

● 周海旭

图书馆市场浅论

ABSTRACT Just as same as the other markets, the library market also has those 4 factors of commodity, consumer, purchasing power and purchasing desire. The market of the Chinese socialist economy is flourishing and it provides the theoretical basis for libraries to transform the service—pattern into the service—business pattern. 9 refs.

SUBJECT TERMS Library economy—Studies Library work—Transfer of track

CLASS NUMBER G250

社会主义市场经济的确立,给图书馆事业带来了新的挑战。图书馆事业如何适应挑战,实现自身发展,成了近期图书馆学界的热门话题。一时间,专家、学者纷纷撰文,各陈己见。但有一个值得注意的现象:研究者往往眼光向外,在社会市场经济的大环境下,研究图书馆事业如何被动适应,而忽视了目光向内,在图书馆系统内部挖掘自身的市场经济因素,寻找改革的主动性,因而提出一些不切合图书馆发展规律甚至有害于图书馆事业发展的论断。同时在研究方法上也存在不足,目前的研究只是一种从实践到实践的肤浅探讨,缺少理论上的升华。针对上述现象,本文试图从市场学角度,探讨图书馆市场理论,为当前理论研究提供一点参照。本人自知菲薄,只求抛砖引玉,请大家指教。

一、图书馆市场的客观性

所谓市场,是指在一定场所内,购销双方采取不同交换方式,使商品和劳务转移的一种活动。市场由商品、消费者、购买力和购买

欲望4个要素构成^[1]。下面着重谈谈“图书馆市场”概念提出是否有充分理论依据,是否具有市场4种要素的问题。

列宁指出:“哪里有社会分工和商品生产,哪里就有市场”^[2]。图书馆是社会分工的产物,是文化事业机构。随着社会信息化程度的提高,信息的生产和加工已成为图书馆的一种产业。也就是说,现代图书馆不仅具有收藏、提供文献的传统职能,而且具备了某些生产职能。这种产业化使图书馆市场成为一种客观存在的社会现象。那么,图书馆产品将怎样呈现出来?从广义上讲,产品是指满足人们某种需要的物品和劳动。美国经济学家弗里茨·马克鲁普把知识产业的构成归纳为教育、研究与开发、信息载体、信息机制和信息服务5类。显然,这些在现代的图书馆内部都能充分体现出来。笔者认为,图书馆服务包括文献服务、情报服务和技术服务。文献服务是以非商品化的馆藏提供给用户并由用户自己深入到文献内部汲取知识,获得信息的管理型服务;情报服务则指对文献进行深度加工,直接为用户提供情报或为用户获取情报提供

较复杂的前期加工产品的智力型服务;而技术服务是指用现代化设备为用户服务的技术性工作。图书馆产品在进入市场交换的同时,就转化为商品,构成了市场的一个重要要素。在明确图书馆市场这一要素的同时,我们对构成图书馆市场的其他3种要素就不难理解:消费者是指用户;购买力是指用户利用图书馆的能力,诸如文献检索能力、文献阅读能力以及支付图书馆有偿服务费用的能力等;购买欲望则指用户,对图书馆产品的需求,即文献需求、情报需求和服务需求^[3]。

二、图书馆市场经营

市场学认为,“经营”是指生产者和消费者之间实现商品和劳务的现实的或潜在的交换活动。图书馆市场经营,是指图书馆对其现实的及潜在的用户需求予以充分满足的一种活动。这项活动是一种由图书馆服务内容(文献、情报和技术)、服务渠道(借阅和咨询检索等)、价格(有偿服务费用等)以及公关活动(宣传和展览等)组合而成的综合性活动。在组合过程中,需要采用市场经营的方法和策略,如产品开发策略、服务渠道策略、订价策略和公关策略等。

在图书馆市场经营过程中,最为敏感的问题就是订价策略。目前,图书馆市场经营订价策略大体有3种方式:(一)免费;(二)作为一种控制手段而象征性收取费用;(三)按商品交换价值收取费用。显而易见,前两者为公益性经营方式,是一种无偿服务;而后者是一种有偿服务。这两种服务方式的存在,构成了现阶段图书馆市场经营的独特性,有人称其为图书馆初级市场经营^[4]。

值得注意的是,图书馆市场经营是对图书馆产品的经营,属知识市场经营范围。其经营内容是指图书馆功能范围之内的服务工作。其他活动,如经销生活、文化用品和出租房间等商业活动,则不属于图书馆市场经营

