



信息中介规则

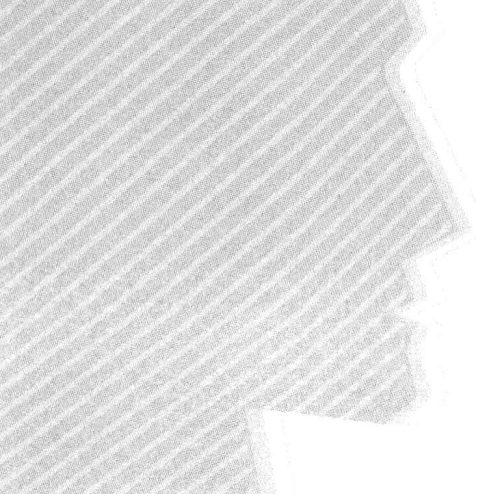
——信息服务原理研究

XinXi ZhongJie GuiZe

齐虹著



全国百佳出版社
中央编译出版社
Central Compilation & Translation Press



信息中介规则

——信息服务原理研究

XinXi ZhongJie GuiZe

齐虹著



全国百佳出版社
中央编译出版社
CCTP Central Compilation & Translation Press

图书在版编目 (CIP) 数据

信息中介规则：信息服务原理研究 / 齐虹著. —
北京：中央编译出版社，2012. 4
ISBN 978-7-5117-1384-1

I. ①信… II. ①齐… III. ①信息管理—研究
IV. ①G203

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 046397 号

信息中介规则：信息服务原理研究

出版人：和 龚

责任编辑：周新力

责任印制：尹 珺

出版发行：中央编译出版社

地 址：北京西城区车公庄大街乙 5 号鸿儒大厦 B 座 (100044)

电 话：(010) 52612345 (总编室) (010) 52612365 (编辑室)
(010) 66161011 (团购部) (010) 52612332 (网络销售)
(010) 66130345 (发行部) (010) 66509618 (读者服务部)

网 址：www.cctpbook.com

经 销：全国新华书店

印 刷：三河市华东印刷有限公司

开 本：710 毫米 × 1000 毫米 1/16

字 数：261 千字

印 张：14.5

版 次：2012 年 4 月第 1 版第 1 次印刷

定 价：46.00 元

本社常年法律顾问：北京大成律师事务所首席顾问律师 鲁哈达

凡有印装质量问题，本社负责调换，电话：010-66509618

序

不管人们是否愿意，人类社会已进入信息时代。

信息时代的信息理论研究和现实中的信息现象同样繁荣。各种各样的信息学科至少已有几十种，若再把其中和其外的具体理论学说算进去，其繁荣程度足以和整个宇宙的纷繁复杂程度相媲美。齐虹博士的《信息服务原理研究》也是信息理论研究百花园中的一支亮丽花朵与果实。著作出版之际，齐虹请我为其作序，实有勉为其难之感。因为我的学术兴趣和相应研究偏重于空灵乏味的形而上层面，对实践层尤其是产业界的情况了解甚少，对其相应理论研究的情况也知之不多。好赖理论问题总有相通之处，既然应命，只好就齐虹书中能引起我思想有所动的问题，胡乱发点议论，就权当作是“序”吧。

先说说齐虹的研究课题所涉及的三个基本概念和齐虹的研究角度。三个概念即“信息”、“服务”和“信息服务”。“信息”和“服务”这两个事物（前者是“物”、“东西”；后者是“事”、“行为”）在现实生活中虽表现得清晰、明白，但在概念上却很难说清楚。对“信息”人们很难确定其内涵：理论界对“信息是什么”这一基本问题众说纷纭，至今也没有一个哪怕是大概齐的共识与定论。而对“服务”人们则很难确定其外延：即“哪些事、什么行为是服务”，说法也是五花八门，甚至漫无边际。如精明的领导者、管理者往往把领导、管理乃至统治行为也叫做“服务”——“为人民服务”并把自己叫做“人民公仆”。甚至还有人把所有与他人有关的事统统叫做“服务”，认为人类的社会活动就是互相服务——“我

