

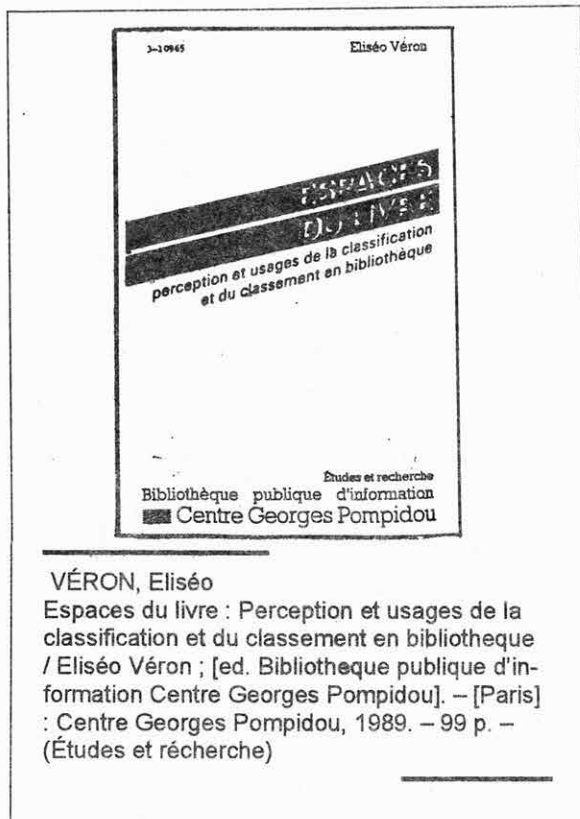
Érdekes és fontos kérdést tett vizsgálat tárgyává *Eliséo Véron* szociológus, szemantikus és kutatócsoportja: a könyv és a tér viszonyát.

A szabadpolc térhódításával – Franciaországban ez a folyamat a második világháború után ment végbe – a közművelődési könyvtárakban eltűntek az olvasót a könyvektől elválasztó sorompók, s egyben gyökeresen megváltozott a könyvtár szerepéről, feladatairól alkotott felfogás is. Háttérbe szorult a megőrző funkció, s helyette a könyvállomány közkinccsé tétele, minél szélesebb körben való elterjesztése vált a fő célkitűzéssé. A szabadpolcos könyvtárban mindenki ott-hon érezheti magát, függetlenül szociális és szakmai helyzetétől, műveltségi szintjétől. A közvetlen hozzáférés az állományhoz vagy annak nagy részéhez rugalmasabbá teheti az emberek olvasási szokásait, a polcok közötti sétálás, a könyvek közötti válogatás, böngészés lehetséges szélesítheti, változatosabbá teheti érdeklődési körüket.

A szabadpolcos rendszer bevezetése azonban sok olyan kérdést vet fel, amely addig fel sem merülhetett – lévén, hogy nem lett volna értelme. A hagyományos könyvtárakban a könyvek raktári elhelyezése a könyv tárgyától független, tetszőleges lehet (pl. formátum szerinti, a beérkezés sorrendje szerinti stb.), az egyetlen kritérium, hogy a könyvtáros (raktáros) könnyen megtalálja a kért műveket. A szabadpolcon az osztályozás és a könyvek elhelyezése között valamilyen összefüggésnek kell lennie. Ugyanakkor az osztályozás (a szerző a Dewey-rendszerre hivatkozik) lineáris, a szabadpolcos tér pedig három dimenziós. Az osztályokba sorolásnál nem értelmezhetők olyan fogalmak, mint lent és fent, jobbra és balra, elöl és hátul. Figyelembe kell venni továbbá a tér és a térben mozgó test (az olvasó) dinamikája közötti metonimikus kapcsolatot is. A térkialakítás tehát bonyolult döntések elé állítja a könyvtárost.

Minden könyvtárban, amely rátért a szabadpolcos rendszerre, a polcok, könyvek, jelzések s egyéb objektumok elhelyezésénél valamilyen – többé vagy kevésbé explicit – stratégiát alkalmaztak. A szabadpolcok, akár csak egy nagyáruház polcai, a kínálatot mutatják be. S hogy ezt hatékonyan tehesék, a könyvtárosoknak figyelembe kell venniük a „fogyasztó” igényeit. A szabadpol-

Az itt ismertetett könyvek az OSZK KMK Könyvtártudományi Szakkönyvtárban hozzáférhetők.



VÉRON, Eliséo

Espaces du livre : Perception et usages de la classification et du classement en bibliothèque / Eliséo Véron ; [ed. Bibliothèque publique d'information Centre Georges Pompidou]. – [Paris] : Centre Georges Pompidou, 1989. – 99 p. – (Études et recherche)

cos könyvtári térbe valamilyen módon beépülnek a könyvtárosnak az olvasókról, az olvasók igényeiről, elvárásairól, szokásairól alkotott hipotézisei.

Az olvasóközönség azonban nem homogén. Indokolt tehát a kérdés: vajon minden olvasói kategóriának megfelel-e a szabadpolcos elrendezés? Vagy másképpen fogalmazva: milyennek kell lennie a térnek, hogy minden olvasó „megtalálja a számítását”?

A vizsgálat célját Eliséo Véron a következőképpen határozta meg: a szabadpolcos tér elrendezése és az olvasók magatartása közötti összefüggések feltárásával meg kell határozni néhány támpontot egy olyan térbeli struktúra kialakításához, amely a legjobban alkalmazkodik a könyvtárhasználók stratégiájához, s ugyanakkor összhangban van az intézmény céljaival: azaz megkönnyíti az olvasók számára a könyvtárhasználatát, segíti tájékozódásukat, szélesíti érdeklődési körüket, tágítja olvasmányaik körét.

