

杨 熔

注意力资源与图书馆信息服务

摘 要 信息社会存在着信息的相对过剩,使注意力成为稀缺资源。注意力资源是信息利用和信息服务中不可忽视的因素,也是图书馆开展信息服务新的着力点,提出了公共图书馆开展注意力资源开发工作的一些思考和启发。参考文献2。

关键词 注意力资源 信息服务 信息过剩

分类号 G252

ABSTRACT The information society causes a relative surplus of information and a scarcity of attention. Attention resource is one of the important factors in information services. In this paper, the author proposes some recommendations for the development of attention resource in public libraries. 2 refs.

KEY WORDS Attention resource. Information service. Information surplus.

CLASS NUMBER G252

1 注意力成为稀缺资源的时代背景

1.1 信息过剩与注意力资源

今天,数字式信息传播方式、光纤等通信新材料、网络化信息交换模式获得大规模应用,并直接改变着人们的工作、生活方式,人类正逐步迈向信息社会。与此伴随,社会信息总量急剧增加,信息时效不断缩短,出现某种程度的信息过剩。在信息过剩的背景下,人们(社会)对信息的注意力变得相当重要,它隐含着一定的社会和经济价值,成为社会稀缺资源。

1.2 注意力资源与注意力经济

注意力是一种资源,与信息相比,信息是无限的,注意力是有限的;信息可共享,注意力是非共享的;信息可复制,注意力则具有个体独特性。注意力的这些特性表现为它所固有的稀缺性,使其成为稀缺资源。在信息社会,注意力资源在经济活动中变得日益重要。近来兴起了“注意力经济”理论,俗称“眼球经济”,其研究者以美国学者 Michael H. Goldhaber 为代表。他认为,人们追逐稀缺资源的动机推动了经济发展,即经济由稀缺资源所决定,信息社会稀缺的不是信息而是注意力,注意力是新形式的财富,拥有注意力可以转化为金钱收入,故信息社会的经济是注意力经济^[1]。

注意力经济理论的意义在于,它揭示出信息过剩

只是相对于注意力稀缺的过剩,在现时代,人类的信息需求还远未得到充分满足。从此角度看,注意力经济不但未削弱信息服务的作用,而且还提出了新的要求和着力点,信息服务与注意力资源相结合,将能拓展出新的发展空间。

2 信息利用、信息服务与注意力资源的关联

要开发信息资源的最大价值,必须合理利用注意力资源。信息需求者应懂得分配自己的注意力,提高信息素养;信息服务者则要尽力吸引别人的注意力,做好信息推销。

2.1 如何分配自己的注意力:信息素养

分配自己的注意力,实际上是建立在个人知识结构之上的一种品质,这就是信息素养(information literacy)。美国图书馆学会将信息素养概括为4个方面:辨识、评估、寻获和使用^[2]。它表明了人对信息的利用能力,是未来社会必备的基本素质之一。合理分配自己的注意力,首先需要提高个人的信息素养,这包括:

(1)清楚认识和表达信息需求的能力。了解自己及其处境,认识自己所面对的问题和学习新知识的需要,并将其转化为对某种信息的需求;在此基础上准确地表达需求。

(2)以适当方式获取所需信息的能力。知道有哪

些有用的信息源;能制定妥当的信息检索策略;能使用各种不同载体和存储方式的信息资源;懂得利用专业机构提供的信息服务。

(3)从信息中获得知识的能力。首先应能评估信息的相关及有用度,并组织有用信息使其有实用性或成为新知识;最后吸收这些信息或新知识成为自己知识结构的一部分。

2.2 如何吸引别人的注意力:信息服务

注意力成为资源使信息不再只是静态的数据,而是包含了注意力资源的动态内容,不被注意到的信息没有真正的信息价值。因此,信息服务实际上包括两个步骤:首先,开发和提供信息产品或服务项目;其次,使这种信息产品或服务项目为人们所注意并使用。

信息服务要吸引社会注意力,须善于“推销”,并进行包装、宣传和推广等系列工作,包括对信息服务部门的形象、信息产品及服务策略等进行全方位的定位策划。信息的价值在于使用而不是贮藏,应该把能否吸引别人的注意力视为信息服务工作成败的标志之一。

