

论图书采访众包

王春生

摘 要 图书采访众包是我国图书馆界当前普遍存在的一种图书采购方式,因其让读者参与选书而受到欢迎。本文在介绍图书采访众包定义、特征、理论研究状况的基础上,讨论图书采访众包的类型,探讨如何认识图书采访众包,分析图书采访众包盛行的原因,归纳图书采访众包对图书馆产生的正面和负面影响,指出扎实做好图书采访众包应该努力的七个方向。参考文献 27。

关键词 图书采访 众包 馆藏建设

On Crowdsourcing of Book Acquisition

Wang Chunsheng

Abstract: Crowdsourcing of book acquisition is a widespread method to acquire books in Chinese libraries at present. Because of readers' participation in book selection, crowdsourcing of book acquisition is greatly sought-after. Based on introducing the definition, features, the present situation of theoretical research on crowdsourcing of book acquisition, this paper discusses the types of crowdsourcing of book acquisition and how to comprehend the phenomenon of book acquisition crowdsourcing. It analyzes the reasons why crowdsourcing of book acquisition prevails, and how crowdsourcing of book acquisition influences libraries positively or negatively. This paper also points out seven ways to carry out crowdsourcing of book acquisition successfully. 27 refs.

Keywords: Book Acquisition; Crowdsourcing; Collection Construction

图书采访众包,就是将本来由图书馆员完成的图书采访工作改由非特定读者来完成的一种图书采访形式。图书采访众包具有以下特征:众包的对象是不特定的读者;参与者获取的报酬是图书借阅权利而非实实在在的金钱;众包活动的开展往往需要图书销售商的配合。从收集到的文献看,我国图书采访众包最早出现在 2003 年。当时,广东省科技图书馆^[1]和深圳盐田区图书馆^[2]都开展了“你选书,我买单”活动。随后这种活动在高校和公共图书馆得到了推广,只是最初开展这种活动多有时间限制,是临时性的。当前,“你选书,我买单”一类的活动在我国图书馆界已经普遍化和常态化,对图书馆服务和馆藏建设都产生了诸多影响。

目前,学界对图书采访众包进行的理论性研究还比较少。王琳、钟永文把读者荐购和 PDA 看

作是图书馆“文献资源建设众包的基础”,简要分析了文献资源建设众包的好处和图书馆不愿开展图书采访众包的原因,从预设文档控制、读者分级策略、读者信息素养教育、定期统计与反馈、供应商的选择与售后保障等 5 个方面提出文献资源建设众包对策^[3]。范丽娟认为,“借鉴众包理念,图书馆在选择购置文献时应鼓励广大读者参与选书工作,使所选图书不仅是行家熟悉、专业对口的,而且能够满足大众的学习欲望、好奇心和探索心理”^[4]。马杰、陈晨认为,引入众包可以“为图书馆未来图书采购方向提供建议”,可用于进行“图书资源补齐”等^[5]。陈枚香分析了“你选书,我买单”活动的特点与意义^[6]。刘海丽以晋江市图书馆的“休闲书吧”和内蒙古图书馆开展的“彩云服务”为例,探讨了公共图书馆读者图书采购权,为图书采访众包寻求依据^[7]。薛妍和徐军探

讨了“你选书,我买单”的形式^[8]。但众多的研究文献主要还是集中在对单个图书馆图书采访众包活动的介绍,如郑琪^[9]、韩冰和李晓秋^[10]、张建荣^[11]等人的研究。孙振强^[12]、鲁直^[13]等人从馆店合作的角度探讨了图书采访众包现象。从有限的研究文献看,学界对图书采访众包的研究主要是现象介绍,理论研究不是很充分。在众多图书馆开展图书采访众包的大背景下,有必要对图书采访众包开展进一步的深入研究。

1 图书采访众包的类型及相关问题

1.1 图书采访众包的类型

开展图书采访众包的图书馆众多,各有特点,很难按照一个标准对现有的图书采访众包活动进行分类。我们依据所采用的众包平台,并结合其他因素,将图书采访众包活动大致分为4个类型:

(1)实体书店选购。这种类型以“你选书,我买单”为典型代表,就是图书馆允许读者在与图书馆合作的实体书店选购图书,并将选购的图书直接借走。有的馆还会按照本馆复本要求对读者所选购的书向书店追加订购。

(2)网络选购。这种类型以浙江工商大学图书馆开展的“云借购”为典型代表,就是允许读者通过微信或网络在与图书馆有合作关系的书店选购图书。书店会把书直接寄给读者,读者看后归还图书馆;或书店把书寄给图书馆,由图书馆通知读者来馆借阅。

(3)荐购系统荐购。这种类型在高校图书馆较为普遍,是图书馆先将书目信息导入本馆荐购系统,读者可以从中选购图书,也可以推荐其他图书。图书馆根据预设条件对读者所选图书进行筛选后向图书销售商订购,并在图书到馆后通知读者借阅。

(4)自由选购。这种类型就是允许读者从非特定书店购买一定数量的图书,读者阅读后凭发票在图书馆报销购书款,并将图书交图书馆

收藏^[14]。

前两种类型的图书采访众包可以让读者以较快的速度拿到自己想看的图书,也是目前最为常见的图书采访众包形式。第三种形式对图书馆工作流程改变最少,但因为读者需求反馈不如前两种直接,所以受读者的欢迎度也略差,读者选书时的用心度也略差。第四种形式中读者的自由度最高,但采用的图书馆最少。

1.2 图书采访众包与读者主导式采购

图书采访众包与读者主导式采购(Patron Driven Acquisition, PDA)^[15]有相似性。国外定义的那种PDA,即,事先把经过筛选的书目信息导入图书馆公共检索系统,读者点击公共检索系统中书目记录的相应链接即可以触发图书采购工作流程,购买请求通过图书馆设定的自动或人工审核标准后便形成图书馆实际采购行为。这种PDA国内图书馆采用的并不多,原因是图书销售商的配合力度不够,但PDA让读者参与选书的理念与图书采访众包是相同的。我国图书馆实行的图书采访众包,多是在实体书店配合下由读者在实体书店直接进行图书选购工作。除事先设定的条件外,馆员对读者如何选择图书干预不多。由于PDA同样是由读者根据预设条件选书,因而从图书采购过程中的“图书选择”环节看,PDA是图书采访众包的一种形式。

1.3 图书采访众包与读者荐购图书

在国内,读者荐购图书也常常被当作PDA的一种形式^[16]。仅就理念而言,这种看法没有错。读者荐购能否被看作是图书采访众包呢?笔者认为,并不是所有的读者荐购都可以看作是图书采访众包。读者荐购的情况比较复杂。有的馆仅是面向特定读者开展荐购,有的馆仅是把读者荐购信息作为馆员选书时的参考,最终买不买由馆员决定。这两种读者荐购就不应该被看作是图书采访众包。有的馆规定,只要读者荐购的图书符合预设条件就可购买。这种读者荐购就是一种图书

采访众包。

2 全面认识图书采访众包现象

图书采访众包,表面上看是读者为图书馆选书,但表象背后实际上还有一些附加内容。

(1)图书采访众包,多数情况下只是选书环节的众包。图书采访工作一般包括书目信息收集、选择、订购、验收等诸多环节。从流程看,大多数图书采访众包活动众包的只是图书选择这个环节(这就是当前流行的“你看书,我买单”的实质)。个别情况下,众包的还有图书信息收集和图书订购环节。由于图书选择是图书采访过程中的“学术性”最强的环节,也是决定图书采访质量的关键环节,因此,图书采访众包实际上也是对图书馆采访质量的众包。

