

# Online- och webbnyheter för TLS medlemmar

Nr 2002:1 2002-01-07

## ***Rapport från Online Information 2001, London, 4-6 december 2001***

Lars Klasén

Sema InfoData

[lars.klasen@infodata.se](mailto:lars.klasen@infodata.se)

*Innehåll:*

1. Allmänna intryck
2. Om årets konferens och mässan
3. Produktnyheter mm på mässan
4. Referat från konferensen - keynotes, föredrag och diskussioner

### **1. Allmänna intryck**

#### ***25-årsjubilaren Online Information i fokus ... och Thomson!***

*Om man ska tala om ett fokus för denna 25e upplaga av Online Information - utöver jubilaren själv förstås! - så var det Thomson. På mässgolvet tog denna gigant upp en stor och central plats med flertalet av sina produkter samlade. Och även på konferensen stod Thomson i fokus. Inte för att vdn Richard Harringtons "keynote"-föredrag råkade vara schemalagt mitt i konferensen utan för att det synliggjorde Thomsons omvandling från förlag till informationsföretag och den högst medvetna strategin bakom detta (se referat i avsnitt 4!)*

I detta sällskap fick närmaste konkurrenten Elsevier finna sig förpassad till andra plats, om än en god sådan. Annars var det mesta sig likt på mässan vad gäller aktörer med onlinetjänster, med närvaro av alla som agerar internationellt och åtminstone har en hyfsat stor del av sina användare inom universitet, forskning och vetenskap - och med informationsspecialister som central målgrupp. En del andra tjänster var naturligtvis också med. Faktum är dock att ju större distans det är från dessa avnämarmarknader desto tunnare blir närvaron av utställare som mer är inriktade mot näringsliv och produktion och har slutanvändare som främsta målgrupp. Exempel på aktörer som inte var med är D&B och ICC.

Det här är något av ett dilemma för arrangörerna. Går man för långt åt ena hållet så missar man deltagare - och riskerar sin existens. Kanske är det här man finner orsaken till att antalet konferensdelegater och mässbesökare på Online 2001 var avsevärt lägre än på länge?

#### ***Färre databasproducenter ...***

Antalet "rena" databasproducenter på mässan har fortsatt att sjunka. De flesta av dem som under webbens första år inledde egna satsningar på att erbjuda sin information online verkar ha insett att det trots allt är ganska bra att överlåta jobbet till dem som kan detta: onlinetjänsterna. (Med ett undantag: producenter av marknadsrapporter fanns det många av på mässan - sådana tycks växa på träd!). Andra har vuxit och blivit - onlinetjänster! Exempel är ISI, Engineering Index och Axiom. En del har nog också ersatts av ämnesportaler och "communities" på webben. Apropos databaser är det intressant för mig som sökt online sedan urminnes tider (1976) att notera att dåtida favoriter som Compendex, INSPEC och Derwent är fortsatt populära - och precis som då är ett "måste" vid många onlinetjänster.

***... men stabila onlinetjänster och en industri som har hälsan***

Industrin tycks vara i stort sett "healthy" och återställd efter webb-snuvan. Och några tillskott har den ju fått under tiden: SkyMinder, TheScientificWorld, Hoover's, Nortern Light och några till - ändå inte så många som man kunde tro. Några har förstås blivit uppköpta på vägen. På årets Online lyste för övrigt spännande nya aktörer med sin frånvaro - och det är faktiskt lite ovanligt. Men det speglar den period av konsolidering som branschen är inne i.

Fulltextlänknings och e-tidskrifter, som var ett stort nummer på Online för två år sedan, är nu vardagsmat. E-böcker har nästan inte alls syns till (och de hör ju inte heller riktigt hemma här). Bibliotekssystem stötte jag bara på hos en utställare. CD-ROM är det inte mycket kvar av.

### ***Lite mobilt Internet ...***

Det är inte heller mycket "kvar" av mobil åtkomst till information. Här känns det som om utvecklingen "går bakåt". På Online för två år sedan började WAP bli ett hett samtalsämne - för att inte tala om förra året, när mobilt Internet på konferensen var föremål inte bara för flera föredrag utan till och med en speciell session - och även delar av slutdiskussionen. Och på mässan frågade jag då i varenda monter jag besökte hur långt de hunnit med WAP. Nu var det inte ens läge att fråga ... (Men några tjänster erbjuder i alla fall åtkomst via WAP - och jag tror (!) faktiskt att mobil åtkomst är en självklarhet om några år, men då snarare med handdator - eller "fickdatortelefon" - än telefon).

### ***... men mycket IM***

Ett område som däremot tycks växa är informationshantering - i alla fall på mässan, med förvånansvärt många nykomlingar. Ja, inte inom "KM" som förra året, utan mer "renodlade" produkter. Ord som "textutvinning, automatisk kategorisering, indexering, visualisering, XML" etc säger lite vad produkterna handlar om. (För att inte nämna det ord som på kort tid blivit modeordet framför andra i dessa sammanhang: "taxonomier". Så det gör jag inte.)

## **2. Om årets konferens och mässa**

### ***25 år med information i centrum - och 25 år till?***

Naturligt nog stod 25-årsjubilerande Online Information självt i fokus när konferensen öppnades av **Kate Allen**, konferens- och mässgeneral, och **Martin White**, konferensordförande. Kate konstaterade att den första konferensen och utställningen hölls 1977, långt innan PC och Internet var kända. Ingen kunde då ana att den skulle existera fortfarande efter 25 år! Den rapport som Martin skrev efter den första konferensen avslutade han med "Hoppas det blir en andra konferens"!

Lika remarkabelt som att evenemanget är 25 år är det att "information" hela tiden stått i centrum, fortsatte Kate. Tänk på allt som hänt under dessa år! Här kan man verkligen tala om Content is King. Och nu ser konferensledningen fram mot ytterligare ett kvartssekel i samma banor: ett kvartssekel med en oanad teknikutveckling - men med ett Online där "information" ska stå fortsatt i centrum!

Frånsett inledningen märkte man dock inte mycket av 25-årsjubiléet, utan evenemanget var sig ganska likt. Nej, förresten - inte riktigt. Och då syftar jag inte på att utställningen ännu en gång bytt upp sig vad gäller lokaler, nämligen till Olympias Grand Hall, dvs konferensanläggningens största hall. Jag syftar på det jag nämnde ovan, nämligen att antalet konferensdelegater och mässbesökare var lägre än på länge. Antalet delegater var bara ca 750, vilket ska jämföras med de minst 1.000 man kunnat räkna in varenda år ända sedan åtminstone 1980 (när jag var med för första gången). Och antalet mässbesökare var bara ca 12.700, vilket vad jag förstår är väsentligt färre än föregående år.

### ***Behagligt på mässgolvet***

Inte för att jag klagade när jag var där - snarare tvärtom eftersom det innebar att det var riktigt behagligt på mässgolvet, med gott om utrymme och idel förekommande monterpersonal. Antalet utställare, 290 st, var nämligen nästan detsamma som föregående år. Men jag tror nog att det gett myror i huvudet på arrangören, Learned Information, som ju har Online Information som viktigaste levebröd. Och själv blir jag i alla fall lite oroad. Tänk om ...

Nej, låt mig vara positiv och inte bara hoppas utan även tro att Online får ett fortsatt långt liv! - för min, för andra informationsspecialisters och för branschens egen skull! Det finns nämligen inget annat evenemang som når tillnärmelsevis samma klass som Online vad gäller bred täckning av området - ett faktum som accentuerats sedan "konkurrenten" Online Meeting i USA "nedgraderats" till en av tre delar i evenemanget "Information Today".

### ***Få svenska inslag***

Det minskade antalet delegater märktes inte minst vad gäller svenskar: på konferensen var vi bara ca 25 - förra året var vi närmare 60! Men nedgången gällde hela Norden: totalt var vi ca 150 deltagare (förra året ca 220). Ändå var såväl Norge som Finland så pass "stora" att de delade andraplatsen med USA och Nederländerna; samtliga med runt 50 deltagare. Störst var förstås UK som samlade 250 deltagare (förra året: 350). Att USA minskat från förra årets ca 95 får man förstå, men vad har hänt i övrigt? Den ekonomiska konjunkturen? Från Afrika kom det i alla fall fler än det brukar: 15 personer (rekord?). Antalet från öststaterna hade däremot halverats till ca 10. Från övriga världen kom bara en handfull. Ingen kom från Sydamerika.

Eller är det för att konferensen är för dyr (12.000 kr)? Eller för att mässan kan ge så mycket? Utöver själva utställningen fanns där i år såväl gratis produktpresentationer som s k "expert seminars". Seminarierna - som dock var färre till antalet än förra året - behandlade ämnen som intranät, e-utbildning, XML, "wireless" och "power web searching" - hölls i flera fall av namnkunniga föredragshållare från konferensen. Därtill fanns möjlighet att dagen efter det egentliga Online bevista någon av de tre s k "satellite workshops", avgiftsbelagda endagskurser, som erbjöds.

"Som vanligt" var det också i övrigt tunt med svenska inslag. Ingen svensk utställare deltog - tror jag. (Jag missade ju en förra året så jag garderar mig ...). Däremot äntligen åter en svensk föredragshållare, **Christina Tovoté, SUB**. Trevligt! Hon talade om "**Information literacy - an opportunity for information professionals**". (Och så bidrog jag själv med ett litet svenskt inslag ... genom att få pris för bästa 70-talsklädsel på konferenspartyt! Med äkta vara: samma Mahjongkostym och ökenboots som vid mitt första Online, 1980!)

Bland nordiska inslag i övrigt fanns två föredragshållare från Finland och en från Norge. I konferenskommittén ingick en dansk och en norrman. Den sistnämnde, Even Flood, ligger för bakom det initiativ till det "Scandinavian International Forum" som ska äga rum under nästa Online (3-5 december 2002). Jag gissar att det rör sig om något i stil med de befintliga "Séance Francaise", "Deutsche Stunde", "Fórum Espanol" etc, dvs entimmessessioner.

Än på 25-årskonferenspartyt så delades där ut ett särskilt Silverjubileumspris till en förtjänt person i branschen. Det gick till **Pierre Buffet**, vd vid Questel\*Orbit, som har 31 års erfarenhet inom området. Årets informationsspecialist blev **Linda Stoddart**, direktör vid ILOs biblioteks- och informationstjänst.

## **3. Produktnyheter mm på mässan**

Jag hann såklart inte besöka alla montrar. Som vanligt koncentrerade jag mig på nyheter inom "kärnområdet", dvs onlinetjänster, där jag också tror jag fångat upp det mesta. Vad gäller de många utställarna med produkter för "informationshantering" gjorde jag bara ett par nedslag, vilka jag redovisar under Verktyg. Här och där har jag också lagt in lite information (hämtat från bl a

pressreleaser) från några av de utställare jag inte hann besöka. (Samtliga 290 utställare inkl länkar till deras webbplatser finner du på [www.online-information.co.uk](http://www.online-information.co.uk)!). Så här är det hela uppställt:

- Thomson
- Elsevier
- Övrigt inom STM - från onlinetjänster till dokumentleverantörer
- Övrigt inom affärs-, företags- och marknadsinformation
- Övrigt inom patent, varumärken, standarder och statistik
- Diverse
- Verktyg

## Thomson

Thomson hade helt klart mässans största utbud av produkter. Av dessa hade man i en och samma montergrupp samlat *Thomson ISI*, *Thomson Derwent*, *Thomson Gale*, *Thomson Financial* och *Dialog*. Det var intressant att notera att man alltså mer och mer manifesterar sitt namn. Dialog får dock fortfarande behålla sitt, dock med tillägget "- A Thomson Company". Strax bredvid fanns montern för Sweet & Maxwell, som marknadsförde *Westlaw UK*. Westlaw har alltså inte alls Thomson i namnet. Detsamma gällde *NewsEdge*, vars monter för ö inte alls var placerad i anslutning till Thomsons övriga. Oraken kan ju förstås vara att det var så pass nyligen som uppköpet skedde. (Anm: Mer om Thomson finns i referatet av vd:n Richard Harringtons föredrag i avsnitt 4.)

**Dialog** fortsätter att speciellt rikta sig till informationsspecialisterna. Det man i första hand talade om på Online var sitt program *Quantum2* och planerna för dess lansering i Europa. En särskild Europa-ansvarig har utsetts för programmet, som man nu ytterligare manifesterade genom att passa på att tillkännage de första "InfoStar"-pristagarna i Europa. Bland de 4 pristagarna fanns Margareta Nelke, Tetra Pak. (Grattis!). Quantum2 erbjuder utbildning och verktyg (seminarier, läromedel, "nätverk" mm) för just informationsspecialister. Medlemskap är gratis för Dialogs kunder. Bland mycket övrigt berättade man förstås om vad som hänt i höst, t ex att utbudet ökats med ca 500 källor, bl a FT, och att Company Profiles lanserats. (Och en kväll bjöd Dialog Sverige, Finland, Norge och Danmark kunder och vänner (i alla fall undertecknad - tack!) på en pubkväll. Men faktum är att SchlumbergerSema är kund till Dialog - i UK!)

**Thomson Gale** annonserade att man tecknat avtal med Business Monitor International (BMI) och Economist Intelligence Unit (EIU) om att integrera deras information i Gales databas *InfoTrac*. *InfoTrac OneFile* har utökats med över ettusen tidskrifter under de senaste två åren och täcker nu ca 7.300 tidskrifter, varav 3.700 i fulltext, vilka hämtas från alla andra Gale-databaser. Gale har också nyligen anslutit sig till SFX. Lite i skymundan informerade Gale också om sin *Business Reference Suite* med databaserna Business & Industry, Business & Management Practices och TableBase.

