

新高考改革背景下高校招生宣传工作研究与探索

戚 茜,潘 光,曾向阳

(西北工业大学 航海学院,陕西 西安 710072)

[摘 要] 面对新高考高校招生宣传工作面临的志愿填报以专业优先和填报数量增多的挑战,以及目前高校招生多采用的学院负责制带来的问题,高校要充分利用新媒体,突破地域时空限制,构建招生宣传平台立体化,实现全方位宣传。打破学院招生壁垒,“跨学院、跨学科”组队,打破学院招生壁垒,探讨大类招生和各招生组联合招生宣传模式,加强中学与高校之间的合作交流,帮助中学了解大学的学科专业。同时,高校应做好招生与校友工作的双向服务,形成招生—培养—就业联动机制。

[关键词] 新高考;大类招生;新媒体;校友

[基金项目] 2021年度西北工业大学教育教学改革研究项目“高考改革背景下的招生宣传工作研究与实践”(2021JGY12)

[作者简介] 戚 茜(1981—),女,浙江宁波人,博士,西北工业大学航海学院副研究员,主要从事信号与信息处理研究。

[中图分类号] G473.2 [文献标识码] A [文章编号] 1674-9324(2022)26-0005-04 [收稿日期] 2022-02-24

引言

新高考改革和新工科建设作为基础教育和高等教育两项重大变革,具有深刻的时代内涵。为培养能够适应甚至引领未来工程需求的人才,新工科建设应运而生,并对未来工程人才应具备的素养提出了新的要求。在我国长期实行统招统考人才选拔方式的背景下,高考成绩成为高校录取的唯一标准,“一考定终身”造就了“唯分数论”的单一局面。为解决上述问题,于2014年9月颁布的《国务院关于深化考试招生制度改革的实施意见》,标志着普通高等学校考试招生制度改革全面启动,新高考改革是教育体制改革中的重点领域和关键环节。高考改革除了对高考必考科目有规定外,最明显的变化是从其他6门科目中选考;高校在专业选考科目设置时,可根据专业实际情况选择不同模式。高中采用“3+3”或“3+1+2”新选考模式,高校采用“专业(专业类)+学校”或“院校+专业组”新招生录取模式。河北、辽宁、江苏、福建、湖北、湖南、广东、重庆8个省份作为第三批改革试点省份,在选考科目上进行了相应调整,已于2021年高考中实施。

新高考在课程结构、教学组织形式、人才评价方式等方面的改革,与新工科建设对生源知识广度和深度的要求、人才素养的要求不谋而合,并且

与高等教育阶段教学组织形式相契合,成为新工科建设有力的助推器^[1]。新高考改革调整志愿填报模式和选考科目组合模式等方式,增加了学生和高校双方的自主权,给高校带来了前所未有的机遇和挑战。对于高校人才培养质量而言,生源质量起到基础性的关键作用。在新考试模式和新招生录取模式下,如何选拔到合适人才,学校生源质量关系到高校人才培养和学科发展根本利益。高校生源质量直接关系到高校发展的可持续性,赢得生源的竞争已成为各高校必须面对的新挑战^[2]。

一、新高考高校招生宣传工作面临的挑战与问题

(一)填报志愿以专业优先,社会对高校评价标准不一

新高考志愿填报以“专业(专业类)+学校”为志愿单位,根本目的是让考生首先选择专业。目前考生和家长了解高校专业,主要是通过高校官网、招生微信公众号、亲朋好友和老师介绍等方式。部分考生和家长也会通过高校的排名情况来了解高校,常见的中国大学排行榜有软科排名、校友会排名、武书连排名等。由于各高校的教育教学质量、学科水平、师资规模与结构、高端科研成果、社会声誉、国际竞争力等核心指标所占比例并非完全一致,造成很多高校在不同的排名版本中

位次是不完全相同的。这无疑给考生和家长的选
择带来困惑,也给高校招生宣传工作带来挑战。

(二)填报志愿数量增多,社会对专业内涵认
知不全面

新高考改革后,山东省普通类最多可以填报
96个平行志愿,理论上考生可以选择96个不同的
专业。一个专业的内涵在不同高校中是不尽相同
的,现有的评价标准没有办法全面反映专业的培
养质量。而高校专业设置中有许多名称相近的
专业,考生对专业内涵认知也不全面。志愿数量
的增多必然加大了报考难度,考生和家长不仅需
要了解不同类别专业之间的差异,更难的是需要
深入了解同类中相近专业之间的差异,因此,为
了让考生和家长更清晰地了解各个专业,高校招
生宣传和咨询工作中必须做到精准解读专业^[3]。

