

Приоритети и взаимоотношения в сферата на информационното обслужване

Пол Г. Зурковски

Президент, Асоциация на информационната индустрия, Вашингтон, ОК, САЩ

[с. i* – заглавна]

Национална комисия за библиотеките и информационното обслужване

Национална програма за библиотеките и информационното обслужване

Свързана статия

Номер пет

Приоритети и взаимоотношения в сферата на информационното обслужване

Пол Г. Зурковски

Президент, Асоциация на информационната индустрия

Настоящата статия (1) представя множество категории информационни ресурси от частния сектор; (2) разглежда категории отношения между индустрията и библиотеките с традиционен характер; (3) посочва примери за ситуации, в които традиционните роли на библиотеките и информационните дейности в частния сектор се препокриват и (4) предлага приоритети в прилагането на Национална програма за подпомагане на установяването и поддържането на поддържащите се взаимно функции на индустрията и библиотеките.

Ноември 1974 г.

Изразените твърдения принадлежат на автора и не е задължително да отразяват позицията или политиките на Национална комисия за библиотеките и информационното обслужване. Макар да са свързани с Националната програма на Комисията, докладите в тази поредица не представляват неделима част от нейната документация.

[с. ii] *Съдържание*

I. Въведение. Целта: постигане на информационна грамотност (с. 1)

 Фигура 1: Дейности за информационно публикуване (с. 3)

 Фигура 2: Дейности за традиционно публикуване (с. 4)

 Фигура 3: Население на САЩ – информационна грамотност (с. 7)

II. Информационни ресурси в частния сектор (с. 8)

 А. Информационни банки (с. 8)

 Б. Доставчици на информационни банки (с. 10)

 В. Издатели (с. 12)

 Г. Вторични информационни продукти (с. 15)

 Д. Оценка на информацията (с. 17)

III. Традиционни отношения библиотеки–индустрия (с. 18)

IV. Преходни отношения библиотеки–индустрия (с. 19)

 Фигура 4: Цикли на публикуване и употреба (с. 20)

V. Въпроси по политиките

* В оригиналния документ липсва пагинация на първите две страници (заглавна и съдържание).

Пагинацията започва с Въведението. За да се избегне объркване, редакторът е използвал римски цифри, за да номерира първите две страници – бел. ред.

А. Системата за свобода на словото като основа за сферата на информационно обслужване (с. 24)

Б. Държавни услуги (с. 26)

В. Образование (с. 27)

[с. 1]

I. Въведение

Целта: Постигане на информационна грамотност

Информацията не е знание; тя е сбор от концепции и идеи, които проникват в човешкото съзнание, биват оценени и усвоени, подсилвайки промяната във възприятието на индивида за реалността и/или способността му за действие. Също както красотата е субективна за наблюдаващия, така и информацията зависи от ума на потребителя.

Всеки път, когато достъпната информация надхвърля способността ни да я оценим, ние чувстваме нейното свръхизобилие. Това състояние днес е универсално по три причини:

1. процедурите, които хората използват за търсене на информация, се различават във времето и по целите си;
2. разнообразието от входове за достъп и източници нараства в отговор на калейдоскопичния подход, който потребителите използват в задоволяването на информационните си нужди. Те са слабо разбрани и извънредно непълноценно използвани;
3. все повече и повече събития и творения, продукт на човешкото съществуване, се третират с информационни еквиваленти, което налага превъзпитаване на цяло поколение.

Инфраструктурата, която поддържа средата на нашите информационни услуги, превъзхожда традиционните библиотеки, издатели и училища. Тя обхваща цялост от ясно формулирани материални средства¹, официални и неофициални, за да предава концепции и идеи.

[с. 2] От дейностите, свързани с електронно публикуване, независимо дали са финансирани от обществения, или от частния сектор², могат да бъдат открити тези, посветени на предвиждане на информационни интереси, пресяване на информационното изобилие и насочване на идеи и концепции към определени области на възприятие чрез ценово ефективни и полезни комуникационни медии.

¹ Включително, но без да се ограничават до телефон, телевизия, радио, човешки глас и действие, вестници, списания, книги, романи, филми, театрални постановки, графити, брошури, карти, обиколки, аудио записи, школи, продажби „от врата на врата“, директна реклама по пощата, компютърни бази от данни, новинарски бюлетени, колекции от микроформи, магазинни регали за книги и списания, официални брошури, книжарници, библиотеки, политически кампании, църкви, клубове, сателитни комуникации, кабелна телевизия, други широколентови комуникации [възможност за бързо и едновременно пренасяна на множество канали, преносителят не е от значение – коаксиален кабел, оптичен кабел, безжична връзка и пр., бел прев.], тържествени приеми, местни известители, кореспондентски комитети, раздавачи на брошури, музеи, изложби и т.н. *Все пак най-важното е, че инфраструктурата също така включва както всички човешки умения, необходими за функционирането на тези материални средства, така и широк спектър икономически структури, на които разчита дългосрочната им жизнеспособност.*

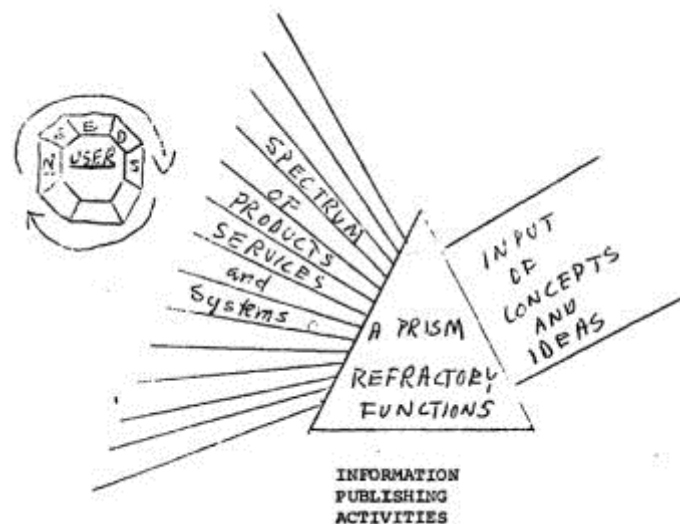
² Асоциацията на информационната индустрия е създадена през 1968 г. и днес нейни членове са над 70 компании. По своя устав Асоциацията е достъпна само за търговски учреждения, но функциите на индустрията засягат също дружества с нестопанска цел, както и правителствени организации. Вж. още Encyclopedia of Library and Information Science. New York, NY: Dekker, 1974, vol. 2, p. 483 и сл.

