

A TÁJÉKOZTATÁS MECHANIZMUSÁNAK FONTOS ELEME: A MEGÚJULT PROSPEKTUS

Zoltán Imre

KGM Műszaki Tudományos Tájékoztató Intézet

A prospektusokról - ezen belül a műszaki prospektusokról - kívánunk a következőkben szólni. Nem célunk, hogy a sok nyelven fellelhető, szép számú irodalmat eggyel szaporítsuk. Sokkal inkább az a felismerés készített bennünket írásra, hogy a műszaki prospektus az utóbbi évek során mind tartalmi, mind formai szempontból észrevehetően és lényegesen megváltozott.

A MELLŐZÖTT PROSPEKTUS

Néhány ismert jellemző vonás

A továbbiakban ehelyütt mellőzni szeretnénk a köztudomású, tehát kevés információval bíró ismérveket, olyanokat, mint például, hogy a prospektusok általában ingyenesek, könyvtári forgalomba nem kerülnek, viszonylag gyorsan elévülnek, reklámcéllal készülnek stb. Bár ma már az említett ismérvek egyike-másika is vitatható, az elmondandó megállapításokat szánjuk annak, hogy a prospektusokról élő, eddigi képet maibbá tegyék, kiegészítsék.

A könyvtárak idegenkedése

Kár is volna szépíteni a helyzetet: a könyvtárak általában idegenkednek a prospektusok gyűjtésétől. A sok nehézség mellett - mint a beszerzés, szakozás, tárolás, tömegesség stb. - alig tévedünk abban, hogy a prospektusok méltatlan mellőzésében ingyenességük is közrejátszik. Könnyű volna bizonyítanunk, hogy sok esetben éppen az ingyenes prospektus nyújtja a keresett információt. Így hát nemcsak az érték és az ár sajátos ellentmondásáról van szó, de arról is, hogy a könyvtár nem állhat hivatása magaslatán, ha a hozzáférhető olvasó számára a problémáját esetleg legjobban alátámasztó műszaki prospektust bemutatni képtelen.

MEGVALÓSÍTOTT PROSPEKTUSTÁR

Ahol nem nélkülözhető

Mégis, ami egy könyvtárban csak hiányolható, az egy olyan szervnél, amely az átfogó műszaki tájékoztatás nyújtását vállalta magára, egyenesen megengedhetetlen. Ilyen megfontolás vezette a KGM Műszaki Tudományos Tájékoztató Intézetét, amikor könyvtára és egyéb terei mellett prospektustárát is életre hívta, s ezáltal a gyártmányismertetőket mostoha mellőzöttségükből méltó rangra emelte.

Évtizedes tapasztalat

Történelmi távlatnak talán a Prospektustár létrehozásától számított alig tíz esztendő kevés. Mégis az intenzív foglalkozás az iparilag fejlett országokból származó prospektusok gyűjtésével és feldolgozásával már ennyi idő alatt is lehetővé tette néhány év tapasztalatainak regisztrálását és feljogosít következtetések lezárására is.

Kezdetben a beruházókra számítottak

Az élet, a gyakorlat néha rácsófol a várakozásra. Kezdetben ugyanis a Prospektustár arra számított, hogy hazánkban elsősorban a beruházók fognak élni az új lehetőséggel. Nem ez történt, mivel - több kényszerítő okból - annak idején a beruházásokhoz a prospektusokból kiválasztott legmegfelelőbb berendezés csak ritkán egyeztetett meg az akkor éppen beszerezhetővel.

Később a külön referáltatás is szerepet kapott

A hagyományos könyvtári feldolgozáson túlmenően további, mélyebb feltárássra is lehetőség nyílt, éspedig azáltal, hogy az újat, az érdekeset tartalmazó prospektusokat külön is referálják és az információt eljuttatják az érdekelt hazai vállalatokhoz.

Külön kommentár nélkül álljon itt a Prospektustár hagyományos munkájának diagramja, ahol a vízszintes sorszámok az egyes munkafolyamatokat, a függőleges nagybetűk pedig az egyes munkafolyamatokat ellátó dolgozókat jelölik.

