

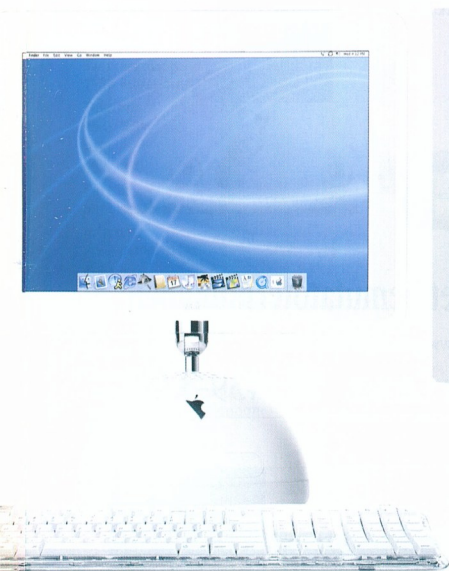
almapap .05

[MACINTOSH FELHASZNÁLÓK MAGAZINJA]





A Windows
Kapcsolódó
állománya



ows munkatársa

dik bármely hálózathoz,
ait megosztja.

Vegyén Mac-et – költségből!

Árgarancia! Nálunk olcsóbbat nem találhat!*

**Tartós bérlet:
teljes költségszámolás,
gyors és rugalmas ügyintézés.**



Buda
Star King

StarKing Óbuda Kft. Apple Center
1036 Budapest, Bécsi út 77-79. Tel.: 439-3333 Fax: 439-3334

Próbálja ki az új gépeket bemutatótermünkben!

(Részletek a Web-en, a www.starkingnet.hu címen.)

StarKing Óbuda Apple Center ☎: 439-3333

COLOR

CALIBRATION
MONITOR, SCANNER, PRINTER



LABORATORY



SZÍNPATIKUSOK - COLOR LABORATORY 1142 BUDAPEST, DOROZSMAI U. 78 TEL./FAX: 06/1 468-3641, MAIL: sznp@axelero.hu

COLOR MANAGEMENT
MONITOR
SCANNER
PRINTER
NYOMDA
OKTATÁS



Impresszum:

Tartalom rendező:

Ferenczy Gábor
Telefon: 06-309-424-119

Almalány:

Blasits Ildikó
Telefon: 06-309-779-003

Szerkesztőség:

1135 Budapest, Lehel út 61.

Telefon:

452-7830

Fax:

452-7830

E-mail:

almalap@mail.datanet.hu

Internet:

www.almalap.hu

Kiadó:

Kereskedelmi Értesítő
Kiadó Kft.

Felelős kiadó és layout:

Dobosy Anikó

Címlap:

Quetzalcóatl isten azték maszkja, amelyet a londoni British Múzeum őriz társadalmi munkában

Előkészítés:

Tördelte az Almalap,
kilátte és levilágította
Niki és az Agfa Győrben

Nyomda:

Arrabona Print Nyomda

Köszönjük

az Apple Vezérképviselet
támogatását!

HU-ISSN 1218-0319

Az Almalap bármely részének elektronikus feldolgozásával, másolásával és a lap terjesztésével kapcsolatos minden jog fenntartva.

2003. májusi szám

(X. évfolyam – 5. szám)

Tarol az iTunes Music Store – az Almalap a Fortune cikkét honosította a teljes áttekintés érdekében. A tíz éves Acrobat körül felpörögtek az események, itt az Acrobat 6 – a magyar változatot a harmadik negyedévre ígéri az Adobe. Lokalizáltunk két interjút, az egyik Sarah Rosenbaummal készült, ő az Acrobat 1.0 elkészítésénél is már jelen volt. A másik alanya Bernd Zipper, aki szereti a sört - derül ki azok számára, akik elolvassák a vele folytatott beszélgetés leírt változatát.

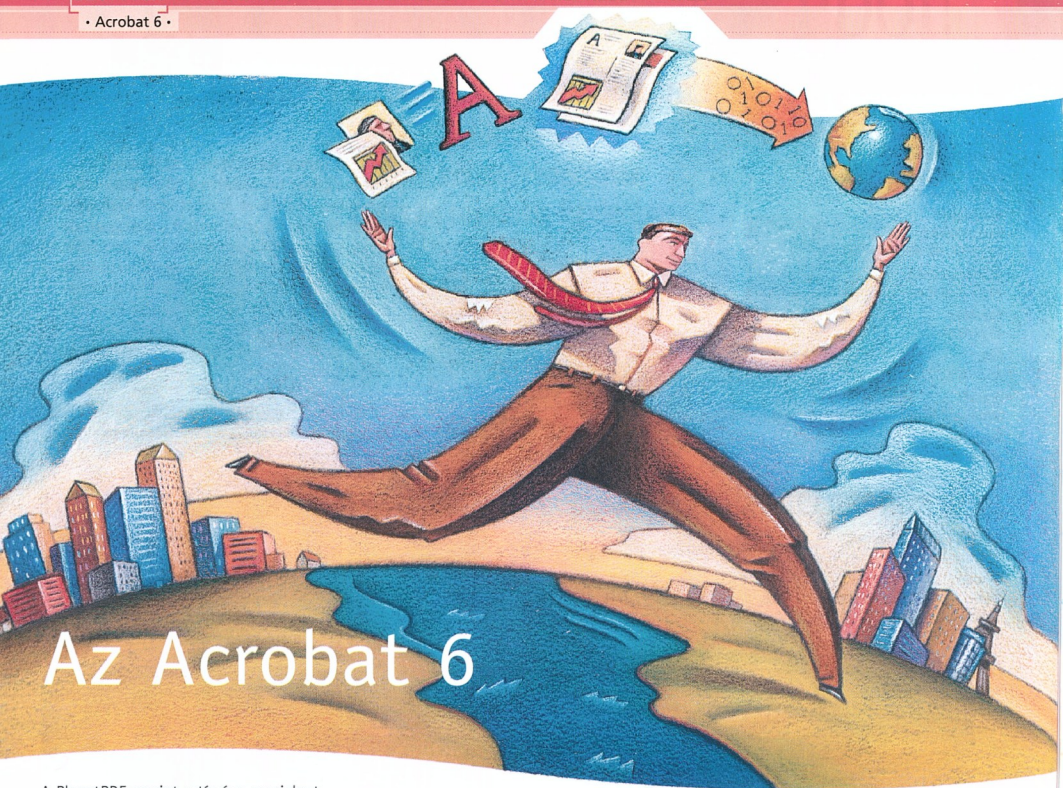
Az Apple vezérképviseletet megújította az Apple Áruházat, betagozódva a FotexNet gigamalljába, hitelkártyával is fizethetsz.

Kint jó idő, az Almalap bárhol olvasható!

Kalandra és Macre fel!

Tartalom:

02	Az Acrobat 6	17	Kik is játszá a fantáziajáj...
04	Akiket az Acrobat megcsap...	18	Társadalomformáló techno...
07	OS X és az Acrobat 6	19	Őt is megcsapta az Acrobat
07	Hat öröm, három üröm	21	Megújult az Apple Áruház
08	iTunes Music Store	22	A nyomdászat halálá közelg
12	A Seybold a Music Store-ról	23	De korai temetni
14	30GB – 7500 zene – iPod	23	25 lövetű CD-R/DVD-R
15	AppleNews	24	Kótya-vetye
16	Digitális Középfölde		



Az Acrobat 6

A PlanetPDF szerint a tíz éve megjelent Acrobat 1.0 óta a legtöbb változás a mostani 6-ban található. Összehasonlítva az ötösSEL bátran mondhatjuk, hogy a hatos nagyságrenddel több és hasznosabb újdonságot kínál a felhasználóknak, mint tette azt két évvel ezelőtt az ötös.

Amikor először indítjuk el a programot, akkor mindent a helyén találunk. Minden eszköz ott van, ahol józan paraszti ésszel keresnénk – és nem mindig ott, ahol az ötösben volt –, az új fülecskék, osztott ablakok, új parancsok rendre helyükön vannak. De lássuk a legfontosabb újdonságokat!

PDF-ÍRÁS

Egyszerűbbé vált a PDF-létrehozás. Az Adobe marketingszlogenje, a *“PDF egy lépésben”* az esetek túlnyomó többségében nem ígért, hanem valóságot. Ne hidd azt, hogy ez lejárt lemez, érdektelen dolog! Ha folyamatban gondolkodsz, akkor a PDF elterjedésében és elfogadásában nagy szerepe van annak, hogy a PDF-készítés ennyire egyszerűvé lesz. A professzionális nyomta-

tást leszámítva soha többé nem kell bajlódnod a Distillerrel, legfeljebb rendrakásokor kerül kezedebe a doboza.

MEGJEGYZÉSEK

Erősítve az alapelgondolást, mely szerint a PDF általános elektronikus dokumentum, fokozták a csoportos munkavégzést támogató eszközök használhatóságát, hatékonyságát. A nagyvállalatok körében térhódító munkafolyamat során a létrehozott PDF dokumentum számtalan emberhez jut el, akik – mint a hagyományos kinyomatott papíron – szelvényeket készítenek, hibákat karikáznak be, belevájtatnak és jóváhagynak. Minél egyszerűbbé válik az elektronikus dokumentummal való munka, annál több felhasználója lesz az Acrobatnak. Ezért fontos, hogy nem csak a PDF előállításra vált egyszerűbbé, hanem a digitális dokumentum további kezelése is. Nem csak hasznos, de átalakíthatja, meggyorsíthatja a napi vállalaton belüli és vállalkozások közti ügyintézését is. Véleményünk szerint az említett eszközök használ-

hatóbbá tételével az üzleti élet PDF alapú elektronizálása fog felgyorsulni.

RÉTEGEK

A rétegek megjelenése (Optional Content Groups – eseti tartalmi összerendezés) érdekes lehetőségek előtt nyit kaput. Az Acrobat 6 Professional az építészek és mérnökök számára teszi a PDF-et használható fájlformátummá, mivel az általában használt program rétegei megőrizhetők. A rétegek megjelenését támogatja az Acrobat 6 megjelenésével egy időben közzétett PDF 1.5 specifikáció is. Úgy véljük, hogy külső fejlesztő cégek a következő évek során szinte mindegyik fontos programot alkalmassá tesznek PDF-írásra is azok közül, amelyek számára a rétegtechnológia alkalmazása elkerülhetetlen, és eddig ennek hiánya tartotta vissza a PDF világtól.

FÁJLMÉRETCSÖKKENTÉS

Az Acrobat 6 mindhárom változatában megtalálható a File menü alatt a Reduce File

Size (fájlméret csökkentése) parancs. A csökkentés mértéke attól (is) függ, hogy melyik Acrobat-változattal kompatibilis verziót készítesz a dokumentumból.

KERESÉS, KATALOGIZÁLÁS

Az Acrobat 6 előzetes katalogizálás nélkül is képes több dokumentumban keresni, igaz, kicsit lassú a munkavégzés tempója. A keresőfelületet is áttervezték, megjelenésében nem meglepő módon webes hatás érezhető. A dolog kicsit hasonlít az Apple Sherlockjára és a Google-re.

FEJLÉC, VÍZJEL ÉS HÁTTÉR

A Standard és Professional változat teljesítette a felhasználók régi vágyát, a pecsét eszköz használhatóvá vált a hatosban. A Profi változat vásárlói sorozatpecsételésre is képesek a Batch Processing eszközzel. (Igen, nekem is eszembe jutott a *Szigorú-an ellenőrzött vonatok* csehszlovák film.)

MÉRÉS, NAGYÍTÁS

Nem csak két pont távolságát tudhatod meg – ráadásul derékszögű koordináta-rendszerben vektorra bontva, vízszintes és függőleges komponensekkel, de a szabadon kijelölt terület méretét is. A nagyítás mértéke akár 64-szeres is lehet, amily például rácsponatok szemlélésekor is hasznos.

A nagyítási módozatokban is sokszínűvé lett az Acrobat. Az egér használatával a nézett dokumentum adott pontjára mint középpontra tudsz ránagyítani és visszakicsinyíteni anélkül, hogy az eget elenged-

néd. A tervrajzböngészők öröme lehet, hogy kisablakban felnagyítható a PDF bármely része, amely fölé a körzört odaviszed.

FLASH, ANIMÁCIÓ, ÁTTŰNÉS

Az Acrobat fájba szinte a nagymamát is beépítheted, de Flashot, mp3-at és PowerPointet mindenképp. Az Adobe a PDF-et afféle gyűjtőkonténernek tartja, amelybe szabadon behajgálható mindenféle fájlformátum.

A SEYBOLD SZERINT...

A Seybold Report – amelyet az Almalap ugyan nem kritikátlanul, de mégis a kiadványszerkesztés, PDF és nyomdaipar körüli egyik mértékadó szaktekintélynek tart – rendszeresen minősíti a megjelenő szoftveket.

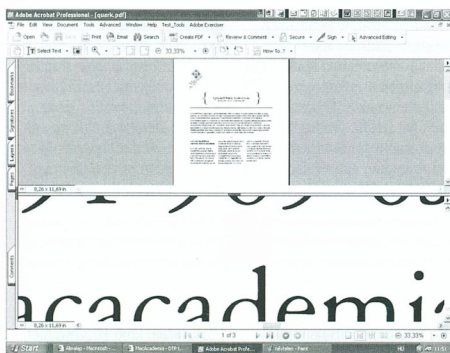
"Időről időre eljut hozzánk a meghatározó szoftverek következő változata – írja az Acrobat 6 béta változatát heteken át tesztelő Bernd Zipper (akinek PDF+Print könyve az Almalap Almboltjában, magyarul). – Am nagyon kevés kínál valóban sok és új funkciót. Az Acrobat 6.0 Professional for Windows tesztelése során is találtunk olyan részeket, amin még lett volna mit csiszolni. Am egészében lenyűgöző... Amikor az ötös Acrobat megjelent, erősen húztuk a szánk szélét, az újítások inkább az irodai munkavégzést érintették, sem mint a nyomdai előkészítést. A hatos is kiemelten kezeli az irodai feladatok egyszerűbbé tételét, de a prepress számára is jelentős fejlesztést tartalmaz. Talán néhány menüt és parancso

másképp helyeznek el, de mindent összevetve az Acrobat 6 jól használható, munkahatékonyságot növelő."

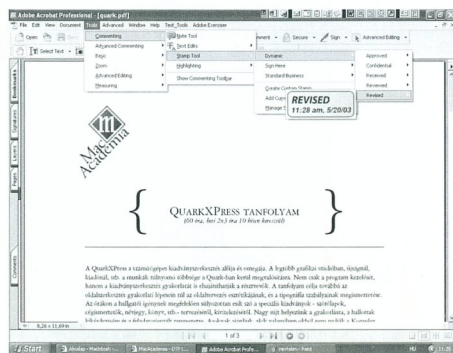
Az Adobe Acrobat 6 egyik első hivatalos bemutatóját Rick Brown, az Adobe ePaper Solutions Group vezető termékmenedzsere tartotta. Brown – a szük időkorlát miatt – nem ment végig a program összes részén, hanem csak a cég által fontosnak tartott részeket hangsúlyozta ki. Ilyen a PDF-létrehozás egyszerűsége, a program magas fokú együttműködési készsége, de bemutatott AutoCAD alól réteges PDF-létrehozást is. A PDF-es és acrobatos tudorok előtt tartott demót kétszer is taps szakította meg.

Az első taps akkor csettant fel, amikor (Windows) az Internet Explorerből egyetlen kattintással PDF-et állított elő a nézett weblaplóból. Az IE alá beépülő Acrobat gombra kattintva létrejövő PDF oldal megőrizte az oldalt dinamikus voltát, a Flash animáció valószínűleg futott, a hivatkozások (URL) éltek. Az így létrehozott PDF állomány csatlakozhat mailhez, szabadon használható. A lelkes közönséget Brown azzal hűtötte, hogy lesz ez még olyanabb is. Lett.

Microsoft Word 2002 alól PDF-fé konvertált egy dokumentumot, amit mailen továbbküldött, belejavított, továbbküldött, jegyzetet fűzött hozzá, továbbküldte – azaz bemutatta az irodai munkát –, majd néhány kattintással az eredeti Wordbe visszavezette a módosításokat! A zajos tetszésnyilvánítás elnyomta szavait: *"Elfogadtam a módosításokat és beszuráskozt anélkül, hogy egyetlen karaktert is újra kellett volna gépelnem!"*

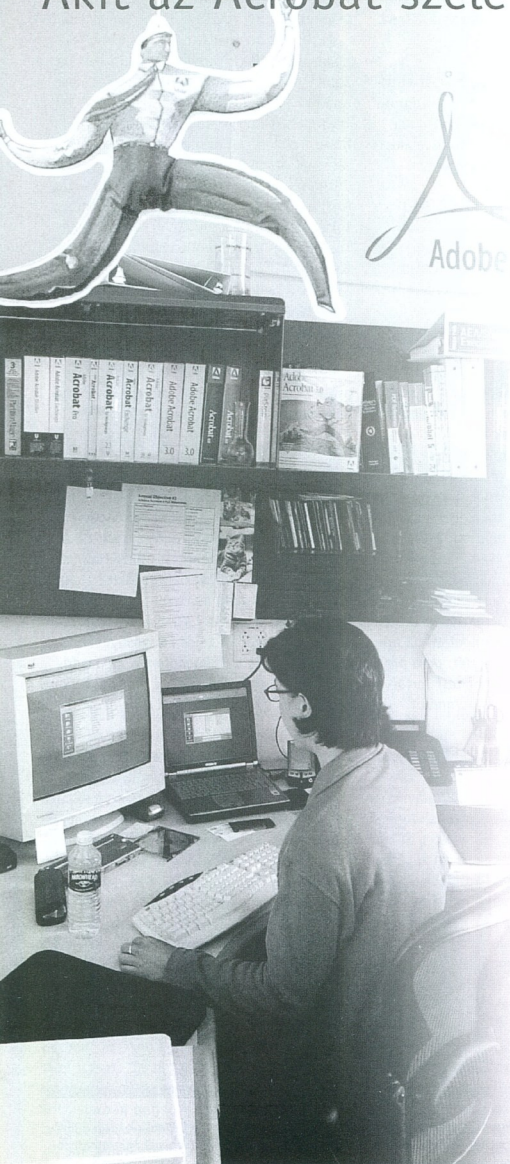


Az Almalap az Acrobat 6.0 for Windows béta változatát a prágai Herald Communications jóvoltából tesztelhette. A bal oldali képen az osztott mezős megjelenítés, ugyanannak a dokumentumnak eltérő része látható – különböző



nagyításban. A jobb oldali képen a csoportmunkát erősítő eszközök közül a jövő-hagyásra vonatkozó láthatók. Az Adobe a hatosnál a PDF alapú munkafolyamatakat támogatását jelentősen növelte.

Akit az Acrobat szele megcsapott...



Az Adobe Systems San Jose-i székházában Sarah Rosenbaum szobája miniatűr Acrobat/PDF-múzeum. A polcokon látható az Acrobat eddig megjelent verzióinak doboza – a 6.0 már nem is egy doboz –, a kiadott marketinganyagok, leírások. Ez persze nem meglepő, hiszen Rosenbaum egyike annak a három embernek, aki már az Acrobat 1.0 tervezésében is részt vett. Az 1.0 1993. június 15-én jelent meg. A következő interjú a Planet PDF szerkesztője, Kurt Foss készítése április 17-én.

