

INSTANT MESSAGING: Effektivitet eller mareritt?

Det handler om kommunikasjon – og vi får åpenbart aldri nok. Vi klarte oss lenge med brev, telefon og et sporadisk telegram ved store anledninger. Telex var et fremskritt med hensyn til hastighet, men tungvint og kostbart. Telefaks gjorde susen, og ga mersmak. Siden har apetitten vokst fra god til glupsk: Epost, SMS og IM – og ingen tror at vi stopper der.

Er apetitten større enn behovet? Har vi nytte av alle disse kommunikasjonsvariantene? Skaper de effektivitet eller sløvhet, forstyrrelser eller kontinuitet? Meningene er mange og argumentene likeså. Uansett er det et faktum at en hel verden kaster seg over nykommerne med en bemerkelsesverdig entusiasme – som regel uten noen form for analyse eller kunnskap om nytteverdi eller kost/nytteforhold.

Denne la-det-skure mentaliteten, som mange kaller snik-innføring fordi den i realiteten er uten kontroll, er interessant sett fra en rekke synsvinkler. Ikke minst er det pussig – eller foruroligende – at de som betaler regningen viser så liten interesse for mekanismenes egentlige verdi. Er 'kjekt å ha' blitt så viktig at evalueringer er verdiløse, eller er sløvheten blitt så stor at vi lar humla suse i stedet for å ta en konfrontasjon med virkeligheten?

AOL foran, Microsoft etter

Etter erfaringene med epost og SMS burde det ikke overraske at *Instant Messaging* – IM – kommer seilende omtrent på samme måten. Analogt med epost har vi med en i teknologisk forstand aldersstegen tjeneste å gjøre, som ved hjelp av enkelte katalysatorer har blitt allesteds nærværende.

I dette tilfellet var AOL, America OnLine, den viktigste katalysatoren. Enkle mekanismer for IM var tilgjengelige både under Unix og på andre systemer fra tidlig på 80-tallet, og ble flittig brukt i tallrike miljøer, ikke minst av ansatte og studenter ved universiteter og høyskoler.

AOL brakte funksjonaliteten inn under et lett tilgjengelig brukergrensesnitt og utvidet nedslagsfeltet dramatisk: Med millioner av brukere ble både anvendelighet og nytteverdi flyttet flere størrelsesordener oppover.

AOLs styrke og handicap var et lukket brukermiljø, med formidabel størrelse isolert sett, men likevel ikke så imponerende sammenlignet med den eksplosive veksten i Internett- og WWW-brukere. De primære brukerportalene, med Yahoo i spissen, implementerte IM i et åpent miljø med nett-

Hva skal barnet hete?

For oss i IT-bransjen er 'Instant Messaging' kurant nok: Vi forstår hva som menes og vet hva det er. Samtidig er det innlysende at barnet trenger et annet navn på norsk, som alminnelige brukere kan forholde seg til.

'Øyeblikksmeldinger' er en kandidat som har vært brukt i enkelte mediasammenhenger de siste månedene, mens forkortelsen IM er mest brukt. Vi kan være med på at 'øyeblikksmelding' gir et godt bilde av hva vi snakker om, men uttrykket er for langt og tungt til å kunne bli sittende.

Andre varianter som har vært på banen i løpet av det siste året er 'nett-SMS' og 'straks-mail'. Ingen av dem smaker spesielt godt. Derfor holder vi oss til IM enn så lenge. Forkortelsen kan bli hengende – slik tilfellet er for SMS.

leseren som ramme, og sørget for både konkurranse og teknologi-press for AOL.

Sent, men godt fra Microsoft

Som så ofte før, oppdaget Microsoft plutselig nok et tog som var i ferd med å gå. De kastet seg hals over hode på siste vogn, for deretter med alle midler å kjempe seg fremover i fart. Resultatet kjenner vi: Microsoft har ressursene og verktøyene, og har plassert seg ved siden av Yahoo som en reell utfordrer til AOL på IM-toppen.

