



બિનપ્રલેખીય સ્રોત

ડૉ. ચેતના શાહ

ગ્રંથપાલ, ડૉ. બાબાસાહેબ આંબેડકર ઓપન યુનિવર્સિટી, અમદાવાદ.

અંગ્રેજી પદ Document નો પર્યાય પ્રલેખ છે. જેનો સામાન્ય અર્થ લેખિત સામગ્રી અથવા દસ્તાવેજ, અધિકૃત લેખ-વિધિપૂર્વકનો ખત. અથવા અન્ય કોઈ લેખિત સામગ્રી. ઈફલા (IFLA) અનુસાર “ભાષા કે ચિહ્નો અથવા કોઈ અન્ય સ્વરૂપે નોંધાયેલી કૃતિ” એટલે પ્રલેખ.

1. E.W. Lancaster (લેંગસ્ટર)

સમગ્ર માહિતી સ્રોતને બે વિભાગમાં વિભાજિત કરવામાં આવ્યા છે.

(૧) ઔપચારિક (Formal), (૨) અનૌપચારિક (Informal)

ઔપચારિક સ્રોત મુદ્રિત સ્વરૂપના છે. જ્યારે અનૌપચારિક સ્રોત વિશેષતઃ અલેખિત સ્વરૂપમાં હોય છે.

આજના માહિતી યુગમાં સામે આવતાં માહિતી સ્રોતને નવાં પ્રકારના માહિતી સ્રોતને સામેલ કરવાં પુનઃ શ્રેણીબદ્ધ કરવામાં આવે છે.

(૧) પરંપરાગત

(૨) અપરંપરાગત

પરંપરાગત સ્રોતમાં માહિતી મુદ્રિત સ્વરૂપમાં ઉપલબ્ધ હોય છે. અપરંપરાગત સ્રોત જેમાં સૂક્ષ્મ અને દૃશ્ય-શ્રાવ્ય સ્વરૂપમાં મળે છે. જેને પુનઃ નીચેની બે શ્રેણીમાં વિભાજિત કરી શકાય છે:

(૧) પ્રલેખીય સ્રોત (Documentary)

(૨) અપ્રલેખીય સ્રોત (Non-Documentary)

બિનપ્રલેખીય સ્રોતો વાર્તાલાપ, સંવાદ, રૂબરૂ મુલાકાત, ચર્ચા, પ્રત્યાયન થકી માહિતીસ્રોતોનું સ્વરૂપ પામે છે. બિનપ્રલેખીય સ્રોતોને ત્રણ વિભાગમાં વિભાજિત કરી શકાય છે.

1. માનવીય સ્રોત અને નિર્દેશ (Human Resources & Referral System)

2. સંસ્થાકીય સ્રોત (Organization Resources)

3. લોક માધ્યમો (Mass Media)

1. માનવીય સ્રોત અને નિર્દેશ પ્રણાલીઓ (Human Resources & Referral System)

A. માનવીય સ્રોત (Human Resources)

માનવજાત પાસે લાયકાતો, તાલીમ અને તેના વિશિષ્ટ ક્ષેત્રમાં સંશોધન તેમજ અનુભવ દ્વારા પ્રાપ્ત કરેલ વિશેષ જ્ઞાન હોય છે. માહિતી અને જ્ઞાનનો અવિભાવ માનવજાતને આભારી છે. તે માનવીનું નિરીક્ષણ, અનુભવ, પ્રવૃત્તિઓ, સર્જનાત્મક ક્ષમતાઓ, કૌશલ્ય વગેરેને લીધે પ્રાપ્ત થાય છે. આ માહિતીનું વિવિધ ચેનલો અને સંચાર વિનિમયના માધ્યમ દ્વારા પદ્ધતિસર રીતે દસ્તાવેજીકરણ થાય છે.

કોઈ વ્યક્તિના ઐતિહાસિક સંશોધનમાં માહિતી મેળવવાનો યોગ્ય રસ્તો તે જગ્યાએ જવું, તે વિસ્તારના ઘરડા લોકો સાથે વાત કરવી, વ્યક્તિ કોઈ ઘટનાના સાક્ષી હોય તો ઘટનાની માહિતી મેળવવી, તેવી જ રીતે સંસ્થાના જુના ઇતિહાસ વિશેની માહિતી સંસ્થાનો જુના કર્મચારી પાસેથી જાણી શકાય. સાથી કર્મચારી, વૈજ્ઞાનિકો સાથે કામ કરી, નિષ્ણાતો, અનુભવી ઘરના સભ્યો સાથે કામ કરીને સંશોધન કરતાં ઘણી બધી અંદરની માહિતી મેળવી શકાય. સંસ્થાના કર્મચારી પણ માહિતી મેળવવાનું અગત્ય અંગ બની રહે છે.

