

图书馆网站建设亟待解决的几个问题

黄建年

(南京经济学院桥头校区图书馆 镇江 212413)

摘要 图书馆网站如何建设,目前有哪些问题,作者从交互性、技术先进性、广告、个性化服务、智能化水平、电子商务、行业解决方案等 7 个方面进行了较为详细地论述。

关键词 网络技术 广告 个性化服务 电子商务

PROBLEMS IN CONSTRUCTING OF A LIBRARY SITE

Huang Jiannian

(Library of Nanjing University of Economics, Zhenjiang 212413)

Abstract: This article tells you how to construct a library's Web from 7 aspects: interactive service, novelty of technology, advertisement, personal service, smart site system, e-commerce, specific industry applications.

Key words: smart site system; advertisement; interactive service; e-commerce

0 引言

随着图书馆业自身的开展以及读者的需要,势必有越来越多的图书馆要建立自己的网站(或者主页)。事实也证明了这一点,图书馆网站如雨后春笋般地纷纷建立起来了。这种欣欣向荣的景象让人为之高兴和兴奋,但是,不可否认,这其中也有一哄而上的成分在内,自然也就不可避免会导致各种各样问题的存在。有鉴于此,笔者打算对网站建设的现状作一番分析和研究,以期引起有关专家对网站建设这一问题的重视。

1 交互性

图书馆与读者的联系不够,读者与读者之间的联系不够,这大约已是图书馆界、情报界、广大读者的共识。或许有些图书馆做了一些这方面的工作,比如读书俱乐部、读者联谊会等,但是,这项工作做得还远远不够。试问有多少图书馆已经全面搜集了读者的各项信息,读者的经济承受能力如何,有偿服务能够扩大到怎样的范围,有多少图书馆将共用于指导图书馆的工作。多年来,我们已经习惯于定性的研究,或者政策的规定,这种习惯导致了我们对读者工作研究的表层化、简单化。

读者是图书馆最重要的资源,是最大的知识库,图书馆能否将读者有机的联系在一起相当重要。因为它不仅可以弥补图书馆自身人才、资源方面的不足,而且可以加强图书馆的凝聚力。

现在一些企业网站、搜索引擎、一些聊天室十分注重搜集用户信息,比如兴趣爱好、电话号码、月薪、职业等信息;而一些网上书店不仅向广大读者提供了用户注册程序,搜集用户信息,而且利用用户信息提供服务。他们在用户查找并购买有关书籍时,向读者提供相关书籍和服务,并进行相关跟踪分析,不断地搜集读者信息,以向读者提供最合适的图书,使读者能够鉴别、比较,的确方便了读者。

图书馆的用户相当多,有一个相对稳定的读者群,却只在办证时搜集一些简单的信息,而且一次完成,其目的主要在于读者如果违规好追究相关责任,而不是对读者需求分别对待,这大约是各个图书馆需要读者信息的最主要用途。很明显连读者信息都搜集不全,何谈全面细致地为读者服务。唯有全面地掌握读者的各项信息,图书馆才能仔细地研究读者的阅读趋向,提出最有利于读者的工作方法,向读者提供全面、细致的、个性化的服务。提高交互性,增强图书馆凝聚力,应成为图书馆网站建设和图书馆工作的当务之急。

就说我们没有必要一定要搞聊天室,但是,图书

作者:黄建年,男,36岁,馆员。

收稿日期:2001-10-25

馆与读者之间,读者与读者之间的联系是必不可少的。图书馆拥有数量庞大的读者,如果建立一些读者论坛、学习辅导、新闻组一定会大大提高图书馆的凝聚力。

2 技术创新

与企业网站、门户网站比较起来,图书馆网站设计所用技术不够先进。目前企业网站、门户网站广泛使用的技术,在图书馆使用的不多。在大多数图书馆网站发布的信息基本上以广本信息为主,图象信息、动画信息较少,至于视频、音频信息就更少了。通常你打开一个图书馆网站,你的感觉就像在读一本古典的印刷本图书,没有插图、没有声音、没有活泼的色彩,给人的感觉太呆板,了无生机。大多数网站的风格很相似,如千篇一律的左边一个 logo,右边接一个 banner,下面再接一个 menu 等,缺少一种创新的精神。

