

新高考改革背景下高校招生宣传工作创新研究

胡小清, 蔡圳阳, 梁叔全, 彭需发, 逢静静

(中南大学材料科学与工程学院, 湖南长沙, 410083)

[摘要] 在新高考改革的背景下, 学校与学生的差异化、个性化选择更加突出, 如何统筹兼顾、保证生源质量成为当前高校面临的一大转折点。就高校招生宣传工作现状、问题、创新机制等进行了探讨, 分析了依托生源基地建设及信息化、多元化招生宣传模式的重要性。

[关键词] 新高考; 高校招生宣传; 生源基地建设

[中图分类号] G473.2 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1674-893X(2019)05-0139-03

一、引言

2014年9月, 国务院针对新高考改革提出了基本框架, 并以沪、浙两地为试点推行; 2017年9月开始全面实行新高考, 京、津、鲁、琼等第二批试点省市先行实施, 全国其他省市也随之发布或完善新高考改革政策。新高考政策的出台对中学教育及高校的招生均产生了深远影响。面对新高考改革及中学教育的转型, 高校的招生工作也将迎来全新洗牌^[1]。

招生宣传是高校做好招生工作、加强人才培养的重要环节。通过宣传, 可使考生与家长充分了解学校的办学条件及教育质量, 是考生进行志愿填报的重要参考, 因此高校的招生宣传工作受到社会各界广泛关注。近年来, 网络信息化的迅猛发展使得招生宣传工作的途径迅速扩展, 人们获得信息越来越便捷, 高校与考生相互选择的对等性也越来越简洁、透明, 高考逐渐人性化的改革推进了高校招生宣传工作的创新发展。

二、高校招生宣传工作现状

新高考出台后, 传统的六科模式变为“3+3”模式, 即语、数、外加任选小三门, 不再划分传统意义上的文理科, 不同地区又推出了不同的计分体制。这一改革政策使得考生能获得更自主的选择权。面对高考新政, 除了传统的秋季统招及已在实践阶段的春季招生外, 各大高校相继推出和改革创新“综合评价”“自主招生”“工科实验班”、卓越班、特色班的录取等。新高考改革施行后, 考生在

高校升学通道等方面有了更多的选择权。考生及作为招生主体的高校, 均成为这次高考改革的直接面对者, 考生拥有了更多的选择, 相对减轻了应考负担, 高校则需要迎接更大的招生宣传及录取工作挑战。如何创造性地做好网络信息化时代下的招生宣传工作, 吸引更多的优质生源, 成为当前高校亟待解决的重要问题^[2]。

(一) 招生宣传工作的概念及意义

高校招生宣传是指高校利用各种宣传方法, 通过各种传播媒介, 使考生及家长、中学等了解高校的大体情况, 并吸引考生报考的一种活动。其意义是为了宣传国家政策规定和学校有关措施, 体现招生公开、公平、公正原则, 使考生在填报志愿前对理想的学校进行全面了解, 合理正确地选择学校及专业^[3]。高校招生宣传是招收优秀生源的重要保障, 是考生报考志愿的主要依据, 也是全面展示高校形象、突出高校特色专业的主要途径。在提高高校知名度、扩展选拔生源的同时, 也为广大考生服务, 为国家选拔人才服务, 为高校的协同发展服务。

(二) 招生宣传工作的特征

一是真实性。高校应保证在各宣传平台上的信息真实准确, 不存在吹嘘、捏造数据等造假行为, 力求展示最真实、最详细的学校情况, 用学校的特色、专长去吸引考生和家长。

二是针对性。高校应根据不同生源地、不同专业、不同学校的层次进行有针对性的宣传, 结合历年招生数据, 把握好目标层次的考生, 准确定位招

[收稿日期] 2019-06-05; **[修回日期]** 2019-09-25

[作者简介] 胡小清(1965—), 女, 湖南长沙人, 中南大学材料科学与工程学院副研究员, 主要研究方向: 高等教育、大学生思政、教育管理、高校人才培养, 联系邮箱: 723813001@qq.com; 蔡圳阳(1988—), 男, 江西上饶人, 博士, 中南大学材料科学与工程学院讲师, 主要研究方向: 思想政治教育、材料学; 梁叔全(1962—), 男, 四川成都人, 博士, 中南大学材料科学与工程学院教授, 主要研究方向: 材料科学与工程、人才培养

生宣传的目标,从而使招生宣传工作简捷有效。

三是及时性。招生宣传工作既要抓住志愿填报的黄金时期,又要长期宣传和更新学校的基本情况信息,向考生、中学和家长传递学校的最新招生录取及办学条件提升等的信息,利用网络平台实现及时宣传、常态化宣传的目标^[4]。

(三)招生宣传工作存在的问题

第一,生源数量及质量分布不均衡。借助现代网络平台,当前高校的招生宣传工作已获得长足进步,但高校以及高校内部各专业之间生源分布不均衡的问题依然大范围存在。山东是高考大省,生源质量好,中南大学这几年在山东的招生人数稳步提升,名列全国高校前列,但各优秀生源基地中学的生源数量和专业报考不均衡、不稳定。

