

ČASOPISNI ARHIVI IN KOMERCIALIZACIJA

Zvone Štor *

UDK: 070:930.253.003

Zvone Štor: Časopisni arhivi in komercializacija. Tehnični in vsebinski problemi klasičnega in elektronskega arhiviranja. Tehnični in vsebinski problemi klasičnega in elektronskega arhiviranja. Zbornik referatov z dopolnilnega izobraževanja, Maribor 4/2005, št. 1, str. 224-229.

Izvirnik v slovenščini, izvleček v slovenščini in angleščini, povzetek v angleščini.

Medijske dokumentacije morajo v času elektronskih komunikacij bistveno spremeniti način dela, v določenih primerih celo nekatere dogodke vnaprej predvidevati. Že pogled na nabor funkcionalnosti, ki jih ponujajo posamezni časopisni arhivi, nam povejo marsikaj o njihovih ambicijah. Vedno bolj jasno se kaže perspektiva, da zbiranje člankov ni dovolj. Internetno razvjen uporabnik je namreč temelj nove arhivske stvarnosti.

UDC: 070:930.253.003

Zvone Štor: Newspaper Archives and Commercialization. Technical and Field Related Problems of Traditional and Electronic Archiving. Conference Proceedings, Maribor 4/2005, No. 1, pp. 224-229.

Original in Slovenian, abstract in Slovenian and English, Summary in English.

In the era of electronic communications media documentations have to change their working methods dramatically, and in some cases they even have to predict events. Already the functioning of individual newspaper archives tells us about the ambitions of a newspaper archive particularly. More and more we discern that the gathering of articles alone is not sufficient. The basis of a new archive reality is the user spoiled by Internet.

ČASOPISNI ARHIVI IN KOMERCIALIZACIJA

Samo komercialno zasnovani časopisni arhivi imajo možnost za preživetje, glavni problem pa nastane pri oblikovanju cene storitev in pri vzgoji uporabnikov. V Sloveniji se pač pogosto pojavlja nevoščljivost in »vrtičkarski princip« reševanja problemov. Najhujša bi namreč bila cehovska združenja, ki bi z dogovorno politiko držala cene storitev astronomsko visoko, torej dostopne samo posvečenim. Čeprav se to čudno sliši, lahko dejansko slovenski zaostanek na področju sodobnih elektronskih arhivov obrnemo sebi v prid, če se le učimo na napakah drugih.

IZKUŠNJE PO SVETU

V Ameriki se je 10 največjih medijev združilo in definiralo pravila uporabe časopisnih arhivov. Cena 2 dolarja za vpogled v članek se jim ni zdela pretirana. Danes je stanje tako, da njihove arhive uporabljajo le pristopni mediji (običajno gre za kompenzacije in medmedijske "usluge"), svobodnim novinarjem ter predvsem raziskovalcem, študentom in dijakom pa tak način ne dopušča veliko manevrskega prostora. Ali bi lahko iz tega sklepali, da so ameriški arhivi namenjeni sami sebi?

* *Zvone Štor, programer, organizator in vodja D. programov, Večer, 2000 Maribor, Slovenija.*

V Evropi je stanje nekoliko boljše, kajti najbolj se uveljavlja princip časovno omejene naročnine na elektronske časopisne arhive. Pojavljajo se celo »arhivski integratorji« (najbolj znan je www.pressdisplay.com), ki na enem mestu omogočajo dostop do nekaj sto največjih in najpomembnejših evropskih medijev. Gre za izjemno perspektivno obliko razvoja elektronskih arhivov. Problemi, ki pri tem nastajajo, so predvsem razvojne narave. Večina tovrstnih integriranih ponudnikov namreč gradi svoje storitve na datotekah PDF, kar precej siromaši uporabne zmožnosti sistema. Iskanje po PDF datotekah je namreč mogoče zgolj po ključnih besedah, včasih tudi datumu in področju (ime strani), onemogočena pa je uporaba drugih dodatnih ključev. Zaradi količine gradiva bo ravno podpora dodatnih parametrov odločilnega pomena. Že danes si težko zamišljamo napreden iskalnik, ki ne bi omogočal iskanja po avtorjih, temah, sorodnih člankih ...

