



PR információbrókereknek

A Magyar Információbrókerek Egyesülete (MIBE) 2008. június 3-án tartotta 8. konferenciáját, „PR az információszolgáltatásban” címmel. A Magyar Public Relations Szövetség támogatásával megrendezett szakmai nap előadói elsősorban arra keresték a választ, hogyan lehet hatékonyan felhasználni a PR eszközeit a térítéses információszolgáltatásokban, a bizalmas információ szolgáltatója és felhasználója közti kapcsolat kialakításához és fenntartásához. A cikk áttekintést ad a konferencián elhangzott előadásokról, a résztvevők által a témában megfogalmazott gyakorlati tapasztalatokról.

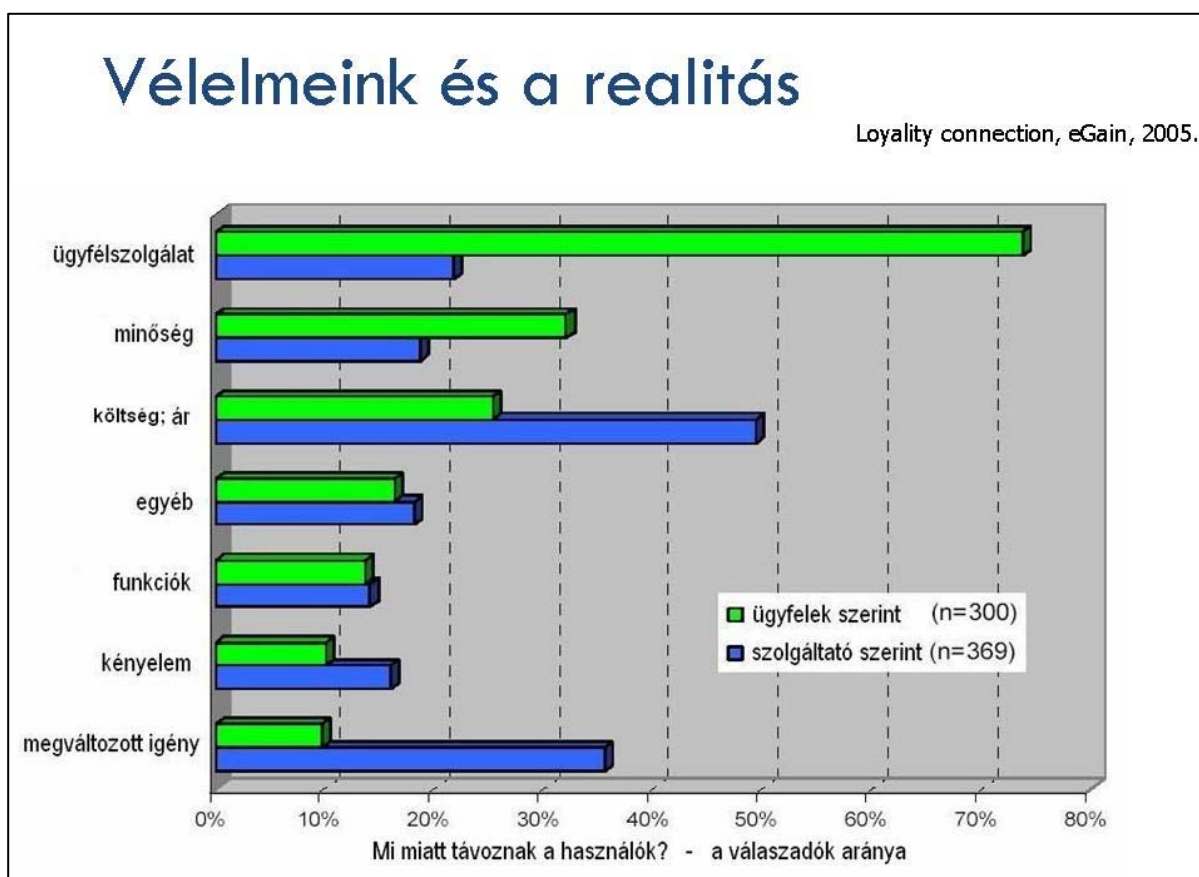
A független információs szakember által nyújtott szolgáltatás, a megszerzett információ értéke rendszerint nem az átadás pillanatában, hanem csak később válik kézzel foghatóvá a megbízó számára, így a felek közti bizalom megteremtését és megőrzését szolgáló PR-tevékenység jelentősége vitathatatlan.

Bizalomépítés az információs szférában

A PR elsődleges célja az ismertség, a hírnév, a versenytársaktól való megkülönböztetés, az egyedi imázs valamint a megértés és a bizalom megteremtése, folyamatos fenntartása. A bizalomépítéshez sok esetben a magas színvonalú, személyre szabott szolgáltatás önmagában nem elegendő. Számos egyéb szempont, emberi tulajdonság befolyásolhatja az ügyféllel folytatott párbeszéd eredményességét, a jó kapcsolat kialakítását, és a hosszú távú együttműködés megvalósulását. Az információbróker – az ügyfél elvárásainak függvényében – a modern infokommunikációs eszközöket ismerő és használó, magasan képzett, idegen nyelveket beszélő, informatikai ismeretekkel rendelkező szakember, aki mindemellett jó kommunikációs készséggel, önálló és teammunkára való képességgel is rendelkezik. A gyors problémafelismerés, az ügyfélcentrikusság és a rugalmasság szintén követelmény, ahogyan a szakmai eti-

kai kódexeknek való megfelelés is. Elvárható továbbá, hogy az információkeresésben és -szolgáltatásban szerzett tapasztalaton és jártasságon túl, a technikai felkészültségen kívül az információs szakember egy vagy akár több szakterület elismert szakértője legyen. Szükséges a tapasztalat, a szaktudás, a források értékének ismerete. Az itt felsorolt elvárásokat támasztja alá a Mikulás Gábor (információs és PR tanácsadó, GM Consulting) által ismertetett svéd, magyar, izlandi, dán és kanadai felmérés [1] eredménye is, amelyben az információs tanácsadó öt legfontosabb képessége közül a megkérdezettek első helyen említették a szakmaiságot, az információs szakember kompetenciáját, hitelességét, gyakorlatát és tárgyalóképességét az adott szakterületen.

Az ügyfelek véleményét és elégedettségét döntően befolyásoló tényezőket bemutató 2005-ös felmérés adatai alapján elmondható, hogy a megbízóban a kapott szolgáltatásról végső soron kialakuló képet több különböző tényező határozza meg. Hatással van rá egyrészt a szolgáltató szervezet önimázsa, az a kép, amit magunkról tartunk, ahogy magunkat látjuk, másrészt az arculat, amit a szervezet sugároz, akár a vizuális megjelenésével (logó, névjegy, egyenruha), akár a szolgáltatással és környezetével, de leginkább a szervezet imázsa az a tényező, amely az ügyfél döntésében szerepet játszik. Az imázs az a kép, amit mások, a kívülállók látnak a szervezetről. Gyakran előforduló hiba, hogy saját véleményünkre úgy gondolunk, mintha az másoké, az ügyfeleké lenne. A felmérés eredményeképpen bebizonyosodott például, hogy téves a szolgáltatóknak az a vélekedése, miszerint az ügyfél egy szolgáltatás igénybevételekor elsősorban annak ára alapján dönt. A valóságban ez a szempont csak a fontossági rangsor harmadik helyén áll. Az első és a második pozíciót az ügyfélszolgálat és a minőség foglalja el, amelyek jelentőségét viszont a szolgáltatók becsülték alá olyannyira, hogy csak a lista harmadik és negyedik helyére rangsorolták (1. ábra).



Forrás: THOMPSON, Bob: The loyalty connection: secrets to customer retention and increased profits. (March 2005) 18 p. © 2005 RightNow Technologies.

1. ábra A válaszadók aránya

A felmérés további részében az ügyfeleknek a következő hat kérdésre adott válaszát vizsgálták:

1. Miért volt szüksége információs tanácsadóra?
2. Hogyan talált rá?
3. Benyomások az együttműködésről.
4. Tanulságok a munka során.
5. Az információs tanácsadó öt legfontosabb képessége.
6. Ajánlja-e másoknak?

Az első kérdésre adott válaszok sokféleségéből kiderült, hogy a megrendelők a legkülönbözőbb okokból döntenek úgy, hogy problémájukkal információs tanácsadóhoz fordulnak. Volt olyan kliens, aki egy médiatámadást követő jogi folyamatban kérte független szakértő véleményét, volt olyan eset, amikor az ügyfél internetes keresési technikájának tökéletesítésében kellett segíteni, de előfordult az is, hogy a megrendelőnek új, innovatív stratégiai ötletek formájában vagy épp a számítógépes hálózat újjáépítésében nyújtott támogatást az információs szakember.

A második, a megrendelő és a szolgáltató kapcsolatfelvételének módjára vonatkozó kérdés eredménye elgondolkodtató. Az ügyfelek elsősorban ismerőseik és üzletfeleik ajánlása alapján választottak és vették fel a kapcsolatot az információs szervezettel. A személyes ismeretséget, a szakmai rendezvényeken való találkozást mind olyan tényezőként említették meg, amelyek pozitív irányban befolyásolják, meghatározzák az információs szakember kiválasztását és felkérését.

A megvalósult együttműködésekkel kapcsolatos benyomásokat tudakoló harmadik kérdés alapján pontosan kirajzolódnak azok az ismérvek, amelyek nagymértékben felelősek az elégedettség, vagy épp a hiányérzet kialakulásáért. Az ügyfél elégedettségét és a bizalom építését szolgálja, ha egyedileg, személyre szabottan veheti igénybe a szolgáltatást. Lényeges a téma célirányosan feltett kérésekkel való pontosítása, körülhatárolása, valamint a megrendelő számára megfelelő módon és gyakorisággal biztosított folyamatos kapcsolattartás (e-mail, telefon, személyes stb.).

A felmérés negyedik kérdése az együttműködés során szerzett tapasztalatokat igyekezett feltárni és értelmezni, lehetővé téve a jövőbeni közös projektek sikerességét az információbróker által alkalmazott módszerek és eszközök, valamint az ütemezés és a kapcsolattartás mikéntjének újragondolásával.

A már korábban említett ötödik kérdés az ügyfelek által az információbrókerrel szemben támasztott, legfontosabbnak ítélt képességeket gyűjtötte össze, melyek közül az öt legkiemeltebb a következő: szakmaiság; kommunikációs képesség; céltudatosság; leleményesség és probléma-megoldási képesség; késlekedés nélküli kommunikáció, vállalások betartása, időben és a szolgáltatás tárgyában.

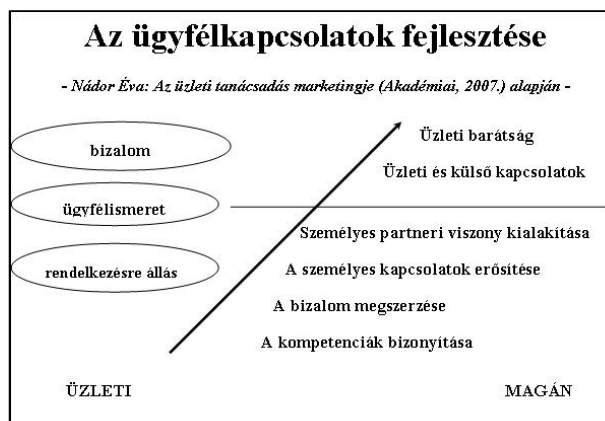
Voltak olyan válaszadók, akik ezeken kívül lényeges elemként említették a humorérzéklet, az intuíciót, a diszkréciót, valamint a rugalmasságot.

Végül az utolsó kérdésre – miszerint ajánlja-e másoknak az információbróker szolgáltatását? – adott válaszokból kiderült, hogy a megkérdezettek döntő többsége, a korábbi megrendelők a szolgáltatást másoknak is ajánlják, mert időt és pénzt takarítanak meg általa, megkönnyítette munkájukat.

Ügyfélkapcsolatok házon belül és kívül

Az információkeresésben szerzett tapasztalata és szaktudása mellett kiemelkedő fontosságú az információs szakember és ügyfele kapcsolatának menedzselése, melynek célja, hogy a kompetenciák bizonyításától, a személytelen üzleti kapcsolattól indulva eljussunk az üzleti barátság szintjére, ahol az együttműködő partnerek között a korábbi hivatalos kapcsolat és ügyfélismeret bizalommal válik (2. ábra).

