

融合十年，内容为本： 媒体内容生产创新的回顾与展望

● 周 敏 赵秀丽

摘 要：2023 年，我国媒体内容生产创新呈现新特征。主流媒体通过聚焦 Z 世代、利用智能媒体拓宽新闻信息源等方式展开前沿实践，并在互联网语境下不断融入新形式、新感官和新主体的综合思维。融合科普成为新闻传播新动向，数据新闻在节约公众认知资源等方面持续发挥作用。本文结合 2023 年传媒内容生产实践，从底层逻辑、技术运用、受众需求和社会角色四个方面提出建议，以期促进媒体内容创新发展。

关键词：媒体融合；内容创新；数据新闻；智能媒体

DOI:10.15997/j.cnki.qnjz.20240005.003

2013 年媒体融合上升为国家战略层面的重大问题。^[1] 2019 年党的十九届四中全会审议通过的《中共中央关于坚持和完善中国特色社会主义制度、推进国家治理体系和治理能力现代化若干重大问题的决定》中指出，必须“建立以内容建设为根本、先进技术为支撑、创新管理为保障的全媒体传播体系”^[2]。2023 年是媒体融合提出十周年，本文聚焦“内容建设”这一根本，提炼时代融合、方式融合、融合科普、融合数据四个关键词为 2023 年度传媒内容生产创新关键词。

时代融合：立足时代前沿焕发内容活力

2023 年是全面贯彻落实党的二十大精神的开局之年。在新的时与势下，媒体融合在聚焦 Z 世代、实践中华优秀传统文化“两创”和使用智能媒体拓展新闻来源渠道等方面呈现新特征。

（一）聚焦 Z 世代：重构内容生产与价值传播

用年轻人喜欢的方式、用他们听得懂的话语体系弘扬主旋律、传播正能量，已成为主流媒体融合转型中实现突破的一大发力方向。其中年轻化不仅仅指内容和活动等传播层面上的年轻化，还需要在产品层面符合年轻人的阅读场景、习惯和需求，让年轻用户愿意看、愿意转。2023 年媒体内容生产在针对 Z 世代内容话语创新上有诸多亮眼表现。4 月 11

日，中国之声发布《一首说唱带你走进消博会》^[3]，首次创意性地采用年轻人喜爱的说唱形式介绍消博会，拉近了与年轻群体的距离。10 月 17 日，人民日报发布的《转存学习！# 手账版“一带一路”知识点 #》^[4]使用 Z 世代常用“手账体”形式进行排版，实现了对年轻人的“破圈”传播。Z 世代作为当下媒体争夺的主要对象，其信息获取、社交传播和艺术消费都更注重娱乐性、互动性和体验感。未来媒体融合进程中，要充分考虑 Z 世代悦己型消费的特点与需求，探索自然、真实的新语态^[5]，获得其注意力。

（二）文化新呈现：推进中华优秀传统文化“两创”实践

党的二十大报告中指出，“中华优秀传统文化源远流长、博大精深，是中华文明的智慧结晶”。2023 年 10 月习近平总书记就宣传思想文化工作做出重要指示，明确提出要“着力赓续中华文脉、推动中华优秀传统文化创造性转化和创新性发展”。2023 年媒体内容生产中也出现了以丰富的时代“新”玩法，为中华优秀传统文化注入活力的实践案例。5 月 17 日，人民日报发布的《来收图了！被这些博物馆藏品笑到》收获网民积极反馈^[6]。其将多个博物馆的文物图片与网络梗文化结合，设计成表情包，不仅使文物更加生动活泼，也激发网友对文物的好

奇心。7月11日，中国新闻网发布《盛世中华有多美？AI给中国做了一组名片》系列图片^[7]，将人工智能技术运用在宣传中华上下五千年文化的物料制作中，展示了大国之美，增添国人文化自信。做好中华优秀传统文化的“两创”工作是构建中华民族现代文明的关键。其中“创造式转化”指通过对中华优秀传统文化中存在的不适应时代发展要求的形式进行转化，使其与现代文明相适应，形成更易于理解和接受的表达形式。“创新性发展”指在继承传统文化的基础上，以新的观念、新的手段、新的技术和新的表现形式，融入时代精神，结合现代元素，对中华优秀传统文化的内涵进行激活更新^[8]。未来媒体内容创新过程中，也需进一步贯彻“两创”方略，助力我国从文化大国向文化强国发展。

