

E rendszer működése a következő lépésekre épül:

minden dokumentum magas képzettségű szakemberek által történő bibliográfiai leírása, indexelése és referálása;

az így nyert adatok géppel olvasható formába történő átalakítása;

a géppel olvasható adatok bevitele a rendszerbe többszörös és több szempont szerinti feldolgozás céljából;

a tárolt adatok különféle információs feladatok szerinti több szempontú felhasználása.

A rendszert ASZSZISZTENT-nek nevezték el; folyamatainak összefüggéseit az 1. ábra szemlélteti.

Az ASZSZISZTENT első változata már működik, jelenleg négy második generációs számítógépre (két Minszk 22 és két Minszk 32) és egy Digiset 50TI fényesedő berendezésen alapszik. 1976-ban a rendszer segítségével készült a *Szignálnaja Informacija, a Referativnij Zsurnal* és a hozzájuk tartozó indexek 7500 tétele.

A VINITI tervező szakemberei a rendszer második, fejlettebb változatán, az ASZSZISZTENT-2-n dolgoznak, amely harmadik generációs szovjet számítógépre épül (ESZ-1022 és ESZ-1050) és a legmodernebb reprográfiai és kommunikációs berendezésekkel rendelkezik majd.

1978-tól a VINITI az 1977-re tervezett 20 mágnesszalagos adatbázisát még a fizika (évi 80 ezer dokumentum), az elektrotechnika és energetika (évi 52 ezer dokumentum), a korrózió és korrózióvédelem (évi 6000 dokumentum), a környezetvédelem (évi 7200 dokumentum) adatbázisaira is kiterjeszti. A mágnesszalagok cserére alkalmas szabványosított formában (EF7 és EF8) készülnek.

Az adatbázisok további jellemzője, hogy a feldolgozott dokumentumok legalább 50%-ának eredetije mikrofilmlapon rendelkezésre áll. A mikrofilmlapos szolgáltatás a kémiai és vegyipari adatbázissal már megindult.

Az ASZSZISZTENT által előállított mágnesszalagos adatbázisok a különböző országok, elsősorban a KGST-országok közötti mágnesszalagcsere széles lehetőségeit nyitják meg. E területen a VINITI fő célja, hogy a jövőben rendszeresen ellássa a KGST-országokat mágnesszalagokkal, sőt bevonja őket az adatbázisok előállításai munkálataiba is, kiterjesztve és tovább szilárdítva ezáltal az NTMIR országainak tudományos-műszaki együttműködését.

/CSERNÜJ, A.: VINITI: Science information activities over twenty-five years = International Forum on Information and Documentation, 2. köt. 4. sz. 1977. p. 3-8./

(Novák István)



Tervezés és tudományos megalapozás új információszolgáltatások kialakításához

Az információ mint termék

Míg kezdetben az információs programok bevezetésekor kevésbé figyeltek a költségtényezőkre, ma már egyre inkább érvényesül az információ árujellege, és első helyre kerültek az információszolgáltatások *hatékonyságának és gazdaságosságának követelményei*. Ezzel együtt természetesen felmerült annak igénye, hogy egy új információszolgáltatás bevezetése előtt – akárcsak bármely más termék esetében – gondos és alapos piacelemzést végezzenek a termék általános kelendőségének és az egyes termékfajták elhelyezési lehetőségeinek megállapítására. Amennyiben közhasznú szempontok is felmerülnek (pl. tudományos eredmények nemzetközi cseréjének előmozdítása, a tudomány és technika fejlesztése), a piacelemzésnek ki kell terjednie azokra a feltételekre is, amelyek mellett leginkább lehetővé válik a jelzett célok elérése.

Új termék bevezetése előtt: piacelemzés, piackutatás

A piacelemzés egyrészt az információkínálatot vizsgálja és a kínálat szerkezet esetleges hiányait vagy átfedéseit kívánja feltárni; másrészt a felhasználók információszükségletét kutatja annak megállapítására, elegendő igény mutatkozik-e az új információszolgáltatások iránt.