Den andre katalysatoren for IM var tilgjengeligheten av bredbånd og permanente tilknytninger i privatmarkedet. Lave kostnader og korte responstider, sammen med en ny bruker-generasjons umettelige behov for underholdning og moro, skapte nye forretningsområder for en vekstkåt spill-industri – ved siden av et enormt annonsepotensiale for de som kontrollerer IM-tjenestene.

WHERE'S THE BEEF?

Vi har epost, vi har mobiltelefoner og vi har SMS, hva skal vi med IM? Svaret er ikke innlysende før vi ser hvordan verktøyet brukes. Utviklingen i popularitet og bruk er særdeles analog med SMS: En lett tilgjengelig tjeneste – direkte på

brukerens 'bordflate', med minimal kostnad (i dette tilfellet ingen ting) og umiddelbar praktisk verdi.

At verdien i første omgang var en oversikt over hvem som var tilgjengelige *on line*, kan umiddelbart se besynderlig ut. Et viktig element i epostens popularitet har alltid vært dens asynkrone natur: Avsender sender melding når det passer, mottaker leser når det passer – helt uavhengig av hverandre. Telefonen er derimot synkron, og forutsetter begge parter tilgjengelighet. Når den ene parten ikke er tilgjengelig får vi en *fallback* til noe som ligner på epost: Lydpost.

I dette scenariet blir IM verken hummer eller kanari i den forstand at den tilsynelatende ikke bringer til torgs noe nytt: Ønsker vi å finne ut om noen er tilgjengelige, slår vi på tråden. Ønsker vi å sende meldinger,

IM, standarder og samspill

IM-utviklingen har mye til felles med tilsvarende for epost – med ti års forskyvning i tid: Eksplosiv popularitet, flere store aktører og liten eller ingen kompatibilitet mellom systemene. For epostens vedkommende er kompatibilitetsproblemene stort sett historie. Fornuften – og standardene – seiret, ingen leverandør fikk tilstrekkelig overtak til å kunne eie markedet.

Vil det samme kunne skje i IM-markedet, som i dag er fragmentert – i hovedsak mellom tre leverandører med hver sin 'standard'? Svaret er definitivt 'ja': Klart det er mulig, sågar sannsynlig. Men til forskjell fra epost-historien, finnes det ingen standard på IM-siden – enda.

De store aktørene har sine egne, inkompatible standarder: Å få dem til å spille sammen er ingen teknisk utfordring, men så langt en politisk og markedsmessig umulighet. Ingen av leverandørene er villige til å betale de andre for å få tilgang til brukerne på den andre siden, og der blir vi stående. Dermed er en uavhengig standardiseringsprosess eneste vei til målet, slik verden ser ut i dag.

Men hvordan standardiserer vi når det finnes flere standarder å velge mellom? Selv om det tar tid og bidrar til forsinkelser, er det ingen vei utenom å la markedet avgjøre. Vi har vært igjennom tilsvarende øvelser en rekke ganger de siste 10 årene, og har ikke alltid vært like fornøyde med resultatet. På den andre siden er det langt viktigere å få en avklaring enn hvilken standard valget faller på – så også i dette tilfellet.

Den ene varianten kalles SIP/SIMPLE, forkortelser for protokollene som er involvert – *Session Initiation Protocol* og *SIP for Instant Messaging and Presence Leveraging*. Hovedalternativet kalles XMPP (*eXtensible Messaging and Presence Protocol*), og er både nyere og åpnere enn de første. Faktum er at de to kan brukes sammen dersom utgangspunktet er XMPP. Microsofts nært forestående IM-produkt for virksomheter (Greenwich) og Lotus Sametime, en betydelig aktør i segmentet, satser begge på SIP/SIMPLE, men det skal mer til for å avgjøre denne tvekampen.

Først mot slutten av 2004 vil vi vite svaret, en tidsramme som ikke er spesielt plagsom for det europeiske markedet: IM trår fortsatt sine barnesko på våre kanter av verden, og det er ikke urimelig å skaffe erfaring via de offentlige (og kostnadsfrie) tjenestene før dedikerte løsninger for egen organisasjon havner på agendaen. I mellomtiden må det amerikanske markedet utpeke en standard.

bruker vi epost, og har vi behov for synkron epost, bruker vi begge deler.

