

**DEJAN RISTANOVIĆ** glavni i odgovorni urednik magazina PC Press, jedan

# POGLEĐ IZ VIZURE MARLJIVOGL HRONIČARA

Gospodin Ristanović je prisutan u svetu kompjuterskih komunikacija još iz vremena BBS-ova. Pokretač je časopisa Računari i glavni urednik PC Press-a. Kao jedan od osnivača poslovnog sistema SezamPro svakog januara obelodjaje listu Yu Web Top 50 sajtova koja se smatra retkim relevantnim priznanjem na domaćem net-u. O razlozima koji su ga naveli da se upusti u godišnji izbor najkvalitetnijih domaćih web lokacija, kriterijumima za dočelo nagrade, promenama koje su se u godinama kako nagrada postoji odigrale na domaćem web-u i koracima koje treba napraviti u cilju svetlje budućnosti domaćeg Interneta gospodin Ristanović govorio u ekskluzivnom intervjuu za naš list.

■ Gospodine Ristanoviću kada ste se susreli sa Internetom i koje su vaše aktivnosti na tom polju?

Sa komunikacijama sam se sreo 1988. i 1989. godine, kada je Internet u svetu tek bio u nastanku. Tada je postojala razvijena BBS scena, koja je polako „pokrivala“ Jugoslaviju. Računarske komunikacije su nas fascinirale, pa smo želeli da se uključimo u trendove, pišući tekstove u tadašnjem časopisu „Računari“, ali i aktivnije od toga. Zoran Životić i smo krajem 1989. osnovali sistemi za modernске komunikacije Sezam, koji je tokom godina rastao i kada je Internet njihži stadio u naše krajeve, bili smo potpuno spremni za njega.

Ako se pod Internetom podrazumeva Web, prve kontakte sa njim sam imao kroz paketu mrežu (JUPAK) i tekušim browserom, preko američkog BIX-a.

■ Pre „mreže svih mreža“ postojali su drugi načini povezivanja računara, pružanja određenih usluga i stvaranja virtuelnih zajednica. Za mnoge mlađe čitače to je potpuna nezoznamicna. Možete li za kratko da se vratite u vreme BBS-ova i malo nam približite to doba?

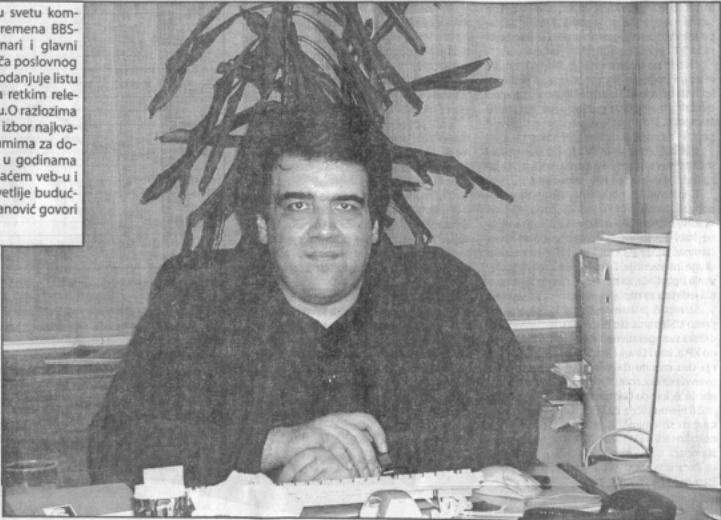
Osnovne usluge BBS-ova bile su konferencije, prenos fajlova i chat, uz uvek prisutnu privatnu postalu koja je uglavnom ostajala na BBS-uu, mada je bio i pokusaj umrežavanja BBS-ova i razmene pošte i konferencija, sačuvan u tekst modu ili eventualno uz ANSI grafiku, pa su korisnici obraćali više pažnje na sadržaj; bili su bile duže nego u današnje vreme „kilkanja po šarenim sličicama“. Konferencijski sistemi, download sajtovi i chat su se održali i u Internetu svetu, naravno uz mnogo izmena.

■ Sta Vas je naveolo da se u trenutku kada je Yu Internet brojao oko 1000 sajtova pozabavite izborom 50 najboljih?

Zvučalo je kao nešto što vredi uraditi - podsticaj za sajtove da se brže razvijaju i interesantna tema za časopis.

■ Zbog čega iz izbora od samog početka odstranjujete lične, korporativne, ertoške i sajtove sa političkom tematičkom?

Svakí izbor ima neka svoja pravila. Mi smo se opredelili pre svega za sajtoće koji pružaju usluge korisnicima, da klike u konkureniju ne uključuju sajtove koji služe isključivo za promociju firme ili organizacije. Naravno, nije uvek lako „povući liniju“, jer recimo sajt nekog dnevnog lista donosi novosti, ali time istovremeno promovise



list; takav sajt je u konkurenциju za 50 najboljih. Sajtovi sa političkom tematikom su u konkurenциji, a što se tiče ljudi Web strana, teško ih je poređiti sa sajtvima koje profesionalno uredjuje mnogo ljudi. Možda u budućnosti napravimo i izbor Top 50 (ili Top 10, Top 20...) ljudi prezentacija.

■ Kakvi su Vam kriterijumi za ocenu određene Web lokacije?

Cenimo pre svega koliko je vredna usluga koju sajt pruža posetiocima, pri čemu reč „usluga“ uzmamo u širem smislu; i dobro zaborava se usluga. Najviše sansi imaju sajtovi koji se redovno ažuriraju, koji donose radne informacije, što je zanimljivo za citanje itd. Obraćamo pažnju i na dizajn odnosno grafički delovi sajta, kao i komfor pri upotrebi (lako snalaženje, brzo učitavanje).

