

开创用户需求的信息组织

一直以来，图书情报领域的信息组织工作主要针对文献资源进行有效整序，殊不知却忽视了用户信息资源的有效建设，缺乏对用户需求的信息组织。在第九届全国情报学博士生学术论坛上，马费成教授题为“大数据环境下的用户需求信息组织”的报告，让人迷雾顿开。

用户需求是指在一定时期内用户的某种需要或者欲望。随着数字信息形态和科研信息环境的变化，用户信息需求和偏好、用户信息行为和习惯也随之变化。需要把握用户需求、用户特长、用户偏好、用户行为、用户习惯，以便有的放矢地推进各类资源的采集、整序和整治，提升文献资源的利用效率和服务效益，因此需要开展用户需求的信息组织。

首先，要研究用户需求的描述模型和形式化表达。通过典型场景下的用户需求分析，全面、系统地揭示用户需求构成要素与特征，形成用户需求描述模型；制订用户需求元数据标准，推进需求描述的规范化。识别用户需求之间的关系，并借鉴关联数据技术，使用RDF语言对用户需求属性及其关联关系（如相关关系、因果关系等）进行形式化描述，形成机器可读、可理解的需求语义信息，从而进行用户需求特征分析、理解和可视化，表征真实的用户需求。

其次，要构建用户数据资源体系。数字时代，用户数据直接或间接地反映出了其信息需求、行为习惯和态度偏好，故而需要采集用户基本信息和用户数字足迹，将大量分散的用户信息、用户行为数据、用户日志等收集起来，并快速整理、归类与聚合，构建和动态更新用户信息数据库，为用户需求的挖掘与信息组织提供基础数据支撑。

最后，要探讨用户需求信息组织的特定方法。利用自然语言处理、机器学习、聚类分析等技术对用户数据进行分析、标签、权重与模型化处理，提取用户需求信息，推进用户需求文档、用户需求本体、多维度标签融合的用户画像构建，形成用户需求语义网络。

《信息组织》是图书情报学的核心课程，以前主要作用和应用于文献资源组织。大数据时代需要重视用户需求信息的采集和感知，创新传统信息组织方法，探究基于AI的信息组织技术，开创用户需求的信息组织，以不断丰富信息组织理论方法；并将语义化描述的用户需求与知识资源进行匹配，从而更精准地提供与用户需求相匹配的知识资源和知识应答。

■ 曾建勋