**【“我与高考改革同行”征文河北004号】**

协同效应视角下的招生工作改革及成效研究

杨峰

摘要：近年来，随着升学途径的多样化发展和新一轮招生制度改革的启动，高校之间的生源争夺大战一触

即发，而生源质量是影响高校综合发展的重要因素，做好招生宣传工作是吸引优质生源的重要手段同时也是扩大高校社会影响力的有效途径，其开展情况对生源质量以及高校的发展前景将起到至关重要的作用。因此，高校可以以协同效应为基础，综合人力、物力、财力等各种可利用的有效资源，协同打造互助、共享、关联、互补的招生宣传模式，积极调整本校资源配置，进一步提升生源质量。

关键词：协同效应；招生；改革及成效

一、协同效应的内涵及其作用

协同效应是组成系统的各要素之间、要素和系统之间、系统和系统之间、系统与环境之间存在着的互相作用,即两种或两种以上的要素相加或调配在一起，所产生的作用大于各要素单独应用时作用的总和。在庞大的系统中,各要素之间的相互作用错综复杂,当外界控制参量达到一定的阈值时,要素之间互相影响、相互配合代替其相对独立性,相互竞争占据主导地位,从而表现出协调、合作,其整体效应增强,系统从无序状态走向有序状态,即"协同导致有序"。

二、招生宣传工作缺乏协同性的现状

高校招生宣传工作主要宣传高校的招生政策及学校的特色，有助于学生和家长对高校有一定的了解，从而提高高校的知名度。而优质生源地争夺关乎各高校的未来发展状况,与生源的质量好坏休戚相关。所以招生宣传工作有计划、有逻辑的开展是至关重要的。但就目前的招生宣传工作状况而言,这中间存在许多不容忽视的问题,这些问题如不引起重视,很可能会对高校未来的发展带来不利影响。

**（一）招生宣传工作系统协同文化氛围有待加强**

良好的文化环境氛围使工作顺利进行的前提保障。招生宣传工作的开展更需要协同文化的支持。在针对招生宣传工作目标的调查中，实际只有少部分子系统能够以招生宣传工作为核心目标主动开展工作，绝大部分的子系统则是严格乃至盲目地遵照上级的指示展开工作。许多高校因为某些条件限制，招生宣传的方法较为陈旧，同时宣传工作缺乏各部门间的协同合作，导致宣传的效果不尽理想。招生宣传工作系统中若想有效发挥招生宣传的作用，绝不能单靠上级的指示，而更多地应是在遵守事先约定的行为准则和标准要求的前提下，各司其职，各尽其力，以此自动形成组织严密、决策科学、工作高效的整体氛围，协同配合开展招生宣传工作。目前，由于缺乏对招生宣传子系统的有效规划和组织，严重制约了各子系统主动性和创造性的发挥，进而影响整体最优工作目标的实现。

**（二）招生宣传工作子系统协同性的发挥有待增强**

招生宣传工作需要对宣传体系中各组分结构进行科学的统筹策划，讲究一定的艺术性，要从整体上把握各子系统的不同特点和彼此之间的相互联系，在保证工作整体方向不变的同时充分发挥各子系统的实际效用，使它们相互配合，相互促进，共同提高。充分的发挥招生宣传的各方面的力量，达到招生宣传全覆盖，立体化。对于招生工作来说，对指令性工作要能够及时反应，积极落实并对其他相关协同请求能够做到及时的反应与配合是招生宣传工作协同性的集中体现。但个别子系统协同性差则会影响整体招生宣传的效果。因此，主管部门及其子部门在招生宣传的工作中不仅要加强管理，而且应着力设立责任到人制度，才能以有形的制度来保障招生宣传工作的有序进行。

**（三）招生宣传工作系统协同管理体制有待完善**

在协同管理体制下，招生宣传工作应达到让工作高水平、高效率，使工作内容全面覆盖的目的。但目前仍存在多头指挥和缺乏协同配合等问题，对于招生宣传工作协同管理体制的要求难以达到。原因一方面是复杂的层级制结构与上下级关系，另一方面是在思想意识上仍对招生宣传工作的缺乏重视。与此同时许多高校都普遍存在“重宣传工作，轻机制建设”的现象，虽然招生宣传的基本工作已经较为完善，但远没有真正建立能够充分协同发挥各子系统效用的的招生宣传绩效评价激励机制。系统的绩效评价体系的缺乏，导致招生宣传的侧重点选择处于较为盲目的状态，对于工作重心的把握多感性认识，少理性分析，致使宣传效果不尽如人意。