(2)图书采访众包是馆藏建设主动权的部分众包。馆藏建设是图书馆的基础工作,也是图书馆的关键性工作之一,在一定程度上决定了图书馆的信息服务能力。长期以来,图书采访工作都被认为是图书馆的关键工作,要挑选学术水平相对比较高的人来从事,有的还是馆长或主管业务的副馆长亲自把关。图书采访众包,实际上是把过去由图书馆掌握的馆藏建设控制权或主动权众包给读者。由于在众包之前图书馆还要预设各种限制条件,因此这种控制权众包只是部分众包。

(3)图书采访众包是图书馆经费使用主动权的部分众包。很多图书馆在图书采访众包中实行的是读者直接决定图书采购,使得图书馆的部分购书经费在不知不觉中被使用。因此,实行图书采访众包意味着图书馆放弃了一定范围的经费使用控制权,将这一部分权力众包给了读者。

3 图书采访众包盛行的原因

图书采访众包盛行是多种因素共同作用的结果。这些因素主要有:

(1)以读者为中心的服务理念在图书馆界的

普及。从对中国知网收录文献的统计分析看,我国图书馆界有关“以人为本”和“读者第一”的发文量在2000—2007年间都是呈增加趋势,说明这一段时间以读者为中心的服务理念在我国图书馆界受到了密切关注,成为大家的共识。让读者选书是以读者为中心的服务理念的直观体现形式。因此,这一时期开始出现“你选书,我买单”这种图书采访众包活动可以说是以读者为中心的服务理念在我国图书馆界普及的结果。

(2)图书馆对图书使用率的追求。数字化阅读的兴起对图书阅读具有分流作用。受此影响,图书馆纸质图书借阅量逐年减少在所难免。如天津高等教育文献信息中心17个高校成员馆图书借阅量2008年之前逐年增加,并在2008年达到325万册的高点,随后逐年下降,2013年降为192万册^[17]。除了阅读推广外,把选书权交给读者成为图书馆阻止或减缓纸质图书借阅量下降的重要方法之一。把选书权交给读者,就是把图书选择工作众包给读者。读者选书带来的新书借阅率上升,吸引了更多的图书馆把图书选择工作众包给读者。

(3)社会对图书馆投入产出不断加大的考核压力。近年来,图书馆的经费在不断增加,与此同时,社会对图书馆绩效考核的压力也在不断加大(第六次公共图书馆评估标准中“服务效能”被列为首位^[18]),图书借阅册数是比较直观地显示图书馆投入产出效果的指标,因而各种图书馆评估标准对图书借阅册数多有要求且在不断增加。如省级公共图书馆评估标准关于借阅册次的要求,2009年第四次评估时50万册次以上就能拿到满分^[19],2017年第六次评估想拿到满分则要100万册次以上^[18]。要达到上述绩效考核标准,除了增加经费购买新书,加大阅读推广力度,唤醒读者读书意识外,让读者选书是一个可以利用的捷径。本科教学评估等评估活动也使高校图书馆同样面临绩效考核的压力,同样需要提升图书借阅指标。

(4)部分图书馆对服务内容变化。随着大众文化成为文化的主流,加上近年来强调公共文化服务,部分图书馆在满足读者休闲娱乐需求方面投入的精力越来越多,图书馆服务出现了娱乐化倾向^[20]。图书馆娱乐化倾向表现在馆藏建设上,就是盲目迎合读者那些相对于本馆性质和任务来说可能本来属于一般性或边缘性的阅读需求,其中一个做法就是把图书选择工作众包给读者,任由读者选书。无论是基层公共图书馆,还是省级公共图书馆、高校图书馆,都存在这种现象。

(5)图书出版量的大量增加。近些年来,图书出版的数量在不断增加。2000年,全国共出版图书143,376种,其中新版书84,235种^[21];2015年,全国共出版图书475,768种,其中初版260,426种^[22]。15年间,纸质图书无论是出版总量还是初版书数量都增加了3倍以上。图书出版数量的大幅增加,既增加了收集新书信息的难度,也增加了图书选择的难度。动员读者参与选书,不失为一个解决选书难的方法。尤其是不断变化而又读者众多的热门书、畅销书,读者选要比馆员选更及时,更能追赶潮流。

