

图书馆 知识管理

◎ 刘贵琴 著

TUSHUGUAN
ZHISHI GUANLI

安徽大学出版社

图书馆知识管理

刘贵琴 著

安徽大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

图书馆知识管理 / 刘贵琴 著. —合肥: 安徽大学
出版社, 2007. 2

ISBN 978-7-81110-256-7

I. 图... II. 刘... III. 图书馆管理 IV. G251

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 024999 号

图书馆知识管理

刘贵琴 著

出版发行	安徽大学出版社	印刷	中国科学技术大学印刷厂
	(合肥市肥西路 3 号 邮编 230039)	开本	850×1168 1/32
联系电话	编辑室 0551-5108458	印张	8
	发行部 0551-5107784	字数	200 千
电子信箱	ahdxchps@mail. hf. ah. cn	版次	2007 年 2 月第 1 版
责任编辑	徐建	印次	2007 年 2 月第 1 次印刷
封面设计	孟献辉		

ISBN 978-7-81110-256-7

定价 18.00 元

如有影响阅读的印装质量问题,请与出版社发行部联系调换

目 录

第一章 绪论	1
第二章 知识管理与图书馆	19
第一节 知识管理与文献管理	19
第二节 图书馆知识管理体系的构建和完善	33
第三节 高校图书馆的知识管理	42
第四节 图书馆员的个人知识管理	52
第三章 知识管理与图书馆创新	63
第一节 图书馆管理的本质在于创新	64
第二节 图书馆知识管理创新	67
第三节 知识管理的服务方式	85
第四章 知识管理与知识产权	99
第一节 网络环境下的知识产权	99
第二节 数字图书馆与知识产权	116
第三节 图书馆的知识产权保护	128

第五章 知识管理与馆员激励机制	136
第一节 信任	136
第二节 激励	144
第三节 图书馆的激励机制	155
第六章 知识管理与数字图书馆	163
第一节 数字图书馆建设	163
第二节 数字图书馆的知识管理	181
第三节 数字图书馆的人本管理	188
第七章 知识管理与图书馆员的终身教育	196
第一节 新形势对馆员的新要求	196
第二节 终身教育与继续教育	200
第三节 终身(继续)教育中的网络教学模式 ...	207
第八章 国外图书馆知识管理	215
第一节 国外图书馆的人才培养	215
第二节 国外虚拟参考咨询服务	221
第三节 国外图书馆的特色服务	227
第四节 国外数字图书馆的发展趋势	233
参考文献	239
后记	250

第一章 绪 论

知识管理的概念起源于 20 世纪 90 年代,首先由企业界提出来。被誉为“知识管理之父”的卡尔·爱瑞克·斯威比博士说过:“随着经济日益全球化,迅速吸收和掌握最先进的管理方法和经验是提高企业核心竞争力的重要手段。而知识管理作为目前全球范围内高度关注的重要经济课题,对于帮助企业在知识环境下如何将知识转化为生产力,提升可持续发展的竞争力等都具有极大的实践意义。”社会经济的发展帮助人们拓展了认识,企业一方面已认识到不可再生的物质资源的有限性,因而社会和经济的持续发展必须依靠能源以外的活力——知识;另一方面对于非连续变化的经济环境,如果仍然采取固有的管理和竞争模式,企业的适应性、竞争能力和生存能力都要受到极大的威胁。基于以上两点,企业认识到只有利用先进的信息技术,充分调动人的积极性,促进知识创新,形成知识生产、传播、交流和利用的良好环境,才能保证企业的竞争优势。这是知识管理的本质内容,因此,知识管理是知识经

济时代的产物。

一、知识管理的概念

作为管理领域的新生事物,知识管理无论在理论上还是在实践领域都还未形成广泛一致的定义,解释可谓多种多样。

APQC(American Productivity & Quality Center,美国生产力和质量中心)对知识管理的定义是:知识管理应该是组织一种有意识采取的战略,它保证能够在最需要的时间将最需要的知识传送给最需要的人。这样可以帮助人们共享信息,并进而将其通过不同的方式付诸实践,最终达到提高组织业绩的目的。

