

Online- och webbnyheter för TLS medlemmar

Nr 2004:1 2004-01-07

Rapport från Online Information 2003, London, 2-4 december 2003

Lars Klasén

SchlumbergerSema InfoData

lars.klasen@infodata.se

Innehåll:

- 1. Allmänna intryck samt några tankar kring Online Information**
- 2. Utställningen, utställare och lanseringar**
- 3. Konferensen - referat från keynotes, föredrag och diskussioner**

1. Allmänna intryck samt några tankar kring Online Information

Den 27:e upplagan av Online Information hade CM, Content Management, i fokus. På konferensen manifesterades det genom att en stor andel av föredragen/sessionerna behandlade just CM, informationsarkitektur etc, medan inslagen om online, informationssökning och "innehåll" var desto färre. På utställningen lanserades nya CM Europe, en "utställning i utställningen".

Antalet konferensdeltagare, utställare och besökare var i stort sett detsamma som på förra Online - efter att ha minskat fler år i rad. Under samma tid tycks ett generationsskifte ha ägt rum vad gäller såväl deltagare (med allt färre bekantingar) som föredragshållare (där "branschledare" har ersatts av "branschgurus").

CM till trots var det som vanligt "innehållsaktörer" som dominerade utställningen. Thomson hade - också som vanligt - den största montern, men utan att för den skull utgöra ett självklart centrum. Stora var också EU-kommissionen och Ovid/Wolters Kluwer. Elsevier närvaro var däremot nedtonad - och LexisNexis var inte ens med!

Man får intryck av att informationsindustrins aktörer numera ställer ut mer eller mindre pliktskyldigt och på ren rutin. Den tid är också förbi när utställarna i gemen väljer just Online som plattform för sina nylanseringar. Online är helt enkelt inte längre branschens centralpunkt utan har med tiden fått en roll som vilken konferens och utställning som helst, inom vilken bransch som helst. Men så rör det sig också om en mogen bransch som är många, många gånger större än när första Online Information genomfördes år 1977.

Allmänt

Online Information 2003 anordnades av Learned Information och Imark Communications (båda ingår i VNU Business Media Europe) och var den 27:e i ordningen. Evenemanget ägde som vanligt rum i konferensanläggningen Olympia, med utställningsdelen i dess största utställningshall. Antalet utställare var ca 250, vilket innebar en svag uppgång från förra årets 240. Men pga en genomsnittligt mindre monteryta hade ändå den totala ytan minskat: inte ens mässhallens huvudplan var nu helt utnyttjat. Ca 50 nya utställare hade ersatt de ca 40 som försvunnit.

Utan konkurrens störst på utställningen var Thomson, något som man ju vant sig vid. Alla dess produkter var samlade i samma montergrupp. Giganten upplevdes dock inte fullt så dominerande som de närmaste föregående åren. Näst störst (eller lika stor om man räknar in EPO) var EU-kommissionen (som märks mer och mer för varje år), följd av Wolters Kluwers (vars ena monter upptogs av Ovid och den andra ... tja, den var nästan tom). Elseviers närvaro var ytterligare ett steg nedtonad jämfört med 2002 (och i än högre grad än 2001). Och detta då utan hänsyn tagen till att LexisNexis (som alltid deltagit med egen monter) inte alls var med i år!

Utställningen besöktes av ca 11.000 personer, dvs samma antal som på Online 2002 och alltså fortfarande på verkligt låg nivå jämfört med toppåren kring 1999 - då det kom kring 20.000. Det innebar att det inte heller i år var någon trängsel på golvet, möjligen fränsett en kortare period under andra dagen. Ändå upplevde jag till skillnad mot förra året inte något missnöje från utställarna, möjligen mot bakgrund av lägre ställda förväntningar.

Konferensdelen samlade mindre än 700 deltagare. Det är alltså ännu något färre än förra året (då man noterade det lägsta antalet på länge, drygt 700). Arrangörens försök att locka fler genom ytterligare prissänkningar (vid tidig anmälan gick det att klara sig undan med under 9.000 kr) gick alltså inte hem. Ändå var konferenslokalerna tidvis "överfulla" - ett tecken på att delegaterna är "flitigare" än förr. Samma sak gällde förra året.

Precis som förra året ägde också att antal s k pre-conferences rum dagen innan konferensen. De var fem till antalet och av karaktären "kurser", med rubriker som "User experience: strategy and design" (Peter Morville), "Selecting web content management technology" (Tony Byrne), "How to start and sustain communities of practice" (Richard McDermott) och "The web as a reseach tool" (Sherman & Price). Deltagarkostnaden var ca 3.000 kr.

Ordförande för konferensen var för fjärde året i rad Martin White, Intranet Focus Ltd, UK, som har över 30 år i branschen. Vid sin sida hade han en vice ordförande, något som jag inte minns förekommit tidigare. Det var Karen Blakeman, frilansare med den egna firman RBA Information Services, UK, och med 20 år i branschen. Hon hade en lika aktiv roll som Martin själv under konferensen, bl a genom att "dela" välkomsttalet med Martin och genom att agera moderator i flera av konferensens sessioner. Hon skötte allt detta bra, och min egen lilla gissning är att hon ska efterträda Martin som ordförande, möjligen redan vid nästa konferens.

CM och informationsarkitektur i fokus

Martin & Karen öppnade konferensen med att deklarerat att dess huvudtema i år var CM, med första konferensdagen huvudsakligen inriktad mot "information architecture" (IA) och den andra just CM, men att konferensen också rymde "publishing" och "knowledge" (tredje dagen). Inriktningen var naturligtvis samstämd med utställningen, som betonade just CM. Detta manifesterades där genom en ny "utställning i utställningen", benämnd Content Management Europe (CM Europe).



Martin White och Karen Blakeman öppnar konferensen.

Att talet om CM inte bara var ord bekräftades i fortsättningen av framför allt konferensen, där information (innehåll eller "content") "i sig" i år spelade en mer underordnad roll än vanligt. Ett fåtal av föredragen behandlade online- och söktjänster, databaser, e-publikationer, etc och online-/informationsbranschen som sådan. Nej, här var det i stor utsträckning informationsarkitektur, taxonomier, metadata, intranät, webbdesign etc som gällde.

På utställningen var visserligen flertalet av de "vanliga" innehållsaktörerna (onlinetjänster, databaser etc) representerade - och dessa stod också för merparten av utrymmet - men det kändes ändå inte som

det var dessa som utgjorde fokus. Man får en känsla av att aktörerna inom denna allt mer mogna informationsindustri ställer ut mer eller mindre pliktskyldigt och på ren rutin. Så till skillnad mot de närmast föregående Online-tillställningarnas vaga inriktning var det nu ingen tvekan om vad som nu var fokus: det var verkligen CM! Mer om detta i avsnitten om utställningen och konferensen.

Om CM-aktörer som "borde" varit med

Ändå saknade utställningen många av de aktörer inom CM man kunde förvänta sig att finna där. Jag tänker då på sådana områden som är av mest relevans för Online. Ett är givetvis "sökssystem" i bred bemärkelse (IR, indexering, kategorisering, taxonomier, visualisering, etc), där för det första saknades stora, etablerade aktörer som Verity och Autonomy (som för all del inte var med förra året heller men dock flera tidigare år), för det andra sådana som "alltid" varit med tidigare, t ex ZyLAB, och för det tredje många av de senare årens nykomlingar, t ex Albert, Wordmap, Lexiquest, Anacubis och OmniViz.

En del av orsaken till att en del leverantörer saknades på Online står att finna i det faktum att Online (och nu CM Europe) sedan 4 år tillbaka har en skarp konkurrent i KM Europe, som äger rum i Amsterdam i november varje år, nu senast den 10-12 november. Det evenemanget är ju helt inriktat på just CM (förlåt, KM heter det ju där!) och kan kanske därför anses som mer attraktivt. Bidragande är kanske också att dess konferensdel är produktinriktad och gratis. Men samtidigt är ju KM Europe mycket mindre: bara sådär 2-3.000 besökare och 70 utställare, dvs inte fler än Onlines utställare inom CM (i bred bemärkelse). Hur som helst deltog på KM Europe Verity, ZyLAB, Open Text och ett flertal andra som helt klart skulle valt Online om inte KM Europe fanns. Jag tror också att detta är en del av orsaken till att Imark valt att starta CM Europe. Det utgör helt enkelt en "varudeklaration" för leverantörerna inom området. Ordet "Online" kanske är för "allmänt" eller inte lika tilldragande.

Mycket CM - en risk för Online Information?

Samtidigt tror jag att arrangören är inne på en farlig väg om man alltför hårt betonar CM-delen. Jag kan inte låta bli att erinra om vad som hände med Online Information Scandinavia, den konferens och mäsasom ägde rum för första gången i Stockholm 1998 (OIS '98). Bakom stod Learned Information och Exponova och evenemanget var tänkt som en pendang till Online. En stor del av branschens aktörer ställde upp - men pga för få besökande utvidgade arrangören mässan till att innefatta även "information management". Så var processen igång: informationsdelen började minska, och år 2002 hette mässan "Business Software & Information Management", behandlade affärssystem och dokumenthantering medan informationsdelen var helt borta. Nu är hela evenemanget borta.

Men det är lätt att ge råd. Kanske det trots allt kan gå att driva en renodlad CM/KM-mässa på internationell basis? KM Europe tycks ju klara sig. Men det hjälper ju inte oss som "behöver" en samlingspunkt inom "online". I min rapport från Online 2002 skrev att "Om jag har rätt kommer vi på sikt inte att ha något evenemang med en verkligt bred täckning vad gäller online". Tyvärr tycks jag få rätt. Vi har i alla fall kommit ett steg närmare den situationen.

Om ett par onlinetjänster som uteblev: LexisNexis och DIMDI

LexisNexis var alltså inte med i år. Och det var verkligen något man lade märke till. Inte bara pga aktörens storlek (LexisNexis omsätter 4 gånger så mycket som Dialog) utan pga att man vid tidigare Online stått med ganska framträdande montrar; vid Online 2001 till och med som enda utställare någonsin (vad jag minns) med en monter i två våningar. LexisNexis ingår ju i Elsevier men har alltid haft en separat monter, arrangerad av dess representant i UK Butterworths Tolley. När jag tidigt första dagen frågade personal i Elseviers monter om orsaken blev de förvånade: de visste då inte ens om att LexisNexis inte var där, än mindre orsaken. Ett skäl är såklart att LexisNexis bedömt att det inte är

vårt insatsen att vara med. Men jag tror också att bakom ligger en förändrad marknadsstrategi vad gäller Europa, triggad av en besvikelse över att tillväxten inte motsvarat förväntningarna. Vad jag förstår är det egentligen bara i UK som LexisNexis har en ordentlig marknadsandel; något man delvis köpte sig till i och med förvärvet av FT Profile i början av år 2000. Den ändrade strategin märks i flera länder, bl a här i Sverige där man strax efter Online 2003 annonserade ett partnerskap med PrioInfo och en "nylansering", efter att samarbetet med hittillsvarande representanten Schlumberger InfoData nu upphört.

Bland övriga som saknades fanns tyska DIMDI, som "alltid" varit med tidigare. "Skönt att kunna gå och ta en kopp kaffe när man vill", som en närvarande bekant från DIMDI uttryckte det. Orsaken till att DIMDI uteblev var att de inte anser närvaron på Online värd insatsen. DIMDI upplever f n inga direkt ljusa tider och måste vända på slantarna. Att tjänsten ens fortlever beror i princip på att tyska staten håller tjänsten under armarna genom att handla upp användning. (Min tolkning är att DIMDI helt enkelt anses som en viktig nationell resurs - något bl a yttrar sig i att flera av dess databaser är fritt tillgängliga).

Bland tyska onlinetjänster på Online återstår vad jag fann endast FIZ Karlsruhe/STN. Båda de affärs-informationsinriktade onlinetjänsterna GBI och Genios har ju redan tidigare hoppat av. Apropå stora länder så upplever jag att även det franska inslaget på Online har minskat. Visserligen fanns på Online även i år en fransk monter, med deltagande av INIST-CNRS med Pascal, Franska handelskammaren med Delphes, INPI med Plutarque och några ytterligare, men det enda som verkligen "syntes" var Questel-Orbit.

Generationsskifte

När Martin White, som ju har arbetat 30 år i branschen, höll sitt välkomstal uppmanade han de av de ca 400 åhörarna som i likhet med honom deltog vid den allra första Online-konferensen 1977 att räcka upp handen. Det var inte många: jag hann uppfatta 2-3 personer. Samma uppmaning till de som nu deltog för första gången gav resultatet ca 50 händer upp.

Det bekräftar mina egna intryck av att ett generationsskifte ägt rum. Jag deltog själv första gången 1980 och har därefter deltagit fler än 20 gånger. Fram till i slutet av 1990-talet upplevde jag fortfarande att Online var sig likt, bara gradvis större och större. Även om såklart en del aktörer och personer föll ifrån medan andra tillkom såg man alltid många bekanta ansikten.