Kiszl Péter (egyetemi adjunktus, Eötvös Loránd Tudományegyetem, Informatikai és Könyvtártudományi Intézet) mindezt kiegészíti azzal, hogy a külső PR mellett a belső PR jelentősége sem elhanyagolható, mivel az információs szervezetben belül kialakított szervezeti kultúra, valamint a belső információáramlás hatékonysága egyaránt befolyásolhatja az ügyfélkapcsolatok sikerességét. Szeles Péter klasszikus PR-megközelítését [2] tovább árnyalva megkülönböztet a potenciális megrendelők, meglévő ügyfelek felé irányuló PR-t, az információforrások felé irányuló PR-t, valamint a más információszolgáltatók felé irányuló és non-profit PR-tevékenységet.



Forrás: Nádor Éva: Az üzleti tanácsadás marketingje. Budapest, Akadémiai K., 2007.

2. ábra Az ügyfélkapcsolatok fejlesztése

- A potenciális, illetve a már meglévő ügyfelek felé irányuló PR-tevékenység középpontjában a saját kompetencia kommunikálása áll. A gyakorlatban ez azt jelenti, hogy az információbróker szakmai tevékenységét röviden és hatékonyan kell kommunikálni („liftes szöveg” – small talk). A célcsoportot elsősorban nem a szolgáltatás mikéntje, hanem a haszon érdekli, amelyhez a szolgáltatás révén juthat, ezért a megrendelő üzleti céljai szempontjából átgondolt és kommunikált bemutatkozás elengedhetetlen. A vizuális arculati elemek hiánya, de akár egy komolytalan e-mail cím vagy kiforratlan honlap is elbizonytalaníthatja a leendő megrendelőket. Mivel a hagyományos értelemben vett reklám nem megfelelő eszköz, helyette az ügyfelek számára fontos elektronikus fórumokon (hírlevelek, levelezőlisták, blogok), az írott és az elektronikus médiában való rendszeres megjelenésen keresztül, valamint szakmai rendezvények előadójaként érdemes bemutatni, népszerűsíteni a szolgáltatásokat. A formális és az informális csatornákon sugárzott imázs a bizalom kialakításában fontos szerepet játszik. Az ügyfél szempontjainak, gondolkodásmódjának megismerésével tudjuk csak az elvárt szolgáltatást maradéktalanul nyújtani, továbbá törekedni kell arra, hogy a nehezen megszerzett bizalom és jó kapcsolat a projekt lezárása után is fennmaradjon, azt sugallva a megrendelőnek, hogy ránk mindig számíthat.
- Az információforrások felé irányuló PR-tevékenység jelentősége sem elhanyagolható, mivel az információszerzés sikeressége számos tényezőtől függ. Lényeges szempont, hogy mennyire vagyunk felkészültek, milyen előzetes is-

meretekkel rendelkezünk információforrásunkról, pontosan megterveztük-e az információkérés szituációját, felkészültünk-e az elutasító válaszra, és nem elfelejtendő gesztus a segítség megköszönése, viszonzása sem.

- A versenytársak felé irányuló PR-tevékenység, a kölcsönös tisztelet, egymás munkájának elismerése alapvető. A gyorsan változó versenyhelyzetben könnyen elképzelhető, hogy az a személy vagy szervezet, aki/amely korábban csak érdeklődőként volt jelen, egy nem várt döntés következtében megrendelővé, partnerré vagy épp konkurencsá válik. A szakmai fórumokon való megjelenés, konferenciák rendezése, publikálás, szerepvállalás szakmai szervezetekben szintén meghatározó lehet, sőt egymás kapcsolati hálójának használata sem elképzelhetetlen, és ha sor kerül rá, akkor mindig viszonzandó!
- A könyvtárakat leginkább érintő irány, a nonprofit PR eszközeinek és módszereinek alkalmazása segítséget nyújthat, ha a csökkenő anyagi források külső támogatók felkutatását teszik szükségessé. Azon túl, hogy általa igazolható a szolgáltatásokra vonatkozó igény, az intézménynek a létjogosultságát is segíthet bizonyítani. A könyvtárak előtt is nyitva áll a térítéses információszolgáltatás megvalósításának a lehetősége, amihez szponzorok felkutatására, lobbitevékenységre van szükség, a szunnyadó tartalmak mozgósítására.[3]

Ahhoz, hogy az információs szakember ajánlata kiemelkedjen versenytársaié közül, nem árt megismerni az ügyfelek tanácsadó-választási szempontrendszerét, amelyet Nádor Éva könyve [4] alapján ismertetett Kiszl Péter. A szempontrendszer elemei, fontossági sorrendben a következők:

- Az ajánlat szakmai tartalma.
- Személyes benyomás, bizalom.
- A tanácsadó személye.
- A cég referenciái.
- Vállalási ár.
- Vállalási határidő.
- A cég imázsa.

A rangsor alapján látható, hogy a térítéses információszolgáltatója és ügyfele közötti kapcsolatban a személyes benyomás, a tanácsadó személye és a cég referenciái mind megelőzik a vállalási határidőt, de még a vállalási árat is. Ennek oka többek között arra vezethető vissza, hogy az információs szférában, a személyre szabott információszolgáltatás keretében az ügyfelek rendszerint

olyan kérdésekkel fordulnak tanácsadóhoz, amelyek diszkréciót igényelnek, így a bizalmi viszony kialakítása alapvető és fenntartása nélkülözhetetlen. Ebben a környezetben a toladó reklámmódszerek eredménytelenek, a kétértelmű reklámlevelek, spam-ek olvasatlanul kerülnek az elektronikus levelezés törölt elemek mappájába. A rámenősség bizalmatlanságot, gyanakvást kelthet, ezért más, jóval hatékonyabb, mégis etikus módszerekre van szükség, amelyek valóban eljutnak a szolgáltatás célcsoportjához, felkeltik annak figyelmét.

Hagyományos reklámmódszerek helyett

Füleki Dániel (egyetemi adjunktus, *Budapesti Corvinus Egyetem, E-business Kutatóközpont*) szerint a figyelemgazdaság egyik lényeges megállapítása, hogy a figyelem szűkös erőforrás; az egyidejűleg, párhuzamosan végezhető tevékenységek száma korlátos. Az információs fáradtság, kulturális figyelemzavarnak nevezett jelenséggel nap mint nap találkozhatunk, amikor is a tevékenységek és feladatok sokasága, intellektuális és érzelmi figyelmünk, valamint mozgásos és vegetatív erőfeszítéseink teljesítőképességünk maximumát várják el tőlünk. Egy, a *Reuters* ügynökség által végzett vizsgálatból [5] például kiderült, hogy a túl sok információ hatására bekövetkező információs fáradtság megbénítja az elemzőkészséget, ellehetetleníti a koncentrációt, de akár az emberekkel való kapcsolatokban is zavart okozhat.[6] Az állapot normalizálódása csak úgy történhet meg, ha bizonyos tevékenységeket, például a vállalkozás számára szükséges információk összegyűjtését nem saját magunk végezzük, hanem egy információbrókerre bízunk a feladatot.

Az információs szakember bevonásának, valamint az általa kínált szolgáltatás előnyeinek megismertetése a hagyományos reklámmódszerekkel aligha képzelhető el. A piaci mechanizmusok helyett hatékonyabb eredmény érhető el a szakmai reklám és ismeretterjesztés különböző formáinak alkalmazásával, mint például:

- az információs szakember vegyen részt a képzésben: „Be az egyetemre, oktasd a saját tudományod!”
- hívja fel magára és szolgáltatására a sajtó figyelmét: „Fogj magadnak újságíró és kérdezz le magad!”
- használja ki az internet adta lehetőségeket, alkalmazza a web 2.0 kínálta eszközöket, készítsen blogot, honlapot, indítson RSS szolgáltatást,

vagy akár fórumok aktív tagjaként adjon tájékoztatást munkájáról, szolgáltatásairól.

Az említett módszerekkel valószínűleg nagyobb sikerek érhetők el a térítéses információszolgáltatás PR-jában, meggyőzve a jövőbeli klienseket, miért éri meg inkább egy információbrókert megbízni ahelyett, hogy a vállalkozás maga kutassa fel a számára szükséges piaci információkat a nyíltan elérhető forrásokból. Kérdés, hogy az ügyfelek tudják-e pontosan, kik azok az információbrókerrek?

Ki hallott már információbrókeréről? – a szakma PR-ja

Az egyén lehetőségeinek és képességeinek megismerése, az önismeret fontos lépés ahhoz, hogy pontosan meghatározhassuk az információbróker helyét és szerepét az információs piacon. Korántsem mindegy, hogy hogyan gondolnak az információbrókernek saját szakmájukra, egyáltalán külön szakmának tekintik-e azt. *Ferling József* (ügynökségvezető, *Ferling PR & Communications Kft.*) tapasztalatai azt mutatják, a szakmát nem újsághirdetéseken vagy óriásplakátokon keresztül kell bemutatni a leendő ügyfeleknek. Információbrókert nem telefonkönyvből választ a kliens, sokkal inkább saját baráti, üzleti kapcsolatainak segítségével, informális csatornákon keresztül jut el hozzá. Éppen ezért nem mindegy, hogy milyen hírük van ezekben a körökben az infobrókereknek. A megfelelő információbróker megtalálása nem könnyű. A megrendelő abban sem lehet biztos, hogy valóban a „legjobb” tanácsadóra bízta-e feltett titkait. Ma már bárki készíthet magáról és cégéről honlapot, sokat ígérő prospektusokat, de még a legdrágább reklám is ablakon kidobott pénz, ha az információbróker „bizalmi folyószámlájának egyenlege” nem éri el a megfelelő szintet.

A szakma ismertségének és reputációjának megteremtésében a tájékoztatás–tudatosítás–megértés hármasan túl csak az elfogadás és a bizalom kialakulásán keresztül vezet az út a támogatásig. Minden új ügyfél, minden felkérés és megbízás újabb lehetőség a bizalmi folyószámla egyenlegének növelésére, és egyben jelzés, még hozzá pozitív visszajelzés a tekintetben, hogy az információbrókernek és a szakmának hitele van. A kölcsönhatás kézzel fogható, az egyén bizalmi folyószámlájának kerete hatással van más információbrókerre, sőt az egész szakma bizalmi egyenlegére, hitelére is. Érdemes ezen a ponton áttekinteni,

melyek azok az új csatornák, amelyeken keresztül mindezt potenciális ügyfeleink felé kommunikálni tudjuk!

Technológiai megfontolások

Az információs csatornák és a bizalom összefüggéseinek megismerése kulcsfontosságú. *Siska Mátyás* (marketingvezető, Inuit Network) véleménye szerint az idő előrehaladtával a kommunikációs csatornák iránt, a különböző manipulációs technikák megjelenésének hatására csökken a bizalom. A bizalmi index csökkenése ellenére – legyen szó akár a televízióról, az írott sajtóról vagy a web 2.0-ról – a csatorna mint közvetítőeszköz működőképes marad, viszont a felhasználók, érzékelve a manipulációs szándékot, egyre kritikusabbá válnak az információ minőségét illetően. A csatornák között *brandek*, márkanevek alakulnak ki, amelyek jól elkülöníthetők egymástól, saját arculattal, csak rájuk jellemző tulajdonságokkal rendelkeznek. A felhasználó szempontjából a köztük fennálló rangsor alapját elsősorban a hitelesség határozza meg. A hálózatot elárasztó, szabadon hozzáférhető információhalmaz miatt az internet manapság inkább digitális telefonkönyv látszatát kelti, nem pedig megbízható, tudományos hálózattét, mint ahogy azt eredetileg tervezték. Említhetnénk akár az interneten elérhető, ingyenes cégnyilvántartások problematikáját is; ezek látszólag kifogástalan szolgáltatások, mégis gyakran csak korlátozott, nem aktualizált adattartalom elérését teszik lehetővé, így a releváns információ felkutatása során nem pótolhatják, nem helyettesíthetik a térítéses adatbázisok használatát. Egyre határozottabban merül fel az igény a minősített, autentikus információforrások iránt.

