

●林平忠

论图书馆信息服务的个性化问题

摘 要 本体结构理论、受信价值理论和辩证唯物主义是个性化信息服务的理论基础。实行个性化服务的对策有:建立个性化服务理念;营造个性化检索环境;掌握个性化信息行为;生产个性化信息产品。参考文献6。

关键词 信息服务 个性化服务 信息行为 服务理念 信息产品

分类号 G252

ABSTRACT The author thinks that the theory of ontological structures, the theory of receiver values and dialectical materialism comprise the theoretical basis of personalized information services. Then, he proposes the following strategies: establishing concepts of personalization services, creating environment for personalized search, determining personalized information behaviors and producing personalized information products. 6 refs.

KEY WORDS Information service. Personalized service. Information behavior. Service concept. Information product.

CLASS NUMBER G252

图书馆的信息服务是将集成化的信息资源依据一定的目的和特定的用户需求,以及信息资源的个性化特征进行处理并形成特色化信息产品,通过多种渠道和多样化的信息服务方式,分散传递给各类用户的过程,也就是创建和不断优化适应特色资源整合要求的并能为特定用户提供优质高效服务的个性化信息服务平台的过程。

1 图书馆实现信息服务个性化的必要性

信息化、知识化的实质就是个性化。信息社会人们追求的是个性化的信息资源储备、个性化的智力结构构建、个性化的行为方式选择以及个性化的自我价值实现,并与整个社会的时代价值相融合的个性化的生存发展环境,并以此为基础开展一系列创新性的社会实践活动。而创新活动本身也是一种复杂而高级的个性化思维活动的过程,利用创新者个性化的知识储备和认知能力以及社会所提供的一切可能条件,酝酿出新的与前人或他人不同的认知和行为活动,并将这种认知和行为结果固化为一种新颖、有价值的精神产品贡献于社会,以提高人类认识世界和改造世界的能力。人们从事创新活动所经历的探索过程、所需资源的选配组合、所应用的逻辑思维方式与所取得的阶段或最终成果的表达传递等,人与人之间、社会与社会之间、国家与国家之间

乃至不同历史发展阶段之间都会存在一定的差异,表现出很强的个性化特征。因此,信息社会的价值实现是建立在个性化基础之上的,人们对各类资源与服务的需求也必然表现出鲜明的个性化特点。当今,人们面临的信息环境发生了很大的变化,利用信息的方式方法出现了许多新的特点。这客观上要求图书馆提供的信息产品和信息服务必须与之相适应,建立和完善个性化的信息服务机制,更好地支撑和满足用户个性化的信息需求。

显然,图书馆传统的服务思想、千篇一律的信息服务方法和模式、同一层次的信息内容和信息产品愈来愈不能满足信息社会用户动态化、个性化的信息需求。图书馆开展信息服务的理念与方式方法已经出现很大变化,逐步由立足于“大而全”、“小而全”并力求全方位地满足各类用户的一切需求向“走特色化之路”、以重点满足一部分特定类型用户某一侧面、某一主题的所有需求演变,由注重战略性资源的提供转向注重化整为零的战术性资源的提供,由把服务工作的着力点放在单纯地适应与满足用户眼前的“显需求”上,转向满足其长远需求,并为用户提供拓展和延伸其需求的发展空间,启发其“潜需求”,而用户的潜在需求比显在需求更具个性化与不确定性的特征。现代信息技术特别是网络技术和个性化处理技术的广泛应用,馆藏资源的数字化以及自建特

色数据库资源和能够利用到的网络信息资源的不断丰富,用户和服务人员信息处理能力的增强提高,已经为图书馆进行信息资源的个性化重组、创制个性化的信息产品、开展个性化的信息服务提供了良好的技术基础、资源条件和人文环境。

