

lyes is: az „információ politikai helytállóságának” tévútjára vezet, ami a „nem elégségesen demokratikus” államokra jellemző. Az emberi szabadság fontosabb, mint a cenzúra bármiféle előnye.

C

Egyfelől: A számítógépi technológia nemhogy kiszorítaná a könyvtárakat a történelem színpadáról, hanem még meg is növeli társadalmi szerepüket, feltéve hogy sikerül a könyvtári munka új paradigmáját megtalálni.

Másfelől: Már a jelenlegi nemzedék életében ki fognak szorulni a nyomtatott kiadványok az elektronikus publikációk térhódítása nyomán, és nem lesz szükség többé a könyvtárnak nevezett épületben az ismeretek közötti navigálásra.

D

Egyfelől: A számítógép nem fogja kiszorítani a könyvet, mint ahogy a könyv sem szorította ki a beszédet. A könyvtárak – ellentétben a „planetáris korporációkkal” – alkalmasak az ellátás hagyományos formáit újjal ötvözni. Értékük abban keresendő, hogy az internet információi kaotikusak, minőségi ellenőrzés nélküliek, illetve a bibliográfiai keresés bizonytalan benne.

Másfelől: A könyvtárak tudomásul kell hogy vegyék: az internet nem az ő állományukat egészíti ki, hanem az az ő állományuk. Azonban az új

eszközök használatába való bevezetést, az információk világában történő navigálást a „planetáris korporációk” jobban értik önáluk.

E

Egyfelől: A könyvtáraknak nem az a fő problémája, hogy nincs elég épületük, állományuk s berendezésük, hanem hogy hiányzanak a profi könyvtárosok. Ezt a hivatást komoly változások fenyegetik. Közülük a legfontosab: a szolid kulturális alap. Az „információs társadalom” könyvtárosának „hallania kell a kultúrát”. Ez az ő előnye a műszaki szakemberekkel szemben, akik csak a „számítógép hallására” képesek.

Másfelől: A könyvtárak tipikus figurája, akit olykor „könyvtári vénkisasszonynak” ábrázolnak, a múltba kerül. Ez a szakma haldoklik. Az „információs társadalomnak” nem könyvtárosokra van szüksége, hanem információs specialistákra, akik magas szintű felkészítést kapnak. Mégpedig olyan szintűt, amelyre a „könyvtáros iskolák és tanszék” egyáltalán képesek lennének.

/BAGROVA, Irina: Est' li u bibliotek buduše v XXI veke. Obzor angloázyčnoj literatury 90-h godov. = Bibliotekovedenie, 1. sz. 1999. p. 138–151./

(Futala Tibor)

Fundraising: hogyan teremtsünk kiegészítő anyagi alapokat?

A fundraising jellegzetesen amerikai tevékenység, amely társadalmi erőforrások mozgósításával igyekszik kiegészíteni vagy teljes mértékben fedezni egy-egy feladat költségvetési kereteit.

A szerző, aki a *Harvard University Library*-ben a német könyvek beszerzéséért felelős, saját tapasztalatai alapján vázolja fel azt a tíz szabályt, amelyek alkalmazásával sikerült eredményes stratégiát kialakítani pénzügyi kereteinek növelésére. Véleménye szerint minden könyvtáros képes lehet erre a tevékenységre; ő maga 1996 óta 200 000 dollárt szerzett intézménye számára.

Ahhoz, hogy egy egyetemi könyvtár mindazt beszerezhesse, amire szüksége van, meg kell növelnie a beszerzési keretét. Ezzel szemben egyre távol a megjelent címek és a könyvtárak által beszerezhető címek száma közötti szakadék. Ennek három oka van:

- az állandóan bővülő könyvtermés (1998-ban 78 042 cím jelent meg Németországban, ami eddigi csúcs),
- a valuták ingadozó átváltási kurzusa (ha pl. csak egyetlen centtel csökken a dollár értéke,

ez az adott beszerzési keretben 10 000 dolláros veszteséget eredményez),

- a drága könyvtárak (itt további terhet jelent a sorozatok és többkötetes művek megrendelése, ami hosszú távú elkötelezettséggel jár).

A Harvardon az a cél, hogy az oktatáshoz és kutatáshoz szükséges német kiadványok mindegyikét – jelenjenek meg bármilyen formában – beszerezzék. Ezt a célt azonban csak kiegészítő források megnyitásával lehet elérni.

A tíz alapszabály

1. *Válasz a miértre.* Mielőtt a könyvtáros elindítaná kampányát, alaposan indokolnia kell, *mi célból* van szüksége pénzre. Ezzel a válasszal kell meggyőznie az egyéneket és szervezeteket, hogy érdemes célt támogatni. A miért? kérdése állandóan napirenden lesz a kampány során.

2. *Megszerezni az anyaintézmény támogatását.* Anyagi és erkölcsi támogatásra van szükség ahhoz, hogy a kampány egyáltalán elindulhasson. A könyvtáros munkaidejének egy részét is igénybe

veszi. Az előjárókat, a fenntartókat meg kell győzni arról, hogy érdemes a kampányba befektetniük. A kampány során a részeredményekről folyamatosan tájékoztatni kell őket.

