



# 知识建构框架下地方高校图书馆用户关系管理的实践探索\*

□刘志国 陈威莉 王景文

**摘要** 加强用户关系管理是高校图书馆高质量发展的必由之路。文章基于知识建构理论,界定了图书馆用户关系管理的四个纵向维度,包括实体空间建设、知识资源建设、促进社会互动和用户主体建设,与用户关系管理横向流程交叉,共同构成了图书馆用户关系管理的认知和实践框架。介绍了华北理工大学图书馆基于此框架开展的工作以及在组织机构设置、馆员队伍建设以及对外宣传推介等保障措施上的实践与成效。

**关键词** 用户关系管理 知识建构 地方高校图书馆

**分类号** G252 G258.6

**DOI** 10.16603/j.issn1002-1027.2024.04.007

## 1 引言

近年来,用户关系管理问题开始受到国内高校图书馆界的重视。2016年教育部发布的《普通高等学校图书馆规程》,明确要求图书馆坚持以人为本的服务理念,保护用户合法、平等地利用图书馆的权利,提高服务效益和用户满意度<sup>[1]</sup>。教育部高等学校图书馆情报工作指导委员会和北京大学图书馆2021年联合发布的《大学图书馆现代化指南针报告》,指出用户需求是图书馆一切工作的出发点和归宿,高校图书馆要注重用户关系构建,实现可持续发展<sup>[2]</sup>。北京大学图书馆<sup>[3]</sup>、东南大学图书馆<sup>[4]</sup>等高校图书馆在用户关系管理实务方面进行了积极的探索,为更多高校图书馆的实践提供了宝贵的指导与借鉴。

相较于教育部直属高校图书馆,多数地方高校图书馆在馆舍、馆员、经费、设施等资源条件方面均存在更多困难,导致在用户关系管理问题上面临更大挑战。如何在资源困境下积极行动,通过主动作为与用户建立更为良好的关系,促进图书馆工作与用户满意度的进一步提升,是当今时代地方高校图书馆无法回避的课题。华北理工大学图书馆(以下简称华北理工图书馆)基于知识建构的理论框架,进行了用户关系管理的实践探索,取得了较好效果:在学校内部测评中,师生对图书馆的满意度常年位居榜首;2020年以

来连续4次集体考核优秀。本文就相关实践进行总结,以期为其他高校图书馆提供借鉴。

## 2 基于知识建构理论的图书馆用户关系管理框架构建

### 2.1 构建图书馆用户关系管理框架的必要性

图书馆“用户关系管理”源于企业界的“客户关系管理”(Customer Relationship Management, CRM)。客户关系管理的概念由美国Gartner公司于1997年提出,旨在根据客户细分情况进行资源组织与业务实施,从而实现企业利润与客户满意度最大化<sup>[5]</sup>。因其核心旨趣与图书馆“以用户为中心”的服务理念高度契合,很快被引入到图书馆领域。近年来,国内业界和学界广泛借鉴CRM理论,探索图书馆用户关系的构建与维系,相关研究主要应用关系营销领域的客户关系管理<sup>[6]</sup>、关系质量<sup>[7]</sup>、关系利益<sup>[8]</sup>等理论视角,重点探讨了用户行为<sup>[9-10]</sup>、用户需求分析<sup>[11-12]</sup>、用户画像<sup>[13-14]</sup>等具体问题。已有研究多为理论层面的策略探索,鲜少具体实践经验的总结分析和从组织战略角度对高校图书馆用户关系管理进行的系统性研究。

