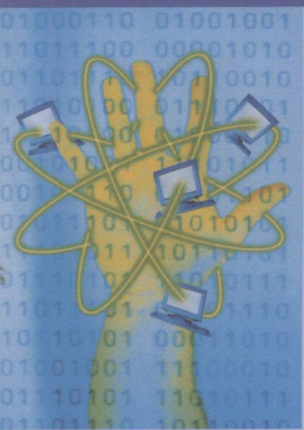




信息管理研究型课程书系

● 主 编 郑建明



XINXI GUANLI YANJIUXING KECHENG SHUXI

信息咨询学



南京大学出版社

信息管理研究型课程书系

信息咨询学

○主 编 郑建明



南京大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

信息咨询学/郑建民主编. —南京:南京大学出版社, 2010. 7

(信息管理研究型课程书系)

ISBN 978-7-305-07261-1

I. ①信… II. ①郑… III. ①情报检索-高等学校-教材 IV. ①G252.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 143831 号

出版发行 南京大学出版社

社 址 南京市汉口路 22 号 邮 编 210093

网 址 <http://www.NjupCo.com>

出版人 左 健

丛 书 名 信息管理学术前沿文库

书 名 信息咨询学

作 者

责任编辑 谢 靖 孙 辉 编辑热线 025-83592146

照 排 南京大学印刷厂

印 刷 南京大学印刷厂

开 本 787×960 1/16 印张 31 字数 556千

版 次 2010 年 7 月第 1 版 2010 年 7 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-305-07261-1

定 价 56.00 元

发行热线 025-83594756 025-83686452

电子邮箱 Press@NjupCo.com

Sales@NjupCo.com(市场部)

* 版权所有,侵权必究

* 凡购买南大版图书,如有印装质量问题,请与所购图书销售部门联系调换

信息管理研究型课程书系 编委会

郑建明 徐 雁 叶继元
朱庆华 苏新宁 沈固朝
孙建军 华薇娜 吴建华
张志强

总 序

研究性学习和研究性教学是大学教育的根本,是培养创新性人才的基础。钱学森先生的发问“为什么我们的学校总是培养不出杰出人才”值得我们深思。要改变我们的教学理念和教学方法,教材改革是重要的环节。这套教材,既是信息管理学院系本科各专业的常规教材,也是配合研究性学习的辅助用书。所谓研究性学习,其形式是多样的,如以个体、团队方式参与教师的研究课题,或根据课程目标自选课题模拟科研活动,或撰写报告、发表论文、交流经验、开展辩论、展示成果,等等。就在撰写“总序”的前一天,我们接到仙林新校区学生班长的来函,要求为同学们参与教师的研究课题提供方便。类似的要求几乎每年都有,反映了学生们参与这类学习的积极性,也反映了对传统课程改造的必要性。

在本科生中倡导研究性学习其实是有分歧的。有的学者认为,大学本科教育主要是抓基础,而非研究;刚从高中门槛跨进大学的学生懂什么研究?研究性学习仅是一种口号。相反的观点认为,研究性学习理念的提出有现实意义,因为现在就业竞争压力很大,用人单位普遍要求学生有项目经验,为了调动学生学习的积极性和增强就业竞争力,应该提倡。

我们提倡在本科图书情报教育中进行研究性学习已有多年。倡导这个理念并在教学组织活动中积极实施,其实有更深层次的原因。

在大学教育日益大众化的今天,大学教育中学化趋向也越发明显——教材风格统一、教学方式统一、评价方式统一……习惯了应试教育和“填鸭式”教学模式的中学生如何在大学环境中接受专业知识、激发自主学习的自觉性、培育良好的学习策略和学习能力、增强自我解决问题的意识?从知识的“吸收—储存—再现”到“探索—研讨—创造”是一个艰难的转变,教材在这一转变中将起不可忽视的作用。例如,能否利用教材引导学生的“问题意识”和批判性思维?过去认为“不成熟的知识”不能进入教材的观念在研究性教材的编写中是否可以有所突破?对各种问题的阐释,可否多层面、多方向和多维度,以培养学生发现问题和独立判断的能力?在适当照顾知识的系统性和全面性的同时,是否也要关注本学科(或本领域)的核心或前沿问题?能否不再用“说理式”的大段论述填满思维的空间,让学生通过选读书目自己去消化有关内容?

