

充分挖掘企业资源 提升高职院校学报影响力*

王丽婷

《广东轻工职业技术学院学报》编辑部 510300 广州

摘要 企业资源是高职院校学报得天独厚的资源。如何促进企业自主创新能力的提高,成为校企合作的重要平台和技术服务的重要载体,是高职院校学报赖以存在和发展的基础;如何深度挖掘企业资源,将学报发展与企业的需求结合在一起,是提高高职院校学报核心竞争力、走特色办刊道路的一项重要举措。其实现的途径是借助校企合作平台,挖掘并发表优秀的研究成果,开发并培育企业主流读者群,建立并发展企业核心作者群,构建与企业的长期合作关系。

关键词 企业资源;高职院校学报;影响力

Making full use of enterprise resources and enhancing impacts of journals of higher vocational colleges//WANG Liting

Abstract Enterprise resources are unique resources for journals of higher vocational colleges; therefore, how to promote the independent enterprise innovation capability becomes an important platform of college-enterprise cooperation and an important carrier for technical services, and is the basis for the existence and development of journals of higher vocational colleges. How to make full use of enterprise

resources and closely connect the development of journals and the demands of the enterprises is important to improve the core competition ability of journals of higher vocational colleges and to run the journals with special characteristics. The goals can be achieved through the college-enterprise cooperation platform, searching and publishing high-quality research achievements, developing and cultivating mainstream enterprise readership, establishing and developing the core enterprise authors, and building a long-term relationship between enterprises and journals.

Key words enterprise resources; journals of higher vocational colleges; impact

Author's address Editorial Department of Journal of Guangdong Industry Technical College, 510300, Guangzhou, China

高职院校学报是反映高职院校教学、科研成果的一个学术平台,与研究型大学学报相比,其独特性在于服务的主要对象是高职院校相关教育工作者以及合作

工作者宣传本刊的特色和优势,并主动与一些相关的研究团体联系,让更多的专家学者更全面地了解本刊。此外,给专家发送的审稿单不应仅仅是一个包含审理稿件具体要求和标准的文件^[11],还应是向专家宣传刊物的一种载体^[12]。编辑可以将刊物的一些基本信息,例如期刊的特点和优势、定位和发展方向、影响因子、出版周期、稿件录用比例等等,放入审稿单中,这样既可以帮助专家掌握审理稿件的尺度,又能让专家在较短的时间内熟悉期刊,以吸引他们的投稿。

3 结束语

对专家拒绝或延迟审稿现象产生的根源分析后发现,编辑选择审稿专家时应做好充分的准备工作,寻找与稿件研究领域相同并且不存在利益冲突的专家;加强与审稿专家的及时联系,并不断扩大对期刊的宣传,让更多的专家熟悉并重视自己的期刊。采取上述这些措施,不仅能够很好地解决专家拒绝或延迟审稿的问题,缩短审稿时滞,也能使期刊吸引更多优秀的稿件,从而获得更大的进步与发展。

4 参考文献

[1] 陈静,陈燕.科技论文审稿时滞问题研究[J].编辑学报,

- 1996 8(3):139-141
- [2] 梁丽,张洋.专家审稿存在的问题分析及解决措施[J].中国科技信息,2009 20(12):211-214
- [3] 张淑敏,辛明红,刘永新.如何缩短审稿时滞[J].编辑学报,2005 17(4):274-275
- [4] 朱乾坤,石红青.从审稿统计数据看审稿人的选择[J].编辑学报,2010 22(2):151-153
- [5] 常春.缩短学术期刊专家审稿时间讨论[J].中国科技期刊研究,1999 10(4):96-97
- [6] 鄢子平.审稿人选择:问题、原因与对策[J].出版科学,2007(5):32-35
- [7] 赵丽莹,冯树民,刘彤,等.如何选择“小同行”审稿专家[J].编辑学报,2007 19(1):75
- [8] 徐清华,张弘,赵惠祥.学术论文审稿人的准确快速查询[J].编辑学报,2010 22(1):61-63
- [9] 朱美香.审稿质量与审稿人年龄、经历的关系初探[J].中国科技期刊研究,2004 15(3):315-317
- [10] 边书京,杨锦莲.慎用作者推荐的审稿专家[J].编辑学报,2009 21(3):241-242
- [11] 王桂珍.审稿单的设计对审稿质量的影响[J].科技与出版,2004(5):50-51
- [12] 张冰,孙慧兰.学术期刊应向审稿专家提供审稿辅助信息[J].编辑学报,2009 21(6):517-518

(2011-03-21 收稿;2011-05-15 修回)

* 广东轻工职业技术学院教改项目(JG201039)

企业;因此,其所刊载的内容除了职业技术教育研究成果,更重要的是发表能解决企业实际问题的指导性和操作性比较强的技术研究成果,以更好地服务企业。这也是与高职教育的功能定位紧密联系在一起。如何促进企业自主创新能力的提高,成为校企合作的重要平台和技术服务的重要载体,是高职院校学报赖以存在和发展的基础;如何深度挖掘企业资源,将学报发展与企业的需求结合在一起,是提高高职院校学报核心竞争力、走特色办刊道路的一项重要举措。