– Heteken belül tízéves lesz az Acrobat és a PDF. Ön ezt megelőzően mikor került kapcsolatba az Adobe-val? Mi volt az Ön feladata az Acrobat-csapatban? Hány fős csapat dolgozott akkor és most az Acrobatban?

– Tizenkét éve dolgozom az Adobe-nál, ebből tízeget az Acrobat-tal töltöttem. A hivatalos bejelentést megelőzően egy évvel léptem be a "Carousel Product Division"-be. A munkaköröm hivatalos megnevezése Technical Training Specialist volt (ezt nem akarnám lefordítani – ford.). A lehetséges partnereinkkel tartottam a kapcsolatot, leírókat készítettem, részprogramokat küldtem nekik. Én készítettem fel a saját értékesítő és szervizes kollégáimat is. Azért én kaptam meg ezt a feladatot, mert felsőfokú tanári diplomát szereztem. Volt tapasztalatom a fejlesztésben is, hiszen másfél évet töltöttem a Photoshop 1.07, az Illustrator 3 és a Premier 1.0 macszoftverek támogató csoportjában. Hogy pontosan hányan voltunk a Carousel csoportban, arra nem emlékszem, de nagyon családias volt a hangulat. A termékmenedzser – Rob

Babcock és Frank Bozeman – mellett voltak páran értékesítők, fejlesztők és a QE csapat. Bob Wulff volt a Carousel csoport vezetője. Jó kis banda volt az. Bob, én és még egy ember a QA csapatból maradt itt végig az idők folyamán. Mostanra szép nagyra duzzadt a csoport, nagyságrendekkel nagyobbra.

– Miért cserélték le a Carousel nevet Acrobatra – ennek csupán marketing okai lettek volna? Mi volt az Adobe elsődleges célja a termék nevével?

– Én személyesen nem vettem részt a marketing- vagy a menedzsercsoport munkájában. A Carousel mindvégig fedőnév volt. A végösszevetést négy név közül választották ki. Szempont volt, hogy utaljon a név a termék korlátlan képességére, legyen nemzetközileg kimondható, érthető – jelentse mindenhol a Földön ugyanazt. Az Acrobat mindenek megfelelt.

– Amikor az Acrobat megjelent, nem aratott mindjárt másnap átütő sikert. A felhasználók számos hiányosságot róttak fel. Mikor érezték, hogy ezek megoldását követően a célzott felhasználók megértik és elfogadják az Acrobat kínálta szemléletet? Mikorra teszi a fordulópontot, az áttörést a PDF és az Acrobat életében? Mikorra vált a PDF gyakorlatilag szabvánnyá a dokumentumkezelésben?

– Az Acrobatnak három évre volt szüksége, hogy elfogadtassa magát. Döntő hatással a World Wide Web elterjedése volt. A HTML és a NetsCape elődje, a Mosaic 1.0 böngésző lehetővé tette a dokumentumok széles körű közzétételét, ám a szerzők nem voltak HTML-kódozók, és nem is kívántak azzá válni. A PDF architektúrája megengedte a

szerozökneg, hogy ankülöl ol-
vassanak vagy írjanak doku-
mentumokat, hogy kapcsolat-
ban állnának szerverrel. A dol-
g kezdett nagyon jól működni,
tartalmában gazdag anyaga-
gok jelentek meg a hálón,
stabilan a minimális technikai
háttér mellett (1995–96). Úgy
vélem, hogy ez volt a legfonto-
sabb ráhatás, amely segítette
az elfogadást, elterjedést,
használatot, a Reader telepíté-
sét... Szabványkénti elfoga-
dását. Ezt 1996–97-re teszem,
az Acrobat 3.0 idejére, amikor
a Reader elfért egy floppy,
talán ezt követően kezdtek a
felhasználók egyfajta szab-
ványként kezelni a PDF-et.

- *Az elmúlt évtized alatt egész közösség épült ki a PDF és az Acrobat körül. Olyasvalaki számára, aki ott volt a szoftver születésénél, és azóta folyamatosan részt vesz a fejlesztésében, milyen érzés ez?*
- Nehéz erre válaszolni, talán egy hasonlatnál próbálok meg. Tíz éve elkezdtünk lépkedni egy irányba, és azóta folyamatosan gyorsul a haladás, futotunk, most már erős szélként haladunk, a kezdek-
tekben kevesen voltunk, most már sok százezeren vagyunk. Ha visszagondolok az 1.0 és a 2.0 idejére, amikor én voltam az egyetlen training specialista, **John Warnock** hozta a döntéseket, és mindenkit, aki nem kritikus pozícióban dolgozott, átirányított Bob Wulff keze alá, hogy minél hamarabb legyen kész a termék. Így kerültem én is Bobhoz, és öt hónapig dolgoztam az Acrobat Distiller macos változatán. Hál’Istennek, előtte elvégeztem egy PostScript-tanfolyamot, így legalább gyanítottam, milyen PS-hibákról vitatkoznak a munkatársaim. Élvezetes és felettébb hasznos munka volt, mert megismer-
tem egy termék teljes fejlesztési és piaca vezetésű ciklusát, személyes kapcsolat

alakítottam ki a fejlesztő-
mérnökökkel, akik elfogadtak,
így harmonikusá vált a munkakapcsolatunk. Láttam, milyen akarattal, szenvedéllyel oldják meg a problémákat, küzdik le a feladatokat. Őt-
hat hónap után visszatértem a képzéshez, és elkészítettük a marketing anyagokat, majd jártuk az országot és a világot. Ismerve a fejlesztőket, a felhasználókkal való beszélgetés sokkal hatásosabb volt, mivel érezték, technikailag is értjük a terméket. Az Acrobat körül igazi, húzós, összetartó csapat épült fel.

A 2.0-ás verzióra megvalósítottuk az API-t, ez teszi lehetővé a plug-inek használatát. Lenyűgözött volt, ahogy újratervezték és -építették a kollégáim az Acrobatot, hogy API-s legyen, és megfeleljen a tovább gondolt PDF-specifikációnak. Hihetetlen volt. Meghatározó élmény volt, ahogy a felhasználók viszonyultak a 2.0-hoz. Rövid időn belül plug-inek tömege jelent meg. A fejlesztők között volt olyan, aki egyedül, otthon, munkaidő után dolgozott. Akadt, aki kiegészítő munkahelyről, és céget alapított. És természetesen voltak olyanok is, akik kiegészítője nem nyerte el a piac izalmát. Ám a fejlesztés szele szinte mindenkit megcáposított. Számtalan konferencián, bemutatón, gyakorlati oktatáson vettem részt, ahol érezni lehetett az intenzív érdeklődést az Acrobat iránt, és nagyon hasznos visszajelzéseket gyűjthettem a tervezett fejlesztési irányokhoz. Számomra a legnagyobb élmény mindig is a felhasználóval való találkozás volt. Pár hete Japánból repültem haza. A 777-es első sorába szólta a jegyem, ráláttam a pilótárukra ajtajára, ami nyitva volt. Megkértem a steward-
desst, hogy kérdezze meg a kapitányt, benézhetek-e, még

sohasem jártam 777-es pilótá-
fülkéjében. *”Nyugodtan, men-
jen csak – biztatott – a pilóták
örülnek, ha valaki meglátogatja
a őket.”* Odamentem az ajtó-
hoz, beköszöntem és körbe-
néztem. *”Jöjjön be, mindent
megmutatok Önnek!”* – szölt
rám a technikus. Elkezdtünk
beszélgetni, és amikor kide-
rült, hogy az Adobe-nál dolgo-
gok, akkor a kapitány is
odafordult. *”Adna nekem taná-
csot? Azon gondolkodom, hogy
otthon Linuxra váltok, Ön szerint
milyen bönögést használjak?
És létezik Acrobat Linuxra?”* A spontán kérdés meg-
mutatta, mekkora utat tettünk
meg, milyen nélkülözhetetlen
szoftverre vált az Acrobat.

- *Az Ön szerepe az elmúlt tíz év során folyamatosan változott, szinte félévente más és más titulus jelent meg a névjegyén. Jelenleg Ön az Acrobat termékek marketingjéért felelős igazgató.*
- Az Acrobat 1.0 idején oktat-
tam és felkészítettem az ér-
tékesítőket. Az Acrobat 2.1
megjelenésekor termékmene-
dizersrel léptettek elő, és köz-
vetlenül Rob Babcockkal dolgoz-
tam. Hivatalsan az Acrobat
2.1 for Unixért feleltem. A 3.0 tervezésétől feladatom-
má lett az összes platformon
történő PDF-írás és az üzleti
felhasználás menedzselése.
Miként bányán a színekkel a
3.0, és merre haladjon, mi-
lyen feladatok megoldását
támogassa? A 3.0 lett az első
Acrobat, amely támogatotta a
CMYK- és a direkt színhaszná-
latot, és ez volt az első
verzió, amely nyomdai előké-
szítési munkafolyamatába volt
illeszthető.

Az Acrobat 3.0 megjelenése
után a kreatív vállalkozásokkal
kapcsolatos ügyekkel foglalkoz-
tunk, és Bryan Adams-
szert, és Bryan Lobbin-
t a kreatív szakmára figyelő
üzletág vezetője. Az Acrobat-
t különböző termékekkel

párosították időről időre,
divíziókat vontak össze és vá-
lasztottak le. A Bryan mellett
töltött pár hónapban többek
közt elkészítettük a Frame-
Maker-es PDF-írás. Az Acro-
bat-csapatához a négyes ver-
zió kibocsátásakor tértem
vissza teljes munkaidéjű al-
kalmazottként. Azóta is fel-
adatom az Acrobat termé-
család menedzselése. Egé-
szen pontosan én készítem
az üzleti és marketingtervet,
a marketingstratégiát az Acro-
bathoz. Természetesen nem
egyedül dolgozom, egész
csapat vesz körül, akikkel
együtt tervezünk, szervezzük
és ellenőrizzük a végrehaj-
tást. Az Acrobat 6 megjelen-
tetése is a mi feladatunk.
Miért szeretek itt dolgozni? A
munkatársaim miatt, fantasz-
tikusak! Ötletgazdagok, élke-
telezettek, okosak, megértők
- egyéniségek. Ez mindenki-
re igaz, kivétel nélkül, fejlesztő-
re, marketingesre egyaránt.
Másodszor azért, mert láttam,
amint egy ötlet, egy gondolat
termékké lesz, és elnyeri a
felhasználók bizalmát, megb-
csülését. Nagyon örülök, és
szerencsésnek tartom magam,
hogy itt lehettem, itt lehetek.
Nyomat hagynak a világban,
pozitív nyomat.
Eszembe jutott az első
Seybold konferencia, ahol
beszélhettem az Acrobatról
és a PDF-ről - egyetlen elő-
adás volt, nem egy nap, mint
mostanában. Épp akadt egy
lemondás, így ugrottam be.
Negyven-ötven ember hallga-
tott - és éreztem, hogy kezdi
érdekelni őket a dolog. Ta-
valy a Seybold PDF-napján
hétsszázan voltak, és nem fért
be mindenki az előadóterem-
be. És hallom, idén már
többnapos konferenciát szer-
veznek - picit megrettent ez.
- *Kérem, beszéljen a most meg-
jelent Acrobat 6-ról! Miért
bontották szét három termé-
kre az Acrobatot?*

– Mi alkottuk azt a csapatot, amely követte az Acrobat 5 életét vevőinknél. Figyeltük és jegyezteltük, miként használták, milyen más gyártók termékeit veszik igénybe, milyen elvárásokat fogalmaznak meg. Mi voltunk azok, akik érezték, merre kell haladni a fejlesztéssel, mi a vállalati vevők elvárása a leendő hatossal szemben. A tapasztalatokat összegyeztük, megfogalmaztuk az elerendő célokat, ütemtervre bontottuk, és a fejlesztőket együtt megvalósítottuk. A termékfejlesztés során nyilvánvalóvá vált, hogy a piaci pozícionálás szempontjából előnyösebb, ha nem ugyanazt a terméket kínáljuk irodai alkalmazásba, mint nyomdai előkészítésre. Ezt a munkát végezte el a csoportom. Mindaz, amit a felhasználók kézhez kapnak, letölteneik vagy a dobozban találunk, a csapatom munkájának eredménye. Mi döntöttünk a három részre osztás mellett, hogy mindenki az igényéhez legjobban igazodó megoldást választhassa. A felhasználói felület mindenki számára könnyen használhatóvá tettük, hogy ne legyen szükség tanfolyamok elvégzésére – noha sokan el szeretnék végezni ilyet a magasabb szakképesítés érdekében, és ez nagyon jó –, egyszerűbb legyen segítségét nyújtani, a Review Tracker megalkotása, mindez és sok más mind-mind a mi munkánk gyümölcse. Úgy érzem, hogy a három változat tudását a felhasználási igényekkel és az

Adobe üzleti érdekeivel sikerült szinkronba hozni.

– Ön az Acrobat-csapat legismertebb tagja. Nincs olyan konferencia, előadás, amelyen ne venne részt, ugyanakkor jut ideje a felhasználókkal történő személyes kapcsolat-tartásra is. Milyen kép alakult ki Önben, milyen elvárásai vannak az Acrobat terméket használóknak közép vagy hosszú távon?

– Az Adobe mindig azt tette, amit érzése szerint tennie kellett és tudott a felhasználókért. Miért foglalkoznánk olyan dologgal, ami nem a felhasználó problémáját oldja meg, szükségletét vagy vágyát elégíti ki? Ugyanakkor látjuk, milyen technológiai fejlődések, fejlesztések történnek – így látjuk, hogy miként teljesíthető be a felhasználó vágya a létrejövő technológiával már akkor, amikor ő még csak körvonalazza a megoldandó problémáját. Erre klasszikus példa digitális aláírás négy évvel ezelőtti beillesztése az Acrobat 4-be. A digitális aláírásról szóló törvények csak most születnek meg. A használatának még vannak korlátai, nem is sokan tudják, hogy erre is képes az Acrobat, de a digitális aláírás csillaga emelkedőben van. Nekünk évekket előre kell tekintnünk, hogy az akkori vevőigények kielégítésére mihamarabb készen álljunk.

*– Az Acrobat szoftverként rege-
tegy fejlődésen ment át. Mi-
ként érintette ez a termék
marketingjét? Milyen hatások*

*módosították az alkalmazott
marketingstratégiát az elmúlt
egy évtizedben?*

– Az Acrobat 1 estében az volt a feladat, hogy elmondjuk a felhasználóknak, hogy miért van problémájuk, mi az a probléma, amivel szembe kell nézniük – ez idővel megtörtént, és belátták, hogy valódi problémáról van szó. Ha összeveti, milyen képességekkel bír az Acrobat 1, és milyenel az Acrobat 6, akkor hosszú listát lenne kénytelen készíteni. Az Acrobat 1 jellemzően lehetőségeket és funkcionalitást jelentő termék volt. Létezett az Acrobat Reader, az Acrobat Exchange, az Acrobat PDFWriter, az Acrobat Distiller és az Acrobat Network Distiller. Minden a termékről szólt. Idővel eltávolodtunk ettől a szemlélettől. Az Acrobat 3-mal minden egyetlen dobozba került. A felhasználókkal ekkortól nem termék és képesség-szint szerint tárgyaltunk, hanem a megoldandó feladatról beszélgettünk.

Az Acrobat 6-tal teljesen felhasználóközpontúvá váltunk. Az Acrobat Elementset a nagyvállalatok munkatársainak ajánljuk, ez az átlagos felhasználói szint. Az Acrobat Standard az Acrobatot naponta használók eszköze, míg a Professional a hivatásosok, nyomdai előkészítésben dolgozók, mérnökök és kreatív alkalmazása. Úgy vélem, sikerrel formáltuk át az Acrobatot a technikaközpontúságról felhasználóközpontúvá. Ez szerves fejlődés eredménye. Időről időre

megérted a piac üzenetét, mozgási folyamatait, és új szintet tudsz meghatározni, amire építkezel. Ezt nevezem szerves fejlődésnek. Még mindig a PDF előnyeit kellene ecsetelnünk? Ugye nem? Elindultunk lentről, és most már van mire építenünk. Marketingkommunikáció szempontjából az Acrobat 6 legfontosabb üzenete, hogy képesek vagyunk elsajátítani a felhasználását, mindenkinek igénye szerinti eszközt biztosítani, amelyet önállóan választ ki. Ez az információ, nem szólnak prograképességekről vagy előnyökről. Ez az Acrobat 6 marketingjének alapja. Néha azért szót ejtünk a program tudásáról is.

– Miért most döntött az Adobe a programcsomag három részre osztásáról? Milyen módon kívánják az Acrobatot az üzleti alkalmazások közé átléptetni?

– Számtalan tapasztalattal rendelkezik az Adobe nagyvállalati környezetben történő szoftverleptéttéssel és -használatl kapcsolatban. Ezért bízunk abban, hogy a tapasztalatokat felhasználva hamar sikerre visszük törekvésünk. Mikor nagyvállalati ügyfélről beszélünk, akkor nem asztalok ezreit és szerverek százaát látjuk, hanem egy megoldást, amellyel az alkalmazó nyereségesebbé teszi üzletmenetét, költséget takarít meg, feladatokat automatizál, bekapcsolódik az e-Businessbe. Az asztali gépek és szerverek persze részesei a folyamatnak, de a cél a vásárlói megelégedettség. Erre törekszünk.

Mac OS X, az alapok

4 órás tanfolyam a MacAcadémián (6000 Ft + áfa)

További információk az Interneten: www.macademia.hu, e-mailen: mail@macademia.hu, telefonon: 06-30-919-1965



AZ OS X ÉS AZ ACRABAT

John Zimmerer az Apple Color és Imaging Product Manager. A következő részlet egy beszélgetés töredéke, ahol arról faggatták, milyen prepress vágyaknak fog megfelelni az OS X következő verziója.

“Ez nagyon egyszerű, uram. Ugyanazokat a képességeket kívánjuk a Mac OS X-nek, amelyeket a Windows-felhasználók már évek óta élveznek. Az Adobe-val tényleg arra törekszünk, hogy az OS X környezetben minden működjön, ne csak az elmúlt két évben bemutatott lehetőségekre szorítkozunk. Ha nem így tennék, akkor a régi Mac-felhasználók, akik talán már 1984-ben is ott ültek a Mac előtt, joggal szakíthatnának egyszer és mindenkorra a Macel. Az Acrobat teljes változata csak OS 9.2.2 alatt fut, és ez akadály a nagyobb elterjedésének. A hardver és az OS X alá készített szoftverek szállítási határideje közti jelentős időeltérés kiváltója lehet nagyobb, régi felhasználói csoportok távozásának, akik más platformban vélhetik megtalálni a napi munkájukat biztosító munkafolyamat-megoldást.”

Úgy tűnik, hogy a teljesen natív – Cocoa – Distillerre még várnia kell az OS X felhasználóinak, ahogy ezt **Leonard Rosenthal**, a PDF-guru megjegyezte. Am e tény szenvedő alanya nem feltétlenül az Apple lesz, mivel a fontos OS X alkalmazások önállóan képesek PDF-et írni. Az Apple-nek, ahogy a Zimmerernek feltett kérdés is mutatja, bele kell húznia, hogy a PDF-előírásoknak megfelelő, minőségi, nyomdai munkára alkalmas PDF-et is elő tudjon állítani operációs rendszer szinten.