美国的维娜·艾利对知识管理的定义是:“帮助人们对拥有的知识进行反思,帮助和发展支持人们进行知识交流的技术和企业内部结构,并帮助人们获得知识来源,促进他们之间进行知识的交流。”

奎达斯将知识管理看做“一个管理各种知识的连续过程,以满足现在和将来出现的各种需要,确定和探索现有和获得的知识资产,开发新的机会”。

美国的德尔集团的创始人卡尔·弗拉保罗对知识管理的定义很简单:“知识管理就是运用集体的智慧提高应变和创新能力。”

巴斯认为,知识管理是指为了增强组织的绩效而创造、获取和使用知识的过程。

斯继拜从认识论的角度对知识管理进行了定义,认为

知识管理是“利用组织的无形资产创造价值的艺术”。

欧勒锐认为,知识管理是一种有目的的管理进程,它通过对信息管理 and 学习组织的合理实施,以加强组织内部知识的运用,服务于组织的整体利益。

马斯认为,知识管理是一个系统地发现、选择、组织、过滤和表述信息的过程,目的是改善雇员对待特定问题的理解。

维格指出,知识管理主要涉及四个方面:自上而下地监测和推动与知识有关的活动,创造和维护知识基础设施,更新组织和转换知识资产,使用知识以提高其价值。

Malhotra 在其新作“Deciphering the knowledge management hype”中认为:知识管理是企业在面临不断变化的非连续性环境时,针对组织的适应、生存和竞争能力所采取的一种迎合性措施。在本质上,它包含了组织的发展过程,并力求将信息技术中的信息与数据的处理能力和人的生产与创新能力有机结合起来。

国内研究“知识管理”的专家邱均平教授集众家之所长,从狭义和广义两个方面定义了知识管理:所谓狭义的“知识管理”,主要是对知识本身的管理,包括对知识的创造、获取、加工、存储和应用的管理;而广义的“知识管理”,不仅包括对知识进行管理,而且还包括对与知识有关的各种资源和无形资产的管理,涉及知识组织、知识设施、知识资产、知识活动、知识人员的全方位和全过程的管理。前者往往是针对某一组织(如工业)而言,而后者则一般是在全社会展开的,但两者的目的都是为了有利于知识的生

产、传播和应用,从而提高知识主体的整体素质和竞争能力,最终促进经济和社会的发展。

我个人认为:知识管理就是如何更好地利用显性知识和隐性知识。显性知识易于整理和进行计算机存储;而隐性知识则难掌握,它集中存储于员工的脑海里,是员工取得经验的体现。实施有效的知识管理所要求的远远不止仅仅拥有合适的软件系统和充分培训;它要求领导层把集体知识特别是隐性知识的共享和创新视为赢得竞争优势的支柱。

由此可见,知识管理可以从两个方面加以理解:一方面是指对信息的管理,认为知识作为对象可以在信息系统中进行识别和处理,能获得信息技术的支持;另一方面是指对人的管理,认为知识很重要的一部分来自于人的大脑之中,而知识管理就是要发掘出来自人的大脑中的这部分非编码化的信息。

总之,知识管理就是对一个组织集体的知识与技能的捕获,而不论这些知识和技能是存在于数据库中,被印刷于纸上或者是存在于人们的脑海里,然后将这些知识与技能分布到能够帮助组织实现最大效益的任何地方的过程。知识管理的目标就是力图能够将最恰当的知识在最恰当的时间传递给最恰当的人,以便使他们能够做出最好的决策。知识管理是知识经济时代的必然要求。

