

IDEAL szolgáltatását. Az illetékes rektorhelyettesek és könyvtárigazgatók részvételével konferenciát hívtak össze, amelyen elhatározták, hogy az elektronikus forrásokat az ULAKNET-en keresztül juttatják el a hallgatókhoz és az oktatókhoz, és létrehoznak egy tanácsadó szakértői testületet más konzorciumok tanulmányozására, valamint a török konzorcium technikai, anyagi és szervezeti feltételeinek elemzésére. Elektronikus vitafórumot nyitottak a témáról.

Az ULAKBİM 1998-ban létrehozta az elektronikus információszolgáltatások infrastruktúráját, nem sikerült azonban előteremteni a konzorcium kezdőtőkéjét (kb. 10 millió dollárt). A SilverPlatter ERL adatbázisainak és az ISI Web of Science adatbázisának tesztperiódusára csak 1999-ben került sor. Ekkorra nyilvánvalóvá vált, hogy az ULAKBİM nem lesz a konzorcium főszerzője. Végül az egyetemi könyvtárak kezdeményezésére létrejött az ANKOS konzorcium, amely 1999-ben kedvező szerződéseket kötött az IDEAL, az EBSCOHost, illetve a MathSciNet, majd 2000-ben a Web of Science használatára. Ez a formális alapszerződés

nélkül működő konzorcium további adatbázisok előfizetéséről tárgyal.

Az informálisan működő konzorciummal kapcsolatban számos problémát kell majd megoldani: fejleszteni kell az együttműködés és a közös projektek lebonyolításának kultúráját; erősíteni kell az együttműködés iránti elkötelezettséget, a kölcsönös megértést, a konszenzusteremtés készségét, a türelmet; javítani kell a tervezési, szervezési és adminisztrációs készségeket; gyarapítani kell az ismereteket; nehéz az emberi és anyagi erőforrásokat megteremteni, és a közös gondolkodást elérni. Az egyenként nehéz helyzetben lévő török egyetemi könyvtárak számára életbevágó ezeknek a nehézségeknek a megoldása. Csak így remélhetik, hogy az elektronikus információszolgáltatások hatékony közvetítői lehetnek.

/TONTA, Yasar: Collection development of electronic information resources in Turkish university libraries. = Library Collections, Acquisitions, & Technical Services, 25. köt. 2001. p. 291–298./

(Orbán Éva)

---

## Az internetportálok ereje

### Mit nevezünk portálnak?

Az internetportál olyan webhely, amely belépési pontként szolgál az internethez, és értéknövelt szolgáltatásokat kínál, így útmutatókat, keresési segédleteket, híreket és ugrópontokat hasonló témával foglalkozó webhelyekhez. Ezeknek a portáloknak jelentős szerepük van az internethez való hozzáférés szervezésében, a hozzáférés módjának szerkesztésében mindazok számára, akik használják a webet, tehát potenciális ügyfelek, webhasználók, állampolgárok, felhasználói csoportok tagjai stb. számára. Az internetportál virtuális könyvtári tájékoztató szolgáltatnak tekinthető, amely a weben szörfölőket segíti a kívánt célinformációk eléréséhez. Ez a megfogalmazás megfelel a *portál* szó értelmező szótári definíciójának, mint ajtó, bejárat vagy kapu, mégpedig egy impozáns megjelenésű épülethez, pl. egy palotához. Mint minden bejárat esetében a használónak vonzódnia kell a megpillantott épülethez, majd képesnek kell lennie a bejárat megtalálására, és amint belépett a díszes kapun az épületbe, ott ki kell magát ismer-  
nie. A különböző látogatók más-más helyiségeket

kivánnak felkeresni az épületben, és azok a látogatók, akik azonos helyiségekbe szeretnének eljutni, ezeket különféle utakon érhetik el.

A portálok egy sereg értéknövelt szolgáltatást is kínálnak, hogy ezzel is biztassák felkeresésükre a használókat. A nagy internetes portálok többnyire partnerkapcsolatban állnak tartalom- és/vagy információszolgáltatókkal, ami lehetővé teszi a portálokban különféle specifikus információkhoz való hozzáférést valamely kategóriában (pl. egészségügy, pénzügy, sport, utazás, játékok, zene, testedzés). Általános eset, hogy a portálon keresztül elérhető más webhelyeket ezekben a speciális kategóriákban szervezik, annak érdekében, hogy a használó érdeklődési körének megfelelő információhoz jusson. Számos portál távközlési szolgáltatásokat is nyújt, mint e-mail, üzenetközvetítő táblák, csevegővonalak, fórumok és hírcsoport-szolgáltatás. Mivel az e-mail az internet egyik legnépszerűbb válfaja, ennek révén a portál gyakori ismételt látogatásokra számíthat a használóktól, ezzel is elősegítve egy adott portálhoz kapcsolódó használói közösség megteremtését.