2 图书馆信息服务个性化的理论基础

2.1 信息服务个性化的本体结构理论

从信息本体的角度理解,信息是事物存在状态和运动方式的表述,是事物一种或多种属性的反映。每一条具体的信息本身就是对某一事物的某一侧面、某一层次或某一发展阶段属性的描述,而关于事物概念化、理论性的信息则是对某一事物或某几种事物众多属性或属性之间的相互联系进行概括以后在本质上的综合反映。由于各种事物有其特殊的质的规定性,同一事物所处时空环境上的不同,或者同一事物处于不同的发展阶段,事物的属性必然存在很大的差异。因此,被反映的信息内容本身就是以一种个性化的形式展现在人类面前的。在事物所处的不同存在状态、不同运动方式以及人们处于不同的认识阶段而反映的该事物属性的信息也将呈现出个性化的特征。从组成信息内容本身的结构来考察,由于受信者利用信息的目的或角度不同,自身文化素质、知识背景、心理特征存在差异,在接受同一条信息的过程中,用户最终所获得的效用层信息是不一样的,人们获取信息的过程是一个在探寻其语义信息、语用信息的基础上进一步挖掘出自己的效用信息的过程。信息的语法层面、语义层面以及信息发送者的语用层面一般是相对固定并带有共性的东西;受信者在接受信息时面对语法信息和语义信息并结合自己的目的获取其中有价值的或有效用的信息,这种信息一般是相对动态的并带有个性化的特征。前苏联学者布里柳恩曾说过,信息、情报对任何观察者都具有同一数值的绝对性,另一方面,信息、情报的人类价值对于不同的观察者,按其和信息、情报的领悟能力和以后的利用能力,则又具有不同数值的相对性。同样的信息源,个体信息能力不同,所获得有效信息的数量质量以及以后的利用效能上将会存在较大的差异性。所以,从信息内容的结构来理解,信息中有效信息比例的大小同用户获取与接受有价值信息的个性化的能力和水平直接相关。

2.2 信息服务个性化的受信价值理论

信息的价值系指信息对用户的有效性和有益性。信息的价值决定了信息服务的价值,任何信息服务的开展都要以充分实现信息价值为前提。因此,信息服务的过程实质上是一个服务人员与用户之间信息价值观的磨合过程,也是信息资源的价值和用户的需求价值的形成和实现的过程。随着信息服务的逐步展开,信息资源的显在价值和潜在价值与用户信息行为之间构成有机的联系,这种联系决定了信息服务的广度与深度。按照我国信息经济学家乌家培的观点,信息可划分为3种类型:一是自在信息。这是发送方输出的客观存在的信息,理论上并不以它是否被接受者接受为转移。二是积存信息。这是接受方已经拥有的系统化、结构化了的先验信息,是辨别、理解信息的信息,能够起到对自在信息的判断、鉴别、选择和解释等作用,是受信者的一种信息能力和综合素质。三是自为信息。这是受信方依据自己特定的目的和实际能力所得到的有效信息。由于每一个受信者都具有特殊的知识结构、信息价值评价体系和信息接受方式方法与能力,而且不同用户之间其积存信息的数量与品质以及对自在信息的认识、理解与掌握程度也会存在很大差别,人们根据特定目的融合、孵化而形成的自为信息必然表现出强烈的个性化特征。因此,图书馆有效的信息服务一定要针对具体用户个人需要解决的问题、已经构建而成的积存信息与智力平台以及所处的客观环境和用户心理状态等特征来实施。只有这样,信息服务才真正符合用户信息需求与利用的内在规律,才能提高自在信息、积存信息与自为信息三者的匹配、耦合程度。过去图书馆的工作重点主要是放在对“绝对信息”的收集和提供,放在对语法信息和语义信息乃至发信者的语用信息等静态信息资源的加工整合上,而对于收集与提供这些信息将通过谁发挥作用、发挥多大作用、如何发挥它们的作用以及用户接受和利用了信息中多少真正有用的“相对信息”则关注较少。为此,现代信息服务要逐步把关注的焦点聚合到与特定用户的个性化需要相匹配的信息效用层面上来,即一方面要与用户提出的乃至当时还处在潜在状态的个性化信息需要的内容相匹配,另一方面要使提供信息产品和服务的形式能够与用户获取和利用信息的方式相匹配。

