

Az online keresés eredményeinek értéknövelt szolgáltatása

Mit kíván a végfelhasználó?

Az online keresést megelőző beszélgetés célja, hogy a kereső-közvetítő megismerje a végfelhasználó információs igényét. Néhány tanács, mit kérdezzünk:

- Milyen irodalom áll rendelkezésére tudományos kutatási témájában?
- Mire kívánja felhasználni a kapott irodalmat?
- Mit vár a soron következő kereséstől?
- Milyen címet adna annak a cikknek, amelyet a várt szakirodalom alapján írna?
- Kérem, magyarázza el témáját úgy, mintha társaságban beszélne róla.

Előfordul, hogy az ügyfél nem tudja pontosan, mit szeretne. Ilyenkor a közvetítőnek kell kiszednie belőle azt, hogy mi kell neki valójában, és mi nem. Megnehezíti a „nyomozást”, hogy a felhasználó nem szívesen működik közre a felderítésben, különösen ha egy felettese megbízásából jár el. Ilyenkor alig segít, ha további részletekről faggatjuk a megrendelőt.

Ilyen esetekben jól bevált keresési stratégia, ha a témán belül változatos részmakák egy-egy összefoglaló cikket keressük ki („vaktában lövöldözés”), és megkérjük ügyfelünket, nézze át a részmakákat és az egyes cikkeket. Ha ez megtörtént, folytatjuk a keresést az általa adott információk szerint. Ez arra is jó, hogy presztízvesztés nélkül meg tudja beszélni főnökével a téma részleteit; ha van esze, rájön, hogy ezzel a közvetítőt őt kellemetlen helyzetből mentette ki.

Előfordul az is, hogy az ügyfélnek nincs igaza egy szakmai kérdésben. Például egy egyetemi hallgató minden győzködés ellenére ragaszkodott hozzá, hogy a félvezetőkről minden friss szakirodalmat keressen ki számára a közvetítő. Kiderült, hogy kutatási témát keres magának; kapott néhány összefoglaló-áttekintő cikket a félvezető technika új szakterületeiről, amivel nagyon meg volt elégedve.

Ha a kívánt keresés költsége nem túl nagy, célszerű némi extra információt adni a felhasználónak azzal, hátha érdeklő őt ez is. Ha viszont nyilvánvaló, hogy a kért keresés tiszta pénzpocsékolás – mint a félvezetők teljes szakirodalmának összegyűjtése –, akkor a közvetítő tanácsoljon egy olcsóbb megoldást azzal az ígérettel, hogy ha nem elég a kapott találati halmaz, később kiterjesztjük a keresést.

A legtöbb esetben sikerül megállapodni a végfelhasználóval a kért információ határaiban és a keresés stratégiájában.

Hozzáadott érték

A kereséshez és az információkhoz további értékek adhatók a következő módokon:

- időmegtakarítással,
- nehezen napvilágra kerülő információk szolgáltatásával,
- elemzéssel, szintézissel, értékeléssel.

Az első értéknövelő tevékenység egyszerűen hangzik, de gyakran elhanyagolják. Ha olyan rekordokat keresünk ki, amelyeket telitalálatnak ítélünk, választ nem várva azonnal rendeljük meg a teljes cikkeket vagy primer dokumentumokat. Segítenünk kell ügyfeleinket abban, hogy idejében elvégezhessék feladataikat.

Az információs hivatás egyik előnye, hogy képesek vagyunk olyan releváns információk azonosítására is, amelyek a kutatók, mérnökök figyelmét valamiért elkerülik. Ez viszont elég nehéz szakmai kihívás. A több adatbázis együttes keresése nemigen hozza meg a kívánt eredményt, viszont ahhoz, hogy kipróbáljuk az adatbázist a leginkább releváns rekordokért, nagyon kell ismerünk annak információkereső eszközeit, adatmezőit. Az adatbázisok beható ismerete és a vele szerzett tapasztalatok jelenti a fő előnyünket a végfelhasználóval szemben, aki inkább szakmai ismereteivel operál. Ez persze nem jelenti azt, hogy egyetlen adatbázisra, vagy egyetlen szolgáltatóközpont adatbázisaira kell koncentrálnunk a keresést. Minden adatbázisnak, minden keresőrendszernek megvan a maga keresési erőssége, amit maximálisan ki kell használnunk ahhoz, hogy online módszerrel olyan találatokat szedjünk ki a szakirodalomból, amelyeket a felhasználó másképpen képtelen lenne – pl. akár saját kereséssel – megtalálni.

A tudományos és műszaki információkeresést csak egy lépés választja el a versenytársak titkainak felderítésétől. A közvetítő legyen tisztában a különféle szabadalmi, kutatási-fejlesztési jelentéseket, „szürke irodalmat” és cégirodalmat feldolgozó adatbázisok erősségével, értékével egy „közönséges” keresés kiegészítése kapcsán. Ha össze tudjuk kapcsolni a szakirodalmi információk vékony fonalát egy céggel, egy intézménnyel vagy egy kulcsemberral, amelyek (aki) a keresett technológia szempontjából nagy értékűek, érdemes ezeknek a forrásoknak is utánanézni, hátha nem várt „gyöngyszemekre” bukkanunk ezen az úton. Vagyis nagyon ajánlatos a műszaki-tudományos szakirodalmi információkat kiegészíteni releváns szabadalmakkal, kormányjelentésekkel, K+F jelentésekkel, híryanaggal, üzleti adatokkal.

