯

腾讯视频上线“中国梦优秀作品展播”专题

腾讯视频于 8 月 20 日上线“中国梦优秀作品展播”专

题，通过 PC 端首页大图、热门标签等重要位置 24 小时不间断推荐。专题集纳“佳片聚焦”“微电影”“优秀纪录片”“优秀动画片”等多个专栏，集中展播《蔚蓝 50 米》《特别有种：特警使命》《达拉的青春》《我的环卫姐》《走出大山》《公仆之路》《人民情怀》《雄安一周年》《雪山神兽》《消失的宝贝》等优秀影片共计 130 余部。

求是视频：自编自演原创视频 全网推广传播正能量

1945 年 8 月 15 日，日本宣布无条件投降！中国军民的浴血奋战，换来了今天的幸福生活。为纪念这一伟大时刻，求是网发布原创视频《致敬美好生活守护者》，视频以求是网员工出境演出的方式开头，外加混剪各大央媒及自媒体发布的军人抢险救灾、保护人民等的正能量镜头，通过对比叙事，娓娓道来“安享和平是人民之福，保卫和平是人民军队之责”。视频发布之后，求是网自有平台播放量突破百万，同时获得中央网信办网络新闻信息传播局大力支持进行全网推广，在特殊的纪念日，有利传播了正能量。

国广东方参投电视剧《裸养》开机 都市励志话题传递正能量

8 月 24 日，由幸福蓝海影视文化集团、浙江哇吼影视文

化有限公司、江苏稻草熊影业有限公司和浙江东阳国文影业有限公司出品，国广东方网络（北京）有限公司联合出品的电视剧《裸养》在无锡开机。该剧由侯明杰执导，侯镇宇担任总编剧，李佳航、邓家佳领衔主演，汇集了郭晓然、韩雨芹、朱茵、杨昆等一批老演员及优秀青年演员。该剧聚焦当前热门的“养孩”话题，讲述了一对年轻父母探索幸福、创造幸福的故事。

映美：《二郎神》系列电影8月15日开机 打造品质之作

由映美传媒出品及独家宣发，陈浩民、金刚、苑琼丹等主演的《二郎神》系列电影于8月15日在横店开机。影片以二郎神为核心，创造出独具风格又传承经典的全新故事，塑造了二郎神以天下大义为先的丰满形象。

笑果文化主办喜剧周末 打造线上+线下生态闭环

由笑果文化、自如联合主办的喜剧周末，于8月24日晚在北京协作胡同40号 Z-SPACE 拉开帷幕。本次喜剧周末为期三天，现场由史炎、ROCK、卡姆、田多多等50位脱口秀演员轮番送上17场脱口秀表演。现场更是将年轻态喜剧与展览、

市集、玩乐等多种形式集于一体，为年轻消费者的周末增添了新的生活方式。

近年来，笑果文化先后推出了多个关于喜剧的节目，随着这些节目的热播，笑果文化在年轻态喜剧行业的努力和布局也开始浮出水面，其打造的线上+线下的生态闭环逐步渗透至年轻消费者群体中，引领了生活方式的新风向和新趋势。

●行业资讯

BIRTV2018 主题报告会在京举行

第二十七届北京国际广播电影电视展览会主题报告会于8月22日在京召开。此次会议围绕“品质融媒体，智享新生活”进行讨论，与会相关媒体从业者和中国工程院院士围绕推动广电4K发展广电媒体融合升级，推进广电生产方式、服务方式、传输方式的智能化发展，就未来广电行业的发展前景进行了解读。

此外，“BIRTV 奖暨中国电影电视技术学会科学技术奖”颁奖仪式在当日同步举行。来自多个国家和地区的采、编、播、存、传、管等全流程制播环节产品获奖，产品涉及了4K、8K、融媒体、智慧广电等热点内容。

“创意在北京”总结表彰大会在京举办

8月3日，“创意在北京——2016北京网络视听节目创新与人物推优”总结表彰大会在北京新疆大厦成功举行。本届表彰大会以“讲好中国故事，传播中国精神”为主题，积极发掘、展示弘扬社会主义核心价值观、坚持正确舆论导向、实现思想性艺术性观赏性有机统一、具有良好网络传播影响力的优秀作品与领军人才。网络剧《最好的我们》、网络动漫《武庚纪》等62部作品及网络纪录片《传家》导演杨乐、《了不起的匠人》制作人周君等30位优秀作品主创人物受到表彰。

在本届大会上，中国传媒大学艺术学部戏剧影视学院副院长关玲、爱奇艺总编辑高瑾、阿里巴巴文化娱乐集团大优酷事业群综艺自制节目中心总经理周君、搜狐视频付费会员业务内容合作总监令狐采石等，就网络视听行业对百年影像经验的传承创新、在各种生产模式领域的融合发展、与相关创作力量的对话交互以及面向互联网未来趋势的不断进取，进行了主题演讲与圆桌对话，为大家带来了网络视听行业发展趋势的总结提炼与生产传播规律的深度探讨。

迪士尼欲推 SVOD 服务迎击 Netflix

Seeking Alpha 分析师 James Bonifer 认为，迪士尼即将推出的流媒体内容平台及其在 Hulu 的股份可能会有利于它向成为媒体巨头迁移，这可能会影响到 Netflix 未来的用户增长。迪士尼首席执行官 Bob Iger 目前正在继续准备收购福克斯的雄心计划。迪士尼将迎回以前出售出去的漫威角色 IP。此外，迪士尼继承了流媒体服务公司 Hulu 的控股份额。

