



Folyóiratok impaktfaktora: csökken az „impakt”?

A tudományos folyóiratok értékelésére *Eugene Garfield* által megalkotott impaktfaktor régóta áttörte alkalmazási korlátait és a tudománypolitikában, a kutatásszervezésben, vagy akár a könyvtári gyűjteményszervezésben is befolyásos tényezővé vált. A hatástényezőt alapul véve vizsgálják az egyes kutatók, kutatói csoportok, intézmények által kifejtett tudományos tevékenységet, sőt egész nemzeteket ítélik meg általa. Éppen ezért érdemes figyelmet szentelni az utóbbi években felmerülő kritikáknak, illetve azoknak az általában informatív módon, anekdotaszinten terjedő állításoknak, amelyek szerint az impaktfaktorokat egyes folyóiratok esetében tudatosan manipulálják, vagyis egyfajta „impaktfaktor tervezés” („journal impact factor engineering”) folyik. A cikk szerzői ezeknek az állításoknak a megalapozottságát vizsgálják a szerzők és a szerkesztők publikálási és hivatkozási gyakorlatának empirikus elemzésével.

Az *Institute for Scientific Information (ISI)* minden kétséget kizáróan mindent megtesz, hogy kiküszöbölje a lehetséges adatbázis-hibákat, ennek ellenére előfordul, hogy egy-egy folyóirat magasabb impaktfaktorra tesz szert például az ún. nem hivatkozható cikkekre (pl. szerkesztői előszó/kommentár) való hivatkozások, illetve egyes szerzők idézési/hivatkozási technikái miatt. Másfelől negatívan befolyásolhatja a hatástényezőt, ha a hivatkozás pontatlan, vagy változás történik a folyóirat címében vagy kötet számozásában.

Egy adott folyóirat tárgyévi impaktfaktorának (IF) a kiszámítása úgy történik, hogy a folyóirat tárgyévet megelőző két évben publikált cikkeire történő tárgyévi hivatkozások számát elosztjuk a folyóiratban a tárgyévet megelőző két évben publikált összes (hivatkozható) cikk számával. Magyarul úgy kaphatunk magas IF-értéket, ha a hivatkozható cikkek számát alacsonyan tartjuk, az egyes cikkekre történő hivatkozások számát pedig növeljük.

Az impaktfaktorok listájának közzététele az évente megjelenő *Journal Citation Reports*ban egy újfajta, az adatok manipulálására alkalmas „stratégiai viselkedést” indukált a tudósok, illetve a szerkesztők részéről. A tanulmány szerzői öt viselkedési típust különböztetnek meg:

1. A szerkesztők (vagy lektorok) arra ösztönzik (kényszerítik?) a szerzőt, hogy hivatkozzon az adott folyóiratban megjelenő cikkekre. Maga a jelenség, hogy a szerzők hajlamosak olyan cikkekre hivatkozni, amelyek ugyanabban a folyóiratban jelentek meg előzőleg, bizonyíthatóan léteznek, de nem mindenképpen minősül az adatok manipulálásának. Elég arra gondolnunk, hogy egy szakterület magfolyóirata nagyon sok fontos, hivatkozható cikket tartalmaz, amelyek idézését nehéz megkerülni – de nem azért, hogy a folyóiratra való hivatkozást növeljék, hanem, mert a hivatkozott cikkek fontos közlemények a szakterületen belül. Szintén nem tudni, hogy a szerzők azért hivatkoznak-e egy folyóiratra, mert a kéziratukat éppen az adott folyóirat szerkesztőjének nyújtották be, vagy azért nyújtották be a kéziratukat a folyóirat szerkesztőjének, mert éppen az adott folyóiratot találták a legalkalmasabbnak cikkük megjelentetésére, s így nem véletlenül hivatkoznak nagyrészt az ott megjelent cikkekre.
2. A várhatóan legtöbbet idézett cikket igyekeznek az év elején, a lehető legkorábbi időpontban publikálni, hogy a vizsgált kétéves ciklusban minél több idézettséget szerezzen a folyóiratnak. A szerzők által kalkulált „relatív differencia”, amely mintegy 500 kémiai folyóirat első számának átlagos hatását hasonlítja össze az utolsó száméval, arra enged következtetni, hogy létezik ilyen kiadói stratégia. Természetesen az sem kizárt, hogy a kiadók az év végén azért jelentetnek meg gyengébb írásokat, hogy meglegyen a szükséges oldalszám.
3. Olyan kéziratokat fogadnak el közlésre, illetve olyan típusú cikkek megírására kérnek fel szerzőket, amelyek az ISI felfogásában nem hivatkozhatónak minősülnek (pl. beszámolók,

minirecenziók, referátumok, szerkesztői előszók/kommentárok), ugyanakkor várhatóan rövid időn belül sok hivatkozást generálnak. Ezeket a cikkeket igyekeznek lehetőség szerint az év elején publikálni. A *Science Citation Index* a folyóiratok teljes tartalmát feldolgozza, így minden típusú dokumentum megtalálható benne. Az ISI által 1996-ban bevezetett dokumentum-típus szerinti kategorizálást alapul véve lehetőség nyílik megvizsgálni, hogy az említett, „speciális típusú” dokumentumok arányszámaiban van-e tetten érhető növekedés. 1996 óta kis mértékben növekedett mind a szerkesztői előszók/kommentárok, mind a recenziók száma. Mindez összhangban van a feltételezéssel, hogy a szerkesztők igyekeznek minél több „speciális típusú” dokumentumot publikálni.

4. A publikálandó kéziratnak nem elég kiválónak lennie, hanem ugyanakkor (éppen) divatos témáról kell szólnia. A szerkesztők és a szaklektorok közötti levelezés elemzése alátámasztani látszik, hogy van ilyen tendencia a folyóiratkiadásban. Ez azonban nem minősül feltétlenül tudatos manipulációnak; mindössze az adott folyóirat eladhatóságának növelése a kiadói cél.
5. Az év utolsó hónapjaiban írják meg a szerkesztői kommentárokat és teletűzdelik az adott folyóirat újabb keletű cikkeire való hivatkozásokkal. Mindezt anélkül, hogy ugyanakkor egyéb folyóiratokra is hivatkoznának. Hasonló megoldás lehet olyan szerkesztői kommentárok publikálása, amelyek az ugyanazon szakmai körhöz köthető folyóiratok friss tanulmányait idézik, illetve szerkesztői kommentárok megjelentetése több, ugyanazon kiadó által megjelentetett folyóiratban, majd hogyanem ugyanazon szerzők tollából.

A szerkesztői kommentárokkal kapcsolatos kiadói tevékenység megvizsgálásához a szerzők egy olyan adatbázis-elemzést végeztek el, amelynek során 978 kémiai folyóirat – az ISI által szerkesztői kommentárként kategorizált – mintegy 2061 cikkében található hivatkozásokat vették számba. Az egyes szerkesztői kommentárok és folyóiratok

között azonosított kapcsolatok száma 2396 volt. Az esetek 74 százalékában egy folyóiratra egyetlen hivatkozás történt. Az esetek 96 százalékában a cikk legfeljebb négy folyóiratra hivatkozott. A legtöbb egyetlen folyóiratra történő hivatkozás egy cikkben belül: 23.

Különleges eset a *Journal of Gerontology: Medical Sciences* című folyóiraté, amelynél a magas IF-szám egyértelműen az önhivatkozásoknak tudható be. 2003-ban 4.1-es impaktfaktort kalkuláltak, ugyanakkor a hivatkozások 28 százaléka szerkesztői kommentárokból származott. Ha ez utóbbit figyelmen kívül hagyjuk, az IF mindössze 2.9. Hasonlóképpen 2002-ben ugyanennél a folyóiratnál a 3.1-es impaktfaktor 2.4-esre csökkenne a szerkesztői kommentárok nélkül.

A szerzők úgy érvelnek, hogy az elektronikus folyóiratpiac megjelenése indukálta újfajta olvasói szokások az impaktfaktorokra is kifejti hatásukat. A folyóiratok presztízsének megítélésakor a hatástényező jelentőségét elhomályosító újfajta kritériumok jönnek számításba: többek között a folyóirat elektronikus megjelenésének „hatékonysága”, kezelhetősége, használhatósága. Az impaktfaktor alternatívájaként vetődik fel a folyóirat-használat elemzése a teljes szövegű letöltések számának vizsgálatával.

Elemzésükből a szerzők végül arra a következtetésre jutnak, hogy az impaktfaktor manipulálható és mindenképp hasznos felhívni az érintettek – szerzők, szerkesztők, döntéshozók – figyelmét az ebben rejlő veszélyekre. Ha az impaktfaktor tudatos befolyásolása fokozódik, hatása, vezérelvként való alkalmazása – „impaktja” – rohamosan csökkenni fog.

/REEDIJK, Jan – MOED, Henk F.: Is the impact of journal impact factors decreasing? = *Journal of Documentation*, 64. köt. 2. sz. 2008, p. 183–192./

(Dancs Szabolcs)

Taggelés, bloggolás, kapcsolatkeresés Németországban

Míg a német középosztályt a web 2.0-s alkalmazások még nem igazán mozgatják meg, addig az ottani média már unja a „user generated content” (felhasználók által létrehozott tartalom) kifejezést,

inkább a „loser generated content” (vesztesek által létrehozott tartalom) lett a divattéma. Ezt az angol kifejezést használják mostanában a blogírókra a német újságírók. Pedig akárhogy is fanyalognak, a

közösségi honlapok Németországban is népszerűek, a leggyakrabban látogatott 15 webhely közül öt a magyar iwiv-hez hasonló kapcsolatteremtő háló. A Google, az Amazon, a Spiegel Online stb. pedig már régen szolgáltatásaikba integrálták a közösségi szoftvereket.

Közben a tudományos könyvtárak falai közé egyre kevesebb látogató érkezik, hiszen őket a könyvtárak online is el tudják látni elég információval. Félő ezért, hogy elvész az ügyfelekkel a közvetlen kapcsolattartásuk. A közkönyvtárakat is egyre jobban meghódítja a digitális világ, egyre gyakoribb az elektronikus tartalom online kölcsönzése az „Onleihe”. De akkor az egyre kisebb mértékben igénybevett hagyományos szolgáltatásokon túl mit kínálnak a könyvtárak? A „tanulás helye”-ként való működést már pár éve felfedezték. A nyitvatartási időket, tereiket is hozzáillesztik a tudásra vágyók igényeihez, de a közösségi szoftverek használatától még mindig húzódoznak. Pedig a virtuális tanulóhelyek sok felhasználónak segíthetnek, egyszerű használatuknál fogva különösen az informális tanulásban. Az biztos, hogy a könyvtári folyamatok nem érdeklik a felhasználókat, csak a tartalmak és az ezekhez való egyszerű hozzáférés, legyen az akár szórakoztató tartalom, akár tudományos kommunikáció. Hogyan használhatják a felhasználók web 2.0 módon a könyvtárat? Hol találják meg a könyvtárak felhasználóikat a web 2.0 világában, milyen közösségi szoftverekkel csalogathatják őket?

Közösségi hálók

Az OCLC egyik időszerű tanulmánya a közösségi hálók használóinak szokásait, vonzódásait vizsgálja és azt, hogyan viszonyulnak a felhasználók az információk cseréjéhez és megosztásához. Általában ezeken a hálókon nem a tudás megszerzése a fontos, hanem a kapcsolatok ápolása, újak keresése. Az amerikai *Facebook* közösségi háló 2008-ban tört be Németországba, a német egyetemi hallgatók találkahelyének, a *StudiVZ*-nak (Studentenverzeichnis = hallgatók jegyzéke) négymillió tagja van. Nagy német háló még a *Lokalisten* 1,5 milliónyi 11-12 éves diákjával.

Címkézés és közösségi könyvjelzőzés – a jövő tudományos kommunikációjának egyik módja?

A közösségi hálók egyik tipikus szolgáltatása a címkézés (taggen). Ezzel a módszerrel nagyon jól lehet képeket, híreket, ugrópontokat stb. felcím-

kézni, ezáltal minősíteni, ami utólag a rájuk történő keresést megkönnyíti, mivel „úgymond” osztályozáson estek keresztül.

