

## PR az információs szolgáltatásokban

Az idén nyolcadik alkalommal rendezte meg konferenciáját\* a 2001-ben alakult Magyar Információbrókerek Egyesülete (MIBE), amelyen igen jelentős számban képviseltették magukat a hazai könyvtárak munkatársai.<sup>1</sup> A program szakmai támogatója a Magyar Public Relations Szövetség (MPRSZ) volt. Az előadók részben elméleti, részben pedig gyakorlati szempontból vizsgálták meg a PR-módszerek alkalmazásának lehetőségeit, létjogosultságát, elsősorban a térítéses információs szolgáltatások területén. Egyöntetűen a bizalomkeltés és fenntartás eszközeként értelmezték; a megrendelő és a szolgáltató, illetve a fenntartó közötti bizalmi kapcsolat nélkül elképzelhetetlen bármilyen együttműködés és közös munka.

A nyitóelőadásban *Kiszl Péter*, az ELTE BTK Informatikai és Könyvtártudományi Intézetének egyetemi adjunktusa, a MIBE alelnöke a PR és az információs szolgáltatás kapcsolódási pontjait világította meg.<sup>2</sup> Bár elsősorban nem az elméleti ismeretek rendszerezésére vállalkozott, mégis fontosnak tartotta a PR-nak mint kommunikációs eszköznek a pontos definiálását, a szervezeten belüli, illetve az azon kívüli kapcsolatszervezés és a marketing egymáshoz való viszonyának meghatározását. Nádor Éva *Az üzleti tanácsadás marketingje*<sup>3</sup> című könyvében elemzett felmérés eredményeire hivatkozva a hallgatóság megismerhette a tanácsadó-választás főbb szempontjait: az ajánlat szakmai tartalma mellett a személyes benyomás, a bizalom, a tanácsadó személye, a cég referenciái, a vállalási ár, a határidő és a cég imázsa játszik szerepet. Az előadó külön kitért a bizalmi viszony fontosságára: a személyre szabott információs szolgáltatás eleve feltételez bizonyos diszkréciót. Ezekben az esetekben az agresszív reklámmódszerek alkalmazása a meglévő és a potenciális ügyfelekben is bizalmatlanságot kelthet. Előfordulhat azonban, hogy a célcsoport nem ismeri a független információs tanácsadó kompetenciáit, ezért hatékony lehet a szakmai tevékenység rövid bemutatása. Alapvető elvárás a megrendelő alapos megismerése, az ügyfelek által preferált fórumokon való részvétel, a professzionális megjelenés. Sokat segíthet a közös érdeklődési kör, ismerősök, kollégák keresése. A kapcsolattartás nem korlátozódhat a projekt időtartamára, lényeges a konkrét megbízás utáni folyamatos, de tapintatos jelenlét.

A megrendelők, az ügyfelek felé irányuló PR mellett Kiszl Péter beszélt az információforrások kiaknázására irányuló hatékony módszerekről, eszközökről is: a felkészülés, a szakterminológia ismerete, a pontosan kidolgozott forgatókönyv az elutasítás lehetőségét csökkenti. Sarkalatos pont a kompenzáció, a viszonzás kérdésköre.

A versenytársak számontartása és tisztelete, tevékenységük elemzése, a velük való együttműködés képessége, részvétel szakmai szervezetekben, egymás kapcsolati hálóinak használata végső soron az ügyfélkapcsolatok fejlesztésének újabb

---

\* A konferenciát 2008. június 3-án rendezték meg a Trófea Grill Étteremben.

eszközeiként is felfoghatók. „*Előre nem tudjuk, ki mikor válik megrendelővé, partnerre vagy konkurencsá*” – emlékeztetett Kiszl Péter.

A nonprofit PR kapcsán a könyvtári információszolgáltatással összefüggő problémákat fogalmazta meg az előadó. Van-e létjogosultsága a hagyományos könyvtári szolgáltatások mellett a térítéses információszolgáltatásnak? Mekkora igény mutatkozik iránta? Sikerül-e fontosságát bizonyítani a fenntartónak? A csökkenő költségvetési források mellett bevonhatóak-e külső támogatók, és ha igen, hogyan lehet őket megnyerni? A PR mellett alkalmazhatóak-e a reklámeszközök a könyvtárakban? Az új szerepvállalás milyen szemléletváltást feltételez a könyvtárosok részéről?

