

tikus irányultságúnak, tömörnek, de mégis teljesnek, egyértelműnek és hitelesnek lennie, továbbá: reális időben és az adott irányítási szintnek megfelelő formában kell rendelkezésre állnia [2].

A fentiekből is látható, de más szerzők is állítják [2], hogy a vezetők tájékoztatásának jelenleg leghatékonyabb formái a különféle *elemző-szintetizáló és összehasonlító szemlék*. Ezeknek az összeállítása nagy felelősséggel jár, mivel a bennük közölt adatok, tények és trendek ellenőrzésére a vezetőknek sem lehetőségük, sem idejük nincs.

Mindemellett a vezetők tájékoztatása nem nélkülözheti az egyéb információs műfajokat sem, főként a *folyamatos jeladó információt, a szelektív információterjesztést és a referáló lapokat*. E szolgáltatások számukra azonban csak az ajánlás és a figyelemfelkeltés funkcióját töltik be [2].

- [1] AFANASZ'EV, E. V.: Ob informacionnoj obeszcpcsenii zadacs upravlenija = Naucsno-Tehnicoszkaja Informacija, 1. sor. 7. sz. 1976. p. 3-7.
- [2] GIL'JAREVSZKIJ, R. S.: Problemy informacii dla kadr kierowniczych = Zagadnienia Informacji Naukowej, 1975. 2. sz. p. 15-31.
- [3] ŁUGOWSKI, B.: Informacja naukowa dla władz centralnych i kadr kierowniczych = Zagadnienia Informacji Naukowej, 1975. 2. sz. p. 3-11.
- [4] RICHTER, W.: Informacja naukowa i techniczna dla kadr kierowniczych = Zagadnienia Informacji Naukowej, 1975. 2. sz. p. 35-44.

(Futala Tibor)



Az információ-szolgáltató vállalatok növekvő jelentősége

DAVIS, Maxine, az *Information Access* vállalat vezetője szerint legalább 60 szervezet vagy egyén foglalkozik díjazásért adatkereséssel és információs források felkutatásával.

A *Syracuse University* informatikai intézete már konferenciát is rendezett a témáról. A térítéses kereső-szolgáltatást nyújtó közművelődési könyvtárak egyike (*Minneapolis Public Library*) szerint az igények száma állandóan növekszik, különösen amióta terminál segítségével az SDC (*System Development Corporation = Rendszerfejlesztési Vállalat*) és a Lockheed adatbázisokat is felhasználják. A könyvtár 1975-ben 900 keresést végzett, összesen 1200 óra alatt. Bár a könyvtár nem profitszerző jellegű, 25 dolláros óradíja meghaladja a legtöbb információs vállalat által felszámított díjat.

A két legnagyobb vállalat változatlanul az *Information Clearing House* (650 ügyfél) és az *Information for Business* (450 ügyfél). Az előbbi fokozza kiadói tevékenységét is, az utóbbi viszont olyan referenz-könyvtárral büszkélkedhet, amelynek fejlesztése évi 300 ezer dollárba kerül.

A kisebb információs vállalatokra jellemző példa az *Information Unlimited*, amely dokumentumbeszerzést, manuális vagy számítógépes irodalomkutatást, indexelést stb. vállal.

Várható, hogy az információs vállalatok további terjedése problémákat fog okozni a nyilvános könyvtáraknak. Néhány nagy könyvtár álláspontja szerint a térítéses, részletes tájékoztatást nyújtó szolgáltatások az ő hatáskörükbe tartoznak. Ugyanakkor több aktív információs vállalat maximálisan függetleníteni akarja magát a könyvtárosok munkájától.

/Advanced Technology Libraries, 5. köt. 11. sz. 1976. p. 5./

(Sárdy Péter)



Információközvetítők a tőkés világban

Információközvetítő (ügynök) a tőkés viszonyok között az az ember vagy szervezet, aki vagy amely *megrendelésre a legkülönfélébb kérdésekre ad választ, nyereségért dolgozik*, és a válaszadáshoz felhasználja a rendelkezésére álló és az általa hozzáférhető valamennyi információs forrást.

