

Nagy-Britanniában nagyszabású felmérést végeztek a közművelődési könyvtárakban folyó marketing tevékenység és a szolgáltatások közötti összefüggések feltárására, illetve a nyomokban megmutató eredmények feltérképezésére. A 167 megszólaltatott könyvtárvezető 83%-a válaszolt, azaz a felmérés 139 könyvtár tapasztalatait összegzi. 48%-ukban folyik kifejezett marketing tevékenység kijelölt témafelelőssel és elkülönített költségvetési kerettel.

A gazdag szempontrendszerre épülő kérdőívek rávilágítanak a közművelődési könyvtárak szolgáltatásaira, az azokat befolyásoló tényezőkre, a hatékonyság emelését célzó marketing munkára és annak eredményességére. A cikk részletesen ismerteti a vizsgálati szempontokat, és bemutatja a válaszokból kirajzolódó összefüggéseket.

A külső tényezők, mint a könyvtár mérete, elhelyezkedése, a politikai irányultság és a városi/falusi megoszlás hatása elhanyagolhatónak bizonyultak, ezért a további helyzetértékelésben nem vették figyelembe.

Az a feltételezés, hogy a marketing tevékenység szintje és a könyvtárban elkülönített marketing feladatkör valamint a könyvtári szolgáltatások széles skálájának megléte szorosan összefüggnek egymással, maradéktalanul beigazolódott a közművelődési könyvtári szféra esetében. A használók illetve használói csoportok igényeinek figyelemmel kísérése és a marketing munka rájuk irányítása azokra a könyvtárakra jellemző, ahol a szolgáltatások gazdag választéka áll rendelkezésre.

Kapcsolat mutatkozik a felajánlott szolgáltatások és a könyvtár által követett térítési politika között, amelyet társadalmi és politikai tényezők is befolyásolnak. A reklámtevékenység szintje a szolgáltatások sokféleségétől és a marketing feladatkör meglététől egyaránt nagymértékben függ. A piaciorientált közművelődési könyvtárakban a marketing legelterjedtebb eleme a reklám.

Meglepő módon a piackutatás esetében nem mutathatók ki ilyen szoros összefüggések, holott elvárható lenne, hogy a piaciorientált intézmények felismerjék a rendszeres piackutatás jelentőségét.

A fenti tapasztalatok alapján megállapítható néhány olyan gyakorlati továbblépési lehetőség, amelyek a közművelődési könyvtári marketing tevékenység fejlesztését célozzák. A legfonto-

sabb az, hogy a könyvtári marketing munkát ne egymástól elkülönülő lépések sorozataként fogják fel, hanem egy olyan integrált folyamatként, amely a felhasználót helyezi a középpontba és megfelelő marketing stratégiát fejleszt ki annak érdekében, hogy hatékonyan kielégíthesse a könyvtár ezen felhasználók igényeit. Csak ekkor állítható, hogy a közművelődési könyvtári szolgáltatásban kialakult helye és döntő szerepe van a marketing tevékenységnek.

(Pappné Farkas Klára)

FELHASZNÁLÓK ÉS HASZNÁLAT

Használat- és igényvizsgálat

96/204

McCARTHY, Grace: Happy surfing in the Valley = Libr.Assoc.Rec.Suppl. 97.vol. 1995. 8.no. 5-6.p.

Hogyan használják az Internetet az amerikai könyvtárak és használók? Egy brit könyvtáros tapasztalatai

Egyetemi könyvtár; Iskolai könyvtár; Közművelődési könyvtár; Szakkönyvtár; Számítógép-hálózat; Szolgáltatások használata

Egy brit szakkönyvtárosnő egyéves gyermekgondozási szabadsága idején szakított időt arra, hogy Kaliforniába látogatva az Internet könyvtári alkalmazásának amerikai gyakorlatát tanulmányozza. Tapasztalataiból ad izelítőt az alábbi beszámoló.

Egyetemi könyvtárak. A Stanford Egyetem hallgatói korlátozás nélkül használhatják az Internetet, sőt, saját nyitólapot is készíthetnek a World Wide Weben. Új fejlemény a Flexible Classroom, amelynek vezeték nélküli hálózatához 20 laptop-gép, egy szerver, egy nyomtató, egy videokamera és egy számítógépes írásvetítő tartozik. Ez a hálózat a kiscsoportos és a közös munkára egyaránt konfigurálható.

