

V času med 10. in 14. julijem 1999 se je v Washingtonu odvijala konferenca o strokovnem komuniciranju (*technical communication*), ki jo je organiziralo podjetje Solutions. Konference se je udeležilo več kot 250 udeležencev iz osmih držav.

V okviru konference so bili najprej organizirani predkonferenčni seminarji, nato pa so se vrstila predavanja in paneli, ki so zajemali šest tematskih sklopov: Usability and Interface Design, Information Design, Technical Writing, Editing, and Indexing, Publications Management, Communication Tools and Technologies, Instructional Design and Training. Konferenca je bila dobro organizirana, predavali so svetovno priznani strokovnjaki.

Predkonferenčni seminar Planning Successful Projects

Seminar je vodila Paula Berger. Je ustanoviteljica in vodja firme Solutions, ki je vodilna firma na področju izobraževanja strokovnih komunikatorjev (*technical communicators*). Kot nalogo projektne vodje je opredelila planiranje, organiziranje in vodenje nalog in virov za doseg cilja projekta, ponavadi v okviru določenega časa in stroškov. Vloga pa se kaže v uravnavanju razmerja med kakovostjo, časom in stroški projekta, določanju ciljev in plana projekta, reševanju problemov, poznavanju stanja projekta v vsakem trenutku, spremljanju realizacije. Projektni plan naj vključuje vse razpoložljive informacije o projektu in naj definira tako cilje projekta kot tudi omejitve, ki vplivajo

na potek in cilje projekta. Namen plana je opredelila v več točkah: definira podrobnosti o projektu za vodstvo in za projektno skupino, čim prej določi rezultate, nudi zbir vseh informacij o projektu na enem mestu, služi kot kontrolni seznam za preverjanje realizacije projekta, organizira informacije o celotnem procesu razvoja izdelka. Posebno pozornost je predavateljica posvetila začetni oceni projekta, ki vpliva na uspešnost planiranja projekta. Ocena naj vključuje: cilje projekta, vodstva in uporabnikov, izdelek (npr. njegov položaj na trzišču, urejanje različnih verzij), orodja in tehnologije (npr. kako orodje podpira interne standarde), dokumentacijo (npr. mediji, oblikovanje, pregledovanje, prevajanje), kadrovske faktorje (npr. razpoložljivost, znanje in izkušnje, zaposlitev novih sodelavcev, organiziranje dodatnih izobraževanj), viri (npr. tehnična podpora, strojna oprema, komunikacije).

Predkonferenčni seminar The Secrets of Successful Technical Marketing Writing

Saul Carliner, mednarodno priznan avtor in svetovalec na področju strokovnega komuniciranja (*technical communication*) in izobraževanja, je predstavil skrivnosti uspešnega marketinškega pisanja. Marketinško komuniciranje so komunikacijski izdelki, ki predstavijo prednosti izdelka ali storitve potencialnemu kupcu. Dobro pisanje upošteva tri postavke: značilnost izdelka (*feature*), prednost (*advantage*), korist (*benefit*). Pri pisanju se osredotočimo na prednosti, ne na značilnosti, informacije postavimo v



vsakdanji kontekst, pišemo čim bolj jasno, podrobno, realistično. Uporabljamo izrazno močen jezik, analogije, sezname in tabele. Pri organizaciji pisanja reklamnih tekstov je pomembno, da privabimo bralčevo *pozornost*, spodbujamo njegov *interes*, spremenimo interes v odločitev za *nakup* in ga povabimo k *ukrepanju*. Pozornost pridobimo s privlačno vizualno podobo, pišemo v stilu pogovora/dialoga, v aktivnem načinu, izogibamo se kakršnimkoli domnevam oz. predpostavkam o bralcih, upoštevamo raznolikost (kulturno, industrijsko, geografsko). Dokumentacija naj bo *task-oriented* (kaj nekdo dela z določeno značilnostjo). Predstaviti je treba značilnosti (kaj delajo) v kontekstu, kjer se izdelek uporablja. Dokumentacija naj bo *you* usmerjena, ne pisati o sebi, vplesti je treba uporabnika.

Tematski sklop Usability & Interface Design

Uporabnost (*usability*) je treba vgrajevati skozi ves razvojni proces, ne le pred dajanjem izdelka v uporabo. Zagotavljanje uporabnosti izdelkov temelji predvsem na spoznavanju in razumevanju uporabnikov ter njihovih opravil, analiziranju uporabnikov in identificiranju problemov, definiranju ciljev ter preverjanju osnutkov in prototipov z uporabniki.

Uporabniško usmerjeno oblikovanje uporabniških vmesnikov se ne osredotoča samo na to, kaj so naloge uporabnikov, ampak na to, kako jih uporabniki izvajajo. Razvoj od koncepta do prototipa se odvija

prek zajemanja zahtev in analize, dizajna in razvoja prototipa ter preverjanja in prečiščevanja. Razvoj se odvija v več iteracijah, ki pa naj se izvajajo hitro. Vsaka iteracija zajema faze od analize prek razvoja prototipa do preverjanja in prečiščevanja z uporabniki. Posebej je bilo izpostavljeno, da je informacija na uporabniškem vmesniku učinkovita le, če jo uporabniki razumejo in jo aktivno uporabijo pri svojem delu.

