

Υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας και η διαχείριση της γνώσης στις βιβλιοθήκες, ως πόλοι ανάπτυξης τους

Εύα Σεμερτζάκη^[1]

^[1] Βιβλιοθηκονόμος MSc Αναπληρώτρια Προϊσταμένη της Βιβλιοθήκης Τράπεζα της Ελλάδος, Συντάκτρια, περιοδικό «Συνεργασία» esemertzak@bankofgreece.gr

^[2] Το παρόν άρθρο που δημοσιεύεται στο περιοδικό «Βιβλιοθήκες και Πληροφόρηση» βασίζεται στην ομιλία που έγινε στις 27 Ιανουαρίου 2011 κατά τη Συνδιάσκεψη του Υπουργείου Παιδείας για τις βιβλιοθήκες και τα αρχεία.

1. Εισαγωγή
2. Τί είναι προστιθέμενη αξία
3. Πώς οι βιβλιοθήκες δημιουργούν υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας
4. Ποιές υπηρεσίες δημιουργούν προστιθέμενη αξία στις βιβλιοθήκες
5. Η διαχείριση της γνώσης ως μια υπηρεσία προστιθέμενης αξίας
6. Οφέλη από τις υπηρεσίες αυτές για την ανάπτυξη των βιβλιοθηκών
7. Ποιά η στάση του επαγγελματία πληροφόρησης
8. Συμπεράσματα

Ευχαριστώ τους οργανωτές της σημερινής συνδιάσκεψης για την τιμή να με προσκαλέσετε για την παρούσα ομιλία. ^[2]

1. Εισαγωγή

Στο βιβλίο τους *Understanding knowledge as a commons: from theory to practice* (MIT Press, 2007) οι C. Hess & E. Ostrom (Nobel οικονομικών το 2009) υποστηρίζουν ότι για αιώνες οι επιστήμονες, φοιτητές και το γενικό κοινό βασίζονται στις βιβλιοθήκες, οι οποίες, ως κοινό σημείο αναφοράς (commons), τους εξυπηρετούν. Το commons στο βιβλίο αυτό ερμηνεύεται ως μία πηγή την οποία μοιράζεται μια ομάδα ανθρώπων για διαφορετικούς σκοπούς, οφέλη και αποτελέσματα. Σήμερα ο κύριος στόχος των βιβλιοθηκών - ως commons - είναι η εξυπηρέτηση των ομάδων χρηστών, λειτουργώντας ως ανθρωποκεντρικές/χρηστοκεντρικές και όχι 'συλλογοκεντρικές'.

Οι χρήστες των σημερινών βιβλιοθηκών είναι οι μαθητές που βοηθούνται για τις εργασίες του σχολείου και ενισχύουν τη δημιουργικότητά τους, οι φοιτητές για τις ακαδημαϊκές εργασίες τους, οι άνεργοι για να συμπληρώσουν το βιογραφικό τους στους υπολογιστές ή να παρακολουθήσουν μαθήματα υπολογιστών για να βρουν δουλειά, οι επαγγελματίες που αντλούν πληροφορίες για την ανάπτυξη της επιχείρησής τους ή για την ανεύρεση καινοτόμων επιχειρηματικών ιδεών, οι επιχειρηματίες, οι επιστήμονες, ερευνητές, εκπαιδευτικοί, οι εργοδότες για να λαμβάνουν σωστές αποφάσεις, οι εργαζόμενοι για να αποδίδουν αποτελεσματικότερα στην εργασία τους, οι γονείς για την πρόβουσα αλληλεπίδραση με τα παιδιά τους, οι άνθρωποι που καλύπτουν τον ελεύθερο χρόνο τους και αναζητούν πληροφορίες για τις διακοπές τους, οι απλοί πολίτες που επιζητούν την εξυπηρέτηση από την τοπική ή

κεντρική κυβέρνηση. Ο κατάλογος είναι μακροσκελής και εξαρτάται από το είδος της βιβλιοθήκης, από την πολιτική της και τη διάθεσή της να εξυπηρετήσει το κοινό της.

