

rint – este 6-tól reggel 5 óráig, illetve péntek este 6-tól hétfő reggel 5-ig érhető el. Csak végfelhasználók és azok a könyvtárosok használhatják a kedvezményes szolgáltatást, akik nem fizettetik meg a költségeket az olvasóikkal; nem használható információs brókerek és közvetítők számára, akik a használati díjat ügyfeleikre hárítják át.

A CompuServe menüből választva lehet eljutni az ABI/INFORM-hoz. Valójában a DIALOG hosthoz kapcsolódik a kereső, csak a keresőrendszer egyszerűbb (vagy szegényesebb, megítéléstől függően) a megszokottnál. Mód van viszont igényesebb, parancsnyelvi keresésre is. A talált rekordok szerkezete a szokásos DIALOG formátumhoz hasonlít.

A KI legvonzóbb tulajdonsága az ára: óránként mindössze 21 dollár kapcsolati díjat kell fizetni, de nem kell külön fizetni a találatokért.

Az ABI/INFORM CD-ROM-on

A ProQuest márkanéven forgalmazott CD-ROM-on egészen 1971-ig visszamenőleg lehet keresni a dokumentumok között (igaz, hogy közben cserélgetni kell a lemezeket). Az ABI/INFORM Global 1992-ig visszamenőleg kapható kivonatokkal, két lemezen. Külön előfizetés árán megkaphatók a dokumentumok képeit tartalmazó CD-ROM-kiadványok. Az indexeket és kivonatokat tartalmazó CD-k több mint 5000 dollárba kerülnek, ennél jóval drágábbak a faksimile lemezek. A könyvtári

olvasók számára viszont jó gyakorlási lehetőség, hatékony keresési megoldásokkal, képernyőre kérhető segítő szöveggel.

A keresőprogram DOS rendszerben működik, bár már dolgoznak a Windows alatt működő változaton is; problémamentesen üzemel a Windows alatti DOS-ablakban is. Az ABI/INFORM CD-ROM-változatának hátránya, hogy nem lehet a teljes szövegben keresni, csak az indexmezőkben és a kivonatok szövegében. A teljes szöveg ugyanis csak képi formátumban van a lemezen.

A bőség zavara

Mint a vásárlási döntéseknél általában, itt is el kell dönteni, hogy mi a fontosabb: a dokumentumonkénti költség, a használat egyszerűsége, a teljes szöveg hozzáférése kép- vagy egyszerű ASCII szövegformátumban, illetve az online nem lekérhető dokumentumok megrendeléséhez szükséges utánjárás. Az ABI/INFORM adatbázis tartalma, az indexelés következetessége, és a jól megírt kivonatok miatt megéri a fáradságot megkeresni a legjobb elérési módot, és használni ezt az értékes üzleti információs forrást.

/BATES, M. E.: ABI/INFORM today. A world of options. = Database, 20. köt. 1. sz. 1997. p. 65–71./

(Gombos László)

Internet-címadatbázisok

Ismerőseink e-mail címének megkeresése az Interneten egyaránt lehet könnyű vagy nehéz feladat, aminek sikere sokkal inkább a rendelkezésre álló adatbázisokon és azok tartalmán, mint a kereső személy jártosságán múlik. Egyetlen, központi e-mail címadattár hiányában a keresőeszközök (finger, netfind) egyike sem nyújt átfogó tájékoztatást, csupán a keresést támogatja. Így talán egyszerűbb telefonon megkérdezni a kérdéses személyt e-mail címe felől.

