

18. Kommunikáció az interneten: portálok, közösségi portálok (7.1)

Definiálja a portál fogalmát, adja meg melyek egy portál jellemzői!

Soroljon fel hármat és mutassa be az egyiket részletesebben!

Milyen fontosabb szolgáltatásokkal rendelkeznek az említett portálok?

Definiálja a közösségi portál fogalmát!

Mondjon három példát közösségi portálra és mutassa be az egyiket részletesebben!

Milyen fontosabb szolgáltatásokkal rendelkeznek az említett portálok?

Portálok

Fogalma

Eredetileg olyan webhely, amely a felhasználó számára minden szükséges információt közvetlenül tartalmaz, úgy hogy azt a felkeresett lapon találja meg a felhasználó, vagy közvetve úgy, hogy a felkeresett lap linket tartalmaz a kérdéses információt hordozó helyre. Neve is erre utal: kapu, bejárat, kiindulópont a web böngészéséhez.

A portál fogalma meglehetősen elterjedt, ezzel együtt soha nem volt egyértelműen meghatározott. A kilencvenes évek közepén jelentek meg azok a webhelyek, melyeket úgynevezett tartalomszolgáltatók üzemeltettek (ezen helyek eredeti neve gateway: kapualj vagy kapubejárat). A kezdeti próbálkozások után néhány év leforgása alatt részesedésük a lebonyolított internetes forgalomból számottevő lett. Létük gazdasági megalapozottságát a hirdetési piacból való domináns részesedésük (később pedig a portálok fejlődésével megjelent online kereskedelmi funkciók használata) teremtette meg.

Sok esetben egy-egy összetettebb site-ot, webhelyet is portálnak neveznek, kérdéses azonban az, hogy ez helyénvaló-e. A webnek mára számottevő a kereskedelmi értéke, minden piaci szereplő igyekszik megjeleníteni webhellyel, melyek olykor valóban igen összetettek lehetnek. Szűkebb értelemben azonban csak azokat a helyeket nevezzük portálnak, amelyek híreket, fórumot, keresőt, ingyenes levelezési lehetőséget, fórumozási lehetőséget, esetleg elektronikus kereskedelmi lehetőséget tartalmaznak.

Egy portál létesítése és fenntartása nem egyszerű és nem is olcsó vállalkozás. A szereplők egy része a hagyományos médiának (is) szereplője, hisz az eszközök és a célközönség is hasonló. A portálok közül néhány egyfajta fúzió eredménye: sok tipikusnak mondható szolgáltatást nem a portál tulajdonosa hoz létre, hanem felvásárol olyan kis cégeket, akik ezeket a szolgáltatásokat korábban indították és üzemeltették.

Szolgáltatások

Egy jól bejáratott (nagy látogatottságú) portál számos szolgáltatást tartalmaz. Mivel egymásnak konkurenciái, gyakran ugyanaz a szolgáltatás található meg ezeken. Olykor egyedi sajátosságokkal is találkozhatunk. Ha olyan új szolgáltatás bukkan fel valamely portálon, amely fokozza a látogatottságot, akkor az hamarosan a többi portálon is meg fog jelenni. A legfontosabb, szinte minden portálon elérhető szolgáltatások a következők:

Kereső

Sok portál webkeresőből fejlődött ki. Ezek saját keresői adatbázisukat teszik elérhetővé. Ezzel szemben a legtöbb csak a saját (hír)anyagai közötti keresést biztosítja.

Hírek

A portálok többsége hírportál, tehát fő szolgáltatása a hírszolgáltatás. A híreknek természetesen csak egy része saját hír: igen sok a másodközlés, például a hírügynökségektől vásárolt anyag. A hírek mindegyik portálon csoportosítottak. Szokásos kategóriák: külföld, belföld, gazdaság, tudomány, kultúra, sport, bulvár. A rovatok, egészében pedig a hírek felépítése nagyon hasonlít a hagyományos sajtó szerkezetére. A portálok hír része és a hagyományos napilapok online megjelenése sok formai és tartalmi rokonságot mutat.

Ingyenes levelezési és tárhely-szolgáltatások

A regisztrációt követően szinte mindegyik portál lehetővé teszi webes levelezés használatát. Egyes portálok tárhelyet is biztosítanak, ahova HTML-anyagok feltölthetőek. (A regisztrációnak más előnyei is vannak a portált üzemeltetők számára, ezért szinte mindegyik portál lehetővé teszi.) A szolgáltatás a felhasználónak nem kerül pénzébe, de közvetve ez a szolgáltatás nem ingyenes: a webmail igénybevétele során a felületen különféle reklámokat kell a felhasználónak elviselni. Éppen emiatt gyakorta nincs is lehetőség POP3/SMTP elérésre – ekkor a webes reklámfelület nem lenne értékesíthető –, illetve amennyiben mégis van, akkor a levelezőszerver a kiküldött levelek végére is illeszt reklámfeliratot. A webszolgáltatás igénybevétele során is így vagy úgy, de a megjelenített lapok tartalmazznak reklámot.