Az ily módon összeállított „keverék” még nem a végtermék, hanem a nyersanyag. Először is ki kell szűrni a sokféle információból az oda nem valókat. A legtöbb ügyfél a pontos „telitalálatok” rövid jegyzékét várja tőlünk.

A keresés eredményeit egy összeállított tanulmányként lehet a legnagyobb sikerrel találni. Ebben a közvetítő szintetizálja a különféle forrásokból származó dokumentumok fő mondanivalóját. Ebben a kategóriába esik a legtöbb olyan megrendelés, amely műszaki leírások, business információk és adatok keresésére irányul, mert a szakirodalom sokszor csak töredékes, ellentmondó vagy átfedő információkat tartalmaz. Az adatkérések eredménye több olyan jelentés, amelyek ellentmondó adatokat szolgáltatnak; ezért közölnünk kell az adatbázisban közölt adatok nagyságrendi lefedését és azok forrását is, hogy tájékoztassuk a felhasználót a részadatok megbízhatóságáról.

A közvetítőnek meg kell bizonyosodnia afelől, hogy a közölt adatokat kritikailag értékelték-e vagy sem. A felülvizsgált adatokat ugyanis sokkal szigorúbb vizsgálatnak vetik alá, mielőtt publikálják, mint különben. Az is nyilvánvaló, hogy minél inkább jártas a közvetítő az illető tudományos vagy műszaki szakterületen, annál jobban képes az eredmények értékelésére. Nem szabad megkísérelni a keresési eredmények elemzését, szintézisét, értékelését akkor, ha a szakterület ismeretlen, mert ez a bizalom elvesztésével járhat. A gyakorlat azonban azt mutatja, hogy a közvetítők zöme óvatosabb a kelleténél.

Az eredmények értéknövelő elkészítése

Az átadott anyag egy bibliográfiai jegyzék és egy kész jelentés között bármi lehet. Célszerű röviden összefoglalni a keresés eredményeit, a kétségeket, a keresési stratégiában követett lépéseket és részeredményeket, a felhasználó kérésé-

re tett bővítéseket, szűkítéseket. Ha teljes szöveget adunk át, bizonyos szövegrészeket emeljük ki, hogy ezzel is segítsük a felhasználót.

Nagy hiba azt hinni, hogy a keresés eredményességét súlyra méri! *A legtöbb felhasználó azt szeretné, hogy egyetlen ideális cikket adjunk a kezébe, amely összes kérdését megválaszolja.* Ezért van az, hogy a végfelhasználók leginkább néhány jól kiválasztott dokumentum listáját, vagy a szakirodalom alapján összeállított értékelő jelentést, tanulmányt kedvelik, amely csaknem ugyanúgy kielégíti információs igényüket, ha már az ideális cikk nem létezik (vagy nem került elő a kereséssel). Persze, ez az eredménytálatás nem válik be doktori disszertációk szakirodalmi szemléinek összeállításakor, vagy szemleciikket írni kívánó megrendelők esetén.

Mindig gondoljunk arra, hogy nem a keresés az, amit a felhasználók a közvetítőtől várnak. A kívánt eredmény a kikeresett dokumentumokban levő információ. Emiatt a primer dokumentumok szolgáltatása az online keresést logikailag követő lépés. Az online kereső mindenképpen visszajelzést vár a felhasználótól, hogy mennyire sikerült a témát megragadni. Néha bölcsebb dolog újabb keresést végezni, ha az első nem úgy sikerült, ahogy azt elképzelték. Az információkeresés iterációs folyamatként működik a legjobban.

Értéknövelt információszolgáltatással nemcsak a szolgáltató szervezet érdemeit javítjuk, hanem partnerré válunk a kutatási folyamatban. Minél inkább elmozdulunk a könyvtári munka passzív értelmezésétől a hivatás dinamikusabb megnyilvánulása irányába, annál inkább igazoljuk az információszolgáltatás valódi értékét.

/SCHWARZWALDER, R.: Adding value to your online results. = Database, 20. köt. 1. sz. 1997. p. 47-49./

(Roboz Péter)

Új DIALOG-szolgáltatások, elsősorban végfelhasználóknak

A Knight-Ridder cég három új szolgáltatással lepi meg felhasználóit 1997 folyamán. A cég jelenleg adatbázisok százait kínálja mintegy 200 ezer felhasználónak 150 országban. Továbbra is tartja domináns szerepét az online piacon, jó néhány éves múltja, és a forradalmi újdonságok rohamos fejlődése ellenére a versenytársak részéről. Íme, három újdonság. A *DIALOG Select* a végfelhasználókat információkeresésre ösztönző, Web-alapú, menüvezérelt szolgáltatás. A *KR@Site* vállalati OnDisc CD-ROM gyűjtemények elérését teszi lehetővé belső hálózatokon, Internet-böngészők

használatával, professzionális keresők és végfelhasználók számára. A *KR QuickStart* Windows-alapú interfész, amely 17 előre meghatározott szakterületi modul keresését segíti.

DIALOG Select

Az új Web interfész 250 népszerű DIALOG adatbázis keresését könnyíti meg a keresésben járatlan végfelhasználóknak. A 250 adatbázis 50 ezer folyóirat cikkeinek feldolgozott rekordjait, köztük 4000 üzleti és gazdasági magazin teljes