

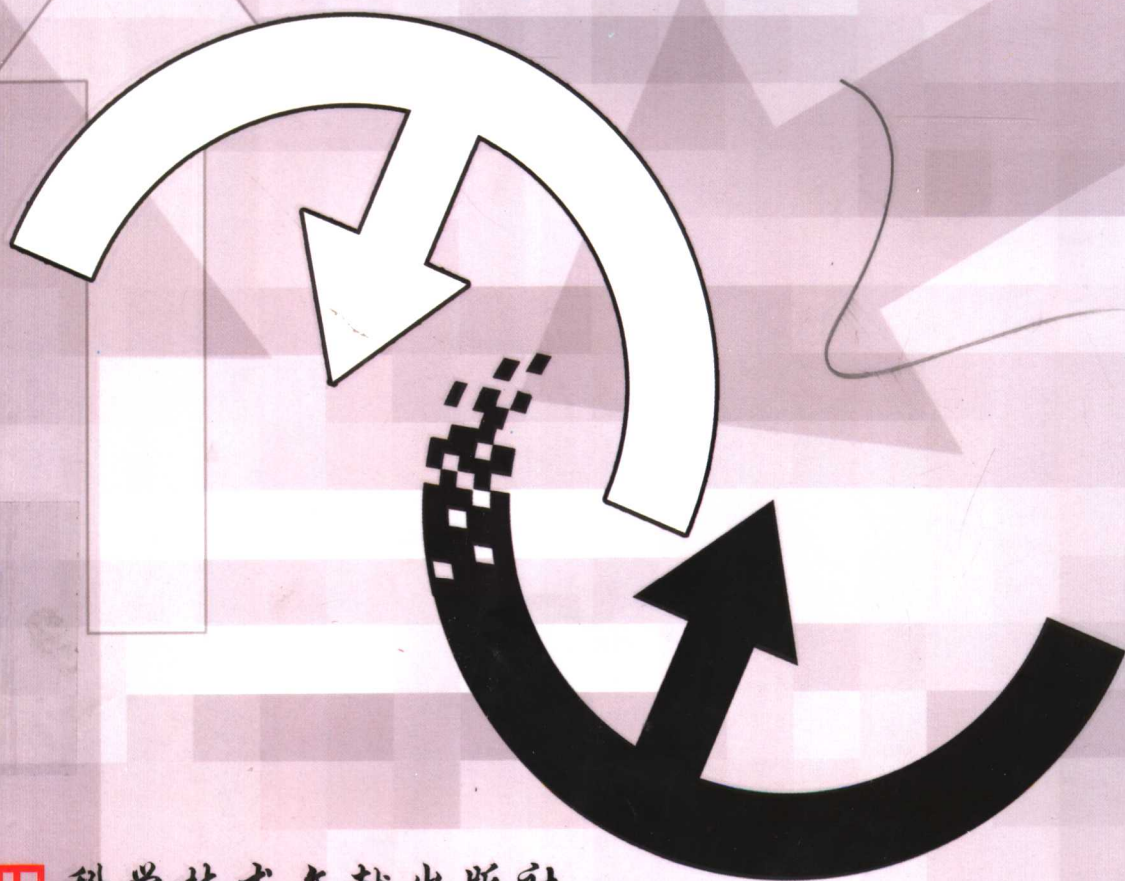
信息服务

Xinxi Fuwu

胡昌平
柯平 主编
王翠萍

与用户研究

Yu Yonghu Yanjiu



Xinxi Fuwu Yu Yonghu Yanjiu

 科学技术文献出版社

信息服务与用户研究

胡昌平 柯平 王翠萍 主编

科学技术文献出版社

Scientific and Technical Documents Publishing House

北京

图书在版编目(CIP)数据

信息服务与用户研究/胡昌平,柯平,王翠萍主编. -北京:科学技术文献出版社,2005.9

ISBN 7-5023-5107-8

I. 信… II. ①胡… ②柯… ③王… III. 信息管理-研究 IV. G203

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 095271 号

出 版 者 科学技术文献出版社
地 址 北京市复兴路 15 号(中央电视台西侧)/100038
图书编务部电话 (010)58882959,(010)58882958(传真)
图书发行部电话 (010)68514035(传真),(010)68514009
邮 购 部 电 话 (010)68515381,(010)58882952
网 址 <http://www.stdph.com>
E-mail: stdph@istic.ac.cn
策 划 编 辑 周 玲
责 任 编 辑 周 玲
责 任 校 对 唐 炜
责 任 出 版 王芳妮
发 行 者 科学技术文献出版社发行 全国各地新华书店经销
印 刷 者 利森达印务有限公司
版 (印) 次 2005 年 9 月第 1 版第 1 次印刷
开 本 787×960 16 开
字 数 477 千
印 张 26.5
印 数 1~3000 册
定 价 40.00 元

