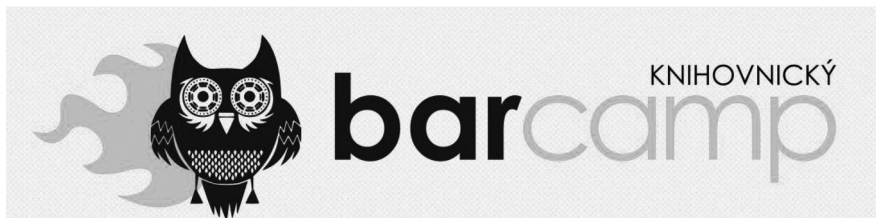


V Čechách mala premiéru otvorená knihovnícka (ne)konferencia



Témy navrhnuté samotnými účastníkmi, živá diskusia a problematika nových trendov a praxe v knihovníctve. Českí kolegovia pripravili prvý ročník takzvaného „barcampu.“

Medzinárodná sieť otvorených konferencií a workshopov s názvom barcamp je využívaná vo viacerých profesijných odboch. Národná technická knižnica v Prahe hostila 10. apríla 2013 prvý ročník takéhoto podujatia z oblasti knižničnej a informačnej vedy.

Program konferencie obohatili nielen odborníci z knižníc, ale aj z iných informačných inštitúcií. Okrem nich mali možnosť prispieť svojimi podnetnými prednáškami aj zástupcovia z iných odborov. Účastníci zaslali svoj námet na vlastnú prednášku a zaradili sa tak do otvoreného programu podujatia.

Hlavným organizátorom podujatia bola Sekcia experimentálneho knihovníctva. Generálnym parterom Národná technická knižnica v Prahe.

Aj my sme sa tejto konferencie zúčastnili a vďaka ústretovému prístupu českých kolegov sme vám v tomto čísle nášho časopisu priniesli vo forme príspevkov aj niektoré z tém, ktoré na podujatí odzneli. Nájdete ich na stránkach rubriky Informačné vzdelávanie, Informačné technológie a knižnice a Riadenie a marketing.

Olga Biernátová ako hlavná organizátorka Knihovníckeho barcampu nám viac povedala o vzniku podujatia, a nielen to...

Knihovníci svoj vlastný barcamp ešte nemali. Kde skrsla myšlienka zorganizovať takéto podujatie?

Barcampy je v ČR už pomerne hodne a poslednú dobu vznikajú také tematické barcampy. Celkovo je tento formát (ne)konferencie veľmi obľúbený a žádaný. Nápad na organizáciu toho knihovníckeho prišiel náhodou. Sedeli sme v kavárni s kolegou z Sekcie experimentálneho knihovníctva (ďalej SEX) a aktuálne som premýšľala nad podobnosťou knižníc a knihkupectví, tak jsem se ptala, kdy je nejbližší knihovnícká konference, kde bych mohla s tímto tématem vystoupit. A ukázalo se, že sezóna začíná až na podzim. Proto jsme si říkali, že ji zahájíme o kousek dřív. No a barcampový formát nám k SEXu seděl, rozhodli jsme se do tohoto experimentu jít.

Ako vznikol taký široký okruh prednášajúcich? Tridsaťšesť prezentácií je už značný zdroj inšpirácií a podnetov.

Zájem o Barcamp byl veliký, což nás opravdu těší. Je to ideální příležitost i pro začínající přednášející, protože se přihlásit může každý, není zde žádný konkurz, žádný filtr,

nikdo vám neřekne, že se jim vaše přednáška nehodí do programu. Zúčastnit se mohou prostě všichni. To bylo určitě velkým lákadlem a důvodem pro tak velký počet přihlášených přednášek.

Čo by ste poradili slovenským kolegom, aký „grif“, ktorý by pomohol uskutočniť podobné podujatie aj u nás?

Na Barcampu je úžasné, že neexistuje žádný recept na to, jak ho zorganizovat. Každý si ho může udělat po svém. Je to akce, kterou si tvoří a sestavují samotní účastníci. U nás je pravda Barcamp trochu organizovanější, než by měl být, ale jak říkám, každý ať si to udělá, jak se mu zamane. Určitě doporučuji nasbírat inspiraci z jiných barcampů, nebo prostudovat web barcamp.org.

Každé podujatie sa koná s určitým zámerom. Aký bol zámer vášho barcampu?

Cílem SEXu je experimentovat a zkoušet nové formáty, navíc jsme si taky chtěli zapřednášet, potkat se s ostatními, nasbírat inspiraci a nové nápady. Celé to vzniklo stylem „Hej, barcampy jsou super, pojďme si udělat taky jeden!“ A všichni se přidali, nadchli se, skvěle jsme se při tom bavili. Takže důvody nebyly nijak extrémně honosné, prostě jsme měli chuť to zkusit.

Prvý ročník Knihovníckeho barcampu už dopísal svoju históriu. Akými písmenami sa podľa vás zapíše do českých knihovníckych dejín? Bude sa písať i ďalšia? Aká je spätná väzba účastníkov?

Já doufám, že velkými a tučnými. Reakce na barcamp byly skvělé. Všichni si to užili, navázali nové kontakty, posunuli se dál. Doufám, že témata většinu účastníků nadchla a vzbudila v nich novou energii, chuť inovovat, zkusit něco nového. A jestli bude další? Určitě ano! I kdybychom to nedělali my, určitě to zorganizuje někdo jiný.

Dovoľte tiež krátky exkurz aj do vašej prezentácie na barcampe. Ja osobne by som ho nazvala knižnica verzus knihkupectvo. Môžete načrtnúť niečo viac?

