

CIS VI

图书馆组织文化： CIS、形象设计与文化建设

柯 平 主编

国家图书馆出版社

图书馆组织文化： CIS、形象设计与文化建设

柯 平 主编



国家图书馆出版社
National Library of China Publishing House

图书在版编目(CIP)数据

图书馆组织文化: CIS、形象设计与文化建设/柯平主编. --北京: 国家图书馆出版社, 2017. 12

ISBN 978 - 7 - 5013 - 6309 - 4

I. ①图… II. ①柯… III. ①图书馆文化—建设—研究 IV. ①G251

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 299684 号

书 名 图书馆组织文化: CIS、形象设计与文化建设
著 者 柯平 主编
责任编辑 高爽

出 版 国家图书馆出版社(100034 北京市西城区文津街 7 号)
(原书目文献出版社 北京图书馆出版社)
发 行 010 - 66114536 66126153 66151313 66175620
66121706(传真) 66126156(门市部)

E-mail nlcpress@nlc.cn(邮购)

Website www.nlcpress.com → 投稿中心

经 销 新华书店

印 装 北京鲁汇荣彩印刷有限公司

版 次 2017 年 12 月第 1 版 2017 年 12 月第 1 次印刷

开 本 787 × 1092(毫米) 1/16
印 张 18.5
字 数 460 千字

书 号 ISBN 978 - 7 - 5013 - 6309 - 4
定 价 130.00 元

前 言

文化人类学有这样一种观点:人是符号的动物,只有人能掌握并运用物质形象的象征意义,并通过这种物质形象的象征意义,进行识别交流和组织控制,创造出自己的生活和文化。形象识别这一行为正是伴随着人类社会产生、发展的整个过程,从远古时期原始人的图腾、饰物,到现代社会形形色色的商标、服装、徽章乃至各种标志性建筑,显示出人类——无论是作为组织还是个体,都希望能够使自身区别于外界的愿望,体现了一种高级的生命活动。进入21世纪以后,人类社会更加强调差异化和个性化。企业不断推出独特新颖的产品,利用现代信息技术提供个性化订购服务,构建自身独特 CIS 和组织文化。青年人作为最有活力的群体更是追求个性,穿着各种奇装异服,hip-hop 风流行。毫不夸张地说,个性和特色,是个人和组织保持其自身特色和生命力的源泉之一。

作为伴随人类发展的图书馆,作为社会组织的图书馆,又如何呢?

世界著名的柏林图书馆的大门上刻有这样一句名言:“这里是人类知识的宝库,如果你掌握了它的钥匙,那么全部知识都是你的。”

英国哲学家培根说:“图书馆是集古今一切圣贤遗产之大成。”

德国数学家莱布尼茨说:“图书馆是人类一切精神财富的宝库。”

英国散文作家兰姆说:“在舒适优雅的图书馆里学习,简直是一种享受。看到那些书,就是莫大的幸福。展现在您面前的是丰盛的宴席;您将意识到,一旦入席,即可斟满您的酒杯。”

美国政论家爱默生说:“一个完美的小型图书馆,能够创造出巨大的财富。几千年来,世上所有文明国度里的出类拔萃的人们,在那里以最好的方式为我们提供了他们研究的成果和智慧的结晶。”

俄国文学评论家别林斯基说:“发展图书馆,不只是为了拥有众多的藏书,而是为了启迪人们的理性,陶冶心灵,以伟人的著作培养高尚的情操。”

俄国作家赫尔岑说:“图书馆是思想的公共餐桌,来宾们入席而坐,各自寻觅所需的食物;图书馆是贮存库,一些人把自己的思想和发明创造存进去,而另一些人则按各自的需要把它们取出来。”

俄国作家车尔尼雪夫斯基说:“图书馆事业只有得到认真的对待时,才会成为美好的事业。”

美国图书馆学家巴特勒说:“图书是保存人类记忆的社会机制,而图书馆则是将人类记忆移植于现在人们的意识中去的社会装置。”

美国图书馆学家谢拉说:“未来图书馆最明显的特征,与其说是表现在它的外观上,倒不如说是表现在它的智力活动中。这种活动,从亚历山大图书馆开始,各个时代各个图书馆都有自己的特色。”

……

许久以来,人们因为图书馆物理实在的吸引,因为对个人和社会的作用,而肯定她、赞美她、怀念她。

如果说,图书馆的实在给了人们深深的烙印和影响,那么,即使图书馆的实在已经消失,或者离开某一图书馆多年之后,还会有图书馆的美好印象。这又是什么力量和魔力呢?是如同魔方的图书馆实在,是图书馆的财富,是图书馆的美。

这样说,图书馆早就有了自己的形象识别,区别于其他社会组织的象征。然而,虽然我们一直在探索图书馆的类型与功能,探索图书馆的产生与发展,探索图书馆的建设与问题,却没有对图书馆和图书馆员的形象识别引起足够的重视。

日本小野泰博1978年出版的《图书和图书馆史》指出:“图书馆这个形象,有它自身的传统,即使起个情报中心这样时髦的名称,也不失为其知识文化宝库的姿态。因此,图书馆这个形象总觉得不太清晰。从它的外形来看,总有几分像大教堂,也有的像超级市场。其中也有间于两者的银行式的外观。后二者共同的东西,用英语来表达的话就是‘Can I help you?’用计算机接待读者,可以大体看出显著的服务精神。”至于图书馆员的形象,小野泰博描述了作为闲职的图书馆员和作为世俗传道者(secular missionarles)的图书馆员,而不同建筑物、不同类型的馆,图书馆员也就有不同的形象。

最值得思考的是谢拉提出的一个疑问:女孩在游戏时,有人扮演护士,扮演教师,扮演妈妈的角色。为什么就没有人扮演图书馆员呢?

