

- Ki használja ezeket az adatokat?
- Mire használja?
- Mi a felhasználó előnye az ilyen átszerkesztésből?

Az információs szektort külön szerepeltető NJK az információs gazdaságban érdekelt kutatóknak például értékes adatokkal szolgálhatna, ám mások számára kétséges haszonnal járna. Mit érne az üzleti viszonyok elemzőjének, vagy a politikai élet irányítójának annak az ismerete, hogy egy gépet információ előállítására, vagy más célra alkalmaztak? Vagy mi a különbség az információ szolgáltatása és más szolgáltatás között? Nem inkább az iparban alkalmazottak foglalkoztatási szintje, a gépek előállítása és a különféle szolgáltatások nyújtása a lényeges kérdés? Azt tudni, hogy minden szervezetnek vannak információs funkciói is, keveset segít az üzleti viszonyok jobb megértésében. Azt tudni, hogy az információs tevékenység csökkenni fog-e a jövőben, érdektelen ahhoz képest, hogy miképpen alakul a foglalkoztatottság egyes iparágakban. E szempontból tekintve igen keveset lehetne nyerni a NJK átstrukturálásával.

#### Véggkövetkeztetés

A jelenlegi iparágak teljesítményeinek nyilvántartásával, átrendezésével lehetséges egy új, az információs ipart

#### Hivatkozások

1. MACHLUP, F.: The Production and Distribution of Knowledge in the United States. Princeton, N. J., Princeton University Press, 1962.
2. PORAT, M. U.: The Information Economy: Definition and Measurement U.S. Department of Commerce. Washington, D. C., U.S. Government Printing Office, 1977.

## A nem haszonra irányuló marketing lenne a könyvtárak jövője?

### Miért szükséges a marketing?

A könyvtárak a társadalom ún. „harmadik szektor”-ába tartoznak, csakúgy mint a diákotthonok, kórházak, múzeumok, vagy más „nem hasznot hajtó” intézmények. Mindezek nehéz helyzetben vannak, mivel elsőként érzik meg a támogatások csökkenését.

A szociális szektor intézményei (köztük a könyvtárak is) minden hozzájuk forduló személyt kiszolgálnak. A legutóbbi évtizedben azonban nyilvánvalóvá vált, hogy az alkalmazott módszerek nem felelnek meg az ügyfelek elvárásainak. A felhasználók igényeihez való gyors alkalmazkodás pedig pénz kérdése. A hasonló szolgáltatá-

felölő kategória kialakítása. Az információs ipar teljesítményeinek egy része azonban új, a korábbi években nem létező termék, másik része azonban régi termék, új csoportosításban nyilvántartva. Nem világos, hogy a szolgáltatás gazdaságból eltolódás történt-e az információs gazdaságba, vagy inkább csak a meglévő szolgáltatások és termékek új elnevezéséről van szó.

Az információs gazdaság termékeire és szolgáltatásaira osztható, s az adatok tanúsága szerint a jövőben növekedés az információs szektor termékoldalán következik be. Ebből a felismerésből a könyvtárakra nézve az következik, hogy *nem várható a szolgáltatások iránti igény növekedése pusztán azért, mert beléptünk az információ korszakába.* Az információs gazdaság koncepciójának sokféle értelmezése van, és csak egy töredékük vonatkozik a tradicionális könyvtári szolgáltatásokra. *A könyvtárosi tanulmányok során nyert szakismeretek feltehetően használhatók a széles értelemben vett információs gazdaságban is,* e szakismereteket azonban el is kell tudni adni.

Az idő nem érett meg a nemzeti bevételi számlák rendszerének átrendezésére csupán azért, hogy tükrözze az információs szektor tevékenységét. A számlák használóinak többsége számára egy ilyen átcsoportosítás nem járna haszonnal.

3. RUBIN, M. R.–TAYLOR, E.: The U.S. information sector and GNP: an input-output study = Inform. Proc. Management, 17. köt. 4. sz. p. 163–194.

*/COOPER, Michael D.: The structure and future of the information economy = Information Processing and Management, 19. köt. 1. sz. 1983. p. 9–26./*

(Dáczér Éva)

sokat pénzért nyújtó intézmények jobb alkalmazkodóképességük és egyenrangú teljesítményeik révén elvonják a felhasználókat a szociális szektortól. Kézenfekvő, hogy e szektornak fontolóra kell vennie: milyen eszközöket alkalmazhatna a haszonért dolgozó intézmények hatékony fegyvertáraiból.