之列。我们应将经营与经商明确区分开来。

三、图书馆市场特点

(一)社会需求具有伸缩性。图书馆市场作为一种软市场,以交换精神产品为主。社会发展阶段不同,人们对它的需求程度也不同。它的社会需求具有一定的弹性。

(二)从图书馆市场流通角度看,主要以服务为主。服务是图书馆市场的主导性行为,离开服务,图书馆市场行为就无从谈起。

(三)图书馆市场流通对象的生产过程和表现形式具有特殊性。其中有的为有形产品,有的则为无形产品。这表现出知识产品的经营特点。

(四)图书馆市场流通对象的价值具有重复性。一些图书馆商品使用后,形态和性质并没有变化,可重复使用,其价值可重复实现。

(五)图书馆市场与其它市场具有关联性。图书馆市场与其它软市场(如技术和信息市场等)相互联系、相互依托、相互服务,彼此之间的关系极为密切。

(六)用户具有多元性。图书馆市场商品的用户虽然可能是单一的,但大都是多元的,即往往被多个团体或个人所利用^[5]。

四、图书馆市场的发展

作为一种客观现象的图书馆市场,自图书馆向社会提供第一种产品开始,就已存在于图书馆事业的发展之中。随着商品经济的飞速发展和社会信息化、情报化程度的加深,图书馆的市场功能表现得更为突出,图书馆市场开始走向成熟。

(一)图书馆市场发展的社会环境。以情报源的激增、转向的扩展为表象的社会环境,促进了图书馆产业化的进程。情报源的激增,主要表现在文献以空前的速度增长。据英国科学

家詹姆斯·马丁的推算,人类的科学知识在19世纪是每50年增加1倍,20世纪中叶是每10年增加1倍,70年代是每5年增加1倍,而目前有的专家甚至认为每3年就增加1倍。现在全世界平均每天出版文献333件,每分钟出版印刷品2000余页。与此同时,情报源也产生转向现象,即情报价值低的文献向情报价值高的文献发展,主要表现为连续出版物和特种文献数量的猛增;二是情报源扩张,主要表现为文献类型的多样化,即从以往的纸张载体情报源基础上产生了高密度、轻量化、小体积的非纸张载体情报源,包括缩微资料、机读资料、光盘及立体声资料等^[6]。社会环境的情报化,对图书馆的传统功能提出了挑战。现代图书馆不仅具有收藏、整理和提供一次文献的功能,而且具有二次、三次文献服务的职能;图书馆不仅应该是文献信息的管理者,更应该是文献情报的加工者和制造者。这样,图书馆推出的产品就将由管理型向智力型和技术型转化,并使智力型和技术型产品成为图书馆市场商品的主导方面。

(二)图书馆市场的完善。随着图书馆产业化程度的提高,图书馆市场正逐步走向成熟。主要表现在:

1、图书馆产品质量逐步提高。现在,许多图书馆已设有情报服务部、技术部、研究辅导部和情报研究部等。尤其是我国的高校图书馆,除开展外借服务外,已普遍开展了参考咨询和定题服务。据统计,北京地区高校图书馆1986年解答咨询56000余项,代检课题654个,提供文献线索22000余条。

2、文献服务产品和情报服务产品走向一体化。文献情报一体化,是社会发展的必然结果。中科院图书馆通过图书情报一体化,大大强化了情报服务,使其服务范围从已有的参考咨询、定题服务、代译代查、检索、复制服务和二次文献服务等向科技预测、技术转让、科技评论、参考决策、情报调研和人才培养等服务项目发展。与此同时,对情报含量大、价值

高的特种文献(如技术报告、专利文献和会议文献等)加强了搜集,提高了加工的范围和深度^[7]。总之,图书情报产品的一体化标志着图书馆市场文献产品向更高的层次发展。

(三)出现了以图书馆为依托的信息专营公司。在改革浪潮和商品经济发展的冲击下,我国图书馆界已打破传统的、封闭的、被动的服务观念和服务模式,主动走向社会,出现了以图书馆为依托、以开发文献资源、服务经济建设的机构,如信息公司、咨询公司和情报服务中心等。这些公司和中心,运用灵活多样的服务手段,在提供技术、经济和科研的咨询服务中,既发挥了图书馆的情报职能,又创造了可观的经济效益和社会效益。这些专营公司的出现,标志着图书馆市场向更高层次、更为广阔的方向发展。

(四)图书馆市场与用户关系更为密切。俗话说,“哪里有用户,哪里就有市场”。现代图书馆与用户的关系日趋密切,使图书馆市场更加活跃。具体表现如下:

1、图书馆界广泛开展用户调查和用户培训,用户已成为图书馆市场的服务中心。1976年,英国建立了“国家情报需求研究中心”。1981年,中国科学技术情报学会组织了“全国部分科技人员利用文献情报综合调查”。用户培训活动已在许多国家开展起来,如美国、法国、德国和日本等,对用户的培训都有统一的规划^[8]。

2、图书馆服务进一步向用户靠拢。伴随着社会咨询化、咨询社会化和文献信息商品化的发展,用户咨询业已受到充分重视,用户被看作了服务的中心。

3、用户的情报意识增强,渴望得到情报意识和情报能力的培养。在80年代初,美国每人年均支付情报服务费653美元,西欧为315美元。

4、人们开始重新认识图书情报工作,图书馆已经、而且将进一步成为人们吸收情报和知识的重要机构。(下转45页)

