

m:
agazin

LJETO 2019.
BROJ 22
IZDANJE ZA BiH
BESPLATAN PRIMJERAK



TEMA
BROJA
**Kako se
mijenjala
televizija
i mi s njom**

SVJETSKI
DOGAĐAJI
**Google I/O 2019
konferencija u
Kaliforniji**

TALENTI
**Relja Grahovac
plivač**

HUAWEI P30 lite

48MP Ultra Wide Triple Camera*



IMATE PRIJATELJE

03

11 STRANE ZA EKRANE

Uživajte u ljetu uz nove filmske naslove iz M:tel IPTV ponude

14 ZVIJEZDA PONUDE

Sony 4K Ultra HD - pametni televizor savršen za svaki dom

23 DNEVNIK PRIJATELJSTVA

„Jedan poziv mijenja sve - ne koristi telefon dok voziš!“

POSLOVNI SVIJET

33

56 SVJETSKI DOGAĐAJ

Google I/O 2019 - privatnost korisnika u prvom planu

61 BRENDOVI KOJIMA VJERUJEMO

Nova Samsung A serija

67 TESTIRAMO

Huawei P30 Lite

S DRUGE STRANE

79

90 HILJADU RIJEČI

Vladimir Tadić - Svjetlopis

97 U ROMINGU

Vodimo vas na Maltu - strogo čuvanu tajnu Mediterana

102 INTERVJU MOBILNIM

Ida Prester



m:agazin

Ljeto i novi m:agazin su tu, što znači samo jedno - stigao je vitamin sunca.

Jer, šta vam je još potrebno da uživate na plaži, negdje u hladu, uz osvježavajuće piće ili sladoled? Pa, naravno, papir koji šuška pod prstima i koji nosi mnoštvo zanimljivih priča.

U ovom broju vodimo vas u nove tehnološke avanture, govorimo o mladim ljudima koji su, makar u svom

mikrosvijetu, učinili neke istorijske korake, vraćamo televizijski točak vremena, ali gledamo i u budućnost, i sve to tokom jedne vožnje taksijem po nebu.

Da, učinimo zajedno ovo ljeto još boljim i neka vam vitamin sunca napuni baterije za sve izazove koji predstoje.

IMPRESUM



LJETO 2019
BROJ 22
IZDANJE ZA BiH
BESPLATAN PRIMJERAK

IZDAVAČ: Mtel a.d. Banjaluka

ZA IZDAVAČA: generalni direktor Marko Lopičić, izvršni direktor za marketing i prodaju Radmila Bojanić

m:agazin TIM: Sandra Stanić, Željka Dragičević, Jelena Maksimović, Milica Kondić, Vesna Rodić, Aleksandra Šobić, Andrea Lazić, Vlatka Repac

U OVOM BROJU ZA m:agazin PIŠU: Sandra Stanić, Milica Kondić, Jelena Maksimović, Aleksandra Šobić, Darko Bajić, Mirela H. Mustafić, Milovan Tatić, Nemanja Runić, Stefan Ličina, Dejan Trninić, Jelena Pralica, Rada Galić, Ljubica Jerotijević, Jelena Bjelaković, Bojana Đerić Petrović, Gorana Divjak, Duško Berić i Branislav Predojević

LEKTOR: Saša Četojević

DIZAJN: Miloš Đurović / Aquarius

PRELOM I PRIPREMA: Miloš Đurović / Aquarius

ADRESA REDAKCIJE: Vuka Karadžića 2, 78 000 Banjaluka // **TELEFON:** 051/240-875, 240-250 // **FAX:** 051/216-110

E-MAIL: magazin@mtel.ba // **WEB:** mtel.ba

ŠTAMPA: Compex d.o.o, Braće Pišteljića 1, 78 000 Banjaluka

TIRAŽ: 3.000

IZLAZI KVARTALNO



m:

IMATE PRIJATELJE

DNEVNIK
PRIJATELJSTVA

NUDIMO VAM

PREDSTAVLJAMO VAM M:TEL PRETPLATA: L+ TARIFU

BONUSI KOJE NE MOŽETE POTROŠITI

PIŠE: MILICA KONDIĆ

U ovom broju vam predstavljamo L+ tarifu, koja je namijenjena svim onim korisnicima koji veliki dio vremena provode na internetu, ali im je jednako bitno da imaju i dovoljan broj minuta za razgovore – odnosno bonusa koje ne mogu potrošiti.

Ova tarifa namijenjena je onima kojima je važno da su stalno online na svom mobilnom telefonu, jer često šalju mejlove, očitavaju različite sadržaje s interneta, koriste društvene mreže, YouTube i slične platforme, jer u okviru ove tarife imaju 50 GB mobilnog interneta.

L+ tarifa je, takođe, namijenjena onima koji imaju potrebu da vode duge razgovore. Privatne ili poslovne, noću ili danju, razgovore koji nekad traju i satima, jer im ona

pruža mogućnost neograničenih razgovora prema svim mrežama u BiH.

Ova tarifa podrazumijeva i 500 minuta prema mts mobilnoj mreži, ali i odličnih 10 GB roming interneta u mrežama mts i m:tel Crna Gora.

Ako se odlučite na ovu tarifu, imate pravo popusta od 20% na 24 mjeseca, odnosno na pretplatu od 64,58 KM.

Pretplata: L+ nudi i odličan izbor telefona po subvencionisanim cijenama, naša preporuka je:



HUAWEI P30 LITE

*koji u okviru ove tarife košta samo
1 KM.*

Ukoliko se odlučite za telefon po subvencionisanim cijenama, iznos pretplate za L+tarifu će biti 80,73 KM, a za sve ostale informacije te za detaljnu ponudu mobilnih telefona koje možete upariti sa ovom tarifom posjetite **www.mtel.ba**, neko od m:tel prodajnih mjesta ili pozovite **0 800 50 000**.

NUDIMO VAM

ZAŠTO NE BISTE VRATILI VRIJEME? PREMOTAJTE TELEVIZIJSKI PROGRAM UNAZAD!

PIŠE: ALEKSANDRA ŠOBIĆ

Pretpostavljamo da vam se desilo da žalite za propuštenom filmskom scenom, epizodom serije, gostovanjem omiljenog TV lica, večernjim vijestima ili želite da hiljadu puta gledate baš taj pogodak koji je postigao sportski tim za koji navijate. U tom slučaju, imamo dobre vijesti za vas!

Uz korištenje m:tel IPTV paketa, više nema propuštenih TV sadržaja, jer sve što ste propustili možete jednostavno premotati i vratiti 72 časa unazad.

Ako koristite m:tel IPTV paket, isprobajte odmah ovu funkcionalnost ulaskom u IPTV meni i odabirom strelice za vraćanje programa unazad u okviru TV vodiča.

A ako još niste odabrali m:tel IPTV, posjetite www.mtel.ba ili besplatno pozovite **0800 50 000** i raspitajte se o promotivnoj ponudi paketa koja je trenutno aktuelna.

Ne propustite nijedan omiljeni TV sadržaj.

Ili još bolje, ne propuštajte ljetne trenutke sa dragim ljudima, TV program može da vas sačeka!





NUDIMO VAM

BINDŽOVATI ILI UŽIVATI U PRETJERIVANJU

PIŠE: ALEKSANDRA ŠOBIĆ

Sudeći po Oksford rječniku, engleska riječ *binge* datira iz 19. vijeka i označava imenicu i glagol pretjerivanje ili pretjerivati (uglavnom u hrani i piću).

Međutim, vrijeme neumjerenog konzumiranja TV sadržaja donosi potpuno novo značenje ove riječi, te tako često možete čuti kako je neko cijeli vikend „bindžovao“ posljednju sezonu obožavane serije.

Za razliku od izvornog značenja riječi, ovaj termin u kontekstu televizijskog programa ima pozitivnu konotaciju i označava opuštene trenutke i beskonačno uživanje u omiljenim TV prizorima.

U vremenu u kome je pažnja skupljena na nekoliko misli na Twitter-u ili YouTube klip, i u kome je i osam minuta da se skuva instant supa predugo, vrlo često nemamo strpljenja da čekamo omiljenu epizodu cijelu sedmicu.

Umjesto toga „bindžujemo“ cijele sezone serija, a nerijetko i više njih, a naše konzumiranje TV sadržaja pretvara se u zarazu poput jedenja kikirikija. Tačnije, nemoguće je pojesti samo jedan.

~~~~~  
*Usput, nepregledne mogućnosti za „bindžovanje“ dostupne su vam u m:tel IPTV videoteci. Preporučujemo vam serije:*

„Mladi papa“,  
„Nevine laži“ i  
„Černobilj“.

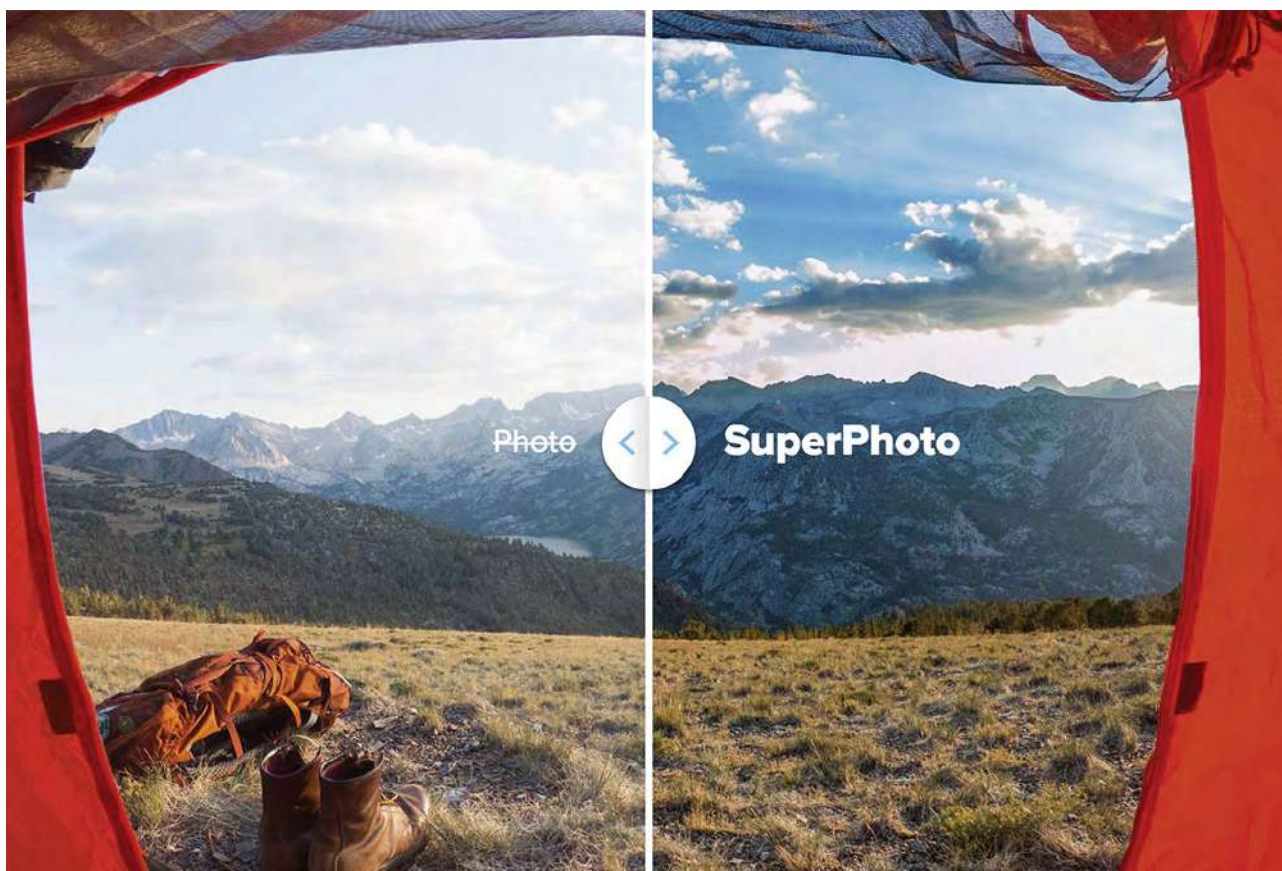
~~~~~



AKCIONE KAMERE U M:TEL PONUDI

ZABILJEŽITE LJETO NA GOPRO NAČIN

PIŠE: MILOVAN TATIĆ



Akzione kamere pravi su način da zabilježite svaki trenutak od akcije, bilo da skačete u vodu, ili se biciklom spuštate kroz šumu, ili volite vratolomije na skejtu, duge vožnje motociklom ili automobilom. Za razliku od drugih kamera, prednost akcionih kamera ogleda se u izdržljivosti, kompaktnim dimenzijama i stabilizaciji slike, otpornosti na vodu i lakoj kontroli snimanja.

U m:tel ponudi možete pronaći GoPro modele akcionih kamera, a kao zlatni standard izdvaja se najnoviji GoPro Hero 7 Black, koji postavlja nove granice u mogućnostima snimanja.

Odmah po predstavljanju na tržištu, Hero 7 je pokazao da GoPro može da zadrži leadersku poziciju u sve većoj konkurencijskoj trci na tržištu. Naime, u posljednjoj iteraciji svoje Hero serije, sva pažnja bila je usmjerena na razvoj najstabilnijeg video-snimka do sada pod nazivom: Hypersmooth. Tehnologija stabilizacije slike oduševila je sve, a možda je najbolje oslikava test „The Verge“, gdje kažu: „Snimci Hero 7 Black verzije, koristeći Hypersmooth, imaju natprirodni kvalitet, gdje čak i snimci iz ruke, bez korištenja stalaka ili dodataka, izgledaju kao da su snimljeni sa nekom dodatnom stabilizacionom opremom.“

GoPro Hero7 u sebi sadrži poseban GP1 procesor, koji je razvijen u cijelosti unutar kompanije GoPro. Zahvaljujući njemu, razlika između konkurencije i GoPro-a postala je još veća, a softver kamere nadograđen hardverom, baš kako to priliči - bez premca.

Pored superstabilnih video-snimaka pomoću Hypersmooth tehnologije, zahvaljujući moćnom procesoru, Hero 7 može biti i odličan foto-aparat - superfoto-aparat. Po aktiviranju ove funkcije, Hero 7 Black bira najbolji način za optimizaciju slike i krajnji rezultat je nevjerovatan.

GoPro Hero 7 Black donosi i live stream opciju - za sve one koji žele podijeliti uživo svoju najnoviju dogodovštinu sa prijateljima na Facebook-u ili YouTube-u.

Impresivni niz tehnologija se nastavlja, a kameru možete kupiti u ponudi m:tel-a putem sajta: www.mtel.ba ili na prodajnim mjestima.

Više informacija možete dobiti i pozivom na 080050000, svaki radni dan, i vikendom, 24 časa dnevno.

STRANE ZA EKRANE

UŽIVAJTE U LJETU UZ NOVE FILMSKE NASLOVE IZ M:TEL IPTV PONUDE

PRIPREMILA: MIRELA H. MUSTAFIĆ



HBO

SLUŠKINJINA PRIČA III

Petkom po dvije nove epizode, u 20.00

Nova, treća sezona adaptacije romana Margaret Atwood „Sluškinjina priča“ govori o životu u distopiji Gileada, totalitarnog društva u nekadašnjim Sjedinjenim Državama. Gileadom, suočenim sa ekološkom katastrofom i naglim smanjenjem nataliteta, vlada fundamentalizam i militarizam koji želi da „vрати tradicionalne vrijednosti“. Kao jedna od nekoliko preostalih plodnih žena, Fredova (Elizabet Mos) je sluškinja u Komandantovom domaćinstvu i dio je kaste žena primoranih na seksualno ropstvo, što je posljednji očajnički pokušaj da se obnovi populacija. U ovom zastrašujućem društvu Fredova mora da balansira između Komandanata, njihovih okrutnih supruga, služavki koje se zovu Marta, i drugih sluškinja - gdje svako može da bude špijun Gileada - samo sa jednim ciljem: da preživi i pronađe ćerku koja joj je oduzeta.

