MÓR ÉS KISTÉRSÉGE KÖZÉLETI ÉS INFORMÁCIÓS LAPJA

EZERSZÓ

MEGJELENIK 10.000 PÉLDÁNYBAN INGYENESEN 2012. ÉVI KÜLÖNSZÁM

AZ INTERNET ÚJ VILÁGA – A JELEN ÉS A JÖVŐ

Az Ezerszó újság 2001. évi különszámában foglalkoztunk utoljára az internetben rejlő fejlődési lehetőségekkel. Akkor még a digitális város, a településmarketing, az elektronikus levelezés, az internetes információszerzés és a vállalkozások interneten történő bemutatkozása voltak a legfontosabb kulcsszavak. Az elmúlt évtized nem várt új irányokat, fejlődési lehetőségeket hozott a világhálón a számítógépes eszközök különböző típusai fejlődésének és elterjedésének, a szoftverek és alkalmazások fejlesztésének, az adatátviteli sebesség ugrásszerű növekedésének köszönhetően, amelyek alaposan átalakították a felhasználók hétköznapjait és az üzleti magatartásformákat. Jelen különszámunkban ezt a folyamatot szeretnénk bemutatni és áttekinteni.

AZ INTERNET FEJLŐDÉSE

A világháló egy rendkívül összetett nemzetközi rendszer, tartalomszolgáltatók, felhasználók, kliensek, szerverek és szoftverek, adatbázisok összessége, amelynek nincs kizárólagos tulajdonosa, és amely több fejlődési szakaszon esett át a létrejötte óta eltelt elmúlt négy évtized alatt. Az 1970-es években egyetemi kutatóintézetekben megszületett internetnek több mint 20 évre volt szüksége, míg kilépett a hétköznapi életbe és az átlagemberek számára is elérhetővé vált elsősorban a honlapokon, adatbázisokban elérhető tartalmak formájában. Ez volt Web 1.0 világa, ami egyoldalú információáramlást tett lehetővé a tartalomszolgáltatók és a felhasználók között. A weben történő keresés a 90-es években már hétköznapi tevékenység lett és hihetetlen mértékben megnőtt a felhasználók száma. Megjelent az internetes kereskedelem és kialakultak az első nagy internetes cégek.

Az ezredforduló közepén kezdődött meg az a látványos fejlődés, amit ma Web 2.0 néven ismerünk. Jelenünk és a közeljövő világhálójára az a leginkább jellemző, hogy a korábbinál sokkal dinamikusabb, interaktívabb, valamint a közösségi jellege jóval erősebb. Megjelentek az egyedi tartalmak sokoldalú és hatékony keresését biztosító keresőprogramok. Az interneten ma már az egyes felhasználók közvetlenül is részt vehetnek a tartalomkészítésben, nagy szerepük van a virtuális közösségeknek, amelynek tagjai folyamatosan megosztják egymással és véleményezik az információkat. Ez az interaktivitás minőségi ugrást jelentett a kommunikációban, a véleménynyilvánítás demokratizálódásában, a kapcsolatépítésben és legújabban az üzleti világban is. A legkisebb méretű cégek számára is megnyílt az online értékesítés és internetes marketingeszközök alkalmazásának széleskörű lehetősége.

Mindehhez a fejlődéshez szükség volt a szélessávú, megbízható internetelérésre és a mobil eszközök - legújabban például az okostelefonok - elterjedésére, ami gyors adatátvitelt és a kiszolgálók zökkenőmentes elérését teszi lehetővé a felhasználók földrajzi tartózkodási helyétől függetlenül. A hagyományos weboldalak tartalmainak elérhetősége természetesen megmaradt, de emellett a Web 2.0 ma legjellemzőbb megjelenési formái a közösségi oldalak, a kép-, hang- és videomegosztó portálok, a blogok, mikroblogok, a fórumok, a virtuális világok, a linkmegosztó, hírfigyelő és hírforrás szolgáltatások, az online irodai alkalmazások, a szabadon szerkeszthető ismerettárak, a korszerű keresőmotorok és az online marketing és kiskereskedelem. Tekintsük át ezeket az alkalmazásokat, módszereket és megoldásokat!

