

### Om information:

Den som säljer en vara har den inte kvar efter försäljningen. Den som säljer information har den fortfarande kvar efteråt. Betrakta kunskap som en vara, som man kan ha mer eller mindre av. Om A har mer av kunskapen  $K$  än B, så kan A sälja denna merkunskap till B och detta är då information för B. Obs alltså att bara (strikt större)  $K(A) > K(B)$  krävs, inte så mycket som att  $K(B) = 0$ . Utveckla detta som en algebra! Jfr uppbyggnad av andra matematiska algebror.

Om  $I = dK/dt$ , så existerar bara informationen momentant, under det att ökningen av kunskap pågår?

Huruvida en kunskapsökning är "information" eller ej beror på mottagaren, och hennes förmåga att förstå.

Information does not depreciate the same way as physical things do. Something like "Gone with the wind" appreciates instead with time, it is worth more now than when it was made.

Gutenberg gjorde envar till läsare. Xerox gjorde envar till förläggare. Persondatorn gör envar till författare.

Läsaren lagrar egna versioner av främmande texter. Kommenterade, färskta. Läsandet blir interaktivt, personaliserat.

Om det inte är nytt eller olika, är det inte information.

Betalning i interaktiva nätverk kan ske genom att B svarar på A:s anrop, C kommenterar osv. Vad blir värdet på B:s resp C:s inlägg? Vilka villkor styr dessa värden? (Jfr att tillhandahållaren av jämförande konsumentinformation i Prodigy får betalt för att vara där).

Hur definierar man kritisk massa för spridning av informationstjänster, och under vilka villkor uppnås den? Vilka konsekvenser får detta?

*Villkor för hur olika typer av aktiviteter uppstår på nät:*

*Telemarknadens utveckling ↓*

## Stolpar 19.9.1989

Rapporten om "Effektivitet för databastjänster" är en **forskningsrapport** som inte omedelbart kan tillämpas. Tid har gått åt för uppbyggnad av FoU-kontakt nät.

Tillgång till databaser kan ske i olika format.

Finns **samband mellan teknisk definition och överföringsform?**

Tidigare trodde man att rörlig bild aldrig skulle kunna överföras på smalband.....

Inga tydliga samband. Fasta gränser allt mindre relevanta.

Dock - TV lämpar sig för rörlig bild med ljud, medan asynkrona texttjänster som vtX lämpar sig för enkla transaktioner.

*Vtx (i USA-mening) bra som bas för andra format ('högre')*

TV passar för underhållning, medan vtX (motsv) passar för nyttotjänster.

Speciellt tydligt när HDTV kommer.

Interaktiva tillämpningar kännetecknas av att man utväxlar **meddelanden** mellan parterna (begreppen sändare och mottagare är olämpliga, jfr Radiolagsutredningen). Dessa meddelanden mellanlagras alltid i någon databas. Interaktivitet = den ene väntar på aktion från den andra.

Mått för **effektivitet** för dialog människa - datasystem är önskvärt.

$$E(t) = A(t) * I(t);$$

$A(t)$  = användarvänlighetsvektorn,  $I(t)$  = informationsvärdet

Dessa kan då studeras separat.

$A_1$  = Yttre systemegenskaper

$A_2$  = Inre systemegenskaper

$A_3$  = Administrativa systemegenskaper

$I(t) = dK(t)/dt$ ;  $K(t)$  = kunskap, tillgång till data

$K(t)$  ansätts här som en linjär funktion.  $E(t)$  erhålls som produkt.

Informationsanalys på pragmatisk, men mätbar, nivå eftersträvas.

Vanliga modeller för informationsanalys bygger på:

- Databeskrivningar i Cobol, med relationsdatabaser m m  
Dessa blir datorberoende, tyvärr
- Flödesbeskrivningar, Inf-analys enligt Mats L
- EDI: Kedjor av affärshändelser. Def av medd som ingår i olika dokument  
Ingen kvantifiering av informationsmängder (än?)

Kan man finna en modell där tillgång till data, kunskap ligger till grund för kvantifieringar?

Element i modellen:

- datoriserade system kan förmås att glömma på ett regelbundet sätt
- minneskapaciteten oftast oberoende av tiden
- aktualisering kan formaliseras
- svårigheter att hitta i databaser ökar med basens storlek
- vad är "näraliggande" kunskap? Sådant som baseras på tillgång till en gemensam databas, ett gemensamt kunnande?
- icke-linjära informationsvärden ovan kan deriveras för att finna max.

Finns schabloner för informationstillgång, för olika typer användare?