Egy közkönyvtár gyakorlatának tapasztalatait felhasználva *Czupi Gyula*, a nagykanizsai Halis István Városi Könyvtár igazgatója reflektált<sup>4</sup> a felvetett kérdésekre. Sajátos módon csoportosította az intézmény által nyújtott szolgáltatásokat: az első kategóriába azokat sorolta, amelyekért természetes módon fizet a használó (ilyen például a beiratkozási díj, a késedelmi díj, a fénymásolás, nyomtatás, a leselejtezett dokumentum, a könyv bérlése); a másodikba, amelyekre kevésbé szívesen költenek (például a kávézó szolgáltatásai, a könyvtárközi kölcsönzés, a színes másolat, a hosszabb nyitvatartási idő). Végül a tájékoztatás külön csoportba került; véleménye szerint ez az, amiért az olvasók biztosan nem fizetnének, talán azért, mert a könyvtár alapfeladatának tekintik. A felhasználóban nem mindig tudatosul, hogy az információ feldolgozása során keletkezett értéktöbblet a szolgáltatások minőségét (árát) is növeli. A folyamat szereplői közül látszólag egyiknek sem érdeke a változtatás: a könyvtáros nem akar eladni (idegen tőle az alku, az árajánlat), az olvasó nem akar vásárolni, a fenntartó pedig nem teszi érdekeltté az intézményt a bevételek növelésében. Számára ismeretlen a hosszabb távú befektetés és megtérülés fogalma, az állagmegóvás, a korszerűsítés; kizárólag a költségvetés csökkentésének lehetőségét látja benne. Napjainkban azonban az információs vagy tudásalapú társadalomként is emlegetett közeg jelentős mértékben megváltoztatta a könyvtárakkal, illetve a könyvtári szolgáltatásokkal szemben megfogalmazott igényeket: „... a dokumentum-közponitú szemléletet fel kell váltania az információt előtérbe helyező, multifunkciós könyvtárképpnek. A magyarországi (nemzeti, szak- és köz-) könyvtárakat – ahol ez még nem történt meg – mielőbb be kell kapcsolni az üzleti szféra igényeinek kielégítését szolgáló vérkeringésbe, ugyanis ma a világon egyetlen fejlett állam sem nélkülözheti a vállalkozói kört is kiszolgáló, korszerűen működő, nemzeti adottságokra specializálódó, ugyanakkor a kompatibilitást és hozzáférhetőséget is szem előtt tartó modern könyvtári hálózatokat.”<sup>5</sup>

*Füleki Dániel*, a Budapesti Corvinus Egyetem adjunktusa előadásában<sup>6</sup> arra próbált meg választ adni, miért nem éri meg egy vállalkozásnak, hogy maga kutasson fel információkat, és miért kifizető, ha ezzel a munkával egy információbrókert bíz meg. Miért fontos a figyelem? Milyen cselekvési korlátokat teremt a figyelem mint szűkös erőforrás? Mi köze mindennek az információbrókerektséghez? Meghatározta a figyelemgazdaság fogalmát, elemezte a figyelem, és a vele analóg mértékegységnek tekinthető idő és pénz tényezőjének összefüggéseit. A fájlcsereleőkből és a fájlkezelőleőkből ismert fogalmak, a rekesz (slot) és a nyél (handle) új értelmezést kaptak előadásában: minimális küszöbértékeket vagy szűk keresztmetszeteket jelölnek, utalnak arra, hogy az egyidejűleg végezhető tevékenység száma alulról és felülről is behatárolt, jelölik az eredmények számának korlátosságát. A rekesz az

egyén által összességében kezelhető feladatok mennyiségét mutatja, a nyél pedig a jelenben elvégezhető feladatok maximális számát jelenti. Végül az információbróker és a potenciális ügyfél találkozásának körülményeit elemezve egy figyelempiaci paradoxonra mutatott rá, és ismertette a feloldásra alkalmas módszereket is.

