

**UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA**

ZAKLJUČNA STROKOVNA NALOGA VISOKE POSLOVNE ŠOLE

PRENOVA PORTALA SiOL.net

ALBIN LEBENIČNIK

IZJAVA

Študent Albin Lebeničnik izjavljam, da sem avtor te zaključne strokovne naloge, ki sem jo napisal pod mentorstvom prof. dr. Tomaž Turka, in da dovolim njeno objavo na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne 23. 9. 2010

Podpis: _____

KAZALO

UVOD.....	1
1 PREDSTAVITEV TRENDOV RAZVOJA SPLETNIH PORTALOV	2
1.1 Kaj so spletni koncepti web 1.0, web 2.0 in web 3.0.....	2
1.2 Web 2.0.....	4
1.2.1 Predstavitev	4
1.2.2 Pregled ključnih gradnikov ter referenčnih implementacij	6
1.3 Web 1.0.....	8
1.3.1 Predstavitev	8
1.3.2 Primeri implementacij	9
1.4 Web 3.0.....	9
1.5 Web 4.0.....	11
2 PREDSTAVITEV PORTALA SiOL.net.....	12
2.1 Kronološki pregled konceptualnih sprememb in lastništva portala.....	12
2.2 Predstavitev podjetja Planet 9, d. o. o.....	14
2.3 Podrobnejši pregled aktualnega portala SiOL.net	15
3 PRENOVA PORTALA SiOL.net.....	18
3.1 Analiza skladnosti portala s smernicami tehnologije web 2.0.....	18
3.2 Analiza PSPN	20
3.3 Predlogi prenove portala SiOL.net	22
SKLEP.....	24
LITERATURA IN VIRI.....	25

KAZALO SLIK

SLIKA 1: RAZVOJ SPLETNIH KONCEPTOV	2
SLIKA 2: SPLETNI KONCEPTI.....	3
SLIKA 3: ARHITEKTURA WEB 2.0 - PO STORITVAH	5
SLIKA 4: SIOL.NET PORTAL LETA 1996.....	12
SLIKA 5: SIOL.NET PORTAL LETA 1999.....	13
SLIKA 6: PORTAL SIOL.NET LETA 2004	13
SLIKA 7: PORTAL SIOL.NET LETA 2005	13
SLIKA 8: SIOL.NET PORTAL – DANES	15
SLIKA 9: STORITVENE STRANI PORTALA SIOL.NET	16
SLIKA 10: NAJBOLJ OBISKANI SPLETNI PORTALI V AVGUSTU 2010.....	18

UVOD

V zaključni strokovni nalogi predstavljam svoj pogled na to, kako prenoviti oziroma spremeniti portal SiOL.net. V nalogi se ne ukvarjam z reševanjem temeljnega vprašanja obstoja spletnega portala, niti se ne poglobljam v poslovne modele, na katerih trenutno temelji in na katerih naj bi portal temeljil v prihodnosti. Vsebina naloge izhaja iz predpostavke, da so spletni portali, ki sledijo filozofiji trenutno aktualnega spletnega koncepta web 2.0, večinoma uspešni. Tezo potrjuje dejstvo, da na teh konceptih temelji večina največji spletnih portalov.

Ključno vprašanje, na katerega skušam odgovoriti v nalogi, je: »Kako naj se portal SiOL.net razvija, da bo sledil razvojnim smernicam, ki jih narekujejo web 2.0 in web 3.0 ter njima sledeči spletni koncepti.«

Da bi prišli do konkretnih ugotovitev, se moramo najprej seznaniti z omenjenimi spletnimi koncepti. Temu je posvečeno prvo poglavje – poglobljena analiza posameznih web x.0 trendov. Najprej predstavim web 2.0, saj gre za trend, ki je trenutno na vrhu svojega življenjskega cikla in daleč najpomembnejši za oceno trenutne skladnosti portala z razvojnimi smernicami. Prav tako je pomemben kot osnova za lažje razumevanje vseh ostalih konceptov. Nadalje opisujem ter navajam primere implementacij web 1.0 koncepta. V zaključku poglavja pa predstavim osnove spletnega koncepta web 3.0 ter novosti, ki naj bi jih novi trend prinesel. Ključna beseda glede prihodnjih konceptov spletnih strani je semantični splet. Zadnji del prvega poglavja je namenjen vprašanju, kaj naj bi bil semantični splet in kako prilagoditi spletni portal, da bo sledil predstavljenemu konceptu.

V drugem poglavju se osredotočam na predstavitev spletnega portala SiOL.net. Uvodoma predstavim zgodovino portala – kako se je vsebinsko oziroma oblikovno spreminjal skozi čas in kako se je spreminjalo lastništvo portala. Trenutno je lastnik portala SiOL.net podjetje Planet 9, d. o. o. Pregledu zgodovine zato sledi krajša predstavitev omenjenega podjetja. Poglavje zaključujem s temeljito analizo aktualnega portala. Portal sem razdelil na posamezne sklope, ki so omogočili, da sem se lahko posvetil sklopom, ki temeljijo oziroma bi lahko temeljili na smernicah web 2.0, ostale pa sem ignoriral.

Zadnje poglavje je namenjeno prenovi portala. Prvi del temelji na analizi skladnosti portala s trenutnimi usmeritvami koncepta web 2.0, s katero sem želel ugotoviti, na katerih področjih portal v zadostni meri upošteva usmeritve in kje jim sledi pomanjkljivo ter na katerih področjih mu primanjkuje vsebin, storitev, itn.

Zaključni del naloge je posvečen odgovoru na izhodiščno vprašanje. Na podlagi poglobljenega razumevanja spletnih standardov, analize trenutnega stanja in analize načrtovanih trendov sem pripravil seznam predlogov, ki bi portalu SiOL.net s stališča

konceptov web x.0 postavili temelje za sledenje najuspešnejšim spletnim portalom v panogi.

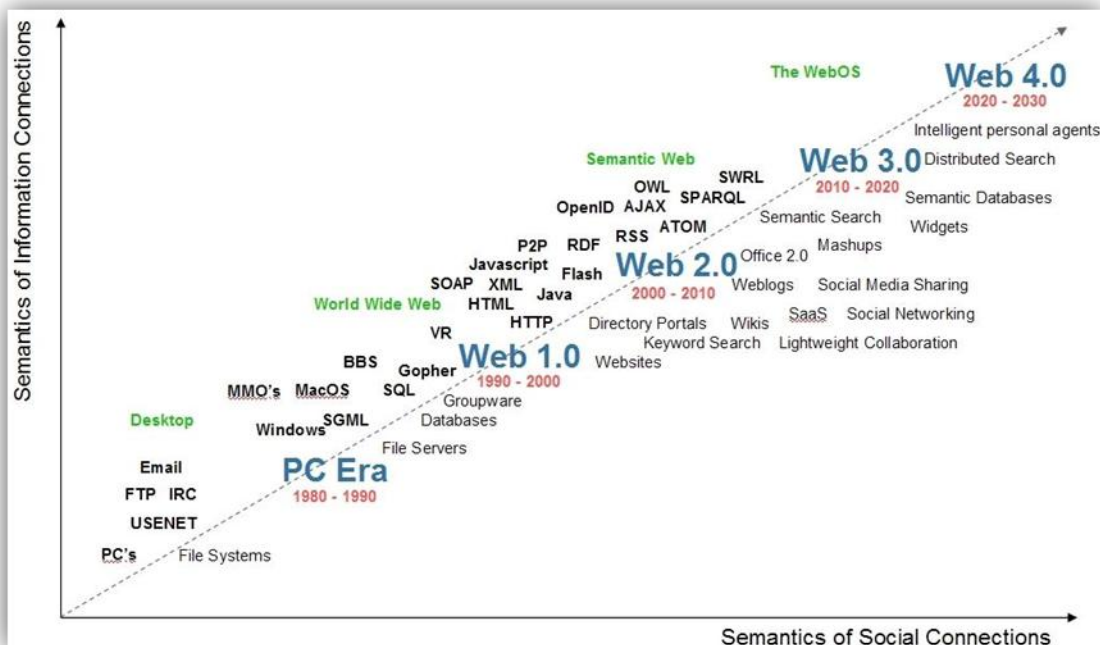
1 PREDSTAVITEV TRENDOV RAZVOJA SPLETNIH PORTALOV

1.1 Kaj so spletni koncepti web 1.0, web 2.0 in web 3.0

Odgovorov na vprašanje, kaj so spletni koncepti web 1.0, web 2.0 in web 3.0, je vsaj toliko, kot je njihovih uporabnikov. Težava je v tem, da ne moremo govoriti o neki definiciji spletnega standarda, ne gre za jasna navodila oziroma usmeritve glede oblikovanja spletnih strani ali zapisanih dogovorov glede razvoja le-teh. S posameznim terminom tudi ne moremo definirati na primer uporabniške izkušnje ali opisati poslovnega modela, ki se skriva za posameznim spletnim portalom. Rečemo lahko le, da gre za koncept oziroma filozofijo 'obnašanja' spletnih strani v najširšem pomenu besede.

