
Pintér Róbert

iPhone vs. Android

<http://www.iphonevsandroid.hu>

Wax Kultúrgyár

2010. április 8.

Új korszak a mobilkommunikációban

Bár szakértői becslések és mérések alapján egyelőre csak néhány százezer embernek lehet idehaza csúcskategóriának számító érintőkijelzős okostelefonja – mint amilyen az iPhone, az Androidos készülékek, a Blackberry vagy a HTC –, a nemzetközi trendek és a hazai adatok is azt mutatják, hogy jelentős térnyerés előtt állnak az okostelefonok. A legfejlettebb piacokon (például az USA-ban) várhatóan 5 éven belül az összes eladott mobil okostelefon lesz. Szintén 5 éven belül várható, hogy többen fognak a világon mobiltelefonon internetezni, mint számítógépen. Ehhez az egyre gyorsabban terjedő okostelefonok adják a muníciót. Az Ericsson számításai szerint már 2009 végén új korszak kezdődött a mobilkommunikációban: globális szinten a mobil-adatforgalom meghaladta a hangátvitel forgalmát. A 400 millió mobil-szélessávű előfizetés jelenleg nagyobb adatforgalmat generál havi szinten, mint a világ 4,6 milliárd mobil-előfizetőjének összes beszélgetése.

Az iPhone 2007-es debütálása óta az okostelefonok piacán az Apple határozza meg az irányt, és diktálja a fejlődési iramot, azonban az Android operációs rendszer megjelenésével igazi kihívója akadt. Az iPhone és az Android között az utóbbi 1 évben kibontakozó párharcot igen sokan érdeklődéssel figyelik, az egyszerű laikus felhasználóktól kezdve a mobilos világ üzleti szereplőin keresztül a mobilplatformok fejlődéséből pénzt remélő fejlesztőkig. A laikusnak tekinthető felhasználók arra kíváncsiak, hogy milyen készüléket érdemes megvásárolniuk, amely még 1-2 év múlva is jól működik, megfelelő termék-támogatással bír, és nem elhanyagolható módon trendinek is számít. A mobiltelefonijában meghatározó üzleti szereplők azt fürkészik, hogy milyen jövőbeli trendek várhatók az iparágban, és azok hogyan befolyásolják a saját vállalkozásuk sikerét. Végül a fejlesztők elsősorban annak eldöntésében várnak segítséget, hogy melyik mobilplatformra érdemes fejleszteni – vajon koncentrálják az erőforrásaikat egy platformra, vagy akkor döntenek jobban, ha megosztják azt. Végeredményben ez a közös érdeklődés hívta életre az első magyarországi iPhone vs. Android konferenciát (a továbbiakban IVSA)¹, amely plenáris és tematikus előadásaival mindhárom csoport igényeit megpróbálta kielégíteni, érzésem szerint sikerrel. Erre utal az is, hogy a 2010 áprilisában lezajlott 1 napos rendezvény vé-

¹ Az IVSA a rendezvény nevében található szavak első betűinek összeolvasásából fakad, amelyet a rendezők alkottak elsősorban azért, hogy a *Twitter* mikroblog-szolgáltatáson gyorsan és röviden lehessen címkézni a konferenciához kapcsolódó bejegyzéseket (így könnyebben lehetett visszakeresni és olvasni őket). Ez a beszámoló részben a *Twitter*en a rendezvény napján elérhető #ivsá címkéssel ellátott bejegyzések felhasználásával készült.

gig telt házzal zajlott (több mint 200 résztvevővel), illetve ez olvasható ki a helyszínről *Twitter*en beszámoló résztvevők megjegyzéseiből is.

Mobilhasználati trendek idehaza

A konferenciák világban bevett szokásoktól eltérően az IVSA-t nem egy politikus vagy egy, a rendezvényt támogató szponzor köszöntője nyitotta, hanem a mobiltrendekkel, a jelenlegi helyzetképpel foglalkozó előadás, amelyet jelen sorok szerzője tartott, mintegy kontextusba helyezve az egész témát. Az előadás először a nemzetközi trendeket ismertette (például a legnagyobb mobil operációsrendszerek elterjedtségét, az érintőkijelzős okostelefonok előretörését, készülékeladási adatokat, okostelefon-használati trendeket, várható jövőt stb.), amivel segített a globális kontextus felrajzolásában.² Az előadás második része ezeket a globális trendeket helyezte lokális kontextusba az Ipsos magyarországi online kérdőíves felmérése alapján, amely a hazai internetezők mobilhasználati szokásait vizsgálta. A kifejezetten erre a rendezvényre készült kutatás adatai ezen a konferencián váltak ismertté a szakmai közönség számára.

