

# 公共领域的媒体思考以及传媒经济的新思维构建

刘媵

(美国东北大学 马萨诸塞州 波士顿 31626)

**【摘要】** 社会科技实力发展, 5G和各种社交软件的出现, 为媒体在公共领域发展提供新思路。传统媒体受到新媒体发展的打压, 逐渐被手机和社交媒体等载体取代, 定时新闻播报观众被微视频和小程序化新闻媒体吸引。这说明新时代传统传媒已经不能满足现阶段发展形势。为解决时代发展对传媒经济起到的影响, 本文针对融媒体时代下, 借助科技和大数据的技术支持, 深入研究如何适应新媒体发展节奏, 从而来实现传统媒体产业升级。本文旨在建立融媒体时代传媒发展的新思维模式, 从而提高传媒经济效益。

**【关键词】** 传媒经济; 公域流量; 大数据; 经济分析; 5G

**【DOI】** 10.12252/j.issn.2096-6261.2021.05.1608

引言: 传媒作为记录和分享社会动态重要方式之一, 是人们消息来源的获取方式。但由于各种通讯工具发展以及小程序软件被研发, 人们获取传媒方式和手段都被拓展开来, 通过大数据检测摘取出需要的信息, 一大批新时代传媒行业发展起来, 并且已经创造出巨大经济价值, 同时也符合我国经济产业转移的大方向趋势。

## 一、新思维构建: 运用传媒经济研究媒体时代的新道路

传统思维和运作方式将很大程度上制约传媒经济发展, 媒体人应适应媒介发展趋势, 将数据研究技术的方法和传媒学学术研究的理论有机地结合起来。所以在新时代中大胆探索谨慎实践是取得发展的有效手段。

### (一) 政策支持: 政府有效推动

2019年1月25日, 习总书记曾发表《加快推动媒体融合发展, 构建全媒体传播格局》, 政府层面意识到媒体全方位发展已是大势所趋, 是社会发展的必然选择, 政府需要做正确性引导, 鼓励和支持其在正确途径上良好发展。传媒经济在新时代顺应时代发展配合政府引导, 可以实现从中央到地方资源集约、结构合理、差异发展、协同高效的全媒体传播体系发展。

### (二) 技术支持: 科技背景和软件应用

在5G科学技术和各新兴软件以及网站平台发展的社会大背景下, 融入新时代潮流是必然趋势。传统传媒产业在此时就需要具有革新精神和从零开始的勇气, 积极寻求跨界合作, 探索新的运营模式和融媒体方式。媒体管理者和媒介决策人首先就需要正确接触新科技, 努力学习和运用新科技发展传统媒体的媒介形式, 实现优质内容全网覆盖, 战略性营销传统媒体的自身品牌, 这样才能创作出新鲜深刻的内容产物, 在公域流量实现有效传播。

现在的媒介发展趋势使得人人都能成为新闻记录者和传递者, 传媒不再是媒体行业独有产业, 这就让信息内容和传播方式多元化起来, 任何人都可以成为意见领域吸引公域流量, 每个用户都可以看到自己的用户画像和数据传播走势。所以不仅是个人账户, 官方账户运营在操作分析上, 都应该积极使用数据分析和商业分析。编程是技术革新的核心, 如能至少在最好的编程语言中选择一个是最好的分析方法, 类似 Python, Java, C++ 或者 Rust, 来分析过去现在和未来的传播战略。

### (三) 产业升级更新用户关系

罗伯特·皮卡德 (Robert G. Picard) 的传媒经济理念就是我们应关注和研究的是行行色色的媒介运营者如何在合理配置资源的前提下, 满足受众、广告商在社会资讯与娱乐等方面的需求。在传统新闻模式下的新闻节目, 通过电视传媒的方式进行直播或者录播是主要的新闻传递方式; 而如今出现的微信微博抖音今日头条等平台更注重用户接受程度, 运用数据分析推送用户感兴趣的内容, 实现“你关注的才是新闻”的理念。

## 二、新媒体和新媒介思维的机遇和挑战

如何抓住社会大环境在公域流量实现媒体产业升级是媒体人现阶段思考的重要问题, 传统媒体应利用好自身的特点将其成为优势, 做具有前瞻性的开发者, 学习者和突破者。同时, 多平台跨界融合的趋势是机遇也是挑战, 比如很多优劣参杂情况会相继出现, 或者公域流量向私域流量引流时遇到各种社会性经济型问题。

因此传媒体系要想得到发展, 不仅必须要有经济思维和数据思维来作为技术支持和思维导向, 顺应时代机遇。传媒行业要想能有效传播更需要有相应部门和人员进行内容质量把控和监管, 其表现为输出内容质量高和画面质量好, 及时观测评论和粉丝舆论导向, 做到长期有效的输出高质量高水准深内涵和具有正确价值意义的作品内容, 达到传统媒体的高质量内容在新媒体平台的持续传播和发展。

## 三、结束语

传媒经济思维基于不同的经济理论和分析方法, 致力于研究经济分析和金融力量如何更好的影响媒体系统和媒体组织。媒体行业深度融合新媒体在内容上的多元化和互动方式的改变让其具有独特的吸引力, 利用现代化网络信息技术能保证传媒内容资讯传播的时效性和准确性得到提升, 简化用户获取新闻的过程, 传媒节目从业人员积极应对时代潮流发展自身不断自我改革是新时代传统传媒节目发展的机遇。

但是, 网络世界复杂多样, 传媒节目内容同质化严重, 热点新闻讨论中会出现舆论风向等问题需要解决。总之, 把握机遇控制风险在新时代中谋求发展, 充分利用新时代科学技术, 将传统传媒节目和新媒体深度融合, 拓宽信息获取渠道、改善管理模式、创新经营方式和内容形式上作出改善可以有效提升传媒经济发展。

## 参考文献

- [1] Gurevitch, Michael, Coleman, Stephen, and Blumler, Jay G. "Political Communication—Old and New Media Relationships." *The Annals of the American Academy of Political and Social Science* 625.1 (2009): 164-81. Web.
- [2] 李辽, 张劲松. 新媒体背景下传媒经济发展的新思维探究[J]. *城市党报研究*, 2020 (12): 15-18.
- [3] 李丽. 新媒体时代传媒经济的创新策略探讨[J]. *理论观察*, 2020 (02): 117-119.
- [4] Nielsen, Rasmus Kleis. "HOW NEWSPAPERS BEGAN TO BLOG." *Information, Communication & Society* 15.6 (2012): 959-78. Web.
- [5] 丁和根, 黄贺铂. 技术驱动与全球视野: 传媒经济与管理研究新趋向[J]. *编辑之友*, 2018 (01): 44-49.

## 作者简介:

刘媵 (1996年10月-), 女, 满族, 河北承德人, 美国东北大研究生在读, 研究方向: 金融经济和经济分析。