

Eretnek gondolatok az információ áráról

Régi szerzőnk ezúttal vitacikket írt. Dolgozatát mi szintén vitairatként tesszük közzé, mert megítélésünk szerint is sok vitatnivaló található benne. Pró és kontra egyaránt. Annyi azonban már most is megállapítható róla: könyvtár- és tájékoztatáspolitikai jelentősége van.

1. Bevezetés

Az információs társadalomban, ahogy sokan nevezni szeretik az emberi civilizáció jelenlegi korszakát, egyre-másra halljuk, olvassuk, mondjuk, hogy az információ áru, az információnak ára van. Az információ – úgymond – erőforrás, termék, szolgáltatás, s ezért éppen úgy kell érte fizetni, mint a piacon forgalomban levő vagy keresett bármely termékért, szolgáltatásért. Lassan közhelyként, jelmondatként hat az *információ=áru* kapcsolat, az információ árára való hivatkozás. Viszont az meglehetősen homályos, hogy az információ árát hogyan is kell meghatározni.

A megfellebbezhetetlen állítás, hogy az információ egyfajta árucikk, implikálja, hogy ezt az árut előállító "iparnak" a piaci viszonyok között önfenntartónak vagy legjobb esetben is csak ideig-óráig dotált ágazatnak kell lennie, hasonlóan bármely piacra termelő gazdasági ágazathoz. Ez a megállapítás azonban társadalmilag káros, holott – mint láttuk – egyenesen következik az információ árujellegéből. Az információs ágazat sohasem lesz képes önmagát eltartani, nem is feladata ez. Legfeljebb részkielégítést lehet megtéríteni a fogyasztókkal, illetve csak bizonyos információfajták lehetnek egészükben önfenntartóak. Éppen ezért szükséges közelebbről megvizsgálni az információt árral bíró árunak tituláló nézetek igazságtartalmát.

Az alábbiakban a fenti általános kijelentésekkel szemben álló eretnek gondolataimat szeretném közzétenni. Megkísérlem, hogy az automatikusan átvett és közhelyként ismételt "információ – áru", "információ – ár" összefüggés mélyébe tekintsek, s empirikusan bizonyítsam, hogy az állítás nem mindig igaz; hogy az információ áru jellege nem általános. Példákat fogok bemutatni arra, hogy nem minden információért kell fizetni, illetve amiért fizetni kell, az nem mindig információ. Mielőtt a bizonyításra rátérnék, néhány fogalmat szeretnék tisztázni.

2. Ár, áru, információ

Józan tudatunk eléggé tisztán ismeri az ár és az áru fogalmát, ezért bővebb értelmezésre egyik sem szorul. Ezzel szemben közgazdasági kategóriaként elég nehézkesen definiálják mindkettőt. A *függelék-*

ben az ár és az áru három-három definícióját olvashatjuk; ezeket három közgazdasági lexikonból idéztem. Úgy tűnik, hogy az információra bizony meglehetősen nehéz ráhúzni bármelyik definíciót is. Ha pedig – közgazdasági meghatározás helyett – segítségül hívjuk az árura és az árra kialakított saját képzetünket, és ezt megpróbáljuk összekapcsolni az ugyancsak a józan ész sugallta információképzetünkkel, zavarba jövünk: nem tudjuk annyira világosan látni az összefüggéseket, mint a mindennapos árucikkek, termékek vagy szolgáltatások esetében ("ezt kapom, ennyit kell fizetni érte, megéri nekem vagy sem"). Az minden gondolkodó ember számára egyértelmű, hogy a piacon kapható termék vagy az igénybe vehető szolgáltatás áru, amelynek árát – ideális esetben – a piac szabja meg, és – ugyancsak ideális esetben – ára a minőséggel vagy az erre jellemző paraméterrel arányos. Viszont az "információáru" (amely talán a termék és szolgáltatás között foglalna helyet) ára a legjobb esetben is homályos fogalom mind a nagyközönség, mind az információs szakmabeliek körében.

