

# “新艺考”改革模式下应用型艺术类高校招生管理路径探析

## ——以南京传媒学院为例

刘振华

(南京传媒学院, 江苏南京 211172)

**摘要:**近年来,随着教育部对我国艺术类招生考试改革的不断深化,新艺考模式应运而生。在新艺考改革模式下,应用型艺术类高校的招生管理优化和调整势在必行。招生管理作为高校的“生源入口”,其工作成效与否将直接影响生源质量且后续教学工作等,鉴于此,为了进一步提高招生管理效率,笔者通过研究目前应用型艺术类高校招生管理现状,探析在“新艺考”改革模式下招生管理工作存在的问题及挑战,结合应用型艺术类高校的特点,针对性地提出可行性路径,以期应用型艺术类高校在“新艺考”改革背景下的招生工作提供参考和指导,从而培养更符合社会需求的艺术类专业人才。

**关键词:**新艺考;招生管理;应用型;艺术类高校

高等院校艺术类专业招生考试(以下简称“艺考”)是我国高考招生的重要组成部分,同时艺考还可再进一步细分为“艺术类专业校考”及“艺术类专业统考”。为规范艺术类招生考试制度,进一步完善艺术类人才选拔评价体系,更好地满足社会经济、文化等现实发展需求。2021年,教育部发布《关于进一步加强和改进普通高等学校艺术类专业考试招生工作的指导意见》(教学〔2021〕3号)。文件当中已明确指出2024年艺术类专业将基本实现省级统考全覆盖且不再跨省设置校考考点等。2023年11月,教育部正式出台《关于做好2024年普通高等学校部分特殊类型招生工作的通知》(教学〔2023〕10号),部署做好2024年普通高校部分特殊类型招生工作。这也意味着,艺考新政实施后的首次“新艺考”正式拉开序幕。

### 一、应用型艺术类高校招生管理现状

#### (一)招生专业范围

《普通高等学校本科专业目录》2023版共计12个门类,包括:哲学、经济学、法学、教育学、文学、历史学、理学、工学、农学、医学、管理学、艺术学。应用型本科高校在人才培养理念角度,更加偏重学生的实践能力与技能培养,故而在办学初便与普通综合学术类型大学不同,尤其体现在招生专业方面——学科专业特色突出。如南京传媒学院则以“艺术学”门类为主(统称为艺术类专业),且为突出专业优势亮点,细化人才培养方向,很多专业设置具体方向。例如广播电视编导专业分为电视编导、文艺编导、网络与视听节目编导,影视摄影与制作专业分为电视摄影、照明艺术、航空摄影等。

#### (二)招生计划制定

在招生计划编制时,一般根据高校办学特色、发展规划、人才培养方向,结合就业市场人才需求和教育政策等,对于优势学科和热门专业将适量增加招生名额,对于一些传统专业则可能按照实际情况进行调整。南京传媒学院2023年本科计划共4900个,其中艺术类专业占比约4/5,普通类专业占比约1/5。

#### (三)招生宣传方式

高校通常侧重于直接和个人化的接触方式,以及通过各种媒介传播信息,如:开放日和校园参观,高校定期举办开放日活动,邀请学生和家长参观校园;印刷宣传材料,包括招生简章、宣传册、海报等;运用微信公众号、微博等新媒体等平台,在介绍和宣传学校特色同时,进行线上互动交流答疑;省级招生考试主管部门官方媒体杂志及新闻稿,通过在各省市志愿填报指南等纸媒或网媒投放广告,内容包括学校简介、学科专业、师资力量、人才培养成果等,从而提高学校知名度和吸引力。

#### (四)招生录取原则

除普通类相关专业外,按照普遍“高分优先”的传统方式进行投档录取,而在艺术类专业方面较为复杂多样,在各省份录取批次以及高校指定招生录取原则可分为两方面:

艺术类专业统考:1.专业统考过对应合格线后,文化分数过对应省控线,按照专业统考分数由高到低择优录取;2.专业统考过对应合格线后,文化分数过对应省控线,按照专业统考分与高考文化分数相加,由高到低择优录取;3.专业统考过对应合格线后,文化分数过对应省控线,专业统考分与高考文化分数按照一定的公式比例相加,由高到低择优录取。

艺术类专业校考:1.专业校考取得合格证后,文化分数过省控线或院校自主划定分数线,按照高考文化成绩由高到低择优录取;2.专业校考取得合格证后,文化分数过省控线或院校自主划定分数线,按照专业校考成绩由高到低择优录取;3.专业校考取得合格证后,文化分数过省控线或院校自主划定分数线,专业校考分与高考文化分数按照一定的公式比例相加,由高到低择优录取。

