

## Z LEKTUR ZAGRANICZNYCH

Tym razem, wybierając teksty do zasygnalizowania, nie uniknąłem znacznego rozrzutu. Tematycznego: wachlarz zagadnień jest mocno zróżnicowany. Ani też jakościowego. Ale tak właśnie - w obszarze inb - kształtuje się podaż publikacji, więc to jest próbka dosyć reprezentatywna.

### INTEGROWANIE ZASOBÓW

Pojawiła się bardzo ciekawa [\*\*\*\*] i rozumna książka [1], złożona z tekstów wielu autorów [*Integrated...* 2006], ale świetnie skomponowana i zredagowana przez Audrey Fenner. Traktuje zaś o konwergencji i koegzystencji w bibliotekach zasobów piśmienniczych oraz digitalnych.

Ogólna sugestia temu jest taka, że lawina napływających informacji (to wcale nie taka szczęśliwa obfitość, jak mówią), wymaga rozpoznania oraz weryfikacji i do tego niezbędna jest biblioteka, a to co użyteczne, musi być odbiorcom dostarczone, niezależnie od zróżnicowania transmisyjnych technologii i niemałych trudności w połączeniu oferty. Koncepcja biblioteki hybrydalnej, wielosemiotycznej, więc takiej która łączy transmisję przekazów drukowanych i elektronicznych, to w sumie koncepcja dobra. Publiczność tego właśnie oczekuje, a w edukacji i konkretnie w dydaktyce, trudno o lepsze wsparcie procesów nauczania. Natomiast ewentualne sugestie pełnej digitalizacji zasobów bibliotecznych, oceniane są sceptycznie i odsuwane w bardzo mglistą przyszłość.

Integracja jest już zresztą faktem. Istnieją licznie zintegrowane katalogi materiałów drukowanych oraz digitalnych, a przekazy elektroniczne na nośnikach przemieszczalnych (CD ROM), są lokalizowane wśród zbiorów razem z piśmiennictwem, w układzie przedmiotowym. Użytkownicy mają poza tym dostęp do wielu bibliotek akademickich przez internet, te zaś z kolei mają elektroniczną łączność ze wszystkimi jednostkami własnych uczelni. Tak tworzą się rozwiązania systemowe, w USA określane jako ILS: Integrated Library Systems.

Autorzy sygnalizują rosnące zapotrzebowanie na przekazy elektroniczne, szczególnie pełnotekstowe. Zaś niedogodności czytania długich tekstów z monitorów, są kompensowane wykorzystywaniem tekstów krótkich, natomiast połączonych linkami.

Jednocześnie zaś w praktyce akademickiej rejestruje się intensywne korzystanie z piśmiennictwa, jakkolwiek z wyjątkiem czasopism. Okazuje się, że nawet wśród studentów informatyki, wykorzystanie drukowanych podręczników jest znaczne.

Obserwuje się natomiast redukcję obiegu drukowanych czasopism naukowych. Wiele amerykańskich bibliotek, znajdując w ofercie czasopisma dwuwersyjne, przeważnie rezygnują z wersji drukowanych. Intensywność tych rezygnacji w USA została określona jako dramatyczna.

Panuje opinia, że jest to rozwiązanie niedobre, ale wymuszone niedostatkami środków. Przypisanie się zaś tylko do wersji elektronicznych ma rozliczne wady. Czasopisma elektroniczne abonuje się wszak w formule licencyjnej, zwykle z zastrzeżeniem nielicznych stanowisk odbiorczych i z ograniczonym czasem użytkowania - na ogół bez prawa do archiwizacji. Jasne, że to dla bibliotek źle.

W tych warunkach pomocna miała być ogólnokrajowa umowa z wydawcami, Big Deal, na „koszyk” czasopism elektronicznych, tańszych i z prawem do archiwizacji - ale okazała się pułapką: kupowaniem kota w worku. Stąd silna zachęta do rozwiązań konsorcyjnych i to wielobibliotecznych, tylko bowiem duże korporacje mogą przełamać dyktat dużych wydawnictw na rynku naukowych czasopism elektronicznych.

## METADANE

Równie interesująca, natomiast jednak wąskozakresowa [\*\*\*\*], wydała mi się pokaźna publikacja [2], też wieloautorska, na temat metadanych [*Metadata...*, 2005], którą bardzo dobrze zestawił i zredagował Richard P. Smiraglia, profesor Long Island University. Okazuje się więc, że redagowanie tomu zbiorowego też może być działaniem kreatywnym i produktywnym, jeżeli redagujący robi to solidnie i zna się na rzeczy.

