

高校图书馆学术图书采访策略探析

陈建星 李金庆

[摘要]由于出版信息不透明,图书质量良莠不齐和出版发行市场的多元化,以及图书采访人员的素质限制,增加了学术图书采访的难度。本文在简析学术图书的相关特性后,着重探讨高校图书馆学术图书采访过程中遇到的难题及相应对策。

[关键词]学术图书 图书采访 高校图书馆

[中图分类号]G25 [文献标识码]A [文章编号]1671-0029(2012)10(下)-0156-03

学术图书是指围绕某一学科或某一专题,将有关知识归纳成原理,进行系统论述的图书,也包含具有较强学术性的一般图书,如高层次的文化读物、比较专深的科普图书、科学家的传记、哲学社会科学类的普及读物等。高校教材中专业性、理论性较强的课本,也属于学术图书。学术图书不仅是出版社品牌、质量的象征,同样也是高校图书馆文献资源建设的核心和灵魂。据统计,全国570多家出版社每年出版约20余万种中文图书中,只有15%是专业图书。

学术图书由于专业性较强、读者面较窄,发行量不大;同时,由于图书出版及销售市场的混乱与不透明,造成图书采访环节出现信息失真的现象;加之部分采访人员素质较差,使得做好学术图书采访的难度增大。本文在简析学术图书的相关特性后,着重探讨高校图书馆学术图书采访过程中碰到的难题及相应对策。

一、学术图书特性分析

1. 内容专业,针对性强;受众面狭,发行量少

学术图书一般围绕某一专业论题进行阐述,内容较为专深,读者属知识型、专业型读者。除了部分教材和科普读物印刷量较大外,学术图书大多印刷量少,部分只印一两百册,甚至只有几十册,例如知识产权出版社开展的按需出版就允许作者只印一、二十册,印数较多出版费用就相应提高。

许多出版社对拟出版的图书审稿之后,就分配书号由作者联系印刷厂,根据自己的需要确定印刷数量。不少知识分子碍于面子,且缺乏必要的市场意识,不习惯推销自己写的书,大多选择少量印刷。

2. 作者队伍专业化,理论水平较高;图书质量总体较好,但也鱼目混珠

学术图书的作者都具有较扎实的专业基础,有的是某一专业的专家,所以学术图书的学术水平总体较高。但也有相当一部分学术图书功利性太强、是为评职称、拉课题等的拼凑、抄袭之作,学术价值不高。此外,有些不法商贩仿造销售盗版书和不健康的、反动的图书,因而出现鱼目混珠的现象。

3. 出版方式灵活多样,自费出版比例逐步增大

随着合作出版、按需出版等出版方式的多样化,以及一号多书的丛书批次出版,学者出书较20年前相对容易,出版费用也有所下降,因而学术图书的种数也快速增加。除了传统的出版社及相关组织资助出版外,课题经费出版和个人自费出版的比例也逐步增大。

4. 学术图书的宣传媒介立体化

学术图书的市场宣传方式主要有以下几种:(1)在有关媒体上发布新书预告。除在纸质报刊上登载外,近年来这类信息广泛分布于网络中;(2)组织水平较高的专家学者撰写书评,同时,也利用网络交互功能鼓励普通读者参与书评;(3)向大中型书店以及设有学术图书门市部、科技图书门市部和高校门市部的书店发广告征订;(4)直接邮寄征订书目给文化科研部门,特别是大中型图书馆及其它文献收藏机构。

需要注意的是,除了通过传统的平面媒体进行宣传外,学术图书越来越重视通过互联网的宣传,并进行立体多维视角的展示。书评也通过维基、微博等新的平台呈现大众化互动的趋势。

5. 发行方式多元化,相当部分是自办发行

我国学术图书的营销渠道主要有以下几种:(1)新华书店销售或民营书店销售;(2)直销,包括书市、书展销售;(3)图书发行商的批征订;(4)读者俱乐部或报刊亭销售;(5)网上书店销售;(6)作者自己联系发行。目前,大部分高校图书馆委托馆配书商批订购,已成为主要渠道。

印量少的学术图书没有进行批量发行,即没有通过书店、书亭等销售,也没有委托图书发行商征订,只是赠送给少量朋友和图书馆等机构。数量上百册的可能自己联系发行,由于不是批量操作,发行面较窄,发行数量有限。

6. 高校和科研系统图书馆是采购的主力

高校图书馆和科研系统图书馆,收藏的图书侧重学术性,是收藏学术图书的主力军。所以高校图书馆要了解学术图书出版发行的特点,加强与相关出版社的信息沟通,开展

对核心出版社的研究。

二、学术图书采访的困境

由于出版信息不透明，图书出版和销售市场的混乱，以及图书采访人员的素质限制，增加了高校图书馆采访学术图书的难度。

1. 出版信息不明影响及时订购

学术图书由于印量少且很少再版，出版信息不够透明，发行途径和订购方式也多元化，图书馆如果只采用传统的的信息收集方式，通过新华书店或一两个大的书商了解出版状况，或通过影响较大的书评栏目了解新书，忽视通过一些小型的专业书商及各类网络书评渠道了解出版动态，会导致信息收集与出版现状出现不同程度的脱节，从而无法全面及时地掌握出版信息。

