

# 新媒体视域下中职学校招生宣传策略研究

于亮

(长春国际经济贸易职业学校, 吉林 长春 130114)

**[摘要]**近年来, 职业教育在国家政策、政府力量支持下不断发展, 尤其对解决部分城镇、农村学子的教育问题有着卓越贡献。但是, 中职学校招生问题依然困难重重, 单就其宣传问题就值得进一步探究。新媒体视域下, 短视频、微信、微博等社交媒体平台应用广泛, 交织成网络互动新生态。与传统宣传模式相比, 互联网媒体宣传更具有便捷性、交互性, 因而运用到中职学校招生宣传工作中有着深远的影响。本文将结合中职学校招生宣传现状、中职学校招生新变化、新媒体视域下中职学校招生宣传策略研究进一步讨论, 希望能够为相关工作部门提供更多借鉴与参考, 而建设出新的招生宣传常态化机制。

**[关键词]**新媒体; 中职学校; 招生宣传

**[DOI]** 10.12252/j.issn.2096-627X.2021.07.484

## 引言

“生源”是一个学校的发展之基, 而优质生源也就意味着学校活力源泉与发展命脉。中职学校招生管理部门工作关系到整个学校的发展, 所以其工作质量尤为重要。当前, 中职学校的生源“质”与“量”严重下滑, 招生管理部门应当革新宣传模式, 站在新时期视角下思索新的思路, 而后建设出招生宣传常态化机制, 带领中职学校发展向新时期迈进。立足新媒体传播渠道, 更灵活的宣传方式、更丰富的宣传内容, 也将更有感染力, 吸引千万学子学习专业化技术, 为党和人民服务。所以, 新媒体渠道、新媒体平台等都是中职学校可开发和利用的宣传资源, 相关部门工作可以借助新媒体力量进一步优化完善。

## 一、中职学校招生宣传的现状

中职学校的办学宗旨是培育出符合社会岗位需求的专业化、综合性人才, 而后他们能够投身于一线生产、服务、技术等相关岗位, 为国家建设与社会发展做出贡献。但也随着国家政策、政府力量的支持, 中职学校办学增多, 相应的生源数量与质量受到影响, 在很大程度上限制了中职学校、中职教育的发展和进步。所以, 相应招生管理部门应当重视招生问题, 认真思考“招生难”的本质原因。就笔者调查研究显示, 中职院校招生宣传工作中存在诸多问题, 以下将进行几点讨论:

### (一) 宣传方式不够新

新媒体时代下的宣传渠道发生了翻天覆地的变化, 因而沿着传统宣传路线来招生, 远远达不到预想效果。据笔者调查发现, 一部分中职学校宣传方式单一, 依然停留在人工数据统计、宣讲会宣传等等, 被动的单向宣传也使得本身有实力的学校被埋没。传统宣传方式固然有其作用, 也在特定环境下起到积极影响, 但在新媒体时代稍显逊色, 未能与学生、家长等等建立起沟通, 宣传效果也达不到学校实际需求。这也从侧面反映了中职学校招生宣传工作还存在招生面狭窄的问题, 导致学校、学院与家长、学生之间难以形成沟通和信任关系, 达不到良好的招生宣传效果。只有建设新媒体宣传渠道, 拓展新的招生宣传方式, 才可能构建出全方位、立体化等宣传机制, 而赢得更多家长与学生的信赖。所以, 中职学校相关部门应当依据新媒体发展趋势建设做工作, 有效提升招生宣传质量。

### (二) 宣传内容同质化

招生宣传内容应当包含学校、学院各项信息, 而中职学校的招生宣传中相关内容并不明确, 学生与家长难以直观地感受到学校特色, 从而在择校中认识不清、难以抉择。一般地, 类似学校招生宣传工作对学校办学特色、专业特色等内容缺乏有效宣传, 导致最终未能呈现出良好的宣传效果。而这部门学校也没能认识到新时期发生了翻天覆地的变化, 学生个性与需求也发生了一定变化。因而实际招生工作中呈现出内容僵化、

信息同质化问题逐渐加重, 严重影响着中职院校的生源数量与质量。再加之, 职业教育本身竞争愈发激烈, 停滞不前的信息更新速度、缺乏设计的办学理念与特色内容等等都限制了招生宣传效果。与此同时, 中职学校在校内招生宣传存在缺失, 学生间的凝聚力与向心力不强, 因而未发挥出当事人影响作用。中职学校必须认识到当前招生宣传内容同质化、信息更新速度缓慢、常规信息难求突破等等问题, 进而在日常工作中重新审视细节, 学会从多个渠道加大宣传力度, 争取每一渠道都能够发挥积极影响力, 寻觅出新的发展路径来。