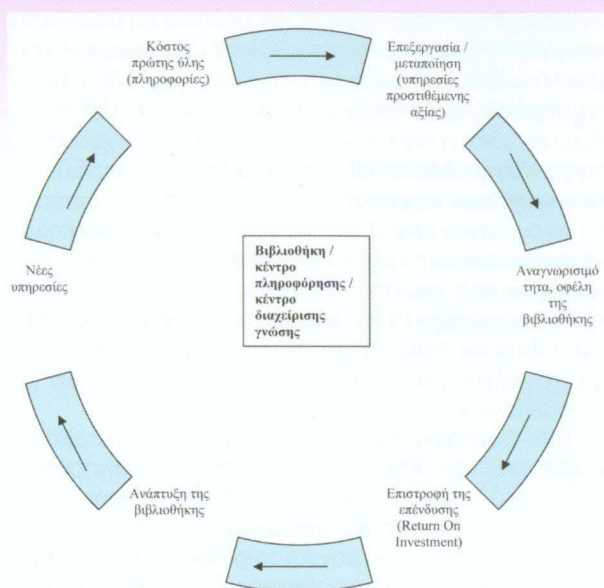
2. Τί είναι 'προστιθέμενη αξία'

Αναφέρουμε στην παρούσα ομιλία ότι οι βιβλιοθήκες προσφέρουν υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας, εισάγοντας στη συζήτηση έναν οικονομικό όρο. Σύμφωνα με τον ορισμό από το οικονομικό λεξικό I. Χρυσοβιτσιώτη & I. Σταυρακόπουλου προστιθέμενη αξία είναι «η αξία που προστίθεται στο κόστος της πρώτης ύλης κατά την επεξεργασία ή τη μεταποίησης της.»

Η πρώτη ύλη για τη βιβλιοθήκη είναι οι πληροφορίες που αντλούνται από τις πηγές της σε έντυπη και ηλεκτρονική μορφή, σε υλική και σε άυλη μορφή, τα δεδομένα και η άυλη γνώση των βιβλιοθηκονόμων πληροφόρησης που εξυπηρετούν το κοινό. Η πρώτη ύλη έχει κόστος για να αποκτηθεί, να οργανωθεί, να στεγαστεί, να εγκατασταθεί η τεχνολογική υποδομή αναφορικά με την ηλεκτρονική πρώτη ύλη, να πληρωθεί το προσωπικό και να καλυφθούν τα λειτουργικά έξοδα.

Όταν όμως η πρώτη ύλη, δηλαδή η πληροφορία επεξεργάζεται ή μεταποιείται, τότε αποκτά αξία που προστίθεται στο κόστος απόκτησής της. Επομένως, όταν η πληροφορία = πρώτη ύλη διαχέεται και μοιράζεται στους χρήστες, τότε μετουσιώνεται σε νέο αγαθό, επαναχρησιμοποιείται επεξεργασμένη και αποκτά νέα αξία. Άρα αυξάνεται η αξία της πληροφορίας, από την οποία επωφελείται ο χρήστης ως αποδέκτης και μεταποιητής της και η βιβλιοθήκη προσθέτει αξία στις πληροφορίες που διατηρεί, όταν τις διαβιβάζει στους πελάτες της.

Με τον τρόπο αυτό λειτουργεί ως επιχειρηματίας και ευθυγραμμίζεται με τους στόχους και την αποστολή του οργανισμού στον οποίο υπάγεται (εταιρεία, δήμος, πανεπιστήμιο, δημόσιος ή ιδιωτικός τομέας). Με τις υπηρεσίες που παρέχει αποδεικνύει την επιστροφή της επένδυσης (Return On Investment: ROI). Η βιβλιοθήκη επιστρέφει την επένδυση που έκανε ο γονεϊκός οργανισμός αγοράζοντας τις πρώτες ύλες και παρέχοντας υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας προς τους πελάτες. Προβαίνει σε απόσβεση του κόστους, επενδύοντας εκ νέου σε νέες υπηρεσίες. Το αποτέλεσμα του κύκλου αυτού είναι η περαιτέρω ανάπτυξη της βιβλιοθήκης σε ανταπόδοση των ωφελειών προς την επιχείρηση/οργανισμό σε ένα συνεχή κύκλο ανάπτυξης.



