

A környezetvédelmi szakma fő hajtóerejét az információk jelentik. Az Internet egyre nagyobb mennyiségű környezetvédelmi információt kínál, amelyek bárki számára hozzáférhetőek, bárhol a világon. A cikk ismerteti az Interneten elérhető információk fajtáit és korlátait. Speciális Internet-helyeket mutat be a környezetvédelmi szakemberek számára, többek között a következő területeken: jogi szabályozás, technikai erőforrások, üzleti lehetőségek, kör-

nyezetvédelmi szakemberek. Tanácsokat ad az egyes források értékelésére, gyengéik és korlátaik megállapítására. A környezeti információknak üzleti és egyéb nem-környezetvédelmi felhasználására is kitér. Végül arról elméledik, hogy az Internet egyre növekvő hozzáférési lehetőségei milyen hajtóerőt jelentenek a környezetvédelmi szakma átalakulására.

(Autoref. alapján)

## VEZETÉS, IRÁNYÍTÁS

### Munka- és rendszer-szervezés

98/063

SÓJKA, Jan: Racjonalizowac zatrudnienie w panstwowych bibliotekach uczelnianych = Bibliotekarz. 1997. 7-8.no. 22-25.p.

**Racionalizálni kell a foglalkoztatást az állami felsőoktatási könyvtárakban**

*Felsőoktatási könyvtár; Munkaszervezés*

A lengyel állami egyetemi könyvtárakban az összes költség 50-60%-át a bérek teszik ki. Ez nagyjából-egészéből megfelel az európai átlagnak, s így a jövőben sem kell e részesedésen változtatni. Ennek ellenére nyugtalanító a bérhelyzet, noha a bérjogszabályok elvileg lehetővé tesznek tisztességes fizetéseket is.

Hogy az egyes könyvtárakban ezt a szintet felettebb ritkán éri el bárki is, annak az az oka, hogy a személyzet 70%-ának van magiszteri képesítése, így hát szétforgácsolódik a beralap. Mondják, hogy az egyetemi könyvtárak tele vannak elégedetlen magiszterekkel, miközben hiányzanak belőlük az elégedett könyvtárosok (licenciátussal rendelkezők).

Egy-egy központi egyetemi könyvtárban csupán annyi „legmagasabb szintű” feladat van, amelynek ellátásához 20%-nyi magiszterre van szükség. A munka 50%-a olyan, amelyet a licenciátussal rendelkezőknek kell elvégezniük (a képzés e képzési formát illetően messze elmarad a kereslet kielégítésétől), végül 30%-nyi az olyan munka, amely középfokú szakképzettséget (vagy betanítást) igényel.

A fenti számítás a 100-nál több főt foglalkoztató könyvtárakra érvényes, a kisebb intézményekben egyedileg kell megállapítani a tényleges szükségleteket. A licenciátusi képzés megváltoztatásán kívül a fenti arányok fokozatosan csak akkor alakulhatnak ki az egyetemi könyvtárak foglalkoztatási struktúrájában, ha a bérezési rendszer is megváltozik, „célratorőbé” válik.

A szerző, aki a poznani Közgazdaságtudományi Akadémia főkönyvtárának igazgatója, tudja, hogy a racionális foglalkoztatási struktúrát csak fokozatosan, a nyugdíjazásokat és egyéb személyi mozgásokat felhasználva lehet kialakítani. Ő saját intézményében annyi eredményt ért el, hogy a korábbi 60%-nyi magiszter helyett már csak 36%-nyi található a személyzetben.

(Futala Tibor)

### 98/064

EL-SHERBINI, Magda – KLIM, George: Changes in technical services and their effect on the role of catalogers and staff education = *Cat.Classif.Q.* 24.vol. 1997. 1-2.no. 23-33.p.

### Az információtechnológiai fejlemények hatása a katalogizálási osztályok szervezetére, a katalogizálókra és a személyzet képzésére

*Bérmunka kiadása; Dokumentumleírás; Információtechnológia; Munkaszervezet*

[A forrás-folyóirat az alábbi címen szerezhető be: HAWORTH DOCUMENT DELIVERY CENTER, Haworth Press, Inc., 10 Alice Street, Binghamton, N.Y. 13904]

Jóllehet a technológiai fejlődés minden könyvtári munkafolyamatra kihat, a katalogizálás talán az első, amely komoly átszervezést igényel. A cikk néhány újabb technológiai fejleménynek a könyvtári katalogizálási osztályokra gyakorolt hatását mutatja be. Két katalogizálási megoldást tárgyal: 1) nagy bibliográfiai vállalkozások, pl. az OCLC szolgáltatásainak igénybevétele (Contract Cataloging, Prompt-Cat, OCLC Selection), 2) szakképzetlen, betanított személyzet foglalkoztatása. E változásoknak a

könyvtárosok szerepére és a továbbképzésére gyakorolt hatásával is foglalkozik.

(Autoref.)

### 98/065

HART, Keith: Home alone: the freelance information consultant = *Man.Inf.* 4.vol. 1997. 7.no. 38-39.p.

### Dolgozzunk otthon: egy szabadúszó információs tanácsadó tanácsai

#### Tájékoztatói vállalkozás

Kinek ne hangoznának ismerősen az alkalmazotti státuszban dolgozó információs szakemberek panasza az alacsony fizetésről, a főnöki szekatúrákról, a kiszolgáltatottságról, a lehetetlen feltételekről, a feladatok szörnyű időzítéséről és a többi, és a többi.

