

传统媒体“数据转型”与新媒体融合发展对策研究

刘媛媛 周历

(济南日报, 山东 济南 250000)

【摘要】随着互联网技术及移动通信的迅速发展, 社会信息化程度不断提高, 我们迎来大数据时代。在此主题下, 新媒体借助其技术力量及广泛的用户基础, 正全力重塑现存的媒体传播结构。面对前所未有的挑战, 传统媒体领域市场份额及影响力均呈下滑态势。不过, 传统媒体在内容创造、专业性和信誉度上保有其独特的竞争优势。鉴于此, 探讨传统媒体与新媒体融合的路径, 不仅是媒体行业应对挑战的自然选择, 也是推动传统媒体数据转型与创新发展的关键途径。本文研究了大数据下传统媒体与新媒体融合发展对策, 旨在为相关人员工作提供参考。

【关键词】大数据; 传统媒体; 新媒体; 融合发展; 对策研究

引言

在大数据时代的背景下, 传统媒体与新媒体的融合发展成为必然趋势。信息技术的高速发展使得新媒体以其即时性、互动性和个性化特征, 对传统媒体造成了显著冲击, 但传统媒体所拥有的采访编辑专长、群众引导力、权威影响力和高公信力仍然具有无可比拟的价值。因之, 针对传统媒体与新媒体的融合发展策略探讨, 十分紧要; 它对于促进媒体行业的创新转型、增进传播效应及迎合受众不同层面的需要扮演着至关重要的角色。

一、大数据下传统媒体与新媒体融合发展必要性分析

从传统媒体本身来看, 在信息传播领域一直秉承“内容为王”, 权威至上的理念。然而, 也正由于其对物理介质的依赖使得其在实时性、互动性以及精准性方面先天不足。报纸时代的文字内容精良, 但是, 纸媒无法避免刊登周期固定的传统模式, 这制约了信息的即时更新和用户需求的快速响应。而新媒体作为数字化的产物, 其传播的速度快, 受众接受灵活, 加上跨地域、全天候和个性化特点, 成为传统媒体的有效补充。通过互联网平台, 新媒体能够快速集结大量的网络用户, 并根据数据分析实现精准传播, 极大提高了信息的交互效率。当然, 新媒体传播迅猛的同时, 也面临着噪音杂多、虚假信息泛滥等负面问题, 这些问题在一定程度上影响了其作为信息传播渠道的稳定性与可信度。

从时代背景和用户需求的角度的分析, 大数据时代赋予了这种融合以全新内容。面对数据量的幂次传播, 纷繁复杂的新媒体传播态势, 我们应当培养对信息挖掘、整理和分析的智能化能力, 使得传统媒体与新媒体相互补足, 共同发展。特别是大数据分析技术的介入, 能够为新媒体提供更准确的目标受众画像, 帮助传统媒体更加科学地定位内容生产

和传播策略。从政策导向上看, 当前, 国家层面不断鼓励并支持媒体融合的进程, 推动的媒体行业整合战略, 促进传统媒体和新媒体企业的版权合作、资源共享, 以及技术创新的联通。这不仅强化了国内媒体的国际竞争力, 也为内容创业者提供了更加广阔的舞台。例如, 以一条马面裙引发的中国风热潮, 通过文字、音频、视频、AI等多种方式, 充分传播, 新媒体交互性、沉浸感的传播方式, 借助大数据手段迅速掌握和反映公众关注, 同时, 传统媒体则以其固有的权威性, 深度挖掘中华文化的博大精深等方面, 将这一国风热潮推向文化高度, 在全球形成引发了汉服和汉文化热潮。实行传统媒体与新媒体的整合, 将出现内容生产的可变性、分发渠道的多元化以及用户参与性的增强, 这一过程中媒介需运用多用途的管理策略, 既保持新闻内容的独立公正, 同时也要满足新旧平台的市场需求和用户体验需求。

