Zeitschrift: Arbido

Herausgeber: Verein Schweizerischer Archivarinnen und Archivare; Bibliothek Information Schweiz

Band: 17 (2002)

Heft: 10

Inhaltsverzeichnis

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 01.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

4 Impressum

Dossier «Content-Management & Retrieval»

5 Webtraverse: Von Wissensbergen und Bergwissen
8 Ende der Zauberei
9 Die Zukunft der Informationssuche: Information nutzbar machen
13 Acht Thesen zur Kommerzialisierbarkeit von Content
14 Internetmanagement.ch
16 Teledata AG
17 GENIOS-Wirtschaftsdatenbanken
20 Swisscontent Corp.

GRD <–> SVD-ASD

21 Le GRD se repositionne hors de l'ASD

Portfolio der Kompetenzen

23 Ein neues Angebot des BBS
25 Portfolio - Bilan de compétences

Das Zwischenarchiv

26 Ein Auslaufmodell?

Tour d'horizon

27 Verbandsnachrichten, News und Tipps

Stellen

29 Stellenangebote und -gesuche / Offres d'emploi

Titelbild

Der Berner Cartoonist *Heinz PFUSCHI Pfister* hat das Titelbild speziell zum Dossierauftakt dieses Heftes gestaltet: «Von Wissensbergen und Bergwissen». Die *Arbido*-Redaktion empfiehlt bestens die köstlichen Bücher des Künstlers.

contact:
www.pfuschi-cartoon.ch

Content-Berge und Erschliessungswege

Jürg Hagmann
SVD-ASD-Redaktor *Arbido*

«Wir gehören nicht zu denen, die erst zwischen Büchern, auf den Anstoss von Büchern zu Gedanken kommen – unsre Gewohnheit ist, im Freien zu denken, gehend, springend, steigend, tanzend, am liebsten auf einsamen Bergen oder dicht am Meere, da wo selbst die Wege nachdenklich werden.»
(F. Nietzsche, Die fröhliche Wissenschaft)

◆

2002 feiern wir das internationale Jahr der Berge.

Alois Kempf, unser langjähriger «netzrauschender» Mitautor des *Arbido*, ist wieder da und macht sich dazu seine Gedanken (S. 5).

Die Metapher liegt auf der Hand – die wachsende Informationsflut wächst zu Wissensbergen hoch, und wer sich nicht ebenso hoch aufschwingt, um darüber zu stehen und den Überblick zu erlangen und zu bewahren, verliert sich in den unzähligen Tälern.

Zur Orientierung braucht es dann eben freies «Bergwissen», um die Wege zu erkunden und kennen zu lernen. Einer der Erschliessungswege besteht darin, den Spreu vom Weizen zu trennen, bzw. herauszufinden, welches der richtige Content ist, dem man trauen kann.

◆

Vor dieser Fragestellung steht täglich jeder professionelle Informationsspezialist.

Arbido hat einen befragt (S. 8). Seine ganz pragmatischen Gedanken betreffend Recherchestrategien demonstrieren den Vormarsch von «Gratis-Content» im Internet.

Dieser Befund erstaunt nicht und korreliert *einerseits* mit den Ergebnissen einer kürzlich vom deutschen Allensbach Institut durchgeführten Umfrage *(http://www.ifd-allensbach.de/* → News) über das Verhalten der Bevölkerung bei der Informationsbeschaffung. Demnach hat der Prozentsatz derjenigen, die ihre Informationen normalerweise übers Internet beschaffen, seit 1999 um 20% zugenommen (von 9% auf 29%), bei den Jugendlichen zwischen 14–17 Jahren sogar um 34% (von 18% auf 52%).

Andererseits (dies das Hauptergebnis der Studie) gehören trotz Internet analoge Zeitungen und Zeitschriften immer noch zu den wichtigsten Informationsquellen. Wie sollte es anders sein, denn solche Quellen sind in der digitalen Form zunehmend kostenpflichtig.

Eine Trendumkehr findet bereits statt (Financial Times und Tages-Anzeiger sind neu gebührenpflichtig, während andere wie z.B. die FAZ es immer waren); die Medienbranche schlägt dabei einen skeptischen Ton an: «Informationsorientierte Gratisangebote haben keine Chance auf wirtschaftlichen Erfolg.» (Kurt W. Zimmermann, Mitglied der Konzernleitung von Tamedia, in NZZ 30.11.2001). Womit wieder einmal bestätigt wäre, dass (Fach-) Information nur beschränkt ein Commodity (Ware) ist. Marx meinte bekanntlich, dass es die erste Freiheit der Presse sei, kein Gewerbe zu sein.

◆

Nun einmal abgesehen vom Know-how in der Bewertung von Content gibt es weitere Erschliessungswege zum «Bergwissen»: Sie bestehen in der adäquaten Anwendung und Entwicklung von Suchtools, um relevante Information erst nutzbar zu machen. Content und Retrieval pflegen ein symbiotisches Verhältnis. Das eine bedingt das andere. Deshalb haben wir Martin Braschler und Peter Schäuble (S. 9) gebeten, uns einen wissenschaftlichen Überblick über die mögliche Zukunft der Informationssuche, sei es im Internet oder in andern digitalen Informationsquellen, zu geben.

Wir wissen, dass Technologien auf ihre Einführung warten, vor denen kein Mensch Angst haben muss.

Das wirklich Neue wäre eine Suchmaschine, in der wir uns selbst wiederfinden … um nicht am Ende zu fragen: «Still searching? Ask a human!»