Az e-mail címet kereső szolgáltatások

Egy e-mail cím felderítésekor a jobb keresők több adatbázisban és többféle keresési stratégiával dolgoznak, azonban néhány cím még így is rejtve marad előttük. Ha tudjuk, hogy a keresett személy milyen cégnél, intézménynél dolgozik, bízva egy helyi e-mail adatbázis meglétében, célszerű kapcsolatot teremteni Web szerverükkel. Sajnos a legtöbb helyen nem építenek ilyen adatbázist. Ebben az esetben az általános internet adatbázisokkal kell szerencsét próbálnunk. Ezek

különböző keresési módszerekkel dolgoznak, közös előnyük azonban, hogy a találatok hipertext kapcsolatokkal vannak ellátva, amelyek megadják az e-mail címet, így levelünket az eredményrekkordra kattintással elküldhetjük a keresett címre. Zavaró lehet, hogy sokan különféle hozzáférési lehetőségeik (account) révén, vagy más okból több e-mail címmel rendelkeznek. Ezzel együtt azonban gyakrabban térünk vissza egy keresésből üres kézzel, mintsem hogy a sok találat közül kellene kiszűrniük a releváns rekordokat.

Four 11

Az egyik legnagyobb és legjobban szervezett e-mail adatbázis a *Four11 Directory Service* (<http://www.four11.com/>), amely önmagát az „Internet fehér oldalai”-nak (Internet white pages) titulálja. A Four11 nem csak e-mail adatbázis, mert egymástól szeparáltan ugyan, de magába foglalja az amerikai telefonszámok és a NetPhone-felhasználók adatbázisát is. A több mint 6,5 millió címet tartalmazó adatbázis adatai önkéntes re-

gisztrációkból (kb. félmillió!), nyilvános forrásokból, valamint az Internet-szolgáltatóknál történő automatikus regisztrációkból származnak.

Az e-mail adatbázisban kereshetünk keresztnévre, vezetéknevre, városra, USA-államra és országra. A keresési stratégia előnye a „név-változat” (smart name) jelölésének lehetősége, amely nemcsak a beceneveket, de a keresztnév különböző variánsait is tartalmazza, hátránya viszont a keresztnév és vezetéknev automatikus csonkolt értelmezése, ami téves találatokat eredményezhet.

IAF

Sok tekintetben hasonló a Four11-hez a több mint 4 millió tételt tartalmazó *Internet Address Finder* (<http://www.iaf.net/>). A nyilvános forrásokon és önkéntes regisztráción alapuló adatbázis kereshető mezői a keresztnév és vezetéknev, az intézmény, valamint mindezek fordítottjaként az e-mail címek, melyek segítségével a cím tulajdonosáról lehet kiegészítő információkat kapni. A találatként kapott címek a szokásos adatok mellett tartalmazzák a bevitel dátumát, az intézmény nevét és címét.

OKRA

A „net.citizen Directory Service” alcímet viselő *OKRA* (<http://okra.ucr.edu/okra/>) adatbázis több mint 5 millió tétele az eddigiektől eltérően nem több mezőben, hanem egyetlen sorban kereshető. A sokak számára kevésbé megbízhatónak tűnő keresőeljárás ellenére az OKRA az egyik legalapvetőbb e-mail címgyűjtemény, amely egyszerű keresések esetében a kettős találatok sokasága ellenére is kiválóan működik. Az eredményképpen megjelenített adatok a névre, az e-mail címre, és a bevitel dátumára korlátozódnak.

WhoWhere?

A körülbelüli rekordszám közlésétől eltekintő, ugyanakkor magát legnagyobb e-mail adatbázisnak kikiáltó *WhoWhere?* (<http://www.whowhere.com/>) adatai az előzőekhez hasonlóan nyilvános forrásokból és önkéntes regisztrációból származnak. Két keresőmezőt lehet használni, amely valahol félúton van a Four11 és az OKRA között. Az első mező a nevek, a második az egyéb információkra (város, USA-állam, ország, Internet-szolgáltató stb.) keres. Be lehet állítani, hogy a beírt keresőszavakra pontosan illeszkedő találatokat (only exact matches), vagy általában illeszkedő találatokat kérünk (all matches). Az első esetben a beírt név (keresztnév) pontosan azonos a találattal, az utóbbi a gyakoribb keresés, amely lehetővé teszi a név pontos ismerete nélküli keresést.

