



Els?re az iPad is hülyeségnek t?nt

2014 augusztus 15. Flag

Sz?veg m?ret

Mentés

-
-
-

- [0](#)

Még nincs értékelve

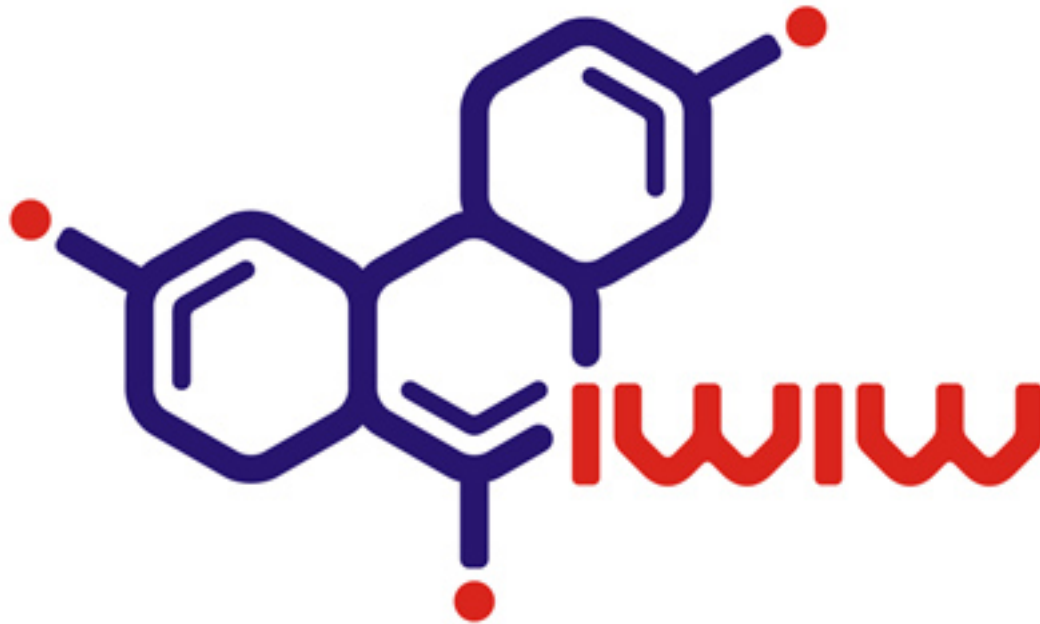
Mérték

A gy?ztes sokszor nem a járt út szerinti jobb, hanem az ismeretlen, de jelenlegi igényekre rezonáló másik. Tófalvy Tamás publicisztikája az augusztusi Forbesból.

Június 30-án bezárt az iWiW, a világ egyik els? és jó ideig Magyarország piacvezet? online közösségi hálója.

Mindössze nyolc évvel azután, hogy az akkori T-Online a piaci viszonyokhoz képest döbbenetesen sok pénzt, egymilliárd forintot fizetett érte. A vég közismert magyarázata, hogy az üzlet megkötésekor még távolinak és veszélytelennek tűnt? Facebook időközben gigantikus globális vállalattá nőve bekebelezte az összes helyi vetélytársat, így az iWiW-nek sem lehetett semmi esélye ellene. De a magyarázat így még nem teljes.

Az iWiW-et valóban a Facebook győzte le – de nem ugyanaz a Facebook, mint ami 2006 áprilisában, az egymilliárdos üzlet megkötésekor létezett. A Facebook alig pár hónappal később, szeptember 6-án vezette be a News Feed funkciót, átalakítva az addig statikus platformot egy folyamatosan frissülő tartalomszolgáltató aggregátorra, gyökeresen megváltoztatva a közösségi háló, majd pár évvel később gyakorlatilag az egész online médiapiac természetét.



Az iWiW ekkoriban egy, a maga nemében tökéletes közösségi háló volt. Mindent tudott, amit csak egy ilyen platform tudhatott. Elég, ha csak arra visszaemlékszünk, hogy a máig kísérleti stádiumban lévő facebookos „Graph Search” (azaz részletes keresés az emberek között) iWiW-es megfelelője anno milyen pontossággal működött. Amire az iWiW – és a Telekom – nem volt felkészülve, az nem egy fejlettebb közösségi háló megjelenése volt. Hanem az, hogy a közösségi háló mint olyan átalakul egy másfajta platformmá, ahova az emberek már nem a kapcsolatok feltérképezésére-keresgélésére, hanem közösségi tartalomfogyasztásért mennek.

Steve Jobs 2010. január 27-én, az Apple szokásos szertartásán mutatta be az első iPadet. A táblagép valamivel később, április 3-án került a boltokba, rövidesen az Apple legsikeresebb termékévé, később a teljes személyi számítógép kategória felforgatójává vált. Ebben a formájában ez egy meglehetősen zökkenőmentesen hangzó történet. Az Apple kifejlesztett egy, a versenytársainál sokkal jobb eszközt, amivel ebből következően le is tarolta a piacot. De ez csak a teljes sztori egy része.

