

图书馆读者服务精细化发展探析

马美容

(中国铁路呼和浩特局集团有限公司干部培训中心)

[摘要]推动图书馆读者服务精细化发展是实现图书馆服务与时俱进、促进图书馆服务改革升级的必然选择。在持续提供基础性读者服务的基础上,通过构建多元化多层次服务体系、多措并举服务不同群体、深入挖掘读者的现实服务需求、加快数字图书馆服务体系建设和充分发挥出图书馆的文化服务阵地作用、持续强化馆员的工作专业能力,实现对图书馆读者的精细化服务,为读者群体提供更为丰富的服务内容,推动图书馆建设以及读者服务的升级。基于上述,本文中就图书馆读者服务精细化发展策略展开探析。

[关键词]图书馆;精细化

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.08.485

1 公共图书馆面临的发展机遇

受公共图书馆社会职能的影响,其具有十分广泛的数据信息资源和较快的信息增长速度,为数据收集、分析、挖掘等提供了良好的机遇。一方面,公共图书馆的结构化数据众多,涵盖纸媒文献资源、光盘数字资源等多种类型,且在图书馆发展过程中,资源总量也处于高速增长的态势。另一方面,公共图书馆在读者服务工作实施过程中,能够对读者的阅读习惯、兴趣需求等结构化、非结构化数据等持续获取。通过挖掘和利用这些数据,可促进读者服务工作的转型升级。

1.1 增强读者服务的精准性

公共图书馆的文献资源规模十分庞大,过去由于思维观念较为落后,再加上缺乏相应的技术支持,主要采取“资源竞争”策略,将文献资源加工、管理等作为工作的重点,没有积极收集和分析读者阅读习惯、阅读轨迹等方面的数据信息。进入大数据时代后,公共图书馆通过获取、整合与利用不同类型的数据,可逐步转变为“数据竞争”发展模式,于读者服务、阅读推广等各个环节内应用数据分析结果,促使服务内容、服务方式等与读者阅读喜好所贴合,进而将以读者为中心的服务理念充分体现出来。

1.2 增强知识服务的主动性

参考咨询是公共图书馆读者服务的重要组成,指的是结合用户的个性化需求,图书馆将文献资源、文献检索等服务提供给特定用户。过去公共图书馆的参考咨询服务模式较为被动,用户提出问题之后,图书馆进行被动地反馈。而进入大数据时代后,用户需求的复杂性显著增强,对公共图书馆的参考咨询服务也提出了更高的要求。因此,公共图书馆需积极利用大数据技术,将预测性分析工作开展起来,更加精细化的加工处理文献资源,重组、再重新知识,充分发挥公共图书馆的知识服务功能,增强读者服务工作的主动性。

1.3 增强图书管理的智能化

图书管理是公共图书馆开展读者服务工作的基础,涵盖图书采购、分类、上架等较多的环节。首先,为提升公共图书

馆的读者服务质量,需将读者需求嵌入到采购环节内。但目前很多公共图书馆所构建的采购模式封闭性较强,读者参与需求得不到满足。且部分采购人员不具备较高的能力,导致采购到的资源不符合读者实际需求。近些年来,一些图书馆将读者选择类服务模式引入进来,但不具备较大的规模和范围,且容易有采购资源不均衡问题出现。而通过大数据技术的应用,可以深入分析、挖掘各类图书资源的流通数据与读者的需求偏好,对需求的书目、数量等进行科学预测,进而将符合读者需求的个性化采购书单制定出来,这样图书资源的使用效率可以得到提高,采购人员的工作强度也可得到降低。其次,从分类、编目环节来讲,编目产品既要传统信息资源的书目检索功能提供出来,又要将资源导航、知识组织等方面的要求纳入考虑范围。在具体实践中,可利用大数据技术校对、分析图书流通数据和读者行为数据,规范、整合编目数据,为读者服务的精准化打下基础。最后,在图书资源的上架使用环节内,通过大数据技术的应用,能够对各类图书资源的上架时间、受欢迎程度等统计性数据进行获取。结合数据分析结果,对书架摆放、资源布局等细节进行调整,可将高质量的贴心服务提供给广大读者。

2 图书馆读者服务精细化发展策略探析

2.1 转变服务方式

数字化网络化环境下的图书馆主要有以下三种服务特点:

(1) 服务的远程性提供:数字化的图书馆不再将读者局限于狭小的图书馆内,使其服务对象能够突破时间和空间上的限制来完成对于自己所需要的知识、资料的阅读需求。同时也是阅读跨越了地域和国界,使图书馆的阅读对象得到了丰富;

(2) 24小时的线上信息服务:对于线上图书馆的建立,使图书馆的开放形式不再依赖于工作人员,同时也为公众的资料信息查询提供了相应的基础数据,使阅读对象可以在任意时间段完成对资料的查询和阅读,从而使读者享受到全时段的服务效果,进而使图书馆的服务更加人性化;

