



E-Kaynaklar Yönetimi El Kitabı – UKSG için güncellenmiş ve yenilenmiş NASI Rehberine dayanmaktadır

Yeni başlayanlar için firmalarla çalışma rehberi

JOSEPH THOMAS

Koleksiyon Geliştirme Sorumlusu
East Carolina Üniversitesi
Greenville, NC, USA

Bu bölüm firmalarla olan çeşitli ilişkiler üzerine genel bir bakış sağlar; iletişim, ürün bilgisi, lisanslama ve müzakere, hem kütüphaneci hem de firmanın devam eden hizmet açısından sorumlulukları ve etik konulara değinir. Burada bahsedilen pek çok prensip kütüphanelerin kaynak satın aldığı kişilere uygulanabilir ve süreli yayın abonelik acentaları, veritabanı ve kaynak sağlayıcılar ile pazarlık eden konsorsiyum ortakları ve yayınevlerinin araçlarını işaret edebilir. Bu rehberde firma değerlendirmesi yer almaz. Bazı konu ve örnekler elektronik kaynaklarla ilgili olsa da, bahsedilen konuların çoğu ve prensipler bir firmadan satın alınan her formattaki kütüphane materyali için geçerlidir.

(Not: Çeviride İngilizce ‘vendor’ karşılığı olarak ‘firma’ kullanılmıştır; bayi, sağlayıcı, satıcı, satıcı firma, tedarikçi, aracı .. kavramlarını da içine almaktadır, çevirmenin notu).

Giriş

Bu bölüm firmalarla çalışan kütüphanecilerin karşılaştığı temel konulara kısa bir giriş niteliğindedir, firmalarla olan ilişkilerin çeşitlerini, iletişim sorunlarını, ürün bilgisi, lisanslama ve müzakere, hem kütüphaneci hem de firmanın devam eden hizmet sorumlulukları ve etik konular ele alınmaktadır. Burada bahsedilen pek çok prensip kütüphanelerin kaynak satın aldığı kişilere uygulanabilir ve süreli yayın abonelik acentaları, veritabanı ve kaynak sağlayıcılar ile pazarlık eden konsorsiyum ortakları ve yayınevlerinin araçlarını işaret edebilir. Kütüphaneci ve firmaların, kütüphane kullanıcılarına kaynak sağlama konusundaki ‘ortak çıkarları doğrultusunda hedef ve isteleri’ üzerinde yoğunlaşır, ancak firmaların değerlendirilmesi konusuna girilmeyecektir.¹

Firmalarla ilişkilerin çeşitleri

Kullanıcıları için bilgi kaynakları satın almak ve erişim sağlamak için çalışan kütüphaneciler, bu kaynaklara sahip olan firmalarla çalışmak zorundadır, bu kaynaklar süreli yayın, dergi paketi, veritabanı veya e-kitaplar türünde kaynaklardır. Kütüphaneciler sağlıklı bir iş ilişkisi geliştirip yürüttüklerinde, firmalarla daha verimli çalışabilirler. Kütüphaneci/firma ilişkisinin çeşitli biçimleri vardır çünkü kütüphane içeriğinin son kullanıcısı değildir, daha çok bu içeriği bir hizmet olarak kullanıcılarına sunar.² Kütüphaneci/firma ilişkilerinin en az üç temel formu vardır: alıcı ve satıcı, geliştirme ortakları ve müşterileri aynı (son kullanıcı) olan profesyoneller.

Kütüphanecilerle firmaların birbirleriyle nasıl bir ilgisi olduğunu merak eden konunun dışındaki kişiler, kütüphaneler için temel ihtiyacın kütüphane dışında üretilmiş içerik satın almak olduğunu görebilirler. Kütüphaneci ile bilgi sağlayıcı arasındaki bu ilişki dolaysız bir ilişkidir (yayınevinden doğrudan veritabanı lisansı alma gibi), fakat dolaylı da olabilir, bu durumda kütüphane içeriği üçüncü partiden satın almayı seçer.