Az egyik ilyen eszköz éppen a marketing, amelyet még napjainkban is egyesek túl agresszívnek, szinte erkölcstelennek vélnek, és úgy gondolják, nincs helye a nem haszonért dolgozó szektorban. Azzal érvelnek, hogy a könyvtárak fenntartása közérdek, és miként a múltban, a jövőben is működni fognak különösebb erőfeszítések nélkül. Ha a könyvtárosok továbbra is fenntartják ezt az

- Ki használja ezeket az adatokat?
- Mire használja?
- Mi a felhasználó előnye az ilyen átszerkesztésből?

Az információs szektort külön szerepeltető NJK az információs gazdaságban érdekelt kutatóknak például értékes adatokkal szolgálhatna, ám mások számára kétséges haszonnal járna. Mit érne az üzleti viszonyok elemzőjének, vagy a politikai élet irányítójának annak az ismerete, hogy egy gépet információ előállítására, vagy más célra alkalmaztak? Vagy mi a különbség az információ szolgáltatása és más szolgáltatás között? Nem inkább az iparban alkalmazottak foglalkoztatási szintje, a gépek előállítása és a különféle szolgáltatások nyújtása a lényeges kérdés? Azt tudni, hogy minden szervezetnek vannak információs funkciói is, keveset segít az üzleti viszonyok jobb megértésében. Azt tudni, hogy az információs tevékenység csökkenni fog-e a jövőben, érdektelen ahhoz képest, hogy miképpen alakul a foglalkoztatottság egyes iparágakban. E szempontból tekintve igen keveset lehetne nyerni a NJK átstrukturálásával.

#### Véggkövetkeztetés

A jelenlegi iparágak teljesítményeinek nyilvántartásával, átrendezésével lehetséges egy új, az információs ipart

#### Hivatkozások

1. MACHLUP, F.: The Production and Distribution of Knowledge in the United States. Princeton, N. J., Princeton University Press, 1962.
2. PORAT, M. U.: The Information Economy: Definition and Measurement U.S. Department of Commerce. Washington, D. C., U.S. Government Printing Office, 1977.

### A nem haszonra irányuló marketing lenne a könyvtárak jövője?

#### Miért szükséges a marketing?

A könyvtárak a társadalom ún. „harmadik szektor”-ába tartoznak, csakúgy mint a diákotthonok, kórházak, múzeumok, vagy más „nem hasznot hajtó” intézmények. Mindezek nehéz helyzetben vannak, mivel elsőként érzik meg a támogatások csökkenését.

A szociális szektor intézményei (köztük a könyvtárak is) minden hozzájuk forduló személyt kiszolgálnak. A legutóbbi évtizedben azonban nyilvánvalóvá vált, hogy az alkalmazott módszerek nem felelnek meg az ügyfelek elvárásainak. A felhasználók igényeikhez való gyors alkalmazkodás pedig pénz kérdése. A hasonló szolgáltatá-

felölő kategória kialakítása. Az információs ipar teljesítményeinek egy része azonban új, a korábbi években nem létező termék, másik része azonban régi termék, új csoportosításban nyilvántartva. Nem világos, hogy a szolgáltatás gazdaságból eltolódás történt-e az információs gazdaságba, vagy inkább csak a meglévő szolgáltatások és termékek új elnevezéséről van szó.

Az információs gazdaság termékeire és szolgáltatásokra osztható, s az adatok tanúsága szerint a jövőben növekedés az információs szektor termékoldalán következik be. Ebből a felismerésből a könyvtárakra nézve az következik, hogy *nem várható a szolgáltatások iránti igény növekedése pusztán azért, mert beléptünk az információs korszakába.* Az információs gazdaság koncepciójának sokféle értelmezése van, és csak egy töredékük vonatkozik a tradicionális könyvtári szolgáltatásokra. *A könyvtárosi tanulmányok során nyert szakismeretek feltehetően használhatók a széles értelemben vett információs gazdaságban is,* e szakismereteket azonban el is kell tudni adni.

Az idő nem érett meg a nemzeti bevételi számlák rendszerének átrendezésére csupán azért, hogy tükrözze az információs szektor tevékenységét. A számlák használóinak többsége számára egy ilyen átcsoportosítás nem járna haszonnal.

3. RUBIN, M. R.—TAYLOR, E.: The U.S. information sector and GNP: an input-output study = Inform. Proc. Management, 17. köt. 4. sz. p. 163–194.

*/COOPER, Michael D.: The structure and future of the information economy = Information Processing and Management, 19. köt. 1. sz. 1983. p. 9–26./*

(Dáczér Éva)

sokat pénzért nyújtó intézmények jobb alkalmazkodóképességük és egyenrangú teljesítményeik révén elvonják a felhasználókat a szociális szektortól. Kézenfekvő, hogy e szektornak fontolóra kell vennie: milyen eszközöket alkalmazhatna a haszonért dolgozó intézmények hatékony fegyvertáráiból.