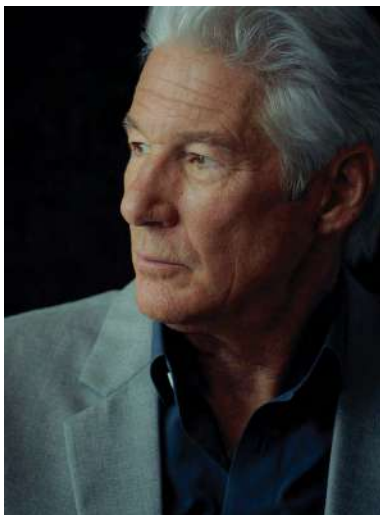
NAJJAČI GLAS

Utorkom, u 20.00

U današnjem svijetu politički naelektrisanih medija nema veće ličnosti, čak i nakon njegove smrti, od Rodžera Ejlsa, koji je pretvorio Fox News u silu koja je promijenila dijalog o najvišim nivoima vlasti.

Ova sedmodijelna serija, zasnovana na bestseleru, govori o Rodžeru Ejlsu (Rasel Krou), osnivaču Fox News-a. Da bismo razumjeli događaje koji su doveli do uspona moderne Republikanske stranke, moramo razumjeti Ejlsa. Prvenstveno se usredsređujući na proteklu deceniju tokom koje je Ejls postao istinski vođa partije, serija se osvrće i na ključne događaje u Ejlsovom životu, uključujući njegova iskustva sa svjetskim vođama koje su pokrenule njegovu političku karijeru, kao i optužbe i nagodbe u vezi sa seksualnim zlostavljanjem koje su okončale njegovu vladavinu na Fox News-u.

STRANE ZA EKRANE



CINEMAX

MAJKA, OTAC, SIN

Subotom, u 21.00

Ričard Gir i Helen Mekkori glume razvedene roditelje u ovoj porodičnoj priči. Kada njihov sin Kejden izgubi kontrolu nad svojim samodestruktivnim životom, strašne posljedice će ugroziti budućnost porodice i njenog poslovnog carstva.

Maks, rođen u Americi, jedan je od najuspješnijih i najmoćnijih ljudi u britanskoj politici i vlasnik je medijskog carstva koje uključuje novine i televizijske stanice. Njegova bivša žena i aristokratkinja Ketrin odstranjena je iz porodice i dane provodi radeći u skloništu za beskućnike. Njihov sin Kejden ima ključnu ulogu u Maksovom biznisu i uređuje visokotiražne novine „Nešnel ripoter“, ali taj posao prevazilazi njegove sposobnosti i to se vidi. Kada Kejden doživi katastrofalan nervni slom, razorena porodica ponovo se okuplja.

BLEJZ

Petak 2. avgusta, u 21.50

Film „Blejz“ inspirisan je životom kantri pjevača Blejza Folija. Pratimo njegovu vezu sa Sibil Rozen; gledamo posljednji koncert prije njegove prijevremene smrti; posjećujemo njegove prijatelje koji ga se prisjećaju u radijskom intervjuu.

„Blejz“ je inspirisan životom Blejza Folija, neopjevane muzičke legende i rodonačelnika podžanra teksaške kantri muzike, koji je iznjedrio muzičare poput Merla Hagarda i Vilija Nelsona. U filmu se prepliću tri perioda iz života ovog umjetnika, prikazujući Blejzovu prošlost, sadašnjost i budućnost iz drugačijeg ugla. Različite linije priče istražuju njegovu vezu sa Sibil Rozen, njegovu posljednju, mračnu noć na Zemlji i uticaj njegovih pjesama i smrti na obožavaoce, prijatelje i neprijatelje. Ova isprepletana priča završava se dirljivo i tragično, prikazujući Blejzove uspone i padove, kao i uticaj na ljude koji su bili dio njegovog života.

PICKBOX

Hit serije pogledajte u Pickbox video-teci u okviru m:tel paketa.

MECI



Nova finska kriminalistička serija „Meci“ (2018) inteligentan je spoj kriminalističke serije, špijuskog trilera i političke drame, a kompletna prva sezona dostupna je na Pickbox NOW-u.

Od producenata nordijskih hit serija „The Bridge“ i „The Killing“ u novoj finskoj seriji pratimo tajnu agentkinju Mari Saari, koja je na tajnom zadatku da se sprijatelji s jednom od najtraženijih teroristkinja za koju se mislilo da je mrtva.

Spoj špijuskog trilera i političke drame

Serija „Meci“ nije tipična nordijska noir serija. Radnja se vrti oko bivše teroristkinje Madine Taburove, nadimka Crna Udovica, koju glumi njemačka glumica Zibel Kekili („Igra prijestola“ Head-On). Ona dolazi u Helsinkí i traži politički azil. Dotad se za Crnu Udovicu mislilo da je mrtva, što prouzrokuje sumnje tajnih agencija. Pomoću lažnog identiteta,

talentovana tajna agentkinja Mari Saari (Krista Kosonen) mora da se sprijatelji sa bivšom teroristkinjom kako bi otkrila njene motive dolaska u Finsku. Pokušavajući da otkrije ovu misteriju, Mari Saari se infiltrira u unutrašnji krug Crne Udovice, koja regrutuje bombaše samoubice. No Mari razvije simpatije prema Madini i vrlo brzo shvati da su njene dužnosti kao policajke i njen poriv da zaštiti Madinu u konfliktu. Ali ništa nije onako kako se čini.

Skandinavska avantura

Serija „Meci“ jedna je od novih skandinavskih serija koju zaista vrijedi gledati - osim što ima snažne pohvale kritičara i publike, posebno se ističu dva snažna ženska lika koji su u fokusu ovog špijuskog trilera.

SPASI ME

Britanska dramska kriminalistička serija „Spasi me“ (Save Me) osvojila je nagradu Royal Television Society-ja za najbolju dramsku seriju 2019. godine. Njen tvorac, scenarista, režiser i glavni glumac Leni Džejms (Line of Duty, The Walking Dead, Fear the Walking Dead) dobitnik je nagrade za najboljeg dramskog pisca.



Izvrсни likovi

„Spasi me“ je drugačija vrsta trilera, koji se gradi oko izvršnih likova. Glavni lik je Neli (Leni Džejms), koji ide u potragu za svojom nestalom kćeri Džodi, koju gotovo nikad nije vidio. No Neli nije detektiv, on je samo običan čovjek sa mnogo mana. Neli je jedan od onih likova za koje imate utisak da ih poznajete. Kao da ste ga već negdje vidjeli u gradu, u busu, u lokalnom kafiću... On je ženskaroš, nezaposlen je, mnogo pije i često zalazi u kafane. I upravo u toj „običnosti“ leži moć njegovog lika - njegova kompleksnost i dubina.

Uz Nelija, tu je i njegova bivša supruga i Džodina majka Kler, koju tumači izvršna glumica Suren Džons. Kler se razvela sa Nelijem i ima novog muža i novi život, potpuno drukčiji od onoga koji je imala s Nelijem. Kad Džodi nestane, a njen bivši muž Neli postane jedan od osumnjičenih, primorana je da se vrati u svoj stari život.

Originalni triler

„Spasi me“ je triler koji će vas odvesti na vrlo neugodna mjesta - u fokusu je otmica trinaestogodišnje djevojčice. Događaji su intenzivni i katkad se čine nevjerovatnim, no likovi su izrazito jaki i dobro su napravljeni pa će vas s lakoćom uvući u priču - originalno i svjež.

Upustite se u novu avanturu s Lenijem Džejmsom i otkrijte zašto je serija „Spasi me“ proglašena najboljom kriminalističkom serijom u 2019.

ZVIJEZDA PONUDE

SONY 4K ULTRA HD

PAMETNI TELEVIZOR SAVRŠEN ZA SVAKI DOM

PIŠE: STEFAN LIČINA





Kako vi zamišljate svoje idealno ljeto? Odmor na nekoj egzotičnoj destinaciji? O da, to zaista zvuči kao godišnji odmor iz snova. Ukoliko ipak ostajete kod kuće, imamo prijedlog kako da budete što bliže nekom od dalekih odredišta. Sigurno se sada pitate zašto idealno ljeto ne bismo stvorili sami? Za sunce se pobrinula priroda, za rashlađenu prostoriju možemo i mi, kvalitetan televizijski sadržaj imamo uz m:tel IPTV, i šta nam još treba? Pa, naravno, televizor koji će nas jednim klikom odvesti do bilo koje svjetske destinacije. Znamo da ste očekivali neki novi pametni telefon kao zvijezdu naše ponude, ali stigao je, isto tako pametan, ali uređaj sa znatno većim ekranom - Sony KD65XF7005BAEP televizor. Ne dajte da vas ovaj dugi naziv zavara, jer pojednostavljeno - ovaj 4K Ultra HD televizor veličine ekrana 65" je sve što treba jednom domu.

ISTRAŽITE SVJETOVE NEVJEROVATNE JASNOĆE

Već sa prvim klikom na daljinski upravljač jasno je zašto ovaj televizor opravdava epitet savršeni. Svaki detalj na ovom smart TV-u je kristalno jasan, a poboljšanja rezolucije slike i jednostavan pristup YouTube servisu nešto je što svakog korisnika „kupi“ na prvi pogled. Upravo opcija 4K X-Reality PRO omogućava poboljšanje svake slike na 4K kvalitet, koji pruža nevjerovatnu jasnoću. Slike se izoštravaju i poboljšavaju u stvarnom vremenu te otkrivaju dodatne detalje u svakom kadru. Kompanija Sony znanje stečeno stvaranjem filmskih hitova i TV emisija pretočila je u sada već legendarnu 4K X-Reality PRO & X-Reality PRO tehnologiju. U jedinstvenim bazama podataka analiziraju se i poboljšavaju svi uzorci u slici te se pronalazi najtačnija nijansa, zasićenost i svjetlina za sve rezolucije.

OTKRIJTE UZBUDLJIVU 4K HDR ZABAVU

Ovaj televizor donosi definitivno novi doživljaj, naročito prilikom gledanja filmova i igranja PlayStation-a u 4K HDR rezoluciji. Za poznavaoce tehnologije svakako je značajna i informacija da uređaj može reprodukovati HDR sadržaje s različitih servisa, a podržava i brojne HDR formate: HDR10, Hybrid Log-Gamma i Dolby Vision.

JEDNOSTAVNO OTVORITE YOUTUBE JEDNIM KLIKOM

Uživajte u omiljenim video-zapisima i to putem popularne platforme YouTube. Gledanje sadržaja sada je još brže na ovom TV-u s podrškom za internet vezu i YouTube. Na daljinskom upravljaču smješteno je posebno dugme za YouTube, koje korisnicima značajno olakšava pretraživanje.

NAPRAVLJEN ZA POTPUN AUDIO-UGOĐAJ

Uz ovaj 4K Ultra HD televizor i slušanje postaje realistično kao i gledanje. Tehnologija ClearAudio+ precizno prilagođava zvuk TV-a radi postizanja prožimajućeg doživljaja i osjećaja okruženosti zvukom. Slušajte muziku i dijaloge uz veću jasnoću, bez obzira na to šta gledate. S-Force Front Surround PRO simulira trodimenzionalno zvučno polje pomoću dva prednja zvučnika. Tako možete uživati u surround zvuku od 360° i zaista uzbudljivom doživljaju.

~~~~~

*Visok dinamički raspon (HDR) poboljšava dinamički opseg slike tako što povećava kontrast između najsvjetlijih bijelih i najtamnijih crnih područja. Svaki piksel je precizniji, bez obzira na rezoluciju, što oživljava scenu većim brojem detalja. Filmovi i TV emisije koje se prikazuju u HDR-u bliže su originalnom snimku s više svjetline, kontrasta i boje te pružaju realističniji utisak tokom gledanja.*

~~~~~



ŠTEDI ENERGIJU I „MISLI“ NA OKOLINU

Dinamička kontrola pozadinskog osvjetljenja, odnosno kontrola nivoa osvjetljenja piksela prilagođavanjem svjetline ekrana prilikom promjene sadržaja slike, doprinosi povećanju energetske efikasnosti.

USMJERITE PAŽNJU SAMO NA SLIKU

Uređaj odlikuje i uski aluminijumski okvir sa savršenim izgledom, koji se uklapa u vaš dnevni boravak, a omogućava vam da na jedinstven način proširite prostor i smanjite broj kablova.

Jedna od ključnih stvari u dizajnu enterijera jeste da televizor zauzme ugodan, prirodan položaj te da se prilagodi svakodnevnim životnim navikama. Upravo ovaj uređaj ispunio je viziju „profinjenog minimalizma“, koncepta koji spaja tople oblike i teksture dobrodošlice s praktičnim konfiguracijama te produbljuje doživljaj gledanja.

Pitate se kakav je rezultat? Televizor koji oduševljava dok je uključen, eliminiše elemente koji odvlače pažnju radi maksimalnog vizualnog doživljaja, ali koji se istovremeno prilagođava prostoru dok je isključen.

Na kraju, priznaćete da živimo u vremenu u kojem su jednostavnost i udobnost bitniji nego ikada. Televizor koji odiše profinjenim minimalizmom - Sony 4K Ultra HD - potražite u ponudi kompanije m:tel, uz preporučeni Paket: M+.



DOPUNA

DOPUNI SE NETOM ZA SVOJE PUTOVANJE

PRIPREMILA: JELENA MAKSIMOVIĆ

Od 1. jula cijene u romingu smanjene su za čak 50%, pa ti predstavljamo opcije koje ti u ovom periodu planiranja godišnjih odmora mogu biti najinteresantnije.

Korisnicima Dopuna tarifa koji vole da putuju, m:tel omogućava bezbrižnu komunikaciju i dok su u inostranstvu i to putem Dopuna Roving tarifnih opcija.

Ono što je svakako svima najpotrebnije kada nisu kod kuće i u svojoj mreži je upravo korišćenje mobilnog interneta.

ROMING T MOBILE NET OD 500 MB I OD 1GB

Po cijeni od 5 KM dobijaš 500 MB, a po cijeni od 10 KM dobijaš 1 GB mobilnog interneta koje možeš koristiti sedam, odnosno 10 dana u T mobile mreži Hrvatske, Austrije, Grčke, Češke, Njemačke, Mađarske, Holandije, Poljske, Slovačke, Rumunije, Luksemburga, Belgije pa čak i Sjedinjenih Američkih Država.

