

# 基于大数据时代广电新媒体融合与发展

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：**大数据时代下，广电新媒体融合成为必然趋势，为适应受众需求变化及提升竞争力，广电新媒体需采取内容、渠道、技术和人才的融合策略，通过内容创新满足多样化需求，多渠道传播拓宽覆盖范围，技术升级提升用户体验，人才培养强化团队实力，这些措施旨在构建更完善的传播体系，强化品牌影响力，有效应对大数据时代的挑战，发挥广电在新媒体环境中的独特优势。

**关键词：**大数据时代；广电；新媒体；融合与发展

## 引言

在大数据技术的浪潮下，信息传播方式与受众习惯正经历着前所未有的变革，广电新媒体作为传统媒体与新技术融合的产物，正面临新的挑战与机遇。为了顺应受众需求的变化，提升市场竞争力，广电新媒体必须积极拥抱大数据，通过内容、渠道、技术和人才的融合，打造全新的传播生态，本文旨在探讨大数据时代广电新媒体融合的必要性和策略及发展方向，期望为广电新媒体的融合发展提供有益参考。

## 1 大数据时代广电新媒体融合的必要性和策略

### 1.1 适应受众需求变化

在大数据时代，受众对信息的需求更加多元化，不再满足于单一形式的新闻、娱乐等内容，而是希望能够获取包括文字、图片、音视频等多种形式的信息，广电新媒体融合可以通过整合不同类型的媒体资源，为受众提供更加丰富多样的内容。受众对互动性的需求不断增长，希望能参与到信息的传播和讨论中，表达自己的观点和看法，新媒体平台的互动功能为满足受众的这一需求提供了可能，广电与新媒体融合可以更好地实现与受众的互动，提高受众的参与度。

### 1.2 提升竞争力

随着新媒体的迅速崛起，传统广电面临着巨大的竞争压力，新媒体具有传播速度快、传播范围广、互动性强等优势，吸引了大量的用户，为了在激烈的市场竞争中立足，广电必须与新媒体融合，充分发挥自身的优势，弥补自身的不足，通过融合，广电可以借助新媒体的技术和平台，扩大自己的传播范围，提高传播效率，从而提升自身的竞争力。

### 1.3 发挥广电优势

广电在内容制作、品牌公信力等方面具有独特的优势，广电拥有专业的采编团队和制作设备，可以制作出

高质量的新闻、综艺、电视剧等内容，经过长期的发展，积累了较高的品牌公信力，受众对广电的内容更加信任，与新媒体融合后，广电可以充分发挥这些优势，为新媒体平台提供优质的内容，提升新媒体的品牌形象和公信力。

## 2 大数据时代广电新媒体融合的策略

### 2.1 内容融合

在大数据时代，广电新媒体需要凭借高质量内容吸引用户，传统媒体在内容采编领域拥有深厚的底蕴与专业采编队伍，擅长深入剖析新闻事件的背景、细节及深层含义，确保报道的全面性和准确性，其长期树立的权威形象增强内容的可信度和影响力，在融合进程中要充分发挥传统媒体的优势<sup>[1]</sup>。对传统媒体内容进行数字化、碎片化、分众化处理，数字化处理借助大数据分析，了解不同受众的需求，将传统的音频、视频内容进行调整，通过整合内容，打造丰富的内容资源库，为用户提供更多选择，数字化后的内容能更好地与新媒体结合，成为大数据时代广电新媒体的重要表现形式；碎片化处理适应了现代社会快节奏的生活方式和受众碎片化阅读的习惯，把长篇内容分解为短小精悍的片段，使其在新媒体平台上能够快速传播和分享，提高内容的传播效率；分众化则根据不同受众群体的特点和需求，量身定制个性化内容，通过对受众进行细分，了解不同群体的兴趣爱好、年龄层次、消费习惯等，制作出更具针对性的内容，从而大大提高内容的吸引力。通过微博、微信、短视频等新媒体渠道，传统媒体的内容可以得到广泛的传播，在传播过程中，不仅可以扩大内容影响力，还能收集受众的反馈和意见，为内容创作提供宝贵的参考，进一步优化内容，使其更符合受众的需求和期望。

