

THE BEIJING NEWS MEDIA RESEARCH

新京报 传媒研究

第四卷

数据新闻

书 红 许英剑 新京报的新闻可视化探索
向安玲 沈 阳 数据驱动新闻的未来
黄芯芯 陈 为 数据新闻与可视化

新京报传媒研究院
◎ 主编

专访厉有为 白岩松 做好新闻的三个关键词 何晨曦 评传统媒体的颠覆与坚守



THE BEIJING NEWS MEDIA RESEARCH

新京报 传媒研究

新京报传媒研究院 主编

第四卷

图书在版编目(CIP)数据

新京报传媒研究. 第四卷 / 新京报传媒研究院主编

— 北京 : 新世界出版社, 2014. 6

ISBN 978-7-5104-5070-9

I. ①新… II. ①新… III. ①传播媒介—中国—文集

IV. ①G219.2-53

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第113568号

新京报传媒研究 . 第四卷

作 者: 新京报传媒研究院

责任编辑: 邓 婧 张杰楠

装帧设计: 伊大伟

责任印制: 李一鸣 黄厚清

出版发行: 新世界出版社

社 址: 北京市西城区百万庄大街24号(100037)

总编室电话: +86 10 6899 5424 68326679 (传真)

发行部电话: +86 10 6899 5968 68998705 (传真)

本社中文网址: <http://www.nwp.cn>

版权部电子信箱: frank@nwp.com.cn

版权部电话: +86 10 6899 6306

印 刷: 北京中印联印务有限公司

经 销: 新华书店

开 本: 787×1092 1/16

字 数: 172千字 印张: 12

版 次: 2014年6月第1版 2014年6月北京第1次印刷

书 号: ISBN 978-7-5104-5070-9

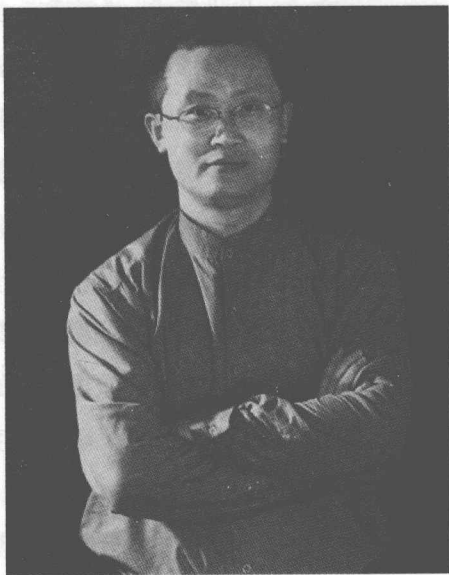
定 价: 28.00元

版权所有 侵权必究

凡购本社图书, 如有缺页、倒页、脱页等印装错误, 可随时退换。

客服电话: (010) 6899 8638

卷首 PREFACE



曹保印 执行主编

变数据为艺术 赋图表以灵魂

人类世界就是数字王国，每一个人的每一根毛发的长度、每一次呼吸的温度、每一回心跳的力度，都可以被数字化，如果获得授权，这些数字都可以被互联网化，成为人类研究学的数据；虽然恒河沙数是永远的神话与宗教，但是，在互联网技术电闪雷鸣般革命性改造人类世界的今天，恒河沙数的谜底也会被轻而易举地破解，神话与宗教因此也将被数字化和互联网化，而人类随之将迎来被数字证明其真实存在的“上帝”。如果天才数学家笛卡儿在天之灵有知，他一定会为自己用数学证明上帝客观存在的科学解析仰天长啸，壮怀激烈。

大数据一统江湖的时代已经到来，在这个背景下，作为数字王国的人类世界，其新的文明生成方程式必然会通过数字推导出新的结果。在这个推导过程中，人类的行为方式、思维模式、生产和生活等，也必然会有革命性的颠覆与创新。时代潮流，浩浩荡荡，顺之者昌，逆之者亡。既然如此，作为人类文明微观呈现形式与内容之一的新闻故事，又该如何创新性生产、讲述与流传？在这些新闻故事中，作为核心价值的人的呼吸与温度，又该怎样实现互动体察、触碰与心灵感受？事实上，这是人类知识生产的又一个小小的新起点。