信息沟通不畅不但使图书馆很难及时获取到全面的图书出版信息，造成漏订，而且会让图书发行商接到图书馆的订单后，由于包销和出版社无库存等原因导致其无法采购配送。

2. 图书出版及销售市场的混乱

随着市场经济的发展，出版社日益增多，合作出版、按需出版等新的出版方式应运而生，图书的种类、版本也随之增加，但良莠不齐。出书容易也催生了一小部分学术价值不高的图书，有的人为了评职称需要写一些缺乏学术质量的稿件。图书出版同质化严重，有的图书内容虽无大的更新，也不断改版印刷征订。教材市场的同质化竞争尤为突出。盗版书、非法出版物等充斥图书市场，造成了采购人员的视觉混乱，加大了鉴别选购的难度。

同时，图书发行、销售的渠道也逐渐增多，有的发行商实力较差，提供的征订书目信息不完整，甚至错误百出。在利益的驱使下，一些书店或经营者还通过“贿赂”采购人员来推销劣质价高的图书。

3. 部分图书采购人员素质有待提高

当前，我国部分图书采购人员素质不高，专业知识结构狭窄落后，信息收集和分析处理能力较弱。有的职业道德素养和工作态度较差，操作粗心大意，不主动，这些因素影响了图书采访的数量和质量。有的甚至被非法书商的蝇头小利所诱惑，进而与其勾结起来，采购了一些质量低劣、内容平庸乃至重复的盗版书籍或非法出版书籍。

三、改进学术图书采访的相应对策

针对上述困境，学术图书采访更需要科学的选择和采购，以下提出几点相应对策。

1. 提高采访人员素质，构建学科结构合理的采访队伍

除了提高思想素质和职业道德修养之外，图书馆应加强采访人员的业务培训以提高其专业素质。图书采购人员要构建合理的知识结构，培养信息收集、分析处理和鉴别评判能力。针对各校的学科设置和研究重点，图书馆要有意识地培育一些面向不同学科的采访馆员，让他们具备对应学科的专业素养，对所负责校内学科和专业的发展水平、发展方向和研究热点有所了解，确保所购图书符合学校教学科研的需

要。

2. 加强出版发行信息的搜集掌握

图书馆应该主动了解整个出版业的发展状况，了解当前出版格局的分布，印刷出版和发行销售模式的特点，加强图书馆与书商的信息双向反馈，建立密切的信息沟通渠道。特别是与高校重点学科对应的重要出版社，图书馆应该主动联系，并进行定向跟踪，保证这些重点出版社的产品信息不被遗漏。

鉴于学术图书的出版信息不够透明，订购难度较大，因此要在访求上下功夫。对已发行图书信息的掌握，要重视联系学术组织、学者、出版社、专业书店及课题基金管理部门，特别是加强与出版社、图书馆及学术组织的联系，注意查检测览书评资料，主辅渠道配合。

3. 建立严谨的采访制度，完善学术图书学科采访和选书专家机制

由于学术图书专业性强，有的只探讨某一学科中细分的狭窄方向，较为专深，不少图书的学术价值需要有专业背景的人才能判断。因此，要提高采访图书的针对性、科学性和前瞻性，应选派有专业背景的学科采访馆员采购自己相对熟悉的学科书籍，根据学科发展动态和本馆收藏重点，本馆幅射区域的研究重心，以及学术图书内容的主题、层次和水平，选购学术性强的专业图书。

由于学科馆员对所负责专业的熟悉深度有限，所以，为了使学科采访更具专业性和针对性，采访人员应在采访过程中与相关专业的专家密切沟通。特别是高价书刊，有必要引入学科专家参与审核。方法是由高校各学科推荐有代表性的专家，成立学科专家委员会，对于外文图书及高价中文书的采购，由相应学科专家推荐或审核，以提高图书采访的质量。

4. 直接联系学科专家和作者

由于学术著作的发行途径较窄，有的图书无法通过常规的订购途径获得，因此，学科采访馆员平时应积极与对应学科的专家联系，从中了解该领域学者的出版信息及作者联系方式，通过与作者沟通，直接购买或掌握较快捷方便的购买途径和方式。有的图书在作者简介等栏目可找到作者的联系方式，如电子邮箱、电话等，借此可联系作者恰购所需学术图书。

另一方面，大部分学者都有个人的学术图书收藏，有的在一定会条件下会自愿将所藏图书赠送给图书馆，这些也需要采访馆员积极沟通。

5. 多渠道搜索、获取限量版学术图书

很多学术图书由于印量少没有通过书店或书商批量发行，较难买到，但通过主题或题名模糊检索大型图书馆的OPAC，可查到这些买不到的图书，因为自办发行的图书一般会和国家图书馆、作者所在省馆或大的高校馆联系，所以这也是学术图书信息搜集的渠道之一。如果确实印量少，已采购不到，必要时可联系复印或以扫描等方式获得一两件复本用于公益性流通。

