

面向“双一流”建设的学科知识服务营销策略

——厦门大学图书馆的实践

□杨薇* 林静 黄国凡 李显辉 马鲁伟 庄锐铨

摘要 2015年10月24日,国务院发布《统筹推进世界一流大学和一流学科建设总体方案》,对高校图书馆学科知识服务提出了新的挑战。深度挖掘营销客体的内涵和需求,重新布局营销主体实现效益最大化,升级和更新知识服务产品,以及充分利用新媒体快速传递增值内容是学科知识服务营销的四大策略。其中,学科馆员的知识服务能力是学科知识服务的瓶颈,应给予足够重视和精心培养。

关键词 “双一流” 学科知识服务 营销策略 “嵌入式”服务 信息素养教育

分类号 G258.6

DOI 10.16603/j.issn1002-1027.2017.05.010

1 创建世界一流学科是“双一流”建设的核心目标

国务院在《统筹推进世界一流大学和一流学科建设总体方案》(以下简称“‘双一流’建设”)中,将建设世界一流大学和一流学科作为提升我国教育发展水平的重大战略决策^[1]。而世界一流学科是世界一流大学的重要根基^[2]，“双一流”建设的重心在学科^[3]。这既是高校图书馆开展学科深度服务的重要机遇,也是挑战。图书馆的学科知识服务作为高校学术支撑体系的重要组成部分,有责任在高校“双一流”建设中发挥更大的作用。

2 面向“双一流”建设的学科知识服务营销策略

学科知识服务的传递过程实际上就是营销过程,它包含对营销客体的内涵和需求分析,对营销主体的战略布局,以及对营销产品的设计和推广。这四项工作需要紧紧围绕“双一流”建设的总体目标和建设任务来开展。

2.1 营销客体及需求分析

用户需求是学科服务的逻辑起点^[4]。通过梳理“双一流”建设总体方案中所涉及到的对象及任务可确立新形势下学科知识服务的营销客体及需求。

首先,高校决策层和管理层正式成为学科知识

服务的主要营销客体。“双一流”建设总体方案中所涉及到的对象有“四学”:学校、学科、学者、学生。后三者是传统学科知识服务的主要对象,而学校则首次正式成为学科服务的营销客体。“双一流”建设的五项建设任务和五项改革任务都需要健全的制度保障,而制度建设又需要决策层和管理层依靠大数据,对现状和发展前景进行分析和预判。学科馆员在数据采集、知识组织、内容挖掘等方面的专业优势,可以在高校的决策支持服务上大有作为。

其次,“双一流”建设要求融入世界高等教育体系。以往的学科竞争情报分析服务通常选用的对标体系是C9联盟、“985工程”“211工程”等国内院校。而“双一流”建设重视高校的国际合作情况,参照国际主流大学排名和学科排名,推进国际交流合作、培养和引进活跃在国际学术前沿的科研人员,并鼓励培养具有国际视野的创新人才。学科知识服务应以围绕国家重大战略、学科的国际竞争力、学术成果的全球传播和培养学生的国际视野为主要目标。

第三,“双一流”建设要坚持中国特色。在学术的实践性层面,“双一流”建设要求立足于我国国情和社会重大需求,服务经济社会发展,推动创新成果转化和弘扬中国优秀传统文化等。学科馆员可以在

* 通讯作者:杨薇,ORCID:0000-0001-7450-703X,yangwei.ivy@gmail.com。

促进产学研互动,保存和保护中国文化遗产,打造具有中国特色和世界影响力的高校智库等方面发挥积极的作用。

2.2 营销主体的重新布局

学科馆员是学科知识服务的营销主体,负责对营销客体进行需求分析,对营销产品进行设计和推广,其工作贯穿营销全过程,是服务营销的中坚力量。为了更好地服务于学校的“双一流”建设,必须首先调整学科馆员团队的布局,以最小的代价实现营销效益的最大化。

很多高校图书馆由于人力资源有限,通常采用一个学科馆员负责多个学院的“一对多”模式,难以为“双一流”建设提供深层次、专业化的知识服务。厦门大学图书馆在以下四个方面对学科营销主体进行了重新布局:

(1)增加学科馆员数量。由原来的10个学科馆员增加到21个学科馆员,基本实现一个学科馆员对应一个学院的“一对一”服务模式。

(2)遴选标准兼顾学历背景与业务背景。每位学科馆员不仅有着与服务学科相匹配的学历背景,而且分布在不同的业务岗位,如流通、采访、编目、咨询、媒体、技术、管理等。学科特长和业务特长的结合犹如鸟之双翼,将学科服务和图书馆的基础支撑服务有机结合在一起,实现学科团队的高效协作。