Κύκλος ανάπτυξης της βιβλιοθήκης με υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας

3. Πώς οι βιβλιοθήκες δημιουργούν υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας

Για να δημιουργήσει υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας (ΥΠΑ) ο διαχειριστής πληροφορίας (information manager) λειτουργεί ως επιχειρηματίας που βρίσκει ευκαιρίες για να προσθέσει αξία, προσδιορίζοντας πού επενδύει τα χρήματα ο γονεϊκός οργανισμός. Πρέπει να θέσει τα πλαίσια των υπηρεσιών που επιθυμεί να προσφέρει, προσδιορίζοντας:

- Ποιό είναι το επιδιωκόμενο αποτέλεσμα,
- Ποιές γνώσεις και πληροφορίες χρειάζονται για την επίτευξη του αποτελέσματος,
- Ποιές επιλογές πρέπει να γίνουν για να αναδειχθούν οι υπηρεσίες και η προστιθέμενη αξία τους, ο Πώς περιγράφουν οι πελάτες τις υπηρεσίες ως πρωτότυπες (brand) αξίες,
- Πώς επικοινωνούνται οι πρωτότυπες (brand) αξίες για να γίνουν αντιληπτές στο στοχευμένο ακροατήριο,
- Πώς περιγράφεται η προστιθέμενη αξία των υπηρεσιών που παρέχονται και πώς η βιβλιοθήκη συνδράμει στην επιτυχία του οργανισμού,
- Πώς μετράται η αποδοχή των πελατών για τις παρεχόμενες υπηρεσίες.

Για να παρέχει όμως η βιβλιοθήκη υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας πρέπει να γνωρίζει τους δυνητικούς πελάτες της. «Ποιοί είναι οι δυνητικοί πελάτες?», «Ποιοί είναι οι πελάτες σήμερα και γιατί?». Αν η απάντηση στην πρώτη ερώτηση είναι «οποιοσδήποτε», τότε η απάντηση στη δεύτερη ερώτηση είναι «δεν γνωρίζω» (Hendriks 2006, p. 18). Η βιβλιοθήκη λοιπόν πρέπει να κατηγοριοποιήσει τους χρήστες των υπηρεσιών της για να προσδιορίσει ποιοί σχετίζονται με την επιστροφή της επένδυσης (ROI). Οι πελάτες σε μία επιχείρηση θα ήταν:

- οι εργαζόμενοι που χρησιμοποιούν την πληροφορία για δικό τους όφελος,
- οι εργαζόμενοι που λαμβάνουν οδηγίες και τις χρησιμοποιούν προς όφελός τους, αλλά και για να

προσδώσουν ιδιαίτερο τόνο στην εργασία τους,
 iii. οι εργαζόμενοι που πρέπει να συνδυάσουν τις πηγές πληροφοριών για να μπορέσουν να εκτελέσουν τα επαγγελματικά τους καθήκοντα, έχοντας αντίκτυπο στην ποιότητα, αξιοπιστία, επικαιρότητα της πληροφορίας,

iv. οι εργαζόμενοι που βρίσκουν τις πληροφορίες σε πολλές πηγές, τις συνδυάζουν, αλλά και αναζητούν συμβουλευτική πριν καταλήξουν σε συμπεράσματα που επηρεάζουν την εργασία τους.

Από τις πιο πάνω τέσσερις (4) κατηγορίες πελατών οι δύο τελευταίες προσθέτουν αξία στη χρήση των υπηρεσιών πληροφόρησης. Αυτά τα παραδείγματα κατηγοριοποίησης χρηστών αναφέρονται για να γίνει αντιληπτό πόσο οι βιβλιοθήκες παρέχουν υπηρεσίες που δημιουργούν προστιθέμενη αξία.