1. ábra
A feldolgozás munkafolyamata

Személy		Művelet	
A	B	C	D
E	F	G	Külső
1	2	3	4
5	6	7	8
9	10	11	12
13	14	15	16
17	18	19	20
21	22	23	24
25	26	27	28
29	30	31	32

ESZERZÉS

ÁLLOMÁYBAVÉTEL

FELDOLGOZÁS

1	Folyóiratok figyelése	2	Cégkatalógusból az igényelt tárgykörbe tartozó cégek kijelölése	3	Kijelölt cégeknek bekérő levél írása	4	Levél íktatása	5	Cégből ún. társzkarton feltekertése. Ezen a céggel történt kapcsolatok adatait vezeték: levél ment, prospektus érkezett stb. A kartonra a levél elküldésének felvezetése	6	Beérkezett prospektusok cégek szerint bontásukba rakása. Bontásokra felírando a cég neve, az ország és a prospektusok tárgya	7	A társzkartonra a prospektus érkezésének felvezetése	8	Olvasó értékelése a prospektus beérkezéséről, ha volt meghatározott olvasói igény	9	A kiértékelés felvezetése a társzkarton hátlapjára	10	Cégek közönlivel írtása. Ennek felvezetése a társzkartonra	11	Statisztika vezetése a napi postaforgalomról	12	Prospektusok kiválogatása lyukkártyákra feloldozásra, továbbítás külső szakemberek	13	Témakörök kijelölése referálásra	14	Prospektusok kijelölése referálásra	15	Külső szakemberrel szerződés kötés bonyolítása	16	Prospektus értelmezésről címfordítás	17	Prospektus szakozása	18	Referátumok elkészítése	19	Ellenőrzés/fordítás és szakozás/helyesbítés, kiértékelés	20	Referátumok ellenőrzése	21	Ködkönyv kiértékelése új fogalmakkal	22	Ellenőrzés: a prospektus címeinek, a cég nevének, székhelyének, a géptípusának és több más adatának ellenőrzése	23	Behasonlítás a már lyukkártyán lévő prospektusokkal és az időközben beérkezett prospektusokkal, hogy az azonos prospektus azonos rakatári számot kapjon	24	Címkezés: a prospektusra kerül a rakatári szám/numerus kurrens/, a kódszám és a tárgyra fordított cím	25	A cég kódszámának leírása	26	Társzkartonra a cég kódjának és az ország kódjának rávezetése	27	Gépelés lyukkártyára, az új tárgyszavak kartonjainak gépelése	28	Belenőrzés/gépelés	29	Lyukkártyák hornyolása	30	Referátum egy példányának hozzáadását a prospektushoz	31	Referátumból példány továbbítása a Szakirodalmi Dokumentációs Osztálynak	32	Lyukkártyák elhelyezése az előrendezett kartonállományba	33	Az új fogalmak kartonjainak beosztása a cégeknek lévő fogalomkészletbe	34	Prospektus elhelyezése a rakatárban
---	-----------------------	---	---	---	--------------------------------------	---	----------------	---	--	---	--	---	--	---	---	---	--	----	--	----	--	----	--	----	----------------------------------	----	-------------------------------------	----	--	----	--------------------------------------	----	----------------------	----	-------------------------	----	--	----	-------------------------	----	--------------------------------------	----	---	----	---	----	---	----	---------------------------	----	---	----	---	----	--------------------	----	------------------------	----	---	----	--	----	--	----	--	----	-------------------------------------

F E L D O L G O Z Á S

ÁLLÓANYBÁVÉTEL

BESZERZÉS

1. ábra

A feldolgozás munkafolyamata

A TÁRGYILAGOSSÁ VÁLT PROSPEKTUS

"Prospektus" elnevezés jobb híján

Maga a prospektus szó nem szerencsés kifejezés. A szóval ugyanis óhatatlanul együtt cseng az eladói, a feldicsérési, a reklám szándék. Mégis azt kell használnunk - a bár kifejezőbb, de tágabb jelentésű magyar "gyártmányismertető" helyett - mindenesetre azért meggyezze, hogy megállapításaink a műszaki prospektusokra, illetve műszaki katalógusokra vonatkoznak.