Men under de senaste åren, från ca år 2000, har detta ändrats ganska markant. På ytan är det mesta sig likt, men parallellt med att evenemanget gradvis minskat får jag en känsla av att en generationsväxling nu *har* skett (i min rapport från Online 2002 skrev jag att en sådan var "*på gång*"), med allt färre bekantingar bland delegater, föredragshållare och utställningsbesökare. Online Information ser mer och mer ut som vilken konferens och utställning som helst, inom vilken bransch som helst.

Online Information inte längre centralpunkt

Allt detta är bara naturligt: evenemanget speglar helt enkelt onlinebranschens utveckling. 1977 var det frågan om en synnerligen ung bransch: de första allmänt tillgängliga onlinetjänsterna hade ju startat bara 5 år tidigare. Under de följande åren etablerade sig Online Information som en internationell centralpunkt för branschen, där det var självklart att såväl de viktigaste aktörerna som personerna deltog. Nu 27 år senare är branschen inte bara många, många gånger större utan det rör sig också om en "mogen" bransch som inte tycks behöva denna typ av centralpunkt.

T ex tycks det nu definitivt vara slut på Online som den plattform och "*det*" tillfälle aktörerna väljer för sina viktigaste lanseringar. Visst förekommer sådant fortfarande, men inte alls i samma utsträck-

ning som tidigare. De relativt sett ganska få pressreleaser som presenteras är ofta av tidigare datum eller presenterar redan befintliga tjänster, funktioner, etc.

Precis när jag skriver detta nås jag av nyheten att Information Today ställer in sitt National Online Meeting under 2004! National Online Meeting har ägt rum i New York i maj varje år sedan 1980 (och har upplevts som något av en USA-pendang till Online Information) och omformades 2001 till tre smalare evenemang: National Online, KnowledgeNets och e-Libraries. Information Today säger att man ska komma igen år 2005 med ett "reinvented" arrangemang, anpassat till "the new breed of information buyers". Jag kan inte undvika att uppfatta det som ett dåligt omen även för Online Information.

Deltagare

Konferensen samlade närmare 700 deltagare. Av dessa var 27 svenskar, dvs färre än på Online 2002 (34) men fler än 2001 (25). Vi var ungefär jämnt fördelade på offentlig och privat sektor. Antalet TLS-are var bara 13, vilket är en avsevärd minskning jämfört med Online 2002. Då var 25 av oss 34 svenskar TLS-are.

Det kan här vara intressant att illustrera den allt mindre roll Online spelar i branschen genom att titta på hur stor andel av hela onlineanvändarpopulationen (beträffande betaltjänster för yrkesmässigt bruk) som besökte konferensen 2003 jämfört med hur det var 1980 (då jag själv deltog för första gången).

Vid Online 2003 utgjorde de knappt 700 deltagarna (resp de 27 svenska deltagarna) grovt räknat tiondels promille av alla onlineanvändare. Även avgränsat till proffsanvändare (typ du som läser denna rapport!) blir andelen väldigt liten, i storleksordningen några promille. Detta kan jämföras med Online 1980, då de drygt 900 deltagarna utgjorde i runda tal 2 procent av dåtidens onlineanvändare - och de 35 deltagande svenskarna minst 5 % av dåtidens svenska onlineanvändare! En viss skillnad ...

Nåväl, åter till Online 2003 kan sägas att den svenska närvaron generellt sett var tunnare än förra året. På konferensen presenterade Mikael Thorson, InfoSphere, ett paper med titeln "Searching unstructured information sources" (som jag refererar nedan). På utställningen deltog Prenax, ett svenskt företag (med dotterbolag i Frankrike, UK och USA) som administrerar prenumerationer på tidningar och tidskrifter och på det "Nordic International Forum" som anordnades i anslutning till utställningen höll Lars Björnshauge, Lunds universitetsbibliotek, ett föredrag. (Mer om detta nedan). *(Anm: Allt detta sagt med reservation för att jag kan ha missat något. Prenax var med också förra året - vilket jag missade då!)*

Största nation vad gäller konferensdeltagare var som vanligt UK med 247 (i princip samma antal som både 2002 och 2001). Näst störst var, också som vanligt, USA med 62 (förra året 63). Trea var Nederländerna med 43 och fyra Norge med 41 (som därmed precis som förra året var störst i Norden). Därefter kom Finland med 33, Tyskland 30, Schweiz 28, Sverige 27, Frankrike 22 och Danmark 21. Medräknat även de 2 deltagarna från Island bidrog Norden med totalt 124 deltagare, vilket innebar att "vi" återigen var störst i förhållande till folkmängden.

Antalet deltagare från länder utanför Europa och Nordamerika var som vanligt väldigt få, färre än 30. Jag räknade till 12 från Asien, 7 från Australien och 7 från Afrika men ingen från Sydamerika (som vanligt) och Nya Zeeland.

Informationsspecialister ...

Apropå proffsanvändare kan man notera att Online Information precis som många av "innehållsaktörerna" under de senaste åren "återvänt" till informationsspecialisterna. Trenden fram tills dess (dvs strax före sekelskiftet) hade ju annars varit att gradvis allt mer rikta in sig på "slutanvändare". Nu är det helt klart informationsspecialisterna man i första hand riktar sig till. Det här avspeglar sig också

vad gäller utställningen, där t ex "rena" finansiella realtidstjänster som Bloomberg och Reuters inte längre deltar. De senaste årens trend med allt fler aktörer, fr a förlag, som tillhandahåller e-tidskrifter tycks dock ha brutits. Kanske beror det på branschkoncentrationen? Eller på att denna typ av förlagstjänster trots allt inte riktigt platsar på Online?

Måhända motsägelssfullt men ändå noterbart (och kanske ett resultat av generationsväxlingen) är också att Online gradvis fått allt fler "utbildande" inslag (även om ordet "informationspecialist" indikerar annat så är ju en del av dem fortfarande bara "nybörjare", dvs *blivande* specialister). Det gäller inte bara konferensen utan också utställningen, vars många gratisseminarier betecknande nog annonserades under samlingsrubriken "education programme".

Online *är* helt enkelt inte längre platsen där branschens historia, nutid, marknad och användare analyseras och uttolkas och framtiden förutspås. I år upplevde jag inte ens att de närmast föregående årens ansatser till detta längre fanns kvar. Det slår mig också att de höga krav på föredragen som tidigare gällt (i alla fall ännu det år när jag senaste var föredragsgranskare, 1996) inte längre tycks gälla. Dessa krav innefattade bl a originalitetskrav (föredraget skulle presentera ny information och i fall inte sådan som publicerats tidigare), och förbud mot produktpresentation. Nu upplevde jag oblyga exempel på brott mot båda dessa principer.

Branschgurus ...

Förskjutningen från centralpunkt till "vanlig" konferens märks också på ett allt mer sällsynt deltagande från företrädare på "högre" nivå för ledande branschaktörer. Det gäller såväl bland "vanliga" delegater som bland föredragshållare och deltagare i paneldiskussioner. De branschkändisar som förekommer "på scenen" utgörs numera istället av branschkännare av typen frilansare, skribenter och branschgurus. Exempel i år var Marydee Ojala, Mary Ellen Bates, Gary Price, Chris Sherman och Danny Sullivan (men förvånande nog varken Greg Notess och Steve Arnold!). För övrigt är ju även båda konferensordförandena, Martin och Karen, frilansare.

Samtliga är väldigt duktiga - men det är ändå något visst med talare som, förutom att de kan branschen, också är i en sådan position att de i realiteten kan påverka utvecklingen, inte bara uttolka den. Vid Online 2001 deltog t ex såväl Richard Harrington, vd för Thomson Corp., och Derk Haank, då vd för Elsevier Science. Det går inte att komma ifrån att personer i sådana positioner förmår sätta ordentlig "stuns" på de sammanhang de förekommer i. (Visserligen gjorde Dialogs grundare Roger Summit i år en visit på Online men det var inget som egentligen märktes "utanför" Dialog-kretsar.)

2. Utställningen, utställare, lanseringar

Inledning

Som nämnts var antalet utställare ca 250 st, varav merparten "innehållsaktörer". Av de övriga ingick ett 30-tal i CM Europe-delen, som på grund av all uppmärksamhet som arrangören ägnat åt den verkligen kändes snopet liten. Ytmässigt upptog den sådär en tiondel av den totala utställningsytan och den enda något sånär stora montern där innehades, märkligt nog, av Factiva. Jag uppfattar, eller rättare sagt anser, att Factiva är en genuin "innehållsaktör"! Men det är klart, i och med den vikt Factiva lägger på integration, taxonomier, etc så anser man det väl relevant. Fast det avgörande tror jag var att man genom att delta i CM Europe dels fick chansen att bli huvudsponsor för den delen, dels blev utan konkurrens störst bland dess utställare.

I praktiken fanns dock ingen skillnad mellan CM Europe-delen och den övriga utställningen - utom att den förstnämnda fick en egen avdelning i utställarkatalogen - som var två kataloger i en! Den hade nämligen två framsidor, och CM Europe-katalogen nådde man genom att vända upp och ner på

huvudkatalogen! Helt förvirrande eftersom man därmed inte kunde finna t ex Factiva i den sistnämnda. Att det inte var någon egentlig skillnad visades också av att där inledningsvis också listades ca 30 ytterligare aktörer som uppgavs syssla med CM. Bland dessa fanns såväl "innehållsaktörer" som CAS, Dialog och Ingenta som en del av de "reella" CM-aktörerna, t ex Convera och Sirsi, men inte andra, t ex FAST och NextPage. Nej, greppet var inte särskilt lyckat - och det visar också hur "svårdefinierat" CM fortfarande är.

Inslagen av företags-, finans- och affärsinformation höll sig på ungefär samma nivå som förra året., möjligen något mer pga några nya som inte var med då, t ex Standard & Poor's och Perfect Information. Området rättsinformation har nästan helt försvunnit, från att ha varit ett om inte så stort så ändå "noterbart" område för några år sedan. E-böcker märkte man inte mycket av (men knovel och xreferplus var med). Och så fanns det "dolt" hos aktörer som OCLC (netLibrary) och par andra).



Så här såg utställningen i Grand Hall ut när man kom från konferensavdelningen.

Gratisseminarier mm

De gratisseminarier jag tidigare nämnt löpte i så många som sex parallella sessioner under i stort sett hela evenemanget. De bestod av halvtimmes föredrag i speciella "theaters", avskilda montrar, rymmande kanske 50 personer. En del bestod av "miniversioner" av konferensens föredrag (t ex "The future of search" (Chris Cherman), "10 techniques for advanced web searching" (Marydee Ojala) och "The impact of weblogs" (Peter Scott)), men många utgjordes av produktpresentationer, även om en del rubriker typ "Why you need CM", "Selecting CM technology" och "Tackling multilingual content" kunde tyda på annat. Eftersom jag prioriterade konferensen när jag inte besökte utställarnas montrar kan jag inte uttala mig om deras kvalitet. Jag noterade dock att en del sessioner drog fulla hus medan andra attraherade bara få.

I anslutning till utställningen förekom också diverse organisationers (Aslib, CILIP, EUSIDIC etc) sammankomster samt några s k International Forums. Bland de sistnämnda fanns nu för första gången ett "Nordic International Forum", bakom vilket stod Even Flood, Norge. Fyra föredrag hölls, varav det svenska med titeln *"Integration of electronic resources, Sciecom and DOAJ"* av Lars Bjørnshauge, Lunds universitetsbibliotek. Även de andra föredragen var inriktade mot "alternativ publicering", i alla fall delvis. Enligt uppgift deltog mellan 30 och 40 personer.

Det kan f ö nämnas att detta var ett av ganska få inslag på Online 2003 om e-tidskrifter och s k "open access" - detta då till skillnad mot Online 2002, där det verkligen märktes. Jag trodde nog det skulle ta åtminstone samma plats i år. I sammanhanget kan nämnas att det EU-stödda projektet Figaro för "alternativ" akademisk publicering som Lunds universitet deltog i och som presenterades vid Online 2002 nu enligt uppgift har lagts ner i förtid. De förhoppningar som då uttrycktes om att "inom två år" ha realiserat ett fungerande Figaro tycks därmed ha kommit på skam.

För att återgå till utställarna kan sägas att inte heller bland dem märktes e-tidskrifter, länkningar etc lika mycket som förra året (för att inte tala om hur det var åren kring sekelskiftet!). Inget konstigt med det förstås, eftersom sådant numera är moget och "självlklart"! Visst fanns bland utställarna som vanligt Crossref, Ingenta, Springer-Verlag, Swets etc, liksom High Wire Press, Project Muse och andra med åtminstone delvis inriktning mot "open access", men allt detta kändes nu mer nedtonat än tidigare.

Avslutningsvis kan här nämnas att Information Today uppger att av de 100 företag som man anser viktigast i informationsindustrin (och man därför listar i den senaste versionen av dess "EContent 100-lista" på www.econtentmag.com/EContent100/) så var 30 närvarande på Online 2003, nämligen Alacra, Arbortext, British Library, CSA, CAS, Convera, Documentum, EBSCO, Ektron, Elsevier Science, eMeta, Factiva, FAST, FatWire Software, Gale, HighWire Press, Hoover's, IBM, Infotrieve, Knovel, NextPage, Nstein, OCLC, Ovid, ProQuest, Questel-Orbit, Stellent, Swets, Thomson Dialog och Thomson Scientific.