Blog

A web egy egészen új szolgáltatása a nyilvános, publikus webes napló vezetése. (Egyes vélemények szerint neve a web és log szavak összevonásából származik.) Népszerűsége is, jelentősége is fokozatosan nő. Ma még nem általánosan elterjedt az, hogy egy portál blogmotort is tartalmazzon. Mivel azonban ez egy gyorsan terjedő alkalmazás, a portálok, látogatottságuk fenntartása és növelése érdekében várhatóan ilyen szolgáltatásokat is integrálni fognak. (Egyesek kimondottan korszakhatárnak, a web 2.0-s változata megjelenésének tekintik azon változásokat, amik sorába a blog megjelenése és elterjedése illeszkedik.)

Online kereskedelem

Az internet használatának biztonságát megteremtve lehetővé vált az online kereskedelem. Mivel ez egy gyorsan bővülő üzlet, ezért a piacorientált portálok ezt a szolgáltatás is magukba integrálják. Ma még nem minden portálról érhető el ilyen szolgáltatás, illetve ahol van, ott csak bizonyos termékek kínálata található meg. A haszon lehetősége nagy, az online kereskedelem speciális háttérrel igényel: az informatikai háttér – felhasználó, áru, tranzakció azonosítása – mellett banki elérés is szükséges.

Vitafórumok

Egy webhely látogatottságát nagyban növelheti, ha vitafórum is elérhető rajta. A portálok ebből a megfontolásból tartalmazznak szinte kivétel nélkül fórumokat. Ezek többszintű struktúrák: a főbb csoportokat a webhely karbantartója határozza meg, de eléggé rugalmasan ahhoz, hogy a bármilyen témának helyet lehessen találni. A fórumok esetében visszatérő probléma a moderálás és az anonimitás. A fórumot népszerűvé és ezért látogatottá teszi, ha nincs sok korlátozás, ez viszont felveti a webhely fenntartójának jogi, olykor büntetőjogi felelősségét is.

Személyre szabhatóság

Nem különálló szolgáltatás, de eléggé elterjedt komfortjellemző az, hogy a portálok a regisztrált felhasználók számára lehetővé teszik a helyestre szabását. Ennek során meghatározhatják azt, hogy milyen témák jelenjenek meg a portál felkeresésekor és melyek ne. A felhasználó haszna nyilvánvaló, a portál üzemeltetőjének a haszna pedig a regisztrációban van. Így a felhasználó már nem teljesen anonim, legalábbis szokásai ismertek. A regisztrációs kérdőív olykor meglehetősen részletes. A felhasználó előképzettségére, lakhelyére, érdeklődésére a vásárlási szokásainak, motivációjának felderítése miatt van szükség. A haszontalan reklám kidobott pénz, de ha a portál tudja, hogy a felhasználót mi érdekli, ennek megfelelő reklámokat mutathat felé. Ezáltal célzottabb reklámmal lehet őt elérni, amely emeli a reklámfelület értékét.

Példák

Yahoo: yahoo.com

Az egyik legrégebbi portál jellegű webhely. Valaha webkeresőként indult, majd más szolgáltatások beépítésével bővült portállá. A szokásos funkciók mellett erős az online kereskedelmi rész. Ehhez hasonló a Lycos, az Excite is.

MSN: msn.com

A közismert szoftvergyártó, a Microsoft online szolgáltatása ez a portál. Formája természetesen egyedi, szolgáltatásai, tartalma viszont sok hasonlóságot mutat más, hasonlóan inkább szórakoztatásra semmint precíz kész tájékoztatásra szakosodott portálokkal.

Index: index.hu

Mára igen kiterjedt lapsokaság. A nyitólapja híreket tartalmaz, illetve sok linket tartalomorientált lapjai (mellékletek) felé. Ezek egy szűkebb témával foglalkoznak, pl. autók, bulvár, informatika stb. A nyitólapról érhetőek el a portál úgynevezett mutációi, blogjai, valamint a fórumai. Specialitása e portálnak a mutáció: ez egy-egy térség híreire fókuszáló „helyi” kiadása. Több tartalomorientált blogja van, ezek egyfajta, nem mindig teljesen objektív (ettől blog) kritikái írások gyűjteményei egy-egy témakörben. Online kereskedelem erősen korlátozott (utazás, könyv).

Origo: origo.hu

Klasszikus portál, több komponens egybedolgozásával jött létre. Fenntartója, a legnagyobb hazai távközlési szolgáltató, egy keresőt (Altavizsla) és egy híreket tartalmazó lapot (Origo) olvasztott egybe egy ingyenes levelezőhellyel (Freemail), melyet mástól vásárolt meg. A lap szinte minden szolgáltatást tartalmaz, ami egy portáltól ma elvárható. A hírektől kezdve fórumokat, blogokat, ingyenes levelezési lehetőséget, egyszerűen minden ma ismert portálkelléket tartalmaz. Intenzív a reklám megjelenése.

