

0213714 TRINET Number: 99092013
 YELLOW FRONT STORES INC
 2540 N 29TH AVE
 PHOENIX, AZ 85009
 Telephone: 602-790-7786
 County: MARICOPA
 MSA: 6200 (Phoenix, Arizona)
 Number of employees: 823
 Number of establishments: 21
 Manufacturing sales (\$): 0
 Nonmanufacturing sales (\$): 21,100,000
 Non-US sales (\$): 0
 Total sales (\$): 21,100,000
 Primary 4 digit SIC:
 4225 (GENERAL WAREHOUSING & STORAGE) Sales (\$):
 11,000,000
 Primary 3 digit SIC:
 422 (PUBLIC WAREHOUSING AND STORAGE) Sales (\$):
 11,000,000
 Primary 2 digit SIC:
 42 (TRUCKING & WAREHOUSING) Sales (\$): 11,000,000
 Secondary SIC(s):
 5331 (VARIETY STORES) Sales (\$): 10,100,000
 This is:
 a PRIVATE Company

4. ábra A Yellow Front Stores áruház-lánc TC rekordja

Hasonlítsuk össze az anyavállalat, a Yellow Front Stores rekordjait is a DMI adatbázisban (3. ábra) és a TC adatbázisban (4. ábra). A két rekord tartalma sok mindenben eltér, az utca neve és a házszám megegyezik, de a postai irányítószám más, a telefonszámok sem azonosak. A DMI rekordban 2000 alkalmazott áll (Employees), a TC rekordban 823. Eltérés tapasztalható a pénzügyi adatokban: a TC szerint az összforgalom 21 millió dollár, a DMI-ben nincs erre adat, hanem másik adatbázisra utal: "A teljes

pénzügyi információ hozzáférhető". A Dun's Financial Records adatbázisra áttérve 48,6 millió dollárt találunk.

Az ilyen eltérésekre a keresők reagálása nem tűri a nyomdafestéket. Tény az, hogy az adatok sem itt, sem ott nem pontosak. Ennek több oka van, köztük az adatszolgáltató vállalatok, amelyek nem mindig szeretik a pénzügyi adataikat nyilvánosságra hozni.

Ha valóban "mindent" szeretnénk tudni egyes cégekről, kezdjük a keresést az útmutató adatbázisokkal; mind a Trinet, mind a Dun's adatbázisból írassuk ki a cég rekordjait. Majd térjünk át a bibliográfiai és teljes szövegű adatbázisokra. Ha még ez sem elég, hívjuk fel a vállalatot, ahol megkaphatjuk a valódi adatokat, ha megtudják, hogy online kereső kérdezi, nem pedig a Trinet vagy a Dun's egy alkalmazója.

A céginformációs keresések legnagyobb sikerrel az USA-vállalatok esetében kecsegtetnek. Láthattuk, hogy még ilyenkor is mennyi nehézséggel kell a céginformáció keresőjének megküzdnie. A fenti ismertető nem is teljes. Számos más adatbázis is rendelkezésünkre áll USA-beli vállalatok pénzügyi információinak keresésére. A kereső ennél még nehezebb helyzetbe kerül, ha európai országok céginformációira, különösen ha pénzügyi adatokra van szüksége. Néhány országra ugyan léteznek különféle céginformációs adatbázisok, de ezek a legtöbb esetben nem olyan részletesen vagy teljesen, mint az USA-ban. Ezek azonban nem tartoznak az ismertetett cikk kereteibe. — A ref.

/OJALA, M.: Company directories online: Trinet and Dun's. = ONLINE's Business Column. ONLINE, 12. köt. 5. sz. 1988. p. 85–90./

(Róboz Péter)

Az online kereséshez szükséges közvetítő-felhasználó kapcsolat fázisai

A számítógépes információkeresés a hetvenes évek második felében jelent meg a modern tudományos könyvtárakban, szükségszerűen maga után vonva a közvetítő könyvtáros és a felhasználókkal való kapcsolattartás online környezethez igazodó új típusának kialakulását. Az online keresés sikerének előfeltétele a keresést végző közvetítő és az információ felhasználójának együttműködése, aminek fontos része az "interjú".

Az online felhasználókkal való kapcsolattartást 4 fázisra bontva tárgyaljuk.