（三）智媒新纪元：智能媒体增加新闻来源渠道

2023年，以ChatGPT为代表的生成式人工智能的出现，进一步加速智能传播时代的到来。主流媒体在2023年度抓住时代机遇，借助智能手段增加新闻来源渠道，为内容注入新亮点。8月28日，澎湃新闻发布的《5分钟带你了解日本福岛核污染水排海事件》^[9]不仅利用卫星技术对比了日本核电站核泄漏前后的现场图景，也使用智能模型图和预测技术等推演了核污染在海洋中的扩散过程。多项前沿技术的使用使整个事件的来龙去脉更加明晰，新闻内容价值凸显。9月24日，澎湃新闻发布的《大数据分析电信诈骗，情感类诈骗最难防》^[10]也是利用大数据作为新闻来源，对反诈骗提出更加具有针对性和建设性的建议，助力国家反诈工作推进。总体来说，智能媒体在新闻采集方面具有诸多优势，其中最典型的即数据获取可以是动态的和连续的，不仅更加精确，而且可以预测未来趋势等。随着生成式人工智能的发展，传媒业也可进一步挖掘其对于信息采集、信息生产、信息推送和信息呈现的作用，站在时代最前沿，推进媒体融合进程。

方式融合：赋能新形式、新感官、新主体

主流媒体在当前互联网语境下的内容观念，不再局限于文本的融合创新，更涉及在互联网化语境

中融入新形式、新感官和新主体的综合思维。

（一）发挥想象力：匹配最适合内容的媒介形式

麦克卢汉提出的“媒介即讯息”即强调传播媒介真正传递的其实是媒介的特性。传播媒介本身就是传播内容，媒介最重要的作用就是“影响我们理解和思考的习惯”。在过去的新闻内容中，媒介形式主要以文字为主。近年来，随着媒体融合的发展，媒体从业者拓展想象力，根据内容本身匹配出越来越多如漫画、动画、Vlog、电影预告片等类型的报道形式。6月6日，人民日报发布《脑洞大开！定制版反酒驾广告能有多魔性》一文，采用短视频美妆广告的拍摄手法来展现酒精测试仪。对“酒驾”这一传统话题，创新报道形式，传播效果良好^[11]。9月12日，央视网发布《李佳琦们别再飘了》，对李佳琦在直播中涉嫌歧视消费者的言论做了定性，用漫画形象展现主播赚钱前后的形象差异，既激发公众阅读兴趣，又生动形象地表现了新闻内容^[12]。媒介形式本身的逻辑影响着受众对内容的理解和接受方式。当前，丰富的媒体形式和报道模态为传媒内容注入新的活力，启示着相关传媒从业者未来可以继续发挥想象力，思考如何根据内容本身创新匹配的媒介形式，以达到最佳传播效果。

（二）增强体验感：多感官融合营造身临其境感

新闻的价值在于及时性和现场感，新闻工作者的职责之一就是让受众感受到新闻事件就发生在眼前。现场感的获得有赖于信息的多维丰富性，由通道效应理论可知多重感官的融合有助于唤起受众多种认知体验，给予受众新闻事件的身临其境感。5月1日，印尼巴厘岛洲际酒店发生命案，两名中国游客身亡。5月7日，新京报发布《3D动画还原巴厘岛命案细节》视频报道^[13]，将现有抽象的文字材料转换为具象的三维动画场景，视觉和听觉融为一体，画面感强，还原案件细节，给予受众强烈场景感。9月18日，人民日报微博发布《亲历者原声回忆抗战》^[14]，借用亲历者资料，从听觉这一感官丰富内容表现形式，促使受众拥有更强代入感，激发“勿忘国殇，吾辈自强”的爱国情怀。随着数字技术的

发展,运用多感官融合构建真实、多元与身临其境的新闻场景,为受众提供沉浸式体验,成为融合新闻报道实践中的重要内容^[15]。未来,随着虚拟现实技术的发展,如何更好地为受众还原现实场景,传达出事件现场的气氛,将成为媒体融合重点关注的话题之一。

