

融媒体视域下高校图书馆“迎新季”主题活动传播策略探析

苏晨

上海交通大学图书馆, 上海 200240

DOI: 10.61369/ETR.2025410024

摘 要 : 融媒体背景下, 高校图书馆宣传工作面临着平台融合、技术创新、打造宣传品牌等众多问题。而在高校图书馆迎新季工作中, 各类宣传工作又是面向新生介绍图书馆馆情, 推介资源和服务的重要窗口。通过对国内知名高校图书馆2024年“迎新季”主题活动进行相关分析, 从创新媒体融合手段、深耕内容核心价值、强化馆员融媒体技术培训等方面提出高校图书馆“迎新季”主题活动在加强媒体融合手段, 创新图书馆文化呈现、传播形式方面的策略。

关 键 词 : 高校图书馆; 融媒体; 迎新季; 宣传策略

Exploration into the Communication Strategies of University Libraries' "Welcome Season" Thematic Activities from the Perspective of Integrated Media

Su Chen

Shanghai Jiaotong University Library, Shanghai 200240

Abstract : In the "welcome season" of university libraries, various promotional work is an important window for libraries to introduce the library to new students, promote library resources and services. Through relevant analysis of the theme activities of the "welcome season" in well-known domestic university libraries in 2024, this paper proposes strategies for the theme activities of the "welcome season" in university libraries from the aspects of innovative media integration methods, deepening the core values of content, and strengthening the training of librarians in integrated media technology. These strategies aim to enhance media integration methods, innovate the presentation and dissemination forms of library culture.

Keywords : university library; convergence media; welcome season; promotion strategy

一、绪论

作为高校的文献信息资源中心, 图书馆在建立健全文献信息服务体系, 挖掘馆藏纸电资源价值, 参与学校人才培养、文化建设方面任重道远。“迎新季”主题活动是图书馆为新生提供的首次服务, 发挥首因效应, 将图书馆故事、服务、信息素养培训以优质、新颖的形式推介给新生读者, 帮助新生对图书馆服务有一个系统全面的认知, 为其爱上图书馆打下基础。

《关于加快推进媒体深度融合发展的意见》指出, “推动传统媒体和新兴媒体在体制机制、政策措施、流程管理、人才技术等方面加快融合步伐……逐步构建网上网下一体、内宣外宣联动的主流舆论格局, 建立以内容建设为根本、先进技术为支撑、创新管理为保障的全媒体传播体系。”^[1] 近年来, 高校图书馆陆续开通微信公众号、视频号、抖音、B 站等媒体账号, 借助线上线下一体发展, 在图书馆服务扩展、文化传播等方面取得显著成效。融媒体的核心内涵指“‘各种各样的技术和媒介形式都汇集到一起’, 在信息传播技术快速发展和人类精神文化需求不断增长的双重力量推动下, 各种新旧媒体和各类信息媒介相互汇聚、渗透

和交融, 并日趋融通一体化。”^[2] 以“融媒体”AND“高校图书馆”为主题词在 CNKI 数据库中检索, 共有 79 篇文献 (2025-08-05), 2020 年起这一主题相关发文量呈明显上升趋势。

二、融媒体视域下高校图书馆“迎新季”宣传特征

《数智时代中国图书馆影响力评价报告 (2024)》基于网络和行为对数智时代中国图书馆影响力进行评估, 其中对于图书馆新媒体平台影响力的系统审视, 反映出图书馆新型服务效果。^[3] 本文整体参考“双一流高校图书馆影响力总排行榜”^[4] 中前 15 所高校图书馆的综合得分以及网站、新媒体影响力排名, 梳理北京大学、清华大学、上海交通大学、复旦大学、武汉大学、南京大学、浙江大学、南开大学、东南大学、吉林大学、同济大学、厦门大学、华东师范大学、重庆大学、四川大学图书馆进行 2024 年“迎新季”主题策划时在微信、官网、微信视频号等平台的宣传特征。