Такава информационно-издателска дейност може да се разглежда като призма. Тя събира „светлината“ – идеи и концепции – и я пречупва по най-разнообразни начини (редактиране, преработване, отпечатване, микрофилмиране, кодиране, подреждане и пр.). Тя създава спектър от информационни продукти, услуги и системи, предназначени да откликнат на калейдоскопичните нужди на полето от потребители, на което е предназначено да обслужи. Всеки самостоятелен потребител е многостранен и в различно време показва пред информационните източници различни нужди с различни цели.

*Предвиждането на тези променливи нужди и събирането на концепции и идеи, които да им отговорят, е бързо еволюираща икономическа дейност** (вж. фиг. 1). Това положение се различава значително от традиционното публикуване по начини, които ще бъдат разгледани по-късно (вж. фиг. 2).

Фигура 1 демонстрира, че информационно-публикационните дейности *събират данни*, касаещи определена тема, поле или пазар, *създават информация* [изречението свършва тук, няма точка].

[с. 3]



Фиг. 1 [с. 3]

Те включват:

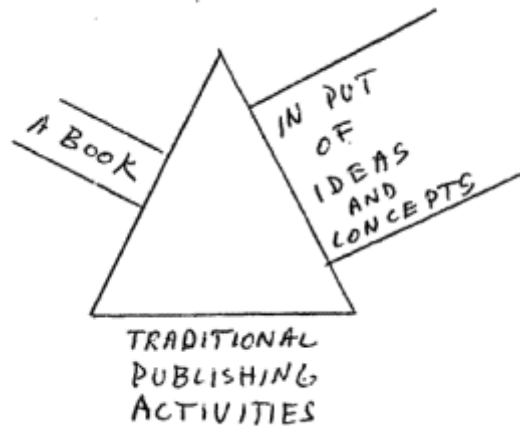
А. *Информационно поколение*: 1. автентично авторство или текст (например New York Times); 2. сборници (например Dunn and Bradstreet, R. R. Bowker); 3. привличане на автори (например Alfred Knopf); 4. каталогизиране, анотиране и индексирание (например всеки издател на „вторични услуги“ като Congressional Information Service или H. W. Wilson).

Б. *Информационно публикуване*: 1. редактиране (всички, изброени по-горе); 2. форматиране за първа публикация (всички, изброени по-горе); 3. форматиране за повторна публикация в друга форма (например библиотеката от микрофиши при Congressional Information Service, ръководство на читателя на Bantam Books, онлайн системата на Lockheed); 4. разпространение (например Richard Abel; Lockheed; McNaughton Library Service); 5. реклама, маркетинг и обучение (всички, изброени по-горе).

* Много пасажи в оригиналния текст са подчертани. Тук подчертаните пасажи са дадени в курсив (бел. ред.).

В. *Технологично приложение* (хардуер): може да се приложи при изпълнението на всяка от посочените по-горе функции; то включва диктуващи устройства, камери и четци за микрофилми, компютърни системи за микровълново предаване, печатарски машини, компютърни хранилища и средства за обработката им[,] оптично разпознаване на знаци и пр.

[с. 4]



Фиг. 2 [с. 4]

Традиционните издатели приемат всяка книга като самостоятелна икономическа единица. Успехът на издателя се изразява в това печелившите книги в продукцията му да преобладават. В традиционното публикуване взаимосвързаните, паралелни дялове на спектъра от продукти и услуги, които могат да произлязат от влагането на идеи и концепции, могат и да бъдат, и да не бъдат разпознати, да бъдат и да не бъдат предложени на пазара.

[с. 5]

[Липсва ред] (продукти, услуги и системи, които могат да информират) *и съсредоточават тази информация* върху очакваните потребителски нужди. Всички те са много трудоемки, строго интелектуални, скъпи, рисковани дейности, изискващи голяма инвестиция. Техният успех се измерва по обратната връзка, получена от потребителите.

В жизненоважния пазар на идеи информационното публикуване трябва да се радва не само на правото на успех, но също и на правото на провал.

На конкурентния пазар на идеи мярка за успех е доказването на дадено предприятие като печелившо. Бракът между мотивацията за печалба и разпространението на информация е най-значимото развитие в информационната сфера откакто Карнеги започна да осигурява издръжка на библиотеки, за да стане информацията в книгите и научните списания достъпна за по-широка публика.

Тъй като никой не може да притежава монопол върху идеите и концепциите (авторските права дават ограничени привилегии за конкретна изява на идеи и концепции) *конкуренцията е от съществено значение* при разпознаването им с висока степен на релевантност по отношение на конкретен пазар или група от потребители и приваждането им в сферата на възприятие на този пазар. Предприятието ще процъфтява и ще носи печалба, ако са взети правилните решения, що се отнася до (а) разпознаване на идеи и концепции, (б) тяхното документиране или натрупване, (в) целевата група потребители и (г) ценообразуване. *Ако ли не, следва провал.*

„Точно защото бизнесът може да донесе печалба, той трябва да управлява риска от загуба. Най-солидният аргумент за „частно предприятие“ не е възможността за печалба. Най-солидният аргумент е възможността за загуба. Именно заради нея бизнесът е най-приспособимата и гъвкавата институция около нас. Само той има ясен, макар и ограничен, тест на представянето. Само той има точен критерий“³.