A kutatók négy olyan könyvtárat választottak ki – egy párizsit (Bobigny), két Párizs környéki (Argenteuil, Mouffetard), egy vidékit (Nantes) –, amelyek eléggé különböztek egymástól ahhoz,

hogy hasznosítható következtetéseket lehessen levonni. A vizsgálat első szakaszában feltérképezték – a szó szoros értelmében is – a szabadpolcos felnőtt kölcsönzőket, a polcok elhelyezését, az osztályoknak megfelelő zónák kialakítását, felosztását, elkülönítését, az olvasók tájékoztatását szolgáló különböző segédletek („Újdonságok polca”, „A könyvtáros ajánlata” stb.) létét vagy hiányát, a jelzések rendszerét, s általában a térkialakítást. A könyvtárosokkal folytatott beszélgetés azután feltárta azokat az elképzeléseket, stratégiákat, amelyek az egymástól eltérő elrendezésekhez vezettek. A begyűjtött információk alapján a négy könyvtárat, illetve a könyvtárosok elképzeléseit a következőképpen jellemezték: Bobigny – áttekinthetőség, kapcsolat – hatás az igényekre; Argenteuil – áttekinthetőség, áttekinthetetlenség – a kínálat racionalizálása, Mouffetard – távolság, áttekinthetőség, szegmentáltság – „jelzőkarók kitűzése”; Nantes – áttekinthetőség, távolság – a kínálat az üzenet. Nézzük meg ezeket részletesebben!

Bobigny – áttekinthetőség és kapcsolat

A bobigny-i könyvtár kölcsönző termében az olvasó belépéskor egy igen fontos zónába jut: alacsony asztalokon és polcokon a gyűjteményből különböző szempontok szerint kiemelt művek találhatóak („Újdonságok”, „A könyvtárosok olvasták és ajánlják”, „Az olvasók olvasták és érdekesnek találták”). Az olvasó ilyenformán aktív fogadtatásban részesül, a könyvtár explicit módon keresi a kapcsolatot a belépő olvasóval, azonnal olvasmányokat ajánl neki. Ezen a fogadó körleten minden olvasónak keresztül kell mennie. Ezután az olvasó egy „sétányra” jut, amely a terem végéig tart és két részre osztja az állományt. Bal oldalon található a szakkönyvek, jobb oldalon a szépirodalom. A „sétány” elejéről az olvasó áttekintheti az egész könyvtárat. Két nagy pannó mutatja a könyvek elhelyezését. A pedagógiai szándék az egész áttekinthetőségében, „átlát-szóságában” nyilvánul meg. Ami a jelzéseket illeti, az a könyvtár közepén van.

Az általános tájékozódást a sétányról látható két nagy pannó szolgálja, a részletesebb eligazítást a polcokon található feliratok nyújtják.

Argenteuil – áttekinthetőség és áttekinthetetlenség

Az argenteuil-i könyvtár gyökeresen különbözik az előbbtől. A tér labirintushoz hasonlítható. Részben azért, mert a látótér a magas polcok miatt annyira szűk, hogy az ember csak a közvetlen környezetét látja, másrészt azért, mert a terem a bejáratától a kijáratig sokféleképpen bejárható. Az egyes osztályok nincsenek világosan elválasztva egymástól, összefolynak.

A bobigny-i könyvtárral szemben itt a távolsgártartás jellemző. A könyvtár nem erőlteti a kapcsolatteremtést. Bobigny-ben az olvasó már a belépéskor számos ötletet, javaslatot, ajánlatot kap. A teret kapcsolat, világosság, áttekinthetőség jellemzi, egy szempillantással áttekinthető a tájékoztató tábla, az állományok világos, tiszta szétválasztása.

Az argenteuil-i könyvtárban a nagy táblák mellett a polcokra erősített feliratok száma lényegesen több.

Mouffetard – távolság, áttekinthetőség, tagoltság

A mouffetardi könyvtár szabadpolcos kölcsönzője két szinten helyezkedik el. Míg a bobigny-i könyvtárban, amelyben a szépirodalom és a szakirodalom a sétány két oldalán található, az olvasó séta közben választhat a két részleg között, vagy akár felváltva használhatja, keverheti a kettőt, az argenteuil-iben pedig ez a keveredés magából az elrendezésből adódik, addig a mouffetardiban az olvasó csak akkor térhet át egyik területről a másikra, ha szintet cserél. Argenteuilban és Bobigny-ben a katalógusok nincsenek kiemelt helyen, Mouffetardban viszont a bejáratnál található, kiemelt helyen „trónolnak”, mintegy szuggerálva hogy ajánlatos a katalógusokat megnézni, mielőtt a könyvekhez mennénk.

Az osztályozásnak megfelelő körletek itt vannak a legjobban elválasztva egymástól, a tagoltság ebben a könyvtárban a legjobb. A könyvtár csupán az újdonságokkal jelentkezik. A jelzések száma itt a legalacsonyabb, bár a nagy eligazító táblák itt is jól láthatók s ideogrammmal kódoltak.

Nantes – áttekinthetőség, távolság

A nantes-i könyvtárban a szabadpolcos részleg egy hatalmas terem egyik részét foglalja el, a terem többi részében számos más tevékenység zajlik. Az ajánlás itt is teljesen hiányzik, még az újdonságok sincsenek kiállítva. Cédulakatalógus sincs, az olvasó csak a számítógép-terminálok segítségével tájékozódhat az állományról. Áttekinthetőség, világosság szempontjából Nantes Mouffetardhoz hasonlít, csak kevésbé tagolt és teljességgel hiányzik a kontaktus keresése az olvasóval, és hiányzik minden pedagógiai szándék.

Stratégiai beszélgetések

A kutatócsoport a könyvtárosokkal folytatott beszélgetések során a könyvtárosoknak a szabadpolcos térelrendezésről kialakított elképzeléseire volt kíváncsi. A bobigny-i könyvtáros szerint a városi könyvtárnak két alapvető feladata van: olvasóvá nevelni a még nem olvasókat és fejleszteni az olvasási szokásait azoknak, akik már olvasók. Az egyik fő célkitűzés: a könyvtár „hozzáigazítása” a közönséghez. Ezt a célt elsősorban a dokumentumok megfelelő térbeli elrendezésével lehet elérni. De az igényekhez való alkalmazkodás nem jelentheti a passzív kiszolgálást, mert az igényekre hatni kell.