一般来说,一个网站就是一个社区,用户利用它可以购买到或者浏览到自己所需的东西。对用户来说,这个网站就是“一切”、“全部”,它根本不必知道归属于哪个单位。而图书馆网站给人的感觉就不同了,似乎浏览网站的目的不是直接获得自己所要的资料,而是怎样去图书馆,如何利用图书馆,也就是说,图书馆网站与图书馆密不可分。图书馆网站充其量发挥的是宣传媒体的角色。而现代网站已经向电子迈进,图书馆网站仍然停留在传统网站的水平。图书馆本身提供的就是信息服务,但却不能或者很少能够通过网站直接提供服务,这就是大多数图书馆网站目前的情形。为此,我们应该充分利用各种新技术,以加强网站生产力。

3 网络广告

图书馆网站广告不多,这是不争的事实。不仅不多,而且宣传的意识也不够强。有些图书馆网站有些广告,但是,却放在无关紧要的位置上,是不是图书馆本身就没有产品,或者说厂家对图书馆不重视,当然不是。图书馆不仅有自己的产品,而且也需要大量的社会产品。从图书馆建筑、图书馆设备,到图书馆自身的信息服务、信息产品,无一不可以作为广告的题目。但为什么没有在图书馆网站上有所反映呢,是什么原因导致这种结果呢。

原因当然不止一条,但是,不可否认的是,这种情况的形成与我们自身有很大的关系。图书馆的提供的公益性的服务,公益性的服务也没有必要做广告,这是“不想”,此其一。其二,图书馆一做,可能使图书馆背上“经济单位”这个包袱,如果由此而导致图书馆

失去“公益性”,问题就相当严重了,这是“不愿”。其三,网站做广告所需时间、精力较多,而图书馆人手少、广告设计人才少,搞广告设计费时又费力,不如全文本式的网站建设起来速度快、效果好,这是“不能”。即不想、不愿,而又不能,广告自然难在图书馆网站“一现芳踪”。

但是,我们不要忽略这样一个事实,网络广告越来越多,YAHOO 等网站成功的事实很好地说明了这一点。图书馆因为拥有数量众多的读者,网站的广告性本身就比较一般的网站要来得重要,一个有远见的商家怎么可能放弃图书馆网站这一重要阵地!所以,图书馆要及早做好这方面的准备,开发广告,树立图书馆新形象,以迎接图书馆网站时代的来临。

4 个性化服务程度

所谓个性化技术,是利用一种分析软件来分析上次访问浏览者留下的数据,以了解该用户的浏览趋向。这样,当该浏览者再次访问同一网站时,整个页面就会即时动态的生成,将浏览者关注的新闻和信息放置在首页上最醒目的位置。当然,如果浏览者愿意的话还可以进一步改进这种定制,通过这种软件化、自动化的定制,再加上人工的配合,足以让浏览者更为省时省力地获取所需信息。这样使得每位浏览者的页面(或者只是首页)变得非常个性化,以迎合浏览者的需要。在这个相对复杂的过程中,浏览者和网站工作人员都可以做到无须对浏览过程进行任何形式的设置,整个定制过程都由计算机自行完成。这样即便是最初级的上网浏览者也能在这样的几次访问后迅速达到提高效率的目的。

当然,现在的网页个性化程度不够高。一个好的网站不仅要有不同的语言版本,如简体中文、繁体中文、英文版,还应该推出地方版,如 SOHU 网站就有北京、杭州、上海、南京等 10 多个版本,而且有些网站还可以根据用户需要生成不同的网页。比如 YAHOO、EXCITE 可以根据用户上一次的浏览情况或者用户需要自动生成用户最需要内容的网页,大大方便了用户。但是图书馆网站建设还达不到这一点。无论国内还是国外都是如此。

笔者查阅了美国国会图书馆、法国国家图书馆、新西兰国家图书馆、中国国家图书馆等世界著名图书馆网站,他们在这方面做得都很不够,很难满足用户个性化的需要。

传统的读者工作理论告诉我们,图书馆的读者有不同的类型,就像企业有不同的客户一样。企业的产品要想得到广泛的推广,必须有各种各样的产品;图

书馆要想赢得用户,也必须有丰富的、具有个性化的产品。网站建设,尤其是其中的导航系统更需要如此。

一个读者往往只需要某一方面或者某几方面的资料,所以图书馆提供个性化服务就相当有必要。笔者在使用国外的一个查询服务时,发现它可以提供跟踪服务,一次查询、使用后,如果申请这种服务,你就会源源不断地收到有关这方面的资料,大大方便了笔者的研究。这种服务与传统的“定题服务”很类似,读者可以根据自己的情况和兴趣,选择使用。如果能够在国内的图书馆服务中使用,将大大方便读者的学习和研究。