(3)增设重点领域的协调员。图书馆围绕学科服务中的新兴领域和重点领域增设了7名学科分析协调员、信息素养协调员和媒体运营协调员,其中4名是学科馆员。兴趣与特长的结合让他们在这三个领域深耕细作,实现品牌效应。

(4)合理分配兼职时间。图书馆的学科馆员均为兼职,由于业务能力和认知水平不在同一水平线上,有资深学科馆员,也有新手学科馆员。针对这种情况,图书馆会视其学科服务的能力和投入情况分配合理的兼职时间。有些资深学科馆员的学科服务时间/业务工作时间可以高达5:1,而新手学科馆员通过不断学习和总结经验,其学科服务时间占比也会逐渐增加。这样可以在学科服务优先的指导思想下,实现人力资源的优化配置。

机构重组是图书馆营销管理实现的关键^[5]。在一年多的运作过程中,学科服务团队根据工作地点、业务特长、共同兴趣等因素又自发形成了几个优势集合,比如在翔安校区形成了专业的“嵌入式”服务

团队;三个学科分馆尝试将微信与学科主页结合起来,在新媒体学科服务上玩出了一片新天地^[6];人文社科类学科馆员们有资源建设的业务优势;而理工科学科馆员们专注于各种学科分析工具的应用。学科团队通过微信群聊、馆内通(RTX)等非正式交流渠道,以及学科服务工作月报、学科馆员内部培训等正式交流渠道进行业务学习和服务互助,提升了团队协作能力和集体凝聚力。

2.3 营销产品的升级

营销的核心是产品。在市场经济下,残酷的市场竞争促进产品的更新换代,从而保证企业立于不败之地。高校图书馆也是如此,若不主动根据市场需求对营销产品进行更新换代,学科服务就会失去生机与活力,图书馆也会失去核心竞争力,最终有可能被学校其他管理部门合并或替代。

然而,“双一流”建设毕竟是国家的长期发展战略,营销产品升级需遵从循序渐进的原则。在初级阶段,结合新需求对已有实践基础的服务产品进行升级改造,可以在短期内实现效益最大化。为此,我们选择以下三个产品作为突破口。

2.3.1 从机构典藏库到科研信息管理平台

以往图书馆对于校内师生学术成果的保存和呈现平台为机构典藏库^[7],由学科馆员负责项目推广和内容建设,为全球范围内广泛传播校内师生的学术成果做出了重要贡献。然而,机构典藏库作为独立的全文仓储,无法为学校管理层提供“双一流”建设任务所需的科研管理和决策支持服务,知识服务产品必须由仓储型的机构典藏库向服务型的科研信息管理平台转变。

科研信息管理是对完整科研周期中各要素(学者、产出、机构、资助、设备等)产生的信息进行综合管理^[8]。图书馆能够在科研信息管理中扮演重要角色,主要是凭借其对各种异构数据库和学术评价体系的了解。经过学科馆员多次向学校行政管理部门调研需求后,图书馆推出了科研信息管理平台——厦大学者库^[9]。它有以下几个方面的特点:

(1)学术成果多样且全面,更新及时。图书馆从科学引文索引(Web of Science)核心合集、美国工程索引、中国知网、中国科学引文数据库、中国社会科学引文索引和专利数据库等异构资源库中收割本校的学术产出成果,与学校各管理平台中的已有数据进行匹配、去重和补缺,并根据学校管理需求来规范

和统一元数据格式。对于新产出的学术成果,按照资源库的更新周期定期采集和更新。

(2)实现学术产出与学术评价指标的关联。根据发表论文情况抓取了对应的学术评价指标数据,如影响因子、期刊分区、ESI高被引论文等,形成独立的评价指标库,与学术产出关联。

(3)实现学术产出与学者的关联。图书馆与学校网络中心合作,将科研信息管理平台与统一身份认证系统进行了数据共享集成,并嵌入馆员收集的中英文机构对照表。系统可以根据学术成果的作者英文姓名和机构名自动匹配学者的中文姓名和工号,经人工复核后发布。

(4)实现元数据与全文的关联。通过题名和数字对象标识符(DOI)等字段实现学者库与机构典藏库的关联。

厦大学者库实现了学者身份数据、学术产出数据、学术评价数据和全文数据的无缝集成,成为学校行政管理部门进行年度考核、职称晋升、项目申报和管理的基础数据。不仅节省了学者的填表时间,提升了行政管理的工作效率,而且还可以根据学者的反馈情况不断补充、更正和完善学者库的数据。下一步工作是实现与基金资助数据的关联,以及利用可视化工具为学校管理层提供决策支持服务。

