

基于知识管理的高校竞争情报人际网络构建^{*}

潘松华 王银红

【摘要】 文章在深入分析知识管理与高校竞争情报人际网络互动与融合关系基础上, 构建出基于知识管理的高校竞争情报人际网络。

【关键词】 知识管理 高校 竞争情报 人际网络

Abstract: This paper constructs the human net about competitive intelligence in the universities based on knowledge management after analyzing the interactive relation between knowledge management and the human net about competitive intelligence in the universities.

Key words: knowledge management university competitive intelligence human net

1 问题的提出

随着经济全球化的发展, 教育全球化已成必然。20 世纪 80 年代以后, 随着欧洲高等教育的改革, 在世界范围内出现了大学市场化的趋势, 国外一些发达国家的大学已经开始像大企业一样纷纷抢滩国内高等教育市场。随着我国加入 WTO, 我国大学体制随着世界高等教育的变革而变革, 我国教育市场逐步对外开放, 市场介入大学或大学市场化必将引起高校竞争, 且竞争将会越来越激烈。此外, 我国自上世纪 90 年代中期开始, “211 工程” 和 “985 工程” 的启动, 高等教育大众化的推进, 使国内各大学面临生源和教授争夺战、就业大战、教育质量和效益竞争、学生对教育内容和方法的要求提高等挑战, 这都加剧了大学的国内竞争。高校要想适应市场发展和规律的要求, 即优胜劣汰, 就必须制定科学的竞争策略, 完善竞争机制, 做出最优决策, 赢得竞争优势, 所有这些都离不开情报。众所周知, 情报是用于竞争和决策的, 竞争情报的最大作用是帮助人们做出正确决策, 减少在决策过程中对事物认识或判断的不确定性和信息的不对称性。高校竞争情报系统是为高校制定关键战略决策提供信息和思想的系统, 是竞争情报得以发挥作用的有效保障。高校只有建设好竞争情报系统, 才能更好地参与竞争和获得竞争优势, 迎接新挑战。

目前, 我国高校中各部门只负责处理本部门专业范围内的事务, 主要表现为各个院系只负责处理本院 (系) 的教学、科研和管理工作; 而各个职能部门只负责自己范围内的事。如: 教务处只负责教学工作; 科研处只负责与科研相关的事务; 学生处只管理学生工作; 人事处只负责教师的人事安排等等。由于职能的细分, 使得各院处之间信息传递不畅, 形成一个个 “信息孤岛”。此外, 我国高校信息传递方式基本上是纵向传递, 即: 教学科研一线教职员工的意见或建议通过正式渠道逐级向上反映, 高校高层领导的意图、计划要逐级向下传达。而联系各院系和各职能部门的信息横向传递严重缺乏, 这也限制了高校内部各部门的有效联系。

其中重要的原因是竞争情报系统的建立与运行没充分考虑到知识管理的需求, 与知识管理脱节, 使其作用没得到充分发挥, 而作为竞争情报收集基础的人际网络, 更没有体现知识管理的需求。

2 知识管理与高校竞争情报人际网络构建

2.1 知识管理与高校知识管理

知识管理, 国外也称 KM (Knowledge Management), 关于它的定义, 专家学者们众说纷纭, 目前仍无定论。虽然对知识管理的表述有很多, 但有一点是大家公认的, 即知识管理的核心是对知识本身的管理, 它以人为中心,

^{*} 本文系江苏省教育厅高校哲学社会科学资金项目 “基于高校战略管理的竞争情报实施研究” (项目编号: 08SJD8700009) 系列研究成果之一。

以信息为基础,以知识创新为目标,实现知识的共知管理的思想内涵。

知识管理广义来说包含三方面的含义:(1)对显性知识的管理,体现为对客观知识的组织管理活动;(2)对隐性知识的管理,体现为对人的管理;(3)对显性知识和隐性知识之间相互作用的管理,即对显性知识和隐性知识相互转换的管理,这是对知识的应用或创新的过程。