PDFNews

Hat öröm, három ürom

Egy jó

A PDF előállításának ilyen mértékű leegyszerűsítése minden számítógép-használó számára elérhetővé teszi a PDF-et. Ez meghatározó lehet a PDF következő évei számára. A PDF állományok száma exponenciálisan fog nőni. Gondolj bele, az Outlookba épülve csak az *“Attach As PDF”* (csatolás PDF állományként) gombra kell kattintani, és a kijelölt fájl PDF-fé konvertálva csatolja az Outlook az e-mailhez.

Kettő jó

A Planet PDF szerkesztősege magyarázata nem szoruló módon elkövetette a PDF-nek. Mégis, az ötös verzió kommentező, jegyzetelő eszközeivel nem sikerült elektronikus melderben tartani munkánkat, mert az eszközök használata bonyolult volt, és messze nem kére áll. A hatos béta tesztelése alatt újra megpróbálkoztunk, és úgy véltük, lemondjunk az A4-es papírrendelésünk javát.

Három jó

A nyomdászok és előkészítésben dolgozók számára igen hasznos funkciókat építettek be a Pro

változatba. Ahogy **Ted Padova** – az Acrobat 5.0 Biblia szerzője – fogalmazott: *“... az Acrobat eddig mostohatestvére volt a többi grafikus Adobe programnak, mert használhatósága erősen függött más gyártók, néha az Acrobat árának többszörösébe kerülő, plug-injétől. A 6 Pro birtoklói preflightolhatnak, digitálisan proofolhatnak, és a kiadványszerkesztő programokhoz hasonló módon képesek nyomtatni is.”*

Négy jó

Az alkalmazás áttervezésének egyik fő szempontja a gördülékényebb munkavégzés biztosítása volt, ezt szolgálják a menü, parancsok bővítése, összevonása és átrendezése – számos eddigi plug-in tudása vált az Acrobat 6 alaprészévé. Ez természetesen nem jelenti azt, hogy a plug-inekről egyszer és mindenkorra le kell mondani, csupán azt, hogy a plug-in fejlesztőknek kifinomultabb feladatok megoldására kell koncentrálniuk, az alapfunkciók immár az Acrobat részei.

Öt jó

Külön kiemelendő a program Help része, amely használható-

vá lett az eddigi vénynyomásemelő módjához képest. Itt a PlanetPDF-nél pszégit is bontottunk, hogy az Acrobat Help a munka felett nyílik meg, és a varázslók is külön ablakban jelenkeznek munkára.

Hat jó

A PDF alkalmassá vált az 1.5 leírása alapján más állományok beágyazására, hogy csak kettő formátumot emeljünk ki – QuickTime és mp3. Képzeld el, megnyitsz egy PDF-et, és az elmondja az általad választott nyelven a tartalmát!

Egy könnyű

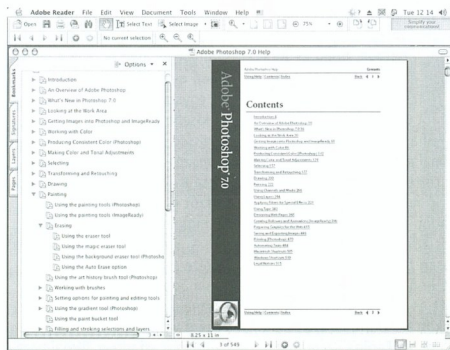
Nagyobb és lassabb elődjénél. A béta verzió PC-s változata 200 MB-os, a maces ennek duplája. Reméljük, némi fogókúrának vetik alá, mielőtt a végleges verziót írják CD-re!

Két könnyű

Jó és rossz híruk is van a macesek számára. A régi operációs rendszeren dolgozók nem élvezhetik az Acrobat 6 előnyeit. A Mac OS X bönsgézió alá az Acrobat 6 megjegyzéskezelő és egyéb eszközei csak eltévne épülnek be. A sovány jó hír, hogy visszatért az Acrobat Search parancs.

Három könnyű

Az árak. Reméljük, mélyebb zsebed lett az elmúlt két év alatt! Az Acrobat 6.0 Professional becsült listaára vá-mok, áfák és egyéb terhek nélkül 105 000 forint, az upgrade ára 35 000 forint, az Acrobat 6.0 Standarde 70 000, upgrade-ben 23 000 forint és az Acrobat Elementsé, amely licencdíjas, az 1000 felhasználós weboldali licenc ára hat és fél ezer forint felhasználónként. Az Adobe Reader (balra) ingyenesen letölthető maradt.



A Fortune magazin szerzője rendesen kivesézte a digitális zeneszolgáltató jelenlegi és jövőbeli állapotát ide fordított írásában

iTunes Music Store

Steve szereti a zenét. A többi Szilikon-völgyi varázslóhoz hasonlóan az ő ízlése is konzervatív kissé. Kedvence **Bob Dylan**. Órákon át képes gyözködni, hogy **Ringo** dobolási tudását erősen lebecsülik, mit is várhatnak egy igazi Beatles-rajongótól?

Ezen ismeretek birtokában lepdőhatsz meg igazán, hogy az **Eminem** és **Snoop Doggot** is menedzselő rap-Midas **Dr. Dre** órákat töltött el Cupertino-ban, az Apple főhadiszállásán **Jobs** irodájában. Persze nem azt vitták meg, hogy John vagy Paul volt a tehetségesebb. **Dr. Dre** hivat meg, hogy személyesen mutathassa be neki az Apple legújabb fejlesztését. A többórás tesztelés után **Dr. Dre** csupán ennyit mondott: *"Na végre, valaki rendesen megcsinálta."*

A dicséret szoftver az iTunes Music Store, amely az öt legnagyobb zenei kiadó – Universal, Warner, EMI, Sony és a BMG – kezelte zenék digitalizált változatát kínálja. Noha ennek a cikk angol eredetijének írásakor még egyetlen dal sem adtak el, a zeneipart már izgalmi állapotba hozta **Jobs**. Ennek oka nem az a téves hír, amelyet a Magyar Hírlap is megírt, mely szerint a Universal felvásárlásán gondolkodik az Apple. **Jobs** kijelentette, egyáltalán nem gondolt erre a lehetőségre.

Az izgalom oka, hogy a Steve-ék létrehozta zenebolt legális, könnyen megvehető, digitális zenét kínál. "Szerintem zseniális" – fukarkodott a dicsőrel jelzős szerkesztékkel a Warner Music Group első embere, **Roger Ames**. **Jobs**, nem meglepő módon, ennél is többre tartja cége művét. Értékelése szerint a digitális üzlet egyszer

és mindenkorra megváltoztatja a zenék értékesítésének és terjesztésének módját, az egyes előadók számainak közzétételét, marketingjét és a rajongók vásárlási szokásait.

Egy dolog biztos, ha létezik megváltásra váró iparág, akkor az a zeneipar. Az államokban tavaly 8,2 százalékkal kevesebb zenét értékesítettek, mint egy évvel korábban. Ennek oka leginkább az olyan internetes felületen működő illegális fájl-és zenezerelési lehetőségeket biztosító szoftverek, mint a **KaZA**. A Napsterrel ellentétben a **KaZA**-nál nincs központi számítógép, amit a hatóság lezárathatna, lefoglalhatna, betilíthatna, bezúghatna. Az érdekeltek megpróbálták legális mederbe terelni a folyamatot. Ám eddig egyetlen megoldás sem váltotta be a hozzá fűzött reményt, mivel drágának és felhasználóbarátságtalannak találtattak.

Az iTunes Music Store – mint a többi Steve keze alól kikerülő termék – egyszerű és könnyen kezelhető. Az Apple honlapjáról ingyen letölthető iTunes 4 megfelelő ikonjára kattintva máris a boltban találd meg. Bármelyik dalba behalghatsz fél perccet, és egyetlen egérr kattintással megveheted 99 centért – feltéve, hogy az Államokban élsz –, azaz 200 forintért. Nincs éves előfizetési díj (Ilyenről már hallott a kedves Mac-felhasználó, gonoszkodott az Almalap, emlékezz csak a .Mac történetre!), és a letöltött, jó minőségű zene szinte szabadon felhasználható. Az április 28-ig megnyitotta a folyamatosan bővülő kínálat alapjait: **Bob Dylan**, a **U2**, **Missy Elliott** és **Sheryl Crow** felvételei alkották. De rövidesen megjelennek az **Eagles** számai is,

akik eddig még egyetlen digitális áruházban sem engedték át zenéik forgalmazását. És **Jobs** személyesen küzd olyan ászok megszerzéséért, mint a **Rolling Stones** vagy a **Beatles**.

Az iTunes Music Store lehet az Apple megújulásának sarokköve. A számítástechnikai ipar nehéz éveket tud a háta mögött. Az Apple az első negyedévben – két veszteséges negyedévet követően – ismét nyereségesé vált, ám a 14 millió dollár (2,8 milliárd forint) kevés a 2002-es első negyedév 40 milliójához képest. Az Apple sikerterméke, az iPod mindössze 25 millió dollárral járult hozzá a 1,48 milliárd dolláros árbevételhez. (Az Almalap kedvenc szórakozásának engedve, budapesti lakóparkban elbeszélte az 9866 lakás ára.) Ebből következően a "Hotel California"-t nem azért kínálja **Jobs** 99 centért, hogy még több iPodot értékesítsen, hanem hogy több Macet adjon el.

Az Apple konkurensei kedélyesen arra hívják fel figyelmünket, hogy noha az iTunes Music Store elegendő alkalmazás, de az Apple a három szazalékos sem elérő piacrészesedésével nem igen képes befolyásolni a zeneipar helyzetét, de még az ottani versenyben is csak a labdaszedő gyerek édesanyja testvérét egyszer képes látott nagypapa kisebb ünepként lehet. "A közösség számára ünnep az alkalmazás megjelenése – nyilatkozta a konkurens Rio MP3 lejtőgyártó **Sonic Blue** marketingigazgatója, **Kevin Branigan** –, ám ez a közösség igen kis szelete a teljes piacnak."

Ám **Jobs** nem csak a Mac-használókat célozta meg. Az év végére várhatóan megkezdik az iTunes for Windows forgalmazá-

sát is. (Az értékesített iPodok felét windowsos felhasználó vásárolta meg.) Ez a döntés gyökeres szakítás azzal a jobbsílvvel, amely eddig a nagyszámmal nagyobb windowsos felhasználókat kizárta a Mac jó tulajdonságainak élvezetéből.

Steve akként vélekedik, hogy szoftvere lesz az, amely kirántja a számítástechnika kátyúba ragadt szerkezt, és meglöki a felfelé ívelő úton. Abban viszont teljes mértékben biztos, hogy a program átfarmálja a digitális zeneértékesítést. "Fordulópont ez a zeneipar történelmében – pontosítja meglátását. – Képtelenség fontosságát túlhangsúlyozni."

Elsőre mindenki kezét szája elé emelve röhög, ha azt hallja, hogy valaki a Szilikon-völgyből készült megmenteni a zeneipart. Ám minden egyes előfizetéssel csökken azok száma, akik az egészet csupán **Jobs** újfajta értékesítési technikájának vélték. A Music Store ötletét a konkurensek már most, megjelenése előtt próbálják lemásolni. Az ok – emlékezzünk **Dr. Dre** szavaira –, hogy ilyen egyszerű és kényzenfekvő megoldást még senki sem kínált digitális zene értékesítésére. Az iTunes igazi kihívás. Ha a zeneipar nem képes felelni rá, akkor mai formájában el fog tűnni.



Ragyogó április végi nap, **Jobs** a zeneszolgáltató bemutatójára készül az Apple székházában. Ruházata a szokásos – fekete gajd, farmer és tornacipő –, saját bevallása szerint így nem vonja el figyelmét az öltözködés más, fontosabbnak tartott

dolgokról. Am így 48 felé némi változás állott be, a farmer alját felhajtatta Jobs. Erről vajon mit mondhatna Dr. Dre?

E drámai változás ellenére Steve inkább az új szolgáltatásról beszél, mintsem ruházatról. Oké, később bevallotta, hogy vett két nadrágot – csak rossz méretben. *“Folyamatosan azt látom, hogy a zeneiparban és a számítástechnikában érdekelt cégek jogi eljárásokkal, perekkel fenyegetődnék – vázolja a piaci állapotokat – Mi pedig, ahelyett, hogy beülnék ebbe a körbe köveket dobálni egymásra, inkább letettünk valamit az asztalra.”*

A megoldás megfelel a Napster nevének hallatára máig összerendezett zeneipari cégeknek. Ittől az internetes zeneletöltés mezején a Napster hagyta úrt. Mi kell még? A zeneipar örösi, amikor a bírósággal – jogosan – kivégeztették a Napstert, ígéretet tettek, hogy percekben belül hasonló, de legális szolgáltatást indítanak. Korlátlan letöltési lehetőséggel. Egyszerű felhasználói felülettel.

Ennek épp az ellenkezőjét tették. A Universal és a Sony megalakította a PressPlayt. Az AOL, a Bertelsmann, az EMI és a RealNetworks létrehozta a MusicNetet. A két szövetség több energiát fordított az egymás elleni küzdelemre, mint a felhasználók igényeinek kielégítésére. A PressPlay nem engedte át a zenéit a MusicNetnek, cserébe a MusicNet ahol tudott, kereszbe tett neki.

Az eredmény? Egyik társaság sem rendelkezett elég vonzó zenei kínálattal – a lehetséges bevételt hidegen hagyta, hogy melyik csapat melyik istállóhoz tartozik. *“Az arrogancia és lenézés, amely a nagyokat jellemzi, rendszeren visszaütött – meséli az Eagles és Christina Aguilera menedzsere, Irving Azoff. – Az internetes értékesítés minden bizonnyal szeretett volna rendelkezni.”*

Raadásul a kiadók ódkodnak mindentől, ami csökkentheti az értékesítési mutatóikat. Ezért kitalálták, hogy a felhasználók *“bérhessék”* a zenét az interneten át. A PressPlay és a MusicNet is havi előfizetési díjat szed. A MusicNetről csak a saját gépre tölthetsz le zenét, amely megsemmisül, ha nem fizeted ki a számlát. Ez védelmet jelentett a forgalmazók számára, ám a felhasználók számára nem jelentett szolgáltatást, noha ők fizettek. Minek is fizetne bárki tíz dolcist – kétezer-egynéhányzszét forintot – azért, hogy a számítógépén zenét hallgathasson? A PressPlay korlátozott számban engedélyezte a zenék CD-re írását is.

A múlt év végén kibékült a két fél, kölcsönösen átengedték egymásnak a zenei kínálatot. A MusicNetről is lehet már CD-re írni zenét. Ám hordozható eszközre a MusicNetről továbbra sem lehet zenét letölteni. *“Számunkra ez a piac még nem érte el a kívánatos tömeget”* – magyarázza bizonyítványát a MusicNetet vezető **Alan McGlade**. Szó se róla, 2001-ben csak 724 000, tavaly alig 1,6 millió mp3 lejtűsöt értékesítettek csak az USA-ban. A PressPlay Windows Media szoftverrel működő eszközre engedti az áttöltést. Az iPod nem ilyen.

A PressPlay és a MusicNet határozatlan elutasítja, hogy működésük sikertelen, noha nehéz azt másként minősíteni. A zeneipar a beruházásból szinte semmit nem nyert vissza – a Sony és a Universal eddig, egyes hírek szerint, vagy 60 millió dollárt (tudod, 400 lakóparknyi lakás ára) fektetett be a PressPlaybe. Egy vállalkozás sem tette közzé előfizetői számát, ezért hagyatkozva a Raymond James elemző cég **Phil Leigh** munkatársának becslésére, számosságukat negydmillióra teszem. *“Számomra az első pillanattól egyértelmű volt, hogy a PressPlay első generációs kísér-*

let, amelyen lesz mit finomítani – valjha a Sony élére februárban kinevezett **Andrew Lack**. *– Senki sem hitte, hogy kész. Nem tudjuk előfizetői táborunkat gyorsabban növelni.”*

A visszaeső értékesítés a nagy kiadókat költségsökkenésre kényszeríti. A BMG 1400, az EMI 1800 és a Sony 1000 dolgozójától vált meg. A lét-számleépítés ellenére az öt nagy nyereségére öt százalékkal alá esett. Érthetően könnyebelábadó szemmel emlékeznek vissza a CD megjelenésére, a 80-as évekre, amikor ez a mutató 15–20 százalék közt ingadozott. *“Ami rossz és kedvezőtlen megeshet, az egyszerre történik ezzel az ipárral”* – mutatkozik meg **Claire Enders** elemző élelása. *– Ezek a társaságok még sohasem szembesültek ilyen mély és meghatározó válsággal. Nincs is tervük legyűrűsére.”*

A dolog ironiája, hogy eddig a zeneipart mindig egy új médiahordozó megjelenése húzta ki abból, amibe belecsúszott. A 78-as fordulatú lemezeiről váltottak a 33-asra – tudod, az a nagy fekete bakelitkorong – az 1950-es években. A hetvenes években a kazettás magnószalagba kapaszkodtak, és a CD 1980-as megjelenése valószínűleg újjaalakította a zeneipart. Jelenleg elhamarkodott lenne azt állítani, hogy megváltás a KaZA-val szemben a legális on-line zeneiszolgáltatás lesz. Ám mivel ez kiküszöbölí a gyártási és terjesztési költségeket, a megoldás része lesz. A végső formát még senki sem ismeri a kiadók népei közül. *“Az új technológia kiséprűz bennünket”* – osztja meg érzéseit az Almalp olvasójával is a Universal elnöke, **Doug Morris**. (Érte azért ne aggódj, számára a fedél nélkülség maximum BMW cabriórt jelent!)

Amédigg az emberek ingyen tudnak zenét letölteni a netről, addig a kiadók túlélési esélyei

alacsonyak, matematikusok számára: a nulla epszilon sugarú körön belül marad, és epszilon tart a nullához. Ám az illegális zenelopas nem akkora örömködé, mint hiszed, hiszem, hisszük. A fájlmeosztó rendszerek valódi vírustenyészetek. Az amerikai RIAA (Recording Industry Association of America) már négy egyetemistát küldött vepádra, izé, citált bíróság elé illegális másolatok töltöttese kapcsán. Ez sziszifuszi küzdelemnek tűnik, ám a kiadók elszántsága és a bíróságok nullatolerancia-elve meghozhatja a kívánt hatást. (Ahogy ezt az Index hírül adta, egy magyar egyetemem is félévét csúsztat két barát, mert számítógépük a KaZA-hoz hasonló fájlcserelebebe kapcsolódott be. És ezt – mily nem lepő – az egyetemem szabályzat érteltíja.) A kiadók terveiben olyan CD megjelenetése szerepel, amelyen a dalok két példányban szerepelnek. Az egyik CD-lejátszásra, a másik számítógépes visszahallgatásra lesz alkalmas. Ám ez utóbbi nem hajlandó fájlcserelelésben részt venni.

Amint nő a fájlcserebebe be nem vihető CD-állomány, ahogy nő a bíróság által illegális másolásért elítéltek száma, úgy nő az igény legális digitális zene megszerzésére. Ám annál jóval magasabb szintű igény fogalmazódik meg, mint amit a kiadók jelenleg ki kívánnak, tudnak szolgálni. Más szóval, az Apple időzítése, stílusosabban ritmusérzéke, kiváló.



Jobs egyáltalán nem vágyik a zeneipar megmentője címre. Olyan későn jelent meg az Apple a digitális zenei világban, hogy egyesek úgy vélték, oda Jobs látnoki képessége, amellyel szinte megszületése előtt ismert fel piaci trendeket.