A márciusi vizsgálat alapján úgy látszik, hogy robbanás előtt áll az érintőképernyős mobiltelefonok piaca idehaza, a mobilizók közel 40%-a saját bevallása szerint érintőkijelzős telefont választ majd következő készülékének, ha teheti. A hazai felhasználókat azonban nem igazán a telefon operációs rendszere érdekli, 75%-uk nem is tudja, mi fut a telefonján. Számukra – érthető okokból – a használhatóságon van a hangsúly. A közeljövőben emiatt várható, hogy a készülékgyártók és a mobiltelefon-szolgáltatók a mobilplatformokat is – mint amilyen az Android – kommunikálni fogják idehaza, mivel egyre fontosabbá válik mindenki számára, hogy milyen telefonja van. Ennek ugyanis alapvető hatása lesz arra, hogy mire fogja tudni használni a zsebében lapuló kütyüt, érdeke lesz tehát tudni róla. Alapvető átalakulás előtt áll ugyanis a mobiltelefon-használat, jelenleg heti rendszerességgel használja a magyarok többsége a mobiltelefonját telefonálásra, SMS-írásra, ébresztőóraként, számolásra, naptárnézegetésre – tehát a már megszokott klasszikus dolgokra. Az újfajta, okostelefonokra jellemző alkalmazásmódok azonban még nem terjedtek el – mint amilyen a böngészés, levelezés, alkalmazások letöltése, könyvolvasás, RSS, blogolás. Ezeket jelenleg csupán az emberek kevesebb mint 10%-a használja heti rendszerességgel, de fokozatos térnyerésük várható.

Az átlag-mobiltelefonelőfizetők ezt az egész folyamatot leginkább az érintőképernyős telefonok megjelenésével azonosítják, és azzal a dilemmával, hogy érintős vagy nyomógombos telefont vásároljanak-e, ha eljön a csere ideje. Az okostelefonokra való átváltás idehaza is elkezdődött, igen sokan – a felhasználók 40%-a – érintőkijelzős telefont választ legközelebb, ha megteheti. Ez egyébként egybecseng a globális trendekkel is, a Nielsen adatai szerint az amerikai válaszadók 45%-a állította, hogy legközelebb biztos, hogy már nem az egyszerű „butamobilok” közül vásárol. A telefonok átlagos 1–3 éves lecserélődési idejével számolva tehát hamarosan tömegével fognak minket körbe-

² Ennek ismertetésétől itt hely hiányában eltekintենék, egyrészt mivel ezen beszámoló felvezető soraiiban már visszaköszöntek, másrészt, mert a diák bárki számára szabadon elérhető az interneten is (Pintér Róbert: Álmodnak-e a telefonok elektronikus bárányokkal? – Mobilhasználati trendek idehaza és a nagyvilágban: <http://www.slideshare.net/hirbehozo/pinter-rbert-mobil-trendek>)

venni az érintőképernyős okostelefonok. Az érintőkijelzős okostelefonok magyarországi elterjedésére azonban alapvető hatással lesz a készülékek árazása, jelenleg ugyanis az előfizetők kétharmada nem hajlandó többet adni egy új mobiltelefonért 30 ezer forintnál. Egyelőre tehát az olcsóbb, egyszerűbb készülékek térnyerése várható.

Miért fejleszt a Sanoma iPhone-ra?

A nemzetközi és a hazai trendek ismertetése után több plenáris előadásra és kerekasztal-beszélgetésre került sor – illetve egy kisebb teremben a kifejezetten fejlesztőket érintő témák kerültek terítékre. A szponzorok standján pedig kézbe lehetett fogni a legfrissebb újdonságokat, például androidos készülékeket.