### (三) 宣传范围有局限

中职院校招生宣传工作功利性强, 人力、物力、财力相对有限, 在宣传影响力、宣传范围方面存在局限, 长此发展下去招生数量与质量定会逐渐下降。又因为, 中职学校基于特定区域扩大宣传, 使得招生区域性针对性强、宣传效率低, 未能达到。良好的宣传效果。与此同时, 中职院校新媒体平台存在一定滞后性, 在实际招生宣传中未能真实有效提高宣传有效性。而这也与中职学校招生宣传制度不完善、学校文化建设不全面等等共同作用下结果而成, 使得招生宣传工作浮于表面, 未能真正落到各个地区中广纳贤才。下一步工作计划应当针对这样的现实问题转变思路, 从当前狭窄的招生宣传思维中挣脱出来, 才能够求变、求新, 通过不断加强制度建设, 加强文明建设, 促进招生宣传工作发展步伐加快。

## 二、中职学校招生宣传新变化

新媒体时期, 中职院校招生宣传工作呈现新特点, 拓展新渠道、展现新风貌, 突破时空与地域的阻隔, 集广大莘莘学子, 共同构建美好的中职校园。笔者认为, 新媒体视域下的中职招生宣传工作具备以下几点特征:

### (一) 宣传方式多样化

新媒体为中职院校招生宣传工作提供了新载体, 使得宣传工作方式多样化了, 能够突破时间与地域的限制, 实现更好、更深刻的招生宣传。所以, 新时期的中职学校应当在新资源、新环境下大力发展现代化与智能化, 带动招生宣传工作向多样化转变。中职院校招生管理部门应当设置官方媒体账号, 如官微、官博等等, 如果新媒体资源充足还可以建设视频频道, 让更多学生与家长有渠道、有方法了解校园中的一切, 从而以更贴近真实校园生活角度去考虑。如此, 招生宣传效率大大提升了, 新媒体宣传的传播速度、传播范围、传播力度等等都在一定程度上做出了优化, 使得更多学生与家长接受详细的信息解释, 对校园更加了解。招生管理部门可以从招生动态、校情校貌、特色专业、精品课程等进行宣传介绍, 同时连接线上线下宣传渠道, 从而更好地提升宣传效果。

### (二) 宣传互动性增强

新媒体下的中职学校招生宣传工作互动性增强了, 将在一

一定程度上给予学生与家长更多了解机会,而从各个角度详细的评估学校建设与文化,而消除误解与疑惑,结合自身真实感受来考虑。传统招生宣传工作下服务双方缺乏交流与互动,使得学生与家长在某些细节上认识偏差,而对学校管理制度、学校文化建设等等出现误解,这些问题都有可能导致疑虑。所以,新媒体传播渠道大大增强了宣传互动性,使得家长的问题咨询快速得到解决,而学校也有机会澄清与解释,带给大家最真实的校园感受。这样的招生宣传平台下,双方互动性与沟通性增强了,不仅仅提升了招生宣传工作有效性,还使得服务双方情感更加默契。中职学校招生管理部门可以通过官微发布学生及家长关注的热点问题,同时对招生热门问题进行汇总与解答。其次,还可以开通在线志愿填报指导,为学生提供全方位、更便捷的报名通道,使得学生与家长都能够感受到学校的真诚,彼此的距离更加接近了。

### (三) 语言风格年轻化

新媒体宣传渠道下的语言风格多样化、年轻化、网络化了,同时为中职学校新媒体宣传工作带来新的转变。传统宣传方式中条条框框与规规矩矩已经难以适应年轻人的思维与习惯,因而在传播过程中容易出现认识模糊、理解不清等问题,难以适应不断发展和变化的新途径。所以,新媒体宣传渠道下的语言风格年轻化正是契合了现代人的阅读习惯,使得宣传服务对象能够快速抓取要点,理解宣传内容,获取更有价值的信息。学校招生宣传渠道也成为对外输出、对外服务的窗口,更多咨询与了解都能够得到更详细的回复,这样的转变无疑更加准确、具体了,使得更多学生与家长第一时间内容收获最有价值的信息,达到了良好的宣传效果。中职学校招生管理部门应当转变思路,依据现代人的阅读思维宣传信息,语言风格年轻化、阅读时间碎片化等等都是可以借鉴与参考的。实际上,宣传语言从过去的“精读”的语言风格向“浏览”转变,能够更好地吸引年轻读者,丰富、趣味的语言也将感染更多学生,让其感受到和谐的校园氛围与校园文化,而后创建出良好的校园文化形象。新媒体视域下的宣传方式多样化了、宣传互动性增强了、宣传语言风格年轻化了,使得宣传更加灵活而生动,中职学校招生管理部门可以借鉴这几项思考,寻求招生宣传新思路、新突破。

