

罗紫初

我国图书情报机构参与电子出版物市场开发的意义、内容及方式*

摘要 为充分发挥图书情报机构文献资源的社会效用,缓解运行经费紧张状况,图书情报机构要积极参与电子出版物市场的开发,包括参与馆藏文献的光盘制作,参与电子书(e-book)的生产,开展选题信息服务和按需印刷服务等。参与的方式有:合作出版、代理操作、投资参股、有偿服务等。参考文献7。

关键词 馆藏文献 资源利用 电子出版物 图书馆服务
分类号 G253.1

ABSTRACT To bring the social functions of document resources of library and information institutions into full play and to alleviate budget tightness, library and information institutions in China should actively participate in the market development of electronic publications, including the production of CD-ROMs of library collections, the production of e-books, selective dissemination of information, printing on demand, etc. Besides, the author proposes some approaches for the participation. 7 refs.

KEY WORDS Library collections. Resources development. Electronic publications. Library services.

CLASS NUMBER G253.1

1 我国图书情报机构参与电子出版物市场开发的现实意义

1.1 是图书情报机构充分利用馆藏文献资源迫切需要

我国图书情报机构收藏的数以千万计的印刷型文献,是印刷出版物中较有价值的部分,仅以馆藏的古籍为例,我国图书馆保存的善本书即达6万多种。这些留存下来的大量文献,记录着人类文明发展的历史轨迹,是中华民族文化精华的积淀。要使其发扬光大,除了提高外借与就馆阅览的服务质量,尽量提高文本自身的利用率,更为有效的方式是将其制作成电子出版物,使它们能在更大范围内传播,吸引更多读者。有资料表明,我国图书情报机构的馆藏文献流通率近几年呈不断下滑趋势。1980~1990年的10年间,我国公共图书馆图书流通册次从11830万上升到了20242万,而1995年则降至11814万,人均流通率为0.1册次,仅及美国的1/64。地市以上科技情报机构接待查阅资料的人次也不断下降。提高馆藏文献的利用率,已成了摆在我国图书情报机构面前的一项非常迫切的任务。而将印刷文本转制

成电子出版物,则是提高馆藏文献利用效率的重要方式之一。

与传统的印刷型出版物相比,电子出版物由于体积小、方便携带,能通过网络进行远距离阅读利用,具有多种检索途径,能实现多媒体重现,具有丰富生动的表达效果等,更受广大读者青睐。将馆藏文献直接转化成电子出版物,正是较好地适应了读者要求,所以具有良好的发展前景。

我国目前生产的总共约4000种封装型电子出版物中,约有70%是由印刷出版物转化而成。图书情报机构积极参与电子出版物的市场开发,促使更多的馆藏印刷型文献向电子版转化,不仅能使馆藏文献中的知识内容在更大范围内传播,能使更多的无法成为图书馆读者的计算机用户也能利用图书馆资源;而且能通过馆藏文献电子版的回购与利用,促进印刷文本的流通,这样从多方面提高图书流通率。

1.2 是真正实现图书馆资源共享的重要手段

图书情报机构的信息资源优势,不仅在于能直接提供丰富的文本信息,而且更在于能够通过所拥有的现代化技术与设备,十分方便地收集来自社会

* 本文为国家社科基金项目成果之一。课题名称:电子出版物收集利用与市场开发研究。批准项目号99BTQ003。课题编号102990133。

的各类电子信息。在各类数据库的拥有者中,图书情报机构所占比例最高;稍具规模的图书情报机构,大都实现了计算机与因特网的联接;计算机运行设施及电子阅读设备等利用电子信息所必需的条件,最先具备者也大都是图书情报机构。因此可以说,电子信息时代的来临,使图书情报机构的社会信息宝库与信息“喷泉”的地位得到进一步加强。

图书情报机构将通过网络接收到的信息开发成电子读物或印刷出版物,能使不能利用图书馆设备检索自己所需信息的读者也能有机会共享网络信息资源。如我国第一本网络小说《第一次亲密接触》在网络上发布的时候,没有计算机的读者或有了计算机而没有实现与因特网联接的读者,就无法阅读到这本小说,而当出版社将其正式出版后,数万名读者也就有了共享这一网上信息资源的机会。

在实现数据库资源共享的众多方式中,图书情报机构将数据库中的大量数字化信息开发成二次文献、三次文献,或者按主题直接将数据信息开发成印刷文本。中国人民大学书报资料中心将其拥有的全国书刊文献数据库中的各类数字化信息分主题编辑成各学科的文献汇编印制出版,就极大提高了该数据库中的信息资源共享率。

