

STOWARZYSZENIE BIBLIOTEKARZY POLSKICH  
INSTYTUT INFORMACJI NAUKOWEJ  
I STUDIÓW BIBLIOLOGICZNYCH  
UNIWERSYTETU WARSZAWSKIEGO



# ZAGADNIENIA INFORMACJI NAUKOWEJ

**STOWARZYSZENIE BIBLIOTEKARZY POLSKICH**

**INSTYTUT INFORMACJI NAUKOWEJ  
I STUDIÓW BIBLIOLOGICZNYCH  
UNIWERSYTETU WARSZAWSKIEGO**

**ZAGADNIENIA  
INFORMACJI NAUKOWEJ**

WYDAWNICTWO



**WARSZAWA 2008**

**NR 1 (91)**

**RADA REDAKCYJNA**

Wiesław BABIK, Ewa BARTECZKO, Marcin DRZEWIECKI (Przewodniczący), Jerzy FRANKE, Halina GANIŃSKA, Ewa KOBIERSKA-MACIUSZKO, Mieczysław MURASZKIEWICZ, Hanna POPOWSKA, Aleksander RADWAŃSKI, Jadwiga SADOWSKA, Marta SKALSKA-ZLAT, Mieczysław SZYSZKO, Jan WOŁOSZ, Jadwiga WOŹNIAK-KASPEREK, Elżbieta Barbara ZYBERT

**Dofinansowano przez Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego**

**REDAKCJA**

Bożenna BOJAR, redaktor naczelny  
Zina JARMOSZUK (email: kj@sferia.net), sekretarz redakcji

**Recenzent numeru**

Wiesław Babik

**Tłumaczenie tekstów**

Małgorzata Kisilowska

**Korekta**

Jadwiga Krężlewicz

PL ISSN 0324-8194

**WYDAWNICTWO**



**Dyrektor**

Janusz Nowicki

**Zawartość tego czasopisma jest dokumentowana m.in. w „Library and Information Science Abstracts” oraz „Knowledge Organization”.**

Adres Wydawnictwa:  
ul. Konopczyńskiego 5/7  
00-335 Warszawa  
tel. 0-22 827-52-96

**PRENUMERATA I SPRZEDAŻ**

Dział Promocji i Kolportażu SBP  
Al. Niepodległości 213, 02-086 Warszawa, tel. 0-22 825-50-24

Wydawnictwo SBP - Warszawa 2008. Nakład 400 egz.

Ark. wyd. 8,0 Ark. druk. 7,25

Skład i łamanie: Krzysztof Brawiński

Druk i oprawa: Z.P. Poligrafia

ul. Smulikowskiego 6/8, 00-389 Warszawa

## STRATEGIE TERMINOLOGICZNE

**Jacek Tomaszczyk**  
**Instytut Bibliotekoznawstwa**  
**i Informacji Naukowej**  
**Uniwersytet Śląski**

*strategie terminologiczne, zarządzanie terminologią*

### **Rola terminologii w komunikacji naukowej**

W społeczeństwie wiedzy, charakteryzującym się powszechnym wykorzystaniem technologii informacyjno-komunikacyjnych w celu gromadzenia, przechowywania i udostępniania (przekazywania) informacji, które po umieszczeniu w odpowiednim kontekście stają się wiedzą lub - według innej teorii - są wiedzą empiryczną (Zins, 2007, s. 242), szczególny nacisk kładzie się na efektywną komunikację naukową. Aby proces komunikacji przebiegał prawidłowo, nadawca i odbiorca komunikatu muszą posługiwać się zrozumiałym kodem (językiem), w którym ten komunikat jest nadawany. W komunikacji naukowej, nastawionej na przekaz wiedzy szczególną rolę pełni terminologia - „wyrazy lub połączenia wyrazowe o specjalnym, konwencjonalnie ustalonym znaczeniu naukowym, technicznym, zawodowym” (Słownik..., 1981, s. 496).

Transfer wiedzy nie będzie przebiegał prawidłowo, gdy nadawca komunikatu, mimo posługiwania się wspólnym językiem etnicznym z odbiorcą, będzie używał terminologii niezrozumiałej dla odbiorcy. Środkiem komunikacji wiedzy jest terminologia, która, stanowiąc jej reprezentację, zbiera, grupuje i systematyzuje pojęcia z danej dziedziny wiedzy, umożliwiając w ten sposób określenie zakresu dziedziny wiedzy, tworzenie oraz transfer wiedzy w obrębie tej dziedziny i między dziedzinami. „W komunikacji specjalistycznej - werbalnej lub pisemnej - pojęcia są najmniejszymi jednostkami używanymi do komunikacji wiedzy i informacji specjalistycznej. Jednostki te mogą być reprezentowane przez terminy wyrażone słowami, przez znaki niewerbalne, znaki alfanumeryczne, ciągi znakowe oraz inne formy hybrydowe. Komunikacja specjalistyczna zawsze obejmuje transfer wiedzy, który z kolei wymaga reprezentacji wiedzy” (Galiński; Picht, 1997, s. 42).

Rozumiejąc znaczenie terminologii oraz potrzebę jej organizacji, w 2005 r. UNESCO opublikowało opracowany przez Infoterm<sup>1</sup> dokument zatytułowany *Guidelines for Terminology Policies. Formulating and implementing terminology policy in language communities (Wytyczne dla strategii terminologicznych. Tworzenie i wdrażanie strategii terminologicznej we wspólnotach językowych)* (Guidelines for Terminology..., 2005). Dokument jest adresowany do wszystkich osób i instytucji, które w różnych celach chcą planować, tworzyć i wdrażać **strategię terminologiczną**, rozumianą jako **świadome, systematyczne i kontrolowane rozwijanie (tworzenie, utrzymanie i wdrażanie) terminologii, stosownie do potrzeb i wymagań określonej grupy użytkowników** (Guidelines for Terminology..., 2005, s. 1). Strategia terminologiczna nie ogranicza się wyłącznie do oddziaływania na językową formę reprezentacji pojęć, lecz uwzględnia również inne sposoby reprezentacji wiedzy, takie jak wykresy, formuły, rysunki, schematy, animacje etc. Planowanie i wdrażanie terminologii może być realizowane przez szereg autorytatywnych instytucji w postaci rozporządzeń, wytycznych, deklaracji, rekomendacji, ustaw, obejmując swoim zasięgiem różne poziomy: ogólnonarodowy, regionalny, wspólnoty językowej, lokalny, instytucjonalny lub ograniczony do jednej organizacji (przedsiębiorstwa). Planowanie terminologii jest procesem złożonym, na który wpływ mają czynniki etnolingwistyczne, kulturowe, demograficzne, społeczno-polityczne, psychologiczne, ekonomiczne i prawne. Z tego względu ważne jest, aby wiele ośrodków podjęło współpracę nad opracowaniem jednej strategii terminologicznej, której efektem były spójne działania nad systematycznym gromadzeniem, harmonizacją, tworzeniem i wdrażaniem terminologii.

## Obszary zastosowania terminologii

Terminologia stanowi podstawę reprezentacji wiedzy specjalistycznej i pojawia się wszędzie tam, gdzie wiedza jest (Guidelines for Terminology..., 2005, s. 2):

- generowana (prace badawczo-rozwojowe),
- wykorzystywana (teksty specjalistyczne),
- gromadzona i przetwarzana (bazy danych),
- przekazywana (nauczanie, szkolenia),
- wdrażana (technologia, transfer wiedzy),
- tłumaczona na różne języki.

Do przykładowych obszarów wykorzystania terminologii należą: działalność normalizacyjna, opracowywanie dokumentacji technicznych, tworzenie bazy wiedzy, reklama i marketing, nauczanie na odległość, tłumaczenia automatyczne i wspomagane komputerowo, usługi lokalizacyjne i tłumaczeniowe, zapewnianie wielojęzycznego dostępu do systemów informacyjnych, wyszukiwanie informacji oraz różne formy wymiany myśli naukowej, wiedzy i technologii.

Na podstawie tych przykładów można zauważyć, że trudno byłoby wskazać taki obszar działalności człowieka, w którym nie pojawia się potrzeba posługiwania się terminologią. Społeczeństwa posługujące się językiem,

<sup>1</sup> International Information Centre for Terminology (Międzynarodowe Centrum Terminologiczne) - organizacja założona przez UNESCO w 1971 r., której celem jest wspieranie i koordynacja międzynarodowej współpracy w zakresie terminologii.

w którym nie rozwinęła się terminologia, są zmuszone do wykorzystywania w komunikacji naukowej innych, bardziej rozwiniętych języków. Taka sytuacja pociąga za sobą różne konsekwencje. Braki terminologiczne przede wszystkim opóźniają transfer wiedzy i technologii, co skutkuje powiększającą się różnicą w poziomie rozwoju społeczeństw. Bariera terminologiczna nie tylko hamuje komunikację specjalistyczną, ale również utrudnia korzystanie z nowych technologii informacyjno-komunikacyjnych. Nie bez znaczenia jest także fakt, że niekontrolowane przejmowanie do języka rodzimego terminologii z innych języków niekorzystnie wpływa na czystość języka ojczystego, a przez to może przyczyniać się do utraty poczucia przynależności kulturowej i narodowej, a w skrajnych przypadkach nawet do wymarcia języka. Opublikowane przez UNESCO strategie terminologiczne, opracowane z myślą o szeroko rozumianej organizacji terminologii, znalazły już także praktyczne zastosowanie w ochronie języków narodowych, takich jak irlandzki (Ni Ghearrain, 2008) i walijski (Guidelines for the Standardization..., 2007).

## Planowanie terminologii

Planowanie terminologii polega na świadomym i systematycznym rozwijaniu języka specjalistycznego w celu zapewnienia efektywnej komunikacji w obrębie danej dziedziny. Mimo iż język rozwija się w sposób naturalny, możliwe jest ukierunkowanie tego rozwoju tak, aby nowe pojęcia były wyrażane przez terminy, tworzone zgodnie z obowiązującymi zasadami przyswajania terminologii takimi jak: jednoznaczność, zwięzłość, produktywność, stałość i powszechność (Lukszyn; Zmarzer, 2001, s. 92). Istnieje wiele procesów, dzięki którym można tworzyć nowe jednostki terminologiczne:

- derywacja (tworzenie wyrazów przez dodanie do podstawy słowotwórczej formantów, na przykład przyrostków i przedrostków),
- złożenia (tworzenie wyrazów z rdzeni innych wyrazów),
- tworzenie skrótowców (tworzenie wyrazów przez skrócenia jednego wyrazu lub grupy wyrazów),
- konwersja (zmiana kategorii gramatycznej wyrazu bez zmiany jego formy),
- terminologizacja (przypisanie nowego, specjalistycznego znaczenia istniejącemu słowu z języka ogólnego),
- zapożyczenia (przejęcie wyrazów z innego języka).

Potrzeba tworzenia terminów pojawia się w wyniku powstawania pojęć reprezentujących nowe przedmioty, narzędzia, procesy, zjawiska, czynności, a także zastępowania istniejących terminów nowymi, które lepiej oddają istotę pojęcia. Na przykład wskutek rozwoju technologicznego w ciągu kilkunastu czy nawet kilku lat może zmienić się zakres pojęcia, co spowoduje dezaktualizację terminu i konieczność jego zmiany.

W planowaniu terminologii kluczową rolę odgrywa normalizacja. Zastosowanie znajdują tutaj normy dotyczące zarówno ogólnej działalności terminologicznej<sup>2</sup>, niezależnej od dziedziny, dla której opracowywana jest terminologia, jak i normy terminologiczne dla poszczególnych dziedzin.<sup>3</sup> Integralną częścią

<sup>2</sup> Na przykład norma PN-ISO 704:2005 *Działalność terminologiczna - Zasady i metody*.

<sup>3</sup> Na przykład norma PN-ISO 5127:2005 *Informacja i dokumentacja - Terminologia*.

normalizacji jest harmonizacja pojęć - „działanie mające na celu zmniejszenie lub wyeliminowanie nieznacznych różnic między dwoma pojęciami lub między większą liczbą pojęć ściśle powiązanych ze sobą” (PN-ISO 860:1998, Roz. 3.1.) - oraz harmonizacja terminów - „działania prowadzące do wyrażenia jednego pojęcia w różnych językach takimi terminami, które zawierają te same lub podobne cechy albo mają te same lub minimalnie różniące się formy” (PN-ISO 860:1998, Roz. 3.2). Działalność normalizacyjna, realizowana w Polsce przez Komitet Techniczny 256 ds. Zasad i Metod Działalności Terminologicznej oraz inne dziedzinowe komitety techniczne (np. KT 242 ds. Informacji i Dokumentacji, obejmujący m.in. informację naukową i bibliotekoznawstwo) ma istotny wpływ na porządkowanie i standaryzację terminologii, poprawiając jakość procesu komunikacji naukowej.

## Zarządzanie terminologią

Normalizacja, będąc podstawą działalności terminologicznej, nie zaspokaja w pełni potrzeb użytkowników używających terminologii w pracy zawodowej lub naukowej. Wysoka cena norm<sup>4</sup>, zakaz ich kopiowania oraz fakt, że tylko nieliczne biblioteki posiadają je w swoich zbiorach, nie sprzyja powszechnemu wdrażaniu terminologii. Poza tym należy pamiętać, że indywidualny użytkownik ma jedynie możliwość korzystania wyłącznie z norm w formie tradycyjnej (drukowanej), ponieważ dostęp do systemów informacyjnych udostępniających normy w postaci elektronicznej kosztuje kilka tysięcy dolarów rocznie (IHS Inc. - Engineering..... 2008). Korzystanie nawet z formy elektronicznej normy pozwala jedynie na wyszukiwanie terminów według haseł i słów tworzących definicję. To zdecydowanie za małe możliwości wyszukiwawcze, biorąc pod uwagę ilość informacji, jaka może być dostępna w systemie terminologicznym. Z tego powodu terminologia wymaga odpowiedniego podejścia - zarządzania terminologią. Pod tym pojęciem rozumie się następujący zespół czynności (Tomaszczyk, 2007, s. 204):

- gromadzenie terminów,
- wyodrębnienie terminów synonimicznych i terminów mających różne warianty pisowni,
- wybór terminów preferowanych,
- ustalenie znaczenia terminów, zredagowanie definicji, wyjaśnień lub zakresu użycia,
- w przypadku wielojęzycznego systemu terminologicznego przyporządkowanie terminom ich ekwiwalentów w innych językach,
- ustalenie relacji między terminami (nadrzędności, podrzędności, kojarzeniowych),
- przypisanie terminom odpowiednich kategorii (tematycznych lub korporacyjnych),
- wprowadzanie terminów do terminologicznej bazy danych,
- ustalenie formatu wyświetlania danych terminologicznych,
- przetestowanie systemu: sprawdzenie poprawności definicji, relacji, kategorii i odsyłaczy zarówno do terminów preferowanych, jak i do terminów niepreferowanych (synonimów lub quasi-synonimów),

<sup>4</sup> Na przykład norma PN-ISO 5127:2005 *Informacja i dokumentacja - Terminologia*, licząca 49 stron, kosztuje 68,50 zł, czyli tyle, ile kilkusetstronicowa książka w twardej oprawie.

- udostępnienie bazy użytkownikom,
- utrzymanie i aktualizacja bazy, czyli usuwanie niepotrzebnych terminów, modyfikacja istniejących oraz tworzenie nowych terminów, definicji i relacji.

Aby efektywnie zarządzać terminologią, w tym zwiększyć możliwości wyszukiwawcze, dane terminologiczne wchodzące w skład systemu terminologicznego powinny mieć odpowiednią strukturę. Najczęściej zbiór atrybutów opisujący terminy przedstawia się następująco (Wright; Budin, 2001, s. 601):

- 1 termin,
- 2 wybrane informacje gramatyczne,
- 3 skrót,
- 4 synonimy,
- 5 klasyfikacja przedmiotowa lub kategoria,
- 6 definicja,
- 7 termin szerszy,
- 8 termin węższy,
- 9 termin kojarzeniowy,
- 10 numer terminu,
- 11 twórca rekordu terminologicznego,
- 12 data utworzenia rekordu terminologicznego,
- 13 data aktualizacji rekordu terminologicznego,
- 14 źródło pochodzenia terminu,
- 15 kontekst,
- 16 uwagi na temat użycia terminu,
- 17 status terminu (np. czy termin jest proponowany, czy zatwierdzony),
- 18 warianty pisowni i użycia terminu,
- 19 ekwiwalenty w innych językach (tłumaczenia).

Jeśli dane opisujące terminy będą gromadzone w odpowiednio zaprojektowanym systemie bazy danych, wówczas będzie można wyszukiwać informacje za pomocą instrukcji wyszukiwawczej, w której każdy atrybut może stanowić kryterium wyszukiwawcze. Dzięki temu wyszukamy informacje na przykład o terminach, które nie zostały jeszcze zatwierdzone (mające status propozycji), terminach niebędących w żadnej relacji z innymi terminami lub terminach pochodzących z poszczególnych źródeł (np. znalezienie terminów, które zostały wprowadzone do bazy ze źródeł autorytatywnych lub z kwerend użytkowników). Zastosowanie systemów baz danych umożliwia także różnorodną prezentację danych terminologicznych, automatyczne generowanie glosariuszy, słowników wielojęzycznych, tezaurusów dziedzinowych oraz prowadzenie badań naukowych nad istotą i rozwojem terminologii danej dziedziny.

## **Przygotowanie, formułowanie i wdrażanie strategii terminologicznych**

Regulacje dotyczące terminologii mogą stanowić część szerszej strategii działalności różnych instytucji (kulturalnych, oświatowych, naukowych). Niestety, ich praca na ogół nie jest skoordynowana, co skutkuje fragmentarycznymi, niespójnymi i czasami sprzecznymi działaniami. Niezbędna jest tutaj pewna synchronizacja, unifikacja i harmonizacja mająca na celu poprawę efektywności działalności tych instytucji przez tworzenie i korzystanie ze wspólnych zasobów oraz opracowywanie i finansowanie projektów pozwalających



na realizację wspólnych celów. W tym miejscu pojawia się ważne pytanie: kto powinien podjąć się opracowania i wdrożenia strategii terminologicznej i co powinien zrobić, aby to przedsięwzięcie zakończyło się sukcesem. Najlepszym kandydatem do takich działań wydaje się osoba, która zajmuje się terminologią (może to być także tłumacz), zna podstawowe metody i narzędzia wykorzystywane w działalności terminologicznej oraz posiada wiedzę na temat planowania strategicznego i procesów zarządzania projektami. Bez względu na to, kto zostanie koordynatorem projektu, niezbędna będzie ścisła współpraca między specjalistami dziedzinowymi, terminologami, językoznawcami, tłumaczami i wykładowcami. Koordynator powinien rozpocząć swoją pracę od zadania sobie następujących pytań (Dramę, 2006):

- Jak stworzyć środowisko społeczne, wspierające strategię terminologiczną?

- Jak zidentyfikować cele, potrzeby, pojęcia i zasięg strategii terminologicznej?

- Jak wygląda praca nad formułowaniem i wdrażaniem strategii terminologicznej?

- Jak znaleźć i zaangażować wszystkie niezbędne grupy osób zainteresowanych strategią terminologiczną, aby uzyskać i wykorzystać ich wsparcie?

- Jak sprawdzić, czy opracowana strategia jest poprawnie realizowana?

Każda strategia terminologiczna jest opracowywana z myślą o konkretnych potrzebach określonej grupy użytkowników i zależy od środowiska, w którym jest wdrażana, oraz od osób, które ją realizują. Z tego powodu nie jest możliwe stworzenie jednego, uniwersalnego, szczegółowego modelu planowania i wdrażania terminologii, który odpowiadałby potrzebom wszystkich użytkowników.<sup>5</sup>

Infoterm, opierając się na doświadczeniach w formułowaniu narodowych strategii informacyjnych, opracował na zlecenie UNESCO ogólne wytyczne dotyczące przygotowywania, formułowania i wdrażania strategii terminologicznych, proponując czteroetapowy model działania (Guidelines for Terminology, 2005, s. 22-31).

## **Etap I - Przygotowania**

Ten etap obejmuje następujące czynności:

1. Zbadanie środowiska językowego i zapoznanie się z obowiązującymi w nim regulacjami prawnymi i urzędowymi (ustawami, wytycznymi, dekrétami etc).

Rezultatem tych działań powinno być zidentyfikowanie osób, firm i instytucji, które są zainteresowane organizacją terminologii. Zebrane informacje mają na celu podkreślenie potrzeby opracowania narodowej strategii terminologicznej, ocenę stopnia świadomości istnienia tej potrzeby u różnych grup użytkowników oraz wskazanie luk i niespójności w istniejących strategiach realizowanych przez różne instytucje i organizacje. Efekt końcowy tej czynności to sporządzenie dokumentów, które powinny zawierać: zwięźle określony cel tworzenia strategii terminologicznej, informacje o warunkach kulturowych, społecznych, ekonomicznych i administracyjnych społeczności, dla której ma być opracowywana ta strategia, ocenę zasobów językowych i terminologicz-

<sup>5</sup> Dlatego mówi się o strategiach terminologicznych, a nie o strategii terminologicznej.

nych, wykaz instytucji zajmujących się terminologią wraz z zakresem ich działania, informacje na temat użytkowników terminologii i ich potrzeb oraz ocenę obecnej działalności terminologicznej na poziomie lokalnym i krajowym.

2. Przeprowadzenie działań mających na celu wzbudzenie świadomości językowej i uzyskanie oficjalnego poparcia dla tych działań.

Nie będzie można opracować i wdrożyć strategii terminologicznej bez wsparcia ze strony użytkowników, instytucji i organizacji (rządowych i pozarządowych). Dlatego ważne jest, aby przeprowadzić działania, które będą przedstawiać obecne problemy terminologiczne i przyszłe korzyści wynikające z realizacji tej strategii.

3. Wybranie właściwej metodologii i procedur.

Po dokonaniu analizy potrzeb terminologicznych użytkowników oraz określeniu celu i zakresu projektu, należy wybrać odpowiednią metodologię i sporządzić szczegółowy wykaz procedur niezbędnych do jego realizacji.

4. Przygotowanie wstępnych dokumentów.

Dokumenty będą zawierać syntezę informacji uzyskanych z wcześniejszych działań, zawierając ocenę obecnego stanu działalności terminologicznej w danej społeczności.

5. Zorganizowanie ogólnokrajowych konsultacji.

Planowanie i późniejsze wdrażanie strategii terminologicznej wymaga ciągłych konsultacji ze specjalistami dziedzinowymi, pracownikami administracji, przedstawicielami organizacji biorącymi udział w projekcie oraz użytkownikami reprezentującymi różne grupy zawodowe (tłumaczami, wykładowcami, twórcami dokumentacji technicznych).

## **Etap II - Formułowanie strategii terminologicznej**

W tym etapie należy:

1. Zredagować wstępną wersję projektu.

Należy uwzględnić cele, zakres, zasięg, korzyści oraz instytucje i organizacje zaangażowane w projekt, a także wykazać, że proponowana strategia jest w pełni dostosowana do potrzeb użytkowników i uwzględnia dostępne środki i zasoby przeznaczone na ten cel.

2. Sporządzić plan koordynujący strategię terminologiczną z innymi strategiami, które są w trakcie realizacji lub są zaplanowane do realizacji w przyszłości.

Coraz częściej państwa opracowują i wdrażają różne strategie, np. strategię rozwoju społeczeństwa informacyjnego, edukacji, kultury, technologii, handlu, turystyki etc. Strategia terminologiczna musi być skoordynowana z tymi strategiami, ponieważ będzie korzystać z ich zasobów terminologicznych.

3. Opracować plan wdrożenia projektu.

W planie uwzględnia się metody i techniki osiągnięcia poszczególnych celów, przydział środków finansowych, terminy realizacji zadań oraz procedury kontroli postępu prac.

4. Przedstawić wersję roboczą strategii terminologicznej.

Powinien to być zwięzły opis zaplanowanych działań akcentujący kwestie, które wymagają zaangażowania organów państwowych. Należy położyć szczególny nacisk na mocne i słabe strony obecnego stanu terminologii, aby wyraźnie było widać potrzebę opracowania i wdrożenia strategii terminologicznej.

5. Uzyskać zatwierdzenie ostatecznej wersji projektu.

Projekt powinien zostać oficjalnie zatwierdzony przez odpowiednie władze - ministerstwo, komitet, zarząd organizacji, kierownictwo instytucji etc. Niezbędna jest jego akceptacja przez polityków, ustawodawców, pracowników administracji, osoby kierujące organizacjami pozarządowymi, stowarzyszenia naukowe.

### **Etap III - Wdrażanie strategii terminologicznej**

Ten etap obejmuje następujące czynności:

1. Koordynowanie prac wdrożeniowych.

Koordynacją może zajmować się jedna lub kilka instytucji rządowych, wybrany komitet, instytucja, która podjęta się tego zadania, lub nowa organizacja, powołana w tym celu.

2. Planowanie operacyjne i organizacyjne.

Obejmuje stworzenie mechanizmu koordynacji prac, ustalenie procedur, podzielenie projektu na pojedyncze zadania i przydzielenie właściwych osób do ich realizacji oraz rozdzielenie środków finansowych.

3. Działania promujące strategię terminologiczną.

Wdrażanie strategii terminologicznej musi zyskać szerokie poparcie w społeczeństwie. Wykorzystanie mediów (prasy, lokalnego radia i telewizji), dystrybucja ulotek informacyjnych, organizowanie imprez kulturalnych może znacznie przyczynić się do pogłębiania świadomości roli terminologii w społeczeństwie.

### **Etap IV - Utrzymanie infrastruktury terminologicznej**

Ten etap poświęcony jest zaplanowaniu mechanizmów i procedur, które pozwolą bez przeszkód kontynuować w przyszłości zorganizowaną działalność terminologiczną nawet wówczas, gdy zmienią się warunki, w których funkcjonuje system terminologiczny.

Podsumowując powyższe cztery etapy, można wskazać najważniejsze rzeczy, o których należy pamiętać przy opracowywaniu i wdrażaniu strategii terminologicznych:

1. Gruntowne prace przygotowawcze:

2. Korzystanie z doświadczeń krajów, które realizowały strategię terminologiczną;

3. Zaangażowanie podmiotów (osób indywidualnych, instytucji, firm), którym zależy na wykorzystaniu strategii terminologicznej w swojej działalności;

4. Szeroka współpraca ze specjalistami dziedzinowymi, językoznawcami, terminologami i tłumaczami;

5. Tworzenie zespołów i szkolenie osób, które będą zajmować się wdrażaniem strategii terminologicznej;

6. Kształtowanie w społeczeństwie świadomości potrzeby zorganizowanej działalności terminologicznej.

Opracowywanie i wdrażanie strategii terminologicznych to złożona, długotrwała i kosztowna działalność, która jednak się opłaca, co potwierdzają kraje, które podjęły się realizacji tego projektu. Strategie terminologiczne nie muszą

w sposób całościowy obejmować terminologii wszystkich dziedzin. Mogą ograniczać się do jednej dyscypliny naukowej, jednego przedsiębiorstwa, organizacji<sup>6</sup> czy instytucji. W chwili obecnej trwają prace nad normą ISO, która dotyczy strategii terminologicznych. Norma będzie składać się z dwóch części: jednia będzie poświęcona planowaniu terminologii dla wspólnot językowych, a druga będzie dotyczyć strategii terminologicznych w przedsiębiorstwach, organizacjach i instytucjach.

Po zapoznaniu się z informacjami na temat planowania terminologii i wymianie poglądów z przedstawicielką Infotermu, zacząłem się zastanawiać, czy nie warto byłoby opracować takiej strategii dla terminologii z zakresu informacji naukowej i bibliotekoznawstwa. Nie mamy jednego, spójnego systemu terminologicznego, który gromadziłby terminy z naszej dziedziny i był dostępny w sieci dla wszystkich użytkowników. Gdyby kilka ośrodków w Polsce podjęło współpracę, moglibyśmy stworzyć system informacji terminologicznej<sup>7</sup> dla naszej dyscypliny naukowej, który pozwoliłby na usystematyzowanie i harmonizację terminologii. Instytucja lub osoba wyznaczona do koordynowania działań byłaby odpowiedzialna po wdrożeniu projektu za utrzymanie bazy, co zapewniałoby jej aktualność. Jeśli chodzi o stronę techniczną tego projektu, to można by było zakupić gotowy program do zarządzania terminologią, np. SDL Multiterm 2007 (cena 1299 zł + VAT) lub stworzyć własny, wykorzystując do tego bezpłatne, ale w pełni profesjonalne systemy zarządzania bazami danych, jak np. MySQL czy SQL Server Express Edition. Wydaje mi się, że pomysł jest warty rozważenia. Prawdopodobnie jako pierwsi w Polsce mielibyśmy tak zaawansowany system terminologiczny. Moglibyśmy stworzyć własny model tworzenia i wdrażania dziedzinowej strategii terminologicznej, który mógłby zostać wykorzystany w innych dyscyplinach naukowych. Nasi specjaliści od informacji służyliby radą i udzielali konsultacji instytucjom, które podjęłyby się zorganizowanych prac terminologicznych w swojej dziedzinie.

## Bibliografia

1. Dramę A.: *4 questions about strategie change - success factors in the development and implementation of terminology planning polices*. Infoterm 2006. [online], [dostęp: 2008-03-27]; <[http://www.infoterm.info/pdf/activities/Anja\\_4QuestionsScript.pdf](http://www.infoterm.info/pdf/activities/Anja_4QuestionsScript.pdf)>
2. Galiński C., Picht H.: *Graphic and Other Semiotic Forms of Knowledge Representation in Terminology Management*. W: Wright S. E., Budin G.: *Handbook of Terminology Management*. Amsterdam 1997. Vol. 1, s. 42-62.
3. *Guidelines for Terminology Policies. Formulating and implementing terminology policy in language communities*. UNESCO 2005. [online], [dostęp: 2008-03-27]; <<http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001407/140765e.pdf>>
4. *Guidelines for the Standardization of Terminology*. Welsh Language Board 2007. [dostęp: 2008-03-27]; <<http://www.bwrdd-yr-iaith.org.uk/cynnwys.php?plD=109&langID=2&nID=2823>>

<sup>6</sup> Światowa Organizacja Zdrowia rozpoczęła przygotowania do opracowania i wdrożenia strategii terminologicznej.

<sup>7</sup> W bazie danych systemu byłyby gromadzone rekordy terminologiczne zawierające nie tylko termin i jego definicję, ale większość atrybutów omówionych w części poświęconej zarządzaniu terminologią.

5. IHS Inc. - *Engineering, Technical, Energy and Market-specific Information Solutions*. [online], [dostęp: 2008-03-27]; <[http://engineers.ihs.com/collections/iso/index, htm](http://engineers.ihs.com/collections/iso/index.htm) >
6. Lukszyn J., Zmarzer W.: *Teoretyczne podstawy terminologii*. Warszawa 2001.
7. Ni Ghearâin H.: *Irish Terminology Policy*. „eDition”. 2008 nr 1. [online], [dostęp: 2008-03-27]; <[http://www.iim.fh-koeln.de/dtt/Dokumente/edition\\_2008\\_1\\_web\\_artikel/edition\\_2008\\_1\\_ni\\_ghearain.pdf](http://www.iim.fh-koeln.de/dtt/Dokumente/edition_2008_1_web_artikel/edition_2008_1_ni_ghearain.pdf)>
8. PN-ISO 860:1998 *Działalność terminologiczna - Harmonizacja pojęć i terminów*.
9. *Słownik języka polskiego*. T. 3. Red. M. Szymczak. Warszawa 1981.
10. Tomaszczyk J.: *Zarządzanie terminologią*. W: *Studia z informacji naukowej i dyscyplin pokrewnych*. Red. E. Gondek, D. Pietruch-Reizes. Katowice 2007, s. 203-213.
11. Wright S. E., Budin G.: *Handbook of terminology management*. Vol 2. Amsterdam 2001.
12. Zins C.: *Conceptual Approaches for Defining Data, Information and Knowledge*. „Journal of the American Society for Information Science and Technology” 2007, 58(4), s. 479-493.

### Summary

Terminology as a basis of special knowledge representation obviously accompanies the knowledge in numerous fields of human's activity. The author presents the role of terminology in science communication, focusing on its applications, planning, management, as well as preparation, formulation, and implementation of terminological strategies.

# INFOBROKERSTWO W POLSCE

**Maria H. Kamińska**  
**Biblioteka Główna**  
**Politechniki Gdańskiej**

*Infobrokerstwo, infobroker, usługi infobroker-  
skie, kształcenie infobrokerów*

Przetom XX i XXI wieku stał się bezsprzecznie wiekiem informacji, sama informacja natomiast najważniejszym zasobem gospodarczym dzisiejszych przedsiębiorstw. Współczesne procesy gospodarcze z ich dynamiką oraz ogólnoświatowym zasięgiem nie byłyby możliwe bez globalizacji gospodarki i rozwoju tzw. gospodarki opartej na wiedzy, w której najważniejszą wartością staje się wysokiej klasy wiedza, a produkty działających przedsiębiorstw charakteryzuje wysoki udział tej wiedzy (Kolka, 2007). Konkurencja między przedsiębiorstwami polegać więc będzie na szybkości generowania i wdrażania innowacyjnych pomysłów. Wyszukiwanie nowych technologii, bycie o krok przed konkurencją, powoduje konieczność zacieśnienia powiązań między twórcami wiedzy, środowiskami biznesowymi a globalnym rynkiem.

Coraz bardziej powszechne i zaawansowane technologie informacyjne dają ludziom dostęp do wzrastającej w szybkim tempie ilości danych. Dotychczasowe techniki ich przetwarzania stały się nieskuteczne i wymagające merytorycznego przygotowania pracownika firmy. Ilość informacji, ich różnorodność i zmienność powoduje ogromną trudność w zarządzaniu nimi. Dochodzi do sytuacji, gdy mamy zbyt wiele różnych danych i nie umiemy nimi zarządzać ani z nich korzystać. Nadmiar informacji szkodzi bardziej niż jej niedobór. Brak wiarygodności informacji stwarza niepewność w podejmowaniu decyzji. Biznesmeni zasypywani są ogromną ilością informacji, borykają się nie z problemem zdobycia informacji, a z ich przetwarzaniem.

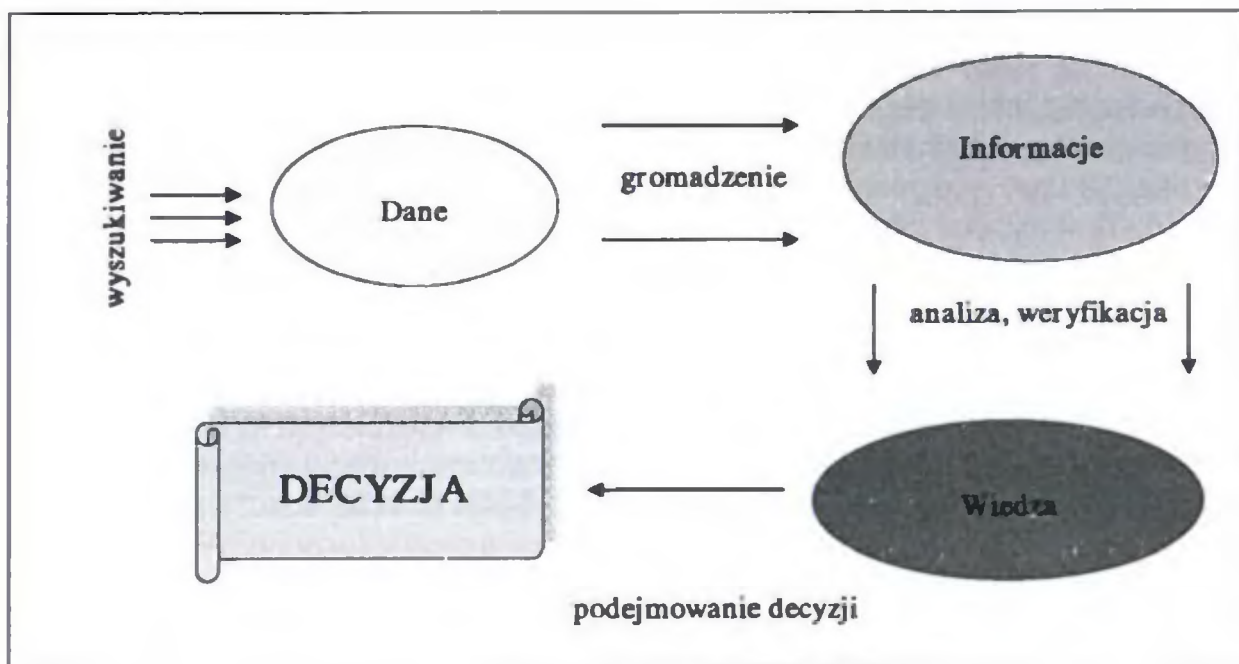
Wyszukiwanie relewantnych informacji spośród istnego chaosu informacyjnego staje się coraz trudniejsze do wykonania przez przeciętnego człowieka zwłaszcza, gdy dużą rolę odgrywa czas. Proces ten wymaga ogromnej wiedzy ogólnej, doświadczenia praktycznego w pozyskiwaniu i udostępnianiu informacji oraz wielkich zdolności analitycznych, umożliwiających wykluczenie nadmiarowości nieprzydatnej informacji zwanego smogiem czy szumem informacyjnym.

Potrzeba nam rzetelnych informacji. Oczywiście każdy powinien być dobrze poinformowany, ale znajomość mnóstwa informacji niekoniecznie zwiększa zasób rzetelnej wiedzy, gdyż wiele tak zwanych informacji to w rzeczywistości suche fakty, niepowiązane z osobistym doświadczeniem odbiorcy. Zjawisko owej „eksplozji informacji” często określa się mianem „eksplozji danych” lub jeszcze cyniczniej „eksplozją dezinformacji”.

Informacje niewiele mają jednak wspólnego z nabywaniem mądrości. Czasem bywają skuteczną przeszkodą w jej zdobywaniu. Możemy równie dobrze za dużo mieć, jak i za dużo wiedzieć. Ludzie często są przytłoczeni nie tylko nadmiarem dostępnych informacji, lecz także nieudanymi próbami wyłowienia

ze strumienia wiedzy czegoś naprawdę zrozumiałego, istotnego i pouczającego.

Zarządzanie wiedzą stało się jednym z kluczowych czynników sukcesu firm gospodarki elektronicznej XXI wieku. W dobie gospodarki opartej na wiedzy problem zarządzania wiedzą staje się kluczowym problemem dla organizacji. To dla nich obecnie wręcz „być albo nie być”. To wiedza decyduje dzisiaj o przetrwaniu i sukcesach rynkowych przedsiębiorstwa, a nie technologie czy manualne zdolności pracowników. Zarządzanie wiedzą wspiera proces jej pozyskiwania, aby dzięki niej osiągać cele biznesowe. Skuteczność zarządzania wiedzą skupia się głównie na procesach wiedzy i na jej przepływie, gdyż bez dopływu nowej wiedzy jej zasoby w organizacji szybko się wyczerpią.



Rys. 1. Proces podejmowania decyzji w organizacjach

Zarządzanie wiedzą nie jest, i nie powinno być jedynie problemem czysto technologicznym. Wielki wpływ na nie ma człowiek, dzięki któremu wiedza przetworzona staje się ekspertyzą gotową do wykorzystania w organizacji. Firma zainteresowana jest jednak inwestowaniem w zarządzanie wiedzą głównie w obszarach przynoszących wzrost konkurencyjności, takich jak proces sprzedaży, obsługi klienta, zarządzanie produktami, produkcja, logistyka czy projekty. Szczególnie ważny jest obszar zarządzania projektami, którego głównym celem jest gromadzenie w jednym miejscu całej wiedzy o projekcie i udostępnianie jej członkom zespołu oraz menedżerom przedsiębiorstwa.

Wyszukiwanie precyzyjnej, zgodnej z zapotrzebowaniem informacji jest procesem złożonym, wymagającym wielkiej wiedzy i zdolności analitycznych. Bardzo cenna jest znajomość narzędzi umożliwiających zapisywanie efektów pracy w taki sposób, by mogły być wykorzystywane nie tylko przez powołany zespół projektowy, ale także w przypadku realizacji podobnego projektu. Osobą mającą wszelkie predyspozycje do zajmowania się tego typu zadaniami jest infobroker systemowy (Wojewódzki, 2005). To on mógłby koordynować pracę specjalistów w danej organizacji, gdyż jako specjalista zatrudniony w danej organizacji, ma doskonałe rozeznanie w jej możliwościach i potrzebach. Takich możliwości nie ma broker informacji zatrudniony z zewnątrz.

Zadaniem infobrokera systemowego jest dostarczanie przesłanek niezbędnych do podjęcia decyzji, zgodnych ze stanem wiedzy w danej dziedzinie oraz tworzenie bazy wiedzy, wielokrotnie wykorzystywanej do realizacji podobnych projektów. Do tego doskonale nadaje się tzw. fiskowy system zarządzania wiedzą (Wojewódzki, 2005). Umożliwia on w lapidarny i ujednolicony sposób przedstawienie autoryzowanej przez infobrokera systemowego informacji, stanowiącej ściśle określoną spójną część większego zasobu wiedzy, dającego się archiwizować i stale uaktualniać w zależności od potrzeb organizacji.

Istotę infobrokerstwa systemowego bardzo precyzyjnie oddają wypowiedzi twórcy serwisu [www.infobrokerstwo.pl](http://www.infobrokerstwo.pl), dyrektora Centrum Infobrokerstwa Systemowego w Międzynarodowym Instytucie Studiów Podyplomowych w Warszawie - dr. Tadeusza Wojewódzkiego<sup>1</sup>:

„Infobroker systemowy jest specjalistą, który wytwarza specyficzny produkt, jakim jest wiedza odpowiadająca na pytanie o to, jak rozwiązać konkretny problem. Uściślając: jest on pośrednikiem między zasobami wiedzy, a osobą rozwiązującą określony problem. Jego zadaniem jest dostarczenie przesłanek do podjęcia decyzji. Przesłanek zgodnych ze stanem wiedzy w danej dziedzinie. Dzisiaj bardziej niż kiedykolwiek wcześniej - liczy się czas. Decydenci nie mają go na samodzielne poszukiwanie wiedzy, informacji, na ich potwierdzanie, kojarzenie itd. Decyduje o tym zarówno ogrom informacji, wiedzy, jaka przetacza się każdego dnia przez współczesną organizację, jak i konieczność błyskawicznego reagowania na prawidłowo zinterpretowane fakty, informacje, zaobserwowane zdarzenia oraz zauważone prawidłowości.”<sup>2</sup>

„Społeczeństwo informacyjne potrzebuje profesjonalnego zajmowania się danymi, informacjami, lawiną wiedzy. I to jest domena infobrokerów systemowych. Systemowych, gdyż infobrokerzy pracują w systemie stanowiącym integralną część organizacji, w której są zatrudnieni. [...] Infobroker systemowy wspiera procesy decyzyjne.[...] Efektywność pracy infobrokera wymaga dopuszczenia go do takiego poziomu wtajemniczenia w zagadnienia organizacji, na które nie pozwala sobie nikt rozsądny w stosunku do osób zewnętrznych.”<sup>3</sup>

„Umiejętności infobrokera systemowego dotyczą aplikacyjnej wizualizacji treści, mapowania myśli, tworzenia drzew problemów czy drzew wiedzy. Obejmują także aplikacyjne zarządzanie treścią - szczególnie z wykorzystaniem technik internetowych. Infobroker systemowy musi ponadto umieć audytować potrzeby organizacji w zakresie I/W, jak i walidować merytoryczną wartość i praktyczną przydatność pozyskiwanej wiedzy. Musi także stymulować proce-

<sup>1</sup> Dr Tadeusz Wojewódzki - z wykształcenia metodolog (poznńska szkoła metodologiczna prof. Jerzego Kmity) specjalizujący się w problematyce praktycznych zastosowań wiedzy. Wykładowca uczelni warszawskich i trójmiejskich - problematyki z zakresu zarządzania projektami, funduszy unijnych oraz społeczeństwa informacyjnego, kierownik projektów, główny analityk międzynarodowej firmy konsultacyjno-doradczej z wdrożonym systemem infobrokerstwa systemowego. Autor licznych publikacji z zakresu metodologii i zarządzania. Dziennikarz, publicysta.

<sup>2</sup> Ogólnopolska Inicjatywa Infobrokerów Systemowych 2007-2008 (OIIS). Wywiad z T. Wojewódzkim przeprowadziła I. Gronkowska. <[http://www.infobrokerstwo.pl/index.php?option=com\\_content&task=view&id=182&Itemid=49](http://www.infobrokerstwo.pl/index.php?option=com_content&task=view&id=182&Itemid=49)> [dostęp 21.11.2007]

<sup>3</sup> Infobrokerstwo w Polsce. 2007 Wywiad z T. Wojewódzkim przeprowadziła I. Wielicka. <[http://www.e-fakty.pl/index.php?option=com\\_content&task=view&id=4931&Itemid=67](http://www.e-fakty.pl/index.php?option=com_content&task=view&id=4931&Itemid=67)> [dostęp 21.11.2007]



sy właściwe organizacji uczącej się i sprawnie poruszać się zarówno w strukturach projektowych, jak i statycznych” (Wojewódzki, 2006).

Stworzenie mniej lub bardziej rozbudowanego systemu informacji jest dziś bardzo istotnym elementem budowania przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa. Szybkość w uzyskaniu precyzyjnej, wiarygodnej i opracowanej pod odpowiednim kątem informacji pozwala na niezwłoczne podejmowanie podbudowanych wiedzą decyzji marketingowych. Firma, która ceni sobie innowacyjność i chce wyprzedzać decyzje konkurentów, a nie naśladować ich i reagować na ich działania, powinna taki system budować, nawet w bardzo podstawowej formie.

Profesjonalne zarządzanie informacjami według przyjętych wytycznych, dotyczących poufnych zasobów informacyjnych, zasady respektowania praw autorskich oraz właściwe metody i techniki pozyskiwania nowych informacji to domena specjalistów, na których jak się wydaje będzie coraz większe zapotrzebowanie w organizacjach doceniających kapitał intelektualny i chcących efektywnie go wykorzystywać. Jest to warunek konieczny do osiągnięcia przez nie sukcesu na rynkach krajowych i zagranicznych.

Zapotrzebowanie na specjalistów potrafiących radzić sobie z tym zalewem informacji było przyczyną powstania nowego zawodu - infobrokera, zwanego również brokerem informacji lub dystrybutorem wiedzy, określonego przez większość specjalistów europejskich zawodem przyszłości. Rok 2006 uznano za przełomowy dla tej grupy zawodowej, która wyrosła na szybko powstającym rynku informacji elektronicznych (Elektroniczna gospodarka..., 2006).

## **Brokerzy informacji na świecie**

Pierwsi profesjonalni brokerzy informacji pojawili się w Stanach Zjednoczonych w latach sześćdziesiątych XX w. poprzez wyodrębnienie się pracowników spośród bibliotekarzy zajmujących się wyszukiwaniem informacji biznesowej dla przedsiębiorców, którzy postanowili zająć się tą działalnością w sposób komercyjny na własny rachunek. Tak zaczęły powstawać pierwsze firmy infobrokerskie.

Dwadzieścia lat później zawód ten zaczął być zauważalny także w Niemczech. Obecnie szacuje się, że istnieje tam około 200 firm infobrokerskich, a liczba osób zajmujących się tą profesją może dochodzić nawet do 5000. Zapotrzebowanie na infobrokerów stale rośnie i daje im uprzywilejowaną pozycję w niemieckich zakładach pracy. Duże zapotrzebowanie na brokerów informacji istnieje także w domach maklerskich, agencjach marketingowo-reklamowych, bankach, instytucjach budżetowych, agencjach rządowych. Nie są to oczywiście jedyne obszary dynamicznego rozwoju firm infobrokerskich. Oprócz wymienionego amerykańskiego i niemieckiego rynku, brokerzy informacji działają także w wielu innych krajach: we Francji, Wielkiej Brytanii, Holandii, Szwajcarii, Hiszpanii, we Włoszech czy też w odległej Australii. Oferują podobnie jak niemieckie czy amerykańskie firmy infobrokerskie, głównie usługi dla biznesu związane z wyszukiwaniem wszelkiego rodzaju informacji gospodarczych.