### 2.2 渠道融合

在大数据时代，传统广电媒体的传播渠道较为单

一,往往局限于电视、广播等传统平台,在一定程度上限制了节目内容的传播范围和影响力,而广电新媒体凭借多渠道融合的策略,能够显著提升节目资源的利用效率,有效规避优质节目内容的重复利用问题,降低资源浪费现象。在融合过程中,对传统媒体原有节目实施有效的信息拆解与重组,将这些节目重新打造为适配不同平台播放的产品,拓宽了原有内容的传播路径,使节目能够被更广泛的受众群体看到,通过对现有节目资源的优化利用,无需投入大量的制作成本,就能够实现内容的广泛传播。在大数据背景下,广电新媒体的传播渠道展现出多元性与技术型特征,互联网与物联网均可作为提供多元化内容获取途径的体验平台,丰富了用户获取内容的方式;技术型特点主要体现在运用前沿科技拓宽媒体传播路径上,特别是3D技术的引入,为新媒体开辟了全新的展示方法,这一技术超越了传统文字叙述与人工播音的单一框架,融合了声音、光影与电子技术,赋予观众直观且沉浸式的体验与感知,这种创新的展现模式提升了新媒体内容的可接受度,增强了用户的参与感和沉浸感。

### 2.3 技术融合

(1) 大数据技术。大数据技术通过对大量用户数据的收集和分析,精准地描绘出用户画像,深入了解用户的兴趣爱好、观看习惯等信息,以此为基础,广电新媒体可以为用户提供个性化的内容推荐和服务,这种个性化的推送不仅能够满足用户的特定需求,提高用户的满意度,还能增强用户与平台之间的粘性<sup>[2]</sup>。(2) 人工智能技术。人工智能技术中的智能语音识别、智能视频剪辑等技术可以提高内容生产的效率和质量。智能语音识别技术能够快速将音频内容转换为文字,提高了编辑和检索的效率,节省了大量的时间和精力;智能视频剪辑技术可以根据预设的规则自动剪辑视频,无需人工逐帧剪辑,节省了人力成本。(3) 云计算技术。云计算技术为广电新媒体提供了强大的计算和存储能力,借助云计算平台,广电新媒体可以实现资源的共享和优化配置,不同的部门和业务可以根据需求灵活调用云计算资源,避免资源的浪费和重复建设。云计算能够支持大规模的用户并发访问,确保在高峰时段也能为用户提供稳定、可靠的服务,无论是大型直播活动还是热门节目的在线播放,云计算都能保障服务的流畅性。(4) 区块链技术。区块链技术为广电新媒体的版权保护带来了新的解决方案,区块链的去中心化、不可篡改等特点确保了内容的版权归属清晰明确,在版权交易和授权过程中,区块链技术可以记录每一次的交易信息,防止盗版和侵权

行为的发生,为创作者提供了更好的版权保护,激励他们创作出更多优质的内容,促进广电新媒体行业的健康发展。

### 2.4 人才融合

在大数据时代,人才无疑是广电新媒体融合发展的核心关键因素,为了实现广电新媒体的成功融合与可持续发展,人才融合策略至关重要。第一,培养复合型人才。在快速发展的时代,培养既懂传统媒体业务又熟悉新媒体技术的复合型人才刻不容缓,单一技能的人才难以满足广电新媒体融合发展需求,传统媒体从业人员应积极学习新媒体技术,通过参加专业培训、与同行交流等方式,了解发展趋势与新技术应用。传统媒体记者学会用新媒体平台采集和发布新闻,拓展新闻来源与渠道;编辑人员需掌握新媒体内容制作和编辑技巧,以适应受众不断变化的需求,推动广电新媒体融合发展。第二,新媒体人员的学习。新媒体从业人员需要学习传统媒体的专业知识和业务流程,了解新闻采编的规范和要求,提高新媒体内容的质量和可信度;运营人员学习传统媒体的品牌建设和市场营销经验,借鉴其在长期发展中积累的品牌塑造方法和营销策略,提升新媒体平台的影响力和竞争力。第三,多领域人才合作交流。加强不同领域人才的交流与合作,引入数据分析、技术开发、市场营销等专业人才,与传统媒体和新媒体从业人员组成多元化的团队<sup>[3]</sup>。数据分析人才通过对用户数据的分析,为内容创作和运营决策提供依据;技术开发人才不断创新和优化新媒体平台的架构,提升用户体验;市场营销人才负责推广和宣传产品,扩大市场份额,通过团队成员之间的知识互补和协作创新,充分发挥各自优势,共同推动广电新媒体的融合发展。

## 3 大数据时代广电新媒体的发展方向

### 3.1 拓展商业模式

(1) 广告创新模式。根据不同用户群体的兴趣爱好、消费倾向等,推送更具针对性的广告内容,实现广告的精准投放,提高广告的点击率和转化率;发展互动式广告,通过在新媒体平台上设置互动小游戏、问答等环节,将广告巧妙融入其中,增加用户的参与度和对广告接受度;与品牌合作开展定制化广告项目,根据品牌需求和特点,量身打造独特的广告方案,提升广告的价值和影响力。(2) 付费会员服务。随着用户对优质内容的需求不断增加,广电新媒体可以推出不同级别的付费会员服务,为会员提供独家内容、高清视频、无广告观看等特权;广电新媒体还可以通过举办会员专属活动、提供个性化服务等方式,增强会员的粘性和忠诚