我们的答案是：数据新闻。因此，本卷我们聚焦“数据新闻”，通过具体案例分享、前沿理论解析，讨论并探索在数据新闻的操作上，如何变数据为艺术，赋图表以灵魂的路径，以及如何呈现与深度挖掘蕴含其中的价值观和方法论，希望能够达到抛砖引玉之效。

什么是数据新闻？按照欧洲新闻学中心和开放知识基金会开发的《数据新闻手册》的观点，数据新闻“就是用数据报道新闻，它为记者将传统的新闻嗅觉与运用规模庞大的数据信息结合起来报道新闻创造了可能”。与传统新闻的制作流程相比，数据新闻制作的最大特点，就是用数据对新闻做全方位、多角度、深层次的渗透。数据以不同形式根植在新闻制作的各环节中，通过对数据的视觉化、叙事化、个性化处理，实现数据与新闻的深层次融合。关于这方面的详细论述，请阅读本卷向安玲、沈阳的《数据驱动新闻的未来》。

要不要专设“数据记者”？现在，当微博、微信、QQ空间等移动社交工具日益“生活必需品化”，有一个很能迷惑人也颇具煽动性的观点横空出世，即所谓“人人都是记者”；一部分中毒很深的人，甚至喊出“专职记者已死，公民记者当立”的豪言壮语，声称自媒体时代已经全面到来，以“公民记者”为主体的自媒体人在传统媒体的领地里攻城掠地，势如破竹。然而，这既不符合传媒常识，更不符合当下的中国国情。记者，既是一种职业，更是一种专业，还是一种理想和价值观。一个优秀的记者，必然是一个优秀的公民；但反之，一个优秀的公民，未必会是一个优秀的记者。自媒体时代的确已经到来，但它不会也不可能并且不会被允许

一统传媒江湖，因此注定只能是一种补充，甚至是一种点缀。在互联网的时代，不是不需要优秀记者了，相反，将会更需要有责任、有理想、有担当、有技术、有专业素养的优秀记者，而“数据记者”将会是其中的精英，其最大的本领与价值就是抓取、聚合、整理、分析、解释数据，“于万军之中，取上将首级”。转换成学术化的表述，就是“数据记者要突破常规思维，实现思维的联动，在那些看似不相关的事件背后挖掘数据的关联，通过深加工将这种关联逻辑化，在数据网络的支持下构建社会万象的逻辑网络”。因此，无论是传统媒体还是新媒体，招贤纳士，专设“数据记者”岗位，令其专司通过数据“取上将首级”，已刻不容缓。

“数据记者”要不要当“预言家”？在《新京报传媒研究》样书上，我曾写过一篇卷首文章《新闻是历史的草稿》，强调记者需要成为历史的忠实记录者。那么，在本篇卷首文章中，我想强调的则是，包括“数据记者”在内的新闻人还需要成为“预言家”，特别是“数据记者”更需要努力做到“前算八百年，后算八百年”。要做到这一点，当然不是去把《易经》当成《数据记者工作手册》去研究，而是提高自己的数据抓取、聚合、整理、分析、解释能力，进而顺藤摸瓜，找到海量数据间的隐性关联，透过表象捕获本质，最终达到规律预测和意义再生，创造预见性内容，并在技术支持下实现新闻的个性化突破。这样，“数据新闻不再是一个形式的翻新，数据所生成的意义将超出文本所能表达的内容，新闻媒体的工作重心要跳出视觉比拼的怪圈，转向对数据深层次关联的挖掘和解释”，让数据驱动新闻的未来。