Az egyik ilyen eszköz éppen a marketing, amelyet még napjainkban is egyesek túl agresszívnek, szinte erkölcstelennek vélnék, és úgy gondolják, nincs helye a nem haszonért dolgozó szektorban. Azzal érvelnek, hogy a könyvtárak fenntartása közérdek, és miként a múltban, a jövőben is működni fognak különösebb erőfeszítések nélkül. Ha a könyvtárosok továbbra is fenntartják ezt az

álláspontjukat az olcsó számítógépek, műholdak és fejlett információszolgáltató rendszerek korában, a könyvtárak a közeli jövőben egyszerű közraktárrá válnak. Ha ezt el akarják kerülni, sőt, hasznos szerepet akarnak játszani, továbbra is, át kell gondolniuk működésüket, szolgáltatásaik és az ügyfelek körét.

A nem haszonért dolgozó szektor az 1960-as években már megvizsgálta a marketing stratégiák alkalmazhatóságát, de a termékek megfoghatatlansága, a célok bizonytalan volta, a szolgáltatási csatornák szokatlan jellege miatt akkor kudarcot vallott.

### A marketing fogalma

Sokan a csere fogalmával magyarázták, hogy a marketing nem alkalmazható a nem haszonért dolgozó intézmények esetében. A csere klasszikus modellje szerint ugyanis árukat, kézzelfogható tárgyakat cserélnek el pénzért. Ez a meghatározás kizárja a csere fogalmából a szellemi javakat, valamint a csak szimbolikus vagy pszichológiai értéket nyújtó szolgáltatásokat. *A hatvanas évek végén azonban a csere fogalmát olyan értelemben terjesztették ki, hogy magába foglal minden olyan cserét, amikor valami értéket (legyen az pénz, tárgy, információ vagy gondoskodás) kínálnak valamiért egy bizonyos igény kielégítésére.* E felfogás szerint a könyvtári szolgáltatások is beletartoznak e körbe.

Néhány szociális intézmény (köztük könyvtárak is) főként az Egyesült Államokban elkezdte alkalmazni a marketing stratégiákat. Sok helyen ez mindössze új használók szerzésére irányuló reklámhadjáratot jelentett, amelyhez nem párosult a szolgáltatások megfelelő fejlesztése, pedig a valódi piackutatás jól megalapozott program, amelyben hosszas tervezés, elemzés és kipróbálás előzi meg az igényeknek megfelelő termék kifejlesztését és az elterjesztését célzó kampányt.

### Tervezés és elemzés

A tervezés első lépése az intézmény feladatának, piacainak, forrásainak és céljainak tisztázása. Egy marketing program kialakítása előtt az alábbi kérdésekre kell válaszolnia a könyvtár vezetőinek.

#### A piacelemzés

- Milyen fő irányzatok befolyásolják az információs ipart?
- Mi a könyvtár legfőbb felvevő piaca?
- Melyek az információs ipar piacának főbb szektorai?
- Mik az egyes piaci szektorok igényei?
- Az egyes piaci szektorokban milyen tudomány, ismeret, igény él a könyvtárral kapcsolatban?

- Hogyan lát bennünket és versenytársainkat a közvélemény?
- A potenciális használók hogyan szereznek tudomást könyvtárunkról és hogyan döntenek igénybevételeiről?
- Mennyire elégedettek a jelenlegi ügyfelek?

#### A források elemzése

- Mik felszereltségünk, szolgáltatásaink és személyzetünk főbb erősségei és gyengéi?
- Milyen lehetőségek vannak pénzügyi forrásaink növelésére?

#### A feladatok elemzése

- Mi a könyvtár dolga?
- Kik a könyvtár használói?
- Milyen igényeket próbálunk kielégíteni?
- Az információs ipar melyik szektorára akarunk összpontosítani?
- Kik a főbb versenytársaink?
- Kiválasztott piacunkon milyen versenyképes előnyöket tudunk kínálni?

