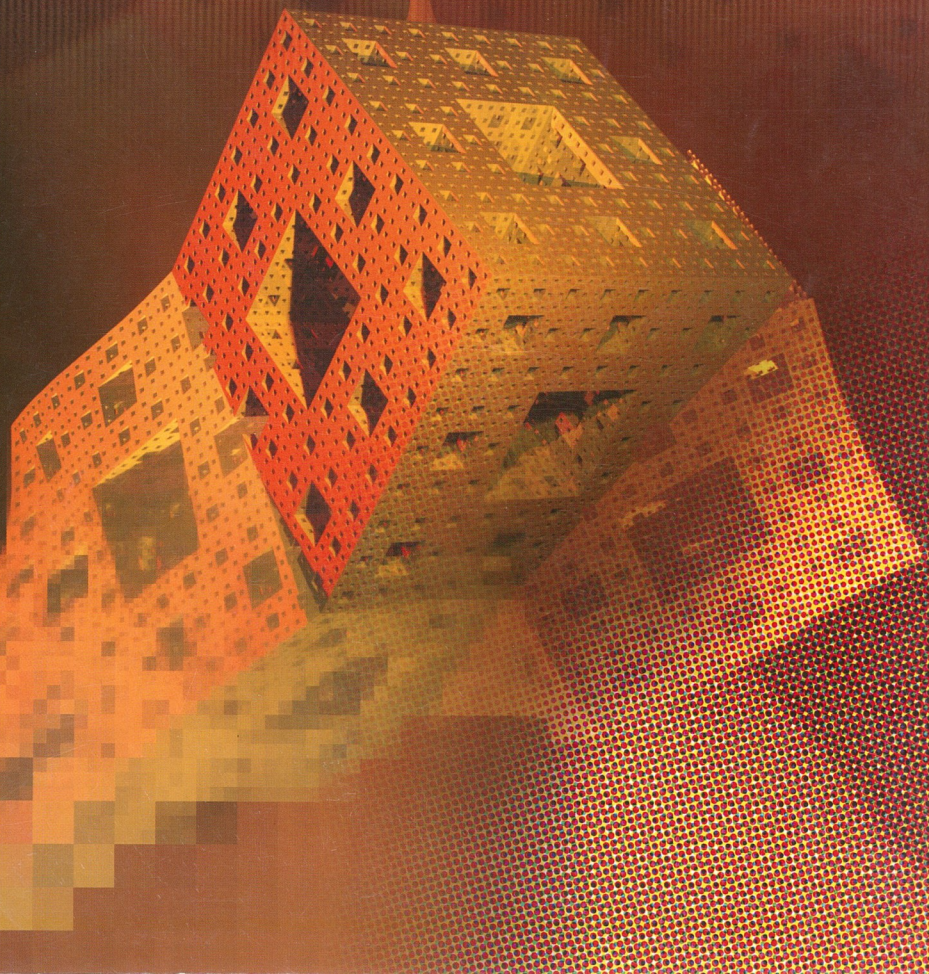


# almap

[ MACINTOSH FELHASZNÁLÓK MAGAZINJA ]



Olly '04



## A művészet nyomtatása – a nyomtatás művészete.

Bármilyen kreatív ötlete támad, a HP Designjet 130 segít, hogy élettelen és hitelesen valósíthassa meg. A HP automatikus színkalibrációnak és a hattintás színrétegző technológiának köszönhetően garantáltak a ragyogó, valóságghú színek. A képeslaptól az A1 poszterméretig a HP Designjet 130 gyorsan és hatékonyan végzi a munkát, hogy létrejöhessen, amit elképzelt.



### HP DESIGNJET 30 SOROZAT

Nyomatás képeslaptól A3+ méretig

alapár: 179 900 Ft + áfa

- A3 méretű foto nyomtatása akár 4 perc alatt
- Professionális színkezelés az opcionális RIP szoftver révén – offszet emuláció, automatikus PANTONE® kalibráció\*
- Növelt ellenállás a fakulással szemben†
- RGB ICC profilok alkalmazása és Apple ColorSync kompatibilitás
- HP Designjet 30gp: Colourmeter funkció a GretagMacbeth technology-tól a monitor kalibrációhoz

És amit ezen felül kínálunk:

HP Care Pack (U4663A) 3 év emelt szintű szervizszolgáltatás, következő munkanapi megjelenés

Olly Knight festménye a Designjet 130-ról a HP által szponzorált Hype kiállástól.

Rendeljen ingyenes nyomtatási mintát a [www.designjet.hp.com/print\\_sample.html](http://www.designjet.hp.com/print_sample.html) weboldalról vagy próbálja ki bemutatótermünkben. 06-1-382-1111



### HP DESIGNJET 130 SOROZAT

Azonos tudású a HP Designjet 30 sorozattal, de A1+ méretig alkalmas a nyomtatásra

alapár: 399 900 Ft + áfa

Papírtálcájában A2+ méretig tárolhat lapokat  
Opcionális tekerescsodagoló egyedi méretekhez és bannerekhez

És amit ezen felül kínálunk:

HP Care Pack (U3477A) 3 év emelt szintű szervizszolgáltatás, következő munkanapi megjelenés



## 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:

Tóth Attila  
Atair Grafika

### Előkészítés:

Tördelte Tóth Anita,  
kilotte 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.

### 2004. májusi szám

(XI. évfolyam – 5. szám)



## Tartalom:

- |    |                                |
|----|--------------------------------|
| 02 | Tetszőleges fájlok egyedi ...  |
| 09 | A publikálási technológiák ... |
| 24 | Kótya-vetye, előfizetés        |

# Tetszőleges fájlok egyedi meg

Az OS 9 rendszerrel ellentétben az OS X alatt alapértelmezettként az adott felhasználó számára csak a Home könyvtáron belül lévő a Public könyvtár ki-ajánlása lehetséges, bár a rendszer képes tetszőleges megosztások létrehozására, illetve a felhasználóra egyedi Public könyvtár megváltoztatása is lehetséges. Mindehhez a NetInfo adatbázis ismeretére, parancsoros segédprogramjaira, a megosztandó anyagokra és felhasználókra lesz szükség. Az információk Mac OS 10.3.3 "Panther" rendszerre érvényesek

## MIRE JÓ A MEGOSZTÁS?

A hálózaton elérhetővé tett fájlrendszer az adott gépen úgy jelenik meg, mintha a helyi gép - localhost - fájlrendszerében lenne. Így nem kell külső eszközökkel a kezében futkosítani adatcsere esetén, ha gépek fizikailag össze vannak kötve valahogyan. A Mac OS 10.3.3 óta a Finder Ablakokban a Network mappában kedvedre böngészheted a helyi hálózatonban a reklámozott megosztásokat, ha pedig a szerver IP címét is tudod, máris csatlakozhatsz, de ne ugorjunk ennyire előre. Gondolom a Directory Access segédprogramot már ismered, ha másért nem, az AppleTalk engedélyezés bekapcsolása miatt, ami örökölt protokollként alapértelmezetten nincs engedélyezve Panther alatt.

## MI IS A DIRECTORY ACCESS?

A számítógépek alapvető tárolási egysége a fájl, amiket a könnyebb áttekinthetőség kedvéért hierarchikus szerkezetben lehet tárolni. Gondolom emlékszel még a mappákra OS9 alatt, amiket az OS X könyvtáraknak hív, de lényegében ugyanarról van szó, különbség, hogy OS X

alatt a könyvtár is egy fájl, ami csak azt tartalmazza, hogy hány fájl található benne. Az OS X-nek a többi BSD rokonhoz hasonlóan sajátos fordított fa szerű könyvtárszerkezete van, aminek a rejtjelmeibe a

man hier parancssal el is merülhetsz. Tehát a fájlrendszer arra jó, hogy fájlokat, dokumentumokat, képeket, mozikat tárolj a lemezeden, számokra áttekinthető formában. Bizonyára ismerősek a parancssor ls, pwd, cd parancsai (ls - list: listázás, pwd - password: jelszó és cd - change directory: könyvtár váltás), amivel a fájlszerkezetben barangolhatsz. Nem maradhat ki az angol óra: a directory (könyvtár) szó jelentése tartalmaz egy nyilvántartás, jegyzék árnyalatot, ami ha belegondolsz teljesen oké, hiszen lajstromként tartalmazza a benne lévő fájl névsorát. Azonban egy számítógépen nemcsak fájlokat kell tárolni, hanem rengeteg adminisztratív információt is. A többfelhasználós tulajdonság miatt a felhasználók neveit és beállításait, a rájuk vonatkozó jogosultságokat, a hálózati beállítások egy részét, a létrehozott csoportokat, az összes szolgáltatást megvalósító, belépésre nem alkalmas felhasználók neveit, pl. a webes elérést a www, a QuickTime műsor-szórászt a qtss, a távoli Apple Eseményeket a eppc felhasználó végzi a Macen és a belépni kívánó felhasználó jelszavát is el kell tárolni valahol, hogy az esetleges hitelesítés rendben megtörténjen, ha a felhasználó jogosult a belépésre.

## NYILVÁNTARTÁSI SZOLGÁLTATÁSOK

A nyilvántartási szolgáltatások azok, amik a felhasználókról és az erőforrásokról szóló információkat tárolják. Az információ

menyisége korlátlan, lehet szó egyetlen gépről és akár terjedelmes vállalati hálózatról. A Mac OS X-ben a nyilvántartási szolgáltatásokat Open Directory-nak, azaz nyitott nyilvántartási rendszernek hívják. Az Open Directory magába foglalja a BSD Flat Fájlokat, amik az /etc/ mappában találhatóak, a NetInfo szolgáltatást, ami a korábbi Mac OS X és NeXTSTEP rendszerek örökös nyilvántartási rendszere és számos más szolgáltatást, amit plug-in-ek formájában lehet a nyilvántartáshoz hozzáadni.

A Flat Fájlok sima szöveges információt tartalmaznak, a rendelkezésre álló FF-ben tárolt felhasználókat a

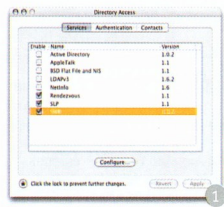
```
sudo cat /etc/passwd
```

parancssal kaphatod meg. A csoportok a /etc/group fájlban vannak. Ha közelebbről megnézed a passwd fájlt, nincs benne a te felhasználói néved és ha nem csak te használod a rendszert, a többiek neve se. Miért?

Az adminisztratív információkat - ha nincs megosztott hálózati nyilvántartás - nem csak egy, hanem alesetben kétféleképp tárolja a Mac OS X. A számokra érdekes információit a helyi NetInfo adatbázis tartalmazza. A NetInfo egy sajátos nyilvántartási rendszer, amit a rendszer és a program processzek használnak a felhasználói és rendszer információk tárolására és lehívására. Több példány is létezhet ezekből a nyilvántartásokból és tetszőleges kapcsolatból lehet kiépíteni köztükk. Nekünk most csak a helyi (local) adatbázis érdekes, amit a többfelhasználós, grafikus módban használ a rendszer. Ha például egy felhasználó bejelentkezik, akkor a NetInfo adatbázis infoi alapján ellenőrződik, létezik-e az adott felhasználó, ha létezik, akkor he-

lyes-e az a jelszó, amit megadott. Ha emberünk tényleg a rendszer része, akkor az őt megillető jogokkal lesz felhatalmazva, a NetInfo-ban tárolt adatok alapján férhet hozzá vagy lesz eltiltva a különböző adatoktól. Más processzek, amelyek az adott felhasználóra és gépre jellemző információk után érdeklődhetnek, mint a Home könyvtárak, a nyomtatók és az adott gép által a hálózaton elérhetővé tett szolgáltatások. A nyilvántartási információk keresésekor előre meghatározott keresési irányelv határozza meg, hol és milyen sorrendben kell a beütemezett felhasználóneveknél és jelszónak utánanézni.

Ezt a keresési irányelvet lehet megadni a Directory Access (nyilvántartások előrése) programban (1. ábra).



A segédprogramot az >Applications>Utilities könyvtárban található, adott szolgáltatásokat lehet vele be és kikapcsolni, illetve, ha lehetséges, beállítani.

**Active Directory.** Ez a plug-in Windows 2000 vagy 2003 szerveren tárolt felhasználói információ lekérdezését teszi lehetővé. Ha egy felhasználónak Active Directory fiókja van valahol a hálózaton és a plug-in konfigurálva van, az ott tárolt felhasználói névvel és jelszóval zavartalanul bejelentkezhet.

**AppleTalk.** A hőskori Mac OS protokoll, amit állomány és

# osztásai Panther alatt

nyomtató megosztásra használt a Mac OS az X eljöveteleig. Panther használata esetén alapesetben nem aktív, az OS 9 megosztásainak és AppleTalk nyomtatók használatához engedélyezni kell. AFP megosztások esetén a szolgáltatás hálózaton történő reklámozása is történhet AppleTalk-on és az új Rendezvous protokollon is.

**BSD Flat File and NIS.** A UNIX örökség részeként a külön fájlokban, illetve UNIX szervereken tárolt információt felhasználását is meg lehet adni.

**LDAPv3.** A NetInfo szolgáltatásokat leváltó, a Mac OS X 10.3 Server által előnyben részesített, az OpenLDAP alapú nyilvántartási szolgáltatás.

**NetInfo.** Ez a NeXTSTEP rendszertől örökölt nyilvántartási rendszer, az LDAP-pal közös adatbázis fájlokat használ, amiket a /var/db/netinfo/ könyvtárban lehet elérni. A nem bekapcsolt állapot megtevesztő, a helyi adatbázis a grafikus mód indítása esetén mindig elindul, a bekapcsolással a hálózaton lévő megosztott nyilvántartások elérése válik lehetővé.

**Rendezvous.** Az AppleTalk protokollt leváltó, beállításmentes protokoll a fájl és nyomtatómegosztások és más önműködő hálózati szolgáltatásokat tesz lehetővé, amint egy Rendezvoust támogató eszköz bekapcsolódik a hálózatra. (Ilyenre példa az Almalap 2003 decemberi számában olvasható

*Rendezvous a Párduccal és SubEtaHaEdit és iStorm cikk és a 2003. október számban megjelent Videótrükkök isIGHTtal.)*

**SLP (Service Location Protocol).** Nyílt szabványú protokollként számos IP alapú hálózati szolgáltatás használja a hálózaton történő szolgáltatás reklámozását, főleg UNIX rendszereken.

**SMB (Server Message Block).** Ha Windows számítógépekkel is kapcsolatban vagy, akkor az SMB fedezi fel neked, milyen megosztások érhetők el a hálózaton.

Megosztások létrehozása esetén a kapcsolódás megkönnyítésére tehát az AppleTalk és a Rendezvous protokollokra lesz szükség, azonban ha mindenki kívülről tudja a megosztásokat adó gép IP címét, nem szükséges bekapcsolni.

Lássuk, hogyan módosíthatóak a NetInfo beállítások. Mint minden nyilvántartási rendszernek a NetInfonak is van egy elrendezési elve, ahogyan a tárolandó információt egy hierarchikus szerkezetben helyezi el. Ha ismered a fájlrendszert, a NetInfo szerkezetet is ismered.

Először is készítsd el a helyi NetInfo adatbázis biztonsági másolatát a:  

```
Bernoulli>root@-: periodic daily
parancs futtatásával, ami az
adatbázisból a NetInfo számára
később értelmezhető fájlt (dumpot)
készít, majd rangolja el a:
Bernoulli>root@-: cd /var/backups/
könyvtárba, ahová a mentés
került és másold le még egy
```

példányban, hátha a crontab által ütemezett periodic éppen az általad módosított adatbázisról készítene mindeközben újabb biztonsági másolatot felülírva a tuti jó mentést:

```
Bernoulli>root@-: cp
local.nidump local.nidump.mentes
Bernoulli>root@-:var/backups:
A sok NetInfo parancs közül az
ncl-t fogjuk használni a felett
interaktív képességei miatt.
Bernoulli>root@-:var/backups: sudo
ncl -v /
/ >
```

A -v opció a szokásosnál bővebb kimenet miatt előnyös, a parancs megadásakor a / jelölő a mindenkori helyi NetInfo adatbázist. Most az adatbázis gyökereben vagy, jelzi a / a megváltozott parancssor bal oldalán:

```
/ >
Az interaktív módban használható
parancsok a következők:
pwd: Kírija az aktuális munkakönyvtárat
(print working directory – és nem password, tette hozzá a
Gonosz Almalap), azt a könyvtárat, ahol éppen vagy,
jelen esetben a gyökert /. A zárójelben
megadott parancsok is használhatóak,
csak esetben rövidebnek, mint az eredeti,
utánuk üss entert.
```

```
/ > pwd
/
```

Az adatbázis könyvtárakból, változókból és a változókhoz rendelt értékekből áll. A változók könyvtárakba rendezettek, a könyvtárban is találhatóak válto-

zók és újabb könyvtárak, hasonlóan a fájlrendszerekhez. A gyökérben tárolt változókat a read (cat .) paranccsal kérdezheted le.

```
/ > .
Record: 0 Version: 1396 Serial: 25
Parent: 0
Children (13): 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
68 67 81
Attributes:
master: localhost/local
trusted networks:
```

**read (cat .) read könyvtár [változó ...]:** A könyvtár változóinak az értékeit írja ki, értékenként egy sorban, a változó neve után található egy '!', majd utána látható a benne tárolt érték(ek) szóközzel tagolt felsorolása, a [] opcionálisan megadható paramétereket jelöl. Az olyan értékek, amik szóközt tartalmaznak összetevészhetőek a külön elemeként, érdemes őket egyenként lekérdezni. Csak a master változó az adott mappában való lekérdezése:

```
/ > read . master
master: localhost/local
A ', hasonlóképpen a fájlrendszerhez a mindig aktuális
pwd paranccsal kapott mappát.
Ha már ebben a mappában vagy felesleges a gyökértől
kiinduló teljes útvonalat megadnod,
elég a '!', ami éppen meg egyezik a gyökérrel '/.
```

```
/ > . / master
master: localhost/local
Mivel a -v zászló is megadásra kerül, a könyvtár azonosítója,
verzió száma, széria száma
```

# QuarkXpress

60 órás tanfolyam a MacAcademián

További információk az Interneten: [www.macacademia.hu](http://www.macacademia.hu), e-mailen: [mail@macacademia.hu](mailto:mail@macacademia.hu), telefonon: 06-30-919-1965



és a benne található bejegyzések száma és azonosítói is kiírásra kerülnek. A változók a '.' jellel kezdődő metaváltozóktól külön vannak felsorolva.

Az ls listázza ki a könyvtárakat.

```
/ > ls
1 users
2 groups
3 machines
4 networks
5 protocols
6 rpcs
7 services
8 aliases
9 mounts
10 printers
68 locations
```

**list (ls)** list könyvtár [változó]:

minden sor egy alkönyvtár.

