大数据背景下传统媒体与新媒体融合发展措施

杨 明

乌鲁木齐广播电视台（乌鲁木齐广播电视集团） 新疆 乌鲁木齐 830000

摘 要：大数据技术的发展为传统媒体与新媒体的融合提供了全新动力，不仅改变了信息传播模式，重塑了竞争态势，还为融合带来了资源共享化、产品多元化及全面数字化等优势。为应对挑战，需采取渠道整合、技术驱动、舆论引导及人才培养等策略，特别是加强媒体机构与高校的人才合作，这些措施旨在推动媒体行业的转型升级，以适应大数据时代的发展需求，实现可持续发展。

关键词：大数据背景；传统媒体；新媒体；融合发展

引言

随着信息技术的飞速发展，大数据已成为推动社会进步的重要力量，在媒体领域，大数据的应用不仅深刻影响了信息传播的方式，还重新定义了媒体行业的竞争态势。传统媒体与新媒体的融合已成为必然趋势，如何在大数据背景下实现两者的深度融合，发挥各自优势，成为当前媒体行业亟待解决的问题，本文将从大数据对媒体的影响、融合优势及发展策略等方面进行深入探讨。

1 大数据对媒体的影响

1.1 大数据改变信息传播方式

在大数据时代，传统媒体的单向传播模式逐渐被打破，新媒体借助大数据技术实现了更加精准的个性化推送，通过对用户数据的收集和分析，新媒体平台能够了解用户的兴趣爱好、浏览习惯等，从而为用户提供更符合其需求的信息内容；大数据还促进了信息的实时传播，新闻事件能够在第一时间被报道和传播，极大地提高了信息的时效性；大数据使得信息传播更加多元化，图片、视频、音频等多种形式的信息能够同时传播，满足了不同用户的需求。

1.2 大数据重塑媒体竞争态势

大数据的出现重塑了媒体的竞争态势，传统媒体面临着新媒体的巨大挑战，新媒体凭借大数据技术能够快速获取用户数据，精准定位用户需求，从而在市场竞争中占据优势，传统媒体也并非毫无优势，其在内容制作、品牌影响力等方面仍具有一定的竞争力，在大数据背景下，媒体之间的竞争不再仅仅是内容的竞争，更是数据的竞争，谁能够更好地利用大数据技术，谁就能够在竞争中脱颖而出。

2 大数据背景下传统媒体与新媒体融合的优势

2.1 实现媒体资源共享化

大数据背景下，传统媒体与新媒体的融合能够极大

地促进媒体资源的共享，在新媒体与传统媒体整合的过程中，新闻资源可以得到科学的开发和运用。在共同目标的引领下，传统媒体和新媒体能够对新闻信息进行融合、研究与分享，这种融合使得双方的优势得以互补，实现效益的最大化^[1]。传统媒体通常能够提供高质量、有深度的新闻内容，而新媒体则拥有先进的技术手段和广泛的传播渠道，能够在第一时间将新闻推送给广大用户，两者相结合，可以充分发挥各自的资源优势，提高资源的利用率，进一步开发媒体消费市场。以电视媒体与网络购物平台的结合为例，电视节目中的特色品牌可以通过网络购物平台进行线上销售，从而拓展电视媒体产品的销售渠道，创造更多的经济效益，电视综艺节目也可以为网络购物平台提供广告宣传，帮助其树立良好的电商形象，推动线上网络购物平台的持续发展，这种融合不仅为传统媒体带来了新的经济增长点，也为新媒体提供了更广泛的宣传渠道，实现了双方的共赢。

2.2 产品形态多元化

媒体融合对传统的报网融合模式带来了巨大冲击，推动了媒体产品向多元化方向发展，传统媒体的丰富文本和图像资源可转化为音视频等形式，从而为受众带来更为丰富、更为震撼的视听体验，借助多种媒体渠道及移动终端、网络平台，能实现媒体融合产品多样化发展，充分利用传统媒体资源，为受众提供更丰富的内容。（1）报纸二维码。报纸二维码为读者打开了一个充满更多深度报道、精彩视频资料等拓展内容的新世界，极大地增强了报纸的吸引力和可读性。（2）有声报纸。有声报纸则满足了那些热衷于通过听的方式获取信息的受众需求，在人们忙碌的日常生活中，有声报纸为人们提供了一种极为便捷的信息获取方式。（3）三维报纸。三维报纸则凭借先进的技术，为读者生动地呈现出更加立体、更加逼真的新闻内容，让读者仿佛身临其境地