Instagram 推出长视频应用 IGTV 向 YouTube 发起了全面挑战

Instagram 推出 Instagram TV (IGTV)，一款相当于 Instagram 自己的电视频道的长视频分享应用。IGTV 转向了专业化的长视频内容开发之路，向 YouTube 发起了全面挑战。

● 专题

数据新闻的再思考

新媒体时代新闻信息与公众连接更密切，“媒体融合”应时代发展的要求而生，成为国家的战略重点。新媒体时代，

主流媒体需要在媒体融合层面进行发力，而数据新闻正是媒体融合时代传统媒体的重要抓手和切入点，是传统媒体与新兴媒体相融合的有效途径。

数据新闻的价值观导向在新媒体时代尤为重要，互联网技术使得用户和网民对于“新闻”的理解泛化，新闻开始有各种各样的呈现形式，作为互联网移民的公众会将“媒体平台发出来的内容”等同于新闻，对于有数据资料的内容更是容易深信不疑，由此可见“数据”在新闻中所具有的说服力，但要注意的是，数据并非完全客观中立，数据的采集、分析、呈现的过程都会蕴含着人的主观因素，因此，数据新闻的价值引导就显得格外重要，因此在数据新闻领域就更需要主流媒体发声，给纷繁复杂的数据新闻领域掌舵，提供正确的航向。

一、发展概述：数据驱动新闻生产

1. 什么是数据新闻？

互联网之父蒂姆·伯纳斯·李曾直接指出——新闻的未来，是分析数据。“数据新闻”（data journalism），也被称为“数据驱动新闻”（data-driven journalism）。是以图表、数据为主，少量文字构成的一种全新的新闻呈现形式，从数据中发现新闻线索，或抓取大量数据拓展既有新闻主题的广度与深度，依靠可视化技术将经过过滤后的数据进行融合，以形象化、艺术化的方式加以呈现。



图 1. 数据新闻的特征与功能

2. 作为媒体融合时代的增长点的数据新闻

媒体融合(Media Convergence)是新媒体时代传媒发展趋势,是数字技术、社会需求和产业政策共同作用的结果。而数据新闻体现了融合传播的特征,主要体现为信息采集融合和新闻表达融合。

信息采集融合是指新闻从业者以多媒体融合的新闻技巧完成新闻信息采集。这种新闻技巧包括多种渠道的采访手段,如利用搜索引擎抓取数据、采访专家、在论坛中提问、从政府官方部门了解信息等,信息的呈现有文字、图片、视频等多种形态。



图 2. 多媒体融合的新闻采集技巧——数据采集用到的工具软件

新闻表达融合是指记者和编辑综合利用多媒体工具与技能完成对新闻事实的表达。数据新闻用图表、文字、视频等方式表达新闻事实，例如 2014 年春节期间，中央电视台《晚间新闻》与百度合作，利用百度地图定位对国内春节期间人口迁徙情况进行数据可视化报道。公众可以在搜索栏中选择时间、输入地址名，查询不同地方的人口流向。同时，为我国交通部门根据人口迁徙变化制定政策提供参考。2018 年两会期间，人民网也用一系列可视化形式来报道两会进展，舆论评价，政府工作报告越来越“接地气”、“近民生”，调动情绪，感染人心。一些民生政策被称为“大礼包”、“红利”、“暖心”大餐，备受好评。



图 3. 人民网舆情数据中心数据新闻——“数”读 2018 两会报告

由此可见，数据新闻的传播，与单一媒体的信息传播不同，依靠的是多种媒介收集信息，制作出适合不同媒介特点的新闻信息，充分体现了融合传播的特点。

3. 数据新闻的发展历程

1) 萌芽阶段——前身“精确新闻”为数据新闻奠基

从新闻报道形式的演变历程看，数据新闻并非是一种全新的形式。《卫报》早在 1821 年创刊之时就用一张占据了大半个版面的表格，来报道学生入学和相关费用的问题。学界和业界普遍以 20 世纪 60 年代精确新闻的兴起作为数据新闻的开端，该概念是由美国学者兼记者菲利普·迈耶首次提出，强调新闻报道中调查方法、数据与结果的科学应用。精确新闻为数据新闻的发展奠定了基础。20 世纪 90 年代，中国新闻媒体已经开始运用精确新闻方式报道新闻。

2) 兴起阶段——数据渐成新闻报道辅助说明

21 世纪初期，我国计算机辅助新闻、数据库新闻的实践逐渐增多。作为从精确新闻到数据新闻的过渡，计算机辅助报道更偏向于一种辅助工具，数据多为新闻报道内容的辅助说明。在数据新闻兴起初期，媒体一般只通过制作简单的静态信息图表呈现数据信息，数据新闻呈现方式单一，信息图表形式简单，长条信息图类似于长微博形式，只是对数据信息的表层整合，可复制性较强。