Wraz ze wzrostem zapotrzebowania na informacje biznesowe oraz świadomości menedżerów, że bez informacji dotyczących potrzeb potencjalnych klientów, swojej konkurencji i otoczenia nie jest możliwe podejmowanie trafnych decyzji prowadzących do osiągnięcia pełnego sukcesu, rośnie zaintereso-

sowanie firm kapitałem intelektualnym. Coraz częściej firmy bądź współpracują z firmami infobrokerskimi, bądź też - zwłaszcza duże organizacje - zatrudniają na stałe specjalistów od wyszukiwania, gromadzenia informacji i zarządzania wiedzą, gdyż niewłaściwe wykorzystywanie lub brak precyzyjnych i uporządkowanych informacji, jest nie tylko marnotrawstwem czasu i pieniędzy, ale przede wszystkim źle wpływa na rozwój przedsiębiorstw.

## Infobrokerstwo w Polsce

Chociaż infobrokerstwo w Polsce jest jeszcze we wczesnej fazie rozwoju, to także i u nas rozpoczęło się ożywione zainteresowanie tą profesją. Obecnie funkcjonuje około 60 firm mających w nazwie słowa: *infobroker*, *infobrokerstwo*, *infobrokering*, *broker informacji*, choć niejednokrotnie ich działalność jest dość odległa od treści słowa *broker informacji*<sup>4</sup>.

Kim więc jest *broker informacji*? Najkrócej można powiedzieć, że jest to osoba, która za opłatą wyszukuje i udostępnia informacje. Jej zadaniem jest wyszukiwanie najistotniejszych informacji według ściśle określonego kryterium. Broker pomaga także w zdobywaniu i ocenie informacji, jednakże przede wszystkim jest pośrednikiem między zasobami informacji, a ludźmi czy też instytucjami, którzy jej potrzebują, oferując jednocześnie analizę i opracowanie wyszukanych informacji. Podstawowymi atutami brokera informacji są metody opracowania i stosowania strategii wyszukiwawczych, szeroka znajomość narzędzi wyszukiwawczych a także trafność doboru źródeł informacji oraz umiejętność ich oceny.

Firmy infobrokerskie oferują głównie następujące usługi:

- wyszukiwanie informacji w Internecie,
- przeglądy literatury i prasy polskiej oraz zagranicznej,
- sporządzanie bibliografii,
- informacje gospodarcze, dotyczące między innymi eksportu i importu,
- pomoc przy umowach,
- monitoring i analizę literatury i prasy branżowej,
- monitoring dokumentacji gospodarczej, biuletynów przetargowych,
- stały monitoring prasy i stron internetowych,
- wyszukiwanie i analizę ofert targowych,
- tworzenie baz danych,
- wyszukiwanie danych teleadresowych,
- wyszukiwanie informacji o funduszach i instytucjach,
- informacje patentowe, o znakach towarowych i produktach,
- wyszukiwanie informacji o partnerach handlowych, konkurencji (m.in. danych kontaktowych, informacji o ofercie lub wykorzystywanych technologiach),
- wyszukiwanie informacji o rynkach zbytu, przetargach,
- wyszukanie informacji dotyczących potencjalnych klientów,
- sporządzanie zestawień ofert dostępnych na rynku,
- badania rynkowe (satysfakcja klienta, analiza konkurencji, produktów i rynków).

<sup>4</sup> Przykładem może być firma WA Infobroker, zajmująca się typowym e-marketingiem bez jakiegokolwiek oferty dotyczącej wyszukiwania informacji <<http://infobroker.bazarek.pl/kontakt.php>> [dostęp 20.11.2007]

Firmy infobrokerskie korzystają głównie z zasobów Internetu, archiwów, bibliotek, literatury fachowej i czasopism branżowych, rejestrów publicznych, kontaktów ze specjalistami w różnych dziedzinach. Oferta usługowa przeważnie jest skierowana do małych i średnich przedsiębiorstw, branż biznesowych i przemysłowych, ośrodków innowacji i przedsiębiorczości, instytucji finansowych, firm farmaceutycznych, medycznych, kancelarii prawnych, administracji publicznej, oświaty i ośrodków naukowych, firm marketingowych, agencji reklamowych, wydawców, dziennikarzy, a także klientów indywidualnych.

Na swoich stronach firmy czasami powołują się na kodeks etyki infobrokerskiej AMR, choć zdarza się, iż pojawia się jedynie logo stowarzyszenia bez jakiegokolwiek deklaracji firmy co do jego przestrzegania. Może to świadczyć o braku wiedzy na ten temat, a umieszczenie informacji o AIIP ma jedynie podnieść prestiż firmy. Bardzo często cytowane są obszerne fragmenty artykułów lub definicji, zaczerpniętych na przykład z Wikipedii, dotyczących zawodu *brokera informacji* lub *infobrokerstwa* bez podawania źródła, co w zdecydowany sposób stoi w sprzeczności z etyką infobrokerską (brak poszanowania prawa własności intelektualnej). Niestety jest to dowód na to, że zawód brokera informacji jest podejmowany przez niezbyt fachowo przygotowaną do tego rzeszę osób, które nie bardzo rozumieją istotę i wagę etyki infobrokera.

Działające w Polsce firmy zatrudniają najczęściej do kilku osób, choć najczęściej są jednoosobowe. Część infobrokerów specjalizuje się w jednej lub dwóch dziedzinach, inni działają na wielu polach. Firmy zajmujące się informacją biznesową stoją na wysokim poziomie, reprezentują wiele możliwości współpracy z przedsiębiorstwami, ich oferta z reguły jest bardzo wszechstronna i przydatna z punktu widzenia samych przedsiębiorców. Oferowane są różne formy analiz, zestawień, statystyk, raportów oraz innych opracowań przygotowywanych zgodnie z życzeniem klienta, bardzo często w różnych językach. Świadczy to o dużej fachowości osób tam pracujących. Często są to specjaliści z danych dziedzin wiedzy, najczęściej ekonomiści i finansiści, oferujący swoje usługi głównie dla biznesu i przemysłu.

Wydaje się, że specjalizacja jest nieunikniona ze względu na lawinowo rosnące zasoby wiedzy. Nie sposób znaleźć wszystko o wszystkim, a ten, kto to obiecuje, jest raczej niepoprawnym optymistą. Aby być skutecznym w wyszukiwaniu szczególnie cennych informacji, a potem umiejętnie dokonać oceny ich jakości, należy orientować się przynajmniej w stopniu ogólnym w zakresie poszukiwanych informacji. Naturalnie wszelkie wątpliwości związane z oceną wyszukanego materiału należy bezwzględnie konsultować ze specjalistami z danej dziedziny, gdyż informacje te muszą być akredytowane. Infobroker bierze przecież pełną odpowiedzialność za ich aktualność i zgodność z faktami. Ma to szczególne znaczenie w przypadku dokumentów wyszukiwanych w Internecie, gdzie jak wiadomo, brak jest jakichkolwiek kryteriów publikowania materiałów. O wiele łatwiej jest akredytować informacje pochodzące z czasopism drukowanych, zwłaszcza z wydawnictw recenzowanych, co automatycznie podnosi ich rangę ważności.

Proces akredytacji jest dość złożony i niejednokrotnie wymaga pracy zespołu wielu specjalistów z odpowiadającej zadanemu tematowi dziedziny. Jednak specjaliści ci będą raczej konsultantami czy też recenzentami opracowań samego infobrokera niż źródłem samych informacji. Brokerzy - najczęściej także specjaliści - zajmujący się stale wybranymi dziedzinami mają naj-

częściej własne specjalistyczne, stale uaktualniane i akredytowane przez nich samych zbiory źródeł. Stają się wówczas brokerami informacji specjalizowanej, których coraz częściej można spotkać na Zachodzie. Jest to nie tylko potrzeba deklarowana przez odbiorców usług infobrokerskich, ale wręcz konieczność także w przypadku konkurencji wśród samych infobrokerów. Z pewnością doświadczenie i wiedza specjalistyczna firmy infobrokerskiej będzie wpływała na oczekiwania i zaufanie potencjalnego klienta zainteresowanego wyszukaniem zaawansowanych technologii czy najnowszych osiągnięć naukowych związanych z konkretną dziedziną. Mając możliwość wyboru między specjalistami w danej dziedzinie wiedzy a specjalistą „od wszystkiego”, na pewno podejmie właściwą decyzję.

Rodzaj wyszukiwanych informacji ma nierozdzielny związek z rodzajem ich odbiorcy. Akredytacja informacji zapewnia rzetelność wyszukanych przez infobrokera materiałów informacyjnych. Korzyści wynikające ze współpracy z firmą infobrokerską są nie do przecenienia. Najbardziej poszukiwane zasoby wiedzy są trudne do odnalezienia, najczęściej znajdują się w bazach komercyjnych, do których dostęp jest płatny. Wykupienie dostępu w celu jednorazowego skorzystania jest nieopłacalne dla firmy, która nawet nie wie, czy znajdzie tam poszukiwaną informację. Bez znajomości specjalistycznych wyszukiwarek, naukowych baz danych, serwisów ekonomicznych, prawnych itp., bez znajomości kryteriów wyszukiwawczych jest to niezwykle trudne, żeby nie powiedzieć z góry skazane na niepowodzenie. Dlatego może lepiej skorzystać z usług fachowców, którzy w krótkim czasie znajdą i przedstawią nam w przystępny sposób, zgodny z naszym życzeniem efekt poszukiwań: raport oceny ekonomicznej, nowoczesnej technologii czy też wyczerpującą bibliografię.

## **Kształcenie infobrokerów w Polsce**

Do niedawna w Polsce nie istniała żadna forma kształcenia infobrokerów, co jest zrozumiałe skoro samo pojęcie tego zawodu było czystą abstrakcją. Od kilku lat sytuacja ulega zdecydowanej poprawie. Coraz więcej uczelni wyższych zdaje się zauważać ewolucję w dziedzinie informacji, także naukowej, co stwarza niepowtarzalną okazję wykorzystania istniejącej niszy w dziedzinie szkolenia specjalistów. Naturalnym staje się fakt, że to głównie kierunki takie jak Bibliotekoznawstwo i Informacja Naukowa mają merytoryczne podstawy do kreowania nowego zawodu (tak przecież powstał infobroker na Zachodzie). Studia te uczą, jak profesjonalnie wyszukiwać, oceniać, selekcjonować, przetwarzać, a także udostępniać informacje. Zapoznają swych studentów z różnymi źródłami informacji, począwszy od tradycyjnych, takich jak bibliografie, katalogi, poprzez bazy danych na nośnikach elektronicznych, a kończąc na bazach informacji biznesowych zamieszczanych w Internecie. Jednak w zawodzie tym ważna jest także specjalizacja i ogólne pojęcie o branży, w jakiej się chce poruszać. Dlatego też absolwenci innych kierunków, na przykład medycyny, mogą zostać infobrokerami pracującymi dla branży farmaceutycznej, a elektronicy bądź informatycy dla branży IT.

W edukacji dużą rolę odgrywają stowarzyszenia brokerów informacji, które na swoich stronach udostępniają zasoby szkoleniowe, oferują zakup różnego typu wydawnictw, także seminariów organizowanych na całym świecie. Przykładem niech będzie AIIP. Dla członków stowarzyszenia stworzono także tzw.

*Mentor Program*, gdzie doświadczeni specjaliści bezpłatnie wspierają swoją wiedzą początkujących brokerów informacji.

Oprócz typowych studiów bibliotekoznawstwa powstają również nowe kierunki studiów licencjackich i podyplomowych oraz kursy zawodowe kształcące brokerów informacji, co świadczyłoby o rosnącym w Polsce zainteresowaniu tym zawodem i szansach na dalszy rozwój (Sikora, 2007).

Poniżej przedstawiono możliwości zdobycia odpowiedniego wykształcenia umożliwiającego podjęcie pracy w charakterze infobrokera (także systemowego) i dającego podstawy do założenia własnej firmy w ramach działalności gospodarczej. Szkolenie infobrokerów w Polsce można podzielić na trzy główne formy: studia podyplomowe, szkoły policealne, kursy i szkolenia.

## 1. Studia podyplomowe

-**Akademia Świętokrzyska w Kielcach**, uruchamia w Instytucie Bibliotekoznawstwa i Dziennikarstwa dwusemestralne studia podyplomowe w 2008 roku *Broker informacji* (<http://www.pu.kielce.pl/ibib/>). Ze strony internetowej uczelni można dowiedzieć się o perspektywach czekających adeptów po ukończeniu nauki.

Studia mają wyposażyć absolwenta w wiedzę z zakresu:

-znajomości źródeł informacji z różnych dziedzin wiedzy, m.in. z zakresu prawa, medycyny, biznesu, techniki;

- wyszukiwania informacji w tradycyjnych i elektronicznych źródłach informacji;

- umiejętności niezbędnych do założenia i prowadzenia własnej firmy infobrokerskiej;

- obsługi komputera obejmującej znajomość oprogramowania przydatnego w pracy infobrokera (programy narzędziowe, aplikacje bazodanowe, tworzenie serwisów WWW).

Absolwent studiów podyplomowych będzie w stanie:

- założyć własną firmę infobrokerską,

- podjąć współpracę z taką firmą,

- *rozpocząć pracę w dowolnej instytucji, w której istnieją komórki zajmujące się gromadzeniem i przetwarzaniem informacji, np. w firmach informatycznych, prawniczych, farmaceutycznych, biotechnologicznych, zajmujących się monitorowaniem mediów, bibliotekach.*

- **Ateneum Szkoła Wyższa w Gdańsku**; dwusemestralne Studium Podyplomowe *Infobrokerstwo - narzędzia i metody zarządzania wiedzą w nowoczesnej organizacji*. Rekrutacja na studia prowadzona jest w systemie ciągłym. Absolwenci otrzymują tytuł audytora infobrokera systemowego z uprawnieniami moderatora, ([http://www.ateneum.edu.pl/index.php?option=com\\_content&task=view&id=218&Itemid=205](http://www.ateneum.edu.pl/index.php?option=com_content&task=view&id=218&Itemid=205))

Jako cel studiów uczelnia podaje:

Program studiów kładzie zdecydowany nacisk na przygotowanie absolwenta do samodzielnego funkcjonowania w zróżnicowanych technologicznie i organizacyjnie środowiskach zawodowych. Realizacja programu przewiduje pracę w wirtualnych zespołach projektowych, infobrokerskie wsparcie liderów organizacji, infobrokerskie wsparcie procesów decyzyjnych, kreowanie zespołów projektowych w tradycyjnych strukturach organizacyjnych, itd. Realizacja programu studiów opiera się na zespole praktyków dysponujących wielolet-

nim doświadczeniem w problematyce studiów oraz kadrze naukowej środowiska trójmiejskiego i warszawskiego.

- **Gdańska Wyższa Szkoła Humanistyczna**; w ofercie 2006 roku były studia menadżerskie trzysemestralne o nazwie *Broker informacji*, jednakże z braku zainteresowania kierunek zawieszono; w roku 2008 oferta ma być wznowiona (<http://www.gwsh.gda.pl/>)

- **Uniwersytet Jagielloński w Krakowie**; od roku akademickiego 2007/2008 uruchomiono dwusemestralne studia podyplomowe Informatyki i Inżynierii Informatycznej: *Broker informacji* (<http://www.inib.uj.edu.pl/>).

Podano cel oraz prezentację programu studiów ([http://www.inib.uj.edu.pl/ogloszenia/2007/02\\_13/infobroker\\_program.pdf](http://www.inib.uj.edu.pl/ogloszenia/2007/02_13/infobroker_program.pdf)).

Studia te przeznaczone są dla osób posiadających tytuł zawodowy magistra, które chcą wykonywać zawód infobrokera (brokera informacji), tj. profesjonalnego pośrednika zajmującego się wyszukiwaniem, oceną, selekcją, przetwarzaniem, opracowaniem i przekazywaniem informacji - zgodnie z potrzebami klientów. Program studiów obejmuje przedmioty w obrębie bloków tematycznych, takich jak: Broker informacji w społeczeństwie wiedzy - specyfika zawodu, Klient - użytkownik informacji, Technologia informacji w pracy brokera informacji, Wyszukiwanie, ocena i prezentacja informacji.

- **Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu**; od roku akademickiego 2007/2008 uruchomiono dwusemestralne studia podyplomowe z zakresu *Infobrokerstwa i Zarządzania Informacją* (<http://www.inibi.umk.pl/studia/infobroker.html>). Podano krótką informację, do kogo skierowana jest oferta:

Studia przeznaczone są dla osób posiadających dyplom ukończenia studiów wyższych (licencjat lub magisterium), które pragną nabyć wiedzę i umiejętności z zakresu organizacji i zarządzania zasobami informacyjnymi we współczesnym świecie oraz zajmować się infobrokerstwem, tj. profesjonalnym wyszukiwaniem, oceną, selekcją, przetwarzaniem, opracowaniem i przekazywaniem informacji.

Program Podyplomowych Studiów Infobrokerstwa i Zarządzania Informacją kładzie nacisk na zaznajomienie słuchaczy m.in. z rolą informacji i sektora informacyjnego w społeczeństwie, nowoczesnymi technikami informacyjno-komunikacyjnymi oraz ich zastosowaniami w gospodarce, projektowaniem i zarządzaniem systemami informatycznymi w przedsiębiorstwach, typami źródeł, metodami i narzędziami wyszukiwania profesjonalnej informacji oraz kryteriami jej oceny.

- **Wyższa Szkoła Handlowa w Radomiu**; na Wydziale Dziennikarstwa studia licencjackie: Dziennikarstwo i komunikacja społeczna - specjalności m.in., *Broker informacji* (<http://www.wsh.pl/index.php?Kategoria=13&Artykuł=140>). Podano perspektywy zawodowe dla adeptów tej specjalności:

Absolwent może pracować dla firmy brokerskiej lub jako dokumentalista - researcher w prasie, radiu, telewizji, w bibliotekach publicznych i specjalistycznych, działach dokumentacyjnych firm i przedsiębiorstw. Zaletą tej profesji jest możliwość otworzenia prywatnej kancelarii brokerskiej i oferowanie usług infobrokerskich bezpośrednio branżom biznesowym i przemysłowym, firmom marketingowym, producentom oprogramowania, wydawcom, literatom i dziennikarzom oraz kancelariom prawnym, firmom farmaceutycznym, a nawet bankom. Broker informacji potrafi pozyskiwać potencjalnych klientów, dokładnie śledzić konkurencję zleceńodawcy, zbierać informacje ogólne

o rynku określonych usług czy towarów, a także spełniać zadania agencji PR w codziennym monitorowaniu mediów pod kątem określonej firmy.

- **Wyższa Szkoła Stosunków Międzynarodowych i Amerykanistyki w Warszawie**; prowadzone są studia podyplomowe, zaoczne, dwusemestralne ze specjalnością *Infobroker*. [<http://www.wssmia.edu.pl/> ]

- **Wyższa Szkoła Umiejętności Społecznych w Poznaniu**, na studiach licencjackich na kierunku Dziennikarstwo i Komunikacja Społeczna po II roku możliwość wyboru specjalizacji *Broker informacji*, [<http://www.wsus.pl/index.php/uczelnia/1,1,3,12,308>] Podano krótki opis specjalizacji.

Specjalizacja: Broker Informacji. Absolwent WSUS, uzyskujący tytuł licencjata w zakresie specjalizacji broker informacji, otrzyma staranne przygotowanie zawodowe do profesjonalnego wyszukiwania, weryfikowania i udzielania różnego rodzaju informacji. Zdoła on efektywnie wykorzystywać najnowsze systemy informacyjno-wyszukiwawcze (Horizon, VTLS, Sowa, MOL itp.) organizujące pracę współczesnych centrów informacji naukowej, a także bazy danych na różnych nośnikach (druk, CDRom/DVD, online). Zdobędzie też wiedzę, jak organizować dostęp do zewnętrznych polskich i zagranicznych źródeł elektronicznej informacji (m.in. książek i czasopism online, baz pełnotekstowych) oraz funkcjonować w oparciu o programy do obsługi własnych warsztatów informacji. Proponowany system i zakres kształcenia uwzględnia zmiany dokonujące się aktualnie w polskich, a także światowych strukturach informacji naukowej. Placówki te stają się nowoczesnymi ośrodkami archiwizacji i zarządzania informacją, wykorzystującymi w swej działalności elektroniczne technologie, w tym Internet. Absolwent specjalizacji broker informacji zostanie więc przysposobiony do zawodu z przyszłością, nowego na polskim rynku, który pozwala na stworzenie samemu sobie miejsca pracy w ramach działalności gospodarczej.

## 2. Szkoły policealne

- **Centrum Nauki i Biznesu ŻAK** - Policealne Szkoły Jednoroczne oferują kształcenie w trybie zaocznym na kierunku *Infobroker* w wybranym mieście: Białystok, Częstochowa, Poznań, Włocławek, Kielce (<http://www.zak.edu.pl/pl/szkolypolicealnejednorożne/infobroker/>).

- Centrum Nauki i Biznesu Żak Filia: Kielce, Filia: Częstochowa, Filia: Białystok. Podano program nauczania:

- pracownia informatyki,
- informacja naukowa,
- klasyczne techniki wyszukiwania informacji,
- bibliotekarstwo,
- prawne problemy wyszukiwania informacji,
- psychologia z elementami informatyki.

- **Policealne Studium Reklamy w Lublinie**, na kierunku Infobrokera (zarządzanie informacją) dwuletnia nauka zawodu *Technik informacji naukowej* - w trybie stacjonarnym lub zaocznym ([http://www.proedu.pl/index.php?option=com\\_content&task=view&id=45&Itemid=37](http://www.proedu.pl/index.php?option=com_content&task=view&id=45&Itemid=37)). Podano perspektywy zatrudnienia absolwentów tego kierunku oraz program ramowy nauczania.

Szukaj zatrudnienia w:

-firmach, które na co dzień zajmują się prowadzeniem analiz: agencjach reklamowych, agencjach badających rynek, czasopismach branżowych itd.;

- przedsiębiorstwach, które potrzebują informacji na temat otoczenia biznesowego do sporządzania planów marketingowych, wyboru poddostawców, poznania konkurencyjnych ofert;

- serwisach internetowych.

Możesz pracować jako: infobroker, redaktor, operator baz danych, a także jako: dokumentalista, bibliotekarz, kierownik zespołu dokumentacji, kierownik zespołu informacji, referent lub specjalista ds. informacji naukowo-technicznej, biznesowej, sieci komputerowej, wydawnictw informacyjnych, promocji, reklamy, marketingu, wystaw i targów.

Przedmioty:

- *informacja naukowa*
- *informatyka*
- *języki informacyjne*
- *opracowania informacyjne*
- *bibliotekarstwo*
- *2 języki obce*
- *przedsiębiorczość*

### 3. Kursy i szkolenia

W ramach Ogólnopolskiej Inicjatywy Infobrokerów Systemowych 2007-2008 (OIS) można nabyć umiejętności infobrokera systemowego w ramach **Permanentnego Kursu Infobrokera Systemowego (PKIS)**. Kurs polega na samodzielnym zapoznaniu się z wybranymi materiałami i wykonaniu określonych zadań obejmujących - stopniowo - wszystkie dziedziny i stadia pracy infobrokera systemowego ([http://www.infobrokerstwo.pl/index.php?option=com\\_content&task=view&id=183&Itemid=49](http://www.infobrokerstwo.pl/index.php?option=com_content&task=view&id=183&Itemid=49)). Podano cel oraz korzyści wynikające z ukończenia kursu:

Kurs ma na celu przygotowanie uczestnika do roli infobrokera systemowego w każdej organizacji (przedsiębiorczość, administracja, organizacje pozarządowe, uczelnie, media itd.), bez względu na jej poziom zaawansowania rozwojowego. Program kursu obejmuje poznanie i utrwalenie stosowania podstawowych procedur infobrokerskich, gwarantujących powtarzalność produktu (wiedzy pertynentnej). Umiejętność ta potwierdzona jest stosownym certyfikatem.

Jakie są korzyści wynikające z tego kursu dla jego uczestnika?

Bezpośrednią korzyścią wynoszoną przez uczestników kursu jest optymalizacja procesów związanych z zarządzaniem TREŚCIĄ w każdej, szczególnie nowoczesnej organizacji. Uczestnicy kursu przygotowani są do wykonywania zadań w warunkach pracy zespołów projektowych - w formule wirtualnej. Pozyskują tym samym kompetencje niezbędne do zatrudnienia w formule telepracy. Formalną korzyścią ukończenia kursu jest certyfikat potwierdzający fakt jego odbycia. Możliwa jest certyfikacja kompetencji infobrokerskich przez niezależną jednostkę certyfikującą. Certyfikacja taka ma charakter odpłatny i poprzedzana jest kilkudniowym szkoleniem przygotowującym do egzaminu.

- **Szczeciński Park Naukowo-Technologiczny** w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego prowadził w 2006 roku szkolenia „Przyszłościowe



zawody społeczeństwa informacyjnego”: w tym *Broker informacji*. (<http://www.centrumedukacji.eu/course/category.php?id=6>).

- **Instytut Biznesu w Kaliszu** zorganizował 4-dniowe intensywne warsztaty przygotowujące do pracy w charakterze specjalisty od wyszukiwania, gromadzenia, przetwarzania informacji *Infobroker - Konsultant Funduszy Europejskich* (<http://edukacja.money.pl/infobroker:kfe,kalisz,oferta,37597,e.html>).

Oprócz wymienionych form kształcenia infobrokerów są jeszcze inne formy zdobywania i pogłębiania umiejętności przydatnych w tym zawodzie, jak choćby zasoby internetowe (np. [www.infobrokerstwo.pl](http://www.infobrokerstwo.pl), <http://www.batesinfo.com/>, <http://www.aiip.org/Resources/IBResourceGuide.pdf>, [www.infobroker.pl](http://www.infobroker.pl)), forum infobrokerów ([www.infobroker.org.pl/forum/viewtopic.php?pid=29](http://www.infobroker.org.pl/forum/viewtopic.php?pid=29)), a także strony firm infobrokerskich, które także zamieszczają wiele cennych informacji związanych z zawodem brokera informacji. Należy jednak zaznaczyć, że ukończenie nawet najlepszych studiów czy kursów nie daje gwarancji na wiedzę. Zawód ten, podobnie jak prawnika lub lekarza, wymaga ciągłego pogłębiania umiejętności, stałego kontaktu z zasobami wiedzy, poszerzania znajomości wciąż nowych narzędzi wyszukiwawczych, a także utrzymywania stałych kontaktów ze środowiskiem infobrokerskim zarówno w kraju, jak i za granicą. Bez ciągłego samokształcenia nie tylko stoi się w miejscu, ale wręcz cofa, narażając się tym samym na bezpowrotne wykluczenie spośród grona „komandosów wiedzy”.

## Bibliografia

1. *About AIIP. Code of Ethical Business Practice*, [online], [dostęp 4.12.2007]; <<http://www.aiip.org/AboutAIIP/aiipethics.html>>
2. Bates M.E.: *Info-Entrepreneurship: A Resource Guide for the Independent Information Professional*. [online], [dostęp 19.11.2007]; <<http://www.aiip.org/Resources/IBResourceGuide.pdf>>
3. Bjorner S.: *Who Are These Independent Information Brokers?* [online], [dostęp 4.12.2007]; <<http://www.asis.org/Bulletin/Feb-95/bjorner.html>>
4. *Broker informacji*. [W:] *Słownik stanowisk*, [online], [dostęp 2.12.2007]; <<http://praca.gazeta.pl/gazetapraca/0,74896.html>>
5. *Broker informacji*. [W:] *Wikipedia* [online], [dostęp 6.12.2007]; <<http://pl.wikipedia.org/wiki/Infobroker>>
6. Cisek S.: *Infobrokerstwo w Polsce. Stan obecny i perspektywy*, [online], [dostęp 8.12.2007]; < <http://www.slideshare.net/sabinacisek/infobrokerstwo-w-polsce-stan-obecny>>
7. *Elektroniczna gospodarka w Polsce 2006*. [online], [dostęp 20.11.2007] <<http://www.egospodarka.pl/24091>,Elektroniczna-gospodarka-w-Polsce-2006,7,39,1.html>
8. Gryguc E.: *Profesjonalista w świecie informacji*. „Gazeta IT” 2003, nr 6 [online], [dostęp 19.11.2007]; <<http://www.gazeta-it.pl/2,8,663,index.html>>
9. *Infobrokerstwo w Polsce*. Wywiad z T. Wojewódkim przeprowadziła I. Wielicka. [online], [dostęp 21.11.2007]; <[http://www.e-fakty.pl/index.php?option=com\\_content&task=view&id=4931&Itemid=67](http://www.e-fakty.pl/index.php?option=com_content&task=view&id=4931&Itemid=67)>
10. Kamińska M.: *Stan infobrokerstwa w Polsce A.D. 2007*. [online], [dostęp 12.01.2008]; <[http://www.infobrokerstwo.com/index.php?option=com\\_content&task=view&id=196&Itemid=49](http://www.infobrokerstwo.com/index.php?option=com_content&task=view&id=196&Itemid=49)>

11. Kamińska-Czubata B.: *Ponure rozważania o zawodzie infobrokera*. „Konspekt”. 2004, nr 19. Czasopismo Akademii Pedagogicznej im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie, [online], [dostęp 19.11.2007]; <<http://www.ap.krakow.pl/konspekt/19/broker.html>>
12. Kolka H.: *Gospodarka oparta na wiedzy - kilka spostrzeżeń na temat: Firma we współczesnej gospodarce*, [online], [dostęp 22.10.2007]; <<http://globaleconomy.pl/content/view/2100/21/>>
13. Kraska M. (red.): *Elektroniczna gospodarka w Polsce*. Raport 2006. Poznań 2007. [online], [dostęp 20.11.2007]; <[http://www.mg.gov.pl/NR/rdonlyres/30E1CFA7-EB20-499C-96FC-AF3A3017213B/35007/Elektroniczna\\_gospodarka\\_w\\_Polsce\\_Raport\\_2007.pdf](http://www.mg.gov.pl/NR/rdonlyres/30E1CFA7-EB20-499C-96FC-AF3A3017213B/35007/Elektroniczna_gospodarka_w_Polsce_Raport_2007.pdf)>
14. Król A.: *Kapitał intelektualny - rola i odpowiedzialność dyspozytorów wiedzy. Zawodowe wyzwania zarządzania wiedzą (dyspozytorzy wiedzy/Infobrokerzy)*. „Zarządzanie Zasobami Ludzkimi” 2005, nr 6, s. 63-75. [online], [dostęp 3.12.2007]; <[http://www.ipiss.com.pl/zzi/6\\_2005/K\\_kro\\_6-2005.pdf](http://www.ipiss.com.pl/zzi/6_2005/K_kro_6-2005.pdf)>
15. Levine M.M.: *A Brief History of Information Brokering*, [online], [dostęp 6.12.2007]; <<http://www.asis.org/Bulletin/Feb-95/levine.html>>
16. Londrie K.: *What is an Information Broker?* [online], [dostęp 5.12.2007]; <[http://www.4hb.com/0111\\_infobroker.html](http://www.4hb.com/0111_infobroker.html)>
17. Miś B.: *Zawód: Infobroker*. „Wiedza i Życie” 2001, nr 4. [online], [dostęp 20.10.2007]; <<http://archiwum.wiz.pl/2001/01042700.asp>>
18. Nowak E.P.: *Broker informacji - odpowiedź na zapotrzebowanie XXI wieku*. „Zagadnienia Informatyki” 2006, nr 1(86), s. 51-63.
19. Nowak E.P.: *Od bibliotekarza do cyberiana - Internet generatorem nowego zawodu*, [online], [dostęp 20.10.2007]; <<http://www.ap.krakow.pl/ptn/ref2006/Nowak.pdf>>
20. *Ogólnopolska Inicjatywa Infobrokerów Systemowych 2007- 2008 (OIIS)*. Wywiad z T. Wojewódzkim przeprowadziła I. Gronkowska. [online], [dostęp 19.11.2007]; <[http://www.infobrokerstwo.pl/index.php?option=com\\_content&task=view&id=182&Itemid=49](http://www.infobrokerstwo.pl/index.php?option=com_content&task=view&id=182&Itemid=49)>
21. Rządowska M.: *Infobroker - pośrednik w obrocie walutą sieci*, [online], [dostęp 8.12.2007]; <<http://psgi.univ.szczecin.pl/8/pliki/rzad.doc>>
22. Sikora M.: *Broker informacji /infobroker - zawód przyszłości*, [online], [dostęp 10.10.2007]; <<http://www.sikor.net/broker/>>
23. Stowarzyszenie ASIST. [online], [dostęp 5.12.2007]; <[http://www.asist.org/docs/asist\\_pol.pdf](http://www.asist.org/docs/asist_pol.pdf)>
24. Szczepańska B.: *Broker informacji - zawód z przyszłością czy zawód z przyszłości?* „EBIB” 2002, nr 11. [online], [dostęp 10.09.2007]; <<http://ebib.oss.wroc.pl/2002/40/szczepanska.php>>
25. Waśkiewicz A.: *Infobroker jako zawód*. 2005. [online], [dostęp 20.10.2007]; <[http://www.infobrokerstwo.pl/index.php?option=com\\_content&task=view&id=66&Itemid=49](http://www.infobrokerstwo.pl/index.php?option=com_content&task=view&id=66&Itemid=49)>
26. Wielicka I.: *Łowcy wiedzy. Infobrokerstwo - nowa dziedzina, nowa profesja, nowy rynek*. 2007. [online], [dostęp 22.11.2007]; <[http://www.e-fakty.pl/index.php?option=com\\_content&task=view&id=4804&Itemid=73](http://www.e-fakty.pl/index.php?option=com_content&task=view&id=4804&Itemid=73)>
27. Wojewódzki T.: *Certyfikacja kompetencji infobrokerskich zarządzania treścią w organizacji*. 2006. [online], [dostęp 18.10.2007]; <[http://infobrokerstwo.pl/index.php?option=com\\_content&task=view&id=81&Itemid=62](http://infobrokerstwo.pl/index.php?option=com_content&task=view&id=81&Itemid=62)>
28. Wojewódzki T.: *Infobroker w organizacji*. 2005. [online], [dostęp 18.11.2007]; <[http://www.infobrokerstwo.pl/index.php?option=com\\_content&task=view&id=64&Itemid=62](http://www.infobrokerstwo.pl/index.php?option=com_content&task=view&id=64&Itemid=62)>

29. Wojewódzki T.: *Infobroker systemowy*. 2005. [online], [dostęp 6.12.2007]; <[http://www.fiszawid.pl/index.php?option=com\\_content&task=view&id=69&Itemid=98](http://www.fiszawid.pl/index.php?option=com_content&task=view&id=69&Itemid=98)>
30. Wojewódzki T.: *Komandosi wiedzy*. 2005. [online], [dostęp 28.11.2007]; <[http://www.infobrokerstwo.pl/index.php?option=com\\_content&task=view&id=59&Itemid=49](http://www.infobrokerstwo.pl/index.php?option=com_content&task=view&id=59&Itemid=49)>
31. Wojewódzki T.: *Permanenty Kurs Infobrokera Systemowego*. 2007. [online], [dostęp 21.11.2007]; <[http://www.infobrokerstwo.pl/index.php?option=com\\_content&task=view&id=182&Itemid=49](http://www.infobrokerstwo.pl/index.php?option=com_content&task=view&id=182&Itemid=49)>
32. Wojewódzki T.: *Zarządzanie treścią jako wyznacznik kultury projektowej nowoczesnej organizacji*. [W:] *Zarządzanie problemami w nowoczesnej organizacji*. Red. Lech W. Zacher. Warszawa 2007.

## Summary

The turnover of 20<sup>th</sup> and 21<sup>st</sup> centuries has become an information period, and information itself has become the most important economic source of modern companies. Competition among organization will then be based on a speed of production and implementation of innovative ideas. Searching new technologies results in the necessity of more close cooperation among knowledge creators, business environment, and a global market. ICT development, as well as common access to the Internet, results in uncontrolled development of information sources. The need for information specialist has influenced constitution of a new profession - an infobroker, called also an information broker or a knowledge distributor, perceived often as a profession of the future. The article presents the stage of infobrokerage in Poland, and forms of trainings for infobrokers: postgraduate studies, high schools, courses and trainings.

# OD WEB 1.0 DO BIBLIOTEKI 2.0

**Sebastian D. Kotuła**  
**Instytut Bibliotekoznawstwa**  
**i Informacji Naukowej**  
**UMCS Lublin**

*Internet, Web 1.0, Web 2.0, biblioteka 2.0,*

W *Bombie megabitowej* (rozdział pt. *Rozstaje informatyczne*) Stanisław Lem wskazywał dwie możliwości funkcjonowania Sieci: albo infomoloch, czyli silne centrum gromadzące wszelką wiedzę w jednym miejscu, albo organizm rozproszony - Sieć przechowująca informacje na licznych serwerach. Pierwsza możliwość odnosi się do Web 1.0, a druga reprezentuje Web 2.0. Stawiane przez Lema pytanie „albo to, albo to” wynika z faktu, że autor pisał książkę w czasie wyłaniania się nowego modelu, kiedy to jeszcze nic nie wskazywało na przewagę któregoś z nich. Dopiero początek wieku XXI ukonstytuował nowy paradygmat.

## **Web 1.0**

Spróbujmy zatem wyjaśnić czym jest Web 1.0 i Web 2.0<sup>1</sup>. Internet, podobnie jak inne współczesne media ma swój pierwowzór w książce drukowanej, w której przekaz informacji jest jednokierunkowy. Jak czytamy u Marshalla McLuhana (McLuhan, 2004, s. 444), dopiero na fundamencie osiągnięć książki drukowanej mechaniczną czcionką mogły powstać kolejne media masowe pozwalające na odbiór tych samych treści w tym samym czasie wielu odbiorcom. Taki też był Internet w początkowym okresie (Web 1.0), którego użytkownik był biernym odbiorcą, a interaktywność ograniczała się do korzystania z możliwości wyszukiwarek (surfing) oraz poczty internetowej (Abram, 2006).

Pierwsze strony internetowe nie dawały możliwości ingerencji w treść. Redagowanie zarezerwowane było tylko dla założyciela, reszta użytkowników mogła co najwyżej odczytywać i/lub kopiować informacje. Web 1.0 pozwala tylko na odczyt, odbiór bez modyfikowania czegokolwiek, tak jak w drukowanej książce. Jest też jasno określony redaktor naczelny i jasno określona misja (przeznaczenie) serwisu. Internauci mogą jedynie zaakceptować warunki stawiane przez redakcję.

Web 1.0 można więc ujmować jako zespół pojedynczych aktów komunikacyjnych, a nie proces komunikacyjny. Akt komunikacyjny jest jednokierunkowy a polega na przesłaniu informacji od nadawcy do odbiorcy odpowiednim kanałem informacyjnym, wyrażonej w odpowiednim kodzie i w konkretnej sytuacji, czyli kontekście. Dopiero Web 2.0 można traktować jako proces komunikacyjny, który wymaga sprzężenia zwrotnego i reakcji odbiorcy, a więc wymiany informacji w tej samej sytuacji komunikacyjnej.

<sup>1</sup> Niektóre z cech obydwu modeli omówiłem w innej pracy: (Kotuła,2007).

Web 1.0 ułatwił rozprzestrzenienie się informacji po świecie, co doprowadziło do pewnej kumulacji, czy, jak określa to McLuhan (2004, s.33-35) implodcji, co pozwoliło przejść na wyższy poziom organizacji informacji.

## Web 2.0

O Web 2.0 po raz pierwszy mówiono w roku 2004 na konferencji zorganizowanej przez firmę O'Reilly Media, do dziś jednak nie został precyzyjnie zdefiniowany, toteż pozostaje nam tylko próba charakterystyki.

Web 2.0 jest jakby powrotem do odległych czasów, kiedy to ludzie, zbierając się na różnych agorach, wymieniali między sobą informacje na temat ostatnich doświadczeń. Tak, jak wtedy służyły temu różne kody semiotyczne, tak i dziś, za sprawą internetu drugiej generacji, w przekazie biorą udział wszelkie komunikaty werbalne i pozawerbalne, tu wymiana informacji odbywa się we wszystkich kierunkach, a granica między nadawcą i odbiorcą ulega zatarciu. Każdy może wejść w dowolną rolę. Takie podejście czyni z konsumenta prosumenta<sup>2</sup>, wreadera<sup>3</sup>, sendceivera<sup>4</sup>, homo agens, kogoś działającego, aktywnego, twórczego. Internauci z biernych odbiorców stają się współtwórcami zasobów Sieci. Przypomnijmy słowa Henrego Jenkinsa (2007, s. 31): „nikt nie wie wszystkiego. Każdy wie coś. Całą wiedzę ma ludzkość”, a więc tylko połączona świadomość, scalenie w pajęczynie relacji indywidualnych punktów widzenia może dać pełnię wiedzy. Pozwolenie dojścia do głosu rzeszom aktywnych internautów sprzyja budowaniu pełniejszych zasobów wiedzy<sup>5</sup>.

W książce *We the Media. Grassroots Journalism by the People, for the People* Dan Gillmor opisuje transformację dziennikarstwa, jaka miała miejsce w ostatnich latach, kiedy to wielkie media masowe kontrolowane centralnie zaczęły ustępować miejsca tworzonym przez ludzi bardziej demokratycznym mediom cyfrowym. Ludzie od zawsze opowiadali sobie historie - powiada autor - a dziś, za sprawą mediów społecznych, tworzonych przez internautów w przekazie elektronicznym, ich odbiór jest globalny. W swojej pracy, wydanej w 2004 roku, Gillmor przewidywał kształt mediów przyszłości, mówiąc, że będą bardziej konwersacyjne<sup>6</sup> - dziś możemy powiedzieć, że jego przepowiednia się spełniła. Media społeczne można scharakteryzować, przywołując zakończenie jego wywodów: „twój głos ma znaczenie. Teraz jeżeli masz coś wartościowego do powiedzenia, możesz być wysłuchany. Możesz sam stworzyć swoją wiadomość. My wszyscy możemy. Zaczynamy więc”.

Odpowiadając na pytanie: „dlaczego tak ważne jest aby nie ignorować żadnego głosu?”, w tym także głosu społecznego, warto odwołać się raz jeszcze do Stanisława Lema [2003], który pisząc o procesach wymiany informacji, przestrzegał, aby nie prowadzić do zamykania się w różnych enklawach, głuchych i ślepych na rzeczywistość i nie odcinać się od różnych punktów widzenia, bo to prowadzi do inwolucji i zwyrodnienia.

<sup>2</sup> Termin *prosument* stosuję za Alvinem Tofflerem (1997, s. 406-439).

<sup>3</sup> Termin *wreader* stosuję za Michaeliem R. Allenem.

<sup>4</sup> Termin *sendceiver* stosuję za Kazimierzem Krzysztofkiem (2004).

<sup>5</sup> Powstaje jednocześnie nowy rodzaj światowego wptywu - netokracja, o której tak wiele pisali Aleksander Bard i Jan Sodeqvist (2006).

<sup>6</sup> Koniec roku 2004 to data ukucia terminu *Web 2.0*, jest to też rok narodzin folksonomii (na podstawie: J. Battelle, 2006, s. 196), do czego jeszcze powrócimy. Gillmor nie nazywał jeszcze obserwowanych zjawisk mianem *Web 2.0*, bo termin ten jeszcze nie funkcjonował.

Najpełniej ideę społecznych mediów (dziennikarstwa obywatelskiego, społecznego) realizują blogi. Włodzimierz Gogolek (2006, s. 124) podaje, że „blog jest to neologizm angielskiego słowa: *weblog* (Web - Sieć WWW; log - dziennik, rejestr): określane także jako *webowe pismo* (*web journal*), «blogosphere»”. Dziś każdy chętny może prowadzić własnego bloga, a popularne serwisy blogowe, takie jak Blogger.com, nieodpłatnie ułatwiają to zadanie, dostarczając odpowiednich narzędzi. David Sifry (2007), przedstawiając raport Technorati, pokazuje, że w marcu 2007 roku było na świecie około 72 miliony blogów, z przeciętną średnią wzrostu 120 tysięcy blogów dziennie. Skala zjawiska bloggingu, pisze Włodzimierz Gogolek (2006, s. 125), jest traktowana „jako ważna składowa nowego etapu rozwoju Sieci - «Web 2.0» lub «Internet 2.0»”.

Ponieważ na strukturę Internetu, jak pisze Jakob Voss (2007), w dużej mierze składają się pełnotekstowe strony WWW, toteż ostatnie lata to renesans manualnych metod indeksowania. Takie indeksowanie odbywa się za pomocą tagów. „[...] Tagi/znaczniki umożliwiają tworzenie własnych kategorii informacji i łatwiejsze ich lokalizowanie. Zasoby te - «społeczne media» - zdobywają szybko rosnącą popularność i stanowią element drugiego etapu rozwoju Internetu - WEB 2.0” (Gogolek, 2006 s.143). Zjawisko to nazywane jest (z angielskiego) *folksonomy*, inne nazwy to *collaborative tagging*, *social classification*, *social indexing*. Folksonomia polega na odejściu od odgórnie narzuconych kategorii i słów kluczowych na rzecz właśnie tagowania<sup>7</sup>. Istotą folksonomii jest to, że to użytkownicy (end users), a nie specjaliści, opisują obiekty z cyfrowego świata za pomocą dowolnie przez siebie dobranych słów kluczowych. Takie indeksy, co jest równie istotne, są od razu uwidaczniane w przestrzeni Internetu, służąc innym internautom do szybkiego lokalizowania informacji.

Działania prowadzone w ramach Web 2.0 sprzyjają odchodzeniu od centralnego administrowania oraz likwidują wektor klient-serwer, budując platformy internetowe służące wygodniejszemu przepływowi informacji. Internet 2.0 jest zdecentralizowany, a rozproszona po licznych serwerach informacja jest dzięki temu skutecznie zabezpieczana<sup>8</sup>. W ten sposób internetowa opinia publiczna i faktyczne potrzeby informacyjne użytkowników przyczyniają się do likwidowania wielu barier informacyjnych, na przykład bariery terminologicznej<sup>9</sup>, bo zasoby Sieci opisywane tymi samymi wyrażeniami, których używa się w codziennej komunikacji.

Prostota obsługi i łatwość dostępu do informacji są kolejnymi cechami serwisów Web 2.0. W swojej pracy Peter Morville i Louis Rosenfeld (2006) pokazują, jak dziś, w dobie technologii wiki, folksonomii i *mushups*<sup>10</sup>, należy przygotowywać architekturę informacyjną, tak aby dana strona (nawet z dużym zasobem informacji) była łatwa w obsłudze i pozwalała na szybkie dotarcie do pożądaných obiektów informacyjnych. Szczególnie istotne jest branie pod uwagę opinii użytkowników Internetu, a więc niebagatelizowanie

<sup>7</sup> *Tagging* to opisywanie zamieszczonych w Sieci treści przez samych zamieszczających (Bulski, 2007).

<sup>8</sup> Podaje się, że dokumenty (dane) w Sieci, np. strony WWW, są semistrukturalne, czyli mają nieregularną strukturę, są heterogeniczne i globalnie rozproszone (P. Nowak, 2006, s. 144).

<sup>9</sup> Termin *bariera terminologiczna* stosuję za Marzeną Świgoń (2006: 32).

<sup>10</sup> Cytowany już W. Gogolek (2006, s. 78) wyjaśnia, że terminem *mush-ups* określa się „innovacyjne połączenie fragmentów zawartości wielu stron w celu stworzenia nowej strony - hybrydy”.

osób stojących na drugim końcu procesu informacyjnego, bo przecież wszyscy są równoprawnymi współtwórcami zasobów World Wide Web<sup>11</sup>.

Najważniejszą cechą internetowego medium jest interaktywność: model Web 1.0 ma ją mocno ograniczoną, model Web 2.0 jest bardziej interaktywny. Najważniejsze, o czym pisał Stephen Abram (2006), jest personalizowanie treści i indywidualizowanie oferty, czyli interpersonalizowanie Sieci oraz komunikowanie konwersacyjne polegające na wymianie informacji i szybkim tej informacji łączeniu. Taka otwarta komunikacja jest nastawiona na globalną wymianę, polegającą na wolności dzielenia się i użytkowania wszelkiej informacji. Informacja jest pochodną indywidualnego doświadczenia wielu internautów, zadający kwerendę poszukuje informacji pertynentnej, dostosowanej do własnych, subiektywnych i wyjątkowych potrzeb. I taką informację otrzymuje. Sprzyjają temu specjalne mechanizmy rejestrujące wszelkie wirtualne ruchy. Przebyta w Internecie droga to tzw. *strumień kliknięć*. John Battelle (2006, s. 189) pisze, że „poprzez podejmowane przez nas w cyfrowym świecie działania, pozostawiamy ślady naszych zamiarów, a im więcej tych śladów, tym łatwiej wyszukiwarce domyślić się naszych intencji na podstawie określonego zapytania. Wiele usług rozpoczęło już analizę tych śladów, których całkowitą sumą jest Baza Danych Intencji”. W przyszłości powstaną wyszukiwarki doskonałe, pozwalające precyzyjnie dostarczyć to, czego naprawdę się poszukuje. Raz jeszcze odwołajmy się do Battelle’go (2006, s. 187), który napisał, że wyszukiwarka przyszłości to „kierownik biblioteki mający pełną władzę nad całym korpusem ludzkiej wiedzy”.