(三) 创新叙事者:人格化传播促进情感共振

人格化传播指用人格力量所赋予的文化品位、个性魅力,去传达信息、沟通情感,使传播内容更容易令人接受的一种内容呈现策略。^[16]过往的新闻媒体报道中,往往是以人的口吻进行讲述。在2023年媒体融合十周年之际,可以发现许多报道赋予无生命物体或动植物以人格化视角,引导受众换位思考,引发情感共振的报道实践。2023年年初,旅美大熊猫丫丫的健康状况引发公众担忧,4月27日,南方都市报发布《丫丫终于回来了》系列长图,赋予欣欣、贝贝、雪宝等明星熊猫以人类口吻,化身为丫丫的哥哥姐姐、侄子侄女等表达对丫丫回家的欢迎。既增强了报道的趣味性,也利于唤起受众共鸣^[17]。2023年8月15日被确认为全国首个生态日,当天,澎湃新闻发布《塑料的独白|186秒逐帧呈现塑料帝国疯狂扩张》,该报道用1300多张实拍塑料垃圾照片以逐帧动画视频方式组合呈现,并以“塑料”自白的形式进行讲述,创新叙事主体,吸引公众关注并引发深入思考^[18]。人格化传播综合使用人格化的语言和视觉符号,在传播过程中凸显人的情感、个性和魅力^[19],给予受众亲近感。过去的新闻叙事主体往往以人类本身为主,在报道涉及一些无生命物体或动植物时,多是以第三人称视角讲述,在引发受众同理心方面效果较弱。未来在同类新闻中可以尝试使用人格化传播策略,增强情感共鸣。

融合科普:借助热点新闻普及相关知识

2022年中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《关于新时代进一步加强科学技术普及工作的意见》,其中指出各类媒体要发挥传播渠道重要作用,尤其是主流媒体要发挥示范引领作用,增加科普内容^[20]。盖伊·塔奇曼在《做新闻》一书中提及“新闻是一种知识”理论,强调“新闻是一种社会资源,

是观察世界的一个窗口”^[21]。新闻作为一种特殊的知识,其与法律科普、健康科普和娱乐科普的融合成为2023年媒体内容创新的特色之一。

(一) 法律科普:提升全民法律素养

法律素养指一个人认识和运用法律的能力,包括法律知识、法律意识和法律观念、用法能力三部分^[22]。随着近年来全民普法宣传教育活动的持续开展,人们的法律知识和法律意识有了明显提高,但在普法环境复杂化、普法对象多元化、普法手段现代化的新形势下,如何进一步拓展法律素养科普范围,避免自上而下的说教模式,让公民在参与中获得知识成为一个主要问题。^[23]2023年媒体积极借助新闻舆论热点,普及相关法律知识。4月2日,“张继科事件”冲上微博热搜首位3天后,中国新闻网便发布《五问张继科事件》,文中总结了包括“张继科借条是否成立”“赌债是否受法律保护”等问题,报道热点的同时也为“吃瓜”群众普及法律知识,提高法律素养^[24]。9月4日,瑞幸与茅台联名推出新品“酱香拿铁”,受到全民关注。9月5日,川观新闻发布《3人亲测:喝了这种酱香拿铁,会不会达到酒驾标准?》^[25],再次借助热点新闻科普酒驾相关规定,提醒公众牢记“开车不喝酒,喝酒不开车”的基本法律常识。

党的二十大报告强调“在法治轨道上全面建设社会主义现代化国家”^[26]。其中公民法律素养的培育,基本法律知识的掌握是核心,也是基础。随着算法推荐技术的日益发展,若公众未主动搜索相关法律知识,“信息茧房”式的网络环境将使其很难接触到相关法律知识。通过热点新闻融合法律科普的方式,不仅能够拥有广泛的人群关注基础,同时还有助于法律知识的“破圈”传播,增加全社会法律知识储备量,为深入推进全面依法治国营造良好社会氛围。

(二) 健康科普:加强全民健康知识

2016年10月中共中央、国务院印发《“健康中国2030”规划纲要》,强调各级各类媒体加大健康科学知识宣传力度,积极建设和规范各类广播电视等健康栏目,利用新媒体拓展健康教育^[27]。媒体作为连接医疗卫生和公众健康需求之间的桥梁,在