Manapság azonban egyre több „bérrabszolgából” szabadúszóvá váló információs szakember tűnik fel a láthatáron. Mielőtt mi is váltásra határoznánk el magunkat, gondoljuk át alaposan a dolgot. Hiba volna ugyanis az alkalmazotti lét előnyeiről megfeledkezni. Elvégre a munkaadó gondoskodik a megfelelő munkáról, a szükséges eszközökről (telefon, fax, másoló, számítógép, modem, írószerek stb.), a szakmai fejlődésünket elősegítő új feladatokról, továbbképzésről. Ezenkívül hónap végén fizet is nekünk, lerója utánunk a tébét és az adót az államnak. Aztán fizetett szabadságra enged bennünket, és esetleg még ezeken felül is származhat belőle némi hasznunk. Ha önállósulunk, a fentebb felsorolt gondok mind a mi vállunkat fogják nyomni. A sikeres váltsáshoz mindenesetre némi segítséget adhatnak az alábbi tanácsok.

1. A legnehezebb az első kliens felhajtása. Érdemes tehát még alkalmazottként gondoskodnunk első

munkánk megszerzéséről, hogy meglegyen munkánk folytonossága. Persze már az első munkaszerződés teljesítése közben időt kell szakítanunk új megbízás felkutatására.

2. Potenciális megbízónknak nem előző munkakörünkről kell beszámolnunk, hanem azokat a képességeinket és tapasztalatainkat kell hangsúlyoznunk, melyek a leginkább megfelelnek az ő igényeinek.

3. Törekednünk kell arra, hogy a lehető legtöbbet értesüljenek arról, hogy vállalkozók lettünk. Elő az összegyűjtögetett névjegyekkel, és irány a telefon! Megfelelően kigondolt indokkal ügyesen újítsuk fel ismeretségeinket.

4. Praktikus gondolat felmérni előző munkahelyünk lehetőségeinek, eszközeinek hiányosságait, és a náluk éppen futó projekteket, hogy vonzó ajánlatot teshessünk „megsegítésükre”.

5. Sokat tanulhatunk és jól tájékozódhatunk, ha részt veszünk az érdeklődésünknek megfelelő szakmai szervezetek munkájában, feliratkozunk a levelező listákra.

6. Jól osszuk be időnket! – a megrendelő valószínűleg díjazni fogja, ha betartjuk a határidőket és egyáltalán nem mindegy, hogy milyen referenciát ad majd rólunk a többi lehetséges kliensnek.

7. A munkadíj (is) fontos kérdés. Bevált módszer úgy kiszámítani a napidíjat, hogy az elérendő évi keresetet elosztjuk 180-nal (munkanapok száma). Be kell azonban kalkulálnunk a szabadságot és az esetleges betegségeket is. Legyünk óvatosak, és fontoljunk meg két dolgot. Ha túlságosan nagy árat szabunk, esetleg nem kapunk több megbízást. Hosszabb lélegzetű munka elvállalásakor viszont bele kell számítanunk az árba annak a kockázatát, hogy közben eleshetünk egy másik, jobban fizető megbízástól.

8. A fizetés kérdését tapintatosan, de határozottan kell kezelnünk. Az első munkafázis elvégzésekor már küldjük a számlát, melyben pontosan megjelöljük a fizetési határidőt. És természetesen ellenőriznünk kell a pénz megérkezését bankunkba, ké-

sedelem esetén pedig ne habozzunk egy udvarias figyelmeztetést útjára bocsátani.

És végül: mindent meg kell tenni szakmai továbbfejlődésünk érdekében. Az éppen aktuális munka során ne legyünk szűk látókörűek. Tájékozódjunk az alkalmazónk intézményében felmerülő gondokról, kihívásokról, reményekről és elvárásokról, tudjunk meg minden lehetőt az információszolgáltatás új szempontjairól, hogy következő ügyfelünknek már hozzáértőként beszélhessünk ezekről.

(Fazokas Eszter)

## 98/066

MAUTRICH, Michaela: Telearbeit – Zauberwort auch für Bibliotheken? = Bibliotheksdienst. 31.Jg. 1997. 9.no. 1713-1719.p.

### Táv munka – varázsszó a könyvtárak számára is?

#### Munkaszervezés; Távközlés

A távmunka (Telework) olyan munkatevékenység, melyet az alkalmazottak a nyilvános kommunikációs eszközök és az ezekhez kapcsolódó technikai felszerelés igénybevételével munkahelyükön kívül végeznek. A munkavégzés történhet otthon (Home-Base Telework) vagy a központi munkahelyen kívülre (az alkalmazottak lakóhelyéhez közelre) helyezett, erre a célra kialakított irodában (Center-Based Telework), esetleg helyhez nem kötött (Mobile telework). A távmunka lehet állandó vagy alternatív (a munkaidő meghatározott részére kiterjedő), esetleg flexibilis. Számos előnyös és hátrányos következménye van:

- Előnyei közé tartozik a munkavállaló szempontjából az egyénileg megválasztható munkaritmus, a munkába járás idejének megtakarítása, a munkavégzés flexibilitása, hatékonysága.
- A munkaadó szempontjából előny a munkahelyek megtakarítása, a munkahelyi fluktuáció és a

betegszabadságok csökkenése, a produktivitás növekedése.

- Hátrányt jelent a munkavállaló szempontjából az izoláció, a munka és a magánélet határainak elmosódása, a karrier korlátozódása, a társadalmi megbecsülés csökkenése, a munkahelyi szakmai megerősítések hiánya.
- A munkaadótól a távmunka bevezetése megkívánja az ellenőrzés fokozását, a távoli munkahelyek technikai felszerelését, az erőteljesebb együttműködést, s nehezebbé teszi számára a hatékonyság megállapítását, a produktivitás mérését.
- Mindent összevetve az NSZK gazdasági minisztériumának számítása szerint a távmunkára való áttérés évente munkahelyenként 6400 DM megtakarítást jelent.