A könyvtár azonosítója kerül

előre, majd a könyvtár name változójának rendre kiolvasott értékei, az alábbi parancs egyenértékű a fentivel:

```
/ > ls . name
1 users
2 groups
3 machines
4 networks
5 protocols
6 rpcs
7 services
8 aliases
9 mounts
10 printers
68 locations
```

Egy bejegyzésből akkor lesz könyvtár, illetve akkor listázódik ki, ha van 'name' változója. Az egyedi megosztások létrehozásához készíteni kell egy 'config' nevű könyvtárat, ha nem lé-

tezik, azon belül egy SharePoint alkönyvtárat, amiben a megosztások lesznek, mint alkönyvtárak felsorolva. Az elmaradhatatlan parancs:

**create (mk)** create [útvonal [változó [érték ...]]]: új könyvtárat, változót vagy benne tárolt értéket hoz létre. Ha elérési útvonal is meg van adva és nem létezik, akkor létrehozza, ugyanez vonatkozik a változóra és a benne tárolt értékre is. Ha egy változó már létezik, akkor azt letörli, majd felülírja. Létező változó további értékeinek hozzáadásához az append és a merge parancsok használata előnyös. Ha értékek vannak megadva, akkor az adott változók megkapják az értékeket.

Ha a parancs opciók nélkül kerül meghívásra, új adatbázist hoz létre, az mk rövidítés erre nem használható.

```
/ > mk config/SharePoints
/ >
```

Elkészült a könyvtár, lépj bele.

**cd könyvtár.** A megadott könyvtárat, illetve elérési utat állítja be aktuális munkakönyvtárnak. A fájlrendszerhez hasonlóan más niel parancsok számára a műveletek az adott pwd-re relatívak, azaz hatásukat az aktuális könyvtárban fejtik ki.

```
/ > cd config/SharePoints
/config/SharePoints >
```

A > előtt az aktuális munkakönyvtárat ki is írja az niel, hogy mindig tudd, hol vagy. A lehetséges megosztásokat ebben a



# HANSAWORLD

## 1'st

### Számlázó program

most 19.900 Ft-tól

1 cég, 1 felhasználó, 1 gép

Bővítő modulok

Teljes kiépítésben

a vevő megrendeléstől a

a beszerzésen és a raktárkészlet

kezelésén át a kiszámlázás

és a kiszállítás bonyolításáig.

Akció! Fél év múlva féláron!

Most 39.900 Ft helyett

csak 19.900 Ft félév ingyenes

próbahasználat után!



## SBE

### Ügyviteli rendszer

már 117.000 Ft-tól

max. 3 cég, 5 felhasználó

helyi és TÁVOLI elérés.

Könyvelés, raktárkészlet kezelés

már alapképítésben.

A kis és közepes vállalatok teljes

körü ügyviteli és könyvelési rendszere

rendkívül kedvező ár-érték aránnyal.

Könyvelő cégeknek speciális csomag

teljes SBE, 50 cég, 5 felhasználó

520.000 Ft-tól

[www.machansa.hu](http://www.machansa.hu)



StarKing Óbuda Kft. tel.: 439-3333. e-mail: info@machansa.hu. web: www.machansa.hu

könyvtárban keresi az AppleFile-Server, ha hitelesített felhasználó csatlakozik a géphez. Az egyedi megosztáshoz tömeges változó megadás és a könyvtár létrehozása szükséges, amit a load parancs tesz meg neked.

**load [elválasztó változó érték [elválasztó változó érték ... ]]** az aktuális könyvtárban alkönyvtárt készít, így előre megadott változókkal rendelkező könyvtárat lehet létrehozni. A bevitelkor elsőként megadott karaktert a következőkben a változó-érték pároknak az elválasztására lehet használni. Példaként hozz létre egy felhasználót, aki csak a megosztásokra tud csatlakozni, de bejelentkezni nem! Ha sok felhasználó van már a rendszerben, érdemes megnézni a foglalt uid és gid számokat az ütközés elkerülése végett.

```
/config/SharePoints > ls /users gid
2 -2
3 0
4 1
5 99
6 25
7 26
8 27
9 70
10 71
11 74
12 75
13 76
14 6
15 78
16 79
17 20
18 501
/config/SharePoints > ls /users uid
2 -2
3 0
4 1
5 99
6 25
7 26
8 27
9 70
10 71
11 74
12 75
13 76
14 77
```

```
15 78
16 79
18 501
```

/config/SharePoints >  
Ha 500 alatti uid-t adsz egy felhasználónak, akkor nem jelenik meg a bejelentkezési ablakban, a Kontók panelen, és az Fast User Switch menüben sem. A Panther még biztonságosabb felhasználói adattárolást valósít meg, minden felhasználónak saját csoportot hoz létre, az admin, staff és guest csoportok rendre az adminisztrátor, normál és korlátozott jogköröket jelenítik, a rendszer a csoportokat számok formájában értelmezi. Egy felhasználó akkor kap adminisztrátori jogkört, ha eleme az admin csoport users változójában tárolt listának. Legegyszerűbben a nireport programmal kaphatod meg az adott csoportok azonosítóit. Lépj ki a ncl-ből quit paranccsal, majd add ki a:

```
Bernoulli>root@: nireport . /groups
gid name users
-2 nobody #NoValue#
-1 nogroup #NoValue#
0 wheel root
1 daemon root
2 kmem root
3 sys root
4 tty root
5 operator root
6 mail #NoValue#
7 bin #NoValue#
10 staff root
25 smmsp #NoValue#
26 lp #NoValue#
27 postfix #NoValue#
28 postdrop #NoValue#
31 guest root
45 utmp #NoValue#
66 uucp #NoValue#
68 dialer #NoValue#
69 network #NoValue#
70 www #NoValue#
74 mysql #NoValue#
75 sshd #NoValue#
76 qtss #NoValue#
78 mailman #NoValue#
79 appserver root, fformatys
80 admin root, fformatys
81 appserveradm root, fformatys
99 unknown #NoValue#
501 fformatys
```

parancsot. Az nireport a helyi 'adatbázisból a /groups könyvtárban található minden alkönyvtár gid-jét, nevét és az adott csoportba tartozó felhasználók rövidített listázza ki. Számodra a staff=20, guest=31 és az admin=80 csoportok azonosítói érdekesek, a guest csoporttagság semmiféle plusz jogosultságot nem jelent, alapesetben a fájlrendszer nem is tartalmaz guest csoportú fájlakat, ha nem hiszed, futtasd le a:

```
Bernoulli>root@: find / -group
guest -print
parancsot! Ez a gyökértől kezdve az összes guest csoportú fájl kiírja, amit talál. Adott a 31-es gid, add ki a load parancsot:
/config/SharePoints > load + name
afuser + uid 499 + gid 31 + shell
/sbin/nologin + home /dev/null +
passwd '*' + hint csak megosztásra
kivülrol nem latszik + shadow_passwd
+ _writers_hint afuser + _writers_passwd afuser
/config/SharePoints > ls
82 afuser
/config/SharePoints > cd afuser
/config/SharePoints/afuser > .
Record: 70 Version: 683 Serial: 0
Parent: 79
Attributes:
name: afuser
uid: 499
gid: 31
shell: /sbin/nologin
home: /dev/null
passwd: '*'
hint: csak megosztásra kívülrol nem
latszik
Meta-attributes:
_shadow_passwd:
_writers_hint: afuser
_writers_passwd: afuser
/config/SharePoints/afuser >
A könyvtár elkészült, az adatok is helyesek, de egy gond van. Nem a /users/ könyvtár volt az aktuális munkakönyvtár, így ez a felhasználó nem létezik a rendszer számára, mert a felhasználói neveket a /users könyvtárról keresi ki. Az elkészített könyvtárat a move parancs kedvesen átmozgatja neked a /users-be.
```

```
move (mv) útvonal új_ös
/config/SharePoints/afuser > move .
/users
/dir:? > cd /users/afuser
/users/afuser >
```

A karakterrel relatívan az aktuális munkakönyvtárat adtad meg, a /users pedig az új könyvtárat tartalmazó elem. Az átmozgatás miatt kilépett magad alól a volt pwd-t, ezért kérdez rá, hogy mi legyen az új pwd, nyomás a /users/afuser-be.

Nézzük, mit is jelentenek a megadott változó értékek: **name: afuser**, a könyvtár neve **uid: 499**, a felhasználó azonosítója, fontos, hogy kissébb, mint 500.

**gid: 31**, a felhasználó csoport-azonosítója

**shell: /sbin/nologin**, a nologin elutasítja a felhasználó parancssoros belépését

**home: /dev/null**, a /dev/null eszköz a neki küldött adatot eldobja, a hossza mindig 0, ezzel a megadási formával nem lesz Home könyvtára az afusernek; belépni képes; ha megfelelőek a jogok a fájlrendszerben, akkor csak az AppleFileService által is olvasott könyvtárakat tudja olvasni; személyes beállításai nem kerülnek mentésre

**passwd: !\***, a \* jelszó megváltozja a NetInfo adatbázissal szembeni hitelesítést, ami a megosztásokhoz való csatlakozáshoz viszont szükséges. Új jelszó hozzárendeléséhez ki kell lépni az ncl-ből és a passwd afuser parancsot futtatni, a parancssorban nem jelenik meg a beütött jelszó.

```
/users/afuser > quit
Goodbye
Bernoulli>root@: passwd afuser
Changing password for afuser.
New password:
Retype new password:
Bernoulli>root@: ncl /
/> cd /users/afuser
hint: csak megosztásra kívülrol nem latszik, megjegyzés, újakat létrehozhatasz, az ékezetes karaktereket nem támogatja:
```

```

/users/afpuser > mk . meg-
jegyzes csak megosztásra,
belepers nem alkalmas
A '_' jellel kezdődő változók
az u.n. metaváltozók, elhagyá-
sukkor az Accounts modul nem
töltődik be. A jelszó hozzáren-
delését követően fontos módo-
sítások történtek:
/users/afpuser > .
Record: 82 Version: 692 Serial: 5
Parent: 1
Attributes:
name: afpuser
uid: 499
gid: 31
shell: /sbin/nologin
home: /dev/null
hint: csak megosztásra kivulrol nem
latszik
generateduid: 7A2FD5FA-A5D1-11D8-
8704-003065F98F84
authentication_authority:
;ShadowHash;
passwd: *****
megjegyzes: csak megosztásra,
belepers nem alkalmas
Meta-attributes:
_shadow_passwd:
_writers_hint: afpuser
_writers_passwd: afpuser
/users/afpuser >
A verzió szám növekedett, a
hitelesítéshez szükséges változók
is hozzáadódak a könyvtárhoz,
illetve az egyedi megjegyzés is
megjelent. Viszont a hint változó
és tartalma feleslegessé vált,
nyugodtan kitörölthet. A mági-
kus szó, kitörölni – ahogy a pa-
rancsokban egy be nem fejezett
parancs is – katasztrófához ve-
zethet. A készített biztonsági
dumbpól grafikus üzemmód alatt
bármikor visszamenthető az
eredeti állapotot, csak az éppen
aktuális terminál ablakot ne
csukd be, mert ha pl. a /users
mappa törlődött, nem állnk ren-
delkezésre a hitelesítési informá-
ciók, az az utolsó mentvérad a
sokkal bonyolultabb visszaállítás
előtt. Váls át a gyökérre, és add
ki a delete parancsot:
/users/afpuser > cd /
delete (rm)útvonal változó ér-
ték. Könyvtárat, változót vagy
értéket töröl. Ha útvonal van

```

```

megadva, akkor az egész
könyvtárat törli, ha értékek,
akkor csak a megadott érte-
kek törölődnek az adott válto-
zóból, az adott könyvtáron
belül. Csak a parancs kiadása
esetén az aktuális munka-
könyvtár törölődik.
/ > delete
Can't delete root!
/ >
Ezer szerencse. Viszont a
/users, illetve a /groups könyv-
tárat simán törölheted, nyug-
odtan kihagyhatod és ugorj a
végére, ha nem akarsz törölni.
/ > cd users
/users > rm
/ > ls
19 groups
50 machines
53 networks
55 protocols
56 rpcs
57 services
58 aliases
67 mounts
68 printers
69 locations
76 afpuser_aliases
78 config
/ > quit
/ > Goodbye
A helyreállításhoz töröld le a
sérültet, építsd újra, majd fris-
títs a mentéssel.
Bernoulli>root@: rm -rf
/var/db/netinfo/local.nidb/
Bernoulli>root@: /usr/libexec/cre-
ate_nidb
Bernoulli>root@: niload -d -r / . <
/var/backups/local.nidump
És kész! Most, hogy ismered
a NetInfo adatbázis helyi rejt-
leit, készítsd el a megosztást.
Ha az afpuser felhasználónak ki
akarsz valamit ajánlani, állítsd
be az adott könyvtárakhoz és
fájlokhoz tartozó csoportot a
saját csoportra, illetve ha saját
csoportot hozol létre, engedé-
lyezd az adott csoport tagjainak
a fájlokhoz való hozzáférést.
Egyedi csoportot a következő-
képpen hozhatsz létre.
Az ls /users gid kimenetéről
könnyen meg lehet állapítani,
melyek a szabad gid számok, a

```

```

következő az 502. Barangolj el
a /groups könyvtárba, és töltsd
be a load parancssal a megfele-
lő változó-érték párokat:
/groups > load - name Blossom - gid
502 - passwd * - users afpuser
Az users változónévben lehet
a csoporthoz tartozó felhasználó-
kat megadni. A hozzáadás az
append, a törlés a delete pa-
rancssal megy.
append útvonal változó érték.
Adott könyvtár változójához
adott értéket ad hozzá. ha a
változó nem létezik, létrehozza.
/groups/Blossom > .
[...]
users: afpuser
/groups/Blossom > append . users
fmatyas
/groups/Blossom > .
[...]
users: afpuser fmatyas
/groups/Blossom > delete . users
fmatyas
/groups/Blossom > .
[...]
users: afpuser
/groups/Blossom >
A leírt eszközökkel egyedi
megosztásokat is létrehozhat.
Minden rendszer által létrehozott
felhasználónak van egy sharedDir
bejegyzése, ami egy Public érte-
ket tartalmaz, relatívan a Home
könyvtárhoz képest. Az itt tá-
rolt érték az, amit elérési útként
alapesetben kiájánl az AppleFile-
Server. Itt is tetszőleges útvonal-
akat adhatsz meg, ha nem sze-
retnéd, hogy a kijánlott meg-
osztásokban megjelenjen, adj
neki <no value> értéket aposz-
tróf nélkül. A picture változó a
megjelentet minikép útvonalát
tartalmazza, amit egyedileg is
megadhatsz, a grafikus megadás-
nál a személyes Cache könyvtár-
ba teszi a kivágtott képet, ami
egy Cache törléssel elveszhet.
A megosztási szolgáltatások
szentális az, hogy nem kell a
megosztás jogosultságaival baj-
lódnod, ahogyan az adott kiján-
lott fájlok jogai a fájlrendszerben
a chmod, chown parancsokkal
vannak állítva, úgy fognak az
adott megosztások az adott fel-

```

```

használóknak megjelenni a
mount kiválasztása ablakban. Ha
már a jogok egyszer meg vannak
adva, minek még egyszer?
A megosztási pont létrehozása:
/config/SharePoints > load ) name
Blossom ) afp_shared 1 ) afp_name
Blossom ) afp_guestaccess 0 )
afp_use_parent_privs 0 ) afp_use_par-
ent_owner 0 ) directory_path
/Volumes/Server/ share/afp
/config/SharePoints > ls Blossom
/config/SharePoints > . Blossom
Record: 85 Version: 605 Serial: 0
Parent: 83
Attributes:
name: Blossom
afp_shared: 1
afp_name: Blossom
afp_guestaccess: 0
afp_use_parent_privs: 0
afp_use_parent_owner: 0
directory_path:
/Volumes/Server/_share/afp
/config/SharePoints >
A változóknak az 1 bekapcsolt,
a 0 kikapcsolt állapotot jelent.
name: Blossom Csak a NetInfo
könyvtár nevében számít, az
adott megosztás neve.
afp_shared: 1 Könnyen és
gyorsan lehet a megosztást
be, illetve kikapcsolni.
afp_name: Blossom A megosz-
tás neve.
afp_guestaccess: 0 A bejelent-
kezés panelen a vendégel-
zés engedélyezése erre a
megosztásra.
afp_use_parent_privs: 0 A ki-
ajánlott megosztásban az
újonnan létrehozott fájlok az
öt tartalmazó könyvtár jogait
vagy a kijánlott felhasználó
umask értéke szerint stan-
dard jogokat kapják-e.
afp_use_parent_owner: 0 A
kijánlott megosztásban az
újonnan létrehozott fájlok az
öt tartalmazó könyvtár vagy
a kijánlott felhasználó tulaj-
donosi viszonyait kapják-e.
directory_path: /Volumes/Serve
r/_share/afp A sharedDir vál-
tozóban tárolt értékhez ha-
sonlóan a kijánlandó könyv-
tár abszolút elérési útja, az
útvonal végén nem szerepel ./

```



Ez nem tűnik sok információnak, de a megosztás elindításához elég, azonban a megosztást szolgáltató AppleFileServer beállításain sokat lehet hangolni.

TCP/IP protokollon keresztül fájlmegosztás

Automatikus újrapcsolódás támogatása a kapcsolat megszakadása esetén

Titkosított adatforgalom az SSH használatával

Előre megszabott üresjárat után a szolgáltatás automatikusan megszüntetése kliens felé üdvözlő üzenetek

Két mód az adminok számára a kötetek megtekintésére, amikor home könyvtárakat állít be, vagy amikor távoli szerverre kapcsolódik, megosztási pontként, ill. teljes kötetként. Adminisztrátori jogok korlátozása.

A rejtett beállítások a `/Library/Preferences/com.apple.AppleFileServer.plist` fájlban található. A szolgáltatás aktivításáról a `Bernoulli>root@: ps -auxx | grep AppleFile`

`root 303 0.0 0.5 37668 1184 ?? Ss 11:04PM 0:00.13 AppleFileServer`  
a szolgáltatás megállításáról a `Bernoulli>root@: killall AppleFileServer`  
a szolgáltatás elindításáról az `Bernoulli>root@: AppleFileServer` parancsok gondoskodnak. A beállításfájl módosítása esetén a változtatások életbe lépéséhez ajánlatos a szolgáltatást újraindítani. A hangolási lehetőségek a következők, amiket a legelső `<dict>` tag után lehet megadni.