“改造学习方式”已成为当今教育改革的焦点之一。传统的学习观强调教师如何把现成的知识有效地输入给学生,而建构主义的学习观则强调如何创造

情境让学生以自己的理解方式去解释和吸收信息。学习作为汲取知识的活动,是学生不断质疑和表达个人见解的过程,是主动探究和实践的过程,也是一种“问题解决型学习”的过程,它着眼于跨学科的综合实践活动和基于学习资源的开放性学习方式,使学生在教师指导下以类似科学研究的方式主动获取知识、应用知识,在“强化理念、淡化结果、注重过程”的指导思想下,以培养自主学习能力、实践能力和信息素养为目标,使学生获得研究活动的亲身体验,养成喜爱质疑、善于思索的习惯,激发探索的兴趣和欲望,增强自信和敬业思想,培养团队合作的精神,提高严谨认真、实事求是的科学态度,改变长期以来形成的过分依赖书本、依赖教师的学习传统。

《信息管理研究型课程书系》正是基于上述考虑所进行的尝试。它要求编者除了提供学生应掌握基本知识的阐述,还要提出能启迪学生思维的问题,推荐中外文图书、文章、报告和站点,结合学习内容布置实验设计或模仿科研任务的实践课题,提供研究性案例与学术提示。融入这些因素,主要是让学生知道,教材的阅读不再是单纯的理解和记忆,也是要付出艰辛的探索劳动的。至于这些因素能采纳多少,采纳到何种程度,由教师在了解学生认知规律的基础上,根据教材内容和目的决定。当然要说服教师编写这样的教材是有难度的,不仅因为缺乏可供参照的同类样板,也因为研究性学习本身对教师的知识结构和能力结构要求更高,反映了教师对研究型课程理念的理解程度,以及对教学活动实施方法与程序的熟悉程度。总之,这是信息管理教材改革的一个尝试,必然会有许多缺陷和问题,我们诚恳地欢迎读者提供建议和帮助。

《信息管理研究型课程书系》编委会

2009年12月20日

目 录

第一章 信息咨询基本概念	1
1.1 咨询概念的起源	1
1.1.1 我国古代咨询史	1
1.1.2 咨询概念的考证	5
1.2 咨询的相关概念	7
1.2.1 管理咨询	8
1.2.2 科技咨询	10
1.2.3 信息咨询	12
1.2.4 一般咨询	14
1.3 信息咨询概念及辨析	16
1.3.1 信息咨询的概念辨析	16
1.3.2 争议焦点	18
1.3.3 信息咨询的合理定位	20
本章小结	25
思考题	25
第二章 信息咨询的性质和类型	26
2.1 信息咨询的性质	26
2.1.1 代表知识经济特征的产业形态	26
2.1.2 信息、知识、情报的传播与共享的中介	27
2.1.3 市场经济条件下的经营性事业	28
2.2 信息咨询的特征	29
2.2.1 客观性与独立性	29
2.2.2 科学性	31
2.2.3 综合性	32
2.2.4 智能性与创造性	32
2.2.5 参考性与多项选择性	33
2.2.6 服务性	33
2.2.7 实用性与适应性	34

2.2.8 有偿性和产业性	35
2.3 信息咨询的类型	35
2.3.1 从信息咨询机构的隶属关系划分	36
2.3.2 从信息咨询涉及的业务领域划分	39
2.3.3 从信息咨询其他角度的划分	46
本章小结	48
思考题	48
第三章 信息咨询方法	49
3.1 信息咨询方法体系	49
3.2 按支撑学科划分的方法论体系	52
3.2.1 思维科学方法	52
3.2.2 数学方法	56
3.2.3 系统科学方法	57
3.2.4 工程技术方法	60
3.3 按业务流程划分的方法论体系	62
3.3.1 咨询信息的收集方法	62
3.3.2 咨询信息的整理方法	65
3.3.3 咨询信息的分析方法	69
3.3.4 信息预测和评估方法	75
本章小结	83
思考题	83
第四章 信息咨询业务流程	100
4.1 咨询项目介入	100
4.1.1 初步接洽	100
4.1.2 客户需求分析	102
4.1.3 咨询企业与客户的双向选择	104
4.1.4 商务谈判	105
4.2 咨询项目启动	109
4.2.1 咨询项目组和项目培训	109
4.2.2 项目规划	110
4.2.3 工作计划	113
4.2.4 文档准备	114