(三)学院负责制,招生“责任田”

目前,高校多采取学院负责制的形式实施招
生,学院负责制即以学院为主体组建招生宣传工
作组,完成一定区域的招生宣传工作,各学院都
有自己的“责任田”,年终时高校对学院、学院
对教师的招生情况都有相应的考核要求。这种模
式有利于各学院充分调动本院师生的积极性,在
所负责地区内开展多种形式的招生宣传工作,但
是各学院的招生老师多对本学院、本学科的情
况较为了解,很难做到熟悉所有专业大类,从而
不能对所有的专业大类进行全面的招生宣传,不
利于新高考大类招生宣传。另一方面,每个学
院负责的招生省份也不同,其他学院不便于去
自己不负责省份开展招生宣传工作,而且,有的
招生大类还覆盖多个学院,各学院各专业招生
之间又形成了无形的壁垒,不适合新高考改革
实施的专业招生。

(四)校友单向服务招生工作

每年全国各省市高考成绩公布的时间相差
不多,且高考咨询时间相对集中,同一时间可能
有几场咨询活动,但是各高校招生宣传人手有
限,这就造成招生宣传老师紧缺的现象。校友作
为招生宣传队伍之一,在高校招生工作中发挥
着重要而积极的作用。在招生工作中积极借助
校友资源和人脉,发挥校友力量。但是校友是
凭借对母校的热爱,往往是付出大于回报,长此
以往,将失去动力。如何将招生工作与校友工
作联系起来,充当学生与校友企业之间的桥梁,
形成招生一培

养一就业联动机制,更好地服务校友,实现校友
与招生的双向服务,使得双方实现共赢,值得我
们进一步探索。

二、新高考改革背景下高校招生宣传应对措施

(一)打破学院招生壁垒,实行大类招生和
各招生组联合招生宣传模式

新高考改革后,学科专业是重点,因为它直
接关系到学生的未来选择。在各招生组负责各
地区中学的对接安排的基础上,各大类可设立
招生负责人。双方在校招办的领导下共同安
排组织招生宣传工作,形成大类招生和各招
生组联合招生宣传模式,不断优化招生宣传模
式,如图1所示。

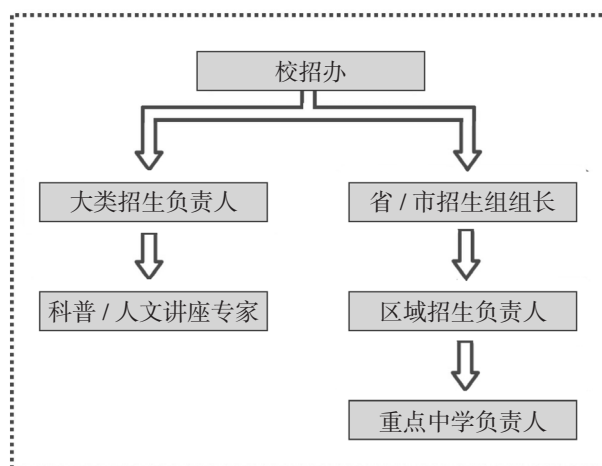


图1 大类招生和各招生组联合招生宣传模式

各大类招生负责人统筹安排各大类招生工
作。结合教育改革和新高考方针,大类招生负
责人要统筹安排相应的大类招生工作,可建立
各大类讲座专家库,并不断充实和优化。这其
中,最好既有各学科专业的知名专家、优秀青
年学者,又有经验丰富的管理、教育专家等,
可随时派往中学作科普讲座、主题教育、案
例解读,也可通过网络进行实时互动,让学生
尽早明晰个人的学习及职业生涯规划,也让高
校适时地调整与优化人才培养方案和方式,从
而有效助推学生成长成才。另一方面,大类招
生负责人可深入挖掘各专业大类优势、专业特
色、人才培养效果等加以凝练,完善各大类线
上线下宣传资料招生宣传模式,编写招生简
章,并录制专业介绍短视频等,利用新媒体手
段广泛传播,以便在适应未来招生大环境的
前提下提升工作效率和质量。各招生组组长
负责安排各