[с. 6]

В правителствения сектор не съществува такъв критерий. Информационните дейности се спонсорират като ценност за обществото. Това е по-общ стандарт и още един субект на законите на инерцията.

„Може да се докаже, че някоя стара болница е в действителност нужна на общността или че един ден ще бъде отново необходима. Може да се докаже, че и най-бедният университет е по-добър от липсата на такъв. Възпитаниците и общността винаги имат „моралния дълг“ да спасят „добрия стар университет“.

За сметка на това потребителят не е сантиментален. Той не се трогва, ако му бъде казано, че има дълг да купи продукта на определена компания, защото тя е на пазара отдавна. Потребителят винаги пита: „Как ще ми служи този продукт утре?“ Ако отговорът е „Никак“, той ще наблюдава изчезването на неговия производител без капка съжаление“⁴. Следователно за потребителят съществува определен критерий. *Информацията има стойност, правопропорционална на контрола, който му осигурява, върху това кой е и кой може да бъде.*

Потребителят е готов да плати за услуги, които подсилват неговия контрол. Не всеки възприема това като мярка за стойността на информацията. Много са хората, наясно с нуждата от информация, които все още смятат, че тя също като въздуха е свободно богатство.

Хората, обучени в прилагането на информационни ресурси в своята работа, могат да бъдат наречени информационно грамотни. Те имат знания и умения за използване на широка гама от информационни инструменти, както и първични източници, които да употребяват за решения на своите проблеми.

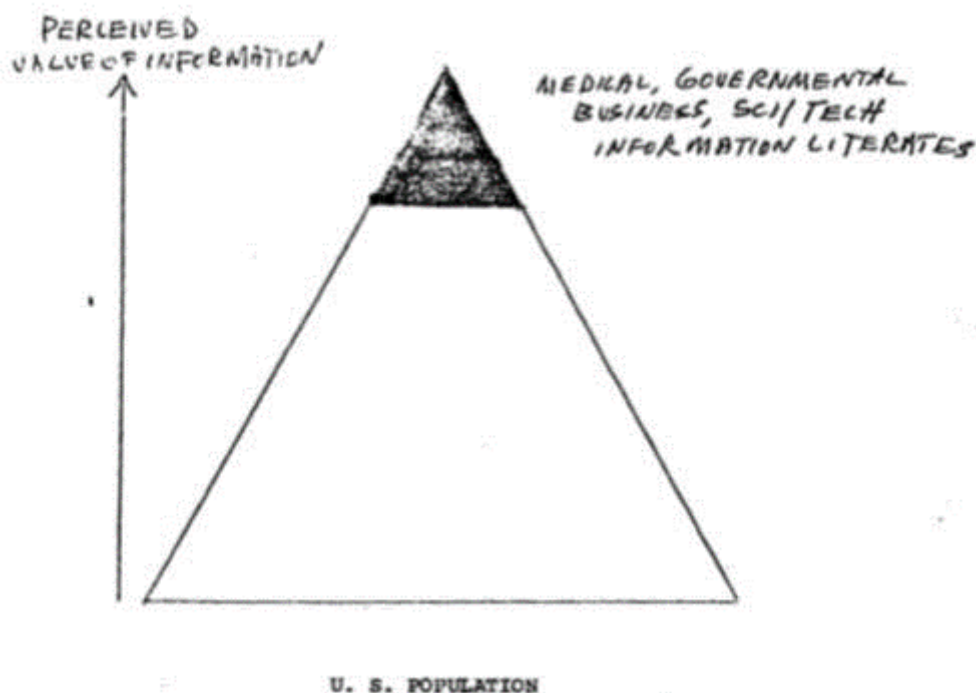
Индивидите от останалата част от населението, макар да са грамотни в традиционния смисъл, т.е. да могат да четат и пишат, нямат критерии за стойността на информацията, неспособни са да пригаждат информацията към своите нужди и реално трябва да се смятат за информационно неграмотни.

Фигура 3 представя относително малкия процент хора, които са постигнали определена степен на информационна грамотност.

³ Drucker, Peter F. Age of Discontinuity. New York, NY: Harper & Row, 1969, p. 237 и сл.

⁴ Пак там.

[с. 7]



Фиг. 3 [с. 7]

Докато населението на САЩ днес е почти 100% грамотно, едва малка част – вероятно една шеста, може да бъде категоризирана като информационно грамотна.

[с. 8]

Работата на Комисията за библиотеките и информационното обслужване трябва да бъде видяна в условията на постигане на пълна национална информационна грамотност. Настоящото изложение цели:

1. да представи показатели за широкия спектър услуги, които вече се предлагат от неправителствени, небиблиотечни бизнес форми;
2. да изведе въпросите, свързани с политиките, които трябва да се разрешат, за да се подсили плуралистичната структура на информационната икономика, която вече съществува, с цел да се постигне информационна грамотност на цялото население, и
3. да предложи приоритети, които Комисията да вземе предвид при определянето на цели на информационната грамотност.

II. Информационни ресурси в частния сектор

Трябва да се създаде истински широкообгълна картина на информационните ресурси в частния сектор. Когато това се постигне, става относително лесно да се разпознаят и определят категориите услуги, включените тематични области и в някои случаи дори целевият пазар за конкретен продукт. По-долу са представени специфични категории и са цитирани примери, без да се предявява претенция, че този списък е изчерпателен.

Все пак трябва да се отбележи, че никой от изброените ресурси не е уникален в спектъра от услуги, предлагани от определена компания и нейните конкуренти, и за всеки посочен ресурс съществува друг спектър съпоставими, свързани или конкурентни услуги в различна степен на развитие (срв. фиг. 1).

А. Информационни банки

Създаването на информационна банка – ресурс, от който хората могат да черпят, е най-скъпа капиталова дейност.

Програмата MARC на Конгресната библиотека е пример за това.

[с. 9] Други примери са:

Указател на цитиране на федералното законодателство на Шепард – използва се в юридически библиотеки и правни фирми, основава се на подредба на правно цитиране на предходни приключили съдебни дела.

