

PLACENÉ INFORMAČNÍ ZDROJE A JEJICH MÍSTO V NABÍDCE KNIHOVEN

Vladimír Karen, Albertina icome Praha s.r.o.

Možná se ptáte: Proč nám v dnešní době bude někdo vyprávět o placených informačních zdrojích, když nemáme pomalu ani na knížky? Jak bychom si je mohli vůbec dovolit? Rád bych se pokusil právě na tyto otázky odpovědět a nabídl Vám trochu neobyklé zamyšlení nad knihovnamy současnosti.

Zeptáte-li se knihovníka, jaký je největší problém našich dnešních knihoven, odpoví pravděpodobně bez zaváhání, že je to nedostatek peněz. Dovolím si zde vyslovit kacířský názor: nemyslím si, že by peníze byly skutečně tím nejpodstatnějším problémem. Tím nechci říci, že by peněz v knihovnách bylo nadbytek! Situace jistě není růžová, ale beznadějná rozhodně také ne. Všichni známe řadu případů, kdy šikovní knihovníci získali různými cestami značné prostředky, zatímco jiné knihovny srovnatelné nebo větší doslova živoří. Proč je tomu tak?

Myslím, že vynikající knihovny se od ostatních liší především tím, že si uvědomily, že svou situaci mohou změnit pouze a jedině tím, že změni svůj klasický „knihovnický“ pohled na věc. Představa, že přeci nikdo z „vládců“ nemůže být tak zanedbný, aby šetřil na kultuře, již vzala za své poměrně dávno. Co se dá proti tomu dělat?

Cíl: Změna společenského vnímání knihoven

Současné společenské vnímání knihoven a potažmo jejich celková malá „viditelnost“ patří ke zcela základním problémům většiny knihoven, ačkoli asi nejmarkantnější je u knihoven veřejných. Ať se nám to líbí nebo ne, pro řadu potenciálních uživatelů, kteří by mohli mít značný užitek i z již dnes existujících služeb, zůstává knihovna místem, kde se práší na zažloutlé staré knihy a časopisy a kde si může čtenář tak nanejvýš přečíst noviny nebo půjčit detektivky! A proč tomu tak je, když taková představa již dávno neodpovídá skutečnosti? Odpovědět lze opět otázkou: co dělají sami knihovníci proto, aby tomu tak nebylo?

Vedení nejúspěšnějších knihoven se již přestávají vyhýbat oblastem jako je **marketing a public relations**. Naši kolegové na Západě již dávno přišli na to, že tyto pojmy nejsou vyhrazeny zdaleka jen obchodním firmám, ale že se jedná o principy, které stejně dobře fungují i ve prospěch „neprofitních“ organizací. Fungují dokonce lépe – protože reklamní prostor, za který sou-

kromé firmy musejí draze platit, je v řadě případů knihovnám k dispozici zadarmo nebo za zcela zanedbatelné protihodnoty.

Marketing mohou knihovny dělat jak vůči odběratelům (služeb) tak vůči dodavatelům (peněz). S medializací Internetu a s ní souvisejícím nárůstem povědomí o informatice a s osvětovou činností knihoven (k té se ještě vrátíme dále) lze očekávat větší zájem o skutečně profesionální informační služby. Jejich odběrateli nemusí být jen běžní čtenáři, ale především významnější firmy v regionu. Pro řadu z nich bude jistě zajímavější, když jim takové služby zajistí knihovníci, než aby si sami museli vychovávat a platit vlastní odborníky. Rozumný podnikatel pak rád poskytne knihovně peníze na nákup informací, které potřebuje – a knihovna je může poskytnout i ostatním. Tato myšlenka jistě stojí za úvahu.