IZKUŠNJE V SLOVENIJI

Kje pa je Slovenija? Pravih časopisnih elektronskih arhivov z ambicijo je v Sloveniji zelo malo. Pravzaprav največje medijske hiše temu področju posvečajo (pre)malo pozornosti. Veliko je govorjenja, pobud in idej, realizacija pa peša. Delo lahko ponudi članke od leta 1998 naprej, Dnevnik in Večer pa sta začela sistematično zbirati članke kakšno leto prej. Čeprav je zbiranje člankov predpogoj za nastanek in razvoj arhiva, pa se kljub spremenjenemu okolju (sedaj delo poteka v digitalnem svetu) še naprej uporablja sistem klasifikacije, ki je bil prilagojen papirnati obliki dokumentiranja člankov. In prav to je kapitalna napaka, ki je slovenske dokumentacijske službe (še) niso premagale. Elektronski arhiv ponuja drugačno kvaliteto uporabe, predvsem možnost navzkrižnega povezovanja, osnovni princip pa temelji na 24-urni dostopnosti, krajevni neodvisnosti in tudi ažurnosti. Kakšen elektronski arhiv je to, če se je potrebno za izvod Dela iz sredine 60-tih let podati na pot v Ljubljano in tam fizično prelistati goro starih števil, ki morda niti niso več v "uporabnem" stanju (življenjska doba papirja)? Kakšen slikovni arhiv je to, ki se skriva nekje na zaprašenih policah Večerove foto službe, za nameček pa je še vse skupaj na celuloidnem filmu? Ne smemo namreč pozabiti, da je mariborski Večer najstarejši slovenski časnik, ki je začel izhajati 9. maja 1945 (11 let pred Delom), zato njihovi arhivi skorajda edini hranijo originalne posnetke iz tistih časov. Podobno stanje je tudi pri Primorskih novicah iz Trsta. Ali pa ... kako reagirajo časopisne dokumentacije v primeru atentata, nenadne smrti kakšnega uglednega svetovljana? Časopisna in vsakršna druga dokumentacija mora biti hitrejša, bistveno hitrejša kot kdorkoli drug. Hitrost teh služb je lahko v marsičem odvisna od kvalitete prispevka - pa naj bo to televizijski, radijski ali časopisni. Prav zato ne presenečajo občasni spodrsjlaji predvsem velikih ameriških medijskih korporacij, ko jim v javnost občasno uide kakšna osmrtnica. Lep primer se je zgodil aprila 2003, ko smo po internetu lahko brali osmrtnice papeža, Ronalda Reagana, Nelsona Mandele in drugih (<http://www.thesmokinggun.com/archive/cnnobit1.html>). Predvidevanja se morajo slovenske dokumentacije šele naučiti.

Zakaj je komercializacija arhivov tako pomembna? Uprave časopisnih hiš se ambicioznejših projektov na tem področju ne bodo lotevale, če pri tem ne bo jasno izraženih komercialnih učinkov. Poleg tega je vse bolj moteč element spletno oglaševanje, ki temelji na prikazih in klikih. Z drugimi besedami to pomeni, da internetne predstavitve živijo od tega, koliko obiskovalcev vidi oglas po internetu in je zato za medije pomembno, da se njihove povezave pojavljajo na čim več straneh. Prav temu dejstvu lahko pripišemo največ zaslug za zagon novičarskih strani na

iskalniku Najdi.si. Večina velikih medijev v tovrstnem projektu vidi zgolj večanje oglaševalskega izkupička in ne dolgoročno priložnost za izgradnjo skupnega nacionalnega elektronskega arhiva. Iskreno povedano, tudi Najdi.si nima teh ambicij, četudi so uspeli medije Delo, Dnevnik, Večer, 24ur in RTV Slovenija spraviti na najmanjši skupni imenovalec. Podatki so z uporabo tehnologije RSS praktično uporabni na vseh nivojih in na vseh platformah. A še vedno smo samo pri zbiranju člankov.

IZZIVI PRIHODNOSTI

Kaj pa so naslednji koraki na področju časopisnih e-arhivov? Če izhajamo iz dejstva, da so mediji začetno zbiranje člankov že nekako osvojili (poseben problem so televizije in radiji - omejuje jih predvsem nedorečena tehnologija: prepoznavna slik in govora), bo v naslednjem koraku potrebno razmišljati o mehanizmi povezovanja. Relacijske baze v informatiki predstavljajo zapleteno področje, v praksi pa to pomeni, da bi morali mediji doseči minimalne skupne standarde poimenovanja in oblikovanja podatkovnih polj. Vzemimo za primer članek s sliko in se osredotočimo samo na fotografijo. Vsekakor je potrebna internetna povezava vsaj do predogleda slike. Poleg tega mora biti še podpis pod sliko (brez podpisa je tak zapis brezpredmeten, ker ga ni mogoče najti z nobeno ključno besedo). Pa na datum posnetka ne smemo pozabiti (ta nima nobene veze z datumom objave članka), dodati je potrebno še informacijo o avtorju posnetka in (najpomembnejše) identifikacijsko številko v bazi slikovnega materiala. Seveda je taka slika v bazi slikovnega materiala še dodatno razdelana (opis posnetka ni nujno enak, kot je opis pri članku). Podobno zapleteno je pri urejanju članka, ki je lahko sestavljen tudi iz več pomožnih okvirčkov, šele dodatne ključne besede in parametri pa dovolj kvalitetno opredelijo vsebino. Znan je denimo primer podjetja SCT, ki se je pojavljalo na gospodarskih straneh, hkrati pa tudi kot sponzor nogometnega kluba SCT Olimpija. Torej je nujna razmejitev, ali gre za gospodarstvo ali šport. Še bolj banalen problem je nastal ob rušilnem popotresnem valu decembra 2004. Prvi teden je na medijskem področju vladala tako velika zmeda, da so nekateri pisali *cunami*, drugi *tsunami*, tretji pa celo *tcunami*. Če želimo, da bodo članki vidni, je najbolje uporabiti vse tri oblike pa še slovensko razlago "rušilni val" je potrebno dodati.