度。(3) 电商合作模式。广电新媒体可以与电商平台合作,将内容与商品销售相结合,如在节目中推荐相关的商品,并提供购买链接;或者举办电商直播活动,通过主持人和嘉宾的介绍,引导用户购买商品。这种模式可以实现内容与商业的有机结合,为广电新媒体带来新的收入增长点,电商合作也可以为用户提供更加便捷的购物体验,满足用户的消费需求。

### 3.2 加强合作与交流

第一,加强行业内合作。不同的广电新媒体机构可以在内容制作、技术研发、平台建设等方面开展合作,内容制作方面,各机构可以联合策划、制作大型节目或专题报道,整合资源,发挥各自优势,打造出更具影响力的优质内容,通过合作提高内容的质量和丰富度,满足不同受众的需求;技术研发方面,共同投入资源,探索大数据、人工智能、虚拟现实等新技术在广电新媒体中的应用,提升用户体验和传播效果;在平台建设方面,合作共建共享平台,扩大传播渠道和用户覆盖范围,提高资源利用率。第二,加强跨行业合作。广电新媒体可以与互联网企业、通信运营商、科技公司等开展合作,与互联网企业合作,可以借助其强大的技术平台和用户流量,拓展传播渠道,实现内容的多元化分发;与通信运营商合作,利用其网络资源和用户基础,开展移动视频业务,为用户提供更加便捷的观看体验;与科技公司合作,引入先进的技术和创新理念,推动广电新媒体的技术升级和业务创新。第三,加强国际合作与交流<sup>[4]</sup>。在全球化的背景下,广电新媒体可以与国际媒体机构开展合作,共同制作节目、交流经验、分享资源,通过国际合作,可以学习国外先进的技术和管理经验,引进优秀的节目模式和创意,提升自身的制作水平和创新能力,积极参与国际媒体交流活动,展示中国广电新媒体的发展成果,传播中国文化和价值观,提升中国广电新媒体在国际上的话语权和影响力。

### 3.3 管理创新发展

在大数据时代,广电新媒体既迎来了发展机遇,也面临诸多挑战,如何在这个创新时代中脱颖而出,实现可持续发展,是其需思考的问题,而其中管理创新发展是关键的一环,不仅关系到广电新媒体的运营效率和质量,更决定其在市场竞争中的生存与发展。(1) 创新管

理理念。在大数据时代,广电新媒体的管理创新发展首先要从创新管理理念入手,融合发展要求广电新媒体突破传统管理思维的局限,以更加开放、协同的态度面对新的挑战和机遇,将大数据等新技术融入管理决策中,通过创新管理理念,推动管理创新。广电新媒体能够更好地整合资源,提高运营效率,提升内容质量和服务水平,鼓励创新和冒险精神,为员工创造良好的创新环境,激发团队的创造力和活力。(2) 实行灵活的组织架构。传统的广电媒体组织架构较为固定,难以适应快速变化的市场环境,在大数据时代,广电新媒体应建立更加灵活的组织架构,促进跨部门协作,通过组建以项目为导向的团队,快速响应市场需求,提高工作效率,鼓励员工创新,为员工提供更多的发展空间和机会。(3) 提升管理团队素质。加强管理团队建设,吸纳具有创新思维和专业能力的人才,通过开展专业培训和学习交流,提升现有管理人员的知识水平和业务能力;管理团队通过深入了解大数据技术在广电新媒体领域的应用,掌握先进的管理理念和方法,制定科学合理的发展战略;建立高效管理机制,以确保各项决策能够迅速地执行。

### 结语

在大数据时代背景下,广电新媒体的融合与发展是行业转型升级的必由之路,通过内容、渠道、技术和人才的全面融合,广电新媒体能够更好地适应受众需求变化,提升竞争力,并充分发挥广电优势。展望未来,广电新媒体需持续创新,拓展商业模式,加强合作与交流,推动管理创新发展,以应对大数据时代的挑战,实现更加稳健和可持续的发展,为信息传播和文化遗产贡献力量。

### 参考文献

- [1]刘汉武.大数据技术在广电媒体融合中的应用[J].西部广播电视.2021,(10):95-96.
- [2]宋毅.用大数据观点探讨地市级广电新媒体深化融合与发展策略[J].记者摇篮.2023,(5):102-103.
- [3]裴超.大数据时代广电新媒体的发展及其意义分析[J].时代报告.2021,(30):83-84.
- [4]袁朴.广电媒体与新媒体融合发展研究[J].新闻研究导刊.2023,14(9):69-70.