

移动环境下 CASHL 资源与服务推广模式及评价

赵发珍 宋 戈 张继忠 (兰州大学图书馆 甘肃 730000)

摘要 文章概述了 CASHL 资源与服务推广现状,分析了移动网络环境下 CASHL 开展资源与服务推广的可行性、推广内容与推广模式,并针对服务推广体系构建评价机制,以期进一步完善 CASHL 资源与服务推广机制,优化推广流程,提高 CASHL 服务水平以及 CASHL 服务的品牌效益。

关键词 CASHL 移动服务 服务推广 资源推广 服务评价

CASHL Resources and Services in the Mobile Environment: Promotion Model and Evaluation

Zhao Fazhen Song Ge Zhang Jizhong (Lanzhou University Library, Gansu, 730000)

Abstract The paper summarizes the status quo of CASHL resources and services promotion and analyzes the necessity and feasibility of CASHL resources and services promotion, promotional content and patterns, and then builds evaluation mechanisms for service promotion system in the mobile network environment, in order to optimize CASHL resources and services promotion processes, improve CASHL extension mechanism, promote CASHL service levels, and improve visibility of CASHL services.

Keywords CASHL mobile services, services promotion, resources promotion, service evaluation

中国高校人文社会科学文献中心(China Academic Social Sciences and Humanities Library, 简称 CASHL)自 2004 年提供服务以来,用户数量不断增长,影响力不断提高。经过十年的发展,CASHL 取得的成绩有目共睹,在高校图书馆文献资源建设与服务方面所发挥的重要作用已被公认,同时,伴随着信息和通讯技术(ICT)的发展,CASHL 服务的可持续性与战略发展方向也日益受到关注。在此背景下,CASHL 服务的意义和价值不仅在于图书馆对文献资源如何被利用的把握,而且强调了解用户并帮助用户获取所需知识的过程,此过程中只有借助于 ICT 通过 CASHL 提供多样化深层次服务实现资源利用的最大化,才能使用户知识需求得到最大限度地满足。作者结合在移动环境下开展的 CASHL 相关服务工作,对 CASHL 资源与服务推广及评价机制进行研究,以期进一步提高 CASHL 资

源的利用率及服务的深层次化。

1 CASHL 资源与服务推广现状

近十年来,CASHL 资源与服务推广主要是全国中心馆及各成员馆之间通过互联网开展文献查询、文献传递与馆际互借服务。随着移动网络技术的发展,CASHL 管理中心借助新媒体进行资源与服务推广,于 2013 年 9 月在新浪开通了官方微博,旨在通过手机等移动智能终端设备向用户提供服务,服务内容逐步拓展至 CASHL 资讯、服务流程及资源推荐介绍等;服务团队也从中心馆成员扩大到各成员馆成员,成立了 CASHL 新媒体服务工作组,粉丝数量逐年上涨、知名度日益提高,宣传效果初见成效。但这种简单的新媒体推广方式及推广服务内容局限性较大。CASHL 面临着数字时代成员馆、最终用户、自身发展更多需求的

本文系 CASHL 管理中心项目“新信息环境下 CASHL 资源与服务拓展设计研究”下的子课题“移动环境下的 CASHL 资源与服务推广研究”的研究成果之一。

挑战¹,如何能在日新月异的新信息环境中不断调整自己的服务内容和方式,如何在移动网络环境下利用新媒体实现对 CASHL 更深层次的服务推广、形象营销并与用户形成良好的沟通,构建可持续发展的服务推广体系,是值得我们去探讨的问题。

2 移动环境下 CASHL 资源与服务推广

2.1 移动环境下 CASHL 资源与服务推广必要性及可行性

2014年8月,中国互联网络信息中心(CNNIC)发布了《2013—2014年中国移动互联网调查报告》¹³,报告显示,截至2014年6月,我国手机网民规模为5.27亿,在整体网民中占比达83.4%。移动互联网应用丰富程度加大,对社会生活服务渗透增加,成为手机网民常态的生活方式和各行业的重要发展模式。因此,移动用户规模的急剧扩大及新媒体的不断涌现为 CASHL 资源与服务推广带来了新的机遇与挑战。基于此,在移动环境下利用新媒体开展 CASHL 资源与服务推广不仅拓展了 CASHL 服务,还能便利地满足用户需求,这与 CASHL 的职责“收藏资源、提供服务”是相一致的,因此必要性是显而易见的。