Kot bom podrobneje predstavil v nadaljevanju naloge, bo opredelitev neke spletne strani, ki uporablja koncepte web 1.0, web 2.0 ali web 3.0, bolj groba oblika razumevanja, kako dotična stran deluje in kje se nahaja glede na evolucijo spletnih portalov in trendov v tem okolju.

Slika 1: Razvoj spletnih konceptov



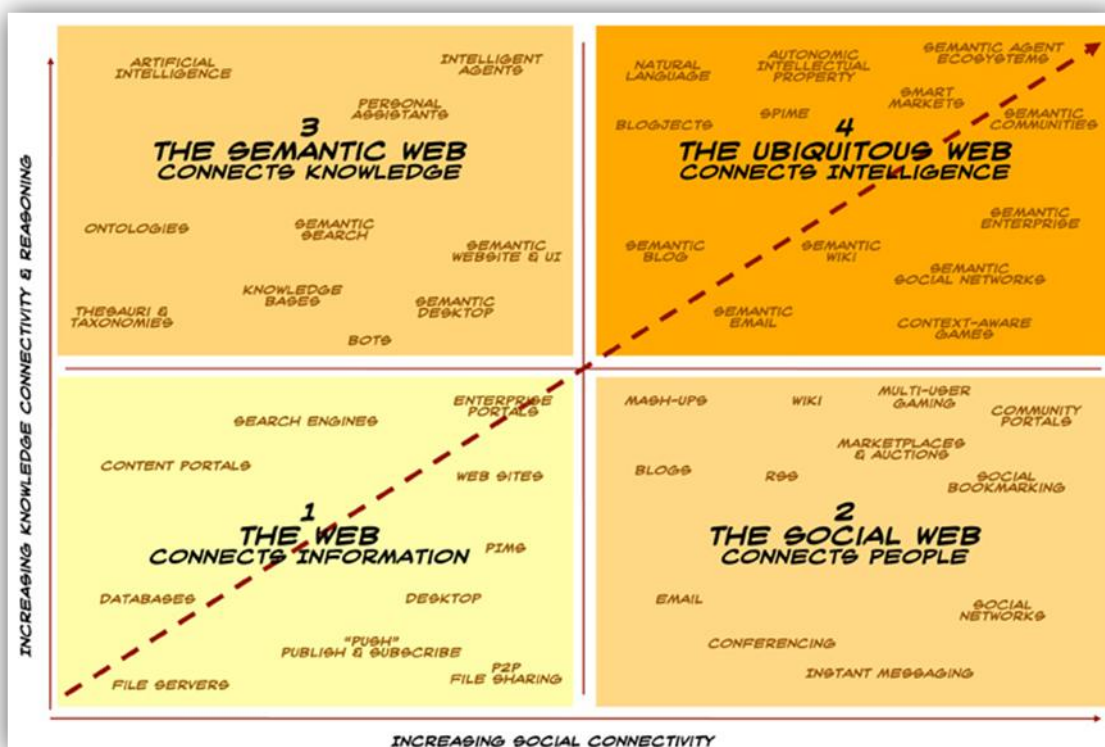
Vir: Web 3.0 – The Best Official Definition Imaginable.

Tako kot ni jasne definicije posameznega spletnega koncepta web x.0, tudi ni jasno določeno, v katerem času se je posamezni koncept uveljavil oziroma kdaj je potekel. Koncept web 1.0 pravzaprav niti ni bil definiran, dokler se ni začelo govoriti o konceptu

web 2.0. To se je prvič v večjem obsegu zgodilo leta 2004, ko sta Tim O'Reilly (ustanovitelj založniškega podjetja O'Reilly Media) in John Battelle (ustanovitelj revije "The Industry Standard") v San Franciscu organizirala konferenco web 2.0 (Funk, 2008, str. 16). Na tej konferenci so bile začrtane smernice koncepta web 2.0, ki se je nato postopoma uveljavil na svetovnem spletu. Portali web 2.0, ki so trenutno v polnem razcvetu, pa bodo v prihodnjih letih počasi prevzeli smernice koncepta web 3.0. Glede na dosedanje izkušnje, ki kažejo, da je trajanje posameznega cikla koncepta 10 let, lahko koncept web 4.0 pričakujemo po letu 2020.

V grobem lahko razlike med posameznimi koncepti opredelimo glede na stopnjo vključenosti uporabnika, ki ustvarja vsebine, stopnjo informacijskih povezav z drugimi sistemi in stopnjo integracije znanja, ki obstaja na različnih sistemih na svetovnem spletu.

Slika 2: Spletni koncepti



Vir: New Version of My "Metaweb" Graph – The Future of the Net.

Kot lahko nazorno vidimo iz obeh slik, gre pri konceptu web 1.0 za minimalni doprinos uporabnika k informacijam, ki so na voljo na spletu. Rečemo lahko, da v tem konceptu uporabniki nastopajo zgolj kot bralci. V obdobju koncepta web 2.0 prihaja do spreminjanja uporabnikove vloge – od bralca do ustvarjalca vsebin. Prihaja do prepletanja uredniško določenih vsebin z uporabniškimi vsebinami.

Web 3.0 opisuje koncept prihodnosti spleta, ko se bo veliko govorilo o semantičnem spletu – spletu, kjer bodo vsi podatki strukturirani na način, da bo enostavno graditi spletna mesta

z vključenimi vsebinami ne glede na njihovo lokacijo. Agregacija vsebin v tem konceptu naj bi potekala avtomatično.

Pojavljajo se tudi prvi zametki koncepta web 4.0. Ne glede na to, da je do širše uporabe tega koncepta še daleč, pa že nakazuje, kaj se nam obeta v prihodnosti. Koncept združuje semantična orodja s podatki, ki nastajajo v socialnih omrežjih z uporabo inteligentnih orodij.

1.2 Web 2.0

1.2.1 Predstavitev

Podrobnejšo predstavitev posameznih konceptov bom začel s predstavitvijo koncepta web 2.0. Razlog je v tem, da je za razumevanje koncepta web 1.0 treba poznati filozofijo koncepta web 2.0.

Kot sem zapisal v uvodu poglavja, je upoštevanje omenjenega koncepta stopilo v širšo veljavo leta 2004. Kljub temu da je od takrat preteklo precej let, še vedno ni jasne opredelitve, kaj ta pojem dejansko pomeni. Kako torej definirati, ali gre za dejansko stanje ali zgolj za marketinški pojem? Še težje je opredeliti, katere segmente koncepta uporabiti v lastno korist, in posledično, katere segmente namerava uporabiti konkurenca na trgu.

Web 2.0 lahko predstavimo z naslednjimi alinejami (Sankar & Bouchard, 2009, str. 3):

- Web 2.0 predstavlja konvergenco med socialnimi in poslovnimi vsebinami in ne napredka v razvoju tehnologije.
- Smer pretoka podatkov poteka obojestransko – od podjetij oziroma založnikov na eni strani in uporabnikov na drugi. Obseg uporabniško generiranih vsebin na spletu (blogi, wikipedije, video vsebine) je presegel druge vsebine.
- Analitična obdelava teh vsebin. Uporabniki dostopajo do seznamov, ki so grajeni na podlagi analitičnih podatkov – število ogledov, najboljše ocenjeno, itn.
- Web 2.0 predstavlja bogatejšo uporabniško izkušnjo, saj spletne strani izkoriščajo spletne tehnologije RIA (Rich Internet Applications).
- Eden ključnih gradnikov web 2.0 predstavlja spletna mreženja in razvoj socialnih skupnosti.

Pri razumevanju koncepta web 2.0 so nam lahko v pomoč tudi povzetki nekaterih pomembnejših posameznikov oziroma organizacij v spletni družbi:

- Richard MacManus je zapisal, da gre pri konceptih web x.0 bolj za definicijo karakterja neke ere, in ne za poizkus definicije nekega spletnega obdobja skozi tehnologijo. Web

2.0 je tako označil za socialni splet, obdobje, ki prihaja, pa inteligentni splet (MacManus, 2007).

- Tim O'Reilly je označil web 2.0 kot splet ekonomskih, socialnih in tehnoloških trendov, ki zavestno ustvarjajo naslednjo generacijo spleta – medij, ki ga bodo sestavljale uporabniško generirane vsebine, ki bo temeljil na odprtosti in močno izkoriščal omrežno povezljivost (O'Reilly, 2005).
- Gartner pa pravi, da se web 2.0 nanaša na koncepte tehnologij, skupnosti in poslovnih modelov, ki so trenutno vpeljani v vodilnih spletnih portalih (Gartner Web Innovation, 2007, stran 5).

Posledično bi lahko koncept web 2.0 označili kot filozofijo, ki maksimizira kolektivno znanje in maksimalno izkorišča dodano vrednost posameznika skozi splet orodij za medsebojno širjenje informacij.

