

# 时代新闻媒体融合发展的创新与思考大数据

吴 宪

(霍林郭勒市融媒体中心, 内蒙古 通辽 029200)

**摘 要:** 随着互联网技术及电子信息科技的不断发展, 现阶段整个社会已经基本进入到互联网时代和大数据时代。各种媒体的融合已经成为未来发展的一个大趋势, 进行媒体融合的一个前提条件就是以互联网数据为大基础, 结合终端客户的数据需求以及现阶段的媒体服务, 为终端提供准确科学的互联网信息, 并能与终端产生良好的互动, 推动新闻媒体行业的生态链的发展。在融媒体快速发展的过程中, 要注重对于媒体的创新, 树立正确的价值观。使新闻媒体融合发展之后, 能够成为一个具有公信力和传播力的新行业, 本文主要针对于时代新闻媒体融合、发展与创新的相关内容进行研究。

**关键词:** 融媒体 创新发展 大数据

**DOI:** 10.12319/j.issn.2096-1200.2022.23.154

互联网技术及电子信息科技的快速发展, 推动了自媒体行业的出现和发展, 在融媒体时代打破的时间空间和地点上的局限性, 在各种媒体平台每一个人都可以成为新闻信息的发布者、参与者、共享者、讨论者。每一个个体都可以成通过传统的社交软件或短视频平台分享自己身边的一切东西, 满足人们对互联网信息的时效性、猎奇性、快捷性的需要。在这样的一个形势下媒体机构也要积极地改革和创新优化原本的工作方式推动媒体的发展。得益于现阶段的大数据分析技术, 再运用到媒体行业之后, 可以实现网络信息的精准化对接。尤其是现阶段5G网络技术的逐渐普及, 打破了传统无线数据网速和带宽的局限性, 同样也给媒体的发展带来了一个新的时代<sup>[1]</sup>。

## 一、大数据环境下的新闻媒体发展现状

以目前的发展趋势来讲, 传统媒体与新媒体会进行进一步的融合也是未来发展的一个大趋势, 通过将传统媒体与社会新时代的媒体有机的融合, 可以实现多方位信息的更精准投送, 同样民众在使用网络媒体的时候也可以根据自己的需求获得高效的相关信息服务, 可以根据自己的需求进行媒体信息的查询, 满足受众群体的差异化需求, 这也是社会发展到一定程度的一个必然多元化趋势。从外部环境来讲, 现阶段不断发展的互联网及数字媒体技术也进一步推动了融媒体产业的深层次发展, 为其提供了坚实的硬件和软件基础。因此, 现阶段的媒体形式也有传统的文字和图片形式开始向声音、视频、图片、文字多元化的类型转变, 使媒体信息的传达更加全面化, 立体化, 主要发展特征主要体现在以下三个方面<sup>[2]</sup>。

## (一) 大环境下媒体融合速度会进一步加快

自媒体的发展历史还是比较早的, 最早在2012年就有一些互联网公司开始成立了以大数据为基础的网络信息运营平台, 最开始的媒体形式主要是以文字、图片为基础, 后来国内的一些大型互联网公司也开始加大对于自媒体数据平台的开发和运作, 为后期自媒体的进一步发展打下了基础。为了迎合时代的发展, 一些传统的媒体机构也开始进行数据化的转型, 比如原本的一些广播电视台单位或报纸媒介单位也扩展了数据化网络平台的推广渠道, 并且与一些新型的数据传播平台建立了合作关系, 从而初步实现了传统媒体与新兴媒体的融合, 而随着时间的不断发展, 现阶段传统媒体与新媒体的融合也在更加全面更加深入。既满足了新闻信息传播的需要又推动了新媒体的进一步发展<sup>[3]</sup>。

## (二) 媒体未来发展的核心是提高对于用户的服务质量

现阶段一些新时代的新闻媒体通过融合之后, 研发出了很多的终端新闻产品。由于最终的市场空间是有限的, 因此这些终端新闻产品之间也存在较大的竞争。各大媒体平台都在不停地想办法增加自己的用户量, 同样也在努力的吸纳一些自媒体工作者参与到平台的媒体信息运作之中。比如现阶段比较火的产品, 有UC浏览器、今日头条、网易新闻、腾讯新闻、抖音、快手、火山等。为了提高用户体验, 现阶段新闻终端为客户提供的新闻传播内容, 一共包含三种类型, 分别是算法内容、专家内容及原创内容。其算法内容就是根据终端用户个人的浏览喜好推荐其比较偏向或喜欢的新闻内容, 这也是现阶段新媒体发展中

最主要的一个形式，原创内容则是平台作者的一些个性化新闻，增加平台内容的全面化和多样化。专家内容则是传统媒体与新媒体融合之后所输出的新闻内容<sup>[4]</sup>。