© 版权所有 违法必究

购买本社图书,凡字迹不清、缺页、倒页、脱页者,本社发行部负责调换。



科学技术文献出版社方位示意图

(京)新登字 130 号

内 容 简 介

本书立足于信息化和网络化环境,分析了现代信息服务的发展趋势,针对信息服务与用户研究基本理论和实践问题,集中研究了信息服务的社会发展与管理机制,通过用户信息需求、信息交流、信息利用以及信息心理和行为的分析,构建了面向用户的基于网络化、数字化的服务体系,讨论了信息推送、个性化服务、服务集成、知识服务和信息保障等服务业务的推进和传统服务的发展,提出了社会化信息服务组织模式的优化和实现全面管理的对策。

科学技术文献出版社是国家科学技术部系统唯一一家中央级综合性科技出版机构,我们所有的努力都是为了使您增长知识和才干。

编 委 会

(按姓氏笔画为序)

主 任	梁战平		
副主任	马费成	冯惠玲	沈固朝
	孟广均	靖继鹏	赖茂生
编 委	马海群	王知津	甘利人
	卢晓宾	陈传夫	李广建
	冷伏海	苏新宁	宋振峰
	范并思	周晓英	侯汉清
	曹树金		

总 序

情报学是一门社会实践性很强的学科,其发展水平的高低要通过社会实践来检验。虽然在上个世纪,情报学理论研究严重落后于实践应用,缺乏一个充实的“理论内核”,但是进入 21 世纪,随着知识社会的到来,知识和知识管理,无论从其采集、组织、交流和传播,还是从其创新、利用和决策支持,都将不同于 20 世纪情报学所创造的各种分类法、索引法、文摘法和引文分析法,真正基于知识单元的情报学已经到来了,可以相信,将会出现重大理论突破。

情报学是一门发展中的交叉学科,吸收和融合了其他学科,包括认知科学、计算机科学、统计学、语言学、心理学、经济学、社会学、数学、行为科学、概率论、控制论、信息论、系统论等等。近年,借助于突飞猛进发展的通信和信息技术,情报学开拓了更加广阔的发展空间。现在,自动采集数据、自动分类整理、自动信息群聚类、自动网页链接、自动全文内容概括、自动相关信息提示、自然语言处理、概念检索、信息多渠道传送、智能化分析、数据挖掘、知识发现、信息过滤等已经将情报学推上了数字化、网络化、智能化的舞台。

鉴于情报学的发展态势,中国科技信息研究所科技文献出版社提出了为情报学专业学生编写一套教材的创议,很快得到北京大学、武汉大学、南京大学、人民大学、吉林大学、北京师范大学、南开大学、南京理工大学、东北师范大

学、中科院等多所高校专家、教授的热烈响应和支持,初步定下 11 本教材,包括《情报学理论》、《信息经济分析》、《网络信息资源的组织与管理》、《竞争情报》、《数字资源应用技术》、《知识管理世界》、《信息服务与用户研究》、《信息构建》、《情报研究与咨询》、《信息检索理论与技术》等。现在,这套教材即将陆续出版。我相信,这套教材将从一个侧面反映我国情报学的发展水平,并衷心希望广大读者批评指正。

梁战平

中国科技情报学会副理事长

2004 年 8 月 1 日

前 言

信息在人类社会和自然界中的存在是普遍的,是物质及其运动形态的体现。在 21 世纪的社会发展中,随着社会信息化的发展,信息的合理组织、资源的深层开发和基于数字化、网络化的全方位、多功能信息服务的有效开展,已成为关系社会发展全局的关键问题,由此决定了信息服务业机制的变革和社会化信息服务体系的确立。面对传统信息服务的业务拓展,以信息需求为导向、以信息技术为平台和信息资源深层开发为基础的现代信息服务发展迅速,由此提出了信息服务的科学组织与管理问题,展示了信息服务管理作为信息管理科学的一门分支学科的未来发展趋势。

