



Sam svoj novinar

PROTEKLU GODINU, po oceni mnogih analitičara, obeležila je neverovatna popularnost Web dnevnika (Web log – blog). Od usputne zabave malobrojnih, oni su prerasli u redovnu pojavu na Mreži, slično kao što

su ICQ i trenutne poruke prvo prihvatili zaludenici i mladi s mnogo slobodnog vremena, ali su kasnije postale nezaobilazna poslovna alatka. Moguće je da će za nekoliko godina vaš posao zavisiti od Web dnevnika.

Web dnevnici otvaraju još jedno zanimljivo poglavlje u tržišnoj utakmici papirnih i mrežnih izdanja. Budući da su Internet novine znatno dostupnije od klasičnih, brže reaguju na vesti i omogućavaju interaktivniji rad, najveća prednost papirnih časopisa u odnosu na Mrežne bila je to što prenose stručna mišljenja i komentare ili tehničke savete koje niste na lak način mogli da pronađete na Webu. Web dnevnici su to promenili – omogućili su svima da pokrenu sopstvene „Internet novine“ i da se u njima pozabave temama koje ih zanimaju, a zatim da umreže svoju novinu s hiljadama sličnih. Takve Internet mini-novine neuporedivo su jeftinije od papirnih, a imaju neverovatno dobar

Naravno, nije sve ni tako svetlo. Jedan Britanac je, pre oko mesec dana, otpušten zato što je u ličnom Web dnevniku svoju firmu uporedio sa stripom o Dilbertu (napred, u nagradnoj igri *Igla u plastu*!). Ova ovoga meseca tražimo od vas da nam kažete kako se on zove – pogledajte *Vođeni kroz Web*). To je samo još jedna potvrda da su Web dnevnici od igračke postali priznat izvor informacija, koji se mogu uticati na poslovanje (dabome, i pokazatelj da po celom svetu ima Šiljatih biltena – naša nedavna anketa pokazala je da ih Scharja ne zaostaje u tom pogledu).

Kompanije su prvo ograničavale zaposlenima mogućnost da pišu Web dnevnike u radno vreme (neki su čak i otpušteni zbog toga), ali sve više njih sada podstiče vođenje Web dnevnika – mnoge vodeće informatičke firme čak su otvorile posebne Web lokacije na kojima objavljuju Web dnevnike zaposlenih. Naravno, iza toga se krije finansijska korist: napisi u



Web dnevnicima još uvek se shvataju kao nezavisna lična mišljenja, a ne kao pažljivo pripremljen propagandni materijal, pa im čitaoci više veruju. Osim toga, zanimljivosti objavljene u svetu virtualnih dnevnika šire se brzinom svetlosti.

Dnevnici se koriste i umesto tehničkih biltena – Microsoft koristi lokaciju <http://blogs.msdn.com> za objavljivanje saveta o svojim programima i tehnologijama, vodeći programeri IBM-a pišu na lokaciji <http://www-106.ibm.com/developer-works/blogs/>, a na adresi <http://blogs.sun.com> naći ćete dnevnike zaposlenih u Sun Microsystemsu, uključujući i Džo-

natana Švarca. HP pomalo zaostaje za njima, ali ćete na adresi <http://devresource.hp.com> naći dobar izvor podataka o njegovim tehnologijama, naravno u vidu Web dnevnika.

Verujem da neke od tih „ličnih stavova“ vredno pripremaju i službe za odnose s javnošću – reklamni potencijal Web dnevnika dokazao se u praksi nekoliko puta. Novo izdanje Jave najavljeno je prvo u ličnom Web dnevniku jednog od rukovodilaca Sun Microsystemsa, a zatim su se te vesti posredstvom RSS razmene proširile po celom svetu. Taj događaj treba veoma ozbiljno sagledati, i kao jednu od prekretnica u načinu objavljivanja informatičkih vesti.

Kompanija Technorati je prošle godine obavila istraživanje i saopštila da na Mreži postoji već preko tri miliona Web dnevnika i da se svakoga dana otvori između 8.000 i 17.000 novih dnevnika. Po istom istraživanju, skoro 36 odsto autora Web dnevnika nervira svoju porodicu ili prijatelje sadržajem koji objavljuju, a oko 12 procenata dnevnika privuklo je budnu pažnju advokata, koji godišnje pozovu na sud skoro 360.000 ljudi zbog informacija što su ih podelili sa svetom putem Weba. U našoj zemlji, Web dnevnici još nisu privukli veliku pažnju, ali očekujem da će se to tokom ove godine promeniti. Iako danas skoro osamdeset procenata Web dnevnika sadrži lične podatke, to se menja velikom brzinom. Na svetskom tržištu, oni će uskoro ući na velika vrata u poslovni svet – papirni mediji moraću dobro da se pomuče da bi održali korak s Webom u bliskoj budućnosti. ■

Gojko Adžić je glavni i odgovorni urednik Mikra. Njegove uvodne reči pročitajte na adresi www.mikro.co.yu/arhiva/gojko.