

# 精确新闻： 大数据时代“事实至上”的深层洞察意义



左振乾

大数据时代的快速发展,从手机移动端、平板电脑到社会化媒体、云计算,数据化的社会经济结构及个人生活方式,对包括新闻传播业在内的各行各业都带来重大变革。

自2012年大数据元年开始,基于互联网技术高速发展,数字信息规模呈现出爆发性增长。互联网的数据量单位已经从最初的KB、MB(1024KB=1MB)、GB(1024MB=1GB)升涨到目前普遍的TB(1024GB=1TB)级别。未来这一数据规模将进一步快速提升,PB、EB、ZB等超大数据将不再是梦想。

著名未来学家阿尔文·托夫勒在其代表性著作《第三次浪潮》中,就曾预言了未来人类社会信息的绝对重要性,并激动地将海量数据称为“第三次浪潮的华彩乐章”。

在与信息匮乏时代彻底告别之时,与信息紧密关联的新闻传播业无疑受到前所未有的冲击。传统纸媒纷纷凋零,一家家纸媒停止报纸印刷,甚至休刊停刊。同时,不少电视媒体收视率年年走低,不少卫视频道甚至面临关停的风险。另一方面,社交媒体快速兴起,“中央厨房”式融媒体在传媒业普遍开花,短视频、微博成为流行传播方式,一个通过建立强大的数据平台并对用户进行数据挖掘的精确新闻时代已经到来。

## 什么是精确新闻

笔者通过查阅大量资料,总结多种论述,认为:精确新闻是通过对大量繁杂数据、信息的分析和挖掘,从海量信息中发现新闻点,并采用多种传播手段及传播平台将其呈现出来的一种新型的新闻报道方式。

精确新闻具有以下特点:

1、新闻生产的精确性。传统新闻生产是通过记者在现场采访获得信息,再撰写成文。精确新闻则需要记者在该基础上,通过互联网对新闻事件数据进行采集和整理并进行鉴别,从而对新闻事件呈现出更完整的报道。

海量数据资源引发了变革,同时也带来了机遇,传统新闻传媒行业面临从传统意义上“大而广”的发展思路,向“小而精”的精确新闻发展方向转变。旧有的媒体生态环境和传统的报道方式已受到颠覆性改变,数据已成为媒体的核心资源之一。

目前,我国新闻界对精确新闻尚未形成严格权威的解与界定,其概念包含了大数据、信息数据化、传播数据化等一系列概念。从实践层面讲,我国传媒业目前尚处于转型阶段,对新闻的数据化手段、传播方式、业务水平及团队建设都处于探索阶段。融媒体、“中央厨房”等新兴概念还处在起步阶段,传统媒体的采编理念尚未完成转换,粗放式的传统新闻传播方式让不少媒体长期处于“失声”状态,而转型新媒体呈现出的“雷声大,雨点小”现象也让一些媒体彻底被市场淘汰。

复旦大学新闻传播学博士汤景泰在《大数据时代的传媒转型:观念与策略》一书中,以腾讯公司的“广点通”产品作为案例,介绍了该互联网产品如何通过积累的7亿多用户使用习惯,进行精准投放和营销。

由喻国明、王斌等所著《传播学研究:大数据时代的新范式》一文也指出,大数据在驱动调查性报道、新闻叙事和视觉化呈现等方面,发展现状明显好于其他报道方式。

大数据时代,全球新闻业如何在发展变革中产生的新兴领域里谋求新的发展与创新,具有十分重要的意义。

2、新闻报道的精确性。传统新闻生产基于媒介性质不同,文字、图片、视频往往难以同时展现。大数据时代,三种形式同时展现成为可能。电脑、手机等可视化工具提供了多种多样的表达方式,文字、图片、视频可以同时呈现在一篇新闻报道中。三种形式的全面运用,为新闻报道精确性提供了更完善的手段。

3、新闻互动的精确性。精确新闻以精确受众为出发点,其区别于传统受众的特点是,精确新闻的受众不再仅仅是旁观者。精确新闻的受众与精确新闻媒介往往是紧密相连的利益个体。

## 精确新闻的“精确”性

精确新闻与传统新闻最大的区别在于,通过大数据时代海量数据与信息的获取,在海量信息源中做到精确“提纯”。对于媒体记者来说,相较于传统的信息采集与收集,精确新闻更需要鉴别数据、及时发现与处理数据的能力。

1、数据精确“提纯”