A tervezésnek ezen túlmenően meg kell ismernie a marketing stratégiák bevezetésének és hatásának lehetőségeit is. A terjesztésnek és szolgáltatásoknak ezek a piaci kísérő intézkedései vannak hivatva arra, hogy biztosítsák a szolgáltatások számára a felhasználókhöz vezető utat.

Együttműködés a tervezés és a kutatás között

Az átfogó piacelemzést a tervezők egyedül nem végezhetik el, hanem – egyenrangú partnerként – a legszorosabban együtt kell működniük a társadalomkutatás szakembereivel. Ennek a két szakembercsoportnak az együttműködése nem szűnhet meg az új szolgáltatás bevezetésével sem, hiszen a piac, amelyen az új szolgáltatásnak érvényesülnie kell, állandóan változik, és állandóan új követelményeket támaszt a szolgáltatás előállításával szemben.

Amennyiben a szolgáltatás meg akarja tartani a piacon elfoglalt helyét, főleg pedig ha tovább akar fejlődni, *rugalmasan kell alkalmazkodnia a változó körülményekhez*. Döntő, hogy az információk szolgáltatói a

gazdaságosság mellett a felhasználók meglegedését, mint fontos tényezőt ugyancsak figyelembe vegyék és gondoskodjanak ennek érdekében az állandó visszacsatolásról.

Az információszolgáltatás tervezésekor nemcsak a jelenlegi helyzetet, hanem a jövőben várható alakulását is figyelembe kell venni. Ez azonban csak akkor lehetséges, ha a munkát a társadalomkutatás eredményei támogatják. Kétségtelen, hogy az együttműködés nem mindig problémamentes.

Köztudott, hogy a tudományos kutatáshoz idő kell. A legkedvezőbb, ha a tudományos vizsgálatokra akkor kerül sor, amikor a terveket még nem rögzítették, a szándék és az elképzelések azonban már megszülettek.

A tervezés és a kutatás eredményes együttműködésének feltétele a megfelelő kommunikáció, amihez többek között egymás munkamódszereinek ismerete is hozzá tartozik.

Az információkínálat szerkezetének vizsgálata

A reális tervezés alapja a kiinduló helyzet pontos ismerete, ezért a kutató első feladata ennek részletes leírása.

Egy új információszolgáltatás létrehozásakor szükség van a versenytársként szóba jövő hasonló szolgáltatásoknak, azok szerkezetének, teljesítőképességének és formájának adataira, valamint a teljes információs piac helyzetének ismeretére. A kutatás olyan adatgyűjteményt bocsát a tervezés rendelkezésére, amely lehetővé teszi mind az egész terület áttekintését, mind az egyes intézményekre vagy szolgáltatásokra vonatkozó részletek megismerését.

A jelen helyzetre vonatkozó ismeretek azonban nem elegendőek, hiszen a tervezés feladata egy jövőbeli állapot rögzítése. A tervezés nem történhet meg kizárólag a társadalmilag kívánatos szempontok szerint, hanem figyelembe kell vennie az adott lehetőségeket éppen úgy, mint a tényleges igényeket. Főleg a prognosztizálható információszükségletnek van a tervezés számára nagy jelentősége.

A szükséglet meghatározása és előrejelzése

A szükséglet vizsgálatánál semmiképpen sem indulhatunk ki a felhasználás gyakoriságából és a felhasználókkal kialakított kapcsolatokról, mert ehhez az információszolgáltatások általában még nem eléggé közismertek. Ugyancsak félrevezető eredményt nyújthat a felhasználók közvetlen megkérdezése, mert

az információszükséglet többnyire nem elég tudatos ahhoz, hogy azokat a felhasználó kielégítően megfogalmazhassa;

a felhasználó a gyakorlati lehetőségeket messze túlszárnyaló képet fest idealizált elképzeléseiről;

a felhasználó nem saját tényleges kívánságait közli, hanem egy társadalmilag szükséges állapotot ecsetel.