2.3.2 “嵌入式”服务的深化

陈全松在2012年总结的厦门大学图书馆“嵌入式”学科服务模式已经成为该领域的经典文献之一,截至2017年5月,共被引89次^[10]。其涉及到的各类型“嵌入式”服务在这里不再赘述,仅讨论面向“双一流”建设的服务深化。厦门大学图书馆根据学科背景、业务背景和兴趣特长对学科馆员团队进行增编和重组后,团队战斗力随即大幅提升。学科馆员可以摆脱以往繁重的基础性业务工作,更深度地嵌入教学和科研过程中。其显著进步主要表现在以下三个方面。

(1)嵌入专业课堂。嵌入专业课堂又可以分为三种形式:局部“嵌入式”教学、跟踪“进阶式”教学和全面“融入式”教学^[11]。

局部“嵌入式”教学即针对某一门课程,用1—2个课时讲解该课程可能涉及到的资源和服务。而跟踪“进阶式”教学则是局部“嵌入式”教学的进一步深化,根据学生不同的学习阶段,由浅入深定制课程内容。这两种嵌入方式工作量较小,通常仅需一

名学科馆员即可完成,可以在全校各学院大面积展开。仅2016年就有8名学科馆员嵌入16门课程的局部和进阶式教学,涉及理工农医、经济管理和人文社科各类学科。

全面“融入式”教学即学科馆员与授课教师密切合作,贯穿课程大纲设计、课堂教授、上机实习、作业批改、课后咨询、评分登记等教学全过程。全面“融入式”教学工作量很大,需要学科服务团队的通力合作。对于这种嵌入方式,根据校区组建服务团队最具可操作性,可以保障团队成员之间沟通顺畅、合作密切,灵活应对突发状况。翔安校区的学科团队就是全面“融入式”教学的主力军,4名学科馆员在2016年已全面融入了5门课程的教学全过程。

(2)嵌入教学平台。以往图书馆通过自建电子教参平台向师生提供教参服务,功能仅限电子教参的校内浏览。为了帮助老师更有效率地进行课程管理、促进师生之间的交流互动,图书馆向全校师生开放了原来只在小范围内使用、由图书馆和网络中心共同维护的Moodle教学平台^[12]。为了无缝地将图书馆的学科服务嵌入教学平台,图书馆为各开课机构增设了课程馆员,负责教参资源的数字化、添加购买资源、自建资源和外部资源的全文链接等。此外,学科馆员还将有助于学校和学院进行战略规划、科学研究和基金申请的图书和学科分析报告等资料放在平台上,推送给校内各机构参考。经过学科馆员的推广,在2016—2017学年,全校共有26个机构246门课程上线。

(3)嵌入学生社团。北京大学和清华大学均有与学生合作开展学科服务的先例^[13—14],但迄今未有文献报道嵌入学生社团进行学科服务的案例。学生社团是图书馆与学生沟通的纽带,一些学习型社团如各学院的研究生会会定期邀请老师将自身学习和成长的经历分享给同学。由于图书馆的学科服务盛名在外,一些学生社团就主动找到学科馆员,希望能嵌入社团及社团所在学院,举办定题讲座。由于学生社团的先期调查和组织,这样的讲座参与人数多,且100%切中学生需求,加之讲座前后的充分交流,成为学生与学科馆员的重要情感纽带。

除了以研究生会为核心组织的学生社团外,还有以学科馆员为核心组织的学生兴趣小组。比如工学院学科馆员组建的午间技术沙龙,每周选择专题组织讨论、共同学习慕课课程、举办专题书展及专家

讲座等。当然,组织这样的兴趣小组对学科馆员的能力要求更高,不仅要有深厚的知识背景,对专业的强烈兴趣,还要有引领学习的能力。

2.3.3 信息素养讲座的重构

信息素养教育以图书馆承担的校内选修课《网络信息检索》为主。在馆舍内也会零星举办几场信息素养讲座,但并不成体系。在设置信息素养协调员岗位并重新布局学科服务团队后,开始形成了良性的循环反馈和动态更新机制,促使信息素养讲座的面貌焕然一新。信息素养协调员负责向学科馆员收集需求、设计课程、物色讲员、按学期安排讲座的时间地点。在“融入科研过程”的指导思想下,形成了信息检索、信息管理与分析、科研素养、信息交流与共享四个模块(表1)。每个学期滚动授课,并根据反馈情况不断调整课程内容,纳入新讲员和新主题。