Kütüphaneciler özellikle online ve devam eden kaynaklar için neden firmaları kullanırlar? Firmalar kütüphanelere elektronik kaynak bulma, satın alma ve yönetme konusunda hizmet verirler, Armstrong ve Lonsdale tarafından belirtildiği gibi bunlar kütüphanelerin elektronik kaynak sağlamasındaki üç unsurdur.³ Rollo Turner bir başka yerde 'yaşamsal link'i firmaların kütüphaneler için olmaya devam edebileceği bir konum olarak tanımlamıştır.⁴ Turner'ın işaret ettiği gibi, aracı firmaların kayıtları abone olunan ve erişilebilen başlıkları belirleme ve yönetmede hem kütüphanelere hem de yayınevlerine yardımcı olabilir (konsorsiyum olarak satın alınan 'çoklu satın almalar' veya 'büyük anlaşmalar' dahil). Firmaların araçları, kütüphanelerin harcamalarını yönetmede onlara yardımcı olacak lisanslama ve ücret verileri sağlayabilir. Bu ve diğer hizmetler firmaların geleneksel birleştirme ve etkinlik rollerinin uzantıları olarak görülebilir.

Kütüphanecilerle firmaların ilişkisinin bir diğer yönü de geliştirme ortakları olmalarıdır. Ürünler ve standartlar, kütüphaneci ve firmaların kütüphane kullanıcılarına verdiği hizmeti iyileştirmek için işbirliği yaptığı alanlardan sadece ikisidir. Veri yönetimi ve veri alışverişi için teknolojik çözümlerdeki yeni gelişmeler kütüphanecilerle firmaların ortak olarak biraraya gelmesinin örnekleridir. Genelde elektronik kaynak yönetim sistemlerinin (ERMS) gelişimi ve COUNTER⁵, SUSHI⁶ veya devam eden CORE⁷ (Kaynak Değişim Maliyeti - Cost of Resource Exchange) gibi projelerin hepsi kütüphaneci ve firmaların ortaklığına dayanmaktadır. İşbirlikleri, odak grupları oluşturma veya beta test anlaşmaları gibi hem resmi işbirliği, hem de satış görüşmeleri veya firma sergi salonlarında geribildirimde bulunma gibi gayri resmi iş birlikleridir.

Son olarak, kütüphaneci ve firmalar genellikle çakışan müşterileri olan meslek gruplarındandır. *Journal of Library Administration* dergisinin 'Kütüphane/Firma İlişkileri' özel sayısının girişinde Sam Brooks, normal müşteri/firma ilişkilerinden farklı olarak kütüphaneci ve firma için karşılıklı bir bağımlılık sisteminin nasıl oluştuğunu tanımlar.⁸ Bu sisteme girmek için inanç ve güven tam olmalıdır, çünkü kütüphaneci ve firma genellikle her ikisinin de dışında olan son kullanıcıları memnun etmek için çalışmaktadırlar. Kütüphaneci ve firma birlikte çalışmaya başlayınca, her biri etkileşimlerini değiştirme potansiyeli ile çeşitli ilişkiler keşfedeceklerdir.

Kütüphaneci ve firma birbirini iyi anlamalıdır

‘Açık, temiz iletişim sağlayın’ kütüphane/firma ilişkilerini tartışan literatürde her zaman verilen bir tavsiyedir. ‘Kütüphane ve firmanın birbirini anladığından emin olma’ şeklindeki bu tavsiye, gönderilen ve alınan iletişimin açık olmasını kontrol etmenin ötesinde, kütüphaneci ve firmaları birbirlerinin ihtiyaçlarını anlamaya teşvik etme niyetindedir, böylece bu ihtiyaçları karşılayabilirler.

Kütüphanenin ve hizmet verdiği toplumun farklı bakış açıları vardır, kütüphanenin yerine getirmeye çalıştığı bilgi ihtiyacı ve bu ihtiyacı karşılamaya çalışırken kullandığı araçları takdir etmesi açısından firmanın bunu anlaması gerekir. Firmanın iletişime geçmeden önce kütüphanenin koleksiyonu, odaklanılan araştırma konuları ve programından haberdar olması firmanın yararınadır. Ancak firma bunların farkında değilse kütüphaneci bu durumları firmaya bildirmelidir. Kütüphaneci ayrıca kütüphanenin hizmet felsefesini paylaşmalı ve kütüphanenin kullanıcı gruplarını açıklamalı, ek olarak hem yönetim araçları hem de farklı konularda hizmet verecek bilgi kaynakları açısından ihtiyaç duyulan ürünleri belirtmelidir. Kütüphanenin politikası da firmalarla etkileşimde etkilidir; politika gereği dijital erişim sağlama veya belirli konu alanları için ek içerik sunmak gibi baskılar olabilir veya online ürünler için sorun giderme süresinin azaltılması konusunda ısrarlı olunması veya kütüphanenin önceliklerini etkileyen diğer harici şartlar olabilir.