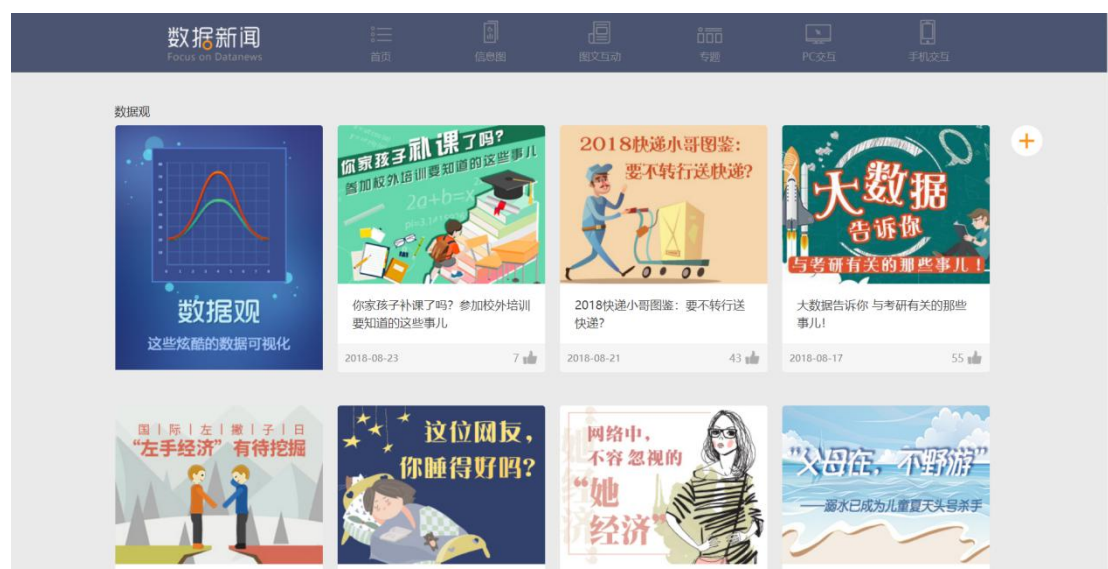


图 4. 新华网数据新闻板块

3) 繁荣阶段——数据新闻实践热潮到来

自 2013 年后，我国媒体的数据新闻实践热潮到来，纷纷开始探索这一新兴的新闻报道方式，纸媒中，《南方都市报》于 2012 年开设了“数读”专版，《华商报》也开设了“数之道”专版，《新京报》有“新图纸”专版……电视媒体中，央视《晚间新闻》于 2014 年 1 月 25 日正式推出的

“据”说系列节目的影响，开启了国内电视媒体的数据新闻实践之路使数据新闻迅速升温。近年来，各大平台的数据新闻均大放异彩，在国际领域也获得很大认可。

此阶段，数据新闻实践越来越注重用户交互式体验，通过场景化设置以及细节部分的深度交互设计，满足不同类型用户的个性化需求。从数据辅助新闻文字表达到可视化、交互式数据产品的生产，媒体向公众展示了多种多样的数据呈现方式。



图 5. 数据新闻奖中国历年获奖和提名作品数量变化趋势图

我国的数据新闻自发展起一直进展迅速，众多媒体均推出了单独的数据新闻栏目并且表现亮眼。目前国内的数据新闻团队大致可以分为两类，一是媒体机构内部组建的团队，二从事数据新闻制作的专业机构。

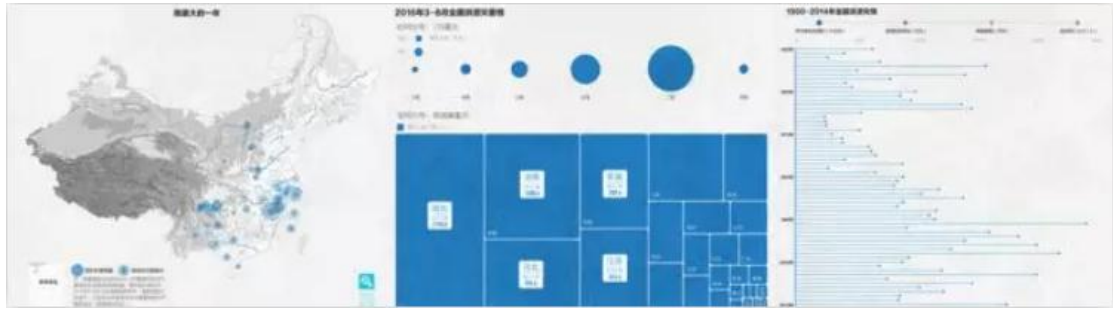


图 6. 财新的数据新闻作品《2016·洪水暴至》获得 2017 “数据新闻奖”

4. 数据新闻的生产方式

数据记者米尔科·洛伦兹提出了进行数据新闻的四个步骤，即挖掘数据—过滤数据—数据可视化—新闻报道制作完成。国内也有人提出数据新闻的四个步骤是选题—数据搜集—数据处理—数据呈现。数据工场创始人兼 CEO、前财新传媒 CTO、“中国数据新闻第一人”黄志敏一直活动在数据新闻生产的第一线，从实践的角度角度提出数据新闻生产的 7 个流程如下图。