(3) 拓宽和推广服务的提供:一些读者在通过对数字化图书的阅读后,难免会产生

购买纸质能够图书的需求,图书馆可以根据阅读对象的实际需求,为其提供相应书籍的商业信息和产品信息,甚至可以联合出版社来为纸质书籍购买提供相应的推广服务。

2.2持续强化馆员的工作专业能力

定期展开图书馆内的馆员培训与工作经验交流,促使所有馆员掌握在读者服务过程中遇到的特殊问题的处理方法,以及如何在读者服务过程中调节情绪、调整心态,从而平静理性地处理读者问题,维护读者与自身的尊严。经验分享与培训实践中,在分享经典案例与服务技巧的基础上,还可以引导馆员将服务能力提升的经验方法进行高度概况,具体如下:第一,“三三三”工作方法,即用“细心、热心、耐心”抚慰读者情绪,用“眼到、礼到、心到”提升服务质量,用“做好工作记录、做好学习笔记、做好学习记录”总结工作经验;第二,读者服务应具备“不断学习、观察总结、换位思考、随机应变”的“四个能力”;第三,“三准则一底线”,即以满足读者需求、注重团队协作、提升个人能力为准则,保护文献完整性为底线。通过这样的经验交流与培训,推动馆员的工作专业能力进一步提升,为图书馆服务精细化的实现提供支持。另外,也可以组织展开图书馆读者服务技能竞赛,包括知识竞答、电脑操作和分书排架等等,以此加强高校间图书馆业界交流,提升馆员的服务技能以及图书馆读者服务水平。

2.3建立科学的图书馆服务营销评价体系

图书馆服务营销评价体系的构建应遵循层次分明、全面科学、合理适用的评价原则。第一,评价指标体系要能全面、公正、客观、有效地反映图书馆服务营销工作现状。第二,评价指标的具体内容适用于有效解释图书馆面向用户群体的显著特性。第三,评价指标的构建要全面真实、思路简洁、脉络清晰。第四,体现时代性,注重用户导向性。完整的评价指标体系还应包括环境服务、顾客服务、网络服务三大部分。环境服务营销指标的内容包括图书馆是否具备用户安静学习和思考的环境,整体环境是否整洁舒适、有吸引力,设施布局是否合理,文献资源分布是否合理,制订的制度是否合理,开展服务宣传活动是否有效性,是否具有足够的软硬件设备可供使用等方面考量。顾客服务营销指标的内容应包括:对待用户服务的是否态度礼貌、友好;是否能够快速响应用户的要求;是否具备解决用户问题的知识和技能;是否关注和理解用户的个性化营销需求服务;是否真诚地、令人放心地解决用户问题;是否经常开展对用户有帮助的培训课程和知识讲座;对用户的批评和建议是否及时回复并改进。网络服务营销指标的内容应包括:网络营销是否方便用户充分利用图书馆信息资源;现代信息技术的普及是否为信息服务网络营销提供稳定用户群;网站能不能让用户24小时方便快捷地检索所需信息;用户能否获

取图书馆电子信息资源;即使没人帮助,用户是否也能轻松获取所需信息;馆际互联互通和文献是否能快捷传递;是否能灵活运用多种营销策略吸引用户数量。

2.4完善与优化数字参考的咨询服务方式

数字化网络化环境下的图书馆可以实现对于数字参考的咨询服务,所谓数字参考的咨询服务,即以馆藏中所拥有的信息资料为依据,向读者提供某一文献的参考信息的一种服务。这项服务最早起源于大学图书馆中的一项服务,后来因其身具有的便捷性和较强针对性得到了图书馆的广泛应用,数字参考的咨询服务也受到了广大读者的喜爱和欢迎,因此得到了更为广泛的推广。线上图书馆的阅读形式赋予了数字参考咨询更大的发展空间,从而进一步保证图书馆服务质量的提升和咨询方式的优化,使得咨询服务在电子阅览平台就能得以实现,使咨询工作变得更加具有共时性和便捷性,进一步提升了图书馆自身的服务水平和质量。

2.5加强信息安全保障能力建设

在大数据技术运用以来,公共图书馆需要收集读者的多元化信息,一旦有信息安全问题出现,不仅公共图书馆的整体形象受到影响,也会损害到读者用户的实际利益。因此,公共图书馆需构建完善的信息安全管理体系,避免出现信息泄漏等不良问题。首先,公共图书馆要及时更新设备设施,数据存储设备、网络通讯设备等皆需具备较高的安全性。其次,工作人员要做好日常安全维护工作,配备必要的网络安全防护系统,及时发现、清除系统运行中潜在的安全隐患。最后,公共图书馆需制定健全的信息安全管理制度,明确规定各个环节的操作要求,避免有不规范操作等问题出现。

3 结束语

我们得出与时俱进是实现图书馆服务与读者服务的个性化和智能化的关键。图书馆服务的改革升级是当下环境的必然要求,通过新型科学技术,为图书馆管理和阅读用户提供双向便利,力求读者服务的精细化,不断地推动图书馆的新型建设和丰富的服务内容,将读者对服务的满意度不断提升。

参考文献

- [1]吴爱琴.以精细化管理提升图书馆读者服务质量[J].2021(2012-12):70-70.
- [2]周新霞,陈好敏.“整体性治理”视域下的图书馆读者服务绩效评价探究[J].卷宗,2019.
- [3]高生成.浅谈高校图书馆读者服务部的精细化管理[J].东西南北,2020, No. 554(06):243-243.
- [4]林淑琪.精细化管理视角下高职图书馆阅读生态的构建[J].湖北开放职业学院学报,2019, v. 32; No. 243(05):54-56.