Ayrıca, kütüphaneci ve firmanın önceden açıklık getirmesi gereken, bu ilişkinin işle ilgili unsurları vardır. Bu unsurlardan bazıları bütçe döngüsünü içeren kütüphanenin kaynak satın alımı, doğru ve güncel fatura ve gönderi adresleri, iletişim bilgileri, lisanslama ve fatura ödeme gibi çeşitli işlerde yetkili personel, IP aralıkları ve FTE sayıları gibi seçimden sağlamaya kadar olan süreci etkileyen belirgin özellikler taşır. Kütüphanenin abonelik destek ve yönetim, eğitim, kullanım istatistikleri ve diğer hizmet ihtiyaçları yönündeki istekleri açık bir şekilde belirtilmelidir.

Bir müşteri olarak kütüphanecinin firmanın elemanı ve şirketi hakkında bilgi sahibi olması gerekir, örneğin firma elemanının şirket içindeki yeri nedir, ek olarak diğer işler için şirket içinde iletişimde bulunulacak diğer kişiler kimlerdir (günlük müşteri hizmetleri, teknik destek, hesap yönetimi vb.). Ayrıca kütüphane için kullanılacak hesap yapısı ve şirketin kullanacağı faturalama yöntemleri kütüphaneci tarafından açıkça anlaşılmalı olmalıdır. Firma mevcut ürün çeşitleri hakkında ve yanı sıra bu ürünlerin kütüphanenin hali hazırda firmadan satın almış olduğu ürünlerle ilişkisi konusunda kütüphaneciyi bilgilendirebilmelidir. Aynı şekilde kütüphanenin politik ortamı kütüphaneciyi, şirket içindeki iş ortamı da firmanın elemanını etkiler. Kütüphaneci firmayla ilgili haberleri öğrenmek için zaman ayırmalıdır; şirket başka bir şirketi satın alıyor mu veya başka bir şirket tarafından satın alınıyor mu, şirketin yönetiminde veya organizasyonunda ne gibi değişiklikler duyuruldu türünde haberler olabilir. Son olarak, kütüphaneci şirketin devralacağı veya dağıtımını yapacağı kütüphaneyi ilgilendiren başlıklar ve ne tür yeni ürünler geliştirdiği konusunda da bilgi sahibi olmalıdır.

Karşılıklı ihtiyaçların anlaşılmasının daha geniş bağlamında, sağlıklı ilişkiler geliştirilmesine yardımcı olacak birkaç iletişim özellikleri vardır. Rick Anderson’un ‘İyi Bir Müşterinin Top On Kalitesi’ tanımı bu özelliklerden bazıalarını içerir – kütüphaneci doğru zamanda hakkını savunan, adil ve etik, stratejik ve profesyonel olmak zorundadır.⁹

Anderson ayrıca firmalarla toplantı yapacakları zaman kütüphanecilerin özel bir gündem hazırlamalarını ve bu toplantılarda yönetimi ele almalarını teşvik eder. Firmalarla yapacakları toplantılarda hedef gündemler belirleyebilmelerinin bir yolu, kütüphanecilerin firma ve firmanın ürünlerinde meydana gelen değişiklikler hakkında bilgi sahibi olmasıdır. Çoğu firma

haber bültenleri çıkarır ve bu listelere kütüphanecileri de ekleyebilirler. Firmalarla toplantı yapan kütüphaneciler için önemli bir diğer konu da kütüphane içinde kaynak seçen personel, referans personeli, kullanıcı eğitimi verenler ve IT personeli ve ilgili diğer personel ile arasında güçlü bir iletişim olması gerekir, bu kişilerin rolü kullanıcıların kütüphane kaynaklarına erişim sağlamasında hayati önem taşır.