માનવ સ્ત્રોતના કુલ સાત પ્રકાર છે.

1) માહિતી સર્જકો (Information generators)

આ પ્રકારમાં મુખ્યત્વે લેખકો, સંશોધકો, વૈજ્ઞાનિકો, આયોજકો, નીતિ નિર્ધારકો વગેરેનો સમાવેશ થાય છે— જેઓ તેમની રચના પૂર્વ વધુમાં વધુ માહિતી ધરાવતાં હોય છે અને માહિતીનો અમુલ્ય સ્ત્રોત બનાવે છે. આવી વ્યક્તિઓ વિવિધ પ્રકારની પ્રવૃત્તિઓમાં કાર્યરત હોય છે. આવી પ્રવૃત્તિઓમાંથી ઉદ્ભવતી માહિતી અથવા જ્ઞાન, પુસ્તકો, સામયિકો, લેખો અને અન્ય સ્વરૂપે પ્રાપ્ત થાય છે.

2) માહિતી સંગ્રહક (Information Gatherers)

વ્યક્તિઓનો એક એવો સમૂહ છે, જેનું કાર્ય માહિતી ભેગી કરવાનું અને યોગ્ય ચેનલો દ્વારા તેનો અહેવાલ આપવાનું છે. કેટલીક વ્યક્તિઓ પોતાના શોખને ખાતર કે વ્યાવસાયિક જવાબદારી અદા કરવા વિશિષ્ટ પ્રકારની માહિતી એકઠી કરતાં હોય છે. જો કે તેઓ માહિતીના ઉત્પાદકો નથી હોતા, પરંતુ માત્ર સંગ્રહકો જ હોય છે – જેમ કે ટપાલની વિવિધ પ્રકારની ટિકિટો કે સિકકાઓ અથવા પુરાતન ચીજવસ્તુઓ એકઠી કરનારા વૃત્તાંત લેખકો, પત્રકારો, વાઙ્મયસૂચિકારો વગેરેનો પણ સમાવેશ થાય છે.

3) માહિતી પ્રક્રિયકો (Information Processor)

ઉપલબ્ધ માહિતીને લોકભોગ્ય બનાવવી તે એક કળા છે. જેમાં સંપાદકો, ટીકાકારો, તંત્રીઓ વગેરેનો સમાવેશ થાય છે. હાલમાં જ SOUL નું Second Version અસ્તિત્વમાં આવતાં તેના ઉપયોગ માટે પ્રકાશિત થયેલા SOUL 2.0 User Manual. એ તેનું ઉદાહરણ છે.

4) માહિતી નોંધનારાઓ (Information Recorders)

ભાષાંતરકારો, પ્રકાશકો, ડેટા એન્ટ્રી ઓપરેટર્સ વગેરે તથા કેટલીક વ્યક્તિઓને જે તે પ્રસંગો, ઘટનાઓ, બનાવો વગેરેને ડાયરી સ્વરૂપે કે નોંધ સ્વરૂપે ટપકાવવાની સુટેવ હોય છે.— તે પણ માહિતીનું સુંદર સ્ત્રોત છે. આ પ્રકારની કુશળતા/ અનુભવો કયાંય નોંધાયેલા હોતાં નથી અને તે બીજા પ્રકારના સ્ત્રોતોમાં પ્રાપ્ય નથી.