2023 年媒体内容生产上继续呈现结合热点新闻完成健康科普的导向。7 月 5 日晚，歌手李玟因抑郁症轻生离世的新闻登上微博热搜，引起舆论对于“为什么看起来阳光开朗的人，也会得抑郁症？”这一问题的探讨。次日，央视新闻发布《“她那么爱笑，为什么还会得抑郁症？”》^[28]，该报道从公众疑问出发，提升社会对于抑郁症的认识。10 月中旬，小红书平台“乳腺结节都要被气出来了”等话题引发热烈讨论。10 月 31 日，央视网发布《# 乳腺结节真是气出来的吗 # ？》^[29]，配合漫画对乳腺结节与生气的关系、乳腺结节是否会消失等进行科普，从网友关注的话题出发，提高全民健康知识。

近年来，“每个人都是自己健康的第一责任人”倡导得到广泛普及，公众健康意识高涨，健康知识需求旺盛。随着传播环境的改变，网络已经成为健康科普传播的主要渠道。然而，一些令大众困惑的健康问题，或者不准确的健康信息也随网络传播而持续发酵，此时便要求主流媒体发挥舆论“定盘星”的作用，从公众关注重点出发，普及相关健康知识，提高国民健康素养。

（三）娱乐科普：寓教于乐深化内涵

伴随数字媒介语境的发展，娱乐因素在信息传播中正在走向正当化与常态化^[30]，成为大众传播中的重要环节。科普本质上也是一种大众传播，要使科普有效，就必须从大众的需求出发，满足大众好奇心。在掌握合理娱乐程度的情况下，通过娱乐化的方式进行科普，会比简单灌输更为有效^[31]。4 月 27 日新京报发布《一图看懂 | 中国烧烤图鉴》^[32]以 4 月新晋顶流“淄博烧烤”游客爆满的现状和大众兴趣点切入，制作相关长图。当中国各地特色烧烤呈现在中国地图上时，不仅满足了大众娱乐需求，也达到科普中国美食，提高文化自信的目的。6 月 7 日央视网发布的《一到高考就下雨，到底是不是错觉》^[33]也是一个成功的案例。逢高考便下雨是每年高考前后热门的话题，央视网选取这一通俗化、趣味性强的话题作为引子制作中国气候及人类思维认知科普视频，不仅提高了媒介内容对用户的吸引力，使知识不再枯燥无味，同时通过高考这一情景实现了科学知识的趣味性传播。“寓教于乐”一直

以来都是一种被广大教育工作者推崇和使用的教育方式。当新闻融合娱乐科普，借助愉悦感所带来的主动性和自愿性，将更容易使参与者注意和接收其中的科学信息，加深公众对科学内容的理解。当然需要强调的是，娱乐科普只是科普的一种形式，在运用过程中还必须掌握好度。只有在科学严谨的基础上巧妙融合娱乐元素，才能让内容有更强生命力^[34]。

融合数据：可视化形式增强媒体竞争力

在数据挖掘、可视化技术加持下，我国于 2013 年开启了数据新闻快速发展期^[35]。经过十年发展，我国数据新闻聚焦热点、直观解读、回应舆论的功能不断凸显。

（一）聚焦热点：节约认知资源，提高信息获取效率

20 世纪 40 年代，信息论创始人美国学者香农指出“信息是用来消除随机不确定性的东西”。然而在当前信息爆炸时代，良莠不齐的海量信息反而增加了信息的不确定性^[36]。浩瀚如烟的信息海洋增加了人们识别关键信息、整理核心信息、挖掘有效信息的难度。对此，数据新闻以其可视化、重点数字展示的方式节约大众认知资源，消除信息熵。2023 年 9 月 13 日，澎湃新闻发布《中国城市 70 年天气数据大盘点：更热、更涝、更极端》^[37]，文中将气候变化趋势的多项数据制作为可视化的图表内容，更清晰地展现气候的动态变化，让大众能在最少时间内得到最关键有效的信息。10 月巴以冲突爆发，我国部分公众对此高度关注，然而关于冲突的具体情况，网络平台存在诸多说法。10 月 19 日，澎湃新闻再次以数据新闻方式发布《近 5000 人丧生，卫星图看巴以冲突 12 天发生了什么》^[38]，通过梳理卫星遥感数据、历次冲突伤亡数据以及媒体公开报道，用可视化的卫星图还原这 12 天里陷入战火的加沙地带，大大提升了受众的信息获取效率。阿尔文·托夫勒曾说过：“未来的文盲不再是那些不会读写的人，而是那些不会掌握学习技能的人。”^[39]这句话强调了信息爆炸时代公众要学会利用工具来帮助自身处理海量信息的重要性。而数据新闻在当

