

PRIHAJA SPLET 2.0

Pri programih in sistemih smo povsem vajeni različic. Zato se morda sprašujete, kdo za hudiča si upa prilepiti številko različice svetovnemu spletu?

Piše: Mitja Mavsar

mitja.mavsar@mojmikro.si

No, odkar je pojem prvokrat izustil neki spletni strokovnjak, se o tem res veliko govori. Spletni portali in blogi so polni debat o aplikacijah, ki naj bi naznanjale trend k drugačnemu spletu, ki ga ne sestavljajo več posamezne spletne strani, pač predvsem množica aplikacij, ki delujejo na podlagi prepletenih podatkov z množice spletnih mest.

V spletu 1.0 je majhno število piscev ustvarjalo posamezne spletne strani za veliko število uporabnikov. Splet so sestavljali posamezni ločeni dokumenti, ljudje pa so se navadili, da gredo po informacijo neposredno na spletno mesto določenega podjetja ali organizacije.

Sčasoma je spletno objavljane postalo tako enostavno, da so ljudje začeli spletne vsebine redno objavljati, ne le brati, kar so drugi napisali. Do danes, ko si lasten spletni dnevnik (blog) ureja že skoraj vsak računalniško pismen osnovnošolec, pa je na vsakem področju »naspletnjenih« že toliko vsebin, da nikakor ne moremo obiskati in prebrati vseh relevantnih spletnih mest.

Rešitev tega preobilja spletnih vsebin prinašajo aplikacije z značilnostmi spleta 2.0. Gre za aplikacije in vire podatkov, ki jih uporabniki uporabljajo drugače, saj do njih dostopajo, ne da bi sploh obiskali spletno mesto, od koder podatki izvirajo. Podatki se v spletu 2.0 pojavljajo v takšni obliki in na tistem mestu, kjer bralec to hoče, ali pa so poljubno (pre)urejeni v popolnoma drugačnem kontekstu in v povezavi z drugimi informacijami.

LOČITEV STRUKTURE, OBLIKE IN VSEBINE

Splet druge generacije zahteva upoštevanje najnovejših tehničnih standardov. Oblikovanje s tabelami in animiranimi datotekami gif se je s prihodom teh aplikacij dokončno uvrstilo v zaprašeni del spletne zgodovine. Standard spletnega oblikovanja je že nekaj časa označevanje CSS, torej s slogovnimi datotekami, s katerimi na enem mestu določimo prav vse oblikovne komponente spletnega mesta. Ta ločitev poenostavi oblikovanje, olajša namestitev sistemov za upravljanje vsebin in hkrati omogoči osredotočenje na vsebino spletnega mesta.

Vsebinsko v dobi spleta 2.0 je treba strukturirati tako, da je mogoče tržiti in »prodati« tudi le del informacij spletnega mesta, ne le celotno spletno mesto, kot je bilo to običajno v spletu prejšnje generacije. Ključno je programiranje kakovostnih spletnih aplikacij, zagotovitev urejevalnika vsebin in ne nazadnje

ustvarjanje vsebin! Dobri ustvarjalci vsebin, ki se znajdejo v spletnem okolju, postajajo čedalje pomembnejši.

AVTOR, PROSTOR IN OBLIKA SE UMIKAJO VSEBINI

V spletu 1.0 se je spletna mesta komuniciralo v celoti, saj so bila zgrajena statično, povsem po vzoru tiskanih brošur. Zelo pogosto je bila edina vsebinska sprememba teh spletnih mest njihov nastanek! Dandanes spletna mesta brez rednih zanimivih sprememb dosegajo izjemno nizko število obiskov, nepomembna pa se zdijo tudi iskalnikovim robotom.

