202403---《媒介理论与实务》助学资料

**第一次考核**

学习完1-3章之后完成本次任务。

目的：

考查学生是否能较深刻理解电子媒体和网络媒体各自的特点。

要求：

认真研读教材第1-3章内容，掌握电子媒体和网络媒体的基本概念、基本理论。

注：允许尝试次数2次！题目：

电视和手机媒体相比较，结合各自的优点和缺点，谈谈你在日常生活中较经常使用这两者中哪一种，为什么？（字数不少于400字。）

目的：

考查学生是否能较深刻理解电子媒体和网络媒体各自的特点。

要求：

认真研读教材第1-3章内容，掌握电子媒体和网络媒体的基本概念、基本理论。

解题思路：

本题应对电视和手机两类媒体各自的特点进行对比式阐述，学生可结合自身情况对其中的某一点或者两点特点进行较详尽的说明。

在当今信息化社会，电视和手机媒体成为我们获取信息和娱乐的主要渠道。电视作为传统的电子媒体，其具有固定的播放时间、集中的节目内容以及较高的画面和音质效果。而手机媒体则以网络为基础，突出了便携性、即时性和互动性等特点。在日常生活中，我更加倾向于使用手机媒体，原因如下。

手机媒体具有极强的便携性。随着智能手机的普及，我们可以随时随地通过手机接触到丰富多样的信息资源。无论是在通勤途中、休息时间还是等待某个事件发生期间，只需拿出手机即可浏览新闻、观看视频或参与社交活动。相比之下，电视受限于场所和设备，在移动场景下显得不够灵活。

其次是即时性。手机应用程序能够实时更新内容，并推送最新消息给用户。这种实时反馈机制使得我能够快速掌握第一手资讯并做出反应，而电视节目往往需要按照预定时间播放或者等待新闻节目更新。

互动性是手机媒体另一个重要优势。通过社交网络平台和即时通讯工具，我可以轻松与他人分享信息并进行交流互动。这种参与感和社区归属感是传统电视所无法提供的。

当然，使用手机媒体也存在一些缺点。例如屏幕尺寸相对较小可能影响观看体验；长时间盯着屏幕可能对视力产生不良影响；过度依赖手机也可能导致人际沟通减少等问题。

尽管如此，在我的日常生活中，由于其强大的功能性和方便性，我更经常使用手机来获取信息和进行娱乐活动。它满足了我对于信息获取速度快、形式多样以及高度个性化内容的需求。在对比了电视和手机两种媒介后可以发现：虽然电视作为传统媒介有其独特魅力和优势，在特定场合下仍不可替代；但在快节奏且注重个人隐私空间的现代生活中，智能手机凭借其便携、即时、互动等特点成为了我的主要选择。未来随着科技进步与用户习惯变迁，两者都将继续演变并可能产生新形态的融合产品来更好地服务于人们日益多元化与个性化的需求。

**第二次考核**

学习完4-7章之后完成本次任务。

目的：

考察学生对第5章媒体融合和第6章新型主流媒体两个概念的理解和综合分析运用能力。

注：允许尝试次数2次！

1. 什么是媒体融合？请举一个近三年来你认为国内比较成功的媒体融合案例，并谈谈你认为成功的原因。不少于200字。

媒体融合是指传统媒体与新兴媒体，尤其是互联网技术的深度结合，形成新的传播方式、业务模式和产业形态。这种融合不仅涉及内容的交叉传播，还包括技术平台、运营机制和用户体验等多个层面的融合。其目的在于充分利用各种媒介资源，提高传播效率，丰富用户体验，并创造更多元化的经济效益。

近三年来，在国内较为成功的媒体融合案例之一是《人民日报》对其数字化转型的持续推进。《人民日报》通过建立线上平台如“人民日报客户端”和社交媒体账号，实现了内容生产与分发方式的创新。特别值得一提的是它在微博、微信等社交平台上形成了强大影响力，通过图文、视频等多样化内容形式与网民互动。

我认为《人民日报》数字化转型成功的原因主要有以下几点：

内容质量：作为权威媒体，《人民日报》保证了信息准确性和专业性，增强了公信力。

互动性强：通过社交网络平台进行实时互动回应网民关切，拉近了与读者之间的距离。

创新意识：积极探索直播、短视频等新形式，满足年轻用户群体需求。

技术运用：利用大数据分析、AI算法等现代技术优化内容推送和用户体验。

这些策略不仅扩大了《人民日报》的受众基础，还提升了品牌影响力，并在数字时代中保持了其作为主流媒体的领导地位。

1. 什么是新型主流媒体？新型主流媒体有哪些基本特征？新型主流媒体建设有哪些策略与路径？

新型主流媒体是指适应数字化、网络化、智能化时代特征，以互联网为主要传播渠道，集成多种媒介形态，具有较强传播力、引导力、影响力和公信力的现代媒体。这类媒体通常依托于先进的技术手段，融合了文字、图片、音频和视频等多种信息表现形式，并通过各种平台进行内容分发。