A címkézés a könyvtári világban a klasszikus osztályozás kiegészítője lehet. Egyrészt hihetetlen mennyiségben nő az információ, ezért az osztályozásba nagyobb közösség bevonása mindenképpen segítség, másrészt a könyvtárosok tárgyszólistáikat felkínálva már segédeszközt is adhatnak a munkához, a címkék választhatók a listákból. A *Connotea* könyvjelző-szolgáltatás ezt kínálja. Egyes német könyvtárak és szakmai szövetségek (pl. az *EconBiz – Virtuelle Fachbibliothek Wirtschaftswissenschaften* és a *Saarländische Universitäts- und Landesbibliothek*) publikációs szervereik nyilvántartásait feltöltötték közösségi könyvjelző helyekre.

A *Connotea*-val való könyvjelzőzést és az így keletkezett listák közös használatát (megosztását) különösen tudósok szeretik projektjeikben. Sok tudós blogot is ír tananyagának kiegészítésére, persze nem utolsósorban saját maga reklámozására. De Németországban a blogot író tudósok még meglehetősen ritkák, leginkább a kommunikációs tudományok művelőinél jellemző ez a közlési forma.

A nagy tartalomszolgáltatók már több éve felismerték a közösségi szoftverek jelentőségét. Az *Elsevier*-nél stratégiai kérdés a Web 2.0 alkalmazások integrálása, 2007 nyarán saját fejlesztésű közösségi szoftvert mutattak be. A már említett *Connotea*-t a *Nature Publishing Group* 2005 óta kínálja. A Facebooknál sok olyan csoport van, ahol kifejezetten tudósok gyülekeznek.

Közösségi katalogizálás

A MARC és a német MAB bibliográfiai adatcsereformátumok egyéni dokumentumgyűjtemények katalogizálására barátságatlanok, bonyolultak. Ezért egyszerűbb csereformátumok jöttek létre a különböző katalogizáló rendszerekhez. Sok közösségi könyvjelző-szolgáltatás támogatja a természettudományokban és az informatikában bevett BibTeX formátumot bibliográfiai adatok cseréjére. Azt, hogy a webkettes alkalmazások határai összemosisodnak, a *Connotea* példája bizonyítja. A *Connotea* megengedi használóinak, hogy a könyvjelzőiket értékeljék, közvetlen PubMed keresésekből hozzák őket létre, és PDF dokumentumokkal kapcsolják őket össze. A Word 2007 szoftverrel együtt a *Connotea* webalapú katalogizálásra szol-

gálhat. A Connoteát eleve közösségi szoftvernek tervezték. Az *EndNoteWeb* vagy a *RefWorks* szoftverek is felajánlják a kutatóknak a megosztást. Ezáltal a bibliográfiai adatok eddig ismeretlen mennyiségben és a könyvtárak felületétől függetlenül prezentálhatók és gyarapíthatók. Az eddigi, a közösségi együttműködést legjobban kihasználó szoftver kétség kívül a *RefWorks*. A felhasználó megjegyzéseket tehet és RSS-t állíthat be. A *RefWorks*-öt licenclő intézmények felhasználóiknak ún. megosztott területet (shared area) kínálhatnak, ahol azok nyilvánossá tett adataikat közösen kezelhetik.

Azok a könyvtárak, amelyek OPAC-jukat portálként szeretnék látni, használhatják a HTML oldalakba ágyazott bibliográfiai információ (COinS = Context Objects in Scans) konvención alapuló megoldásokat, amelyeket böngésző pluginok (beépülők) vagy más programok értelmezni tudnak. A *Zotero* egy ilyen Firefox beépülő, melyet a *George*

Mason University fejlesztett ki, jól használható bibliográfiai információk kinyerésére. Egyetlen kattintással nyerhető ki bibliográfiai információ katalógusokból. A fejlesztők a tudósokat arra akarják rábírni, hogy a *Zotero*val ne csak „könyvjelzőket” és egyéb bibliográfiai adataikat osszák meg, és egyéni dokumentumgyűjteményüket katalogizálják, hanem osszák meg a mindenkinek szánt PDF dokumentumaikat is. Így a digitalizált dokumentumok a *Zotero*val *drag and drop* módszerrel internetszerverekre feltölthetők. OCR-es karakterfelismerés után a dokumentumokat bárki használhatja. A *Zotero* nyitott az intézményi adattárak bekötésére is. Az sem elképzelhetetlen, hogy egy könyvtár a beépülőt helyi célokra használja.

/SÖLLNER, Konstanze: *Gruscheln, Taggen oder Bloggen. = Bibliotheksforum Bayern, 2008. 2. sz. p. 88–91.*

(*Burmeister Erzsébet*)

Bloghasználat a felsőoktatási könyvtárakban: rugalmas információs felületek

Az egyetemi és főiskolai könyvtárak munkatársai folyamatosan keresik az új megoldásokat, amelyekkel elérhetik az olvasókat. Ezért építenek webes katalógusokat és más adatbázisokat, tematikus címgűjteményeket és az információkeresést segítő egyéb eszközöket. Viszont nem mindig és mindenhol férnek hozzá a hivatalos könyvtári honlaphoz, hogy frissítsék az ott található információkat, ezért használják egyre többen a blogműfajt is, mert azzal bárhol tudnak új bejegyzéseket készíteni, melyek – az online újságokhoz hasonlóan – automatikusan a régebbi hírek elé kerülnek. A blog ráadásul a statikus honlaponál nagyobb interaktivitást tesz lehetővé.

Az ohioi *Ashland University Library* könyvtárosa és webmestere cikkében négy helyi blogot mutat be, amelyek jó példái annak, hogy a webes napló műfaja egyaránt alkalmas külső és belső kommunikációra – rugalmas platformot kínál akár könyvismeretők írásához, akár szakmai vitákhoz. A bemutatott blogok mindegyikénél leírja azok célját és felépítését, a beépített statisztikai és kiegészítő modulokat, valamint az eddigi tapasztalatokat.

A Tananyagtár blogja

Az egyetem *Pedagógiai Karát* kiszolgáló *Tananyagtár* diákoknak és tanároknak szóló tankönyveket, munkafüzeteket, tanszereket, szoftvereket, médiaválogatásokat és kézikönyveket gyűjt, a gyermek és ifjúsági irodalom, valamint a pedagógiai szakirodalom mellett. Lényeges szempont, hogy a gyarapításnál a tanszékek igényeit is figyelembe vegyék, és az is fontos feladat, hogy a meglévő gyűjteményt népszerűsítsék a diákok és a tanárok között. A már hagyományosnak nevezhető kommunikációs módszerek – e-mail értesítések, webre kitett bibliográfiák, új könyvek listái – változó sikerrel működnek, de egyfajta „fásultság” mind-egyiknél bekövetkezik egy idő után: az e-maileket olvasatlanul törlik a címzettek, a webes bibliográfiák látogatószámlálója alig növekszik, a kinyomtatott könyvlisták pedig az állványokon porosodnak. Ráadásul a megcélzott kör legnagyobb részét, a hallgatókat, szinte egyáltalán nem lehet elérni ezekkel. Ezért merült fel az ötlet, hogy az egyetemi könyvtárban elsőként a *Tananyagtár* indítson egy saját blogot – az állománygyarapodás jobb meg-

ismertetése érdekében. Körültekintően láttak a munkához: először felmérték a szoftverkínálatot (Blogger, Moveable Type és WordPress), majd végül a *Blogger* mellett szavaztak használatának egyszerűsége, rugalmas átalakíthatósága és népszerűsége miatt; és azt is eldöntötték, hogy a blogot nem a saját, hanem a Blogger központi szerverén tárolják, s onnan integrálják majd be a Tananyagtár honlapjába. Ezután a *Bloglines* segítségével feliratkoztak más könyvtári blogok hírcsatornáira, így figyelni tudták, hogy hasonló könyvtárak milyen tartalmakat és milyen formában jelenítenek meg a blogjaikban. Végül néhány szakkönyvet is elolvastak a blogokról és a kapcsolódó web2-es technológiákról. Mindezek alapján jó döntésnek tűnt a blog elindítása, mert így önállóan, késedelem nélkül tudnak információkat tenni a webre, melyeket a felhasználók RSS csatornákon át kényelmesen figyelhetnek és akár vissza is tudnak jelezni a közleményekhez írt megjegyzéseikkel.

A Tananyagtár blogja 2005. június 10-én indult, azzal a bejelentéssel, hogy a honlapra kitett éves gyarapodási listákat ezentúl ez váltja fel, és minden új tétel azonnal megjelenik itt, amint a katalógusba bekerült. A blogbejegyzések a dokumentum nevét, helyét, típusát és kategóriáját (pl. Ifjúsági irodalom, Tankönyv, Pedagógia) tartalmazzák, valamint egy mutatót a könyvtári katalógus megfelelő bibliográfiai rekordjára. Az új tételek adatai mellett a nyitvatartási időpontok változását, a technikai újdonságokat, a díjazott gyermekkönyvekről szóló híreket stb. is itt közlik.

A folyton változó, mindig a legfrissebb bejegyzéseket tartalmazó főrovat melletti oldalon állandó elemeket is el lehet helyezni: például listákat, linkeket, képeket, HTML/Javascript kódokat, RSS feedeket és rengeteg más dolgot. Eltartott néhány hónapig, amíg sikerült eldönteni és stabilizálni az oldalsáv tartalmát, amely most ilyen részekből áll: néhány szöveges ismertető (pl. a gyűjtemény bemutatása, jogi nyilatkozat), néhány ugrópont (pl. a könyvtár OPAC-jára, más hasonló blogokra, valamint a blog saját tematikus kategóriáira), és néhány előre gyártott widget (pl. keresődoboz a bloghoz és a könyvtári katalógushoz, a LibraryThing könyvismertetői, a blog címkéi és archívuma).

A cikk írásának idején a Tananyagtár blogja 655 bejegyzést tartalmazott, ezek 86%-a foglalkozott az új beszerzésekkel, 9,4%-a könyvtári közleményekkel (pl. nyitva tartás, álláshirdetés), 3%-a a gyermekirodalom díjazottjaival, és alig 1% pedig a

központi könyvtár vagy az egyetem ügyeivel. Az eredeti célt, vagyis az állománygyarapodás bemutatását szolgálja tehát elsősorban ez a blog. Mivel az információk könnyen használható, kategorizált, kereshető formában és a kapcsolódó katalógustelekre mutató hivatkozásokkal kerülnek fel, érdemesnek látszik folytatni ezt a szolgáltatást. A blogba beépített két független számláló, a *StatsCounter* és a *FeedBurner* azt mutatja, hogy folyamatosan nő a blog olvasóinak és az RSS csatorna előfizetőinek a száma. Ugyanakkor az is látszik a forgalmi statisztikából, hogy a felhasználók nem kifejezetten a megcélzott körből jönnek, hanem sokszor más könyvtárakból, államokból vagy országokból. Úgyhogy jobban kell népszerűsíteni a helyi közönség között a blogot, hogy ne csak mint egy kereshető információhalmazt használják az emberek, hanem mint olyan hírforrást, amely az őket szolgáló gyűjtemény új beszerzéseiről tájékoztat.

Könyvismertető blog

Az ifjúsági irodalom fontos részét alkotja a Tananyagtár gyűjteményének. Ezeket a könyveket a beérkezésük után egy időre kiteszik az „Új könyvek” polcra, mielőtt a végső helyükre kerülnek. A hallgatók és az oktatók itt szokták átfutni az új kiadványokat. A *Könyvismertető blog* lényegében az olvasóterem e részének kiterjesztése az internetre. A tanszéki könyvtárosok által írt ismertetések az olyan tipikus olvasói kérdésekre jelentenek választ, mint a „Melyik művet javasolja?” vagy a „Tetszik valamelyik az új könyvek közül?”. Minden egyes blogbejegyzés egy kiadványt mutat be: a könyv címére, a szerző és az illusztrátor nevére kattintva kereséseket indíthatunk a könyvtár katalógusában; ezek alatt van a rövid tartalmi ismertető kiegészítve a címlapképpel; majd szintén a katalógusba mutató tematikus keresőlinkek következnek; és végül a blogkategória neve, valamint a *Technorati* blogkereső számára készített címkék sorozata zárja a bejegyzést. Az oldalsávban különböző szövegek (pl. a gyermekkönyvtári gyűjtemény ismertetője), webes hivatkozások (pl. ifjúsági irodalmi díjak honlapjai), valamint külső webeszközök (pl. a *WorldCat* keresője) kaptak helyet. Ennél a blognál a *Technorati* tag-ek bevezetése jelentett újdonságot, mert bár a Blogger maga is nyújt kattintható címkéket a belső kereséshez, de a *Technorati* tematikus címkéi egy sokkal szélesebb közönség számára teszik megtalálhatóvá az egyes bejegyzéseket, jelen esetben a könyvismertetőket.