知识管理从狭义来说,即从组织内部来看,包含了对“组织”、“信息”、“人”几方面进行管理的内容。(1)对组织的管理。随着知识管理在组织发展战略地位的崛起,根据钱德勒的“结构跟随战略”理论,在组织发展战略发生变化时,组织的组织结构必然要作相应的调整以适应这一变化。因此,将“知识管理”引入组织是一项对组织发展有着重大意义的战略举措。如在组织不同管理层中设置承担宏观控制职能的首席知识官,承担中层指导职能的知识管理项目经理(Knowledge Management Project Manager, KMPM),以及承担微观操作职能的知识工程师(Knowledge Engineer, KE)。他们构成了组织知识管理的驱动者和建筑师,这些便是组织重视知识管理的战略在组织结构中的体现。(2)对信息的管理。信息管理是一个复杂的整合过程,它运用一定的信息技术,对信息资源进行搜集、整理、加工,使组织显性知识和隐性知识通过一定途径变成可共享的知识资源,并最终将知识产品进行推广和传播。可见,对于理想的信息管理系统,需要有支持信息传播的通信网络,还要有用于存取信息的高性能的数据库、信息库系统。(3)对人的管理。知识是人生产的,人又是知识的载体,所以“人力管理”是知识管理的重中之重。对人的管理涉及很多方面的内容,强调的关键在于组织员工个人和组织目标的统一。所以,如何将组织单个的员工个体凝聚成愿意充分发挥自己能力和通过学习提高自己能力的有机整体,是组织知识管理中最为重要的课题。同时,对于应该采取保密措施的那部分属于组织内部的知识,也需要通过对人的教育和合理约束才能取得良好效果。

人类社会已经进入知识经济时代,知识经济时代的鲜明特征就是以知识作为主要的竞争手段。高等院校一直扮演着知识生产者的角色,是社会重要的“知识源”和生产力发展的强大推动力。因此,现代高校要想提升核心竞争力,必须先做好高校的知识管理工作,知识管理成为高校管理的必然选择。高校知识管理就是在不断变化着的外部环境中,为实现教育目的,高校管理者依据教育规律和知识管理理论,运用知识管理的方法和手段,充分掌握和利用学校内、外部知识,有效发挥学校成员的知识潜能,实现知识的共享与创新,以达到学校管理目标,取得最大办学效益的过程。高校知识管理的核心是知识的创新,中心环节是实现知识的交流与共享。

知识创新主要是指高校通过科学研究,获取新的基础科学和科学知识的过程。追求新发展、探索新规律、创立新学说、积累新知识,并把它们运用到教学和社会服务中去,这一方面可以促使高校获得自身的竞争优势和发展,另一方面推动着社会的进步。

高校的知识共享主要形式有两种,即个体知识的外显化和外部知识的内部化。个体知识的外显化是指把师生员工个人的知识财富(包括显性知识和隐性知识)通过一定的交流方式(如书面交流、口头交流和网络等)为学校中其他成员所共同分享,从而转变为学校的知识财富。目前高校立体化的传播途径方式为学校师生的学术研究成果、教案、课程讲授计划、学习方法指导等显性知识实现共享提供了一定的基础条件和极大的便利。相比而言,高校中诸如教师的教学经验、科研方式与思维,学生的学习心得、学习风格等经验技能型知识就不容易得以交流与共享,这种隐性知识的外显化难度较大。推进高校的知识共享,除了构建校内知识平台外,还应积极发展校外知识网络,从而实现外部知识与内部知识的交流与互动,最终达到外部知识内部化的目的。外部知识的内部化就是要将学校外的知识最大程度地内化吸收到学校的知识管理体系之中,并成为学校知识存量的一部分。近年来由于高校与外界边界的模糊化,这就更加要求学校自身对外保持开放性,吸收学校外部的知识。知识和人才的更新和互动才是管理的重点所在。为此,高校要及时了解有关方针政策,在政策框架内自主办学;与用人单位保持密切联系,多倾听用人单位对学校所培养人才的质量的意见,并据此调整人才培养目标和模式。同时也要与兄弟院校、社会保持合作与知识共享互动,加强国际交流与合作,提高自身的国际化程度。