省的招生工作。各招生组可形成省/市组长一区域负责人一重点中学负责人模式,不断完善更新各省、各区域、各重点中学的联系方式,对接各中学,反馈中学需求,开展分省招生宣传工作。大类招生负责人和各招生组之间相互协调,进行跨学院、跨学科联合组队,打破学院招生壁垒,加强大类招生宣传力度,更好地适应新高考背景下高校招生宣传工作。因此,新高考改革背景下,优化高校招生宣传工作模式,“跨学院、跨学科”组队,打破学院招生壁垒,才能更好地发挥二级学院作为人才培养的微观主体参与招生宣传的作用。

以西北工业大学海洋工程类为试点,结合航海学院大类招生宣传的实际需要,2020年和2021年均采用大类招生和各招生组联合招生宣传模式,积极开展“跨学院、跨学科”联合组队,学院领导亲自带队,面向全国多个省市派出师生共同宣传海洋工程类专业。最终一志愿率和填报率有所提升,调剂率有所下降,生源质量得到提升。

(二)突破地域时空限制,充分利用新媒体,构建招生宣传平台立体化,实现全方位宣传

高校要主动依托线上宣传的优势,扩大高校官网的作用,创新线上直播等方式,构建立体化的招生宣传平台,提升招生宣传的系统性。拓宽宣传渠道,结合本校实际搭建新媒体招生宣传平台,提升宣传效果。所谓新媒体,就是指区别于报纸、杂志、广播、电视等传统媒体,依托于信息技术和数字通信技术,以电脑和手机等终端为载体而发展起来的全新媒体形态。当前新媒体主要包括移动智能设备终端网页、微博、微信、各类短视频创作平台等。“互联网+”背景下,应用单一媒体形式进行多频次传播已无法取得理想的传播效果,唯有综合运用多种媒体形式,才能切实增强传播的有效性^[4]。

面对身处信息快速流转的移动互联网时代的“00后”,高校需更多地融入新媒体元素,提供个性化服务。高校可以“网络校园开放日”“云咨询会”“云游校园”等形式开展“云招生”,将现场咨询会、校园开放日等广受考生欢迎的活动“搬”到线上^[5]。另外,短视频已成为最受考生欢迎的新传播方式。目前,抖音、快手、百度百科、秒懂视频等网络短视频平台很受“00后”喜爱,高校应与时俱进,增设专业宣传片、“教授谈专业”“我为专业

代言”等视频、音频专栏,充分展示各专业信息,并与本校微信公众号同步推送,迎合考生需求,将各专业优势、专业特色、人才培养效果等进行有效凝练,采取短视频形式进行传播^[6]。

充分利用新媒体,西北工业大学开展多期领航计划“空天地海,西工大带你遨游”学科专业讲堂。航海学院也制作了多个专业介绍动画,并将这些动画的二维码融于纸质版的招生简章中,便于考生和家长直观了解学院和专业,助力宣传工作。

(三)做好招生与校友工作的双向服务,形成招生—培养—就业联动机制

发挥校友在高校招生工作中的积极作用,同时要将招生工作与校友工作结合起来,充当学生与校友企业之间的桥梁,双向服务,促进学生毕业后选择校友企业,形成招生—培养—就业联动机制。以西北工业大学为例,大致可分为以下几个阶段。

1.初识阶段:爱心直通车活动是“开学第一课”的前移。爱心直通车活动是由西北工业大学校友会联合各学院分会、地方分会在生源地共同发起的一项爱心活动:在新生的家乡,将新生召集起来,举行座谈会、聚餐、参观当地企业等活动,并赠送每位参加活动新生一张到校的火车票,由带队老师和志愿者统一带队赴校,让新生未进工大门,先感工大情,同时,让新生初识当地的企业,感受到高校和校友企业的文化。为企业与学生之间搭起了桥梁和纽带,将“开学第一课”向前移。