4.3 项目实施	115
4.3.1 咨询信息的收集	115
4.3.2 咨询信息的整理和分析	118
4.3.3 咨询报告	120
4.3.4 项目监控	124
4.4 项目成功的保障措施	125
4.4.1 咨询顾问的角色	126
4.4.2 知识转移	127
4.4.3 风险控制	128
4.4.4 项目评估	130
4.4.5 持续改善	131
本章小结	132
思考题	132
 第五章 咨询信息源	 156
5.1 咨询信息源的选择标准	156
5.2 客户信息源	158
5.2.1 客户信息源的信息内容	158
5.2.2 利用客户信息源需要注意的问题	159
5.3 咨询机构信息源	160
5.3.1 咨询机构信息源的信息内容	160
5.3.2 咨询机构信息源的“外化”趋势	162
5.4 政府信息源	163
5.5 行业(产业)信息源	165
5.5.1 行业(产业)主管部门	166
5.5.2 非官方行业(专业)组织	166
5.5.3 行业(产业)网站	168
5.5.4 综合性网络信息源	168
5.6 文献信息源	170
5.7 非公开信息源	171
本章小结	172
思考题	173

第六章 中国的信息咨询业	198
6.1 中国现代信息咨询业产生的背景	198
6.1.1 社会时代背景	199
6.1.2 国内政治经济条件	199
6.1.3 信息技术条件	200
6.1.4 信息咨询业自身发展的演进	201
6.2 中国信息咨询业发展的现状	202
6.2.1 市场规模	203
6.2.2 业务能力与人员素质	204
6.2.3 咨询意识与咨询需求	205
6.2.4 咨询业市场	206
6.3 中国咨询业发展面临的问题	207
6.3.1 咨询业所处的宏观环境问题	209
6.3.2 信息咨询业自身的发展问题	211
6.3.3 信息咨询业的需求方问题	214
6.4 中国信息咨询业的发展策略	216
6.4.1 优化信息咨询业宏观环境	216
6.4.2 提高自身业务能力	218
6.4.3 开拓海外咨询市场	220
6.5 中国著名咨询机构	221
本章小结	229
思考题	229
第七章 国外信息咨询业	232
7.1 国外信息咨询业的产生与发展	232
7.1.1 古代咨询	232
7.1.2 近代咨询	233
7.1.3 现代咨询	234
7.1.4 当代咨询	236
7.2 各国的信息咨询业	238
7.2.1 美国信息咨询业	240
7.2.2 德国信息咨询业	242
7.2.3 英国信息咨询业	244
7.2.4 日本信息咨询业	246

7.2.5 印度信息咨询业	249
7.3 国外信息咨询业发展趋势	250
7.3.1 咨询业务全球化	250
7.3.2 咨询手段现代化	251
7.3.3 咨询项目的规模化	252
7.3.4 咨询业务综合化与专业细分化	252
7.3.5 海外信息咨询	253
7.3.6 网络信息咨询	254
7.4 国外著名咨询机构	255
本章小结	264
思考题	264
第八章 信息咨询机构	265
8.1 信息咨询机构的类型	265
8.1.1 按照业务范围划分	265
8.1.2 按照经营目标划分	266
8.1.3 按机构性质划分	267
8.1.4 按研究实力划分	271
8.1.5 按其隶属关系划分	271
8.1.6 按服务对象划分	273
8.2 信息咨询机构的组织结构	274
8.2.1 常见的咨询机构的组织形式	274
8.2.2 选择咨询组织结构应遵循的原则	280
8.3 信息咨询机构的服务模式	282
8.3.1 直答服务方式	282
8.3.2 网络服务方式	282
8.3.3 项目服务方式	283
8.4 信息咨询机构的管理	287
8.4.1 信息咨询机构的宏观管理	288
8.4.2 信息咨询机构的微观管理	289
本章小结	297
思考题	297

