

Klick!

– Modulära associationsfält¹

ROBERT WILLIM är doktorand vid etnologiska institutionen, Lunds universitet. Har under flera år studerat digitala mediers kulturella roll. Resultatet har presenterats i artikelform samt i föredrag. Under 2002 kommer hans doktorsavhandling som handlar om några centrala händelser som tog plats i företaget Framfab kring sekelskiftet. För ytterligare information, se gärna: [www.etn.lu.se/~robert_w].

Plats: Framfabs kontor i Ideonkomplexet Lund.

Tid: Hösten 1999.

Svarta tejpade banor löpte på kontorets ljusa trägolv. De gick mellan datorborden, sittgrupperna och hyllorna från IKEA. I några lådor låg en massa hopfogade plastbitar. Det liknade Lego. Det var Lego, men inte de bitar jag kände igen från min barndom, dvs. kuber och trehörningar samt små knubbiga plastgubbar med primitiva gripklor, stela leder och fixerade menlösa leenden som aldrig försvann oavsett vad man utsatte dem för.

Den sorts Lego som låg i lådor och stod på hyllor i kontoret tillhörde en annan produktkategori som kallades för Mindstorms. Produkten var resultatet av ett samarbete mellan Lego och MIT (Massachusetts Institute of Technology). Det var relativt avancerade Legobyggsatser, som gick att styra med hjälp av datorbaserad mjukvara. Anledningen till att det låg Lego i en låda på Framfab var att några av de som jobbade på kontoret hade startat ett lekprojekt. Bitarna rymde på flera sätt betydelse.

PLASTBITARNAS DRAGNINGSKRAFT

Lego går att koppla ihop med hur bilder av Framfab som företag skapades. Mindstormskomponenterna och de färgglada legobitarna i lådan fängade besökares uppmärksamhet när de kom till kontoret. De drog till sig människor. När statsminister Göran Persson och handelsminister Leif Pagrotsky 1999 besökte Framfab stannade de intresserat till vid de små plastbitarna och halvfärdiga Mindstormsrobotarna. Även Andreas Carlgren från Cen-

terpartiet, blev vid sitt besök på Framfab liksom flera andra intresserade av Lego-bitarna. Bitarna låg där i en låda som en materialisering av en lekfull attityd och en IT-verksamhet med speglingar i bl.a. Douglas Couplands kritikerrosade bok *Mikroslavar*, eller på engelska *Microserfs* (1998), i vilken Lego kopplas samman med unga människor i IT-branschen. I många avseenden harmonierade Mindstorms-rekvisitan på kontoret med bilden av innovativa engagerade hackers.

Legobitarna öppnade upp associationsfält för besökare som Göran Persson. De fick besökares fantasier och associationer att röra sig i en i viss mån utstakad riktning. Lego och i synnerhet en avancerad produktkategori som Mindstorms signalerade en barnsligt nyfiken och innovativ attityd som harmonierade med den bild som i tidningar och TV målats upp av Framfab. Bitarna var som ett diskret löfte om en lovande framtid av lekfullt enkla nyskapande produkter och tillväxt. Legobitarna i sin låda blev till en motor som drev fram fantasier och bilder av företaget. De blev därmed genom sin kraft att symbolisera och vägleda associationer passande för placeringen av Framfab i diverse medier inte minst som kuliss till politikers möte med det unga företaget. Lego fick symbolisera det lekfulla företaget.

ARBETE OCH LEK

Att leka på jobbet, eller att få arbetet att kännas lekfullt var centralt i ett företag som Framfab kring sekelskiftet 2000. I talet om den nya ekonomin och kravet på ständig innovation genljöd temat om det lekfulla arbetet.

Den 17 juli 2000 kunde man i tidskriften *Infoworld* hitta en artikel som var upp-

byggd kring nedmonteringen av ett antal som man skrev "entrenched rules of the Old Economy" varav den första var att det inte fanns något utrymme för att ha roligt på jobbet. I tidskriften *Fast Company* ifrågasattes också om arbete måste vara tråkigt: "Where is it written that important assignments must be carried out with an air of grim determination? That breakthrough ideas can only emerge in a business-as-usual environment? That work must always feel like, well, work?" (*Fast company* januari/februari 2000). Rolf Jensen, föreståndare för Copenhagen Institute for Future Studies, menade att framtidens arbete kommer få karaktären av "hard fun" (1999), vilket innebär att leken blir integrerad med arbetet.

Lektemat var närvarande på Framfab. Lego Mindstormsprojektet var ett exempel på hur kontoret samtidigt var ett lekrum. De som drog igång det hela och tog in legobitarna på Framfab jobbade dessutom med ett projekt för vilket Lego inte var helt oviktigt. Arbetet och leken inom projektet ledde fram till produkten Brikks (jfr www.Brikks.com). Det finns kopplingar mellan Brikks och Lego.

DET MODULÄRA

Medieforskaren Lev Manovich har pekat på grunddragen och några väsentliga principer hos det han kallar för nya medier, jag föredrar termen *digitala medier*. Det i dag mest centrala av dessa medier är datorn. Nya eller digitala medier präglas enligt Manovich av *modularitet*, de är alltså modulära, vilket innebär att objekt inom ramarna för nya medier består av (mer eller mindre) oberoende delar. Dessa delar utgör diskreta, dvs. avgränsade enheter. Delarna i de digitala objekten består i sin

tur av mindre avgränsade delar osv. Ända ner till det som kallas bitar (bits: binary digits) vilket är grundstommen till digitala, eller i Manovichs ord nya medier (Manovich, 2001:31).

Produkten Brikks som började tas fram av Framfab i slutet av nittiotalet är en plattform för att leverera digitalt innehåll och tjänster. Den ska vara anpassningsbar för olika typer av tekniker: datorer, personliga digitala assistenter (pda), wap-telefoner osv. Grunden i Brikks är just en modulär struktur. Produkten är uppbyggd av ett antal modulära diskreta delar, vilket ska underlätta både för användare och utvecklare. Därmed ligger Brikks i linje med ett av de centrala grunddragen i digitala medier.

En dator, liksom flertalet andra digitala medier, är en oerhört komplex artefakt. Att använda sig av olika modulära lösningar innebär ett sätt att förenkla både användande och utveckling av tekniken. Som ett led i denna förenkling kan modeller att tänka med vara nödvändiga. I utvecklingen av Brikks användes därför något fysisk och materiellt som tankehjälp, för att sätta fingret på vad det var som inom Brikks-projektet utfördes innanför skalet på den digitala utrustningen. Detta fysiska och materiella var Lego.

Lego är ett koncept som i hög grad harmonierar med modulariteten hos datorer. Legobitarna utgör diskreta moduler som kan klickas samman till större objekt. Därför blev det ett utmärkt konceptuellt redskap att tänka med, i synnerhet under utvecklingen av Brikks, som betonade det modulära hos de digitala medierna.

Kopplingen mellan Lego och datorer har som sagt tidigare gjorts explicit i romanen Mikroskalar av Douglas Coupland. Lego får där en central roll i utvecklandet av en mjukvara kallad Oop!, vilket är en

sorts mjukvarulego. Couplands Oop! förekom inte på Ideonkontoret och i framtagandet av Brikks, däremot ett annat oop. Produktnamnet som Coupland hade valt för mjukvarulegoprodukten som tas fram i boken är inte valt av en slump eller enbart för att det låter lustigt. Förkortningen oop står i programmeringssammanhang för ObjektOrienterad Programmering. Objektorienteringen i denna typ av programmering är uppbyggd kring ett modult koncept och är därmed kopplad till datorernas modularitet.² Oop är centralt för mycket av programutvecklingen, så även för Brikks.

Datorernas modularitet möjliggör, t.ex. inom ramarna för oop, ett enkelt återanvändande av tidigare skapade objekt. Diskreta delar kan väljas ut och införlivas i nya objekt. Konceptuellt är detta likt Lego. Byggnad med Lego innebär ett användande av prefabricerade bitar, vilka med vissa begränsningar kan kombineras ihop till olika skapelser. Det prefabricerade, prefab, återkommer i fler sammanhang i samband med IT kring sekelskiftet.

PREFABFRAMTID

Plats: biografen Riviera i Stockholm.

Tid: februari 2000.

På scenen stod Framfabs VD Jonas Birgersson iförd en gulblå hockeylandslags-tröja. Han presenterade företagets bokslut. Dessutom höll han en show vars höjdpunkt bestod i att "Birger" kastade en tegelsten genom en glasruta. Det var en symbolisk gest. Innebörden var "Brikks breaks Windows". Framfabs produkt Brikks skulle slå ut operativsystemet Microsoft Windows. Enligt denna gest skulle Brikks vara, om inte ett operativ-

system, så åtminstone en ersättning till ett. Något nytt revolutionerande inom datorvärlden som skulle slå ut marknadsledande aktörer som Microsoft. Denna beskrivning var dock inte riktigt adekvat. Flera på Framfab, inte minst de som arbetade med Brikks, menade att Birgerssons symboliska krossande av glasrutan var en dålig illustration av vad Brikks var. I stället för att slå ut Microsoft Windows innebar i stället arbetet med Brikks ett utpräglat användande av Microsofts produkter.

VD:s gest var trots sin förenklade och delvis felaktiga symbolik viktig. Den var

betydelsefull eftersom den pekade ut en riktning. För analytiker, konkurrenter och kunder presenterade företaget en produkt som ännu inte fanns tillgänglig på marknaden. Denna typ av förannonseringar kallas inom IT-branschen för *vaporware* (se Hoxmeier, 2000). Vapor som i ånga eller dimma. Vaporware är ännu ej lanserad teknik som liksom i ett dimmoln är skönjbart som en framtida produkt på butikshyllorna. Genom att förannonsera produkter ges signaler om hur framtiden kan tänkas gestalta sig. En framtid inkluderande respektive företags produkter.

"The modular man". Modulkonceptet kan om man så vill sträcka sig långt bortom datorer och Lego. Låt oss leka med tanken att människor vore modulära. Alvin Toffler skrev 1970 i boken Future Shock om hur framtida människor skulle komma att leva i mer och mer tidsligt fragmenterade relationer. Dessa relationer skulle kännetecknas av att endast vissa delar eller moduler av olika personers karaktär och kompetens skulle vara relevanta för den mänskliga kommunikationen. I detta samhälle skulle vi i olika situationer förväntas aktivera enbart vissa separata moduler som skulle göra oss till t.ex. KF-kund, telefonförsäljare, gyminstruktör, bilägare, mr X i en internetchat, pensionssparare, tillfällig sexpartner, fotbollsback, jourhavande medmänniska eller systemutvecklare på Framfabs Ideonkontor. Foto: Nilstorp Studios.

Härmed kunde ett företag som Framfab hävda att framtiden redan producerades inom företagets väggar. Framtiden prefabricerades alltså retoriskt av företag som Framfab (Framtidsfabriken). Detta utpekande av en riktning från företagshåll ska ses i förhållande till att en mängd andra aktörer framställde framtiden som komplex och i hög grad oförutsägbar (se Bergquists bidrag).

Birgerssons lansering av Brikks på Riviera i Stockholm ska även ställas i relation till hur produkten presenterades i övrigt. Det enkla, närmast Lego-liknande, i konceptet framhölls. Brikks slogs också i marknadsföringen ihop med ett parallellt produktkoncept som utvecklades av ett dotterbolag till Framfab, Hårdvarubolaget. Konceptet med namnet Blokks, består av fysiska komponenter som tillsammans med en bredbandsuppkoppling och mjukvarumoduler i form av Brikks utgör en elektronisk helhetslösning för konsumenterna. Produkterna, i form av vaporware, lanserades med parollen "just klick on!". Ett enkelt ihopklickande av moduler eller komponenter, liksom Lego. Prefabricerade delar som kombineras ihop inom ramarna för ett standardiserat koncept.

I anslutning till datorer och digital teknik kan Lego fungera som ett koncept att tänka med. Det blev kring sekelskiftet del av ett associationsfält kring verksamheten på Framfab och kring vad företaget stod för. Det innefattade kopplingar till såväl grundläggande principer hos datorerna som till en färgglad lekfull attityd. De legobitar som låg i en låda på Ideonkontoret ska ses i förhållande till Blokks, Brikks och till inmutandet av framtiden med hjälp av vaporware. Framtiden kan kännas oförutsägbar, men vid Lego-lådan i Ideonkontoret kunde vissa konturer frammanas.

KLICKA IHOP OCH TA ISÄR

Lego, Brikks, det unga växande innovativa företaget, färgglada små bitar som var geniala i sin enkelhet. Färdiga att klicka ihop. Sammansatta hamnade bitarna i ett associationsfält inom vilket Framfab blev till ett nytt spännande företag, värt att satsa på. Med en börskurs som gick uppåt.

På sätt och vis kan det modulärt lego-liknande även kopplas till Framfabs organisation. Framfabkoncernen bestod av olika s.k. celler, vilket helt enkelt var de olika kontoren i koncernen. Varje cell bestod av omkring femtio personer indelade i ett antal projekt. Tanken med cellerna var att de skulle vara relativt självständiga enheter. Därmed bestod organisationen av ett antal sammansatta komponenter i form av cellerna, en slags modulär organisation. Dessa celler var på sätt och vis även prefabricerade. Olika mindre företag köptes upp av Framfab, och blev kärnan till nya celler inom Framfabkoncernen. Det var en tillväxt där nya kontor och mindre företag snabbt integrerades i koncernen liksom legobitar som sätts samman på en grön plastplatta. Olika färger som skapade en färgglad helhet. Framfabs tillväxt var i hög grad modulär, liksom ett legobygge som blev större och större.

Uppgången och tillväxten varade som bekant ännu några månader efter hösten 1999. Strax innan det vände i mars 2000 introducerade Framfab riktlinjer för koncernen. Form och företagspolicy skulle bli stramare och kommuniceras ut i koncernen. En ny grafisk profil togs fram, där en färg som kom att kallas Framfabgrön var central. Företaget var emellertid snart i kris. Koncernen decimerades. Bit efter bit fjärmades från organisationen. Efter något år var bara den Framfabgröna plattan kvar. Lego är genialiskt: Lika snabbt som

att klicka ihop går det att ta isär. Vad som i samband med Framfab hände med det som togs isär är en mer intrikat fråga. Det står emellertid klart att de människor som med kort varsel sades upp från företaget, i motsats till Legogubbar, som inte behöll sina leenden.³

NOTER

- ¹ De resonemang jag berör i denna artikel återfinns i betydligt mer utvecklad form i min snart kommande avhandling (se www.etn.lu.se/~robert_w för uppdaterad information).
- ² Oop brukar i och för sig inte karakteriseras som det vilket i programmeringskretsar kallas för ett modulariserat system, men den konceptuella logiken i oop är kopplat till digitala mediers modularitet.
- ³ Framfab kom sedermera i sin bantade form under 2001 att koncentrera sig på sin kärnverksamhet, dvs. att sälja konsulttimmar. Jonas Birgersson lämnade Framfab under samma år. Brikks fördes över till det nya företaget, Labs2, för vilket Birgersson blev chef. Det finns mycket att säga om dessa olika bitars framtid, men det är en annan historia.

LITTERATUR

Coupland, Douglas, 1998. *Microslavar*. Stockholm: Månpocket.
Fast Company januari/februari 2000.

Hoxmeier, John A., 2000. "Software Preannouncements and Their Impact on Customers' Perceptions and Vendor Reputation." I: *Journal of Management Information Systems*. Summer 2000, Vol. 17, No 1.

Infoworld. 17 juli 2000.

Jensen, Rolf, 1999. *The Dream Society. The Coming Shift From Information to Imagination*. New York: McGraw-Hill Book Company.

Manovich, Lev, 2001. *The Language of New Media*. Massachusetts: MIT Press.

Toffler, Alvin, 1970. *Future Shock*. New York: Random House.

SUMMARY

Click!

– *Modular Mindfields*

This piece is an short examination of some occurrences in an IT-company around the turn of the century 2000. The company Framfab was during some years one of the skyrocketing internet-consultancies in Sweden. In 1999 some of the employees in one of the offices started up a small project, which was to build robotsystems from Lego. This project became a part in a chain of events. There are connections between the Lego-project and the concept of one of the company's central products, and also between Lego and how images of Framfab was formed. A central question is how associations and mindfields around the concept of modularity emerged and became materialized.

This text is an short excerpt from a coming book, with the preliminary title *Prefab Future* which is to be published in Swedish during 2002.