

The background of the book cover is a deep blue with various digital and library-related motifs. At the top, there are two white book spines floating in the air. To the right, a large, semi-transparent CD or DVD is visible. In the lower-left, a hand is shown typing on a computer keyboard. Several wireframe spheres of different sizes are scattered across the middle. A vertical dotted line runs through the center. The word 'LIBRARY' is written in large, light blue, semi-transparent letters at the bottom.

质的飞跃

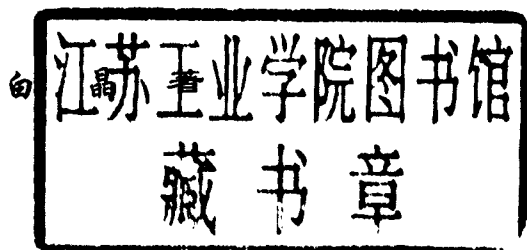
——数字图书馆个性化信息服务

白晶 著

黑龙江教育出版社

质的飞跃

——数字图书馆个性化信息服务



黑龙江教育出版社

图书在版编目(CIP)数据

质的飞跃:数字图书馆个性化信息服务/白晶编著.
哈尔滨:黑龙江教育出版社,2006.6
ISBN 7-5316-4613-7

I. 质... II. 白... III. 数字图书馆—图书馆工作—研究 IV. G250.76

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 068570 号

项目名称:数字图书馆个性化信息服务及应用

项目编号:10542143

所属学科:图书馆学

项目级别:黑龙江省教育厅人文社会科学研究项目

质的飞跃—数字图书馆个性化信息服务

Zhi de Feiyue—Shuzi Tushuguan Gexinghu Xinxi Fuwu

白晶 著

责任编辑	宋怡霏 王瑗琳
封面设计	付旭
责任校对	徐岩
出版发行	黑龙江教育出版社 (哈尔滨市南岗区花园街 158 号)
印 刷	黑龙江商务印刷有限责任公司
开 本	850×1168 毫米 1/32
印 张	8.75
字 数	230 千
版 次	2006 年 5 月第 1 版
印 次	2006 年 5 月第 1 次印刷
书 号	ISBN 7-5316-4613-7/G·3513
定 价	18.00 元

目 录

第一章	数字图书馆个性化信息服务关键问题	(1)
第二章	数字图书馆个性化信息服务的相关理论	(13)
第三章	信息资源的共建共享	(38)
第四章	管理	(72)
第五章	信息素养	(102)
第六章	信息检索	(135)
第七章	个性化信息服务方式	(183)
第八章	对个性化信息服务质量的评价	(223)
第九章	数字图书馆产业化及其品牌	(250)

第一章 数字图书馆个性化信息服务关键问题

现代信息技术的高速发展,无论哪一个图书馆都想知道自己未来的前景,其原因就是如何跟上发展的速度。在《价值变迁》(Value Migration)这本书中提到,例如钢铁、通讯、医疗及娱乐等产业,顾客需求与产业间竞争每几年便会有极明显的改变。前一年的制胜策略可能会因为今天的滞后而造成惨败。这就如同某些人所观察的一样,世上有两种公司:一种是顺应变化的公司,另一种则是即将走入历史的公司。

《科特勒营销自白书》中提到杰出的营销型企业都不遗余力地去了解、弄懂顾客的需要、欲望和需求。科特勒^[1]在许多研究讨论会上要求众家经理描述他们如何看待今日的消费者。经理们的回答是:

- ①顾客变得愈来愈难以捉摸,且对价格日益敏感;
 - ②他们在各国供应商处可看到愈来愈多的同等级的产品;
 - ③他们对制造商品牌愈来愈不敏感,且愈来愈能接受经销商品牌和无品牌式商品;
 - ④他们有高度的服务期望;
 - ⑤他们对供应商愈来愈没有忠诚度。
- 在科特勒问道“营销工具的成效如何”时,回答是:
- ①自身的产品与竞争者的产品并无太大不同;
 - ②公司争取销售时虚掷了许多花费巨大的服务与后续资源;
 - ③自身的定价和竞争者相去不远;
 - ④广告费用日益昂贵,但效果愈来愈差;

⑤公司花太多钱在促销上;

⑥销售人员的成本逐渐上升。

汪力^[2]为其总结为,以上这些经理人所回答的问题,都意味公司在试图改善市场表现上,正面临强大的挑战。科特勒要求这些经理人员列出制定营销策略和战术时面对的主要问题。从中总结出成功企业的特征、成功因素以及营销部门所扮演的角色。以此作为企业寻求发展的楷模。