二、知识管理的内涵

◎知识通过有效管理最终将变成生产力,如何进行

“知识管理”则是培育核心竞争力、保证可持续发展的关键；

◎知识管理是以知识共享为核心的管理模式，能够增强企业的核心竞争力，即合作与创新提升企业核心竞争力；

◎知识是人的行为能力，知识管理能帮助企业将员工的能力发挥到最佳的程度；

◎知识管理通过有效管理、开发、增值和利用，使企业市场价值最大化，打造具有持续发展能力的成功企业。

三、知识管理的意义

现阶段有两项彼此影响而又互相矛盾的趋势：资料与信息持续繁衍——就是信息内容与科技不断成长，不但没有减缓的迹象，甚至明显加速；知识的需求——就是需要精炼信息，并据此采取可预测其结果的行为。我们将信息经济时代的这种现象称为“信息烟雾”——就是资料过多而造成的瘫痪。这也是我们要对知识进行管理的根本原因。

简单地理解，知识管理就是企业对知识进行有效的管理。知识管理对于企业来说意义主要是：①快速、激烈的市场竞争要求企业必须进行有效的知识管理。随着技术的进步，市场对于产品质量、样式和时间等，都提出了更高的要求。为了满足这些要求，企业必须拥有各种知识，例如作业流程知识、市场知识、客户知识、产品知识等。如果企业无法充分地利用知识，来提升企业的效率与快速创新

应变能力,以适应市场的变化,则会被市场淘汰。②获取市场竞争优势要求企业拥有的知识能力很难被对手模仿。通过提升知识管理提高企业的知识能力,可以保持企业在行业的领先地位,实现与其他企业在竞争上的差异化,并使对手难以模仿。③21世纪将是一个知识经济时代。21世纪,知识将取代劳动力、土地、资本,变成最重要的竞争、生存的资源。美国在20世纪70年代以后,知识和信息密集产业的就业人口已超过工业的就业人口,占其就业总人口的55%,而且有60%的出口产业皆为与知识、信息相关产业。随着知识经济时代的来临,企业将主要通过知识而不是金融资本或自然资源来获取竞争优势。企业的知识将成为和人力、资金等并列的资源,并且成为企业最重要的资源。但这并不意味着我们可以毫不费力地掌握知识,相反,掌握知识需要付出主观的努力,也就是学习。企业现代化管理的目标是实现“知识管理”,这有别于传统的“操作型管理”。以往企业在进行信息化建设时,主要是进行信息的搜集。每天,企业的员工通过文件、数据库、E-mail、新闻等获得大量的数据,但却没有有效的工具将这些数据转化为知识并传递给需要的领导或员工,结果造成企业虽然拥有大量的信息,但当决策需要查找某些数据时,却如大海捞针而无从下手。“知识管理”可以帮助组织发现存储在企业内部的所有信息,甚至是在分级数据存储系统中,并且可以将这些信息传递给需要它们的人,以进一步提高生产率。

企业所拥有的知识大致可以分为两部分,即显性知识

和隐性知识。显性知识是指记录在各种介质上的知识,如图书、档案、数据库、报表等;隐性知识是指存在于人的头脑中的未编码的经验性知识,如个人的技术诀窍、直觉、想象与创意等。

知识管理的任务是对企业的显性知识和隐性知识进行处理,并把这些知识以适当的方式方法表示出来,提供给企业员工分享、吸收、利用,从而达到知识管理的目标,即运用集体的智慧,提高企业员工的应变与创新能力,使企业具有更强的竞争力。

四、知识管理的流程

知识管理的流程主要包括:知识的定义、获取、创造、共享、利用和存储(图 1)。

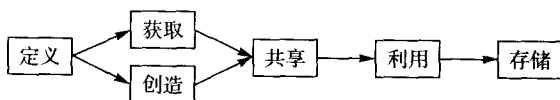


图 1 知识管理流程图

(1) 知识定义。

知识定义是通过分析企业知识现状和企业现在所需要的知识,以便充分利用企业内部已有知识和发现企业需要获取的新知识,即“知识缺口”。知识定义包括企业内知识定义和企业外知识定义。企业内知识定义就是要分析员工的知识、团队的知识、工作的知识和企业的知识。通过对这些内部知识的发现,就能够定义知识的位置,有利于整个企业对知识的共享和利用。企业外知识定义主要

