

szövegű közleményeit tartalmazza. Ezekon kívül 65 napilap, hetilap, hírügynökségi jelentés és hírlével teljes szövegű adatbázisait is szolgáltatja.

A DIALOG Select pontos és gyors választ ad a jogi, kereskedelmi, marketing, K+F és egyéb információkérésekre. A keresést nagyon megkönnyíti, hogy a rendszer automatikusan előválogatja a megfelelő adatbázisokat, és meghatározza a dokumentumok formátumát. A háttérben működő nagy teljesítményű DIALOG keresőrendszer biztosítja, hogy a kereső rátaláljon az általa igényelt információra.

A DIALOG Select előnyei a következők:

- Megnöveli a szervezeten belüli tudásbázist. A végfelhasználók számára egyszerű módon nyújtja azokat az ismereteket, amelyek révén nyomon követhetik ágazatuk és versenytársaik híreit, a piaci trendeket, és előzetes kutatást folytathatnak szabadalmi és védjegy-információk között.
- Egy közös szolgáltatásra lehet előfizetni egy átfogó interfésznek köszönhetően, amely jogi, üzleti, tudományos, műszaki információs forrásokra terjed ki; minden választ egy helyen lehet megtalálni.
- Nincs szükség keresési gyakorlatra.
- A keresés irányulhat tárgyszavakra, címre, szerzőre, forrásműre, cégnévre – rámutatással és egérkattintással.
- Az eredmények gyorsak, pontosak. A keresés minőségét segítő speciális DIALOG-szolgáltatások, mint a OneSearch (több adatbázis együttes keresése), a RANK (a találati halmaz rangsorolása) és a Duplicate Detection (duplikátumkizárás) itt is működik.
- A dokumentummásolat-rendelés beépített szolgáltatás, elektronikus kapcsolatot teremtve a KR SourceOne másolatküldő rendszerrel.
- A DIALOG ismert árszerkezete a DIALOG Selectre is érvényes. A felhasználók csak a ke-

resés idejét és a dokumentumok költségeit fizetik ki.

- Nem kell új szoftvert installálni és megtanulni. Csak Internet-kapcsolat kell hozzá, akár a Netscape Navigator 2.0, akár a Microsoft Internet Explorer 2.0, vagy magasabb változatuk használható.

KR@Site

Ez a szolgáltatás 80 DIALOG adatbázist vihet be egy szervezet intranetjébe. Ez a termék Windows NT platformon működik. A Windows NT operációs rendszer és a Web-böngészős felhasználói felület révén a KR@Site a Knight-Ridder CD-ROM adatbázisokat integrálhatóvá teszi a legkorszerűbb intranet rendszerekbe. A rendszer hasonlít a SilverPlatter ERL szolgáltatásához, amelyben online lehet hozzáférni meghatározott SilverPlatter CD-ROM adatbázisokhoz, de SilverPlatter helyett OnDisc termékekre vonatkozik.

KR QuickStart

Windows-felületen egyszerű, menüvezérelt keresés végezhető a Knight-Ridder online adatbázisaiban. A QuickStart 17 modulja az adatbázisok tématerületeinek teljes körét lefedi. Ára a normál DIALOG-árakon felül fizetendő kapcsolati díjjal egészül ki, ezért a professzionális keresők feltehetőleg megmaradnak a parancsnyelvi változatnál. A QuickStart szolgáltatást kezdő végfelhasználóknak és vezetőknek ajánlják.

/OWEN, T.: KR Information makes three end-user moves. = Information World Review, 126. sz. 1997. június, p. 4-5.

End users have point-and-click access to the best of DIALOG content with DIALOG Select. = Chronolog, 1997. június, p. 1-2./

(Roboz Péter)

Új kiadói fogások a CD-ROM/Internet piacon

A kiadók új módszerekkel dacolnak a több mint 12 000-féle CD-ROM címet kínáló piac telítettsége miatt csökkenő kereslettel és a növekvő konkurenciával. Az Internet széles körű elterjedése új szolgáltatások bevezetésére sarkallta még azokat a kiadókat is, akik nem akarják megérteni és elfogadni az internet új lehetőségeit és a hálózat kultúráját, mindamellett úgy gondolják, hogy termékeiknek jelen kell lenniük a hálózaton. Jóllehet a kereskedelemben 1996-ban viszonylag kevés, kb.