Eden glavnih ciljev lastnikov spletnih mest prve generacije je bil čim dlje zadržati obiskovalca in nanj kar najhitreje napraviti učinkovit vtis. Spletna mesta so se zato izjemno trudila z oblikovanjem in animacijami. Običajna strategija je bila:

1. Oblikuj lepo spletno mesto s privlačno uvodno stranjo.
2. Ustvari spletni oglas, ki prinaša promet na tvojo stran.

Po novem je stvar drugačna. Čedalje več je zahtevnih uporabnikov, ki točno vedo, kaj hočejo in to hočejo takoj. Oglasov ne gledajo in ne berejo, zaupajo le neodvisnim povezavam spletnih iskalnikov in portalov, hkrati pa znajo na različne načine povsem obiti obliko spletnega mesta. Uporabniki RSS-prikazovalnikov lahko na primer povsem po svoje prikrojijo pogled na elemente našega spletnega mesta.

Tovrstnim spletnim uporabnikom, ki jih je vse več, je vsebina postala tako zelo pomembna, da sta tako vir informacije kot njegova oblika skoraj povsem izgubila pomen.

Informacije imajo v spletu 2.0 prosto pot. Isti podatek je lahko hkrati uporabljen na 100 različnih spletnih mestih in vsakemu uporabniku prikazan v prilagojeni obliki. Bolj kot lokacija informacij in njihovo avtorstvo je zato postala pomembna vsebina. Spletna mesta 2.0 svoj uspeh gradijo tako, da ves čas raziskujejo, katere vsebine obiskovalce zanimajo, nato pa te vsebine prikazujejo, kjerkoli v spletu je to mogoče. Če so informacije res kakovostne, jih niti ni treba »prodajati«, pač pa se upravljavci spletnih mest sami oglašijo s prošnjami za njihovo uporabo.

USPEH JE V ROKAH UPORABNIKA

Zdi se, kot da uporabnik še nikoli ni bil tako močan. RSS-dostop, mobilni internet, televizija TiVo in mnoge druge sodobne tehnologije so povzročile revolucionarne spremembe. Uporabnik si sam poljubno izbira trenutek in obliko, v kateri se mu bo prikazal določen podatek ali pa na primer film.

ZANESLJIVOST in PROFESIONALNOST še nikoli tako dostopni!

Brezprekinitveni napajalnik INFORM Guard Genius 600

- Kapaciteta 600 VA
- Line interactive UPS
- Zvočni alarm za battery backup, battery low in overload status
- Teža 7,9 kg



Cena brez DDV: **7.499,00 SIT!**
Cena z DDV: 8.999 sit

Tiskalnik ZEBRA LP 2844-Z

Praktični namizni tiskalnik etiket in črtnih kod!

- direktni termalni tiskalnik za nalepke, črtno kode...
- Hitrost: do 102 mm/s, ločljivost: 203 dpi
- Širina tiska: do 104 mm
- Dolžina tiska: do 990 mm
- 8 MB SDRAM, 4 MB Flash
- vmesniki: RS232, paralelni, USB v.1.1
- Zebra Link



Cena brez DDV: **99.999,00 SIT!**
Cena z DDV: 119.999 sit

Tiskalnik ZEBRA Z4Mplus

Posebej ojačan za zahtevna industrijska okolja!

- termalno transforni in direktni termalni tiskalnik za industrijsko rabo
- ločljivost 203 dpi, širina tiska 104 mm
- hitrost tiska 254 mm/s
- izredno hiter in ekonomičen tiskalnik
- zelo odporen proti prahu in umazaniji
- vmesniki: RS232, paralelni



Cena brez DDV: **211.110,00 SIT!**
Cena z DDV: 253.332 sit

Dodatni popusti in nagrade v naši spletni eTrgovini!

MIKROPIS Holding



Aškerčeva 4a, 3310 Žalec EMG, Celovška 136, 1000 Ljubljana
tel: 03/ 712 15 00; fax: 03/ 712 15 66 tel: 01/ 500 74 20; fax: 01/ 500 74 25

Vsi izdelki so na voljo tudi v naši spletni trgovini:
www.mikropis.si

Cene so informativne in veljajo za takojšnje plačilo do razprodaje zalog. Slike so simbolične.

