



MARANJIAN, L. – BOSS, R. W.: Fee-based information services. A study of growing industry. New York, London, Bowker, 1980. IX, 199 p. (Information management series. 1.)

### Térítéses információszoigáltatások – tanulmány egy növekvő iparágról

A könyv elsősorban az USA térítéses információszoigáltatásairól szól, s egy kérdőívre alapozott felmérés összegzése. Rövid történeti áttekintéssel indul, majd az ügynökségeket csoportosítva felsorolja vizsgált tulajdonságaikat. Majd egy-egy tulajdonságuk – így a piaci tevékenység, információszerező technika, szervezeti felépítés és gazdasági jellemzők alapján tekinti át őket. A képet konkrét cégek ismertetése teszi teljessé. A kanadai és az angol kitekintést követően a könyvtárak és az ügynökségek a "free" és a "fee-based" intézmények viszonyát elemzi. Végül pedig a térítéses információszoigáltatás jövőjét, a piac feltehető változásait próbálja felvázolni. Három függelék (a kérdőív, a kérdőívre válaszolt ügynökségek címjegyzéke szolgáltatásaik rövid leírásával és az ügynökségeket magukba tömörítő szervezetek címjegyzéke), valamint bibliográfia és index zárja a könyvet.

Az információs ügynökségek keletkezése négy időpont körül sűrűsödik. Az első cégek a tudományos-technikai információk szolgáltatására szakosodtak és már 1950 előtt létrejöttek. A következő alapítási periódus az ötvenes évekre esik, majd a hatvanas évek vége hoz újabb lendületet, végül a hetvenes évek elején alakult a legtöbb cég, amit az segített elő, hogy sok egyetemen a könyvtárosképzés részévé tették az online információkeresés oktatását. A hetvenes évek cégalapítói zömmel ezekről az egyetemekről kerültek ki.

Az USA'-ban működő közel 300 ügynökség hat kategóriába sorolható: a nagy, közepes és kis ügynökségek, a nem profitra törekvő ügynökségek, a belső ügynökségek és a szabadúszók kategóriába.

A nagy cégek főleg eseti információkeresést, dokumentumszoigáltatást, online keresést, irodalomkutatót és -elemzést, konzultációt, könyv- és folyóiratkiadóat ajánlanak hirdeteikben. Ügyfeleik a nagyvállalatok.

A közepes nagyságú cégek vásárlói szintén a nagyvállalatok. A kínálat főleg dokumentumszoigáltatás, irodalomkutatót, konzultáció, eseti információvisszakeresés és vezetői szemináriumok.

A kis cégek elsősorban kézi és online keresést, bibliográfia összeállítását és eseti információkeresést végeznek. Az ő klienseik a kis cégek közül kerülnek ki, de előfordulnak nagyvállalatok és állami szervek is a megrendelők között.

A nem profitra törekvő cégek fő profilja az online keresés és bibliográfiák összeállítás. Gyakran közművelődési könyvtárak keretében működnek és ügyfeleik többnyire kis cégek.

A belső ügynökségek fő feladata az anyaintézmény információs igényeinek kielégítése. Sokszor azonban más cégek számára is dolgoznak. Eseti információkereséssel, dokumentumszolgáltatással, irodalomkutatással, kézi kereséssel, bibliográfiák, analitikus szemlék készítésével foglalkoznak.

Érdekes módon a leghatékonyabb piacszerző eszköznek a vevők és mások szóbeli ajánlatait tekintették a megkérdezettek. Ezután jönnek sorrendben: szerepelni a telefonkönyvben – esetleg hírdetést is elhelyezni ugyanitt –, újság- és folyóirathírdetés, brosúra a cég tevékenységéről, konferencia-rendezés, előfizetési felhívás.

Az ügynökségek válaszaikat vagy saját dokumentumbázis alapján (ez elég ritka), vagy adatbázisok online lekérdezésével, vagy a közeli könyvtár igénybevételével, illetve szakértők telefonon keresztül való konzultálásával szerzik be.

Tulajdonformáik: részvénytársaság, vállalat és egyéni tulajdon. Ez utóbbi a leggyakoribb. A bukási arány kedvezőbb, mint más iparágak esetében: csak 80%-uk megy tönkre az első három évben. A költségek között az alkalmazottak fizetése szerepel az első helyen. Egy egyszerű kérdés megválaszolásáért átlag 15 dolláros óradíjat számolnak fel, analizált adatokért pedig 75 dolláros óradíjat is elkérnek.