### （三）进一步加大了媒体行业的竞争力度

传统媒体除了与新兴媒体进行有机融合之外，有一些相对知名的传统媒体平台也开始尝试着实现多元化的发展，通过多方面的渠道实现信息的传播，满足不同服务群体对象的信息获取需求。比如现在一些电视台和地方的传统媒体机构也开通了公众号、微博、短视频账号等多个APP的官方账号，使原本的信息传递道路更加全面化，通过多元化的新媒体平台，实现更权威信息的传播。同时，传统媒体也正在借助于新媒体的数据化网络平台快速的增加自己的影响力，同时为不同的终端用户提供一些精准化的信息投送，提高用户对于媒体平台新闻浏览的体验好感度。而多媒体终端也借助于官方媒体平台的活跃度及专业性开始快速的扩大市场份额，对于自媒体的一些扩张新闻也可以通过购买会员或购买广告量等方式获取收益。这些新兴的媒体平台获取收益的主要方式是通过广告收入，虽然非常的可观，但其增长空间也相对有限<sup>[5]</sup>。

## 二、新闻媒体融合发展中存在的问题分析

在多媒体技术及互联网技术的快速发展之下，大数据技术也逐渐成熟，新闻媒体采集内容及传播新闻的方式也发生了很大的变化，在一定程度上进一步推动了传统媒体和新媒体的进一步融合。但目前一些大数据下的潜在价值尚未被开发，新媒体终端推送的广告体系中，尚没有一套完整的商业价值链条，其主要内容表现在以下三个方面<sup>[6]</sup>。

### （一）新闻媒体的融合并不是很彻底

传统媒体最大的优势就是能够获取官方权威信息，并由专业的人员对新闻的内容进行加工处理，保证信息传递的准确性。其信息的传递和播送渠道比较固定，有固定的资金来源以及广告支持商，发展比较稳定，用户可以结合自己的需求从相关渠道获取对应的信息。而新媒体平台的特征就是实现了各种新闻信息的数据化，对于网络信息的运营和推送能力更强，但同样新媒体平台受限于资金、产权保护、一手信息的获取和运营方面的问题。无论是传统媒体还是新兴媒体二者都存在着不足和优势，通过将二者有机的融合才可以最大的发挥其价值体系和内容<sup>[7]</sup>。

### （二）媒体信息传播缺乏精准化和定制化

现阶段在一些媒体平台发展中最为突出的一个问题，就是存在着媒体信息的同质化或信息量过于冗余，但在新

媒体的终端应用中又需要给客户精准的内容投诉，从而导致二者之间存在着较为严重的矛盾性。其主要原因就是一些媒体平台对于数据的整合和服务的综合水平与用户的信息需求之间还并不是很对等。用户在浏览媒体终端平台时，会存在大量的碎片化、影像化和同质化的信息，甚至有一些自媒体信息的真实度和质量也不高，从而降低用户的使用体验。导致这一现象的原因比较多，比如一些自媒体平台的运作者对于新闻信息的收集和整理，还与官方媒体之间存在一定的差距，同样在创新性和创作性上也并不是很专业。有一些信息和数据的收集和加工也比较粗犷，手上的新闻资料也难以形成能够吸引用户的内容。

有一些新媒体机构内部所设置的部门分工、职能之间也是不一样的，从而导致一些信息的交流和交换可能存在延迟。对于新闻信息来说，时效性是非常关键的，若想拓宽新闻的传播渠道和提高新闻的时效效率，就需要采编人员能够基于大数据思维提高对于关键新闻信息的敏感力和采集能力。同样对于新媒体的运营机构和企业来说，若传播的新闻信息都是一些低质量的或难以满足用户需求的信息，在降低与终端用户体验的同时也会降低用户的终端浏览量，进一步影响到终端数据流转化为企业的资金效益。

### （三）新媒体企业之间的竞争比较激烈

现阶段新媒体终端市场用户的吸收和扩张，几乎进入到了一种相对白热化的阶段，各大媒体平台都在想尽办法的扩充自己的用户量。也就是在这样的一个模式之下，导致用户已经习惯了享用一些免费信息数据的思维，可能导致一些新媒体平台无法对信息权利人支付相应的信息报酬。另一方面，数据信息市场发展比较混乱一些新媒体企业为了获取更大的市场份额和用户量，采用的营销方式也非常的低俗，比如最常见的一些媒体平台上会出现一些“标题党”或“图片党”通过一些夸张的标题或夸大的图片来吸引终端用户的浏览，导致终端市场的竞争开始变得更加恶性和无序化。

## 三、推动媒体融合发展的研究

对于现阶段而言，媒体发展过程中仍是需要将用户的使用体验放在第1位，保证信息传递的数量和质量，可以通过下三个方面进行完善。

### （一）合理运用大数据资源

在新闻媒体与新媒体进行融合之后要充分运用到新媒体的大数据分析能力，根据数学分析模型，为不同的用户提供精准化的信息投送。从而满足不同用户群体对于新闻浏览的需要。基于新媒体平台搭建出更加智能化人性化的