ROMING NET TURKCELL TURSKA

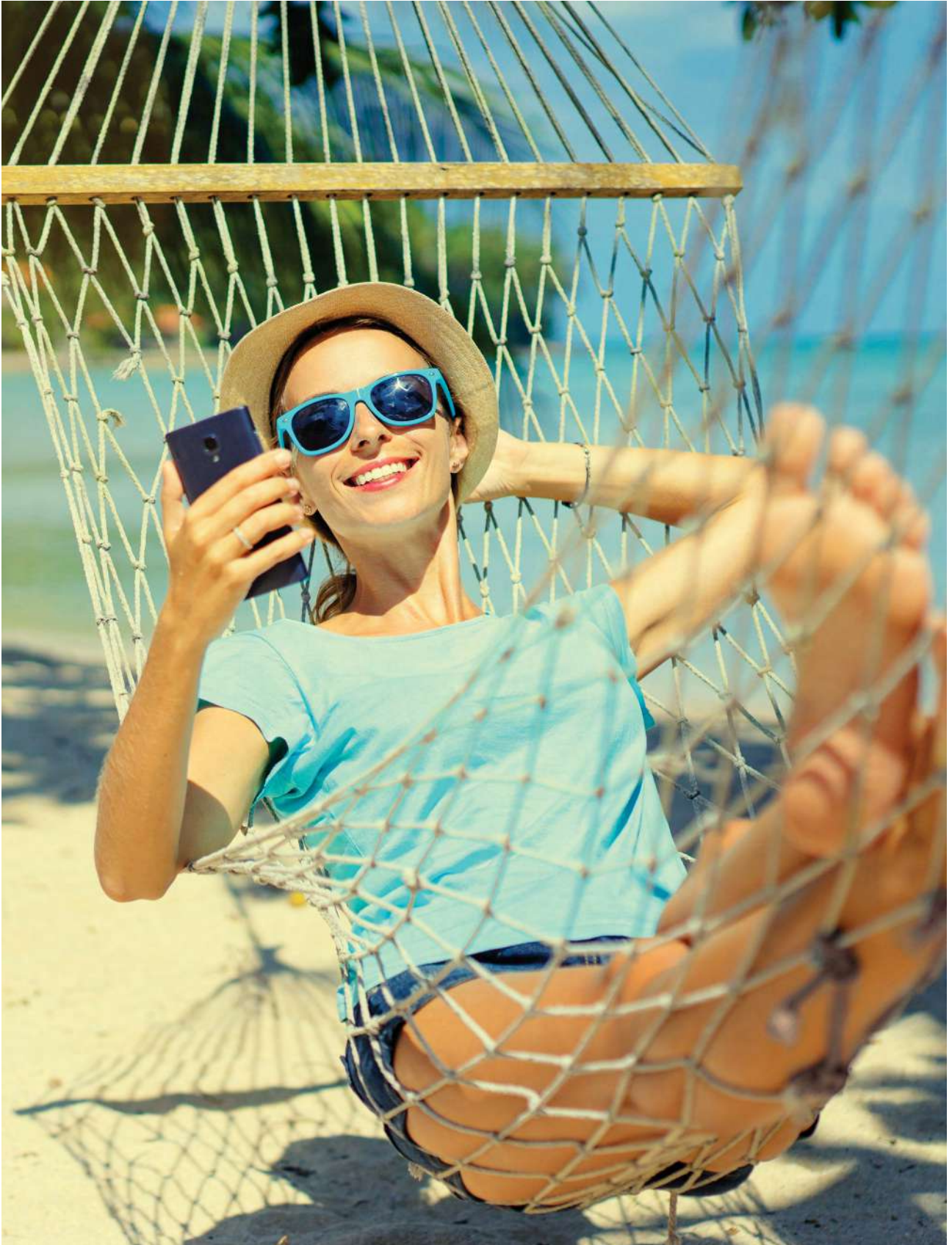
Ukoliko ljeto namjeravaš provesti na plažama Turske, prebaci na mrežu Turkcell i 10 dana uživaj u 1 GB mobilnog neta za samo 10 KM.

KAD SI U MTS SRB I M:TEL CG 10 DANA

Ova tarifna opcija interesantna je i veoma atraktivna našim Dopuna korisnicima koji planiraju putovanje za Srbiju ili, recimo, na crnogorsko primorje. Po cijeni od 10 KM u ovoj tarifnoj opciji dobijaš 300 minuta razgovora za dolazne i odlazne pozive prema mobilnim mrežama m:tel BiH, m:tel Crna Gora i mts Srbija, 300 SMS-ova prema svim destinacijama, te 3 GB mobilnog interneta unutar mreža mts Srbija i m:tel Crna Gora.

Aktivaciju ovih i svih drugih tarifnih opcija najlakše možeš obaviti putem Moj meni servisa pozivom na *100#

Svojim Dopuna korisnicima m:tel nudi i druge varijante povoljne komunikacije u inostranstvu koje možeš pronaći na stranici www.mtel.ba



m:i

TIM F.E.S.T. IDEJOM PAMETNE BRAVE OSVOJIO GLAVNU NAGRADU

PIŠE: JELENA MAKSIMOVIĆ



Kompanija m:tel je sa svojim partnerom ICT Hub-om iz Beograda, 21. maja 2019. godine, u Muzeju savremene umjetnosti u Banjaluci, organizovala Playground Demo dan, na kojem su se predstavili svi finalisti programa Playground izazov.

Na ovom velikom finalu, žiriju u sastavu Drago Gverić (ICBL), Kosta Andrić (ICT Hub), Svjetlana Jovanović Paranos (m:tel), Aleksandar Veselinović (m:tel) i Zoran Bugarski (m:tel), šest timova, finalista Playground izazova, koji su prošli kroz višemjesečnu fazu mentorstva i edukacije, predstavilo je svoje ideje tehnoloških startapa.

Prvu nagradu i 5.000 KM osvojio je tim F.E.S.T. idejom pametne brave. Članovi ovog tima su studenti Elektrotehničkog fakulteta u Banjaluci.

„Naša ideja jeste da razvijamo i ugrađujemo pametne brave, koje bi olakšale posao osobama ili agencijama koje iznajmljuju stan na dan, jer ove brave generišu PIN kodove kojima se može odrediti rok trajanja, a uz pomoć njih stanodavci mogu da prate evidenciju ulazaka i izlazaka iz stana“, rekao je Nemanja Davidović, član pobjedničkog tima, i dodatno istakao značaj ovog takmičenja, koje predstavlja priliku mladima da izađu na tržište i komercijalizuju svoju ideju.

Koordinator programa m:tel Playground Milica Samardžija podsjetila je i na cilj ovog m:tel-ovog programa, a to je podsticanje preduzetništva i inovacija. „Mladim ljudima koji imaju dobre ideje dajemo podsticaj da nastave da stvaraju uspješne poslovne priče“, istakla je Samardžija.

Predsjednik žirija Zoran Bugarski, direktor IT-ja kompanije m:tel, rekao je da je žiri odlučio prvo mjesto da dodijeli timu koji je napravio veliki iskorak u toku šest mjeseci trajanja Playground izazova. „Pobjednički tim ušao je u program sa nedefinisanom idejom, uspješnim testiranjem hipoteze stigli su na kraju i do svog prvog korisnika“, rekao je Bugarski.

Drugo mjesto i nagradu od 3.000 KM osvojio je tim „Farmica“ za digitalnu platformu sa idejom proizvodnje i prodaje zdrave hrane, dok je treće mjesto i nagradu od 2.000 KM osvojio tim „Dental4U“, čija je ideja informativni stomatološki portal.





Održan još jedan m:tel meetup

Izvršni direktor za marketing Nordeus-a Tomislav Mihajlović bio je gost meetup-a koji je održan 10. maja.

Tom prilikom Mihajlović, kao prva osoba koja se priključila timu osnivača Nordeus-a, podijelio je svoja startup iskustva u prepunoj prostoriji Qlab-a u Banjaluci. Kao ključna osoba za sve što Nordeus radi na polju marketinga, od samih početaka osmišljavanjem i realizacijom marketinških aktivnosti Tomislav je doprinio da Top Eleven dođe do današnjih 200 miliona igrača. Nordeus danas zapošljava preko 170 radnika, a Tomislav je oko sebe okupio marketing tim koji broji 30 članova širom svijeta. Njegova glad za informacijama i na njima zasnovana marketing rješenja drže Nordeus uvijek korak ispred konkurencije.

KORISNIČKA PODRŠKA

KORISNIČKA PODRŠKA PUTEM DRUŠTVENIH MREŽA

PRIPREMILA: MILICA KONDIĆ

Za sve korisnike kompanije m:tel koji provode vrijeme na društvenim mrežama i vole komunikaciju putem njih, naš korisnički centar vrijedno pruža informacije o uslugama m:tela-a i putem Facebook-a, a dodatno, o aktualnim sadržajima, TV preporukama i našim aktivnostima možete se informisati i putem m:tel Instagram stranice @mtelbh.

Zvanična stranica kompanije m:tel nalazi se na adresi www.facebook.com/mtelbih/, a naši operateri pružaju odgovore na pitanja koja postavite u veoma kratkom roku. Putem Facebook-a možete dobiti informacije o svim uslugama kompanije m:tel, pripejd i postpejd telefoniji, o internetu, fiksnoj telefoniji ili integrisanim TV paketima, te informacije o hardverima koje imamo u ponudi.

Ono što vam značajno može olakšati i ubrzati put dolaska do odgovora na pitanje koje vas zanima jeste činjenica da jednom sedmično na vremenskoj liniji m:tel Facebook stranice možete pronaći izdvojena najčešća pitanja koja korisnici postavljaju u inbox i, naravno, odgovore na njih.

Donosimo vam nekoliko aktualnih pitanja koja su naši korisnici često postavljali:

Korisničko pitanje: Zanima me da li postpejd korisnici mogu dokupiti internet za roming?

m:tel odgovor: Svim našim postpejd korisnicima dostupna je usluga dopune interneta kada se nalaze na teritoriji Hrvatske, Austrije, Slovenije i Njemačke i to u mrežama T Mobile i Telekom Slovenija. Možete dokupiti 1 GB mobilnog interneta, u trajanju od 10 dana, po cijeni od 20 KM za ove zemlje.

Korisničko pitanje: Kako mogu provjeriti da li mi kartica podržava 4G mrežu? I da li mi broj ostaje isti ukoliko je potrebno da zamijenim karticu?

m:tel odgovor: Provjeru kartice vršite pozivom na naš besplatan info-broj 0 800 50 000. Ukoliko kartica ne podržava 4G, potrebno je izvršiti zamjenu kartice na najbližem prodajnom mjestu m:tel-a, po cijeni od 5,85 KM. Ostaje Vam isti broj.

Korisničko pitanje: Zanima me koliko brojeva mogu uzeti na svoje ime?

m:tel odgovor: Poštovani, na jednog korisnika mogu se uzeti dva aneksa, odnosno ugovora. Treći broj možete uzeti na svoje ime, ali bez mogućnosti aneksiranja, korištenja popusta i uzimanja uređaja na rate putem tog trećeg broja, odnosno bez vezanja ugovornom obavezom. Za sve dodatne informacije možete pozvati naš besplatan info-broj 0 800 50 000.

Korisničko pitanje: Kako mogu prebaciti određeni iznos kredita sa svog broja na drugi broj, odnosno dopuniti nekome račun?

m:tel odgovor: Ukoliko ne koristite Kombinuj tarifu (koja nema mogućnost slanja dopune), dopunu možete poslati preko menija *100# pa odabirom odgovarajuće opcije ili putem m:go aplikacije. Za više informacija možete nas pozvati na besplatan info-broj 0 800 50 000.

Korisničko pitanje: Da li i postpejd korisnici mogu da dokupe internet po maksimalnoj brzini?

m:tel odgovor: Kreirali smo internet tarifne opcije i za naše postpejd korisnike, sa do 5 puta većim količinama mobilnog interneta. Možete da dokupite 2 GB, 3 GB, 4 GB, 20 GB ili čak 30 GB interneta. Dostupne opcije možete pogledati na www.mtel.ba. Aktivaciju tarifnih dodataka možete izvršiti putem servisa Moj meni biranjem koda *100#, putem aplikacije m:go ili slanjem SMS-a na kratki broj 065 1111 sa ključnim riječima: „NET20GB30“, „NET20GB1“, „NET3GB“, „NET150“, „NET500“, „NET2GB“ ili „NET4GB“.

Korisničko pitanje: Da li u osnovnom TV paketu imate kanale Prve televizije?

m:tel odgovor: Da, imamo, u okviru osnovnog TV paketa možete da uživate u raznovrsnim sadržajima kanala Prve TV. Tu su Prva TV, Prva Max, Prva Life, Prva Files i drugi kanali. Na kojim pozicijama se nalaze kanali koji vas zanimaju, možete potražiti na www.mtel.ba.

Dnevnik prijateljstava

PRIPREMILA: SANDRA STANIĆ

„Jedan poziv mijenja sve - ne koristi telefon dok voziš!“

m:tel i ove godine realizuje kampanju o nekorištenju telefona za volanom

Predstavljanjem auto-simulatora, 6. juna ove godine, na Trgu Krajine u Banjaluci započeta je m:tel kampanja „Jedan poziv mijenja sve - ne koristi telefon dok voziš!“

Ovo je peta godina kako kompanija m:tel, uz podršku Ministarstva saobraćaja i veza Republike Srpske, Agencije za bezbjednost saobraćaja Republike Srpske i Auto-moto saveza Republike Srpske, daje svoj doprinos sigurnijoj vožnji putem društveno odgovorne kampanje.

Događaju na Trgu Krajine prisustvovali su Marko Lopičić, generalni direktor kompanije m:tel, Neđo Trninić, ministar saobraćaja i veza Republike Srpske, kao i Ranko Babić, generalni sekretar Auto-moto saveza RS.

Cilj kampanje je skretanje pažnje javnosti na značaj odgovornog ponašanja u saobraćaju, ali i poštovanja zakonskih propisa. „Kompanija m:tel svoje društveno odgovorno poslovanje, između ostalog, potvrđuje i realizovanjem kampanje koja se tiče bezbjednosti u saobraćaju“, istakao je generalni direktor kompanije m:tel Marko Lopičić, te dodao da kao kompanija koja se bavi modernim tehnologijama i komunikacijom, m:tel želi učestvovati u podizanju svijesti o nužnosti odgovornog ponašanja u saobraćaju, posebno kada je riječ o upotrebi mobilnog telefona tokom vožnje. „Iskreno se nadamo da ćemo ovim, ali i mnogim drugim aktivnostima koje konstantno sprovodimo u pravcu edukacije naših korisnika, pozitivno uticati na svijest svih vozača, jer zaista ne postoji ništa vrednije od života“, rekao je Lopičić.

JEDAN POZIV MIJENJA SVE

NE KORISTI TELEFON
DOK VOZIŠ!



imate prijatelje!



REPUBLIKA SRPSKA
MINISTARSTVO SAOBRAĆAJA I SIGURNOSTI
KOD PUTOVANJA I PROMETA



Incoming call



Neđo Trninić, ministar saobraćaja i veza Republike Srpske, ovom prilikom ukazao je na opasnosti koje može da prouzrokuje nesavjesna vožnja uz upotrebu mobilnog telefona, što dokazuju i statistički podaci koji jasno govore o visokim procentima nezgoda uzrokovanih upravo korištenjem telefona u vožnji. „Ovim i sličnim aktivnostima, kao i saradnjom sa kompanijom m:tel, želimo da utičemo na svijest vozača“, rekao je Trninić.

Ranko Babić, generalni sekretar Auto-moto saveza Republike Srpske, naglasio je da ovaj savez učestvuje u različitim kampanjama koje ukazuju upravo na ovaj problem. „Svjesni smo da je danas život nezamisliv bez mobilnih telefona i mnogih drugih tehničkih pomagala u vozilu, ali mi nastojimo vozačima da skrenemo pažnju na opasnosti koje nesavjesno korištenje tih aparata može da prouzrokuje“, izjavio je Babić, te je i ovim putem uputio apel vozačima da mobilni telefon koriste na pravilan način.

Priliku da prvi isprobaju auto-simulator imali su upravo ministar Neđo Trninić, Marko Lopičić i Ranko Babić. Osim u Banjaluci, gdje su građani ovaj simulator mogli isprobati tokom tri dana, koliko je on bio izložen na Trgu Krajine, jedinstvenu priliku da iskuse kakve opasnosti može da izazove upotreba mobilnih telefona u vožnji i kako „jedan

poziv mijenja sve“, imali su i građani Doboja, gdje je u okviru manifestacije „Dani saobraćaja Doboju 2019“ kompanija m:tel predstavila ovaj jedinstveni auto-simulator. Događaj je održan 11. juna u Gradskom parku u Doboju, a instalacija simulatora bila je postavljena i sutradan, da bi se potom preselila u Bijeljino, Prijedor i Trebinje.