Amire nem sokan emlékeznek, de az internet szerencsére igen: a bemutató és a forgalomba hozatal között eltelt a két hónapban az egész technológiai szakma egységesen röhögte ki az Apple táblagépét, és jósolta meg annak gyors kimúlását. Szó sem esett innovációról, jobb eszközről, új korszakról és hasonló dolgokról. A Wired, a Gizmodo, a Mashable, a CNet és a Guardian vagy a Huffington Post techrovata is egymást túllícitálva közölte a „8 dolog, ami szar az iPadben”, „5”, illetve „10 dolog, ami hiányzik az iPadből” és hasonló című cikkeket. Az eszköz teljes értelmetlensége mellett érvelő írások többek között azt kifogásolták, hogy az iPaden nincs USB-kimenet, nem lehet rajta multitaskingolni, nem lehet bővíteni a memóriáját, és egyébként is, a neve is vicces, és a szerkezet nem több, mint egy négyszeres méretű iPhone, csak éppen telefonálni nem lehet rajta.

Az iWiW bukásának és az iPad e különös korai fogadtatástörténetének legalább két nagyon fontos, a technológia, a kultúra és az üzlet meglepő összefüggéseire rámutató üzenete van. Az egyik a technológiai fejlettség és fejlődés relativitása. A táblagép korai kritikái szerint az iPad egyszerően rosszabb készülék volt az akkori átlagos laptopoknál. Azért, mert nem rendelkezett azokkal a tulajdonságokkal, amelyeket elvártak tőle, viszont volt pár olyan funkciója, amelyeket senki nem gondolt fontosnak.

Ennek az ellenkezését a modell későbbi sikere sem bizonyította be: azt viszont igen, hogy az iPad egy *másik* technológia, amelyről csak használatában derülhetett ki, hogy nagyon is tömeges igényeket elégít ki. Az Apple nem azzal vitte sikerre az iPadet, és nem azzal roppantotta meg a személyi számítógépek szegmensét, hogy kijött egy jobb, fejlettebb modellel, hanem azzal, hogy egy alternatív modellt dobott piacra. Hasonlóan nem azzal mosta le a pályáról szinte az összes addig jelentős közösségi hálót a Facebook, hogy csinált egy jobb változatot, hanem azzal, hogy átértelmezte a szolgáltatást, és létrehozott egy másféle platformot.

A fejlettség relativitásából az is következik, hogy a nagyon szigorúan technológiainak tűnő igények sokszor nem a technológiáról szólnak, hanem mélyen a kultúrában gyökereznek. A 19. századi kerékpárokat tömör gumikerékkel szerelték fel, a felfújt gumikerekeket egységesen nevetségesnek gondolta a közvélemény. Aztán a huszadik század fordulója környékén a helyzet megváltozott, és rövidesen a felfújt gumikerék vált a normává. Mi történt?

A tömör gumis korszakban az emberek alapvetően szabadidős tevékenységként szemlélték a biciklizést, és nem volt szempont, hogy a kerékpár különösebben gyors legyen. De amikor egyre népszerűbbé váltak a nagy biciklisversenyek, és azokon a felfújt kerekű modellek egyre jobb eredményeket kezdtek elérni, fokozatosan előtérbe került egy új kulturális szempont: a gyorsaság. Ez aztán a fejlesztéseket és az eladásokat is alapvetően meghatározó elvárássá vált, a célt jóval hatékonyabban szolgáló felfújt kerék pedig alapértelmezett tulajdonsággá.

Kulturális beidegződéseink – felhasználói szokásaink, tapasztalataink, tudásunk, elképzeléseink, vágyaink, igényeink – alaposan elrehozalozzák technológiai fantáziánkat. Hajlamosak vagyunk inkább valami olyat elképzelni jobbnak, fejlettebbnek, ami az addig ismert világ folytatása. Ez az ösztön viszont sokszor csalóka, a mindennapi életben és az üzletben egyaránt, amit a gyakorlat pillanatok alatt megcáfolhat. Legyen szó akár bicikliről, közösségi hálóról vagy számítógépről, a múltban gyökerező elvárások nem mindig tükrözik a jövőbeli lehetőségeket, így az aktuális igényeket sem. A győztes sokszor nem a járt út szerinti jobb, hanem az ismeretlen, de jelenlegi igényekre rezonáló másik.

Egy technológia piaci sikerének titka sokszor éppen abban rejlik, hogy megkérdőjelezve a szokásos technológiai hagyományt ezekre az éppen aktuális, élő kulturális igényekre érez rá – és ez legalább olyan nehéz feladat, mint kifejleszteni magát a technológiát.

Tófalvy Tamás a BME tanársegédje, az SZTE kutatója, az MTE főtitkára)

(A kutatás az Európai Unió és Magyarország támogatásával, az Európai Szociális Alap társfinanszírozásával a TÁMOP 4.2.4.A/2-11-1-2012-0001 azonosító számú „Nemzeti Kiválóság Program – Hazai hallgatói, illetve kutatói személyi támogatást biztosító rendszer kidolgozása és megkövetése konvergenciaprogram” című kiemelt projekt keretében valósult meg.)

<http://forbes.blog.hu>

Tisztelt olvasók! Legyenek olyan kedvesek és támogassák "lájkkukkal" a **Flag Polgári Magazin** facebook oldalát, a következő címen: <https://www.facebook.com/flagmagazin>
- Minden "lajk számít, segíti a magazin működését!

Köszönettel és barátsággal!

www.flagmagazin.hu

DR. DRÁBIK JÁNOS
100 ÉVVEL TRIANON UTÁN
DVD A trianoni győzeletről tabumentesen



„Egy film amelyet minden
magyarnak látnia kell”

Ajánló