表1 信息素养讲座的模块设计

信息检索	信息管理与分析	科研素养	信息交流与共享
搜索引擎使用技巧	云笔记软件	学科发展追踪方法	电子邮件礼仪
网络免费学术资源	EndNote X7	了解学科排名	MOOC资源与使用
图书馆资源与服务	HistCite	如何选题	Prezi多媒体演示
全文资源	CiteSpace	学术写作规范	
电子图书资源	SPSS	排版软件 LaTeX	
特种文献	GraphPad Prism	科技论文写作技巧	
事实与数值型资源	思维导图		

为了助力“双一流”建设培养拔尖创新人才的任务,最大程度地激发学生运用知识的能力,提升学生的综合素质,信息素养讲座积极鼓励学生参与。经过多方招募和培训,先后有13名学生讲员在信息素养讲座上分享了自己的技能特长,授课内容包括酷炫的多媒体演示工具 Prezi、思维导图工具和 OneNote 云笔记等。由学生讲员向其同辈介绍新技术的运用,不仅有利于学生们拓展学术关系、提升协作学习能力^[15],还有利于推动从强调学术背景下的信息素养教育逐步向以信息利用和终身学习为目标的行动素养教育转变^[16]。

在信息素养协调员的统筹安排和学科馆员团队的通力合作下,还完善了信息素养讲座前后端的服务:①创建品牌 LOGO。征集学生的 LOGO 作品,用以形象描述信息素养讲座的品牌“i 学堂”;②建立讲座报名系统^[17],可以根据报名人数动态调整讲座地点;③讲座文档和音视频存档^[18],不仅帮助没机

会来现场听讲座的师生了解讲座内容,也给业内同行提供了极有价值的参考课件;④利用问卷星进行讲座反馈和意见收集;⑤专设交流 QQ 群,提供课下辅导和活动组织。

2016 年共举办信息素养讲座 41 场,比 2015 年增加 58%,每场的平均参与人数为 65 人。根据 2016 年的跟踪统计,在 2017 年还对最受欢迎的课程增设了学术沙龙活动,促进讲者与听众之间更深入、亲密的交流。

2.4 营销方式的转变:充分利用新媒体

随着学科服务在深度和广度方面的拓展,学科知识服务的营销方式体现出多样化的特征。宋姬芳选取国内一部分开展学科服务的重点大学图书馆展开调查,以学科服务主管或负责人为调研对象,发现新型的学科服务方式如 QQ、移动图书馆、学科服务平台、微博、微信、学科博客等很受欢迎^[19]。这些新型的服务(营销)方式实际上就是新媒体营销方式。图书馆新媒体服务,是指图书馆以移动互联网为传输载体,借助智能手机、平板电脑或电子书阅读器等手持设备向读者提供形态各异的信息服务^[20],其营销优势在于利用移动网络和社交平台,将有价值的信息快速复制并传播,达到病毒营销的效果。当然,前提是所提供的信息是用户认为有价值的信息。

信息素养教学“i 学堂”2016 年系列课程的推广数据表明,该课程宣传渠道中,图书馆官方微信占比达 60.2%,海报与公告占 28.0%,老师或同学推荐占 26.9%。据此,学科服务工作组调整了宣传渠道,加大了微信宣传力度。2017 年 2 月和 3 月,学科服务工作组在图书馆微信号分别发布了关于自然指数、ESI 学科排名的两篇原创图文,阅读、转载及点赞量均高于官微同期发布的其他内容的图文,据清博指数(www.gsdata.cn)的数据显示,这两篇微信图文的阅读量大居大陆地区高校图书馆微信公众号当月原创图文的榜首,经学科馆员向相关院系师生转发推送后,提升了图书馆学科服务工作组的知名度,扩大了学科服务的影响力。

3 学科知识服务营销的挑战

3.1 学科馆员的知识服务能力是学科知识服务的瓶颈

学科馆员的知识服务能力就是学科知识服务的天花板。没有强大的知识服务能力,便无法与营销

客体处于同一个话语体系,无法探寻到深层次的隐性需求,无法根据需求设计出令人满意的知识服务产品。知识服务能力的提升可以带动需求升级,而需求升级又进一步推动知识服务能力向更高的层次提升。好的学科知识服务就是学科馆员的知识服务能力可以与营销客体的需求相匹配,实现平等对话。然而,笔者在实践过程中深刻体会到,知识服务能力的提升绝不仅仅是学科馆员自己的事情,它也强烈依赖于图书馆的文化氛围、人力资源配置和管理制度创新。图书馆管理层必须首先认识到学科知识服务是图书馆的核心竞争力,在提供学习机会和激励机制上给予学科馆员适当的倾斜,调整、合并或减少传统业务人员,扩大学科服务领域的人员编制,并保护学科馆员持久的学习热情和服务意识。

