

# 大数据时代新闻传播的创新方向分析

蔡冰 张钰祺 姜晓辉 张广梅  
辽宁省气象服务中心 辽宁 沈阳 110001

**摘要:** 大数据是现阶段时代的代名词,大数据时代的到来,不仅为我国更多行业的发展奠定了坚实基础,也产生了大量的积极影响,大数据凭借着海量的数据信息以及新消息内容改变了我国传统的新闻行业传播途径,为新闻的传播带来了一定机遇,也为其带来了较大的考验。在此时代背景下,新闻行业如何更好地发展是一项值得思考的问题,也是新闻可视化传播的主要研究内容。

**关键词:** 大数据时代;新闻可视化;传播方法;策略分析

## 引言

新闻传播行业在大数据的影响下,也发生了变化,比如信息来源渠道进一步拓宽、传播的速度更快、传播的内容更加丰富,这在一定程度上也促进了媒体行业的转型。大数据是基于信息技术逐步发展起来的,其可以对各种各样的数据进行搜集、挖掘,在一定程度上可以提升新闻传播的速度以及针对性。因此在新闻传播中,大数据具有非常重要的地位,必须顺应时代的发展,对其合理利用,才能够不断革新传统新闻媒体行业,促进其长久的发展。但是大数据是一项新兴技术,应用在传统新闻媒体行业中是对传统理念和方法的彻底革新,需要人员、制度等各方面的配合,因此大数据在新闻媒体行业中应用的效果不佳,故需要深入探究利用大数据做好新闻传播的策略。

### 1 大数据技术来源及特点分析

#### 1.1 大数据技术的资源渠道

大数据的使用和分析技术来自互联网,海量的数据和信息给搜索公司带来了前所未有的挑战。大数据技术发展的同时也催生了一批新媒体的出现,如微信、微博、知乎等自媒体社交平台,社交媒体等新媒体平台的发展推动了新闻传播的发展。今天,新闻和信息的传播在很大程度上依赖于大数据处理技术,大规模数据技术为新闻传播开辟了一条新途径。

#### 1.2 大数据技术的特点

大数据技术是一种从海量信息中将有效信息进行提炼并加以分析的技术。它不仅包含了大量数据的内容,还包含了数据集合的所有元素。信息技术广泛应用于各个领域,已成为监控网络信息传播过程的重要技术工具。今天的头条新闻等新媒体平台在很大程度上依赖于大数据处理技术,预测用户对实时信息的偏好和需求,开发个人传递机制。因此,可以更精确、更及时地向用

户发送各种相关内容,如视频、文字、图片等<sup>[1]</sup>。

## 2 大数据背景下新闻传播的主要特征

### 2.1 大数据应用推动新闻行业变革

面对大数据应用带来的新闻行业变革,我国的互联网企业和各级官方媒体早在20世纪90年代便推出了门户网站,并在21世纪初逐渐将社区、论坛、社交网站等作为新闻传播的重要手段。最重要的是,互联网企业作为商业信息传播平台的主体,逐渐获得了与官方媒体类似的传播职能和平台优势,进一步带动了我国新闻事业的转型。在新的时代背景下,新闻传播行业也日益面临着新的挑战,何利用大数据技术和传播理念,更好地培养新闻传播人才,满足新闻传播需求,传统媒体必须关注。

### 2.2 视觉新闻逐渐取代思维新闻

视觉新闻与思维新闻的区别,关键在于画面的呈现。传统报纸媒体的图文新闻只是提供了新闻的要素,需要受众结合自己的想象和理解,才能获得新闻的画面;大数据时代的新闻传播,能够呈现的要素越来越真实和丰富,尤其是短视频新闻和各类视频娱乐信息的推广,网络受众更乐于直接获得新闻画面,也就是以大数据为基础的视频信息。2022年2月,中国互联网络信息中心发布《第49次中国互联网络发展状况统计报告》显示,我国网络视频用户为9.75亿,占全部网民的94.5%,其中短视频用户占全部网民的90.5%。由此可见,绝大多数网民热衷于直观的视觉刺激,尤其是增速较快的老年网民,31.3%的老年网民首次上网是看短视频,明显高于使用聊天工具(21.5%)和看网络新闻(8.2%)。未成年人也是视觉新闻的主力军,并且明显受到家长的影响。从根本上来说,相比于思维新闻,视觉新闻之所以受到热捧,是大数据技术和理念将文字、图像、声音及互动环节进行了无缝衔接,能够为网络受众提供更加具有视觉感和体验感的内容,并且进一步实现了碎片化内容的