A tudásmegosztás egyre egyszerűbb és egyre praktikusabb megoldásait kínálja az internet. A térítéses és az ingyenes szolgáltatások egyaránt változatos, hatékony és gyors módszereket nyújtanak a felek közti párbeszédhez, a szinte valós idejű kommunikációhoz, biztosítva az önszerveződés lehetőségét, illetve a kapcsolatteremtés azon formáit, amelyeket a felhasználók a web 2.0-tól várnak. Emellett egyre inkább megfigyelhető az információk differenciálódása időben és térben egyaránt, az aktuális felhasználói igényeknek megfelelően. Ha megnézzük közelebbről a web 2.0 és a PR kapcsolatát, joggal merülhet fel a kérdés: hogyan lehet bizalmi kapcsolatot építeni olyan környezetben, ahol elmosódik a határ a tartalom előállítója és fogyasztója között, ahol nincs váloga-

tás az információ forrása, hitelessége és minősége alapján. Gyakorlatilag bárki bármilyen tartalmat elhelyezhet a hálón, sok esetben anélkül, hogy annak valóságtartalmát valaki is ellenőrizné. Ebben a környezetben megnő a manipulálhatóság veszélye, ami akár pozitív, akár negatív irányú, mindenképpen félrevezető.

A modern infokommunikációs csatornák által nyújtott lehetőségek, valamint a kapcsolattartás és kapcsolatfenntartás web 2.0-ás eszközei csak úgy állíthatók a hatékony PR-tevékenység szolgálatába, ha az információbróker aktív szerepet vállal az online közösségekben. Szaktudásának a közösségi cél érdekében történő hasznosításával elismert szakértővé, véleményvezérré válhat, akinek érezhető befolyása van egy-egy közösség kommunikációjára, életére. A hiteles, egyéni stílusú online kommunikáció, a kialakított kapcsolati háló végső soron „offline” megrendeléseket eredményezhetnek. A virtuális közösségekben való jelenlét további előnyei között említi Mikulás Gábor a következőket:

- Ügyfélszerzés és ügyfelek megtartása (potenciális megrendelők széles körének elérése).
- Piackutatás (vélemény és igényfelmérés).
- Válságkezelés és -megelőzés (megismerhető a szervezetről a külső szemlélőben kialakult kép).
- Kapcsolatépítés (folyamatos párbeszéd az ügyfelekkel).
- Publicitás (kapcsolódó fórumok, megjelenési formák feltüntetése, pl. honlap).[7]

Az üzleti kapcsolati hálóknak szakértővé válni és annak maradni, véleményt mondani és formálni komoly felelősség, az információbróker ebben a közegben az egész hálózatért felel munkájának minőségével. Akár egy információs szervezet, akár az egyén PR-tevékenységéről van szó, a hitelesség és a szakmaiság bizonyítása nem egyszeri alkalom, időigényes, összetett folyamatról van szó a bizalom elnyeréséig és azt követően is.

PR-sikerek és -tanulságok

Az előadásokat követő kerekasztal-beszélgetésben a szakmai nap előadóin kívül részt vett Kóródy Judit, az *Infodok Kft.*, valamint Gelényi Csaba, az *EPPA Magyarország Kft.* ügyvezetője is.

Kóródy Judit tapasztalata szerint az ügyfelek információs igényeinek megismerése és az igények változásának követése, illetve előrejelzése, a

proaktivitás jelentős mértékben hozzájárul ahhoz, hogy a régi szolgáltatások megszüntetése és az újak bevezetése zökkenőmentesen történjen, megőrizve a megrendelővel kialakított bizalmi kapcsolat folytonosságát.[8]

Gelényi Csaba úgy látja, hogy egyelőre még nincs igazi kereslet az egyéni igényeket kielégítő szisztematikus információs szolgáltatások iránt, habár a felhasználók egyre nehezebben tudják kezelni a rájuk zúduló, kezelhetetlen információáradatot. Az EPPA által kínált *Information Management Systems* ebben képes segítséget nyújtani előfizetőinek. A szövegbányászati technológiát alkalmazó szoftverrendszer lehetővé teszi többek között olyan honlap létrehozását, amely képes a különféle digitális formában elérhető információkat az ügyfél szempontjainak és céljainak megfelelő, koncentrált szolgáltatássá formálni. A szakmai nap témájának szerzői jogi vonatkozásaival kapcsolatban elhangzott, hogy a sajtófigyelőket sújtó szabályozás, illetve az erre tett kísérlet korszerűtlen, nincs felkészülve az exponenciálisan növekvő digitális tartalmakra, valamint a web 2.0 által kínált kommunikációs formák sokféleségére, az információ és tudásmegosztó rendszerek jogi környezetének kialakítására.

Pálya-e a könyvtárosoknak? – A könyvtáros mégis gólyalábra száll

A kérdést, hogy van-e létjogosultsága a térítéses információs szolgáltatásoknak a hazai közkönyvtárakban, *Czupi Gyula* (igazgató, nagykanizsai *Halás István Városi Könyvtár*) igyekezett megválaszolni. A térítéses szolgáltatások könyvtári fogadtatásával kapcsolatos tapasztalatai alapján meghatározható azon szolgáltatásoknak a köre, amelyekért hajlandó fizetni a felhasználó, és azoké is, amelyekért nem.

- *Hajlandó fizetni:* beiratkozási díjat, késedelmi díjat, fénymásolást, nyomtatást, leselejtezett könyvért, speciális állomány használatáért.
- *Nem szívesen fizet:* könyvtárközi kölcsönzést, színes nyomtatást, plusz nyitva tartást.
- *Végképp elutasítja:* tájékoztatás térítésessége, a jelmondat: „Ami ingyen megkapható, azért nem fizetünk!”

A könyvtárosok hozzáállása szintén bizonytalan, az olvasók érdekképviselői és az egyenlőség híveiként idegen tőlünk az alku, az árajánlat, sőt – ahogy Czupi Gyula fogalmazott – egyenesen visz-

szatasztó, ha bármiért fizetni kell. A könyvtáros döntésén, elhatározásán kívül a fenntartó szerepe és szándéka, elvi és anyagi támogatása sem hagyható figyelmen kívül. Olyan finanszírozási környezetben, ahol a fő szempont az „olcsóság”, és a működtetés költségein kívül a fejlesztés lehetősége nincs meg, ott az információbróker helyzete sem túl „rózsás”, mozgástere jelentősen leszűkül. Ha az intézmény vezetése az újabb bevételre úgy tekint, mint a költségvetési támogatás csökkentésének egyik lehetséges okozójára, vagy ha a térítéses információszolgáltatás bevezetéséhez szükséges kiadások megtérülése számára elképzelhetetlen és a befektetésben kizárólag a kiadások csökkentésének eszközét látja, akkor azonnal érthetővé válik az ellenállás.[9]

Mi vár azokra, akik mégis megpróbálják a lehetlent? Hogyan alakíthat ki új imázst magáról az intézmény és a könyvtáros, hogy megnyerjen olyanokat is, akik a hagyományos (ingyenes) szolgáltatásokon túl mást várnak? Képesek vagyunk-e számukra térítéses információszolgáltatásokat kialakítani és ajánlani?

Információbrókerek és könyvtárosok egyaránt találkozhatnak a véleményekkel, miszerint minden ingyen megtalálható az interneten; miközben tudjuk, hogy a keresőmotorok egyelőre csak a felszín átvizsgálására és bemutatására képesek, a mély web feltérképezésére nem. Továbbá a világhálón elérhető ingyenes források esetében számolni kell azzal, hogy az adatok minősége meglehetősen egyenetlen, ellenőrizetlen lehet, és későbbi elérhetőségükre sincs garancia. Egyelőre még a Google sem kérdezi vissza, hogy jól érti-e a beírt keresőkifejezést, és nem győződik meg arról sem, hogy a felhasználónak vannak-e további rejtett igényei.

Czupi Gyula elképzelése szerint a térítéses információszolgáltatás kialakításának lehetősége az ingyenes tájékoztatás folytatásaként képzelhető el leginkább. Továbblépésként kínálhat a könyvtár olyan térítéses összefoglalót, amely áttekinti és értékeli a téma forrásait, ezekhez hozzáférést tesz lehetővé, tartalmazza a másolást, a nyomtatást, a könyvtárközi kölcsönzés költségeit, valamint akár újabb ajánlatot is a téma mélyebb feldolgozásához, bemutatásához. A könyvtárosok mellett szól az, a Mikulás Gábor által bemutatott szempontrendszer [10] is, amely olyan tényezőket sorol fel, amelyeket a megrendelő tanácsadója kiválasztásakor figyelembe vesz:

- az információs szakember képzettsége;

- az adatbázisokhoz való hozzáférés;
- a szakszerű kérdésfeltevés (referenzinterjú);
- a könyvtárosokra a köztudatban nem úgy gondolnak, mint kereskedelmi ügynökökre, úgy is fogalmazhatnánk, hogy „bizalmi folyószámlánk egyenlege” kellően magas ahhoz, hogy hitelek legyünk.[11]

A fenti szempontok maradéktalan teljesülése, a tájékoztatásban szerzett tapasztalat, valamint a releváns, megbízható információk prezentálásának képessége mindenképp a könyvtárosok mellett szól! A konferencián elhangzott előadások alapján úgy tűnik, a siker záloga a szolgáltató és a megrendelő közti személyes kapcsolat és bizalom lehet. Nem elképzelhetetlen tehát, hogy a könyvtáros „gólyalábra szálljon”, és a számtalan – korábbiakban említett – hátráltató tényező ellenére bizonyítsa, hogy az információkeresés, feldolgozás és értékelés folyamatában felhalmozott ismeretek és gyakorlat révén képes magas hozzáadott értékű tartalmú, térítéses szolgáltatásokat kialakítására és fejlesztésére.

Irodalom

- [1] WORMELL, Irene–OLESEN, Annie Joan: Success factors and challenges in information consultancy – the client perspective. = InfoTrend, 62. köt. 1. sz. 2007. p. 6–11.
- [2] SZELES Péter: Public relations a gyakorlatban. Budapest, Geomédia, 1999.
- [3] KISZL Péter: Üzleti információ, céginformáció és a könyvtárak. Budapest, ELTE-Traduirex, 2005.
- [4] NÁDOR Éva: Az üzleti tanácsadás marketingje. Budapest, Akadémiai K., 2007.
- [5] Dying for information (1996). <http://www.cni.org/regconfs/1997/ukoln-content/repor~13.html> [2008.07.18.]
- [6] RANKOV, Pavol: Informačná exyplózia - informačný stres - informačné správanie (výsledky výskumu na Slovensku roku 2006) = Knižnica, 7. köt. 8. sz. 2006. p. 3–7. (Ref.: Prókai Margit = Könyvtári Figyelő, 53. köt. 1. sz. 2007. p. 184–186.) [http://w3oszk.hu/manscr/wwwi32.exe/\[in=refl.in\]/?07/051*58426](http://w3oszk.hu/manscr/wwwi32.exe/[in=refl.in]/?07/051*58426)
- [7] MIKULÁS Gábor: Internet a PR szolgálatában. = BOSS 2 (2000) november. p. 45–50. <http://www.gmconsulting.hu/inf/cikkek/061/index.php>
- [8] KÓRÓDY Judit: Integrált könyvtári rendszeren alapuló információs szolgáltatások egy nagyvállalat tudásgazdálkodási rendszerében I. = TMT, 52. köt. 3. sz. 2005. p. 115–121. http://tmt.omikk.bme.hu/show_news.html?id=3875&issue_id=460

- [9] MIKULÁS Gábor: Gondolatok a pénzszerzésről és a hatékonyságról. = Könyvtári Figyelő, 53. köt. 2. sz. 2007. p. 311–316.
<http://www.gmconsulting.hu/inf.cikkek/282/index.php>
- [10] MIKULÁS Gábor: Marketing információbrókereknek. = TMT, 51. köt. 12. sz. 2004. p. 551.
http://tmt.omikk.bme.hu/show_news.html?id=3778?issue_id=457
- [11] V.ö. PAPP István: Könyvtárosi etika – hitelképes könyvtáros. = Könyvtári Figyelő, 53. köt. 1. sz. 2007. p. 101–107.
<http://www.epa.oszk.hu/00100/00143/00062/content8cbe.html>

Köntös Nelli

(ELTE BTK Informatikai és Könyvtártudományi Intézet)

Révbe ér-e az e-könyv?

Az elektronikus-könyv első felbukkanásakor, az 1990-es évek végén, mérvadó szakmai körök az e-book formátum villámgyors elterjedését prognosztizálták. Ehhez képest az egyedi e-könyv eladások az USA-ban csupán 11,8 millió dollárt értek el 2005-ben. Összehasonlításképpen: ez alig egytizede volt az utolsó „Harry Potter” regény megjelenés előtti eladási értékének.

