

图书馆服务与服务体系研究

TUSHUGUAN FUWU YU FUWU TIXI YANJIU

刘月学 吴凡 高音●主编



西北农林科技大学出版社

图书馆服务与服务体系研究

主 编 刘月学 吴 凡 高 音
副主编 杨 桦 杜跃华 周荣红

西北农林科技大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

图书馆服务与服务体系研究 / 刘月学, 吴凡, 高音
主编. — 杨凌 : 西北农林科技大学出版社, 2018. 6
ISBN 978-7-5683-0492-4

I. ①图… II. ①刘… ②吴… ③高… III. ①图书馆
服务—研究 IV. ①G252

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 137094 号

图书馆服务与服务体系研究

刘月学 吴凡 高音主编

出版发行 西北农林科技大学出版社

地址 陕西杨凌杨武路 3 号 邮 编: 712100

电话 总编室: 029—87093105 发行部: 87093302

电子邮箱 press0809@163.com

印刷 长春市昌信电脑图文制作有限公司

版次 2018 年 8 月第 1 版

印次 2018 年 8 月第 1 次

开本 787mm×1092mm

印张 20.5

字数 460 千字

ISBN 978-7-5683-0340-8

定价: 30.00 元

本书如有印装质量问题, 请与本社联系



前言

早在公元前 3000 年人类社会就出现了图书馆的雏形，它源于人们保存记事的习惯，经过 5000 多年的发展，图书馆逐渐演变成搜集、整理、收藏图书资料以供人阅览和情报服务的文化参考机构。它具有保存人类文化遗产、开发信息资源、参与社会教育等职能，随着社会经济文化的发展，又滋生出很多类型，如：国家图书馆、公共图书馆、大学图书馆、专业图书馆等，在社会文化活动中承担不同的任务与角色。长期以来，图书馆界对围绕图书馆服务进行了各方面的研究和实践，在不同时期赋予了图书馆服务不同的内涵。

图书馆的服务泛指利用馆藏资源和空间设施为读者提供文献和情报的一系列活动，它不仅通过阅览和外借的方式向读者提供印刷型书刊资料，而且还提供文献缩微复制、参考咨询、编译报道、情报检索、情报服务、定题情报检索、专题讲座、展览以及图书馆的空间和设施服务。期间经历了从封闭到开放，从仅提供一次文献到兼提供二、三次文献服务的漫长历史过程，有时也把图书馆的服务混同于图书馆读者工作，把对读者工作的研究代替了对图书馆服务的研究。现代科学技术，特别是计算机技术、声像技术、通讯技术、缩微技术等 在图书馆的广泛应用，使图书馆服务方式和服务手段日益多样化，服务范围也日益扩大和发展，服务效率不断提高。同时，随着互联网技术的普及，开始出现电子版图书，使信息的载体更加丰富，让人们可以更方便快捷地获取信息。图书馆服务正沿着社会化和自动化方向迅速发展，图书馆服务在人们的物质生活和精神生活中将发挥越来越重要的作用。

进入 21 世纪，图书馆的转型和数字图书馆及智慧图书馆的涌现，使图书馆服务的内涵也在不断地扩大，其服务体系越来越丰富和复杂，在图书馆的工作中发挥越来越重要的作用。图书馆的服务体系就是读者服务方法体系，它是由诸多服务体系构成的多功能、多层次的有机整体。这个体系包括文献外借服务、馆内阅览服务、馆外借阅服务、参考咨询服务、用户教育服务等等。各种服务都有其相对独立的功能、效果和适用范围，而作为整个服务方法体系的组成部分，各种方法之间是相互联系、相互补充、相互渗透、

紧密结合的。众所周知，服务是图书馆永恒不变的根本，图书馆的活动都是围绕服务而开展的。本书重点阐述图书馆服务和服务体系这两方面的内容，在某种程度上讲已经包含图书馆的全部工作内容。

全书共分 10 章，由刘月学老师统稿，具体编写分工如下：

刘月学（信阳农林学院图书馆）编写前言和第 3、7、9 章（11 万字）；

吴凡（辽宁中医药大学图书馆）编写第 6 章（9 万字）；

高音（湖北美术学院图书馆）编写第 1、4 章（10 万字）；

杨桦（江苏大学科技信息研究所）编写第 8、10 章（10 万字）；

杜跃华（邢台医学高等专科学校图书馆）编写第 5 章（3 万字）；

周荣红（广东省深圳市南山图书馆）编写第 2 章（3 万字）。

在编写过程中参阅了大量国内外同仁的著作和论文等方面的文献，在此对引用作者表示衷心的感谢。由于作者的水平和掌握的资料有限，书中难免会存在不少缺点和不足，恳请专家、同行和广大读者提出宝贵意见。