A távmunka könyvtári alkalmazása terén még csak nagyon kevés tapasztalat áll rendelkezésre. Konstanzban a Könyvtári Szolgáltató Központ távmunka formájában végezteti egyes művészeti és múzeumi könyvtárak állományának rekatalógizálását Baden-Württemberg tartomány központi katalógusának kiegészítésére. A kísérlet eredményesnek látszik.

A könyvtárak közül elsősorban a nagy és a közepes tudományos könyvtárak, valamint a nagyobb közművelődési könyvtárak alkalmasak a távmunka alternatív változatának bevezetésére, mert azok megosztott munkatevékenységgel működnek. A könyvtári munkák közül távmunkával is végezhető a következők: bibliográfiák, tárgyszójegyzékek, online katalógusok készítése, referátumok írása, PR anyagok összeállítása, szövegfeldolgozás, adatbevitel, programozó munkák, „hotline” tájékoztatás, fordítás, periodikák analitikus feldolgozása, rekatalógizálás.

*(Katsányi Sándor)*

## **98/067**

HIXON, Beverley: Outsourcing the electronic library = Man. Inf. 4.vol. 1997. 5.no. 40-41.p.

## **Elektronikus könyvtár létrehozása megbízási szerződéssel**

*Bérmunka kiadása; Egyetemi könyvtár; Elektronikus könyvtár*

A cikk az angliai Thames Valley University (TVU) 1996 szeptemberében megnyitott, harmadik tanulási központját (Paul Hamlyn Resource Centre) mutatja be, amelyet a médiák, a számítástechnika és a könyvtári szolgáltatások kombinált hozzáférési helyeként, egy erre a célra tervezett épületben hoztak létre. A szükséges, költséges berendezések beszerzésére (pl. 142 IBM PC, 8 Apple) és a szolgáltatások karbantartására az ICL céggel kötöttek szerződést, azaz a központ teljes működtetését a külső bérmunka (outsourcing) módszerével kívánták megoldani. A tájékoztató szolgáltatásokat (könyvtári és ICL) közös pontról látták el, az információtechnika segítségével. Az egyes területekre vonatkozó olvasói kérdések kezelése okozott némi problémát. Arra sem számítottak, hogy az olvasói térbe helyezett könyvtárosok ki lesznek téve a kérdések özönének (végül kénytelenek voltak az egyetem más épületeibe áthelyezni őket).

Az első év kísérleti év volt, korlátozott szolgáltatásokkal. Ez kiterjedt a Web használatára, a Microsoft Office programcsaládra, de nem tették lehetővé az elektronikus levelezést, a Telnetet, s a helyi Winchesteren vagy a hálózaton sem lehetett fájlokat tárolni. Különálló CD-ROM állomásokat, valamint egy négy meghajtót magában foglaló CD-hálózatot is használhattak (ezeket még a költözés előtt hozták létre, és nem integrálták az egyetemi hálózattal).

A tervek között szerepel az egyetem többi tanulási központjához való csatlakozás (az ICL-lel kötött szerződés alapján), többfelhasználós szoftverek, az e-mail és az Internet-hozzáférés, a dokumentumok párhuzamos használata, valamint a konferenciaüzemmód integrálása egyetlen közös „shell”-ben,

továbbá személyes postafiókok, hálózati tárolási lehetőséggel, nyomtatásnál használható fizetőkártyával, otthonról (ill. a kollégiumi szobából való) bejelentkezés, a kötelező olvasmányok és jegyzetek online hozzáférhetősége, bizonyos tantárgyak elektronikus úton történő oktatása stb.

A szerző részletesen bemutatja a tanulási központ privatizálásának tanulságait; az ICL-lel folytatott partnerkapcsolatot végeredményben sikeresnek ítéli.

(Mándy Gábor)

### 98/068

MÜNZEL, Carl: „Goedenmiddag, ik ben bij u verzekeerd...!” – Guten Tag, ich bin bei Ihnen versichert...! Niederländische Bibliotheken vermieten Flächen an Private Unternehmen = Buch Bibl. 49.Jg. 1997. 7/8.no. 490-493.p.

**„Jó napot, Önöknél van biztosításom...!” Holland könyvtárak helyiségeket adnak bérbe magán-cégeknek**

*Gazdálkodás -könyvtárban; Községi könyvtár; Művelődési ház; Vállalkozás -könyvtárban*

A holland Könyvtári Szolgáltatási Központ (OBD) 1990-ben kidolgozta a „könyvtár mint művelődési ház” („Kulturhus”) koncepciót, melynek lényege, hogy egy fedél és egy igazgatás alatt információs, kulturális és kereskedelmi szolgáltatások működnek. A modell újdonsága, hogy válaszfalak nélküli közös térben foglalnak helyet a különböző intézmények, köztük olyan üzleti jellegű vállalkozások is (bankfiókok, biztosítási társaságok stb.), melyeket a közvélekedés eddig a könyvtártól távolinak tartott. 1993-ban bemutatták ennek prototípusát: 1200 négyzetméteren helyet kapott a felnőttkönyvtár, az ifjúsági könyvtár, a tanulói övezet, egy kisméretű

előadóterem, két kávézó, egy bankfiók, egy biztosító társaság stb. A bemutatóra meghívták a könyvtárosokon kívül az egészségügyi és a munkaügyi hivatalok képviselőit, cégeket, kereskedelmi kamarákat, bankigazgatókat.

