

خدمات تخصصی و شخصی سازی شده: رویکردی برای برون رفت از شکاف میان کتابخانه و جامعه آن

فصلنامه علمی پژوهشی
پژوهش‌های علوم و فناوری اطلاعات ایران

شاپا (چاپی) ۲۲۵۱-۸۲۲۳
شاپا (الکترونیکی) ۲۲۵۱-۸۲۳۱
نمایه در SCOPUS، LISA و ISC
<http://jimp.irandoc.ac.ir>
دوره ۲۹ | شماره ۲ | صص ۲۸۹-۲۹۱
زمستان ۱۳۹۲

می‌دانیم که تحولات گسترده‌ای تحت تأثیر عوامل گوناگون به‌ویژه فناوری اطلاعات در قلمرو کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی رخ داده است. نیز می‌دانیم که بسیاری از کاربران کتابخانه‌ها همچون گذشته به این مراکز به شکل حضوری مراجعه نمی‌کنند بلکه تلاش می‌کنند که خود به پایگاه‌ها، ابزارها و منابع اطلاعاتی دست یابند. یافته‌های بسیاری از پژوهش‌ها^۱ در یک دهه اخیر نشان داده است که شکاف عمده‌ای میان خدمات موجود کتابخانه‌ها و خدماتی که کاربران نیاز دارند وجود دارد که به‌نوعی بیانگر نارضایتی آنها می‌باشد. از سوی دیگر، همین فاصله باعث شده تا برخی نسبت به آینده کتابخانه‌ها و مراکز اطلاعاتی خوش‌بین نباشند.

ناخرسندانه باید گفت که حرفه کتابداری و اطلاع‌رسانی در کشورهای در حال رشد به‌ویژه در قلمرو برنامه‌های آموزشی نتوانسته است خود را با نیازها، رویکردها و رفتارهای اطلاعاتی جامعه همخوان سازد. از دید بسیاری از اندیشمندان، برنامه‌های آموزشی نیازمند بازنگری بنیادی برای بازسازی خود و ارائه خدمات نوین می‌باشد. اکنون ضرورت توجه به نیازهای فردی بیش از پیش در تعریف و تدوین خط‌مشی ارائه خدمات احساس می‌شود. در یک دهه گذشته، کتابداران تلاش کرده‌اند تا از رویکرد «کاربرمحوری» به رویکرد «مشتری محوری» تغییر جهت دهند. به همین دلیل است که به موازات تحولات اخیر، موضوعاتی مانند «مدیریت روابط مشتری» (Customer Relationship Management = CRM) و «مدیریت دانش مشتری» (Customer Knowledge Management = CKM) از اهمیت قابل توجهی برخوردار شده است. در این میان، واکاوی در زمینه خدمات تخصصی و نیز شخصی‌سازی خدمات در

۱. پژوهش‌هایی که عموماً با رویکرد LIBQUAL و یا SERVQUAL انجام شده‌اند.

کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی به منزله یک اصل برای بقای حرفه مورد توجه قرار گرفته است. خدمات شخصی‌سازی شده یعنی خدماتی که منحصرأ برای هر فرد به منزله یک مشتری برنامه‌ریزی و ارائه می‌شود. این رویکردی است که اندیشمندان حرفه به تبع رخدادهای بخش خصوصی در دهه‌های اخیر توصیه می‌کنند. توجه به آنچه که بخش خصوصی در برآورده ساختن نیازها و همگامی با سلیقه‌ها و رفتارهای فردی و یا گروهی پیش گرفته است می‌تواند برای ما بسیار آموزنده باشد. آنها مطالعات گسترده و پیوسته‌ای درباره جامعه و نیازها و سلیقه‌های افراد انجام می‌دهند و تلاش می‌کنند تا محصولات و خدمات خود را متنوع و شخصی کنند. همچنین، به گونه‌ای آن محصولات و خدمات را در اختیار مردم قرار می‌دهند که هر فرد بتواند براساس نیازها و سلیقه خود، تنوع و همخوانی ایجاد کند. نگاهی به دستگاه‌های تلفن همراه می‌تواند چنین رویکردی را به خوبی نشان دهد.