目 录

图书馆服务与服务体系研究	1
第一章 绪 论	1
第一节 服务与服务理念	1
第二节 公共文化服务体系	5
第三节 公共文化服务体系中图书馆的作用	12
第二章 图书馆服务	15
第一节 图书馆与图书馆的服务	15
第二节 图书馆服务的特点和内容	26
第三节 图书馆服务的原则	31
第四节 图书馆服务的发展趋势	35
第三章 图书馆服务体系	37
第一节 图书馆的信息资源体系	37
第二节 图书馆的信息服务体系	42
第三节 图书馆的管理服务体系	50
第四章 图书馆文献信息建设体系	61
第一节 图书馆文献采访体系	61
第二节 图书馆文献分类体系	86
第三节 图书馆文献信息编目体系	98
第四节 数据库资源建设体系	110
第五章 图书馆文献信息服务体系	115
第一节 图书馆文献信息服务	115
第二节 文献借阅服务	120
第三节 文献传递服务	127
第四节 非书资料服务	133
第六章 图书馆管理服务体系	137
第一节 信息资源共享服务体系	137
第二节 图书馆自动化系统服务体系	150
第三节 图书馆门户网站服务体系	171

第四节 图书馆自助服务体系	177
第五节 移动图书馆服务	185
第六节 图书馆空间服务	190
第七章 图书馆的人员与管理体制	199
第一节 图书馆管理	199
第二节 图书馆管理的方法和模式	204
第三节 图书馆管理的内容	209
第八章 参考咨询与信息检索服务体系	223
第一节 参考咨询服务体系	223
第二节 信息检索服务体系	245
第三节 学科馆员服务	259
第九章 图书馆读者管理体系	271
第一节 图书馆读者	271
第二节 读者管理的内容	278
第三节 读者的权利和义务	285
第十章 图书馆的读者教育	297
第一节 读者教育概述	297
第二节 读者教育的基本原则与方法	303
第三节 读者教育的内容和层次	308
第四节 阅读推广服务	312
参考文献	319

第一章 绪论

第一节 服务与服务理念

服务(Service)是工业社会因为出现了人口向城市集中的城市化和劳动分工体系的专业化,所以形成的现代化社会机构与制度。服务一般只是指社会成员之间相互提供方便的一类活动,通常可分为有偿的、直接或间接的提供方便的经济性劳动服务。服务理念则是指人们从事服务活动的主导思想,它反映了人们对服务活动的理性认识,是各种服务活动的核心。

一、服务概述

(一) 服务概念描述

服务泛指为他人做事,并使他人从中受益的一种有偿或无偿的活动。不以实物形式而以提供劳动的形式满足他人某种特殊需要。由于它是看不到摸不着的东西,而且应用的范围也越来越广泛,难以简单概括,所以直到今天,还没有一个权威的定义能为人们所普遍接受。在古代“服务”是“侍候,服侍”的意思,随着时代的发展,“服务”被不断赋予新意,如今,“服务”已成为整个社会不可或缺的人际关系的基础。社会学意义上的服务,是指为别人、为集体的利益而工作或为某种事业而工作,如“为人民服务”。经济学意义上的服务,是指以等价交换的形式,为满足企业、公共团体或其他社会公众的需要而提供的劳务活动,它通常与有形的产品联系在一起。

1. 国外学者“服务”的解释

1960年,美国市场营销协会(AMA)最先给服务下的定义为:“用于出售或者是同产品连在一起进行出售的活动、利益或满足感”。这一定义在很多年里一直被人们广泛采用。

1974年,斯坦通(Stanton)指出:“服务是一种特殊的无形活动。它向顾客或工业用户提供所需的满足感,它与其他产品销售和其他服务并无必然联系”。

1983年,莱特南(Lehtinen)认为:“服务是与某个中介人或机器设备相互作用并为消费者提供满足的一种或一系列活动”。

1990年,格鲁诺斯(Gronroos)给服务下的定义是:“服务是以无形的方式,在顾客与服务职员、有形资源等产品或服务系统之间发生的,可以解决顾客问题的一种或一系列行为”。当代市场营销学泰斗菲利普·科特勒(Philip Kotler)给服务下的定义是:“一方提供给另一方的不可感知且不导致任何所有权转移的活动或利益,它在本质上是无形的,它的生产可能与实际产品有关,也可能无关”。