Poslední dobou se všichni snaží vymyslet, co všechno by mohly ještě knihovny dělat, jaké nové akce a služby nabídnout. Máme takový záchvat inovace. Také často slyším, jak skvělé akce ta která knihovna pořádá, ale většinou se všichni potýkají s nízkou účastí a vymýšlejí, co s tím dělat. No a v této atmosféře mě přepadl pocit, že se trochu zapomíná na ten základ – půjčování knížek a základní služby s tím spojené. Tato oblast stagnuje, moc se nerozvíjí, jede se v zaběhlých modelech. To je velká škoda a podle mě zásadní chyba, protože lidi si opravdu

stále chodí do knihovny hlavně pro knížky, to se v blízké budoucnosti podle mě nijak nezmění. A tady můžeme najít podobnost s knihkupectvím. Komerční sféra je zaměřená na zisk, je dynamická a snaží se zákazníkovi maximálně usnadnit nákup, nabídnout zážitek, připravit službu tak, aby byla intuitivní. To knihovnám chybí. Určitě by se v tomto směru mohly od knihkupectvích hodně naučit. A platí to i naopak. I komerční sféra se má co učit od knihoven, ale o tom snad až někdy příště.

Nedávno ste sa rozhodli pre zmenu pracovnej oblasti a zakotvili ste vo vodách knihkupectiev. Čo vás k tomu viedlo? Kde vidíte najväčšie slabiny knižníc v oblasti služieb a prístupu k používateľom?

Je čas zkusit něco nového a hlavně se něco nového naučit. Práce v knihovně je úžasná, ale člověk má spoustu limitů, je těžké se rozvíjet. Marketáči tu většinou pracují pouze s malým množstvím peněz, možnosti využití různých reklamních formátů jsou omezené. Začala jsem se trochu „cyklit“ a tzv. „vařit z vody“. Chtělo to změnu. Navíc jsem už pracovala v nakladatelství, v knihovně, dělám v oblasti e-knih, konzultuji kampaňe začínajícím autorům a do téhle skládačky už mi chybí jen to knihkupectví. A tak jsem si vybrala (a oni si naštěstí vybrali mě) tu největší firmu, která na českém trhu je. Dostala jsem chuť na velkou výzvu!

Co se týče veřejných knihoven, tak velkou slabinou je už samotná prezentace knih. Vůbec celý proces půjčování je nezážitekový a automatizovaný. Je pravda, že funguje skvěle, ale dneska už to nestačí. Když jdu do knihovny, najdu si něco v katalogu, opíšu si signaturu, jdu do obrovského regálu, hledám, vytáhnu knihu a jdu si ji půjčit. Když jdu do knihkupectví, víc si ten výběr užiju. Nabídka je více a lépe rozdělená do žánrů, novinky a akční tituly mám vystavené zvlášť nebo obálkami dopředu, pracují také s trendy žánry a oddělí třeba severské detektivky, upíří romány nebo YA contemporary romance. V knihovně mám jen velký očíslovaný regál s beletrií, není to moc určené pro brouzdání. Také katalogy knihoven jsou určené spíše pro knihovníky než pro uživatele. Jsou přeplněné funkcemi, designově zaostalé, plné „knihovničiny“

(MDT, MARC pole – potřebuje něco takového běžný uživatel ve veřejné knihovně?). Jsou určené k tomu, aby člověk napsal název knihy a zjistil, kde je. Když si ale chci vybrat, co číst, tak jdu tam, kde mi nabídnou anotaci, hodnocení, velkou obálku. Jdu do e-shopů knihkupců, na blogy, na Goodreads. Proč toto nemít v katalogu? Pokud bychom se bavili o konkrétních službách, je velkou chybou, že se do knihovny nemohu běžně zaregistrovat online, že kartička do knihovny je zalaminovaný papír a nevypadá třeba jako kreditka, že nemohu platit kartou nebo přes online platební bránu, popř. formou sms. Otevírací doba knihovny je pro mě osobně nedostačující. Kvůli práci vlastně vůbec nemám šanci knihovnu navštívit. Také v oblasti marketingu jsou velké mezery a není to jen o penězích. Někdo mi do hodnocení přednášky napsal, zda si uvědomuji, že do knihovny chodí hlavně senioři a děti, kteří takové služby rozhodně nepotřebují. To byl pro mě opravdu šok, takový přístup nás nikam neposune.

Bližšie informácie o podujatí nájdete na <http://barcamp.knihovna.cz/>.

KTO JE OLGA BIERNÁTOVÁ?



Vystudovala Informační studia a knihovnictví na MU v Brně a v rámci studia byla členkou skupiny Guerrilla Readers. 5 let působila v Knihovně UTB jako marketingová manažerka a lektorka. V současné době pracuje ve společnosti Neoluxor Books, v nakladatelství Kniha Zlín, je nezávislým konzultantem v oblasti marketingu a učí na UTB a MU. Je zakládající členkou Sekce experimentálního knihovnictví, podílí se na organizaci vsetínského barcampu a konference Library Marketing Tuesday. Často přednáší a pořádá semináře. Profesionálně se věnuje především knižnímu marketingu, ale v minulosti spolupracovala také např. s H&M, Pietro Filipi, Retro Music Television, Baťovým institutem apod. Specializuje se zejména na social media marketing a branding. Miluje knihy, filmy, seriály a nepřepíná reklamy.

Eva Vašková

eva.vaskova@cvtisr.sk