创作和传播,更适合网络受众的阅读需求。

### 3 大数据时代新闻可视化传播过程中遇到的问题

#### 3.1 新闻数据处理有待提升

升对于新闻而言,新闻数据精准是促进新闻行业得以更好发展的关键内容,但是当前情况下,存在的一大问题在于新闻数据处理有待提升,新闻数据能够快速有效地提升新闻真实性,但是当新闻数据内容不准便会引起我国人民群众对新闻真实性产生怀疑,最终严重的影响新闻行业的发展。除此之外,新闻数据的模糊不清也会对新闻传播效果产生影响,使得新闻内容无法与群众进行新闻互动,迫使新闻内容缺少足够的代入感,也无法有效地调动群众情绪,由此可见,当前阶段新闻行业发展过程中,提高新闻数据真实、准确性具有十分重要的意义,然而此项内容也是新闻行业相关人员需要不断研究与解决的内容,更是突破新闻发展瓶颈,促进新闻播放量得以提升的关键内容<sup>[2]</sup>。

#### 3.2 过于注重点击率,忽略了新闻内容的质量

大数据出现之后,新闻行业的竞争日趋激烈,尤其是传统媒体行业,虽然其受众广泛,但是在自媒体出现之后,受众群体明显减少,这与新媒体自身的优势有很大的关系。新媒体可以使人们将碎片化的时间利用起来,能够以受众群体为中心优化新闻传播内容的形式,还能够通过点赞、评论、转发等进行互动,增强与受众群体的联系。在此背景下,一些传统媒体纷纷转战微博、抖音等新型传播平台,但是却忽略了对质量的把控。比如为了增加点击率、涨粉,制造一些假新闻,或者是夸大新闻事实,搞噱头,虽然在短时间内或许可以吸引用户,但是长此以往,必然会影响观众对该媒体的信任度,也不利于媒体行业的可持续发展。

### 4 新闻传播在大数据时代的创新策略

#### 4.1 转变思维方式

在大数据时代应当考虑事物的关联性。例如,沃尔玛曾经在经营期间开展了一次“啤酒+尿布”的活动。该企业相关部门在分析了客户的购买行为后,意外了解到婴儿尿布的男性购买者大多会同时购买啤酒。从逻辑上分析,这两种产品的关联性并不存在。沃尔玛对数据进行详细的分析后,尝试开展了尿布搭配啤酒的促销活动,结果表明,尿布和啤酒的销量得到了极大地提升。这一促销活动充分体现了借助大数据分析产品的相关性,可以提升产品的价值回报。在大数据时代,应当做好新闻传播方式的创新,对自身思维模式的转变,以相关性和数据性为重点。特别是现代社会出现了许多的网络营销和数据营销等活动,应当重视正面临或未来将发

生的事,将注意力由过去时转移到进行时和未来时。如此可以促进新闻传播工作在日后的发展,使其价值生存空间得到提升,为其传播提供更多的支持。

#### 4.2 把握大数据规律寻求转型突破面

对新媒体传播的冲击,传统媒体的生存空间逐渐狭小,传播影响力日益萎缩,互联网环境中的虚假新闻、低质新闻泛滥,新闻过度娱乐化令人担忧,“劣币驱逐良币”的传播局面容易发生。大数据背景下的新闻传播必须要适时转型,将传统报纸的传播融入大数据氛围中,一方面要利用大数据资源对受众画像,了解新闻受众的阅读偏好和行为特征,有针对性地聚合符合受众需要的数据信息,并从网络大数据中抓取有价值的新闻线索,以深度新闻的方式深耕细作;另一方面则需要借助大数据相关工具,比如算法、推荐、流量引导等,将新闻内容有选择性地推送,并开设短视频、直播、VR等专属频道,加强媒体与受众之间的互动,营造更优质的体验感<sup>[3]</sup>。

#### 4.3 对传播媒介进行有效整合

随着实践经验的累积,在新闻传播环节对大数据技术加以应用的体系逐渐走向成熟,相关技术所涉及平台数量也不断增多,但国内多数新闻媒体仍然处于独立运行的状态,尚不具备使各平台数据得到整合的条件。要想从根本上解决该问题,关键是要将传播媒介作为立足点,引导不同平台及媒介进行强强联手,在保证媒介得到充分整合的前提下,最大程度提高大数据的利用效率,降低受众获取信息的难度。例如,由新华报业所打造的客户端——交汇点,在全民防控新冠疫情期间,该客户端对相关资源进行了充分聚合,以多方联动为前提,借助海报、H5和短视频的力量,使表达及传播方式得到优化创新。基于H5所打造的数字产品“白衣侠”,在疫情防控这一大环境下,从护士的角度出发,对多个抗疫故事进行了讲述。另外,由交汇点所推出的抗疫短视频也大受好评,视频发出后,各界人士纷纷转发并留言支持。

