

【用户·服务】

我国本土学术社交网络科研之友的个案分析:困境与对策^{*}

●张耀坤 吴 瑞 汪朝州 (南昌航空大学 南昌 330063)

[摘要]发展我国本土学术社交网络有助于广泛联结国内学者,促进知识的传播与创新。文章针对科研之友这一中国本土最早运行且规模最大的学术社交网络进行个案研究。研究表明,科研之友具有较为精准的定位,并形成了独特的商业模式,但其用户活跃度长期低迷,持续使用行为亟待改善。在明晰学术社交网络用户以学术信息获取为主要动机的基础上,文章将学术社交网络的核心价值界定为通过社交关系为用户迅速、准确地找到最有价值的内容,并据此从资源、信息发现和用户三个方面对科研之友的发展提出相应的对策。

[关键词]学术社交网络 科研之友 案例研究

[中图法分类号]G250.7

[文献标识码]A

[文章编号]1003-7845(2022)01-0055-06

[引用本文格式]张耀坤,吴 瑞,汪朝州.我国本土学术社交网络科研之友的个案分析:困境与对策[J].高校图书馆工作,2022(1):55-60

社交媒体在科研过程中的采纳问题是最近十年来学术界非常关注的热点话题,且这一话题的焦点正逐渐由以内容和信息为基础的交流平台(如学术博客、学术 BBS 等)转向以用户为核心的学术社交网络(如 ResearchGate、Academia. edu 等)。与前者不同,学术社交网络具有自我展示、科研信息管理、信息资源共享、交流与协作等功能^[1],能够为科学研究提供日益扩大的开放度和合作机会^[2],有效地促进知识的传播与创新^[3]。

当前,资本界不断加大对学术社交网络的投资力度,如 2017 年,ResearchGate 获得 5 260 万美元的 D 轮投资,其投资方包括 Wellcome Trust、比尔·盖茨、高盛集团等^[4];2019 年,Academia. edu 获得 1 600 万美元的 C 轮投资,其投资方包括腾讯、Social Discovery Ventures 等^[5]。随着我国近年来创新投入力度的不断加大,发展我国本土学术社交网络的呼声渐高,但我国学术社交网络发展不甚理想。曾被誉为“中国版 ResearchGate”的天玑学术网(后改名为学术圈),在提供了短暂的服务后,由于缺乏足够的用户粘性而不得不停止服务。如何更好地发展我国本土学术社交网络,引起了我国学者的广泛关注。刘先红^[6]、许志敏^[7]、李晓妍^[8]等基于国内外比较研究的思路,对我国学术社交网络的发展提出了非

常宝贵的建议。对我国本土学术社交网络进行细致的案例研究,可以为我国本土学术社交网络的发展提供更有针对性的洞察。基于此,本文以我国本土最早运行且规模最大的学术社交网络科研之友作为案例,对其进行深入考察,分析其困境,并提出相应的对策,以期能为我国学术社交网络发展提供借鉴。

1 科研之友案例介绍

科研之友成立于 2006 年,由爱瑞思软件(深圳)有限公司(以下简称爱瑞思)开发提供,并将致力于联结创新人员,推动科学创新方式转型,加速科学进步作为其使命和愿景,为用户提供自我展示、社交联结、信息发现及互动交流四类基本功能。截至 2020 年 12 月,科研之友已有超过 250 万个注册科研人员用户和 2 300 万项科研成果,形成了较为庞大的用户群体。

科研之友的推出有其现实背景。现代信息技术不断加速发展,交流作为科学最为核心的要素之一,受其影响深远。在我国,2001 年诞生的小木虫开创了中文学术 BBS 的先河。2006 年,科学网博客又为国内学者们提供了学术博客这一形式的交流通道。上述平台以主题(帖子)和内容(博文)交流为基础,至今仍是国内科研用户交流的重要平台。2004 年以后,随着 Facebook、Twitter 等一批以用户为核心的

^{*} 本文系江西省社会科学规划青年博士基金项目“学术社交网络科研人员使用行为与服务优化研究”(17BJ32)和江西省高校人文社会科学基金项目“基于学术社交网络的科研团队协同信息行为研究”(TQ20101)研究成果之一。

