

高校图书馆网上荐购系统的问题分析与对策研究

王艳妮,任其翔

(武汉大学信息管理学院图书馆学系,湖北武汉,430072)

摘 要:图书馆信息资源网上荐购服务在我国发展迅速,高校图书馆因其服务教学与科研的双重目的,坚持“以用户为中心”,关注用户的信息需求。简要论述了我国高校图书馆网上荐购系统的发展现状及不足,并提出了相关建议。

关键词:高校图书馆;网上荐购系统;图书馆系统

中图分类号:G258.6

文献标识码:A

随着“以用户为中心”的服务理念的深化发展,各高校图书馆为了更好地实现教学与科研职能,纷纷建立了信息资源网上荐购系统。网上荐购系统的建立,一方面有效地加强了用户与图书馆的交流沟通,促使两者良性互动关系的形成;另一方面,也使高校图书馆最大限度地提升了采访经费的使用效益,保障馆藏资源的利用率。但由于网上荐购服务在我国开展时间尚短,部分高校图书馆服务理念未能彻底转变,使得图书馆网上荐购系统仍不甚完善。

通过对国内外多所高校的网上图书荐购系统进行调查研究与分析比较,笔者分析了目前荐购系统存在的不足,并提出相关优化措施,为高校图书馆提高信息资源采访质量提供参考。

1 调查现状

为了充分了解国内外高校图书馆网上荐购系统的运行现状,笔者对国内外的多所高校图书馆网上荐购系统展开调查。

1.1 调查概况

笔者主要采用网络调查的方式,即浏览相关网页,并使用荐购系统,以保证所得信息正确可靠。调查对象选取了国内外30所具有代表性的高校图书馆,这些高校图书馆在图书馆服务、图书馆网站建设,特别是网上荐购系统的开发上有一定优势。调查内容涉及9个方面,基本囊括了图书馆网上荐购系统的各项功能与交互特点。本次调查概况见表1。

1.2 调查结果

表1 网络调查概况

	国内(20所)	国外(10所)
	武汉大学、中山大学、复旦大学、四川大学、同济大学、清华大学、北京大学、北京师范大学、南京大学、东南大学、苏州大学、扬州大学、浙江大学、华中科技大学、华中师范大学、西安交通大学、中国人民大学、厦门大学、湖南大学、上海交通大学	哈佛大学(Harvard University)、耶鲁大学(Yale University)、剑桥大学(University of Cambridge)、东京大学(Tokyo University)、京都大学(Kyoto University)、加州大学伯克利分校(University of California at Berkeley)、牛津大学(Oxford University)、斯坦福大学(Stanford University)、麻省理工学院(MIT)、多伦多大学(University of Toronto)
调查方法	网络调查(浏览图书馆网上荐购系统并试用)	
调查内容	荐购系统位置、系统回复、馆藏荐购功能、非书资料荐购功能、荐购处理、荐购书状态显示、荐购项、统计功能、利用率	
调查时间	2009年11月5日	

对30所高校图书馆进行网络调查后,可以较为清晰地整理出这些高校图书馆网上荐购系统在使用和功能方面的基本情况,并进行横向比较。

(1)荐购标志位置。荐购标志的位置可分为:在首页且有明显标志、在首页但标志不明显和不在首页3种情况。30所图书馆中,“在首页且有明显标志”者约占30%,如武汉大学图书馆、中山大学图书馆、东京大学图书馆;“在首页但标志不明显”者约占60%,如复旦大学图书馆、同济大学图书馆、四川大学图书馆、哈佛大学图书馆、耶鲁大学图书馆;“不在首页”者占10%,如剑桥

The Application of Mobile-phone Library in University ——Taking “211 Project” University as Example

CUI Sha

ABSTRACT: Based on theoretical research on mobile-phone library in university, and taking “211 Project” university as example, this paper investigates the current application of mobile-phone library in university, sums up the advantages and disadvantages of university’s mobile-phone library based on the application of mobile-phone’s short message service and mobile-phone’s online service.

