

数字时代媒体数据的重塑、拓展与创新

彭金鸿

摘要：数字技术的广泛应用和用户行为的深度变迁，颠覆了传统的信息生产、内容处理和传播方式。数字革命在新一轮变革中的技术创新和网络整合，在重新定义互联网产业的同时，也给传播领域带来了全新气象。深刻认识并理解把握数字技术与新旧生产形态、数据形态、传播形态的辩证关系，进而推动建构以数据为核心的媒体产业生态和商业模式，成为传统媒体行业拥抱数字技术、实现数字化转型的重要战略选择。

关键词：数字技术；数字革命；数据形态；传播形态；数字化

由于数字媒介的快速发展，媒介的物体系已经强大到想无视都不可能的地步[1]。随着元宇宙等“媒介的媒介”所带来的新模式兴起，传统媒体在转型升级中渴求拥抱数字技术获得新的发展机遇，对大数据资源的整合积累空前重视。

本文探讨的媒体数据概念，主要包含媒体资料库、现有生产内容的数据化以及未来基于数字技术生产的信息内容，也包括对媒体数据的重构生产、内容再造以及价值生成等。

媒体数据的存在，是特色、丰富而多元的，追溯其发展历程，可以分为人工管理、文件系统、数据库和高级数据库四个发展阶段。在具体物质层面，又常常根据媒体之间不同的系统定义、标准转换、自

身定位而演变成数十种形式。例如新华智云打造的中国第一个人工智能平台的“媒体大脑”、人民日报的“中央厨房”+人民云、央视网的集成遥控平台+数据中台、浙江日报报业集团的“媒立方”、南方报业传媒集团的“中央数据库”等。在现阶段，媒体数据呈现复杂多变、重叠交叉的现象，对媒体数据的积累整合、价值挖掘、拓展利用等也各具特色。

媒体数据的重塑：内容再造与价值挖掘

当前，数字技术的飞速发展，已经深度介入并赋能媒体的内容生产与价值实现。挖掘其潜藏价值，重塑媒体数据资源，打造数字化、智能化、智慧化的媒体数据智库中心，已经成为传统媒体数字化转型的必然。

（一）媒体数据的智能化再造

在传媒领域，媒体数据本身一直作为新闻价值的重要呈现方式并被广泛运用。全媒体时代的新技术，为数据存储和内容再生产提供了更多的方式和手段，从大数据、区块链、人工智能到物联网，从固定终端到移动终端再到可穿戴设备，过去很多不可量化的对象，在今天都可以呈现。

媒体数据再造的一个重要基础就是打造数据中台，集数据存储、采集、处理、服务、分析等多个环节为一体的综合平台，不仅可以打通内部与外部资源，还能根据实际需要进行数据供给及各类市场分析服务。在此基础上，通过数字技术的运用，构建统一的数据管理标准，

让媒体资料库从物理存储维度升级到智能数据库精准搜索维度。在数据存储方面，将汇聚的音视频、图文等资源进行智能化处理，自动生成数据资源相关的元数据信息，并通过互联网化的方式进行统一存储和呈现。

在媒体数据使用方面，通过对数据的智能化编目，将一次输入转为多重输出，视频、音频、图片、文本等信息得到快速处理，实现语言的识别、人脸的识别、OCR 的识别、场景的切分、标签、内容摘要、分类的快速提取等[2]。甚至还可以对音视频中出现的时间、地点、关键词、高频词等进行多模态的标记和编目，实现所有资产随时可存、可管、可用。