Eredetileg úgy tervezték, hogy ebbe a blogba a diákok és a tanárok is írják majd ismertetéseket vagy hozzászólásokat, illetve hogy a blogbejegyzéseket beleépítik a gyermekirodalommal foglalkozó tantárgyleírásokba, de ezeket a célokat még nem sikerült elérni, bár voltak már ezzel kapcsolatos megbeszélések a tanszékekkel. 2007. szeptember 19-én, vagyis mintegy másfél évvel az indulása után, a blog 48 könyvismertetőt tartalmazott. Bár a kitűzött heti egy bejegyzés tempóját nem sikerült tartani az ismertető íróinak, azért a számlálók így is folyamatos olvasószám-növekedést mutatnak. Időről-időre megvizsgálják, hogy a blog fenntartása megéri-e a befektetett munkát. Jelenleg úgy gondolják, hogy ha sikerül gyorsítani az ismertető írását és egy kis belső reklámot csinálni nekik, akkor érdemes lesz folytatni ezt a vállalkozást.

Könyvtárfelhő blog

A „Library Cloud” blog egy 2006 júliusában tartott workshop eredménye. Ennek a rendezvénynek az volt a témája, hogy mi lehet a blogok szerepe a felsőoktatásban? Itt merült fel az az ötlet, hogy a különböző intézményekben dolgozó könyvtárosok közösen írjanak szakmai blogokat. A korábban jellemző egyszemélyes weblapok helyett a *Könyvtárfelhő* kezdetben két, ma pedig már négy ember közös alkotása, ami természetesen azt is jelenti, hogy más módon épül fel, mint a korábbiak, és másként történik az adminisztrálása is. A blog témájának, nevének, logójának, felületének, szolgáltatási helyének és más jellemzőinek egyeztetése augusztusban kezdődött e-mail útján és egy hónapig tartott. A tulajdonosok egyenlő adminisztrátori jogokkal rendelkeznek, hozzáférnek a forgalmi statisztikákhoz és változtathatják a blog weblapjának elemeit is. Az egyik fontos részfeladat annak a nyilatkozatnak a megfogalmazása volt, amelyben a blogírók kijelentik, hogy az itt közölt írásaik a saját nézeteiket tükrözik és nem a munkáltatójuk hivatalos véleményét. Egy másik szövegben pedig a belinkelt külső weblapok illetve a bejegyzésekhez érkező olvasói vélemények tartalmával kapcsolatban hárítják el magukról a felelősséget. Ezek a nyilatkozatok a nem változó oldalsávban lettek elhelyezve, más információkkal, ugrópontokkal és webes eszközökkel együtt. Mivel a *Könyvtárfelhő* nem egyetlen célra létrehozott hivatalos hírforrás, hanem egy szakmai blog változatos témákkal, ezért olyan modulokat is beépítet-

tek az oldalsávba, amelyek segítik a felhasználót az eligazodásban (pl. címkefelhő), vagy továbbvezetik a blogon kívüli egyéb információforrásokhoz (pl. más könyvtárszakmai blogokhoz és wikikhez). Bár a *Könyvtárfelhő* még csak gyerekcipőben jár és kicsinyke hal a felsőoktatási könyvtári blogok tengerében, de már látszik a haszna. 2007 novemberében 149 bejegyzést tartalmazott, meglehetősen sokféle témában. Azzal, hogy nemrégiben két másik könyvtáros is csatlakozott az eredeti szerzőkhöz, nemcsak a témák köre szélesedett ki, hanem így már kellő gyakorisággal készülnek az új bejegyzések. A bloggerek egyetértenek abban, hogy amíg élvezik ezt a feladatot és növekszik az olvasótábor, addig folytatni fogják a naplóírást.

EDCI 131/504 oktatástechnológiai gyakorlat blog

Az *EDCI 131/504* nevű gyakorlati tantárgy keretében az oktatástechnológiai eszközök alapismereteit sajátítják el az Ashland University diákjai. A tantárgy felelőse a Tananyagtár könyvtárosa, akinek felsőbb éves hallgatók segítenek. A tárgyat felvett diákok saját időbeosztás szerint teljesíthetik a beadási határidő lejártáig az előírt feladatokat. Az *EDCI 131/504* blogot azzal a céllal hozta létre a könyvtár, hogy ezzel is segítse a kommunikációt az érintettek között, így tudják értesíteni a tanulókat a kurzust érintő aktuális hírekről és figyelmeztetni a közelgő határidőkre. Ez a blog 2007 októberében 69 bejegyzésből állt, melyek leginkább a kiadott feladatokkal és azok értékelésével, a beadási határidőkkel, a Tananyagtárban használható technikai eszközökkel, és a nyitvatartási időkkel voltak kapcsolatosak. Az új blogbejegyzések egy hivatkozáson keresztül a *WebCT* nevű virtuális tanulási környezet rendszerében is megjelennek a „Hírek” rovatban, így a *WebCT*-be bejelentkező diákok is azonnal értesülnek róluk. Ez a blog csak a Blogger belső címkézési lehetőségét használja ki, hiszen az itt közölt információk szélesebb körnek érdektelenek, így nincs értelme a Technorati címkéit is alkalmazni. Hasonló okból ebben az oldalsávban alig vannak külső hivatkozások és webeszközök, inkább csak szöveges tájékoztatók és a tantárggyal szorosan összefüggő belső weblapok címei. Az *EDCI 131/504* blog már három szemeszter óta működik, és növekszik a nézettsége. A Tananyagtárban segédkező diákmunkások szeretnék a jövőben is fenntartani ezt a hírszolgáltatást.

Webeszközök, számlálók és címkék: a könyvtári blogok felturbózása

Az ismertetett négy webnapló mindegyike használ kész eszközöket és elemeket, hogy minél hasznosabb és használhatóbb legyen. A blog és a hozzá kapcsolódó hírcsatorna forgalmát mérő számlálók adatai érdekes elemzésekre adnak lehetőséget; a beépíthető „kütyük” (widgets) gyarapítják az olvasóknak kínált információ mennyiségét; a bejegyzések címkézése pedig a keresést segíti és hozzákapcsolja őket a tágabb blogszférához. A következőkben rövid ismertetőket olvashatunk ezekről a felhasznált eszközökről.

A *StatCounter* egy ingyenes szolgáltatás, amely a weblapok és a blogok forgalmát méri. A regisztráláskor kapott kódot kell elhelyezni az oldal forrásában és ezután a *StatCounter* minden látogatásnál feljegyzi a felhasználó IP címét, böngészőjének és operációs rendszerének fajtáját, azt a hivatkozást, amit követve hozzánk érkezett, és néhány további adatot. Az ingyenes verzió csak az utolsó 100 látogatást tárolja, viszont van néhány beállítható opció. Például kitilthetünk egyedi IP címeket/címtartományokat, vagy letölthetünk egy blokkoló cookie-t, hogy ha nem akarjuk a saját magunk által okozott forgalmat regisztrálni. Különösen érdekes az egyes „post”-okra és az azokhoz vezető útra vonatkozóan begyűjtött információk elemzése, mert így nemcsak a blog általános népszerűségéről tájékozódhatunk, hanem arról is, hogy melyek a legolvasottabb témák, vagyis melyekről érdemes a továbbiakban is írni.

Egy másik hasznos számláló és népszerűsítő eszköz a *Feedburner*. A *StatCounter*-rel ellentétben itt nem kell kódot elhelyezni az oldalban, mert a *Feedburner* a blog RSS hírcsatornáját figyeli. Ez a szolgáltatás is, akárcsak a *Blogger*, ma már a Google „istállójába” tartozik, így leegyszerűsödött a platformok közötti átjárás. Egy regisztrációval több blogot is figyeltethetünk, és ezek a forgalmi adatok nyilvánosak: vagyis olvasóink is tájékozódhatnak arról, hogy hányan iratkoztak fel az RSS hírcsatornánkra, vagy hogy melyek a legnépszerűbb bejegyzések és a be- illetve kifelé mutató hivatkozások. Érdekes még megemlíteni, hogy a *Feedburner* különböző eszközöket is nyújt a blogunk népszerűsítéséhez, például a „*Chicklet Chooser*” segítségével az RSS csatornánk feliratkozó gombját kitehetjük a weboldalainkra, vagy a „*Headline Animator*”-ral mozgó grafikus fejléccet készíthetünk a legfrissebb bejegyzéseink címeiből,

amit azután szintén elhelyezhetünk különböző oldalakon.

A *Technorati* egy keresőgép, amely a blogok és a weboldalak címkéire épül. Ha hozzáadunk egy ilyen címkét a bejegyzésünkhöz, akkor az azonnal a globális blogszféra része lesz: linkként működik minden olyan blog vagy weblap felé, amelyet hasonló címkével látott el a készítője. Miután túlesztünk az ingyenes regisztráción, egy sor webeszközből válogathatunk, melyeket a blogunk szélső oszlopában elhelyezve kihasználhatjuk a címkézés előnyeit (pl. *Technorati* keresődoboz, címkefelhő).

A *LibraryThing* alapvetően egy könnyen használható könyvtári katalógus, ami összeköti az azonos könyveket olvasó embereket. Egy ingyenes azonosítóval 200 könyvet katalogizálhatunk, de ha a fizetős regisztrációt választjuk, akkor korlátlan számú bejegyzést tehetünk. A *LibraryThing* által kínált webeszközök a kapcsolatokat és a vizuális élményt egyaránt erősítik. Például ha egy sima szöveges könyvlista helyett a *LibraryThing* widget-jét illesztjük be a blogunkba, akkor nemcsak színes borítóképek jelennek meg a címek mellett, hanem rájuk kattintva a művek részletes leírásai, a hasonló kiadványok listái és az adott könyvet kedvelő emberek profiljai is megnézhetők. Ezt a lehetőséget például az újonnan beszerzett könyvek vagy az ajánlott szakirodalom népszerűsítéséhez használják a *Tananyagtár* blogjaiban és honlapján.

A „widget” szó egy olyan interaktív programrészlet jelöl, ami beágyazható a weboldalakba. Sok ilyen kész „kütyü” tölthető le az internetről, ezek legjobb lelőhelye a *WidgetBox*. Az egyik legérdekesebb ilyen eszköz ebben a gyűjteményben az úgynevezett „blidget”, ami egy blogot tartalmazó widget. Itt is ingyen regisztrálhatunk, és miután megadtuk a blogunk URL címét, a rendszer egy widget-et készít belőle, vagyis egy kis dobozt, amely tartalmazza a blogunk legújabb bejegyzéseit, és amely azután feltehető bármilyen más weblapra vagy blogra. Ezzel a megoldással jelennek meg automatikusan a *Tananyagtár* blog új bejegyzései a honlapon is az „Újdonságok” rovatban. Ha valamilyen hír felkelti a honlap látogatójának érdeklődését, akkor rákattintva a blogban találja magát. A *WidgetBox* a blidget-ek használatát is méri, így követni tudjuk, hogy hányan kattintanak ezekre.

A Google egyik népszerű szolgáltatása az ingyenes online képgaléria: a *Picasa*. Ennek létezik egy letölthető része is, amivel a saját gépünkön ren-

dezhethjük a fotóinkat. Ha van Blogger vagy Gmail azonosítónk, akkor feltölthetjük a Picasa szerverére az összeállított albumainkat, amelyeket akár nyilvánosan, akár szűkebb körben megoszthatunk másokkal. Az albumokból újabb diavetítést is készíthetünk, s ezek azután elküldhetők e-mailben, vagy beépíthetők egy blogba vagy egy weblapba. Első alkalommal a Könyvtárfelhő blognál használták ki ezt a lehetőséget, ahol egy szakmai workshop során készült 26 fényképből csináltak egy kétperces diafilmet és ágyazták be egy blogbejegyzésbe.