目前,图书馆界已经开始利用新媒体开展移动环境下资源与服务的推广工作,CASHL 管理中心也已具备移动环境下利用新媒体开展服务的条件。包括:(1)技术支持,CASHL 管理中心挂靠在各高校图书馆,这些高校图书馆均拥有雄厚的技术力量为开展服务提供良好的技术和人员支撑;(2)服务内容支持,CASHL 数字化资源丰富,网络服务便捷,能够满足用户在移动环境下时间碎片化的信息需求以及随时随地的互动性表达及信息交流;(3)馆员支持,CASHL 管理中心及各个成员馆中的年轻馆员队伍,他们更善于利用新媒体来拓展服务。

2.2 移动环境下 CASHL 资源与服务推广内容分析

移动网络环境下,CASHL 资源与服务推广的主要受众还是 CASHL 成员馆的用户和图书馆员,兼顾非成员高校图书馆、公共图书馆及科研图书馆的用户和馆员。CASHL 可开展的服务内容众多,笔者将 CASHL 移动服务的内容分为移动网络环境下基于数字化资源的知识服务、文献传递服务、学科服务和基本信息服务4个方面。

(1) 知识服务。随着科研信息环境的发展和科学研究形态的变化,用户的信息需求已转向更高层次且形式多样,CASHL 拥有海量资源的优势,对如何做好从传统的文献传递到更深层的“内容传递”,我国学者张晓林由此提出了文献传递的范式演变:从文献传递到知识传递¹。在移动信息网络环境下,CASHL 知识服务是对现成文献进行加工形成新的具有独特价值的信息产品,并为移动网络用户提供该产品的服务。

在此强调 CASHL 从文献传递上升到知识服务,需要 CASHL 将文献提供团队(学科馆员)、移动资源平台、用户知识需求结合起来,充分利用专业学科服务能力,挖掘、利用各类文献和非文献内容发现、检索和利用系统,支持不断扩展的知识供应需求。例如,可以组织学科馆员利用各个学科资源定期撰写学科发展态势报告,通过移动网络平台推送给订阅用户;也可以进行专家咨询服务即由具有专业素质的咨询专家为用户提供深度信息咨询、课题查询服务等,当然,最主要的是这些服务是随时随地不受时空限制的。

(2) 文献传递服务。在提供知识服务的同时也需要满足用户基本文献需求。需要注意的是在提供文献传递服务时,要简化繁琐的流程¹。CASHL 服务包括用户注册、文献传递申请等都要用户亲自去管理中心办理,而在移动网络信息环境下 CASHL 需要由用户自主进行这一系列的流程。通过微博、微信平台“开发模式”下的“消息接口”进行编程开发,公众平台可将微信用户的账号和第三方服务的账号绑定,从而为用户提供更多个性化服务,如可以提供个人文献传递进度查询功能、资源浏览功能等。自主、方便快捷、不受时空限制地申请和获取文献传递服务,从而使服务效率和服务质量大大提高。

(3) 学科服务。CASHL 在某些学科领域的文献资源建设与服务方面,通过多维的、立体化的学科推广活动,提升学科服务效益。CASHL 服务体系由2个全国中心、5个区域中心和10个学科中心以及一般成员馆三级组成,在文献资源建设方面通过中心馆的协调部署,充分考虑到各中心高校图书馆的历史馆藏与学科发展优势,呈现了“整体建设、分布服务”的特色¹。利用该优势组织中心馆及成员馆及时做好学科资源移动馆藏,提供基于移动互联网终端设备的资源产品,加上现有的数字化资源可以在移动网络中适时开放。在移动网络环境下,通过网络媒体展示各馆学科资源,一个分布式的多元资源的集成检索,能给用户提供极大的便利,也有利于成员馆的这些特色资源能被社会所共知从而实现共享。不仅要按学科开展文献传递、馆际互借的联合服务,还要按学科开展深层次的课题服务。

(4) 基本信息服务。CASHL 的职责是收藏资源、提供服务。有很多基础性信息服务内容,包括 CASHL 服务目标、服务理念、服务流程、用户咨询问答、优惠活动通知、成员馆申请等。借助移动网络,做好这些基本信息服务工作,将会大大便利用户,也有利于 CASHL 的宣传推广。

