

EIZ ve společenských vědách : zobecnění, specifika, zajímavosti

PETRA ŠEDINOVÁ

Ústřední knihovna Pedagogické fakulty Masarykovy univerzity v Brně
e-mail: sedinova@ped.muni.cz

Abstrakt:

Žádný vědecký obor se dnes neobejde bez seriózních elektronických informačních zdrojů. Jinak tomu není ani u společenských vědách. Mají společenské vědy svá specifika, zajímavosti ve světě EIZ? Známe informační potřeby uživatelů informací společenských věd? Umíme dostatečně propagovat EIZ humanitních oborů? Co vyplývá ze srovnání se zahraničím při poskytování zdrojů, poptávce, využití, propagaci zdrojů? Může nás ještě vůbec něco překvapit?

INFORUM 2006: 12. konference o profesionálních informačních zdrojích
Praha, 23. - 25.5. 2006

Úvod : o čem to bude

Společenské vědy zahrnují velice širokou škálu disciplín. Vše co se týká tzv. sociálního, lidského aspektu života překračuje rámec jediného vědního oboru a stejně tak i elektronické informační zdroje pro tuto oblast často jsou na pomezí společenských věd, umění a věd přírodních. Většina profesionálních informačních zdrojů rozlišuje nebo naopak spojuje kategorie **společenské vědy** (social sciences) např. sociální práce, sociologie, ekonomie, pedagogika... , **humanitní vědy** (humanities) např. jazyky, literatura a **umění** (arts) např. hudba, divadlo, film...

V následujícím textu se pokusím zobecnit specifika profesionálních elektronických informačních zdrojů (dále jen EIZ) a uživatelů společenských a humanitních věd.

1. Jsou společenské a humanitní disciplíny vědou?

Pokud se podíváme do nabídky databází producentů, databázových center pro oblast „Social Science & Humanities & Art“, najdeme nesrovnatelně menší nabídku titulů EIZ než pro vědy přírodní (např. databázová centra Dialog, STN). Z pohledu komerčního prodejce informačních zdrojů na tom není nic zvláštního – investují do toho, co se vyplatí, tedy prodá. Nabídka titulů producentů a prodejců profesionálních zdrojů realisticky odráží poptávku v nadnárodním kontextu. Země jako Česká republika není v této oblasti významným hráčem a velice těžko můžeme srovnávat situaci v informačních potřebách, vybavenosti např. vzdělávacích institucí informačními zdroji s nejvýznamnějším hráčem - USA. Přitom nabídka titulů profesionálních databází je v globalizovaném světě pro ČR i USA (kromě národních projektů) stejná.

2. Čím je zvláštní uživatel společenských a humanitních věd?

Rozsáhlý národní průzkum v USA (392 zúčastněných univerzit) „National Survey of Information Users in Colleges and Universities“, který v letech 2001-2002 organizovala The Digital Library Federation a the Council on Library and Information Resources, potvrzuje naprosto odlišné výchozí podmínky a jiné aktuální problémy amerických univerzit než v ČR a zároveň i určité nadnárodní znaky pro uživatele informací humanitních oborů.

Průzkum potvrdil vysoké procento využívání EIZ (pro potřeby výzkumu užívá 41,7% pro výuku 21,9% pro cvičení, úlohy při studiu 42,8% studentů a zaměstnanců fakult).

Ve zmíněném výzkumu bylo vyčísleno procentuální využívání klasických papírových zdrojů (užívá 97% studentů a zaměstnanců fakult) a elektronický zdrojů jako e-knihy, e-časopisy, online databáze (užívá 82% studentů a zaměstnanců fakult). Nejvíce konzervativní skupinou, která preferuje tištěné informace před elektronickými byli respondenti z humanitních oborů. I v takto informačně vyspělém prostředí je tedy pro informační producenty, prodejce EIZ cílová skupina uživatelů humanitních oborů méně zajímavá.

Kromě společenských věd, které se zabývají výzkumem (sociologie) nebo sledováním hospodářských ukazatelů, konkurencí (ekonomie), nehraje zásadní roli čas. Do velké míry nevdá pokud se k aktuálním novým informacím z této oblasti dostanu za týden za měsíc nebo za půl roku. Životnost odborných informací je ve společenských a humanitních vědách nepochybně delší než ve vědách přírodních a medicíně.