A ZoomClouds szintén ingyenes eszköz, amellyel címkefelhőt készíthetünk a blogunk és az RSS hírcsatornánk tartalmához. Regisztrálás után megadjuk a blog adatait, ezután beállítjuk, hogy milyen színeket és betűméreteket szeretnénk használni, továbbá kizárhatunk vagy felvehetünk bizonyos címkéket, majd a kapott kódot bemásoljuk a blogunk oldalsávjába. Ha a felhasználó rákattint valamelyik címkére, akkor a ZoomClouds megjeleníti a hasonló címkével ellátott további bejegyzéseket, és ezekről a kattintásokról statisztikát is készít, így figyelemmel kísérhetjük, hogy melyek a legnépszerűbb témák az olvasóink között. A cikk első felében ismertetett blogok közül a Könyvtárfelhő használja a ZoomClouds szolgáltatását és havi néhány tucat kattintást regisztrál.

Záró gondolatok

A webes napló műfaja flexibilis felületet nyújt a felsőoktatási könyvtárak használói számára, amelyen keresztül információkhoz juthatnak. Ha kombináljuk a könyvtári honlappal vagy a tananyagok különgyűjteményének speciálisabb weblapjaival, erősíteni tudjuk az internetes jelenlétünket és új kommunikációs csatornákat nyitunk. Bár némi időt

és energiát rá kell áldoznunk, hogy létrehozzunk és fenntartsunk egy blogot, de ha kihasználjuk ennek a ma még fejlődésben levő technológiának a lehetőségeit, a befektetett munka nem vész kárba.

Hivatkozott webcímek (A Ref. kiegészítésével)

Instructional Resource Center Blog
<http://auircbookblog.blogspot.com>
 IRC Book Reviews Blog
<http://ircbookreviews.blogspot.com>
 Library Cloud
<http://librarycloud.blogspot.com>
 EDCI 131/504 Blog
<http://instructionaltechnologylab.blogspot.com>
 Blogger
<https://www.blogger.com>
 Bloglines
<http://www.bloglines.com>
 StatCounter
<http://www.statcounter.com>
 FeedBurner
<http://www.feedburner.com>
 Technorati
<http://technorati.com>
 WorldCat
<http://www.worldcat.org>
 LibraryThing
<http://www.librarything.com>
 WidgetBox
<http://www.widgetbox.com>
 Picasa
<http://picasa.google.com>
 ZoomClouds
<http://zoomclouds.com>

/SCHRECKER, Diane L.: Using blogs in academic libraries: versatile information platforms. = *New Library World*, 109. köt. 3–4. sz. 2008. p. 117–129./

(Drótos László)

A blogszféra állapota 2008-ban

A Technorati Inc. 2008 szeptemberében tette közzé éves jelentését a blogok világról. A 2002-ben alapított kaliforniai cég az egyik legnagyobb a blogkeresők és -gyűjtőhelyek közül, és már negyedik éve készít ilyen összefoglalásokat a weben írt naplókról. A korábbi jelentések a www.sifry.com/stateoftheliveweb címen találhatóak meg; ezeket összehasonlítva már bizonyos trendek is kezdenek kirajzolódni. Ez évben azonban nemcsak a

Technorati keresője által leindexelt kb. 113 millió blog statisztikai adatait elemezték és összesítették egy sor táblázatban és grafikonon, hanem a nyár folyamán 1,2 millió bloggert is megkérdeztek egy kérdőíves felmérés keretében. Így most első alkalommal a naplóírókról is sikerült adatokat szerezni, egy eléggé reprezentatív minta alapján. Persze ez a minta elsősorban az angol nyelvterületre nézve reprezentatív, mert bár a válaszok 66 országból

érkeztek, a válaszadók 72 százalékban angolul írják a blogjaikat és 43 százalékuk az Egyesült Államokban él (1. ábra).

A nagyjából tíz éves műfaj, a *weblog* kifejezésből rövidült *blog* mára már önálló médiummá állt össze: a weben vezetett és egymással oda-vissza kapcsolatban levő naplók tízmilliói által alkotott *blogszféra* mind jobban reprezentálja és befolyásolja a közvéleményt. Ugyanakkor kezdenek elmosódni a határok a blogvilág és a tömegmédiá között: a legnagyobb blogok egyre inkább hasonlítanak a professzionális média által üzemeltetett webhelyekre; utóbbiak pedig sok mindent átvesznek a blogírók stílusából és formai megoldásaiból, és egyre több blogtartalmat építenek magukba.

A jelentést – a bevezető után – öt tematikus fejezetben publikálták, a blogműfajhoz hűen: öt egymást követő napon. Az egyes részek címei:

1. nap: Kik a bloggerek?
2. nap: A blogok témái és a blogírás okai
3. nap: A bloggolás módja
4. nap: Blogírás hasznónét

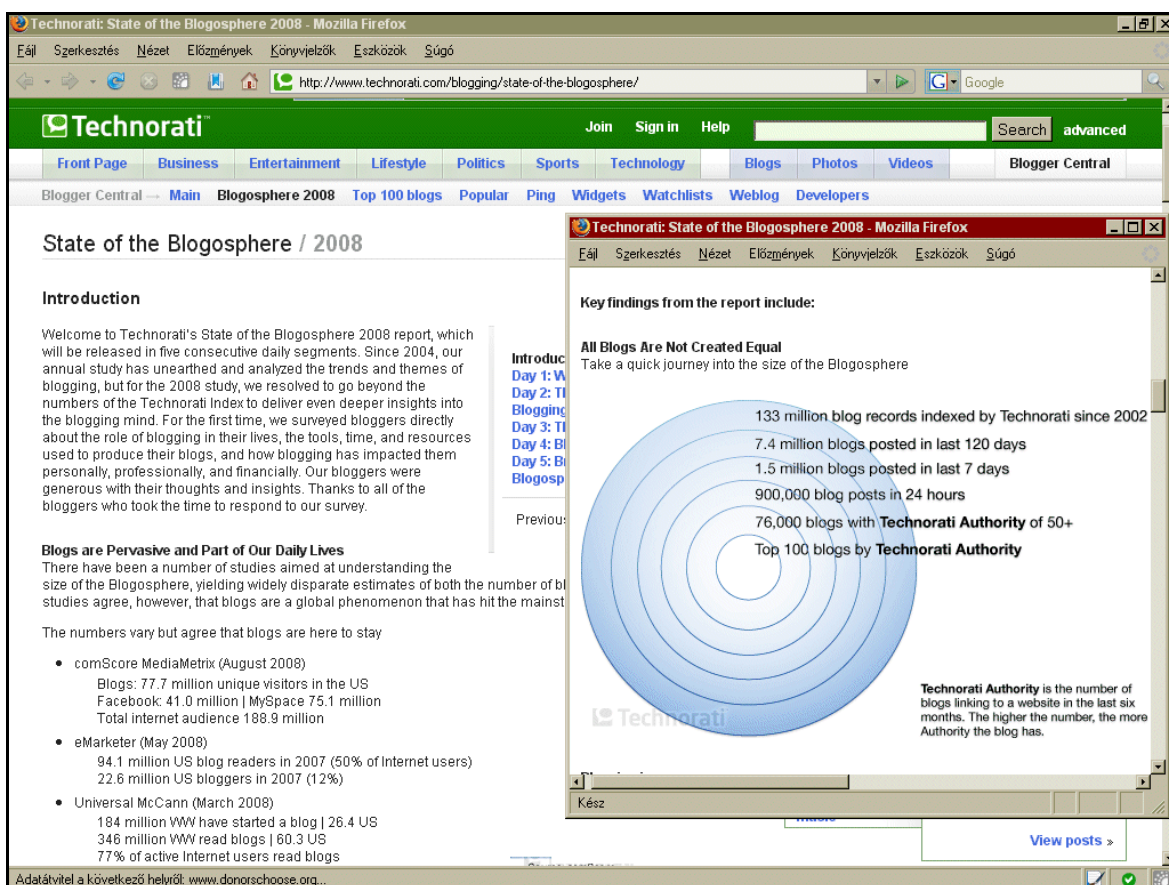
5. nap: A márkák a blogszférában

Kik a bloggerek?

A naplóírók megoszlásával kapcsolatban a legfontosabb eredmények a következők: kétharmaduk férfi, mintegy felük 18 és 34 év közötti, az átlagosnál iskolázottabbak és magasabb a jövedelmük, és 44 százalékuknak vannak gyermekei. Az amerikai internethasználók átlagadataival összevetve az USA-ban élő bloggerek között több a férfi, több az egyedülálló, és több a teljes munkaidőben foglalkoztatott.

Természetesen a statisztikai átlagok mögött valójában egy nagyon heterogén embercsoport van. Az egyik lehetséges módja a bloggerek osztályozásának, ha a naplók típusa alapján különböztetjük meg őket:

- magánblogok írói,
- szakmai blogok írói,
- hivatalos blogírók.



1. ábra A Technorati-jelentés weblapja és a blogszféra aktuális méretei

Ezek a kategóriák nem zárják ki egymást: ugyanaz az ember több műfajban is publikálhat. A Technorati felmérése szerint öt válaszadóból négy vezet személyes webnaplót a magánügyeiről és az őt érdeklő dolgokról. A bloggerek fele ír szakmai blogot a saját képzettségének vagy foglalkozásának megfelelő témában, de nem hivatalosan, vagyis nem munkaköri feladatként. Csak mintegy 12% az, aki saját vagy más cége megbízásából, munkája részeként bloggol.

Bár a webnapló a köztudatban viszonylag új dolog, de a kérdőívet kitöltők fele már legalább a második blogját írja (sőt van, aki már a nyolcadikat!), és 59%-uk legalább két éve alkot ebben a műfajban. Egy-egy blog átlagéletkora három év körül van.

A blogok témái és a blogírás okai

Ami a blogok tematikáját illeti: a személyes és a szakmai témák egyaránt népszerűek. Utóbbiak közül a műszaki dolgokkal és a számítástechnikával, a politikával és a napi hírekkel, valamint a szórakozás és a szórakoztatóipar különböző formáival kapcsolatos témák dominálnak. De a kérdőíven szereplő 18 kategóriából a válaszadók 43%-a az „Egyéb” rovatot választotta, ami jól jelzi, hogy a blogvilágban rengeteg olyan téma is teret kap, amelyekkel a tömegmédiá nem vagy alig foglalkozik.

A blogírás okai között első helyen az önkifejezés és az ismeretek megosztása áll; a motiváló tényezők közül ezeket követi a kapcsolati háló kiterjesztése, illetve a hagyományos médiába való bekerülés reménye. A karrierépítést és a reklámbevételeket négy közül egy blogger említette. A legszellemebb indoklás szerint a blogírás célja: „kifőzni a kiforratlan ötleteket”.

A sikerélményt a legtöbb blogger számára egyszerűen az írás öröme, a személyes elégedettség jelenti, de azért a forgalmat és a vélemények (*comment*-ek) számát is figyelik. Átlagban négyféle számlálót is használnak a látogatottság mérésére.

Kétharmaduk nem titkolja a személyazonosságát és többségük ennek inkább az előnyeit hangsúlyozza: a blogírás a magánéletükre és a szakmai karrierjükre is pozitív hatással van. Sokan érzik úgy, hogy ismertebbek lettek a szakterületükön, és ötből egyet már rádió- vagy tévéműsorba is behívtak, illetve hasonló arányban publikáltak valamilyen nyomtatott kiadványban – a blogjuk ismertsé-

gének köszönhetően. Minden harmadik blogger kapott már ajándékterméket: filmet, zenét, könyvet, elektronikai eszközöket...

Az az egyharmad, amelyik nem szeretné, ha beazonosítható lenne, elsősorban attól fél, hogy a családtagjait zaklatnák, vagy hogy a barátai, a munkaadói és a munkatársai rossz véleménnyel lennének róla. A nem amerikai válaszadók közül nagyobb arányban voltak azok, akik különböző okok miatt inkább az „online személyiségük” nevében írják a naplójukat.

A blogolás módja

A szerzők negyede legalább heti 10 órát fordít a blogjára. A legbefolyásosabb bloggerek még ennél is szorgalmasabbak. A Technorati indexelő robotjának adatait elemezve kiderült, hogy a toplistás szerzők fele naponta öt, vagy még több bejegyzést ír, és ezeket gondosabban is címkézi, mint a többiek.