Paul Miller (2005) twierdzi, że: „Web 1.0 prowadził ludzi do informacji, a Web 2.0 prowadzi informacje do ludzi”. Na potrzeby Web 2.0 tworzona jest specjalna architektura partycypacji (*architecture of participation*): informacja zbierana z wielu źródeł, łatwa do przetwarzania i łączenia się w nowe zestawy, daje nowy produkt - informację pochodną, która powinna być łatwa do rozbijania na mniejsze komponenty.

Modularność (tworzenie nowych układów z mniejszych elementów) jest kolejną cechą Web 2.0. Inną ważną cechą jest „uwolnienie danych”. Ideą leżącą u podstaw nowego paradygmatu jest udostępnienie wszystkich informacji całego świata przez Internet. Dziś, za sprawą cyfryzacji dokumentów, powoli staje się to faktem. Urzeczywistnia się więc idea Jana Amosa Komeńskiego przedstawiona w XVII wieku w *Pampaedii*: „trzy zasadnicze terminy: *omnes, omnia, omnio* stanowią zasadnicze elementy teorii Komeńskiego. Chodzi w każdym bądź razie o kształcenie wszystkich (*omnes*), tzn. każdego człowieka, kształcenie we wszystkim (*omnia*), tzn. we wszystkim, co ważne dla człowieka jako istoty powołanej do wielkich zadań [...] wreszcie termin *omnio* wskazuje na wiedzę całkowitą, tzn. gruntowną i dzięki temu pełną.” *Pampaedia* to po prostu „powszechne kształcenie całego rodzaju ludzkiego” (Komeński, 1973, s. 9).

Diana Pietruch-Reizes i Jerzy Reizes-Dzieduszycki stwierdzili (2003, s. 144), że „nowe technologie bardzo wyraźnie wpłynęły na edukację i procesy innowacyjne w obszarze bibliotekoznawstwa i informacji naukowej”, a coraz większa popularność i powszechność nowych technologii informacyjnych i komunikacyjnych w dobie społeczeństwa informacyjnego prowadzi do

<sup>11</sup> Najważniejszą z siedmiu zasad efektywnej strony WWW podanych przez W. Gogotkę (2006, s. 84) jest zasada „liczyć się z odbiorcami”.

konieczności wprowadzania nauczania na odległość (*distance learning*). Nowy „paradygmat implikuje fundamentalne zmiany kontekstu [...] migracja wszelkiego rodzaju informacji do Internetu spowodowała zmianę kontekstu. Środowisko WWW wykształciło zdecentralizowane formy działania i procesy” (Alchertner, 2003, s. 24) 12.

Kolejne właściwości Web 2.0 to: przyjazny, wizualny interfejs, dzielenie się zarówno treścią, kodem źródłowym, jak i pomysłem oraz prosta i łatwa komunikacja. Swobodny dostęp do publikacji naukowych (*open access*) możliwy będzie dopiero po wyzwoleniu się spod restrykcyjnych praw autorskich i przejściu na prawo bardziej liberalne (np. przez tworzone w ramach licencji Creative Commons).

Web 2.0 jest produktem hakerskiej idei „dzielenia się wszystkimi informacjami”(Williams, 2003), tylko wolna informacja źródłowa technologii daje możliwość nieskrępowanego dostępu do architektury oprogramowania i jej modyfikowania. Richard Stallman, twórca ruchu wolnego oprogramowania, powiedział, że „całe oprogramowanie powinno być wolne, a pomysł pobierania za nie opłaty jest zbrodnią przeciw ludzkości”<sup>13</sup>. Dlatego o Web 2.0 mówi się, że jest *anarchistyczny*. Wiąże się z tym postulat „wolnej treści” (*open content*), co oznacza swobodę ingerowania w treść publikacji i de facto współtworzenia zasobów. Wielką bazą danych open content jest Wikipedia. Popularność wolnej encyklopedii internetowej pokazała, że świat jako zbiorowość stał się redaktorem. Nie ma tu już miejsca dla grona specjalistów próbujących zredagować całą wiedzę z danej dziedziny - to internauci stali się i autorami i „globalną redakcją”, przy czym ich uczestnictwo w tworzeniu zasobów informacyjnych jest dobrowolne. Jimmy Wales jeden z założycieli Wikipedii, pisał „na całym świecie ludzie z różnych krajów pracują razem w harmonii, dzieląc się informacjami, których nie kontroluje żadna władza” (Strzelecka, 2007, s.14).

Kończąc charakterystykę Web 2.0 przywołajmy jeszcze wypowiedź Łukasza Bigo (2005), wyjaśniającą dlaczego poprzedni model jest anachroniczny, otóż „Web 1.0 to organizm rozproszony, ale przyjmujący architekturę gwiazdy: w środku zawsze musi znajdować się pewien «posiadacz»”, a to zawsze budziło opór. Dzisiejszy świat informacyjny medium cyfrowego można opisać jako: wszystko - wszędzie - dla wszystkich - przez wszystkich.

## Biblioteka 2.0

Zbierzmy poczynione wyżej spostrzeżenia:

- Web 1.0 ułatwia rozprzestrzenienie się informacji w świecie, dochodzi do implozji;
- centra nie wytrzymują natłoku, rośnie Sieć (architektura kłacza);
- ludzie zaczynają dołączać informacje, rodzą się społeczne media;

<sup>12</sup> Choć dla autorów wymienionych w tym akapicie obcy był termin *Web 2.0*, to jednak wiele z technologii, jak np. blogi, wiki już funkcjonowały, a zatem obserwacje przez nich poczynione dowodzą jedynie, że pewne procesy były już zauważalne.

<sup>13</sup> Z pracy S. Williams można się dowiedzieć z jak wielkim trudem i w jak długim okresie rodziła się idea wolnego oprogramowania.



- ilość informacji rośnie w o wiele większym tempie - bowiem dziś każdy może dodać cegiełkę (obiekt informacyjny) od siebie (nawet na sposób nielegalny) (Zieliński, 2007);

- powstające technologie (webdwozuserowe) ułatwiają wymianę informacji i jej dodawanie<sup>14</sup>.

Internet jest wielką biblioteką, a za sprawą Web 2.0 rodzi się na naszych oczach biblioteka 2.0.

Posiłkując się pracami Grzegorza Gmiterka (2007a, 2007b), bibliotekę 2.0 można rozumieć na dwa sposoby:

- po pierwsze w **wymiarze technologicznym**, co oznacza zaadaptowanie zdobyczy Web 2.0 na potrzeby bibliotek, czyli głównie nowych technologii: blogi (weblogi), podcasty, RSS, komunikatory internetowe, technologie wiki, serwisy społecznościowe (np. Flickr), fora dyskusyjne itd.;

- po drugie w **wymiarze ideologicznym**, a więc, zgodnie z ideą Web 2.0, liczenie się z opinią użytkowników bibliotek, pozwalanie na współkształtowanie działań biblioteki i większą interaktywność. Chodzi więc o zmianę filozofii organizacji pracy biblioteki, tak aby umożliwić większe zaangażowanie czytelników zarówno rzeczywistych, jak i potencjalnych (stwarzanie z potencjalnych rzeczywistych, w perspektywie wszyscy internauci są tymi właśnie czytelnikami potencjalnymi) w prace biblioteki.

Jeśli jednak rozpatrywać bibliotekę 2.0 ściśle w duchu Web 2.0, to najważniejszy okazuje się być pierwiastek społeczny, przejawiający się uwzględnianiem nie tylko potrzeb i koncepcji czytelników, lecz również rejestrowaniem i udostępnianiem innym informacji wytworzonych przez nich samych. W ten sposób ujawnia się trzeci **wymiar - cywilizacyjny (kulturowy)**. Cywilizacja jest przecież ukształtowaną przez ludzi materią - dziś ta materia jest w znacznej części kształtowana w świecie cyfrowym (Jenkins, 2001).

Biblioteka 2.0, w najwęższym rozumieniu, realizowana jest w wymiarze technologicznym, szerzej, w wymiarze ideologicznym, wynikającym z tego pierwszego. Najszerzej pojmowana biblioteka 2.0 to koegzystencja zasobów cyfrowych w Internecie, tworzonych przez profesjonalistów, a więc instytucje sprawdzone na rynku i obecne na nim od dawna oraz zasobów tworzonych przez internautów amatorów (w rozumieniu Andrew Keen'a). Przy profesjonalnie działających serwisach, np. bibliotekach cyfrowych (dLibra, PBI) funkcjonują w Sieci także te, których zasoby stanowią efekt twórczości aktywnych internautów, np. Open Source Books (<http://www.archive.org/details/opensource>), Bookini (<http://www.bookini.pl/>), Wikibooks (np. <http://pl.wikibooks.org/>).

Najszerzej rozumiana biblioteka 2.0 to po prostu Internet i jego całe zasoby.

## Podsumowanie

Gdy popatrzymy na zdemokratyzowaną wersję Internetu, okaże się, że istnieje potrzeba wypracowania nowych (innych) metod opisu obiektów informacyjnych. Współpraca między profesjonalistami a amatorami jest nie tylko możliwa, lecz również konieczna, o czym świadczy projekt KINIA (<http://kinia.czytelnia.net/>), uwzględniający z jednej strony Klasyfikację Dziesiątą Deweya, służącą za strukturę segregacji zasobów polskojęzycznej przestrzeni Interne-

<sup>14</sup> Tymi technologiami są m.in. wiki, mash-up, RSS, blog itp.

tu, a z drugiej słowa kluczowe dodawane przez internautów. Badacze amerykańscy, na przykład Juris Dilevko i Keren Dali (2006), analizując kwestię self publishingu, podali, że rynek tradycyjny nastawiony jest na zysk, a więc wydawcy publikują to, co się sprzedaje, a sprzedają się sprawdzone motywy i schematy, ale przecież z czasem i nowe pomysły, tworzone w cyfrowym obiegu self publishingu, wejdą do obiegu tradycyjnego. Biblioteka ma odpowiadać na potrzeby użytkowników, a im więcej użytkowników (a dziś, w obszarze biblioteki 2.0 każdy internauta jest potencjalnym czytelnikiem biblioteki), tym więcej pojawia się potrzeb. Każdy człowiek jest indywidualnością i ma sobie tylko właściwe potrzeby, a zatem, by skuteczniej na te potrzeby odpowiadać biblioteka musi mieć jak najwięcej produktów, które przekaże użytkownikom produktów tworzonych także przez amatorów.

## Bibliografia

1. Ab ram S.: *Web 2.0, Library 2.0, and Librarian 2.0: Preparing for the 2.0 World*. „Monthly e-Newsletter for the Worldwide SirsiDynix Community” 2006, vol.2, is. 1, SirsiDynix OneSource. [online], [dostęp: 12.03.2007]; <[http://www.imake-news.com/sirsi/e\\_article000505688.cfm](http://www.imake-news.com/sirsi/e_article000505688.cfm)>
2. Alcheitner H. K.: *Społeczeństwo wiedzy i wirtualna edukacja*, [W:] *Edukacja na odległość. Nowe technologie w informacji i bibliotekarstwie*. Red. M. Kocójowa, Kraków: Wyd. UJ 2003, s. 17-29.
3. Allen M. R.: *This is not a hypertext, but...: a set of lexias of textuality*, Ctheory. [online], <<http://www.ctheory.net/articles.aspx?id=389>>
4. Bard A., Sodeqvist J.: *Netokracja. Nowa elita władzy i życie po kapitalizmie*. Warszawa: WAIp 2006.
5. Battelle J.: *Szukaj. Jak Google i konkurencja wywołali biznesową i kulturową rewolucję*, Warszawa: PWN 2006.
6. Bigo L.: *Web 2.0 - ewolucja, rewolucja czy... anarchia?!* „PcWorld” [online], [dostęp: 19.04.2008]; <<http://www.pcworld.pl/news/85027.html>>
7. Bulski P.: „Taggowanie” popularne wśród internautów. „PCLab” 01.02. 2007. [online], [dostęp: 12.03. 2007]; <<http://pclab.pl/news24622.html>>
8. Dilevko J., Dali K.: *The self-publishing phenomenon and libraries*. „Library & Information Science Research” 2006, vol. 28, s. 208-234.
9. Gillmor D.: *We the Media. Grassroots Journalism by the People, for the People*. USA: O'Reilly Media, Inc. 2004. <<http://www.oreilly.com/catalog/wemedia/>>
10. Gmiterek G.: *Library 2.0. Nie dla polskich bibliotek*. [W:] *Oblicza Internetu. Architektura komunikacyjna Sieci*. Red. Marek Sokołowski. Elbląg: PWSZ 2007, s. 195-204.
11. Gmiterek G.: *Library 2.0. Możliwości zastosowania Web 2.0 w bibliotekach polskich*, „EBIB” 2007, nr 4(85). [online], <<http://www.ebib.info/2007/85/a.php?gmiterek>>
12. Gogolek W.: *Technologie informacyjne mediów*, Warszawa: ASPRA 2006.
13. Jenkins H.: *Convergence? I Diverge*. „Technology Review” 2001, June, [online], <<http://www.technologyreview.com/Biztech/12434/>>
14. Jenkins H.: *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*. Warszawa: WAIp 2007.
15. Keen A.: *Kult amatora. Jak Internet niszczy kulturę*. Warszawa: WAIp 2007.

16. Kotuła S.: *WEB 2.0- współczesny paradygmat Internetu* [W:], *Oblicza Internetu. Architektura komunikacyjna Sieci*. Red. Marek Sokołowski. Elbląg: PWSZ 2007, s. 181-188.
17. Krzysztofek K.: *Algorytmiczne społeczeństwo cz. II*. "Computerworld" 2004, nr 19, s. 34-37.
18. McLuhan M.: *Zrozumieć media: przedłużenie człowieka*. Warszawa: WNT 2004.
19. Lem S.: *Bomba megabitowa*. Kraków: Wyd. Literackie 1999.
20. Lem S.: *Fantastyka i futurologia*. Kraków: Wyd. Literackie 2003.
21. Miller P.: *Web 2.0: Building the New Library*. "Ariadne" 2005, nr 45, październik, Bath: University of Bath, [online], [dostęp: 19.04.2008]; <<http://www.ariadne.ac.uk/issue45/miller/>>
22. Morville P., Rosenfeld L.: *Information Architecture for the World Wide Webby*. USA: Wyd. O'Reilly 2006.
23. Nowak P.: *Bibliometria. Webometria. Podstawy. Wybrane zastosowania*, Poznań: Wyd. Nauk. UAM 2006.
24. Pietruch-Reizes D., Reizes-Dzieduszycki J.: *Perspektywy zastosowania nauczania na odległość w zakresie bibliotekoznawstwa i informacji naukowej na przykładzie Uniwersytetu Śląskiego*. [W:] *Edukacja na odległość. Nowe technologie w informacji i bibliotekarstwie*. Red. M. Kocójowa. Kraków: UJ 2003, s. 143-148.
25. Sifry D.: *The State of the Live Web*. "Sifry's Alerts" 2007, 5 kwiecień, [online], [dostęp: 19.04.2008]; <<http://www.sifry.com/alerts/archives/000493.html>>
26. Strzelecka M.: *Chcemy być razem w Internecie*, „Gazeta Wyborcza” 2007, 17 styczeń, s. 14.
27. Toffler A.: *Trzecia fala*. Warszawa: PIW 1997.
28. Voss J.: *Tagging, Folksonomy & Co - Renaissance of Manual Indexing?* "ArXiv.org" 2007, 26.01. [online], [dostęp: 19.04.2008]; <<http://arxiv.org/abs/cs/0701072>>
29. Wikipedia. [online], [dostęp: 19.04. 2008]; <<http://wikipedia.org>>
30. Williams S.: *W obronie wolności*, Gliwice: Helion 2003. [online] <<http://stallman.helion.pl/>>
31. Zieliński P. G.: *Nielegalne e-książki i ich recepcja w Polsce*. [W:] *Książka, biblioteka, informacja - między podziałami a wspólnotą*. Red. Jolanta Dzieńiakowska. Kielce: Wyd. AŚ 2007, s. 515-523.

## Summary

Internet, developing from Web 1.0 to Web 2.0 model, has actually become a library 2.0. The author explains concept of Web 1.0 and Web 2.0, and describes the concept of library 2.0.

# BIBLIOGRAFIA 2.0

**Jarosław Pacek**  
**Instytut Bibliotekoznawstwa**  
**i Informacji Naukowej**  
**UMCS Lublin**

*Bibliografia 2.0, Internet, informacja bibliograficzna, usługi internetowe, działalność informacyjna*

Modny i szeroko dyskutowany nurt polegający na współtworzeniu zasobów Internetu przez społeczności użytkowników - zjawisko określane mianem Web 2.0 - został również zauważony w środowisku badaczy z zakresu nauki o informacji i bibliotekarzy. Na ten temat pojawiło się ostatnio wiele publikacji, polscy autorzy omawiają go zwłaszcza na łamach biuletynu *EBIB*<sup>1</sup> a także forum dyskusyjnego *Biblioteka 2.0*<sup>2</sup>.

Natomiast o Bibliografii 2.0 równie interesującej, nie mówi się ani w piśmiennictwie polskim, ani w dostępnej autorowi literaturze obcojęzycznej. Przeprowadzona eksploracja źródeł literatury fachowej polskiej i zagranicznej, nawet popularnonaukowej, przyniosła bardzo niewiele wyników: teoria bibliografii 2.0 (ang. *bibliography 2.0*) nie istnieje, a sam termin pojawia się rzadko, tylko w pracach dotyczących praktyki i działalności typu bibliograficznego.

W przestrzeni internetowej napotkać można sformułowania *e-bibliografia*, lub *netografia*, a co ciekawe, drugie słowo notuje już słownik języka polskiego PWN, podając następujące jego znaczenie: „netografia «bibliografia tekstów internetowych»”. Choć jest to zbyt wąska definicja, to o wadze zjawiska świadczy usankcjonowanie tego słowa przez lingwistów, mimo że terminu tego brak w informatorach z zakresu nauki o informacji (aktualnych opracowań jest niewiele).

Celem niniejszego artykułu jest przede wszystkim rejestracja pewnych zjawisk, które kształtują się niejako poza areną bezpośredniego wpływu samych bibliografów, jest to bowiem ruch oddolny, wynikający z typowej dla idei 2.0 aktywności odbiorców i użytkowników. Pytanie, jakie można sformułować, brzmi: czy i ile bibliografia może na tych zjawiskach skorzystać i włączyć w obręb swoich zainteresowań wypracowane tam metody i innowacje?

Pierwsze obserwacje pozwalają na poczynienie uwagi, że problemy bibliografii 2.0 można pogrupować, podobnie, jak czyniono to dotychczas z tradycyjną bibliografią, w trzech obszarach, z czym wiążą się trzy znaczenia terminu *bibliografia*. Można więc wyróżnić następujące pola znaczeniowe *bibliografii 2.0*

- 1) teoria bibliografii 2.0, mieszcząca się w obrębie ogólnej dyscypliny bibliograficznej,
- 2) specyficzna metodyka prac bibliograficznych,
- 3) konkretny spis, wykaz.

<sup>1</sup> *Biuletyn EBIB* [online], [dostęp: 21.04.2008]; <<http://www.ebib.info>>

<sup>2</sup> *Forum Biblioteka 2.0*. [dostęp: 21.04.2008]; <<http://forum.biblioteka20.pl/>>

## Teoria Bibliografii 2.0

Jak wspomniano, już pobieżny przegląd źródeł pozwala zauważyć, że termin *bibliografia 2.0* właściwie nie pojawia się w literaturze naukowej, natomiast Web 2.0 wprowadzono około roku 2004 wraz z dyskusją rozpoczętą konferencjami, których organizatorem był Tim O'Reilly<sup>3</sup>. Wkrótce mianem 2.0 zaczęto określać inne zjawiska mające wpływ na rozwój Internetu lub z tego rozwoju wynikające; ruch związany z aktywizacją odbiorców i zarazem kreatorów treści nazwano *kulturą 2.0*. Nowym trendem szybko zainteresowali się postępowi bibliotekarze, określając pojęciem *biblioteka 2.0* (ang. *library 2.0*) zmiany głównie w zakresie sposobu świadczenia usług i włączania do tego systemu samych użytkowników<sup>4</sup>.

Idea 2.0 wkroczyła więc w świat bibliotekarstwa i do nauki o informacji. Web 2.0 ma szansę zmienić organizację pracy, standardy i procedury stosowane na polu tej dyscypliny.

Czymże jest więc bibliografia 2.0? Na konferencji poświęconej bibliografii, zorganizowanej w styczniu 2008 r. przez Instytut Informacji Naukowej i Studiów Bibliologicznych Uniwersytetu Warszawskiego<sup>5</sup>, omówiono możliwe zmiany w zakresie pola badawczego i terminologii bibliografii. Katarzyna Pilitowska referowała możliwości i ograniczenia bibliografii 2.0 rozumianej jako otwarty serwis, w którym rejestracja obiektów informacyjnych byłaby dokonywana przez samych użytkowników<sup>6</sup>. 8 kwietnia 2008 r. w Instytucie Bibliograficznym Biblioteki Narodowej odbyło się zebranie naukowe, na którym dyskutowano o Web 2.0 we współczesnym bibliotekarstwie. Uczestnicy wyrazili zainteresowanie możliwościami wdrożenia innowacji sieci 2.0 do praktyki bibliograficznej (zwłaszcza tzw. tagowania, o którym będzie mowa niżej), i wprowadzania bibliografii na poziom tejże sieci. Jednocześnie zauważono konieczność dalszych analiz w zakresie tzw. back office<sup>7</sup> oraz wskazano na ograniczenia wynikające z rozbieżności między konieczną precyzją pracy bibliograficznej a brakiem kontroli nad zróżnicowanymi efektami pracy społecznej.

W sieci internetowej można odnaleźć ślady referatu o wiele obiecującym tytule *The New Bibliography 2.0* wygłoszonego przez Davida L. Gantsa, co ciekawe jeszcze w 2002 roku, na konferencji Society for the History of Authorship, Reading and Publishing Annual Meeting w Londynie<sup>8</sup>. Niestety, nie udało mi się dotrzeć do tekstu artykułu, trudno więc wyrokować, czy wnosił on jakieś informacje teoretyczne istotne dla omawianego zagadnienia. Na podstawie

<sup>3</sup>T. O'Reilly: *What is Web 2.0*. [online], [dostęp: 4.04.2008]; <<http://www.oreillyn.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>>.

<sup>4</sup>G. Gmiterek: *Library 2.0. Możliwości zastosowania Web 2.0 w bibliotekach polskich*. EBIB 2007, nr 4 [online], [dostęp: 4.04.2008]; <<http://www.ebib.info/2007/85/a.php?gmiterek>> oraz G. Gmiterek: *Library 2.0. Nowe wyzwanie dla polskich bibliotek?* [W:] *Oblicza Internetu. Architektura komunikacyjna sieci*. Red. nauk. M. Sokołowski. Elbląg 2007 s.195-204.

<sup>5</sup>III Ogólnopolska Konferencja Naukowa *Bibliografia - teoria, praktyka, dydaktyka*, [online], [dostęp: 4.04. 2008]; <<http://www.lis.uw.edu.pl/archi/konf.html>>

<sup>6</sup>K. Pilitowska: *Bibliografia w standardzie Web 2.0 - możliwości i ograniczenia*. Referat wygłoszony na III Ogólnopolskiej Konferencji Naukowej *Bibliografia - teoria, praktyka, dydaktyka*. Warszawa, 15-16 stycznia 2008 r.

<sup>7</sup>„Back-office - sfera działalności przedsiębiorstwa lub instytucji bezpośredniego kontaktu z klientami”. *Wiem. Portal wiedzy*, [online], [dostęp: 22.04.2008]; <[http://portalwiedzy.onet.pl/133814,,,back\\_office,haslo.html](http://portalwiedzy.onet.pl/133814,,,back_office,haslo.html)>

<sup>8</sup>*Sharp 2002 conference programme*, [online], [dostęp: 5.04.2008]. <<http://ies.sas.ac.uk/events/conferences/2002/SHARP/Sharp2002programme.htm>>; Wykaz publikacji autora pod adresem: <[http://dev.hil.unb.ca/Texts/Gants/gants\\_cv.pdf](http://dev.hil.unb.ca/Texts/Gants/gants_cv.pdf)>

lektury nielicznych opracowań, które zajmują się tymi problemami - na przykład tekst Pawła Wimmera *Microsoft Word 2007 - jak zrobić bibliografię*<sup>9</sup>, prezentacja *Masters of the Bibliographic Universe? The Promises and Pitfalls of Digital Scholarship in the Age of Googlepedia*<sup>10</sup> zamieszczona w serwisie *Australian Partnership for Sustainable Repositories*, zestawienie *Libraries, Trends, & Technologies: Bibliography 2.0* przygotowane przez Michaela Stephensa<sup>11</sup> - można wnioskować, że omawiane pojęcie pojawia się najczęściej w celu odróżnienia współcześnie zestawianych wykazów literatury od ich tradycyjnych poprzedników. Elementem różnicującym może być: 1/ metoda utworzenia - wykorzystanie programów komputerowych do tworzenia zestawienia; nowoczesne modele opisu; 2/ przedmiot opisu: źródła elektroniczne, dostępne online, nie tylko w postaci tekstów i nie tylko piśmiennicze.

Autorzy wspomnianej prezentacji spostrzegają, że praktyka bibliograficzna zmienia się pod wpływem zjawisk socjo-technicznych, takich jak Googlepedia (terminem tym określa się m.in. upowszechnienie w globalnej skali informacji bibliograficznej, zasobów bibliotecznych, bez względu na miejsce i wykorzystywaną platformę)<sup>12</sup>. Badania i wiedza naukowa upowszechniane są za pomocą druku i mediów cyfrowych, ale w coraz większym stopniu poprzez sieć Web. Dlatego rozwój aparatu naukowych cytowań i odwołań hipertekstowych stanowi przedmiot współpracy samych użytkowników i technologów.

0 bliskości problemów występujących zarówno na polu bibliografii, jak i dyscyplin związanych z rozwojem i funkcjonowaniem sieci komputerowych może świadczyć wykorzystywanie podobnych metod badawczych przez bibliometrię

1 webometrię. Piotr Nowak, autor opracowania traktującego o tych problemach zauważa, że „Nie będziemy dalecy od prawdy w twierdzeniu, że przedmiot webometrii w zasadzie jest analogiczny do przedmiotu klasycznej bibliometrii. Różnica polega przede wszystkim na nośniku oraz sposobie dostarczania dokumentu (systemie informacyjnym, w ramach którego funkcjonuje)”<sup>13</sup>.

Brak odpowiednich informacji o bibliografii 2.0 pozostawia szerokie pole dla własnych interpretacji. Spróbujmy zatem dokonać opisu tego zjawiska. Web 2.0 określany jest za pomocą sformułowań: „trend decentralizacji zasobów internetowych”. „«Przejsie» na Web 2.0 [...] jest w rzeczywistości renesansem, powrotem do klasycznych źródeł pierwotnej WWW oraz oczywiście Internetu. Chodzi o rozpropagowanie idei współodpowiedzialności za zawartość, o dzielenie się wiedzą”<sup>14</sup>, „mówimy [...] o kulturze uczestnictwa. [...] konsument staje się coraz bardziej widoczny i ma coraz większy wpływ na tę nowo

<sup>9</sup> P. Wimmer: *Microsoft Word 2007 - jak zrobić bibliografię*. „PC World Komputer”, [online], [dostęp: 5.04.2008]; <<http://www.pcworld.pl/news/131941.html>>

<sup>10</sup> *Masters of the Bibliographic Universe? The Promises and Pitfalls of Digital Scholarship in the Age of Googlepedia*. Australian Partnership for Sustainable Repositories, [online], [dostęp: 5.04.2008]; <[http://www.apsr.edu.au/presentations/blackall\\_urls.ppt](http://www.apsr.edu.au/presentations/blackall_urls.ppt)>

<sup>11</sup> M. Stevens: *Libraries, Trends, & Technologies: Bibliography 2.0*. TechConnections 2.0.0.8. [online], [dostęp: 5.04.2008]; <<http://www.techconnectionsOhio.info/wp-content/uploads/2007/06/stephens.pdf>>

<sup>12</sup> Na ten temat więcej w: J. Franke: *Googletheca Universalis? [W:] Biblioteki cyfrowe. Projekty, realizacje, technologie*. Pod red. J. Woźniak-Kasperek i Jerzego Franke. Warszawa 2007, s. 121-166. oraz M. Weryho: *Stać na ramionach gigantów, czyli Google Scholar*. EBIB 2005, nr 2 [online], [dostęp: 5.04.2008]; <<http://ebib.oss.wroc.pl/2005/63/weryho.php>>

<sup>13</sup> P. Nowak: *Bibliometria. Webometria. Podstawy, wybrane zastosowania*. Poznań 2006, s. 141.

<sup>14</sup> Ł. Bigo: *Web 2.0 - ewolucja, rewolucja czy... anarchia?!* IDG.pl [online], [dostęp 5.04.2008]; <<http://www.idg.pl/news/85027.html>>

powstającą kulturę”<sup>15</sup>, „określenie serwisów internetowych, powstałych po 2001 roku, w których działaniu podstawową rolę odgrywa treść generowana przez użytkowników danego serwisu. [...] Uważa się, że serwisy Web 2.0 zmieniają paradygmat interakcji między właścicielami serwisu i jego użytkownikami, oddając tworzenie większości treści w ręce użytkowników. Strony Web 2.0 mają tendencję do korzystania z nowych technik takich jak XHTML, SOAP, AJAX, XUL, RDF, dużo częstsze wykorzystywanie kanałów RSS i Atom oraz bardzo szerokie rozpropagowanie Webservices”<sup>16</sup>.

Można zatem powiedzieć, że bibliografia 2.0 to nowy nurt w działalności bibliograficznej zbudowany na fundamencie współdziałania odbiorców informacji w zakresie współtworzenia i upowszechniania informacji, mający na celu dzielenie się wiedzą bibliograficzną (stosowanie nowoczesnych, uniwersalnych standardów i platform ułatwiających dalsze wykorzystanie, kopiowanie, przekształcanie). Bibliografia 2.0 to również metoda opracowania wykorzystująca najnowsze aplikacje i usługi internetowe: EndNote, BibMe, CityUlike, Zotero, nowoczesne standardy i języki opisu metadanych: FRBR (Functional Requirements for Bibliographic Records), Dublin Core, XML (Extensible Markup Language), RDF (Resource Description Framework), OAI-PMH (Open Archives Initiative Protocol for Metadata Harvesting) i inne. Tak przygotowywane spisy mogą przybierać różnorodne formy: od tradycyjnego - drukowanego, przez wykazy publikowane w postaci plików tekstowych, do zaawansowanych serwisów i portali internetowych; bibliografia taka może również posługiwać się systemami RFID (Radio Frequency Identification). Włączenie tych wszystkich zjawisk do zainteresowań bibliografii zbliża ją do potocznego rozumienia, gdzie najistotniejszy jest praktyczny i użyteczny wymiar działalności bibliograficznej.

Bibliografia 2.0 pozwoli włączyć odbiorcę do najważniejszych procesów jej powstawania. Dotychczas rola odbiorcy sprowadzała się do wertowania statycznych spisów - teraz może współdecydować o wyborze jednostek opisu, brać udział we wprowadzaniu rekordów, kategoryzowaniu w obrębie zastosowanego porządku (który również może być zależny od woli użytkowników). Wydaje się jednak, że bibliografia jest jedną z tych dyscyplin, gdzie w trosce o naukową użyteczność należałoby w niektórych przypadkach stosować zasadę ograniczonego zaufania albo „półotwartości”. Materiał proponowany przez użytkowników w systemie swobodnego dostępu z pewnością trzeba będzie poddawać merytorycznej kontroli i korekcie (powodem m.in. powszechny w Internecie spam), zwłaszcza w przypadku opracowań mających służyć jako źródło wiarygodnej, kompetentnej informacji naukowej. Zasadne będzie posługiwanie się specjalnym buforem przechowującym proponowane dane, zanim trafią w docelowe miejsce wykazu (bez względu na jego postać końcową).

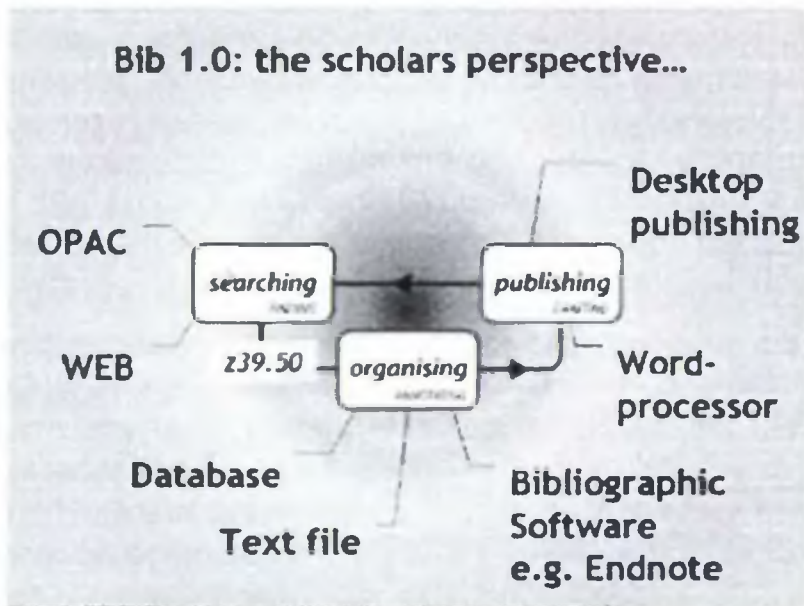
## **Bibliografia 2.0 jako metoda**

W omawianej prezentacji przedstawiono też bibliografię 1.0, która miała być, jak to widać na slajdzie, tworzona i upowszechniana najczęściej w postaci plików tekstowych, z użyciem popularnych programów i edytorów, które

<sup>15</sup> H. Jenkins: *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*. Warszawa 2007, s. VII.

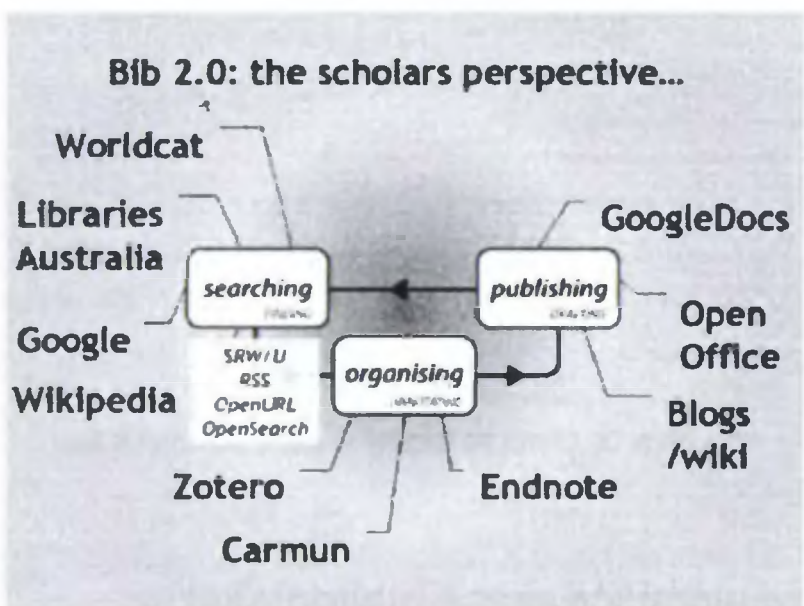
<sup>16</sup> Web 2.0. *Wikipedia. Wolna encyklopedia*, [online], [dostęp: 5.04.2008]; <[http://pl.wikipedia.org/wiki/Web\\_2.0](http://pl.wikipedia.org/wiki/Web_2.0)>

w zasadzie można uważać za tradycyjne (takie jak MSWord), a przeszukiwana i przeglądana poprzez Web i OPAC-i, z użyciem protokołu Z.39.50. Utożsamiać należy więc ten typ bibliografii, podobnie jak Web 1.0, z możliwościami i metodami stosowanymi w okresie, w którym dominowała statyczność zawartości serwisów Internetowych oraz wyraźny podział na twórców i użytkowników, czyli modelem sprzed „rewolucji społecznościowej”.



Rys. 1. Schemat organizacji Bibliografii 1.0<sup>17</sup>

Bibliografię 2.0 ma wyróżniać stosowanie narzędzi będących zarazem usługami dostępnymi online (Zotero, Carmun, Endnote), publikowanie za pomocą otwartych platform i aplikacji (blogi, wiki, GoogleDocs, OpenOffice), wyszukiwanie oraz przeglądanie poprzez otwarte, uniwersalne katalogi (WorldCat czy The European Library). Kolejny slajd pokazuje strukturę funkcjonowania bibliografii 2.0.



Rys. 2. Schemat organizacji Bibliografii 2.0<sup>18</sup>

<sup>17</sup> *Masters of the Bibliographic Universe? Op. cit.*

<sup>18</sup> *Masters of the Bibliographic Universe? Ibidem.*



Do typowych metod organizowania informacji w Web 2.0 należy włączyć również tzw. folksonomię i tagowanie (ang. *tagging* - oznaczanie, zakładkowanie), czyli oznaczanie treści przez samych jej użytkowników za pomocą samodzielnie (swobodnie) tworzonych słów kluczowych. Wydaje się, że zjawisko to (ang. *social bookmarking*) może szczególnie przysłużyć się bibliografii i, szerzej, działalności informacyjnej. Jeśli proces organizowania wiedzy w systemach, tworzenie charakterystyk dokumentów, kartotek haseł przedmiotowych, słowników terminów wyszukiwawczych, tezaursów itp. ma na celu zwiększenie efektywności wyszukiwania i podwyższenie relewancji odnalezionej informacji w stosunku do oczekiwań użytkowników, to sytuacja, kiedy to użytkownicy proponują systemowi słowa i tagi, może być bardzo obiecująca, bo są to w ich mniemaniu słowa najlepiej opisujące treść i temat dokumentu, których najprawdopodobniej będą używali, poszukując podobnych dokumentów.



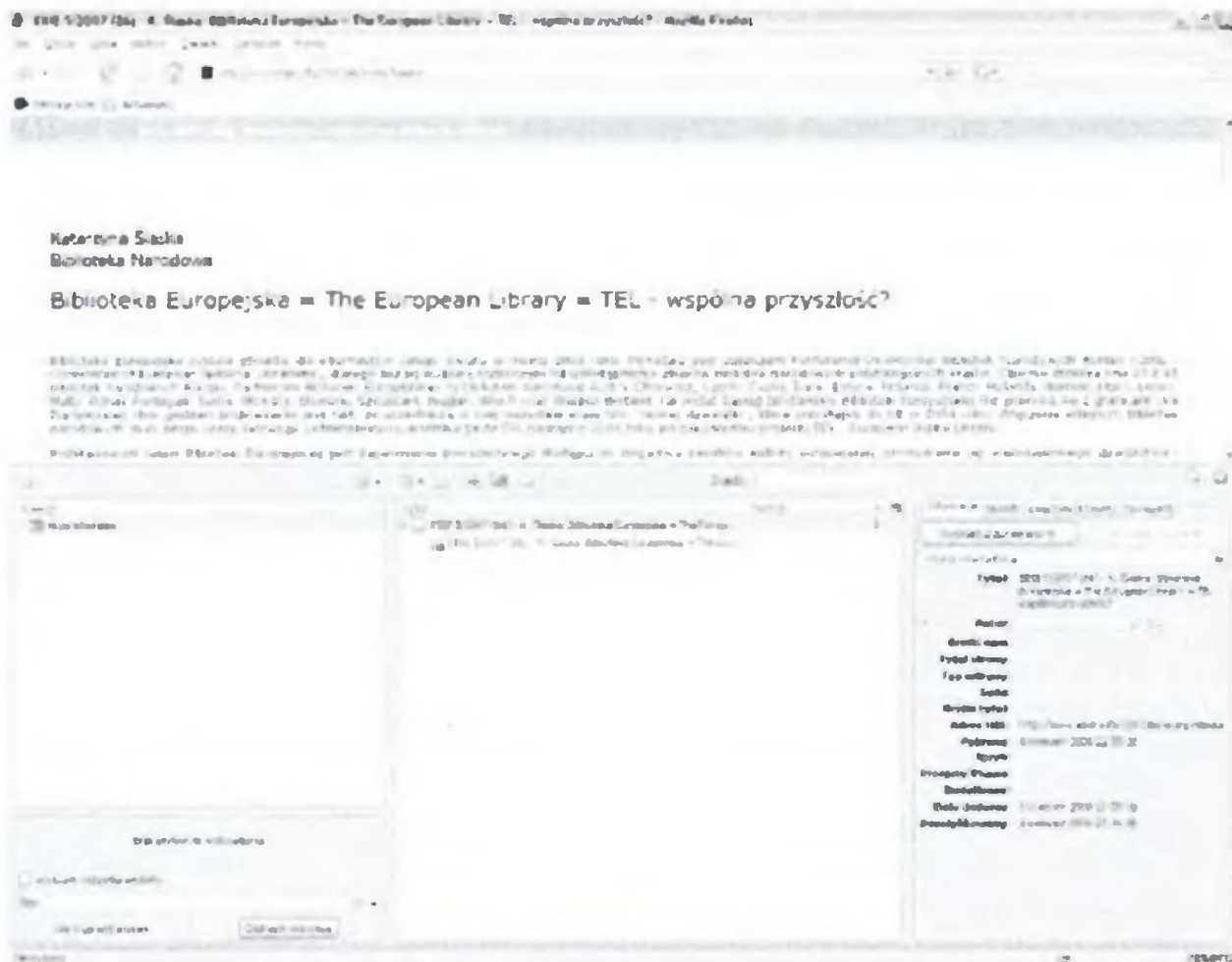
Rys. 3. Chmura tagów w serwisie CiteULike

## Aplikacje wspierające pracę bibliograficzną

Istnieje dziś co najmniej kilka dobrych, funkcjonalnych i sprawdzonych aplikacji wspomagających prace nad gromadzeniem, opracowywaniem i dalszym przetwarzaniem informacji bibliograficznej. Są to (niektóre wymienione już wcześniej) programy działające z pozycji konkretnego komputera, które

należy instalować w systemie, np. BibTex (<http://www.bibtex.org>), EndNote (<http://www.endnote.com>); lub jako specjalne wtyczki innych programów, np. Zotero (<http://www.zotero.org>); jak też stanowiące rodzaj specyficznej usługi sieciowej, np. Carmun (<http://www.carmun.com>), BibMe (<http://www.bibme.org>), Cityllike (<http://www.citeulike.org>). Wbudowane narzędzia tego typu posiadają również popularne procesory tekstu (OpenOffice Writer, MS Word).

Szczególnie interesujący wydaje się zyskujący ostatnio dużą popularność i uznanie program Zotero. Jest to darmowy, open source-owy program, który instaluje się jako rozszerzenie popularnej przeglądarki stron internetowych Firefox. Program potrafi samodzielnie pobrać informacje bibliograficzne książek, artykułów, a w niektórych przypadkach nawet słowa kluczowe i numery klasyfikacyjne. Zgromadzone informacje bibliograficzne można w łatwy sposób katalogować. Są umieszczane w wielopoziomowych bazach, istnieje nawet możliwość porządkowania ich i potem przeglądania, wyszukiwania za pomocą słów kluczowych. Rekordy bibliograficzne można łatwo łączyć z tekstami przechowywanymi w komputerze lub znajdującymi się w Internecie. Stworzenie zestawienia bibliograficznego wymaga jedynie wybrania odpowiednich pozycji i formatu opisu. Wadą programu jest wciąż brak zaaplikowanych w nim formatów opisu stosowanych w Polsce, jednakże dzięki otwartości można program dostosowywać do własnych potrzeb (do wprowadzania nowych formatów używa się języka XML).



Rys. 3. Zotero. Darmowy menedżer bibliografii

## Bibliografia 2.0 jako rodzaj spisu

Tej nowoczesnej bibliografii można szukać pod wieloma postaciami. Bibliografia 2.0 może być:

1/ spisem, który przedmiotowo łączy się z trendami społeczeństwa informacyjnego, elektronicznymi mediami, rozwojem technologii informacyjnych;

2/ spisem, którego rekordy posługują się hiperłączami i wskazują na źródła informacji dostępne online (jak w rozumieniu netografii podanym przez słownik języka polskiego); takie wykazy zwykle poprzedza się nagłówkiem 2.0 dla odróżnienia ich w jednym wykazie od spisu tradycyjnych drukowanych publikacji;

3/ spisami, które przy ścisłym rozumieniu bibliografii należałoby traktować raczej jako *quasi* bibliograficzne. Są to:

- różnego typu katalogi biblioteczne, np. The European Library (<http://www.theeuropeanlibrary.org>), WorldCat (<http://www.worldcat.org>) (posiada wbudowane narzędzia wspomagające tworzenie własnych wykazów bibliograficznych),

- katalogi stron internetowych, np. DMOZ open directory project: (<http://www.dmoz.org>),

- *subject gateways*, np. KINIA Katalog Internetowy Nauki o Informacji (<http://www.kinia.czytelnia.net>),

- bibliograficzne bazy danych, np. DOAJ Directory of Open Access Journal (<http://www.doaj.org>), ScienceDirect (<http://www.sciencedirect.com>),

- repozytoria, np. E-LIS E-prints in Library and Information Science (<http://eprints.rclis.org>),

- archiwa internetowe - Internet Archive (<http://www.archive.org>),

- serwisy pozwalające na przechowywanie metainformacji, często widocznej dla innych użytkowników i umożliwiające dzielenie się opiniami o danym tekście, czy, szerzej obiekcie informacyjnym, np. del.icio.us (<http://del.icio.us>), Digg (<http://www.digg.com>), CitellLike (<http://www.citeulike.org>),

- systemy udostępniania obiektów informacyjnych i wyszukiwarki tekstów naukowych, takie jak Google Scholar (<http://scholar.google.pl>), Google Book Search (<http://books.google.com>),

- biblioteki oferujące materiały w domenie publicznej, np. Wolne Lektury (<http://www.wolnelektury.pl>), również takie, które tworzone są przez samych internautów i od razu oferowane innym surfującym, np. Bookini (<http://www.bookini.pl>), Wikibooks (np. <http://pl.wikibooks.org>).