Показалец за научно цитиране и *Показалец на социалните науки*⁵ – използват се от научни библиотеки и самостоятелни изследователи, основават се на цитирането на материали съответно от научно-техническата литература и социалните науки.

International Data Corp. – следи местоположението на компютърните съоръжения в САЩ, а и не само, като представя главните центрове за обработка и факти за всеки от тях. Целевият ѝ пазар са най-вече доставчици на услуги и оборудване за компютърни зали.

Predicasts, Inc. – компания със седалище в Кливланд, следи бизнес литературата и запазва едноредни записи от определени статии, присъждайки им код за стандартна промишлена класификация с цел да улесни потребителите, търсещи информация в определено индустриално или бизнес поле.

Disclosure, Inc., на Silver Spring, MD, създава машинно-четим регистър с анотации на всички корпоративни доклади, които се представят пред Комисията по ценните книжа и борсите. Информационните регистри се публикуват редовно на хартиен носител като форма на библиографски контрол над микрофилмовата версия на документите, която също се разпространява от Disclosure. Чрез помиряване на конкурентни източници Комисията постига споразумение, което води до сключване на договор без разходи за държавата. Последното подновяване на този договор включва клауза за пилотни програми в Далас и [с. 10] Нашвил, където използването на финансова информация, предоставена от Disclosure, в библиотеките води до привличане на нови потребители. Впоследствие двете библиотеки се абонират за услугите на фирмата, за да продължат да доставят нужната информация на своите читатели.

Standard & Poor's, дъщерна компания на McGraw-Hill, събира огромно количество детайлни отчети за доходите и информация за баланса на публични компании – данни, които не се съставят и не са общодостъпни другаде.

Информационната банка на New York Times – съдържа пълнотекстови информативни анотации за всички статии, публикувани във вестника.

Държавата субсидира създаването на широк спектър научно-технически бази от данни от професионални общества, например Engineering Index, Chemical Abstracts, American Physics Institute и др.

Много от тези информационни банки се поддържат на пазара в разнообразни формати от съответните компании и в началото са предлагани единствено в традиционен вид.

Десетки компании са изградили информационни банки, отчасти базирани на MARC, предлагайки множество услуги на библиотеките. Information Dynamics Corp., Richard Abel & Co., Science Pres., Inc., Brodait са едва част от тях.

⁵ И двата са продукт на Института за научна информация във Филаделфия.

Б. Доставчици на информационни банки

В последните 18 месеца се наблюдава ръст в броя на компаниите, разработващи достъп до машинно-четими информационни банки. Целта им е да уредят достъпността на съдържанието на колкото се може повече информационни банки [с. 11] чрез онлайн търсене. След това опитват да създадат двоен мултиплициращ ефект, търгувайки с достъпа до тези данни. Колкото повече банки е „качила“ една компания, толкова по-лесно е да убеди потребителя да си набави нужното оборудване за достъп до регистрите. По същата логика колкото по-голям е масивът за търсене, толкова по-голяма е вероятно той да бъде използван. Lockheed Information Systems, System Development Corp. и някои мултинационални корпорации като General Electric предоставят достъп до множество информационни банки, съхранявани в техните системи, срещу разнообразни лицензионни и потребителски такси.

Lockheed заедно с няколко библиотеки в Северна Калифорния провеждат експерименти, спонсорирани от Националната фондация за наука, които имат за цел да установят осъществима ли е възможността библиотеките да служат като „пунктове за продажба“ на услуги за търсене. Предполага се, че цената на тези услуги в крайна сметка ще трябва да бъде понесена или от библиотеката, или от нейните потребители.

Друго нововъведение, което и Lockheed, и System Development Corp. предлагат на своите абонати, които извършват търсене в информационните регистри, създадени от Института за научна информация, е удобството да се поръча извадка от всяка статия, за която има данни за цитиране в системата. Поръчките се съхраняват в компютъра на доставчика, където се „изчитат“ от Института в края на работния ден. Оригинална извадка от статия или одобрено фотокопие се изпраща с обратна поща. Това споразумение представя пример за справяне с проблема с авторските права, тъй като Институтът за научна информация има установени авторскоправни взаимоотношения и заплаща отчисления на издателите на научните списания, цитирани в неговата информационна банка.

Информационната банка на в. New York Times е уникален пример за банка, чийто създател е и доставчик на достъпа до нея, като осигурява терминали и обучение [с. 12] на хората, които я използват. От Times експериментират с осигуряване на индивидуален достъп до регистъра чрез библиотеки в Канада.

Наличието на такива услуги в библиотеките има множество странични ефекти:

1. за създателите и доставчиците на достъп до информационни банки, които изначално изграждат своите слуги и им присъждат цена за брой търсения, повишаването на потреблението в библиотеките води до разширяване на пазара;
2. за създателите и доставчиците, чиито разходи не са били субсидирани и които също обслужват тесен пазар, възможността потребителите да получават достъп до регистъра за сесия, без да заплащат лицензионните такси, с които са таксувани други потребители, разрушава икономическата полза от банката и в крайна сметка ще доведе до прекратяване на нейната достъпност или ще се отрази в сериозна промяна на регистъра и неговите маркетингови процедури;
3. в някои случаи, когато достъпът до машинно-четима версия изисква използването на печатна версия, употребата в библиотеките ще разшири пазара и за двете форми;
4. в случаите, когато достъпът до машинно-четима версия, осъществяван за сесия, замества съизмеримо използването на печатна версия, издателите изпитват сериозни опасения, тъй като те имат икономическа изгода от печатни

издания, но могат да загубят, ако машинно-четимият регистър стане достъпен, дори и при заплащане на достъп за сесия, в библиотеките.

В. Издатели

Библиотеките са пълни с издателска продукция – книги, списания, брошури, записи, филмови ленти, колекции от микрофилми. Всички те са търговски стоки, закупени от библиотеките с изричната цел да бъдат предоставени на техните потребители. Когато тези артикули не са достъпни за заемани, те стават невидими. В миналото при повишаване на търсенето се закупуваха допълнителни екземпляри.