三、基于协同效应的招生工作改革模式

**(一)完善招生工作系统协同机制**

招生宣传活动是一项立足学校未来发展的长远的综合性工程，大量人力、物力和财力的投入不可或缺，更重要的是要建立计划严密、组织协调、决策科学、工作高效的长效协同机制来保障招生宣传工作的有条不紊的开展。定期召开会议，实现各部门信息及时交流与反馈，并分别汇报本部门一定时间内的工作总结及相关诉求，积极寻求相关部门的理解与配合，集体协商讨论是一种整体效率最佳的工作方式，它使出现的问题得以及时正确的解决，同时增进彼此了解，加强协同性；建立并完善招生宣传工作协同绩效评价及相应的激励机制，从明确的制度上予以保证各系统的协同性，提升子系统的工作热情，并使之渐变成自我的行为；建立信息立体化宣传平台。招生宣传工作想要形成子系统全方位协同合作的工作局面，就要放弃各部门各自为政的传统思想观念，实现系统内部信息和资源的全面公开和充分共享，以达到整体的提高进步。

**(二）营造招生宣传工作系统协同文化**

1、优化招生宣传工作系统内部环境

要努力营造一种强调团体合作和集体主义的文化氛围，各部门首先要树立全局意识，放弃各自为政的错误做法，从整体和长远规划出发，建立一种强大的向心力，充分理解和把握整体目标，并分化细致到各自部门的具体规章要求，在强调协同一致、密切配合的基础上又充分发挥各部门的独特效用，从而为实现整体最优化的根本目标提供坚定保障。

2、优化招生宣传工作系统外部环境

招生宣传工作在很大程度上受社会环境的影响。各子系统应全方位地展示自身的各方面特色，从而树立良好的社会形象。高校可以利用网络媒体等新兴平台在线上线下协同推进招生宣传工作，进行全面而广泛的宣传；建设一支高水准的招生宣传队伍，让广大师生共同参与到招生宣传工作中来，准确细致的完成网上和现场咨询活动；建立“优秀生源基地”文化，对有较多生源的中学提供一定的指导和支持等。高校从内部和外部环境文化进行不断优化，使考生、家长、学校和社会增进彼此了解，达成共识，增强招生宣传系统文化的协同性，也使考生和高校有更多双向自主选择的机会。

**（三) 确立构建招生宣传立体优化模式的共同愿景**

对于高校招生宣传工作系统而言，共同愿景就是招生宣传各系统在工作过程中共同努力，最终要达到共同的理想目标。在此过程中，则要努力实现全员和全过程招生宣传的工作理念，同时将招生宣传工作各子系统协同发展作为理想目标。高校须从适应招生宣传工作需要的角度出发，加强领导机构的组织建设，以加强对招生宣传工作的整体指导和宏观把控；同时各学院、各部门之间要加强彼此之间的沟通和协调，齐心协力、通力合作，确保将各项工作落实好。同时也要重视发挥各部门的自身组织实施能力，充分调动其自身的工作热情，使其主动参与到招生宣传工作中来。在做好招生宣传协同工作，从而吸引优质生源的共同愿景的激励下，从上到下各部门要真正建立计划严密、决策科学、运行有序、分工合理、高效协调的长效协同机制，最终实现吸引优质生源的共同目标，在日趋激烈的高校生源竞争中站稳脚跟。

参考文献:

[1] 何刚. 简论高校学科群的协同效应 [J]. 《中国高教研究》,2006.

[2] 赵智博. 协同效应:高校学科建设的目标选择 [J]. 《辽宁教育研究》,2007.

[3] 郭俊风. 从协同学原理透视课堂教学三要素及其背景 [J]. 《焦作师范高等专科学校学报》,2008.

[4] 镇志勇，张学文.新时期研究生招生宣传实效性的探索[J].华中农业大学学报（社会科学版），2011.

（作者单位 石家庄铁道大学）