5) માહિતી પ્રસારકો (Information Disseminators)

પ્રકાશકો, ગ્રંથાલય વ્યાવસાયિકો, દસ્તાવેજીકરણ કર્તા, માહિતી વિશેષજ્ઞો, વિસ્તરણ કાર્યકારો, શિક્ષકો, વેચાણકારો, સલાહકારો, જાહેરખબર કરનારા વગેરે એવી વ્યક્તિઓ છે કે જે તેમની પાસે કોઈકને કોઈ સ્વરૂપે એકત્ર કરેલ અને પ્રાપ્ય જ્ઞાન અથવા માહિતીના પ્રસારણમાં સમાવિષ્ટ છે. દરેકનો હેતુ કોઈ ચોક્કસ હોય છે. તેઓ કોઈપણ સ્વરૂપે પ્રાપ્ય માહિતીનો વ્યવહાર કરનાર મધ્યસ્થીની ભૂમિકા ભજવે છે. તેઓ ઉપભોક્તાના વિવિધ પ્રકારો સાથે અથવા કોઈ પ્રકાશન પ્રવૃત્તિમાં સમાવિષ્ટ હોય છે. અહીંપણ તેમની કુશળતાઓ અને જ્ઞાન કેટલાંક પ્રકારની પૂછપરછમાં ખૂબ જ ઉપયોગી હોઈ શકે છે.

વિસ્તરણ કાર્યકારો, કૃષિકારો ગ્રામીણ ક્ષેત્રમાં ઓછા ખર્ચનાં મકાનો, કુટુંબ નિયોજન અને આરોગ્યલક્ષી કાળજીના જ્ઞાનના પ્રસારણમાં ખૂબ જ અગત્યની ભૂમિકા ભજવે છે. સામાજિક આરોગ્યની વ્યક્તિઓ, સમાજ કલ્યાણ કાર્યકારો અને આવી બીજી વ્યક્તિઓ પણ ફક્ત પોતાના વિષયમાં જ નહીં, પરંતુ બધા સ્વરૂપની વ્યક્તિગત સંચાર વિનિમય તકનિક વાપરીને સંબંધિત સમૂહોમાં ખૂબ જ ઉપયોગી રીતે તેમની સાથે માહિતી લઈ જાય છે.

શિક્ષકો અને શિક્ષણવિદો જ્ઞાન અને માહિતીના ખૂબ જ પ્રણાલિકાગત પ્રસારકો છે. આ વ્યક્તિઓ વિવિધ વયસમૂહો, વિવિધ પ્રકારના વ્યાવસાયિકો અને તજજ્ઞો સાથે કાર્ય કરે છે. તેઓ પણ કાયમ મદદ કરવા માટે તત્પર હોય છે.

પ્રસારકોનું કાર્ય માનવસ્રોત તરીકે મહત્વની ભૂમિકા ભજવે છે. જેમ કે શિક્ષક, વિસ્તરણ પ્રવૃત્તિ યોજનારા, સભા સંચાલકો, કાવ્યધારાના સંચાલકો તેઓની પાસે એકત્ર કરેલી માહિતી પણ મહત્વનો માહિતીસ્રોત છે.

6) માહિતી પુનઃ પ્રાપ્તિ કરાવનારાઓ (Information Retrievers)

સામાન્યતઃ આ પ્રકારના માનવસ્રોતો ગ્રંથાલયમાં જ કાર્યરત હોય છે. જેમાં વર્ગીકાર, સૂચિકાર, નિર્દેશીકાર, સારકાર વગેરેનો સમાવેશ થાય છે.

7) માહિતી તજજ્ઞો (Information Technologists)

માહિતી ટેકનોલોજિસ્ટમાં કમ્પ્યુટર ટેકનોલોજિસ્ટનો સમાવેશ થાય છે.

B. નિર્દેશ પ્રણાલીઓ (Reference System)

નિર્દેશ પ્રણાલી એટલે એ પ્રણાલિ જે પૃથ્થકને તેની ઈચ્છિત માહિતીના સંદર્ભે યોગ્ય સ્રોત તરફ નિર્દેશ કરે છે, મોકલે છે. આ કેન્દ્રની પાસે પોતાના કોઈ માહિતી સ્રોત હોતા નથી. જો કે કઈ માહિતી ક્યાંથી ઉપલબ્ધ બનશે તેની સંપૂર્ણ અને ચોકકસ માહિતી આ કેન્દ્ર પાસે હોય છે. દા.ત., આજકાલ એવી ઘણી સંસ્થાઓ અસ્તિત્વમાં આવેલી છે.