Felsőfokok nélkül

Az évek során a prospektusok hangvétele mind észrevehetőbben lehanggadt, megkomolyodott. A szóhasználatból kiveszett a felsőfok, annál inkább egyeduralomhoz jutott a tárgyilagosság. Célja: bemutatni a terméket és főbb jellemzőit, esetleg felhasználási területeit. Kialakításában is kerüli a különködést, a szokatlan hajtogatási megoldásokat vagy a szokatlanabb formátumot. Szinte egységesen vált általánossá az A/4 méret éppúgy, mint az évszám és ennek függvényeként az ár mellőzése.

Spontán egységesedés

A nemzetközileg általánossá vált, szinte szabványos felépítési tartalom és forma fokozatos kialakulásához sehol nem volt szükség központi intézkedésre vagy ajánlásra. Köszükségleti cikknél még megengedhetők a reklám túlzásai, hiszen a kereskedelem áll a laikus vevővel szemben. Esetünkben gyártmányokról, berendezésekről van szó, ahol viszont a gyár a gyárral, a szakember a szakemberrel áll szemben. A termék mértéktelen feldicsérése alig vezethet eredményre, a felhasználó szakembert legfeljebb csak egyszer lehet megtéveszteni. Tisztességes vállalat ezt meg sem engedheti magának, prospektusában csak arról adhat számot, amit valóban nyújtani képes. Bizonyára az egységesedés kialakulásánál ennek is szerepe volt.

A gyártó vállalat "névjegye"

Mégsem áll a tétel, hogy "jó bornak nem kell cégér". Bár a tartalmi és formai jegyek hasonlósága kétségtelen, a prospektus nyomdai kivitelének színvonala lényeges további mondanivalót takar. Mert, amellelt, hogy az új termék létezésének, bemutatkozásának friss dokumentuma a prospektus, kulturált szerkesztésével, izléses kivitelével

meglehetősen élethű képet is képes nyújtani magáról a gyártó vállalat-ról, a rajta keresztül a szóban forgó termékről.

A RELATIV ÉS HEURISZTIKUS INFORMÁCIÓK

A műszaki jellemzők életre kelnek

Már az első évek tapasztalataiból is kiderült, hogy egy ilyen gyűjteményben számottevő a tartalék információ. Hiszen mind a leírt, mind az elhallgatott paraméterek akkor elevenednek igazán meg, akkor válnak csak beszédessé, ha egymással összehasonlíthatók, ha egymás mellett felsorakoztathatók. Alig mondható túlzásnak, hogy egy ilyen felsorakoztatás felérhet egy nemzetközi szakmai kiállítással, megköny-nyitve a döntés előkészítést akár a megvásárlandó termék kiválasztá-sáról, akár a fejlesztés követendő irányáról.

Akik helyesen akartak "tájékozódni" ...

Amikor fejtegetésünkben a prospektusok metamorfózisát kívánjuk indokolni, nem térhetünk ki annak elemzésére sem, hogy kik képezték az olvasók zömét, mi volt érdeklődésük fő iránya és mit merítettek a Prospektustárból. Itt csak annyit, hogy tervezőktől a formatervezőkhöz, technikumoktól az egyetemekig, ujtóktól a kutatókig elsősorban azok jutottak gazdag információhoz, akik túl egy konkrét termék adatain, magáról a termékről kívánták szélesíteni tudásukat, azaz - mint erre nyelvünk logikája utal - a szó szoros értelmében a keresett téma "tá-jékára" jutni, "tájékozódni" akartak.