基于以上的背景,结合多年来对于图书馆学的探索,我认为,无论是具体还是抽象的图书馆,需要考虑三个层面:

第一个层面是图书馆工作(library services)。这是与图书馆的物理,与文献、读者结合得最紧密的一层。图书馆之于文献的采集、加工整理与提供利用,之于读者的借阅、咨询、培训等多种服务,与之相关的图书馆资源、图书馆布局、图书馆管理、图书馆服务等,都有专门学问与技术发展的必要。

第二个层面是图书馆事业(librarianship)。这时已超出了单个的图书馆以及具体的工作,而是将各种类型的图书馆置于社会的背景下,反映出图书馆在时间与空间下的不同要素及其组合。图书馆不仅是与文献、读者相关的社会现象,而且是与文化、经济、社会乃至政治相关的社会现象。仅仅从图书馆发展的数字和具体的建筑、人员等诸要素的简单组合,没有系统的思维与时间的抽象,不能真正理解图书馆事业。

第三个层面是图书馆文化(library culture)。它由图书馆现象所凝聚的物质文化、制度文化和精神文化三个部分组成。理论上的图书馆文化研究,涉及概念、理论体系、功能以及与信息文化、网络文化的关系等内容。图书馆文化从整体上是抽象的,但又来源于具体的事物与现象,没有前两个层面的基础,不可能形成图书馆文化;而仅仅有前两个方面的发达,没有文化的思维,也不能使图书馆得到升华。

这三个层面是一个阶梯式的、逐步发展的进程。多年来,图书馆人从早期对于图书馆工作的追求已经扩大到对整个图书馆事业的追求。而今需要的是增加对图书馆文化的追求,这是一个更深的层面,也是图书馆的更高境界。对图书馆的热爱和对图书馆理想的追求,只有到了这一境界,才能真正看到图书馆的本质,真正体会到图书馆从业的伟大,真正感受到“图书馆是天堂的模样”。

20世纪80年代初期,我在读图书馆学专业的时候,“理论脱离实际”早已引起了图书馆

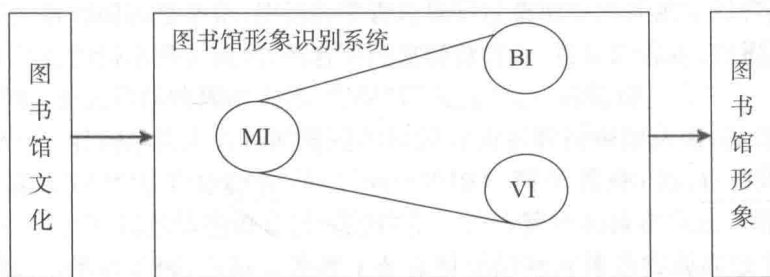
界与图书馆学界的关注并作为要解决的重大问题。后来我在图书馆学系任教时,这个问题不仅没有解决,反而有更大的鸿沟,令人百思不得其解。直到我做了图书馆馆长,才有了更深的感悟。有一系列问题:理论研究是为了什么?图书馆最需要什么?理论与应用哪个更重要?这其实都是不复杂不难回答的问题,问题是图书馆员/图书馆学者站在一方局限了自己,问题是图书馆员/图书馆学者没有架起桥梁身体力行。

我对图书馆形象设计与图书馆文化的兴趣,除了基于图书馆学的认识,更重要的是对于具体的图书馆的接触和图书馆的实践。每到一地,参观图书馆,我都有意识地捕获反映图书馆形象的记录和图书馆文化的点滴。在调查研究中,我发现:有许多图书馆工作出色,却没有广泛的影响;有许多图书馆员没有在图书馆找到自己的价值并感受图书馆的价值;有许多图书馆由于忽视形象和文化而直接开展图书馆服务。在做馆长期间,与图书馆员的交流中,我深深感到:图书馆员不仅仅需要专业知识,更需要一种精神。图书馆不能停留在工作与事业的层面,要上升到文化的层面,要有更高的目标和追求。

于是我应邀到许多图书馆去做过讲座,宣讲图书馆文化;于是我和我的研究生们开始图书馆文化的研究,并发表了系列成果,如:《关于图书馆文化的理论研究》(载《图书馆论坛》2005年第6期)、《图书馆管理文化三论》(载《图书情报知识》2005年第5期)等。

在此基础上,我开始了要给图书馆人写一部实用著作的计划,初名为《图书馆形象设计与图书馆文化》,通过为图书馆提供形象设计的具体方法,推动图书馆对于 CIS 的应用,进而通过图书馆文化的建设,实现新世纪的图书馆文化。