### 三、新媒体视域下中职学校招生宣传策略

新媒体视域下,中职学校招生管理工作迈进新阶段,招生宣传应当转变思想,在开放式、多元化的招生环境中寻求新突破,从而提升宣传力度,加强宣传效果。笔者认为,新媒体视域下的中职学校招生宣传应当以网络媒体互动平台为基点,进一步开拓宣传途径、个性化服务等等,有效提升学校与学生、家长等的沟通与交流性,从根本上提升招生宣传工作质量,应当结合以下几点来展开:

#### (一) 打通线上线下招生渠道

新媒体视域下,我国传媒领域高速发展,加快了文化渗透与知识渗透,使得人们之间的交流与互动增强了。因而中职学校的招生宣传工作也应当基于网络媒体平台进一步拓展,提升宣传质量、提升宣传效率。首先,中职学校可以打通线上与线下宣传渠道,形成联动式的招生交互空间,而每一渠道也有专门的负责人疏通与管理,负责整个项目的运营与问题。策划人员负责根据招生目标制定完善的招生计划和策略;宣传人员需要详细了解学校的软硬件设施,同时针对专业的招生规模、学院特色等匹配咨询对象感兴趣的方向;技术人员也将时时准备维护招生网络平台的正常运行。由此,能够将招生宣传工作中的所有问题落实到个人,而在确保每一环节无误的情况下密切配合,有效提升招生宣传工作效率。

例如,许多学生与家长对中职学校招生性质并不了解,不知道中职也可以升学,走专接本、专升本等通道,甚至不了解中职教育的免学费政策和资助政策。而学校招生宣传部门就可以利用校内各角落的电视、宣传栏、官方微信公众号、视频号、官方微博等,宣传校园生活、育人成果、解读“2+3”和“3+4”升学政策和就业途径。实际上中职学校教育教学方面还有许多优势,其管理部门也可以抓目标、分批次的输送相应信息,让更多学生与家长时时关注,从各个方面了解学校、学院优势,了解中职学校的免学费政策和资助政策等,而这往往也是困难家庭的家长和学生最关心的问题之一。

而线下宣传渠道也可以联动起来,通过宣讲招生,宣传手册等等进行更加明确的说明,如针对地方生源保护进行具体宣讲与解读。考生能够从线上了解到基本宣传信息,而在线下宣讲会、宣传手册中详细了解更多感兴趣的内容。而他们也能够在结合线上与线下宣传渠道内容收获更多,及时了解到最新的招生信息。此外,中职学校招生宣传部门也可以联动内部组织开展开放日活动,便于感兴趣的学生与家长实地体验校园生活、校园文化。校园设施、校园文化更具感染力,能够为考生与家长提供更加详细、丰富的学校信息,而从根本上提升了宣传质量。如此将形成线上线下联动宣传机制,将提供更好的宣传服务,收获更好的宣传效果。

#### (二) 突出个性化的招生服务

在短视频、融媒体应用与传播广泛的新时期,中职学校招生宣传也可以利用这样的方式开展宣传工作。在非招生季,中职学校可以结合日常校园生活、校园生活趣事等等进行宣传,让大家感受到最真实、最生动的校园角落。在招生季,中职学校可以结合办学理念、专业建设、师资力量、管理方式、升学就业政策、免学费政策、资助政策等硬件水平进行宣传,结合视频、直播等直观的展示校园设施与文化环境。

在通过视频引流后,还可以让考生与家长添加招生社区,如微信群、QQ群。而后学生与家长之间建立密切交流,通过时时互动更具体的了解学校信息,从而增强了宣传便捷性与高效性。往往一个考生与家长的问题也是大家共同关心的,一次性详细解释也将避免重复性解答带来的宣传资源浪费问题,而节省更多时间与精力。当然,宣传部门也可以将招生宣传工作中的常见问题进行汇总,及时发布在微信、微博等社区平台,方便大家直观的了解与感受。

#### 结束语

总而言之,中职学校招生管理工作十分重要,关系着学校的发展与进步。招生宣传工作也应当转变思路,从开放式、多元化的角度构建线上媒体平台,同时联动线下宣传机制构建起高效、高质的宣传渠道,让更多学生与家长及时了解学校招生信息。宣传工作应当以新媒体网络平台为基点,拓展宣传新渠道,紧扣自身特色优势,提供个性化招生服务,让招生宣传有热度、有深度,打造其成为学校与家长、学生的沟通窗口,而建立密切的交流与沟通。

#### 参考文献

- [1]张胜.浅谈中职学校如何做好招生工作[J].发明与创新(职业教育),2018(10):67-68.
- [2]张钰.中职学校招生困境研究[D].华中师范大学,2015.
- [3]中等职业教育招生制度与教学模式改革研究课题组.中等职业教育招生制度与教学模式改革:思路与举措[J].中国职业技术教育,2013(06):5-12.