图书情报机构将馆藏文献进行数字转换推上网络传播,也是实现图书馆信息资源共享的重要方式。而这一过程,实际上就是图书情报机构参与电子出版物市场开发的过程。1993年以来,世界一流的图书馆纷纷将馆藏精华数字化并送上因特网。1994年,日本投入100亿日元实施数字图书馆计划。1995年,美、英、法、日、德、加、意七国成立全球数字图书馆集团,推出数字图书馆计划,目标是成为因特网上数字式信息源的主宰。1996年美国国家数字图书馆 American Memory 上网,成为全球最著名的网站之一。英国的电子图书馆 Biomednet 向国民提供数以千计的最新生物学医学全文数据。正是这种数字化信息上网传播的过程,与电子出版发生了千丝万缕的联系。一些新的出版产品和出版模式的出现,如 e-book(电子图书)的生产、即时印刷模的出现等就是在这一过程中实现的。

1.3 是缓减图书情报机构运行经费紧张状况的必要措施

我国图书情报机构维持正常运行的经费非常紧张。这与国家的投入不足有关。我国的 R & D 经费无论是绝对值还是相对比例都与发达国家有着较大差距,我国的 R & D 经费占国内生产总值的 0.5% ~

0.7%,而美国已达到 3%左右。加上我国国内生产总值并不高,所以投入 R & D 的经费绝对值是有限的,这就使国家对图书情报机构的投入也非常有限。这已严重地影响到各图书情报机构的正常运转。首先是购书经费严重不足。以公共图书馆为例,1995年公共图书馆总经费为 65829 万元,其中购书费为 16788 万元,全国人均购书费仅 0.14 元。其次是图书情报机构人员的工资收入偏低,工作积极性受挫。据笔者对湖北地区的人员工资状况调查,同时大学毕业 5 年左右的大学生,分配到公共图书馆工作者工资仅 600 元左右,而分配到高校任教者月收入已突破了 1000 元,进入政府机关工作者有 800 ~ 1000 元。这种收入反差,甚至还影响到高校图书馆学专业的招生。

要缓减经费紧张,除了国家增加投入,更需要图书情报机构自己拯救自己。其措施之一,就是积极参与出版物市场的开发。图书情报机构通过各种方式参与出版物市场开发,如转让出版资源、直接参与某个出版环节的运作、与出版机构合作出版、为出版项目提供信息服务等,不仅能获取有偿服务的报酬,而且能参与出版利润分配。这对缓减目前图书情报机构的经费紧张状况,无疑大有裨益。

2 图书情报机构参与电子出版物市场开发活动的主要内容

图书情报机构是通过向出版者,包括拥有电子图书刊版权的图书出版社、电子出版物制作单位、报纸期刊社等,提供资源来参与电子出版物市场开发的。其所提供的资源既包括了现存的馆藏文献,又包括了通过网络所采集到的各类现实信息。图书馆资源的多样性决定了图书情报机构参与电子出版物市场开发的项目也多种多样。

2.1 将馆藏印刷文献单体转制成光盘

稍具规模的图书情报机构,如省以上的公共图书馆、高校图书馆及一些科研院所的资料馆(室),大都收藏有一些颇具特色的印刷型文献。从中选择一些有着一定社会需求量的品种,将其制作成光盘,这是参与电子出版物市场开发中最容易操作,且成功率也较高的方式。从我国目前电子出版物市场的实际消费状况来看,最适合制作成单体光盘的馆藏文献主要有以下几类。

一是具有开发价值的馆藏古籍。我国图书馆保存的古籍善本有 6 万多种,而目前已整理出版的仅 6500 多种。并且,已经整理出版的古籍,也只有少数

被制作成了光盘,大多数还需制作成光盘,其余的5万多种也将陆续整理出版。古籍类电子出版物开发的潜力非常大。

二是需经常查检的工具书。尤其是查找字词的字典词典、查找数据资料的手册、查找发展状况的年鉴,以及查找操作规范的技术标准和查找现存文献的书目、索引等,更应成为单体光盘制作的首选品种。

三是具有历史文献价值的政治理论书籍。如马列主义经典作家的作品,党的历届代表大会所形成的会议文集,中外重要的法规、法典,以及反映一个国家或地区历史变迁的史书、志书等。

