

# 用数字说话

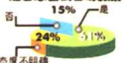
## ——数字新闻的理论与操作

李文刚 著

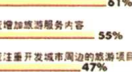
### 自助旅游市场潜力大

自助旅游是旅行社由游客自主决定，旅行社负责安排食宿、购票、租用服务等。

#### 是否想尝试自助旅游

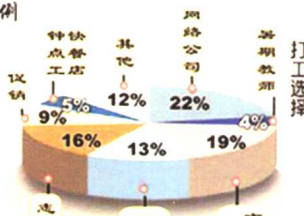


#### 对自助旅游的看法



### 减轻家庭负担是大学生暑期打工主要目的

#### 大学生暑期打工比例



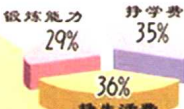
样本数: 1625个

调查范围: 北京、上海、天津、广州

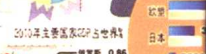
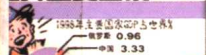
资料来源: 中国社会调查事务所

最广泛 周大庆 敬博 制作 新华社9月21日

#### 打工目的



### 世界主要国家2010



天津人民出版社

# 用数字说话

——数字新闻的理论与操作

天津人民出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

用数字说话:数字新闻的理论与操作 / 李文刚著.  
天津:天津人民出版社, 2000  
ISBN 7-201-03579-7

I. 用… II. 李… III. 数字技术-应用-新闻学  
IV. G210

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2000) 第 26249 号

天津人民出版社出版

出版人:赵明东

(天津市张自忠路 189 号 邮政编码:300020)

邮购部电话:27314360

网址:<http://www.tjrm.com.cn>

电子信箱:[tjrmchbs@public.tpt.tj.cn](mailto:tjrmchbs@public.tpt.tj.cn)

天津新华印刷一厂印刷 新华书店天津发行所发行

\*

2000 年 11 月第 1 版 2000 年 11 月第 1 次印刷

850×1168 毫米 32 开本 14.5 印张

字数:310 千字 印数:1-1,500

定价:25.00 元



## 作者简介

李文刚，天津市人，生于1962年3月。1986年起在天津人民广播电台从事采访工作。1997年至1999年参加北京广播学院研究生课程进修班学习。现任主任记者。自1995年起，陆续在全国报刊发表通讯100多篇，发表新闻学术论文30多篇，总量达100多万字，其中，有5篇学术论文被收入《中国新世纪理论文献》，《当代社科研究文库》等大型丛书。《论广播的深度报道》一文1996年获全国优秀论文一等奖。从1996年开始，集中对统计新闻、精确新闻和数字新闻进行研究，并在全国专业刊物上发表了大量相关文章。主要代表性论文有：《统计调查法在新闻传播中的应用》、《实验法在经济报道中的应用》、《体验法在传播学中的应用》、《精确新闻的演变及发展》、《预测新闻的产生和发展》等。

# 目 录

## 第一篇 数字新闻的理论

|                          |        |
|--------------------------|--------|
| 第一章 “数字时代”的来临            | ( 3 )  |
| 第一节 数字——信息社会人类的生存符号      | ( 4 )  |
| 一、“我被数字化了!”              | ( 5 )  |
| 二、“数字家庭”                 | ( 6 )  |
| 三、“数字地球”向中国走来            | ( 7 )  |
| 四、信息 DNA: 比特             | ( 8 )  |
| 第二节 数字时代的特点及影响           | ( 10 ) |
| 一、“数字时代”的内涵              | ( 10 ) |
| 二、数字时代与传统社会的比较           | ( 12 ) |
| 三、数字时代对大众传播媒介的影响         | ( 13 ) |
| 第三节 未来社会“数字为王”           | ( 16 ) |
| 一、数字神经系统                 | ( 17 ) |
| 二、破译“数字”                 | ( 18 ) |
| 三、21 世纪, 对数字不敏感的主管将被淘汰   | ( 20 ) |
| 第四节 “数字时代”与传统社会获取信息的方法比较 | ( 22 ) |
| 一、传统社会获取信息的方法            | ( 22 ) |