4. Ποιές υπηρεσίες δημιουργούν προστιθέμενη αξία για τις βιβλιοθήκες

Οι βιβλιοθήκες προσφέρουν υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας με ποικίλους τρόπους όπως:

Ο επαγγελματίας πληροφόρησης που ενημερώνει σωστά όσους λαμβάνουν αποφάσεις, προσθέτει αξία στη βιβλιοθήκη και στο γονεϊκό οργανισμό. Όσο πιο ενημερωμένοι είναι οι ασκούντες πολιτική και οι αποφασίζοντες, τόσο πιο λίγα θα είναι τα λάθη που κάνουν.

Όταν ο πελάτης επισκέπτεται τη βιβλιοθήκη, αναζητά πηγές για να καλύψει τις πληροφοριακές ανάγκες του. Όταν όμως η βιβλιοθήκη παρέχει τις πληροφορίες στο χώρο εργασίας ή έρευνας, προσφέρει υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας. Για παράδειγμα, έτσι ενεργεί η βιβλιοθήκη όταν αγοράζει και ενεργοποιεί την πρόσβαση σε ηλ. -πηγές μέσω intranet, internet ή portal. Η απόκριση χρήστη της βιβλιοθήκης στην οποία εργάζομαι σε σχόλιο για τη μη τακτική επίσκεψή του στη βιβλιοθήκη, ήταν ότι γνωρίζει πώς κάθε φορά που άνοιγε την ηλ. - έκδοση των Financial Times γνώριζε ότι η βιβλιοθήκη κρύβεται πίσω από την ενεργοποίηση της πρόσβασης. Πραγματικά σήμερα οι βιβλιοθήκες φαίνονται άδειες από επιτόπιους επισκέπτες, αλλά το προσωπικό υποστηρίζει την έρευνα και παρέχει πληροφορίες, χρησιμοποιώντας τις Τεχνολογίες της Πληροφορίας και της Επικοινωνίας.

Όταν ο βιβλιοθηκονόμος παρέχει ΥΠΑ και δεν επαναπαύεται στην απλή παροχή οδηγιών «αναζήτησε στον OPAC», αλλά προετοιμάζει την απάντηση στο πληροφοριακό ερώτημα του χρήστη, τότε συντελεί στην αποταμίευση χρόνου και χρήματος για τον χρήστη και κατ' επέκταση για τον οργανισμό στον οποίο ο χρήστης εργάζεται. Με τις έρευνες και τα ερωτηματολόγια που διενεργούνται, οι βιβλιοθήκες αποτιμούν για τον τρόπο με τον οποίο συμβάλλουν με το περιεχόμενό τους, για παράδειγμα, σε μία πρόταση που έκανε ο χρήστης προς τον οργανισμό του και έγινε αποδεκτή, σε μία ομάδα που κάλυψε τους στόχους της και παρήγαγε έργο χρησιμοποιώντας το περιεχόμενο της βιβλιοθήκης, σε ένα έργο που τελείωσε εγκαίρως και με λιγότερα χρήματα εξ αιτίας της χρήσης των πληροφοριακών πόρων της βιβλιοθήκης. Επιπλέον αποδεικνύεται ότι η βιβλιοθήκη ευ-

θυγραμμίζεται με τους στόχους του οργανισμού.

Οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες της βιβλιοθήκης, για παράδειγμα «Ρωτήστε ένα βιβλιοθηκονόμο» και «Συχνές ερωτήσεις» είναι υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας, επειδή διευκολύνουν τον απομακρυσμένο χρήστη να εξυπηρετηθεί, χωρίς αναγκαστικά να επισκεφτεί τη βιβλιοθήκη, αποταμιεύοντας πολύτιμο χρόνο.

Όταν η βιβλιοθήκη αντιμετωπίζει τον πελάτη εξατομικευμένα, επικεντρώνεται στο συγκεκριμένο ερώτημά του και του δίνει την εντύπωση ότι είναι μοναδικός, παρέχει ΥΠΑ.

Όταν η βιβλιοθήκη κεντρίζει και καλλιεργεί τη δημιουργικότητα των παιδιών με κατασκευές και εκπαιδευτικά προγράμματα, όπως τα Μαγικά Κουτιά της Βέροιας, προσφέρει ΥΠΑ, επειδή επενδύει στο μέλλον των παιδιών.