જેની પાસે કોઈપણ ચીજ-વસ્તુ હોતી નથી, પરંતુ તમે તેને ટેલિફોન કરો કે વિશેષ ચીજ-વસ્તુ ક્યાંથી ઉપલબ્ધ બનશે તો તેની પૂરી યાદી આપે છે કે કોઈ વિશેષ વિક્રેતાનું નામ જણાવે છે. પોતાને જોઈતી માહિતી માટે યોગ્ય સ્થળે પહોંચી જાય છે. આવાં કેન્દ્રો સ્થાનિક, પ્રાદેશિક, રાષ્ટ્રીય અને આંતરરાષ્ટ્રીય ક્ષેત્રે કાર્યરત છે.

2. સંસ્થાકીય સ્રોત (Organization Resource)

જો કોઈ માહિતી પ્રકાશિત થતી ન હોય તો તે માહિતી જાહેર, ખાનગી, સરકારી સંશોધન સંસ્થા પાસેથી સીધી મેળવવામાં આવે છે. કેટલીક સંસ્થાના રીપોર્ટ, દસ્તાવેજ, વાર્ષિક રિપોર્ટ સાચવીને રાખતા હોય છે. તે બીજે ક્યાંય મળતાં નથી. તો બંને સંસ્થાકીય સ્રોત કહેવાય. ઔદ્યોગિક સંસ્થા પાસે માહિતી હોય તેવી માહિતી બીજે ક્યાંય મળતી નથી. યુનિવર્સિટી, કોલેજ સંસ્થાકીય માહિતી સ્રોતના ઉત્તમ ઉદાહરણ છે.

3. લોકમાધ્યમ (Mass Media)

લોકમાધ્યમ માટે સંદેશાવ્યવહારના માધ્યમો જે પ્રસારણ અને ટેલિકાસ્ટિંગ અથવા બંનેનું સંયોજન છે. તે પ્રકાશિત પ્રલેખ કરતાં વધારે અસરકારક છે. આ માધ્યમોની સમાજ પર ખૂબ જ અસર છે. આ ક્ષેત્રની તકનિકોનો સતત વિકાસ થતો જાય છે. દા.ત., કેબલ કમ્પની દ્વારા આવતાં ચેનલો

મનોરંજન સાથે સાથે ઘણી નવીન માહિતી અને નવા ખ્યાલો પણ આવે છે. કેબલ કમ્પની દ્વારા તૈયાર થતા સમાચાર વધુ વિશ્લેષણ, આલોચના અને વિશ્વસનીય હોય છે. તે ખાનગી રાહે ચાલતાં હોવાથી સરકાર શાહીની મર્યાદાનો સામનો કરવો પડતો નથી. લોકમાધ્યમ અને સમૂહ માધ્યમ તે Mass Media ના પર્યાય તરીકે ઉપયોગમાં લેવાતાં પદો છે., પરંતુ તે બંને વચ્ચે પાતળી ભેદરેખા છે. તે બંનેને વચ્ચેનો મુખ્ય તફાવત એ છે કે બંનેના 'સમૂહ' જુદા જુદા હોય છે. લોકમાધ્યમો સામાન્ય રીતે વિસ્તરણની દૃષ્ટિએ નજીક રહેતાં લોકોને આવરી લે છે, જ્યારે સમૂહ માધ્યમ ટેકનોલોજી સાથે સંબંધ ધરાવતું હોવાથી દૂર દૂર વસતા, જુદી જુદી કક્ષાના લોકોને આવરી લે છે.

આજના યુગને 'સંચાર સાધનોનો યુગ' તરીકે ઓળખવામાં આવે છે. સંચાર કે પ્રત્યાયન ક્રાંતિને કારણે વિશ્વના કોઈપણ ખૂણે બનતી ઘટના બહુ જ ઓછા સમયમાં સમગ્ર વિશ્વમાં પ્રસરી જાય છે. સેટેલાઈટના કારણે હજારો માઈલ દૂર બનતા બનાવો તત્કાલે જ ઘરમાં બેસીને નિહાળી શકાય છે. એક વ્યક્તિ સંદેશો કે માહિતી આપે છે. તેને જુદે જુદે સ્થળે રહેતી વ્યક્તિઓ સાંભળે છે જે સંચાર ક્રાંતિની ફળશ્રુતિ છે.