Kompanija m:tel će, pored predstavljanja auto-simulatora, uz podršku partnera realizovati i brojne druge edukativne aktivnosti tokom narednih mjeseci.

Ovogodišnju m:tel kampanju za bezbjednost saobraćaja medijski su podržali: RTRS, ATV, TV K3, Radio Republike Srpske, Big, Nes, Kontakt, Uno, Džungla, Radio Istočno Sarajevo, Nezavisne novine, Glas Srpske, Blic, Večernje novosti, Autoshop magazin, Ljepota i zdravlje, nezavisne.com, glassrpske.com, srpskainfo.com, capital.ba, mondo.ba, novostiplus.org, srna.rs, banjaluka.com, Balkanandroid.com, Minimagazin.info, lolamagazin.com, banjalucanke.com, te Metromedia, DL plakat i Nova oprema.

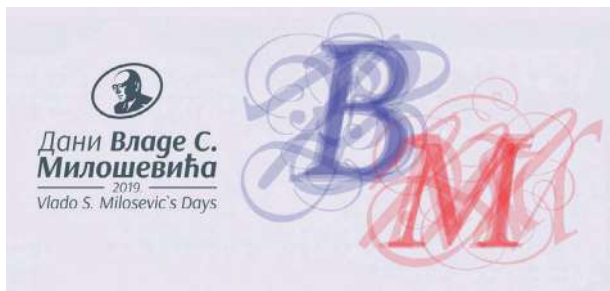
Jedan poziv mijenja sve!

Ne koristi telefon dok voziš!

Dani Vlade S. Miloševića

I ove godine april u Banjaluci bio je obojen umjetnošću, a manifestacija „Dani Vlade S. Miloševića“, koju kompanija m:tel već tradicionalno podržava, svakako je jedna od odlično posjećenih. Ta činjenica svakako govori o prepoznatom kvalitetu manifestacije koju godinama unazad organizuje Akademija umjetnosti u Banjaluci, a koju banjalučka publika s radošću očekuje svakog proljeća.

Ove godine „Dani Vlade S. Miloševića“ trajali su od 10. do 18. aprila, a program je, kao i prethodnih godina, obuhvatao, ne samo muzičke sadržaje, nego i naučne skupove, izložbe, radionice i multimedijalne prezentacije.



Izvođenju prve predstave prethodila je svečanost otvaranja, na kojoj su se obratili Nenad Novaković, direktor Narodnog pozorišta RS, Igor Radojičić, gradonačelnik Banjaluke, i Milica Kondić, portparol kompanije m:tel, a festival je svečano otvorila Natalija Trivić, ministar prosvjete i kulture u Vladi Republike Srpske.

Nakon osam festivalskih dana, tokom kojih su posjetioци ove manifestacije, pored najboljih predstava iz zemalja okruženja i BiH, mogli pratiti i raznovrsne druge sadržaje, stručni žiri je donio odluku o dodjeli nagrada za najbolju predstavu, režiju, tekst, glumce, ali i specijalne nagrade za kolektivnu igru. Svakako, tu je i nagrada za najbolje predstave u okviru III međunarodnog festivala monodrame mladog glumca. Najboljom predstavom ovog festivala proglašena je predstava „Tartif“, rađena u koprodukciji Srpskog narodnog pozorišta i Narodnog pozorišta Sombor, a čiji je domaćin bila upravo kompanija m:tel.

Nagradu za najbolju režiju dobio je Igor Vuk Torbica za predstavu „Tartif“, a najboljim tekstom proglašen je tekst Aleksandra Mihailovića „U čije ime“. Najbolja glumica festivala je Hana Selimović - „Tartif“, a glumac Saša Torlaković, koji je nagrađen za ulogu u istoj predstavi.

Kompanija m:tel je 22. put bila generalni pokrovitelj Teatar festa i prijatelj čitave pozorišne sezone 2019/2020.

Teatar fest 2019.



Predstavom „Škola za žene“ pozorišta domaćina, Narodnog pozorišta Republike Srpske, u subotu, 1. juna 2019. godine, u Banjaluci je otvoren 22. Teatar fest „Petar Kočić“.

„Evropska noć muzeja“

U okviru manifestacije „Proljeće u Banjaluci“, 18. maja u Muzeju savremene umjetnosti Republike Srpske održana je ovogodišnja „Evropska noć muzeja“.

„Evropska noć muzeja“ organizuje se pod pokroviteljstvom Savjeta Evrope i UNESCO-a, a u vezi je sa Međunarodnim danom muzeja (18. maj), koji je svake godine fokusiran na različitu muzejsku temu. Ovogodišnja tema Međunarodnog dana muzeja bila je „Muzeji kao središta kulture: budućnost tradicije“. Prijateljsku ruku podrške kulturi, kroz saradnju sa Muzejom savremene umjetnosti Republike Srpske, pružila je i kompanija m:tel.



„Čast nam je što je kompanija m:tel i ove godine dala doprinos tome da Banjaluka i Muzej savremene umjetnosti Republike Srpske budu dio evropske kulturne porodice, u okviru manifestacije 'Noć muzeja'", poručila je Milica Kondić, portparol kompanije m:tel.

U fokusu ovogodišnje manifestacije „Evropske noći muzeja“, u produkciji MSU RS bila je izložba „Percepcije:

Cvijet je najljepši kad je neubran“, u okviru koje je prezentovano 14 najznačajnijih britanskih umjetnica, dobitnica Turnerove nagrade, predstavnic Velike Britanije na Venecijanskom bijenalu i članica grupe Young British Artists, u neobičnom dijalogu sa 12 umjetnica iz kolekcije MSU RS.

Studenti Prirodno-matematičkog fakulteta u posjeti m:tel-u

Kao nastavak uspostavljanja uspješnih saradnji s akademskom zajednicom, kompanija m:tel ugostila je studente Prirodno-matematičkog fakulteta Banjaluka. Ovim susretom i zvanično je započeta saradnja uokvirena ugovorom potpisanim između ove obrazovne institucije i m:tel-a. Studente su ugostili predstavnici Funkcije za IT i Sektora za ljudske resurse, koji su predstavili profil kompanije, a kroz stručne teme pokušali su da prikažu ulogu IT-ja u savremenom telekom sistemu.

Takođe, inženjeri m:tel-a studentima su prezentovali i teme za stručnu praksu koju je moguće organizovati u ovoj kompaniji. Upravo ovakva praksa predstavlja ključni vid saradnje PMF-a Banjaluka i m:tel-a, ali ostavlja i otvorene mogućnosti za sve vidove saradnje koja bi prvenstveno koristila studentima.

Pored samih predavanja, posjetom TK centru Banjaluka, studenti su imali priliku da vide i kako fizički izgleda Data centar u m:tel-u.

Dan otvorenih vrata" Elektrotehničkog fakulteta Banjaluka



Svojim učešćem na manifestaciji „Dan otvorenih vrata“ Elektrotehničkog fakulteta Banjaluka, kompanija m:tel potvrdila je svoju opredijeljenost u podršci obrazovanju, naročito u oblastima nauke, tehnologije, inženjerstva i matematike.

Sadašnji i budući studenti Elektrotehničkog fakulteta u aprilu su imali priliku da se druže sa inženjerima iz kompanije m:tel i da se upoznaju s poslovima u savremenom telekomu, poput izgradnje telekomunikacione mreže kao što je LoRaWan mreža i rješenja iz oblasti softverskog inženjerstva. Veliko interesovanje bilo je i za prezentaciju smart rješenja - pametni gradovi i pametne kuće.

Zainteresovanim studentima predstavljeni su i program stipendiranja u kompaniji, program prakse sa trenutno aktuelnim temama te mogućnosti budućeg zaposlenja po završetku studija. Svjesna činjenice da samo stručan kadar može da nas vodi u digitalizovanu budućnost, što je i vizija kompanije, kompanija m:tel ostaje partner na kojeg mogu računati, kako studenti, tako i akademske institucije.

Nastavak saradnje m:tel-a sa Gimnazijom Banjaluka

Učenici Gimnazije uspješno su završili jednomjesečni kurs o IoT-ju u organizaciji kompanije m:tel. Radeći aktivno na promovisanju obrazovanja iz oblasti nauke, tehnologije, inženjerstva i matematike, kompanija m:tel družila se i sa gimnazijalcima iz Banjaluke.

Učenici informatičkog i matematičkog smjera imali su priliku da pohađaju jednomjesečni kurs s temom Internet of Things, a predavač je bio Saša Salapura, glavni inženjer za IoT kompanije m:tel. Radeći praktično na IoT rješenjima, učenici banjalučke Gimnazije upoznali su se s temom koja se inače realizuje kroz studentsku praksu, a u vezi je sa m:tel Smart City IoT servisima baziranim na LoRaWAN mreži, a pored toga stekli su i osnovna znanja potrebna za izradu mobilnih aplikacija za podršku IoT projektima.

Ova znanja svakako će im koristiti i kao svojevrsno „zagrijavanje“ za sljedeći ciklus App takmičenja, u kojem svake godine redovno učestvuju.

Donacija za buduće košarkaške asove

Kompanija m:tel donirala je košarkaške table sa pratećim sadržajima za opremanje košarkaških terena dvjema banjalučkim srednjim školama - Gimnaziji i Ekonomskoj školi. Srednjoškolci su se obradovali novim koševima, obećavši preciznu ruku i pokojeg dobrog takmičara. Direktorice ovih ustanova Vita Malešević i Nada Vulić zahvalile su na poklonu i naglasile da nije prvi put da m:tel pomaže ovim srednjoškolskim ustanovama.

Između ostalog, učenici banjalučke Gimnazije imali su priliku da prisustvuju predavanjima u m:tel-u i tako se upoznaju s novim tehničkim dostignućima kompanije, a Ekonomskoj školi u Banjaluci m:tel je donirao kancelarijski i kabinetski namještaj, kako bi učenici i osoblje ove škole imali što bolje uslove za učenje i rad.

„Đurđevdanski festival“

Mališani iz Bosne i Hercegovine/Republike Srpske, Srbije, Crne Gore, Slovenije, Hrvatske i Rusije i ove godine su se predstavili banjalučkoj publici u okviru 26. „Đurđevdanskog festivala dječije pjesme“.

Festival je održan, po tradiciji, u maju, a pobjednica ovogodišnjeg izdanja „Đurđevdanskog festivala“ je Nikolina Lazić iz Doboja, koja je izvela kompoziciju „Ples“ našeg poznatog kantautora Igora Vukojevića.

Druga nagrada pripala je Mladenu Matoviću za „Vilinsku pjesmu“, a treće mjesto osvojio je Nemanja Mihajlović za kompoziciju „Verujem“. Nagradu publike osvojila je Elena Kesić iz Mrkonjić Grada.

Festival u organizaciji RTRS-a i ove godine bio je humanitarnog karaktera, a sav prihod ide Domu „Rada Vranješević“ u Banjaluci.

U revijalnom dijelu festivala publici se predstavila Jelena Tomašević, koja je bila jedna od članica stručnog žirija 26. „Đurđevdanskog festivala“ dječije pjesme.

Kompanija m:tel je generalni sponzor ove manifestacije, a svi posjetioci su imali i priliku da uživaju u iznenađenjima koja je ova kompanija pripremila za njih.



Dječiji sajam Banjaluka 2019.

Dječiji sajam Banjaluka 2019. održan je 25. i 26. maja u Sportskoj dvorani „Borik“, a kompanija m:tel podržala je i ovogodišnje izdanje ovog sajma. Riječ je o najvećoj porodičnoj manifestaciji u Banjaluci, na kojoj su se predstavili izlagači iz cijelog regiona te su prezentovani noviteti iz industrije dječije opreme, obuće, odjeće, igračka, hrane, knjiga i edukativnih sadržaja namijenjenih cijeloj porodici.

Posebna pažnja posvećena je natalitetu kroz stručna predavanja iz oblasti dječije i socijalne politike, zdrave ishrane te najnovijih dostignuća iz oblasti pedijatrije,

dječije stomatologije, nutricionizma te prirodne kozmetike namijenjene najmlađima.

Kompanija m:tel, kao prijatelj Dječijeg sajma, pripremila je zanimljive sadržaje za najmlađe posjetiocyte, pa su mališani imali priliku da uživaju u zabavnim igrama prilagođenim njihovom uzrastu, kao što su rotaciona mašina, kliker mašina i balans igračka za dvoje, te u mnogim drugim edukativnim i zanimljivim sadržajima. A zahvaljujući m:tel Photo booth-u, fotografija je bila lijepa poklon-uspomena s ovogodišnjeg sajma.

„Igre bez granica“

„Igre bez granica“ su događaj sportsko-zabavnog karaktera namijenjen djeci, a do sada su ove igre održane u Banjaluci, Prnjavoru, Tuzli, Brčkom i Trebinju. Planirani gradovi koje će posjetiti ova manifestacija su još Doboj, Sarajevo, Mostar, te ponovo Banjaluka, krajem tekuće godine.

Događaj je potpuno besplatan za sve posjetioce i takmičare, a kompanija m:tel je u okviru svog društveno odgovornog djelovanja podržala ovu manifestaciju koja

promoviše zajedništvo, sportski duh i razvija socijalne vještine.

Veseli karavan zabave, igre, uzbuđenja i takmičenja razveselio je brojne mališane, koji su se takmičili i pokazali brzinu, spretnost te sklonost ka timskom radu. Na ovaj način oni će poslati poruku svojim vršnjacima koliko su važni sport, fizička aktivnost te generalno zdravi stilovi života.

12. međunarodni plivački miting „Banja Luka Open 2019“

Kompanija m:tel nastavlja uspješnu praksu podrške sportu. Ponovo je potvrđeno prijateljstvo sa Plivačkim klubom „Olymp“ iz Banjaluke, podrškom 12. međunarodnom plivačkom mitingu „Banja Luka Open 2019“, koji je održan 25. i 26. maja 2019. godine u Banjaluci, na Gradskom olimpijskom bazenu.

Organizator mitinga je Plivački klub „Olymp“ Banjaluka, a ova manifestacija je međunarodnog karaktera i okupila

je 527 takmičara, 65 plivačkih klubova iz 10 zemalja. Ove godine oborena su čak 34 rekorda mitinga, a najuspješnijim takmičarima proglašeni su Velimir Stjepanović iz Beograda te Anja Crevar iz Pančeva. Prvo mjesto u muškoj kategoriji osvojio je Dilan Buonaguro (Soc. Nuoto Gemonese ssd), a u ženskoj Nina Stanisavljević (Dubočica iz Leskovca).



Teniski turnir „Banjaluka Ladies open 2019“

U Banjaluci je početkom juna održan Teniski turnir „Banjaluka Ladies Open 2019“, na kojem su se teniserke iz regiona na terenima Teniskog kluba „Banjaluka“ borile za nagradni fond od 15.000 američkih dolara, kao i WTA bodove, koji su od značaja za međunarodnu tenisku reputaciju. Titulu je u finalu osvojila 3. nosilac Mihaela Bajerlova (CZE), koja je rezultatom 6:2, 6:1 bila bolja od Satsuki Takamura (JPN).

Nastavljajući praksu društveno odgovornog poslovanja, m:tel je podržao održavanje ovog turnira i tako doprinio afirmaciji teniskog sporta u Banjaluci i cijelom regionu.