是指对存在于企业之外的企业所需要的知识进行分析,发现这些知识所在的位置。外部知识一般主要存在于顾客、学术研究机构、供应商、合作伙伴、外部专家和合作伙伴等。

(2) 知识获取。

当知识定义发现了企业的知识缺口和了解了外部知识所在的位置后,就可以通过知识获取的手段来得到企业所需知识。外部知识获取的方式主要有三种:公开市场采购、非正式合作交流和联盟合作的方式。公开市场采购是通过市场机制来购买专利,招募专家以获得知识;非正式合作交流是通过一种非正式的网络,与顾客、供应商和合作伙伴进行交流;联盟合作是通过合资、入股,以及长期合约的方式与其他企业进行合作交流。

(3) 知识创造。

知识创造是指企业内部的个人、团队通过各种方法来增加企业的知识。与外部知识获取相比较,知识创造有利于培养企业自己的创新能力。未来的企业必然是以知识为主导提高自己的知识创新能力、从而提升企业在未来竞争中的地位的企业。另外,外部获取的知识在与企业文化、企业背景的兼容性上常常出现问题。因此知识的创造对于企业的知识管理至关重要。知识的创造包括员工个人的知识创造和企业的知识创造。员工的知识创造是通过对新知识的学习和探索以及在实践中发现新的知识。新知识的探索是一个充满挑战性的工作,一方面要依赖员工的直觉,另一方面要靠严密的逻辑分析来有效地发现新

的知识。员工对知识创造的积极性和提高员工的基本素质是个人创新活动的两个基石。企业应该注意培养创新的企业文化和学习气氛,同时也应该对员工进行培训。企业的知识创造相对于员工的个人创造而言更复杂,企业的知识创造强调以企业整体为单位来创造知识。企业知识创造可以通过四个主要的机制来完成:①设置专门的研究开发机构来专门负责新的技术开发;②利用不同的背景和知识的人组建团队来刺激新的创意和知识;③利用过去的经验和教训来创造知识;④利用外部的压力来刺激不断的革新和创造新的知识。

(4) 知识共享。

知识共享是知识管理流程中最重要也是最困难的一个环节。知识只有通过传播和共享,才能得到最大程度的利用。知识共享的难点主要表现在:知识的多少往往会决定知识所有者的权力、薪酬和工作安全感。一旦一个员工的知识通过共享被其他的员工获得,他将失去自己在工作上的优势,所以,一些员工对知识的共享持怀疑态度。为了加强员工间的知识共享,企业必须设计相应的渠道和机制来帮助员工共享知识。主要的渠道有正式的机制和非正式的机制。正式的机制包括:①正式的网络。正式的网络是指通过企业的信息系统由上而下地将知识进行传递,或者将知识整理,从下而上的汇总。②师傅和徒弟传授的方式。通过师傅和徒弟在工作和生活中的交流,在师傅的指导下,徒弟获取师傅的知识。③建立知识库。建立知识库,让员工能够共享知识库中的知识。一旦员工需要某一

方面的知识时,可以通过查找知识库获得相关的知识。④通过知识讨论会的形式来实现知识的共享和传递。知识讨论会一般由一个部门来主导安排,将相关的员工和专家召集在一起,通过充分自由的畅谈和讨论来达到知识共享和传递的目的。非正式的机制主要是指通过员工之间的日常交往和在非正式场所的交流来实现知识共享。