В много случаи практиката на отдаване създаде усещане за стойността на информацията в тези материали и накара множество частни лица [с. 13] да се абонира директно на лично основание за подобни услуги. Когато става дума за множество бизнес информационни системи, това доведе до разработване на цял пазар за навременни услуги.

Много издатели обичайно предлагат отстъпки на библиотеките, защото ги приемат за готов пазар, чието достигане не налага допълнителни разходи. Други издатели, основно занимаващи се със справочни и информационни инструменти, измерват цената за абонамент според предполагаемия брой потребители, които се очаква да имат достъп до техните продукти. Във всеки случай ценовата стратегия е създадена, така че да осигури достатъчна приходност от множество източници, за да обезпечи икономически създаването, изработването и разпространението на конкретен продукт.

Начална точка за тази стратегия е установяването на „първоначален разход“, т.е. колко струва изработването на първия екземпляр (след него нарастването на разходите за следващи екземпляри е относително малко). Икономиката на публикуването предполага всички абонати да поемат част от този разход. При положение че независимо от носителя, върху който ще се публикува, първоначалните разходи трябва да се понесат, много издатели на списания твърдят, че разпределянето им върху възможно най-голяма печатна продукция е най-финансово ефективният начин за разпространение на научна и техническа информация.

В сферата на публикуването съществува и един относително нов феномен, наречен микроиздаване, или по-точно микропреиздаване, понеже в повечето случаи включва преиздаване на печатни материали, защитени от авторско право и достъпни за широката общественост в микроформа.

Information Handling Services организира, индексира и микрофилмира на [с. 14] 16-милиметров филм инженерна и строителна каталожна информация. Нейният принос е в това, че организира и приготвя за достъп голям обем от иначе неуловими и бързо изчезващи материали.

Congressional Information Service аотира, индексира и микрофилмира близо половината от продукцията на *Government Printing Office*. Два основни корпуса документи включват всички доклади на Конгреса, изслушвания, закони и пр. (с изключение на Конгресния архив, който се микроиздава от *University Microfilms*, *Princeton Microfilms* и др.), както и статистически издания на всички правителствени агенции. *Congressional Information Service* наскоро започна да предлага и регистър на копия на всички законопроекти, предложени пред Конгреса, на цени, значително по-ниски от продукта на Конгресната библиотека, който заменя. Неговият праг на рентабилност е около 15 абонати (в сферата на информационното обслужване дори малката публика може да бъде обслужена пестеливо и конкурентно).

Readex Microprint преиздава пълния набор издания на *Government Printing Office* на непрозрачен микроносител, за който предлага и четци/принтери.

Research Publication, Inc. събира и микрофилмира големи академични колекции като доклади на Конфедерацията и документация на Обществото на народите. Компанията предлага също микрофилми на всички патенти, издадени от американското Патентно ведомство, и е започнала микрофилмиране на всички държавни документи. Тя осигурява и детайлни показалци, с които да се използват нейните продукти.

University Microfilm събира всички докторски дисертации, защитени в САЩ, на микрофилмов носител и е създала регистър – *Dissertation Abstracts* – чрез който да се откриват необходимите текстове. Освен това компанията предоставя платен достъп на библиотеки до одобрени микроформи на най-популярни научни периодични издания.

[с. 15]

Bell and Howell Microphoto микрофилмира голям обем вестници, в това число и нелегална преса.

Greenwood Press микрофилмира големи колекции с ретроспективен характер и предлага услуги, свързани с общинска документация.

Disclosure, Inc., Институтът за исторически документи на САЩ, *Microfilming Corporation of America* и *Library Resources* също са сред организациите, предлагащи разнообразие от микроиздадени материали.

Това е относително нова индустрия, чието начало е поставено едва в първите години след края на Втората световна война. Това е отрасъл, в който се знае, че за да останеш в бизнеса, трябва да направиш повече от пресъздаване на филм на онова, което вече съществува на хартия; трябва да добавиш стойност към това, което правиш. Тази добавена стойност обикновено приема някоя от следните форми:

1. събиране на колкото е възможно по-пълен комплект от множество различни източници;
2. организиране, редактиране и подреждане на материала;
3. филмиране и кодиране на материала върху филм;
4. създаване на инструменти, чрез които потребителят може да открие върху микрофилма точната информация, от която се нуждае, незабавно и безпроблемно.

В много случаи разходите за първия екземпляр от тези колекции трябва да бъдат разпределени върху максимум 15–20 екземпляра.

Г. Вторични информационни продукти

В това число попада всичко от услуги, свързани с изборителното разпространение на информацията, до списания, бюлетини и други периодично публикувани продукти. Могат да са вторични продукти от информационна банка или инициатива по (микро)публикуване.

Една голяма компания – *Dodge Information Systems* – дъщерна фирма на *McGraw-Hill*, попада в тази категория. Тя се занимава със строителната индустрия. Фирмата [с. 16] притежава база, съставена от данни за всички строителни дейности в САЩ при определен минимален размер. Регистърът съдържа информация като крайни срокове за подаване на оферти, спечелили конкурс фирми, кога започват работа подизпълнителите, кой и кога трябва да купи крушки и пр.

Информацията от този регистър се продава на всякакви потребители, които искат да се надпреварват в бизнеса за доставка на материали на строители. Тя се продава всекидневно на парченца хартия, на множество предварително подготвени компютърни микроформи, предназначени за търговски посредници и техните ръководители при проучването на териториалното разпределение на бизнеса и пр.

Очевидно тази информация предоставя на търговците силен контрол върху тяхното собствено развитие. Това е от особено значение.