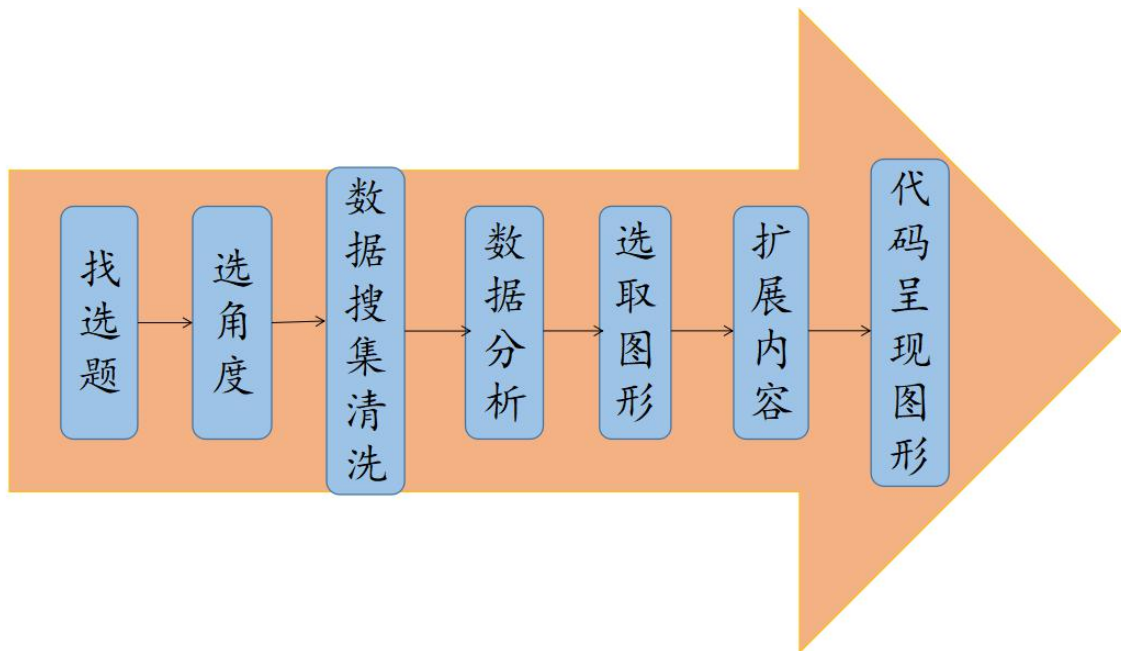


图 7. 数据新闻的生产流程

5. 数据新闻的盈利模式

媒介经营的视角认为，伴随着互联网带来的冲击，数据新闻成为了传统媒体把握融合时代发展趋势的有力抓手。但数据新闻的盈利模式还不太清晰，且由于数据新闻的制作对人力物力要求较高，制作的针对性较强，对于赢利模式的探索主要还是依赖于传统媒体和平台的经验。

数据新闻发展至今，由于在线新闻对用户流量的依赖，依靠广告获取利润的传统方式仍发挥主要作用，而广告以外的盈利模式尚不清晰，数据新闻发展明显受市场行为的限制。这些个案的共同特点是，媒介组织拥有丰富的数据资源，但对传统的盈利模式依赖大，数据驱动的新盈利模式不清晰。就目前来看，数据咨询、付费阅读以及数据库衍生品是未来数据新闻盈利方式的三大可行路径。

二、变革与转型：角色与理念的转换

1. 新闻生产方式的变革

以前，新闻的生产大致要经过这样一个程序：首先选题策划，确定选题后，由专业的采编人员采写新闻，再经过校正修改、编辑排版，最后印制发行。与过去的新闻生产方式不同，数据新闻的生产主要依托于数据的收集、分析处理和可视化呈现，最后形成完整的数据新闻报道。

2. 新闻呈现方式的变革

数据新闻的呈现以动态、可视化为特点。传统的新闻呈现方式以文字、图片的形式为主，最终以报纸为载体呈现在受众面前，与传统的新闻呈现方式相比，数据新闻的动态和可视化的呈现方式是静态的文字和报纸所不能呈现的。数据新闻的表现方式主要有三种：数据可视化、图解新闻和数据地图。数据可视化侧重于数字信息的统计与呈现，图解新闻是传统新闻报道的精华浓缩和事物间关系的揭示，数据地图则通常以电子地图为背景，将多种信息整合其中。数据新闻不仅有图表、地图等静态形式，它往往以图表和地图等静态形式为载体，利用技术在图表、地图上反映具有交互性的动态信息。

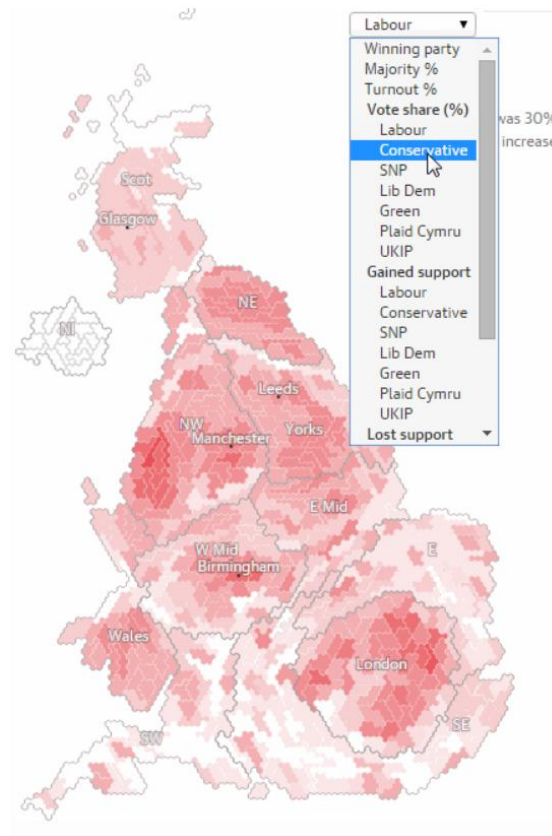


图 8. 《卫报》数据新闻——英国大选交互地图

《卫报》2015年出品的英国大选交互地图，将英国按照选区区分，用不同的颜色代表不同的政党，并用每个选区的获胜政党颜色标记该选区，几大政党的优势地区一目了然。同时，用户还可以通过点击选区、改变右上角选项的方式，查看选区内不同候选人的得票数，以及与2010年相比支持率的增减变化等信息。