KÖZÖSSÉGI HÁLÓZATOK

A Web 1.0 korszakában az internetes ismertségi hálók csak az ismerősök adatainak tárolását, megtekintését tudták biztosítani. Ugrásszerű minőségi változást hozott a 2000-es évek második felétől a nyilvánosan, mindenki által elérhető interaktív ismertségi alkalmazások megjelenése. Ezek használatával gombamódra szaporodtak a virtuális közösségek, melyekben a csatlakozó tagok regisztrációt követően vagy meghívó segítségével bővíthették ismerőseik körét és egyben az adott közösség összlétszámát. A közösségi hálózatokon csatlakozásuk után a felhasználók saját adatlapot készíthetnek, ezeken magukról információkat oszthatnak meg, tagjai lehetnek szűkebb közösségeknek (kluboknak), blogokat írhatnak, képalbumokat készíthetnek vagy akár apróhirdetéseket is feladhatnak. Az üzenőfelületeken híreket, információkat, weboldalakat és videókat közvetlenül is megoszthatnak egymással. Hazánkban az első ilyen hálózat 2002-ben a magyar tulajdonú iWiW volt, amelyet a myVIP, majd 2008-tól a Facebook követett. A ma ismert több mint 200 ilyen közösségi hálózat közül mára a Facebook - magyarul arckönyv - terjedt el a világon legnagyobb mértékben. Felhasználóinak száma 2011-ben kb. 750 millió, Magyarországon több mint 2,6 millió volt. A **Facebook** mára olyan hirdetési és marketingfelületté vált, amely alapvető a termékek, szolgáltatások megismerésében is. A Facebook sikerét főleg annak köszönhette, hogy ingyenesen, meghívó nélkül használható és olyan új megoldásokat alkalmazott, mint például a lájkolás és a rajongói klubok. A „Like" (lájk) - magyarul „tetszik" - gomb a Facebook egyik legismertebb fejlesztése. Használatával az emberek egy kattintással tetszésüket fejezhetik ki egy közzétett hír, vélemény, személy vagy akár termék kedvelése kapcsán. A „Like" gomb más weboldalakra is beilleszthető és ezáltal terjed az oldal elérhetősége. A honlapon, ahol a gombot elhelyezik, megjelenik a tetszésnyilvánítások száma, továbbá a Facebookon azon ismerősök neve megjelenik, akiknek tetszik a megjelölt oldal, így a felhasználók véleménye gyorsan terjed és egymást is erősíti. A Facebook „Like" gombja annyira sikeres lett, hogy a Google kereső is bevezetett egy Google +1 tetszésnyilvánító gombot, amely a kereső oldalán jelenik meg a találati listák elemei mellett.

A Facebook fejlesztése folyamatos, 2011-ben megújították adatvédelmi és a tartalom megosztási rendszerét, majd egy újabb frissítéssel a közzététel rendjét szabályozták, lehetővé téve a más emberek beleegyezésükkel történő követését, a hírfolyamokat pedig áttekinthetőbbé tették a barátok és az események besorolásával.

A magyar **iWiW** hálózat közel tíz éves működése alatt szintén számos fejlesztésen esett át, reagálva a konkurensek új megoldásaira. Az alkalmazás sokáig csak meghívóval volt elérhető, de ma már meghívó nélkül is lehet rajta regisztrálni, és 2010. júliusától a rendszer mobiltelefonokon is használható.

A **Google+** a világméretű Google cég által üzemeltetett új internetes ismeretségi hálózat, amelynek szolgáltatása 18 éves kor felett 2011. szeptembertől regisztrációt követően mindenki számára elérhető. Az asztali és mobil alkalmazásként is használható Google+ integrálja a Google különböző ismeretségi szolgáltatásait és számos új, az okostelefonos felületeteken is használható funkciót is bevezetett, úgy mint a csoport-videochat, a hírcsatornák, a csoportos mobil csevegőszoba.

A 2006-tól működő **Twitter** (magyarul Csirip) egy olyan ismeretségi hálózat és mikroblog szolgáltatás, amelyben rövid, maximum 140 karakteres bejegyzéseket, üzeneteket tehetnek közzé a csatlakozók. A felhasználók választhatnak, hogy bejegyzéseiket csak a baráti körük vagy minden olyan felhasználó láthassa, aki feliratkozott a követésükre.

BLOGOK, MIKROBLOGOK

A kifejezés a web (háló) és a log (napló) szavak összetételéből keletkezett, amely nyilvános, az interneten közzétett és rendszeresen szerkesztett naplót jelent egy erre a célra létrehozott weboldalon. A blogok a honlapokhoz hasonlóan önálló webelérési címmel rendelkeznek, amely külső hivatkozásként is megadható. A blogokban gyakoriak más internet tartalmakra történő közvetlen hivatkozások (átlinkelések) és a közzétett tartalmak többnyire kommentálhatók is az olvasók által. Tartalmuk lehet személyes, tematikus, de akár üzleti jellegű is. A blogok működésében fontos szerepe van a hírcsatornák (feedek) használatának, amely az olvasók számára nyújt információt kedvenc blogjaik frissüléséről. Az egyszerűen kezelhető blogszoftvereknek köszönhetően a blogírás nagyon elterjedt, sok fiatal életének részévé vált, akik így adnak hírt magukról ismerőseiknek. A blogolásnak köszönhetően megjelent a hagyományos irodalmat átalakító új műfaj, a blogregény, amely attól különleges, hogy olvasói aktív részesei lehetnek a regényírás folyamatának hozzászólásaikkal, bejegyzésekkel. A mikroblog-szolgáltatások közül jelenleg legnagyobb tábora a 2007-ben indult **Tumblr**-nek van, amely főként képek, linkek, videok megosztását favorizálja több mint 17 millió felhasználója részére. Népszerűsége a gyorsaságnak és egyszerű kezelhetőségnek köszönhető és annak, hogy a közzétett tartalmak lájkolhatók, válasz blogban is véleményezhetők.

VIDEÓMEGOSZTÓ SZOLGÁLTATÁSOK

A fejlett közösségi videómegosztó szolgáltatások közös jellemzője, hogy a közzététel háttér feltételeiteit - a szervert, és a szoftveres alkalmazást - az üzemeltető ingyenesen biztosítja, a videótartalmakat pedig a hétköznapi felhasználók készítik, töltik fel, osztják meg, véleményezik, így a további látogatókat vonzó értékeket az aktív közösség teremti meg. A ma legnépszerűbb videómegosztók közül 2005-ben indult útjára a **YouTube**, amely napjainkban is a Web 2.0-s fejlődés fontos részét képezi. A YouTube óriási sikerét segítette a videózás forradalma, amely az olcsó kamerák, videófelvevő mobiltelefonok, az egyszerűen használható videoszerkesztő szoftverek eljövetelét hozta, és ezzel lehetővé tette a mindennapok megörökítését a tömegek számára. Segítette továbbá az a kulturális forradalom is, amely a hagyományosan szerkesztett és sokszor manipulált médiával szembeni elégedetlenséget hozta felszínre az addig passzív médiafogyasztók részéről. A YouTube videómegosztó portál a Google tulajdonában áll és napi kétmilliárd látogatója van. A portálra feltöltött tartalmak között egyaránt megtalálhatók zenei videók, filmek és tévéműsorok részletei, továbbá rengeteg házi készítésű videofelvétel is.

