

● 编辑出版学

浅议高校学报在市场环境下的困境与出路

沈 建 国

(武汉大学 医科学报编辑部, 湖北 武汉 430071)

[作者简介] 沈建国(1966-), 男, 湖北安陆人, 武汉大学医科学报编辑部编辑, 武汉大学信息管理学院硕士生, 主要从事信息管理研究。

[摘 要] 高校学报存在数量众多而整体质量不高; 经费短缺、经济效益差等问题。要走出困境, 必须增强读者服务意识; 突出专业特色; 横向联合; 依托专业特色, 开展多种经营。

[关键词] 学报; 专业化; 联合; 经营

[中图分类号] G237.5 [文献标识码] A [文章编号] 1671-881X(2003)05-0631-03

高校学报的学术性强、读者面窄, 长期以来依靠行政拨款办刊, 市场意识淡薄。面对加入 WTO 所带来的巨大影响, 尤其是国内外名牌期刊的竞争压力和市场化进程的加快, 高校学报不可避免地会融入市场大环境中参与竞争。本文从高校学报的问题和出路谈一些思考。

一、当前我国高校学报存在的问题

(一)数量众多而整体质量却不高

20 世纪 90 年代初, 全国高校学报已有 1000 余家, 到 1999 年, 达到 1800 余家^[1] (第 29 页)。这就使学报的数量越来越多, 而质量却越来越差, 呈现粗放式办刊的局面。

首先, 狭窄的作者面和稿源范围, 使得稿件的选择余地很小, 阻碍了学报向高水平发展。学报主要以刊登本校教学科研论文为主, 面向本校师生, 内向性太强。而科研课题又非常有限, 因此高质量稿件不多; 而且, 由于高校教职工的职称评定与其所发表的论文数量挂钩, 为解决教职工评定职称的需要, 学报不得不增加页码, 扩充容量。这就使得大量毫无特色、新意内容重复的稿件频频发表。其次, 我国高校学报实行的是一校一刊(或一校几刊)的办刊模式, 而我国大学一般属于多学科性质, 因此学报为了照顾各学科的分布, 照顾各学科教学和科研的需要, 不得不成为刊登各类文章的“大拼盘”(或称“大杂烩”), 缺少专业特色。

(二)经费短缺、无经济效益可言

我国高校学报的运作主要是依靠行政拨款, 虽然在一段时间里, 确保了刊物的启动与运作, 但是随着时间的推移, 高校的改革, 使得对学报的相对投入减少, 许多学报经营日益困难。而许多年来形成的“上面拨款, 下面办刊”的思维模式又无法面对市场进行及时的更新与转换, 经营理念不强, 再加上学报本身文章的质量参差不齐、内容庞杂缺乏明确的读者群, 使得本来读者就有限的学报发行量就更小。受发行量的限制, 依靠广告等其它经营方式来增加收入自然就更不可能了。因此, 学报基本无经济效益。

二、高校学报走出困境的出路

(一)增强高校学报的读者服务意识

转变高校学报自我服务的意识,变“作者取向”为“社会取向”,改变“我有什么,你看什么”的观念,将反映高校的科研成果同读者的取向结合起来,在内容上优化稿源,刊载真正有价值、有新意的学术论文。在形式上美化版面,提高装帧质量,在文风上去掉生硬的面孔,达到学术交流和文化传播的目的。增强学报的可视性、可读性,从而贴近读者,真正做到为读者服务。学报要重视读者,这是其存在的根本,离开了读者,离开了传播,便谈不上社会效益和经济效益。

(二)突出专业特色

变综合性刊物为专业性刊物,改变“千刊一面”的局面,发挥比较优势,突出优势学科的“专业特色”,从而改变“大而全”所造成的各学报之间研究内容重复、重点不突出、优势不突出的状况。

对编辑队伍而言,可以提高编辑队伍的专业素质和编辑质量。因为专科性学报的编辑更为熟悉该学科领域的发展动态,更了解读者特有的阅读需求和作者队伍的状况,因此能筛选出高质量的稿件。

对作者而言,由于综合性学报面面俱到,不同学科领域作者的文章杂糅在一起,受同行关注的几率太小,自然很难激起高水平作者的投稿愿望。而专业性的学报是针对某一特定学科领域的读者而言的,因此,专业性学报能吸引更多高水平的作者投稿,从而使学报拥有高质量的稿源。

对读者而言,专业性的刊物较综合性的刊物更具有吸引力,读者喜欢更多、更集中地了解他所熟悉、所从事的学科领域的发展动态。由于综合性学报对读者的专业针对性不强,缺乏固定的读者群。而专业性的学报可以突出自己的特色,尤其那些具有学科优势的高校所办的专业学报,更能迅速的反映出该学科领域的最新成果,从而吸引固定读者群的持续关注。