KEY WORDS: mobile-phone library; “211 Project” university; mobile phone’s short message service; mobile-phone’s online service

大学图书馆。

(2)系统回复与处理。调查中,大部分图书馆的荐购回复无法获取或者不可见。国内高校图书馆多为系统回复不及时,查看不到回复;国外依据荐购者要求发送回复邮件,但也有例外,四川大学图书馆的回复统一为一句感谢词。

(3)馆藏与非书资料荐购。一般国内图书馆荐购针对未藏图书,并无馆藏图书、期刊、非书资料等荐购功能,如武汉大学图书馆、中山大学图书馆等;复旦大学图书馆可荐购馆藏,却不能荐购新书。国外图书馆荐购范围较宽泛,如剑桥大学图书馆可荐购3种类型的资源:图书与纸质期刊(Books and print journals)、电子期刊(Electronic journals)、其他电子资源(Other electronic resources)。

(4)荐购填写项。图书馆在荐购填写项设置上基本一致,主要包括:荐购资源基本信息、用户基本信息、荐购原因等。国外高校图书馆还设置了其他项:建议藏书地点(Select a pick up location)、优先获取要求(Priority)等。

(5)统计功能与利用率。国外高校图书馆的统计不可见。国内高校图书馆,如武汉大学图书馆、四川大学图书馆均是按照时间顺序排列荐购资源;中山大学图书馆有按推荐次数统计的排行榜;同济大学图书馆的统计功能非常丰富,利用率统计3种数据:总数、比例、人均数。

2 问题分析

通过对30所国内外高校图书馆网上荐购系统的调查分析,可以发现各个图书馆或多或少地存在一些问题。根据荐购系统的工作流程,可以将其概括归纳为3部分:荐购前荐购双方交流不畅、荐购中荐购系统功能不完善及荐购后荐购处理不及时。

2.1 荐购双方交流不畅

荐购双方即图书馆工作人员与读者。荐购双方的交流问题关系着荐购系统的使用与荐购功能的实现,充分的交流在网上荐购中不可或缺。

(1)荐购系统使用率不高。武汉大学图书馆荐购系统中共有5608条记录(自2006年始),全校师生50000多名,就算每名读者荐购1本书,荐购率也只有10%。四川大学图书馆荐购系统中共有2320条记录(自2006年始),全校师生6万多人,荐购率最多0.04%。由此可见,网上荐购系统的利用率是非常低的,大多数读者不知道有荐购系统。

(2)荐购缺少指导。某些情况下,即使读者知道有荐购系统,缺乏必要的使用指导,也会使读者产生迷惑。必要的指导能提高读者的积极性和信赖感。以武汉大学图书馆为例,虽然在荐购系统进入页注明“可以通过直接查找、按类浏览方式查看图书目录,也可以自填图书信息”,却过于简单。又如清华大学图书馆,在荐购页详细注明了“荐购处理原则”“荐购方式”“服务承诺”“联系人”等内容,就比较清晰严谨。

(3)回复简单或没有回复。在读者提交荐购信息后,系统应及时给予回复。国外图书馆一般发E-mail通知读者,国内图书馆也设置“我的历史”等项目反馈荐购信息。但读者点击“我的历史”后会发现,并没有相关提示内容,也就是说荐购系统并未回复,武汉大学图书馆就属于此种情况。有的回复千篇一律,都是感谢词,比如四川大学图书馆。

2.2 荐购系统功能不完善

(1)荐购资源范围受限。国内外高效图书馆网上荐购的一大不同是荐购资源的范围。这里的荐购范围包括2种:资源类型和资源馆藏状态。广泛的荐购范围更能满足读者的阅读需求。

资源类型方面,大部分国内高校图书馆荐购只针对图书,电子资源、期刊、非书资料并不囊括其中,尤其是后两者。调查的20所国内大学图书馆均不能荐购非书资料。这与图书馆的馆藏体系是不相符的,数字时代的图书馆不仅仅是藏书之所,其他类型的资源占了很大的比重。国外图书馆对资源类型的限制较少,如剑桥大学图书馆可荐购3种类型的资源:图书与纸质期刊(Books and print journals)、电子期刊(Electronic journals)、其他电子资源(Other electronic resources)。

资源馆藏状态方面,国内图书馆大多指向图书馆没有的资源,如读者在武汉大学图书馆系统荐购前必须通过OPAC系统查重,保证荐书不在馆藏内。也有图书馆只能荐购馆藏,即增加复本,不加新书,如复旦大学图书馆。国外图书馆如耶鲁大学图书馆,既能荐购OPAC未收的,也能荐购收录的,还能荐购订购中的。该校图书馆专门开辟版块荐购订购中的资源(Request a Book That's On Order)。

(2)荐购表单填写项不完整。较为完整的表单至少包含3项内容:读者信息,包括身份、院系、联系方式等;荐购资源信息,包括名称、作者、出版社、ISBN号等;荐购原因。国内图书馆一般对读者信息不甚重视,在交流反馈上多有欠缺。