显然，这种新的新闻呈现方式所具有的交互性，比静态的呈现方式更容易吸引受众注意力，随着数据新闻的发展，新闻呈现方式正在发生着变革。

3. 新闻阅读方式的变革

受众在阅读传统的新闻时，单纯的文字和图片是阅读的主要内容，而数据新闻的阅读，静态的文字和图片只是它的辅助性内容，它的阅读主要倾向于具有交互性的动态信息，受众需要通过点击或者滑动某个图标进行数据新闻的阅读。由于其内容反映的是各类数据之间的关联性，数据新闻比传统的文字或图片新闻更具有内涵性，信息含量较丰富，其阅读方式具有多角度性，从数据的不同角度阅读就会反映出不同类别数据之间不同的相关性，获得多种不同的信息。因为数据新闻自身的动态化、可视化的呈现方式，数据新闻的阅读比传统的文字或图片阅读更直观，更容易快速获得信息。



图 9. 财新数据新闻《高铁能带你去哪些地方》

2018 年全球数据新闻奖获奖名单揭晓，13 项作品（媒体）从 86 件提名作品，以及来自 58 个国家的 630 份提交作品中脱颖而出，获得了包括年度数据可视化奖、年度调查报告奖、年度数据应用奖等在内的 12 个奖项。我国“财新数据可视化实验室”获得了最佳大型数据新闻团队奖，此外，其报道《高铁能带你去哪些地方》也同时入围了年度可视化和公民选择两项大奖。这也是中国媒体首次在全球数据新闻奖项的评奖中获奖。在交互式地图中，财新用可视化的形式绘制了以中国任一城市为中心 3、4、5、6 小时车程的高铁交通圈。

此外，传统的文字或图片新闻的阅读载体可以是报纸，也可以是移动互联网设备，而数据新闻的阅读载体必须要以互联网或者具备能够传输音、视频以及画面的设备为支撑。

三、数据新闻实践中存在的问题

1. 数据来源多依赖于外部数据，自身数据开发不足

数据新闻报道的前提是各种数据的公开，没有数据公开就不可能有后续的数据收集、整理和分析。但数据并非触手可及，亦非遍及新闻报道所涉及的所有领域。虽然近年来世界多国兴起了数据开放的运动，但随着对数据价值认识的不断提升，各行各业对数据的保护也在加强。目前数据新闻面临的首要问题就是缺乏可收集的数据信息源，或者数据库信息过于单一，缺乏全面、结构性的数据源数据库。一些数据新闻的数据来源是二手数据，二手数据的时效性较差，真实性也难以保证，难以满足不同群体的研究需求，也会对数据新闻的可读性造成影响，甚至在一定程度上限制数据新闻的发展。

2. 数据失实与造假

数据失实与造假主要体现在数据的搜集与处理阶段，数据搜集主要有三大数据来源：政府、企业、社会团体等主动公开的数据库；在网上散见的网民自然数据；媒体自己建立的数据库。这三个数据源给当下数据新闻制作者带来两大难题：一是较难得到想要的数据库，各组织很少会将核心数据公

开，绝大部分媒体自身所建立的数据库都很不健全；二是较难确保所获数据的真实性，使得数据造假屡有发生。

数据处理不专业也会导致数据失实。数据的统计分析和可视化呈现对专业性要求较高。国内的数据新闻人才培养模式还不够成熟，少数高校设有数据新闻专业，数据新闻人才紧缺，从业人员的素养未经过专业培训难免会有专业盲区，因此在操作层面保证数据处理的科学性难度较大。

值得警惕的是，与以往一些以文字为主的、有些失实的新闻报道所不同，由这两大因素导致的数据新闻失实具有较强的迷惑性，难以被发现。大量的数据，看似专业的数据分析，以及具有较强逼真感的视觉呈现等形式因素，很容易让受众对数据新闻产生科学、专业和真实的信任感，而且即使有少部分受众想对其真实性表示质疑，受限于时间、专业门槛等，也很难有能力提出有力的证据。

3. 数据新闻侵权

数据新闻生产机制中至少存在两类潜在的侵权隐患。

一是侵犯新闻作品版权。一些数据新闻在最后呈现时不标明数据来源或者模糊化处理数据出处，甚至会直接挪用一些数据新闻作品中的数据，有的会进行二次处理，与洗稿的机制相同。二是侵犯公众隐私权。大数据时代网络上有大量的在线个人数据，这些数据有很多属于公众的个人隐私，很多人并不愿意其被收集，更不愿意被公开。然而，数据新闻

制作者则可以通过数据的挖掘、交换或购买等手段获取这些数据，或将其制作成公开的新闻，或将其作为推送“符合私人口味”新闻的依据。这种违背个人意愿，对个人隐私信息进行收集、分析和公布的行为，显然存在侵犯个人隐私的风险。

四、数据新闻伦理的再思考

1. “数据”与“可视化”只是手段，“新闻”才是本质与目的

数据新闻不是“数据”与“新闻”的简单叠加，数据新闻作为大数据时代新闻传播的一种新形态，尽管其在表现形式上与传统新闻传播有着较大的差异，其依然要遵循传统的新闻生产理念，只有不断提高数据新闻的讲故事能力，才能从根本上消解新闻传播悖论。无论是在 BBC、CNN 亦或其他新闻媒体，在做数据新闻时，首先考虑的是，这是否是一个有意义的新闻，而不是先看现在身边有哪些数据，再去想是否可以做成一个数据新闻。在进行数据新闻生产时，相关运营商应结合外部力量，将信息技术与新闻专业理念结合。