随着时代的变化我国图书馆的公益性质日趋减弱,产业化趋势正在形成。《科特勒营销自白书》一书中所描述的各类营销特征正悄然取代着图书馆的公益性服务,如国家图书馆,从根本上改变了原有的无偿服务方式,几乎所有特色服务都纳入有偿服务之中。具体收费情况如下:

文献传递,以本馆资源和各类数据库为基础,以其他图书馆和各个情报机构为外延,由专业的图书馆员代为检索,为用户提供查询服务。

服务项目:代检、静电复印、胶片还原、扫描、打印、拍照、刻录、装订、普通邮寄、挂号、EMS、E-mail、网上传递(Ariel、E-mail、FTP、P2P等)等一条龙服务。

服务方式:通过网上申请、E-mail、电话、传真、到馆等多种途径。

回复时间:在2个工作日内。

收费标准:如果需要的文献量不是很大,中心在接到申请后可直接为用户查询,然后通过寄汇款通知单的方式通知用户所付费用;如果用户需要的文献量比较大,需先汇寄部分预付款,按照多退少补的原则办理,文献查完后结账。

凡属本馆馆藏,每条收资料检索费5.00元。本馆缺藏需要到外馆查印文献的,每条收资料检索费10.00元。专利文献每条收资料检索费15.00元。

邮寄费一般每件为 8.00 元,特快专递收代办费每件 5.00 元,本市特快专递费 10 元。

影视拍摄:①有文献来源的收检索费 5 元/本,无文献来源按专题费收取。

②资料费 2 元/拍。

③场地费 100 元/小时。

“急件”费用加倍。

通过 Ariel 系统传输的,10 页(国内)以内收费 20.00 元,超过 10 页,2.0 元/页。

专题检索,以本馆馆藏为主,辅之以近 2 万种中外文全文电子期刊;博、硕士论文,学术会议论文,以及千余种中、西文等世界著名检索期刊及数据库。内容覆盖生物医学、化学化工、计算机科学、电子工程、材料科学、食品科学、人文学、社会学、心理学、法律法规、图书情报学、经济学、商业贸易等各领域,数据量近亿条。根据用户需求,为用户提供某一特定主题,在用户指定的年代范围和文献范围内进行专业检索,为用户提供相关文献的文摘、书目索引或文献资料汇编及图片。

收费标准:开题费 300 元,另根据所查找文献资料的难度和广度加收不等。

“急件”费用加倍。

馆际互借,适用于本馆缺藏文献的需求,借阅范围局限于全国各地图书馆。

收费标准:中文图书 10 元/本,外文图书 10 元/本(含邮寄费)。如果超期未还,需交纳逾期使用费:外文图书每本 0.5 元/天,中文图书每本 0.3 元/天。

国际互借,分向本馆申请资料和通过本馆向国外申请资料两个部分。主要以向本馆申请资料为主,面向国外用户,其中借书服务对象涵盖各类图书馆,文献提供服务面向所有文献需求者。同

时提供各类咨询服务,或将有关问题转至馆内相关部门。所借图书均航空邮寄,文献传递可使用航空邮寄,Ariel 和 E-mail 传递。

收费标准:借书每册 23 美元。文献提供每 20 页 12~14 美元,不足 20 页按 20 页计。咨询服务实行先报价再服务之方式。

国家图书馆有偿服务的形式,引发了我们的深层思考。面对日益变化的世界,图书馆应如何去迎接挑战呢?找出解决问题的切入点,只有发现问题,才能解决问题。任何事物的发展,都是量变到质变的过程,质的变化,标志着新时期的到来。从传统图书馆到数字图书馆,是一个质的飞跃,实现这一飞跃,需要图书馆业内人士的共同努力。

1. 规范理论

理论是对事物的合理解释和预测,是对客观事物本质及其运动规律的科学认识,是关于应该做什么的规定和建议。它既是实践的总结,又是实践的向导。正确的理论,会引导人们走向正确的方向,错误的理论会引导人们走上歧途,这是众所周知的道理。但就现在图书馆理论界而言,理论正如互联网上信息资源一样,海量生产,杂乱无章,只是数字图书馆的定义,就不下百余条。这些定义中,重复的只是变换解释词语的自然占大多数,而东拼西凑的也不少,更让人无法认知的是,那些从边缘学科引来的名词,艰涩难懂,把使用工具说明也当成了理论研究。王正兴在《网络时代图书馆学理论研究批评》中,为现代图书馆学理论总结出四种假象:

①种族假象:二律背反充斥图书馆学研究论坛。种族假象是指人们常把人类的本性混杂到事物本性中,因而歪曲了事物的真相。其常见的表现为先入为主的偏见;思维常常自觉不自觉地受情感或意志的支配;经验的使用知性带来的先验假象。

②洞穴假象:新理论层出不穷或固守传统的图书馆理论阵地。主要表现为从个体的性格、爱好、所受教育、所处环境来观察、理解事物,因而歪曲事物真相;用很深癖好的学科的眼光来从事哲学或

一般性的思考,并依照这些学科的概念给事物一种极不真实、极不适当的色彩;天性、癖好、习惯的差异带来的片面性。

③市场假象:术语混乱对图书馆学理论研究带来的负面影响。表现为,我国图书情报界在信息、文献、情报、资讯等一系列基本要领的引用上比较混乱,对图书馆学的学科性质、研究对象、理论体系、结构层次常常各执其词,甚至互不相通。

④剧场假象:时髦论点、华丽词藻虚幻了客观的图书馆真实。剧场假象是指不加批判而盲目顺从传统的或当时流行的各种科学和哲学的原理、体系及权威而形成的错误。在图书馆界具体表现为计算机在图书馆的应用和信息科学的高度发达,使图书馆许多研究者把在研究图书馆理论时,远离了客观现实,走入“虚幻”境界。

郑全太在《20世纪中国图书馆研究中的“西方中心论”倾向评析》中提出了“西方中心论”倾向问题,文庭孝《我国情报学发展的危机种种》,亦把目前图书馆理论界的混乱说得淋漓尽致。

数字图书馆理论规范,已成为图书馆专家们所要亟待解决的问题。我国数字图书馆正处于向前发展阶段,比其他行业更需要领头人,先头兵,特别是那些连第一步还没有迈出去的中小馆。俗语说:没有规矩就不成方圆,数字图书馆个性化信息服务的实施,亟须专家们在理论上的正确指导和实际帮助。希望图书馆界的专家们,尽早为图书馆理论作出权威性的认可和定义。

2. 掌握方法

方法分狭义和广义两种。狭义的方法是指研究自然科学中的一般方法,如观察法、实验法、逻辑方法等等。广义的方法是指研究一切科学的最普遍的方法。科学的方法,对事物的发展有一定的促进作用。但是,若片面的唯方法而方法,则会阻碍事物的发展。当前,关于数字图书馆个性化信息服务的方法很多,但却没有形成体系,《数字图书馆个性化信息服务方式》一文,把个性化信息

服务归纳为七种:①信息分类定制服务方式;②信息推送服务方式;③信息智能代理服务方式;④信息垂直门户服务方式;⑤信息帮助检索服务方式;⑥数据挖掘服务方式;⑦信息呼叫中心服务方式。而就我国各图书馆的人才配备与经济状况而言,能具备所有实践操作平台的图书馆屈指可数。因此,各图书馆要按照自己的实际情况,根据周边用户特点,开发复合自己的服务方式,自己确定网上信息的采集、加工、整合方式,自己开发适合本馆的文献信息检索系统及适合自己用户群的服务模式。不要盲目去引用各种服务机制,要量力而行,多考察、多调研,把向用户传递信息,更好地实现数字图书馆个性化信息服务作为工作重点,做好组织宣传,扩大自己的服务市场,以鲜明、难忘的方式把数字图书馆个性化信息服务具体化。“拿来主义”不是对所有事都是贬义的,该崇尚时要崇尚,该扔掉时要扔掉,这才是真正为大局所想的工作态度。

3. 管理

传统图书馆的管理机制与国家行政部门管理机制设置基本相同,管理手段也十分相似。即图书馆管理者只需为工作人员营造一个良好的工作环境,和谐融洽的管理气氛,再制定出一些严格、周密的管理制度;给读者一个整洁、舒适的阅读环境,让读者享受到高质量的服务,就可以高枕无忧了。而目前世界范围的 WWW 正以每 9 个月增加一倍的速度飞速发展,网络环境带来社会信息现象的变革,社会发展和技术进步日新月异,信息传播手段与日俱增,作为知识传递主体的图书馆如何能以最快捷的服务方式实现用户的超需求,成批量增长的信息服务手段以什么为标准去选择,工作人员的业务素养如何快速得到提高等等,一些突发性的问题接踵而至。此时图书馆的管理者如不“洗脑”,思维仍定格于传统的服务意识之中,不去构想新型的管理模式,那么势必给工作带来损害,严重者阻碍图书馆事业的向前发展。

