

Jogi tájékoztatás

Lásd 222

**Humán tudományi
tájékoztatás**

Lásd 267

VEZETÉS, IRÁNYÍTÁS**Tervezés**

Lásd 226, 276

**Munka- és rendszer-
szervezés, értékelés****05/257**

SHAW, Anita – ADAMS, Sharon: Interest groups as catalysts of change = Cape Libr. 48.vol. 2004. 6.no. 16-19.p.

Speciális munkacsoportok szervezése a szolgáltatások hatékonyságának növelésére

Hatékonyság; Munkaszervezés

A helyi közigazgatás átszervezése *South Peninsula Municipality (SPM) Library Service* néven három különböző fennhatóság alól 16 könyvtárt hozott össze egy hálózatba Fokváros körzetében. 2000-ben a könyvtárak képviselőiből álló munkacsoport megállapította, hogy szétszóródott, gyengén ellátott és túlterhelt egység alakult, demoralizált és szinte kizárólag reaktív módon működő személyzet-

tel, megfelelő vezetési struktúra és a szolgáltatásokról alkotott közös elképzelés nélkül, három különböző rendszert működtetve. Hiányzott a megfelelő teljesítmény-értékelés, és a működési feltételeket illetően is számos problémával küzdöttek.

A munkacsoport többek között a teljes hálózatot átfogó öngazgató, úgynevezett *érdekcsoportok* létrehozását javasolta a különböző területeken érdekelt munkatársakból.

A *vezető munkatársak csoportja* a vezetés szükségleteivel, a személyzet, a források és az anyagiak irányításának problémáival foglalkozik, és menedzsment-tréninget szervezett.

A *gyermek-szolgáltatások csoportja* alakult meg legelőször. E csoport elsősorban az iskolákkal való kapcsolatokkal, a gyermekkönyvtárosok továbbképzésével, könyv-megbeszéléseket, műhelyek szervezésével foglalkozik.

A *felnőtt-szolgáltatások csoportja* főleg olvasás-népszerűsítéssel, a *referenz-csoport* pedig az iskolákkal, főiskolákkal és más szolgáltatókkal való kapcsolatokkal, a könyvtárközi kölcsönzéssel, az egybehangolt referenz-gyűjtemény építéssel, az internet-kapcsolatokkal és a személyzet továbbképzésével foglalkozik.

A *könyvtár-technológiai csoport* témája a könyvtári technológia minden szempontja, különös tekintettel a katalógizálásra. Foglalkozik továbbá az információtechnológiával kapcsolatos tudnivalókkal és képzéssel. Jelenleg a fokvárosi könyvtárak honlapjának fejlesztésében vesz részt.

A *PR-csoport* a könyvtárak és szolgáltatásaik népszerűsítését, a marketing és kiadói tevékenységet, a könyvtár-baráti körök kialakítását tekinti fő tevékenységi körének. Jelenleg a könyvtárakat népszerűsítő videó elkészítésén dolgozik. Tervei közt szerepel novella-pályázat kiírása fiatalok számára, és a vakok könyvtári ellátásának felvállalása.

Külön csoport foglalkozik a munkabiztonság, az állománybiztonság és a munkakörülmények problémáival.

A csoportok működésének eredményeit vizsgáló kérdőívre a személyzet 43%-a válaszolt. A válaszadók 67%-a úgy látta, hogy valamely csoport munkájában való részvétel hasznos volt számára. 52% szerint a csoportok munkája nyomán javult a könyvtár szolgáltatásainak minősége, 55% szerint javult a könyvtárak közötti együttműködés. 47% találta úgy, hogy valamely csoportban való részvétele nyomán hatékonyabban használja a könyvtári forrásokat. Az alacsonyabb arány azt jelzi, hogy viszonylag kevés a fizikai, megosztható források mennyisége, és az igenek inkább az intellektuális források megosztására vonatkoznak – jó példája ennek a technológiai csoport által nyújtott segítség.

A válaszolók 70%-a számolt be általában pozitív érzésekről a csoportmunkával kapcsolatban, és 72%-ukat indította a csoport tevékenysége arra, hogy könyvtárakban új projekteket indítsanak.