A University of California (Berkeley) 500 fős könyvtári osztályának önálló képzési részlege van. Különbféle Internet tanfolyamokat ajánl a személyzetnek, amely az itt szerzett ismereteket adja tovább a használóknak. A könyvtár saját gopher-szervert és Web szolgáltatást is kifejlesztett, továbbá itt készül az Internet legújabb fejleményeiről tájékoztató szakirodalom *Current Cites* nevű elektronikus referáló lapja.

Közkönyvtárak. Az InFoPeople (Internet for People) program a Federal Library Services and Construction Act (LSCA) anyagi támogatásával működik. A támogatás a következő költségeket fedezi: összesen 486 PC modemmel, valamint könyvtáranként 10 napos személyzeti képzés és 100 óra ingyenes Internet-kapcsolat. A programban 180 könyvtár vesz részt, amelyek minimális szolgáltatásként nyújtanak hozzáférést az InFoPeople nevű gopherhez, amely a Carl, a Gopher Jewels és az University of California (Santa Cruz) szolgáltatásaihoz tartalmaz kapcsolatokat. WWW használatot jelenleg 81 könyvtár biztosít.

A Palo Alto-i gyermekkönyvtár vezetése fontosnak tartotta, hogy a jövő állampolgárai már gyermekkorban megismerkedjenek az Internettel. A gyermekek iskolai feladataikhoz is felhasználhatják a hálózatot. Általában szülői kísérettel látogatják a könyvtárat, s így a szülők is megismerkedhetnek az információs szupersztráda lehetőségeivel. A könyvtár egyáltalán nem korlátozza a használatot, de irányelvei között kimondja, hogy a gyermekek információhasználatának ellenőrzése és irányítása a szülők felelőssége. A gyermekeket képzett önkéntesek tanítják.

Iskolák. Az Internet a iskolák osztálytermeiben és könyvtáraiban is általánossá vált. Jellemző az iskolák lelkesedésére, hogy a Monta Vista középiskola (Cupertino) saját WWW nyitólapot készített. A tanulók azon kívül, hogy iskolai feladataikhoz használják az Internetet, elektronikus levelezést is folytathatnak a hálózaton, az iskolai „netiquette” szabályai szerint.

Szakkönyvtárak. A cupertinoi Apple Computer vállalat szakkönyvtárában az Internet-képzést nemcsak a könyvtárosok, hanem a vállalati alkalmazottak számára is megszervezték. A fő ösztönző, hogy az Interneten lévő információk legtöbbje ingyenes, és sok kérdés egyszerűbben megválaszolható, mint hagyományos adatbázis-kereséssel. A szerző az itt szerzett tapasztalatokon fellelkesülve elhatározta, hogy hazatérve saját vállalati szakkönyvtárának (BICC Cables, Wrexham) szolgáltatásait is kibővíti az Internet információforrásaival.

(Novák István)

96/205

OBST, Oliver: Untersuchung der Internetbenutzung durch Bibliothekskunden an der Universitäts- und Landesbibliothek (ULB) Münster = Bibliotheksdienst. 29.Jg. 1995. 12.no. 1980-1998.p. Bibliogr. 12 tétel.

Az Internet használata a Münsteri Egyetemi és Tartományi Könyvtár használói körében. Felmérés.

Egyetemi könyvtár; Felmérés [forma]; Online információkeresés; Regionális könyvtár; Számítógép-hálózat; Szolgáltatások használata

A Münsteri Egyetemi és Tartományi Könyvtárban pillanatfelvétel jellegű felmérést készítettek annak felderítésére, mennyire okoz problémát, ha a használók az egyéb célú számítógépeket „internetezésre” használják. Kíváncsiak voltak arra is, kik és hogyan használják az Internetet a könyvtárban.

A könyvtárban nincsen grafikus elérésű Internet szolgáltatás és a használathoz a számítógépközponttól kell kérni azonosítót, amit azonban az egyetem minden polgára megkaphat. Tizenhat terminál van a központi, 21 a két kari könyvtárban. A vizsgálat idején a tanítási szünetben 16, a szorgalmi időszakban 10 terminálon lehetett az Internetet elérni.