(6)图书馆采访人员的不足。公共图书馆和高校图书馆每年都有入藏新书数量的要求,而且还不少。如根据第六次县级以上公共图书馆评估标准要求,省级公共图书馆年增加新书在5万种以上才能达到满分^[18]。图书出版数量增加带来的选书难度增加和考核要求带来的采购任务增加都在客观上要求增加采访人员,但图书馆采访人员近年来普遍增加不多,很多图书馆甚至没有增加。读者选书既能减轻采访人员负担,又能为图书馆增加人气,让图书馆更加贴近读者。

(7)互联网引发的用户参与内容建设的趋势。互联网时代信息传播是双向的,受众往往既是信息的接受者,也是信息的贡献者。图书馆作为信息传播的一种渠道,读者(受众)同样有对图书馆传播的信息内容做出贡献的意愿。我们看

到,由于有受众的贡献,互联网传播的信息内容更加丰富,更加契合受众的需要。图书馆馆藏体系的内容质量长期以来是被读者诟病的对象之一,读者会觉得想看的书图书馆没有,图书馆有的书不是自己想看的。把图书选择众包给读者,让读者选自己想看的书,是对互联网时代信息交流双向互动潮流的呼应。

(8)图书销售商的配合。图书馆搞图书采访众包,并不仅仅是图书馆和读者之间的事情,还有一个重要的参与方——各种图书销售商。“你选书,我买单”“云借购”及类似活动都是如此。即使是图书馆通过荐购系统进行图书采访众包,为了保证图书及时到货并能提供给读者,实现图书采访众包的良好效果,也需要特定图书销售商的配合。在网络书店大幅压缩实体书店图书销售的大背景下,配合图书馆完成读者选书工作是很多图书销售商谋求销售业绩提升的一项措施。没有一个个图书销售商的配合,图书馆要顺利开展图书采访众包是不可能的。图书采访众包既增加了图书销售商的人气,也增加了图书销售商的销售量。

4 图书采访众包对图书馆的影响

4.1 图书采访众包的正面影响

图书采访众包对图书馆的正面影响,或者说对图书馆的意义主要体现在:

(1)满足了读者参与图书馆工作的需求,为图书馆吸引了读者。图书采访众包满足了读者长期以来存在的希望参与图书馆工作的意愿,特别是参与馆藏建设工作的愿望,让读者切身感觉到不再是被动地接受图书馆提供的图书,增强了其主人翁意识。由于可以根据自己的意愿购买图书,读者会被吸引到图书采访众包之中。

(2)强化了图书馆以读者为中心的服务理念。图书馆通过采访众包把本来由馆员控制的选书权交到读者手中,由读者决定购什么书,使读者需求较以往能更及时、更精准地得到满足,受到了

读者热烈欢迎。读者对图书采访众包的积极参与和反馈,既是图书馆服务观念更新的结果,也是强化图书馆员以读者为中心的服务理念的生动教材。

(3)调整了图书馆的馆藏结构。图书采访众包会使一些原来采访人员不重视,或者根本忽视的图书进入到图书馆的馆藏体系之中,给图书馆的馆藏体系带来新的气息。同时,图书采访众包活动为图书采访人员提供了很好的观察读者需求的窗口,可以为图书馆主动调整馆藏结构提供有用的参考信息。

(4)提高了图书馆馆藏使用率。图书采访众包对提高馆藏使用率的作用体现在两个方面:一是通过众包购买的书是读者选的,只要买回来就有了借阅量,避免了这部分馆藏图书出现零利用率的现象;二是图书采访众包会激发读者读书热情,提升馆藏使用率,如2016年初杭州图书馆推出“悦读”服务,激发了读者的阅读热情,带来了图书借阅量的激增,使本为淡季的2月份的总借阅量仍保持在较高册次^[23]。

(5)部分解决了图书馆人力资源不足的问题。图书采访众包对只要符合预设条件的图书即可进行采购,基本上无需图书馆采访人员再次筛选。加上在借阅、查重等环节要么是读者自己操作,要么是书店人员代劳,这在一定程度上缓解了图书馆人力特别是采访人员不足的问题。