第九章 信息咨询学及其基础理论问题	299
9.1 什么是信息咨询学	299
9.1.1 什么是信息咨询学	299
9.1.2 信息咨询学的相关学科	299
9.2 信息咨询学研究范畴	300
9.2.1 信息咨询学主要研究内容	300
9.2.2 咨询科学理论研究的框架	300
9.3 信息咨询业与相关领域的关系	302
9.3.1 信息咨询业与信息服务业的关系	302
9.3.2 信息咨询业与软科学研究的关系	303
9.4 信息咨询学的基本理论问题	305
9.4.1 信息咨询的基本功能与社会功能	305
9.4.2 咨询的基本属性与社会属性	307
9.4.3 信息咨询的一般认识	311
本章小结	313
思考题	313
第十章 咨询顾问的角色和素质	314
10.1 聘用咨询顾问	314
10.2 咨询顾问的角色	316
10.2.1 咨询顾问的角色范围	316
10.2.2 咨询顾问角色的定位	321
10.2.3 咨询模式与咨询顾问的角色	321
10.2.4 咨询过程与咨询顾问的角色	322
10.3 咨询顾问的素质和职业道德	324
10.3.1 咨询顾问的素质要求	324
10.3.2 咨询顾问的职业道德	326
10.3.3 咨询顾问素质的培养	327
10.4 咨询顾问的资格认证	327
本章小结	329
思考题	329
第十一章 网络信息咨询	351
11.1 网络信息咨询概述	351

11.1.1	网络信息咨询的含义	351
11.1.2	网络咨询的特点	352
11.1.3	网络信息咨询的发展现状	352
11.2	网络信息咨询的客户需求	353
11.3	网络信息咨询的依托	356
11.4	网络信息咨询服务的方式	358
11.4.1	设立咨询网站	358
11.4.2	搜索引擎	360
11.4.3	开通网络会议系统	361
11.4.4	组织邮件列表	361
11.5	网络咨询的体系架构	362
11.5.1	C/S 架构	362
11.5.2	B/S 体系架构	364
11.6	网络咨询应注意的几个特殊问题	367
11.6.1	在线客户管理问题	367
11.6.2	费用收取问题	369
11.6.3	咨询者的隐私保护问题	372
11.6.4	信息的知识产权问题	375
本章小结		377
思考题		378
第十二章 信息咨询政策法规		384
12.1	信息咨询政策法规的基本理论问题	384
12.1.1	信息咨询政策	384
12.1.2	信息咨询法规	385
12.1.3	信息咨询政策与法规的关系	387
12.1.4	信息咨询政策法规建设的重要意义	390
12.2	国外信息咨询政策法规	395
12.2.1	国外政府对信息咨询业的政策扶植	396
12.2.2	法规和行业规范对信息咨询业的调控作用	398
12.2.3	国外信息咨询政策法规的特点	400
12.3	我国信息咨询政策法规	402
12.3.1	我国信息咨询政策	403
12.3.2	我国信息咨询行业规范	404

12.3.3 我国信息咨询法规	407
12.4 完善我国信息咨询政策与法规	415
12.4.1 信息咨询政策法规制定的原则	415
12.4.2 信息咨询政策法规制定的技术方法	418
12.4.3 我国信息咨询政策法规的构建体系	419
本章小结	428
思考题	428
参考书	429

第一章 信息咨询基本概念

作为人类文明产生以来就有的一种智力交流与传播活动,信息咨询有着极其悠久的历史。然而,随着时代的发展和进步,信息咨询活动不仅在形式上愈发多样化,而且在内容上也发生了质的变化。尤其是信息技术的普遍应用和渗透、知识管理理念的广泛引入,使得各行各业的信息咨询活动变得更加活跃和丰富。与此同时,人们对信息咨询的认识,也伴随着咨询实践的发展而不断深化,特别是关于“什么是咨询?”以及“咨询的实质是什么?”等方面的问题,正引起人们越来越多地的思考。万事皆有源,本章旨在追踪信息咨询的源头,探寻信息咨询的涵义及其发展方向。