Ennek egyik oka az információ – tudományos vagy közgazdasági – fogalmának homályos volta. Nem kísértem meg az információ definiálását, mert szerintem ez lehetetlen, csupán utalok egy korábbi cikkemre [1], amelyben megpróbáltam igazolni, hogy az információ szó nem egyetlen fogalmat jelöl. Ezt használjuk a dokumentáció, az útbaigazítás, a tájékoztatás, a híradás, a hír, az értesültség, az értesítés, az ismeret, az adat és még sok más rokon értelmű fogalom kifejezésére. A divat, no meg az angol *information* szó szolgáló átvétele következtében lett nálunk is az egyetlen használt szó a sok más jó helyett. Említett írásomban törekedtem szétválasztani és külön-külön kategóriákba sorolni az információ szóval kifejezett sokféle fogalmat, arra a következtetésre jutva, hogy egyenként kellene megvizsgálnunk, megneveznünk és kezelnünk az uniformizált információ szóval takart különböző fogalmakat.

Itt egy kis kitérőt teszünk az információ körülhatárolása céljából. A tudományos és műszaki, az orvosi, a jogi, a közgazdasági, a vezetési stb. információ esetében a fogalom keveredik az ismeret, a tudás fogalmával. Csak érezzük, de nem tudjuk meghatározni az információ és az ismeret fogalmi határait. A gyakorlat információs szolgáltatásnak tartja pl. a szakirodalmi (bármely szakirodalmi!) és a szabadalmi

tájékoztatót, de nem tartja annak a jogi, egészségügyi, marketing, szervezési stb. tanácsadást, bármely szakma vagy diszciplína oktatását, az ebbéli továbbképzést és a folyamatos tudásátadás egyéb formáit. Vizsgálódásunk szempontjából tekintsük – kissé önhatalmúlag – az utóbbi kategóriákat az információáru és -ár témakörén kívül esőeknek a továbbiakban; különben igen messzire kellene elmennünk. Foglalkozunk mindössze azokkal az információfajtákkal, amelyek az említett cikkben [1] szerepelnek, és amelyeket a 3. pontban nevesíték.

Visszatérve a fő témára: az ár, az áru tárgyalása és az alább következő példák kapcsán definiáljuk az *információmag* fogalmát. Ennek segítségével fogjuk megkülönböztetni a "lecsupaszított", a "pöre", vagyis az absztrakt információt (a lényegét) a hozzáadott értéket tartalmazó, hordozóra vitt, átcsomagolt információtól. Az információmag – ebben az írásban – mindaz az ismeretdarabka, hír, adat, grafikon stb., amelyet a felhasználó keres, illetve amelyre kérdése végső soron vonatkozik, a hozzáadott érték és a megjelenítési forma nélkül.

3. Az információfajták vizsgálata

Az információáru és -ár szempontjából vegyük az alábbi három csoportot:

- ▶ az információért nyilván fizetni kell,
- ▶ az információért nyilván nem kell fizetni,
- ▶ fizetni kell valamiért, a kérdés: az információért-e vagy valami másért?

3.1 Az áru típusú információfajták

Néhány példát sorolunk fel azokra az információmagokra, amelyek nyilvánvaló módon árat hordoznak, tehát kétségtelenül árucikkek, és amelyek árát viszonylag egyértelműen meg lehet határozni.

a) Hírszerzés típusú információmagok

Azokról van szó, amelyek révén – a legtöbbször illegális és titkos módszerek alkalmazásának eredményeképpen – bizonyos egyének vagy csoportok rendkívül fontos tudnivalók, értesülések, adatok stb. birtokába jutnak. Ilyenek például:

- ▶ katonai, politikai hírszerzés, kémkedés,
- ▶ ipari, technológiai hírszerzés,
- ▶ banki, tőzsdei, ingatlanpiaci, kereskedelmi hírszerzés,
- ▶ sportfogadási tippek,
- ▶ bűnügyi értesülések, személyi megfigyelés révén eladott vagy beszerzett információ stb.

b) A szellemi tulajdonú információmag legális átadása.

Ilyen például a találmány, licenc, know-how, innováció.