A felmérés szerint a blogtulajdonosok gyorsan megtanulják és hatékonyan kihasználják mindazokat az eszközöket, amelyekkel gazdagabbá és látogatottabbá tudják tenni az oldalukat. Az RSS hírcsatornák, a video- és fotómegosztó helyek felhasználása, a mobil eszközökről történő tartalom bővítés, a bejegyzések tematikus címkézése, a más blogokkal való keresztlinkelések és a *blogroll*-ok (kedvenc blogok ajánló listái), a különböző *widget*-ek (hasznos programcskák) beépítése mind-mind arra szolgálnak, hogy érdekesebbé tegyék velük a blogot és növeljék az olvasók/látogatók számát. Egyesek még online vagy offline eseményeket (pl. akciókat, szavazásokat, személyes találkozót és bulikat) is szerveznek, hogy erősítsék a törzsközönsegen belüli kapcsolatokat és az elkötelezettséget a blog iránt.

A promócióba fektetett munka rendszerint kifizetődik: az aktív blogok fele havonta legalább 1000 látogatót regisztrál. (A toplistás oldalak persze ennél nagyságrendekkel nagyobb látogatottsággal büszkélkednek.)

Minden ötödik hivatalos/céges blogot rész- vagy teljes munkaidős fizetett alkalmazott ír. De a magánbloggerek egy része is áldoz pénzt a webnaplója fenntartására: tárhely, domainnév, marketing, fizetett közreműködők... A megkérdezettek az elmúlt év során átlagosan kb. 1000 USD-t költöttek ilyen célra. A blogra fordított költségek

természetesen azoknál magasabbak, akiknek reklámbevételük is van belőle.

Blogírás haszonért

A személyes blogok tulajdonosai elsősorban kedvelésből foglalkoznak ezzel a műfajjal. Jelenleg csak 20%-uk keres vele valamennyi pénzt, de további 42% bízik benne, hogy a jövőben lesz némi bevétel.

A blogok egyre vonzóbb reklámfelületek. A marketingesek kezdik felismerni, hogy egy részük valóban értékes tartalmat szolgáltat egy növekvő és többnyire hűséges, elkötelezett olvasóközönségnek. A bloggerek egynegyede ma már három- vagy még többféle hirdetési eszközt is elhelyez az oldalain. A leggyakoribb megoldások a kontextushoz kapcsolódó reklámok (mint pl. a *Google AdSense*) és a hirdetési partnerprogramokhoz való csatlakozás (*affiliate marketing*). A reklámokat tartalmazó blogok éves átlagbevétele 6000 USD fölött volt, de ezt az átlagot erősen torzítja az az 1%-nyi „sztárblog”, amelyeknek több százezer vagy akár milliós havi látogatottsága – és ennek megfelelően igen nagy reklámbevétele – van.

A márkák a blogszférában

A különböző termékek és termékmárkák fontos szerepet játszanak a blogbejegyzésekben és a kapcsolódó olvasói hozzászólásokban. Ötből négy blogger szokott írni olyan termékekről és szolgáltatásokról, amelyeket szeret, vagy éppen amelyekben csalódott. A marketing-szakemberek pedig kezdenek rájönni, hogy a blogszféra fontos terepe a vásárlói vélemények befolyásolásának – minden harmadik bloggert megkerestek már olyan kéréssel, hogy támogasson valamely márkát/céget. És az esetek 60%-ában valamiféle fizetséget is ajánlottak ezért.

Természetesen a webnaplók írók körében a blogok egyre fontosabb információforrások: a

megkérdozettek mintegy fele gondolja úgy, hogy ezek válnak az elsődleges hírforrássá a következő öt évben; egyötödük szerint pedig a napilapok nem élik túl a következő évtizedet. Számukra már most a blogok és az egyéb webes tartalmak jelentik a fő tájékozódási eszközt a termékmárkák világában. Kétszer annyi időt töltenek online, mint az átlag amerikai felnőttek, és csak harmadannyi időt szánnak televíziózásra. Az elsők között tanulták meg és adaptálták saját céljaikra az olyan webkettes eszközöket, mint az RSS vagy a Twitter (egy mikroblog eszköz rövid üzenetekre). Érzékenyebbek tehát a digitális technológia fejlődésére – ezért is érdemes befejezésül idézni néhányat a blogszféra jövőjét firtató kérdésre adott válaszaikból:

Lynn Marentette (interactivemultimediatechnology.blogspot.com): „Egyre több blogot használnak majd az oktatásban, különösen az általános és a középiskolában a tanárok és a diákok. ... A blogok archívumait a kultúrtörténet gazdag forrásának fogják tekinteni.”

Debbie Weil (debbieweil.com): „Örömmel figyelem, ahogy a nagymenő cégek fizetett bloggerei kezdik átvenni azt a stílust, amitől a legsikeresebb magánblogok olyan népszerűek: a személyes, szenvedélyes, ötletes, hasznosságra törekvő és humoros hangnemet. A bloggolás és a közösségi média egyéb formái átalakítják a vállalatirányítók gondolkodásmódját, és forradalmi változást hozhatnak a cégek üzleti tevékenységében.”

Jeremiah Owyang (web-strategist.com/blog): „Bár ma még a blogírás önként vállalt módja az önkifejezésnek, a jövőben az átélt élményeinket, a tetteinket, a tartózkodási helyünket és az értékrendünket automatikusan naplózni fogjuk közvetlenül a webre. A blog jövője az egész életünk rögzítése a weben – többnyire a háttérben csendben működő felvevőeszközökkel.”

/State of the Blogosphere, 2008. = <http://www.technorati.com/blogging/state-of-the-blogosphere/>

(Drótos László)

Bibliobloggolás: blogok a könyvtári kommunikációban

Az interneten vezetett naplók az elmúlt években tízmillió számra elszaporodtak. 2004-ben a *Merriam Webster Online Dictionary* szerkesztői az

év szavának választották a „blog”-ot, és 2006-ban már átlagosan minden másodpercben létrejött egy újabb webnapló. A könyvtárak viszonylag lassan

vették használatba ezt az új eszközt. Az új-zélandi *University of Canterbury* könyvtárosai 2006-ban kezdtek kísérletezni vele, és esettanulmányukban ismertetik a két – egy belső és egy külső kommunikációra szolgáló – blogjukkal eddig szerzett tapasztalataikat.

A Canterbury Egyetemen mintegy 17 ezer diák tanul. A könyvtári szolgáltatások két kampusz és több könyvtárárpület között oszlanak meg. A személyzet teljes és részmunkaidős, illetve szakképzett és képzés nélküli dolgozóból áll, és vannak köztük olyanok is, akik a főmunkaidőn kívül dolgoznak, és alig van kapcsolatuk a nappali műszakkal. Már eddig is többféle eszközzel (pl. cserélhető lapos kézikönyvek, e-posta, belső hálózat) próbálkoztak, hogy a munkatársakat folyamatosan tájékoztatni tudják a változó könyvtári szabályzatokról és a felmerülő problémákkal kapcsolatos teendőkről, de ezek az információk szétszóródását eredményezték, ráadásul a nyomtatott tájékoztatók idő- és költségigényesek is. A bloggal való első kísérletek után nyilvánvaló lett, hogy ez megoldhatja a régóta fennálló belső kommunikációs nehézségeket. Az első lépés a megfelelő szoftver kiválasztása volt; a főbb szempontok pedig a *biztonság*, a *használhatóság* és a *költség*.

A biztonság a spam elleni védekezés miatt fontos. Olyan rendszerre volt szükség, amelyben csak regisztrált használók tudnak véleményeket írni a bejegyzésekhez, és csak az adminisztrátor tud új tagokat felvenni a blog írói közé, valamint új kategóriákat létrehozni. PHP és MySQL alapú szoftvert kerestek, mert ezeket a technikákat ismerik a helyi informatikusok. Fontos volt, hogy a bejegyzéseket kereshető kulcsszavakkal (címkékkel) lehessen ellátni, valamint hogy külső hivatkozások és képek is beilleszthetők legyenek. Ugyancsak javítja a használhatóságot a beépített RSS csatorna, amin át az olvasók automatikusan értesülnek az új bejegyzésekről. A korlátozott könyvtári költségvetés miatt csak nyílt forráskódú, ingyenes szoftverek jöhettek szóba. Ezekről egy jó összehasonlítás található a Blog Software Breakdown oldalon (asymptomatic.net/blogbreakdown.htm). A választás végül a *Nucleus* nevű rendszerre esett, és az első blog, amelyet ezzel létrehoztak, a *Counterculture* nevet kapta (szójáték az *ellenkultúra*, illetve a [(tájékoztató)pult+kultúra] szavakkal). Ennek a blognak az olvasószolgálatban dolgozó könyvtárosok közötti információcsere megkönnyítése a célja – de a szolgáltatások színvonalának javulása révén természetesen a könyvtár használói is profitálnak belőle. Egy évnyi használat után a következő tapasztalatok gyűltek össze:

Kényelmes: A blog bármelyik gépről elérhető, és a könyvtárosok bárholnan olvasni, írni és véleményezni tudják a bejegyzéseket. A papírral vagy az elektronikus levelekkel ellentétben a kívánt információ gyorsan megtalálható a beépített keresővel. A szükséges frissítések könnyen megoldhatók egy új bejegyzéssel vagy egy régebbi módosításával; az elavult információk törölhetők vagy egyszerűen figyelmen kívül hagyhatók. Az esetleges hibákat pedig a blogíró csapat tagjai gyorsan ki tudják javítani. A kategóriák használatával a blog tartalma csoportosítható: külön kategóriát lehet például létrehozni a szabályzatoknak, az informatikai tudnivalóknak és tippeknek, vagy a könyvtár egyes szervezeti egységeinek – így mindenki csak a számára érdekes rovatot kísérheti figyelemmel. Érdemes azért egy „általános” kategóriát is definiálni, amelybe az egész könyvtárat érintő közlemények kerülhetnek.

Költséghatékony: Jó és ingyenes vagy olcsó blogszoftverek találhatók a weben, és a betanulási költségek sem komolyak, hiszen mindössze három alpműveletet kell megtanulniuk a könyvtári dolgozóknak, miután regisztrálták magukat: bejegyzések létrehozása és szerkesztése, hiperhivatkozások beszúrása, és megjegyzések hozzáfűzése a bejegyzésekhez. A HTML nyelv ismeretére nincs szükség; és mivel a kiválasztott rendszer által használt technológia a helyi informatikusok számára ismerős volt, ezért őket sem kellett továbbképezni.

A legjobb válaszok gyűjtőhelye: Egy belső használatú blog értékes információforrás lehet az olvasószolgálat munkatársainak. Az egyes szakterületekhez értő tájékoztató könyvtárosok feljegyezhetik ide az ismétlődő olvasói kérdésekre adott legjobb válaszaikat. Így a blog kiváló tudásmenedzser-eszközzé válhat, javítva a tájékoztató szolgálat színvonalát. Idővel a blogból a szolgáltatásban dolgozók „kollektív memóriája” lesz: egy „best practice” gyűjtemény.

Együttműködés és beszélgetés: Ha a blogunknak szellemes nevet és egyéni arculatot adunk, akkor vonzóbb lesz a blog írói és olvasói számára – ez is segít abban, hogy kialakuljon körülötte egy kis közösség. A blog közösségi alkalmazás, mindenki egyaránt részt vehet benne. Lehetővé teszi, hogy a különböző fiókkönyvtárak dolgozói, akik személyesen alig találkoznak, napi rendszerességgel kommunikáljanak egymással, felismerjék a

közös problémáikat és megosszák a tapasztalataikat. Kiváló eszköz például arra is, hogy az internetes környezetben járatos fiatalabbak felhívják a figyelmet az általuk felfedezett online forrásokra, de arra is, hogy az idősebb generáció tagjait gyengéden bevezesse a web 2.0 világába.