在社会化信息服务和知识与信息经济发展中,信息服务与用户研究存在着深化和拓展的诸多课题,如基于网络的数字化信息服务的业务拓展、个性化服务的实现、知识服务的组织、信息资源整合与服务集成以及电子政务和商务活动中信息服务平台构建等,这些问题的研究旨在推进面向用户的全方位、全程化、知识化信息服务的业务发展。同时,在社会的创新发展和体制变革中,还存在着许多现实的管理问题,如信息服务产业化推进中公共信息服务业管理体制的完善、信息服务的社会发展机制、信息服务的社会化监督和政策与法律保障等。围绕现实管理问题的研究,直接关系到行业规范和基于管理创新

的产业发展。自 20 世纪 90 年代以来,面对一系列挑战与机遇,理论界和行业从不同角度对“信息服务与用户”进行了探索,且取得了新的进展。然而,目前的研究大都限于具体问题的解决,对于面向用户的数字化信息与知识服务的前沿课题和基于创新服务的理论研究,仍需强化和提升。本书的著述力求在这些课题和问题的研究中构建相对完整的“信息服务与用户”理论,探索理论应用。

在 1987 年所著《情报用户研究》一书的基础上,胡昌平于 1993 年发表了《信息服务与用户研究》著作。本书是作者作为教育部重点基地武汉大学信息资源研究中心研究人员,在一系列课题成果的基础上,对原版全面更新、修订的结果。本书由胡昌平、柯平、王翠萍承担撰写任务,陈建龙、肖永英等教授以及李枫林、贾君枝、余世英、颜海、王林等博士参加了大纲的制定。同时,中国科技情报学会和科学技术文献出版社给予了充分的指导,出版社周玲女士从学术和编辑角度对本书的统稿、定稿提供了多方面帮助,在此特致谢意。

本书第 1、2、3、4、5、6、7、8、14、15 章由胡昌平撰写,第 9、10、11 章由柯平撰写,第 12 章由王翠萍撰写,第 13 章由胡昌平和王翠萍撰写,全书由胡昌平统稿。对于本书的疏漏和有待深化的问题,恳请读者和同行指正。

胡昌平

2005 年 5 月于武汉大学信息资源研究中心

目 录

1 信息服务业及其社会管理	(1)
1.1 社会运行中的信息服务与信息服务业	(1)
1.1.1 社会运行中的信息流	(1)
1.1.2 信息服务业及其与社会发展的互动	(4)
1.2 信息服务行业结构与职业分布	(7)
1.2.1 信息产业与信息服务业	(8)
1.2.2 信息服务行业结构	(10)
1.2.3 信息服务职业及其分布	(12)
1.3 信息服务业的社会发展环境	(14)
1.3.1 信息服务组织环境及其特性	(14)
1.3.2 社会环境对信息服务组织管理的影响	(17)
1.4 社会信息形态及其对信息服务业的综合作用	(21)
1.4.1 社会信息形态及其内部机制	(21)
1.4.2 社会信息形态变革对信息服务业的作用	(24)
2 用户信息需求分析	(27)
2.1 人类的总体需求与信息需求	(27)
2.1.1 人类总体需求与信息需求	(27)
2.1.2 人类的社会信息(情报)需求	(28)
2.1.3 用户信息需求机制与特点	(31)
2.1.4 用户信息需求的研究	(32)
2.2 用户与信息需求分类	(34)

2.2.1	用户分类	(34)
2.2.2	用户信息需求结构与类型	(36)
2.2.3	基于用户主体需求的信息需求形式	(37)
2.3	用户信息需求的影响因素	(39)
2.3.1	影响用户对信息需求的因素	(40)
2.3.2	影响用户对信息检索工具、系统与网络工具需求的因素	(44)
2.3.3	影响用户对信息服务需求的因素	(45)
2.4	用户信息需求规律	(45)
2.4.1	用户信息需求的静态规律	(45)
2.4.2	用户信息需求的动态规律	(50)
3	用户的信息交流与信息利用	(52)
3.1	社会信息传播与用户信息交流	(52)
3.1.1	社会信息流通模型	(52)
3.1.2	人际信息交流与传播	(54)
3.1.3	组织信息交流与传播	(55)
3.1.4	信息的大众交流与传播	(56)
3.2	用户的信息获取及其障碍分析	(57)
3.2.1	用户的信息获取与查询	(57)
3.2.2	用户获取信息的障碍及其克服	(60)
3.3	用户信息利用中的信息价值与价值转化	(61)
3.3.1	信息的使用价值及其测量	(62)
3.3.2	信息使用价值的变化	(66)
3.4	用户的信息利用及其效果分析	(68)
3.4.1	用户吸收信息的概率模型	(69)
3.4.2	用户使用信息的效果分析与检测	(72)
4	用户信息心理研究	(77)
4.1	用户信息心理研究的要点与方法	(77)
4.1.1	用户信息心理研究的要点	(77)