Az Apple gépeknek csupán két éve elválaszthatatlan része a CD-RW. (Előtte is létezett ilyen, de két éve nincs gép e nélkül – tette hozzá köztökösödést elkerülőldő a szelíd Almalap.) Most viszont Steve ráfordult a zenére. Láta, hogy a felhasználók CD-ről átmásolt számokkal telítik merevlemezeiket. Hmm-hmm, 2001-ben az Apple bemutatja az iTunes zenegép szoftvert. A digitalizált számokat listákba rendezve és véletlenszerűen játszható le.

Mi mást is kívánna egy macés az mp3 fájlokkal cselekedni? Az Apple fejlesztői tudták, ezért elkészít egy kártyapakli méretű mp3-lejátszó, az iPod. Az eszköz, amely vadul keresi az iTunes társaságát, de önálló létre is képes. Eddig az Apple közel egymillió iPodot adott el. Az éppen kapható iPod-árak: a 10 GB-os 90, a 15 GB-os 121 és a 30 GB-os 15 ezer forint sarc nélkül.

A továbbvezető út sem volt túl rögs, Steve felvetette, miért is kell neki boltba járni, hogy CD-t vegyen, azt bedigitálizálja (ez baromság, szóval át-másolja) és áttöltse az iPodra ahelyett, hogy az egérral katt és katt, ott lenne a kívánt zene a gépen letöltve? Az Apple kezében ott volt az összes játék-kocka. Az iTunes. Az Apple Store a maga egymillió éves forgalmával (6600 lakás). Az internet legnagyobb mozifilm előzetes, QuickTime letöltő oldalával.

Csupán egyetlen dolog hiányzott. A zene. Eddig a nagy kiadók (Warner, BMG, EMI, Universal és Sony) nem járultak hozzá, hogy az Apple-höz hasonló, vezető technológiai cég licenclje zenéiket. A kiadók élén állóknak egyszerűen nem volt bizodalumuk a technológiai világ vállalataiban. Leginkább attól féltek, hogy – nem alap-talanul – semmibe veszik a szerzői jogokat az értékesítés növelése érdekében.

Az Apple azonban kivételes helyzetben van, része a technológiai világnak, de egyáltalán nem ismeretlen szereplője a szórakoztatóiparnak sem. A Jobs vezette Pixar készítette el a *Toy Story* és a *Szörny Rt.* számítógép animálta – zse szerint – filmeket. De a zenei világban is számtalan barátja akad Steve-nek. A legnagyobb haverok (buli és Fanta) azok a zenészek, akik Macen keverik, vágják, írják és játsszák a dalokat. "A zenészek mindig macsek voltak" – tartja evidensnek **Trent Reznor** a Nine Inch Nailsből. Jobs maga is egyfajta rock sztár – van még hozzá hasonló formátumú személyiség az IT világban? –, aki képes volt **Bonót** (U2) a telefonhoz rángatni, hogy megbeszéljék az iTunes Music Store mibenlétét. **Mick Jagger**nek (Rolling Stones) már együtt mutatták be a szolgáltatást.

Az iPod szintén túllépett mp3 lejátszó mivoltán, és státuszszimbólummá, kegytárggyá vált nem csak a földi halandók, de a zenészek és kiadók vezető tisztségviselői közt is. Felmérések szerint az iPod sikerét formatervezettségének köszönheti, egy technikailag nem túl bonyolult megoldást vonzó házba helyeztek, a kör alakú vezérlőről már nem is szólván. Az mp3 zene eladásában vajon elér-e hason sikert a Music Store? A fő beszállítók a Universal és a Warner. Adóssághertől nyögő anyacégeik – Vi-vendi és az AOL Time Warner – naponta szembesülnek részvényeseik vágyával, hogy szabaduljanak meg teljes zeneipari érdekeltségüktől.

A kiadók egy évre szóló meg-állapodást írtak alá Jobsszal. Szó se róla, Jobs képes volt rá-venni a Universal, az EMI, a Sony, a BMG és a Warner képviselőit, hogy a saját értékesítési csatornáik mellett a Music Store-ban is megjelenjenek, mint eladók. Az emberek nem bérelni, hanem birtokolni akar-

ják a számokat. "Senki sem kérdezte meg az embereket, hogy szeretnének-e bérleti díjat fizetni azért, amit meg is vehetnek – érvel Jobs. – Ezt az agyament ötletet csak valamelyik pénzűgyes találhatta ki, aki látván az internet-szolgáltatók havidíját, úgy vélte, feltalálta a spanyol vi-aszt, megoldotta a gordiuszi csomót. És persze kezeit dörzszólve vágja a jutalékát."

"A megnyitást követő első órában többen vásároltak a Music Store-ban, mint eddig összesen regisztráltak magukat a Pressplayben vagy a MusicNeten" – állítja Jobs a forgalmi adatokat böngészve.

A kiadók azonban még nem hajlandók lemondani az előfizetéses modellről. "Talán a két rendszer együttes lesz az igazi – talál-gat **David Munn**s, az EMI egyik potentája. – Lesz előfizetés, amiért zenét lehet kölcsönözni, és lesz pénzért megvásárolható rész is. Ma-radjunk nyitottak!" Ami viszont egy-öntetű tetszésre talált, az az iTunes Music Store egyszerű, logikus, áttekinthető felépítése, használata-nak magától értetődősége, egyszerűsége. "A vevők sokkal hamarabb térnek át a fizikai CD-vásárlásról a számok megvételére, mint előfizetésekkel bajlódnának" – ismeri el Ames.



És az Apple mindent megtesz, hogy ez az áttérés teljesen magától értődő legyen. Az iTuneszal kereshetsz számra, előadóra és zenestílusra is. A zenéket új formátumban kódolták,

AAC a neve. Ez jobb minőséget ad, mint az mp3, még a nagy mintavételezésű mp3-nál is. Rádadásul az AAC zenefájl kisebb, így a jobból több fér az iPodra. Minden zenében beágyazva megtalálható annak az albumnak a képe, amelyiken a dal megjelent. A Sonynál döntéshozó pozícióban ügyködő Lack szerint "talán negyed perc is elég volt

Steve-nek, hogy meggyőzőzzen, licencléjük neki a zenéinket".

Az Apple olyan másolásvédelmi eljárást fejlesztett ki, amely kielégíti az árgus szemekkel figyelő kiadókat, de nem lohasztja le a vásárlók fizetési kedvét. Egy számot annyiszor írhatasz CD-re, ahányszor akarod. Anyai iPodra töltöd le, ahányra csak bírod. Magyarul, azt csinálsz a megvett zenével, amit akarsz. A hivatásos fény- és CD-másolók számára ez nem jó hír. A iTuneszal összeállított zenezámlistát – kedvenc vonónegyeseim az AC/DC-től – tíz alkalommal írhatod CD-re. Ha megváltoztatod a számok sorrendjét, akkor újabb tízes sorozat áll rendelkezésedre. És aki már megpróbálta a KaZaA-ra feltölteni a Music Store-ban vett zenét, az erősen meglepődött. Minden dalban külön kód vigyáz arra, hogy csak megfelelő eszközzel legyen lejátszható, és az interneten ne legyen fel-, le- és áttölthető. Ha egy AAC fájl kiírsz CD-re, és azt a CD-t olvasod meg MPEGben, akkor a fájl hangminősége erősen leromlott lesz.

Nyitások kétszáz ezer zenezámot vásárolhattál meg, darabját 99 centért. Ebből 65 cent illeti a kiadót. A tervekben milliós állomány szerepel, olyan számokkal, amelyek CD-n soha sem jelentek meg. "Az egész szakma leüti – véli Sheryl Crow a zeneiparról –, kellett már valami, ami felrázza."

Ha a Music Store vagy a hozzá hasonló vállalkozás megfelel az elvárásoknak, akkor gyökeresen megváltozhat a zeneipar eddigi élete, új terjesztési elvek jönnek, más marketingre lesz szükség. A kiadók féltelme, hogy az egyes számok megvásárlása lehetővé teszi, hogy a vevők csemegezzenek az

egyes albumokból. Lassan fordulnak a szelek, egyesek úgy vélik, hogy a számonkénti értékesítés feloldható a stagnáló vagy inkább hanyatló eladásokat.

Steve folyamatosan pozitívan sugároz. "Mostantól senki sem gondolkodik albumokban. Az új kulcsszó a 'zászáslista' – véli. Játszáslista alatt az iTunesban összeállítható, tetszés szerinti számú zenék egymást követő sorrendjét értsd. "Ha az előadó kiad egy albumot, akkor az egészben és számonként is megvásárolható. Mindenki azt veszi, amit szeretne. És a saját gépen saját listába szervezi a megvettakat. Letölti az iPodjára" – vizionál Steve.

Az igazság az, hogy a számonkénti értékesítés csökkenteni fogja a kiadók bevételeit. Eddig egy album jó esetben tartalmazott két-három slágert, ugyanennyi művészi útkeresést, a maradék kellemes, felejthető háttérzene volt. És egy új album bekerült 19 dolcsiba (4000 forint – itthon meg 6500, csók a kiadóknak). "Az embereknek tele ezzel a hócipője – állítja az énekes-zeneszerző Seal. – Érthető, hogy az illegális letöltés miért terjedt el ilyen mértékben."

A művészeket megosztja az albumok megszűnésének lehetősége. "A számok hatnak egymásra, az egyik megadja a lendületet, a másik tovább viszi" – véli Reznor (Nine Inch Nails). Crow szerint viszont jó, hogy lehetséges egy-két számmal megőrvendeztetni a rajongókat negyedévente vagy akár havonta, nem kell megvárni, amíg megjelenik az album. "Nekem szimpatikus, hogy dalaimat eljuttathatom a közönséghez akkor és olyan mennyiségben, amikor és ahogy nekem tetszik."

A számonkénti vásárlási lehetőség a zenésztársadalmat is átforgalmazza, hiszen minden szám külön életet él, nincsenek albumot felhúzó, hátukon elvívók. Elvileg minőségi javulás várható. Ez nem máról holnapra történik,

de jobb, ha a lemezkiadók már most barátkoznak a gondolatlalt – és törlik a "lemez" kifejezést a szótárukból. Most, hogy az Apple megszerezte a zeneipari cégek támogatását a számonkénti értékesítéshez, a windosos zeneárusítók is azon dolgoznak, hogy előfizetéses rendszerüket ötvözzék a számonkénti értékesítéssel. Rob Glaser, a MusicNetet 40 százalékban tulajdonló RealNetworks vezetője első lépésként a Listen.com előfizetéses Rhapsody rendszerét szeretné megvásárolni.

Szerinte az Apple csupán a zeneletöltésre koncentrál, a digitáliszene-piac azonban más területeket is magába foglal. A Rhapsody felhasználói belogolt idejük 72 százalékában csak hallgatta a zenét, mindössze 13 százalékuk fizetett egy dollárt (momentán 205 forintot), hogy CD-re is írhasa. "Ha a Rhapsody-nál összeállítasz egy kétszáz számból álló listát, azt csupán havi 9,95 dollárról (2040 forint) bányja. Az iTunes Music Store esetén ez az akció 198 dollárt (40 590 forint) vesz ki a zsebből – érvel rendszere és elgondolása mellett Glaser. – Lehet, hogy nekem vagy Steve-nek ez nem összeg, de én máskor is szeretnék üzletet kötni!"

Nem kérdéses, mi fog történni, Jobs még több Macet ad majd el. De ez nem minden, amit a zene adhat az Apple-nek. A Music Store újabb kísérlet arra, hogy az Apple bevételei több forrásból származzanak, ne függjön a cég helyzete kizárólag a Mac-értékesítéstől (igen, diverzifikálják a termékportfóliót). Az asztali gépek piacán az USA-ban őt, a világon három százalék alatt stagnáló Apple piaci részesedése már évek óta. Az iPoddal az Apple új területre lépett, az otthoni szórakoztató elektronikaé, amelyen a Sony és Matsushita regnál. Jelenleg minden egyes eladott iPodon anyai a haszna az Apple-nek, mint egy-egy

• A Seybold a Music Store-ról •

iMacen, noha az iPod előállítási költsége töredéke az iMacének. Nem véletlen, hogy a Music Store bemutatkozásával egy időben három új iPodot mutatott be az Apple (magyar árakat lásd korábban).

Jobs számára visszás és bízsergető érzés lehetett, mikor az iPodjával bemerészkedett a PC-s világba. Azok, akik használhatták az iPodot mindkét környezetben, egyöntetűen kényelmesebbnek találták az Apple OS X környezetét, mint a Windows XP-t mondjuk egy Dell gépen. "A windowsos iPod szar – árnyalja véleményét Seal. – Ám az igazi cél az, hogy az emberben felébredjen a vágy, hogy normális operációs rendszert használjon." Jobs iPodja és Music Store-ja trójai falóként hatol be a Wintel világába.

Azért ez nem olyan nyilvánvaló, mint amilyennek elsőre tűnik. Ugyan hány Windows XP felhasználó tudja, mit mulaszt azzal, hogy nem Mac OS X-et használ? És mennyien hánykolódnak álmatlanul emiatt? Talán ezért készül Jobs megjeleníteni az iTunes windowsos változatát is. Tény, hogy a warneres Roger Ames erősen lobbizik az AOL-nál, hogy az iTunes legyen a zemenedzser alkalmazás. "Keddetben Steve nem támogatta az ötletet – idézi fel a nehezen kibontakozó együttműködést Ames. – De mostanra elfogadta érvélesem." Az AOL is elkészítette saját zeneszolgáltatási rend-

szert, amely az előfizetéses és letöltéses rendszer kombinációja, ám egyedi számok letöltésére nem alkalmas. Ha létrejönne az üzlet az AOL-lal, akkor 26 millió felhasználóval gyarapodna az iTunes Music Store táborra. Az Apple ezzel a lépéssel a legnagyobb internetes zeneszolgáltatóvá válna. Az AOL nem nyilatkozott szándékairól.

Jelentős szemléletváltás, amikor az eddig a zajos, durva PC-s világtól kökerítéssel elzárt ápolit kertben élő Mac-készítő eladási szándékkal lép ki kertkapuján. Az Apple, ha csak egy százalékkal tudná növelni piaci részesedését az asztali gépek területén, akkor bevételei harmadával, nyeresége még annál is jobban emelkedne. Ha a Music Store beváltja a hozzáfűzött reményeket, és havonta sok millió letöltéssel gazdagítják legális zenegyűjteményüket a felhasználók, akkor az Apple bevétel rovatában lassan dagadó számtértek jelenhet meg.

A zeneipar területére érve Jobs gondolkodása is változott. Sheryl Crow-val beszélgetve elárulta, dunsztja sincs, mi a francia jó a rapzene. Ám a Music Store béta változatainak tesztelése közben letöltött néhány Eminem számot is.

"Az egy jó fej csávó" – ajánlotta Steve-nek Sheryl.

"Ja, lassan felhővesztjük egymást" – vágott vissza Jobs.

Devin Leonard
Fortune

A Seybold véleménye

A Music Store olyan Macintosh-ról érhető el, amely 10.1.5 vagy újabb Mac OS X operációs rendszert használ. További követelmény, hogy az iTunes 4 álljon rendelkezésre – ez ingyen letölthető az Apple weboldaláról –, és telepítve legyen a QuickTime 6.2 – amely szintén ingyen letölthető az Apple honlapjáról. Az iTunes windowsos verzióját a cég év végére igéri. A letöltött zene AAC – Advan-

ced Audio Coding – kódolású. A tízeves mp3-szabványtól jobbmínőségű és tömörebb állományt kínál AAC megfelel az új mp4-szabványnak.

A kiadók végre megtették a megfelelő és nagyon várt lépést, megállapodtak egy technológiai céggel, amelyben megbíztak, hogy pénz nyervek az internetes letöltésekből. Fontos, hogy az Apple felhasználóit vásárlóknak tekinti, és



Music Store

The iTunes Music Store is not available on certain PCs. You may also see iTunes music sold through it. However, you can't search for albums or purchase music unless your billing address is in the United States.

Fent Music Store amerikaiaknak, oldalt a világ többi részének.

... APPLE SHOP A VÁROS SZÍVÉBEN ... 1065 BPEST, NAGYMEZŐ U. 58. TEL.: 269-2525 ... APPLE SHOP A VÁROS SZÍVÉBEN ...

269-25-25...APPLE SHOP A VÁROS SZÍVÉBEN ... 1065 BPEST, NAGYMEZŐ U. 58. TEL.: 269-2525 ... APPLE SHOP A VÁROS

Új iMac modellek -

nem magukat álcázni próbál, jogsértésre kész tolvajoknak. A letöltési feltételei mutatják, hogy az Apple tudja, hogy egy család több számítógépet és zene lejátszására alkalmas eszköz birtokol. Megértette, hogy a felhasználók nem tekintik méltányosnak, hogy minden eszköz után fizessenek a letöltésért. Az Apple licenccpolitikájából az is kiderül, hogy a cégnek feltűnt, egy családnak egy-nél több tagja van, akik bizony meghallgatják egymás CD-it. A zenék nem írásvédettek, nincs lejáratí idejük, és nem önmegsemmisítőek. Ez persze nem jelenti azt, hogy a zenei kiadók rettenetes kockázatot vállaltak volna. A Music Store jelenleg csak Macintoshon működik, amelynek piacrészesedése alig háromszázalékos a világon.

A Music Store lenyűgözött bennünket. Egyszerűen és könnyen megtaláltunk zenéket, együtteseket, albumokat. A vásárlás és a letöltés is egykötő volt. Teszteléskor a félperces mintákat szinte azon-

nal lejátszotta a Mac. Azért könnyedén találtunk hiányt az induláskor kétszáz ezer darabos zeneállományban. A dzsessz, klasszikus zene és nemzetközi előadók hiányoztak a kínálatból. A találat nélküli keresések száma abban az ütemben fog csökkenni, ahogy a kiadók megegyeznek a Music Store-al.

Képes lesz-e a Music Store felvenni a harcot az ingyenes fájlcserberélő rendszerekkel? Úgy véljük, igen. Egy dollárért az Apple minőséget, gyors szerzerkiszolgálást, jogtisztaságot ad. A legtöbb zenerajongó számára meghatározó fontosságú kulcsszavak ezek. Sikeres lesz-e a Music Store, mint üzleti modell? Az internet valódi nonstop üzem, amely állandóan nyitva tart. A kiadók feladata a kínálat folyamatos bővítése – és az albumértékesítés fogalmának felejítése.

Köszönetet kell mondanunk az Apple-nek a kezdeményezésért. Más technológiai cégek – és Steve-en kívül más vezetők – nem sikerült volna a kiadók internetre kötése.

forint 20 százaléka áfa, másik 20 a kiskereskedelmi árrés, 18 a jogdíj, 16 a stúdió és marketingköltség. Egyaránt 6 százaléka a terjesztési díj és a gyártás, 2 a dizájn és 1,2 a kulturális járuléka. Mennyi a nyereség? 10,8 százalék. Volt. Eddig.

A REALNETWORKSÉ A LISTEN.COM

Harminchat millió dollárért vette meg a RealNetworks a Listen.com céget, amely üzemelteti a Rhapsodyt, a legsikeresebb előfizetéses zeneszolgáltatást a neten. A sport és más híreket szolgáltató RealNetworksnek körülbelül kilencszáz ezer saját előfizetője volt már. A Rhapsody kínálatában 320 ezer zene található. A cég elnöke, Robert D. Glaser abban bíz, hogy áraiak elég alacsonyak ahhoz, hogy ne érje meg illegális zenemásolókat, fájlcserélőket igénybe venni.

