

科技学术期刊社文化体系建设构想*

陈峰¹⁾ 李雪莲²⁾ 刘玉明³⁾ 徐若冰⁴⁾

哈尔滨工程大学期刊社, 150001, 哈尔滨

摘要 通过制度建设、人文关怀和打造精品期刊等全方位思索对期刊社整体文化建设进行构思。建议围绕“五个文化”即服务文化、人文文化、品牌文化、创新文化、荣誉文化的具体建设切实增强文化体系构建的实用性,从而全面提升编辑人员的荣誉感和归属感,提升期刊的核心竞争力,实现可持续发展。

关键词 科技学术期刊社;文化体系;服务文化;人文文化;品牌文化;创新文化;荣誉文化

Establishing culture systems to promote the development of academic journal publishers // CHEN Feng, LI Xuelian, LIU Yuming, XU Ruobing

Abstract A culture system of the academic journal publisher is established through system building, humanistic care and excellent journal publishing. The "five-culture", which refers to service culture, humanistic culture, brand culture, innovative culture and honor culture, is presented to ensure the practicability of the system. The culture can improve the editors' senses of honor and belonging, promote the core competitiveness and achieve a sustainable development of the journal publisher.

Key words academic journal publisher; culture system; service culture; humanistic culture; brand culture; innovative culture; honor culture

First-author's address Harbin Engineering University Periodicals Publishing Department, 150001, Harbin, China

现代企业管理需要经历3个阶段,即:经验管理阶段,科学管理阶段,文化管理阶段^[1]。从管理科学发展的主要趋势可以看出,管理的方式是从科学精神向人文精神进行转变,即文化管理是管理发展的主要趋势。文化管理是利用价值观、道德观和行为准则这3种观念对组织进行人性化管理,它包括以人为本、企业文化建设、学习型组织管理等^[2]。国内很多科技学术期刊社都具备自身传承已久的优秀文化,然而大部分仍处于科学管理甚至于经验管理阶段。如何整合现有资源来实现期刊的可持续发展,将期刊社管理向高层次——文化管理提升,是本文研究的重点。笔者试图通过制度建设、人文关怀和打造精品期刊等全方位思索对科技期刊社整体文化建设作一构思。

1 多层次的制度体系建设

制度建设是各项事业得以顺利进行的保证,可以

有效提高组织的协调性和管理的有效性,对于期刊社各项事务的有序进行,办出高水平的科技期刊,更好地为我国的科学研究服务具有重要意义。

1.1 业务管理制度的进一步完善,为文化建设提供了有力保障 期刊社作为期刊出版单位,除日常事务外,还要协调编辑部与制版、印刷、发行乃至主办单位和主管部门之间的各项工作,要实现各项工作的高效开展,必须有制度可依。根据文化建设的需要,期刊社应建立健全工作人员管理、会议、保密、资产管理、档案管理等相关制度,社领导应全面统筹社内日常管理和编辑出版全过程,为文化建设的顺利进行提供有力保障。

1.2 完善绩效考核和激励机制,为文化建设提供动力 建立绩效考核制度的目的在于对员工工作质量进行有效评价,充分挖掘并开发员工的潜能和积极性,以求更好地达到组织目标^[3]。期刊社应根据工作实际,把绩效考核体系和激励机制的建设作为做好各项工作的重要内容,通过合理地设置考核指标对编辑工作进行考核评价,以有效促进荣誉文化的建设,产生更多的创新成果。

1.3 持续的制度创新,促进文化建设良性发展 制度体系建设不是一成不变的,而是一个在实践中逐步摸索、改进并完善的过程,最终促进制度建设逐渐走向规范化和科学化。各项制度应该形成一个相互协调、互为促进的有机整体,只有这样才能更有效地发挥制度的整体功效,促进文化建设良性发展。

2 坚持以人为本

“以人为本”是科学发展观的核心。党和政府始终倡导“坚持以人为本,树立全面、协调、可持续发展观,促进经济社会和人的全面发展”,“努力实现以人为本、全面协调可持续发展的科学发展,实现各方面事业有机统一”,这使得“以人为本”在人们意识上得到进一步升华。

科技期刊出版部门是作者与读者进行信息交流的媒介,能否正确解读“以人为本”,是关系其自身可持续发展的根本问题;因此,期刊社应在最大限度地服务于作者、读者和坚持对编辑进行人性化管理的基础上积极定位,实现服务文化和内部人文文化双方面建设,以促进各项工作的高水平发展^[4]。

* 国家自然科学基金资助项目(61143010)

2.1 服务文化建设 服务文化作为企业文化的子文化,本身具有多元化、个性化等特征。建设服务文化能够提升服务创新竞争能力,赢得民心,建设服务文化是提高竞争力最有效的手段。