2. 国内工具书和学者对“服务”的解释

《现代汉语词典》对服务做了如此释义:“为集体(或别人的)利益或为某种事业而工作”。我国学者在综合分析国外学者对服务定义的基础上,把服务定义为:服务是一个为解决某种问题,在服务提供者及服务提供系统的帮助下,消费者参与生产并从中获得体验的过程。《质量管理体系基础和术语》(2000)中对于“服务”的解释为:产品是过程的

结果,包括四大类:服务、软件、证件和流程性材料。服务通常是无形的,并且是在供方和顾客接触之上至少需要完成一项活动的结果。服务的概念至少应该包括四个基本的内容:(1)服务是一种无形的活动过程,它能给予服务对象以利益和满足感;(2)服务是与有形资源、商品或实体产品有关或相互联系的商品,具有价值并可以出售;(3)服务是一种行为或过程,它的产生由需求开始,结果是满足需求;(4)服务双方有一定交互,服务传递可以通过一定的媒介。

我国学者在综合分析国外学者对服务定义的基础上,把服务定义为:服务是一个为解决某种问题,在服务提供者及服务提供系统的帮助下,消费者参与生产并从中获得体验的过程。我们也可以这样来理解服务:服务就是本着诚恳的态度,为别人着想,为别人提供方便或帮助。

(二) 服务的特征

服务无处不在,我们可以在社会的不同活动中见到服务的踪迹。服务与有形商品不同,具有四个基本特征:

1. 无形性

无形性又称为服务的抽象性和不可触知性。服务是现象、无形和不可触知的,是无法以质量、形状、大小等标准来衡量。服务的无形性表现在:(1)服务的很多元素看不见,摸不到,无形无质;(2)读者在接受服务之前,往往不能肯定他能得到什么样的服务,因为大多数服务都非常抽象,很难描述;(3)读者在接受服务后难以对服务质量作出客观的评价。因此,为了减少服务的无形性,读者通常会借助于有形部分来对服务作出相应的认识和评价。大到图书馆的整体服务环境、小到检索机以及馆员的服饰仪表都是读者判断服务优劣的依据。

2. 异质性

异质性又称为可变性(Variability),变性,即使同一服务,由于提供者、时间、地点、环境等不同,读者感知的服务质量有差异。服务异质性产生的根源:(1)馆员原因,即馆员的态度、技能、技巧、知识、素质等影响服务的绩效;(2)读者原因,读者的知识、经验和动机,影响着服务的开展;(3)馆员和读者间相互作用的原因,对于读者而言,服务在很大程度上依赖于读者与馆员之间的交互作用,尤其是在接触性较大的服务中,表现更为明显。例如读者感知图书馆的服务,受许多因素(如馆员、时间、地点、环境,甚至读者心情)的控制和影响,往往因为这些因素的不同,使读者的感受有天壤之别。

3. 同步性

同步性又称为不可分割性,即服务生产过程与消费过程在空间和时间上是同时并存的,一般而言,服务的提供与接受是同时发生的,可以说在时间和空间上它是单向性的、不可逆的。这一特征证明,读者只有而且必须加入到服务的生产过程之中,才能享受到服务,如读者到图书馆阅览室阅读图书。

4. 易逝性

易逝性又称为不可储存性,即服务不能被储存,容易消失,服务只存在于其被产生出的那个时间点,一经生产,就必须被消费掉,否则就变得毫无用处,如图书馆的空座位、闲置的空间和设施。

二、服务理念

理念原是一个西方哲学史和西方美学史中的一个概念，包含有广泛的含义，一般可以理解为理性所产生的概念。服务理念则是人类众多理念的一种，是指人们从事服务活动的主导思想，它反映了人们对服务活动的理性认识，是各种服务活动的核心，是服务组织在创造价值的过程中，对客户或服务对象的服务原则、服务态度、服务方式的集中体现，是服务组织规范服务人员心态和行为的准则，同时，也是服务组织提供给顾客能满足其某一种或某几种需要的服务的功能、效用。顾客购买、体验某种服务，并不是为了“拥有”这种服务，而是利用这种服务来获得这些功能和效用。通俗地讲，服务理念是指服务组织用语言文字在单位内外公开传播的、一贯的、独特的和顾客导向的服务主张和服务理想。