A kereskedelmi jellegű portálok fennmaradásuk érdekében kereskedelmi tranzakciók lebonyolítására, pl. elektronikus vásárlásban teszik érdekeltté látogatóikat. Egy-egy portálra jellemző tulajdonságok tehát: a tartalom, a távközlési lehetőségek, a használói közösség és a kereskedelmi alkalmazások. Ezek mind nagyon értékesek a használóknak, de a portálok ezeken kívül is jelentős erőt képviselnek. A hirdetési és reklámpiac hamar felismerte a portálok hatalmát, amikor ezek a fogyasztókat meghatározott termékek felé terelik anélkül, hogy a fogyasztók tudatában lennének a válogatási folyamatnak.

## A portálok típusai

Tulajdonképpen valamennyi webhely potenciális portál, mivel ugrópontokat kínál más webhelyekhez, tehát úgy tekinthető, mint egy bejárat más forrásokhoz. Viszont azok a helyek lesznek a legnagyobb befolyással az internethasználókra, amelyek a használóval az első érintkezési pont státusával büszkélkedhetnek, és a legtöbb használó ezeket fogja felkeresni mint kulcsportált. Egy portál kezelésének három előnye van:

- Erős láthatóság a kibertérben, ami csúcstechnikájú képekkel kapcsolatos.
- Fogyasztói közösségek megteremtése, amelyek azonosulnak a portállal.
- Stratégiai szövetségek közben tartása azokkal a partnerekkel, amelyeknek a webhelyére egy ugrópont rámutat; a kölcsönös ugrópontok együttműködési megállapodásokhoz vezethetnek.

A portálokat céljaik alapján általában három jelentős kategóriába oszthatjuk: a fogyasztóra és a kereskedelemre irányuló portálok, egy belső fókuszponttal rendelkező portálok, és a nyilvános szolgáltatásokra irányuló portálok. Mivel ezeket különböző szervezetek és szakmai csoportok működtetik, a portálok közötti interfészeket a tartalom- és információszolgáltatók könnyen eltéveszthetik, ami súlyos következményekkel járhat a felhasználói közösségekben. Ezért pontosítani kell a portálok típusait. A következő hét típust lehet megkülönböztetni.

1. A *keresőgépek*, mint a Yahoo, az Excite és az Altavista úgy működnek, mint portálok, amelyeken át a használókat válogatott, olykor értékelt webhelyekre irányítják. Ezek a portálok érték-növelt szolgáltatásokat is teljesítenek, pl. szakmai és egyéb mutatókat, keresőrendszereket, híreket és más webhelyekhez ugrópontokat tartalmaznak.

2. Az olyan *internetszolgáltatók*, mint a Tesco kereskedelmi vállalat és az AOL online szolgáltató honlapjai alapértelmezésben ugyancsak portálokká váltak, mert az ő webhelyük az, amelyen át a fogyasztó belép a webbe. Ezeknek a portáloknak kereskedelmi elkötelezettségük és funkciójuk van.
3. *Vertikális* vagy *specifikus* portálok, amelyeket meghatározott használói csoportoknak szántak. A csoportokat szakmai érdeklődésük vagy egy meghatározott szervezettel való kapcsolatuk szerint lehet definiálni. Másokat kiadók vagy online keresőszolgáltatások szerint szerveztek. Például a jól ismert Ei Engineering Village a mérnököknek egy sor indexelt és értékelt információforráshoz nyújt hozzáférést, ugrópontokat releváns webhelyekhez és elérési információkat szakemberekhez.
4. A téma szerinti *kapuátjárók* a vertikális portálok fontos típusai. Ezeket költségvetési forrásokból vagy fenntartó közösségek finanszírozzák. Pl.: SOSIG a társadalomtudományok területén, EEVL a műszaki tudományok területén, biz/ed az üzleti élet és a közgazdaságtan területén. Ezek a témára orientált kapuátjárók jelenleg bővítés alatt állnak, kiterjesztik nagyobb témakörökre és olyan területekre is, hogy az egyetemi közösségeken kívül más szakmai csoportok is használhassák.
5. Az *intelligens ügynökök webhelyei* („bot”-ok). Tipikusan ilyen hely a vásárlói bot: egy fogyasztó beviszi a portálba azt a terméket, amit keres, a bot „felkeres” egy sor elektronikus kereskedést, ahol a termék esetleg megtalálható, és a keresés eredményét rendezve, szerkesztve a használónak találatlistaként megadja, módot adva az összehasonlításra. Az ilyen intelligens ügynökök az elektronikus kereskedések portáljaként működnek.
6. Egy szervezeten belül az *intranet* portálok használhatók különféle célokra: keresőszolgáltatásra, szervezett mutatók, jegyzékek, névsorok szolgáltatására, releváns hírek szolgáltatására, és ugrópontok biztosítására releváns webhelyekhez. Ezek a tudásmenedzsment fontos eszközei.
7. Az *extranet* portálokat is egy szervezet készíti és üzemelteti, azzal a céllal, hogy a szervezeten kívüli használók hozzáférhessenek a szervezet bizonyos adatbázisaihoz. Az ilyen portálokat meghatározott ügyfelek vagy szállítók, vagy mások kereshetik fel, akik a szervezettel kapcsolatban állnak.