（二）传统媒体内容的再利用

经过长期发展，传统媒体大量的原始媒体数据成为记录生动历史、展现伟大时代的宝贵财富，对原有的音视频、图文数据等内容进行数字技术处理，隐形的存量资源将产生巨大价值。

特别值得一提的是，客厅大屏正在重回家庭娱乐中心，根据市场调研和分析公司尼尔森的“theGauge”数据，流媒体电视观看人数正在加速回升，用户回归电视终端这一风潮也带动了客厅重回影视内容中心的变革。在此之中，新剧和经典剧成为用户观看影视内容的优先选择。而经典影视剧带来的历史沉浸感及不同的年代内涵，能够给广大受众带来别样的视听体验。从原有数据库中海选拥有版权且剧情经典、角色分明的视听产品，重新制作后再播出，已经成为部分媒体机构赢得收视率的重要策略。借助数字技术，经典影视剧中存在的

低分辨率、划痕和噪声、色彩灰暗等问题得到一定程度的解决。经典影视剧在保留其年代感的同时，在新时代焕发了新的活力。

数字技术为视听内容提供了多种智能助手，有效提升了媒体机构的生产效率和产品的丰富性。例如从原有媒体数据中挖掘具有一定历史共鸣的音视频内容，通过二次剪辑及碎片化处理，打造经典音乐集锦、怀旧剧场、童年时光短片，可以激活怀旧记忆；挖掘珍贵影像和音频资料，打造音视频综合服务平台，可以推动传统媒体发展数字化文化消费新场景。例如，济南广播电视台与济南市档案馆深度合作，依托数字技术手段，关联图片、文字、音视频等不同文化资源数据，用百年影像记录城市变迁，打造了数字化建设的重要承载平台。

（三）媒体数据的智能化修复

数字技术不仅能够精准存储、识别、管理媒体数据，还能推动平台与内容的协同发展。现阶段，媒体机构对数据的技术处理，已经具有视频超分、老片修复、剪辑模板等功能，甚至还有在线云剪辑、直播拆条等智能化应用服务。这些功能的全方位应用，正在全面提升媒体数据的生产、使用及服务效率，为传统媒体数字化转型提供了服务支撑。

媒体数据的修复，主要包括画面修复和声音修复，即通过数字技术，将原有数据库中的胶片、磁盘等进行声音、画面方面的处理。其中包括重新调色润饰，修复老旧产品和破损片源，提升整体质量；将原有的标清升级为 4K/8K 超高清，黑白画面升级为彩色画面等，从而为用户及市场提供更加精准化、智能化的应用服务。例如新华社中国

图片社数字化中心推出的“亿级像素影像数字化解决方案”，可以根据照片、胶片、古籍善本、艺术品等不同材质，提供影像文件清洁修复、高清翻拍和后期图像处理等服务，每天可完成 5000 张影像原件的数字化工作。

媒体数据的拓展：新业态的聚合

媒体数据的新概念，不能局限于现有的媒体资料库，而是要依托媒体平台的信息采集优势不断拓展。其构成应具有多样性，除了传统的媒资数据外，还应包括新媒体平台矩阵数据、分发平台数据、用户行为数据、经营创收数据、安全监管数据等。同时，还可以利用在数据采集过程中的社会交互，建立起政务数据、商务数据、智库数据、舆情数据等媒体数据单元库。

（一）数据+新闻，大数据时代的新闻生产新模式

中国数据新闻的发展，经历了从最初的新闻报道简单复制、数据罗列，到数据更加丰富翔实、数据新闻报道的数量增多，再到“数据新闻”的正式诞生：注重对数据的挖掘、分析，并借助可视化手段呈现[3]。在新闻信息的生产中，数据经常作为新闻背景或新闻事实的呈现方式和观点论据。数字技术为新闻生产所需要的数据提供了更多的采集和加工手段，并正在打破时间、空间、场景的限制，给受众带来全新的认知和体验。

在具体操作层面，不少媒体已经开始利用数字技术对原有数据进行智能化生产，打造更多具有垂直化、针对性的内容，甚至通过大数

据手段实现了精准推送。例如央视新闻在新中国成立 70 周年庆典中，通过 AI 云剪辑技术，快速编辑合成了 86 条 70 秒的阅兵方阵短视频。在庆祝中国共产党成立 100 周年、党的二十大、全国两会等重大主题报道以及反映城市建设、生态文明、科技创新、文化传承等主题报道中，充分运用媒体数据生产数据新闻的理念已经深入人心。