为人人，人人为我”。这显然不是严格意义上的“服务”。但也很难说他们犯了什么逻辑错误。对“信息”和“服务”的概念我不想在这里深究，因为齐虹在书中已有详细的分析与界定，无论成色如何，至少是她认为成立且正确的一种说法。而且我曾在我参与写作的一本书中说过一句话：很多概念，尽管人们很难从逻辑上真正说清楚、讲明白（即难以给出严格、精确、统一的定义），但在现实中谁都知道那概念所指的事物是什么。“信息”和“服务”大概就属于这种类型的概念与事物。我在这里主要想重点说说“信息服务”。不论齐虹在书中是怎么说的，我还是想说说我的看法。我认为：“信息服务”就是为他人提供所需信息和为他人的信息行为（信息的获取、处理、传播、使用等）提供工具或劳务支持的行为。而且它又有两层含义：一是一般意义或曰广义的所有给他人提供所需信息和工具或劳务支持的“信息服务行为”；二是狭义的即“信息服务业”意义上的“信息服务行为”。前者的外延肯定大于后者或说包括后者在内。而后者实际上又有“公益性（公共性）的”和“经济性（经营性、赢利性）的”两部分。如国家广播电台、电视台、图书馆、档案馆以及政权机构向公众发布、提供信息的行为，就是“公益性（公共性）”的；而电讯公司、咨询公司所提供的信息服务就属于“经济性（经营性、赢利性）的”。广义的信息服务是一件自古以来就有的事情。说得宽泛些，它大致可等同于人与人之间的信息传播行为：你需要某个信息，恰恰我知道（掌握）这个信息，我无偿或有偿地向你提供（告诉）了这个信息，不就是为你提供了一次信息服务吗？所以，古往今来社会中的种种主要以信息传播（传递、传授）为内容的大小关系行为，如给问路者指路、给人算命看相、出谋划策、诊病、讲故事以及教育学生、带徒弟等等，都是广义的信息服务行为。而信息服务业则是近现代社会才出现并在当今信息时代才得以充分发展的事情。齐虹的研究则同时涉及了这两个层面，而且似乎是要通过对第一层意义（广义）的信息服务的原理

性、规律性研究来为第二层意义（信息服务业）的信息服务活动提供理论指导。这种研究角度和思路显然是正确的，值得称道的。它比仅从第一层或第二层去研究要好得多：仅从第一层去研究虽理论抽象性好，但却易流于空泛，而且很容易和信息传播、信息管理等相关研究领域重合、撞车；仅从第二层去研究虽对信息服务业有针对性，但由于信息服务业毕竟不同于以提供劳务和物质产品为主的传统意义上的服务业，则不容易把问题真正搞清楚。而且很容易和经济学、经营管理学、公共事业管理等研究领域相混淆。齐虹的这一研究角度和思路虽好，但也带来了一些问题，尤其是这两个层面贯通、融合上的难度问题。因为一般意义（广义）上的信息服务毕竟不同于信息服务业意义（狭义）上的信息服务。而且后者的“公益性”部分又明显不同于“经济性”部分。正如齐虹书中所说，前者具有社会性，后者具有经济性。依我看，可以更进一步地说，前者具有自发性、自由性、开放性；而后者则具有约定性、规范性、控制性，而且其中一部分又具有公益性，另一部分又具有功利性或曰经济回报性。怎样将这些明显不同且明显冲突对立的特性融合贯通，决不是一件容易的事情。如果将前者（信息服务）的规律及其机制、做法完全融于并应用于后者，尤其是经济性的信息服务产业，则可能会导致其崩盘——即信息服务业恐怕难以像传统服务业那样作为一个产业在社会中正常、健康地存在下去。当然，更根本的问题（难点）是由信息自身的特性引发的。我贸然地推断：现在困惑信息服务业尤其是产业界人士的种种问题，恐怕都与信息特性相关。而攻克这些问题，其难度更大。不过，理论研究正因为有难度才有意义、有价值，才对研究者有诱惑。这大概也是齐虹选择这一研究角度的心理动力之一吧。