传统媒体与新媒体的融合不仅是信息传播效率的飞跃, 还标志着媒介应时代变化的一次全方位革新, 应当在尊重各自优势的基础上, 通过创新方法和科学管理, 实现两者的协同发展, 为受众提供更为丰富多彩、权威可靠的媒介产品和服务。

二、大数据下传统媒体和新媒体融合关键点

(一) 受众群体

大数据时代赋予了受众前所未有的个性化体验, 意见领袖, 社交网络, 以及各类平台的数据分析, 不断拓展受众选择信息的自由度。在此基础上, 信息的传递机制由单向灌输向双向互动转型, 在海量信息中, 受众选择主观能动性增强。数据分析力的增强也使得传统媒体和新媒体在内容创作上能够实现精准匹配, 在大数据的辅助下, 原本单向的信息传播方式, 逐渐转移为更加紧密互动的对话形式, 使得媒体的传播效果和受众的接受度都有所

提升。

（二）传播方法与路径

在大数据时代，传统媒体与新媒体融合发展，已成为传媒发展的必然趋势，融合过程中，需要努力探索的关键点在于传播方法与路径的创新。通过精准分析受众偏好和行为习惯，在拓宽传播渠道的同时，强化内容生产的专业性和创新性，从而实现信息的精准送达和深度传播。大数据技术为提供更加成熟的分析工具，辅助于用户数据的深度挖掘和细分，使媒体内容生产者能够清晰地分析目标受众，进而开展更为个性化、定制化的新闻与娱乐内容的制作。在当前的媒体生态中，传统的线性传播模式正逐渐被个性化的网络传播模式所取代。为应对受众需求，济南日报官方客户端“济南发布”，当前已全新改版，通过首页、视频、指尖发布厅、直播等受众喜欢的版块为切入点，增加其活跃度和参与度，其中，指尖发布厅，受众、单位、企事业单位均可注册，通过发布自己亲身经历、美食、多彩活动等，形成活跃链接，也成为受众交换信息的平台，这不仅提升受众的参与感，也为媒体增添流量和新闻素材。

新媒体通过网络平台和社交工具实现了更为广泛的传播范围与更加快速的传播速度，借助于人工智能技术中的推荐算法，新闻应用程序能够向用户推送与其兴趣相符的内容，从而促使用户的参与度和满意度提高。

（三）从业者队伍

大数据时代下，信息的海量性、即时性和交互性特点要求从业者队伍必须具备多元化的技能和深厚的专业素养，才能适应新媒体环境下多样化的内容生产、高效的信息处理和精准的市场定位。从业者要实现从单一的传统媒体操作人员向新媒体运营者的转变，不仅要掌握传统新闻采编的核心技能，还需精通数据分析技巧、熟悉数字平台的运营管理，以及具备良好的用户分析力和市场预判能力。大数据时代下的信息流动快速而广泛，这就要求新闻从业者必须具备高效的新闻采集和处理能力。如同地质学家探寻地下的宝藏一般，敏锐的数据意识和高超的数据挖掘技术，使得新闻从业者能够从纷杂的数据中找到有价值的信息资源，这是新闻采编的基础和根本。例如，通过对社交媒体数据的深度挖掘，可以发现公众对某一事件或话题的真实态度和情绪变化，进而指导新闻内容的生产和报道方向。这种能力使得新闻从业者不再只是被动的“记者”，而是成为了能够主动预测趋势和引导舆论的数据分析师。

新媒体环境下的信息传播不再依赖单一的线性模式，而是形成了以用户为中心的网状传播网络。在这个网络结构中，内容为王的法则从未改变，但内容的形式和传播渠道却在发生着翻天覆地的变化。因此，