Uporabnik postaja razvijen princ in pričakuje spletni servis s kakovostnimi informacijami, ki so na njegov klik in samo zanj v trenutku zbrane z vsega sveta.

Dober primer je krmarjenje po spletnem mestu. Spletne analize v zadnjem času kažejo opuščanje poti krmarjenja, ki jih je predvideval spletni načrtovalec. Vse večji delež uporabnikov na posamezno spletno stran prispe s povezav na portalih, iskalnikih in ostalih agregatorjih vsebin. Ker se delovanje spletnih mest vse bolj odvisno od zbirke podatkov, je v prihodnosti mogoče pričakovati čedalje več krmarjenj, ki se samodejno oblikujejo na podlagi vsebin in pretekle uporabe.

Zametek tovrstnega krmarjenja so na neki način **Googlovi besedilni oglasi** (storitvi AdWords in AdSense), ki se prikazujejo na podlagi prikazane vsebine. V storitvi Gmail se na primer prikazujejo ob vsebini e-pošte:

- Ko mi je prijatelj poslal šalo na temo avtomobila mercedes, so se mi ob njegovem elektronskem sporočilu izpisali

oglasi za popust pri nakupu avtomobila znamke Mercedes.

- Ko sem se po elektronski pošti dogovarjal za gostovanje nekega spletnega mesta, so se mi ob strani pojavili trije konkurenčni oglasi ponudnikov prostora.

Sponzorirane povezave

Mercedes Pricing & Info Reviews, ratings, & pricing info Compare latest prices from dealers. www.edmunds.com	Lease Your Mercedes CLS Lower money factors & payments Full Disclosure - Instant Quotes www.LeaseCompare.com	2006 E350 \$479 Mo \$46,975 All New 2006 Mercedes Benz E350 Nationwide Delivery 888-861-8080 FleetRates.com
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Zanimiv prijem, ki uporabniku pravo stvar ponudi ravno takrat, ko jo išče, o njej razmišlja, bere ali piše.

IN KAJ UKRENITI?

Čimprejšnje spremembe v našem spletnem delovanju so nujne. Uporabnik ni več zgolj kralj, temveč postaja razvijen princ, ki pričauje spletni servis s kakovostnimi informacijami, ki so na njegov klik in samo zanj v trenutku zbrane z vsega sveta.

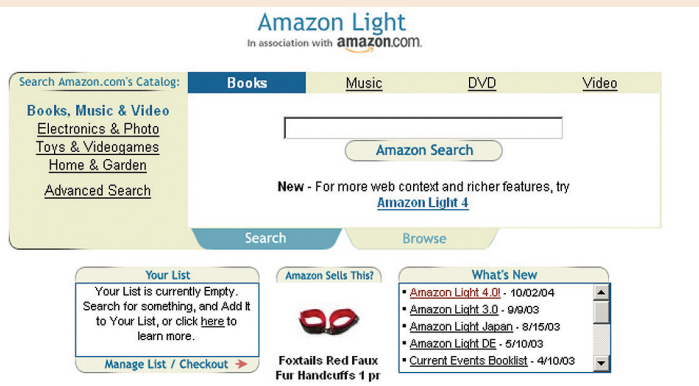
Vse kaže, da bodo v prihodnosti uspešna in obiskana resnično interaktivna spletna mesta. Ustvarjati bo treba takšne spletne storitve, ki prikazujejo **bogate informacije izključno po meri uporabnika**. Zapolniti bo treba informacijske niše in po okusu ciljne skupine nameštati koktajl iz pravih informacij. Samostojne spletne aplikacije bo treba zavaljo večje uporabnosti povezati z oddaljenimi zbirkami in, ne nazadnje, resno se bo treba lotiti vsebin in držati pesti, da konkurenca tega ni storila že prej in bolje. Preproste, povezane in učinkovite spletne storitve.

Splet 2.0 ni babbav, temveč le dokaz, da se internet razvija. Postaja pametna, samoučeča se osnova, ki vse bolj posluša uporabnika.