再围绕信息特性发点儿议论。我这里不谈信息特性本身。对信息特性本身的认识，理论界已有一些探讨，人们在现实生活中也有实际的体会与感悟。我这里主要想说说信息特性对信息服务尤其是

信息服务业的根本性影响。齐虹的书对此已有所涉及，理论界人士肯定也会有相应研究。我所想到的主要有这样几点：第一点是信息的可共享性或者说其传播（传递、传授等）上的自由性对信息服务业尤其是信息服务产业的影响。一个信息作为服务内容（产品）提供给用户（客户）后，他（她）会很自由、很随意地传播（传递、传授）给别人，而并不影响他（她）自己的使用或享用。但对信息服务业来说，却无形中减少了对这个信息有需求的潜在客户。知识产权保护的难点也在于此；这又引出了第二点：一个信息（产品）一般不能重复提供给同一个人（用户、客户），某些享用型信息（如音乐）例外。这也使信息服务业的业务量总体上大大减少了。而理发、餐饮等传统服务业主要是靠同一产品对人们（客户）的重复提供（即所谓老客户、老主顾）而长盛不衰的；第三，信息形式、载体的多样性和信息渠道的多样性对信息服务业的影响。这一点实质上是指同一信息的不同形式、载体和不同传播渠道之间具有可替代性。也就是人们可以从不同的形式、载体及渠道中获得同一个信息。这就势必总体上削减各形式载体和各信息渠道的业务量和客户量。传统服务业和制造业虽然也有同样问题，但显然信息服务业的这一问题更突出、更严重。因为从成本的角度看，制作或说形成信息的不同形式、载体和传播渠道比传统服务业和制造业更容易即成本代价更小。人们（客户）对不同形式、载体和渠道的选择使用更方便、更简单；第四，信息传播（传递、传授）方向的不可逆性对信息服务业的影响。一个信息一旦告诉别人就无法收回即信息传播方向不可逆。它并不是说不能逆向传播，而是说逆向传播无意义。这一点在传统服务业中也有体现：头发已经理了，饭菜已经吃了，旅馆已经住了，就不能退回去了，供方也收不回来了。但制造业的物质产品交易就不同，可以退货（当然有限定条件）。而信息服务业的这种不可逆性可以说是最突出、最严重的；第五，信息本身的复杂性使得信息产品的定价也是一个极其复杂的问题。某些信息产品

(如图书等) 实质上是套用物质产品定价的原理机制确定其价格的, 看似合理, 严格说来并不合理。因为它基本没考虑其内容(信息)的质量、价值和信息创造者所付出的复杂劳动的价值与价格问题。所以, 一部对整个人类社会具有深刻影响的经典之作会和毫无实质意义的信息垃圾卖一个价钱, 甚至还不如信息垃圾卖得火。但人们又确实不能将上述被忽略的因素考虑进去, 因为它实在是太复杂了, 根本就无法操作。这一看似具体的问题实质上映射出一个大问题: 用经济学的视角和观点看待信息, 用经济的方法和机制对待信息并把信息本身作为一种产品去经营、买卖, 基本上是不成立的, 或者说是不可行, 不具有实践合理性的。现在信息服务业尤其是信息服务产业界实际上主要还是在用对待物质产品的方法、机制和理论对待信息产品。这不能不说是信息的悲哀。当然也同时会造成信息服务业尤其是信息服务产业界的困惑。说得更深刻些, 经济虽是社会生活的基础, 但决不是社会生活的全部。任何事物的效域都是有限的。并不是任何东西都能拿来当买卖做。