服务理念主要包括宗旨、精神、使命、原则、目标、方针、政策等。宗旨是服务组织建立的根本目的和意图，使命是服务组织在社会经济发展中担当的任务和责任，目标是服务组织运行和发展预期达到的境地或标准，方针是服务组织在经营管理上总的发展方向或指导思想，政策是服务组织在处理内外关系或配置资源时所提出的有重点、具倾向性的观点及实施方案，原则是服务组织在其行为中恪守的准则或坚持的道理，精神则是服务组织较深刻的思想或较高的理想追求、或基本的指导思想。在服务理念中，“宗旨”和“精神”的思想层次较高，但比较抽象，缺少操作性；“目标”、“方针”、“政策”较具体，比较容易操作，但思想层次相对较低；而“使命”、“原则”的思想层次、操作性介于上述两组理念之间。

（一）服务理念在服务活动中的作用

1. 有利于服务的有形化

服务组织的服务理念作为一种思想，一般都以语言文字的形式向顾客公布和传达的，而语言文字是“有形”的信息，因此，“有形”的服务理念有利于无形服务的有形化，而且理念本身正是服务有形线索所要提示的主要内容。但如前所述，服务理念的“有形化”本身是不够的，还必须演化成为一种自觉意识。

2. 有利于体现和建立服务特色

策划、设计出比较优秀的服务理念往往是独特的，有个性、有特色。如深圳南山区图书馆程亚男同志提出的“关爱、无限、完美、超值”的服务理念颇有特色，给社会与读者以深刻的印象。

3. 有利于发挥服务组织人员的工作积极性和创造性

服务理念的一部分是针对服务组织内部员工，用于激励他们，这就能起到某种程度政治思想工作的作用。同时，服务理念还能统一全体员工思想和心态，而服务行为正是来源于员工的思想和心态，因此，思想和心态的统一有利于整个服务组织服务行为的统一。

4. 有利于监督服务组织员工的服务行为

既然服务理念的一部分是针对服务组织员工的，并且是向顾客公布和传达的，因此，服务理念一方面能对员工的服务行为起到某种警示作用，另一方面还能引导顾客对员工服务行为的监督。

服务理念的核心可以归结为顾客导向的观念，即一切服务主张和服务理想都可以和应当归结为最大限度地满足顾客的期望和要求。既然是顾客导向的，服务理念就没有必要隐

瞒，应当向服务组织内外公开，让尽可能多的人了解，以体现服务理念的真诚。服务理念既然是公开的，就离不开公开的手段——传播。好的服务理念是适合传播和有传播效果的理念。服务理念的一贯性体现在相当长时间内是比较成熟的、稳定的是一贯的主张或追求的理想，不是心血来潮，不是稍纵即逝的思想火花，也不是随意改变的主意。服务理念都是人倡导的，而人是有个性的，这种个性就会融合在他所倡导的理念之中，并通过理念的独特性表现出来。服务理念从根本上来讲来源于顾客期望，顾客期望的动态性和变化性的特点和服务理念对工作的领导地位要求服务理念必须具备前瞻性，而且服务理念也必须继承传统服务中合理、正确的部分，并在继承的基础上进行理念创新。服务理念是对服务理想水平的一种描述，但理想水平总是高于现实水平的，因而具有挑战性。倡导服务理念的主要目的是指导服务组织在激烈的市场竞争中用更优秀的服务去争夺顾客与用户，服务理念是有竞争意义或战略意义的。服务理念是用以指导服务行为的，但服务理念只有深刻，即抓住人心，才能打动人心并化为员工自觉的服务行为。

（二）现代服务理念

随着社会文明的进步，社会服务事业得到了充分的发展，人们的服务理念也发生了深刻的变化，形成了多层次的服务理念。

1. 服务体现着思想境界，全心全意为人民服务是具有特色社会主义的价值观。在我们的传统观念中，服务是侍候人的工作，从事服务的人往往低人一等。在文明社会中，服务活动是社会活动的重要组成部分，服务更多地表现为合作。在社会主义思想观念中，服务更是一种崇高的活动。半个世纪前，毛泽东一篇脍炙人口的经典名著——《为人民服务》，教育和影响了中国的几代人。全心全意为人民服务的思想观念可以归结为一句比较现代的用语就是“以人为本”，这是各种服务活动的根本理念。