Titkosított adatforgalom (2. ábra):

```
<key>SSHTunnel</key>
<true/>
```



Az események naplózása:

```
<key>activityLog</key>
<true/>
```

A napló elérési útvonala, neve és kilobájttal megadott maximum mérete, mielőtt új napló készül:

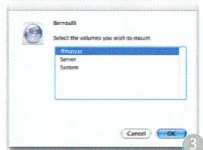
```
<key>activityLogPaths</key>
<string>/Library/Logs/AppleFileService/AppleFileServiceAccess.log</string>
<key>activityLogSize</key>
<integer>9000</integer>
```

Az adminisztrátori jogokkal rendelkező felhasználók az egész köteteket látják alapesetben, ezzel a beállítással ők is csak a megosztási pontokat kapják meg, a 31 számot tartalmazó sor az OS 9 alól kért megosztásokra vonatkozik (3. ábra).

```
<key>admin1GetsSp</key>
<true/>
<key>adminGetsSp</key>
<true/>
```

Az OS 9 felé ajánlott megosztásokban szereplő nevek kódolása, a 29-es a közép európai, a 0 a latin:

```
<key>afsServerEncoding</key>
<integer>29</integer>
```



Az AppleFileServer által használt port címe:

```
<key>afpTCPPort</key>
<integer>548</integer>
```

Adminisztrátor bármilyen regisztrált felhasználó lehet:

```
<key>attemptAdminAuth</key>
<true/>
```

Hitelesítési módok, lehet standard, azaz NetInfo, standard\_and\_Kerberos és kerberos, ha csak a Kerberos hitelesítés engedélyezett:

```
<key>authenticationMode</key>
<string>standard_and_kerberos</string>
```

Csatlakozás megszakadása esetén automatikus kapcsolódás:

```
<key>autoRestart</key>
<true/>
```

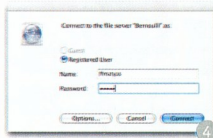
Kliensaktivitás szüneteltetés engedélyezése, ha igen, annak órában megadott időpontja:

```
<key>clientSleepOnOff</key>
<true/>
<key>clientSleepTime</key>
<integer>24</integer>
```

A hibnapló elérési útja és neve, maximum mérete és a napban megadott görgetési idő:

```
<key>errorLogPath</key>
<string>/Library/Logs/AppleFileService/AppleFileServiceError.log</string>
<key>errorLogSize</key>
<integer>1000</integer>
<key>errorLogTime</key>
<integer>0</integer>
```

Az adott gépen loggálnak nem rendelkező, vendég engedélyezése (4. ábra):



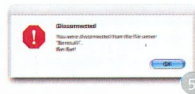
```
<key>guestAccess</key>
<false/>
```

Nem aktív kapcsolat esetén admin, vendég, az adott gépen bejegyzett és vagy nyitott fájlokkal rendelkező felhasználókkal is bontsa fel a megosztást:

```
<key>idleDisconnectFlag</key>
<dict>
<key>adminUsers</key>
<true/>
<key>guestUsers</key>
<true/>
<key>registeredUsers</key>
<true/>
<key>usersWithOpenFiles</key>
<true/>
</dict>
```

A megosztás üzenete (5. ábra):

```
<key>idleDisconnectMsg</key>
<string>Bye, bye!</string>
```



Az üresjáratú megosztás ki és bekapcsolása:

```
<key>idleDisconnectOnOff</key>
<true/>
```

A percben megadott megengedett üresjárat:

```
<key>idleDisconnectTime</key>
<integer>15</integer>
```

A naplóban megjelenjenek-e a könyvtár, fájl készítesek, törlések, be és kijelentkezések, illetve az adatok megnyitása:

```
<key>loggingAttributes</key>
<dict>
<key>logCreateDir</key>
<true/>
<key>logCreateFile</key>
<true/>
<key>logDelete</key>
```

# Photoshop

60 órás tanfolyam a MacAcadémián

További információk az Interneten: [www.macacademia.hu](http://www.macacademia.hu), e-mailen: [mail@macacademia.hu](mailto:mail@macacademia.hu), telefonon: 06-30-919-1965

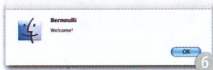


```
<true/>
<key>login</key>
<true/>
<key>logout</key>
<true/>
<key>loginOpenFork</key>
<true/>
</dict>
```

Bejelentkezési üdvözet (ha pl. új telefonszámot akarsz megváltoztatni a felhasználóval, a legjobb megoldás) (6. ábra):

```
<key>loginGreeting</key>
<string>Welcome!</string>
```

Utolsó időpont, amikor az üdvözetet beállították, frissítették:



```
<key>loginGreetingTime</key>
<integer>0</integer>
```

A párhuzamos kapcsolatok maximális száma, a -1 a korlátlan:

```
<key>maxConnections</key>
<integer>-1</integer>
```

A párhuzamos vendég kapcsolatok maximális száma, a -1 a korlátlan:

```
<key>maxGuests</key>
<integer>-1</integer>
```

Az újonnan létrehozott fájlok jogainak beállítása, lehetséges értékek: classic\_permissions,

```
unix_with_classic_admin_permissions
és unix_permissions
<key>permissionsModel</key>
<string>classic_permissions</string>
```

Az újrapcsolódás engedélyezése, és korlátozásai. Értékek: none: nincs újrapcsoló-

dás, all: minden csatlakozott felhasználónak, no\_admin\_kills: adminisztrátort nem dob ki.

```
<key>reconnectFlag</key>
<string>no_admin_kills</string>
```

A szolgáltatás AppleTalkon keresztül reklámozása a hálózaton:

```
<key>registerAppleTalk</key>
<true/>
```

A szolgáltatás Rendezvouson keresztül reklámozása a hálózaton:

```
<key>registerNSL</key>
<false/>
```

```
A belépési üdvözetet csak egyszer kapja meg a felhasználó:
<key>sendGreetingOnce</key>
<false/>
```

Az adminisztrátor felhasználók root jogokat kaphatnak a kijelölt köteteken:

```
<key>specialAdminPrivs</key>
<true/>
```

A kapcsolatot ellenőrző üzenetek küldésének gyakorisága:

```
<key>tickleTime</key>
<integer>30</integer>
```

Ha a megosztott kötetet kívánják rak az engedélyezett home könyvtárakra:

```
<key>updateHomeDirQuota</key>
<true/>
```

Az egyéb értékek belső állítások, változtatásuk nem ajánlott. A szerkesztés előtt ajánlatos egy biztonsági másolatot készíteni az eredeti fájlról, vagy a plist fájl törlésével az alapbeállítások állíthatók vissza.

Mátyás Ferenc Farkas

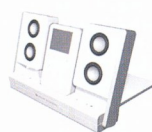
## Egy próbát megér...

Látogasson el üzletünkbe iPod-jával és próbálja ki az új és hasznos kiegészítőket



### GRIFFIN iTALK

hangrögzítő; előadások, megbeszélések, ötletek, stb. gyors rögzítésére; a felvett hanganyag vissza is játszható az iTalk-kal



### ALTECLANSING INMOTION HANGFAL

hordozható hangfal, az iPod-on tárolt zenék kihangosítására; 220 V-ról és elemről egyaránt működtethető



### BELKIN CAMERA LINK

egy gombnyomásra átmásolja digitális fényképezőgépről a képeket iPod-jára, melyeket később irodájában vagy otthon áttölthet számítógépére



### GRIFFIN iTRIP

FM transzmitter, amivel hallgathatja kedvenceit autójában, otthon, vagy bárhol, ahol rádió található, másokkal is megosztva az iPod-on tárolt zenéket



Hivatalos Apple  
Visszajelző és Szerviz

APPLEPORT

www.appleport.hu  
T: 453-3939, office@appleport.hu

# A publikálási technológiák következő hulláma

A következő generációs publikálási technológiák vizsgálatával foglalkozó három részes sorozatunk második részében gyakorlati példákon keresztül mutatjuk be az első részben ismertetett elméleti modell jellemzőit és alapelveit.

Sorozatunk első részében a publikálási technikák legújabb fejlődését és az előző technológiai pontokhoz kapcsolódó jövőbeni fejlődési hullámokat vázoltuk fel. Ezek a technológiák folyamatosan fejlődnek. Bemutattuk a következő lépés felépítését is, a hálózati szolgáltatásokat. Ismertettük a szolgáltatás- és folyamatorientált szerkezet előnyeit, a technológiai befektetés életciklusát, működését és megtérülését.

Ebben a cikkben megnézzük, hogy a publikálási technológiák új hulláma miként formálja át a publikálási folyamatokat.

Mivel az iparág rohamosan fejlődik, a publikálás módszere is hatalmas lépésekben változik. Elejétől a végéig megváltoztatjuk a publikálást: új termékeket és stratégiákat vezetünk be, hogy lépést tartjunk a piac adta változásokkal és lehetőségekkel. Ugyanakkor az egész publikálást megváltoztatjuk a folyamatok és azon módszerek módosításával, újításával, melyeket a közlési folyamatok kitalálására, gyártására és továbbítására alkalmazunk. Továbbá újradefiniáljuk az üzleti értékeket és a termékklánokat. Ezek természetesen szorosan összefüggő folyamatok: egy változás a stratégiában gyakran változásokat vált ki az infrastruktúrában, illetve egy új technológia alkalmazása sokkal hatékonyabb folyamatok vagy új tartalmi termékek alkalmazásának újját egyengeti.

A stratégiák következő hullámának leírásával és az új média felbukkanásának jellemzőivel fogunk először foglalkozni ebben a cikkben. Ezután termékeket és szolgáltatásokat fogunk bemutatni, amelyek hatással vannak a teljes rendszerre a legkülönbözőbb ágazatokban.

## TARTALMI STRATÉGIÁK

A tartalmi stratégia egy viszonylag új fogalom az ágazatunkban. Az intellektuális értékek átfogó felemelésére vonatkozó pénzügyi és stratégiai szempontokból. A tartalmi stratégia kifejlesztése egyetemleges szükséglet lett, mivel a digitális

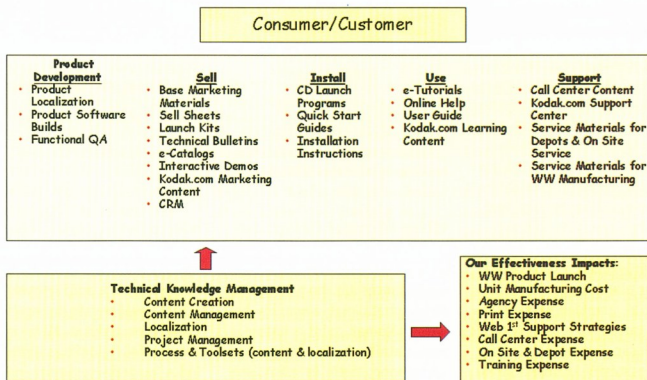
kommunikáció hatékonysága és eredményes működése meghatározza a versenyképességet gazdaságunk minden ágazatában.

Az 1980-as és az 1990-es években a legtöbb publikálási tevékenység a speciális végtermékekre koncentrált, továbbá a stratégiák azzal foglalkoztak, hogy hogyan lehetséges a legjobban beszerezni, fejleszteni, gyártani és eladni azokat a termékeket. Speciális médiához tartozó speciális termékeket optimalizáltunk: hirdetésekre, újságokra, könyvekre, katalógusokra, magazinokra, valamint rádiós- és televíziós sugárzásokra. A CD-ROM-ok megjelenése arra ösztönözte a kiadókat, hogy vegyes-média stratégiát alkalmazzanak, ellenben a web megjelenésével ragaszkodtak az egymédiás megoldáshoz, mivel

úgy gondolták, hogy a web, mint egy diszkrét közvetítő eszköz, megérdemli, hogy saját stratégiája, tartalma és rendszere legyen.

Napjainkban a vegyes-média stratégiák alkalmazása sokkal nyilvánvalóbb a média lehetőségek növekedése miatt. A cégek ki tudják mutatni a különböző médiákhoz kapcsolódó tartalom átalakításának időszükségletét és költségeit. Eleget téve a napjainkban történő változásoknak, a cégek a termékeik összetevőit át fogják szervezni, még átláthatóbbá fogják tenni a médiában szükséges hatékonyság elérése érdekében. Ezáltal a folyamatok megszervezéséhez új rendszereket fognak alkalmazni. Joggal merül fel a kérdés, hogy miért. Azért, mert a piacok meg fogják követelni, hogy a tartalom to-

## Kodak Technical Knowledge Management – Scope & Impact



1. ábra A globalizáció bonyolítja a tartalomirányítást. A Kodak technikai tartalomirányítási stratégiája figyelembe veszi a sokszínűságot továbbítását és a lokalizációs feladatokat a termékinformáció élettartama alatt.

várbítása a régi és az új formákban is megoldható legyen.

A következő hullám tartalmi stratégiát kölcsönös kapcsolatban állnak egymással. A piacok egyre inkább kiterjednek az egész világra, a média formátumok gomba módra szaporodnak. Mindezek hatalmas nyomást gyakorolnak a szervezetekre amiatt, hogy képesek legyenek alkalmazkodni. Ugyanakkor a cégek a stratégiák széles skáláját fogják alkalmazni ügyfelek megtartása érdekében. Fejlesztési fogják továbbá a tartalmi rendszerek háttérrendszerekhez történő integrációs képességét a vállalaton belül és kívül is. A legtöbb esetben a tartalmi stratégia megköveteli, hogy a tartalomnak legyen egy nyilvántartása, egy osztályozási rendszere, továbbá egy rendszerező modulja. Mint ahogyan látni fogjuk, a publikációs technológiák következő hulláma nagyszerűen könnyíti ezeket a stratégiákat.

## A tartalom globalizációja

A globalizációnak két szempontja van. Az első a tartalom és a média piacának terjeszkedése. A második szempont a tevékenység és a gyártási folyamatok szétesése. A globalizáció mindkét szempontja hatalmas van a kereskedelmi és vállalati érdekekre.

**A piac globalizációja.** Sok vállalat esetében a termékek piacának több mint 60 százaléka külföldön van. Ahhoz, hogy hatékonyan elérjék ezeket a piacokat, termékeiket az első marketing anyagoktól kezdve egészen a reklámig, promócióig, támogató anyagokig, web oldalakig - speciális földrajzi területekre kell felosztaniuk. Ennek érdekében a vállalatok internet alapú rendszereket alakítanak ki, amelyek képesek kezelni a tartalmat a termék teljes életciklusán keresztül (a kutatás-fejlesztéstől kezdve a bevezetésén át, beleértve a technikai támogatást és a fejlesztést).

**John Bustard,** a Kodak technikai igazgatója, előadásában mutatta be ezt a trendet, a lehetséges kiterjedését és a gyártókra gyakorolt hatását (lásd 1. ábra). A cég értékesítésének érdekében a Kodak tartalmi stratégiája az, hogy a tartalmat egyszerű készíti el, egyszerű lokalizálja, egyszerű tárolja, ugyanakkor sokféleképpen közvetíti: nyomtatva, a weben keresztül, cd-n és e-mail-ben. Ez a stratégia készítette a Kodakot, hogy SGML-alapú megoldást vezetett be a technikai támogató anyagok írására és fordítására. A John Deere, a Caterpillar, a Hewlett-Packard és sok más gyártó cég hasonló SGML/XML alapon működő tartalmi technológiai rendszereket alkalmaz a technikai tartalmuk kezelésére.

**Folyamat-globalizáció.** Attól függetlenül, hogy hol történik a termékek és a szolgáltatások értékesítése, a tartalom-centrikus folyamatok változnak, egyre in-

elsősorban Ázsiába helyeződik át. Valójában a szállítási lánc bármely funkcióját át lehet telepíteni közelebb a végpiacokhoz vagy bárhova, ahol kedvezőbbek a gyártási költségek. A munkaerő-választás alapelve nem új: ott kell elvégeztetni a munkát, ahol olcsóbb a munkaerő. Ami új: a hálózati szolgáltatás infrastruktúrájának a szintje, amely ezt praktikussá teszi.

## Az ügyfél részesedés maximalása

A legtöbb üzletágban sokkal kisebb költséggel lehetséges a meglévő ügyfeleknek értékesíteni, mint újakat szerezni, ezért természetesen mindenki maximalizálni szeretné az egyes ügyfelekkel lehetséges kapcsolat időtartamát. Vajon mit tesznek ezért a vállalatok, és hogyan működnek ezek a stratégiák?

**Az ügyfél piaci szereplésének nyomon követése.** Ez az egyik módszere annak, hogy a



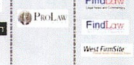

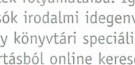

keg és szolgáltatások sorozatát igazítottva ezekhez a fejlődési állomásokhoz és reméli, hogy ezáltal megőrizi ügyfelét annak teljes karrierje és működése alatt. (lásd 2. ábra). Hasonló eljárást alkalmazott tavaly a Wolters-Kluwer is.

### Mikroszegmentálás.

Az egyes ügyfeleknek történő értékesítés maximalálásának másik módszere a termékek, a feladatok és a döntések szétbontása apró elemekre. A McGraw-Hill ezt a megközelítést a szerkesztésben alkalmazta például. Termékei végigkísérik a szerkesztési projektet annak teljes életciklusa alatt. (lásd 3. ábra).

Hasonlóan működő példát láthatunk a szakmákkal és a különböző ágazatokkal foglalkozó kereskedelmi magazinokban. Mindkét esetben a nyomtatott sajtó és az ügyfélkapcsolat ad lehetőséget a kiegészítő eb-alapú szolgáltatások bevezetésére, amelyek nem segítenének például olyan speciális feladatokban, mint a kutatási befektetés, a beszerzési döntéshozatal vagy egy egyesülés megtervezése.

A feladatok szétbontásával egy időben a kiadók igyekeznek beilleszteni a tartalmi termékeiket és a szolgáltatásaikat az ügyfelek folyamataiba. Így az "Olvasók irodalmi idegenvezetője" egy könyvtári speciális nyilvántartásból online kereső képernyőt hozott létre, amelyet a felhasználók otthonukból érhetnek el. Ezt egy lépéssel továbbfejlesztve a Factiva, Gale and Electric Library teljes rendszerét az MS-Office keresőjéhez illesztette, ezáltal akár jelentésírás közben is választ kaphatunk a kérdéseinkre. Hasonlóan működnek a nagyon nagy és összetett - például hajók, űrhajók, erőművek ellenőrzésére használt - gépek javításához alkalmazott használati útmutatók. Ezek a problémát diagnosztizáló eszközökkel és a beszerzési és kiegészítőalkodási rendszerekkel vannak összeköt-

Study Law		Practice Law				
Study Law	Professional Qualification	Research		Practice Management	Sell and Market Service	Maintain Qualification
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Online research tools</li> <li>• Student texts</li> <li>• Webinars</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Study guides</li> <li>• Prep materials</li> <li>• Bar exam courses</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Legal information</li> <li>• Primary</li> <li>• Secondary</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Law research product</li> <li>• Open</li> <li>• Manuscripts</li> <li>• Database</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Practice management software solutions</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Legal directories</li> <li>• Web sites and portals</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Continuing legal education</li> </ul>
						

2. Ábra Az ügyfél életciklusának megértése. A Thomson ügyfél termékeket fejlesztett ki, amelyek az ügyfél teljes életciklusa alatt - ebben az esetben a tanulás és a gyakorlati során - hasznosak lehetnek. Ez a stratégia lehetőséget teremt a tartalom újrafelhasználására a különböző médiákon keresztül: az újságokban, a hirdetésekben, a nyomtatott és az online eszközökön, valamint a jogi tevékenység különböző stádiumaiban.

kább a különböző földrajzi területek irányába mozdulnak el. A kereskedelmi kiadók számára egyre fontosabb, hogy a gyártási folyamataikat ugyanúgy helyet találjanak, mint a háttér-folyamataikat. Az elektronikus képletapogatóstól és másolástól kezdve a retulási és a nyomtatásig minden új országokba,

már meglévő ügyfelek igényeit ki tudjuk elégíteni. A Thomson Corporation stratégiája az például, hogy a kiadói termékeket a jogi tevékenység teljes életciklusához alakítja. Mivel minden ügyfél fejlődik és előrehalad a karrierje során, az igényei is változnak. A Thomson Jogi és Szabályzó Csoportja termé-

tevésben. Ezek a rendszerek segítik a technikai szakembereket a javítandó elemek beszerzésében. Az ilyen elemi szinten történő tartalmi szétbontás növeli az alkalmazás értékét az ügyfél számára, és ezáltal elősegíti az ügyfélkapcsolat elmélyítését.