陈建龙等<sup>[3]</sup>指出,当前信息服务竞争高度激烈,用户需求与角色日益动态多元,高校图书馆需要从

\* 华北理工大学人文社会科学重点培育项目“知识建构情境视阈下李大钊革命思想的构建逻辑和实践意涵研究”(编号:ZD-RW-202410)的研究成果之一。

通讯作者:陈威莉,ORCID:0009-0004-4277-9697,邮箱:Lilychen@126.com。



更加整体性的视角来思考和规划用户服务,构建图书馆与用户之间更稳固持久的关系,实现图书馆与用户的深度融合。因此,构建图书馆用户关系管理的认知和实践框架,是推动用户关系管理工作高质量发展的关键,以此既可以从宏观上系统性、整体性把握用户关系管理的核心内容,界定逻辑和行为的边界;也能够明确实践工作的主要内容与具体着力点,从而使高校图书馆的用户关系管理工作取得实效。

构建图书馆用户关系管理的认知和实践框架,重点是处理好理论引入与基于本领域特质进行再造之间的关系。企业客户关系管理理论所提出的操作流程框架,包括识别客户、客户差异分析、客户良性接触、满足客户需求等<sup>[4]</sup>,在横向上界定了图书馆用户关系管理的流程。但图书馆和企业毕竟属于不同类型的社会组织,它们的社会职能存在着本质的不同。因此,图书馆用户管理需要结合本领域的实际,界定其认知和实践的纵向维度,与用户关系管理的横向流程相结合,构建起纵横交叉的适用于图书馆用户关系管理的框架,才能合理地进行资源组织与业务实施,从而实现细分用户并满足用户需求的根本目的。

## 2.2 知识建构理论及其用于图书馆用户关系管理框架构建的适切性

知识建构理论诞生于20世纪初期,是知识管理学的重要理论之一,被认为深刻阐释了学习的本质和规律<sup>[15]</sup>。该理论认为,知识不是通过教师传授得到的,而是学习者在一定的情境中,借助他人(包括教师和学习伙伴)的帮助,利用必要的学习资料,通过意义建构的方式而获得的<sup>[16]</sup>。知识建构理论阐明了知识学习的4个条件<sup>[17]</sup>:(1)学习者依靠自身建构自己的知识;(2)新知识的学习以学习者现有的知识为基础;(3)社会性互动可以促进新知识的学习;(4)在真实任务情境中可以进行有意义的知识建构,因此其核心特征是强调学习的主动性和创造性,突出情境在知识建构中的重要价值,倡导学习过程中的合作、交流与分享。

王子舟提出,知识是当代图书馆学的核心概念,知识服务组织是图书馆的根本特征<sup>[18]</sup>。知识建构理论的实质内涵与图书馆本质特征高度契合,可以很好地启发图书馆用户关系管理的认知和实践,同时也为相关研究提供了一个新的理论视角。学者们

认为,图书馆既尊重用户的主体地位,也重视为用户提供适用的学习资源,还通过空间建设构建真实的任务情境,通过组织活动等方式促进用户的社会互动,因此符合知识建构场所的所有特征,是典型的第三知识建构空间<sup>[19-20]</sup>。从图书馆用户角度进行分析可以发现,不论用户的特点如何、利用图书馆资源和服务的方式如何,其最终目的都在于通过建构知识从而提升自身能力<sup>[21-22]</sup>,因此知识建构是用户利用图书馆的根本需求。图书馆用户关系管理的目的是通过满足用户需求提升用户的忠诚度,因此应用知识建构理论理解图书馆用户关系管理,可以获得更本质和深入的认识。基于此,胡媛<sup>[23]</sup>、张莉<sup>[24]</sup>指出,在图书馆用户关系管理的认知和实践中,应该重视知识建构理论的价值及应用。

## 2.3 基于知识建构理论的图书馆用户关系管理框架

基于知识建构理论的核心内涵并结合图书馆工作的实际,本研究将实体空间建设、知识资源建设、促进社会互动和用户主体建设界定为图书馆用户关系管理的四个纵向维度,这四个纵向维度与客户关系管理理论提出的横向流程交叉,共同构成了图书馆用户关系管理的认知和实践框架。当然,对客户关系管理的横向流程也要结合图书馆实际进行再诠释,因为该流程是针对企业特点的一般意义的原则性规定,在图书馆的应用具有一定局限性<sup>[25]</sup>,图书馆在实际工作中需要对其进行适用性改造和应用,从而在资源组织和业务实施时始终重视用户意见,尽量细分用户并努力满足用户需求。

