

Информация на работе: управление информацией на рабочем месте*

BYSTRÖM Katriina,
HEINSTRÖM Jannica and
RUTHVEN Ian (Eds.).

Information at work: Information management in the workplace. —
London: Facet Publishing, 2019. — 179 p.

Следует начать с заявления о возможном конфликте интересов: я был участником незаурядных дискуссий, которые привели к созданию европейской сети для информации на рабочем месте, за исключением одного автора все участники были известны мне лично. Более того, один из авторов является заместителем главного редактора журнала *Information Research*, другой – одним из региональных редакторов, а еще два – членами редакционной коллегии. Безусловно, я постараюсь быть объективным в моей рецензии.

Целью данного издания является «обеспечение полного охвата информации на современном рабочем месте», что скорее представляется завышенной целью для небольшого объема в 179 страниц! Справочник издательства Emerald по современному управлению информацией содержит свыше 600 страниц, на которых предпринимается попытка сделать его «всесторонним», и даже такой объем, вероятно, имел случайные упущения! То, что содержит рецензируемое издание, это подробное исследование ряда аспектов информации на рабочем месте скорее в теории, чем на практике. Следовательно, книга вероятнее всего имеет ценность главным образом для студентов факультетов управления информацией, а не для управляющих в организациях.

В действительности книга состоит из трех частей: вводной главы, подготовленной редакторами, пяти глав по видам информационной деятельности, информаци-

онной культуре, управлению информацией, информационным артефактам и информационным атрибутам и заключительной главы от редакторов. Данная структура напомнила мне о том, что я понимаю под педагогической философией учебных частей войск Великобритании – «скажите им, что вы собираетесь им сказать, скажите им, и скажите им, что вы им сказали» – здравый совет, гарантирующий, что сообщение распространилось.

Многие собрания, которые описывают нашу сферу, очень слабо спланированы, но данный сборник является исключением. У авторов состоялся ряд встреч по обсуждению и планированию, и прослеживается четкая попытка охватить некоторые из основных вопросов в управлении организационной информацией с узким охватом по главам. Более того, авторы применили общий прием с «персоналиями», чтобы представить контекст с их учетом. Этими персоналиями являются: «Анна, кардиолог в крупной городской больнице; Йохан, адвокат, работающий в юридической фирме; Мэри, региональный менеджер правительственной организации; Билл, советник по прибрежной зоне, и Лиана, журналистка, работающая в офисе деловой новостной газет» (с. 25).

Не все главы используют персоналии в одинаковой манере, и временами складывается впечатление, что авторы не всегда полностью понимают контекст, в котором эти лица, как предполагается, работают. Порой детали контекста отсутствуют: например, Джон, адвокат, мог скорее вписаться в очень отличающуюся среду небольшой, локальной, юридической коллегии, чем найти работу в крупной мультинациональной юридической корпорации. А «редакция новостной газет» будет сильно отличаться в небольшой деловой новостной компании от редакции национальной ежедневной газеты.

Другой полезной особенностью книги является обзор среды использования информации издательством

* Перевод Wilson T. D. Review of Byström K., Heinström J. & Ruthven I. (Eds.) *Information at work: Information management in the workplace*// *Information Research*. — 2019.— Vol. 24, No. 2, review no.R660— <http://www.information.net/ir/reviews/revs660.html>

Taylor, введенный в первую главу и затем пересмотренный (хотя и сохраняя большую часть оригинала Taylor) в заключительной главе и переименованный в «информационную среду рабочего места». Я немного удивлен тому, что данный подход не был применен авторами других глав, хотя некоторые темы, приведенные на рисунке (с. 162), являются темами отдельных глав или появляются в них.

Я весьма удивлен отсутствием внимания книге к феномену «мобильной работы», играющему сегодня очень важную часть деятельности по управлению информацией во многих компаниях, включая удаленный, онлайн доступ к корпоративным базам данных, справочникам по обслуживанию, службам поддержки потребителей и т. п. Мы видим это на примере чего-то подобного как доставка Amazon: поставщик записывает событие в мобильное устройство и в результате транзакция записывается как совершенная и я немедленно получаю электронное сообщение, подтверждающее факт доставки пакета, помещаемое в мой почтовый ящик или сообщаемое о его хранении в «безопасном месте». И если я хочу вернуться к покупке, Amazon тотчас же направляет мне штрих-код, который я покажу на почте и где напечатано наименование пакета. Как только напечатано наименование, я получаю электронное сообщение о том, что моя кредитная карта платежеспособна и с моей кредитной карты списана стоимость покупки. С помощью миллионов подобных транзакций, совершаемых ежегодно, информационные системы бэк-офиса должны собирать терабайты данных о метриках производительности, в результате которых Amazon может регулировать свою службу доставки и улучшать удовлетворенность пользователей.

Другой областью, которой может быть отведена целая глава, является роль социальных медиа в современной организации. Дни, когда только сетевое присутствие компании подтверждалось сетевой страницей, безвозвратно ушли. Сегодня они используют Facebook,

Instagram и Twitter, а также иные службы социальных медиа, чтобы рекламировать выход продукта, собирать ответные данные от потребителей и взаимодействовать с ними таким образом, что еще 20 лет назад казалось нереальным. Снова терабайты данных циркулируют в корпоративных базах данных в целях анализа и сбора информации о релевантности, чтобы принимать решения относительно всего, начиная с дизайна продукта до служб оценки покупок. Это и вышеупомянутая мобильная работа говорят о важности «больших данных» в ключевых корпорациях и появлении аналитики данных как об основном элементе деловой информации.

Очевидно более позднее издание затронет эти вопросы.

Печально, но цена этого издания вероятнее всего будет главным определителем его покупки: безусловно, студент не сможет позволить себе купить даже издание в мягкой обложке, а цена в твердом переплете для библиотек кажется вообще недостижимой. Мягкая обложка стоит 0,51\$ (0,39£, 0,45€) за страницу – при объеме в 179 страниц, тогда как другое издание, рассмотренное в этом выпуске журнала, стоит 30,00£ за 276 крупноформатных страниц, с более светлым фоном и цветными иллюстрациями, или 0,14\$ (0,11 £, 0,12€) за страницу – контраст весьма поразителен. Это очень печально, поскольку книга содержит семь очень интересных статей, делающих вклад в исследование по управлению информацией, и заслужила бы более высокие рекомендации для ее прочтения.

T. D. УИЛСОН (T. D. WILSON)

Главный редактор журнала
Information Research: An international electronic journal,
Буроский университет, г. Бурос, Швеция