2.3 信息服务个性化的哲学基础

如果我们从更高的层面上来理解“个性化”,实质上这是一个哲学问题。辩证唯物主义认为,世界上的一切事物均是普遍性和特殊性的有机统一,既有共性的一面,也有个性的一面,而且这种“共性”与“个性”是一种相对的概念。一事物区别于他事物的根据则是由该事物本身所具有的特殊矛盾即本质决定的。任何一个事物的“个性”都存在“表面个性”与“本质个性”两种情况。一般来说,“本质个性”是事物的内在特征,对其他类型的事物而言是个性的东西,对同类事物而言则是一般的或共性的东西,而且相对稳定、比较隐秘,只有借助于理性思维才能认识和把握;“表面个性”是事物的外在特征,是局部的、不断变化的,尤其是对一个事物的运动过程而言,“表面个性”在其过程展开的任何一个阶段都在改变着,它比较直观,可以为人的感官直接感知。信息本身必然要反映事物的“共性”与“个性”、“本质个性”与“表面个性”,无论是用户的信息需要还是图书馆的信息服务,同样包含这两个层面的关系。由此,我们不妨从这两方面进一步研究信息服务的个性化问题。一方面图书馆开展信息服务要尽力体现事物本质上的个性,即提供的信息产品和服务要与用户对信息主题、知识单元、概念原理等反映内在规律性特征的需要相一致、相匹配。而另一方面信息服务也要兼顾到由本质所决定的事物现象和外在形式上的个性,即图书馆提供的信息产品和服务要与用户对题名、著者、时间、地点等反映外在特征的需求相一致、相匹配。当然,这里的信息服务的“个性化”也是相对的,即这种“个性化”是有条件的、暂时的。随着信息服务的开展,用户已经形成的信息需要的逐步满足,新接受到的“相对信息”与原有的积存信息相融合形成新的知识结构,同时指导用户的知识创造、决策管理等社会实践活动,而且随着这一社会实践活动的逐渐社会化和被人们的认同,图书馆提供的“个性化”信息产品与信息服务成果将在更大的用户群体或范围中得到认可并被人们所共享,原先层面上开展的信息服务将由“个性化”转化为“共性化”,为大多数人所利用,产生更大的社会效益。而另一方面,随着用户的社会实践活动向纵深推进,又会在更高层次和更深含义的基础上产生新的“个性化需求”与“个性化行为”,也就是我们通常所说的“前沿性的需求”与“前沿性的行为”,图书馆提供的个性化信息产品和服务也必须做相应的

充实和调整。所以,图书馆开展的个性化信息服务是一个需要不断研究、深化和发展的辩证过程。

3 现代信息服务个性化的主要对策

3.1 建立个性化的信息服务理念

传统的图书情报服务只注重为本馆用户提供同一层面上的、同一种标准化的信息产品和服务,服务中突出共性的一面而忽视个性的另一面,有些信息可能用户已经掌握或者由于信息资源内容之间相互交叉、重复,服务中不加提炼,不进行深加工,把相对于特定用户需要的有用信息与无用信息混合在一起一并提供给用户,由用户自己进行鉴别、选择,表现为“面”对“面”或“面”对“点”的信息提供与服务模式。这种服务带有较大的“模糊性”或“不确定性”,是一种高成本、低效益、浅层次的服务,我们称之为“粗放型”服务。现代图书馆开展个性化的信息服务,更加强调服务与被服务之间是一一对应的关系,服务时力求在微观上形成一种特色资源的局部优势即“个性信息势”,以吸引具有特定需要的个体用户获取和利用图书馆个性化的特色信息资源和特色服务,即根据用户的各自特征和具体需求为他们量体裁衣定做(或由用户自己定制)个性化的信息产品并提供一对一的互动式服务。个性化服务要求为用户提供的信息资源应尽可能地提高效用信息的含量,也就是特定用户所需要的情报信息的比例,表现的形式是“点”对“点”、“点”对“线”的服务,这种服务具有明确的“方向性”和一定范围的“确定性”,实质上是一种低成本、高效益、深层次的服务,我们可以称之为“精确型”或“集约型”服务。图书馆工作者必须树立个性化信息服务理念,以全新的观念去指导、开拓个性化服务。

3.2 营造个性化的信息检索环境

用户的个性化行为贯穿于用户信息检索与利用的始终。用户在从事信息检索的过程中,由于检索所要达到的目的、检索信息资源的时空限制、形成的检索习惯行为等的不同,会选择不同的检索途径、运用不同的逻辑表达式、制定不同的检索策略,乃至不同用户对检索结果的选取原则和排序方法也会存在差异,这些都表现出用户检索的个性化特征。因此,图书馆在设置检索方案、选择搜索引擎、定制检索途径、提供检索线索时,必须充分支持用户在检索策略、检索方法和检索结果选择处理中的个性化。无