Az e-könyvek piaca most mégis és újra felívelni látszik, ahogy az elektronikai ipar két jelentékeny szereplője, a Sony és az Amazon cég saját fejlesztésű e-könyvolvasó-készüléket (Sony *Reader*, ill. az Amazon *Kindle*) hozott forgalomba. Az e-könyvek rögzített asztali számítógépen, félig hordozható (laptop) készülékeken, tenyérgépen, PDA-n, mobiltelefonon, illetve erre a célra készített olvasógéppel használhatók. Az e-könyv vagy egyedileg, külön-külön címként vásárolható, vagy pedig előfizetéssel. A *NetLibrary* nevű cég a könyvtáraknak végez előfizetéses szolgáltatást, kevésbé a hordozható készüléken történő futtatáshoz, hanem javarészt az asztali gépeken való megjelenítés céljából. A szerző, *Stephen Sottong* egykori saját tapasztalatát idézi az előfizetéses rendszer működésével kapcsolatban. 2001-ben a *California State University* rendszerében éppen a *NetLibrary* volt a szállító. Nem egészen egy év alatt kb. 17 ezer belépést regisztráltak az e-könyvgyűjteményhez, ami az egész egyetemi népességnek mindössze 5%-át jelentette. Az e-könyvek korábbi kudarcát kutatva a szerző vizsgálja a képernyőn való megjelenítés problémáit. A katódcsővet mára teljesen kiszorította a folyadékkristályos (LCD) monitor: a képvibrálás megszűnt, a kontraszt és a fényerő kezelhető, a felbontás viszont még nem teljesen megoldott. A 80-as évek közepén a 80 képpontból (dpi) álló monitorkép mára 120 dpi-re növekedett – sőt, vannak 200 dpi-s képernyők is. A Sony és az

Amazon olvasókészülékének egyaránt 170 dpi képfelbontása van. Ugyanebben az időszakban a nyomtatók felbontása 300 dpi-ről 1200 dpi-re növekedett – és a növekedés folytatódik egyes márkáknál, már most 1400 dpi-re és tovább.

Tudnivaló azonban, hogy az 1200 dpi-s felbontás, amellyel a könyveket nyomtatják, nem tízszerese a 120 dpi-s felbontásnak, hanem 100-szorosa, mivel a kétdimenziós felületnél a 10-szeres felbontás vízszintesen és függőlegesen is érvényesül. A szerző vizsgálódásai alapján mégis arra a következtetésre jut, hogy a felbontásbéli különbség *nem* oka annak, hogy a komputeralapú e-könyv nem vált be eddig. A hordozható e-könyvolvasó-gépekkel végzett tesztek azt mutatták, hogy a használók aktívan olvasnak és kedvelik is a készüléket. Annak ellenére, hogy a tenyérgépek és minieszközök képfelbontása nem különbözik az asztali számítógépétől, az egyedi e-könyvek egyik fő forgalmazója, a *Palm* cég adatai szerint a kisgépet e-könyv-olvasásra is sűrűn használják.

Az e-könyv eddigi sikertelenségének, évtizedessé húzódo elterjedésének más oka van, mégpedig a *vizuális ergonómia*. A számítógép-monitor a szemtől kb. 60 cm távolságra van helyezve, fixen, nagyjából szemmagasságban. A könyvek és nyomtatott anyagok, és a hordozható tenyérgépek is, nagyjából 40 cm-es távolságban vannak a szemtől és mozdíthatók. *Dennis Ankrum* kutatási eredményeit ismertetve a szerző a vizuális ergonómiával kapcsolatosan két fő tényezőt említ: „az alkalmazkodást” és a „konvergenciát”. Az alkalmazkodás az a folyamat, amikor a szemlencse úgy igazodik, hogy a különböző távolságban lévő tárgyakat rendre fókuszba helyezze. A konvergencia pedig a szem rotációja, tengely körüli forgása annak érdekében, hogy a kép mindkét szem retináján azonos terület-

re essen. Ha nincs alkalmazkodás, a kép életlen. Ha nincs konvergencia, akkor a látásunk kettős. A szöveg beesési szögének csökkentése a megfelelő olvasási pozícióra átlagosan több mint 25%-kal megnöveli a szem kompenzációs-korrigálási képességét 42 éves kor fölött. Számításba kell venni továbbá, hogy az a távolság, amelynél a szem alkalmazkodni tud, csökken, ahogy a szöveget lejjebb tesszük. A távolság, amelynél a szem még konvergál, szintén kb. 30%-kal csökken, amikor a szem 30 fokos szögben néz lefelé. Mivel mind a konvergencia, mind az alkalmazkodás nagyobb távolságon történik, amikor egyenesen előre nézünk, a monitort a szemtől messzebbre kell helyezni. Minthogy a monitor felbontása a nyomtatott könyvével kisebb, a monitoron a szöveg méretét növelni kell, hogy ugyanazt az információmennyiséget fogja be a tekintet, ami azt jelenti, hogy a monitornak szélesebbnek kell lennie ugyanazon egységnyi szöveg befogásához. Amikor a szem a monitoron a szöveget végigpásztázza, a szem és a monitor közötti távolság változik. Középen a szemhez közelebb, a széleken pedig távolabb. Ez azt jelenti, hogy a szemnek örökké hozzá kell ehhez igazodnia mind az alkalmazkodás, mind a konvergencia szempontjából, ahogy a szöveg mindegyik sorát olvassa.

Ezeknek a különbségeknek a következménye óriási. A számítógép használója megpróbálja szeméit a képernyő közepén tartani, a széleken levő információkat ignorálja. A szöveget többnyire nem olvassa, hanem végigpillant rajta. Amikor több képernyőn át tartó szövegblokkal találkozik, a használó vagy kinyomtatja a szöveget, vagy nem vesz róla tudomást. Ez a stratégia folyóiratcikk esetében remekül működik. A használó csak végigfut a szöveg kiemelt címfejein, és a részletesen tanulmányozandó szövegrészeket kinyomtatja. Ám mindez nem működik könyvhosszúságú monográfiánál, és más hosszabb szövegnél, ahol elmélyült olvasásra van szükség.

Korábban volt olyan vélemény, hogy az e-könyv olvasása számítógépen generációs ellenállásba ütközik – a komputeren nevelkedett gyerekek majd természetes módon fogják az e-könyvet gépen „birtokba venni”. A probléma azonban – ahogy láttuk –, nem pszichológiai, hanem fizikai. A szem belső működési folyamataiból eredeztethető az idegenkedés. Abból a tényből, hogy az emberi faj arra lett tervezve, hogy a horizontot pásztázza, a precíz tevékenységeket pedig ülve végezze a föl-

dön vagy az ölében lévő objektumokkal. Ez a fizikai felismerés a könyvtárak számára azt jelenti, hogy bármennyire is modernizálják a telematikai berendezéseiket, a komputermonitorokat, nem fogják tudni rávenni az olvasókat a hosszas, lineáris szöveg olvasására helyhez kötött számítógépen – ahogy a laptopon sem, mivel a megjelenítés távolsága és az olvasás szöge ott is rossz, és a mobilitás is korlátozott. A könyvtár olvasói használják az enciklopédiák, folyóiratcikkek online verzióit, amelyekben rövid, elszigetelt szövegszegmensek vannak, de a regények és más hosszú szövegek online olvasására való előfizetés drága csaldás lesz. A Sony Reader vagy az Amazon Kindle sem kínál minderre megoldást. Mert nem mérnöki kérdés. Mindkét készülék kicsi, számos funkciója van (szövegfelvilágítás, szövegek közötti szótárlekérdezés), és a megjelenítése szinte forradalmian új – igaz, grafikus korlátozott.

A nyomtatott könyvet el lehet adni, vagy el lehet ajándékozni. Az e-könyvet lízingelni lehet, és egyetlen olvasóhoz köthető. Az e-könyv számára nem létezik nyílt formátum. Amíg a zenét újra és újra hallgatni akarja az ember, addig a legújabb bestseller könyvet legfeljebb egyszer akarja elolvasni. A legtöbb ember egy vagy legfeljebb két könyvet olvas egy időben, ezért az e-könyv olvasó által kínált hatalmas könyvtár szükségtelen. Vége felé jár az az időszak, amikor a gyártók különféle specializált készülékeket hoznak piacra – az egyfunkciós gépek ideje lejárt. A többfunkciós gépek már ma fogadni tudják az e-könyvet. A legvalószínűbb eszközök az e-könyvhöz az MP3-lejátszó és a mobiltelefon. Egyes mobilok kijelzője már elég nagy, és felbontása alkalmas arra, hogy képeket és videókat kezelhessen. Az e-könyv fogadásához elegendő csupán a belső szoftver módosítása. Az ergonómiai körülmények miatt azonban a könyvtárban meghonosított mozdulatlan komputer nem lesz képes kielégítő módon szolgáltatni az e-könyvet. Az e-könyvek átvitele saját készülékre elvileg megvalósítható, de egyelőre kicsi ennek a bázisa, és az időkorlátos tartalom letöltésére sincs szabványos módszer. A papíralapú könyvek mégiscsak megmaradhatnak a lineáris, hosszú szövegek prezentálására. Ahogy 12 évvel ezelőtt, az e-könyv még ma is a jövő „zenéje”.

/SOTTONG, Stephen: The elusive e-book. = American Libraries, 39. köt. 5. sz. 2008. p. 44–48./

(Bánhegyi Zsolt)

Az e-könyv hosszú menetelése

Az e-könyvek polcfolyómétereiket szabadítanak fel, csökkentik a költségeket, és lehetővé teszik, hogy a könyvtáros pontosan mérje a használatot, és a gyűjteményépítést hajszálpontos használói statisztikákra alapozza. Az e-könyv, csakúgy, mint az *e-tankönyv*, fokozza az oktatás és a tanulás hatékonyságát interaktivitásával, keresési opcióival, az oktatási forrásokhoz való direkt hozzáféréssel. Éppen ezért jogosan merül fel a kérdés, hogy miért olyan lassú az elektronikus könyv, illetve az elektronikus tankönyv piaci terjedése? Míg az e-folyóirat szinte már normának számít, miért ódzkodnak a kiadók az e-könyvtől és az e-tankönyvtől?

Az e-folyóiratokat a könyvkereskedők csomagban kínálták és erőltették, a könyvtárak így a minőségi periodikák mellett silány és profillidegen lapok tömegét is megvették. Az e-könyvek terítését a kiadók hasonlóan gyűjteményként képzelik el – a könyvtárosok viszont tematikus csomagokat szeretnének a kiadó által összeállított csomagok helyett, de az egyes címek szerinti válogatás jogát is fenntartanak maguknak. A kiadóknak és a terjesztőknek még nem sikerült tökéletes üzleti modellt találniuk, ugyanakkor a könyvtárosok, a hallgatók és a kutatók igényei is alakulóban vannak. Nem kétséges azonban, hogy az e-könyvek előbb-utóbb landolni fognak a könyvtárakban.

Az USA-ban a diákok mozgalma az e-tankönyvek szabad elérése mellett érvel, amit a könyvtárak is támogatnak, azon az alapon, hogy az elektronikus terjesztés amúgy is csökkenti a kiadvány árát. Igazából azonban ez nem ilyen kristálytisztá képzet, hiszen egy könyv árának mindössze 5-10%-a megy el a papírra és a terjesztésre. *K. Milloy*, a brit felsőoktatás technológiai fejlesztését irányító *Joint Information Systems Committee (JISC)* projekt menedzsere szerint a számba jöhető üzleti modelleket 12 konferencián 251 könyvtáros vitatta meg és arra a következtetésre jutott, hogy a könyvtári beszerzési eljárás továbbra sem nélkülözhető, nem válik feleslegessé. A könyvtárosok túlnyomó többsége azon az állásponton van, hogy az e-tankönyveket a könyvtár területén ingyenesen elérhetővé kell tenni a diákok számára, a költségeket pedig a könyvtárnak kell állnia. A diáksereg részéről nagy az igény az online kurzusok tananyagai iránt, és el is várják, hogy ezekhez a könyvtárban hozzáférjenek. Elég nagy a szakadék a könyvtár e-tananyag kínálata és a diákok által

igényelt e-tankönyvek között. A szűk keresztmetszet, az online tartalomtermelés korlátja sokak szerint a kiadóktól ered: aggódnak a kiadók, hogy a nyomtatott anyagból származó bevételhez képest itt csökkenéssel kell számolniuk.