Na eni od zanimivejših delavnic na konferenci je bilo predstavljeno, kako je mogoče uporabiti načela, ki veljajo pri oblikovanju računalniških igrice, tudi pri oblikovanju poslovnih aplikacij. Zakaj ravno računalniških igrice? Zato, ker jih uporabniki prostovoljno igrajo in raziskujejo, pa tudi zelo hitro se jih naučijo. Igrice so narejene tako, da učenje poteka med samo uporabo.

Načela, ki veljajo pri oblikovanju računalniških igrice in bi jih lahko uporabljali tudi pri poslovnih aplikacijah, so: hiter začetek uporabe izdelka, jasno postavljeni cilji, kratka navodila, možnost uporabe izdelka po različnih stopnjah zahtevnosti, transparenten uporabniški vmesnik, vodenje izvajana nalog, konstantna uporaba povratnih informacij.

Uporabniki lahko dostopajo do informacij oz. pomoči na več načinov: meniji, ikone, nazivi polj, sporočila, pomoč v obliki čarovnikov in agentov; vgrajena *context-sensitive* online pomoč in tutoriali; informacije izven samega izdelka: priročniki, online pomoč; tečajji o uporabi izdelka. 80% informacij, ki jih ljudje

potrebujejo, bi moralo biti notranjih (vgrajenih). Pomoč se seli s področja statičnih priročnikov in osnovne online pomoči na področje dinamičnih sistemov, ki vodijo uporabnike skozi njihove naloge.

Tematski sklop Information Design

Mark Johnson iz podjetja QuickenMortgage je predstavil razvoj njihovih spletnih strani (<http://quickenmortgage.com/>), preko katerih lahko potrošniki online zaprosijo za hipotekarna posojila in se poučijo o vsem v zvezi s tem. Podrobno je opisal potek dela ekipe 24 strokovnjakov, ki so s kombinacijo testiranja uporabnosti in dokumentacije ter oblikovanja uporabniškega vmesnika v dveh letih in pol razvili spletne strani, ki so jih kot zgled omenjali tudi drugi predavatelji. Začetna verzija je bila izdelana 1997, trenutno je aktualna 4. verzija. Stran ima 900.000 do milijon obiskov dnevno. Predstavil je vse štiri verzije, metode raziskovanja potreb uporabnikov, metode testiranja uporabnosti, načine zbiranja povratnih informacij. Za vsako izdajo so, poleg ekspertnih revizij, izvedli tri formalna testiranja uporabnosti (povratne informacije glede nastajajočih dizajnov, določanje ciljev).

Bogo Vatovec je svetovalec na področju človeškega faktorja in razvoja mednarodnih izdelkov pri Icon Medialab v Nemčiji. V zanimivem predavanju o mednarodnih vidikih informacijskega oblikovanja je z mnogimi drobnimi primeri predstavil način priprave izdelkov za različne trge in vse, kar je treba pri tem upoštevati (posebnosti

trga, konkurenca, demografske, socialne, kulturne značilnosti, različno okolje, različne motivacije, mentaliteta, izobrazba, različno sprejemanje izdelka, zakonodaja, pisana in nepisana pravila, pomen barv, simbolov ...).

Tematski sklop Technical Writing, Editing, and Indexing

Saul Carliner je predstavil značilnosti online komunikacije: ljudje berejo online samo 75% tistega, kar sicer berejo na papirju. So počasnejši, manj natančni. Online komunikacija je slikovno usmerjena, interaktivna, neposredna, intimna. Pri pisanju je treba upoštevati informacijsko arhitekturo, navigacijo, oblikovanje zaslona, interaktivno, vizualno in besedno komuniciranje ter izdelavo in vzdrževanje: sebe postaviš v vlogo uporabnika; pomembno je, kako bo nekdo delal s tem izdelkom v vsakdanjem življenju; navodila za različne skupine uporabnikov (podrobna analiza trga) in različni nivoji informacij; dobre tehnike indeksiranja, omejitev števila linkov; pritegnitev pozornosti, preden uporabnik klikne drugam, in usmeritev na *must read* gradivo, pravilna uporaba poudarkov (podčrtano, kurziva ...); ustrezni znaki za opisovanje, izbiro (gumbi možnosti), povezavo (ikone, meniji); vključitev obrazcev za povratne informacije; uporaba seznamov in tabel; pisanje dialogov, ne teksta; pisanje v drugi ali celo prvi osebi, nevtralna vloga pisca.