Kot sem že zapisal, web 2.0 ne temelji na specifični tehnologiji, temveč zajema sklop spletnih servisov, ki večinoma temeljijo na odprtokodnih rešitvah. Ključni servisi, ki jih bom v nadaljevanju podrobneje predstavil, so blogi, wiki-strani, izmenjava (angl. *sharing*) multimedijskih vsebin, združevanje vsebin, podcasti in ustrezno označevanje (angl. *tagging*) vsebin. Kar nekaj teh storitev je v uporabi že vrsto let, vendar pa se te neprestano nadgrajujejo z dodatnimi funkcionalnostmi.

Slika 3: Arhitektura Web 2.0 - po storitvah



Vir: WEB 2.0 – Do MORE Than Just RETRIEVE Information.

1.2.2 Pregled ključnih gradnikov ter referenčnih implementacij

Glede na klasifikacijo Paula Andersona delimo storitve koncepta web 2.0 na (Anderson, 2007, str. 7–12):

Bloge: Izraz »blog« je definirjal Jorn Barger leta 1997 in z njim označil preprosto spletno stran, ki vsebuje kratke povzetke lastnih razmišljanj, informacij, mnenj, zapiskov v dnevniku in povezav, ki so urejeni kronološko in oblikovani v obliki dnevnika (Doctorow et al., 2002). Večina blogov omogoča tudi sodelovanje drugih v obliki komentarjev.

Vsaka objava je načeloma označena z besedami (tagging), kar omogoča, da se vsi prispevki kategorizirajo, to pa omogoča lažji dostop do vsebine, ko zaradi zastarelosti prispevki niso več dosegljivi na kronološko urejenem seznamu vsebine.

Pomembna lastnost blogov je tudi povezovanje vsebin med blogerji. S tem se za bralca poveča občutek obsega vsebine, ki mu je na voljo.

Nekaj najpomembnejših portalov, ki temelji na tem servisu, v letu 2010 (Time, 2010): Zenhabits, PostSecret, Climate Progress, HiLobrow, Hipster Runoff, Kottke.org, Cake Wrecks, The Daily Wh.at, TechCrunch itn.

Wiki-strani: Wiki je spletna stran oziroma sklop spletnih strani, ki jih lahko uporabniki, ki imajo za to dovoljenje, enostavno urejajo (Ebersbach et al., 2006). Velik uspeh wiki-strani govori o tem, da je ta na skupinskem delu temelječ koncept sodelovanja, dobro znan. Za razliko od blogov wiki-strani načeloma vsebujejo zgodovino. Funkcija zgodovine uporabnikom omogoča kronološki pregled nad vsemi spremembami, ki so se zgodile v določenem dokumentu oziroma na spletni strani. Funkcija omogoča tudi vrnitev prejšnjega stanja, če je bila zadnja sprememba neustrezna.

Takšen koncept odprtosti predstavlja določeno stopnjo tveganja. Težko je namreč zagotoviti, da bo vsebina vseskozi ustrezna, saj se je težko ubraniti pred spletnim vandalizmom. Delno se to lahko uredi z zahtevo po registraciji uporabnikov, ki želijo prispevati ali urejati vsebino, v največji meri pa prek »samo regulacije«, ko uporabniki sami zaznajo tovrstne zapise in jih ažurno odstranjujejo.

Primeri implementacij koncepta wiki (eConsultant, 2010): Wikipedia, wikiHow, Wikibooks, Wikinews, Wetpaint, Wikitravel, WikiHealth, ProductWiki itn.

Označevanje in skupnostne zaznamke: Označba predstavlja ključno besedo, ki je dodana digitalnemu objektu (na primer spletni strani, sliki ali video vsebini) z namenom, da jo

opisno klasificira. Ena prvih implementacij označevanja je bil portal del.icio.us. Omenjeni portal je tudi prvi, ki ga povezujemo z začetki skupnostnih zaznamkov (Millen et al., 2005).

Skupnostni zaznamki omogočajo uporabnikom, da ustvarjajo sezname priljubljenih povezav, da te sezname shranjujejo na strežnikih (in ne lokalno) in jih na ta način delijo z ostalimi uporabniki. Te sezname lahko dodatno označimo s ključnimi besedami, ki omogočijo dostop do njih prek alternativnih načinov kategorizacij in ne zgolj prek standardne kategorizacije – drevesne strukture.

Referenčne strani, ki temeljijo na označevanju vsebine s ključnimi besedami, so: Delicious, digg, StumbleUpon, Connotea, rawsugar itn.

Medsebojna izmenjava multimedijskih vsebin: Največji razcvet med vsemi storitvami koncepta web 2.0 lahko pripišemo medsebojni izmenjavi multimedijskih vsebin. Med najbolj razširjene servise zagotovo sodijo YouTube (izmenjava videovsebin), Flickr (izmenjava fotografij) in Odeo (podcast vsebine). Vsi tovrstni servisi izhajajo iz predpostavke, da uporabnik prispeva vsebino, in ne, da so uporabniki zgolj v vlogi odjemalcev vsebin. V današnjem času številni uporabniki uporabljajo tovrstne servise in z ostalimi uporabniki delijo video-, avdio-, foto- in ostale vsebine. Masivno uporabo servisa za izmenjavo videoprispevkov pa so povzročile nizkocenovne možnosti snemanja videoposnetkov – videokamere, fotoaparati s funkcijo snemanja in mobilni telefoni.

Med storitvami za izmenjavo videovsebin so: YouTube, Metacafe, Google Video, Dailymotion, Yahoo Video, Vimeo itn.

Med storitvami za izmenjavo fotografij so: Photobucket, Flickr, Webshots, SmugMug, Picasa, Zoom, Photie, Shutterfly, PBase itn.

Podcaste: Izraz opisuje zvočne posnetke pogovorov, intervjujev, predavanj in podobno, običajno v mp3-formatu, ki jih lahko predvajamo na osebem računalniku, mobilnih napravah in ostalih predvajalnikih mp3-vsebin. Podcasti so doživeli razcvet z uspešno prodajo naprav Apple iPod in z uvedbo podcastov na Applovi iTunes aplikaciji. Najnovejši razvoj podcastov gre v smeri videovsebin. Avtor podcasta v tem primeru ne uporablja zgolj zvoka, ampak vsebino predstavi tudi prek videoposnetka.

Dodatna lastnost podcastov je, da jih avtorji lahko umestijo v serije, na katere se lahko kasneje uporabniki naročijo. Tako so naročeni uporabniki vedno nemudoma obveščeni o novi vsebini, ki se pojavi v takšnih serijah. Naročanje na serije se izvede prek namenskih aplikacij ali RSS-odjemalcev.

Med znanimi servisi podcastov so: iTunes, podomatic, Podcasting Station itn.

RSS: Gre za opis formata, na podlagi katerega je strukturirana vsebina. Omogoča pregled nad najnovejšimi vsebinami oziroma spremembami, ki so se zgodile na spletni strani, blogu oziroma servisu, ki takšen pregled omogoča. Uporabnik, ki se naroči na RSS, je o teh spremembah obveščen, ne da bi moral za to obiskati spletno stran. RSS običajno vsebuje naslov vsebine, datum zadnje spremembe, krajši povzetek vsebine ter povezavo do izvorne vsebine.

Da lahko uporabniki uporabljajo RSS-vire, potrebujejo RSS-odjemalce. Ti so lahko že vgrajeni v različne brskalnike ali odjemalce elektronske pošte, kot najboljša izbira pa se je izkazala uporaba namenskih aplikacij, ki jih lahko uporabijo na spletu, mobilnem kanalu in v zadnjem času na ip-televiziji. Tipičnih predstavnikov RSS-virov ni, saj tovrstni servis dandanes ponuja skoraj vsaka spletna stran.

1.3 Web 1.0

1.3.1 Predstavitev

V letu 2004, ko se je web 2.0 razširil po svetovnem spletu, je prišlo do težave. »2.0« v imenu koncepta namreč pomeni, da je pred tem obstajal web 1.0. Lastnosti te filozofije ni mogoče enostavno definirati, saj web 2.0 ni opisan kot njena nadgradnja. Tako prihaja do paradoksa – web 1.0 je odvisen od tega, kako se interpretira web 2.0.

Če upoštevamo teorijo, da web 1.0 predstavlja vse, kar web 2.0 ne, lahko ta koncept povzamemo z naslednjimi točkami (Strickland):

- **Strani web 1.0 so statične.** Vsebujejo zanimive informacije, a uporabnikom ne dajejo vzroka, da bi se vrnil. Vsebina se namreč od zadnjega obiska ni spremenila.
- **Strani web 1.0 niso interaktivne.** Uporabniki lahko zgolj prebirajo informacije na tovrstnih straneh – udeležnost uporabnika pri urejanju vsebine ni mogoča.
- **Aplikacije web 1.0 so zaprte.** Uporabniki sicer lahko uporabljajo aplikacije, ki sledijo tej filozofiji, ne morejo pa jih spreminjati.