STOP: stop.hu

Egy internetes hozzáférést, webhostingot, tartalomszolgáltatást biztosító cég portálja. Ez is több webhely integrálásával keletkezett, és meg is maradt így. A portál sok szolgáltatást más helyek elérhetővé tételével biztosít.

Közösségi portálok: myvip; iwiw, facebook

Közösségi portálon olyan oldalakat értünk, ahol az emberek közösséget alkotnak. Ez nagyon sokrétű lehet. A portálokra általánosan jellemző, hogy saját profilt hozhatunk létre, képeket, információkat, videókat oszthatunk meg, ismerősöket gyűjthetünk. Manapság az internetes kommunikáció a keresőmarketing egyre fontosabb eszközei.

IWIW a magyar közösségi portál

Az **iWiW** magyar ismeretségi hálózat, mely 2002-ben kezdte meg működését. A rendszerbe csak meghívással lehet bekerülni. A közösségbe új tag akkor léphet be, ha a korábban beléptek közül valaki az iWiW rendszeréből meghívólevelet küld neki, és ő regisztrálja magát. Regisztrációkor a nevét és e-mail címét tárolja el a rendszer, de további adatokat is meg lehet adni, mint például születési dátum, foglalkozás vagy az általános-, közép-, főiskola, egyetem, ahova járt.

Facebook

A **Facebook** amerikai alapítású ismeretségi hálózat, amely 2004.-ben kezdte működését. A világ egyik legnagyobb ismeretségi hálózata. A rendszer használata ingyenes, hozzá csatlakozni meghívás nélkül, egyszerű regisztrációval lehet. A felhasználók létrehozhatnak egy személyes profilt, kapcsolódhatnak ismerőseikhez, csoportokhoz és rajongói oldalakhoz egyaránt, valamint üzeneteket válthatnak és eseményeket szervezhetnek. Az üzenőfalon keresztül híreket, információkat, weboldalakot és videókat is megoszthatnak egymással. Városok, munkahelyek, felsőoktatási intézmények vagy régiók (például *Magyarország*) által szervezett közösségekhez csatlakozhatnak, és érhetnek el bennük másokat.

Like gomb

A *like*, magyarosan *lájk* gomb a Facebook egyik legismertebb fejlesztése. A szó jelentése: „tetszik”. A Facebook 2009-re fejlesztett ki egy alkalmazást, amelynek a „like” nevet adták. A gomb feladata az, hogy az emberek tetszésüket fejezhessék ki általa egy adott dolog, vagy termék kedvelése kapcsán. A gomb használatával egy kattintással jelezni lehet a tetszésnyilvánítást, nincs szükség hosszabb véleményezésre. A kezdeményezésnek az adta a háttérrel, hogy egy sokkal személyesebb kapcsolatot akartak kialakítani az addigi helyett a honlapok látogatói számára. Természetesen a szöveges véleményezés lehetősége továbbra is fennmaradt.

A kattintás által a Facebook üzenőfalán megjelenik, hogy a felhasználó kedveli a szóban forgó oldalt. A megjelenés által terjed Facebookon belül az oldal linkje. A honlapon, ahol a gombot elhelyezik, megjelenik a tetszésnyilvánítások száma. Az ismerősök neve megjelenik a gomb alatt, amennyiben nekik is tetszik az oldal.

A „Like” gomb megnyomása után már egy egész történet kerül az üzenőfalunkra egy lekicsinyített képpel együtt, sőt még megjegyzéseket is fűzhetünk hozzá.

A gomb használatának veszélyei

A Facebook „tetszik” (like) gombjának használatával a közösségi oldal működtetői követni tudják a felhasználók szokásait, netes viselkedését.

Questions

2011-ben megjelent egy új szolgáltatás *Questions - Kérdések* néven. A szolgáltatás lényege, hogy az üzenőfalán bármely felhasználó tehet fel kérdést a válaszok pedig egy ún. bővíthető szavazás formájában érkeznek. Segítségével gyors szavazást indíthatunk egy adott téma körül, pl. *Hol van a legjobb hamburger New Yorkban?*. Megjelölhetjük vele azokat a barátokat, akiktől választ várunk és így az egyre terjedő kérdéskörben hamar megtalálhatjuk a választ. Magát a programot beállíthatjuk saját igényeink szerint, válaszadók száma, stb., mielőtt azonban megkezdjük használatát, legelőször is aktiválni kell.

Facebook Magyarországon

2008-ban elindult a Facebook magyar változata, mely hamarosan rendkívül népszerűvé vált. A fordítást magyar felhasználók végezték és ez a munka ma is folyik. A leglátogatottabb oldalnak a Túró Rudi bizonyult, míg a legtöbb felhasználót a médiában a Showder Klub gyűjtötte össze.