Utställarna

Självklart hann jag inte besöka alla montrar jag önskade - jag bevakade ju också konferensen. Som vanligt var min inriktning "information" och "innehållsaktörer", men pga evenemangets CM-inriktning beslutade jag mig för att också ge CM en chans. Resultatet blev magert. Detta trots att utställarna företrädde en vild flora av applikationer - från e- och webbpubliceringssystem, portalplattformar, sökmotorer med mer eller mindre "intelligens" och verktyg för XML till registrerings- och konverteringstjänster. Jag fann helt enkelt inte särskilt mycket som jag tycker är värt att relatera.

Problemet är att området CM inte är *ett* område - det är ett konglomerat av det jag kallar IT-applikationer. Vad är IT till för - om inte för att "hantera information"! Jag måste erkänna att jag vad gäller t ex webbpubliceringssystem inte fann det särskilt meningsfullt att efter den tredje utställaren gå vidare till den fjärde, femte etc.

Som nämnts är Online inte längre den viktigaste plattformen för aktörernas lanseringar. Därför trodde jag att min redovisning av monterbesöken skulle bli tunnare än tidigare år. Det blev den inte, märker jag nu när jag är klar. Det finns tydligen alltid något att säga! Som en gest till arrangören inleder jag med avsnittet CM (som i alla fall *det* blev tunt). Därefter kommer noteringar från innehållsaktörernas montrar. Sist ett avsnitt med information från främst pressreleaser från några av de utställare jag inte hann besöka.

- Content Management
- Thomson (Gale, Dialog, Thomson Legal & Regulatory Europe, Thomson Scientific)
- EU-kommissionen
- Ovid & Wolters Kluwer
- CSA
- FIZ Karlsruhe/STN, CAS, MATH
- STM i övrigt (Elsevier, IEEE/INSPEC, IOP/Axiom, Questel-Orbit, WilsonWeb, ProQuest, OCLC)
- Affärs, företags- och marknadsinformation i övrigt (Factiva, FT Corporate Solutions, BBC Monitoring, Hoover's/PowerInfo, Alacra, Global Securities Information, Mergent, Hemscott, Standard & Poor's, Kompass, Productscan)
- E-tidskrifter (EBSCO, Swets, Infotrieve, Project MUSE, IBSS)
- Diverse (AIIP, Eusidic, Information Today, thebigword)
- Några övriga utställare (British Library, BvD, CrossRef, EIU, IEEE, Imark, Ingenta, INPI/Plutarque, RDN, Snapshots, Springer-Verlag, Taylor & Francis)

Content Management

Allmänt

Ektron, Inc, nykomling på Online, var den första CM-utställare jag "gav en chans". Ektron (som f ö ingår i EContents 100-lista) tillhandahåller "Web content management solutions" och man riktar främst in sig på mindre företags behov. Företagets produkter stöder "popular Web application server environments as ASP, ASP.Net, ColdFusion, and PHP, as well as by adding RSS content syndication

features. Ektron also offers XML-based authoring and editing tools that make it an affordable way to create, publish, and reuse Web content". Den minsta kostnaden för att starta en webbplats med Ektrons produkter är ca 25.000 kr. Ektron startade 1998, är verksamt i både USA och UK, har 50 anställda och har "flera tusen" kunder.

Inte mycket att relatera, väl? "Problemet" är som jag upplever det finns hundratals, eller kanske tusentals, företag med liknande utbud. Nåväl, efter att jag besökt Ektrons monter tittade jag in i några andra "liknande" CM-utställares montrar, med namn som **ThingsPrime**, **Tmg** ("site architecture") och **Docmatix** (business process content management, Documentum-konsult ..) men fann inget värt att relatera här.

Bland andra jag inte ens försökte mig på fanns betr e-publicering, hantering av information på webbplatser, webblösningar, mjukvaror av olika slag, mm dels utställare med för mig okända namn, som t ex **WebPac**, **Sitekit**, **Sift**, **SmarterWeb/Codekko Software** och **Softwin**, dels några mer kända, som t ex **FatWire**, **Ixiasoft**, **KonnectSoft**, **Softlink Europe Stellent**, **Stilo** och **SydneyPlus** - för att inte tala om **Documentum** (som ju nyligen köpts av EMC) och **Red Hat** (de med Red Hat Linux, vad nu de gjorde där).

Apropå kända namn fanns **IBM** med på Online för första gången. Det fick mig att besöka deras monter, som ingick i CM Europe-delen. Och visst har IBM produkter inom CM! Hur mycket som helst nästan! Kanske var det därför personalen i montern gjorde ett lite vilset intryck? De tycktes inte veta riktigt vad de skulle presentera men nämnde i alla fall några ord om DB2 och i synnerhet DB2 Content Management Express Edition, som enligt pressinformationen "delivers a powerful robust content management solution, priced for smaller organisations with quick installation".

"Söksystem" mm

Bland sådana "CM"-företag som mer direkt berör området online- och informationssökning fanns tre av de större vad gäller IR och fulltextsökning, nämligen dels **Convera** och **NextPage**, dels **FAST (Fast Search and Transfer)**. FAST, som var med på Online för första gången, är det norska företag som startade webbsökmotorn AlltheWeb (1997). Efter att under det senaste året först ha sålt AlltheWeb till Overture, sedan av samma företag förvärvat "enterprisedelen" av Altavista, är FAST nu helt inriktat på "enterprise"-sökmotorbranschen. Och där har man lyckats bra och man har bland sina ca 500 kunder t ex sådana som amerikanska staten (FirstGov) och Elsevier (Scirus, LexisNexis). Med sitt "arv" som webbsökmotor har söksystemet FAST visserligen varit prestandamässigt mycket bra men samtidigt saknat vissa viktiga sökfunktioner. Detta rättas emellertid till i och med den nya version 4.0 av FAST som lanseras nu i början på 2004. Den erbjuder i princip allt man kan begära av ett avancerat IR-system, inkl. avancerad närhetssökning och "wildcard"-funktioner. Andra utställare med söksystem var **dtSearch** och **Mondosoft**, där den sistnämnda - ett danskt företag - också var med på Online för första gången.

Några övriga utställare av relevans vad gäller "söksystem" var **Nstein** ("extraherar metadata", "hantear sökning i ostrukturerad information"), **Hyperspheric** (bl a "terminology server" och "hantering av metadata"), **iLevel** (bl a automatisk klassificering, intelligens, sökmotor), **MuseGlobal** ("metasearch"), **Solcara** (samtidig sökning i intern och extern information; nyttjar statistisk och lingvistisk analys), **View-Based Systems** (kategorisering/visualisering) och **Crossnet** ("searching across multiple databases", implementering av Z39.50, har deltagit i ONE-2).

Sirsi var med på Online för första gången, dock inte för att marknadsföra sitt bibliotekssystem utan för att visa upp sina "Context Management"-lösningar: Sirsi Single Search, Sirsi Resolver och Sirsi Rooms (ny). **Cogenta** visade upp ett mediabevakningssystem.

Thomson

Thomson ståtade som nämnts med den största montergruppen på Online. Där förevisades i olika montrar **Gale**, **Dialog**, **Thomson Legal & Regulatory Europe** (*Sweet & Maxwell*, *ELLIS Publications*, *GEE Publishing*, *Westlaw International*, *Westlaw UK* och *Lawtel*) och **Thomson Scientific** (*Current Drugs*, *Delphion*, *Derwent*, *ISI*, *ISI ResearchSoft*, *Techstreet* och *Wila-Derwent*). Jag noterade inte särskilt många helt nya produktlanse-
ringar - men Thomson har ju ändå en hel del att visa upp, om man säger så!

Gale fokuserade på nyheter från i som-
ras/höstas (och som jag skrivit om i
höstens nyhetsbrev), nämligen Gale
Virtual Reference Library (som ger
bibliotek möjlighet att skräddarsy egna
kollektioner av e-böcker/referensverk
bland totalt 117 st) och Eighteenth
Century Collections Online (med
150.000 engelskspråkiga m fl titlar
som tryckts i Storbritannien under
perioden 1701-1800.



Dialog fokuserade i första hand sin närvaro på Online på "recently launched information integration tools", dvs Dialog Portals och Dialog API. Båda är beskrivna i nyhetsbrev 2003:6 så det upprepar jag inte här. I andra hand fokuserade man på Dialog Profound och Dialog NewsEdge. Men givetvis visades övriga delar i produktutbudet också upp.

Thomson Legal & Regulatory Europe hade, trots att det var en samlingsmonter för ett flertal produk-
ter, en mycket nedtonad framtoning - dvs helt i linje med den i övrigt mycket tunna närvaron av rätts-
information på årets Online. (Kanske visste Thomson på förhand att LexisNexis inte skulle vara med -
och förstod att Wolters Kluwer som vanligt knappast skulle föra fram sina tjänster inom rättsinforma-
tion?). När jag frågade efter information om Westlaw så monterpersonalen nästan lite frågande ut.
Jag fick i alla fall svar på min fråga om eventuellt kommande sammanslagningar av produkter i det
stora utbudet: nej, några sådana planer finns inte. Produkterna är helt enkelt väldigt olika och har olika
målgrupper. T ex synes Lawtel allt mer riktas in mot att utgöra en källa för nyheter och färsk rätts-
information.

Thomson Scientific presenterade två nyheter som var helt "färska". Den första var WPI First View
från Derwent, som är ett komplement till WPI Index och avser att ge snabbt information om patent
från dels de 16 "viktigaste" länderna, dels från andra länder i urval. För att uppnå snabbheten till-
handahålls informationen i obearbetad form. (Även STN annonserade denna tjänst). Den andra var
eFirst Technology från Thomson ISI för ISI Current Contents Connect. eFirst ger tillgång till biblio-
grafisk information från tidskrifter innan de är publicerade. En speciell id-märkning gör att själva
artikeln kan beställas även innan tidskriften är färdigställd (och alltså inte pagineringen klar). Därtill
presenterade Thomson Scientific sin Century of Science (som även den är beskriven i nyhetsbrev
2003:6). Det rör sig om ett "komplement" till ISI Web of Science och utgörs av referenser till den
"viktigaste" litteraturen 1900-1994: ca 850.000 artiklar i 200 tidskrifter. Arbetet pågår under 2004 och
samlingen öppnas 2005.

EU-kommissionen

EU-kommissionens (under samlingsnamnet "EU On-Line") och **EPOs** montrar täckte tillsammans
ungefär lika stor yta som Thomsons. Det ger i alla fall en indikation på EUs ambitiösa satsningar vad

gäller "information". Ty de *är* ambitiösa. Ett resultat är att det (tidigare) så splittrade utbudet av elektronisk information samordnas allt mer - eller i alla fall blir allt mer samlat tillgängligt. Och "tjänsterna" blir allt mer användarvänliga. Exempel är EUROPA-portalen (europa.eu.int) med EU-kommissionens nyheter, aktiviteter, institutioner, dokument mm, portalen EUR-Lex (europa.eu.int/eur-lex) för EU-kommissionens rättsinformation (fr o m i sommar inkl hela CELEX i gratisversion) och CORDIS (www.cordis.lu) för information om kommissionens forskningsverksamhet. Och så något jag inte hört talas om förut, nämligen "Register of Council Documents" (register.consilium.eu.int) som f n består av bibliografiska uppgifter om ca en halv miljon "Council"-dokument på 11 språk. (En plump i protokollet dock för monterpersonalen som precis "som vanligt" bara kände till sitt eget "smala" gebit. Mina frågor om hur det går med att samla "all" EU-statistik i ett system (Eurostat i all ära ...) fick därför inget svar).



Del av EU-kommissionens långa monter.

Ovid & Wolters Kluwer

Ovid presenterade både "gamla" och nya nyheter. Alldeles nytt var Ovids PayPerView Service, vilken öppnades just när Online startade. Den gör det möjligt även för icke Ovid-abonnenter att köpa funna artiklar i fulltext. Också nytt var IEEE Biomedical Library, som är IEEEs första "paketering" av artiklar inom ett ämnesområde snarare än publikation(er). Här ingår över 40.000 dokument från både IEEE (Institute of Electrical and Electronics Engineers) och IEE (Institute of Electrical Engineers), hämtade ur 130 tidskrifter, 350 konferenser, standarder mm. Den finns online vid Journals@Ovid.

Känt sedan tidigare var att Journals@Ovid integrerats i Microsoft Office 2003. Känd var också Ovid LinkSolver, som ju lanserades tidigare i höstas. Produkten sades nu ha valts av ett stort antal institutioner i Europa. Den kräver till skillnad konkurrenternas produkter ingen egen programmering i t ex PERL för att länka till önskade resurser - detta pga att LinkSolver körs vid Ovid.