|                                  |               |
|----------------------------------|---------------|
| 二、数字时代获取信息的方法·····               | ( 23 )        |
| 1. 渠道之一: 实验或调查·····              | ( 24 )        |
| 2. 渠道之二: 统计·····                 | ( 26 )        |
| 3. 渠道之三: 互联网络·····               | ( 29 )        |
| <b>第二章 数字新闻的产生·····</b>          | <b>( 32 )</b> |
| 第一节 由模糊到精确——数字新闻产生<br>的时代背景····· | ( 32 )        |
| 一、精确的“海湾战争”·····                 | ( 33 )        |
| 二、2140 亿元粮食款失踪之谜·····            | ( 37 )        |
| 第二节 数字新闻的历史演进·····               | ( 39 )        |
| 一、早期的经济报道·····                   | ( 40 )        |
| 二、受众调查·····                      | ( 41 )        |
| 三、精确新闻·····                      | ( 43 )        |
| 第三节 数字新闻的概念、特点和种类·····           | ( 45 )        |
| 一、数字新闻的概念·····                   | ( 45 )        |
| 二、数字新闻的特点·····                   | ( 48 )        |
| 三、数字新闻的种类·····                   | ( 50 )        |
| 第四节 数字, 让新闻更精确·····              | ( 54 )        |
| 一、数学的发展轨迹·····                   | ( 55 )        |
| 二、与数学交朋友·····                    | ( 56 )        |
| 三、“小天鹅”的“经营数学”·····              | ( 57 )        |
| 第五节 数学计算——数字新闻的“金钥匙”·····        | ( 59 )        |
| 一、数学是抽象的工具·····                  | ( 60 )        |
| 二、数学是计算的工具·····                  | ( 62 )        |
| 三、数学是揭示规律的工具·····                | ( 65 )        |
| 第六节 呼唤社会的精确意识·····               | ( 67 )        |

|                         |        |
|-------------------------|--------|
| 第三章 数字新闻的表现形式·····      | ( 70 ) |
| 第一节 数字、图表替代文字·····      | ( 70 ) |
| 第二节 “新人类”思考方式的改变·····   | ( 77 ) |
| 第四章 数字新闻的新观念·····       | ( 84 ) |
| 第一节 进入跨学科的发展时代·····     | ( 85 ) |
| 第二节 崇尚科学、注重调查·····      | ( 86 ) |
| 一、“强奸卖花女”一案起波澜 ·····    | ( 87 ) |
| 二、“良心”的真伪 ·····         | ( 88 ) |
| 三、毛宁的“委曲” ·····         | ( 89 ) |
| 四、魏家强“是非三变” ·····       | ( 90 ) |
| 第三节 新闻舆论产生情绪化的深层分析····· | ( 91 ) |

## 第二篇 数字新闻的操作

统计：用数字、重量、尺度说话——配第《政治算数》

统计的语言是数字

|                         |         |
|-------------------------|---------|
| 第五章 观察法·····            | ( 96 )  |
| 第一节 观察法对人类社会的贡献·····    | ( 97 )  |
| 一、一盘记录“生与死”的录像带·····    | ( 97 )  |
| 二、观察法是科学技术发明的基础·····    | ( 99 )  |
| 三、观察法在数字新闻中的使用·····     | ( 100 ) |
| 1. 培养健全的观察力 ·····       | ( 102 ) |
| 2. 透过表象观察本质 ·····       | ( 104 ) |
| 3. 避免干预现场 ·····         | ( 105 ) |
| 四、使用观察法的准则·····         | ( 107 ) |
| 第二节 对人的观察——培养你的观察力····· | ( 110 ) |

|                        |       |
|------------------------|-------|
| 一、观察是发现深层心理的重要手段·····  | (110) |
| 二、观察非语言符号的技巧·····      | (112) |
| 三、观察非语言符号的范例·····      | (121) |
| 1. CCTV主持人“变装”起风波····· | (121) |
| 2. 叶利钦突然换“形象”·····     | (122) |
| 四、非语言符号的传播优势·····      | (125) |
| 第三节 观察法优劣·····         | (126) |
| 第四节 传媒对观察法的运用·····     | (130) |
| <b>第六章 实验法</b> ·····   | (131) |
| 第一节 媒介实验室实验·····       | (133) |
| 第二节 社会实验法·····         | (136) |
| 一、“体验经济”时代的来临·····     | (137) |
| 二、体验生活——大众传播的生命力·····  | (138) |
| 三、体验式新闻的崛起·····        | (140) |
| 四、一批“体验报道”专栏应运而生·····  | (142) |
| 五、体验式报道开拓新闻传播的新视野····· | (144) |
| 1. 女记者当了十天的“服务员”·····  | (145) |
| 2. “濒死体验”·····         | (146) |
| 六、体验法报道的局限性·····       | (148) |
| 第三节 观察法与实验法的比较·····    | (150) |
| <b>第七章 抽样法</b> ·····   | (153) |
| 第一节 统计学对数字新闻的影响·····   | (154) |
| 第二节 统计学的产生和演变·····     | (158) |
| 一、统计学的起源·····          | (158) |
| 二、凯特勒开辟近代统计学研究新领域····· | (160) |
| 三、现代统计学·····           | (161) |

