

Nigdy nie miałem Amigi (wywiad z Piotrem Macurą)

Data publikacji: 20.05.2011 10:00

Jest cieszyniakiem z dziada pradziada. Piotr Macura – dziennikarz, popularny bloger i ekspert od serwisów internetowych – opowiada nam między innymi o przyszłości nowych technologii.

Łukasz Grzesiczak: Pamięta Pan swój pierwszy komputer? Jak większość naszego pokolenia zaczynał Pan od ZX Spectrum? (śmiech)

Piotr Macura: O ile dobrze pamiętam, to kontakt z „komputerami” zaczynałem od Atari 600XL i był to komputer mojego kuzyna. Kolejne przygody to Commodore i nigdy nie miałem Amigi (śmiech).

Prowadzi Pan popularne blogi, skąd wziął się pomysł na blogowanie i jakie są sposoby na sukces w internecie?

Pomysł wziął się oczywiście z głowy, czyli z niczego. A tak poważnie - to jest to wypadkowa zainteresowań, umiejętności i dostępu do różnych narzędzi (zarówno software jak i hardware). Najpopularniejszy z prowadzonych przeze mnie blogów, www.990px.pl, ma oglądalność na poziomie kilkuset tysięcy UU (Unique Users) miesięcznie i jeżeli taki wynik jest miarą sukcesu, to przepis jest dosyć prosty:

- trzeba lubić, to co się robi,

- trzeba wyróżniać się w „tłumie” innych stron [www](http://www.990px.pl)/ blogów. W przypadku 990px decydujące jest to, że w rodzimym internecie nie ma blogów fotograficznych o takiej formule (duże, agencyjne zdjęcia na jednej odsłonie) oraz jakość dobieranego materiału. Tego drugiego pogratulował mi Alan Taylor (założyciel The Big Picture <http://www.boston.com/bigpicture/> - protoplasty 990px)

Jakie są plusy blogowania?

Jest ich wiele (choć są również obowiązki, które dyscyplinują blogera). Do najważniejszych zaliczyłbym niezależność – mimo, że blog 990px prowadzony jest dla redakcji dużego portalu jakim jest INTERIA.PL, szefowie dali mi całkowicie wolną rękę i nie ma żadnych „nacisków”. Drugim plusem, jest komfort bycia subiektywnym, czego wręcz oczekuje się od blogera.

Jak Pan ocenia fenomen social media? Widzi Pan niebezpieczeństwo - jedno kliknięcie starczy niekiedy, by dowiedzieć się najdrobniejszych szczegółów z czyjegoś życia...

W internecie, jak w życiu – są tacy, którzy sobie z nim nie radzą. Myślę (mam nadzieję), że z czasem będzie się to zmieniało. O ile wiemy, że przechodząc na czerwonym świetle jest większa szansa na to, że potrąci nas samochód, tak samo z czasem więcej ludzi będzie sobie zdawało sprawę, że wrzucanie do sieci swoich aktów albo używanie tego samego hasła do poczty, konta w banku i portali społecznościowych może spowodować kiedyś kłopoty. Jest to wyłącznie kwestia edukacji.

Czy polscy politycy korzystających z nowych technologii są dla Pana przekonujący?

Nie, z wyjątkiem Waldemara Pawlaka, który jest prawdziwym funboy'em Apple (śmiech). W pozostałych przypadkach kojarzą mi się z kielbasą wyborczą w postaci zdjęć „ja i mój iPad w służbie społeczeństwu”.

Jakie - w Pana ocenie - będą główne kierunki rozwoju komunikacji i mediów elektronicznych?

Przewagą mediów elektronicznych jest to, że maksymalnie skrócona jest droga między ręką redaktora, a wypuszczeniem newsa.

W mediach elektronicznych również można wyróżnić mainstream i treści „alternatywne”, chociaż to drugie określenie może być trochę mylące. Chodzi mi o to, że - podobnie jak z w przypadku telewizji - mamy duże portale, jak INTERIA.PL, Onet.pl, WP.PL (czyli mainstream) oraz serwisy o węższej specjalizacji, skupiające się na konkretnych zagadnieniach (tu świetnym przykładem są blogi właśnie). Zawsze więc będzie grupa zainteresowana ogólnym oglądem sytuacji, jaki i grupa szukająca czegoś więcej – w sensie bardziej precyzyjnego.

Generalny trend jest taki, że jesteśmy coraz bardziej leniwi (może bardziej wybredni, albo mamy mniej czasu) i mało kogo interesują już długie elaboraty. Od mediów elektronicznych oczekuje się przede wszystkim szybkiego reagowania na zapotrzebowanie (najświeższe wiadomości) i przystępnej formy, czyli krótko i na temat.

Bierze się to m. in. z tego, że dzisiaj wiadomości możemy sprawdzić praktycznie w każdym miejscu - statystycznie każdy obywatel ma przynajmniej jeden telefon komórkowy. Czyli generalnie przesiadamy się z „desktopów” na urządzenia bardziej mobilne.

Papierowa gazeta zginie? Zastąpi ją portal internetowy?

Myślę, że jeszcze sporo czasu upłynie, zanim gazeta papierowa umrze. Z jednej strony jest przyzwyczajenie – ja nie mam już tego problemu, żeby czytać wyłącznie wydania elektroniczne, ale dla pokolenia moich rodziców nie jest to już tak oczywiste.

Druga sprawa to oczywiście pieniądze. Przystępny model biznesowy, który będzie przemawiał za gazetami drukowanymi (czyli zatrzymujący reklamodawców) z pewnością wydłuży życie prasy drukowanej.

Piotr Macura - rocznik 1979. Cieszyński z dziada pradziada. Ekspert MRPO - Społeczeństwo informacyjne. Product Manager serwisów mobilnych w INTERIA.PL. Prowadzi m. in. blogi www.990px.pl i www.amatorzyna.pl Dziennikarz – współpracownik magazynów „INTERNET” oraz „INTERNET Maker”.