从逻辑上来说,图书馆形象设计与图书馆文化是一个整体。借鉴《企业文化概论》(张仁德、霍洪喜主编,南开大学出版社,2001年)的企业文化、CIS 战略与企业形象关系图,图书馆形象设计与图书馆文化的关系如下:



本书的编写是基于此理论框架,结合图书馆的实际,为了给图书馆应用有更强的可操作性和理解上的便利,由表及里,先阐述图书馆形象的具体设计,然后进入图书馆文化分析。全书分为四个部分:

第一部分:图书馆形象概述,将企业形象理论引入图书馆中,阐述图书馆形象识别的意义。

第二部分:详细介绍图书馆形象识别系统的三个子系统:MI、BI 和 VI。在此基础上,介绍图书馆形象导入的具体实施过程与方法。

第三部分:概论图书馆文化,并分别阐述图书馆文化的三个方面,即物质文化、制度文化和精神文化。

第四部分:介绍国内外图书馆在形象导入与图书馆文化方面比较成功的案例。

本书在写作过程中,力求做到:一是实用性,介绍对当代图书馆实用的方法,方法具体,

通俗解说,既是具有可操作性的图书馆形象设计工具和图书馆文化指南,又是具有普及性的图书馆形象设计和图书馆文化知识小百科。二是新颖性,全面介绍国内外的图书馆形象设计和图书馆文化,将 CIS 理论和方法引入到图书馆中,理论联系实际,吸收最新的研究成果和案例。三是可读性,语言通俗易懂,引人入胜,加上配有大量图片,以及排版上的艺术性,使之有较强的可读性。

21 世纪,每一个图书馆都有自己的形象,愿本书成为图书馆形象设计的指南。

21 世纪,每一个图书馆应有自己的文化,愿本书成为图书馆文化导入的引擎。

柯平

2006 年 6 月 3 日

2015 年 9 月 15 日修订



目 录

前 言	(1)
第一章 图书馆组织文化概述	(1)
第一节 图书馆为何需要建立组织文化	(1)
第二节 如何理解图书馆组织文化	(3)
第三节 图书馆组织文化建设的意义	(4)
第四节 CIS 理论与图书馆形象导入	(5)
第二章 图书馆的理念识别系统 (MIS)	(10)
第一节 图书馆价值观	(10)
第二节 图书馆使命与宗旨	(16)
第三节 图书馆的道德观	(19)
第四节 图书馆的行动口号	(24)
第五节 图书馆馆歌	(26)
第三章 图书馆的行为识别系统 (BIS)	(34)
第一节 图书馆的制度	(34)
第二节 图书馆的培训	(40)
第三节 图书馆的服务活动	(44)
第四节 图书馆的公关活动	(48)
第四章 图书馆的视觉识别系统 (VIS) : 基本要素	(56)
第一节 图书馆视觉识别系统构成	(56)
第二节 图书馆的建筑	(58)
第三节 图书馆名称与标志	(86)
第四节 图书馆的标准字体与标准色	(97)
第五章 图书馆的视觉识别系统 (VIS) : 应用要素	(107)
第一节 图书馆的馆内布局	(108)
第二节 图书馆内部环境装饰	(117)
第三节 图书馆员制服	(122)
第四节 图书馆门户网站	(126)
第五节 图书馆其他视觉识别应用要素	(135)
第六章 图书馆形象导入的实施	(140)
第一节 图书馆形象导入理由	(140)
第二节 提案阶段	(146)
第三节 调研阶段	(153)

第四节 开发设计阶段·····	(156)
第五节 实施管理阶段·····	(159)
第七章 图书馆物质文化建设·····	(167)
第一节 图书馆馆舍文化·····	(167)
第二节 图书馆馆藏文化·····	(177)
第三节 图书馆设备文化·····	(201)
第八章 图书馆制度文化建设·····	(206)
第一节 管理体制与制度·····	(206)
第二节 组织结构·····	(213)
第三节 职业资格制度·····	(218)
第四节 职业道德规范·····	(227)
第九章 图书馆精神文化建设·····	(235)
第一节 图书馆哲学·····	(235)
第二节 图书馆员精神·····	(238)
第三节 图书馆管理的精神文化·····	(250)
第十章 图书馆组织文化案例·····	(261)
第一节 美国国会图书馆建筑案例·····	(261)
第二节 首都图书馆视觉识别系统案例·····	(268)
第三节 上海交通大学图书馆组织文化案例·····	(273)
第四节 上海图书馆组织文化案例·····	(278)
主要参考书目·····	(285)
后 记·····	(287)

第一章 图书馆组织文化概述

随着管理从科学管理到文化管理的发展趋势,组织文化成为图书馆管理的核心领域之一。从战略上,加强图书馆组织文化建设,对于图书馆管理和图书馆发展具有战略意义。

第一节 图书馆为何需要建立组织文化

美国《图书馆管理》曾连续刊登 B. L. Maurice 的《管理沉思》系列文章,指出图书馆管理中出现的一系列问题^①。十余年来,老问题与新问题并存,图书馆管理发展到了新的瓶颈。