A koncepció egyes részleteit máris több könyvtár átvette. Például Denekamp-ban (13 ezer lakos) a helyi könyvtárban (600 négyzetméter, 30 ezer dokumentum) helyet bérel a Nyugat-hollandiai Biztosítási Társaság (10 négyzetmétert évi 15 ezer Guldenért napi 2-3 órás használatra) és a Rabobank (nagyjából hasonló feltételekkel.) A közös épületben való működést két év elteltével mindkét pénzügyi intézmény hasznosnak ítéli, mivel ott a hivatali nyitvatartástól eltérő időben, az esti órákban is a közönség szolgálatára tudnak állni, és új közönséget is el tudnak érni. A könyvtárosok szintén hasznosnak tartják az együttműködést.

A Könyvtári Szolgáltatási Központ kezdeményezése nyomán valószínűleg rövidesen felépül Overijsel tartomány egyik városában az első olyan célépület, mely teljes egészében meg fogja valósítani a „Kulturhus” koncepciót.

(Katsányi Sándor)

*Lásd még 71-72*

## Pénzügyi és gazdasági kérdések

### 98/069

TANTON, Jill: Charging for information: costing and pricing = Man.Inf. 4.vol. 1997. 7.no. 36-37.p.

**Térítéses szolgáltatások: a költségek és díjak meghatározása**

*Költségelemzés; Térítéses szolgáltatás*

A Wesminster Reference Library-ben működik az *Information for Business (IfB)* nevű információs bróker cég, mely igen jóhírű üzleti vállalkozás, megrendelői között számos nagy és tekintélyes vállalat található. Az információs szolgáltatások árának kialakításával kapcsolatban az IfB igazgatója ad tanácsokat a könyvtárnak.

Az árképzés bonyolult dolog. A bevételnek minimum a cég költségeit fedeznie kell. A költségek legnagyobb részét az alkalmazottak bére teszi ki, s mivel a jólképzett és nagy tudású személyzet a sikeres információs szolgáltató cég legfontosabb feltétele, ezen nemigen lehet takarékoskodni. A többi kiadás a szervezet sajátosságaitól függ. Az IfB például egy nyilvános könyvtáron belül működik, szolgáltatásai ennek értékes különgyűjteményein alapulnak. Az általa használt helyiségek bérét és a közüzemi költségeket a könyvtárnak fizeti.

A költségek közé tartoznak ezen kívül a beruházások, például a számítógépek beszerzése. Nem elég azonban egyszer megvenni ezeket, a technikai fejlődést követve folyton korszerűsíteni kell a gépparkot és a szoftvereket. További tételek a hirdetési díjak, a postaköltség, az irodaszerek ára, a telekommunikációs költségek stb.

Az összes lehetséges költség összegyűjtése után láthatunk hozzá az árképzéshez. Először is meg kell tervezni a bevételeket. Legalább annyit, amennyi az úgynevezett „fedezeti pont” eléréséhez szükséges. Hány órai munkára van szükség, mondjuk 100 fontos óradíjjal számolva, hogy az éves bevételek fedezék az összes költségeket? Ha ezt kiszámoltuk, fel kell mérnünk, hogy a piacon milyen a versenyképes ár. Mennyit kérhetünk maximum a leendő ügyfelektől anélkül, hogy azok inkább versenytársainkat válasszák. Azt is el kell döntenünk, hogy óradíjat kérjünk-e, vagy meghatározott áron számolunk különböző típusú munkákat. Esetleg szorgalmazzuk éves szerződések megkötését bizonyos engedményekkel ösztönözve az ügyfeleket? Minden esetre, mivel a megrendelések száma és nagysága

bizonytalan tényező, és a költségek megtérülésén túl profitra is szeretnénk szert tenni, nagy hangsúlyt kell fektetnünk a marketing tevékenységre.

A pénzügyek folyamatos ellenőrzése sarkalatos pontja az eredményes üzleti tevékenységnek. Legalább havonta kontrollálni kell a bevételeket és kiadásokat, nehogy kínos meglepetés érjen bennünket. Ha a kiadások megugrását, vagy a bevételek csökkenését észleljük, még idejében gondoskodhatunk az egyensúly helyreállításáról. Például be rendezéseket vásárlás helyett bérelhetünk is, alkalmazottakat meghatározott idejű szerződéssel vagy részmunkaidőben is foglalkoztathatunk. Jól bevált eljárásokra van szükség a követelések összegyűjtésére, a késedelmes vagy nem fizető kuncsaftok jobb belátásra bírására is.

Nagyon fontos, hogy tudatában legyünk szolgáltatásaink értékének: egy vállalat sorsa nagymértékben függ az információktól, és ügyfeleink ezeket tőlünk kaphatják meg. Nem szűgyen tehát reális piaci árat kérni munkánkért.

Röviden összefoglalva tehát a siker kulcsa a piac ismerete, a pénzügyi ellenőrzés és a változásokra való gyors reagálás.

(Fazokas Eszter)

## 98/070

BERTHA, Eva: Comparison of pricing structures of information on various electronic media = FID News Bull. 47.vol. 1997. 6.no. 175-180.p.

### **Különféle elektronikus hordozókon lévő információk árszerkezetének összehasonlítása**

*Elektronikus publikáció; Hatékonyság; Információhordozó; Könyvtárak*

A tájékoztatási termékek különböző elektronikus hordozókon érhetőek el (online szolgáltatók révén,

CD-ROM-adatbázisként, helyben installált adatbázisként vagy az Interneten). Egy 1996-os statisztika szerint a különböző hordozók részesedése a következő: 55% online, 5% kötegelt üzemmódban, 23% CD-ROM-on, 10% diszketten, 7% mágnesszalagon. A tendencia az, hogy nő a helyben telepített adatbázisok aránya az online hozzáférés rovására.