A *Bulletin of the American Society for Information Science* felmérést végzett az információközvetítők munkájáról. 7 szervezetnek küldtek ki kérdőívet. A cikk néhány választ közöl ezekből.

A hét kiválasztott információs ügynökség:

Information Unlimited,
Berkeley (FINNIGAN, G. – RUGGE, S.)

FIND/SVP, The Information Clearinghouse,
New York (GARVIN, A.)

Information Specialists, Inc.,
Cleveland (HIRSCH, A.)

Information Resources,
Toronto (KLEMENT, S.)

Schick/Swanson Library & Information Consultants Ltd.,
Edmonton (SCHICK, P. – SWANSON, M.)

Warner-Eddison Associates, Inc.,
Lexington (WARNER, A. S.)

Packaged Facts,
New York (WEISS, D. A.)

1. Mit csinál mint információkövetítő,
mi a munkája?

A válaszadók többsége így határozza meg munkájának lényegét: információt szolgáltatunk az üzleti élet, az ipar, a kormányzati szervek és más intézmények számára, bibliográfiákat állítunk össze, másolatokat készítünk dokumentumokról, évi jelentéseket, katalógusokat szerkesztünk stb.

GARVIN, A. P. hangsúlyozza: *a FIND/SVP one-stop információs szolgáltatást nyújt*: akár egy gyors válaszra van szüksége a megrendelőnek, akár elmélyültebb, huzamosabb ideig tartó kutatást igényel – egyetlen forráshoz fordulhat. A vállalat a legnagyobb számítógépes adatbázisokat is igénybeveszi számítógépes terminálja segítségével. WARNER véleménye szerint az információszolgáltató vállalatok fő feladata az, hogy mindent megtegyenek ügyfeleik információs problémáinak megoldására. WEISS a *Packaged Facts* részéről megemlíti, hogy speciális szolgáltatásokat nyújtanak és más információszolgáltató vállalatokkal szemben elemzik az információt, „*ügyfélre szabott*” (*custom-tailored*) tanulmányokat is készítenek. Sajtófigyelő szolgálatuk van, védjegykutatást, történeti kutatómunkát és piackutatást is végeznek.

2. Ki veszi igénybe szolgáltatásaikat?
Kik az ügyfeleik? Milyen a piac?

Általában bárki, akinek szüksége van valamilyen információra, de leggyakrabban a szakkönyvtárosok, az üzletemberek, a hirdető-ügynökségek, valamint a tudományos és műszaki szakemberek kérik segítségüket.

3. Miben mérik szolgáltatásaik értékét?
– a keresésre fordított időben,
– a kérdések számában vagy
– a szolgáltatások típusában?

Legtöbb esetben a *keresésre fordított idő* a mértékegység 1 órai keresésért különböző összeget (12 dollártól 60 dollárig) számítanak fel a keresett információ komplexitásától függően. A megrendelő általában előre megmondhatja, mennyit tud maximálisan fizetni egy-egy keresésért. Ha a szolgáltató vállalat ezért a pénzért nem tudja tökéletesen kielégíteni igényét, mert a szükséges információ megszerzése további kutatást igényel, értesíti a megrendelőt és utasításainak megfelelően befejezi vagy folytatja a keresést.

4. Hogyan fizet a megrendelő:
előfizetéssel, díjelőleges alapon
vagy szolgáltatásonként?

A nagyobb információkövetítőknél mindenütt van lehetőség arra, hogy a megrendelő *folyószámlát* nyisson.

Igy még kedvezményt is kap. *Szerződést is köthet* egy-egy hosszabb kutatást igénylő munka elvégzésére, ilyen esetben a szerződésben megállapított módon fizet, de rendezheti számláját egy-egy *megbízás teljesítése után azonnal* is – különösen ha gyorsan megválaszolható, rövid információra volt szüksége.