Ürünleri tanıyın

Hangi başlıkları satın almak istiyorsunuz? Kütüphaneci sipariş vermeden önce hangi ürünün seçildiğini açık olarak belirtmeli ve ek olarak ilgili şu soruları sormalıdır: Rakip başlıklar var mı? Bu başlık başka bir paketin içinde yer alıyor mu? Rakip yayınevi/firma var mı? Kütüphanecinin seçilen kaynakların kütüphane hizmetleri ile nasıl çalışacağını bilmesi gerekir, örneğin OpenURL çözümleyicisi, federe tarama motoru veya kütüphanenin tercih ettiği bir kimlik doğrulama yöntemi ile birlikte çalışması gibi. Kütüphanecinin içeriğe nasıl erişeceğini ve içerikle neler yapabileceğini de iyi anlaması gerekir, örneğin makaleler e-posta ile gönderilebilecek mi veya bir atıf yönetim yazılımına aktarılabilir mi veya raporlar bir tablo programına indirilebilecek mi gibi. Elektronik kaynaklara deneme erişimi sağlanması önemli bir değerlendirme sürecidir ve eğer ürün kütüphane tarafından satın alınacaksa ileride kurulumu kolaylaştırır. Elektronik kaynaklar için, arşive erişimin yanı sıra sürekli erişim seçeneklerini de önceden bilmek başlık seçimini ve/veya satın alma seçeneğini etkileyebilir (örneğin sadece online seçeneğine karşı basılı + online veya sadece abonelik erişimine karşı bir kez satın alma + yıllık erişim ücreti gibi).

Firmanın sağladığı yönetim ürünleri, örneğin süreli yayın yönetim sistemleri, sipariş verme, eksik sayı isteme ve rapor üretme gibi işleri daha verimli yapabilir. Koleksiyon geliştirme için bazı yararlı raporlar şunları içerebilir; aboneliklerin kontrol listesi, abone olunan başlıkların e-dergi olarak mevcut olup olmadığı ve geçmişe dönük fiyat analizleri ve diğerleri. Lisanslama, online dergilerin aktivasyonu veya ödeme bilgileri gibi abonelik ile ilgili ayrıntılar süreli yayın yönetim sistemlerinin önemli özelliklerindedir. Bazı firmalar kütüphanelerin abonelik ve ilgili diğer verilerinin hem entegre kütüphane sistemi (ILS) hem de ERMS (Elektronik Kaynak Yönetim Sistemleri) ile değişebilirliğini sağlamak üzere çalışmaktadır. Firmalar kütüphanecilerin kullanıp kullanamayacakları ve nasıl kullanacaklarına karar verebilmeleri için yönetim ürünlerinin nasıl çalıştığını göstermeye istekli olmalıdır.

Sistem ister bir abonelik yönetim aracı olsun, ister yayınevinin yönetim ara yüzü olsun, görünüşü ve özellikleri müşterinin istediği şekilde düzenlemek yönetim sistemine aşinalık sağlamak açısından önemlidir. Yönetim sistemleri genellikle abone olunan başlıklar ve bunların kapsam tarihlerine ait indirilebilen raporlar sunarlar ve içerik düzeyinde hizmet veren yönetim sistemlerinin hemen hepsi de kullanım raporları verirler. Kütüphaneci ve firmalar birlikte çalışarak COUNTER uyumlu olmayan firmaları uyumlu hale gelmeye teşvik etmelidir. Kullanıcı seçenekleri için kabul edilen ayarlar, örneğin makaleler için e-posta seçenekleri, kullanıcının kendine göre ayarlayabileceği tarama sonuçları seçenekleri veya kişisel online 'save' dosyaları oluşturma gibi özellikler kütüphanecilerin bu sistemlerde araması gereken özelliklerdir. Yönetim modülleri ürün veya ürün içindeki bileşenler için URL'ler oluşturma ve yönetmeyi de desteklemelidir. Örneğin sınıf içi okuma listeleri veya rezerve koymak amacıyla sabit makale-düzeyinde linkler mevcut mudur? Bir proxy sunucusu URL'i doküman linklerine otomatik olarak eklenebilir mi?

