

· 县市图书馆 ·

主持人的话:这是一个构建普遍均等公共图书馆服务体系的年代。

进入新世纪后,各地公共图书馆不约而同地开展公共图书馆服务体系建设的探索,在实现全覆盖和普遍均等的总目标下,结合自身实际,或政府推动、或自主创新,各种做法、各种模式,在精彩纷呈之下,多少同仁历经了失败的反思、品尝了成功的喜悦?

第一篇文章介绍了苏州图书馆企业家俱乐部的做法和经验。社会力量联合办馆的形式是多种多样的,在财政还无法对公共图书馆的所有经费大包大揽的时候,图书馆缺乏服务和活动的经费是必然的,而且往往做得越多、缺得越多。但这似乎很少成为图书馆减少服务数量、降低服务标准的借口,反而都是想法设法借助社会力量,寻找资源、扩大服务。企业家俱乐部则既是这个过程的结果,也是这个过程的起始。通过企业家俱乐部,了解企业用户的需求,更有针对性的提供服务,通过这种个性化的服务,拉近了企业与图书馆的距离,赢得企业对公共图书馆的理解和支持,筹集资源,提升服务,周而复始、循环往复。尽管是一个成功的案例,但真正做好并不容易,从设想到起步就花了两年多的时间。这再次证明了世上本没有一蹴而就的事。

深圳市“图书馆之城”建设从2003起步后,在数年间基本实现了公共图书馆的全覆盖。本期中,宝安区图书馆总分馆建设10年之路一文,从一个侧面反映了公共图书馆服务体系建设的艰难。宝安区是深圳市的一个区,其总分馆建设从“百村书库”起步,到2008年定位于直属分馆建设,历时十年。可以想象这十年间,宝安区图书馆的同仁们不断探索、呼吁、实践,历经艰辛,屡败屡战,不说波澜壮阔,也堪称可歌可泣。文章让我们看到了即使在政府的支持下,总分馆建设也不是一帆风顺,只有大胆实践、小心求证,才能到达成功的彼岸。

两篇文章均出自普通馆员之手,多了些工作介绍的洒脱,少了些学术论文的严谨,所以,既希望能够对您的工作有所借鉴,也恳请大家批评指正。

感谢您的阅读,真诚地期待您的参与。

邱冠华

苏州图书馆“书苑天香”俱乐部运作探讨

蒋蕾静 (苏州图书馆 江苏苏州 215002)

摘 要:“书苑天香”俱乐部是苏州图书馆开展的一项延伸服务。“书苑天香”俱乐部章程包括:总则、组织管理、服务内容、会员权利和义务、财务管理。会费采用自愿交纳的办法。俱乐部全体会员大会,选举产生俱乐部理事会,理事会推选理事长、副理事长和秘书长。俱乐部服务内容有:(1)设有活动场所,并配备图书、杂志和上网的电脑,为会员营造良好的活动环境;(2)由苏州图书馆专家咨询团成员或特邀嘉宾主持,定期举行沙龙活动;(3)定期提供本馆情报部编印的《信息导航》;(4)定期邀请会员参加专家学者的企业专场报告会;(5)向企业推荐、传递各类最新的书刊信息、培训信息,为企业培训提供支持;(6)赠送俱乐部会员卡,该卡具有图书馆的借阅功能;(7)在苏州图书馆网站上为会员提供检索窗口,承担各类课题咨询服务;(8)在合适的企业开设图书馆流通点。

关键词:书苑天香俱乐部 运作 图书馆

中图分类号:G258.22

文献标识码:A

文章编号:1003-6938(2009)04-0091-03

The Operation of Shuyuantianxiang Club of Suzhou Library

Jiang Leijing (Suzhou Library, Suzhou, Jiangsu, 215002)

Abstract: The Shuyuantianxiang Club of Suzhou Library is an extension service. The paper introduces the operation of the club. The causes of the club setting up, its practices, achievements, and problems are described in details and a reasonable proposal gives is given.