1.3.2 Primeri implementacij

- Spletna stran posameznika oziroma podjetja, kjer upravitelj zgolj posreduje svoj naslov in telefon. Gre za statično vsebino, ki se ne spreminja. Če bi upravitelj strani omogočil možnost komentarjev, bi šlo že za koncept web 2.0.
- Netscape navigator: Spletni brskalnik, ki je sicer omogočal brskanje po spletu, ni pa imel na voljo vtičnika, s katerim bi si lahko aplikacijo prilagodili po lastnih željah. Firefox, Internet Explorer, Google Chrome in drugi, ki to omogočajo, sodijo v koncept web 2.0.
- Uradne spletne enciklopedije: Uporabniki nastopajo izključno kot bralci. Urejanje vsebine ni mogoče. Nasprotje tega koncepta je Wikipedia, kjer uporabniki sami ustvarjajo vsebino. V tem primeru gre za koncept web 2.0.

1.4 Web 3.0

Trend, ki se mu približujemo, predstavlja nadaljevanje koncepta web 2.0. Sprva je bil naslednik koncepta web 2.0 označen kot web 3.0, vendar to ne drži. Zaradi vsebine prihodnjega koncepta, ki opisuje semantično strukturirane podatke, o novemu konceptu govorimo kot o »semantičnem spletu«.

Izraz »semantični splet« je za koncept bodočega spleta prvi uporabil oče svetovnega spleta, direktor konzorcija W3C Tim Berners-Lee (Berners-Lee, Hendler & Lassila, 2001).

Semantični splet je opredelil kot obstoj strojno berljivih meta podatkov v spletu, ki bodo opisovali njegovo celotno vsebino in bodo tako dosegljivi avtomatiziranim sistemom; ti pa bodo v končni fazi omogočali uporabnikom inteligentnejši dostop do vsebin. Ti t. i. »agenti«, bodo zmožni avtomatično in »samoiniciativno« iskati relevantne podatke in vsebine namesto uporabnika v spletu.

Če poskusimo to predstaviti na konkretnem primeru, lahko rečemo, da so ljudje sposobni v svetovnem spletu poiskati prevod poljubne besede, si sposoditi knjigo v knjižnici, poiskati najcenejšo različico določenega devedeja in podobno. Trenutno noben računalnik ni zmožen poiskati teh informacij brez usmeritve uporabnika, saj so spletne strani narejene tako, da jih lahko bere človek in ne računalniški sistem. Vizija semantičnega spleta je, da bi informacije in vsebine opisali na način, ki bi bil razumljiv tudi računalnikom, ti pa bi nato namesto ljudi opravljali čedalje več dela – iskanja informacij (Semantic web, 2010).

Zanimanje za aplikacije, ki temeljijo na ideji semantičnega spleta, v zadnjem času močno narašča. Na eni strani gre za aplikacije, ki te informacije posredujejo v svetovni splet, na

drugi strani pa za aplikacije, ki te vsebine urejajo (menedžment vsebin). V danem trenutku je v spletu mogoče zaznati precej spletnih portalov, ki temeljijo na omenjenem konceptu, prav gotovo pa jih bo vedno več. To kaže, da se načrtane smernice koncepta semantičnega spleta vpeljujejo.

Nekaj primerov implementacij filozofije semantičnega spleta:

- BBC-jev portal, namenjen svetovnemu prvenstvu v nogometu: World Cup 2010. Portal delno temelji na semantičnem pridobivanju podatkov, ki jih sistem avtomatično agregira in ponudi uporabniku kot vsebino z dodano vrednostjo. (Reyfield, 2010).
- Tudi Google ima načrt glede semantičnega spleta. Z nakupom podjetja Metaweb, vodilnega podjetja na področju semantičnega spleta, želi razširiti svojo zmožnost kontekstualnega iskanja z novimi trendi semantičnega spleta (Cameron, 2010).
- Na konferenci semantične tehnologije (Semantic Technology Conference) junija 2010 v San Francisco je socialno omrežje Facebook najavilo, da bodo izvedli integracijo RDF-standarda – standarda, ki je osnova pri opisovanju podatkov semantičnega spleta (MacManus, 2010).
- Podjetje BestBuy je po vpeljavi tehnologij GoodRelations in RDF (oboje je del semantičnega spleta) zaznal do 30 % povečan obisk s strani google.com. Iskalnik je med rezultati poizvedb na sam vrh postavil poizvedbe, povezane s podjetjem BestBuy (Mohan, 2009).

1.5 Web 4.0

Glede na dosedanje trende lahko sklepamo, da bo web 4.0 postal relevanten šele po letu 2020. Ali to pomeni, da je prezgodaj govoriti o teh smernicah? Mislim, da ne, in mislim, da so te smernice zelo pomembne, predvsem pri snovalcih in razvijalcih spletnih strani. Razlog tiči v tem, da si razvijalci spletnih strani ne smejo vzeti za cilj okolja, v katerem se je razvoj začel, temveč ciljno stanje, ko bo projekt končan. Da bi si lahko ustvarili realno sliko prihodnjega stanja, je treba poznati tudi trende, ki trenutnemu obdobju sledijo.

Napovedi o tem, kako bo deloval spletni koncept web 4.0, so si med seboj različne. Vse pa imajo eno skupno točko, in sicer združitev človeštva in tehnologije do točke, kjer bo splet postal integralni del obstoja posameznika.

(Godin, 2007) opredeli web 4.0 preko naslednjih pojmov:

- vseprisotnost,
- identiteta,
- povezava.

Kot pravi Seth Godin, potrebujemo vseprisotnost, saj bo koncept web 4.0 temeljil na aktivnostih, in ne zgolj na podatkih. Ljudje pa so aktivni na drugih področjih in ne v spletu. Identiteta je ključni faktor, saj bo vse odvisno od tega, kdo smo, kaj delamo in kaj potrebujemo. Povezave so temelj vsega, saj posameznik brez drugih ne pomeni nič.

Za lažje razumevanje koncepta naj navedem še nekaj provokativnih primerov, ki temeljijo na filozofiji web 4.0:

- Ko želim napisati elektronsko sporočilo poslovnemu partnerju glede razvojnih idej pri določenem projektu, se v oknu prikaže obvestilo, da ima kolega v podružnici v Nemčiji že podoben razgovor z istim partnerjem, zato mi »sistem« svetuje, da bi se s kolegom predhodno uskladila.
- Z avtomobilom zamujam na poslovno večerjo ali sestanek. Moj prenosni telefon z funkcionalnostjo GPS to ve, saj ima podatke o mojem koledarju, o moji trenutni lokaciji in statusu prometa, zato vse druge udeležence dogodka obvesti o moji zamudi.
- Prvič obiščem določen blog. Brskalnik bo avtomatično ugotovil, kakšna vsebina blogov me zanima, in mi avtomatično ponudi povezave do prispevkov, ki so vsebinsko sorodni dotičnemu.

2 PREDSTAVITEV PORTALA SiOL.net

2.1 Kronološki pregled konceptualnih sprememb in lastništva portala

SiOL.net je portal z enim najdaljših stažev v slovenskem spletnem prostoru. Kot portal osrednjega slovenskega telekomunikacijskega operaterja je skozi leta pridobival številne bralce, saj se je njegov koncept vseskozi spreminjal. Z razvojem od preproste statične strani do vsebinsko kompleksnega portala je naslavljal različne skupine obiskovalcev in vseskozi širil njihovo bazo.

Razvoj portala je spremljalo tudi spreminjanje lastniške strukture. Vsebina se je posledično prilagajala poslovnim modelom, ki so bili v določenem trenutku aktualni. Portal pa je bil posredno ali neposredno vedno povezan z današnjim Telekomom Slovenije, d. d.

Začetki portala SiOL.net segajo v leto 1996. Takrat je Telekom Slovenije d. o. o. ustanovil internetno enoto Slovenija Online – SiOL, ki je delovala znotraj podjetja Telekom Slovenije (Telekom Slovenije, 2010). V tem času je nastala tudi blagovna znamka SiOL, pod katero se še danes predstavlja portal SiOL.net. Prvi portal je bil preprost, saj v obdobju nastavkov interneta še ni bilo tehnologij, ki jih poznamo danes. Namen portala je bil krepitev blagovne znamke in pospeševanje zavednosti o obstoju interneta na slovenskem.

Prvotni portal je nastal konec leta 1996 in je bil, gledano z današnjimi očmi, zelo preprost. Vseboval je tri sklope: opis tehničnih novosti, pomoč uporabnikom ter predstavitev blagovne znamke SiOL. Portal je veliko pozornosti posvečal doseganju različnih spletnih standardov, saj je kar polovica uvodne strani posvečena certifikatom.

Naslednja večja sprememba se je zgodila leta 1999. V letu 1998 je v skladu z zakonom o lastninskem preoblikovanju podjetij v družbeni lasti prišlo do privatizacije Telekoma Slovenije – javno podjetje se je preoblikovalo v delniško družbo Telekoma Slovenije, d. d. Omenjeno podjetje je nato leta 1999 ustanovilo hčerinsko podjetje SiOL, d. o. o.

Slika 4: SiOL.net portal leta 1996



Vir: Wayback Machine.