2. 服务在社会生产活动中的表现为劳务，服务业是现代社会经济的最具活力的增长点。在社会的生产活动中，服务更多地表现为“劳务”，即不以实物形式而以提供劳动的形式满足他人某种需求。这种“劳务”的不断发展，形成了现代社会规模庞大的新生行业——服务业和以服务业为主体的第三产业，从而导致了人类历史上的又一次产业革命。服务行业的发展程度也成了衡量一个国家社会经济发展的重要标志。

3. 服务就是合作，已成为社会竞争的焦点。在现代社会活动中，人们对服务的关注已达到相当高的程度。“用户至上”、“服务第一”已不是一个单纯的口号，而成为社会竞争的准则。在市场活动中，服务与产品质量共同担当着市场竞争的主角。



第二节 公共文化服务体系

一、公共文化与公共文化服务

1. 公共文化

公共文化是相对经营文化而言，是为满足社会的共同需要而形成的文化形态，强调的是以社会全体公众为服务对象的公共行政职能，目标是人人参与文化，人人享受文化，人人创造文化。公共文化是指由政府主导、社会参与形成的普及文化知识、传播先进文化、提供精神食粮，满足人民群众文化需求，保障人民群众基本文化权益的各种公益性文化机构和服务的总和。公共文化这一概念建构始于资本主义早期阶段的民主化进程，伴随资本主义近代民主化进程而形成的公共领域，在分化为政治公共领域和文化公共领域后，经由体制化而发展成为现代社会的公共文化。

进入 21 世纪，“公共文化”一词的内涵在中国语境中有了深刻转变。2004 年，上海明确提出“公共文化服务体系”建设目标，作为新世纪文化建设实践的创新形式。随着建设实践的不断展开，“公共文化”这一概念的内涵和外延不断深化和扩大。

公共文化的基础是具有公共性的设施活动，除了具有其表面所呈现出的物质形态又具有深层所折射出的精神内涵和人文意蕴。从较为宏观的角度来看，公共文化具有很强的公共性，并在此基础之上外延出共享性和群体性等特征，通过依托各种公共文化场所、借助各类公共文化资源，民众可以直接参与到文化的分享与交流中来，使得公共文化资源得以有效的流动；从深层次的人文意蕴来看，公共文化其内在具有的公共性本质所延展出的公益性、开放性等的特征，进一步提升了公共文化受益者的公共观念与价值观念，从而加深了他们的社会归属感与文化认同感。

2. 公共文化服务

公共文化服务是指与经营性文化产业相对应，由政府、文化单位、其他社会组织为主体的公共文化产品与服务。包括公共文化服务设施、资源和服务内容，以及人才、资金、技术和政策保障机制等方面内容。与经营性文化相比，公共文化服务最大的特征在于其向社会提供的文化产品与文化服务都是不具有竞争性的、非排他性的，因为公共文化服务的目的就在于通过提供满足国民精神文化的文化产品与服务，进而提升整体国民的文化素养。因此公共文化服务多集中于非竞争性领域，如电影电视、广播、图书、网络、文艺演出、文物、博物馆等诸多领域。通俗来讲，就是提供看书、看戏、看报、看电影等活动。故而公共文化服务作为国民文化素质提升的关键要素，已经成为了国家文化建设的重要构成部分。

2006年,中国《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》作为政府文件,首次将“公共文化服务”纳入其中,提出要以公共文化服务均等为原则,完善博物馆、图书馆、文化馆等公益性文化设施网络建设;加强以广播电视村村通工程、农村电影放映工程、乡镇综合文化站和流动综合文化服务车等为主要内容的农村公共文化服务设施建设;普及文化知识;建立公共文化发展的援助机制;鼓励社会力量兴办公益性文化事业等。2007年,《上海文化发展“十一五”规划》进一步明确提出“构建覆盖全面,功能完备的公共文化服务体系”目标,这一文件所使用的“公共文化服务体系”概念,在内涵上不仅涵盖了传统上由国家兴办的文化事业,如博物馆、图书馆、文化馆、广播电视等,也包括了此前所提出并推进建设的东方文化系列和社区文化活动中心等,还包括了公共文化的管理运行体制机制、公共文化的财政保障、其产品服务的生产供给、群众性文化活动、对外文化交流和对外文化宣传、文化遗产保护等内容,甚至将哲学社会科学事业也囊括其中。