Bibliografia tak wielopostaciowa, związana ściśle z możliwościami hiper tekstu, łącząca w sobie wiele różnych treści, systemów gromadzenia tworzy pewną nową wartość, wobec której coraz częściej używa się określenia „uniwersalna”. Uniwersalizują się zarówno zakres i zasięg bibliografii, jak też jej dostępność, metody opracowania a autorami stają się jednocześnie jej odbiorcy. Przykładem mógłby tu być społecznościowy serwis bibliografii regionalnej, w którym rekordy byłyby dodawane przez użytkowników z możliwością dalszego klasyfikowania ich, formatowania automatycznego z użyciem kilku schematów (obligatoryjnie przynajmniej Dublin Core), opatrywania poszczególnych pozycji komentarzami, z systemem ocen, tzw. chmurą tagów (ang. *tag cloud*), forum dyskusyjnym, prowadzonym blogiem, możliwością subskrybowania informacji o nowościach poprzez kanał RSS (Really Simple Syndication) lub mający go zastąpić Atom. Wiele podobnych serwisów już funkcjonuje, jednak nie są one poświęcone typowej rejestracji bibliograficznej. Czy wizja takie-

go serwisu ma szanse powodzenia, trudno rozstrzygać. Miałby on wiele zalet, ale też kryje niebezpieczeństwa i słabe strony. Korzystne jest przede wszystkim aktywizowanie użytkowników informacji, co jest atutem i zarazem fundamentem Web 2.0. Aktywizacja użytkowników bibliografii może przynieść zwiększenie kompletności, zintensyfikowanie poszukiwań, odciążyć bibliografów od żmudnych poszukiwań, poszerzyć krąg zainteresowania bibliografią, sprawić, że dotrze do użytkowników, którzy do tradycyjnej postaci spisu, nawet dostępnej w postaci bazy online, nigdy by nie trafili. Taka bibliografia byłaby nowoczesnym, funkcjonalnym narzędziem na miarę XXI wieku. Jednak takie podejście do pracy bibliograficznej może pociągnąć za sobą spadek jakości, bo trudno oczekiwać znajomości standardów opisu od wszystkich użytkowników serwisu bibliograficznego. Można temu w pewnym stopniu zapobiec przez stosowanie prostych, przyjaznych formularzy. Pozostaje problem wiarygodności wprowadzanych danych, ale, jak wynika z badań tak zwana mądrość tłumu jest w stanie wytworzyć wartość dodatnią, a źródło informacji tak opracowane może być porównywalne z tradycyjnym, przygotowywanym przez ekspertów. Przykładem może być popularna *Wikipedia*, której 42 wybrane hasła czasopismo *Nature* zestawilo w 2005 roku z taką samą liczbą haseł encyklopedii *Britannica*. Okazało się, że liczba niedoskonałości była w obydwu podobna<sup>19</sup>. Omawiana wizja serwisu mogłaby najlepiej realizować się w zadaniu upowszechniania informacji typu bibliograficznego w przestrzeni internetowej, gdyby jednak miała stąd trafić do profesjonalnych wykazów, konieczne byłoby poddanie jej wszechstronnej ocenie. Merytoryczna kontrola materiału to działanie, którym bibliografowie zajmują się na co dzień, a dążenie do najlepszej wersji rekordu bibliograficznego i całego wykazu są, jak się wydaje, wpisane w ten zawód. Fachowość, systematyczność, dokładność, konsekwencja, krytycyzm, poczucie odpowiedzialności za słowo, dociekliwość to cechy, które Henryk Sawoniak wymienił, pisząc o specyfice ważnego społecznie zawodu bibliografa. Na równi z tymi cechami autor postawił wyzbycie się drobiazgowości, zdrowy rozsądek, wyobraźnię, odporność na pokusy perfekcjonizmu, wystrzeganie się konserwatyzmu. Czy takie postrzeganie pracy bibliograficznej pozwala włączyć do niej osoby nieprzygotowane? Artykuł z uwagami Sawoniaka opublikowany został w 1985 roku, ale wiele myśli tam zawartych można odnieść również do dzisiejszego zjawiska internetowej społecznej „pracy u podstaw”. Zacytujmy tu fragment, który ponad 20 lat temu w znacznej mierze wyznaczył tok dzisiejszych rozważań: „Czy każdy może być dobrym bibliografem? Jak w każdym zawodzie, praca bibliografa wymaga określonych predyspozycji psychicznych. Dla wielu może się wydawać nieciekawa, monotonna, nużąca i nudna. Niewątpliwie jest bardziej interesująca na szczeblu redakcyjnym lub autorskim. Ale na tym szczeblu potrzebny jest także talent, wyobraźnia bibliograficzna, co nie każdemu jest dane. Można więc i w bibliografii być tylko wyrobnikiem, ale także sprawnym rzemieślnikiem, a nawet mistrzem-artystą. Zależy to od osobistego zaangażowania się i zdolności. Wielu jest doskonałych pracowników pomocniczych, których twórczy wkład na tym polega, że dają pracę dobrą. Pracownik pomocniczy, jeśli jest wewnętrznie zaangażowany, może nie wyczuwać monotonii wykonywanych czynności. Wiele bowiem przy gromadzeniu materiałów i sporządzaniu opisów wyłania się problemów, których rozwiązanie wymaga myślenia i wyjścia poza

<sup>19</sup> Jim Giles: *Special Report Internet encyclopaedias go head to head*. Nature 2005. [online], [dostęp: 16.04.2008]; <<http://www.nature.com/nature/journal/v438/n7070/full/438900a.html>>

rutynę. Pewna monotonia istnieje także w całości samodzielnej pracy autorskiej, gdyż zanim bibliograf dojdzie do etapu redagowania, musi przejść przez uciążliwy, rozciągnięty często na lata, trud gromadzenia. Nie zawsze jednak pracownicy pomocniczy odczuwają satysfakcję z wykonywanej pracy, bo w działalności zespołowej praca wtapia się niezauważalnie w całość bibliografii, nie stając się zresztą przez to mniej wartościową. W związku z tym otwiera się wdzięczne pole do działania dla kierownika zespołu, aby jego członkom przekazać wizję całości bibliografii, ukazać im horyzonty wykraczające poza rutynę wykonywanych działań i wpoić świadomość, że nie są tylko biernymi wykonawcami, ale współpracownikami i współtwórcami, że dzięki ich pracy powstaje pożyteczne, a niekiedy wielkie dzieło, którego wartość jest w dużej mierze uzależniona od jakości poszczególnych składników, tworzonych właśnie przez nich<sup>20</sup>.

## Wnioski

Bibliografia 2.0 została w tym artykule zanalizowana jako konstrukcja proponowana w kontekście zjawisk, które rozwijają się niezależnie od bibliografów, a wykorzystują aparaturę pojęciową i metody tej dyscypliny. Pojawiają się tu nowe tendencje i konieczność dostosowania bibliografii do zmian otoczenia informacyjnego. Trudno wyrokować, czy i w jakim zakresie omówione narzędzia i usługi da się zastosować do przygotowywania na przykład bieżącej bibliografii narodowej. Należałoby tu przeprowadzić odpowiednie badania, można jednak przypuszczać, że aktywność odbiorców bibliografii posłuży do kontrolowania kompletności spisów, danych zawartych w opisach, poszerzy krąg zainteresowania bibliografią. Bibliografia dotrze do użytkowników, którzy do jej tradycyjnej postaci, nawet dostępnej jako baza online, nigdy by nie trafili. Istnieje możliwość uczynienia bibliografii bardziej nowoczesnym, funkcjonalnym narzędziem na miarę XXI wieku. Z pewnością jednak przedstawione możliwości, kryjące się pod pojęciem *bibliografia 2.0*, mogą przyczynić się do usprawnienia warsztatu codziennej pracy naukowej każdego badacza.

## Summary

The article presents bibliographical issues in the context of Bibliography 2.0 theory. Phenomena, described as a „grass-roots” movement, resulting from users' activity typical for the 2.0 idea, beyond direct influence of the bibliographers themselves. The author tries to answer the questions - if and how much bibliography can benefit from these phenomena, and include new methods and innovations into its own activity.

<sup>20</sup> Henryk Sawoniak. *O zawodzie bibliografa kilka refleksji*. „Roczniki Biblioteczne” R. XXIX: 1985.

# ELEKTRONICZNE ŹRÓDŁA INFORMACJI NAUKOWEJ W BIBLIOTEKACH SZKÓŁ WYŻSZYCH. BADANIA ANKIETOWE.

Stan na 1 stycznia 2007 r.

Iwona Sójkowska, Filip Podgórski  
Politechnika Łódzka  
Biblioteka

*biblioteki akademickie, elektroniczne zasoby  
informacyjne, elektroniczne źródła informacji,  
serwisy pełnotekstowe, bazy bibliograficzno-  
abstraktowe, warsztat informacyjny*

W ciągu kilkunastu ostatnich lat organizacja bibliotek polskich szkół wyższych uległa zmianom, których efektem było przejście od typowych księżnic do modelu hybrydowego<sup>1</sup>. Wpływ na to miały m.in. komputeryzacja, upowszechnienie Internetu, a przede wszystkim powstanie i rozwój elektronicznych serwisów informacyjnych. Początkowo udostępniane bibliograficzne bazy danych sukcesywnie uzupełniano o nowe funkcje, na przykład hipertekst i dodatkową zawartość - abstrakty. Stały się one pionierami w obszarze e-źródeł, do których bardzo szybko dołączyły serwisy pełnotekstowe czasopism i książek. Obecnie elektroniczne zasoby rejestrujące osiągnięcia światowej nauki są podstawowym elementem warsztatu informacyjnego bibliotek akademickich. Przegląd działalności usługowej księżnic potwierdza dynamiczny rozwój ilościowy i jakościowy e-źródeł, które uzupełniają, a w niektórych przypadkach nawet zastępują tradycyjne zasoby.

Ze względu na przemiany, jakich byliśmy i jesteśmy świadkami i współtwórcami, a także przekształcenia, jakie nastąpią w bliższej i dalszej perspektywie, temat dostępności do e-źródeł nie traci na aktualności. Bezdyskusyjna wydaje się konieczność uchwycenia i utrwalenia ewolucji bibliotek i informacji naukowej, a także dostrzeżenia i udokumentowania zmian ilościowych i jakościowych. Powinno to być jednym z elementów pracy naukowej bibliotekarzy akademickich. Zebrane i opracowane informacje są podstawą do bieżącego informowania pracowników bibliotek o nowych formach działalności, stanowią przyczynek do wymiany doświadczeń, potwierdzają konieczność i słuszność organizowania oraz planowania rozwoju bibliotek. W przyszłości mogą stać się także doskonałym materiałem do badań naukowych, stanowiąc tym samym wkład w rozwój bibliotekoznawstwa i informacji naukowej.

Powodów, dla których warto analizować zmiany, szczególnie te rewolucjonizujące dostęp do wiedzy i jej popularyzację, jest wiele, nie jest jednakże zamiarem autorów udowadnianie czytelnikom słuszności podjętych badań,

<sup>1</sup> Hybrydyzacja bibliotek szczegółowo omówiona została w wielu publikacjach znakomitych bibliotekarzy. Tematyką tą zajmuje się m.in. Grażyna Piotrowicz - dyrektor Biblioteki Uniwersytetu Wrocławskiego.



a jedynie przedstawienie ich wyników, podsumowanie dostępności elektronicznych źródeł informacji w polskich bibliotekach w styczniu 2007 r., a także skłonienie do refleksji nad zmianami, jakie nastąpiły od momentu przeprowadzenia badań. Kolejnym powodem jest zobligowanie do nawiązania ścisłej współpracy międzybibliotecznej ułatwiającej uzyskanie właściwego materiału badawczego. Podobnych publikacji powinno ukazywać się więcej, wówczas mnogość informacji w nich zawartych mogłaby stać się „furtką” do poważnych badań porównawczych.

## Ankieta

Celem przeprowadzonych badań ankietowych było ustalenie stanu ilościowego elektronicznych zasobów w bibliotekach szkół wyższych, sposobu ich udostępniania, a także wskazanie narzędzi usprawniających ich organizację, na przykład aparatu linkującego umożliwiającego łatwe przejście od opisu bibliograficznego i abstraktu w jednym serwisie do pełnego tekstu w drugim.

Analizę warsztatu informacyjnego bibliotek przeprowadzono na podstawie ankiety składającej się z trzech części. W pierwszym punkcie poproszono o podanie liczby poszczególnych rodzajów źródeł elektronicznych prenumerowanych na bieżąco i archiwalnych, których prenumerata wygasła, ale biblioteka ma prawo udostępniać. Wśród elektronicznych źródeł wyróżniono pełnotekstowe (w tym mieszane) serwisy czasopism i książek, bazy bibliograficzno-abstraktowe, a także poszczególne rodzaje zbiorów specjalnych: serwisy aktów prawnych, norm, patentów oraz inne źródła. Poproszono także o podanie liczby tytułów czasopism i książek oferowanych użytkownikom w wersji pełnotekstowej łącznie we wszystkich serwisach. \*

Druga część ankiety dotyczyła sposobów udostępniania poszczególnych rodzajów źródeł. Respondenci zostali poproszeni o podanie liczby wymienionych powyżej rodzajów zasobów, z których użytkownicy mogą korzystać: tylko na wybranych stanowiskach, tylko w sieci uczelnianej i poza siecią uczelnianą.

W trzeciej części podjęto próbę ustalenia, w ilu bibliotekach stosuje się narzędzia ułatwiające przeszukiwanie oferowanych serwisów. Autorzy pytali o wykorzystanie narzędzi linkujących i list porządkujących, z uwzględnieniem rejestrowanych typów dokumentów:

- czasopisma elektroniczne: prenumerowane na bieżąco i archiwalne<sup>2</sup>,
- czasopisma drukowane zagraniczne: prenumerowane na bieżąco i osobno archiwalne,
- czasopisma drukowane polskie prenumerowane na bieżąco i archiwalne,
- książki elektroniczne.

Podawane dane miały być zgodne ze stanem posiadania 1 stycznia 2007 roku.

Na przełomie stycznia i lutego 2007 roku ankietę rozesłano drogą elektroniczną do 40 bibliotek głównych państwowych uczelni: 17 bibliotek uniwersyteckich, 23 bibliotek technicznych i ekonomicznych. Pominięto biblioteki uczelni medycznych i artystycznych, których użytkownicy oczekują wysoce wyspecjalizowanych zasobów informacyjnych i specyficznych zbiorów,

<sup>2</sup> pod pojęciem serwisów archiwalnych należy rozumieć materiały, których biblioteka obecnie już nie prenumeruje, ale które ma prawo udostępniać.

a także biblioteki szkół prywatnych, których budżet i zasady organizacji często odbiegają od obowiązującego standardu w uczelniach publicznych.

Spośród 40 bibliotek na ankietę odpowiedziały 24 jednostki, a więc 60%. Były to biblioteki:

- 10 uniwersyteckich: Biblioteka Uniwersytetu Gdańskiego, Biblioteka Uniwersytetu Śląskiego, Biblioteka Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie, Biblioteka Uniwersytetu Opolskiego, Biblioteka Uniwersytetu Rzeszowskiego, Biblioteka Uniwersytetu Szczecińskiego, Biblioteka Uniwersytetu Warszawskiego, Biblioteka Uniwersytetu Wrocławskiego, Biblioteka Uniwersytetu Zielonogórskiego, Biblioteka Jagiellońska,
- \* 14 technicznych i ekonomicznych: Biblioteka Akademii Ekonomicznej w Katowicach, Biblioteka Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Biblioteka Akademii Górniczo-Hutniczej w Krakowie, Biblioteka Akademii w Częstochowie, Biblioteka Główna i Ośrodek Informacji Naukowo-Technicznej Politechniki Wrocławskiej, Biblioteka Politechniki Białostockiej, Biblioteka Politechniki Częstochowskiej, Biblioteka Politechniki Gdańskiej, Biblioteka Politechniki Krakowskiej, Biblioteka Politechniki Łódzkiej, Biblioteka Politechniki Opolskiej, Biblioteka Politechniki Poznańskiej, Biblioteka Politechniki Radomskiej, Biblioteka Politechniki Rzeszowskiej.

Analizując odpowiedzi bibliotek, uwzględniono ich profil i różnorodność pod względem wielkości macierzystych uczelni. Na tej podstawie przyjęto, że jest to reprezentatywna grupa badawcza składająca się z bibliotek różnej wielkości i profilu gromadzonych zasobów. Autorzy uznali, że otrzymane wyniki stanowią wiarygodny obraz zasobów elektronicznych udostępnianych w polskich bibliotekach akademickich. Wyniki zostały zweryfikowane poprzez analizę zawartości stron WWW poszczególnych bibliotek.

## **Wyniki badań ankietowych**

### **Serwisy czasopism pełnotekstowych (w tym także mieszane)**

Najwcześniej, w 1996 roku, serwisy czasopism zaprenumerowała Biblioteka Uniwersytetu Wrocławskiego, a rok później Biblioteka Akademii Ekonomicznej w Katowicach. W 1999 roku czasopisma pełnotekstowe zostały udostępnione w bibliotekach Uniwersytetu Warszawskiego, Śląskiego i Szczecińskiego oraz Politechniki Krakowskiej. Obecnie wszystkie z 24 jednostek, prenumerują ten typ źródeł i posiadają średnio po 9 serwisów oferujących około 15 000 tytułów czasopism.

Największą liczbę źródeł wykazały: Biblioteka Uniwersytetu Warszawskiego, udostępniająca aż 32 serwisy, Biblioteka Uniwersytetu Opolskiego (28 serwisów) i Biblioteka Jagiellońska (17 serwisów). Wśród politechnik czołową pozycję zajmują: Biblioteka i Ośrodek Informacji Naukowo-Technicznej Politechniki Wrocławskiej posiadające 15 serwisów i Biblioteka Politechniki Gdańskiej - 14.

W odpowiedziach bibliotek przeważały nazwy znanych serwisów zakupionych w ramach ogólnopolskich konsorcjów, a więc EBSCO, ProQuest, Science Direct, Springer.

Największą liczbę czasopism elektronicznych wykazały Biblioteka Uniwersytetu Szczecińskiego, która w ramach 9 serwisów udostępnia aż 40 000 tytułów i Biblioteka Politechniki Łódzkiej (8 serwisów - 27 100 tytułów). Pozostałe biblioteki udostępniają poniżej 25 000 tytułów czasopism elektronicznych.



Tabela 1. Serwisy czasopism pełnotekstowych w bibliotekach akademickich

Lp.	Nazwa biblioteki	Liczba serwisów	Liczba tytułów	Sposób udostępniania		
				tylko na wybranych stanowiskach	tylko w sieci uczelnianej	poza siecią uczelnianą
1.	Biblioteka Akademii w Częstochowie	10	brak danych		10	
2.	Biblioteka Akademii Ekonomicznej w Katowicach	5	10 000			5
3.	Biblioteka Akademii Ekonomicznej w Krakowie	1	15 115		1	
4.	Biblioteka Akademii Górniczo- Hutniczej w Krakowie	8	3 529		8	
5.	Biblioteka Główna i OINT Politechniki Wrocławskiej	15	15 000		12	3
6.	Biblioteka Jagiellońska	17	15 000		17	
7.	Biblioteka Politechniki Białostockiej	5	13 853			5
8.	Biblioteka Politechniki Częstochowskiej	2	12 000		2	
9.	Biblioteka Politechniki Gdańskiej	14	23 803		11	3
10.	Biblioteka Politechniki Krakowskiej	5	21 000			5
11.	Biblioteka Politechniki Łódzkiej	8	27 100		8	
12.	Biblioteka Politechniki Opolskiej	4	10 500		4	
13.	Biblioteka Politechniki Poznańskiej	10	16 325			10
14.	Biblioteka Politechniki Radomskiej	4	17 795		4	
15.	Biblioteka Politechniki Rzeszowskiej	3	3 281		3	
16.	Biblioteka Uniwersytetu Gdańskiego	9	15 000		8	1
17.	Biblioteka Uniwersytetu Opolskiego	28	20 000	1	24	3
18.	Biblioteka Uniwersytetu Rzeszowskiego	2	8 000		2	
19.	Biblioteka Uniwersytetu Szczecińskiego	9	40 000	9		
20.	Biblioteka Uniwersytetu Śląskiego	6	16 000	1		5
21.	Biblioteka Uniwersytetu W armińsko-Mazurskiego	7	17 080		7	
22.	Biblioteka Uniwersytetu Warszawskiego	32	22 470		2	30
23.	Biblioteka Uniwersytetu Wrocławskiego	8	23 280		8	
24.	Biblioteka Uniwersytetu Zielonogórskiego	4	3 178		3	1

Warto zwrócić uwagę, że zdecydowana większość serwisów jest udostępniana w sieci uczelnianej, a także poza nią, co w znaczący sposób przyczynia się do wzrostu ich wykorzystania.

### Serwisy książek pełnotekstowych

Ostatnie lata charakteryzowały się powstaniem i rozwojem serwisów oferujących pełnotekstowe wersje książek zagranicznych. Przełamały one barierę dostępności do zagranicznych wydawnictw zwartych, których zazwyczaj brakuje w zbiorach drukowanych bibliotek lub znajdują się w niewystarczającej liczbie tytułów i egzemplarzy.

W kwietniu 2004 roku rozpoczęto udostępnianie tego typu źródeł w ramach serwisu SAFARI, a od stycznia 2005 roku także Knovel Library. W ciągu zaledwie trzech lat serwisy książek zostały zaprenumerowane przez 11 (46%) z 24 badanych bibliotek, które w większości udostępniają drogą elektroniczną po 2 serwisy, średnio po prawie 1 500 tytułów książek.

Tabela 2. Serwisy książek pełnotekstowych w bibliotekach akademickich

Lp.	Nazwa biblioteki	Liczba serwisów	Liczba tytułów	Sposób udostępniania		
				tylko na wybranych stanowiskach	tylko w sieci uczelnianej	poza siecią uczelnianą
1.	Biblioteka Akademii Ekonomicznej w Katowicach	2	zmienna liczba tytułów		1	1
2.	Biblioteka Akademii Ekonomicznej w Krakowie	2	5765		1	1
3.	Biblioteka Politechniki Białostockiej	2	309			2
4.	Biblioteka Politechniki Krakowskiej	2	100			2
5.	Biblioteka Politechniki Łódzkiej	2	750		2	
6.	Biblioteka Politechniki Poznańskiej	2	800		2	
7.	Biblioteka Politechniki Radomskiej	2	3847		2	
8.	Biblioteka Politechniki Wrocławskiej	2	750		2	
9.	Biblioteka Uniwersytetu Gdańskiego	1	30			1
10.	Biblioteka Uniwersytetu Opolskiego	1	2000		1	
11.	Biblioteka Uniwersytetu Zielonogórskiego	1	637			1

Wszystkie serwisy książek elektronicznych udostępniane są w sieci uczelnianej lub niezależnie od niej - w sieci Internet.

Na przełomie 2006/2007 r. bibliotekom zaoferowano szereg nowych produktów uznanych w świecie nauki wydawnictw - Elsevier, Springer, Wiley, Tay-

lor and Francis, Blackwell itp. Prawdopodobnie przełoży się to w najbliższym czasie na wzrost zainteresowania i zakup dla uczelni nowych zasobów książek pełnotekstowych.

### **Zagraniczne bazy bibliograficzno-abstraktowe**

Zagraniczne bazy bibliograficzne (później bibliograficzno-abstraktowe) były pierwszym rodzajem źródeł elektronicznych zaprenumerowanych przez polskie biblioteki, udostępnia je 21 spośród 24 jednostek. Średnio na jedną bibliotekę przypada 12 baz, z czego 10 jest aktualizowanych na bieżąco.

Z przeprowadzonych badań wynika, że jako pierwsza zaprenumerowała je w 1990 roku Biblioteka Uniwersytetu Warszawskiego, która obecnie posiada 21 tego typu serwisów, w tym 15 aktualizowanych na bieżąco.

Najwięcej zagranicznych baz danych posiada Biblioteka Akademii Ekonomicznej w Krakowie, która deklaruje aż 300 bieżących specjalistycznych baz. Tak duży zbiór przewyższa kilkunastokrotnie liczbę tego typu źródeł wykazanych w ankietach przez inne jednostki. Autorzy przy opracowywaniu wyników celowo pominęli tę informację, gdyż włączenie jej do ogólnej średniej spowodowałoby niezgodny ze stanem faktycznym obraz warsztatu informacyjnego bibliotek (Tab. 3).

Analizując odpowiedzi, można dostrzec rozbieżność w liczbie baz prenumerowanych na bieżąco oraz wszystkich, z których mogą korzystać użytkownicy. Wyniki sugerują, że biblioteki rezygnują z prenumeraty baz bibliograficzno-abstraktowych, zastępując je źródłami pełnotekstowymi. Należy jednak pamiętać, że w ofercie bibliotek są bazy specjalistyczne, które zajmują szczególne miejsce w nauce i jeszcze długo będą niezastąpione. Do najwartościowszych w swoich dziedzinach należą: Agricola (rolnictwo), Chemical Abstracts (chemia), Econlit (ekonomia), Iconda (budownictwo), Inspec (elektrotechnika), Math (matematyka), Psychlit (psychologia), World Textiles (włókiennictwo) oraz Science Citation Index (wielod dziedzinowa).

### **Polskie bazy bibliograficzno-abstraktowe**

Kilka bibliotek wykazało dostęp do komercyjnych polskich baz bibliograficzno-abstraktowych, natomiast większość do baz ogólnodostępnych, m.in. udostępnianych przez Bibliotekę Narodową, Ośrodek Przetwarzania Informacji, co w wyraźny sposób zniekształciło wyniki badań. Autorzy celowo zrezygnowali ze szczegółowej analizy tego punktu ankiety, gdyż śledząc polski rynek elektronicznych baz danych uznano, iż nie posiadamy zasobów dorównujących jakościowo i ilościowo zagranicznemu odpowiednikowi. Oferowane źródła o charakterze komercyjnym są z reguły wąskoziedzinowe i rejestrują publikowane materiały w sposób wybiórczy - na przykład bazy EKOL z zakresu ochrona środowiska, czy Metale Nieżelazne 3 poświęcona grupie metali.

### **Specjalistyczne bazy danych: serwisy aktów prawnych, norm, patentów**

Specjalistyczne bazy danych rejestrujące przepisy prawne, normy, patenty są konieczne w codziennej działalności naukowej każdej szkoły wyższej, ze względu na organizację pracy, nauki i prowadzone badania, a także w uczelniach kształcących w zakresie szeroko pojętego prawa, a więc na uniwersytetach czy w akademiach ekonomicznych.

Serwisy polskich aktów prawnych zostały zaprenumerowane przez polskie biblioteki po raz pierwszy w 1995 r. Były to biblioteki: Uniwersytetu Śląskiego

Tabela 3. Zagraniczne bazy bibliograficzno-abstraktowe w bibliotekach akademickich

Lp.	Nazwa biblioteki	Liczba serwisów (w tym aktualizowanych na bieżąco)	Sposób udostępniania		
			tylko na wybranych stanowiskach	tylko w sieci uczelnianej	poza siecią uczelnianą
1.	Biblioteka Akademii w Częstochowie	1(1)		1	
2.	Biblioteka Akademii Ekonomicznej w Katowicach	6(6)		6	
3.	Biblioteka Akademii Górniczo- Hutniczej w Krakowie	20 (16)	3	16	1
4.	Biblioteka Główna i OINT Politechniki Wrocławskiej	8(8)	1	7	
5.	Biblioteka Jagiellońska	15(12)	5	10	
6.	Biblioteka Politechniki Białostockiej	3(3)	1		2
7.	Biblioteka Politechniki Częstochowskiej	3(3)	1		2
8.	Biblioteka Politechniki Gdańskiej	9(9)	4	5	
9.	Biblioteka Politechniki Krakowskiej	24 (24)			24
10.	Biblioteka Politechniki Łódzkiej	21(15)	6	13	2
11.	Biblioteka Politechniki Opolskiej	1(0)		1	
12.	Biblioteka Politechniki Poznańskiej	12(6)	1	7	4
13.	Biblioteka Politechniki Radomskiej	2(2)	1	1	
14.	Biblioteka Politechniki Rzeszowskiej	2(2)		2	
15.	Biblioteka Uniwersytetu Gdańskiego	2(1)		2	
16.	Biblioteka Uniwersytetu Opolskiego	17(10)	9	7	1
17.	Biblioteka Uniwersytetu Śląskiego	57(51)	26		31
18.	Biblioteka Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego	7(7)		7	
19.	Biblioteka Uniwersytetu Warszawskiego	21 (15)		4	17
20.	Biblioteka Uniwersytetu Wrocławskiego	9(9)	9		
21.	Biblioteka Uniwersytetu Zielonogórskiego	4(2)	2	2	

i Akademii Ekonomicznej w Krakowie. Obecnie posiada je 20 (83%) z 24 bibliotek, które oferują średnio po 2 serwisy. Spośród polskich serwisów prawnych dominują LEX i Legalis oraz bazy europejskich aktów prawnych tłumaczonych na język polski (np. Europrawnik).

Tabela 4. Serwisy polskich aktów prawnych w bibliotekach akademickich

Lp.	Nazwa biblioteki	Liczba serwisów (w tym aktualizowanych na bieżąco)	Sposób udostępniania		
			tylko na wybranych stanowiskach	tylko w sieci uczelnianej	poza siecią uczelnianą
1.	Biblioteka Akademii w Częstochowie	2(1)	2		
2.	Biblioteka Akademii Ekonomicznej w Katowicach	2(1)	1	1	
3.	Biblioteka Akademii Ekonomicznej w Krakowie	4(1)	4		
4.	Biblioteka Akademii Górniczo- Hutniczej w Krakowie	2(2)	1	1	
5.	Biblioteka Główna i OINT Politechniki Wrocławskiej	3(3)	2	1	
6.	Biblioteka Jagiellońska	MD		1	
7.	Biblioteka Politechniki Gdańskiej	3 (3)			3
8.	Biblioteka Politechniki Krakowskiej	1(1)		1	
9.	Biblioteka Politechniki Łódzkiej	2(1)	1		1
10.	Biblioteka Politechniki Opolskiej	ICO	1		
11.	Biblioteka Politechniki Radomskiej	1(1)	1		
12.	Biblioteka Uniwersytetu Gdańskiego	3(3)	2	1	
13.	Biblioteka Uniwersytetu Opolskiego	2(1)	1	1	
14.	Biblioteka Uniwersytetu Rzeszowskiego	1(1)	1		
15.	Biblioteka Uniwersytetu Szczecińskiego	4(4)	4		
16.	Biblioteka Uniwersytetu Śląskiego	3 (5)	3		2
17.	Biblioteka Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego	3(3)	1	2	
18.	Biblioteka Uniwersytetu Warszawskiego	2(2)		2	
19.	Biblioteka Uniwersytetu Wrocławskiego	2(2)	2		
20.	Biblioteka Uniwersytetu Zielonogórskiego	9(8)	9		

Zagraniczne serwisy aktów prawnych posiadają tylko 3 biblioteki (12%): Uniwersytetu Śląskiego (2 bazy), Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego (2 bazy) i Jagiellońska (1 baza), przy czym dwie pierwsze udostępniają je tylko na wybranych stanowiskach, a Biblioteka Jagiellońska w całej sieci uczelnianej.

Z analizy ankiet wynika, że wśród zbiorów specjalnych także serwisy polskich norm nie są zbyt powszechne. Nie wynika to jednak z małego zainteresowania i potrzeb użytkowników, ale z powodu niedoskonałości produktów i ograniczeń licencyjnych narzuconych przez producentów, uniemożliwiających druk i archiwizację treści, a udostępniane jedynie na wybranych stanowiskach, co potwierdza zestawienie zaprezentowane w tabeli 4.

Dostępna oferta skierowana jest głównie do przedsiębiorstw działających w określonej branży, a nie dla szerokiego grona użytkowników biblioteki. Żadna z przedstawionych propozycji nie spełnia oczekiwań bibliotekarzy i czytelników. Niewielka liczba profesjonalnie przygotowanych polskich zasobów normalizacyjnych spowodowała, że tylko 10 z 24 bibliotek posiada tego typu bazy, w tym 8 tylko po jednym źródle, pozostałe po 2.

Tabela 5. Serwisy polskich norm w bibliotekach akademickich

Lp.	Nazwa biblioteki	Liczba serwisów (w tym aktualizowanych na bieżąco)	Sposób udostępniania		
			tylko na wybranych stanowiskach	tylko w sieci uczelnianej	poza siecią uczelnianą
1.	Biblioteka Akademii Górniczo-Hutniczej w Krakowie	1(1)	1		
2.	Biblioteka Główna i OENT Politechniki Wrocławskiej	1(D)	1		
3.	Biblioteka Politechniki Białostockiej	KI)	1		
4.	Biblioteka Politechniki Gdańskiej	2(2)		2	
5.	Biblioteka Politechniki Łódzkiej	2(0)			2
6.	Biblioteka Politechniki Rzeszowskiej	1(1)			1
7.	Biblioteka Uniwersytetu Śląskiego	1(1)	1		
8.	Biblioteka Uniwersytetu W armińsko-Mazurskiego	1(1)	1		
9.	Biblioteka Uniwersytetu Wrocławskiego	1(1)	1		
10.	Biblioteka Uniwersytetu Zielonogórskiego	1(1)	1		

Zagraniczne serwisy norm są prenumerowane tylko przez 2 biblioteki (8%): Akademii Górniczo-Hutniczej w Krakowie (3 serwisy) i Politechniki Wrocławskiej (1 serwis). Warto zaznaczyć, że tylko Akademia Górniczo-Hutnicza w Krakowie udostępnia jedną bazę w sieci uczelnianej, natomiast pozostałe na wybranych stanowiskach.

Istotnym źródłem informacji o nowych osiągnięciach w nauce i technice są opisy patentowe, odgrywające szczególną rolę głównie w bibliotekach politechnicznych. Niestety, także w tym wypadku oferta rynku jest bardzo skromna. Polskie opisy patentowe w formie elektronicznej posiadają tylko 4 biblioteki (17%): Politechniki Gdańskiej (wszystkich 9, aktualizowanych 7), Politechniki Poznańskiej (odpowiednio 4 i 1), Akademii Górniczo-Hutniczej w Krakowie, Politechniki Krakowskiej, Uniwersytetu Zielonogórskiego (ostatnie trzy po 1 bazie aktualizowanej na bieżąco).

Podobnie wyglądają dane dotyczące zagranicznych opisów patentowych. Prenumerują je na bieżąco 4 biblioteki: Uniwersytetu Zielonogórskiego (8 baz),

Politechniki Częstochowskiej (6 baz), Akademii Górniczo-Hutniczej w Krakowie (4 bazy), Uniwersytetu Jagiellońskiego (1 baza).

Niewielki wkład bibliotek akademickich w popularyzację informacji patentowej może być spowodowany przejęciem tej funkcji przez regionalne ośrodki informacji patentowej, działające niezależnie od bibliotek wyższych uczelni na rzecz wszystkich zainteresowanych.

Poza omówionymi rodzajami zasobów elektronicznych biblioteki posiadają również inne bazy informacyjne. Biblioteka Uniwersytetu Jagiellońskiego wykazała m.in. bazy bibliograficzne opracowywane przez Bibliotekę Narodową i otrzymywane w formie CDROM-u w ramach egzemplarza obowiązkowego. Ponadto wiele bibliotek wymieniło m.in. ISSN, Ulrich'a, World Biographical Index, encyklopedie - na przykład: Wiley Encyclopedia of Electrical and Electronics Engineering, Encyclopedia of Surface and Colloid Science, a także ogólnodostępne polskie zasoby - Baz-Tech, SYMPO, SYNAB. Źródła te stanowią uzupełnienie elektronicznego warsztatu informacyjnego.

## **Udostępnianie elektronicznych źródeł informacji w polskich bibliotekach**

Z przeprowadzonych badań wynika, że podstawą współczesnego warsztatu informacyjnego bibliotek są zagraniczne bibliograficzno-abstraktowe bazy danych i czasopisma elektroniczne. Istotną rolę odgrywają także książki elektroniczne, które są nowością na naszym rynku, ale ich liczba dynamicznie rośnie i zapewne już niedługo staną się równie powszechne, jak serwisy czasopism.

W większości źródła elektroniczne udostępniane są w sieciach uczelnianych oraz poza nimi dla zarejestrowanych czytelników, co w znaczący sposób zwiększa poziom ich wykorzystania. Wraz z rozwojem narzędzi umożliwiających nieograniczony sieciowo dostęp coraz więcej bibliotek będzie oferowało swoje zbiory w ten sposób. Tym samym zmniejszy się liczba serwisów udostępnianych tylko na miejscu i w sieci uczelnianej.

W poniższej tabeli podano, ile bibliotek prenumeruje dany typ źródeł, a także pełne procentowe zestawienie sposobu ich udostępniania (100% to suma wszystkichostępów z bibliotek udostępniających dany typ źródeł). Należy pamiętać, że wiele jednostek oferuje te same serwisy (Tab. 6).

Umowy licencyjne i oferowane warunki techniczne w dalszym ciągu unieumożliwiają nieograniczony dostęp do elektronicznych zbiorów specjalnych (serwisów aktów prawnych, norm, patentów), które w większości udostępniane są wyłącznie na wybranych stanowiskach. Najprawdopodobniej nie zmieni się to w najbliższych latach, co wynika z niewielkiej liczby dostawców, niewielkiej konkurencyjności i ograniczeń prawnych.

## **Narzędzia linkujące i porządkujące**

Posiadanie narzędzi linkujących, przenoszących użytkownika z baz bibliograficzno-abstraktowych do pełnych tekstów wybranych dokumentów, deklaruje 7 bibliotek (30%): Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Akademii Górniczo-Hutniczej w Krakowie, Politechniki Łódzkiej, Politechniki Poznańskiej, Politechniki Wrocławskiej, Uniwersytetu Gdańskiego i Uniwersytetu Śląskiego.

Tabela 6. Udostępnianie elektronicznych źródeł informacji w bibliotekach akademickich (procentowo)

Serwisy	liczba bibliotek prenumerujących dany typ źródła	tylko na wybranych stanowiskach	tylko w sieci uczelnianej	poza siecią uczelnianą
czasopism pełnotekstowych	24/24	5%	62%	33%
książek pełnotekstowych	11/24	-	58%	42%
zagranicznych baz bibliograficzno-abstraktowych	21/24	28%	37%	35%
polskich aktów prawnych	20/24	68%	21%	11%
zagranicznych aktów prawnych	3/24	80%	20%	-
polskich norm	10/24	58%	16%	25%
zagranicznych norm	2/24	75%	25%	-
polskich patentów	4/24	50%	50%	-
zagranicznych patentów	4/24	95%	5%	-

Są to jednostki, w których zasobach elektronicznych dominują zagraniczne bazy bibliograficzno-abstraktowe.

Poza komercyjnymi narzędziami np.: Link Solver (Ovid), Article Linker (ProQuest), Ulrich Resource Linker (CSA), Link Source (EBSCO), jedna z bibliotek - Akademii Górniczo-Hutniczej w Krakowie - opracowała własny aparat linkujący. Ponadto użytkownicy bibliotek korzystają ze standardowych narzędzi będących w wyposażeniu niektórych źródeł elektronicznych (m.in. serwisów czasopism mieszanych). Linkowanie charakterystyczne jest dla serwisów czasopism mieszanych, tj. ProQuest, EBSCO oraz baz bibliograficzno-abstraktowych Cambridge SA.

Listy porządkujące zawierające alfabetyczny wykaz tytułów czasopism i książek posiada 18 (75%) z 24 bibliotek. Z produktów komercyjnych korzysta 15 bibliotek, z których największą popularnością cieszy się lista AtoZ firmy EBSCO, a 7 tworzy własne listy. Są to biblioteki: Akademii Górniczo-Hutniczej w Krakowie, Uniwersytetu Jagiellońskiego, Uniwersytetu Wrocławskiego, Politechniki Białostockiej, Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego, Politechniki Wrocławskiej i Uniwersytetu Zielonogórskiego (3 ostatnie posiadają zarówno narzędzia komercyjne, jak i autorskie).

Ze względu na dużą różnorodność, zawartość list wymaga szczegółowego omówienia. Kompleksowo opracowane listy zawierające informację o wszystkich rodzajach materiałów ujętych w ankiecie (e-czasopisma bieżące i archiwalne, drukowane czasopisma zagraniczne i polskie, bieżące i archiwalne, e-książki) wykazują biblioteki Uniwersytetu Zielonogórskiego i Akademii Ekonomicznej w Krakowie. Na liście oferowanej przez Bibliotekę Politechniki Łódzkiej brakuje jedynie wykazu tytułów książek elektronicznych, które biblioteka prenumeruje w ramach 2 serwisów, natomiast Biblioteka Uniwersytetu Szczecińskiego nie wykazuje tylko zagranicznych czasopism elektronicznych archiwalnych. Wspomniane 4 biblioteki, jako jedyne, zamieszczają na listach tytuły polskich czasopism archiwalnych prenumerowanych w wersji drukowanej.



Tabela 7. Zawartość list porządkujących tworzonych w bibliotekach akademickich

Lp.	Nazwa biblioteki	Wykaz zawiera tytuły:
1.	Biblioteka Politechniki Białostockiej	<ul style="list-style-type: none"> <li>• czasopism elektronicznych bieżących,</li> <li>• czasopism drukowanych zagranicznych bieżących,</li> <li>• czasopism drukowanych polskich bieżących</li> </ul>
2.	Biblioteka Akademii Ekonomicznej w Krakowie	kompletny
3.	Biblioteka Główna Akademii Ekonomicznej w Katowicach	brak informacji o zawartości
4.	Biblioteka Główna i OINT Politechniki Wrocławskiej	<ul style="list-style-type: none"> <li>• czasopism elektronicznych bieżących i archiwalne</li> </ul>
5.	Biblioteka Jagiellońska	<ul style="list-style-type: none"> <li>• czasopism elektronicznych bieżących,</li> <li>• czasopism drukowanych zagranicznych bieżących</li> </ul>
6.	Biblioteka Politechniki Częstochowskiej	<ul style="list-style-type: none"> <li>• czasopism elektronicznych bieżących,</li> <li>• czasopism drukowanych polskich bieżących</li> </ul>
7.	Biblioteka Politechniki Gdańskiej	<ul style="list-style-type: none"> <li>• czasopism elektronicznych bieżących i archiwalnych</li> </ul>
8.	Biblioteka Politechniki Krakowskiej	<ul style="list-style-type: none"> <li>• czasopism elektronicznych bieżących</li> </ul>
9.	Biblioteka Politechniki Łódzkiej	kompletny, bez tytułów e-książek
10.	Biblioteka Politechniki Poznańskiej	<ul style="list-style-type: none"> <li>• czasopism elektronicznych bieżących i archiwalnych,</li> <li>• czasopism drukowanych zagranicznych bieżących</li> </ul>
11.	Biblioteka Uniwersytetu Gdańskiego	<ul style="list-style-type: none"> <li>• czasopism elektronicznych bieżących</li> </ul>
12.	Biblioteka Uniwersytetu Opolskiego	<ul style="list-style-type: none"> <li>• czasopism elektronicznych bieżących</li> </ul>
13.	Biblioteka Uniwersytetu Szczecińskiego	<ul style="list-style-type: none"> <li>• czasopism elektronicznych bieżących, czasopism drukowanych zagranicznych bieżących i archiwalnych,</li> <li>• czasopism drukowanych polskich bieżących i archiwalnych</li> </ul>
14.	Biblioteka Uniwersytetu Śląskiego	<ul style="list-style-type: none"> <li>• czasopism elektronicznych bieżących,</li> <li>• czasopism drukowanych zagranicznych bieżących,</li> <li>• czasopism drukowanych polskich bieżących</li> </ul>
15.	Biblioteka Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego	<ul style="list-style-type: none"> <li>• czasopism drukowanych zagranicznych bieżących i archiwalnych,</li> <li>• czasopism drukowanych polskich bieżących</li> </ul>
16.	Biblioteka Uniwersytetu Warszawskiego	<ul style="list-style-type: none"> <li>• czasopism elektronicznych bieżących</li> </ul>
17.	Biblioteka Uniwersytetu Wrocławskiego	<ul style="list-style-type: none"> <li>• czasopism elektronicznych bieżących i archiwalnych</li> </ul>
18.	Biblioteka Uniwersytetu Zielonogórskiego	kompletny

Uzupełnienie listy o wszystkie dokumenty wydaje się być zadaniem trudnym, wymagającym ogromnego nakładu pracy, ale jak potwierdza doświadczenie dwóch wymienionych bibliotek, których wykazy są kompletne, możliwym do realizacji.

## Wnioski

Wyniki ankiety kreują pozytywny obraz zasobów bibliotek naukowych i korzystnie świadczą o rozwoju usług informacyjnych opartych na nowych technologiach. Wszystkie spośród 24 bibliotek posiadają elektroniczne komercyjne źródła informacji i można uznać, że jest to obecnie standard w polskich bibliotekach szkół wyższych.

W zasobach dominują dostępny do baz bibliograficzno-abstraktowych i pełnotekstowych serwisów czasopism. Z obserwacji jednak wynika, że biblioteki coraz częściej rezygnują z prenumeraty źródeł, które nie oferują dostępu do pełnych tekstów materiałów, a w zamian kupują serwisy pełnotekstowe. Można przypuszczać, że przy tak dynamicznym rozwoju rynku wydawnictw elektronicznych tendencja ta utrzyma się i już niedługo w zbiorach bibliotek będą dominować serwisy czasopism, a tym samym zmaleje liczba baz bibliograficzno-abstraktowych. W ofercie bibliotek pozostaną tylko pojedyncze zasoby tego typu, których wartość merytoryczna jest bardzo wysoka, a praktyczne możliwości (m.in. opcja linkowana do pełnego tekstu) zapewnią im wysoki wskaźnik wykorzystania.

Biblioteki na pewno będą powiększać swoje zasoby o serwisy pełnotekstowe nie tylko czasopism, ale także książek, które od momentu pojawienia się cieszą się coraz większym zainteresowaniem. Wraz ze wzrostem liczby serwisów książek pełnotekstowych zwiększy się także liczba udostępnianych tytułów.

Wyniki ankiety wskazują na bardzo ograniczoną ofertę zbiorów specjalnych. Oczekiwania bibliotekarzy i czytelników ukierunkowane są na powstanie nowych serwisów oferujących za pośrednictwem bibliotek autoryzowany dostęp w sieci Internet do pełnotekstowych wersji norm i patentów.

Polskie źródła elektroniczne w zasobach bibliotek znajdują się w mniejszości. Z obserwacji wynika, że nie jest to związane z małym zainteresowaniem ze strony użytkowników, lecz z brakiem ofert. Niestety, polscy wydawcy wciąż nie dostrzegają korzyści w tworzeniu profesjonalnych serwisów umożliwiających elektroniczny dostęp do czasopism czy książek. Autorzy spodziewają się, że zmieni się to już w najbliższych miesiącach. Obecnie działają w Internecie serwisy umożliwiające płatny dostęp do polskich książek naukowych (np. i-buk.pl), jednak oferta ta jest adresowana do indywidualnego użytkownika, natomiast w dalszym ciągu trwają prace nad ofertą dla bibliotek.

Poza rozwojem elektronicznych źródeł informacji zmienia się także sposób ich udostępniania. W ciągu kilku ostatnich lat biblioteki przeszły swoistą metamorfozę: od udostępniania jednostanowiskowego, przez dostęp w sieci bibliotecznej czy uczelnianej, aż po dostęp z dowolnego miejsca dogodnego dla użytkownika. Obecnie biblioteki, kupując produkt, oczekują, że producent wyrazi zgodę na jego nieograniczone udostępnianie.

Popularność w polskich bibliotekach narzędzi typu HAN (Hidden Automatic Navigator) umożliwiających, po autoryzacji użytkownika, swobodne korzystanie dowodzi, że takie są oczekiwania odbiorców, którym biblioteki starają się sprostać. Zdalny dostęp do zasobów najpopularniejszy jest na Uniwersytecie Warszawskim i Śląskim oraz w Politechnice Krakowskiej, która jako jedyna udostępnia poza siecią uczelnianą 94% swoich zasobów.

## **Summary**

The article presents the results of questionnaire survey realized in 2007 in 40 main libraries of public academies and universities, concerning availability of electronic sources of information. The aim of this survey was to define the number of e-sources in these institutions, their accessibility, as well as indication of tools improving their organization. The authors refer to: journal and full-text services, Polish and foreign bibliographic and abstract databases, and special databases, like legal acts, standards, and patents services.

# METADANE W POLSCE NA TLE INICJATYW ZAGRANICZNYCH<sup>1</sup>

**Anna Ajdukiewicz-Tarkowska**  
**Absolwentka Instytutu**  
**Informacji Naukowej**  
**i Studiów Bibliologicznych**  
**Uniwersytetu Warszawskiego**

*Metadane, Dublin Core, biblioteki cyfrowe, zasoby elektroniczne, dokumenty elektroniczne, Stany Zjednoczone, Australia, Niemcy, Wielka Brytania, Polska*

Metadane dane o danych<sup>2</sup>, nie są niczym nowym istnieją tak długo, jak istnieje potrzeba identyfikacji informacji. Początkowo tworzone i gromadzone były przede wszystkim przez biblioteki, jako instytucje zajmujące się gromadzeniem, opracowaniem i udostępnianiem materiałów bibliotecznych. Dziś opis źródła informacji w znacznym stopniu przejęły organizacje, które mają na celu udostępnianie różnego typu informacji. W znacznym stopniu zmieniły się także metody i narzędzia. Kiedyś jedynym polem występowania metadanych były katalogi biblioteczne oraz wszelkiego rodzaju zestawienia bibliograficzne, dziś metadane służą przede wszystkim do charakterystyki zasobów elektronicznych dostępnych poprzez sieć WWW.

Artykuł ma na celu pokazanie tworzenia metadanych w Polsce na tle innych krajów. Pod uwagę wzięto przede wszystkim obszar działań oraz narzędzia stosowane do tworzenia metadanych. Punktem wyjścia był obiegowy pogląd, że procesy związane z tworzeniem metadanych w innych krajach są na wysokim poziomie, podczas gdy w Polsce działania te nadal oscylują wokół katalogów bibliotecznych, z nielicznymi inicjatywami związanymi ze środowiskiem WWW.