3 注意力资源的启示:关于公共图书馆服务工作的思考

注意力成为资源之于传统信息服务业,犹如一柄双刃剑,是严峻的挑战,更是难得的契机。我国公共图书馆应破除传统观念的积垢,抓住机遇,迎接挑战。

3.1 重塑图书馆作为公众服务机构的形象

读者的注意力是一种财富。在注意力成为资源的今天,它决定着图书馆的生存和发展。只有塑造良好的图书馆形象才能吸引并留住读者,从而创造社会效益和经济效益。具体而言,公共图书馆应该成为集社会信息交流和传播中心、文化娱乐和服务中心、知识组织与学习中心于一体的社区活动中心。

(1)信息交流与传播中心。公共图书馆是社区信息资源组织与建设者,在信息社会,它应是地区的综合信息枢纽和网络节点,既为本地区读者获取外部信息提供服务和指导,也是社区公共信息、地方文献和特种资料的制作和发布中心。

(2)知识组织与学习中心。公共图书馆是人们获取知识、智慧和教育的公共场所,应让所有读者都能分享经过专业组织和加工的知识和信息资源,满足人们对日常生活和专业知识的需要,以及自我教育的需求。

(3)文化娱乐与服务中心。图书馆可以充分利用现有文化设施,举行各类文化娱乐活动,提供多样化的服务方式,创造温馨并容易亲近的氛围,扩大社会影响,以充分利用注意力资源。荷兰图书馆学家舒茨将公共图书馆喻为“市民的第二起居室”,形象地阐释了其作为社区活动中心的性质和它在公众心目中受关注和认同的程度。

3.2 强化图书馆作为信息素养教育基地的作用

与传统大规模重复的物质生产截然相反,注意力经济基于无穷尽的创新之上,获取注意力依赖于持久不断的创新和多样化。因此,信息社会里每个人都必须不断吸收新知识,培养创新能力。图书馆作为社会教育机构之一,除了直接向人们传递知识和信息外,也是培养人们信息素养的最佳场所。组织实施信息素养教育,能充分利用图书馆现有资源,发掘馆员的潜能,并使图书馆的功能进一步适应社会要求,为人们所认同,让更多人注意到图书馆的存在,乐于和善于使用图书馆。图书馆应把工作范围从经营信息资源拓宽到经营信息活动和信息用户,注重培养社区用户的信息素养,吸引和指导他们更好地利用图书馆。

公共图书馆的服务对象素质有很大的差异,故其信息素养教育应在突出公益性、社会效益的前提下,结合不同用户群体的特点和需求,有针对性地开展多种形式的宣传推广和专题培训活动,侧重于培养用户的信息意识和获取信息的技能,包括对信息环境、信息资源及其价值的认识,信息需求的表达和检索策略的制订,以及与信息机构合作意识的培养等。图书馆馆员应担负起公众信息素养培育者的角色,把对用户的培训贯穿在日常工作中,使图书馆时时刻刻成为信息素养教育的基地。

3.3 树立大服务观,丰富图书馆服务的内容

网络的出现彻底改变了信息流通的方式,图书馆必须树立相应的网络环境下的大服务观。一方面,网络使信息服务对象和内容延伸不再受空间限制,因此图书馆服务应着眼于全球化的信息流动,将馆藏中心的信息观念向非馆藏资源转变,把社会信息和网上信息作为信息资源建设和服务的重要内容。另一方面,网络时代读者是不特定的,惟有信誉和质量才能吸引他们,而提高信誉和服务质量的关键在于增加服务的知识性,扩大信息服务的深度和广度。馆员要从过去简单的信息传递者转变成知识挖掘者,对信息进行深度加工,充分揭示出隐藏在表面下的新问题、新趋向、新情况,提供的信息具有相当的知识内涵,对用

户有实际指导价值和可操作性。馆员应从信息守门人转变成知识导航员,要充分利用图书馆丰富的信息资源,提供的信息具有尽可能广的知识涵盖面,确保用户决策的准确性。

值得提出的是,信息价值因人而异。在视野上持大服务观,在具体服务内容和项目上却应根据各馆特点开发特色信息资源,或针对特定对象提供特色服务,改变传统图书馆大同小异的服务模式和功能,丰富地区和专门领域的信息服务内容,做到大服务观和特色服务相结合。