HÁRMAN PÁCBAN

A kezgyetlen és gonosz asztrál hatóságok képesek voltak letartóztatni három diákot, akik illegális zeneszerberélő webhelyet üzemeltettek, és serény, gondos, áldozatkész napi 24 óras, heti hétfé napos munkával az ügyész által becsülten 37-44 millió dolláros kárt okoztak (kb. 300 lakás). Az MP3 WMA Land fantazianevű honlap és szerver tükörszajtokkal erősítve szolgálta ki az érdeklődőket. A megfelelő háttérrel rendelkező kapacitást a három fiatal által látogatott egyetem biztosította – tudtán kívül. Az ügyvez, akinek a szájra fia hívta fel figyelmét, úgy véli, hogy fordulóponthoz ért a küzdelem. A fiatalok mindegyike 37,000 dol-

láros (8 millió forint) büntít fizet, vagy leül öt évet.

ERŐSEN KEZDETT A MUSIC STORE

Az első héten egy, a másodikon még egy millió vásárlója volt az Apple iTunes Music Store-jának. Egy vásárló legalább egy szám letöltését jelenti, azaz 99 centes bevételt (213 forint). Elemzők rámutattak, hogy mindezt a számítógéppel rendelkezők alig öt százaléka hozta össze – ennyi a Mac piaci részesedése az USA-ban, külföldieknek momentán csak a nyála csoroghat, és félperces demókat hallgathat meg. A heves vásárlás azt mutatja, hogy jól belőtt áron a vevők inkább vásárolnak, mint jogsértenek.

ROXIOÉ A PRESSPLAY

A Napster nevet is birtokló Roxio megvásárolta az eddig a Universal és Sony által birtokolt PressPlayt. A Roxio elnöke, Chris Gorog szerint a Napster még mindig a legjobban csengő név a zeneszolgáltatásban, ezért is vette meg a cég akkor, mikor a Napster bedőlt. A PressPlay eddig masszívan veszteséges volt, noha hivatalos számokat nem tettek közzé az eddigi tulajdonosok. A Roxio a vásárlással megfelelő jogi keretek közé került, hogy újra indíthassa a Napster – még ebben az évben.

1065 BPEST, NAGYMEZŐ U. 58. TEL.: 269-2525 ... APPLE SHOP A VÁROS SZÍVÉBEN ... 1065 BPEST, NAGYMEZŐ U. 58. TEL.:



SZÍVÉBEN ... 1065 BPEST, NAGYMEZŐ U. 58. TEL.: 269-2525 ... APPLE SHOP A VÁROS SZÍVÉBEN ... 1065 BPEST

30GB – 7500 zene – iPod

Az Apple bemutatta az iPod hordozható mp3-lejátszó harmadik generációját, amely akár 7500 dalt is képes tárolni, mégis könnyebb és vékonyabb, mint két CD, tokkal. Az új, minden eddiginél mobilabb iPod minden mozgó alkatrésztől mentes vezérlőtárcsát és gombokat használ, valamint egy elegáns, új dokkoló egységgel is kiegészül, mely nagy mértékben leegyszerűsíti a számítógéphez csatlakozást. Az új iPod már lehetővé teszi zenelisták ("playlist") ment közben történő létrehozását, szerkesztését és a menüszerkezet átalakítását, hogy jobban megfeleljen az egyéni igényeknek. Az egyedülálló Auto-Sync technológiának köszönhetően az iPod továbbra is önműködően képes szinkronizálni a számítógépen tárolt zenegyűjteménnyel.

"Versenyársaink még mindig nem tudnak lépést tartani az eredeti iPod szolgáltatásaival, de mi már a harmadik generációt mutatjuk most be" – mondta Steve Jobs, az Apple elnökgazdátója. "Az új iTunes Music Store szolgáltatásnak köszönhetően pedig amerikai vásárlóink teljesen elektronikusan tudnak zenét vásárolni."

Az új iPod 15 és 30 GByte-os változata elegáns dokkoló egységgel egészül ki, amely nagy mértékben leegyszerűsíti a Mac vagy PC számítógéphez csatlakozást. A dokk ezen kívül analóg csatlakozót is biztosít Hifi berendezésekhez és aktív hangszórókhoz. Az iPod akkumulátorra önműködően töltődik, ha a készüléket a dokkba helyezik. Továbbra is az iPod az egyetlen hordozható mp3-lejátszó, ami az Apple Auto-Sync technológiájának köszönhetően csatlakoztatáskor önműködően képes szinkronizálni a számítógépen tárolt zenegyűjteménnyel, és mindig naprakészen tartja

a saját merevlemezén tárolt dalokat. Az új iPod elődeinél gyorsabban képes a merevlemez üzemmódját váltani is, így hamarabb tud Auto-Sync állapotból lejátszásra kapcsolni. Az előző iPod-generáció sikereire építve az új modellek is mozgó alkatrésztől mentes vezérlőtárcsát használnak, de most már a gombok is érintésre érzékenyek, valamint már világítanak is.

Az mp3 formátum mellett az új iPod már AAC kódolású állományokat is le tud játszani, ami azonos tárgy mellett lényegesen jobb hangminőséget biztosít. A legnagyobb, 30GB kapacitású iPod már akár 7500 dalt is képes tárolni, ami három hétre elegendő zenét jelent, ismétlések nélkül.

Lehetőség nyílik arra is, hogy a felhasználók személyre szabják az iPod menürendszerét, a

leggyakrabban használt elemeket a legfelső szintre kiemelve, illetve zenelistákat hozzanak létre bárhol és bármikor – az éppen hallott dalokból.

Az új, 10, 15 és 30 GByte-os iPod modellek, melyek egyaránt alkalmasak Mac vagy PC számítógéphez csatlakozásra, májusban kerülnek az üzletkebe. Mac számítógépeken használatukhoz FireWire kapu és Mac OS X 10.1.5 vagy újabb szükséges. PC számítógépeken használatukhoz FireWire (IEEE-1394) vagy USB 2.0 kapu és Windows Me, Windows 2000 vagy Windows XP Home, illetve Professional operációs rendszer szükséges. Az iPod dobozában található CD tartalmazza az iTunes szoftvert Mac, és MUSICMATCH Jukebox Plus 7.5 szoftvert PC felhasználók számára.

Apple PR

APSPLIT

Az Appligent legújabb, 200 dolláros szervertőlai szoftver – amely azért asztali gépen is futtatható – az APSplit, amely PDF fájlokból képes oldalt vagy oldalakat kivágni, és azt vagy azokat külön állományként elmenteni. Az oldalkiemelés nem csak oldalszám, hanem könyvjelző alapján is történhet. Lehetséges nem összefüggő oldalak kiemelése is. Az APSplit fut Windows NT/2000/XP, Solaris, Red Hat Linux, AIX és HP-UX, valamint Mac OS X alatt.

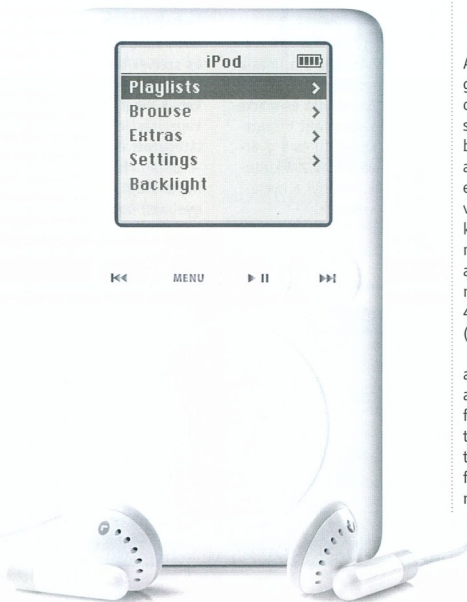
TRUEDOC

A Corel megujította a betűcsaládok dokumentumaiba történő beágyazását támogató TrueDoc licencét a BitStreammel. Az 1995-ben a CorelDraw 6 kapcsán létrejött alapmegállapodás most a CorelDraw Graphics Suite 11, a Corel Designer 10 és a WordPerfect Office csomagokat érinti.

COREL SMART GRAPHICS STUDIO

A két éve felvásárolt Micrograph nagyvállalati termékcsaládjának friss hajtását köszönhetjük a Smart Graphics-ban. A címben jelzett szoftver, amely szerver- és kliensoldalt egyaránt jelent, az SVG szabványra épülő dinamikus grafika készítését támogatja. A csomag része a fejlesztőrendszer, a grafikai szerver és az SVG-néző, ez kiépítéstől függően 4–10 ezer dollárba kerül (0,8–2 millió forint).

A Smart Graphicsot a Corel azoknak a vállalatoknak ajánlja, amelyeken belül rendszeres grafikus adat- és információcsere történik, példaként térképészettel vagy alkatrészgyártással foglalkozó céget említ a program demója. A vektor alapú grafikai csomagok piacán a vektortársak közül igen elterjedt a CGM, amely vi-



szont nem kezelhető XML eszközökkel és körülmenyesen szkríptelhető. Nem csak ezért, de a Corel azonnali CGM-SVG fordításra is képes.

Azt mondják az elemzők. A Corel SGS csomagja felvillant az SVG varázslatos képességéből néhányat, miként lehet böngészőfelületen összerakott vektorgrafikai ábrákat gyorsan megjeleníteni és manipulálni. Ugyanakkor az SVG nem nevezhető elterjedt formátumnak (márciusi Almalap: *Megtáncoltatja a PDF-et az SVG?*). Az SGS remek példája, miként lehet XML-vezérelt dinamikus grafikai programozási felületet alkotni. Eddig hiábavalónak bizonyult az Adobe és a Corel erőfeszítése, hogy az SVG a Flash vetélytársává váljon. A szerkesztői és szerveroldali terjesztőeszközök Corel bemutatta kapcsolata kitörési pont lehet.

A GLOBAL GRAPHICS ÉS AZ ENFOCUS

A Global Graphics megállapodott a PDF munkafolyamat-szoftvert fejlesztő Enfocuszal ez utóbbi szoftvereinek OEM felhasználásáról. Ennek értelmében a Global Graphics a Jaws PDF Courierjába beépítheti az Enfocus PitStop preflight és Certified PDF technológiáit. Az Enfocus egyes eszközeiben felhasználta az Adobe PDF eszközeit, és eddig az Adobe nem engedélyezte, hogy alkalmazásait nem Adobe rippelésben részt vegyenek. Ezért az Enfocus év elejére elkészítette saját alkalmazásait, és kivette az Adobe-tól licenccéket. Így vált lehetségessé, hogy az Enfocus megállapodjon a Global Graphicsszal. És természetesen megnyílt a piac más OEM megállapodások előtt is, amelyeket eddig az Adobe-kód használatá gátolt.

Az elemzők véleménye szerint épp megfelelő pillanatban vásárolta meg a Global Graphics a Jaws Courier megoldása számára

az Enfocus PitStop technológiáját, mivel a legfőbb konkurens termék, az épp megjelent Adobe Acrobat 6 tartalmazza a Callas PDF preflightját. A két cég – az Adobe és a Global – fej-fej mellett küzd nagyobb részesedésért a RIP- és PDF-előállítás piacán. A Global a Jaws család többi tagjába is beillesztheti a PDF jóságát tesztelő preflight modult, így a leginkább ismert Jaws Creatorba is. A bejelentés érinti a lassan megjelenő QuarkXPress 6-ot is, amely szintén a Jaws-technológiát használja majd.

ACROBAT 5 VÍRUS

A windowsos Acrobat 5-ben – teljes, fizetés verzió, nem a Reader – az Adobe biztonsági rést fedezett fel, amelyet be is folttoztott íziben. Gonosz ember készítette PDF megnyitásokra képes volt rejtett kód futtatására. Éles bejelentés sehonnán sem érkezett. A közlemény, amely a híbráról szól, példát is mutat. A PDF megnyitása után az Acrobat plug-in könyvtárban létrehozott egy "death.api" nevű fájlt, és a gyökérkönyvtárban is elhagyott egy "evil.fdf" állományt. Az Acrobat következő indításakor a betöltődő plug-in az összes mentésre kerülő fájlt megfertőzte. A vírus – ki érti, miért – csak az Acrobat for Windows 5–5.05 alatt él meg, sem előtte, sem utána, sem Readerben, sem Macen. Amennyiben talála érezd magad, úgy az Adobe honlapján találsz javítócsomagot. Az Adobe együttműködik a legfontosabb vírusvadász cégekkel, hogy naprakész legyen.

A hibára egy Adobe-nál dolgozó titkárnő vezette rá a fejlesztőket, akinek a szokásosnál gyakorabban omlott össze Windowsa. A cég rendszerbiztonsági szakemberei bítjeire bontva a gépet találták meg a vírust, amely – ezt nem győzték hangsúlyozni – ártalmatlan, mivel nem okoz kárt. Am az általa ki-

használt terjesztési módszerrel már igazi, klasszikus, romboló vírusok is terjeszthetők... Lettek volna, ha nem folttozzák be a biztonsági rést.

A GOOGLE AZ ÉV BRANDJE

A népszerű internetes kereső weboldal, a Google nyerte el az év márkaneve díjat 2002-ben, megelőzve az Apple-t, a Coca-Colát, a Starbuckst és a Nike-t, hogy csak néhány vetélytársat említsünk. A cím megszerzője befolyásolta a szavazások életét leginkább – legalábbis a BrandChannel.com látogatóiéit. A díj érdekessége, hogy a hálón túli világ olyan brand nagygáúji, mint a Coke vagy a Nike nem tudták ismertségüket átvinni az internetre. Amíg hagyományos dollárezrek hirdetésre költése és híreségek szerepeltetése jelentette az utat az ismertséghez, addig a hálón a legnagyobb erő a szájhagyomány. A Google sikerességét még egy dolog határozza meg. Ha a keresésfunkció – a cég legtöbbek által ismert szolgáltatása – nem adná a kívánt hatásfokot, sokkal kevésbé lenne a weboldal népszerű. Amíg a weben túli világban az imázs – hangok, fények, zenék, képek – adják az ismertséget, addig a weben a hosszóság. Google 15%, Apple's 14%, Coca-Cola 12%, Starbuck's 11%, Nike 10%.

BMW, AZ ON-LINE HIRDETŐ

A BMW a világ egyik vezető autógyártója. A német cég az utóbbi sportosak és luxuskivitelűek. A BMW nyomtatott és elektronikus hirdetési egyaránt követik a divatot, megfelelő jómódú és tehetsős vásárlókörenek.

A BMW internetes hirdetéseinél nem csupán át kívánta hozni a márkához kapcsolódó érzésvilágot, hanem önállóságot

is sugárzó, nagy költségvetésű látványos – Hollywood, lézerek, partraszállászenés, táncos – internetes letölthető filmek-lamokat készített, amelyeket a www.bmwfilms.com honlapon összegyűjtve találás meg.

A "The Hire..." sorozat rövid-filmjei hat-nyolc percesek. A rendezők kezét egyetlen dolgon kötötte meg a megrendelő, a kocsinak hangsúlyos szerepet kell kapnia. Ezt követően a BMW újságokban és tévéken hirdette új honlapját. A cég ugyan nem tette közzé, mibe került a BMW filmoldal, ám szakértők igen magas összegekről beszélnek.

A BMW helyettes marketing-vezetője, **Jim McDowell** úgy vélte, hogy ha csak egymillióan nézik meg a filmeket, akkor az már győzelem. A weboldal tavaly májusi indulását követő hónapban a látogatók száma már a hárommilliót haladta meg. És noha a cég tudatosan nem rakott linket az értékesítési oldalaira, ebben az időszakban – a pangó gazdasági helyzet ellenére – megugrott az értékesítés.

JELENTÉSÉRZÉKENY GOOGLE

A Google felvásárolta az Applied Semantics fejlesztőcéget, amely jelentésérzékeny szövegfeldolgozó szoftverfejlesztéssel foglalkozott. A Google-t a cég hirdetési részlege csábította a vásárlásra. A megvett cég AdSense technológiája az oldal tartalmát elemezve választja ki a legreménytelibb hirdetést. A KeywordSense szoftver a keresés sikerességét növeljélen-téstartalom-vizsgálat által, értekelte a keresési környezetet. On-line programok esetében a korábbi párbeszéd tartalma alapján irányítja a keresést. A felvásárolt vállalkozás második részlege kiadók számára készíti kategorizálást segítő rendszereket, a harmadik pedig domain-regisztrációt végző szoftvert fejlesztett.

Digitális Középfölde

Réges-régen, amikor még nem volt Macintosh, csak Apple, létezett ZX Spectrumra egy játék, amely bátran nevezhető a mai szerepjátékos játékok ősenek. A primitív angolul kommunikáló, de több mint ötven színes helyszínekpet adó program (48 KB-ba bezsúfolva) **J. R. R. Tolkien** kis meséjének, A Babónak (The Hobbit) számítógépre vitt változata volt. Ez a játék adott kedvet a Gyűrűk Urának végigolvasásához, ami – valljuk meg őszintén – minden fordulatossága és izalma ellenére nem könnyed negyedórás kikapcsolódás. A számítógépesjáték-készítők és a filmesek is szívesen nyúlnak fel a polcra, hogy ép-kézláb történetet használjanak fel forráanyagként – így került sor Tolkien művére is. Ahogy valamelyik csatorna jóvoltából szembetalálta magát az ember a Csillagok háborúja először vetítésre került részeivel, szembesülhetett azzal az érzéssel, hogy az emlékekben élő fantasztikus képsorok újranevező döcögtek, a rendelések látszódtak, kicsit home-made ízűnek tűnt a Falcon – de nem ezért szeretjük. A Gyűrűk Ura szintén mindent megkapott a kor számítástechnikájától, amit ma meg lehet kapni – ezúttal egy új-zélandi cég bizonyíthatta, hogy a Föld világfalu.

A trilógia jeleneteit végítve rögzítik, így kevésbé látványosan mutatkozhat meg a technikai fejlődés az első és a harmadik rész között. A WETA Digital (www.wetafx.co.nz) munkatársai életük munkáján dolgoznak szakadatlan, munkájuk nem kis részben hozzájárult az első rész Oscar- és egyéb díjaihoz.

John Nugent – aki a 2D-s munkákért felelős, és jellemzően a háttereket jelenti – 1999 elején került Új-Zélandra, és a WETA első e feladatra szerződött munkatársa volt. *“Akkoriban negyedennyi eszközzel dolgoztunk, alig voltunk kéttucatnyian – emlékezett vissza a kezdetekre. – A csúcsidekban majdnem kétszázan dolgoztunk a filmen.”*

A WETA új stúdiót épített, 52 grafikus munkaállomást állított csatornába. A képek renderelését száz célhardveren az Apple készítette (na, ez az apropó, amiért az Almalap írhatott egyik kedvencéről) Shake szoftver véggezte. Renderelés az a művelet, amikor valamely számítógépes programmal megrajzolt képet, képsorozatot – mozgást – a számítógép képkockáinként megfelelő felbontással kiszámol – ilyenkor keletkeznek a megfelelő árnyékok, fények, felületet borító textúrák –, szép, erőforrás-igényes művelet.