Az elektronikus tankönyv igen vonzó forma az akadémiai közösség számára. A keresés és a jegyzetelés gépi lehetőségei messze túlszárnyalják a hagyományos nyomdai terméket, s az e-tankönyv társadalmi-baráti hálózatokba való beintegrálása még újabb dimenziókat nyújt a diákoknak. A tanár szövegrészeket emelhet ki, amelyeket a diákok számára elérhetővé tesz. Az e-tankönyv revideált változatait, a frissítéseket, valamint a szerzővel folytatott alkalmi *csetelést* is kínálhatná az e-könyv. A *Cengage* 2007-ben elindította az „iChapters” (interaktív fejezetek) c. térítéses hálózati szolgáltatását az amerikai diákok számára; az európai debütálást 2008 második felére tervezik. Az i-fejezetek szolgáltatásban mód van nemcsak teljes e-könyv, hanem szövegrészek, tartalmi darabkák megvásárlására is. Az előfizetés hat hónapra szól, amit meg kell újítani. A hathónapos időtartam az amerikai körülményekhez alkalmazkodik, hiszen egy egyetemi–főiskolai kurzus általában egy félév alatt lezajlik az USA-ban, szemben az európai, hosszabb kurzusokkal. Az e-könyv ideális helye az akadémiai rendszerben magától értetődően a virtuális tanulási környezet (*virtual learning environment = VLE*) – igaz, ebből az alkalmazásból nagyon sokféle van. Feltehetőleg a *Moodle*, az online tanulói közösség nyílt forrású programja is népszerű terepe lehet az e-könyvnek. *Jay Katzen*, az *Elsevier Science Direct* vezetője tagadja, hogy a nyomtatott anyagokból származó jövedelem esetleges kiesése lenne az online tartalomtermelés fékje. A csökkenő profit csupán átmeneti lehet, szerinte az emberek úgymint investálni fognak haszonnal kecsegtető termékbe. Az e-könyvtermelés fokozódását az is ösztönözheti, hogy nincs technikai akadálya annak, hogy a keresőmotorok az e-könyveket is pásztázzák, s a találatokban való felbukkanás megsokszorozza a láthatóságot, a *vizibilitást*. A kiadóknak viszont még fontosabb, hogy az automatizált tartalomelérés protokollja biztosítja nekik a tartalom feletti ellenőrzést. Az *Automated Content Access Protocol (ACAP)* implementálását a kiadók egyre nagyobb hányada elvégzi.

Az *MPS Technologies* kizárólag e-könyveket publikál saját platformján keresztül. A hozzáférés kifinomult szabályrendszere szerint tudja kínálni a szabad hozzáférésű tartalmat, vagy azt például, hogy belépés után a szöveg mekkora hányada legyen látható. Ebben az eljárásban a Google hírközlő szoftvere szolgált mintának. *D. Sommer*, az ACAP kereskedelmi igazgatója úgy véli, két-három éven belül már nem lesz érdekes, hogy a megjelenési forma folyóirat vagy könyv, csak a tartalom számít. Már olyan platformok készülnek, amelyek egyaránt képesek könyv és folyóirat kezelésére, és összevont keresztkeresést is lehet végezni. Szervezeti szempontból a hagyományos, mereven elkülönülő szekciókkal rendelkező kiadók kénytelenek változtatni. Már cikkeket és könyvfejezeteket, illetve azok részeit is kínálniuk kell. A könyv és a folyóirat összeolvadása új üzleti modell körvonalait sejteti. A kiadóknak viszont fel kell hagyni az azzal, hogy értéktelenebb tartalmakkal párnázzák ki a „csomagjaikat”.

A *Netlibrary* e-könyvterjesztő cég szóvivője szerint, amikor a diák online kutatást végez, a könyv mint elektronikus formátum megszűnik. Ahelyett, hogy könyveket, könyvcímeket gyűjtene, majd azokban kutatna, egyszerűen a könyvtár katalógusában elérhető e-könyvek tízezreiben indít teljes szövegű keresést, amelynek eredményeképpen pontosan meg fogja találni mindazokat a részeket, szövegdarabokat, amelyekre szüksége van. Ugyanakkor annak sincs tudatában, hogy melyik könyvben van

a megtalált szövegdarab. Az adott könyv csupán akkor válik érdekessé, amikor hivatkozási szempontból meg kell adni az adatokat.

A *University College London* CIBER kutatási központja végzi a *SuperBook* projektet, amely 3000 e-könyvrészletet tár az egyetem közössége elé és megvizsgálja, mi történik. A kezdeti eredmények azt mutatják, hogy az információs viselkedés erősen nemtől függő és nagyon változékony. Az e-könyv vagy e-periodika szolgáltatása eltérő, mondja *Chris Armstrong*, a projekt munkatársa, egyik sem természetes következménye–kifutása a másoknak. A folyóirat képlékenyebb, az elérés fő pontja a cikk, amelynek van egy absztraktja, míg az e-könyvhöz az elérés inkább könyvszinten mozog. A folyóirat periodicitása miatt elérési szokás is kialakulhat. *Armstrong* szerint a folyóiratok voltak az indexelő és referáló adatbázisok fókuszai, és a teljes szöveg irányába való átlépés a dolgok természetes következménye. Nincs hasonló előkészítő–felkészítő fázis az e-könyvek esetében. Az e-könyvekhez vezető út a könyvtáros szerepét kissé elmozdítja, többek között annyiban, hogy – mint már említettük – a pontos statisztikák nyomán kialakíthatja az optimális gyűjteményt.

/CALDWELL, Tracey: The long march of the e-book. = *Information World Review*, 245. sz. 2008. ápr. p. 12–14./

(*Bánhegyi Zsolt*)

Olvassunk szépirodalmat elektronikus formában! Kísérlet két brit közkönyvtárban

A cikkben ismertetett esettanulmány egy kísérletről számol be, amelynek keretében két közkönyvtári olvasói csoport szépirodalmat elektronikus könyvből olvasott. A kísérlet három hónapig tartott. A kiválasztott mű elektronikus változatát valamennyi csoporttag PDA-n (marokszámítógép) kapta meg. A tagok a mű elolvasása után a benyomásaikra vonatkozó kérdéseket tartalmazó kérdőívet töltöttek ki, és tapasztalataikat is megbeszélték a csoportban.

Nem jeleztek ellenérzéseket, de különösebb lelkesedést sem mutattak az új eszköz iránt.

Bár az elektronikus könyv piaci megjelenése nem túl sikeres, mégis egyre inkább használt formává

válik, különösen, hogy olvasásához a PDA alkalmas és praktikus eszköz. A közkönyvtárak mind az Egyesült Királyságban, mind külföldön kezdik fölismerni az elektronikus könyv lehetséges előnyeit, és egyre inkább bővítik vele az állományukat. A két csoport tagjainak szépirodalommal feltöltött PDA-kat kölcsönöztek.

Háttér

Amikor a késő kilencvenes években először jelent meg az elektronikus könyv, sok megfigyelő úgy gondolta, hogy a hagyományos papíralapú gyűjteményeknek bealkonyult. Valójában azonban az elektronikus könyv nem fenyegeti a hagyományos

könyvet. Ennek talán a technológia az oka: az elektronikus könyv, vagy még inkább a hozzá szükséges szoftver és hardver hiányosságai miatt még nem nyerte meg az olvasók bizalmát, és ez nem segíti elő széles körű elterjedését. A kutatók és a fejlesztők erőfeszítéseinek hatására azonban a helyzet fokozatosan javul.

Valójában nem arról van szó, hogy választani kell a nyomtatott vagy az elektronikus dokumentumok között, hanem inkább arról – mint ahogy ezt *Garrod* [1] 2003-ban megfigyelte –, hogy az új média a választás lehetőségét kínálja, és nem felváltani hivatott az egyiket a másikkal. A jövő könyvtárosai már hibrid környezetben fognak dolgozni, ahol a különböző hordozók bővítik a lehetőségeket, és kielégítik a változó szükségleteket.

Az elektronikus könyv a nyomtatottnál több előnyt nyújt a könyvtárnak is: olcsóbb, könnyebb és gyorsabb az előállítás, mint nyomtatott változatának [2]. Könnyebben kezelhető számítógépes környezetben [3, 2], naprakészen tartható alacsonyabb költségek mellett [4, 5]. A betűk mérete változtatható, ábrák szerkeszthetők bele [6], és számos más előnye is van (nem vész el vagy sérül meg, úgy mint egy hagyományos könyv, kölcsönzések nem kell pecsételni, a polcra visszarakni stb.).

A felsőoktatási könyvtárak voltak az elsők az elektronikus könyv használatának kipróbálásában, és többen közülük már elő is fizetnek olyan elektronikus könyveket kínáló szolgáltatásokra, mint például a *netLibrary*. Több vizsgálat foglalkozott az elektronikus könyvek felsőoktatási keretek közötti használatával [7, 8, 9]. Az Egyesült Királyságban a helyzet mostanában változóban van, a nyilvános könyvtárak is kezdik felvenni gyűjteményeikbe az elektronikus könyveket. Újabb angliai vizsgálatok [10, 11] jelentős fejlesztésekről számolnak be és nyújtanak segítséget a többi könyvtárnak elektronikus könyvek beszerzéséhez. A vizsgálat azzal foglalkozott, miképpen lehet beilleszteni az e-könyveket egy közkönyvtári vitacsoport tevékenységébe. Az egyes könyveket megbeszélő olvasási vitacsoportok mind népszerűbbek, és egyre nagyobb szerepet játszanak a nyilvános könyvtárak szolgáltatásai között Angliában és a világ más részein.

A kísérlet

Az eredeti elképzelés az volt, hogy személyi számítógépet fognak használni az olvasáshoz, mivel

az a könyvtárban is és otthon is hozzáférhető. Kiderült azonban, hogy az olvasókat nehéz lenne rábírni arra, hogy egy novellát a képernyő előtt ülve olvassanak el, különösen a könyvtárban. Így merült fel később a PDA mint megfelelő eszköz alkalmazása. Összesen 11 PDA-t tudtak a kísérletek rendelkezésére bocsátani.

A résztvevők

A Glasgow-ban működő 19 olvasócsoporthoz kettőt vonnak be ebbe a kísérletbe. A kiegyensúlyozottabb eredmények érdekében a két csoport adatait együttesen értékelték ki.

A Dennistoun olvasócsoporthoz 2004 áprilisában alakult, krimikre specializálódott, a tagok két könyvet olvastak el havonta. A címeiket megegyezés alapján választották ki arról a listáról, amelyet a csoportot szervező könyvtáros állított össze. A csoport esténként találkozott. Több volt közöttük a férfi, mint a város többi olvasócsoporthoz: összesen négy férfiből és hat nőből állt. Az első összejövetelen kapták meg a PDA-kat.

A *GoMA (Gallery of Modern Art)* csoport 2002. decemberében alakult. Ők különböző színvonalú kortárs irodalmat olvastak, szintén két könyvet havonta. Itt is a könyvtáros állította össze a választható irodalom listáját. Az összejöveteleket délidőben tartották, mivel a tagok azok közül rekrutálódtak, akik a munkahelyükről ilyenkor el tudnak menni a könyvtárba. Ez a csoport főleg nőkből állt: egy férfi és tizenegy nő jelent meg az első összejövetelen.

A folyamat

Egy-egy csoport-összejövetel előkészítése a következő lépésekből áll:

- A megfelelő címek letöltése személyi számítógépről PDA-ra (mind a két cím valamennyi eszközre).
- A résztvevők minden részletre kiterjedő eligazítása az elektronikus könyv PDA-n való elolvasására.
- Egy egyszerű weboldal beillesztése a két könyvcímre mutató linkkel. (Ez lehet PDF vagy egyszerű szövegfórmátum.)

Az első összejöveteleken a kísérlet fő elképzeléséről tájékoztatták a tagokat, akik nyilatkoztak arról, hogy elvállalják-e a részvételt vagy sem. A csoportok tagjai megkapták a PDA-kat: hatot a Dennistoun, és ötöt a GoMA csoport, így vala-

mennyi PDA-t kiosztották. Azok az érdeklődő csoporttagok, akiknek nem jutott PDA, személyi számítógépes verziót kaptak a megfelelő instrukciókkal együtt. A résztvevők ezek után kérdéseket tehettek föl.