有的图书通过合作书商和实体书店买不到，但当亚马逊等网上书店可买到；有的学术图书虽没有大量发行，但通过网上可查到书目信息甚至整本书的全文，所以网上搜索也是访求途径之一。此外，有的作者只委托小型门市部、报刊亭代售少量图书，平时留心也会有意想不到的收获。

6. 通过合理招标吸引专业书商参与

由于业务习惯，很多图书馆已经在较大程度上依赖于某些图书发行商。但有的发行商将利润放在首位，对于发行量较小、受众市场窄的学术书有抵触情怀。原因在于学术书折扣幅度低，利润就低，而发行商在馆配竞标中得到的是平均折扣。因此，图书馆招标前应做好宣传，争取更多专业书商的参与。招标时不能过分注重书商提供的折扣，而要着重考察书商的供货能力，如新书的采到率、到货周期及售后服务等，同时要关注一些在特定学科有优势的专业书商。

7. 现货采购与期货采购相结合

图书现货采购与期货采购各有优劣，如果以现货采购为主，可能会受限于现采场所的品种和库存数量，则种类和复本得不到很好的保障；如果以期货采购为主，虽可收集大量的书目信息并制作好订单，但最终到货率很大程度上依赖于书商的运营能力。所以要结合两种采购方式，现货采购以核心出版社为主、期货采购以外围出版社为主，根据不同情况灵活运用。

核心出版社的图书品种多、质量好、时效性强、备受读者的青睐，这部分图书如果通过现货采购可大大缩短入藏时间，提高读者对图书馆文献服务能力的满意度。而且采访人员运用“核心出版社采购法”进行现货采购，可以直接接触样书，直观、全面地了解学术图书的质量，提高图书采购的准确率。图书馆应对出版社的出版发行特点进行研究，了解不同出版社的品牌特点，并利用统计分析方法测定某一出版社出版某一学科图书的品种，选定核心出版社。

高校利用院系资料室和教师购书，可作为图书馆采购的补充。院系老师可以在任何时间和地点购买，例如可利用出差、参加学术会议或讲学时购买，而且教师对自己本学科专业及学术领域的学术成果和知名人士非常了解，能较准确地选择本学科专业有价值的学术图书。

8. 重视学术赠书的接收和典藏

学者大都不善于商业促销，或耻于为之，不少学术图书印量不大，主要以赠送为主。所以这些书较难买到，但作者往往会自愿将书送给图书馆，特别是大中型图书馆，或与作者有特定关系的图书馆，如本地公共馆或作者曾就读院校的图书馆。图书馆要对赠送的学术图书加以科学的组织与管理，做好典藏和开发利用工作。

9. 学术图书的查缺补漏

要构建完善的学术图书收藏体系，应开展馆藏及在订学术图书的查缺补漏工作。首先应收集漏缺图书的书目信息，并通过引文分析法确定所需文献的学术价值，然后考虑教学科研需求的轻重缓急及文献购置经费的许可程度，最终实现

有重点、有层次的图书补缺工作。

利用Google Scholar引文数据或Calis书目，也可作为判断文献学术价值的参考依据，对学术图书进行查漏补缺。Google学术搜索的检索结果大都提供论著的文献线索、摘要及引文信息，通过相关文献的被引用数据，可用来分析文献的参考价值。Calis书目一般也被视为学术性较强的书目，有的馆通过与Calis的书目比较，来开展馆藏查缺补漏。

10. 建立学术图书评价制度

要定期开展馆藏图书评价，通过馆藏利用率统计分析和读者利用调研，辅以获奖及好评的专业图书入藏对照，评价学术图书的投入产出比，发现采访方向偏离就及时纠正。在建立采访制度和进行馆藏评价时，对同一专业的图书应区分不同的层次和不同的研究方向，选购适合本馆相应层次的、针对性强的学术图书。例如本科教学与研究生教学不同，对象层次不同，不同院校的图书馆就需根据各馆情况选购相应层次的学术图书。

此外，要完善馆藏，还须辅以读者推荐制度。广大读者通过各种各样的渠道，能接触到丰富的学术图书出版和书评信息，科学加以利用，可弥补学术图书信息不够透明的缺陷。因此，图书馆要广开渠道，鼓励读者推荐好书。但对于读者推荐的学术图书，也要加以分析判断，不能照单全收。

（作者单位：陈建星，厦门城市职业学院图书馆；李金庆，厦门大学图书馆）

参考文献

- [1]姜宝良.中文图书采访与馆藏建设的原则和策略[J].情报资料工作, 2009.
- [2]孙玉玲.中国学术图书出版发展研究[D].武汉:武汉大学, 2004.
- [3]黄力.论高校图书馆学术图书采购难的原因分析及改进建议[J].中国市场, 2007.
- [4]赵明节.学术图书路在何方[J].编辑学刊, 2002(2): 17-21
- [5]林晓华.基于核心出版社理论的学术图书采购策略[J].图书馆建设, 2010.
- [6]刘学燕.高校图书馆学术图书采选策略与方法研究[J].农业图书情报学刊, 2011.

责任编辑：夏阳