基于知识建构理论的图书馆用户关系管理框架的提出,为图书馆面向用户进行关系管理提供了基本遵循。相关工作的高质量完成,还需要图书馆组织机构设置、馆员队伍建设、对外宣传推介等工作的支撑和保障;而工作成效能否被用户认可,从而与用户建立良好关系,则需要“以用户中心”的理念与情感作为促进和融合剂,时刻体现于服务工作的各个环节。本研究构建的图书馆用户关系管理的认知和实践框架,一方面吸收了客户关系管理理论的实质内涵,另一方面也充分把握了图书馆的职能和特征。该框架既从宏观上界定了图书馆用户关系管理的逻辑和行为边界,有助于从整体性视角来思考和规划用户服务;也明确了具体实践工作的内容和重点,是对图书馆传统“以用户为中心”理念与实践的继承与



发展。不论高校图书馆的层次和实力如何,所开展工作的差异多大,都可以应用这一框架开展工作,因此为业界认知和实践用户关系管理提供了操作性指南。

### 3 华北理工大学图书馆面向用户的工作实践

华北理工大学是河北省直属的重点骨干大学,2016年由唐山市区整体搬迁至80余公里之外的曹妃甸新城。图书馆建筑面积近7万平方米,直接服务于5万余名师生用户。近年来,华北理工图书馆遵循用户关系管理的认知和实践框架开展工作,取得了较为显著的效果。

#### 3.1 实体空间建设:为用户知识建构创设真实情境

知识建构理论认为,真实情境是知识建构的必要条件之一。对图书馆来说,实体空间是用户知识建构的主体场所和真实情境,是用户对图书馆第一印象、第一感觉的来源,是图书馆与用户建构良好关系的最重要的物质基础。为此,华北理工图书馆在空间建设上深入贯彻以“用户为中心”的理念,通过外出考察、专家论证、用户代表参与等多种形式深入了解实体空间建设的发展趋势以及用户需求,实体空间因此实现了“由阅读向悦读的转型”“由以书为本向以人为本的转型”“由阅读场所向文化空间的转型”<sup>[26]</sup>,充分体现了“自由、宽松、便利”的图书馆第三空间属性。

华北理工图书馆在实体空间建设上尤其重视细分用户并满足用户需求,根据用户意见和专家建议建设了许多新型空间:考虑到用户讨论交流的需要,在各层设置了共20余个研讨空间;建设了3D影院,满足用户观影休闲等需要;建设了信息共享空间、IT空间,方便用户利用现代信息技术;为中午无处休息的教师提供研修空间,解决他们的实际困难。为解决考研学生每天搬运大量学习资料的困难,建设了近1000个座位的考研空间。充分发挥紧邻李大钊故乡的区位优势,利用教育部贴息贷款并多方筹措资金,建设了李大钊主题空间,满足师生用户在校内观展李大钊事迹、接受红色教育的需要。此外,为解决建设资金不足问题,与艺术学院合作建设美育展厅,让用户得到美的享受;与研究生院合作建设创新中心,为研究生的学术研究提供全方位服务。此外,为满足用户休闲小憩的需要,各层配备了100余套沙发;为提升空间的文化品味,在重点区域配置了汉

唐风格坐榻;为满足假期留校学生的需求,图书馆所有假期正常开馆(包括春节在内的寒暑假白天开馆)。

总之,图书馆实体空间建设充分重视用户意见,不仅满足了用户的多元化需求,为他们的知识建构营造了适宜情境,也让用户感受到了图书馆的关心、关爱和温情,增强了对实体空间建设、对图书馆工作的认同,图书馆成为全校师生用户最喜欢的场所,年入馆人次连创新高。