“Az igazi feladat nem is a számítógépes munkavégzés volt, hanem a gyártási folyamat, a munkafolyamat megtervezése. A Shake szerver folyamatos kihasználtságának biztosítása csak gondos szervezéssel volt biztosítható, így elkerültük a várakozást és az üresjáratot is. Az első rész körülbelül 600 felvételtől állt össze, ezek alig egy huszada volt olyan, amelynél nem kellett számítógéppel rádolgozni a képsorra. A többi felvétel 90 százalékában volt szükség a Shake-re” – jellemzi a munka összetettségét Nugent.

Nugent már korábban is használta a Shake-et, ez magyarázza alkalmazását is. A Shake-re két okból esett a WETA választása, egyfelől kedvező ára hatotta meg a pénzügyi vezetőt, másfelől gyorsasága nyugtázta le a műszaki igazgatót. Ami a szoftver igazi előnye, az a fűrtözhetősége, több szálú feldolgozó képessége és a dinamikus terhelésmegosztó képessége.

“A Shake percek alatt elkészíti párperces felvételek renderelését, így a felvétel vezetője vagy a rendező azonos körülmények között akár újra is forgathatja a jelenetet. Ez szabadtéri felvételek esetén elengedhetetlen – gondolj csak a felhők haladására. Ezt persze utólag lehet

korrigálni a számítógép mellől, de az nem költségkímélő és hatékony megoldás” – dicséri a Shake-et Nugent.

A gyorsaság kínálta lehetőséget a rendező más módon is kihasználta. A felvett jelenetre rendereltetett különböző épületek, fák, vízesések, tárgyak elvételével vagy hozzáadásával könnyebben tudta bitekbe rögzíteni a fejében lévő képet. A gyors renderelés újfajta forgatóstási metódust és fokozottabb szabadságot adott a stábnak.

MAYA

A 3D-s munkák Mayával készültek, a két program gond nélkül illeszkedett a gyártási folyamatba. A Mayával előállított tárgyak renderelését átvette a Shake. A Shake licenctechnológiája megengedte a Maya-csoport vezetőjének, hogy megnézze a Shake-let renderelt összhátat. Így már a gyártási fázisban kikerülhetők voltak azok a hibák, amelyek más esetben a végső kép előállításakor mutatkoztak volna meg. A mások az általuk felrehozott, számítógép alkotta figurákat megjeleníthették a háttérkép előtt, amely a látvány mellett hasznos megvilágítási információt adott. Az ezért felvélő számítógépes és filmes szak-



emberek így közösen oldhatták meg a feladatot pár perc alatt, és nem készülték gyönyörű, de összepasztyázhatatlan számítógépes animációk és felvételek. *“Néha magunk is csodálkozunk, mennyire jók vagyunk”* – neveti el magát Nugent.

A Shake multiplatformosságára is szükség volt, hiszen az alkotók szinte minden operációs rendszert használtak, Volt olyan munkatárs, aki három gépen dolgozott egyidejűleg – három eltérő operációs rendszerrel. A csúcisdíszakban, illetve egyes speciális feladatok megoldására külső szakértők is bekapcsolódtak, gyakran a világ másik végéből az interneten át. Am az alkalmazott mun-

kafolyát és a szoftverek ezt is lehetővé tették.

A jelenetek egy részét két háttér előtt vették fel, az ilyen képek digitális feldolgozása könnyebb – gondolj csak arra, könnyebb körberajzolni annak az oroslánának a sörényét, amely egyszínű két háttér előtt fekszik, mintha a szél kavarta szavanna fűtengerében bújna meg.

Nem csak Középföldé megalakítása okozott örömet a számítógépes csapatnak, hanem a szereplők is. A törpeket és hobbitokat digitálisan kellett szugorítani. Egy felvétel jellemzően két háttérrel készült, kékkal a kítakaráshoz, majd a digitális élőlényekkel és vidékkel. De akadt olyan 1500 kockás képsor

is, amelynek minden egyes képe 300 rétegből tevődött össze – gondolj el ezeröttszáz darab háromszáz réteges Photoshop fajlt!

RAJONGÓK VÁGYA

Fantasztikus könyvek olvasásakor mindenki előtt megjelenik a leírt táj, a szereplők – belső film forog az olvasó agyában. A film készítésének hírére megjelentek az első fanyalgó megjegyzések, hogy lehetetlenség a Gyűrűk Urát filme vinni. Az első rész bemutatása után a kétkedők hangját elnyomta a csodálat, noha sokan nem pont ilyennek vélték Frodot vagy Gandalfot, Középföldéről most nem is szól-

va, mégis, amit láttunk, az egyszerűségezt alkotott. A rendező a vártánl hűben követte a könyvet – ez a második részre már kevésbé igaz.

A digitális csapat feladata volt megalkotni a rendező agyában elképzelt látványt. Ez még pszichológusnak is igazi kihívás lett volna. Am Rivendell vagy Moria bányáit látva szinte elhisszük, hogy ez az igazi virtuális valóság. A környezetet benépesítő számítógép kreálta lények (a szakirodalom computer generatívek, CG-nek rövidíti) – Trollok, Balrog, Gollum, Sauron szem – nem csak a digitális tájba tartoznak, de életszerűen mozognak – és ez a Maya dicséréte.

AppleNews

Kik is játsszák a fantáziajátékokat?

Nappal **Mark Davies** egy tiszteltreméltó nottinghami pszichológus, de éjszaka ő lesz **Bloom Eternal**, egy druida Kelethin lombvárosából. Dr. Davies egyike annak a négysszáz ezer embernek a világon, aki az EverQuest nevű on-line számítógépes játékokban vesz részt, egy olyan fantáziavilágban, ahol az emberek új személyiséget kapnak, és a virtuális világban kalandozhatnak. Davies most összekapcsolta két szenvedélyt, a pszichológiát és a színjátszást, hogy lerombolja az on-line játékosokról kialakult képet.

Két kollégájával a Nottingham Trent Universityről tanulmányt készített az on-line játékokat játszó személyekről. Eredményeik meghazudtolják azt a sztereotípiát, amely csak egy szobájába zárkózott pattanásos kamaszt tud elképzelni ilyen szenvedéllyel. Ehelyett egy jól fizetett, 40 év körüli, jellemzően férfi játékos képe rajzolódik ki, aki munkaterületen egyébként szakembernek számít. A több ezer on-line já-

tékos között készült felmérés azt bizonyítja, hogy jó néhányuk szórakozással tölti idejének egy jelentős részét. A megkérdezettek negyede hente több mint 41 órát játszik.

De Davies szerint ez nem egészségtelen. *“A legtöbb ismerősöm napi 3-4 órát tölt el este tévézésessel... Ezért azt állíthatjuk, hogy az on-line játékok csak egy másik szórakozási forma, és nem rossz irányú életmódváltás. Mindig lesznek olyanok, akik nem tudják egy bizonyos tevékenységbe fektetni az összes energiájukat, de ez még nem tekinthető olyan nagy problémának.”*

Ezt a nézetet képviseli a tanulmány egyik társszerzője, **Mark Griffiths** professzor is, aki a számítógépes játékoktól való függőség szakértője, ugyanakkor maga nem játszik. Griffiths hangsúlyozta: *“A túlzott játékszenvedély nem mindig rossz. Van, aki akár nyolc órán keresztül is megfeszül egy hétvégén, mégsem éri káros hatás. Egyszerűen csak színtelen szeret játszani. Minden az ember kötelezett-*

sejétől függ. Ha valaki háromgyerekes család feje, akkor ilyen mértékben nem veheti be magát a játékba, mivel az óriási gondot okozna. De a játék nem jelenthet problémát azoknak, akik nem rendelkeznek ilyen kötelekekkel, és nincs felelősségük.”

A *“Sztereotípiák lerombolása: Az on-line játékok”* c. tanulmányt az EverQuestet játszóknak közti on-line felmérés alapján készítették. Az alábbi következtetéseket vonták le:

- a játékosok több mint 60%-a 19 évesnél idősebb,
 - a játékosok 85%-a férfi,
 - a megkérdezettek 15%-a hente több mint 50 órát játszik,
 - 15% ellenkező nemű karakter szerepbe bújik.
- Griffiths professzor kijelentette: *“Úgy vélik, hogy az on-line játékok túlzott mértékben játszókat teljesen elborultak. Pedig egyáltalán nem erről van szó. Az egyetlen problémát az jelentheti, ha az emberek függőké válnak. A függőség jele, ha a játékszenvedély már kihat az életük más ré-*

szere is, mint a kapcsolataikra és a munkájukra. Fel kell tudni ismerni az egészséges rajongás és a függőség közti különbséget. Az egészséges lelkesedés pozitív hatással van az ember életére, míg a függőség tönkreteszti őt.”

Griffiths arra a megállapításra jutott, hogy sok idősebb on-line játékos már akkor elkezdett számítógépes játékokkal játszani, amikor az első típusok megjelentek. *“Egy egész nemzedék nőtt fel olyan komputerjátékokon, mint a Donkey Kong és a jó öreg Atari, és játékszeretük azóta is megmaradt. Ha 10-20 év múlva megismételjük ezt a felmérést, akkor találni fogunk olyan nyugdíjasokat, akik számítógépes játékokat játszanak. Nem csak pattanásos képű kamaszok zárkóznak be a szobájukba, hogy így szórakozzanak.”*

Az on-line játékosokról készített tanulmányt folytatni fogják. A kutatók jelenleg 540 részletes kérdőívet vizsgáltnak át, amelyek jobban megvilágítják a játékosok személyiségképet.

INFINIT

TÁRSADALOMFORMÁLÓ TECHNOLÓGIÁK

Az e-mail, a Usenet hírcsoportok, a csevegőszobák, az azonnali üzenetküldés, az elektronikus faliújság, a több résztvevős játékok olyan technológiai újdonságok, illetőleg újdonságok már nem is annyira nevezhető lehetőséget kínálnak, amely a társadalomban bekövetkező változásokat is visszatükrözi.

Az elmúlt hónapban Santa Clarában, Kaliforniában megrendezett O'Reilly Emerging Technologies (ETCon) konferencia a társadalmi szoftvernek a fenti technológiákat is magában foglaló kérdéskört járta körül, megállapítva, hogy a csoportos interakciók lebonyolítását lehetővé tevő szoftverek nem csak az on-line kommunikáció, hanem az emberi érintkezés módjait, lehetőségeit illetően is változásokat idéznek elő.

Clay Shirky, a New York-i Egyetem professzora vitaindító előadásában kiemelte, hogy az emberek kétféle kommunikáció-típushoz szokhattak hozzá: a kétirányú, pont-pont típusú közvetlen kommunikációhoz, amelyre az e-mail és a telefon hozható fel példaként, valamint az egyirányú, kifelé tartó formátumokhoz, amelyeket a műsorszórás különféle válfajai testesítenek meg. Ezekhez az "egy az egyvel" és "egy a többel" megközelítésekhez most hozzávehetjük a kommunikáció "több a többel" típusú válfajait is, amelyek az internet tesz lehetővé. A professzor a változások hatáskörzetményeit vizsgálva megállapította: "A webet megelőzően több száz év-

nyi tapasztalatot gyűjthettünk a műsorszóró médiumról, a nyomtatott sajtótól kezdve a rádióig és a televízióig. Az e-mail megelőzően a táviró és a telefon kapcsán több száz évnyi tapasztalatot szerezhettünk a személyi médiáról. Az interneten kívül azonban szinte semmi olyan nem állt a rendelkezésünkre, ami több ember egyidejű kommunikációját tette volna lehetővé. Ebben a tekintetben a konferenciahívás számít a legjobbnak, pedig fáradságos, költséges, kizárólag valós idejű megoldásnak számítot, nagyobb csoportok esetében pedig használhatatlannak bizonyult. Az internet társadalmi eszközei olyan fluiditással és kezelhetőséggel bírnak, amire a konferenciahívás soha nem lehet képes."

A professzor hasonlata alapján az on-line kommunikáció hajnalán az on-line és off-line világ olyan volt, mint "két hulahoppkarika, amelyek alig-alig kapcsolódtak egymáshoz. A felhasználóknak jellemzően voltak on-line baráti csoportjaik, akikkel különböző feladatokra foglaltak, csevegtek, fájlokat cseréltek, illetve voltak off-line baráti köreik, akikkel eljártak sörszínházba megmégymás. A hulahoppkarikák mára egymásba fűződtek, az off-line csoportok természetesen rájuk alakták ki on-line elemeket." A fizikai világ és az elektronikus világ történései, élményei egymásba olvadnak.

INFINIT

store.apple.hu

OKIPAGE 40 ISKOLÁNAK

Az OKI Magyarország Kft. nyolcvan, többségében vidéki középiskolai diákújság szerkesztőségét lepett meg OKIPAGE lézer irodai nyomtató ajándékozásával.

Az OKI a SuliNet program kezdetétől óta jelentős szerepet vállalt az általános iskolák számítástechnikai kultúrájának kialakításában, fejlesztésében. **Érdi Krausz Gábor** ügyvezető az adományszabályozás kapcsán elmondta, a mintegy nyolcmillió forint értékű adománnyal a középiskolák informatikai és kommunikációs kultúráját kívánták támogatni.

(Ez nem PR, te kis gonosz, az ügyvez. évfolyamtárs volt, hogy tudt!)

MOBILTELEFONOS OCR

A Xerox meglegte, hogy munkatársai nem képesek épkézláb képet készíteni egy előadás kivetített képeről, a konkurencia standfeliratáról. Ezt persze nem a humán oldal hiányossága, hanem a mobiltelefonos kamerák képleképezési eljárása okozza. Ez utóbbi a téglalap alapú akármilyen nagy derékszögű, egy eltérő oldalhosszú és oldalvonalalaiban görbévé alakítja. A Xerox csodaszoftvere reverzibilissé teszi ezt a folyamatot, és mindjárt szövegfelismeri is (OCR).

SZEBÉSZ VÉSZ

A képzőművészeti pályázat látványosan visszaesett, derül ki az IDC elemzéséből. Egy évvel korábban 27, negyedével korábban 37 százalékkal több eszközt adtak el. A piac királya a Palm 36 százalékos szelettel, őt a HP és a Sony követi. A negyedik

helyezett Dell mindössze 6,5 százalékot ért el. **Kevin Burden** elemző szerint a visszaesés oka a kezdeti sikerességgel függ össze. A célcsoport ugyanis nem bővült, a tagjai már beszereztek a hordozható eszközt, a zsebesznek, és nem készülnek újabbra cserélni meglévő kézikészülékeiket. A zsebeszektől az IDC megkülönbözteti a telefonálásra is alkalmas eszközöket.

DÍJAZOTT ÓCEÁNKUTATÓ

A világhírű mélytenger kutató, **Roger Ballard** az amerikai szövetségi költségvetéstől fél millió dollárt kapott, hogy tanulók, hallgatók és tudóstársai számára megoldja hangok, képek és adatok továbbítását a tenger fenekéről. A Titanic roncsait is felfedező Ballard milliók számára kívánja elérhetővé tenni kutatási helyszínét, jelenleg ez a Fekete-tenger fenekét jelenti. A közvetítésbe bekapcsolódók előben követhetik a régészeti feltárást végzők munkáját. Az Almalap amatőr régészcsoporthoz emlékei szerint a Fekete-tenger vize különleges, mert pár méter mélyen már szinte semmit sem lehet látni – ellentétben más tengerekkel és óceánokkal, az élővilága is sűrű, ezért viszont az elszültyed hajók és rakományaik szinte sűrűn állapokban lehelők föl. A tavalyi év során megtalált görög sokpárevezős-vitorlás rakteréből ledugasztolt amforában kellemes aromájú ie. 500 körüli évszázadú bort, ecetet, olajat találtak. A kutató reméli, hogy nézettségben lepipálja az iraki háborús közvetítések nézettségét, ekként arat diadalt a humanizmus.

QuarkXPress

60 óras tanfolyam a MacAcadémián

További információk az Interneten: www.macademia.hu, e-mailen: mail@macademia.hu, telefonon: 06-30-919-1965

Öt is megcsapta az Acrobat szele...

Bernd Zipper

Bernd Zipper már több mint tíz éve dolgozik a nyomdai előkészítő ipágában. Mint nyomdai ipari vállalkozások alkalmazottja kezdett a PDF-fel és a PDF-technológiával foglalkozni, jelenleg a ZIPCON NewMedia-und Pre-Press Consultinggesellschaft mbH konzultációs cég tulajdonosa és elnöke.

A német szakjsajtóban (Publishing Praxis, Deutscher Drucker, Page, MacWelt stb.) szerzőként és szakértőként rendszeresen publikál, írásai megjelennek a *"The Seybold Report"*-ban is. Szakterülete az új média és az on-line szolgáltatások, az e területekkel kapcsolatos fejlesztések beillesztése az üzleti és ipari folyamatokba.

Az Adobe Acrobatokról szóló cikkei fókuszában a keresztplatformos, több médiára adott megoldások, honlapkészítés és nyomdai előkészítés áll. Mivel alapvetően nem nyomdai előkészítéssel foglalkozott, ezért az előkészítéssel – legyen az nyomdai vagy történjen más média számára – foglalkozó írásaiban olyan hozzáadott információ is szerepel, amely az IT vezető számára segít megérteni a PDF technológia alapú fejlődési stratégiát.

És nem utolsósorban *PDF + Print 2.0* címet viselő könyve már magyarul is kapható az Almalap Almalajtóiban. A szerzőt a PlanetPDF interjúolta meg az Acrobat tizedik születésnapja alkalmából.

– *Önt az Acrobat- és PDF-használók számtalan helyről ismerhetik, hiszen fenntartója a pdfnews.de weboldalnak, több könyve jelent meg az Acrobatról és PDF-ről, és a Seybold Reportsnak is rendszeres szerzője PDF témájú*

írásokkal. Miként került kapcsolatba a PDF-fel?

– Talán 1993-ban történt, amikor az asztalomat elborították a floppyk, hogy feltettem magamnak a kérdést, miért nem vagyok képes rendes kimeneti állományt generálni – csak íráshibásat meg rossz betűset –, amikor Quarkban gyönyörűt alkottam. Akkoriban az Acrobat használatá inkább technikai bravúr volt, mint valódi segítség. Ám három évvel később teljesen megváltozott a véleményem az Acrobattal kapcsolatban. Munkatársaimmal CD-ROM hordozójú, PDF alapú archiválási rendszert fejlesztettünk. A fejlesztés után belevettem magam a PDF megismerésébe, mert éreztem, hogy többet tudhat, mint amennyit kihasználunk. Ekkoriban jelentek meg első cikkeim a német PAGE magazinban. Az írások **Olaf Druemmer**ről, a Callas, a Quite és a Lantana cégekről szóltak – a legtöbbükkel azóta is napi kapcsolatban vagyok. Szerencsésnek mondhatom magam, mert az elmúlt tíz évben megismerhettem a PDF-fiúkat, akik befogadtak maguk közé. Nyomdai munkánál először az Acrobat 3-at használtam, és minden a helyén volt. Ez időtől dolgozom együtt **Stephan Jaeggival**, mindkettőnk hajt a felfedezés vágya, és az, hogy ismereteinket megosszuk másokkal. Ezért üzemelettem a nonprofit pdfnews.de honlapomat. Első könyvemet nem szándékosan követtem el. A PDF és az OCE összefüggéseiről írtam egy nagyobb cikket, amikor rájöttem, mennyi információt

gyűjtöttem össze, amit laikusok és nem programozó matematikusok számára megfogalmazva még senki sem írt meg. A könyvem, amely már hat nyelven – köztük magyarul is – elérhető, igazolja, helyesen döntöttem. Úgy vélem, sikerült felülemelkednem a felhasználói és a technológia közti fordító szerepén, remélem, hogy minél több felhasználót tudok megnyerni ennek a technológiának.