Wpływ na wnioski końcowe miało to, że badania przypadły na okres wzmożonego rozwoju w Polsce inicjatyw ściśle związanych z badanym zagadnieniem, tj. bibliotek cyfrowych, co w znacznym stopniu poprawiło nasze notowania.

Analizę przeprowadzono przez pryzmat schematu metadanych Dublin Core (DC), jako uniwersalnego i najczęściej stosowanego.

## **Metadane na świecie**

### **Stany Zjednoczone**

Stany Zjednoczone są kolebką Internetu, nic więc dziwnego, że Amerykanie jako pierwsi odczuli potrzebę zapanowania nad coraz bardziej rosnącą

<sup>1</sup> A. Ajdukiewicz-Tarkowska: *Metadane w Polsce na tle inicjatyw zagranicznych*. Praca magisterska przygotowana w Instytucie Informacji Naukowej i Studiów Bibliologicznych Uniwersytetu Warszawskiego, pod kierunkiem prof. dr hab. Jadwigi Woźniak-Kasperek. Warszawa, 2007.

<sup>2</sup> B. Bojar: *Słownik encyklopedyczny informacji, języków i systemów informacyjno-wyszukiwawczych* (2002); K. Butterfield: *Cataloger's and the creation of metadata systems* (1996)

liczbą stron WWW. Stany Zjednoczone znajdują się na pierwszym miejscu wśród państw wykorzystujących format Dublin Core. Krótco po pierwszych warsztatach DC zaczęły powstawać projekty mające na celu upowszechnienie oraz wspomaganie tworzenia metadanych. Część z nich przestała istnieć po spełnieniu swojej misji, część jako projekty pilotażowe z założenia miała istnienie kilkuletnie. Dziś, metadane do opisu swoich zasobów, wykorzystują przede wszystkim biblioteki narodowe i uniwersyteckie oraz wortale (lub portale) popularyzujące wiedzę z konkretnych dziedzin.

**American Memory Historical Collections (AHDS)** to ogromny cyfrowy zasób dotyczący historii i kultury Stanów Zjednoczonych koordynowany przez Bibliotekę Kongresu. Jest to imponujący zbiór dokumentów przechowywanych w Bibliotece Kongresu, tzw. kolekcja Americana, która oprócz druków zawiera także rękopisy, filmy, plakaty, mapy, nagrania dźwiękowe, broszury, fotografie itp. Do bazy projektu należą również zbiory innych bibliotek, archiwów i instytucji, co w chwili obecnej daje zbiór liczący ponad dziewięć milionów jednostek. Całość zawarta jest w ponad stu tematycznych kolekcjach, z których każda obejmuje materiały dotyczące jakiegoś wydarzenia czy działalności osób mających wpływ na historię i kulturę Stanów Zjednoczonych. Jedną z większych kolekcji stanowi zbiór dokumentów związanych z wynalazcą telegrafu - *The Morse Papers*. Dokumenty te, to m.in. listy, mapy, broszury, pamiętniki, rysunki.

W celach wyszukiwawczych zbiór podzielono na osiemnaście działów tematycznych. Każdemu dokumentowi towarzyszy opisujący go zestaw atrybutów i ich wartości. Taka postać metadanych jest wynikiem transformacji opisu w formacie MARC na najprostszy opis za pomocą elementów Dublin Core, dokonanej przez jednostkę Biblioteki Kongresu - Network Development and MARC Standards Office w 2001 roku<sup>3</sup>

Tabela 1. Porównanie formatów Dublin Core i MARC. (Na podstawie: Network Development and MARC Standard Office, Library of Congress [Dokument elektroniczny] (2001) MARC to Dublin Core Crosswalk. <http://www.loc.gov/marc/marc2dc.html>)

Dublin Core	Etykieta MARC
Tytuł	245
Twórca	100,110, 111,700,710,711
Temat	600,610,611,630, 650, 651
Opis	500-599 (oprócz 506), 530, 540, 546

Początkowo za obowiązujący opis uznawany był podstawowy zestaw elementów DC oraz format MARC. Najczęściej występujący opis zasobu składa się z następujących elementów:

Item Title - Tytuł

Other Title - Inny tytuł

<sup>3</sup> Pojawiają się jednak pewne wątpliwości, co do transformacji niektórych elementów, na przykład element Tytuł pomija wszystkie informacje dotyczące tytułu, oprócz informacji zawartych w polu 245 MARC. Zakłada się bowiem, że wielokrotność tytułów może być myląca, zarówno od strony twórców rekordu, jak i użytkowników. Dzieje się tak w przypadku utworów muzycznych, w których za tytuł często uznaje się pierwsze linijki początkowej zwrotki lub refren, a nie tytuł nadany przez autora czy wydawcę.

Created/Published - Twórca/Wydawca  
Summary - Streszczenie  
Notes - Uwagi  
Subjects - Temat  
Related names - Nazwy Powiązane  
Medium - Nośnik  
Reproduction Number - Numer kopii  
Part Of - Część dokumentu  
Repository - Repozytorium  
Digital Id - Identyfikator Dokumentu Elektronicznego  
Related Digital Item - Powiązanie z Innym Dokumentem Elektronicznym  
Collection - Kolekcja, Księgozbiór  
Cali number - Sygnatura Biblioteki Kongresu.

Za podstawowe uznano cztery elementy: Tytuł, Twórca/Wy dawca, Temat i Identyfikator Dokumentu Elektronicznego, przy czym pierwszy i drugi element nie jest poprzedzony nazwą rodzaju atrybutu (uznano je zapewne za oczywiste).

Wszystkie rekordy w formacie MARC tworzone są przez grupę zainicjowaną przez OCLC - Research Libraries Group (RLG), rekordy Dublin Core to efekt działań dwóch ośrodków: OAIster University of Michigan, UIUC - University of Illinois-Urbana Champaign.

Kolejną amerykańską inicjatywą, na którą chcę zwrócić uwagę, jest **Collaborative Digitization Program** (CDP), której celem jest współpraca i rozwój instytucji takich jak archiwa, biblioteki, muzea, środowiska historyczne, czyli takich, które troszczą się o dziedzictwo kultury. Działalność skupiona jest na digitalizacji zasobów dokumentujących dorobek kultury, począwszy od selekcji materiałów, poprzez tworzenie metadanych, po udostępnianie użytkownikowi.

Zasoby CDP opisane są za pomocą w niewielkim stopniu zmodyfikowanego schematu DC, do którego dodano trzy elementy: Data oryginału (Date original), Specyfikacja procesu digitalizacji danego dokumentu (Digitization Specification) i Instytucja współpracująca (Contributing Institution). Data oryginału, jak sama nazwa mówi, odnosi się do daty powstania oryginału zasobu w jego pierwotnej postaci, od której pochodzi zasób elektroniczny, czyli na przykład roku wydania drukowanej wersji książki czy daty publikacji artykułu w wersji papierowej. Specyfikacja procesu digitalizacji danego dokumentu dostarcza technicznych informacji o rekordzie (innych od zawartych w elemencie Format), np. model użytego skanera, rodzaj kompresji, itp. Specyfikacja rekordu związana jest bardziej z procesem digitalizacji zasobu, podczas gdy Format odnosi się do efektu tego procesu, czyli pliku zawierającego zasób. Instytucja powiązana to element opisujący jednostkę, która brała lub bierze udział w tworzeniu, zarządzaniu, opisie czy rozpowszechnieniu zdigitalizowanego zasobu. Może to być instytucja tworząca opis zasobu, przechowująca oryginalne dzieło lub tworząca wersję elektroniczną (Tab. 2).

W strukturze Collaborative Digitization Program znajduje się Colorado's Historie Newspaper Collection, czyli baza zawierająca 291 tys. artykułów z 86 dzienników wydawanych w 46 miastach USA w latach 1859-1923.

**North Carolina Exploring Cultural Heritage Online** (NCECHO) jest systemem, który łączy i udostępnia zasoby 850 repozytoriów (bibliotek, muzeów, serwisów historycznych i innych instytucji kulturalnych) z północnej części stanu Carolina. Utworzony w 1999 roku z grantu LSTA (Library Service and Technology Act) zarządzany jest przez Bibliotekę Stanową. Jest to system,

Tabela 2. Elementy opisu Collaborative Digitization Program

Etykieta elementu	Element	Kwalifikator
<b>Elementy obowiązkowe</b>		
<b>title</b>	<b>Tytuł</b>	<b>Alternatywny (alternative)</b>
<b>creator</b>	<b>Twórca</b>	
<b>subject</b>	<b>Temat</b>	
<b>description</b>	<b>Opis</b>	<b>Abstrakt, spis podrozdziałów (abstract, tableOfContent)</b>
<b>dateOriginal</b>	<b>Data dot. oryginału</b>	<b>Utworzony, ważny do, dostępny do, wydany, zmodyfikowany (created, valid, available, issued, modified)</b>
<b>dateDigital</b>	<b>Data dot. wersji elektronicznej</b>	<b>Utworzony, ważny do, dostępny do, wydany, zmodyfikowany (created, valid, available, issued, modified)</b>
<b>format</b>	<b>Format</b>	<b>Rozmiar, nośnik (extent, medium)</b>
<b>digSpecs</b>	<b>Specyfikacja rekordu (elektronicznego)</b>	
<b>identifier</b>	<b>Identyfikator</b>	
<b>rights</b>	<b>Prawa własności</b>	
<b>Elementy opcjonalne</b>		
<b>publisher</b>	<b>Wydawca</b>	
<b>contributor</b>	<b>Współtwórca</b>	
<b>type</b>	<b>Typ</b>	
<b>source</b>	<b>Źródło</b>	
<b>language</b>	<b>Język</b>	
<b>relation</b>	<b>Relacja</b>	<b>Jest wersją, posiada wersję, zastępuje, powiązany z, wymagany z, jest częścią, posiada części, jest innym formatem (ta sama treść zapisana w innym formacie), posiada inny format, dostosowany do (isVersionOf, HasVersionOf, isReplacedBy, replaces, isRequiredBy, requires, isPartOf, hasPart, isReferencedBy, references, isFormatOf, hasFormat, conformsTo)</b>
<b>coverage</b>	<b>Miejsce i czas</b>	<b>Miejsce, czas (spatial, temporal)</b>
<b>contributingInstitution</b>	<b>Instytucja powiązana</b>	

którego celem, oprócz promowania i rozpowszechniania dorobku kultury amerykańskiej poprzez rozwój serwisu internetowego, są także działania mające na celu upowszechnianie digitalizacji zbiorów nie tylko bibliotecznych, jak rów-

niez doradztwo w tym zakresie (opracowanie przewodników, prowadzenie warsztatów). W ramach projektu istnieje kilka grup, których zakres działania skupia się na metadanych. Jedną z nich jest North Carolina Dublin Core (NCDC) - grupa ustalająca najlepsze rozwiązania implementacji schematu Dublin Core dla systemu i wszystkich partnerów NCECHO. Pozostałe jednostki to: NCECHO Préservation Metadata for Digital Objects (PMDO) - grupa zajmująca się ochroną istniejących metadanych, North Carolina Encoded Archival Description (NCEAD) - opracowująca sposób opisu dokumentów za pomocą schematu Encoded Archival Description (EAD) oraz North Carolina Muséum Council Metadata Working Group - grupa, której działania skupiają się na wspomaganiu udostępniania zasobów muzealnych w sieci WWW.

NCDC, oprócz przewodników do implementacji schematu DC oraz poradnictwa w tym zakresie, stworzyła szablon do tworzenia metadanych za pomocą właśnie tego schematu. Zalecany zestaw metadanych to znane już piętnaście podstawowych elementów DCMES (w niektórych przypadkach uszczegółowionych kwalifikatorami). NCECHO uznało taką postać schematu za właściwą, typując jedynie niektóre z nich jako obowiązkowe, pozostałe zaś jako opcjonalne, co przedstawia się następująco:

Tabela 3. Zestaw metadanych NCECHO

Obowiązkowe	Opcjonalne
Tytuł (title) <sup>4</sup>	Współtwórca (contributor)
Twórca (creator)	Typ (type)
Temat (subject)	Miejsce i czas (coverage)
Opis (descriptor)	Relacja (relation)
Wydawca (Publisher)	Format (format.extent) <sup>5</sup>
Data (date) <sup>6</sup>	Format (format.medium) "
Format (format.extent) <sup>8</sup>	
Identyfikator (identifier)	
Język (language)	
Prawa własności (rights)	
Źródło (source)	

Projekt nie ogranicza swoich partnerów do tworzenia opisów zasobów jedynie za pomocą tego schematu. Inne formy opisu powinny być jednak zaaprobowane, a w razie konieczności przekształcone przez grupę NCECHO tak, aby były kompatybilne z systemem. Zaakceptowane są zatem takie sche-

<sup>4</sup> NCECHO daje również możliwość zamieszczenia w tym elemencie tytułu alternatywnego, poprzez dodanie kwalifikatora *alternative*.

<sup>5</sup> Odnosi się do rozmiaru dokumentu elektronicznego.

<sup>6</sup> Uszczegółowienie elementu następuje po dodaniu kwalifikatorów *created*, *issued*, które rozróżniają datę powstania dokumentu i datę dodania do systemu.

<sup>7</sup> Określa nośnik zarówno dokumentu oryginalnego, jak i elektronicznego.

<sup>8</sup> Odnosi się do rozmiaru dokumentu oryginalnego.



maty jak: EAD - Encoded Archival Description, Visual Resources Standard, CCO - Cataloguing Cultural Objects, TEI - Text Encoding Initiative, MARC.

## Australia

Pod względem inicjatyw metadanych tuż za Stanami Zjednoczonymi plasuje się Australia. Na liście projektów opartych na Dublin Core ten kraj pojawia się 11 razy<sup>9</sup>. Są wśród nich inicjatywy z różnych dziedzin, m. in. biznesu, edukacji, techniki, geografii. Oto najciekawsze z przedsięwzięć australijskich:

**Education Network Australia (EdNA)** jest jednym z największych australijskich projektów stosujących metadane. Jest to system zajmujący się wykorzystaniem technik komputerowych, a w szczególności technologii internetowych, w edukacji i oświacie. Celem EdNA jest usprawnienie współpracy wszystkich sektorów edukacji w Australii oraz ułatwienie posługiwania się ich zasobami dostępnymi przez sieć WWW. W ramach tej inicjatywy powstał format metadanych dostosowanych do potrzeb środowisk edukacyjnych - EdNA Metadata Standard, oparty na Dublin Core Metadata Standard. Najważniejszymi zaletami formatu Dublin Core dla EdNA były: prostota, niezależność od syntaktyki, rozszerzalność. Zgodnie z tą ostatnią cechą EdNA Metadata Standard został zmodyfikowany w taki sposób, aby umożliwić odwzorowywanie tych cech zasobów, które mają szczególne znaczenie w dziedzinie oświaty i edukacji. Modyfikacja polegała na dodaniu do podstawowego zestawu piętnastu elementów DC ośmiu nowych elementów i ich kwalifikatorów:

EDNA.Audience (Odbiorca)

EDNA.Approver (Osoba zatwierdzająca)

EDNA.CathegoryCode (Kod Kategorii)

EDNA. Entered (*Data dodania*)

EDNA.Indexing (*Zasięg indeksowania*)

EDNA.Review (*Recenzja*)

EDNA.Reviewer (Recenzent)

EDNA.Version (Wersja).

Odbiorca to osoba, do której skierowana jest treść. Możliwe jest uszczegółowienie tego elementu poprzez użycie jednego z trzech kwalifikatorów:

edna-audience - kwalifikator określający status odbiorcy, może przyjąć wartość: student, nauczyciel/wykładowca, rodzic/opiekun, administrator, reprezentant środowiska;

edna-sector - kwalifikator szeregujący odbiorcę w poszczególnych sektorach edukacji: przedszkolny, szkolny, zawodowy, szkolnictwa wyższego, szkolnictwa dla dorosłych;

edna-userlevel - kwalifikator określający poziom odbiorcy za pomocą przedziałów wiekowych, np. 0-3, 11-12.

Standard EdNA w swojej strukturze wykorzystuje również element innego formatu opartego na DCMES - AGLS (Australian Government Locator Service). Jest to element występujący zamiennie z elementem DC.Subject, a mianowicie AGLS.Function. Wymaganym minimum opisu są tu cztery elementy:

DC.Identifier

DC.Title

DC.Description

DC.Subject OR AGLS.Function

<sup>9</sup> <<http://www.dublincore.org/projects/>>

Jak widać, projekt EdNA aprobeuje tworzenie metadanych nie tylko zgodnie z utworzonym przez siebie schematem. W *Metadata with EdNA Online*<sup>10</sup> - dokumencie opisującym ten schemat, we wstępie dotyczącym samego zagadnienia metadanych, obok Dublin Core Metadata Element Set mowa jest również o AGLS (Australian Government Locator Service), formacie obowiązującym w australijskich ośrodkach rządowych, a zalecanym w pozostałych dziedzinach. Format opracowany został przez National Archives of Australia w 1997 roku. Składa się z dziewiętnastu elementów, w tym:

obowiązkowe:

Autor - autor

Date - data

Title - tytuł

warunkowe:

Availability - dostępność

Function - funkcja

Identifier - identyfikator

Publisher - wydawca

Subject - temat

opcjonalne:

Audiece - odbiorca

Contributor - współtwórca

Coverage - zakres

Description - opis

Language - język

Relation - relacja

Rights - prawa

Type-typ

Mandate - cel (zlecenie)

Format - format

Source - źródło.

Choć obowiązkowe są tylko trzy elementy, zaleca się minimalny zestaw pięciu elementów (Creator, Title, Date, Subject OR Function, Identifier OR Availability), dzięki czemu zestaw jest bardziej kompatybilny przy imporcie danych do innego formatu. W przypadku subject or function obowiązujące jest użycie przynajmniej jednego z tych elementów, natomiast obligatoryjność kolejnego elementu - identifier or availability - zmienia się zależnie od tego, czy zasób dostępny jest online, czy offline. Jeżeli zasób dostępny jest online, czyli poprzez sieć WWW, obowiązkowym jest element Identifier, gdy zasób zapisany jest na nośniku, do którego mamy dostęp (offline), wskazane jest użycie elementu availability.

Ponadto do wszystkich zasobów, dla których jest to możliwe, standard wymaga użycia elementu publisher. Wszystkie pozostałe elementy są opcjonalne. Możliwe jest także dodawanie nowych elementów w dowolnym momencie.

Analogicznie do DCMES, AGLS posiada także strukturę kwalifikatorów, które uszczegółwiają znaczenie elementu oraz dostarczają informacji, jak jego wartość powinna być interpretowana. Wyróżnia się dwa typy kwalifikatorów.

Konkretyzujące - uszczegółwiają semantykę elementu poprzez precyzowanie relacji pomiędzy wartością elementu i źródła. Uszczegółwiony element

<sup>10</sup> *Metadata with EdNA Online, version 2.2. (2003)* <<http://www.edna.edu.au/harvesting>>

różnicuje znaczenie elementu nieposiadającego kwalifikatora. Na przykład element relation może wskazywać aspekty prawne, administracyjne, geograficzne, zakres czasowy, który obejmuje zasób.

Wskazujące schemat kodowania - mówią o tym, jak wartość elementu powinna być interpretowana, jeżeli pochodzi ze słownika (nazwy pochodzące z klasyfikacji wiedzy, kody dziedzin itp.), jeżeli jest w określony sposób zakodowana (np. ciąg znaków „2000-01-01” będący standardem wyrażania daty) lub jeżeli został użyty inny standard.

Kolejnym wartym uwagi jest program rządu australijskiego **Business Entry Point** (BEP, obecnie znany pod nazwą będącą zarazem adresem strony internetowej - [business.gov.au](http://business.gov.au)) wspierający wszelką działalność biznesową na terenie kraju. Jego zadaniem jest przede wszystkim dostarczanie informacji o podatkach, licencjach, procedurach, o tym jak założyć firmę, ustawodawstwie dotyczącym biznesu, wymaganiach ABN (Australia Business Number- odpowiednik polskiego wpisu do rejestru działalności gospodarczej) i wielu innych informacji niezbędnych w egzystencji każdego przedsiębiorstwa. Struktura metadanych używanych przez BEP oparta jest na DCMES oraz AGLS. W ramach elementu podstawowego wprowadzono subelementy konkretyzujące element DC, specyficzne dla środowiska biznesowego. Struktura tych składników wygląda następująco:

- DC.Title - Tytuł
- DC.Creator.CorporateName - Twórca.Nazwa instytucji
- DC.Creator.Jurisdiction - Twórca.Zwierzchnictwo (instytucji odpowiedzialnej za treść)
- DC.Subject.Industry - Temat.Sektor przemysłu
- DC.Subject.Topic - Temat.Przedmiot działalności
- DC.Subject.GoodService - Temat.Dobra i usługi
- DC.Subject.Occupation - Temat.Zawód personelu
- DC.Subject.Staff - Temat.Specyfika pracy (np. praca dla osób niepełnosprawnych)
- DC.Subject.LandBuilding - Temat.Specyfika lokalowa (sklep, fabryka)
- DC.Subject.PlantEquipment - Temat.Specyfika Roślinności
- DC.Description - Opis
- DC.Publisher - wydawca
- DC.Contributor - współtwórca
- DC.Date.Issued - data dodania zasobu do kolekcji
- DC.Date.Modified - data modyfikacji
- DC.Date.Expiry - data usunięcia z kolekcji
- DC.Type - typ
- DC.Format - format
- DC.Identifier - identyfikator
- DC.Source - źródło
- DC.Language - język
- DC.Relation.Act - Relacja.Akt prawny
- DC.Relation.Regulation - Relacja.Kontrola
- DC.Relation.See-Also - Relacja „zob. też”
- DC.Relation.Anomaly - Relacja.Odstępstwa
- DC.Relation.Version - Relacja.Wersja
- DC.Relation.Requires - Relacja.Wymagania
- DC.Coverage.PlaceName.Operation - Zasięg.Obszar administracyjny
- DC.Coverage.PlaceName.Region - Zasięg.Obszar geograficzny

DC.Rights.Text - prawa autorskie (wskazane wprost)  
DC.Rights.URL - odnośnik do właściciela praw autorskich  
AGLS.Function - funkcja  
AGLS.Availability.Position - miejsce udostępniania  
AGLS.Availability.Contact - kontakt związany z udostępnianiem  
AGLS.Availability.Email - adres poczty elektronicznej, (jednostki odpowiedzialnej za udostępnianie  
AGLS.Availability.Cost - koszt udostępniania.

Za podstawowy zestaw elementów, które obowiązkowo powinny wystąpić w opisie zasobu, uznaje się elementy: DC.Title, DC.Creator, DC.Subject.Industry, DC.Publisher, DC.Date, DC.Format, DC.Identifier, DC.relation, DC.Coverage.Operation, AGLS.Availability.

Kolejnym wartym uwagi jest projekt Biblioteki Stanu Queensland. **Metadata Project of State Library of Queensland**, który powstał pod koniec lat dziewięćdziesiątych, aby ułatwić przeszukiwanie i korzystanie z zasobów dostępnych na stronie WWW Biblioteki. Struktura wykorzystywanych metadanych oparta jest na DCMES i składa się z następujących elementów:

DC.Title - Tytuł  
DC.Creator - Twórca  
DC.Contributor - Współtwórca  
DC.Coverage - Zakres  
DC.Data - Data  
DC.Description - Opis  
DC.Format - Format  
DC.Identifier - Identyfikator  
DC.Publisher - Wydawca  
DC.Relation - Relacja  
DC.Type - Typ  
DC.Rights - Prawa  
DC.Resource - Źródło  
DC.Subject - Temat

Projekt ten, będący inicjatywą lokalnej biblioteki, nie jest imponujący pod względem zasięgu i struktury, jest jednak godny naśladowania, jeśli chodzi o proces powstania i wdrażania. Działania podzielono na trzy etapy:

- zbieranie informacji (przeszukiwanie literatury, listy dyskusyjne, kontakt z innymi instytucjami, mającymi doświadczenie na tym polu);
- debata nad zebranymi informacjami (szkic struktury i schematu działań, adaptacja schematu DCMI, zdefiniowanie procedur postępowania przy wdrażaniu dotychczasowych ustaleń, opracowanie przewodnika tworzenia metadanych dla Biblioteki Stanowej - Guidelines for State Library oraz stworzenie w tym celu szablonów dostępnych na stronie internetowej Biblioteki);
- wdrażanie.

Działania końcowe objęły także retrospektywny opis zasobów strony internetowej Biblioteki.

## Niemcy

Na niemieckim rynku największą uwagę metadany poświęca projekt Biblioteki Narodowej **META FORM** będący częścią projektu **META-LIB**, wspierającego wszelkie działania dotyczące i oparte na metadanych. Owocem tej inicjatywy był przewodnik ułatwiający tworzenie i korzystanie z metadanych (szczególnie tych

opartych na Dublin Core), ze szczególnym przeznaczeniem do indeksowania zasobów niemieckich bibliotek akademickich. Działania META-LIB skupiały się także na monitorowaniu rozwoju metadanych na świecie, analizie nowych koncepcji formatów, wymianie wiedzy i doświadczeń z innymi placówkami.

Choć projekt zakończył się w 2002 roku, jego kontynuacja okazała się niezbędna. W związku z tym niemieckie biblioteki podjęły się tego zadania - gospodarzem została Staats- und Universitätsbibliothek w Getyndze. Oprócz wspomnianych działań, prace skupiają się również na projekcie META FORM. Jest to dwujęzyczna baza formatów metadanych, wśród których prym wiodzie Dublin Core wraz z jego pochodnymi. Formaty są rejestrowane w bazie razem z elementami oraz ich definicjami.

Baza podzielona jest na trzy kategorie: formaty oparte na Dublin Core (np.: AGLS, CEDARS - Metadata for digital preservation), formaty powiązane (np.: GILS - Government Informations Locator Service, IEEE - Learning Technology Standards Committee), formaty biblioteczne (np.: MARC21, PICA3 - Datenformat des Gemeinsamen Bibliotheksverbundes). Oprócz linków do stron twórców czy „administratorów” poszczególnych formatów w bazie zamieszczone są również szczegółowe informacje o każdym z nich. Jak wspomniano, znajduje się tu krótka charakterystyka formatu oraz wykaz poszczególnych elementów wraz z ich krótkim opisem, ewentualnie opisem zmiany w stosunku do DCMES.

Biblioteka tworzy także serwis **METAGUIDE**, będący przewodnikiem po metadanych, a opis serwisów korzystających z metadanych tworzony przez tę bibliotekę jest również dobrym przykładem ich tworzenia i udostępniania. Elementy opisu podzielone są na dwie grupy: elementy Dublin Core Metadata oraz elementy lokalne, dodane przez Bibliotekę - MetaGuide Metadata.

W pierwszej grupie znajdziemy: Title, Title.Alternative, Creator.Corporate-Name, Descriptor, Identifier, Type, Format, Language, Rights, Date, Date.Create, w drugiej grupie: Resorce Type, Subject Class, Country (State), Metadata present. W ramach tej instytucji działa również kilka serwisów poświęconych poszczególnym dziedzinom wiedzy, na przykład Projekt SSG-FI (Special Subject Guide - Fachinformation).

Niemcy mają na swoim koncie osiem dużych projektów opartych na metadanych, wśród nich (oprócz omówionych) są także: German Educational Resources, Electronic Vizualization Library, MPRESS/MathNet, Network of Libraries In Southwestern Germany, XMetaDiss.

## **Wielka Brytania**

Jednym z większych projektów wykorzystujących metadane w Wielkiej Brytanii jest **Arts and Humanities Data Sernice** (AHDS). Jest to serwis mający na celu gromadzenie, archiwizowanie i upowszechnianie zasobów elektronicznych z dziedziny nauk humanistycznych i sztuk pięknych. Efekt tych działań kierowany jest zarówno do naukowców, jak i osób zajmujących się tą sferą na poziomie podstawowym. Do zadań serwisu należy także uświadamianie i promocja wśród środowisk naukowych (i nie tylko) zasobów elektronicznych jako bogatych i łatwo dostępnych źródeł wiedzy.

Praca nad projektem została podzielona w następujący sposób: oprócz jednostki centralnej zarządzającej całym serwisem, wydzielono pięć działów tematycznych, które przypisano poszczególnym jednostkom naukowym pięciu uniwersytetów brytyjskich. Wśród nich znalazła się jednostka nadzorująca (AHDS Executive), która koordynuje działania, zapewnia komunikację między kolekcja-

mi poszczególnych jednostek, reguluje podział prac oraz ustala reguły działania. Jest jednocześnie twórcą obecnego sposobu opisu zasobów. AHDS Common Metadata Framework (CMF) to struktura oparta na schemacie Dublin Core. Szczegółowa charakterystyka poszczególnych elementów znajduje się poniżej.

Tabela 4. Zestawienie elementów AHDS

Element	Kwalifikator	Uwagi	Zalecane formaty danych
Tytuł	Główny		Tekst
	Podtytuł		
	Alternatywny	Jeżeli źródło znane jest pod dwoma różnymi tytułami lub jeżeli ma nazwę potoczną	
	Tytuł serii	Jeżeli zasób jest częścią serii	
Twórca	Osoba	Istnieje możliwość określenia dodatkowych cech tego elementu poprzez użycie atrybutów: przynależność (np. do jakiejś organizacji), funkcja, dane teleadresowe	ULAN (Union List of Artist Name)
	Instytucja		
Temat			Anglo-American Cataloguing Rules, Art And Architecture Thesaurus, Dewey Decimal Classification, Humanities and Social Science Electronic Thesaurus, LCSH, Thesaurus of Geographic Names
Opis	Pełny opis		URL
	Skrócony opis		URL
Wydawca			
Data	Data dodania zasobu		ISO 8601:1988(E), tzn.: RRRR lub RRRR-MM-DD
	Data rozpoczęcia projektu	Obie daty będą dotyczyły samego serwisu AHDS, będą przydatne z odległego chronologicznie punktu widzenia	
	Data zakończenia projektu		
	Data ostatniej modyfikacji		
	Data następnej modyfikacji		
	Data oryginalnej publikacji	Dotyczy pierwszej publikacji zasobu niezależnie od formy	

	Data kolejnych publikacji	Dotyczy kolejnych publikacji zasobu niezależnie od formy	
	Data publikacji elektronicznej	Dotyczy pierwszej publikacji elektronicznej	
	Data modyfikacji rekordu		
Typ		Dotyczy typu zasobu	AACR16
Format	Typ pliku		IMT (Internet Media System), SI
	Rozmiar pliku		
	Rozmiar	Rozmiar zasobu (np. liczba stron w przypadku książki, liczba metrów zajmowanych na półkach - w przypadku dokumentów w archiwum, czy czas trwania w przypadku muzyki lub filmu)	
Identyfikator			ADS (Archeology Data Service), HDS (History Data Service), ISBN, ISSN, OTA (Oxford Text Archive), PADS (Performing Arts Data Service), URL, VADS (Visual Arts Data Service)
Źródło		Odsyła do miejsca, z którego pochodzi zasób	j.w.
Język			ISO 639
Relacja	<i>jest zasobem nadrzędnym dla</i>		Takjak w przypadku elementu identyfikator i źródło
	<i>jest zasobem podrzędnym...</i>		
	<i>jest częścią kolekcji</i>	Kolekcją będzie zbiór powiązanych ze sobą dokumentów	
	<i>jest zasobem sąsiadującym z...</i>	Sąsiedztwo przyległe	
Miejsce i czas (zakres)		Pozwala na określenie miejsca i czasu, jakiego dotyczy zasób	AAT, IS08601, NGR (National Grid Reference), TGN (Thesaurus of Geographic Names)
Prawa własności			

## Metadane w Polsce

W Polsce metadane, tak jak i na całym świecie, są ściśle związane z digitalizacją. W porównaniu z wcześniej analizowanymi projektami jest to dosyć nowe zjawisko. Zanim jednak przejdziemy do sedna sprawy, zwróćmy uwagę na kwestię terminologiczną. W Polsce inicjatywy, które wykorzystując metadane prezentują w sieci zasoby poświęcone jakiejś dziedzinie lub tematowi, nazywane są bibliotekami cyfrowymi lub bibliotekami wirtualnymi, choć niektórzy różnicują te pojęcia. Wirtualną określa się bibliotekę, w której scalanie materiału następuje jedynie w procesie wyszukiwania i nie ma mowy o żadnym materiale rezydującym w pamięci jednego konkretnego aparatu<sup>11</sup>. Jeśli chodzi zaś o termin *cyfrowe* Henryk Hollender sugeruje, że ma on sens tylko wtedy, gdy stoi za nim dopowiedzenie elektroniczne<sup>12</sup>. Tutaj jednak będziemy używać obu terminów, ponieważ w powszechnym użyciu funkcjonują zamiennie. Warto również zwrócić uwagę na różnicę w podejściu środowisk naukowych do bibliotek cyfrowych, a ściślej rzecz ujmując, do publikowania tam dzieł naukowych. W Polsce nie nosi to znamion prestiżu, jaki niesie za sobą na przykład publikacja artykułu w czasopiśmie naukowym, jak jest w krajach, gdzie artykuł, który ukazał się na stronie internetowej ma taką wartość jak artykuł w punktowanym czasopiśmie<sup>13</sup>.

Jak wspominałam, metadane są nieodłącznym elementem digitalizacji i dlatego kwestie dotyczące stanu metadanych w Polsce rozpatrywane będą przez pryzmat tego procesu.

Do niedawna ten nowoczesny termin mogliśmy odnosić przede wszystkim do katalogów bibliotecznych jako zbiorów informacji (karta katalogowa) opisujących jakiś zasób (książka). Dziś sytuacja wygląda inaczej, na co wpłynął przede wszystkim zaobserwowany w ciągu kilku ostatnich lat rozwój bibliotek cyfrowych. Wszelkie inicjatywy wykorzystujące metadane pochodzą od bibliotek, które digitalizując swoje zbiory, udostępniają je w sieci WWW. Są to przede wszystkim biblioteki uczelniane bądź biblioteki regionalne, których zasoby oparte są również na zbiorach bibliotek uczelni wyższych. Nie ma u nas (być może jeszcze) serwisów poświęconych jakiejś dziedzinie, które wykorzystywałyby metadane do charakterystyki swoich zasobów, niemających swego źródła przede wszystkim w książkach czy czasopismach<sup>14</sup>.

W Polsce początki zainteresowania metadanymi na większą skalę są także ściśle związane z digitalizacją, a należą do nich dwa wydarzenia, które miały miejsce w 2002 roku. Pierwsze, to seminarium zorganizowane przez Bibliotekę Narodową i Stowarzyszenie Bibliotekarzy Polskich poświęcone digitalizacji zbiorów bibliotecznych, na którym została poruszona kwestia metadanych, czego owocem było utworzenie w ramach serwisu EBIB forum poświęconego tworzeniu bibliotek cyfrowych (a później metadanym), które w znacznym stopniu udrożniło wymianę informacji i doświadczeń<sup>15</sup>. Drugim ważnym wydarzeniem było powstanie pierwszych bibliotek cyfrowych - Wielkopolskiej Biblioteki Cyfrowej oraz Pol-

<sup>11</sup> H. Hollender: *Biblioteki cyfrowe w Polsce: warunki i zagrożenia*. [Dokument elektroniczny] (2005). <[www.ebib.oss.wroc.pl/2005/65/hollender.php](http://www.ebib.oss.wroc.pl/2005/65/hollender.php)>

<sup>12</sup> Ibidem

<sup>13</sup> Ibidem

<sup>14</sup> istnieje wprawdzie Pedagogiczna Biblioteka Cyfrowa, jest to jednak serwis oparty na zbiorach tradycyjnej biblioteki Akademii Pedagogicznej im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie.

<sup>15</sup> *Stosowanie metadanych do charakterystyki dokumentów elektronicznych*. E. Krysiak. - Biuletyn Informacyjny Biblioteki Narodowej 2002, nr 3 (162) s. 14



skiej Biblioteki Internetowej, o których będzie jeszcze mowa. Wydarzenia te nie były jednak przełomem w rozwoju bibliotek cyfrowych, po nich nie zaczęły lawinowo powstawać nowe biblioteki. Kolejna, Dolnośląska Biblioteka Cyfrowa to rok 2004. Znaczący wzrost zainteresowania to dopiero rok 2005, który przyniósł kilka nowych inicjatyw i tendencję do powstawania kilku bibliotek cyfrowych rocznie.

Również w przypadku spotkania w Bibliotece Narodowej nie od razu zmieniło się podejście bibliotekarzy i innych potencjalnych twórców bibliotek cyfrowych. Powstałe w jego wyniku forum wprawdzie bardzo się rozwinęło, ale było to dopiero w roku 2005.

Wspomniana Polska Biblioteka Internetowa (PBI) była pierwszą ogólnopolską inicjatywą, która za cel postawiła sobie zdigitalizowanie kanonu literatury polskiej, podręczników akademickich, publikacji naukowych, czasopism, archiwaliów itp. I choć początki działania PBI nie spotkały się z dużym uznaniem, o czym będzie jeszcze mowa, dziś sytuacja nieco się poprawiła.

Zainteresowanie bibliotekami cyfrowymi wykazuje także rząd - pierwszym krokiem w tym kierunku było *Rozporządzenie Rady Ministrów z dn. 8 czerwca 2004 r. w sprawie zakresu zadań objętych mecenatem państwa wykonywanych przez samorządowe instytucje filmowe i instytucje kultury oraz udzielania dotacji na te zadania*<sup>16</sup>, które, nakreślając zakres zadań dla instytucji kultury, nakazuje digitalizację zbiorów bibliotecznych i innych zabytkowych obiektów kultury wraz z udostępnieniem ich w Internecie. Podobnym dokumentem obligującym do digitalizacji dorobku kultury było Zalecenie Komisji Europejskiej z 24 sierpnia 2006 r. w sprawie digitalizacji i udostępniania w Internecie dorobku kulturowego oraz w sprawie ochrony zasobów cyfrowych<sup>17</sup>, w którym wskazuje się, aby państwa członkowskie:

- gromadziły informacje o digitalizacji (trwającej i planowanej) w celu uniknięcia powieleń;
- określały cele ilościowe dla digitalizacji materiałów analogowych;
- wspierały partnerstwo między instytucjami kulturalnymi i prywatnymi (w celu tworzenia nowych sposobów finansowania);
- tworzyły duże ośrodki digitalizacji;
- wspierały tworzenie europejskiej biblioteki cyfrowej;
- ulepszały warunki ramowe dla digitalizacji;

a w sprawie ochrony tych zasobów:

- określały krajowe strategie ochrony;
- wymieniały się informacjami na temat tej strategii;
- wprowadziły zapisy w prawie krajowym pozwalające na wielokrotne powielanie oraz zmianę formatu w celu ochrony zasobu;
- uwzględniały sytuacje innych państw członkowskich podczas określania zasad przekazywania egzemplarza obowiązkowego.

Jednym z ważniejszych kroków w tej sprawie jest projekt Rozporządzenia Ministra Spraw Wewnętrznych i Administracji w sprawie niezbędnych elementów struktury dokumentów elektronicznych<sup>18</sup>, który określa 23-elementowy zestaw metadanych służących do charakterystyki dokumentacji elektronicznej tworzonej i gromadzonej we wszystkich podmiotach publicznych. Za metadane uważa się zestaw logicznie powiązanych z dokumentem elektronicznym usystematyzowanych informacji opisujących ten dokument i umożliwiających

<sup>16</sup> Dz. U. 2004, nr 144, poz. 1518

<sup>17</sup> <[http://europa.eu.int/information\\_society/activities/digital\\_libraries/doc/recommendation/](http://europa.eu.int/information_society/activities/digital_libraries/doc/recommendation/)>

<sup>18</sup> <<http://bip.mswia.gov.pl/download.php?s=4&id=564>>

jego wyszukiwanie, kontrolę, zrozumienie i długotrwałe przechowywanie. Zestaw jest kompilacją trzech standardów: Dublin Core Metadata Element Set (wersja 1.1), e-Government Metadata Standard (wersja 3.0) oraz AGLS Metadata Element Set (wersja 1.3), zaadaptowanych do polskich warunków przez Naczelną Dyрекcję Archiwów Państwowych (NDAP) oraz Interdyscyplinarne Centrum Modelowania Matematycznego i Komputerowego Uniwersytetu Warszawskiego (ICM) pod nazwą Standard metadanych e-PL.

Tabela 5. Zestawienie elementów struktury dokumentów elektronicznych [na podstawie Standard metadanych e-PL (2005)]

Element	Kwalifikator	Definicja
Adres	adres.kod adres.poczta adres.dane adres.kraj	Definicja adresu fizycznego. Nie występuje samodzielnie, a tylko jako element pomocniczy elementów Osoba i Instytucja
Adresat	adresat.podmiot adresat.rodzaj	Osoba lub instytucja, do której dokument jest adresowany
Agregacja	agregacja, typ ageragacja.kod ageragacji a.podmiot agregacja.hasło	Przynależność do zbioru dokumentów
Certyfikat	certyfikat, typ certyfikat, dane	Cyfrowy certyfikat służący do weryfikacji podpisu elektronicznego z elementu Podpis.
Data	data, typ data.czas data.czas.od data.czas.do	Data zdarzenia związanego z cyklem życia dokumentu
Dostęp	dostęp.dostępność dostęp.uwagi	Określenie dostępności dokumentów dla określonych grup użytkowników
Przechowywanie	przechowywanie.kategoria przechowywanie.data przechowywanie.podmiot	Kategoria archiwalna oraz informacje o tym, kto i kiedy nadał kategorię
Format	format.typ format.specyfikacja format, wielkość format, wielkość .j jednostka	Dane techniczne i charakterystyka formatu zapisu dokumentu
Identyfikator	identyfikator.typ identyfikator, wartość identyfikator.podmiot	Jednoznaczny w danym kontekście znacznik dokumentu
Instytucja	instytucja, id instytucja, id. typ instytucja.adres instytucji a.kontakt instytucji a.kontakt. typ instytucja.nazwa	Definicja instytucji. Element pomocniczy elementu Podmiot.

	instytucj a. instytucj a instytucja.osoba instytucj a.poziom	
Język	język.kod	Język naturalny zawartości zasobu
Lokalizacja	lokalizacja, typ lokalizacj a.podmiot lokalizacja.adres	W odniesieniu do dokumentów posiadających postać fizyczną (dokumenty tradycyjne, nośniki danych elektronicznych) - miejsce przechowywania. W odniesieniu do dokumentów elektronicznych jest to adres sieciowy, pod którym można znaleźć dokument
Opis		Streszczenie, spis treści lub swobodny opis dokumentu.
Osoba	osoba, id osoba.id.typ osoba.adres osoba.kontakt osoba.kontakt.typ osoba.nazwisko osoba.nazwa osoba.funkcja	Definicja osoby fizycznej. Element pomocniczy elementu Podmiot.
Podmiot	podmiot.osoba podmiot.instytucja	Definicja jednostki (osoba fizyczna, instytucja), która może być stroną w jakiejś czynności związanej z dokumentem (tworzenie, odbieranie, podpisywanie, łączenie w grupy,...). Nie występuje samodzielnie, a tylko jako element pomocniczy jednego z elementów: Adresat, Agregacja, Identyfikator, Lokalizacja, Podpis, Twórca.
Podpis	podpis.zakres podpis.sygnatura podpis.podmiot podpis, typ podpis.id podpis.certyfikat podpis .zależności	Podpis cyfrowy sygnujący dokument, metadane albo dokument z metadanymi
Prawa		Informacje o tym, kto ma prawa do dokumentu i nadzoru nad sposobem wykorzystania dokumentu do różnych celów
Relacja	relacja.typ relacja.identyfikator	Bezpośrednie powiązanie z innym dokumentem.
Status	status.rodzaj status, wersja status.opisu	Określenie wersji dokumentu

Tematyka	tematyka, tematyka tematyka.przedmiot tematyka.miejsce tematyka, osoby tematyka.czas tematyka.czas.od tematyka.czas.do tematyka.inne.klucz tematyka, inne. wartość tematyka, odbiorcy	Kluczowe informacje dotyczące treści dokumentu
Twórca	twórca.podmiot twórca, funkcja	Nazwa twórcy, bez względu na funkcję w tworzeniu dokumentu
Typ	typ.kategoria typ. rodzaj	Typ dokumentu
Tytuł	tytuł.oryginalny tytuł.oryginalny .język tytuł.altematywny tytuł.altematywny .język	Tytuł nadany dokumentowi

Opcjonalność elementów określa pięciostopniowa skala.

- elementy wymagane - dotyczy elementów, które są wymagane bezwarunkowo (identyfikator, data, format, twórca, typ, tematyka, tytuł);
- elementy wymagane warunkowo - czyli tylko w sytuacji, kiedy możliwe jest ich określenie (adresat, agregacja, przechowywanie);
- elementy rekomendowane - to takie, które powinny znaleźć się w opisie, ale w przypadku ich braku opis będzie poprawny (język, lokalizacja);
- elementy opcjonalne - to takie, których użycie zależy tylko od twórcy dokumentacji (dostęp, opis, prawa, podpis, relacja, status);
- elementy pomocnicze - jak sama nazwa mówi, pomagają scharakteryzować dokument, nie będąc z nim bezpośrednio związane (adres, certyfikat, instytucja, osoba, podmiot).

Rozporządzenie dopuszcza tworzenie nowych metadanych w przypadku, gdy zaproponowany zestaw zostanie uznany za niewystarczający.

Na szczególną uwagę w kwestii badań i popularyzacji metadanych zasługuje osoba Marka Nahotki, autora pierwszego bardzo szczegółowego opracowania dotyczącego metadanych - M. Nahotko: *Metadane. Sposób na uporządkowanie Internetu* (2004), a także wielu innych pozycji niezwykle przydatnych w procesie tworzenia metadanych i poprawnego ich użytkowania. W tym miejscu chciałabym skupić się na jednym z takich opracowań - *Zasady tworzenia bibliotek cyfrowych*<sup>19</sup>, w którym mowa jest między innymi o zasadach pomocnych we właściwym wyborze i implementacji standardów metadanych<sup>20</sup>.

<sup>19</sup> M. Nahotko: *Zasady tworzenia bibliotek cyfrowych. Dokument elektroniczny* (2006).

<<http://bib.info/2006/74/nahotko.php>>

<sup>20</sup> Ibidem.