数据分析平台，给每一个用户都划分上明确的写好标签，同样也给媒体库中的所有的信息也打上对应的标签，从而实现同标签精准信息的匹配和投送，使终端信息投送的更加科学化和人性化。同样对于采编人员来说也要通过大数据平台去充分的挖掘信息，对网络上的数据进行及时的筛选和处理，分析出不同数据信息之间的内在联系，保证所有信息报道的准确性和质量。尤其对于一些交易火热的新闻信息，要发掘不同信息之间的内在关联，相关信息资料和数据进行二次整理和重组之后保证新闻内容的逻辑性，生动性，从而帮助终端用户可以通过更简单更直接的方式了解信息的核心要点。同样在获取广告收益的时候，也可以更加直观直接。

比如客户在投放广告时完全不用担心投放量不足或支付的相应的广告费用之后并没有达到特定的客户浏览量。而新媒体行业最大的特点就是可以对终端数据进行实时的采集，通过后台可以实时的观看到每一条广告的浏览量和点击量，可以根据浏览量、点击量或广告的视频播放的时长进行付费。实现大数据体系化的新闻营销，保障了每一条新闻传播的有效性。无论对于投放广告的企业，还是对于新媒体运营平台来说，双方都是可以获益的。

### （二）加大对信息的深层次发掘和处理

通过大数据技术可以对网上的各种新闻媒体信息进行深层次的筛选和对比，避免投放信息的同质化和低质化，每一个终端用户结合自己的兴趣标签可以浏览到符合自己兴趣需求丰富多元化的信息内容，而这也是新时代下新媒体融合的一个重要特征。媒体工作者可以根据大数据技术进一步发掘用户的喜爱，而针对于同一条信息融媒体中心也可以加工成不同的信息形式，不同的信息传播渠道来满足所有人的信息浏览需求。比如有的终端用户就是喜欢看图片文字信息，而有些终端用户则喜欢听从语音播报，而有的则是喜欢看相应的视频内容。通过媒体融合之后，可以让新闻信息播报的形式更加全面化。

另一方面通过多媒体平台也可以深层次的发掘用户的信息需求，比如可以开放一些媒体的评论平台，让用户在评论区充分交流自己的意见，留下自己的想法，融媒体中心在结合评论者们的评论评论内容了解公众们的信息获取需求或一些通过媒体解答的问题。基于数据分析技术总结出一些排名较前的问题，针对这些问题进行定向解答，同

时可以进一步加大用户和媒体平台之间的粘性。

### （三）要强化对大数据平台的价值观引领

虽然现阶段的融媒体发展的也非常的迅速，各个新闻平台也发展的非常快，但同样当前一些新闻媒体中信息数据良莠不齐的现象和恶性竞争的问题，要有针对性地加强价值观念宣传和法律法规的宣传。使相关企业认识到，进行恶性竞争和虚假宣传的负面影响。可以通过大数据技术净化和治理网络空间，要进一步完善新闻媒体的从业规范和行业秩序，避免在提高新闻数据效率的同时，忽视了竞争过程中的公平性与秩序性。相关企业在提高数据转化为财富的速度和效率的过程中，必须进行市场经济的价值取向抉择，政府和行业组织也必须发挥好风向标的指引作用，真正打造出符合我国国情的良性、公平的新闻媒体生态环境。

## 四、结语

新闻媒体与大数据技术的融合发展是大势所向，但在这过程中也要注重对媒体行业的价值引导，加强对新闻从业者相关能力素质的提升，真正使大数据在新闻媒体发展中发挥出其应有的作用，打造良好有序的媒体市场环境。

## 参考文献

- [1]向薇.大数据时代新闻媒体融合发展的创新与思考[J].卫星电视与宽带多媒体,2022(3):93-94.
- [2]高红梅.媒体融合时代地方新闻网站的创新策略[J].新闻研究导刊,2016(8):284.
- [3]朱庆强.全媒体时代下地方党报媒体融合的发展趋势与创新——以《梅州日报》为例[J].新闻研究导刊,2017,8(3):298.
- [4]刘瑞生.5G时代的媒体融合新趋势——由2019年“两会”新闻传播看中国媒体融合的创新发展[J].出版参考,2019(4):47-50.
- [5]陈佳惠.大数据时代下江苏省主流媒体新闻的融合创新[J].环球首映,2021(4):162.
- [6]王晓东.浅谈融媒体时代新闻编辑创新意识与融合能力的强化[J].新闻研究导刊,2019,10(11):166-167.
- [7]王晓东.浅谈融媒体时代新闻编辑创新意识与融合能力的强化[J].新闻研究导刊,2019,10(11):166-167.