Tom, w sposób przejrzysty, sygnalizuje syntetycznie obecne opinie na temat metadanych. W zasadzie niemal wszyscy autorzy są zgodni, że ta nowa forma opisu zasobów, nie jest w istocie tak całkiem nowa, lecz wywodzi się z opisów katalogowych, bibliograficznych i ogólnie: z uprzednich reguł indeksacyjnych. Takie, w każdym razie, jest zdanie tych opiniodawców, którzy mają jakieś związki z bibliotekarstwem. A inni? Inni są w mniejszości.

Jest też próba periodyzacji rozwiązań indeksacyjnych, poczynając od pierwszych reguł katalogowania (Charles Cutter, 1904) oraz późniejszej standaryzacji opisów katalogowych, poprzez CIP (Cataloguing In Publication), aż po Dublin Core dla metadanych. Przy czym rozbiegają się daty, bo z sugestią, że to Jack Myers w 1969 r. wymyślił pojęcie metadanych, kłóci się sygnał, że zostało wprowadzone dopiero w 1995 r.

Do tego Smiraglia dorzuca uwagę, że w ramach formatu MARC 21, pojawił się standard opisu AACR2 - Anglo-American Cataloguing Rules - umożliwiający operacje na rekordach medialnych. Natomiast w historii formatów przypomniano GML (Generalized Markup Language) z 1969 r., język HTML z 1991 r. oraz najświeższy metajęzyk XNL.

Na pytanie, czy nie wystarczyłyby znowelizowane reguły katalogowania tradycyjnego, autorzy zwracają uwagę na gigantyczne i zmienne obszary informacji elektronicznej do opisania. Już w tej chwili doliczono się ponad 36 milionów stron www w sieci, a poza tym istnieją olbrzymie ilości mikromateriałów, których tradycyjnie zindeksować po prostu nie można. A potrzebne jest wszak narzędzie opisu dla całego internetu.

Dlatego wymyślono metadane, określane jako zakodowane i ustrukturalizowane dane o całościach informacyjnych (treściowych), czyli dane o danych. I najczęściej wymienia się trzy kategorie, mianowicie deskrypcyjne, strukturalne oraz administracyjne.

Już dawno stało się jasne, że dla tak rozległych pokładów informacji, w dodatku temporalnych, są potrzebne specjalne, porządkujące schematy deskrypcyjne, umożliwiające indeksację i jeszcze spełniające warunek interope-

racyjności, ponieważ tych schematów powstało sporo, a pełnią różne funkcje, w rozmaitych konfiguracjach. Z czasem pojawił się też postulat, że standardy opisu powinny być możliwie proste. Ten warunek - według wielu - spełnia Dublin Core, wprowadzający początkowo piętnaście, a ostatecznie szesnaście elementów opisu. Szczegółowa charakterystyka Dublin Core zajmuje w tomie wiele miejsca.

Jest tam też dyskusja o różnych kłopotach i wątpliwościach, które towarzyszą wdrażaniu idei metadanych. Jak choćby ta, że w serwisach elektronicznych nie zawsze wiadomo, jakie jest autorstwo: kto jest rzeczywistym kreatorem przekazu.

W odniesieniu natomiast do bibliotekarstwa, sugeruje się zmierzch funkcji katalogera. Zastąpić go ma architekt metadanych. Mimo licznych zbieżności, przedmiot opisu i skala niezbędnych umiejętności, są jednak nieco inne.

Ten tom wart jest uwagi także ze względu na klarowność przesłania i argumentacji. Wszystkie zawarte w nim teksty zostały napisane „po ludzku”.

## BIBLIOTEKI AKADEMICKIE W ROSJI

Natknąłem się również na książkę [3], w sumie dość ciekawą, jakkolwiek niewolnąd słabości [\*\*\*], która sygnalizuje wysiłki na rzecz stworzenia względnie zintegrowanego systemu bibliotek akademickich w Rosji [*Sowremien-naja...*, 2005]. Nie jest to wprawdzie publikacja ściśle naukowa (w tomie na przykład nie ma ani jednego przypisu), ale autorzy doskonale wiedzą, o czym piszą.