(5)知识的利用和存储。

知识的利用是指员工或者团队将自己获取的知识应用到实际的工作流程或者决策中。知识的利用是知识创造价值的过程。要有效地利用知识,首先应解决员工使用知识的动机和能力等问题。只有当员工有强烈利用知识的动机和能力,才能真正有效地利用企业和员工的知识。要充分利用知识,企业需要注意鼓励创新的文化和学习的文化。知识存储是将有价值的知识通过选择、过滤、加工后存储在一定的媒介中,以方便以后的获取和更新其中的内容和结构。知识的存储可以通过知识的反复利用来降低成本,还可以提升企业的创新能力,以及避免由于员工的流失而导致的知识流失。

五、知识管理的难点

学界、企业界对知识管理报以极高的兴趣与热情,但在实际运作中,很多优秀的企业更愿意从知识共享的角度去看待与理解知识管理,或者说,他们不喜欢把知识管理作为自己管理思想与理念的标签,而更愿意称之为知识共享,他们认为这样的表述更妥当、更精确。这种现象虽然

不是太普遍,却从另外一个角度给我们一种启示:知识共享在知识管理中具有举足轻重的地位,它是知识管理中的重点内容,是知识管理实现的前提与基础;知识共享的充分实现又是一个极其困难的问题,是知识管理有效实施的瓶颈。

知识管理,就是以人为中心,以信息为基础,以技术为手段,以知识创新为目的,把知识当做一种资源、资本、生产要素加以运营管理,通过知识的共享,运用集体的知识、技能、智慧来提高企业应变和创新能力。从内容上看,它包括隐性知识和显性知识的管理;从目的上看,它寻求信息处理能力与人的知识创新能力的最佳结合;从过程上看,它追求在整个管理过程中最大限度地实现知识共享交流与吸收利用,以达到将最恰当的知识在最恰当的时间传递给最恰当的人,使他们能够作出最恰当的判断与决策。

可见,知识管理的目标是为了有效地开发利用知识,通过对知识的识别、获取、积累、交流、学习、创造来达到知识管理的目标,实现知识的价值;其前提与基础是知识的获取与积累,其核心是知识的交流与学习,其追求的目标是知识的吸收与创造,从而最终达到充分利用知识获得效益、获得先机、获得竞争优势的目的。在这个过程中最根本的前提是知识的存在,包括知识的质与量。而要拥有足够量与质的知识在于知识的积累与共享,因为个体的经验、知识和智慧都是相对小的,而一个组织团体的知识是相对大的,如何使一个组织的所有成员交流共享知识是知识管理达到最佳状态的关键。对于一个组织或者企业来

说,创新是其保持竞争优势的源泉,而创新本身是一种新知识的创造,这种创造离开知识的交流共享与学习则无从谈起。因此我们可以下这样的结论:知识共享是发挥知识价值最大化的有效途径,知识共享是知识管理的基点,是知识管理的优势所在。

然而,知识共享不是能轻易实现的。在实践中人们不难发现,个人往往倾向于乐于获取他人的知识,却不愿向他人提供自己所拥有的知识,这种现象,事实上就造成了知识共享的障碍,使企业员工的知识难以共享或共享不充分。由此产生了知识共享的悖论:一方面知识共享能够增加企业的创新能力,为组织创造更大的效益与价值;而另一方面知识共享与员工个人利益之间又存在着冲突,造成现实生活中员工之间不愿意共享知识或者知识共享不充分。这是一个难以解决的悖论,也因此,知识共享成为知识管理中的难点问题。

(1)知识共享主体——人的分析。

首先,人的本性决定了知识共享的难度。一般情况下,人们倾向于做有利于自己的事,而不愿意做牺牲自己利益而让别人得益的事。在知识共享行为中,人们不太愿意把自己通过努力获得的知识无偿地送给他人,更不希望在自己的知识被他人获取之后对自己的地位形成一种取代或竞争威胁,因此,人们往往为了维护自己的利益不得不谨慎地对待知识共享问题;倾向于垄断知识,尽量使知识为个人所有从而塑造自己的竞争优势,而不愿意让自己的知识被共享。更何况,研究与创新知识成果的获得需要