上述几点影响主要是负面的即所谓消极影响。其实正面的积极的影响也有, 而且也很明显。我看, 最大、最突出的积极影响, 就是信息产品的形成尤其是其物质载体及其处理、传播工具等的制作, 相比实用的物质产品的制造来说, 具有极大的经济优越性, 或说具有令实用性物质产品生产望尘莫及的利润空间。具体说来主要有两点: 一是某些信息工具即所谓“硬件”的制造、建设往往是“一次投入, 多人多次使用, 多次乃至无数次产出(服务)”, 而服务方是按每人每次产出(服务)量即每一客户对“硬件”的使用次数量(往往按时间量计算)收取费用的。其经济学意义上的合算性是可想而知的。如通讯业和网络服务商、网站等就是其典型。二是可利用信息自身难以合理定价的特性赢取高额利润。如图书和影音光盘等。纸张、油墨和盘片本身及其制作费用值多少钱? 其销售价格又是多少钱? 还有所谓“高端培训”、“智力型咨询服务”和“法律服务

(律师业)”等等，也都属于此类情况。当然，这同时也会引发一些争议和其他效应。当今信息时代的现实是，各种各样的信息产品和服务方式越来越多，但最根本的信息内容的质量却越来越差，信息混乱的程度越来越严重，信息垃圾已泛滥成灾。当然，这决不全都是信息服务业的责任，而是一个成因极其复杂的社会性大问题。

最后说说齐虹的研究成果。因为书就摆在这里，所以不多说。我认为齐虹的研究不仅角度好，有意义。而且也确实深入探讨了一些问题，基本弄清了一些问题，提出了一些新的或更深刻、独到的观点和结论。对学术界和实业界是有启发、有理论指导意义的。具体有哪些问题、观点、结论就不说了，对此课题有兴趣的读者不妨直接看书。我想说的是总体感受。我认为齐虹的这一研究成果体现出了她的研究实力和学术风格的独特性。她不仅从这个看似平常但却纷乱的研究领域中踩出了一条路，清理出了一个头绪，形成了一个研究框架和体系，弄清了一些问题。更重要的是她的研究会不知不觉地将人引向深处和新处，形成新的理论视野并引发更深刻的理论思考。我前面的议论如果有理论价值和所谓深度的话，也是她的功劳。因为我已说过，我决不是这方面的所谓专家学者。因为她请我写序，我就得看看她的书。而由于看了她的书（说实话：并未通读，更未精读），就思想有所动，心里有所想，就引发了上述胡言乱语并把它写成了文字。不知是否能作为一本学术专著的“序”来使用，更不知是否能让齐虹和读者满意。

不管能不能，也不管满意不满意，就是它了。

是为序。

张缉哲

目 录

CONTENTS

导 论	1
第一节 研究背景	/ 1
第二节 研究方法	/ 4
第三节 研究意义	/ 5
一、有利于从跨学科的角度来理解信息服务理论研究基础和 研究结论	/ 6
二、有利于认识信息服务职业的重新定位	/ 7
三、有利于认识信息需求在信息服务中核心动力作用,促进 信息服务的发展	/ 7
四、有利于认识信息服务产业化的必然性和信息服务机制的 多元性	/ 8
五、有利于认识信息服务业与社会发展的互动机制,正确处理 信息服务中存在的悖论与矛盾	/ 9
第一章 信息与信息服务	10
第一节 信息本质与原理分析	/ 10
一、关于信息概念及其本质的讨论	/ 10
二、关于信息属性的探讨	/ 19

三、信息原理研究	/ 23
第二节 信息服务及其特性	/ 31
一、信息服务的涵义	/ 31
二、信息属性对信息服务的影响	/ 35
三、信息服务的特性表现	/ 37
第二章 信息服务的发展源泉	
——需求动力原理	42
第一节 信息需求的社会化特点	/ 43
一、对信息需求的客观认识	/ 43
二、信息需求的社会化特点	/ 44
第二节 信息需求及其结构分析	/ 45
一、信息需求的效用结构	/ 46
二、信息需要的认知结构	/ 46
三、信息需求的内容结构	/ 49
第三节 用户信息需求机制	/ 50
一、用户信息需求内在机理	/ 51
二、影响信息需求的因素	/ 52
第四节 用户信息需求规律分析	/ 52
一、用户信息需求的静态规律	/ 53
二、用户信息需求的动态规律	/ 61
第三章 信息服务发展的正反馈机制	
——成本与收益原理	64
第一节 信息与知识的经济问题	/ 64
一、知识的经济属性	/ 64
二、知识的成本	/ 66

