

关于高校图书馆信息服务模式的新思考

徐海燕

(延边大学图书馆医学分馆 吉林延吉 133000)

【摘要】 随着互联网的迅猛发展和信息服务市场的激烈竞争,高校图书馆信息服务业面临变革,需要转变观念,走企业化道路,树立品牌意识,开展特色化专题信息服务。

【关键词】 信息服务 图书馆 发展方向

近年来,我国信息服务行业的环境发生了巨大而深刻的变化:国际知名科技信息服务机构和积极抢占中国市场;国际、国内风险投资开始介入科技信息服务行业;社会上越来越多的经营机制灵活的剪报服务公司相继成立;国内的公共图书馆系统,以 CALLS 为核心的高校图书馆系统以及 NSTL 系统之间在资源建设、服务手段与服务质量等方面的竞争日趋激烈。种种现象表明,高校图书馆信息服务业内外部环境、形势日益严峻,但也面临前所未有的发展机遇,拥有其它机构无法比拟的优势。高校图书馆信息服务业必须在不断探索与尝试中改革和调整工作方式和内容,积极探索信息服务的新模式。

1 高校图书馆信息服务业面临的机遇

1.1 信息资源的重要性日益得到各方面高度重视

首先,随着科学技术的迅猛发展,社会生产越来越要依靠知识和管理,即信息越来越成为重要的生产要素。其次,信息不仅成为与物质、能源同等重要的战略资源,而且获取信息也成了竞争角逐和重要手段。为加速我国信息资源的开发与利用,中央办公厅、国务院办公厅在《关于加强信息资源开发利用工作的若干意见》中明确要求,必须强化全社会的信息意识,培育市场,扩大需求,发展壮大信息资源产业。高校图书馆信息服务业必须紧紧抓住当前有利契机,发挥自身优势,不断加快自身发展。

1.2 高校图书馆开展信息服务的优势

人才优势:高校图书馆是一个服务性的学术研究机构,拥有一批不同专业背景、素质较高的情

报工作人员。他们具有较高的情报收集、整理、分析能力、外语水平和一定的专业水平。拥有这样的人才队伍,是高校图书馆顺利开展特色化专题信息服务的人才基础。

资源优势:经过长期以来有计划、有系统地文献信息资源建设,并进行积极地开发和利用,高校图书馆馆藏具有专业性、系统性、连续性、完备性和实用性等特点。如此丰富、系统、高质量的文献信息资源,任何企业和咨询机构都难以相比,这是高校图书馆开展特色化专题服务的物质基础。

客户优势:高校图书馆本身就是知识、信息的交流中心,除本单位用户外,还经常接待校外读者;高等院校的教学科研人员每年都承担着大量的科研任务,科研项目比较集中、科研成果多,形成了一个稳定的、不可多得的用户群;在稳定的读者队伍中又存在着一定数量的潜在用户。这些为高校图书馆开展特色化信息服务提供了良好的客户基础。

品牌优势:高校图书馆在过去长期为读者服务的过程中,树立了良好的自身形象,具有优良的信誉,是高校图书馆开展信息服务的又一个有利条件。

2 高校图书馆信息服务的新模式

2.1 企业化:传统的图书馆信息服务只是作为一个服务项目来开展,并没有当作企业来运作。需知当代信息服务业与图书馆传统读者服务有本质的区别;首先,服务对象不同。前者的服务对象是工商企业,后者是普通个人读者。其次,服务目的不同。前者是为盈利,后者是无偿服务。再次,服务方式不同。前者是主动服务,后者上被动服

务。一言以蔽之,信息服务是商业经营行为,读者服务是公益行为,这就决定必须以经营企业的方式来运做信息服务。

2.2 市场化:市场需求是高校图书馆信息服务业赖以生存的基础,因而市场调研和满足用户需要,是信息服务业的努力目标和未来出路。要制定业务标准:一是否符合市场和用户需要;二是否具有基础和潜在的优势;三是否有明显的社会和经济效益。总之,信息服务今后必须走向商品化和市场化,这是图书馆信息服务工作方式上的未来发展方向。