A Counterculture siker lett a könyvtárosok között. Hozzászoktak, hogy rendszeresen megnézzék, és így javult a belső kommunikáció: könnyebben megtalálják a „helyes választ” és könnyebben tartanak lépést a napi változásokkal. Ahhoz viszont, hogy a jövőben is aktív olvasói legyenek a blognak, és a levelezőlisták helyett inkább innen tájékozódjanak, az szükséges, hogy mindig legyenek újabb bejegyzések, a mindennapi munkájukhoz hasznos információkkal. Továbbá bátorítani kell őket, hogy kommentálják a blogbejegyzéseket. A Counterculture többnyire olyan közleményeket tartalmaz, amelyek nem igényelnek sok visszajelzést. De nem szükséges, hogy egy belső használatú blog csak a napi munkáról szóljon. A Counterculture esetében egy „ajánlott szakirodalom” kategória létrehozása adott teret izgalmas beszélgetéseknek az olvasószolgálati kollégák közt.

A University of Canterbury második könyvtári blogja *Economics Library Blog* néven indult a blogs.libr.canterbury.ac.nz/econ.php címen. Ez a *Gazdaságtudományi Kar* számára létrehozott információs szolgáltatás, amely könyvtári közleményeket, folyóirat-tartalomjegyzékeket, kiadói könyvismertetések, oktatási és kutatási segédleteket és gazdasági híreket tartalmaz. A blog megindítását akkor határozta el a könyvtár, amikor a kar fényképeket akart kérni a beérkező folyóiratok tartalomjegyzékéről, mert a dékán szerint a tanszéki dolgozók nem akarnak időt vesztegetni arra, hogy átmenjenek a könyvtárba és átlapozzák az új számokat, az elektronikus levélben terjesztett témafigyelés pedig nem népszerű, mivel amúgy is túl sok e-mailt kapnak a kollégái. A blogformátum ideálisnak látszott erre a célra, mert így bárki, bármikor és bárhol hozzáférhet a legfrissebb tartalomjegyzékekhez, amelyek ugrópontokat is tartalmazhatnak a cikkek teljes szövegéhez, a szolgáltatás karbantartása pedig könnyen integrálható a könyvtári munkafolyamatba.

Az *Economics Library Blog* 2006 szeptemberében jelent meg, beépülve a könyvtári webszerver gazdaságtudományi portáljába, és szinte azonnal hálás visszajelzések sorozatát váltotta ki. Azóta több fejlesztés is történt, például javult a külalak,

bővült a blogot gondozó csapat, és megjelent egy blogroll rovat is, ahonnan további hasonló témájú blogok érhetők el. Az informálás mellett a közösségépítést is ösztönözni próbálja ez a szolgáltatás. Az erre való törekvést elsőként a „Finding my voice” („Megtalálni a saját hangom”) című bejegyzés jelezte, mely az *Economist* lap egy 2006-os „A blogolás csak egy másik szó a beszélgetésre” c. cikkének apropóján íródott. A könyvtáros ebben a bejegyzésben arra biztatta a blog olvasóit, hogy kapcsolódjanak be a kommunikációba, ismerjék meg jobban egymást a könyvtárak és a tanszékek dolgozói, és az erősödő kapcsolatokkal segítsék az ügyfélközpontú könyvtári szolgáltatások kialakítását.

A szaporodó feladatok miatt egy posztgraduális képzésen részt vevő hallgatót is bevontak a szerkesztésbe, aki részmunkaidőben a kölcsönző szolgálatnál segít. Az ő feladata az új tartalomjegyzékek feltöltése és a teljes szöveghez vezető URL címek hozzáadása. A könyvbeszerző kollégát is meghívták a blogíró csapatba, aki az újonnan megvásárolt könyvekről tesz közzé ismereteket. Azzal, hogy sikerült a rutinfeladatokat átadni és így gondoskodni a tartalom folyamatos bővítéséről, a blogot vezető könyvtárosnak több ideje maradt a munkaigényesebb hírek és szakmai kommentárok, elemzések megírására.

A blog fennállásának egyéves évfordulóján egy kis felmérést végeztek a potenciális olvasók között (ennek kérdőívét a cikk függelékében közlik a szerzők). A megkérdezettek 60 százaléka válaszolt és ezek 40 százaléka mondta azt, hogy látogatni szokta az *Economics Library Blog* weblapját. (A válaszadók mindegyike legalább napi öt órát tölt a számítógép előtt és rendszeresen használja az internetet). A blogolvasók jellemzően kedvezően nyilatkoztak a szolgáltatásról, de különböző változtatásokat is javasoltak, például a tartalomban és a külalakban. A rendszeres olvasók mindegyike az RSS csatornán át értesül az új bejegyzésekről; ők egyébként is többet használják a különböző információforrásokat, többek között a könyveket is. A megcélzott felhasználói körön kívül is vannak az oldalnak látogatói. 2007-ben például az ismert múzeumblogger: *The Museum Detective* is megemlítette az egyik írásában, a *Wellington City Library* hasonló könyvtári blogjával együtt.

Összefoglalva: Az ismertetett példák jól mutatják a blogműfaj lehetőségeit a belső és a külső kommunikációban, valamint a tudásmenedzselés terén. A szoftver olcsó, minimális karbantartást igényel.

nyel, a betanulása sem tart sokáig. A legkomo-lyabb forrásigény a blogíró munkatársak ideje, amit gondosan kell beosztani, ha azt akarjuk, hogy szolgáltatásunk mindig friss legyen és megmaradjon az olvasóközönsége. Az információforrások folyamatos monitorozása jól beleillik a könyvtári szakemberek napi munkájába, de érdekes és szellemesen megírt blogbejegyzések elkészítése időigényes dolog. A spam jellegű hozzászólások visszautasítása vagy utólagos eltávolítása pedig főlegesen rabolja a könyvtárosok idejét és energiáját. Lényeges nyereség viszont – akár zárt belső, akár nyilvános külső blogról van szó – a kereshető archívum, amely idővel értékes, szükség esetén bármikor hozzáférhető tudásbázissá nőheti ki magát.

A szakkönyvtárakban, ahol egyre több szolgáltatás már távolról érhető el, és az olvasóknak nem kell személyesen ellátogatniuk a könyvtárba, a közösségi szoftverek megteremtik a lehetőségét annak, hogy kapcsolatba lépjünk és „beszélgessünk” az ügyfeleinkkel. A nyilvános blog jó marketingeszköz is egyben: bemutatjuk rajta keresztül a könyvtári gyűjteményeinket és a könyvtárosaink szakér-

telmét. Emellett a bejegyzések és a hozzászólások rendszeres írása/szerkesztése a könyvtáros kritikai szemléletét is erősíti, amely pedig a szakmai kompetenciáit javítja.

A University of Canterbury könyvtárában szerzett tapasztalatok azt mutatják, hogy bár az egyetemi dolgozók intenzíven használják a hálózatot, ez nem általánosítható a blogok olvasására. Ennek talán az is az oka, amit *L. Clyde* írt egy 2004-es cikkében: „...még nincs meg a könyvtárhasználóknak az a kritikus tömege, amely felismerte volna a blogokban rejlő lehetőségeket”. Könyvtárosként a mi feladatunk felvállalni a blogtechnológia népszerűsítését és bemutatni, hogy hogyan alakítható át vele mind az intézményi belső kommunikációnk, mind pedig az olvasóinkkal való külső kapcsolatrendszerünk.

/McINTYRE, Alison – NICOLLE, Janette: *Biblioblogging: blogs for library communication. = The Electronic Library*, 26. köt. 5. sz. 2008. p. 683–694./

(Drótos László)

Könyvtári környezetben kívüli kommunikáció a könyvtárosokkal: azonnali üzenetküldés mint könyvtári szolgáltatás

Az internetes kommunikáció változásai

Manapság az internetezők nem csak keresésre használják a hálózatot. Saját információt is előállítanak, amit megosztanak másokkal, és különböző típusú beszélgetésekben vesznek részt, például az olyan közösségi helyeken, mint a Facebook, továbbá a blogokban és a wikikben, valamint a hagyományosabb fórumokon. Az online kommunikáció egyik divatos formája az azonnali üzenetküldés (*instant messaging*, röviden: IM). *Lankes* és szerzőtársai 2007-es cikkükben [1] a könyvtárat „beszélgetésként” határozták meg, és ilyen szempontból teljesen természetes, hogy a könyvtárosoknak részt kell venniük a kommunikáció új fajtáiban is. A technikai változások újfajta stratégiát is igényelnek: a központi helyről szolgáltatott információtól el kell mozdulni a decentralizált szolgáltatások felé; oda kell menni, ahol az emberek beszélgetnek.

Bordewijk és *Kaam* 1986-ban [2] négy csoportba sorolta a kommunikációs formákat – ezek mindegyike létezik az interneten is, de a világháló egyes fejlődési szakaszaiban arányuk más és más volt. A négyféle típus a következő:

1. Sugárzás: egy központ küldi ki az információt egy széles, anonim közönségnek. Történhet szinkron vagy aszinkron formában: az előbbire példa a webes műsorszórás/közvetítés, az utóbbira pedig a podcast vagy az RSS hírszolgáltatás.
2. Tanácskérés: a felhasználó keresi meg információért valamelyik információ-előállító vagy -elosztó központot (pl. egy könyvtárat).
3. Regisztrálás: a használók szolgáltatnak információt a központnak azzal, hogy bejelentkeznek, és adatokat adnak meg (pl. a webes közvélemény-kutatások).
4. Párbeszéd: maguk az emberek termelik az információt és osztják meg egymás között (pl. az e-mail, az IM és egyéb formák).

A hagyományos médiára – beleértve a kiadói ipart, a rádió- és a tévécsatornákat – az 1. típus, vagyis a „sugárzás” jellemző. A 2. forma olyankor fordul elő, amikor valaki mondjuk egy könyvben, vagy egy adatbázisban utánanézt valaminek. A könyvtár hagyományosan erre a fajta kommunikációra rendezkedett be: megteremti a hozzáférés lehetőségét. A 3. típus az üzleti világban fordul elő, és lehet önkéntes (pl. vásárlói felmérések), vagy akaratlan (pl. a weben való tevékenységünket regisztráló cookie-k esetében). A 4. fajta kommunikáció az előző hárommal ellentétben nem igényel egy központot, és az információ nem csak egyfelé, hanem mindkét irányban folyik. Ha ezt a fajta párbeszédet a számítógépek világméretű hálózata támogatja, akkor az átlagemberek soha nem ismert hatalom birtokába jutnak: megkerülhetik a hagyományos média kapuőrzeit.

Az interneten már a 80-as években kialakultak a feltételei a közvetlen párbeszédnek, akkor még levelezőlisták (lists), hírcsoportok (newsgroups) és faliújságok (BBS) formájában. A mai web 2.0-ra jellemző közösségi internethasználat nem új dolog, csak ennek a korábban is meglévő párbeszédnek a jól érezhető felerősödése, amit a korszerű webes technológiák tettek lehetővé. Ami igazán döbbenetes, az az, hogy milyen tömegű tartalmat hoztak létre néhány év alatt ezek a virtuális közösségek az olyan webhelyeken, mint a Wikipedia, a Flickr, a YouTube, vagy a baráti beszélgetésekre szánt Facebook, és ezekhez hozzájön még a blogok tömege, valamint az IM eszközökkel küldött rengeteg közvetlen üzenet.

Tredinnick, a digitális kultúráról írt 2008-as könyvében [3] a tudásmegosztás és -felhasználás „közvetítőtelenedéséről” beszél. Arra hívja fel a figyelmet, hogy az előadó és a hallgatóság, a kiadó és az olvasó közötti válaszvonal egyre jobban elmosódik. A nyomtatott kultúrában – és a tömegkommunikációs eszközök fénykorában is – a tudás és az információ az azt előállító epicentrumból sugárzódott ki. Az eljuttatását olyan közvetítők segítették, mint a kiadók, a műsorszórók, vagy éppen a könyvtárak. A digitális kultúra idején viszont már nem válik szét a küldő és a fogadó/közönség. Mindannyian létrehozunk, vagy átalakítunk információs tartalmakat, vagy új jelentést, kontextust adunk nekik. Ez a részvételen alapuló kultúra a párbeszédese kommunikáció megerősödéséhez vezetett. Az IM programok mindig fogadásra készek, és mindig nyitva a lehetőség arra is, hogy üzeneteket írjunk a virtuális „falakra” vagy

éppen a webes naplókba. Az internethasználók állandó beszélgetésben vesznek részt.