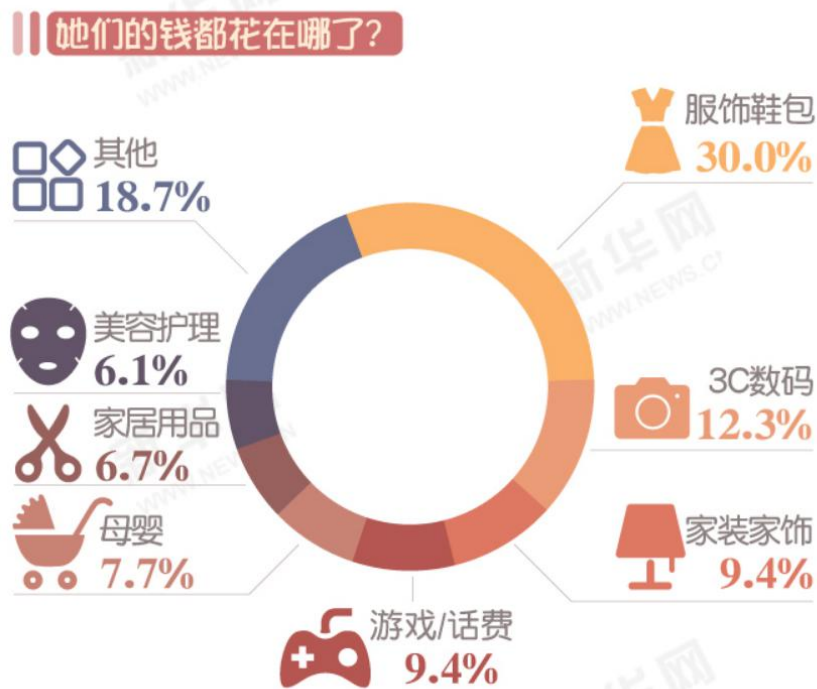


图 10. 新华网数据新闻《网络中，不容忽视的“她经济”》

新华网 2018 年 8 月 3 日发布的数据新闻《网络中，不容忽视的“她经济”》整理了女性在网络消费中的角色，呈现了女性的购买力、女性消费者购物的主要领域、女性创业者等女性在互联网经济中呈现的角色。

数据新闻与传统新闻报道形式相同，它仍离不开新闻的本质特点，如选题要以新闻价值理念为准则；新闻要讲述人、讲述故事；新闻的核心内容应是记者通过调查采访获取的等。观察中国的数据新闻实践，虽然不少媒体已认识到数据在提示某些信息方面的有效性，也已在数据新闻道路上探索出自己的路，但仔细观察我们就会发现，部分媒体的数据新闻实际上脱离了新闻的本质，将数据代替新闻，以为数据新

闻就是收集足够的数 据，而且收集的数 据大都还是二手资 料，缺乏通过传统采访手段进行核 实的环节。另外，在用数 据呈现新闻事实上也缺乏分析，所用的图表难以充分支 撑文 章的观点。从内容形式的角度来解读，数据新闻就是要用数 据讲出一个好故事，并不因为形式是数据新闻就要求有很多 数据，数据新闻的立足点就是用数据来证明作者的观点。

黄志敏指出，我们要想判断一个数据可视化作品是否优 秀，可以用一句话概括：如果把作品中的图删掉还能看懂的， 就是差作品；如果不看文字也能看懂，那就是好作品。换句 话说，如果将作品中所有的图像删掉后，读者理解其中信息 并不会受到太大影响，那么这个作品就是很糟糕的——因为 图像完全可有可无的话，作品还是主要在依靠文字呈现信 息，“数据可视化”并没有实现其真正的意义。

“数据新闻”不等于炫酷的“可视化”。实际上，数据 新闻更应该是“从数据中挖出新闻点”，可视化只是所见到的 表面。一些媒体在数据新闻的初期阶段过于看重单纯的数据 驱动，缺失叙事驱动，单纯搬运数据的阶段，仅有冰冷数据 的数据新闻只会推开受众。可视化泛用分为过量使用数据的 泛用和过度创新呈现形式的泛用两种。前者通常是为可视化 而可视化，过分追求当前数据形式，未能把握数据在新闻 中工具属性，会造成报道主题的弱化，不利于新闻事件的展 开，也造成了新闻资源的浪费。而后者则有可能因为可视化

形式的不恰当导致受众趣味的低下，甚至有违社会主义核心价值观的嫌疑。比如在较为严肃的主题和社会问题的调查性报道中运用网络流行的测试类游戏，搞笑的漫画、小视频等形式，与主流价值观相违背，产生了不良的传播效果。

2017年与2018年，数据新闻热度回温，变得更加理性，未来将如何演变尚未可知，唯一确定的是，会朝着更精确、精细、符合受众需求的方向发展。一些数据新闻从极美回归务实，从数据走向故事，这些变化都在帮助数据新闻变得更“像”新闻，更贴近受众或用户。