Na příkladu sledování 5-letého užívání multidisciplinární databáze Proquest na Masarykově univerzitě, můžeme potvrdit naznačené vzory chování uživatelů.

Pokud srovnáme využívání EIZ humanitně zaměřenými fakultami, tak trvale profilované oborové e-časopisy sledovali uživatelé fakulty sociálních studií, filozofické fakulty a ekonomicko-správní fakulty.

Poměru nejvyššího počtu přístupu a zároveň vysokého počtu zobrazených konkrétních článků dosahovaly pravidelně sbírky časopisů Academic Research Library, Proquest Research Library, Wilson Social Science Abstracts, ABI Inform.

Fakulty pedagogická a právnická po uvedené roky vykazovaly trvale nízké statistické hodnoty. Je otázka, co je pravou příčinou. Zda tato multioborová databáze tématicky nepokryla oblast dvou jmenovaných fakult nebo zda uživatelé prostě o zdrojích nevěděli nebo necítili potřebu zdroj využívat. Každopádně z jejich chování můžeme částečně usuzovat, že poptávku po odborných informacích v některých humanitních oborech naplňují tradiční tištěné dokumenty. Využití sbírek společenskovedních elektronických knih na MU (Gale, Wiley) byla potvrzena hlavně na fakultách, kde je poptávka po zásadních zahraničních titulech, protože nikdy nebyly do češtiny v klasické knižní podobě přeloženy (fakulta sociálních studií, ekonomicko-správní fakulta).

Citační rejstříky a další scientometrické ukazatele jsou pro řadu humanitních a uměleckých disciplín, které postrádají „měřitelnou“ exaktnost, problematickými standardy. Ukazatele typu míra estetického zážitku, kvalita didaktické úrovně, míra etického dopadu by zněly zastáncům dělení věd na „tvrdé“=ty pravé, přírodní vědy a „měkké“=ty přívazky, společenské a humanitní vědy, jako nepřijatelné. Tato výchozí situace je složitá i pro hodnocení kvality EIZ pro tuto oblast.

3. Komerční a volně dostupné EIZ pro společenské a humanitní vědy

Nabídka profesionálních EIZ nabízená ve zmiňované oblasti komerčními prodejci, je pestrá a nijak se svou nabídkou typů zdrojů neliší od nabídky pro jiné obory (bibliografické, plnotextové databáze, rozsáhlé digitální knihovny, e-knihy, e-časopisy..). Placené profesionální zdroje mají velkou výhodu v zaručené věrohodnosti, garanci kvality značky a uživatel nemusí řešit dilema kritického hodnocení jako u zdrojů volně dostupných na internetu. Řada vydavatelů, agregátorů přirozeně využívá propojení několika vlastních zdrojů, nebo díky fúzím s dalšími korporacemi, možnost propojování placených zdrojů i s volně dostupnými. Např. v databázi Literature online je přidána možnost vyhledávání v externí kolekci výkladových

slovníků - díky spolupráci firem Chadwyck Healey a Proquest. Také databáze Proquest nabízí možnost propojení na plný text přes technologii OVID LinkSolver do konkurenční databáze. Firma CSA, která zpřístupňuje např. knihovnickou databázi LISA rozšířila nové interface a vyhledávání o sbírku tzv. Community of Scholars, která je výsledkem spolupráce s akademickou sférou.

Zajímavý je pokus srovnání profesionálních, placených zdrojů s rešeršními stroji na internetu (např. Google) z hlediska vyhledávacích možností. Internetové vyhledávací stroje mají mnohem obtížnější pozici – mají nabídnout relevantní výsledky z prostředí, pro které je charakteristická početnost, rozmanitost a různorodá kvalita informací. Inovativní modely, experimenty ve vyhledávání najdeme především u nich, protože producent profesionální databáze musí vždy myslet na prodejnost a přívětivost rozhraní svého produktu. Tedy potřebuje aby i ten „méně technicky zdatný zákazník“ uměl s databází pracovat bez větších problémů. Vizualizační a další experimenty ve vyhledávání jako např. v internetových rešeršních strojích Exalead, Gigablas, Swicki, Dogpile, A9 kontrastují s relativně konzervativními možnostmi v profesionálních databázích.

