

●李春明

外文电子出版物的采访工作研究

摘要 电子出版物的采访原则有:针对性与可靠性原则、适用性原则、平衡原则、延续性与时效性原则、协调性原则。网络时代新的电子商务技术如 EDI,为外文电子出版物的采访工作提供了更为方便、高效的采访途径。EDI 在采访中的主要优点有:节省人力,提高采访的工作效率;减少人为因素造成的失误;消除通讯过程中造成的时间延误;较易获得书目信息;电子催缺及开立发票。参考文献 9。

关键词 电子出版物 外文电子出版物 采访策略 采访过程 电子数据交换

分类号 G253.1

ABSTRACT In this paper, the author proposes the following principles for the acquisition of electronic publications: orientation and reliability, suitability, balance, continuity, timeliness, coordination, etc. EDI, an e-commerce technology in the age of network, provides a way more convenient and more efficient. Then, he lists some characteristics of EDI in the acquisition of e-publications. 9 refs.

KEY WORDS Electronic publications. Electronic publications in foreign languages. Acquisition strategy. Acquisition process. Electronic data interchange.

CLASS NUMBER G253.1

中国加入世贸组织后,图书馆在采访经费紧张、外刊不断涨价的情况下,开始重新调整采访经费格局,加强了对外文电子出版物采访的力度。如何从国外纷繁复杂的文献中采选到最适合本馆特点的外文电子出版物,做到既能充分满足读者的需求,又能发挥经费的最大作用,已成为采访工作中着重考虑的问题。网络时代新的电子商务技术(如 EDI)的出现,为外文电子出版物的采访工作提供了更为方便高效的采访途径,也为采访人员掌握新的技术,跟上时代步伐提出了更高要求。

1 外文电子出版物采访原则

目前国内采访外文电子出版物大体上是通过图书馆代理商或直接与国外经销商采购,基本采用以下方法:了解外文电子出版物的出版动态和读者的需求;重点采选国外权威的或获过奖的电子出版物;国外出版的中文电子出版物;根据电子出版物发展和本馆的网络情况,适当采选收录范围广或在某学科有一定的权威性的网络数据库。这些方法虽然简单明了,但没有明确的原则和方法。

笔者根据以往的工作经验,并借鉴国内同行学者的观点,认为外文电子出版物采访,各馆应从实际情况出发,综合考虑职能与任务、发展目标、馆藏现

状、用户需求、区域环境,特别是经费保证等因素,制定协调采访的方针及具体措施。如美国图书馆学家杜威说的那样:“以最好的书,花最少的钱,让最多的读者使用。”

(1)针对性与可靠性原则。所购产品要实用并有针对性,既要满足本馆服务的需要,又要针对重点学科、重点专业进行科学筛选,收藏有专业特色的电子出版物,从而形成自己的馆藏特色。以用户需要为导向,多方听取专家和读者的意见,做各种统计分析。同时,定期对各电子出版商的出版能力、出版质量以及出版物进行综合测评,以保证知识信息、数据信息的准确性和可靠性。

(2)适用性原则。采访时需要考虑电子出版物的非人工可读性及对软硬件环境的依赖性,要与本馆计算机系统相匹配。外文电子出版物因出版商不同,所需的硬件设备、网络支持条件、收费情况以及使用时需要的基本技能都不尽相同,尤其是费用方面差别更大。采访人员要全面地综合诸多因素进行考虑,提出最符合成本效益的解决方案。

(3)平衡原则。要全面考虑学习类、工具类、知识类及艺术类等题材光盘的购买,尤其是作为常规教学辅助手段的辅助教学软件(CAI)及大型词典、百科全书等内容的出版物。数据库光盘应注意内容类型的平衡,如书目、索引、文摘、全文等各种类型。如

果重复购进多种全文性数据库光盘或书目性数据库光盘,将会严重影响检索的查全率及实用性。

(4)延续性与时效性原则。在采访过程中,力求保证订购数据库的延续性,与印刷品收藏的连续性原则是一样的。由于电子出版物出版发行速度快更新速度快,因此采访时应保持其新颖性,保证读者可以利用到最新的信息。

(5)协调性原则。亦可称为互补原则,即不仅要做到与馆内的其他载体形式的出版物采访的协调互补,避免重复采访,还要根据所在区域,做好与其他图书馆区域性协调合作、联合协调采访。注意本地区资源采集的协调,从而组成一个比较合理的文献采集收藏体系。针对使用率较高的同一出版物,可采取团体购买的原则,既减少了经费支出,又实现了资源共享,甚至共同分担了一些项目的风险。