第二,招生宣传时间过于集中。高校的招生宣传工作大多集中在高考结束后志愿填报之前,考生在这一时间段会接收到大量信息,影响抉择和增加了录取风险。尽管高校也注意了平时与中学的联系,但大多是依托基地中学进行宣传,效果不突出。

第三,招生宣传内容单一。各高校招生宣传时往往全力标榜本校的特色学科专业,忽略了中学生的爱好兴趣及录取工作的统筹兼顾,冷门专业往往依靠特殊类招生或调剂完成,而一些大类招生把太多的专业捆绑在一起,在较大程度上抑制了这些学科专业的发展。

三、当前高校招生宣传的主要途径

(一)纸质媒介

学校介绍、招生简章、报考指南、往年录取情况等材料的印发是高校普遍采用的纸质招生宣传方式,但纸质媒介只能起到单向传播信息的作用,无法实现考生及高校的双向沟通。

(二)招生咨询热线

高校招生办均设有招生咨询热线,通过电话联系或社交平台在线沟通的方式为广大考生和家长提供咨询服务。这样交流及时且具个性化,但存在占线、受众面小、交流不充分等问题。

(三)落地活动

落地宣传活动是招生宣传工作的重要途径,包括到源地组织开展招生宣传活动、招生咨询会,以及自主招生的考评工作等,均能使考生和家长与高校进行面对面的交流,是一种较为有效的宣传方式。

(四)网络宣传

当今网络成为人们获取信息的主要来源。通过网络媒体的传播,可实现招生宣传工作的最大化,并且可将图片、影像、文本、声音等融为一体,突破时空限制,实现全方位的信息传播,更加生动、

准确地向考生及家长、中学传递高校招生信息、条件及基本情况等。目前,权威性较强的网络宣传平台为官网、官微及学校公众号等,实现了招生宣传的简捷化、常态化以及双向沟通的即时化。

四、创新高校招生宣传工作的有效策略

(一)以基地中学为抓点,提升招生宣传力

2015年10月,国务院发布《统筹推进世界一流大学和一流学科建设总体方案》,世界一流大学和一流学科成为国际社会公认的评判标准。本科教育是“双一流”建设的重要基础,而人才培养质量是“双一流”建设的关键,因此,高校更加重视本科生生源质量,力图通过提高办学水平、增强特色和社会声誉等一系列措施来吸引优质生源。高校加强生源基地的创建及与基地的交流合作,能够有效保证稳定、高质量的生源。宋勤勤提出:高校之间在生源质量上的竞争日益加剧,如果不主动与中学教育对接,就很难在竞争中取胜^[5]。优质生源基地作为高校与考生之间最直接的对接平台,能够有效地提升高校在学生及家长中的知名度和影响力,在学生当中形成声誉优势,占据主动地位,为后期的宣传打下良好的基础,对于整个招生宣传工作具有极大的促进作用。朱同发认为:生源基地是高校与中学之间以共同选拔和培养优秀人才为目标、共促发展为主渠道^[6]。中南大学在全国建立了300多个基地,很好地提高了生源质量,促进了相互发展。北京林业大学近几年录取的考生,1/5以上来自各省的生源基地中学^[7]。高校在进行生源基地选择时,不能盲目贪图数量,应当结合本校的招生计划、办学条件、特色专业、人才培养方向及生源基地的层次、特色、地域等因素,做到统筹兼顾,科学选择。对原有生源基地可适当调整、淘汰和优化,充分发挥双向互动积极性,使高校与中学的协同发展实现最大化。同时,要借助生源基地的影响力和示范性,带动其他中学主动向基地中学看齐,学生主动报考同高校同专业。

(二)以学科专业为重点,优化学生成才力

新高考改革后,高校、中学人才培养模式和机制等均发生很大变化,因此高校招生宣传工作的理念、内涵、方式等均要创新与优化。这其中,学科专业是重点,因为它直接关系到学生的未来选择。新高考改革的实施,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,因此高校招生宣传工作要更专业、更提前、更普及和更持续。也就是说,高校不光要宣传自己如何如何好,也不仅仅针对高三学生和家,还应从高一、高二甚至从进入初中起,就要加强相关学科专业和中学对应课程的关联性

研究, 加强对学生的兴趣爱好与学科专业契合度的挖掘等, 不断创新招生宣传内涵, 改进宣传方式, 拓宽宣传途径, 让中学老师、学生、家长清晰地了解相关学科专业。中学与高校双方应加强合作, 明确合作建设的目标与规划, 并定期交流、走访, 针对学生成长成才、学科专业、教育教学等问题进行探讨, 做好高中教育与大学教育的衔接, 帮助学生提前认识大学, 对大学的学科专业、教育模式、学习方法等有初步了解, 同时, 促进学校不断创新、不拘一格地选拔和培养人才。2018年, 中南大学全面施行大类招生培养改革, 通过半年、一年的学习后, 学生可根据个人兴趣再进行专业分流。这是对新高考改革的一种很好的回应。中南大学很早以前就建有招生专家库。近年来, 结合教育改革和新高考方针, 中南大学不断充实和优化专家库。这其中, 既有各学科专业的名专家、优秀青年学者, 又有经验丰富的管理、教育专家及网红等, 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, 也让学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。