Visszajelzés

A visszajelzés főként az EBONI projekt alapján kidolgozott kérdőíveken [8] történt, így az adatok összehasonlíthatók a korábbi tanulmányok adataival. A kérdőív három részre oszlik: személyes adatok, technikai háttér, visszajelzés az elektronikus könyvről.

Az első rész kérdései a nemre, életkorra és a munkára vonatkoztak, hogy megállapítható legyen a csoport összetétele. A második kérdéscsoport az egyének technikai felkészültségét mérte fel. A személyi számítógépre, a PDA használatára vonatkozó kérdések a válaszadó jártasságáról adtak információt. Érdeklődtek még a képernyőről való olvasással szerzett korábbi tapasztalatokról, a szövegszerkesztésben, weboldalak olvasásában, e-mailek írásában, elektronikus könyv olvasásában szerzett gyakorlottságról.

Az utolsó rész tíz arra vonatkozó kérdést tett fel, hogy a résztvevők mennyire voltak megelégedve a ténylegesen elolvasott e-könyvekkel. Azt is kérték a válaszadóktól, hogy írják le véleményüket az e-könyvekről olvasás előtt és olvasás után, és számoljanak be az olvasási és a navigációs nehézségeikről. Általános következtetések levonása is szerepelt a kérdések között, például, hogy a vártnál több vagy kevesebb nehézséget okozott az olvasás, s hogy tetszettek-e vagy sem a könyvek. Utolsó kérdésként arra válaszoltak a csoporttagok, hogy mennyiben hajlandók a későbbiekben is elektronikus könyvet olvasni.

A kérdőíven túlmenően sok információt nyertek a csoport-összejöveleken folytatott beszélgetések során is.

Az elolvasandó könyv kiválasztása

A pénzügyi korlátok és a szerzői jogi előírások miatt csak az interneten ingyenesen hozzáférhető könyvek jöhettek számításba. Miután az egyik csoport krimik olvasására szerveződött, a kutatók az ő számukra *Agatha Christie*-től a „The mysterious affair at Style: Poirot's first case” című könyvet választották. A másik csoport számára *Jane Austin* „Pride and prejudice” című könyvét

jelölték ki. Mind a két mű a www.blackmask.com oldalon állt rendelkezésre.

Az olvasók Sony Clie PEG-SJ22 típusú PDA-t használtak a kísérletben. A PEG-SJ22 a Palm OS szoftver 4.1 verziójával működött nagy felbontású (320x320 pixeles) színes képernyővel. Kicsi a súlya, 10,5 cm a magassága, 7,3 cm a szélessége és 1,7 cm a vastagsága.

Az *iSilo* nevű szoftvert használták, amely szabadon letölthető a gyártó cég honlapjáról (www.iSilo.com). Rugalmas dokumentumolvasó rendszer, amely jól illeszkedik a Palm OS-hoz, a zseb-számítógépekhez és a Windows-zal működő számítógépekhez. Kiválasztásának fő oka az volt, hogy nagy a szövegtömörítő képessége, így segítségével jól tárolható több és hosszabb dokumentum is, és jól lehet vele a szövegben navigálni.

Eredmények

A két csoport tizenegy résztvevőjéből ketten nem jelentek meg a második összejövetelen (mindkét csoportból egy-egy ember), és nem töltötték ki teljes egészében a kérdőívet. Így csak kilenc teljes kérdőív állt rendelkezésre. A kevés résztvevő miatt nem volt mód mély betekintésre, a kis minta alapján nem lehet komoly következtetéseket levonni a kísérletből, de lehetőség van arra, hogy a megfigyeléseket a kutatók megvitassák, és a hasonló kutatások irányát kijelöljék.

A résztvevők nagy része nő volt, ami megfelel a hasonló olvasócsoportok demográfiai összetételének. A csoporttagok életkora a 25–34 éves korosztálytól a 75 évesig szóródott.

A tagok többsége több helyen is hozzáférhetett a PC-khez. Legtöbbjük gyakorlott számítógép-használónak vallotta magát, csupán ketten mondták, hogy nem szoktak személyi számítógépet használni. Egyetlen kérdőíven szerepelt, hogy az illető használt már PDA-t, de ő sem rendszeresen. A számítógép-használati szokásokban nagy különbségek nem voltak, egyetlen kísérleti alanyról derült ki, hogy olvasott már elektronikus könyvként szépirodalmat. Az elektronikus könyvről általában igen keveset tudtak.

Szubjektív elégedettség

A válaszolók nagyobbik része csak a PDA-n olvasta el az elektronikus könyvet; egy személy vála-

szolta, hogy PC-t is használt. Viszont a résztvevők közül, aki kapott PDA-t, egy sem jelezte, hogy PC-t használt volna. Valamennyi résztvevő úgy nyilatkozott, hogy nehézséget okozott az elektronikus szöveg olvasása. A szövegben való navigálást viszont könnyűnek találták: hatan értékelték a navigálást az ötös skálán hármásra vagy magasabbra.

A kérdőív ötödik kérdése a szoftver súgójával foglalkozott. Általában az elektronikus könyv funkcionalitásával nem voltak túlságosan elégedettek. Arra a kérdésre, hogy a kezdeti elvárásokhoz képest mennyire találták nehéznek az olvasást, hárman válaszolták azt, hogy a vártnál kevésbé volt nehéz, ketten azt, hogy annyira, amennyire várták, négyen pedig sokkal nehezebbnek találták.

A kísérlet előtt a résztvevők nagyobbik része optimistán vélekedett a használat könnyűségéről. A kísérlet végére a csoport tagjai általánosságban könnyebbnek találták az olvasókészülék használatát a vártnál, átlagosan négyesre értékelték. A hozzáférhetőséget az átlagosnál jobbnak találták, öten értékelték hármásra vagy annál jobbra; csupán egy valakitől kapott kettést. A kísérlet végén a résztvevők a nyomtatott szöveget részesítették előnyben, az elektronikus könyvet kevésbé tartották vonzónak. Arra a kérdésre, hogy miképpen lehetne növelni az érdeklődést az elektronikus könyv iránt, két csoporttag válaszolta, hogy több időre volna szükség az e-könyvekhez való hozzászokáshoz. Ketten pedig úgy gondolták, hogy a kísérlet profitálna abból, ha több és többféle olvasmányból lehetne választani. Az utolsó kérdés az volt, hogy akarnának-e a későbbiekben elektronikus könyvet olvasni; a válaszok egészükben negatívak voltak.

A résztvevők megjegyzései

A kérdőív harmadik fejezetében a kutatók arra vártak választ, hogy szívesen olvassák vagy elutasítják-e, illetve mennyiben találják hasznosnak az elektronikus könyvet. A válaszolókat arra is bátorították, hogy tegyenek észrevételeket a kísérletben alkalmazott eszközökre. A legtöbb pozitív visszajelzés a PDA használatának kényelmességéről érkezett. Egy személy azt írta, hogy a PDA nagyon „könnyű”, ketten pedig azt, hogy „kicsi” és „kompakt”.

Másrészről viszont panaszolták, hogy a képernyő „ragyog”, a kép túlságosan kicsi, ami zavarja az olvashatóságot. Ezt a körülményt emelte ki a kilenc válaszoló közül öt. Hárman hangsúlyozták,

hogy a képernyő túl kicsi, ketten mondták, hogy a szöveg nem „tisza”, „szegényesen definiált”. Ketten állították, hogy az olvashatóság csökkent, amikor a lapozó (görgető) gyorsan mozgatta a szöveget. Ketten kiemelték a PDA hordozható voltát (nyaralás, utazás). A nyomtatott könyvet egészében előnyben részesítik az elektronikus könyvvel szemben.

Hasonló tanulmányok

Összefoglalva a két csoporttal végzett kísérlet tapasztalatait megállapítható, hogy érdemes mind a felsőoktatási, mind a közkönyvtárakban hasonló vizsgálatokat lefolytatni, PDA-k kölcsönzésével együtt. Két összehasonlítható projektet bonyolítottak már le Blackburnben. Bár ez a speciális eredményeket mutató két, viszonylag friss kísérlet nem kapott nagy publicitást, meglehetősen sikeresek voltak a szélesebb körű bevezetés előkészítése szempontjából is. Az eredményről *Dearnley* és *McKnight* [12], majd *Dearnley* és társai [10] számoltak be. A két tanulmány megegyezik abban, hogy az olvasás nagyon is személyes tevékenység, és még hosszú út vezet odáig, amíg a PDA-n megjelenő szépirodalom olvasását össze lehet vetni a nyomtatott könyv révén szerzett élményekkel.

A felsőoktatási szektorban inkább olvasnak PDA-ról. A *University of Virginia*n folytatott vizsgálat során [11] a hallgatók a tananyagot – amelynek szépirodalmi része is volt – kapták meg PDA-n. A visszajelzéseket a kutatók részben megfigyelés révén szerezték meg, részben interjúkat készítettek a hallgatókkal. Ezekből az derült ki, hogy rövid szöveget szívesen olvasnak PDA-n, de hosszú olvasmányokhoz a képernyőt kicsinek találják.

Waycott és *Kukulska-Hulme* [13] hasonló eredményekről számolt be. A hallgatók inkább kiegészítésként használták a PDA-t, nem más formátumok helyettesítésére. A képernyőről való olvasást általában alacsonyabb rendűnek minősítik, mint a papírról valót. Mindazonáltal a diákok a PDA-t hasznosnak tartották.

Következtetések

A kísérletnek két célja volt. Az egyik annak a megállapítása, hogy egy olvasói vitacsoport számára az elektronikus könyv megfelelő forma-e a szépirodalom olvasására, s ezért érdemes-e könyvtári hasznosítása. A másik, visszajelzést kapni egy

adott használói csoporttól az e-könyvek használhatóságáról, hogy hogyan tudja megbeszélni az olvasmányt az a csoport, amelyik elektronikus formában olvassa az adott szépirodalmi művet.

Abból indultak ki, hogy a résztvevők kezdetben egyértelműen a hagyományos könyvet részesítik előnyben. A csoport tagjainak érzelmi kötődésük volt a nyomtatott könyv iránt. A papíron olvasott könyv inkább megmozgatja a fantáziát, a memóriát, fölkelte az érdeklődést, élvezhetőbb.

A csoport tagjai nem számoltak be arról, hogy a szokatlan PDA használata különös nehézséget okozott volna nekik, holott csak egyetlen személy használta közülük korábban ezt az eszközt. Meglepetést okozott, hogy azok a csoporttagok, akik jobban ismerték az elektronikus technikát, nem érezték barátságosabbnak az elektronikus könyvet, mint a technikában járatanabb társaik. Mint-hogy azonban a résztvevők száma alacsony volt, nem lenne okos dolog messzemenő következtetést levonni ebből a tényből. Érdekes lehet egy lefolytatott vizsgálat olyan olvasókkal, akiknek már volt tapasztalatuk az elektronikus könyvek olvasásában felsőoktatási környezetben.

Nem valószínű, hogy a szépirodalom átlagolvasója különös jelentőséget tulajdonít a visszakeresésnek, kiemelésnek vagy annotációnak, amit az is igazol, hogy a résztvevők alig használták az elektronikus eszköz kiegészítő funkcióit, és nem is becsülték sokra ezeket.