key words: Shuyuantianxiang club; operation; library extension service

CLC number: G258.22

Document code: A

Article ID: 1003-6938(2009)04-0091-03

收稿日期 2009-07-10,责任编辑 汪景发

“书苑天香”俱乐部是由苏州图书馆发起,由工商、金融界管理人士自愿组成的学术性群众团体,会员在平等、自愿、互利、互惠的基础上自主参加,并享有相应权利和义务。

1 “书苑天香”俱乐部成立的起因

进入新世纪,公共图书馆在传统服务的基础上,需要不断创新服务方式,扩大服务范围,拓展服务领域,由一般性的阵地服务向广度深度发展,在做好常规性服务的基础上为一些用户提供个性化的服务。

苏州图书馆新馆开馆后,从2003年起,开展了信息推送服务,向政府机构、部分企业发送本馆自己编印的《信息导航》决策版、管理版等信息。随着信息推送的深入持久,积累了部分忠实用户,恰逢苏州市委宣传文化工作领导小组于2004年制定了《“文化苏州”行动计划》^[1],对图书馆事业的发展提出了新的规划和要求。为了发挥公共图书馆传播知识、信息的作用,利用图书馆的资源、人才优势,为苏州的企业提供信息交流的平台,苏州图书馆有了建立企业家俱乐部、在信息和信息需求之间搭建平台的想法。经过积极准备,2005年11月19日,“书苑天香”俱乐部正式成立。

2 “书苑天香”俱乐部运作情况

2.1 建立俱乐部章程

“书苑天香”俱乐部成立之初就制定了健全的俱乐部章程,它包括总则、组织管理、服务内容、会员权利和义务、财务管理等内容。本着聚集人气、争取信任、会费采用会员单位自愿交纳的办法,下不保底、上不封顶,且第一年入会免交会费。召开俱乐部全体会员大会,选举产生俱乐部理事会,由理事会推选理事长、副理事长和秘书长,整个俱乐部运作非常规范。

由于俱乐部章程非常规范,所以减少了俱乐部运作中产生的不必要纠纷,在要求会员遵守俱乐部章程的同时,切实满足会员的需求。另一方面,会员遵守俱乐部章程也是保证会员利益,使会员获得更好的服务。

2.2 为会员提供多项周到服务

俱乐部对会员的服务贯穿于入会后的整个过程中。目前“书苑天香”俱乐部提供的服务有:(1)设有活动场所,并配备图书、杂志和上网的电脑,为会员营造良好的活动环境;(2)定期举行沙龙活动,活动由苏州图书馆专家咨询团成员或特邀嘉宾主持;(3)定期提供苏州图书馆情报部编印的《信息导航》决策信息、管理信息和部分行业信息;(4)定期邀请会员参加专家学者的企业专场报告会,全年8~10场;(5)向企业推荐、传递各类最新的书刊信息、培训信息,为企业培训支

持;(6)赠送苏州图书馆“书苑天香”俱乐部会员卡,该卡同时具有图书馆的借阅功能;(7)根据会员需要,在苏州图书馆网站上设立会员信息专栏,并提供检索窗口,同时承担各类课题咨询服务;(8)在合适的企业开设图书馆流通点。

3 “书苑天香”俱乐部取得的成绩

2008年,“书苑天香”俱乐部的企业服务获得了江苏省第四届公共图书馆优秀服务成果奖。这是对俱乐部自成立以来这几年表现的一种认可和肯定。

3.1 会员人数日益壮大

俱乐部成立之初,有会员单位40家,但每年都保持高速增长。截至2008年底,会员已发展到85家,其中包括苏州创元集团、中国建设银行苏州分行、江苏AB集团、苏州苏明装饰公司等大型单位。一开始,俱乐部主要是图书馆与各个会员单位之间的联络,随着时间的推移、活动的开展,会员单位之间开始相互沟通、相互交流,俱乐部同时成为企业家之间的交流平台。会员数量的增加,从一个方面说明了俱乐部正逐步走向成熟。