新型主流媒体的基本特征包括：

融合性：新型主流媒体实现了传统媒体与新兴媒体的深度融合，不仅在内容上实现多样化呈现，在形式上也打破了原有边界，通过一体化的平台提供服务。

互动性：借助互联网技术，新型主流媒体强调与用户的双向交流和参与，提升用户体验，并通过数据分析反馈优化内容生产。

移动性：随着移动互联网的发展，新型主流媒体更加注重移动端的内容分发和用户触达，通过智能手机等移动设备满足用户随时随地获取信息的需求。

智能性：应用人工智能、大数据等技术对用户行为进行分析，并据此推送个性化内容，提高信息推荐的精准度和效率。

专业性：尽管依赖于技术手段进行传播，但新型主流媔仍然注重内容质量和专业制作水准。

新型主流媒体建设策略与路径包括：

技术创新：积极采用最新科技成果如5G、AI等来提升传播效率和用户体验。

内容创造：坚持高质量内容生产原则，不断丰富多元化的内容类型以满足不同受众需求。

平台建设：构建全方位覆盖、多渠道运营的综合平台系统，实现资源共享和优势互补。

用户洞察：深入理解用户需求及变化趋势，并根据数据反馈调整策略以增强吸引力和粘性。

品牌塑造：加强自身品牌建设与宣传推广工作，提高公信力及行业影响力。

团队培养：构建跨学科团队并进行系统培训以适应新型主流媒介运营需要。

政策支持与监管配套：在政府层面给予政策支持，并制定相应监管措施保证健康有序发展。

通过这些策略与路径实施, 新型主流媒介可以更好地适应数字时代潮流, 更有效地服务社会大众。

**第三次考核**

学习完8-10章之后完成本次任务。

目的：

考察学生对短视频和直播电商相关内涵和关系的深入理解分析能力。

注：允许尝试次数2次！

1.【综合论述题】

题目：

你认为短视频和直播电商现在是什么样的关系？（30分）选择一次近2年来具体的直播电商带货案例，分析其流程、策略，并总结其特点。（70分）

目的：

考察学生对短视频和直播电商相关内涵和关系的深入理解分析能力。

短视频和直播电商当前呈现出高度融合和互补的关系。短视频以其碎片化、娱乐性强且易于传播的特点，成为吸引用户注意力和引导流量的重要手段。而直播电商则利用这些流量进行商品展示、互动营销和即时成交，形成了一种新型的在线购物体验。短视频平台通过算法推荐系统为直播电商带来潜在消费者，而直播电商通过实时互动增加用户粘性，促进消费决策过程。

选择案例：李佳琦的直播带货

李佳琦作为中国领先的直播带货主播之一，在过去两年中创造了多个销售奇迹。以下是对他一次具体带货活动的分析：

流程：

预热：通过社交媒体（如微博、抖音）发布即将进行的直播预告，搭配精心制作的短视频吸引关注。

选品：精选符合目标受众需求和市场趋势的产品，并与品牌方协调好供货与售后问题。

直播前准备：测试设备，准备好试用产品，设置好促销策略（如限时折扣、优惠券等）。

直播实施：通过展示产品效果、讲解使用方法、回答观众问题等方式进行互动，并不断提醒促销信息。

结束后处理：统计销售数据，处理可能出现的售后服务问题，并对整个活动进行评估。

策略：

利用个人影响力和信誉建立用户信任。

精确定位目标受众并推荐适合他们需求的商品。

实时互动回应观众提问，提高参与度。

设置吸引人的促销活动刺激购买欲望。

特点：

个性化推广：李佳琦以其鲜明个性和专业知识吸引了大量忠实粉丝。

高效转化：通过实时展示产品效果和优惠活动迅速转化观众为买家。

强大影响力：李佳琦拥有庞大粉丝基础，其推荐具有很强市场号召力。

良好口碑构建：注重用户体验和售后服务保证了良好口碑。

总结来说，短视频与直播电商之间形成了相辅相成的关系。李佳琦等主流KOL（Key Opinion Leader）利用自身影响力及专业能力在这一领域取得巨大成功，其成功依赖于精准定位目标群体、高质量内容制作以及有效促销策略等多方面因素。

**第四次考核**

**考核任务形式：**

各分部自行设计与安排。（可采用日常学习记录的方式，也可根据课程特点及实际教学情况自行设计与组织学习活动）

**要求：**

1.若采用日常学习记录的方式，要求学生提交本课程学习过程中的自我评价，评价内容建议包括日常自主学习情况、到课情况、参与讨论情况、作业提交情况、学用结合情况等方面的具体说明和相关数据。

2.若分部自行设计或组织的学习活动，根据分部要求直接提交相应的作业。

**评分标准：**

本次作业以100分计算。

1.学习记录包括：学生到课情况、参与讨论、发言情况（包括课堂和网络）、按时提交作业情况、学用结合情况等。

任课教师可参考如下标准给予评判：

（1）面授或辅导课程到课率（30分）；

（2）积极参与学习过程中的各项讨论或学习活动（30分）；

（3）作业完成和及时提交情况（20分）；

（4）班级学习中起主导作用，学习态度积极（20分）。

2.若分部自行设计或组织的学习活动，由分部根据实际情况自行制定评分标准。

注意：仅可提交2次！

同学们按照按照要求作答，上传作业！