Irodalom

- [1] GARROD, P.: Ebooks in UK libraries: where are we now? = *Ariadne*, 37. köt. 2003.
www.ariadne.ac.uk/issue37/garrod/
- [2] LONG, S. A.: The case for e-books: an introduction. = *New Library World*, 104. köt. 1184–1185. sz. 2003. p. 9–32.
- [3] ARDITO, S.: Electronic books: to 'E' or not to 'E'? that is the question. = *Searcher*, 8. köt. 4. sz. 2000. p. 28–29.
www.infotoday.com/searcher/apr00/ardito.htm

- [4] HAWKINS, D. T.: Electronic books: a major publishing revolution. = *Online*, 24. köt. 4. sz. 2000. p. 14–25.
- [5] MARCINKO, D. K.: Collecting the Ebook: a report on the ALCTS/CMD5 Collection Development Librarians of Academic Libraries Discussion Group. = *Library Collections, Acquisitions and Technical Services*, 24. köt. 2. sz. 2000. p. 303–304.
- [6] RAO, S. S.: Electronic books: a review and evaluation. = *Library Hi Tech*, 21. köt. 1. sz. 2003. p. 85–93.
- [7] LANDONI, Monica–WILSON, R.–GIBB, F.: From the visual book to the WEB book: the importance of design. = *The Electronic Library*, 18. köt. 6. sz. 2000. p. 407–419.
- [8] WILSON, R.–LANDONI, Monica–GIBB, F.: The WEB book experiments in electronic textbook design. = *Journal of Documentation*, 5. köt. 4. sz. 2003. p. 454–477.
- [9] BENNET, L.–LANDONI, Monica: E-books in academic libraries. = *The Electronic Library*, 23. köt. 1. sz. 2005. p. 9–16.
- [10] DEARNLEY, J. A.–McKNIGHT, C.–MORRIS, A.: Electronic book usage in public libraries: a study of user and staff reactions to a PDA-based collection. = *Journal of Librarianship and Information Science*, 36. köt. 4. sz. 2004. p. 175–182.
- [11] MARSHALL, C. C.–RUOTOLO, C.: Reading in the small: a study of reading on small form factor devices. = *Proceedings of the 2nd ACM/IEEE-CS Joint Conference on Digital Libraries*.
- [12] McKNIGHT, C.–DEARNLEY, J. A.: Electronic book use in a public library. = *Journal of Librarianship and Information Science*, 35. köt. 4. sz. 2003. p. 235–242.
- [13] WAYCOTT, J.–KUKULSKA-HULME, A.: Students' experiences with PDAs for reading course materials. = *Personal and Ubiquitous Computing*, 7. köt. 1. sz. 2003. p. 30–43.

/LANDONI, Monica–HANLON, Gillian: E-book reading groups: interacting with e-books in public libraries. = *The Electronic Library*, 25. köt. 5. sz. 2007. p. 599–612. www.emeraldinsight.com/0264-0473.html

(Wéber Katalin)

Az e-könyvek új fejezete

Az MP3 formátum már 1997-ben megjelent, széles körű elterjedése azonban csak az Apple iPod fejlesztését követően következett be. Az e-könyvek és az e-könyvolvasó készülékek már jó ideje is-

mertek, azonban egy új képernyő-technológia, amely az utóbbi 12 hónapban jelent meg, és a vonzó megjelenésű eszközök hasonló áttörést

hozhatnak az e-könyvek esetében, mint az iPod a zenében.

Az iRex iLiad elektronikus papírkijelzőt használ. Az Egyesült Államokban kifejlesztett elektronikus tintatechnológiát alkalmazza, szemben a korábbi kísérletekkel, amelyek LCD (Liquid Crystal Display = Folyékony Kristálykijelző) technológián alapultak, amit a laptopoknál hosszú távon fárasztó volt olvasni, és napfényben nem lehetett jól látni a képernyőt. Jelenleg az elektronikus papírtechnológia áll a legközelebb a valódi papírhoz. Az elektronikus tinta több millió fekete és fehér kapszulát használ, amelyek szavakat jelenítenek meg a képernyőn. A képernyő 250 milliszekundum alatt töltődik újra. A készülékkel a legkülönbözőbb dokumentumformátumok olvashatók. Az iLiad 30 könyv és egy hónapnyi újság anyagát képes tárolni a 128 MB-os belső memóriájában.

Az elektronikus papír nem fárasztja a szemet olvasáskor, és bármilyen fényviszony mellett jól látható. A képernyő alján lévő ikonok segítenek beállítani a szövegméretet és bezárni az oldalt. Kikapcsoláskor a készülék automatikusan megjelöli azt az oldalt, amelynél abbahagytuk az olvasást. A könyvektől a hírekhez vagy más dokumentumokhoz a képernyő alján lévő négy gombbal lehet eljutni. Egy stylus (elektronikus ceruza) segít az

írásban és az oldalak közötti navigálásban. Ezek az eszközök azt az érzetet keltik, hogy az iLiad sokkal inkább üzleti eszköz, mint csupán mutató szerkezet.

Az üzleti célú alkalmazáshoz USB csatlakozó és Flash memóriaegység van beépítve, a vezeték nélküli internet pedig fejlesztés alatt áll. Az eszköz közvetlenül csatlakoztatható a nyomtatóhoz. A nagy információigényű szakmák körében (mérnökök, jogászok, orvosok és tudományos kutatók) a nagyszámú cím tárolására képes iLiad forradalmasíthatja a használatot, és ezzel a tudományos publikációk piacát.

Az e-könyvolvasók új generációja kisebb hangsúlyt helyez a tapintható tárgyakra, ahogy a zene fogyasztói is egyre kevésbé érdeklődnek a hanglemezek vagy a CD-k iránt. A felhasználóknak csak a tartalomra van szükségük, függetlenül attól, hogy az blogokról, vagy a MySpace-ről származik. A zene területén az MP3 már elérte ezt a szintet, az iLiad ehhez hasonló megoldást képvisel.

/CHILLINGWORTH, Mark: E-book's new chapter. = Information World Review, 233. sz. 2007. március, p. 22–24./

(Tóth Máté)

Dokumentumszolgáltatás a bibliometriai elemzés szolgálatában: a subito

Mi is az a subito?

A *subito* már több ország 33 könyvtárának szoros együttműködésén alapuló *online* dokumentumszolgáltatás, amelynek keretében folyóiratokat, folyóiratcikkeket juttatnak el valamilyen módon (postán, faxon, elektronikus levélben, aktív vagy passzív fájlátvitellel, – s *horribile dictu* – személyesen átadva) az olvasóknak. E szolgáltatás keretében könyveket is lehet kölcsönözni. Az olvasók összesen mintegy 750 ezer dokumentumból kérhetnek cikkeket, könyvrészleteket ezen elektronikus szolgáltatás keretében. (A *subito* olasz szó, jelentése: azonnal, rögtön, tehát a névválasztás aligha lehet véletlen. A ref.)

Híres és óriási gyűjteménnyel rendelkező német könyvtárak mellett (mint pl. a *Bajor Állami Könyvtár*, a *Berlini Állami Könyvtár*, a Hannoverben működő *Tudomány és Technológiai Nemzeti Könyvtár*, a *TIB Hannover*) olyan nagyobb külföldi könyvtárak vesznek benne részt, mint az *Osztrák Központi Fizikai Könyvtár*, vagy a Zürichben működő *Svájci Szövetségi Technológiai Intézet Könyvtára*. A *subito* szolgáltatás eredetileg a német *Oktatási és Kutatási Minisztérium* kezdeményezésére alakult meg a szakirodalmi szolgáltatás színvonalának és hatékonyságának emelésére, s mára Európa egyik legnagyobb dokumentumszolgáltatójává nőtte ki magát.

Az olvasókat, felhasználókat öt nagyobb csoportra osztották:

- diákok, kutatók, egyetemi oktatók és munkatársak, kutatóintézetek dolgozói: ők a „tudomány” képviselői;
- kereskedelmi, üzleti felhasználók (vállalatok és a magánszektor képviselői);
- egyéni megrendelők;
- könyvtárak és közintézmények könyvtárai;
- könyvtárak és közintézmények könyvtárai a nem német nyelvű országokból.

Ha az olvasó meg akar rendelni egy folyóiratcikket, először a *subito ZDB*-ben, a subito időszaki kiadványainak adatbázisában keres. Ezután megkapja azon könyvtárak listáját, amelyeknél megvan a kiadvány. A könyvtár kiválasztását segíti, hogy a választható könyvtárak jegyzéke rendezhető a szolgáltatás teljesítésének átlagos gyorsasága szerint. A megrendelést követően az olvasó bármikor folyamatosan és *online* tájékozódhat kérésének aktuális állapotáról.

Mire jó mindez?

A szakfolyóiratok megrendelése egyre nyomasztóbb terhet ró a folyamatosan csökkenő költségvetésből gazdálkodó szakkönyvtárakra, s ez mindennél serkentően hat a könyvtárközi együttműködésre, valamint a folyóiratcikkek iránti egyedi igények szakszerű kielégítésére (figyelembe véve, természetesen, a szerzői és kiadói jogokat, valamint ennek következményeit a szolgáltatások árainak kialakításában!).

Korábban sokszor vizsgálták az idézettségi mutatókat abból a célból, hogy megállapítsák a folyóiratok kihasználtságát. Létezik erre egy másik – eddig viszonylag kevésbé kihasznált lehetőség –, a dokumentumszolgáltatókhoz leadott folyóiratcikk-megrendelések elemzése. Ilyen vizsgálatok már 1990-ben folytak a *British Library Document Supply Center*-ben.[1] E vizsgálatnak akkor az volt az elsődleges célja, hogy megállapítsák: a különböző dokumentumok iránti könyvtárközi kérések mennyire szolgálhatják a tudománypolitikai döntéshozatalt.

A szerzők több hasonló – köztük saját – kutatást is megemlítenek, ezek mindegyike meglehetősen specifikus: vagy konkrét szakterületet (pl. gyógyszerészeti folyóiratok, fizika), vagy konkrét földrajzi területet fednek le (USA Illinois Consortium Libraries; Törökország).

• A vizsgálat főbb kérdései

- Igaz-e az, hogy a legtöbb folyóiratcikk-megrendelés igen kevés folyóiraatra korlátozódik? Igaz-e az, hogy e folyóiratokat kisszámú kiadó adja ki?
- Melyek a leginkább keresett folyóiratok? Melyek a legkeresettebb tudományterületek?
- Van-e kapcsolat a folyóiratok iránti igény (folyóiratcikk-megrendelések száma) és a folyóiratok idézettsége között?
- Van-e hasonlóság a tudományos és az üzleti szféra igényei között?
- Van-e különbség a megrendelt cikkek és az idézett cikkek megjelenési ideje között? Van-e különbség e tekintetben a különböző felhasználói csoportok között?
- A subito keretében megrendelt folyóiratoknak valóban magasabb-e az előfizetési díja?

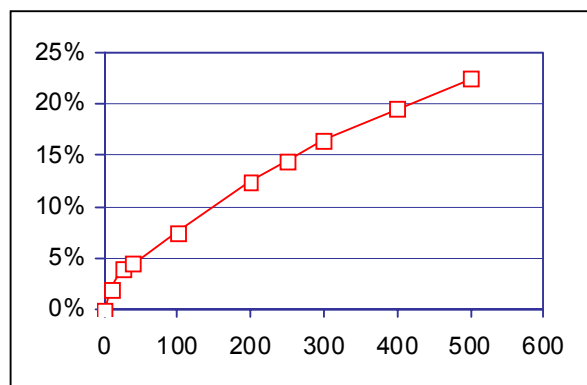
Módszertan

A tanulmány fő adatforrását a folyóiratcikk-megrendelések alkotják. A subito megadta az 500 legkeresettebb folyóirat aggregált (minden tagkönyvtárára vonatkozó összesített) adatait a 2003. évről. A 33 tagkönyvtár közül egy, az *Oszták Központi Fizikai Könyvtár* a szerzők rendelkezésére bocsátotta a megrendelések minden részadatát is egy lefolytatandó mélyelemzés céljára. Ez tette lehetővé az olvasói csoportok szerinti elemzést, valamint a megrendelt cikkek megjelenési idejének elemzését. Az idézettségi gyakoriságokat és a tudományterületi eloszlást a 2003. évi *Journal Citation Reports* alapján állapították meg. A szerzők fontosnak tartották megjegyezni, hogy a subito olyan, együttműködésen alapuló dokumentumszolgáltatás, amely elsősorban a német nyelvű országokat szolgálja ki.

Eredmények

A szolgáltatott cikkek, ezek kiadóinak és országainak eloszlása

Már kevés számú folyóirat kielégíti a folyóiratcikkek iránti igény jelentős részét. A 750 ezer egyedi címből, amelyekkel a subito tagkönyvtárai összességükben rendelkeznek, mindössze 500 felel a megrendelt folyóiratcikkek több mint 22%-áért (1. ábra).



1. ábra **Bizonyos számú folyóiratból szolgáltatott cikkek aránya**

Egy másik szerzőpáros, *Tonta és Ünal* [2] úgy találta, hogy 168 folyóiratcímből ki lehetett elégíteni a 91 314 folyóiratcikk-igény egyharmadát, s a meglévő folyóiratok túlnyomó többségét ritkán használták, ha egyáltalán használták. Más kutatók hasonló eredményre jutottak.