Bland alla de produkter som **Thomson Derwent** har visade man speciellt *Derwent GENESEQ*. Det är en databas som täcker "nucleic acid and amino acid sequences" från patent. Antalet "sequences" har på mindre än ett år vuxit från 1 milj till 1.6 milj. Via *Derwent GENESEQ FASTAlert* kan 5-6.000 nya "sequences" per vecka bevakas. GENESEQ finns online som DGENE på STN International. Apropå detta känns det som om man något har tonat ner marknadsföringen av de egna onlinetjänsterna till förmån för information om Derwents databaser (i första hand *World Patents Index*, *WPI*, förstås) vid andras, förutom naturligtvis Thomsons egna Dialog och Westlaw även STN, Questel\*Orbit, Delphions Intellectual Property Network och Axiom. Orsaken kanske är att man för att abonnera på t ex Derwents egen version av WPI måste vara en ganska stor kund: abonnemang kostar från ca 100.000 kr per år och uppåt. Tjänsten *Derwent Discovery* med databaser inom farmaci nämndes dock speciellt.

**Thomson ISI** satsade helt på nya *ISI Web of Knowledge*. Inte konstigt eftersom denna "totalprodukt" integrerar ISI Web of Science och ISI Current Contents med en rad databaser (Derwent Innovations

Index, ISI Proceedings, BIOSIS Previews och ISI Chemistry), diverse "verktyg" (ISI Essential Science Indicators, ISI Journal Citation Reports, EndNote, ProCite och Reference Manager) och slutligen utvalt innehåll från webben. Slutligen? Nej, man planerar redan för CAB Abstracts och INSPEC. ... Målsättningen är att ISI Web of Knowledge ska bli en "one-stop" resurs för forskare/forskning. De flesta databaserna är (eller blir) anpassade till CrossSearch, som också ska nyttjas för databaser utanför ISI web of Knowledge (Agricola och PubMed nämndes).

Westlaw marknadsfördes på Online som **Westlaw UK from Sweet & Maxwell**. Man betonade speciellt produkterna **Westlaw UK Intellectual Property** för immaterialrätt med lagstiftning, kommentarer, rättsfall etc och **Westlaw UK Corporate Business**, en ny tjänst för bolagsrätt (UK och internationell) etc. **Westlaw UK's Current Awareness** är en bevakningstjänst som 3 gånger per dag informerar om allt från nya avgöranden till parlamentsbeslut (UK). Så fick jag reda på att Westlaw.com är en "mindre" version av Westlaw, med ett urval om 15.000 databaser (källor). Westlaw är förenad av få onlinetjänster som tillhandahåller sin information för "riktig" (dvs i motsats till synkroniserad med PC) mobil åtkomst med handdator, men det är inget nytt.

**NewsEdge's** monter ingick märkligt nog inte i Thomsons "montergrupp" utan hade tvärtom en ganska undanskymd placering. Jag noterade inget speciellt nytt, utan man marknadsförde som vanligt sina 600 källor med innehållet kategoriserat i 2.000 kategorier. Man har 25 personer i UK men beträffande Skandinavien tycks man ännu ligga lågt - men nyttjar dock Dialog "för att känna sig in".

## Reed-Elsevier

**Elsevier Science** hade i sin stora "montergrupp" samlat en rad produkter, varav under **ScienceDirect** bl a **BioMedNet**, **EMBASE.com**, **EI Village 2**, **IDEAL**, **MDL Information Systems**, **Scirus**, **Scivision** och **Elsevier Science Bibliographic Databases**. Beträffande den sistnämnda produktgruppen lanserade man på Online den kommande **BIOTECHNOBASE.com**, en "intelligent gateway" till information inom bioteknik. Den ska ge direkt tillgång till litteratur (2.000 nya dokument i veckan), täcka 280 centrala tidskrifter cover-to-cover samt artiklar i urval från 4.000, ha länkar till fulltext, bevakningsfunktion mm. Den följer alltså samma modell som EMBASE.com, som nu finns på en ny plattform och nu innehåller 14 milj referenser, varav 8 milj från EMBASE och 6 milj (unika) från MEDLINE. En annan nyhet var att databasen **PsycINFO**, med 1.7 milj referenser inom psykologi och beteendevetenskap, nyligen blivit tillgänglig på ScienceDirect. Så visade Engineering Information upp sitt senaste "Village"-tillskott, nämligen **ChemVillage**. Den ger bl a tillgång till Compendex Chemistry, Chemical Business News, Beilstein Abstracts, patent och handboks-material. Även på ChemVillage så blir jag lite förbryllad eftersom Elsevier sedan tidigare driver den delvis liknande **ChemWeb.com** (som nu säger sig vara "the largest online chemical community in the world"). På Online lanserade Chemweb.com två nya "online Forums", nämligen Biochemistry och Fuel Science. I montergruppen fanns också **Scirus**, som annonserades med viss pompa och ståt under förra Online innan den ens öppnats. Nu är den redan väl etablerad.

LexisNexis marknadsfördes som **LexisNexis Butterworths Tolley**. Man hade en egen monter (den enda i två våningar!), betonade sin satsning på Europa och visade hur mycket europeisk information som finns vid "flaggskeppet" **nexis.com** (t ex företagsinformation från ICC, Extel, Investext, Hoppenstedt, Creditreform m fl), den mer omfattande **LexisNexis Professional** och **LexisNexis Executive**. Därtill berättade man om sin moderniserade **Web Publisher** (f d Veracity), som gör det möjligt för kunder att erbjuda nyheter från 2.500 källor på sin egen webbplats. Jag förstår nyfiken på om hur det gått med den satsning på WAP-åtkomst man talade så mycket om vid förra Online men som aldrig realiserats. Det visade sig att man faktiskt arbetar på mobil åtkomst från mobiltelefon men att man inte säkert kommer att nyttja WAP; kanske blir det en SMS-tjänst istället och då för nyheter. Även handdatoråtkomst övervägs.

En allmän reflektion är att Elsevier i mycket mindre utsträckning än Thomson låter sina produkter markera ägartillhörigheten. En sak är att man marknadsför LexisNexis helt separat, men lite märkligt

var det att i informationsmaterial för t ex Village-(Engineering Index)-produkterna, ScienceDirect, ChemWeb.com och MDL inte alls finna någon antydning om Elsevier.

## Övrigt inom STM - från onlinetjänster till dokumentleverantörer

Det finns mycket att säga om **STN International** och **FIZ Karlsruhe**, som tycktes satsa rätt rejält på Online. Här bara några axplock. Helt ny är **STN Express with Discovery! ver 6.0** (för såväl Windows som Mac). Den är avsedd för att skapa rapporter och tabeller baserade t ex på kemiska data. En ny version av STN Easy, **STN Easy for Intranets**, medger att sökningar, behörigheter etc administreras via intranät men körs på STNs servrar. Den ger tillgång till 80 databaser. Via **STN Full-Text Solution**, som knyter användarna till **ChemPort** och **FIZ-AutoDoc**, nås 5.000 e-tidskrifter, patent i elektronisk form från 37 patentmyndigheter, 130.000 tryckta tidskrifter mm. **STN Site Administration Tool** är en ny produkt för att integrera **STN FullText** för administration via egna system. Och så talades förstås om **GetInfo** (den produkt för fulltext som erbjuds tillsammans av FIZ Karlsruhe, TIB Hannover, FIZ AutoDoc och TIBORDER), som nu äntligen tycks närma sig lansering. Det talades om början av 2002. (Hmmm ... - vid Online 2000 talades också om en "snar" lansering ...). GetInfo ska också erbjuda författare och förlag möjlighet att själva lagra sina dokument på dess server. Det rör sig om ett projekt som stöds av tyska "ministeriet för forskning" inom ramen för "Digital Library". STN har nu 217 databaser med ca 350 milj dokument online.

**Cambridge Scientific Abstracts, CSA**, talade mest om att man från dess **Internet Database Services (IDS)** nu länkar till ännu fler tidskrifter i fulltext, ca 7.500. Detta tack vare avtal med även Project MUSE, PsycARTICLES och Ingenta. Så marknadsförde man förstås de databaser som följde med i Bowker-köpet nyligen: LISA, ANTE (Abstracts in New Technologies and Engineering), BHI (British Humanities Index) och ASSIA (Applied Social Sciences Index). Med de andra nytillskotten Meteorological & Geophysical Abstracts och NCJRS (National Criminal Justice ...) Abstracts är man därmed snart uppe i 80 databaser. CSA är (fortfarande ...) oberoende och har ca 200 anställda.

**Kluwer** tycks inte ha som ambition att hålla samman produkter från sina olika områden. Beträffande onlinetjänster var det **Ovid** som gällde. **SilverPlatter** då? Jodå, dess logga och namn fanns där, men jag fick ändå intrycket att Ovid håller på att svälja SilverPlatter (eller "integrera" som det heter). I mässbroschyren står f ö att Ovid tillhandahålls "through two powerful interfaces - Ovid and SilverPlatter"! Bland det man visade i montern intresserade jag mig för **Ovid@Hand**, som man nu börjar lansera i Europa. Produkten ger tillgång till de innehållsförteckningar och abstracts i tidskrifter i **Journals@Ovid** som man abonnerar på, med utgångspunkt från sökningar i MEDLINE och A to Z Drug Facts. Flera källor är på väg. Den kan ännu bara nyttjas via Palm OS synkroniserad med PC. Efterfrågan på "riktig" mobil åtkomst är ännu för liten för att man ska satsa på detta, men blir det tryck på det så utvecklar man det också.

Tyska **DIMDI** var som alltid med på Online. DIMDI har över 90 databaser inom biomedicin, varav de flesta är gratis att söka i utan att man ens behöver registrera sig, bland annat MEDLINE, CANCERLIT, TOXLINE, GENE-TOX, CATLINE, MEDIKAT och SERLIN. I övrigt tar man betalt med bara en liten fast avgift (ca 500 kr/år) och i övrigt pay-as-you-go. Man satsar mer och mer på att också tillhandahålla material i fulltext; och i samarbete med German Library of Medicine (ZBMed) erbjuder man nu ca 1.000 tidskrifter i fulltext från Kluwer och Springer. De lagras i det egna systemet och finns tillgängliga som text och i PDF. Inom kort utvidgas databasutbudet med ett antal databaser från Cochrane Library. Som söksystem använder man fortfarande Basis Plus och sökspråket är en moderniserad version av grips kallad grips-Open Command Language.

(Anm: Apropos biomedicin nämnde DIMDI sin medverkan i ett stort projekt kallat "**E-BioSci** - a European platform for access and retrieval of full text and factual information in the Life Sciences" tillsammans med andra organisationer inom området i Tyskland, UK och Spanien: CINES, CSIC, EBI, EDINA, EMBO, Ingenta och INIST. Start i januari. [www.e-biosci.org](http://www.e-biosci.org))

**Axiom**, IOPs (Institute of Physics Publishing) onlinetjänst "for science and engineering", kommer i början av året få ett tillskott i form av databasen **RAPRA**. För närvarande har man databaserna INSPEC, Derwent WPI, Ei Compendex och Ei PageOne. Man tillämpar fastprisabonnemang som baseras på vilka databaser man önskar nyttja.

Hos **ProQuest** fann jag inga braskande nyheter. Det är i alla fall trevligt att konstatera att man nu marknadsför sig under ett och samma namn, ProQuest Information and Learning, som följd av att moderbolaget Bell&Howell i somras ändrade sitt namn till ProQuest Company. Därtill har man gått vidare med att konsolidera ProQuest, Chadwyck-Healey och UMI vad gäller såväl produkter som kontor. Bland nya databaser under 2001 finns **ABI/Inform Trade&Industry**, med 600 tidskrifter i fulltext. "Gamla" ABI/Inform, dvs **ABI/Inform Global**, täcker idag 1.500 tidskrifter, varav 700 i fulltext. Totalt ger ProQuest tillgång till 7.000 tidskrifter, varav hälften i fulltext.

**TheScientificWorld**, som startade för bara drygt ett år sedan, har fått kritik för att dess **SciBASE** säljer dokument lite väl dyrt. Nåväl, det har tydligen inte skadat dem och man genomför glatt nya satsningar. På Online lanserades **methodsBASE** tillsammans med **BIOSIS**. Det är en nyutvecklad produkt som ersätter BIOSIS gamla MethodsFinder och ger tillgång till 150.000 metoder, "methods", från och med 1999. Länkar till fulltextdokument i SciBase ingår. Så har man (märkligt nog?) nyligen startat en egen tidskrift, **TheScientificWorldJOURNAL**, inom "life and environmental sciences". Den finns bara i elektronisk form och publicerar ca 1.500 artiklar per år. Den har 350 vetenskapliga granskare, är gratis att publicera och kostar ca 120 kr att prenumerera på (om jag hörde rätt ...). Man talade också om **worldMEET**, en databas som täcker 4.000 vetenskapliga konferenser och som man påstår är världens mest omfattande i sitt slag. Slutligen kan beträffande SciBASE nämnas att den nu har 30 milj artiklar (varav 18 milj med abstracts) som kan sökas gratis. (Under året har den ju utvidgats med 4 milj referenser till konferenser från British Library och 9 milj referenser från PASCAL.) Köp av artiklar kan göras via abonnemang eller styckewis med kreditkort. För detta samarbetar man med bl a med BL, som tydligen scannar en del "on-demand". TheScientificWorld har ca 50 anställda i USA samt har kontor i UK.

Beträffande BIOSIS kan också nämnas att man vid Online också lanserade **BIOSIS Previews ver 2.0**, tillsammans med och för ISI Web of Knowledge, där den ger möjlighet att länka direkt till citerade och relaterade artiklar.

**INSPEC** berättade att man nu nått över 7 milj referenser, om en ny (lägre) licensprissättning för mindre företag m fl samt att INSPEC snart även finns vid ISI Web of Knowledge.