A következő szakaszban a könyvtárlátogatók megfigyeléséből akartak választ kapni arra a kérdésre: milyen összefüggés van a szabadpolcos tér milyensége és az olvasók magatartása között. Azt a technikát alkalmazták, amelyet már sikeresen használtak fel egy kiállítás közönségének vizsgálatára. Különböző napszakaszokban, különböző napokon figyelték a látogatókat. A terem térképére berajzolták a megfigyelt személy útvonalát, feljegyezték, hol és mennyi időre állt meg, hogyan viselkedett a polcok előtt, igénybe vette-e a jelzéseket, milyen könyveket nézett meg stb. A kijáratnál pedig röviden megkérdezték jövetelének céljáról, s arról, hogy milyen könyveket kölcsönzött.

A kutatók azonban hamarosan rájöttek, hogy ezzel a módszerrel kudarcot vallottak. Nem sikerült értékelhető következtetéseket levonni, sza-

bályszerúségeket megállapítani. A kudarc oka az volt, hogy az emberek a könyvtárban nem úgy viselkednek, mint egy kiállításon. Ez utóbbi ideiglenes, átmeneti, a tér elemei, a tér szerves része a kiállításnak, a „fogyasztás” tárgya. A könyvtár állandó, tartós, a térelemek csak keretül szolgálnak, s végeredményben az egésznek a célja a könyvek tárolása. A kiállításlátogató a megfigyeléssel „átvilágítható”, míg a könyvtári olvasó magatartásának mozgatórugói, a különböző elemeknek rá gyakorolt hatása homályban maradnak. Ez azonban nem azt jelenti, hogy a „színpadképnek” nincs jelentősége.

Miután kiderült, hogy a megfigyelés nem adekvát módszer, a kutatók áttértek az olvasókkal folytatott egyéni beszélgetésekre. Mindegyik könyvtárból tíz-tíz olvasót választottak ki, s átlagosan másfél órás interjúkat készítettek velük. A kérdések a könyvtárlátogatás gyakoriságára, az otthoni könyvekre, a könyvesboltok látogatására, a médiumok „fogyasztására”, a könyvtár ismeretére, a látogatás lefolyására, a kölcsönzött könyvekre, az osztályozás ismeretére vonatkoztak.

A beszélgetések elemzéséből kirajzolódott az olvasás módozatainak tipológiája. Az olvasási módozatok azoknak a szokásoknak, eljárásoknak az összességét jelentik, amelyeket a szerző habitus-programnak nevezett el. A habitus-program meghatározza; a könyvtárlátogatás motivációját, az okokat, amiért az egyén olvasnivalót keres; a látogatás célját, tárgyát, a dokumentumokat, amelyeket keres; a könyvtárak azokat a részlegeit, zónáit, amelyeket ilyenformán felkeres. A habitus-program egy komplex viselkedési konfiguráció, amely az időben alakul ki, strukturálódik és az ismételt könyvtárlátogatások során ölt alakot.

Az elemzések alapján hat olvasási módozatot sikerült azonosítani: témaorientált olvasás; probléma-orientált olvasás; eklektikus olvasás; szerzők szerinti regényolvasás; műfaj szerinti regényolvasás; újdonságolvasás.

Egyetlen látogatás megfigyelése nem teszi lehetővé a habitus-program azonosítását. Ennek több oka van. Előfordulhat, hogy az olvasó alkalmatlanul, valamilyen pontosan meghatározott információigénnyel jön a könyvtárba, olyannal, amely általában nem jellemző a szokásaira. Jöhet több programmal, pl. a felesége, lánya számára is keres könyvet. A domináns habitus-program mellett a könyvtárban kialakulhatnak, aktivizálódhatnak szekundér, laterális viselkedésformák,

amelyek nem dezorganizálják a fő programot, de elfedhetik a megfigyelő elől.

Az olvasási módozatok azonosítása magyarázatot adott arra, hogy miért nem sikerült felderíteni a habitus-programot egyetlen megfigyeléssel. Ugyanazt az egyént kellett volna hosszú időn át megfigyelni (sok látogatását elemezni), ez azonban gyakorlatilag legyőzhetetlen nehézségekkel járt volna.

A téma-orientált olvasás

Ha az olvasót csak egy téma érdekli, érdeklődése nem átmeneti, a témát ki akarja meríteni. Bezárkózás, más témák visszautasítása jellemzi, talán bizonyos félelem, komplexus a tudás univerzuma iránt. Az olvasás számára nem élvezet, hanem kötelesség, nehéz feladat. A szépirodalmat nem értékeli, mert nem tanít és nem informál. A teret nagyon szelektíven, mintegy pontszerűen érzékeli. A „tematikus” zónát jól ismeri, s a könyveket a gerincükről ismeri fel, a „finom jelzések” nem érdeklik. Az osztályozás is csak addig, amíg azonosítja a témát. A könyvtár egészében nem érdekli, nem is érzékeli.

A probléma-orientált olvasás

A témával ellentétben a problémát nem lehet lokalizálni a könyvtári térben. Ez az olvasási módozat az olvasótól aktivitást és erőfeszítést követel. Az ilyen ember mást is olvas, kikapcsolódásként. Leikes látogatója a könyvkereskedéseknek, van saját könyvtára. Véleménye szerint a szabadpolcos rendszer nem sokat ér, csak amolyan könyvtári szupermarket. Az ilyen típusú olvasók a könyvtárat a szabadpolc ellenére használják. Igénybe veszik a katalógust. Amikor a könyvtárba jönnek, már tudják, mit akarnak. Miután a katalógusban azonosították a keresett könyvet, egyenesen abba a zónába mennek, ahol megtalálni vélik. A jelzéseket minden szinten hasznosítják. Jól ismerik és használják az osztályozást.