SZABADON SZERKESZTHETŐ ISMERETTÁRAK, WIKIK

A wiki a programrendszerek egyik fajtája, illetve maga az a szoftver, ami hipertext alkalmazások elkészítését lehetővé teszi. A név a hawaii „wiki wiki" kifejezésből ered, aminek „fürge" a jelentése. A wikik olyan szabadon terjesztett, szerkesztett, lexikonszerű online ismerettárak, amelyek a wiki-rendszer felhasználásával működnek. Ezeket az ismerettárakat a felhasználók hozzák létre és részükről az új tartalmak hozzáadása, a bejegyzések változtatása is szabadon elvégezhető. Jelenleg több tízezer független, wiki-rendszerű oldal üzemel az interneten. Közöttük a legismertebb és legelterjedtebb ismerettár a **Wikipédia**, amely egy közösségi felhasználók által fejlesztett soknyelvű, nyílt tartalmú webes enciklopédia, napjainkban már több mint 270 nyelven elérhető 16 millió szócikkel.

A Wikipédiát a floridai központú nonprofit alapítvány Wikimédia Alapítvány üzemelteti, a szerkesztését pedig 24 milliós önkéntes közösség végzi.

ÚJ TÍPUSÚ INTERNET KERESŐK

Az internet fejlődésével és a tartalmak óriási bővülésével egyre nagyobb jelentőségét kaptak azok a keresőmotorok, amelyek segítségével a világhálón a felhasználót érdeklő információk közvetlenül és gyorsan megtalálhatók. Az internetes keresőmotorok a lekérdezés alapján összegyűjtik, rendszerezik az információkat, majd sorrendbe állítva a találatokat kilistázzák a felhasználónak. Ilyen keresők a Yahoo! és az MSN Search, de legismertebb mind közül a Google, amelyet 1996-ban a Stanford Egyetemen alkottak meg. A **Google** egy hivatkozási népszerűséget vizsgáló algoritmuson alapuló, a többi keresőhöz képest nagyon fejlett sorbarendezésnek és az egyszerű felhasználói felületnek köszönhetően gyorsan kiszorította a vetélytársait és az ezredfordulót követően egyeduralkodóvá vált. A Google elemezni tudja a különböző oldalak közötti kapcsolatokat, és ennek segítségével sokkal relevánsabb találatokat tud visszaadni, mint más keresők. Az alkalmazott intelligens megoldásoknak köszönhetően a találatok nagyon gyakran jelennek meg olyan sorrendben, ahogy azt a keresést végző személy elvárja, ezért nem meglepő, hogy napi átlagban 200 millió keresési kérés érkezik be a rendszerbe. A folyamatos fejlesztések eredményeként a Google ma már olyan komplex internetes keresőrendszerré vált, amely a kapcsolt alkalmazásoknak köszönhetően térképként, pénzváltóként, számológépként, naptárként, helyesírás-ellenőrzőként és szótárként is használható. Különlegességei közé tartozik a csoportos keresés és a képkeresés, valamint számos innovatív internetes adatkinyerési rendszer, amely képes tekintetbe venni a felhasználók életkorát, érdeklődési körét, internetezési szokásait is.

A WEB 2.0 ÜZLETI CÉLÚ FELHASZNÁLÁSA

A Web 2.0 interaktív alkalmazásai teljesen új szemléletet kívántak meg a cégektől a vevőkkel, fogyasztókkal történő kapcsolattartásban és a hagyományos hirdetési módok - pl. bannerek közzététele - mellett olyan új innovatív megoldásokat, üzleti lehetőségeket eredményeztek, mint például az e-kereskedelmi modellek, webáruházak, aukciós portálok, kuponos oldalak. Ma már a blogokon, fórumokon rendszeresen megjelennek a fogyasztói vélemények, így a vevők számos olyan emberrel megoszthatják tapasztalataikat egy termékről vagy szolgáltatásról, akiket nem is ismernek. A Web 2.0-es alkalmazásoknak köszönhetően elmozdult a kommunikáció az eladók és a vevők közötti hosszú távú kapcsolatépítés irányába, amelyben nagy szerepet tölt be a honlap látogatók és a fogyasztók viselkedésének elemzése, megértése. A közösségi hálózatok felhasználásával a cégek nagyszámú új vevőt tudnak szerezni, ha ezeken figyelemfelkeltő módon teszik közzé ajánlatukat. Az új alkalmazásoknak és a professzionális látogatottságmérő eszközöknek köszönhetően a személyre szabott marketing mára teljesen reálissá vált és valószínűleg ez a jövőben még inkább így lesz.

Webáruházak, online kiskereskedelem

A Web 2.0 megnyitotta a felhasználók előtt a termékek és szolgáltatások világát. Az internet segítségével szinte minden megtalálható, amire a fogyasztónak szüksége van, áru, szolgáltatás és szórakozás egyaránt. A webáruházakban az árak és a termékekről szóló információk, a szállítási feltételek egy karosszékben ülve könnyedén fellelhetők és néhány perc alatt összevethetők.

Ezt az információszerzést speciális ár- és termékösszehasonlító oldalak is segítik, amely segítségével kiválasztható a legmegfelelőbb kínálat. Az interneten keresztül történő vásárlás lehetőséget nem korlátozza a nyitvatartási idő, a vevők a nap és az éj bármely órájában vásárolhatnak a kívánságuk szerint. A sikeres webáruházak titka a jól működő és jól felépített honlap mellett a megrendelések hibátlan, gyors teljesítése és a megfelelő garancia.

Aukciós oldalak

Ezeken az weboldalakon ingyen vagy minimális díj ellenében bárki áruba bocsáthatja saját javait, legyen szó akár ingatlanról, használati tárgyakról vagy szolgáltatásokról. Nemzetközileg az eBay, Magyarországon a Vatera a legnépszerűbb aukciós weboldalak. Ezek hatalmas népszerűségre tettek szert az elmúlt évek alatt annak köszönhetően, hogy rendkívül széles választékból és jóval kedvezőbb áron juthat hozzá a vásárló a különböző javakhoz. Az aukciós oldalakon a vevők ingyenesen regisztrálhatnak és licitálhatnak, a licit lezárását követően tehát az eladó köteles a felkínált áron a vevőnek szolgáltatni az árut, a vevőnek pedig kötelessége megtéríteni a vételárat.

Az árverések két megszokott formája létezik az aukciós oldalakon: a hagyományos licit, ahol az eladó meghatároz egy induló árat, s végül az a vevő nyeri meg a terméket, amely az árverés végén a legmagasabb ajánlatot teszi. A másik típusa az úgynevezett fix áras licit, melynél a kikiáltási ár rögzített, tehát nem kell megvárni a licit végét, a vevő azonnal megvásárolhatja a terméket, amennyiben az adott ár megfelelő számára.

ONLINE MARKETING

Az online marketing tevékenység ma már egyre inkább az interneten jelen levő eladó és az egyszemélyes piacot képző vásárló közötti közvetlen kommunikációban valósul meg, amelynek köszönhetően az eladónak célirányosabb és személyesebb módszerekkel van lehetősége van cégének, üzletének ismertségét és előnyeit bemutatni.

Ennek a tevékenységnek a végső célja az, hogy megteremtse és fenntartsa a potenciális vásárlóban a bizalmat az eladó iránt és vásárlásra, a kínált szolgáltatás igénybevételére ösztönözze. Az online marketing legfontosabb eszközei közé a webelemzés, a keresőmarketing, a sajtóközlemények, a banner hirdetések, a link kampányok, az e-mailek és hírlevelek kiküldése, a partner programok, a blogok, wikik és fórumok alkalmazása tartoznak. Ezek közül a már tárgyalt alkalmazásokon kívül közül kettőt van lehetőségünk bemutatni.