2.3:主动化 开展信息服务必须有客户,客户的多少直接影响着营业收入。图书馆人长期工作在象牙塔中,与市场经济不大沾边,公关能力差,因而在客户开发方面显得力不从心,不知如何下手。不仅如此,在维护已有的客户方面,也缺乏有效手段。要改变被动等用户上门的服务方式,定员定时上门推销,业务员在第一次拜访客户时,将产品样本及业务介绍派发给客户,激发其潜在需求。要根据信息产品的类别、性质,建筑合适的客户,并建立用户和图书馆信息服务业和良性互动,逐步实现按需定制的个性化服务,充分保证信息服务的用户满意度。

2.4 品牌化:信息服务实际是一种信息产品的销售过程,高校图书馆的信息服务也需要树立品牌形象。品牌战略是一种竞争策略,品牌战略实施的目的在于实现品牌效应,通过品牌效应扩大信息内容服务市场的占有率。在市场经济中,谁拥有真正的品牌,谁就拥有市场,就拥有丰厚的经济效益,就得到迅速发展。在管理上要有品牌意识,要以高标准来指导各项工作,规范信息的各项管理,实现信息服务业的快速发展。

2.5 特色化:传统的情报服务机构小而全、大而全的现象比较普遍,这种思路已经不能适应新形势发展的需要。高校图书馆信息服务要充分发挥自身的资源优势,依据服务对象的特色化需求,立足本馆的资源特色,开发肯有自身特色的信息专题,配合本地区的社会、经济发展,为所处地方经济提供有地方特色的信息服务,做到有的放矢,形成有别于其他情报机构的特色资源和特色服务。只有突出特色,选择好重点领域,做精做强,才能

在细分的市场中,确立自己的优势地位。

2.6 专业化:现在社会分工日渐细化,促使信息需求也渐专业化。粗而广的信息服务因为太容易得到,就失去了价值,也将最先被淘汰出局。一条信息必须经过整理、研究、分析和判断的过程之后才会体现出真正的价值,仅仅停留于采集不是真正意义上的信息服务。要根据用户的问题和环境,使服务融入用户解决问题的过程中,提供知识内容、知识关系、知识动态,而不是简单的信息检索和文献集合,因此要将信息内容进行深度加工,从各种显性和隐性的信息资源中进行知识的提炼、组织、整合和再创造,实现对信息资源的有效组织和有序化,满足新时期用户的知识化、个性化和综合化的信息需求。

2.7 标准化:信息的组织、服务要标准化。信息是标准化的信息,在被购买之后,能够按照统一的标准嵌入到消费者的业务流程中,信息消费者无需为使用信息而支付更多的成本。信息的标准化因此显得尤其重要,大量有价值的原始信息就是因为没有进行标准化处理,才变成了难以利用的信息垃圾。

结语

随着互联网的迅猛发展和信息服务市场的激烈竞争,高校图书馆信息服务业面临变革命,需要转变观念,走企业化、市场化道路,树立品牌意识,全力打造有特色、有优势的服务品牌,才能在日益竞争的市场经济条件下逐步摸索建立自己的优势地位。

参考文献

- [1] 贺德方.科技信息服务业现状与展望.中国信息导报,2006(4):6-7
- [2] 宣言.信息内容服务业应如何引导我国信息经济发展.集团经济研究,006(03S):165
- [3] 田继壮.对图书馆剪报服务业的分析思考.国家图书馆学刊,2005(4):57-59
- [4] 汤珊红.创新科技信息工作 服务自主创新.中国信息导报,2006(4):35-37
- [5] 佟维群.剪报服务的低谷及未来发展方向.当代图书馆,2006(1):34-35
- [6] 聂枝玉,单静.创新思路谋求发展—开创科技情报事业新局面.中国信息导报,2006(4):11-13