新型社交网络服务(SNS)的风靡,学者们又逐渐意识到 SNS 在科学交流中的潜在价值。基于此,科研之友在国内首度尝试提供面向学者的社交服务,这一服务甚至要早于国外知名的 ResearchGate 和 Academia. edu(两者均成立于 2008 年)。遗憾的是,直到后两者被学界广泛认可,作为同类型的科研之友才逐渐引起国内学者重视。此后,天玑学术网和学者网也陆续推出了与科研之友相似的服务,但在用户规模上均难以望其项背。

2 科研之友的特色与发展困境

2.1 精准定位与独特运营模式

根据罗杰斯的创新扩散理论(Diffusion of Innovation Theory, DIT),作为一种新事物,学术社交网络在出现初期能否被尽可能多的用户所采纳和使用对于其后续的扩散至关重要。因而,几乎所有的学术社交网络都在试图吸引更多的用户进行初始采纳。公开资料显示,爱瑞思(IRISaaS)是国家自然科学基金委及多个省级科技项目管理系统的软件提供商。科研人员在申请国家自然科学基金(或其他采用爱瑞思软件的项目)时,往往要使用(尽管并非强制)科研之友导入研究成果如论文等信息,这一事实在客观上吸引了大量国内用户加入科研之友平台。许志敏认为,科研之友应该树立全球化的运营理念与发展定位^[7]。然而,专注于国内科研用户可能更有利于与国际化的学术社交网络服务形成差异化竞争优势,并能提供其未涵盖的服务,比如对中文的支持。

近年来,ResearchGate 不断开拓广告业务,Academia. edu 也推出了颇有异议的个人高级账户收费项目来获得收入,但总体而言两者均依赖风险融资维持运营。科研之友则立足于国内,凭借着庞大的国内用户群体以及与爱瑞思科技项目管理系统的无缝衔接,除向个人用户提供免费服务外,还通过创建科研之友机构版获取平台和服务费用,探索出了一条较为独特的运营模式,这在当前学术社交网络普遍运营前景不明朗的情况下是非常具有借鉴作用的。

科研之友机构版通过帮助机构创建机构主页,展现科研实力和专业化形象,提高机构影响力,并更好地为机构内的科研人员提供科研社交网络服务和协同创新应用。具体而言,其主要提供统计与对比科研分析服务,帮助他们解决在基金申请、论文投稿和成果推广方面的问题,同时帮助科研决策人员制定评价、绩效和改进策略。目前的数据表明,科研之

友机构版的注册机构用户数已达 2.5 万,这为科研之友整体的稳定运营提供了经济上的保障。

2.2 持续使用的困局

当用户接受并开始使用学术社交网络后,如何让其持续使用和增强用户粘性就成为摆在学术社交网络服务提供商面前的一个难题。与吸引用户初始采纳的顺利相比,科研之友在维系用户忠诚度方面则要困难许多。显然,科研人员申请项目的次数毕竟是有限的,而近年来各种新型学术社交网络服务的陆续出现所带来的竞争压力让科研之友维系用户忠诚度和持续使用愈发困难^[9]。

第一,科研之友用户活跃度不高。活跃度是体现用户持续使用的最为直接和核心的指标。由于用户活跃度的直接数据难以获取,因此只能从网站访问流量等侧面数据对其进行评价。熊回香等人比较了科研之友与国内知名小木虫学术论坛及学术博客科学网的流量数据,结果显示科研之友用户活跃度呈现长期低迷态势^[10]。这一点从用户对科研之友的使用评价也可窥见一斑,在国内知名的小木虫论坛和科学网博客上,有学者发出“科研之友想说爱你不容易”的感叹^[11],一些学者甚至抱怨“科研之友就是一个(基金申请材料)上传者”^[12]。