Trinaesta međunarodna biciklistička trka „Beograd-Banjaluca“

Trinaesto izdanje međunarodne biciklističke trke „Beograd-Banjaluca“ počelo je 18. aprila, u 10.00 časova, u Beogradu. Ove godine učestvovalo je 176 biciklista iz 30 zemalja, a četiri planirane etape obuhvatale su Bijeljino, Zvornik, Miliće, Vlasenicu, Brčko, Ugljevik, Lopare, Šamac, Modriču, Doboju, Teslić, Prnjavor, Derventu, Srbac, Laktaše i Banjaluku, u koju su takmičari stigli 21. aprila.

Pobjednik ovogodišnje trke je Poljak Pavel Frančak.

Kompanija m:tel i ove godine ponosni je prijatelj ove sportske manifestacije koja promovise sport i prave vrijednosti.



Međunarodni džudo turnir

Početak juna u Banjaluci je održan Međunarodni džudo turnir „Banjaluka open 2019“, u organizaciji Džudo kluba „Zvijezda“ iz Banjaluke, na kojem je učestvovalo oko 500 takmičara iz Srbije, Hrvatske, Crne Gore, Makedonije, Slovenije, Austrije, Holandije, Republike Srpske i Federacije BiH.

Prema riječima gradonačelnika Banjaluke Igora Radojičića, za sportiste koji ostvare olimpijsku normu od ove godine biće realizovan poseban program podrške. Kompanija m:tel podržala je organizaciju ovog sportskog događaja, jer, između ostalog, džudo kao plemenita vještina ima sve više pristalica u Banjaluci i Republici Srpskoj.



ulični basket u Banjaluci

Od 14. do 16. juna 2019. godine, u Banjaluci je održan dvadeset i prvi Međunarodni turnir u uličnom basketu „FIBA 3×3“. Turnir, koji se održava u organizaciji sportske asocijacije „Basket bam“, i ove godine je, kao i prethodnih, privukao pažnju mnoštva takmičara, ali i publike. Utmice su igrane na platou ispred Narodnog pozorišta Republike Srpske, a pored seniorskog turnira u basketu, akcenat je bio stavljen na socijalizaciju djece sa posebnim potrebama i sportista invalida, kao i edukaciju sportista.

m:tel je podržao i ovo takmičenje, koje se nalazi u zvaničnom kalendaru FIBA Europe Tour-a.

Teniski turnir „m:tel OPEN“

U Prijedoru je od 17. do 23. juna 2019. godine održan Međunarodni teniski turnir za juniore do dvanaest godina „m:tel OPEN“. Turnir je održan četrnaesti put zaredom, a iz Teniskog kluba „Dr Mladen Stojanović“ s ponosom naglašavaju da ove godine obilježavaju i 105 godina igranja tenisa u Prijedoru.

Poštujući tradiciju društveno odgovornog odnosa prema značajnim sportskim događajima, m:tel je podržao turnir u Prijedoru, koji se nalazi u kalendaru turnira Tenis Evrope.

htc U12 life



Ekran - 6 inča, FHD+ (1080 x 2160p)

Memorija - 4 GB RAM, 64 GB interne memorije + microSD slot

Procesor - Qualcomm Snapdragon 636, Octa-core

Glavna kamera - 16 MP + 5 MP, 4K video, HDR

Prednja kamera - 13 MP, LED blic

Baterija - 3600 mAh

m:

POSLOVNI SVIJET



TEMA BROJA

TEMA BROJA

KAKO SE MIJENJALA TELEVIZIJA I MI S NJOM

PIŠE: JELENA PRALICA

1900.	<i>Prvi put u Parizu upotrijebljena riječ „televizija“</i>
1925.	<i>Ostvaren prvi prenos slike i zvuka, čime je „rođena“ televizija</i>
1928.	<i>Osnovana prva televizijska stanica W2XB u Njujorku</i>
1934.	<i>Napravljen prvi TV s katodnom cijevi</i>
1950.	<i>Predstavljen daljinski upravljač za TV</i>
1953.	<i>Stiže TV „u boji“</i>
1954.	<i>Dolaze prvi modeli portabl TV-a</i>
1962.	<i>Prvo satelitsko TV emitovanje</i>
1993.	<i>Predstavljeni TV prijemnici širokog ekrana</i>
1995.	<i>Prva TV emisija emitovana putem interneta, a na tržište stižu plazma televizori</i>
2005.	<i>Uz kablovsku TV u paketu stižu telefon i internet</i>

~~~~~

*Istorija kaže da je prva legalna TV reklama prikazana u SAD-u, 1. jula. 1941. godine, u osam časova. Tada je TV stanica WNBT objavila reklamni znak kompanije luksuznih satova i nakita Bulova, uz izgovorenu rečenicu „America runs on Bulova time“. Reklama je trajala 10 sekundi i koštala je cijelih devet dolara.*

~~~~~

Govoriti o televiziji, a ne zavrtjeti točak vremena tako da se on zaustavi na 1927. godini, skoro je pa nemoguće. To je godina u kojoj je ovaj moćni medij izborio velike pobjede - tada je Filo Farnsvort emitovao prvu elektronsku televizijsku sliku i patentirao prvi sistem - Image Dissector, dok su „mišiće“ kroz prvi televizijski set demonstrirali Bell Labs i AT&T. Da sve ne stane na tome, i to kroz međumedijsku ljubav, ispod štamparskog čekića je iste godine osvanuo prvi časopis za one koji su vjerovali u dugoročnu moć televizije. Da li su njihova očekivanja opravdana? Pa, zavrtimo još malo vremeplov...

Možda su televizijski počeci bili skromni, ali je činjenica da je taj medij opstao, i ne samo opstao, već i pokazao da sukob prošlosti i budućnosti uvijek može iskoristiti najbolje od obje - u sadašnjosti. Jer, kako se mijenjala televizija,

mijenjao se i naš pogled na nju. U ovom slučaju i bukvalno, s obzirom na to da je omiljeni „prozor u svijet“ vremenom pretrpio brojne izmjene i dopune, pa tako možemo govoriti o komercijalnom, portabl televizoru, crno-bijelom, onom „u boji“, onom koji je kablom bio povezan sa daljinskim upravljačem, ali i bez kabla, o kablovskoj TV, satelitskoj TV, analognom i digitalnom signalu, plazma i LCD uređajima, o hi-tech televizorima, televiziji visoke rezolucije...

Ipak, kroz sve te djeliće televizijske evolucije mijenjao se i gledalac, jer je negdje spoznao da će samo na taj način moći da ubire benefite koje jedan tako moćan mediji nesporno ima. Napredak tehnologije i naši napori da idemo ukorak s njim možda su i najviše vidljivi upravo ovdje. Ako pitate ljude koji bi uređaj u jednom tipičnom domaćinstvu, a da moraju birati, najprije zadržali, veliki broj njih bi se zasigurno



odlučio za televizor (dobro, volimo i one koji nam olakšavaju kućne poslove, ali hajde da se držimo zabave). Znaite ono: „I ne gledam, ali samo neka se čuje, makar i tamo negdje u pozadini.“

Zato i televizija, ali i radio, kao još jedan stari, dobri medij, odolijevaju vremenu. I zato će i dalje u tome uspjevati, jer neke stare navike jednostavno je lakše prigriliti i dati im novi oblik i smisao, nego ih zauvijek ispratiti preko kućnog i životnog praga. To ne znači da novim, dobrim medijima ne treba poželjeti dobrodošlicu, samim tim što su oni budućnost - budućnost koja je već stigla.

A to što je stigla ne znači da je iz nje televizija izbačena, samo su se prilagodile jedna drugoj i mi njima. Moderne tehnologije postaju dio svake društvene pore i njih se ne treba plašiti, već ih samo treba okrenuti u svoju korist. Tražite od najmlađih da vam kažu šta je to „televizija za ponijeti“ i nemojte se iznenaditi kad uslijedi elaborat iz kojeg ćete shvatiti da je nešto nama dobro znano i njima postalo važno, ali na jedan noviji, njima bliskiji način. TV To Go možemo gledati na android ili iOS uređajima ili na računaru/laptopu sa instaliranim Mozilla Firefox, Internet Explorer ili Safari internet čitačem - sve ono što je današnjim generacijama i te kako blisko.



kad god poželimo i te kako je unaprijedila kulturu gledanja televizije.

Televizija sadašnjosti je ona u koju je implementiran internet, jer pametni TV ima svoju mrežnu karticu, bilo LAN ili WiFi, putem koje pristupa internetu. Tu su i aplikacije koje su, bez



Kada je prije tačno 80 godina čovječanstvo svjedočilo čudu u Njujorku, gledajući u „kutiju s pokretnim slikama“ i razmišljajući kako da je se dokopa, vjerovatno nikome nije ni palo na um da se zamara mislima kakva je budućnost televizije. Tada, u prošlosti, budućnost im se upravo dešavala ...



Takođe, u prošlost smo ispratili situacije u kojima su nam video-rikorderi i VHS kasete bili skoro pa najbolji prijatelji. Moderne tehnologije su nam olakšale i te „slatke muke“, tako što danas TV sadržaj možemo, recimo, pauzirati, gledati propušteno, snimiti ili vratiti unazad, a što svakako dobro znaju i svi korisnici m:tel usluga.

Danas zakazujemo snimanje sadržaja koji želimo, ne samo na određenom kanalu, nego na desetinama kanala. Žuriti kući da ne propustimo početak omiljene emisije ili serije više nije potrebno, pošto naknadno možemo gledati propušten emitovani sadržaj - danima unazad. Takođe, tokom gledanja moguće je da se vratimo na sami početak sadržaja, a mogućnost da pauziramo ili da pokrenemo neki sadržaj svojim glasom pomoću mikrofona na daljinskom upravljaču

ikakvog dodatnog hardvera, naš pametni telefon načinile TV prijemnikom, pa sadržaj možemo gledati gdje god i kad god hoćemo, s tim da na TV-u možemo emitovati sve ono što inače radimo na nekom pametnom uređaju. Koristeći Facebook, Twitter i YouTube na velikom ekranu, svaki televizor danas postaje smart TV.

Slično nam omogućava i video na zahtjev (on demand) - sistem pomoću kojeg u svako doba možemo gledati multimedijalne sadržaje, bez obzira na programsku šemu. Nekad izrazito popularni video-klubovi su se takođe preselili na internet i kao dio usluge TV operatera, pa su striming servisi koji nude nove filmove i serije u HD rezoluciji naša stvarnost.

Ne smijemo zaboraviti ni globalni fenomen binge-watching (bindžovanje) – gledanje TV serija u nizu putem servisa za striming, kao ni činjenicu da su uglavnom mlađe generacije okrenute ovim novim trendovima, ali da ih i oni nešto stariji rado usvajaju.

Kad smo već kod različitih generacija, danas je roditeljima lakše da odrede šta se može gledati, jer mogu kontrolisati sadržaj zaključavanjem pojedinačnih kanala ili određivanjem starosnih granica za praćenje sadržaja. Takva vrsta kontrole donekle i ne čudi, s obzirom na to da su gledaocima danas dostupne hiljade sati različitih sadržaja, odnosno žanrova, među kojima i onaj namijenjen najmlađima.

Kultura gledanja televizije danas stvara kino-ugodaž u vlastitom domu, jer pametni televizori posjeduju tehnologiju visoke rezolucije kao bioskopska platna. Smetnje, treperenje, „snijeg“ na ekranu... sve te arhaične situacije zamijenila je oštra i jasna slika, koja se putem 4K, a uskoro i 8K rezolucije ne razlikuje od gledanja neke prirodne pojave ili sportskog događaja uživo. TV je tako i bukvalno postao „prozor u svijet“, sa detaljnijom slikom i realnijim bojama.

Zahvaljujući tome, TV se više ne gleda linearno, što će reći da svoje vrijeme više ne moramo ravnati po sadržaju medijskih kuća. Tako je lako preskočiti kanale koji nas ne privlače, jer

u aplikaciji možemo kreirati i sortirati listu svojih omiljenih kanala, još lakše je da zakažemo snimanje sadržaja u pokretu i pogledamo ga na svom TV uređaju kad god poželimo. Tu, na jedan klik je i uvid u TV vodič sa programskom šemom, kao i zakazivanje snimanja određenog sadržaja direktno iz vodiča. Snimljeni kanal, videoteka, HBO, najpopularnije serije, blokbusteri...

Više nije važno, s obzirom na to da sad imamo cijelu paletu mogućnosti prikaza sadržaja na našem TV prijemu, koji i dalje zauzima centralno mjesto u dnevnim boravcima širom svijeta. On je i dalje tu, samo ono što nudi konzumiramo na drugačiji način.

Evo, recimo, sjetimo se sjajne Beti Vajt, glumice koju je proslavila upravo televizija i koja je proslavila upravo televiziju, a koja je danas zvijezda internet meme-ova koje, opet, možemo gledati i na TV-u. Život je čudo. Život televizije je čudo, zar ne?!

Gledajući sve dalje u budućnost, govorimo o hologramima, o milionima piksela, o 16K sadržaju, vještačkoj inteligenciji, o različitim mirisima koji će dopirati iz TV prijemnika i o tome da će se sve nalaziti na mreži, pa i Beti Vajt. Naša djeca su i te kako spremna da takvu televizij(isk)u „zlatnu djevojku“ i prigrlje.



BIZ&TECH

2019 - GODINA TELEFONA SA TROSTRUKOM KAMEROM?

PIŠE: JELENA BJELAKOVIĆ





Da se svijet mobilne telefonije ne razvija brzinom optičkog neta, 2019. bi u analima vrlo izvjesno ostala zapamćena kao godina smartfona sa trostrukim kamerama. Ali, kondicionalni su nezgodno vrijeme za savremene tehnologije, jer nedugo nakon lansiranja trostruke, svjetlo dana ugledala je i, pogađate, fantastična četvorka. I ne, ovi novi telefoni nisu superheroji, ali imaju svoje supermoći i što je daleko važnije - nisu fiktivni, no sasvim stvarni.



Novu eru mobilne fotografije zvanično je najavio Samsung kada je, oktobra prošle godine, lansirao Galaxy A9. Već marta ove godine na tržište je stigao i Huawei P30 Pro, čiji fokus je, baš kao i kod ostalih telefona iz P serije, upravo na kvalitetu kamere. Uz sočiva, za koja se i ovoga puta postarala Leica, očekivano je bilo da će Huawei podići ljestvicu sve do Mjeseca, ali ovo zasigurno nije kraj tržišne trke za najboljom mobilnom kamerom na Zemlji. Ne, ovo je

tek početak. A ukoliko glavni takmičari ovog sprinta nastave istim tempom, 2019. bi mogla postati i godina petostrukih ili pak šestostrukih kamera. No, prije nego što se to desi, sasvim je validno priupitati:

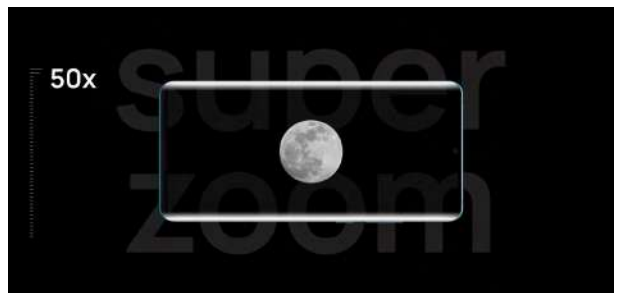
DA LI ĆE ČETVOROSTRUKA KAMERA MOJ ŽIVOT UČINITI BOLJIM?

Vaš ne nužno, ali život vaših fotografija - sasvim sigurno. I ne, neće vas učiniti profesionalnim fotografima, ali će vam i te kako kristalizovati sve one trenutke koje želite da zarobite i sve one prizore koje ne želite da zaboravite. U slučaju Huawei-ja, za tu kristalizaciju su konkretno zadužena četiri horizontalno postavljena sočiva koja nude mogućnost 5x optičkog i 10x hibridnog zuma.



A NAJKONKRETNIJE REČENO - VIŠE SOČIVA ZNAČI VIŠE OPCIJA.

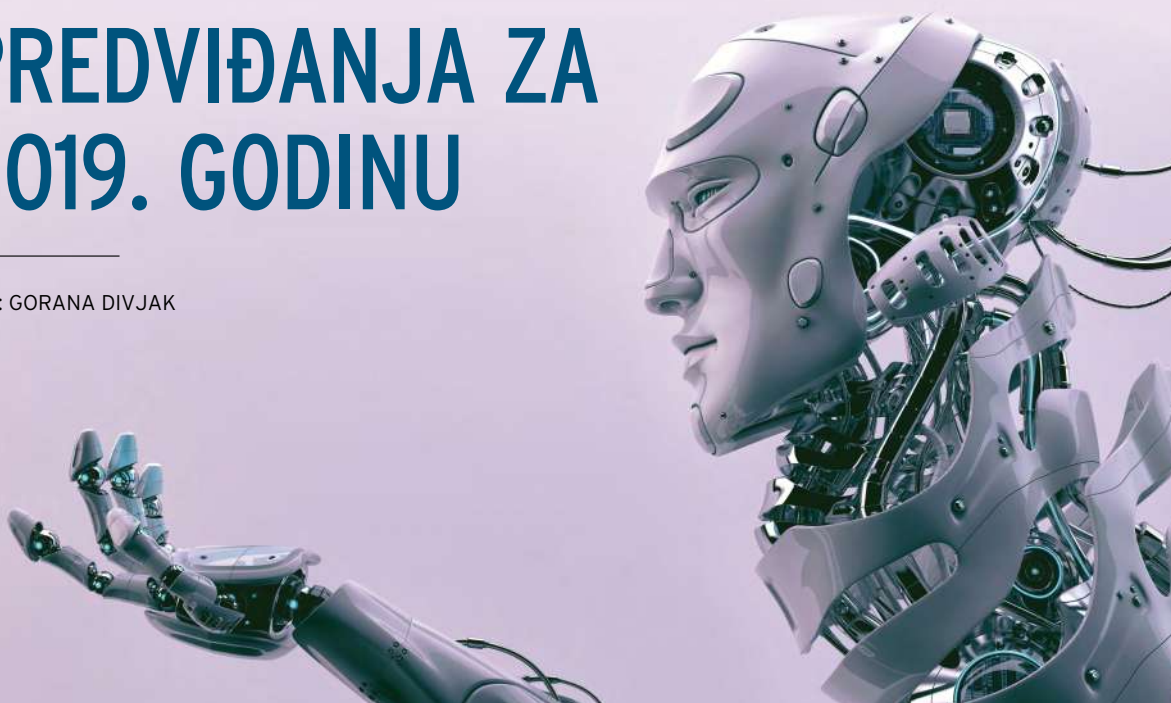
Da li vam treba više opcija i više fotografija zbog kojih ćete pomisliti da ste u prošlom životu bili fotograf? Odgovor na to pitanje znate samo vi. Svi ostali odgovori na zadatu temu će vas čekati u najbližoj m:tel poslovnici.



BIZ&TECH

TEHNOLOŠKA PREDVIĐANJA ZA 2019. GODINU

PIŠE: GORANA DIVJAK



Digitalne tehnologije su se u posljednjoj deceniji „upetljale“ u skoro svaku industriju i bez njih je gotovo nemoguće zamisliti našu svakodnevicu.

Brz razvoj novih tehnologija će u mnogo čemu promijeniti ponašanje potrošača, a kako je izazov uhvatiti korak s njim, najbolje ga je preduhitriti. Pred vama su neka od tehnoloških predviđanja koja bi se mogla ostvariti do kraja godine.

EVOLUCIJA PAMETNIH TELEFONA

Teško da će ikada postojati zamjena za pametne telefone, ali je svakako sigurno da će oni evoluirati u nešto što niko

od nas nije očekivao. Mobilni telefoni su za relativno kratak period prešli put od tzv. cigli, preko QWERTY tastatura, do pametnih telefona. Naredni korak u njihovoj evoluciji će biti sklopivi telefoni veličine tableta, koji će se moći presaviti na veličinu i oblik običnog mobilnog telefona. Sklopivi telefoni su izvodljivo rješenje za proširenje ekrana, što poboljšava iskustvo korištenja i gledanja, a da pri tome uređaj ostane praktičan za upotrebu jednom rukom i stane u džep. Sa takvim modelima, prema ranijim najavama, ove godine na tržište izlaze Samsung, Lenovo, LG i Huawei.

AMAZON KUPUJE SNAPCHAT?

Prošla godina bila je poražavajuća za Snapchat. Pored gubitka korisnika i nemogućnosti takmičenja sa Instagramom, povuklo se i nekoliko ključnih rukovodilaca suočenih sa izvještajima o padu kvaliteta oglasa. Kako je Snapchat-u sada neophodna matična kompanija, tu na scenu stupa Amazon, koji bi mogao iskoristiti sve prednosti ove društvene mreže te njenu bazu podataka o korisnicima za poboljšanje svoje prodaje.



UDALJAVANJE OD GOTOVINE UPOTREBOM P2P APLIKACIJA

Procjenjuje se da 75% milenijalaca i 69% pripadnika generacije Z, koji koriste telefone za svakodnevne funkcije, koriste i P2P aplikacije za plaćanje umjesto upotrebe gotovine. Ukoliko se niste ranije susretali sa tim pojmom, peer-to-peer (P2P) je mreža u kojoj međusobno povezani čvorovi dijele resurse među sobom bez upotrebe centralizovanog administrativnog sistema, tačnije, to je jednak model komunikacije putem interneta. Upotreba P2P aplikacija na početku se koristila za dijeljenje muzike, filmova i igara. Međutim, danas platforme Square Cash, Venmo i Zelle imaju mogućnost brzih novčanih transakcija. Pored toga što se transfer novca uz njihovu pomoć završi u svega nekoliko trenutaka, ove aplikacije su se pokazale kao bezbjedne, što je, priznaćete, najbitnije. Zbog velike



popularnosti njihovo polje djelovanja lagano se širi i van P2P-a. Sve veće oslanjanje mladih na ove aplikacije u 2019. godini predstavice velike izazove tradicionalnim načinima plaćanja.

JAVNOST ĆE SE UPOZNATI SA NOVIM DIGITALNIM ZDRAVSTVENIM KOMPANIJAMA

Digitalno zdravlje je sinergija digitalnih tehnologija i zdravstvene zaštite, nastala s ciljem povećanja efikasnosti pružanja zdravstvenih usluga. Ova oblast uključuje upotrebu informacionih i komunikacionih tehnologija,



pod kojima se podrazumijevaju hardverska i softverska rješenja i usluge, web-bazirane analize, e-pošta, mobilni telefoni i aplikacije te nosivi uređaji i senzori za klinički ili daljinski nadzor. Mnoge kompanije koje se bave digitalnim zdravstvom, tj. obezbjeđivanjem podataka i analitičkih tehnologija i usluga za zdravstvene organizacije u Americi, nisu postojale dovoljno dugo da bi generisale izvore prihoda koji su neophodni za izlazak među širu javnost. Međutim, vjeruje se da će se to promijeniti ove godine, s obzirom na velika finansiranja digitalnog zdravstva 2018. godine i konstantno razvijanje već uhodanih kompanija iz te oblasti. To bi mogla biti upravo jedna od sljedeće četiri kompanije: Health Catalyst, One Medical, Change Healthcare i Oscar Health.

BIZ&TECH

Taksi uskoro i na nebu

PIŠE: JELENA PRALICA

„Naš san je svijet u kojem svako može letjeti gdje god želi i kad god želi.“

Iako ova rečenica vjerovatno mnogima zvuči isuviše pretenciozno, njen autor Danijel Vigand, jedan od osnivača i izvršni direktor njemačke kompanije Lillium, koja je nedavno predstavila svoj prototip letećeg taksija na električni pogon, s tim se vjerovatno ne bi složio. Vizija koju je svojevremeno imao i veliki Leonardo da Vinči, da bi i čovjek mogao da poleti, doduše, pomoću mehaničkog uređaja, odavno ne zasmijava široke narodne mase.

S pojavom i razvojem dronova tako nešto je sve dalje od fantazije velikih umova, a sve bliže realnosti svakog, pa i malog, običnog čovjeka. Dronovi i GPS navigacija su u ovom momentu i za ovu priču važni, jer se upravo na njima bazira koncept letećeg taksija.

Ta prevozna sredstva budućnosti su u posljednje vrijeme sve više stvar sadašnjosti. Tako je, prije dvije godine, u Ujedinjenim Arapskim Emiratima predstavljen Autonomous Air Taxi - veliki dron njemačke kompanije Volocopter, a izazov da se upuste u izradu dron-taksi letjelica prihvatile su i kompanije Airbus, Boeing i Rolls-Royce (RYCEP).



Takođe, tu je i UBER, odakle su najavili da do 2023. godine, u saradnji sa NASA-om, planiraju pokretanje sopstvene mreže letećih taksi vozila.

Priča je dobila još ozbiljniju konotaciju u maju ove godine, kada je kineski proizvođač EHang u Beču upriličio premijeru svog dron-taksija, bespilotne letjelice EHang 216. Šta možemo očekivati od jednog ovakvog taksija? Pa, prostor za dva putnika i let na malim visinama, dug do 35 kilometara. Sasvim dovoljno za udobnu gradsku vožnju i prevoz s jedne na drugu lokaciju.

Ipak, pitanje je kada ćemo ispuniti sve preduslove za takve taksi vožnje. Realizaciju trenutno najviše koči činjenica da bi se sve zemlje koje se upuste u ovu avanturu u dobroj mjeri morale pozabaviti regulativama u vazдушnom saobraćaju, a tu je i cijena jednog takvog opsežnog saobraćajnog poduhvata - kako za proizvođače, tako i za one koji požele taksi vožnju nebom.



3 U 1 - ŠTA ĆE ZNAČITI SPAJANJE MESSENGER-A, INSTAGRAM-A I WHATS APP-A?

PIŠE: BOJANA ĐERIĆ PETROVIĆ



Bilo da koristite društvene mreže da provjerite šta ima novo kod školskih drugara i rodbine iz inostranstva ili vam algoritam istih diktira posao i nerijetko zadaje glavobolje - vijest o spajanju tri platforme za razmjenu poruka nikoga od vas nije ostavila ravnodušnim. Kako je Mark Zuckerberg početkom ove godine najavio integraciju Messenger-a, Instagram-a i WhatsApp-a, tako se pojavio veliki broj teorija i mogućih pravaca razvoja savremene komunikacije i onlajn oglašavanja.

U zvaničnom saopštenju navode kako žele pružiti što pouzdaniju i lakšu komunikaciju korisnicima svih aplikacija koje posjeduje kompanija Facebook, a da će svaki servis zadržati svoje inicijalne karakteristike. Šta to znači za vas? Pa, da ćete krajem 2019. ili početkom 2020, za kada je najavljeno spajanje, moći poslati poruku preko hibridne platforme, a da će vam odgovor stići iako druga strana uopšte nema kod sebe instaliranu istu aplikaciju.

Iako zvuči poprilično jednostavno, ovaj poduhvat je ogroman izazov za tim od preko hiljadu IT stručnjaka,

angažovanih na dizajniranju novog komunikacionog sloja, koji istovremeno ne bi narušio arhitekturu zasebnih rješenja.

Imajući u vidu to da su društvene mreže odavno prevazišle svoju prvobitnu svrhu - razmjenu informacija i sadržaja sa prijateljima, te da su stasale u ozbiljne oglašivačke kanale, pitanje koje se nameće za biznis korisnike je: Koliko će to uticati na tok oglašavanja? Odgovor je, sasvim izvjesno: Mnogo! Prosto, baza za targetiranje ciljnih grupa vaših oglasa će se utrostručiti. Kada na ovo dodamo i trend „seljenja“ korisnika sa društvenih mreža na čet aplikacije, koje postaju sve kompleksnije i nude direktniju i privatnu komunikaciju, ovakva odluka Facebook-a i nije tako neočekivana.

Marketari će ovom integracijom dobiti mnogo veću, jedinstvenu bazu korisnika, koja će dugoročno pružiti veće mogućnosti targetiranja.

Iako se pojavom novih platformi na prvi pogled činilo da je najstarija društvena mreža prevaziđena i možda postaje prošlost, Zuckerberg i ekipa su ovakvim potezom jasno dali do znanja da Facebook i te kako misli, ne jedan, već nekoliko koraka unaprijed.



BIZ&TECH

*Ne, ovo nije priča o uticaju društvenih mreža na kičmene pršljenove
homo sapijensa.*



KAKO JE TEHNOLOGIJA UTICALA NA NAŠE ŽIVOTE?

PIŠE: JELENA BJELAKOVIĆ

Kada kažete tehnologija, na šta tačno mislite? Na kompjutere, robote ili možda leteće ferarije? Sam termin u mnogo čemu je postao kao riječ ljubav, zar ne? Svako mu pridaje ono značenje za koje smatra da ga se najviše tiče i malo ko danas tehnologiju percipira kao pojam koji je (doslovno) star kao Grčka.

Pa, šta je uopšte ta tehnologija? Bilo je to ovako...

Stari Grci su riječju techne (τέχνη) označavali umijeće da se djelatno realizuje određeno znanje (episteme), koje je moglo biti iz oblasti filozofije, politike ili pak umjetnosti i materijalne produkcije. Savremena tehnika nosi isto to značenje. Jedino što se promijenilo od zlatnog doba Grčke do dana današnjeg jeste upravo tehnologija, odnosno svi načini realizacije tehničkih postupaka.

I tu ćemo stati, jer ovaj tekst nema namjeru da se pretvori u čas klasičnih nauka, ali bitno je utvrditi da savremena tehnologija esencijalno potiče iz koncepta koji je star koliko i ljudska potreba da misao pretvori u djelo, teoriju u praksu i nemoguće u moguće. A jednako je bitno i priupitati:

Šta nam je ta iskonska potreba u 21. vijeku donijela?

ZNANJE JE I DALJE MOĆ

U navali istraživanja o negativnom uticaju Instagram objava na samopouzdanje mladog čovjeka, lako je zaboraviti u kojoj mjeri su savremeni tehnološki procesi revolucionarizovali pristup znanju i obrazovanju. Lako je zaboraviti da je pristup internetu danas ekvivalent pristupu cijelom svijetu te da svako od nas, uz malo inteligencije, mnogo klikova i još više pravih linkova, može iz udobnosti svoje fotelje oslikati jedan cjeloviti imago mundi - sliku svijeta o kojoj je renesansni čovjek mogao samo maštati.

A KOMUNIKACIJA JE TEK SAD MOĆNA

Sjećate li se onih dobrih starih vremena kada su se pisma prenosila mjesecima do svog finalnog odredišta? Ni mi. A onih zlatnih vremena kada je samo jedna kuća u cijeloj ulici imala fiksni telefon? To zapravo i nije bilo tako davno, ali zasigurno nije bilo zlatno. Bakarno - možda.

Istina je da katkad djeluje da bi život bio daleko lakši da nemamo pametne telefone i još pametnije aplikacije i da više pričamo oči u oči, a manje signal kroz signal, ali istina je i da je problem uglavnom u načinu na koji upotrebljavamo savremene alate komuniciranja, a ne u samim uređajima i njihovim dometima. Jer, baš kao što možete od jutra do sutra „srcati“ po Instagramu, isto tako se preko Viber-a možete javiti i tetki iz Njemačke i podsjetiti



je da vam nedostaje. I baš kao što preko mejla možete ugovoriti novi posao, isto tako ga možete upotrijebiti i za slanje mimova radnim kolegama.