高校知识管理既是对以往管理理论和管理模式的继承和整合,更是在整合基础上的一种超越和创新。因此知识管理理论正日益受到高校的重视,知识管理已经成为高校管理改革的新视角。

2.2 高校人际网络与高校竞争情报人际网络

人际网络,英文中有的说成是 Human Network,也有的说成是 Social Network。所谓人际网络,实质上就是为了达到特定目的,人与人之间进行信息交流的关系网。它基本上由结点和联系两大部分构成,结点是网络中的人或机构,联系则是交流的方式和内容。人际情报网络(Human Intelligence Network)是应情报工作的需要而建立

的一种人际网络。它的构建是竞争情报工作和竞争情报系统成功实施的一项重要基础建设,它为企业赢得更大的竞争优势和最大的经济利益,提供信息保障和组织保障。人际情报网络是一种业缘关系网络,是情报从业者获取、分析和传播非公开信息和隐性知识的一个重要的平台。

人际网络的管理与维护为了有效地开展竞争情报工作,获得更大的经济效益。用以下几项措施来保证高校竞争情报人际网络的建设:第一,要对竞争情报人员进行选择和培训,竞争情报人员要具备一些基本的素质,更要对全体员工进行竞争情报意识的培训,要打竞争情报的“全民”战;第二,要有效利用高校内部的 Intranet 平台和相关分析软件,通过高校内部的 Intranet 建立人际情报网络和设置一些竞争情报论坛以及通过个人博客和 SNS 来有效地扩大人际网络,促进教职员之间的信息交流沟通,高校可以根据实际情况选择合适的人际网络分析软件辅助工作;第三,利用“谁认识谁”列表、专家库、信息矩阵表和按月采访或面试名单等形式的表格来组建人际关系网络模拟图、人际关系数据库以及人际关系矩阵等具有类似功能的“寻人数据库”系统以求迅速发现谁在哪方面具有丰富的知识;第四,建立相应的激励机制以提高信息交流的热情,建立一个倡导创新和交流的高校文化,并对已形成的人际网络进行动态的维护。人际网络为竞争情报和发展提供了成功的机会和组织保障,从而使高校获得更大的竞争优势。构建人际网络既是高校获取信息的需要又是高校谋求发展的需要。

2.3 知识管理与高校竞争情报人际网络的互动与融合

在知识经济时代,作为资本的知识包括高校的内部知识和外部知识,因此必须有效地获取和利用这两种知识。一方面,构建竞争情报的外部知识平台,充实、完善了知识管理的内容;另一方面,构建知识管理的内部知识平台,支持了竞争情报的获取。高校竞争情报系统中人际网络是了解外部知识的重要渠道。

高校知识获取是指对现有知识进行收集、分类和存储,这既包括分散在人际网络、高校及高校内外的各种资料、文档等显性知识,也包括需经一定的知识表示和挖掘手段才能显性化的隐性知识。通过知识共享进行知识交流是扩展高校知识储备的过程,包括人与人的直接交流(如研讨会、学习会、组织培训等)、网络交流(如讨论组、聊天室、电子会议、电子邮件等)和利用知识库进行学习的方式(如传统的利用图书馆学习以及现代的 E-learning 等);通过这种共享机制的实现,也有利于高校情报人员的专业知识与高校员工的业务知识之间的交换,使高校情报人员能够更好地从基于知识管理需求的角度收集、分析竞争情报信息,高校员工也由于掌握了情报知识而善于利用得到的竞争情报,同时因组织员工素质的提高而能够提供更多、更有价值的隐性知识和情报信息。

人是知识创新的主体,是知识经济环境下组织最宝贵的财富。知识管理最重要的因素在于“人”。

良好的人际网络不仅对于建立高校竞争优势,而且对于维持高校竞争优势都具有重要价值。“人”作为隐性知识的主要载体,在高校的知识创新、技术创新和持续发展中发挥着重要的作用,而高校的知识创新关键靠人才和人力资源的开发利用。因此高校在竞争情报系统中必须遵循知识管理以人为本的原则,充分考虑人力资源开发利用因素对高校优势的影响,通过“人际网络”这一途径进行竞争情报的有效收集,准确把握高校发展的环境变化。