IMs bidrag er likevel annerledes. Det første og viktigste punktet er ifølge brukerne at de med et øyekast kan se hvem som er tilgjengelige. Ingen handlinger og ingen tid går med til å verifisere tilgjengelighet. Mens fokuseringen på tid og antagelsen om effektivitet er naturlig i jobbsammenheng, er det interessant nok tid det handler om også for privatbrukere. SMS-generasjonen, som representerer en vesentlig del av denne populasjonen, har riktignok tid i massevis å ta av, men er opptatt av en annen dimensjon: Hastighet. Å være konstant synlig, tilgjengelig og i virtuell aktivitet er viktig – sosialt og statusmessig.

“Det er raskt, effektivt og ukomplisert å få avklart korte spørsmål, uten telefonens behov for småprat” er en typisk kommentar fra IM-brukere. Kommentaren minner ikke så rent lite om tilsvarende fra SMS-hold. I miljøer som har kommet over innkjøringsperioden for IM, viser det seg at verktøyet benyttes også mellom medarbeidere som er innenfor talerekkevidde. Hvordan dette kan være effektivt, fortøner seg i første omgang som et mysterium. “Dette har med *privacy* å gjøre”, sier en bruker fra et slikt miljø: “Det er nyttig å kunne konversere uten at andre enn de involverte hører”, fortsetter han.

Det er åpenbart at bruken får konsekvenser for måten vi omgås hverandre på: Det blir mindre småprat ved kaffemaskinen og mer tid foran skjerm og tastatur. Om forandringen på sikt bidrar til økt produktivitet, vil bare tiden vise. Produktivitet og trivsel hører nøye sammen, og sosiale som vi er kan det komme bivirkninger på sikt som er usynlige i dag.

Historien viser imidlertid at vi skal være forsiktige med å trekke basante konklusjoner i så henseende. Tilsvarende resonnementer ble ført i marken da telefonen ble allemanns-eie, da fjernsynet skyllet over verden, og ved en rekke andre anledninger. I ettertid kan vi observere at analysene var for sneversynte og baserte på gale forutsetninger: At hverdagen og omgivelsene var konstante mens verktøyene forandret seg. Så er aldri tilfelle: Alle elementene er i konstant forandring og det er deres relative samspill som bestemmer forskjellen mellom fiasko og suksess.

En gigantisk suksess

At IM er en gigantisk suksess hersker det ingen tvil om. Tallenes tale er entydig: AOL har registrert 62 millioner unike brukere i USA, MSN (Microsoft) har 20 millioner og Yahoo 18 millioner. Til sammen har slike IM-tjenester flere hundre millioner brukere verden over, og representerer et marked av gigantiske proporsjoner. Derfor er tjenestene i utgangspunktet gratis.

Kampen mellom de store aktørene sørger for at nye tjenester og ‘attraktive tilbud’ strømmer mot brukerskaren, hvilket på den ene siden har gitt opphav til nyttige og interessante tjenester, mens det på den andre siden bidrar til et høyt støynivå. Vi skal imidlertid la denne

siden av IM-bildet ligge i denne omgang, og konsentrere oss om forhold som er vesentlige i profesjonell sammenheng.

Fra privat til profesjonell

Den eksplosjonsartede omfavnelsen av IM i privatmarkedet kunne ikke unngå å få konsekvenser i jobbsammenheng: Først tok brukerne med seg sine private *buddy*-grupper på jobben. Deretter oppdaget de at en rekke av kollegene var tilgjengelige, og etablerte grupper for disse. Og dermed var det gjort: IM ble et arbeidsverktøy over natten, uten kontroll og uten konsekvensanalyser i noen retninger. Brukerne fant ny effektivitet og nye arbeids/samarbeids-metoder som på den ene siden raskt skapte avhengighet, og på den andre siden reduserte bruken av gruppevare-baserte samarbeids-løsninger dramatisk.

Driftspersonale som forsøkte å blokkere trafikken, måtte etter beste evne søke dekning mens de i hui og hast reverserte sine 'tabber'. Ledere som forsøkte seg med tilsvarende restriksjoner, kunne konstatere at de hadde ramlet av utviklingen.