北京广播学院主办的“现代传播——北京广播学院学报”于 1990 年后开始探索学报的改革,将其定位在“新闻传播与广播电视的‘学院派’阵地”上,集中研究以广播电视为中心的现代传播文化。明确的专业化定位吸引了该专业人士纷纷投稿,大大提高了稿件的质量,据统计所刊稿件被“新华文摘”全文转载的数量为新闻类刊物之首,该刊涉及的 8 个专题在相关的一千多种报刊中,在人大“复印报刊资料”中转摘或摘目率为第 10 位至第 32 位之间,影响已经超出新闻界,拓展到哲学界、文化界^[2](第 203-209 页)。

(三)横向联合

横向联合办刊的形式主要有以下两种。

高校间的联合。即部分高校在相同学科的基础上,创建有关特定学科和知识领域的专业性学报,以集中反映该学科最高水平的教学科研成果。我国高校每年被“科学引文索引”(“SC1”)收录的论文达数百篇,但没有一种高校学报被“SC1”收录,原因在于这些优质的科研成果都分散地发表在各自为政的高校学报上,许多优秀的科研论文流向了国外知名刊物。因此国内的学报自然就不具有竞争力^[3](第 105 页)。所以高校学报要走面向社会的集约化道路,创出品牌,才能增强对学术成果的“吸纳能力”,例如,由大连理工大学等 16 所高等院校联合主办的《高等化学工程学报》,所汇集的我国高校化工领域内的最新科研成果,在一定程度上代表了该学科在国内的科研水平。

高校与专业学会或专业研究所之间、高校与企业或大集团公司之间的联合。这种联合不仅可以为学报增加持续的资金支持,还可以有效地解决理论与实践相结合的问题,使学报研究内容具有更强的现实针对性,有效地促进产、学、研的结合。例如,由上海对外贸易学院与世界贸易组织上海研究中心、东浩国际服务贸易(集团)公司、上海市对外服务有限公司等合办的并由我国外经贸部副部长龙永图、大陆海协会会长汪道涵担任顾问的《世界贸易组织动态与研究》(上海对外贸易学院学报)就是一个很好的与企业联合办刊的范例。该刊所设置的“WTO 与中国”、“争端的解决”等一系列栏目对现实具有较强的针对性,稿件的作者包括政界、商界人士、以及对这个领域有深入研究的学者。

无论是高校间的联合还是高校与企业间的联合,都可借助资源的重新组合与互补的优势,从稿源上、财力上及人才方面来增强学报的办刊实力,从而改变小而全的封闭运行模式下积弱积贫的局面。

(四)依托学报的专业特色,开展多种经营

学报要想更好地生存下去并创造出更好的社会效益,除了改变原有的办刊模式努力成为学术精品外,还得树立经营意识,努力增强自身的经济效益。如原北京经济学院主办的《经济与管理研究》,摆脱“以内稿为主”的模式后,着眼于社会整体,择优选稿,在内容上强化研究的现实性和理论与实际结合的创新性,搭起校内外教学科研相互交流的桥梁。在树立起自己的个性与特色之后,注重市场调查和期刊的经营运作。订阅者遍及国内外,最高发行量达6万份,一般情况下也保持在2万份左右^[4](第178-184页)。由此可见,学报一旦有了自己的个性和品牌,再采取适当的营销策略,是可以在经营上有所突破。

学报走专业化的道路之后,便拥有了明确的读者群,就可以针对目标群体采取一定的市场营销策略。可以针对读者采取一定的广告宣传,加大促销力度,拓宽分销渠道,从而增加个人订户的数量。另外,学报专业化之后有利于分类,方便了资源的检索,这就增加了各大图书馆及资料室的订阅量。

通过专业化和横向联合之后,学报开展广告经营也有了可能。我国的学报大多不注重广告经营,但事实上这一块拓展的空间很大。因为学报尤其是名牌学报权威性和可信度很高,所以对于某些广告主来说,学报也不乏为一个较好的选择。

另外,学报作为一种反映科研成果的载体,必然联系着一大批高学识、高学历的专家学者。充分利用这些智力资源,根据专业特色面向社会有针对性地开展一些培训、咨询服务。

[参 考 文 献]

- [1] 陈玉堂.“学术窗口”与学术发展[J].编辑之友,2001,(5).
- [2] 北京高教学会社会科学研究会.学报编辑学引论[M].北京:地震出版社,1998.
- [3] 刘海涛.影响高校学报竞争力的主要原因分析[J].广西大学学报(哲学社会科学版),2000,(8).
- [4] 范子奇.学报的生命力在于特色[A].学报编辑与管理研究[C].北京:中央民族大学出版社,1994.

(责任编辑 于华东)

College Journals in Market Economics: Problems and Solutions

SHEN Jian-guo

(Editorial Department of Medical Journal, Wuhan University, Wuhan 430071, Hubei, China)

Biography: SHEN Jian-guo (1966-), male, Lecturer, Editorial Department of Medical Journal, Wuhan University, majoring in the field of information management.

Abstract: There are many college journals but most of them do not have good quality and are short of money for management. In order to solve these problems, these journals should depend on the local colleges and combined with other journals, and should provide more services for readers and manage according to the principles of market economics.

Key words: Journal; professional; combination; management