#### 3.2 知识资源建设:为用户知识建构提供适宜的学习资料

知识建构理论认为,用户的知识建构需要适宜的学习资料的支持,因此要求图书馆的知识资源建设做到针对性、系统性和全面性。华北理工图书馆在知识资源建设上,始终坚持以用户为中心。在针对性方面,十分重视用户决策采购,一直坚持通过多种途径征求用户意见,通过用户调查、组织教师外出采买、“你买书、我买单”等形式,构建符合用户需要的纸质和电子文献信息资源保障体系。用户建议购置的资源到馆后,第一时间通知用户使用。应院士团队、省钢铁实验室等高端用户的要求,为用户提供信息周报、主题分析报告、专利季报和相关纸质、电子资源等,提升了服务的深度和层次。为方便用户,馆员主动深入有需求的学院,针对学科特点开展资源利用等方面的上门培训服务。

华北理工图书馆十分重视系统性组织知识资源。在实体纸质资源布局上,考虑到图书馆空间体量较大,传统布局方式会在很大程度上延长用户获取资源和服务的活动半径,为此在业界专家和用户代表充分论证的基础上,根据学校骨干学科为工科、医科的实际,将相关学科的纸质图书、期刊、报纸、工具书等集中布局,从而打造了二、三层的文理学科分馆,四层的文学、艺术学科分馆,五层的工学分馆和六层的医学分馆,各分馆配备有专业背景的学科馆员,用户在最近的距离内就可以查阅本学科各种类型的纸质文献资源并得到学科馆员的咨询服务。在细分用户需求进行资源组织方面,为解决部分学生的心理问题,建设了阅读疗法主题资源空间,配备了书刊、音视频等各种类型资源,用户在心理咨询馆员的辅导下学习。为满足学校李大钊研究人员的需要,通过多种途径搜集相关纸质文献,集中陈列在李大钊主题空间中,此外还建设了李大钊数字文献平



台,用户在校内外均可以访问。建设了知识产权专题文献空间,方便用户系统获取。

在保障的全面性方面,通过多种形式为用户提供全文传递服务,通过与数据商合作、馆员查找以及参加国内的各种共享机制等,每年为师生用户传递各类文献 10 余万篇,极大满足了师生的个性化需要,让用户感受到了图书馆对用户需求的的高度重视和认真负责,也在一定程度上缓解了资源购置经费紧张的困难。

### 3.3 促进社会互动:通过服务活动支持用户知识建构

当前,图书馆服务活动化的趋势日益明显。服务活动之所以受到图书馆界的重视和认可,是因为服务活动促进了用户与文献、用户与用户以及用户与环境的交流、分享等社会化互动,可以支持用户更好地进行知识建构<sup>[27]</sup>。同时,由于多数服务活动都针对用户的特定需求,因此也是细分用户并满足用户需求的具体体现。华北理工图书馆充分重视服务活动对用户关系管理工作的价值,积极组织丰富多彩的活动。每年的图书文化节历时一个多月,组织几十项各类活动,吸引不同需求的用户参加,提升他们各方面的知识水平。例如,系列信息检索大赛,提升了用户获取文献信息的能力;非遗文化进校园系列活动,通过非遗传承人的现场教学以及用户的现场观摩、体验,促进了用户对非遗文化和知识的深入了解;图书修补大赛,提升了用户的节俭意识和动手能力;各种讲座、培训,提升了师生用户利用图书馆资源和服务的能力。此外,利用 4.23 世界读书日、新生入学、毕业生离校以及中国传统节日、名人纪念日等时间节点,每年组织的活动达百场之多,基本做到了周周有活动。

各种活动的组织,事前都要进行用户分析或者调研,充分论证活动的价值或者必要性。用户根据自己的需要选择性参加,充分尊重了用户的主体地位。在活动过程中,充分发挥师生用户的主观能动性,遵循“图书馆搭台、用户唱戏”的原则,尽可能多的吸引用户参与组织,锻炼用户的能力,展现他们的素质和才华,让他们在合作、交流、分享的社会互动中更高效地建构知识。

