

新媒体时代高校招生宣传策略创新研究

霍靓 王爽

大连科技学院 辽宁省大连市 116052

摘要: 在新媒体蓬勃发展的当下,高校招生宣传面临着全新的环境与挑战。新媒体所具备的时效性、共享性和互动性特征,深刻改变了信息传播格局。其对高校招生宣传产生了多方面影响,包括传播渠道的多样化拓展、信息传播速度的大幅提升、受众互动性的显著增强以及信息呈现出量大且碎片化的特点。为顺应这一趋势,高校需创新招生宣传策略。通过借力短视频创新传播形式,发挥直播优势并打造特色栏目,探索招生宣传新价值;搭建传播矩阵,加强阵地建设并注重线上线下融合,实现融媒体共振;优化人才队伍,重塑人员角色,提升融媒体业务素养。旨在提升高校招生宣传的精准度与影响力,吸引更多优质生源,助力高校可持续发展。

关键词: 新媒体;高校招生;宣传

在信息技术日新月异的当下,新媒体已深度融入社会的各个角落,成为信息传播的核心力量。高校招生宣传作为连接高校与考生的关键桥梁,也不可避免地受到新媒体浪潮的冲击与重塑。传统招生宣传模式在新媒体时代的强光下,逐渐显露出传播范围受限、互动性不足等短板。而新媒体所展现出的时效性、共享性和互动性等特性,为高校招生宣传开辟了全新的赛道。如何在这一全新环境中,巧妙利用新媒体优势,创新招生宣传策略,提升宣传效果,吸引更多优质生源,已成为高校亟待深入思考与探索的重要课题。深入剖析新媒体时代的特征及其对高校招生宣传的影响,并探寻切实可行的创新路径,对于高校在激烈的招生竞争中脱颖而出、实现可持续发展具有极为重要的现实意义。

1 新媒体时代的特征

1.1 时效性

新媒体时代,信息传播的时效性被提升到前所未有的高度。依托先进的网络技术与即时通讯工具,信息能够以近乎实时的速度跨越地理界限,迅速抵达全球各个角落。无论是国内外重大新闻事件,还是各类社会热点话题,在新媒体平台上,其传播速度之快令人惊叹。这种时效性极大地满足了大众对信息的即时获取需求,改变了传统信息传播的延迟现象。信息发布者无需再受传统媒体繁琐流程的限制,能够在第一时间将内容推送给受众,增强了信息的影响力与传播效能。例如,在突发事件发生时,现场人员可通过手机等移动设备拍摄视频并立即上传至社交媒体,

短短几分钟内,该事件的相关信息便能引发广泛关注与讨论,传播范围迅速扩大。

1.2 共享性

新媒体打破了信息传播的壁垒,赋予信息强大的共享性。在新媒体平台上,用户能够轻松地发布、分享各类信息,实现知识、经验、创意等资源的广泛传播。无论是学术研究成果、文化艺术作品,还是个人的生活感悟,都可以跨越不同群体与地域,被无数人获取与借鉴。这种共享性促进了知识的快速传播与创新思维的碰撞。不同背景的人们基于共享的信息,能够开展深入的交流与合作,模糊了信息生产者与消费者的界限,每个人都能成为信息的传播者与受益者。例如,科研人员可以在专业论坛上分享最新的研究进展,引发同行的讨论与合作;创作者能够在视频平台上发布自己的作品,收获观众的反馈与建议,推动文化艺术的多元发展。

1.3 互动性

新媒体的互动性为用户参与信息传播提供了便捷通道。用户不再仅仅是信息的被动接收者,而是能够积极参与到信息的反馈、讨论与再创作中。通过评论、点赞、转发等功能,用户可以即时表达对信息的看法与态度,与信息发布者及其他用户进行互动交流。这种互动性不仅增强了用户对信息的参与感与归属感,还改变了信息传播的单向模式,形成了多向互动的传播网络。信息发布者能够根据用户的反馈,及时调整传播策略,优化信息内容,使信息传

播更贴合受众需求,提升传播效果。例如,在社交媒体上,一篇文章发布后,读者可以通过评论区发表自己的观点,作者也能及时回复,与读者进行互动,营造出充满活力的信息传播生态。

2 新媒体环境对高校招生宣传的影响

2.1 传播渠道多样化

新媒体环境下,高校招生宣传的传播渠道从传统的报纸、杂志、电视等,拓展到了众多新兴平台。社交媒体、短视频平台、教育类 APP 等,为高校提供了丰富多样的宣传渠道选择。不同的渠道具有不同的用户群体与传播特点,高校可以根据自身的招生目标与专业特色,有针对性地选择合适的渠道进行宣传。例如,对于年轻、时尚的专业,如新媒体艺术、数字媒体技术等,可以重点选择短视频平台进行宣传,以吸引对新兴领域感兴趣的考生;而对于学术性较强的专业,如哲学、历史学等,则可以在专业学术论坛、教育类网站上发布招生信息,精准触达目标受众。这种多样化的传播渠道,能够扩大招生宣传的覆盖面,打破以往宣传渠道单一、受众有限的局面,为高校招生宣传带来更广阔的发展空间。