... s a "tájék" gazdag terméséhez jutottak

Olyan területre érkeztünk az utóbbi gondolattal, amely újra sejteti a gyártmányismertetőkhöz rejlő kimerítetlen tartalékokat. A szerepét jól betöltő Prospektustár - amellott, hogy a releváns, tehát az éppen keresett dokumentumot is tárolja - sokkal magasabbrendű funkció-ra is hivatott, amikor a közelebbi vagy akár a távolabbi "tájék" anyagát felsorakoztatva, a szakember részére megvalósítható ötlet lehető-ségét az ún. heurisztikus információval kínálja.

A CÉLRA ORIENTÁLT GYÜJTÉS

A fordulat: 1968

Az új gazdaságirányítási rend életbelépése a Prospektustár életében is új szakaszt nyitott meg. Az addig végzett - nevezzük statikus - gyűjtés mellé a célra orientált - nevezzük dinamikus - gyűjtés lépett.

A műszaki fejlesztési tervet kell alátámasztani

Fel kellett ismerni a megváltozott körülmények között, hogy a szolid, előre tervezett állománygyarapítás ugyan szükséges, de már korántsem elégséges. Az új követelmény: az önállóbbá vált vállalataink műszaki fejlesztési terveiben szereplő témák gyártmányismertetőkké való alátámasztása. A gyűjtés a vállalatok igényeihez igazodott, így a régebbi esetlegességet a biztonság váltotta fel. Ennek következtében a prospektusok szerepe ugrásszerűen megnőtt, sőt a komplex műszaki tudományos tájékoztatásnak nélkülözhetetlen eleme lett.

RÉGI ISMÉRVEK ÚJ TARTALOMMAL

A hátrányokból előnyök lesznek

Az előbbiekből megkíséreltük a prospektusok kitapintható új vonásait felvázolni. Most érdekesnek és érdemesnek tartjuk új megvilágításban mérlegre tenni a prospektusok közismert fogyatékosait. Már előljáróban jelezzük - paradox eredmény! - valamennyi hátrány előnnyé vált, ezeknek is tulajdonítható a gyártmányismertetőknél a tájékoztatásban betöltött kiváltságos helye. Vegyük sorra:

Az ingyenesség. E komoly pozitívum azt jelenti, hogy a beszerzés elől elhárul a valutáris akadály az egyéb bürokratikus fékekkel együtt, azaz egyszerű levelezés útján, kérésre, a távoli országokból is néhány hét alatt beérkezik a kívánt dokumentum.

A gyors elévülés. Tévhit ez is, legfeljebb részigazság. A többnyire néhány oldalas, sokszinnyomású, egy vagy több gyártmányt reprezentáló igényes prospektusok nem tiszavirág-életűek. Egy-egy termék gyártása ugyanis több éven át is folyhat, de még ezen túl is ésszerű, ha marad róla írásos dokumentum. Nem tulzunk, ha selejtezésre csak öt-hat év után gondolunk.

A tömegesség. Arra figyelmeztet, hogy nem a szinte végtelen mennyiségű beszerezhetőre, hanem a nagyon is véges beszerzendőre kell törekedni, azaz el kell dönteni, hogy a keresett témához mely országból hány és milyen nagyságú vállalatból elégszünk meg gyártmányismertető anyaggal. Ilyen igények viszont jól megközelíthetők a különféle országos és nemzetközi címtárakból, amelyek tárgyszavai elvezetnek a gyártó vállalatok címeihez.

Valójában ezeknek a címtáraknak teljességre törekvő beszerzésére rendkívüli súlyt fektetett a Prospektustár, elérve ezáltal, hogy egyedülálló címtár gyűjteményével mind horizontálisan - azaz országok szerint - mind vertikálisan - azaz vállalatok és termékeik szerint - felkészíteni képes a világot és kijelölheti mindenkorai céljaihoz a címeiket.