A könyvtárak általában a százszázalékos igénykielégítés (mindenkinnek, mindent, mindig) elve alapján dolgoznak. A haszonért dolgozó szervezetek tapasztalata szerint ez lehetetlen. Ezért abból a szempontból vizsgálják meg a piacot, hogy kiválasszák azt a csoportot, amelyet a legjobban tudnak kiszolgálni. Ha a könyvtárak ezt a stratégiát alkalmazzák, lehetővé válna számukra, hogy piacukat alaposan megismerjék, s kezelhető szektorokra bontsák: a felvevő piac egyes elemeinek, igényeinek ismeretében ki tudjuk választani azokat, amelyeket a rendelkezésünkre álló forrásokkal legjobban tudunk kiszolgálni. Különös figyelmet érdemelnek az eddig meglehetősen elhanyagolt piaci szektorok, nevezetesen a könyvtár fenntartóinak igényei.

A piac körvonalazása után lehet kidolgozni a marketing stratégiát, a „marketing mix” elnevezésű eljárás segítségével. Ennek négy ismertetője van: a kínálat, a termék, az eljuttatás és az ár.

### Kínálat

A könyvtári kínálat egyik oldala lehet a *hirdetés, a reklám újságokban, rádióban, tévében vagy személyes kapcsolatok felhasználása révén*, de semmiképpen sem korlátozódhat csak erre. Nagyon fontos például a *könyvtár hangulata*: egy tetszetősen kialakított, szinte munkára ösztönző környezet nyilván több ügyfelet vonz. Sokan esnek abba a hibába, hogy csupán a szolgáltatások kínálásának „külső” oldalára gondolnak. Legyenek akár milyen szegények is az összegek a könyvtárak építéséhez, illetve fenntartásához, *az atmoszféra rovására nem szabad takarékoskodni.*

## Termék

Terméken ez esetben a könyvtár lényegi szolgáltatását értjük, ami nem más, mint az információ. A könyvek, a könyvtárhelyiség, a gyerekek számára kihelyezett játékok csupán „csomagolásai” e terméknek. Ugyanennek a „terméknek” létezhetnek azonban másfajta „csomagolásai” is. *Néhány könyvtár* levonta a következtetéseket és más formákban nyújtja a megszokott szolgáltatásokat: helyismereti csoportot indít, gyerekprogramokat indít, irodalmi esteket szervez stb. Ehhez *dinamizmus, gyors alkalmazkodókészség szükséges*, ami nélkülözhetetlen, ha a könyvtárak meg akarják tartani szerepüket a társadalomban.

A magánszektorban a piackutatás nyomán piacra kerülő termék monopolhelyzete rövid életű: addig tart, míg a versenytársak be nem kapcsolódnak a versenybe. Általában a termékek piaci élete ciklusszerű, és ez igaz lehet a könyvtárak szolgáltatásaira is. A ciklus egyes szakaszain más és más módszerrel kell az ügyfélhez viszonyulni, és ha a termék utolsó szakaszába lépett, ki kell vonni a piacról és mással kell helyettesíteni. A ciklus négy fő szakasza:

- a piaci bevezetés,
- a gyors elterjedés,
- a verseny és a szintentartás,
- a hanyatlás.

A könyvtáraknak tudniuk kell, hogy új termékek bevezetését főként a használói visszacsatolás ösztönzi. *Ötleteket lehet meríteni a versenytársak kezdeményezéseiből is*, ami saját kutató- és fejlesztőmunkát takaríthat meg. A bevezetni kívánt szolgáltatások megkezdése előtt gondos elemzésre van szükség, melynek során ilyen jellegű kérdésekre keressük a választ:

- Túlságosan specializált-e a bevezetendő szolgáltatás vagy termék?
- Beleillik-e a könyvtár adottságaiba és felkészültségébe?
- Technikailag kivitelezhető-e?
- Nincs-e káros hatással a már meglévő szolgáltatásokra?
- Jelentős anyagi befektetést kíván-e?
- Megfelel-e annak a piacnak, amelyet a könyvtár kiszolgálni igyekszik?

Ha már a tervezés szakaszában választ adunk e kérdésekre, nagyobb esélyünk van arra, hogy a piac számára kívánatosabbá tegyük a bevezetni kívánt szolgáltatást. *A termékek skálájának megtervezéséhez a piacot alaposan meg kell vizsgálni és ügyelni kell arra is, hogy az ígéretek ne lépjék túl a lehetőségek határait.*

## Eljuttatás

A marketing harmadik, kevésbé hangsúlyozott eleme az elosztás. Ebből a szempontból is kívánatos lenne a

könyvtárak jobb alkalmazkodása a felhasználókhoz. A termékek fő eljuttatási csatornája mindmáig maga a *könyvtár épülete*. Meg kellene vizsgálni azonban az eljuttatás egyéb lehetőségeit és formáit is. Az idősektől nem kellene elvárni, hogy a könyvtár épületébe jöjjenek. Igénybe lehetne esetleg venni az *információs ügynökök* szolgálatait is, ami még hasznot is hajthatna. *Apró települések körzetében fel lehetne osztani a nagy gyűjteményeket apróbbakra*. Még sok kutatómunkára van szükség újabb csatornák kifejlesztésére, amelyekben el lehet juttatni a könyvtár szolgáltatásait az ügyfelekhez.