那么，怎样用数据讲出好故事？在传统媒体中，一个优秀的记者一定也是一个会讲精彩故事的“故事大王”；相应地，每一个优秀的新闻作品也一定是一个四海流传的精彩故事。在新媒体中也一样，并且对讲故事的能力要求得更高。如果说在传统媒体上讲好故事需要“行万里路”的话，那么，在新媒体上讲好故事，则需要“查万卷数”，使用大量数据去更深刻地揭示、更好地解释或展现一个新闻故事，用数据讲述新闻。在本卷中，我们收录了黄芯芯、陈为的《数据新闻与可视化》一文，他们在文中说：“利用计算机技术，数据新闻可以结合大规模的数据信息进行新闻报道，通过对大量数据的挖掘和分析，无疑将比传统的新闻报道模式更具说服力

与可探索性。尽管相对于传统新闻报道，数据新闻是媒体行业的一个重要变革，但归根到底，两者的本质都是为了给读者讲述一个新闻故事，只是数据新闻更多地与数据结合，它是一个从调查、收集数据，到统计、过滤与分析，最后设计与展现的过程，这也对媒体从业人员对数据的洞察能力有更高的要求。”显然，这已经不是传统意义上的“新闻故事”，而是互联网背景下、基于数据元素的“新闻故事”，但“故事”却是彼此的共同点。毕竟，无论技术如何发展，人类对故事的需要与渴望都不会改变。在用数据讲述新闻故事方面，《新京报》已经开始了自己的探索，推出了《新图纸》《图个明白》等专栏，在受众中间产生了很好的反响，其具体的操作理念、方法和路径，在本卷多篇文章中均有阐述。

既然数据新闻就是“故事”，那么它能被创作成赏心悦目的艺术品吗？除非是对数字天生敏感和喜爱的人，通常来说，大多数人眼里的数字是枯燥、冰冷的，因此，讲好基于数据的新闻故事，难度已经非常大，更不必说将其进一步做成艺术品。黄芯芯、陈为的《数据新闻与可视化》讲了一个例子：英国《卫报》在2009年就已经开创了“数据博客”（Data Blog）频道，其制作的数据新闻涵盖了政治、经济、体育、公共卫生、文化等各个方面，采用了各种形象的图表和带交互性的效果图，从上线至今，为读者呈现了数千则数据新闻。相继地，其他的一些国际媒体也陆续效仿，纷纷推出了自己的数据新闻栏目，并得到大众的强烈反响。我们通过网络“品尝”了一些国际媒体创造性生产的“数据新闻”大餐、甜点，感觉味道的确不错，可谓色、香、味俱佳。2012年，《新京报》也推出了《新图纸》栏目，该栏目旨在把简单枯燥、零散隐蔽的新闻信息数据加以整理，以信息图表、插图漫画、新闻制图的形式传递给读者，实现读者的轻阅读、重思考，从读者的反馈来看，有的版面已经离艺术品不远。在本卷中，我们收录了《新京报》国际新闻部编辑王晓枫的《用数据讲故事》，他在文中说：“想象一下，如果有一张充满活力、生动有趣、像说故事一样的制图版面出现在你面前，就会更加带动你的阅读兴趣，这就是设计意义之所在。”实际上，高质量的制图版面已经不仅仅是在讲精彩的故事，其本身就已经成为赏心悦目的艺术品。

真正的艺术品，一定是有生命和灵魂的。因而必须赋予以数据新闻

为核心的图表以生命和灵魂，否则，数据新闻将依然是静态的，甚至是僵硬和死的。这样的数据新闻不仅不合格，而且不能被称之为真正的数据新闻，更不必说精彩的新闻故事，它充其量只是数字简单、粗暴的堆砌。由此，“数据可视化”“数据价值化”“数据思想化”等，就成为必须要思考和实践的重要问题。事实上，国际主流媒体很少使用静态的信息图，而往往将数据新闻做可视化处理，通过选择、过滤、滚动与缩放等多种交互操作，引导用户自主查看数据，在此基础上，结合自身的知识与经验得出相应的结论。这样，数据新闻就在和用户的互动中，被注入了个性迥异的生命和灵魂。在这方面，《新京报》通过《图个明白》等栏目操作，做了相应的探索，具体请参见新京报版式设计部美术编辑赵斌、师春雷分别在本卷中发表的《客观记录与理性表达——大数据时代的图表设计》《娱乐新闻可视化》两篇文章，相信会为读者带来启发。