Judith Tarutz je predstojnica svetovalne firme IBIS Communications, ki pomaga



podjetjem pri pisanju in izdajanju dokumentacije ter oblikovanju uredniške politike in standardov. Obravnavala je online dokumentacijo z vidika urednika in navedla podobnosti in razlike med urejanjem tiskanega in online besedila. Skupni cilj urejanja besedila je jasno, zgoščeno, precizno pisanje. Urejanje online besedila zajema: uporabnost (navigacija, predstavitev informacij, organizacija, najdljivost informacij), jezik in stil (zgoščenost, kratki stavki in odstavki, enostavna sintaksa, trdilni stavki, dosledna terminologija in stil, čim manj akronimov in kratic), obliko in ureditev (privlačnost ekrana, barve, gumbi in linki), grafiko (ali grafika izboljša stvar ali pa le preusmeri pozornost oz. je zgolj dekorativna, ali so oblački čitljivi ...).

Predstavljena je bila tudi prevajalska industrija, ki je namenjena zelo obsežnemu prevajanju za različne trge in kjer se uporabljajo tri različne tehnologije prevajanja: CAT - *computer assisted translation* (prevajalec je prisoten med samim procesom prevajanja, preverja z da ali ne); MT - *machine translation* (prevajalec je poleg pred ali po prevajanju, uspeh je odvisen od predvidljivosti izvirnega jezika); TM - *translation memory* (za primere, ko dopolnjuješ že obstoječe gradivo). Strojno prevajanje (MT) pride npr. v poštev pri prevajanju uradnih dokumentov EU v uradne jezike članic. Pomembno je, da je izvirni jezik dosleden, nedvoumen, predvidljiv, da je terminologija standardizirana.

Tematski sklop Publications Management

Upravljanje znanja je opredeljeno kot disciplina in način dostopa do problemov. Komponente sistemov upravljanja znanja so: intranet, sistemi za upravljanje dokumentov, "skladišča" podatkov, navigacija in iskanje po tekstovnih datotekah, internet/WWW, Workflow, sistemi za podporo odločanju, ERP (Enterprise Resource Planning), multimedia, drugo. Trendi v izgradnji teh sistemov: WWW in intranet sta postala ključna infrastruktura, HTML in XML postajata standarda in povezuje aplikacije, sistemi postajajo povezani, proizvodnja dokumentacije in spletnih strani postaja avtomatizirana. Definicija upravljanja dokumentov, ki jo je postavila Delphi Consulting Group, pravi "Upravljanje dokumentov omogoča shranjevanje, enostavno iskanje in dostop do dokumentiranih informacij skozi življenjski cikel dokumentov".

Podjetje naj ima organiziran splošen repozitorij za hranjenje dokumentov na enem ali več mestih. Repozitorij predstavlja vsebino, iz katere je možno tiste informacije, ki jih v nekem trenutku potrebujemo, dinamično sestaviti v izhodni dokument. V procesu implementacije sistema je treba najprej zbrati zahteve na osnovi potreb podjetja, nato oblikovati sistem in sprejeti odločitev o aplikaciji, izobraziti zaposlene, ki bodo delali z aplikacijo, in na koncu implementirati in testirati sistem ter pripraviti plan vzdrževanja. Najbolj znani izdelki s

prodočja upravljanja dokumentov so OpenText, Hynet Technologies, EZPower, Excalibur idr.

Na področju izdelovanja dokumentacije je priporočljiva uporaba standardov, in sicer: standardov na področju terminologije (*terminology standards*), urejanja (*editorial standards*), oblikovanja (*layout and style standards*), dostopov in navigacije (*access and navigation standards*), strukture (*structure standards*) in ponovno uporabljivega teksta (*reusable text standards*).

Informacije o konferenci so dostopne na spletni strani <http://www.techcomm99.com/>.

Ksenija Kirbiš in Tanja Turšek

John Feather (Ed.). *Transforming Libraries and Educating Librarians: Essays in memory of Peter Havard-Williams* (Preoblikovanje knjižnic in izobraževanje knjižničarjev: eseji v spomin na Petra Havarda-Williamsa). London: Taylor Graham, 1997, ISBN 0 947568 72 7

Veliki nemški pisatelj Johann Wolfgang von Goethe je zapisal, da se moramo primerjati z drugim, če hočemo spoznati sami sebe. Primerjalno in mednarodno knjižničarstvo je eden najpomembnejših pristopov v znanosti o knjižnicah. Po amerškem knjižničarju Louisu Shoresu se moramo med seboj primerjati individualno kot knjižničarji, kolektivno kot knjižnice, v naši skupnosti, v naši državi, regiji, svetu in - kdo ve - ko se nam odpre vesoljski prostor, v vesolju. Ponavadi se primerjamo z bolj razvitimi državami, vendar za objektivno sliko v duhu mednarodnega knjižničarstva ni slabo, da se včasih ozremo tudi na nerazviti del sveta. In prav zaradi tega sem za prikaz izbral to knjigo.

Knjiga je posvečena spominu na Petra Havarda-Williamsa, znanega britanskega teoretika profesionalnega izobraževanja in razvoja informacijske in knjižnične profesije ter ustanovitelja Oddelka za informacijske in knjižnične študije na Loughborough University. Knjiga je sestavljena iz desetih esejev. Njihovi avtorji so njegovi nekdanji študenti ali kolegi, v nekaterih primerih pa oboje.