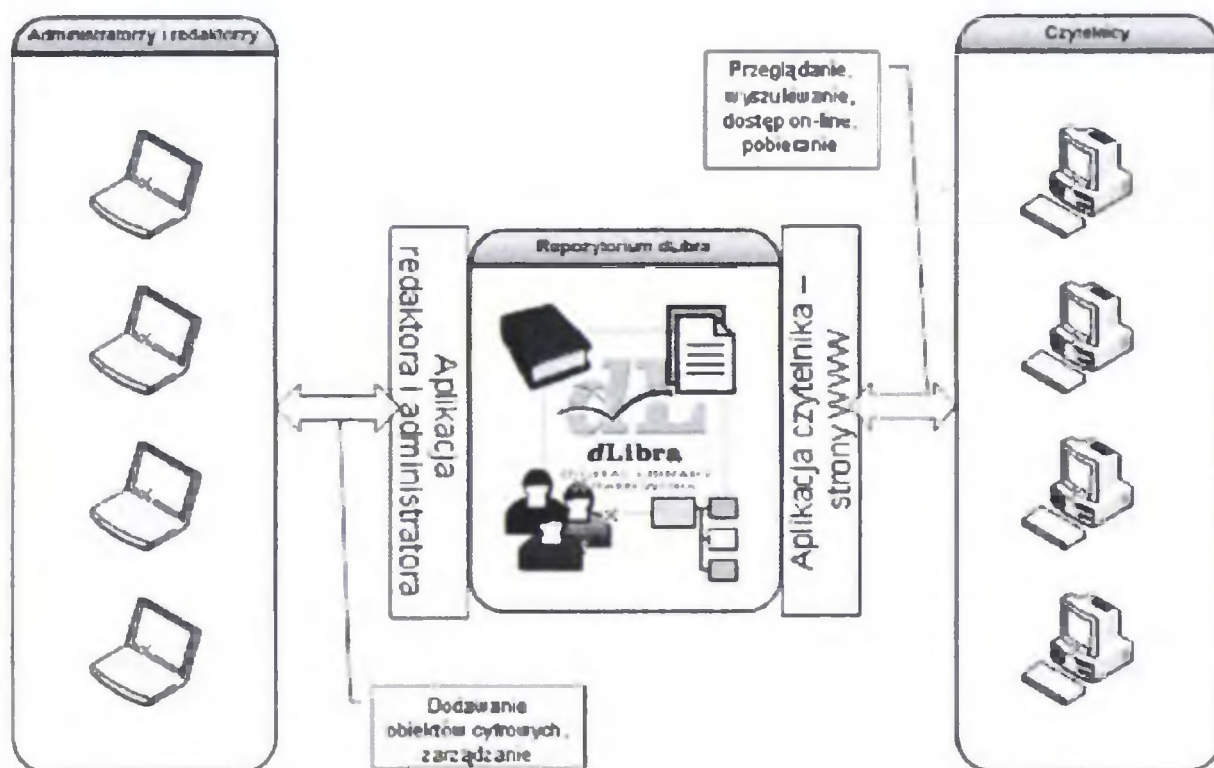
- Zasada pierwsza mówi o właściwym doborze standardu metadanych do zasobu, który powinien zależeć przede wszystkim od rodzaju i poziomu zasobów, od twórców metadanych, tzn. ich doświadczenia w tworzeniu metadanych, od potrzeb i oczekiwań użytkowników wykorzystania zasobów, poziomu użytkowników. Warto również przyjrzeć się, jaki schemat wybrały podobne instytucje.
- Druga zasada mówi, że odpowiednie metadane wspomagają współdziałanie, dając nowy obszar współpracy wielu instytucjom naukowym, kulturalnym czy edukacyjnym. Współpraca ta opiera się między innymi na dostępie do zasobów innych instytucji czy wymianie rekordów.
- Trzecia zasada odnosi się do kontroli autorytarnej i użycia narzędzi kontroli treści. Chodzi tu przede wszystkim o stosowanie słownictwa kontrolowanego do nazw osobowych, korporacyjnych, geograficznych i haseł przedmiotowych.
- Czwarta zasada mówi, że dobre metadane pozwalają określić warunki korzystania z zasobów. Informują użytkownika o sposobie użytkowania obiektów o ograniczonym dostępie, mówią o prawach własności, pozwoleniach itp.
- Piąta zasada dotyczy długoterminowego zarządzania obiektami, dzięki użyciu odpowiednich metadanych.
- Szósta zasada odwołuje się do zasad tworzenia dobrych obiektów (którymi przecież są także rekordy metadanych) takich jak autorytatywność, autentyczność, archiwizacja, niezmienność i jednoznaczna identyfikowalność.

Ciekawym źródłem informacji i dowodem na zainteresowanie tematem jest forum serwisu EBIB *Digitalizacja i biblioteki cyfrowe*, w którym wśród licznych wątków pojawia się jeden, którego przedmiotem są metadane. Rdzeniem dyskusji jest tworzenie metadanych dla zbiorów specjalnych. Problemem okazuje się zarówno brak jakichkolwiek zapisów normalizujących te działania, jak i spór uczestników dyskusji, czy przedmiotem opisu powinien być zasób cyfrowy, czy jego źródło, co ma szczególne znaczenie w przypadku takich obiektów jak rękopisy, starodruki itp. W związku z tym pojawia się kolejna sporna kwestia - czy schemat Dublin Core służy tylko do opisu obiektów cyfrowych, czy pozwala na użycie również do charakterystyki treści źródła? Niektórzy z dyskutantów są zdania, że DC nie nadaje się do tworzenia rozbudowanych, specjalistycznych opisów, takich jak na przykład te tworzone za pomocą schematu MASTER, służącego do katalogowania średniowiecznych rękopisów. W końcu jednak osiągnięty zostaje consensus, jakim jest łączenie opisu ukierunkowanego na zasób cyfrowy (np. Dublin Core) z opisem ukierunkowanym na treść (np. MASTER).

## **Biblioteki Cyfrowe**

Polskie biblioteki cyfrowe to przede wszystkim serwisy regionalne i akademickie, oparte na platformie dLibra, której twórcą jest Poznańskie Centrum Superkomputerowo-Sieciowe. Jest to narzędzie służące do tworzenia bibliotek cyfrowych, które w odróżnieniu od innych narzędzi pełni funkcje zbliżone do tych, jakie pełnią tradycyjne biblioteki, tzn. gromadzenie, opracowanie i udostępnianie. Ponadto pozwala na kontrolę udostępniania zasobów oraz pracę z różnymi typami dokumentów. Dodatkową zaletą jest także kompatybilność z różnymi formami opisu - standardami metadanych (może to być Dublin

Core, MARC itp.) Zestaw metadanych może być w dowolny sposób konfigurowany, w zależności od potrzeb zasobu. Domyślnym opisem systemu jest podstawowy zestaw elementów Dublin Core.



Rys. 1. Architektura biblioteki cyfrowej opartej na systemie Libra

(Źródło: <[http://dlibra.psn.pl/index.php?option=com\\_content&task=view&id=13&Itemid=28](http://dlibra.psn.pl/index.php?option=com_content&task=view&id=13&Itemid=28)>)

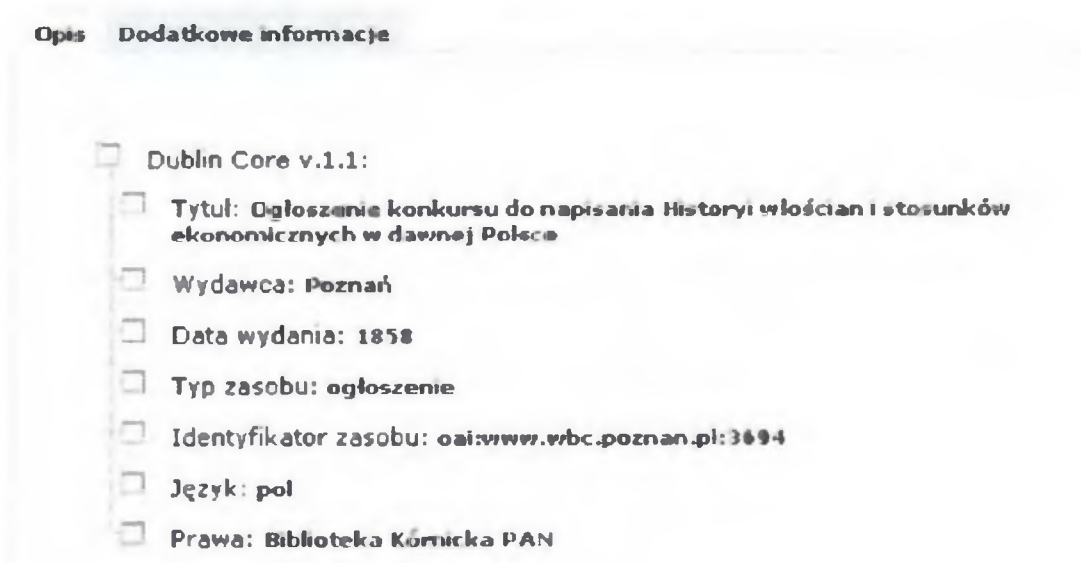
Dostęp do zasobów możliwy jest poprzez stronę WWW, czy wyszukiwarkę. Alternatywami, choć dającymi tylko możliwość przeszukiwania zawartości atrybutów metadanych, są również protokół OAI-PMH<sup>21</sup> umożliwiający przeszukiwanie przez systemy zewnętrzne oraz wyszukiwanie w systemie p2p (peer to peer)<sup>22</sup>.

System składa się z trzech modułów: moduł czytelnika to interfejs wyszukiwawczy, służący także do odczytu publikacji, moduł redaktora - pozwala na dodawanie, edycję oraz usuwanie zasobów i metadanych, a także ustalanie warunków dostępu, natomiast moduł administratora daje możliwość zarządzania użytkownikami, kolekcjami, atrybutami opisu.

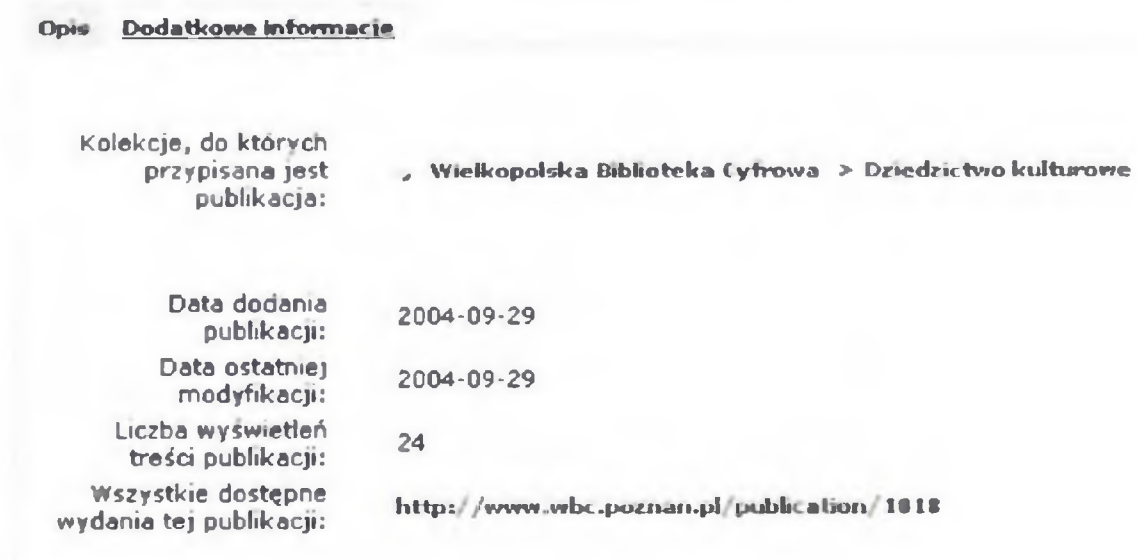
<sup>21</sup> OAI-PMH (Open Archive Initiative - Protocol for Metadata Harvesting) jest protokołem służącym do pobierania i wymiany metadanych między systemami gromadzącymi i pozyskującymi takie dane.

<sup>22</sup> P2P (od ang. peer-to-peer - równy z równym) - model komunikacji w sieci komputerowej, który gwarantuje obydwu stronom równorzędne prawa (w przeciwieństwie do modelu klient-serwer). W sieciach P2P, każdy komputer może jednocześnie pełnić zarówno funkcję klienta, jak i serwera. W najpopularniejszej implementacji modelu P2P, jaką są programy do wymiany plików w Internecie, każdy węzeł sieci (czyli komputer użytkownika) odgrywa rolę serwera, przyjmując połączenia od innych użytkowników danej sieci, jak i klienta, łącząc się i pobierając dane z innych maszyn działających w tej samej sieci. Wymiana danych jest zawsze prowadzona bez pośrednictwa centralnego serwera. Sieć P2P charakteryzuje się także płynną strukturą, która zmienia się w zależności od tego, jakie komputery są w niej aktualnie załogowane. (Źródło: <<http://pl.wikipedia.org/wiki/P2P>>)

Opis dokumentów widoczny dla użytkowników przedstawiony został poniżej i jest analogiczny we wszystkich implementacjach dLibry.



Rys. 2. Podstawowy opis dokumentu WBC



Rys. 3. Dodatkowe informacje opisu WBC

Wśród piętnastu bibliotek opartych na systemie dLibra można wyróżnić dwie grupy: biblioteki regionalne i instytucjonalne. Pierwszą z bibliotek regionalnych była Wielkopolska Biblioteka Cyfrowa (WBC), powołana do życia w październiku 2002 roku z inicjatywy poznańskiego środowiska naukowego i bibliotek uczelnianych. Realizacją projektu zajęły się: Poznańska Fundacja Bibliotek Naukowych, która jest organem nadzorującym oraz wspomniane już Poznańskie Centrum Superkomputerowo-Sieciowe.

Najważniejsze założenia WBC to<sup>23</sup>:

- zwiększenie dostępności do materiałów dydaktycznych Uniwersytetu Wrocławskiego a co za tym idzie zwiększenie efektywności pracy z tymi materiałami;
- zwiększenie dostępności do prac naukowych badaczom nie tylko z kraju, ale także spoza jego granic;
- dzięki stworzeniu cyfrowych kopii najcenniejszych źródeł (bibliotecznych i archiwalnych) zwiększenie do nich dostępności;
- obniżenie kosztów udostępniania źródeł informacji w bibliotekach.

Dziś Wielkopolska Biblioteka Cyfrowa to zbiór ponad 50 tysięcy dokumentów, zawartych w czterech kolekcjach:

- Materiały dydaktyczne (podręczniki, skrypty, monografie naukowe),
- Dziedzictwo kulturowe (zabytki piśmiennictwa poznańskich bibliotek),
- Materiały regionalne (dokumenty, także archiwalne dotyczące Poznania i Wielkopolski, np. dekryty, statuty stowarzyszeń, katalogi wystaw itp.),
- Muzykalia (przede wszystkim nuty biblioteki Akademii Muzycznej w Poznaniu).

Warto również zwrócić uwagę na to, że Wielkopolska Biblioteka Cyfrowa jest biblioteką, na której opiera się rozwój i kierunki zmian platformy dLibra.

Podobną politykę doboru materiałów do zasobu prezentują pozostałe regionalne biblioteki cyfrowe wykorzystujące platformę dLibra. Dolnośląska Biblioteka Cyfrowa (dawniej Biblioteka Cyfrowa Politechniki Wrocławskiej), zainicjowana przez Politechnikę Wrocławską i Zakład Narodowy im. Ossolińskich, skupiająca dolnośląskie biblioteki, od 2004 roku za pomocą platformy gromadzi i udostępnia materiały dydaktyczne Politechniki Wrocławskiej, najcenniejsze zbiory stowarzyszonych bibliotek, zbiory Zakładu Narodowego im. Ossolińskich oraz materiały regionalne, dotyczące Wrocławia i Dolnego Śląska.

Kolejną biblioteką jest Kujawsko-Pomorska Biblioteka Cyfrowa będąca efektem wspólnych działań Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu, Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy (dawniej Akademia Bydgoska) i Collegium Medicum w Bydgoszczy (dawniej Akademia Medyczna w Bydgoszczy), do których wkrótce dołączą: Akademia Muzyczna, Akademia Techniczno-Rolnicza, wojewódzkie biblioteki publiczne Torunia i Bydgoszczy oraz muzea i archiwa regionu.

Pozostałe biblioteki regionalne to nieco młodsze i w związku z tym posiadające jeszcze mały zbiór biblioteki: Zielonogórska BC, Śląska BC, Jeleniogórska BC, Podlaska BC.

Wśród instytucjonalnych bibliotek cyfrowych zbudowanych na platformie dLibra największa to Biblioteka Cyfrowa Uniwersytetu Wrocławskiego stanowiąca dziś ponad siedmiotysięczny zbiór. Zasób prezentowany jest w kolekcjach: dziedzictwo kulturowe, katalogi BUWr (cyfrowe kopie katalogów kartkowych i katalogów drukowanych), materiały edukacyjne, regionalia, a także w dziale e-Wydawnictwo BUWr, prezentującym cyfrowe kopie zbiorów wydanych na CD lub DVD oraz dziale obejmującym zbiory bibliologiczne. W ramach projektu wypracowana została własna interpretacja atrybutów schematu Dublin Core do opisu zbiorów specjalnych.

<sup>23</sup> M. Heliński, C. Mazurek, T. Parkota, M. Werla: *Biblioteka cyfrowa jako otwarte, internetowe repozytorium publikacji. Poznańskie Centrum Superkomputerowo-Sieciowe. Dokument elektroniczny. (2006).* <<http://www.ebib.info/publikacje/matkonfHwb3lartykul.php7f>>



Na szczególną uwagę zasługuje również inicjatywa Biblioteki Narodowej Cyfrowa Biblioteka Narodowa *Polona* powstała w październiku 2006 roku. W styczniu 2007 roku CBN, realizując postanowienia wspomnianego Zalecenia Komisji Europejskiej z 24 sierpnia 2006 r. w sprawie digitalizacji i udostępniania w Internecie dorobku kulturowego oraz w sprawie ochrony zasobów cyfrowych, przystąpiła do Biblioteki Europejskiej (The European Library - TEL), która ma stać się podstawą Europejskiej Biblioteki Cyfrowej (European Digital Library - EDL).

Wśród pozostałych bibliotek instytucjonalnych znajdują się: Biblioteka Cyfrowa Politechniki Łódzkiej, Pedagogiczna Biblioteka Cyfrowa (koordynowana i oparta na zasobach bibliotecznych Akademii Pedagogicznej w Krakowie), Biblioteka Cyfrowa Politechniki Warszawskiej oraz Księgozbiór Wirtualny Federacji Bibliotek Kościelnych FIDES.

## **Pozostałe biblioteki niezwiązane z dLibrą**

Polska Biblioteka Internetowa powstała w grudniu 2002 roku jako projekt Komitetu Badań Naukowych, w pełni finansowany z budżetu państwa. Początkowo realizacją zajmował się Departament Promocji Społeczeństwa Informacyjnego, później<sup>24</sup> rolę przejął Departament Społeczeństwa Informacyjnego MSWiA. Genezą inicjatywy jest dokument *ePolska. Plan działań na rzecz rozwoju społeczeństwa informacyjnego na lata 2001-2006*<sup>25</sup>, w którym jest mowa o utworzeniu Polskiej Biblioteki Wirtualnej (PBI), której celem byłoby gromadzenie dzieł polskiej literatury w postaci elektronicznej. Założeniem PBI było zdigitalizowanie całego dorobku kultury polskiej. Miał się tam zatem znaleźć kanon literatury polskiej, podręczniki, publikacje naukowe, archiwalia, informacje o dziełach sztuki itp. Początkowo realizacja projektu nie spotkała się z dużym uznaniem, choćby dlatego, że dobór dzieł był dość przypadkowy (jak oceniają również sami twórcy<sup>26</sup>), a to, co już się tam znalazło, mogło być odszukane tylko przez użytkownika posiadającego wiedzę, że taki dokument się tam znajduje. Planowane jest ujęcie wszystkich pozycji zawartych w *Korbutcie* (Bibliografii Literatury Polskiej. Nowy Korbut). Twórcy widzą także potrzebę zmian w opisie - bierze się tu pod uwagę Dublin Core, choć przynajmniej do opisu zbiorów bibliotecznych należy pozostać przy MARC21<sup>27</sup>.

Biblioteka Wirtualna Nauki (BWN) to inicjatywa, która nieco różni się od pozostałych bibliotek cyfrowych. Zasoby stanowią bazy tworzone poza Interdyscyplinarnym Centrum Modelowania Matematycznego i Komputerowego Uniwersytetu Warszawskiego, które jest twórcą BWN. Dostępne są tam bazy abstraktów (Math, Medline, Inspec, Science Citation Index Expanded, Compendex) oraz zasoby pełnotekstowe (Ovid Biomedical Collection, Kluwer, Springer, Elsevier). Z zasobów krajowych znajdziemy tam kolekcję polskiej szkoły matematycznej (archiwa IM PAN), czasopisma przyrodnicze, bazy abstraktowe PSJC (Polish Scientific Journal Contents), BAZTECH.

<sup>24</sup> Po przekształceniu Komitetu Badań Naukowych w Ministerstwo Nauki

<sup>25</sup> *ePolska. Plan działań na rzecz rozwoju społeczeństwa informacyjnego na lata 2001-2006.*

Dokument elektroniczny (2001). <[http://www.bip.gov.pl\\_pliki/ePolska.pdf](http://www.bip.gov.pl_pliki/ePolska.pdf)>

<sup>26</sup> P. Szymański: *Budowa zasobów Polskiej Biblioteki Internetowej.* Dokument elektroniczny (2006). <<http://www.ebib.info/publikacje/matkonf/iwb3/artypul.php7h>>

<sup>27</sup> Ibidem

Format opisu stosowany w BWN jest niejednolity, bowiem każda z udostępnianych baz stosuje indywidualny sposób opisu. Zintegrowanie zasobów mające na celu wspólne indeksowanie jest jednym z problemów, jakie jeszcze stoją przed BWN.

Wśród pozostałych polskich inicjatyw znajdują się także: Wirtualna Biblioteka Sieci Semantycznej Politechniki Gdańskiej, Kaszubska Biblioteka Cyfrowa, Polish Maritime Research, Cieszyńskiej Biblioteki Wirtualnej, Akademicka Biblioteka Cyfrowa AGH, Cyfrowa Kolekcja Czasopism Polskich BUW, czy Wirtualna Biblioteka Literatury Polskiej.

## Wnioski

Jak wynika z powyższej analizy, doświadczenia innych państw są znacznie większe od dorobku polskiego. Choć ma na to wpływ wiele czynników, to wszystkie mają swoją genezę w sytuacji, w jakiej znalazła się Polska w latach osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych. Przynależność do bloku państw socjalistycznych mocno ograniczała dostęp do wszelkiego rodzaju możliwości technologicznych. Dopiero przemiany ustrojowe przyniosły, również w tej dziedzinie, wiele korzyści. Internet jako główny obszar działania metadanych pojawił się w Polsce w 1991 roku. Wcześniej metadane istniały tylko pod postacią opisów bibliograficznych i katalogowych. Zrozumiałym jest fakt, że Amerykanie, jako pierwsi użytkownicy Internetu, wcześniej dostrzegli potrzebę uporządkowania tego coraz bardziej rozrastającego się zasobu. Szybciej także przekonali się, że takie narzędzia jak Google są niewystarczające do oceny jakości tych informacji. Co więcej, niektóre działania zmierzające do udostępniania zasobów w formie cyfrowej podjęto jeszcze zanim technika pozwalała na udostępnianie dokumentów online (np. American Memory Historical Collection - prace zaczęły się w latach osiemdziesiątych, kiedy to zaczęto eksperymentować z przetwarzaniem zasobów na formaty cyfrowe). W Polsce również (tylko znacznie później) dostrzeżono możliwości, jakie daje korzystanie z metadanych. Dostrzegli to przede wszystkim twórcy platform do budowy bibliotek cyfrowych, którzy tak jak w przypadku twórców dLibry skorzystali z powszechnie używanego schematu Dublin Core.

Choć pod względem technologicznym mamy już takie same możliwości, to w organizacji i zarządzaniu informacją różnice istnieją nadal i polegają na odczuwaniu (bądź nie) potrzeby zapanowania nad szumem informacyjnym współczesnego Internetu. Wynika to być może również z odmienności kultury organizacyjnej nauki, a przede wszystkim świata akademickiego. Jak twierdzi Henryk Hollender, omawiając sytuację polskich bibliotek cyfrowych, które są głównym obszarem działań wykorzystujących metadane, w Polsce publikuje się książkę lub artykuł. Artykuł może być w czasopiśmie, może być w pracy zbiorowej, nie może być w bibliotece cyfrowej, bo to ani prestiż, ani honorarium<sup>28</sup>. W krajach bardziej rozwiniętych publikacja w bibliotece cyfrowej czy nawet w samym Internecie ma wartość podobną do publikacji w czasopiśmie naukowym czy książce. Tak więc, wciąż jeszcze skazani jesteśmy na oglądanie w bibliotekach cyfrowych pozycji o uregulowanym statusie prawnym dotyczącym praw autorskich (czyli już wygasłych), o nikłych wartościach nauko-

<sup>28</sup> H. Hollender: *Biblioteki cyfrowe w Polsce: warunki i zagrożenia*. Dokument elektroniczny (2005). <[www.ebib.oss.wroc.pl/2005/65/hollender.php](http://www.ebib.oss.wroc.pl/2005/65/hollender.php)>

wych. Tak więc, biblioteki cyfrowe raczej nie będą wspierały nauki tak, jak biblioteki w krajach bardziej rozwiniętych<sup>29</sup>, więc dlaczego nauka miałaby wspierać biblioteki cyfrowe, tworząc odpowiednie narzędzia do ich budowy, takie jak metadane. Na szczęście, nie wszyscy wychodzą z tego założenia i mamy w Polsce inicjatywy, które dostrzegają wartość metadanych.

Przystąpienie Polski do struktur Unii Europejskiej nie pozostało bez znaczenia dla tej dziedziny. Jako państwo członkowskie musimy odtąd przestrzegać zaleceń ogólnoeuropejskich, które odnoszą się przede wszystkim do digitalizacji i udostępniania dorobku naukowego w Internecie. Choć żadne z dotychczasowych zaleceń nie odnosi się bezpośrednio do metadanych, to pośrednio wymuszają pewne działania z nimi związane.

Biorąc jednak pod uwagę możliwości, jakimi dysponują omówione państwa, nie można stwierdzić, że w tej dziedzinie w Polsce nic się nie dzieje. Jak wspomniano, powstał polski standard metadanych (e-PL), co powinno być uznane za niemałe osiągnięcie, lawinowo powstają biblioteki cyfrowe wykorzystujące metadane, pojawia się coraz więcej piśmiennictwa poruszającego zagadnienie metadanych. Wszystkie te inicjatywy wskazują na wzmożony ruch w zainteresowaniu tematem, co wprawdzie trochę z opóźnieniem, ale jednak zbliży sytuację polskich metadanych do sytuacji metadanych w krajach bardziej rozwiniętych.

## Bibliografia

1. *AGLS Metadata Element Set, part 1: Reference Description. Version 1.3.* - 2002. \* [online], [dostęp: 28.12.2007]; <[http://www.naa.gov.au/Images/AGLS\\_reference\\_description\\_v1-3\\_tcm2-880.pdf](http://www.naa.gov.au/Images/AGLS_reference_description_v1-3_tcm2-880.pdf)>
2. *AGLS Metadata Element Set, part 2: Usage Guide. Version 1.3.* - 2002. [online], [dostęp: 28.12.2007]; <[http://www.naa.gov.au/Images/AGLS\\_usage\\_guide\\_v1-3\\_tcm2-881 .pdf](http://www.naa.gov.au/Images/AGLS_usage_guide_v1-3_tcm2-881.pdf)>
3. *Architektura biblioteki cyfrowej opartej o system Libra.* 2005. [online], [dostęp: 28.12.2007]; <[http://dlibra.psnc.pl/index.php?option=com\\_content&task=view&id=13&Itemid=28](http://dlibra.psnc.pl/index.php?option=com_content&task=view&id=13&Itemid=28)>
4. Th. Baker: *A Grammar of Dublin Core.* "D-Lib Magazine" 2000, vol. 6, nr 10. [online], [dostęp: 28.12.2007]; <[www.dlib.org/dlib/october00/baker/10baker.html](http://www.dlib.org/dlib/october00/baker/10baker.html)>
5. B. Bednarek-Michalska: *Kujawsko-Pomorska biblioteka cyfrowa - pragmatyka tworzenia biblioteki cyfrowej.* „Biuletyn EBIB” 2006, nr 77. [online], [dostęp: 28.12.2007]; <<http://www.ebib.info/2006/77/michalska.php>>
6. B. Bednarek-Michalska: *Kujawsko-Pomorska Biblioteka Cyfrowa a standardy.* „Biuletyn EBIB” 2006, nr 74. [online], [dostęp: 28.12.2007]; <<http://www.ebib.info/2006/74/michalska.php>>
7. P. Caplan: *International Metadata Initiatives: Lessons in Bibliographic Control.* 2001. [online], [dostęp: 28.12.2007]; <<http://dlist.sir.arizona.edu/584/01/caplan%5Fpaper.html>>
8. D. Czyżak: *Kujawsko-Pomorska Biblioteka Cyfrowa - stan zaawansowania realizacji projektu ZPORR.* „Biuletyn EBIB” 2005, nr 70. [online], [dostęp: 28.12.2007]; <<http://ebib.oss.wroc.pl/2005/70.czyzak.php>>

<sup>29</sup> Ibidem

9. I. Domowicz, Kalota T. i in.: *Biblioteka Cyfrowa Uniwersytetu Wrocławskiego - cele, zadania, wytyczne i organizacja pracy*. „Biuletyn EBIB” 2006, nr 74. [online], [dostęp: 28.12.2007]; <[http://www.ebib.info/2006/74/domowicz\\_in.php](http://www.ebib.info/2006/74/domowicz_in.php)>
10. *EdNA Metadata Standard v1.1*. - 2002. [online], [dostęp: 28.12.2007]; <[www.edna.edu.au/edna/webdav/site/myjahiasite/shared/edna\\_metadata.pdf](http://www.edna.edu.au/edna/webdav/site/myjahiasite/shared/edna_metadata.pdf)>
11. „ePolska”. *Plan działań na rzecz rozwoju społeczeństwa informacyjnego na lata 2001-2006*. [online], [dostęp: 28.12.2007]: <[http://www.bip.gov.pl/\\_pliki/epolska.pdf](http://www.bip.gov.pl/_pliki/epolska.pdf)>
12. F. Grochowski, M. Niezgódka, W. Sylewczak: *Biblioteka Wirtualna Nauki w ICM*. - 2003. [online], [dostęp: 28.12.2007]; <<http://ebib.oss.wroc.pl/matkonf/iwb2/icm.php>>
13. A. Gilliland: *Introduction to metadata: Setting the Stage*. - 2000. [online], [dostęp: 28.12.2007]; <[http://www.getty.edu/research/conducting\\_research/standards/intrometadata/setting.html](http://www.getty.edu/research/conducting_research/standards/intrometadata/setting.html)>
14. R. Heery: *Notes on mapping of national libraries' metadata requirements to Dublin Core*. - 1997. [online], [dostęp: 28.12.2007]; <<http://www.ukoln.ac.uk/metadata/registries/dc/biblink.html>>
15. B. Jazdon: *Wielkopolska Biblioteka Cyfrowa - konieczność czy „zabawa”*. 2005. [online], [dostęp: 28.12.2007]; <[http://www.inib.uj.edu.pl/wyd\\_iinb/s3\\_z1/jazdon.pdf](http://www.inib.uj.edu.pl/wyd_iinb/s3_z1/jazdon.pdf)>
16. T. Kalota: *Marzenie o polskim systemie rozproszonych bibliotek cyfrowych*. „Biuletyn EBIB” 2006, nr 74. [online], [dostęp: 28.12.2007]; <<http://ebib.info/2006/74/kalota.php>>
17. *Digitalizacja i biblioteki cyfrowe: metadane*. - Forum internetowe. 2006. [online], [dostęp: 28.12.2007]; <<http://ebib.oss.wroc.pl/phpBB/viewtopic.php?t=989>>
18. M. Nahotko: *Zasady tworzenia bibliotek cyfrowych*. „Biuletyn EBIB” 2006, nr 74. [online], [dostęp: 28.12.2007]; <<http://ebib.info/2006/74/nahotko.php>>
19. M. Nahotko: *Metadane. Sposób na uporządkowanie Internetu*. Kraków 2004.
20. M. Nahotko: *Opis dokumentów elektronicznych: teoretyczny model i możliwości jego aplikacji*. Kraków 2006.
21. *MARC to Dublin Core Crosswalk*. 2001. [online], [dostęp: 28.12.2007]; <<http://www.loc.gov/marc/marc2dc.html>>
22. M. Niezgódka: *BWN: Biblioteka Wirtualna Nauki*, [online], [dostęp: 28.12.2007]; <[http://www.icm.edu.pl/dzialanosc\\_n/prezentacje/bydgoszcz2.ppt](http://www.icm.edu.pl/dzialanosc_n/prezentacje/bydgoszcz2.ppt)>
23. M. Niezgódka: *Biblioteka Wirtualna Nauki: przyszłość komunikowania naukowego*. [online], [dostęp: 28.12.2007]; <[www.ukprom.uw.edu.pl/llkadencja/prezdo-3XI I2004/BWM\\_konf3122004pub.ppt](http://www.ukprom.uw.edu.pl/llkadencja/prezdo-3XI I2004/BWM_konf3122004pub.ppt)>
24. *Rozporządzenie Ministra Spraw Wewnętrznych i Administracji z dnia 30 października 2006 r. w sprawie niezbędnych elementów struktury dokumentów elektronicznych*. [online], [dostęp: 28.12.2007]; <[http://bip.mswia.gov.pl/org\\_docs/\\_tematy/projekty%20aktow%20prawnych/2006/\\_dokumenty/rozpelemdokelek\\_wersje/rozpelemdokelek\\_wersja\\_oryginalna.doc](http://bip.mswia.gov.pl/org_docs/_tematy/projekty%20aktow%20prawnych/2006/_dokumenty/rozpelemdokelek_wersje/rozpelemdokelek_wersja_oryginalna.doc)>
25. *Rozporządzenie Rady Ministrów z dn. 8 czerwca 2004 r. w sprawie zakresu zadań objętych mecenatem państwa wykonywanych przez samorządowe instytucje filmowe i instytucje kultury oraz udzielania dotacji na te zadania*. „Dziennik Ustaw” 2004, nr 144, poz. 1518.
26. D. Rusch-Feja: *Global Info: the German Digital Libraries Project*. “D-Lib Magazine” 1999, nr 4. [online], [dostęp: 28.12.2007]; <<http://www.dlib.org/dlib/april99/04rusch-feja.html>>

27. R. Schimmer: *Metadata and META-LIB: The Metadata Initiative of German Libraries*. 1997. [online], [dostęp: 28.12.2007]; <<http://www.mathematik.uni-osna-brueck.de/projects/workshop97/papers/schimmer10.12.97.html> >
28. *Standard metadanych e-PL*. - 2005. [online], [dostęp: 28.12.2007]; <<http://epl.icm.edu.pl/forum/download.php?id=189&sid=a2c7251004e68a666a44476561a2f2c3>>
29. P. Szymański: *Budowa zasobów Polskiej Biblioteki Internetowej*. 2006. [online], [dostęp: 28.12.2007]; <<http://ebib.info/publikacje/matkonf/iwb3/artikul.php7h>>
30. K. Ślaska, J. Potęga: *Cyfrowa Biblioteka Narodowa Polona*. „Biuletyn EBIB” 2006, nr 81. [online], [dostęp: 28.12.2007]; <[http://www.ebib.info/2006/81/a.php?slaska\\_potega](http://www.ebib.info/2006/81/a.php?slaska_potega)>
31. *Understanding metadata*. 2004. [online], [dostęp: 28.12.2007]; <[www.niso.org/standards/resources/UnderstandingMetadata.pdf](http://www.niso.org/standards/resources/UnderstandingMetadata.pdf)>
32. *Zalecenie Komisji Europejskiej z 24 sierpnia 2006 r. w sprawie digitalizacji i udostępniania w Internecie dorobku kulturowego oraz w sprawie ochrony zasobów cyfrowych*. 2006. [online], [dostęp: 28.12.2007]; <[http://ec.europa.eu/information\\_society/activities/digital\\_libraries/doc/recommendation/recommendation/pl.pdf](http://ec.europa.eu/information_society/activities/digital_libraries/doc/recommendation/recommendation/pl.pdf)>

### Summary

Metadata, previously created by and gathered in libraries, today are being developed by organizations aiming in offering different types of information. Metadata used to be applied in library catalogues and bibliographies, today they are being implemented mostly in describing electronic sources available \* in the world wide web. The article presents the process of metadata creation in Poland in comparison to other countries, like the USA, Australia, Germany, Great Britain. The author discusses primarily the field of metadata application, and tools used in their creation. Analysis were made in refer to the Dublin Core metadata scheme, as universal and usually applied.

# REKLAMA KSIĄŻKI JAKO REKLAMA SPOŁECZNA<sup>1</sup>

Małgorzata Strychalska  
Absolwentka Katedry Bibliotekoznawstwa  
i Informatyki Uniwersytetu Łódzkiego

*Reklama, reklama społeczna, kampania społeczna, książka, czytelnictwo*

We współczesnej gospodarce rynkowej można zaobserwować rosnące znaczenie działań marketingowych. Wydawać by się mogło, że w dziedzinie związanej z książką nie trzeba uciekać się do technik promocyjnych zapożyczonych z form komercyjnych. Jednak niepokojące wyniki badań czytelnictwa wskazują, że coraz mniej ludzi sięga po książkę, a młode pokolenie wychowywane jest w atmosferze konsumpcjonizmu i dominacji kultury obrazkowej. Młodzi ludzie czerpią wiedzę o świecie z programów telewizyjnych i innych form kultury masowej, a rodzice często zapominają o trosce o sferę duchową młodego człowieka. Książka przestaje być czynnikiem integrującym ludzi.

Wszystko to skłania do refleksji nad sytuacją książki i formami jej promocji we współczesnej rzeczywistości. Dla rozwoju czytelnictwa istotne stają się techniki marketingowe, a przede wszystkim reklama społeczna książki.

## **Reklama społeczna i reklama komercyjna. Elementy systematyzacji**

Dla dalszych rozważań niezbędne jest odniesienie się do terminów *marketing społeczny* oraz *reklama społeczna* i oddzielenie ich zakresu znaczeniowego od innych podobnych form komunikacji.

Tadeusz Sztucki, reprezentant dyscypliny znanej jako marketing i zarządzanie, charakteryzuje zjawisko marketingu w następujący sposób:

„Jest to system osiągania sukcesów na rynku dzięki orientacji na nabywców, ciągłemu badaniu i poznawaniu ich potrzeb, wytwarzaniu produktów najlepiej zaspakajających istniejące i pobudzone potrzeby oraz dostarczaniu produktów nabywcom wraz z informacją i promocją - we właściwym czasie, właściwych miejscach i po właściwych cenach” (Penc, 1997, s. 236).

Marketing powstał, by zaspokajać potrzeby klientów i pozyskiwać nowych użytkowników dóbr i usług, a dzięki temu osiągać określone zyski. Działalność ta dotyczy instytucji komercyjnych.

Według Amerykańskiego Stowarzyszenia Marketingu, marketing jest procesem:

<sup>1</sup> Na podstawie pracy magisterskiej M. Strychalskiej pt. *Reklama książki jako reklama społeczna*, przygotowanej w Katedrze Bibliotekoznawstwa i Informatyki Uniwersytetu Łódzkiego, pod kierunkiem prof. Stanisławy Ku rek-Kokociński ej. Łódź 2007.

„(...) planowania i wdrażania koncepcji produktu (idei, dóbr, usług), cen, promocji oraz dystrybucji prowadzącej do wymiany, dzięki której osiągane są cele jednostek i organizacji” (Penc, 1997, s.236).

Takie podejście określa się mianem „mieszanki marketingowej”, co wykorzystywane jest w działaniach promocyjnych.

Stwierdzono, że:

„(...) istnieje wręcz bezpośrednia analogia między podstawowymi instrumentami marketingu komercyjnego, czyli tzw. mieszanką marketingową, a tym co jest podstawą marketingu społecznego” (Maison; Maliszewski, 2002, s.13).

Marketing społeczny ujmowany jest bowiem jako koncepcja, zgodnie z którą głównym zadaniem przedsiębiorstwa jest realizacja celów marketingowych, rozumianych jako zaspokajanie indywidualnych potrzeb oraz potrzeb społeczeństwa jako całości. Nacisk kładzie się tu na zachowanie równowagi między interesami firmy, jej otoczenia i konsumentami (Penc, 1997, s.239). Nie można utożsamiać działalności marketingowej tylko z przedsięwzięciami mającymi na celu osiągnięcie zysku.

W marketingu społecznym produktem jest przedmiot, na który nakierowane jest działanie, a ceną koszt finansowy związany z wpłatą na określony cel, jeśli kampania dotyczy akcji charytatywnych. W pozostałych przypadkach mówi się o kosztach behawioralnych, czyli związanych z wysiłkiem włożonym w działanie oraz o kosztach psychologicznych, dotyczących zmiany postawy. Szczególnie trudno jest zmienić zachowanie, jeśli istnieje duży dystans między stanem obecnym a docelowym. Kolejnym elementem marketingu społecznego jest to, co w reklamie komercyjnej określa się mianem dystrybucji, chodzi więc o informacje na temat dostępności środków, miejsc, w których realizowane są cele promowane w kampanii. Ostatnim elementem „społecznej mieszanki marketingowej” jest promocja, która urzeczywistnia się w informowaniu społeczeństwa na temat konkretnej akcji społecznej.

Marketing społeczny definiowany jest jako:

„(...) wszystkie działania komunikacyjne szczególnie wykorzystujące takie narzędzia jak reklama, p.r., służące wspieraniu postaw prospołecznych”<sup>2</sup>.

Można to odnieść do funkcjonowania na rynku, działalności dochodowej firm, ale także do działań niekomercyjnych. Definicja akcentuje główny cel przedsięwzięć, czyli realizowanie interesów korzystnych z punktu widzenia całego społeczeństwa.

Definicję reklamy społecznej przedstawiają Dominika Maison i Norbert Maliszewski:

„(...) reklama społeczna to proces komunikacji perswazyjnej, której celem jest wywołanie społecznie pożądanых postaw lub zachowań” (Maison; Maliszewski, 2002, s.9).

Podobnie uważa Magdalena Kwiatkowska:

„(...) reklama społeczna jest rodzajem komunikacji społecznej, w której chodzi o promowanie nowych wartości, postaw oraz wzorów zachowań lub piętnowanie zjawisk niepożądanych”(Kwiatkowska, 2003, s.137).

Definicje te wskazują na aspekt komunikacyjny związany z promowaniem postaw, a akcentują też korzystny wpływ reklamy na ludzkie zachowanie. Dzię-

<sup>2</sup> Statut Fundacji Komunikacji Społecznej. Warszawa, [online], [dostęp 7.12. 2006], <http://www.fks.dobrestony.pl> >

ki tego rodzaju reklamie niekomercyjnej zyskują osoby, a także agencje *non-profit*<sup>3</sup> chroniące przestrzeń publiczną.

Rozważając problem marketingu społecznego i związanej z nim reklamy społecznej w odniesieniu do promocji czytelnictwa, należy zauważyć, że w reklamie społecznej książki chodzi o wypełnienie pewnego rodzaju służby społecznej. Jak stwierdza Małgorzata Bogunia-Borowska:

„Ideowe kampanie społeczne informują, uświadamiają, zapoznają drogą mediów odbiorców z trudnymi, niepopularnymi, często wstydlivymi zagadnieniami” (Bogunia-Borowska, 2003, s. 105).

Zadaniem reklamy społecznej książki jest zwrócenie uwagi na to, jak ważne dla dziecka jest choćby pośrednie obcowanie z książką, które wpływa na wykształcenie nawyku czytania, rozwinięcie wyobraźni i prawidłowy rozwój emocjonalny. Wskazuje się też na często obecny we współczesnym świecie problem słabnących więzi rodzinnych i podaje sposoby na jego uniknięcie przez kontakt rodziców z dziećmi zachodzący podczas wspólnego czytania. Są to istotne problemy społeczne, o których należy informować, by podnosić jakość życia i dążyć do poprawy stanu rzeczywistości społecznej.

Mówi się o funkcjach reklamy społecznej, wyróżniając: rekompensacyjną, edukacyjną, ochronną, pomocową i informacyjną. Rekompensacja wartości staje się naczelnym celem przedsięwzięć, o których mowa. Reklama społeczna przyjmuje na siebie zadanie zapalenia niedoboru owych wartości przez wpływ na postawę ludzi. Edukacyjna i ochronna funkcja reklamy są realizowane przez wskazanie na konieczność dokonywania odpowiednich wyborów, a także przestrzeganie przed niebezpieczeństwami. Reklama społeczna oferuje też konkretną pomoc, sposoby wyjścia z trudnych sytuacji, informuje, przekazując określone treści.

Po ustaleniu zakresu znaczeniowego terminu *reklama społeczna*, warto przeanalizować relacje tej formy wypowiedzi z pokrewną reklamą komercyjną. Pozwoli to lepiej zrozumieć specyfikę kampanii społecznych promujących czytelnictwo.

W ujęciu Amerykańskiego Stowarzyszenia Marketingu reklama to :

„(...) bezosobowa i odpłatna (lub bezpłatna) i adresowana do masowego nabywcy forma prezentowania i popierania sprzedaży dóbr, usług oraz idei przez określonego nabywcę”(Penc, 1997, s. 370).

Reklama społeczna, podobnie jak komercyjna, stanowi pewien rodzaj promocji. Odrębność przejawia się przede wszystkim w oczekiwaniu zmiany postaw.

W tradycyjnej reklamie najczęściej zachęca się do zmiany marki używanego produktu, czyli zmian w obrębie tego samego rodzaju zachowań - w reklamie społecznej natomiast chodzi o głęboką przemianę postaw na rzecz innych, pożytecznych dla człowieka lub o całkowitą rezygnację z postaw niepożądanych.

„Reklama społeczna stanowi istotne narzędzie kształtowania zachowań społecznych. Jest ona czynnikiem kreowania zmian społecznych, całkowicie świadomym i zaplanowanym”(Bogunia-Borowska, 2003, s. 103).

Zwraca uwagę sposób, w jaki przemawiają nadawcy reklam do adresatów. W przypadku reklamy produktu charakter przekazu jest zwykle gratyfikujący:

<sup>3</sup> Agencje *non-profit* to podmioty, których celem nie jest osiągnięcie zysku ze sprzedaży produktu czy świadczenia usług. Mogą to być na przykład organizacje rządowe, instytucje publiczne takie jak kościoły czy policja.



przyjemne uczucia wywołane przez komunikat zostają przenoszone na rzecz, będącą przedmiotem promocji i powodują chęć zakupu.

„Reklama społeczna odwołuje się (...) do treści i wartości, często uznawanych za mało atrakcyjne przez odbiorcę - klienta, konsumenta najczęściej kierującego się w swoich wyborach postawą pragmatyczną albo hedonistyczną” (Gołębiowska, 2002, s. 123).

Przekazy społeczne często są nieprzyjemne, awersyjne, wzbudzają lęk przed konsekwencjami niepożądanych zachowań. Badacze zagadnienia zastanawiają się, czy taka konstrukcja komunikatu rzeczywiście prowadzi do *osiągnięcia zamierzonego efektu, czyli do zmiany postaw*.

Istotne różnice między reklamą społeczną a komercyjną dotyczą więc rodzaju korzyści, jakie obiecuje przekaz. Reklamy komercyjne zwykle kuszą obietnicami korzyści bliskich, łatwych do osiągnięcia i wyrażonych w konkretny sposób. Inaczej wygląda to w reklamie społecznej, gdzie profity są zazwyczaj odroczone w czasie i trudno je sobie wyobrazić. Być może dlatego tak trudno jest wpłynąć na zmianę postaw.

W przypadku przekazów komercyjnych oczywistym celem jest chęć osiągnięcia zysku. Reklama komercyjna prezentuje punkt widzenia producenta, czyli jest subiektywna w ocenie rzeczywistości. Natomiast instytucje *non-profit* tworzące reklamy społeczne, deklarują, że ich głównym zadaniem jest potrzeba niesienia pomocy innym ludziom.

Kolejna kwestia to finansowanie działań. Budżet firm komercyjnych przeznaczony na reklamę jest na ogół znacznie większy od środków, jakimi dysponują nadawcy organizacji typu *non-profit*. Jest to sytuacja niekorzystna.

Maria Gołębiowska ciekawie charakteryzuje stosunki między reklamą a jej przedmiotem:

„Reklama komercyjna czyni z towaru wartość, reklama społeczna czyni z wartości towar” (Gołębiowska, 2002, s. 129).

Tradycyjna reklama, zdaniem tej autorki, estetyzuje rzeczywistość, upiększa ją i przenosi to uczucie na promowany przedmiot. Natomiast reklama społeczna propaguje wartości, sprawia, że stają się one dostępne i łatwo osiągalne dla wszystkich, którzy dostrzegą konieczność zmiany postawy.

Określone różnice między reklamą społeczną a komercyjną możemy dostrzec w sposobie budowania relacji ze społeczeństwem. Przekaz komercyjny odwołuje się do argumentu jednostkowości i wolności obywatela. Przekonuje do jednej wartości konkurującej z innymi. Reklama społeczna natomiast zachęca do wspólnotowości i zacieśniania więzi między ludźmi. Często prezentuje taki wizerunek obywatela, członka społeczności, który jest kojarzony z konkretnymi wartościami.

Z przedstawionej analizy można wnioskować, że reklama społeczna i reklama komercyjna są podobnymi formami komunikacji, kieruje się je do masowego odbiorcy, a przy konstrukcji korzysta z tej samej stylistyki i kanałów komunikacyjnych, jednak błędem jest ich utożsamianie.

## **Kierunki rozwoju reklamy społecznej w Polsce**

Początków działań o charakterze zbliżonym do reklamy społecznej można szukać w Polsce okresu 20-lecia międzywojennego. Nie było wtedy mowy o reklamie społecznej we współczesnym rozumieniu, a raczej o pewnych technikach promocyjnych. Zalicza się tu: nieodpłatne artykuły w prasie opisujące

akcje kościołów na rzecz ubogich, bale charytatywne i akcje prowadzone przez organizacje socjalistyczne na rzecz osób bezrobotnych. Swoistym działaniem z zakresu propagowania określonych postaw w czasie II wojny światowej były inicjowane przez prezydenta Warszawy apele radiowe kierowane do mieszkańców stolicy. Miały one zachęcić do działania, różniły się od doniesień czysto informacyjnych.

