

大数据在融媒体及网络舆情中的应用浅析

张骏飞

天津云新媒体集团股份有限公司 天津 300070

摘要: 大数据作为当下极具影响力的技术力量,在融媒体及网络舆情领域发挥着关键作用。它凭借强大的数据收集、处理与分析能力,可对融媒体中多元渠道的海量网络舆情数据进行实时监测,精准识别风险点。通过深度剖析数据,能清晰把握舆情传播规律、情感倾向与核心诉求。依据分析结果,可制定科学有效的舆情应对与引导策略。但应用时也面临诸多挑战,需不断优化技术、完善管理以提升应用成效。

关键词: 大数据;融媒体;网络舆情;应用

引言:在数字化浪潮的推动下,融媒体迅速发展,网络成为信息传播与舆情发酵的主阵地,海量信息在此交织碰撞,网络舆情的影响力与日俱增。传统舆情应对方式已难以适应复杂多变的融媒体环境。大数据技术的出现为这一难题带来了新的解决思路。它凭借强大的数据处理和分析能力,能够对融媒体中产生的海量网络舆情数据进行深度挖掘与精准解读,帮助我们及时洞察舆情动态、把握公众需求,为科学决策与有效引导舆情提供有力支持。

1 核心概念关联与技术驱动逻辑

1.1 核心概念界定与关联性

(1) 大数据核心特征为政务舆情应对奠基:体量(Volume)可覆盖融媒体全平台海量言论数据,重大政务事件数据量超PB级;速度(Velocity)支持实时捕捉动态,新政发布10分钟内可抓全网讨论;多样性(Variety)整合文本、短视频、弹幕等多形态数据;价值密度(Value)虽低,却能从数万条评论中提炼关键诉求(如政策办理疑问)。(2) 融媒体融合属性重塑舆情场景:技术融合构建“政务+多媒介”传播矩阵,拓宽信息触达渠道的同时增加舆情传播复杂度;内容融合要求政务信息兼顾专业与通俗,表达不当易引发负面舆情;渠道融合打破媒体界限,舆情可快速跨平台扩散(如县政务问题从本地论坛发酵至全国短视频平台)。(3) 政务舆情独特属性需大数据适配:主体为关注公共事务的网民与媒体,载体聚焦政务融媒体、主流新闻网站及社交平台,内容围绕民生、政策、公共服务等领域,情感倾向直接反映群众满意度(如疫情防控政策调整期正面舆情占比体现认可度)。三者关联:融媒体是政务舆情主要场景,大数据是核心应对工具,通过挖掘融媒体数据实现舆情全流程精准化处理。

1.2 技术驱动逻辑

(1) 融媒体平台数据整合提供数据源:政务融媒体矩阵(如政府网公众号、地方政务短视频账号)积累的用户互动数据(点赞、评论等)、内容传播数据(阅读量、完播率),及主流媒体、社交平台相关讨论数据,经大数据整合形成完整舆情数据池。例如某市政务融媒体中心对接多平台API,实现每日200万条数据自动采集。(2) 大数据技术升级舆情应对各环节:触发阶段,1分钟内可通过关键词匹配与语义分析,发现政务短视频下“办事难”等负面苗头;扩散阶段,追踪舆情跨渠道传播路径(如从政务公众号评论区扩散至本地短视频账号);演变阶段,用情感分析算法实时监测变化(如民生政策舆情24小时内正面占比从60%降至30%,及时预警);消退阶段,评估处置效果(如舆情回应后3天负面讨论降80%,为后续提供参考)。该逻辑推动舆情应对从“被动响应”转向“主动预判”,适配融媒体环境下舆情传播特点^[1]。

2 融媒体背景下大数据处置政务舆情的具体应用

2.1 舆情监测:融媒体全平台数据的实时捕捉与风险预警

(1) 多源数据采集覆盖融媒体全场景:依托大数据技术搭建“政务舆情数据采集系统”,对接政务融媒体平台(政务公众号、短视频账号、直播平台)、主流新闻媒体(如人民网、地方党报客户端)、社交平台(微博、抖音、小红书)及本地论坛等渠道,通过分布式爬虫与API接口结合的方式,实时抓取政务相关言论、用户互动数据及内容传播数据。例如某省政务舆情监测中心,针对“高考录取政策调整”事件,采集了省内12个政务短视频账号的评论、30家本地新闻客户端的报道留言及微博相关话题的讨论数据,单日处理数据量达150万条,且能自动过滤广告、无闲聊等冗余信息,确保数据聚焦政务舆情核心^[2]。(2) 实时预警机制防范舆情扩