*Ferling József* ügyvezető, kommunikációs tanácsadó, ügynökségvezető (Ferling PR) az információbrókerek ismertségét, magyarországi elfogadottságát vizsgálta.<sup>7</sup> A szakma – bár nem előzmények nélküli – nem rendelkezik nagy hagyományokkal. Az 1960-as években a technikai fejlődés, a technikai eszközök tömegméretű használata teremtette meg a feltételeit elsőként Amerikában az új tevékenység számára. Hazánkban a professzionális infobrókerek száma még mindig viszonylag alacsony, bár a szolgáltatásaik iránti igény egyre határozottabban fogalmazódik meg a döntéshozók részéről. A szakma presztízse, a bizalmi folyószámla egyenlege a tájékoztatás–tudatosítás–megértés–elfogadás–bizalom–támogatás lépcsőfokain haladva növekedhet.

A magyar és a nemzetközi sajtó hasábjain is gyakran szerepel a web 2.0 kifejezés. Az elnevezés egy 2004-es konferencián született meg, amikor Tim O'Reilly és Dale Dougherty egy vita alkalmával a web fontosságát hangsúlyozták: meglepő gyorsasággal születtek oldalak, és ezekkel párhuzamosan újabb és újabb technológiák jelentek meg. Éppen ezek a változások jelölték ki a világhálón azt az irányvonalat, mely életre hívta a web 2.0 fogalmát. *Siska Mátyás*,<sup>8</sup> üzleti kommunikátor, on-line kommunikációs tanácsadó, az Inuit Network marketingvezetője a jelenség értelmezésével, az információ áramlására, minőségére és mennyiségére gyakorolt hatásával foglalkozott. Az információs csatornák bizalmi indexe egy idő után spon-tán módon elkezd csökkenni, ugyanakkor megjelennek a manipulációs technikák is, amelyek döntő hatást gyakorolnak az információ minőségére. A hiteles, autentikus információ iránti igény a felhasználókat arra készíti, hogy új módszereket fedezzenek fel a hatékonyabb tudásmegosztás érdekében. Az előadó megfogalmazása szerint a web 2.0 a kialakult igényekre adott iparági válasz, amely kisebb-nagyobb hatásfokkal nyitja meg az utat a használók önszerveződése előtt. Ha aktív alkotói lehetnek a szolgáltatott tartalomnak, akkor felvetődik a manipulálhatóság kérdése: alapvetően a web 2.0 nem tesz különbséget az információ minősége és a hatásfoka alapján. Ezért is indokolt az on-line PR lehetőségeit és létjogosultságát vizsgálni a web 2.0 világában, amelynek eredménye a hiteles, az aktuális felhasználói igény szerint térben és időben differenciált információ lehet.

A záróelőadásban *Mikulás Gábor*,<sup>9</sup> a GM Consulting vezetője és a MIBE elnöke, az információs tanácsadók ügyfeleinek szemszögéből vizsgálta azokat a képességeket, tulajdonságokat, amelyek döntően befolyásolják a megrendelők választásait. Meglepő módon a használók és a szolgáltatók szerint eltérőek a prioritások: a szolgáltatók szerint az ár a legfontosabb tényező, míg a használók csak a harmadik helyen említették az ügyfélszolgálat és a minőség után. Megállapításai egy széles körű nemzetközi (svéd, izlandi, dán, kanadai, magyar) vizsgálat eredményét tükrözik, amelybe olyan neves szakemberek is bekapcsolódtak, mint a Dániában élő, magyar származású Irene Wormell; hazánkból pedig a MIBE támogatta a kutatást. Az első kérdéscsoport az információs szakember választásának miértjére vonatkozott. A válaszok között olvashatók olyanok, amelyek jogi eljárás lefolytatásához reméltek támogatást, mások az interneten való keresési technikájuk elégtelensége miatt fordultak segítséghez, de voltak olyan ügyfelek is, akik