4.1.2 用户信息心理研究的一般方法	(79)
4.2 用户对信息的认知过程	(81)
4.2.1 感知	(81)
4.2.2 注意	(85)
4.2.3 记忆	(87)
4.2.4 想像与思维	(89)
4.3 用户的信息意识	(91)
4.3.1 用户对信息的反应	(91)
4.3.2 用户的信息意识	(94)
4.4 用户个体信息心理研究	(96)
4.4.1 用户个体的能力	(96)
4.4.2 用户个体的气质和性格	(99)
4.5 用户团体信息心理研究	(100)
4.5.1 用户团体的信息心理分析	(100)
4.5.2 团体用户心理差异分析	(102)
4.6 用户信息心理—行为分析	(104)
4.6.1 用户的信息行为及其特征	(105)
4.6.2 用户心理—行为控制机制	(107)
5 面向用户的信息服务业务及其组织	(110)
5.1 信息服务的业务类型与基本要求	(110)
5.1.1 信息服务业务类型	(110)
5.1.2 信息服务的要求	(112)
5.2 信息提供与信息保障服务	(114)
5.2.1 信息提供服务	(115)
5.2.2 信息保障服务	(118)
5.3 信息发布、传递与交流服务	(122)
5.3.1 信息发布与传递服务	(122)
5.3.2 信息发布与多向信息传递服务	(124)

5.3.3	中介服务中的双向信息传递与交流	(125)
5.3.4	社会流动中的信息交流服务	(128)
5.4	以信息检索为基础的专项信息服务	(130)
5.4.1	定题信息服务	(130)
5.4.2	课题论证与查新服务	(132)
5.5	咨询服务	(135)
5.5.1	咨询业务的主要类型	(135)
5.5.2	咨询的基本程序与方法	(137)
6	信息服务市场机制	(139)
6.1	信息商品流通与信息服务市场活动	(139)
6.1.1	信息商品的构成及其市场流通	(139)
6.1.2	信息市场与信息服务市场活动	(141)
6.2	信息服务市场类型与市场运行	(143)
6.2.1	信息服务市场的类型	(143)
6.2.2	信息服务市场的运行及其基本关系	(145)
6.3	信息服务商品的市场价格	(147)
6.3.1	信息的商品形式与商品价格	(147)
6.3.2	信息服务商品市场价格的形成	(149)
6.4	信息服务商品的定价与市场经营	(151)
6.4.1	信息服务商品的定价方法	(151)
6.4.2	市场对信息服务价格的影响	(153)
6.4.3	信息服务定价与经营	(157)
6.5	信息服务市场管理与调控	(160)
6.5.1	信息服务市场的规范化管理	(160)
6.5.2	信息服务市场调控	(163)
7	信息服务的社会化与公益性服务的发展	(167)
7.1	信息服务的社会化管理体制	(167)
7.1.1	科技与经济信息服务的结合与协调发展	(167)