■ Pet godina je u Internetu svetu dug period.

Koju su se osnovne pro-

mene desile na našoj sceni?

Prije pet godina Internet je tek došao kod nas, brzo su se pojavili pojedinačni korisnici ali je firmama bilo potrebno vreme da se oglaše na Web-u. U početku je kompletan Yu Web bio rezultat entuzijasta, sada se ipak mnoge stvari profesionalno zaslijavaju. Sve više sajtova, umesto stalnog dizajna, koristi mehanizme generisanja stranica na osnovu podataka iz baze, mada je pretraživanje sadržaja sajta i dalje retko a problematično.

■ Sta je to što karakteriše stvaranje i odražavanje sajtova u našim uslovima i koliko se radi o napornima entuzijasta a koliko o svemom ulaganju u posao profiabilan u budućnosti?

Razvoj sajtova, kao i svaki drugi posao,

zahteva neku ekonomsku računicu - ne može se većito živeti od entuzijazma. Tu negde vidim glavni problem Yu Web-a. E-commerce u našim uslovima nije zaviceo, pre svega zato što je bezugovorno plaćanje komplikovano i nedostupne većini Web surfera. Osim toga, firme ne nalaze dovoljnog interesa da se reklamiraju na Web-u, dokle sajtovima su odsečeni osnovni kanali finansiranja. Rezultat je da ozbiljne sajtove prave samo firme koje sebi mogu dopustiti da investuju u budućnost. Ako se tako investira i efekta nema, firma propašće gubi interesovanje i zapušta sajt. Ipak, održavanje posećenog sajta će se svakako

ispлатiti u nekom budućem trenutku; pitanje je je samo koliko će firmi imati snage da taj trenutak dočeka.

■ Imate li svoje favorite među domaćim sajtovima. Otkrijte našim čitaocima mesta na koja redovno idete.

Ako izuzmem sajtove u čije sam uredovan ulikuju ([www.pcpress.co.yu](http://www.pcpress.co.yu) i [www.sezampro.yu](http://www.sezampro.yu)) kao i moje „hobij“ sajtove ([www.sezampro.yu/dejan](http://www.sezampro.yu/dejan) i [www.tis59.com](http://www.tis59.com)) koje po prirodi stvari posećujem često, za mene su najinteresantniji domaći sajтовi koji donose informacije iz zemlje. Svakodnevno pogledam sajtove dnevnih lista ([www.politika.co.yu](http://www.politika.co.yu), [www.glas-javnosti.com](http://www.glas-javnosti.com)).

## Šta vlast

Druga važna stvar je e-commerce, gde takođe treba snositi odgovornost zbog sporog predstavljanja propisa. Prvo, potrebne su moderne zakone o elektroniskom potpisu i elektronidom plaćanju. Druga, potrebne su debitne kartice dostupne najprem krugu korisnika; za razliku od kreditnih kartica, debitne kartice ne predstavljaju rizik po banku, a omogućavaju brzo plaćanje preko Interneta. Nema prepreke da svaki korisnik Interneta ima debitnu karticu; treba samo liberalizovati propise i putistvu banke da rade svoje posao.

„Da bi razvio Interneta krenuo dalje, država jednostavno mora da natera Telekom da radi svoj posao...“



NEDELNIK ZA INFORMATIČKO-KOMUNIKACIJE TEHNOLOGIJE

# COM

COMPUTER & COMMUNICATIONS • MAGAZINE

Broj 36 • Utorka, 26. februar 2002. • Godina I • Cena 25 dinara / 1 KM / 30 denara / 1 DEM

## HARDVER

AT - 8124XL, MANAGED  
FAST ETHERNET SWITCH

## GOSPODAR MREŽE

str.6

CD-RW SNIMAČ:  
PLEXTOR PX-W4012TA

## SNIMAČ „PO VUKU“

str.17

NA NOVOSADSKOM SAJMU U OKVRU „SAJMA MEDIJA“ ODRŽAN  
OKRUGLI STO NA INICIJATIVU DR ĐRAGANA DOMAZETA, REPUBLIČKOG  
MINISTRA ZA NAUKU, TEHNOLOGIJU I RAZVOJ

## KAKO KORISTIMO IT I INTERNET

Skup organizovan je Agencija „Konekta“ iz Novog Sada (www.konekta.net) sa ciljem da posluži kao mesto  
za razmenu mislijenja i pokretanje inicijativa koje bi dovele do sistemskog pristupa rešavanju problema  
razvoja interneta u zemlji

str.2

DEJAN RISTANOVIC GLAVNI I ODGOVORNII UREDNIK MAGAZINA PC PRESS,  
JEDAN OD OSNIVACA POSLOVNOG SISTEMA SEZAM PRO-ON LINE

## POGLEĐ IZ VIZURE MARLJIVOGL HRONIČARA

str.8-9



## SUN TECH DAYS U BEOGRADU

Konferencija u Beogradu bila je prilika od nепрекидне  
važnosti za softverske razvojne timove u našoj zemlji

str.4

## BS PROCESOR DONATOR OPŠTINE NOVI BEOGRAD

str.2

## TEHNICOM - 10 GODINA

str.4

## YUADM - INFORMATIZACIJA SRBIJE

Promocija Jugoslovenske asocijacije  
za upravljanje elektronskim dokumentima

str.2

LEXMARK Z13

## „SLADAK MALI“ ZA PO KUĆI

Ukoliko imate mali obim štampe, a treba  
vam boja, ili kupujete prvi štampač,  
možda je ovo pravi izbor za vas

str.2