Z ustanovitvijo samostojnega podjetja SiOL se je močno spremenila tudi podoba spletnega portala. Uvedli so urednikovanje in s tem objavo prvih splošnih novic na internetu. Poleg splošnih strani je takratni SiOL uporabnikom ponujal »uporabniške strani« za enostavni pregled nad izstavljenimi računi. Prvič so se pojavile tudi strani, ki so uporabnikom omogočale interakcijo z drugimi uporabniki prek spleta. Uporabnikom je bil namreč na voljo prvi spletni forum in dostop do elektronske pošte.

Slika 5: SiOL.net portal leta 1999



Vir: Wayback Machine.

V prihodnjih letih je podjetje SiOL večkrat prenovilo portal. Portal, ki je bil po obiskanosti med prvimi v Sloveniji, je dobival podobo glavne »info točke« na spletu. Poleg že prej poznanih vsebinskih sklopov je ponujal tudi zaposlitvene oglase, male oglase, tv- in kinosporede, horoskop, devizne tečaje, pretvornik valut, Telefonski imenik Slovenije, vozne rede itn.

Z naraščanjem hitrosti dostopa uporabnikov do interneta se je tudi portal grafično prilagajal novim izzivom. Prihajalo je do množičnejše uporabe večjih slik in flash-gradiva, vedno več pa je bilo tudi videovsebin v obliki glasbenih videospotov.

Slika 6: Portal SiOL.net leta 2004



Vir: Planet 9, d.o.o. – arhiv.

Slika 7: Portal SiOL.net leta 2005



Vir: Planet 9, d.o.o. – arhiv.

Do naslednje večje spremembe je prišlo konec leta 2008. Pred tem je lastništvo portala znova prevzel Telekom Slovenije, saj se je leto prej podjetje SiOL, d. o. o. pripojilo matičnemu podjetju Telekom Slovenije, d. d. Od zadnje preнове portala se je skupina

znova prestrukturirala, tako da je trenutno spletni portal SiOL.net pod okriljem podjetja Planet 9, d. o. o.

2.2 Predstavitev podjetja Planet 9, d. o. o.

Planet 9, d. o. o. je družba z omejeno odgovornostjo znotraj Skupine Telekom Slovenije. Njene osnovne dejavnosti so vezane na razvoj, zagotavljanje in upravljanje multimedijskih storitev in vsebin za različne platforme. Ključna področja, ki jih te dejavnosti pokrivajo, so televizija in video (ip-tv, spletni video, mobilne rešitve), spletne storitve in portali ter različne komunikacijske rešitve. Planet 9 v različnem obsegu zagotavlja omenjene rešitve operaterjem Skupine Telekom Slovenije in drugim naročnikom na trgu (Planet 9, 2010).



Podjetje je nastalo leta 2003. Mobitel, d. d. je junija 2003 z družbo SiOL, d. o. o. ustanovil družbo Planet 9, d. o. o. Glavni namen ustanovitve je bila poenotena priprava in ponudba konkurenčnih multimedijskih vsebin in storitev, vsebinsko prilagojenih uporabnikom mobilnega radijskega omrežja in mobilnega internetnega okolja.

Družba Planet 9, d. o. o. se je v začetku leta 2008 združila s Sektorjem za multimedijske storitve in vsebine Telekoma Slovenije (del bivšega SiOL-a). Družba zagotavlja kakovostne, zabavne in informativne večpredstavnostne vsebine ter storitve za spletni in mobilni portal Planet in z njim povezane informativne vstopne točke (sms, mms, glasovna postaja) ter za spletni portal SiOL.net. Ponudba družbe vključuje tudi storitev SiOL TV, ki omogoča spremljanje televizijskih programov, ogled videovsebin na zahtevo (VoD) in uporabo interaktivnih storitev na televiziji.

Glavna področja dela podjetja obsegajo razvoj novih storitev, upravljanje življenjskega cikla storitev, urejanje poslovnih odnosov s partnerji, iskanje novih poslovnih priložnosti, trženje spletnega oglasnega prostora, iskanje novih vsebin za popestritev ponudbe, spremljanje trendov ter kritičen in konstruktiven pogled na uporabniško izkušnjo vseh storitev in portalov v portfelju.

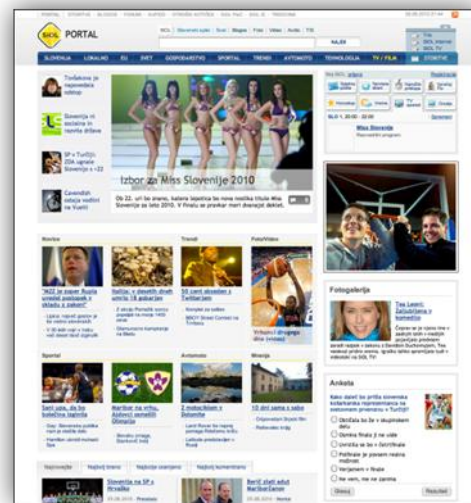
Na področju spletnih portalov Planet 9 nudi obširen nabor profesionalnih rešitev, saj razvija, implementira, upravlja in vzdržuje nekatere med najbolj uveljavljenimi spletnimi portali v slovenskem medijskem prostoru, in sicer SiOL.net, Spletni Planet, Mobilni Planet in mobilni portal Dajmedol.

2.3 Podrobnejši pregled aktualnega portala SiOL.net

Portal, kot ga poznamo danes, se je skozi čas precej spreminjal. Vseskozi pa je bilo zanj značilno, da je vedno sledil tehnološkemu razvoju na tem področju ter se vsebinsko neprestano dopolnjeval in s tem širil krog obiskovalcev.

Uvodno stran lahko opredelimo kot kazalo celotne ponudbe, ki jo kot obiskovalci lahko pričakujemo pri pregledovanju portala. Strukturno gledano je največ prostora na uvodni strani namenjeno dnevnoinformativni vsebini, ki se deli na naslednje sklope (Planet 9, 2010):

Slika 8: SiOL.net portal – danes



Vir: SiOL.net – uvodna stran.

1. **Slovenija, EU, Svet, Kultura, Gospodarstvo, Tehnologija:** »Vse, kar v Sloveniji in v svetu dogaja, se na SiOL-ovih novicah poraja.« Gre za pester nabor dnevnoaktualnih novic iz Slovenije in sveta, poseben poudarek je namenjen kulturnem dogajanju in pregledu dnevni novic s področja gospodarstva. Bolj tehnološko usmerjenim obiskovalcem je namenjen tehnološki kotiček, na portalu pa lahko najdemo tudi informacije o dnevni in nočni kroniki, okolju, vremenu in razmerah v prometu. Vsebinski del dopolnjujejo slike in videovsebine.
2. **Lokalne novice:** »Mislimo globalno, objavljamo lokalno.« Ustvarjalci portala pravijo, da se vse začne pred lastnim pragom in da je ta še posebej zanimiv, če gre za informacije o sosedu, ki mu je uspel neverjeten podvig. Omenjeni sklop prinaša veliko lokalnih novic iz vseh koncev Slovenije – od Gorenjske do Posavja in od Primorske do Prekmurja.
3. **Sportal:** »Šport plus portal je Sportal ... ker želi vedno biti prvi in najhitrejši, ker ne pozna počitka, ker ima vse večjo podporo obiskovalcev, ker je raznolik in včasih igriv, ker je dinamičen in privlačen, ker je v dobri kondiciji. Sportal je vodilni slovenski športni portal.« Na Sportalu lahko uporabniki najdejo sveže informacije iz sveta športa, rezultate, intervjuje z znanimi športniki, fotogalerijo in zanimivosti. Vsebinski del dopolnjujejo prenosi v živo in arhiv športnih dogodkov.
4. **Trendi:** »Trendi vam s svojimi vsebinami odkrivajo osvežujoč življenjski slog. Razvajajo vaše čute in vas popeljejo v vrtinec zabave. Razkrivajo vam svet slave in

lepote ter popestrijo vaš vsakdan.« Na strani Trendi je objavljenih veliko uporabnih informacij in zanimivosti: najnovejši modni in lepotni trendi, prispevki o zdravju, namigi za preživljanje prostega časa, glasbene novice, predstavitev filmov, reportaže s potovanj, dnevno osvežena astrološka napoved itn.

5. **Avtomoto:** »Ovinki, makadam in blato so naša pisarna, orjaški terenci, brutalni športniki in kromirani dvokolesniki pa naša delovna sredstva. To pašo za oči nudimo v treh oblikah: z besedami, fotografijami in videom.« Na straneh Avtomota je mogoče najti številne uporabne informacije, teste, zanimivosti in najnovejše trende s področja avtomobilizma in motociklizma. Veliko je slikovnega materiala, preizkušanje avtomobilov pa si lahko uporabniki ogledajo tudi prek videovsebin.

V sklopu osnovnega portala se nahaja še nekaj podsklopov, ki se ne nanašajo na uredniško vsebino; enega pomembnejših predstavljajo storitvene strani.

Storitvene strani so namenjene izključno predstavitvi aktualne ponudbe SiOL-ovih storitev obstoječim in potencialnim novim uporabnikom. Poleg podrobnejših opisov osnovne ponudbe (internet, telefonija in televizija) sklop opisuje tudi vse spletne storitve (SiOL PlaC, spletna pošta, varnostni paket, SiOL komunikator, spletnik, registracija domen, zakup spletnega prostora), akcije ter poslovno ponudbo. Uporabnikom je na voljo tudi sklop »pomoč in podpora« ter interaktivna spletna asistentka – TIA. Program zvestobe pa je namenjen raznim bonitetnim akcijam za zveste naročnike.