Az interjú 1. fázisában történik meg a kapcsolattartás az információk iránt érdeklődő felhasználó és a közvetítő között. Ennek során a közvetítő könyvtáros számítógépes adatbázisban való keresést javasolhat, bemutatva egyidejűleg a számítógépes információkeresést. Az általa nyújtott tájékoztatás kiterjed minden online keresést előkészítő teendő ismertetésére (tárgyszavak összeállítása a kereséshez, időpont kijelölése az online kereséshez, az online keresés megrendelése, fizetési feltételek tisztázása stb.).

A felhasználókkal való kapcsolattartás 2. szakaszában kerül sor az információkeresést elindító kérdés megvitatására. Ennek során a közvetítő és a

felhasználó közösen keresési stratégiát dolgoznak ki. A felhasználói kapcsolat 2. szakaszáról jelentős mennyiségű, az interjú lebonyolítására részletes útmutatásokat adó szakirodalom áll rendelkezésre.

A felhasználókkal való kapcsolattartás 3. fázisát az online keresés jelenti, ha az a felhasználó jelenlétében megy végbe párbeszéd formájában. Ennek előfeltétele, hogy a felhasználó tisztában legyen a lezajló keresési folyamattal, tudja követni a terminál végbemenő párbeszédét, és annak ne csak passzív szemlélője, de aktív formálója is legyen. Ez az információt visszakereső közvetítőre azt a gyakorlatban nem könnyen megvalósítható feladatot rója, hogy az online rendszeren kívül egyidejűleg a felhasználóval is hatékonyan tudjon kommunikálni.

Az online környezetben végzett felhasználói kapcsolat 4. fázisát az online keresés utáni megbeszélés jelenti, amelynek célja a végzett keresési lépések szükségességének megvilágítása, az eredmények értelmezése, kiértékelése és a találatlistának megfelelő forrásirodalom hozzáférhetőségének ismertetése.

A felhasználói kapcsolat 2. fázisával, a keresési folyamat különösen fontos részének tekintett "online keresést megelőző" interjúval kiemelten kell foglalkozni. A cél ebben a fázisban a felhasználó kérdései-

nek olyan értelmezése, hogy azok hatékony keresési stratégiává átfogalmazhatók legyenek. A keresést megelőző interjú sikeréért a közvetítő anyagi felelősséget is vállal. Ha az igényfelmérés, majd az azt követő online keresés pontatlan, a következmény az esetleg teljesen elfecsérelt, ugyanakkor költséges számítógépidő.

A felhasználókkal való kapcsolattartásnak erre a szakaszára vonatkozóan megjelent ajánlások szerint a legfontosabb kérdések, amelyekkel a keresést megelőző interjú során foglalkozni kell:

- Milyen időparamétereket kell felállítani?
- Szükség van-e retrospektív keresésre vagy periodikus SDI-re?
- Milyen nyelven van szükség a keresett művekre?
- Milyen típusú dokumentumra van szükség?
- Mennyi pénzt hajlandó az ügyfél kiadni?
- Milyen formátumban kell a visszakeresés eredményét megjeleníteni?
- Az eredmények szolgáltatása offline vagy online legyen?
- Tematikailag szűk vagy tág határok között mozgó keresésre van szükség?
- Kell-e földrajzi korlátozó feltételeket felállítani a keresés során?
- Milyen mennyiségű találatra van szükség, illetve hány találat várható?
- Vannak-e már releváns hivatkozások, amelyek a keresés előkészítéséhez felhasználhatók?
- Inkább teljes vagy inkább pontos legyen a találat-halmaz?

A keresést megelőző interjúk lebonyolításához az Arleen Sommerville által összeállított ajánlások szerint a közvetítőnek az interjú során többek között az alábbiakra kell odafigyelnie:

- Meg kell bizonyosodnia arról, hogy a számítógépes keresés a felhasználó szempontjából a legmegfelelőbb megoldás, és a felhasználó elvárásai reálisak.
- Meg kell győznie a felhasználót, hogy pontosan fogalmazza meg és határolja be információk igényét.
- Fel kell hívnia a felhasználó figyelmét arra, hogy a terminálnál végzett keresést megelőzően keresési stratégiát kell kialakítani. Meg kell határozni az összes visszakeresésre használt fogalmat és azok egymáshoz való viszonyát; alternatív keresési stratégiát is ki kell dolgozni.
- Ismertetnie kell a releváns adatbázisok információ tartalmát, mit várhatunk tőlük és mit nem.
- Meg kell győződnie arról, hogy a felhasználó tudja értelmezni a kinyomtatott eredményeket és érti az alkalmazandó keresési stratégiát.
- Nem szabad elfogadnia a felhasználó javaslatait, hogy milyen adatbázisokban kell keresni.
- Nem szabad úgy időt nyernie, hogy nem olvas hozzá a témához.
- Nem hanyagolhatja el a tezaszauruszok, a szótárhasználati segédletek és a szógyakorlási listák stb. ellenőrzését.

