

## 图书情报工作营运的认识四要素

图书馆学与情报学、信息科学有十分密切的关系，我们加工、传播的内容对象是期刊、书或光盘中的信息（知识），所以说，对正确信息理论、信息运动规律的认识是形成正确工作思路的前提。从另一个侧面看：

平均信息量增加规律是信息的自然状态

信息在传播过程中的流动增值或减值现象规律是人类对信息作用，使信息发生变化的原因

信息价值与信息价格计量法是信息交换中的现实规则

消费创造高层次信息消费需求规律是培育信息市场的基础

它们将起到判定学术真伪；解释现存现象；指导资源投入；提高全民信息意识等的作用。

### 平均信息量增加规律

信息是什么？它是物质与物质之间的关系，是用来消除不确定因素的东西。什么是平均信息量？平均信息量是指“不确定”、“混乱”的量。平均信息量增加是自然规律。在自然界，现象有必定向增加平均信息量方向发展的规律。例如：物质在衰变，学术论文有“半衰期”，信息本身亦然。当不存在“不清晰”时，平均信息量为零。信息量增加与平均信息量减少是同一概念。

例如：信息自行消亡的现象；对信息不及时处理、加工、增值，就意味着出现不确定、混乱的状态，意味着信息贬值（衰变）；而以把模糊不清的部分搞清楚为目的的收集、处理信息的活动、能够使平均信息量减少。

对图书馆来说，不锐意改革，只任其自然发展，就会变成混乱的经营。

### 信息在传播过程中的流动增值或减值现象

自然界中现象有向增加平均信息量方向发展的规律，同时，人类信息在传播过程中会流动增值或减值。这主要是有新的信息摄入，或者是人为作用的结果。如：文章加工成文摘，印刷品馆藏加工成机读数据库，信息在流动（加工）过程中发生了增值。又如：在创新活动中“信息轰鸣”环境很重要，有用的信息在流动和交流中发生了增值（跨学科的信息单元重新排列和组合往往产生出新的思想），无用的信息被排除了，信号增强，噪音减少。

信息如同金钱，流动增值，但是这是在增加智能（或信息）后而发生的。如：信息流动造成认识水平上升，信息流动后取代能源，土地，资金现象等。

另一种是人为信息（噪音）造成的信息流动减值。如：个人口头传播信息失真与谣言的产生等现象等。

提高信息传播效率就是增大 S、N 之比。

信息传递效率完全是信号(Signal)和杂音(Noise)比的问题。当不考虑信息的内容时，信号(完整准确的有用信息成份)就弯得万为重要。信息本身包含有信号和杂音，传递中也常常会混入偏差(杂音)，从而影响把信号准确无误地传递给信宿。因此，缩小杂音(明在区分杂音和信号，努力消除杂音)，增大信号是提高传播效率的有效方法，即：增大信号与杂音之比。

信息处理与检索的基本方法就是增大 SN 之比。

创造新信息是把两个以上信素组合起来。

信息创造大致可以分以下两种：

一种是以组合逻辑为基础，把原有的因素重新组合；

另一种是以历史的逻辑为根本，舍去过去（工作）沿袭因素中的一部分，并添加现实中吸收的新因素，重新组合成一个整体。

以具有两个以上原有概念为前提，并把这些概念融化在头脑里，再产生新概念（信息）。  
推论：和其他行业领域的交流是创造新信息的源泉之一。

处理信息才能和创造能力之间没有密切的关系。

### **信息价值与信息价格计量**

信息价值、信息价格的明确的解释参见图书情报学词典，这里不再用阐述。信息量一般是用字节数计算的，在这个意义上说：图像、声音的信息量会比单纯文本的信息量大一些。在我们的信息工作中，不管是收费还是不收费，我们都在追求信息（价格）价值。信息价值、信息价格应如何计量呢？

信息价值与信息量无密切关系，信息价值决定于信息对信宿的重要性。

如：拥有大量技术资料的科技信息中心，对那些与此技术无关的人来说，这些资料无任何价值。

又如：我们的用户以 200 元价格购买某中文期刊中一页供求信息复印件；有关文献报导了某公司以 5 万元买下记录有计算机顾客名单的磁盘；

这说明：决定信息价值的不是信息（资料）的量，而是信息本身对信宿的重要性。所以，开发恰当的用户，检索准确的信息是增加信息价值的主要方法。同理，服务人员说明某一信息对用户的具体支持也能够实现较高的信息服务价值。

信息成本与信息价值无密切关系。在使用信息时不是全部信息起决定作用。

既然信息价值与信息量无密切关系，信息成本与信息价值无密切关系。由于信息价值与信息量无密切关系，所以，从信息量与信息成本呈正比关系来讲，使用信息时不是全部信息起决定作用。

信息价值有原（成本）价值方式与实得利益计算方式两种。前者多用于计算学费，调查费，设计费，程序费等，后者的应用则更加广泛，如专利交易，信息服务等。

信息价格是使用信息所获利益（损失）与不采用信息时利益（损失）之差。

实得利益按如下公式计算：

信息价格=使用信息时的概率\*使用信息时所获得的利益 - 不使用信息时的概率\*不使用信息时所获得的效益

如：计算机公司指望采用“购买计算机用户的信息”后，会扩大自己的市场，获得更大的利益，才同意支付 5 万元款额购买用户数据。这种信息价格是把期待使用信息利益（损失）作为标准来考虑的，也就是说，是以使用这种信息的应得效和不使用信息的实际效益之差为标准计算的。

在信息交换中，按用户的立场和观点来考虑，允许上下浮动的成交价格幅度的做法是符合实际、并是十分有效的。努力增加在说服和引导用户工作中所产生的信息附加价值（推销的价值，用户教育的价值）是图书馆信息服务工作中最不容忽视的重要方面。

### **创造更高层次信息消费需求**

信息消费能够创造更高层次信息消费需求

把鸡养大了再杀了吃；挂上鱼饵来钓鱼；送灯买油；软件免费试用等等做法都是基于消费能够刺激（创造）新的消费，这个认识来进行的。信息消费同样也能够创造更高层次的信息消费需求，这就是对信息消费市场的培养。我们的用户有许多是老用户，老用户的水平提高了，他就会带来新的信息消费需求。由于他尝到了信息对他的好处，他就会情愿地为得到信息支付更多的钱。

信息消费也是一种信息交流与新信息创造的机会。我一人有一个苹果（信息），相互传播后，一人就会有二个苹果（信息）——没有损失。我也许还想要一个更甜的苹果（信息）——这就产生了新的、更高层次的信息消费愿望。

信息象吗啡！信息消费是会上瘾的！信息消费也是人所必须的！信息既然是资源，它就会有价。