3.2 Nem áru típusú információfajták

Ide soroljuk azokat az információmagokat, amelyekért nyilvánvaló módon – az esetek túlnyomó

többségében – nem kell fizetni, tehát nem árucikkek. Például:

- a) A tudományos, műszaki, orvosi stb. konferenciákon elhangzó előadások, ahol a szerzők azzal elégedettek, hogy meghallgatják őket. Ide tartoznak azok a többnyire jó nevű, magas színvonalú folyóiratokban közölt cikkek, amelyek megjelenítéséért a szerző fizet, hogy fórumot kaphat.
- b) Sajtótájékoztatókon közreadott információmagok, mint a hírek egy részének alapjai, valamint a (főleg) politikai célból a sajtónak kiszivároztatott információmagok.
- c) Közvélemény-kutatásokra, tv-műsorok nézettségére és egyéb kérdőíves felmérésekre adott válaszok (a nézettség igen fontos információmag, mert ezzel arányos a reklámok ára).
- d) Bármennyire tudománytalannak vagy parlaginak tűnik is a "társadalmi" vagy "társasági jóléretsültség", spontán információ, magyarul: a pletyka és társainak besorolása az információs kategóriák közé, ezek kétségtelenül *per se* információként foglalnak helyet életünkben. Nemegyszer fontos döntésekben is helyet kapnak a sajátosan terjedő hivatali és hivatalon kívüli információmagok, amelyek közlöni boldogok, hogy elmondhatták őket (pl. egy kiárusítási vagy diszkont vásárlási értesültség, informális csatornákon terjedő értesülések stb.).

3.3 Áru voltukban kétséges információfajták

Ez a kategória a legnagyobb, legösszetettebb, és az áru-, illetve árkérdésekben a legbizonytalanabb, mivel ebben a csoportban nemcsak az információmagokról van szó.

- a) A tudományos, műszaki és gazdasági információk körében, amint már megemlítettük, a konferencia-előadásokért az előadó a legritkább esetben kér pénzt a hallgatóságtól. Viszont a kinyomtatott előadás-információkért, nem is beszélve az adatbázisokban keresettekről, fizetni kell. De vajon az információmagért kell-e fizetni itt, vagy annak megjelenítéséért, körítéséért?

A szakmai folyóiratok, könyvek stb. drága pénzbe kerülnek. Nem egyértelmű azonban, hogy a folyóirat előállítási árán, terjesztési költségein, a kiadóvállalat profitján kívül fizetünk-e egyáltalán valamit az információmagért, s ha igen, mennyit? A folyóiratok nagy része a cikkek szerzőinek szerzői díjat fizet. Vajon ilyenkor az információmagot fizetik-e meg, s nem a szakíró munkáját? Mi a helyzet a konkrét információmagot nem tartalmazó áttekintő cikkek, tankönyvek stb. szerzői díjával? A szépirodalomban az írók is kapnak szerzői díjat, amelyet a könyv vásárlója fizet meg, honorálva ezzel az író tehetségét és munkáját. Vajon a tudományos és szakmai művek szerzőinek tiszteletdíja különbözik-e ettől, s itt inkább a publikációban levő információmagot kell megfizetni? Nézetem szerint ezekre a kérdésekre csak igen-igen bizonytalan válaszok adhatók az információ ára tekintetében;

bizonyos, hogy az információmag ára semmiképpen sem kvantifikálható. Az nyilvánvaló, hogy egy folyóirat előfizetési díjának tekintélyes része annak előállítási, terjesztési stb. költségeit fedezi, s csak elenyésző rész a szerzői tiszteletdíj. Egy folyóirat nem nevezhető információnak, tehát a folyóirat – mint termék – ára eltér az információ állítólagos árától. Nagy merészség kellene ahhoz, hogy valaki "árasítsa" a folyóiratcikk-beli információmagot (ha van ilyen benne).

A műszaki és tudományos könyvtári tájékoztató (referenz) szolgálatok nem mindig nyújtanak információmag-szolgáltatást, hanem – az olvasók kérésére – rámutatnak azokra a könyvtári dokumentumokra, amelyekben az információmag – esetleg – megvan. Velük rokon a manuális dokumentum-visszakereső, "bibliográfia"-készítési, témfigyelő vagy más hagyományos könyvtári tájékoztatói szolgáltatás, ahol az információ kizárólag hozzáadott értéket képvisel, tehát ára megmondhatatlan; többnyire a munkadíjjal arányos díjat kell az itt produkált "csomagért" fizetni, illetve a könyvtár szponzora fizeti tájékoztató munkatársainak munkabérét. Ehhez bővebben lásd: [2].