当然，除“数据新闻”外，在本卷中，我们还收录了多篇重要文章，如中央电视台主持人白岩松的《做好新闻的三个关键词》，这是他在新京报大讲堂上讲演内容的整理，他说这三个关键词是：人、细节、表达。他提出的“所有的新闻都是人”的观点，尽管只是常识，但却是被很多新闻人遗忘了的常识：“我从来不认为新闻是‘事儿’，所有的新闻都是人。这也许是我成为我，或者让我拥有我的表达的本质。对我来说，做任何新闻，我都要穿透这件事情去看它与人之间的关系，这是因为任何新闻都是与人有关的。从来没有一个新闻因为它与人没有任何关系而成为新闻的。好的新闻从业者一定要善于从所有的，仿佛跟人八百杆子都打不着的地方，也能建立起与人之间的关系。”重温这些常识，有着相当重要的价值。

在《史事钩沉》中，我们收录了陈协的《“进士”记者黄远生是这样写评论的》、石艳艳的《邵飘萍的新闻观》两篇文章。我们希望通过这两篇文章，让更多新闻人从前辈身上读懂两个字：风骨。

写这期卷首语时，办公室的窗户上已被贴上了大红“福”字，在黄昏的阳光下，“福”字特别暖。当你阅读本卷《新京报传媒研究》时，美丽的春天也已在窗外的杨树枝条上发芽，那就让我们祝你在美丽的春天里，拥有更多更暖的“福”吧！祝福你，亲爱的读者。

目录

特别聚焦 SPECIAL FOCUS 001

数据新闻 003

- 书 红 许英剑.《新京报》的新闻可视化探索 003
- 赵 斌 客观记录与理性表达——大数据时代的图表设计 016
- 师春雷 娱乐新闻可视化 024
- 陈 璐 《图个明白》拒绝罗列数字 029
- 王晓枫 用数据讲故事 036
- 向安玲 沈阳 数据驱动新闻的未来 042
- 黄芯芯 陈为 数据新闻与可视化 049

深度观察 INSIGHT 057

- 白岩松 做好新闻的三个关键词 059

全媒体研究 OMNIMEDIA RESEARCH 069

- 邱 岭 走在新媒体转型路上的《成都商报》 071
- 何晨曦 站在“魔豆”的枝蔓上，你会打败巨人吗？
——评传统媒体的颠覆与坚守 077
- 刘宏 刘怡君 想办社区报？想清三个问题 085

新闻背后 BEHIND THE SCENE 093

- 范春旭 慈母杀儿的背后 095
- 金 彧 死磕一下就好了 104
- 王瑞锋 专访厉有为：一次天方夜谭的采访 110

文化与传媒 CULTURE 117

曹 燕 一年半，我走过1794公里的运河 119

广告与营销 ADVERTISING & MARKETING 131

董 妍 从“中国好广告”看平面媒体的品牌传播 133

传媒讲坛 OPINION 143

熊培云 美国精神的形成 145

史事钩沉 ARCHIVE 155

陈 协 “进士”记者黄远生这样写评论 157

石艳艳 邵飘萍的新闻观 166

传媒好书赏 MEDIA BOOKS 173

曹保印 渡：希望之书 175

SPECIAL FOCUS 特别聚焦

数据新闻

近年来，数据新闻开始被国内外的众多新闻媒体关注。有人预言，这种颇具创新性的新闻形式，可能将颠覆新闻内容生产的传统模式，成为未来新闻表现方式的主流。

本卷特别聚焦，试图从数据挖掘、数据分析及数据可视化等方面，通过研究者分析与实操者的总结，展现数据新闻的特点及形成过程，供媒体从业者借鉴。

大数据一统江湖的时代已经到来，在这个背景下，作为数字王国的人类世界，其新的文明生成方程式必然会通过数字推导出新的结果。在这个推导过程中，人类的行为方式、思维模式、生产和生活等，也必然会有革命性的颠覆与创新。时代潮流，浩浩荡荡，顺之者昌，逆之者亡。既然如此，作为人类文明微观呈现形式与内容之一的新闻故事，又该如何创新性生产、讲述与流传？在这些新闻故事中，作为核心价值的人的呼吸与温度，又该怎样实现互动体察、触碰与心灵感受？事实上，这是人类知识生产的又一个小小的新起点。