3. Rugalmasság és alkalmazkodóképesség. A „fundraiser”-ek, pláne az amatőrök, nem lehetnek mindig sikeresek. A könyvtárosok is – különösen eleinte – gyakran számíthatnak kudarcokra. Ez azonban nem kedvetleníti el őket, sőt, nagyobb optimizmussal és lendülettel kell folytatniuk az akciót. A kudarcból tanulva kell törni a pozitív eredményekre.

4. Alkalmazkodóképesség és az alkalmak megragadása. A könyvtárosok rendelkeznek azzal a képességgel, ami jellemzi a sikeres „fundraiser”-eket: gyorsan képesek gondolkodni, és járatosak nagy tömegű információ kezelésében. Ha egy kampányban valami jól funkcionál, arra több energiát kell fordítani, ha valami nem jár eredménnyel, sürgősen meg kell változtatni az akciót. Az alkalmazkodás fontos eleme a stratégiának.

5. Energia. A „fundraising”-hez inkább energiára, semmint időre – persze arra is – van szükség. A könyvtárosnak egyszerre kell ellátnia napi könyvtári feladatait, s lebonyolítani a kampányt. Szövegeket kell írnia, kapcsolatokat kell ápolnia. A legokosabb, ha valaki az erősségeire épít. Ha könnyen és jól ír, akkor többet bízson a körlevelekre és brosúrákra; ha ez nem megy, akkor használja a telefont, az e-mailt és a személyes találkozásokat stb.

6. Ügyelni a részletekre. A „fundraiser”-eknek tudniuk kell, hogy kis dolgoknak is nagy hatásuk lehet. Nem közömbös, hogy milyen egy körlevél megjelenése, hogyan cseng a szövege. Minden adományt időben meg kell köszönni. A beérkezett információkat fel kell dolgozni, a mozgékonyág mellett kitartóan koncentrálni kell az ügyre.

7. A távoli perspektívákat szem előtt tartani. Bár fontosak, mégsem szabad elveszni a részletekben. A sikeres „fundraiser” az amatőr kíváncsiságával néz körül a világban, s kreatív, szinte kimeríthetetlen alkotóerővel rendelkezik. Az ötletgazdag könyvtáros nem szűkölködik gondolatokban, de képes feladni azokat az elképzeléseket, amelyek nem célravezetőek. A sikeres kampány elsősorban az ötletek menedzselésétől függ.

8. Többszörös hasznosítás. Az egyszer elvégzett munka eredményét igyekezni kell többször is felhasználni: ezzel sok fáradságtól kíméljük meg magunkat. Egy-egy bekezdés, alfejezet más körlevélben vagy brosúrában is felhasználható. (A szerző két személyes példát hoz az egyszeri ráfordítás – többszörös hasznosítás elvére: részt vett a 100. bostoni maratonfutáson 1996-ban, s ezt az alkalmat egy támogatási akció elindítására ragadta meg; a harvardi német gyűjtemények történetének fejezeteit más-más kampányban vetette be.)

9. Az eredmények nyilvánosságra hozatala. Nemcsak arra van szükség, hogy megmagyarázzuk az adományozóknak, miért van szükségünk nagylelkűségükre; legalább ennyire fontos, hogy az adományokat nyilvánosságra hozzuk, s mondjuk meg azt is, mire fordítottuk őket.

10. Az adományozók körének szélesítése. Van, akik a nagy adományokra koncentrálnak, mások egyaránt megbecsülik a kis és nagy adományozókat. (A szerző az utóbbi nézetet képviseli.) Ha az ember a szerényebb és a nagyvonalúbb adományozói körrel is kapcsolatot teremt, ezzel kiszélesíti társadalmi bázisát: többen érezhetik úgy, hogy személyes erőfeszítésükkel hozzájárultak a cél eléréséhez. Ha több az adományozó, egyre több lesz a nagyobb adományok száma is. Az adomány nagysága attól is függ, hogyan kezeljük partnereinket.

* * *

A „fundraising” inkább művészet, mint tudomány. Jó érzéket és normális emberi hozzáállást tételez fel. Egyik fele közönségkapcsolatokból áll, a másik felét azonban az a munka teszi ki, amit el kell végezni, mielőtt a PR-re egyáltalán gondolni lehet.

/OLSON, Michael P.: Fundraising ab 2000: Erfolgreiche Strategien amerikanischer Universitätsbibliotheken. 1999. október 25./

(Papp István)

Úton az európai információs társadalom felé

Az új információs és távközlési technikák és technológiák mindinkább alterálják az emberek köz- és magánéletét. A születőben lévő információs társadalom globális jellegű, minthogy az információcserét függetleníti a határoktól.

A G 7-államok arra törekszenek, hogy ez a folyamat felgyorsuljon, illetve hogy ezzel párhuzamosan kiküszöböljék/csökkentsék ártalmas mellékhatásait. Az általuk kreált „nyolcparancsolatban” fele-fele arányban van jelen a gyorsítás és az óvó attitűd. Íme: