

Néha a túl sok sem elég.

Dean Landsman

**A .NET ámításként,
a HailStorm ezzel
szemben már csatába
hívó szóként hatott
a szakmai közvélemény
soraiban.**



© Kiskapu Kft. Minden jog fenntartva

Kinek a keze van a zsebünkben?

Abban az időben, amikor *Steve Jobs* még a NeXT-nél dolgozott, *Robert X. Cringely* beszélgetett vele egy PBS-különkiadásban, amit azután a *Számítógépszénik győzelme* címmel adtak le. A műsor Cringely könyvének (*Hogyan szereznek milliókat a Szilikon-völgyben dolgozó srácok, és miért nem tudnak csajozni?*) televíziós változata lett. Az adás legjobb pillanata az volt, amikor Cringely a Microsoftról kérdezte Jobsot.

Jobs hátradőlt, arcára öltötte leggúnyosabb mosolyát, és azt mondta: „Nincs ízlésük”. Ennyi: ezzel a két szóval Jobs nemcsak a Microsoftról mondott lesújtó ítéletet, hanem némi öndicséretig is elmerészkedett. Valóban, a Microsoftnak nincsen ízlése, Jobsnak viszont csak az van. Az ízléstelenség „bűne” ugyanúgy terheli a Microsoftot, mint ahogyan például a McDonald’sot – ez egyértelmű. Az már viszont kevésbé az, hogy milyen termékeket rejtenek el ízléstelen nevek és az „új lehetőségeket feltáró szolgáltatások” semmitmondó leírásai mögé. Vegyük például a .NET-et. Egy évvel ezelőtt jelentették be, és még ma sem tudja senki biztosan, hogy mit takar. Megjelenésekor *Joel Spolsky* és a hozzá hasonló nagyagyúok átverésnek minősítették: „Olvassuk csak el a szakmai leírásokat és máris láthatjuk, hogy az egész egy nagy humbug; a .NET valójában egy vékonyka ködréteg a FUD felszínén. Az égvilágon semmi újat nem hoz. Minél jobban próbálnánk kihámozni a leírásokból a lényegét, annál jobban kicsúszik a kezünkől az egész.” A HailStormmal más volt a helyzet. A .NET ámításként, a HailStorm ezzel szemben már csatába hívó szóként hatott a szakmai közvélemény soraiban. Amitől igazán felbolydult a méhkas, az a Passport (útlevél) nevű, ártatlannak tűnő szolgáltatás volt. Hallgassuk ismét Joelt:

„Csak én lennék az egyetlen, akit elborzaszt a Microsoft Passport ötlete? Az egész úgy tűnik számomra, mintha a Microsoft a világ legnagyobb, legsokoldalúbb vásárló-adatbázisát akarná felépíteni, majd hatalmas bevételre számítani annak kibányászásával. Óriási veszélyt jelent a magánjellegű internethasználatra. A Passport fényében a mai süti (cookies) az üzleti szellem kimondottan szelíd megnyilvánulásának tűnnek. A legremisztóbb az, hogy a Microsoft az egészet úgy hirdeti, mintha ezzel a vásárlók járnának jól, és az emberek beveszik ezt!”

Álljunk most meg egy pillanatra és vizsgáljunk meg két jól álcázott tény, melyek a Microsoftot segítették abban, hogy termékeiket a világ minden pontján megtalálhassuk. Először is nézzük meg, honnan indult az egész. A Microsoft a kezdetektől (1975-től) fogva a személyi számítógépek piacán terjeszkedik. A felhasználó az első, minden más csak ezután következhet. A nevükben lévő „Micro” szó sem véletlenül van ott. Másodsorban nagyon figyelnek arra, amit a felhasználók akarnak. Fogadni mernék, hogy amit egyetlen felhasználó javasol a terméktámogatáson ücsörgő ügyfélszolgálatosoknak, annak a Microsoft esetében jóval nagyobb esélye van a megvalósulásra, mint bármely más programfejlesztő cégnél. Egyszer a Microsoftnál dolgozó „fejesek” egyike elárulta nekem, hogy programjaik telis-tele vannak olyan szolgáltatásokkal, melyeket „pontosan egy, azaz egyetlen vásárló javasolt”. A legtöbb olyan céghez hasonlóan, amely milliók számára fejleszt programokat, a Microsoft is komoly bajban találhatja magát, ha vásárlóit egyszer csak nem ügyfélként kezdi kezelni, hanem valami másként. Nézzük csak meg a Passport címét
<http://www.passport.com/Consumer/default.asp>. „Consumer”, azaz fogyasztó. Igen, fogyasztó vagy. Sőt, *Jerry Michalski* szavával élve, egy „garat”, melynek az a feladata, hogy a futószalag végén álljon, a Nagy Gyárból érkező termékeket gondolkodás nélkül benyelje és pénzt ürítsen. Szánalmas lények ezek a fogyasztók. Nézzük csak a HailStorm ismertetőjének „A felhasználó-központú élmény születése” című részét, amely arról a szörnyüségéről szól, amit a Palm-OS-sel dolgozó szegény kicsi fogyasztóknak kell átélniük:
 „Ha barátaink új telefonszámát szeretnénk bevinni otthoni számítógépünkbe, akkor csak a billentyűzetre és egy programra, például a Microsoft Outlookra van szükségünk, és néhány jól ismert, megszokott kézmozdulattal elvégezhetjük a feladatot. De ha ugyanezen adatokat egy Palm Pilotra szeretnénk bevinni, akkor teljesen új kezelőfelületet kell megismernünk – olyan ez, mintha újra kellene tanulnunk a kézírást! Egy ilyen környezet, melyben a felhasználóknak kell megszokniuk a megoldásokat, és nem a megoldás alkalmazkodik hozzájuk, jelentős mértékben rontja az alkalmazások, honlapok hatékonyságát...”
 Na, vajon mi ez a szörnyüleges környezet? Úgy hívják: piac. Aggódó, szerető édes-