(Mohor Jenő)

05/258

NAUMANN, Ulrich: Über die Zukunft der namenlos gemachten Bibliothek = Bibliotheksdienst. 38.Jg. 2004. 11.no. 1399-1416.p. Bibliogr. lábjegyzetekben.

A könyvtár jövője: kommunikációs és információs központ? Miért hiányzik a könyvtár szó az intézmények nevéből?

Egyetemi könyvtár; Elektronikus könyvtár; Feladatkör; Munkaszervezet; Terminológia

Az Ulmi Egyetem szervezeti reformja keretében 2003-ban *Kommunikációs és Információs Központ* néven egy új szervezeti egységet hoztak létre, mely magába olvasztotta a korábbi számítógépes központot, a fotó-, grafikai- és másolóközpontot, valamint az egyetem könyvtárát. A szervezet megnevezésében a *könyvtár* szó már nem szerepel.

A Cottbusi Egyetemen hasonló módon *Információs-, Kommunikációs- és Médiaközpont* alakult.

Hasonló tendenciát figyelhetünk meg az angol egyetemeknél is: ott *Learning (Resource) Centre (LRC)* programnévvel folyik az átszervezés. A példaadó a Sheffield Hallam University-ben létrehozott *Adsetts Centre* volt.

A német szövetségi felsőoktatási kerettörvény szintén lemondott arról, hogy a könyvtárakat könyvtárnak nevezze, a Német Tudományos Társaság pedig a felsőoktatási intézmények részére készített ajánlásában az *integrált információs menedzsment* nevű szervezeti formát javasolja. Az ajánlott modell lényegileg megegyezik az angol LRC-vel. (Megfontolandó azonban, hogy amíg a Sheffieldben annak létrehozására 14 millió fontot fordítottak, hogyan fogják azt az NSZK jelenlegi gazdasági és politikai viszonyai között megvalósítani.)

A leírt esetekben nem arról van szó, hogy a *könyvtár* nevet annak valamely (a divat elmúltával visszacserélhető) szinonimája váltja fel, itt a névvel együtt a könyvtár léte is megkérdőjeleződik.

Az új központi egység létrehozásának hívei a gazdaságossággal érvelnek. Valójában azonban a három összevont terület – a számítógépesítés, az oktatási médiahasználat és a könyvtár – egészen más jellegű kompetenciát igényel, nem jöhet létre köztük va-

lódí integráció, csak három különböző tevékenység egy fedél alá helyezése.

A létrehozók másik érve: a könyvtár hovatovább csak digitális adatokkal fog dolgozni. A valóságban a világszerte megjelenő publikációk és a használat adatai ezt az érvet is kétségessé teszik.

A jövő reális útja: *hibrid könyvtárak* létrehozása, és ezekben a digitalizált szolgáltatások növelése az igények szerint. Nem a könyvtárat kell más területekbe beolvasztani, hanem a könyvtáron belül kell a hagyományos és a digitális eljárásokat integrálni. Ehhez kell biztosítani a megfelelő anyagi és személyi feltételeket. A *könyvtár* nevet pedig hagyják meg nekünk.

(Katsányi Sándor)

05/259

DEGKWITZ, Andreas: www.tu-cottbus.de/ikmz – was heisst ikmz? = ABI Tech. 25.Jg. 2005. 1.no. 32-39.p. Bibliogr.

Res. angol nyelven

A Brandenburgi Műszaki Egyetem Könyvtárának új neve: Információs, Kommunikációs és MédiaKözpont

Egyetemi könyvtár -műszaki; Könyvtárepület -egyetemi, főiskolai; Munkaszervezet

Az Információs, Kommunikációs és Média-Központ (Informations-, Kommunikations- and Medienzentrums, IKMZ) létrehozásával a Brandenburgi Műszaki Egyetem (Cottbus) egyetlen központi vezetés alá került. Az új integrált vezetés a következő célokat kívánja megvalósítani: hatékony szervezeti struktúra kialakítása a különféle szolgáltatásokra orientált kutatási, oktatási és adminisztrációs programok számára, valamint a személyzeti és költségvetési források optimális kihasználása a berendezések és a szaktudás egy rendszerben történő felhasználása révén. Az IKMZ mindezeket a 2004. végére elkészült új épületében kívánja megvalósítani.