|                           |       |
|---------------------------|-------|
| 四、“选取稻种”——统计学的社会意义 .....  | (164) |
| 第三节 抽样法的社会功能 .....        | (166) |
| 第四节 “大数定律” .....          | (168) |
| 第五节 随机抽样法的分类 .....        | (170) |
| 第六节 非随机抽样调查法 .....        | (184) |
| 第七节 巧用抽样方法解决社会问题 .....    | (189) |
| 第八节 抽样法不是万能的 .....        | (190) |
| <b>第八章 个案法</b> .....      | (193) |
| 第一节 个案法在具体运用中的分类 .....    | (194) |
| 第二节 个案调查法与其它调查方法的差异 ..... | (200) |
| <b>第九章 内容分析法</b> .....    | (201) |
| 第一节 内容分析法的原理 .....        | (201) |
| 第二节 内容分析法在大众传播中的应用 .....  | (206) |
| 一、“AF”之谜 .....            | (206) |
| 二、雅格布和他的《战斗情报》 .....      | (207) |
| 第三节 “白色情报”的来历 .....       | (212) |
| 一、日本刺探大庆油田的秘密 .....       | (214) |
| 二、“白色情报”的特殊功能 .....       | (216) |
| 三、目标：对准中国 .....           | (217) |
| 四、国内新闻泄密事件 .....          | (220) |
| 五、经济发展的“外脑”和智囊 .....      | (221) |
| 六、电子“偷袭珍珠港” .....         | (223) |
| 第四节 最重要的战略资源 .....        | (225) |
| 一、后来居上的美国中央情报局 .....      | (226) |
| 二、克格勃——庞大的电子情报系统档案 .....  | (228) |
| 三、信息就是财富 .....            | (229) |

|                    |       |
|--------------------|-------|
| 第五节 内容分析法的使用       | (232) |
| 第十章 民意测验法          | (238) |
| 第一节 民意测验的发展轨迹      | (239) |
| 一、民意测验产生的原因        | (240) |
| 二、民意测验的起源和发展       | (242) |
| 1. 盖洛普——民意测验的先驱    | (243) |
| 2. 欧洲民意测验机构的兴起     | (244) |
| 三、民意测验抽样方法的三次演变    | (245) |
| 1. 非随机简便抽样阶段       | (246) |
| 2. 配额抽样法           | (247) |
| 3. 随机抽样法的出现        | (247) |
| 四、民意测验的特点和功能       | (249) |
| 第二节 我国民意测验的发展及现状   | (254) |
| 一、建国前的萌芽阶段         | (255) |
| 二、新中国, 民意测验逐渐成熟    | (258) |
| 1. “两会”调查          | (261) |
| 2. “千户调查”          | (262) |
| 三、民意测验的繁荣期         | (265) |
| 第三节 数字新闻借鉴民意测验方法   | (270) |
| 第四节 民意测验的天敌——偏见    | (274) |
| 一、民意测验的缺陷          | (275) |
| 二、决定胜负的关键: 是质, 不是量 | (278) |
| 三、民意——国家政治的“晴雨表”   | (279) |
| 第十一章 网络调查法         | (280) |
| 第一节 网络的定义          | (281) |
| 一、广义网络调查           | (281) |