Slika 9: Storitvene strani portala SiOL.net



Vir: SiOL.net – storitvene strani.

Poleg osnovnega portala SiOL.net obstaja precej podportalov, ki so med seboj vsebinsko ločeni, vendar kljub temu pomembni, saj vsak naslavlja specifično bazo uporabnikov.

Spletna pošta: Tukaj lahko uporabniki dostopajo do svoje elektronske pošte, jo pregledujejo, urejajo ter ustvarjajo nova naročila. Sklop je zanimiv predvsem za uporabnike, ki uporabljajo javne računalnike, na katerih ni nameščenih odjemalcev za spletno pošto.

Servisne strani: To je sklop, ki je namenjen zgolj naročnikom Telekomovih in Mobitelovih storitev. Uporabnikom je na voljo spremljanje in spreminjanje podatkov, vezanih na naročniško razmerje, urejanje profilov, ki se nanašajo na internetni dostop,

telefonske storitve in televizijo. Omogočeno je tudi spreminjanje nastavitve posameznih spletnih storitev ter enostavno spremljanje in naročanje artiklov v programu zvestobe.

Blogos: To je podportal, namenjen blogerski skupnosti. Temelji na tehnologiji *wordpress* in vsebuje (glede na podatke s spletne strani blogi.siol.net; avgust 2010):

- 12.846 blogerjev,
- 112.824 objav,
- 369.662 komentarjev.

Forumi: Na straneh forumi.siol.net lahko uporabniki razpravljajo o poljubnih stvareh. Forumi so po vsebini razdeljeni v naslednje sklope – aktualno, družba, multimediji, zabava in storitve SiOL. Podatki, dosegljivi na zgoraj omenjeni spletni strani, so za avgust 2010 naslednji:

- 10.717 tem,
- 324.052 sporočil,
- 16.300 članov.

Kupido: Servis Kupido je storitev, ki omogoča iskanje po podatkih vpisanih uporabnikov ter osebno komunikacijo z drugimi uporabniki servisa. Glede na to, da pri zadnji prenovi oblikovno ni sledil ostalim sklopom portala, lahko sklepamo, da je to servis, ki bo relativno hitro ukinjen.

Otroški kotichek: To je prostor, namenjen najmlajšim obiskovalcem, ki so jim na voljo različne spletne igre, klepetalnica, nagradne igre itn.

SiOL iO: To je podportal, namenjen videovsebinam. Uporabnikom so na voljo raznovrstni videoposnetki, posnetki v živo, naročniki SiOL TV pa si lahko tukaj ogledajo omejen nabor tv-programov in dostopajo do videoteke.

Trgovina: To je najnovejši podportal na straneh SiOL.net in temelji na osnovi že uveljavljene trgovine enaa.com. Nabor artiklov je v obeh trgovinah enak.

Glede na merjenje obiskanosti slovenskih spletnih strani je portal SiOL.net trenutno na drugem mestu. Pred njim je po obiskanosti spletni portal 24ur.com, za katerega skrbi PRO PLUS, d. o. o. (MOSS, 2010). Portalu SiOL.net sledijo sorodni portali, in sicer rtvslo.si, zurnal24.si, delo.si, dnevnik.si, finance.si itn.

Glede na statistične meritve je portal v mesecu avgustu 2010 obiskalo okoli 440.000 ljudi.

Slika 10: Najbolj obiskani spletni portali v avgustu 2010

#	Spletna stran ↕	Izdajatelj ↕	Doseg (Slovenija) ▼	Ocenjen dodatni doseg – tujina ↕	Doseg % (Slovenija) ↕	Prikazi (Slovenija) ↕	Trend ↕
1	24ur.com	PRO PLUS, d.o.o.	610.628	74.076	54,4%	99.221.710	2,6%
2	www.siol.net	Planet 9, d.o.o.	439.829	51.918	39,2%	40.756.124	4,9%
3	www.najdi.si	Najdi, informacijske storitve, d.o.o.	439.655	31.915	39,1%	42.422.711	3,0%
4	www.rtvlo.si	RTV Slovenija, javni zavod	385.795	55.001	34,3%	35.051.737	6,0%
5	www.bolha.com	Bolha d.o.o.	379.919	47.509	33,8%	36.242.254	8,1%
6	www.zurnal24.si	Žurnal Media, d.o.o.	346.306	25.636	30,8%	35.978.288	14,3%
7	zadovoljna.si	PRO PLUS, d.o.o.	299.673	17.980	26,7%	4.991.765	11,5%
8	www.avto.net	Avtonet d.o.o.	299.665	77.259	26,7%	89.745.212	6,6%
9	www.itis.si	Najdi, informacijske storitve, d.o.o.	298.975	21.074	26,6%	2.777.962	10,9%
10	vizita.si	PRO PLUS, d.o.o.	235.017	13.141	20,9%	1.734.720	7,6%

Vir: MOSS – merjenje obiskanosti spletnih strani.

3 PRENOVA PORTALA SiOL.net

3.1 Analiza skladnosti portala s smernicami tehnologije web 2.0

Kot izhodišče za pripravo priporočil glede prenove portala SiOL.net nam bo služila analiza trenutnega portala glede skladnosti s predstavljenimi smernicami filozofije web 2.0. Da bi lahko podali oceno skladnosti, potrebujemo jasno definiran seznam kriterijev, ki jih mora spletna stran dosegati oziroma se je lahko po teh kriterijih vrednoti. Ker pa, kot smo že omenili, v primeru web 2.0 ne gre za sklop jasno definiranih pravil, standardov in usmeritev, lahko pripravimo zgolj oceno na podlagi subjektivne zaznave.

Analiza je razdeljena po generalni delitvi na storitve, ki so bile predstavljene v prvem poglavju in v splošnem predstavljajo web 2.0.

Tabela 1: Analiza skladnosti koncepta web 2.0 na portalu SiOL.net

Blogi	<p>Na portalu SiOL.net je blogom namenjen celoten podportal, dosegljiv na naslovu http://blog.siol.net/. Portal se imenuje Blogos in je v blogerski skupnosti v Sloveniji dobro sprejet. V iskalniku najdi.si tako na primer v tem trenutku najdemo 104.159 zadetkov, na google.com pa 120.00 zadetkov, ki se nanašajo na zapise na spletni strani Blogosa.</p> <p>Vsak servis, namenjen blogom, ima določene posameznike, ki ga predstavljajo, in uporabnike, ki s svojimi prispevki izstopajo med množico blogerjev. Tudi na Blogosu je tako. Servis zastopa peščica »hišnih blogerjev«, med katerimi so v blogosferi dobro znani posamezniki. Do nedavnega so bili</p>
--------------	---

	<p>v tej družini tudi blogerji, kot sta Marko Crnkovič in Jonas Žnidaršič. Uradni razlogi za njun odhod niso znani. Servis se skozi obstoj ni skoraj nič spreminjal, zato predvidevamo, da je pomanjkanje novih orodij eden glavnih razlogov za nezadovoljstvo posameznikov.</p> <p>Blogi sicer že sami po sebi predstavljajo web 2.0, vendar pa za uspešno delovanje ni dovolj zgolj postavitev takšen servis. Blogerji namreč zahtevajo enostavna orodja, ki se dopolnjujejo glede na trende v blogosferi in uredniško vsebino na uvodni strani – to na Blogosu glede na vsebino ni upoštevano.</p>
Wiki-strani	Na portalu SiOL.net ni mogoče opaziti nikakršnega podportala oziroma vsebin, ki bi predstavljale wiki-servis.
RSS	<p>RSS-vira, ki bi zajemal celotno vsebino siol.net portala (novice, blogi, forumi itn.), ni. Blogos tako ponuja ločen RSS-vir, enako velja za forume, kjer si lahko izberemo še vir, ki pokriva zgolj posamezno temo.</p> <p>Novičarski del portala ponuja RSS-vire za celoten novičarski sklop in vire za vsak sklop posebej (Slovenija, EU, Gospodarstvo, Šport itn.) Ni pa omogočen dostop do RSS-vira za posamezne kategorije znotraj novic – na primer dostop do vsebin v kategoriji »Znanost in okolje«, ki se nahaja v sklopu »Svet«.</p> <p>Analiza posameznih virov pokaže, da ti sicer sledijo RSS-specifikacijam, vendar bolj s stališča pokrivanja minimalnih zahtev, ki jih zapoveduje standard. Poleg naslova novice, datuma objave ter zelo kratkega povzetka druge vsebine ni. Pri novicah zasledimo tudi manjšo sliko.</p>
Spletne skupnosti	<p>Do nedavnega na portalu ni bilo mogoče zaznati nikakršne korelacije s spletnimi skupnostmi. Tukaj se je v zadnjem času zgodil napredek, saj je mogoče zaslediti prisotnost na spletnem servisu Facebook.</p> <p>Splošna stran SiOL.net na Facebooku ima trenutno 12.845 prijateljev, SiOL Sportal ima 12.779 prijateljev, Trendi imajo 2.283 prijateljev, Novice imajo 2.677 prijateljev, Avtomoto pa ima 2.107 prijateljev.</p> <p>Razen Facebooka prisotnosti portala SiOL.net na drugih spletnih skupnostih ni opaziti.</p>
Fotografije	Razen uredniških fotogalerij na portalu ni mogoče zaznati nobenega servisa, ki bi omogočal uporabnikom nalaganje tovrstnih vsebin.
Videovsebine	SiOL iO je portal, na kateremu je bilo do nedavnega mogoče poleg tv-programov spremljati tudi uredniško določene videovsebine. S 1. 9. 2010 pa prišlo do večjih sprememb, saj je bil servis v celoti prenovljen.