## Ár

A megfelelő ár megállapítása szintén a marketing egyik eleme. A számítógépes információs rendszerek bevezetésével felmerült a kérdés, hogy szolgáltatásai térítés ellenében, vagy ingyenesen legyenek igénybevehetőek. Egyesek azzal érvelnek, hogy ezek működtetése igen költséges, s indokolt, hogy a használó hozzájáruljon, mások viszont azzal, hogy *a könyvtár ingyenes szolgáltatás és az is kell, hogy maradjon*.

A legtöbb esetben nagy befektetésekről van szó. *Mivel azonban a haszonért dolgozó információs ipar térhódítása részben annak köszönhető, hogy a könyvtárak idő, pénz és személyzet híján a megszokott szolgáltatásokon túl nem tudnak újabbakat nyújtani, úgy tűnik, hogy a szolgáltatásokat pénzért kell adni*. A díjszabás természetesen nemcsak a ráfordításoktól függ, hanem attól is, mennyit hajlandó a piac fizetni.

## Összefoglalás

A marketing módszerével a könyvtárak javíthatják társadalmi helyzetüket, új felhasználókat vonzhatnak, termékeiket és szolgáltatásaikat pedig jobban igazíthatják a kereslethez. A könyvtár dokumentumok, emberek és anyagi feltételek, berendezések együttese, amely meghatározott célokat szolgál. A marketing alkalmazása révén biztosabban és jobban lesznek képesek felhasználni ezeket a célok érdekében. *A könyvtáraknak át kell állniuk a termék-központú szolgáltatásról a felhasználó-központú szolgáltatásra*, és meg kell elégedniük a piac egy részével annak érdekében, hogy ezt aztán teljesebben tudják kielégíteni.

/CONDOUS, C.: *Non-profit marketing - libraries' future?* = *Aslib Proceedings*, 35. köt. 1. sz. 1983. p. 407-417./

(Domokos Miklósné)

## A technológia hatása a könyvtárközi kölcsönzésre

Az új információs technológiák választás elé állítanak bennünket: vagy beillesztjük őket a régi rendszerbe és eljárásokba, vagy a könyvtár funkcióit igazítjuk az új technológiákhoz. Az elmúlt 15 évben többnyire az utóbbi változatot alkalmazták pl. a kölcsönzés és a katalógizálás esetében, aminek következtében a kölcsönzési és katalógizálási részlegek sok helyütt már alig emlékeztetnek a 15 év előttiekre. A könyvtárközi kölcsönzés területén a változások eddig kevésbé voltak szembetűnőek, mivel ma is jórészt a hagyományos eljárásokra épül. Érdemes azonban megvizsgálni, milyen hatást fog gyakorolni az új technológia a könyvtárközi kölcsönzés jelenlegi szervezetére.

### A hagyományos könyvtárközi kölcsönzés

A tipikus könyvtári hierarchiában a könyvtárközi kölcsönzéssel foglalkozó szervezeti egység a referenz részleghez csatlakozik. Mindig is munkaigényes tevékenység volt, ezen nem változtatott az online információs rendszerek megjelenése sem. Bár a kérés napjainkban gyorsan jut el a kölcsönző könyvtárhoz, itt azonban meg kell állapítani, hogy a kért könyv állományban van-e, megtalálható-e a polcon s kölcsönözhető-e. Ezt követően följegyzik a kölcsönzést, megfelelően csomagolják, postázzák a kért anyagot. Egy tipikus egyetemi könyvtárban ez az eljárás legalább három részleget érint: a könyvtárközi kölcsönzést, a kölcsönzést és az expedíciót.

Úgyszintén sok időt emészthet fel a könyvtárközi kölcsönzési igényt továbbító könyvtárban az adatok ellenőrzése, annak megállapítása, hogy a kért könyv melyik könyvtárban található, majd a kérés továbbítása, és az ügyfél értesítése erről.

Nincs még 10 éve, hogy a nagykönyvtárak – tekintettel arra, hogy a könyvtárközi kölcsönzési szolgáltatás drága (akkoriban kéreseként mintegy 8–10 dollárra becsülték) – térítést kezdtek felszámítani e szolgáltatásért. Az USA-ban jelenleg is sok könyvtár szolgáltatás térítés ellenében. Ezt a költséget a kölcsönvevő könyvtár vagy magára vállalja, vagy a felhasználóra terheli.