#### 4.4 借助新闻可视化弥补传统新闻

宏观叙事上的不足对于传统通过文字进行新闻播报的形式而言,更加注重通过微观的表达进行新闻内容的编辑,使得新闻内容只能通过文字的形式进行阅读,对于新闻真实性也会在很大程度上产生怀疑,对新闻内容的具体性也将产生影响,但是在现阶段的可视新闻传播过程中,新闻编辑人员可以更多地借助数据进行新闻编辑,用以弥补传统新闻宏观叙事上的不足,而且对于可视新闻而言,其更加注重通过大规模的抽样以及普查等

方式进行大数据统计,并借助数据信息分析事件的发生发展规律,对于此种运用客观数据的可视化新闻而言,对事物以及社会现象能够进行充分且客观的宏观报道,由此足以见得大数据的形式对于新闻准确性、可信度的提升有着重大帮助,对于弥补传统新闻宏观报道方面的不足也会产生更多影响<sup>[4]</sup>。

4.5 借助大数据技术,分析受众群体喜欢的内容以及阅读的习惯

近几年,互联网在快速发展,新闻传播也呈现出裂变式发展的态势,从电视,广播,报纸到微博、微信公众号、抖音等,媒介形式日益丰富,每天都会产生庞大的数据。作为从事媒体行业的工作人员,则需要具备分析大数据的能力,能够基于数据对受众的阅读习惯进行分析,从而不断优化新闻内容。比如通过大数据了解同一个栏目中,大众最喜欢的新闻传播的内容形式,如大多数观众更喜爱现场直播式的新闻内容,那么在后期就要转变内容播报的形式。除此之外,基于大数据技术,VR、全景图等新技术也不断发展,新闻从业者若能够科学应用这类技术,便可以进一步提升新闻内容的质量。再如有些受众群体对生活类新闻不感兴趣,比较喜欢军事类的新闻,针对这类客户就可以定期推送军事类的新闻以及相关的影视作品等。总之需要借助大数据,深入分析当下用户的偏好,从用户的角度出发创作优质的内容,实现有针对性的新闻传播<sup>[5]</sup>。

#### 4.6 优化新闻制作机制

(1)在媒体中搜索新闻信息。近年来,微博、微信等自媒体的使用越来越普遍。公众不再是只接收新闻和信息的群体,而是产生和传播新闻与信息的主体。因此,记者应该在这些媒体中寻找相关信息,并利用这些信息实时发布时事。在大数据环境下,记者要通过多种渠道搜索新闻,不仅可以提高新闻质量,还可以提高记者的工作效率。(2)综合媒体平台。在大数据环境下,媒体要想宣传新闻,更好地相互协作,就需要从媒体平台入手,整合媒体平台,推动新闻传播更加高效精准。例如,中央电视台成立央视国际有限公司,整合各类新媒体资源,将公交手机电视、IPTV、手机电视、互联网电视业务转移到央视。

#### 4.7 以传统新闻媒体为依托

在大数据背景下想要创新新闻传播形式,首先就应当做好对传统渠道的拓展,对传播速度的提升,凸显其灵活多样化的特征。当然,无论采用哪一类传播途径和传播形式,媒体都应当传递真实、客观实效的新闻信息。大数据时代带来了大量的新闻信息,也带来了更多的新闻传播素材,然而也带来了信息不对称的问题,难以准确识别信息的客观性和真实性,所以网络中经常会出现大量虚拟新闻信息。想要解决这一问题,就必须保证电视新闻和纸质媒体的权威性和主流性,保证其影响力和公信力不受到影响。向民众传递公正客观的新闻信息,正确引导他们的思想和行为。传统媒体应当加强解析新闻事件,在向受众播报新闻事件的基础上,促进他们对事件内涵的深入了解,增强受众的关注度,体现传统媒体的重要作用。此外不仅应当从形式和内容方面做好对新闻传播的创新,还应当保持传统新闻媒体的优势,结合时代特点,采用融合发展的形式促进传统新闻媒体的进一步发展<sup>[6]</sup>。

#### 5 结束语

综上所述,大数据背景下的新闻传播是多样化、多角度和多角色的,面对自媒体、社交媒体的融入,传统媒体必须认清自身所处的环境,积极借助大数据技术和互联网传播方式,寻求传统媒体在融媒体转型中的新突破,满足新闻受众多样化的阅读需求。

#### 参考文献

- [1]常丽娟.新闻客观性的局限性其现实意义[J].新闻爱好者,2020(6):3-4.
- [2]韩全.新媒体环境下大数据新闻的盈利模式探析[J].记者摇篮,2020(4):132-133.
- [3]陈秋如.大数据技术对新闻传播领域的影响分析[J].新闻研究导刊,2020(4):76-77.
- [4]李志贤.论大数据技术与电视新闻采编的融合发展[J].中国传媒科技,2020(3):47-49.
- [5]张玲玲.现代信息技术大数据对新闻传播的影响初探[J].信息记录材料,2019(1):220-221.
- [6]焦阳,汤沛东.浅析新闻传媒业如何应对大数据时代的冲击[J].电视指南,2019(5):59+61.