对于期刊社来说,一方面作者是生存和发展的基础,提升作者水平有助于提高刊物的全面质量,另一方面期刊出版的终极目标是要为满足读者工作以及自身发展的需要而提供的阅读帮助;因此,期刊社在工作中应注重作者、读者两手抓,一方面最大限度地吸引、培养作者,不断壮大作者队伍,与其建立起相互理解、相互信任、相互合作的良好关系,另一方面在办刊中注重强化读者意识,突出期刊特色,更好地为读者服务。

2.2 人文文化建设 期刊社应树立“以人为本”的发展理念^[5],增强员工的归属感,努力做到尊重编辑、成就编辑、发展编辑,注重编辑素质和能力的培养,为编辑的成长和发展提供良好的条件和充分的发展空间。主要措施如下:

1) 制订一系列培训与进修制度,以实现个人目标和组织目标的高度统一;

2) 采取全体成员共同参与决策的民主管理方式,交流工作经验,增强编辑主人翁意识,实现集思广益;

3) 鼓励编辑积极参与对外交流,培养编辑良好的社会交往能力。

3 打造精品期刊

当前中国期刊市场呈现产业化、规模化、多样化、网络化的发展趋势,竞争越来越激烈。科技期刊实施品牌战略是参与期刊市场竞争,走可持续发展道路的可行性方案,因此,树立期刊出版的品牌意识、创新意识和荣誉意识尤为重要。

3.1 品牌文化建设 品牌的文化主要由3个层面构成^[6]:一是品牌的价值系统,包括运营者所追求的品质理念、经营理念、服务理念等,是品牌文化所有精髓的完整体现;二是品牌的行为模式,包括采用的管理方法、传播渠道、服务机制与态度等;三是品牌的视觉形象层面,主要包括品牌的名称、诉求、标志、产品的外在形象等。

期刊社应根据自身所拥有的资源,努力做到:通过准确定位,夯实期刊品牌创建基础;通过强化特色,增强品牌期刊竞争力;注重“以人为本”,为打造品牌提供原动力;注重质量提升,为品牌建设提供保障;注重和谐发展,为品牌文化营造氛围;注重适当宣传,为品牌发展注入活力。应将不同的刊物办出特色、办出品牌,以实现期刊的可持续发展。

3.2 创新文化建设 在知识经济时代,创新的作用得到空前强化,并升华成一种社会主题。作为编辑出版单位的期刊社,最直接而又最重要的资源就是刊物本身。而相对于市场运作的其他门类期刊,学术类期刊虽然不具备经济竞争实力的优势,但其生存的学术服务价值意义深远。为将期刊做大做强,发挥应有的作用,我们应该在工作中不断创新,不断寻找新的增长点,不断优化服务接触点,使工作的各个环节健康、有序发展,保证期刊良性发展。

3.3 荣誉文化建设 荣誉文化建设的本质是对企业历史价值的挖掘和整理,这对增强企业的凝聚力具有促进作用^[7]。期刊社全体员工应秉承爱岗敬业、无私奉献的精神,使团队形成和谐向上、充满活力的文化氛围。这种氛围会使领导者对整体工作充满信心,这种自豪感会被无限传递,最终成为编辑的自豪;因而,编辑对期刊社的自豪驱使他们在工作中、生活中的忠诚度不断提高,并形成强大的凝聚力,促进期刊社健康、有序发展。在实际工作中,期刊社应注重对员工责任意识和荣誉意识的指引,荣誉文化建设的进一步深入,必将对期刊出版工作产生深远的影响。

4 结束语

科技期刊编辑出版部门建立一套适合自己的文化体系从而实现期刊社的文化管理,有利于激发编辑的荣誉感、提高办公效率、提升期刊竞争力、实现可持续发展;因此,期刊社应在各项规章制度不断完善的前提下,整合现有资源,可在本文论述的“五个文化”的基础上进行拓展。

5 参考文献

- [1] 高群先. 浅论企业文化与人力资源管理[J]. 四川建材, 2007(5):85-86
- [2] 田川流,何群. 文化管理学概论[M]. 昆明:云南大学出版社,2006:1-16
- [3] 张培德,李刚. 绩效考核与管理[M]. 上海:华东理工大学出版社,2009:3
- [4] 吴健敏. 医学期刊编辑的人文关怀[J]. 编辑学报,2009, 21(5):423-424
- [5] 雷迅,邓德灵. 论高校学术期刊社的编辑文化构建[J]. 华夏医学,2009,22(6):1187-1188
- [6] 北绘整合传媒机构. 品牌文化[EB/OL]. [2011-06-11]. <http://www.beihui.com/file/Service.asp?id=24>
- [7] 北绘整合传媒机构. 荣誉文化建设[EB/OL]. [2011-06-11]. <http://www.beihui.com/file/Service.asp?id=24>
(2011-07-18 收稿;2011-09-15 修回)