还须注重电子出版物的局限性与脆弱性。由于计算机硬件设备、操作系统等软件飞速地更新换代,若干年后,以数字化方式存储下来的电子出版物,一旦无法找到相匹配的运行环境,将失去使用价值,使数字信息的使用寿命受到限制。因此,如果根据出版物的类别来考虑,百科类出版物适合采用电子出版物,而普通图书不宜用电子出版物;学术期刊适合采用电子出版物,普通娱乐性期刊不宜采用。另外,需注意网络电子出版物对网络环境有较强的依赖性,一旦网络环境无法满足其需求,那么可想而知,我们将无法利用所采访的资源。

2 外文电子出版物采访步骤

2.1 采购前

(1)搜集出版商的出版信息。这是采访工作的首要环节。通常在自己的采访管理库中建立一个出版商列表,包括出版商的名称、国家、联系人、资料类型、地址、语言、注释、账户、货币种类、Email 地址等信息,如果可以使用 EDI (Electronic Data Interchange, 电子数据交换),那么应该有 EDI 的代码。采访前,采访人员收集、浏览出版商发布的各种征订目录,如果有电子版的可以将标准格式的采购数据,如 MARC 格式,下载到本地采购数据库中,或者通过标准协议下载到本地数据库中。

出版信息一般可以从几个渠道去搜集:①出版商印制的宣传资料。②在互联网上查询有关电子出版物的出版商的网站,搜集最新出版信息。ACQWEB (<http://acqweb.library.vanderbilt.edu/acqweb/acqs.html>)网站为图书馆提供了各种资料出版商及销售商信息。③在图书或音像出版展览会上搜集出版商为推广产品而分发的宣传品。④国际电子出版物的专题数据库或光盘,如 Gale Group 出品的 Gale Directory of Databases(《数据库目录》数据库)和 CD-ROMS in Print: An International Guide to CD-ROM, Multimedia and Electronic Book Products(《在版光盘、多媒体电子出版物国际指南》),该指南由 Meeker 公司按年度编制。

(2)筛选出最有价值的外文电子出版物。在筛选时要仔细审视,除考虑满足本馆的采访原则外,还要考虑以下几个因素:①信息内容和制作水平,内容是否充实、完整,所含信息量如何;②技术应用是否恰到好处,界面设计是否具有多媒体体现性,特别是视觉效果上,包括字体、图标、色彩、导航等方面;③功能设置是否注意交互功能的应用;④阅读方式及检索方式是否具有多样性、实用性、有效性;⑤数据库光盘的检索速度如何、数据覆盖率是否广泛;⑥数据库的存取是否满足图书馆界目前正逐步使用的 Z39.50 标准等。

要加强网络版外文电子出版物的采访,网络版的选择可以在馆域网乃至校园网或更大范围内共享,并可减少图书馆内不必要的设备维护及人员开支。

(3)合理控制预算。预算可以在采访中合理地控制预支、开支、空闲余额、实际余额;帮助工作人员根据经费情况,参考经销商价格,进一步确定拟订出版物,从而使采访经费的支出合理性与订购的出版物满意度达到最大的匹配。

(3)合理控制预算。预算可以在采访中合理地控制预支、开支、空闲余额、实际余额;帮助工作人员根据经费情况,参考经销商价格,进一步确定拟订出版物,从而使采访经费的支出合理性与订购的出版物满意度达到最大的匹配。

2.2 采购中

采购的主要流程如下:

(1)建立拟订购的电子出版物的书目记录。将搜集来的信息经过分类整理和多次筛选,把准备订购的电子出版物按照本馆的计算机系统的采访功能输入管理库(包括出版商文档、预算文档、订单文档)。如果没有较规范的系统,可以自己建立一套小型的采访管理数据库,或直接利用 Microsoft Excel 将拟订信息输入计算机。