اکنون دوره توجه به فرد به منزله یک پارادایم و یک گرایش حرفه‌ای در همه عرصه‌ها مطرح است. چنانچه به حرفه پزشکی بپردازیم می‌بینیم که آنها برای هر فرد، مثلاً یک بیمار، پرونده کاملی شامل انواع اطلاعات شخصی، پیشینه فردی، پیشینه خانوادگی، نوع بیماری، آزمایشات آسیب‌شناسی و بالینی، نوع درمان، روند درمان، نوع داروها، و مانند آنها تشکیل می‌دهند تا بر پایه چنین اطلاعاتی و نیز تازه‌های علم پزشکی، بتوانند به درمان وی بپردازند. امروزه حتی فروشگاه‌های بزرگ نیز اطلاعات شخصی از مشتریان خود تهیه می‌کنند تا از آن برای جلب توجه آنها و در جریان گذاشتن آنها در زمینه محصولات و خدمات خود استفاده کنند. چرا کتابداران از چنین روزکردی استفاده نکنند؟ آنها می‌توانند جامعه کاربران خود را به شکل کاربردی‌تری شناسایی کرده و برای هر فرد یا گروه، یک پرونده (پروفایل) ایجاد کنند که همه اطلاعات لازم درباره فعالیت‌ها، نیازها، سلیقه‌ها و رفتارها را ثبت نمایند. بر این اساس، تعریف انواع خدماتی که هر فرد یا گروه نیاز دارد عملی‌تر و شخصی‌تر خواهد بود. برای نمونه، گستره خدماتی که برای هر فرد یا گروه در پاسخ به نیازهای شخصی می‌توان ارائه داد شامل موارد زیر است:

- ◇ ایجاد یک پایگاه پرونده‌های افراد؛
- ◇ مشاوره با افراد و شناسایی نیازهای خاص آنان؛
- ◇ شناسایی گستره فعالیت‌های علمی، حرفه‌ای، آموزشی و حتی تفریحی هر فرد یا گروه؛
- ◇ ایجاد صفحه شخصی در وبسایت کتابخانه برای هر فرد (پیاده‌سازی My Library با استفاده از امکانات وب ۳ Web3)؛
- ◇ تهیه و تدوین یک ماتریس خدماتی برای هر فرد یا گروه (ستون‌ها برای انواع خدمات، ردیف‌ها برای انواع نیازها)؛

- ◇ شناسایی منابع، پایگاه‌ها و ابزارهای اطلاعاتی مورد نیاز معرفی آن منابع به افراد یا گروه‌ها، به‌ویژه منابع هسته و کلیدی؛
- ◇ تهیه و تأمین منابع گزیده شده توسط افراد؛
- ◇ آگاهی‌رسانی و ارائه آن منابع به شکل فیزیکی یا الکترونیکی (با استفاده از روش‌های الکترونیکی جدید از جمله RSS و ...)
- ◇ ارائه اطلاعات تکمیلی و جنبی درباره منابع معرفی شده از قبیل تعداد اسنادهای به آن، ضریب تأثیر مقاله، نقدهای آن، اچ ایندکس نویسنده؛
- ◇ ارائه اطلاعاتی درباره روش‌ها و ابزارهای گردآوری اطلاعات؛
- ◇ راهنمایی درباره شیوه‌های جستجوی کارآمدتر در پایگاه‌ها؛
- ◇ ارائه اطلاعات درباره شیوه‌ها و معیارهای ارزیابی منابع اطلاعاتی و نیز پایگاه‌های اطلاعاتی؛
- ◇ کسب و ثبت بازخوردهای افراد درباره منابع و پایگاه‌ها با هدف بهینه‌کردن خدمات شخصی؛
- ◇ ایجاد و تعبیه امکان تعامل آنلاین کاربران و کتابداران با هم برای ارائه خدمات سریع‌تر، به‌ویژه خدمات مشاوره اطلاعاتی و پژوهشی.

به نظر می‌رسد آزمون رویکرد خدمات تخصصی و شخصی‌سازی شده به افراد می‌تواند نتایج سودمندی برای ادامه و توسعه این‌گونه خدمات فراهم آورد. کسب تجربه در این زمینه و استفاده از تجربه‌های سایر کتابخانه‌ها نیز بسیار سودمند و راهگشاست. مهم‌ترین عاملی که می‌تواند کتابداران را در این راه موفق گرداند، برون‌گرایی و خروج از چهاردیواری کتابخانه‌ها (Reaching out) است. این خروج هم فیزیکی و هم الکترونیکی است، یعنی به هر شکلی که امکان داشته باشد باید به سوی مشتری رفت.

کوتاه سخن آنکه این حق هر فرد است که از خدمات تخصصی مرتبط با نیازهای خود در کتابخانه‌ها و مراکز اطلاعاتی استفاده کند. عدم توجه به این حق می‌تواند روند دور شدن کاربران از کتابخانه‌ها و یا دور زدن این مراکز را در پی داشته باشد، رخدادی که چنانچه ادامه یابد برای آینده حرفه ما مخاطره‌انگیز است.

مطالعه مقاله زیر در زمینه چارچوب خدمات شخصی‌سازی شده توصیه می‌شود:

Jonas Holmström. A Framework for Personalized Library Services. October 2002
Available at <http://www.abo.fi/~jholmstr/publications/personalized.pdf>

سیدرحمت‌الله فتاحی

سردبیر