Zeitschrift: Nachrichten VSB/SVD = Nouvelles ABS/ASD = Notizie ABS/ASD

Herausgeber: Vereinigung Schweizerischer Bibliothekare; Schweizerische Vereinigung für Dokumentation

Band: 59 (1983)

Heft: 4

Artikel: Die Dokumentation - ein Stiefkind innerhalb der Organisation?

Autor: Schilling, Susanne

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-771390

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 13.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

d'avantage. La BD avec ses cases et les espaces diégétiques qui les séparent est exemplaire de ce point de vue et doit être rattachée au livre plutôt qu'au cinéma, à la TV, au dessin animé, ou à la peinture de chevalet! La lecture est acte créateur, formateur, libérateur pour le lecteur. Même le haïku zen écrit n'est qu'un reflet de l'illumination totale et lu il n'est qu'un reflet de ce reflet . . . Il invite sans contraindre, il guide et je choisis, il suggère et je décolle . . .

Vous trouverez peut-être et avec raison sans doute que les gens sont plus simples d'habitude. Il leur suffit de dire que tel livre les a bien dépaysés. Un lecteur rabrouait sa femme à la bibliothèque, l'autre jour, qui parlait d'un roman qu'elle venait de lire, il dit: «Un roman, ça se lit et puis c'est fini, on n'en parle plus». Pourquoi pas?

Je maintiens que la lecture d'un roman n'est pas fuite de la réalité (comme si on pouvait la fuir, laquelle, d'ailleurs?), elle est fuite d'une réalité et quête d'une autre réalité, laquelle est plus riche et choisie et recouvre l'autre, car toutes les réalités se recoupent . . . C'est cela la véritable formation des adultes. La lecture publique ce n'est pas une banque de données, c'est un ascenseur pour l'univers.

«Les Amis de la Célestine vont rééditer à l'Age d'Homme ‚Le Rat, la Célestine et le Bibliothécaire' de Pierre Yves Lador. On peut souscrire auprès de René Vaucher, Bibliobus neuchâtelois, Rue du Progrès 33, 2300 La Chaux-de-Fonds.»

Die Dokumentation – ein Stiefkind innerhalb der Organisation?

Von *Susanne Schilling*, Wirtschaftsdokumentation;
Brown Boveri & Cie, Baden

Das Referat ist an der SVD-Regionaltagung Bern im März 1983 gehalten worden. Betrachtet werden Zusammenhänge zwischen Stellung der Dokumentation in einer Organisation, Benutzerbedürfnissen und zu erbringenden Dienstleistungen. Betont wird die aktive Vermittlerrolle der Dokumentalisten zwischen Informationslieferant und Benutzer. Welche Bedeutung hat unser Beruf in Zukunft?

Cet exposé, présenté au congrès régional bernois de l'ASD, en mars 1983, examine les rapports existant entre la place tenue par la documentation dans une organisation, les besoins des utilisateurs et les services à rendre. L'auteur souligne surtout le rôle actif des documentalistes comme intermédiaires entre le donneur d'informations et l'utilisateur. Quelle importance aura donc notre profession à l'avenir?

Die Organisation

Um meine Ausführungen so allgemein wie möglich zu halten, habe ich den Begriff «Organisation» gewählt. Ich meine damit unseren jeweiligen Arbeitgeber, ob dies nun der Staat, die Industrie oder eine gemeinnützige Institution sei.

Information als Rohmaterial

Seit einiger Zeit spricht man von Information als Rohmaterial, wie von Erdöl, Kupfer oder Kakao. Ich denke da vor allem an Artikel und Berichte, welche an das höhere Management gerichtet sind.

Von der Beurteilung her ist dies eigentlich eine erfreuliche Entwicklung, die unsern bisherigen Aschenputtel- oder Dornröschen-Zustand nur verbessern kann. Vielleicht resultiert daraus – im Zuge der Sparmaßnahmen und des vermehrten Kostenbewußtseins – ein besserer und gezielterer Einsatz der Information. Diese Änderung des Blickwinkels auf der Organisations- d.h. Benutzerseite ist daher begrüßenswert.

Die Gefahr besteht allerdings nach wie vor, daß man im Zusammenhang mit dem Dokumentalisten an das Informations*material* denkt, welches er zur Verfügung hat, und nicht an seine Rolle als *Vermittler* zwischen diesem Material und dem Benutzer.

Auf der Dokumentations-Seite bin ich mit meiner Rohstoff-These während der Recherchen zu diesem Vortrag auf einen Haken gestoßen, auf welchen ich unter dem Punkt «Marketing» zurückkommen möchte.