350-féle CD-ROM/online hibrid adatbázis kapható, ez a szám merészebb elképzelések szerint 1997-ben 3500-ra is növekedhet.

A CD-ROM/online hibridek: egy mutáció okai

Habár napjaink gyártói mind nagyobb figyelmet fordítanak a vevők igényeire és szükségleteire, az Internet-kapcsolatok CD-ROM-termékeken való megjelenítése ezúttal nem tőlük ered. Jelenleg még a kereskedelem sem tartja annyival többre az

„Internet Enhanced” (Internet-kapcsolatokkal ellátva) felirattal ellátott CD-ROM-kiadványokat, hogy emiatt jelentős nyomást gyakorolna a kiadókra. A CD-ROM/online termékek megjelenése és elszaporodása nem vezethető vissza tehát egyetlen tényezőre, okait a gazdaság, a konkurencia, a megnövekedett minőségi elvárások területén kell keresni.

A 90-es évek első feléhez képest csak abszolút értékben növekedett a CD-ROM-kiadványok felvevőpiaca, az erős verseny miatt azonban ez a kiadók számára relatív csökkenést eredményezett. A kiadók úgy látták, sok jó minőségű termék nem jut el a felhasználókhoz a kereskedelem elégtelen támogatottsága miatt, így attól az Internet-kapcsolatok beépítésével próbálják magukat függetleníteni. Úgy gondolják, hogy napjaink internetes világában ez még a hálózaton kevésbé otthonos felhasználók számára is egyfajta minőségi bizonyítványként szolgálhat (1. táblázat).

1. táblázat

A CD-ROM/Internet termékeken leggyakrabban előforduló Internet-kapcsolat típusai

Az aktualizálás letöltése

A CD-ROM témájához kapcsolódó anyagok letöltése

Annotált linkek és utalások egyéb Web-oldalakra

Játékok és rejtvények

„Csevegő helyiségek” (Chat rooms)

E-mail küldése a CD-ROM-on szereplő személyekhez

(szerzőhöz, szerkesztőhöz stb.)

Web-helyek a CD-ROM segítségével létrehozott alkotások számára

A CD-ROM témájával rokon termékek katalógusa

A kiadó egyéb CD-ROM-termékeinek reklámjai

Kapcsolódó termékek reklámjai

A hasonló termékek között élesedő versenyben a kiadók a hagyományos fogások mellett (árengedmények, extra előnyök) jobban bíznak a minőségi-mennyiségi jellemzők, valamint a speciális értékek révén kihasználható előnyökben. Különösen érvényes ez a játékok és az általános enciklopédiák területén. Az enciklopédiakiadók szerint a változó és növekvő tartalom frissítésének hagyományos, újabb lemezzel való bővítése már nem tekinthető kielégítő módszernek, az Internet felől nyerhető kiegészítések és módosítások rugalmasabb megoldást kínálnak. Így gondolkodik a *World Book Encyclopedia 97* kiadója is, amelyhez kizárólagosan a CD-ROM tulajdonosai számára két Internet Web-hely is tartozik, egy „Online könyvtár” (Online Library) és egy „Századunk” (Our Century). Hasonló megfontolások alapján tartalmaz Internet-kapcsolatot az *Encyclopedia Britannica CD 2.0* verziója kiegészítő évkönyvek, illetve egyéb Britannica-információk irányába, vagy az *Encarta 97*, amely az „Online könyvtáros” (Online Librarian) nevű extra szolgáltatásokat kínálja.

A gazdasági nyomás és a versenyhelyzet tekintette megfontolásokhoz közel állnak a minőségi törekvések. A kiadók akár nagy befektetések árán is a legjobbat akarják produkálni. Ennek hozadéka az utóbbi években elterjedt multimédia irányultság erősödése, még ha a felhasználók a mai adatátviteli sebességek mellett ezek letöltésével nem szívesen bajlódnak is.

Mindezekkel együtt azonban elsősorban stratégiai megfontolások vezetik a kiadókat az Internet-arenába. A legtöbb kiadó nyílt akar maradni az új közvetítő médiumokra, feltárva az Internettel való együttműködés lehetőségeit, hogy CD-ROM-termékeiket aktualizálhassák felhasználók számára Internet elérési pontokkal. A CD-ROM/online hibridek piacán való részvétel hosszú távú befektetésnek tekintik, amellyel mintegy elébe mehetnek vevőikük jövőbeli igényeinek.