大数据时代,一个新闻事件的发生,必然涌现出海量数据。对这些数据的“提纯”精度,决定了一条新闻报道的精确度。

对于数据新闻的提纯,一般包括两个方面:一方面是已有历史数据资源,这包括新闻事件发生之前的相关数据库;另一方面是新闻事件发生之后生成的数据库,包括媒体与自媒体、记者与网民等在互联网发布的文字、图片、视频等数据。

后者的“提纯”工作是精确新闻中最重要的、难度最大的部分。

(1)筛出噪音数据、冗余数据

在新闻事件发生时,必然出现庞大数据,而其中除了少数有价值的信息,绝大部分都是噪音数据、冗余数据。这些数据对于读者来说没有新闻价值,这对记者筛选有价值的信息提出了更高的要求。

(2)辨别数据真伪

除了噪音数据、冗余数据,对数据“提纯”最大的干扰是数据的精确性。在一个新闻事件发生时,基于信息提供者不同的目的及导向,大量假数据及经过修改的视频、图片被上传到互联网,对数据“提纯”造成严重干扰。

(3)受众主观能动性

在传统传播学理论中,“靶子论”认为,

受众是被动接受信息的靶子。基于传统信息传播方式的特点及限制,新闻媒体是信息的唯一发出者,受众接收的只有来自媒体的信息,一旦媒体信息到达受众,受众就会像“靶子”一样应声而倒。

然而,在大数据时代,受众也成为信息的生产者,一个受众的大量信息接收都来自于其他受众的发布,导致受众在随时调整信息接收渠道与方式,媒体发布的信息往往因为滞后与缺乏“精确度”而被受众屏蔽。

2、对从业者的要求变化

基于上述“精确新闻”在制作上的复杂性,大数据时代对新闻从业人员的要求也发生了相应变化。

普利策新闻奖得主史蒂夫·多依格认为:“每一位新闻记者应该好好利用数据新闻学,好好学习如何取得数据和运用像Excel等工具软件,就能改善任何领域的新闻报道。他们既是资料新闻学家,又同时是编辑。”

大数据时代,记者是否应该具有一定的数据分析、辨别及检索能力,是现代新闻与传播学研究的一个具有争议的问题。可以肯定的是,在技术飞速进步的时代,记者只会写文字稿件是远远不够的。

当前,一些世界顶尖大学的新闻与传播学院已经开设相关课程培养从业者数据技能,并将教学理论与实践相结合。哥伦比亚大学新闻学院下属的数据新闻研究中心为计算机和新闻双学位的硕士开设了计算机新闻课程。

纽约大学也开设了新闻分析和数据可视化、新闻数据叙事等课程。

## 警惕“数据中心主义”

尽管精确新闻在新闻报道职业所追求的目标、客观方面不断追求极致,然而,数据技术对于新闻生产的影响也可能对新闻本身造成伤害。

新闻“去故事化”是这种伤害最直接的表现之一。精确新闻对数据的依赖,造成传统新闻中“人情味儿”的丧失,叙事方式也转变为以新闻事件的数据为核心,从而忽视了事件中人物、环境、语言等要素对于新闻报道呈现的重要性。

沉溺于精确新闻所展示的精确性而

忽视了新闻故事本身,则是舍本逐末了。英国《卫报》数据新闻编辑西蒙·罗杰斯认为,数据只是一种工具,大量的数据资源只是为事实提供了更为广阔的情景,然而没有叙述,没有故事,数据本身并无意义。

因此,即便是在精确新闻的报道中,所有的技术手段也均需要服务于新闻报道故事本身,只有如此,精确新闻才能在新的技术手段下,让传统新闻报道焕发出全新的活力。

## 结束语

人类进入21世纪,也是进入了一个彻底与信息匮乏时代告别的时代。数据与信息爆炸对传统新闻报道产生了巨大冲击。从数字图表、信息检索到社交互动、自媒体业态兴起,精确新闻成为数据时代一种新型的报道形态。

“事实至上”这一新闻业的专业传统在大数据时代,通过完整全面的数据报道与分析,将新闻事件以客观冷静的数据分析结果清晰地呈现给公众,相较于传统新闻,洞察新闻事件的更深层次意义。

在精确新闻迅速发展的时代,记者是否具备一定的数据分析技能可能成为未来新闻报道是否准确成功的一项必备技能。

然而,需要注意的是,对数据的追求并不意味着新闻故事本身的突破。新闻报道经过百年积淀形成了严密的行业操作规范,数据作为一项新手段,在辅助提升新闻精确性的同时,并不能取代新闻故事本身的文字属性。

(作者单位:《中国企业报》)