Keresőmarketing, keresőoptimalizálás

Az internet marketing része, hogy a kulcsszavas keresések esetében vagy ehhez kapcsolódó online hirdetés segítségével a potenciális vevők megtalálják az üzleti oldalakat, ajánlatokat. Erre akkor van esély, ha a weboldal benne van a keresőmotor első 20-30 találatában. Ez elérhető a weboldal fenntartója általános ismertségének köszönhető magas kereső rangsorolással, a keresőmotor működtetőjétől megvásárolt kiemelt helyezéssel vagy a találati oldalon közzétett fizetett hirdetéssel. A keresőmotorokban külön költség nélkül elért jó helyezés a kisebb online piacokon - mint például a magyar -, kivitelezhető az üzleti weboldal megfelelő keresőoptimalizálásával, amely magában foglalja a weboldal keresőmotoroknak megfelelő felépítését, technikai szerkezetét és a közzétett tartalom optimális szerkesztését.

Üzleti hírlevelek, e-mail kampányok

Az üzleti hírlevél a cégek által rendszeresen, e-mailben terjesztett publikáció a megrendelőit érdeklő témákról, üzleti ajánlatokról. A hírlevél egyszerre sok felhasználóhoz juttatható el, és a legújabb szoftverfejlesztéseknek köszönhetően célcsoportokra szabottan, tematikusan is felhasználható marketing kampányokra. Fontos kiemelni, hogy hírlevél kizárólag annak küldhető, aki ezt előzőleg engedélyezte és a hozzájárulás nélkül elküldött anyagok spamnek, azaz engedély nélküli reklámnak minősülnek.

WEB 3.0 - A JÖVŐ

A kutatók szerint a fejlődés nem áll meg, kb. 2020-ra eljön a Web 3.0 korszaka. Ebben az információ még személyre szabottabb lesz, a mesterséges intelligencia alkalmazásának köszönhetően a jelenleg egymástól független (személyes, közszolgálati és üzleti) adattartalmak is összekapcsolhatóak lesznek, összeforrnak a keresők és a közösségi hálózatok. A számítógépes operációs rendszerek (Windows, Linux, Mac) pedig virtualizálódnak, és helyettük a Web kezd megjelenni, mint háttérplatform a maga hatalmas erőforrásaival, fejlesztői technológiáival és felhasználói közösségeivel. A Web 3.0 világában technikai értelemben minden tartalom egyenrangúvá válik majd, a szöveges, hang-, kép- és videóállományokat egyszerre kezelni és szolgáltatni tudó információforrások alakulnak ki. A Web 3.0 az ember minden információfogadásra képes érzékszervét képes lesz kezelni. Az egyes közösségekre, állami és üzleti szervezetekre, a kommunikációban általuk használt különböző készülékekre nem csak az lesz jellemző, hogy egyre több információt dolgoznak fel egyre magasabb szinten, hanem az is, hogy mindezt az internet közvetítésével teszik majd. Ehhez az új, még kifejlesztésre váró technológiákon kívül a világhálón közzétett adatok, információk megbízhatóságában, minőségében és az adatkezelés biztonságában is nagy fejlődésnek kell bekövetkeznie.

Üzleti weboldalak, webáruházak elkészítése, fejlesztése belépő szinttől a nagy portáloldalakig megrendelhető az **Ezerszó Reklám, Média és Web Stúdióban.**

Több mint 100 elkészült honlap közül tekintse meg referenciamunkáinkat **www.ezerszo.hu** alatt.

EZERSZÓ - AZ INTERNET ÚJ VILÁGA - JELEN ÉS A JÖVŐ - Mór és környéke közéleti és információs kiadványa Nyt. szám: 17.064/1998 Felelős kiadó: Ezerszó Bt. Szarka Attila ügyvezető Mindennemű utánközlés csak a kiadó engedélyével lehetséges!
A különszámot szerkesztette: Buza Ernő Grafikus tervezés és nyomdai előkészítés: Szarka Attila Hirdetésszervező: Buza Csilla, Gábor Tamás A kiadó címe: 8061 Mór, Lovarda u. 7. Pf.: 28. Telefon: 22/562-380 Fax: 22/562-382 Internet: www.ezerszo.hu E-mail: mail@ezerszo.hu