Usenet

A fent bemutatott adatbázisok elsődleges forrásául szolgáló, de közvetlenül is kereshető *Usenet címek* adatbázisa (<http://usenet-addresses.mit.edu/>) az e-mail címek jól körülhatárolható részhalmozát képezi. Az adatbázis a Usenet-forgalomból 1991 júliusától gyűjtött címeket, valamint a Useneten használt levelezőlisták címét tartalmazza. Jellegéből adódóan sok cím elavult, azonban lehetővé teszi egy-egy személy mozgásának nyomon követését. A találatokat fordított kronologikus rendben jeleníti meg, a kapott halmaz értékelése a felhasználó feladata. Az ellenőrzést megkönnyítendő a szerver megpróbál kapcsolatot teremteni a helyi szolgáltató host gépéhez, aminek sikere esetén a kérdéses címről pontosabb információt kaphatunk.

Összehasonlító értékelés

Egyik adatbázis sem értékelhető jobbnak a többinél; együttes használatuk is legfeljebb a felét fedti le az Interneten létező e-mail címeknek. Néhány vezetéknevekre végzett tesztkeresés alapján elmondható, hogy a Four11 a legtöbb olyan találatot eredményez, amely nem duplikátum. Ettől azonban a többi adatbázis találati aránya sem esik túl messze, kivéve a Usenet címek találatait, amelyek sok elavult adatot tartalmaznak. Viszont mindegyik adatbázisban vannak olyan címek, amelyek másutt nem találhatók meg.

Az adatbázisok növekedésének fontos forrása az önkéntes regisztráció, tehát ajánlatos a saját és intézményi e-mail címek bejelentése. A Usenet címek adatbázisba valamely levelezőlistába való levélküldés útján lehet bekerülni, ehhez elegendő azonban valamely teszt newsgrouphoz (pl. alt.test) írt tesztüzenet.

Az Interneten való megjelenés eleve nyilvánosságot feltételez, mégis az adatbázisok ilyenféle gyarapításakor jogosan merülhet fel a személyi jogok védelmének kérdése, hiszen nehéz garantálni, hogy az adatbázisban szereplő címeket nem használják fel marketingcélokra, és postaládánkat nem önti el az elektronikus limlom. A fenti megfontolásból adódóan törölni is lehet a címeket, vagy legalábbis közvetlen elérésüket gátolni. Jó példa erre a WhoWhere? adatbázis WhoThere? szolgáltatása, amelyben a nevek megvannak, de a címek nem jelennek meg a nyilvánosság előtt, a levelet a WhoWhere?-en keresztül lehet küldeni.

A védelem azonban egyben lehetőség a visszaélésre is. Egy rekord törlését ugyan egy e-mail üzenetben is jóvá kell hagyni, mégsem lehetetlen haragosunk adatainak törlése, hamis adatok pedig éppen olyan könnyen bekerülhetnek.

Az e-mail címek adatbázisai az egyre táguló Internet univerzum egy részének feltérképezésével

– hiányosságaikkal együtt is – mind nagyobb jelentőségre tesznek szert.

Az alábbi két címen nemcsak az említett, de egyéb e-mail címadatbázisok adatai is megtalálhatók:

<http://home.netscape.com/home/internet-white-pages.html>

http://www.yahoo.com/Reference/White_Pages/Individuals/

/NOTESS, G. R.: Email address databases. = Database, 19. köt. 5. sz. 1996. p. 85–88./

(Lengyel Monika)

Csaljunk ki előnyös recenziót CD-ROM-kiadványunkról

Közismert, hogy egy terméknek az a leghatékonyabb marketingje, ha egy elfogulatlan barát személyesen ajánlja. A globális média korszakában a recenzens vette át ennek az elfogulatlan barátnak a szerepét. A recenzió sikerre vihetheti vagy porba taszíthatja a terméket.

A recenzens olyasvalaki, aki mindent látott, jobban ismeri a piacot, mint a többi vásárló, s aki attól sem riad vissza, hogy megsértse az érzéseinket, legalábbis ha jól végzi a dolgát. Ma – legalábbis a fogyasztó szemszögéből – sajnos túl sok recenzens nem tesz mást, mint megismétli azt, amit a lemezkiadó propagandaanyagában vagy a CD-ROM csomagolásán olvashat.