Όταν ο επιχειρηματίας/επιτηδευματίας παρακολουθεί μαθήματα Η/Υ της βιβλιοθήκης, θα αποκτήσει το κίνητρο και τις δεξιότητες να επεκτείνει την επιχείρησή του στο ηλεκτρονικό εμπόριο.

Όταν ο μελισσοκόμος (παράδειγμα της κ. Σ. Τσάφου) λάβει πληροφορίες από τη βιβλιοθήκη και δημιουργήσει σύγχρονη μονάδα μελισσοκομίας, η βιβλιοθήκη του πρόσφερε ΥΠΑ.

Είναι σημαντικό ο διαχειριστής πληροφορίας (information manager) να γνωρίζει την αποστολή και τους στόχους του οργανισμού και να έχει σαφή εικόνα της ροής γνώσης και πληροφορίας που σχετίζεται με τις δραστηριότητες του οργανισμού.

Οι υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας και η επιστροφή της επένδυσης (ROI) δεν είναι μόνο ένας απόλυτος αριθμός στη μετρική των βιβλιοθηκών, όπως ο αριθμός χρηστών τους, πόσο συχνά οι χρήστες έχουν πρόσβαση σε βιβλία και περιοδικά ή ποιός είναι ο αριθμός δανεισμών. Πρέπει να αποδείξει η βιβλιοθήκη πώς συμβάλλει στο όραμα και στην αποστολή του οργανισμού, πράγμα που δεν είναι εύκολο. Η ROI απαιτεί να συνδυάζει και να αναλύει ποσοτικές και ποιοτικές ιστορίες χρηστών. Για παράδειγμα, όταν η βιβλιοθήκη αιτείται την οργάνωση μιάς εκδήλωσης, η πρώτη ερώτηση του διευθυνόντος είναι η επιστροφή της επένδυσης: τί θα αποκομίσει ο οργανισμός σε ανταλλαγή για την εκδήλωση (ανταποδοτικά οφέλη).

5. Η διαχείριση της γνώσης ως μια υπηρεσία προστιθέμενης αξίας

Το επόμενο στάδιο ανάπτυξης της βιβλιοθήκης είναι η διαχείριση της γνώσης. Επιπλέον της συγκέντρωσης και οργάνωσης δεδομένων και πληροφοριών, οι βιβλιοθήκες αναλαμβάνουν το καθήκον να οργανώσουν συστηματικά τη γνώση που διακινείται στο γονεϊκό οργανισμό, με σκοπό την επαναχρησιμοποίησή της για τη δημιουργία νέας γνώσης. Χαρακτηριστικά αναφέρεται ότι «ορισμένοι άνθρωποι αγαπούν τη διαχείριση της γνώσης, άλλοι τη μισούν, άλλοι λένε ότι την εφαρμόζουν ανέκαθεν, αλλά λίγοι άνθρωποι είναι δυνατόν να την αγνοήσουν».

Διαχείριση της γνώσης (ΔΓ, knowledge management) είναι η δημιουργία, εξασφάλιση, συλλογή, συντονισμός, συνδυασμός, κωδικοποίηση, μοίρασμα, ανάκτηση, χρησιμοποίηση εκ νέου και διανομή της

γνώσης. Η γνώση είναι καθαρά ανθρώπινη διεργασία και προϊόν πνευματικό, που βρίσκεται κρυμμένη στο μυαλό των ανθρώπων που την κατέχουν. Η ΔΓ αφορά τη σύνδεση ανθρώπων με ανθρώπους, επειδή οι άνθρωποι είναι η κινητήριος δύναμη για τη δημιουργία της γνώσης. Με τη ΔΓ κτίζονται ανθρώπινα δίκτυα που κατέχουν τη γνώση. Ο οργανισμός χρησιμοποιεί το πνευματικό κεφάλαιο, τη γνώση, για να δημιουργήσει οικονομική αξία προς όφελος και πρόοδο των κατόχων της γνώσης και του οργανισμού. Putting OUR knowledge to work είναι το σύνθημα της Special Libraries Association. Η γνώση χρησιμοποιείται ως εργαλείο για τη βελτίωση της εργασίας των βιβλιοθηκονόμων.