2.3 移动环境下 CASHL 资源与服务推广模式分析

移动网络技术的发展使得服务行业为了满足用户的需求逐渐地改变服务方式。如今高校图书馆、公共图书馆利用新媒体服务开展得如火如荼,在移动网

络环境下, CASHL 利用移动网络平台进行资源与服务推广势在必行。

(1) 利用微博、微信进行推广

新媒体技术的发展,使得微博、微信等平台逐步成为图书馆主流服务平台之一。微信偏于沟通、交流、互动,微博则更偏向信息传播,让人们从中获取新闻资讯,这两类应用互为补充。从这两类应用的具体使用功能来看,微信用户更加注重个人化,主要用它来聊天或者是关注朋友圈,认识更多的朋友,维系当前的熟人关系,而对微博的使用主要是关注和参与新闻热点话题、关注感兴趣的人及与其发起互动交流,微博社交媒体的属性凸显。因此, CASHL 利用微博、微信进行服务推广需要做出定位,如在利用微博、微信开展服务时,其微博服务定位不仅仅局限在成员馆在校师生的服务上,还要顾及非成员馆、图书情报相关领域机构及个人、数据库商、出版社等,服务受众面广。而开展微信服务时主要定位于成员馆在校师生,通过微信二次开发功能,开发出“我的借阅进度查询”、“在线借阅”、“在线电子资源浏览”等服务,还要推送 CASHL 相关信息资讯,延伸在线咨询功能。

(2) 利用微视频进行推广

微视频是指短则 30 秒,长则不超过 20 分钟,内容广泛,视频形态多样,涵盖小电影、纪录短片、DV 短片、视频剪辑、广告片段等,可通过 PC、手机、摄像头、DV、MP4 等多种视频终端摄录或播放的视频短片的统称。“短、快、精”,大众参与性,随时随地随意性是微视频的最大特点^[9]。CASHL 利用微视频可制作一些发展起源、服务理念、资源介绍、服务内容、服务流程介绍等的前期宣传服务;通过微视频还可以根据学科特色开展某学科文献检索及数据库介绍、某学科信息导航介绍、某学科学术动态介绍、馆员在线培训等;与学科馆员、咨询专家合作,制作一些学科知识微课程提供用户学习参考;深化学科参考咨询系统,提供学科资源导航等深度服务。也可以开展 Word、PPT、Excel 简单的使用技巧、数据管理软件 Endnote 使用等延伸服务。CASHL 若将这些以微视频形式服务于读者,无疑也会大大提高用户对 CASHL 资源与服务的利用率。此外,还可以采用用户上传、CASHL 馆员审核方式接受用户推荐的微视频。

(3) 利用 App 客户端进行推广

随着硬件基础服务的不断优化,智能终端的突破性普及为移动互联网奠定了庞大的用户基础,各种精彩纷呈的应用为移动互联网发展提供了动力源泉。App 应用将有取代 WAP 网站成为手机主流移动应用的趋势。应用程序(App)也是在移动网络环境中可开展服务推广的方式之一,很多图书馆及图情期刊机构开发了专门的应用程序,如《大学图书馆学报》开发的应用程序“大学学报”,主要是对已发表的论文进行开

放获取。通过该平台 CASHL 可向用户提供资源检索、文献传递进度查询、CASHL 资讯、服务帮助及指南等,在处理好版权问题后 CASHL 可以凭借丰富的资源优势在此平台上大显身手。

(4) 其他

移动网络环境下,除了以上应用平台外, CASHL 还可加入到云服务体系中进行资源与服务推广,通过构建 CASHL 云战略和相应的数字图书馆云服务平台将分布在互联网中 CASHL 的资源和服务整合为一个整体,形成一个可控的自适应的新型服务体系。通过对各种服务进行动态管理和分配,来满足不同层次和规模的数字图书馆需求,支持馆际的协作和服务获取,支持多馆资源的共建和共享,具有自适应扩展的能力^[1]。

通过以上对移动网络环境下 CASHL 资源与服务推广模式的分析,笔者认为应整合服务平台,定位好服务群体,进行复合式多样化资源推广与服务。移动互联网时代, CASHL 需要一个强大的服务整合平台来架起与用户联系的桥梁,推动 CASHL 的品牌建设和服务营销(见图 1)。



图1 移动环境下 CASHL 资源与服务推广体系设计

3 移动环境下 CASHL 资源与服务推广评价

3.1 服务内容评价

在移动网络环境下, CASHL 资源与服务可以包含更为丰富的内容及形态,从而帮助用户更全面、更深入和更可靠地了解、评价、复用所需资源。前文提出了 4 个方面的服务内容,在此细化评价服务内容如下:

(1) 知识服务中可评价服务人员(服务态度、知识构成、技能)、资源配置(数字网络化资源、传统资源)、服务成果(满意度、服务获取时间、准确性)这 3 个方面。(2) 文献传递服务评价包括传递速度、文献准确性等。(3) 学科服务评价包括服务人员知识结构、专业技能、服务准确性等。(4) 基本信息服务评价及时性、准确

性。除此之外,可以对服务内容丰富度进行综合评价。

3.2 服务规范化评价

在 CASHL 资源与服务推广过程中通过制定、发布和实施标准(规范、规程和制度等)以获得最佳秩序和社会效益,最终形成 CASHL 服务品牌。主要评价内容包括服务的时间、服务工作量、服务质量、服务监督、服务投诉等相关内容。最后还要评价其舆情处理机制。另外,在服务团队方面也应有所评价,服务团队的分工、责任是否明晰,团队激励制度是否合理,服务人员知识结构、服务技能等。

3.3 用户利用率与影响力指标

前面已经提到,人们对 CASHL 资源与服务的利用更加广泛,移动环境下通过移动平台对这些使用情况进行跟踪、统计已成为可能,因此新的利用率与影响力指标的提出也已成为可能。主要包括:(1)知识服务的下载、服务链接转载、转存量;(2)用户对服务的评论及评论数;(3)用户群体的增加量等方面去评价。

移动互联网的发展给 CASHL 的服务创新带来了机遇和挑战,它改变了用户获取信息知识的方式,扩展了在虚拟和现实之间的互动方式和情境。在移动互联网时代,CASHL 想要坚持做好基于此的服务,需要超越传统的视野,更加关注信息技术和服务的发展,

更需要有开放的胸襟和团结协作精神⁸。

参考文献

- [1] 庞 蓓. CASHL 面向开放模式的服务体系的构建[J]. 图书馆学研究, 2012(4): 80-83.
- [2] 中国移动互联网调查研究报告[EB/OL]. [2014-12-20]. <http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwzbg/ydhlwbw/201408/P020140826360212699278.pdf>.
- [3] 张晓林. 从文献传递到知识传递:面向未来的模式转变[J]. 图书馆杂志, 2010(2): 2-5.
- [4] 杨坚红. CALIS 与 CASHL 文献传递系统比较研究[J]. 情报资料工作, 2008(5): 51-55.
- [5] 夏建群. CASHL 服务的现实困境与对策研究[J]. 情报科学, 2008(3): 62-64, 8.
- [6] 微视频[EB/OL]. [2014-12-20]. http://baie.baidu.com/linkurl=gbpJrgVAuZZ6e7aQcjp3KTsqwBZanXj5EjWcpEsk1FrAYamHuy4-oITSXsS27QamNIIdoVIZmZ2XpQFYzvP29_.
- [7] 王文清, 陈 凌. CALIS 数字图书馆云服务平台模型[J]. 大学图书馆学报, 2009(4): 13-17.
- [8] Lippincott J K. A mobile future for academic libraries[J]. Reference Services Review, 2010, 38(2): 205-213.

[作者简介] 赵发珍,男,1987年生,兰州大学图书馆馆员。

宋 戈,女,1967年生,兰州大学图书馆副馆长,副研究馆员。

张继忠,男,1973年生,兰州大学图书馆副研究馆员。

收稿日期:2015-02-05

欢迎订阅

《档案学》杂志

一刊在手,档案学理论前沿与工作进展尽在掌握!

《档案学》(G7)杂志由中国人民大学书报资料中心编辑出版,聘请国内知名学者担任学术顾问,依托千种报刊,精选档案学领域内的优秀学术成果。

《档案学》杂志学术性和业务指导性兼备,是引领学术研究、宣传档案工作的重要阵地,是交流工作经验、传播国内外档案工作信息的重要平台,是了解档案事业发展态势、掌握档案政策法规的重要窗口,是档案工作者开阔视野、提高业务水平和专业素养的必备资料!

双月刊,16开64页,每期定价10元,全年定价60元。

国内刊号为CN 11-4314/G3; 国际刊号为ISSN 1001-3334

联系单位:中国人民大学书报资料中心

地 址:北京9666信箱市场部

户 名:中国人民大学书报资料中心

账 号:344156031742

联系电话:(010) 82503412/38/40 62512171

邮政编码:100086

开户银行:中国银行北京人大支行

网 址:www.zlzx.org

敬请广大读者继续关注、支持《档案学》!