Det är intressant att ha kunnat följa hur **Northern Light** omvandlats från sökmotor till "nästan" onlinetjänst. NL startade 1995 men uppträdde (och verkligen uppmärksammades!) på Online första gången 1999, där man visade sin sökmotor. Sedan dess har dess **Special Collection** tillkommit. Dess material hämtas från "vanliga" databaser och ger idag tillgång till gratis sökning i artiklar, rapporter mm (som kan köpas styckewis) från 7.100 källor och den kan väl sägas ha "triggat" många andra aktörers satsningar (Infotrieve, Scirus, TheScientificWorld, GetInfo m fl). Med tiden har man satsat allt mer på företagsspecifika produkter, t ex portaler för intranätssökningar. På årets Online presenterade man bl a **SinglePoint**, med vars hjälp ett företag kan indexera och integrera all sin information, oberoende av format, med extern (från såväl sökmotorn med Special Collection som tredjepartstjänster, t ex onlinetjänster). Det nya är att man kan nå och söka i allt detta med en inloggning, ett sökgränssnitt etc och att sökresultatet oberoende av källa presenteras i en enda lista. NL har ca 200 anställda i USA samt några enstaka i andra länder.

**Ingenta** tycks gå bra. Så har t ex omsättningen ökat med 130 % på ett år till 150 milj kr (varav ca 15 % beror på CatchWord, som man köpte i februari). Men över hälften av omsättningen härstammar från de "specialist"-webbplatser man hjälper till att bygga (den mest kända är nog SourceOECD). De är totalt över 160 och flera är på gång. Ingenta.com täcker nu 26.000 titlar från 183 förlag, varav 5.400 med artiklarna i fulltext. Webbplatsen är en av de tio mest besökta i UK: i oktober 3.5 milj besök, och

antalet artikelköp via pay-as-you-go har ökat. Ingenta används vid 8.000 bibliotek med totalt 25 milj användare. Antalet anställda är 220.

Montern för **HighWire Press** hann jag inte med, men fann ändå att de nu tillhandahåller 350.000 artiklar från ca 300 tidskrifter gratis i fulltext.

**Infotrieve** har utvidgat sin databas **ArticleFinder** rejält: till 30 milj referenser (varav 20.000 med abstracts) hämtade från 35.000 tidskrifter. Men det är sin förmåga som dokumentleverantör man talar om i första hand, och nu kan man ordna artiklar från över 150.000 tidskrifter inom 24 timmar, i samarbete med bland annat BL. De kan levereras som fax, PDF eller på annat sätt efter önskemål. Man berättade att man i allt större utsträckning åtar sig fullserviceuppdrag från företag som tröttnat på att själva välja leverantörer från tid till annan. Infotrieve har ca 270 anställda i USA samt några få i Tyskland.

Dokumentleverantören och tidskriftsförmedlaren **RoweCom** (som i november förvärvades av divine inc) berättade att dess tjänst **Information Quest, IQ**, nyligen utvidgats med ytterligare 460 tidskrifter via länkar till HighWire Press, Academic Press/IDEAL m fl. I och med det täcker nu IQ 4.100 e-tidskrifter. Artiklar kan erhållas ur ytterligare 1.100 e-tidskrifter. I övrigt kan man leverera artiklar i olika format från 200.000 tidskrifter mm.

**Swets Blackwell** hade valt Online för att lansera sin **SwetsWise** i UK. SwetsWise är en webbaserad produkt för hantering av abonnemang på tidskrifter, tidningar etc. Det speciella med den är att den gör det möjligt för kunderna att delegera ansvar för abonnemang till olika personer eller avdelningar inom den egna organisationen. Swets Blackwell har ca 60.000 kunder och tillhandahåller publikationer från ca 65.000 förlag m fl.

**EBSCO** berättade att dess **EBSCO Online** för webbaserad hantering av abonnemang nu nått över 5.000 tidskrifter (med totalt 1.6 milj artiklar) och att **EBSCOhost** växer och snart har över 100 databaser. EBSCO tillhandahåller publikationer från 49.000 förlag.

Slutligen här lite info om några utställare vars montrar jag inte hann att besöka. **Oxford University Press** släpper sin **Oxford Reference Online** med 100 referensverk i mars 2002. **Springer-Verlag** visade sin portal **LINK** och - enligt pressrelesen för första gången - dess nytillskott **Landolt-Börnstein Online**. Den består av innehållet från alla 290 volymer med data inom kemi, fysik och teknik och är tillgänglig för abonnenter samt på sikt även möjlig att nyttja för att köpa artiklar styckvis. **The international Food Information Service, IFIS**, annonserade att de skulle öppna portalen **Food Science Central** i början av 2002. **H.W. Wilson** berättade att man i vår ska öppna en helt omarbetad version av sin onlinetjänst **WilsonWeb**. Den har idag ca 50 databaser och kommer inom kort att utökas med **AMICO Library**, en databas med ca 77.000 digitaliserade konstverk från Art Museum Image Consortium. (**Academic Press/IDEAL**, **WhitakerWeb**, **Wiley** och många, många fler ställde också ut men jag kan inte skriva om allt ...)

## Övrigt inom affärs-, företags- och marknadsinformation

**Factiva** kallar fortfarande sin **Factiva.com** för en nyhet, vilket det ju knappast är. Hur som helst ökar antalet "källor" ständigt och nu är antalet 8.000. Gränssnittet är redigt och tycks fungera bra för i alla fall mindre komplexa sökningar, speciellt företagssökningar. Överhuvud taget synes Factiva karakteriseras av enkelhet. Så har man inte alls sprittrat upp sitt utbud på en rad produkter på det sätt som konkurrenterna Dialog (Dialog1, DialogSelect etc) och LexisNexis (nexis.com, Executive etc) gjort.

**FT.com** lanserade betaltjänsten **FT Pro** i samband med Online. Den är helt ny och består av tre delar, European Pro, World Pro och World Pro Plus vilka tillsammans baseras på ca 300 källor (tidningar, tidskrifter mm) och är en betaltjänst för "de som inte behöver allt i LexisNexis eller Factiva". Priset är



ca 4.500 kr/år/användare. (Anm: Det är intressant att konstatera att FT, som ju för jämnt två år sedan sålde FT Profile, nu startar en ny, som jag tycker liknande, betaltjänst. Jag frågade om FT Pro är en "ny FT Profile"? Svaret blev såklart nej ...). Hur som helst är FT.com fortfarande intressant för annonsörer pga det stora antalet unika besökare per månad: 2.4 milj och antalet sidvisningar: 44 milj, vilket innebar intäkter under årets tre första kvartal på ca 220 milj kr (82 % högre än föregående år). Man tror på break-even sista kvartalet 2002 (men då vill det nog till att FT Pro går bra ...).

Moreover, som har bytt namn till **Moreover Technologies**, är mest känt för sin moreover.com som indexerar innehållet från över 3.000 utvalda källor på nätet (varav 1.500 inom affärsinformation, inkl realtidskällor). Den är gratis men mot betalning erbjuder man också utvalda källor samt integration av innehåll i intranät. Moreover satsar nu mer och mer på företagsspecifika lösningar. Vid Online presenterade man en produkt (ännu i betatest) för indexering av innehållet på ett företags intranät.

Tyska **GBI the contentmachine** (ja, man kallar sig så!) annonserade att man nu lagt även Die Welt till sin samling av tyska tidningar och tidskrifter, nu över 100 st. GBI har även mycket annat, bl a företagsregister. Om jag uppfattade det rätt har man nu ca 7.000 kunder, varav en del icke-tyska för vilka man tillhandahåller sin "**English Search Site**". Här finns bl a databasen "**German newspapers**", som består av 30 av de största tyska tidningarna, samt det tyska aktiebolagsregistret "**The Registry of Companies**" i engelsk version. GBI kan nyttjas via abonnemang såväl som pay-as-you-go med kreditkort.

**Hoover's** presenterade inget nytt. Jag fick i alla fall reda på att man tycks ha få svenska kunder samt att man utöver WAP nu också erbjuder PDA-åtkomst. Det rör sig om uppgifter om 0.5 milj företag.

**SkyMinder** har fått mycket beröm under den korta tid, två år, som tjänsten funnits. Jag kan förstå det. SkyMinder är en slags "gatewaytjänst" i stil med gamla EasyNet/Brainwave (dvs inga egna databaser) för företagsinformation. Den erbjuder användarna att via ett enda enkelt gränssnitt och pay-as-you-go (eller abonnemang) söka information om 31 milj företag i 230 länder (allt från kreditinformation till nyheter) i en rad kända onlinetjänster, t ex Standard and Poor's, D&B, Thomson Financial, Eurogate, GBI, Hoppenstedt m fl. Nytilskott under 2002 blir bl a ICC. SkyMinder ägs av CRIBIS.

**BvD (Bureau van Dijk)** hann jag inte besöka, men jag fann att de nu lanserade sin Internetversion av **OSIRIS**, en företagsdatabas med global täckning. Bland tjänsterna med företagsinformation hann jag inte heller med **Companies House** ("UKs PRV"), som nu presenterade sin **WebCheck**, en tjänst på sin webbplats där man kan köpa scannade årsredovisningar mm styckvis, klara för nedladdning inom några minuter från beställning, inte heller **Hemscott**, vars avancerade företagsinformation nu täcker 600 av Europas största företag. Slutligen fann jag att D&B och ICC saknades på mässan.

**ECNext**, USA, marknadsför bl a **ECNext Knowledge Centers**. Det påminner om en onlinetjänst (med hundratusentals rapporter (marknadsanalyser mm) och tidskrifter från hundratals förlag m fl) men är i första hand en distributionsplattform för förlag och andra informationsproducenter. ECNext tillhandahåller nämligen i första hand "content solutions", vilka gör det möjligt för just förlag m fl att integrera, administrera och ta betalt för sin egen information hos sina egna kunder.

**Business Monitor International, BMI**, berättade förstås om sin **Emerging Markets Online**, den nyligen lanserade egna onlinetjänsten för åtkomst till avancerade (och dyra ...) länder- och marknadsanalyser. Material från BMI finns sedan tidigare tillgängligt vid bl a LexisNexis, Dialog och Thomson Financial's MarkIntel. Vid Online berättade man också om nya avtal, bl a med Thomson Gale (InfoTrac - se ovan!), ECNext, MarketResearch.com, ClickData.com, Mindbranch och China Online. Man erbjuder fortfarande företagsprofiler på CD-ROM. BMIs huvudkontor finns i UK, där man har ca 60 personer, men man har också medarbetare i 7 länder, typ Kina och Thailand.

Länder- och marknadsanalyser (likaledes dyra ...) erbjuds även av **Economist Intelligence Unit** med dess EIU-produkter, som nu täcker totalt 203 länder. Även nyhetsbevakning mm finns. Ny är **EIU RiskWire**, som täcker 60 länder. Via eiu.com kan information köpas även pay-as-you-go och

kreditkort vid sidan av abonnemang. Man erbjuder också intranätlösningar mm. EIU skrev nyligen avtal med **EcoWin**, en leverantör av ekonomiska tidsserier, i syfte att kunna erbjuda en "one-stop-shop"-lösning för global ekonomisk information.

Än på "emerging markets" kan också (trots att jag inte hann besöka dess monter) nämnas att **Access Asia** lanserade en ny portal för asiatisk marknads- och affärsinformation. Access Asia är baserad i Peking och Shanghai och samarbetar med **China Economic Quarterly** (CEQ). Här ingår bl a gratis nyhetsbrev samt betaltjänsten **Platinum Access Asia** med bl a CEQ och China Economic Bulletin online.

Utöver de nämnda BMI och EIU fanns flera tjänster för marknadsrapporter vars monter jag inte besökte, t ex MarketResearch. Jag hoppade också över flertalet "rena" producenter av sådana rapporter, t ex **Freedonia Group**, **World Market Research Centre** och **Snapshots International**. En blev det dock, nämligen **Espicom**, en producent av marknadsrapporter inom bl a telekommunikationsområdet. De visade sin nya **Espicom Online**, med nyheter, analyser mm inom denna industri.

Slutligen fann jag att **Bloomberg** fortfarande "envisas" (i positiv mening!) med att ställa upp på Online - trots att publiken på Online knappast är den "rätta" och trots att man på senare tid alltid varit ensam representant för de finansiella realtidstjänsterna (eller är det kanske därför?). För att nyttja tjänsten behövs speciella terminaler pga ett specialanpassat gränssnitt. Man har 162.000 terminaler globalt, varav 620 st i Sverige (där man är en relativt liten aktör jämfört med t ex Reuters).

## Övrigt inom patent, varumärken, standarder, statistik

**Questel\*Orbit** har lanserat **PLUS**, som är en ny funktion för att söka samtidigt i alla databaser vid Q\*O och få sökresultat i form av "super records" från alla dessa. Bland nytt i övrigt var att **PlusPat** försetts med 3 milj "front page images" samt inom kort kommer att få ytterligare 6.5 milj från EPO, WIPO m fl. PlusPat täcker nu 40 milj patent från 69 patentmyndigheter. Totalt täcker Q\*O 95 milj patent och 14 milj varumärken. Sedan man började ge möjlighet till fastprisabonnemang har man fått 20-30 kunder den vägen. Annars är det fortfarande pay-as-you-go som gäller. Q\*Os omsättning ökade med 12 % under 2000 och även 2001 tror man sig nå en "tvåsiffrig" tillväxt.

Det finns andra aktörer än Derwent, Esp@cenet, Questel\*Orbit och Compu-Mark vad gäller patent och varumärken. En av dessa är **MicroPatent**, USA, som startade 1989 och vars **Trademark.com** tycks bli mer och mer intressant i och med att den utöver sin samling av varumärken från USA, Kanada och WIPO m fl samt en domännamnsdatabas nu också tillhandahåller EGs varumärken. Man erbjuder också patent från över 40 länder.

Referenser till 39.000 brittiska standarder finns gratis via **British Standards Online**, som nu visade den nya produkten för bevakning **CDP Standards Tracker**, som dock är avgiftsbelagd, liksom möjligheten att hämta standarder i fulltext (PDF). Ingen pay-as-you-go-möjlighet finns.

Standarder erbjuds också av **ILI** (Index House, UK) via dess **Standards Infobase**. Produkten ger information om 450.000 standarder från ISO, IEC, BS, DIN, ASTM, ASME m fl. Dokument finns i PDF eller kan beställas. ILI marknadsför också **EUROLAW** (CELEX mm), **Metals Infobase** (fakta om metaller inkl standarder), **Materials Infobase** (fakta om icke-metaller (polymerer, gummi etc) inkl standarder), mm. Allt finns såväl via webben som på CD-ROM.