Az eklektikus olvasás

Azok az olvasók, akik ebbe a kategóriába tartoznak, az előbbiekkal ellentétben élvezetből, szórakozásból olvasnak. Autodidaktáknak minősítik magukat. Érdeklődésük nincs behatárolva, nincsenek morális gátlásaik, ha egy könyv nem érdekli őket, abbahagyják. Érdeklődésük egyik témától a másikhoz vezeti őket, de nem helyettesítik egymást, hanem akkumulálódnak. A motiváció a kíváncsiság, amely az ismeretek változatoságának bűvöletével elegendik.

Főleg fiatalok és alacsonyabb szakmai, illetve szociális szintű rétegek tartoznak ebbe a csoport-

ba. Ők ismerik legjobban a szabadpolcos teret, s mozognak legotthonosabban benne. Sétálnak a polcok között, nézegetik, pásztázzák a könyvsorokat, s „elkapnak” egy-egy könyvet. A katalógust ritkán használják. Látogatásuk „programja” könnyen felborul, ha egy érdekes könyvet látnak meg egy más témáról.

Szerző szerinti regényolvasás

Az olvasók, akik ebbe a csoportba tartoznak, rendelkeznek bizonyos irodalmi műveltséggel. A regényt, mint a világ magyarázatát fogják fel, ami segít megérteni az embert. Ezért akarják kimeríteni egy szerző életművét. Ez hasonlít a probléma-orientált olvasáshoz, „szépirodalmi probléma-orientáltság”. Számukra nem létezik más jelzés, csak az ábécé.

Műfaj szerinti regényolvasás

Ezek az olvasók szórakozásból olvasnak, csak bizonyos műfaj érdekli őket (detektívregény, sci-fi, történelmi regény stb.). Az olvasás élvezete a mennyiséggel és a gyorsasággal társul. A stílus csak negatív értelemben érdekli őket, ne legyen túl nehéz, túl bonyolult. A könyvtárból csak a regények részlege érdekli őket és csak a műfajokat jelző táblák.

Az újdonságolvasás

Az ilyen olvasó számára az egyetlen motiváció az újdonság. Ez a fogalom magába foglalja a szépirodalmat és a dokumentációs irodalmat egyaránt. Könnyen áttérnek egyik területről a másikra. Látogatásuk kizárólag az újdonságok polcára korlátozódik – ahol van ilyen. Ahol nincs, a könyvsorokat pásztázzák végig, s a könyvek gerince alapján választják ki az újdonságokat. A könyvtár egésze nem érdekli őket, a katalógust nem ismerik.

Következtetések

Az első következtetés, hogy a habitus-programot nem lehet egyetlen megfigyeléssel „megragadni”, a domináns habitus-program mellett a könyvtárban aktivizálódhatnak szekundér programok, amelyek nem zavarják meg a fő programot, de a megfigyelő elől elfedhetik stb. Ugyanannak az olvasónak a többszöri, sokszori megfigyelése azonban – bár erre lenne szükség – gyakorlatilag megvalósíthatatlan.

A másik következtetés, hogy a beszélgetések alapján sem lehet észrevehető összefüggést fel-

fedezni az olvasási módozatok és a könyvtár térbeli elrendezése között. Az azonos olvasótípusok viselkedése a különböző könyvtárakban azonos. Más szavakkal: két azonos típusú olvasó viselkedése, két különböző könyvtárban jobban hasonlít egymáshoz, mint két különböző típusú olvasó ugyanabban a könyvtárban.

Ez azzal magyarázható, hogy az olvasó a látogatása során nem látja, nem érzékeli az egész könyvtárat, csak azt a részleget, amelyre stratégiájának megfelelően szüksége van. A könyvtárnak, a helynek, a térnek, mint egésznek az észlelése csak a „tanulás”, a megismerkedés igen rövid időszakában szükséges. Az új olvasó, aki rendszeres látogatója akar lenni a könyvtárnak, nyilván áttekinti az egész teret, hogy lokalizálja azt a részt, amelyre szüksége lesz. Ez nagyon gyorsan megtörténik.

Természetesen ez nem azt jelenti, hogy a különböző térelrendezések egyformán kedvezőek bármelyik olvasótípusnak, csupán azt, hogy az alkalmazkodás nagyon gyors.

A térkialakításnál figyelembe kell venni, hogy a könyvtár olvasói között melyik típus van többségben. Ez pedig elsősorban az olvasók szociális-szakmai összetételétől függ. A tér kiképzése magába foglalja a „helyi” tényezőket is. Az olvasók habitus-programjához való alkalmazkodásban nagyobb szerepük van a részleteknek, a részlegek, zónák belső kiképzésének, mint a globális elrendezésnek. Úgy tűnik a szerző véleménye szerint, hogy a „részletek politikája” a könyvtárosok részéről nem kapja meg a megfelelő figyelmet.

Ami az eligazító jelzéseket, jelzőtáblákat illeti, az általános tájékoztatást szolgáló nagy jelzőtáblákra természetesen szükség van, de igazán csak a látogatók első ismerkedésekor, a „tanulás” időszakában nélkülözhetetlenek, s úgy tűnik, a négy könyvtár négyféle táblái egyformán hatásosak. Nincs szükség valamiféle különleges, „szofisztikus” jelzőrendszerre. A polcokra elhelyezett jelzéseket főleg csak a probléma-orientált olvasók hasznosítják. A többiek – a megfigyelés szerint – elsősorban a könyvek gerince szerint tájékozódnak.

A tér kialakításánál az első dolog, amit figyelembe kell venni, az olvasói magatartások különbözősége. Úgy tűnik, erről megfelelően a térkialakításnál, mintha lehetne találni egyetlen elrendezést, amely mindenkinek egyaránt megfelel. Ilyen nincs. Egy adott térelrendezés kedve-

zőbb az egyik típusnak, s kevésbé kedvező a másikonak, még akkor is, ha végül mindenki alkalmazkodik a helyzethez. Ez azonban nem szabad, hogy a kérdés mellőzéséhez vezessen. A problémát különböző szinteken kell vizsgálni.

Globális szinten (áttekinthetőség, labirintusjelleg) néhány stratégiai kritériumot kell figyelembe venni.