(6)提升了图书馆的知名度。图书馆开展的图书采访众包活动一般会在一定时期内引发舆论关注,如内蒙古图书馆开展的“彩云服务”、太原图书馆的“书香太原”活动都曾引发舆论的广泛关注,对提升图书馆的知名度,拉近图书馆与读者的距离都很有好处。

(7)强化了图书馆与图书供应商的合作。图书采访众包使图书供应商变成了图书馆的深度合作伙伴。他们不仅仅是向图书馆卖书,还帮助图书馆办借书证,进行馆藏查重,承担图书借还等工作。在图书采访众包的背景下,馆店合作达

到了前所未有的深度。有的图书供应商甚至专门在图书馆开设分店,以便于图书馆实施图书采访众包^[24]。

4.2 图书采访众包的负面影响

图书采访众包在给图书馆带来诸多好处的同时,也对图书馆产生了一些负面影响,主要体现在:

(1)图书采访众包让图书馆失去了部分经费开支的控制权。现在许多图书馆进行的图书采访众包是让读者直接决定是否购买某种图书,图书馆事实上失去了一部分经费开支的决定权。图书馆失去部分经费的使用决定权不仅可能使经费开支的方向发生偏离,而且会造成图书馆只是读者买书活动的付款人的形象,长此以往会让人们对图书馆存在的价值产生怀疑(图书销售商深度介入图书采访众包的情形尤其如此)。这种怀疑在国外推行PDA的过程中已经出现过^[15]。

(2)图书采访众包会对图书馆的馆藏结构产生不利的影响。图书馆实行图书采访众包,就是在一定程度上放弃了自己信息传播“守门人”的角色。图书采访众包的一个前提就是设定读者都是理性的,有选书的能力,但实际上并非如此。读者的非理性和选书能力的不足,加上读者拥有选书的自主权,会使大量本应进行品种和册数控制的图书进入图书馆的馆藏体系,从而对图书馆的馆藏结构产生不利影响。通过众包采购的图书在一个图书馆图书采购总量中的比重越大,这种不利影响会越明显。如南京图书馆的“陶风采”活动^[25]从2016年4月23日开始至年底共购书147,095册,按每种4册计有36,774种(“陶风采”活动规定每种书读者荐购最多为4册)。这部分图书中少儿类图书约占30%。按南京图书馆一年购中文书10万种计,通过“陶风采”活动购买的少儿类图书会占到10%以上。对于一个省级图书馆来说,超过10%的新书是少儿类新书确实有些多。对馆藏结构会产生不利影响的担忧在国外实行PDA过程中同样也

存在^[26]。

图书采访众包的另一个假设是书店的书都是有阅读价值的,值得图书馆收藏。但每年出版的几十万种图书中,有不少是靠噱头吸引读者,实际毫无阅读价值。而这部分无阅读价值或阅读价值不大的书由于迎合了读者的某些需求,被读者选择的可能性还比较大。这同样会对图书馆的馆藏结构产生负面影响。

(3) 图书采访众包让人对图书采访人员的作用产生怀疑。图书馆信息守门人的角色在很大程度上是由采访人员实际履行的。图书采访众包使得图书采访人员不再发挥信息守门人的作用,无形中会让人对图书采访人员的作用和存在价值产生怀疑。图书馆工作(当然也包括图书采访工作)本来就是一个虽然不是人人都知其精微要义,但人人都能指点一二的工作。图书采访众包会使这种“人人都能指点一二”的现象进一步放大,给人产生图书馆不再需要采访人员,只需留下人员负责付款和验收图书的错觉。这大概是互联网时代去中介化趋势在图书馆馆藏建设中的某种表现。