我们的答案是：数据新闻。因此，本卷我们聚焦“数据新闻”，通过具体案例分享、前沿理论解析，讨论并探索在数据新闻的操作上，如何变数据为艺术，赋图表以灵魂的路径，以及如何呈现与深度挖掘蕴含其中的价值观和方法论，希望能够达到抛砖引玉之效。

什么是数据新闻？按照欧洲新闻学中心和开放知识基金会开发的《数据新闻手册》的观点，数据新闻“就是用数据报道新闻，它为记者将传统的新闻嗅觉与运用规模庞大的数据信息结合起来报道新闻创造了可能”。与传统新闻的制作流程相比，数据新闻制作的最大特点，就是用数据对新闻做全方位、多角度、深层次的渗透。数据以不同形式根植在新闻制作的各环节中，通过对数据的视觉化、叙事化、个性化处理，实现数据与新闻的深层次融合。关于这方面的详细论述，请阅读本卷向安玲、沈阳的《数据驱动新闻的未来》。

要不要专设“数据记者”？现在，当微博、微信、QQ空间等移动社交工具日益“生活必需品化”，有一个很能迷惑人也颇具煽动性的观点横空出世，即所谓“人人都是记者”；一部分中毒很深的人，甚至喊出“专职记者已死，公民记者当立”的豪言壮语，声称自媒体时代已经全面到来，以“公民记者”为主体的自媒体人在传统媒体的领地里攻城掠地，势如破竹。然而，这既不符合传媒常识，更不符合当下的中国国情。记者，既是一种职业，更是一种专业，还是一种理想和价值观。一个优秀的记者，必然是一个优秀的公民；但反之，一个优秀的公民，未必会是一个优秀的记者。自媒体时代的确已经到来，但它不会也不可能并且不会被允许

数|据|新|闻



书红



许英剑

从2003年至今，10年来，《新京报》在数据新闻及可视化设计方面不断地突破与创新，形成了一套较为完善的生产流程与操作模式。

《新京报》的新闻可视化探索

书 红 许英剑

一、《新京报》新闻可视化的发展脉络

作为一种视觉报道形式，信息可视化设计比文字报道更直观地反映数据对比、新闻事件发生发展的过程和事物发展的趋势，它相较于文字

具有快速、简洁明了、易读易懂的优势，且有化繁为简的功能，因此得到了读者的一致认可。可以说，信息可视化设计是现代报纸适应新媒体时代需要的一个“新法宝”。

《新京报》自2003年创刊开始就很重视视觉化，不久即设立专职的制图美编岗位，到2007年增加至3人，目前已有6位专职的制图美编。10年来，《新京报》在信息可视化设计方面不断推陈出新，不但在国际国内大赛中频频获奖，而且在读者之间也赢得了很好的口碑。

《新京报》的信息可视化设计包括新闻制图、漫画、插图三大类别，本文主要解析《新京报》的新闻制图类。

新闻制图可以将时间和空间的盲点告诉给读者，能够实现文字、图片实现不了的时空完整性，并且用形象的画面来解释新闻事件的过程或新闻事物的内部结构。既可单独使用，突出新闻的一个瞬间，又可连续使用，揭示新闻的全过程。

《新京报》的新闻制图主要分突发新闻类制图、策划报道类制图。突发新闻类制图又包括了现场还原制图、科技分析解释性制图、创意图表、地理位置示意图等，策划报道类制图则常见于专题和特刊报道，一般是新闻背景的延伸阅读以及常识性资料，便于读者对新闻进行全面了解，《新图纸》专版