A változó kommunikációs formák és a könyvtár

A könyvtárak hagyományosan tanácsadói szerepkörben működnek. A vezérelvük az, hogy hozzáférést nyújtsanak a használóiknak a katalógusokhoz és az egyéb adatbázisokhoz, valamint a gyűjteményükhöz. Az interneten felerősödött párbeszédese, információmegosztáson alapuló kommunikációs forma ugyanakkor ennek a stratégiának az újragondolását válthatja ki. Az egyik irány, amikor a könyvtár kihasználja a közösségi tudásmegosztást, és lehetővé teszi, hogy katalógusának használói megcímkézzék az egyes tételeket; vagy amikor blogot indít az irodalombarátok számára. Ezekben az esetekben a könyvtárnak továbbra is központi szerepe van, de igénybe veszi olvasóinak a segítségét szolgáltatásainak a fejlesztéséhez.

Ettől eltérő az a stratégia, amikor a könyvtár megjelenik a népszerű közösségi helyeken: például kitesz egy olyan keresődobozt a katalógusához, amit a Facebook használói hozzáadhatnak a saját oldalukhoz; vagy megengedi, hogy felvegyék ismerősként és közvetlen üzenetet küldjenek neki. Így módon az emberek úgy tudnak kapcsolatot teremteni a könyvtárral, hogy nem kell elhagyniuk a számukra ismerős, kedvelt online környezetüket. Ahogy *Coyle* fogalmazott a 2.0-ás világról írott cikkében [4]: „Ma már nem az a kérdés, hogy hogyan hozzuk be az embereket a könyvtárba, hanem hogy hogyan vigyük el a könyvtárat az emberekhez.”

Egy IM szolgáltatás: a Need2Know

A dániai Aalborg közkönyvtárai 2006–2007 között öt hónapra az *MSN Messenger* üzenetküldő segítségével egy „tudakozó” szolgálatot hoztak létre *Need2Know* néven, kísérleti jelleggel. A használók kérdéseit és a könyvtárosok válaszait egy blogban rögzítették az utólagos elemzés céljából. A kísérlet figyelemmel kísérésére és a tanulságok összefoglalására meghívták a *Royal School of Library and Information Science* két tudományos munkatársát (egyikük a jelen cikk szerzője). A projektet a Microsoft dániai képviselője és a *Danish Library Agency* is támogatta. A *Need2Know* nem a már megszokott online könyvtári referenzszolgáltatás volt.

Nem a könyvtárak honlapján jelent meg, hanem a Messenger reklámcsíkjai között, és a könyvtárosok „áruhában” dolgoztak, vagyis a felhasználók nem tudtak róla, hogy ez egy könyvtári szolgáltatás. Elsősorban olyan fiatalokat szerettek volna így elérni és felkelteni az érdeklődésüket, akik számára a könyvtár ismeretlen vagy éppen elijesztő. Ezért a Messengerben megjelenő bannereken ilyen kérdések voltak: „Mikor lép fel legközelebb *Justin Timberlake* Koppenhágában?”, vagy: „Mi Madonna eredeti neve?” – és ezt követte egy „A Need2Know megadja neked a választ!” felirat. Ha valaki rákattintott erre, akkor megjelent a szolgáltatás ismertetése és a lehetőség, hogy az illető felvegye a Need2Know-t a partnerlistájára, és máris tudott kérdezni. A szolgáltatás célja nem a könyvtárak népszerűsítése volt; olyannyira álcázták, hogy a felhasználók számára úgy jelent meg, mint egy „élő” Wikipédia vagy a Google, amellyel beszélgetni lehet. Egy alkalommal az egyik fiatal meg is kérdezte az ügyeletes könyvtárost: „Klassz munkád van. Hogy lehetnék én is olyasmi, mint te?” Az egyszerű kérdés-válasz eseteken túlmenően, bonyolultabb kutatást igénylő ügyekben persze végül a közeli könyvtárba irányították a kérdezőt, de ha nem volt rá szükség, akkor nem hívták fel a figyelmét erre a lehetőségre.

Az azonnali üzenetküldés a mindennapok része

A Need2Know az MSN Messengerre épült, de természetesen több más elterjedt üzenőprogram létezik még ezen kívül, például az ICQ, a YIM (Yahoo!), az AIM (America Online), vagy a Skype; és sok olyan közösségi weboldalba is beépítenek IM funkciókat, mint amilyen a Facebook. Különösen a fiatalok szeretik ezeket használni. A *Mediappro* 2006-os jelentése [5] szerint az üzenetküldés közvetlenül a keresőgépek használata mögött áll a gyakorisági rangsorban. A felmérés dániai válaszadói közül a 12-18 éves korosztály 87 százaléka használ néha, gyakran vagy igen gyakran valamilyen üzenetküldőt, 66 százalék kap és küld elektronikus leveleket, és csak 26 százalékuk látogatja a csevegőszobákat. Máshol is hasonló a helyzet: a kutatásban vizsgált európai országok közül csak az Egyesült Királyságban haladta meg ebben a korosztályban az e-mail az IM használatot (81% és 78%). A gyakorlatilag mindig online levő fiataloknál az üzenetküldés a kommunikáció természetes módjává lett, már nem egy technikai eszköz, hanem a napi élet része.

Ezt a trendet a könyvtári világ is felismerte, és kezdetben főleg az egyetemi könyvtárak vezettek be IM-alapú segítőszolgálatot, elsősorban a katalógus és az egyéb adatbázisok, valamint a könyvtári gyűjtemény és szolgáltatások használatával kapcsolatban. A saját fejlesztésű üzenetküldő rendszerekről az utóbbi időben egyre inkább az elterjedt és ingyenes IM szoftverekre térnek át, hogy ezzel is közelebb kerüljenek az emberekhez, akik így a megszokott digitális környezetükbe tudják integrálni a könyvtári ügyfélszolgálatot.

A Need2Know beszélgetések típusai

A Need2Know felhasználói oldalról nézve egy könyvtártól független, anonim, ingyenes szolgáltatásnak látszott és egy olyan kommunikációs csatornát használt, amelyen az emberek rendszerint a barátaikkal és a családtagjaikkal beszélgetnek. Ennek azután érdekes következményei lettek: jók és problematikusak egyaránt. A kísérlet során vezetett blogból az látszik, hogy az üzenetváltások egy részénél a formális stílusból a partnerek átváltottak közvetlen magánbeszélgetésbe. A könyvtárosokat néha bosszantották ezek a céltalan fecsegések, de máskor úgy tűnt, hogy inkább élvezték ezt a kikapcsolódást a napi rutinból, amit előnynek is tekinthetünk a formálisabb tájékoztató csatornához viszonyítva. A könnyed beszélgetés javítja a légkört és elősegíti a pozitív kapcsolatokat, de persze a túlságosan szószátyár ügyfelek a könyvtáros értékes munkaidejét vesztegetik.

Voltak kifejezetten kellemetlen alkalmak is. A fiatalok közül néhányan csak szórakozás vagy idegesítés céljából küldtek üzenetet, és olyan kérdéseket tettek fel, hogy „Szabad-e rókavadászatot atomfegyvert használni?” Egyes esetekben pedig egyenesen szexuális zaklatás céljára használták fel ezt a lehetőséget. A kérdések jellegét naplózó blogból az is látszik, hogy egyéb „zaj” is volt ezen a csatornán: sok olyan tesztkérdés (pl. „Te tényleg ember vagy?”), amivel csak ellenőrizni akarták a felhasználók, hogy működik-e egyáltalán a szolgáltatás. Mivel nem kötődött a könyvtári környezethez, ez a tájékoztató szolgálat kontextus nélküli lett és időnként teljesen célt tévesztett.

Ugyanakkor sok felhasználó valóban rövid kérdés-felelet beszélgetést kezdeményezett. Pontos kérdésük volt és megelégedtek a kapott rövid válasszal. Ám a használt médium sajátosságai befolyásolták azt, ahogy a tájékoztató könyvtárosok ezt a számukra jól ismert feladatot megoldották. A ha-

gyománys referenzszolgálat alapját a könyvtár törzsgyűjteményében levő kézikönyvek és más, megbízható információforrások jelentik. A Need2Know viszont nem egy hagyományos könyvtári tájékoztatás volt. Természetesen a könyvtárosok a nyilvános online források (pl. Google, Wikipédia) mellett hozzáfértek az előfizetett adatbázisokhoz is, de az azonnali üzenetküldésnél nincs idő arra, hogy összehasonlítsák a különböző alternatívákat és kiválasszák az adott témában a legjobbat. Ennek ellenére a kérdezők rendszerint elégedettek voltak. Az IM kapcsolatok rövidek és gyakran a gépen végzett egyéb tevékenységeik mellett intézik őket az emberek. Nem is várnak gondosan megfogalmazott feleleteket és további tanácsokat, csak gyors és egyszerű válaszokat. Érdekes módon sok olyan kérdés volt, amelyekre a kérdezők maguk is könnyen megtalálhatták volna a választ a Google-t használva, de mégis inkább az emberi segítséget választották. Ez a könyvtárosokra nézve pozitívum. Ugyanakkor ilyen esetekben háttérbe szorul a könyvtárosság valódi célja: segíteni az ügyfelet az információkeresési folyamatban, és a tájékoztató szakemberből csak „élő Google” lesz.

2006 októberétől 2007 februárjáig mintegy hétszáz üzenet érkezett, az utolsó hetekben már néha óránként 5-10. A blogban ezekből 611 kérdést regisztráltak, melyek többsége (397) ilyen egyszerű és konkrét volt: „Mi Bulgária fővárosa?”, „Mikor született Hitler?”, „Hány csontja van egy kutyának?”, „Hogyan gyógyítható a Chlamydia?”, „Mi Goofy spanyol neve?” A kérdések egy része személyes jellegű érdeklődés volt, másokat a házi feladatok indukáltak. Sok kérdés jött a popzenei előadókkal és a CD-lemezekkel kapcsolatban is – ami a tinédzserek tipikus érdeklődési köre. A bonyolultabb kérdések (89 db) mögött általában komolyabb motiváció állt, például iskolai feladatok („Afrikai ősi kultúrái”, „Henrik Pontoppidan író élete”, „az embercsempészet”, „a Föld tömegének kiszámítása”, „a kormány menekültügyi politikája” stb.). Ezeknél szinte mindig hosszabb válaszra és internetes vagy könyvtári források ajánlására volt szükség. A kérések harmadik csoportja (88 db) egy konkrét könyv vagy egyéb dokumentum hozzáférhetőségére vonatkozott. A negyedik kategóriába (14 db) azokat az eseteket sorolták, amikor valaki a kereséshez kért segítséget. És végül az ötödik csoportba (23 db) az állampolgári vonatkozású érdeklődések kerültek, például továbbtanulási lehetőségek, vagy labbertámogatás igénylése.

A kérdések 65 százaléka esett az első kategóriába, vagyis amikor csak rövid választ, konkrét adatot kért a felhasználó, amit akár maga is könnyen megtalálhatott volna az interneten. Hogy ilyen magas volt ennek a kérdéstípusnak az aránya, azt az magyarázhatja, hogy a Need2Know nem egy könyvtári környezetben jelent meg, ahová az emberek általában bonyolultabb problémákkal fordulnak, hanem csak egyszerűen arra biztatta a Messenger használóit, hogy „kérdessenek bármit”. Ezt a tapasztalatot kétféleképpen értékelhetjük:

- Sikerült több száz fiatal elérni egy szolgáltatással, akik inkább az emberi segítséget választották a Google helyett és elégedettek voltak a válasszal, vagyis a könyvtárak egy „piaci résre” bukkantak.
- Az erőforrások vesztegetése, ha jól képzett könyvtárosok élő keresőgépekként működnek. A „keresztretjvény”-szintű kérdések megválaszolása helyett a könyvtáraknak a valódi referenzkérdésekre kell figyelmet fordítaniuk, amelyek ennél a kísérletnél 35 százalékot tettek ki.

Minden könyvtár maga döntheti el – humán erőforrásainak függvényében –, hogy melyik tanulságot szűri le a kettő közül. Az aalborgi kísérletben részt vevő könyvtárak maguk is értékelték a projektet, és végül is sikeresnek nyilvánították négy okból:

1. Sikerült kimutatni egy létező információs igényt. 700 ember regisztrált felhasználóként, és a szolgáltatás élénk forgalmat okozott.
2. A könyvtárosok olyan csoporttal kerültek kapcsolatba (tinédzserek), akik nem gyakori könyvtárhasználók.
3. Kiderült, hogy az IM eszközökkel hasznos könyvtári szolgáltatást lehet működtetni.
4. A könyvtári dolgozók új számítástechnikai és kommunikációs képességekre tettek szert a tesztidőszak alatt.