第二,用户关注度较低。考虑到科研之友与 ResearchGate 两者属于同一类型,因而可以对两者进行简单的比较。一方面,国内学者对 ResearchGate 的关注度居高不下,在 CNKI 中检索主题“ResearchGate”,共有 45 条记录,而检索主题为科研之友(精确检索),仅有 4 条记录。另一方面,用户在搜索引擎上的搜索行为也在一定程度上反映了用户的关注度^[13]。考虑到国内用户的搜索引擎使用习惯,本文借助于百度指数工具比较了科研之友与 ResearchGate 的搜索指数。图 1 显示,大约在 2014 年之前两者在国内的用户关注度较为接近,但在之后便呈现差距逐步扩大的趋势,ResearchGate 搜索指数不断走高,而科研之友则大体维持在较低水平。值得注意的是,科研之友的搜索指数不时会出现一个小高峰,通过简单的时间序列对比可以发现,这与每年的国家自然科学基金申请和发布时间非常吻合,也与前述科研之友的采纳行为相吻合。

上述结果显示了一个值得关注的现象,即科研之友的用户初始采纳和持续使用之间存在较为显著的差异。科研之友在用户群体数量庞大且每年不断有数量不菲的新用户加入的情况下,用户的持续使用却在长达十余年的时间里几乎没有明显提升。这

一问题不得不令人深思。

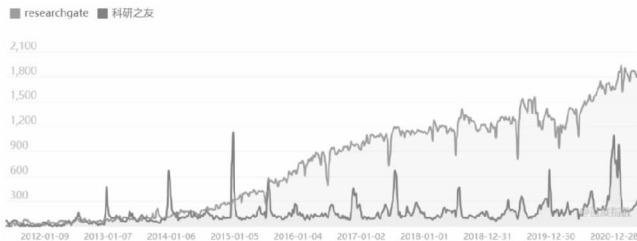


图1 科研之友与 ResearchGate 的百度搜索指数

那么,如何才能提升科研之友的用户粘性?这一问题的解决首先要求我们深入探索学术社交网络的用户使用动机及其核心价值。

3 理解学术社交网络的用户使用动机与核心价值

3.1 学术社交网络用户使用动机的综合分析

作为一种有别于传统学术信息服务的学术社交网络服务,用户使用有其内在动机。有关这一点,已有较多学者采用问卷调查或者访谈等研究方法,对此展开了研究。其中,Nature 于 2014 年开展了一项针对全球科研用户的调研。结果表明,追踪计量、发现同行、发现推荐论文、与同行联系、提交内容、分享内容链接是其中较为主要的动机^[21]。针对国内科研用户,毕德强等调查并发现,获取和下载他人学术成果、关注其他有关学术问题的讨论、讨论研究问题并发表观点是其主要动机^[14]。诸如此类的研究还有许多,限于篇幅不一列举。

由于调研对象的差异,很难对用户学术社交网络的使用动机形成一致结论,但总体上有两类使用动机被重点关注,即社交动机和信息获取动机。社交动机是指用户期望利用学术社交网络提供的若干机制与其他用户形成社交互动。其中关注一被关注是其中最为常用的机制,通过该机制,科研人员之间形成错综复杂的社会网络关系,并由此展开社交互动,比如与同行进行联系与交流、合作研究与组建团队等。信息获取动机则强调信息的共享和获取,主要包括用户对科研成果的上传共享,以及用户对学术内容的发现与获取。

在有“科学家的 Facebook”之称的 ResearchGate 诞生后的较长一段时间内,出于社交网络服务商业模式推动,以及对新事物的好奇,学界对学术社交网络寄予厚望并普遍认为其是“一种崭新的交流与合作模式”并可能显著加快科研创新速度^[15],因而社交动机被着重强调并被认为是用户使用的主要动机。然而,事实并非如此。