现场还原制图类：五大秘诀助矿工成功升井

也多采用此种形式。

现场还原制图、科技分析解释性制图主要集中在A叠时事新闻版面，一般采用三维软件制作还原事发现场、运动轨迹，是事件的概括性图解，让读者第一时间了解新闻过程以及事件原因等，涵盖车祸、地震、营救等突发事件及航空科技等领域。

“智利矿工大营救”采用国际合作形式，全世界人民的目光都聚焦在这次矿难后的营救活动。在营救成功之际我们采用制图的形式还原了此次营救过程中的各个难点和先进技术。地下、地上、空中全覆盖，充分展示了营救行动的各个细节和人文关怀。

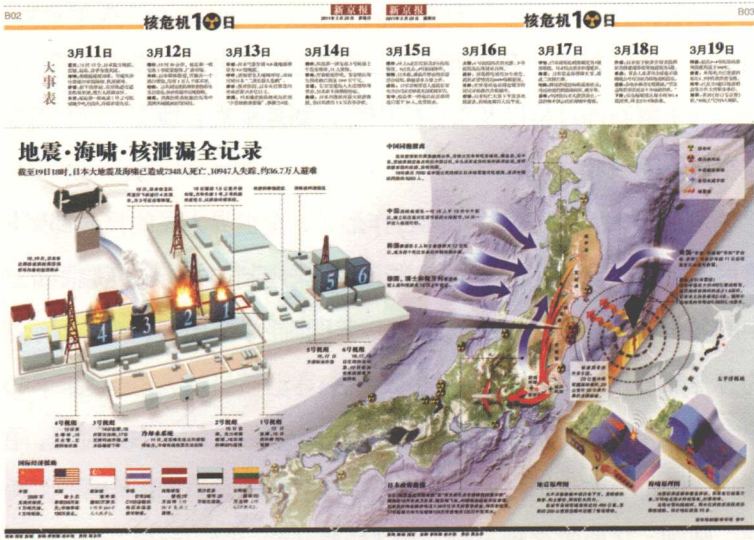
“神州七号”制图展示了神七从发射升空到回收的一系列过程，在多天的持续报道中都有较大篇幅的制图，根据不同的内容，制图相应运用到了空间转换、解剖、还原等多种手法，在还原整体的同时，注重对细节的刻画，将每个新闻点尽最大努力地传递给读者。此系列3D制图可谓新闻性、知识性、观赏性兼具。



科技分析解释性制图：神七飞天

2011年3月11日，日本大地震引发海啸以及核泄漏。本版采用3D制图的形式，将这10天里的大事件全程记录，版面信息丰富，构图巧妙，布局合

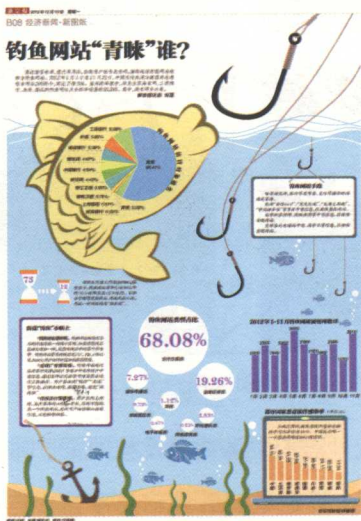
理，给了读者一目了然的阅读体验。



现场还原制图类：日本大地震全记录

创意图表则常见于时政、经济报道版块，用创意将枯燥的数据、统计报表等进行图形化处理，提高读者的阅读兴趣。《新图纸》专版也运用得较多。经济新图纸经常要将不同类型的数据图形化，整合归纳并辅以适当的插图，将抽象的概念形象化。

《经济新图纸·钓鱼网站“青昧”谁？》通过鱼钩和鱼的形象，生动地揭示了钓鱼网站的危害。此版获得了2012年度SND全球新闻设计大赛新闻版设计优秀奖。



创意图表类：钓鱼网站“青昧”谁？