2. 重视数据与可视化的易读性

让人看不懂的新闻是失败的新闻，数据新闻更是。

数据新闻借助很多图表与炫酷的效果，很多时候会走向追求视觉效果的极端。一些形式过于晦涩的形式会让公众陷入理解困境。数据新闻工作者也应注意这个问题：用简单文字或图表就能清楚表述的新闻，是否要为了吸引点击率而耗费成本将其可视化？也有从业者指出，目前数据新闻的瓶颈在于，一旦数据新闻更深入，它离普通受众可能就越远，难道一直做浅层的数据新闻吗？这就需要一定的技巧来解决，深度的数据与平易近人的呈现并不矛盾，公众的数据素养提高是一个长期渐进的过程，而如何俯下姿态倾听公众、用更加接近公众的话语和方式呈现数据新闻，是数据新闻的从业者未来要解决的命题。

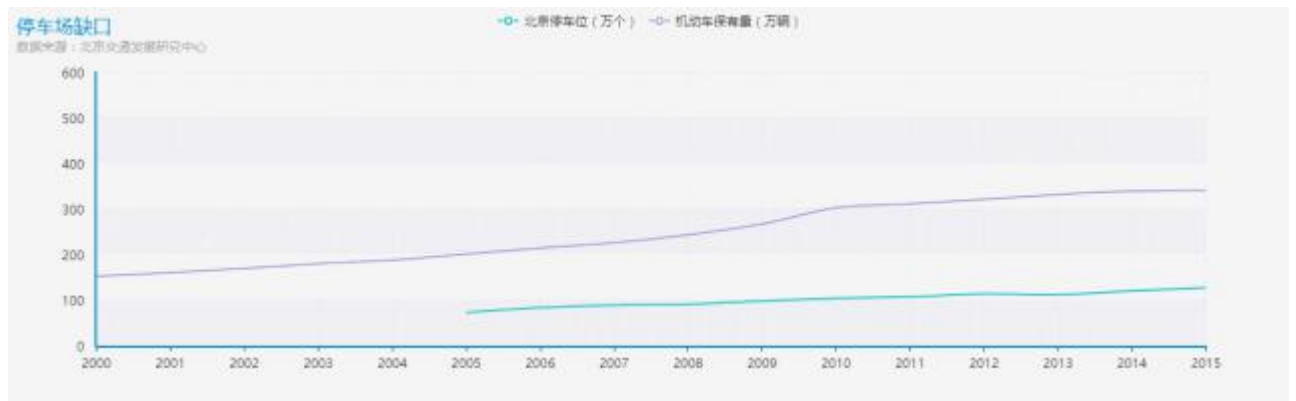


图 11. 界面新闻：北京停车位争夺战

2017 年 7 月 界面新闻作品《北京停车位争夺战》以简洁的表格来呈现数据，清晰表明车位缺口，数据易读性高，报告辅以文字介绍，可读性强。



图 12. 新华网数据新闻《65 周年乐章》

新华网数据新闻《65 周年乐章》将国家 65 年间的 GDP、

进出口总值、人口结构、人均收入等宏观数据使用交互图表和音乐两种形式表现出来，将听觉和视觉结合，在数据可视化的同时，实现数据可听化。音乐元素在数据新闻中的运用增加了另一维度的表现力和描述数据的效果，对视觉上的表现进行了补充。用生活的形式阐释严肃的主题，在深度性与易读性上都达到了较高的水平。

将数据新闻可视化只是新闻报道的一种方式，不能将其成为公众理解新闻的一道鸿沟。正如习近平总书记在党的新闻舆论工作座谈会上发表重要讲话中提到的，主流媒体在媒介融合时代，要转作风改文风，俯下身、沉下心，察实情、说实话、动真情，努力推出有思想、有温度、有品质的作品。

“俯下身、沉下心”就是指主流媒体要用更加接近公众的话语和方式呈现数据新闻，既能保证新闻真实性，又能创造出受众喜闻乐见的新闻，才是新闻工作者应致力于追求的目标。

3. 数据的引导性与媒体的社会责任

数据真实包括两个层面，一是数据本身的真实性，不伪造数据，数据搜集的过程规范，这是数据真实的基本层面；二是数据的环境真实，有些数据是真实的，但在主观导向下，刻意隐瞒部分数据或者通过数据来强化部分社会现象，不符合环境真实，数据的环境真实是更高维度的“真实”，指的是不刻意回避数据，有时在数据选择中被筛掉的“隐形”数

据才是还原真实的关键，关键数据被隐藏有时会受数据收集方的刻意回避。大数据技术及物联网让数据收集更加便利，但“大数据不等于全数据、真数据”，这就要求分析撰写数据的新闻从业者对事件的把握要有全局意识，将事件中的多方角色全面呈现。

数据新闻既是一种新闻产物，也更应本着务实的眼光提供新闻服务，应当像灾难事件发生后的广播服务、重大事件中的电视直播服务、自媒体传播中的用户思维一样，才能体现更强的生命力和可持续性。



图 13. 央视新闻《据说春运》

央视的数据新闻《据说春运》春运迁徙图给春运期间的民众提供了迁徙流量信息图，给铁路运输部门提供了决策依

据。央视与 360 的安全大数据合作的来与网络诈骗相关的数据新闻报道，画出了关于什么样的人上网容易上当受骗的人群画像。画的结果是广东地区的九零后，经常网络兼职、聊天、游戏等，这样的人群容易上当受骗，给公众提供了预警，给相关部门提供了预防网络诈骗宣传的对象人群。央视新闻使用大数据来对大型活动人群聚集做大数据预警。外滩人流热力图能够非常明显的看到踩踏当天和头天以及第二天人流变化。这种人流聚集大数据的挖掘作为防踩踏预警很有现实意义。