(4) 图书采访众包影响图书馆的运行,增加制定工作计划、采访查重和工作协调的工作量。图书采访众包,虽然是图书采购方式的变化,但引发的却是图书采购、分编加工、借阅工作流程大的调整,需要图书馆员和读者进行重新适应。从制定工作计划的角度看,由于读者参与图书选择是自愿的,受各种因素的影响,参与人数的多少很难把握。如2016年杭州图书馆“悦读”活动中的读者借阅册数,也就是读者选购的图书册数,2月份最多,有36,738册,9月最少,只有7879册^[23]。这种不确定性对图书馆制定工作计划,控制图书采购进度无疑会增加不小的难度,需要给予额外的关注。从采访查重看,现在这种让读者在书店选书的图书采访众包必然会增加采访查重的难度,馆员订购而又没有加入馆藏的那部分图书会成为查重的盲区。如果为避免重复订购

将馆员已订购但未到馆图书的书目数据导入查重系统,不让读者再次选购,读者会因为实际上借不到书,达不到马上借书的目的而不满。从工作协调的角度看,图书采访众包不仅会相应增加制定标准、组织读者的工作量,还要增加协调图书供应商适应、配合本馆工作流程和规则的工作,更要增加调整本馆图书验收、编目加工、借阅管理规则和流程的工作。这些工作的增加,不仅仅考验采访部门的计划、组织、协调能力,对整个图书馆的计划、组织、协调能力也是一个考验。

5 趋利避害,让图书采访众包开展得更扎实

尽管存在这样那样的问题,图书采访众包还会继续开展下去。我们要做的是如何让图书采访众包在今后开展得更扎实。

(1) 周密的众包方案设计是图书采访众包扎实开展的前提。图书采访众包方案要明确参与对象、选书范围、选书标准、复本限制、经费额度、选购图书的借阅及归还要求、项目实施时间等。制定方案要充分考虑参与人员的特点,并据此制定选书范围和选书标准。要充分认识到图书采访众包存在的预设限制条件多少与读者参与热情的负相关关系,在设定众包限制条件与读者参与热情之间取得平衡,既要确保有足够的读者参与以保证项目的顺利实施,又要设置一定的预设条件以尽量减少图书采访众包可能会产生的负面影响。

(2) 完善图书采访众包的报酬制度。人们参与众包都是为了获得一定的报酬,读者参与图书采访众包也是如此。现在读者参与图书采访众包的报酬就是优先借阅自己选购的图书,每个读者可以参与选购的数量一般是没有区分的。考虑到后续的使用率,图书馆可以根据不同读者选购的图书在到馆后一定时间内的借阅情况,设定读者可以选书的册数,或给予额外的荣誉或物质奖励,也就是对读者参与图书采访众包的报酬进行相

应区分。不同的参与报酬会促使读者在选书过程中减少随意性和盲目性,真正做到像花自己的钱买书一样慎重行事。

(3) 优化图书采访众包的业务平台。任何众包业务都需要一定的平台让众包参与者借此完成众包任务,图书采访众包也是如此。书店的卖场、网上选书系统或图书馆的图书荐购系统都可以用来作为图书采访众包的业务平台。不同的业务平台适应不同的读者需求(如网上选书系统就契合习惯了网购的青年人的需求),也需要不同的工作流程与此相配合(如通过书店卖场采购的图书与通过图书荐购系统采购的图书的编目、加工、借阅流程不同)。图书馆要认真权衡本馆读者特点及习惯、众包任务特点等因素,对不同众包平台涉及的图书供应商的供货和服务能力进行认真考察,从而选择最优化的众包业务平台。

(4) 做好图书采访众包中的工作衔接。图书采访众包事实上改变了图书馆原有的图书采访工作流程,需要重新设计工作环节的衔接,重点是要做好与图书供应商的工作衔接。图书采访众包的直接好处是读者可以比以往更快地阅读到新书、更容易借阅到自己想看的图书。图书采访众包工作衔接设计的立足点是让读者在选书后能尽快借走,阅后能方便还,同时便于后续的读者使用。为此目的,在制订图书采访众包计划、设计工作流程衔接时不仅要明确采访部门与图书供应商、采访部门与图书借阅部门的工作衔接细节,还要明确图书供应商与图书馆图书借阅部门的工作衔接细节。