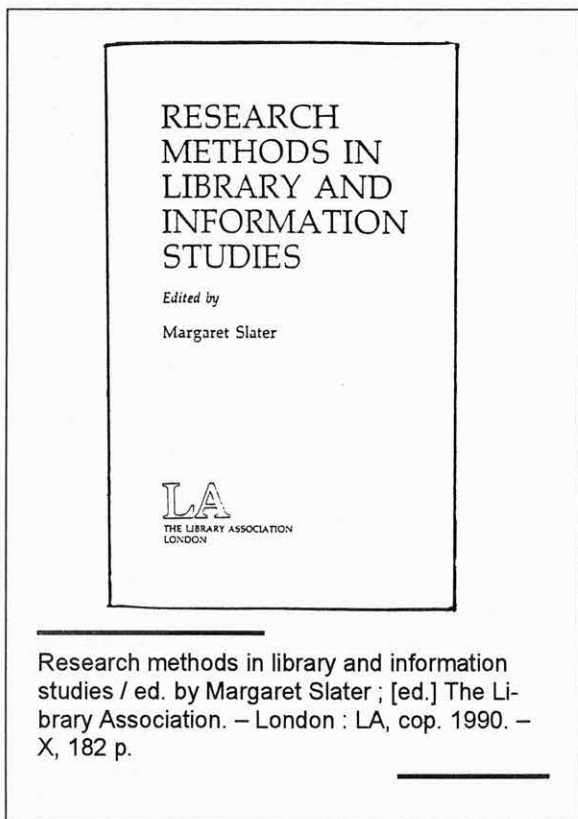
A labirintus csak egy típusnak, az eklektikus olvasónak kedvez, ez szélsőséges eset. A skála másik végén a kategóriák merev szétválasztása, az osztályok merev elkülönítése található. Ez is csak egy kategóriának, a „tematikus” olvasónak felel meg igazán. Ez a másik véglet. Mindkettőt kerülni kell.

A térkialakítás magába foglal „helyi” tényezőket is, amelyek csak egy-egy zónát érintenek, s

nem a globális szerkezetet. A végső tanulság: a könyvtárak szabadpolcos részlegeinek térkialakítása távolról sem elhanyagolható kérdés. Ám az eddigieknél sokkal finomabb, részletfeltáró elemzésre van szükség, szem előtt tartva az olvasóközönség összetételéből adódó megoszlását.

A mindössze 100 oldalas – de nagyon érdekes – könyv utószavában ismerteti a mans-i „médiatár” tematikusan – érdeklődési körök szerint – elrendezett szabadpolcos részlegét, a függelékben pedig megtaláljuk a megkérdezett olvasókra vonatkozó adatokat (nem, kor és szociális-foglalkozásbeli összetétel), a beszélgetések vezérfonalát és a vizsgált könyvtárak térképeinek jelmagyarozatát.

Fülöp Géza



Könyvtártudományi kutatások

A könyv különféle felhasználói köröknek kíván forrásul szolgálni a könyvtári és információs kutatások tervezésében és végzésében. Mindegyiknek tankönyvként, oktatási segédletként jöhet számításba könyvtár szakos egyetemi hallgatók számára. Ugyanakkor a kezdő és a gyakorló könyvtárosok kutatási kézikönyve is kíván lenni. Sok példával és ábrával a gyakorlati szempontokat tartja szem előtt.

A szerkesztő külön felhívja figyelmünket az index fontosságára, mivel egyes témák más-más aspektusból különböző fejezetekbe kerültek és a rájuk vonatkozó további tudnivalók is több helyütt, szétszórtan lelhetők fel. Az óvatosság azért sem árt, mert – többszerzős műről lévén szó – előfordulhatnak átfedések is.

A tervezéssel foglalkozó fejezetet általános bevezetésnek is tekinthetjük. Ezt követi a nyers adatokkal való munka, a kézikönyvek, minervák, útmutatók, egyszóval a másodlagos források fel-

használásával kapcsolatos tudnivalókat tárgyaló fejezet.

A kvantitatív kutatás lényeges kérdése a mintavétel, hiszen a teljes populáció vizsgálatára ritkán nyílik mód. Az ezt ismertető fejezetben olvashatunk a mintavétel pontosságáról, a mintavételt befolyásoló előítéletekről, a véletlenszerű kiválasztásról, a rétegzett mintáról, a hibaszámításról, a minta nagyságáról és sok más, ehhez kapcsolódó kérdésről.

A következő fejezet a kvantitatív módszerek általános kérdéseit tárgyalja. Itt kapunk képet a felmérések célszerű megtervezéséről, a kérdőívek és a szóbeli interjúk előkészítésének munkálatairól. Ez a kérdéskör átglyúrízik a következő fejezetbe is, amelyben a kérdőívek összeállításáról,

a hatékony kérdezői módszerekről kaphatunk hasznos információkat.

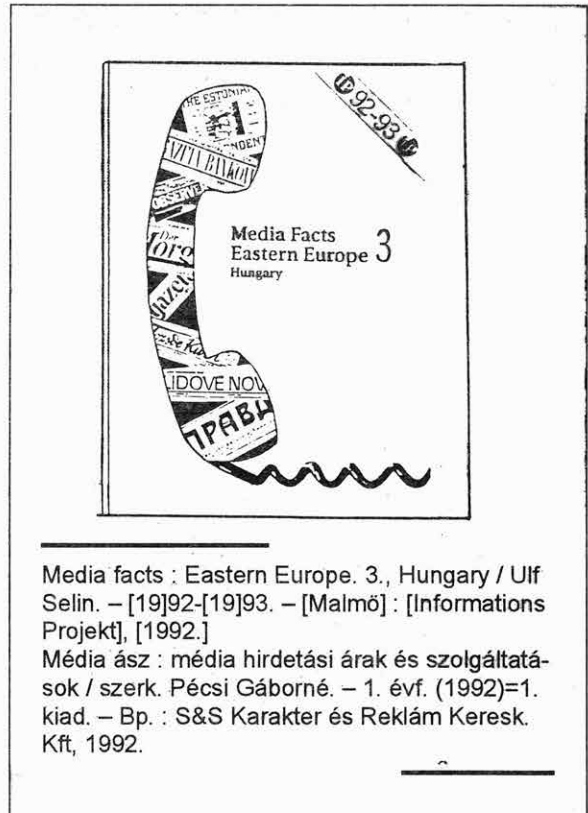
Az előzőeknél lényegesen nehezebb dolga van a kvalitatív kutatással foglalkozó két fejezet szerzőjének, hiszen a dolog természeténél fogva ők inkább általánosabb szinten közelíthetik meg témájukat: nincsenek jól megfogható szám adatok az ilyen kutatást végzők birtokában. Az e témát elemző fejezet a kvalitatív adatok beszerzésének lehetséges módjait, a következő pedig előadás-módjuk lépéseit taglalja. Egy teljes fejezetet szentelnek a megfigyelésnek mint a kvalitatív kutatás egyik lehetséges forrásának.