Precis som i Sverige finns statistik från UK gratis online. Den erbjuds där via **National Statistics**. Man tycks dock inte ha hunnit lika långt vad gäller produkter för nedladdning och hantering av filer för egna analyser. Man angav vagt att det kanske kommer år 2002. På Online framhöll man framför allt arbetet med **"Neighbourhood Statistics Service"** för detaljerad lokal statistik från hela landet.

## Diverse

**EU-kommissionen** deltog som vanligt med en stor monter. Det man puffade mest för var den nya versionen av **EUR-Lex**, portalen till EUs rättsinformation (Offical Journal, rättsfall, lagstiftning etc) som ersätter fyra webbplatser (EUDOR, CELEX, EUR-Lex och CURIA). Det mesta är gratis men för t ex CELEX och en del dokument krävs abonnemang. Sökning kan ske på 11 språk, däribland svenska.

**OCLC PICA** är ett samarbete mellan dessa organisationer för att skapa **EUCat**, en "Pan-European Union-Catalogue" som ska kunna nås via en central tjänst, **PiCarta**, vilken OCLC hjälper till att skapa.

French Information Trade Association, GFII, sponsrade en gemensam fransk monter. Jag hann inte besöka den, men via pressreleaser snappade jag upp följande:

- **Influo Software** lanserade sin **Knowledge Motor**, ett söksystem baserat på "neurobiological principles".

- **INPI, Insitutut National de la Propriete Industrielle**, förhandsinformerade om **Plutarque**, en ny portal för sökning av patent och varumärken. Den öppnades i december, ska kommersialiseras i mars 2002 och kommer i slutet av 2002 ge tillgång till 40 milj franska och andra länders patent. 800.000 varumärken inkl logotyper blir tillgängliga i början av 2002.

- **INIST-CNRS** gratisportal **ConnectSciences** ger tillgång till senaste uppdateringar i PASCAL och FRANCIS. I somras lanserades **ArticleSciences**, en gratis sökmotor (engelska kan användas) med referenser till 7 milj artiklar från 10.000 tidskrifter och med möjlighet att köpa dokument styckevis.

- **Chamber of Commerce and Industry** visade affärsdatabasen **Delphes** (finns online vid Dialog och DataStar) och sina databaser med uppgifter om 1.7 milj franska aktiebolag (DataStar)

- **Xyleme** presenterade **XML News**, en produkt för hantering av information inom nyheter och media

För balansens skull här slutligen lite information från en rysk monter som jag inte heller hann besöka:

- **P & C Intelligence** med **Integrum World Wide**, "den största onlinetjänsten i Ryssland och CIS-länderna". Den innehåller 2.300 databaser med 72 milj dokument (10.000 tillkommer dagligen). Här finns information från nyhetsbyråer (ITAR-TASS, RIA-Novosti, Federal News Service m fl), tidningar m fl i fulltext (Kommersant Daily, Izvestia, Itogi, Litsa etc), officiella pressreleaser, statistiska bulletiner, finans- och marknadsöversikter, rättsinformation, företagsuppgifter mm. Sökning är gratis. Köp av dokument kan göras per styck eller via abonnemang.

- **ILIAC, International Library Information & Analytical Center**, en USA-baserad organisation med representation i Ryssland. De presenterade bl a ca 20 ryska databaser (på CD-ROM), bl a RSK (ryska nationalbibliografi inom sci-tech), GREY (grå litteratur inom sci-tech) och RUSSMED (510.000 referenser till rysk litteratur inom medicin, inkl opublicerade översättningar).

## "Verktyg"

Bland de ovanligt många utställarna med produkter för "informationshantering" (textutvinning, automatisk kategorisering, indexering, "taxonomi"-system, semantik, visualisering, XML etc - you name it!) hann jag bara göra några slumpmässiga nedslag. Mer info om vilka övriga som deltog och deras produkter finner du via Online Informations webbplats [www.online-information.co.uk](http://www.online-information.co.uk). Men en del av de jag väntat mig finna och som var med förra året saknades, t ex Autonomy och Semio (som f ö av KIB befunnits bäst vad avser "textutvinning" ur medicinska texter). Saknades gjordes även OpenText (med IR-produkterna Basis Plus och BRS/Search).

Den nya produkt som kanske gjorde mest "väsen" av sig vid Online var **Albert Meaning Interpreter**, en bara ett år gammal produkt från **Albert**. Albert startade för 2 år sedan men har sitt ursprung inom ett forskningsprojekt i Frankrike som startade för 5 år sedan. Den erbjuder möjlighet att ställa frågor i naturligt språk, sades kunna justera felstavningar, automatiskt "lära" sig nya ord, mm. Den representant jag talade med kallade sin produkt jämförbar med **Verity K2 Enterprise** (som också var med på mässan) men billigare, med en kostnad från 150.000 kr upp till ett par milj kr, beroende på

indexstorlek. Om jag förstod det rätt kan Alberts produkt också nyttjas "ovanpå" andra IR-system, som just Verity.

En annan nykomling, i alla fall för Online, var kanadensiska **Nstein Technologies**, som också gjorde visst väsen av sig. Dess *Nserver e-publisher* nyttjar "intelligens" och lingvistik för automatisk kategorisering, framställning av sammanfattningar, mm.

Bland de etablerade fanns **Convera**, dvs det företag som bildades i december 2000 av Excalibur och Intel Corp. I fokus stod givetvis dess *RetrievalWare* (som sades vara "today's most intelligent intranet search solution". Men det säger ju alla ...). Bland kunderna nämndes xrefer.com.

Den senaste lanseringen från **NextPage** är *NextPage Matrix*, som med NXT 3 i botten gör det möjligt för personer att samverka t ex i samband med projekt (kalendrar, projektplaner, idéer, dokumentation, mm). *NXT 3* är alltså kärnprodukten. Den medger hantering av stora mängder information (uppläggning, sökning etc) i diverse format (HTML, XML, PDF etc), speciellt sådan som är distribuerad vid partners, kunder, leverantörer etc. Den kan lagra många olika format (HTML, XML, PDF m fl). Man fortsätter att stöda IR-produkten Folio (som man ju köpte 1999), som dock fortfarande inte finns med webbgränssnitt. NextPage har 160 personer i USA. Tysklandskontoret har hand om Sverige.

**Wordmap** tycks ha etablerat sig ordentligt nu. Wordmap startade 1998, deltog på Online första gången 2000 och känns redan nästan som veteran bland alla som nu förevisar "taxonomy management systems". Man har nu slagit sina påsar ihop med **Gammasite**, som påstår sig vara ledande inom "automatic information classification" solutions".

**LexiQuest** var en av många som förevisade söksystem med visualisering som viktig beståndsdel, här i form av grafiska kartor (liknande Inxight). LexiQuest har arbetat i Frankrike i 20 år med forskning och utveckling inom naturligt språk och lingvistik och detta ligger förstås i botten för dess "text-mining"-system som förmår analysera data i HTML, XML, Word, PDF m fl. Som IR-system nyttjas Fulcrum.

Bland de utställare jag inte besökte noterade jag dock följande. **Sail Labs**, Tyskland, var en nykomling som presenterade produkter för maskinöversättning, lingvistisk textanalys, talanalys, kategorisering, indexering mm. **The Stationery Office** marknadsförde via sitt företag **Abbey Information Systems** *ActiveTEXT*, en produkt för att hantera och publicera information. (Lite lustigt; själv förbinder jag The Stationery Office med en roll som leverantör av statligt tryck i UK). Med var också **Fretwell-Downing** med portal-produkten *ZPORTAL*, vidare **SiftGroup** som visade sina portalprodukter för bl a informationshantering och **Digital Architecture Group**, som presenterade XML-produkter för informationshantering, bl a egna *Regeneration* samt produkter från **IXIASOFT**. **ZYIndex** var förstås också med - som vanligt.

Slutligen noterade jag att det tydligen finns ett fortsatt stort behov av konvertering av texter (på papper) till digital form - i alla fall att döma av **Innodatas** stora monter (som jag inte besökte) och dess ökade omsättning, 36 % på ett år. Även andra företag inom branschen deltog, t ex Televisual.

#### 4. Referat från konferensen - keynotes, föredrag och diskussioner

Konferensen bestod av över 80 keynotes/föredrag/paneldiskussioner, oftast i två eller tre parallella sessioner. Därför gällde det som vanligt att välja rätt "spår" - och att hitta håll!: jag hade ju också mässan att tänka på. Viss ledning gavs av Proceedings, som i år erhöles redan vid registreringen (tack för det!) och innehöll "riktiga" papers, dvs inte bara Power Point-bilder som förra året (tack också för det!). Dock saknades ca en tredjedel av föredragen där (varav en del dock i efterhand "täcktes" av Power Point-sviter som tillhandahölls via webben. Men det var så dags då ...). Som helhet uppfattade jag kvaliteten på föredrag och papers som ovanligt hög.

Jag lyckades rätt bra med att välja "spår" - kanske lite för bra, märker jag nu när jag skriver detta. "Rätt" för mig är ju bland annat "informationsindustrin", vilket det fanns en hel del om, inte minst i form av paneldiskussioner. Så det blev kanske lite väl mycket av den varan - och därför kanske något ensidigt? Döm själv! Som förmildrande omständighet vill jag dock anföras att det trots allt var 25-årsjubileum och att det då väl kan få platsa med lite perspektiv på dagsläge och framtid ...

## **Dag 1**

### **Opening keynote**

Konferensens "opening keynote" hölls av **Joe Batista, Compaq**, som trots sin något flummiga titel "Chief Creatologist" stod med båda fötterna på jorden - eller kanske man ska säga i tekniken. Hans tal "**High velocity knowledge change for business excellence**" speglade den allt större roll som "kunskapshantering" har fått inom vår bransch - och vid Online. Förr sades stora företag vara tröga. Men så behöver det inte alls vara. Med modern teknik kan även de stora vara snabba. Och om man ska tro på den regel som säger att företagets styrka avgörs av " $\text{Mass} * \text{Velocity} = \text{Momentum}$ " så inses vad det kan leda till.

Men hur uppnås då snabbhet? Jo, genom att nyttja modern teknik för att hantera och därmed frigöra de resurser som idag oftast ligger outnyttjade inom den egna organisationen, i form av t ex möten, telefonsamtal, kundkontakter, produktpresentationer, säljverktyg, e-postmeddelanden, egna såväl som externt anlitade experter och annat "intellektuellt kapital", mm. Fram för "Intrapride"! Men det räcker ändå inte. Det behövs även system som "individualiserar" denna information snarare än tillhandahåller allt på samma sätt, lika för alla. Joe talade om PKM, "personal KM".

Ett ytterligare förslag från Joe var att bygga s k "sales portals". Med det avsåg han portaler i form av "mötesplatser"; interaktiva portaler för att "dela" kunskaper dels mellan säljare och andra med kundkontakter, dels mellan dessa och kunderna. Liknande portaler kan också byggas för att ge återkoppling till förlag och andra externa informations- och kunskapsleverantörer. Det här är något som är till nytta för alla parter som deltar.

Joe föreslog också inrättandet av s k "Briefing rooms", mötesplatser där var och en ska kunna dela med sig av det man läst. För att inte hämma kunskaps- och idéflödet pga rädsla för "idéstötd" ska respektive användare själv kunna styra vilka andra som ska få ta del av det han/hon bidrar med.

Handdatorn ansåg Joe var ett mycket viktigt verktyg inför framtiden (vilket han sade samtidigt som han förevisade Compaqs nya iPAQ, som kan användas för såväl telefoni som Internetåtkomst). Mobiliteten bryter ner barriärerna mot såväl användning som tillförsel av information och kunskap. Även här betonade Joe nyttan av anpassning till individen - och med det menade han inte bara handdatorns ägare själv utan även till den som han/hon eventuellt stod i kontakt med. Joe påpekade också på de ytterligare dimensioner som mobiliteten möjliggör: anpassning av informationen till den plats/belägenhet som användaren för tillfället befinner sig - och till situationen! Detta kan nyttjas för allt från vilken typ av information som delges (kort/lång/analyserad/ämnes-/omgivningsanpassad, ...) till vilken (viss skyddad information som bara får användas på vissa ställen och i vissa situationer)

Sammanfattningsvis tolkade jag att Joes budskap var att vi ska ta till oss den nya tekniken - för att därigenom få idéer till användning av ännu outnyttjade kunskapsresurser, interna såväl som externa.

### **Searching & search engines**

#### **Web search engines: changes & current condition**

Temat för den första sessionen var "Searching & search engines". Först ut var - ja, du gissade rätt - sökmotorgurun **Greg Notess** (som tycks tala på alla konferenser!) med "**Web search engines: changes & current condition**". Han inledde med att konstatera att man numera kan tala om en sökmotorindustri - om än inte särskilt frisk. 2001 var ett svårt år. Efterfrågan på webbannonser minskade och det blev alltmer ont om riskkapital. Ett antal sökmotorer har försvunnit, bland dem Infoseek, Inference Find, DejaNews, Remarq och AltaVista Usenet. Andra har bytt teknik och/eller databas och lever kvar bara till namnet, som Lycos, WebCrawler och Magellan. Excite sitter löst till. Även "innehållsinriktade" sökmotorer som EOMonitor, NBCi Live Directory och Contentville har lagts ner.

Men nya tillkommer, t ex Teoma och WiseNut. Teoma, som strax efter starten köptes av Ask Jeeves, tillämpar ett ny typ av länkanalys för att bygga upp "guider". WiseNut tillämpar ett nytt sätt att åskådliggöra informationen. Utöver dessa två finns bland annat följande sökmotorer med egna databaser: AltaVista, DirectHit, Fast, Google, Inktomi och Northern Light. Trots allt finns det idag fler sökmotorer än man trodde för ett par år sedan. Därtill finns sådana som nyttjar andras databaser:, t ex NBCi, iWon, Lycos, Yahoo!.