(三) 以当地企业为平台, 增强区域影响力

企业对高校学生的评价往往在当地更具影响力, 在一定程度上影响了当地人民对高校的认识。高校与知名企业合作, 于学生、高校、企业及当地发展皆大有裨益。对学生来说, 提前进入知名企业实习有助于其对专业知识的理解和运用, 同时能够加深对专业、行业的认识, 对学生的未来发展能起到很好的启迪作用。对高校来说, 当地的知名企业能够成为学校宣传的平台和样本, 直接展示教学成果和学生风采。对企业来说, 高校实习生的加入能够帮助企业了解未来毕业生概况, 了解先进的知识和技术, 有利于企业对人才的引进; 此外, 源源不断的人才涌入在极大程度上推动了当地技术的进步和经济的发展。目前, 中南大学与全国各地很多知名企业都建立了联系, 开展了广泛合作, 企业对学校和学生的认可度很高。其中, 与山东南山、魏桥等 10 多家材料行业知名企业建立了伙伴联系, 在学生实习、科研、人才培养、博士后流动站、就业等诸多方面开展合作, 收到了很好的效果。学校为这些企业输送了大量优秀毕业生, 较好地促进了当地经济与社会的发展。

(四) 以师生校友为纽带, 构建互动“正循环”

“高考热”是各大高校在招生宣传及生源基地建设建设中普遍存在的现象, 即高校的宣传建设工作通常集中于高考志愿填报前进行, 录取结束后, 招生宣传工作尤其是生源基地的建设工作就会搁置下

来, 直到第二年高考之前, 又匆忙开展各项工作。这种现象不利于高校与中学之间的沟通交流。传统的生源基地建设大多以颁发生源基地证书、开展座谈会等方式进行。在高校生源竞争日益激烈的今天, 生源基地的建设需要开展更丰富和可持续的活动来实现有效对接, 如高校师生走进中学、中学师生走进高校等活动, 应更具体化、生动化、实际化和网络化。而科研项目开展、课程建设研究以及学生会、共青团、志愿者服务等学生组织互动, 均是高校与中学之间进行交流合作、促进发展的良好载体。中南大学注重日常交流、强化与基地中学的特色和优势对接, 定期反馈学生的学习和发展情况。在每年的 12 月、3 月等备考的重要节点, 会派招生组人员和相关专家到山东省各地中学走访、座谈, 与学生、老师、家长代表进行面对面交流; 每年 6 月, 组织到各大高招会、校招会现场进行宣传与咨询, 帮考生及家长进行个性化分析; 每年寒暑假, 以项目资助方式鼓励学生回访中学, 让他们现身说法、个性宣传。通过跟踪回访母校的学生发现, 学生在进行宣讲的过程中更具亲和力, 对学校学习和课余生活的描述也更具体、真切, 而这些恰恰是考生们最关注的。同时, 学生之间的交流没有障碍, 在很多问题上容易产生共鸣, 因此更具吸引力和说服力。另外, 也可邀请已毕业的优秀校友走进高校、走进中学, 谈创新创业和奉献。通过上述活动, 加强生源基地常态化建设, 构建高校与中学之间良好的“正循环”互动反馈机制, 以促进高校与中学、与学生的密切交流, 促进彼此发展, 从而更好地培养学生, 服务学生, 奉献社会。

参考文献:

- [1] 张亚群. 新高考实施的教育影响[J]. 教育发展研究, 2018, 38(22):3.
- [2] 董秀华, 王薇, 王歆妙. 新高考改革: 高校招生面临的挑战与变革[J]. 复旦教育论坛, 2018, 16(3):43-50.
- [3] 徐代勋. 新常态下高校生源基地建设研究[J]. 科技展望, 2016, 26(23):338.
- [4] 贾彦彬. 高考改革新形势下关于加强高校生源基地建设的思考[J]. 吉林人大, 2017(11):34-35.
- [5] 宋勤勤, 周世革, 宋吉红. 新形势下加强优质生源基地建设的思考[J]. 中国校外教育: 中旬, 2016(8):1-2.
- [6] 朱同发. 建立以“优秀生源基地学校”为中心的招生宣传模式[J]. 人力资源管理, 2016(8):124-124.
- [7] 曹兵, 伍李春, 郑钰莹, 等. 刍议优质生源基地建设的可持续发展——以合肥工业大学为例[J]. 漯河职业技术学院学报, 2014(5):63-65.

[编辑: 苏慧]