其中在志愿填报过程中,按教育部要求,考生若报考省级统考已涵盖的专业校考,须省级统考合格,否则专业校考成绩无效,填报高考志愿无效。且在省份艺术类统考批次有采用平行志愿投档录取,也有部分省份依旧采用传统顺序志愿投档录取。而在校考批次(提前批、普通批)中,近年来,除河南省使用平行志愿外,其他30个省(区市)均使用传统梯度顺序志愿。

### 二、新艺考改革下应用型艺术类高校招生管理面临的挑战

#### (一)特殊类型招生范围缩小,部分专业方向取消。

在教育部发布的“新艺考”改革文件,关于特殊类型招生基本要求中,明确指出艺术史论、艺术管理、非物质文化遗产保护、戏剧学、电影学、戏剧影视文学、广播电视编导、影视技术等不组织专业考试。意味着上述相关专业将按照普通类专业录取原则方式,直接按照高考文化成绩、参考考生的综合素质评价,进行高分排序录取。

同时文件中还指出,艺术类本科专业一般不得设专业方向,对因培养工作需要,确需在考试招生环节加以区分的,有关高校可设立招考方向。而体现在应用型艺术类高校,近乎所有带专业方向的专业,按照有关要求统一取消掉了专业方向。这就大大缩减了艺术类高校专业的范围。而很多艺术类高校在开设学科专业时,不同的专业方向分布在不同的二级学院教学单位中。如南京传媒学院在播音与主持艺术专业中,原本该专业共开设三个专业方向,分别为:播音与主持艺术、播音与主持艺术(双语主持与直播)、播音与主持艺术(电子竞技解说与主播)相对于分布在

播音主持艺术学院、国际传播学院、电竞学院三个不同的教学单位。

(二) 考试选拔方式统一, 部分类型院校不再组织校考。

按照教育部文件精神, 在“新艺考”改革后, 各省(区、市)省级统考将施行所有科类全覆盖, 包含六类: 美术与设计类、书法类、播音与主持类、表(导)演类、音乐类和舞蹈类。同时要求各高校控制校考专业范围及校考权限, 对于少数专业特色鲜明、人才培养质量较高的艺术院校, 按照程序申请在省级统考基础上组织校考。故而, 全国所有应用型艺术类高校有关于艺术类校考专业全部取消, 仅有部分高校如清华大学、中国传媒大学、北京电影学院等开设校考。

(三) 考生生源结构变化, 影响招生录取工作

在“新艺考改革”应用型艺术类高校校考取消后, 加上全国所有省(区、市)全面覆盖艺术全类专业统考, 同时教育部文件指出使用省统考成绩作为专业测试成绩的相关专业, 在达到相对应录取控制分数线基础上, 依据考生文化分和艺术类专业统考分按一定比例相加形成综合分数进行投档录取, 其中高考文化分数占比不低于 50% 且部分类别专业将稳步提高对于高考文化分数要求。通过 2024 年各省(区、市)公布的数据显示, 播音与主持类考生数量相比往年明显下降, 综合改革调整内容, 考生生源结构变化必定会引得各应用型艺术类高校的普通类和艺术类计划比重随之变化, 从而影响招生录取等各项环节工作。如, 笔者在上文提到南京传媒学院在 2023 年计划编制时艺术类专业占比总计划 4/5, 而其中艺术类校考专业计划占比艺术类专业计划约 3/5, 占比总计划约 1/2, 原艺术类校考计划不可能全部转变加入艺术类统考计划。

(四) 新艺考改革后, 招生宣传模式不能满足高校需求

鉴于之前应用型本科高校可组织艺术类校考, 而在高考校考批次志愿填报时必须取得相对应校考合格证, 且高校已在组织校考过程中掌握考生的基本信息及联系方式等, 可以做到一对一精准宣传。而新艺考改革, 校考取消后, 增加大量的不可知报考意向的生源计划, 故而现行的招生宣传模式不能够满足高校对于高质量完成计划的需求。

### 三、应用型艺术类高校招生管理可行性路径

(一) 科学合理编报高招计划

1. 外部环境评估。一方面, 根据各省(区、市)2024 年艺术类专业省级统考生源情况, 了解不同省份、不同专业的报考趋势和变化进行了解研判。另一方面, 进行就业市场调研, 了解当前及未来就业市场的需求, 特别是各行各业对专业技能的需求。另外还需考虑国家和地区的教育政策、经济发展规划等宏观因素。