拥有生动的叙述技巧和精美的视觉呈现能力对于从业者来说至关重要。例如，可以看到在许多新媒体平台上，无论是视频内容的制作还是图文并茂的推送，也或是表情包、动图的运用，无不体现着从业者对内容质量至上的追求和对形式多样性的积极探索。传统媒体与新媒体融合中，不可避免地面临着内容生产与分发效率的矛盾，当以速度为先的“垃圾信息”迅速泛滥时，保持内容的高质量、专业性和深度便成为了发挥传统媒体优势、实现传统与新媒体融合的关键。当前，纸媒记者日渐成为采、写、摄、录、编、播一体的融媒“六边形战士”，在保持报道深度和准确性的同时，还可以运用流媒体技术实现实时互动，并综合运用多种数字工具和技术对新闻事件进行更立体、更全面的呈现。

三、大数据支持下的传统媒体与新媒体融合发展具体措施

（一）利用大数据技术优化内容生产

深入分析用户行为数据，以此为基础调整内容产出结构至关重要，通过精确的数据挖掘，可以识别出观众的兴趣偏好和需求变化趋势，进而指导内容创作团队调整和优化节目内容，从而更加贴合受众的期待。该系统能够根据用户的网络行为、历史观看记录以及定制的偏好设置，推送最适合其个人口味的媒体内容。这一过程不仅对用户而言能够增加其满意度和粘性，同时对媒体机构而言也是提升经济效益的重要手段。例如，济南发布客户端将大数据技术应用于推荐系统构建，显著增加了“理响泉城”、“济南都市圈”、“融媒画像”、“海右新论”等优质专栏的受众点击率，通过集合多源数据，包括社交媒体意见、行业趋势报告以及实时新闻事件，可对内容日程进行动态调整，确保内容的关注度、点击量，有效提升了用户的浏览时长，从而最大限度提升纸媒内容影响力。

（二）构建智能化的传播平台

传统媒体与新媒体融合应当重视对大数据技术的引进与更新，不断提升数据处理和分析能力。相关的研究机构 and 高等院校可以参与合作，共同成立研发中心，为媒体业的智能化升级提供技术支撑。

以历下区融媒实验室为例，该实验室就是济南日报、山东师范大学、历下区融媒体中心联合打造，并以战略合作的形式，形成“政校媒”融合发展平台，这也是山东首个“区县融媒实验室”，实验室自成立以来，通过大数据云计算等手段，进一步建设历下口径库项目，搭建全新的新闻发布传播体系。同时，充分发挥政府、党媒、企业等各自优势，推进“产、学、研”融合发展，在课题研究、技术引领，人才培养、新闻实践等方面充分协同，形成数据引领、人才集聚、链条发展的系统性区县融媒发展数字化平台。

媒体机构应投资于云存储和云计算平台的建

设,以便实现数据的快速处理和存储,保障数据的安全性和可靠性。在智能化传播平台的构建过程中,数据分析是不可或缺的一环,以“区县融媒实验室”为例,通过对“历下头条”微信公众号以及视频号,“今日历下”手机客户端的数据指导下,筛选基层活跃群体,不断开发符合用户需求的多层次内容服务。如“花young年华”系列,针对社区群众自发的娱乐活动,以群众喜闻乐见的方式,突出团队特色,捕捉其中“银发文艺带头人”、“社区艺术家”等群体,从受众角度出发,以受众热点和关注点吸引更多的受众。

(三) 实施精准化的用户运营

在技术支持方面,利用大数据和人工智能技术是实现精准用户分析的基础。依托于先进的分析工具,媒体机构能够从用户的行为模式、偏好设定及互动频率等维度进行深度挖掘,转化为高精度的用户画像。例如,通过对用户在App使用过程中的浏览路径、停留时长和点击行为的详尽记录和分析,媒体能够真实地把握用户的行为喜好,从而为内容定制和推广策略提供科学依据。在业务流程的优化上,实施用户运营思维的深化改革至关重要。媒体单位需要设立高效的用户反馈机制,并通过敏捷的迭代更新,快速响应用户的反馈和需求的变化。在此过程中,注重用户体验的设计思维也应贯穿于产品的每一个细节之中。