Ker pa zgoraj omenjeni primeri niso problemi samo ene medijske hiše, bi veljal apel vsem dokumentacijam po Sloveniji, da pripravijo dokument s priporočili za urejanje časopisnih dokumentacij. Če bi tak dokument sopomenk našel svoje mesto na internetu, bi uporabnikom prihranil veliko časa in truda, hkrati pa poenotil kriterije za obdelavo člankov. A tak pristop že terja drugačno oblikovanje in formiranje služb po podjetjih. Poleg tržne naravnosti k uporabnikom je tu še ambicija postati sokreator današnjega časa. Preskok iz vloge razmeroma pasivnega opazovalca, ki zapisano in izrečeno zgolj skuša popredalčkati v dogovorjene skupine, v novo vlogo pomeni spremembo na vseh področjih. Preiti je potrebno iz zasledovalca v vlogo izzivalca. Elektronski arhivi so priložnost, da pričnemo razmišljati o aktivnejši dokumentaciji, temeljna strateška povezovanja med mediji pa morajo izhajati iz minimalnih skupnih interesov. Večina pobud, ki jih v zadnjem desetletju ni bilo malo, je temeljila na nekem fiktivnem končnem stanju, ki pa ga je vsak videl drugače.

RADOVEDNOST

Vprašajmo se, komu so namenjeni časopisni arhivi? Zakaj sploh mediji zbirajo članke in objavljeno gradivo? Dokumentacija prav gotovo ni sama sebi namen, zato se sploh premalo govori o uporabniških izkušnjah. Še slabše pa je področje raziskav in analiz. Koliko medijskih dokumentacij po Sloveniji omogoča online dostop do najbolj iskanih besed? Koliko medijskih hiš sploh pozna svoje uporabnike? Če tega ne poznamo, potem je tudi ideja o predvidevanju dogodkov neizvedljiva. Če nič druga, lahko take statistike pomagajo zaposlenim po podjetjih, da preverijo svoja interesna zanimanja z uporabniškimi. Poleg tega so podatki o iskanih terminih lahko koristni tudi za uredništva, ker jasno izražajo potrebo bralcev, poslušalcev, gledalcev po dodatnih informacijah. In ko vse to zapakiramo v skupen projekt elektronskega arhiva, lahko hitro naštejemo kopico posrednih in neposrednih pozitivnih učinkov na delo celotne redakcije. Ključ do uspeha pa so uporabniki.



Govorimo o bralni kulturi, o kulturi obnašanja na cesti, o kulturi prehranjevanja, pitja ... Kaj pa kultura brskanja po arhivih? Tovrstno početje je večinoma omejeno na romantično raziskovanje babičinega podstrešja ali pa listanje po starih pozabljenih albumih, pa še to samo v primeru kakšne okrogle obletnice ali generalnega čiščenja stanovanja. Kulturo uporabe arhivov je potrebno ustvariti. 24-urna dostopnost in krajevna neodvisnost sta zelo v prid elektronskim arhivom, vendar pa ostaja odprto vprašanje, kako zainteresirane prepričati, da bi zvečer namesto sobotnega filma sedli pred računalnik in kar tako, iz radovednosti brskali po arhivu člankov. Verjemite, da se najde veliko zanimivega in prihodnost, zgrajena na tradiciji, je veliko trdnjša. Zato bi morali veliko pozornosti posvečati prav

raziskovalnemu duhu med mladimi, pripeljati časopisne arhive v šole, krožke, knjižnice ... A vse to so cilji, ki jih ena sama medijska hiša ne more doseči. Vendarle gre za nacionalni interes in strategijo ne samo informacijske družbe, pač pa družbe radovednih in znanja željnih ljudi.

Kaj je potrebno storiti? Pravzaprav ne veliko. Gen za radovednost ima človeštvo že od pamtiveka. Izdatno je potrebno podpreti vse, ki se šolajo, jim omogočiti dostop do najboljših virov informacij, kajti njihov končni izdelek (pa naj bo to seminarska ali pa diplomska naloga) bo največje priznanje za vsako elektronsko časopisno dokumentacijo.