3 面向知识管理的高校竞争情报人际网络构建

3.1 基于知识管理的高校竞争情报人际网络

建立基于知识管理的高校人际网络不是一件简单的事,而是一个系统的工程,需要明确有谁参与网络,入网者做些什么,由谁来管理这个网络。

在规模较大的高校中应当设立综合性的情报工作机构,该机构可以直接处于高校高层管理者的领导之下,起参谋中心的作用。但这一机构并非一定要独立起来,它可以设在某一职能部门下,只不过独立办公,直接为高校高层领导战略决策提供有价值的报告。另外在高校内部建立情报网络,形成由大学的教学、科研、产业、财务、人事等部门与情报机构共同编制的情报工作“网络”格局。通过这个网络来保证高校自身信息及内部教职员掌握的其他竞争情报传递渠道的畅通,改变情报部门孤军奋战的局面,为提高情报的综合加工能力提供有力的支撑。在情报网络工作体系中,情报机构处于核心地位,他对分管领导直接负责,是情报网络的组织者,也是为保障情报网络正常运行所需的一系列制度的制定者和监督执行者。可设人际网络结构图,如图 1 所示。

3.1.1 高校各院系信息

这类信息由高校各院系部门兼职信息员负责常规信息的获取与有效管理,具体包括教学信息、科研信息、教师信息、学生信息、图书资料信息、实验室信息、院系日常事务、管理信息等等。一旦高校竞争情报系统有这类情报需求,信息员就从相应的管理信息系统中提取所需的信息。除了提供日常教学、科研、管理等信息外,由于各院系对自己的竞争对手即其他高校同类院系比较了解,知道自己在哪些方面优势,哪些方面存在不足,进而