(一) 微信公众号宣传情况

15 所高校图书馆中, 2024 年迎新季有 8 所图书馆在微信订阅

号中设置迎新栏目，便于新生一站式了解迎新季活动。迎新相关的信息在发布数量上差异较大，数量最多的清华大学图书馆共发布48条作品，15所图书馆平均推送信息10条，平均阅读量1767次。从公众号发布的迎新内容来看，主要涉及新生使用指南、宿舍介绍、纸电资源介绍等，并配合开学季线上线下活动的推介如云游图书馆、新生阅读计划、迎新墙打卡等。线下活动往往通过关注打卡，线上线下相互引流。各个图书馆发布的新生使用指南、迎新活动一览阅读量普遍较高。综合性指南发布后，图书馆会接连发布多篇针对某类服务的详细介绍，便于新生深层次了解图书馆。

表1 高校图书馆微信推送迎新信息情况（发布次数排名前五）

高校图书馆	栏目设置	发布次数	平均阅读量	最高阅读量
清华大学图书馆	无	48	811	4708
上海交通大学图书馆	新生专栏	22	1458	3141
同济大学图书馆	新生指南	19	444	1267
浙江大学图书馆	无	8	2629	5887
南开大学图书馆	无	8	1189	1851
重庆大学图书馆	无	8	1303	4810

（二）图书馆主页宣传情况

15所高校图书馆中有13所在其主页设置了新生专栏，将面向新生的资源、服务等内容集中呈现。在面向对象方面，仅清华大学、厦门大学图书馆针对本科生、研究生、教师设置了不同的介绍内容。从内容上看，新生专栏致力于提供详尽实用的信息，如宿舍情况、资源查找和获取等，以帮助新生充分利用图书馆资源。在展示形式上，除常规文字及图片介绍，多采用视频宣传方式，包括图书馆宣传视频、利用指南等，还有部分图书馆采取VR或游戏等沉浸式体验，如武汉大学、同济大学图书馆线上闯关游戏，帮助新生提前了解图书馆。

（三）视频号宣传情况

近年来，短视频平台凭借其成熟的智能分发技术、丰富优质的原创视频素材以及潜在的巨大流量，通过“视觉化”“场景化”特点引发受众的价值认同。《2024 社媒内容生态数据报告》显示，微信及 WECHAT 的月活跃账户数达到了13.82亿，“微信公众号、视频号的算法机制以社交推荐为主，内容更加精准的同时，也带来了更高的信任度。”^[6]15所高校图书馆中有8所图书馆拥有视频号，共发布607条作品。2024年迎新季在视频号上发布作品的仅有3所，且内容多集中于宿舍空间及简单的流通服务介绍。在视频号高速发展态势下，高校图书馆目前还未能真正找到流量密码，作品内容专业性及深度、内容长效传播、互动机制等方面表现都不够理想。

三、融媒体时代高校图书馆迎新宣传提升策略

当前高校图书馆迎新宣传活动在媒体融合过程中高校图书馆普遍存在以下问题：对对各种媒体特点认识不足，融合意识不

够；推送内容同质化严重且质量参差不齐；未形成独特宣传品牌等。图书馆迎新季时效性和对象指向性都有一定要求，在短期内有效宣传图书馆概况、服务、必备技能并非易事。未来高校图书馆迎新宣传应在以下几个方面进一步拓展多元传播渠道，创新传播思路。