Greg påpekade att det inte längre är billigt att driva en sökmotor (om det nu någonsin varit det). Det kan krävas hundratals anställda och en stora datorresurser. Sökmotorerna är nu på febril jakt efter sätt att finansiera verksamheten. Utöver traditionella webbannonser finns "paid-for-inclusion", "pay-for-placement", sponsrade länkar, partnerskap med e-handelsplatser, mm. Overture (f d GoTo) tillämpar ett nytt sätt att ta betalt av annonsörerna. Man auktionerar ut sökord och den som lovar att betala mest "per klick" för ett visst sökord får sin webbplats högst upp i träfflistorna vid träff på detta. (Här bad Greg de i publiken som nyttjade Overture att räcka upp handen. Ingen gjorde det ...).

Andra sätt att generera inkomster är att sälja sin sökmotor för användning i intranät. Greg avslutade med att säga att det branschens svårigheter till trots säkert kommer att finnas gratis sökmotorer även i framtiden. Men helt klart kommer försöken att ta betalt att märkas vad gäller sökresultaten, möjligen negativt. Greg manade oss därför till uppmärksamhet och inte blint lita på utfallet av våra sökningar.

### ***The Invisible Web***

Därpå följde **Gary Price** med "**Searching the places search engines don't reach**". Gary är medförfattare till nyligen utkomna "The Invisible Web" (CyberAge Books). Därför förväntade vi i publiken oss ett föredrag fyllt av substans: äntligen skulle vi få reda på vad som dolde sig på den osynliga webben (naturligtvis utöver det vi redan kände till, dvs onlinetjänster och databaser)! Så blev det inte. Gary spenderade nämligen 25 av sina 30 minuter med att räkna upp orsaker till att sökmotorerna kanske inte indexerat det man letar efter. Jättekul ...

Nåväl, bland orsakerna finns "fel" format, brandväggar, sidor med "negativ" uppmärkning, hindrande javascript, svårigheter med frames, tidsfördröjning, sidor som är realtidsuppdaterade, för långa sidor, sidor som inte var tillgängliga vid sökrobotbesök, dynamiskt uppdaterade sidor försedda med ? (frågetecken, som avbryter sökroboten), databasgenererade sidor (.cfm, .asp, .cgi, etc), "robotfällor", icke-länkade okända sidor, etc etc. På sluttampen lät han oss få reda på att den "riktiga" osynliga webben består av sådant material som är databasgenererat och inte åsatts en unik URL. Sådant material nås i i allmänhet via "specialbyggda söksidor, dvs sådana som finns vid webbplatser för sökning i databaser". (Tack för upplysningen, Gary!) Gary avslutade med att säga att i framtiden kommer sökmotorerna att täcka mer och mer material.(Hoppas att boken är mer innehållsrik!)

### **Super searching**

#### ***Developments in web searching***

Jag kom till sessionen "Super searching" när talare nummer två, **David Green, EMIEA**, redan hunnit en bit in i sitt föredrag "**Developments in web searching**". Han talade då om "intelligenta agenter", vilka han förutsåg skulle komma att spela en mycket stor roll i framtiden. De kommer att vara "aktivt personaliserade", dvs självständigt anpassa sig till varje persons beteende och preferenser, vidare hålla koll på pålitligheten hos besökta webbplatser och automatiskt utföra verifikationer (med hjälp av t ex digitala signaturer).

Dessa agenter blir så ett led i en "info value chain", där andra delar utgörs av "packet processing"-agenter, vilka på basis av speciella "varudeklarationer" delegerar användarnas sökfrågor till andra agenter och tjänster. Svaren formar gradvis "informationspaket", vilka vidarebefordras till nya agenter på webben. Så tillförs mervärde steg för steg. Så småningom vidtar en "destillationsfas". Även här bistår agenter, men nu genom att gradvis reducera paketen till allt mindre men mer högvärdiga datamängder. Länkar tillförs dynamiskt under hela processen.

Sett i stor skala bildas så en "superorganism" som består av "tänkande" agenter. Denna "samhällets hjärna" blir gradvis allt "intelligentare" och utvecklas så småningom till "The Global Brain". David menade att dagens Open Directory kan ses som en ringa men ändå första ansats till en sådan - och betonade samtidigt att Open Directory visar att "humans do it better" (dvs än datorer). Därefter kommer "den semantiska webben" - och David antog att "The Semantic Web do it better". Vad kommer därefter? Vilken roll får människan? David såg framför sig två scenarier, ett mörkt och ett ljust. Det mörka är att "The Global Brain" blir "The Global Dictator", med människan i en sekundär roll och styrd av datorerna. I det ljusa finns "the symbiotic intelligence", med människan och datorerna i en lycklig symbios. Vilket scenario som David ansåg som mest troligt ville han inte berätta ...

### ***Maps for content visualization***

Ett föredrag som liksom Joe Batistas speglade mässans inslag av produkter för "kunskapshantering", dock ur en annan synvinkel, var **Ramana Rao, Inxight: "Maps for content visualization"**. Flera av dessa produkter visade nämligen upp just gränssnitt för visualisering. Ramana grundade och är verksam vid Inxight, det kanske mest kända av alla företag av de som arbetar med detta (och vars gränssnitt faktiskt implementerats av några av produkterna på mässan!). Det gjorde han gjorde på basis av ett 10-årigt utvecklingsarbete vid Xerox Palo Alto Center (PARC) som han deltog i. Han medverkade vid framtagningen av Hyperbolic Tree, ett sätt att grafiskt beskriva t ex webbplatser eller informationsmängder i databaser med möjlighet att "skumma" ("browsa") dessa (och som Inxight i första hand förknippas med).

Ramana visade först en visualisering som han kallade "terrängkartor för innehåll". Det rörde sig helt enkelt om analogier till geografiska kartor, med utnyttjandet av det mesta av vad som går att göra i två dimensioner: en terräng beskriven i form av konturer, färger, rastreringar, regioner, former, ... Genom att låta en viss informationsmängd beskrivas med sådana representationer är det enkelt att få en översikt över innehållet. Med hjälp av en träffmängd från en sökning i en företagsdatabas visade Ramana hur enkelt det gick att få en "bild" över t ex de funna företagens bransch (företag grupperades, "klustrades", beroende bransch), storlek (rektanglar i olika storlek), lönsamhet (olika färger, där röd var olönsam), etc. Via en "kontrollpanel", typ vänsterframe, var det möjligt att välja precis vilka "egenskaper" man önskade granska. Det hela kan jämföras med att man vill granska befolkningstäthet, ekonomi, markegenskaper, nivåer etc - vilket allt görs mycket enklare på en karta än om detta redovisas i form av en rad "textdokument", de må vara aldrig så intelligent sorterade. (Anm: Jag borde väl lagt in en illustration här istället för att försöka beskriva i text ... Men jag litar på mina läsares visualiseringsförmåga ... /Lars). (Anm2: Ramana bad de som sett denna visualiseringsprincip att räcka upp handen: Ingen gjorde det).

Naturligtvis kunde Ramana därefter inte låta bli att visa Inxights produkt, dvs den som baseras på det hyperboliska trädet (och som många publiken sett). Den är alltså avsedd att visualisera t ex en informationsmängd i t ex en databas och kan väl bäst beskrivas som en "global hierarki", där

användaren utifrån en "central" nod kan följa ett antal "grenar" som strålar ut från denna nod. Varje gren slutar i en nod, och varje nod är i sin tur förbunden med nya grenar. Så kan man vandra från t ex en central disciplin till olika delområden och djupare och djupare ner i en allt finare ämnesindelning ända ner till enstaka dokument.

Som sista exempel visade Ramana en informationsmängd som fördelats i kluster liknande "citeringskartor", men med utnyttjande även av färger och andra grafiska hjälpmedel. En sökning på "biologi" i en viss mängd gav som resultat dels en översikt över innehållet just i form av kluster, dels indikationer via en viss färg vilka "dokument" och dokumentkluster som var centrala just för biologi i denna mängd.

Slutligen pekade Ramana på det "spatiala minnets" betydelse för människan och menade att detta borde tillvaratas bättre än idag: "informationssökning av idag sker ju på i stort sett samma sätt som på 1960-talet". I alla fall är det numera "hundratals" webbplatser som tillämpar Inxights principer (även om många av dem ännu är i testfas, t ex Yahoo). Intressant nog är samtliga tillämpningar inriktade på slutanvändare.

### *Web retrieval interfaces vs 'classic' online search techniques*

Så följde ett föredrag vars rubrik "***How do web retrieval interfaces perform compared with 'classic' online search techniques***" lät lika lovande som "The Invisible Web" gjort. Men tyvärr var det åter en nitlott. Talaren, **Christiane Wolff**, Boehring-Ingelheim GmbH, upplät nämligen 18 av sina 20 minuter till en genomgång av fakta om och olika gränssnitt vid de undersökta onlinetjänsterna Dialog, DataStar, Dimdi och STN. Eftersom inledningen tagit 1 minut blev det 1 minut kvar till resultat och slutsatser ... vilka var a) "det är självklart att det finns skillnader i sökresultat beroende på gränssnitt" och b) "sällananvändare inser inte att resultaten av deras sökningar inte är kompletta". Föredraget fanns inte i Proceedings, och Power Point-bilderna gav inget mer än vad hon sagt. Tja, vad ska man säga? I alla fall inte att det var värt de 500 kr jag räknar med att jag i genomsnitt betalade per 20-minutersföredrag.

### **Super searchers in the spotlight**

Sessionen "Super searchers in the spotlight" utgjordes av en nära två timmars diskussion med åhörarna och en panel bestående av **Roddy McLeod** (ansvarig för ämnesportalen *EEVL*), **Cornelia Glander-Höbel** (informatiker vid *GSF*, Tyskland), **Mark Hepworth** (*Loughbough Univ*, UK) samt de ovan nämnda **Greg Notess**, **Gary Price**, **Cristiane Wolff** och **David Green**. Jag anlände lite sent, men här i alla fall lite av vad jag snappade upp!

**David** såg framför sig att webbsökning mer och mer kommer att ske via på förhand valda "begrepp" eller kategorier. **Greg** refererade en undersökning som visade att 30-35 % av sökningarna på webben är enordssökningar medan 25 % är tvåordssökningar. Även om antalet nöjda användare har minskat något med åren så svarade i alla fall 25 % av användarna att de finner det de behöver på webben.

Det där med "sökning" förresten - **Greg** påpekade att flertalet sökningar nog inte är vad vi lägger in i begreppet. Det illustreras t ex av att bland de vanligaste sökorden finns "sex" och "pokemon"! Och det som sades för några år sedan om att "sökmotorerna kommer att dö för att de är så dåliga" har inte alls slagit in. Nej, tvärtom är många ganska nöjda! Någon i panelen menade att det inte är så konstigt - användarna vet vad sökmotorerna förmår och förväntar sig helt enkelt inte mer. Här nämnde en annan person att man funnit att många studerande tror att allt finns på webben och inte inser att allt inte finns tillgängligt via sökmotorerna, t ex dokument som bara finns vid onlinetjänster och deras databaser. Varpå **Gary** betonade hur viktigt det är att marknadsföra onlinetjänster och databaser - och att om möjligt hålla dem tillgängliga för allmänheten, t ex via folkbiblioteken, vilket man gör i Kalifornien.



## *Dynamiskt genererade sidor*

Apropå vad som är tillgängligt berättade **Greg** att det faktiskt finns databasdokument som är tillgängliga via webben. Det kan t ex röra sig om dynamiskt genererade sidor (ur databaser) som lagts ut som statiska webbsidor - och därmed gjorts tillgängliga för sökmotorerna. Ett exempel är sidorna vid FT.com. **Gary** noterade också att mer och mer material som pga "svåra" format tidigare varit otillgängligt numera indexeras. Google är välkänd i det sammanhanget. Men vem känner till att Altavista faktiskt kan indexera material i så många som 25 olika format - men inte gör det?

Han fortsatte med att berätta om Virage, en produkt som till och med kan indexera bilder, såväl stillbilder som rörliga (film). Indexord åsätts på basis av bildanalys och igenkänning (av t ex kända personer). (Anm: Virage används av bl a CNN för att indexera det enorma flödet av videofilmade nyheter. Och vad jag vet så testas det även på SVT. /Lars).

Här ställde jag själv frågan om i vilken mån sökmotorerna bryr sig om material i DC (Dublin Core). **Greg** svarade att sökmotorerna är försiktiga med sådant material pga risken för spamming och att utvecklingen vad han kände till för närvarande inte går mot ett högre nyttjande av DC-material - snarare tvärtom.

## *Språk i sökmotorerna*

**Greg** fortsatte med att berätta att det en del sökmotorer har experimenterat med synonymer och termer på andra språk (än t ex engelska) för att öka uppfångningen. Man har dock inte implementerat något i den stilen eftersom tester visade att användarna bara blivit förvirrade och helt enkelt känt sig lurade. De väntar sig helt enkelt exakta träffar! Det är klart att man kan lägga in synonymsökning mm som option, men hittills har man avstått eftersom knappast någon frågar efter det. Men det är klart att om det uppstår ett tryck från användarna på sådana funktioner så kanske sökmotorerna börjar ta in dem.

Beträffande översatta termer nämnde någon att det finns 46 språk representerade i sökmotorerna - och så gled diskussionen in på översättningsfunktionen i Altavista. Den ansågs knappast bra men kunde ändå komma till nytta för t ex översättning av e-mail. **Greg** nyttjade den ibland för att kolla sådana obegripliga e-mail som inte säkert var spam utan kanske seriösa.

En i publiken ansåg att det blivit svårare att finna vetenskapligt material via sökmotorerna. Är det så - och i så fall varför? En i panelen höll med - och nämnde att det är ett avsiktligt val som görs av vissa sökmotorer! Materialet anses då vara av en sådan karaktär att dess användare (dvs "normala webbsurfare") ändå anser det ointressant. Å andra sidan finns ju många webbplatser och sökmotorer som är speciellt inriktade på sådant material. **Greg** ansåg att de mest intressanta bland dessa var de ämnesspecifika, inte minst därför att man då slipper annonser och styrda träfflistor. Men om man nu ändå nyttjar de vanliga sökmotorerna kan man slippa merparten av annonser genom att nyttja ämnesspecifika (dvs ovanliga) ord.