Éppen ezért általános érvényű következtetéseket csak meghatározott célcsoportok teljes információs magatartásának elemzése útján lehet levonni. A felhasználói szükséglet megfogalmazása csak olyan elemző munka eredménye lehet, amelyben a felhasználó információs és kommunikációs szituációit összességükben dolgozták fel.

A célcsoportok vizsgálata

A szükséglet megállapításának legmegbízhatóbb jelzője a társadalmi környezettől függő tényleges magatartás. A konkrét vizsgálati célok között megkülönböztethetők

információáramlási tanulmányok, amelyek meghatározzák a felhasználó helyzetét a teljes kommunikációs összefüggésekben;

felhasználói elemzések, amelyek a felhasználót a különböző társadalmi síkok metszéspontjában vizsgálják;

a felhasználói magatartás elemzése a mindenkor adott felhasználói helyzetben;

a hasznosság elemzése, azaz a felhasználói magatartás vizsgálata a szubjektív és az objektív hasznosság szempontjából.

Egy jól megalapozott vizsgálat a négy szempont szintézisére törekszik annak érdekében, hogy valamennyi tényezőt egybevetve vezethesse le a várható felhasználói magatartást.

A felhasználói elemzés központi kérdései:

milyen gyakran, milyen okból, milyen kínálat iránt érdeklődik a felhasználó?

hogyan értékeli a felhasználó az információkínálatot tartalmi, szervezeti és technikai szempontból?

hogyan változik a felhasználó magatartása a kínálat (tartalmi, mennyiségi stb.) változása nyomán?

Az információs szolgáltatások megválasztására ható tárgyi tényezők

Tárgyi tényezők, vagyis a társadalmi környezet, a rendelkezésre álló információs szolgáltatások ismerete, gazdasági lehetőségei, valamint egyéni beállítottsága határozzák meg azt a keretet, amelyen belül a felhasználó rugalmasan alakíthatja ki információs magatartását. E tényezők ismerete tehát jó segédeszközként szolgál a tervező vagy az információs részleg számára a megfelelő kutatások végrehajtásához, melyek célja a konkrét információs szükségletek meghatározása az egyes felhasználótípusok számára. A felhasználók egyes típusai alatt nem

egyes személyek csoportja értendő – hiszen minden személynek többféle információsüksége is lehet – hanem csoportba foglalható információsükségek összessége, melyek a felhasználók társadalmi szituációjából következnek.

Mivel a felhasználó információsükségletét a szakmai hierarchiában elfoglalt helye, munka-, ill. tényleges tevékenységi területe is befolyásolja, ezeket a tényezőket ugyancsak figyelembe kell venni.

A szükségletek meghatározásánál az sem elhanyagolható szempont, hogy a felhasználó folyamatos vagy eseti tájékoztatást igényel-e.

Az információk relevanciájának szubjektív értékelése

Hiba lenne feltételezni, hogy a kizárólag racionális alapon megállapított információsükséglet önmagában már megfelelő alapja lehet a tervezésnek. Relevánsnak csak az az információ tekinthető, amelyet a felhasználó elfogad szubjektív ítélete alapján is. Hogy a kínálatból mit fogad el, azt elsősorban a szakmai csoport-kommunikációban elfoglalt helye határozza meg. Döntő tényező, hogy a felhasználó milyen mértékben érzi magát szakmai csoportjához tartozónak, mennyire fogadja el annak normáit és értékítéleteit, végül hogy átveszi-e és milyen mértékben a csoport információs szokásait.

E tényezők ismeretében a felhasználónak nemcsak jelenlegi magatartása válik érthetővé, hanem magatartásának a változó kínálat szerkezet hatására történő jövőbeni változásai is előre jelezhetők.