一、管理大趋势

在图书馆管理的所有著作和教科书中,无一例外地将科学管理作为图书馆管理的理论基础,并大量应用科学管理的理论与方法,形成国内外各式各样图书馆管理理念、模式与实践,以致于学院派的论著从 20 世纪 80 年代的“图书馆科学管理”过渡到 90 年代以来等同于科学管理的“图书馆管理”,而管理实践上逐步讲“科学”并具体到制度管理、质量管理等。

跟踪管理学理论前沿就会发现,科学管理原理一直是管理学的支柱,作为现代管理的标志,促进管理从经验走向科学化,是管理历史上最伟大的贡献;然而,由于生产力的发展以及环境变化引发的管理问题复杂化,使得科学管理局限性愈加突出并被学界普遍关注,于是产生了管理科学和行为科学两大流派,前者更注重经营方针、目标的确定,以提高效果;后者重视人的积极因素,把人看作管理的主体,实现“以人中心”的管理。

清华大学经济管理学院人力资源管理系教授张德认为,纵观世界企业管理的整个历史,其大致经历了经验管理(1769—1910)、科学管理(1911—1980)、文化管理(1981—)三个阶段,其总体趋势是管理的软化。经验管理的特点主要是经营者靠个人的直觉和经验进行决策和管理,而科学管理主要靠科学的制度体系实现高效率。“发端于 20 世纪 30 年代,流行于 60—70 年代的行为科学,力图纠正和补充科学管理的缺陷和不足,80 年代兴起的企业文化理论正是这种努力的最新成果。企业文化理论完整地提出与科学管理不同的管理思想和方法,成为世界管理的大趋势。由科学管理过渡到文化管理,不是哪个学派的主观臆断,而是科学管理越来越不适应生产力发展的集中表现,是管理实践发展的必然要求。”^②

① Line M B. Management musings[J]. Library Management, 2003, 24(1): 86-87; (3): 164-165; (4): 252-253; (6): 360-361; (8): 441-442.

② 张德. 企业文化建设[M]. 2 版. 北京:清华大学出版社, 2009: 28.

二、从图书馆管理趋势审视组织文化战略地位

进入 21 世纪以来,图书馆管理面临着前所未有的挑战,P. L. Ward 将这些挑战概括为:技术变化的挑战,责任、行为和质量管理挑战,领导关系的挑战,法律问题的挑战,融资服务的挑战,职工安置的挑战,伦理与价值的挑战,协作、合作与全球化的挑战^①。究其来源,主要有三个方面:一是经济和社会环境的变化,经济全球化、文化多元化等要素直接影响着图书馆的经营与运行;二是信息环境特别是信息技术的快速发展总是敏感地作用于图书馆的业务乃至图书馆事业的诸方面,形成巨大的管理冲击力;三是出版发行、媒体、网络、社会文化机构、信息服务部门等利益相关者。

现实早已证明,社会环境、技术环境与利益相关者对图书馆管理的挑战是全方位的,挑战与机遇并存。挑战促使图书馆发生范式转变。R. D. Stueart 和 B. B. Moran 将图书馆和信息服务组织的范式转变描述为:在资源取向上,由自己拥有单一馆藏向虚拟多媒体馆藏转变;在服务取向上,由仓库型向超市型转变;在用户取向上,由等待用户、员工授权向促进使用、用户授权转变^②。

基于上述描述,图书馆管理总的趋势是:从硬件管理到软件管理;从资源管理到服务管理;从业务层面的管理到战略层面的管理;从流程管理到应用新技术管理;从以物为中心的管理到以人为中心的管理。Thomas W. Shaughnessy 曾强调:为什么图书馆管理者关心组织文化如此重要,在几个可能提供的答案中,最好的答案是,除非组织共有的价值、规范、信念等是明确和集中在所服务的对象上,否则,很难提供持续的优质服务和形成稳定的服务声誉。其次,掌握和改变图书馆文化是一种新的方法和现代技术成功采用的前提。最近的一项调查表明,是部门因素和对计算机的期望因素与技术接受更加密切相关。图书馆内部的部门文化比原来设想的要更有意义得多^③。

图书馆组织文化的兴起一方面是管理大趋势下图书馆管理的必然趋势,从科学管理到文化管理不仅仅是管理学界的必然要求,也是图书馆管理的必由之路。另一方面,我国图书馆管理从整体上看,与国外相比还比较落后,随着改革开放以来图书馆的快速发展,图书馆硬件建设突飞猛进,在馆舍、设施设备、技术等诸多方面已接近或达到国外先进水平,经费与人力资源差距也逐渐缩小,但在软件建设与管理方面一直薄弱,在服务营销、法规标准、统计与绩效管理、职业认证、战略规划等方面存在着较大差距,特别是组织文化建设还没有成为图书馆界的强烈意识与普遍行动。

因此,图书馆组织文化建设是我国图书馆事业发展战略的要求,也是图书馆业务与管理的迫切需要,必须引起图书馆界的高度重视,充分认识图书馆组织文化,将图书馆组织文化建设纳入图书馆战略规划,并提到图书馆日常工作的议事日程。

① Ward P L. Trends in library management[J]. Library Review, 2000, 49(9): 436 - 442.

