



Toelichting bij de Informatie'pizza' Juridisch Professional JP

GEPUBLICEERDE JURIDISCHE INFORMATIE (*jurisprudentie, wetgeving, vakliteratuur*) is in beginsel verkrijgbaar voor elke Juridisch Professional JP die bereid is moeite te doen en/of geld uit te geven om die informatie te bemachtigen. De pizza is in tweeën gedeeld in Commercieel gepubliceerde informatie en Publiek gepubliceerde informatie.

De Informatieproducenten, de pizzapunten, leveren in beginsel niet wat een ander levert al is er wel degelijk sprake van overlappende informatie die vaak door een "ander jasje" als "andere informatie" wordt aangeboden. De JP moet raden en bepalen of het dezelfde informatie betreft en, als hij dat al weet, wat de toegevoegde kenniswaarde hem financieel, of qua te nemen moeite waard is.

De cirkel bevat ongelijke stukken, als ware het aaneengelegde stukken pizza, van een "pizza karrewiel", "pizza normaal", "pizza medium".

Bij de **commerciële producenten** is, naar gelang de betekenis en omvang van de producent uitgeverij Kluwer veruit de grootste, SDU 2e, Boom gedeelde 3e plaats met de verzamelde andere kleine uitgeverij, Paris, Den Hollander, Wolf, Ars Aequi en anderen.

Publiek beschikbare –"gratis"- informatie, zoals te vinden bij rechtspraak.nl en overheid.nl heeft qua informatieaanbod inmiddels (sedert 2000) een grote overlap met vooral Kluwer en SDU, tot wel 70-80% overlap voor regelgeving en jurisprudentie in 2010-2012! Dit betreft verdubbeling, met de kanttekening dat Kluwer en SDU door selectie (!) van uitspraken (door redactiemedewerkers) en met redactioneel geformuleerde kopjes en annotaties toegevoegde informatie leveren bij de kale uitspraken of wetgeving.

Ook internationale overheidsinstanties van de EU, rechtspraak Hof van Justitie van de EU, Europees Hof voor de Rechten van de Mens stellen daar opgestelde regelgeving en jurisprudentie "gratis" beschikbaar via het web.

Faculteiten, instituten (beide overheidsgeleerd), verenigingen en bedrijven stellen informatie van hun medewerkers "gratis" beschikbaar. Dit vanwege de exposure (dit is wat wij doen, en wij zijn daar goed in)... de boodschap: "kom bij ons en je bent aan het goede adres met uw vraag of verzoek". In termen van de aandachtseconomie: *Get attention on the web, convert eyeballs to leads, convert leads to customers.*

De **verhouding Commercieel – Publiek** geproduceerde informatie **verandert**. De trend is dat deze publieke informatieproductie groter wordt en de commerciële informatieproductie relatief kleiner.

Een mengvorm is inmiddels ontstaan doordat bedrijven de medewerkers verzoeken het auteursrecht niet meer over te dragen aan uitgeverij. Een publicatie kan daarmee zowel in een commercieel blad worden geproduceerd als op de website van het eigen bedrijf, van de faculteit enzovoort. Commercieel gepubliceerde informatie gratis beschikbaar. Als je maar weet waar die te vinden is en welke (uitzonderings)bepalingen er gelden ten aanzien van het gebruiken van deze informatiebronnen (vaak is gebruik voor commerciële doeleinden niet toegelaten).

Toegang tot niet bekende informatie

Zogenaamde *Known Unknown* informatie is ook gesplitst in commercieel beschikbare informatie en publiek beschikbare informatie. De JP weet dat het bestaat, maar is er mee onbekend, heeft het niet (heel vaak) nodig. Bijvoorbeeld, je weet dat Duitsland een Strafgesetzbuch heeft, maar weet niet precies hoe of wat. Voor *Unknown Unknown* informatie weet de JP niet van het bestaan van informatie en dus ook niet dat er naar gevraagd kan worden. Een vraag van een cliënt kan dat veranderen. Bijvoorbeeld het fictieve verbod op het verwerken van kangaroostaarten in diervoeders in Australië. Bestaat dat? Zouden Australische diervoeders geïmporteerd mogen worden in Europa?

VERKRIJGBAARHEID VAN INFORMATIEPRODUCTEN

1- rechtstreeks bij de producenten (of het gelieerde boekhandelbedrijf)

Producenten bestaan van de verkoop van actuele publicaties en van het toegang geven via licenties (zie portals); verkrijgbaarheid van individuele publicaties in de handel is van erg korte duur (tot gemiddeld 2 jaar)

2- via portals of een bibliotheek¹. Portals en bibliotheken doen hun best een producent-overstijgend aanbod te doen. Dus een selectie uit de verschillende pizzapunten te bieden. De selectie is door een bibliotheek of portal bepaald naar het doel van de organisatie waarvoor men werkt.

De **digitale portals** [RODE LIJN] kunnen, naar de aard van hun dienst, alleen digitaal beschikbare informatie leveren. Wel óp de werkplek van de JP en direct toegankelijk als de licenties toereikend zijn. [kosten uitgebreid abonnement > € 5.000,- per JP per jaar] De portals zijn beperkt qua flexibele toegang tot bronnen (er zijn afspraken met de producenten voor nodig voordat men de bronnen in het systeem kan opnemen, technische problematiek enz.) en beperkt qua support voor individuele vragen. Portals verlenen alleen toegang in licentie voor de duur van het abonnement. Er wordt voor de JP nooit "collectie in eigendom opgebouwd".

De **bibliotheek** [GROENE LIJN] biedt toegang tot zowel foliobronnen als digitale voorzieningen, echter alleen in de bibliotheek zelf, met gebruiksbepalingen. [openingstijden, op een adres waar men fysiek heen moet, beperkt aantal beschikbare exemplaren; kosten lidmaatschap € 205,- per JP per jaar]

De bibliotheek is qua systeem ingericht om flexibel op individuele vragen in te spelen. Een medewerker kan altijd kijken of er ergens ter wereld informatie te vinden is. In beginsel kan een poging worden gedaan toegang te verkrijgen tot de domeinen *Known Unknown* als *Unknown Unknown*; men kan bij de bibliotheek proberen die te bemachtigen of de informatie over verkrijgbaarheid door te spelen aan de vrager. In bibliotheken worden collecties opgebouwd over decennia en langer. Actuele en historische bronnen op een vakgebied zijn in een bibliotheek samengebracht; via een zoekstelsel wordt toegang verschaft tot een aldus verzamelde rijkdom aan bronnen. Taalbarrières, logistieke problemen en betalingskwesties vormen de belangrijkste handicaps voor een bibliotheek om elders geproduceerde informatie te bemachtigen.

TOT SLOT

De JP staat niet voor niets centraal in het schema. Hij bepaalt hoeveel tijd, moeite, geld hij wil besteden aan het traceren van informatie. Deze keuzen bepalen mede de kwaliteit van het werk dat de JP zélf kan en wil leveren. Minder geld besteden aan digitale bronnen door meer moeite te steken in zelf "Slimmer zoeken" en het inschakelen van de bibliotheek kan een verantwoorde keuze zijn in de praktijk van de JP.

december 2012 Paul Rodenburg

¹ Een bibliotheek is in zekere zin een pré-digitale portal, zoals een portal een digitale bibliotheek valt te noemen