三、知识的收益	/ 67
第二节 信息服务是知识的扩大再生产过程	/ 68
一、信息服务是一种知识的运动过程	/ 68
二、信息与知识的扩展具有成本收益效应	/ 69
第三节 信息服务的成本收益分析	/ 70
一、信息服务的成本特点分析	/ 71
二、信息服务的效益特点分析	/ 76
第四节 成本收益效应	
——信息服务机制运行的经济学理由	/ 79
一、成本收益效应——信息服务机制运行的内在动因	/ 79
二、成本收益效应——信息服务机制运行外在条件的构建 依据	/ 80
第四章 信息服务功能的拓展	
——信息传递与选择原理	84
第一节 信息中介交流原理	/ 84
一、信息交流及其实质	/ 84
二、信息时空与信息交流	/ 86
三、中介交流的利弊分析	/ 90
四、信息交流规律及社会体现	/ 94
第二节 作为中介交流承担者的信息服务	/ 100
一、信息服务是信息交流发展过程中的必然	/ 100
二、信息服务在信息交流中的功能分析	/ 103
三、新形势下信息服务在信息交流中的功能拓展	/ 108
第三节 信息选择原理	/ 112
一、选择与双向选择原理	/ 113
二、信息选择是信息服务功能存在和拓展的哲学基础	/ 114

三、信息服务系统中的双向选择	/ 116
四、知识服务—信息选择功能的深层次体现	/ 121

第五章 信息服务目标的新理念

——信息增值	124
第一节 信息价值及其审视	/ 124
一、关于信息价值的涵义	/ 125
二、关于信息价值的综合分析	/ 128
三、信息价值的一般与特殊	/ 139
第二节 信息服务系统中的信息价值关系分析	/ 146
一、信息服务流程中信息价值认识主体的分化与交合	/ 147
二、信息服务中信息价值认识主体的特征分析	/ 149
三、信息价值认识主体与信息价值主体在价值认识上的 交合	/ 153
第三节 信息服务价值及其实现	/ 156
一、信息服务价值界定及价值形态变化分析	/ 156
二、信息服务增值的经济学基础——信息劳动价值理论	/ 159
三、信息服务价值实现的条件	/ 167
第四节 信息服务增值原理	/ 171
一、信息属性与信息增值	/ 171
二、关于信息增值性能的讨论	/ 173
三、信息增值理论分析	/ 176
四、信息服务增值原理	/ 178

第六章 信息服务发展中的制衡

——环境保障及其完善	184
第一节 信息服务有限性及其分析	/ 184

一、服务有限的哲学思考——信息与墙	/ 185
二、信息服务有限性的具体分析	/ 189
第二节 信息服务环境机制的完善	/ 196
一、信息人的素养建设	/ 197
二、信息服务平台的搭建	/ 198
三、信息市场的完善	/ 199
四、技术环境的更新	/ 203
五、政策法规的保障	/ 205
结束语	208
主要参考文献	210

导 论

信息服务作为一种社会服务，随着社会的发展经历了一个服务内容、服务技术和服务体系的演化过程，即社会发展、科技进步和社会环境等社会因素决定了服务的发展状况和组织形式。面对现代社会经济和技术的突飞猛进的发展，信息服务在接受新的挑战的同时，也有许多困惑，这些困惑需要我们在理论和实践上给予解释，将这些动态变化的表象背后的深层次的东西进行挖掘，即需要探讨信息服务的内在的机制及其规律，否则，无法使信息服务在信息社会搭起的平台上重新定位自己。

第一节 研究背景

近些年来，随着社会信息化、信息社会化和信息产业化程度的提高，作为信息产业重要组成部分的信息服务业也得到了较快的发展，但同时也面临着压力和挑战。最主要来自两个方面：一是经济的发展，一是技术的进步。信息服务正经历着内容、技术和体系方面的综合变革，信息服务的社会组织形式及服务模式得到前所未有的丰富和发展。如信息服务由单一形式的服务到综合性服务的拓展；从以部门为主体的信息服务向社会化信息服务模式的转变；专项和