3. પરંપરાગત લોકમાધ્યમો

1. ક્રિયા ધરાવતી લોકકલા, ભવાઈ વગેરે.
2. રંગભૂમિ
3. કઠપૂતળી
4. હરિકથા જેવી કથાઓ
5. લોકગીતો, વાર્તાકથન, કાવ્યગાન
6. મેળા અને ઉત્સવો

4. આધુનિક લોકમાધ્યમો કે સમૂહ માધ્યમો

1. મુદ્રિત માધ્યમો (Print Media)

મુદ્રિત માધ્યમોમાં વર્તમાનપત્રો કે દૈનિકો આગવું સ્થાન ધરાવે છે. વર્તમાન પત્રોમાં સમાજજીવનને સ્પર્શતી તમામ માહિતી રોજબરોજ પ્રકાશિત કરવામાં આવે છે. સાથે જ વર્તમાનપત્રો સાથે દરરોજ પુરવણીઓ પણ પ્રકાશિત કરવામાં આવે છે. જેમાં વિસ્તૃત માહિતી, મનોરંજન અને પ્રેરણાત્મક લેખો સાથે સાંપ્રત સમયની ઘટનાઓનું વિશ્લેષણ હોય છે. વર્તમાનપત્રોમાં પ્રકાશિત થતી માહિતી એક મહત્વનું માહિતીસ્ત્રોત બની રહે છે. Paper Clipping દ્વારા તેને વધુ સરળ અને ઉપયોગી બનાવી શકાય છે.

2. રેડિયો પ્રસારણ (Radio Broadcasting)

સમૂહ માધ્યમનું એક મહત્વનું અંગ અને મુખ્ય પદ્ધતિ તે 'રેડિયો પ્રસારણ' છે. દેશમાં વિવિધ પ્રદેશમાં સ્થાપિત રેડિયો સ્ટેશનો અંગ્રેજી અને બીજી ભારતીય ભાષાઓમાં સમાચાર, વિશ્લેષણ, વિવિધ પ્રકારના મનોરંજક કાર્યક્રમો, સંગીત કાર્યક્રમો, સ્ત્રીઓ, બાળકો, ખેડૂતો, ઉદ્યોગપતિઓ માટેનાં કાર્યક્રમો, શૈક્ષણિક કાર્યક્રમો અને રમતગમતનાં કાર્યક્રમો પણ પ્રસારિત કરે છે. તેમાં પ્રસારિત થતી તમામ ક્ષેત્રને આવરી લેતી માહિતીની નોંધ રાખવામાં આવતાં તે ઉપયોગી માહિતીસ્ત્રોત બને છે.

3. ટેલિવિઝન અને દેશ-શ્રાવ્યો (Television & Audio-Visual)

આજે આપણાં દૈનિક જીવનમાં ટેલિવિઝન એ મહત્વનું સ્થાન બનાવ્યું છે. ટેલિવિઝન ઉદ્યોગ બેહદપણે વિકસ્યો છે. જેમાં દુનિયામાં સૌથી વધુ ટેલિવિઝન નેટવર્કસ કામ કરે છે. ભારતમાં દૂરદર્શન ઉપરાંત યુઝર્સને વિવિધ કાર્યક્રમોના વિકલ્પ આપતાં મોટા પ્રમાણમાં ખાનગી ટેલિવિઝન નેટવર્કસ કાર્યરત છે. મનોરંજનથી માંડી રાજકીય, સામાજિક, આર્થિક, શૈક્ષણિક, સાંસ્કૃતિક વગેરે સંબંધિત માહિતી પ્રસારણ કરે છે. લોકસંચાર વિનિમયમાં ઘણાં દેશ-શ્રાવ્યો માધ્યમોમાં વિડીયો કેસેટ અને સીડી રોમ એ ખૂબ જ અસરકર્તા છે. તે યુઝર-ફ્રેન્ડલી અને વ્યક્તિ અને સમૂહ ઉપયોગ સાથે નજીકથી જોડાયેલાં છે. પુરાતત્વ જાળવણી માટે સીડી રોમ મૂલ્યવાન છે. એન્સાયકલોપીડીયા જેવાં ગ્રંથો એક સીડીમાં સમાઈ જાય છે. આમ, તે ખૂબ જ ઓછી જગ્યા રોકે છે. અવાજનું રેકોર્ડિંગ, દેશ-શ્રાવ્ય માધ્યમોનું વેપારી અને સંસ્થાકીય ધોરણો ઉત્પાદન વધ્યું છે કે ગ્રંથાલયો પણ તેનો ઉપયોગ કરવા લાગ્યા છે. શૈક્ષણિક ક્ષેત્રમાં પણ વિવિધ અભ્યાસક્રમો, ઓડિયો અને વિડીયો કેસેટ તૈયાર કરવામાં આવે છે. પ્રકાશિત સ્રોત તૈયાર કરવા ખૂબ મોંઘા હોય ત્યારે બિનપ્રલેખીય સ્રોતો મદદરૂપ બને છે. કેટલીકવાર કેટલીક વ્યક્તિઓ એવી માહિતી પુરી