İçerik sağlamak üzere firmalarla çalışan kütüphaneciler firmaya ait dergi veya veritabanlarında kapsanan konuya aşına olabilir veya olamayabilirler ama mutlaka firmaların sağlayabileceği yönetim araçlarını tanıma fırsatını iyi değerlendirmelidirler.

Müzakere, pazarlık ve lisanlama

Rick Anderson'un bahsettiği 'Top On' kalitesinin çoğu, kütüphanenin kaynak erişimi için yaptığı müzakere, pazarlık ve lisanslamaya uygulanabilir: kütüphaneciler kendi kütüphaneleri ve kullanıcıları adına gerekli ancak beklentilerinde makul olacak şekilde haklarını savunmalıdır, adil ve etik, stratejik ve özellikle de profesyonel olmalıdırlar. Bu aşamada firma/kütüphaneci ilişkilerinde açık, temiz iletişim son derece gereklidir, bir firmaya bir başlığın siparişini göndermek tek başına yeterli değildir.

Kütüphanenin ödediği toplam ücreti etkileyen pek çok faktör vardır ve kütüphaneci bir kaynak için pazarlık ederken bu faktörleri göz önüne almalıdır. Bu sorulardan bazıları; Şirket satış fiyatını nasıl belirlemiştir? Satış fiyatı seçenekleri şunları içerebilir; FTE veya kurumun Carnegie (Carnegie Vakfı'nın geliştirdiği ve kurumun büyüklüğüne göre oluşturulan bir sınıflama sistemi. Ayrıntılı bilgi için bakınız: http://classifications.carnegiefoundation.org/descriptions/size_setting.php, çevirmenin notu) sınıflaması; konuya göre fakülte üyesi ve / veya öğrenci sayısı; bir araya toplama veya paketler; bir kez ön-ödemeye karşı sürekli ödemeler; konsorsiyum indirimli fiyatı; ve satış öncesi indirimler diğer seçenekler olabilir. Bazı şirketler kullanıma-dayalı fiyatlandırma modeliyle ilgilenmektedir, bu durumda fiyatı belirleyecek olan kullanım nasıl hesaplanacaktır? Toplam fiyatı etkileyen diğer faktörler; hizmet bedeli, krediler veya belki de kütüphanenin yararlanabileceği indirimler olabilir, ek olarak yakın gelecekte olası fiyat artışları da toplam fiyatı etkileyebilir. Kütüphaneci ayrıca firmanın çok yıllık anlaşmaları olup olmadığını ve bunların kütüphane için avantajlı olup olmayacağını da araştırmalıdır. Eğer çok yıllık anlaşmalar mevcut ise, kütüphaneci yıllık fiyat artışının ne olacağını da öğrenmelidir. Otomatik yenileme mümkün müdür, ve kütüphane bütün firmaların abonelik dönemini birleştirmek amacıyla bölünmüş bir dönem faturası (faturayı diğer firmaların ödeme tarihlerine göre ayarlamak için yıllık yerine bir kaç aylık fatura isteme gibi, çevirmenin notu) istemeyi düşünmeli midir? Sipariş aboneliğe karşı satın alma fiyatı ile de karşılaştırılmalıdır, abonelik ile karşılaştırıldığında satın alınanın getirdiği haklar nelerdir? Kütüphaneci ve firma bu faktörler üzerinde anlaşmaya vardıklarında, anlaşma kaydedilmelidir, böylece ileride her iki taraf bu anlaşmayı referans alabilir.

Kütüphanenin kararlarını etkileyebilecek bir dizi ek firma hizmetleri olabilir. Örneğin, EDI (Elektronik Veri Değişimi - Elektronik Data Interchange) üzerinden faturalama çekicidir, ayrıca uygun MARC kayıtlarının sağlanması kütüphaneler için teşvik edicidir. Bir firmanın eğitim verme veya tanıtım teklif etmesi (ve yerine getirmesi) kütüphanenin satın alma kararında etkili olabilir.