Poenta je da imate mogućnost da sa svijetom komunicirate kako želite.

A to nije mala stvar. Pitajte golubove pismošose.

HIPOKRATA NAM, ZDRAVLJE JE I DALJE NAJBITNIJE

Desnu ruku na srce, a lijevu na mozak, uticaj savremene tehnologije na zdravlje je klasičan slučaj mača sa dvije oštrice. Dok su, s jedne strane, medicinske nauke evoluirale, sa druge strane su se izrodila i oboljenja usko vezana za rapidni razvoj digitalnog čovjeka. Data relacija nas ponovo vraća na suštinsko pitanje: Da li mi koristimo tehnologiju ili ona nas? Da li mi odlučujemo kad je dosta plavog svjetla ili je plavo svjetlo odlučilo da postane AI bez toga da ikome javi?

Jasno, ovo pitanje nije primjenjivo u svim slučajevima, ali ako jeste u vašem, znate i sami već koliko malih stvari možete učiniti svakog dana da vam sva ta tehnologija ne bi kičmu, san i dan remetila. (Izvinjavamo se, biće da je ovo ipak i tekst o uticaju društvenih mreža na kičmene pršljenove homo sapijensa.)



NEGO, DA VAS PITAMO, ŠTA VI RADITE?

Ozbiljno vas pitamo. Šta radite vi kad ne čitate m:agazin? Pošaljete desetak mejlova, odradite jedan ili dva konferencijska poziva sa potencijalnim klijentima, pripremite izvještaje koje potom skladištite u onoj rupi bez dna zbog koje vaš IT-jevac često dobija glavobolje?

Zamislite samo da su svi ti poslovi koje danas smatramo trivijalnim ne tako davno bili sasvim nezamislivi. Zamislite samo koliko poslova je nastalo i koliko IT-jevaca je dobilo glavobolju zbog rupa bez dna koje katkad nazivamo i internim bazama podataka. Zamislite samo koliko poslovnih procesa i sistema je automatizovano i koliko mučnih radnji je eliminisano pukim razvojem mašina i našeg upravljanja njima.

Zapravo, ne morate ni da zamišljate. Samo se okrenite oko sebe.

NEMA SVIJETA NI PLANETE GDJE...

...ne možete stići vi uz savremene tehnologije.

Za kraj, a u duhu nadolazećih godišnjih odmora, ne bi bilo loše da se prisjetimo da je prvi avion poletio tek u 20. vijeku, a da vas danas od prekookeanskog leta dijeli samo jedna posjeta web-sajtu avio-prevoznika. Ako turbulencija nije vaš stil vožnje, vozovi, autobusi, a i automobili, jednako su legitimna opcija. Ali, na kraju dana, sve vam je to tehnologija.



Zato nerijetko i kažu da je savremena tehnologija omogućila nastanak svijeta bez granica. Ma koliko bespotrebno teatralno zvučalo, teško je osporiti da je civilizacija ekspanzijom znanja i tehničke realizacije istog dosegla stadijum u kojem čak ni Mjesec nije granica, a ako je vjerovati Ilonu Masku, uskoro ćemo na kafu i sa Marsovcima.

Nemoguće je osporiti da, ma koliko napredna bila, tehnologija jeste, ništa više, a ni manje, no produkt čovjeka. I sve dok to imamo na umu, nema te granice koja će nas zaustaviti na ovom evolucijskom drumu.



BIZ&TECH

DESET LJUDI KOJI MIJENJAJU SVIJET OGLAŠAVANJA

PIŠE: GORANA DIVJAK

~~~~~

*Reklamna industrija značajno je povećala svoju vrijednost zahvaljujući uzdizanju  
džinova digitalnog oglašavanja i marketarima koji konstantno teže većim  
rezultatima.*

*A ko su vizionari koji transformišu oglašavanje? Ovih deset imena morate znati.*

~~~~~



KOLIN OBRI, AMAZON

Obri ima zadatak da uvjeri velike brendove da se reklamiraju na Amazon-u, nudeći im bolje alate. To je sve u cilju borbe protiv dominacije Facebook i Google oglasa, na koje je prošle godine otišlo 57,7% američkog digitalnog budžeta, dok je Amazon imao udio od 4,1%. Ona je predstavila opciju „Stores“, koju marketari koriste da dizajniraju i prodaju vlastite digitalne radnje, te radi na tome da brendovi usvoje metriku koja mjeri broj kupaca koji su prvi put kupili proizvod određenog brenda, a kao rezultat gledanja oglasa.

RENDI FRIR, HULU

Hulu, kompanija koja pruža usluge strimovanja multimedijalnog sadržaja, prošle godine porasla je za gotovo 50% zahvaljujući generalnom i izvršnom direktoru Friru. Oslanjanje na originalne programe „The Handmaid's Tale“ i „Castle Rock“ te smanjenje cijena usluga rezultovao je još većim prihodima u budućnosti, a procjene su da će rast biti oko 1,2 milijarde dolara u naredne dvije godine.

TARA VOLPERT LEVI, GOOGLE/YOUTUBE

Levijeva predvodi Google odnose sa oglašivačima i trećim stranama, koje marketari koriste za provjeru YouTube mjerenja. Kako sve više korisnika emituje video-sadržaj na pametnim televizorima, YouTube „gura“ oglašivače da ulažu svoje digitalne i TV budžete u tu platformu. Takođe, Levijeva je uspjela u veoma izazovnom zadatku, a to je da navede najveće YouTube oglašivače da se vrate na platformu, na osnovu različitih noviteta i unapređenja koja nastaju u kontinuitetu još od kada je Google kupio YouTube 2006. godine.

TOBI LUTKE, SHOPIFY

Tobi Lutke je 2006. godine kreirao platformu za e-trgovinu kako bi prodavao svoju snoubord liniju, koja je kasnije prešla u potpuno razvijenog softverskog diva na koji se oslanja više od 800.000 trgovaca. Pokrećući novu tehnologiju poput lakših načina plaćanja te kreiranja alata koji mogućnost trgovine prenose i u proširenu stvarnost, Shopify je postao jedan od glavnih konkurenata Amazon-u.

FERNANDO MAČADO, BURGER KING

Burger King je poznat po kreativnim, inovativnim, ali i luckastim reklamnim kampanjama, a većina zasluga pripada upravo Fernandu. Njegovi oglasi dobijaju polet, bilo da su na račun McDonald's-a ili zalaze u društvena pitanja. Bio je pokretačka snaga kampanja koje su se bavile ozbiljnim temama, ali i onim šaljivim, baziranim na tehnologijama u oglasima, poput Google Home-a i Whopper-a. Njegove kampanje potpuno su suprotne od svih drugih, a upravo to je tajna njihovog uspjeha.

MARK PRIČARD, PROCTER & GAMBLE

Zasigurno ste čuli onu: „Kada Mark Pričard priča, reklamna industrija sluša.“ Mark, glavni direktor najvećeg svjetskog oglašivača, uzeo je u obzir neke od najvećih problema u industriji, od čišćenja nereda u digitalnom oglašavanju do zaustavljanja rasipanja budžeta za oglašavanje. On propagira da brendovi ne budu samo sile rasta, već snaga dobra. Uspješno je povećao prodaju uprkos smanjenju potrošnje na digitalne oglase i promovisao društvenu debatu sa brendovima koji su zauzeli snažne stavove o socijalnim pitanjima, kao što je Gillete.

DŽEF REJDER, HARRY'S LABS

Džef Rejder imao je svoju ulogu u pokretanju „Direct-To-Consumer“ revolucije, koja je značajno uticala na maloprodajnu industriju. Trend brendova koji su počinjali onlajn uticao je na to da i veliki brendovi razmisle o načinu izlaska na tržište, ali i na to da medijske kuće i agencije promijene način djelovanja. On smatra da su kampanje dobro pozicionirane kada imaju direktnu vezu sa potrošačem.

*„Ljudi žele brendove koji imaju svrhu, a brendovi koji počinju kao DTC imaju više prostora da ispričaju tu priču.“ –
Džef Rejder*

*„Ljudi danas očekuju više od brendova i kompanija. Većina naših brendova našla je načine da pokuša učiniti dobro, kako za svijet tako i za svoj posao.“ –
Mark Pričard*

HANS VESTBERG, VERIZON

Velika su očekivanja od nove generacije bežične tehnologije, poznate kao 5G, koja treba da pruži bržu i pouzdaniju internet vezu, a u središtu većine razgovora o tome je upravo Hans Vestberg, CEO kompanije Verizon. Vestberg je tu kompaniju učinio prvim američkim telekomom koji je ponudio 5G, a plan je da se ove godine pokrene mobilna širokopojasna usluga u 30 američkih gradova. Ovaj vizionar nastavlja da bude lider u transformacionoj tehnologiji koju porede sa pronalaskom točkova ili snagom pare.

BRAJAN VIPL, ACCENTURE INTERACTIVE

Kao šef agencijskog krila Accenture Interactive, dokazao je da konsultantske usluge mogu predstavljati izazov agencijama. Vipl je protekle godine poveo kompaniju u programsko oglašavanje kreiranjem svoje jedinice Accenture Interactive Programmatic Services. Ostavio je svoj trag na svjetskoj sceni akvizicijom agencija, kao što su njemačka Kolle Rebbe, brazilska New Content, holandska Storm Digital i američka Droga5.

LINDA JAKARINO, NBCUNIVERSAL

Postoji univerzalni dogovor da TV industrija „teška“ 70 milijardi dolara mora da razvije načine kako se prodaje i mjeri, s obzirom na to da gledaoci migriraju na više uređaja. Malo ko može da uradi nešto u vezi s tim pitanjem kao šefica prodaje NBCUniversal-a, koja nadzire više od 10 milijardi dolara godišnjeg prihoda od oglasa. Linda je kritičar digitalnih platformi kao oglasnih kanala i ulaže napore da televizijski divovi ostave po strani rivalstvo i zajedno rade na razvoju TV-a. Takođe, radi na tome da poboljša iskustvo gledanja televizije tako što će smanjiti broj oglasa koje ljudi vide.



BIZ&TECH

STARTAPI KOJI SU OBILJEŽILI 2019. GODINU

PIŠE: RADA GALIĆ

Sve više se priča o startap sceni, kako u svijetu tako i kod nas. Glavni „krivac“ za sve aktuelniji trend jesu poznate kompanije poput Facebook-a i Snapchat-a, koje predstavljaju svojevrsan dokaz da kvalitetne ideje nakon nekog vremena mogu stvoriti imperije.

Jedan od ključnih faktora svakako su investicije, koje kompanijama u prvim mjesecima postojanja daju podsticaj i mogućnost da opstanu na tržištu, ali i da razvijaju svoj proizvod ili uslugu. Naravno, svaki CEO ili osnivač startapa se u samom startu zapita kako privući investitore. Odgovor na to pitanje nije jednostavan i često se, pored profitabilne poslovne ideje, kao jedan od kriterijuma nameće i lični interes onoga ko je spreman da uloži kapital u novi projekat.

~~~~~  
*Ideje su lake. Ono što je teško jeste njihova implementacija.“ – Gaj Kawasaki, osnivač All Top magazina*  
~~~~~

Ipak, bez obzira na „ukus“ investitora, ne treba da mijenjate svoju viziju. Potrebno je samo da vaš proizvod rješava neki problem, da poslovanje donosi zaradu i uspjeh je zagarantovan. Ukoliko niste sigurni da li ste ispunili potrebne kriterijume, možda vam može pomoći lista startapa koji su svojoj ideji obezbijedili finansijsku podršku te uspješnom realizacijom postavljenih ciljeva obilježili 2019. godinu.

BOWERY - FARMA KOJA PROIZVODI HRANU BEZ PESTICIDA

Manje od tri godine nakon predavljanja ideje, Bowery je pokrenuo inicijativu za razvoj poljoprivrede u zatvorenim prostorima. Zahvaljujući jasnoj viziji i dobro promišljenim koracima u prvim fazama pokretanja kompanije, tim vizionara uspio je da sakupi više od 117 miliona dolara investicije za svoju „organsku“ farmu.

Dio onoga što Bowery čini jedinstvenim jeste njen sopstveni softver, nazvan BoweryOS, koji koristi mašinsko učenje za praćenje biljaka u periodu rasta. To znači da je, ukoliko određena vrsta zelene salate zahtijeva manje svjetla ili nešto nižu temperaturu od standardne, zadatak softvera da biljkama prilagodi uslove u skladištu. Na ovaj način kompanija ima efikasniji sistem od prosječne industrijske



~~~~~  
*Sam koncept organske proizvodnje nije novost na tržištu, ali vertikalna farma sa softverom koji upravlja uslovima za uzgoj povrća to svakako jeste.*  
~~~~~

farme, koji omogućava uzgajanje i do 100 puta više zelenila po kvadratnom metru, kao i uštedu vode od nevjerovatnih 75%.

DIVVY - APLIKACIJA ZA PAMETNIJE UPRAVLJANJE FINANSIJAMA

Bez obzira na to da li je riječ o kompaniji koja broji nekoliko radnika ili desetine zaposlenih, evidencija o utrošenim sredstvima je i više nego dobrodošla.

Pored toga što prati svaku transakciju, Divvy softver vam daje potpunu kontrolu i preglednost u realnom vremenu, dok se trudite da eliminišete nepotrebne troškove. Prema riječima osnivača, njihov proizvod jeste sigurna finansijska platforma za preduzeća koja upravljaju plaćanjima i pretplatama, grade strateške budžete i podnose izvještaje o troškovima.

Kompletnost aplikacije, kao i njena laka upotreba, razlozi su zbog kojih je ovaj startap prikupio nevjerovatna 302 miliona dolara podrške za svoje poslovanje.

HIPPO INSURANCE - BOLJA SIGURNOST DOMA UZ POMOĆ VRHUNSKE TEHNOLOGIJE



Računari su svakim danom pametniji, kao i telefoni, a u posljednje vrijeme smart tehnologija je aktuelna i u domovima. Moto „pametan dom je siguran dom“ djelimično opisuje usluge i viziju koju su na samom početku imali osnivači ovog startapa.

Kompanija Hippo Insurance smatra da je pametan dom - siguran dom, a u sklopu svojih usluga koristi proaktivan pristup osiguranju kuće. Smart uređaji i vrhunski tim za dvadesetčetvoročasovnu podršku, kao i jednostavan korisnički interfejs, pokupili su simpatije korisnika koliko i investitora.

OPENPATH - UMJESTO KARTICE, TELEFON ZA KONTROLU PRISTUPA

Kako bi monitoring i obračun radnih sati bio što lakši, mnogobrojne kompanije imaju sisteme za kontrolu pristupa, a svaki radnik karticu naslovljenu na svoje ime. Ali, koliko puta se desi da su nam ruke pune registratora, ključeva, telefona ili drugih predmeta pa dolazak do kartice iziskuje dodatni napor?

Osnivači startapa Openpath riješili su ovaj problem integriranjem senzora u telefone i pametne satove. Zahvaljujući nadogradnji softvera, svojim korisnicima su omogućili otključavanje vrata otiskom prsta. Pored odličnog i funkcionalnog sistema, kreatori ovog proizvoda mislili su i na dizajn samog uređaja. Minimalistički i elegantan, savršeno se uklapa u svaki enterijer.



SHIELD AI - SKENIRANJEM OPASNIH LOKACIJA DRONOVI SPASAVAJU ŽIVOTE

Era digitalizacije i razvoj robotike imaju mnoštvo prednosti, a možda najveća od njih jeste i ispitivanje teško dostupnih i opasnih lokacija.