Dock går det inte att helt undkomma annonser. Om det var möjligt så skulle ju sökmotorerna gå under eftersom de finansieras just genom annonsvisning! Den kvinna i publiken som nu fick sista ordet i diskussionen påpekade att även många "vetenskapligt" inriktade sökmotorer är "annonsorgan" eller "styrda" på annat sätt. Scirus ägs "tyvärr" av Elsevier, som såklart inte driver den av ren välgörenhet. Northern Light har sina intressen. Etc.

## *Dag 2*

### **Richard Harrington, Thomson: The changing face of an information vendor**

Förmiddagen under konferensens andra dag blev för mig konferensens verkliga behållning. Den inleddes med en höjdpunkt, nämligen ett föredrag av *Thomsons* vd **Richard ("Dick") Harrington**. Inte nog med att man här hade informationsindustrins mäktigaste man framför sig. Han visade sig också vara en god talare (och visade fö inte en enda Power Point-bild under sina 45 minuter!) och det var substans i det han sade. Därtill är han en fascinerande man med stor pondus. Men framför allt imponerade han genom sin branschinsikt, sin glasklara strategi för Thomson och - allra mest - därför att man insåg att han (nog) förmår att genomföra den. Ändå är det ett jätteföretag han förestår: Thomson har 36.000 anställda och omsätter 75 miljarder kr i år.

Ingen annan industri har förändrats så mycket som informationsindustrin under de senaste 25 år. Enligt Forbes har den internationella Internet-trafiken tredubblats under 2000-2001. Beslutsfattare fattar fler beslut än någonsin fortare än någonsin (men med mindre underlag än någonsin). Det är här vi (dvs "vi informationsspecialister") kommer in i bilden. Vårt jobb är att bistå med ändamålsenlig och pålitlig information som kan omvandlas till "kunskap". Och detta är viktigare än någonsin. Från att ha varit "mångsysslare" är nu informationsspecialisterna "information gurus". Vår uppgift är att se till att avnämarna får mer för mindre pengar. Vi har att ta ställning till om information ska anskaffas för att köras i interna system (och avgöra vilka system dessa är och hur den ska läggas upp) eller om den ska utnyttjas via externa tjänster. Det ligger på vår lott att se till att den är tillgänglig - och det på ett sätt som gör att alla medarbetare kan fatta bra beslut snabbare. En svår fråga i sammanhanget är vem inom ett företag som ska sköta informationsförsörjningen: är det informationsspecialisterna, vd/ledningen eller rentav "kunskapsarbetarna" själva?

#### *Thomson - ledaren*

Dick menade att "Thomson ska vara informationsindustrins ledare". I och med förvärvet av West 1996 togs det första steget på väg mot den omvandling från ett förlag till ett informationsföretag, med informationsspecialisterna i fokus, som alltsedan dess utgjort kärnan i Thomsons strategi. Sedan dess har man sålt hälften av sin verksamhet, nämligen sådant som tillhör ren förlags-/publiceringsverksamhet, samtidigt som man förvärvat sådant som passar - för över 100 miljarder kr. Bland förvärven finns NewsEdge, Primark, Dialog m fl, dvs en typ av företag som inte alls ingick i Thomson tidigare. Sådana förvärv är den viktigaste delen i strategin. 10 % rör teknikinvesteringar. Sammantaget är Thomson informationsindustrins snabbast växande företag. Speciellt snabbt växer man utanför USA. Antalet anställda i Europa, Asien etc har ökat med en faktor 3 på de senaste åren och uppgår nu till ca 12.000.

Varför har då Thomson ändrat sin inriktning så radikalt? Jo, därför att man tror att utvecklingen går mot en allt större roll för utbildning, finansiell verksamhet, statlig styrning via lagar/regler, vetenskap och medicin/hälsa. Och då behövs såväl information som "integrerade lösningar" för att nå och nyttja denna. Thomson inriktar sig sammanfattningsvis på 1) Innehåll, 2) Teknik & applikationer ("innehåll och teknik växer samman - det är det som driver utvecklingen och det gäller att tillhandahålla den bästa plattformen för detta") och 3) Starka relationer med informationsproducenter (typ "strategiska partnerskap") för att hjälpas åt att integrera information hos avnämarna. Man kommer därvid att gradvis att gå från att vara en "global information provider" till att vara en "global information manager partner". Apropos partnerskap framhöll Dick flera gånger sin ambition att driva verksamheten i dialog med informationsspecialister och andra användare: "Med er hjälp kan vi ta fram lösningar som gör er verksamhet framgångsrik".

#### *Framtiden tillhör de stora - och några nischaktörer*

Dick avslutade med några ord om informationsindustrins framtid. Den kommer utan tvekan att konsolideras. "Det är helt nödvändigt med stora företag för industrins överlevnad. Så småningom kommer bara en handfull spelare att finnas kvar. Vinnare är de som bäst ser och uppfyller användarnas behov. Och Thomson är den partner som kommer att uppfylla dessa behov bäst." (Anm: Den sista meningen låter jag passera som tack för ett intressant föredrag).

I den efterföljande frågestunden undrade någon i publiken om det verkligen inte finns plats för små aktörer i informationsindustrin? Dick svarade att det beror på. Precis som i andra branscher kan nischaktörer bli mycket lyckosamma. Men det gäller förstås att välja sin marknad. Patent kan man t ex inte sälja lokalt.

Som svar på en annan fråga (som jag tyvärr missade att anteckna) inledde Dick berätta om Westlaw, som ju med sin samling av primär information vid köpet närmast kunde betecknas som ett förlag och i och med detta inte borde passa in i Thomsons strategi. Orsaken till att man trots detta slog till var dels att Westlaw hade ett stor antal advokater m fl som kunder, och för dessa utgjorde en källa även för informationssökning och -hantering, dels att man utan Westlaw hade lämnat fältet fritt för LexisNexis. För övrigt utgör Westlaw en viktig bas för nationella satsningar i en rad länder tack vare dess lokala förankring (i t ex USA, Australien, Kanada, Spanien etc).

Dick framhöll i sammanhanget att den konkurrenssituation som skapats tack vare köpet låg bakom den prissänkning som de facto skett på marknaden, och påpekade att det är billigare att nyttja Westlaw nu än vad det var för fem år sedan. Visst har intäkterna ökat, men inte alls så mycket som användningen. Så kom Dick in på Dialog, som var ett mer självklart förvärv mot bakgrund av den ansamling ("aggregation") av just innehåll som Thomson är ute efter. Här betonade han att mycket har hänt sedan köpet vad gäller öppen dialog med användarna.

### **Industry developments: a change of focus? The inside view on vendor repositioning**

Förmiddagen fortsatte i samma anda i och med paneldiskussionen "Industry developments: a change of focus? The inside view on vendor repositioning". Här deltog förutom **Dick**, dvs Richard Harrington, även **Richard Rowe** (vd vid RoweCom), **Pierre Buffet** (vd vid Questel\*Orbit) och **Timo Wasmer** (marknadschef vid Genios). **Rowe** inledde med att beskriva utvecklingen inom vårt område som tre "revolutioner". Den första, "computing", började under 1940-talet. Den andra handlar om "Internet-communication" och den har just börjat. Den tredje är "convenience"-revolutionen och den har inte börjat ännu. Viss teknik för gränssnitt som används idag är från 1950-talet! Under de närmaste 5 åren kommer det att ske mycket stora förändringar vad gäller detta. Det kommer att leda till att informationen får en radikalt ändrad roll; något som det är viktigt för industrin att förbereda sig för.

I likhet med andra föredragshållare menade **Rowe** också att vi går mot en personalisering: "One size does not fit all". Han avslutade med några ord om den bransch hans företag är verksamt inom, dvs publikationsförmedling (mm). Efterfrågan på tjänster är stor inom denna bransch, vilken precis som andra är inne i en konsolideringsfas. F ö har ju Rowes eget företag RoweCom nyligen köpts av Divine. Företagen inom branschen står nu inför tre viktiga utmaningar: att hålla god kvalitet, att ha god tillgänglighet vad gäller efterfrågade publikationer och att få ekonomi i verksamheten.

#### *Stor aktör eller nischaktör*

**Pierre** anknöt till Dicks synpunkter vad gäller företagets chanser till överlevnad i det han berättade om Questel\*Orbit, som han beskrev som en framgångsrik nischaktör. Han gick vidare med att även anknyta till Rowe i det han menade att utvecklingen vad gäller t ex gränssnitt stått ganska stilla i 25 år. Först nu börjar det röra på sig. T ex är det först nu efter många år som framstegen inom lingvistikens börjar att tas tillvara praktiskt (något som f ö kan få stor praktisk betydelse just för fransmännen ...). Det kommer att hända mycket inom dessa områden under de närmaste åren!

Även **Timo** anknöt till Dicks tal om "stor aktör eller nischaktör" när han talade om Genios, som är en av Tysklands ledande onlinetjänster inom affärsinformation. Genios är en nischaktör i den meningen att man riktar in sig på ett visst ämnesområde. Därtill är man en nationell aktör. Men det saknas inte utmaningar. Man känner t ex viss press från internationella aktörer. Det möter man genom att bygga upp en så stark ställning som möjligt vad gäller såväl kundrelationer ("närhet är viktig") och nationell information. Beträffande det sistnämnda nämnde Timo som exempel den nya portalen Legios inom

juridik och ekonomi, vilken 60 % av de aktuella tyska förlagen förser med information. "Den kan ju Westlaw försöka att slå!" Nej, den största utmaningen för Genios såg Timo i de intranät som byggs upp inom många företag.

### *Mogen industri?*

Så vidtog själva diskussionen - som leddes av en av de bästa diskussionsledare jag upplevt, nämligen frilansjournalisten **Gary Flood**. Hans första fråga var: Håller industrin på att "mogna"? Dick svarade att webben har ändrat dynamiken - och det är bara att konstatera att vi inte vet vad "the true end" är. Thomson har för sin del dragit sina slutsatser, vilket alltså lett till att man lämnar sin roll som förlag för att i stället omvandlas till ett informationsföretag. Hur som helst fortsätter industrin att växa, även om det inte alls rör sig om de 40 % som den nått vissa år.

Är industrin alltså en "tonåring"? **Rowe** invände mot frågan och menade att det är fel att tala om en industri. Det rör sig ju om flera! Var och en av dessa måste nu inrikta sig på att anpassa sig till de olika kundgrupper eller "communities" man har att betjäna. T ex har universitet helt annorlunda behov än företag. **Buffet** såg för sin del framför sig att ny teknik kommer att leda till att många nya företag skapas. Se t ex på floran av företag som startats inom KM och informationssökning (vilket också utställningen bar vittnesbörd om). Samtidigt påpekade han att man inte ska tro att nya tekniker kommer att vända upp och ner på världen. T ex sades att CD-ROM skulle ta död på onlinetjänsterna. Så blev det som bekant inte alls. Så kom Internet. Samma sak där. En av de bakomliggande orsakerna är att informationsproducenterna/ägarna är måna om att skydda sin information. **Timo** pekade på den bestående förändring som skett i och med att så många människor numera kan nå och söka information - något som också ändrar informationsspecialisternas roll.

**Gary** provocerade nu Timo genom att fråga när Genios skulle bli uppköpt av Thomson. **Timo** kontrade med att upplysa om att Genios precis inlett ett samarbete med Factiva ...

### *Information är gratis ... eller?*

Nästa fråga från **Gary** var helt enkelt: "Information is free?" **Dick** svarade att i teorin är det så att om information är gratis så hämtar man den bara. I själva verket vill användarna inte ha "information" rakt upp och ner utan den ska finnas i ett sammanhang, anpassas, ha hög kvalitet, etc. "Information needs changes". **Rowe** menade att det där med att information är gratis är rent nonsens. Det är ju alltid någon som betalar! Om inte annat författaren, institutionen, etc ... . Frågan är vem som ska göra det. Användarens organisation? Tredje part (dvs någon som har nytta av att användarna nyttjar tjänsten eller informationen)? Den som vill marknadsföra sitt varumärke?

**Pierre** menade att han för sin del nog kunde tänka sig att viss information kunde tillhandahållas gratis för "gemene man" (jag antar att han då avsåg att "samhället" betalar). Han fortsatte med att berätta att kostnaden för att producera information i många fall sjunkit avsevärt t ex tack vare allt bättre produkter för OCR (och syftade möjligen på patent?). Frågan är dock hur dessa möjligheter ska komma användarna (dvs samhället) tillgodo om inte någon (t ex staten) betalar.

Hur som helst bör informationen i intranäten vara gratis, ansåg **Timo**. Som en avslutning på gratisdiskussionen berättade han därefter att många av de tidningar som varit gratis på webben nu sökt sig till Genios som ett resultat av att luften gått ur marknaden för webbannonser. (**Rowe** kompletterade detta senare med att säga sig vara övertygad om att tidningar gratis på nätet inte skulle hålla i längden)

Nästa fråga från **Gary** rörde prismodeller. **Dick** svarade prompt att man nyttjar samma prismodeller som för både 10 och 5 år sedan - men tillade sedan att man anpassar prismodellerna efter användarnas krav. Ett viktigt sådant är förutsägbarhet. Samtidigt menade han att det inte är informationen i sig som kunderna betalar för utan snarare "integrationen". **Rowe** ansåg att principen att ta betalt enligt "ticking clock" inte passar i dagens läge. Trenden går mot licenser. **Pierre** kontrade med att påpeka att vissa kunder, t ex advokater, faktiskt ville betala "per styck" pga vidarefakturerings.

Allmänt sett är dock frågan om prissättning fortfarande en öppen fråga. Inget passar alla. Dick instämde genom att säga att "ingen prismodell är bäst" - bäst är att kundanpassa! **Pierre** menade att det rätta kanske är en gyllene medelväg: grundavgift samt i övrigt pay-as-you-go? **Timo** berättade att Genios tillämpar licenser som gradvis anpassas efter användningen under föregående licensperiod. Därtill har man nyligen lanserat förbetalda kort som kan köpas på posten i Tyskland!