已有较多研究指出,目前学术社交网络中普遍

存在用户社交不足的现象^[16]。Gruzd 等对 367 位学者使用社交媒体的动机的调查结果表明,尽管社交媒体提供了双向的交流和信息交换模式,然而信息获取被认为是最为主要的动机^[17]。Jeng 等对 Mendeley 平台加入群组(Group)中的 146 位学者的调查结果同样表明,学者们主动、频繁使用其研究功能但却较少利用其社交功能^[18]。此外,Jordan^[19]、Meishar-Tal^[20]的研究也都印证了这一点。以上研究均指向这一结果,即用户使用学术社交网络主要是出于信息获取动机而非社交动机。理解这一主要动机是很重要的,它有助于学术社交网络服务深刻认识到用户的真实需求。如果一个学术社交网络服务只有社交而无法提供足够全面和准确的学术信息资源,那么对用户而言很可能是无效的。因而,学术信息资源供给必须作为学术社交网络服务的根本目标。

3.2 重新审视学术社交网络核心价值

从表面上看,用户使用学术社交网络主要出于信息获取动机而非社交动机,不免让人心生疑惑并进而对学术社交网络的存在合理性产生怀疑。如我们所知,传统学术信息服务平台(如全文数据库、文摘索引数据库)在过去甚至是未来很长时间内为科研人员提供了稳定的学术信息获取服务。那么,作为新兴的、有别于传统学术信息服务平台的学术社交网络,其核心价值何在?

当前,学术内容越来越多,已经远远超过读者的阅读能力^[21],提供文献的收集和过滤服务,以帮助读者迅速、准确地找到最优价值的内容,应是所有学术信息服务平台的首要任务^[22]。在传统文献信息服务平台中,为用户提供的信息获取服务主要基于文献本身,并主要从三个角度展开:一是基于文本关系,如文本(包括题目、摘要、关键词乃至正文等各个字段的文本)的相似性;二是基于作者关系,如合著、作者机构等关系;三是基于文献间的引用关系,如被引、共引等关系。

在学术社交网络平台中,情况已然发生了巨大变化。正如信息服务领域所强调和熟知的,经由人际关系(比如师生关系、同事关系等)获取文献信息是极为高效的,然而这一过程以往仅限于线下,线上的传统学术信息服务平台难以介入。在学术社交网络中,尽管基于文献本身依然是用户获取信息的重要模式,但重心已经由文献向用户(作者也包含在用户当中)发生转变,如图 2 所示。学术社交网络充分利用了人际关系(社交)这一渠道与手段,有力

地弥补了传统学术信息服务平台信息获取的缺陷。通过引导用户之间建立社交关系,如简单的关注—被关注关系、共同兴趣小组(Group)、合作团队等,从而为科研人员提供一种传统学术信息服务平台所难以企及的基于人际关系的信息获取服务新模式,并帮助其迅速、准确地获取到最有价值的内容,而这正是学术社交网络的核心价值所在。

信息,实现基础数据的全面覆盖和自有化。从技术层面上看,目前已较为成熟。比如 ResearchGate 广泛采集了网络上的各种学术信息,其覆盖度和被引时效甚至已经超过了科研人员经常使用的 Google Scholar^[24]。第二,与第三方广泛合作,形成数据的互通互联,比如作者信息可以与 ORCID 等非营利性第三方合作,实现数据的复用和快捷处理;基金项目信息可以与国家自然科学基金知识库、国家社科基金项目数据库等合作,实现对基金项目成果的开放互联;论文全文可与开放存取期刊、仓储等建立开放互链等。第三,开发智能解析工具,从现有文档中抽取相关信息,实现不同种类信息之间的快速关联。第四,遵循业内公认信息描述标准,实现信息的标准化。

4.2 完善信息发现机制

社交联结功能以及基于此的信息发现功能是学术社交网络服务与传统学术信息服务平台最为主要的区别所在。当前,科研之友在信息发现机制上存在较为明显的不足。刘先红等的研究表明,推荐项目较少、推荐策略简单、冷启动效果差以及用户偏好学习能力弱是包括科研之友在内的我国学术社交网络存在的共性问题^[6]。除此之外,科研之友在以下两个方面亟待完善。