当然,图书馆服务内容具有个性化特点是远远不够的,还应该在服务方式上体现其个性化特点。这不仅是目前客观条件(比如上网费用昂贵)决定的,也有用户自身的需求(如在新闻组上可以自由地发表自己的观点,可以和朋友交流等)。为此,图书馆既要提供 WWW 服务,还应该提供电子邮件、FTP、USENET 等多种形式的服务。现在各种推播技术已经在商业性网站中广泛应用,图书馆网站中能否利用这种推播技术向用户发送所需的信息,毫无疑问,频道式推播、邮件式推播、广告式推播等推播技术的应用,将大大提高图书馆网站的活力。可以这样说,提高个性化程度,加强服务针对性,将成为图书馆提供更高层次服务的重要手段。

5 智能化程度

尽管很多图书馆已将其服务内容上网,但是,笔者认为,在这些图书馆网站中含有智能化服务的内容还不多。也因为如此,再加上现有图书馆各种资源(人、财、物)的不足,图书馆还不能提供完全个性化的服务。换言之,个性化服务的前提是图书馆服务的智能化。图书馆必须提高智能化水平,拓宽图书馆服务领域,把个性化服务真正落到实处。

图书馆网络给个性化服务提供了便利条件,其它网站的个性化服务给图书馆网站提供了示范,这使得图书馆的个性化服务才能成为现实。

图书馆网站要加强其智能化程度,主要应该侧重于以下几个方面:

建立智能导航系统

所谓智能导航系统,就是能够根据用户自己的需求,不断地向用户提供有关信息,以达到最大程度服务读者的目的。它可以采用信息推播技术,向读者提供最新、最快的服务。这种智能导航系统与传统的导航系统有明显的不同。传统导航系统侧重于现有图

书馆建筑以及相关设备的使用,而智能导航系统则侧重于“虚拟图书馆”以及相关信息的使用,二者相辅相成,而且随着网络技术的发展,智能导航系统会显得更加重要。

建立图书馆自己的搜索引擎

笔者在各图书馆的网站上漫游,发现大多网站只有 OPAC 等内容,而没有搜索引擎,即使有,大多也只是指向一些大型搜索引擎的一些超级链接。图书馆作为信息的集散地,为什么没有自己的搜索引擎,我们不谈如何去查 INTERNET 上的信息,图书馆自己的资源,没有一个好的搜索引擎,仅仅有 OPAC 是远远不够的,文摘、全文信息何处去查,所以说,建立图书馆自己的搜索引擎很有必要。

利用最新信息搜集与分析软件

没有好的信息搜集与分析软件,图书馆不可能提供全面、细致的服务,图书馆人手不足,不可能通过人工来搜集与分析相关信息。为此,充分学习其它网站的先进管理经验,采用最新、最好的信息搜集与分析软件,才是图书馆最正确的选择,也只有如此,图书馆才能提高工作效率和工作水平。

6 电子商务

Internet 上的电子商务可以分为三个方面:信息服务、交易和支付。主要内容包括:电子商情广告;电子选购和交易、电子交易凭证的交换;电子支付与结算以及售后的网上服务等。主要交易类型有企业与个人的交易(B to C 方式)和企业之间的交易(B to B 方式)两种。

现在已有很多的电子商务趋向成熟,其中 Yahoo、AOL 等网站已经开始盈利。这两年里电子商务在我国的多个发达城市也已经全面展开,有望在未来的 3~5 年内能够发展得较为成熟。

图书馆有很多信息产品,但是利用电子商务对基信息产品进行营销的还不多。比如现有各省级图书馆都有自己的图书馆学或者情报学(信息学)刊物,但是几乎都没有开展电子商务。至于各图书馆之间也没有开始 B2B 方式的电子商务,各单位主要依靠赠送方式来进行。一般的读者根本不了解究竟有多少图书情报学刊物,即使想订阅,也无从入手。

现在已经有些图书馆学刊物,比如上海《图书馆杂志》,已经全文上网,给读者提供了很大方便,但是,作为国内著名的图书馆学刊物没有考虑她在网上的商业价值。即使该刊物准备免费发行,也可以在其上做广告,发挥其潜在的经济价值。这样,既可以方便用户,又可以创造可观的经济效益,何乐而不为。