参考文献

- 1 曾蕾. 索引工作的自动化: 计算机辅助标引及索引编制. 中国索引学会首届年会暨学术讨论会论文, 上海, 1992, 12
- 2 储荷婷. 索引工作的自动化: 自动标引的主要方法. 中国索引学会首届年会暨学术讨论会论文, 上海, 1992, 12
- 3 郭友仁. 自动标引研究的历史、现状及发展方向. 情报科学, 1986, 7(4): 22~31
- 4 陈光祚. 谈谈关键词索引. 山东图书馆季刊, 1982, (3): 40~46, 54
- 5 戴维民. 关键词索引的发展与类型. 情报科学技术, 1989, (6): 36~38
- 6 龚义台. 《科学引文索引》的特点及其检索方法. 图书馆杂志, 1982, (2): 59~64
- 7 赖茂生, 徐克敏. 科技文献检索. 北京: 北京大学出版社, 1985
- 8 克雷文著; 侯汉清, 姜希强译. 嵌套短语索引系统 (NEPHIS). 现代图书情报技术, 1987, (3): 24~29, 18
- 9 毛庆祯. 从理论到实际——普列式索引系统. 图书馆学与目录学研究, 1986, (1): 50~65
- 10 侯汉清, 马张华等. 主题法导论. 北京: 北京大学出版社, 1991
- 11 奥斯汀, 迪戈尔著; 肖自力, 侯汉清译. 保留上下文索引系统 (PRECIS). 黑龙江图书馆, 1987, (1): 62~67, 1987, (2):
- 12 Austin, D. PRECIS: a manual of concept analysis and subject indexing. London: The British Library, 1984
- 13 Craven, T. C. Linked phase indexing. Information Processing & Management, 1978, 14: 469~476
- 14 Chakraborty, A. R. Chakrabarti, B. Indexing: principles, processes and products. Calcutta: The World Press Private Limited, 1984
- 15 Varma, A. K. Trend in subject indexing. Delhi Mittal Publications, 1984

戴维民 笔名魏敏. 1987 年华东师大图书馆学研究生毕业, 现为空军政治学院图档系副教授. 已在 31 种刊物上发文 85 篇, 出版专著 8 种, 译著 3 种. 通讯地址: 上海江湾五角场. 邮码: 200433.

(来稿日期: 1993-02-16. 编发者: 丘峰.)

(上接 35 页) 随着社会信息化程度的逐步加深, 图书馆市场体系不但要实现自身的网络化、综合化, 而且将与其他信息服务业进行更为密切的交流与协作. 未来社会, 图书馆市场将作为一个开放系统, 成为人类信息系统的一部分.

1989 年, 美国在图书馆改革倡议中强调指出, 应按信息社会发展潮流的要求来调整图书馆功能. 英国在 80 年代也指出, 随着经济、人口、政治、教育和技术等方面的变化, 图书馆必须调整自己的服务性质和服务范围; 而强化图书馆市场功能的结果, 必然导致图书馆与其他社会信息服务机构(如咨询机构和情报机构)功能差别的缩小, 导致相互沟通和协作的加强^[9].

当前, 我国社会主义市场经济正在蓬勃发展, 它为图书馆由事业型向事业经营型转化提供了理论依据. 图书馆变事业型为事业经营型, 在创造社会效益的同时, 将创造更大的经济效益, 即以经营为手段, 让文献产生最佳效益, 让图书馆释放出最大能量, 以实现信

息成果的商品化、管理机构的企业化, 这是图书馆市场经营机制的必然要求. 图书馆市场理论的提出, 将为这一热点问题提供重要的理论依据.

参考文献

- 1, 4 周海旭, 刘丽. 浅谈建立图书馆初级市场. 图书馆理论与实践, 1989(4): 34
- 2 列宁. 论所谓市场问题. 见: 列宁全集 1 卷, 中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局编译. 人民出版社, 1984: 79
- 3 姚健. 图书馆市场观与图书馆发展战略. 图书馆学刊, 1989, (6): 17~20
- 5 陈乃醒. 软市场引论. 新华文摘, 1992, (1): 51~53
- 6, 7 郭锦雯. 图书馆进化论. 中国图书馆学报, 1992, 18(4): 46~52
- 8, 9 张喜军. 试论图书馆的情报化趋势. 图书馆理论与实践, 1989, (4): 3~6

周海旭 1989 年辽宁师大图书馆学专业毕业, 现就职于沈阳音乐学院图书馆. 已发文 5 篇. 通讯地址: 沈阳市, 邮码: 110003.

(来稿时间: 1993-04-03. 编发者: 丘峰.)