– *A Seybold Reportsban most jelent meg tizenkét oldalas elemzése az új Acrobat 6-ról. Alig két hét múlva már a boltokban lesz a program, és a felhasználóknak el kell dönteni, megvegyék-e, upgradeljenek-e, és ha igen, akkor melyik verziót válasszák? Kérem, adjon tanácsot, ki az, aki nyitáskor adjon ötletet, amelynek alapján el tudja dönteni a felhasználó, hogy a Standard vagy Pro változatot érdemes-e megvenni!*

– Nehéz az Acrobat 6.0-t upgrade verzióknak nevezni. A Professional változat annyit új és hasznos funkciót kínál az ötöshöz képest, hogy nem merném upgrade-nek nevezni. A Pro valódi termelőeszköz. Akinek gyorsabban használhatóbb és kézre állóbb eszköze van süksége, az lépjen fel a hatásra! A nyomdaiiparban dolgozók, a PDF/X támogatására vagyok számára az Acrobat 6 megvétele kötelező, nem hinném, hogy az ára nem érne meg. Nem kívánom itt elsorolni, hogy miért érdemes az ISO szabvány PDF/X leírás alkalmazni,

egyedül a nem angolszász betűk gond nélküli alkalmazását említmenem meg. Aki irodai munkája során használt, vagy használt volna PDF dokumentumokat, azok számára is ajánlom a hatos beszerzését. Az áttervezett és ezzel bővített megjegyző, javító és kommentáló eszközök az office-alkalmazások kötelező elemévé avatták az Acrobatot.

– *Ön szerint mi az oka annak, hogy a legtöbb Acrobat/PDF-guru Németországban vagy Svájcban él? A levegő vagy a sör teszi? Komolyra fordítva, mit gondol, miért ott alakult ki ez a szellemi közösség?*

– Egyértelműen a sör! Azért tegyük hozzá, a PDF egész Európára számára fontos. Csak néhány példa a régiék közül: **Peter Camps** és **David van Driessche** belga, **Aandi Inston** skót, **Olaf Druemmer** német, **Stephan Jaeggi** és **Max Wyss** svájci. Ők mind igen hamar – a kilencvenes évek elején – meglátták, hogy a PDF-re milyen szerep vár. Számunkra a PDF nem csak szellemi kihívás, de munkalehetőség is, és egyben felfedezésre váró új terület. Mindahányan fejlesztésekké kezdtünk, és ezeket a piac pozitívan fogadta. Sokan kezdőtöke nélkül, szabadidejükben dolgoztak. Elsőnek **Thomas Merz** PDFlib csomagja került a piacra. Ő mutatta meg a nagyváltalatos számára, hogy nincs miért tartaniuk a PDF-től, és ő kötötte össze a nyomtatott és elektronikus médiát. A PDFlib szoftver pedig kezelhető példa volt arra, hogy a jó megoldás nem feltétlenül drága is. **Stephan Jaeggi** fel-

mérte a felhasználók igényét, és azt eljuttatta a fejlesztőcégekhez – ellentétben azokkal, akik folyamatosan csak prédikáltak arról, hogy kellene valamit más, jobb megoldás. Stephan forgolódásának eredménye, hogy számos meghatározó fejlesztőcégre kiderült a piacról, a felhasználók vágyairól – de sűg ő a kisebb cégeknek is. Németországban igen kiterjedt a PDF-t alkalmazó cégek köre, ez húzza magával a fejlesztést is. Nem meglepő, hogy a munkafolyamat szintű PDF-alkalmazásban is élenjáró megoldások születnek.

És végül, de most komolyan. A sőr a legfontosabb. Hiszen a legjobb ötletek mindig egy sőr mellett jutnak az ember eszébe, amikor másik PDF-használóval beszélget.

– *Melyik a legfontosabb változás a kezdetekhez képest, és miért pont azt tartja annak?*

– A PDF 1.2-es, majd 1.3-as szabványával (ez az Acrobat 3, illetve 4-gyel egy időben jelent meg) a nyomdaipar kisebb forradalmon ment át. Ahogy egykor a PostScript, most a PDF formálja át az előkészítést. Hiszem, hogy **John Warnock** és csapata mesterien látta meg a piac igényét, és változtatott meg a PDF születésekor megfogalmazott alapelveket. Az adatmért egyre kevésbé gond, a betűcsaládok beágyazottsága pedig azt igéri, hogy nem történhet baj. A befogalt adat sértetlenül átvihető a hálón, az interneten. A PDF univerzális konténerként sokat tett és tesz a digitális média elterjedéséért. A nagy szoftverfejlesztők ezt rendre megértették, és fantasztikus eszközöket adnak a kezünkbe. A kis cégek pedig, kihasználva rugalmasságukat, olyan speciális problémákat képesek megoldani, amelyeket leküzdhetetlennek véülünk. És a szab-

ványnak köszönhetően ezekből a kockából bármilyen munkafolyamat, termelés felépíthető. Hogy csak azokat említssem, akik hirtelen az eszembe jutnak, az Encofocus, Callas, Quite, Lantana és az Apago egyaránt kínál PDF alapú munkafolyamat-szoftvert. A kezdeti kis cégek felnöttek. Az iparág óriásai – Heidelberg, Creo, Agfa – legtöbb szoftverében megtaláljuk a kis cégek fejlesztetelemeket. A felhasználó öröme pedig az automatizálható, költséghatékony termelőrendszer. A dinamikus generálható dokumentumok – ez az egyik vesszőparipám – a PDF léte nélkül nehezen volnának megvalósíthatók. Gondolj csak a BMW hirdetéskészítő szoftverére – a magyarol megjelenő PDF+Print bemutatja ezt az alkalmazást – vagy a német posta levélszolgáltatására. Ezt a két említett példát olyan cégek alkalmazásai valósítják meg, mint a Multivisual vagy a Diron, amelyek PDF alapú automatizálással foglalkoznak.

– *Az Acrobatot és a PDF-et egyre több területen alkalmazzák. Ön szerint van olyan iparág, amely még nem él az Acrobat lehetőségeivel?*

– Természetesen van, számos iparághoz még nem jutott el a PDF. Példáknak említeném az egészségügyet, ahol a PDF-et kiválóan lehetne alkalmazni röntgenfelvételek továbbítására, tárolására. A nagyfelbontású adat néha értelmezlenül köröz a világhálón. A szórakoztatóipar a PDF-et használhatná zenéi, filmjei tárolására. Az új Acrobat- és PDF-szabvány megjelenésével nyílt meg ez a világ előttük, hiszen a PDF állomány mostantól képes konténerként viselkedni. Ahhoz, hogy egy iparág ráharapjon a PDF-re, a használatnak egyszerűnek és logikusnak kell

lennie. Úgy vélem, hogy a PDF terjedése egyre több cégnek lesz érdeke, az első úttörőként az Apple-t említeném meg, amely új operációs rendszerénél részesítette előnyben a PDF-formátumot.

– *Az Acrobat mostanra szép nagyra nőtt, számos területen – dokumentumkezelés, bemutató, csoportmunka, úrlapozás, nyomdai előkészítés – alkalmazható. Nincs szükség a célirányú felhasználás menti szeparálásnak?*

– Jó meglátás. De a felhasználót elrettenti, ha egy szoftvernek több változata létezik. Az Adobe jól döntött, amikor a böngezőt átnevezte Adobe Readerre, és három szintre bontotta az Acrobatot. De nincs szükség további osztódásra. Persze mondhatja, hogy a felhasználó számos olyan eszközt is megvesz, amelyet nemhogy nem fog használni, de még azt sem tudja, hogy mire lenne az adott parancs alkalmas – és ez visszás érzést kelt. Én személy szerint egy "Business Sets" megjelenésére vágyom, amellyel a menüket és a parancsokat tudom a napi felhasználás elöl elrejteni, sőt. Az átkonfigurálható menü- és parancsszerkezet munkahatékonyság-növelő és hibázási lehetőséget csökkentő volna. A korrektor számára eltűnnének a prepressben érdemleges parancsok, a prepress számára pedig a megjegyzés csatolási utasítások. És egyikük sem látná az úrlapkezelőket.

– *Kérem, jósolja meg, mi vár az Acrobatra és a PDF-re az elkövetkező években?*

– Nem kétséges, a PDF jön felé! A dinamikus, minőségi PDF-előállítás, a PDF/X alkalmazása, a böngezőből történő PDF-írás megváltoztatja a PDF eddigi szerepét és helyét. A fejlesztők szinte tobzónak a fejlesztési irányokban, területekben. Meghatározó alkal-

mazások megjelenését várom, amelyek a PDF-et XML-lel ötvözik. Úgy vélem, hogy a rétegek megjelenésével az Acrobat a tervező – építő, építész, gépész – szoftverek számára is kommunikációs közzegé válhat. Szerintem a gyártási folyamatokat is átalakítja az Acrobat és a PDF, csak ez lassabb folyamat. Az Adobe szervertérmeikeivel készült ezt a folyamatot támogatni, előrevinni. Ugyanakkor a színkezelés, színmenedzsment rész még fejlesztendő – ennek a vonatkozó ISO-PDF/X szabvány megjelenése adhat lendületet.

– *Röviden beszélne néhány tévhitről, félreértésről, amely az Acrobat/PDF körül kering?*

– Sokan úgy vélik, hogy a megjegyzések vagy a módosítások, amit az Acrobatban tesznek meg, valami varázslattal visszakerül abba a dokumentumba is, amelyből a PDF-et írták. Sokakat meglep, hogy nincs így. Az Acrobat 6 sokak vágját váltja valóra, amikor a Microsoft Wordbe visszavezeti a PDF-en végrehajtott változtatásokat. Ha ez működne Quarkban vagy InDesignban... Problémát jelent, hogy a PDF-ek eltérő minőségűek. Például a Mac OS X által használtak nem alkalmasak minőségi munkához, de ez nem látszik kívülről az állományokon. Ezen is változtatni kell. Az Acrobatall ugyan lehet szöveget szerkeszteni, módosítani, de ez csak egy-egy betű cseréje esetén alkalmas megoldás nyomdai munkáknál. És végül nem ártana, ha Windows határozottabban támogatná a PDF-et. Ehhez persze le kellene ülni a két cég vezetőinek – ahogy németek mondanák, egy sőr mellé –, és megbeszélni dolgaikat.

MEGÚJULT AZ APPLE-BOLT

Május 27-től megújult az Apple Áruház, melynek elkészítésével Magyarország piacvezető internetes áruházát, a FOTEXNetet bízták meg az Apple. Az áruház korszerűsítése időszzerű és nélkülözhetetlen volt, mivel a piaci igények gyors változásainak jobban megfelelni képes rendszerre volt szükség. A választás azért a FOTEXNetre esett, mert a piacvezető internetes áruház saját fejlesztésű szoftvere, logisztikai rendszere, az áruház közel hároméves sikeres műkö-

dése – vásárlói bizalom, szakmai elismertség, évről évre emelkedő forgalom –, és a két cég közötti eddigi együttműködés bebizonyította, hogy minden szempontból tökéletes partnere lehet az Apple-nek.

A FOTEXNet munkatársai mindössze két hét alatt készítették el az Apple internetes áruházát. A rövid elkészítési idő elsősorban annak köszönhető, hogy a FOTEXNet szoftvere könnyen integrálható, rugalmas rendszer, amely egyszerűen beilleszthető bármilyen cég rendszerébe. Az új áruházba látoga-

tók egy teljes mértékben az Apple arculati elemeihez igazodó áruházban kedvükre böngészhetnek a szoftver-hardver megrendeléshez szükséges kínálatban, de a kiválasztott termék megrendelését már a FOTEXNet Áruházban bonyolíthatják.

A FOTEXNet az áruház elkészítése mellett a jövőben vállalja az üzemeltetés során felmerülő további fejlesztési- és karbantartási munkákat, a termékínálat folyamatos frissítését, valamint biztosítja saját logisztikai rendszerét is az árú beszerzésétől kezdve egészen a kiszállításig.

Az Apple már évek óta színesíti a FOTEXNet beszállítóinak körét, mivel már 2001 óta látja el az internetes áruházát szoftver-hardver termékek széles választékával.

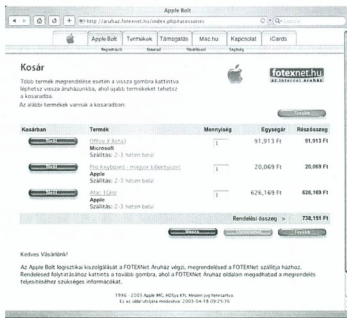
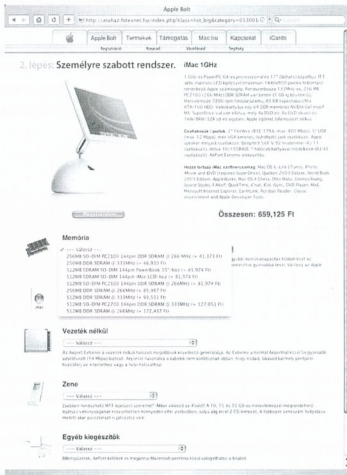
A két cég közti együttműködés azért is kiemelkedő jelentőségű, mert az Apple – hagyományaitól eltérően – Magyarországon külső céget bízott meg saját internetes áruházának fejlesztésével és üzemeltetésével.

A FOTEXNet Kft. 2000-ben kezdte működését, mint Magyarország, legátfogóbb termékínálatával rendelkező internet áruház. Az elmúlt években tovább erősítette vezető szerepét – Magyarország leglátogatottabb kereskedelmi szájta – folyamatosan bővülő termékínálatával, kedvező árával, magas színvonalú, interneten keresztül elérhető szolgáltatásaival, és a hazai internet legskisebbebb játékaival, az Ingenylofttal. A FOTEXNet.hu jelenleg közel 30 áruházal, több mint 100 ezer minőségi termékkel áll a vásárlók rendelkezésére. A megrendelt áruk kiszállítása a cég logisztikai központjából történik, az ügyfél által igényelt módon. A FOTEXNet Ingenyfutár, Budapest egész területén tízezer forint feletti vásárlás esetén ingyenes szállítást kínál az igényezett termékekkel.

HP DESIGNJET 815MPF

Szkennel, nyomtat, faxol, másol, bevásárol, ruhát mos és ebédet főz a HP csodagépe – no jó, az utóbbi hármat meg nem. A kütü 1200x2400 dpi-ben nyomtat 106 centi szélesen – ez nagyjából 42 inch –, szkenneli 424 dpi-vel tud. Ára potom négy és fél millió forint. Azok a boldogok, akik a 4200-as család tagjából már korábban beruháztak, most upgradeként szerezhetik meg a szkennelő és másoló unitot. A HP egyébként eladta kétszáz milliomodik tintasugaras nyomtatóját, és bírja az észak-amerikai piac 70 százalékát.

Vásárolni csak szépen, okosan! Először regisztrárod magad, majd beesel a boltba, teleokszár akció, és go to cassa!



A nyomdászat halála közelg...

Amíg a vállalkozások vezetőit leköti a gazdasági visszaesés okozta válság kezelése, nem jut idejük az ipárag alapvető kérdéseinek megfogalmazására és megválaszolására. Nekem úgy tűnik, hogy a fellendülésre váró nyomdaiparnak – és ideértem a hagyományos fényképfeldolgozást is – elkerüli a figyelmet, hogy a nyomtatás módja és helyszíne módosulóban van.

Naponta hallok később illúziósnak bizonyuló kijelentéseket a fizess és nyomtass (pay-for-print) piacról, a fejlődő igény szerinti nyomtatásról (on-demand) vagy a fényképkidolgozásról, mely szerint ezen szolgáltatások felhasználói inkább *“szakemberekre bízák a feladatot”*, vagy hogy *“a vállalkozáson belül költségesebb és minőségi kívánnivalót hagy maga után”* az odatelepitett munkafázis. Az asztali számítógépekhez vagy helyi hálózatokhoz kapcsolt nyomtatókat eközben folyamatosan fejlesztik, miközben az áruk és az oldalköltség is csökken.

És meglehet, hogy a fent idézett állítások igazak, ám az emberi alaptermészet már számtalan esetben igazolta, hogy amikor egy termék eléri az *“elmeig”* szintet, akkor azt a vevők elkezdik nagy tömegben használni, alkalmazni, még akkor is, ha a szakemberek a terméket félkésznek tartják. Az idő az üzlet egyik legfontosabb paramétere, és én úgy vélem, most van itt az az idő, amikor a vállalkozáson belüli végtérmenknyomatás elérte azt a pontot, hogy tömegek vélik úgy, kár azt külső vállalkozásra bízni. És ismerjük be, ha a végeredmény nem sokkal gyen-

gebb, mint a professzionálisnak mondott megoldásé, akkor inkább magunk szeretjük a munkát elvégezni.

Szerintem erre a tintasugaras nyomtatás a legjobb példa. Lassú? De még mennyire! Magas az egy oldalra eső költség? Magas. Mindezek ellenére az olcsó tintasugaras nyomtatók bevétek a piacot. A PDF növekvő népszerűségének hozadéka, hogy a PDF fájlok akkor és ott nyomtatják ki, ahol és amikor szükség van rájuk. Ugyanezt érzem a fényképről papírkép készítésnél is, a megrendelő inkább maguk nyomtatják ki a képet, mintsem külső céget bizzanak meg vele.

És most következzen három, gyakran említett érv, cáfolattal.

ARCHIVÁLÁSI PROBLÉMA

A digitális fotók olcsó tintasugaras nyomtatón kinyomtatva elvesztik színeiket, kifakulnak, torzulnak. Az Epson tette talán a legtöbbet azért, hogy festékei eltérő hőmérsékleti és fényviszonyok közt is megőrizzék alapértékeiket. Ám végre még kellene érteni, hogy már nem a papírképet kell archiválni, hanem a digitális eredetit – aminincs semmi köze a tintasugaras nyomtatókhöz.

SEBESSÉG

A felhasználók tintasugaras nyomtatói lassúak, ezen nincs mit vitálni. Ám ezek profizzionális változatai már elfogadható sebességgel nyomtatnak, tehát technikailag a probléma

megoldható. És több nyomtatófejjel, oda-vissza nyomtatási módszerrel és más trükkökkel fel lehet turbózni a nyomtatási sebességet, ahogy ezt az Epson, a HP, a Canon vagy a Lexmark ígéri. És aki otthon nyomtatja családi fényképeit, annak 5-10 perc várakozás teljesen más jelent, mint a digitális kép papírra viteléből megélni kívánó vállalkozás esetében.

MAGAS OLDALKÖLTSÉG

Az oldalköltség inkább marketingzsakszó, mint valódi probléma. Hiszi azt bárki, hogy haterzer forinttal drágább 36 kocka otthoni kinyomtatása? Senki. A valódi költség az egyes részegységek árrésének függvénye, amelyet a versenyhelyzet és a piaci kereslet határoz meg. Jelenleg a patrongyártók olyan árat mondanak, amelyet nem szegélylnek. Nem lesz ez örökre így!