下便是这样一个重要工具，其背后媒体通过强大的信息获取能力、信息分析能力和数据可视化技术，充分发挥着主流媒体廓清信息迷雾的“指南针”作用。

（二）直观解读：借助大数据做新时代的瞭望者

做社会“瞭望者”一直是新闻媒体的核心功能之一。以往记者们描述社会变化的方式基本是依靠自身的采写编评，较难展示全面化的社会图景。大数据时代，数据新闻海量、客观的特点有助于记者以大数据方式做新时代的瞭望者，更好地告知公众世界的变动。2023年6月9日，民政部公布2022年全国结婚登记量为683.3万对^[40]，是民政部自1986年以来公布结婚数据的历史新低。6月12日，澎湃新闻从全球视角对比剖析婚育问题，发布《结婚人数屡创新低，中日韩婚姻都有什么变化？》^[41]，从中国的不婚晚婚现象扩展到国际，综合中日韩三国数据，对当前婚恋趋势进行分析，帮助公众了解世界变化。2023年是疫情防控放开后的第一年，疫情后经济重振问题成为许多人关注焦点。7月16日，新华社发布的《这就是信心！8组数据带你看2023年上半年经济活力》^[42]对本年度上半年居民用电量、贷款数、旅游人数等维度的突出数据进行报道，直观陈述经济发展趋势，增强公众消费信心。人类作为一种社会性的具有思维能力的动物，离不开对外部世界的了解，需要不断获取新的信息，以便根据实际变化决定今后行动。新闻行业的诞生使得大规模的社会信息传播成为现实，而报道新闻则成为其最重要的社会职责和基础工作内容。数据新闻带动媒体以大数据方式呈现社会变化，更好地帮助人们判断自己所处的世界，并对未来决策提供帮助。

（三）回应舆论：“后真相”时代引导公众理性思考

“后真相”时代，网络舆情因多方利益诉求的不同而表现为聚讼纷纭、莫衷一是。破解这一困境的关键在于去除网络中的“罗生门”景观、促进信息资源供给的优化和完善^[43]。其中，客观、中立的数据便是最具说服力的证据。2023年数据新闻在展示各方利益诉求，引导大众理性思考，解决舆论争

端中发挥了重要作用。8月30日，石家庄推出“老年人高峰时段地铁不免票政策”引发争议。次日，澎湃新闻发布《老人免费乘车挤占上班族通勤资源，是真的吗？》^[44]，该文使用调研数据结合过往数据分析了老年人出行高峰与通勤高峰是否重叠、公众态度、政府政策等，并以可视化方式将事件全貌客观呈现，一定程度缓和了老年人与年轻人之间由于出行产生的对立情绪。“后真相”时代，网民的信念、情绪、态度和价值观容易受到“网络巴尔干化”和“回声室效应”等导致的“过滤气泡”的影响，网络主流意识形态话语权不断减蚀^[45]。这一背景下的主流媒体更需履行好自身职责，在内容上下功夫。对于重大舆论争议事件，在及时、真实报道的基础上，可进一步考虑以数据新闻的形式展示多方观点，满足网民对深层次新闻信息的需求。

结 语

回顾2023年传媒内容生产，其在时代融合、方式融合、融合科普和融合数据方面已有诸多创新。展望2024年，本文浅谈如下建议。在底层逻辑层面，主流媒体必须继续坚持马克思主义新闻观的指导，在推进党的大政方针政策上发挥先锋引领的示范作用；在技术层面，随着生成式人工智能的发展，未来主流媒体可以利用其不断自我进化、自我学习的特点赋能媒介发展，探索人工智能对于传媒内容生产链条的重塑性可能；在受众层面，随着新媒体环境下受众本位的发展，主流媒体需要进一步挖掘各年龄段受众需求的复杂性，突破传统思维限制，从受众角度思考其信息需求并予以满足；在社会层面，面对复杂的舆论环境，主流媒体应强化对时代脉搏的把握，做好新时代的知识传播，动员社会力量，纾解舆论矛盾，促进社会良性、健康、平稳发展。

【本文为国家社科基金项目“圈群生态视域下网络舆情治理现代化创新路径研究”（批准号：23BXW041）阶段性成果】

参考文献：

[1] 新华社：中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定[EB/OL]. (2013-11-15). https://www.gov.cn/jrzq/2013-11/15/content_2528179.htm.