传统图书馆自身具有很强的“个性”，这一“个性”就是各部门之间的独立性。比如说，传统图书馆中的参考咨询室，它自身就有很明确的服务宗旨——为用户提供疑难问题的解答。至于解答结果的好坏，只在于工作人员自身的业务素养和职业道德素养，而对于它优与劣的评价只是用户反馈的意见，不是图书馆馆长的“大政方针”。数字图书馆个性化信息服务方式，在原有的传统图书馆参考咨询服务方式上有了进一步的发展和变化，他不但有很强的知识性，还具有很强的技术性，他需要管理者一方面具有最先进的管理理念，另一方面还要认识和掌握最先进的技术手段等。个性化信息服务的最高目标是不需要用户的请求而及时主动地将数据信息传送给用户，并且可以根据用户特定的信息需求为其提供个人定制的检索界面。这一切要求数字图书馆个性化信息服务的管理者，必须把部门单纯化，自己问题（服务方式、资金使用、服务时间等等），自己解决，图书馆的管理者应该成为各基层部门的支持者、协调者、分配者、监督者。

营销学讲求效率、效果和社会责任。图书馆的管理者也应该从这几方面考虑我们的个性化信息服务管理问题。

管理者最具建设性的反应“应为持续的创新，应拒绝满足现状”。

4. 文献资源建设

文献信息资源是实现数字图书馆个性化建设的物质基础，它包括传统图书馆中的纸质资源建设和网络资源建设两部分内容，其中，传统的信息资源建设的内容和方式已无法适应当今信息资源数字化、信息传统网络化、信息管理自动化发展的要求。现代技术在图书馆的广泛应用，网络技术在学习、工作、生活中不断渗透，使图书馆的资源建设发生了根据变化，如果图书馆仍以传统的资源建设方式去进行其“小而全”的馆藏建设，那么，此图书馆离倒闭也就为期不远了。

目前,图书馆的文献信息资源建设,主要以网络文献资源建设为主。网络资源具有丰富性、再生性、多样性、变化性、共享性等特点,这一特点完全符合现代社会高速变化的需要。尤其是它的共享性,是促使文献信息资源加速建设步伐的主要因素。因为网络上资源具有丰富性的特点,这一特点从根本上打破了信息资源时空性的界限,任何一个图书馆都必须依靠网络信息文献资源来提供广泛的信息服务。因此,文献资源的共建共享,已成了现代文献信息资源发展、建设的主要方向。

文献信息资源建设是一项巨大的工程,我国最早的“211”高校自建的校内文献保障系统,成为数字图书馆实现文献资源共建共享的楷模。目前,这一系统已从“CALIS”发展为“CADLIS”。CADLIS系统在“十五”期间的主要建设内容和任务是:按照“统一规划、分工实施、紧密协调、共建共享”的原则,加强数字图书馆标准与规范、数字化文献资源、技术支撑环境和文献服务体系建设,进一步完善和强化系统的、统一的信息检索、馆际互借、协调采购、联机编目和参考咨询等功能。我们相信,这一系统的完成,将为数字图书馆个性化信息服务事业的发展,带了一个新的契机。

5. 图书馆产业化

关于21世纪图书馆发展走向是许多图书馆工作者谈论的热点话题。在2000年以前,就有人提出图书馆产业化问题,这是一个比较有争议性的问题。有人认为,图书馆是公益事业,图书馆不能同市场混为一谈,即使目前图书馆已存在服务收费、建立书吧、歌吧等等现象,也只是以一种租赁的形式出现,不能算是产业。本人认为,图书馆完全产业化已是必然。信息技术的高度发展,用户需求的增强,信息产品的商品化等,已标志着数字图书馆产业化的开始。另外,各类信息企业不断涌现,它们凭借自己雄厚的经济实力和强大的技术支撑,挤进了信息服务市场,从图书馆潜在的竞争对手,转变为实实在在的强大竞争对手,也就是说,文献信息服务