第一,冷启动时关联用户的推荐。科研之友在学者初次注册使用时系统会自动分配约 50 个左右的学者让用户关注,但这是硬性关注,而非让用户自主选择,而且这些学者与用户无论是在学科、研究方向上均有较大的差异,这表明科研之友的关联用户推荐机制存在较为明显的缺陷。显然,初次推荐对于用户的后续使用有着深远的影响,这一点亟待完善。可以考虑从以下途径进行改善:一是考虑推荐顺序,让用户先完善个人基本信息如单位、学科、研究方向、著作、项目等,并从以上信息出发进行推荐,比如通过同单位、同学科、同研究方向、合著作、引用关系等进行学者推荐;二是尊重用户意愿,让用户自主选择选择感兴趣的学者进行关注。

第二,完善社交信息展示功能。使用测评结果表明,科研之友在学者关联关系的展示及基于此的信息发现机制上明显存在欠缺。目前,科研之友提供了关注机制和联系人机制以促进用户之间进行联结。关注机制是一种单向关系机制,学者可以“关注”其他学者而不需要经过其同意。联系人机制则类似于“好友”,是一种双向关系,学者可以申请添加其他学者为联系人,经过其同意后互为联系人。

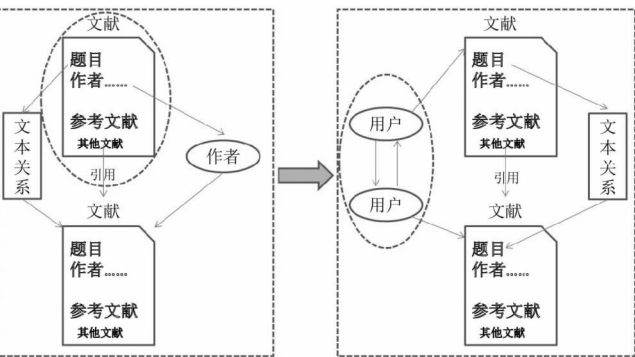


图 2 从文献到用户社交关系的转变

4 面向核心价值提升的科研之友发展对策

考虑到学术社交网络的核心价值所在,科研之友未来应重点考虑从资源(基础数据建设)、发现机制(基于用户关系的资源发现)及用户(吸纳与维系)三个方面探索其发展路径,以提升用户体验,促进持续使用。

4.1 强化基础数据建设

数据是学术社交网络中最宝贵的财富,也是其发展过程中首先面临的巨大挑战。学术社交网络中的数据包含基础数据(如论文、项目信息等和用户活动数据)。一般而言,基础数据主要由学术社交网络进行整合建设并辅以由用户进行少量纠偏、完善等过程。准确性、完整性、时效性和全面性是学术社交网络基础数据的基本原则^[23]。

使用测评结果表明,科研之友尚未实现基础数据的自有化,多数数据仍来源于知网、万方、Web of Science、EI、Scopus 等数据库的集成索引,数据的准确性和时效性也存在诸多问题,由此带来了两个较为严重的影响:一方面,用户不得不耗费大量时间上传相关信息,这将极大地影响用户体验,而好的学术社交网络本应让用户尽可能地花费少量甚至不花费时间来维护更新信息^[23];另一方面,基础数据的不足可能导致徒有用户关系而缺乏有价值内容这一尴尬局面,从而无法体现学术社交网络的核心价值。

当前,完善基础数据应是科研之友发展的当务之急,可以考虑从以下途径来完善基础数据:第一,利用智能爬虫技术,广泛采集论文题录、基金项目等

但科研之友只提供给学者查看联系人的功能,对于“关注—被关注”关系则无法查看,即用户无法查看关注用户列表,同时对于自己被哪些学者关注也无法查看。这在社交服务领域可谓匪夷所思,也在很大程度上限制了基于社交的信息发现机制。未来科研之友应优先完善社交信息展示功能,将“关注—被关注”置于显著位置,以优化基于社交关系的信息发现机制。

4.3 加强用户吸纳与维系

学术社交网络核心价值的实现可以吸引用户的持续参与,而用户的持续参与又可推动其核心价值的实现。反过来,缺乏用户的持续参与则可能导致恶性循环,因而用户的维系和吸纳至关重要。如前所述,科研之友与 IRISaaS 无缝衔接,使其能够以较小成本持续吸纳基金申报用户。然而,还有两个事实也应引起关注,一是并非所有的基金项目都采用 IRISaaS;二是存在大量非基金申报用户,比如博士生,而相关研究显示,博士生是学术社交网络的重要使用群体^[25]。因此,科研之友未来不仅要维系现有用户,同时还应着力于增量用户的开发。具体而言,有以下措施可供参考。