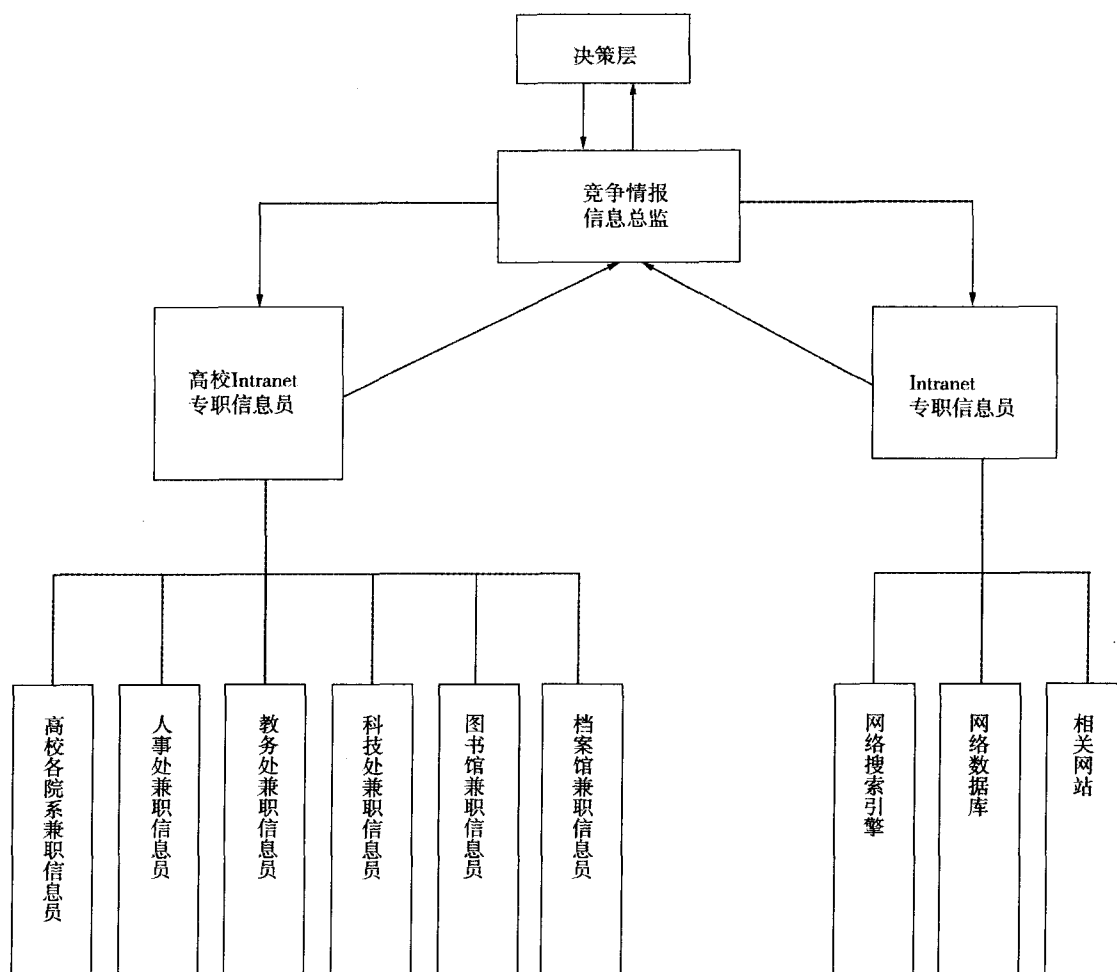


图1 基于知识管理的高校人际网络结构图

为提高竞争力和弥补不足而提出某些有利于本院系发展的独到的见解，如：优秀师资的引进、科研课题的选题、专业和课程的改造等。这些信息的价值一般较大，可以直接为决策层所用，对一些决策能起到信息支持作用。

3.1.2 高校各职能部门信息

与各院系相类似，高校各职能部门也应设立兼职的信息员，负责本部门日常信息的获取与管理工作，随时满足竞争情报系统的需求。举例如下：人事处的信息员利用人事管理信息系统对人事文件、人事档案、处内文书、资料、师资信息、工资津贴信息、博士后基本信息数据库、高层次人才需求及招聘信息、高层次人才数据库、人才供需信息等进行采集、整理、录入、报表、统计、维护、管理、更新，同时调研、分析、引进等，制定相关方法和导向性政策，并及时向最高决策层报告。教务处的信息员利用其信息管理系统对教学计划信息、教材订购信息、教师工作量信息、青年教师培训与考核信息、学籍管理、成绩信息等录入、归档、管理，并在校内调研，建立教师档案库，对教师队伍状况进行动态分析与管理，同时进行校外调研，收集欲引进人才信息，有针对性地做好人才引进工作等，并及时形成各类报告上报高层决策者。科技处的信息员利用科技管理信息系统对全校的科技档案、科技成果、学术交流、科技开发等工作进行组织管理，并负责制定学校各项科技方针政策、科技管理条例、科技工作的长远规划，以及其他有关科技工作方面的各项规定，并及时上报给决策者。

3.1.3 高校图书馆、档案馆信息

高校图书馆、档案馆是学校知识的宝库，是各种信息情报的中心。图书馆可以提供大量的书籍、专业杂志、报纸等信息，随着数字图书馆的建立，通过电子图书、电子期刊、各类数据库可以提供有用的信息，同时通过跨库检索、期刊导航系统、馆际互借服务等能使高校获得更加广泛的信息。档案馆的信息员可以利用档案管理信息系统整理或手工整理高校从事教学、科研、党政管理以及其他各项活动和师生员工个人活动中直接形成的、对学

校和社会有保存价值的文字、图表、数据、声像等各种形式的历史记录,规划高校档案工作,制订高校档案工作规章制度,接收、整理、鉴定、统计、保管各类档案及有关资料,编辑档案参考资料,编制检索工具,开发档案信息资源,参加校史、年鉴等学校资料的编研工作,开展档案学术交流活动,执行保密制度,准确、迅速地为学校各项工作提供档案信息。

3.1.4 网络搜索引擎、网络数据库、相关网站

用于 Internet 信息查询的最常用的工具是搜索引擎,它是 Internet 最具活力的部分。使用搜索引擎,可以查到世界各地高校、教育机构的多方面信息,内容包括大学介绍、最新动向、发展趋势、办学特色、教育方针与政策等。目前为用户广泛使用的搜索引擎有:Yahoo、Excite、AltaVista、HotBot、WebCrawler 等。Internet 上较大型的中文搜索引擎有 40 余种,如搜狐、雅虎中文、悠游、网易中文、常青藤、北极星等。