**Személyre szabás.** Az értéknövelés másik eszköze a tartalom személyre szabása egy ügyfélcsoportra vagy egyes ügyfelekre. Ezt a stratégiát a weben már évek óta alkalmazzák. Manapság a direkt marketingben használgák különféle nyomtatott alkalmazásokban. Minél több reklámcég és direkt marketinges ismeri az ügyfelet, annál speciálisabban tudnak hatni rá. A digitális nyomtatás szakértője, **Frank Romano** vizsgálata szerint a nyomtatott kampányok visszhangja 11 százalékról 34 százalékra nőtt, amikor azt egy adatbázis segítségével személyre szabottan készítették. Ennél is hatásosabb lehet, amikor a munkát egy ügyfél részére a tárgyhoz tartozóan készítik el.

**Rab Govil**, a Print On-Demand Initiative ([www.PODI.org](http://www.PODI.org)) elnöke szerint "a tárgyhoz tartozóan van a legnagyobb emelő ereje, amit alkalmazni lehet a nagyobb visszajelzés és hatás érdekében". A tárgyhoz tartozó személyre szabáshoz hasonlóan "arra jutottunk, hogy a tárgyhoz tartozó háromszorosára növelte a visszajelzések, mint csak a személyre szabás", nyilatkozta Govil. Romano és Govil egyetértettek abban, hogy a tárgyhoz tartozás és a személyre szabás kombinálása hozta a legjobb eredményeket. "A tárgyhoz tartozás automatizálással még előnyösebb", tette hozzá Govil, mivel ez költséghatékonyabb teszi a személyre szabást egy igen széles skálán.

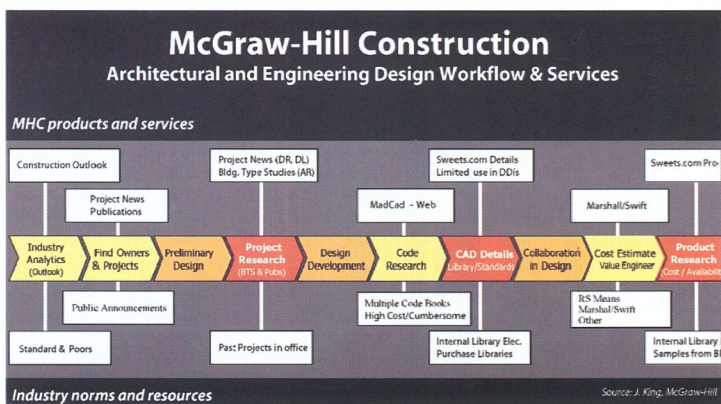
**Kapcsolódó termékek értékesítése.** Meglevő ügyfeleknek történő értékesítésnővelés egy másik eszköze a kapcsolódó termékek és szolgáltatások értékesítése. Ehhez jól kell ismerni az

ügyfelek ízlését, szokásait. Az Amazon a web segítségével alkalmazza ezt a módszert és ötleteket, javaslatokat ad az ügyfeleknek érdeklődésükkel és beszerzéseik alapján. **Martha Steward** online üzlete hasonló kapcsolatot hozott létre ezen stratégia és a tartalmi technológia között megvalósította ezzel a munkafolyamatot, mivel a dolgozók meg tudják jelölni

A kapcsolt értékesítés stratégiája az üzleti piacokat is bővíti. Üzleti magazinok kiadói, mint például a Reed és a CMP, a hirdetés bevételüket növelik kiegészítő nyomtatásokkal, online szolgáltatásokkal, hirdetési kiegészítővel, publikációkkal, szemináriumokkal, kereskedelmi bemutatással, web-oldalak készítésével és direktmarketing-szolgáltatásokkal.

A Disney - egy felhasználó-orientált média vállalat, tartalmi eszközeivel arra törekszik, hogy a márka ismertségét maximálja mind a hagyományos és mind az új médiumon keresztül.

Néhány évvel ezelőtt a Disney arra a felismerésre jutott, hogy az internet már nem egyenlő a webbel. Egyre nő a mobil eszközök (telefonok, kézisámítógépek, stb.) száma, a melyek



3. ábra A folyamatok és a feladatok szegmentálása A McGraw-Hill a szerkesztői folyamatok életciklusára összpontosított. Különböző üzletágakból választott termékekből olyan szolgáltatásokat generált, amelyek különböző ágazatok résztvevőit célozzák meg és a szerkesztői projekt speciális állomásainak információ-szükségletét elégítik ki.

azokat a cikkeket, amelyek megmutatják, hogy mely kategóriájú termékek kellene azokra a web-oldalok hirdetni, amelyen a cikk található. A fogyasztók piacán nem csak a mozi stúdiók tudnak eladni ugyanolyan márkájú játékokat, emléktárgyakat és mindenféle gyűjthető termékeket. A General Motors márkanevével eladott termékek értékesítése sok millió dolláros üzlet évente, továbbá az oktatási kiadó Scholastic manapság már értékesít zenét, videókat, játékokat, puzzleket, sőt még plüss állatokat is, melyeket mind a legnépszerűbb gyermek-könyvek figurái ihlettek.

### A média megosztásának maximálása

A világ minden részén található ügyfelek elérése és megtartása érdekében sokféle médiumon keresztül szükséges kommunikálni. "A média megosztásának maximálása" - ez a márka és a tartalmi stratégia megtérülés-növelési stratégiája. A márka-neveket a lehető legtöbb csatornán keresztül kell közvetíteni a közönség részére a márka-azonosság igényeinek feloldozása nélkül.

**Disney.** A Walt Disney Company remek példája a médiák részesedésének maximalására.

érdekes felületekkel szolgáltathatnak a márkák elérésének bővítésében. A múltban is az volt, sőt most is az a célja, hogy az összes lehetséges médiumon keresztül ismerteti a márkát.

**Derek Kerton** ([www.kerton.com](http://www.kerton.com)), a mobilpiacokra szakosodott tanácsadó együtt dolgozott ki megadást a Disneyvel egy nehézkívására, amivel a mobilpiacra lépéskor szembesültek. Prezentációs problémákat okoztak ugyanis a különböző eszközökön és különböző szolgáltatóktól kapott információk. Kerton szerint sok cég a web leszármazottjainak kezelte a mobil médiák tartalmát, olyannyira, hogy ké-

pernyőrészeket vágta ki a web-oldalokból, mivel ez gyors és olcsó módszere a mobil információ fejlesztésének. A Disney számára, aki mindig is szinte fanatikus volt a márkanéveit illetően, ez a megközelítés elfogadhatatlan volt. Következésképp akart megvalósítani a különböző médiákon keresztül, ezáltal az információt át kellett dolgozni, esetleg meg kellett változtatni, hogy a fogyasztók egy igazi minőséget kapjanak és összekapcsolják a Disney márkanévvel.

A Disney mobil értéklancára irányuló elemzése szerint nehéz a partnerválasztás a fejlődő technológiák és a speciális szakutadók miatt. A mobilpiacokra való betörés nagymértékben függött a megfelelő partner kiválasztásától, aki kellően gyors, rugalmas, becsületes és kitartó, mint a Motorola, a Sega, az Ericsson, az AvantGo, a Palm és az Openwave. Nincs több ilyen.

**Digitális munkafolyamatok.** Hogyan lehetséges vajon a márkák és az információk lehető legtöbb médiához való eljuttatása, úgy, hogy az információ-beszerzési, a gyártási és a továbbítási költségek minimálisak legyenek a befektetés maximális megtérülése mellett? A kereskedelmi médiának és a vállalatoknak is ez a stratégiája. Céljuk az újrafelhasználás kombinációja, közlés egyidejűleg több médiumon keresztül, értéknövelő újrakiadás és magas szintű továbbítás.

Az újrafelhasználás egy jól ismert stratégia, lényege magától értetődik: létrehozni csak egyszer kell, de bárhova eljuttatható. Minél magasabb szintű az újrafelhasználás (különböző médiumokon keresztül, különböző termékekre vagy piacokra), annál nagyobb a befektetés lehetséges megtérülése. A 4. ábra egyszerűen illusztrálja az információforrásokat és azok további irányát. A vállalatok minél hatékonyabb működésre törekednek és gazdasági trendek egyre inkább a digitálizált informá-

ciószerzési és továbbítási munkafolyamatok felé haladnak.

**Első a digitális, majd az analóg.** Nagyon fontos elve ez a publikálás következő hullámanak. A digitális termékek vannak az első helyen, amelyeket, mint a digitális master lélektermékei, követik az analóg termékek. Mindenkinnek, aki nyomtatással, műsorszórással vagy filmgyártással foglalkozik és elfogadja ezt a tendenciát, a meglévő folyamatainak teljes átvizsgálása javasolt. Sok olyan

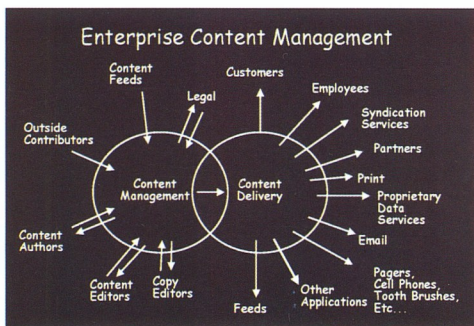
English Dictionary és sok más kiadottól származó egyéb referenciáinknak következő nyomtatott kiadásai már csak egy adott pillanatbeli lenyomatai lesznek egy digitális adatbázisnak, amely maga válik az elsődleges termékké. A katalógusok sincsenk lemaradva. A Pindar, a Flow Systems, az A2I és más hasonló rendszerek alkalmazásával a disztribútorok folyamatosan frissítik az elektronikus nyilvánvalóságait, majd az adatbázisból nyomtatott katalógusokat

Az átalakulás fontosságának néhány oka:

Rövidíti a piac elérésének idejét, mivel a digitális termékek továbbítása a neten keresztül sokkal gyorsabb, mint a termékek fizikai szállítását postán, úton vagy hajlón keresztül.

Kevesebbe kerül. Nyomatott végtérmekek esetében is érdemes digitális nyilvántartást használni a költségek és a nyomtatott készletek csökkentése céljából. Ilyenkor alkalmazható az igény szerinti nyomtatás és a "szállítási utána nyomtatni" elv. Digitális végtérmekek esetében sokkal alacsonyabbak a gyártási, a szállítási és a média csomagolási költségek, mint a fizikailag fogható társaik esetében. Azon cégeknek, amelyeknél a tevékenységre közvetlen hatással vannak a kiadói költségek, az alacsonyabb kommunikációs költségek növelik az üzlet nyereségességét. Az információértékesítéssel foglalkozó média vállalatok esetében az alacsonyabb költségek az eladott termékek nyereségét növelik.

Ha egy technológia egyszer már a piaci betörését illetően akadályba ütközött, de mégis a közönség számára széles körben elérhetővé vált, bomlasztó hatással lehet. Ezt látjuk most a tudományos kiadókban kibontakozni. Az emelkedő újságáraktól felbosszantva és a webes kiadások által felhalmozva a tudósok létrehozták a "nyitott hozzáférést", amely az újságkiadók szerepét nagymértékben csökkentené. A kiadók erre egy értéknövelő stratégiával válaszolnak, amelyet később ismertetünk. Új csatornák használatát támogatja. Ez a harmadik fontos oka. A digitalizáció elterjedésével további csatornák felnyílnak utak, amelyekből, he nem is mind, de a legtöbb digitálisan vezetett lesz.



4. ábra Vállalati tartalomirányítás Az ábra a források, a célállomások és a médiák változatosságát mutatja be, amelyek manapság már általános részei a vállalati publikálásnak. A rengeteg médiához történő hatékony továbbítás érdekében a tartalom összes beszerzése, manipulálása és továbbítása összekapcsolt rendszerekkel kell, hogy történjen.

esetben, ahol a folyamatokat már analóg médiára optimalizálták, ellentétes megközelítést alkalmaztak digitális leszármazottak kialakításával. Ez ma már teljesen elfogadott a nyomtatott anyagok elektronikus faxon történő továbbítása során, akár PDF formátumú anyagoktól kezdve könyvek, újságok és magazinok elektronikus kiadásáig.

Kutatásunk eredményeként leszögezzük, hogy a grafikus információs ágazat ennek a folyamatátalakulásnak a közepén helyezkedik el. A kereskedelmi kiadásban a tájékoztató piac befejezte átalakulását: az Encyclopaedia Britannica, az Oxford

készítenek. Az újságok is próbálnak lépést tartani ezekkel a változásokkal. Még a magazinok is, akik esetében kifejezetten média-függő a tartalom, lépéseket tesznek a hírek először weben történő közzétételére.

A vállalatok életében nagyon fontos ez az átalakulás. A CAP Ventures felmérése szerint még mindig a nyomtatott eszközök foglalják az első helyet a vállalati információáramlásban, de a válaszadók 40 százalékánál már előtérbe került az elektronikus információkövetítés, mint például a web vagy az e-mail és csak ezt követik más formák, mint például a nyomtatás.

## A tartalom többszörös megterülése

Amint egy digitális munkaforma létrejön, még több átviteli lehetőség nyílik meg. Ezek közül hármat fogunk említeni: az egyidejű megjelenítés, a csoportosítást és az értéknövekedő szolgáltatásokat.

### Egyidejű megjelenítés.

Mind az iparvállalatok, mind a kisebb média vállalatok stratégiája ez. Egy éppen aktuális példa az RSS (Really Simple Syndication - Nagyon Egyszerű Megjelentetés vagy az RDF Site Summary - Oldal Összefoglaló - attól függően, hogy melyik változatot használják). Nem csak a kis kiadó vállalatok (a cikk íróját is beleértve) számára egyszerű használni, de manapság már ezek használják akár csak az online naplójuk megjelenítésére az RSS-t. Egyre többen használják az RSS-t újságolvasásra, mivel segítségével nem kell minden web-oldalt meglátogatni. Ennek a formának a népszerűsége és a széles elérhetősége új lehetőségek teremt. Ezen lehetőségek felismerése és kihasználása pedig új irányvonalakat fog teremteni a kiadói szférában.

**Csoportosítás** Mivel az információ digitális beszerzése csökkenti az információforrások csoportosításának költségeit, így az ügyfeleknek ajánlható az egy forrásból történő lehetőségek bővítése. Ez a tény médiák egyesülését eredményezi: az Elsevier megvette az Academic Press and Harcourt's Health üzletágát, a Wolters-Kluwer's megvette a Lippincott-ot, a Springhouse-t és az Ovid-ot vagy nemrégiben a La Opinión's ügy döntött, hogy egyesül az El Diario/La Prensa-val, hogy a Hispanics reklámozniuk jobb lehetőségei legyenek.

A csoportosulások és az egyesülések természetesen nem újkeletű dolgok. Ami új, az a források rohamos szaporodása és ezzel együtt olyan rendszerek

használatának a képessége, melyek web-alapú megoldásokba applikálják a csoportosított tartalmat. Egy példa: a National Semiconductor-t a szállítóinak árait és a készletadatait az extranet csoportosítja, így az ügyfelek, akik a termékeikből szeretnének vásárolni, könnyen megnézhetik, hogy melyik szállítónak és milyen áron van éppen az adott áruból készlete. Egy más jellegű példa: a tavalyi angliai ROSA projekt, amelyet a Joint Information Systems Committee által finanszírozott Nature Publishing Group irányított. A projekt résztvevői létrehoztak egy RSS töltők csoportosítására és szűrésére alkalmas eszközt, az Urchint. Az eszköz, amely már nyitott forráskódú formában is elérhető, adatbizást készít az új keresések könnyítése érdekében. **Ben Hamersly**, RSS szakértő, felülvizsgálta az Urchint és közzétette a különbségeket, amelyeket kereséskor az RDF adatok tartalmazhatnak. "Például egy egyszerű szövegkereső rendszer, amely kulcsszavakra keres, csak kevésbé tér el az egyszerű Boolean logikát követő kérdésektől úgy, mint "genetika ES vörös hajú ember". Ellenben RDF-alapú rendszerrel ezt tovább bonyolíthatjuk sokkal érdekesebb paraméterekkel, mint például: "genetika és vörös hajú ember, aki beszél franciául és 1999 januárja előtt kiadott egy könyvet közösen egy Angliában dolgozó íróval". Az a fajta keresés az Urchin-féle rendszer nélkül borzasztóan nehéz lenne." Az információforrások megköszorodása miatt nagyon nagy igénye lesz a kiadóknak és az ügyfeleknek is az Urchin-féle eszközökre.

**Értéknövelés.** Az értéknövelés elve a tartalom gazdagítása. Az információ csoportosításának értéke a folyamatautomatizálás eszközeinek teljes piacát bonyolítottan megújulásra ösztönöz. Ugyanakkor, mint ahogyan előzőleg az Urchin-példával il-

lusztartuk, még bőven van mit tenni a tartalomgazdítás érdekében, hogy az ügyfelek minél nagyobb értéket kapjanak.

Egy másik értéknövelő stratégia a szolgáltatások beágyazása a tartalom köré. Számátlan példa van erre is több iparágban. Újságok a segítségkérő hirdetéseiket online karrierépítő oldalakkal befolyásolták. Kiadók "virtuális újság"-szolgáltatást hoztak létre, mely lehetővé tette az ügyfelek számára, hogy saját "kiadványokat" készítsenek a cikkekkel, amelyek jobban megfelelnek az elvárásaiknak. Sikeres online zenekereskedők felismerték, hogy az ügyfelek értékelik, ha lehetőség van kedvező árat CD készítésére. Vállalatok a márkanév erősítése érdekében önkiszolgáló extranet oldalakat hoztak létre, amelyeken promóciós anyagokat érhetnek el az alvállalkozóik, illetve a disztribútorai. Néhány vállalat már ezt is továbbfejlesztette és ennek segítségével egyedi promóciós anyagokat lehet készíteni, természetesen a vállalat saját márkainformációinak felhasználásával. Ha feltételezzük, hogy az RDF használata a webben jobban elterjed, azt várjuk, hogy a tartalomgazdítás következtében elért értéknövelés a szoftver-alapú szolgáltatásokkal összekötve kulcsfontosságú stratégiája lesz a publikációk következő hullámanak.