2017年12月出台的《中华人民共和国公共文化服务保障法》规定:公共文化服务是指由政府主导、社会力量参与,以满足公民基本文化需求为主要目的而提供的公共文化设施、文化产品、文化活动以及其他相关服务。公共文化服务应当坚持社会主义先进文化前进方向,坚持以人民为中心,坚持以社会主义核心价值观为引领;应当按照“百花齐放、百家争鸣”的方针,支持优秀公共文化产品的创作生产,丰富公共文化服务内容。

二、公共文化服务体系

(一) 公共文化服务体系的内涵

目前,我国学术界关于公共文化服务体系的涵义尚无权威解释。尽管这方面的研究诸多,但是学者们大多是根据自己的认识和理解从不同的角度给予了不同的回答,甚至还有争论。总的来说,学者们的解释都是各陈其词,没有达成共识。周晓丽、毛寿龙认为,公共文化服务是既不以盈利为目的,又注重社会效益,还能为社会提供非竞争性、非排他性的公共文化产品的资源配置活动,这种活动的总和称之为公共文化服务体系;李景源,陈威等认为,公共文化服务体系是公共服务体系的重要组成部分,是为了满足广大人民群众社会的文化需求,并向其提供公共文化产品和服务行为的相关制度与体系的总称;深圳市文化局公共文化服务体系研究课题组认为,公共文化服务体系是普及文化知识,传播先进文化,提供精神产品,满足人民群众文化需求,保障人民群众文化权益的各种公益性文化机构和服务的总和,其前提是政府主导和社会组织参与;韩军认为,公共文化服务体系是在政府主导下,主要任务是提供基本而有保障的公共文化产品和公共文化服务,基本目标是全社会共同消费文化产品、平等享受文化成果、实现群众文化权利,功能有多方面:满足公民文化需求、保障公民文化权利、传播先进文化、推动文化创新。申维辰、闫平等对

公共文化服务体系的基本要素、构成体系内容做了详细的归纳,大体上包括:文艺精品创作、政策法规、文化传播服务、产品供给服务、文化知识传授服务、资金投入、文化传承服务、人力资源、文化娱乐服务、农村文化服务、先进文化理论研究服务、公共文化设施、评价监督、公共文化网络、文化组织机构和人才、公共文化活动主体和方式等等。学者们对于公共文化服务体系的诠释有从特性方面回答的,有从作用方面回答的,有从构成要素方面回答的,还有从包含内容方面回答的,都有其合理性。综合现有研究,笔者认为,公共文化服务体系是指各种非盈利性文化机构和公益性文化服务的总称,由政府主导、各种社会力量参与,使人民群众基本文化需求得到满足,使人民群众基本文化权益享有保障。简言之,公共文化服务体系是有关社会公共文化产品与服务整体性安排。

公共文化服务体系是面向大众的公益性的文化服务体系。主要包括先进文化理论研究服务体系、文艺精品创作服务体系、文化知识传授服务体系、文化传播服务体系、文化娱乐服务体系、文化传承服务体系、农村文化服务体系等七个方面。先进文化理论研究服务体系在公共文化服务体系中具有引导性意义。

(二) 公共文化服务体系的建设

公共文化服务体系的建设主要包括有:(1)建设公共文化服务网络。以大型公共文化设施为骨干,以社区和乡镇基层文化设施为基础,加强图书馆、博物馆、文化馆、美术馆、电台、电视台等公共文化基础设施建设。建设一批代表国家文化形象的重点文化设施,完善大中城市公共文化设施,在巩固现有图书馆、文化馆的基础上,基本实现乡镇有综合文化站,行政村有文化活动室,在中西部及其他老少边穷等地广人稀地区配备流动文化服务车。(2)建设公共文化服务的各项工程。一是广播电视村村通工程。二是全国文化信息资源共享工程。三是社区和乡镇综合文化站工程。建设公共文化服务体系,对于建设和谐社会、构建社会主义和谐社会具有重要的意义。

(三) 公共文化服务体系建设的基本原则

1. 坚持正确导向。以人民为中心,以社会主义核心价值观为引领,发展先进文化,创新传统文化,扶持通俗文化,引导流行文化,改造落后文化,抵制有害文化,巩固基层文化阵地,促进在全社会形成积极向上的精神追求和健康文明的生活方式。

2. 坚持政府主导。从基本国情出发,认真研究人民群众的精神文化需求,因地制宜,科学规划,分类指导,按照一定标准推动实现基本公共文化服务均等化,切实保障人民群众基本文化权益,促进实现社会公平。