2.联系阶段:新生见面会,搭起新生和老师、学长、学姐沟通的桥梁。每年各省都会组织各省的新生见面会,建立每一级的微信群。为了让新生能尽快适应大学生活,除了老师寄语,通过学长分享新生关心的内容,如保研政策、奖学金、出国留学、出国项目、志愿活动与社团选择、模拟联合国、学生大使指导等,搭建起孩子们与学长学姐间沟通交流的平台,少走弯路,同时也为“学生大使”储能。

3.渗透阶段:加强学生对校友企业的了解。加强校企联合的活动,如假期时间校友企业为学生提供实习机会,设立校友企业奖学金等形式,校友来校宣讲,增加企业文化的熏陶。另外,也可邀请已毕业的优秀校友走进高校、走进中学,从而更好地培养学生,服务学生,奉献社会,构建高校与

中学之间良好的“正循环”互动反馈机制。

4.找工作阶段:企业宣讲,微信推送。到学生需要就业时,建议开展加强校企联合的活动。校友企业来校宣讲,增加企业文化的熏陶。将企业介绍、招聘信息等通过新生见面会建的微信群,推送到相应年级学生群里。

5.签约阶段:双方实现共赢。加强校企联系,为广大校友服务,将优秀的毕业学生输送回校友企业中。学生找到理想的工作,企业也得到人才,形成良性循环,实现共赢。

结语

新高考改革的实施,由“学校优先”到“专业优先”,这一变化强化了专业在高校招生录取工作中的核心地位,使学校、学生、家长对学科专业的定位、特色、优势、应用前景、未来发展等更为关注,需求更个性化,进而倒逼高校不断优化专业结构,加强专业内涵建设。面对新高考带来的压力,各大高校应当依据自身的办学特色和专业定位进行积极探索。提升专业吸引力,加强专业内涵建设。积极“跨学院、跨学科”联合组队,打破学院招生壁垒,实行大类招生和各招生组联合招生宣

传模式,加强中学与高校双方之间的合作交流,帮助中学了解大学的学科专业。同时,做好招生与校友工作的双向服务,形成良好的招生—培养—就业联动机制。新高考已来,高校要不断创新招生宣传手段。广泛布局,多管齐下,不断扩大高校影响力,以便适应新高考招生大环境的前提下提升招生效率和质量。

参考文献

- [1]唐玉生.基于考生反馈的高校招生宣传策略研究[J].湖南科技大学学报(社会科学版),2020,23(2):164-169.
- [2]金维才,刘庆.新工科建设视域下的新高考改革之思[J].高等农业教育,2019(6):17-21.
- [3]丁淑妍,李世宝,王海燕.新高考背景下高校专业教师招生宣传工作实践[J].教育教学论坛,2020(47):185-187.
- [4]黄士军.“互联网+”背景下高校招生宣传新媒体模式初探[J].决策探索(下),2020(2):80.
- [5]姚华儿.新冠肺炎疫情对高校招生宣传的影响及应对策略[J].中国考试,2020(6):63-67.
- [6]鲍桂莲,刘春玲.新高考改革背景下普通高校招生宣传工作实效性策略探讨[J].教育教学论坛,2020(52):11-13.

Research and Exploration of Enrollment Publicity under the Background of New College Entrance Examination Reform

QI Qian, PAN Guang, ZENG Xiang-yang

(School of Marine Science and Technology, Northwestern Polytechnical University, Xi'an, Shaanxi 710072, China)

Abstract: In the face of the new college entrance examination, colleges and universities are faced with the challenges of giving priority to their majors and increasing the number of applicants, as well as the problems caused by the college responsibility system adopted by colleges and universities at present. Colleges and universities should make full use of new media, break through the geographical and temporal constraints, build a three-dimensional platform for enrollment publicity, and achieve all-round publicity. This paper proposes to break the enrollment barriers to achieve “inter-school and interdisciplinary”, explore the general enrollment and the joint enrollment publicity mode of each enrollment group, strengthen the cooperation and exchange between middle schools and colleges, and help middle schools understand the disciplines and majors of colleges and universities. At the same time, colleges and universities should do a good job in the two-way service of enrollment and work, and form a linkage mechanism of enrollment, training and employment.

Key words: new college entrance examination; general enrollment; new media; alumni