1.1 咨询概念的起源

1.1.1 我国古代咨询史

智囊(或智囊团)是中国古代信息咨询活动的主要表现形式。作为咨询活动的主体,智囊(或智囊团)专门充当统治阶级或某一社会团体的参谋,为之出主意、献计策。《尚书·舜典》中的“咨亦谋也”,就是对这种咨询职能的说明。在不同的历史时期,智囊或智囊团有不同的称谓,诸如门客、养士、幕僚、谋士、军师、博士、谏臣等。决策者聘请他们作为自己的智囊,每遇紧急事务需要决策或实施某项重大措施时,都要向这些人请教,以保证决策正确。其中的一些佼佼者,如孙臧、诸葛亮、魏征等,他们在咨询活动中所表现出的聪明才智,以及富于谋略的创新精神,千百年来一直为人们所颂扬。

我国古代的信息咨询活动由来已久。早在原始氏族公社时期,氏族酋长(或首领)身边,就聚集了一些咨询人员,他们由一些德高望重、经验丰富的长老组成,掌管火、天时、祭祀以及调解纠纷等事务,被称为“火师”、“火正”、“羲和”、“四岳”、“士”等,如《尚书·尧典》中就有“咨四岳”的记载。这些长老经常向氏族或部落首领献计献策,协助处理公共事务,因而又有“四辅”、“四邻”、“师保”、“三公”、“三老”之称。到原始社会末期,尧、舜、禹更是传说中的古代圣贤,据资料记载:“尧有衢室之问者,下听于人也;舜有告善之旌而主不蔽也;禹立谏鼓

于朝而备讽矣。”^①，他们开明地对待下属和臣民的谏言，并有选择地加以采纳。

夏、商、西周时期是我国奴隶制社会的形成和发展时期。据《史记·夏本纪》记载，夏朝君王左右有“三正”和“四辅臣”。三正指奴隶制王朝的大臣、官长，而四辅臣“古者天子必有四邻，前曰疑，后曰丞，左曰辅，右曰弼”，他们共同辅佐皇帝。商朝的中央政府机构“内服”中，有专掌祭祀、占卜的“乍册”、“卜巫”和专掌典册的“令藏史”，这类职官构成了商朝统治者的准咨询系统。在商朝的管理机构中，巫史是仅次于君王的执政官，他们在商王处理国家事务如祭祀、战争、田猎、农事、天象、吉凶观测、官员任免、建立都邑甚至生育等活动中发挥着重要的参谋作用。

两周时期，国家管理机构中除设立“三事大夫”、“六卿”、“司工”等官职外，还在周王身边设立“三公”作为谋臣，《大戴礼记·保傅篇》记载：“昔者周成王幼，在大襁褓之中，召公为太保，周公为太傅，太公为太师。保，保其身体；负，傅其宗义；师，师之教训；此三公之职也。”^②“三公”并非固定的官职，而是因人而设，国家对其十分的礼遇和恩宠，三公退职后被尊称为“三老”，但周王遇到重大事务时，还都要把三老请来，把酒开宴，共商大计，可见“三公”在当时相当于周王的高级顾问。