Arşiv sağlamanın da elektronik kaynak satın alma kararı üzerinde önemli etkisi vardır. Yayınevi, abonelik iptalinden sonra kütüphanenin erişim hakkı konusunda hemfikir midir? Eğer öyle ise hangi yöntemle erişim sağlanacaktır, örneğin dijital dosyaları yerel olarak yükleyen LOCKSS¹⁰ veya Portico¹¹ gibi online servisler üzerinden mi, yoksa içeriği CD-ROM veya başka güncel bir ortamda sağlamak mı düşünülüyor? Eğer iptal sonrası erişim için bir ücret veya yıllık bir erişim ücreti varsa miktarı nedir ve nasıl belirlenecektir? Arşiv sağlanması konusu lisans anlaşmasında açık şekilde belirtilmelidir.

Kütüphaneci bir lisansı müzakere etmeye hazır olduğunda, yerel düzeyde pek çok soruyu cevaplamak zorundadır; Ne gerekli? Ne müzakerede edilecek? Kesinlikle kabul edilemeyecek şey nedir? Daha fazla ayrıntı için Rick Anderson'un *NASİ Rehberi: Lisanslama 101* adlı kaynağa bakınız.¹² Yale Üniversitesinde'de bulunan LibLicense sitesi bir lisans modeli, yorumlar, belirli bir lisans şartıyla ilgili örnekler ve bir lisans sözlüğü gibi ek kaynaklar sunar.¹³ İlgilenen kütüphaneciler e-mail listesine de kayıt olabilirler. Ayrıca JISC, Licensingmodels.com (Cox Model Lisansına dayalı) ve California Digital Library de model lisanslar sunarlar.^{14,15,16} Lisansların karmaşıklığı artarak devam etmekte, hem firma hem de kütüphane açısından personel zamanı açısından ek maliyetler getirmektedir. Kütüphanecinin önemle hatırlaması gereken şey yerine getirilmesi gereken şartlar sadece yazılı olanlardır - bunlar bizden sonra gelecek olan kütüphanecilere aktarılacak olan şartlardır. NISO tarafından desteklenen Paylaşılmış E-Kaynaklar Mutabakatı (SERU) bazı lisanslara bir alternatif sunar.¹⁷ Kütüphaneciler SERU girişimini ve kayıt olma durumunu incelemeli ve uygun zamanda üzerinde tartışmalıdırlar.

Hizmetin devamlılığı

Hizmetin devamlılığı, hem firma hem de kütüphanecinin kendini adamasını ve etkin olmasını gerektirir. Firma açısından devam eden hizmetler üç alanda toplanır: sipariş desteği, eğitim ve sorun giderme.

Sipariş, faturalama, eksik sayı isteme, online içeriğin aktif hale getirilmesi, iptal ve sorun giderme sürekli destek gerektiren işlerden bazılarıdır. Bunlardan çoğu firmanın yönetim sistemi kullanılarak kütüphane personeli tarafından yapılabilir. Ancak firmanın bu destek hizmetlerine tek bir noktadan erişim sağlaması önemlidir. Bibliyografik değişimler otomatik olarak kütüphaneciye bildirilmelidir, bu e-posta ile veya yönetim sistemi içinde bilgilendirme şeklinde olabilir. Eğer kütüphane personeli firmanın yönetim aracını kullanmayı planlıyorsa, daha etkili kullanım için bir kişinin eğitilmesi yararlı olabilir. Firma eğitimlerinin eğitici araçlar, yardım sayfaları, kişisel ve/veya canlı online oturumlar içerip içermediği sorulmalıdır, ayrıca kütüphane personeli için en iyi eğitim türü istenmelidir.

Özellikle elektronik kaynaklar için sorun giderme desteğine ihtiyaç olacaktır. Kütüphaneci firmanın yardım masasına müracaat etmeden önce kendisi üzerinde çalışmalıdır, bunlar örneğin bir siparişin teyid edilmesi, ödeme bilgileri veya lisans şartları olabilir. Bir firmayla sorun giderme üzerinde çalışırken mümkün olduğunca kesin ve açık olunmalıdır. Örneğin, bir online erişim sorununu firmanın yetkilisine açıklarken sorunu gösteren ekran görüntüleri özellikle yardımcı olabilir. Bir diğer örnek de eksik bir sayı henüz gelmediyse, hangi tarihlerde kaç kez girişimde bulunulduğu firmaya söylenmelidir. Son olarak, telefonla bir kişiye ulaşmak ve karmaşık bir sorunu açıklamak daha hızlı olabilir, fakat iyi anlaşılabilir olduğundan emin olmak için e-posta ile takip edilmeli ve gerekli bilgi verilmelidir.