Ένα σύστημα διαχείρισης γνώσης περιλαμβάνει ενδεικτικά: τον OPAC, υπηρεσίες Web 2.0, υπηρεσίες «Ρωτήστε ένα βιβλιοθηκονόμο», «Συχνές ερωτήσεις», υπηρεσίες τρέχουσας ενημέρωσης (current awareness services), ηλεκτρονικά περιοδικά, αποθετήρια γνώσης του οργανισμού, intranet με τη μηχανή αναζήτησης, ταξονομίες (εσωτερικό εργαλείο της ΔΓ, ελεγχόμενο λεξιλόγιο στο online περιβάλλον της ΔΓ, όπως ο θησαυρός), τεχνολογίες, διαχείριση ενεργών αρχείων, εκδόσεις του οργανισμού, σύστημα διαχείρισης εγγράφων, κοινότητες χρηστών με κοινά ενδιαφέροντα.

Οι βιβλιοθήκες ως κέντρα πληροφόρησης και δυναμικά ως κέντρα ΔΓ λειτουργούν ως μεσολαβητές που συνδέουν ανθρώπους μεταξύ τους. Είναι το σημείο αναφοράς όπου ένας χρήστης συνδέεται με άλλο για να απαντηθεί το πληροφοριακό ερώτημά του. Προκειμένου να παρέχει ποιοτικό επίπεδο πληροφόρησης, ο βιβλιοθηκονόμος φέρνει σε επικοινωνία τον πελάτη με άλλο εργαζόμενο στον οργανισμό ή τμήμα τα του οργανισμού και είναι η αιτία συνεργασιών με θετικά οφέλη για τους συμβαλλόμενους. Δημιουργεί ανθρώπινα κανάλια και ανθρώπινα δίκτυα, είναι ο knowledge broker και ο μεσίτης της γνώσης που συνδέει ανθρώπους μεταξύ τους, ως βασικό συστατικό της ΔΓ. Έτσι μεταβάλλεται σε διαχειριστή της γνώσης (knowledge manager) και η βιβλιοθήκη σε κέντρο διαχείρισης της γνώσης.

6. Ποιά τα οφέλη από τις υπηρεσίες αυτές για την ανάπτυξη των βιβλιοθηκών

Η βιβλιοθήκη:

Εξοικονομεί χρόνο και ανθρωποώρες που μεταφράζονται σε χρήμα και χρηματικές αξίες για τον χρήστη, ως αποδέκτη της σωστής απάντησης στις πληροφοριακές ανάγκες του.

Δίνει τη σωστή πληροφορία, στο σωστό χρήστη, τη σωστή στιγμή για να ικανοποιήσει την πληροφοριακή ανάγκη του,

Παρέχει εξατομικευμένες υπηρεσίες με τις απαντήσεις να αποδεικνύουν ότι κάθε χρήστης αντιμετωπίζεται ως μοναδική περίπτωση.

Επωφελείται από την αύξηση του βαθμού ικανοποίησης των χρηστών. Η αποδοχή από τους τελικούς χρήστες είναι η θετική απόδειξη των ΥΠΑ που εκφράζονται σε οφέλη για τους ίδιους.

Αυξάνει την ορατότητα, αξιοπιστία και αναγνωρισιμότητά της ως κέντρο πληροφόρησης, έμπιστο, έγκυρο και αντικειμενικό.

Ευθυγραμμίζεται με τους σκοπούς του οργανισμού που εξυπηρετεί και αποδεικνύει ότι είναι αναγκαίο και αναπόσπαστο τμήμα του οργανισμού, τον οποίο πείθει ότι αξίζει να την υποστηρίξει.

Συντελεί στη λήψη ορθών αποφάσεων από τον οργανισμό. Ο σωστά πληροφορημένος manager κάνει λιγότερα λάθη.