Unterstellung

Wenn ich heute oder morgen zu einem Einstellungsgespräch gehen würde, so wäre eine meiner ersten Fragen: *Wo* im Organigramm (Organisationsschema) figuriert die Dokumentationsstelle?

Solange unsere Organisationen hierarchisch gegliedert sind, scheint mir dies ein wichtiger Gradmesser für den Stellenwert unserer Dienstleistung zu sein.

Bei den meisten Dokumentationsstellen handelt es sich um *«Spezialbibliotheken»*, die ein mehr oder weniger großes, aber meist begrenztes Wissensgebiet abdecken. Im Idealfall sollte sich dies in der *Unterstellung* widerspiegeln, d.h. wir sollten möglichst in der Nähe der Hauptbenutzergruppe angesiedelt sein: eine technisch/wissenschaftliche Dokumentation z.B. bei der Forschung und Entwicklung oder einer technischen Abteilung, eine juristische oder volkswirtschaftliche beim entsprechenden Stab usw.

Um einiges mühsamer wird unsere Tätigkeit innerhalb der Organisation im Sammelsurium der «Allgemeinen Dienste»; unsere Anstrengungen punkto Initiative und Marketing könnten dann entscheidend sein für unser Überleben – vor allem in der heutigen Wirtschaftslage.

Hierarchie

Innerhalb unserer hierarchischen Organisation spielen die Stufenleitern, welche die Einzelnen innehaben, der Rang innerhalb der Hackordnung, eine mehr oder weniger große Rolle. Diese Stufen sind, je nach System, mit Kaderpositionen, Salärklassen und dergleichen verbunden. Der Gedanke an diese interne Hackordnung mag uns fremd, das Gerangel darum lästig oder gar zuwider sein: für den Status unserer Dienstleistung wird sie eine gewisse Bedeutung haben.

Budget, Umlagen

In diesem Zusammenhang gehört der Vollständigkeit halber auch die Frage, *wie* unsere Dienstleistungen finanziert werden.

Höchstwahrscheinlich wird niemand auf die Idee kommen, das Budget für Bücher, Zeitschriften, Studien usw. mit dem Dokumentalisten zu diskutieren oder ihn auch nur darüber zu informieren (ausgenommen, er sei selber in leitender Stellung). Dies ist weder sinnvoll noch ein unabänderliches Naturgesetz. Wir sind schließlich die Fachleute auf diesem Gebiet: benehmen wir uns als solche und ergreifen wir auch da die Initiative. Nicht zu vergessen ist dabei, daß Vorgesetzte klare, sachliche Argumente und Zahlen lieben (und auch verpflichtet sind, solche zu verlangen).

Das Budget einer reinen Dienstleistung muß wiederum abgewälzt werden auf die Benutzer – es wird umgelegt. Ob und wieviel die Benutzer gewillt sind zu «zahlen» hängt ab von der Qualität unserer Dienstleistungen und von unserem Geschick, diese zu verkaufen.

Der Dokumentalist

Wir haben alle schon in den verschiedensten Lebenslagen die Wirkung erfahren, welche unsere eigene Einstellung auf die Umgebung ausübt. Es scheint mir daher wichtig zu überprüfen, wie wir uns selber sehen und einschätzen.

a) Als Hilfs- oder als Fachkraft?

Die Identitätskrise des Schweizer Dokumentalisten (z.T. bedingt durch rudimentäre Ausbildungsmöglichkeiten, kein öffentlich anerkanntes Diplom, meist Zweitberuf usw.) kann leicht dazu führen, daß er sich als Hilfskraft sieht und sich bewußt oder unbewußt so verhält. Außerdem sind unsere sichtbaren Tätigkeiten oft Routine, wie z.B. Zeitschriften-Zirkulation, Ausleihe, Ablage.

b) Als emsiger Wirker im stillen Kämmerlein?

An der letztjährigen SVD-Generalversammlung wurde in unserer Arbeitsgruppe vehement die Meinung vertreten, daß dies der Idealzustand und eine quasi «Verkäufer-Mentalität» vulgär sei. Gute, zuverlässige Arbeit verkaufe sich von selber. Mag sein! Vielleicht sind einige Probleme mancher Industriezweige hierzulande auch dadurch entstanden, daß man zu lange davon überzeugt war, gute Qualitätsprodukte verkauften sich von selber auf dem Weltmarkt!