1 借助校企合作平台,挖掘并发表优秀成果

实行校企合作,推进科技创新是我国高职院校发展的重要使命,也是其独特性所在。目前,大部分高职院校都建立了各种各样的校企合作平台,如校企共建校内生产性实训基地、校企深度融合共建技术研发机构、校外建立产学研合作基地等。这些平台集合了各专业骨干教师和学科带头人,这些专业技术人员将承接企业的各类技术改革难题,与企业合作开展应用技术创新开发,甚至联合企业申请专利。这些来自企业一线的研究成果对于学报来说是一笔难能可贵的资源,如果能及时挖掘并第一时间发表,对扩大学报的学术影响力具有重要的意义。

高职院校学报应充分利用这一有利条件,及时跟踪参与企业合作的骨干教师,鼓励并引导他们发表近期的研究进展或成果综述,或其应用成果被合作企业采用的情况并取得的经济效益。此外,对于尚未与企业合作的教师,要积极引导他们到企业中寻找课题,如广东轻工职业技术学院已经落实了专任教师“3+2”校企交替工作制度,鼓励教师到中小企业中去,开展技术服务。这部分教师一般都是青年教师,高职院校学报需要创造条件与作者进行面对面的交流并给予指导,鼓励他们在为企业提供技术服务的同时结合实际开展课题研究,学报为其提供发表的平台。

高职院校学报通过借助校企合作平台,挖掘并发表优秀的研究成果,不仅能围绕学科建设,把校内最新研究成果推广出去,使企业了解学校教学改革和人才培养的情况,而且能使教师通过这一平台,了解本专业的新技术、新设备的动态及发展趋势,并及时把它补充到教学中去,使教学和科研水平快速提高^[1]。这种互动和合作将为学报提供基于企业一线的大量应用性研究成果,逐步形成特色,学报的被引率和影响力将大大提高。

2 开发并培育企业主流读者群

发行量是学报影响力大小的表征之一,是学报生命力的保证;然而,目前高校学报,特别是高职院校学报

的发行量很少,一般每期1000册左右,主要用于院校之间的交流,而作为学报的主流读者即校内师生几乎很少订阅,更何况是校外的相关专家和公众。这种现象虽是长期的计划经济的办学体制所造成的,但也反映了高校学报没有很好地根据主流读者的需要进行定位,还没有在观念上实现从服务作者到服务读者的转变。“任何传媒都必须从受众的需要出发,高校学报也理应如此。从现实来看,从读者的需要进行学报定位和细分的很少,结果读学报的少,买学报的就更少,不仅高职院校的学报如此,而且一些知名大学的学报亦是”^[2]。

“高校学报作为传播信息和学术科研成果的载体及工具,注定了读者的特定性和专业性”,“根据阅读兴趣、阅读需要的不同,可把它分为核心读者、基本读者和外围读者。核心读者是本院校、本学科、本专业的教学科研人员的一部分学生;基本读者是一些相关科研院所的科研人员和管理人员,同类院校的教学科研人员,相关院校的部分在读博士、硕士研究生,相关单位的理论工作者、教育工作者以及一些实际工作者;外围读者是那些与本学科、本专业相关的人员和管理人员及其他一些社会读者,他们更多地关注本专业的实际应用成果”^[3]。

目前高职院校学报的定位,主要面向核心读者和基本读者,而对于外围读者,特别是与高职院校发展息息相关的企业则很少关注,更谈不上开发和培育^[4]。虽然高校学报与其他一般刊物相比具有学术性强、受众面窄等特征,但是学报要生存和发展,必须走向开放。正如高等教育的主要职能从一直是保存、传授和发展高深学问,到今天强调社会服务一样,高校学报也应该走出固守的一块自留地,从自说自话到充分考虑社会和公众的需求,强调学报对读者所能产生的效益。

高职院校学报更应该根据高职院校的办学宗旨即“服务地方经济,培养新型实用人才”,充分利用高职院校校企合作办学模式的有利条件,深入企业,开拓读者市场,主动走近读者,根据企业管理者和技术人员的阅读心理和兴趣,制订选题计划,精心组织稿件,突出针对性和实用性,以达到既服务学科建设又促进区域经济建设的目的。同时,要在企业中大力宣传本校学报的办刊特色,特别是一些反映行业技术创新的最新成果,以吸引企业读者。

3 建立并发展企业核心作者群

高职教育作为高等教育的一种类型,发展的历史只有短短的几十年,其科研实力和教学水平、师资条件都无法跟普通高校相比;因此,作为反映学校教学科研成果平台的高职院校学报,自然在整个高校学报群体中处于弱势地位,不可能像普通高校学报那样拥有庞