Även om varumärket SilverPlatter inte syntes på Online så fortsätter Ovid med CD-ROM; ännu finns god efterfrågan. I sammanhanget kunde jag förstås inte låta bli att fråga hur man kommer att agera med anledning av att CSA drog tillbaka sina databaser från såväl Ovid som SilverPlatter. Tja, här fick jag ett litet uppgivet svar (för en gångs skull; annars upplever jag att Ovid har en ganska "aggressiv" framtoning): "det är ju inte så mycket att göra åt det, utan vi får försöka expandera övriga databaser så att de ersätter så mycket som möjligt av bortfallet". Helt klart är Ovid ganska "sura" på CSA för deras agerande.

(Anm: Ovan nämnde jag ett samtal jag hade med en DIMDI-bekant på Online. Eftersom han i samtalet nämnde att DIMDI går lite knackigt frågade jag om de inte funderat på att förbättra läget genom att samarbeta med någon annan onlinetjänst med delvis liknade inriktning (medicin/biomedicin etc), t ex Ovid. Överraskande nog fick jag svaret att det är på gång! Start nu under 2004. Allt detta sagt med reservation för missuppfattningar! /Lars)

Wolters Kluwers andra monter var lika stor som Ovids - men så när som på en bords-/stolgrupp var den nästan tom. Och inte kunde man ge så mycket information om sina produkter inom rättsinformation - men så ingår de inte heller in något gemensamt utbud eller gemensam tjänst.

CSA

CSA, Cambridge Scientific Abstracts, upplever jag som synnerligen aktiva. Det gäller speciellt nya databaser för sin onlinetjänst IDS (Internet Databas Service) men även annat, t ex fulltextlänknings (till Ingenta, JSTOR, LINK, MUSE, EBSCO, Swets och 20 andra). Man erbjuder också tillgång till Web Resources Database som består av uppgifter och och länkar till 260.000 utvalda och indexerade "vetenskapliga" resurser på webben.

Med anledning av CSAs tillbakadragande av sina databaser från onlinetjänst efter onlinetjänst, nu senast (?) Ovid/SilverPlatter förhörde jag mig lite om deras strategi betr IDS. Svaret var att ambitionen är att dels i så stor utsträckning satsa på egna databaser (t ex genom förvärv), dels att inte riskera att "utarma" tjänsten genom att låta andra, konkurrerande, tjänster ha CSA-databaser. När jag undrade om inte Compendex skulle platsa i utbudet så blev svaret att det inte var aktuellt pga producentens "prohibitive prices". (Å andra sidan produceras ju CSA Technology Collection i samarbete med Engineering Information ...).

Antalet databaser på IDS är drygt 60 st. Den senaste i raden, Eartquake Engineering Abstracts, som annonserades dagen innan Online blev "tyvärr" omedelbart aktuell med tanke på jordbävningen i Iran i slutet av december. Inom området teknik har man skapat "mega-databasen" CSA Technology Research Database, som består av CSA Materials Research Database, CSA High Technology Research Database och CSA Engineering Research Database, med totalt 5.5 miljoner referenser. CD-ROM har CSA bara lite kvar av, men det undviks i möjligaste mån. Antalet "institutionella" kunder till IDS uppgavs vara över 1.500, bland dem svenska Teknologibiblioteken. PrioInfo är svensk återförsäljare. Om jag uppfattade rätt har CSA har ca 400 anställda, varav ca 200 arbetar med onlinetjänsten och databaserna.

FIZ Karlsruhe/STN, CAS, MATH

STN visade framfötterna på Online. Bland de nyheter som visades i ***FIZ Karlsruhe/STN***s monter fanns för det första patentinformation, nämligen den nya referensdatabasen FRANCEPAT från INPI (franska patent), två nya fulltextdatabaser för 2004: FRFULL (franska patent) och GBFULL (brittiska patent), och "fast-alering"-tjänsten WPI First View från Thomson Derwent. WPI First View är ett komplement till WPI Index och erbjuder patentinformation från dels de 16 "viktigaste" länderna, dels från andra länder i urval, i *obearbetad* form - för att man så snabbt som möjligt ska kunna ge användarna tillgång till informationen. (Anm: Denna tjänst förevisades givetvis också av Thomson).

För det andra visades STN Express with Discover! 7.0, en ny version av Windowsprogramvara, vilken bland annat kan automatiskt analysera och visualisera sökresultat och t ex generera tabeller och diagram. Denna produkt visades f ö också av **CAS**, som hade en egen (stor!) monter (där man också visade SciFinder mm). För det tredje "visade" man också upp sin nya vd Sabine Brunger-Weiland och hennes aggressiva målsättning: att göra FIZ Karlsruhe största onlinetjänst i Europa inom teknik och vetenskap. För det fjärde ... nej, nu får det räcka. Av FIZ Karlsruhe ca 300 anställda arbetar 115 med onlinetjänsten.

I FIZ Karlsruhes monter träffade jag också på chefredaktören för Springer-Verlags ***Zentralblatt MATH*** och fick då reda på att databasen innehåller så många som 1.8 miljoner referenser inom matematik mm - och 75.000 tillkommer årligen. Zentralblatt MATH är kärnan i en kommande paneuropeisk databas inom matematik, vilken utvecklas i ett projekt benämnt LIMES. Det koordineras av EMS och FIZ Karlsruhe och deltar gör CNRS, VINITI m fl. ZMATH kan nås via www.emis.de/ZMATH.

STM i övrigt

Elsevier hade som nämnts en ganska liten monter (i alla fall i förhållande till företagets storlek). Där presenterades *ScienceDirect*, *MD Consult*, *EMBASE.com*, *Engineering Village 2*, *ChemVillage*, *Endeavor's LinkFinderPlus*, *Scirus* och *MDL*. Jag fann inga nyheter vid mitt monterbesök. Inte heller lyckades jag finna något sedvanligt "presspack" ens i pressrummet. Nåväl, enligt "reklamen" på utställningens webbplats ska ScienceDirect under 2004 lansera en "online book series" och EI Village 2 utvidgas nu i dagarna med dels Engineering Index Backfile (1.8 miljoner referenser 1884-1969), dels databasen NTIS (U S National Technical Information Service).

Gammal är äldst, heter det. Att det åtminstone gäller databasveteranen **INSPEC** visades på Online, där producenten **IEE** lanserade ett flertal nyheter. Under 2004 kommer INSPEC att utvidgas med Section E: Manufacturing and Production Engineering (vilket bl a innebär bevakning av 200 nya tidskrifter), med Science Abstracts 1898-1968 (som hittills bara funnits i tryckt version) och en miljon nya fulltextlänkar (m h j a DOI). Man annonserade också att IEE ska förse The American Institute of Physics (AIP) med information för bevakningstjänsten för fysiker AIP Scitation Alerts, som ska starta i april. Slutligen passade **IEE** på att på Online för första gången visa sin nya "webcasting"-tjänst. Den kommer att presentera olika typer av evenemang (t ex nästa gång d 24/2 live-debatten "Programmable Logic vs ASIC vs Gate Array"). Större delen av IEEs intäkter för användningen av INSPEC kommer från onlinetjänsterna. (Anm: Jfr det jag skrivit om *Axiom* och *EBSCO*. Uppenbarligen kan det gå att få lönsamhet i att distribuera sin databas via andra - men då gäller det att det rör sig om någon av de mest använda).

Beträffande **Institute of Physics Publishing** (IOP) intresserade jag mig bara för dess onlinetjänst **Axiom**. För några år sedan tolkade jag det som att man hade ganska stora ambitioner vad gäller att utvidga tjänsten, men sedan våren 2002 då man utvidgade det dåvarande utbudet Inspec, Compendex och Derwent WPI med Polymer Library/Rapra har jag inte sett något nytt - utöver "delmängden" Photonics ur Inspec. Man har inte heller några planer på att utvidga. Jag erfor nu att det beror på att man anser det svårt att få nya kunder och expandera användningen - samtidigt som det inte är särskilt lönsamt att tillhandahålla andras information; man får helt enkelt för lite i provision från databasproducenterna. Av IOPs ca 200 anställda ägnar sig 4-5 personer åt Axiom. I övrigt är det alltså de egna tidskrifterna (fn 36 st; ska utökas till 40 st fram till år 2005) som står i förgrunden.

Questel-Orbit fortsätter enträget sin satsning på patent och varumärken. Och utbudet är imponerande: det rör sig om ca 90 databaser, varav QPAT/PlusPat ensamt täcker över 40 miljoner patent från 70 länders patentmyndigheter. Men flera av de stora välkända finns också med i utbudet, t ex CA Search, Compendex, INSPEC och PASCAL. Man erbjuder frikostiga möjligheter att beställa patent i fulltext och PDF från världens alla hörn via sin tjänst PDS. På Online presenterade man resultatet av sitt samarbete med Anacubis för visualisering av sökresultat i QPAT. En för Online 2003 helt ny nyhet var ett samarbete med Lingway för att, som jag förstod det, på sikt kunna erbjuda en snabb "analys" av innehållet i (och kanske sammanfatta) patenttexter med hjälp av lingvistiska metoder.

H.W. Wilson med sin onlinetjänst **WilsonWeb** presenterade som nyheter "Humanities & Social Sciences Retrospective: 1907-1984" (ca 1.1 miljoner indexerade referenser från nära 1.200 tidskrifter), "Book Review Digest Plus" (vilket är en väsentligt utökad Book Review Digest, som nu täcker 500.000 böcker med 1.2 miljoner "reviews" samt 97.000 artiklar i fulltext - från 5.000 tidskrifter m fl) och "Bibliographic Index" (272.000 bibliografier från böcker mm samt 2.800 periodika). Helt nytt och som lanserades på Online var ett avtal med Ingenta om länkar (SFX) från referenser i WilsonWeb till fulltext i Ingenta. Kunder som inte har abonnemang på Ingenta kan köpa artiklar styckvis. Wilson har sedan tidigare ca 20 länkavtal, bland vilka några av de senaste är med JSTOR och CSA. I början av 2004 kommer "Index to Legal Periodicals Retrospective: 1918-1981" (indexerade artiklar från 500 periodika). Drygt 50 databaser ingår i WilsonWeb men bara få kunder (bland dem universitetssektorn i USA) abonnerar på hela utbudet. Det samarbete man sedan i somras har med PrioInfo beskrevs som "quite successful" och påpekade speciellt att PrioInfo även når andra än universitetsbibliotek, t ex

företag. H.W. Wilson har ca 500 anställda, varav så många som 200 arbetar med indexering (vilket var förlagt till Irland om jag uppfattade det rätt).

ProQuests monter hann jag bara besöka helt kort. Där väcktes min uppmärksamhet av en broschyr om Knoweurope. Jag trodde nämligen att denna tjänst, som lanserades för (tror jag) 4 år sedan och som ger samlad tillgång till information relaterad till EU-kommissionen, inte överlevt i konkurrens med EU-kommissionens egna stora utbud. Men Knoweurope finns alltså kvar. Licens kostar 40.000-50.000 kr per år.

OCLC presenterade inget nytt. Man marknadsförde sina välkända FirstSearch och WorldCat (med 52 miljoner poster, varav 2 miljoner nu också finns sökbara via Google). OCLC var en av få utställare vid sidan om de (få) rena e-boksaktörerna som nämnde e-böcker; naturligtvis netLibrary. Så fick jag reda på att OCLC i USA består av ca 1.000 personer. I Sverige representeras OCLC av PrioInfo.

Affärs-, företags- och marknadsinformation i övrigt

Factiva, som enligt Information Today hade utställningens bästa monter, presenterade inget direkt nytt utan återupprepade höstens nyheter om att man integrerat Factiva i MS Office 2003 och att man samarbetar med IBM kring IBMs produkt för textanalys WebFountain. Eftersom jag hört rykten om att Factiva brutit det samarbete kring innehåll man inledde med tyska onlinetjänsten GENIOS (som drivs av Handelsblätt) för jämnt två år sedan så frågade jag om orsaken. Jag fick inget svar i montern men hörde av andra att man helt enkelt varit oense om villkoren. Factiva marknadsförs i Sverige av tre personer, varav två (som båda anställdes i höstas) är stationerade i Stockholm och en finns i London.



Factivas monter syntes väl.

FT Corporate Solutions. Ja, så benämnde Financial Times de produkter som visades på Online. Här fanns bl a Web Content Solutions (ger möjlighet att nyttja information från FT på den egna webbplatsen) och Intranet Content Solutions (nyheter från FT till det egna intranätet). Jag intresserade mig dock för FT Global Media, dvs den "högsta" nivån i FTs "onlinetjänst" för affärsinformation - och den som vid Online 2001 lanserades som FT Pro. FT Global Media kan närmast beskrivas som en "mini-Factiva" - nyheter, arkiv, företags- och marknadsinformation, bevakningsfunktioner etc men inte lika stor och baserad på färre källor, "bara" 1.300. Vid en egen test upplevde jag att en stor del av artiklarna är från FT. FT Global Media kostar i storleksordningen från 13.000 kr per år. Abonnemang på en "lägre" nivå ("FT in-depth plus") med bl a information om 18.000 företag och nyheter från 500 källor kostar ca 2.500 kr per år. Totalt uppgavs FT.com ha 800.000 abonnenter.

BBC Monitoring har varit med på Online förut men jag har aldrig besökt deras monter. Tjänsten startades av brittiska staten redan 1939. Verksamheten baseras på bevakning av över 3.000 källor runt om i världen - från offentliga talesmän till obskyra radiostationer. Till skillnad mot andra tjänster som berättar hur många "källor" de har så nyttjas här informationen som underlag för en "redaktion" på 500 (!) personer som skapar de nyheter som tillhandahålls av BBC Monitoring. Tre abonnemangsbaserade tjänster erbjuds: BBC Monitoring Online (databas tillgänglig online för sökning), International Reports (skraddarsydd bevakning och rapportering via e-mail) och Global Newline (daglig e-mail-rapport från region eller inom ämnesområde). Priser varierar från 11.000 kr till 70.000 kr per år (för allt).

Hoover's Online representeras i Europa av **PowerInfo**, ett litet företag med 10 säljare och kontor i London. De representerar även Skyminder, dock bara i UK. (Anm: Skyminder, som var en intressant nykomling på Online 2001, saknades på Online 2002 och var inte med i år heller). Eftersom Hoover's

köptes av D&B för jämnt ett år sedan undrade jag om/när Hoover's ska "integreras" i D&B. Power-info-folket sade sig i alla fall inte ha märkt några tecken på detta utan trodde att D&B kommer att låta Hoover's leva vidare separat eftersom man har så olika täckning och vänder sig till så olika kundgrupper.

Alacra riktade vad gäller nyheter främst in sig på Alacra Links, som kom i somras. Det är en webbaserad "plattform" som gör att en administratör kan "integrera" länkar till olika typer av information i CRM/CM-system, portaler eller intranät. Informationen kan ugnas av information på webben eller information i Alacras databas. När en användare klickar på en länk för textinformation om ett visst företag genereras en sökfråga till Alacra, som svarar med en uppsättning relevanta länkar med information om företaget ifråga. Alacras "flaggskepp" är Alacra Book, en rutin som sammanställer information från flera källor och skapar en fil i PDF om ett företag (man har uppgifter om 32.000) eller land. Alacra nyttjar information från ca 120 källor, bl a D&B, Moody's, LexisNexis, Snapshots (ny), Standard & Poor's (ny) och Oxford Analytica (ny). Men smakar det så kostar det: abonnemang kan kosta 25.000-150.000 kr per månad. Möjlighet att köpa enstaka "böcker" finns; kostar sådär 700-3.500 kr/st. Alacra startade 1996 och har kontor i New York (ca 90 personer) och London (25 personer). Man har sälj-/kundbesök i Sverige ca varannan vecka.

Global Securities Information, GSI, är mest känd som källa till USA-bolagsinformation och sin version av LiveEDGAR. Men jag fick nu lära mig att denna onlinetjänst ger tillgång till mycket mer företagsinformation än så, bland annat över 113.000 årsrapporter från företag i mer än 100 länder, en ständigt aktualiserad databas över sammanslagningar och förvärv, pressreleaser, börsinformation, mm. Förutom abonnemang finns pay-as-you-go-möjlighet till en kostnad av ca 15 kr per minut efter påloggning, som kostar ca 80 kr. GSI har ca 175 anställda.

Mergent, som tillhandahåller affärs- och finansiell information om 15.000 USA- och 20.000 icke-USA-företag online, presenterade inget direkt nytt. Möjligen då att man hade öppnat ett kontor i London under året. Informationen hämtas - som namnet antyder - från ett antal källor, bl a D&B, Reuters, offentliga register mm. Informationen bearbetas och sammanställs av ca 300 egna analytiker i USA. Främsta konkurrens är Bureau van Dijk. Man har kunder inom alla områden, inkl högskolesektorn (för vilka man tillämpar s k "academic fee"). Bland kunderna finns British Library.

Hemscott presenterade en del nytt, bland annat den nya tjänsten Company Guru för smidig åtkomst till information om företag i UK (inkl nyheter, personer etc), möjlighet att i Hemscott Data Select söka befattningshavare i storföretagen i UK och - lite förvånande för Hemscott, som man förbinder med företagsinformation - ett CM-system kallat Hemscott eCommunicates, avsett för kundernas hantering av sin egen information på den egna webbplatsen.

Standard & Poor's - som faktiskt var med på Online för första gången - presenterade tjänsten CreditWeek, som erbjuder analyser av och kommentarer till händelser och företeelser som kan påverka företagets värde. I montern fick jag veta att S&Ps största produkt vad gäller abonnemang är RatingsDirect (kreditvärdighetsinformation i realtid), att man har ca 5.000 anställda, varav i London ca 500 och i Stockholm ca 20. Om jag förstod det rätt är det företagen själva som anmäler att man vill bli värderade; fn ingår drygt 100 svenska företag. S&P ägs av McGrawHill.

Kompass visade att CD-ROM fortfarande lever (CD-ROM är ju annars ingen vanlig "syn" på Online numera). Jag fick uppfattningen att detta faktiskt fortfarande är det främsta mediet vad gäller försäljningen av deras databas(er). I övrigt gäller webbåtkomst (som är under stark tillväxt) och de tryckta "registren". Kompass ger information om 1.8 miljoner företag i 74 länder. Det är gratis för företagen att ha sina uppgifter i Kompass - men de som annonserar listas först på träfflistor mm. På webben är en del av informationen gratis att nyttja. Verksamheten kring Kompass bedrivs på franchisingbas.

Productscan Online lanserade sin nya version av sin databas med produkt-/marknadsinformation. Den består av över 200.000 "reports" om över en halv miljon konsumentprodukter inom områden som mat

och dryck, hälso- och kroppsvård, hushåll och husdjur. Bl a ingår bevakningsfunktioner. Årsabonnemang kostar ca 70.000 kr. Abonnemang på den tryckta "alerts" kostar ca 5.000 kr per år.

E-tidskrifter mm

Med **EBSCO** diskuterade jag företagets ambitioner vad gäller databaser och onlinetjänst (EBSCOhost), delvis med anledning av EBSCOs köp av Cinahl i höstas och flera andra databaser tidigare under året. Jodå, man har ambitioner inom båda områdena. Trenden hos EBSCO är, liksom allmänt i branschen, att sträva efter egenproducerade databaser (det lönar sig dåligt att tillhandahålla andras) och samtidigt undvika att låta dem finnas vid andra onlinetjänster (eftersom det "utarmar" användningen av den egna onlinetjänsten). Text ska Cinahl bara tillhandahållas via EBSCO. (Anm: Jämför det jag skriver i anslutning till bl a Axiom och CSA om trenden beträffande andras databaser online! /Lars). Ett par nya databaser kommer att lanseras i vår. Sedan 2 år har man en speciell sälj/kontaktperson för Sverige, dock inget kontor. Svenska folkbibliotekens konsortiesamköp KULDA har nyligen tecknat avtal om EBSCO Novelist (recensioner, bokreferat mm vad gäller skönlitteratur). EBSCO marknadsförde på Online också sin tjänst MetaPress, en publiceringslösning som f n nyttjas av närmare 40 förlag. Bland dem finns Springer-Verlag (SpringerLink).

Swets Information Services hade valt Online som platsen för den officiella lanseringen av sitt nya namn. I övrigt berättade man i stort sett om sådant jag redan redovisat i höstens nyhetsbrev, bl a förvärvet av W.H. Everett & Sons tidskriftsförmedling (som nu har integrerats i Swets system) och att man lanserat ALPSP Learned Journals Collection (ALJC) med (fn) 277 tidskrifter från 28 förläggare. ALJC tillhandahåller en "paraplylösning" inkl licensiering, prismodell och distribution för tidskrifter från små och medelstora icke-kommersiella förlag. Bakom står Association of Learned and Professional Publishers (ALPSP) för icke-kommersiella förlag, Swets och Extenza. Bland de 28 förläggarna finns Kungl. Vetenskapsakademien. (Senare har meddelats att bland de första fem ALPSP-abonnenterna finns Umeå universitet). ALJC är tillgänglig via SwetsWise, som idag har över 13 miljoner sökbara referenser med länkar till fulltext. Till skillnad mot konkurrenten EBSCO synes Swets inte ha ambitioner vad gäller att bli en onlinetjänst utan koncentrerar sig på kärnområdet "kvalificerad förmedlare av information". Som bekant är Swets väl representerat i Sverige.

Infotrieve presenterade inget egentligt nytt utan berättade bland annat om höstens nylansering av TheScientificWorld (TSW), vars tillgångar man köpte i januari (2003), och dess onlinetidskrift TheScientificWorldJOURNAL och tjänst för enstaka artiklar sciBASE. Infotrieve har ca 100 anställda i USA, 15 i Tyskland och 15 i Australien.

Project MUSEs "tjänst" för online åtkomst till tidskrifter inom humaniora, socialvetenskap och konst från f n ca 30 icke-kommersiella förlag kommer under 2004 att tillföras 36 nya tidskrifter. Idag ingår närmare 250 st. Bakom Project MUSE står John Hopkins University Press och i Sverige kan tillgång till tjänsten erhållas via PrioInfo.

International Bibliography of the Social Sciences, IBSS, lanserade en stor utvidgning av antalet länkar till artiklar i fulltext vad gäller IBSS via BIDS. Det rör sig om artiklar i 1.000 tidskrifter. I IBSS ingår drygt 2 miljoner referenser till artiklar i 2.700 tidskrifter samt böcker mm fr o m 1951 och finns online vid BIDS, CSA och Ovid. BIDS-versionen är fritt tillgänglig vid högskolor i UK. Företagsabonnemang kostar 20.000-40.000 kr per år.

Diverse

Jag har aldrig tidigare besökt **Association of Independent Information Professionals, AIIP**, monter. Organisationen har ca 700 medlemmar, främst fristående informationsmäklare/informationssökare. Några av dessa är svenska. Ett medlemskap kostar 2000 kr per år och ger bl a exponering i AIIPs

databas (som nås via www.aiip.org). På Online marknadsförde AIIP sitt "referral program", vilket innebär att kunder/frågeställare efter att ha beskrivit sitt uppdrag/projekt inom 1-2 dagar erhåller tips på upp till 3 lämpliga informationsmäklare. Därefter är det upp till kunden att välja - eller låta bli. AIIP stöds av Factiva.

Apropå organisationer besökte jag också **EUSIDICs** monter. Eftersom jag själv upplever att dess roll numera är begränsad till att vara konferensarrangör snarare än som en organisation som aktivt agerar för att tillvarata medlemmarnas ("informationsspecialister och deras organisationer") intressen frågade jag ordföranden Johan van Halm om hur det är med detta. Han berättade då att en uppryckning faktiskt är på gång. T ex har en ny sekreterare nyligen anställts.

Information Today ställde också ut på Online. Dess monter var flitigt besökt av åtminstone de "egna" branschkändisarna (Marydee Ojala, Paula J Hane m fl). I montern noterade jag hur gigantiskt tjock Fulltext Sources Online blivit. Men så förtecknar den också 21.000 tidningar, tidskrifter mm och deras "fulltextnärvaro" vid 29 onlinetjänster (från DataStar till WilsonWeb). Årsprenumeration (två kompletta upplagor samt online tillgång) kostar ca 1.500 kr. Ett enstaka ex kostar ca 1.000 kr.

Slutligen kan här som ett exempel på udda utställare nämnas **thebigword**. De har varit med tidigare men jag har aldrig sett deras monter. Företaget erbjuder översättningstjänster inom en produktsvit kallad TransManagement Solutions. Förutom ren översättningsservice (på "distans", med leverans inom t ex någon dag) finns möjlighet för en kund att bygga upp en egen "erfarenhetsbank" som gör att tidigare översättningar av relevans automatiskt kan återanvändas.

Några övriga utställare

Här följer lite information (i alfabetisk ordning) hämtad från främst pressreleaser om några av de utställare jag inte hann besöka.

British Library lanserade sin nya tjänst Secure Electronic Delivery Service. Den erbjuder elektronisk leverans av vilket som helst av över 100 miljoner dokument inom två timmar. Tjänsten, som har kostat närmare 30 miljoner kr att utveckla, är baserad på PDF och skanningteknik från Relias International.

Bureau van Dijk presenterade bl a om en av sina senaste nytillskott, nämligen den "nordiska" produkten ODIN. Den innehåller uppgifter om 600.000 företag i Sverige, Danmark, Finland och Norge. Även nyheter och marknadsinformation ingår. Jag kan inte låta bli att imponeras över hur aktiva BvD är. Ett tecken på det är att man nu i januari 2004 öppnar sitt femtonde kontor i Peking. Av de övriga är 4 belägna utanför Europa.

CrossRef berättade att man fr o m 2004 inte längre kommer att ta ut avgiften (4.000 kr) för anslutna bibliotek.

Economist Intelligence Units nyhetstjänst ViewsWire för kontinuerliga affärs-/marknads-/politiska etc nyheter från hela världen (över 500 per dag) förses nu med nyheter även från FT News (Financial Times News).

IEEE (Institute of Electrical and Electronics Engineers) berättade förstås om det där med att man låtit Google indexera referenser inkl sammanfattningar till sina nära 1 miljon dokument (artiklar, standards mm). (Anm: Se även nedan hur detta kommenterades på konferensens "Eureka forum". /Lars)

Imark, dvs arrangören bakom Online, lanserade den "virtuella" utställningen "Online Information Online". Den öppnar i mars och där ska finnas allt från "riktiga" monstrar och "papers" till kontinuerligt uppdaterade nyheter om/från utställarna. (www.online-information.co.uk/online).

Ingenta var förstas där. Bland det man presenterade var den nya webbtjänst man utvecklat åt Oxford University Press. Det är Oxford Scholarship Online, som ger online tillgång till 700 böcker inom humaniora och samhällsvetenskap.

Franska "portalen" **INPI Plutarque** (med franska, europa- och internationella patent och varumärken) ger nu möjlighet till dels sökning med användning av naturligt språk, dels "bilsökning" bland 600.000 varumärkeslogotyper och "bilder" på produkter med viss design. Via en jämförelse med av användaren angivna bilder kan liknande bilder sökas. Funktionaliteten möjliggörs av programvaran LTU, som utvecklats vid INPI i samarbete med Lingway och Jouve.

Research Discovery Network (RDN) var återigen med på Online. RDN är den nationella portalen i UK för olika ämnesportaler (ALTIS, Arifact, BIOME, EEVL, GEsources, Humbul, PISgate och SOSIG). Bland dessa informerade EEVL om sina två nya gratistjänster OneStep Industry News och OneStep Job News. Med hjälp av RSS samlar OneStep in nyheter från viktiga källor och presenterar dem i ett användarvänligt format.

Som vanligt deltog en del producenter av marknads- och branschrapporter, bl a **Snapshots**, som berättade om en nyligen inledd satsning på skandinaviska rapporter. Andra var **Euromonitor** och **Mintel**.

Springer-Verlag berättade om sin nya version av "fulltextarkivet" SpringerLink. Det är baserat på EBSCO's/MetaPress publiceringslösning och har fått utvidgade möjligheter till bevakning, sökning mm. SpringerLink ger tillgång till 472 tidskrifter och 2000 böcker.

Taylor & Francis (som inte var med på Online 2002) har vuxit starkt på senare tid genom förvärv. I november köptes först Swets & Zeitlinger Publishers för ca 150 miljoner kr och därefter Dekker (USA) för drygt 1 miljard kr. Totalt förvärvade Taylor & Francis man under 2003 verksamheter för över 2 miljard kr. Under 2004 kommer man att publicera över 1.000 tidskrifter och 2.000 nya böcker.

Den kompletta utställarförteckningen nås via www.online-information.co.uk (klicka på exhibitors, 2003 exhibitor list). Där finns förutom kort-korta beskrivningar länkar till respektive utställares webbplats.

3. Konferensen - referat från keynotes, föredrag och diskussioner

Inledning

Nyordningen från förra året med dels längre (30 minuter istället för 20 minuter), dels 5 st sessioner benämnda "Online Information Academy" - en slags en- och enhalvtimmes minikurser (till exempel "Know your network: make your network connections count" och "Creativity techniques - encouraging innovation") gjorde att antalet "riktiga" föredrag och sessioner även i år var så pass lågt som ca 60 st. De ägde normalt rum i två parallella spår.

Konferensdokumentationen var inte av lika hög kvalitet som förra året, då jag ju till och med gav den betyget "föredömlig". Visserligen fick man Proceedings i handen redan vid registreringen, men ganska många av föredragen redovisades inte i form av papers utan enbart i form av kopior av presentationerna (Power Point-bilder). Generellt sett hade också kvaliteten på papers sjunkit något. En del föredrag saknades helt. Den suveräna servicen från förra året med såväl "riktiga" papers som presentationer (bilder) omedelbart tillgängliga via webben efter konferensens slut var borta. Visserligen sades att uppläggning på webben kommer i januari, men det är enligt min mening alldeles för sent - och jag har fortfarande inte sett den ännu när detta skrivs. (Den ska när den är klar kunna nås via www.online-information.co.uk. Klicka på "conference" och sedan "2003 Conference programme".)

Jag har redan nämnt det magra utbudet av inslag som direkt behandlade online- och söktjänster, databaser, e-publikationer etc och online-/informationsbranschen "som sådan", dvs ämnen jag i huvudsak riktar in min bevakning på. En stor del av föredragen rörde informationsarkitektur, taxonomier, metadata, intranät, webbdesign etc. Därtill lyckades jag inte pricka in någon paneldiskussion där det verkligen hettade till i diskussionen (i och för sig tror jag inte att det förekom någon sådan över huvudet taget).

Detta i kombination med det vanliga "problemet" att också hinna med utställningen "borde" gjort redovisningen från detta års Online är mindre omfattande än sedvanligt. Och det hade den också blivit - om jag låtit bli att relatera det i IA- resp. CM-inslagen du som informationsspecialist redan känner till. Men eftersom dessa föredrag hölls av (självutnämnda?) IA- resp CM-gurus så ...

Beyond good and e-ville

Konferensens första "keynote" hölls av **Ian O. Angell**, Professor in Information Systems, London School of Economics. Bakom den något vitsiga titeln "***Beyond good and e-ville***" visade det sig finnas en minst lika vitsig - men likafullt seriös - talare. Därtill duktig: trots tekniskt krångel som gjorde att han inte kunde visa sina bilder under den första halvan av sitt en och en halvtimme långa föredrag lyckades han mer än väl hålla sin publik fången.

Ian överraskade i alla fall mig genom att inleda med en uppgörelse med den så utbredda tilliten till teknik och vetenskap. Jag hade ju ännu inte läst i konferensprogrammet att "he has gained notoriety worldwide for his aggressive polemics against the inappropriate use of artificial intelligence, so-called knowledge management, and the hyperbole surroundings all things 'e-' ". Men det var bara uppfriskande - inte minst för att synpunkterna framfördes på en tillställning i en så teknikberoende bransch som vår.

Det går inte att relatera Ians föredrag, fyllt som det var med anekdoter. Hans budskap var i alla fall att vi måste inse att teknik inte är tillräckligt för att nå framgång. Teknik är inte heller problemfri; faktum är att även om teknik löser problem så föder den också alltid problem. Teknikmissar kan radera företag och leda till katastrofer. (Eller riskera att förstöra ett föredrag - vilket Ian konstaterade med hänsyftning på det tekniska krångel han själv drabbades av: "Men det är väl teknikens hämnd för att jag var elak mot den.").

Alla tror att datorer bidrar till ökad produktivitet. Men om man även tar hänsyn till oförutsedda, kanske osynliga, effekter så behöver det inte alls vara så. Men "negativ feedback" förekommer sällan. Ian menade att "the devil is in the detail". Systemen (allt från samhället till vädret) är väldigt komplexa och vi försöker hålla dem i schack genom att kontrollera och styra dem. Men kontroll och styrning med datorer skapar inte ordning! Se bara på hur Wall Street fungerar! Och detta ger också ett exempel på att tekniken inte är neutral: hur mycket lurendrejeri förekommer inte inom affärsverksamheten! Hegdefonder är ett exempel. "Data från datorer är objektiva - de är resultat av sammanhang och beslut." "In the race for excellence, there is no finishing line".

Nå, vad lär vi oss av detta? Jo, givetvis att vi inte ska förlita oss på enbart tekniken. Vi måste inse att tekniken är en "del av problemen" likaväl som en del av lösningen. Att lära sig förstå "the nature of the beast" och att nyttja den kunskapen kan göra oss till vinnare. Men det kräver ett flexibelt tänkande ty, för att citera Ian, "när man tänker i raka banor kan man inte se runt hörn". Och så kan man ju begrunda innebörden i Ians ord om att "om en man har en enda klocka så vet han tiden, men om han har två så är han inte så säker".

Information architecture

Sessionen "Information architecture" bestod av tre föredrag. Den första hölls av **Peter Morville**, vd vid Semantic Studios, USA, och hade enligt konferensprogrammet titeln "**Information architecture - why it matters**" men enligt Proceedings titeln "**International information architecture**". Jag hann bara delta under föredragets sista minuter och kunde inte konstatera vilken rubrik han egentligen höll sig till. Nåväl, Peter, som beskriver sig själv som "a founding father of the field of information architecture", lyckades i alla fall inte prestera särskilt mycket nytt i sitt paper. För det första var det redan publicerat, bland annat på hans egen webbplats redan i somras. För det andra berättade det hur viktigt det är med kategorisering (tack!) och gav exempel på de problem nationella företeelser och begrepp kan ställa till med vid sökning, i synnerhet från ett USA-centristiskt perspektiv.

Det andra föredraget, "**Why do organisations need Information Architecture?**", hölls av **Judi Vernau**, "Chief taxonomist" (härlig titel!) vid The Stationery Office, UK. Hennes paper vederlägger redan i första meningen Peter Morvilles beskrivning av sig själv genom att berätta att termen myntades av Richard Saul Wurman 1975 - men också att det termen beskriver såklart är mycket äldre! Nåväl, vilka behöver IA? Svaret är nästan alla som skapar eller tar emot information som ska "placeras" på något ställe där det ska kunna återfinnas. Av största vikt är anpassning till mottagare och tillfälle. En tidtabell för den som bara söker information om när tågen till en viss plats avgår ska se ut på ett sätt och på ett annat för den som söker lämplig plats att åka till. Varuplaceringen i en affär är anpassad till kundernas beteende, till hur man vill styra dem och till vad de är vana vid. Varumärkningen (t ex på en konservburk) och förpackningen (storlek och typ av förpackning) spelar en roll för denna placering - samtidigt som den tillsammans med kategoriseringen kan betraktas som "metadata" för innehållet.

För så gott som alla organisationer kan problemen beskrivas så här: a) Användarna kan inte hitta vad de söker, b) Man sparar massa information som aldrig behövs, c) Informationen är dåligt strukturerad, d) Informationen är dåligt beskriven, e) Stor dubbling av information, f) Informationsunderhållet är alltför betungande, g) Krångliga rutiner för att skapa och uppdatera informationen. Därför är det viktigt att skapa en informationsarkitektur! Men vad är då en informationsarkitektur? Enligt Kay Hagedorn är det "konsten och kunskapen om att organisera information på ett sätt så att folk kan tillfredsställa sina informationsbehov på ett effektivt sätt". En helt nödvändig förutsättning för att kunna åstadkomma en IA är en förståelse för organisationens informationsbehov. Här gäller tre punkter:

- Sammanhang: hur organisationen önskar samla in, hantera och nyttja informationen
- Informationens karaktär
- Användning och navigation: hur användarna ska finna och navigera i informationen

En IA bör tas fram så tidigt som möjligt. Annars riskerar man att informationen inte nyttjas till fullo, en ineffektiv informationsproduktion, att det blir svårt att navigera i informationen, etc etc. När man skapar en IA måste man tänka på alla typer av information som organisationen hanterar. Samtidigt måste man tänka på att anpassa IA till ändamålet - det är inte säkert att det är rätt med "one-size-fits-all".

Det tredje föredraget skulle jag ha lämnat efter bara några minuter om det inte varit så att jag stod inklämd längst bort från ingången. Presentationen av föredraget "**Challenges, successes and failures in automating taxonomy management**" av **Daniel Brown**, APR Smarlogik, UK, var nämligen undermålig. Redogörelsen var osammanhängande, svår att uppfatta och ackompanjerades av en visning i Word av hans paper som det förekommer i Proceedings! Att han inte visste vilken publik han hade framför sig blev uppenbart när han började förklara begreppen precision och recall! Nåväl, i hans paper, som inleds med att beskriva vad en taxonomi är, hur den skapas, underhålls etc, finns i alla fall en hyfsad beskrivning av UKs statliga "online-strategi". Centralt i denna är en ramverk (standarder och principer) för samverkan (interoperabilitet) kallat eGIF. För att få konsistens vad gäller taxonomin nyttjas en och samma programvara, Smartlogiks Semaphore. Bland annat ingår fälten Date, Title, Creator och Subject Tag. Man nyttjar en gemensam vokabulär benämnd Government Category List

samt vid behov mer specialiserade vokabulärer. En sådan är APLAWS Category List, som tagits fram av the Local Authority Websites National Projects (LAWS). Systemet genererar automatiskt tips på lämplig kategorisering, men man är ännu långt från helt automatiserad ämnesbeskrivning.

Kvalitet i samband med informationssökning

Marydee Ojala, redaktör för tidskriften Online och "branschguru", inledde denna session med ett föredrag med titeln "***Why information quality matters and how to convince users of the value of quality***". Det blir allt viktigare att beakta informationssökarens betydelse för bra sökresultat. Det spelar ingen roll hur bra sökprodukterna och söksystemen är om den funna informationen inte har bra kvalitet. Alla känner till hur Jayson Blair lyckades lura hela världen med sina falska reportage från Irak. Men det finns en rad liknande exempel inom vetenskaplig publicering. Marydee nämnde namn på flera forskare, bland annat Stephen Leader (inom neurocancer), Jan Hendrik Schön och Victor Nimov(?), som lyckats publicera forskningsresultat som senare visade sig inte vara vetenskapligt korrekta.

Hur kan man upptäcka sådant vid sökning? Ja, innan falskariet eller felaktigheten avslöjats går det såklart inte. Men så snart avslöjandet är gjort *går* det att upptäcka - och det är här informationssökarens "kvalitet" sätts på prov! Ty man kan inte förvänta sig att alla artiklar på nätet eller i databaser av forskaren ifråga (eller där han/hon nämns) rättas eller avlägsnas. Här nämnde Marydee olika principer beträffande rättning - allt från en redaktionell rättelse i en t ex tidskrift till justering eller kommentar direkt i artikeln på nätet/i databasen eller rentav borttag av artikeln.

Än svårare kan det vara att upptäcka falskarier i form av åsikter som pådyvlas en viss person. (Här drog Marydee ett exempel som jag inte alls hängde med på, men var av typen "Internet är en fluga", ett uttalande som för alltid är förknippat med Ines Uusman trots att det inte var innebörden i det hon sade).

Må vara att vi informationsspecialister inte låter oss luras - men det stora problemet är att folk (även i sin yrkesverksamhet) i och med Google och andra sökmotorer har fått en föreställning om att det är enkelt att söka information. Vad är då lösningen? Att utbilda och informera? Ja, det vore en lösning - men i dagens läge är det inte möjligt att få folk att ta sig tid till seminarier etc. Faktum är att Marydee erkände att hon inte kunde ange någon bra lösning. Kan man kanske hoppas på att det kommer en lösning i form av bättre användargränssnitt, anpassade för specifika ämnesområden och behov?

Sessionens andra föredrag, "***Using advanced search engine features to improve quality results***", som hölls av **Phil Bradley**, internetkonsult, UK, spann vidare på samma tema. Han inledde med exempel på falsk information som sprids på webben (och andra medier!), typ detta om att ingen människa har varit på månen och att den Paul McCartney som nu lever inte är den "rätte". En annan typ av information är mer förrädisk, typ sådan som berättar om hur man botar sjukdomar som inte ens existerar. Det här vore väl inget större problem om det inte vore så att sökmotorerna inte skiljer på falsk och "sann" information - och det är ju via sökmotorerna som de flesta söker och finner information. T ex ger en sökning efter information om Martin Luther King via populära sökmotorer som Google, Altavista, Alltheweb, MSN, Lycos m fl bland de högst rankade träffarna www.martinlutherking.org, en som tycks väldigt relevant träff. I själva verket är det mesta fel - vilket man strax inser eftersom det är så uppenbart. Webbplatsen är avsedd för studenter som gör arbeten kring just King och syftet är att lära dem att inte tro på allt de finner. Men tyvärr ger sökmotorerna träff även på "äkta" falskarier, som inte är så lätt att genomskåda. Speciellt rasistiska organisationer är mycket aktiva i dessa sammanhang.

Phil gav oss så - med utgångspunkt från en som det verkade "objektiv" webbplats - ett antal tips vad gäller att kontrollera källornas "äkthet". Angivna e-mailadresser kan ge ledning till personer eller organisationer, vilka kan kollas upp. Ett mycket verksamt medel är att via Wayback machine (www.archive.org) kolla webbplatsens tidigare utseende - och den vägen spåra vilka personer och organisationer som kan tänkas stå bakom den. Dessa kollas så upp. Via AlltheWeb kan man ta reda på vilka webbplatser som länkar till webbplatsen ifråga (det är bara att skriva in önskad url som sökord!).

Detta kan ge bra ledning till webbplatsens "egentliga" karaktär. Uppgift om domännamnsägaren kan ge bra ledning; ges t ex via www.easyspace.com. Sökning i newsgroups via groups.google.com berättar mycket. Dessa tips applicerade på Phils exempel visade att bakom den synbarligen objektiva webbplatsen stod ett rasistiskt nätverk och att informationen verkligen inte var att lita på.

Phil rådde oss att aldrig okritiskt förutsätta att funnen information är korrekt. Låt dig inte luras av snygg design. Skumma inte informationen - LÄS! Och vid minsta misstanke: kolla upp! Slutligen kan man ju minimera risken för få träff på falsk information genom att undvika de vanliga sökmotorerna och istället nyttja ämnesportaler m fl ämnesinriktade webbplatser och "virtuella bibliotek". Använd t ex www.vlib.org, www.bubl.ac.uk eller www.hw.ac.uk/libWWW/irn/pinakes/pinakes.html (Pinakes).

Sessionens sista föredrag hölls av **Lesley Cox** vid Consumers' Association, UK, och hade titeln "**Quality matters: a healthcheck approach**". Consumers' Association har omkring 100 personer som utför utredningar av olika slag. Ett informationscenter med 8 personer ger stöd med allt från intranäts-åtkomst till sökningar i onlinetjänster som Lexis, Mintel, Lawtel, Dialog, DataStar m fl. Årsbudgeten för sökningar är 80-90 miljoner kr. På informationscentrets lott ligger att utbilda och upprätthålla kompetensen hos den utredande personalen vad gäller online informationssökning. En central del i denna verksamhet är de regelbundna "hälsokontroller" som sker med all personal en och en. Den person som ska "kontrolleras" uppmanas att utföra sökningar i såväl Lexis som på Internet. På basis av resultatet ges anpassad, personlig hjälp. Ett minst lika viktigt syfte som "utbildningen" i sig är att ge personalen incitament att söka hjälp hos "doktorn", dvs någon vid informationscentret, när så behövs.

Vid den avslutande frågestunden ställdes frågan varför en och samma sökning i t ex Google med 5-10 minuters mellanrum kan ge helt olika resultat. Så är det ju inte i t ex Lexis! Svaret var att sökningen sker mot olika tabeller och versioner av databasen, beroende på belastning, samtida uppdateringar m m. Ytterligare ett skäl att inte lita för mycket på sökmotorer. Marydee gav oss slutligen rådet att använda flera källor vid sökning som ett sätt att säkra god kvalitet.

Content management - vad det är och vad det borde vara

Konferensens andra dag inleddes med en "keynote" av **Bob Boiko**, University of Washington iShool (Information School), med titeln "**What CM is and what it ought to be**". Bob är författare till "Content Management Bible", som han kallade en sammanställning av vad han "gjort under 15 år". Han inledde med att säga att trots att tekniken för åtkomst till information ständigt förändras - först TTY, sedan CD-ROM och nu webben; och det är självklart inte slut med det - så är det inte mycket som skiljer sig från hur det alltid varit: människor som försöker kommunicera med varandra. Och de skriver och skriver - men nu i online-tider behövs det något mer för att det de skriver ska kunna hitta fram till rätt mottagare; något som "liknar en redaktör". Detta något är metadata. Vad gäller "traditionella" databaser sköter dess redaktörer om detta. Men nu när allt mer läggs ut på nätet krävs det också engagemang från skribenterna. Därför borde det tas fram "metatorial guidelines", dvs något som motsvarar "editorial guidelines". Bob (som nu passade på att göra reklam för sin www.metatorial.com) ansåg sig hur som helst se tecken på en begynnande medvetenhet om betydelsen av metadata även bland skribenter.

Bob betraktar CM ur tre synvinklar. Den första är "CM as a Web System Architecture". Här består komponenterna av dokument, databaser, filer, mjukvara, datakommunikationer, webbservrar och webbklienter. Den andra är "CM as an Enterprise Process", där det på ena sidan finns en massa information, i form av en mängd väldigt disparata former (dokument etc i olika storlek format etc) och på den andra de "former" som den ska publiceras i: webbdokument, tryck, sammanställningar av olika slag, etc. Mitt emellan dessa finns det något som kan "förmedla" informationen från den ena till den andra sidan, ett "repository" där informationen "ensas". Den tredje är "CM as a Balance of Forces", där "krafterna" utgörs av författare, publiceringssystem, mål, behov, metoder för åtkomst till informationen, publikationer, webbplatser, redaktörer, användare, läsare etc etc - och den sista pusselbiten, det som håller allt samman, är "metadata".

Därefter beskrev han sin syn på vad ett system för CM, ett CMS, bör åstadkomma. Jo, det ska organisera informationskällorna, svara för underhåll, skapa publikationer, kunna presentera information från andra system - och det ska betjäna författare, administratörer, förläggare och tekniker. Men ytterst skulle CM också kunna tjäna verksamheten, hålla ordning på, bevara, publicera och distribuera all information och tillse så att den når fram. Ett system som klarar allt detta är det naturligtvis inte möjligt att bara gå ut och köpa. För att inte tala om "idealet, nämligen ett system där alla disparata delar redovisades grafisk på en skärm och där man kan förena dem genom några enkla musklick". Bob avslutade med att säga att det CM syftar till är helt enkelt att "manage the mess".

The Eureka Forum - en session mest om sökmotorer

I sessionen "*Your searching questions answered - the eureka forum*" fanns en panel bemannad av branschgurus till förfogande för att besvara frågor från åhörarna kring sökmotorer och onlinesökning i allmänhet. I panelen satt **Gary Price, Marydee Ojala, Phil Bradley, Danny Sullivan, Mary Ellen Bates** och **Chris Sherman**. Moderator var **Karen Blake**.



Gary, Marydee, Phil, Danny, Mary Ellen och Chris.

Gary Price började med att kommentera fenomenet Google: "Google är innovativt och har lärt de andra sökmotorerna mycket, men jag beklagar att så många användare enbart förlitar sig på denna sökmotor."

Apropå Google frågade en i publiken hur det är med ryktena om att Microsoft är ute efter att köpa Google. Gary inledde sitt svar med att sammanfatta sökmotorbranschens koncentration under det senaste året:

Fram till och med hösten 2002 var sökmotorbranschen mer mångfasetterad än idag. Men så för ett år sedan köpte Yahoo! Inktomi. Sedan köpte Overture Altavista och AlltheWeb. Som en följd köpte Yahoo! Overture. Och nu i januari/februari kommer Yahoo! att gå vidare med endast en sökmotor (*Anm: jag fick intryck av att Gary trodde det skulle bli Altavista*). Visst finns Teoma, AskJeeves och andra, men de två giganterna under 2004 blir Google (störst) och Yahoo!. Hellre än att satsa stora pengar på Google ser Microsoft det som en säkrare väg till framgång att nyttja sina egna resurser i form av kompetens, personal och teknik på att utveckla en egen sökmotor. Denna strategi kommer enligt vad Gary trodde att leda till att Microsoft med tiden (2005?) går om Yahoo! i sökmotorbranschen.

Office 2003?

Så ställde undertecknad frågan om vilken strategi som kunde tänkas ligga bakom Microsofts satsning på att integrera åtkomst till online- och andra tjänster i Office 2003. Det rör alltså det så kallade "Research Task Pane", som medger sökningar direkt från Word, Excel etc utan att behöva nyttja en webbläsare. Mary Ellen Bates tolkade det inte som ambitioner från Microsofts sida att bli en aktör på informationsmarknaden (tex som "mellanhand", kanske genom att ta betalt av de tjänster som vill vara med) utan snarare som ett sätt att få användarna att nyttja annat än Google för att söka information. Om användarna inte laddar sin webbläsare så nyttjar de ju inte heller Google. Någon undrade då om inte användningen av "toolbars" har samma funktion - och hur många nyttjar den möjligheten? Inte många i publiken i alla fall visade det sig vid en handuppräckning. Frågan om vilka slutsatser som kan dras av detta lämnades därhän.

Träfflisteplacering

Därefter kom frågan om sökmotorernas finansiering på tal. Det berättades att alla ledande sökmotorer tillämpar budgivning på sökord. Men på t ex Google går det inte att köpa sig en plats i träfflistorna. Annonser presenteras separat. Det här har lett till en marknad för firmor som specialiserar sig på att se till att deras klienter hamnar högt bland träffarna. För att uppnå detta gäller det att lista ut och på ett smart sätt nyttja sökmotorernas rankingsmekanismer. Om t ex antalet länkar är ett viktigt rankingskriterium för en webbsida så ser man till att ordna sådana.

På detta sätt pågår en ständig "kurragömmalek" mellan Google och de som försöker göra sig pengar på eller av andra skäl "missbrukar" Googles rankingsmetoder. Google förändrar - och de andra följer efter. Gary (tror jag det var) menade att den här utvecklingen kommer att leda till att det på sikt inte kommer att finnas "free listing". Redan idag är det så att det inte finns någon absolut garanti för att komma med i Google.

Visst är det bra att det inte går att köpa sig till en plats i träfflistorna. Men Danny påpekade att man för den skull inte ska bortse från att annonser (dvs de som presenteras vid sidan om) faktiskt kan vara till nytta ibland. Om man t ex söker information om en viss typ av produkter kan annonslänkar vara en snabbare väg till fakta. Om man vill undersöka en bransch eller en marknad kan annonser (eller snarare dess förekomst) ge information om vilka som finns bland de ledande aktörerna.