Som tilfellet var med SMS, har IM ingen grunnleggende egenskaper som gjorde verktøyet til noen selvskreven suksess av slike proporsjoner. En håndfull viktige brikker havnet mer eller mindre tilfeldig på riktig sted til riktig tid, og katalyserte eksplosjonen. Vi har nevnt enkelte allerede – med tilgang på bredbånd og permanente Internett-tilkoblinger som de primære. Derfor var det umulig å forutse eksplosjonen.

Tilgjengelighet i fokus

Som vi var inne på innledningsvis, er tilgjengelighet selve fundamentet for konseptet: Vår tilgang til konnektivitet som gjør oss tilgjengelige for omverden og omverden tilgjengelig for oss, blir løpende overvåket og kringkastet til våre 'nett-venner': Personer i våre omgivelser som ønsker og får tilgang til slik informasjon.

Når vi flytter oss over i profesjonell sammenheng – 'på jobben', møter vi gjerne følgende argumenter for å bruke IM:

- ✓ IM er raskere og mindre påtrengende enn andre kommunikasjonsformer.
- ✓ Kostnadene er minimale – ingen investeringer, lavt båndbreddeforbruk, ingen opplæringskostnader.
- ✓ Tilgjengelighetsinformasjon i sann tid gir kommunikasjonen en ny dimensjon: Vi vet – uten å undersøke – hvem som er til-

IM-leverandører i kø

IM for privatmarkedet har først og fremst eksponeringsverdi for leverandørene: Flere brukere betyr høyere annonsepriser og flere annonser, akkurat som tilfellet er med tradisjonelle trykte medier. Når vi flytter oss over i profesjonelle sammenhenger, IM for virksomheter, kommer helt andre vurderinger i fokus: Sikkerhet, kontroll, drift, samspill med andre løsninger og så videre.

Her er markedet åpent for programvare-leverandører som vet hvilke penger det kan bli av en hundrelapp eller to per bruker. Denne delen av markedet estimeres til å passere USD 800 millioner i løpet av 2 år, og aktivitetene på leverandørsiden er deretter: Samtlige store aktører har allerede produkter på markedet, og mange arbeider med 2. generasjon: IBM/Lotus, Oracle, Yahoo, AOL, Microsoft, Sun. Samtidig ser nye aktører muligheter i et ferskt og 'ubesudlet' segment – for eksempel Bantu, Jabber og Communicator Inc., mens en tredje gruppe spesialisere seg på tilleggsprodukter og tjenester på toppen av hva andre leverandører tilbyr.

Kort og godt et hektisk segment og en dans rundt en gullkalv ingen helt vet størrelsen på. Vi er redd for at det ligger tallrike skuffelser og nedturer i farvannet fremover: Det er ikke innlysende at de produktene og tjenestene som tilbys virkelig er hva markedet trenger.

gjengelige og kan bruke kunnskapen umiddelbart – person til person eller i grupper.

En vital faktor som ikke har vært nevnt så langt, og som er av relativt ny dato, er det faktum at 'alle' er PC-brukere: Funksjonærer, selgere, saksbehandlere, forskere, ledere – alle som ikke i hovedsak har fysisk arbeid er potensielle brukere. En vesentlig og fortsatt voksende del av de øvrige har hjemme-PCer og blir stadig mer oppegående i bruken av verktøyet. Dessuten ser vi allerede nå at IM sprer seg til PDAer og mobiltelefoner, hvilket vil bidra til ytterligere bensin på ilden.

Kostnadsfaktoren påkaller spesiell interesse i dette bildet: Et av punktene ovenfor beskriver et kostnadsbilde som gjelder for de offentlige IM-tjenestene. Er disse tjenestene gode nok til profesjonell bruk, og hvis ikke, hva er markedet villig til å betale for tilpasninger og kvalitetsforbedringer av ulike slag?