Kütüphaneciler de firmalara karşı sürekli hizmet konusunda kendilerine düşeni yapmalıdır. Bunlar, firma istediğinde gerekli geri bildirimlerde bulunmak, ürün geliştirme forumlarında görev olmak gibi. Kütüphaneciler ayrıca kullanıcı gruplarına katılabilir veya diğer potansiyel müşteriler için referans olabilirler. Firmalar bazen kütüphanecilere danışma kurullarında görev almalarını teklif ederler.

Etik konular

Firmalarla çalışan ve etik konularla ilgilenen kütüphaneciler için ALCTS (Kütüphane Koleksiyonları ve Teknik Hizmetler Derneği) Aksesyon Uygulamalarının Prensipleri ve Standartları Bildirisi özellikle yararlı bir dokümandır.¹⁸ Kütüphanecinin ilk sorumluluğu kütüphanesine ve onun kullanıcılarına karşıdır. Kütüphaneciler kayırma veya yan tutmaktan kaçınmalıdır. Onun yerine ürünler kendi yararlarıyla ve firmanın hizmetleri takip edilip değerlendirilmek zorundadır.

Kütüphanecilerin de firmalara karşı etik davranma sorumluluğu vardır. Yayınevleri ve firmalarla yapılan anlaşmalara ve gizlilik maddelerine saygılı davranılmalıdır. Faturalar zamanında ödenmeli veya bu konuda firma ile gerekli ayarlamalar yapılmalıdır. İletişim istekleri zamanında cevaplanmalı, toplantılarda karşı tarafın zamanına saygı gösterilmelidir. Kurumun büyüklüğü, kayıtlı kullanıcı sayısı ve ilgili diğer bilgiler doğru olarak verilmeli ve kütüphanenin anlaştığından daha fazla mal ve hizmete erişim sağlamak için abartı veya hile gibi 'keskin uygulamalar'dan kaçınılmalıdır.¹⁹ Bir firmayla sıkıntı olduğunda bunu özel olarak çözmeye çalışmalı, konuyu blog veya e-posta listesi gibi açık ortamlara taşımamaya çalışılmalıdır. Son olarak firmaların kütüphanecilere karşı etik davranması beklenmelidir.

Sonuç

Bütün kütüphanecilerin firmalarla geçmişten gelen bir ilişkileri vardır ve onların yerine geçenler bu ilişkileri devam ettireceklerdir. Bu nedenle kütüphanecilerin gelecekte olacakları göz önünde bulundurmaları lazımdır; Ronald Gagnon'un kütüphanecilere hatırlattığı gibi, bu ilişkilerin kendisi önemli bir yatırım olarak değerlendirilmelidir.²⁰ Firma ile ilişkileri yürütmek için iletişimden daha önemli bir şey yoktur – iletişim netlik sağlamak ve daha sonra müracaat etmek üzere yazılı olmalı ve mümkün olduğunca kişisel olarak yapılmalıdır. Son bir fikir Anderson'un ilgili teması olabilir; 'kendinize güvenin ama makul olun'.²¹

Daha fazla bilgi için

Anderson, R, *Buying and Contracting for Resources and Services: A How-To-Do-It Manual for Librarians*, 2004, New York, Neal-Schumann.

Brooks, S, and Carlson, D H, Eds. *Library/Vendor relationships*, special issue, *Journal of Library Administration*, 2005, 44(3-4).

Wang, J, and Schroeder, A T, Jr., *The subscription agent as e-journal intermediary*, *Serials Review*, 2005, 31(1).

Referanslar

1. Courtney, K, *Library/Vendor relations: an academic publisher's perspective*, *Journal of Library Administration*, 2006, 44(3-4), 58.
2. Brooks, S, *Introduction: the importance of open communication between libraries and vendors*, *Journal of Library Administration*, 2006, 44(3-4), 1.