### *Möta framtiden*

Är nu industrin på rätt väg? **Dick** menade att det finns två sätt att möta de nya tiderna. Ett är att göra som Thomson, dvs anpassa och förändra sig (vilket han naturligtvis ansåg vara det rätta). Ett annat är att fortsätta i samma banor, en väg som t ex Bloomberg valt. Men det är en hård väg! **Rowe** ansåg att det är tekniken som driver utvecklingen och att rätt väg därför är att anpassa sig till den. Pierre var inne på samma linje och pekade på vilka framsteg som t ex gjorts inom "textmining" under senare tid: det är klart att man ska tillvarata detta! **Gary** vände sig nu till Timo och frågade i vilken mån Genios anpassar sig. **Timo** svarade lite undvikande att Genios ju är ett litet företag och därför inte har resurser att ta alla nya tekniker i bruk.

Så kom den första frågan från publiken. Den rörde intranät och de problem man har att få lösningar från olika håll (Verity, Autonomy, ...) att samverka: "Är det inte dags att onlinetjänsterna går ihop om gemensamma lösningar?" Frågan fick inget svar annat än att **Dick** sade att man arbetar tillsammans med intranätsleverantörer och **Rowe** att man har ettusen personer sysselsatta med att bygga lösningar - och lika många som underhåller dem. Nästa fråga kom från **Margareta Nelke (Tetra Pak)**, som undrade om någon utrett de negativa konsekvenserna av att användare förlitat sig på gratis information på Internet och därvid missat information eller använt sig av information från otillförlitliga källor. Dick menade att företag som använder information på detta sätt inte klarar sig. Dock kunde varken han eller de andra i panelen peka på några konkreta fakta i saken.

En annan publikfråga rörde relationen online kontra tryck: Är trycket på väg ut? Kan företagen styra utvecklingen genom att bara tillhandahålla online? **Rowe**, som ju bör veta, menade att nej, det är teknikutvecklingen som styr. Och den gör, som vi alla vet, att online kommer mer och mer. **Gary** sade lite skämtsamt att det kanske är papperstillgången som styr: när pappret tar slut så tar online över.

Den sista frågan ställdes till **Dick** och rörde hur Thomson har tänkt sig att genomföra en konsolidering efter så många stora uppköp. Han svarade att det generellt sett tar tre år att genomföra så stora sammanslagningar: "Vi har funderat i 18 månader och nu är det dags att agera. Vi är på väg mot samordning och en gemensam plattform". Och som en liten vink till publiken nämnde han att sammanslagningar av denna typ erfarenhetsmässigt leder till prissänkningar.

## **"Industry developments: is the industry evolving to meet user expectations?"**

### *User expectations, behaviours and trends*

Även förmiddagens sista session ägnades åt informationsindustrin. Det första av de fyra föredragen, "**User expectations, behaviours and trends**", hölls av **David Mort, IRN Services**, UK, men hade författats av **Anthea Stratigos, Outsell**, USA (som uteblev pga riskerna med att flyga från USA). David inledde med att berätta att Outsell och IRN är ganska lika och att man nu i två föredrag skulle redovisa resultat från informationsvaneundersökningar i USA och UK. Så följde en (alltför) snabb sifferkavalkad rörande USA-studien som jag här relaterar några spridda uppgifter från (ingen dokumentation bifogades - antagligen för att man inte vill "utarma" den tryckta - och dyra! - rapporten).

Outsell studerade informationsvanorna hos 6.300 slutanvändare vid företag i USA inom 20 branscher. De representerade en population som totalt spenderar 120 miljarder kr per år på extern information

(totalt spenderas närmare 500 miljarder kr på extern information, inräknat alla användarkategorier). Mest använd information var nyheter och ren branschinformation. Forskningsinformation var också mycket använd. 51 % beslutar själva om inköp medan övriga måste fråga om lov. Mycket få företag samordnade inköpen av information. Studien visade en trend mot allt mer "gör-det-själv". Drivkraften är här teknikutvecklingen med nya hjälpmedel inom KM.

I snitt spenderar man 8 timmar per vecka, dvs 20 % av sin tid, på informationsanvändning. Mest rör det extern information (16 % av den totala tiden). Man föredrar tryckt information framför elektronisk, som kom på andra plats, före e-mail. På sista plats kom intranät och telefon. En viktig orsak till intranätens bristande popularitet är att "folk inte hittar vad de behöver där" - och det beror inte nödvändigtvis på att den inte finns där utan kanske på bristande sökmöjligheter. Kanske är en av orsakerna till att det är så populärt att söka gratis information på nätet att det är så enkelt - något som också de allra flesta användare gjorde. De önskar dock mera "value-add"-information (dvs i motsats till "rå").

10 % av de studerade personerna hade fått mer än 40 timmars "sökutbildning"; 6 % hade fått 21-40 timmar, 13 % 8-20, 16 % 1-7 och hela 55 % ingen utbildning alls! Slutligen redvisade David i tre punkter vad Outsell funnit stå högst på slutanvändarnas önskelistor:

- Koncis, relevant och "analyserad" information precis när den behövs
- En informationssökningsmiljö för självservice men med högkvalitativt stöd
- Företagsportal med tillgång till gräddan av det som finns på Internet.

Slutligen drog David några uppgifter från en parallellstudie i Europa som genomförts av Outsell och IRN tillsammans. I studien ingick 500 säljare/marknadsförare vid stora företag i Frankrike, Tyskland och UK. De likheter man funnit mellan USA och Europa var

- "Gör-det-själv"
- Tryck föredras
- Intranäten är lite använda.

Olikheter då? Jo, i Europa

- förlitar man sig mer på gratisinformation för de dagliga informationsbehoven - men nyttjar betal/mervärdetjänster när det verkligen behövs
- nyttjar man ett smalare urval av informationskällor
- utnyttjar man Google mycket
- är man dålig på att använda bibliotek
- har man större behov av information på det egna språket.

### *User expectations: the European perspective*

Så följde **David Morts** eget föredrag "**User expectations: the European perspective**" - som hölls av kollegan (?) **Fred Hitchings**. Han redovisade slutsatser från en studie av informationsspecialister i Europa, utförd av IRN bl a i syfte att spåra trender, undersöka vilka tjänster som används samt granska relationen mellan användningen av gratis- och betalinformation. Slutsatserna baserades på intervjuer med 260 informationsspecialiser, varav 70 i UK, 70 i Frankrike, 70 i Tyskland och 50 i Skandinavien. Fred ansåg dessa representerade 85 % av alla informationsspecialister i Europa. Ingen dokumentation bifogades, men enligt mina anteckningar berättade Fred att studien fann att:

- onlinetjänsternas betydelse har minskat något i takt med att alternativa källor har gjorts tillgängliga
- Dialog är den mest använda onlinetjänsten
- DataStar, Factiva och LexisNexis också är mycket använda men ligger en bra bit efter Dialog
- Genios och GBI har en mycket stark ställning i Tyskland
- de allra flesta informationsspecialisterna (82 %) hade Google som favorit bland sökmotorerna

- färre än 5 % hade Altavista, Yahoo! eller annan sökmotor (utom Google) som favorit
- 34 % nyttjade gratiskällor på webben
- mer än var fjärde hade minskat sin användning av betaltjänster pga användningen av gratiskällor
- man föredrar webbaserad åtkomst till onlinetjänsterna (traditionell dial-up används bara lite)
- bara var fjärde använder intranät regelbundet
- i 40 % av informationsspecialisternas företag köper slutanvändarna informationstjänster externt
- de sämre tiderna bara sällan leder till neddragna informationsbudgeterar för år 2002
- informationsspecialisterna sätter viss press på onlinetjänsterna genom att skära ner på antalet abonnemang och ökar användningen av gratis tjänster
- många informationsspecialister inser inte att mycket extern information kan levereras via intranäten
- de flesta informationsspecialister har en nyckelroll vad gäller inköp av information

### ***You are the weakest link - goodbye. Serving the information hungry corporate end user***

**Paul Harwood**, Swets Blackwell, hade valt den någon kryptiska titeln "**You are the weakest link - goodbye. Serving the information hungry corporate end user**" på sitt föredrag. Den visade sig syfta på att informationsspecialisterna/bibliotekarierna och slutanvändarna, var och en på sitt sätt, tenderar att lägga beslag på allt fler led i informationsförsörjningskedjan. I takt med teknikutvecklingen har informationsspecialisterna börjat ägna sig inte bara åt katalogsystem och sökning i databaser utan också e-tidskrifter (inkl förhandlingar med förlag), e-böcker, e-inköp, intranät, portalbygge etc. De försöker kontrollera allt; gör sig till "gatekeepers". Men det är en riskabel väg, ty samtidigt har slutanvändarna fått allt fler möjligheter att klara sin informationsförsörjning själva - och i stor utsträckning också gör det. Enligt Paul borde informationsspecialisterna istället arbeta närmare slutanvändarna och hjälpa dem få (egen) tillgång till den e-information de behöver. Det får de tid till - och gör effektivast - genom att förhandla med och anlita en mellanhand/informationsförmedlare som sköter allt detta istället för ett stort antal förlag/informationsleverantörer.

### ***Evaluating pricing models, som guidelines for managers***

Det sista föredraget i sessionen svarade veteranen **Steve Arnold** för: "**Evaluating pricing models, som guidelines for managers**". På samma underhållande sätt som vanligt gick han igenom olika sätt för online- och webbtjänster att dra in pengar. Ja, det behöver inte vara "rena" avgifter (abonnemang, per-use-avgifter, licenser, etc) utan det kan röra sig om annonser, "osynliga" avgifter (små, små avgifter för att klicka sig fram till t ex sök- och informationssidor), paketpris, tidsavgifter (precis som förr i tiden!), uppkopplingsavgifter, avgifter via skattsedeln, ... Oberoende av vilken prismodell en viss tjänst tillämpar kan du i alla fall vara säker på att den ser till att få in sina pengar (annars överlever den ju inte!). Men för att du som köpare inte ska bli "lurad" av en viss leverantörs till synes fördelaktiga priser ska du innan göra följande innan du slår till:

- Var skeptisk
- Läs kontraktet noga
- Identifiera alla beståndsdelar i det som formar slutpriset samt hur detta beräknas
- Skapa ett "bästa" och ett "värsta" scenario (anta t ex en tjänst där ett visst antal rapporter ingår i grundpriset. Vad händer om dina användare köper dubbelt så många? Tre gånger så många?)
- Identifiera dolda kostnader, t ex för köp eller anpassningar av mjukvara
- Tala med andra kunder om deras erfarenheter
- Förhandla alltid pris och villkor!

Med den tidigare nämnde **Gary Flood** som moderator följde naturligtvis en intressant frågestund. Han ställde själv den första frågan, som gick till David: Varför används inte intranäten? Onlinetjänsterna talar ju jämnt om dem! **David** svarade att det beror på att det är enklare att gå till Internet. Men kanske blir intranäten nästa stora tillväxtområde? Störst chans för detta finns troligen i delar av Europa,

speciellt i Frankrike, där Internetanvändningen ännu inte är så stor. Frågan är hur detta kommer att påverka onlinetjänsterna. I alla fall såg David framför sig en utveckling mot en mer flexibel prissättning under de närmaste åren och även mot licenser som täcker hela nationer.

**Gary** vände sig så till **Steve** med frågan "Vad är det för fel med att tjäna pengar?" - som med sin sedvanliga humor svarade att "Pengar är bra. Alla vill tjäna pengar. Jag vill bara hjälpa till. Och det är tydligen populärt - se bara hur många som antecknade när jag talade!" Slutligen bad en i publiken om orsaker till att trycket lever vidare. **Steve** menade att det rör sig om en artefakt, något som ligger i kulturen. Men han förutsåg ett kommande stort "skifte". Ny teknisk arkitektur, ungdom med nya vanor, mobilitet, etc kommer att leda till detta. Frågan är bara på vilket sätt det kommer att gå till.

## Dag 3

### Information for innovation

Sista dagen inleddes av **David Snowden**, direktör vid *Institute for Knowledge Management, IBM*. Hans föredrag "Information for innovation" var ett "annorlunda" föredrag. Det handlade om kommunikation och kunskapsöverföring - och att KM är så mycket mer än teknik och system! IBM försökte en tid att "samla in" sina anställdas kunskaper. Lockbetet var bonus. Men det gick inte så bra, ty även om de flesta gärna vill delar med sig av sin information vill de inte göra det hur som helst: de vill veta hur den ska användas. Dessutom är det tidskrävande: "Det största hotet mot KM är tid". Och här menade David att de system som finns inte används rätt. "Man letar inte dokument utan människor att ta kontakt med". Det går på två minuter att säga något som det tar timmar att skriva. I en direktkontakt anpassa sig "svararen" snabbt och lätt till mottagarens "nivå". Nämn "Titanic" för en som inte hört namnet förut - och du måste veckla in dig i en lång förklaring! ("Tacit knowledge - omedveten kunskap".) I och med detta inses också att det innebär mycket arbete med att skriva/dokumentera utan att från början veta sammanhanget/hur det skrivna kommer att användas. "Rätt information till rätt mottagare i rätt tid" är det som gäller!

Men hur menade då David att man ska sköta företagets "content management"? Med hjälp av en taxonomi, som det numera är så modernt att tala om? I alla ära - men alla bibliotekarier vet att det bara är en del av lösningen! Det väsentliga är att få folk att lämna ifrån sig kunskap. Använd videoinspelningar! Låt folk träffa varandra! Stimulera nätverksbygge! "Context is the key to the future"! I hundra år har vi lärt oss via analys. Under de kommande hundra åren ska vi lära oss via "symbiotic relationship"!