A bibliográfiai adatbázisokban meglévő és online vagy más elektronikus módszerrel kereshető ún. információk (valójában dokumentumadatok, ellátva a tartalomra utaló és a visszakeresést segítő eszközökkel), ill. a keresés eredményeképpen kapott dokumentumjegyzék ára nyilvánvalóan elsősorban a hozzáadott érték díja. Ez viszont rendkívül összetett: az adatbázis készítőjének, az online szolgáltatónak és a kommunikációs csatornáknak, illetve a CD-ROM termék forgalmazójának, a kereső-közvetítőnek fizetett díjakból tevődik össze. Nagy hiba, ha ezeket azonosítjuk az "információ" árával, hiszen a dokumentumjegyzékben információmag alig van (bibliográfiai adatbázisokról lévén szó).

Külön kell szólni a faktografikus (tényadat)-adatbázisokról. Való igaz, hogy ezek keresésének eredménye többnyire valóban információmagot szolgáltat, különösen a műszaki, üzleti, pénzügyi, közgazdasági numerikus vagy útmutató (directory) típusú adatbázisok esetében (pl. anyagállandók, műszaki adatok, céginformációk, mérlegadatok, közgazdasági idősorok, címek, nevek stb.). Hibájuk viszont, hogy a keresett információmagok előfordulása meglehetősen esetleges, nehéz megtalálni őket, és nem mindig megbízhatóak. A teljes szövegű adatbázisok tartalmukban alig különböznek nyomtatott megfelelőjüktől, viszont a kívánt információmag kikeresése belőlük elektronikus módszerrel hatékonyabb, mint manuálisan.

Az elektronikus módszerekkel végzett dokumentum- vagy tényadatkeresés végső eredménye nem sokban különbözik a hagyományos, manuális dokumentum- vagy tényadatkeresésétől. A különbség a kereshető halmaz nagyságában, a gyorsaságban, a hatékonyságban és a manuálisan

alig megoldható keresési sajátosságokban van; ezzel idő, munka és speciális szakismeret megszerzése takarítható meg, amit meg kell fizetni, mégpedig meglehetősen borsos áron. A fizetendő díj tehát nem az információ ára.

A manuálisan vagy elektronikusan visszakeresett, könyvtári módszerekkel beszerzett dokumentumokból készült tanulmányok ára kétségtelenül magas, információmag-tartalma – jó esetben – igen tömény. Két kérdés merül fel: vajon az ilyen mű mennyiben információszolgáltatás, és mennyiben tanácsadás vagy ismeretátadás, a fizetendő árnak pedig mekkora töredéke maga az információmag, és mekkora a keresés, az értékelés, az "átcsomagolás" stb. munkadíja, tehát a hozzáadott érték? Az a véleményem, hogy a piaci, döntéselőkészítő, szemle- stb. tanulmányok információmagjának keresése, szintézise, csoportosítása, rendezése, értékelése stb. teszi ki az árban tükröződő legnagyobb díjtételt, s ebben inkább hasonlít a tudományos és műszaki szakkikkek és a szépírók műveinek "árához", vagyis az információmag ára itt bizonytalanabb, mint bármely más esetben.