Бюлетините са друг вторичен продукт, който е по-скоро резултат от процеса по изграждане на база данни, отколкото от самата нея. Бюлетинът е важен, тъй като става част от начина на живот на своя ползвател. Той непрекъснато му подава подходящи идеи и концепции. Издателят на бюлетина поддържа добри отзиви от своя потребител и знае дали това, което влага, се използва и ако не, защо и как да го коригира. Така се изгражда основа за данните. Хора, които се занимават с това отдавна, имат естествен запас от информация, която трябва да е приспособима към тази основа.

На свой ред тя може да се превърне в книга, в избирателно разпространена информация, в онлайн информационен масив за търсене, в допълваща база данни за други регистри, „качени“ в същата система, и пр. Макар че съществуват разходи за приспособяването на тази информация, най-скъпата дейност – натрупването и редактирането на данните – вече е реализирана и платена. Освен това информацията е удостоверена чрез представяне и многократно употреба.

[с. 17]

Информацията е неизчерпаем ресурс и в действителност употребата ѝ повишава нейната стойност както за потребителя, така и за компаниите, които я публикуват.

Д. Оценка на информацията

Оценката също е свързана с множество дейности. Тя включва например ръководство на съоръженията, както в случая на програма Информатика на Информационния център на НАСА, където се оценява, управлява и разпространява целият световен поток от информация, свързана с космоса. *Herner & Co.* администрира сходно учреждение за армейския медицински център *Walter Reed*, като съсредоточава работата си върху управление на резултати от биомедицински изследвания за американска армия. *Aspen Systems* действат с по-ограничена база за специфични целевоориентирани задачи, създавайки информационен масив за посрещане на определени запитвания на регулаторните правителствени агенции.

Друг пример за дейности по оценка на информацията от индустрията е феноменът на компаниите, занимаващи се със създадени от потребители, или поръчкови запитвания по заявка. На първо място се нарежда *FIND*, ръководен от *Information Clearing House* в Ню Йорк. Днес в САЩ съществуват вероятно 20–30 подобни компании, които работят с комерсиална цел. Броят на правителствените и неправителствените учреждения със сходен характер е почти същият.

По същество икономически подпомогнатият растеж на бизнеса днес се дължи на мултидисциплинарния подход, който всички компании са принудени на поемат. Библиотеките в сферата на бизнеса се оказват с ограничен персонал и фонд. Вместо да подсилат и двете и да интегрират в своята бюджетна структура постоянно високи нива на активност, те предпочитат да разчитат на „експертния достъп“, [с. 18] който се предлага (така те служат подобно на фирмите за осигуряване на временна помощ).

Допълнително, ако една от компаниите, работещи по заявка, има 500 индустриални абонати, тя вероятно приема този брой за валидна статистическа извадка, представляваща американския пазар на информация. Ако дванадесет от тези 500 компании подадат едно и също запитване в рамките на седмица, това дава начало на определени подобрения: (1) запитването се проучва по 12 различни начина; (2) изследователите отчитат факта, че по темата има интерес сред голям брой компании – както техни абонати, така и неабонирани; (3) като вторичен продукт на най-ранното проучване се подготвя специален доклад, който се продава; (4) самото проучване, без оглед на

източника на запитването, може да се използва за кумулиране на база данни и за други потребители.

Освен това в полето на оценката на информация съществува широка област за специални доклади, като тези, създавани от Frost & Sullivan, Predicasts, Quantum Science, International Data Corporation, Auerbach, Business International и пр. В този контекст специализираните (най-вече научно-технически) списания, които биват оценявани (от други специалисти), също попадат в тази категория.

III. Традиционни отношения библиотеки–индустрия

В ерата на еволюиращата грамотност отношенията между библиотеките и индустрията са печеливши и за двете страни.

Библиотеките винаги са били и все още са основен пазар за издателската продукция на много компании. За много произведения съществуването на относително стабилен библиотечен пазар за книги и научни списания гарантира висок тираж, като така първоначалният разход се разпределя върху множество екземпляри, намалявайки като резултат крайната цена за индивидуалните потребители.

[с. 19]

Библиотеките, които притежават колекции от материали и абонаменти за текуща периодика, формират още и пазар за издателите на справочна литература и на услуги за текущо осведомяване. И двата посочени продукта разчитат на готовността за осъществяването си в библиотеката, за да завършат цикъла за осведомяване и реализация, същностен за целия информационен процес.

Библиотеките могат да предложат и традиционната услуга по обучение на потребителите за работа с по-съвременни, иновативни продукти.

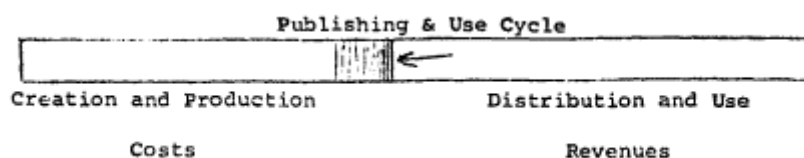
IV. Преходни отношения библиотеки–индустрия

Посоченият в доклада ключов въпрос за авторското право обхваща множество начини, що се касае до прехода в ролите на библиотеките и индустрията.

За издателите на научни списания междубиблиотечното заемане чрез фотокопиране представлява промяна в отношенията, в резултат от които задоволително голям тираж води до разпределяне на първоначалните разходи върху всички или почти всички потребители. Настоящата практика намалява броя абонаменти във всяка библиотека, което води до намаляване на тиражността, възвръщаща първоначалните разходи.

Практиката на фотокопиране на части от научни списания премахва нуждата на потребители, посредници и библиотеки да правят абонаменти и води до следните резултати (вж. фиг. 4).

[с. 20]



[Фиг. 4, с. 20]

В цикъла на издаване и използване най-голям разход е свързан със създаването и производството. Приходи се реализират чрез разпространение и употреба. Фотокопирането, макар да не създава приходи за библиотеките, връща издателите все

по-назад по отношение на цената и ги изхвърля извън областта на разпространение и приходи.

