

2、卷积层：训练矩阵在卷积运算初期拆分成表示组成结构特征和指代内容特征的两部分，分别从词语词性和词语释义用卷积核逐层抽取特征。提取出的特征加权融合以特征图的形式输出进入池化层。

3、池化层：加权融合后的词语语义分布降维排列得到特征M，对关键特征压缩整合后得到特征组，将池化后的组成结构特征和指代内容特征按照权重意义顺序依次拼接成向量M'。

4、反卷积层：对上一层拼接后的向量M'重新采样，拆分成一个附有全新分类的包含语义项的数组。反卷积层的空间特征保持输入向量的原始结构，不破坏语义项基础构成。加入损失函数计算语义项损失之和，提高模型准确率。

5、半连接层：将拆分后的语义项数组归一化整合成一个新的向量，半连接层省略掉没有实际意义的向量特征，对分布不平衡的样本进行相应调整，最大化了特征提取的精确度。

6、输出层：计算新向量的Softmax函数值，得到组成结构特征语义项和指代内容特征语义项的对应概率分布。

在输入预处理文本后，先后经过字词向量层特征向量层。特征向量生成以后完成整个消歧工作最后的分类部分。在多次筛选以后选择消歧效果最可观的SVM模型。分类器输入选择优化后的有独立训练能力的环境特征向量。模拟二分类问题把拆分后语义项的内容融合成一类，再将融合成的一类重新划分成两个浅层子类，直到循环产生语义项排序的单独类别，训练时，可结合上下文提及内容或本文优化后的环境特征内容判断关键词词义后再消除歧义。

四、实验结果与分析

实验设置中设定词汇表统一长度为6000个字符，经过测试实验对比卷积核大小128，卷积窗口大小3~5，反卷积核大小128，反卷积窗口默认为5。上下文特征窗口、主题特征窗口以及环境特征窗口由于实验需要，均设置为10。训练样本迭代次数50。分类模型的实现用支持分类回归聚类操作的sklearn学习库，以上参数设

置均为实验中效果最佳所对应的实验参数。在实验中采用自然语言处理中常用衡量实验可行性的MUC标准，分别是精确率P(Pm)、召回率R(Rx)、F值(F1')，以这三个值来评价算法测试结果，其计算公式分别如下：

$$Pm = \frac{\sum_{i=1}^N P_i}{N}, P_i = \frac{TP_i}{TP_i + FP_i} \quad (4.1)$$

$$Rx = \frac{\sum_{i=1}^N R_i}{N}, R_i = \frac{TP_i}{TP_i + FN_i} \quad (4.2)$$

$$F_1' = \frac{2PmRx}{Pm+Rx}, F_1 = \frac{2PyRy}{Py+Ry} \quad (4.3)$$

在不同语言环境下有不同的词语特征结构，词语构成方式和词语结构内容都直接或间接的影响着指代分析模型的优化性能。本文的另一重点是拆分词语组成结构明确词语指代分析。本文对在指代分析模型中特征提取方法进行对比，分别在三种词性的基础上从结构、内容、先后顺序以及融合方法进行对比。

实验结果表明，词语词性和内容上的差异会直接影响着中文消歧的准确率和可行性。指代内容从词语词义角度出发，故在词义通常基本没有大变动的名词词性里效果较为显著。组成结构从词语词性入手，故在多次现象最为严重的动词词性种类中效果显著。可看出先拆分成结构后分析指代内容在四组实验数据中是效果最差的，因为在结构和内容上都没有绝对优势。本文提出的方法在卷积神经网络的输入端从结构和内容上同时分向进行。故融合方法在三种词性上均以更高的准确率呈现。

参考文献

- [1] 马付玉. 中文短文本语义相似度计算方法研究[D]. 西安科技大学, 2019.
- [2] 刘奔奔. 基于集成训练模型的实体链接模型[D]. 哈尔滨工业大学, 2019.
- [3] 程晓煜. 基于神经网络的中文词义消歧研究[D]. 郑州大学, 2019.
- [4] 邵玉涵. 基于知识和图结构的词义消歧算法研究[D]. 合肥工业大学, 2019.