系统化信息保证服务的出现；信息服务机构与经济成分的多元化和信息服务方式和内容的多样化。这一切，都引发了对信息服务发展现状、问题、趋势与对策等问题在理论和实践方面的思考，并取得部分研究成果。其中，实践层面上信息服务体制的变革尤为受到关注，被认为是当前信息服务业发展的瓶颈。特别是传统的信息服务机构如图书馆、情报、档案以及一些其他计划体制下的信息服务机构，应以什么样的运行方式在市场经济中找到位置，如何面对信息服务产业化的趋势做出自己的定位等问题，一直是实践中争议不休的问题。同时，技术的发展使得原来传统的服务面临被技术和网络所替代的压力，职业职能的生存危机感毫不客气的横在信息服务人员的面前，致使我们不得不重新思考自己职业职能的前途和未来。困惑来自现实，但却需要理论上给予诠释和指导。面临市场经济和技术进步的双重压力，信息服务机构的生存价值及效益问题，以及由此而影响到的信息服务的体制与模式问题等都提上日程来，其实，这些问题的根源就是职能的重新定位问题。那么，为什么会有这种转换？如何转换？答案只有到信息服务的内在机理中去寻找，也就是说，需要知道是什么因素在影响着信息服务外在表象后面的功能和价值准则的转化，这可以说一直是许多学者思考的问题。

在现实层面我们经常遇到的是应该与不应该的价值判断问题，但事实上在对事物认知层次上，这里存在一个“是什么”、“为什么”以及“怎么做”的问题。许多学者探讨起源于“怎么做”，而非更深的探究表象背后起作用的必然因素，即“是什么”和“为什么”的问题。表现在具体研究上就是对显性原因——体制、管理制度、政策法规、市场规则等问题的探讨很多，忽视对隐性原因即信息服务活动背后的各种主导因素的相互关系原理的研究，或者说重视了规则性知识的有效性探讨，但忽视了规则性知识为什么有效问题的探讨。这样研究的结果往往是各执一词，不能从根本上解决实

际中的问题，且在理论上也往往流于形式而不能深入。所以，信息服务作为一种社会分工，信息劳动在社会中比重的不断增加，到底源于什么原因？它在社会中应是一个什么样的事实存在和价值存在？二者在实践中应该如何统一？等等，这些问题都需要在理论层面做进一步的研究。

信息服务的特点不能离开信息与服务各自的特征来谈，特别是信息，具有与物质和意识不同的属性，决定了信息在运动与交流中独特的规律，信息自身的属性和这些属性在运动中所表现出的功能及增值的作用，是信息服务存在意义的根源。也可以说，是服务满足了人们对信息需求的同时，促使了这种增值过程的实现。因此，要从根本上理解信息服务内在机理，须从信息和服务的属性及其信息在交流中的功能作用中去挖掘。

由于信息服务效益与经济不可分割的联系，许多学者开始关注信息经济学的理论与发展，试图能从经济学意义上中找到阐释的理论依据，但是，事实往往是复杂的和非线性的，当用一种线性的思维和单一的理论体系去解释一项多维且复杂的事实时，理论有时显得过于苍白和贫乏。特别是在探讨信息服务的价值和效益问题时，更加感到问题的复杂性。因为信息服务活动远不仅仅是一项经济活动，它从根本上是一项社会活动，对其内在规律的研究本质上应是一个社会科学问题。当试图将一些经济规则运用到某些信息服务活动中时，有些规则性知识的有效性便显得非常乏力。况且信息服务活动是一项带有很强主体性的活动，对信息服务的内在机制的研究离不开人的信息行为本身以及对信息服务效用和价值的判断，在用户满意度的变量中不仅有经济价值的因素，还应有人文价值或者说社会价值等因素变量，这使得衡量效益的标准不仅需要经济效益的外化，还需要社会效益的体现。因此，从信息服务的价值层面上必须要从人文价值和经济价值两个方面来探讨，才能对其有比较全面