② Stueart R D, Moran B B. Library and Information Center Management[M]. 8th Edition. California: Libraries Unlimited, 2013: 191.

③ Shaughnessy T W. Organizational Culture in Libraries: Some Management Perspectives[J]. Journal of Library Administration, 1988, 9(3): 5 - 10.

第二节 如何理解图书馆组织文化

一、组织文化

组织文化是企业管理中的一个概念,国外关于组织文化的定义就有 160 多种^①。组织文化(organizational culture)或称企业文化(corporate culture),源于 20 世纪 70 年代末 80 年代初的美日比较管理学研究。美国学者发现,美国企业管理过分重视物、重视制度和组织结构,应转而重视人、重视企业广大员工。1981 年,斯坦福大学帕斯卡尔教授和哈佛大学阿索斯西教授的《日本企业的管理艺术》引述彼德·德鲁克的见解,企业管理不仅是一门科学,而且是一种文化,即有其自己的价值观、信念、工具和语言等,还提出“7S 管理模式”,并比较日本松下电器公司 and 美国国际电话电报公司,认为美国管理人员过于重视策略、结构和制度三个“硬”S,而其余四个“软”S 认识不足,因此指出“美国人的敌人,不是日本人和德国人,而是我们企业管理‘文化’的局限性”^②。

二、图书馆文化

图书馆学界对于文化的关注比管理学界更晚一些。而笔者就“图书馆文化”在“中国学术期刊网络出版总库”进行篇名检索,1989 年才有一篇《论图书馆文化》(王胜祥,《黑龙江图书馆》第 3 期)被收录;如果说 12 年是一个轮回,那 1989—2000 年的 12 年间仅有 86 篇,而此后 2001—2012 年的 12 年间,则有 714 篇。1996 年以前每年不超过 10 篇,此后也一直未超过年 15 篇,直到 2001 年才达到 19 篇,2004 年达到 44 篇,此后数量递增,于 2012 年首次破百,达到 117 篇,2013 年 129 篇,2014 年 113 篇,2015 年 122 篇,侧面说明图书馆文化研究日益受到学界的重视。

关于图书馆文化的表征,不同学者从不同角度进行了阐述。胡芳指出关于图书馆文化的内涵就有十种观点^③。分析已有的相关研究,我国关于图书馆文化的理解与探索是沿着两种价值取向和研究路向进行的。一种是伴随着“文化热”,从广义的文化视角,将文化学说应用于图书馆学,将图书馆视为一种文化,如王惠君和荀昌荣的《图书馆文化论》(湖南大学出版社,2004)、柯平和闫慧的“由图书馆现象所凝聚的物质文化、制度文化和精神文化组成的图书馆文化”^④,源于国内外关于图书馆文化特性的理论,与阅读文化^⑤、信息文化^⑥等相关联。另一种是基于管理学的企业文化理论,从狭义的文化视角,分析研究图书馆作为组织的文化,如王世伟的研究^⑦和贺子岳的研究^⑧等。

① 苏忠林. 公共组织理论[M]. 武汉:武汉大学出版社,2013:200.

② 帕斯卡尔,阿索斯. 日本企业管理艺术[M],1984:3-18.

③ 胡芳. 1997—2005 年图书馆文化研究综述[J]. 现代情报,2006,26(9):103-106.

④ 柯平,闫慧. 关于图书馆文化的理论研究[J]. 图书馆论坛,2005,25(6):77-82.

⑤ 柯平,闫慧. 网络阅读文化的基本理论研究[J]. 图书馆工作与研究,2007(5):3-7.

⑥ 董焱. 信息文化论:数字化生存状态冷思考[M]. 北京:北京图书馆出版社,2003:172-181.

⑦ 王世伟. 图书馆管理与服务论丛[M]. 上海:上海社会科学院出版社,2004:80-92.

⑧ 贺子岳. 网络环境下图书馆人力资源的开发研究[M]. 北京:北京图书馆出版社,2004:147.

三、图书馆组织文化

从当前图书馆建设需要以及图书馆管理创新的理论需要出发,采用组织文化的视角,加强图书馆组织文化研究,既有图书馆学理论发展的战略意义,又有图书馆事业发展的战略意义。

如前所述,笔者认为:对组织文化泛化的理解或者狭义的理解都是片面的,将物质文化、精神文化与制度文化三个层面套用到图书馆组织中有些牵强附会,而将组织文化仅仅界定为价值观体系又难以反映图书馆的组织特点。需从战略高度切入,从图书馆组织文化的外显层面和内在核心出发,我们将图书馆组织文化定义如下:图书馆组织文化是一个图书馆所建立的行为规范以及全体职员所表现出的信念与价值观的总和。

在这一定义中,行为规范是图书馆组织文化的外显或外在层面,信念与价值观是图书馆组织文化的内隐或核心层面。

第三节 图书馆组织文化建设的意义

一、改进管理方式 提高管理效能

组织文化管理可以弥补科学管理的缺陷,超越科学管理,有利于提高图书馆管理层次和水平。组织文化管理是一种新的管理,既摒弃了经验管理“人治”的窒碍,也避免了科学管理“法治”的弊端,是先进的管理理念和方法。