已不单纯是图书馆自家的事了。面对这种情况,图书馆如果不从传统的樊篱中挣脱出来,就会与其他企业、公司一样,逐渐走入低谷,甚至关门、倒闭。如目前我国许多中小城市的公共馆,不是现在,而是从90年代就已经开始走向靠出租房屋、办各类学习班等来维系馆员切身利益的道路。另外,数字图书馆个性化信息服务,是在“以人为本”的前提下发展起来的,“人”的需求不是固定的,而且随着社会物质文明的高度发展,精神文明也高度发展起来了。用户的需求,不再是馆员简单的“有”或“没有”就可以达到服务要求,他们要的是“超满意”,不但在他们所需要的时间内提供出他们所需要的文献,而且还希望馆员能提供出他们自己没有表达出来的文献需求。用户的这种“超满意”需求,为图书馆服务工作的开展,提出了更严峻的课题。图书馆需要最先进的服务理念、最先进的设备、最高端的人才,所有这一切,公益性的图书馆是不能马上解决的。尤其在我国,“地大物博,人口众多”。

收费,对于图书馆业来说,是一种应对商业机构挑战的策略。中国国家图书馆馆长詹福瑞认为,由于个性化信息服务面向个性化解决方案,关注的焦点已不再停留在是否提供信息上,而在于是否通过服务解决用户的实际问题。他表示从单纯的提供信息向知识导航、知识评价与信息咨询转变,是图书馆信息服务职能发展的一个趋势。

上海图书馆副馆长缪其浩说:“世界上最大的图书馆——美国国会图书馆的‘国会研究部’,有近800名涉及各领域的全职研究员,专门为国会提供信息服务。加里福尼亚州州立图书馆等美国州立图书馆也为政府决策研究、本地区产业形势分析以及具体的企业提供个性化服务方案。”

上海图书馆科技情报研究所信息咨询与研究中心主任陈超说:“针对个性化信息服务的收费符合公正原则,也不违背公益性。图书馆的硬件设施和工作报酬是花纳税人的。面对公众的服务理

应免费,但针对个体提供信息服务需占用大量劳动时间,不收费对其他纳税人不公平。”

美国国会图书馆副馆长迪安娜·马库姆认为,“既然商业性机构已经将自己的身份模糊化,超越了传统的服务范围,那么非营利性的数字图书馆也有理由转化身份应对挑战。”

我国国家图书馆曾为“两会”代表服务。在全国人民代表大会和全国政协大会召开期间,接受全国人大代表和全国政协委员的委托,就其议案、提案和参政、议政提供法律文献咨询服务。法律文献咨询是国家图书馆社科咨询室咨询服务工作的重点内容之一。他们先后承担并完成了引渡法、行政监察法、反垄断法、商会法、人民防空法、经纪人法、商业秘密保护法等数十部国家法律立法草案的文献咨询,并在实践中逐步形成了独具特色的法律文献咨询服务。而这些服务都不是免费的。

新加坡图书馆是公认的世界上管理最优秀的图书馆,它明确提出了发展商业化信息服务的策略。大英图书馆则于2003年提出用信息帮助英国企业提高市场竞争力。越来越多的日本图书馆也强调面向中小企业的有偿服务。

依此,我们可以肯定地说,图书馆产业化将因图书馆个性化信息服务的发展而成为一种必然。

6. 信息素养

信息素养包括馆员信息素养和用户信息素养。

学科馆员是介于信息资源和学科专业用户之间的信息组织者和传播者,既要具有较高的信息素质和信息意识,又要有较强的信息组织加工能力,并对所收集、组织、加工的信息通过各种形式和途径提供给用户。信息素养是每个优秀的学科馆员所必备的条件之一。

随着现代信息技术的飞速发展,网上信息资源海量涌现,现代用户越来越需要一种系统化、专门化、个性化以及高技术含量的创

造性服务,这种服务要求学科馆员应具备一定的计算机文化、超媒体文化和网络文化;具备一定的信息意识情感、信息伦理道德、信息知识与信息能力。信息素养是决定学科馆员服务质量高低的前提。

人才和文献是图书馆事业的两大物质基础。目前图书馆专业受市场经济和人文观念的影响,优秀的专业人才流失较多,进入甚少,加强现有工作人员的业务培训,以补学科馆员数量之不足,已成为一种时代的需要。