A trendeket bemutató előadás után rögtön példát kaphattunk arra, hogy az ilyen adatok hogyan fordítódnak le üzleti döntésekre. A Sanoma médiavállalkozás képviselője, Menno Biesiot elmondta, hogy bár az iPhone 11%-os részesedéssel bír a készülékek számát tekintve, a mobilinternetes adatforgalomból mégis 65%-ot hasít ki, míg a 49%-os részesedéssel bíró Symbian csupán 7%-nyi internetforgalmat generál. Ezért jelenleg a Sanoma az iPhone-ra koncentrál, mivel itt található aktív, fizetőképes kereslet, de sokat várnak az Android megerősödésétől is.

Azt is megtudhattuk a Sanomáról, hogy mobilalkalmazásainak fejlesztése során milyen elveket tart szem előtt: igyekeznek minél egyszerűbb és egyetlen kulcsfunkcióra koncentráló alkalmazásokat készíteni. Mindezt egy példával is illusztrálták az előadásban, a Sanoma legújabb, iPad alá készült fejlesztéséről, az Auto Week magazinjáról láthattunk egy csillogó-villogó videót. Ebből kiderült, hogy hogyan lehet egy papíralapú autós magazint innovatív módon képernyőre szabni, új hirdetési lehetőségekkel, pluszinformációt szolgáló mozgóképekkel, virtuálisan körbejárható autósodákkal... Miután a konferencia idején jelentek meg az első iPadek Magyarországon, az alapvetően iPhone telefonnal rendelkező fejlesztőkből álló közönséget kisebb lázba hozta ez az alkalmazás. Ehhez hozzásegített az is, hogy néhány irigyelt kiváltságos iPad-tulajdonos első alkalommal jelent meg nyilvános eseményen új szerzeményével, így sokan ki is próbálhatták az ismerősök gépét.

Mobilinternetet mindenkinek!

A videós prezentáció után a gyártók és a szolgáltatók ültek közös kerekasztalhoz – a Motorola, a Vodafone és Magyar Telekom. Kiderült, hogy számukra nem annyira az iPhone és az Android szűken vett párharca az érdekes, hanem az a folyamat, ahogy a mobil egyre meghatározóbb internetes használati eszközzé válik. Így még ha közvetlenül nem is profitálnak az iPhone térnyeréséből – mivel az csupán egyetlen szolgáltató kínálatában található meg hivatalosan –, az Apple által elindított fejlődés mindegyikük számára érzékelhető. Ebben a fejlődésben egyrészt úgy vehetnek részt, ha fejlesztik a 3G-s mobilhálózatok lefedettségét, elérhetőségét, másrészt ha olyan készülékkínálatot és tarifacsomagokat alakítanak ki, amely minél több előfizető számára teszi – elérhetővé a mobilinternet igénybevételét.

A szolgáltatók jelen lévő képviselői szerint a magyarokat egyelőre kevésbé érintette meg a kis képernyős (mobilkészüléken folyó) internetezés, a mobilnet hazai, viszonylag gyorsnak tekinthető térnyerését elsősorban az USB-modemek vásárlása hajtotta előre. Viszont 2010-ben ez a lendület várhatóan kifulladásra, az érett piacon a további fejlődést a mobilkészüléken való netezés és az ehhez kapcsolódó szolgáltatások jelenthetik, így várható, hogy a közeljövőben erre fognak koncentrálni. Fontos látni azonban, hogy a jelenleg kapható, mobilinternetezésre alkalmas készülékek árszintje túl magas az átlag magyar előfizetők számára, akiknek a 30 ezer forint jelenti a lélektani határt. Ezt az árszínvonalat a szolgáltatók szerint talán idén karácsonyra, de még inkább 2011 karácsonyára fogják tudni elérni.

Végezetül elhangzott, hogy az embereket joggal nem érdekli a mobiljukon futó operációs rendszer, mivel ez az információ egyelőre semmilyen pluszértéket nem hordoz a számukra, viszont ha csak 2-3 mobilos platform marad a közeljövőben, akkor ezekre koncentráltan lehet majd fejleszteni, és az új, hasznos alkalmazásokra már várhatóan „harapni fognak” a felhasználók is. Tehát nem az operációs rendszerek, hanem a hasznos alkalmazások, funkciók az érdekesek.