Η υποστήριξη από τον γονεϊκό οργανισμό συντελεί στην αποκόμιση ωφελειών, σε οικονομικούς πόρους που βοηθούν την περαιτέρω ανάπτυξη και βελτίωση των υπηρεσιών.

7. Ποιά η στάση του επαγγελματία πληροφόρησης

Με τις ΥΠΑ ο ρόλος του επαγγελματία πληροφόρησης αλλάζει ριζικά. Η SLA ορίζει τον επαγγελματία πληροφόρησης ως τον ειδικό στις πηγές πληροφόρησης που συγκεντρώνει, αναλύει, αποτιμά, διαχέει τις πληροφορίες για να διευκολύνουν την ακριβή λήψη αποφάσεων σε εταιρικό, ακαδημαϊκό και κυβερνητικό περιβάλλον. Ο όρος επαγγελματίας πληροφόρησης περιλαμβάνει διαχειριστές γνώσης, επικεφαλής διευθυντές πληροφόρησης (chief information officer), δημιουργούς ιστοσελίδων, μεσίτες πληροφοριών (information brokers) και συμβούλους.

Ο επαγγελματίας πληροφόρησης παρέχει υπηρεσίες προς όφελος του πελάτη. Κατανοεί τις πληροφοριακές ανάγκες του και απαντά επακριβώς στα ερωτήματά του. Διενεργεί μετρήσεις απόδοσης για να εκτιμήσει την προσφορά πληροφοριών και συνεχώς βελτιώνει και προσαρμόζει τις πηγές και υπηρεσίες πληροφόρησης για να παραμένουν επίκαιρες. Γνωρίζοντας τις πηγές πληροφόρησης της βιβλιοθήκης του και παρέχοντας πρόσβαση σε αυτές παρακολουθεί τις τεχνολογικές εξελίξεις για να τις βελτιώνει και να τις εκσυγχρονίζει.

Εκτός από τις επαγγελματικές, σημαντικές είναι οι προσωπικές δεξιότητες όπως στάσεις, αξίες, ικανότητες και ήθος, αλλά και ελαφρές δεξιότητες (soft skills) όπως ικανότητες διοίκησης και ηγεσίας, ανθρώπινη συμπεριφορά και διάδραση, ικανότητες διδασκαλίας και μετάδοσης γνώσεων, ομαδική εργασία και συντονισμός. Ο επαγγελματίας πληροφόρησης λειτουργεί προνοητικά, ως Προμηθέας, διαγιγνώσει τις τάσεις ανάπτυξης της κοινότητας που εξυπηρετεί, βρίσκεται σε εγρήγορση, ο ρόλος του είναι αυξημένος και απαιτητικός. Προωθεί τις υπηρεσίες της βιβλιοθήκης με τεχνικές marketing και δεν κάθεται ως παθητικός αποδέκτης πίσω από ένα γραφείο, περιμένοντας τον χρήστη να ανοίξει την πύλη της βιβλιοθήκης και να μπει μέσα. Αντίθετα βγαίνει εκείνος έξω από τη βιβλιοθήκη, προσεγγίζοντας τους χρήστες στο χώρο εργασίας και ζωής τους, στο σχολείο, στη διασκέδαση, στο σταθμό του τρένου για να γνωστοποιήσει τις υπηρεσίες της βιβλιοθήκης, προσαρμόζοντας τις στους χρήστες, προσθέτοντας αξία και εκμεταλλευόμενος στο έπακρο το κόστος και την επένδυση του οργανισμού για τη λειτουργία και τις πηγές της βιβλιοθήκης.

Ο επαγγελματίας πληροφόρησης ενστερνίζεται το δραστήριο επιχειρηματικό πνεύμα και καταλαβαίνει ότι οι βιβλιοθήκες πρέπει να συμμετέχουν ενεργά στην υγιή επιχειρηματική δράση της εταιρείας. Πρέ-

πει να αποδώσει τον παθητικό ρόλο του απλού παροχέα πληροφοριών.