3.4 导入营销理念,建立读者本位的服务体系

利用注意力资源还必须导入营销理念,倡导主动服务,根除重藏轻用、以藏等用的旧作风。图书馆不仅要打开大门,更要走出大门,主动寻找市场,大胆吆喝。当然,事先应进行周密的调查和项目策划,如:用户调查——不同用户(群)需要何种信息或服务?市场分析——这种服务项目或产品的用户有多少,属于何种层次,在何方?效益取向——该项目可能有何收益?图书馆更趋向社会效益还是经济效益?项目定位——根据上述各项分析,确定项目的内容、风格、价值及服务对象。

(上接第 12 页)中的片面性问题^[7]。

图书馆学研究中的一边倒现象,不仅导致研究客体的片面性和片断性,而且还会缺乏打开探求自身规律所要求的足够宽阔的视野。这样也就很难把一些个别发现拓展成一种带有普遍性的科学规律,更不可能把它完善成严谨、完整的科学体系。所以各种学术传统之间,只应加强交流,而不应该有人为的壁垒。图书馆学研究的一边倒,至少会造成这一学科三个方面的遗憾:其一,难以形成学科独特的哲学观,而这正是每一门世界性学科所必备的;其二,达不到科学认识的广度,无法用自己的学说去解释另外的世界;其三,长此以往,学科研究没有后劲,难以获得更上一层楼的新发现^[8]。

新中国成立以来,我国图书馆学科逐步建立起来,发展到今天,已取得了很大成绩,为建立完整的图书馆学体系打下了较好的基础。在新世纪,如何培养出高水平的学术研究队伍,如何全面研究和借鉴别国的学术成果,在已有的基础上向纵深发展,以继续丰富、完整其学科体系和学术思想,仍然是值得思考的问题。

必须明确,图书馆营销的本质在于以服务来实现人与信息的双向交流,其宗旨是把最好的信息,用最方便的途径,在最好的时机,送到最需要的人手中。因此始终应坚持读者本位,以用户需求为调节手段,并与外界社会保持动态联系,随时调整管理机制和服务方向,最终建立清新的服务文化和完善的服务体系,从建筑陈设到馆内标识,从部门设置到服务用语,从办馆思路到馆员风貌,均有明确统一的定位,并体现为一种图书馆精神。这种精神就是图书馆给社会最有力的自我营销。

参考文献

- 1 Michael H. Goldhaber. The Attention Economy and the Net. <http://www.firstmonday.dk/issues/issue2-4/goldhaber>
- 2 钱佳平. 知识经济时代的图书馆教育职能——信息素养教育. 图书馆杂志, 1999(1): 15~17

杨 熔 女,硕士,馆员。发表论文 10 余篇,现在深圳南山图书馆工作。通讯地址:广东深圳。邮编 518052。

(来稿时间:2000-01-04)

参考文献

- 1 北京大学信息管理学等编. 一代宗师——纪念刘国钧先生百年诞辰学术论文集. 北京:北京图书馆出版社,1999
- 2 林曦. 社会和经济变革中的俄罗斯图书馆. 图书馆建设, 1996(2): 67
- 3 徐竹生. 未来图书馆学. 南京:南京大学出版社,1990
- 4 [英]李约瑟. 李约瑟博士有关中国科学技术史的论文和讲演集:1944~1984. 见:潘吉星主编. 李约瑟文集. 沈阳:辽宁科学技术出版社,1986
- 5 . . . 《 》 《 》 ,1996(1)
- 6 周文骏. 转型期的图书馆:从萎缩到发展. 图书馆工作与研究, 1995(1): 2~6
- 7 林曦. 俄罗斯图书馆学理论研究热点评析. 中国图书馆学报, 1997(6): 26~31
- 8 林曦. 论市场经济条件下图书情报学研究的发展. 图书情报工作, 1999(1): 10~13

林 曦 中国科学院文献情报中心,博士,研究馆员。通讯地址:北京中关村科学院南路 8 号。邮编 100080。

(来稿时间:2000-03-24)