为此,图书馆应大力推进图书馆信息产品的市场化、产业化,并积极发展电子商务,以形成图书馆产业集群,将为图书馆业的全面发展提供强大的发展后劲。

7 行业解决方案

针对性的行业解决方案,是指利用互联网上的信息优势再加上长期的积累,开发商为企业客户提供非常成熟的电子商务或企业管理软件(MRP/II/ERP)解决方案。

在国外,worldsites.com(全球通)是非常著名的一个范例,现在国内也有很多这类的互联网公司,如it168.com(联合商情)、china168.com(企业信息汇集中心)、chinadns.com(中国新网)等也已开始提供此项服务。

据说worldsites.com(全球通)现在已经在中国大陆开展这项业务的特许经营,它将利用互联网的信息优势加不同地域开发成本的差异在中国大陆开发市场。

图书馆业的行业解决方案主要依靠自身的力量来解决,也就是说,其它行业很少关注图书馆业的发展。图书馆自身对这一点也不够重视,图书馆网站鲜有这方面的内容。就以中国国家图书馆为例,笔者未能在他的网站找到这方面的资料和信息。

现在各高校已经或将要进行一场规模巨大的合并,在这场合并中,图书馆该以怎样的模式来运营,其网络该如何构建,尤其是跨地的高校合并,对高校的

图书馆网络建设会产生怎样的影响,笔者所在的单位地处镇江,却与南京的两家院校组建南京财经大学,该如何建设图书馆网站,业务联系该怎样进行,本人曾查阅了中国国家图书馆、南京图书馆、上海图书馆以及北京大学、南京大学等一些著名网站,却无一家有此内容。是现在的图书馆情报界还没有认识到这一问题的重要性,还是网站的设计者没有注意到这方面的内容,当然是后者。有些院校和专家已认识到这一问题,很显然网站建设应该增加这方面的内容。

加强对图书馆行业解决方案以及一些重大课题(如数字图书馆建设)的解决方案的研究,并及时在相关的图书馆网站发布,将能够带动图书馆事业整体向前发展。

参考文献

- 1 王智勤. 七大互联网技术趋势. News://NEWS.WEBKING.COM.CN,2000.8.31
- 2 奥格威的广告准则. <http://member.netease.com/~pcmouse/skill/skill.html>
- 3 <http://www.nlc.gov.cn>
- 4 <http://www.lib.pku.edu.cn>
- 5 <http://www.loc.gov/>
- 6 <http://www.libnet.sh.cn/>
- 7 <http://www.las.ac.cn/>
- 8 <http://lib.nju.edu.cn/>
- 9 <http://www.bne.es/>
- 10 <http://www.bnf.fr/index.htm>

简讯·

第八届全国企业管理创新成果揭晓

经全国企业管理现代化创新成果审定委员会评定,第八届全国企业管理创新成果已经揭晓。全国共有73项被审定为国家级企业管理现代化创新成果。其中鞍山钢铁集团公司研究的成果《国有特大型企业整体技术改造决策与实施》名列榜首,另有6项冶金企业创造的成果分别获得一、二等奖。他们是:邯单钢铁(集团)有限责任公司的“引进高科技建设项目的有效管理”获一等奖;宝山钢铁股份有限公司“实现价值最大化的企业财务控制”、石家庄钢铁有限责任公司“边缘经营发展战略的决策与实施”、新兴铸管(集团)有限责任公司“全面预算的保证体系与管理”、武汉钢铁(集团)公司“科技创新管理体系的构建”和水城钢铁(集团)公司的“提升长线产品竞争力的决策

与管理”5项成果均获二等奖。本届管理创新成果具有如下特点:一是体现了国家有关企业管理工作的要求,符合国家政策导向;二是基本反映了企业为应对经济全球化的挑战和提高国际竞争力的需要,在企业制度建设、管理等深层次问题上的创新和实践;三是符合国际企业管理发展的新趋势,具有国际上20世纪90年代后才兴起的一些新理念;四是在我国企业管理的一些薄弱环节有所突破,有很强的针对性和推广价值。近几年冶金企业十分重视管理的创新,在企业内部广泛开展了管理成果的创造、总结和评选工作,并将好成果向行业和地方有关部门推荐,这些获奖的成果就是经层层评选而产生出来的优秀成果,从一定程度上代表了冶金行业管理创新的发展水平。