2.2 信息传播速度快

新媒体平台的即时性使得高校招生宣传信息能够迅速传播。招生政策的发布、校园活动的介绍、专业优势的展示等信息,一经推送,便能在短时间内被大量考生及家长知晓。与传统招生宣传方式相比,大大缩短了信息传播的时间周期,提高了信息的传播效率。这有助于高校及时向考生传递最新的招生动态,抢占招生宣传的先机,同时也能让考生更快地获取所需信息,为报考决策提供更充足的时间。例如,高校在新媒体平台上发布的招生直播预告,能够在短时间内吸引大量考生及家长的关注,直播过程中的实时互动,也能让他们及时了解招生政策的细节与专业的具体情况,提高招生宣传的效果。

2.3 受众互动性强

在新媒体环境下,高校招生宣传的受众互动性显著增强。考生及家长可以通过评论、私信等方式,与高校招生宣传人员进行直接沟通,咨询招生政策、专业详情、校园生活等问题。高校也能够及时回复受众的疑问,收集反馈意见,根据受众需求调整宣传策略。这种互动性不仅提升了考生及家长对高校的关注度与参与感,还能帮助高校更好地了解受众需求,优化招生宣传内容,打造更具吸引力的宣传方案,增强招生

宣传的针对性与实效性。例如,高校招生公众号发布的一篇文章关于专业介绍的文章,考生及家长可以在评论区留言提问,招生宣传人员及时回复解答,这种互动能够让考生及家长对专业有更深入的了解,同时也能让高校了解到考生及家长关注的重点问题,为后续宣传提供参考。

2.4 信息量大且碎片化

新媒体平台上信息丰富多样,高校招生宣传信息也融入其中,呈现出信息量大且碎片化的特点。高校可以通过多种形式,如文字、图片、视频等,全面展示学校的综合实力、学科特色、师资队伍、校园文化等。但同时,由于信息传播的碎片化,考生及家长在接收信息时,往往难以形成系统、完整的认知。这就要求高校在招生宣传中,既要充分利用新媒体信息量大的优势,全面展示自身特色,又要注重信息的整合与梳理,以清晰、有条理的方式呈现给受众,引导受众获取关键信息,提升招生宣传效果。例如,高校在短视频平台上发布的一系列关于校园生活的短视频,虽然能够生动地展示校园的各个方面的,但考生及家长可能难以从中快速获取关于专业课程设置、就业前景等关键信息,因此高校需要在宣传中增加对这些关键信息的整合与突出展示。

3 新媒体环境下高校招生宣传工作的创新路径

3.1 打造新媒体创意宣传引擎,驱动招生宣传新变革

在新媒体环境下,高校务必全力打造极具创新性的宣传引擎,以推动招生宣传实现质的变革。深入挖掘短视频平台潜力,充分发挥直播实时性与强互动性的优势。通过精心策划的直播活动,带领考生全方位“云游”校园,细致展示先进的教学设施、舒适的宿舍环境以及丰富多样的食堂美食,使考生仿若身临其境感受校园独特氛围。直播期间,巧妙设置多元互动环节,及时解答考生疑惑,增强其参与感与对学校的亲近感。此外,围绕学校“品牌”精心打造特色栏目,深度挖掘特色专业、杰出校友及精彩校园文化活动等素材,将其精心制作成系列创意短视频。以新颖有趣、别具一格的形式向考生呈现,生动讲述学校的独特故事,全力塑造鲜明的学校品牌形象,有效吸引考生关注,深度探索招生宣传的全新价值^[1]。

3.2 构建多元融合宣传矩阵,拓展招生宣传新版图

构建多元融合的宣传矩阵,乃是提升高校招生宣传成效的关键之举。高校应大力加强宣传阵地建设,积极实现多平台、多渠道协同传播。除依托传统的学校官网、官方微信公众号等平台外,更要敏锐捕捉新兴社交媒体平台的

机遇,如抖音、小红书等。深入研究不同平台的特性与用户偏好,制定精准且差异化的宣传策略,发布丰富多样、独具特色的宣传内容,全面拓宽招生宣传的覆盖范围。同时,高度重视线上线下融合,构建全方位、立体式的宣传体系。将线上宣传的广泛传播力与线下招生咨询会、校园开放日等活动的直观体验感有机结合,通过线上预热营造氛围,线下互动强化印象,形成线上线下联动的高效宣传模式。实现融媒体共振,全方位提升招生宣传的影响力^[2]。