目前网络数据库大多是联机检索系统在 Internet 上的延续,是数据库生产商或一些信息服务机构推出的,他们具有丰富、可靠、权威的数据资源,成熟的检索技术,全面多样的服务方式。高校竞争情报部门可以在 Internet 上通过网络数据库查找大量全球性的教育资源和与各大高校相关的信息。常见的网络数据库包括:以商情为主的数据库资源,如万方数据资源系统,内容涉及公司和企业、产品信息、标准、法律法规、科技成果、专利数据、期刊论文、专业文献、会议论文、学位论文、科技名录等各类数据资源;以学术为主的数据库资源,如 OCLC Firstsearch、UnCover、EI Compendex Web、PubMed 等数据库;特种文献数据库,如专利数据库、技术报告、法律法规数据库等。

在 Internet 上已存在上百万个网站和上亿个网页,它们在网上传递、发布的信息,构成了一片无边无际的信息汪洋大海。高校竞争情报部门可以利用相关网站收集所需信息,如:美国竞争情报从业者协会网站、中国科技情报学会竞争情报分会网站、中国科技情报学会网站、国家和地方政府教育网站,可以提供行业中观环境信息。各大学网站,可以通过直接登录查询竞争对手在教学科研等方面的详细信息。国家和地方政府网站,可以查询到一些新政策、优惠政策、各项措施等,以此掌握宏观竞争环境信息,其可信度较强,一般不会出现虚假信息。此外其他国家网站和一些综合性网站也能帮助高校竞争情报部门收集某些有用信息。

3.2 人员结构

3.2.1 知识结构

合理的竞争情报人员,无论是高等院校本专业培养的,还是由非情报专业出身转行的都应该拥有三大模块的知识结构:基础知识模块,包括马克思主义哲学、外语(一般应懂得两门以上外语)、高等数学(运筹学、数理统计、概率论、矩阵理论)、计算机及其应用;管理知识模块,包括管理科学与管理工程、市场营销学、预测学与预测技术、仿真技术、决策科学;专业知识模块,包括情报学、情报技术、情报系统。所以,最合格的竞争情报人才应该是融通“技术——管理——情报”三者的复合型人才。

3.2.2 人员配置结构

竞争情报人员主要包括分析员、竞争情报官(整合者)、图书或数据库管理员(收集者),可采取专兼结合的方式。一般来说,整合者就是协调组织研究工作,并解决同各类用户发生的问题,它由情报部门负责人担当;初始的信息收集由兼职人员完成,但应设一个专职人员从事日常工作;分析员的任务是进行访谈、收集其他未发表的资料,并通过分析增加所收集信息的价值。在这里最重要的是分析员,好的分析员应善于倾听意见,有创造性和锲而不舍的精神,有较宽的知识面、一定的思维能力、丰富的经验等,所以分析员应是专职人员。总之,应建立由高水平的专业分析人员带领的各部门兼职人员共同组成遍及高校各个角落的竞争情报体系。

3.2.3 年龄结构

竞争情报队伍要年轻化,这样才能保证他们有旺盛的精力、灵活的头脑、充足的干劲,并能更好地接受各类新知识和经验,丰富自身的知识体系,进而高效率地完成任务。

4 结语

构建高校竞争情报人际网络应坚持此原则:辅助校领导决策,把情报系统的功能融入到决策过程中;同时,系统要如实分析、如实评审、如实呈报,实事求是,不能投其所好,以保证战略决策的正确性。

(下转第 69 页)

的方式,进行关键词的提示,方便用户查找和利用。

3 微内容的新应用

3.1 微内容的整合与导航服务

微内容在生产上与传统信息的生产有很大不同,其生产者来自互联网上的所有用户,因此,在产出的产品上存在质量良莠不齐的问题。而且微内容的生产范围包含了人类知识的各个领域,各方面的知识鱼龙混杂,对微内容的整合与导航就成为了一个迫切的工作。图书馆具有整合和导航信息的专业优势,可以在对微内容进行鉴别、筛选的基础上进行有效的整合与导航,帮助用户方便快捷地查找信息。导航的具体服务内容可以围绕主题展开,针对用户的不同需求开展个性化的服务。