(3)统计功能不健全。一定的统计功能,如荐购排行榜、荐购人数、每本书荐购次数、不同学部图书馆荐购分布,可以明确热门资源,吸引读者查看或荐购,也给图书馆选择先买哪些资源提供了指导,如中山大学图书馆在荐购首页上的“新书荐购排行榜Top10”。国外图书馆没有显示统计数据,猜测是保护隐私的需要。国内图书馆有但效果不佳,复旦大学图书馆相对较好,对“荐购成功图书总数”“荐购成功率”“人均数”有统计。

2.3 荐购处理不及时

(1)荐购处理周期长。荐购处理周期应尽量缩短,因为读者不同时期的需求变化很大,若错过了需求时间,买回来的书可能已经不符合荐购者的要求了。尤其是大学生需求量大的考研、考级类参考书,处理周期长很可能就错过了考试时间。

(2)荐购处理无,荐购形同虚设。在调查中,笔者发现有一些图书馆居然没有购买一本荐购的书籍,原因众多,比如经费不足、馆藏已有、荐购次数少等等。这样的荐购系统没有任何意义,形同虚设。

3 对策分析

3.1 坚持以用户为中心以加强双方交流互动

(1)图书馆应加强对荐购系统的宣传。某些高校图书馆没有很好地宣传网上荐购系统,用户甚至都不知道荐购服务,又如何使用荐购系统呢?这可以从两方面解决荐购系统的宣传问题:一方面,图书馆可以发放宣传单或在各院系开展关于资源荐购的宣传活动,主动向老师同学们介绍这项服务,帮助用户了解荐购系统,并形成参与荐购的意识。另一方面,图书馆应在其主页上明显标示出荐购服务,比如采取不同颜色或者字体标示,也可以通过个性化图标吸引用户的注意,人大图书馆做得就很好。

(2)图书馆应加强对用户使用荐购系统的指导。用户不仅要知道有荐购系统,更要清楚如何使用荐购系统。一个好的荐购系统的使用指导除了概念性介绍外,还应当有对于具体荐购流程的说明以及对于资源采访处理标准的说明。说明方式可以丰富多样,除文字介绍外,适当的图表能增强表达效果。如中国石油大学(北京)图书馆对于荐购系统的说明就比较成熟,值得借鉴。

(3)图书馆应完善对用户荐购系统的反馈。用户总是希望能够及时收到回复信息,若荐购系统反馈很慢甚至不反馈,都会影响用户对荐购服务的热情和信任。

完善系统反馈,最主要的是图书馆采访人员重视用户的荐购,一些用户反馈做得好的高校图书馆,荐购系统使用量也更多。对于用户荐购请求的反馈,应控制在1~3个工作日之内,最理想的是实时反馈,可以作为各高校图书馆不断努力的方向,并在反馈中明确告知用户荐购请求的处理结果及如此处理的原因(特别是不予以采购),对未被采纳的荐购用户予以鼓励,避免其丧失积极性。

(4)图书馆应使荐购系统流程体现“用户—馆员”双轨制的特点。图书馆网上荐购系统以用户为中心,馆员负责对荐购系统的管理与维护,并及时与用户进行交流。对荐购系统来说,用户与馆员都直接参与到系统的使用中,与系统形成双响应,在荐购系统的数据流程图中,可以很清晰地发现“用户—馆员”双轨制的特点。网上荐购系统流程图见图1。

要在表单中填写尽量丰富的信息(题名、著者、ISBN、出版社、版次等),以便采访人员准确地定位该文献并了解其概貌。同时,为了避免用户对如此多的填写项目感到厌烦,可以在表单中比较温和地提醒用户这样做的重要性,如“为了使您所荐购的文献能够更加合理地采访人员处理,希望您能够尽量将表单内容填写完整”。

另外针对高校图书馆用户的特殊性,可以在表单中设置如荐购者院系与所在校区等填写项目,对图书馆合理分配馆藏资源有重要意义。

最后,针对表单必填项目的设置,正题名、荐购者院系、荐购原因均应设置为必填项。其中,正题名的设置便于采访人员较准确定位文献,荐购者院系的设置便于采访人员合理分配文献,荐购原因的设置便于采访人员了解该文献订购的重要性。

(3)图书馆应充实荐购系统的统计功能。荐购系统的统计功能应该针对采访人员及用户两方面来设计。完善的统计功能,不仅能使采访人员在工作中做到有的放矢,对于用户荐购而言也有很大帮助。