感受新闻事件的发生现场。(4) 微博、微信。新媒体平台中的微博、微信等,以其高效的传播速度,能够在第一时间快速传播新闻资讯,并且与受众进行实时互动,从而极大地扩大了新闻的传播范围和影响力。(5) 网站和网络电视。网站和网络电视则可以凭借自身的优势,为受众提供更加丰富的视频内容和深入的专题报道,满足不同受众的个性化需求^[2]。通过这种多元化的产品形态,传统媒体与新媒体紧密地相互补充、相互促进,不但丰富了受众的信息获取渠道,显著提高了信息传播的效率和质量,而且为媒体行业的蓬勃发展带来了崭新的机遇和严峻的挑战。

2.3 融合载体全面数字化

第一,融合载体全面数字化为媒体发展带来了全新机遇。大数据时代的发展为媒体融合发展营造了有利的环境,科技进步尤其是网络信息化技术的发展,推动了新媒体与传统媒体的科学整合。如今,各种软件的开发引发了不同媒体的推广宣传,以微信为例,每一次的升级都能在网络平台上引发热点话题,从而对受众的实际需求产生新的触动,受众需求的不断变化又促使媒体信息不断革新发展,这种变化使得融合后的媒体能够精准捕捉到受众的喜好,进行针对性内容创作和传播。第二,数字化的融合载体打破了传统媒体在时间和空间上的限制。传统媒体往往受到播出时间、发行周期等因素的制约,而新媒体则可以实现实时传播、随时访问,两者融合后,无论是新闻资讯还是娱乐内容,都能以更快的速度、更广泛的渠道传递给受众,数字化还为媒体内容的呈现形式带来了更多可能性,文字、图片、音频、视频等多种形式可以相互融合、相得益彰,为受众提供更加丰富、生动的视听体验。第三,大数据的应用使得融合后的媒体能够更加精准地进行用户画像和需求分析。通过对大量用户数据的收集和挖掘,媒体可以了解用户的年龄、性别、地域、兴趣爱好等信息,从而为不同用户群体定制个性化的内容推荐,不仅提高了用户的满意度和忠诚度,也使得媒体资源得到更加高效的利用。

3 大数据背景下传统媒体与新媒体的融合发展策略

3.1 渠道整合策略

传统媒体所拥有的报纸、电视、广播等传播渠道积累了稳定的受众群体和深厚的品牌影响力,这些渠道以其权威性和专业性赢得了大众的信任。随着新媒体的迅速崛起,新媒体依托互联网,展现出传播范围广的优势,能够突破地域限制,将信息传递至全球各个角落,其传播速度使得新闻事件能够在瞬间被广泛知晓。(1) 传统媒体拓展新媒体渠道。对于传统媒体可以通过开设

官方网站,为受众提供全面、深入的新闻内容和专题报道;建立微博、微信公众号及时发布新闻动态,与粉丝进行互动交流;利用短视频平台,更加生动直观的呈现新闻事件。通过这些新媒体渠道,传统媒体的优质内容能够触达更广泛的受众群体,扩大自身的影响力。(2) 新媒体借力传统媒体资源。新媒体也能将新媒体的优秀文章刊登在报纸上,让新媒体的内容得到传统媒体受众的关注,提升新媒体的公信力,在电视节目中引用新媒体的视频素材,既丰富了电视节目的内容形式,又为新媒体提供了展示的平台,提升了新媒体的品牌形象和影响力^[3]。(3) 传统媒体与新媒体优势互补。通过渠道整合,传统媒体与新媒体能够实现优势互补,传统媒体的权威性与新媒体的时效性、互动性相结合,共同构建起多元化的传播渠道体系,在这个体系中,不同的渠道相互配合、相互促进,传统媒体可以为新媒体提供内容深度和专业视角,新媒体则为传统媒体带来更广泛的传播渠道和受众互动,为受众提供更加便捷、高效的信息服务,满足受众在不同场景下的信息需求。

3.2 技术驱动策略

第一,人工智能技术的应用。人工智能技术在媒体领域的广泛应用极大地提升了内容生产和传播效率。智能写作技术利用算法和数据模型,可以快速生成新闻稿件,尤其在处理大量数据和常规新闻报道方面具有显著优势,大大节省了人力成本和时间;智能推荐系统则依据用户的兴趣爱好,精准地为用户推荐符合其需求的内容,让用户在海量信息中迅速找到自己感兴趣的内容,从而提高用户的满意度;智能语音识别技术也为媒体内容的制作和传播带来便利,使得音频内容的生产和交互更加便捷高效。第二,新兴技术为媒体融合带来新机遇。虚拟现实和增强现实技术为媒体融合带来新机遇,虚拟现实技术能够为用户打造沉浸式的新闻体验,让用户直观感受新闻的氛围与细节;增强现实技术则为用户提供更加丰富的信息展示和互动体验,带来全新视觉感受与信息获取方式。这些新兴技术不仅丰富了媒体内容的表现形式,也为用户带来全新体验,为媒体吸引更多用户和提升影响力创造了条件。第三,5G通信技术的发展。5G通信技术的发展为媒体融合带来了新的机遇,5G具有高速率、低延迟、大容量等特点,可以实现高清视频的实时传输和互动,这使得媒体能够为用户提供更加流畅、清晰的视听体验。在新闻报道中,5G技术可以支持现场直播的高清画质和稳定传输,让观众能够更加真实地感受新闻事件的发生过程,还可以促进虚拟现实、增强现实等技术在媒体领域的应用,为用户带来更加沉