Az adatbázisok kereskedelmi célú online szolgáltatása 25 éve indult meg. Kezdetben a fizetendő térítés alapja a kapcsolati idő volt. Később, amikor lehetővé vált az előre elkészített keresőkérdések és a találatok letöltése, a szolgáltatók felemelték az árakat és a megjelenített vagy kinyomtatott rekordért is térítést kezdtek kérni. A 80-as évek végén egyes cégek a keresőszavak száma és a találatok mennyisége alapján kezdtek számlázni, sőt egy-egy szolgáltató keresésenkénti átalánydíjat állapított meg. Kedvezményeket kapnak a sok keresést végzők (pl. az egyetemi könyvtárak), a nyomtatott változatra előfizetők (SCI), az adatbázisok egyszerűbb, oktatási változatát használók, a csúcson kívül keresést végzők. A távközlési költségek országonként változnak, a keresés költségeinek 3%-át teszik ki. A parancsnyelvű keresést főleg a képzett közvetítők, a menüvezérelt rendszereket vagy grafikus interfészeket a végfelhasználók veszik igénybe.

A CD-ROM-technika több mint 10 éves. Különösen az egyetemi könyvtárakban vált népszerűvé, mivel szinte korlátlan használatot tesz lehetővé pluszköltség nélkül, és a költségek előrejelezhetőek. A CD-ROM-adatbázisok használata gyakran licenz-szerződések keretében történik. A díj a hozzáférés módjától és az egyidejű használók számától függ. A retrospektív fájlok költségei igen magasak lehetnek. Árengedményt kapnak a nyomtatott változatot megrendelők. A CD-k beszerzése mellett költséggel jár a hardver (szerver, CD-torony vagy keménylemez), a szoftver (a hálózati szoftver licenze) és a személyzet (működtetés, képzés), valamint a szükséges használói dokumentáció. A CD-ROM akkor alkalmazható hatékonyan, ha korlátozott tárgyidő-

szakra és ritka frissítésre van szükség. A CD-ROM-hálózat használatának új megoldása a piacon a Silverplater EARL rendszere, amely ingyenes WAN vagy LAN szoftverrel biztosít hozzáférést különböző platformokon több mint 200 adatbázishoz (CD-ROM-on, mágnesszalagon vagy az Interneten), pusztán az előfizetési árért.

Az adatbázisok helyi mágnesszalagról való telepítése az OPAC-ok elterjedésével vált népszerűvé. Az adatbázisok többnyire az OPAC szoftverét használva az egész campuson csaknem korlátlanul hozzáférhetővé váltak. E megoldáshoz szükség van megfelelő technikai infrastruktúrára (helyi hálózat, szerver, hardver, elegendő szabad lemezterület). Az adatbázisok alkalmazása a helyi igényekhez igazítható, a rekordok helyi adatokkal kiegészíthetők. A licenstdíjak a CD-ROM-licenzeknél magasabbak. A hardverrel és a munkaerővel kapcsolatos költségeket a hálózat tagjainak célszerű megosztva viselniük.

Az Internetet kezdetben a kormányok, az egyetemek és a kutatási intézmények finanszírozták, használata az ebbe a körbe tartozók számára ingyenes volt. Ideális információterjesztő média, ráadásul minimális költségekkel. Szervezetlensége miatt azonban az információk folyamatossága, korrektsége és teljessége nincs biztosítva. Az Interneten sok kereskedelmi szolgáltató elérhető távoli bejelentkezéssel. A térítés előfizetéssel, letéti számlával vagy rendszeres számlázással oldható meg. Egyes rendszerek már hitelkártyát is elfogadnak, új elektronikus módszerek kidolgozása van folyamatban.

Az amerikai és kanadai tapasztalatok szerint az elektronikus média elfogadottá vált. A megfelelő hordozók kiválasztása a helyi igényektől függően a vezetők feladata. A könyvtárak egy-egy új megoldás bevezetése esetén a régit is fenntartják. A közvetítő által végzett keresés költségeit visszaszámlázzák a végfelhasználónak. A CD-ROM-on vagy helyben telepített adatbázisok esetében általában ingyenes a szolgáltatás, a használók főleg a felsőoktatási in-

tézmények hallgatói. A közvetítőket összetett témák vagy erősen specializált adatbázisok esetén veszik igénybe. Kiszámították például, hogy hallgatók esetében keresésenként 1,80 USD, kutatók esetében 3 USD az az ár, amely mellett még megéri az adatbázist beszerezni.

(Hegyközi Ilona)

Lásd még 10, 57, 68

## Gépesítési kérdések

### 98/071

LEVANDOVSKAĀ, U.V.: Avtomatizirovannaâ biblioteka vuza: problemy direktora = Nauĉn.Teh. Bibl. 1997. 7.no. 19-24.p. Bibliogr. 15 tétel.

### Egy egyetem számítógépesített könyvtára: az igazgató problémái

*Egyetemi könyvtár; Munkaszervezés; Számítógépesítés*

A cikkben a cseljabinszki Állami Műszaki Egyetemi Könyvtár számítógépesítéséről van szó, amelyből nem lett – vallja be az igazgató –, „sikertörténet”. Ennek oka az, hogy könnyelműen láttak neki az eszközbeszerzésnek, a szoftverek megválasztásának. A személyzetet sem készítették fel az új technológiák uralására. Ennek következtében megnövekedett a munkatársak megterhelése, személyi villongások nyugtalanították a könyvtár életét.

Nem váltak be a munkaerő megtakarításával és a költségmegtakarítással kapcsolatos előzetes „jóslatok”. Ellenkezőleg: új és új munkaerőket (mérnököket) kellett beállítani, és új és új hiteleket kérni az

egyetemtől. Mindez kedvezőtlenül befolyásolta a könyvtárról alkotott képet.