### The future of scientific publishing

"The future of scientific publishing" var rubriken på en paneldebatt på högsta nivå med **Jerry Cowhig** (vd vid *Inst of Physics Publishing IOPP*), **Matt Dunie** (vd vid *Cambridge Scientific Abstracts, CSA*), **Derk Haank** (vd vid *Elsevier Science*), **Vicky Reich** (*HighWire Press*) och **Jan Velterop** (*BioMed Central*). Moderatoren, **Declan Butler** (*Nature*), inledde med några "konstateranden":

- Public Library of Science har fått 28.000 namnunderskrifter
- Förlagsindustrin är "svansen som har viftat med hunden"
- Samhället betalar miljarder till forskningen, forskarna skriver artiklarna, det är forskare som utför granskningen, ...
- "Alternativ" till de traditionella förlagen frodas (e-printarkiv, SPARC, BioMed Central, ...)
- Man söker efter alternativ till dagens situation, där det är läsaren som betalar
- Webben gör det möjligt för forskargrupper att själva sköta sin publicering
- Grupper av intresserade användare kan sammanställa och "filtrera" forskningsresultat till omgivningen.



Så berättade **Declan** om "Alliance for Cellular Signalling" (AfCS). Den består av ett konsortium med 20 deltagande institutioner som med en budget om drygt 100 miljoner i 10 år ska sammanföra i princip alla forskare och all information inom området. Därmed behöver inte alla forskningsresultat publiceras "externt" på traditionellt sätt.

Den första frågan var: "Vad säger ni om detta?" **Derks** (*Elsevier*) svar inleddes något överraskande med att "Det finns inget skäl till att det inte skulle kunna fungera" men fortsatte "... men slutresultatet blir detsamma - och det kommer att kosta samhället lika mycket som idag. Obegränsad gratis tillgång till vetenskaplig information är för inte något som gemene man frågar efter". Derk avslutade med att nämna att "alla bibliotek i världen är kunder till Elsevier, alla stora har allt vi tillhandahåller och de små biblioteken har fördubblat sin andel av omsättningen".

### *Olika modeller*

**Jerry** (*IOPP*) menade att författarna är så intresserade av att bli publicerade att de till och med är beredda att betala för det. Det kostar 5.000 kr att bli publicerad i nya *Journal of Physics* - och den har blivit en succé. Han medgav dock att tidskriften inte är lyckosam som affärsmodell. 1.000 artiklar per år à 5.000 kr ger 5 miljoner - och det räcker inte. Nu lade sig **Vicky** (*HighWire*) i diskussionen. Hon berättade att man har en halv miljon artiklar i sin tjänst, varav 350.000 "fria". Det nuvarande systemet för publicering fungerar bra, ansåg hon, men betalningen ska komma från "systemet". Och när publikationen väl är ute så ska den vara fritt tillgänglig.

**Jan** (*BioMed*) menade att information inte är gratis. Vetenskaplig publicering är i princip till för författarna - och det är alltså dem som förlagen och de andra som publicerar dem ytterst betjäna. Modellen som sådan måste därför bevaras - men den utgör i sig inget hinder för många olika affärsmodeller. Sådana kommer också att uppstå. Matt berättade att CSAs kostnader sjunkit avsevärt. "Det finns inga gratis luncher och det är många inblandade i publiceringsprocessen - men den sker allt snabbare och billigare". Till exempel kan CSAs tjänster nås av så många som 2.5 miljoner användare, vilka det senaste året gjort 6 miljoner sökningar. CSAs kostnader sjunkit avsevärt. "Ekonomi har ändrats radikalt".

Moderatorn **Declan** lade sig nu i debatten och menade att vi troligen får se en "mix" av modeller i framtiden. "Men är det inte konstigt med en modell där författarna kanske betalar för att bli publicerade - och så ändå får betala för att använda sina alster? Inte bara det: deras information är "låst" eftersom de också har överlåtit upphovsrätten!" "Det är fel", svarade **Derk** (*Elsevier*), "i alla fall vad gäller 'våra' författare. De får bara inte använda materialet i liknande publikationer". **Jan** (*BioMed*) upplyste om att "hos oss så får författarna bestämma själva - kanske vill de att en institution ha upphovsrätten". **Vicky**, vars *HighWire* arbetar tillsammans med 100 förläggare (300 tidskrifter) menade att det inte går att dra alla över en kam. Vissa behöver upphovsrätt, andra inte.

### *Vad vill användarna ha?*

Låt oss nu diskutera funktionaliteter, uppmanade moderatorn. Vad vill användarna - "vanliga" såväl som forskarna - ha? "Cross search": är det något som efterfrågas? Hur långt har webben kommit på väg mot "idealet"? **Jan** (*BioMed*) sade något i stil med att "med gratis information så springer alla bara kors och tvärs; det blir ingen ordning och det kommer att bli svårt att hitta". **Matt** (*CSA*) menade att en positiv sak med "restriktioner" är att den skapar engagemang hos författarna, som måste informera om vad de åstadkommer. **Derk** (*Elsevier*) såg länkmöjligheterna som den verkliga fördelen med webben. "Det ligger i vårt intresse att länka". Med adress till Declan upplyste han att Scirus även har Nature sökbar - men att det är "hell of a job" att få CrossRef (idag med ca 90 förlag anslutna) att fungera: "Vi har hunnit halvvägs".

På frågan om vad användarna vill ha svarade **Vicky** (*HighWire*): "Det vet vi inte!" och tillade att *HighWire* är i färd med att undersöka detta. **Jerry** (*IOPP*) kommenterade webbens utveckling med att

det är självklart att den ännu bara är i början av sin utveckling. Men det hindrar inte att vi redan nu kan dra slutsatser av tendenser vi redan sett. T ex har det visat sig att användarna laddar ner "single papers" från webben - men de bryr sig inte om/frågar inte efter/vill inte ha dem förrän de finns där.

### *Biblioteken behandlas cyniskt*

**Derek (Elsevier)** menade att om man ska gå från dagens väl fungerande system till en ny modell så har man en lång och besvärlig väg att gå. "Men visst", tillade han något syrligt, "om alla vill ha allt gratis på webben så får det väl bli så" - samtidigt som han lät rätt trött på hela diskussionen och helt klart inte trodde på en sådan utveckling. **Vicky (HighWire)** sade, med syftning på förlagsbranschens koncentration, att hon för sin del hoppades på flera förlag och flera som tillämpar alternativa modeller. Varpå **Derek (Elsevier)** flög i taket: "Det är fel att påstå att antalet förlag minskar. De blir tvärtom fler och fler!". Han ansåg vidare att de som drabbas värst i denna härva är biblioteken. De motas än hit än dit. "Cyniskt"! **Jan (BioMed)** menade att vi inte kan förhindra att utvecklingen leder till nya former för publicering. **Matt (CSA)** såg positivt på framtiden. Förlagen kommer att samverka, upphovsrätten bevaras och mervärde långt utöver det vi kan se idag kommer att skapas.

Som svar på en fråga från publiken sade **Jan (BioMed)** att förläggarnas uppgift är att betjäna författarna. "Vi ska göra så att tidskrifterna får en bred acceptans och att de görs synliga för så många som möjligt". Därför är fackmässig granskning så viktig. En annan fråga var hur informationen kan komma att förändras som resultat av datoriseringen. Kommer den att göras omedelbart tillgänglig för t ex analyser - med standarder som XML och gemensam uppmärkning som viktig bas? Det skulle ju öka nyttan! **Matt (CSA)** instämde i nyttan med XML - och **Derek (Elsevier)**, som nog ansåg en diskussion om detta ganska onödig, svarade att förlagen får göra hur de vill - men att det är dumt att vänta eftersom de ändå på sikt måste hänga på. **Jan (BioMed)** påpekade att det är enkelt att börja med gemensam uppmärkning inom ett område som är så etablerat som vetenskaplig publicering. **Jerry (IOPP)** berättade att allt från IOPP kommer att vara uppmärkt med XML fr o m 2002. Varpå **Derek (Elsevier)** lite syrligt undrade varför IOPP inte satsat på XML redan från början ...

Avslutningsvis konstaterades att utvecklingen kommer att gå mycket snabbt. En viktig orsak är att informationsindustrin är så speciell: det är en av de få där användarna kan göra allt själv. Och i alla lägen är det just användarna som är de verkliga vinnarna!

(Anm: Senare under konferensen hade jag ett samtal med veteranen **Barry Mahon (ICSTI, TFPL)**, som ansåg den pågående diskussionen om vetenskaplig publicering alltför ensidig: utvecklingen är inte densamma inom alla områden. Inom vissa "smala" områden inom t ex fysik och biologi kan det finnas så få som 5-7 verksamma forskare. Självklart innebär det att informationsspridningen här är något helt annorlunda än inom breda områden med kanske tusentals forskare. /Lars)

### **25 years on ... so what's next?**

Temat för konferensens sista session var naturligt mot bakgrund av 25-årsjubiléet: "25 years on ... so what's next?". Den bestod av en diskussion med ett antal tidigare föredragshållare i panelen och **Martin White** som moderator. Tyvärr gav sessionen i princip inget alls vad gäller prognoser om framtiden - kanske för att det är så svårt (men jag tycker i alla fall de kunde ha försökt!). Den gav inte heller i övrigt särskilt mycket och var därtill ganska spretig - vilket jag hoppas ursäktar mina likaledes spretiga noteringar!

**Barry Mahon (ICSTI, TFPL)** förutsåg att utvecklingen går mot en allt större "personalisering". Allt mer publiceras via andra kanaler än de traditionella. **Nick Denton (Moreover)** nämnde här att Moreover.com länkar till allt fler rapporter som inte publicerats på traditionellt sätt. Han påpekade samtidigt att det gäller att vara uppmärksam på faran med att inte veta i vilket syfte viss information publicerats - något som gäller generellt. **Linda Stoddart (ILO)** pekade på att nya färdigheter krävs för

att hantera det allt större informationsflödet, vidare på de ökade behoven av information som är direkt anpassad för och till direkt nytta för den enskilde användaren i hans/hennes verksamhet.

**Elspeth Scott** (*GlaxoSmithKline*), ansåg det viktigt att mer än hittills uppmärksamma de effekter som politiska beslut om policies och standarder (vad gäller t ex strukturering av information) kan få. Det gäller att de väljer de rätta - och också att se till att de används rätt! Hur förklarar man för gemene man hur man ska strukturera information? Hur som helst är det nu rätt läge att börja tillämpa standarder; prata om dem har vi gjort länge nog.

**Pierre Buffet** (*Questel\*Orbit*) upprepade vad han sagt tidigare, dvs att tiden nu är kommen för att börja ta tillvara 30 års forskning inom människa-maskinkommunikation. Nog måste väl allt som datorutvecklingen frambringat kunna nyttjas på ett bättre sätt än idag?

### *Information som maktmedel*

**Martin** anknöt till detta med politiska beslut och menade att information även spelar en roll just inom politiken - varför användningen också kan få betydelse för vilka beslut som fattas. Detta kan bli ett stort område inom 2-3 år, trodde han. Och inom detta område finns det en uppenbar risk för missbruk av information. I sammanhanget påminde han också om "the digital divide", dvs de sociala skillnaderna vad gäller tillgång till information. Detta föranledde **Barry** att nämna att i vissa områden i Afrika så har ju 98 % av befolkningen inte ens tillgång till elektricitet! (Anm: Barry arbetade i Afrika under flera år i mitten av 1990-talet). **Pierre** anslöt genom att säga att "patent är för rika", dvs något som utesluter många grupper, medan varumärken däremot "enklare" och tillade att det är orsaken till att Questel\*Orbit har aktiviteter i såväl Sydamerika som Afrika.

Mobil åtkomst till information då - hur är det med det? **Joe Batista** (*Compaq*) sade att det är i sig inget speciellt - det är bara en "åtkomstmetod" av många. Men mobiliteten innebär så mycket mer - t ex vad gäller att kombinera information med position. Compaq tittar mycket "mobilitet" och "mobila verktyg" och Joe avslutade med att säga att "det mobila området erbjuder enorma möjligheter". (Anm: Det är intressant att jämföra årets slutdiskussion med förra årets, då mobil åtkomst till information var ett stort ämne! Nu var detta det enda inlägget i ämnet!)

### *Google generation*

**Martin** förde nu över diskussionen till det han kallade "the Google generation" och ställde frågan hur "vi" ska kunna lära folk att inte bara se till kvantitet utan också till kvalitet. Ingen gav något riktigt svar, även om **Joe** på skämt sade att om han fick bestämma så skulle han införa skräpfiler. **Pierre** menade att vi inte ska ta dagsläget så allvarligt - Google är ju bara "the very beginning". **Joe** ansåg att utvecklingen går mot mera person-till-personkontakter - vilket alltså delvis löser problemet. Martin vände sig så till Pierre och frågade hur Minitel påverkat i dessa frågor. **Pierre** svarade inte direkt på frågan utan svarade att användningen av Questel\*Orbit för varumärkessökning till största delen sker via Minitel och dess "kiosk-koncept". (Kanske menade han att det lättare att hitta fram till seriös information på Minitel än på webben?).

**Nick** ställde här frågan om det egentligen hänt så mycket under de sista decennierna? 1980 hade vi högar med rapporter på skrivbordet. Nu har vi högar med rapporter (kanske hämtade från [moreover.com](http://moreover.com)) på PCns hårddisk. Det behövs någon som analyserar och aggregerar - och det kan inte datorer och system göra! **Pierre** upplyste då om att det faktiskt finns system för att extrahera viktig information, t ex ur patent. Denna information kan vara tillräcklig för att bedöma patentets innehåll.

Detta fick **Sheila Webber** (*Sheffield University*, föredragshållare men nu i publiken) att kommentera relationen mellan "browsing" och "searching". Folk "browsar" bokhyllorna i ett bibliotek - men vi lär ut "sökning". Det kanske inte är det rätta? **Pierre** ansåg frågeställningen relevant och sade att det ju faktiskt ligger i den mänskliga naturen att "browsa". Detta visar, enligt **Martin**, vikten av bra visualisering - något som är svårt att åstadkomma så länge vi bara har två dimensioner att tillgå!

Så slutade Online Information 2001 med en framtidsprognos ändå, om än indirekt: gränssnitt i 3D!