Много често библиотеките насочват своите субсидирани услуги към комерсиални потребители в сферата на индустрията, като по този начин конкурират нелоялно фирмите, които трябва да възстановяват огромните си инвестиции, да изплащат инвестиционни проходи (при частния капитал първичните разходи остават високи), да плащат държавни данъци и такси. Представена в този пример, нужната промяна е свързана с подредбата на дейностите, а не толкова с техния вид. Често за да „се осигури добра възвръщаемост на данъкоплатците, инвестирани в нова информационна услуга“, библиотеките се стремят към същия пазар, който се опитва да ангажира със сходни и дори идентични услуги частният сектор.

На пръв поглед и двете структури обслужват една и съща цел – повишаване на информационната грамотност на американското население. От икономическа гледна точка обаче съществува реална опасност тази нелоялна конкуренция да разруши финансовата жизнеспособност на създателя на информационни услуги и да го изхвърли от бизнеса. По този начин държавното финансиране ще се превърне в единствен способ за създаване на такива услуги. За сравнение си представете [с. 21] ефекта върху свободата на словото и развитието на грамотността в САЩ, ако държавното финансиране беше единственият начин за финансиране на книгоиздаването и периодичния печат.

Следователно същностна характеристика на преходните отношения е, че и библиотеките, и информационните компании насочват тясноспециализирани услуги към едни и същи потребители.

Това положение ще се утежни още повече при създаване на национална система за споделяне на ресурси, освен ако ясно не се разграничат методи за постигане на максимално използване и на двата източника.

Не става въпрос само за фотокопиране. За издателите на микроформи на обемни академични колекции споделянето между големи изследователски библиотеки на ключови части от микропубликувани материали може да бъде фатално за икономическата жизнеспособност на колекцията, ако дори един от потенциалните 15–20 абонаменти бъде изгубен. Създаването на национална система за споделяне гарантира такъв резултат. И тук трябва да се утвърдят пътища за подsigуряване продължителната жизнеспособност на множество източници за материали.

В случая с националните библиотеки тяхното преустройство в информационни центрове също поставя в реална опасност не само индустрията, но и държавната данъчна система. Много държавни информационни центрове предлагат субсидирани услуги на все по-широк кръг от потребители – на първо място други правителствени агенции, след това държавни звена, изпълнители и подизпълнители на правителствени договори и така до безкрай по веригата.

Тази практика не само присвоява огромни пазари за директна продажба на информационни услуги на същите тези потребители, но и създава по-голяма държавна бюрокрация и пречи на данъчните приходи за щатската, както и за държавната хазна.

Важно е да се отбележи, че първото решение на Конгреса [с. 22] за политиките на държавна конкуренция с частния сектор е трябвало да се появи още през 1933 г. По време на Депресията, когато висшият законодателен орган намалява собствените си заплати, е логично да разпознае рисковете за данъчната система при държавно завземане на възможностите за частния сектор.

Размерът на въздействието върху данъчните приходи е определен на 60 от Министерството на търговията в сравнение с доклад на Комисията за обществените

поръчки. Министерството изчислява, че през 1970 г. услуги на стойност 4 млрд. долара са извършени от държавата, вместо да бъдат прехвърлени към частния сектор.

Докладът посочва, че това би генерирало допълнително между 25 и 35 млн. долара данъчни приходи. През фискалната 1970 г. държавните агенции отчитат, че са извършили услуги на стойност 7 млрд. долара, вместо да се договорят с частни фирми за тяхното изпълняване. Ако от тях услуги на стойност 5 млрд. долара бяха пренасочени към частния сектор, държавната хазна щеше да прибере близо 250 млн. долара от данъци.

V. Въпроси на политиките

В „сферата на читателските услуги“ основният регулаторен проблем – каква част от издателските и библиотечните услуги следва да се оставят да бъдат покрити от пазарните сили и каква част трябва да се субсидира – е дефиниран относително ясно. В действителност субсидираният дял, който се обслужва чрез споделяне на ресурси, създава зависим, дългосрочно финансиран пазар за издатели, които така се облагодетелстват вторично от субсидията. Икономики с такъв размер са сигурни и стабилни, добре балансирани системи, които се усъвършенстват в обслужването на четящата публика.

Този набор от взаимоотношения, съставляващ сферата на читателските услуги, [с. 23] в общи линии осигурява здрава, динамична институционална рамка за усвояване на националните ресурси, което цели създаване на грамотно, четящо общество и конкурентен пазар на идеи. В много отношения тази връзка все още е несамостоятелна и в интерес на всички заинтересовани страни е продължаването на нейното изграждане на основата на взаимните интереси по посока на разширяването на информационната грамотност до всички сфери на обществото.

С въвеждането на нови технологии за обработка на информация границата между пазар и субсидирани услуги в някои отношения се е размила. Процесът за постигане на информационна грамотност включва ясно и реалистично определяне на тази граница и създаване на институционална рамка за сферата на информационното обслужване. В настоящата епоха на пресищане с информация да си информационно грамотен означава да можеш да откриеш какво се знае или какво може да се узнае по всяка тема. Инструментите и техниките за постигане на това и организациите, които ги предлагат, създават тази институционална рамка. Три съществени, изпитани във времето политики допринасят за успеха на сферата на читателски услуги. И тяхното приложение в областта на информационното обслужване е от съществено значение за нейното успешно действие:

1. индивидуална реализация, повишаване на знанието и разкриване на истината, участие на всички членове на обществото във вземането на решения и постигане на гъвкава и стабилна общност зависи от свободата на словото⁶;
2. държавата не бива да извършва услуги, които гражданите могат да извършат сами за себе си;
3. държавата носи правната отговорност за осигуряване на образователни възможности за всички.

[с. 24]

А. Системата за свобода на словото като основа за сферата на информационно обслужване

„Конгресът няма да прави закон относно [...] ограничаване свободата на словото или на пресата“ – това гласи Първата поправка към Конституцията на САЩ.

⁶ Emerson, Thomas I. *The System of Freedom of Expression*. New York, NY: Random House, 1970, p. 3 и сл.