(Autoref. alapján)

05/260

MARTIN, Isabelle – MESLOUB, Hind – MUET, Florence – PELLAT, Christine: L'externalisation: quels impacts pour les professionnels de l'information-documentation? = Documentaliste. 41.vol. 2004. 6.no. 334-338.p.

Res. angol, német és spanyol nyelven

Milyen hatást gyakorol a könyvtári munka privatizálása az információs szakemberekre?

Bérmunka kiadása; Dokumentáló -felsőfokú; Felmérés [forma]

A *Documentaliste* 2003. decemberi száma közölte annak az országos felmérésnek az előzetes eredményeit, amely a francia tájékoztatási szolgáltatások bérmunkába adási (outsourcing) gyakorlatát vizsgálta. Nemrégiben e felmérés eredményeinek részletes elemzése könyv formában is megjelent, amelynek tanulmányai a kliensek és a szolgáltatók nézőpontjából egyaránt megvilágítják az *outsourcing* franciaországi és nemzetközi helyzetét. A jelen cikkben közölt összegzés azt tárgyalja, hogy milyen hatást gyakorol az *outsourcing* az információs szakmára a gazdaságosság, az „image” és a szaktudás-management szempontjából.

(Autoref.)

05/261

CALVERT, Philip: It's a mystery: mystery shopping in New Zealand's public libraries = Libr.Rev. 54.vol. 2005. 1.no. 24-35.p. Bibliogr.

A közkönyvtári szolgáltatások értékelése „álcázott megfigyelések” (mystery shopping) segítségével

Hatékony; Közművelődési könyvtár; Olvasószolgálat

Az „álsruhás vásárló” (mystery shopper) rendszere szerint egy-egy szolgáltatás minőségének az értékelésére vállalkozik egy előre meghatározott kérdéscsoport alapján, és „pillanatfelvételt” készít az adott

szolgáltatásról olyan információkat szolgáltatva a „megrendelő” számára, amihez közvetlen megfigyeléssel nem juthat, de amiről pontosabb ismereteket akar szerezni. A fáma szerint már a negyvenes évek óta ismert ez a módszer, de igazán csak a nyolcvanas évek elején vált népszerűvé – elsősorban a szolgáltatóiparban (bank, kereskedelem, vendéglátás).

A tanulmány a módszer előnyeinek és hátrányainak részletes ismertetése után annak könyvtári alkalmazást tekinti át először Egyesült Államokbeli példákon, majd az Új-Zélandon lefolytatott egyszerű, néhány kérdésből álló felmérésről számol be. A kérdőívben szereplő öt kérdés a vizsgálat céljára, a könyvtárosok beavatására, külső vagy belső „áruhás vásárló” alkalmazására, a pozitív eredményekre és a vizsgálat nyomán végzett változtatásokra vonatkozott. (A vizsgált intézmények az Auckland City Libraries, a Hamilton City Libraries, illetve Waitakere és Upper Hutt kisebb közkönyvtárai voltak.) Az alkalmazott megoldások részletes ismertetése után a tanulmány az alábbi következtetésekkel zárul:

- Mindenütt hasznosnak ítélték értékelési formaként; a többi módszer (interjú, felmérés, megfigyelések) mellett alkalmazva teljesebb képet ad az olvasóknak a könyvtárról szerzett benyomásairól;
- Világos célokat kell megfogalmazni a vizsgálat előtt, hogy tudjuk, mit akarunk az „áruhás vásárló”-val megtudni;
- Azt is érdemes előre közölni a könyvtárosokkal, milyen magatartást várnak el tőlük (ezt írásban is érdemes rögzíteni);
- Nemcsak azt kell közölni a könyvtárosokkal, hogy számítsanak az „áruhás vásárló” megjelenésére, hanem azt is, mit várnak tőlük, és hogyan értékelik ezt majd;
- A vizsgálat után az eredményekről tartott beszélgetés se maradjon el;
- Érdemes csak egy-egy folyamatra koncentrálni, mert csak erre jó a módszer igazán;

- A legtöbb könyvtár hajlandó volt eredményeit más intézményekével is összevetni, és a vizsgálat megismétlését is napirenden tartja.