### 3.4 用户主体建设:充分激发用户知识建构的主观能动性

以上三方面的工作,为用户知识建构营造了良

好的外在条件。知识建构理论认为,用户依靠自身建构知识,用户知识建构的主动性和积极性对知识建构效果具有决定性影响,因此图书馆在开展工作中不能忽视知识建构主体的建设,即需要通过各种措施激发用户知识建构的主观能动性,华北理工图书馆在这方面也进行了一些有益的尝试。

开展阅读疗愈工作。健康的心理和正常的人格是师生用户进行知识建构的基础条件,由于各方面的原因,目前大学生中具有心理问题的情况较为普遍,成为高校工作的难点之一。华北理工图书馆从学校和用户的需要出发主动作为,于 2009 年建立阅读疗法服务部门,主要通过自己培养的方式,逐步构建了一支融合心理学与图书情报学知识的专业化团队,通过推荐阅读书目、团体和个体心理辅导等方式开展阅读疗愈服务,并在校内开设公选课《阅读疗法》。通过阅读疗法工作,不仅有效地缓解了大学生的心理问题,与他们建立了基于信任与尊重的深厚关系,也使得他们认识到阅读的价值,提升了阅读的自觉性。经过多年的实践积累,华北理工图书馆的阅读疗法服务在校内赢得了广泛认可,在校外树立了良好形象,目前是中国图书馆学会阅读推广委员会阅读与心理健康专业组副主任委员单位、专业组会刊——《阅读疗法导刊》的编辑单位,此外还是唐山市心理卫生协会阅读疗法专业委员会主任委员单位。

开展“古法读书活动”。华北理工大学的骨干学科为工科和医科,大学生的人文知识相对不足。为满足大学生提高人文素养的需求,华北理工图书馆于 2020 年成立“致青春”古法读书会,系统性、持续性组织师生用户通过“四正五清”的形式进行集体读书,并在部分学院设立分会。通过古法读书活动,一方面促进用户阅读传统经典书籍、红色书籍,同时也享受阅读的仪式之美,体会合作分享的乐趣和价值,提升了阅读的兴趣。此外,华北理工图书馆重视对用户进行激励,凡在各项活动中表现优秀的用户,都颁发奖品和证书。同时,分季度对借阅数量和在校时长排名前十位的用户进行奖励,通过各种渠道进行宣传,激励更多用户阅读和走进图书馆,形成全校范围的良好氛围,同时也使他们体会到图书馆对他们认真学习、积极建构知识的重视和褒奖。华北理工图书馆还广泛吸收各类用户直接参与图书馆的服务工作,通过读者协会、勤工俭学、大学生社团、志愿



者以及真人图书馆等形式,使用户成为了图书馆服务的提供主体,彰显了用户的主体性与能动性,也在一定程度上缓解了馆员减员(从最多时候的108人减少到目前的78人)的压力。

#### 4 构建良好用户关系的保障措施

为做好用户关系管理工作,高校图书馆除了要在以上四个维度着力之外,还要做好各种保障措施,重点是组织机构设置、馆员队伍建设和对外宣传推介。

##### 4.1 组织机构设置

组织机构是图书馆完成服务目标、构建良好用户关系的重要保证,决定了服务的内容和水平,当前主要有职能制、矩阵制和中心制三种模式<sup>[28]</sup>。华北理工图书馆根据工作实际,应用了矩阵制的组织模式。首先按职能设置实体组织机构,除了办公室、采编部、读者服务部、技术服务部、信息咨询部等传统部门外,还根据用户需求和趋势,设置了阅读推广部、高校知识产权信息服务中心、新兴业务部和教学培训部等部门,使开展的工作能更全面覆盖用户的需要。明确由阅读推广部牵头负责全馆的用户关系管理工作,其他部门根据工作职责具体负责。其次,设置跨部门的虚拟组织,在9个实体职能部门的基础上,构建了资源建设、物业与安全、宣传、资产管理等6个跨部门委员会,成员由各部门馆员兼任,一人多岗、一岗多责。各个部门和委员会通过微信群及时通报、协调和解决问题,能第一时间响应用户需求,效率高、效果好,而且较好缓解了馆员不足所产生的各种不利影响。

