



DEN DELTE MENING

HVAD NU HVIS GOOGLE...

AF KRISTOFFER VESTERENG SCAVENIUS, DET KONGELIGE BIBLIOTEK, KRV@KB.DK

Forestil dig, at du klikker ind på søgesystemet på dit universitetsbibliotek. De gamle kartotekskort er blevet scannet, og du har efter et par klik online adgang til både nye og gamle materialer. Alt sammen foregår hurtigt og effektivt, men der mangler noget – og det 'noget' er du som bruger vant til at få via sites som Google, Amazon og Facebook.

Googles Gmail er med reklamer, der tager udgangspunkt i indholdet i dine mails, et eksempel på, hvad den moderne internetbruger er vant til. Vi kender det også fra Amazon og Facebook, der ligeledes tilbyder services baseret på forhåndsviden om brugerne. Det er disse services, der må efterlade mange biblioteksbrugere forundrede over, at hvert eneste online biblioteksbesøg er et tabula rasa – hver gang starter brugeren på en blank side.

Jeg vil hævde, at årsagen til skismaet mellem brugerforventninger og serviceudbud skyldes universitetsbibliotekernes institutionstilknytning. De facto har bibliotekerne monopol på informationsformidling, og brugerne har ikke andre steder at gå hen.

Men det verdensbillede kan ændre sig. Det er ingen ny pointe, at Google og andre kommercielle aktører kan blive en alvorlig trussel for universitetsbibliotekerne, hvis de en dag skulle finde på at interessere sig for seriøs akademisk informationsformidling. Brugerne vil elske at lade Googles forhåndsviden danne rammen om deres søgeoplevelser.

Traditionalister vil måske indvende, at hvis vi begynder at imitere Googles brug af forhåndsviden, begår vi biblioteksfagligt harakiri, men her må vi være pragmatiske. Vi kommer nemlig ikke længere udenom, at brugernes forventninger til webservices skabes på Google, Amazon og Facebook og i stedet for at se det som en dystopi, skulle vi så ikke bare give brugerne et valg, som gør alle glade?

Hvorfor ikke møde den bruger, der ved tidligere besøg har søgt efter bøger om for eksempel 'Cardiac arrest', med den imødekommende tekst "Vi har købt fem nye e-bøger om emnet. Vil du se dem?" – i stedet for at samme bruger mere eller mindre tilfældigt skal støde ind i de nyindkøbte titler i løbet af gennemgangen af et søgeresultat på 15.537 titler?

Det er som med en Google-søgning. Her imponeres man ikke over Googles kvantitative oplysning om fund af "ca. 332.000.000 resultater (0,25 sekunder)". Hvad man imponeres over, er derimod kvaliteten af den ranking af søgeresultaterne, som finder sted. Min påstand er, at bibliotekernes brugere har det på samme måde – de tænder på søgekvalitet og ikke på endeløse lister af søgeresultater.

Vi må ikke være bange for den konkurrenceprægede eller kommercielle tænkning, hvis brugerne forventer noget andet af os, end det vi pt. udbyder. Lige nu behøver vi godt nok ikke gøre noget, for vi har tilsyneladende ingen konkurrenter. Men som dyrearter uden naturlige fjender er vi sårbare, hvis der dukker konkurrence op. Og hvad nu hvis Google ...

Debatér DEN DELTE MENING på www.facebook.com/dfbib