b) A "bizonytalan" árú információk közé tartoznak a média- és sajtótermékek. Az újságolvasó, a rádióhallgató – úgy is, mint adófizető – mennyiben fizeti meg a hír mint információmag árát, s mennyiben az újság előállítási, terjesztési költségeit, illetve a műsorszórás és közvetítés költségeit? A hírügynökségeknek a hírlapok fizetnek a hírekért, de milyen arányban kell az információmagért, a tudósítók munkájáért, a hírügynökség üzemeltetéséért fizetni? Mivel nem minden hírforrás mint információmag kerül pénzbe a sajtó területén (lásd a fentebb tárgyalt sajtótájékoztatókat), nem valószínű, hogy elsősorban a információmag ára testesül meg előfizetett hírlapunkban, hanem inkább a hozzáadott érték. Tovább bonyolítja a helyzetet, hogy a médiumok költségvetési támogatást élveznek, és hogy az újságok, hetilapok stb. működési költségeit elsősorban a hirdetések (lásd d) pont) fedezik, ahol viszont az információ adója (nem vevője) fizet. Összegezésenként leszögezhetjük: a médiumok és a sajtó esetében az információmag ára nagyon bizonytalan, pénzben aligha fejezhető ki, ezért lehetetlen árunak tekinteni.

c) Következzék a tudakozódás, felvilágosítás eredményeképpen kapott információmag árának vizsgálata. Az utasforgalmi, a kereskedelmi ("mennyibe kerül?"), a pénzügyi (kamatláb, árfolyam), a kultúrintézményi, a könyvtári, a hivatali stb. tudakozódás, tájékozódás, felvilágosítás (= *informaton!*) ára aligha állapítható meg, áru mivolta ezért kétséges. Való igaz, hogy költségei szerepelnek a vasútjegy, a boltban megvásárolt termék árában, az ügyfelektől beszedett banki kamatokban, a közintézmények fenntartási költségeiben (rezsitételek), de nem biztos, hogy az információmag felhasználója az, aki fizet érte, hanem valaki más;

sok esetben a felhasználó úgy látja, hogy ingyen jutott hozzá az információmaghoz. És milyen áru az olyan – ha csak nem központilag dotált, és nem ajándék –, hogy nem az használja, aki fizet érte? Ismét: az információ árujellege kétséges, ármegállapítása lehetetlen.

- d) A hirdetések, reklámok kategóriája is erősen kétséges információfajta az áru és az ár szempontjából. A reklámért kizárólag az információt adó fél fizet; bár igaz, a vevő áttételesen a reklám költségeit is megfizeti, de nem az információmagot, ha a meghirdetett terméket megveszi. Ide tartoznak az ingyenes hirdetőújságok, valamint a cég- és termékprospektusok, termékkatalógusok, szórólapok, amelyek információmagvait akárki hasznosíthatja, nemcsak a termék vevője. Az apróhirdetésekért szintén elsősorban az információ adója fizet (ezek tartják el a lapokat), a sokszor igen fontos információmag hasznosítója alig. Mivel a sajtótermékek, televízió-rádió fenntartási költségeinek javát a hirdető fizetik meg, ebben az esetben az információmag előállítója a hirdető, az újságoldal vagy töredékének vevője. Hol van hát az információ felhasználója számára az áru ára? A hirdető, a reklámozó boldog, ha közzétett információmagva eljut annak ismeretlen címzettjeihez, nemhogy pénzt kérjen érte. Gondoljunk a legtöbb videotex rendszerre, köztük a francia Minitelre, ahol a rendszer üzemköltségeit a hirdetők mint az információmag adói viselik. Használata a fogyasztók körében teljesen vagy majdnem ingyenes, pedig a franciák sok-sok közérdekű információmaghoz jutnak hozzá a Minitel révén. Itt összemósódnak az áru, ár, költség, nyereség fogalmai az információmagot adó és vevő fél között. Az "információ-áru" szlogen érvényét veszti.

4. Következtetések

Még számos egyéb információfajta lehetne felsorolni, ahol vagy kell, vagy nem kell fizetni az információmagért, illetve kétséges, hogy mennyit, ha igen. Gondolom, mindhárom csoporthoz lehetne még más példákat is találni, az egyes példákról pedig ki lehetne mutatni, hogy hibásak, ha áru mivoltukat vagy árukat kezdjük feszegetni. Az olvasót vitára invitálom.