## Az elektronikus kereskedelem felőlése

A tartalmi stratégia fontos elve a tartalom előkészítése a digitális piacok számára, de ugyanilyen fontosak lesznek az üzleti rendszerek, amelyek a digitális tartalom értékesítését és továbbítását támogatják. A cél, olyan teljesen integrált és együttműködő rendszerek létrehozása, amelyek körülölelik a folyamat összes szereplőjét: a média gyártóit, a tulajdonosokat, a szállítókat, a szolgáltatásokat és az ügyfeleket.

A stratégia megvalósítása céljából integrálni kell a belső folyamatokat, a vezetést és a részfolyamatokat. Ezek nem lehetnek a jövőben elkülönített rendszerek. Ezen különböző rendszerek adatainak integrálása szükséges a folyamatok integrálásához. A nagy média vállalatok már elkezdtek a vállalati információk integrálását, mivel ahhoz túl sok rendszerük van, hogy kicseréljék az összeset egy új rendszerre. Ugyanakkor az új stratégia megköveteli, hogy az új különböző részeit között jobban integráció valósuljon meg.

A webes szolgáltatások és az üzleti folyamatirányítás elterjedése fontos lépés a szállítói lánc integrációja felé. Ez a fejlődés olyan integrált szolgáltatásokhoz fog vezetni, amelyekkel könnyű lesz az alkotás, a vásárlás vagy a bérlet a rendszerek és a szolgáltatások ellátásához. Más szóval megvalósul egy szolgáltatás-hálózat, amelyet hamarosan bemutatunk a Sony példáján keresztül.

**Internetes üzleti modellek tesztelése.** A publikációs stratégiák következő hullámanak kulcsfeladata lesz új üzleti modellek fejlesztése, tesztelése és tökéletesítése. Ezek a modellek (a vezetékes és a vezeték nélküli is) digitális hálózatokon alapulnak. A megvalósítás gyakran új eszközök vagy partnerek bevonását igényli, így a láncolatba sokszor új szereplők kerülnek.

A digitális médiába való beágyazódás az új modellek fontos szempontja, de a piacok nem feltétlenül fogják megvárni a DRM (digital rights management) technológia versenytényének eredményét. Például a hagyományos média üzleti modelleket átmeneti "lizingelt" modellek fogják helyettesíteni. Vizsgálatunk eredménye szerint a kiadók már alkalmazzák is ezt a modellt, például a tanácskiadókknál lehetőség van könyvek egy szemeszterre szóló bérletére, a tudományos ki-

## A PUBLIKÁLÁS KÖVETKEZŐ HULLÁMÁNAK JELLEMZŐI

A publikálás egy összetett, többszintű, médiagazdag információátvitel, amely arra készíti a vállalatokat, hogy új stratégiákat, infrastruktúrákat és értékláncozat-vezetéseket be. Ennek folyamata kulcskérdéssé válik az értéklélelben, a megkülönböztetésben, a hatékonyágban és az információval kapcsolatos befektetés megtérülésében.

Stratégia	Globalizáció és mikro piacok	A termékek piaca világszerte megtalálható, de az információ helyhez kötését igényli. Az információkkal kapcsolatos folyamatok szerteágaznak.
	Az ügyfelek részesezésének maximálása	A kiadók célul tűzték ki, hogy az ügyfeleket a teljes élettartam során végigkísérik. Tévékenységek, feladatok és döntések elemekre bontása. Az információ személyesabása. Kapcsolt termékek és szolgáltatások.
	A média részesezésének maximálása	Létrehozás egyszerű, publikálás mindenhol, digitális munkafolyamatok előtérbe helyezése.
	A tartalom többszörös megtérülése	Egyidejűleg több helyen való megjelenítés, csoportosítás, értéknövelés.
	Az elektronikus kereskedelem fejlődése	Az üzleti rendszerek összekölessége a tartalommal. Az internetes üzleti modellek fejlesztése, tesztelése és finomítása.
Média felület	A média csatornák szaporodása	A szélessáv elterjedése, a mobilitás és a vezeték nélküli szolgáltatások bővülése. Internetes megoldások bármire és bárkivel. A tartalom rugalmassága a kulcsa az új formák elterjedésének.
	A médiaformák keveredése	Többfunkciós eszközök lépnek az ügyfunkciók helyébe.
	A jelrendszer és a tartalom egyesülése	A szállítói felületek gazdag többmédias tartalom bemutatást kombinálnak a webes programozó felületekkel.
Termék felület	Több dimenzió	A tartalom és a termék életciklusának több szintjét támogatja. Sok szereplő. Rengeget csatorna.
	Az elektronikus kereskedelem integrálva	Összekapcsolva belső és külső rendszerekkel (ERP, CRM, teljesítés). Párhuzamos gyártás és csomagolás.
Infrastruktúra	Hálózati együttműködésre alkalmas berendezések	Támogatja a web-szolgáltatásokat, szerkezete alkalmas belső és külső vállalati együttműködésre.
	Szolgáltatás - orientált szerkezet	Internet-központi kiépítés, szolgáltatás-hálózat, megosztott szolgáltatások, üzleti folyamatok irányítása. A következő hullámú publikációs megoldások megvalósítására -és működtetésére - a kiadók kiépítési, megvásárlási, szolgáltatási és bérleti opciókat dolgoznak ki.
	N-az-N-hez integráció	Tartalom- és média-értéklánc integráció. Folyamat-feldolgozás. Együttműködési képesség az ügyfolyamatokkal, a tartalomforrásokkal, a szállítói láncokkal, a külső üzleti szolgáltatásokkal, a technológia-szolgáltatókkal.
Értéklánc	Folyamatirányítás a teljes életciklus alatt	Egységes és nyitott környezet az együttműködő sokcsatornás kiadói folyamatok tervezésére, az előkészítésükre, a lebonyolításukra, az irányításukra és az optimalizálásukra.
	A termivalk és a felelősök átszervezése	A publikálás egyre inkább ügyfélközponti és beágyazódik az ügyfelek folyamataiba. Az értéklánc tagjai közötti kapcsolat megreformálódik.
	A források fejlődése	A munkafolyamatok lehetséges összevonása és továbbítása. Globális partnervásztás a szükséges szakudás, a technológia és a szolgáltatások miatt.

adók egy napos kutatási lehetőséget biztosítanak a kutatók számára, a könyvtárakból elektronikus könyveket lehet kölcsönözni vagy a vállalatok bizonyos dokumentumaikat hozzáférhetővé teszik a partnereik számára egy előre meghatározott időtartamra.

A DRM segíteni fogja ezeknek az új modelleknek a használatát. Amíg a hivatalos irányelveket el nem fogadják, addig sajnos a DRM technológia nem érvényesülhet. Az elfogadhatatlan irányelvek körüli viták visszaszorítják a piac elfogadását, ugyanakkor a piac nem fogja megvárni, amíg a csata lecsendesül. Ugyanúgy érvényes ez manapság az elektronikus könyvekre, mint az online zenére. Ennek ellenére mindkét piac rohamosan növekszik és fontos jövőbeni árbevétel-forrást jelent.

### Összefoglalás

Az árbevétel növelése és a költségek kordában tartása érdekében különféle stratégiákat kell alkalmazni. A tartalom maximális megtérülése érdekében a piacokat felosztják, az ügyfelek és azok piaci igényeire alkalmasan csomagolják és továbbítják az információt különböző médiakon keresztül. Ez új termékeket és infrastruktúrát generál, sőt gyakran új partnerekhez is vezet. A továbbiakban a média-formák új hullámát fogjuk taglálni.

### ÚJ MÉDIA ESZKÖZÖK, RÉSZTVEVŐK

Rohamosan bővül az információ-közvetítő eszközök száma, beleértve a nyomtatott és egyéb médiákat, az internetet és a mobil közvetítést, a szervezett eseményeket és a szolgáltatásokat. Stratégiaválasztáskor vajon milyen tényezőket kell figyelembe venni a megfelelő média kiválasztáshoz, amelyen keresztül az információ eljut az ügyfelekhez? Ez a fejezet a médiák néhány jellemzőjét fogja bemutatni és a



digitális média eszközöket, amelyek az adatformátumok, a hardver eszközök és a szoftverek kombinációjából jöttek létre.

**Formátumok túltelése.** Az információtovábbításra szolgáló média eszközök gomba módra szaporodnak hatalmas erőfeszítést követve a kiadók nagy részétől. Az értékesítések és a nyereség növekedésének kulcsa, hogy a kiadók mennyire tudnak alkalmazkodni, és mennyire tudják kihasználni az előnyeiket ezekben az új formáknak.

Gyakorlatilag a következő öt évben várható új tartalomkiszélesítő irányvonalak és eszközök digitális alapúak lesznek. Sőt, még az analóg média, mint például a nyomtatás is egyre inkább digitális eszközöket fog használni. Mivel a nyomtatás és a szervezett események továbbra is fontos tartalomkiszélesítő eszközök maradnak, az új stratégiáknak támogatniuk kell ezeket.

**Vezeték nélküli mobilitás.** Mivel a média formátumok rohamosan szaporodnak, folyamatosan fejlődnek is. A változás egyik irányvonala a sávszélesség bővíthetősége, amely kedvez a médiaformátumoknak. Az USA-ban az otthoni szélessávú szolgáltatások (DSL és modem) száma közel 30 százalékkal nőtt 2003-ban. Ázsia és Európa néhány területén a szélessávú szolgáltatások piaci részesedése még ennél is magasabb.

A vezeték nélküli hálózatok kötelezőből való kitorés képessége egy olyan felszabadító tapasztalat, amely elengedhetetlenül szükséges, amikor a digitális média eszköz versenytársa a nyomtatott kiadásoknak, mint például a könyveknek, a magazinoknak vagy az újságoknak. Amint a digitális média eszközök elérik a hordozhatóság képességét, a nyomtatás természetéből fakadó gyengeségei (a helyhezköttőség vagy a hang- és videohordozás hiánya) fel fogják nagyítani az analóg és a digitális eszközök közötti különbségeket.

A mobilitás értékét és az analóg rendszerekről a digitálisra való áttérést láthatjuk a telekommunikációs szektorban. 2003-ban először a mobil telefonok száma meghaladta a vezetékes telefonok számát. Míg a digitális eszközök egyre inkább megfelelnek az elvárásoknak (jelen esetben a szolgáltatás gyorsasága és a megbízhatóság), amelyekre az analóg eszközök képesek, a piac gyorsan befogadja a mobil alternatívákat. A telefontársaságok és a szolgáltatók közti heves verseny a mobiltelefon szolgáltatásainak képességeiben gyors fejlődést idézett elő, míg a vonalas telefonokat ugyanúgy beszélgetésre használják, amióta csak feltalálták.

**A médiák sokasága.** Az egyfunkciós analóg eszközök (rádiók, videolejátszók, CD-lejátszók) teret adnak a többfunkciós eszközöknek (zene és videó lejátszására képes telefonok, rádiós DVD-lejátszók, stb.). A média vegyítésére való képesség megvalósítása egy eszközben jobb tartalomkezelést fog igényelni: a médiagyűrással foglalkozóknak a tartalmat nem csak csoportosítaniuk kell, hanem a különböző csoportok céljai közötti kapcsolatokat is nyomon kell követniük. Az elektronikus reklám manapság egy jól bevett média eszköz, ugyanígy, mint a nyomtatott direkt-megkeresés volt évekig. Mivel a hirdetések minél hatékonyabb reklámot, a vállalatok pedig egyre személyesebb kapcsolatot szeretnének az ügyfelekkel, így annak a képessége, hogy speciális üzenetük a megfelelő tartalommal automatikusan célba érjen, mindenképpen versenyképes előny lesz. Jelen pillanatban ez a megfelelő imázs és mondandó kiválasztását jelenti. Hamarosan pedig a megfelelő hanganyagot vagy videoklipeket, illetve a szövegkörnyezetet a CRM (Customer Relationship Management)-ből kiválasztva.

Végül szóljunk a kereskedelmi médiáról is. Az említett eszkö-

zök mindegyikével lehetséges lesz a tartalom-alapú szolgáltatások (üzenetek, figyelmeztetők, hirdetések) értékesítésére is. A mobiltelefon-társaságok fontos árbevétel-forrásként kezelik a mindezt. A Vodafone-nál például a szolgáltatások 15 százaléka - mely egyre inkább növekszik - ezek díjából származik. A telefonos szolgáltatók, mint például az internet szolgáltatók a közvetítés új csatornáját nyitották meg, ezért a hirdetések, a média tulajdonosok és a gyártók is partnerként szeretnének szerepelni. Új kapcsolatok születnek ezáltal és az információk kezelése is megváltozik.

**Kölcsönhatás, a jelrendszer és a tartalom egybefonódása.**

A jelrendszer és a tartalom összetartozása egy másik irányvonal a változásnak. Ez előnyben részesíti az interaktivitást, az intelligenciát és a tevékenységet, mint a médiaközvetítés szerves részeit. A következő generációs média eszközöknek nem csak fix tartalmuk lesz, hanem átveszik azt a webes szokást is, amely megengedi, hogy a jelrendszer és a tartalom kölcsönhatásban legyenek. Ennek eredményei többmédiás megoldások, sokkal jobb grafikai szoftverek és médiakezelő alkalmazások lesznek, mint amilyenekkel a múltban találkozhattunk. Mivel azok programozhatóak voltak, így virágzott a számítástechnika. Mivel manapság a számítógépipar nem a számítástechnika maga működteti, hanem a kommunikáció, így egyre inkább a média-kommunikáció ízlése határozza meg a szükséges eszközöket.

2003-ban például a Tablet PC növekvő elterjedését láttuk vagy Breeze and Central megjelenésével a Macromedia Flash eszközökét. A Tablet olvasásra és jegyzetkészítésre specializálódott. A Microsoft elismerte, hogy amennyiben a fogyasztók olvasási szokásainak változása történik, úgy a képernyőn történő

olvasás ugyanolyan kényelmes lehet, mint a nyomtatott anyag olvasása. Ezzel párhuzamosan a Macromedia fejlesztési a szoftverek estétikáját Flash MX formátum használatával, így megvalósult a videó, a szöveg, a grafika, az animációk, az XML adatok és a chat kombinálása.

A média új irányvonalának jó példája az Avalon, a Microsoft új operációs rendszerének prezentációs eszköze. Piachódítása még egy vagy két éve is igénybe veszt. Az Avalon egy eszközben végíti a felhasználói felületet, a dokumentum bemutatást és a multimédiás megjelenítést. Célja a jelrendszer, a tartalom és a layout szolgáltatás egységesítése, ezáltal a média különböző formái (a szórólapoktól vagy a magazínoktól kezdve az interaktív játékokig) többfunkciós digitális eszközökön jelenhetnek meg.

Vin Crosbie, média-technológiai tanácsadó szerint: "Az összefonódás nem az újságok és a sugárzó állomások tulajdonlását fogja jelenteni. Az összefonódás az lesz, amire egy eszköz képes lesz." Az eszközök nem csak mobilok és összekapcsolhatók lesznek, hanem képesek lesznek többmédiás használatra és jelrendszerre.

## TARTALMI TERMÉKEK IRÁNYVONALAI

Ezen új eszközökhöz szükséges digitális árucsoportok és szolgáltatások támogatásához mind a vállalati és a kereskedelmi kiadónak rugalmas digitális tartalom-raktárákat kell kiépítenie. Az alapraktárhoz szolgáltatások kapcsolása szükséges, amelyek alkalmasak a terméktervezésre, azok előállítására, csomagolásra, a megrendelésre és a teljesítésre. Ezek a tartalom-raktárak az alapjai a digitális termékek teljes életciklusának: a tervezéstől kezdve az elkészítésem át az archiválásig. Ha a végtermékek összetevőkre vannak bontva, és kellő figyelmet kap a csoportosításuk, a megje-

lölésük és a nyilvántartásuk, akkor ezeket sokkal könnyebben fel lehet használni a jövőbeni termék előállításához.

A legtöbb médiavállalat számára ez a munka hatalmas változásokat okoz. A televíziós producerek a műsorokban, a kiadók a könyvekben vagy a kiadványokban gondolkodnak. A múltban minden energiát arra használták fel, hogy a termék minél hamarabb kikerüljön az ajtón és szinte alig gondoltak arra, hogy hogyan lehetne az egyes alkotóelemeket felhasználni a jövőben. A tapasztalat azt bizonyítja, hogy minimális odafigyeléssel jelentős csökkenést lehet a gyártási időt és a költségeket. David MacCarn, a WGBH főtechnika tállóna mondta: "Abba kell hagynunk, hogy csak a végtermék előállítására gondolunk, és el kell kezdenünk azzal foglalkozni, hogy mik a lehetséges származottak termékek."

### Kiterjedés

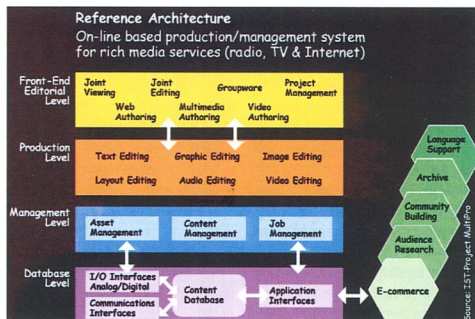
A fenti feltételezéseket támogatva el kell érni a több csatornán keresztül megvalósítást, gyártást és közvetítést. A csatornáknak nem csak különböző médiákat kell magukba foglalniuk, hanem egy médian belül különböző közönségcsoportokat is. Ez azt je-

lenti, hogy a digitális alapeszközök tartalmazó adatbázis sokkal jobban lebontott egységekben fogja azokat csoportosítani, megjelölni és tárolni. A csoportosítás is sokkal összetettebb lesz: piacok, területek vagy ügyfélcsoportok szerint.

**Televíziós és rádiós sugárzók.** Több közvetítő vállalat is dolgozik a multimédiás tartalmi termékek irányzatán. Angliában a BBC tesztelt egy új közvetítő berendezést, amely a közvetítendő tartalmat automatikusan adaptálja különböző forrásokból. Európában az IST (Information Society Technologies) európai uniós programja által szponzorált MultiPro kutatói csapat létrehozott egy felvilágosító modellt (lásd 7. ábra) és szemléltette a műsorszórás multicsoportnás szerzői és gyártási rendszernek megvalósíthatóságát. Az USA-ban a WGBH közösen az Artesia-val, a Sony-val és a Sun Microsystems-sal kidolgozott egy digitális eszközök vezérlésére alkalmas szerkezetet. (A televíziós sugárzásokon kívül a WGBH VHS kazettákat és DVD-ket gyárt és az U. S. Public Broadcasting Service weboldal-tartalmának - www.pbs.org - körülbelül 40 százalékát készíti). A rendszer belső használá-

tát kiegészítve a WGBH a Sunnal közösen alapított egy DAM kutatás-fejlesztési központot Bostonban, amely más műsorszórók számára is nyitva áll. Washingtonban a Discovery Channel az Artesia rendszert

mában történő közlésére. Ezért új termékeket fejlesztettek ki, amelyek tervezése és megvalósítása hosszú időt vett igénybe. 1999-ben a CQ nekilátott egy 3 millió dolláros projektnak, mellyel létrehozott egy di-



7. ábra A multimédiás megvalósíthatóság szerkezetének tájékoztatója

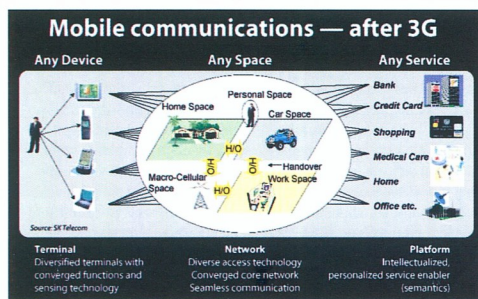
használva létrehozott egy digitális könyvtárat az újrahasználató termékeknek, csökkentve ezáltal nem csak a többmédiás továbbítás gyártási költségeit, hanem az új műsorok gyártási költségeit is, mivel sok elem az előzőekből felhasználható, így nem szükséges teljes terjedelemben újat gyártani.