浸式的体验。

3.3 舆论引导策略

在当今信息时代，舆论的影响力愈发凸显，大数据的广泛应用既为舆论传播带来了新机遇，也带来了新挑战，在这样的背景下，传统媒体与新媒体都肩负着重大的舆论引导责任。（1）发挥传统媒体优势，扩大影响。传统媒体以权威性和公信力成为舆论引导关键力量，其专业采编团队和严格的审核确保了信息的客观准确性，传统媒体应持续发挥优势，深入剖析新闻事件和社会热点，为公众提供有价值的观点和建议，积极利用新媒体渠道，发布深度报道和专家解读等内容，扩大舆论引导覆盖面，提升影响力，更好地为公众服务，引导正确的社会舆论方向。（2）新媒体加强自律，配合引导。新媒体以其传播速度快、互动性强的特点，在舆论引导中扮演着越来越重要的角色，但也面临着信息真实性和客观性的挑战。新媒体必须加强自律，严格遵守法律法规和职业道德规范，在发布信息前，进行审核，确保信息真实、准确、客观，积极配合传统媒体，共同引导舆论，利用自身的互动优势，及时收集公众的意见和反馈，为传统媒体的舆论引导提供参考，共同营造良好的舆论环境。（3）合作共赢，引导舆论。在舆论引导过程中，传统媒体与新媒体应紧密合作，可以通过开展联合报道，整合双方的资源优势，对重大事件进行全方位、多角度的报道；通过互动讨论等方式，引导公众积极参与社会热点问题的讨论，激发公众的思考和创造力，双方还应加强对网络舆情的监测和分析，利用大数据技术，实时掌握舆情动态，及时发现不良信息，对于不良信息采取措施进行处理，防止其扩散和发酵。

3.4 人才培养策略

3.4.1 媒体机构人才培养举措

第一，积极组织各类培训活动。举办培训班可以邀请行业专家和技术能手，为员工系统的讲解新媒体技术的应用、数据分析的方法以及新媒体平台的运营策略等；研讨会为员工提供一个交流和分享经验的平台，促进思想的碰撞和创新的产生；学术交流可以让员工接触国内外最新的媒体发展动态和前沿技术，拓宽视野^[4]。第二，

鼓励自主学习创新。媒体机构可以设立奖励机制，对在新媒体技术应用和创新方面有突出表现的员工给予表彰和奖励；为员工建立在线学习平台、提供学习资源等，让员工能够随时随地进行学习和提升。

3.4.2 高校人才培养

高校在课程设置上，应紧跟时代发展步伐，增加新媒体技术、数据分析、人工智能等相关课程，新媒体技术课程可以让学生掌握新媒体平台的制作和运营技巧，如网页设计、视频制作、社交媒体管理等；数据分析课程培养学生对大数据的分析和处理能力，使其能够通过数据分析了解受众需求和行为习惯，为媒体内容创作和传播提供依据；人工智能课程则让学生了解人工智能在媒体领域的应用，如智能写作、智能推荐等，通过设置这些课程培养学生的新媒体思维和实践能力。高校还应加强与媒体机构的合作，建立实习基地，为学生提供实习和实践机会，让学生在实际工作中锻炼自己的能力；媒体机构的专业人员可以到高校担任兼职教师，将实际工作中的经验和案例带入课堂，丰富教学内容。

结语

大数据背景下，传统媒体与新媒体的融合是大势所趋，其具有资源共享、产品多元和全面数字化等优势，通过实施渠道整合、技术驱动、舆论引导和人才培养等策略，可以促进两者的深度融合。面对大数据带来的机遇与挑战，媒体行业应不断创新，把握发展趋势，提升核心竞争力，未来，我们期待媒体融合在大数据技术的推动下，实现更高质量的发展，为社会进步和文化传播贡献力量。

参考文献

- [1]贺剑.大数据背景下传统媒体与新媒体的融合发展[J].大观(论坛),2022,(3):90-92.
- [2]施约限.传统媒体与新媒体融合发展的趋势和对策[J].东南传播,2022,(3):42-43.
- [3]薛志红.新媒体时代传统媒体融合发展路径思考[J].中国报业,2022,(5):74-75.
- [4]徐刚.大数据背景下传统媒体与新媒体融合发展的可行性分析[J].新闻研究导刊,2019(05):99-102.