A kiadók szerinti eloszlás nem annyira koncentrált, mint várnánk: a subito keretében leggyakrabban igényelt 500 folyóirat felét társaságok, egyesületek és más magánkiadók adják ki.

Az országok szerinti eloszlás viszont nagyon egyenlőtlen az angol nyelvű országok javára: a subito keretében leggyakrabban igényelt 500 folyóirat 80%-át angol nyelvű országban adják ki; megjegyzendő, hogy Hollandia e tekintetben kimagasló eredményét az *Elsevier* kiadó székhelyeként érte el (14%).

A leggyakrabban kért folyóiratok, és szakterületi eloszlásuk

Bár a subito elsősorban német nyelvű országokat szolgál ki, a leggyakrabban kért 50 folyóirat mind-egyike angol nyelvű; ezek: *Annals of the New York Academy of Sciences*, *The Lancet*, *The Journal of the American Medical Association*.

A tudományterületi eloszlást tekintve a leggyakrabban igényelt folyóiratok a természettudományok, szorosabban véve az élettudományok területéről valók. *Tonta és Ünal* törökországi eredményei szerint a bio-orvostudományok igényelt folyóiratai a 168 ún. alapfolyóirat háromnegyedét teszik ki. A folyóiratok mellett az egyedi folyóiratcikkek iránti igények is a természettudományok iránti jelentős többletkeresletet mutatják.

Folyóiratigény – idézettségi gyakoriság

A kutatás a subito 100 leggyakrabban igényelt és az SCI JCR leggyakrabban idézett 100 folyóiratcímét hasonlította össze. Ha mindkét lista öt leggyakoribb elemét összehasonlítjuk, csak egyetlen egy közöset találunk: ez a *Nature* c. folyóirat. Ha a tíz leggyakoribbat vetjük össze a két listában, akkor még három közöset találunk: *The New England Journal of Medicine*; *Science*; *Proceedings of the National Academy of Sciences of the USA*. A 100 leggyakoribb folyóiratot tükröző két lista mindössze 38 közös elemet tartalmaz.

A szerzők által bemutatott *Pearson*-féle korrelációs együttható is azt mutatja, hogy gyenge korreláció áll fenn a folyóiratok iránti igény és a folyóiratok idézettségi mutatói között. *Tonta és Ünal* eredményei szerint a törökországi kutatások alapján kimunkált korrelációs mutatók még gyengébbek. Mindez arra utal, hogy *csakis a helyben elvégzett szakszerű vizsgálatoknak van gyakorlati értéke bármely könyvtár számára*: nem következtethetünk közvetlenül és megalapozottan a más nyelv, más szakterület, más ország, más olvasói kör szerinti vizsgálatokból saját nyelvünkre, szakterületünkre, országunkra, olvasói körünk szokásaira.*

A megrendelt folyóiratcikkek és az idézettségek kor szerinti összefüggései

A folyóiratcikk-megrendelések általában a legfrissebb szakirodalomra vonatkoznak. Így például a 2002-es folyóiratcikk-megrendelések 12%-a ugyanarra az évre vonatkozott, 11%-a pedig az előző évre. Eszerint az olvasók, ha intézményükben nincs meg az általuk igényelt folyóirat, szinte azonnal megrendelik az őket érdeklő cikkeket.

* Csak megemlíthetjük, hogy egy olyan országban, mint hazánk, ahol a népesség egyötöde a fővárosban él, a tudomány és technika jelentős mértékben a fővárosra koncentrálódik. Az Európában kevésbé ismert magyar nyelv, az olvasók társadalmi rétegződése, a könyvtár elhelyezése (fővárosi vagy vidéki nagykönyvtár, egyetemi campus), a (szak)könyvtár gyűjtőköre szintén számításba vehető, s ezek a tényezők mind külön-külön is jelentősen befolyásolhatják az említett korrelációs együttható számított értékét. Arról nem is beszélve, hogy a magyar kiadású (hát még a magyar nyelvű!) folyóiratok idézettségi mutatója még az akadémiai tudományos folyóiratok esetében sem teljes körű (A ref.).

Ugyanez a frissesség nem vonatkozik az idézettségre, amit a folyóiratok megjelenési késése, és az előállítási folyamat (szerkesztés, lektoráltatás időigénye) hátráltat. Következésképpen alig valószínű, hogy egy folyóiratban ugyanarra az évre vonatkozó cikket idéznek.

A szerzők kidolgoztak egy megrendelési életciklus-mutatót, amit úgy számítanak ki, hogy a megfigyelt évtől számítva visszafelé hány év figyelembe vétele szükséges ahhoz, hogy az összes megrendelés 50%-át fedezze (vagyis ez a megrendelések évek szerinti rendezettségének mediánja). Megállapították, hogy a vizsgált osztrák szakkönyvtárban véletlenül kiválasztott fizikai tárgyú szakfolyóiratokra a megrendelési életciklus jóval kisebb, mint az idézettségi életciklus.

A használók szerinti csoportosítás azt mutatta, hogy az üzleti felhasználók rendszerint frissebb anyagokat kívánnak beszerezni, mint a tudományos érdeklődésűek. Ez arra utalhat, hogy a kutatók inkább elkötelezettek az alap kutatások iránt, ahol a cikkek elévülése nem annyira gyors.

Folyóiratigény – előfizetési díj

Azt gondolnánk, hogy azok a könyvtárak, amelyek nem tudnak előfizetni a drágább szakfolyóiratokra, szükség esetén a subito által is nyújtott szolgáltatások felé fordulnak. Ez a vélekedés a subito-tól leggyakrabban igényelt 50 szakfolyóiraatra nem igaz, legalábbis így volt 2003-ban. Ugyanakkor beigazolódtott, hogy az előfizetési díj jelentős mértékben attól függ, hogy az adott kiadó magáncég (átlagos előfizetői díjuk egy folyóiraatra 2741 USD), vagy egyesület, társaság, oktatási intézmény (átlagos előfizetői díjuk 1193 USD). Még inkább igaz ez az árkülönbség az egyes cikkekre. A magánkiadók egy folyóiratcikkre átlagosan négyszer annyit (4,4 USD) számítanak fel, mint a közhasznú szervezetek (1,1 USD).

Nincs új a Nap alatt – A referáló néhány nyelvészeti megjegyzése

Szeretnénk aláhúzni a szerzők azon megállapítását, hogy százalékos arányban nagyon kevés folyóirat szolgáltatja a legtöbb igényelt (kiadott) folyóiratcikket (1. táblázat), ugyanakkor jelentős mennyiségű folyóirat csak alig járul hozzá a folyóiratcikk-szolgáltatás eredményességéhez.

1. táblázat

A folyóiratcímek és a cikkek aránya

A folyóiratcímek száma	A szolgáltatott cikkek aránya %
1	0,2
10	1,4
25	2,8
50	4,6
100	7,7
200	12,5
300	16,2
400	19,3
500	22,1

Forrás: a subito 2003. évi adatai.

Ez hasonlatos ahhoz, amit konkrét szövegminták szógyakorisági vizsgálataiban is tapasztalhatunk, bármilyen nyelvről legyen is szó: igen kevés különböző szövegszó (akár szóalak, akár lexéma, a nyelvészeti pontosítástól itt most eltekinthetünk) a szövegek jelentős százalékát fedi. Így például a leggyakoribb 115 magyar lexéma (szótári szó) a szépirodalmi szövegek több mint 40%-át lefedi (2. táblázat).

2. táblázat

Szótári szavak szövegfedési aránya

Az első x darab szótári szó (lexéma)	Szövegfedése százalékban
1	10,93
5	16,62
10	20,37
20	25,38
30	28,52
40	30,83
50	32,65
100	38,86
115	40,16

Forrás: A mai magyar széppróza gyakorisági szótára. Szerk.: Füredi M.–Kelemen J.

Különösebb matematikai vizsgálatokat még nem végeztünk, de a tendencia vélhetően a Zipf-törvénnyel leírható. Ez a gyakoriság szerint sorba rendezett elemek sorszáma (ún. rangja) és gyakorisága között állít fel egyfajta matematikai összefüggést. Bár ezt a kapcsolatot sokan vitatták, módosították (*Gustav Herdan*, *Charles Muller*), a listák nem legelső és nem legutolsó elemeire bizonyos összefüggés mégis fennáll. Az összefüggést leíró görbe általános paraméterei változnak a kö-

rülményeknek megfelelően, következőképp a görbe meredeksége is.

A nyelvészeti alkalmazásban a görbe paramétereit a szövegminta hossza, stílusa, műfaja határozza meg, a könyvtári alkalmazásban ezek a jellemzők a nyelv, könyvtártípus, szakterület szerint módosulnak.

Irodalom

- 1 BARDEN, P.: Interlibrary loan demand as a science policy indicator. = Interlending and Document Supply, 18. köt. 4. sz. 1990. p. 123–127.

- 2 TONTA, Y.–ÜNAL, Y.: Scatter of journals and literature obsolescence reflected in document delivery requests. = Journal of the American Society for Information Science and Technology, 56. köt. 1. sz. 2005. p. 84–94.

/SCHLOEGL, Christian–GORRAIZ, Juan: Document delivery as a source for bibliometric analysis: the case of Subito. = Journal of Information Science, 32. köt. 3. sz. 2006. p. 223–237./

(Füredi Mihály)

Még mindig kevés magyar internetezik

Fél év alatt 5 százalékpontot nöött a 15-69 éves hazai lakosságon belül az internetezők aránya, így 2008 első félévében 46%-os az internetpenetráció – több mint 3,4 millióan kapcsolódnak legalább havi rendszerességgel a világhálóra, a legalább hetente internetezők aránya pedig 42%.

Az NRC és a TNS közös kutatása szerint persze az internetet ennél többen próbálták már ki, ugyanakkor a lakosság közel feléről még mindig elmondható, hogy gyakorlatilag semmilyen személyes tapasztalatuk nincs az internettel, illetve az ott található tartalmakkal, szolgáltatásokkal kapcsolatban. Bár az utóbbi években – néhány kisebb megtorpanástól eltekintve – dinamikus növekedést figyelhettünk meg az internet használok számában, a szervezetek közleménye szerint a jelenlegi 46%-os penetrációs szint nemzetközi viszonylatban még mindig alacsonynak mondható, és nemcsak az USA vagy a skandináv országok kiemelkedően magas penetrációs szintjéhez képest, hanem az EU 60% körüli átlagához, és néhány szomszédos ország adatához viszonyítva is.

Az internet még mindig fiatalos médiumnak számít, amit jelez, hogy míg a 15-24 évesek 80%-a rendszeresen internetezik, addig a 25-34 éveseknek már csak 60%-a, az 50 felettek körében pedig az átlagnál lényegesen alacsonyabb, mindössze 16%-os a penetráció.

Budapesten az internetezők aránya jelentősen meghaladja az országos szintet: a fővárosban 66%-os a mért penetrációs szint, ugyanakkor a kisebb városokban, illetve a községekben az átlagnál alacsonyabb az internetezők aránya. Ráadásul 2007 második félévében a községek penetrációjában csak 2%-pontos növekedést figyelhettünk meg, ami tovább növelte a legkisebb településeken élők leszakadását a budapestiekhez képest. A 15-69 éves internetezők 70%-a szokott otthonában internetezni, ami azt jelenti, hogy a teljes populáció 32%-a használja otthonról az internetet. Ennél valamivel többen – 36%-nyian - rendelkeznek otthoni internet-hozzáféréssel, de nem mindenki él a lehetőséggel.

2007 második félévében az otthoni internettel rendelkezők 86%-a valamilyen szélessávú hozzáférést használ. 2007 második félévében figyelhettük meg először, hogy a kábeltéves internet-hozzáféréssel rendelkezők aránya meghaladta az ADSL-lel rendelkezőkét. 2008 első félévében tovább csökkent az ADSL részaránya: az otthoni internettel rendelkezők 35%-a használ ADSL-t, 43%-a kábeltéves elérést. Bár nem annyira látványos a növekedés, mégis érdemes kiemelni, hogy az első félévhez képest egyre több háztartásban választják a mobiltelefonon keresztüli internet-hozzáférést: az otthoni hozzáféréssel rendelkezők körében már eléri a 4%-ot azok aránya, akik elsődlegesen mobilinterneten keresztül kapcsolódnak otthonukban a világhálóra (a mobilinternetet kiegészítő technológiaként használók aránya ennél természetesen magasabb).

/SG.hu Hírlevél, 2008. szeptember 18./

(Sz. P.)