Ez a leegyszerűsített ábra bemutatja a MultiPro projekt által fejlesztett multicsoportnás teljes rendszer és gyártási műsorszórásra alkalmas sokfunkciós rendszert. Valójában egy ilyen rendszer felépítése számos speciális eszköz és alrendszer integrálását igényli.

Szakmai kiadók. Egy szakmai kiadó már bevezetett egy tartalmi terméket, a Congressional Quarterly-t (CQ). Ahogyan a vállalat neve is utal rá a U. S. Congress rendszeres tájékoztatójáról kapta a nevét a negyedévenként megjelenő vezérkiadvány. Az 1990-es években a Web megjelenésével az ügyfél igény tartottak a CQ hírek és információik elektronikus for-

gítási termékeket támogató integrált termékfejlesztési irányzatot. A projekt keretein belül 17 különböző termék-centrikus adatbázist vontak össze egy logikus XML-alapú tartalomraktárba. Ezt az alaprakttá kapcsoltták később különböző webes kiadók rendszereikhez és nyomtatás céljából Quark QPS-hez.

Manapság a CQ árbevételének több mint a fele online termékekkel származik, amelyeken sokkal nagyobb a nyereség is, mint a nyomtatott társaikon. Ami még ennél is fontosabb, hogy a CQ maximálisan képes alkalmazkodni a piaci igényekhez. A szerkesztői és a marketing csapatok gyorsan kitalálnak potenciális termékeket, az adatbázisból ezekhez mintatartalmat kreálnak, egy ajánlatos szövegek környezetbe helyezik, majd ezeket bemutatják lehetséges ügyfeleknek vagy partnereknek. Lehetőseég van a weboldalon az egyes ügyfelek igényeire alapozott speciális személyreszabásra és azonnali gyártási modellezésre is.



6. ábra Mobil kommunikáció - 3G után. Az ábra forrása a SK Telecom, a 3G utáni (4G és még az utáni) mobil kommunikációt mutatja be, ahol a vezetékes és a vezeték nélküli szolgáltatások bármilyen eszközzel, bármilyen szolgáltatással, bárhol összekapcsolhatók legalább 1-10 MB/másodperces sebességgel. A média-továbbítás eszközeire ennek elérhetősége drámai hatással lesz.

A CQ gyakorlati életében a dolgozók szakmai fejlesztése ugyanolyan kulcsfontosságú, mint a szállítók kiválasztása. "Az életképesség fenntartása ebben a műfajban a megfelelő eszközök használatát igényli. Ugyanakkor a dolgozók első osztályú fejlődése ennek az eszköznek szerves része" - mondta Larry Tunks, aki a csapattagok részére kitalált egy bizonyos fegyelmi megközelítést. "Elmostuk a szaktudás hátráit, de kialakítottuk a felelősség kristálytisztá vonalait." - mondta Tunks. "Részben annak köszönhetően vagyunk sikeresek, hogy rengeteg adminisztratív, szerkesztői, technikai, értékesítő és marketinges szakemberünk van."

**Jim King**, a McGraw-Hill Információs és Média Szolgáltatás-igazgatója azon dolgozik, hogy létrehozjon egy hasonló

zési szolgáltatásokat, a szolgáltatáscsomagokat, az adatkereső szolgáltatásokat, az egyidejűleg több helyen való megjelenítést, az online termékdatalokat és a kiadói termékeket. King terve, hogy egy egyesített, szolgáltatásokra épülő szerkezetet hozzon létre.

**Egyéb ágazatok.** A gazdaság más ágazataiban működő vállalatoknál is ugyanaz a filozófia érvényesül. A nehéziparban, például nagy szállítási eszközök esetében, ahol a legtöbb termék rendelése gyorsítja, a műszaki leírást a megrendelésnek megfelelően megépített eszközök kell igazítani. Amennyiben nincs az alkatrészekről egy megfelelő részletezettségű adatbázis, nagyon munkaigényes folyamat a megrendeléshez igazodó kézikönyv elkészítése.

A szolgáltató szektorban, beleértve a biztosítási és a pénzü-

csolat fontosságát és növeli az értékesítési csapat kilitásait új ügyfelekre. Egy direktmarketinges kampányórán a Hewlett-Packard a hagyományos postai megkeresésről áttért egy szélesre szabott reklámra, amely végyesen alkalmazott személyes nyomtatott és személyes webes reklámokat. A visszajelzési ráta több mint háromszorosa nőtt, az árbevétel pedig tízszer annyit volt, mint a tervezett.

### Integráció az elektroikus kereskedelemmel

A múltban a tartalomkezelés szorosan összetartozott a publikálási folyamattal. A publikálás következő generációjában a termékek sokkal gyorsabban készülnek el - sokszor azonnal reagálva az ügyfél igényeire. Például egy kiadó web-oldalát látogató ügyfelek lehetősége lesz on-line katalógusban keresgélni, kiválasztani és megrendelni a termékeket. Az a terv, hogy a digitális termékeket azonnal lehessen csomagolni és szállítani.

A Harvard Business School Publishing (HBSP) kiépített egy ezen az elven működő digitális kiadói rendszert. Az on-line katalógus részére áttemeli az adatokat a termékek adatbázisából egy web-alapú megrendelésre, teljesítésre és szállításra alkalmas rendszerbe. Mivel az egyes ügyfelek vásárlási feltételei változatosak és rugalmasak lehetnek, ezért a HBSP egy dinamikusan létrehozott részt csatlakozott ügyfél megrendelését tartalmazó Acrobat PDF fájlhoz. Változhatnak a feltételek az ügyfél típusa (szakemberek, diákok vagy üzletemberek) szerint, illetve az árak a felhasználhatóság korlátai (hozzáférhetőség ideje, nyomtathatóság vagy csak megtekintés) miatt.

### Az együttműködő hálózat

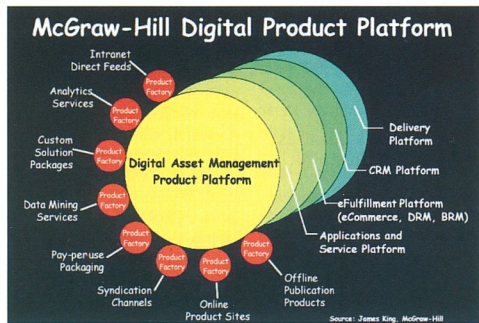
Az eszköz nem csupán a webes hozzáférhetőséget biztosítja, hanem sok web-oldallal képes összeköttetésben működni és eb-

szolgáltatásokat támogatni. Más szóval nem csak belső használatra lesz alkalmas, hanem külső partnerekkel, szállítókkal fog kommunikálni. Támogatni fogja a különböző résztvevők és a vállalatok közötti együttműködést az információ és a termékek élettartamának sok állomásán keresztül. A legtöbb szállító már nekilátott a rendszereinek átforgalmazásához, két éven belül várható az új szerkezet teljes elterjedése.

A digitális eszközkészletben komoly erősség ez az irányzat. Ennek több bizonyítéka is van. A General Motors, a Chrysler, a Warner Brothers, a Coca-Cola és sok más vállalat olyan DAM rendszereket használ, amelyek ez idáig kis osztályok feladatait látták el, manapság pedig már képesek nagyobb vállalatokat is kiszolgálni. Az eszközök kezeléséért felelős csoport képes együttműködni az eszközök létrehozásában a belső munkatársakkal és a külső irodákkal is, miközben a végtermékek (logók, reklámok, promóciós anyagok) akadálytalan továbbítása folyik a vállalaton belül. A Discovery Channel kibővítette a DAM rendszerét olyan webes együttműködő rendszerre, mellyel képes a Washingtonon kívüli irodákból is aznap, egy például Ázsiában forgatott filmet is teljes terjedelmében megnézni.

### SZOLGÁLTATÁSI FELÜLETEK

Vajon milyen technikai infrastruktúrára van szükség, hogy ezek a folyamatátalakulások sikeresek legyenek? A publikálás következő generációját egy olyan műszaki megoldás támogatja, amelyet az 1. részben, egy "megosztott erőforrású rendszer"-ként vólztunk. Ezt az eszközt a tartalomközpontú, szolgáltatásorientált üzleti folyamatokra és azok résztvevőinek találták ki. Használhatóságának színvonala maximális. Az 1. részben bemutatottak az összetevőit: a szabványokat, a



8. ábra Termékfelület A digitális tartalom alapstruktúráját az üzleti rendszerek által támogatott "termékvárák" töltik meg.

digitális terméskálát a tartalomalapú termékekre és a szolgáltatásokra. Alapszinten egy digitális eszközkészlet raktár van egy szolgáltatói alkalmazással, egy elektronikus kereskedelmi eszközzel, egy ügyfélkapcsolati eszközzel és egy követítővel (lásd 8. ábra). Ez az alapszint segít elő a többszörös termék-előállítás, melyek fejlesztik az elem-

gyi szolgáltatásokat, ha nem képes a szolgáltató rugalmasan és dinamikus a dokumentációkat (ebben az esetben a szabályzatokat vagy a jelentéseket) vagy a reklámanyagokat módosítani, akkor állandó probléma lesz a személyreszabott szolgáltatások kivételése az ügyfelek részére. A személyreszabott többszörös kommunikációs megközelítés hangsúlyozza az ügyfélkap-

szolgáltatások hálózatát és a folyamatokat. Most nézzünk meg néhány konkrét esetet.

### Szabványok

Az általunk felépített modellben a szabványokra, mint alapokra épülnek a szolgáltatások szerkezetei. Nem túl elbűvölő, de a szabványok kialakításának politikai munkája hasznot hozhat a kiadónak.

**Time Inc.** Több mint 60 újság kiadója, több mint 250 millió olvasóval világszerte. Kiadásaihoz az információit és a reklámokat rengeteg forrásból szerzik be, beleértve a vállalatokat, a reklámügynökségeket, a kreatív szolgáltatókat és a szerzőket. A szerkesztői, a tervezői és a gyártási munkafolyamatok nagyon sok helyszínen történnek. A kiadványok gyártási és elosztási láncolata magába foglalja rengeteg szerkesztői és nyomdai parti szolgáltatót, valamint az elosztókat. A piacra jutás idejének és a költségek csökkentésének, valamint az összes érdekelt nyereségének növelése érdekében a kiadói láncolat résztvevőit be kell vonni egy teljesen digitális, együttműködő munkafolyamatba.

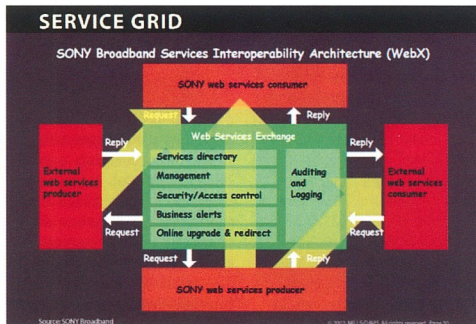
A Times megközelítésének első eleme a teljes elkötelezettség a szabványokhoz és az ágazati előírásokhoz. A vállalat aktívan részt vett az újságipar színeket, digitális munkafolyamatokat és üzleti adatokat érintő változások kezdeményezéseiben.

A kiadói továbbá támogatta a színhelyes PDF dokumentumok használatát és a távoli digitális korrigálást az újságok munkafolyamataiban. Ennek a gyakorlatnak az egyre elterjedtebb elfogadása következtében kimaradnak a munkafolyamatokból az analog eszközök. Számokban kifejezve ez sokszázmillió dolláros költségmegtakarítást jelent és körülbelül 50 százalékos időmegtakarítást a folyamatokban.

A kiadói az első hálózat-megosztott szolgáltatásait a rek-

lámoldalak és az újságcikkek megfelelő továbbítására – a hirdető, a reklámügynökségek, a nyomtatás-szolgáltatók és az elosztók között alkalmazta. Mivel időerősebben információkról van szó az elsődleges mozgatórugója a biztonság, a gyorsaság

amelyek a regisztrált felhasználók számára hozzáférést biztosítanak különböző digitális eszközökhöz, bizalmas információkhoz és a tartalmi szolgáltatókhoz. Ezek a szolgáltatások széles körben elérhetőek és költségesen biztonságosak.



9. ábra Szolgáltatáshálózat. A Sony web Service felületét, a Web-X-t, a Blue Titan és a BEA WebLogic Server-t használva fejlesztették ki. A Blue Titan Network Director a hálózati szint és az alkalmazási szint között helyezkedik el. A WebX központosított szolgáltatásokkal kezeli a forrasokat és a továbbítást, továbbá a szolgáltatások - beleértve a megfigyelés és a fordítás- irányítását. A WebX elvégzi az információk irányának kijelölését és azok továbbítását is.

és a szolgáltatások megbízható minősége volt. A tapasztalatszerzés és néhány kulturális sokk legyőzése után a kiadó fokozatosan kivette a munkafolyamataiból a fizikai média gyártását és továbbítását, ezáltal óriási költségmegtakarítást és ciklusidő-csökkentést ért el. Ennek következtében a kiadványokat később lehet lezárni, így bővül a reklámok készítésének határideje és több hír vehető be lapzártáig.

Ezt követően a kiadó bővítette a megosztott szolgáltatásait, hogy a tartalomkezelő szolgáltatásokat az elosztó hálózattal integrálja. Létrehozott egy széleskörű tartalomraktárt a gyártási folyamatok támogatása és a digitális alapadatok közvetítése érdekében.

A kiadói mindezekkel együtt olyan szolgáltatásokat nyújt,

### Szolgáltatáshálózat és web-szolgáltatások

A nagy vállalatok digitális szolgáltatáshálózatot építenek ki, hogy az üzletágakat integrálja. Ezek ugyanúgy működnek, mint az áramellátást szolgáló elektromos hálózat. A vállalati digitális szolgáltatáshálózatba bármikor csatlakozni tudnak a belső üzletágak és a külső partnerek, a szállítók, és az ügyfelek is.

**Sony Broadband.** A Sony's Broadband Services Company (a Sony Corporation of America és a Sony Corporation's Network Application and Content Services Sector egy egysége) felügyeli a szélessávú ügyleteket és közös elektronikus kereskedelmi eszközöket fejleszt az amerikai piac számára. Továbbá a Sony tartalmi és technológiai eszközeit felhasználva új szol-

gáltatásokat fejleszt ki és további üzleti lehetőségeket kutat a vezeték nélküli, az internetes és a digitális szolgáltatások terén. Egy egyéves projekt keretén belül, mely első szolgáltatásával 2003. februárjában lépett életbe, a Sony Broadband Services létrehozott egy olyan web-alapú szolgáltatásra épülő szerkezetet, amely ügyesen alkalmazza szolgáltatáshálózat koncepcióját (lásd 9. ábra).

A Broadband Services vállalati funkciókat lát el, az USA-ban három társvállalatot támogat: a Sony Electronics-t, a Sony Music-ot és a Sony Pictures-t. Mindegyik üzletágnak jelentős saját és közös fejlesztési kerete is van.

A szolgáltatáshálózatok alkalmazása lehetővé teszi olyan nagy vállalatok számára, mint amilyen a Sony is, hogy a technológiai felelősséget az egyes üzletágakra hárítsák, ugyanakkor csökken az átfedő és felesleges rendszerek száma. Minden üzletágnak lehetősége van az örökölt rendszerek megtartására és az üzletág-specifikus legjobb rendszerek bevezetésére.

A vállalati szinten megosztott infrastruktúra habár költségeket generál, arra ösztönzi az üzletágfejlesztőket, hogy ahol lehet a vállalaton belül, fejlesszék a szoftvereket.

A Sony esetében a szolgáltatáshálózat nagyobb következtességet eredményezett az elektronikus kereskedelmel illetően, amelyet előzőleg külön fejlesztettek minden üzletágnak.

**Számítógéphálózat.** A számítógéphálózat – ahogyan a nevében is benne van – egy olyan fontos technológia, amely számítógépek hálózatán keresztül szétosztja a feladatok feldolgozását. Számítógéphálózatok alkalmazásával csökkenthetőek a számítógépek beruházási költségei. A számítógéphálózat elősegítheti a kisebb vállalatokat, hogy nagy média vállalatokkal együttműködjenek. Pél-

dául egy torontói székhelyű néhány tucat dolgozóval működő animációs stúdió, az AXYZ Animation (www.axyzfx.com), 2000 óta használ számítógéphálózatot művészek rajzainak rendelkezésére.

Az AXYZ speciális effektek készítő olyan nagy nevű vállalatok televíziós reklámjaihoz, mint például a Disney, a GMC és a Kellogg's. A munka sürgősségétől és a határidőktől függően a napi rendelési igény nagyon változó lehet. A munkafolyamatok pontos megtervezését tovább nehezíti, hogy sokszor a hirdető és az ügynökösége váratlan változtatásokra tart igényt. A rendelés folyamatának számítási teljesítményigényéből adódóan ezek a munkák feltarthatják az animációs munkákat, így a rendelés rendszeresen éjszaka tud futni.

Az AXYZ létrehozott egy Sun Grid Engine-t, amelynek segítségével minden egyes kétprocesszoros animációs munkahely egy processzorát rendelkezésre használja. Így a rendelés egész nap folyhat a háttérben, párhuzamosan az animációs munkálatokkal. Ezáltal sokkal hatékonyabban tudnak dolgozni, olyan munkákat is elvégeztetve, amelyek egyébként a verseny társasakhoz kerülhének.

### Személyes web-szolgáltatások

A modellünkben az alap vállalati szolgáltatáshálózaton kívül léteznek web-alapú szolgáltatások, amelyek speciális üzleti folyamatokat tesznek lehetővé. Ezek lehetnek személyesek, nyilvánosak, vagy valahol a kettő között. A webes szolgáltatások alkalmazása további lehetőségeket jelent azok számára, akik a szolgáltató vállalatokkal - például reklámügynökségek, nyomdaipari cégek vagy szállítók - szeretnének kapcsolatot lépteni. A helyközi integrációk a belső és a külső rendszerek közötti "n az n-hez" integrációra alkalmas szer-

kezetek helyettesítik. Ez előfeltétele az új piacok meghódításának és az új szállítói láncok kialakításának. Valójában a személyes szolgáltatások is messzebbre nyúlnak. Egy 75 nagyvállalatnál végzett és a Forrester Research által kiadott-felmérés szerint a web-szolgáltatásokat alkalmazók majdnem háromtöredéke, tervezői ügyfélszolgálat és több, mint kettőtöredék tervezői szállító-lánc-projekt létrehozását.