Krzysztof Toeplitz wskazuje na pewne związki między reklamą społeczną i propagandą:

„Reklama czy też wszelka promocja konsumpcyjna wzywa do konkretnych działań. Tam [mowa tu o propagandzie komunistycznej - przyp. autora] nie chodziło o to, ale raczej o wytworzenie pewnych przekonań, kształtowanie takich postaw” (*Przemawianie do masowej wyobraźni.....2002*, s. 68).

Mówi się o masowej perswazji (manipulowaniu ludźmi) prowadzonej dla osiągnięcia celów partii komunistycznej.

Reklama społeczna we współczesnym rozumieniu pojawiła się w Polsce w drugiej połowie lat 90. XX wieku, kiedy to wzrosła konieczność angażowania się organizacji niekomercyjnych w rozwiązywanie problemów zbiorowości. Nastąpił też proces mediatyzacji rzeczywistości: komunikacja bezpośrednia między ludźmi ustąpiła na rzecz środków masowego przekazu.

Pod koniec lat 90. ubiegłego stulecia powstała Fundacja Komunikacji Społecznej<sup>4</sup>. Ta organizacja pozarządowa, działająca od roku 1998, ma za zadanie szerzyć zachowania prospołeczne, udostępniać użytecznym inicjatywom narzędzia komunikacji marketingowej. Fundacja zakresem swojej działalności obejmuje prowadzenie działań dotyczących przyczyn problemów społecznych, współpracę ze specjalistami z różnych środowisk (np.: biznesu, komunikacji marketingowej, organizacji pozarządowych), tworzenie forum wymiany wiedzy i doświadczeń, integrację środowisk, inicjowanie wspólnych przedsięwzięć, doskonalenie wiedzy z zakresu marketingu społecznego, pomoc w tworzeniu profesjonalnych kampanii (na bazie własnych doświadczeń i zagranicznych wzorców). Działania podejmowane przez Fundację dotyczą promowania przedsięwzięć społecznie użytecznych, w takich obszarach jak rozwój nauki, kultury, ochrona, promocja zdrowia, pomoc społeczna, ochrona wartości praw człowieka i obywatela czy ochrona środowiska. Fundacja realizuje zadania przez: działalność reklamową (wykorzystuje w tym celu różne nośniki - gazety, płyty, CD, DVD itp.), wydawanie książek, folderów, broszur (wspieranie organizacji pożytku publicznego), prowadzenie prac badawczych z zakresu psychologii, socjologii, pedagogiki, badań rynkowych i opiniotwórczych dotyczących marketingu społecznego, przetwarzanie danych, archiwizowanie informacji na temat działalności, dokumentowanie działań oraz działalność oświatową i edukacyjną (organizowanie kursów, wykładów, konferencji).

Reklama społeczna od początku istnienia gatunku miała za zadanie wskazywać na istotne problemy społeczne. Z upływem czasu powstały organizacje, które wytyczają kierunki rozwoju i koordynują działania w zakresie marketingu społecznego. Dbają również o to, by komunikowanie społeczne w odniesieniu do propagowania określonych postaw odbywało się sprawnie i przynosiło wymierne korzyści w postaci zmiany zachowań.

<sup>4</sup> Dokładne informacje na temat struktury Fundacji Komunikacji Społecznej, funduszy na działalność, celów, misji organizacji oraz nazwiska fundatorów zamieszczone są w statucie Fundacji umieszczonym na stronie internetowej <[www.fks.dobrestrony.pl](http://www.fks.dobrestrony.pl)>

## Książka przedmiotem reklamy społecznej

Funkcjonowanie człowieka w społeczeństwie jest związane ze zdobywaniem, przetwarzaniem i korzystaniem z różnego typu informacji. Posiadanie ich warunkuje rozwój jednostek, a także całych zbiorowości. Obecnie docenia się rolę informacji, która staje się ważnym składnikiem otaczającej rzeczywistości.

Jednym ze sposobów utrwalenia i przekazywania informacji jest książka. W ostatnich latach, w związku z rozwojem technologii informacyjnych przewidywano, że nastąpi zmierzch Galaktyki Gutenberga, a tradycyjne książki, a także biblioteki, przestaną odpowiadać potrzebom czytelników i zostaną skazane na zagładę. Obawy te okazały się przedwczesne: książka nadal stanowi poważną alternatywę dla wszechobecnej kultury masowej, a biblioteki i gromadzone w nich dokumenty ciągle uznawane są za system równoprawny z mediami elektronicznymi.

Dlaczego książka jest ważna także we współczesnym społeczeństwie? Co stanowi o jej wartości? W jakim celu państwo, a także organizacje społeczne dążą do popularyzowania książki wśród osób, które, zafascynowane nowoczesną kulturą obrazkową, zdają się o niej nie pamiętać? Dlaczego książka staje się przedmiotem reklamy społecznej? Odpowiedź na te pytania sprowadza się do stwierdzenia, że książka ma takie cechy, które są niezbędne do rozwoju i prawidłowego funkcjonowania człowieka w społeczeństwie, do właściwego postrzegania otaczającego świata, budowania wartościowych relacji z innymi ludźmi czy też kształtowania osobowości i zaspakajania ludzkich potrzeb. Obserwacja ta, potrzebuje poparcia dowodami, dlatego należy przedstawić cechy świadczące o faktycznej wartości książki i jej wpływie na współczesnego człowieka. Jak zauważa Janusz Dunin:

„Jeśli ludzie, mimo licznych pokus współczesności, znajdują czas na trudniejszą, bardziej angażującą uwagę lekturę tekstów, to zapewne dlatego, że znajdują w nich coś innego niż w stojących do ich dyspozycji środkach przekazu” (Dunin, 1998, s. 224).

Dunin twierdzi, że czytanie jest czynnością trudniejszą niż kontakt z innymi środkami przekazu, a mimo to ludzie, także współcześnie, dążą do obcowania ze słowem pisanim. Ma więc książka takie cechy, które wpływają na człowieka i budują w nim przekonanie o jej nieprzemijającej wartości i aktualności.

Rozważania związane z rolą książki w ludzkim życiu należy rozpocząć od wprowadzenia pojęcia potrzeby: jest to odczuwany przez człowieka brak czegoś, realizujący się w bodźcu do zaspokojenia tego niedoboru. Istnieją potrzeby fizjologiczne, które wynikają z samej natury człowieka i warunkują możliwość egzystencji, ale oprócz nich większość ludzkich potrzeb powstaje dzięki nawykowi kulturowym. Potrzeby są głównym ogniwem reakcji zmierzających do określonego zachowania. Na zachowania czytelnicze, czyli związane z podjęciem procesu lekturowego, wpływają określone potrzeby czytelnicze i to one warunkują sposób odbioru i interpretacji dzieła. Należy też odróżnić potrzebę czytania od potrzeby nabycia książki, wynikającej jedynie z chęci posiadania danego przedmiotu.

Potrzeba czytania może wynikać z nawyku powstałego na skutek częstego obcowania z książką. Jest to wyuczone pragnienie samego kontaktu ze słowem pisanim. Dotyczy to tzw. czytelników nawykowych, którzy na przykład przyzwyczajeni do codziennego czytania przed snem nie wyobrażają sobie innego zakończenia dnia, jak tylko choć chwilowy kontakt z lekturą.

Kolejną potrzebą realizowaną za pomocą książki jest odczuwanie przyjemności w kontakcie ze słowem pisany. Jak twierdzi Janusz Dunin:

„(...) przyjemność lektury wynika z dobrania tekstu do określonego w danej chwili stanu umysłu czytającego” (Dunin, 1998, s. 20).

Inną potrzebą związaną z książką jest chęć uzyskania konkretnych informacji i osiągnięcia w ten sposób pożytku, jakim jest powiększenie zasobu posiadanej wiedzy. Jest to potrzeba instrumentalnego korzystania z druku, która często wiąże się też z kulturowym nawykiem czytania.

Podsumowując, można wskazać na potrzeby instrumentalne i autoteliczne związane z książką. Czytanie instrumentalne wynika z bodźców zewnętrznych, sytuacji konieczności, czytanie autoteliczne prowadzi do uzyskania przyjemności, relaksu, wynika więc z motywacji, bodźców wewnętrznych jednostki.

Książka (Dunin, 1998, s.20) może pełnić różne zadania: edukacyjne, naukowe, estetyczne, kompensacyjne, może też być źródłem historycznym. Edukacyjne, gdy człowiek zdobywa wiedzę za pośrednictwem książki, naukowe, kiedy jest wykorzystywana w procesach badawczych. Przeżywanie piękna prezentowanych zdarzeń wynika z funkcji estetycznej dzieła literackiego, natomiast do kompensacji dochodzi wtedy, gdy lektura przeciwdziała napięciom powstałym w wyniku niezadowolenia z życia, jest ucieczką od problemów.

Piśmiennictwo pełni także rolę fatyczną, pozwalając na zaspokojenie potrzeby kontaktu z innymi ludźmi. Umberto Eco zwraca uwagę na rolę, jaką pełni książka w budowaniu poczucia wspólnoty wszystkich ludzi tworzących naród (Eco, 2003, s. 8). Książka jako narzędzie komunikacji między ludźmi może wpływać na kształtowanie postaw i budować więzi. Podobny pogląd wypowiedziała znacznie wcześniej Helena Radlińska:

„Jest ona [książka - przyp. aut.] nie tylko wyrazicielką ukochań, dążeń, przemysłów jednostki, lecz również - twórcą narodu. Kto obcuje z wielkimi pisarzami, poetami, myślicielami, uczonymi - jednoczy się z tym, co w narodzie jest najpotężniejsze i najbardziej twórcze” (Radlińska, 1946, s. 9).

Autorka zwraca uwagę, że wiedza zawarta w książkach, jednoczy ludzi.<sup>5</sup>

<sup>5</sup> Na temat funkcji, jakie wypełnia książka, dużo pisze Jacek Wojciechowski. Autor wyróżnia następujące społeczne funkcje literatury:

- filozoficzno-społeczna (intelektualna, ideologiczna, refleksyjna), która polega na konfrontacji treści przekazywanych przez książkę ze światopoglądem czytelnika. Dzięki temu wzbogacane są ludzkie wyobrażenia, sądy, a także dochodzi do odczytania przekazu w kontekście własnych przemysłów;
- estetyczna (poetycka, autoteliczna), która polega na zainteresowaniu organizacją wewnętrzną i zewnętrzną książki i sposobem przekazu treści. Zabieg ten sprowadza się do wywołania określonych uczuć np. zachwyty, czy wzruszenia;
- wychowawcza, dzięki której następuje proces oddziaływania na czytelnika, a tym samym kształtowania moralnych i ideowych struktur jego osobowości. Następuje proces rozbudzania wyobraźni, rozwijania wrażliwości i zdolności wartościowania, pokazywane są też pewne modele zachowań;
- poznawcza, która polega na odwołaniu, za pośrednictwem literatury, do treści pozajęzykowych i świata rzeczywistego. Wpływa na wszechstronne wzbogacenie świadomości przez przyswajanie wiadomości zawartych w książce. W zakresie bezpośredniego zaopatrzenia w informacje, funkcja ta realizuje się głównie w tekstach nieliterackich;
- emocjonalna, dzięki której czytelnik jest uczuciowo zaangażowany w odbiór książki i realizuje potrzebę więzi emocjonalnych o charakterze osobistym. Powstają pewne uczucia i emocje związane z odbiorem treści;
- werystyczna, która polega na dostarczeniu za pośrednictwem literatury bezpośredniej, dosłownej i logicznej wiedzy o rzeczywistości. Książka w tym ujęciu potwierdza wyobrażenia czytelnika o prezentowanym fragmencie rzeczywistości lub uzupełnia je o nowe informacje;

Współcześnie, wraz z rozwojem technologii, powstają nowe rozwiązania, modyfikujące funkcje wypełniane przez książki. Istnieją programy dające możliwość tworzenia, na przykład hipertekstu. Umberto Eco spostrzega:

„Bawiąc się mechanizmami hipertekstualnymi możemy uniknąć dwóch form represji: pogodzenia się z kolejnością wydarzeń, ustanowioną przez kogoś innego i społecznego podziału na tych, którzy piszą i na tych, którzy czytają” (Eco, 2003, s. 17).

Jednak przedsięwzięcia związane z tworzeniem hipertekstu, kontynuuje Eco, nie mogą zastąpić prawdziwej literatury, a stanowią tylko pewne ćwiczenia w posługiwaniu się słowem pisanim. Prawdziwa funkcja literatury sprowadza się bowiem do umiejętności pogodzenia z losem, poddania przeznaczeniu. Książka przekazuje pewne treści, nie pozwala decydować o losach postaci, a nakazuje przyjąć zaistniałą sytuację. Jest to ważna „represyjna” lekcja. Umberto Eco dobitnie formułuje:

„Narracja hipertekstualna może nas nauczyć wolności i kreatywności (...) Opowiadania „już napisane” uczą nas umierania”. (Eco, 2003, s.18)

## **Odpowiedzialność państwa w zakresie promocji książki, informacji i dostępu do kultury**

Państwo ma prawnie nadane kompetencje w zakresie działania w sferze kultury, istnieje więc zależność między polityką państwa a rozwojem różnych form uczestnictwa w kulturze. Dla sprecyzowania pojęcia funkcjonowania książki we współczesnym polskim społeczeństwie należy prześledzić rozwiązania prawne, związane z egzystencją książki i zawartych w niej informacji.

Najważniejszym źródłem prawa w Polsce jest *Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej* z 2 kwietnia 1997 r. Zawiera ona pewne rozwiązania dotyczące obiegu informacji w społeczeństwie, w szczególności prawo obywatela do wyrażania informacji i swobodnego dostępu do niej. Konstytucja w rozdziale drugim sytuuje prawo do informacji obok innych podstawowych wolności, praw i obowiązków obywatela. Ważnymi, z punktu widzenia problemu dostępu do informacji, są artykuły 51, 54 i 61 Konstytucji. Artykuł 51 reguluje zagadnienia związane z ochroną danych osobowych i zakresem władzy państwa w gromadzeniu informacji dotyczących obywateli. Na gruncie tego przepisu każdy obywatel RP ma prawo do prywatności, dostępu do informacji urzędowych, gromadzonych na jego temat i żądania usunięcia danych niezgodnych z prawdą, niepełnych lub zebranych w sposób niezgodny z ustawą. Artykuł 54 Konstytucji wskazuje, że każdy ma prawo wyrażać swoje poglądy i posługiwać się informacją. Zakazana jest cenzura środków społecznego przekazu, tak by nie ograniczano prawa dostępu do informacji. Artykuł 61 został sprecyzowany na gruncie *Ustawy o dostępie do informacji publicznej* z 6 września 2001 r., ale

- rozrywkowa (rekreacyjna, wczasowa, ludyczna, zabawowa), która polega na dostarczeniu przyjemności, odpoczynku, wypełnieniu wolnego czasu. Odbывается to m.in. dzięki możliwości zagłębienia w akcję, śledzenia losów bohaterów literackich;
- substytutywna (kompensacyjna), za pośrednictwem której dzieło literackie jest wykorzystywane dla rozładowania niepokojów i napięć. Już samo posiadanie książki wywołuje społeczne skutki prestiżowe. Substytucja to np. „zastąpienie” osób ze świata rzeczywistego postaciami literackimi, które postępują tak, jak chce tego odbiorca, „rozpoznanie” własnych cech w strukturze postaci literackiej czy też utożsamianie się z bohaterem, wynikające z chęci przeżywania podobnych przygód.

sprowadza się do stwierdzenia, że obywatel ma prawo dostępu do informacji dotyczącej działań organów władzy publicznej, samorządu gospodarczego i zawodowego oraz osób pełniących funkcje publiczne, wykonujących zadania z zakresu władzy publicznej, zarządzających mieniem komunalnym lub majątkiem Skarbu Państwa.

Rozwiązania zawarte w Konstytucji regulują także funkcjonowanie bibliotek i ośrodków informacji naukowej. Biblioteki są placówkami związanymi z zagwarantowaniem przez państwo swobodnego dostępu do dziedzictwa kulturowego i informacji, muszą zapewnić wszystkim obywatelom możliwość obcowania z tekstami kultury. Mogą realizować ten cel przez opracowanie publikacji z zachowaniem szczególnej dbałości o dokładne odwzorowywanie treści, rzetelny opis cech formalnych, tworzenie zbiorów wyszukiwawczych ułatwiających dostęp do dokumentów. Jak pisze Stanisława Kurek-Kokocińska

„Biblioteki i ośrodki informacji pozyskują i włączają w szerszy obieg społeczny rozmaite przejawy działalności dorobku związanego aktywnością umysłową ludzi, przez co stwarzają obywatelom konstytucyjnie zagwarantowany dostęp do zasobów informacyjnych” (Kurek-Kokocińska, 2004, s. 173).

Biblioteki mają więc do spełnienia pewną misję, stają się pośrednikami między kulturą a jej odbiorcami. Dzięki ich pracy dorobek myśli ludzkiej dociera do konkretnych osób, które korzystają z niego, by osiągnąć satysfakcję i doskonalić się w rozwoju.

Obecnie zwraca się uwagę na problem spadku czytelnictwa, szczególnie wśród młodych ludzi. Zadaniem państwa jest więc opracowanie programu popularyzującego kontakt ze słowem pisany. Istotnym dokumentem związanym z działaniami państwa w sferze popularyzacji książki jest Narodowy Program Kultury Promocja Czytelnictwa i Rozwój Sektora Książki. Został on przygotowany na zlecenie Ministerstwa Kultury przez pracowników reprezentujących Akademię Ekonomiczną w Krakowie, Zarząd Główny Towarzystwa Naukowej Organizacji i Kierownictwa, Akademię Ekonomiczną w Katowicach oraz Małopolską Szkołę Administracji Publicznej w Krakowie, przy udziale ekspertów - pracowników naukowych Uniwersytetu Jagiellońskiego.

Program ten określa główne założenia polityki państwa w zakresie wdrażania Narodowej Strategii Rozwoju Kultury na lata 2004-2013 związanej z promowaniem czytelnictwa, organizacją i rozwojem sektora książki w Polsce. Przedsięwzięcie to wiąże się z polityką Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego w zakresie kultury, współpracą z innymi podmiotami, a także odpowiednim wykorzystaniem funduszy europejskich i krajowych regulacji dotyczących finansów publicznych. Sformułowano pięć narodowych szczegółowych programów: *Ochrona Zabytków i Dziedzictwa Kulturowego*, *Promocja Czytelnictwa i Rozwój Sektora Książki*, *Rozwój Instytucji Artystycznych*, *rozwój sztuki współczesnej - Znaki Czasu* oraz *wspieranie debiutów i rozwój artystycznych szkół wyższych - Maestria*. Programy te stanowią bazę do organizowania przedsięwzięć związanych z kulturą.

Czytelnictwo jest ważną sferą w dziedzinie kultury, a jego rozwój, a także rozwój bibliotek w dużym stopniu warunkuje postęp w sferze całej kultury. Program Promocja Czytelnictwa i Rozwój Sektora Książki zwraca uwagę na rolę bibliotek w organizowaniu dostępu do zasobów nauki i kultury, wskazuje też, że zbiory biblioteczne stanowią dobro narodowe i służą utrwaleniu dziedzictwa narodowego.

„Biblioteki są instytucjami kultury o podstawowym znaczeniu dla wypełniania konstytucyjnej roli państwa w zakresie dostępu obywateli do kultury i jej szerokiego upowszechniania. Spełniają również ważną funkcję ochrony i zachowania dziedzictwa kulturowego. Są determinantą rozwoju czytelnictwa, pielęgnowania tożsamości kulturowej obywateli, w tym pielęgnowania języka polskiego. Z tych i innych powodów stanowią jeden ze strategicznych „subsektorów” kultury”<sup>6</sup>.

Za pośrednictwem bibliotek popularyzowane są książki i informacje w nich zawarte. Dlatego zwraca się szczególną uwagę na konieczność przystosowania placówek do oczekiwań użytkowników. Przejawia się to m.in. w zagwarantowaniu szerokiego dostępu do nowości wydawniczych, a także elektronicznych baz danych czy Internetu<sup>7</sup>. Biblioteki powinny też łączyć swoją podstawową działalność z prowadzeniem działań informacyjnych i kulturalnych, by - jak wskazuje Program Promocja Czytelnictwa i Rozwój Sektora Książki - mogły stać się centrum życia kulturalnego i zaspakajać potrzeby coraz szerszych społeczności. Program ten powinien być realizowany przez Instytut Książki i planowany Narodowy Instytut Biblioteczny, dzięki czemu nastąpi koordynacja zadań.

Instytut Książki to instytucja powołana przez Ministra Kultury Rzeczypospolitej Polskiej Zarządzeniem z dnia 19 listopada 2003 r. w sprawie utworzenia Instytutu Książki, na podstawie Ustawy z dnia 25 października 1991 r. o *organizowaniu i prowadzeniu działalności kulturalnej*. Instytut ma siedzibę w Krakowie i rozpoczął swoją działalność w 2004 roku. Ma on pełnić funkcję narodowej instytucji kultury i w ramach tej działalności wypełniać cele określone jako:

- kształtowanie postaw czytelniczych,
- popularyzacja języka polskiego, książki, czytelnictwa i edytorstwa w kraju,
- promocja polskiej literatury na świecie<sup>8</sup>.

Instytut Książki jest więc placówką związaną z działalnością państwa, której profil działania mieści się w zakresie popularyzacji książki i czytelnictwa. By osiągnąć zamierzone statutem cele, Instytut ma za zadanie promować wartościowe polskie książki i ich autorów, uświadamiać społeczeństwo w zakresie wartości płynących z obcowania ze słowem pisanym, upowszechniać polską literaturę za granicami kraju, zwiększać liczbę tłumaczeń z języka polskiego na języki obce, ułatwiać dostęp do informacji o polskiej książce. Działania Instytutu obejmują także przygotowanie polskich prezentacji na targach książki, organizowanie seminariów dla tłumaczy polskiej literatury, a także wydawanie katalogów pt. *Nowe Książki z Polski*.

Przedsięwzięciem realizowanym przez Instytut Książki jest też organizowany corocznie od roku 2004 Festiwal „Cztery Pory Książki”. Całość działań jest tak zaplanowana, żeby w ciągu całego roku przypominać o książkach. W lutym prezentowana jest poezja, na początku czerwca - literatura popularna, z początkiem października - proza, a w listopadzie - kryminał. W ramach

<sup>6</sup> Narodowy Program Kultury *Promocja Czytelnictwa i Rozwój Sektora Książki na lata 2004 - 2013*. Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego, [online], [dostęp 12.04.2007], <[http://www.mk.gov.pl/docs/NPK\\_Czytelnictwo.pdf](http://www.mk.gov.pl/docs/NPK_Czytelnictwo.pdf)>

<sup>7</sup> Program wskazuje też na konieczność utworzenia platformy internetowej, dzięki której katalogi bibliotek będą dostępne w Internecie i za pomocą odpowiedniej wyszukiwarki tematycznej ułatwiony będzie dostęp do zbiorów.

<sup>8</sup> Zob. *Statut Instytutu Książki*. Instytut Książki, [online], [dostęp 12.04 2007]. [ksiazki/statut.html](http://www.ksiazki.statut.html)>

festiwalu, w większych miastach Polski, odbywa się promocja literatury określonego gatunku, a także spotkania z jej autorami i prezentacja twórczości pisarzy. Organizowane są też spotkania tematyczne, jak na przykład cykl wydarzeń związanych z twórczością Agnieszki Osieckiej czy spotkania leśmianowskie. Jest to też okazja do dyskusji na temat współczesnej literatury, a także prezentacji twórców regionalnych. W ramach festiwalu organizowane są warsztaty, koncerty i wystawy, zapraszani są zagraniczni goście - autorzy, których twórczość spotyka się z zainteresowaniem polskich odbiorców. Wybitnym autorom przyznawane są nagrody literackie, na przykład Wielki Kaliber dla autorów najlepszej powieści kryminalnej opublikowanej w danym roku.

W zakresie działań państwa w dziedzinie książki istnieje wiele pozytywnych przedsięwzięć. Warto podkreślić, że dzięki odpowiednio prowadzonej polityce i trosce o popularyzację czytelnictwa tworzy się przyjazna atmosfera dla książki, która buduje odpowiedzialne i silne społeczeństwo.

## **Kampania społeczna „Cała Polska czyta dzieciom” przykładem reklamy społecznej książki**

Przemiany zaistniałe w Polsce po roku 1990 związane z powstaniem wolnego rynku przekształciły sposób myślenia o książce. Dla instytucji wydawniczych i księgarskich książka stała się głównie produktem, który należy sprzedać, aby osiągnąć zysk. Dlatego promocja tego specyficznego towaru, jakim jest książka, odbywa się na podobnych zasadach i przy użyciu podobnych technik, jak w przypadku innych produktów. Tego typu działania, choć interesujące z punktu widzenia badań nad czytelnictwem czy raczej kupowaniem książek, nie są przedmiotem zainteresowania reklamy społecznej książki.

W aspekcie zagadnień czytelnictwa, jego promowania i popularyzacji na pierwszy plan wysuwa się działalność bibliotek, fundacji czy też towarzystw. Specyficzną formą upowszechniania książki są też coroczne targi książki, które oprócz tego, że zawierają elementy komercyjnej promocji, stają się festiwalem, świętem książki, organizowanym, by zachęcać ludzi do częstego obcowania z tą formą kultury.

W świetle *Ustawy z 21. kwietnia 2003 roku o działalności pożytku publicznego i wolontariacie* dbałość o kulturę, sztukę, ochronę dóbr kultury i tradycji, a więc i kontakt ze słowem pisany stanowi istotną sferę zadań publicznych. Wymaga to zorganizowanych działań w celu zapewnienia należytej opieki nie tylko ze strony państwa, ale też organizacji pożytku publicznego, czyli takich organizacji pozarządowych, które prowadzą w sferze zadań publicznych działalność społecznie użyteczną.

Przykładem organizacji pożytku publicznego, realizującej zadania z zakresu promowania czytelnictwa, jest Fundacja ABCXXI - Program Zdrowia Emocjonalnego prowadzona przez Irenę Koźmińską. Statut Fundacji ściśle precyzuje cele, do jakich dąży organizacja. Głównym założeniem jest troska o zdrowie emocjonalne dzieci i młodzieży. Postanowienie to konkretyzuje się w następujących postulatach<sup>9</sup>:

- wspieranie prawidłowego rozwoju psychicznego, umysłowego i moralnego dzieci i młodzieży,

<sup>9</sup> Cele przytoczone za: *Statut Fundacji ABCXXI*. [online], [dostęp 30.04.2007]; < <http://www.calapolskaczytadzieciom.pl> >



- ochrona godności i integralności dziecka oraz przeciwdziałanie każdej z form dyskryminacji, przemocy, wykorzystywania, nadużyć i zaniedbań wobec dziecka,
- krzewienie oświaty psychologicznej i edukacja w zakresie metod wychowawczych,
- przeciwdziałanie patologiom w rodzinie,
- ograniczanie negatywnego wpływu kultury masowej i mass mediów na dzieci i młodzież,
- propagowanie zdrowego stylu życia oraz profilaktyki zdrowotnej.

Fundacja prowadzi różnorodne działania. Pierwszą sferą działań są inicjatywy skierowane do dorosłych, mające na celu zapoznanie ich z potrzebami dzieci, a także prawidłowościami rozwoju młodego pokolenia. Przekazywane są informacje dotyczące wychowania, wdrażania wartości, a także przebiegu procesu czytania i korzyści wynikających z kontaktu z książką. Analizuje się wpływ środków masowego przekazu na kształtowanie osobowości młodego człowieka. Przydatna okazuje się również wiedza związana z rozwiązywaniem konfliktów w rodzinie, a także radzeniem sobie ze stresem i kontrolą emocji. Informacje są dostarczane rodzicom w postaci materiałów promocyjnych i edukacyjnych. Drugą sferą działań są również przedsięwzięcia edukacyjne, ale skierowane do dzieci. Akcent kładzie się na wskazanie dzieciom sposobów kontrolowania emocji, a także doskonalenie technik myślenia czy zdobywania informacji. Ważne jest też prezentowanie wartości moralnych i zachęcenie do ich wdrażania w życiu. Kolejna grupa przedsięwzięć wiąże się z zapewnieniem dzieciom i młodzieży szerszego dostępu do kultury, także przez działania wspierające biblioteki i zachęcające do korzystania z ich zbiorów. Następną sferę działań stanowi troska o zapewnienie dostępu do literatury i kultury najwyższej jakości, promowanie wartościowych dzieł, a także wpływanie na poprawę jakości wydań. Kolejna płaszczyzna działań to prowadzenie programów edukacyjnych skierowanych do wszystkich środowisk, które współdziałają z domem rodzinnym w wychowaniu młodych ludzi i mogą być pośrednikami w pierwszych kontaktach dziecka z książką. Sposobem osiągnięcia zamierzonych celów jest też wprowadzenie do programów studiów wyższych

0 profilu pedagogicznym, psychologicznym, prawniczym, medycznym, dziennikarskim i socjologicznym informacji związanych ze zdrowiem emocjonalnym dziecka. Ostatnią sferą inicjatyw jest wpływanie na władze państwowe, media, instytucje oświatowe, po to, by połączyć siły we wprowadzaniu w życie wartości propagowanych przez Fundację.

Misją Fundacji jest wspieranie zdrowia emocjonalnego - psychicznego, umysłowego oraz moralnego - dzieci i młodzieży. Irena Koźmińska, w wywiadzie udzielonym Michałowi Zającowi definiuje termin zdrowie emocjonalne w następujący sposób:

„Zdrowie emocjonalne jest to dobre samopoczucie psychiczne  
1 moralne, umiejętność racjonalnego myślenia oraz budowania dobrych i trwałych związków między ludźmi” (Koźmińska, 2002, s. 23).

Zgodnie z postanowieniami statutu, narzędziem do realizacji tak określonej misji mają być działania oświatowe, edukacyjne, organizacyjne, promocyjne i lobbingsowe. Przedsięwzięcia z zakresu reklamy społecznej mieszczą się wśród wymienionych działań w sferze promocji.

Działania związane z kampanią „Cała Polska czyta dzieciom” można rozpatrywać jako proces komunikacji, w którym zwracają uwagę: komunikat, spo-

soby jego przekazywania, czyli środki komunikacji, uczestnicy procesu oraz wpływ komunikatu na odbiorców. W programie działania zamieszczonym na stronie internetowej Fundacji, jej członkowie apelują:

„Codziennie czytamy dziecku co najmniej przez 20 minut wartościową i ciekawą dla niego książkę, opowiadanie, wiersze. Czytajmy niemowlętom. Nie zrzucamy rytuału głośnego czytania nawet gdy dziecko samo już umie czytać! Głośne czytanie dziecku zapewnia jego wszechstronny rozwój: intelektualny, emocjonalny i moralny” (Koźmińska 2002, s.23).

Wspólne czytanie z dzieckiem jest więc formą kontaktu, budowania więzi z drugim człowiekiem, a także metodą wychowawczą. Natomiast w konfrontacji z zagrożeniami współczesnej kultury obrazkowej, głośne czytanie może stać się atrakcyjnym sposobem spędzania wolnego czasu, pod warunkiem, że jest kojarzone, tak przez młodego człowieka, jak też przez rodzica, z przyjemnością, a nie z niewygodnym obowiązkiem.

Z myślą o rodzicach, którzy nie zawsze wiedzą, jaka książka będzie najlepsza do czytania dziecku, członkowie Fundacji, opracowali „Złotą Listę” najbardziej polecanych tytułów. O wyborze decydują określone kryteria<sup>10</sup>. Lista zawiera 120 pozycji podzielonych z uwzględnieniem wieku dziecka. Przygotowana jest także obszerna lista uzupełniająca rekomendowanych książek, dla wszystkich, którzy chcą pogłębić i rozszerzyć kontakty ze słowem pisany.

Warto zauważyć, że Fundacja, która jest ekspertem w dziedzinie zbawionego wpływu książki na młodego człowieka, w dziedzinie marketingu korzysta z pomocy profesjonalnych agencji reklamowych - to one stają się faktycznym nadawcą reklamy społecznej, zleconej przez Fundację ABCXXI. Przykładem może tu być chociażby współpraca Fundacji z agencją reklamową Bimer - Mazurczak podczas tworzenia reklamy telewizyjnej „Tato, czy ty umiesz czytać” w reżyserii Tomasza Koneckiego.

Kampanię „Cała Polska czyta dzieciom” prowadzi ok. 2000 koordynatorów i liderów, czyli osób działających na zasadzie wolontariatu, angażujących się w proces powstania i rozpowszechniania treści związanych z promocją czytelnictwa. Można tu wskazać na bibliotekarzy informujących o kampanii, umieszczających materiały promocyjne w miejscu swojej pracy, a także inicjujących w środowisku lokalnym działania proponowane przez Fundację. Szczególnie zaangażowani bibliotekarze mają możliwość podzielenia się swoimi pomysłami na stronie internetowej Fundacji. W kampanii społecznej biorą też udział nauczyciele i wychowawcy oraz pracownicy domów kultury, którzy mają bezpośredni kontakt z rodzicami.

Zorganizowanie kampanii społecznej, która odnosi sukces nie jest możliwe, jak twierdzi Irena Koźmińska (Koźmińska, 2002, s.23), bez pomocy ze strony sponsorów. W przedsięwzięcie „Cała Polska czyta dzieciom” angażują się media, często o zasięgu ogólnopolskim. Wystarczy wskazać, że wśród patronów medialnych kampanii są Telewizja Polska, Polskie Radio, „Polityka”, „Gazeta Wyborcza”, Zwierciadło, Telekomunikacja Polska, Poczta Polska czy portal internetowy Wirtualna Polska. Sponsorami są: Ministerstwo Kultury, Narodowy Bank Polski, Polska Wytwórnia Papierów Wartościowych, a także

<sup>10</sup> Kryteria wyboru książek są określone i zamieszczone na stronie internetowej Fundacji. Książka szczególnie polecana powinna m.in. być ciekawa, napisana poprawną polszczyzną, pozbawiona stereotypów kulturowych, rasowych, związanych z płcią, rozwijająca wrażliwość estetyczną. Literatura ze „Złotej listy” powinna też oferować rozrywkę i wiedzę na wysokim poziomie, propagować wartości, uczyć optymizmu i szacunku dla innych i dla siebie.

firmy komercyjne: International Paper SA, PZU, PKN ORLEN, Plus GSM, mBank, Banki Spółdzielcze, Bank BPH, a także wydawnictwa: „Świat Książki” oraz „Wilga” i inni. Zaangażowanie tak dużych firm daje możliwość organizowania działań o zasięgu ogólnokrajowym i pozwala na różnorodne formy, zmierzające do upowszechniania treści promujących czytelnictwo. Pomoc udzielana jest również przez osoby prywatne i instytucje. Często wydawnictwa bezpłatnie drukują materiały promocyjne, a w dystrybucję włączają się wolontariusze. Koordynatorzy kampanii „Cała Polska czyta dzieciom”, którzy szczególnie angażują się w działania popularyzacyjne, są wyróżnieni odznakami honorowymi Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego, przyznawanymi osobom zasłużonym dla kultury polskiej.

Do kampanii społecznej „Cała Polska czyta dzieciom” często zapraszane są osoby popularne, cieszące się powszechną sympatią. Są wśród nich: Artur Barciś, który stworzył specjalną instrukcję czytania dzieciom, przeznaczoną dla rodziców<sup>11</sup>; Natalia Kukulska wykonała piosenkę *Wspomnienia są blisko*, Michał Żebrowski użycza głosu jednemu z bohaterów reklamy telewizyjnej; Zbigniew Zamachowski, bierze udział w akcji związanej z przekonywaniem do przeznaczania 1% podatku na działalność pożytku publicznego prowadzoną przez Fundację ABCXXI. Na stronie internetowej Fundacji zamieszczone są fragmenty książek czytane przez aktorów: Artura Barcisia, Małgorzatę Kożuchowską, Edytę Jungowską i Pawła Deląga. Często osoby publiczne angażują się też w promocję czytelnictwa podczas festynów organizowanych w całej Polsce. W trakcie jednej z takich inicjatyw zaproponowano, by tworzyć teledyski, na których osoby publiczne czytają swoim dzieciom. W teledyskach udział wzięli m. in. Paweł Kukiz, Szymon Majewski, Anna Maria Jopek, Krzysztof Materna, Jurek Owsiak (Stępniewska, 2003, s. 21).

Innym sposobem budowy komunikatu w reklamach Fundacji ABCXXI jest wprowadzenie animowanych postaci fikcyjnych. Do wspólnego czytania książek zachęca animowana rodzina, której członkowie, w otoczeniu zwierzątek, o humorystycznych imionach, spędzają czas zagłębieni w lekturze. Atmosfera spotu sprawia, że łatwo jest dostrzec szczególny rodzaj więzi łączących uczestników procesu. Lektor zapewnia, że miłość w prezentowanej rodzinie budowana jest dzięki codziennemu czytaniu książek. Dzięki wprowadzeniu postaci animowanych, reklama zwraca także uwagę dzieci, które - jak wynika z badań dotyczących reklam komercyjnych (Niewęłowski, 2002, s.499-511) - często powtarzają zasłyszane zdania oraz zwroty i mają znaczny wpływ na swoich rodziców.

Odbiorcą kampanii „Cała Polska czyta dzieciom” może być każdy, ponieważ komunikaty emitowane są w mediach o zasięgu ogólnopolskim, a przedsięwzięcia prowadzone są w wielu miastach jednocześnie. Szczególnie istotne jest dotarcie z przekazywanymi treściami do rodziców, a także wszystkich środowisk najbliższych dziecku. Jak podkreślają członkowie Fundacji, sukces kampanii wiąże się z faktem, że współcześnie istnieje duże zapotrzebowanie na praktyczne pomysły, jak spędzić wolny czas z dzieckiem (Koźmińska, 2002, s. 23). Rodzice są otwarci na informacje dotyczące wychowania dzieci i komunikaty nadawane w ramach kampanii spotykają się z powszechnym zainteresowaniem.

<sup>11</sup> Instrukcję prezentowaną przez autora utrwaloną w multimedialnej formie można odnaleźć na stronie internetowej Fundacji ABCXXI.

W kampanii reklamowej najważniejszym elementem jej atrakcyjności i skuteczności jest slogan, czyli przekazywane hasło reklamowe. Warto tu przytoczyć niektóre ze sloganów, pojawiających się w mediach, a dotyczących omawianej kampanii:

- „Czytaj dziecku 20 minut dziennie. Codziennie!”
- „Czytanie jest proste, tanie i dzieci je uwielbiają!”
- „Nie zmarnuj szansy swojego dziecka!”
- „Dajmy szansę naszym dzieciom, by wyrosły na mądrych i dobrych ludzi!”

Hasła tego rodzaju mają za zadanie wzbudzić zainteresowanie, a także na długo pozostać w pamięci odbiorcy. Są krótkie, ale bardzo sugestywne. Zachęcają do podjęcia procesu czytania dziecku, akcentują korzyści płynące z kontaktu z książkami, wskazują na konieczność systematycznej lektury.

Slogan jest pewnym skrótem myślowym. W związku z rozważaniami na temat konstrukcji komunikatu w procesie reklamy społecznej, warto dokładniej przyrzeć się treściom przekazywanym przez Fundację ABCXXI. Na stronie internetowej organizacji znajduje się dokładny opis przedsięwzięcia, jakim jest kampania „Cała Polska czyta dzieciom”. Działaniom Fundacji patronują słowa Jima Trelease'a, autora *The Read - Aloud Handbook*:

„Naród, który mało czyta, mało wie. Naród, który mało wie, podejmuje złe decyzje - w domu, na rynku, w sądzie, przy urnach wyborczych. Niewykształcona większość może przegłosować wykształconą mniejszość-to bardzo niebezpieczny aspekt demokracji”<sup>12</sup>.

Wskazuje się tu na rolę książki, jako czynnika budującego wiedzę i zdolność wykorzystywania jej przez jednostkę dla podejmowania mądrych, świadomych decyzji.

Inne słowa Trelease'a, również chętnie przytaczane przez członków Fundacji są następujące:

„Bez względu na to ile masz zajęć, najważniejszą rzeczą, jaką możesz zrobić dla przyszłości swego dziecka, oprócz okazywania mu miłości przez przytulanie, jest codzienne głośne czytanie oraz radykalne ograniczenie telewizji”<sup>13</sup>.

Akcentuje się tu konieczność głośnego czytania dziecku dla jego prawidłowego rozwoju. Wskazuje potrzeby młodego człowieka, wśród których najważniejszą jest poczucie miłości ze strony rodziców. Dziecko musi także czuć bezpieczeństwo fizyczne i emocjonalne oraz akceptację. Są to czynniki konieczne dla budowania więzi psychicznej, łączącej je z rodzicem.

Głośne czytanie ma wiele zalet, których wskazanie jest konieczne, by przekonać odbiorców do wspólnej lektury z dzieckiem. Dlatego twórcy kampanii dają wskazówki, jak należy postępować, by wspólne czytanie uczynić przyjemnym i przynoszącym korzyści. Wspólnie spędzony czas ma być przyjemnością dla dziecka, należy mu więc pozwolić na zadawanie pytań, prowadzić z nim rozmowy dotyczące czytanych treści. Jeśli dziecko szczególnie lubi jakąś książkę i chce słuchać wiele razy jednej opowieści, nie można mu tego zabronić.

Reklama kampanii społecznej „Cała Polska czyta dzieciom” dociera do odbiorców za pośrednictwem różnorodnych kanałów komunikacyjnych: reklamy telewizyjnej, spotów radiowych, plakatów, zakładek do książek, piosenek

<sup>12</sup> Cyt. za: *Cała Polska czyta dzieciom*. Fundacja ABCXXI - Program Zdrowia Emocjonalnego. [online], [dostęp 30.04. 2007]; <<http://www.calapolskaczytadzieciom>>

<sup>13</sup> Tamże

promujących czytelnictwo<sup>14</sup>, broszur, kalendarzy, nagród przyznawanych przez Fundację<sup>15</sup>.

Fundacja „ABCXXI - Cała Polska czyta dzieciom” otrzymała Nagrodę Honorową dla „Dzieła Pro Publico Bono” za zorganizowanie kampanii społecznej „Cała Polska czyta dzieciom”, a także Grand Prix na Festiwalu Komunikacji Społecznej dla najlepszej reklamy społecznej 2000 roku. Wielkim wyróżnieniem była też prestiżowa nagroda *Asahi Reading Promotion Award* przyznana fundacji 22 września 2006 roku podczas trwania w Chinach kongresu IBBY - Międzynarodowej Rady ds. Książek dla Dzieci. Fundację nagrodzono za osiągnięcia w dziedzinie promocji czytelnictwa. Prezes Fundacji, Irena Koźmińska, w roku 2006 została uhonorowana Orderem Uśmiechu, przyznawanym przez dzieci osobom aktywnie działającym na ich rzecz. Fundacja otrzymała też nominację do Nagrody Prezydenta RP za twórczość i działalność artystyczną dla dzieci i młodzieży (za rok 2002), a także nominację do nagrody Wydawców IKAR 2003. Z tego przeglądu wyróżnień można wnioskować, że działalność Fundacji spotyka się z przychylnym zainteresowaniem wielu ludzi, którzy nie są obojętni na problem wychowania.

## Podsumowanie

Książka jest szczególnym składnikiem kultury. Jej rola w budowaniu osobowości człowieka, a także tworzeniu aktywnego odbiorcy kultury jest nie do przecenienia, dlatego też ludzie zainteresowani losem przyszłych pokoleń podejmują działania z zakresu promocji czytelnictwa. Czynią to nie tylko instytucje państwowe, ale też organizacje pożytku publicznego, które sięgają po środki marketingowe, współcześnie popularne i efektywne. Reklama społeczna jest tu szczególnie istotna, stanowi bowiem proces komunikacji zmierzający do zmiany niepożądanych postaw lub zachowań, jak również do rozpoczęcia działań korzystnych dla jednostki. Kampania społeczna „Cała Polska czyta dzieciom”, organizowana przez Fundację ABCXXI, jest jednym z takich przedsięwzięć, przynoszącym wymierne rezultaty w postaci zainteresowania książką i wprowadzania dzieci w świat książek.

Tak więc reklama społeczna znakomicie sprawdza się jako środek promocji książki.

## Bibliografia

1. Adamowski Janusz: *Reklama w mediach a nowe zjawiska społeczno-kulturowe w Polsce*. „Zeszyty Prasoznawcze” 1997, nr 1/2, s. 64-69.
2. Albin Krzysztof: *Reklama: przekaz, odbiór, interpretacja*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2000.

<sup>14</sup> Piosenka jest wykonywana przez Natalię Kukulską, słowa napisał Marek Gaszyński, a muzykę Jarosław Kukulski. Jest też piosenka „Cała Polska czyta dzieciom” ze słowami Jacka Cygana i muzyką Romualda Lipki, wykonywana przez: Marylę Rodowicz, Majkę Jeżowską, Ewelinę Flintę, Piotra Fronczewskiego, Zbigniewa Zamachowskiego i Mateusza Damięckiego.

<sup>15</sup> Głównym celem nagród jest uhonorowanie osób szczególnie zaangażowanych w promowanie czytelnictwa, ale spełniają też funkcję propagowania wizerunku organizacji.

3. Banacka Marianna: *Estetyka książki w dobie przekazu multimedialnego*. [W:] *Bibliologia, Biblioteki. Bibliotekarze*. Red. Dariusz Grygowski, Elżbieta B. Zybert. Warszawa: Wydawnictwo SBP 2005, s. 90-97.
4. Benedikt Antoni: *Reklama jako proces komunikacji*. Wrocław: Wydawnictwo Astrum, 2004.
5. Bogunia-Borowska Małgorzata: *Zmieniamy świat na plus, czyli przypadek reklamy społecznej*. „Kultura Popularna” 2003, nr 3, s.103-109.
6. *Cała Polska czyta dzieciom*. Fundacja ABCXXI - Program Zdrowia Emocjonalnego. [online], [dostęp 30.04.2007]; <<http://www.calapolskaczytadzieciom.pl>>
7. Chruścińska Jadwiga: „*Cała Polska czyta dzieciom*” - II edycja. „Poradnik Bibliotekarza” 2002, nr 7/8, s. 27.
8. Cybulski Radosław: *Książka współczesna*. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe, 1986.
9. Drozdowski Rafał, Krajewski Marek: *Reklama społeczna w Polsce - grzechy i możliwości*. Warszawa: Fundacja Komunikacji Społecznej, [online],[dostęp 16.11.2006]; <<http://www.fks.dobrestrony.pl/b-art.-reklama.php>>
10. Dunin Janusz: *Pismo zmienia świat. Czytanie Lektura Czytelnictwo*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 1998.
11. *Encyklopedia współczesnego bibliotekarstwa polskiego*. Red. Karol Głombiowski, Bolesław Świdorski, Helena Więckowska. Wrocław: Zakład Narodowy im. Ossolińskich, 1976.
12. Eco Umberto: *O literaturze*. Warszawa: Warszawskie Wydawnictwo Literackie Muza SA, 2003.
13. Farganus Agnieszka: *Poczytaj ze mną*. „Guliwer” 2002 nr 2, s. 65-69.
14. Fundacja Komunikacji Społecznej. Warszawa: Fundacja Komunikacji Społecznej. [online],[dostęp 16.11.2006], <<http://www.fks.dobrestrony.pl>>
15. Garbarski Lechosław, Rutkowski Ireneusz, Wrzosek Wojciech: *Marketing. Punkt zwrotny nowoczesnej firmy*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998.
16. Gołębiowska Maria: *Estetyka i anestetyka w reklamie społecznej*. „Sztuka i Filozofia” 2002, nr 21, s. 120-136.
17. Jacennik Barbara: *Perspektywy marketingu społecznego w Polsce*. „Nowiny Psychologiczne” 2000, nr 4, s. 25-42.
18. Kall Jacek: *Reklama*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1999.
19. Kapuściński Ryszard: *Jak media odzwierciedlają świat?* [online], [dostęp 16.04.2007]; <<http://www.kapuscinski.hg.pl>>
20. Kołodziejka Jadwiga: *Sztuka czytania*. „Notes Wydawniczy” 1996, nr 9, s. 52-53.
21. *Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej z 2 kwietnia 1997*. Sejm Rzeczypospolitej Polskiej, [online], [dostęp 12.04.2007]. <<http://www.sejm.gov.pl/prawo/konst/konst.html>>
22. Kotler Philips: *Analiza, planowanie, wdrażanie i kontrola*. Gebethner & S-ka, Warszawa 1994.
23. Kotowska Katarzyna: *Cała Polska czyta dzieciom*. „Guliwer” 2002, nr 2, s. 79-81.
24. Kowalczyk Marzena: „*Cała Polska czyta dzieciom*” - kilka refleksji o głośnym Czytaniu. „Wychowanie na co dzień” 2003, nr 3, s. 9-10.
25. Koźmińska Irena: „*Cała Polska czyta dzieciom*”. Z... rozmawiał Wojciech Tochman, „Gazeta Wyborcza” 2001, nr 122, dodatek Wysokie Obcasy nr 21 (113), s. 47-49.
26. Koźmińska Irena: *Czytaj dziecku 20 minut dziennie. Codziennie*. Rozmowę przeprowadził Zając Michał. „Guliwer” 2002, nr 1, s. 23-29.