Amikor recenzióról beszélünk, túl egyszerű csak a közfogyasztási termékekre gondolunk. Az üzleti és a szakmai kiadványok is profitálhatnak a recenzióból, ha az megfelelő szakfolyóiratban jelenik meg. Önnek, mint kiadónak bizonyára az a célja, hogy pozitív recenzió jelenjen meg a termékéről. Győződjön meg arról, hogy terméke a saját laboratóriumán kívül is jól működik. Mellékeljen hozzá releváns információt, világos, impozáns stílusban.

Alapvető, hogy próbálja a lehető legkönnyebbé és legérdekesebbé tenni a recenzens munkáját. Ne a recenzióra küldött összeállítás legyen az, amin pénzt vagy erőfeszítést akar megspórolni. Vonja be ennek elkészítésébe a legjobb reklámszövegírókat, grafikusokat, PR szakembereket, akiket cége megengedhet magának. A recenziókiadás sikere függ attól is, hogy mennyire tudja termékét ahhoz a kiadványhoz illeszteni, amely azt érdekesnek találja olvasói számára. Ez utóbbinak a felmérése a szerkesztőkkel való telefonbeszélgetésekkel kezdődhet. Meg kell érteni, hogy a többi CD-ROM-kiadó is szeretné, ha termékét megemlítenék, mondjuk a *Newsweek CyberScope* rovatában, így az ilyen oldalak szerkesztőinek asztalát elborítják a recenziós példányok mázsái. Amikor telefonál, keltsen pozitív benyomást, majd gyorsan köszönjön el. Ha eleve tudja, hova kell a recenziós csomagot küldeni, ne is telefonáljon, hanem a borítékra írt „Recenzióra” jelöléssel küldje el a

lemezt, majd az beszél magáért. A recenziós példány megfelelő helyre küldése a siker legfontosabb eleme.

KÉT MÓDSZER A BETÖRÉSRE: PR CÉGEK ÉS SAJTÓADATBÁZISOK

Módszerek százaival érhetjük el, hogy termékünkről recenzió jelenjen meg. Tudnunk kell azonban, hogy ezek milyen kapcsolatban vannak a megcélzott piaccal, és hogy potenciális fogyasztóink mit olvasnak, kinek hisznek. Ha sikerül a megfelelő sajtótermékeket megtalálnunk recenziós összeállításunkkal, ezzel nekik is lehetőséget kínálunk arra, hogy kiszolgálják közönségüket. Természetesen nem minden CD-ROM-kiadónak van megfelelő gárdája vagy megfelelő tapasztalata ahhoz, hogy maga végezze PR tevékenységét, de számos, ezzel hivatásszerűen foglalkozó cég található.

Ha nem a PR cégeket választjuk, erre specializált, sűrűn aktualizált adatbázisok segíthetnek a megfelelő lapok megtalálásában, amelyek áttekinthetést adnak a számítástechnikához kapcsolódó periodikumokról, részletes információval minden egyes lapról, például a szerkesztőségi hierarchiáról, hogy kivel kell felvenni a kapcsolatot a recenzióval kapcsolatban, a példányszámról, az olvasóközönség megoszlásáról.

Találhatunk ilyen jellegű információt a könyvtárakban is. Bármelyik tájékoztató könyvtáros meg tudja mutatni azokat a forrásokat, amelyekből a lapok olvasóközönsége, példányszáma stb. megismerhető.

PILLANTÁS A RECENZIÓK VILÁGÁBA

Beletelt néhány évbe, mire az újságíró-társadalom annyira elfogadta a CD-ROM-kiadványokat, hogy most már nyomtatott kiadványokban, a könyvrecenziók között találhatunk róluk ismertetést. Már a *New York Times Review of Books*ban is megjelentek ilyenek, a könyvklubok ajánlataiban is találkozhatunk velük. Nem számítástechnikai lapokban ismertetést megjeleníteni nem könnyű,