પાડે છે. જે પ્રકાશિત સ્ત્રોતમાં હોતી નથી. તેવી જ રીતે સંસ્થાકીય સ્ત્રોતમાંથી મળતી માહિતી બીજે ક્યાંયથી મળતી નથી. દેશ્ય-શ્રાવ્ય સાધનો દ્વારા પણ માહિતી મેળવી શકાય છે.

4. જાહેર સંપર્કો (Public Relations)

અગાઉના જમાનામાં સાંજ પડે ત્યારે લોકો ગામના ચોરામાં બેસતા. વાતચીત સાથે સંબંધ ગાઠ બનાવતા. આજે આમ કરવાનું શક્ય નથી, જો કે બાગ-બગીચાઓમાં આજે વડીલો અ વૃદ્ધો ગામનાં ચોરા જેવું વાતાવરણ સર્જે છે. અનુભવથી તેમની પાસેથી અમુદ્રિત ઘણી બધી માહિતી જાણવા મળે છે. આજે સેવાકીય સંસ્થાઓ, ઉદ્યોગ અને વેપારી અને ગૃહો વગેરે જાહેર સંપર્ક અધિકારીની નિમણૂક કરે છે. જેઓ ઉત્પાદક અને ગ્રાહક વચ્ચે મધ્યસ્થી બને છે. કેટલાંક નાનાં એકમો વિવિધ સંચાર માધ્યમોનો પ્રયોગ સાથે જાહેર સંપર્ક બનાવી રાખે છે.

5. જાહેરાત અને જાહેરખબરો

જાહેરાત અને જાહેરખબરો પણ એક મહત્વનો લોકમાધ્યમોનો માહિતીસ્ત્રોત છે. તે દ્વારા વિશિષ્ટ વસ્તુઓ અને સેવાઓની ઉપયોગિતા, ઉપયોગ અને પ્રગતિ જાણી શકાય છે.

5. ઉપસંહાર

બિનપ્રલેખીય સંદર્ભસ્ત્રોત ઉન્નત સંદર્ભ મૂલ્ય ધરાવે છે. આ સ્ત્રોત પરંપરાગત સંદર્ભ સામગ્રી પ્રકારના નથી. પણ બિનપ્રલેખીય સ્ત્રોતોમાંના છે. જે વિવિધ સંદર્ભોમાં માનવ તજજ્ઞોના કાર્યો ઓળખવા માટેનો અજોડ અને અમૂલ્ય સ્ત્રોત છે. બિનપ્રલેખીય સ્ત્રોત નિર્દેશ કેન્દ્ર તરીકે પણ જાણીતાં છે. માનવ સંસ્થાકીય, માહિતી સ્ત્રોતો, નિર્દેશ પ્રણાલીઓ અને લોકમાધ્યમો ભરપૂર માહિતીના ભંડારો છે, જે ભરપૂર માહિતી સ્ત્રોત તરીકે આગવું અને વિશિષ્ટ સ્થાન ધરાવે છે. બિનપ્રલેખીય સ્ત્રોત સ્થળ, સમય અને ભાષા મર્યાદાથી પર છે.

સંદર્ભ સ્ત્રોત

1. Chamberlain, Carol (1991). The Gatekeeper and information. Library Acquisitions : Practice and Theory.15, 265-9
2. Hishert, Ray Eiden (et al). (1981). Mass Media VI: An Introduction to modern Communication. New York : Longmen.
3. IGNOU, (1995). MLIS-02 , Block-4, Unit-6. Media Persons as Sources of Information.pp.57-72.
4. IGNOU. School of Social Sciences. MLIS-02, 4 Information Experts as Resource Persons.72p.
5. Lancaster F.W. (1983). Science, Scholarship and Communication of Knowledge. Library Trends,27(3) 367088/388