

tikai intézmények, a vállalatok stb. számára is. A vállalatok számára az információ hasznosságát a sikeres technológiai, marketing, pénzügyi vagy egyéb döntésekhez való hozzájárulás mértéke jelenti.

A vállalati döntések két csoportra oszthatók: megállapítani valamely javaslat helyes vagy helytelen voltát; kiválasztani egy bizonyos akciósor különböző lehetőségek közül. Az előbbi esetben új információ jön létre, ami érdekes lehet a vállalat szempontjából, de a profithoz nem járul hozzá; az utóbbi esetben az információ hasznossága révén értéké válik.

### Vállalati döntések

A vállalati döntéshozatalnál minél fontosabb a döntés, annál kevésbé diktálja az információ, viszont a testület könnyű döntéseit tulajdonképpen az információ határozza meg. Például:

- ▶ Az **A** vagy a **B** technikát vezessék be? A kutatási eredmények az **A** mellett szólnak.
- ▶ Valamely terméket az **A** vagy a **B** terület piacán értékesítsenek-e? A piacfelmérések nagyobb fejlődési lehetőséget az **A** területen mutatnak.

Mindkét esetben könnyű volt a döntés, hiszen az információk egyértelműek voltak.

Ott nehezebb a döntés, ahol az információk nagy száma sem képes teljesen kiküszöbölni a bizonytalanságot. Klasszikus példa erre: Mi legyen a vállalat távlati célja a következő tíz vagy húsz évben? Vagy: Eladjunk-e aranyat három hónapra előre a mai áron? Mivel a jövő megismerhetetlen, a döntés kockázata nagy, hiszen ettől függ a haszon vagy veszteség.

Az információ ugyan közelebb visz a döntéshez, de mindig marad egy hézag a megismerhető körülmények és a meghozható döntés között. Sőt, különösen a jövőt illető döntéseknél gyakorta megtörténik, hogy újabb információk csak növelik a bizonytalanság mértékét. Persze a kevesebb információ sem a jobb döntéshez, legfeljebb a könnyebb döntéshez vezet. Ez sokszor oda vezet, hogy a vállalati vezetők inkább kevesebb információt igényelnek. Felmerül a kérdés, hogy a nyereséget hozó, nagy kockázattal járó döntésekhez milyen mértékben járul hozzá az előkészítő információ? Bizonyára csak részben. Ugyanis az információ, amely háttérrel ad a nagy kockázattal járó döntéshez, nem határozza meg magát a döntést.

Általában a vállalatok nem értékelik kifejezetten a nagy kockázati döntéseket előkészítő információkat. Az értékelés inkább közvetetten nyilvánul meg a

különböző szintű döntéshozók anyagi elismerésében. A vezetők bérszintje a felelős döntéseikkel együtt járó bizonytalansági vagy kockázati fokot tükrözi.

### Információs hierarchia

A vállalati hierarchia ennélfogva információs hierarchiának felel meg. Legalul találjuk a rutindöntéseket, amelyeket többnyire a meglévő információk diktálnak. A rangsorban feljebb helyezkednek el az átfogóbb és összefüggőbb információkat igénylő döntések. Magasabban még kevésbé diktálja az információ a döntéseket, s inkább arra szolgál, hogy felvázolja a bizonytalanság mértékét, amelyben a döntés meghozandó. Végül a hierarchia csúcsán elhelyezkedő vezető hozza meg a vállalat hosszú távú üzletpolitikáját befolyásoló döntéseket. Annak ellenére, hogy a csúcsvezetésnek vannak a legátfogóbb, a legösszetettebb információi a vállalatról és működési környezetéről, a döntések nagy bizonytalansági kontextusban születnek meg.

Elméletileg megállapítható, hogy felfelé haladva a lépcsőfokokon, az információ nagyobb tömege nagyobb értéket tükröz. Ennek következtében méltóbb anyagi elismerésre akkor számíthatnak az információs szakemberek, ha képesek lesznek a konkrét döntéshozatali szinteknek megfelelő, összefüggő és célzott információcsomagokat összeállítani. Az eredményes döntésekért viszonzásul a készpénzen kívül egyéb ellenszolgáltatásokat (kedvezményes részvényszerzés, alkotószabadság stb.) is el kell fogadniuk.