	<p>Po novem lahko uporabniki prek svojega profila na strežnik oddajo svoje vsebine in jih tako delijo z ostalimi uporabniki. Posnetke je mogoče posneti s prenosnim telefonom in jih neposredno odložiti v svoj profil na strežniku.</p> <p>Uporabniško generirano vsebino lahko uporabniki komentirajo, posredujejo svojim prijateljem, objavijo na Facebooku itn. Rečemo lahko, da novi servis predstavlja velik napredek v sledenju konceptu web 2.0.</p>
Ključne besede	Ključne besede, ki dodatno opisujejo vsebino, na portalu SiOL.net niso v uporabi; so pa implementirane v Blogosu in v prenovljenem servisu SiOL iO.
Konvergenca	Vsebina portala SiOL.net je na voljo zgolj prek spletnih brskalnikov; javno dostopnih vsebin in vsebin, prilagojenih prikazu na prenosnih telefonih, ni zaznati. Izjema je interaktivni servis na SiOL TV, kjer je uporabnikom na voljo okrnjeni servis za branje novic.
Rangiranje vsebin	Uporabnikom ni na voljo nobenega mehanizma s katerim bi lahko vplivali na vrstni red vsebinskih objav.
Agregat	Funkcijo agregiranja vsebin iz sorodnih portalov uporablja zgolj Blogos.
Personalizacija	Možnosti, da bi si uporabniki sami nastavili videz portala, ni.

Segmentirana analiza je pokazala, da na določenih področjih portal sicer sledi filozofiji spletnega koncepta web 2.0, vendar pa je teh implementacij premalo, da bi lahko portal v celoti ocenili kot portal, ki sledi konceptu web 2.0.

3.2 Analiza PSPN

Iz ugotovljenega lahko naredimo analizo PSPN (angl. *strengths, weaknesses, opportunities, threats*; analiza SWOT). Analiza proučuje uporabo smernic web 2.0, ne vključuje pa stroškovnega oziroma dohodkovnega vidika in ne temelji na poslovnih modelih portala SiOL.net. Analiza in njeni rezultati torej temeljijo na predpostavki, da lahko vplivamo zgolj na implementacijo smernic web x.0, *ceteris paribus*.

Prednosti:

- SiOL kot uveljavljena blagovna znamka prinaša večje pričakovanje po spremembah, ki sledijo trendom razvoja;
- kompetentna razvojna ekipa v podjetju Planet 9, ki velja za tehnološko visoko razvojno usmerjeno podjetje, lahko hitro implementira nove tehnične usmeritve;

- izkušnje omenjenega podjetja pri implementacijah na ip-tv (SiOL TV, SiOL BOX) ter z mobilnimi portali (Mobilni Planet);
- uporabniki so večinoma že navajeni konceptov web 2.0, zato integracija le-teh ne predstavlja revolucije pri njihovi izkušnji.

Slabosti:

- slaba oziroma nična povezava med podportali novic, blogi, forumi itn.;
- počasen cikel uvajanja novosti – portal je v veliki meri nespremenjen od začetka leta 2008;
- ni integracije vsebin, ki se nahajajo na spletnih mestih izven portala SiOl.net;
- ni konvergence vsebin; pri posameznih servisih ni mogoče zaslediti povezav do sorodnih vsebin na drugih servisih portala;
- neuskklajena kategorizacija vsebin po posameznih servisih; posledično uporabniku nama na voljo enovite izkušnje dostopa do vsebin;
- portal je na voljo samo slovensko govorečim uporabnikom.

Priložnosti:

- povezati različne skupine uporabnikov (branje novic, blogerji, komentatorji) skozi povezavo vseh vsebin;
- postati prvi portal po obiskanosti v Sloveniji;
- povečati bazo naročnikov s povezavami vsebin s spletnimi skupnostmi;
- povečati prepoznavnost portala prek spletnih skupnosti;
- integracija portala na vseh komunikacijskih poteh (televizija, mobilni svet);
- postati prvi portal v regiji, ki se lahko pohvali z integracijo konceptov web 3.0.

Nevarnosti:

- zaradi prepočasnega uvajanja novosti ali nepravilne integracije trendov obstaja nevarnost prehoda uporabnikov k konkurenci;
- uporabniki so navajeni tradicionalnega koncepta branja novic in jih dodatne funkcionalnosti spletnih skupnosti lahko zmedejo;
- odpor uporabnikov do sprememb;
- prevelik obseg sprememb lahko pomeni, da bo čas, potreben za implementacijo, predolg; ob realizaciji se lahko tako zgodi, da je portal namesto v vrhu razvoja spet v zaostanku;
- prevelik obseg sprememb, ki temeljijo na spletnih skupnostih, lahko povzroči različne odzive pri uporabnikih, predvsem pri starejših uporabnikih, ki so jim nove smernice težje razumljive.

3.3 Predlogi prenove portala SiOL.net

Pri prenovi spletnih strani se vedno pojavlja vprašanje, v kolikšnem obsegu izvesti spremembe. Ali prenoviti obstoječo ponudbo tako, da se doda nekaj novih funkcionalnosti, določene odvzame, preostale pa delno preuredi, ali izvesti revolucionarne spremembe, kjer uporabnikom ponudimo popolnoma novo spletno stran, ki se v le malo točkah sklicuje na predhodni portal.

Pri pregledu zgodovine razvoja portala SiOL.net smo opazili, da se je portal razvijal bolj evolucijsko kot revolucionarno. Vsaka prenova je ponavadi obsegala le dodatne funkcionalnosti, obstoječe pa so delno prenovili. Predpostavljamo lahko, da se bo portal tudi v prihodnosti razvijal na podoben način.

Predlog prenove bo torej temeljil na obstoječem stanju – to pomeni, da bodo podsklopi novic, blogov in forumov še vedno ločeni, prišlo pa bo do precejšnjih sprememb pri konvergenci. Gre za spremembe, ki bi lahko ob uspešni implementaciji in uspešnem sprejemu uporabnikov, portal postavile ob bok najuspešnejšim portalom z vidika implementacij spletnih tehnologij web x.0.

Seznam predlaganih sprememb:

- Portal bi lahko povečal svojo prepoznavnost z vključitvijo vsebin v angleškem jeziku, ki bi predstavljale lokalno okolje tuji spletni javnosti. Posledično bi se povečala baza naročnikov ter vključenost tujih uporabnikov.
- Na področju SiOL TV bi lahko poleg zgolj branja novic omogočili tudi pregled komentarjev, vključenost uporabnikov pa bi povečali z opcijo dodajanja komentarjev prek tega medija. Na SiOL TV manjka tudi servis, ki bi omogočil dostop do Blogosa.
- Postaviti sistem, ki služi kot osnova za izgradnjo SiOL-ove spletne skupnosti. Uporabniki bi si lahko račun ustvarili tudi prek Facebooka, objave na portalu pa bi bile takoj objavljene na primer na profilu Facebooka. Prek skupnosti bi lahko uporabnikom omogočili preglede nad komentarji ter pregled gledanih vsebin prijateljev.
- Postaviti mobilni portal, ki bo uporabnikom v celoti omogočil dostop do portala SiOL.net, ter omogočiti dvosmerno komunikacijo pri vseh storitvah.
- Tipična stran novice bi morala vsebovati: komentarje, povezavo na poglobljeno komentiranje na forumu, povezave na bloge s sorodnimi vsebinami, povezave na sorodne prispevke na drugih portalih po svetu. Stran pa bi morala omogočati tudi

izpostavitve novice, komentarja oziroma prispevka na spletnih skupnostih – na primer na Facebooku, Twitterju itn.