A stratégia

A kiadók – saját bevallásuk szerint – bevételeik növekedését, vállalkozásuk rövid távú nyereségességét remélik új stratégiájuktól, a CD-ROM/Internet hibridek piacra hozatalától. Kevés kiadó vallja be, hogy magas profitra a közeljövőben nem számíthatnak, és a hivatalos indoklástól eltérően éppen ez okozza az irányváltást. A kiadók így egyszerűen több ponton próbálják behálózni a gyűlöltet, amelyek mindegyike az Internethez kötődik.

Minden kiadó tudja, hogy nyereségük az eladott CD-ROM-ok számától függ. A fentiekkel összhangban azonban nem biztos, hogy elegendő csupán ellátni valamiféle Internet elérési ponttal a termékeket, de el is kell adni. Az Internet-kapcsolatot ígérő kiadványok esetében ügyes marketingfogás, hogy a kiadó saját Web-szervere segítségével „hálózza be” leendő vevőit. A megjelenített információ a felhasználók érdeklődésének felkeltéséhez elegendő, viszont annak maradéktalan kielégítéséhez meg kell rendelni a valamennyi információt tartalmazó CD-ROM-ot.

A bevételek növelése, a szolgáltatások eladhatósága természetesen nemcsak a CD-ROM és a CD-ROM/online hibrid termékek kiadót, de a tiszta Internet-szolgáltatókat is foglalkoztatja. Ennek eredményeképpen a hálózaton megjelentek a már rendszeres bevételi forrást jelentő reklámok és hirdetések. A példa gondolkodásra készítette a CD/Web címetek kiadókat is, jóllehet ebben a kérdésben nem teljesen egységes az álláspontjuk. A Grolier Enciklopédia (*The Grolier Multimedia Encyclopedia*) kiadója úgy látja, hogy míg a hálózaton elérhető enciklopédiaszolgáltatások esetében nem zavaró a reklámok jelenléte, ugyanakkor sértheti egy CD-ROM-kiadványként megjelenő enciklopédia objektívitasáról kialakított benyomást. Vannak azonban olyan kiadók is, akik hirdetőikkel

egyértésben hálózati és kereskedelmi forgalmuk növelése érdekében CD-ROM/online hibridjeikben is elhelyeznek hirdetéseket. A kiadók azonban bizonytalanok a megjelentethető reklám típusát, költségeit, elhelyezését, gyakoriságát illetően.

Egyes CD-ROM-termékeket előállító kiadók a nagyobb bevétel reményében olyan cégekkel kezdenek közös vállalkozásokba, amelyek jelenléte szokatlan a multimédia világában. A Creative Multimedia cég egy internetes zene- és videokereskedővel közös vállalkozásként alakította ki a MusicMatch Web-oldalt, ahol a Creative Multimedia kiadásában megjelent *Billboard Music CD-ROM* vevői közvetlenül rendelhetnek zenei CD-keket. Hasonló példa az ugyancsak a Creative Multimediánál előkészületben levő *Family Doctor 5 CD-ROM*-termék, amelynek felhasználói a kiadó és az Access Health nevű egészségbiztosító vállalat között létrejött megegyezés szerint kedvezőbb baleset-biztosítást köthetnek, miközben a Creative Multimedia minden egyes megkötött biztosítási kötvény után bizonyos járulékot kap.

A CD-ROM/online hibridek kiadói egyéb, ma még kevésbé kihasznált előnyöket is élvezhetnek. A hagyományos kiskereskedelemben eladott CD-ROM-kiadványok vevői rendszerint nem regisztrálják termékeiket, így a kiadók sem az aktualizálásról, sem pedig új termékeikről nem tudják tájékoztatni őket. Az Internet-hellyel rendelkező CD-ROM-ok tulajdonosi adatai az Internet-kapcsolaton keresztül a kiadó szerverén online regisztrációs lehetőséget biztosítanak a kiadónak. Az e-mail címek révén a módszer további előnye a termék aktualizálásának és új kiadványaik jegyzékének megküldése posta-, illetve telefonköltség nélkül. Jó példa erre a Microsoft *Bookshelfe*, amelynek regisztrált vevői kedvezményes áron kaphatják meg a következő évi kiadványt.