anyánk, a Microsoft viszont megkérdi tőlünk: de hát ki akar valódi piaci körülmények között élni? Hiszen az olyan zavaros. Olyan zajos. Túl sok benne a kereskedő, túl sok benne az okoskodó vásárló. Túlságosan valóságzagú. A fogyasztóknak rovarbábohoz hasonló körülményekre van szükségük, olyanokra, mint amilyeneket például a tévé is biztosít a számukra: egyirányú adatközlésre szolgáló csatornát, mint amilyenek a Mátrix hatalmas elemfeltöltő hálózatai is. A Mátrix oldaláról nézve a HailStorm jelenti a „szolgáltatásokat”, az elem oldaláról pedig a Passport:

„A HailStorm használatára képes eszközök és alkalmazások önműködően a megfelelő HailStorm-szolgáltatásokhoz csatlakoznak. Mivel az életünk részét képező rengeteg alkalmazás és eszköz egy általunk irányított, közös adattárral kapcsolódik majd össze, ezért a különböző szakmai megoldások, emberek, szolgáltatások közötti adatmegosztás biztonságossá és egyszerűvé válik (...) A HailStorm úgy épül fel, hogy a szolgáltatások között következetes átjárhatóságot és bővíthetőséget alakítson ki. Lehetővé teszi az általános azonosítást, üzenetküldést, elnevezéseket, közlekedést, biztonságot, szereptérképezést, adatmodellézést, méréseket és a hibakezelést valamennyi HailStorm-szolgáltatás között. A HailStorm dinamikus, megosztott, egyszerűsített XML tárolóhoz hasonlít. XML üzenőfelületeken (XMI-ken) keresztül érhetjük el, ahol a szolgáltatásfelületek hagyományos SOAP üzenetként valósulnak meg, melyek bemenő és visszatérési értékei XML formátumúak, és minden szolgáltatás a HTTP Postot támogatja üzenátviteli protokollként.” Természetesen ennek ára is van:

„A Microsoft a HailStorm-szolgáltatásokat üzleti alapon fogja működtetni. A HailStorm-szolgáltatásoknál valós működési költségek jelentkeznek majd. A felhasználóközpontú modellt veszélyeztetné, ha e kiadásokat például hirdetések bevonásával fedeznénk, így a szolgáltatásokat igénybe vevők – a végfelhasználók – válnak a Microsoft első számú bevételi forrásává. A HailStorm segít majd abban, hogy az Internet végfelhasználói előfizetési rendszerre alakuljon át, ahol a felhasználók fizetnek a megkapott tartalomért.” Más szavakkal: a Microsoft az Internet üzleti oldalát egyetlen nagy online-szolgáltatásá szándékozik egybeolvasztani. De nem a kábeltelevíziós rendszer mintájára, ahol a cső végén található dugóért fizetünk. Ő nem, hiszen te a *la carte* modellt szeretnél, ahol Te, az Elem fizetsz mindenért. Ez ugyebár jóval becsületesebb és hatékonyabb, mint a jelenlegi hitelkártyás rendszer, amely a végső tranzakció eladási oldaláról szép nagy szeletet vág le. Emlékszünk még arra, amikor a Microsoft fel

akarta vásárolni az Intuitot? A banki és hitelkártyás ügyletekkel foglalkozó vállalatok azonnal fellázdattak és eredményesen lobbiztak a szerződés megkötése ellen. A HailStorm éppen őket iktatja ki a játékból, szinte mind egy szálíg, de gyanítom, hogy elképzelésük sincsen arról, mi történik a hátuk mögött. Az átverés működőképesnek látszik. A fejlesztőket azonban nem lehet átverni. A Microsoft erre nem képes egyedül. Nézzük meg, hogy milyen csalit vetnek oda a kis halaknak:



➔ www.passport.com/Consumer/default.asp

„A Microsoft a fejlesztőktől is beszed némi pénzt, amely az általuk igényelt szolgáltatások és termékek költségeit fedezi. (...) A szolgáltatások működtetői szerződéses viszonyban fognak állni a Microsofttal (...). Ez a szerződés lehetővé teszi, hogy a szolgáltatást ártalmas célokra használókat kiiktassuk a rendszerből. A szerződés megkötéséhez és ezzel egyidejűleg a HailStorm szolgáltatások használati jogához szintén költségek kapcsolódnak.” Na, szépen vagyunk: körvonalazódní kezd a Microsoftnak behódoló programipar által felépített internetalapú kereskedelem, amely a Microsoft és a vele szövetséges fejlesztők által épített háttérrendszert fogja használni. Álljunk meg egy percre! Szeretném megjegyezni, hogy én itt és most nem egyszerűen a Microsoft ellen buzdítok. A mindenki által „fogyasztói szemlélet” névvel illetett elvet támogom, bár ha ezt pontosan akaránk megfogalmazni, akkor inkább „termelői szemléletnek” kellene neveznünk. Ez nem más, mint az a hit, hogy a Termelő megmondhatja a Fogyasztónak, hogy az mit akar. Néhány hónappal korábban ezeken az oldalakon a Dellt és a Gatewayt szapultam azért, mert honlapjaik látogatóira a választás lehetősége nélkül erőltetnek rá bizonyos termékeket. A HailStorm segítségével a Microsoft ezt a rendszert olyanná bővíti ki, ahol minden „garat” odaállhat bármelyik futószalag végére. A Windows rendkívül széles körű elterjedtségét figyelembe véve elmondhatjuk, hogy valószínűleg ez fog történni. Vagy legalábbis ezt szeretnénk. Nem azzal van a gond, hogy a HailStorm elvágja a piactól a versenytársakat, a közvetítő feleket vagy bárki mást. Magát a piacot

vágja el a működését biztosító forrásoktól. Megkerüli a bazárt. Azt dicsőíti és viszi tovább, amit *John Wanamaker* által az 1800-as évek végén feltalált árcédula óta a termelői szemlélet elér.

Nekünk, a többieknek egyetlen nagy kihívásunk maradt: ugyanazt kell tennünk a piaccal, mint amit a Nettel tettünk. Olyan, mindenki számára elérhető feltételeket kell teremtenünk, melyek a Matrixok építgetését lehetetlenné teszik. Ehhez természetesen szükségessé válik egy dolog, amihez eddig nem mindenkinek volt alkalma hozzászokni: az, hogy a kereskedelemről gondolkodjunk. Pontosabban: a piacokra találkozóhelyeként kell tekintenünk, nem pedig egyirányú, a termékek „bonyolítására” szolgáló terjesztőhálózatként.

Ez már csak a kulturális okok miatt sem lesz könnyű. *Eric S. Raymond* Homesteading the Noosphere című könyvében írja: „a betyárszemélyek különböző változatainak” egyik fontos közös vonása „a kereskedelmi programokkal és az ezeken nyereszkesző vállalatokkal szembeni ellenállás”. De a betyárok a Net építésében is tevékenyen részt vettek és vesznek, és az Internet olyan ígéretes terepet biztosított a vállalkozások számára, hogy milliószer milliós dollárokat fektettek bele, és ezzel az üzletágot olyan „kokainkúrának” tették ki, amelyből az csak hosszú évek alatt lesz képes felépülni. Nyilvánvaló, hogy a legtöbb befektetőnek elképzelése sem volt arról, hogy a betyárok valójában mire készültek. Eric S. Raymond 1999 elején, jóval a nagy összeomlás előtt a következőket mondta: „Mi, betyárok azt a célt tűztük ki magunk elé, hogy a hagyományos kereteken kívül működő új csatornákat hozzunk létre. Ezt nem a számítógépek tevékenységének melléktermékeként kell elképzelni, ez az 1970-es évek óta célunk volt. Ez tudatos forradalom.” A Linuxsal a fejlesztők számára építettünk bazárt. Most itt az idő, hogy mindenki számára építsünk egyet. Hozzunk létre a kereskedelem számára olyan rendszert, amelyet, akár csak az Internetet, senki sem birtokolhat, viszont mindenki használhat és bárki fejleszthet. Az igazi piacok nyilvános helyek. Nem kaparinthatjuk meg azt, ami működik, csak azért, mert mindenki számára elérhető. De ha nem lépünk színrre egy olyan rendszerrel, amely mindenkinél működik, akkor valakik hamarosan építeni fognak maguknak egyet. És abban nem lesz köszönet.



Doc Searls
(doc@ssc.com)
a Linux Journal szerkesztője és a Cluetrain Manifesto társszerzője.