Csak szemelvény gyanánt felsorolunk néhányat a címtárak közül:

Ki mit gyárt	Magyarország
Kompass	Anglia
Mechanical Engineering Directory and Buyers Guide	Anglia
ABC Europ Production	Ausztria
The Eastern Trade Directory	Egyiptom
Finnish Foreign Trade Directory	Finnország
Kompass l'Industrie Française	Franciaország
Bottin International	Franciaország
Capital Goods from Holland	Hollandia
Japan Commerce and Industry	Japán
Export Catalogue	Kína
Wer Liefert Was?	NDK
Wer Baut Maschinen?	NSZK
Seibt Industriekatalog	NSZK
World Telex	NSZK
Kompass	Olaszország
Italian Exports	Olaszország
Handbuch der Schweizer Produktion	Svájc
Kompass Sweden	Svédország
Turkish Trade Directory	Törökország
International Yellow Pages	USA
Marconi's International Register	USA

Az idegen nyelvek. Sajátos, de ez témánknál - és csakis témánknál - csekély korlátnak minősül, hiszen a szakember a bármely nyelven írt prospektus lényegét megérti, mert azon a fő mondanivalót számokban /teljesítmény, súly stb./ és képekben /fénykép, metszet, grafikon stb./ fejezik ki.

Persze a nyelv azért korántsem mellékes. Mind észrevehetőbb a külföldi gyárak gesztusa, amikor gyártmányismertetőiket több nyelven, így pl. sokszor magyarul is kiadják, vagy - ami általánosabb - a saját nyelv mellett az angol fordítást is adják /ez általában a helyzet a szovjet prospektusoknál/, vagy - ami ma még ritkább - a nemzetközi nyelvet, az eszperantót is sorompóba állítják /FIAT, Philips, Ytong, Ikarus stb./.

A beszerezhetőség. Gondját, nehézségeit általában eltulozzák. A prospektust ugyanis azért készítik, hogy eljussan az érdekeltekhez, a potenciális felhasználóhoz. Komolyabb gyár - még ha közvetlen eladási szándéka nincs is - nem engedheti meg magának, hogy termékeit prospektusok, katalógusok útján ne dokumentálja. A prospektusokat tehát, különösképpen, ha még levélben kéri is, készséggel megküldi.

A teljesség és az igazság kedvéért sajnos némi kiegészítést azért kell az elmondottakhoz fűzni. Készséggel és gyorsan küldik gyártmányismertetőiket a tőkés vállalatok, sokkal lassabban és akadózva a baráti országok, s nem jobb a helyzet saját portánkon, hazánkban sem. Nem kételkedünk abban, hogy ha a KGM MTI Prospektustárához hasonló nyilvános tár bármely tőkés országban működne, ugy az ország valamennyi ottani vállalata versengene, hogy gyártmányismertetői is helyet kapjanak abban és ily módon ingyenes propagandában részesüljön.

A feldolgozás. A nehézségeket e téren is felnagyítják. Az egyszerűsített feldolgozás szempontját a helyi körülmények szabhatják meg. A szóban forgó Prospektustár helyzete nem általános, mert abban a prospektus nem különgyűjtemény, hanem a gyűjtés fő tárgya. Talán mégsem lesz érdektelen arra utalni, ami az itt nyert feldolgozási tapasztalatokból általánosítható.

A Prospektustár a kohó- és gépipar igen széles területéhez igazodó saját kódkönyvet dolgozott ki és a kézi peremlyukkártyás feldolgozási rendszert választotta. Utóbbi indoklása megérdemel néhány megjegyzést. A cél az olvasó igényelte termék prospektusának többszempon-tu és főleg gyors keresése volt. A computerre vitelt, - bár sok tízezer dokumentum esetén már szabad erre gondolni - el kellett vetni, egyéb okokon kívül azért is, mert az olvasószolgálat a keresett prospektus percekben belüli asztalra helyezését igényelte, még hozzá eredetiben.

Az "eredetiben" kívánalma mindjárt válaszol egy másik egyszerűsítés megvalósításának akadályára is. A sok tízezernyi prospektust azért nem vehettük eddig - a nyomasztó helyhiány ellenére - mikrofilm-re, mert a prospektusok többnyire sokszínűek, s így a fekete-fehér filmek a színek jelentette külön modanivaló veszendőbe menne.