5. Hogyan ismerik meg az emberek
szolgáltatásaikat? Reklámozzák önmagukat?

A válaszadók véleménye megegyezik abban, hogy *a reklámot fontosnak tartják*, de nem egyedüli eszköznek szolgáltatásaik jobb megismertetésére. Valamennyien hangsúlyozzák *a személyes kontaktus, a jól végzett munka* fontosságát. A legjobb reklám az, ha egy-egy ügyfél elégedett munkájukkal, így másoknak is ajánlani fogja szolgáltatásaik igénybevételét. A nagyobb vállalatok *újságokban hirdetnek*, konferenciákon vesznek részt, kiállításokat rendeznek, *prospektusokat küldenek* a potenciális megrendelőknek: vállalatoknak, tudományos kutatóknak, műszaki szakembereknek, s mindazoknak, akik csak egyetlen egyszer is felkeresték őket.

6. Milyen nagy a vállalat?
Milyen típusú emberekre van szükségük?
Tanácsadókat foglalkoztatnak?

Erre a kérdésre a válaszok eltértek egymástól. FINNIGAN és RUGGE vállalata 4 teljes munkaidőben dolgozó és 11 másodállású munkatársat foglalkoztat, GARVIN 25 teljes állású szakembert, WARNER 5 állandót és 20–25 állandó tanácsadót említ. KLEMENT egészen egyedül dolgozik, esetenként könyvtárosok és szakemberek tanácsát kéri, a SCHICK és SWANSON-nál két szakképzett könyvtáros, két technikai munkaerő és egy adminisztrátor dolgozik. WEISS vállalatánál is csak néhány munkatársat alkalmaznak éppen a megrendelőre szabott speciális információszolgáltatás jellegeből következően. *A munkatársak mindenütt elsősorban könyvtárosok*, egyedül HIRSCH elégedetlen ezzel a gyakorlattal. „Olyan emberekre van szükségünk, akiknek élénk a fantáziájuk, szeretik a munkájukat, örömeiket lelik a feltett kérdésekre való válaszok megtalálásában. A könyvtárosok nem mindig rendelkeznek ezekkel a tulajdonságokkal” – állapítja meg.

7. Milyen forrásokat használnak a kérdések
megválaszolásához? Könyveket, válogatott,
saját gyűjtésű adat-file-okat vagy egyébbet?

„*Bármilyen hozzáférhető és releváns forrást felhasználunk*” – fogalmazza meg SCHICK és SWANSON az általános választ. Konkrétabban, a nagyobb cégek saját könyvtárát, dokumentációt, – a FIND/SVP átfogó információs rendszert – folyóiratgyűjtemény, referenz-

könyvtár, számítógépes terminál, telefonszolgálat – tartanak fenn. Valamennyien *igénybe veszik a szakkönyvtárakat, adatbázisokat*. WARNER szerint a leggyakrabban használt munkaeszköz a telefon. A leghasznosabb kézikönyvek az *Encyclopedia of Associations* és a különböző címjegyzékek. WEISS elmondja, hogy vállalatánál csak azokat az anyagokat gyűjtik, amelyek véleményük szerint pótolhatatlanok, vagy csak nehezen szerezhetőek meg.

8. Milyen nagyságrendű kérdéseket válaszolnak meg?

A többség válasza: „*bármilyen nagyságrendű és típusú kérdésre megkeressük a választ*.” A keresési idő lehet öt perc és több óra. SCHICK és SWANSON tapasztalatai szerint nem gyakoriak a túl átfogó kérdések, valószínűleg az ügyfél pénzügyi lehetőségei szabják meg a határt. WEISS módosítja a kérdőív kérdésfeltevését. „Nem kérdésekben és feleletekben gondolkodunk – írja – hanem problémákban és megoldásokban, piackutatási tanulmányainkat az ügyfelek alapvető segédeszközként használják.” Véleménye szerint *egyetlen probléma vagy kérdés sem lehet megoldhatatlan számukra*.