在内容创新方面,媒体应强化内容生产的内在驱动力和市场营销体系的有效联动。以济南日报与市中区融媒体中心联合策划的济南老商埠开埠120周年系列来说,其中一个产品情景再现了泰戈尔首次访华时,徐志摩朗诵诗歌场景,借助《现代诗人与济南有着不解之缘分》短视频、志摩民国风换装视频打卡等方式,打造志摩IP形象,将历史感与现代时尚相结合,引来一波流量。创作团队需紧跟时事热点,及时产出高质量、多维度的报道,并结合用户特性,进行个性化推送,满足用户的多元化需求。

建立和完善激励机制,充分调动创作者的积极性和创新能动性,同样是提高内容质量、增加用户粘性的关键。在数据分析方面,应当构建全面而深入的数据分析体系,实施专业化的数据分析力量。通过实时监控和评估用户行为数据,精准地把握用户需求的动态变化,并结合市场营销的策略,进行动态调整和优化。比如,借猫猫寺热点,济南日报联合市中区融媒中心策划《闹中取静猫猫园》,以中山公园猫咪亲人为切入点,切合了爱宠团体,爱猫人士的关注需求,加之众多媒体争相转载,全网点击量突破百万。

(四) 开发多元化的商业模式

数据的搜集和分析能力如今已成为媒体行业的核心竞争力之一,媒体必须利用大数据提升对市场需求和社会趋势的分析力。例如,通过大数据分析

用户的消费习惯和行为模式,能够为用户量身推荐内容,甚至预测用户未来的需求,提供更为个性化服务。比如,同样是济南日报与市中区融媒体中心密切合作的乡村振兴主题,六期《村游记》系列专题片细致回答了“农业强不强?农村美不美?农民富不富?”的问题。通过镜头和文字,揭开了市中区义和庄村兰花致富的秘诀;在石固沟村见证了绿水青山的美丽容颜。尤其是青桐山村,当时,这个山村鲜为人知,可用素材寥寥无几,首家报道以泉水豆腐开篇,随后大众网、新黄河等媒体相继跟进,这一名不见经传的小山村,一度成为远近闻名的“网红村”。半年多后,该村自然公园开园,游客闻讯而来。下一步,借助新闻传播和流量带动,计划与该村展开文旅、研学、徒步等相关活动,一方面通过网络传播积攒流量,另一方面通过流量带动商业运营。这一实战,采编团队通过用户的浏览数据、购买记录和社交媒体互动来挖掘潜在的传播机会,并据此调整内容策略,推广与用户偏好相匹配的内容,实现精准营销。

结语

媒体融合,即传统媒体与新媒体协作共生,在大数据时代背景下其重要性愈加凸显,大数据技术的作用不容小觑。对于媒体机构,要积极对应技术的更迭,前瞻性地革新内容生产方法与传播的途径,不断培养复合型人才、探索新的商业模式。在强调用户隐私保护和确保数据安全的同时,借助数据力量,稳固自身的市场地位,并提供更高质量、更丰富多样的服务给受众,进而促进媒体行业的健康与持续发展。

参考文献:

- [1]杨春竹,李志宏.基于大数据背景下的传统媒体与新媒体融合发展模式研究[J].新闻传播,2017(2X):2.
- [2]杨波.大数据背景下传统媒体与新媒体融合发展的研究[J].电视指南,2017(21):1.
- [3]徐龙超.大数据背景下传统媒体与新媒体融合策略探讨[J].中国报业,2018(12):2.
- [4]吕雷.数据背景下传统媒体与新媒体融合发展战略探讨[J].东西南北,2023(4):0049-0051.
- [5]王雪燕.大数据背景下传统媒体与新媒体融合发展措施研究[J].好日子,2021,000(028):P.1-1.

作者简介:

刘媛媛(1988.2-),女,汉族,山东章丘人,职称学历:记者,硕士。研究方向:传统媒体与新媒体融合发展研究。

通讯作者:周历(1987.12-),女,汉族,山东荣成人,职称学历:记者,学士。研究方向:传统媒体与新媒体融合发展研究。