A kézi lyukkártyás rendszerek közül még a fénylyukkártya jöhetne szóba. Ismertnek feltételezve a rendszerek közötti elv különbségét, álljon itt egy példa a választás igazolására. Amikor az olvasó egy téma iránt érdeklődik, a peremlyukkártyás rendszernél a tús válogatás eredményeként átlagosan 30-40 lyukkártyát kap kézbe, az ezek szövegmezében rögzített információk alapján az olvasó maga emelheti ki a témáját leginkább megközelítő három-négy kártyát, s az ezeknek megfelelő prospektusokat kell csak a raktárból számára kiadni. Fénylyukkártyánál viszont - nem lévén rajtuk szövegmező - példánkban mind a 30-40 prospektust elő kellene venni a raktárból. Míg tehát a fénylyukkártya számos területen előnyösebb, a Prospektustár esetében a peremlyukkártya mellett kellett dönteni.

A szűkszavuság. Különösen a szakemberre nehezedő irodalomáradat ismeretében a tömörség itt külön előny. A prospektus minden szavával lényegeset közöl és izléses szerkesztésével, levegős szedésével, néhány oldalas terjedelmével szinte olvastatja magát.

A tájékoztatás szempontjából fokozott jelentőségű a felismerés, hogy az egymás mellé helyezett prospektusok nemcsak egyszerűen összeadják, hanem valósággal megsokszorozzák a belőlük nyerhető információt. Ezt feltétlenül az is elősegíti, hogy az egy témakörben felsorakoztatott dokumentumok gyors áttekinthetőségét lakonikus szűkszavuságuk garantálja.

A PROSPEKTUSTÁR TÖBB, MINT PROSPEKTUSOK TÁRA

Bevezetőnkben érintettük: a rátapadt reklámiz miatt a prospektus szó ma már nem találó. Most ezt azzal egészítjük ki, hogy a Prospektustár elnevezés sem az. Éspedig kétszeresen nem. Egyrészt a "prospektus", másrészt a "tár" miatt. A "tár" ugyanis a statikus gyűjtést sejteti, míg a modern Prospektustár éppen dinamikusságával tölt be magasabbrendű hivatást.

A Prospektustár az a porond, ahol az egymással versengő hazai és külföldi vállalatok tetszés szerinti csoportosításban felsorakoztathatók és - szándékuktól függetlenül - vizsgáztathatók.

Nem szorul bővebb bizonyításra, hogy egy megfelelően előkészített gyártmányismertető-választék nemcsak a behozatal és kivitel kérdésében ad utbaigazítást, hanem a megalapozott műszaki fejlesztés sem nélkülözheti a prospektusokban rögzített releváns, illetve a bennük rejlő heurisztikus információkat.

A magas szintű tudományos és műszaki tájékoztatásnak napjainkban a prospektus is szerves része lett. Fejtegetéseinkkel megkíséreltük a ma prospektusának rangját és helyét kijelölni.

MM^MMM

ZOLTÁN, I.: An important element of the mechanism of information work: the renewed prospectus

Prospectuses, one of the most neglected type of special technical literature, were mostly dealt with by the related technical literature rather than by the technical libraries where they ought to have belonged to.

Taking a closer look upon the huge amount of information included in condensed form in a prospectus, it clearly appears that up-to-date information work can no longer dispense with it. Some ten years ago, the Technical and Scientific Information Institute of the Ministry of Metallurgy and Machine Industry was the first to set up a collection of firm literature to form a separate unit in addition to the Institute's other special collections. Experiences gained in the work of this collection cast light upon several interesting connexions; some of these may be generalized in the following statements:

Prospectuses have gradually and almost uniformly undergone a change and transformation. Their former characteristics such as excessive advertising and publicity background have faded away to make room for well-constructed contents and a uniform format and size.