我国长期以来图书馆管理不讲科学,只讲经验,特别是依赖馆长个人的作用,加上馆长的频繁更替,使得一些图书馆至今仍处于经验管理和“人治”状态。当大多数图书馆引入并实施科学管理过程中,出现了许多新的问题,如实行定量管理后常常以牺牲质量为代价;实施责任制以后导致责权利的不统一;引入末位淘汰制让员工长期处于紧张状态直接影响工作;过分地对员工实行惩罚管理不仅达不到目的,还起到了反作用,甚至有的图书馆实施责任连坐制,相当于一人错失“株连”同部组,管理的副作用愈加显著。只有在科学管理的基础上强化组织文化建设,实现财务管理、设备管理、人力资源管理、危机管理与战略管理和组织文化的协同,才能彻底改变分散管理和落后局面,提高管理的整体层次和新水平。

组织文化建设是图书馆管理发展的必然要求,突出以人为中心的管理,成为图书馆管理的核心内容,有利于提高图书馆效率。

在图书馆服务“以用户为中心”导向的同时,管理上受人本管理的影响,人力资源管理和知识管理成为图书馆管理研究的热点。从理论看,当代图书馆管理体系的发展开始形成三大层面:一是业务管理,包括馆藏资源管理、服务管理、财务管理、统计评估、质量管理、技术管理等,是图书馆基本要素的管理,是图书馆运行的基础,这一层面管理的特征在于基本层面和微观的管理;二是人力资源与创新管理,除人力资源、职业认证等外,不断引入新的管理理论与方法,实现管理创新,如知识管理、危机管理等,这一层面管理的特征在于中高层面和宏观的管理;三是战略管理与文化管理,战略规划、组织文化建设是其核心内容,这一层面管理的特征在于组织高层的管理和面向发展的管理。我国图书馆管理正在从低层面管理向高层面迈进,虽然越是高层面难度越大,但这是管理发展的必由之路。

虽然图书馆界曾经开展过“读者第一”还是“馆员第一”的争论,但至今还没有把馆员作用放在恰当的位置。据相关研究,高校图书馆女性馆员比例在70%以上,已出现自卑型、享乐型、慕楚型、瓶颈型等职业倦怠现象^①。进行组织文化建设,可以根治图书馆人员管理中职业倦怠、职称评审矛盾、压力过大等诸多问题,更好地将激励管理与职业素养相结合,将个体能动性、组织能动性相结合,充分调动图书馆每一个员工的积极性和创造性,创建图书馆组织文化。

组织文化建设要求图书馆优化组织结构,改变落后的领导方式。由于传统图书馆管理中过分强调领导权威,导致专制主义和权力滥用现象,建立新的组织文化要求以民主型取代权威型、以分权式取代集权式^②。

图书馆组织文化不仅可以最大限度地有效利用人力资源,通过强调以人为本,关心人、理解人、尊重人、培养人,充分满足员工需要层次的提高,最大限度地调动人的积极性;而且可以将图书馆的人力优势变成人才和智力优势,通过文化影响图书馆组织群体行为,增强组织凝聚力,提高组织效力。

二、提升竞争力 塑造良好社会形象

组织文化建设对组织发展战略的制定与实施起着决定性作用,有利于提升图书馆的核心竞争力。

有一个时期将学习型组织引入图书馆有不少研究,却缺乏相应的实践。近十年战略规划研究以及“十二五”“十三五”规划制订呼唤图书馆战略管理理论的指导。图书馆组织文化建设对图书馆战略规划制订与实施起着决定性作用,组织文化建设带来的知识、效益、人文提升等相关价值,有利于增强图书馆的战略意识,确立图书馆的使命和目标,形成图书馆的长期战略,也直接影响图书馆发展战略的实施,有利于实现制订与实施的衔接以及目标与行动的统一。组织文化建设着眼于整体与未来,将组织的业务与管理提升到更高和长远的层面,直接关系到增强和发展图书馆的核心竞争力。

组织文化建设是通过改善与塑造图书馆社会形象,有利于增强图书馆与社会的联系,促进图书馆服务,进而提升图书馆的社会价值和社会地位。

组织形象是组织文化的外在表现。良好的图书馆形象直接影响用户对图书馆的认知,影响用户对图书馆的充分利用。

第四节 CIS理论与图书馆形象导入

识别是指个体或者组织借助各种感性的形式来彰显其自身区别与外界的特殊性。从组织理论的角度讲,组织存在的原因是因为它有自己特定的使命,使命描述自己的愿景、共享的价值观、信念以及存在的原因,它对组织具有强有力的影响^③。这种不同的使命是区别不

① 任玉梅. 关于高校图书馆女馆员职业倦怠的几点思考[J]. 山东图书馆学刊, 2012(5): 66-69.

② 苏忠林. 公共组织理论[M]. 武汉: 武汉大学出版社, 2013: 222.

③ 周宁, 杨金德, 朱健强. CIS: 企业形象识别设计全书[M]. 北京: 北京广播学院出版社, 1995: 4.