A Web-szolgáltatások globális hatása egyre inkább elmosza a határokat. A vállalatok már vizsgálják a modellt.

**Butterworths.** Ebben az évben történt egy eset, amikor a Butterworths - egy angliai székhelyű jogi kiadó - és a Letterpart - az előző szinten angliai székhelyű szerkesztője - személyes kapcsolatba kerültek egy-mással. Az új rendszert megelőzően a Butterworths a könyvkiadás ósregi technikáját alkalmazta: a kiadók megkapták a papírra írt kizárásokat, amelyeket különböző szerkesztőkhez továbbítottak, akik begépeltek és megformázták azokat. Két héttel később a próbanyomtatokat a szerkesztők visszaküldték ellenőrzés céljából, a változtatásokat megjelölték a papíron, majd faxon vagy postán visszaküldték azokat a szerkesztőnek. Így hetek alatt készülhetett el a munka, ebből sok nap-szállítással tellett. A Butterworths digitalizálta a munkafolyamatokat a kizáratok XML-be történő konvertálásával. Így ma már a kiadók saját számítógépükről a weben keresztül küldik a munkát a szerkesztőkhez. A szerkesztő, aki web-alapú XYEnterprise szerkesztői rendszert használ, a kapott munkát automatikusan a kért stílusú oldalra szerkeszti. PDF-et készít, amit visszaküld a kiadónak felülvizsgálata. Így az első terveknek továbbítási ideje két héttől néhány percre csökkent és az ezt követő módosítások ideje is drámaian csökkent. A hagyomá-

nys kiadó-szállító kapcsolat megmaradt, de a szerkesztés digitálisával ez a külső vállalatnak kiadott szolgáltatás mégis úgy működik, mintha házon belül történe.

**Corbis.** Egy másik példa a Corbis, a fotóbank esete. Tavaly a vállalat elkezdett web-szolgáltatásokat használni új web-oldalak bevezetésének korszerűsítése érdekében. Így az új oldalak fejlesztése sokkal kevesebb költséggel és sokkal rövidebb idő alatt valósult meg. Az új szerkesztő nélkül tíz-tizenkét szerkesztő egy évig dolgozott az új oldalon, ami öt-hét millió dollárba került. Az új szerkesztő bevezetése óta három fejlesztő négy hónap alatt tud egy új oldalt elkészíteni többszáz ezer dolláros megtakarításokkal oldalanként. Stratégiai szempontból nagyon fontos, hogy a Corbis most már képes mikropiacokra is meghódítani, ami előzőleg nagyon sokba került volna. A web-oldalakat olyan megjelenésűvé (pl. keresőprogram, katalógus) készíti, hogy olyan ügyfeleket is elérjenek, akiket közvetlenül a Corbis nem ér el.

### Nyilvánosan megosztott szolgáltatások

A Web-szolgáltatások felfejlesztése nyilvánosan történik, mivel az interneten keresztül használják őket. Manapság ezeknek a szolgáltatásoknak a címirta még nem teljes, de a vállalatokat ez nem hátráltatta a kipróbálásban.

**Elmosódott határvonalak.** A megosztott szolgáltatások egy példája, amelyben elmosódnak a határvonalak a kiadók és a szállítók között, az újságkiadóktól származik. Az elmúlt három évben több, mint 1000 újság közszemlére tette kizáratait és a kizáratok nyomon követésének folyamatát a weben. (jaj!!!!) Az esetek nagy részében a kiadó (gyakran egy nonprofit társadalmi szerv) nem használta ezt a szolgáltatást. Ezt a szolgáltatást általában a szállító végzi el a

kiadó részére (mint például a ScholarOne vagy az Aries Systems), vagy néhány esetben egy nagy kereskedelmi kiadó (mint például a Wolters Kluwer) futtatja le házon belül a szoftvert a kiadó érdekében. Ha a reklám megfelelő, a szerzők úgy érzik, mintha a kiadóval működőnének együtt, nem pedig a rendszert szolgáltatóval.

Ugyanezt az áttetszőséget alkalmazzák a már olyan kapcsolódó folyamatok esetében, ahol különböző szolgáltatók végezhetik a folyamatokat. Jó példa erre a Digital-Expert image-preflighting eszközeinek - amely a Scheridan Group-tól származik - integrálása a ScholarOne kizárati-bemutató és nyomkövető rendszerébe, a Manuscript Centralba. Annál is inkább a ScholarOne saját image-preflighting eszköze úgy lett kifejlesztve, hogy az újságkiadókat vonzzák a szerkesztői és gyártási szolgáltatások is. Ennek az integrációnak a következtében a társadalmi kiadó képes egy nyomtatott segítségével egy belső folyamatot (ebben az esetben a minőségi szabványoknak való megfelelés ellenőrzését) közszemlére tenni, ezzel egyidőben ugyanezt a folyamatot egy nagyobb folyamattal (a kizárati-bemutató és a nyomkövetés ellenőrzésébe) kapcsolni, amit egy független szállító végez. Kívülről úgy látszik, mintha az egész folyamatot a kiadó végezné. Belülről pedig a szoftverek és a folyamatok integrációja sokkal egyszerűbb a félig-meddig publikus Web-szolgáltatások használatával.

**Növekvő gazdasági rendszerek.** A nyilvános szolgáltatások harmadik példája az APIS, amelyet a Google, az Amazon és az eBay tett nyilvánossá. Belső rendszereik közszemlére tételével az internetes gazdaság ezen vezető vállalatai a kis társaságok számára hoztak létre új gazdasági rendszereket.

Például az Amazon esetében úgy vizsgálták a web-szolgáltá-

tásokat, hogy az ügyfelek jobb és szorosabb kapcsolatba kerülhessenek az Amazon online áruházával, ezáltal növelve a partnerek oldalait és bevételeit, amely természetesen közvetve az Amazonnak jelent több árbevételt. Független értékesítő számára a web-szolgáltatás az Amazon termékeiről ad információt. Használtcikk-kereskedők az Amazon és az eBay APIs rendszerét használják cikkeik értékbecslésére. Fejlesztők, mint például az Anacubis speciális kereső programokat írnak, amelyek az Amazon-t és a Google-t (<http://www.anacubis.com/amazondemo/>) is megkérdezik, hogy például milyen hírek és web-oldalak írnak arról a termékről, amit az Amazon-áruházban találtak.

## ÜZLETI FOLYAMATIRÁNYÍTÁS

A szoftvervizsgálatok az üzleti felett helyezkednek el az üzleti folyamatok, amelyeket az üzleti folyamatirányítási rendszerek (BPM) irányítanak. A BPM rendszer "a vállalatok számára lehetővé teszi, hogy modellezzék, fejlesszék és irányítsák a feladat-kritikus üzleti folyamatokat, amelyek megtalálhatóak nagyon sok vállalati alkalmazásban, folyamatban és az üzleti partnereknél - a túzfal mögött és az interneten keresztül" -magyarázta "Az üzleti folyamatirányítás" című könyvében Howard Smith és Peter Fingar. Smith és Fingar megjósolták, hogy ezek a rendszerek vagy a BPM-re specializálódott szállítók, mint például az Intalio, vagy az IT infrastruktúra részeként - az azokat használó vállalatoktól - fognak érkezni.

Az üzleti folyamatirányítás létezett már korábban is, de ezúttal más lesz, mivel a létező folyamatok törvénybe foglalása helyett a BPM rendszerek új generációja a folyamatváltozásokat fogja elősegíteni. A vállalatok kénytelenek rengeteg csatornán

keresztül kommunikálni és termékeiket személyre szabni, sőt rákényszerülnek a kommunikációs folyamatok változtatására is. Howard és Fingar taláiban így fogalmazott: "Egy új folyamat kialakítása nem elég, a vállalatoknak képesnek kell lenniük nagyon sokféle folyamat megalkotására". A fejlődő szabványoknak megfelelően kialakított új folyamatok lehetővé teszik majd

tatták ezeket anélkül, hogy ezeknek az engedélyeknek a költséghatásait figyelembe vették volna. Minden ilyen egyedi árazású esetben a LexisNexis sok más munkatársát be kellett vonni a költséghatások vizsgálata és az egyedi szerződéskötés miatt, mivel a rendszer erre nem volt képes.

Nagy üzletek esetében természetesen érdemes volt ilyen sok

kesítési szerződések személyes felülvizsgálatára, továbbá a pénzügyi osztály is figyelemmel tudta kísérni a megrendeléseket és az engedélyeket. A BPM rendszer nem egy állandó termékek és folyamatokat tartalmazó statikus rendszer, hanem egy dinamikus rendszer, amely képes hosszútávon alkalmazkodni a vállalat folyamataihoz és árazási rendszeréhez is.

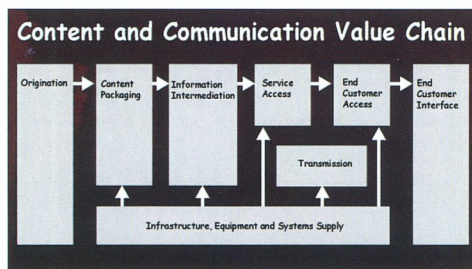
## Az értéklánc újradefiniálása

Ha elvontokatunk annak részleteitől, hogy mit, hogyan, kiknek a bevonásával és milyen feladatok elvégzésével publikálunk, akkor azt látjuk, hogy sok esetben nem csak új résztvevőkkel találkozunk, hanem a meglévő résztvevők szerepei is változnak a publikálás következő állomásában.

Az értéklánc nem más, mint vállalatok, források, a tudás és a szállítás értékeinek láncolata a végfelhasználóig. (lásd 10. ábra) Ez a koncepció nem csak a publikálásban létezik. Az értékláncok egyesítik szállítói-lánc-folyamatokat minden iparágban, az ügyfelek igényeinek feltérképezésétől a termék- és szolgáltatásfejlesztésen keresztül, a gyártásig és a szállításig, beleértve az első-, második- és harmadfokú szállítókat.

A publikációs technológia és folyamat következő hulláma sokféleképpen definiálja újra az értékláncokat. A legtöbb vállalat a következőkben fog változásokat érzékelni:

- A tartalomforrások, amelyeket publikálnak
- A megcélzott hallgatóság igényei
- A média csatornák, amelyeket alkalmaznak
- A szerepük az értékláncban
- Mások szerepe az értékláncban
- A funkciók, amelyeket házon belül vagy kívül végeznek
- A kihelyezett feladatok szolgáltatói
- A funkciók belső fejlődése



10. ábra Tartalmi és kommunikációs értéklánc. Az ábra illusztrálja a publikálás következő hullámának alaptevékenységeit és azok sorrendjét. Ezek a tevékenységek magukba foglalják az internetet, a mobil eszközöket és a hagyományos médiát. Az értéknövelő tevékenységek balról jobbra követhetők, mint az eredet, a tartalom csomagolása, az információ közvetítése, a szolgáltatás-hozzáférés, a továbbítás, a végfelhasználói hozzáférés, a végfelhasználói felület. Az alsó koc-kában találhatóak a szervezetek, amelyek a működés feltételeit biztosítják, mint az infrastruktúra, a berendezések és a rendszerek.

a vállalatok számára, hogy változtassanak a kommunikációs módszereiken, miközben folyamatosan változtatják a termékeiket és a szolgáltatásaikat.

**LexisNexis.** Az üzleti folyamatirányítási rendszerek a médiaiparban az üzlet nem kreatív területein sikeresek. A média vállalatok háttérfolyamataiban és más ágazatokban is elfogadottak, és úgy tűnik, mintha a kreatív folyamatok az üzleti folyamatirányításának az előfutárai lennének.

A LexisNexis számára az értékesítés növelésének az egyik mozgatórugója a vállalat engedélyezés alacsony hatékonysága volt. Habár a vállalatnak megszabott árai vannak, az értékesítő munkatársak olykor változ-

embert bevinni a folyamatba. Ugyanakkor a LexisNexis üzlete általában közepes nagyságrendű, így a folyamatok nem voltak túl hatékonyak. Sok üzleti lehetőség volt, de az árazás folyamata speciális munkát igényelt, hogy elkerüljék az értékesítő munkatársak túl nagy engedélyeket adó üzletkötéseit.

A BPM specialista Intalio segítségével a LexisNexis egy külön szoftverfelületen jelenítette meg az árazási szabályait. Ennek következtében az értékesítők bizonyos határokon belül önállóan tudnak ajánlatot készíteni és vannak olyan esetek, amelyekhez további speciális jóváhagyás szükséges. Így a LexisNexis költséget és időt tud megtakarítani, mivel nincs már szükség az érté-

- A funkciók külső fejlődése
- Az együttműködés (és a folyamatintegráció) szintje  
A 10. ábra szemlélteti a változásokat. Az ábrában használt kifejezéseket kiegészítjük a következőkkel:
- A tartalom forrásai magukba foglalják az írókat, a kiadókat, a könyvtárakat és a vállalatokat. A tartalom lehet vagy már létező vagy éppen aktuálisan létrehozott. A létező tartalmak már publikáltak, így elérhetők, például egyidőig megjelentetett segítségével. Az aktuálisan készített tartalmakat az elkészítés után vásárolják meg az információs hálózaton keresztül.
- A tartalom csomagolása a tartalmat -egy vagy több médiában történő továbbításához- önti megfelelő formába. A szerkesztés és a gyártás tipikus folyamatok. A csomagolás a választott média csatornák kényszerei miatt speciális.
- Az információ közvetítők tárolják és továbbítják a tartalmat. Bizonyos esetekben átalakítják és személyre szabják azt, és a végfelhasználó szempontjai szerint csomagolják.
- A szolgáltatás-hozzáférés az ügyfél igényének összekapcsolása a tartalomszolgáltatóval a továbbítási csatornán keresztül. A hagyományos kiadásban ezt a szerepet a kereskedők végzik. Az interneten keresztül az ISP, a vezetékes vagy a mobil szolgáltató végzi.
- A továbbítás a tartalom szállításának módját jelenti. Nagyon sok szereplője van ennek a folyamatnak és sok – a fizikai és a digitális - lehetőség a továbbításra. A továbbítás általában egy láthatatlan folyamat a végfelhasználó számára.
- A végfelhasználóhoz való eljutás a tartalom továbbítását jelenti a végfelhasználóhoz. Egy rakárban ez szabad polc és a média termék formájának kérdése. Az elektronikus kereskedelem vagy e-mailben történő rendelés esetében ez

virtuális folyamat, amelyet a termék fizikai szállítása követ. Egy 4G-s világban (következő generáció, gyors mobil és vezetékes digitális kommunikáció), ahol minden és bármi képes lebonyolódni interneten keresztül, a végfelhasználóhoz való hozzáférés történhet házi szórakoztató rendszereken, mobil eszközökön, számítógépen vagy rengeteg mindennapos használatú készüléken, eszközön keresztül.

- A végfelhasználói felület vonatkozó a média formátumra és az interaktivitásra, amelyek meghatározzák az ügyfélnek a tartalommal kapcsolatos élményét. Az olvasóknak jól átgondolt elvárásai vannak a nyomtatott termékekkel való egymásrahatás illetően. Használóan, a személyi számítógépek grafikai felhasználói felületekre vonatkozó egyezményei és szokásai is széles körben elfogadottak. A játékoknak, a digitális eszközöknek és a fogyasztói elektronika-knak is megvannak a saját felhasználói felületekre vonatkozó egyezményei, amelyek persze folyamatosan fejlődnek.
- Az értékláncban belül elhelyezkedő szervezetek - amelyek feladatok az infrastruktúráért, a berendezésekért és a rendszerekért - biztosítják a hardvereket és a megfelelő szolgáltatásokat a publikációs környezet következő hullámának működése és irányítása érdekében.

### SÁVSZÉLESSÉG ÉS ÉRTÉKLÁNC

Az értéklánc átrendeződésének a kulcs technológiai mozgatórugója a kommunikáció sávszélessége. Vessünk egy pillantást a magas sávszélességű fogyasztói telekommunikáció jövőjére Ázsiában, illetve, hogy pontosan mi zajlik manapság Dél-Koreában. A népesség több, mint felének több, mint három éve van szélessávú hozzáférése. Az 1999-től 2001-ig terjedő három éves idő-

tartam alatt, amikor is a szélessávot széleskörűen elfogadták Dél-Koreában, az online játékok 650 százalékkal nőttek és a teljes játékipiaci részesedése 2 százalékról 21 százalékra nőtt. Mivel Észak-Amerika és Európa is követte Dél-Koreát a szélessáv elterjedésében, a játékban történő változások - amelyeket Dél-Korea már tanúsított is - jelezték, hogy a fogyasztói szórakozás hogyan fog változni az egész világban. A játék átmeneti előre jelezhetik az értékláncok változásait, amelyek a publikálás egyéb területein általánosak lesznek. A játékoknak szoros kapcsolatuk van a közvetítő eszközök és az alapjukat képező technológia, valamint a gyártási folyamatok között.

**A dobozotok a szolgáltatósközig.** A szoftver videó játékok értéklánca a publikációk értékláncához hasonlóan alakult: a kiadók, a fejlesztők (mint például az Electronic Arts) és a kereskedők (mint például az Electronic Boutique) bevételeiknek körülbelül a hetven százalékát dobozos termék értékesítéséből szerezték meg. A szélessávú internetes infrastruktúra (és majd még ebben a században a 4G-s gyors vezetékes és vezeték nélküli digitális kommunikáció) fejlődésével az értéklánc jelentősen megváltozik. Az internetes letöltés meghatározó továbbítási mechanizmus lesz. A szélessávú internetes játékok vezető szórakozási formává fognak kifejleszteni. A játékok maguk pedig a játékosok és a játékfejlesztők csapatok folyamatos fejlesztésének lesznek eszközei. (lásd 11. ábra)

Számos irányzat van hatással a következő generációs játékok értékláncára, amely a tartalom és a kiadás más területeit is befolyásolja.

Eredetileg a játékok egy önálló végfelhasználói gépre készültek. Manapság a tendencia, az olyan többszereplős játékok irányába mutat, amelyek egy alaperforrásra épülő tartalmi és lo-

gikai szinten átalakíthatók egy több szereplős, több helyszínes alkalmazással. Ez a megközelítés elkülöníti az alaptartalom ábrázolását, a karakterek viselkedését, a nehézségi szinteket, a digitális hatásokat, a grafikkát, a hangokat és a termékszálítási infrastruktúrát, továbbá egységesíti az eszközöket.