##### 4.2 馆员队伍建设

图书馆所有的用户关系管理行为都要由馆员去实施,因此馆员队伍建设至关重要,甚至决定了用户关系管理的成败。建设具有良好服务意识和能力馆员队伍的前提是与馆员建立良好关系,让馆员感受到馆方对他们的关心和关爱,从而激发他们积极学习、主动和高质量服务的意识与热情,重点是对他们职业发展的重视,尤其重视他们职称的提升和学校科研业绩考核任务的完成。为此在馆员队伍建设上,华北理工图书馆重视严管与厚爱相结合。在严管方面,实施用户服务首问责任制,要求馆员挂牌上岗,面对用户需求不能说“不”,为此进一步修订了各个部门和每个岗位的职责,每名馆员与馆长签订责

任书,根据责任书进行严格管理和考核。通过“馆情周报”公示各部门开展的工作;年终考核时各部门在全馆大会上述职,每名馆员在本部门述职,分别由馆长和部门主任进行点评。

在厚爱方面,首先关心馆员职业的发展,组建了图书馆学术科研团队,通过以老带新共同提高并经常性组织各种学术科研活动,取得了较好效果。近年来,华北理工图书馆先后获批国家社会科学基金、教育部人文社科基金和国家艺术基金项目。据图书馆学术评价课题组发布的“2023年图书馆学术指数”<sup>[29]</sup>和文献计量结果显示<sup>[30]</sup>,华北理工图书馆学术科研能力在全国高校图书馆中排名第80位,在省内排名第2位;阅读疗法研究在国内处于第一方阵。多数馆员因此能及时晋升职称,目前有研究馆员11人、副研究馆员30人,高级职称比例全省最高。此外,鼓励馆员在职进修更高学历,目前有8人在攻读博士学位,馆里在考核上给予一定照顾。由于在图书馆能获得较好发展,馆员安心本职工作,积极为用户服务,为良好用户关系的形成奠定了人才和智力基础。其次,关心馆员生活,在家校分离的情况下,图书馆筹措资金,为下班后不回家的馆员提供住宿床位和各种生活设施。为提升馆员的幸福指数,图书馆工会经常组织丰富多彩的文体活动,每年还组织赴外地的春秋游等活动。此外,为每名退休馆员颁发纪念牌和纪念品。通过以上工作,馆员能很好地感受图书馆的关心和关爱,图书馆以事业留人、用感情留人,保证了馆员队伍的稳定和良性、可持续发展。

##### 4.3 对外宣传推介

对外宣传推介可以增进外界对图书馆工作的了解,感知图书馆为用户服务的努力,因此对图书馆构建良好用户关系十分重要。华北理工图书馆组建了由各部门宣传员组成的宣传工作委员会,负责将开展的创新性工作、组织的活动、新进的资源和获得的荣誉等及时在学校网站、图书馆网站和微信平台甚至校外的各种媒体上进行报道。与学校党委宣传部建立良好关系,支持图书馆的相关报道在各级媒体上刊登。宣传推介工作取得了显著效果:首先,提升了用户对图书馆资源和服务的知晓度,吸引用户更多地利用图书馆的资源、参加图书馆组织的各种活动;其次,学校领导和各级职能部门了解了图书馆的工作和努力,在争取资源时能得到更大的支持;再