（一）创新媒体融合手段，新技术赋能提升传播力

高校图书馆员应树立融媒体意识，“可通过加强媒体建设及融合手段、创新文化呈现形式、加强读者的多面互动、提高馆员媒体素养等方面，运用融媒体发挥最大化的优势来提升高校图书馆文化宣传教育工作的成效”。^[6]微信公众号迎新内容要着眼于新生关注度高的活动类内容，使用生动活泼的图文形式宣传，使新生潜移默化中认同图书馆。主页作为官方信息发布平台，侧重呈现《新生手册》及制度规章等，传递核心系统的信息。短视频平台拥有更具表达力的内容业态，在前期宣传策划中应精准把握视频平台的特点，利用 AI、VR 等新技术，创新传统宣传内容，以“沉浸式”的图书馆体验为切入点展现校园学习生活。2025年上海交通大学图书馆迎新季通过主页、微信公众号、视频号三平台精准配合打好“组合拳”。在主页“新生专栏”整合新生入馆须知、信息素养培训等基础信息，同时设置直达链接串联微信推送与视频号；公众号推出萌新通关秘籍，以图文详细拆解自助借还书、座位预约等服务实操步骤，并嵌入视频号作品辅助讲解；视频号发布3D数字人“交小圈”畅游馆舍视频，搭配面部表情模拟与光影渲染，呈现出立体逼真的视觉效果，公众号推出交小圈表情包印章打卡活动，借助数字人高度拟人化与多模态交互与读者建立链接。

（二）深耕内容核心价值，推出独具特色的原创作品

迎新季利用图书馆特有的纸电资源和信息检索服务，传递能够引起情感共鸣的内容，或能使用户获得颠覆性认知至关重要。在迎新季宣传中，要摒弃过去那些简单直白的介绍性文字，强化基于“叙事学”的传播效果，将图书馆丰富的文献资源、多元的探索空间等人与环境的交融结合起来，并以场景化的形式呈现，以情怀吸引读者。例如清华大学图书馆曾获第十届国际图联国际营销奖第一名的“爱上图书馆”项目，以馆员和学生团队为主体创作了一组生动有趣的微电影和在线游戏，将图书馆里轻松浪漫的相遇与馆舍、服务巧妙结合；上海交通大学图书馆2025年的“你所不知道的图书馆服务”系列短视频，结合网络热点、阅读新风尚，以场景化、故事化形式将原本幕后的场景拉到前台，拉近了与读者的距离。

（三）强化馆员融媒体技术培训，打造品牌化营销生态

高校图书馆在迎新季宣传过程中缺乏充分的前期策划，有些作品甚至难以从题目获知其迎新属性，被淹没在日常推送的大潮里，一些质量上乘的系列作品也因新内容产出创意不够，持续的宣传营销意识欠缺而停更。图书馆一方面应强化馆员融媒体技术方面的培训，以专家讲座和经典案例分析夯实理论基础，以编辑策划、拍摄剪辑等提升实践能力，并组织不同部门馆员通过沙龙等形式，开展创意“头脑风暴”，激励馆员参与到主题拟定、内容制作中；另一方面，高校图书馆也应重视短视频人才培养、专

业团队建设，在分析用户需求、制定创意方案、视频拍摄剪辑、平台运营等方面协同发力，将优秀作品系列化、品牌化，打造优质营销生态。

四、结语

新生入学是大学生学习的起点，图书馆员更应适应新的传播

方式，积极利用新媒体技术，以“开放、兼容、多元、承接”的媒体融合理念，在高校图书馆与新生之间搭建多向、交互、融合的沟通桥梁，以更加立体化、个性化、多样化的服务形态，创造出适合图书馆的新发展生态，为新生认识图书馆资源、了解图书馆服务打开一扇窗口，也为图书馆后续服务的拓展和深化奠定基础。

参考文献

-
- [1] 中共中央办公厅印发《关于加快推进媒体深度融合发展的意见》[EB/OL].[2020-09-26].https://www.gov.cn/zhengce/2020-09/26/content_5547310.htm.
- [2] 邓涛.厘清“融媒体”及相关概念[J].采写编,2015(3):6.
- [3] 武汉大学中国科学评价研究中心.数智时代中国图书馆影响力评价报告(2024)[R].2024:6,20.
- [4] 何敏.新媒体视域下高校图书馆组织文化建设与服务策略[J].三角洲,2024,(33):135-137.
- [5] 新榜研究院.2024 社媒内容生态数据报告[R].2025:33.
- [6] 王婷婷,崔璨,杨丽,渠可心,李晶晶.融媒体背景下高校图书馆文化传播路径研究[J].传媒论坛,2022,5(19):120.