3. 坚持社会参与。简政放权,减少行政审批项目,引入市场机制,激发各类社会主体参与公共文化服务的积极性,提供多样化的产品和服务,增强发展活力,积极培育和引导群众文化消费需求。

4. 坚持共建共享。加强统筹管理,建立协同机制,明确责任,优化配置各方资源,做

到物尽其用、人尽其才，发挥整体优势，提升综合效益。

5. 坚持改革创新。加快转变政府职能，完善管理体制机制，创新公共文化服务内容和形式，促进文化与科技深度融合，推动文化事业和文化产业协调发展。

三、公共文化服务体系的特征

根据上述对现代公共文化服务体系内涵的梳理，其特征应该包括以下这些方面：

1. 均等化

从服务目标层面看，现代公共文化服务最基本的要求是均等化，这是首要的问题。第一，由于我国存在城乡二元结构问题、地区发展不平衡问题，公共文化服务在城乡之间、地区之间以及社会不同群体之间也存在较大差距。要解决这个结构性矛盾问题，促进公共文化服务均等化必须实现资源配置均等化。当然，均等化是相对的，而不是绝对的，均等化不是简单平均化，也不是说无差异化。资源配置均等化原则上应以当地常住人口计算，使广大人民群众不论民族、区域、收入和地位如何，所享受的基本公共文化服务权利的水平大体相当，悬殊不大，但是要使农村地区以及老少边穷地区人民群众能够享有的文化资源与城市完全一致，这在当前我国国力情况下是难以实现的，只能补齐短板，逐步缩小差距。第二，由于我国还处于社会主义初级阶段，这一国情决定了均等化是在最基本公共文化服务意义上的均等化，我们还不能求“高”，更不能提任何高端化、国际化的公共文化服务，从一定程度上来说，还只是为老百姓“兜”住享受基本公共文化服务的“底”。第三，实现均等化过程中一方面要着重考虑特定社会群体，如城市农民工、农村留守妇女儿童、残疾人、老年人等，要保障这些特殊群体的基本公共文化服务的权利；另一方面要编制贫困地区尤其是边远贫困农村基本公共文化服务专项实施方案，有针对性向这些地区提供基本公共文化服务的过程实际上也是实现精准文化扶贫的过程。

2. 标准化

从服务内容层面看，现代公共文化服务最基本的依据是标准化，这是实现基本公共文化服务均等化的前提条件。有了标准才能做到有章可循，因此标准化也是实现均等化目标的有效措施。目前国家已经出台了统一的基本公共文化服务标准，各省市在实施国家标准的基础上，应以需求为导向，突出区域特色、本土特色制定与本地经济发展水平相适应的基本公共文化服务标准。同时，逐步建立健全基本公共文化服务标准的动态调整机制，使之与经济发展水平相适应。为实现构建现代公共文化服务体系的目标任务，中办、国办在出台《意见》的同时印发了《国家基本公共文化服务指导标准（2015-2020年）》。这个指导标准非常具体详细，关于服务项目与内容有22个方面的规定，一是基本服务项目；二是硬件设施；三是人员配备包括人员编制、业务培训内容。另外关于标准的实施也做了四个方面的规定。



3. 法制化

从制度建设层面看,现代公共文化服务的核心内容是法治化,现代化政府必须是法治化政府,国家治理能力现代化的关键是法治化,而法治化的前提是法制化。现代公共文化服务体系中制定的各种政策制度,如果是需要各方共同遵守的章程和行为规范,就必须形成相关法律,即法制化。目前我国在这一方面的政策条文较多,形成法律条文的还有待进一步加强。为了保证对各类公共文化服务主体都是公平公正的,必须要有健全的法律法规体系。因此要制定和完善相关法律法规体系,保障现代公共文化服务体系建设顺利运行。如尽快出台公共文化服务保障法、公共图书馆法等重要法律法规,为现代公共文化体系建设提供法律支撑,使公民的基本文化权利保障有法可依。总之,构建现代公共文化服务体系必须加快建立健全有利于中国特色社会主义文化建设的文化法律制度,特别是要加快制定地方性公共文化服务法律规范,以提高现代公共文化服务领域法治化水平。