27. Koźmińska Irena: *20 minut: namawiamy rodziców do głośnego czytania dzieciom*. „Polityka” 2001, nr 23, s. 62-64.
28. Krzywicki Stanisław: *Program: Społeczeństwo informacyjne szansą dla bibliotek i instytucji kultury w najbliższych latach*. „Bibliotekarz Zachodnio-Pomorski” 2002, nr 2/3, s. 61-62.
29. Kurek-Kokocińska Stanisława: *Informacja. Zagadnienia teoretyczne i uwarunkowania prawne działalności informacyjnej*, Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, 2004.
30. Kwarciak Bogusław: *Co trzeba wiedzieć o reklamie*. Kraków: Wydawnictwo Profesjonalnej Szkoły Biznesu, 1999.
31. Kwarciak Bogusław: *Czym reklama nie jest*. „Marketing i Rynek” 1997, nr 3, s. 16-21.
32. Maison Dominika, Maliszewski Norbert: *Co to jest reklama społeczna, [W:] Propaganda dobrych serc czyli Rzecz o reklamie społecznej*. Red. Dominika Maison, Piotr Wasilewski. Warszawa: Agencja Wasilewski, 2002, s. 9-44.
33. Kwiatkowska Magdalena: *Dziecko w reklamie społecznej. [W:] Blaski i cienie życia rodzinnego. Roczniki Socjologii Rodziny*. Red. nauk. Z. Tyszka, T. 15. Poznań: Wydawnictwo Naukowe UAM 2003, s. 137-146.
34. Mazur Piotr: *Cała Polska czyta dzieciom... ale co?* „Cywilizacja” 2003, nr 7, s. 272-275.
35. Mazur Stanisława: *Dziennikarze czytają dzieciom*. „Poradnik Bibliotekarza” 2002, nr 7/8, s. 27.
36. Michałek Mirosława: *„Cała Polska czyta dzieciom”*. „Poradnik Bibliotekarza” 2001, nr 11, s. 22-23.
37. *Narodowy Program Kultury „Promocja Czytelnictwa i Rozwój Sektora Książki” na lata 2004-2013*. Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego, [online], [dostęp 12.04.2007]; <[http://www.mk.gov.pl/docs/NPK\\_Czytelnictwo.pdf](http://www.mk.gov.pl/docs/NPK_Czytelnictwo.pdf)>
38. Nieć Mateusz: *Z genezy reklamy społecznej. [W:] Forum naukowe Wyższej Szkoły Zarządzania i Bankowości*, T. 4. Wrocław: Wydawnictwo Forum Naukowe 2003, s. 55-73.
39. Niewęglowski Jan: *Dziecko a reklama. Edukacja czy manipulacja*. „Seminare” 2002, s. 499-511.
40. Nowacki Robert: *Reklama. Podręcznik*. Warszawa: Difin, 2005.
41. Nowak Aleksandra: *Idea na sprzedaż*. Warszawa: Fundacja Komunikacji Społecznej. [online], [dostęp 16.12.2006]; <<http://www.dobrestrony.pl/b-art.-reklama.php>>
42. Nowacki Robert, Strużycki Marcin: *Reklama w przedsiębiorstwie*. Warszawa: Difin, 2002.
43. Paniewska Aleksandra: *„Cała Polska czyta dzieciom”*. „Poradnik Bibliotekarza” 2004, nr 4, s. 22-32.
44. Penc Józef: *Leksykon biznesu*. Warszawa: Agencja Wydawnicza Placet, 1997.
45. *Przemawianie do masowej wyobraźni - kiedyś i dziś. Z Krzysztofem Toeplitzem rozmawia Agata Staniej. [W:] Propaganda dobrych serc czyli Rzecz o reklamie społecznej*. Red. Dominika Maison, Piotr Wasilewski. Warszawa: Agencja Wasilewski, 2002, s. 67-71.
46. Radlińska Helena: *Książka wśród ludzi*. Warszawa: Warszawska Spółdzielnia Księgarsko-Wydawnicza „Światowid”, 1946.
47. Russel J Thomas, Lane W. Ronald: *Reklama według Ottona Kleppnera*. Kraków: Felberg SJA, 2000.

48. Secomska - Rosenbaum Marzena: „Cała Polska czyta dzieciom”. [W:] *Dziecko i książka. Materiały z ogólnopolskiej konferencji Biblioteki Narodowej 27-28 października - 2003*. Warszawa: Biblioteka Narodowa 2004, s. 50-54.
49. Stafiej Agata: *Historia reklamy społecznie użytecznej*. [W:] *Propaganda dobrych serc czyli Rzecz o reklamie społecznej*. Red. D. Maison, P. Wasilewski. Warszawa: Agencja Wasilewski, 2002, s. 51-66.
50. Stafiej Leszek: *Puszczanie oka..* Warszawa: Fundacja Komunikacji Społecznej, [online], [dostęp 16.11.2006]. < <http://www.fks.dobrestrony.pl/b-art-reklama.php>>
51. *Statut Fundacji Komunikacji Społecznej*. Warszawa, [online], [dostęp 7.12.2006]; <<http://www.fks.dobrestony.pl>>
52. *Statut Instytutu Książki*. Instytut Książki, [online], [dostęp 12.04.2007]. <[http://www.instytutksiazki.pl/pl/instytut\\_ksiazki/statut.html](http://www.instytutksiazki.pl/pl/instytut_ksiazki/statut.html)>
53. Stępniewska Dominika: *Finał akcji „Cała Polska czyta dzieciom”*. „Poradnik Bibliotekarza” 2003, nr 1, s. 21.
54. Sutherland Max, Sylwester Alice K.: *Reklama a umysł konsumenta. Co działa, co nie działa i dlaczego*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2003.
55. Szczęsna Aleksandra, Szreder Mirosław: *Postrzeganie reklamy społecznej przez młodzież*. „Marketing i Rynek” 2002, nr 4, s. 29-34.
56. Świata Marcin: *Zachowania konsumentów i marketing na rynku książki*. Warszawa: Biblioteka Analiz, 2005.
57. Trzcieniecka-Schneider Irena: *Postawy współczesnego polskiego odbiorcy wobec mediów*. „Zeszyty Prasoznawcze” 1995, nr 3/4, s. 74-79.
58. *Ustawa z 21 kwietnia 2003 roku o działalności pożytku publicznego i wolontariacie*. Sejm Rzeczypospolitej Polskiej, [online], [dostęp 12.04.2007]; <[http://ks.sejm.gov.pl/proc4/ustawy/263\\_u.htm](http://ks.sejm.gov.pl/proc4/ustawy/263_u.htm)>
59. Witkowski Kamil: *Książka w Internecie*. Warszawa: Biblioteka Analiz, 2000.
60. Wojciechowski Jacek: *Czytelnictwo*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, 2000.
61. White Roderick: *Reklama, czyli co to jest i jak się ją robi*. Warszawa: Business Press, 1993.

## Summary

Social advertising (it's current concept) has come to Poland at the end of 90s, 20<sup>m</sup> century, along with increasing necessity of non-governmental organisations' participation in solving public problems. From the beginning it has aimed in indicating essential social problems, using the method of establishing relations with the public. The article presents problems of social advertising, referring to activity of entities promoting books and readership.



## II. RECENZJE I OMÓWIENIA

### **MAŁGORZATA JASKOWSKA: PUBLIC RELATIONS BIBLIOTEK NAUKOWYCH W INTERNECIE<sup>1</sup>**

Zmiany, jakie nastąpiły w Polsce po roku 1989, objęły wiele dziedzin życia politycznego, gospodarczego, kulturalnego, wiele instytucji i organizacji, w tym także określanych mianem *non profit*. Biblioteki, które należą do tej właśnie grupy, nagle zostały zmuszone do postrzegania własnej działalności w sposób zupełnie nowy - w kontekście gospodarki rynkowej. Biblioteka stała się instytucją ocenianą przez społeczeństwo z punktu widzenia zaspokajania potrzeb informacyjnych. Dyrektorzy bibliotek i sami bibliotekarze zaczęli rozumieć, że kreowanie własnego wizerunku jest sprawą ogromnie ważną. W 2006 r. ukazała się praca Beaty Żołędowskiej-Król omawiająca sytuację bibliotek publicznych<sup>2</sup>, obecnie do rąk czytelników trafia książka Małgorzaty Jaskowskiej dotycząca kształtowania wizerunku bibliotek naukowych za pośrednictwem ich stron domowych w Internecie. Autorka jest pracowniczką Instytutu Informacji Naukowej i Bibliotekoznawstwa Uniwersytetu Jagiellońskiego i interesuje się zagadnieniami komunikacji za pośrednictwem Internetu między instytucjami naukowymi a ich otoczeniem społecznym. W książce przedstawia wyniki analizy serwisów WWW instytucji reprezentatywnych dla nauki polskiej, która miała zweryfikować tezę, według której „biblioteki naukowe, będące częścią polskich instytucji naukowych, mają znaczny udział w kształtowaniu ich pozytywnego wizerunku”.

Badania dotyczyły polskich instytucji naukowych sektora publicznego odnotowanych w Informatorze Nauki Polskiej. Spośród 414 instytucji 394 (95%) miały serwisy WWW, a były to: 104 państwowe szkoły wyższe, 82 instytuty Polskiej Akademii Nauk oraz 208 jednostek badawczo-rozwojowych. Tylko 234 biblioteki główne i ośrodki informacji działające przy tych instytucjach miały swoje strony WWW.

Praca składa się z części teoretycznej (3 rozdziały) i empirycznej (4 rozdziały). W rozdziale pierwszym, zatytułowanym *Public Relations* (s.17-33), autorka uświadamia czytelnikowi siłę działania tego elementu zarządzania w każdej organizacji, w tym także w instytutach naukowych i działających przy nich naukowych bibliotekach. Podkreśla także, że dzisiejsi użytkownicy tych bibliotek, to w znacznym stopniu ludzie młodej generacji, dla których zauważalne są działania PR przeprowadzane za pośrednictwem Internetu, ponieważ

<sup>1</sup> M. Jaskowska: *Public Relations bibliotek naukowych w Internecie*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, 2007, 225 s. (Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego; 1292. Prace z Bibliotekoznawstwa i Informacji Naukowej, zeszyt 15 ; 2007).

<sup>2</sup> B. Żołędowska-Król: *Wizerunek biblioteki publicznej*. Katowice 2006.

bibliotekę utożsamiają głównie z siecią. Czytelnik ma okazję zapoznać się z terminologią i definicjami w zakresie PR. Dla autorki są to przede wszystkim te działania, które polegają na „kształtowaniu w otoczeniu sprzyjającego nastawienia, pożądanego wizerunku, pozytywnych opinii, dobrej reputacji instytucji”. Fundamentem PR jest komunikacja między instytucją a otoczeniem - publicznością (wewnętrzną, zewnętrzną bliższą i zewnętrzną dalszą). Angażowanie jej w sprawy nauki przyczynia się do rozwoju intelektualnego członków tej społeczności, rozwoju gospodarczego kraju i postępu cywilizacyjnego. Jest więc to zadanie niezwyklej wagi, a rezultat będzie tym lepszy, im bardziej czytelny będzie obraz i tożsamość instytucji. Zdaniem autorki stan prac teoretycznych nad poruszonymi w tym rozdziale zagadnieniami umożliwia podjęcie badań empirycznych.

W rozdziale II *Badania PR i e-PR bibliotek instytucji naukowych* (s. 35-54) podkreślono, że najważniejszym elementem budowania wizerunku instytucji naukowych jest komunikowanie osiągnięć naukowych nie tylko środowisku naukowemu (otoczenie zewnętrzne bliższe), lecz także pozostałym grupom społecznym i zawodowym (otoczenie zewnętrzne). Biblioteki naukowe i ośrodki informacji wspierają instytucje macierzyste w realizacji tego zadania, a odbywać się to powinno równolegle: w świecie realnym i w środowisku elektronicznym. Biblioteki muszą też budować własny wizerunek. Jak zaznacza autorka, celem działalności PR w bibliotekach naukowych jest „kształtowanie dwustronnie symetrycznej komunikacji, zaplanowanej, ciągłej, ukierunkowanej na grupy wyodrębnione w otoczeniu”, a o jej powodzeniu zdecydować może „profesjonalizm w traktowaniu PR”, w tym także e-PR. Konieczne stają się zatem badania nad efektywnością poszczególnych narzędzi PR, wyselekcjonowanie najskuteczniejszych form i metod oraz kontrolne sprawdzenie pomysłów. Autorka omawia także możliwości wykorzystania środowiska elektronicznego do kształtowania wizerunku z uwzględnieniem wszystkich jego składników: komunikacji, tożsamości wizualnej, kultury organizacyjnej, zachowania pracowników i oferty rynkowej. Podkreśla, że bibliotekarzom mogą w tym pomóc międzynarodowe i krajowe stowarzyszenia bibliotekarskie.

We wszystkich działaniach marketingowych, w tym także w działalności PR, najważniejszym elementem jest klient, odbiorca usług, czytelnik lub użytkownik informacji. To jego chcą pozyskać instytucje, jego potrzeby muszą rozpoznać i zrealizować, aby go zatrzymać, zachować jego lojalność i zapewnić powrót. Internet spowodował, że odbiorcami przekazywanych treści stała się nie wyselekcjonowana grupa, ale całe społeczeństwo. W rozdziale III *Badania publiczności bibliotek naukowych w kontekście PR w Internecie* (s. 55-71) autorka stara się ustalić, w jaki sposób biblioteki naukowe mogą poprawić swój wizerunek, zaspokajając potrzeby informacyjne i komunikacyjne różnych grup tej społeczności. Szczegółowej analizie została poddana publiczność wewnętrzna (pracownicy biblioteki), publiczność otoczenia bliższego (władze uczelni, dyrekcja placówki naukowej, pracownicy, studenci), publiczność z otoczenia dalszego (osoby niebędące użytkownikami bibliotek, a więc zewnętrzne środowisko naukowe i osoby pozazawodowo zainteresowane działalnością instytucji naukowych i jej rezultatami). Osobne miejsce poświęciła autorka mediom i problemowi internetowych serwisów prasowych oraz utrzymaniu dobrych stosunków z absolwentami uczelni i sponsorami. W kontaktach ze wszystkimi grupami odbiorców obowiązują trzy zasady: dostęp, funkcjonalność i komunikacja.

Trzy pierwsze rozdziały książki oparte na analizie piśmiennictwa naukowego, w tym w znacznej mierze obcojęzycznego, z zakresu PR, informacji naukowej i bibliotekoznawstwa (bibliografia do książki liczy 342 poz.) stały się dla Małgorzaty Jaskowskiej podstawą wyciągnięcia wniosków umożliwiających badania empiryczne. Zostały one zaprezentowane w drugiej części pracy zatytułowanej *Doświadczenia bibliotek polskich w kształtowaniu wizerunku w Internecie (badania własne)*. Rozdział IV (s. 74-91) nosi tytuł *Adaptacja metody analizy treści do badań e-PR bibliotek instytucji naukowych*. Metoda analizy zawartości (*content analysis*) wywodzi się z metody analizy treści, która stosowana jest z powodzeniem od wielu lat w badaniach prasoznawczych<sup>3</sup>. Metoda analizy zawartości znana jest w nauce o komunikowaniu, zwłaszcza w badaniach mediów masowych, a zatem i Internetu. W szczególności może być pomocna przy badaniu serwisów WWW, czyli tych komunikatów, za pomocą których instytucja świadomie buduje swoją tożsamość. W badaniach potrzeb użytkowników najpopularniejszymi metodami są ankiety i wywiady.

Podstawowym kryterium doboru badanych instytucji było prowadzenie przez nie w latach 2004-2005 podstawowych i stosowanych badań naukowych, prac rozwojowych i działalności innowacyjnej, finansowanej lub współfinansowanej z budżetu państwa (Aneks II). Autorka badała tylko biblioteki główne, reprezentatywne dla całej jednostki naukowej. Metoda analizy zawartości posługuje się kluczem kategoryzacyjnym mającym postać kwestionariusza badawczego. W przedstawionych badaniach kwestionariusz uwzględniał cechy funkcjonalne: dostęp do serwisu instytucji naukowej, nawigacja wewnątrz serwisu, aktualność, wiarygodność, wielojęzyczność, identyfikacja wizualna serwisu (Aneks III, punkty 1-6) i treściowe: kultura organizacyjna - autoprezentacja, zachowanie pracowników biblioteki, publiczność wewnętrzna, absolwenci, środowisko naukowe, bibliografie dorobku naukowego pracowników, katalogi wydawnictw naukowych, szerokie otoczenie społeczne, przedstawiciele gospodarki, sponsorzy, media (Aneks III, punkty 7-17). W wymienionych 17 grupach kwestionariusz uwzględnia 378 cech. Jego prezentację rozpoczyna rozdział V (s. 93-107) *Cechy funkcjonalne badanych serwisów*. Przy określaniu stopnia dostępności do badanych serwisów wzięto pod uwagę: nawigację, aktualność, wiarygodność, wielojęzyczność, identyfikację wizualną. Funkcjonalność serwisów bibliotecznych polskich instytucji naukowych została przebadana według 70 cech.

Kultura organizacyjna, zachowanie bibliotekarzy i komunikacja w ramach PR z otoczeniem bliższym jest przedmiotem kolejnego, VI rozdziału (s. 109-130). Badania użytkowników Internetu pokazują, iż utożsamiają oni serwis WWW z instytucją, której dotyczy, strona główna powinna być zatem wyczerpującym źródłem informacji o instytucji i zasadniczych aspektach jej działalności. W kwestionariuszu wzięto pod uwagę 38 cech. Badania dotyczyły także zawartych w serwisach uwag na temat zachowań pracowników bibliotek (10 cech), form komunikacji z otoczeniem (16 cech), pracowników naukowych badanych instytucji i studentów jako użytkowników informacji (19 cech), władz uczelni, absolwentów (16 cech).

W rozdziale VII *Kształtowanie e-PR w odniesieniu do grup otoczenia dalszego* (s. 131-158) autorka do otoczenia zalicza „środowisko naukowe spoza instytucji, szerokie otoczenie społeczne, przedstawiciele gospodarki, sponsorów oraz dziennikarzy”. Odpowiedzi na pytania kwestionariusza pozwoliły

<sup>3</sup> Por. I. Tetelowska: *Szkice prasoznawcze*. Kraków 1972.

wyciągnąć wniosek, że informacje o badaniach naukowych zawarte są przede wszystkim na stronach głównych instytucji naukowych, a tylko sporadycznie w serwisach WWW bibliotek - udział tych ostatnich w budowaniu pozytywnego wizerunku jest zbyt mały. Serwisy internetowe przynoszą wyraźne korzyści - pozwalają rozwijać współpracę pomiędzy członkami środowisk naukowych, popularyzują wiedzę. Udział bibliotek jest większy jedynie przy działalności skierowanej na pozyskanie sponsorów. Najbardziej rysuje się współpraca z mediami.

W podsumowaniu autorka podkreśliła, że serwisy WWW w znacznej mierze kształtują wizerunek bibliotek w Internecie. Dzisiaj biblioteka nie może poprzestać na rutynowych działaniach, nawet jeśli są to działania przeprowadzone z pełnym nastawieniem na użytkownika. Musi jeszcze informować społeczność o swoich dokonaniach, a do tego Internet jest narzędziem bardzo przydatnym, problem polega tylko na wykorzystaniu wszystkich możliwości, jakie daje. Zaproponowanego w kwestionariuszu modelowego zbioru cech ważnych dla PR nie wyczerpał żaden z badanych serwisów, udało się jednak wytypować te, które spełniły warunki jednej z siedemnastu grup tematycznych, dzięki czemu można było wyróżnić mocne i słabe strony oraz szanse i zagrożenia serwisów WWW polskich bibliotek i instytucji naukowych. Zastosowana metoda SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) jest metodą kompleksową, służącą do badania otoczenia biblioteki oraz analizy jej wnętrza, pozwala na określenie bieżącej, ale i przyszłej pozycji badanej jednostki. Metoda ta pozwala na formułowanie wariantów strategicznych oraz kierunków przyszłego rozwoju organizacji.

Formułując wnioski, autorka zwraca uwagę na niedoceniecie przez instytucje naukowe oraz biblioteki potrzeby profesjonalnego kształtowania wizerunku instytucji - stosunkowo dobrze to wygląda w bibliotekach dużych państwowych szkół wyższych, natomiast znacznie gorzej w jednostkach PAN i jednostkach badawczo-rozwojowych. Badania wykazały brak strategii kształtowania wizerunku instytucji - podejmowane działania mają raczej charakter wybiórczy, intuicyjny i przypadkowy.

Kolejnym spostrzeżeniem jest niedoceniecie grup użytkowników zewnętrznych dalszych, w tym przedstawicieli mediów i gospodarki. Działania badanych instytucji nie mają charakteru komunikacji symetrycznej, choć, jak podkreśla autorka, są też przykłady interesujących rozwiązań ukierunkowanych na nawiązanie i utrzymanie relacji z otoczeniem (również sponsorami i reklamodawcami). Ogólnie jednak słabą stroną badanych serwisów internetowych jest wykorzystywanie najprostszych sposobów komunikacji z otoczeniem (poczta), brak natomiast zainteresowania zbieraniem opinii użytkowników (fora dyskusyjne, wideokonsultacje, biuletyny).

Wśród mocnych stron polskich serwisów internetowych wymienia autorka m.in. wersje angielskojęzyczne, informacje skierowujące do bazy danych, a także informacje o prowadzonych projektach krajowych i zagranicznych.

Praca Małgorzaty Jaskowskiej pierwsza w Polsce analizuje wykorzystanie możliwości, jakie stwarza Internet w zakresie kształtowania wizerunku bibliotek instytucji naukowych. Prezentuje najbardziej efektywne rozwiązania e-PR wykorzystujące nowoczesne technologie Information & Communication Technology. Pokazuje inny wymiar treściowy popularnego powiedzenia „jak cię widzą, tak cię piszą”, który w odniesieniu do nowej rzeczywistości już w 1997 roku Radosław Cybulski zakreślił zasadą „istnieć, to znaczy być widzianym”<sup>4</sup>.

<sup>4</sup> R. Cybulski: *Marketing - image - ryzyko*. „Notes Wydawniczy” 1997, nr 2, s. 31.

Książka powinna wzbudzić zainteresowanie szerokiego kręgu czytelników. Uzupełnieniem jest 6 aneksów, bogata bibliografia, która potwierdza znajomość doświadczeń międzynarodowych w zakresie tej problematyki, oraz indeks nazwisk.

*Małgorzata Korczyńska-Derkacz*  
*Wrocław*

### III. KRONIKA

## **ROLA KATALOGU CENTRALNEGO NUKAT W KSZTAŁTOWANIU SPOŁECZEŃSTWA WIEDZY W POLSCE**

**Warszawa, 23-25 stycznia 2008 r.**

**Biblioteka Uniwersytecka w Warszawie**

W dniach 23-25 stycznia 2007 roku w Bibliotece Uniwersyteckiej w Warszawie odbyła się międzynarodowa konferencja *Rola katalogu centralnego NUKAT w kształtowaniu społeczeństwa wiedzy w Polsce*, zorganizowana przez Centrum NUKAT i Bibliotekę Uniwersytecką w Warszawie, przy wsparciu Sekcji Bibliotek Naukowych Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich. Konferencję przygotowano z okazji pięciolecia działalności katalogu centralnego. Ze względu na jubileuszowy charakter celem organizatorów było podsumowanie dotychczasowych działań związanych z tworzeniem i wykorzystywaniem katalogu centralnego oraz zarysowanie perspektyw dalszego rozwoju. Patronat honorowy nad konferencją zgodzili się objąć: Jej Magnificencja Rektor Uniwersytetu Warszawskiego prof, dr hab. Katarzyna Chałasińska-Macukow, dr Henryk Hollender dyrektor Biblioteki Politechniki Lubelskiej, Maria Lenartowicz, prof, dr hab. Wojciech Maciejewski Wydział Nauk Ekonomicznych Uniwersytetu Warszawskiego, dr inż. Jan Andrzej Nikisch Prezes Zarządu Poznańskiej Fundacji Bibliotek Naukowych, Joanna Pasztaleniec-Jarzyńska Pełnomocnik Dyrektora Biblioteki Narodowej ds. Współpracy z Bibliotekami Publicznymi, Professor Richard Quandt Senior Research Economist Princeton University. Patronat medialny sprawował EBIB - platforma cyfrowa SBP oraz magazyn Computerworld Polska.

Trzydniowa konferencja zgromadziła wśród prelegentów, gości i uczestników osoby zainteresowane problematyką centralnej informacji bibliograficznej z Polski i zagranicy: Albanii, Litwy, Łotwy, Islandii, Szwajcarii, Francji, Hiszpanii, Holandii, Wielkiej Brytanii i USA. Referaty wygłaszano na siedmiu sesjach tematycznych, które porządkowały problematykę zadań, prowadzenia i wykorzystywania katalogu centralnego. Pierwszą sesję *Katalog centralny a rozwój społeczeństwa informacyjnego* otworzył referat dr Vinoda Chachry z VTLS Inc. pt. *Information discovery and its importance to the communities we sen/e* (Pozyskiwanie informacji i jej znaczenie dla obsługiwanych przez nas społeczności) - był to przegląd zagadnień związanych z pozyskiwaniem informacji przez użytkownika oraz możliwych rozwiązań ułatwiających ten proces. Dr Henryk Hollender (Biblioteka Politechniki Lubelskiej), omawiając znaczenie katalogu centralnego NUKAT dla procesu organizacji pracy przy katalogowa-

niu zbiorów polskich bibliotek oraz dla zaistnienia informacji o polskiej książce za granicą, zauważył zbyt małe zainteresowanie tzw. ludzi książki katalogiem centralnym i wykorzystywaniem stwarzanych przez niego możliwości. Wskazał też na niewystarczającą informację w katalogu centralnym o zasobach bibliotek innych niż książki i czasopisma, zwłaszcza zbiorów specjalnych i dokumentów elektronicznych zdalnego dostępu. Sesję zakończyło wystąpienie Marii Burchard, kierownika Centrum NUKAT, zatytułowane *Katalog centralny NUKAT - pięć lat współkatalogowania i co dalej?* Znaczenie NUKAT-u dla polskiego bibliotekarstwa jest nie do przecenienia, nastąpiły daleko idące zmiany w organizacji pracy bibliotekarzy oraz podniesienie poziomu katalogowania poprzez powszechną weryfikację rekordów i stosowanie się do międzynarodowych standardów i ujednoliconych zasad katalogowania. Wszystko to dało bibliotekom wymierne korzyści, wzrost tempa i obniżenie kosztów katalogowania przy zachowaniu spójności danych i wysokich standardów. Mimo tych dokonań pytania o przyszłość polskiego katalogu centralnego nadal muszą być stawiane.

Tematem drugiej sesji były katalogi centralne w innych krajach. O nowych funkcjach katalogów centralnych i zmianach ról przez nie pełnionych mówiła Jenifer Gatenby z OCLC. Bezpośredni dostęp użytkowników do katalogów centralnych oddziałuje na sposób prezentacji danych, dostarczanie fizycznych i elektronicznych dokumentów, a także na usługi informacyjne. Katalogi centralne wpływają też na politykę gromadzenia i zarządzania zbiorami bibliotek. Marylene Micheloud przedstawiła sieć biblioteczną skupiającą ponad 215 bibliotek akademickich, naukowych i publicznych zachodniej Szwajcarii - RERO. Obok katalogu centralnego konsorcjum RERO prowadzi również cyfrową bibliotekę RERO DOC, a w ramach współpracy bibliotek wspomaga integrację OPAC-ów bibliotecznych, automatyzację bibliotek i inne wspólne projekty. Sigurn Hauksdottir z Consortium of Icelandic Libraries zaprezentowała Gegnir - katalog centralny bibliotek islandzkich. Wraz z ogólną charakterystyką katalogu przedstawiono wyzwania i plany rozwoju bazy Gegnir związane z jej tworzeniem, kontrolą jakości danych i obsługą użytkownika. Sesję drugą oraz pierwszy dzień obrad zamknęło wystąpienie Wojciecha Burkota z Google Polska, który zaprezentował możliwości wyszukiwania literatury naukowej poprzez usługę Google Scholar oraz sposoby na poszerzenie dostępności bibliotek przez internet za pomocą wyszukiwarki.

Drugi dzień konferencji rozpoczął wspomnieniowy referat Andrzeja Padzińskiego (Biblioteka Główna Akademii Rolniczej w Lublinie) o Annie Paluszkiewicz i znaczeniu jej dorobku w dziedzinie bibliotekarstwa. Tekst wystąpienia wpisywał się w tematykę sesji o roli standardów w budowaniu informacji. Sformułowane przez Annę Paluszkiewicz założenia budowy komputerowych katalogów bibliotecznych, stosowanie kartoteki haseł wzorcowych i organizacja współpracy bibliotek w zakresie współkatalogowania i wymiany danych wyznaczyły nowe standardy w polskim bibliotekarstwie. Opis przedmiotowy w katalogu NUKAT - rola i miejsce jhp KABA to temat referatu Marii Nasiłowskiej, w którym autorka przedstawiła tendencje rozwoju głównego języka opracowania przedmiotowego katalogu NUKAT. Ostatni referat w tej sesji, wygłoszony w zastępstwie za Vivien Cook przez Jenifer Gatenby z OCLC, traktował o współpracy rozpoczętej w 2006 r. między NUKAT-em a katalogiem WordCat. Omówiono stan projektu, etapy jego realizacji, uwzględnione standardy i roz-

wiązania techniczne oraz wskazano korzyści wynikające ze współpracy dla obu stron.

Czwartą sesją był panel dyskusyjny. Współtwórcy informacji o książce, bibliotekarze i wydawcy rozmawiali o zależności pomiędzy rodzajem i jakością danych zamieszczanych w publikowanych dokumentach przez wydawców a poprawnością opisu bibliograficznego książki. Dyskusję poprzedziła prezentacja przygotowana przez Krystynę Sanetrę i Małgorzatę Wielek-Konopkę z Biblioteki Jagiellońskiej, w której skonfrontowano praktyki wydawców z postanowieniami normy kompozycji wydawniczej książki. Niedbałość o informację wydawniczą na druku powoduje kłopoty z jednoznacznością identyfikacją i dokładnym opisem bibliograficznym dokumentu. Do dyskusji został zaproszony Piotr Dobrołęcki z Polskiej Izby Książki i jako przedstawiciel środowiska wydawców dr Sławomir Górczyński z Wydawnictwa DIG. Z uwagi na nieobecność dr. Górczyńskiego głos wydawców reprezentował jedynie wiceprezes Polskiej Izby Książki, Piotr Dobrołęcki, który zapewnił, że rozumie potrzebę dbania o rzetelną informację wydawniczą, niezbędną nie tylko środowisku bibliotekarskiemu. W dyskusji padły propozycje organizacji szkoleń dla wydawców oraz współpracy między bibliotekami a wydawnictwami w celu wypracowania dobrych praktyk wydawniczych.

Ostatnim blokiem tematycznym drugiego dnia konferencji była sesja piąta - *NUKAT w sieci*, w której uczestnicy wysłuchali czterech referatów. Dr Marek Nahotko mówił o roli katalogu bibliotecznego jako narzędzia dostępu do obiektów cyfrowych oraz o możliwościach dostępu do informacji poprzez OPAC, jakie stwarza środowisko cyfrowe. Rosnąca liczba bibliotek cyfrowych i udostępnianych przez nie zasobów oraz nowe rozwiązania ułatwiające korzystanie z nich, jak na przykład jednoczesne przeszukiwanie wielu baz, zwraca uwagę na problem spójności danych bibliograficznych. Analizę możliwości wykorzystania katalogu centralnego w sieci rozproszonych bibliotek cyfrowych przedstawił Marcin Werla z Poznańskiego Centrum Superkomputerowo-Sieciowego. O zasobach cyfrowych w katalogu centralnym, na przykładzie konkretnej biblioteki cyfrowej - Akademickiej Biblioteki Cyfrowej, mówiły też Ewa Dobrzyńska-Lankosz i Bogusława Macheta z Biblioteki Głównej Akademii Górniczo-Hutniczej w Krakowie. Ostatnim referatem w tej sesji było wystąpienie dr. Tomasza Wolniewicza (Uniwersytet Mikołaja Kopernika), który opowiedział o doświadczeniach kilkuletniego prowadzenia polskiego katalogu rozproszonego KaRo. Wyszukiwarka, korzystająca z protokołu Z39.50 i umożliwiająca jednoczesne przeszukiwanie zasobów wielu polskich bibliotek, powstała w 2001 r. i funkcjonuje jako narzędzie uzupełniające polski centralny katalog NUKAT.

Drugi dzień obrad zakończył się akcentem jubileuszowym - 24 stycznia 2008 roku do bazy wpłynął milionowy rekord bibliograficzny - i życzeniami pomyślnego rozwoju katalogu oraz wzrostu jego znaczenia w środowiskach nauki i informacji. Przy tej okazji Maria Burchard przedstawiła zebranym zespół Centrum NUKAT, administratorów czuwających na co dzień nad pracą ponad tysiąca bibliotekarzy uprawnionych do wprowadzania danych do NUKAT-u.

W ostatnim dniu konferencji przewidziano dwie sesje. W pierwszej tego dnia sesji *Katalog centralny dla bibliotek, katalog centralny dla wszystkich* wystąpienia koncentrowały się wokół zaspokajania potrzeb użytkowników przez katalog centralny. Dorota Tkaczyk z Biblioteki Głównej Uniwersytetu Marii Skłodowskiej-Curie w referacie *Komu potrzebny jest NUKAT?* podkreśliła,



że na charakter współpracy bibliotek z katalogiem centralnym mają wpływ gromadzone zbiory, zadania poszczególnych bibliotek i oczekiwania ich użytkowników. O podsumowanie pięcioletniej współpracy z NUKAT-em pokusiła się Mariola Augustyniak z Biblioteki Uniwersytetu Łódzkiego. Wśród korzyści są zyski bibliotek współkatalogujących, o których się mówi mało lub wcale. Zwiększenie zasięgu katalogu lokalnego i zapewnienie rzetelnej informacji o zbiorach biblioteki, rozwój wymiany międzybibliotecznej, przyspieszenie procesu katalogowania, a co za tym idzie stworzenie warunków do prowadzenia systematycznej retrokonwersji - to podstawowe korzyści wynikające ze współpracy biblioteki z katalogiem centralnym.

Referat o budowaniu systemu informacji o zasobie archiwalnym przygotowała dr Anna Laszuk z Naczelnej Dyrekcji Archiwów Państwowych, a wygłosił go w zastępstwie Kazimierz Schmidt. W kontekście standardów opisu zasobów archiwalnych rozważano możliwości współpracy z katalogiem centralnym przy wymianie i gromadzeniu informacji o zasobach przechowywanych w archiwach, bibliotekach i muzeach. Punktem stycznym dla obu baz powinna się stać centralna kartoteka haseł wzorcowych. Problemy bibliotek użytkujących system biblioteczny PROLIB oraz rozwiązania zastosowane dla utrzymania współpracy z katalogiem centralnym omówili Andrzej Koziara i Anna Śpiechowicz z Biblioteki Uniwersytetu Śląskiego. Biblioteka Uniwersytetu Śląskiego utrzymuje kopię Centralnej Kartoteki Haseł Wzorcowych na potrzeby bibliotek pracujących w systemie PROLIB.

Ostatnie wystąpienie w programie konferencji miało charakter podsumowujący i jednocześnie stymulujący twórcze wykorzystywanie możliwości katalogu centralnego. Agnieszka Kasprzyk z Centrum NUKAT wskazała na niewykorzystany w pełni potencjał bazy, który przy żywej współpracy, zachowaniu standardów i zapewnieniu odpowiednich środków finansowych mógłby zaowocować nowymi usługami dla użytkowników. Centralna informacja o zbiorach polskich bibliotek może stać się doskonałym punktem wyjścia do szeroko pojętej działalności informacyjnej, naukowej i edukacyjnej.

Konferencja miała podsumować wysiłek i pracę włożoną w powstanie

- 1 tworzenie katalogu centralnego, określić jego rolę i zadania w kształtowaniu społeczeństwa wiedzy, zarysować plany dalszego rozwoju, sprowokować refleksję nad jego miejscem w środowisku bibliotecznym i wśród pozostałych użytkowników katalogu. Cele te zostały osiągnięte. Wysoki poziom merytoryczny referatów prowokował do dyskusji, w których brali żywy udział prelegenci i goście. Wśród poruszanych tematów znalazły się takie problemy jak promocja katalogu centralnego NUKAT w środowiskach bibliotecznych i pozabibliotecznych i szersze wykorzystywanie jego możliwości przez biblioteki współpracujące. Powracał również temat odstąpienia Biblioteki Narodowej od współkatalogowania w NUKAT. Konferencja przyczyniła się do umocnienia w środowisku, nie tylko bibliotekarskim, świadomości znaczenia katalogu centralnego jako podstawowego narzędzia informacyjnego w rozwoju społeczeństwa wiedzy.

*Kamila Grzędzińska  
Centrum NUKAT BU W*

# **BIBLIOTEKA 2.0. ZASOBY CYFROWE W NAUCE, KULTURZE I ADMINISTRACJI**

**Katowice, 15 maja 2008 r.**

Biblioteka Uniwersytetu Śląskiego oraz Biblioteka Śląska w Katowicach zorganizowały w dniu 15 maja 2008 r. jednodniową konferencję naukową poświęconą bibliotekom cyfrowym ze szczególnym uwzględnieniem digitalizacji zbiorów i stosowania wolnych licencji. Obie biblioteki współtworzą zasoby Śląskiej Biblioteki Cyfrowej wykorzystując nowe technologie w celu zwiększenia dostępu do najcenniejszych zbiorów stanowiących dziedzictwo kulturowe w postaci cyfrowej. Dostęp ten stanowi jednocześnie nową jakość w zakresie powszechnego dostępu do dóbr kultury.

Honorowy patronat nad konferencją sprawowało Ministerstwo Rozwoju Regionalnego. Otwarcia konferencji dokonali: Rektor-elekt Uniwersytetu Śląskiego - prof. zw. dr hab. Wiesław Banyś, Dyrektor Biblioteki Uniwersyteckiej UŚ - prof. UŚ dr hab. Dariusz Pawelec, Dyrektor Biblioteki Śląskiej - prof. zw. dr hab. Jan Malicki oraz przedstawiciel Ministerstwa Rozwoju Regionalnego. Obrady odbywały się w Auli Senatu UŚ.

Na konferencji poruszono szereg ważnych problemów bibliotek cyfrowych skupiając się na sposobach tworzenia zasobów cyfrowych w obecnie istniejących w Polsce bibliotekach cyfrowych.

1. Alek Tarkowski (Interdyscyplinarne Centrum Modelowania UW oraz Creative Commons Polska) zajął się aktualnymi problemami własności intelektualnej, która reguluje zachowania konsumentów technologii cyfrowych. W wykładzie *Projekt Creative Commons Polska* stwierdził, że obecny stan prawny w Polsce w tym zakresie jest niedostosowany do potrzeb rozwoju społeczeństwa informacyjnego oraz możliwości, jakie stwarzają technologie cyfrowe. Inicjatywa Creative Commons została przedstawiona jako jedno z nowych rozwiązań i nowych modeli własności intelektualnej, opartych na tak zwanej wolnej kulturze. Creative Commons oferuje twórcom licencje, które pozwalają im zachować własne prawa a jednocześnie dzielić się swoją twórczością z innymi. Licencje Creative Commons działają na zasadzie „pewne prawa zastrzeżone”. W tym kontekście granice dozwolonego użytku są szersze i wyraźniejsze niż wytyczone przez wspomnianą zasadę. Creative Commons respektuje prawa twórców do określania stopnia, w jakim chcą się dzielić swoją twórczością z innymi a jednocześnie zachęca to tworzenia wspólnej wolnej kultury, której elementy mogą być swobodnie wymieniane i zmieniane. Wykładowi towarzyszyła prezentacja stosowania wolnych licencji.

2. Henryk Hollender (Biblioteka Politechniki Lubelskiej, Collegium Civitas w Warszawie) w wystąpieniu pt. *Biblioteki cyfrowe: strategia, współpraca, polityka* przedstawił strategię rozwoju bibliotek cyfrowych w Polsce z uwzględnieniem zasad współpracy przy ich tworzeniu. Jego zdaniem biblioteki cyfrowe są wytworem współpracy polegającej na realizacji pewnych standardów, w tym w zakresie digitalizacji zbiorów. Formuła digitalizacji ma za zadanie ochronę najcenniejszych zbiorów piśmiennictwa. Obecne tempo digitalizacji jest uzależnione od warunków technicznych i ekonomicznych a także od społecznego nastawienia i zachowawczego traktowania dokumentów elektronicznych jako

swoistego rodzaju dodatku do tekstu drukowanego, co - Jego zdaniem - nieuchronnie prowadzi do marginalizowania jego roli społecznej. Pojawiają się też problemy będące konsekwencją braku jednolitości wspólnego frontu działania w zakresie digitalizacji. Powoduje to konsekwencje w postaci braku precyzji w doborze metadanych, niejednorodności pełnych tekstów oraz obniżeniu jakości procesów wyszukiwawczych obiektów cyfrowych. Brak linkowania do katalogów bibliotecznych ogranicza światowy obieg wytworzonych w Polsce dokumentów elektronicznych. Jego zdaniem, wzorce bibliotek cyfrowych są w Polsce bardzo odporne na akceptację zasady przyjmowania „najlepszych praktyk”. Brakuje też ośrodka koordynującego prace digitalizacyjne a zarazem wytyczającego kierunki działania w tym zakresie.

3. Maria Śliwińska i Sebastian Michałek (Międzynarodowe Centrum Zarządzania Informacją (ICIMSS) w Toruniu) przedstawili europejskie projekty dotyczące digitalizacji. Były to następujące projekty: w ramach IV Programu Ramowego: EXPLOIT, DEDICATE, LIBECON 2000; w ramach V Programu Ramowego: COINE, CULTIVATE, DELOS, MEMORIAL, PULMAN; w ramach VI Programu Ramowego: CALIMERA, MINERVA PLUS, DELOS + oraz projekty: CULTURE 2000 (w ramach eTEN) i projekt MICHAEL.

4. Grzegorz Gmiterek (UMCS) oraz Adam Dudczak (Poznańskie Centrum Superkomputerowo-Sieciowe) w wystąpieniu *Czego potrzebują Bibliotekarze 2.0 i co mogą dać informatycy* przedstawili idee sieci semantycznej realizowanej w tzw. Semantycznym Web-ie oraz korzyści wyływające z jej pełnego i częściowego wykorzystania i wdrożenia w programach budowy bibliotek cyfrowych. Niezależnie od pesymistycznego traktowania założeń semantycznego Internetu Autorzy wystąpienia uznali, że najważniejszą cechą sieci semantycznej jest to, że zawartość stron WWW jest zrozumiała nie tylko dla programów komputerowych, ale i dla ludzi. Biblioteka 2.0 realizuje ten postulat.

5. Remigiusz Lis i Agnieszka Koszowska (Biblioteka Śląska) oraz Małgorzata Waga (Biblioteka Uniwersytetu Śląskiego) przedstawili w postaci komunikatów przebieg prac nad tworzeniem Śląskiej Biblioteki Cyfrowej, Społeczną Pracownię Digitalizacji ŚBC oraz Forum i Blog Biblioteka 2.0. Zwrócono uwagę, że biblioteka cyfrowa jest tworzona i dostępna (zapośredniczona) poprzez sieć. Charakterystyczną cechą tej sieci jest nadmiar informacji, zaś zasobem deficytowym jest uwaga użytkownika. Aby ją zwiększyć dokonuje się tzw. zagęszczenia informacyjnego poprzez tworzenie odpowiednich klastrów, uatrakcyjniana się zasoby i usługi, dba się o różnorodność informacji biorąc pod uwagę szerokie spektrum użytkowników (pielęgnowanie tzw. długiego ogona), dba się o tzw. widoczność w sieci, tj. wysoką pozycję na listach rankingowych dzięki dużej liczbie linków-cytowań oraz promocja biblioteki.

Konferencji towarzyszyły prezentacje różnych firm. Organizatorzy konferencji zapowiedzieli, że materiały konferencyjne zostaną umieszczone w Śląskiej Bibliotece Cyfrowej (<http://www.sbc.org.pl/dLibra>).

Wiesław Babik  
Uniwersytet Jagielloński

## Spis treści

### I. ROZPRAWY, BADANIA, MATERIAŁY

Jacek Tomaszczyk STRATEGIE TERMINOLOGICZNE.....	3
Maria H. Kamińska INFOBROKERSTWO W POLSCE.....	13
Sebastian D. Kotuła OD WEB 1.0 DO BIBLIOTEKI 2.0.....	27
Jarostaw Pacek BIBLIOGRAFIA 2.0.....	35
Iwona Sójkowska, Filip Podgórski ELEKTRONICZNE ŹRÓDŁA INFORMACJI NAUKOWEJ W BIBLIOTEKACH SZKÓŁ WYŻSZYCH. BADANIA ANKIETOWE. Stan na 1 stycznia 2007 r.....	45
Anna Ajdukiewicz-Tarkowska METADANE W POLSCE NA TLE INICJATYW ZAGRANICZNYCH.....	59
Małgorzata Strychalska REKLAMA KSIĄŻKI JAKO REKLAMA SPOŁECZNA .....	85

### II. RECENZJE I OMÓWIENIA

MAŁGORZATA JASKOWSKA: PUBLIC RELATIONS BIBLIOTEK NAUKOWYCH W INTERNECIE Małgorzata Korczyńska-Derkacz .....	104
---	-----

### III. KRONIKA

ROLA KATALOGU CENTRALNEGO NUKAT W KSZTAŁTOWANIU SPOŁECZEŃSTWA WIEDZY W POLSCE Kamila Grzędzińska.....	109
BIBLIOTEKA 2.0. ZASOBY CYFROWE W NAUCE, KULTURZE I ADMINISTRACJI Katowice, 15 maja 2008 r. Wiesław Babik.....	113

## Contents

### I. THESIS, RESEARCH, MATERIALS

Jacek Tomaszczyk TERMINOLOGICAL STRATEGIES .....	3
Maria H. Kamińska INFOBROKERAGE IN POLAND.....	13
Sebastian D. Kotuła FROM WEB 1.0 TO LIBRARY 2.0.....	27
Jarostaw Pacek BIBLIOGRAPHY 2.0.....	35
Iwona Sójkowska, Filip Podgórski ELECTRONIC SOURCES OF INFORMATION IN ACADEMIC LIBRARIES. QUESTIONNAIRE SURVEY. STAGE ON JANUARY r, 2007 .....	45
Anna Ajdukiewicz-Tarkowska METADATA IN POLAND IN THE LIGHT OF FOREIGN INITIATIVES .....	59
Małgorzata Strychalska BOOK ADVERTISING AS SOCIAL ADVERTISING .....	85

### II. REVIEWS

MAŁGORZATA JASKOWSKA: PUBLIC RELATIONS OF RESEARCH LIBRARIES IN THE INTERNET Małgorzata Korczyńska-Derkacz.....	104
---	-----

### III. CHRONICLE

THE ROLE OF THE NUKAT CENTRAL CATALOGUE IN DEVELOPING KNOWLEDGE SOCIETY IN POLAND Kamila Grzędzińska.....	109
LIBRARY 2.0. DIGITAL SOURCES IN SCIENCE, CULTURE, AND ADMINISTRATION KATOWICE, MAY 15 <sup>th</sup> , 2008 Wiesław Babik.....	113