A címben feltett kérdésre a kifejtett négyes megközelítés nem ad teljes választ. Egyrészt a közgazdasági gondolkodásnak és gazdasági gyakorlatnak kell fejlődnie ahhoz, hogy az információt a piac megfelelően értékelje, másrészt a vállalatok szemléletének és gyakorlatának is fel (és el) kell ismernie az információ értékét. Az információs szakemberektől elvárható, hogy az információ értékét jobban megértessék a társadalommal, s ezáltal megkönnyítsék egy olyan gazdaság kifejlődését, amely az információt is beleilleszti a cserefolyamatokba. A tét nemcsak az információs szakemberek fokozottabb anyagi megbecsülése, de valószínűleg a társadalom általános prosperitása is.

/COONEY, J. P.: What is information really worth? = Canadian Library Journal, 44. köt. 5. sz. 1987. p. 293–297./

(Zoltán Imre)

## Pénzcsinálás információs szolgáltatásból

Az USA-ban *Pénzcsinálás (Making Money – a továbbiakban MM)* elnevezéssel olyan vándortanfolyamok működnek, amelyek az információhoz juttatás dollárértékének kifejezni tudását kívánják megtanítani.

Ennek jegyében az információ szolgáltatásával kapcsolatos tevékenységek díjazásának elméleti és gyakorlati módszereit tárgyalják, akár egy-egy intézményen belüli, akár rajta kívüli szolgáltatásokról van szó.

### A téma jelentősége

A szokatlan cím nyíltan utal a tényre: napjainkban bármely igényelt információnak pénzben kifejezhető értéke van, ami abból következik, hogy információ nélkül senki nem tud megenni. A vásárló, az ügyfél, a használó éppen úgy nem, mint a vezető, a tervező, az író, a kutató, a döntéshozó, az intellektuális érdeklődő és még sok más. Ez az érték akkor is realitás, ha történetesen nem lehet könnyen kifejezni. Ennél is nehezebben mérhető az a kár, amit az információ hiánya okozott eddig, illetve okoz és okozhat a jövőben.

Eredetileg az információhoz való hozzáférés ingyenes volt. Költségeit névtelen jötevők (adófizetők, felsőbb szervek stb.) fedezték.

Ma, amikor rátűzzük az árcédulát az információszolgáltatásra, a hangsúlyt a *szolgáltatásra* helyezzük. A díj a szolgáltatásért jár: az értelmezésért, a keresésért, a szűrésért, az ellenőrzésért, az elhatárolásért, a fordításért, az elrendezésért, az indexelésért stb.

Alig múlt húsz éve, hogy néhány USA-beli könyvtár jó helyzetfelismeréssel és előrelátással önként bevezette a térítéses/díjazásos információszolgáltatást. Ugyanakkor néhány magáncég "rájött" az efféle vállalkozások jövedelmező voltára. Mai követők ezeknek az úttörőknek a nyomdokain járnak.

Az utóbbi évtizedekben, tehát az ún. "információs korszakban" a régi feladatok végzésére új utak nyíltak. Az új eszközök és technikák (pl. CD-ROM) új szemléletet, új teljesítőképeséget, új termelékenységet hoztak. Az csak természetes, hogy mindezek az új információs produktumok és információs aktivitások már jól látható árcédulákat viselnek magukon.

A 70-es és 80-as évek tehát nemcsak az információs eszközök és technikák új, gazdag választékával léptek a színre, hanem a profit- és nem profitcélú szektorok valamennyi szintjén a kifinomultabb gazdasági és pénzügyi tervezéssel is. Következésképpen ma már az új technikán alapuló információszolgáltatást nyújtó könyvtárak, főként a szakkönyvtárak mindinkább gazdasági kategóriákban mérhetők és mérendők.

Az MM-kurzusok ideje éppen most jött el. A tanfolyamra olyan beállítottságú szakemberek jelentkeznek, akiknek zöme a gazdaságra orientált társadalom aktív, tudatos, hatékony résztvevőjeként az információhoz való hozzáférés üzleti vállalkozásának értő művelője kíván lenni.

### Kik végzik a tanfolyamot?

Közelebbről nézve a dolgot: az egyes tanfolyamok hallgatósága különböző területekről és okokból toborzódik. Vannak közöttük – a szakkönyvtárosokon kívül – közművelődési könyvtárosok, egyetemi pénztárosok, hivatali ügyintézők, számítógépezők, egyesületi vezetők stb. Vannak, akik anyagi gondokkal terhelt könyvtárakat szeretnék "profitközpontúvá" tenni, feltételezve, hogy ehhez különféle

szolgáltatási díjak felszámítása lenne az egyetlen megoldás. Sokan arra várják a választ a tanfolyamtól, hogy miként lehet az intézményen belül megtalálni a költségviselőket, akikhez a könyvtári szolgáltatások költségei átterelhetők. Megint mások elsősorban a fenntartó szervezethez, egyesülethez nem tartozó használók bekapcsolásában látják a kiutat, ugyanis a kívülálló nagy tábora olyan piac, amely igényli, sürgeti és szívesen meg is fizetné az információs szolgáltatásokat. Végül a hallgatók egy kisebb hányadát az olyan vállalkozók vagy majdani vállalkozók teszik ki, akik ötleteket, megerősítést várnak az előadásoktól, s így készülnek fel egy későbbi, pl. részmunkaidőben vagy akár nyugdíjasként végezhető foglalkozásra.