Az empirikus társadalomkutatás egyik feladata a terméket (jelen esetben az információt kísérő intézkedések és marketing stratégiák kidolgozása és ellenőrzése. A felhasználók oktatása, közönségkapcsolat szervezése, felvilágosító stratégiák, szervezés stb. olyan intézkedések, amelyek hatását rendszeresen kell értékelni.

Ki kell alakítani az információs szolgáltatások és a felhasználó közötti rendszeres és szakszerű visszacsatolást. A költség és haszon tisztán gazdasági összefüggései kimutathatják az információs eszközök gazdaságtalan voltát, de nem alkalmasak arra, hogy a szükséges változtatásokat elősegítsék. Erre csak a társadalomkutatás képes.

A valóban reális és a felhasználó érdekeit szolgáló információs politika csak a tervezés és a tudományos társadalomkutatás jó együttműködésével valósítható meg.

/SCHÄUBLE, I.: Zusammenwirken von Planung und wissenschaftlicher Begleituntersuchung bei der Konzeption von neuen Informationsdienstleistungen = Nachrichten für Dokumentation, 28. köt. 3. sz. 1977. p. 111–114./



(Dezső Zsigmondné)

A szovjet szénipar információs rendszere

A szovjet szénipar információs rendszerének szerkezetét az 1. ábra teszi szemléletessé.

1977 elején az információs rendszerben több mint 2500 főfoglalkozású munkatárs dolgozott, mintegy hat-százán a központi szervezetben, kb. nyolcszázán a termelőüzemekben és ezerszázán az intézetekben.

A rendszer szolgáltatásai:

információs kiadványok, amelyek évente mintegy 100 ezer dokumentumot dolgoznak fel;

tudományos–műszaki propaganda, amelynek méreteit az 1975. évi több mint tízezer tudományos–műszaki tanácskozás, négyezer tapasztalatcseré, valamint öt és félezer tudományos–műszaki kiállítás érzékelteti;

információs és könyvtári szolgálat. Az ezt szolgáló állomány 1977-ben több mint 26 millió dokumentum volt. A szelektív információterjesztő szolgálatnak 1975-ben 16 ezernél több előfizetője volt. Az évi állományforgalom 6 millió egység körül állapodott meg.

A széniparban évenként 10–12 ezer újítás vezethető vissza a szolgáltatott információkra. Az újításokból származó gazdasági eredmény meghaladja a 30 millió rubelt.

A két központi információs szerv (a CNIÉIugol* és a Tudományos–Műszaki Információs Iroda) ágazati automatizált tájékoztatási központot (Otraszlevoj avtomatizirovannij szpravocno-informacionnij centr, OASZIC) létesített 1976-ban.

Ennek tervezett kapacitása: évi 40 ezer dokumentum beáramlása, maximálisan 500 ezer dokumentumból álló gyűjtemény kialakítása, 2500 előfizető szelektív információval való ellátása, évi 10 ezer információkeresés. A központ korszerű reprográfiai és mikrofilmező felszereléssel, valamint Minszk 32 számítógéppel rendelkezik.

A rendszer nagy gondot fordít az intézetek és vállalatok információs és könyvtári ellátására. Az intézetekben általában kvalifikált személyzettel dolgozó információs osztályok vannak. Munkájuk főként a rendszeren belül kiépített kapcsolataik erősítése és a folyamatos működés során tökéletesedik.

Jellegzetes intézmény a Tudományos–Műszaki Információ Háza, amelyen belül két szervezeti egység alakult ki. Az egyik a tudományos–műszaki információs és propaganda osztály, a másik a tudományos–műszaki könyvtár. Ezek hármas funkciót látnak el:

a vállalati dolgozók információellátása, az élenjáró tapasztalatok tanulmányozása, általánosítása és terjesztése,

* Centr naucsno-tehnicseszkaj informacii i ékonomiecseszkij iszsledovanij ugo'noj promüslennosztii = Szénipari Tudományos–Műszaki és Gazdasági Információs Kutatóközpont