四是适用性较强的生活常识类图书与实用科技书。其内容涉及人们的日常生活与生产中经常需要的知识,社会需求非常普遍,加上按其内容制作的电子光盘具有生动直观的表达效果,所以有着良好的市场前景。

单体光盘的制作技术相对简单,出版过程的操作也较为方便,只要寻找到合适的合作者,投入不多的人力就能顺利运作,因此就成为参与电子出版物市场开发的首选项目或基本项目。

2.2 将系列馆藏文献按专题制作成e-book

E-book(电子书)是贮存有数字化信息的专用计算机阅读器的统称。e-book的生产离不开图书情报机构的积极参与。由于e-book内存信息量大,所以需要大量的文本信息为基础建立起特定的专用数据库,而数据库的存贮又必须依照一定的内容主题为标准来组织。这样,图书情报机构所收藏的成套书、系列书以及多卷册的大部头丛书,就成了e-book制作的最为理想的印刷文本。正因为如此,图书情报机构参与e-book的制作既具必要性,又具可能性。

在图书情报机构参与e-book生产的初始阶段,可以选择以下几类印刷文献,作为开发的重点品种。

一是大型的综合性工具书。这样的工具书翻检频率高、信息量大,是制作e-book的最为理想的原材料。国外e-book的生产制作,几乎都是从大百科全书式的印刷文本的转制开始迈步的。

二是国内外优秀的系列文学名著。文学著作本来就是读者最喜欢阅读的品种,文学名著更是深受广大读者青睐。将数种、数十种文学名著组合成系列,统一制作成一个e-book,其受读者欢迎的程度更是可想而知。如中国古典文学名著系列(目前已有数种光盘类电子出版物)、世界文学名著系列、获诺贝尔文学奖作品系列、奥斯卡金像奖剧本系列、国内

外畅销书系列等等,都是制作e-book的理想资源。

三是其他按专题组织起来的系列文献。如少年儿童童话系列、科普图书系列、各学科代表作系列、旅游手册系列、农作物栽培系列等,都能开发制作成e-book。这种系列文献,由数十种甚至上百种图书组成一个配套的拥有一定主题的知识体系,类似一个小型的专业图书馆。此类品种的开发可以灵活多样,比如一个馆的文献不够,可以多馆合作。这是一种众多图书馆都能参与的电子出版项目。

2.3 利用数据库及网络资源开展按需印刷服务

按需印刷(Print On Demand, POD),是以数字化信息远程传输与高密度存储为基础,用计算机将数字化图书直接印刷成印刷文本的技术。我国稍具规模的图书情报机构,其计算机局域网大都实现了与因特网的联接,自己所拥有的数据库也较其他单位更多更先进。只需与出版单位达成协议,获得授权,就可以添置设备,在馆内开展即时印刷服务。入馆读者如果需要购置某书,只要输入指令,就将本馆所建数据库中的有关拟调图书的数字信息调出,或通过因特网获得异地的已上网的有关数字图书的信息,即可迅速地获取通过即时印刷系统制作出的所购数字化图书的印刷文本。

经常出入图书馆的读者,是渴求知识的群体,有着比一般社会群体更强的图书购买力;加上开展按需印刷服务没有库存图书的经济压力,不存在图书滞销报废的情况,经营风险极小,非常适合图书情报机构这类以前从未涉猎过市场经营的单位采用。

2.4 组织出版馆藏二次文献的光盘版

馆藏二次文献光盘的制作,有多种形式。一是全部馆藏文献的目录与索引,包括馆藏书目、馆藏文献序索引、馆藏文献主题索引等;二是专业性馆藏目录,如馆藏计算机文献目录等;三是馆藏专题文摘,这是按照一定的主题对馆藏文献进行摘要性报导,如中国加入WTO馆藏文摘、生物学新进展文摘等。

馆藏二次文献光盘的制作,要从二次文献印刷文本的编制开始,这项工作大多数图书馆都可以操作。在印刷文本编制好之后,再以此为脚本制作光盘,这一步需要与出版机构合作完成。规模较大的图书情报机构,一般也具有自己制作光盘的条件,即使这样,也最好能与出版单位合作,这不仅仅是制作技术上的需要,而更重要的是有利于上市销售。