同组织的关键所在,通常这种区别要通过一系列的视觉的、行为的规范来体现出来。

识别离不开形象。为了达到识别的目的,我们必须借助各种感性形象的手段,这也就是所谓的“口说无凭,眼见为实”,特殊性必须通过具体的形象来展现给大家,才能得到大家的认同。无论是通过颜色、服装、旗帜或者是行为,它归根到底都是一种形象。

形象是一个复杂的概念,使用也很广泛,比如个人形象、公司形象、国家形象、对外形象等。我们很难用某种单一的东西来代替其形象,比如对于一个人的形象,我们无法简单地抽取一个人的相貌、行为、动作作为这个人的形象。相反,形象是一种综合的感觉,一个人的个人形象必然是综合这个人的相貌、动作、衣着、修养、待人接物等诸多方面而产生的。对于同一个人的形象,不同人的看法也不同,这说明形象在一定程度上也是一种主观的体验和感觉。

塑造并保持一个良好的对外形象非常重要,北京在申请承办 2008 年奥运会的过程中,以“新北京、新奥运”为口号,倡导绿色奥运、人文奥运和科技奥运的理念。在申办过程中,聘请我国著名导演张艺谋制作申奥宣传片,邀请邓亚萍、桑兰、杨澜、成龙、巩俐作为形象大使,举办北京申奥演唱会和奥运冠军签名活动,从而全方位地展示中国北京的风采,成功地获得了 2008 年奥运会的举办权。可见,无论是对于个人,还是对于一个团队、一个组织,甚至对于一个城市、一个国家,都需要进行形象设计,图书馆也不例外。

一、CIS 的起源和发展

组织文化管理可以弥补人类有意识地进行形象识别的历史可以说是源远流长,但 CIS (corporate identity system 的缩写,即企业形象识别系统)作为一种系统的经营策略出现,却是现代社会的事情。到了现代社会,随着生产和市场的扩大,企业通常面临着很大的竞争压力。在对手如林、竞争愈演愈烈的情况下,为打破产品的同质化,争取在市场上脱颖而出,企业开始重视和强调自身与竞争对手之间的差别和个性特点,发展自己的形象战略。在这种情况下,第二次世界大战前,英国工业设计协会会长弗兰尼领导了一批杰出的设计家为英国伦敦的地铁系统进行设计规划。由詹世顿负责其中有关字体标准化的设计部分,格罗皮斯负责其中的项目设计,摩尔则负责纪念碑设计。这一整套设计规划被认为是 CIS 的萌芽。

CIS 作为一种新颖独特的竞争战略,二战后在美国兴起,并逐渐在西方发达国家流行起来。在美国的高速公路上,不仅有各式各样的交通标志,而且美国的很多企业都利用高速公路宣传自己的产品,使用两三种简单明快的颜色,易于识别,美国的汽车餐厅麦当劳 (McDonald) 就是一个典型的例子 (见图 1-1)。

企业引入 CIS 有一个成功案例。1956 年,IBM 公司总裁托马斯·沃森聘请偌伊斯设计出一套完整的视觉识别系统。整个视觉形象系统以公司的英文首字母缩写 IBM (International Business Machines) 为核心,创造除了极具美感的造型,并围绕着这一核心设计出一系列统一的标准字体及其他应用系统。整个设计体现除了 IBM 作为一个高科技 IT 企业所代表的“前卫,科技,智慧”的特点,同时也体现除了一家高科技公司雄厚的技术背景和经济事例,IBM 逐渐获得“蓝色巨人”的称号。

而我国直到 20 世纪 80 年代才开始重视并引入 CIS 系统。改革开放以后,1988 年太阳神集团开创了我国导入 CIS 风气之先。在太阳神成功导入 CIS 系统,并极大地提高其竞争能力的鼓舞下,20 世纪 90 年代初,一大批企业纷纷实施企业形象战略并取得同样的成功。



图 1-1 一些简单的交通标志与公司标识

来源:昵图网[EB/OL].[2016-03-31]. <http://www.nipic.com/>.

对企业来说,企业形象是企业的关系者对企业的整体感觉、印象和认知。企业的关系者包括消费者、客户、竞争者、股东、投资者、企业员工、潜在就职者、原材料供应者、政府、传媒等。企业形象策划是一种美化企业形象,注入新鲜感、使企业更能引起外界的注意,进而提升企业的知名度、信赖度和美誉度的经营技法^①。

二、CIS 的构成与设计

CIS 是运用视觉设计,将组织理念与本质规范化、系统化、视觉化。它以组织的经营理念、管理思想和组织文化为核心,通过视觉艺术将这些理念内容展现给组织内部员工和社会公众,塑造良好的组织形象,从而使公众对组织产生认同感,增强组织内部的凝聚力和向心力,达到增强组织竞争力的效果。

CIS 由企业理念识别(Mind Identity, MI)、行为识别(Behavior Identity, BI)和视觉识别(Visual Identity, VI)构成。