Sok új játék egyre inkább saját felülete lesz önmagának és olyan nyitott környezetet biztosító, játékra optimalizált operációs rendszerré válik, amelyre újabb professzionális alkalmazásokat fejleszthetnek még akár külsős, független fejlesztők is. Tendencia figyelhető meg olyan gépek fejlesztésének az irányába is, amelyek állandó játéktípusokat lehet fejleszteni, mint például a real-time stratégia, a verseny, vagy az örökké népszerű lövöldözős játékok, mint a CounterStrike, a Diablo, a StarCraft és a Warcraft.

A játékok fejlesztése egyre inkább horizontálisan különül el, mivel inkább jellemző a B2B együttműködés, a kielégetett szakemberek és az átmenetileg foglalkoztatott fejlesztő csapatok alkalmazása - a házon belüli munkatársak helyett.

Ilyen értelemben a játékok egyre inkább hasonlítani fognak a mozihoz. Sőt, a játékfejlesztők és a továbbított felületek integráltak és egységesíthetők lesznek, így a stúdiók és a fejlesztő házak "szerkesztő műhelyek" válnak, ahol fejlesztendő elemeket elkülönítve kezelik. Ez lehetővé teszi a játékok verzióinak (például nehézségi fokozatok szerint) az önálló értékesítését, a különböző verziók tartalmának ismételt felhasználását és olyan új játékok fejlesztését, amelyek hasznosítják a már létező játékok tartalmát, játékfelületét és a továbbítási megoldásait.

A felhasználók által fejlesztett elemek rendkívül fontosak a többszereplős online szerepjátékos játékoknál (MMORPGs-mas-

sive multiplayer online role-playing games), ahol a játékosok sok időt és energiát fektetnek abba, hogy a saját karaktereiket és az elképzelt világot megalkossák. Mivel ez egy érzelmi befektetés<sup>1</sup> is, ezért a többszereplős online szerepjátékos játékokat (például az EverQuestet vagy az UltimaOnline-t) általában előfizetés útján lehet elérni, amiért a kiadó vagy a közvetítő rendszeres jogdíjat kap.

Az útkeresés a nagyobb árbevételhez e termékekkel illetően nem új keletű dolog. Ami más a játékok esetében, az az új tagok bekerülése az értékláncba. Az új tagok közül az egyik a negyed-

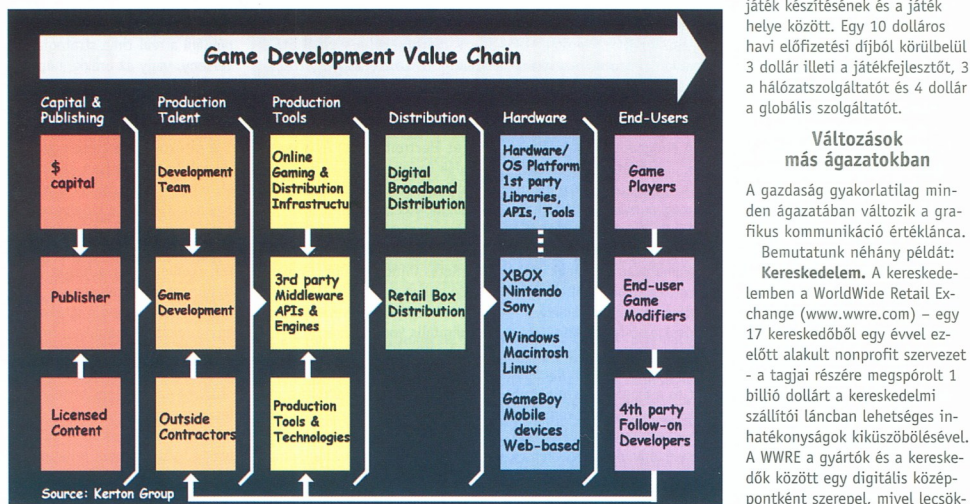
fokú fejlesztők megjelenése. Ők a játékosok egy-két százaléka, akik egy forgalmazott játékot módosítanak, vagy bővítenék, és részt vesznek az árbevételhez jutás folyamatában.

A mindent átható játéklémények globális növekedése egy másik kulcsfontosságú tendencia. A termékek egyre inkább áthidalják az eszközöket és kiaknázzák a vezeték nélküli technológiákat, hogy az embereket bárhol elérjék és összes igényüket kielégítsék. Amint a széles-sávú alkalmazások lesznek a legkedveltebb módjai a játékok továbbításának, az értékláncban is új lehetőségek jelennek meg. Az

áruházi értékesítést kiegészítve a játéklejlesztők elektronikus kereskedelemmel vagy havi előfizetéssel közvetlenül is értékesíthetnek a végfelhasználóknak. Dél-Koreában több, mint 25 000 számítógépes kávéház működik, ahol a játékosok annyit fizetnek, amennyit ténylegesen játszanak. A szélessávú szolgáltatók egy harmadik csatorna lesz a játékok közvetítésében. Ők a játékokhoz egy belépési díjat fognak felszámolni, ezen kívül előfizetési díjat vagy tényleges játékdíjat kell még fizetni.

Ezeknek az üzleti modelleknek két fontos szempontjuk van: a szélessávú szolgáltatások elér-

hetősége és a többszereplős online játékok infrastrukturális berendezéseinek színvonala. Dél-Koreában a Korea Telecom és a Hanaro Telecom sikeresen bevezette az online játékosoknak a DSL szolgáltatásokat, úgy, hogy a játékkal töltött idő díja a havi DSL számlában jelenik meg. Észak-Amerikában különböző vállalatok - mint például a K2 Network - egy új szereplővel bővítik az értékláncot: létrehozták a "játékok globális szolgáltatását" a szélessávú szolgáltatók részére. Ezek a globális szolgáltatók centrális és regionális központokból működtetik a játékokat, ezáltal biztosítják a zökkenőmentes kapcsolatot a játék készítésének és a játék helye között. Egy 10 dolláros havi előfizetési díjból körülbelül 3 dollár illeti a játéklejlesztőt, 3 a hálózatszolgáltatót és 4 dollár a globális szolgáltatót.



### Változások más ágazatokban

A gazdaság gyakorlatilag minden ágazatában változik a grafikus kommunikáció értéklánc.

Bemutatunk néhány példát:

**Kereskedelem.** A kereskedelemben a WorldWide Retail Exchange ([www.wwr.com](http://www.wwr.com)) – egy 17 kereskedőből egy évvel ezelőtt alakult nonprofit szervezet – a tagjai részére megszerezte 1 milliárd dollár a kereskedelmi szállítói láncban lehetséges inhatékonyságok kiküszöbölésével.

A WWRE a gyártók és a kereskedők között egy digitális központi szerepet, mivel lecsökkenti a kereskedők és a gyártók között alkalmazott "mindenkimindenkivel" kapcsolatokat bonyolultságát. Szolgáltatásainak részésként a WWRE működtet egy globálisan hozzáférhető digitális eszközirányító rendszert, ahol koncepció elemeket lehet megosztani, vagy például a kereske-

1. Kinóban januárban egy per kezdődött egy játékos károsulása miatt, mivel elvezette a játékban kifejlesztett karaktert egy szerver összeomlása miatt.

11. ábra A játéklejlesztés értéklánc

Balról jobbra haladva a következőket mutatja be az ábra:

- A tőke és a publikálás utal a befektetést összes forrására, a kiadó vállalatokra és a szellemi tőkére, amelyet lehet, hogy egy bizonyos játékhoz licenszelenek.
- A gyártási képesség magába foglalja a fejlesztőket, a tervezőket és a művészeket. Itt a szerződéses csapatok és a belső fejlesztők, továbbá a kihelyezett speciális feladatok elvégzői között van ingázás.
- A gyártási felület utal a tartalomgyártó eszközök szállítóira, a játéklejlesztő berendezésekre, a személyre szabható erőforrásokra és a gyártásvezető eszközökre. Magába foglalja még a fizikai könyvtárakat, az eszközkészletet, a 3D-s renderelő gépeket, az interaktív audió eszközöket és az online játékok infrastruktúrájához szükséges összeköttetést. A gyártási felületek irányzata a kereskedelmi eszközök felé halad és nem a személyre szabható eszközök felé, továbbá elkülönül a játéktartalom és a játékgép, a gyártási eszközök pedig integrálódnak a végfelhasználó eszközeivel.
- A továbbítás magába foglalja szélessávú továbbítás szolgáltatóit, az online játékszállítást és a kereskedelmi továbbítást.
- A hardver utal a berendezések szállítóira, a játékszatalokra, a személyi számítógépekre és a mobil játékeszközökre.
- Végül a végfelhasználó a játékosokat, a játékmódosítókat és a mostanában előretört negyedfokú fejlesztőket jelenti.



dők a hirdetésekhez, a raktári bemutatókhoz termékreklámokat találnak. Ez a rendszer nem csak pénzt takarít meg, de rengeteg időt is, mivel rövidebb a termékfejlesztés és a kiadói ciklus ideje is, így a kereskedőknek több idejük van például a reklámok elkészítésére.

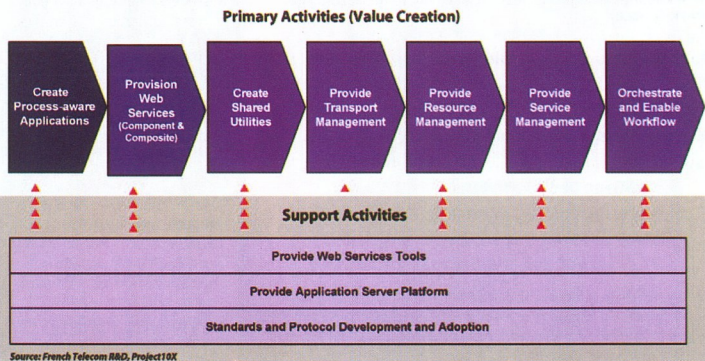
**Telekommunikáció.** A telefon közszükségleti árucikk lett. Egyre inkább elterjednek a szélessávú szolgáltatások a fogyasztói elvárások átformálása érdekében és így új utak nyílnak új szolgáltatások felé, amelyek további bevételforrásokat jelentenek. Ezek az új szolgáltatások nagyon változatos tevékenységeket fognak felölelni. A 12. ábrán mutatjuk be ezeket.

**Igníyítás.** Csökken az igény az ofszet nyomtatásra. Az ülcetes nyomtatók ellensúlyozzák ezt a tendenciát és újraértékelik a tevékenységeiket. Fejlesztik a kereskedelmi nyomtatást és a dokumentum-gyártó tevékenységeket, amelyek magukban foglalják az ügyfelek nyomtatott anyagainak kezelését és a reklámkampányok lebonyolítását is. Foglalkoznak továbbá igény szerinti digitális nyomtatással, Web-alapú ügyletekkel és az ügyfelekhez kapcsolódó nyomonkövető rendszerrel is. A digitális szállítói lánc automatizációja az ügyfélnek időt és pénzt takarít meg, valamint lehetővé teszi az előnyben részesített partner számára, hogy növelje ügyfelei részére a nyomtatást. Ez a stratégia kifizetődő a nagy vállalatok számára, mint például a Moore-Wallace vagy a Quebecor, valamint kisebb nyomtatók számára, mint például a New England-i LaVigne.

## Összefoglalás

A világon 5 000 vállalat teszi ki az összes nyomtatás és média hozamának több, mint ötven százalékát. Szembesülve a rövidebb termék- és információs ciklusokkal, továbbá a roha-

## Network Services Enabling the Value Chain



12. ábra Hálózati szolgáltatások az értékáncban. Az ábra a hálózati szolgáltatók által adható tíz szolgáltatáskategóriát mutat be, amelyek lehetővé teszik, hogy az új tartalom-értékáncba beilleszkedjenek.

mosan növekedő média csatornák számával - a média a költségek csökkentésére és a gyorsabb piacra-jutásra törekszik. Ugyanakkor szeretnének hatékonyabban kommunikálni - kevesebb hibával, állandóbb márkahírnévvel, pontosabb üzenetekkel és a marketing kampányok jobb eredményeivel.

Régebben a nagy vállalatok által tartalomkészítésre használt rendszerek, valamint a vezetői, a gyártási és a tartalom közvetítő folyamatok nem voltak kellőképpen a vállalat többi rendszerébe integrálva. Manapság már az alaptevékenység folyamatainak még hatékonyabbá tétele érdekében nagy erőfeszítéseket tesznek, hogy az üzleti rendszereiket összekapcsolják a tartalmi rendszerekkel és a média-kommunikációs folyamatokkal. Ezáltal a költségcsökkentési rendszerek kapcsolatban állnak a nyomtatási beszerzéssel és az igény szerinti nyomtatás szállítása fontos eleme az ügyféllel történő személyre szabott kommunikációnak. A következő hullámú publikációs technológiák által szolgáltatott hálózati szolgáltatások szerkezet megkönnyíti ezeket az integ-

rációkat, és sok lehetőséget terem majd a tartalom értékáncának újraértelmezéséhez.

A kereskedelmi médiavállalatok is változásban vannak. Sok csatornás megközelítést alkalmaznak a termékeikhez és a szolgáltatásaikhoz, új tartalmi termékek felületeket építenek, és új kapcsolatokat létesítenek az új média áttöréséhez. A következő években - mint a vállalati kiadók is - dinamikus erővel fognak új médiatemákat előállítani és a belső folyamatokat is rohamosan megváltoztatni, mintegy válaszul az ügyfelek igényeire.

A publikációs technológiák következő hulláma - csakúgy, mint a korábbi változások - drámaian fognak hatni a kiadók mindkét típusára és az összes szállítóikra és a partnereikre is. Igyekezünk bemutatni, hogy a hálózati szolgáltatások jelenlegi változása a gazdaság minden ágazatát érinti a vizuális kommunikáció összes típusán keresztül: az ügyfélorientált hirdetésektől, játékoktól és a médiától kezdve az üzleti publikációkig, a web-oldalokig és az információs szolgáltatásokig. Világ-

szintű ez a változás. A hatása egyaránt felszabadító és elsöprő győzelem lesz. A bemutatott példák jelzik, hogy a forradalom elkezdődött. Időt vesz igénybe a teljes megvalósítás. A publikációs technológiák következő hulláma át fogja alakítani a kiadói folyamatokat, újra fogja értékelni az üzleti tevékenységeinket és ki fog derülni, hogy hogyan boldogulunk mindezekkel. Amint vettük ezeket az akadályokat, ez a változási hullám ki fogja jelölni a következőt - a tartalom revolúcióját.

Mills Davis és Mark Walter

A szerzőkről:

**Miles Davis** a Project10X ügyvezető igazgatója. Kutató és ágazati tanácsadó több mint két évtizede. David a folyamat-megújulás, technológiai befektetéssel és stratégiai partnerválasztással elérhető nyereségfejlesztésre összpontosít. Korábban ő vezette a Digital Roadmaps Projectet és a HiFi Color Projectet.

**Mark Walter** a The Seybold Report szerkesztője és a Next-Wave Publishing Technologies projekt vezető Seybold elemzője.



## KÓTYA-VETYE

Adok-Veszek

Hirdető Neve: .....

Címe: .....

Telefonszáma: .....

Hirdetés 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 jogtisztá szoftverek csere-beréjét. A beküldött kótya-vetyék felkerülnek az Almalap honlapjára is. Ha ez utóbbira nem vágyasz, akkor kérelek, jelezd! A kótya-vetve kapcsán megadott adataidat semmilyen módon nem használjuk fel, adjuk tovább és bizalmasan kezeljük.

## KÓTYA-VETYE

**iBook G4** 14.1 / 933 Mhz / 256MB RAM / 40GB / Combo + egér OS X 10.3-as szoftverrel, fehér, tökéletes állapotban eladó! Árban megegyezünk!  
Érd: 06-20-329-1521 vagy TothL1@chello.hu

**PowerMac 7600 G3** prociaval eladó  
Processzor: Sonnet G3  
250MHz/512k cache Memória: 208 MB RAM, 4MB VRAM HDD: 1,2GB Quantum SCSI -> Mac OS 9.1 magyar + 4GB Quantum SCSI -> YellowDog linux 3.0 Alaplapra integrált hálókártya (AAUI-15, 10Base-T) 3 PCI slot Sztereo audio in/out Video bemenet (RCA és SVHS) SVGA átalakító PC-s monitorhoz, billentyűzet, egér. Telefon: 06 20 9368570  
E-mail: daxko@pannongsm.hu

**Dainippon Screen DT-S 1030Ai**  
Drum scanner using 4 PMTs  
Scanning area of 10" x 12" Scans reflective and transparent originals  
Negative originals require optional Negative Scanning Extension Kit  
Resolution from 100 to 5200dpi  
3.9D density range Drum speed of 300, 600, or 1200 rpm (automatically selected) Single pass AI feature automatically determines highlight and shadow points, and sets up scanner for optimal results  
4th PMT performs optical unsharp masking Automatic aperture setting Includes Photoshop Plugin and Batch scanning utility for Macintosh SCSI interface  
Dimensions: 35.7"W x 9.1"H x 18"D, Weight: 99lbs  
Ár: 1 100 000 Ft  
E-mail: jozsas@jetset.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](mailto: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 számrá, 4000 Ft-ért, postaköltséggel együtt.
- Az előfizetési díjat postautalványon egyenlitem ki, kérem, küldjenek részemre postautalványt.
- Az előfizetési díjat számla ellenében átutalással egyenlitem 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:

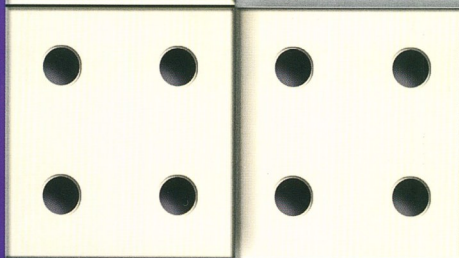




## ECRM B3, B2, B1 Mako CTP berendezések:

- Manuális, félautomata kivitel
- Maximális lemezméretek:  
Mako 2: 560 x 670 mm  
Mako 4: 645 x 927 mm  
Mako 8: 1050 x 824 mm
- Termelékenység:  
18 db. B/3 lemez óránként @ 2540 dpi (Mako 2)  
20 db. B/2 lemez óránként @ 2540 dpi (Mako 4)  
15 db. B/1 lemez óránként @ 2540 dpi (Mako 8)
- Maximális felbontás: 3556 dpi, 200 lpi
- Viola lézer technológia
- Kis helyigény
- TIFF1 input (CT Server)
- Harlequin Level III RIP
- EPSON, HP, stb. ProofReady RIP plugin

Segítünk  
megtalálni  
a párját,



## Fuji LP-NV fotopolimer nyomólemez

- Akár 200 lpi (jelenleg az egyetlen fotopolimer lemez, mely használható ezen a felbontáson)
- UV festékekkel beégetés nélkül használható
- Hosszú hívófolydék élettartam
- Környezetbarát eljárás
- Könnyű hívógéptisztítás
- Tökéletes FM rács nyomtatás
- Magas nyomásbírás

lépésesen  
tovább  
hogyan

 FUJIFILM

  
bauer+bauer  
hungária kft.



internet



multimédia

# www.szoftver.hu



grafika



e-világ