Az USA-ban a könyvtárközi kölcsönzés aránya az összes kölcsönzéshez viszonyítva csekély, sok egyetemi könyvtárban 3% alatt marad.

### A könyvtárközi kölcsönzéssel kapcsolatos társadalmi kérdések

Napjainkban – amikor a legnagyobb könyvtárak sem tudnak önellátásra berendezkedni – nélkülözhetetlen a

forrásmegosztás a könyvtárak között. Az egész világon észlelhető infláció a könyvtárakat is sújtja, s ha a könyvtárak nem osztják meg erőforrásaikat, akkor csökkentik az ügyfelek rendelkezésére álló kurrens információk számát.

Bár az új technológiák könnyebbé tették a könyvtárközi kölcsönzést – a *forrásmegosztást* – a dokumentumok szállítása, továbbítása változatlan maradt. Bibliográfiai adatok millióihoz juthatunk hozzá igen gyorsan, és a könyvtári katalógusok gépre vitele is nagy mértékben segíteni fogja az információk beazonosítását. Bibliográfiai rendszerünk technológiája tehát messze megelőzte a dokumentumtovábbító rendszerek kapacitását. Az ellentmondást csak az *elektronikus publikációk* és a teljes szövegek tárolását lehetővé tevő *videolemezek* oldhatják meg.

### Technológia és könyvtárközi kölcsönzés

Sokan úgy vélik, hogy az információs technológiák át fogják alakítani a könyvtár szerkezetét. A könyvtárközi kölcsönzés egyes funkciói megmaradnak, többségük azonban átkerül az állományfejlesztéshez, a referenz tevékenységhez, a gyarapításhoz, illetve a kölcsönzéshez.

Például az információkeresés jelenleg a referenz részleg feladata. Ha majd teljes szövegű cikkek állnak rendelkezésre online összeköttetésben, ezek kikeresése is a referenz részleg feladata lesz. Ez esetben tehát az ügyfél nem igényelné a könyvtárközi kölcsönzést, a referenz részleg látná el a ma még könyvtárközi kölcsönzési feladatot.

Az online információkeresés hasznosságát nagy mértékben fokozták a *dokumentumrendelő, dokumentumtovábbító rendszerek* (pl. a DIALOG rendszerhez tartozó *DIALORDER*). Ezekon keresztül a dokumentumok közvetlenül megrendelhetők az ellátótól, tekintet nélkül arra, hogy bibliográfiai adataik szerepelnek-e az online elérhető adatbázisokban vagy sem. A közvetlen rendeléssel a könyvtár jelentős időmegtakarítást érhet el.

### Elektronikus kiadványok, elektronikus dokumentumtovábbítás

Az elektronikus publikációk helyettesíthetik a könyvtárközi kölcsönzést, költségessége azonban egyelőre gátat szab szélesebb körű használatának. Az angliai IRCS (International Research Communication System) becslése szerint 50 \$-ba fog kerülni egy órára elektronikus folyóiratának használata (lekérdezése), amerikai szakértők szerint egy cikk online elérési költsége legalább 5 \$ lesz. Ha folyóiratból nyomtatott példány nem készül, csak elektronikus formában lesz meg, akkor a felhasználónak minden egyes igénybevételért fizetnie kell. Ez a

gazdasági szerkezet nemcsak a felhasználókat sújtja, hanem a kiadókat is. Ez utóbbiak ugyanis kevesebb a haszna egy olyan rendszerből, amely a cikkek iránti keresletre épül, összevetve a teljes folyóiratért mint „csomagszolgáltatásért” várható bevétellel.

A teljes szöveg elektronikus továbbításának ma az az egyik legfőbb hiányossága, hogy nem terjed ki a nem-szöveges információk, tehát pl. a fényképek, ábrák, hirdetések továbbítására.

### Távmásolás

A dokumentumok továbbításának viszonylag régi módszere a távmásolás (*telefakszimile*). A mai korszerű berendezésekkel egy percen belül továbbíthatunk egy oldalnyi információt. Napjainkban tehát egy könyvtár még aznap – pár órán belül – teljesíteni tudja a kért dokumentum beazonosítását és továbbítását. A kölcsönkérő könyvtár pedig aznap vagy másnap megkaphatja a szükséges dokumentumot.

Arra is lehetőség van, hogy ne egy másik távmásoló berendezéshez juttassuk el a cikket, hanem egy számítógépes fájlba, ahonnan a könyvtárak később előhívhatják az anyagot.