春秋战国时期是我国由奴隶制社会向封建制社会过渡的时期，也是群雄并起，纷纷逐鹿中原的乱世之秋。在当时的社会形成了一个相对独立的社会阶层——“士”，“士”泛指那些有知识、有才干、善言辞的谋士。他们不受国家、宗族以及经济地位的限制，只要怀有一技之长，善言说，多谋略，均有可能被各国君王奉为座上客。作为专业的咨询人员和高级智囊，他们在辅佐和劝告各国国君开基创业、争霸称雄方面所提出的许多战术谋略，对各国的政治、经济、军事等方面产生了深远的影响。史载当时为了报齐国破燕之仇，燕昭王求贤若渴，“卑身厚币以相贤者”。于是天下贤能感其诚，“争凑燕”。《史记·燕昭公世家》云：“乐毅自魏往，邹衍自齐往，剧辛自赵往，士争趋燕，燕王吊死问孤，与百姓同甘苦。”燕国从此人才济济，国势渐强。一时之间形成了各诸侯养士的风气，魏国的信陵君是战国“四公子”之一，据《魏公子列传》记载：“诸侯以公子贤，多客，不敢加兵谋魏十余年。”由于智囊之士云集于魏，竟然起到了镇慑邻国的作用，这足以说明智囊在当时社会有着特殊的意义。同样的，在各诸侯国中，秦国之所以能够称雄天下，并一统中国，也与它遍揽贤能、重视智囊的举动密不可分。

① 谢浩苑，朱迎平译注. 管子全译. 贵阳：贵州人民出版社，1996：679

② 孔祥智，胡铁成编著. 信息咨询机构. 北京：中国经济出版社，1995：107

秦穆公曾不计国别,广招天下奇才异士,先后招拢了由余、百里奚等作为谋臣,广泛采纳这些智囊的建议,于是秦国日益强盛。秦孝公时又发布招贤令,结果商鞅弃魏投秦,主持变法,从而使秦国兵精粮足,为日后秦始皇统一中国奠定了基础。

秦末汉初,刘邦和项羽逐鹿中原,争夺天下。面对项羽的强势,刘邦认识到武力并不是保持长久优势的法宝,拥有一批可靠的人来辅佐自己才是上上策,随后刘邦招纳了萧何、叔孙通、周昌、张良、陈平等入充作智囊,为他出谋划策,在他们的帮助下,刘邦才得以克服农民起义队伍所固有的鲁莽和狭隘思想,采取合理的战略战术,并最终建立西汉王朝。建国之初,他接受陆贾的建议,审时度势,昌礼仪仁义之风,采纳陈平的策略进一步巩固安定、统一的局面,又采纳张良的计策,论功行赏,采取怀柔政策,智收群雄,受到文武百官的拥戴,从而稳定了全国局势。

西汉、东汉时期的政治体制基本上沿袭了秦朝的“三公九卿”制,西汉曾设立了一个专门的政治咨询机构——“中朝”,这是由皇帝的近侍所组成的决策机构,他们以尚书令为首,共同参与行政,对国家大事有很大的谋议权和参决权。汉武帝时,又设置了谏大夫、光禄大夫,负责拟制重要的朝政法令和参谋朝政。

魏晋南北朝时期,作为皇帝智囊的侍中的地位日益重要,魏朝的侍中“掌侍左右,赞导众事,顾问应对”^①,遇到重大事宜或政令,皇帝都要先征求他们的意见,经过切磋商讨后方可发布,“备切问近对,拾遗补阙”^②。晋朝时设立门下省,以侍中为长官,充当智囊,专门为皇帝出谋划策。到了南北朝时期,门下省便发展成为高级谋议和决策机构,杜佑《通典》中载:“至梁,陈举国机要悉在中书,献纳之任又归门下。”

在隋唐时的官僚机构中,“三师”与“三公”均是君王的谋臣。“三师”即太师、太傅、太保,他们“训导三官,天子所师法,大抵无所统职,然非道德崇重,则不居其位。无其人,则阙之”^③。“三公”即太尉、司徒、司空,他们是“论道之官也,盖以佐天子理阴阳,平邦国,无所不统,故不以一职名其官”^④。可见“三师”与“三公”虽为虚职,然而它们有时充任智囊,被皇帝视为亲信。隋唐时期的门下省已经发展成为比较完备、功能齐全的政治咨询机构,其职能是审查中书草拟的诏令和部署施行,并且审阅各种上行文书,签署意见以供皇帝最后裁决。

① 后汉书·百官志三,后汉书:3593

② 晋书·职官志,晋书:733

③ 旧唐书·职官志,旧唐书:1815

④ 旧唐书·职官志,旧唐书:1815