### A tanfolyam tematikája

Az MM-kurzus eleve nem bonyolódhat olyan filozófiai okoskodásokba, hogy a díjak felszámítása helyese vagy sem. Célja: kijelölni az információs láncban a díj vonzatú szolgáltatások helyét, és a hallgatókat ennek megfelelően szakmai-gyakorlati ismeretekkel felvértezni.

A tanfolyam rugalmasan igyekszik alkalmazkodni a hallgatóság szakmai összetételéhez és az első órán rendszeresített szóbeli bemutatkozáson kinyilvánított elvárásaihoz. A más-más beállítottságú (jó üzleti érzékű, ill. gyenge vállalkozói hajlamú) hallgatóknak széles témaválasztékot kínál a *Sources of Information* c. segédlet. E segédlet anyaga tanfolyamonként változik, tételei cserélődnek, bővülnek, törlődnek, regionális információkkal egészülnek ki, tehát naprakészek. Az "élő" segédlet csaknem minden megfogalmazott hallgatói érdeklődést képes kielégíteni. Sokoldalúan vitatja és világítja meg pl. az ajánlatkészítéssel, a vállalati tervezéssel vagy a pályára felkészítéssel, az otthoni munkavállalással kapcsolatban felmerült problémákat.

A foglalkozások rendje nagy vonásokban így alakul: az intézményen belül alkalmazható díjterhelési módzatok megtárgyalásával indul, a specifikus eladási technikák megvitatásával folytatódik, majd a vállalkozóknak szóló gyakorlati útmutatások felsorakoztatásával zárul. A hangsúly mindvégig a díj vonzatú szolgáltatások céljainak meghatározásán és a különleges példák elemzésén van. Az árképzés technikájának elsajátítására a legalkalmasabbnak az USA-ban és Kanadában jelenleg érvényes árlistagyűjtemény beható kritikai elemzése bizonyul. Az árusítással (pénzkezeléssel) összefüggő technikák elfogadtatása az iméntinél nehezebb feladat szokott lenni. Sokak számára ugyanis ez teljesen ismeretlen terület, hiszen ilyen jellegű tárgyakat a könyvtári, illetve tájékoztatástudományi iskolákban nem tanítanak. Pedig az ilyen ismeretek megszerzésében mindenki érdekelt, vagy annak kellene lennie. Akik az árusítás fizikai aktusát ennek ellenére inkább visszataszítónak, mint izgalmasnak tartják, helyesebb, ha más tevékenység felé orientálódnak. E felismeréshez elegendő lehet az MM-kurzusnak akár csak egyetlen

intenzív napján való részvétel is. Így ez utóbbiak is hálások lesznek, de még inkább azok, akik a "díj alapú" irányzat mellett kötelezik el magukat.

• • •

A kívánt formában és időben beszerzett információ, illetve annak szolgáltatása korunkban már nem lehet ingyenes, hiszen előállítását nagy értékű berendezések és képzett specialisták beállításának költségei terhelik. Ki kell tehát alakulnia annak az új szakmának, amely az információ szolgáltatását üzleti vál-

lalkozásként üzi. A térítésre/díjazásra alapozott szolgáltatások viteléhez szükséges kerekedelmi, pénzügyi, üzletpolitikai ismeretek széles körű oktatását/terjesztését az Egyesült Államokban és Kanadában a "Pénzcsinálás" elnevezésű vándortanfolyamok végzik. Ezek az ismeretek eddig nem szerepeltek a könyvtárosképzési tantervekben.