A részt vevő könyvtárosok nem panaszkodtak, illetve nem voltak szkeptikusak ezzel az „élő Google” szerepkörrel kapcsolatban. Számukra minden kérdésnek volt értelme és a pozitív élmények túlsúlyban voltak a problematikusakhoz képest. Minden újszerűsége ellenére a Need2Know a hagyományos megközelítésen alapult: a könyvtárosok voltak a keresők és a felhasználók a válaszok passzív címzettjei, tehát ez a modell nem használta ki a web 2.0-ás közösségeknek azt a jellemzőjét, hogy a résztvevők maguk is előállítanak, megtalálnak, válogatnak, értékelnek, tárolnak, címkéznek, megosztanak és terjesztenek informá-

ciókat. Sikerült viszont eljuttatni egyfajta könyvtári szolgáltatást a fiatalok mindennapos információk környezetébe, vagyis az azonnali üzenetküldő rendszerek egyikébe.

Irodalom

- [1] LANKES, R.D. – SILVERSTEIN, J.L. – NICHOLSON, S. – MARSHALL, T.: Participatory networks: the library as conversation. = Information Research, 12. köt. 4. sz. 2007.
<http://informationr.net/ir/12-4/colis/colis05.html>
- [2] BORDEWIJK, J.L. – KAAM, B.V.: Towards a new classification of tele-information services. = Inter Media, 14. köt. 1. sz. 1986. p. 16–21.

- [3] TREDINNICK, L.: Digital Information Culture: The Individual and Society in the Digital Age. Oxford, Chandos Publishing, 2008.
- [4] COYLE, K.: The library catalog in a 2.0 world. = The Journal of Academic Librarianship, 33. köt. 2. sz. 2007. p. 289–291.
- [5] Mediapro Final Report. The appropriation of media by youth. A European research project, with the support of the European Commission. 2006.
<http://www.mediapro.org/publications/finalreport.pdf>

/NIELSEN, Hans Jørn: Library communication outside a library context: instant messaging as library service. = New Library World, 110. köt. 5–6 sz. 2009. p. 237–248./

(Drótos László)

A British Library: változtatások a dokumentumszolgáltatásban

A *British Library (BL)* a világ egyik legnagyobb és legismertebb kutatókönyvtára, az Egyesült Királyság nemzeti könyvtára. Köteles példányként megkapja az Egyesült Királyság és Írország minden kiadványát. Gyűjteményei mintegy 150 millió tételt számlálnak, az éves gyarapodásuk 3 millió. Köteles példányként beszerzett állománya csak helyben használható, a dokumentumszolgáltatás alapját külön – évi legalább 10,5 millió fontért vásárolt és előfizetett – gyűjteményei adják.

Dokumentumszolgáltatás, változó piac és a „long tail”¹

A BL dokumentumszolgáltatása 2001-ben érte el a legnagyobb forgalmat, akkor 3,8 millió kérést teljesítettek. 2007-ben ez a szám már csak 1,6 millió volt, ami 50%-os csökkentést jelent. A jelenség okai sokrétűek. Megváltozott az információ előállítása és elérhetősége, új kiadói csomagok és beszerzési módok jelentek meg: pay-per-view (használat utáni fizetés), e-könyv, nyílt hozzáférés; a kutatók is „jobban értenek” az internethez, digitális írástudásuk révén könnyen hozzáférnek a kutatókhoz szükséges anyagokhoz.

A kéréseknek nemcsak a mennyisége csökkent, de az összetétele is. Régebben nagyrészt főleg a legutolsó két év anyagából kértek másolatokat, most már 50%-nál több az utolsó 5 év terméséből kerül ki. A cikkek iránti kereslet megnőtt, amihez a

kiadók is alkalmazkodtak: a közvetlen kiszolgálással sokszor gyorsabbak és olcsóbbak, mint a BL. A BL új utakat keres: át kell csoportosítania erőforrásait a kérések csökkenése miatt, más tevékenységekkel és szolgáltatásokkal kell új bevételi forrásokat találnia. A jelen azt mutatja, hogy a „long tail” felé kell elmozdulni, és a könnyen elérhető, de drága kiadói csomagok előfizetését át kell gondolni.

Válasz a kihívásokra

A dokumentumszolgáltatás iránti igény csökkenése átalakította a munkát: kevesebben végzik ezt a tevékenységet és másképp: most már nem másolják a cikkeket, hanem szkennelik, és az anyag több mint 50%-át a biztonságos elektronikus úton

¹Long tail = **hosszú fark** közgazdaságtani fogalom, mely az internetes kereskedelem árubőségét írja le: a hagyományos áruházak kevés fajtájú, de nagy mennyiségben árusítható tömeg- vagy sikertermékével ellentétben azoknak a kis mennyiségben eladható, de nagy sokféleségben rendelkezésre álló termékeknek a gyűjtőfogalma, melyek a hagyományos kereskedelem korszakában nem volt esélyük a piacra jutásra (nem tudták velük elérni a gazdaságos tömegtermelést), a korszerű információtechnológiai megoldásokkal (például a digitalizálható termékek: könyveknél, filmeknél, zenéknél a digitalizált formában történő tárolás majd igény szerinti történő letöltés vagy kinyomtatás) viszont megtalálják kisszámú, szétszórtan elhelyezkedő fogyasztóikat, akár a világ túloldalán is. (Wikipédia szócikk. A ref.)

(DRM) továbbítják. Ezen felül a BL a dokumentumszolgáltatás jelenlegi működési modelljét is át kívánja alakítani a költséghatékonyság és a gyorsaság érdekében.

A dokumentumszolgáltatás új modelljei

Az eddig elvégzett változtatások ellenére az alapvető üzleti költségek megmaradtak és ez arra ösztönzi a BL-t, hogy dokumentumszolgáltatását alapjaiban változtassa meg: új modellt alakítson ki. A mostani modell bürokratikus, sok adminisztrációval jár a bonyolult árképzés miatt. Nem veszi figyelembe a kérések milyenségét és módját. Nem határozható meg vele az éves igények és ezért az erőforrás-gazdálkodás sem hatékony.

Két modell bevezetését mérlegelik:

1. Mennyiségtől függő éves előfizetés.
2. Két sávós árképzés a rendelés minőségének és módjának függvényében.

Éves előfizetés, sávós árazás

Az éves előfizetés nem új találmány, és sok ügyfelük számára, közöttük különösen a felsőoktatásnak ez a modell előnyös lenne a tanévhez igazítható pénzügyi tervezés, nyilvántartás szempontjából.

Például minden egyetem év elején kijelölhetné a számára megfelelő fizetési keretet, de lenne lehetősége ezt évközben növelni, ha szüksége van rá. Az egyetem év elején kapna egy számlát, a másodikat pedig év végén, ha túllépte a keretét. Az előfizetéseket évekkel előre egyeztetethetnék, és a többet rendelő egyetemek kedvezményt is kapnának.

A sávós árazást már számos nemzeti és kereskedelmi dokumentumszolgáltató alkalmazza: a jól azonosítható kérésekért kevesebbet kérnének, mint azokért, amelyek további nyomozást követelnek. A BL-be ugyanis a nagyszámú ügyféltől igen sokféle kérés érkezik. Ha azonban ilyen sávós árképzést vezetnek be, az állomány elérhetőségét, lekérdezhetőségét javítaniuk kell több különféle dokumentumszolgáltató és kereső platform bevezetésével.

Szolgáltatás és termékfejlesztés

A BL sok időt fordít annak feltérképezésére, hogyan használhatja fel és kamatoztathatja más mó-

dokon erőforrásait, gyűjteményeit, digitalizálási tudását. A jelenlegi legnagyobb ügyfelek, a brit felsőoktatás és a nemzetközi gyógyszerészeti cégek kiszolgálásában fellelhető hiányosságaiak felkutatásával kezdték ezt a feltáró munkát.

Új fejlesztések az Egyesült Királyság felsőoktatásával együttműködve

1. *Felsőoktatási Szkenelő Szolgáltatás (Higher Education Scanning Service = HESS)*. A *Szerzői Jogi Ügynökség (Copyright Licensing Agency = CLA)* és a felsőoktatási szkennelő jogosítványával rendelkező intézmények a tagjai, a BL gyűjteményeit és digitalizáló tudását hasznosíthatják elektronikus tananyagaikban, és az e-tanulásban nem titkosított PDF fájlok révén.
2. *Elektronikus Dolgozatok Online Szolgáltatása (Electronic Thesis Online Service = ETHOS)*. A *JISC (Joint Information Systems Committee)*, az *Egyetemi Kutatókönyvtárak Konzorciuma (Consortium of University Research Libraries = CURL)* és a projekt többi tagjának célja az Egyesült Királyság vezető helyének megőrzése a világon az elektronikus disszertációk szolgáltatásában.
3. *Egyesült Királyságbeli Kutatások Megőrzője (UK Research Reserve = UKRR)*. A projekt révén a felhasználók számára kutatások anyagai biztonságos elektronikus úton (DRM) válnak elérhetővé. Hat egyetem és a BL a tagjai.

Gyógyszerészeti szektorral közös fejlesztések

A BL aktívan együttműködik számos gyógyszerészeti céggel azok könyvtári tevékenységeinek átvállalására, ugyanis e cégek könyvtári helyiségeiket más célokra akarják hasznosítani. Kiszervezhető tevékenység például egyedi kutatási jelentések másolása, cikkek elérhetővé tétele.

Szolgáltatások a kiadóknak

1. *Visszamenőleges digitalizálás*. Különböző projekteknél a BL kiadóknak végez digitalizálást, mert megvan az állománya és rendelkezik a szükséges szaktudással. Legutóbbi példa az

Emerald kiadónak négy hónap alatt elvégzett 600 000 oldalas digitalizálás.

2. Kiadók számára *archiválás és megőrzés*. A digitális archiválás és a repozitóriumszolgáltatás a kiadó számára pótlólagos biztonságot nyújt digitális anyagaik tárolásában.

/PFLEGER, Mat: *The British Library: the changing face of document supply*. = *Interlending & Document Supply*, 36. köt. 3. sz. 2008. p. 132–134./

(*Burmeister Erzsébet*)

IFLA hírek

IFLA-kongresszusok

Nincs változás az IFLA soron következő könyvtári és információs világtalálkozóinak rendezésében: 2009. augusztus 23–27. Milano, (téma: A könyvtárak a digitális örökségre építve formálják a jövőt); 2010: Brisbane (téma: Elkötelezve, átfogóan, feljogosítva); 2011: Puerto Rico.

A 2009-es IFLA-kongresszus szatellitkonferenciái

2009. aug. 18–20. Bologna, Továbbképzési Szekció. Téma: A könyvtáros és információs szakma megújításának stratégiai (generációk közötti együttműködés, mentorálás, kommunikációs készségek, szervezeti keretek, a szervezetben belüli gátak kezelése).
2009. aug. 19–20. Firenze, Technológiai Szekció. Téma: A technológia legújabb trendjei (Web 2.0, szemantikus web, keresési technológia).
2009. aug. 19–20. Róma, Olvasási és Gyerekkönyvtáros Szekció. Téma: A könyvtárak, mint nemzeti olvasási projektek és programok partnerei.

2009. aug. 19–21. Torino, Közkönyvtári, Könyvtár-építési, Könyvtártudományi, Menedzsment és Felsőoktatási Könyvtári Szekciók közösen. Téma: A könyvtár mint tér és hely.
2009. aug. 20–21. Firenze. Osztályozási és indexelési Szekció. Téma: A múlt áttekintése és felkészülés a jövőre.

IFLA Könyvtári és Információs Világtalálkozó

Az IFLA 75. közgyűlését 2009. augusztus 23–27-én tartják Milánóban. A szakmai program részleteiről az *IFLA Journal* jelen száma tájékoztat.

Új tagok

Az IFLA-hoz 37 új tag csatlakozott: a Szerb Könyvtárosok Társasága, 15 intézmény, 2 iskolai könyvtár és 21 személyes tag.

//*IFLA Journal*, 35. köt. 1. sz. 2009. p. 63–74./

Összeállította: Papp István