大数据时代下传统媒体与新媒体的发展困境探讨

张鹏

(大众日报社 山东 潍坊 261000)

摘要进入21世纪, 人们的生活方式越来越多样化, 随着信息技术的深化, 社会结构逐渐发生改变, 我们正处于一个高度信息化社会, 这也为大数据技术的形成提供了基础, 大数据技术是推动我国现代化发展的重要技术, 它在各个行业领域都有着广泛的应用, 毫不夸张地说, 大数据时代已然来到。针对以数据信息传播为主的新闻传播行业来说, 大数据时代的到来推动了新闻传播行业的改革进程, 使得传统媒体不得不探索新的发展方向。基于此, 本文就对大数据时代下传统媒体与新媒体的发展困境进行了一个较为详细的概述。

关键词大数据时代; 传统媒体; 新媒体; 发展困境
DOI 10.12252/j.issn.2096-6261.2020.05.084

引言

大数据是海量数据的整合, 其数据结构复杂、数据类型繁多, 具有多重叠加性。“大数据”这一概念最早由美国麦肯锡提出, 他说: “数据已经渗透到了每一个行业领域, 成为其行业领域发展的重要因素, 人们对于海量数据的挖掘和运用分析, 预示着一波新的商业浪潮和消费者盈利浪潮即将到来。”大数据对商业领域的发展有着非常突出的影响, 通过大数据技术, 可以实现商品精准营销, 出现了一系列线上服务平台, 比如亚马逊、淘宝等电商平台, 平台根据数据筛选为用户匹配针对性的产品, 以此有效提高平台线上交易量。

一、大数据对媒体的影响

大数据时代的到来, 推动了各个行业领域的发展进程, 对于以信息数据传输为主的新闻行业尤其明显, 通过大数据技术, 可以挖掘出新闻信息数据背后的价值, 使新闻形式有更加多样化的选择。手机、电脑在已经广泛应用于人们的生活中, 也正是因为如此, 人们进入了一个全媒体时代, 每个人都是信息的传输者和生产者, 任何一个人都有可能成为新闻记者, 新闻报道不再具有专属性。依托于大数据技术的多样化结构, 可以让上网的人们实时了解不同区域的动态消息, 只要人们在网络上浏览信息数据, 就会产生浏览记录, 具有时效性特点。新闻都来源于生活, 在随处可见的电子设备上, 新闻题材更加多样化, 在大数据的调控下, 传统的新闻形式已经转为了新媒体形式, 人们更注重新闻本身的看点。从新闻报道内容上来看, 大数据下的新闻数据量比较庞大, 产生的新闻五花八门, 其内容质量也参差不齐, 相较于传统新闻, 可能稍微欠缺了一点深度。人们在网络上产生的文字信息、图片信息、视频信息, 都会以数据的形式在网上传播, 这些数据信息构成了网络信息的主体, 媒体报道的信息相较于这些信息如九牛一毛, 在广泛数据下, 如何找到有用的新闻数据是目前新媒体面临的挑战。作为新媒体从业人员, 要有较高的文字运用功底, 能够熟练处理文字、图片编辑, 懂得从海量数据中找到关键性数据。

二、传统媒体与新媒体的发展困境

任何一项技术的应用必将掀起相关行业领域的发展风暴, 目前新媒体已经有了一段较为漫长的演变历史, 技术的更迭使得新媒体发展举步维艰。就以新浪微博的发展来说, 在2011年, 新浪微博在网络中横空出世, 它以自媒体社交为核心, 以强势之姿迁入互联网, 旨在为大众发声, 改变传统媒体传播方式, 随着时间的更迭变化, 新浪微博现在已经入不敷出, 在新浪微博强势发展的这几年中, 它不断深化自身的新媒体属性, 却忽视了最初的定位: 社交媒体。当产品定位偏离了最初的设计理念, 那么出现这样的问题是必然的, 我们现在所熟知的微信, 就将社交媒体这一理念贯彻得很好, 当然, 微信与新浪微博之间存在一定的共性, 只是新浪微博与最初设计理念相悖, 走下坡路是必然的, 加上近几年媒体网站的增加, 不断冲击着微博的发展, 虽然微博还是处于媒体顶层, 但其盈利模式始终没有一个合理的规划, 限制了微博的发展。微信的快速发展刺激了社交软件的增长, 使得社交媒体竞争越来越激烈, 良性竞争可以有效推动行业的发展进程。但当这种竞争超出了市场需求, 就会带来负面效应, 当新闻成为一种商品, 新媒体附带的价值就更高, 延伸的