Es besteht außerdem die Gefahr, daß man an den Bedürfnissen der Kunden vorbei arbeitet.

c) Als passive Dienstleistung?

Auch in diesem Fall kann man argumentieren, es genüge, die an uns herangetragenen Fragen nach bestem Wissen und Können zu beantworten. Man vernachlässigt dabei allerdings eine potentielle Benutzergruppe, die beträchtlich sein kann. In der amerikanischen Umgangssprache nennt man dies «zu den bereits Bekehrten predigen». Die *Dokumentationsstelle* ist dann für den Benutzer oft *die letzte Hoffnung* (nach beträchtlicher Zeitverschwendung) *anstatt der erste Gedanke!*

d) Als Partner der Benutzer?

Dies scheint mir der Idealzustand zu sein: als gleichwertiger Partner in einem multidisziplinären Team den entsprechenden Beitrag zu leisten.

Er bedingt meinerseits *aktives* Interesse für die Bedürfnisse der Kunden. Es ist meine Aufgabe, diese Bedürfnisse zu kennen.

e) Als Spinne im Informationsnetz?

Auf den ersten Blick scheint dies ein bestechendes Symbol: Im Mittelpunkt des Informationsnetzes zu sitzen, wo alle Fäden zusammenlaufen, und auf die kleinsten Veränderungen sofort zu reagieren. Die Spinne ist jedoch ohne Zweifel ein Raubtier – im ganzen Komplex der Informationsbeschaffung und -verteilung spielen interne Politik und Machtkämpfe eine nicht unwesentliche Rolle. Es kann kaum unsere Aufgabe sein, uns darin zu verstricken.

Die Dienstleistung

Was unsere Dienstleistung betrifft, möchte ich mich nur mit einem Aspekt befassen: *Marketing*.

Marketing ist keine Hexerei oder ein Zylinder voller Tricks, keine komplizierte Management-Technik oder eine Sammlung von quasi mathematischen Formeln. Marketing ist nur eine bestimmte Art, etwas zu betrachten.

Wie bereits im Abschnitt «Information als Rohmaterial» erwähnt, habe ich mir seit Jahren angewöhnt, über «Marketing von Information», «Information an den Kunden zu verkaufen» zu sprechen, wie wenn Information tatsächlich ein greifbares Produkt wäre.

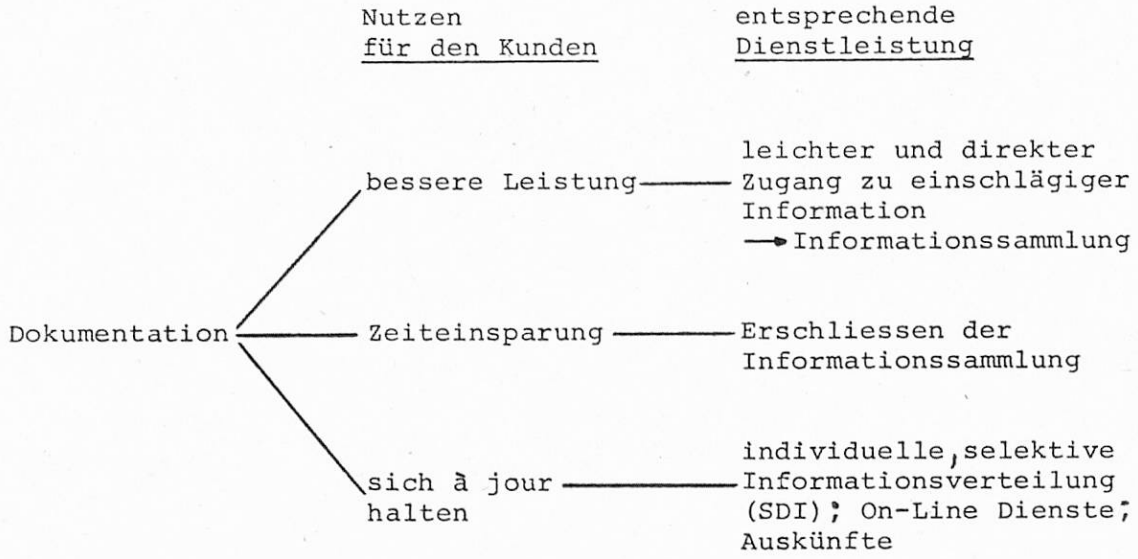
Ich möchte dazu aus einem Artikel von Philip Gee* folgendes zitieren:

«Wir (Dokumentalisten) müssen uns darüber im Klaren sein, *was* wir eigentlich verkaufen. Unser Produkt ist gar nicht die Information; diese kaufen wir bei den Verlegern ein. Weder kreieren noch ändern wir sie. Was wir tatsächlich an den Mann bringen ist unser Wissen, unsere Erfahrung, unser Handwerk und unser Verständnis für die Probleme der Kunden. Wir verkaufen also *Hilfe*.»