二次文献电子化的成功运作,要以有价值的馆

藏为前提。加强馆藏建设,使其对读者有强大吸引力,读者才能对二次文献的电子版形成足够的需求。

2.5 利用因特网搜集信息,参与电子出版的选题运作

通过因特网搜集信息,图书情报机构可以为电子出版单位的选题提供以下3个方面的服务。一是从因特网搜集有价值的信息,形成电子出版物选题的思路,如搜集到了某书在世界图书市场上非常畅销的信息,就可考虑引进该书版权并将其制作成电子出版物。二是直接从因特网上按一定主题下载相关的信息资料,组构成电子出版物的制作文本,或直接形成出版物的数字式内容。三是将出版单位已决定推出的电子出版物选题信息上网发布,收集读者反馈意见,作为电子出版物正式制作的决策依据。

通过以上3种方式开发利用因特网信息资源,既为当前我国出版机构所迫切需要,而图书情报机构又不需要太大的投入,具有良好的发展前景。

2.6 参与电子出版物的宣传销售活动

图书情报机构参与电子出版物的宣传销售活动,包括了以下几项具体内容:一是为电子出版产品制作专门网页,通过网络传播产品信息,吸引上网浏览的读者购买该产品。二是在馆内设专台陈列展示新推出的电子产品,征求读者预订或直接将产品销售给需要的读者。三是通过其他方式对电子出版产品展开宣传促销,如张贴广告、举办专栏、主办有关推销产品的活动等。

通过多种多样的宣传销售活动,能为电子出版产品的顺利推出起到开拓市场的作用。宣传促销活动的组织,也应该成为图书情报机构参与电子出版物市场开发不可或缺的内容。

3 图书情报机构参与电子出版物市场开发的具体方式与要求

3.1 合作出版

参与电子出版物的市场开发是一种市场经营行为,要求经营者必须具有独立从事经营活动的市场主体地位。图书情报机构作为文化事业单位,不具有市场主体地位,无法独立进行电子出版物市场开发的操作,必须采用“借壳上市”的办法,取得合法的地位。合作出版,即是“借壳上市”的一种好形式。

所谓合作出版,就是图书情报机构与具有电子出版物经营开发资格的出版单位,包括获得电子音像版权的图书出版社、专门的音像出版社,以及具有经营许可证的电子出版物制作公司、电子商务公

司等单位联合,共同制作电子出版物。出版单位提供市场经营与制作权,图书情报单位提供资源使用权,双方共同出资,联合操作。经营效益按合作各方在运作过程中的贡献大小按一定比例进行分配。

单体光盘的制作、e-book的生产等项目,较适宜采用合作出版的方式操作。合作出版时的双方投资,属于临时性资金占用,项目操作完毕即可收回。这样,合作出版时图书情报机构所投资金,可以用银行贷款形式形成。

合作出版系双方投资,风险共担,利益共享,有利于调动合作各方的积极性。图书情报机构通过此种方式参与电子出版物市场开发,尽管要承担一定风险,但在经济上除了取得一定的劳务报酬,还能获得一定的投资利润分成,具有较高的回报率。

合作出版的具体操作,最重要的是选择好的合作伙伴。要挑选可信度高、经济实力强的出版单位合作;图书情报机构作为投资的一方,要与合作方享有平等的地位,积极地参与到运作过程中去。

3.2 代理操作

这是图书情报机构接受出版商的委托,为其办理电子出版物市场开发中的全部或某些具体事务,并根据其贡献大小向出版商收取相应佣金的运作方式。图书情报机构只是按照出版商的要求代替出版商完成某些工作任务,整个出版项目操作则完全由出版商控制,投资风险也由出版商单方面承担。图书情报机构以受托出版商的名义参与市场活动,其后果由出版商承担责任。

代理操作方式,依据代理内容的不同,又可分为全程代理与分段代理两种类型。全程代理是出版商将某项出版活动的全部工作过程都交由图书情报机构代为操作。以电子光盘的生产为例,从选题策划到印刷文本的筛选、印刷文本的数字化处理,再到光盘的压制,以及宣传促销活动的组织等,全部由图书情报机构来完成。分段代理是出版商只将一项电子出版物制作活动中的某一部分或某几部分任务交由图书情报机构完成,其余任务则由自己承担的代理方式。如代理选题策划、代理文本选择、代理实施文本数字化处理、宣传征订代理等,都属于分段处理。

对于图书情报机构而言,代理操作方式不需要投入资金,也无须承担经营风险,是一种较为保险的参与方式。并且,代理类型与内容也可根据自己的实际条件选择,比较灵活。因此,在图书情报机构参与电子出版物市场开发的初始阶段,较宜采用此方