企业识别系统是企业经营理念,行为规范和视觉设计的统一体。一般认为,企业的理念识别系统是企业识别系统的核心,企业形象策划自始至终都是围绕着企业理念来设计的。一个好的理念,是一个企业 CIS 系统成功的前提;相反,基于一个不适合本企业的理念,无论再有多好的行为识别和视觉识别设计都是无济于事的。从这个意义上讲,企业的理念识别系统是企业识别系统的灵魂。行为识别系统是对理念识别系统的一个直接反映,它是在企业基本理念的基础上建立起来的。通过一系列的行为规范、规章制度和活动安排,企业得以将自己的理念牢牢地贯彻到企业的日常经营活动中,将企业的精神深深印入员工的脑子里,并加以制度化和规范化。

企业视觉识别系统则是企业理念更为直接、更为形象的一个表达。从某种意义上,企业形象识别系统是以视觉识别设计作为其中心的。在实践中也可以发现,很多公司在设计自己的形象识别系统时,都将相当大的精力放到了视觉识别环节。毕竟一个企业的精神理念、行为传统都具有很强的历史沉淀性,这并不是很快“设计”出来的,而漂亮的视觉识别系统,无疑是塑造企业形象最快捷的方式。

CIS 设计是一种有计划、有组织、有目标的管理行为,它把管理的哲理性、科学性和艺术性很好地结合起来,为企业在竞争中求生存图发展塑造一个具有生命力的完整形象^②。CI 的开发和实施实际上是与企业的内在结构、运转机制和精神文化紧密相关,是从以物为中心

① 叶万春,万后芬,蔡嘉清.企业形象策划——CIS 导入[M].大连:东北财经大学出版社,2006:22.

② 李锐.试论现代企业形象设计的原则[J].现代管理科学,2004(2):109-110.

到以人为中心的企业精神的转移,强调人的精神力的调动在管理中的巨大作用^①。

企业 CIS 工程的引入包括以下步骤:①实施前的调查分析阶段,主要任务是调查企业的历史和现状,包括企业外部的经营环境、企业的战略定位、企业面临的五种力量因素等,以及企业的内部环境,包括企业的文化、员工水平、领导班子、公共关系现状等。②根据调查结果,展开 CIS 的实际开发和实施工作。这一阶段是 CIS 引入的关键步骤,主要由策划和实施两部分组成。③CIS 工程的实施阶段。企业一般从两个方面来逐步推行,一方面对内进行本企业 CIS 工程的宣传和推行,另一方面是对外的发布和展示。只有在内外部两个方面齐头并进,共同推行,才能有效地把我们前面的设计转换为企业切切实实的形象提升。④实施后的维护和评估。企业建立良好的形象不仅要靠优秀的策划设计、有效的实施,更要靠长期坚持不懈的保持和维护。

三、图书馆引入 CIS 系统必要性与可行性

在图书馆引入 CIS 系统并不是毫无必要或者是赶时髦的举动,而是在新的社会环境中重新定位图书馆的位置,充分发挥图书馆对于社会经济、文化发展的重要作用,并在此过程中充分发展图书馆事业自身所必需的。

其必要性表现为:图书馆之所以要引入 CIS 系统,最根本的原因是改革开放以后,中国社会各个方面经历了巨大的变革,传统意义上“藏书楼”式的图书馆已经不能满足社会多方面的需求,客观上要求图书馆求变求发展。

改革开放给中国带来的影响是极其巨大的,这些影响通常既有好的方面也有坏的方面。经济的发展使人民生活水平大幅度提高,但不断拉大的贫富差距却导致“信息鸿沟”的产生;市场经济使资源配置更加有效率,同时也导致“拜金主义”的滋生;文化的开放使我们精神生活更加丰富,也使一些庸俗、堕落的思想加以传播;我们的社会比 20 年前更加多元化,也更充满着不确定性。坦率地讲,图书馆的变革速度要远远落后于整个社会的变革速度,很多图书馆仍然停留在传统意义上的“藏书楼”阶段。社会的变革对图书馆提出了更高的要求。

图书馆应当积极参与我国信息化建设,改变传统的管理体制,打破传统的僵化的管理体制,真正引入现代的管理方法,关注市场及读者的需求,积极主动地开展服务,这样才能在未来的信息时代获得一席之地。“以人为本”,图书馆作为一个社会服务机构更应当顺应社会发展潮流,真正把工作中心从“书”上转移到“人”上。

未来的挑战是巨大的,无论如何,图书馆将不可避免地面对自其产生以来最大的变革。这种变革将涵盖宏观上的图书馆哲学、理念,以及微观上图书馆具体业务工作的方方面面。这种巨大的变革将使图书馆必将采用各种先进的管理思想。而无论是管理体制的改变,服务理念的创新,经营的理念,这些内容都需要借助 CIS 工程加以实施。

从可行性方面讲,CIS 系统是企业通过一系列的设计活动,充分发掘企业的内在潜能,从而最大限度上实现价值最大化的活动。最早的形象设计活动其实并不是始于企业界,而是逐渐被引入企业界后发扬光大的。因此对比图书馆,我们发现虽然图书馆在很多方面不同于以盈利为目标的企业,但在图书馆实行 CIS 仍然是可行的。图书馆和企业都是按照现代

^① 肖薇薇. 略论合理开发和利用人的精神力在企业文化中的地位与现实价值[J]. 商场现代化, 2013 (24): 64-65.