Důležitým aspektem marketingu je schopnost zjistit, jaké služby vlastně odběratelé-čtenáři chtějí a očekávají. Výsledkem marketingového procesu je vždy snaha o přiblížení se uživateli. Knihovníci se často scházejí a diskutují o tom, co všechno dělají pro své uživatele. V řadě případů však pracují na věcech, které považují za důležité pro čtenáře ze svého odborného hlediska – aniž by se kdy svých uživatelů skutečně zeptali. Zkušenosti ze zahraničí (viz. např. referát Barbary Buckley na Infomedia 98) ukazují, že čtenáři ve skutečnosti často považují za důležité jiné aspekty, než sami knihovníci. Knihovny jsou tak v situaci výrobního podniku, který vyrábí produkty, které jsou sice pro některé zákazníky zajímavé, ale ne zase příliš. Takové výrobky se v konkurenčním prostředí (kterým je pro knihovny např. Internet) uplatňují s velkými potížemi.

Již dnes se setkáváme s lidmi, kteří jsou přesvědčeni, že to, **co nenajdou na Webu, to prostě neexistuje** – a to nás nástup skutečné „internetové generace“ teprve čeká! Jaká obrovská příležitost pro knihovníky, kteří přece vědí, jak uspořádat a zpřístupňovat informace! Kolik knihoven však zatím nevyužívá WWW ani pro zpřístupnění svého katalogu, natož jiných důležitých služeb.

Internet se bude v blízké budoucnosti stávat zcela základním způsobem existence knihovny. Valná většina služeb, které dnes knihovny poskytují, lze již dnes realizovat elektronicky, na dálku. Stále větší podíl fondů však bude existovat již přímo v elektronické podobě. Na druhou stranu nelze předpokládat, že tyto zdroje budou i v budoucnu zdarma – již dnes se za skutečně hodnotné informace a služby na Internetu začíná platit, a je jisté, že tento trend bude do budoucna pokračovat. Řada zdrojů samozřejmě zůstane bezplatných i v budoucnu, ale již dnes víme, že u těchto zdrojů je velmi obtížné ověřit jejich pravdivost, aktuálnost a spolehlivost.

Zde opět vidím velkou šanci pro knihovny, které mohou veřejnosti velmi dobře posloužit jako filtr informací z Internetu a také jako místo přístupu k placeným informačním zdrojům. V minulosti vznikly knihovny jako místa shromažďující a zpřístupňující informace – v budoucnu bude důležitost této

zpřístupňovací funkce jistě dále vzrůstat. Tak se dostáváme k velmi důležité problematice tzv. přidané hodnoty, kterou knihovny mohou poskytovat.

Služby s přidanou hodnotou

S rozšiřující se dostupností informačních zdrojů tzv. „koncovým uživatelům“ roste v některých knihovnicích strach z toho, že by se mohli stát zbytečnými, že už je ostatní nebudou potřebovat. Paradoxně se proto často brání „otevřít“ svou knihovnu, začít poskytovat na Síti zdroje, pro které dosud uživatelé museli vážit cestu do knihovny. Přitom právě takové „otevření“ knihovny znamená pro čtenáře podstatně lepší službu, za kterou knihovna může být po právu oceněna!

Vedle služeb typu OPAC, elektronických výpůjček s dodávkou separátů, WWW stránek, zpřístupňování placených informačních zdrojů ap. se nabízí celá řada dalších možností, jak realizovat přidanou hodnotu:

- **vyhledávání a zpřístupňování „volných“ zdrojů** z Internetu, například zaměřených na určitou zájmovou oblast důležitou pro daný region
- **vypracovávání precizních rešeršních strategií** (informační specialista je, na rozdíl od „obyčejných“ uživatelů, v této oblasti vyškolen a proto má předpoklad dosáhnout podstatně lepších výsledků). Zde bych opět zmínil technologii **ProQuest SiteBuilder**, která například umožňuje uživateli využívat „dynamické“ rešeršní strategie na nejaktuálnější témata předpřipravené knihovnou – t.j. takové, kdy výsledky rešerše jsou v každém okamžiku nejaktuálnější, jak je vůbec možné (na rozdíl od „statických“ výsledků rešerši rozesílaných z knihovny na objednávku).
- **zpracovávání rešerši** ze zdrojů, které nelze z finančních důvodů široce zpřístupnit čtenářům (typicky rešerše z průběžně účtovaných online služeb, např. **Dialog** nebo **DataStar**)

Samozřejmým předpokladem poskytování služeb s vysokou přidanou hodnotou je vysoká úroveň kvalifikace pro jejich vytváření a poskytování. Bohužel dnes již nestačí vynikající znalosti v oblastech tradičních knihovnických disciplín (např. katalogizace), je třeba, aby knihovníci zdokonalili a rozšířili své rešeršní a analytické schopnosti a znalosti.