A záró fejezet témája a kutatási folyamat befejezése, az eredmények közzététele, a kutatási jelentések, folyóiratcikkek előkészítése.

Koltay Tibor

Két könyv a hazai reklám- és hirdetési eszközökről: Media Facts - Hungary, 1993-94. és Média Ász, 1992.

Az információs szolgáltatások közül egyre népszerűbbeké válnak az ún. *értéknövelt szolgáltatások*. Ez magyarul azt jelenti, hogy a másoktól átvett adatokhoz valami pluszt hozzáteve „átcsomagolják” azokat, majd így értékesítve jelentős haszonra tesznek szert. Jó példáját láthatjuk ennek a svéd Informations Projekt AB cég által összeállított és terjesztett *Media Facts* című kiadványnál. A cég vezetője, *Ulf Selin* 25 éves nemzetközi gyakorlattal rendelkezik a média, a public relations és a piackutatás területén. Az „átcsomagolás” tudományát Ulf Selin a már 15. évfolyamába lépő *Svenska Massmedier och deras medarbetare* című kiadvány évenkénti megjelentetése és fejlesztése kapcsán sajátította el. A *Svenska Massmedier* - Ulf Selin szerint - a svéd piac „média bibliája”, amelyből tájékozódni és tájékoztatni lehet a svédországi országos és helyi napi-, valamint hetilapokról, folyóiratokról továbbá az írott



Media facts : Eastern Europe. 3., Hungary / Ulf Selin. – [19]92-[19]93. – [Malmö] : [Informations Projekt], [1992.]

Média ász : média hirdetési árak és szolgáltatások / szerk. Pécsi Gáborné. – 1. évf. (1992)=1. kiad. – Bp. : S&S Karakter és Reklám Keresk. Kft, 1992.

sajton kívül minden tömegkommunikációs eszközről. Nem élhetnek nélküle sem a sajtó szakemberei, sem a tájékoztatásban dolgozók.

Tudománynak, vagy legalábbis konvertibilis tudásnak nevezhető az a képesség is, amellyel fel tudja becsléni valaki, hogy milyen jellegű információknak lesz biztos piaca, mibe érdemes pénzt és energiát fektetni.

A Svenska Massmediert követte a skandináv államok vezető tömegtájékoztatási eszközeinek ismertetője (Leading Nordic News Media - Denmark, Finland, Iceland, Norway, Sweden).

A nyugati üzletembereknek a volt szocialista országok tájékoztató eszközei iránti növekvő érdeklődése adta Ulf Selinnek azt az ötletet, hogy a svéd kiadványhoz hasonlóan a kelet-európai térség média-adattárát is közreadja, angol nyelven, a külföldi szakemberek igényének figyelembe vételével. „Mind az állami, mind a magán vállalatoknak, szervezeteknek, bel- és külföldön egyaránt, szükségük van egy útmutatóra, ami segítséget nyújt ahhoz, hogy az adott helyzetnek és időpontnak megfelelően mindig megtalálhassák híreik közlésének legalkalmasabb formáját, időpontját és helyét.” - áll a Media Facts 1993. január 26-ai sajtótájékoztatójára szóló meghívóban.

Ulf Selin első próbálkozását - amikor személyesen kereste fel az egyes országok információszolgáltató helyeit - nem övezte nagy siker, már-már úgy tűnt, hogy az információk begyűjtetlensége vállalkozása kudarcát fogja jelenteni. Később azonban sikerült mind több sajtóinformációt adó forrásra bukkannia, sok esetben a könyvtárak segítségével. A sajtótájékoztatón Ulf Selin külön nyomatékkal emelte ki a magyar nemzeti könyvtár érdemeit. Az összes kelet-európai ország nemzeti könyvtára közül a magyartól kapta a leghatékonyabb segítséget, mint mondta, imponáló az Országos Széchényi Könyvtárban dolgozó könyvtárosok szakértelme és hangyaszorgalma, amellyel az információkat rendszerezik és feldolgozzák. Bevallom, jóleső érzés volt hallani a könyvtáros kollégáimnak e nem szakmai körben elhangzott dicséretét, nem tudom azonban elhallgatni a kiadvánnyal kapcsolatosan egy rossz érzésemet, mégpedig azt, hogy ennek az alapos felkészültséget és kitartó szorgalmat igénylő munkának, ami az adatelőkészítésben a könyvtárosokra hárul, végül is más aratja le a termését. Még csak nem is egy szemfüles magyar cég, hanem egy külföldi. Egy svéd cég csomagolja át a magyar aprómunkával feldolgozott információkat

és tesz szert általa jelentős haszonra. Azt, hogy igényes nyersanyagot, drága műszereket feltételező termékek gyártását sokszor szükségszerűen át kell engedni a fejlett ipari országoknak, szomorúan bár, de el kell fogadnunk. Azt viszont már nehezebb elfogadni, hogy magyar szellemi termékkel is külföldi cég kereskedjék és gazdagodjék.