	Delo	Dnevnik	Finance	Mladina	Primorske novice	Večer
Starost člankov:	1996	1998	2000	2000	-	1945
Ključne besede	Da	Da	Da	Da	-	Da
Datum	Da	-	Da	-	-	Da
Avtor	-	-	Da	-	-	Da
Področje, stran	-	-	Da	Da	-	Da
Vrsta članka	-	-	Da	-	-	-
Edicije	-	-	-	-	-	Da
Sortiranje	Da	-	-	-	-	Da

Pomembna, velika in zanimiva skupina so Slovenci po svetu. Njihovi spomini so še kako močno povezani s Slovenijo in dogajanjem pred davnimi leti. V njihovih očeh je "rodna gruda" ostala nespremenjena in spet se izkaže internetna elektronska dokumentacija kot edina možna rešitev. Znan je primer, ko se je skupina 20 zdomcev prav po internetu dogovorila za srečanje. Septembra 2004 so v Maribor prišli ljudje iz celega sveta in se čudili, kako se je svet spremenil; ni več čolnarjenja po Treh ribnikih in hrenovk pri Benku.

In še tretji poudarek - namenjen je ljudem v pokoju. Uporaba interneta in naprednih informacijskih tehnologij je v tej skupini samo navidezno manj zastopana. Veliko je ljudi, ki so in bi radi ostali vitalni, pa jim ne manjka novih izzivov. Brskanje "kar tako", za starimi spomini ... Medijski arhivi naj ne služijo samo stroki in novinarjem.

NOVA STVARNOST, NOVA PRIHODNOST

Kakšni bodo časopisni arhivi čez 10 let, je težko napovedati. To ni odvisno samo od ljudi, ki jih ustvarjajo, pač pa tudi od uporabnikov in tehnologije. Na koncu velja izpostaviti še eno komponento, ki je zlasti medijem tuja. Gre za krajevno locirane dogodke. To so novice, opremljene z geo-koordinatami (običajno v sistemu GPS). Že res, da beseda časopis pomeni nekoga, ki zapisuje čas, vendar pa je dogodke mogoče brati tudi v odvisnosti od lokacije, kjer pa čas ni pomemben. Takšen "geopis" vsekakor ponuja nove izrazne možnosti in prinaša še eno komponento - odgovornost za večno.

VIRI

- Statistika dostopa do internetnega iskalnika www.Vecer.com/arhiv.
- Google news, <http://news.google.com>.
- New York Times, <http://www.nytimes.com>.
- CNN, <http://www.cnn.com>.
- Gradivo časopisne dokumentacije Večera.

SUMMARY

NEWSPAPER ARCHIVES AND COMMERCIALIZATION

With respect to Slovenia one cannot say that we have sound newspaper archives because our biggest media seem to lack ambitions. You may get the impression that in our era of digitalization media archives aren't able to cope with the world any more. At the same time such projects aiming to establish complete archives collections of articles require a lot of money. Therefore company managements do it by using the term "projects commercialization". Moreover we have to take into account a third aspect - the fact that newspaper archives in the internet are accessible for everyone and at any time now so that they are exposed increasingly to needs and necessities of the market und users. In our new digital reality there ought to be more dynamics and considerably more cooperation between various media, for just the exchange of stored articles, the "being guest" in strange search engines (an exemplary illustration are the news on Najdi.si) and the availability of internet at companies and households place more and more demands. Just because of the increasing number of articles even today we have to think about new access possibilities, that would make it easier for users to find the desirable information. So there is no surprise that more and more articles are equipped with geographical coordinates. Together with electronic archives a new "archives culture" with an accent on user's curiosity and research spirit is arising. There also is a change of user's nature taking place. Then, modern media archives will not be a domain of professionals and journalists any longer but an applicable instrument to schools, libraries and research units.

Zvone Štor se z raziskovanjem novih medijev ukvarja že več kot 10 let, pri časopisni hiši Večer iz Maribora pa skrbi za spletne strani in vodi projekte digitalizacije vsebin. V zadnjih letih so njegovo področje dela elektronski arhivi in elektronske knjige, veliko časa pa posveča integraciji novih tehnologij v obstoječe procese (jezikovne tehnologije, prepoznavna in sinteza govora, lokacijske informacije, strojni prevajalnik ...). Redno objavlja članke v različnih slovenskih medijih, kot predavatelj pa je sodeloval na več konferencah in okroglih mizah. Je tudi ustanovni član IAB Slovenija, član projekta Maribor e-mesto in pobudnik iniciative za pokritost mesta z brezžičnim internetom.