次,扩大了图书馆在省内外的影响,许多校外同行到馆交流和借鉴经验,进一步宣传推介了图书馆。

## 5 结语

用户是图书馆生存的根本,用户关系是构建图书馆现代化管理格局的重要组成部分,加强用户关系管理工作是图书馆高质量发展的必由之路<sup>[25]</sup>。企业客户关系管理理论的引入,为图书馆用户关系管理认知与实践的进一步发展提供了新的借鉴与指导,但前提是对其进行适用性改造,从而构建起图书馆视域下用户关系管理的认知和表达体系,为相关研究与实践奠定底层逻辑基础,以此明确实践工作的方向和着力的重点。本文基于图书馆服务于用户知识建构的职能,在吸收客户关系管理实质内涵的基础上构建了高校图书馆用户关系管理的认知和实践框架,在此基础上介绍了华北理工大学图书馆开展的具体工作和取得的成效。由于论文篇幅所限,相关介绍难免挂一漏万,这也是本文一直强调构建认知和实践框架价值的根本原因。

## 参考文献

- 1 教育部. 关于印发《普通高等学校图书馆规程》的通知[EB/OL]. [2023-12-28]. [http://www.moe.gov.cn/srcsite/A08/moe\\_736/s3886/21601/t20160120\\_228487.html](http://www.moe.gov.cn/srcsite/A08/moe_736/s3886/21601/t20160120_228487.html).
- 2 陈建龙,邵燕,张慧丽,等. 大学图书馆现代化指南针报告[J]. 大学图书馆学报,2022,40(1):22-33.
- 3 陈建龙,赵飞,及桐. 基于信任理论的北京大学图书馆用户关系管理新探[J]. 大学图书馆学报,2024,42(1):11-16.
- 4 王学琴,李爱国. 加强用户关系管理,提升图书馆服务质量——以东南大学图书馆为例[J]. 大学图书馆学报,2024,42(1):17-22,39.
- 5 莫启仪. 新时代图书馆用户关系管理实践研究[J]. 新世纪图书馆,2013(7):27-30.
- 6 赵常欣,赵新. 基于CRM的图书馆信息服务模式[J]. 图书情报工作,2011,55(23):81-84,105.
- 7 王芳,张辉,牛振邦. 顾客契合对用户—图书馆关系质量影响的实证研究[J]. 图书情报知识,2015(6):48-60.
- 8 齐向华. 用户与图书馆的关系利益探析[J]. 国家图书馆学报,2018,27(4):55-63.
- 9 王伟. 基于数据挖掘的图书馆用户行为分析与偏好研究[J]. 情报科学,2012,30(3):391-394,418.
- 10 徐恺英,崔伟,洪旭东,等. 图书馆移动阅读用户接纳行为影响因素研究[J]. 图书情报工作,2017,61(15):43-50.
- 11 王婧怡,陈喆,罗敏,等. 用户需求视角下高校图书馆全场景学科服务模型构建[J]. 图书馆学研究,2024(2):75-84.