A vizsgálat egyrészt az Internet-használók számának és a PC-használókhoz képest számított arányának meghatározását, másrészt a felhasználói szokások felmérést célozta.

A vizsgált időszakban a 889 könyvtárlátogatóból 22,5% (azaz 200) volt Internet-használó. A használható PC-k számának csökkenésével a használók száma is csökkent.

Százharmincnégy használó 200 alkalommal vette igénybe az Internetet. Közülük 113 fő (78,5%) küldte vissza a kérdőívet. A válaszadók 92%-a hallgató volt, ami azzal is magyarázható, hogy az oktatók-kutatók a saját szobájukból is hozzáférnek a hálózathoz.

A hallgatók 87%-a legalább ötödik szemeszterét, 66%-a legalább a nyolcadikat végezte. Valószínű, hogy a felsőévesek amúgy is aktívabb könyvtárhasználók. A legtöbb használó a társadalomtudományi szakokról került ki.

A használók 42%-a hetente egyszer „szörfözött” az Interneten, 39% hetente kétszer-háromszor. Csak 4,5%-uk töltött több mint 2 órát egyszerre a képernyő előtt és 1,8% volt a négyórás időtartamot meghaladó aránya. Harminc százalékuk viszont maximum félórát tölt itt egy-egy alkalommal, közel háromnegyedük 1/2-1 órát.

Ezek az adatok azonban a használók szubjektív benyomásaira épülnek, amelyek a számítógépekkel való interakció természetét ismerve valószínűleg alábecslést jelent.

Az e-mailt 97%, a hírcsoportokat 73%, a WWW-t 64%, telenet 56% használt. Egyéb szolgáltatásokat a használók kevesebb mint fele vett igénybe, a legkevésbé népszerűnek a MUD és az IRC bizonyult. A használat intenzitása még inkább megerősítette az e-mail vezető szerepét.

A felmérésben megkérdezett hallgatók 92%-a tanulmányaihoz használta a hálózatot, de 80%-uk magáncélú felhasználást is megadott, ami csak 22% volt az egyéb válaszadóknál. Harmadik leggyakoribb felhasználás a kutatás volt (34,6%).

A válaszadók több mint háromnegyede számára az egyetemi könyvtáron kívül is van lehetőség az Internet használatára, míg 20,4%-nak ez az egyetlen lehetősége. A válaszadók 36%-a azért használta a hálózatot a könyvtárban, mert amúgy is dolga volt ott, 31% számára döntő volt közelsége, míg 16% össze akarta kapcsolni egymással az „internetes” és a könyvtári szolgáltatásokat.

A vizsgálat tanulsága, hogy az amúgy is keresett PC-k kihasználtsága még tovább nőtt az Internet használatával. Nem járható út viszont a használók megfigyelése és magánügyeikbe való beavatkozás. Az erre a célra használható

munkaállomások számát ugyanakkor csökkenteni fogják, helyfoglalást vezetnek be. A gépeket jól belátható helyekre teszik és a következő táblákat függesztik ki rájuk: „Ezek a PC-k a tanulás és kutatás információforrásai céljaira vannak elhelyezve, nem pedig hobbik kiszolgálására”. A használatot inkább irányítják, mintsem gátolnák azzal, ha jól megszerkesztett nyitólapokon hasznos és érdekes információforrásokra mutatnak rá.

(Koltay Tibor)

Lásd még 149, 221

Olvasáskutatás

96/206

SOLONENKO, L.V.: Ženskoe čtenie včera i segodnâ = Bibliográfiâ. 1995. 6.no. 14-19.p. Bibliogr.

Női olvasás tegnap és ma

Nőolvasó; Olvasásvizsgálat

A 80-as években készült szovjet felmérések szerint a nők szabadidő-felhasználásában a televíziózás került az első helyre. Talán azért is, mivel a szóban forgó felmérések azt is megállapították, hogy a közművelődési könyvtárak a szerelmes könyvek iránti kérések 30-40%-át nem tudják kielégíteni.