Az ügynökök eredeti foglalkozásukat tekintve gazdasági szakemberek, újságírók vagy könyvtárosok. A könyvtárosok főleg szabadúszók és legtöbbször közülük Kaliforniában dolgoznak.

A könyv fő részét a fentiekben summázott, meglehetősen száraz és minden értékeléstől mentes ismertetés teszi ki. A szerzők nem annyira az információs ügynökségeket elemzik, mint inkább csak a róluk szerzett adatokat. Nem mennek bele részletekbe, noha részletesen bemutatják tárgyukat: egy-egy szempontból az összes céget, az összes szempontból az egyes típusokat, összefoglalóan az egész területet, egyetlen ügynökséget összefoglalóan stb. Sok adattal dolgoznak, de véleményem szerint mégsem rajzolnak igazán plasztikus képet. Nehéz lenne megmondani, hogy kinek is szól ez a könyv igazán? Talán maguknak az ügynököknek, hogy ráébredjenek, önálló csoportot képeznek, hogy tudatosodjanak bennük sajtóságaik.

A legérdekesebb, mert leginkább problémafelvető rész, a "fee" (ingyenes) és "free-based" (térítéses) intézmények viszonyáról szól. A térítéses szolgáltatásokat nyújtó ügynökségek – ez kitetszik az eddigiekből is – nem kínálnak, legalábbis látszólag mást, mint a könyvtárak. Ez a helyzet a könyvtárakat arra csábítja, hogy ők is pénzért dolgozzanak, ami viszont ellentétes deklarált ingyenességükkel. Tévedés volna azonban ebből a szempontból megítélni a helyzetet.

A térítéses szolgáltatások minőségileg mást nyújtanak, mint a könyvtárak. A legfontosabb különbség, hogy a lehető legteljesebben igazodjanak a felhasználóhoz. Használatuk kényelmes, telefonon is felvesznek rendeléseket és az információt házhoz szállítják. Minden és mindenféle igény kielégítésére vállalkoznak (munkatársaik létszámát és összetételét rugalmasan, a szükséglethez képest változtatják), és az adatokat a felhasználó által

kért formában szolgáltatják. Mind a felhasználók kiletét, mind pedig kéréseiket titkosan kezelik. S vezetül: gyorsak!

Ezzel szemben a könyvtárak (talán legkevésbé a szakkönyvtárak) figyelmének központjában a dokumentum áll. Általában lassúak. Az időigényes kutatásokat sokszor visszautasítják. Állandó létszámú személyzettel dolgoznak: néha kevés a munkájuk, néha pedig nem győzik az igényeket. A kérések kielégítése nagyban függ a kérő személyétől.

Az információs ügynökségeket leghelyesebb a könyvtárak kiegészítőinek felfogni, amelyek egyrészt egy valóban létező és éppen a könyvtárak által hagyott szolgáltatási úrt töltenek be, másrészt pedig az élenjáró módszereket, technikát alkalmazzák az üzletágon belül. Az ügynökségek számára ugyanis például a felhasználói igény felmérése nem szólam, hanem létkérdés, nem tudományos elemzés tárgya, hanem egyszerűen marketing munka. (És ennek megfelelően hatékony is.) Az ügynökségek továbbá rá vannak kényszerítve a hatékonyságra, és a gazdaságosság érdekében az újabb és újabb információnyerő technikák felkutatására és alkalmazására. Működésük nyomán vált világossá, hogy az online keresések ára találatokra vetítve kevesebb, mint a manuális keresésé. És ők vezették be az egyik leghatékonyabb információszerző módszert: a szakértők telefonos meginterjúvolását. A térítéses szféra által kifejlesztett eszközök és kicsiszolt módszerek később széles körű felhasználásra találhatnak és találhatnak is a könyvtárakban. Tehát inkább úttörői és nem konkurrencsei a könyvtáraknak és a könyvtáros szakmának.

Hatásuk jelenleg elsősorban a szakkönyvtárakon mérhető le, ahol a felhasználókra való orientáltság gyakorlatilag már polgárjogot nyert. De erős a hatásuk a könyvtárosképzésre is. Sok egyetemen gazdasági ismereteket, számítástechnikát és számítógépes keresést is oktatnak, vagyis – ha úgy tetszik – információs ügynököket is képeznek. Talán éppen azért – ahogy ezt Robert Taylor a Syracuse University School of Information Studies dékánja megfogalmazta –, hogy a könyvtárosok ne legyenek egyetlen intézménytípus sorsához hozzákötve.

HORVÁTH Ádám