对于采访人员来说,了解用户使用荐购系统的情况以及某种信息资源的荐购情况是很必要的,并且如果系统能够统计出荐购资源的主题分布率等信息,在今后的采访过程中也能有所侧重。

对于用户而言,系统如果能够显示最热门资源或荐购排行等信息,这无疑会对用户的荐购起到一个引导作用,也能鼓励用户进行荐购。

4 结语

综上所述,我国高校图书馆网上荐购系统总体上体现了“用户为中心”的服务理念以及图书馆服务逐渐成熟的趋势。但与国外以及用户实际需求相比,其仍有值得提高与完善的地方。我们相信,随着网上荐购系统的不断完善,这一服务必将为图书馆的信息资源建设以及馆藏资源利用率的提高起到重要的作用。

参考文献

- [1] 晓雁.高校图书馆图书荐购系统调查分析[J].现代情报,2008,4(4):161-163.
- [2] 平等.基于INNOPAC系统构建清华大学图书馆读者荐书服务模式[J].现代图书情报技术,2008,12(12):90-94.

(本文所附参考文献因著录项目不全被删除)

(责任编辑:张红)

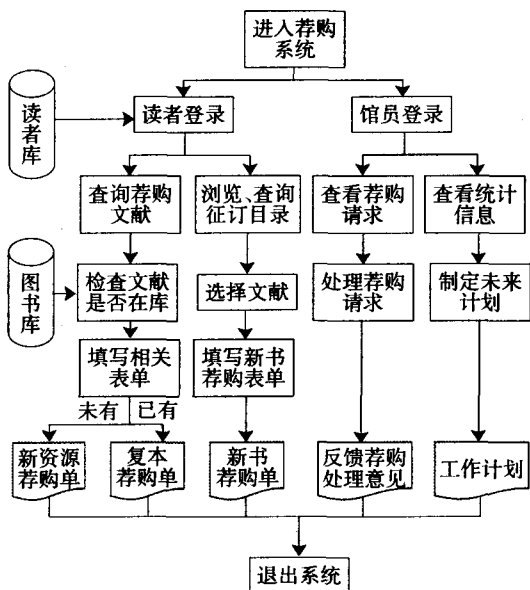


图1 网上荐购系统流程图

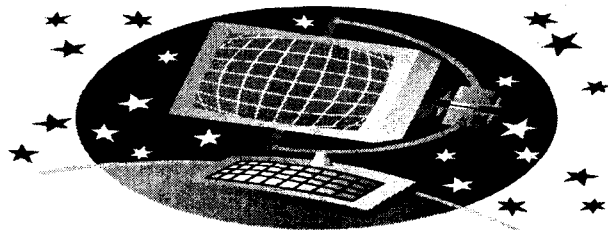
3.2 优化荐购系统功能以提高系统服务质量

(1)图书馆应丰富荐购资源类型。如前文所述,我国高校的网上荐购系统大都只能荐购印刷型图书,或者只能荐购已有馆藏。对比国内外高校图书馆,较好的荐购系统均能实现多种类型信息资源的荐购,包括传统印刷型资源与数字化资源(光盘、电子图书、有声读物等)。这一举措既可以满足用户多样化的信息需求,促进高校教学与科研发展;也能提高图书馆的现代化水平,更加适应现代社会对高校图书馆的要求。

(2)图书馆应优化荐购表单的设计。荐购表单最重要的作用是在用户与采访人员之间形成一座交流的“桥梁”,因此用户需

第一作者简介:王艳妮,女,1989年8月生,现为武汉大学信息管理学院图书馆学系2007级在读本科生,湖北省武汉市,430072.

(下转第21页)



形成一盘散沙的混乱局面。制度是一种管理工具,是约束组织成员行为的依据。它还具有权威性和指导性,是从业人员的工作准绳,并具有法律意义,必须人人遵守。通过贯彻执行行业规章制度,从硬性管理方面,要求馆员树立职业道德观念,自觉遵守从业准则和馆纪馆规,促成良好的职业道德风气。