Automatisk och intelligent indexering

Så förde en person i publiken Factivas funktioner för "intelligent" kategorisering och indexering (t ex i produkten Factiva Fusion) på tal. Hon ansåg dem fungera mycket dåligt. Mary Ellen instämde i kritiken och berättade att det här är något Factiva är smärtsamt medvetet om och f n utreder vilka åtgärder man ska vidta för att åstadkomma förbättringar. Automatisk indexering lovar mycket men har i realiteten visat sig problematisk. Ett av flera problem i sammanhanget är att databasproducenten kanske indexerar materialet med hjälp av sina metoder, vokabulärer etc - och därefter indexeras det redan behandlade materialet med Factivas metoder. Mary Ellen jämförde här med Dialog, som bibehåller databasproducentens egen indexering.

Marydee tillade att det i detta sammanhang är intressant att konstatera att Google inte nyttjar automatisk indexering utan tillämpar andra metoder för att ge användarna så relevanta träffar som möjligt. Ändå är det av synnerlig vikt med bra resultat här eftersom man har funnit att 85 % av användarna av sökmotorer bara tittar på första träfflistesidan. Gary påminde om att Northern Light på sin tid tillämpade metoder för automatisk kategorisering - och Vivisimo gör det idag (sk klustring).

Google, förlagen och andra informationsproducenter

Vad kommer då att hända med sökmotorerna? Mary Ellen menade att trenden mot allt mer material som är skyddat på något sätt kommer att begränsa deras användningsområde. Chris förutsåg en lysande framtid för betaltjänster: "Folk blir mer och mer och mer kräsna. Om inte i som privatpersoner så definitivt i sin yrkesverksamhet kommer de att vara villiga att betala för att kunna nyttja effektiva tjänster och för att slippa reklam. Utvecklingen är redan på väg åt det hållet."

Men hur är det då med den pågående trenden mot att ledande informationsproducenter m fl, t ex IEEE och OCLC, låter indexera sina poster i Google? Det måste ju stärka Google! Tja, det låter ju bestickande - men vad gäller IEEE så rör det sig bara om 10 % av posterna.

Och vad gäller OCLC så berättade Gary att han genomfört systematiska tester med att söka böcker i Google. Trots att han sökt på kända ord i titlar hade han som bäst fått en post från OCLC på 23:e plats; oftast mycket sämre. En orsak är att förstås att de pga att de saknar länkar till sig inte rankas så högt. Därtill måste ju posterna slåss med 3.2 miljarder andra poster om placeringen! Något att tänka på för övriga informationsproducenter, förlag etc som anmält intresse att få sitt material indexerat i Google!

Personalisering?

Phil spådde att utvecklingen går mot någon form av "personalisering". Google av idag vet inte så mycket om dig - men det gör Amazon! Men Marydee var skeptisk. Hur ska det gå till? Ena dagen söker jag kanske efter böcker om Abraham Lincoln, den andra barnböcker. OK, sade Phil, men inom mitt specifika yrkesområde, t ex telekombranschen, kan det fungera.

Någon nämnde "Smartsearch" som används av Yahoo! vid sökning av produkter. Här sker sortering efter användarens egna kriterier, t ex vad som är viktigast - pris eller annan egenskap. Men, som Danny påpekade, det finns ju rätt många kriterier: bakom en sökning efter en blomma kan ju finnas en användare som vill fira någon - eller en som vill förnya trädgården. I sammanhanget nämndes den form av "personalisering" som Yahoo redan tillämpar, nämligen en anpassning av sökresultatet till var användaren befinner sig eller bor - och som innebär ett "lokalt" sökresultat.

Uteslutning och censur?

En åhörare frågade om vilka principer som tillämpas vad gäller sökmotorernas behandling av t ex pressreleaser som en tid efter indexering visar sig vara falska. Phil svarade att sökmotorerna inte "vet" detta; materialet finns kvar om inte grundinformationen ändras. Och inte ens det är en garanti. Marydee ansåg det som ett märkligt beteende av de som driver sökmotorer att de inte ens tar bort så uppenbart felaktiga webbsidor som t ex den falska men välkända webbplatsen om Martin Luther King (se ovan om Phil Bradleys föredrag). Inte nog med att den är falsk - pga av dess syfte som studieobjekt har den ju också massor av länkar till sig som gör att den hamnar högt i träfflistorna.

Detta ledde till en fråga från publiken om det finns risk för censur på webben. Phil svarade framt att "det går inte". Men Danny påpekade att det faktiskt förekommer, om än indirekt. Se t ex vad som hänt efter den 11 september med sådan information som skulle kunna användas av terrorister för bombtillverkning, spridning av mjältbrand etc. Mary Ellen ville dock inte kalla detta censur eftersom det inte är webben "i sig" som är censurerad.

Chris påpekade att webbans tillväxt innebär en slags de facto-censur. Blotta storleken gör ju att ingen sökmotor kan indexera allt - och det uteslutna material är ju i praktiken "borta". Därtill lär de största sökmotorerna vara mest utsatta för kritik, vilket kan leda till att de börjar tillämpa någon form av "censur". Och just detta är faktorer som gör att det kommer att bli omväxling på tronen vad gäller sökmotorerna, förutsåg Chris. "Konkurrens är bra", tillade Gary, "- och när någon sökmotor blir 'dålig' eller läggs ner så kommer den att ersättas av nya ".

"Global knowledge" - om kunskapsarbete och communities

Tredje dagens inledande "keynote" hölls av **Richard McDermott**, McDermott Consulting, USA. Det hade titeln "**Global knowledge - how communities of practice steward knowledge and reshape business**". Han inledde med att berätta att kunskapsarbetets produktivitet ökat med i snitt 2.7 % per år under de senaste 7 åren. Bland de områden som ökat mest finns bl a värdepappershandel och handel, dvs områden där kunderna själva övertagit en allt större del av "kunskapsarbetet" - vilket teknikutvecklingen möjliggjort. Det är en generell trend att kunskapsaktiviteten har flyttats från säljaren till kunden. En annan trend är en ständigt ökad globalisering, även detta möjliggjort av teknikutvecklingen. Det är t ex vanligt att låta programmering utföras av arbetskraft i Indien. Richard menade att rutinmässigt kunskapsarbete är "flytande" och på samma sätt som kapital kan flöda fritt.

Allt detta är relevant även inom företag (och här syftade Richard på större sådana, i synnerhet sådana med global verksamhet). IT gör att kunskapsarbetet sprids inom företaget och det uppstår s k "communities", grupper som samverkar "globalt". Processen kan inledas med att det uppstår ett "expertnätverk" kring en speciell fråga. Så småningom utvecklas ett "spontan" ledarskap, vilket efter en tid

formaliseras. Till slut har ett "center of expertise" skapats - och "kunskapen" har koncentrerats och samlats i just en "community".

Det gäller att förstå hur dessa communities uppstår och fungerar för att de på bästa sätt ska kunna stödjas. Helt grundläggande för communities är de personliga nätverken med dess kommunikation person-till-person. Viktigt att förstå är att communities "uppstår" och knappast kan skapas på ett organiserat/formellt sätt. Däremot kan uppkomsten gynnas genom att t ex initiera geografiskt spridda, men sinsemellan samverkande, arbetsgrupper. Dess får därefter verka utan hård styrning - och i så stor utsträckning som möjligt utan inblandning från personer i högre befattningar. Samtidigt är det viktigt att gynna uppkomsten av ledare - det är de som tillför "energi" till gruppen och får den att "brinna" för det den håller på med. Regelbunda möten mellan arbetsgrupperna måste förekomma. Men det gäller att veta att communities inte fungerar utan en stor interaktion med omgivningen. I storleksordningen 70 % av all kommunikation sker med "omgivningen", enligt Richard, som avslutningsvis påpekade att "kunskapsarbete är en alltigenom social process".

Slutligen ska påpekas att Richards "keynote" delvis syftade till att lägga en "grund" för de föredrag som senare samma dag tog upp hur CM kan stöda communities, liksom kunskapsarbete i allmänhet. Jag hann emellertid inte bevista dessa.

Hantering av ostrukturerad information

Ett föredrag samma dag inom ett angränsande område som jag inte heller hann med var "***Searching unstructured information sources***". Jag nämner det ändå eftersom det hölls av den enda svenska föredragshållaren, nämligen ***Mikael Thorson***, Infosphere. Här några utdrag ur hans paper!

Mikael nämner inledningsvis att 80 % av all datorlagrad information utgörs av textdokument av olika slag. Etablerade "metoder" för att hantera information, i form av "KM" och "IM" (information management) duger inte i sammanhanget. Istället måste något som kan beskrivas med det nya begreppet "UIM", unstructured information management", formeras.

UIM kan, enligt Mikael, definieras som "de verktyg och metoder som krävs för att lagra, nå, söka i, orientera sig i och utvinna kunskap ur främst textbaserad information". UIM består av ett antal underområden, bland dem det minst utforskade men mest lovande området "Text Analysis". Området, ibland också benämnt "Text Mining", syftar till att finna sammanhang i ostrukturerade textmängder. De fem viktigaste tillämpningarna är 1) identifiering av språk, 2) gruppering ("clustering"), 3) kategorisering, 4) sammanfattning, och 5) "feature extraction". Så berättar Mikael om den sexmånaders studie Infosphere gjort av marknaden och som resulterat i att man identifierat ett 40-tal aktörer som är verksamma inom området.

Så nämner Mikael aktörerna Applied Semantics, Aurigin, ClearForest, Eidetica, Endymion, Entrieva, Euroling, IBM, Insightful, InsightSoft, Inxight, MegaPuter, Mobius Managment Systems, Mohomine, Paracel, Quiver, Readware, Search Technology, Semagix, SER Solutions, Speed of Mind, SPSS, SRA International, Stratify, Tacit, Temis Group, Teragram, Text Analysis International, TripleHop, VantagePoint och Virtual Genetics. (Anm: Jag ställer mig lite frågande till listan eftersom den inkluderar åtminstone några aktörer som möjligen "i ord" arbetar med UIM men vars produkter eller tjänster inte erbjuder mer än "vanlig" informationssökning. /Lars)

Slutligen kommenterar Mikael marknadsläget: 1) Många aktörer är USA-inriktade medan Europa inte ägnas särskilt stor uppmärksamhet, 2) Viss konsolidering är på gång, där större, etablerade, aktörer köper mer teknikinriktade företag i syfte att implementera deras tekniker i sina egna produkter, 3) Heta områdena är omvärldsbevakning, säkerhetssektorn och försvar, 4) Många aktörer har fortfarande problem med "språk". Apropå IBM nämner Mikael slutligen det samarbete man har med Factiva inom projektet WebFountain (Anm: I nyhetsbrev 2003:6 beskrev jag WebFountain så här: "... ett analys-verktyg för texter ('text mining'). Avsikten är att ge Factivas användare möjlighet att skapa samman-

ställningar av t ex ett företags utveckling över tiden, synliggöra branschtrender mm. Arbetet ska materialiseras under andra kvartalet 2004." /Lars)

Jag hade ett samtal med Mikael dagen innan. Han berättade då att InfoSphere har ca 180 anställda, med merparten av sin verksamhet i USA. Företaget arbetar främst med uppdrag av olika slag; utredningar, framtagande av strategier etc. I USA delegerar gärna sådant till andra, i UK är man lite mer försiktig och i Sverige är det ovanligt. Den rapport som är resultatet av Infospheres studie har hittills sålts i ca 120 ex. En ny, uppdaterad upplaga kan förväntas en bit in på 2004.

Efter Mikael's föredrag kom föredraget "**Optimising the value of online information: visual analysis**" med **Neil Macehiter**, Anacubis, som föredragshållare. Det lät ju spännande! Alltså jäktade jag dit. Helt i onödan visade det sig. Istället för den översikt över området jag förväntat mig blev det en ren produktinformation. Neil visade helt enkelt exempel på hur resultat från sökningar i onlinetjänster, på webben etc kunde åskådliggöras med hjälp av Anacubis visualiseringsprodukter! Enligt min mening en klar tabbe av arrangören att släppa igenom detta. Att jag ändå nämner föredraget här beror på att även detta ju speglar konferensen.

Konferensens avslutning (?)

Avslutning ... Tja, det blev ingen! Märkligt nog avslutades inte konferensen med den sedvanliga sammanfattande paneldiskussionen med deltagande av några av "branschhöjdarna". Väldigt synd, tycker jag. Och det var inte bara jag som blev förvånad. Så här skrev Marydee Ojala i InfoToday's weblog: "I went up to the auditorium for the wrapup session only to discover there wasn't one". Nåväl, det förde i alla fall det goda med sig att jag för en gångs skull slapp att komma i sista sekunden till mitt flyg!

Detta material är i helhet och dess delar skyddat av upphovsrätt. Vidaredistribution, mångfaldigande eller återpublicering kräver skriftligt tillstånd från Svensk förening för informationsspecialister, Box 55580, 102 04 Stockholm. Telefon 08- 678 23 20, Fax 08-678 23 01, E-post kansliet@tls.se