（二）数据+内容，以技术创新赋能产品革新

在数字技术变革影响下，产业之间的介质壁垒被打破，使传媒产业不再局限于单一固定的价值链上，而是朝着跨界经营的全产业链方向发展[4]。5G、AI 等数字技术的应用创新，成为媒体强化技术支撑力、提升内容生产力、打造核心竞争力的助推器。目前，传统媒体依托丰富的媒体数据资源，不断创新开展数字化文化传播与服务。例如人民日报“创作大脑”就将 AI 技术应用到“采编审播”每一个业务细节，全方位赋能平台化生产[5]。

对媒体来说，数据和内容始终是核心。传统媒体可以运用丰富的媒体数据与策划制作、项目执行、市场营销等相结合，不断建设高清视频、图片、自制影视剧、自制综艺节目等高清数据库。在数字视频+MCN 运营方面，投身 MCN 短视频制作、直播服务、广告投放等领域，为用户提供产品、服务和媒介等一站式营销解决方案。

（三）数据+技术，推动创意与业态深度融合

媒体数据的特点之一，就是可以无限复制、组合与再生。全媒体时代，以媒体数据为基础的数字化转型，只有将科技创新与创意思维相结合，才能优化数字化转型效果。

在数字产品+政务商务服务方面，可以开展 5G+4K/8K 超高清视频、VR 全景视频、AR 互动产品、全息投影、3D 建模、MG 动画等内容的创意生产，推出以高端定制视频为主的全息化、沉浸式、交互式优质产品和体验空间。例如，中国丝绸之路博物馆的建设运营就为传媒行业市场化转型提供了创新借鉴，作为真正意义上的数字博物馆，其包含了数字藏品、数字展览、数字知识、云上策展等功能。与此同时，中国丝绸之路博物馆还提供了一个更为重要的理念，即从数字合作到数字融合，利用各博物馆已有的数字化成果，实现数字融合、开放共享。

媒体数据的创新：打造全要素链条

面对已有和随时产生的海量数据，传统媒体需要创新性地加以运用，利用数据思维实现数字化改造。具体到媒体机构的数字化转型，主要是解决传统媒体影响力在数字世界重塑和商业化创新的问题[6]。即需要利用原有的数据资源和技术力、传播力进行深耕细作，不断延伸价值链产业链，拓展市场盈利空间，开展多元化经营，培育壮大传媒产业生态集群。

（一）数字“新基建”，助力组织架构创新

“新基建”是以技术创新为驱动，提供数字转型、智能升级、融合创新等服务的基础设施体系[7]。作为伴随数字技术发展而来的新形态，媒体数据已经以全新的形式深度融合到“新基建”中，特别是在出版传媒行业及城市管理领域，围绕“数据湖”目标建设的数据“新基建”，已经成为抢占未来数据市场的核心利器，其重点是建立“四

台”，即数据中台、内容中台、风控中台、运营中台。同时通过传统媒体领先的技术力、传播力优势，推动人才团队及运营管理不断创新。传统媒体可探索围绕“内容+技术+艺术+产业”营销全链路，整合优质资源，建设视听产品创作基地、文旅融合基地、产教融合基地，推动产业形态向多元化方向发展。

（二）数据+版权，打造产业运营新生态

传统媒体海量的数据资源和强大的内容生产力，是其区别于其他媒体的独特优势。数字化时代，如何促进版权与其他行业发生“化学反应”，其核心就是不断强化对版权的运营与开发，打造版权运营新生态，赋能传媒行业高质量发展。