A fenti példákkal azt kívántam bizonyítani, hogy az állítás, miszerint "az információ áru, amelynek ára van", így, általában véve nem állja meg a helyét. Vannak speciális esetek, amikor ez igaz, s vannak, amikor hamis; az esetek többségében kétséges. Ha írással csak annyit értem el, hogy egyesekben kételyt ébresztettem a szinte kritikátlanul átvett közhely iránt, máris elértem céloimat. Azonban ennél mélyebb következtetést is le kell vonnunk abból a felismerésből, hogy nem minden információ áru, nem minden információ információmag, és az információ árát, ha van is, többnyire lehetetlen megállapítani.

Mint a bevezetésben utaltam rá, társadalmilag megalapozatlan és káros annak az elvnek hangoztatása, hogy az információ árucikk, s mint ilyen, megtermeli költségeit a fogyasztókkal fizetendő ár révén, sőt esetenként még profitot is termel. Éppen ezért – úgymond – a társadalomnak, a költségvetésnek nem vagy alig kell(ene) dotálnia az információáru, az információ központokat, a könyvtárakat, az információs szolgáltatásokat, hiszen előbb-utóbb ezek eltartják magukat, ha jó áru termelnek.

Ennek a nézetnek téves voltát a szakmabeliek körében nem kell túl sokat bizonygatni. Az információs szakmában járatlan, mégis döntéshozó pozícióba került vezetőknek kell – kellene – megérteniük, hogy – eltekintve a kevés kivételtől – az információt tilos árucikknek tekinteni, még kevésbé értékének megfelelő árat próbálni neki szabni azzal a céllal, hogy önfenntartó gazdasági ágazat legyen. A fenti elemzésekből következik, hogy legfeljebb az információmag az érték, az áru, egyes esetekben adott felhasználók számára. Ám az információmag ára megállapíthatatlan vagy legalábbis rendkívül pontatlanul állapítható meg (mint pl. az üzleti információk szolgáltatása esetében), bár igaz, a 3.1 pont alatti információmagnak meg lehet határozni a piaci árát is.

Általános következtetésként az alábbiakat vonhatjuk le. Az információs "iparba" társadalmilag befektetett tőke csak nemzetgazdasági szinten térülhet meg. Az információval hasonló a helyzet, mint a kultúrával, az oktatással, az egészségüggyel stb., ui. ezek a szektorok sem fogják megtermelni soha költségeiket, hiába emelik a színházjegyek árát, a tandíjat, a gyógyszerek térítéseit stb. A különbség legfeljebb annyi, hogy a közvélemény az oktatás és az egészségügy társadalmi támogatását megérti és elfogadja, az információét alig. Speciális esetek persze minden szektorban akadnak: a rock-koncertek, a nem dotált regények, a menedzsertanfolyamok, a magánklinikák stb. éppen úgy nyereséges vállalkozások, mint pl. bizonyos információbrókerek, magán-detektív-irodák, ingatlanügynökségek tevékenysége, a párkereső szolgáltatások stb. Viszont az információs szektor teljes palettájának azon részei vonatkozásában, amelyekre az ár- és áruelmélet szószólói gondolnak, nemhogy tévedés árutermelésről, árról és önfenntartásról beszélni, hanem egyenesen vétség, mivel társadalmi veszélyt is hordoz magában.

Ez ellen emeltem fel – vitákra készen – szavam, amikor eretnek gondolataim papírra vetésével az általános információáru-elv ellen tiltakozom, és próbálom igazolni hamis voltát.

Irodalom

- [1] ROBOZ PÉTER: Gondolatok egy könyvtárban az információról. = Tudományos és Műszaki Tájékoztatás, 37. köt. 5. sz. 1990. p. 179 – 185.
- [2] BALÁZS Sándor – STUBNYA György: Az időmegtakarítás mint az információs szolgáltatások értékmérője. = Tudományos és Műszaki Tájékoztatás, 40. köt. 1. sz. 1993. p. 7 – 11.

Függelék

Az ár és az áru három meghatározása

1. Ár Az áru csereértékének pénzbeli megjelenése. Az a pénzmenyiség, amelyet adott termék vagy szolgáltatás egységnyi mennyiségéért a piacon adnak. Az árak az áron keresztül fejezik ki egymáshoz viszonyított értéküket, csereértéküket.