The operations, methods and activities of the Firm Literature Collection have also changed considerably over the past years. Besides presenting a graph of activities which have already become traditional, the article also outlines the most remarkable changes. It appeared that - due to certain peculiarities of business life in Hungary - the great majority of users were not so much the investors themselves as rather those who were searching for "a" product of for "the" product. With the new system of economic management instituted, the year 1968 saw a decisive change in this respect, too. It was at that time that the Firm Literature Collection substituted the certainty of a dynamic collecting activity for the mere eventuality of static acquisitions, i.e. it adapted its acquisitions to the actual needs of technological development, thus providing considerable help for industrial companies. This mission-oriented acquisition policy is complementary to the predetermined field of collection.

The fact that this literature has been neglected in the past, falls, to a large extent, to the so many disadvantages attributed by the public to prospectuses. As things are considered today, all these shortcomings are diminishing or having just the reverse effect, since, e.g., its free distribution overcomes certain monetary difficulties, its ephemeral nature has proved to be a misbelief, for as long as the product lives the related prospectus should also be in use, and this usually takes 5 to 6 years. A simplified method of processing is defined by the local conditions. The firm literature's "en masse" nature may be narrowed down arbitrarily, its acquisition is the simplest possible work since all it requires is nothing more than a correspondence based on addresses taken from national and international directories. And perhaps the greatest advantage of this literature lies in its laconic nature.

We use the term "prospectus" only for lack of a better word since it is not too appropriate, suggesting the pushing of a certain product. Similarly, collection is not the right word, either, since it implies a static "collection" rather than a dynamic activity as it actually is, and that makes firm literature an important component of technical information.



ЗОЛТАН, И.: Обновленный проспект - важный элемент механизма информации

В области издания специальной технической литературы техническим проспектам уделялось не должное внимание. Проспектами занимались лишь в рамках технической литературы, в технических библиотеках они не обрабатывались.

А именно, учитывая гамму информации, накопленную в проспектах, стало очевидным, что существование современной системы информации без проспектов не мыслимо. В Институте по научно-технической информации Министерства черной металлургии и машиностроения первым был создан 10 лет назад отдел проспектов. Анализ накопленного в этом институте опыта обратил внимание на некоторые важные взаимоотношения. Основные из них следующие:

Проспекты во всем мире постепенно и единообразно изменились, коренным образом преобразовались. Прежний рекламный и пропагандистический характер проспектов отжили; произошла унификация содержания, формы и объема их.

В последние годы коренно изменились и методы работы и деятельности отдела проспектов. Выяснилось, что - учитывая свойственные для Венгрии обстоятельства - большинство читателей составили не специалисты по капитальному строительству, а те специалисты, которые интересовались "об одном лачном изделии" или вообще "об изделии". Решающий поворот произошел в 1968-ом году с началом года введения новой системы экономической и хозяйственной деятельности предприятий. Применительно к новым условиям отдел проспектов от случайности статического метода обработки проспектов перешел к динамическому методу сбора и обработки определенных тем, т.е. сбор и обработка подчинены конкретным задачам по техническому развитию предприятий страны, оказывая таким способом серьезную помощь предприятиям. Такой целеориентированный сбор расширяет ранее установленный круг сбора.

В недооценивании этого дела в прошлом играл немалую роль тот факт, что в сознании остались многие недостатки проспектов. Сегодня эти "недостатки" ничтожны, даже имеют противоположное влияние. Так например, бесплатность проспектов ликвидирует денежные препятствия, фактор времени действия проспектов учитывается неправильно, потому что срок жизнестойкости изделий в среднем считается 5 - 6 лет, а из этого следует, что срок службы проспекта изделия исключается столько же лет; упрощение способа обработки зависит от местных условий, массовость производства подчиняется осуждению, доставка изделия упрощается, так как адреса поставляющих фирм доступны для всех предприятий, и им остается только заняться письменной работой, что сокращает деловую работу предприятий.

До сих пор применяли выражение "проспекты", хотя оно не выражает полностью суть дела из-за рекламного характера в прошлом; аналогично это касается и названия "отдела проспектов", так как сегодня характеризуется не статической, а динамической деятельностью, выдвинувшей проспекты важным элементом технической информации.