第一,及时提供有价值的资讯内容。在多个渠道并存的情况下,用户对学术社交网络服务的使用是有其现实考量的。以 ResearchGate 为例,提供“开放存取论文”在学术期刊危机凸显背景下依然是其吸引用户最为关键的手段。科研之友应当重点考虑及时提供有价值甚至是稀缺资讯内容来维系和吸引用户,比如最新的学科前沿资讯、项目评审结果、开放存取论文等。

第二,细分用户群体。科研之友已有数量庞大的用户群体,这一群体天然就存在不同的细分群体。已有研究发现,学科^[25]、资历^[26]、年龄等均可能影响到对学术社交网络的使用。显然,不同的细分群体的需求、活跃度都存在着或多或少的差异。科研之友可以根据现有用户数据,建立用户细分模型并绘制用户画像,进而在页面展示、资讯提供等多方面提供针对性服务。

第三,采用适当的营销措施。作为商业性的服务系统,科研之友的营销措施主要集中于机构层面,针对个体用户的营销较为匮乏,这与 ResearchGate、Academia.edu 等国际学术社交网络形成了鲜明对比,未来可以考虑从以下几个途径予以改善:一是激活社交因子,通过用户邀请来获取新的用户;二是借鉴 ResearchGate,采取邮件等方式发送有价值资讯、

论文新增引用等信息,维系和吸引用户^[2];三是可以考虑激励措施,比如借鉴微博为用户提供“大V”认证、用户评分等以增加用户显示度。

参考文献

- [1] Bullinger A C, Hallerstedte S H, Tenken U, et al. Towards research collaboration - a taxonomy of social research network sites [C]// 16th Americas conference on information systems, Lima, Peru, August 12 - 15, 2010: 1 - 9.
- [2] Van Noorden R. Online collaboration: scientists and the social network [J]. Nature, 2014(7513): 126 - 129.
- [3] 韩文, 刘畅, 雷秋雨. 分析学术社交网络对科研活动的辅助作用——以 ResearchGate 和 Academia.edu 为例 [J]. 情报理论与实践, 2017(8): 105 - 111.
- [4] ResearchGate. ResearchGate secures investments from wellcome trust, goldman sachs investment partners, and four rivers group as the place where scientific progress happens [EB/OL]. [2021 - 02 - 20]. <https://librarytechnology.org/pr/23413>.
- [5] EdSurge. Academia.edu raises \$16M, launches mobile app for researchers [EB/OL]. [2021 - 02 - 20]. <https://www.edsurge.com/news/2019 - 03 - 28 - academia - edu - raises - 16m - launches - mobile - app - for - researchers>.
- [6] 刘先红, 李纲. 科研社交网络的推荐系统对比分析 [J]. 图书情报工作, 2016(9): 116 - 122.
- [7] 许志敏. 提高我国学术社交网络的国际传播能力——基于 ResearchGate 与“科研之友”等的比较研究 [J]. 科技与出版, 2018(7): 26 - 32.
- [8] 李晓妍, 吴鸣. 国内外学术社交网络的特征及案例分析 [J]. 现代情报, 2020(4): 71 - 81.
- [9] Williams A E, Woodacre M A. The possibilities and perils of academic social networking sites [J]. Online Information Review, 2016(2): 282 - 294.
- [10] 熊回香, 李建玲, 李晓敏. 国内在线学术社交网站比较研究 [J]. 数字图书馆论坛, 2020(6): 47 - 55.
- [11] 郑玉峰. 科研之友 Scholar Mate, 想说用你但并不喜欢 [EB/OL]. [2021 - 02 - 20]. <http://blog.sciencenet.cn/blog - 39092 - 523805.html>.
- [12] 张志刚. 一身毛病的《科研之友》成果录入系统 [EB/OL]. [2021 - 02 - 20]. <https://blog.sciencenet.cn/blog - 73961 - 1036819.html>.
- [13] 张义民, 韩文, 霍萌. 基于谷歌趋势和百度指数的 ResearchGate 关注度及使用情况分析 [J]. 情报科学, 2017(7): 60 - 64.
- [14] 毕德强, 黄世晴, 董颖. 科研用户学术社交网络认知与使用动机比较研究 [J]. 图书情报工作, 2019(6): 97 - 102.
- [15] Giglia E. Academic social networks: it's time to change the way we do research [J]. European Journal of Physical & Rehabilitation Medicine, 2011(2): 345 - 350.
- [16] 张帅, 李晶, 王文韬. 学术社交网站用户社交不足的影响机理——基于质性方法的探索 [J]. 图书情报工作, 2018(4): 81 - 88.
- [17] Gruzid A, Goertzen M. Wired academia: why social science scholars are using social media [C]// 2013 46th Hawaii International