3.2 知名度地不断提升

“书苑天香”俱乐部可能不是业界的第一家企业家俱乐部,但却是图书馆与企业联系最紧密的俱乐部。俱乐部自成立以来,得到广泛关注并好评连连。同时在苏州企业界更是有着相当大的影响力,图书馆与企业联系如此紧密让人称道。俱乐部会员之一金龙联合汽车工业(苏州)有限公司党委书记谢飞鸣曾说过:“‘书苑天香’俱乐部为大家提供了一个交流的平台,无论是信息服务、现场讲座还是时代光华卫星课程,都能从中学到和运用到一些非常有价值的东西。”

3.3 会员服务不断延伸

除了为会员提供上述服务外,俱乐部近两年来开始注重为会员开展个性化服务,比如应苏州创元集团、江苏AB集团、苏州建设银行等会员单位的要求,为其提供媒体监测服务;应苏州苏明装饰公司的要求,为其提供行业信息服务;另外还有专利检索服务、标准检索服务等等。这些服务,深得相关会员单位的赞赏。另外每年组织会员去知名企业参观,虽然不同的企业生产的产品与生产工艺不同,但是管理方法都是相通的。通过密切沟通与交流,可以了解各企业的优秀经验和企业文化,进而取长补短、相得益彰,共同进步。因而类似的这些活动深受会员的喜爱。

3.4 赢得会员单位对图书馆公益活动的支持

会员企业通过接受图书馆服务、参加俱乐部活动,加深了对公共图书馆理念、资源、服务的理解,提高了社会责任感。企业在市场打拼中,其理念是等价交换和

利润最大化,而在参加俱乐部时,许多企业都是抱着试试的心理,担心图书馆的服务带有其他的经济目的。在接受图书馆的服务后,真诚地感到图书馆这样的公益单位对他们的关心、支持和帮助。同时,通过俱乐部,拉近了图书馆与会员企业的距离。因而图书馆一旦在开展大型活动时遇到资金等困难,会员单位就比非会员单位表现出更大的社会责任感和关注度,愿意提供帮助。

4 制约因素

“书苑天香”俱乐部在图书馆如何为经济发展和企业服务方面开拓了一条新路,取得了很大的成绩。然而,随着规模的逐渐增大,需要突破一些制约因素。

(1) 图书馆与企业之间沟通交流显得薄弱。会员单位的信息需求非常个性化,而图书馆工作人员缺乏主动与企业沟通的公关能力,这使得图书馆既不能很好地了解企业的信息需求,又影响了图书馆与企业之间良好关系的深入。这表现在许多方面,如有的讲座主题,图书馆方面认为主题比较好,但会员会觉得不够贴切,并不能解决迫切的问题,所以难免会取得相反的效果。

(2) 图书馆工作人员专业知识的匮乏。企业服务中,需要大量的经营、管理、科技等专业知识,而工作人员平时很少接受此类专业培训、缺乏这种专业知识,这使得在为会员单位服务中,有时无法独立完成服务。

(3) 俱乐部运营中的经费问题。俱乐部的运作需要一定的经费,而图书馆的财政预算并无这项经费,俱乐部的长期生存和活动必须依靠会员的会费来支撑。虽然每年都有许多会员主动交纳会费,有的会员甚至每年交纳的会费达上万元。但由于章程规定会员并无交纳会费的必然义务,使有些会员单位托辞种种原因不交会费,也有的会员单位在会上承诺交会费却实际长期欠缴。经费的不足,不仅使图书馆不得不放弃某些活动的开展,还有可能会影响其他会员单位缴纳会费的积极性。

(4) 宣传力度不够。目前对于俱乐部运作以及举办的活动宣传力度还不够,这使得俱乐部失去了许多潜在的会员企业。

5 若干建议

面对种种制约俱乐部进一步发展的因素以及发展过程中遇到的问题,图书馆需要找到切实有效的方法去改进。笔者有以下几个想法:

5.1 定位需要更准确

目前俱乐部对会员的吸纳尽管没有限制,但主要定位在大企业和知名企业,但是这些企业往往拥有自己的模块,有很专业的信息咨询团队。比如苏州明基,

其自身已经拥有一个明基逐鹿公司,里面拥有一个智慧型组织,包括一大批信息服务专家,以自身的专业和智慧可以帮助自己企业甚至其他企业解决问题。所以俱乐部可以考虑是否应该将吸纳的会员定位在苏州的中小企业。据有关数据统计,苏州的中小企业数量和规模庞大,至2007年底,全市中小企业超过12万家,占全市工商企业总数的99%,这些企业创造了60%以上的GDP贡献,在推动社会经济持续快速发展方面发挥了不可替代的作用。^[2]而中小型企业往往更需要从外界获取对企业发展有帮助的信息,俱乐部应该多下功夫争取更多的吸纳这些会员。

5.2 建立会员激励制度

为了吸引更多的会员参与俱乐部活动,建立会员激励计划是一种行之有效的方法。所谓会员激励计划,就是在会员制俱乐部中建立的一种奖励机制,俱乐部通过物质或精神方面的奖励,吸引会员加入,加强会员对俱乐部活动的关注并且能积极参与进来。比如采用会员介绍制度,鼓励会员介绍新会员加入俱乐部,从而对介绍新会员的会员提供奖励,这样不仅可以壮大队伍,而且比自己直接推销的效果要好,因为会员只有对俱乐部的服务感觉满意才会把它介绍给自己的朋友,他们的口碑比我们的介绍更可信。另外,俱乐部会员活动的另一个作用是招收新会员,俱乐部应该邀请一些潜在的会员参加活动。让潜在的会员参加俱乐部活动,亲身感受一下俱乐部的气氛和服务,是对俱乐部最好的宣传。如果有可能,要对会员进行个别沟通,同时俱乐部要保持每年对所有企业会员至少一次的上门拜访。并且在力所能及的范围内,尽可能多的与潜在会员保持紧密接触。

5.3 不断开展有创意的俱乐部活动

俱乐部活动是俱乐部经营的灵魂和主要手段之一,把俱乐部的活动办得有品位、有创意、有亮点,吸引会员积极参与俱乐部活动,才能培养会员的归属感,达到留住他们的目的。我们应该把“书苑天香”企业家俱乐部办成企业宣传的一块阵地,帮助他们传播企业文化。

组织俱乐部活动也要讲一定的技巧。俱乐部活动需要一定的经费,要想使花出的钱达到应有的效果,必须吸引更多的会员积极参与。应该把俱乐部办活动,会员参加的模式,转变为俱乐部与会员共同办活动的模式。会员活动要充分考虑满足会员参加俱乐部的目的,活动内容要新颖,通过固定的、周期性的活动,产生效果叠加的作用。如果在较长一段时间内举行同样的活动将对会员失去吸引力,很多会员在入会初期由于新鲜感而比较关注俱乐部活动,一段时间以后关注度会逐渐降低,注意力会转移,因此对俱乐部活 (下转第137页)

力,也可以使全球范围的炎黄子孙能够方便、快捷地学习了解本民族的文化。^[7]

3.5 古籍数字化将使国际性合作项目成为未来发展目标

当今社会,只有数字化产品才能迅速、准确地进行传递和交流,为互联网信息平台提供有价值的信息资源,使传统文化在信息传播的深度、广度、速度上有一个质的飞跃。所以古籍数字化已不再是一个国内的小项目,我们完全可以进行政府、各机构组织及国内、国际间的通力合作,这对解决古籍数字化的资金、技术瓶颈无疑是有益的,同时使我国数千年来宝贵文化遗产进一步的发扬光大,耀眼世界。^[8]

五千年的存世古籍,负载着厚重的中华文明,凝聚着民族智慧,是祖先留给我们的一笔庞大的精神遗产。传承文明是时代赋予我们每一个古籍工作者义不容辞的责任,古籍数字化任重而道远。

参考文献:

[1]毛建军.古籍数字化的概念与内涵[J].图书馆理论

与实践,2007(4):82-83.

[2]孟忻.古籍数字化的现状与发展方向[J].中国索引,2008(1):39.

[3]毛建军.欧美地区中文古籍数字化概述[J].数字与缩微影像,2008(1):36-37.

