

## Proč jsou Windows nejrozšířenější?

Napsat článek na téma obliby Windows mi připomíná Švandrlíkovy veršovánky na slova zadaná z publika. S tím rozdílem, že jemu se to většinou zdařilo. Nicméně tato otázka je natolik klíčová, že stojí za to se s ní poprat. Už proto, že si ji skoro nikdo neklade.

I když to není tak docela pravda. O Windows, či přesněji o produktech Microsoftu, jež Windows ztělesňují, se – kriticky – mluví dost. Jenže zpravidla jaksí mimo mikrofon. Microsoftské výrobky sice lidé používají, jenže se k nim chovají dost rezervovaně. Existují renomované firmy, které přešly na Office 97 dokonce později než já s tím, že nemají čas znovu prodělavat martyrium s jejich „zařizováním“, v jiných zatím odolávají, další opěvují Windows 3.1 a o pětadevadesátkách nechtějí ani slyšet. Navenek samozřejmě silným hlasem mluví o podpoře Windows. Za výkupné, že tyto firmy neprozradím, bych mohl žít jako Viktor Kožený, ani bych kvůli tomu nemusel na Bahamy.

Windows (pod tímto termínem budu nadále chápat i jejich příslušenství – jablko nemůže padnout daleko od stromu) jsou živý organismus. Pokud si vzpomínám, živý organismus definují tři základní pravidla: projev inteligence, schopnost se rozmnožovat, schopnost přijímat potravu. Windows jsou inteligentní, jsou s to se pokaždé nainstalovat jinak, popřípadě stejně (špatně). Co si kam na pevný disk zapisují, neví ani Gates. Já například ze stejného CD na různých počítačích dostanu naprosto rozdílné se projevující instalace. Třeba Word se mi najednou chová tak, že v okně pro export souborů se slovo „soubor“ rozdělí na „sou“ a „or“, přičemž „or“ je platná volba. Nikdo neví, proč. (Upozornění pro softwarovou policii: redakce počítačových periodik dostávají software s nepsanou výjimkou, že mohou instalovat na více počítačích, aniž by se tím vystavovaly postihu.) Rozmnožovací funkce je zřejmá, Windows neustále přibývá. Přijímání potravy je také nabíledni: žerou nervy a pijou krev.

### Za vším hledej marketing

Jak je možné, že tak neútnulý a nespolehlivý produkt, jako Windows, je nejrozšířenějším prostředím na osobních počítačích?

K pochopení otázky se musíme věnovat magii z nejtemnějších, zvané marketing. Marketing je věda, která učí, jak přimět zákazníky, aby kupovali to, co nechtějí (to, co chtějí, netřeba propagovat, to je ztráta času a peněz). Před několika dny předváděl šéf Microsoftu Bill Gates novou verzi Windows, známou jako Windows 98. Za pozornosti mnoha milionů lidí, v přímém přenosu, připojil skener a Windows reagovaly spolehlivě. Spadly. (Pro počítačové laiky: „spadly“ neznamená nic kritického, Windows i nadále v počítači – bohužel – jsou, jenže nepracují a na rozdíl od normálního stavu je to vidět.) Gates to přešel poznámkou, kterou světové agentury označily za „vtipnou“ a komentátoři se předháněli v ocenění, jak situaci „zvládl“. Ruku na srdce, nebylo by k obdivu spíše to, kdyby prohlásil, že takový produkt na trh nedá, dokud nebude spolehlivý? (Upozornění: spolehlivost systému je dána případy, kdy nefunguje.) Jako obchodník s letadly by po havárii stroje na aerosalonu skončil. Jako softwarový producent si lepší reklamu nemohl přát. Tomu se říká marketing.

Ivan Straka  
redaktor Softwarových novin  
istraka@softnov.cz