式,尤其适用分段代理的操作方式。

代理操作方式的运用,最关键的是要签订好代理合同,也即代理协议。要在协议中明确代理操作的工作要求(包括数量与质量方面的要求)、佣金支付的数量与方式及双方违约责任等,并在具体操作中严格按协议办事。

3.3 投资参股

这是图书情报机构向电子出版商投资并占有电子出版商一定股份,或者双方共同投资组建一个从事电子出版物市场开发的新股份制企业的方式,获得电子出版物市场的开发经营授权,并独立开展电子出版物市场的产品制作与销售的开发方式。实际上,这是双方结成命运共同体的运作模式,是图书情报机构参与电子出版物市场开发的各种模式中,实质性参与最深的一种方式。

中国加入WTO之后,我国的出版业将逐步向外商开放,对国内其他行业的开放力度也将加大。开放必然加剧市场的竞争。在市场竞争日益激烈的情况下,出版商为了增强自己的实力,迫切希望能与资源供应者之间通过资产重组结成同盟军,以增强对市场的控制能力。这就为图书情报机构采用投资参股方式参与电子出版物市场的开发提供了可能。

投资参股方式需要图书情报机构投入资金,并且,这种资金投入与合作出版时的临时占用不同,作为一种长期投资,一旦注入企业便不能随便撤回。因此是一种经营风险较大的投资。

图书情报机构参股用的资金,可以采用以下几种方式筹措:一是以单位拥有资源优势作为无形资产投入,折算成一定股份;二是以单位创收的预算外资金等投资;三是组成职工持股委员会收集职工个人集资形成股本。

采用此种方式,图书情报机构拥有了较多的经营自主权;并且有利于对各种资源进行整体性综合开发,如果经营得法,能够获得较为稳定的经济回报。为确保所投资本的稳定增值,图书情报机构要派出得力人员参与投资公司的运营管理,对每一个投资项目都认真进行策划与科学决策,以尽力避免经营失败。并且,图书情报机构要十分清楚资本的运营情况,密切关注资本的价值与增值。

在图书情报机构能够参与电子出版物市场开发的各项具体内容中,e-book的制作生产以及即时印刷系统的装备与运行,由于投资较多,风险也较大,所以采用投资入股的方式运作最为合适。

3.4 有偿服务

这是图书情报机构通过向电子出版商提供有价值的服务,并获得相应劳务报酬的参与方式。与其他参与方式不同的是,有偿服务时图书情报机构不直接介入电子出版物制作生产流程,而只是为电子产品的生产制作提供间接的服务。这种服务包括:为电子出版产品的选题提供支持决策的信息,对电子产品内容构成所需要的文献资源进行检索,对同类产品的市场状况进行调查,按出版商要求选定并提供生产电子产品所需的印刷文本,在正式推出某一电子产品之前组织读者问卷调查,为电子出版商提供制作电子产品所需的专用场所与设备,等等。图书情报机构在向客户提供这种服务的同时,按照一定的标准收取相应的费用。

以有偿服务方式参与市场的开发,虽然是一种间接的参与,但由此而使自己的信息资源优势得到发挥,促成了珍贵的馆内资源向社会财富的转化,增强了图书情报机构的社会地位,并且能获得一定的收入,因此也是一种非常有意义的参与方式。

采用有偿服务方式参与电子出版物市场开发,需要图书情报机构加强对外宣传联络。要使出版界对图书资源的开发潜力具有深刻了解,才能对与图书情报机构合作感兴趣;并且,在有偿服务的起步阶段,开价不要太高。

参考文献

- 1 肖希明.文献资源共享理论与实践研究.南宁:广西教育出版社,1997
- 2 吕俊生.网络环境下图书馆文献资源建设与文献保障体系.中国图书馆学报,2000(2)
- 3 程亚男.网络化趋势与图书馆发展观.中国图书馆学报,1998(4)
- 4 朱宁.新型文献载体对图书馆的冲击与影响.中国图书馆学报,2000(1)
- 5 徐丽芳,罗紫初.我国图书情报单位电子出版物的收集与利用情况调查,出版发行研究,2001(6)
- 6 黄先蓉.著作权法与图书馆有偿服务.图书情报知识,1999(4)
- 7 方卿.我国电子出版物出版工作的现状、问题与对策.出版发行研究,2001(1)

罗紫初 武汉大学信息管理学院副院长,教授。通讯地址:湖北省武汉市。邮编 430072。

(来稿时间:2001-08-01)