**/WARNER, A. S.: Making Money: Fees for Information Service. = Special Libraries, 78. köt. 4. sz. 1987. p. 277-280./**

(Zoltán Imre)

## Először Európában: könyvtári online katalógus CD-ROM lemezen

Az 1966-ban alapított Bielefeldi Egyetem (Universität Bielefeld) könyvtára – a kari könyvtárak és a központi könyvtár – egységes, integrált, egylépcsős rendszerben működik. A beszerzés és feldolgozás központilag, a szabadpolcos elhelyezés decentralitán – a kari könyvtárakban – történik. A központi könyvtár az információs központ, referenzszámlománnyal, online számítógépes irodalomkutató és egyéb (kölcsonzési stb.) szolgáltatásokkal. A könyvtári hasznos terület közel 24 000 m<sup>2</sup>. A másfél milliós szabadpolcon elhelyezett állományt 2700 (!) olvasóhely veszi körül az egyetem főépületében, amely 380 m hosszú, 230 m széles és egy nagy aulára, az ún. főutcára vannak felfűzve benne a kari helyiségek, tantermek és könyvtárak. Ez a modell az ún. "egyetem egyetlen tető alatt".

Érthető, hogy az állomány feltárását biztosító katalógusok részére a lehető legjobb formát kellett kidolgozni, hogy az olvasók kiszolgálását ilyen nagy területen lehetővé tegyék.

Az évente eleinte kb. 100 000, majd az utóbbi években – 50 000 beszerzett kötet címleírásait ezért számítógépre vitték. Ebből eleinte mikrofilmplakátokat állítottak elő, hozzá mintegy 60 leolvasókészülékkel helyezték el a könyvtárakban.

1987-ben a DFG (Deutsche Forschungsgemeinschaft – Német Kutatási Közösség) finanszírozásával Európában először teljesen újszerű projekt kidolgozását kezdték meg néhány cég segítségével (CCS Compact Systeme GmbH, Lasec GmbH, B.O.S. GmbH, Philips GmbH, Arbeitsgemeinschaft für Datentechnik). Ennek keretében a másfél milliós kötet összesen 780 000 címleírását CD-ROM lemezre vették fel. Ugyanerre a lemezre került az index is. Az adatok előkészítéséhez a könyvtár dolgozta ki azt a programot, amellyel az 1987. év végi teljes állományt konvertálták. A visszakeresés a CCS cég TEXTLINE és OPTISEARCH programcsomagjaival történik. A CCS a könyvtár tervei alapján menütípusú keresőrendszert is készített. A keresés több szempont (szerző, címből vett szavak, osztályozási rendszer

stb.) szerint végezhető. A DFG előírta, hogy a címleírás adatait a MAB1 adatstruktúrában (Maschinelles Austauschformat für Bibliotheken – könyvtári gépi formátum) megfelelően alakítsák ki. A lemez előállítás, sokszorosítás, másolása megfelel a kompakt hanglemezeknél alkalmazott technológiának. Az első lemez a Philipsnél már 1988-ban el is készült.

A képernyőmenük kialakításánál már arra is ügyeltek, hogy a lokális adatokra is rá lehessen kérdezni, mert feltehetően rövid időn belül Észak-Rajna-Vesztfália tartomány más egyetemi könyvtárai is bekapcsolódnak a projektbe, és akkor a CD-ROM katalógus kooperatív katalógusként fog működni. Ebben az esetben a keresett könyv könyvtári helye grafikusán is ábrázolható lesz majd.

A CD-ROM katalógust évente kétszer kívánják aktualizálni. A közbenso időben az új tételeket hajlékony mágneslemezzel illesztik majd hozzá, de a tervek szerint a sűrűbb aktualizálás sincs kizárva.

Miért jobb a CD-ROM katalógus, mint az OPAC (Online Public Access Catalog = online elérhető olvasói katalógus)?

- ▶ az OPAC bevezetéséhez szükséges nagyszámítógép telepítése, a hozzáférési és egyéb hardver túl nagy beruházást jelentett volna;
- ▶ az ETHERNET helyi hálózat segítségével ez a rendszer az egyetemen bárhol felállított személyi számítógépekről gyors hozzáférést nyújt;
- ▶ a meglévő terminálokhoz csatlakoztatható lejtások beszerzése, a lemez és a szoftver előállítás jelent csak költséget.

Egyébként a tervek szerint a katalógust meg is lehet majd vásárolni, előreláthatólag 300 DEM lesz az ára.

*/Katalog auf CD-ROM. Erstmals in Europa.*

NEUBAUER, K.-W.: Bielefelder Universitätsbibliothek in der Spitzengruppe europäischer Bibliotheken. Serviceeinrichtung für Universität und Region. = Bielefelder Universitätszeitung, 17. köt. 148. sz. 1987. p. 31–33.

Publikumskatalog auf CD-ROM. = Bielefelder Universitätszeitung, 18. köt. 149. sz. p. 4–5./

(Lécesné Mesterházi-Nagy Márta)