

«The Next Killer Application of the Internet»

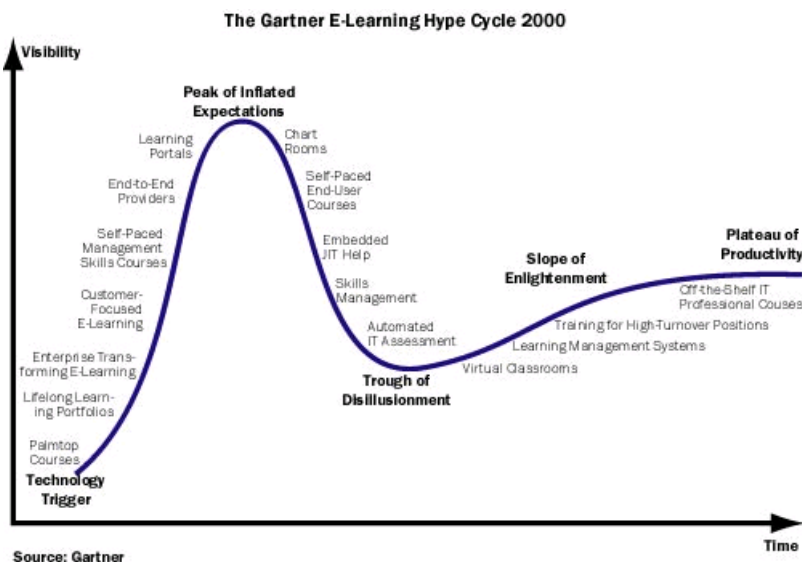
Sist oppdatert 3. desember 2000, bness@usit.uio.no

The Next Killer Application

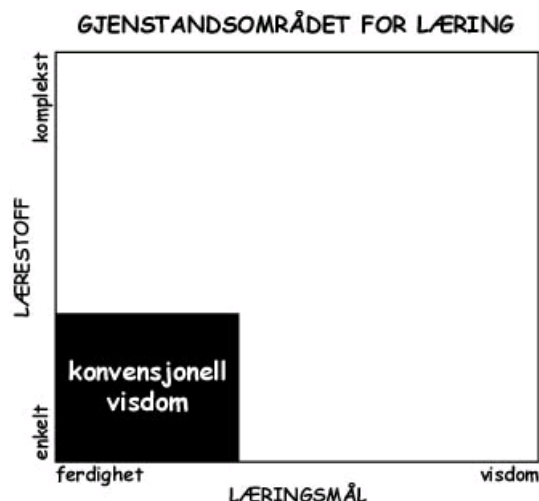
På dagens buzzword-børs står begreper som læringsnett, nettbasert læring, IT-basert læring, e-læring, i-læring, digitale læringsomgivelser med venner høyt i kurs. Søk med noen av de mest brukte begrepene i søketjenesten [Google](http://www.google.com) ga følgende resultat ultimo november 2000:

- Learning Network: 164.000 treff
- Asynchronous Learning: 11.800 treff
- Learning Management: 13.700 treff
- eLearning: 40.700 treff
- Lifelong Learning: 223.000 treff

Fenomenene er også høyt på dagsorden hos investorgrupper med både kort- og langsiktig inntjening som mål. I følge analytikerne representerer dette et marked med (foreløpig) liten konkurranse, moderate inngangspenger, store fortjenestemarginer og et potensielt betydelig framtidig volum (50+ milliarder USD i 2005). Fenomenet omtales da også som «The Next Killer Application^[1] of the Internet», og antakeligvis med rette (søk på 'killer+application+learning' på Google ga over 24.000 treff). Denne 'killer application' representerer en broket skare av produkter, tjenester, tekniske og praktiske løsninger som en kan finne igjen på alle stadier i GartnerGroups hype-syklus^[2]:



Nettbasert læring med venner er altså et område med høy oppmerksomhet. Sånn sett er det antakelig riktig å plassere denne generelle interessen ett eller annet sted på veien oppover mot 'peak of inflated expectations' på syklusen. En nærmere undersøkelse av forestillingene og intensjonene hos sentrale aktører viser raskt at interessen på det nåværende tidspunkt er forholdsvis overfladisk og lite reflektert. Hvis det er mulig å tegne opp gjenstandsområdet for læring langs to akser der den ene representerer læringsmål (i spekteret fra ferdighet til visdom) og den andre representerer lærestoff (fra det helt enkle til det komplekse), så finner vi den konvensjonelle visdommen om nettbasert læring nederst i det venstre hjørnet, – som relativt enkle løsninger med fokus på ferdighetstrening:



Dette sammen med *usikkerhet* og *posisjonering* er det som framfor alt preger området i dag. Usikkerheten er knyttet til at ingen riktig vet hvordan utviklingen av kompetanse- og kvalifikasjonsbehovene i kunnskapssamfunnet og utviklingen av informasjons- og kommunikasjonsteknologien vil prege framtidens læringsarena. Det er mange visjoner og konsepter på området, men det er ingen gitt å sortere ut hvilke visjoner og konsepter som er bærekraftig. Posisjonering er en naturlig reaksjonsform i en slik kontekst. Dagens manøvrer fra leverandører, produsenter, organisasjoner og institusjoner innenfor såvel privat som offentlig sektor er grunnleggende preget av ønsket om å komme i en posisjon som sikrer at de er med når ting virkelig kommer i bevegelse. For tiden tar ingen sjansen på ikke å være til stede på alle arenaer der konkurrenter og samarbeidspartnere er til stede. Alliansebygging i alle retninger, nyetableringer og oppkjøp av foretak og stadige nylanseringer av produkter og foretak er klare uttrykk for dette. Nettbasert læring er med andre ord en arena der konstellasjoner, allianser, leverandører, konsepter, produkter og tjenester har en gjennomgående flyktig karakter og en arena der det er langt lettere å spå tapere enn å identifisere vinnere.

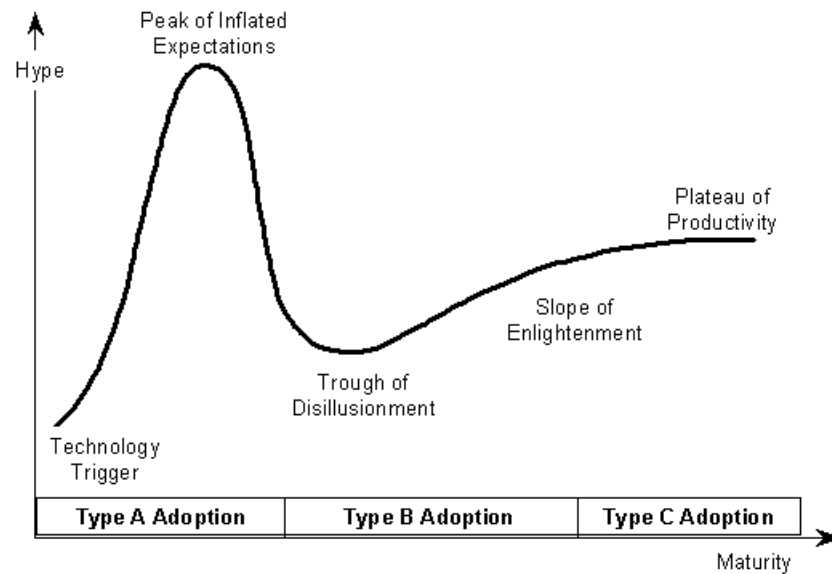
Noter og referanser

1. I [The Jargon File](#) står følgende definisjon av 'killer application':

killer app: The application that actually makes a sustaining market for a promising but under-utilized technology. First used in the mid-1980s to describe Lotus 1-2-3 once it became evident that demand for that product had been the major driver of the early business market for IBM PCs. The term was then retrospectively applied to VisiCalc, which had played a similar role in the success of the Apple II. After 1994 it became commonplace to describe the World Wide Web as the Internet's killer app. One of the standard questions asked about each new personal-computer technology as it emerges has become 'what's the killer app?'

En 'killer application' er med andre ord en anvendelse av en teknologi eller en teknisk løsning som skaper et bærekraftig marked for et produkt, en teknologi eller en teknisk løsning og som gjør at et stort antall kunder går til anskaffelse av utstyret som gir dem tilgang til denne anvendelsen. Dette gjelder uansett teknologi.

2. Gartner Group er et stor internasjonalt analyse- og konsultantselskap innen IT-området. I analysene har de utviklet flere metaforer for å illustrere trender og tendenser, hvorav hypesyklusen er en som ofte brukes også av andre:



Hypesyklusen brukes til å karakterisere både produkt/teknisk løsning og holdningen til denne i foretak og organisasjoner:

- **Karakteristikk av et produkts eller en teknisk løsning modenhet:** I følge Gartner Group gjennomgår alle nye produkter og tekniske løsninger først en fase med overstadig interesse og ditto forhåpninger som ender i en 'peak of inflated expectations'. Deretter følger en fase med skuffelse som ender i 'slope of disillusionment'. Hvis de ikke forblir i denne skuffelsens dal går de gjennom en modningsprosess ('slope of enlightenment') før de når et 'plateau of productivity' der de er modne nok til å være produktive og kan tas i bruk i ordinær virksomhet
- **Karakteristikk av foretaks holdning til ny teknologi:** Fra de risikovillige og teknologiaggressive som tar i bruk teknologi tidlig i syklusen ('type A adoption') til de forsiktige, kostnadsfokuserede som venter med å ta teknologien i bruk til den er moden og vel så det ('type C adoption')

Igjen, – dette er mønstre som kan tilordnes mange livsområder, ikke bare informasjonsteknologien