Egy 1994. évi cseljabinszki felmérés már mást mutat: a megkérdezett nők válaszaiból adódó rangsorban az olvasás vezet (54%), majd ezt követi a kézimunkázás és a sütés-főzés (53%), illetve a beszélgetés (33%), és csak utánuk következik a televíziózás (20%).

Az itt referált felmérés ugyancsak cseljabinszki. Keretében 359 nagyvárosi (cseljabinszki) és 359 vidéki nőt (köztük a zárt amuri katonai körzet 64 alkalmazottját) kérdezték meg (kérdőív és interjúk segítségével) olvasmányai felől. A minta foglalkozási és korösszetétele reprezentatívnak mondható.

A felmérés első megállapítása: a szabadidő-felhasználásra sem városon, sem vidéken nem jellemző az új időtöltési formák (kaszinók, bárók, videosalonok) igénybevétele. A legkedveltebb időtöltés – akárcsak az imént említett felmérésben – itt is az olvasás lett. Ennek oka kettős, úm. „untat a politika és a gazdaság szereplése a televízióban”, „újabbán sok jó könyv kerül kiadásra”.

Hogy az orosz nők mit tartanak jó könyvnek, arról a következő adatok szólnak: a vidéki toplistán 97, a cseljabinszkin 85%-kal a női regény vezet. Második helyen a detektívtörténetek találhatóak (88, illetve 54%), a harmadikon pedig a történeti regény (59, illetve 51%). A többi szépirodalmi műfaj lényegesen elmarad az előbb említettektől (pl. a költészet 2, illetve 7%-ot kapott). Kiderült az is, hogy a kedvelt szerzők táborában jóval több a mai külföldi szerző, mint az orosz. Ugyancsak sok a régebbi – 19-20. század fordulóján élt – gyakran női szerző.

A referált cikk a továbbiakban a női regények néhány jellegzetességéről szól (érzelmi dússág, szerelemközpontúság, előkelő színterek, eleve árulkodó címek, újabbán: sorozatokban való megjelenés és olcsóság).

Noha a nyugati felmérésekben is a női regény (szentimentális regény, romantikus női irodalom, női szerelmes regény, melodráma stb.) vezet a nők olvasásában, Oroszországban ennek még külön gazdasági okai (munkanélküliség, a családok nehéz anyagi helyzete) is vannak.

A detektívregények kedveltségéről megjegyzendő, hogy bennük a nők annak a szovjet szlogennek realizálását keresik, miszerint „az egyik ember annyi, mint a másik”. Különösen szeretik azokat a műveket, amelyekben a nők nem vagy nem csak áldozatként szerepelnek, hanem leplezőként és nyomozóként.

Napjaink orosz könyvkiadása igyekszik ezt a hatalmas igényt kielégíteni: folyamatosan mintegy 450 női regény van a piacon.

(Futala Tibor)

INFORMÁCIÓELŐÁLLÍTÁS, -MEGJELENÍTÉS ÉS -TERJESZTÉS

Audiovizuális, elektronikus, optikai információhordozók

96/207

OSSWALD, Achim: Elektronische Volltexte im Internet = ABI-Tech. 15.Jg. 1995. 4.no. 415-427.p. Bibliogr.

Res. angol nyelven

Teljes szövegű elektronikus publikációk az Interneten

Elektronikus publikáció; Gépi információkeresés; Számítógép-hálózat

Az Interneten a referenz-jellegű, másodlagos információkkal szemben egyre több teljes szövegű információ jelenik meg. A legtöbb esetben a használók ezeket keresik. E dokumentumok keresésére és böngészésére a hálózaton különféle eszközök állnak rendelkezésre. A teljes szövegű dokumentumok eredete különböző lehet, pl. már eredetileg is Internet-publikációnak készülnek, kutatási jelentések, amelyeket pre-print-formában is terjesztenek, vagy reprintek, amelyek használatára az elektronikus környezet új lehetőségeket kínál. A cikk áttekinti a teljes szövegű dokumentumok típusait, csoportosítja őket, és elmagyarázza elérésük és keresésük lehetőségeit.

(Autoref.)

Használók képzése

Lásd 146