## A portálok hatalma

A portáltulajdonosoknak az online kommunikációs láncban megkülönböztetett, előnyös helyzetük van. Ez az előny azokkal szemben érvényesül, akik az internetbe való belépésre használják, vagy akik arra, hogy ugrópontokat találjanak más webhelyekhez. A portáltulajdonosoknak nemcsak arra van lehetőségük, hogy befolyásolják azokat a webhelyeket, amelyeket a használók rajtuk keresztül keresnek fel, hanem ismereteket gyűjthetnek a fogyasztók választási szokásairól, keresési útvonalairól és érdeklődési körükről. Ez lehetővé teszi számukra, hogy használói közösségük egyfajta profilját kialakítsák, amely nem általános demográfiai adatokon alapul, hanem a fogyasztói szokásokkal, viselkedéssel kapcsolatos. A jövő technológiája lehetővé teszi, hogy a fogyasztó által követett keresési útvonalat feljegyezze és értékelje, s így személyre szóló használói profilt alakítson ki a portált üzemeltető részére. Ezek a profilok segítik a fogyasztót az általa érdekelt termékek információinak azonosításában, de legfőképpen hatalmat kölcsönöznek a portáltulajdonosnak.

Az elmúlt években különféle szervezetek foglalkoztak portálok fejlesztésével. Indítékaik változóak, kezdve egy használói közösség kialakításától a jó piaci helyzet megteremtéséig. A nyilvános szektor növekvő piacosodásával és az állandó vevőkör kialakításának trendjével ezek az indítékok közelnek egymáshoz. A támogatók közötti megállapodások és szövetségek központi szerepet töltenek majd be azoknak a portáloknak a fejlesztésében, amelyek az egyetemi, kutatóintézeti és szakmai közösségeknek biztosítanak hozzáférést számukra releváns információkhoz. Ha a fogyasztók és az információhasználók megbíznak a portálokban, mint olyan eszközökben, amelyek a tudás útvesztőjén – az interneten – keresztül utat mutatnak nekik, meg kell ismerkedniük a különböző típusú portálokkal, és azokkal a tényezőkkel, amelyek befolyásolják azoknak az információknak a minőségét, természetét és körét, amelyek eléréséhez a portál segíti őket.

/ROWLEY, Jennifer: Portal power. = ASLIB Managing Information, 7. köt. 1. sz. 2000. p. 63–64./

(Roboz Péter)

---

## Az Európai Unió kísérleti programja az Orosz Állami Könyvtár információs rendszerének létrehozására

A TACIS (*Technical Assistance to the Commonwealth of Independent States and Mongolia*) EU-program célja segítségnyújtás a Független Államok Közössége és Mongólia számára, ezen belül az egyik fő feladat az Orosz Állami Könyvtár (OÁK) információs rendszerének kialakítása.

Az OÁK 42 milliós állományával Európa legnagyobb, és a világ második legnagyobb könyvtára. A könyvnyomtatás feltalálásától kezdődően 247 élő és holt nyelven tartalmaz dokumentumokat, köztük gazdag kéziratgyűjteményt. A könyvtár befogadott számos magángyűjteményt és archívumot is. A gazdag állományról a könyvtár honlapja tájékoztat (<http://www.rsl.ru>).

A könyvtár Rumjancev gróf, birodalmi kancellár magángyűjteményéből alakult ki, aki azt az orosz népnek adományozta. A könyvtár, levéltár és múzeum 1831-ben nyílt meg a gróf szentpétervári házában, és 1861-ben került át Moszkvába. 1918-ban, amikor Moszkva lett a főváros, az ország legfontosabb könyvtára lett. 1925-ben nevezték el

V. I. Leninről, és akkor kapta az össz-szövetségi nemzeti könyvtári státust. 1992-ben a könyvtár neve *Orosz Állami Könyvtár*ra változott, nemzeti könyvtári feladatait azóta a szentpétervári orosz nemzeti könyvtárral közösen látja el.

A könyvtár a kezdettől fogva megkapja az orosz kiadványok köteles példányait, a Szovjetunió időszakában más szovjet tagállamok kiadványiból is részesült. Éves gyarapodása – a bel- és külföldi kiadványokat egyaránt figyelembe véve – 500 ezer egység.

Az OÁK nemzeti könyvtári funkciói mellett óriási közkönyvtárként is működik. Emellett használói körébe tartoznak a kormányzat, a parlament és a moszkvai hatóságok is. Jelenleg 200 ezer olvasót tartanak nyilván, akik közül sokan felsőoktatási intézmények hallgatói. Naponta kb. kétszázán iratkoznak be. A napi olvasói forgalom gyakran eléri az ötezer látogatót, a 22 olvasóteremben mintegy 30 ezer dokumentumot vesznek kézbe. A könyvtárat 18. életévének betöltése után bárki