3.2 跨学科研究团队是未来知识服务的主要营销客体

随着人类知识体量的裂变式增长,以往根据某一特定学科建立起来的知识体系被不断打破、解构和重组,并在学科知识之间的联络、共用中形成跨学科研究。以解决复杂问题为导向的跨学科研究正在蓬勃发展。有研究表明,仅中国知网中图书情报学者跨学科研究的学科领域就多达151个^[21]。目前,图书馆对于跨学科研究团队的支持主要是提供以创客空间为代表的空间服务来激发创意、促进交流分享。而学科服务在面对越来越多的跨学科研究团队时,如何突破现有的学科分类框架和学术评价体系,设计出面向问题解决的知识服务产品和对跨学科研究的分析、评价和预测方法,是摆在学科馆员面前的严峻挑战。

3.3 实践性将成为评估学科知识服务的重要标准

“双一流”建设兼顾学术性和实践性两重标准,在学术性上与国际接轨,争做国际学术前沿的并行者乃至领跑者,在实践性上又重视提高服务国家决策的能力,着力推进成果转化。目前的学科知识服务在服务“双一流”建设的学术性标准上已经开发了很多产品,比如面向行政管理部

门提供决策支持和社会服务。上海交通大学图书馆已经在探索智库信息服务^[23]。

4 结语

“双一流”建设是高校图书馆学科知识服务的强心剂,在国内外优势学科比拼的残酷战场,学科馆员应当重新分析和挖掘新形势下营销客体的内涵及其显隐性需求;用无边界地创新创意来升级和更新学科知识服务产品;在沿用传统营销方式的基础上,善于运用新媒体快速传播的特点,实现产品的增值传递。当然,比需求、产品和宣传更为重要的,是对营销主体——学科馆员的能力培养。从自身角度确立终身学习、主动学习的思想,从外在层面上加强对学科馆员的激励机制和培训机会,实现图书馆学科知识服务的新一轮突破。

参考文献

- 1 国务院关于印发统筹推进世界一流大学和一流学科建设总体方案的通知[EB/OL]. [2017-05-05]. http://www.gov.cn/jzhengce/content/2015-11/05/content_10269.htm.
- 2 胡乐乐.论国家“双一流”建设下的大学学科布局调整[J].研究生教育研究,2016(6):1-7.
- 3 王洪才.“双一流”建设的中心在学科[J].重庆高教研究,2016,4(1):7-11.
- 4 崔林,王敏芳,周蓓蓓,等.高校图书馆学科化服务实践与思考——以南京理工大学图书馆为例[J].图书情报工作,2014(s2):78-81.
- 5 孙鸿文.国外高校图书馆营销管理的实践及启示——以新加坡南洋理工大学图书馆为例[J].图书馆建设,2010(9):103-105.
- 6 李剑,陈俊杰,张广钦,等.基于“微信+学科主页”的学科服务探讨——以厦门大学为例[J].大学图书馆学报,2017,35(2):69-74.
- 7 厦门大学学术典藏库[EB/OL]. [2017-05-16]. <http://dspace.xmu.edu.cn>.
- 8 杨鹤林.面向科研信息管理的高校图书馆数据服务进展与启示[J].图书情报工作,2015,59(21):83-89.
- 9 Xiamen University Scholars[EB/OL]. [2017-05-16]. <http://210.34.4.13:8080/Scholar/>.
- 10 陈全松.高校图书馆嵌入式学科服务模式的实践与思考——以厦门大学图书馆为例[J].图书情报工作,2012,56(7):83-87.
- 11 刘雅琼,肖珑.高校图书馆用户服务的创新发展趋势研究[J].图书情报工作,2015(20):34-40.
- 12 厦门大学网络教学平台[EB/OL]. [2017-05-16]. <https://l.xmu.edu.cn/>.
- 13 艾春艳,游越,刘素清.读者参与的高校图书馆学科服务新模式探讨[J].大学图书馆学报,2011,29(5):70-72.
- 14 韩丽风,王媛,刘春红,等.学生读者深度参与图书馆管理和服