§§§

ZOLTÁN, I.: Ein wichtiges Element des Informationsmechanismus:
der neugestaltete Prospekt

Eine der meist vernachlässigten speziellen technischen Publikationsarten war bisher der technische Prospekt. Es war eher nur die Fachliteratur, die sich mit dieser Publikationsform beschäftigte und nicht die technischen Bibliotheken, in welchen sie behandelt werden sollten.

Wenn wir aber die im Prospekt angehäuften Informationsmenge in Betracht nehmen, wird es klar, dass ohne sie das moderne Informationswesen nicht mehr auskommen kann. Das Institut für Technisch-Wissenschaftliche Information des Ministeriums für Hüttenwesen und Maschinenbau hat vor etwa zehn Jahren als erstes, neben anderen bereits existierenden Sammlungen, eine selbständige Prospektsammlung errichtet. Aufgrund der dort erworbenen Erfahrungen kamen interessante Zusammenhänge zum Vorschein. Einige dieser neuartigen Feststellungen sind folgende:

Die Prospekte haben sich in der ganzen Welt stufenweise und ähnlich verändert. Die früheren allzusehr reklameartigen und propagandistischen Anpreisungen fielen weg; auch der Inhaltsaufbau, das Format, das Ausmass wurde sachlicher und einheitlicher.

Die Arbeit, Methoden und Tätigkeit der Prospektsammlung haben sich im Laufe der Jahre ebenfalls gründlich verändert. Neben der Veröffentlichung eines Diagramms über die nunmehr traditionell gewordenen Tätigkeiten, werden auch die wichtigsten Änderungen besprochen.

Es hat sich herausgestellt, dass - wegen der speziellen ungarischen Verhältnisse - den Grossteil der Leser nicht die Investitionsfachleute bilden, sondern vielmehr jene, die entweder "ein" Produkt, oder "das" Produkt suchen. Den entscheidenden Wendepunkt brachte das Jahr 1968, als in Ungarn das neue Wirtschaftsleitungssystem in Gang gesetzt wurde. Diesen Umständen passte sich die Prospektsammlung derart an, dass sie an die Stelle der Eventualität einer statischen Sammlung die Gewissheit der dynamischen Sammlung setzte, d.h. sie organisierte die Sammelarbeit entsprechend den konkreten technischen Entwicklungsansprüchen der heimischen Unternehmen, und leistet damit unseren Betrieben beträchtliche Hilfe. Diese zielorientierte Sammlung ergänzt den vorher bestimmten Sammlungskreis.

Die Beiseitstellung in der Vergangenheit ist auch darauf zurückzuführen, dass im allgemeinen sämtliche Nachteile des Prospekts noch lebendig sind. Laut der modernen Auffassung verschwinden diese "Fehler", oder sie zeigen gerade in entgegengesetzte Richtung. Die "Kostenlosigkeit" beseitigt z.B. die Valutenschwierigkeiten; die "ephemere Art" ist ein Irrtum, denn solange das Produkt lebt, muss auch seine Beschreibung "leben", was zumeist 5-6 Jahre bedeutet; die vereinfachte Methode der Bearbeitung wird von den Lokalverhältnissen bestimmt, die Massenhaftigkeit kann nach Belieben eingeeengt werden, die entsprechenden Adressen den sog. Landes- und Weltadressbüchern entnommen werden können und nur die Korrespondenz muss erledigt werden; der wichtigste Vorteil ist aber vielleicht die "Wortknappheit".

Wir müssen den Ausdruck "Prospekt" mangels eines besseren gebrauchen, da er gerade wegen des damit verbundenen Reklamegeschmacks nicht vorteilhaft ist. Ebenso ist auch der Ausdruck "Prospektsammlung" nicht zutreffend, da es sich heute nicht mehr bloss um eine "Sammlung" handelt, wobei man auf einen statischen Zustand denken könnte, sondern um eine dynamische Tätigkeit, durch welche die Prospekte zu einem wichtigen Element der technischen Information werden.

!!!