Az interjúkészítés során alkalmazandó személyes kommunikáció kérdéseivel külön vizsgálatok foglalkoztak. A "nyitott kérdés" a válaszadó számára nyitva hagyja a feleletet, a "zárt kérdések" a választ megadott sémába kényszerítik, és a legegyszerűbb esetben csak "igen" vagy "nem" válaszokat engednek

meg. Amerikai felmérések szerint a felhasználókkal való kapcsolattartás során feltett kérdések 90%-a zárt típusú, holott a szakirodalom egyöntetű véleménye szerint mindenekelőtt nyitott kérdéseket kell feltenni, mert azok több időt hagynak a felhasználó számára kérdéseinek megfogalmazására, és ugyanakkor rákényszerítik a közvetítőt arra, hogy az interjúra koncentráljon. A főként nyitott kérdésekre adott válaszok alapján összeállított keresési stratégiák a 70-es évek végén végrehajtott empirikus vizsgálat szerint nagyobb információgyűjtéssel eredményeznek.

A Dialog és a BRS normál online keresési rendszerekkel párhuzamosan a távközlési hálózaton keresztül hozzájuk csatlakozó, magánszemélyek tulajdonát képező személyi számítógépek számára is biztosítanak korlátozott mértékű online keresést adatbázisaikban a Knowledge Index, illetve After Dark szolgáltatás révén. Ezek a szolgáltatások az esti órákban működnek, sokkal alacsonyabb tarifa mellett. Korlátozó tényező, hogy nem kérdezhető le ezek útján a Dialog, ill. a BRS rendszer összes adatbázisa. A lekérdezéshez a Dialog esetén leegyszerűsített parancsnyelv, a BRS rendszer esetében menüvezérelt lekérdező eljárás áll rendelkezésre. A személyi számítógépeken kívül ezekhez a nagy rendszerekhez olyan megfelelő termékkel, személyzettel, számítógépparkkal rendelkező könyvtárak is csatlakoznak, amelyek számára fontos, hogy olvasóiknak a nagygépeken keresési lehetőséget teremtsenek. Ezt a szolgáltatást *Online selfservice* néven építette ki az Ottawai Egyetemi Könyvtár. Vezetője keresést megelőző tanácsadásnak nevezi azt a tevékenységet, amelynek során egy közvetítő tanácsadói funkció keretében segíti a személyi számítógépen keresztül az adatbázisokkal kommunikáló végfelhasználót a keresési stratégia kidolgozásában.

A keresést megelőző tanácsadás során a felhasználót megismertetik a rendszer használatának módjával, közlik a várakozási idő nagyságát, a fizetési feltételeket. A költségrendszert a lehető legegyszerűbben állítják össze – Ottawában például a használt adatbázistól és az eredménylisták méretétől függetlenül minden megkezdett 5 perc 2 dollárba kerül. A keresési stratégiát a végfelhasználó maga fogalmazza meg. A felhasználó ennek segítségével olyan listát kap, amely a keresőrendszernek és az összes keresőparancsok a rövid leírását tartalmazza. A felhasználó a keresőkérdéseket munkalapra rögzíti. A keresést megelőző tanácsadást végző munkatárs ellenőrzi a keresési fogalmakat, megmagyarázza a keresési folyamatot és az eredmények megjelenítésének módját, esetleg utal olyan adatbázisokra, amelyek csak központi rendszereken keresztül állnak rendelkezésre.

A számítógép-hálózaton keresztül nyújtott online információszolgáltatásnak ez a típusa Közép-Európában még alig használatos. Kialakulása a közeljövőben várható.

/OBERHAUSER, O.: Das Auskunftinterview im Kontext des Online Information Retrieval: Ein Überblick aus bibliothekarischer Sicht. = Nachrichten für Dokumentation, 38. sz. 1987. p. 85–90./

(Orendi Katalin)