Ve volném prostředí internetu, chce být každý, komu na tom záleží, samozřejmě nalezen. Není divu, že na internetové vyhledávače je i mnohem vyšší marketingový tlak. Výzkumy chování uživatelů při vyhledávání na internetu firmy IProspect potvrdily, že uživatele zajímají výsledky vyhledávání, které jsou umístěné maximálně do třetí strany (obrazovky). 62% uživatelů prohlíží pouze první stranu nahledaných výsledků, 90% uživatelů prohlíží první tři strany. Více jak první tři strany zobrazených výsledků vyhledávání prohlíží jen 10% uživatelů. Z průzkumů vyplývá, že uživatelé vykazují vysokou loajalitu ke konkrétním vyhledávacím strojům na internetu a 82% je ochotno svůj dotaz u jednoho použitého vyhledávacího stroje přeformulovat, pokud není spokojeno s výsledky vyhledávání.

4. Propagace EIZ : inspirace a provokace

Americké knihovny všech typů zažívají již několik let pro nás dosud nepředstavitelnou situaci, totiž doslova „boj o zrno“. Vyspělá informační infrastruktura, internet, digitalizace (a konzumní hodnoty) zapříčinily rostoucí odliv uživatelů z knihoven. Na americké knihovny je vyvíjen velký soutěživý, konkurenční tlak, který v českých poměrech zatím neznáme. Jedním příkladem konkurence akademickým knihovnám je zajímavý komerční kooperativní vydavatelský projekt Questia (producent Questia Media America, Inc. <http://www.questia.com>). Questia je rozsáhlá digitální knihovna e-knih, časopisů a článků pro společenské a humanitní vědy s možností dělání poznámek, výpisků, bibliografií přímo pod svým účtem do vlastního adresáře. Výběr cca 65 tisíc titulů e-knih od 250 vydavatelů prováděli univerzitní knihovníci. Projekt je cílený na studenty a vyučující vysokých škol a je zajímavé, že přístup k této kolekci není zajišťován prostřednictvím licenční smlouvy s univerzitou (univerzitní knihovnou), ale předplatné je pouze individuální (s možností výběru délky předplatného) a cenově přívětivé pro jednotlivé studenty. Digitální knihovna obsahuje pro americké studenty společenských věd zásadní učební texty, mohou si v nich dokonce podtrhávat a je jim přes internet dostupná kdykoli.

Propracovanou národní marketingovou kampaní na podporu čtení, užívání a zviditelnění amerických knihoven všech typů je od roku 2001 probíhající „@ your library™“ (<http://www.ala.org/ala/pio/campaign/campaignamericas.htm>).

Cílem této osvětové akce je i získat své čtenáře a uhájit si silné pozice ve zpřístupňování informací, vzdělávání. Paradoxně jsou zdůrazňované především konzervativní role a ikony spojované s knihovnami - tištěná kniha, příběhy, tradice.

Pro české knihovny je velkým vzorem ohromné spolkové a sponzorské zázemí, promyšlená organizace, distribuce instrukcí a materiálů pro tuto kampaň.

Dokladem výborně fungující kreativní spolkové knihovnické platformy (ALA, ACRL) je i řada smysluplných doporučení, metodik k propagaci, praktické výuce s EIZ (např. Guidelines for the Introduction of Electronic Information Resources to Users).

Pozitivní inspirací nejen z amerických, australských i západoevropských akademických knihoven jsou webovské průvodce, tutoriály pro užívání EIZ, e-slужeb knihoven a aktivity na podporu informační gramotnosti vůbec. Tradiční vzdělávací aktivity knihoven zaměřené na práci s informacemi jen rozšiřují témata elektronických informačních zdrojů a služeb.

Domnívám se, že v oblasti cílené propagace EIZ mají české knihovny ještě značné rezervy. Sponzorství, promyšlené marketingové kampaně nejsou příliš často spojovány s akademickými knihovnami, kde je potenciál pro využívání EIZ jednoznačně nejvyšší. Jak by se Vám líbila např. národní kampaň „Vejdi do světa e-zdrojů“ za metodické podpory knihovnických spolků SKIP, AKVŠ, SDRUK a osvědčených sponzorů? Příliš americké?