Ute av kontroll

Den faktiske situasjonen er at IM har funnet veien inn på våre kontorer via brukerne, som har tatt verktøyet med seg hjemmefra. Nytteverdien er akseptert, og alt som kan krype og gå av programvareleverandører ruster seg for å oppgradere profesjonelle brukere med 'profesjonelle produkter' (se ramme på foregående side).

Hvorfor? Fordi IM i profesjonell sammenheng er fullstendig ute av kontroll. Ledere, driftsansvarlige, nettverksansvarlige og ikke minst sikkerhetsansvarlige river seg i håret: Dette kan vi ikke leve med. Her må det logges, kontrolleres, undervises og sperres med hard hånd, slik at organisasjonen ikke risikerer å bli stilt til ansvar for meldingsutvekslinger som kanskje aldri har funnet sted.

Høres dette paranoid ut? Javisst – og mer interessant blir det: Salgsargumentene fra programvareleverandørene som i disse dager banker på dører over hele verden, fokuserer på nettopp viktigheten av å få IM under kontroll: Interne løsninger med logging, innholdskontroll, driftsrutiner og kryptering, og ikke minst integrasjon med eksisterende verktøy og løsninger. Produktene koster en arm og en fot, spesielt dersom de skal være compatible med eksisterende offentlige løsninger (som i praksis vil si AOL, MSN og Yahoo).

Mens alt dette er vel og bra – og lett å argumentere for, gir det også grunnlag for ettertanke: Var ikke suksessfaktorene for IM tilgjengelighet, enkelhet og lave kostnader? Ser vi konturene av SMS kontra MMS her – en enkel, billig og effektiv tjeneste som videreutvikles til noe ingen har bruk for?

Holdninger og misforståelser

Utfordringen – behovet for såkalt profesjonalisering av tjenesten – har først og fremst med holdninger å gjøre: Mens vi kan forstå at ledere og ansvarlige er bekymret for konsekvensene av dette nye verktøyet, finner vi angrepsvinkelen i beste fall underlig.

For hva er egentlig IM: Er det skriftlig eller muntlig kommunikasjon, og hvordan bør det behandles? Skal meldingene arkiveres, og hva med personvern? Som en amerikansk kommentator¹ uttrykte det forleden:

What's happening is that corporate IT types are belatedly discovering that some of us already use IM for work. [...] Until now, that's been our little secret. But the gods of enterprise computing, they of the fat wallets, have found us out. And soon the good old days of instant messaging may be over. [...]

Å kontrollere betyr å begrense, og for et hvilket som helst verktøy er det av overordnet betydning å for det første forstå verktøyets egenskaper, for det andre hvorfor det brukes og for det tredje hvordan det brukes. Å blokkere kommunikasjon med eksterne parter kan for eksempel være nok til å fjerne hovedmotivasjonen for bruken. Likeledes kan logging av alt som skrives sette en stopper for spontanitet og idéutveksling: "Pass på hva du sier, du kan bli konfrontert med det siden!"

Utviklingen står med andre ord ved en skillevei: IM-eksplosjonen kan fortsette med samme hastighet og bli til et marked som om et par år dekker et tresifret antall profesjonelle brukere i tillegg til 300+ millioner privatbrukere. Alternativt kan utviklingen bremses ned til et minimum gjennom overdreven kontroll og ditto restriksjoner.

Å skape grobunn for videreutvikling av verktøy med åpenbar nytteverdi betyr å ta seg tid til å forstå suksessfaktorene – teknisk og merkantilt. For IM er hovedpoenget å vite forskjellen på skriftlig og muntlig kommunikasjon: Mens epost er 'tastatur-varianten' av tradisjonelle brev, er IM 'tastatur-varianten' av telefonsamtaler. De fleste IM-systemer gir sågar anledning til raskt og enkelt å svitsje over til muntlig kommunikasjon etter behov.

En spade er en spade ...