(5) 多渠道强化读者对图书馆目标任务的认同,减少图书采访众包的负面影响。图书馆都是因应一定的目标任务而存在,不同的目标任务决定了各种图书馆不同的馆藏体系。读者参与图书采访众包是为图书馆选书,因而要考虑图书馆的目标任务需求。读者只有对图书馆的目标任务有了相应的了解,选购图书才能做到不会一味

地考虑自己的阅读需求而偏离图书馆的目标任务。图书馆在开展采访众包时,要通过众包计划书、馆内讲座、小册子、现场宣传等多种形式强化读者对图书馆目标任务的理解和认同,减少读者选书可能出现的偏差。图书馆不能一味地迎合读者的个性需求,要明确开展图书采访众包的目的是在图书馆的总体目标下让图书馆的馆藏体系更贴近读者的需求,要让图书采访众包回归馆藏建设的初衷。

(6) 图书采访人员要切实履行馆藏建设主体责任,不断提升图书采访众包质量。开展图书采访众包并不意味着一包了之。图书采访众包是图书采访的方式之一,图书采访人员一定要承担起自己所应承担的馆藏建设主体责任,主动有所作为,以确保图书采访众包的工作质量。首先要制定好图书采访众包计划,根据本馆的性质、任务和馆藏建设政策科学确定预设条件;其次要熟悉各种图书采访众包平台,熟知各平台的特点和相对于本馆需求存在的不足,做到选择平台时心中有数;三要承担起管理责任,及时监控众包活动运行情况,及时收集参与者的各种反馈信息,及时掌握运行中存在的倾向性问题,适时进行相应调整,避免出现偏差后因不能及时修正而使图书采访众包活动远离初衷的情况;四要在阶段工作结束后及时进行数据分析和总结,掌握读者需求,为后续众包工作做好准备,同时也为馆员选书提供参考。

(7) 多种采访方式相结合,不断提升馆藏建设质量。每一个图书馆都承担着多种使命,如传播信息、保存文化遗产、开展教育等。图书馆使命的多样性决定了馆藏体系价值取向的多样性,也决定了图书采访方式的多样性。如对于主要以保存文化为价值取向的图书,采访工作应主要由馆员完成,采用传统的采访方式;对于主要以娱乐休闲为使用目的的图书,选书工作以读者为主,主要采用众包模式则比较好。馆员选书和读者选书只是不同的图书采访方式,其本身无所谓

优劣,关键是适合。要对图书采访众包和馆员选书进行必要的任务区分和经费区分,使二者真正做到优势互补,不断提升馆藏建设质量,共同为实现图书馆目标服务。

图书采访众包是近年来比较流行的一种图书采访方式,其基本理念是让读者参与馆藏建设。美国大学与研究图书馆协会(ACRL)2016年发布的《高校图书馆发展趋势》指出,对日益流行的需求驱动采访(Demand-Driven Acquisition, DDA)模式的再评价是当前馆藏评价的一个趋势^[27]。我国图书馆图书采访众包之所以会搞得风风火火,与这几年学术界宣传PDA有一定的关系。对图书采访众包进行全方位的检讨,会让图书采访众包开展得更顺利。