第二,培养图书馆精神家园。学术界称图书馆工作为“人文职业”,那么馆员的工作是需要人文精神作为支撑的。人若缺少精神动力,就会变成一具没有灵魂的躯体。精神产生力量,精神可以铸造人。图书馆精神是一种支撑图书馆人的精神支柱,是潜藏在馆员身上的内功。图书馆精神包括:艰苦创业精神,锲而不舍的韧性精神,关怀国民的博爱精神,启迪民智的教化精神,甘为清贫文化人格的奉献精神。在馆员的精神世界中,有效地将图书馆精神融入其工作生活中,将会极大提升馆员的生命价值和意义。当一个馆员在他走完图书馆生涯时,回想过往,不会因为浑浑噩噩、空对年华而悔恨;也不会因为碌碌无为而羞愧,尽管他所做的事情极其平凡、细小,但那依然是光荣图书馆事业中的一部分,依然闪耀着生命的光辉。

馆员精神家园的培养要从图书馆“软环境”上下工夫,从馆员的心态上进行梳理、端正。它需要在馆员的心目中牢牢树立崇高的思想境界,要求馆员避开世俗陈腐的目光和物质利益的引诱,有坚强的职业道德自信,专业自信,不见异思迁,不妄自菲薄,不自怨自艾,不追求名利地位,恪守着始终如一的献身精神。良好的精神世界,也必然会激发人向上进取、热爱工作的激情,形成良性循环的轨道。服务中也自然显得文明、礼貌、从容、豁达、令人赏心悦目。语言是交流的工具,很多时候,良好的形象都是从语言开始。因而语言的文明,便成为良好形象培养的契机。俗语说,“言为心声”,这话很有道理。言谈话语是很能体现一个人的修养与素质的。在图书馆服务中,应杜绝不文明的语言,推广文明礼貌用语。根据图书馆的特殊环境,提倡“轻声慢语”“和

颜悦色”“彬彬有礼”“微笑服务”“谦谦君子”“爱心奉献”,在“默默自修养,款款送温馨”的“润物细无声”中,何愁图书馆的良好形象不能深入人心,更上一层楼呢?虽然图书馆工作很辛苦、奉献大于报偿,是为人做嫁衣的工作,可是想一想,当你把一缕缕的阳光奉献给他人时,他(她)所获得的学术成就,所创造的财富价值中,不也凝聚了你的一份辛苦吗?有时候我们也会感到工作单调枯燥、平庸乏味,可人是需要一点精神的。颓废的情绪,需要我们从精神层次去求解,去获得力量。既然选择了图书馆,就应该与这项事业相伴终身。事实上,图书馆界的人物史上,也不乏一些可歌可颂的人物。虽然他们中有人初始并不是学图书馆,可是当他们选择了图书馆这条道路,就不再犹豫了。例如,刘国钧大师、孟广均先生,还有后起之秀程焕文等许多图书馆界的精英,在他们潜心于图书馆这项神圣事业里,辉煌与成就便跃然史上。图书馆是一个光荣的职业,美丽的事业。美丽的事业是需要一种美丽的心境的,比如淡泊、情操、爱馆、爱书、甘为人梯、守真抱朴、真诚服务等,当你真正走进这种高尚精神境界之中,你会认为自己所从事的事业,原来是世界上最美好、最幸福的事业。

参考文献

- [1] 张钦恩.论图书馆形象[J].图书情报知识,1993(4):16-19.
- [2] 张钦恩.图书馆品性考析:图书馆与人类文明、社会民生感悟录[J].图书馆论坛,2004(6):16-23.
- [3] 梁树柏.图书馆员生产初探[J].图书馆论坛,2007(1):10-13.
- [4] 张钦恩.图书馆人的学养与精神生活[J].图书馆论坛,2006(6):281-285.

(责任编辑:张红)

第一作者简介:李康,女,1960年11月生,2000年毕业于四川大学法学院,馆员,济南大学图书馆,山东省济南市济微路106号,250022.

Discussion on Library Image

LI Kang

ABSTRACT: This paper analyzes the expressive forms, components and features of library image, and from aspects of the people-based concept, literature service ability, and literature service quality, etc., points out that library image is a ruler of showing library's reputation in the society, and also is a kind of Intangible asset.

KEY WORDS: library image; image conception; expressive form; component

(上接第9页)

Defects of and Countermeasures for University Library's Online Book Recommendation System

WANG Yan-ni, REN Qi-xiang

ABSTRACT: Library's online information resources recommendation system is developing rapidly in China. Because of the dual-purpose of supporting both teaching and scientific research, university library insists on user centered service and concentrates on users' information demands. This paper briefly discusses the development status and shortages of online book recommendation system in China's university libraries, and puts forward some corresponding suggestions.

KEY WORDS: university library; online book recommendation system; library system