- Nadgradnja sistema za komentiranje novic. Omogočiti neposredno objavo odgovora na določen komentar, omogočiti rangiranje komentarjev po priljubljenosti ter omogočiti smiselno cenzuriranje komentarjev s strani uporabnikov.
- Postaviti enoten sistem ocenjevanja obiskanosti; kolikokrat je bila kakšna vsebina posredovana, komentirana in kako je bila ocenjena na vseh servisih. Posledično bi takšen sistem omogočal uporabniku hiter pregled nad vsemi vsebinami, glede na kriterije, ki so zanj najpomembnejši. Te informacije je potrebno potem izpostaviti tudi na uvodni strani portala.
- Uporabnikom omogočiti »vzporedno« uvodno stran portala, ki bo vsebovala vsebine, ki so jih uporabniki izbrali za najpomembnejše. Ta stran bi vsebovala tudi sklop, namenjen vsebinam avtorjem, komentatorjem in blogerjem, ki jih je uporabnik izbral. Stran bi lahko vsebovala še uredniško določene vsebine iz področij, ki si jih je uporabnik izbral.
- Poleg uporabniško določene uvodne strani portala omogočiti personalizacijo glede barvnih shem, seveda v obsegu, ki je v skladu s celotno grafično podobo portala.
- Vpeljava poenotnih ključnih besed pri vseh vsebinah. Te so lahko uredniško določene, hkrati pa bi se urejanje ključnih besed omogočilo tudi uporabnikom.
- Obogatiti RSS-vire. Vsebina – več kot le enostavčni povzetek. Dodati je treba tudi boljše kvaliteto slikovnega gradiva, RSS-viri pa morajo biti dosegljivi za vse kategorije portala in morajo omogočati dinamične vire, ki temeljijo na ključnih besedah.
- Omogočiti uporabnikom servis, prek katerega bi lahko delili svoje slike in videovsebine z ostalimi uporabniki. Servis SiOL iO v določeni meri sledi tej zahtevi, vendar na področju uporabniško generiranih slik ni zadostno pokrit.

SKLEP

Da bi se lotili prenove nekega spletnega portala, je treba najprej definirati kriterije, ki jim je potrebno slediti. V primeru zaključne strokovne naloge sem se osredotočil na skladnost portala s smernicami spletnih konceptov web x.0 in skušal podati smernice razvoja portala v prihodnosti, ki bi kar najbolj sledile tem usmeritvam.

Naprej sem podrobneje predstavil spletni filozofiji web 1.0 in web 2.0, koncept web 3.0, ki že stopa v veljavo, dotaknil pa sem se tudi usmeritev, ki jih delno nakazuje koncept web 4.0. O konceptih obstaja veliko spletne in tiskane literature. Ob prebiranju te pa hitro pridemo do zaključka, da ni jasnih navodil, pravil in standardov in da si te koncepte lahko razlagamo precej subjektivno.

Kot osnovo za predlog sprememb je nujno potrebno oceniti tudi trenutno stanje. V primeru portala SiOL.net sem ocenil, da portal le delno dosega nakazane smernice konceptov web x.0. Z opravljenim pregledom trenutnega stanja in analizo prednosti, slabosti, priložnosti in nevarnosti sem prišel do učinkovite osnove za predlog sprememb, ki se naj bi se implementirale na portalu.

Predlagane spremembe lahko razdelim v tri skupine. V prvem delu gre za spremembe, ki bi omogočile uporabnost portala prek angleškega vmesnika v globalnem okolju. Drugi segment so implementacije portala na mobilni in tv-svet. Zadnji, največji sklop pa predstavljajo spremembe glede implementacij spletnih skupnosti. Poudarek je na implementaciji funkcionalnosti že uveljavljenih servisov (na primer Facebook in Twitter), treba pa bi bilo tudi konsolidirati različne vire vsebin in jih celovito ponuditi uporabnikom, povečati njihovo vključenost pri kreiranju in urejanju vsebin, ponuditi uporabnikom različne možnosti prilagoditve vsebin in prilagoditve grafične zasnove portala njihovim željam.

Predlagane rešitve, ki bi portal s stališča izpolnjevanja teh konceptov postavile ob bok najpopularnejšim portalom, še ne zagotavljajo uspeha. Predloge je treba uskladiti z vizijo ter poslanstvom portala in zastavljenimi poslovnimi modeli; treba je postaviti kriterije za ocenitev uspešne implementacije sprememb in po teh kriterijih oceniti trenutno stanje. Primerjava vrednosti teh kriterijev z rezultati prenove pa lahko pokaže, ali so bile predlagane oziroma implementirane spremembe dejansko uspešne.

LITERATURA IN VIRI

1. Anderson, P. (2007). *What is Web 2.0? Ideas, technologies and implications for education*. Najdeno 16. avgusta 2010 na spletnem naslovu <http://www.jisc.ac.uk/media/documents/techwatch/b.pdf>
2. Berners-Lee, T., Hendler, J., Lassila, O. (2001, maj). The Semantic Web. A new form of Web content that is meaningful to computers will unleash a revolution of new possibilities. *Scientific American Magazine*.
3. Cameron, C. (2010). *Google Makes Major Semantic Web Play, Acquires Freebase Operators Metaweb*. Najdeno 16. avgusta 2010 na spletnem naslovu http://www.readwriteweb.com/archives/google_buys_semantic_web_database_metaweb.php
4. Doctorow, C., Dornfest, F., Johnson, J. Scott & Powers, S. (2002). *Essential Blogging*. O'Reilly media.
5. Ebersbach, A., Glaser, M. & Heigl, R. (2006). *Wiki: Web Collaboration*. Springer-Verlag.
6. eConsultant (2010). *Top 28 Wikis sites*. Najdeno 5. avgusta na spletnem naslovu <http://lists.econsultant.com/top-best-wikis-websites.html>
7. Funk, T. (2008). *Web 2.0 and Beyond: Understanding the New Online Business Models, Trends, and Technologies*. Praeger.
8. Gartner Web Innovation (2007). Najdeno 5. avgusta 2010 na spletnem naslovu http://www.gartner.com/it/content/502400/502437/wi_brochure.pdf
9. Godin, S. (2007). *Web4*. Najdeno 16. avgusta 2010 na spletnem naslovu http://sethgodin.typepad.com/seths_blog/2007/01/web4.html
10. MacManus, R. (2007). *On Web 3.0*. Najdeno 5. avgusta 2010 na spletnem naslovu http://www.readwriteweb.com/archives/on_web_30.php
11. MacManus, R. (2010). *W3C Pleased With Semantic Web Adoption by Facebook, Best Buy & Others*. Najdeno 5. avgusta 2010 na spletnem naslovu http://www.readwriteweb.com/archives/w3c_pleased_with_semantic_web_adoption.php
12. Millen, D., Feinberg, J. & Kerr, B. (2005). *Social Bookmarking in the enterprise*. ACM Queue.
13. Mohan, P. (2009). *How Best Buy is using Semantic Technology to define a new trend*. Najdeno 16. avgusta 2010 na spletnem naslovu <http://priyankmohan.blogspot.com/2009//online-retail-how-best-buy-is-using.html>

14. MOSS – merjenje obiskanosti spletnih strani. Najdeno 22. septembra 2010 na spletnem naslovu http://www.moss-soz.si/si/rezultati_moss/obdobje/default.html
15. New Version of My "Metaweb" Graph - The Future of the Net. Najdeno 5. avgusta 2010 na spletnem naslovu http://novaspivack.typepad.com/nova_spivacks_weblog/2004/04/new_version_of_.html
16. O'Reilly, T. (2005). *What Is Web 2.0*. Najdeno 5. avgusta 2010 na spletnem naslovu <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>
17. Planet 9 (2010). Najdeno 20. avgusta 2010 na spletnem naslovu <http://www.planet9.si>
18. Reyfield, J. (2010). *BBC World Cup 2010 dynamic semantic publishing*. Najdeno 16. avgusta 2010 na spletnem naslovu http://www.bbc.co.uk/blogs/bbcinternet/2010/07/bbc_world_cup_2010_dynamic_sem.html
19. Sankar K. & Bouchard S. (2009). *Enterprise Web 2.0 Fundamentals*. Cisco Press.
20. Semantic Web. Najdeno 29. avgusta 2010 na spletnem naslovu http://en.wikipedia.org/wiki/Semantic_Web
21. SiOL.net – uvodna stran. Najdeno 29. avgusta 2010 na spletnem naslovu <http://www.siol.net/>
22. SiOL.net – storitvene strani. Najdeno 29. avgusta 2010 na spletnem naslovu <http://www.siol.net/storitve.aspx>
23. Strickland, J. (b.l.). *Is there a Web 1.0?* Najdeno 6.8.2010 na spletnem naslovu <http://computer.howstuffworks.com/web-10.htm>
24. Telekom Slovenije (2010). Najdeno 28. avgusta 2010 na spletnem naslovu <http://www.telekom.si/>
25. Time (2010). *Best blogs of 2010*. Najdeno 5. avgusta 2010 na spletnem naslovu <http://www.time.com/time/specials/packages/completelist/0,29569,1999770,00.html>
26. Wayback Machine. Najdeno 10. avgusta 2010 na spletnem naslovu http://web.archive.org/web/*/siol.net
27. WEB 2.0 – Do MORE Than Just RETRIEVE Information. Najdeno 5. avgusta 2010 na spletnem naslovu <http://acc.aub.edu.lb/mod/resource/view.php?id=217>
28. Web 3.0 – The Best Official Definition Imaginable. Najdeno 5. avgusta 2010 na spletnem naslovu http://novaspivack.typepad.com/nova_spivacks_weblog/2007/10/web-30----the-a.html