De a távmásolási technológiáknak is megvannak ma még a korlátai:

- számítógépes közvetítés hiányában a fogadó félnek rendelkeznie kell kompatibilis távmásoló berendezéssel (a legtöbb könyvtár az USA-ban még nem rendelkezik),
- inkább csak cikkek továbbítására alkalmas, teljes könyvszövegek ilyen módon való továbbítása – többek között – időigényessége miatt sem célszerű,
- nem kerülhető el a fénymásolás készítése, mivel a távmásoláshoz először – annak előkészítése céljából – mindenképpen fénymásolatot is kell készíteni.

### Néhány kérdőjel

A könyvtárközi kölcsönzéssel és a dokumentumok továbbításával kapcsolatban felmerült több – soha meg nem válaszolt – kérdés. Az egyik az, hogy mennyire sürgős valójában a felhasználónak a bibliográfiai információ. A percek vagy másodpercek alatt információt továbbító rendszer ismeretében a felhasználó hajlamos azt válaszolni, hogy azonnal szüksége van rá. Még fontosabb kérdés, hogy magára a dokumentumra milyen gyorsan van szüksége a felhasználónak. Kevés kivételtől eltekintve a felhasználók tudnak várni. *Az információ hozzáférhetőségének gyorsasága* korántsem a szükségleteket tükrözi, hanem a rendelkezésre álló technológia függvénye. Kérdés azonban, hogy a befektetett többletköltséget és erőfeszítést megéri-e a gyorsaság? *A dokumentumok továbbítását a könyvtárak megszervezhetnék*

*két szinten is: normális sebességgel (néhány nap) és gyorsan (azonnalitól a 24 óráig), és ezzel összhangban kétféle térítési díjjal, felszámolva ezáltal a „minden sürgős” szindrómát.*

### Videolemezek

A nyomtatott dokumentumok megőrzése tekintetében a videolemezek a mikroformátumok utódai, s egyben a kevésbé keresett tudományos folyóiratok publikációs formái is lehetnek. A videolemezen az információ analóg vagy digitális formában tárolható, mindkét esetben indexelhető és visszakereshető.

A videolemezekkel kapcsolatban is felmerülnek problémák. Feltételezhető, hogy a könyvtárak is fogyasztói lesznek majd a kereskedelmi forgalmú videolemezeknek. Az olyan szolgáltató központok, mint a DIALOG, ORBIT is fognak árusítani lemezeken tárolt információt, amelyekre a könyvtárak is előfizethetnek. Az információforrások széles skálája bonyolultabbá fogja tenni a könyvtár referenz funkcióit, a könyvtárközi kölcsönzés szerkezetét. A többféle rendszer létezése miatt a könyvtáraknak többféle berendezésre lesz szükségük, bonyolultabbá válik a szolgáltatások anyagi támogatása.

### Számítógépi adatok, videolemezek

Mind a számítógépes fájljokból, mind a videolemezekről könnyen készíthető nyomtatott példány, amit az olvasó elvihet és később tanulmányozhat. A mágneses adathordozón és videolemezen tárolt információ másolása, kinyomtatása felveti a térítési díjak eddigi gyakorlatának felülvizsgálását. A szerzői jogvédelem szintén nem felel meg ma már annak a változásnak, amit a számítógép hozott magával az információk továbbítása terén.

Felmerül az a kérdés is, hogy a már ma is létező elektronikus kiadványok a könyvtárközi kölcsönzés megszüntetésére ösztönzik-e a könyvtárakat, és így az olvasók kénytelenek lesznek-e erre a drága folyóirathasználatra áttérni. Kérdés az is, hogy a szolgáltatásért a könyvtár fizessen-e, vagy pedig a felhasználó, s ha a felhasználónak kell fizetnie, vajon nem kíván-e közvetlenül hozzájutni az adatbázishoz, a könyvtár közreműködése nélkül. Ha igen, mi lesz a hagyományos könyvtár sorsa?

A videolemezek vagy a könyvtári állományból lesznek elérhetők vagy távhozzáférés útján, mint ma a bibliográfiai adatbázisok. Mindkét esetben megváltozik a könyvtárközi kölcsönzés funkciója.

A videolemezes információk igénybevételét erre a célra tervezett számítógép program kísérhetné figyelemmel, megkülönböztetve a szerzői jogvédelem alá és azon

kívül első igénybevételt, továbbá elkészítené a felhasználó személy vagy intézmény által fizetendő számlát.

A videolemez fájlok és a kapcsolódó berendezések alkalmasak a forrásmegosztásra. Ha például adott könyvtáraknak túl költséges egy teljes videolemez-berendezést vásárolni, akkor megoszthatnak egy forrás-fájlon, könyvtárként egy-egy terminálról használva azt.