3.2 微内容信息推送服务

信息推送服务是一种由服务机构主动提供的信息服务,它按照个人用户制定的时间间隔和选定的主题,定期将资源库中最新信息自动发送至用户终端^[6]。基于微内容的信息推送服务是通过与用户进行信息交流,确定用户感兴趣的主体,定期向用户推送信息。其基础还是对微内容的整合和导航,确定主题范围后,设定时间间隔,定期向用户推送其个性化需求的主题信息,主要包括专题热点服务、资源订阅服务、定题信息服务等内容。结合微内容重组技术,其实现既可以在人工参与下利用搜索引擎对用户选定的主题进行检索,然后利用电子邮件等渠道传递给用户;也可以利用RSS软件定制特定的频道来加以实现。

3.3 基于微内容的个性化定制服务

个性化定制是指通过系统与用户的交互沟通,了解用户的特定信息需求和使用习惯,然后将信息加以重新整合和组织后展示、提供给用户,从而满足用户的个性化信息需求。个性化内容定制就是用户可以根据自己的

兴趣和需求定制信息内容^[7]。基于微内容的个性化定制服务,其程序是在与用户进行交流的过程中,了解其信息需求,在人工参与下或者利用RSS等微内容聚合软件对微内容重组、整合后以一定形式提供给用户。在个性化界面定制服务中,用户可以通过与系统交互而自主地选择界面所显示的信息和栏目,以及各栏目的显示位置等,其本质上就是网站对本身拥有的微内容进行重组后根据用户的定制信息加以显示。

Web2.0的全民参与的特点,为广大的互联网用户提供了一个广阔的舞台,微内容的生产和传播也随着互联网的进一步发展逐步扩大,图书馆应该抓住这一机会,不断拓展服务领域和内容,为广大用户在信息的查找和利用方面提供更强有力的支撑服务,方便用户有效利用信息,创造更大的价值。

注释

- [1] Writing for the Web: "microcontent". <http://www.writing.uct.ac.za/user/writing5.htm>, 2009-09-28
- [2] <http://www.cmswiki.com/tikiindex.php?page=MicroContent>, 2009-09-28
- [3] 刘兰,徐树维.微内容及微内容环境下未来图书馆发展 图书情报工作, 2009 (2): 34-37
- [4] 李邑兰.“微内容时代”对“全景世界”的建构 青年记者 2007 (8): 25-26
- [5] <http://blog.tangoschan.com/archives/edgeio-and-aggregation-of-microcontent/>, 2009-09-28
- [6] 熊枫.刍议个性化信息服务.图书馆论坛, 2005 (4): 166-168
- [7] 习万球.图书馆个性化服务模式研究.图书馆论坛, 2006 (6): 198-201

范艳君 长春师范学院图书馆。

(上接第98页)

参考文献

- 1 马海群,刘春艳.高校竞争情报系统的构成分析.图书与情报, 2006 (6)
- 2 刘宏军.高校图书馆与企业竞争情报系统的跨界合作.现代情报, 2008 (2)
- 3 杨海平,汪社教.论高校竞争情报系统的构建.情报理论与实践, 2007 (2)
- 4 田辉,曹菲菲,李鹏翔.竞争情报活动中人际网络应用的理论基础.现代图书情报技术, 2007 (9)
- 5 潘松华.关于竞争情报与高校战略管理的互动研究.图书情报工作, 2008 (5): 37-40
- 6 包昌火,谢新洲,申宁.人际网络分析.情报学报, 2003 (3)
- 7 董毅.人际网络进入中国.金羊网. <http://www.yowb.com.cn>, 2005-11-01
- 8 姚小涛,席酉民.社会网络理论及其在企业研究中的应用.西安交通大学学报(社会科学版), 2003 (3)

潘松华 王银红 盐城工学院图书馆。