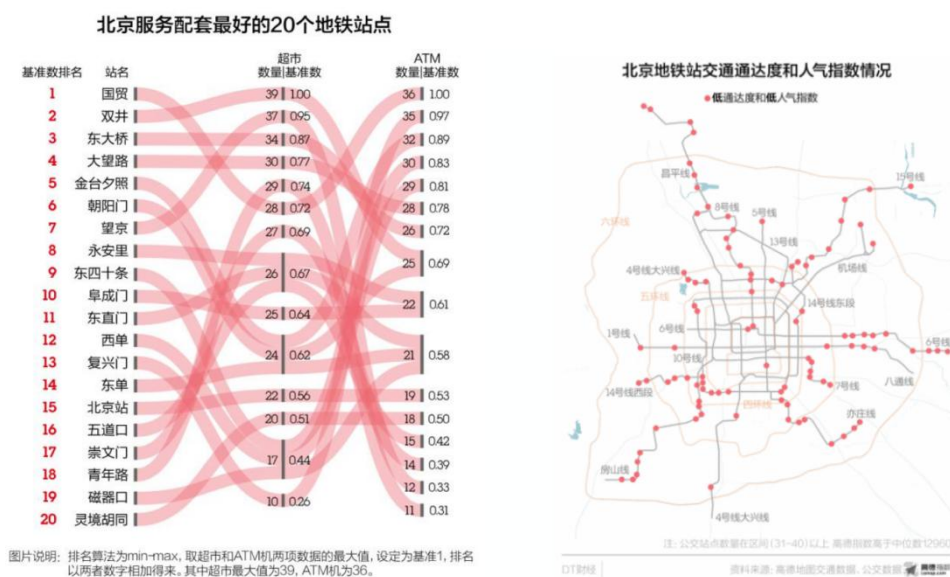


图 14. 《北京地铁活跃报告》部分截图

DT 财经的数据新闻项目“地铁 1 公里”以地铁站为基准，收集分析周边 1 公里区域各类大数据，观察城市各区域的发展生态，建立了一个包含服务配套、餐饮娱乐、交通人气、房价、办公功能等多项指标的综合评价体系，为人们的日常

出行提供参考。

因为数据本身的说服力强，所以符合表面真实但不符合环境真实的数据危害更大，公众对其深信不疑。专业的数据分析能力是数据新闻的高门槛，专业性不够的数据新闻有失偏颇，会误导受众。在一些社会事件面前，数据新闻除了要传递数据之外，还应承担与强大的说服力对应的社会责任，尤其是在社会敏感事件面前，要拿捏好尺度，不可营造恐慌情绪，应该要引导公众对事件的正确态度。

4. 数据新闻把关人与从业者——要有数据素养

沈浩在接受人大 RUC 新闻坊的采访时提出，在大数据时代，数据新闻的把关需要更加专业的机构或者更加专业的人士来进行，要有新闻敏感。作为把关人来说，在数据新闻领域依旧要坚守原则，要有一定的数据素养，数据素养包括对数据的阅读、理解、判断等多方面能力，数据可以用来反应真实情况，也可以用来欺骗，所以媒体平台的把关于审核人要能够掌控数据，提升阅读和运用的数据的能力。

在数据新闻生产过程中，机器无法思考，更无法取代专业人员在新闻传播中的作用，其只能在特定的数据中根据设定的模式完成数据整理工作，而对数据的挖掘、新闻价值的发现，就目前的情况来看，仍需专业记者完成。如何从数据中揭示出有价值的信息，发现数据中潜在的价值，需调动多方面的知识和能力，而这不仅是机器所不具备的，也是记者

需进一步强化的能力。

此外，机器无法撰写具有创新性的新闻，其新闻报道只能根据现成的模式进行再造。这种现成的模式是根据记者的报道风格和特定题材新闻报道的模式生成的，离开这一点，机器就失去了再造的参照物。因此，无论数据背后的意义挖掘还是数据新闻报道的模式和风格，都离不开记者的专业积淀和报道方式创新，所谓“机器垄断新闻”只是一种被抽象化夸大的预言。在数据新闻报道中，记者不是被淘汰，而是要求记者在面对巨量信息分析整理和意义挖掘中，对数据的敏感性、处理数据的能力、知识结构和报道水平的全方位提升。

数据素养由数据意识、数据能力（包括数据定位与采集能力、数据分析与解读能力、数据反思与决策能力）和数据伦理三大部分组成。机器人新闻能代替新闻从业者进行基本的数据采集与分析，但是更高层次的数据反思能力要靠人的能力完成，主流媒体的数据新闻从业者担负着传递正确价值导向和引导舆论的重任，因此更要遵循数据伦理，不断在实践中提高数据敏感性与数据素养。

始终以服务公众利益为目的，这是数据新闻的出发点，所有数据的处理和呈现归根究底是为了让公众理解我们身处的大数据时代中数据变迁的内涵，了解宏观数据如何影响每个人。新媒体时代，新闻的生产速度已经超过了新闻获取

的速度，在这个环境下主流媒体需要通过用好数据新闻这个“抓手”来增加报道的广度和深度，从而进一步提升自身的传播力、引导力、影响力和公信力。

（编审：李园园、刘少栋、韩冬、曹云霞）

（执行编辑：张武琪、李娟、韩旻、霍长远、余力）

（责任编辑：何紫薇）

报：总局领导

送：总局相关司局

发：各会员单位