7.1.2	信息服务“双轨制”管理机制的形成	(169)
7.1.3	信息服务业社会化管理的实现	(171)
7.2	国家信息工作系统及其管理	(173)
7.2.1	国家信息工作系统及其结构	(173)
7.2.2	国家信息工作系统的控制与管理	(175)
7.3	面向用户的资源整合与服务平台建设	(177)
7.3.1	从文献信息资源组织的共建共享到面向用户的资源全面整合	(178)
7.3.2	资源整合和服务平台建设的战略实现	(181)
7.4	我国可持续发展中的公益性服务社会化战略	(183)
7.4.1	知识创新与图书情报事业的社会转型	(184)
7.4.2	可持续发展中图书情报事业的社会化组织战略构建与战略实施	(186)
8	产业制信息服务及其市场运作研究	(190)
8.1	信息服务产业及其市场运作模式	(190)
8.1.1	信息服务产业的界定	(190)
8.1.2	信息服务产业经营理论研究	(194)
8.1.3	信息服务产业市场运作模式	(196)
8.2	信息服务经营中的流程管理	(200)
8.2.1	关于流程管理	(200)
8.2.2	信息服务经营活动的流程管理实施	(202)
8.3	信息服务市场竞争与竞争组织	(204)
8.3.1	信息服务市场的竞争的形成	(204)
8.3.2	信息服务市场的竞争组织	(206)
8.4	信息服务产业活动中的风险管理	(211)
8.4.1	信息服务产业活动的风险管理机制	(211)
8.4.2	信息服务产业活动中风险经营的实现	(215)
9	数字信息服务中的资源组织与开发	(219)
9.1	基于网络的数字化信息资源的存在形式与组成	(219)
9.1.1	网络环境下数字信息资源的存在形式与特点	(219)

9.1.2 我国网络信息资源的构成	(223)
9.2 网络条件下基于公共平台的信息资源整合	(227)
9.2.1 信息资源整合系统	(227)
9.2.2 网络信息资源整合开发平台	(230)
9.2.3 网络信息资源整合的组织	(234)
9.3 信息资源深层开发中的技术推进	(237)
9.3.1 数据库技术	(238)
9.3.2 数据仓库技术	(241)
9.3.3 数字图书馆技术	(242)
9.3.4 搜索引擎技术	(243)
9.3.5 其他技术	(246)
9.4 信息资源开发的组织实施	(249)
9.4.1 网络信息资源开发的组织形式	(249)
9.4.2 信息资源开发的社会保障	(253)
10 基于网络的传统信息服务业务拓展	(256)
10.1 传统图书馆信息服务的变革与数字图书馆服务的发展	(256)
10.1.1 传统图书馆服务的变革	(256)
10.1.2 数字图书馆服务业务的开展	(261)
10.2 基于网络的信息资源服务业务的拓展	(266)
10.2.1 网络存储服务	(266)
10.2.2 网络检索服务	(268)
10.2.3 网络信息资源导航	(269)
10.2.4 虚拟图书馆服务	(270)
10.2.5 镜像资源服务	(272)
10.3 基于网络的信息公开与传播服务	(273)
10.3.1 信息服务机构的信息公开系统	(274)
10.3.2 基于 Web 信息发布的信息公开与传播	(274)
10.4 数字化参考服务	(277)

10.4.1	数字参考咨询及其发展	(278)
10.4.2	数字参考咨询服务的组织	(280)
11	个性化信息服务及其组织	(286)
11.1	个性化信息服务的兴起与发展	(286)
11.1.1	个性化信息服务的背景与意义	(286)
11.1.2	个性化信息服务的特点与类型	(287)
11.1.3	个性化信息服务应用现状	(290)
11.2	基于个性化服务的组织目标、原则与要求	(295)
11.2.1	基于个性化服务的信息资源组织的目标选择	(296)
11.2.2	基于个性化服务的信息资源组织的原则	(299)
11.2.3	个性化服务的要求与组织	(302)
11.3	基于个性化服务的信息构建	(305)
11.3.1	信息构建与面向用户的信息资源组织	(305)
11.3.2	个性化信息资源组织的实现	(310)
11.3.3	面向用户服务中的个性化用户模型构建	(314)
11.4	基于个性化服务的信息资源管理	(321)
11.4.1	面向用户的知识门户服务	(322)
11.4.2	个性化知识门户服务组织的技术路线	(325)
11.4.3	集成知识门户服务功能的实现	(326)
12	知识管理与知识服务的推进	(330)
12.1	组织的知识管理与知识服务	(330)
12.1.1	组织运行中的知识流与知识管理	(330)
12.1.2	知识管理的目标确立与技术、范式	(333)
12.1.3	组织知识管理与服务的实现	(335)
12.2	面向学习型组织的知识创新服务	(339)
12.2.1	学习型组织与第五代管理发展	(339)
12.2.2	基于学习模型的知识创新活动	(342)
12.2.3	知识创新信息保障服务	(346)