Myslím, že je rozumné být předvídavý a sázet na nové technologie, a že v 21. století je nejlepší cestou ke zviditelnění knihoven spoluúčast na realizaci digitálních projektů včetně jejich propagace, nikoli nostalgické nařikání po ztracených pozicích a hodnotách.

Použitá literatura:

- *Attitudes to search amongst experienced Internet users* [online]. Harvest Digital, 2006. [cit. 20. dubna 2006]. Dostupné z www: <www.harvestdigital.com>.
- *The campaign for America's libraries @ your library : toolkit for academic and research libraries : messages, ideas and strategies for promoting the value of our libraries and librarians in 21st century* [online]. ALA, 2003. [cit. 20. dubna 2006]. Dostupné z www: <<http://www.ala.org/ala/pio/campaign/academicresearch/academicresearch.htm>>.
- MARCUM, D. B.; GEORGE, G. Who uses what? *D-Lib Magazine* [online]. 2003, vol. 9, no. 10. [cit. 20. dubna 2006]. Dostupné z www: <<http://www.dlib.org/dlib/october03/george/10george.html>>. ISSN 1082-9873.
- *Media and PR : Library strategies, techniques, resources, tips and tools for library communicators* [online]. [cit. 20. dubna 2006]. Dostupné z www: <<http://www.ssdesign.com/librarypr/index.html>>.
- *Search engines user attitude* [online]. IProspect, 2004. [cit. 20. dubna 2006]. Dostupné z www: <www.iprospects.com>.
- *Search engines user behavior study* [online]. IProspect, 2006. [cit. 20. dubna 2006]. Dostupné z www: <www.iprospects.com>.

Inspirace na propagaci EIZ:

- At your Library : The Campaign for America's Libraries - <http://www.ala.org/ala/pio/campaign/campaignamericas.htm>
- Library - Media and PR : strategies, techniques, resources, tips, tools for library communicators <http://www.ssdesign.com/librarypr/index.html>
- Guidelines for the Introduction of Electronic Information Resources to Users - <http://www.ala.org/ala/rusa/rusaprotools/referenceguide/guidelinesintroduction.htm>
- e-Skills UNE <http://www.une.edu.au/library/infolit/index.htm>
- Gateway to Information Literacy Assesment - <http://www.usd.edu/library/ilgateway.cfm>
- Information Skills Online - <http://infoskills.mq.edu.au/>
- Informationskompetenz: frei zugänglicher online Kurs <http://w4.ub.uni-konstanz.de/ilias3/start.php>
- Library Instruction Tutorials : Library Instruction Round Table - <http://www3.baylor.edu/LIRT/lirtproj.html>
- Master Views International : Effective PowerPoint Presentations for International Audience <http://www.masterviews.com/index.htm>

- Merlot : Multimedia Educational Resource for Learning and Online Teaching
<http://www.merlot.org/>
- The Educator's Reference Desk : Information Literacy Lesson Plans -
http://www.eduref.org/cgi-bin/lessons.cgi/Information_Literacy
- The big 6 : Information Skills for Student Achievement - <http://www.big6.com/>
- University Libraries : Tutorials - <http://www.lib.unc.edu/instruct/tutorials.html>

Volně dostupné rozsáhlé weby s tematikou společenských a humanitních věd:

- HEANET: Information Resource Zones - <http://www.heanet.ie/index.php>
- Humbul humanities hub - <http://www.humbul.ac.uk/>
- PINAKE - rozcestník k oborovým portálům -
<http://www.hw.ac.uk/libWWW/irn/pinakes/pinakes.html>
- Research Resources in Social Science - <http://www.researchresources.net/>
- Social Science Research Network - <http://www.ssrn.com/>
- Social Sciences Virtual Library - <http://www.dialogical.net/socialsciences/index.html>
- SOCIOSITE : Social Science Information Systém - <http://www.sociosite.net/index.php>
- SOSIG : Social science Information Gateway - <http://www.sosig.ac.uk/>
- The WWW Virtual Library - Social sciences and Humanities - <http://vlib.org/>

Obrazové ukázky z propagačních kampaní amerických knihoven:

