

# Az információ- és tudáspiac új szereplője: az információbróker

Míg ezer éve a föld birtoklása, majd az ipari forradalom idejétől a termelőeszközök és a fizikai erőforrások, addig a posztindusztriális társadalomban az információ jelenti a hatalom birtoklásának kulcsát. Az alapvető kérdések azonban mindvégig megmaradtak: ki, mennyi idő alatt, hogyan és milyen hatékonysággal tudja megszerezni hatalmának eszközeit. Nem beszélve arról, hogy modern korunkban még meg kell küzdenünk az információk óriási mennyiségével, nem elég birtokolnunk azokat, ugyanis az igazai hatalmat valójában a rendszerezett, célirányos, speciális tudás jelenti. Az információbrókerek feladata tulajdonképpen abban áll, hogy ezt a tudást megrendelőinek ne csak megszerezze, hanem meg is alkossa.

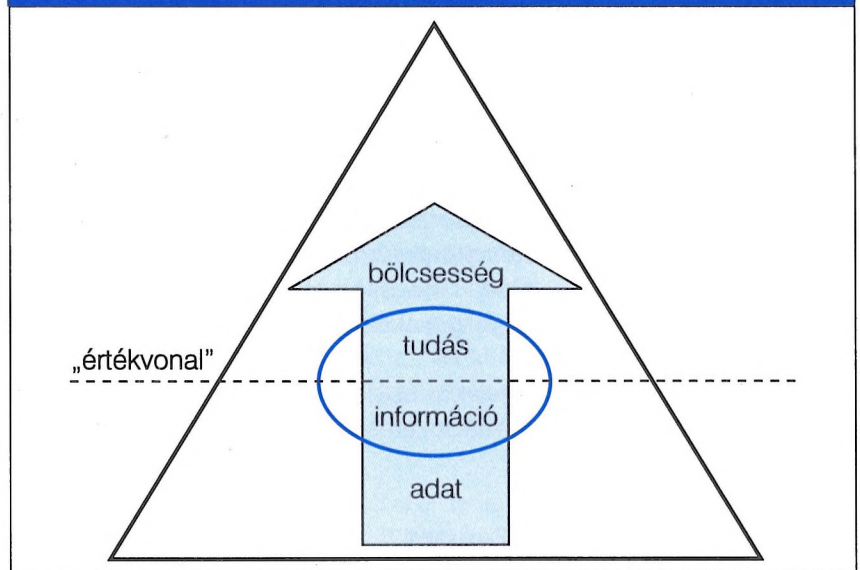
**H**étköznapi értelemben információnak nevezzük azt az entitást, amely a termék fizikai valójához annak formáját, minőségét, és még fontosabb: fogyasztóhoz való viszonyát adja, illetve határozza meg. Minél több az adott termék, illetve szolgáltatás információ-tartalma, annál nagyobb az esélye, hogy a piacon versenyelőnyre tegyen szert. Azonban a pontosabb érthetőség kedvéért meg kell különböztetnünk a hétköznapi „információ” négy szintjét, úgymint: adat, információ, tudás, bölcsesség / intelligencia. (A *bölcsesség* és az angol *intelligence* nem szinonimák, hanem két különböző cél esetén használjuk az egyik, illetve másik kifejezést.)

Az 1. ábra szintjeire leegyszerűsített példát is hozva:

- Adat: a Dun & Bradstreet (D&B) szerint konkurensünknek 100 alkalmazottja van.
- Információ: a D&B által közölt forgalmi adat szerint konkurensünk forgalma nő.

1. ábra

Az adat, információ, tudás és bölcsesség hierarchiája.



- Tudás: több elemzés szerint konkurensünk egy számunkra fontos, meghatározott szegmensben az ágazat leghatékonyabb szereplője.
- Intelligence: versenytársunk felvásárlása megfontolandó. Szervezete kisebb átalakítással beilleszthető; a fúzióval a piac 30 százalékát birtokolnánk, stb.

Az adat és információ jelenleg lényegében nem kerül pénzbe a felhasználó számára. Sőt, igen gyakran általában kárára is van; túláradása miatt negatív

*„Az Outsell Incorporation<sup>1</sup> becslése szerint az információszerzéssel töltött idő miatt csupán az Egyesült Államokban évi 107 milliárd dollár veszteség éri a vállalatokat.”*

értéket képvisel. Az emberek, vállalkozások egyre inkább hajlamosak arra költeni, hogy ezekből minél kevesebb érje őket: megtiltják kéretlen szóróanyagok beáramlását, spam-szűrőket installálnak elektronikus levelezési rendszerükre. Az összességében értéktelen információ-áradatból szeretnék kiszűrni az értéket, hogy megkapják a saját kontextusukba helyezve értékévé váló információt, vagyis a tudást.

Meghalt az információs társadalom; éljen a tudástársadalom? – Messzire vinne e két kifejezés pontos definiálása, de a kérdés érzékelteti, hogy az értéktelenség nem az információ, hanem a tudás előállítása, vagy legalábbis annak elősegítése. Az információáradatból tudást előállítani azonban nem kis feladat, és sok szakember, menedzser számára nem járható út. Egyrészt, mert munkaidejük korlátozott; egy szellemi dolgozó átlagosan napi majd' két órát tölt külső (újabbban főképp az internetről származó) információk gyűjtésével, szűrésével, illetve elemzésével. Közülük tíz százalék heti 20 óránál is többet tölt információvadászattal. Az Outsell Incorporation<sup>1</sup> becslése szerint az információszerzéssel töltött idő miatt csupán az Egyesült Államokban évi 107 milliárd dollár veszteség éri a vállalatokat. Megszerzésük hatékonyabbá tétele az egyik legbiztosabban megtérülő befektetés.<sup>2</sup>

Másrészt a szakemberek általában saját szakmájuk kérdéseinek, és nem az információkeresés fortélyai-

nak ismerői; ismeretük korlátozott e területen. Lehetőség szerint a feladatot igyekeznek outsource-olni belső vagy külső munkatársra. A feladatot végezheti éppúgy titkárnő és kutató szakember, mint akár információs tanácsadó, avagy információbróker. Munkájuk hatékonysága között jelentős eltérés prognosztizálható, leginkább az információkeresési feladat gyorsasága és eredményessége tekintetében.

Az információszerzés szerződéses kiadását befolyásoló tényezők lehetnek a felmerülő igények gyakorisága, mennyisége, minősége, bizalmassági szintje, a megfelelő kereső szakember meglétének kérdése. Egy gépipari vállalat többnyire rendelkezik saját informatikai fejlesztőmérnökökkel, de az ergonómia részletkérdéseiben vagy egy speciális meghódítandó piacról

szóló információk megszerzésére feltehetően külső erőforrásokat vesz igénybe. Konkurensait rendszeresen saját maga figyeli, átfogó elemzéseket üzleti hírszerző vállalkozásoktól vásárol. A megrendelőnek el kell döntenie azt is, hogy a bizalmas információ beszerzésével szakértő külső alvállalkozót, vagy a megbízhatóbbnak gondolt belső munkatárs munkáját vegye igénybe. A kérdést sokszor az időtényező dönti el; a versenyelőny szempontjából perdöntő, kritikus kérdések beszerzésének ideje szinte mindig rövid. A külső szolgáltató tehermentesíti is a belső szakembereket, nem mindegy ugyanis, hogy a magas órabérű belső kutató vagy menedzser foglalkozik információkereséssel, vagy egy külső szakember. Ezért nem várható, hogy a jövőben a végfelhasználók tömegesen közvetlenül az információ-szolgáltatóhoz fognak fordulni.

A szükséges információ típusai cégről cégre változnak, de általában elmondható, hogy a marketinggel kapcsolatos információ a leginkább keresett<sup>3</sup> (ld. 1. ábra).

Az amerikai információbrókerek egyesületének (AIP) tagjai körében végzett felmérés tanúsága szerint az infobróker ügyfelei a kis és középvállalatoktól a Fortune 500-as vállalatokig terjednek, köztük például biztosítási és befektető cégek, reklám- és pr-ügynökségek, termelők és szolgáltatók. A megrendelők haszna, hogy az áhított információt gyorsan

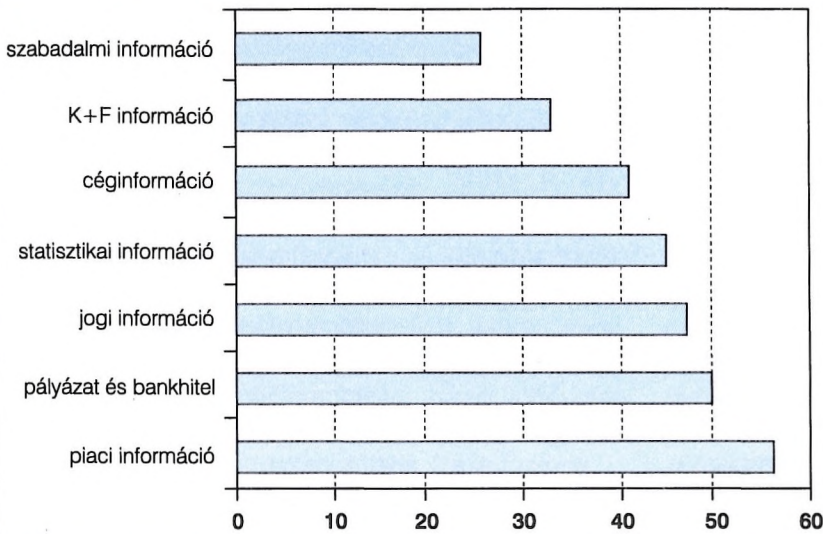
1 [www.outsellinc.com](http://www.outsellinc.com)

2 Megszelídített információ / Pécsi Ferenc. In: Dotkom Értesítő 2001. 08. 12.

3 vö.: Magyarországi céginformációs rendszerek tipizálása. In: Tudományos és Műszaki Tájékoztatás. 49 (2002) 6-7 p. 231-247

2. ábra

### A vállalatok által beszerzett információk típusa és keresettségük mértéke



Forrás: Welche Informationsmanager braucht der Wirtschaft? Bedarf an Informationsspezialisten in österreichischen Unternehmen: eine Exploration. In: IDF Information 50 (1999) No.4 p. 221-216

sabban, ezért olcsóbban kapják meg.<sup>1</sup> Egy 1996-os angol felmérés más szempontból is szegmentálta az információs piacot: az eredmények azt mutatták, hogy a legsikeresebb kisvállalkozások az információszerezés költségeit nem tekintik nagy akadálnak – ellentétben a kevésbé sikeresekkel.<sup>2</sup> Angliában és Skandináviában a megrendelések jelentősebb része (46%-a) a nagyvállalatoktól jön, Európa más részein a kis- és középvállalatoktól (56%), a nagyvállalatok csak 35%-kal képviseltetik magukat.<sup>3</sup>

Várható, hogy a hazai vállalkozások figyelme is egyre nagyobb arányban fordul az információbrókeri szolgáltatások felé. A szakma bevezetése most van folyamatban. Ezt tekinti kiemelt céljának a 2001-ben alakult Magyar Információbrókerek Egyesülete (MIBE).

## AZ INFORMÁCIÓBRÓKER...

Az információbróker az az információkeresésre szakosodott szakember, aki megrendelője problémájá-

nak megoldása érdekében térítésért testreszabott információs csomagot állít elő. Tudásmunkás, mint a pedagógus, könyvtáros, egyetemi előadó, vagy lelkész. Kézzelfogható a hasonlóság az újságíróval; mindketten adott témában gyűjtenek össze adatokat, információt, hogy azokat megfelelő formába rendezve ügyfeleik (olvasóik) saját tudásuk építésére használhassák. Különbség kettejük között, hogy az információbróker célcsoportja egy vagy néhány ember, esetleg munkacsoport, az újságíró pedig a széles nyilvánosság.

A mások számára információt térítésért kínáló szolgáltatás már az 1930-as években is működött az Egyesült Államokban, de az információbrókérség, mint szakma feltehetően az 1960-as években jelent meg. Ekkor néhány szabadúszó, illetve könyvtár felfedezte,

hogy a számítógép és a fénymásoló jelentős szerepet játszanak a szervezetek információellátásában. A tudományos, üzleti és szakmai szervezetek számára igény szerint kínált dokumentum-, cikk és adatszolgáltatás lehetőséget kínált azon előrelátó és vállalkozó szellemű egyének számára, akik az igény megjelenését szolgáltatás nyújtására tudták lefordítani. Az információbrókerek vagy más néven független információszolgáltató szakemberek (independent information professional) száma azóta megnövekedett, sőt megalakultak a szakmai szervezeteik is: AIIP – Association of Independent Information Professionals (1987), EIRENE – European Information Research Network, vagy éppen a MIBE<sup>4</sup>.

Az információbróker kifejezés tehát viszonylag új keletű, ám sokan vannak, akik lényegében ugyanezt a tevékenységet végzik anélkül, hogy így neveznék magukat. Népszerű példa erre a Vadászat a Vörös Októberre című regény szerzőjének, Tom Clancynak az esete, aki a CIA kíváncsiságát is felkeltette könyvével. A szolgálat azután érdeklődött, hogy milyen

1 Forrás: [www.aiip.org](http://www.aiip.org)

2 Information and small company / Alan Smith. In: Managing Information 3 (1996) 7-8 p. 38-40

3 Térítéses információ-szolgáltatás: a siker kulcsa / Irene Wormell. – Budapest: IKSZ, 1998

4 [www.aiip.org](http://www.aiip.org), [www.eirene.com](http://www.eirene.com), [www.mibe.info](http://www.mibe.info)

forrásokból állította össze a majdnem valóságghú technikai és katonai adatok halmazát. Az író kifejette: csupán a bárki által elérhető, előfizethető, szak-könyvtárban megtalálható dokumentumokra támaszkodott, és ezekből vont le következtetéseket. Nos, az információbróker is hasonlóképpen tesz. Ilyen mó-

*„A sikeres infobróker legfontosabb személyiségvonásai: intellektuális kíváncsiság, vadászösztön, a véleményformálás vállalása bizonytalan információs környezetben is, intuíció a hiányzó információelemek pótlására, diplomatikus, magabiztos és toleráns kritikai szellem a magasabb rangú vezetőkkel szemben is.”*

don Clancyt információkereső és -rendező tevékenysége alapján akár „anonim információbrókernek” is tekinthetjük.

A sikeres infobróker legfontosabb személyiségvonásai: intellektuális kíváncsiság, vadászösztön, a véleményformálás vállalása bizonytalan információs környezetben is, intuíció a hiányzó információelemek pótlására, diplomatikus, magabiztos és toleráns kritikai szellem a magasabb rangú vezetőkkel szemben is.<sup>1</sup>

### **Néhány példa információbrókereknek feltett kérdésekre**

- Üzemünkben melléktermékként márványpor keletkezik. Van-e olyan fizetőképes ipari vállalkozás, amelynek tevékenységéhez ez alapanyagul szolgálhat?
- Közép-Európa mustárpiaca; a szállítók piaci részesedése országonként, trendek az elmúlt három évben, előrejelzés öt évre.
- Heti témafigyelés (nyomatott, elektronikus és pletyka-források) a személyzeti tanácsadás területéről.
- Budapesti telkemre ifjúsági garzont vagy nyugdíjasházat szeretnék építeni. Milyen állami támogatást kaphatok vállalkozóként, milyen a majdani lakásbérlők, illetve milyen a kerületi önkormányzat?
- Lehetséges külföldi megrendelőm fizetőképes-e; volt-e az előző öt évben késedelmes fizetése?
- Speciális olvasztókemence gyártói; árak és referenciák felkutatása.

- Van-e EU-előírás, -jogszagály vagy -szabvány a burgonyaszírom csomagolására vonatkozóan? Ha igen a dokumentum szolgáltatása magyar fordításban.
- Egy járdán lévő csatornanyílás miatti lábtörés esetén kitől követelhető kártérítés, és mekkora? Voltak-e hasonló hazai jogesetek?
- Az óvoda alkalmazottainak múltjában szerepel-e gyerekek ellen elkövetett bűncselekmény, illetve az ott alkalmazott gépkocsi-vezetőnek tiszta-e a közlekedésrendészeti múltja? (Az Egyesült Államokban a Public Open Records Act és a Freedom of Information Act biztosítja az állampolgárokról, vállalatokról és tulajdoni viszonyokról szóló adatok hozzáférését.)

## **AZ INFORMÁCIÓBRÓKER TEVÉKENYSÉGE ÉS FORRÁSAI**

Az információbrókerség esernyőfogalom, amely „alá” több tevékenység is beférhet. Ilyenek lehetnek: tudásmenedzsment, adatbányászat, versenytársfigyelés, trendfigyelés, iparjogvédelmi információ, marketinginformáció-szolgáltatás, infrometria vagy webmetria, issues management, stb. E felsorolás folytatható, ugyanakkor megjegyzendő, hogy ez az információbrókerség felőli megközelítést tükrözi, és nem zárja ki, hogy a felsorolt diszciplínák ettől eltérő besorolást határozzanak meg.

Az információbróker tevékenysége az alábbi pontokba szedhető:

1. felkutatja az információs igényeket
2. beszerzi és elemzi a legszélesebb körű (online és offline elérhető) információt
3. az információt elemzi, tisztítja, rendezi, szükség esetén kiegészítő kereséseket végez
4. a következtetéseket célorientált módon prezentálja, értékesíti.

Mivel a legkritikusabb információ leginkább a még le nem írt, az emberek fejében meglévő (vagy akár a még meg sem fogalmazott) gondolat, tudás; az információbróker legfőbb eszköze a telefon, ezt követi az internet. Az utóbbin keresztül jut hozzá térítéses (rendezett, minősített és friss információt kínáló forrá-

1 vö.: At a crossroads: information professional to intelligence analyst / Bonnie Hohhof, Lera Chitwood. In: Information Outlook 4 (2000) 2 p. 22-25

sok), illetve közvetlen térítés nélkül elérhető adatokhoz. Ezek által készít interjút, gyűjti a később elemzendő információkat. Gyakori tevékenysége a sajtófigyelés, sajtószemle készítése, melyhez leginkább adatbázisokat, adattárakat kérdez le. Az internetet is hasonlóan használja: honlapokat, adattárakat látogat, levelezőlistákat figyel és kérdez, a keresési profilnak megfelelő fórumokban vesz részt, stb. Módszere ettől függően irodalomkutatás, interjú vagy „field research”, azaz primér információ előállítás. Az infobróker ezen felül használ offline elektronikus forrásokat (CD-adattárakat), szükség esetén papíralapú kiadványokat, cégbrosúrákat, kézikönyveket, amelyek gyakran könyvtárakban találhatók. Munkájához sokszor igénybe veszi a megrendelő által biztosított információs forrásokat is, például belső tudásmenedzsment-projekt vagy az adatbányászat egyszerűbb formái: informetria, webmetria.

A telefonos információszerzés kiemelkedő kommunikációs készséget kíván meg az információbrókertől; nem is mindegyikük vállalkozik rá. A kulcszakember azonosítása közben érdemes „felkészülni belőle”, hogy a kérdések minél célravezetőbbek legyenek. Az interjúalanyok általában elmondják, amit tudnak, ám szinte mindig kíváncsiak a kérdés céljára. Az információbróker ugyanakkor nem adhatja ki megbízója nevét. A meglévő információk kérdező általi felvázolása nemcsak hatékonyabbá teszi az interjút, hanem segít az interjúalany bizalmának megszerzésében. Az interjú közbeni jegyzetkészítés biztosítja, hogy a kérdező jól lássa: még mit nem tud, mit kell még megkérdezni. A beszélgetés befejeztével pedig azonnal érdemes pontosan lejegyezni az adatokat. Ez a hitelesség növelésének is eszköze. Adott esetben hasznos a lehetséges további információs szálakat megkérdezni. Az interjú sikeressége leginkább a kérdező személyiségén, hozzáállásán múlik.<sup>1</sup>

Az adatbázisokkal kapcsolatban megjegyzendő, hogy szakemberek által feldolgozott adatokat tartalmaznak, egyszerű keresésük viszonylag gyorsan el-

sajátítható. A pontos, gyors és főként költséghatékony keresés érdekében azonban gyakorlás szükséges. Tudni kell, hogy az adott cél érdekében melyik adatbázisokban található meg a válasz. Ez nem is mindig olyan könnyű. A Dialog Corporation például 44 farmakológiai, 15 olajipari, 30 piackutatási, 12 oktatási témájú adatbázist kínál az adott szakterületek kereséséhez, ezek mellett 7000 szakfolyóirat elektronikus kiadását is elérhetővé teszi döntően teljes szöveges formátumban.<sup>2</sup> Más adatbázis-szolgáltatók a menedzsment-szakirodalomra (Emerald), szabadalmakra (Questel / Orbit) stb. specializálódnak.<sup>3</sup> A keresőkérdések megfogalmazása, illetve pontosítása szakember számára is több lépcsős folyamat, amely nyelv- és szakismeretet egyaránt feltételez. Nem mindegy például, hogy jail-re vagy prison-ra keresünk, ha angol nyelvű adatbázisban kutatunk, ugyanis az amerikai adatbázis-készítők az előbbit, az angolok az utóbbit használják.

Más szempontokat tart szem előtt az *informetria*, amely az információegységek felmérésére statisztikai, adatelemzési és adatbányászati módszereket alkalmaz. Az adatok mennyiségi mutatóit, illetve korrelációit vizsgálja. A módszer egyaránt alkalmazható a trendfigyelés, az üzleti hírszerzés<sup>4</sup> tudásmenedzsment céljaira, vagy CRM-rendszerének (Customer Relationship Management) kiépítésére.

*„Mivel a legkritikusabb információ leginkább a még le nem írt, az emberek fejében meglévő (vagy akár a még meg sem fogalmazott) gondolat, tudás; az információbróker legfőbb eszköze a telefon, ezt követi az internet.”*

A napjainkban egyre gyakrabban emlegetett adatbányászat (datamining) nem egyféle módszert, hanem egész eszköztárat takar. A statisztikai módszerek sorában megtalálható a diagnózis felállítása, a modellezés, a szegmentáció, a döntés-előkészítés, az osztályozás, az előrejelzés. Az adatbányászat célja üzleti trendek, modellek és kapcsolatok feltárása adatbázisokból, amelyeket legtöbbször a megbízó

1 The information broker's handbook / by Sue Ruge, Alfred Glossbrenner. – 2<sup>nd</sup> ed. – New York: Mc-Graw-Hill, 1994

2 vö: Partnerinformációs és holdudvara – adatbázisok tükrében / Mikulás Gábor. In: BOSS (2002) 11 p. 43–45

3 [www.dialog.com](http://www.dialog.com), [www.library.emerald.com](http://www.library.emerald.com), [www.questel.orbit.com](http://www.questel.orbit.com)

4 Bővebben pl.: Az üzleti hírszerzés szerepe a vállalatirányításban / O. Gábor László, Harmados György, Hajós Sándor. In: Vezetéstudomány 33 (2002) 9 p. 39–45; Üzleti hírszerzés / Tóth János, Búzás Pál. In: Bankszemle 2000 11–12.

bocsát a kutató rendelkezésére. Az adatbányászat speciális válfaja az ún. textmining, amely hangzó vagy leírt szövegek elemzésével von le olyan következtetéseket, amelyekre a szöveg saját kontextusa nem, csak az abból kifelé mutató utalások engednek következtetni.

A témafigyelés (current awareness) nem jelent újdonságot a hagyományos könyvtári szolgáltatásokhoz képest. Szemléletbeli különbség azonban, hogy az infobróker konkrétan meghatározott igényből vezeti le a figyelés paramétereit, amely a megrendelő információmenedzsmentjét támogatja. Az IM (issues management)-tevékenység és -projektek célja a megadott „ügy” figyelése, kutatása, az érdekcsoportok informálása, érdekharmónizációs „hadviselés”, a stratégiai nyilvánosság-politikai terv megvalósítása.

A piac idehaza is növekszik. Nem egy információbróker foglalkozik oktatással, például hatékony internetes keresés vagy térítéses adatbázisok keresési, stratégiai ismereteinek átadásával. További oktatási lehetőség a szakinformációs források megismerése, a keresés eredményének elemzése, vagy azok prezentálása.

Az ügyfeleknek sokszor a forrásdokumentum megszerzése a fontos, ezért az infobróker vállalja a dokumentumszolgáltatást is. Ezalatt érthetünk cikket vagy jelentést, újságcikk-fénymásolatokat, szabványokat, piackutatási eredményeket, éves jelentéseket, de lehet vevőtájékoztató anyag, konferencia-előadások szövege, egyesületi kiadvány, vagy éppen szakkiállítások listája.

## MARKETING

Az információbrókernek, mint szolgáltatónak üzleti célja, hogy túllépjen az információt átengedő kapus vagy szűrő szerepén. Az ügyfelek aktív információforrásaivá igyekszik válni. Célja, hogy általa ügyfelei gyorsabban tudjanak üzleti döntéseket hozni. Ezért ügyfeleinek kimondott igényei mögé kell látnia, ami azért nem egyszerű, mert az ügyfelek általában nem az információkeresés szempontjából fogalmazzák meg igényeiket. Az ún. referenzinterjúk során az in-

formációbróker igyekszik feltérképezni a megrendelő ki nem mondott igényeit is. Ez bizalmi viszonyt is feltételez, aminek az eredménye, hogy nem jellemző az információbrókerek gyors váltogatása.

Az információbróker számára az értő és konstruktív hallgatás kritikus sikertényező. A hatékonyabb kutatás reményén túl a visszacsatolás megteremti a használó és az információs szakember közötti csapatszellemet, növeli az utóbbi motivációját és hasznosságérzetét. Az információ felkutatása és átadása azonban nem a végső cél. El kell érni, hogy azt a megrendelő jól feldolgozhatónak és hasznosnak is találja. Ezért az infobróker gondot fordít a leadott dokumentáció vizuális impaktjára és megfelelő szó-

*„Az információbróker számára az értő és konstruktív hallgatás kritikus sikertényező. A hatékonyabb kutatás reményén túl a visszacsatolás megteremti a használó és az információs szakember közötti csapatszellemet, növeli az utóbbi motivációját és hasznosságérzetét.”*

használatára. (Minden szakmának megvan a saját zsargonja, amit az információs szakembernek is el kell sajátítania.) Az időzítéssel kapcsolatban talán furcsa, de az időben érkező részinformáció sokszor hasznosabb a megrendelő számára, mint a teljes – fél órával később.<sup>1</sup>

## AZ INFORMÁCIÓS TEVÉKENYSÉG HASZNA A SZERVEZET EGYES RÉSZÉIN

Az információbróker legjellemzőbb tevékenysége: megrendelésre információs csomagok összeállítása és értékesítése. A megrendelőjének ezzel számtalan célja lehet, például:

- Tervezés, stratégia: egy szervezet / ágazat jelen állapotának meghatározása, a stratégia előkészítése. Versenyársak kritikus tevékenységeinek – pl. fejlesztési irányok, technológia, árképzés, logisztika, stb. – folyamatos figyelése a sajtó, pletykák, birtokolt szabadalmak, beszerzések, üzleti kapcsolatokon keresztül, stb.<sup>2</sup>, valamint iparági felmérések begyűjtése, lejáró szabadalmak figyelése.

1 The information professional: an asset for Competitive Intelligence / Dieter Gold. In: FID Review 1 (1999) 4–5 p. 77–82

2 2. kö.: Spontaneous environmental scanning: putting „putting into perspective” into perspective: doktorsexamen / Sven Hamrefors. – Stockholm School of Economics, The Economic Research Institute, 1999. – 167 p.

- Marketing: új piaci szegmens igényeinek kutatása, széles körű piaci adatok begyűjtése, adatgyűjtés potenciális tárgyalópartnerekről (életrajz, hobbi, stb.), a konkurensok hirdetéseiinek figyelése, ártükör készítése, vásárlói preferenciák feltérképezése cross-selling előkészítéséhez, védjegy-kutatás.
- Beszerzés megkönnyítése például a potenciális beszállítók felkutatásával vagy értékelésével; termékek, szolgáltatások felkutatása.
- Logisztika: referenciák beszerzése fuvarozókról, megbízhatósági vizsgálat.
- K+F-tevékenység támogatása szaksajtó-figyeléssel, dokumentum-beszerzéssel, szabadalmak újdonságkutatása.
- Kontrolling: benchmark-adatok felkutatása az iparágon belül és kívül.
- HR: egy szakma kulcsszereplőinek azonosítása, adatok gyűjtése a potenciális elcsábítandó munkaerőről, mások HR-gyakorlatának feltérképezése. Részvétel tudásmenedzsment-projektekben, mint a kívül, illetve belül meglévő ismeretek, tapasztalatok feltérképezője. Oktató (adatbázis-használat, hatékony információfelhasználás stb.).
- Jogi osztály: az iparági szereplők jogeseteinek figyelése, precedensek kutatása, külföldi (pl. EU-) jogszabályok felkutatása.

*„A megrendelő általában érdekelt abban, hogy érdeklődési köre ne legyen nyitott könyv mások, főként konkurensai számára, ami miatt az információbróker is bizalmasan kezeli keresési profilját.”*

- Pr: issues management-tevékenység, azaz egy kitüntetett szakterület anyagainak folyamatos monitorozása, cikk-, adat- és képgyűjtés vállalati kiadványok elkészítéséhez. A vállalati intranet vagy hírlevél részének szerkesztése.
- Pénzügy: a potenciális megrendelők, illetve beszállítók pénzügyi megbízhatóságának (bank, referenciák, hitelképesség stb.) feltérképezése.
- Minőségirányítás: benchmark-adatok, szabványok beszerzése, best practice-kutatások.

Az infobróker a keresés eredményéből összefoglalót, szemlét készít. Nagyobb lélegzetű munka esetén adatbázis-készítés is felmerülhet.

## GARANCIÁK, DISZKRÉCIO

Az információbróker nem vállalhat garanciát arra, hogy a megrendelője számára szükséges információ minden kétséget kizáróan létezik. Azt viszont dokumentáltan bizonyíthatja, hogy a kérdéskörben minden lehető forrást átvizsgált, és abban ezt vagy azt az adatot találta – vagy nem találta. (Az is előfordul, hogy a megrendelő számára a „nincs találat” a találat. Például, ha a cégadatbázisokban nem szerepel leinformálni kívánt leendő ügyfele.)

Az információbróker munkájának jellegéből következő a vonatkozó jogszabályok ismerete és azok betartása.<sup>1</sup> Ide tartozik a szerzői, személyiségi jog, az ipari titkok védelme, és az etikai megfontolások. Például: eladható-e egy vállalat számára összeállított információs csomag a megrendelő versenytársának, vagy: kié az átadott cégadatok tulajdonjoga? Az információbrókernek tájékoztatnia kell ügyfelét az átadott információval kapcsolatos esetleges felhasználási korlátokról.

A megrendelő általában érdekelt abban, hogy érdeklődési köre ne legyen nyitott könyv mások, főként konkurensai számára, ami miatt az információbróker is bizalmasan kezeli keresési profilját. A másik oldalt tekintve a megszerzendő információk is gyakran bizalmas adatok, amelyek megszerzésére csak a törvényes utak járhatók. Például egy cég tűzzel-vassal védte készülő beruházásának tervét, teljes titoktartást követelve munkatársaitól. Ugyanakkor sajtó nevében hirdetést adott fel, hogy a főváros közelében épülő létesítményébe dolgozókat keres. A szakértő néhány telefon után kiderítette, hogy a cég hol vásárolt ingatlant. Átnézte a helyi sajtót, és talált egy cikket arról, hogy az ingatlan miként került a vállalkozás birtokába. Az eladóval történt beszélgetés után már ismertté vált a nyitás időpontja is, így a hírszerző legális módszerekkel ismerte meg a féltve őrzött üzleti titkot.<sup>2</sup>

1 Az érintett jogszabályok köre a [www.mibe.info](http://www.mibe.info) c. honlapról tölthető le.

2 Cégtükrök / Harmados György. In: Heti Világgazdaság (1998. dec. 19.) p. 48, 53

Előfordul, hogy a vállalkozások még törvényi kötelezettségeiket is megszegik, hogy visszatartsák a magukról közzeendő információkat, például mérlegadatokat.<sup>1</sup> Mások – például önkormányzatok – gyakran nem körültekintő adatvagyon-gazdálkodás miatt<sup>2</sup> vagy éppen tájékoztatlanságból vagy felkészületlenségből tartják vissza az információt.<sup>3</sup>

## KÖNYVTÁRI LEHETŐSÉGEK

A könyvtárak hagyományosan rendelkeznek szolgáltatói attitűddel, ezért a hatvanas években kézenfekvőnek tűnt a tengeren túl, hogy az információbrókeri feladatot a könyvtárosok fogják ellátni. A helyzet azonban nem így alakult.<sup>4</sup> Míg kezdetben az információbrókeri tanfolyamokon a könyvtáros hölgyek voltak túlsúlyban, később arányaiban számuk jelentősen visszaszorult a férfiak, illetve a nem könyvtárosok – más területek szakemberei – javára. Idehaza a könyvtárosok az információbrókeri tevékenység adatbázisokban való keresési oldalát művelték jellemzően műszaki könyvtári központokban. Az adatbázisok széles körű hozzáférhetősége és a recesszió azonban megváltoztatta a helyzetet.

A hazai könyvtáros társadalom ambivalensen viszonyul az információbrókerséghez; a távolságtartás és a szakmaféltség jelei egyaránt tetten érhetők. E kettősség és a stratégiai késlekedés, valamint kulturális és koncepciók anomáliák<sup>5</sup> miatt a könyvtárak lépésről lépésre veszítik el fizetőképes piacaikat. Kivételt jelent ez alól néhány egyetemi és le nem épített vállalati könyvtár.<sup>6</sup> A Richter Gedeon Vegyészeti Gyár vagy a Hírközlési Főfelügyelet könyvtára esetében a könyvtár a vállalati tudásmenedzsment egyik indikátoraként is működik. Nyugati példák

döntően a könyvtár és az információbrókerek közötti együttműködést emelik ki.<sup>7</sup>

## KÉPZÉS ÉS HÁLÓZAT

Az információbrókeri munka leginkább mentorálás útján gyakorolható be, azaz a gyakorlati fogások elérése meghatározó a képzésben. A nyugati könyvtáros-képző felsőoktatási intézményekben a leendő könyvtárosok és az infobrokerek egymás mellett ülnek a padban. Idehaza üzleti infobróker-képzéssel a Bénédict School foglalkozik. Az állami képzésben a szombathelyi Berzsényi Dániel Főiskola és az Eötvös Károly Főiskola indít kétéves kiegészítő információbróker szakirányt.

Az információs igények jóval szerteágazóbbak – forrást és témakört tekintve egyaránt – annál, hogy azt

*„A hazai könyvtáros társadalom ambivalensen viszonyul az információbrókerséghez; a távolságtartás és a szakmaféltség jelei egyaránt tetten érhetők.”*

egy információbróker egymaga ki tudná szolgálni. Ezért jellemző a specializálódás. Van, aki szabadalmi kutatásra, versenytársfigyelésre, gazdasági, gyógyszerészeti vagy orvostudományi információra, piackutatásra, export/importra, biotechnológiára, demográfiára szakosodik. Van, aki információt keres, van, aki elemzi is azt.<sup>8</sup> Információt szinte mindenki tud gyűjteni. Az aktuálisan üzleti előnyt hozó információ azonosítása, gyors és költséghatékony beszerzése és a megrendelő számára tudásként felkínálása viszont gyakorlatot, valamint szakértelmet igénylő tevékenység.

*A szerző információs és pr-tanácsadó,  
a GM Consulting vezetője.*

1 Keselyűk a cégnél / Mikulás Gábor. In: Figyelő (2003. febr. 20.) 8 p. 44–45

2 Gazdaságpolitikai előrejelzések adatbányászat segítségével / Pitlik László. Elhangzott az IIR Adatbányászat és tudásfeltárás c. konferenciáján (Budapest, 2003. január 28–29.)

3 Önkormányzati nyilvánosság: infovadászat inkognitóban. In: Heti Világgazdaság (2001. május 26.) 21 p. 69–71

4 A brief history of information brokering / Marilyn M. Levine. [www.asis.org/Bulletin/Feb-95/levine.html](http://www.asis.org/Bulletin/Feb-95/levine.html)

5 A hazai könyvtárügy 2003 és 2007 közötti stratégiája. In: Könyvtári Levelező/lap (2003) 1 p. 4–7 (elektronikusan nem elérhető)

6 Pl.: Hogyan járul hozzá a könyvtár a fenntartó vállalat eredményességéhez? / Sándori Zsuzsanna, Vajda Katalin. In: Tudományos és Műszaki Tájékoztatás 43 (1996) 1 p. 3–7

7 Cooperation between non-profit fee-based services and for-profit brokers / Suzanne M. Ward. In: Information Services & Use 15 (1995) p. 153–158

8 Opening new doors: alternative careers for librarians. / ed. By Ellis Mount. – Washington; Special Libraries Association, 1993. – 271 p.