[2] 新华社：中共中央关于坚持和完善中国特色社会主义制度 推

进国家治理体系和治理能力现代化若干重大问题的决定 [EB/OL]. (2019-11-05). https://www.gov.cn/zhengce/2019-11/05/content_5449023.htm.

[3] 中国之声. #一首说唱带你走进消博会#[EB/OL]. (2023-04-11). <https://www.weibo.com/1699540307/MBwYiDwtj>.

[4] 人民日报. 转存学习! #手账版“一带一路”知识点对#[EB/OL]. (2023-10-17). <https://www.weibo.com/2803301701/NodUOvm9i?s=6cm7D0&type=repot>.

[5] 顾亚奇, 袁文洁. “Z世代”悦己型消费与视听艺术的“破圈”实践[J]. 中国电视, 2022(07): 20-25.

[6] 人民日报. 来收图了! #被这些博物馆藏品笑到#[EB/OL]. (2023-05-17). <https://www.weibo.com/2803301701/N0XNkpwg4>.

[7] 中国新闻网. 【何以中国】盛世中华有多美? AI给中国做了一组名片[EB/OL]. (2023-07-11). https://t.m.youth.cn/transfer/index/url/news.youth.cn/gn/202307/t20230711_14640195.htm.

[8] 光明网. 【时代青音】中华优秀传统文化“两创”工作的内涵与实践路径[EB/OL]. (2023-08-23). https://theory.gmw.cn/2023-08/23/content_36782268.htm.

[9] 澎湃新闻. 5分钟带你了解日本福岛核污染水排海事件[EB/OL]. (2023-08-24). https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_23794358.

[10] 澎湃新闻. 大数据分析电信诈骗, 情感类诈骗最难防[EB/OL]. (2023-09-24). https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_24727593.

[11] 人民日报. 脑洞大开! #定制版反酒驾广告能有多魔性#[EB/OL]. (2023-06-06). <https://www.weibo.com/2803301701/N44yh62nx>.

[12] 央视网. #李佳琦们别再飘了#[EB/OL]. (2023-09-12). https://www.weibo.com/3266943013/4945091237249415?wm=3333_2001&sourcetype=weixin&s_trans=5416696627_4945091237249415&s_channel=4.

[13] 新京报. #3D动画还原巴厘岛命案细节#[EB/OL]. (2023-05-17). <https://www.weibo.com/1644114654/N12SBv9Vo>.

[14] 人民日报. #亲历者原声回忆抗战#[EB/OL]. (2023-09-18). <https://www.weibo.com/2803301701/NjOES3WzU>.

[15] 杭敏. 融合新闻中的沉浸式体验——案例与分析[J]. 新闻记者, 2017(03): 76-83.

[16] 金心怡, 王国燕. 抖音热门科普短视频的传播力探析[J]. 科普研究, 2021(01): 15-23+96.

[17] 南方都市报. #丫丫终于回来了#[EB/OL]. (2023-04-27). <https://www.weibo.com/1644489953/MDWfr3LGh?mod=weibotime>.

[18] 澎湃时事. 塑料的独白 | 186秒逐帧呈现塑料帝国疯狂扩张[EB/OL]. (2023-08-15). https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_24053204.

[19] 吴晔, 樊嘉, 张伦. 主流媒体短视频人格化的传播效果考察——基于《主播说联播》栏目的视觉内容分析[J]. 西安交通大学学报(社会科学版), 2021(02): 131-139.

[20] 中共中央办公厅 国务院办公厅印发《关于新时代进一步加强科学技术普及工作的意见》[EB/OL]. (2022-09-04). https://www.gov.cn/zhengce/2022-09/04/content_5708260.htm.