|                     |       |
|---------------------|-------|
| 二、狭义网络调查            | (283) |
| 三、“电子政府”            | (285) |
| 1. “波里科计划”          | (286) |
| 2. 1999: 政府上网“冲浪”   | (286) |
| 第二节 网络调查的兴起         | (288) |
| 一、网络群体的出现           | (288) |
| 二、网络群体的特征           | (289) |
| 三、网络调查渐露锋芒          | (291) |
| 第三节 网络调查的方法         | (295) |
| 一、电子邮件 (E-mail) 调查  | (295) |
| 二、网络论坛 (Usenet) 调查  | (297) |
| 三、电子公告牌 (BBS) 调查    | (298) |
| 四、主动浏览 (WWW) 调查     | (299) |
| 第四节 目前国内媒介网络调查的尝试   | (299) |
| 第五节 使用网络调查法应注意的问题   | (306) |
| 第十二章 预测法            | (310) |
| 第一节 兰德预测: “中国将出兵朝鲜” | (310) |
| 第二节 数字新闻的预测功能       | (313) |
| 一、大众传播媒介天生的“弱点”     | (314) |
| 二、新闻定义的改变           | (316) |
| 三、预测的原理             | (318) |
| 1. 对尚未认知事物、现象的预测    | (319) |
| 2. 对尚未出现的未来事物、现象的预测 | (320) |
| 第三节 预测的方法           | (322) |
| 一、非数学预测法            | (322) |
| 1. 观察与积累产生敏锐的直觉预测能力 | (323) |

|                           |       |
|---------------------------|-------|
| 2. 新闻敏感具有预测功能 .....       | (326) |
| 二、数学预测法 .....             | (334) |
| 1. 简单模型预测法 .....          | (334) |
| 2. 长波理论预测法 .....          | (336) |
| 第四节 数学与非数学两种预测方法的比较 ..... | (339) |
| 第五节 预测的作用及走向 .....        | (343) |
| 第六节 不要迷信预测 .....          | (346) |

### 第三篇 数字新闻的问题与前景

|                           |       |
|---------------------------|-------|
| 第十三章 数字浮夸 .....           | (351) |
| 第一节 山西巡抚诺敏之死 .....        | (351) |
| 第二节 “大跃进”的浮夸史 .....       | (354) |
| 一、登峰造极的“浮夸风” .....        | (355) |
| 二、“大跃进”中虚假浮夸付出的惨重代价 ..... | (360) |
| 三、“浮夸风”制造了我国第一起冤案 .....   | (361) |
| 四、对“大跃进”的历史评价 .....       | (362) |
| 五、“幽灵”复活——“巨人”的悲剧 .....   | (363) |
| 第三节 新时期虚假浮夸现象及其原因 .....   | (368) |
| 一、“数字升官、官生数字” .....       | (368) |
| 1. 新的数字“卫星” .....         | (368) |
| 2. “官生数字”的根源 .....        | (370) |
| 二、警惕用虚假统计数据进行商业炒作 .....   | (373) |
| 1. 小心！排行榜 .....           | (373) |
| 2. “总评榜”的是是非非 .....       | (376) |
| 3. 谎言编造的“牛市” .....        | (377) |

|                            |       |
|----------------------------|-------|
| 4. 创历史“新纪元”的“人奶酒” .....    | (379) |
| 5. 纪实文学变成“纪虚文学” .....      | (380) |
| 6. 无聊“之最” .....            | (381) |
| 7. 虚报的“报应” .....           | (382) |
| 第四节 “扫假打虚”——对数字浮夸的治理 ..... | (385) |
| 一、建国以来的反虚假浮夸斗争 .....       | (385) |
| 二、令人担心的“心动型”犯罪 .....       | (387) |
| 第十四章 数字陷阱 .....            | (391) |
| 第一节 形形色色的数字陷阱 .....        | (392) |
| 一、数字游戏 .....               | (392) |
| 1. 1块5角? 两个两元? .....       | (392) |
| 2. “免费”吃螃蟹 .....           | (393) |
| 3. 1999年: 不过生日?! .....     | (394) |
| 4. 商品房“缩水” .....           | (394) |
| 二、统计谎言 .....               | (396) |
| 1. “理想品牌”不理想 .....         | (396) |
| 2. 耸人听闻的“死亡调查” .....       | (398) |
| 3. 商品房该不该降价 .....          | (398) |
| 4. 银桥广告风波 .....            | (400) |
| 5. 全国首例统计行政案 .....         | (401) |
| 6. 阅读率引发媒体争端 .....         | (402) |
| 7. “万名老人基因”社会调查风波 .....    | (404) |
| 8. 《诗刊》, 你是否在堕落? .....     | (405) |
| 9. “零点事件” .....            | (406) |
| 第二节 电脑数据欺骗 .....           | (408) |
| 一、里根竞选总统的绝招 .....          | (408) |