„Системата за свобода на словото *** представлява набор от права на членовете на обществото, които създават и поддържат вярвания и мнения по всяка тема и предават идеи, мнения и мисли чрез всякакъв носител *** главно системата включва правото да чуеш позицията на другия и неговото виждане за фактите *** цялата полза от тази система може да се разбере само когато индивидът познава обхвата на своите права и е сигурен, че е защитен да ги упражнява *** тя не се появява естествено в обикновения гражданин, а трябва да се изучи. Тя трябва да се преразгледа и преповтори не само във всяко поколение, но и за всяка нова ситуация. Тя разчита силно на разбирането и образованието както на индивидите, така и на обществото като цяло.

Следователно става ясно, че проблемът в поддържането на система за свобода на словото е един от най-сложните, които среща всяко общество, изискват се въздържаност, самодисциплина и зрялост. *** членовете на обществото трябва да са готови да пожертват индивидуални и краткосрочни предимства за социални и дългосрочни цели.

На второ място (сред правните доктрини, подкрепящи система за свобода на словото) е използването и едновременно с това ограничаването на държавата по отношение на намесата ѝ в конфликти между индивиди или групи в системата за свободно слово; по отношение на защитата ѝ на индивиди или групи от неправителствено влияние върху упражняването на тяхното право на изразяване, и по отношение на отстраняването на препятствия пред ефективното функциониране на системата. *** Развитието на тази концепция включва формулиране на конкретни правила за взаимно улесняване на участниците в системата, справедливост при разпределянето на дефицитните средства и сигурност, че системата ще се разширява, вместо да се свива⁷.

Практическите приложения на политики за постигане на информационна грамотност посредством система за свобода на словото са изредени по-долу:

1. споделянето на ресурси в сферата на информационното обслужване се различава по своя порядък и има [с. 25] противоположен на този в сферата на читателските услуги ефект върху източниците на материали. Вместо да създава пазари, то ги руши и препятства възвръщаемостта за доставчиците на материали за техните услуги. Това подрива икономическите основи за търговците и намалява разнообразието на избор. Системното фотокопиране на публикувани материали се равнява на преиздаване и трябва да се съобразява с авторските права. Всички страни трябва да работят заедно за решаването на този основен проблем;
2. вътрешното, или затворено разработване на системни възможности лишава цялата общност (не само библиотеката) от перспективата да избира между доставчици (услугите, разработени извън библиотечната общност, могат да бъдат продадени на небиблиотечни потребители, като така разходите ще се разпределят повече). Услугите за междубиблиотечно взаимодействие не бива да се договарят на базата на един-единствен източник. Трябва да се изискват конкурентни проекти за постигане на конкурентни конкурси при избирането на конкретни услуги;
3. свободата на словото е съпътствана от нуждата на потребителите да са сигурни в информационния източник, на който трябва да разчитат. Субсидирането, което завзема алтернативните източници, подрива една от основите на доверието – конкуренцията между продуктите, предлагачи идеи и концепции;

⁷ Emerson, Thomas I. Op. cit.

4. индивидите се нуждаят не само от правото да говорят, но и да бъдат чути. По тази причина разнообразието от канали за комуникация трябва да бъде съхранено;
5. трябва да съществува ясно становище за правилата в полза на алтернативните [с. 26] канали за комуникация, тъй като при неговата липса се рискува капиталът, необходим за поддържането им, да не бъде намерен. За подсигуряване на разнообразието трябва да има сигурност, че системата ще се разширява, а не да се свива.

Б. Държавни услуги

Държавата не бива да извършва за гражданите услуги, които те могат да извършат и сами. Предимствата на тази политика са следните:

1. частни, конкурентни услуги се появяват, за да предложат по-голям избор;
2. предлаганите частни услуги прехвърлят първичните разходи върху всички потенциални потребители, а не само върху тези, на които държавата ще предостави собствените си продукти;
3. данъчната основа се разширява чрез политики за насърчаване на частни инициативи и инвестирането на частен рисков капитал в развитието на високо разходни дейности;
4. по-ефективно по отношение на разходите за държавата е да разчита на инвестиции от частен рисков капитал. Ако една агенция се нуждае от услуга на стойност 2 млн. долара капиталово вложение, то разчитайки на частен рисков капитал, държавата може да свали този разход до пропорционален дял от цената, разпределен между всички потребители.

Правителството на САЩ също носи отговорността да осигури възможност за проследяване на изграждането, прилагането и контрола на държавните политики в тази област; най-важно е Националната комисия за библиотеките и информационното обслужване да формулира политики за установяване на цели за държавните дейности в полето на информационното обслужване, което ще насочи усилията на работещите в управлението към подкрепа, а не към конкуренция.

В. Образование

Голяма част от казаното дотук се отнася за информационнограмотната една шеста от населението на САЩ. Приоритетите на Комисията трябва да се насочат към подпомагане на участието на повече от сегментите от сферата на информационните услуги, [с. 27] които вече обслужват този дял от обществото. Инвестиция от страна на държавата в развитието на нови ресурси за тази част от обществото вероятно ще е за сметка на останалите пет шест, които не притежават грамотност в информационен смисъл.

Най-висок приоритет за Комисията трябва да е утвърждаването на пълноценна национална програма за постигане на пълна информационна грамотност до 1984 г.

Това включва координация и финансиране на огромни усилия за обучението на всички граждани за използване на информационни инструменти, които са достъпни към момента, както и на такива, които са в процес на разработка и изпробване. Схемата за растеж на това поле е вече установена и върху нейните основи трябва да продължи изграждането и разширяването на възможностите на всички американски граждани. Тези усилия със сигурност ще създадат много нови възможности, някои от които ще са подходящи за пазара, а други – за субсидиране.

Докато обществото не бъде изцяло подготвено да използва и печели от безграничното поле на информационната сфера, предложения за създаване на системи, които обслужват само елита, ще са лишени от широката политическа подкрепа, необходима за постигане на нивото на държавно финансиране, предложено в доклада на Комисията.