竞争性就更高, 但没有界限的竞争必将限制新媒体的发展。

传统媒体的发展困境与新媒体发展困境相反, 新媒体是竞争激励, 而传统媒体是过分安逸, 新媒体的出现已经打破了传统媒体的局限性, 但传统媒体却毫无作为, 没有做出实质性且有效的变革措施。传统媒体没有居安思危的意识, 因为我国新闻媒体都是体制新闻, 国家扶持力度大, 权威性高, 人们对官方媒体的认可度非常高, 很多从事传统媒体行业的人员并不重视新媒体的出现, 直到新媒体不断挑战传统媒体的地位, 不断向传统媒体质疑, 向权威质疑, 新媒体不断深入人们的生活中, 让人们真正认识到了新媒体, 所以从某种程度上来说, 传统媒体面临的不是技术问题, 更多的是信任危机。

三、传统媒体与新媒体的发展趋势

随着时代更迭变化, 在大数据时代下, 传统媒体与新媒体相互融合发展已成必然趋势, 两者可优势互补, 达到媒体交互的效果。单一的媒体发展在未来必将失去核心竞争力, 大数据时代下需要的是多种传播手段能够综合运用的媒体, 传统媒体与新媒体的融合最为直观的体现就是内容更加丰富, 受众群体范围更广, 其权威性更高。传统媒体信息发展具有一定的延迟性, 要考虑封面版面问题和外界因素等, 所以很多时候无法保证信息发布的时效性, 而通过新媒体, 可以很好的解决此类问题, 新媒体打破了时间限制和空间限制, 对需要发布的信息进行整理, 配上合适的音频和图片, 可以使信息更加丰满生动, 帮助传统媒体多个方面传播信息内容。还有就是传统媒体与新媒体的融合可以保证信息传播的时效性, 新媒体主要依托于网络平台将信息传播出去, 在网络交互的作用下, 可以使新闻信息及时发布, 广泛传播。比如一些重大自然灾害的报道, 受外界环境因素和地理因素影响, 传统媒体无法在短时间内将有用的信息进行排版发布出去, 就算发布出去了, 超过了规定的时间信息也失去了应有的价值, 而借助于新媒体, 可以避免信息传输的不稳定性, 在新媒体的传播下, 外界人员可以在第一时间了解到灾区情况, 便于指挥人员能够及时采取管控措施。

四、结语

在大数据时代下, 无论是传统媒体还是新媒体, 都应该正确认识到时代发展的趋势, 对于传统媒体来说, 这是一个最好的时代, 也是一个充满挑战的时代, 与新媒体融合发展是时代发展的必然趋势, 两者相辅相成, 要创新媒体形式, 深化媒体内容质量, 虽是融合, 但传统媒体和新媒体要保持各自的特色, 从而推动媒体行业的可持续发展。

参考文献

- [1] 杨影, 曹达纯, 廖静茹. 传统媒体如何应对新媒体时代的转型[J]. 新媒体月刊, 2018(35): 94-102.
- [2] 刘光辉, 刘守田, 刘赞. 大数据时代下传统媒体与新媒体的发展困境探讨[J]. 新闻传播, 2018, 25(12): 52-53.
- [3] 刘馨泽, 吕如坤, 张永民. 大数据时代下传统媒体与新媒体的发展困境探讨[J]. 山东大学, 2018(15): 41-42.