散：基于采集的数据，通过大数据可视化技术生成“政务舆情热力图”，以地域、话题、情感倾向为维度，直观呈现舆情热度，如某市热力图显示，“老旧小区改造”舆情在市区3个街道的讨论热度最高，且负面评论占比达35%。同时，设置预警指标（传播速度、负面占比、涉及人群范围），当指标超标时自动触发预警，如某政务服务大厅“排队2小时”的话题，1小时内转发超5000次、负面占比超40%，系统立即通过短信推送至政务部门负责人，为处置争取时间。典型案例：2024年某地“医保报销流程优化”政策发布后，大数据监测到政务短视频评论区出现大量“不知如何线上申请”的疑问，20分钟内预警至医保部门，工作人员随即制作“申请流程短视频”在各融媒体平台发布，有效避免疑问转化为负面舆情。

2.2 舆情分析：多维度解析融媒体政务舆情核心诉求

(1) 情感倾向与核心诉求识别：运用自然语言处理（NLP）技术，对融媒体平台的政务舆情文本（评论、留言、弹幕）进行分词、实体识别，结合情感词典与机器学习模型，判断舆情情感倾向（正面、负面、中性），并提取核心诉求。例如某市“人才引进政策”发布后，大数据分析发现，正面评论占比55%（集中认可“补贴力度”），负面评论占比25%（主要质疑“落户流程复杂”），中性评论占比20%（询问“学历认定标准”），同时识别出“简化落户流程”“明确学历认定”两大核心诉求，为政策优化提供方向。(2) 传播路径与关键节点挖掘：通过大数据关联分析，构建政务舆情传播图谱，追溯舆情源头并锁定关键传播节点。如2023年某县“乡村道路修缮”舆情中，大数据发现舆情最初由村民在本地政务论坛发布，随后经县融媒体中心公众号转发，再由2位本地粉丝超10万的短视频博主（关键节点）二次传播，导致舆情扩散至市级平台。通过识别关键节点，政务部门及时与博主沟通，邀请其参与道路修缮直播答疑，有效控制舆情扩散。(3) 群体特征分析：整合融媒体平台的用户数据（年龄、地域、职业）与舆情参与行为，分析不同群体的舆情关注点。例如针对“义务教育课后服务”政策，大数据发现25-40岁家长群体（主要活跃在政务公众号与家长社群）更关注“服务时长与收费”，而教育工作者群体（集中在教育类短视频评论区）更关注“师资配置”，政务部门据此分群体开展解读，提升沟通效率^[3]。

2.3 舆情应对与引导：基于大数据的精准策略制定

(1) 定制化回应策略推荐：大数据系统通过分析历史政务舆情案例（如“社保补缴”“不动产登记”等类

似舆情）的处置方案与效果数据，为当前舆情推荐最优策略。在回应时机上，若数据显示同类舆情在事发后1.5小时内回应，负面信息压制率达75%，则建议尽快回应；在回应渠道上，根据舆情主要传播平台选择适配渠道，如某舆情主要在短视频平台扩散，就通过政务短视频账号发布动画解读，而非仅依赖文字公众号；在回应内容上，结合用户核心诉求设计话术，如针对“养老金发放延迟”舆情，回应中重点说明“延迟原因”与“补发时间”，同时强调“咨询渠道”，避免遗漏关键信息。例如某市“公积金提取政策调整”引发舆情后，大数据推荐“1小时内通过短视频平台发布解读+24小时内开设线上答疑直播”的策略，实施后3天内负面舆情占比从40%降至10%。(2) 融媒体平台协同引导：利用大数据分析各政务融媒体平台的用户特征与传播优势，制定协同引导方案。如政务公众号适合发布深度政策解读（用户留存率达60%），短视频平台适合制作通俗科普内容（播放量是图文的3倍），直播平台适合实时互动答疑（互动率超25%）^[4]。在某“城市交通拥堵治理”舆情中，政务部门先在公众号发布《拥堵治理方案全文解读》，再在短视频平台推出《3分钟看懂治堵措施》动画，最后通过直播邀请交警部门解答群众疑问，形成“解读-科普-互动”的引导闭环，正面舆情占比提升至85%。(3) 模拟演练预判风险：通过大数据构建政务舆情模拟系统，输入当前舆情参数（初始热度、传播节点、群众关注度），模拟不同应对方案的效果。例如某省针对“高考加分政策调整”舆情，模拟“不回应”“仅文字回应”“多平台协同回应”三种方案，结果显示“多平台协同回应”可使舆情在5天内降至安全范围，而“不回应”会导致舆情持续15天且负面占比超50%，据此选择最优方案，实际处置效果与模拟结果偏差不足5%。