Die Funktion des Dokumentalisten ist die einer Brücke zwischen Information und Benutzer. Wir müssen unsere Aufgabe im Licht des potentiellen *Nutzens*, welche der Kunde aus unseren Diensten zieht, analysieren oder im Marketing-Jargon: eine Nutzen-Segmentierung vornehmen (Fig. 1). Was liegt für den Benutzer drin, was profitiert er von unserer Dienstleistung? Wenn wir nicht im Stande sind, den möglichen

* Gee, Ph.: Inspiring a promotional creed in information service; an examination of how far the classical theories of customer-orientated marketing are applicable within the realities of information services organisations. in: Kelbrick, N. (ed) Proc. of the 25th Annual Study Group of the Library Assoc. Reference, Special and Information Section. London, RSIS' 1977, 29–44.

Fig. 1: *Nutzen-Segmentierung*



Nutzen und damit die Nutznießer unserer Dienstleistung zu identifizieren, dann ist es wenig sinnvoll, diese überhaupt zu erbringen.

Wir sind gezwungen, eine detaillierte Aufschlüsselung unserer Kunden vorzunehmen; sie können nicht einfach in männlich oder weiblich, über 30 oder unter 30, sympathisch oder weniger sympathisch eingeteilt werden (Fig. 2). Eine solche Markt-Segmentierung bringt uns auf die verschiedenen Bedürfnisse. Diese dann im einzelnen abzuklären verlangt, daß wir nicht einfach auf Anfragen reagieren, sondern daß wir unsere geheiligten Hallen von Zeit zu Zeit verlassen, gewisse Routinetätigkeiten vernachlässigen und uns in die Welt unserer Kunden begeben.

Büro der Zukunft

An der letzten International Online-Information Conference in London habe ich festgestellt, daß ein neues Schlagwort aufgetaucht ist: der *naive Benutzer*. Die Anbieter von Datenbanken sind daran, Software zu entwickeln, welche einem Laien die Information direkt leicht zugänglich machen. Vielleicht weil wir als Vermittler versagt haben, vielleicht weil so ein viel größeres Kundenpotential entsteht. Entwicklungen werden durch Widerstand höchstens verzögert, nicht aber verhindert.

Persönliche Computer werden an Popularität gewinnen.

Wissen ist nicht mehr identisch mit gedruckter Information. Anstatt sich an die Dokumentation zu wenden, können Manager in ihrem Büro Informationen selber via Bildschirm abrufen.

Interne EDV-Abteilungen gehen dazu über, sich nicht mehr nur routinemäßig mit der Organisation und Verarbeitung von Daten für

Fig. 2: *Markt-Segmentierung*

Buchhaltung, Salärabrechnungen und dergleichen zu befassen, sondern mit Information im weitesten Sinn.

Bedeutet dies alles, daß unser Beruf keine Zukunft hat? Sicher nicht schon morgen; es braucht auch auf der Benutzerseite einen Generationenwechsel.

Wir können uns aktiv an der Benutzerschulung für all diese neuen Systeme beteiligen – ein wesentlicher Bestandteil für deren erfolgreiche Einführung!

Im Büro der Zukunft wird es Fachleute brauchen, welche die Bedürfnisse der Benutzer kennen und das Informations-System mit dem entsprechenden Input füttern.

Wir müssen uns nur rechtzeitig umstellen und Neuentwicklungen als Herausforderung und nicht als Bedrohung sehen!

Literatur

– *Cronin, B.:* New technology and the marketing challenge for librarians. Aslib Proceedings 34 (1982) 9, 377 ff.
– *Cronin, B.:* The marketing of library and information services. Aslib, London, 1982.
– *Puretz, D.:* Corporate libraries: redundant in the electronic office? Business Librarian 1 (1982) 1, 3 f.
– Persönlichkeitsprofil A: erkennen Sie sich wieder? Capital 21 (1982) 7, 79.
– *Weiner, M.:* Answering any questions. David & Charles, London, 1974.
– *SRI International,* Business Intelligence Program. *Mitchell, A.:* Ways of life. Research Report 670, 1982.