A sajtótájékoztatón nagy számban megjelent újságírók és reklámszakemberek nagy érdeklődést tanúsítottak a kiadvány iránt. A hozzászólások jelezték, hogy a hazai szakemberek nincsenek megelégedve a magyar sajtóról és reklámlehetőségekről való tájékoztatással. A hozzászóló újságírók egyike kifejezte lelkesedését e vállalkozással kapcsolatban, mondván, hogy a szakma nevében állíthatja, nagyon örülnek ennek a tájékoztatói eszköznek, igen nagy szükségük van rá, mert mindeztideig nagy hiányát érezték hasonlóknak.

Elgondolkodtató lehet ez a vélemény a könyvtáros szakma számára. Sajtóbibliográfiánk van szép számmal, retrospektív és kurrens is. A kurrensből mindjárt kétféle készül: az egyik a nemzeti bibliográfia részeként, a másik az Új Periodikumok című negyedéves gyarapítási tanácsadó füzet. Kapható a sajtóbibliográfia elektronikus adatbázisban is és most készül a nyomtatott kumulatív kötet (ez utóbbi ugyan már nem a nemzeti könyvtár kiadványaként). Miért van akkor mégis hiányérzete a sajtó- és reklámszakembereknek? Talán nem tudnak ezekről a forrásokról? Hiba lehet a reklámtevékenységünkben? Vagy éppen a fent említett „csomagolás” hiánya miatt nem veszik észre a sűrű köntösű, szerény kiállítású bibliográfiát, legyen adattartalma bármilyen megbízható? Az is lehet, hogy másféle adatokra „vevők” a sajtó szakemberei?

Szerencsére van már hazai termék is arra, hogy az üzletemberekkel megismertessék a reklámeszközöket. **Média Ász** címmel periodikus kiadvány indult, amely mind külalakjában, mind adatgazdagságban, de legfőképpen árban (1000 forint) bátran felvehetné a versenyt a külföldivel. Sajnálatos módon azonban - legjobb tudásunk szerint legalábbis - csak magyar nyelven jelent meg. Az S&S Karakter Reklám és Kereskedelmi Kft. által összeállított *Média Ász : Média hírdetési árak és szolgáltatások* című kiadvány kizárólagos célja a reklámeszközök számbavétele. Adatgazdagsága felülmúlja a svéd kiadványt. A Média Ász tartalmazza a lapok reklámlehetősé-

geinek ismertetésénél a különféle reklámméreteket forint árait, az esetleges kedvezményeket, a lapok megjelenési idejét, a reklámanyagok leadásának határidejét, a lap árát és példányszámát. A lapok hirdetési szolgáltatásainak a Média Ászban történő szerepeltetése nem ingyenes, de méltányosan alacsony hirdetési árat szabtak meg, ellentétben az egyéb országos lapok hirdetési áraival, amelyekről érdekes összehasonlító adatokat lehet szerezni a Média Ász segítségével.

Most pedig térjünk vissza a svéd kiadványhoz, és lapozzuk fel képzeletben, mit is kínál a Media Facts? Nyissuk ki a kapcsos dossziét! A kapcsos dosszié forma teszi lehetővé, hogy a megjelenés utáni változásokat tartalmazó új lapokat - amelyeket a kiadvány megvásárlói folyamatosan mindig megkapnak majd ingyen - a kötethez lehessen illeszteni, illetve a meglévő lapokat az aktuálissal kicserélni.

A kötet elején - mivel, mint említettük elsősorban üzletembereknek készült - rövid bevezető szerepel Magyarországról; az adó- és vámrendszerről; a társadalombiztosításról; a privatizációról. Ezt követik a kapcsolatfelvételhez szükséges fontos címek, a követségek, szervezetek, bankok jegyzéke. A 4. fejezet az elmúlt évi fontosabb eseményeket, fejlesztéseket sorolja fel.

A kiadvány gerincét képező sajtóadatok az 5. fejezetnél kezdődnek, 4000-nél több osztályozott sajtótermék ismertetésével. Az osztályozáshoz alkalmazott tárgyszavakat szintén az Országos Széchényi Könyvtártól vették át. Az országos napilapok között 12 cím található; a regionális napilapok között 26; a hetilapoknál 78; az üzleti élettel kapcsolatos folyóiratok között 250. A folyóiratok adatai kétféle, rövidebb és hosszabb formában szerepelnek. A rövidített változatban csak az alapadatok találhatóak: a lap címe; angol címfordítás; a szerkesztőség címe, telefonja, telefax száma; tárgyszó; nyelv; a lapalapítás éve; kiadója; a megjelenés gyakorisága; példányszám (az összes és a posta által terjesztett); főszerkesztő; felelős szerkesztő. A bővebb információkat tartalmazó részben minden lapnak külön oldalt szentelnek és a fenti adatokon kívül megtalálhatók még: formátum; színes vagy fekete/fehér; nyomda; lapszám; hasábok száma; hasábok szélessége; a szerkesztőség létszáma; rovatfelelősök neve; hirdetési tudnivalók: hol lehet hirdetést feladni, a hirdetés ára (az ár érvényességének dátuma); fordítást lehet-e rendelni; melléklet kiadható-e.

A sajtótájékoztatón elhangzott bíráló észrevételek egyike a válogatás esetlegességére vonatkozott. Valóban nehéz megállapítani, hogy a Theológiai Szemle, a Tini Titán Teknőcök, a Voilá, az UFO Magazin, az Unitárius Élet, az Új Kutyarevű, csak hogy néhányat említsünk, milyen indokkal kerültek be? Ulf Selin elmondta, hogy sok újságíró és más szakember véleményét kérte ki a lapok fontosságának megállapításához, és az adott válaszok alapján alakult ki a jelenlegi média-mix, amit nem kell véglegesnek tekinteni, a címek folyamatosan bővülni, illetve cserélődni fognak. Selin úr és munkatársai minden észrevételt, javaslatot örömmel fogadnak. Egy másik hozzászólásban azt kifogásolták, hogy az egyes hirdetési tarifák különféle pénznemben szerepelnek, ami nehezíti az összehasonlíthatóságukat, javasolták, hogy egységes árakat közöljenek, forintban. Volt, aki a témák aránytalanságait kifogásolta, például a rádióról, televízióról írottakat túl kevésnek ítélte, szemben a Magyar Távirati Irodáról készült ismertetéssel. Ennek magyarázata a fenti médiák átmeneti bizonytalan helyzetében keresendő, mire a kiadvány végleg elkészül (1993 februárjára), remélhetőleg biztos adatokat is tartalmazhat, hallhattuk Ulf Selin válaszát. Valamennyiünk nevében szólt az a médiaszakember, aki a kiadvány árát sokallta. A Media Facts - Hungary - mely 525 USD áron kerül forgalomba - egy sorozat (Media Facts - Eastern Europe) része. Ennek minden tagja érdekes lehet a magyar szakembereknek és intézményeknek is. A teljes sorozat ára 1.575 USD, amely a következő köteteket tartalmazza:

1. Basic Information all Eastern Europe and the Baltic States, Romania and Bulgaria
2. Eastern Germany
3. Poland
4. Hungary
5. Czech and Slovak Republics (1993. áprilisra várható)
6. Commonwealth of Independent States (1993. júliusra várható)
7. Croatia, Slovenia, Serbia and Bosnia, Macedonia, Montenegro (1993. augusztusra várható).

A kiadvány magas ára miatti aggódó kérdésre válaszolva Ulf Selin finoman érzékeltette, hogy lehetségesnek tartja az alkut is. A Magyarorszá-

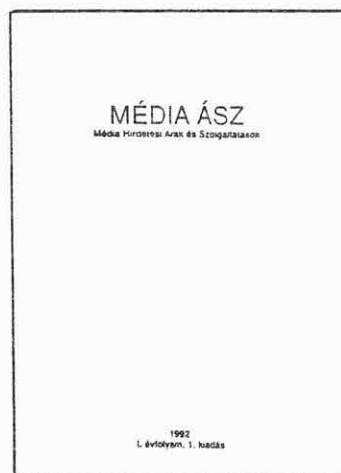
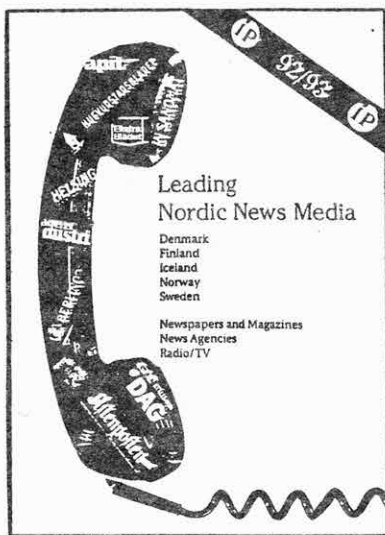
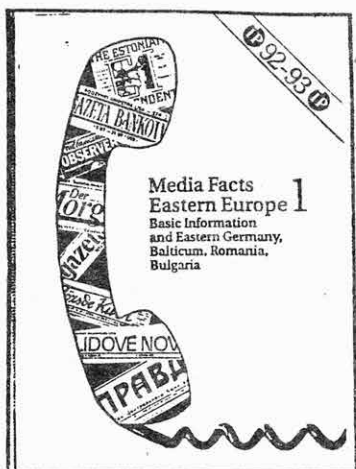
gon kapott sok segítség mindenképpen arra ösztönzi őt és cégét, hogy árkérdésekben ne legyen merev.

Végezetül álljon itt a kiadó, illetve terjesztő cégek címe:

Informations Projekt,
Bjarsölg S-230 40 BARA,
SWEDEN.
Tel: 46 40 44 90 90,
Fax: 46 40 44 79 31.

A Média Ász című kiadvány a Student Szak-
könyvüzletekben (Közgazdasági Egyetem 1092
Bp. Fővámter 8.; Pénzügyi és Számviteli Főiskola
1149 Bp. Buzogány u. 10-12.) kapható, illetve
postán megrendelhető (S&S Karakter Kft. 1055
Bp. Honvéd u. 40.);

Kovács Emőke



Latin szerzők CD-ROM-on. Cicerótól Horatiuson át az idősebb Pliniusig a klasszikus szövegek legjavát, a nemzetközileg elismert standard kiadások alapján adta közre Olaszországban az *Auræ Latinitatis Bibliotheca* című CD-ROM. A „ki is írta ezt a nevezetes mondatot?”-féle kérdéstől az egyes szavak, szókapcsolatok, kifejezések keresésére, ennek alapján nyelvészeti és történeti kutatásokra alkalmas a lemez, amely egyszerű kezelhetősége mellett igen rugalmasnak tűnik:

Boole-operátorokkal, közelség-távolság operátorokkal, csonkolással és maszkolással egyaránt élhet a felhasználó.

Hiányzik a variációk feltüntetése, és a rögzítés során az egyes műveket „dokumentumokra” szabdalták. Így pl. Cicero műveit 6053 dokumentum tartalmazza, Plinius Historia Naturalisát pedig több mint 2600 részre osztották. Sajnos elveszett a prózai művek szakaszokra bontása, illetve a versek sor szerinti számozása. Kinyomtatni csak az aktuális képernyő-tartalmat lehet. Az olasz nyelvű kézikönyv (amely a latin anyagban kutatók számára valószínűleg érthető) a szerzők, művek és a felhasznált kiadások felsorolása mellett rövid, de elégséges bevezetőt nyújt a használathoz, sőt, értékes javaslatokat és példákat is ad a kutatási módszerekre, így – legalább részben – pótolja az online help hiányát. Kiadói (Zanichelli és Olivetti) remélik, hogy számos könyvtárban helyet talál majd.

A 230 latin mű teljes szövegét 25 000 „dokumentumban” tartalmazó CD-ROM IBM kompatibilis PC-ken kezelhető, Microsoft Extensions 2.1 vagy újabb verzió, 512 KB RAM, ISO 9660 szerinti CD-ROM olvasó kell hozzá, installációt nem igényel. Ára 780 ezer líra.

(Bollettino AIB. 1992. 2.sz.)
(Mohor Jenő)