|                             |       |
|-----------------------------|-------|
| 二、巩俐与乔丹的“合影照” .....         | (410) |
| 第三节 识别数字陷阱的方法 .....         | (412) |
| 一、有无“精确数字” .....            | (413) |
| 二、识破统计谎言 .....              | (415) |
| 第四节 避免数字陷阱的方法 .....         | (421) |
| <b>第十五章 统计调查业的误区</b> .....  | (424) |
| 第一节 调查机构存在的问题 .....         | (424) |
| 第二节 社会呼唤：规范市场调查 .....       | (429) |
| 第三节 如何避免市场调查误区 .....        | (431) |
| 第四节 现代市场调查的发展趋势 .....       | (433) |
| 第五节 统计调查机构的发展及演变 .....      | (435) |
| 一、“总统也是靠不住的” .....          | (435) |
| 二、市场调查业的发展轨迹 .....          | (437) |
| 三、国内统计调查机构的现状 .....         | (438) |
| <b>第十六章 数字新闻的发展前景</b> ..... | (441) |
| 一、新闻学的危机与挑战 .....           | (441) |
| 二、数字化对新闻的深刻影响 .....         | (443) |

## 第一篇 数字新闻的理论

“计算不再只和计算机有关，它决定我们的生存。”

——《数字化生存》作者尼葛洛庞帝

“数字被用来表示一切信息，这些数字用1和0来表达，计算机通过这些对数字做算术来转换信息。”

——美国麻省理工学院计算机科学实验室

负责人迈克尔·德图佐：《未来的社会》

数字都是大量表象和规律性的体现，是某一发展阶段中的量化指标，是资讯社会随时可以发掘、采用的信息资源和财富。

历史，进入了一个以科学原理为基础的实践性技术时代。

第二次世界大战之后出现的科学技术革命，是人类历史上发生的第三次科学技术革命。与前两次相比，第三次科学技术革命是以原子能的利用、电子计算机

和空间技术的发展为主要标志。当前，我们正处在竞争十分激烈、科学技术发展异常迅猛的时代，这个时代所经历的数字化革命，将给人类生活带来重大的影响，几乎所有的科学技术领域都发生了深刻的变革。

在这个信息爆炸的数字时代，人们的日常工作和生活被各种数字（图表）狂潮所包围。从新闻媒介中每天都可以听到、看到大量的数字（图表），此外，还有大大小小的官方和民间的调查机构、机关、企事业团体等，他们以各种方式，每时每刻都在向社会公布各种调查数据。在国际互联网络中，“数字”被用来表示一切信息，这些数字用1和0来表达，计算机通过对这些数字作运算来转换信息……总之，传递这些数字的作者和机构“费尽心机”，最终目的是让人们接受他们的主张和观点，达到自身传播的最佳效果。

信息时代，任何营销活动都是以对相关数字进行分析为核心。现在不仅机关、企业等部门需要这些数字和数据，制定出相关的政策和战略，就连普通市民也急需依靠这些数字信息，以便进一步了解社会。可以说，数字与人类社会息息相关。

数字已经成为数字社会中，每一个现代人生存的符号。

人类社会被数字包围，“我被数字化了！”

## 第一章 “数字时代”的来临

在90年代初期，国内一些电视台曾播放了美国的一部电视连续剧《特警6587》。说的是美国中央情报局的一名特工，装扮成黑社会的成员，打入犯罪组织中，经历无数险情的故事。

出于安全的考虑，以及内部严格的规定，只有中央情报局的个别人知道其中的实情，并让这名特工代号为“6587”。从此，“6587”就成为验明这名特工身份的唯一标志。在他最危险的时刻，只要打通中央情报局的电话，报名“我是6587！”不管他在哪里，不管他有什么要求，立即有人提供帮助。“6587”这几个数字符号，成为证明他身份的代号。最具人情味的情节是，长期与“6587”联系的中央情报局一名电话员，有一天，突然萌发了一个念头：看一看“6587”到底是什么样的人？于是他利用“工作”之便，偷偷地观察了正在与他人接头的“6587”，由此引发了一连串感人至深的故事。

在这部商业性电视剧播出过程中，“我是6587！”成为一些青少年之间最流行的词句之一。其实，不仅电视连续剧《特警6587》，就连电影《007》中“007”这个数字，也早已超出了原有的数字含义。对观众来说，它不仅代表间谍詹姆斯·邦德个人，而且也是冒险、机智、勇敢的化身。如果说，当时人们觉得美国中央情报局的特工用“6587”、间谍詹姆斯·邦德用“007”作为代码，还是一种影视艺术的虚构，远离现实生活的