Az új technológiák megjelenése megváltoztatta azt a helyzetet, hogy az olvasó (a fénymásolás kivételével) a könyvtárban szabadon hozzáférhet a dokumentumokhoz anélkül, hogy ez jogi vagy gazdasági problémát vetne föl. Az új technológiák új és ijesztő lehetőségeket is felvetnek. Így pl. ha számítógéppel számláltatni lehet azt, hogy a géppel-olvasható adatbázisból hány oldalt nyomtatnak ki, azt is meg lehet számláltatni vele, hogy hány oldalt jelenítettek meg képernyőn, és lehet eszerint is a számlázási rendszert kialakítani.

### Az információelemző központok

A bibliográfiai információs rendszerek lényegében megoldották a releváns forrásdokumentumok visszakereshetőségét. Ezek a rendszerek azonban tehetetlennek bizonyultak a jelentéktelen információk áradatával szemben. Az információ-tömeg feletti uralom egyik – világ-szerte egyre gyakrabban alkalmazott – módszere a *faktográfiai*, vagyis az adatinformációs rendszerek alkalmazása, amelyeket az információelemző központok hoznak létre.

A hagyományos információs központok tevékenységüket arra korlátozzák, hogy egy kérdésre az összes releváns dokumentumot visszakeressék, értékére és használhatóságára való tekintet nélkül, tehát a dokumentumokban található információk értékelése nélkül. Jóllehet a tudományos információ hasznosítását megnehezítő egyik legfontosabb tényező (és ezzel a lengyel szakirodalom is alig foglalkozik), hogy a dokumentumokban sok a lényegtelen, redundáns, sőt dezorientáló információ. (Az amerikai szakirodalom információ-szennyeződésként nevezi, ha a lényegi információhoz nem helytálló, nem aktuális információk csapódnak.)

### Az információelemző központok kialakulása

G. T. Artamonov és V. M. Čistakov [1] megállapították, hogy az információs-ökológiai egyensúly megbomlásának természetes következménye az információelemző központok kialakulása. A nyugati szakirodalomban az információelemző központ fogalma váltakozva fordul elő az információkonszolidáló központ fogalmával. T. Saracevic és J. B. Wood [2] így definiálta a konszolidált információ fogalmát: speciálisan kiválasztott, elemzett,

### A könyvtárközi kölcsönzés jövője

Az új technológiák következtében a könyvtárközi kölcsönzés mint önálló könyvtári részleg megszűnik, funkcióit más részlegek veszik át. Az itt dolgozó szakemberek gyakorlatára és tapasztalataira azonban változatlanul szükség lesz. Az információs rendszerek egyre komplexebbek, s az olvasónak szüksége van arra, hogy eligazítsák a rendelkezésre álló források között. Ebben pedig a könyvtárközi kölcsönzési szakemberek autentikusak.

MARTIN, S. K.: *The impact of technology on interlibrary lending = Interlending and Document Supply*, 12. köt. 2. sz. 1984. p. 47–51./

(Fazekas Zsuzsa)

verifikált és feldolgozott ismeret (public knowledge), amely fontos szerepet játszik az információt használók számára döntéseik előkészítésében, ugyanakkor eredeti, szétszórt formájában nem használható.

### Az információelemző központok meghatározása

Az információelemző központok jellegét először a Weinberg jelentésben H. M. Weisman [3] fogalmazta meg. Az Egyesült Államokban 1962-ben, egy elnöki tanácsadó bizottság foglalkozott a tudományos információ helyzetével és ajánlásokat tett a fejlesztésre. Az A. M. Weinberg vezette bizottság 1963-ban publikált jelentése szakinformációs központokról beszél.

Maga az információelemző központ elnevezés G. S. Simpsontól (1964, USA) származik és a szakirodalomban gyorsan elterjedt. (Angolul: information analysis center, németül: Wissensbewertungsstelle, oroszul: centr analiza informacii, franciául: centre d'analyse de l'information.)

Az információelemző központ jellegét tekintve nem új intézmény. Előzményei – a tudomány történelmi fejlődése során – a mindenkor kulturális és tudományos központok, akár az ókori szentélyek és csillagászati obszervatóriumok, vagy a középkori kolostorok, majd az egyetemek.

Az információelemző központnak kulcsszerepet kell betöltenie az ország tudományos információs rendszerében, szervezettel a tudományos kutató intézmények része kell, hogy legyen, munkatársai pedig a tudomány, illetve a technika megfelelő szakterületének magas képzettségű szakemberei kell, hogy legyenek.