- Conference on System Sciences. IEEE Computer Society, 2013; 3332-3341.
- [18] Jeng W, He D Q, Jiang J P. User participation in an academic social networking service: a survey of open group users on Mendeley [J]. Journal of the Association for Information Science and Technology, 2015(5): 890-904.
- [19] Jordan K. Academics and their online networks: exploring the role of academic social networking sites [J]. First Monday, 2014(11): 1-27.
- [20] Meishar-Tal H, Pieterse E. Why do academics use academic social networking sites? [J]. The International Review of Research in Open and Distributed Learning, 2017(1): 1-22.
- [21] Alhoori H, Furuta R. Understanding the dynamic scholarly research needs and behavior as applied to social reference management [M] // Gradmann S, Borri F, Meghini C, et al. Research and advanced technology for digital libraries. Berlin: Springer, 2011: 169-178.
- [22] 任翔. 学术传播的数据化与智能化: 2017 年欧美学术出版产业发展评述 [J]. 科技与出版, 2018(2): 4-12.
- [23] Schleyer T, Spallek H, Butler B S, et al. Facebook for scientists: requirements and services for optimizing how scientific collaborations are established [J]. Journal of Medical Internet Research, 2008(3): e24.
- [24] Thelwall M, Kousha K. ResearchGate versus Google Scholar; which finds more early citations? [J]. Scientometrics, 2017(1): 1-7.
- [25] Ortega J L. Disciplinary differences in the use of academic social networking sites [J]. Online Information Review, 2015(4): 520-536.
- [26] Mas-Bleda A, Thelwall M, Kousha K, et al. Do highly cited researchers successfully use the social web? [J]. Scientometrics, 2014(1): 337-356.
- [作者简介] 张耀坤, 南昌航空大学经济管理学院副教授; 吴瑞, 南昌航空大学经济管理学院管理科学与工程专业 2020 级硕士研究生; 汪朝州, 南昌航空大学经济管理学院信息管理与信息系统专业 2016 级本科生。
- [收稿日期] 2021-06-23 (宋小华 编发)

A Case Study of the Domestic Academic Social Networking Site ScholarMate in China: Dilemma and Countermeasures

Zhang Yaokun Wu Rui Wang Chaozhou

(Nanchang Hangkong University, Nanchang, Jiangxi 330063, China)

Abstract The development of China's domestic academic social networking site helps to connect domestic scholars and promote the dissemination and innovation of knowledge. This paper conducts a case study of ScholarMate, which is the earliest and the largest academic social networking site in China. The analysis results show that ScholarMate has a relatively accurate positioning and has formed a unique business model, but its user activation has been low for a long time, suggesting that the users' continuous use needs to be improved. Clarifying that users of academic social networking sites are motivated primarily by acquiring academic information, it defines the core value of academic social networking sites as helping to identify the most valuable content for users quickly and accurately through social relations. Based on this, corresponding countermeasures are put forward from three aspects: resources, information discovery and users.

Keywords Academic social networking site. ScholarMate. Case study.