[21] 新闻是一种特殊的知识[EB/OL]. (2019-07-16). <https://zhuanlan.zhihu.com/p/73859234>.

[22] 冯建英. 非法律专业大学生法律素养研究[D]. 北京: 中央民族大学, 2016.

[23] 何思源. 法律科普携手融媒体引领全景阅读新体验[J]. 全国新书目, 2022(07): 20-27.

[24] 中国新闻网. 律师说法! 五问“张继科事件”传闻背后的

法律问题[EB/OL]. (2023-04-04). <https://www.chinanews.com.cn/sh/2023/04-04/9984011.shtml>.

[25] 四川在线. 3人亲测: 喝了这种酱香拿铁, 会不会达到酒驾标准? [EB/OL]. (2023-09-05). <https://sc.sina.com.cn/news/m/2023-09-05/detail-imzkrex811112.shtml>.

[26] 中国政府网. 习近平: 高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗——在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告[EB/OL]. (2022-10-25). https://www.gov.cn/xinwen/2022-10/25/content_5721685.htm.

[27] 中共中央 国务院印发《“健康中国2030”规划纲要》[EB/OL]. (2016-10-25). https://www.gov.cn/xinwen/2016-10/25/content_5124174.htm?eqid=de18eac40001b11b0000000264886fef.

[28] 新华社. “她那么爱笑, 为什么还会得抑郁症?” [EB/OL]. (2023-07-06). <https://news.cctv.com/2023/07/06/ARTInGwFmsWFXUoML7sstnl230706.shtml>.

[29] 央视网. 【#乳腺结节真是气出来的吗#?】[EB/OL]. (2023-10-31). <https://m.weibo.cn/status/4962798376584465>.

[30] 殷乐. 新闻和娱乐之间: 概念群的出现及变迁[J]. 新闻与传播研究, 2017(06): 105-116.

[31][34] 吴月辉. 科普可以娱乐化吗[J]. 青年记者, 2017(25): 5.

[32] 新京报. 一图看懂 | 中国烧烤图鉴[EB/OL]. (2023-04-27). <https://m.bjnews.com.cn/detail/168252624414259.html>.

[33] 央视网. 一到高考就下雨, 到底是不是错觉[EB/OL]. (2023-06-07). <https://v.cctv.cn/2023/06/07/VIDEIZ6dcuvw0CQ2MNXmqbVe230607.shtml>.

[35] 董卫民, 吴坤玉. 数据新闻演进中的创新向度与未来发展[J]. 未来传播, 2022(04): 48-54+129.

[36] 冯方. 信息时代强化理性思维的方式方法[J]. 人民论坛, 2020(28): 128-129.

[37] 澎湃新闻. 中国城市70年天气数据大盘点: 更热、更涝、更极端[EB/OL]. (2023-09-12). https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_24565304.

[38] 澎湃新闻. 近5000人丧生, 卫星图看巴以冲突12天发生了什么[EB/OL]. (2023-10-19). https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_24918832.

[39] 教育是所有人的事 | 不做21世纪的新型“文盲”[EB/OL]. (2017-06-13). https://www.sohu.com/a/148536475_377353.

[40] 中华人民共和国民政部. 2022年4季度民政统计数据[EB/OL]. (2023-06-09). <https://www.mca.gov.cn/mzsj/tjsj/2022/202204tjsj.html>.

[41] 澎湃新闻. 图解 | 结婚人数屡创新低, 中日韩婚姻都有什么变化? [EB/OL]. (2023-06-12). https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_23389960.

[42] 新华网. 这就是信心 | 8组数据带你看2023年上半年经济活力[EB/OL]. (2023-07-16). http://www.news.cn/fortune/2023-07/16/c_1212244933.htm.

[43][45] 何玉芳, 李戈. 祛魅与超越: “后真相”语境下网络意识形态的风险及破解之策[J]. 北方民族大学学报, 2023(01): 169-176.

[44] 澎湃新闻. 数据·明查 | 老人免费乘车挤占上班族通勤资源, 是真的吗? [EB/OL]. (2023-08-29). https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_24309502.

(周敏: 北京师范大学新闻传播学院副院长、教授、博士生导师; 赵秀丽: 北京师范大学新闻传播学院博士研究生)