3.3 培育专业新媒体宣传战队,激发招生宣传新活力

培育一支专业的新媒体宣传战队,是高校招生宣传创新发展的重要保障。高校需优化人才队伍结构,重塑人员角色定位。一方面,积极引进具备新媒体运营、市场营销、教育传播等多元专业背景的优秀人才,充实招生宣传队伍,为团队注入新鲜血液。另一方面,大力加强对现有人员的系统培训,全面提升其融媒体业务素养。培训内容涵盖新媒体平台运营的前沿技巧、短视频制作的创新方法、数据分析的科学手段等,使招生宣传人员能够熟练运用新媒体技术开展工作。明确人员在融媒体宣传中的精细角色分工,如内容创作者专注于策划并制作极具吸引力的宣传内容,平台运营者依据不同平台特点精准发布与推广内容,数据分析者通过对宣传数据的深度挖掘与分析,为宣传策略调整提供有力依据,全方位为高校招生宣传工作的创新发展提供坚实人才支撑^[3]。

3.4 精准定制个性化宣传方案,开启招生宣传新征程

在信息如洪流般奔涌的新媒体时代,精准定制个性化宣传方案已然成为高校招生宣传工作的核心要义。高校应深度挖掘大数据技术的潜力,不仅要分析考生的兴趣爱好、学习成绩与地域分布,更要对考生的职业规划倾向、家庭教育背景等多维度信息进行综合考量,以此构建更为全面且精准的考生画像。针对不同考生群体的显著特征,高校需以精细化思维量身打造个性化招生宣传方案。对于成绩优异且对学术研究满怀热忱的考生,除展示学校的优势学科与前沿科研成果外,还应深入介绍学校为科研人才培养所搭建的国际化交流平台、导师团队的个性化指导模式,以及丰富的科研项目实践机会。而对于具有艺术特长的考生,在突出学校艺术专业特色与优质实践平台的同时,强调学校在艺术领域与国内外知名机构的合作交流,以及为学生提供的作品展示与参赛机遇。通过这种精准推送,极大提升招生宣传的靶向性,精准契合不同考生的需求,高

效吸引更多符合学校招生期望的优质生源,成功开启高校招生宣传的崭新征程,在激烈的生源竞争中抢占先机^[4]。

3.5 强化品牌传播与口碑营销,铸就招生宣传新辉煌

品牌传播与口碑营销在高校招生宣传中占据核心地位。高校要强化品牌建设,深入剖析自身的学科优势、文化底蕴与教育理念,明确独特的品牌定位与鲜明特色。借助新媒体平台的强大传播力,持续且深入地传播学校的品牌形象。生动讲述学校从创立之初的艰辛探索到如今蓬勃发展的历程,深刻阐释以学生为中心、追求卓越的办学理念,以及在科研创新、社会服务等方面做出的突出贡献,全方位提升学校在社会各界的知名度与美誉度。同时,高度重视口碑营销,搭建高效的新媒体分享平台,积极鼓励在校学生分享日常学习的充实瞬间、参与社团活动的精彩经历;激励校友讲述从校园走向职场的蜕变故事、在学校所学知识对职业生涯的深远影响。通过这些真实且富有感染力的分享,让潜在考生深切感受到学校对学生成长的全方位支持,借助新媒体的传播裂变效应,不断扩大学校的影响力,在激烈的招生竞争中铸就招生宣传的新辉煌^[5]。

结语,新媒体时代为高校招生宣传带来了机遇与挑战。高校应充分把握新媒体的时效性、共享性和互动性特征,积极应对传播渠道多样化、信息量大且碎片化等影响,通过创新招生宣传策略,如打造创意宣传引擎、构建多元融合宣传矩阵、培育专业宣传战队、精准定制个性化方案以及强化品牌传播与口碑营销等,提升招生宣传的精准度与影响力。在新媒体浪潮中,高校需不断探索与实践,以适应时代发展需求,吸引更多优质生源,为学校的长远发展奠定坚实基础,开创高校招生宣传的新局面。

参考文献:

- [1] 李昉睿.探析新媒体时代下的国内民办高校招生宣传策略[J].智库时代,2020,(09):235-236.
- [2] 陈美诗.新媒体时代高校宣传思想工作创新策略探讨[J].办公室业务,2019,(10):38.
- [3] 李聪.新媒体时代下的高校招生宣传策略[J].新闻世界,2018,(01):65-69.
- [4] 陈小娟,张琳.新媒体时代地方高校研究生招生宣传策略探析[J].教育现代化,2016,3(22):83-85.
- [5] 李东海,林响.新媒体时代高校招生宣传工作策略[J].新闻窗,2016,(03):81.