Sikeres fejlesztők felől a világ

A szolgáltatók és gyártók után a fejlesztők nézőpontját ismerhettük meg. A fejlesztőket a Nav N Go, a hazai sikertörténetnek számító Ustream és a fejlesztői körökben jól csengő névvel bíró LogMeIn képviselte – mindahányan nemzetközileg kedvelt, elismert alkalmazásokkal vannak jelen többek között az iPhone AppStore-jában. A Nav N go elsősorban a GPS-készülékekre gyártott eddig navigációs szoftvereket, de jól látható, hogy a navigációs ipar egyik meghatározó fejlődési trendje a mobiltelefonok elterjedése, ami lehetőség, de egyúttal kihívás is a cég számára, mivel így nemcsak a nagy készülékgyártókkal vannak üzleti kapcsolatban, hanem közvetlenül a végfelhasználóknak is tömegesen értékesítenek szoftvereket.

A Ustream (ejtsd: júsztím) „hagyományos” webes start-up céggént indult, jelenleg több okostelefon-platfornon is elérhetőek a termékei, amelyek video streaming szolgáltatást tesznek lehetővé mobilkészülékek segítségével. Jelenleg három iPhone-al alkalmazásuk kapható, amelyeket 2010 áprilisáig több mint 2 millió alkalommal töltek le, az Androidon pedig 300 ezer feletti letöltésnél járnak.

A LogMeIn fejlesztése távoliszámítógép-elérést tesz lehetővé távirányítással, mobiltelefonon keresztül. Bár az alkalmazást 30 dollárért kezdték el árulni – ami körülbelül 10-20 szorosa a szokásos bevett alkalmazásáraknak az iPhone AppStore-ban –, mégis a 30 legnépszerűbb alkalmazás között található, és nagy sikert ért el.

Miután a cégek meglehetősen eltérően működő iparágakban dolgoznak, a közös témát általában a fejlesztésben találták meg. Elmondták, hogy Magyarországon nehéz jó iPhone-fejlesztőket találni, PHP-s webfejlesztő fejlesztő sokkal több van. Nagyon sokan indulnak a játékfejlesztés irányából (például ez volt a helyzet a Nav N go esetében is). Erre a helyzetre megoldás lehet, ha valaki saját fejlesztési képzést indít – ahogy a Ustream tette. A webfejlesztőkhöz képest egyébként jobban keresnek a telefonos fejlesztők, feltéve, hogy megfelelő minőségben képesek dolgozni.

Népszerű a mobilos fejlesztés a BME hallgatói körében

A képzésről esett szó később is, Forstner Bertalan, a BME oktatója a Műszaki Egyetem mobiltelefon szoftverekkel kapcsolatos képzési gyakorlatát, a jelenlegi oktatási programokat mutatta be röviden. A 13 szakirány közül a mobilos az egyik legkeresettebb, idén például már négy mobilplatformról tanulhatnak az egyetem hallgatói.

Kiderült, hogy nagyon sokan érdeklődnek a mobilos nyelvek, a kapcsolódó fejlesztési környezet megismerése iránt, így hamarosan várható a megfelelően képzett fejlesztőmérnökök belépése a piacra. Forstner meglátása szerint a mobiliparban sokáig egyeduralmú Javához hasonló nyelv várhatóan nem lesz a közeljövőben, de az iPhone, az Android, valamint a Nokia és az Intel közös új mobilos operációs rendszere, a MeeGo is remek lehetőségeket rejt.

Nemcsak a kütyük, hanem az életünk is megváltozik

Természetesen egy ilyen rövidre szabott beszámolóban nem lehet minden előadásra és kerekasztalra kitérni. Nem mehetünk el azonban szó nélkül a délutáni program legprovokatívabb és lefelgondolkodtatóbb előadása mellett, amelyben Máder Miklós Péter, a Magyar Telekomtól vallásszociológiai kiindulópontból vezette végig, hogy az iPhone és az Android közötti harc tulajdonképpen vallásháborúként értelmezhető, ahol az Apple képviseli a zárt, katolikus hitrendszert, míg az Android a reformátor szerepében újítja meg a mobillal kapcsolatos világnézetet.