IM må med andre ord behandles som muntlig kommunikasjon. Ingen lager opptak av telefonsamtaler for å kontrollere hva som blir sagt eller logge konversasjoner som bevis. Det finnes sågar lover mot slikt. Tilsvarende må gjelde for IM. Skrikene om bedre sikkerhet må håndteres deretter: Visst er sikkerheten viktig, og IM skal i sikkerhetsmessig forstand behandles som telefonsamtaler. Det betyr at det er brukerne selv som er ansvarlige: De må vite hvilket ansvar de har og hva som er skikk og bruk ved siden av god kutyme. Kan de håndtere en telefon kan de også ta ansvaret for å gjennomføre semi-muntlige konversasjoner via tastaturet. At det er lett for de involverte parter å logge 'samtalene' via enkle kommandoer på sin PC, er et forhold som kommer inn under den samme ansvarsmessige betraktningen. Det er ikke mulig å regulere seg bort fra personlig redelighet og ansvar.

På denne bakgrunn er det vanskelig å se at introduksjon av kostbare, 'profesjonelle' IM verktøy er nyttig: Vel er det lett å se at lokale IM-knutepunkter gir fordeler både med hensyn til ressursforbruk og sikkerhet: Interne konversasjoner kan med fordel holdes internt i stedet for å

¹ David Coursey, ZDnet AnchorDesk, 2/3/2003.

traversere Internettet frem og tilbake. Det skal imidlertid fint lite teknologi til for å implementere slike løsninger, og programvare-leverandørenes driftsintensive millionprodukter fortøner seg som fullstendig *overkill* for formålet.

Nye muligheter

Det er kort og godt ikke innlysende at profesjonelle IM-produkter bygget rundt samme lest som de offentlige tjenestene har noen mening i dagens virkelighet. Samtidig observerer vi at IM-bruken har forandret innstillingen til og bruken av samarbeidsprodukter (gruppevare). Videre er IBM/Lotus' IM-produkt Sametime en påbygning på Lotus Notes/Domino, og derfor tett koblet til nettopp gruppevare.

I denne sfæren ligger det potensiale for både innovasjon og nye produkter. Vi ser konturene av nykommere som fokuserer på nettopp samarbeidsfunksjoner og som inkluderer og bygger videre på IM-funksjonene vi er blitt vant med. Det nystartede amerikanske selskapet InView er et godt eksempel – med tydelige ambisjoner om å pløye ny mark på et område som har forandret seg lite siden midt på 90-tallet. Vi er ikke i tvil om at de store programvareaktørene vil forsøke lignende veier når det viser seg at dagens spor ikke gir gevinst.

Konklusjon

IM er langt mer enn kjekt å ha: Et moderne kommunikasjonsverktøy med egenskaper og muligheter som først blir åpenbare etter at teknologien er tatt i bruk. Hvem ville for 5 år siden ha forutsagt at vi i dag får varsel om TV-programmer, børskurser og tilbud om varer og tjenester via SMS? Potensialet for IM er flere størrelsesordener større.

Europa ligger langt etter USA i bruken av IM generelt og IM i profesjonell sammenheng spesielt. Den utstrakte bruken av SMS i Europa har redusert behovet for og den umiddelbare nytteverdien av IM. Samtidig er SMS et levende bevis på konseptets vitalitet og potensiale. Bølgen er på full fart inn i europeiske virksomheter, der kombinasjoner med SMS uten tvil vil stå sentralt. Her har IT-ledere og profesjonelle en glimrende mulighet til å ta utviklingen i forkant, maksimalisere nytten og redusere ulempene til et minimum. Det er vel verdt å ta utfordringen på alvor.

I tillegg til fortsatt sterk vekst i utbredelsen av de offentlige IM-tjenestene og utstrakt eksperimentering med de profesjonelle variantene, er det en utvidelse av utstyrsspekteret som står for døren det nærmeste året: Etterhvert som PDAene 'kommer på nett', og mobiltelefonene får bredere funksjonalitet, blir det nødvendig å inkludere dem i dette 'on line'-samfunnet. Om vi liker mekanismene, konsekvensene eller måten de brukes på, er av mindre betydning. Vi må forholde oss til deres eksistens og potensiale, fortrinnsvis med holdningen: "Hva kan du gjøre for meg?"

[Har du kommentarer eller synspunkter? Du treffer oss på AOL:mellvik1 eller Yahoo:mellvik]. ■