2. 内部资源评估。结合学校办学定位和特色、学科专业建设规划、学校整体高招计划规模、往年各省各专业录取情况, 评估学校的教育资源, 包括师资力量、教学条件、配套设施、实验实训室、图书资源、住宿条件和财务状况等诸多因素, 合理规划分省分专业招生情况。

3. 优化调整招生专业与规模。根据市场需求、学校资源以及办学方向, 调整现有专业设置, 增设或减少部分专业。重视新兴专业的发展, 如人工智能、数据科学等, 以适应未来就业市场的变化。同时考虑地区平衡, 合理分配不同地区、不同专业的招生名额。

(二) 增强招生宣传的针对性与创新性

改革招生宣传形式, 打造分片包干、共同参与的招生宣传新格局, 推进宣传工作的制度化、规范化和常态化, 不断巩固与提高我校生源质量。包括: 走进中学开展宣传。在深入分析生源情况的基础上, 主动出击, 深入中学, 提高与中学的交互频次, 丰

富合作形式; 加强宣传队伍建设。建设一支有亲和力的师生宣传队伍, 稳定人员队伍的同时, 加强业务培训, 提高宣传实效; 丰富创新宣传内容。积极宣传学校办学特色、育人成果的基础上, 加大对学科专业的宣传, 提高具体专业对考生的吸引力; 加大宣传工作保障。加大对招生宣传工作的经费投入, 以确保相关工作顺利有序开展。

同时, 运用线上+线下组合拳的招生宣传新思路。时值场景时代, 线下广告投放是不可忽视的一部分。通过生源大省核心城市商圈的 LED 广告投放覆盖人群更广, 投放人群更为精准, 更加有效地提升学校知名度和品牌响应。线上采用多媒体平台齐放, 并蒂开花形式。运用招办网站、招办微信公众号、招办抖音平台、招办视频号包括学校党委宣传部、二级学院等媒体平台(微信号、官网、抖音号)在内, 打造出高校“招生宣传”最强新媒体运营矩阵, 结合软广、硬广多层面、多角度展现学校办学实力。

(三) 提升招生管理的信息化水平

1. 建立综合招生管理系统。时值大数据技术时代, 现代化招生理念需要借助技术手段来实现, 高校在开展招生工作时需要利用大数据技术对招生管理系统进行优化创新, 保证招生管理系统能够满足应用型艺术类高校的发展需求, 为招生工作提升整体管理效率。因此在传统招生管理工作基础上, 构建高校招生管理信息系统。首先通过在高招录取软件导出的投档单信息, 然后, 将收集到的信息通过网络系统平台传输到数据库中, 建立统一、科学的高校招生管理信息系统数据库, 针对学生的成绩、地区、学校和特长展开下一步工作, 为招生后续管理工作提供必要的基础和条件。

2. 研究数据驱动的招生策略。运用数据收集和分析机制, 实时监控招生数据, 如已录取人数、录取率、来源地区等。同时也可利用该数据和趋势分析, 优化招生计划和招生宣传策略。同时引入预测模型, 预测不同专业、不同地区未来的招生趋势, 为来年编报计划决策等提供支持。

3. 加强信息安全与隐私保护。加密储存生源数据库信息, 确保信息安全。制定严格的数据信息使用政策, 保护考生隐私。最后定期对招生管理系统进行安全检查和防火墙维护等, 防止数据泄露。

4. 提供良好的技术支持和培训。

建立技术支持团队, 为数据信息系统的用户提供及时的技术帮助。同时, 对使用者进行定期的培训, 提高他们的信息化操作能力。最后, 收集用户反馈, 持续优化系统功能和用户体验。

### 四、结论

在“新艺考”改革模式下, 应用型艺术类高校的招生管理路径应注重高招计划的合理编报、优化招生结构、创新招生宣传的模式、提升招生管理的信息化水平。同时, 相应管理者应结合招生工作的现状进行具体研究, 应对相关问题进行深入剖析和总结, 与时俱进, 以适应新时代招生管理工作的发展需求, 进而挖掘更多具有创新能力和实践能力的艺术人才, 为应用型艺术类高校生源质量和招生管理工作水平提升保驾护航。

### 参考文献:

- [1] 刘俊成, 董明宇, 黄文富, 等. 不解之问: 你是什么“专业”[J]. 高校招生: 高考指南, 2020(8): 4.
- [2] 陈志杰. 基于大数据技术在高职院校招生工作中的应用策略研究[J]. 湖北开放职业学院学报, 2023, 36(18): 154-155+158.