innovatív stratégiai ötleteket vártak. A legtöbb ügyfél ismerős vagy más üzletfél javaslatára választ szolgáltatót, emellett fontos a szakmai fórumokon (pl. konferenciákon) való találkozás lehetősége is. Mikulás Gábor elemezte az együttműködés során szerzett tapasztalatokat, tanulságokat. Az elvárások korrektebb megfogalmazására, a koncepció megértetésére, a folyamatok egyszerűsítésére fordítanak a legtöbben jelentősebb energiát. A tanulmány készítői összegyűjtötték azokat a legfontosabb képességeket, amelyekkel a szolgáltatónak rendelkeznie kell. Ezek közé tartozik a szakmaiság, a kommunikációs képesség, a céltudatosság és a leleményesség, a problémamegoldási képesség, a késlekedés nélküli kommunikáció és a vállalások betartása.

A konferencia apropóján elgondolkozva a könyvtárak jelenlegi helyzetéről, több kérdés is relevánsnak tűnik. A kialakult versenyhelyzetben képesek lesznek-e az információ megőrzésében és közvetítésében továbbra is meghatározó szerepet játszani? Mennyire gyorsan és rugalmasan reagálnak a megváltozott körülményekre? A könyvtárak szervezeti struktúrája alkalmas-e a megváltozott igények hatékony kielégítésére? Humán erőforrásaik mennyire felkészültek a témában? Képesek-e belátni, hogy mára már a személyre szabott információszolgáltatásra kell koncentrálni? Csak a hiteles, naprakész, gyors, minőségében is megbízható szolgáltatás adható el, amelynek már a felhasználó szerint is – természetes módon – értéke, ára van...

## JEGYZETEK

- 1 A konferencia előadásainak prezentációi letölthetők a MIBE honlapjáról: [www.mibe.info](http://www.mibe.info)
- 2 Kiszl Péter: InfoPRofik – bizalomépítés az információs szférában. [Elektronikus dokumentum.] A hozzáférés módja: <http://www.mibe.info/adat/fajl/8konferencia/kiszl-p.pdf> [A letöltés ideje 2008. 06. 16.]
- 3 Nádor Éva: Az üzleti tanácsadás marketingje. Budapest, Akadémiai K., 2007.
- 4 Czupi Gyula: A használók fizetési hajlandósága – tapintatos kommunikáció a térítéses információszolgáltatás irányába. [Elektronikus dokumentum.] A hozzáférés módja: <http://www.mibe.info/adat/fajl/8konferencia/czupi-gy.pdf> [A letöltés ideje 2008. 06. 16.]
- 5 Kiszl Péter: Hogyan tovább? Üzleti információszolgáltatás a magyarországi könyvtárakban. [Elektronikus dokumentum.] A hozzáférés módja: [http://tmt.omikk.bme.hu/show\\_news.html?id=3698&issue\\_id=454](http://tmt.omikk.bme.hu/show_news.html?id=3698&issue_id=454) [A letöltés ideje 2008. 06. 15.]
- 6 Füleki Dániel: Majd ők figyelnek helyettünk. Az információbróker helye a figyelemgazdaságban. [Elektronikus dokumentum.] A hozzáférés módja: <http://www.mibe.info/adat/fajl/8konferencia/fuleki-d.pdf> [A letöltés ideje 2008. 06. 16.]
- 7 Ferling József: Ki hallott már információbrókerekről? [Elektronikus dokumentum.] A hozzáférés módja: <http://www.mibe.info/adat/fajl/8konferencia/ferling-j.pdf> [A letöltés ideje 2008. 06. 16.]
- 8 Siska Mátyás: Web 2.0 és ami mögötte van. [Elektronikus dokumentum.] A hozzáférés módja: [http://www.mibe.info/adat/fajl/8konferencia/prez\\_infobroker\\_s.pdf](http://www.mibe.info/adat/fajl/8konferencia/prez_infobroker_s.pdf) [A letöltés ideje 2008. 06. 17.]
- 9 Mikulás Gábor: Ügyféltapasztalatok az információs tanácsadásról – svéd, magyar, izlandi, dán és kanadai visszajelzések. [Elektronikus dokumentum.] A hozzáférés módja: <http://www.mibe.info/adat/fajl/8konferencia/mikulas-g.pdf> [A letöltés ideje: 2008. 06. 18.]

Székelyné Török Tünde