7. Συμπεράσματα

Οι βιβλιοθηκονόμοι για να επιζήσουν στο έντονο και ανταγωνιστικό περιβάλλον της Google και του Internet και για να προσελκύσουν τη Net Generation σε περιόδους οικονομικής δυσπραγίας θα πρέπει να διαθέτουν ανοικτό τρόπο σκέψης και να μην περιμένουν τους χρήστες να έλθουν σε αυτές. Είναι σημαντικό να βγούν εκεί έξω, να προσεγγίσουν τους χρήστες και να 'πιάσουν' τον παλμό των αναγκών τους, να διαφημίσουν τα προϊόντα τους, να αποδείξουν ότι παρέχουν ΥΠΑ, άρα ο χρήστης θα ωφεληθεί αν χρησιμοποιήσει εικονικά ή πραγματικά τη βιβλιοθήκη.

Η βιβλιοθήκη πρέπει να γίνει ορατή στον οργανισμό για να την προσέξει και να την υποστηρίξει. Πρέπει να διεκδικήσει την κεντρική θέση στην αλυσίδα της πληροφορίας ως ο εγκυρότερος πάροχος πληροφοριών και διαχειριστής γνώσης. Άρα η επιδίωξη της βελτίωσης της βιβλιοθήκης είναι συνεχής, αρκεί να υπάρχει διάθεση από το ανθρώπινο δυναμικό. Άκρως απαραίτητη είναι, βέβαια, η υποστήριξη από το γονεϊκό οργανισμό.

Οι βιβλιοθηκονόμοι είναι οι διαχειριστές της γνώσης και η βιβλιοθήκη μεταμορφώνεται σε κέντρο διαχείρισης της γνώσης. Με τη ΔΓ η βιβλιοθήκη δημιουργεί αξία, επειδή συντελεί στην ανάπτυξη και υλοποίηση των στρατηγικών στόχων του γονεϊκού οργανισμού. Αναπτύσσεται πιο πολύ, εδραιώνει τη θέση της, αποκτά νέο κύρος, αξία, η ίδια έχει προστιθέμενη αξία, επειδή η πρώτη ύλη είναι η γνώση, σύμφωνα με τον ορισμό της προστιθέμενης αξίας και προασανατολίζεται σε νέους τομείς ανάπτυξης.

Τελειώνοντας τονίζεται η σημασία της ΔΓ ως τον παρόντα και μελλοντικό τρόπο ανάπτυξης της βιβλιοθήκης. Η ΔΓ δίνει άλλη διάσταση στη βιβλιοθήκη ως κέντρο της κοινότητας που εξυπηρετεί. Αν οι βιβλιοθήκες δεν αδράξουν τις ευκαιρίες που τους τίθενται και συνεχίσουν να λειτουργούν με τον παραδοσιακό τρόπο να καλύπτουν ως απλή διεκπεραίωση τις απαιτήσεις των χρηστών και όχι προνοητικά ως ενεργά μέλη του οργανισμού, τότε το κέντρο πληροφόρησης εύκολα μπορεί να θεωρηθεί γενικά έξοδα και να καταργηθεί, όπως έχουμε πολλαπλά παραδείγματα σε όλο τον κόσμο, όπως στις ΗΠΑ και στο Ηνωμένο Βασίλειο. Πρέπει να αναγνωριστεί ότι αποτελεί ουσιώδες και στρατηγικό κεφάλαιο της επιχείρησης που έχει αξία και αποδίδει οφέλη στο κοινό.

Βιβλιογραφία

1. He, L. & Chaudhuri, B. & Juterbock, D. (2009), "Creating and measuring value in a corporate library", Information Outlook, Vol. 13, No. 2 (March 2009), pp. 13-16.
2. Hendriks, B. & Wooller, I. (2006), "Establishing the return on investment for information and knowledge services", Business Information Review, Vol. 23, No. 1, pp. 13-25.
3. Mi, J. & Nesta, F. (2006), "Marketing library services to the Net Generation", Library Management, Vol. 27, No. 6/7, pp. 41 1-422.
4. Scotti, G. J. (2010), "Proving value and return on investment", Information Outlook, Vol. 14, No. 4 (June 2010), pp. 22-24.
5. Semertzaki, E. (2011), Special Libraries as Knowledge Management Centers, Chandos Publishing, London (forthcoming).