9. Ké az Önök által nyújtott információ szerzői joga, Önöké vagy az ügyfélé?

Erre a kérdésre is lényegében egyöntetű választ adtak – csak a megfogalmazás változik. Egyetértenek abban, hogy *az információ köztulajdon, tehát szerzői jogról beszélni nem igen lehet*. KLEMENT világosan kimondja, hogy „az ügyfél nem az információért fizet, hanem azért a szaktudásért, amelynek segítségével a közvetítők megkeresik a megfelelő információt.” Az ügyfélre a keresett információ formátuma, pl. a bibliográfia, irodalomkutatás stb. WEISS másként értelmezi a szerzői jogot: „Ha az információt, amelyet a megrendelőnek adunk, már publikáltak – cikkmásolat, cikk-kivágat, katalógusok, bibliográfiák formájában – a szerzői jog azé, aki eredetileg publikálta. De az általunk az ügyfél számára elemzett és értelmezett információ természetesen azé az ügyfélé, aki fizet érte.” A *Packaged Facts* – éppen az ügyfélre szabott információ jellegéből következően ugyanazt az információt csak egy megrendelőnek adja ki. Mindegyik ügynökség bizalmasan kezeli mind az információ megrendelőjének adatait, mind magát az információt.

10. Hogyan indultak el ezen a pályán, s miért választották? Hogyan, mikor, és miért szereztek tőkét a vállalkozáshoz?

A megkérdezettek valamennyien *felismerték az információszolgáltatás iránti társadalmi igényt*, az érdekes munkát, érvényesülési lehetőségeket kerestek és találtak

is. A legtöbbjüknek könyvtárosi vagy valamilyen más társadalomtudományi képzése van (WEISS történetíró KLEMENT szociológus eredetileg) és magántőkével indultak. WEISS arra figyelmezteti a most kezdő fiatalokat, hogy ma már lehetetlen olyan szerény eszközökkel megnyitni egy irodát, mint másfél évtizeddel ezelőtt. A nagy információszolgáltató vállalatok óriási konkurrenciát jelentenek.

A FIND/SVP képviselője, GARVIN szerint vállalata 1972-ben lendült fel igazán – pedig már 1969-ben megalakult, – mert ekkor jelentkezett a nagy kereslet az információközvetítők szolgáltatásai iránt. Elmondja, hogy a one-stop információs rendszer kiépítése sok pénzt emésztett fel, de szükség volt a beruházásokra, mert csak így válhattak igazán jelentőssé.

11. Mi a véleménye, milyen helyet foglal el az információközvetítő a nemzetközi információs hálózatban?

Erre a kérdésre a kérdezettek nem adtak egyértelmű választ. *A vélemények eltérnek*, bár az információközvetítő szerepét általában fontosnak tartják. WEISS véleménye az, hogy az információközvetítőnek nem a hálózatban kell dolgoznia, hanem tudnia kell, hogy melyik hálózathoz, rendszerhez forduljon a felhasználó információs igényének kielégítésére. HIRSCH szkeptikus, ő úgy látja, hogy a *National Science Foundation (Nemzeti Tudományos Alap)* rengeteg pénzt költ ezoterikus elméleti tanulmányokra, hálózattervek elkészítésére, s közben a világ valóságos problémáinak megoldása nap mint nap elmarad.

12. Milyen tanácsot adna azoknak, akik információközvetítők akarnak lenni?

A kisebb információszolgáltatók hangsúlyozták a *munkaszeretet* fontosságát, azt, hogy egy információközvetítőnek mindent alá kell rendelnie a munkának.

Általában jó iskolának tartják a könyvtári munkát. Úgy vélik, hogy megfelelő *üzleti érzék, türelem, minél nagyobb szaktudás és nem utolsósorban kitartás, rugalmasság és egy kis humorérzék kell ahhoz, hogy valaki jó információközvetítő lehessen*.

WEISS így foglalja össze a mai helyzet lényegét: „A FIND/SVP, az Information Sources, Ayer Information Center stb. óriási lökést adtak az információközvetítőtevékenység fejlődésének... *megtanították a valóságos és potenciális ügyfeleket arra, hogy az információért fizetni kell*, viszont ha a keresést a mesterségüket jól ismerő szakemberek végzik, az eredmény megéri a ráfordított összeget.”

/Information brokers: who, what, why, how = Bulletin of the American Society for Information Service, 2. köt. 7. sz. 1976. p. 11–20./

(Ferch Magda)