“以人为本”是现代图书馆领域大力提倡的。个性化信息服务质量的好坏,关键是馆员自身素养的高低。一个好的学科馆员除了具备对本岗位的热爱、创新精神和严谨认真的职业道德,还要求他们深入了解用户的信息需求,为对口学科提供深层次优质服务,定题全程服务,跟踪学术研究动态,追踪学术前沿,对一些热点问题、代表论著、新观点等进行收集,并分析研究等,以便及时提供学科文献需求信息。另外,要为对口学科提供信息教育和培训,编写对口学科的读者参考资料,包括利用图书馆的主题指南和新资源使用指南等,及时宣传图书馆新增加的资源及服务项目,指导他们掌握最新的信息检索技术手段,帮助他们充分利用新型信息资源。于此,培养具备分析、整合、创新能力的个性化信息服务的专业信息人才,创建一支优秀的学科馆员队伍,建立图书馆学科馆员制度,已成为数字图书馆八大关键问题之一。

“通过管理创新,构建人力资源的开放系统是培养学科馆员队伍的前提;建立行之有效的选拔和培训制度是学科馆员制度得以顺利实施的关键;人才引进是学科馆员制度能够深入发展的保障;科学的人才激励、竞争机制是实现学科馆员制度的重要手段。”

我国《〈基础教育课程改革纲要(试行)〉解读》一书中首次提出“信息素养”一词,并强调其目的是为了来表述新时代对人类的新

要求。提出“信息素养”而不是“信息素质”、“信息能力”,是因为“素养”比“素质”更加强调教育对能力的影响。

我国的图书馆事业曾经沉睡了近二十年,一觉醒来世界就大变了。信息产业高速发展,信息资源“爆炸性”增长,信息检索手段丰富多彩,人们从高喊知识资源困乏发展到抱怨被淹没在信息的汪洋之中。为了改变这种状况,我们的工作人员作了不懈的技术努力,制定出一系列检索模式,搭建了无数的信息检索平台,但如何使用,是摆在用户面前的又一难题。培养用户的信息素养,是个性化信息服务的关键。

传统的图书馆用户服务,采用的是面对面的服务方式,用户以“受”方形式出现,他们所做的工作是把问题提交给馆员,就万事大吉。数字图书馆个性化信息服务,是指能够满足用户的个体信息需求的一种服务,这种服务方式主要在网络上进行,不受任何时空限制。这种服务一方面能够满足用户的个性需求,服务的质量和效率也会很高,但这种服务同时也是一种互动式服务,它对被服务的对象也有一定的要求,这就是所谓用户的信息素养。首先,用户要对网络有一个基本的了解,如搜索引擎的选择和各种搜索引擎的使用方法,如何适中确定检索词范围,如何使用 Web 网页等等,所有这些问题,都要求用户要具备一定的信息素养和文化水平,否则,无法实现自己的需求。

如何提高用户信息素养是数字图书馆实现个性化信息服务中的基本问题,它需要馆员的努力,需要社会各教育系统的支持,更需要用户自身认识的提高。

第二章 数字图书馆个性化信息服务的相关理论

目前有关数字图书馆个性化信息服务的理论颇多,理论的收集和运用已成为一个很麻烦的问题,解决之道,便是在海量的信息中,提取出具有普遍认知的理论,以指导人们的实践活动,进而促进个性化信息服务事业的发展。

1. 市场营销理论

我们知道,构成营销学理论基础的最基本概念就是需要、欲望和需求。《科特勒营销自白书》一书中指出:“人类需要是指感受到的匮乏状态。这些需要包括对食物、衣服、房屋和安全的物质需要,对亲密忠诚和慈爱仁义的社会需要,以及对知识和自我表达的个人需要。这些需要不是市场营销商创造出来的,而是人类自身本能的基本组成部分。人们靠产品来满足他们的欲望和需要。”

从市场营销学理论的角度来谈个性,个性就是指每个人在不同的时间、地点会对每种服务的特质有不同质量的要求。如,每位来到图书馆的用户都希望得到好的服务,但用户对“好的服务”看法却各不相同。有些用户希望一进图书馆就能检索到自己所需要的文献,就能看到一张热情洋溢的笑脸;有些用户却会觉得一进图书馆便看到这种笑脸很不舒服,馆员的脸太热情不够淑女。这样意见来了,麻烦也就来了。

消费者行为研究是指研究个人、集团和组织究竟怎样选择、购买、使用和处置商品,服务、创意或经验,以满足他们的需求和愿望。对数字图书馆个性化信息服务的研究亦是对用户个体、用户群的需求和愿望的研究。