Przy czym ustalenie autorstwa wymaga umiejętności detektywistycznych. W niewidocznym miejscu i „makiem” wpisano same nazwiska, pozostawiając do odgadnięcia imiona oraz kto zacz. Proszę bardzo! To Ludmiła Batowa z biblioteki Państwowego Uniwersytetu Humanistycznego w Moskwie, Aleksander Plemniek i Natalia Sokołowa z biblioteki Politechniki w Sankt Petersburgu, Siergiej Szaposznikow, prorektor Uniwersytetu Elektrotechnicznego „LETI”, też w Sankt Petersburgu oraz Natalia Razmałowa i Natalia Czuprikowa z biblioteki Politechniki w Tomsku. Zarówno rozrzut geograficzny, jak i branżowy, wydają się interesujący.

W czasach sowieckich każdy wstęp do tekstu naukowego przywoływał uchwały partyjne. Tę książkę otwiera wyliczanka najrozmaitszych decyzji władz federalnych i skojarzenie jest okropne. Ale potem treść już nie budzi sprzeciwu. Jak z tekstu wynika, dopiero po 1998 r. rosyjskie uczelnie oraz ich biblioteki zaczęły wychodzić z materialnej zapaści. Wtedy też powstały pierwsze uczelnie komercyjne. Rozpoczęła się elektronizacja bibliotek akademickich i obecnie już niemal wszystkie dysponują komputerami, ale tylko 42% ma dostęp do sieci. Postęp w tym zakresie nie jest zbyt szybki również dlatego, że nie są odpowiednio przygotowani (bardzo kiepsko płatni) bibliotekarze i nie są gotowi użytkownicy. Tym niemniej samego nastawienia na hybrydyzację bibliotek i na biblioteczne zasoby mieszane, drukowane i elektroniczne, nikt nie kwestionuje. No i wyraźnie wzrasta wykorzystanie materiałów elektronicznych dla celów uczelnianej dydaktyki.

Tradycyjnie biblioteczna, podręcznikowa obsługa studentów realizowała się według formuły: mało tytułów - dużo egzemplarzy. Teraz stopniowe wprowadzanie przekazów elektronicznych do oferty tę niedobrą formułę zmienia. Ale opowiadanie (a tak w tomie jest), że oto zawód bibliotekarza koncentruje się odtąd w y ł ą c z n i e na elektroniczno-informacyjnej obsłudze publiczności, jest w tych warunkach - tak jak w każdych innych - zwracaniem głowy.

Prospektywne wytyczne dla rosyjskich bibliotek akademickich sugerują implementację planowania strategicznego, współpracę międzybiblioteczną i nastawienie na innowacyjność. Na razie idzie to opornie. Biblioteki współ-

pracują ze sobą ile, niechętnie obsługują osoby spoza własnej uczelni, a nawet z uczelniami macierzystymi kooperują kiepsko. Potrzeba więc odpowiednich, acz niełatwych, zmian.

Tym niemniej wstępne warunki do integrowania się tamtejszych bibliotek akademickich, a co najmniej ich zasobów, w jednolity system, są już spełnione - przynajmniej tam, gdzie wejścia do sieci zostały zainstalowane. Biblioteka Narodowa, Biblioteka Państwowa i Rosyjska Izba Książki wytyczyły niezbędne standardy. W tej chwili obowiązuje standard RUSMARC oraz protokół Z 39. 50. A zanim rzeczywiście zacznie się tworzyć ogólnokrajowy system bibliotek akademickich, realną formą bliższej łączności okazują się konsorcja.

Istnieją już biblioteczne konsorcja lokalne, regionalne, a nawet korporacje ponadregionalne. Najbardziej znane to MARS, grupujące biblioteki dla wspólnej prenumeraty czasopism oraz NEIKON, w którym razem wykorzystuje się zagraniczne bazy danych. W tych oraz innych wspólnotach funkcjonują wspólne zasoby elektroniczne oraz wspólne katalogi, ma miejsce wymienna obsługa użytkowników na zasadzie wzajemności oraz wprowadza się różne usługi na dystans.

Żeby stworzyć ogólnokrajowy system bibliotek akademickich, potrzebne są odpowiednie regulacje prawne i trochę ich jest. Istnieją ustawy: o bibliotekach, o informacji, o edukacji oraz o egzemplarzu obowiązkowym i prawie autorskim. Są też rządowe programy „Elektroniczna Rosja” i „Rozwój scalonego systemu informacji edukacyjnej”. A swoje znaczenie ma również fakt, że wszystkie biblioteki akademickie podlegają jednemu Ministerstwu Edukacji i Nauki, które powołało Centralną Komisję Biblioteczno-Informacyjną. Co zresztą może budzić obawy, czy nie za dużo w tym wszystkim centralizmu oraz biurokracji.

