

Mobil social networking – a közösségek szép új világa?

SÁGVÁRI BENCE

sagvari@t-online.hu

Kulcsszavak: mobil szociális hálózat, Web2.0, közösségi alkalmazások, helyfüggő szolgáltatások

Amennyiben hinni lehet a technológiai fejlődés sokszor túlságosan is optimista jóslatainak, néhány éven belül valószínűleg nem lesz különösebb akadálya annak, hogy mobiltelefonunkon nézzünk utána ismerősünk élete bármely fontos eseményének, de akár azt is megtudhatjuk róla, hogy éppen a város mely pontján tartózkodik. Sőt, talán az az utópisztikus állapot sincs már messze, amikor a legkülönbözőbb élethelyzetekben (megbeszélésen, osztályteremben, kocsmában vagy repülőtéren) megnézhetjük a közelünkben tartózkodók – természetesen csak az általuk engedélyezett és megosztott – személyes profilját, így bemutatkozás nélkül megismerhetjük a metrón mellettünk ülőt, vagy éppen eldönthetjük, melyik barátunkat hívjuk meg egy sörre, attól függően, hogy éppen milyen messze tartózkodnak...

Az internet fejlődésének elmúlt néhány éve világszerte a közösségi kapcsolattartást, tartalommegosztást kínáló oldalak látványos felfutásáról szólt. A sok százmillió felhasználó ma már az egyik legjövődelműbb üzleti szolgáltatást működteti a weben. Ennek az egyértelmű sikernek a logikus folytatása ezeknek a szolgáltatásoknak és funkcióknak a mobilkommunikáció irányába való elmozdulása.

Social networking – mobilon

Az internet és a telekommunikáció fejlődési trendjeit elemző, alapvetően a fejlesztések globális gócpontjai körül „sertepertélt” tanácsadó és szakértő próféták blogjaiból, és az iparág egyéb kutató- és tanácsadó-vállalatainak anyagaiból egyértelműnek látszik a konszenzus abban, hogy az elkövetkezendő néhány év a mobil eszközök funkcióinak látványos fejlődéséről fog szólni.

A potenciális célpontokat kereső szakmai és pénzügyi befektetők az elmúlt időszakban előszeretettel helyezték ki tőkájüket azokba a kis start-up cégekbe, amelyek a mobil-eszközökre kezdtek el innovatív szolgáltatásokat, ezen belül is elsősorban közösségi funkciókat fejleszteni.

A CNN egyik, 2008 áprilisában keltezett tudósításában volt olvasható az a frappáns megállapítás, mely

szerint ugyan rossz hír, hogy a web 2.0 forradalma lassan a végéhez közeledik, jó hír viszont, hogy a „webkettőt” ezentúl magunkkal tudjuk majd vinni, – utalva ezzel a mobil technológiák gyors térnyerésére [1].

A kommunikáció- és médiatechnológia fejlődésének igazi slágertémája napjainkban egyértelműen az internet és a mobiltelefon korábban egymástól külön létező funkcióinak konvergenciája, egy eszközben, egy szolgáltatásban, vagy éppen egy szolgáltatásban való egyesülése. Hasonlóan a web esetében tapasztalt tendenciákhoz, a mobil eszközökre fejlesztett alkalmazások, a mobilkészülékek böngészőire optimalizált oldalak körében is a különböző közösségi kapcsolattartást, kommunikációt, információcserét, multimédiás tartalmak megosztását lehetővé tevő szolgáltatások lehetnek az igazi „killer application”-ek.

Ha röviden szeretnénk meghatározni a mobil közösségi szolgáltatásokat (mobile social networking), akkor azok leginkább a számítógépeken, webes környezetben futó alkalmazások mobilkészülékekre való adaptációját jelentik. Hasonlóan a „hagyományos” számítógépeken futó rendszerekhez, ezek is feltételezik valamilyen virtuális közösség meglétét.

A mobil közösségi szolgáltatások jelenlegi legfontosabb típusai az azon-

nali üzenetküldés, a chatelés, a társkeresés és a különböző társas játékok. Kedveltek ezenkívül a taggelésre és a véleményezésre, értékelésre és rangsorolásra alkalmas szolgáltatások, a wikipédiás alkalmazások is, valamint a tartalomfeltöltés lehetősége. Külön alfaját jelentik a mobilos közösségi lehetőségeknek a helyzethez kötött alkalmazások.

A mobil közösségi alkalmazások legnagyobb előnye a „always on networking” lehet, ami azt jelenti, hogy – ellentétben az otthoni számítógéppel, ahol ugyan élőben követhetünk valamit, ami viszont általában egy tőlünk távol lévő helyszínen zajlik, – a mobilkészülék segítségével valóban az online térben „lehet megélni a pillanatot”. A helyszínen készített felvételeket, kommentárokat valós időben lehet megosztani másokkal. Mivel a mobiltelefonok lényegében folyamatosan be vannak kapcsolva, a közösséggel való kapcsolattartás is folyamatos lehet.

Hasonlóan a mobil streaming, illetve on-demand alapú televíziós tartalmak népszerűségére vonatkozó előzetes várakozásokhoz, a közösségi szolgáltatások esetében is várhatóan fontos szerepe lesz az „unaloműzésre” épülő üzleti modelleknek. Itt elsősorban az olyan holtidők kihasználásáról van szó, mint az utazás (például tömegközlekedés), különböző helyzetekben való várakozás stb. Így a jelenleg döntően az otthoni vagy munkahelyi számítógépen keresztül végzett „social networking” ki fog szabadulni ezek közül a keretek közül. A felhasználók (ha akarják) akár folyamatosan elérhetőek lesznek.

Változó erőviszonyok

A tanulmány bevezetőjében említett iparági próféták mindemellett abban is egyetértenek, hogy a mobilkommunikáció területén az erővi-

szonyok folyamatos átrendeződésének vagyunk szemtanúi. A korábbi időszakban egyértelműen a mobilszolgáltatók, a hálózatok üzemeltetői voltak irányító pozícióban. Ha úgy tetszik, „élet és halál” urai voltak. A készülékek magas ára miatt dönthettek arról, hogy melyik készülékgyártó milyen termékeit engedik be a saját piacra (a későbbi bevételre alapozva támogatást nyújtva a fogyasztóknak), vagy a hálózatukon belül is csak azt az adatforgalmat (legyen az beszéd, üzenetküldés, vagy később WAP-os, vagy mobil webes adatforgalom) tették lehetővé, amelynek gazdájával számukra előnyös megállapodásokat tudtak kötni, vagy nem sértette a saját hasonló szolgáltatásuk érdekeit. Napjainkra ez a helyzet jelentősen átalakult. A készülékek árának rohamos csökkenésével, az új kommunikációs technológiák készülékekbe való integrálásával (WiFi, Bluetooth stb.), a 3G hálózatokon működő szélessávú kapcsolatok megjelenésével, mindenekelőtt pedig a tartalomgazdák megerősödésével új szereposztással kellett megismerkedniük [2].

Az internetes vállalatok (Google, Apple, Yahoo, Microsoft stb.) a készülékgyártókkal karöltve mind azon dolgoznak, hogy véget érjen ez a szolgáltatók által dominált korszak. Az általuk követett stratégia kettős: vagy egyenrangú félként akarnak megjelenni a mobilszolgáltatók mellett, vagy pedig őket kikerülve közvetlenül alakítanak ki kapcsolatot a fogyasztókkal. Az elkövetkezendő 3-5 év tehát valószínűleg globális méretekben is arról fog szólni, hogy mennyire válnak átjárhatóvá a mobilhálózatok, mennyire lesz nyílt a mobilinternet, illetve a mobilkészülékeken alkalmazott technológiák és szabványok mennyiben könnyítik meg a fejlesztéseket.

Szolgáltatások formája és típusa – korlátok és lehetőségek

Ma még nem nagyon látható előre, hogy milyenek is lesznek valójában a mobil közösségi oldalak, ezek milyen szolgáltatásokat fognak nyújtani. Nem látjuk előre, hogy milyen valódi igényei lesznek a felhasználók milliósainak akkor, amikor tudatosul bennük, hogy mobiltelefonjuk már

nem csak két ember közti beszélgetésre és egyszerű szöveges üzenetek váltására lesz alkalmas, hanem társas kapcsolataik, közösségeik, a velük kapcsolatos szerteágazó kommunikáció és információáramlás alapvető médiumává válik.

Nem valószínű azonban, hogy a webes közösségi oldalak „mobilosodása” egyenlő lesz a mobil közösségi szolgáltatásokkal. Minden bizonyosan létre fognak jönni olyan nagy közösségek is, amelyeknek közvetlenül semmilyen kapcsolatuk nem lesz a hagyományos webes felületekkel. Ezek a fejlesztések kifejezetten a mobilkészülékek előnyeiből fognak kiindulni és ezzel párhuzamosan figyelembe fogják venni a nagyon is meglévő korlátokat. Ez persze nem zárja ki, hogy a globálisan (pl. Facebook, MySpace), illetve lokálisan (pl. iwiw) piacvezető cégek mobilra optimalizált változatai sikeresek legyenek, sőt az is lehet, hogy éppen ők fognak előrukkolni valamilyen paradigmaváltó újdonsággal. De az is lehetséges, hogy ezeket a cégeket pontosan az tartja majd vissza a valóban más filozófiájú szolgáltatások kifejlesztésétől, hogy nagyon is megköti őket lehetőségeikben és gondolkodásmódjukban a „webes múlt” [3].

A mobil közösségi szolgáltatások talán legígéretesebb új funkciói a mobiltelefon földrajzi helyzetének, az aktuális pozíció azonosításának lehetőségéhez kapcsolódnak. (Ezeket összefoglalóan Location Based Services (LBS-nek), azaz helyzethez kötött szolgáltatásoknak nevezhetjük.)

A közösségek és a közösségek tagjainak, illetve egyéb információknak a tér különböző pontjaihoz való hozzákapcsolása valóban új dimenziókat nyithat meg a szolgáltatások fejlesztői és a használók számára. Ez az azonosítás történhet a készülékekbe épített GPS vevő segítségével, a cellainformációk adatainak felhasználásával, vagy akár a WiFi hálózatok használatával. Ez utóbbi valamilyen jól körülhatárolt térben lehet hasznos, ahol az egyes adóállomások a műholdakhoz hasonlóan képesek egyedileg azonosítani a mobilkészülék tulajdonosának helyzetét. (Az ezzel kapcsolatos fejlesztések elsősorban az USA-ból származnak,

ahol például a nagy kiterjedésű egyetemi campus-ok lefedéséhez rengeteg „access point”-ot kell telepíteni. Így lesz elérhető az az információ, hogy éppen ki, hol, melyik épületben, emeleten, parkban stb. tartózkodik.)

Mivel egyelőre a mobilkészülékeknek csak töredéke rendelkezik ezzel a funkcióval, az ilyen szolgáltatást ajánló cégek inkább még csak kísérleti jelleggel működnek. Mivel azonban a GPS funkciót biztosító hardver ára az elmúlt néhány évben drasztikusan csökkent, várható, hogy egyre több ilyen készülék jelenik meg, már nem csak a felsőbb kategóriákban. Nem szabad azonban elfelejteni, hogy ez a funkció csak akkor lesz működőképes, ha a mobilkészülék „rálát” az égre, azaz épületeken belül, illetve sűrűn beépített városi környezetben megszűnik a kommunikáció. Így legfeljebb az „itt látta a műhold utoljára a barátomat” jellegű információk lesznek felhasználhatók.

Mobil közösségi hálózatok – jelen és jövő

A különböző tanácsadó és piacelemző cégek eltérően becsülik a mobil közösségi szolgáltatások piacának jövőbeni nagyságát, de abban egyetértés mutatkozik, hogy egy exponenciálisan növekedő területről van szó. A cégek egy részének jóslása szerint a jelenleg 50 és 80 millióra becsült felhasználói tábor kevesebb mint egy évtized alatt akár tízszeresére is nőhet [4].

A derülátó jóslatok ellenére a felhasználók aránya jelenleg még meglehetősen alacsony. Napjainkban, abszolút méretét tekintve jelenleg az USA számít a legnagyobb piacnak a mobil közösségi szolgáltatások területén. Szó sincsen azonban arról, hogy itt több tízmilliós felhasználói csoportokról beszélhetnénk: a Nielsen kutatócég adatai szerint 2007 végén az amerikai mobilhasználók 1,6%-a, alig több mint 4 millió felhasználó nyitott meg a telefonján valamilyen közösségi oldalt. Európában jelenleg az Egyesült Királyság vezet 1,7%-kal (azaz 2008 első negyedében kb. 810 ezer ember volt valamilyen formában használó), a többi nagy piacon a használók aránya még az 1%-ot sem éri el. Kétségtelen, hogy

ezek a számok szinte az alig mérhető kategóriába tartoznak. Azonban a nagyságrendeket jelzi, hogy ha csupán az Egyesült Államokban a jelenlegi, 1,6%-os használati arány megduplázódik, az rögtön több mint 4 millió új felhasználót jelent majd.

Hasonlóan a videómegosztó oldalakkal kapcsolatban felmerülő problémával, a mobil közösségi szolgáltatások esetében is kérdés, hogy mitől válhatnak ezek üzletileg is sikeres alkalmazásokká? Egyelőre a sok milliós használói tábor meglehetősen sovány bevételeket generál, a jelen gazdasági helyzetben pedig a kilátások még borúsabbak. Valószínűsíthető, hogy a nagyok többsége túl fogja ugyan élni a néhány szűk esztendő, azonban sok kisebb vállalkozás a mögöttük álló bankok és pénzügyi befektetők elbizonytalanodása miatt nagyon nehéz helyzetbe fog kerülni.

A valódi közösségek, a kritikus tömeg fontosságáról

A fogyasztók motivációjával kapcsolatban fontos, hogy a közösségi oldalak vonzerejét a kínált szolgáltatások mellett elsősorban az is befolyásolja, hogy kik tagjai még az adott közösségnek.

A közösségi oldalak „fogyasztásának” is van egy értelmes határa. Általános tendenciaként megfigyelhető, hogy a felhasználók többsége csak egy, vagy esetleg néhány közösségi oldalnak tagja. Még a hagyományos internetes közegben is ritka, hogy valaki egyszerre nagyon sok közösségi oldalon válik aktív taggá. Ennek oka elsősorban az, hogy jelentős időráfordítást igényel egy-egy új szolgáltatás, közösségi oldal „bealakása”, a saját profil kialakítása, az ismerősök meghívása, a velük való folyamatos kapcsolattartás. És itt elsősorban ez utóbbi tevékenységeken van a hangsúly, hiszen egy egyszerű regisztrációt néhány perc alatt lehet bonyolítani, ugyanakkor az inaktív tagok a használatarányos vagy hirdetési bevételeken nyugvó üzleti modellekben leginkább csak veszteséget termelnek.

A már kialakult fogyasztói szokásokat és elköteleződéseket is nehéz megváltoztatni. Az először kipróbált és megkedvelt oldalt az újabb konku-

rens szolgáltatások csak valamilyen nagyon látványos funkcióbeli újítással, vagy addig ismeretlen közösségek megismerésének lehetőségével tudják csak megszorogatni. Így különös jelentősége van annak, hogy kik lesznek azok, akik elsőként tudják elérni a kritikus felhasználói tömeget és ezek közül is melyiknek fog a nevével összeforrt a social networking, mint szolgáltatás.

A globális web világában a Facebook és a MySpace neve, mint igazi „brand” valószínűleg rövid távon nem fog megkérdőjeleződni. Ehhez hasonló folyamatok fognak lezajlani a mobil szolgáltatások világában is. Akinek sikerül az első igazi „killer application”-t elterjesztenie, az valószínűleg hosszabb ideig nehezen behozható helyzeti előnyben lesz. Jelen pillanatban a leginkább előrehaladott állapotban a MySpace, illetve a Facebook mobil változatát találjuk. Érdemes megjegyezni, hogy az előbbi az egyetlen olyan szolgáltatás, amely a jelenlegi összes meghatározó mobil-plattformon (iPhone, Google Android, Nokia, Palm, Blackberry stb.) elérhető. A globális elsőségét egyelőre az is segíti, hogy a mobil változat – amelynek közel 20 millió felhasználója van – 13 nyelven, 29 ország lokalizált változatában érhető el.

És Magyarország?

Magyarországon az elmúlt években a közösségi oldalak, elsősorban az iWiW jelentette az internethasználat növekedésének egyik fő katalizátorát. A World Internet Project 2007-es adatai szerint a magyar internetezők több mint fele már regisztrált tag volt valamilyen közösségben, a fiatalok esetében pedig ezek az arányok még magasabbak (korcsoporttól függően 70-90%-osak) voltak.

Irodalom

- [1] <http://edition.cnn.com/2008/TECH/04/23/digitalbiz.mobilesns/index.html>
- [2] <http://venturebeat.com/2008/02/11/view-from-barcelona-the-end-of-the-operator-dominated-era/>
- [3] True mobile social networking will be something as yet unseen. *New Media Age*, December 21, 2006.
- [4] <http://www.nytimes.com/2008/03/06/technology/06wireless.html>, <http://www.the-infoshop.com/study/em66473-social-network.html>, <http://www.intomobile.com/2007/08/14/juniper-research-mobile.html>, <http://www.technewsworld.com/story/54839.html>

A mobil platformokra azonban még nem igazán merészkedtek ki ezek a szolgáltatások. Kivételt jelent az iWiW, amelynek ugyan létezik egy mobilra optimalizált verziója, azonban ez alapvetően csak szöveges információkat kezel, így pont az egyik fő vonzerő, a képek, videók megosztásának, feltöltésének lehetősége hiányzik. Ugyan az elmúlt év a mobil internet sikeréről szólt, a 2008 elejére vonatkozó adatok is csupán azt mutatják, hogy a mobilon keresztül internetező aránya egyelőre nem haladja meg az 1%-ot. A következő években azonban várhatóan növekedni fog a szélessávú internetelérést lehetővé tevő készülékek száma, ezzel párhuzamosan pedig csökkennek majd a mobil internetezés költségei, így elvileg adott lesz a lehetőség a mobil közösségi szolgáltatások használatára.

Kérdés, hogy a mai webes oldalak (iWiW, myVip stb.) milyen stratégiát követnek majd mobil fejlesztéseikben. Lesznek-e majd kifejezetten hazai fejlesztések, illetve olyan külföldi szolgáltatók, amelyek a magyar piacra is odafigyelve létrehozzák szolgáltatásaik honosított felületeit? Ez ugyanis szinte kényszerfeltétel lesz számukra, tekintettel arra, hogy a nyelvismeret hiánya még mindig komoly vizsztatartó akadály Magyarországon...

A szerzőről



SÁGVÁRI BENCE szociológus, az internet, média és telekommunikáció területén kutatással és tanácsadással foglalkozó ITHAKA ügyvezető igazgatója. 2004-2006 között az Ifjúságkutató Intézet kutatója, a World Internet Project magyarországi kutatócsoportjának tagja. 2000-ben a University of Westminster, 2004-ben az Indiana University ösztöndíjas kutatója volt. 2007-ben Junior Prima Primissima díjat kapott.

Hírek

A **T-Mobile** a régiókban elsőként vezette be a **Cisco Content Services Gateway 2nd Generation (CSG2)** megoldását a dinamikus ütemben növekvő adatforgalom mérésére és elemzésére. A fejlesztést többek között a 3G/HSDPA-hálózatokon folyó forgalom ugrásszerű növekedése tette szükségessé. A Cisco CSG2 nevű második generációs tartalomszolgáltató átjárója intelligens szolgáltatásvezérlést és -támogatást kínál a mobilinternet élvonalában működő szolgáltatók számára. A CSG2 platform rugalmasan méretezhető és nagyfokú hibatűréssel rendelkező megoldást nyújt a mobiltartalom-alapú számlázás, a szolgáltatásvezérlés, a forgalomelemzés és az adatbányászat területén.

A Cisco CSG2 platform a már meglévő 7600 routerbe illeszthetően működik, amely fokozott feldolgozási és memóriakapacitást biztosít. Egyetlen Cisco CSG2 rendszer több százezer aktív mobilfelhasználót képes kiszolgálni és másodpercenként több mint egymillió egyidejű kapcsolat feldolgozására, illetve több gigabit adatforgalom kezelésére képes.

A **NetAcademia Oktatóközpont** 1999 óta tart magas szintű, egyedi informatikai tanfolyamokat abból a célból, hogy hallgatóik megismerjék a nagyvállalati informatikai rendszerek költséghatékony és megbízható tervezését, bevezetését, üzemeltetését és fejlesztését. Az **Oracle Hungary** és az Oktatóközpont most partneri megállapodást írtak alá, így a NetAcademia a jövőben Oracle termékekhez kapcsolódó oktatásokat is kínál ügyfeleinek. Az együttműködéssel a NetAcademia bővíti portfólióját, az Oracle pedig sikeresebben elégítheti ki a jól képzett informatikai szakemberek iránti igényt felhasználói körében. Az első tanfolyamok között SQL, PL/SQL, Oracle 10g és 11g adatbázis-adminisztráció és Java kurzusok szerepelnek, mivel a tapasztalatok szerint ezekre az oktatásokra van a legnagyobb igény a piacon.

1,5 milliárd forintos beruházással, mindössze öt hónap alatt egy új, a nemzetközi szabványoknak is megfelelő szerverpark jött létre Budapesten, az egykori Atheneum nyomda volt épületkomplexumában. A szerverpark méreteit tekintve a hazai szerverparkok második legnagyobbika, árnyékolt gépterem kategóriában pedig a **Dataneum** egyedülálló és jelenleg a legnagyobb. A 2008 decemberében megindult beruházás eredményeképpen idén márciusban már be is költözhetett az első bérlő, az Invitel Zrt., mely saját szervereket is telepített a kőbányai épületbe. A teljes komplexum mintegy 105 ezer négyzetméternyi területen fekszik, melyből jelenleg 15.000 m² áll rendelkezésre a géptermi szolgáltatást igénybe vevő bérlők számára, mely terület bármikor tovább bővíthető. Az ipari célokra készült épület további előnye, hogy az egyes bérlők által használt helyiségek teljesen elkülöníthetők. A géptermi területek minimális belmagassága 4,5 méter, a födémek terhelhetősége meghaladja a 2 tonnát négyzetméterenként. A szerverek biztonságos üzemeltetéséhez természetesen megfelelő áramellátás is szükséges, amelyet a Dataneum saját redundáns 10 kV-os betáplálással és saját transzformátorokkal biztosít. Igény esetén akár egy 5 MW teljesítményű gázüzemű mini-erőmű is kiépíthető a területen. Fontos még megemlíteni, hogy a Dataneum bérlői, a helyszín jó földrajzi adottságainak köszönhetően, egyszerűen kapcsolódhatnak a hazai és a nemzetközi szélessávú hálózatok gerincvezetékeihez.

Javaslat

A POLLÁK-VIRÁG DÍJ KITÜNTETETTJEIRE

A Pollák-Virág Bizottság tagjainak előzetes jelölésének összesítése, majd az elektronikus végszavazás során a Híradástechnika folyóirat 2008. évi cikkei közül az alábbiakat javasoljuk Pollák-Virág díjjal kitüntetni:

Kutatási cikkek kategória

Gál Zoltán:

NGN szolgáltatások
sávszélesség menedzsmentje
(2008/12. szám, p.29–36.)

Czirkos Zoltán, Hosszú Gábor:

Peer-to-peer alapú betörés érzékelés
(2008/8. szám, p.29–36.)

Jeszenői Péter:

Passzív optikai hálózatok mérése
(2008/2. szám, p.28–34.)

Tutorial cikkek kategória

Gyöngyösi László, Imre Sándor:

A kvantumkriptográfia
infokommunikációs alkalmazásai
(2008/11. szám, p.25–35.)

Szentgyörgyi Attila, Szabó Géza, Bencsáth Boldizsár:

Bevezetés a botnetek világába
(2008/11.szám, p.9–14.)

Győri Erzsébet

– vendégszerkesztő –
(2008/9. szám:
Infokommunikáció a közlekedésben)

Budapest, 2009. március 19.

Paksy Géza
Kántor Csaba, a díjbizottság elnöke
Bausz Andrea
Benedek Andor
Horváth László
Solymosi János