参考文献

- 张旭煌.“你选书,我付款”——读者选借采访模式探索[J].图书馆论坛,2005(1):107-108,127.
- 何影.基于读者需求的读者借购模式探析——对“你选书,我买单”活动的思考[J].情报探索,2016(1):103-105,109.
- 王琳,钟永文.图书馆文献资源建设的众包基础与对策研究[J].图书馆工作与研究,2015(10):48-50.
- 范丽娟.众包对图书馆的影响及其运用[J].图书馆建设,2011(1):89-92.
- 马杰,陈晨.众包模式在图书馆管理与服务中的应用[J].图书情报工作,2013(S2):118-120.
- 陈枚香.再议“你选书,我买单”活动[J].图书馆杂志,2012(4):49-51.
- 刘海丽.公共图书馆读者图书采购权探讨——以晋江市图书馆“休闲书吧”和内蒙古图书馆“彩云服务”为例[J].山东图书馆学刊,2016(3):72-75.
- 薛妍,徐军.图书馆服务的互动模式研究——“你选书,我买单”[J].图书馆研究,2015(6):31-34.
- 郑琪.基于读者荐购策略(PDA)的云服务平台架构研究——以“芸台购”云服务平台为例[J].图书馆学研究,2016(23):27-31,91.
- 韩冰,李晓秋.内蒙古图书馆“彩云服务”探究[J].图书馆论坛,2016(3):65-69.
- 张建荣.“你选,我购,图书速借”活动微探——以太原市图书馆为例[J].晋图学刊,2015(5):46-48.
- 孙振强.不可过度夸大“你选书,我买单”的价值[N].新华书目报,2016-12-30(08).
- 鲁直.“馆店合一”会带来什么[N].新华书目报,2016-11-04(10).
- 苏同敏,谭海波.宁陕县图书馆掀起全民阅读读潮[N].陕西日报,2015-12-03(11).
- 王春生.读者主导式采购——案例、争论与思考[J].情报资料工作,2011(6):80-83.
- 马静.绍兴图书馆读者决策采购模式探析[J].农业图书情报学刊,2017(3):84-88.
- 张国.天津高校师生:借书量少了 阅读量多了[N].中国青年报,2014-04-24(01).
- 文化部办公厅.关于开展第六次全国县级以上公共图书馆评估定级工作的通知[EB/OL]. [2017-04-05]. http://zwgk.mcprc.gov.cn/autto255/201701/t20170117_477673.html.
- 文化部办公厅.关于开展县以上公共图书馆第四次评估定级工作的通知[EB/OL]. [2017-04-05]. <http://www.gslib.com.cn/index.php/cms/item-view-id-196.shtml>.
- 王子舟,等.服务创新要守“本”有“度”——关于图书馆娱乐化趋向的讨论[J].图书馆论坛,2017(5):40-46.
- 2000年全国新闻出版业基本情况(一)(待续)[N].中国新闻出版报,2001-06-20(01).

上海图书馆东馆开工建设

2017年9月27日,上海图书馆东馆在浦东花木地区开工建设。该馆建筑面积约11.5万平方米,地上7层、地下2层,将提供读者图书阅览坐席近6000个、全开架藏书约480万册,满足每年200余场讲座、上千场各类学术活动的读者需求,读者年接待量可达400万人次。上图东馆将凸显“资源保障中心、知识交流中心、决策咨询智库、技术体验中心、国际交流平台”等五大功能,并顺应人工智能发展趋势,引进机器人等智能化设备设施提供服务。该馆现有淮海中路馆舍将继续提供专业化、研究型图书情报服务。

资料来源

1 智慧、创新、包容:通向未来的复合型图书馆[EB/OL]. [2017-10-13]. <http://beta.library.sh.cn/SHLibrary/newsinfo.aspx?id=429>.
(国家图书馆研究院 提供)

22 2015年全国新闻出版业基本情况[N]. 中国新闻出版广电报,2016-09-01(003).

23 王丽荣,等.杭州图书馆“悦读”服务对借阅量的影响探析[J]. 图书馆研究与工作,2017(2):76-78.

24 许建业.基于馆店(社)合作的图书馆精准服务之探索与思考——以南京图书馆“陶风采”服务暨惠风书堂项目为例[J]. 新世纪图书馆,2017(1):25-27.

25 江水.如何让藏书效能发挥到最大[N]. 新华书目报,2017-02-17(06).

26 王春生.读者主导式采购——起因、类型与影响[J]. 国家图书馆学刊,2012(4):60-64.

27 ACRL Research Planning and Review Committee. 2016 top trends in academic libraries[J]. C & RL News,2011(6):274-281.

(王春生 研究馆员 国防大学政治学院西安校区)

收稿日期:2017-05-31