Wśród rozporządzeń wykonawczych, zwraca uwagę obligatoryjność bezpłatnej obsługi użytkowników i zakaz wszelkich form cenzury oraz jakichkolwiek ograniczeń dostępu do zasobów bibliotecznych. Jest także postanowienie w sprawie ochrony zbiorów szczególnie cennych, są ustalone minimalne normy finansowania bibliotek akademickich i są wytyczone jednolite zasady sprawozdawczości. To w gruncie rzeczy dość, żeby mógł się na tym oprzeć scalony system bibliotek.

Dokładniej: federalny system bibliotecznej obsługi uczelni. Skoro jest ten sam elektroniczny program biblioteczny (trzeba żeby był), skoro są wypracowane identyczne reguły tworzenia zasobów i te same zasady obsługi użytkowników oraz zbieżne sugestie tworzenia bibliotecznych wspólnot konsorcyjnych, no i skoro jest (powinien być) centralny zespół koordynacyjny - to najwyższy czas przystąpić do tworzenia konkretnych już zrębów tego systemu. I wygląda na to, że autorzy tomu są dobrej myśli, a wiedzą wszak o czym piszą.

## ZNOWU MARKETING

Jeśli monachijskie wydawnictwo K. G. Saur wydaje książkę z naszego obszaru tematycznego, to z góry wiadomo, że będzie kosztowała pół pensji, bo ten wydawca na pewno nie jest filantropem. Kiedyś dr Saur, w bezpośredniej rozmowie, dziwił się bardzo, że nie chce skorzystać z 2000 \$ upustu. Dopowiem, że książka i tak kosztowała 8000 \$ i nie była nikomu niezbędna. Jeżeli zaś IFLA firmuje jakąś publikację, to wiadomo z góry, że temat będzie ograny, a jakość mizerna, ponieważ w tej organizacji obowiązują preferencje dla wielorasowości i maksymalnego rozrzutu geograficznego autorów. Dlatego nie ma tam zwykle nikogo z Polski, nie jesteśmy bowiem ani tak egzotyczni jak Singapur, ani tak elitarni jak Kanada. W efekcie przychodzi czytać to, o czym się już doskonale wie, tyle że w kolejnej (na ogół poprawnej, ale powielanej) referencji kogoś z Nepalu bądź z Dominikany. To nie zawsze oraz nie

w pełni jest pasjonujące. Zwłaszcza, jeśli tekst traktuje o czymś aż tak wytorturowanym przez piśmiennictwo, jak biblioteczny marketing. Powstaje wobec tego pytanie, po co człowiek takie książki kupuje i czyta. Odpowiedź jest oczywista: po to, żeby je następnie dla Państwa zreferować.

No więc jest taka wieloautorska książka [4] o marketingu bibliotecznym, zlecona przez IFLA wydawnictwu K. G. Saur [*Marketing...* 2006], nie pozbawiona wprawdzie tekstów interesujących, lecz pełna powtórzeń, a to co ciekawe, to tylko niewielka część opasłego tomiska, wydrukowanego czcionką najmniejszą z czytelnych [\*\*]. Całość podzielono wprawdzie na pięć segmentów i dodano jeszcze tematyczną bibliografię w wyborze, ale powtarzających się opinii jest tu bardzo dużo.

Liczne grono redaktorów zachowało się „typowo”, zbierając teksty po prostu na kupę. Raz za razem więc pojawiają się podobne, standardowe wypowiedzi o tym, co już wielokrotnie opisywano - natomiast o względnie nowej koncepcji marketingu relacji nie ma ani słowa - zaś ewentualną nowością jest wielokrotne powoływanie się na „branding”, czyli technikę kojarzenia dobrego wizerunku biblioteki z jej znakami firmowymi.

Charakterystyka marketingu we wszystkich tekstach w tym tomie jest w zasadzie taka sama. Mówi się, że jest to taka filozofia zarządzania biblioteką i taki zespół procesów bibliotecznych, które mają zapewnić pożytek publiczności oraz (wraz z dobrą opinią) bibliotece. W tym celu wprowadza się specjalne reguły postępowania i sposoby zarządzania, jak też taki system wartości, który wymusi ogólne nastawienie całości na użytkowników. Do tego zresztą trzeba jeszcze rozpoznać ich oczekiwania.

Istnieje uzasadniony pogląd, że postępowanie marketingowe towarzyszyło bibliotekom od dawna, tyle że nie używano tej nazwy. Obecnie zaś - i to przyznają wszyscy - rośnie (gdzie rośnie, tam rośnie) bibliotekarska świadomość, że bez marketingu funkcjonować nie można.