大的作者群和丰富优质的稿源,而这些是影响学报影响力的重要因素。那么,高职院校学报要在学术期刊竞争中形成比较优势,唯一的出路就是结合高职院校培育高技能、应用型人才的特点,“凸显理论性、实践性、可操作性的学术研究个性和特色,注重应用型实用型技术的研究,以推介生产、建设、管理、服务‘第一线’的各种职业应用技术理论、应用技术科研成果为重点”^[5],而这单靠校内教师的力量是难以完成的;因此,高职院校学报需要加强与企业的互动。根据校内兼职教师和企业高级工程师接触企业一线,实践经验丰富的特征,组织其与校内专任教师合作,有计划地选择一些新的科研课题,以各种优惠政策调动企业人员根据实际提炼并撰写技术研究成果的积极性。

然而,企业的技术人员往往只有丰富的实践经验,而研究能力不强,这就需要学报编辑在论文的撰写方面给予相应的指导,同时学报编辑应该依据本校已有的优势学科,参加重要的专业学术会议,深入了解学科发展动态,掌握有关学术成果应用的最新信息,及时、准确地反映学科发展状况,以引导学术研究的方向^[6]。高职院校学报要通过与企业长期的合作,逐步在企业中建立核心作者群,并吸纳进学报的作者库,以形成稳定的作者队伍,保证稿源的数量和质量。

4 构建与企业长期的合作关系

强调挖掘企业资源发展高职院校学报,其主要目的在于避免高职院校学报发展泛化带来的问题,有利于保持高职院校学报的特色,提高文章的质量,扩大社会影响;如果不能充分调动企业的积极性,只能是别头挑子——一头热。

因此,高职院校学报需要对与本校有合作关系的企业,专门开辟校企互动栏目或者在封二、封三对企业形象进行宣传介绍;而对于企业最新的技术创新成果,也要在第一时间刊登出来,让学报成为企业展示新技术、新设备的载体,以提升企业的社会地位。“在栏目设计和内容编排上,就某一时期企业普遍关注的热点、难点问题,设立专栏,编发针对性较强的研究论文、专题讨论、调查研究报告等,为企业技术人员释疑解难。在版面安排上,兼顾企业作者文章所占的比重”^[1]。对企业作者在稿酬、版面费方面予以优惠。同时定期免费向企业赠阅样刊,让企业及时了解学校教学科研的最新成果,发挥学报在校企合作培养人才模式中的媒介作用。聘请企业中的技术研发人员作为学报的审稿专家,不仅可以对学报来稿的学术质量进行把关,还可以对其成果的应用价值进行判断,从而提高学报的质量。而通过审稿,企业的专家对学报的兴趣会越来越浓,可以考虑将

其转变为学报的特约撰稿人,为学报长期传送企业第一线的新技术、新设备、新需求等信息,使高职院校学报成为受教师与学生欢迎的企业信息库^[7]。

对于尚未与学校有合作关系的但是与本校的学科专业发展紧密相关的企业,也需要学报编辑与其主动联系,定期向他们赠送学报,促进相互了解,把他们作为主要的作者对象和读者对象来对待。长此以往,通过与企业建立稳定的长期合作关系,可以有效地扩大学报的发行量,提升学报的影响力。

需要强调的是,我们提出借助企业资源来发展高职院校学报,不是放弃学报的“学术性”原则,不是主张学报要完全放开,进行市场化运作,而是在坚持学术性定位的前提下,依靠母体高职院校与企业合作培养人才这一模式的先天优势,引进企业资源,活跃学术气氛,拓宽校内教师的研究视野,促进科技成果的转化,从而提高学报质量和影响力,学报的质量和影响力的提升又会进一步吸引更多的优质稿源和读者。这是一个良性循环的过程。在高校学报同质化越来越严重的情况下,理性地开拓企业资源,不失为高职院校学报走差异化、特色化发展道路的一个重要选择。

5 结束语

对于高职院校学报来说,企业资源是其得天独厚的资源,是高职院校学报办出特色、形成比较优势的重要因素。如何与企业形成战略合作关系,使高职院校学报在与其它刊物的竞争中,既有量的支撑,又有质的先进性和独特性,需要各高职院校去努力挖掘、倾力打造。若如此,高职院校学报在期刊界独树一帜将指日可待。

6 参考文献

- [1] 杨勇,周佩琴,秦和平.高校工科学报面向企业的理性思考[J].编辑学报,2004,16(2):84-86
- [2] 彭腾.论高校学报编辑的几个意识[J].岳阳职业技术学院学报,2007,12(1):15-16
- [3] 夫春兰.高校学报读者及读者群的开发[J].郑州经济管理干部学院学报,2007,22(2):74-77
- [4] 宋岩,魏银立,黄丹.广东高职学报的现状调查与发展分析[J].中国职业技术教育,2010,10(12):93-96
- [5] 催发周.高职院校学报的技术服务功能[J].工业技术与职业教育,2011,9(2):63-64
- [6] 莫剑敏.现代编辑的中介作用[J].编辑之友,2008(3):55-56
- [7] 顾健.论高职院校学报企业审稿专家队伍建设[J].科技与出版,2009(10):56-58

(2011-10-18 收稿;2011-12-29 修回)