A beszámoló befejezéseként azonban hadd emlékeztessünk arra, hogy az iPhone és az Android közötti vetélkedésnek van egy készülékplatformokon, márkákon és a kütyükön túlra mutató vetülete, ami sokkal fontosabb, mint maguk a készülékek. Ez pedig az, hogy ez a folyamat végső soron az életünk megváltozásáról szól. A mobiltelefon alapvető fontosságára akkor ébredhetünk rá, amikor véletlenül otthon felejtjük a készülékünket, és egész nap a nélkül kell boldogulnunk. Ma már sokak számára sem a magánéletben, sem a munkahelyen nem lehetséges mobil nélkül megszervezni a mindennapokat. Az okostelefonok elterjedésével egyszerre leszünk még inkább a mobilunkra utaltak, de egyúttal lehetőséget is kapunk arra, hogy egyszerűbbé tegyük az életünket, vagy bárhol és bármikor kikapcsolódhassunk, kommunikálhassunk barátainkkal, ismerőseinkkel. A mobiltelefon az elsődleges internet eszközzé válik az előttünk álló évtizedben, és mindig kéznél lesz, így még nagyobb hatást fog kifejteni a mindennapjainkra.

CONTENTS

Andrea Koltai

Little tigers' big surprise – The evolution of telecommunication based on Gartner's hype cycle theory

From the practical aspect and based on the American Gartner's hype cycle analyzing tool and Rogers' theory on the diffusion of innovations this paper is studying the evolution of mobile applications. After having located the different value added services on the hype cycle curve, i.e. defining their level of evolution, it provides a definitive overview about some of the different mobile communication technologies and also presents the most relevant belonging key performance indicators (e.g. usage penetration, traffic generated, income etc.) – taking examples especially from the countries of the Asian-Pacific region. The descriptive work is a kind of status report on the market situation of the most popular information and communication technology (mobile communication).

Keywords: hype cycle, diffusion of innovations, mobile technology, mobile application

5

Ferenc Hohl

Financial sustainability of telecottages

Telecottages can be the communities' answer to the digital disparity. The central issue of the telecottage movement is sustainability. The biggest issues of telecottages are – amongst many – the financial and economic sustainability. Sustainability are significantly influenced by the way of operation, and, at the same time, comparing the pricing with the opinions of telecottage leaders, it can be determined that there is no direct link between the pricing and the way of operation, although most of them declared to work non-profit. It is important – from the point of view of sustainability – that the sales revenue usually can cover only – of the total cost, the remaining – is covered by sponsors and tenders. Sustainability of telecottages is highly influenced by the current subsidy policy, the dependence on tenders. Telecottages operate in such economic environment, where a business venture does not sustain. Thus it is not a realistic expectation that telecottages should operate economically and self-sustainably – governmental participation is necessary. Telecottages are not viable without intervention and subsidy. This is due to the fact that telecottages have such purposes – to enhance providing equal opportunities – that commercially cannot be financed.

Keywords: telecottage, financial sustainability, digital divide

27

Iván Székely The right of oblivion in the Information Society. Salute of Miklós Havass	38
---	----

RESEARCH REPORT

The eVITA technological platform	41
---	----

Best practices in Hungarian e-health	45
---	----

Piroska Fazekas

Telemedicine: healing or guidance?

What kind of effect of the traditional doctor patient relationship has on contacts with all much media society? How the media and the internet usage affect these more millennial contacts and the communicational attitudes? In the traditional doctor patient relationship contact, there is a strong emotional involvation, because the doctor is in a direct connection with the patient's body, from time to time.the anamnesis may gain an insight into the intimate stories in the course of its uptake with the patient's body. In this new situation we may talk about cure not just counsel merely. The patient still will be in dependency relation in the future, but the public health slow service provider turning into a system, requires new behaviours, from the part of both halves. To this cause, it is essential the suitable self-managing and the marketing system, but on this part even the health care – hygienic employees should be more trained.

Keywords: e-health, telemedicine, user attitudes

48

OBITUARY

László Z. Karvalics

Recollection, heritage and program: in memoriam
James R. Beniger

53

REVIEW

Ádám Gaugecz

Riding long waves. Bo Göransson, Johan Söderberg Long waves and information technologies – on the transition towards the information society

57

CONFERENCE

Róbert Pintér

iPhone vs. Android. Wax Kultúrgyár, 2010. április 8.

61

ENGLISH SUMMARIES OF THE PAPERS

66