- 12 侯雪林,应峻,宋士杰,等. 用户需求导向的高校图书馆数据可视化素养服务研究[J]. 图书情报工作,2024,68(1):91-105.
- 13 陈添源,吴锦辉,杨思洛. 数据驱动的高校图书馆用户画像构建研究[J]. 国家图书馆学报,2023,32(3):64-75.
- 14 于兴尚,王迎胜. 面向精准化服务的图书馆用户画像模型构建[J]. 图书情报工作,2019,63(22):41-48.
- 15 卢美辰. 基于建构主义理论的高校图书馆学科知识服务平台构建策略[J]. 图书馆工作与研究,2024(5):54-62.
- 16 刘志国,毛桂香,张辉程. 论图书馆知识服务与空间建设——基于知识建构的理论框架[J]. 图书馆理论与实践,2017(1):12-17,95.
- 17 刘志国,许静,高玉洁. 隐性知识、知识服务与图书馆的核心能力——关于知识服务几个核心问题的讨论[J]. 图书馆理论与实践,2015(10):5-9.
- 18 王子舟. 图书馆学的基本概念与核心概念[J]. 中国图书馆学报,2001(3):7-11.
- 19 刘志国,陈威莉,赵莹,等. 第三知识建构场服务——基于理论基础演绎的图书馆空间服务认知[J]. 图书馆理论与实践,2021(1):38-45.
- 20 杨淑敏. “第三空间”视域下高校图书馆空间再造及服务创新[J]. 图书馆学报,2018,40(9):66-70.
- 21 刘志国,许静,杨双琪,等. 隐性知识、知识情境与图书馆空间建设[J]. 现代情报,2016,36(1):15-19.
- 22 顾翠华. 高校图书馆与大学生知识建构[J]. 图书馆学报,2003(2):50-51.
- 23 胡媛,曹阳,张发亮,等. 基于用户关系的数字图书馆社区知识需求聚合模型构建[J]. 图书馆学研究,2017(21):45-52.
- 24 张莉. 阅读2.0时代的用户关系与图书馆信息服务新趋势——基于豆瓣模式的探索[J]. 图书馆工作与研究,2012(4):104-108.
- 25 陈建龙,周春霞,党跃武,等. 高校图书馆用户关系管理指南针报告[J]. 大学图书馆学报,2024,42(1):23-32.
- 26 吴惠茹. 高校图书馆作为校园第三空间的价值及其实现[J]. 图书馆工作与研究,2013(5):14-17.
- 27 范并思. 服务活动化:图书馆服务新趋势[J]. 图书馆学报,2017,39(12):1-4.
- 28 朱强,别立谦. 面向未来的大学图书馆业务与机构重组——以北京大学图书馆为例[J]. 大学图书馆学报,2016,34(2):20-27.
- 29 新文科专委会. 权威发布:2023图书馆学术能力排名[EB/OL]. [2024-06-19]. [https://mp.weixin.qq.com/s/bDx\\_eIQkXurm95XPFWdcA](https://mp.weixin.qq.com/s/bDx_eIQkXurm95XPFWdcA).
- 30 刘洪. 国内外阅读疗法相关论文(2001-2017年)的文献计量和内容分析[J]. 新世纪图书馆,2018(4):25-30.

作者单位:华北理工大学图书馆,河北唐山,063210

收稿日期:2024年7月2日

修回日期:2024年7月11日

(责任编辑:李晓东)



## Practical Exploration of User Relationship Management in Local University Libraries Under the Framework of Knowledge Construction

LIU Zhiguo CHEN Weili WANG Jingwen

**Abstract:** Strengthening user relationship management is the important way for the high-quality development of university libraries, which has attracted the attention of university libraries in recent years. The current research and practice mainly focus on service strategy, and lack of systematic research and planning from the perspective of organizational strategy. In addition, there are also problems such as insufficient attention to the subjectivity and initiative of users in library work, and lack of empirical research results. The purpose of this study is to construct a suitable cognitive and practical framework for user relationship management in university libraries, and to introduce the successful experience based on this framework, so as to provide reference for other university libraries. Therefore, based on the essential characteristics and fundamental functions of all library services and resources to support user knowledge construction, this study defines four vertical dimensions of user relationship management in university libraries by applying knowledge construction theory and logical deduction method, including space construction, knowledge resource construction, interactive situation construction and user subject construction, which intersect with the horizontal process of reinterpretation of user relationship management, and together constitute the cognitive and practical framework of library user relationship management. Based on the above framework, this paper introduces the practice and effect of strengthening user relationship management in the library of North China University of Science and Technology, including the construction of physical space, to provide users with real situation; knowledge resource construction, to provide users with applicable learning materials; social interaction construction, to promote the exchange and cooperation of users; user subject construction, to enhance the subjective initiative of user knowledge construction. It also introduces the specific measures taken by the library in terms of organization construction, librarian team construction and external publicity and promotion. The cognitive and practical framework constructed in this study better deals with the relationship between theory introduction and localization reconstruction, defines the logical and behavioral boundaries of library user relationship management, and clarifies the content and focus of practice. It is the inheritance and development of the traditional “user-centered” concept and practice of libraries. It has become a strategic action guide for the industry to recognize and practice user relationship management, and helps to achieve good results in related work.

**Keywords:** User Relationship Management; Knowledge Construction; Local University Library