

## IT-revyen

Mellvik-Rapporten er verken avis eller nyhetsmagasin, men vi er definitivt opp-tatt av det som skjer rundt oss. Under overskriften IT-revyen kommenterer vi aktuelle nyheter og temaer i markedet og bransjen forøvrig. Vi konsentrerer oss om emner og trender som faller inn under MRS naturlige fagfelt, og inviterer leserne til å komme med innspill.

### Bedre arbeidsløs enn rådløs

Avstanden er stor fra opsjonshysteriet på slutten av 90-tallet til dagens arbeidsledighetskø blant IT-folk. Konkursrekorder og boblesprekk har satt sitt preg på både media og den enkeltes hverdag det siste året, og som vanlig er blitt her til lands, er det sutring vi hører mest av. Myndigheter, ledere og organisasjoner kritiseres, mens høyt utdannede og erfarne nordmenn lever på sluttpakker eller hever arbeidsledighetstrygd mens de venter på at forandringen skal komme.

Det gjør den nok, men det vil ta tid. I mellomtiden er ingen tjent med ledighet, ei heller om den er økonomisk spiselig. I denne 'jammerdal' er det viktig å få med seg lyspunktene. Det største vi har sett på en stund kom i Aftenposten, som forleden kunne fortelle om Anima IT: En fersk konsekvens av nedbemanning i IT-bransjen, og et klart bevis på at det finnes hederlige unntak fra 'sutrebølgen'. Dyktige IT-folk står i kø for å få jobb – uten lønn eller lønnsgaranti. 'Lønna kommer sammen med overskuddet' er filosofien – god gammeldags sunn fornuft, og nettopp det som skal til for å skape ny vekst og oppgang.

Boblen måtte sprekke, vi trengte en konsolidering: Kontakten mellom tallrike IT-virksomheter og virkeligheten ble borte i jaget etter å bli rik raskest mulig på slutten av 90-tallet. For å komme i gang igjen trenger vi solide føtter med bakkekontakt, ikke høytsvevende ballonger. Lyspunkter som ferske Anima IT og veletablerte innovatører som Trolltech og Opera Software, er spesielt viktige i en slik fase. De demonstrerer at det er innsats, kreativitet og utholdenhet som skaper resultater, ikke fine titler, store ord og naive investorer.

### Iolo: Kreativ markedsføring

Iolo Technologies' System Mechanic er et uspenkende, men desto mer nyttig produkt: En verktøykasse for løpende vedlikehold og reparasjoner av våre Windows-systemer. At systemene ikke skulle trenge slikt vedlikehold, er så sin sak – faktum er at de gjør det, med en hyppighet som ikke synes å gå nedover. Vi ser nærmere på produktet under vignetten 'Godbiter' på side 32.

Selv et uspenkende produkt kan imidlertid gjøres interessant av kreativ markedsføring. Her utmerker Iolo Technologies seg på en interessant og positiv måte: I likhet med de fleste såkalte nytteprogrammer for konsument-markedet, kan System Mechanic lastes ned gratis via Internettet og vil etter installasjonen fungere i 30 dager. Her stopper imidlertid likheten med 'den grå massen'. I stedet for å sende oss regelmessige påminnelser om at produktet er på prøve og at vi bør sikre oss en fullverdig brukslisens snarest, sender Iolo oss tekniske tips om hvordan produktet kan brukes: Korte utdrag fra selskapets erfaringsdatabase, pakket på en slik måte at vi både forstår problemet, hvorfor det oppstår og hva vi kan gjøre for å kvitte oss med det. Ca. 2 ganger i uken kommer meldingene, som til tross for sitt kvalitativt høye innhold, er korte og effektive.

Etter 4 uker har vi enten gjort oss avhengige av programmet, og er klare for å kvitte oss med USD 60, eller vi har rett og slett ikke bruk for det. Uansett sitter vi igjen med en oppfatning av selskapet som er positiv, og som frister til å oppfriske bekjentskapet neste gang vi trenger hjelp med Windows. Et eksempel til etterfølgelse.

Om vi kjøpte programmet? I løpet av prøveperioden hadde System Mechanic spart oss for et tosifret antall timer til feilsøking og problemløsning, og i tillegg sørget for å optimalisere vårt system. Svaret gir seg selv.

## Sun virtualiserer – og får kjeft

Sun Microsystems annonserte en lang rekke nye hardware- og software-produkter på et arrangement i San Francisco nylig, inklusive en BLADE-server basert på Intels x86-arkitektur. 'Velkommen etter' kan være en passende kommentar til akkurat dette – som ikke påkaller noen stor interesse i seg selv. Den munnrappe strategen som leder selskapet, Scott McNealy, sørget imidlertid nok en gang for å fargelegge en litt grå produktannonsering. På spørsmål fra journalistene om hvilken prosessor som er å finne i produktene, svarer McNealy: "Jeg vet ikke og jeg bryr meg ikke. Slutt å være opptatt av komponenter".

McNealys poeng er at det ikke lenger er spesielt interessant hva som er inni boksen, men hva som kommer ut, hva den kan brukes til og hva det koster. Virtualisering, kort og godt – som vi diskuterte i artikkelen "Fleksible tjener-arkitekturer" i Mellvik-Rapporten nr. 99. En fortsatt fokusering på detaljene langt inne i systemene er ikke bare uinteressant, men bortkastet tid.

McNealys vinkling – og avvising av spørsmål om tekniske detaljer – har imidlertid falt IT-journalistene tungt for brystet. De skal ikke bare ha seg frabedt forslag om hvordan vinklingen bør være, men insinuerer at Sun må ha noe å skjule dersom selskapet ikke vil komme med detaljene. Vi er ikke i tvil om at detaljene dukker opp sammen med produktene – når den tid kommer. Spesifikasjoner er en naturlig del av tekniske produkter, uansett om det er biler, hvitevarer eller IT-utstyr vi snakker om. Journalistene vet naturligvis dette, men velger likevel å 'gå i taket' av indignasjon. Reaksjonen er ikke overraskende, og kom neppe som noen bombe på McNealy: Pressekorpsset er preget av halvgamle semi-teknologer som i årenes løp har lært seg hvordan teknologien fungerer, og elsker å demonstrere denne kunnskapen ved enhver tenkelig anledning. At den ikke lenger er interessant, kommer som et sjokk, og avslører en virkelighet de ikke vil vite av.

Derfor tar vi av oss hatten for Suns og McNealys vilje til å "tale Roma midt imot": Å komme på kant med journalister er definitivt en sjanse å ta i en verden der pressen har større makt enn noen gang. Hvis vi skal komme videre i utviklingen må pressen være med. Vi håper at dette sparket på skinneleggen fra McNealys side kan bidra til at de løfter blikket og gir markedet relevant informasjon i stedet for en ensidig fokusering på MegaHertz, bus-bredde og cache-størrelser. Det er totalpakken som teller for markedet, som har annet å gjøre enn å være opptatt av hestekrefter, turtall og dreiemoment. De tekniske detaljene er for eksperter. ■