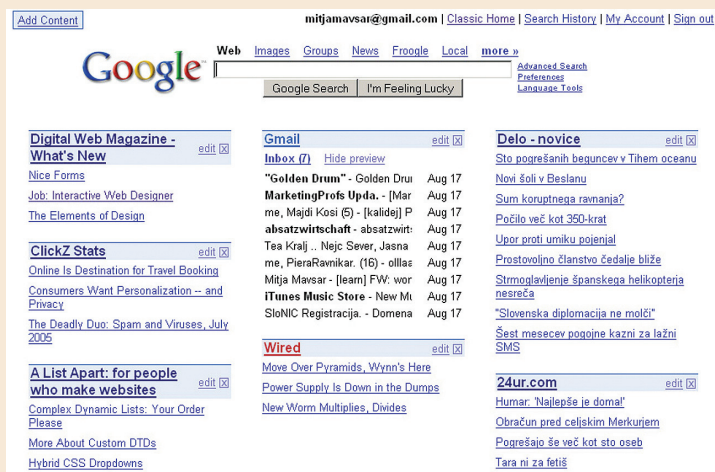
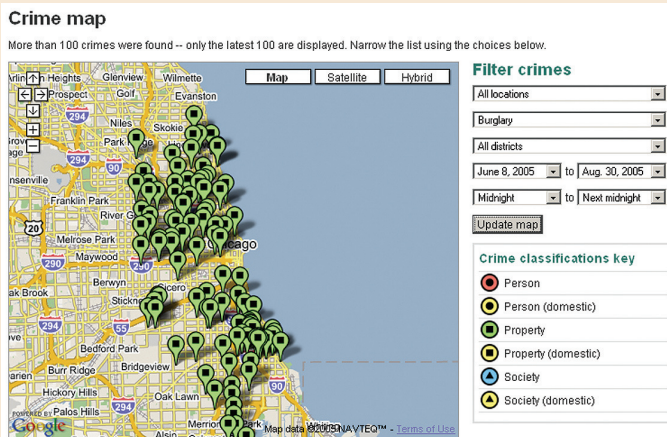
Zgledi spletnih servisov 2.0

Da bo vsaj približno jasno, za kaj pri stvari gre, si pogledjmo nekaj primerov:

Amazon (www.amazon.com), največja knjigarna na svetu, ponuja vsakomur, da prodaja njihove izdelke. Ne zanima jih, kako bo svojo knjigarno oblikoval, niti katere knjige bo prodajal ... Kdor koli želi, lahko na svojem spletnem mestu za določeno provizijo popolnoma po svoje uporabi sveže podatke o Amazonovih knjigah. Na sliki je zgled – **Amazon Lite**. Nekomu se je zazdelo, da je Amazonova trgovina prekompleksna, pa je ustvaril preprostejšo različico.



Google Maps (maps.google.com), interaktivni zemljevidi in natančen satelitski posnetek planeta, ki ga lahko vsak razvijalec spletnega mesta vključi v svoje mesto in z njim nazorno prikaže poljubne podatke. Primer uporabe je www.chicagocrime.org – prikaz podatkov o kriminalnih dejanjih v mestu Chicago. Slika prikazuje lokacije vlomov v zadnjih treh mesecih.



Posamezniku prilagojena vstopna stran (www.google.com/ig), priložnost, da si sami oblikujete svoj spletni vstopni portal. Uporabnik na sliki ima nastavljen prikaz zadnjih devetih novic časnika Delo, zadnjih štirih vesti s 24ur.com, zadnjih devetih elektronskih sporočil ter aktualnosti s štirih različnih blogov.



Najdi.si [Novice \(http://novice.najdi.si\)](http://novice.najdi.si). Servis, kjer lahko na enem mestu spremljate objave pomembnejših slovenskih medijev. Preverite lahko več novic istega dogodka in na primer ugotovite, kateri medij je novico objavil hitreje in bolj kakovostno.