W różnych krajach pojawiają się - dodatkowo - rozmaite, szczegółowe z marketingiem bibliotecznym skojarzenia. W Danii podkreśla się promocyjną funkcję wielomedialnej oferty oraz wielkie natężenie bibliotecznych usług, jak też ich bezpłatność. Również w Szwecji nieodpłatne korzystanie z bibliotek oraz oferta elektroniczna, uchodzą za (także) narzędzia marketingowe.

W Finlandii oraz w Australii marketing utożsamia się z aktywną i bezpośrednią promocją bibliotek, przy czym w Australii - ze względu na duże odległości - promocyjny charakter ma również repertuar usług zdalnych. Tam też oraz w RPA zwraca się jeszcze specjalną uwagę (właśnie) na branding, czyli na budowanie świadomości marki, więc niejako: na przedłużoną w czasie kreację wizerunku biblioteki.

W Chinach (kontynentalnych) biblioteczny marketing dopiero raczkuje, ale w przeszłości realizowano sporo akcji na rzecz powszechności czytania. Ciekawą kwestią natomiast, że ponoć we Francji trudno przekonać bibliotekarzy do marketingu - ale nie wiem, czy jest to opinia w pełni miarodajna.

W tomie iflowskim nie może nie być apologii stowarzyszeń bibliotekarskich. No więc przypomniano, że w 1998 r. w IFLA powstała sekcja „Management and marketing”, która inicjuje tematyczne konferencje oraz publikacje i jest też ustanowiona coroczna nagroda za najlepszy marketing biblioteczny. W USA, na całym obszarze kraju, ALA organizuje wielkie akcje, promujące biblioteki - np. „National Library Week” - oraz dostarcza instrukcje i piśmiennictwo, związane z promocją bibliotek, no i także jest tam nagroda dla biblioteki za działalność marketingową. W Anglii zaś, wspieranie konferencji na temat marketingu i promocyjnych kampanii bibliotecznych, jest udziałem LA oraz CILIP (Chartered Institute of Library and Information Professionals). Oczywiście Anglicy także przyznają nagrody marketingowo najlepszym bibliotekom i dużo (nadmiernie?) uwagi poświęcają brandingowi.

Panuje pogląd, że wiedza o marketingu, o Public Relations i o regułach promocji, powinna stanowić składnik programu kształcenia bibliotekarzy. W Anglii jest tak rzeczywiście od dłuższego czasu, podczas kiedy w USA nie jest to regułą. Bywa, że odrębnie charakteryzuje się tam zasady promocji, a osobno - Public Relations.

A już inna sprawa, że niektórym autorom marketing myli się ze sprawnym funkcjonowaniem biblioteki, albo z innowacyjnością. Otóż, mimo licznych związków, to nie jest to samo. Kiedyś lansowano tezę, że wszystko jest informacją, teraz ten i ów powiada, że wszystko jest marketingiem. Trzeba więc zachować umiar i rozsądek. Zwłaszcza, że (o czym w tomie ani słowa) marketing jest w pewnym stopniu manipulacyjną strategią postępowania.

Zrelacjonowałem tutaj to, co w tym tomie wydało mi się warte uwagi. Poza tym jednak jest tam sporo tekstów, których lektura nie wnosi nic. I z tego powodu nie oceniam tej publikacji zbyt wysoko.

#### KSIĄŻKI OMÓWIONE

- [1] *Integrated print and digital resources in library collections*. Ed. Audrey Fenner (2006). Binghamton: The Haworth Information Press, 203 s. ISBN 0-7890-2834-4
- [2] *Metadata: a cataloger's primer*. Ed. Richard P. Smiraglia (2005). Binghamton: The Haworth Information Press, 303 s. ISBN 0-7890-2801-8 [\*\*\*\*].
- [3] *Sowremiennaja uniwersitietskaja biblioteka: modiernizacija, uprawlenije, kaczestwo* (2005). Moskwa: „Logos”, 126 s. ISBN 5-94010-397-9 [\*\*\*].
- [4] *Marketing library and information services: international perspectives*. Ed. Dinesh K. Gupta, Christie Koontz, Angels Massimo, Rejean Savard (2006). München: K. G. Saur, 419 s. ISBN 3-598-11753-1 [\*\*].

*Jacek Wojciechowski*  
Instytut Informacji Naukowej i Bibliotekoznawstwa  
Uniwersytetu Jagiellońskiego

*Tekst wpłynął do redakcji 11 czerwca 2006 r.*