3 大数据在政务舆情应对中的应用面临的挑战与对策

3.1 面临的核心挑战

3.1.1 数据质量与技术适配问题

融媒体平台的政务舆情数据存在“杂、伪、偏”问题：“杂”指文本、视频、弹幕等数据格式不统一，增加处理难度；“伪”指存在虚假信息与恶意言论，如伪造“政策执行不公”截图传播，干扰舆情判断；“偏”指数据多来自35岁以下年轻用户聚集的短视频平台，忽视中老年群体（依赖传统政务渠道）诉求，导致分析片面。同时，部分基层政务部门技术能力不足，如某县仍靠人工筛选数据，单日仅处理5万条，难适配舆情“实时传播”特点，易错过处置时机。

3.1.2 隐私保护与合规风险

大数据采集需获取用户浏览记录、评论、地理位置等互动数据,处理不当易致隐私泄露,如某地级市政务融媒体平台采集留言时未脱敏,泄露用户手机号、住址引发投诉。此外,《个人信息保护法》要求数据使用遵循“最小必要”原则,但部分舆情分析存在过度采集问题,如收集与舆情无关的用户消费数据,违反合规要求。

3.1.3 人才与组织适配短板

基层政务部门严重缺乏“大数据+政务舆情”复合型人才,现有人员或懂政务不懂技术,或懂技术不懂舆情,导致大数据工具难发挥作用,如某区虽引入舆情分析系统,工作人员却不会解读数据,仍靠经验判断舆情走向。同时,传统组织架构“部门分割”,政务融媒体平台分属不同科室(公众号归办公室、短视频账号归宣传科),数据无法共享形成“数据孤岛”,如“民生补贴发放”舆情中,多平台数据未互通,导致分析遗漏关键信息。

3.2 针对性解决对策

3.2.1 优化数据质量与技术体系

一方面,建立“多维度数据清洗机制”:开发跨格式数据处理工具统一数据格式;引入AI识别技术,通过图像比对识别伪造截图、语义分析过滤恶意见言,某部门应用后虚假信息识别率达90%;拓展数据来源,整合政务热线、线下窗口等传统渠道数据,如某省将12345热线诉求数据与融媒体舆情数据结合,覆盖18-70岁人群,分析全面性提升40%。另一方面,加强基层技术支撑:通过“省-市-县”三级政务大数据平台联动,为基层免费开放统一舆情分析系统,某省应用后基层单日数据处理量达200万条,且内置“一键生成报告”功能,降低操作门槛。

3.2.2 强化隐私保护与合规管理

建立“全流程数据合规机制”:采集环节明确范围,仅收集评论、互动行为等舆情相关信息,不采集消费、社交关系数据;处理环节采用脱敏技术去除身份证号、手机号等标识,并用差分隐私技术在统计中加微小

噪声,平衡数据可用性与隐私保护;监管环节成立合规审查小组,每月审查数据采集使用,某地级市实施后未再发生隐私泄露。同时,在政务公众号等平台公开数据使用规则(如《舆情数据采集与使用说明》),提升群众信任度。

3.2.3 补齐人才与组织短板

人才培养上,推行“政企校协同培养”:政务部门联合高校开设“政务舆情大数据”课程,邀请企业专家授课,覆盖数据采集、情感分析等技能;选拔人员到省级大数据中心挂职,某省实施半年后基层复合型人才增60%。组织架构上,推动“融媒体+舆情”一体化改革:整合平台与舆情管理部门,成立“政务融媒体与舆情应对中心”,实现数据共享,如某市整合后多平台数据实时互通,舆情响应时间从2小时缩至30分钟。此外,建立“大数据应用考核机制”,将数据使用率、处置效果纳入考核,某区实施后大数据工具使用率从30%升至85%。

结束语

大数据在融媒体及网络舆情领域的应用已展现出巨大潜力与价值,它打破了传统舆情监测与引导的局限,为精准把握公众诉求、及时化解社会矛盾提供了科学支撑。然而,当前应用仍面临数据安全、技术适配等挑战。未来,随着技术的持续创新与管理机制的完善,大数据将更深度融入融媒体生态,构建起更加智能、高效的舆情应对体系,为营造健康有序的网络环境、推动社会和谐发展注入强大动力。

参考文献

- [1]李梓煜.网络技术在融媒体广播电视工程中的应用[J].中国新通信,2025,27(05):78-80.
- [2]雷钧,王衍,殷国鑫.基于大数据舆情监测系统的高校网络舆情治理研究[J].公关世界,2025,(06):172-174.
- [3]杨威.突发公共事件网络舆情的治理策略[J].兰州工业学院学报,2025,32(01):122-123.
- [4]王紫雪,陈鹏鑫,陈悦慈.网络舆情监测系统的设计与实现[J].电子技术,2024,53(03):220-221.