Kiderült, hogy a kezdetben egymástól elszigetelt részautomatizálások korántsem jelentenek igazi számítógépesítést, legfeljebb az egyes részfeladatok gépesítését, s összességében nagyfokú rendetlenséget okoztak a munkamozzanatok érintkezési pontjain.

Nagyon kedvezőtlenül alakult a könyvtár elektronikus katalógusának fejlesztése, úgyhogy csakhamar előről kellett kezdeni létesítését. Ez jóval több „számítógép előtti feladatot” jelentett, mint amennyit a hagyományos feldolgozás megkövetelt.

A 35. és 40. életévük között járó női könyvtárosok számára (ők teszik ki a személyzet 95%-át) különösen nehéz volt megmagyarázni a számítógépesítés értelmét és elkerülhetetlen voltát. Eközben egészségügyi félelmek is fokozták a számítógépesítéssel szemben megnyilvánuló negatív álláspontokat.

A vezetőnek ebben a helyzetben igen nehéz volt munkaképes állapotban megtartani a könyvtárat, meghozni a szükséges szervezeti–személyzeti döntéseket.

(Futala Tibor)

### 98/072

MAISONNEUVE, Marc: Réinformatiser la bibliothèque municipale ... pourquoi? = Bull.Bibl.Fr. 42.tom. 1997. 4.no. 35-43.p.

Res. angol nyelven

### Miért kell újra gépesíteni a közkönyvtárakat?

*Információpiac; Közművelődési könyvtár; Számítógépesítés; Szoftverválasztás*

A számítógépes rendszerek lecserélése nem egyszerű, a francia közkönyvtárak mégis hozzáfogtak eh-

hez a feladathoz. 108 könyvtár már kicserélte programcsomagját, további 200 pedig azt tervezi, hogy még az ezredforduló előtt végrehajtja könyvtárának „újrászámítógépesítését”. Ennek fő hajtóereje a régi rendszerek elavulása, a piac világméretűvé szélesedése, új szabványok szükségessége és a modern technológia lehetőségeinek kihasználása. A könyvtárak számára a nehézséget az átfogó, „információs rendszer” szemléletű megközelítés jelenti, többféle szoftver telepítése, az adatok áttöltése, s mindezt a szolgáltatások szüneteltetése nélkül kell megvalósítani. Egy további nehézség, hogy az adatok és árak ismeretében dönteni kell egy, a legtöbb esetben nem ideális rendszer mellett, s ezt a lehető leghatékonyabban kell kihasználni.

(Autoref. alapján)

## Személyzet

Lásd 65

## A nők és a könyvtárvezetés

### 98/073

KIRKLAND, Janice J.: The missing women library directors: deprivation versus mentoring = Coll.Res. Libr. 58.vol. 1997. 4.no. 376-384.p. Bibliogr. 9 tétel.

**Hol vannak a hiányzó női könyvtárigazgatók? A háttérbe szorítás, illetve a támogatás hatása**

*Felmérés; Felsőoktatási könyvtár; Női munkaerő; Vezetés*

Miért kisebb az egyetemi könyvtárak női vezetőinek aránya, mint a női könyvtárosok aránya a szakma egészében? Egy felmérés adatait elemezve a szerző megállapítja, hogy a nők vezetői beosztásba kerülésének a fő akadály a nők hátrányos megkülönböztetése a felelősség, a tájékoztatás, az elismerés, a szolidaritás stb. területén, amit a szakma „glass ceiling” jelenségnek nevez, tudniillik létezik egy „láthatatlan mennyezet”, amely nem engedi tovább a csúcs felé igyekvő női munkatársakat. Egy másik felmérés úgy találta, hogy a legtöbb női vezető a személyi felkarolásnak, támogatásnak (mentoring) köszönheti a szakmai előmenetelét.

(Autoref.)

## Marketing, közönségkapcsolatok

### 98/074

BATCHELOR, Bridget: Marketing planning with a difference = Man.Inf. 4.vol. 1997. 6.no. 31-32.p.

### Marketing-tervezés – másképp

*Marketing*

„Már megint marketing-tervezés? Éppen elég nekem ezekben a szűkös esztendőkből a könyvtár szolgáltatásait működtetni” – jajdulhat fel az információs szolgálat vezetője a sokat emlegetett kifejezést hallva.

Ezúttal azonban kicsit eltérő megközelítést ígér a szerző. Mindenekelőtt azonban frissítsük fel ismereteinket a „marketing”-ről: „A marketing a vállalat üzletpolitikájának része, piaci stratégiájának és taktikájának, továbbá azoknak a módszereknek az összessége, amelyek a vállalatnak a piacon való leg-

hatékonyabb működését segítik elő. A marketing a vállalati értékesítés növelésére, a piacon való térhódítására és a gazdasági versenyben való előnyök szerzésére irányul.” – olvashatjuk a Közgazdasági kislexikonban.

Három eszköz, illetve megközelítés kombinációja hozhatja a legkedvezőbb eredményt. Az első az 1990-es években népszerűvé váló *kapcsolatteremtő marketing* (relationship marketing). Ennek lényege a vásárlóközönséggel való lehető legközvetlenebb kapcsolat kiépítése a hatalmas összegekre rúgó reklámkiadások mérséklése érdekében. Így terjedt el a törzsvásárlói kártyák rendszere, mely a vevőnek a szolgáltató irányába tanúsított lojalitását van hivatva erősíteni különböző kedvezmények, akciók révén. Ehhez persze rengeteg adat begyűjtésére van szükség a már meglévő és a potenciális vevők ízléséről, vásárló szokásairól stb. Ezekkel megsűrűsödnek a vásárlók: kiválaszthatók azok, akik a legtöbb érdeklődést mutatják és a velük való kapcsolat a legtöbb haszonnal kecsegtet, és rövid úton leépíthetők azok, akiknél nem sok remény van a gyümölcsöző együttműködésre.