Az időponthoz kötött tartalmú CD-ROM-ok (pl. a Virtual Entertainment *Vote America* választási CD-ROM-ja) piaca érdekében szükség van az aktualitás és az élettartam növelésére. A CD/online hibrid termékek címlapjukon „Free Internet updates” (ingyenes aktualizálás Interneten) felirattal a legfrissebb adatok letöltésének ígéretét hordozzák, csökkentve ezzel a vevők idegenkedését. Sportrekordokat, politikai események elemzéseit, mozifilmszemléket tartalmazó CD-ROM-ok tulajdonosait az első pillanattól kezdve ösztönzi a legfrissebb adatok online keresésére és letöltésére. Az egyik első (bár nem ingyenes), napi online aktualizáláson alapuló CD-ROM a Microsoft által 1994-ben kiadott, és napi baseballstatisztikák online szolgáltatását ígérő *Complete Baseball* c. CD-ROM-kiadvány volt, amelyet azonban a történelem leghosszabb Major League Baseball sztrájkja megghiúsított.

Az élettartam behatárolása és az előállítási költségek növekedése számszerűen kevesebb, de szélesebb mozgásterű, egymással rokon CD-ROM címek megjelenését eredményezte. Például a gyermekek számára készült meseprogramokat és játékprogramokat tartalmazó kiadványban már nemcsak letölteni lehet a tartalmat, de egy erre a célra kialakított Web-oldal segítségével módosítani, vita tárgyává is lehet tenni a történeteket, illetve CD-ROM-on alapuló, több résztvevős játékot lehet kezdeményezni, folytatni ezen a módon.

A kiadók egy része a pusztán információátadás mellett az interaktivitás útján élményszerűvé, szinte a tapasztalással egyenértékűvé akarja tenni CD-ROM-jainak használatát. A Voyager Company *Witness to the Future* c. kiadványa például a környezetvédelem dokumentumainak ismertetése mellett felkínálja a Greenpeace-hez való csatlakozás és részvétel lehetőségét. Élményszerűek a gyerekek számára készült, utasítást szimuláló programok is.

Cél a teljes integráció

A CD-ROM/online hibridek fejlesztésének célja az Internet-jellemzők beépítése. A böngésző-eszköz és az Internet-szolgáltatás jellemzői alapján ezek a termékek három nagyobb csoportba sorolhatók: kizárólagos, preferált, és szabadon választott alkalmazások. Kizárólagos használat esetén az online információ lelőhelyeként csak az a szolgáltató jöhet szóba, amely a lemezen van; akkor is, ha más szolgáltatóhoz is hozzáférnek. Kezdetben rendszerint az America Online volt az online információ forrása. Maguk a kiadók is tisztában voltak vele, hogy ez a korlátozott hozzáférési lehetőség elidegeníti a más szolgáltatókat is használókat, így néhány kiadó más szolgáltatóknál is elérhetővé tette információit.

A preferált használat kategóriájába tartozó CD-ROM-ok ugyan alapértelmezésként felkínálnak egy böngészőt és szolgáltatót (AT&T Worldnet, Concentric, Netcom vagy Earthlink), de a felhasználónak lehetővé teszik, hogy az tetszőleges böngészőt és/vagy szolgáltatót vegyen igénybe.

A szabadon választott alkalmazásokat támogató termékek nem ajánlanak kiadó által készített megoldásokat (bár erre is mód van); ezzel szemben feltételezik, hogy a felhasználó már szerződött egy tetszőleges szolgáltatóval. A Microsoft *Cinema 97* kiadványa például tartalmaz egy „Internet-varázslót”, amely az Internet-használatot pl. problémamentessé teszi, ha a Windows 95 korrekt módon lett installálva. Az Internet-szolgáltatók prémiumot és/vagy jogdíjat fizetnek a kiadónak, ha CD-ROM hibrid vásárlóik bizonyos időre (2–6 hónap) az ő szolgáltatásaikra fizetnek elő. A

megállapodás lényege nem az ebből származó kis haszon, hanem a megrendelők támogatása a bizonyított Internet-kapcsolat céljából.

Az újabb CD-ROM hibridek döntő többsége a felhasználóra bízta a szolgáltató és a böngésző megválasztását, és feltételezi, hogy a felhasználó gépén van Windows 95. Ez a fajta szabadság azonban teret engedhet a leleményes felhasználóknak, így a kiadók nagy technikai fejlesztések árán is teljes integrációra törekszenek.