Informační výchova

Nezbytnou součástí strategie knihoven pro 21. století je osvěta a informační výchova. Dnešní přední manažeři a odborníci v našich zemích vyrůstali v době, kdy získávání znalostí o přístupu a zpracování informací bylo nejen komplikované, ale v řadě případů vyloženě nežádoucí. Proto také naše školství dodnes jen obtížně nalézá způsoby, jak překonat tuto „mezeru“ v naší kultuře a vzdělanosti – ostatně vliv této mezery se projevuje m.j. právě oním „zaprášeným“ pohledem na knihovny.

Proto se domnívám, že je (téměř sebezáchovným) úkolem knihoven podílet se na rekvalifikaci veřejnosti směrem ke zvýšení jejího „informačního povědomí“. Aby knihovny mohly být úspěšné, potřebují si samy pěstovat

vzdělané a informované odborníky. Toho jsme si v naší firmě dostatečně vědomi a snažíme se proto již několik let přispět prostřednictvím organizování odborných akcí, jako např. INFOMEDIA, a vydáváním Novinek/Webovinek a Informací na dlani.

Společná budoucnost pro knihovny i AiP

Budoucnost pro naši společnost vidím právě v nových rovinách naší spolupráce s knihovnami. Stále se snažíme rozšiřovat rozsah našich služeb a nabídku produktů pro knihovny. Již dnes nabízíme řadu produktů, které lze okamžitě začít využívat ke zlepšení knihovnických služeb a tím i ke zlepšení postavení knihoven ve společnosti. Chceme také být knihovnám pomocníkem v jejich snahách o nalezení alternativních zdrojů financování.



Obr. 1. – ukázka použití produktu ProQuest SiteBuilder pro obohacení www stránek fiktivní univerzitní knihovny. Rešerše proběhne online na serveru služby ProQuest Direct.

Vedle široké nabídky informačních zdrojů bych rád zmínil několik technických pomůcek, které lze s výhodou využít pro rozšíření nabídky elektronických služeb:

- **Virtuální Albertina** je naše iniciativa směrem k vývoji softwarových prostředků pro zpracování a zpřístupňování informací prostředky Internetu a intranetu. Patří sem i projekt **INVIK*Net** určený pro elektronické poskytování kopií tradičních dokumentů v prostředí WWW.

- **Ultra*Net 3.x** – u nás již poměrně rozšířená profesionální technologie pro intranetový přístup k libovolným titulům na CD-ROM – je poměrně nákladná, ale zato univerzální, t.j. pracuje s tituly různých vydavatelů. Verze Ultra*Net Light je určena pro menší uživatele a je k dispozici za zvýhodněnou cenu.
- **Dialog@Site** – software pro práci s databázemi Dialog OnDisc v prostředí intranetu (zdarma v rámci předplatného databáze)
- **ProQuest SiteBuilder** – technologie umožňující vytváření „virtuální knihovny“ s využitím online přístupu k abstraktním a plnotextovým zdrojům poskytovaných firmou UMI prostřednictvím služby ProQuest Direct (zdarma s předplatným)
- **SilverPlatter ERL** (Electronic Reference Library) verze 4 – umožňuje m.j. propojení bibliografických databází s plnými texty – tzv. e-časopisy (SilverLinker) a automatizované napojení na webový OPAC, takže u bibliografických záznamů se zobrazuje příznak, že daný titul je k dispozici ve fondech knihovny nebo online (software je zdarma v rámci předplatného)

Závěr

Závěrem vyslovím další kacířský názor: jsem přesvědčen, že pokud se knihovně podaří začít se věnovat vedle řešení svých vnitřních problémů také tomu, jak co nejvíce zlepšit svou společenskou pozici, peníze se už najdou.