(2)价格的商讨。外文电子出版物的价格尤其是数据库,价格昂贵,有些每年还有一定的涨幅。应和出版商或销售商多番商讨,寻得最合理的价格。

(3)建立与填写订单。订单类型有 3 种:单册、连续出版物和长期订单。单册的订单指的是单种的外

文电子出版物或一套外文电子出版物;连续出版物订单用于如文摘类型的数据库或电子期刊,是无限期连续出版的;长期订单是一种开口的订单,通常预先不知道将要收到多少资料,也不知道价格,这种形式的订购在外文电子出版物中不常见。订单完成后将被送给出版商,或中国代理商。订单传递类型有:信函格式、Email方式、EDI方式。

(4)签订合同。在订购电子出版物时,出版商通常会与客户签定有关的合同。在订购前要仔细阅读合同,看它是不是能满足订购者的权益,如合同对拟订资料的技术支持或维护是怎样描述的,或对用户在使用上有什么限制,尤其对拟订资料使用范围的限制,建议请律师协助审核,否则一旦合同签订后再发现问题就会造成较大损失。

2.3 采购后

订单提交后,采购人员要跟踪出版商对订单的执行情况,如出版商是否正确收到订单、货是否发出、订户的付款是否已收到、发票是否已寄出、到货是否有误等情况。包括:

(1)结算与登记发票。结算是采访中较复杂的环节,在订购不同国家的电子出版物时,因所付的货币不同,相应的与人民币的兑换汇率也不尽相同;在订购时还会涉及到管理费、保险费、增值税,以及折扣率,因此结算时要仔细检查计算。对方在结算后会根据订购的资料出具相应发票,发票可分为总发票或单册发票。总发票可包括若干订单,而单册发票用于单独的订单。

(2)部分或全部资料的记到。到货登记的项目有:到货数量、发货日期、到货日期、附注。应将到货单附在登记簿内,做原始凭证。

(3)催询。在所订购的资料未到的情况下,要给出版商发催询单。

(4)制作报表。完成订购任务后,要做统计报表,同时将没有开发票的订单、被出版商取消的订单、特殊订单也要做详细记录。

3 EDI 在采访工作中的应用

目前,国外的图书馆已将电子数据交换应用到图书采访。EDI作为一种电子化的商业贸易方式,将企业与企业之间的商业往来文件,以标准化、规范化的文件格式,无需人工介入,无需纸张文件,采用电

子化的方式,通过网络在计算机应用系统与计算机应用系统之间,直接地进行信息业务的交换与处理。

EDI可以简化图书采购部门与出版商(经销商)之间的合同文件、书目清单、订单的发送及付款通知、开立发票等手续。EDI不仅可以用于电子出版物的采访,而且还能用于其他出版物的采访。其过程首先是图书馆利用EDI系统筛选出拟订出版物,制作订单,通过网络将电子订单传送给出版商,出版商在网上收取订单与图书馆确认订购;然后,出版商通过网络将电子发票传送给图书馆,并将订购产品打包后以传统方式送至图书馆;图书馆验收后,采用电子付款方式完成采访工作。EDI在采访中应用的主要优点有:节省人力,提高采访馆员的工作效率,同时也提高了馆员的工作能力;减少人为因素造成的失误,如资料重复录入造成的错误问题;消除因传统邮件递送等通讯过程中造成的时间延误;价格咨询随时可得,较易获得书目信息;电子催缺及开立发票,将提高图书馆催缺过程的正确性及效率,减低催缺量并可得到更快捷的应答。

参考文献

- 1 智慧.由信息服务谈电子出版物采访.情报科学,2001,19(9)
- 2 廖明光.试析电子出版物特点与采访策略.大学图书情报学刊,2001(2)
- 3 武建铭.电子出版物采访.河南财政税务高等专科学校学报,2000,14(5)
- 4 李美文.论电子出版物与纸制出版物的协调采访.图书馆学研究,1999(2)
- 5 谢新洲.数字出版技术.北京:北京大学出版社,2002
- 6 国家图书馆计算机集成系统工作组翻译. Aleph500 图书馆集成系统使用手册.
- 7 孙燕平.文献采访的科学性.见:第六届进口图书采访工作研讨会论文集.北京:原子能出版社,1999
- 8 马自卫,宋薇. Internet/Intranet 网络环境下的文献资源共享和电子商务采购.见:第六届进口图书采访工作研讨会论文集.北京:原子能出版社,1999
- 9 潘文武等. EDI 在图书馆采访及编目自动化的应用.见:台湾世新大学研究生论文

李春明 国家图书馆副研究馆员. 通讯地址:北京中关村南大街33号. 邮编100081.

(来稿时间:2003-02-11)