3. Armstrong, C, and Lonsdale, R, A general overview of the e-resources industry, The E-Resources Management Handbook, UKSG, 2006.
<http://uksg.metapress.com/link.asp?id=57ugmwef3g5ed1b3> (16 Mart 2009 tarihinde erişildi).
4. Turner, R, The vital link: the role of the intermediary in e-resources, The E-Resources Management Handbook, UKSG, 2006.
<http://uksg.metapress.com/link.asp?id=eac8e0trmv23g78r> (12 Mart 2009 tarihinde erişildi).
5. Project COUNTER:
<http://www.projectcounter.org/> (30 Temmuz 2009 tarihinde erişildi).
6. SUSHI:
<http://www.niso.org/workrooms/sushi> (30 Temmuz 2009 tarihinde erişildi).
7. CORE (Cost of Resource Exchange):
<http://www.niso.org/workrooms/core> (30 Temmuz 2009 tarihinde erişildi).
8. Brooks, S, ref. 2.
9. Anderson, R, White, J F, and Burke, D, How to Be a Good Customer: Building and Maintaining Productive Relationships with Vendors, *Serials Librarian*, 2005, 48(3-4), 322-24.
10. LOCKSS:
<http://www.lockss.org/> (30 Temmuz 2009 tarihinde erişildi).
11. Portico:
<http://www.portico.org/> (30 Temmuz 2009 tarihinde erişildi).
12. Anderson, R, NASIGuide: Licensing 101, NASIG (North American Serials Interest Group), March 2005
http://www.nasig.org/publications_licnego101.cfm (13 Mart 2009 tarihinde erişildi).
13. LibLicense, Licensing Digital Information: A Resource for Librarians, 2007:
<http://www.library.yale.edu/~llicense/index.shtml> (16 Mart 2009 tarihinde erişildi).
14. Joint Information Systems Committee (JISC), JISC Model License:
http://www.jisc-collections.ac.uk/model_licence.aspx (16 March, 2009 tarihinde erişildi).
15. Licensingmodels.com:
<http://www.licensingmodels.com/> (16 Mart, 2009 tarihinde erişildi).

16. California Digital Library, Checklist of Points to be Addressed in a CDL License Agreement, 2009:
<http://www.cdlib.org/vendors/checklist.html> (16 March, 2009 tarihinde erişildi).
17. National Information Standards Organization, Shared E-Resources Understanding (SERU), 2009: <http://www.niso.org/workrooms/seru> (16 March, 2009 tarihinde erişildi).
18. Association for Library Collections and Technical Services, Statement on Principles and Standards of Acquisitions Practice, 1994:
<http://www.ala.org/ala/mgrps/divs/alcts/resources/collect/acq/acqethics.cfm> (13 Mart 2009 tarihinde erişildi).
19. Anderson, R, Understanding the ethics of vendor relations. In Buying and Contracting for Resources and Services:A How-To-Do It Manual for Librarians, 2004, New York, Neal-Schumann, 141.
20. Gagnon, R, Library/Vendor Relationships from a Public Library Perspective, Journal of Library Administration, 2006, 44(3-4), 96.
21. Anderson, R, Preface to Buying and Contracting for Resources and Services: A How-To-Do It Manual for Librarians, 2004, New York, Neal-Schumann, xii.

Article © Joseph Thomas

■ **Joseph Thomas**
Head of Collection Development
East Carolina University
Greenville,NC, USA
E-mail: thomasw@ecu.edu

Yazar hakkında

Joseph Thomas East Caroline Üniversitesi Greenville, Nort Carolina’da elektronik kaynaklar kütüphanecisi olarak ve referans ve eğitimde çalıştı, şimde de koleksiyon geliştirme bölümünün başında çalışmaktadır. Kuzey Amerika Süreli Yayınlar İlgili Grubunun (NASIG) Yayınlar ve Halkla İlişkiler Komitesinin eş başkanıdır.

UKSG’in yayınladığı E-Kaynaklar Yönetim El Kitabının bölümlerini görmek için buraya tıklayın:

<http://www.uksg.org/serials/handbook.asp>