Domnívám se, že existuje mnoho dobrých způsobů, jak rehabilitovat slovo „knihovna“ a začít poskytovat uživatelům/čtenářům zcela novou kvalitu služeb. Nelze však čekat, až bude příznivější doba, až bude více peněz, až . . . – knihovníci by měli začít ihned, a to především s prací na sobě samých. Bude to však vyžadovat změnit postoje, mít ochotu rekvalifikovat se pro poskytování služeb nové generace a změnit způsob nazírání na tradiční smysl existence knihoven. Vedle dosud běžné sebereflexe je třeba začít průběžně monitorovat skutečná přání a potřeby uživatelů a zavést profesionální marketing knihovních služeb. Tímto způsobem lze nejen překonat stávající skepsi a obavy z budoucnosti knihoven, ale především zajistit do budoucna zvýšení počtu spokojených uživatelů tradičních služeb i služeb nové generace. Tak dojde nepochybně ke zlepšení vnímání knihoven veřejností, a tím v důsledku i ke zlepšení společenského a finančního ohodnocení samotných knihoven a knihovníků.

Elektronická média, Internet a intranet považuji v této souvislosti za nezměrnou příležitost pro uplatnění tvořivosti a invence našich knihovníků. Jsem velmi rád, že se v našich společnostech můžeme na tomto „generačním skoku“ podílet a být tak nápomocni knihovně na jejich cestě do 21. století.

Albertina icome Praha s.r.o. (AiP)

je česká soukromá společnost zaměřená na profesionální informační zdroje v elektronické formě a jejich využití v praxi. Na Slovensku zajišťuje stejné služby Albertina icome Bratislava s.r.o. (AiB).

AiP/AiB nabízejí na českém trhu přes 1000 elektronických titulů předních světových vydavatelství jako jsou SilverPlatter Information, UMI, Information Access Company, a je m.j. zástupcem největší světové společnosti poskytující online služby – firmy The Dialog Corporation.

Elektronické vydavatelství AiP/AiB spolupracuje s předními českými organizacemi na vydávání tuzemských titulů na CD-ROM - např. České národní bibliografie, Slovenská národná bibliografia, BiblioMedica, Ochranné známky ČR a další. Vyhledávací software WiniFreT z produkce AiP/AiB využívají pro vydávání titulů i další organizace – např. Edit (katalog Edit na CD-ROM), Adore (RF Data – Registr firem na CD-ROM).

Protože k informačním zdrojům patří neodmyslitelně i technologie usnadňující jejich využití v sítích, nabízí AiP/AiB vysoce výkonné CD-ROM servery Ultra*Nett, technologie pro provoz informačních zdrojů v intranetu (např. Dialog@Site a SilverPlatter ERL) a nově také technologie pro dodávání kopií originálních dokumentů po Internetu – Invik*Net.

Významnou část práce AiP představuje také její podíl na projektu digitalizace vzácných rukopisů a starých tisků v Národní knihovně ČR, známý pod názvem Paměť světa.

AiP/AiB se snaží přispívat informovanosti o elektronických informačních zdrojích účastí na předních odborných akcích v ČR i SR, pořádáním seminářů a školení a v neposlední řadě také konference s mezinárodní účastí INFOMEDIA.

Podrobné informace o činnosti a produktech v nabídce AiP/AiB jsou k dispozici v tištěné podobě na níže uvedených adresách nebo je naleznete na domovské stránce AiP/AiB na URL <http://www.aip.cz>.

Albertina icome Praha s.r.o.
Revoluční 13, 110 00 Praha 1
tel. (02) 2480 3303,
fax (02) 2480 3296
e-mail: aip@aip.cz

Albertina icome Bratislava s.r.o.
Michalská 1, 811 03 Bratislava
tel./fax: (07) 5333 613
e-mail: bratislava@aip.cz