A második eszköz, mely az előzőhöz szorosan kapcsolódik, az ún. *„business development”*. Az eladó/szolgáltató időt és fáradságot nem kímélve próbálja megismerni vevőinek igényeit, sőt problémáit és látens szükségleteit is. Ezekre – a kölcsönös bizalom jegyében – együtt keresik a megoldást és így az „eladó” biztosítja vásárlója lojalitását, és helyzeti előnyhöz jut a konkurenciával szemben. Persze az eljáráshoz szükség van a megrendelő együttműködési hajlandóságára. A vevők ilyen irányú szegmentálásához leghasznosabb a Pareto-elv használata: összpontosíts vevőidnek arra a húsz százalékára, melytől sikeres üzletkötéseid nyolcvan százaléka ered.

Végül a vásárlók után sort kell keríteni az általunk kínált szolgáltatások felmérésére is. Az 1970-es években vált népszerűvé a Boston Consulting Group (BCG) modellje, mely négy kategóriát kínál ehhez. A

„problémás gyerekek” azok a termékek/szolgáltatók, melyek piacra való bevezetése kockázatos – meggondolandó, megéri-e a költséget és fáradságot. A „sztárok” pályája most van felívelőben, nagy reménnyel kecsegtetnek és mindenképpen érdemes beléjük nemcsak bizalmat, hanem anyagiakat is fektetni. A „fejős tehének” a biztos jövedelem forrásai, piaci érvényesülésük felhőtlen, mindaddig, míg szép lassan kiöregednek s – meglepő módon nem vágómarhák, hanem – „döglött kutyák” lesznek belőlük. Ezekre bizony a sintértelep vár, miután már nem hoznak annyi hasznot sem, amennyit „megesznek”.

A BCG-vel tehát felmérhető, mely szolgáltatásaink nyírhatóak meg fájdalommentesen, s melyeket kell erősíteniük, hol kell újat kezdeményeznünk.

Mindezek persze nem azt jelentik, hogy a régi, jól bevált tervezési módszereket el kell hajtánunk. Továbbra is szükség van arra, hogy a dolgokat alaposan átgondoljuk, írásba foglaljuk a terveket, átültessük őket a gyakorlatba, és az eredményt folyamatosan ellenőrizzük, a szükséges változtatásokat beiktassuk. Erősen hangsúlyozandó a változtatások szükségességének felismerése, hiszen állandóan változó körülmények között dolgozunk, melyekhez folyamatosan alkalmazkodnunk kell, ha versenyben akarunk maradni.

(Fazokas Eszter)

## 98/075

RICKERT, Cornelia – HERRMANN, Christian: Von der Schwierigkeit bibliothekarischer Selbstdarstellung. Ergebnisse einer Umfrage zur graphischen Gestalt der Öffentlichkeitsarbeit wissenschaftlicher Bibliotheken = Bibliotheksdienst. 31.Jg. 1997. 7.no. 1291-1298.p.

**A könyvtári önábrázolás nehézségeiről. Felmérés a tudományos könyvtárak által használt könyvtári emblémákról**

## Felmérés; Könyvtárpropaganda; Tudományos és szakkönyvtárak

Egy felmérés alapján a német tudományos könyvtárak emblémái három csoportra oszthatók:

1. Egyes könyvtárak egyetemük általános jelképét használják, a könyvtár sajátágára való bármilyen közelebbi utalás nélkül. Az egyetem neve mellett szereplő (vagy nevébe iktatott) képi ábrázolás utalhat az intézmény jellegére, pl. a Koblenz-Landau-i Egyetem esetében a két egyetemi székhely négy-négy fakultására, vagy a Bochumi Egyetem esetében, két szimbolikus alakkal a bölcsész- és a természettudományokra.

2. Más emblémák a könyvtár sajátos funkciójára is utalnak grafikai eszközökkel. Gyakori motívum a stilizált könyv, ez az elterjedt szimbólum azonban a könyvtár gazdagságát egyetlen dokumentumtípusra szűkíti le. Kiemelhető a könyvtár kizárólag tipográfiai eszközökkel is, mint pl. a Darmstadti Könyvtár esetében a „B'thk” rövidítéssel, majd a „Bibliothek” szó formai kiemelésével.

3. Még konkrétabbak azok az emblémák, melyek a jelölt könyvtári egyedi jellegére is utalnak.

a) Több tartományi könyvtár utal emblémájában saját régiójára, annak címerét, jelképét ábrázolva vagy színeit variálva. Ilyen pl. a Hesseni Tartományi Könyvtár megoldása, mely a címerállatot könyvábbrázolással variálja.

b) Más könyvtárak sajátos szolgáltatásaikat emelik ki. Pl. a Konstanzi Egyetemi Könyvtár az általa kifejlesztett kölcsönzési és keresési rendszert emeli ki, a KOALA-nak nevezett (KONstanzer AusLeih- und Anfragesystem) rendszerre emlékeztető koalamacskó képével. (Kérdéses, hogy célszerű-e az emblémát egy technikailag hamar elavulható rendszerhez kötni?)

c) Gyakori a főépület sziluettjének alkalmazása. Ennek a megoldásnak előnye az intézmény egyedi jellegének kidomborítása.

d) Gyakran használják a felsorolt elemek kombinációját is: ebben az esetben a könyvtár pontosabb önmeghatározásának érdekében az embléma több motívumot is tartalmaz. Pl. a Deutsche Bibliothek emblémájában a három függőleges vonal egyrészt a könyvekre utal, másrészt a könyvtár három különböző székhelyű intézményére. A Göttingeni Tartományi és Egyetemi Könyvtár jelképe színeivel a tartományra, Alsó-Szászországra utal, stilizált betűivel (SUB) a könyvtár nevének kezdőbetűire, a könyv formájú elemek pedig a könyvtári funkcióra emlékeztetnek. Hasonló kombinációval találkozunk a Mecklenburg könyvtárának esetében is. Különösen sokoldalú a müncheni Műszaki Egyetemi Könyvtár emblémájának szimbolikája, melyben a jelek egyaránt utalnak az intézmény kezdőbetűire (TUB), a könyvre és az egyetemi képzés tartalmára, a chipekre. Az eredeti cikkben a felsorolt típusok ábrái is megtekinthetők.