论是分类号、主题词、关键词的确认,还是各类检索工具的设置,都必须深入到文献资源、信息资源的内部,分析出能表达其内容的多个知识点,使之单元化和个性化,将其确定为具有鲜明特色并含有动态生成能力的检索标志。从而为现代用户打造能够满足个性化检索与服务要求的信息环境,构建能够充分展示用户特征的个性化检索平台,提高用户进行信息检索与利用的效率。

3.3 掌握用户个性化的信息行为

每个独立的用户表现出的信息需要必然带有个性化的多元性质。信息需要是引起用户信息行为的内在原因,而用户的信息需要及其转化都是在特定的环境中呈现多层次结构并逐步展开的,是一个个性化演进和发展的过程。用户能否将正当的信息需要转化为某种实际的信息行为,或者将这种行为化作更大的驱动力,去激发、增大和强化利用、消费信息的过程,这在一定意义上取决于用户个人的信息意识、信息行为能力以及所处特定的信息环境等众多个性化因素。我们要不断研究不同时代、不同环境用户个性化的信息行为规律,注意探察用户在信息活动中的信息需要、行为习惯和决策方式,动态性地创造和组织针对用户个性化行为的信息导航、检索和利用机制,创造适应用户个人心理和行为的信

3.4 创制个性化的数字信息产品

网络的出现及其在图书馆的应用,彻底改变了传统服务的运作方式。图书馆所关注的不再是自己占有多少资源,而是更加重视能够为用户提供多少具有较大利用价值的有效信息和信息产品,图书馆所要深度开发和提供利用的是本馆实体资源与网上虚拟资源有机结合的复合型资源,所要服务的对象是具有不同特点的个性化用户,服务的主要手段和途径是为特定的用户定制个性化的信息产品和提供个性化的信息服务。在信息技术和因特网快速发展的今天,数字资源的海量存储,用户界面的复杂多变,搜索引擎功能的缺乏和不完备,越来越成为制

约用户顺利检索和利用自己所需信息资源的瓶颈。客观上需要图书馆能够为用户设置“专门信息服务频道”,构建具有鲜明特色的个性化的网络平台,通过用户自己掌握的信息线索方便地查询到个性化的特色资源,并能够快速链接到特定用户所定制的网站、数据库等更为具体、详实的系统资源。图书馆通过开通“专门信息服务频道”,主动为用户提供具有很强针对性的“一对一”(One-to-One)的信息推送服务。从更深的层面上理解,图书馆还必须对网络资源进行重新聚合、组织和整理,按信息的效用开展信息服务。一是图书馆主动定制的个性化服务。将内容涉及多个主题和方向的多维数字信息、网络资源按相同的学科类别、主题概念以及具体人物、用途效用和时空结构等要素进行重新编排和聚类,形成一个新的只含同一类型的镜像数据资源库,以适应特定用户对信息资源的个性化利用的要求。二是用户自行定制的个性化服务。先由图书馆研制开发出个性化的定制服务系统,用户可以将个人所需要的网络资源组织在自己专门的数据库中,并进行必要的加工处理,创建自己定制的个性化界面。这种双向定制的个性化,用户能够充分享受到数字资源的个性化服务,从而实现信息资源与信息服务的超值效用。

参考文献

- 1 张晓林等.基于 Web 的个性化信息服务机制.现代图书情报技术,2001(1)
- 2 金更达.个性化服务与数字资源重组探讨.图书情报工作,2001(9)
- 3 林平忠.论图书馆用户的信息行为及其影响因素.图书馆论坛,1996(6)
- 4 蒋永福,李景正.论知识组织方法.中国图书馆学报,2001(1)
- 5 李莹.论信息服务由适应需求走向创造需求.情报科学,2000(2)
- 6 赵继海.论数字图书馆个性化定制服务.中国图书馆学报,2001(3)

林平忠 南京政治学院上海分院信息管理系副主任,副教授.通讯地址:上海市四平路 2575 号.邮编 200433.

(来稿时间:2003-03-28)