[4]黄显功.上海图书馆的家谱数字化资源服务[J].图书馆学刊,2008(1):4-6.

[5][7]尹小林.古籍数字化的使命与前景[EB/OL].[2008-05-19].<http://www.douban.com/group/topic/3230116/>.

[6]郑永晓.古籍数字化对学术的影响及其发展方向[EB/OL].[2006-11-05].<http://www.literature.org.cn/article.asp?ID=11591>.

[8]郝淑东等.古籍数字化的发展概述[J].情报探索,2007(7):115-116.

作者简介:刘伟红(1969-),女,哈尔滨师范大学图书馆副研究员,研究方向:古籍整理。

(上接第93页) 动创新的要求比较高。只有俱乐部活动内容有特色、具有吸引力,才能吸引会员更多参加。

5.4 开展丰富的个性化服务

个性化服务是图书馆在网络和数字信息环境中,提高服务质量,赢得发展机遇的重要选择,个性化服务也是俱乐部生存的必要条件。图书馆个性化服务是指图书馆在数字信息环境中,主要利用网络和信息技术,获取并分析各用户的信息使用习惯、偏好、背景和要求,从而为用户提供充分满足其个体信息需要的一种集成性信息服务。图书馆个性化服务与个别服务或重点服务、定题服务、定制服务、特色服务都有一定的区别,它有不同于图书馆其他服务的多个特点。为会员量身订做个性化服务,给会员提供各种方便,满足会员被尊重的需求,显示其社会地位,这就是会员加入俱乐部的目的。而“书苑天香”俱乐部目前在这方面做得比较弱。笔者建议:(1)从会员入会之日起,就要做个调查,他参加俱乐部是希望得到什么样的服务。(2)为会员提供个性化信息服务。个性化信息服务是根据用户个人的具体需要,提供高质量的、系统的信息服务。图书馆可以调查会员的信息需求,对各种信息资源进行过滤,得到会员所需要的、个性化的信息资源精品。然后利用电子邮件等方式传送给会员。这种服务是持续性的,要不断跟踪相关课题的最新动态,定期向会员通报。同时,还要跟踪会员的使用情况,分析其信息需求的变化,优化检索过程和检索结果,逐渐形成会员个人的信息资源系统,它不仅限于为会员找信息,更倾向于为信息找会员,因此更具有个性化特征,也更容易为会员接受。

5.5 加大宣传力度

多年的图书馆工作实践告诉我们,要做好图书馆宣传工作并不是一件轻而易举的事情,需要我们付出艰辛的劳动。要让社会各界都来关心和支持“书苑天香”俱乐部,使社会上更多的人了解俱乐部、加入俱乐部,不仅需要我们脚踏实地做好各项服务工作,更需要我们做好宣传工作。(1)利用社会各个方面、各种机会对俱乐部进行宣传,宣传方式也应该是多维度进行,既有宣传册、广告版,也有网络、报纸等利用新闻媒体进行宣传。(2)利用新闻媒体和图书馆网站及时报道俱乐部开展的活动和取得的成绩,扩大俱乐部在社会的影响力。(3)充分发挥俱乐部会员的宣传作用。通过俱乐部会员现身说法宣传俱乐部,会具有更大的说服力。

为企业提供信息服务、支持地方经济发展,是图书馆工作的重要职能之一。“书苑天香”俱乐部是图书馆企业信息服务中的创新之举,可以起到为企业提供有针对性的信息服务,拉近企业与图书馆的距离,培养企业的社会责任感,利用企业的资源为图书馆发展提供资助等等作用,因此,“书苑天香”既是图书馆重要的服务延伸,又能充分实现合作共赢。

参考文献:

[1]中共苏州市委宣传文化工作领导小组.“文化苏州”行动计划.2004年6月.

[2]查磊.引入民间资本,完善苏州中小企业融资市场基础建设[EB/OL].[2009-01-16].<http://www.qnsh.com.cn>.

作者简介:蒋蕾静(1978-),女,苏州图书馆情报部馆员。