Azt állítom, hogy a szkennerek piacán lejtászódott folyamat tükröke az, ami most a nyomtatók piacán zajlik. A Linotype, Hell, Crossfield, Scitec szkennereket a szakemberek még megsimogatják, ahol működnek, örülnek neki, ám piacvezető szerepüket rég elvesztették, csupán a szkennertörténelem részesel már. A nyomtatósnál pár év(tized) múlva, már csak a nagyon öregek és kutatók fogják ismerni az olyan cég nevet, mint Heidelberg vagy MAN Roland. Bezzeg az

Epson, HP, Canon vagy Ricoh! A tintasugaras technológia és az olcsó gyorsnyomtatók mellett az ofset és a minőségi digitális nyomtatás piaci szerepe behatárolttá válik.

A nagyüzemi nyomtatás még megél egy fellendülést, amikor a gazdaság lábra kap, de ez inkább hatványal lesz. Amikor szinte minden asztalra, minden hálózatra ráakaszthatsg egy hatszínés, nagyfelbontású nyomtatót, akkor az a képesség drámai változást jelenti.

Mit tehetnek a nyomdák és az őket eszközzel ellátók? Először is, ki kellene húzni fejüket a homokból és körbenézni. Túl sok panasz hallatszik a nyomdaipar felől, és túl sok idő töltötték el a résztvevők a jelenlegi üzletmenet megújítási kísérleteivel. Nem csak logikus, de támogatandó is, hogy minden dokumentumot ott és akkor nyomtassanak ki, amikor szükség van rá – persze megeshet, hogy örökre kinyomtatatlan marad. Minden átmenethez idő kell. A nyomtatók már helyben vannak, a hosszú dokumentumok nyomtatására is képesek. De azért ne higgy mindenben vakon, amit kinyomtatsg csak azért, mert a te nyomtatód követte el!

Gene Gable

(Aki élete során számtalan elemző cégnek volt vezető munkatársa, és vagy negyedszázadot töltött el a nyomdaiparban és az előkészítésben érdekelt cégeknel, pont úgy mint Andrew Tribute.)

PhotoShop

60 órás tanfolyam a MacAcadémián

További információk az Interneten: www.macacademia.hu, e-mailen: mail@macacademia.hu, telefonon: 06-30-919-1965



... De korai temetni

Érdeklődéssel olvastam **Gene Gable** vízióját, mely szerint előbb-utóbb minden az írász-talón végzi. Egyértékes vele, valóban ez a trend jellemzi most a nyomtatást, ám a nyomdaiparra vonatkozó végkövetkeztetéseit már nem tudom osztani. Azért, mert valami lehetséges, nem jelenti azt, hogy meg is fog történni – nem hinném, hogy a nyomdai szolgáltatópar említett ágai eltűnének.

Nagyon szépen hangzó és elsőre logikusnak tűnő állítás, hogy a tintasugaras nyomtatók terjedésével, nyomtatási minőségük javulásával a nyomdaipar adott szeletének befellegzett. Ám a gondolatmenetből kimaradt, hogy az üzleti célú nyomtatásnak van olyan szeglete, amely sohasem fog sem képtelen, sem valójában felférni az asztal sarkára. A legtöbb nyomtatót termék két oldalán nyomott, hajtogatott, összehordott, fűzött, tűzött vagy kötött... Ezek a funkciók jelenleg nem jellemzők a tintasugaras nyomtatókra. Végül, noha használtam vagy használtak Canon,

Epson, HP nyomtatókat, a minőségi munkát azért profi cégekre bízom.

A tintasugaras nyomtatóval is szépen ki tudom nyomtatni a fotóimat, de fényképet készíteni csak profi felszereléssel rendelkező vállalkozás képes. Ha egyszer veszek egy drágább, bonyolult eljárás alapján raszterizáló, hatszínű nyomtatót, akkor a magam ura leszek. Ha jól értem, Gene úgy véli, hogy a kelékanyagok, festékek ára a verseny hatására csökkenni fog. Újratölthető tonerek már léteznek... És hányan használják?

A SZÁMGÉPES NYOMTATÓIPAR SZEREPE

Mit is nevezünk szolgáltatásnak? Azért, mert valamire képes vagyok, még nem jelenti azt, hogy azt csinálni is szeretem, szeretném. Fiatalabb koromban, amikor jobb erőnlétem voltam, rendszeresen végeztem kerti munkát, és magam javítottam az autóm. Mostanra értéke-sebbnek tartom az időm, és a feladatokat szakemberekre, szolgáltatókra bízom. A felesé-

gem családi díjaz "cordon bleu" készítő, mégis gyakran járunk vendéglőbe, ami drágább, mint ha otthon vacsoráznánk – és a feleségem főztijénél nincs jobb (olvassa minden írásmot).

A nyomdaipar számos részből tevődik össze, az ofset, az ívnyomtatás, a flexo- vagy a digitális gyorsnyomtatás, hogy csak pár területet említsék. Például ma a programok CD-je PDF-ben tartalmazza a kézikönyvet. Önök közül hányan nyomtattak már ki egyetlen kézikönyvet is? Sehányan, mind a képernyőn olvassuk, vagy keresünk benne. Kinyomtatott ön már egyetlen hírlevelet is, amely PDF-ben érkezett? Gyánitom, kevesen bölintottak. Elolvassuk a képernyőn, majd megy a kukába, esetleg egy-két oldalt archiválunk papírra.

Én úgy tartom, hogy a kis tintasugaras nyomtatók szerepe az egy-két oldalas nyomtatás, és nem a nagyüzemi, több száz oldalas, súlyos grafikával vert oldalú kiadványoké. A szolgáltatók képesek hatékonyan – ár, idő – ekkora dokumentumot akár sok példányban kinyomtatni. Gene állítása szerint a tintasugaras nyomtatók olcsóak és jó minőségben dolgoznak,

ezért elszívják a levegőt a szolgáltató vállalkozások elől. Mások az internetet jelölik meg a szolgáltatóipar halálának előidézőjeként, mondván, a leggyorsabb és költséghatékonyabb célba juttatási eszköz. Ezek hibás következtetések.

A technológiai fejlődés értelemserűen változásra kényszeríti az érintett iparágakat. Az internet már most megváltoztatta a nyomdaipart, hiszen számtalan munka, amelyet eddig kinyomtatattak, most elektronikus dokumentum formájában jut el a cégéhez, magánszemélyekhez. A tintasugaras nyomtatók hatással lesznek a nyomdaiparra, de még inkább a fényképidolgozásra, az eKönyvekre, ám ezeket sem öli meg, csupán átformálja. A nyomdaipar folyamatosan változik, és fogadja be a technológiai újdonságokat. A nyomtatás annyiszor támadt és fog feltámadni – és mindig megújulva, megerősödve – ahányszor halálhírét költik.

Andrew Tribe

(Aki élete során számtalan lemez-cégnél volt vezető munkatár-sa, és vagy negyedszázadot töltött el a nyomdaiparban és az előkészítésben érdekelt cégeknél, pont úgy mint Gene Gable.)

25 lövetű -R

Az Almalap tesztcsoport úgy vélte, hogy eljött a pillanat, amikor eleget hallott a szerzői és szomszédos jogokról, a zeneipar mélyrepüléséről, a fájlcsereberélő weblapok károságáról, megörvendezte a számára csak vágyálom Apple iTunes Music Store-t. És kedvenc teszteszköz cégét – www.multimedia.hu – emlegetve üzembe helyezte a Bravot, amely talán nem véletlenül nyerte a népszerű tini popműsor és újság után nevét.

A reményeink szerint – ő, add nyomda – a képen is jól látható eszköz ugyanis a CD-írók vágy-

tárgya. Behelyezel 25 darab Tesco-gazdaságos CD-t, és a legtöbbszörözendőt, amely per-se még véletlenül sem tartalmaz jogvédett bitet sem. A bonyolultnak nem nevezhető kezelőfelületen megadod, hogy mennyi CD-re van szükség, majd a számtól függően bontasz örömdobban egy doboz, egy hatos, vagy egy karton sört. A gép kicsit zúgva ugyan, de sorra írja a CD-eket, és nem felejt el a felületüket sem megnyomni! A dolgotad nehezítendő, nem adjuk meg a fontos logók és végje-gyebes leelőhelyének címét.

Nem rossz, nem rossz – vélheted, de hát ma már DVD is létezik a világon – fanyalgosz? Nos a Bravo kapható CD-R és CD-R/DVD-R tudással is. A tesztesca-

pat minden tagja eredetinek látszó korongokkal gazdagodott. A jegyzőkönyvezető pedig néha eltöpreng, hogy létezik-e CD/DVD-re tartási engedély.





KÓTYA-VETYE

Adok-Veszek

Hírdető Neve:

Címe:

Telefonszáma:

Hírdetés szövege (csak ez jelenik meg):

.....

.....

.....

A kótya-vetyében mindenki szabadon meghirdetheti kereskedelmi mennyiséget nem képező feleslegessé vált eszközét, illetve kereshet szoftvert, hardvert. Az Almalap kimondottan nem támogatja a nem jogtisza szoftverek csere-beréjét. A beküldött kótya-vetyék felkerülnek az Almalap honlapjára is. Ha ez utóbbira nem vágysz, akkor kérlek, jelezd! A kótya-vetye kapcsán megadott adataidat semmilyen módon nem használjuk fel, adjuk tovább és bizalmasan kezeljük.

Profilváltás miatt Fuji B/3 doblevilágító eladó. Telefon: 06-20-487-6758

Külső USB floppy-meghajtót keresek G3-hoz. Telefon: 06-30-272-8141

Eladó eMac 700, 128 MB, Combo, doboz, szoftverekkel, garanciával. E-mail: lenart_b@freemail.hu

Eladó Crosfield Magnascan 200i CMYK dobszkener, Crosfield Magnasetter 350 + online hívógép - A/3 levilágítógép, Dolev 200. + ajándék hiógép, 3M Proof szett, DuPont Cromalin szett, Displaymaker 6000 es 7100, Nikon LS 20, AGFA Repromaster. E-mail: alapfy@axelero.hu

Hírdetés: Eladó PM G4 400MHz 64/20 HD/DVD/16V RAM +Apple Pro USB billentyű/egér/56k modem +Mac OS 9 operációs rendszer 300.000+áfa vételáron. E-mail: bollobas.zsuzsa@roxer.hu

Az alábbi előfizetési nyomtatványt célszerű fénymásoló használatával lemásolni, kitölteni és elfaxolni a 452-7830 faxszámra, ha a fax makrancoskodik, akkor a postára bízni (Almalap – Kereskedelmi Értesítő Kiadó, 1135 Budapest, Lehel út 61.) vagy e-mailt küldeni (almalap@mail.datanet.hu). Előfizetését előre is köszönjük!

ELŐFIZETÉSI NYOMTATVÁNY

Igen, szeretném az Almalap – Magyarországi Macintosh Magazin előfizetésének előnyeit élvezni, ezért ezúton előfizetek a lapra példányban.

- A következő 10 számra, 3000 Ft (áfával), postaköltséggel együtt.
- Az előfizetési díjat postautalványon egyenlítem ki, kérem, küldjenek részemre postautalványt.
- Az előfizetési díjat számla ellenében átutalással egyenlítem ki.

Vállalom, hogy amennyiben nem hosszabbítom meg jelen előfizetésemet, úgy döntésemet az előfizetési periódus lejárta előtt hat héttel írásban közlöm a lap kiadójával.

Név:

Cég neve:

Postacím:

Telefonszám:

Faxszám:

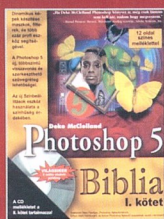
Bankszámlaszám:

E-mail cím:@.....

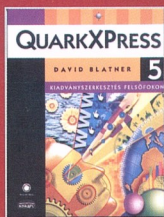
Aláírás, dátum, pecsét:



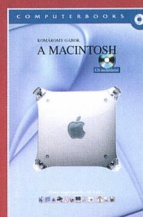
Almabolt könyvrendelés



Photoshop Biblia I-II. kötet
CD-melléklettel
Ára: 8400 Ft



QuarkXPress 5
Kiadványszerkesztés felsőfokon
Ára: 14 000 Ft

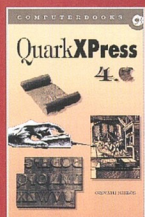


A Macintosh
CD-melléklettel
Ára: 4800 Ft

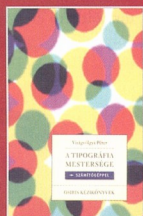


Macromedia Flash 5
Ára: 3980 Ft

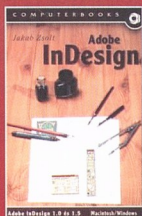
Kiadványszerkesztés 1-2-3
Ára: 1990 Ft – 2490 Ft – 2990 Ft



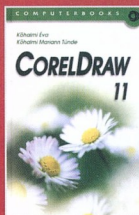
QuarkXPress 4.0
Ára: 2990 Ft



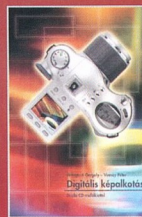
A tipográfia mestersége
Ára: 3280 Ft



Adobe InDesign 1.0 és 1.5
Ára: 2688 Ft



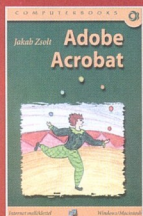
CorelDraw 11
Ára: 5500 Ft



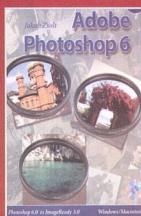
Digitális képalkotás
Ára: 3500 Ft



Stílusgyakorlatok
Ára: 8990 Ft



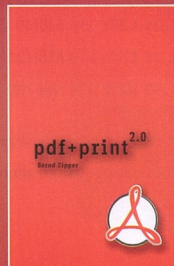
Adobe Acrobat
Ára: 2900 Ft



Photoshop 6
Ára: 2900 Ft



Flash MX
Ára: 5800 Ft



pdf+Print 2.0
Ára: 4999 Ft

Szeretném megrendelni az alábbi könyveket:

..... db A Macintosh (CD-melléklettel)	4800 Ft
..... db QuarkXPress 4.0	2990 Ft
..... db Adobe InDesign 1.0 és 1.5	2688 Ft
..... db FreeHand 10	4900 Ft
..... db Digitális képalkotás	3500 Ft
..... db Adobe Acrobat	2900 Ft
..... db Flash MX	5800 Ft
..... db CorelDraw 11	5500 Ft
..... db Photoshop 6	2900 Ft
..... db Flash 5	3500 Ft
..... db Macromedia Flash 5	3980 Ft
..... db Photoshop Biblia I-II. kötet (CD-melléklettel)	8400 Ft
..... db QuarkXPress 5 – Kiadványszerkesztés felsőfokon	14 000 Ft
..... db pdf+print 2.0	4999 Ft
..... db Stílusgyakorlatok	8990 Ft
..... db A kiadványszerkesztés – Alapok	1990 Ft
..... db A kiadványszerkesztés – Szöveg	2490 Ft
..... db A kiadványszerkesztés – Illusztráció	2990 Ft
..... db A tipográfia mestersége	3280 Ft

Ezt a megrendelőszelvényt célszerű kivágni, és a KÉK Kft. (1135 Budapest, Lehel út 61.) címére elküldeni, vagy lefényképselve elfaxolni a 452-7830-as telefonszámra. További információ kapható a 06-30-292-1261-es telefonszámon. E-mail: almalop@mail.datanet.hu
Internetes megrendelés: www.almabolt.hu/almabolt/
Az árak az áfát igen, a postaköltséget azonban nem tartalmazzák!

Név:

Postacím:

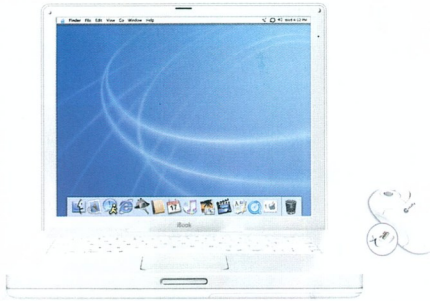
Számlacím:

Telefon:

aláírás, dátum

ApplePort

... Add to Favorites



iBook + ajándék RFMouse

iBook 900 MHz 12.1" 128 MB/40 GB/DVD-ROM CD-RW

iBook 900 MHz 14.1" 256 MB/40 GB/DVD-ROM CD-RW

Június hónapban minden újonnan vásárolt iBook-hoz ajándékba adunk egy USB-s vezeték nélküli optikai MacAlly RF egeret, 5 programozható gombbal, újratölthető elemekkel.

PM G4 + ajándék ZyXEL ADSL router

PM G4 1 GHz 256 MB/60 GB/DVD-ROM/CD-RW

PM G4 2 x 1,25 GHz 256 MB/80 GB/DVD-ROM/CD-RW

PM G4 2 x 1,25 GHz 512 MB/120 GB/DVD-R/CD-RW SD

PM G4 2 x 1,42 GHz 256 MB/120 GB/DVD-R/CD-RW SD

PowerMac G4-es gépekhez júniusban 1 db ZyXEL Prestige 304 ADSL router-t (4 portos switch) adunk ajándékba.



iBook vagy G4-es gépek mellé 10% kedvezménnyel vásárolható termékek:

D-Link USB Bluetooth adapter



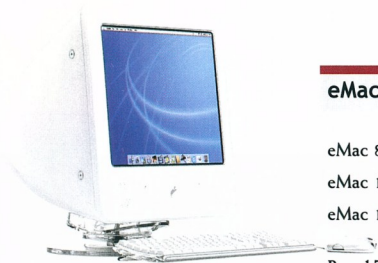
Vezeték nélküli hálózat Macintosh-hoz (Mac OS X, Plug&Play, 10 méter hatótávolság, Bluetooth 1.1 és USB 1.1)

Airport extreme base station + card



54 Mbps, 10/100 Base-T Ethernet, RJ-11 és USB csatlakozás, 56K V.90 modemmel és külső antenna porttal

Modellfrissítés – nagyobb teljesítmény



eMac

eMac 800 MHz 17" Flat monitor/128 MB/40 GB/24xCD
eMac 1 GHz 17" Flat monitor/128 MB/60 GB/DVD-ROM CD-RW
eMac 1 GHz 17" Flat monitor/256 MB/80 GB/DVD-R CD-RW SD

Bernd Zipper pdf+print 2.0 című könyvével együtt.

PowerMac G4

PM G4 1.25 GHz DP/512MB/120GB/Combo/RV250/9 boot

Utolsó lehetőség 9-es rendszerről induló G4-es gép vásárlására (korlátozott mennyiségben).

Bernd Zipper pdf+print 2.0 című könyvével együtt.



iPod 30 GB

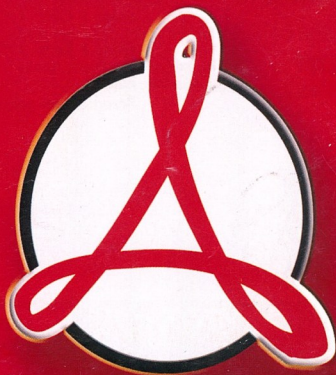
Az Apple miniatűr, hordozható MP3 lejátszója és univerzális FireWire merevlemez egyben. Tartozékok: fejhallgató + távirányító, öv-csipesztető, táská, FW kábel.

Új, vékonyabb, akár 7.500 dal tárolására is alkalmas kivitelben.



pdf+print^{2.0}

Bernd Zipper



www.almalap.hu/pdf

452-7830