传统媒体可通过数字技术赋能媒体数据，建立视听产品版权交易平台，使原有的数据资源真正面对市场，成为具有价值属性的数字商品，这是打造数据版权产业运营的关键。传统媒体强大的技术力、影响力、公信力，将成为版权交易巨大的优势。南京广播电视台牵头组建了长三角视听版权联盟，推进长三角视听版权“全产业链式”发展。作为版权运营先行者之一的中广天择传媒公司，打造了淘剧淘、节目购两大全国性交易平台，在全国版权单位中发挥了一定的引领作用。

（三）元数据分析，提供新参考、新路径

元数据是关于数据的组织、数据域及其关系的信息，简单来说，元数据就是被用来描述数据的数据。伴随着数据量级、数据类型、数据增速、数据共享需求的跃升，元数据的重要性日益凸显[8]。在数字技术的深刻影响下，依托庞大的媒体数据库产生的元数据变得极为

便捷和有效。例如通过对新闻生产者的数据分析，可以对传媒行业人员管理形成更加精准的奖惩帮扶机制；分析新媒体平台的数据资料，可以对热搜、热榜等提供更好的创作路径；通过对网站及 App 中用户行为及习惯的分析，可以优化栏目设置、内容推送，甚至可以为不同政府部门和行业领域、城市管理提供参考。

（四）数据+元宇宙，数据市场的未来爆点

元宇宙是整合 VR、区块链、NFT 等多种新技术而产生的新型虚实相容的互联网应用和社会形态，它是一个平行于现实世界又独立于现实世界的虚拟空间。元宇宙预示了数字革命序列中新一轮的技术创新和网络整合，在昭示着互联网产业大变局之时，也宣告着对传播领域的重塑和搅动[9]。在元宇宙中，数据对于维系元宇宙至关重要，尽管元宇宙还处于起步阶段，但“数据”这一核心生产要素正在改变各个行业的生产模式和商业模式，帮助企业进行数字化创新，助推传统产业转型升级。但与传统应用场景不同，元宇宙沉浸式、多元化的场景特征，将拓宽内容传播的渠道与边界，为用户提供更加精准细腻的信息与服务，创造全新的传播“现场”。这也为传统媒体的数据创新应用提供了更多的想象。

结论与讨论

数据作为新型生产要素，是数字化、网络化、市场化的基础，已经深刻融入传统媒体采集、生产、宣发、管理、服务等各个环节。传统媒体拥有海量的数据资源优势，但要将存量优势转化为发展优势，

还需要实现数字化转型、系统化集成、集约化运作。深刻认识媒体数据的价值优势，改善数据的存储环境、要素供给、流通机制，建立健全相关的生产体系、管理体系和交易体系，以数字技术赋能传统媒体的发展，才能为其发展注入新动能、打开新境界。

参考文献：

[1]胡翼青，张一可. 媒介的呈现性与物质性：当下媒介化研究的两元取向[J]. 青年记者，2022(19).

[2]安永录. 基于人工智能的智慧媒资典型应用与实践[J]. 广播与电视技术，2020(09).

[3] 郑峰山 . 中国数据新闻的发展历程 [EB/OL]. (2016-03-01). <http://media.people.com.cn/n1/2016/0301/c402777-28162127.html>.

[4]陶喜红，陈雨坤. 转型背景下传媒产业价值链结构演变趋势[J]. 青年记者，2022(01).

[5]崔保国，陈媛媛. 2021—2022年中国传媒产业发展报告[J]. 传媒，2022(16).

[6]李晶. 主流机构媒体数字化转型实践探究——以第一财经为例[J]. 全媒体探索，2022(07).

[7]姬德强，朱泓宇. 作为发展与治理话语的“基础设施”——基于2005—2020年的政策文本分析[J]. 中国新闻传播研究，2021(03).

[8]刘珊，黄升民. 元宇宙破题[J]. 现代传播(中国传媒大学学报)，

2022(07).

[9]胡泳, 刘纯懿. 元宇宙作为媒介: 传播的“复得”与“复失”

[J]. 新闻界, 2022(01).