(Katsányi Sándor)

## 98/076

WEBBER, Sheila: Promoting your information service over the Internet = Man.Inf. 4.vol. 1997. 6.no. 33-36.p.

## Hogyan népszerűsítsük szolgáltatásainkat az Interneten?

### Marketing; Számítógép-hálózat

A könyvtárak gyorsan felismerték, milyen jelentősége van az Internetnek a könyvtár képe, fejlettebb szolgáltatásai szempontjából. Az Interneten sok könyvtár és tájékoztatási központ népszerűsíti magát, bár néha meglehetősen statikus módon, például illusztrált brosúrákat kínálva. Mások igyekeznek kihasználni az Internet interaktív jellegét szolgáltatásaik marketingje érdekében.

A telematikai technológia révén az információs szolgáltatások egy részét – néha bosszúságot is okozva – kéretlenül is eljuttatják a potenciális használókhoz (e-postai hírlevelek, hírek, figyelemfelkeltő közlemények – angol szóval ez a „push”-technológia). A web-helyek, illetve az online szolgáltatók esetében a használónak egy adott helyet fel kell keresnie, ha szüksége van valamely információra (ez a „pull”-technológia).

Egy-egy web-hely üzemeltetője egyetlen üzenethalmazzal sokféle közönséghez szól, akiket hatékonyan szeretne tájékoztatni. Ha tömeges e-mailben küldi szét az információt, a különböző piaci rétegekhez különböző változatokban küldheti el üzenetét. Megfelelő szoftverrel akár a web-hely különböző változataihoz is elírányíthatja a használókat, például aszerint, hogy mennyire korszerű a böngésző szoftverük, vagy aszerint, hogy milyen nyelven kívánnak kommunikálni. A bristoli egyetem honlapján például rendelkezésre áll egy „Extranet” opció a külső érdeklődők és egy „Intranet” opció az egyetemen belüli használók számára. A külső és belső használók a nyitó oldal után már ugyanazokat az oldalakat olvassák, de ezekről is érdemes eltérő útvonalakat felkínálni a használók típusai szerint.

A web-helyek jelszós védelme sok adminisztrációval jár, emellett a regisztrációs folyamat elriaszthatja a látogatókat. Manapság sokan hatalmas címjegyzéként használják a WWW-t, ezért célszerű kinek-kinek a címét, telefon- és faxszámát a honlapján elhelyezni. Óvatosabban kell bánni az e-postai címekkel, ezeket ugyanis marketingcélokra különböző szoftverekkel lekereshetik. El lehet helyezni egyszerű jelentkezési lapokat, információkérő íveket, véleménykérő kérdéseket. A használók manapság joggal várják el, hogy kereshessenek a teljes web-hely anyagában vagy annak csak egyes részeiben.

Az e-postai hírlevelek a marketing jó eszközei. Nincsenek nyomdai költségek, olcsó a terjesztés.

Beruházást igényel a postázási lista létrehozása és kezelése. Főként a vállalati és üzleti szférában és a felsőoktatásban használják. Célszerű a web-lapon elhelyezni a feliratkozáshoz szükséges információkat, emellett közzétenni a könyvtárban, kiadványokban és a könyvtári beiratkozás során is felajánlani a feliratkozást. Példa erre a felsőoktatási könyvtárban az oktatók és a hallgatók számára szerkesztett hírlevél (érdekes web-helyekről, új folyóiratokról, online szolgáltatásokról, képzési alkalmakról) vagy a közkönyvtár vállalkozóknak szóló hírlevele (új beszerzésekről és szolgáltatásokról, finanszírozási lehetőségekről). Lényeges, hogy hasznos tartalmat kínáljon, ne jelenjen meg túl gyakran, ne legyen túl terjedelmes, szerepeljen benne, hogyan lehet küldését leállítani. HTML-formátumban hipertextes kapcsolókat lehet beépíteni. A hírlevél és kereshető archívuma az intézmény honlapján is megjelenhet. Rendszeresen kért információk esetében érdemes ún. auto-responderről (automatikus válaszadási lehetőségről) gondoskodni. Ilyen információk könyvtárakban pl. a beiratkozás módja, a szolgáltatások jegyzéke, ajánló jegyzékek stb. A kért információt a számítógép küldi meg e-postán. Erről a lehetőségről a használókat minden lehetséges formában tájékoztatni kell. Gondolni kell arra, hogy ha kívánják, folytatni tudják a kommunikációt az intézmény munkatársával (megrendelést tehessenek, kérdéseket tehessenek fel stb.).

A weben is folyik hirdetési tevékenység, ha a könyvtárak nem is kívánnak élni vele vagy nem engedélyezik ezt számunkra. Kölcsönösen hirdethetnek viszont egymás web-lapjain más non-profit szervezetekkel, megállapodás alapján. Ha van különösen népszerű web-lapjuk, azon érdemes elhelyezni például a könyvtár belépésre buzdító felhívását, új termék vagy szolgáltatás hirdetményét.

*(Hegyközi Ilona)*