A fejlesztések a felhasználó egyszerűen megoldható Internetre állását célozzák. Az online aktualizálással rendelkező bibliográfiai típusú CD-ROM-ok például egy, a letöltés befejeztét követő automatikus témafigyelési gombot működtető szolgáltatást vezettek be az aktualizált rekordok eléréséhez. Több, közeljövőben megjelenő CD-ROM gombjaival automatikusan teremt kapcsolatot a releváns Web-hellyel. A Microsoft *Cinemia* 97 és *Encarta* 97 CD-ROM-jai a cikkek szintjén olyan

gombokat tartalmaznak, amelyek a letöltéstől, illetve a Web-helyen bekövetkezett változástól függően megjelennek, illetve eltűnnek.

Jóllehet az eddig piacra került CD-ROM/online hibridek között is előfordulnak gyengén kidolgozott, a lehetőségeket kevésbé kiaknázó termékek, általánosságban elmondhatjuk, hogy a legtöbb termék az Internet felől nagy információ-többletet nyújt felhasználóinak. A vásárlók is látják, hogy ezek a kiadványok a piac egyéb újdonságaihoz képest is hatalmas technikai és tartalmi fejlődés eredményei. Így mind a kiadók, mind pedig a kereskedelem reménykedhetnek a CD-ROM/online hibridek eladásából származó bevételek növekedésében.

/COLE, J. O.: Publishers' strategies for CD-ROM/Internet publishing. = EMedia Professional, 1997. január, p. 63–72./

(Lengyel Monika)

A mikrofilmzés napjainkban is meghatározóan fontos állományvédelmi és -mentési eljárás

A 19. századi savas papírra nyomtatott dokumentumok állékonyasága felettébb rövid idejű, mindössze 100–150 év, de az is csak akkor, ha optimálisak az őrzési körülmények. A szlovák tudományos könyvtárak állományának legalább 25%-a veszélyeztetett, 15%-a pedig szó szerint végveszélyben van. (Persze: sok más országban sem különb a helyzet.)

Az állományvédelem és az állománymentés sürgős voltát különféle külföldi példák nyomán a CASLIN (Czech and Slovak Information Network) igazgatótanácsa is belátta, s 1994 januárjában munkabizottságot hozott létre az ebbéli tennivalók megtervezésére, illetve annak a 200 ezer dolláros támogatásnak elosztására, amelyet a cseh és szlovák könyvtárak mikrográfiai berendezéseinek korszerűsítésére és kiegészítésére a Mellon-alapítvány biztosított.

A munkabizottságnak feladatai elvégzése közben meg kellett küzdenie a mikroformákat ellenző szakemberekkel, akik a „lesz még jobb és korszerűbb hordozó is” felkiáltással szerették volna „megfúrni” ezt a vállalkozást. A bizottsági álláspont a következő volt: A mikrofilm a jelenleg rendelkezésre álló eszközökből a legjobb, mivel előállításuk technikailag viszonylag egyszerű, s a vele kapcsolatos normatívák általános érvényűek, akár a felhasználható fajtákról, akár pedig e fajták felhasználási módjáról és tárolásáról legyen is szó. Külö-

nösen az ezüstszelatin filmek használata kívánatos az állományvédelmi és -mentési munkák céljára. Továbbá az sem közömbös, hogy a mikrofilmek bibliográfiai leírásának alapjai is rendelkezésre állnak.

Ami pedig a jövő fejleményeit illeti, a bizottság az ellenzők számára a következőket szögezte le: „Több mint valószínű, hogy a mai mikrofilmeket a fejlődés során jelentkező új technikák minden nehézség nélkül tudják majd a maguk számára hasznosítani. Így hát közös törekvésünket semmi sem minősíti hiábavalónak a mikrofilm utáni korból.”

Időközben a mikrofilmzési akció megvalósításának filozófiája is kijegecesedett. Ennek tengelyében az egyes könyvtárak egyedi programjai állnak. Ám ezeknek a programoknak egységes feltárási és bejelentési módszereket kell elfogadniuk, ui. enélkül nem lehet eleget tenni sem a belső követelményeknek, azoknak ti., amelyek tiltják a felvételek duplikálódását, sem pedig a nemzetközieseknek, amelyek elvárják, hogy Szlovákia is részt vegyen az állományvédelmi mikrofilmek európai nyilvántartó rendszerében az archív negatívok bibliográfiai adatainak közlése révén.

A túrócszentmártoni Szlovák Nemzeti Könyvtárnak egyfajta „primus inter pares” szerepköre lesz az akció lebonyolításában. Erre adottságai és könyvtárügyi felhatalmazásai teszik alkalmassá.