(Murányi Lajos)

Pénzügyi és gazdasági kérdések

Lásd 204, 277, 280

Személyzet

Lásd 221

Marketing, közönségkapcsolatok

05/262-263

KUBÓW, Stefan: O potrzebie marketingu Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich = Bibliotekarz. 2005. 4. no. 2-6.p.

A Lengyel Könyvtáros Egyesület marketing tevékenységének szükségessége

Egyesület -könyvtári -nemzeti; Marketing

WOLOSZ, Jan: Uwagi na marginesie artykułu Stefana Kubowa o marketingu SBP = Bibliotekarz. 2005. 4.no. 7-9.p.

Néhány megjegyzés Stefan Kubownak a Lengyel Könyvtáros Egyesület marketingjéről szóló cikkéhez

Egyesület -könyvtári -nemzeti; Marketing

A lengyelországi könyvtárak egyre inkább a marketingben látják azt az eszközt, melynek segítségével könnyebben és hatékonyabban tudják elérni céljai-

kat. Évről-évre fokozódik az igény az ilyen típusú tanfolyamokra és tréningekre.

Ezt a jelenséget ki kellene használni az Lengyel Könyvtáros Egyesület (LKE) népszerűsítésére is. Fontos feladatnak látszik, hogy az iskolai és egyetemi könyvtárosok közeledjenek az LKE felé, mert az intellektuális potenciáljuk vonzóbbá teheti a szervezetet, és emelni fogja a rangját.

A marketingnél maradva, mi lehet az a produktum, amelyet fel lehet használnia a piackutatási tevékenységben? A termelő vállalatok a termékek, a szolgáltató ágazatban a szolgáltatások, a non-profit intézményeknél egy specifikus, társadalmilag vagy lélektanilag hasznos produktum a végtermék. Ilyenek lehetnek azok a kiadványok, amelyek segítenek megerősíteni az Egyesület tudományos-információs arculatát. Természetesen a szakmai konferenciák, továbbképzések, szemináriumok szervezése, és a hatóságok felé az érdekképviselet, továbbra is az LKE fő feladatai maradnak.

Ne felejtjük el azért, hogy minden tömegszervezetnek legfőbb értéke a tagság, ami egyben a bevételi forrást is jelenti. A nagyobb tagság, a szervezet nagyobb anyagi potenciálját jelenti. Jelenleg az LKE nem rendelkezik semmiféle eszközzel az amúgy is alacsony tagdíjak behajtására. Az emberek érdeklődését az LKE iránt többféleképpen lehetne növelni. Először is, be kellene mutatni a könyvtáros társadalomnak azokat a kiváló szakembereket, akik tagjai

a szervezetnek. A könyvtárosi folyóiratokban népszerűsíteni kell őket és munkásságukat. Reklámozni kell az Egyesületet, tevékenységének formáit, és azokat az előnyöket, amelyek a tagságból származnak. Ennek legjobb, ismert formája az IFLA kiadvány.

A mai világban az internet mindennapos eszközzé vált. Fontos lenne, hogy az LKE minden jelentősebb tagozata rendelkezék egy, állandóan frissítendő, internetes honlappal.

A marketing egyik népszerű formája az „akció”. Mintájára be lehet vezetni alkalmi kezdeményezéseket az új tagok számára (pl. a tagsági díj részleges elengedése, könyvjutalmak, stb.), a régieket pedig jutalmazni lehetne a törzstagság alakalmából.

A „public relations” mint eszköz, szintén nem eléggé alkalmazott a szakmánkban. Nagyon igaz, hogy a média számára a „jó hír nem hír”, de mi bőven el tudjuk őket látni „rossz” hírekkel is, olyanokkal mint pl. könyvtárak bezárása, a kiadók árai, az internet használatának megadóztatása, és megoldatlan másolási szolgáltatások az egyes könyvtárakban.

A szabad piac rákényszerítette a gyártókat és szolgáltatókat a marketingre. Ennek elemei lassan beszivároghatnak a könyvtárosi életbe is. Használatában és népszerűsítésében az LKE vezetőségének élen kell járnia.

(Pap Imréné)