4. 高效化

从服务效能层面看,现代公共文化服务的最高检验标准是高效化。《意见》要求“完善公共文化服务评价工作机制”。是否高效关键看广大人民群众受惠度和满意度。因此实现这一目标必须以广大人民群众需求为导向提供公共文化服务,根据广大人民群众意愿着手各项工作。一要把公共文化服务作为考核各级领导班子和领导干部政绩的重要内容,改变以往只重视经济考核指标的做法,把公共文化服务纳入政府考核指标体系;二要建立公共文化机构绩效考核标准,综合评估结果作为机构人事任免、评优评先、项目审批以及经费投入的重要依据;三要建立资金使用监控体系,尤其是对于重大文化项目,资金使用要形成项目实施效果和服务效能等方面的评估,并加强监督,以防范资金挪用,造成国家资源浪费;四要建立自下而上的公共文化服务需求表达机制及参与体系,建立群众评价和反馈机制,使广大人民群众公共文化服务需求被及时吸纳为政府的公共文化服务决策,并定期检验落实,以确保公共文化服务的有效性。

5. 大众化

从服务理念层面看,现代公共文化服务最基本的理念是以人民为中心实现大众化。构建现代公共文化服务体系,一方面是为了满足广大人民群众最基本的文化需求,如读书看报学习文化知识、娱乐休闲怡情养性、体育锻炼强健体魄、相互交流获取信息等等,另一方面也是广大人民群众提升自我的需要,通过丰富多彩的公共文化活动,形成广大人民乐意参与的公共文化生活和不同层次的公共文化空间,以提升全国各民族精神文化生活的质量,从更高层次看,有利于传承中华优秀传统文化,促进全国各族人民对社会主义核心价值观的认知与认同。因此,现代公共文化服务体系建设必须尊重人民群众的主体地位,比如各地在制定公共文化服务标准时要力求做到通俗易懂、简便易行,加强

宣传引导,提高知晓度和满意度。坚持文化发展为了人民大众、文化发展依靠人民大众、文化发展成果由人民大众共享。使现代公共文化服务体系既能丰富人民大众精神文化生活,又有助于培育和弘扬社会主义核心价值观。如在全国许多省市区开展的全民阅读活动,就是一项值得推广普及的举措,既有利于提高广大人民群众的文化素质,有利于实现现代公共文化服务大众化。

6. 信息化

从服务手段层面看,现代公共文化服务重在以技术现代化为核心实现信息化。因此,构建现代公共文化服务体系要建立覆盖面广、传播速度快、技术过硬的现代化传播体系,具备多样化的传播载体和传播形式。首先要建立互联互通的公共数字文化服务网络,实现全国文化信息资源共建共享,提高现代政府公共文化资源供给能力,使“微时代”生活方式下广大青年群体能及时享受公共文化资源;其次在城镇智能社区中要加快推进数字文化资源的应用,构建现代文化传播体系,拓宽公共文化资源传输渠道,保障信息传播的安全有序和高效快捷,提升现代公共文化服务传播能力;再次在农村要努力实现广播电视户户通,大力推进直播卫星建设,强化地面数字电视覆盖建设,同时努力建设有线广播村村响工程,在村民不能做到按时收看电视新闻、定时阅读报纸、及时上网浏览信息的时候,既能帮助村民及时了解相关政策法律、法规信息,也有助于基层政府发布信息和宣讲政策,提高地方政府处理公共事务的效率。

7. 多元化

从供给主体层面看,现代公共文化服务体系最重要的举措是实现供给主体多元化。这主要是指公共文化产品和服务的供给。以往有这样的认识误区,政府既然承担着提供公共文化服务的责任,理所当然也是公共文化服务产品的唯一提供者,这可以说是对“政府主导”的一种误解。政府主导不是政府包办,政府供给不等于政府直接供给。政府始终是管理者、服务者,但不一定是直接管理和服务,政府一定是保证公共文化服务产品提供者,但不一定是公共文化服务产品的直接供给者,所以应充分调动第三方力量积极参与公共文化服务产品的提供,如社会组织、企业单位,使公共文化服务提供主体和提供方式多元化。因为政府不可能包揽所有的公共文化服务,正如市场不是万能有“失灵”的时候,政府也有可能“失职”,由于受能力和预算制约,即便发达地区也难以做到包揽所有,供给主体多元化可以有效地解决这些难题,实现公共文化服务水平质量和效率的提高。

8. 民主化

从运行机制层面看,现代公共文化服务最基本的程序要求是民主化。从公民基本文化权利到国家保障公共文化服务提供的各个环节都必须做到运行机制民主化,这样才能体现现代公共文化服务公共性,确保现代政府的服务效能。首先要提高决策透明度,