Áru Olyan munkatermék, amely hasznosságánál fogva alkalmas valamilyen emberi szükséglet kielégítésére, és amelyet nem saját szükségletre, hanem eladás céljából termeltek (adásvétel útján jut el a fogyasztóhoz, felhasználóhoz).

/Közgazdasági kislexikon, 4. kiadás, Kossuth Könyvkiadó, Budapest, 1987./

2. Ár Egy-egy áru, azaz tárgyszerű dolog, szolgáltatás és járadékjogcím pénzben kifejezett csereértéke; a klasszikusok szerint alapjában véve a csereérték. E definíció szerint a bér, a kamat és valamely pénznek árfolyama is ár.

Áru A kereskedelmi forgalom értelmében mozgatható, a kereskedelmi forgalom tárgyát képező dolgok, illetve olyan dolgok, amelyek a forgalmazás felfogása szerint az árak forgalmazásának tárgyaiként tekintetbe

jöhetnek (széles körű meghatározás szerint pl. a vilamos energia is áru, földterület azonban nem).

/Wirtschafts-Lexikon. Gablers, Wiesbaden, 1971./

3. Ár Egy áru ára azt mutatja meg, hogy mit kell befektetni azért, hogy az árut vagy a szolgáltatást előállítsuk. Ezt rendszerint pénzben fejezzük ki, bár a fizetés nem szükségképpen pénzben történik. A relatív árat egy másik áru mennyiségében fejezzük ki... Ezért ha az összes ár azonos mértékben nő, az abszolút ár nő, a relatív ár változatlan marad.

Áru Tárgyak, amelyek a termelés eredményeképpen jönnek létre. A javak (Goods) megfogható áruk, amelyek pozitív módon járulnak hozzá a gazdasági jóléthez. A szolgáltatások (Services) közgazdasági értelemben olyan tetszőleges funkciók vagy feladatok, amelyekre igény van, s ezért az érdekelt piacon áruk is meghatározható. A szolgáltatásokat sokszor megfoghatatlan javaknak, áruknek (Goods) is nevezük. Egyik jellemzőjük, hogy előállításuk helyén "fogyasztják el" őket. Rendszerint nem vihetők át, s ezért kizárják a spekulációt abban az értelemben, hogy a szolgáltatás azért nem vásárolható meg, hogy eltérő áron továbbadják.

/The Dictionary of Modern Economics. Ed.: D.W. Pearce. The MIT Press, Cambridge (USA), 1983./

Béerkezett: 1992. Xil. 2-án.

Rendezvénynapló

TELEPHASSA Comett-szeminárium Felhasználói támogatás, nemzet(köz)i együttműködés és stratégia: a könyvtárak számára fontos kérdések

Patras (Görögország), 1993. március 3–4.

Szervező: Dr. Catherine Synellis
Patras University, Central Library
265 00 Patras
Greece
Tel.: 30 61 991672
Fax: 30 61 991725

Barcelona, 1993. március 17–18.

Szervező: Mrs Núria Balaqué
Servei de Biblioteques, Edifici A
Universitat Autònoma de Barcelona
08193 Bellaterra
Spain
Tel.: 34 3 5811015
Fax: 34 3 5812000

Tilburg (Hollandia), 1993. március 31–április 1.

Szervező: Mrs Ellie Vermeer
Tilburg University Library
P.O.Box 90153
5000 LE Tilburg
The Netherlands
Tel.: 31 13 662146
Fax: 31 13 663370

Consultex China '93 A XXI. század Tanácsadó Üzleti és Információs Szolgáltatásai felé

Peking, 1993. április 25–29.
Beijing International Convention Center
Beijing 100101, China
Tel.: (861) 4993757, (861) 4993758
Fax: (861) 4993993

INFOBASE '93

Frankfurt am Main, 1993. május 25–27.
Szervező: Messe Frankfurt GmbH
Ludwig-Erhard-Anlage 1
W-6000 Frankfurt am Main
Tel.: 00-49-69-75 750

59. IFLA-konferencia

Barcelona, 1993. augusztus 22–28.
Szervező: Mr. W.D. Roberts
IFLA Headquarters
POB 95312
2509 CH The Hague
Netherlands
Fax: (31) (70) 3834827