Shield AI je dom Hivemind-a - vještačke inteligencije koja robotima omogućava da vide, razmišljaju, uče iz svojih

„Gledajte, slušajte i učite. Ne možete znati sve.
Svako ko misli da zna sve predodređen je za
prosječnost.“ – Donald Tramp



iskustava i pretražuju svijet. Zahvaljujući sinhronizaciji robota Nova, prvog proizvoda kompanije, i AI softvera, moguće je istovremeno pretraživati zgrade, emitovati video-sadržaje i generisati mape bez djelovanja ljudskog faktora.

Jedno je sigurno, bez obzira na to da li su na nebu, kopnu ili u vodi, proizvodi kompanije Shield AI predstavljaju uvid u tehnologiju budućnosti.

TRANSFIX - ANGAŽOVANJE KAMIONSKOG PREVOZA U SVAKO DOBA



Oni koji svakodnevno imaju posla sa prevozom tereta koji može da teži i nekoliko tona, znaju koliko je teško pronaći odgovarajući kamion. Isto vrijedi i za pojedince koji muku muče sa selidbom. Upravo na njih su mislili Dru i Džonatan, suosnivači Transfix-a.

Danas, nakon pametno uloženog 131 milion dolara, koliko iznosi sakupljeni investicioni kapital, ova kompanija broji skoro stotinu zaposlenih. Dodatnu vrijednost cijeloj priči daje i činjenica da na platformi, pored prevoza koji je potreban klijentima, posao mogu pronaći i vozači kamiona koji nisu zaposleni kod registrovanog prevoznika.

WILD EARTH - NAJBOLJA HRANA ZA KUĆNE LJUBIMCE



Sve više se razgovara o zaštiti kompletnog eko-sistema, kao i o razlozima zbog kojih ne bi trebalo da konzumiramo hranu životinjskog porijekla. Ranije, vegetarijanska ishrana bila je strana ljudima, a danas postoje kompanije koje proizvode upravo ovakvu vrstu hrane za kućne ljubimce.

Njihova misija je da kreiraju savršenu hranu za kućne ljubimce svih ljubitelja životinja. Zašto? Jer oni su ekološki odgovorni, spremni da probaju nove stvari i svoje krznene prijatelje gledaju kao članove porodice. Inovativnost koju donose na tržište ogleda se u glavnom sastojku hrane koju proizvode - gljivi *koji*.

SVJETSKI DOGAĐAJI



GOOGLE I/O 2019

PRIVATNOST KORISNIKA U PRVOM PLANU

PIŠE: DEJAN TRINIĆ



Google-ova I/O konferencija okuplja programere iz cijelog svijeta kojima Google-ovi stručnjaci pružaju prvi pogled na razvojne proizvode i inovacije na kojima su radili u proteklih godinu dana.

Tradicionalna godišnja konferencija jedne od najmoćnijih kompanija na svijetu održana je od 7. do 9. maja u San Francisku i donijela je mnoštvo softverskih dostignuća i premijera uređaja od kojih se mnogo očekuje ove godine. Tako su ovaj put predstavljeni nova generacija Pixel mobilnih uređaja, nadograđena verzija nadolazećeg Android Q operativnog sistema, kao i novo izdanje Google-ovog glasovnog asistenta.



ANDROID Q BETA U TREĆEM IZDANJU

Jedan od najiščekivanijih proizvoda u Google-ovom portfoliju bio je treća beta verzija budućeg androida, koji je već isti dan bio dostupan za preuzimanje i testiranje. Deseti android po redu, koji u finalnoj verziji stiže na jesen, izgledom će biti drugačiji od aktuelne Pie verzije, a istaknuto je da će biti još jednostavniji, brži i intuitivniji. Takođe, Android Q će ubrzati buduća softverska ažuriranja na način da će pružati nadogradnju samo za pojedine dijelove operativnog sistema.

Među najvećim novostima je mogućnost tamnog moda interfejsa za sve standardne Google aplikacije, što bi korisnicima trebalo da donese uštedu baterije na pametnim telefonima.

Unaprijeđena je Digital Wellbeing funkcija, koja ima zadatak da vas obavijesti o tome koliko vremena u toku danu provodite koristeći smartfon. Tako će nova opcija „Focus mode“ podsticati korisnike koji se previše „zaigraju“ telefonom da smanje upotrebu uređaja i postavie ograničenja za određene aplikacije.

Pažnja je posvećena roditeljskoj kontroli nad sadržajima dostupnim djeci. Roditelji će imati veću kontrolu nad preuzimanjem sadržaja, transakcijama i dozvoljenim vremenom za pristup telefonu.



STIGAO JE PRISTUPAČNIJI PIXEL 3

Google je predstavio budžetske varijante modela Pixel 3, kojima želi da se umiješa u srednji tržišni segment. Novi smartfon nosi ime Pixel 3a i dolazi u dvije veličine, manji sa dijagonalom ekrana od 5,6 inča, dok XL model posjeduje ekran veličine 6 inča.

Kompanija nastoji da modelima sa sufiksom „a“ u Pixel liniji dođe do većeg broja korisnika, nastavljajući tradiciju nekadašnje Nexus serije, koja je bila pristupačnija džepu prosječnog kupca.

Google Pixel 3a i Pixel 3a XL stižu sa nešto slabijim hardverom u odnosu na felgšip Pixel 3 seriju, plastičnim kućištem i bez opcije bežičnog punjenja, ali po znatno nižoj cijeni od premium verzije. Kupce će nastojati privući ugrađenom dvostrukom kamerom od 12 MP, koja je identična onoj na skupljem modelu Pixel 3, opcijom brzog punjenja, kao i 3,5 mm audio-ulazom i stereo-zvučnikom.

PRIVATNOST U PRVOM PLANU

Google-ov CEO, Sundar Pičaj, otvorio je konferenciju i najavio da će ova kompanija, kao što je to prethodno obećao Facebook, dodatno paziti na privatnost korisnika. Sve popularne aplikacije ovog softverskog diva biće transparentnije kako bi korisnici u virtuelnom svijetu iskusili veći stepen privatnosti. Od sada će se moći automatski brisati istorija pretraživanja i lokacije, dok će biti dostupan inkognito mod za Google-ove mape, koji neće čuvati podatke o tome kuda ste se kretali.

Zahvaljujući proširenoj stvarnosti za navigaciju, više nećete morati gledati kartu na ekranu telefona, već će vam veliki znaci na mapama pokazivati gdje treba da skrenete.

Uz pomoć vještačke inteligencije i naprednijeg mašinskog učenja korisnicima će biti olakšano svakodnevno pretraživanje. Uvedena je pretraga pomoću slika, koja će direktno iz rezultata pretrage donositi rezultate u vizuelnom obliku.

NEST KAO CENTAR ZABAVE

Google Home linija inteligentnih proizvoda sada je postala Google Nest. Radi se o nizu uređaja među kojima su kamere, klimatizacija i kućanski aparati koji zauzimaju sve više prostora u pametnim domovima.

Novi član porodice je Nest Hub Max, a riječ je o 10-inčnom tabletu, koji predstavlja kombinaciju pametnog zvučnika i sigurnosne kamere. Osim što je u stanju da kontroliše sve šta se događa u prostoriji, Nest Hub Max može da upravlja povezanim kućnim uređajima, da pušta muziku, ostvari video-pozive i zadaje komande Google-ovom asistentu.



Dvanaesto izdanje popularne konferencije održano je u Shoreline Amphitheatre-u u Kaliforniji. Ovogodišnji Google I/O očekivano je nadmašio sve dosadašnje konferencije i oduševio mnoge ljubitelje tehnologije.

DUPLEX DOLAZI NA WEB

Prošlogodišnja zvijezda konferencije Google Duplex će biti dostupna i na web-u. Podsjetimo, Google je omogućio svom AI asistentu da se javlja na telefonske pozive ili da korisniku na ekranu ispiše šta je osoba sa „druge strane“ govorila.

Generalno, Google Assistant postaje još pametniji, a kako se moglo čuti na konferenciji, ubuduće će raditi mnogo brže. Tako će ovaj pomoćnik korisnicima odgovarati na poruke, automatski dovršavati tekst e-pošte, dodavati slike u poruke ili uz pomoć glasa ponuditi personalizovane rezultate pretrage.

Duplex će biti u stanju da automatski rezerviše ulaznice za film, iznajmi automobil i mnoge druge stvari koje korisnik odobri. Ova funkcija će za početak biti dostupna samo na teritoriji SAD-a i integrisana u novim Pixel telefonima koji stižu kasnije tokom godine.

GOOGLE LENS I CAPTION

Google Lens, koji funkcioniše u okviru kamere i foto-aplikacije na android uređajima, dobio je ažuriranje u odnosu na prošlogodišnje izdanje. Tako će biti u stanju da prepozna, ne samo sadržaje napisanog na papiru, već npr. kada ste u potrazi za hranom putem mapa, pretražuje jela iz menija prije naručivanja i pokazuje slike jela koja su u ponudi restorana.

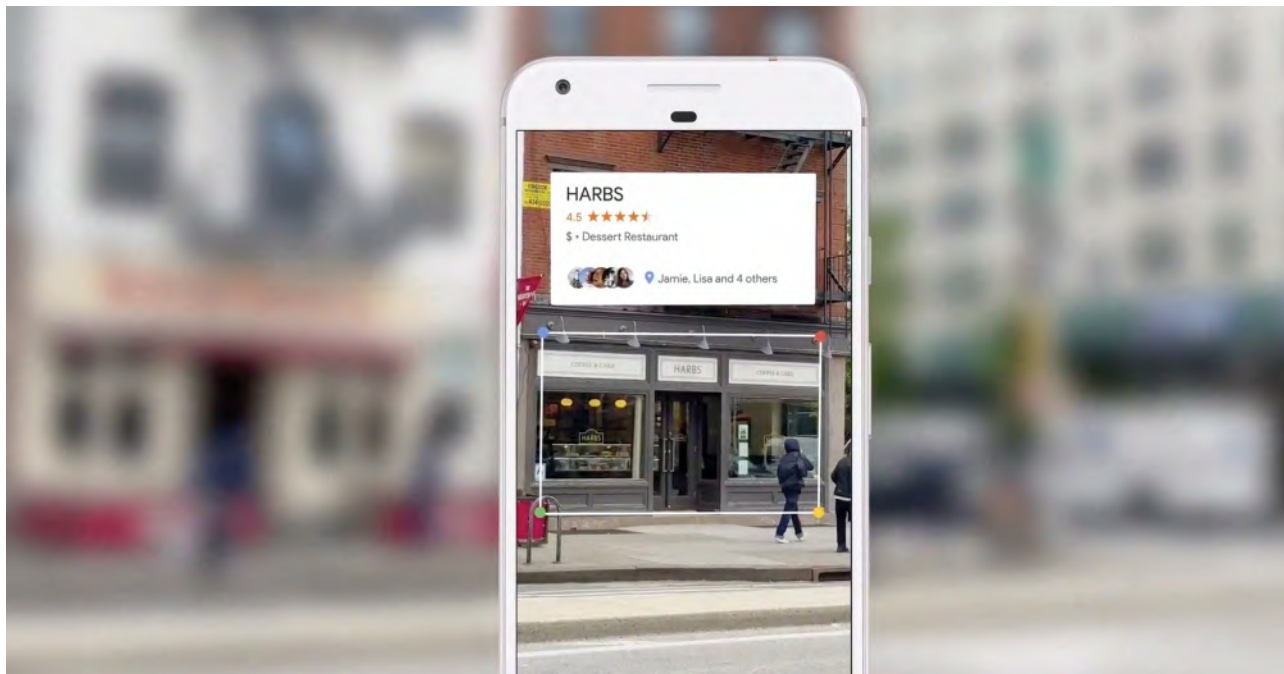
Google korisnici širom svijeta vidjeli su neka od novih dostignuća ove kompanije i uvjerali se u brojna poboljšanja njenih proizvoda i usluga, ponajviše zahvaljujući napretku u vještačkoj inteligenciji, mašinskom učenju i proširenoj stvarnosti.

Google je uveo i Live Caption opciju - automatski generisane titlove koji će se pojaviti u bilo kojem videu koji se pušta sa mobilnog telefona, ne samo sa YouTube-a, već u aplikaciji, video-četu ili web-u.

U kompaniji su mislili na osobe sa poteškoćama u govoru, koje će sada, bez obzira na način izgovora, moći lakše da komuniciraju sa sagovornikom. Live Caption je integrisan u telefonske pozive, dodajući uživo transkripciju trenutnog razgovora kako bi pomogao onima koji slabije čuju.

Ovu funkciju moći će da koriste i svi oni koji žele diskretnije da gledaju video-zapise u javnosti i utišaju zvuk ili dok su na pozivu. Ubačene su i neke nove, jednostavne, ali zanimljive funkcije, poput toga da ćete moći zaustaviti zvuk alarma izgovaranjem riječi „stop“.

Ovogodišnji Google I/O očekivano je nadmašio sve dosadašnje konferencije i oduševio mnoge ljubitelje tehnologije, a za neka nova i još bolja dostignuća ove kompanije sačekaćemo Google I/O 2020.



NASLOVI



PIŠE:
RADA GALIĆ

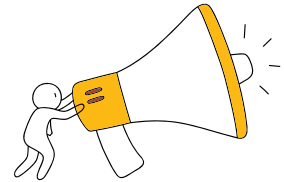
amazon

Predstavljena je beta verzija novog Amazon-ovog drona – bespilotne letjelice sa šest rotora, koja može da putuje do 24 km u jednom pravcu i nosi teret težine 2,4 kg. Uređaj koji u svom sastavu ima vrhunske vizuelne, termalne i ultrazvučne senzore koji mu pomažu u izbjegavanju vazdušnih prepreka, biće odgovoran za dostavu paketa poznate kompanije.



GOOGLE

Aplikacija Google Maps svojim korisnicima će tokom vožnje slati notifikacije i upozoravati ih na ograničenja brzine i lokacije radara. Ažuriranja softvera biće dostupna u više od 40 zemalja širom svijeta, a Bosna i Hercegovina je jedna od država na listi koja će koristiti nove funkcije poznatih Google-ovih mapa.



HUAWEI

U prvom kvartalu ove godine kompanija Huawei prodala je 59 miliona mobilnih telefona, što predstavlja polovinu prodatih pametnih uređaja tokom 2018. godine. Predstavnici kompanije su objavili da je ukupan prihod porastao za 39% u odnosu na prethodnu godinu, koji sada iznosi nevjerojatnih 26,8 milijardi dolara. Vrtoglave brojke govore nam samo jedno – za giganta iz svijeta tehnologije „nema zime“.



APPLE

Jedan od najpoznatijih proizvoda koji je Apple kreirao prestaje da postoji u formi koja nam je poznata. Povlačenje aplikacije iTunes sa tržišta za kompaniju Apple predstavlja kraj jedne ere, ali je ono neophodno kako bi se svim ljubiteljima poznatog brenda pružila što bolja usluga. Njegove funkcije su podijeljene u nova tri softvera – Apple Music, Apple Podcasts i Apple TV – različite platforme za različite medije.



SAMSUNG

Svima nam je poznato da u radionici kompanije Samsung nastaju odlični telefoni, a sada će, zahvaljujući saradnji sa AMD-om, poznati brend napraviti malu revoluciju u mobilnom igranju. Kada se spoje odlična tehnologija proizvodnje grafičke karte koju ima AMD sa onom koju Samsung koristi za kreiranje svojih čipova, dobije se iskustvo igranja poput onog na računarima, što je i prvobitni plan zajedničke saradnje.

BRENDOVI KOJIMA VJERUJEMO

Nova Samsung A serija

STVORENA ZA NOVU GENERACIJU

PIŠE: DEJAN TRNINIĆ

~~~~~

*Samsung Galaxy A telefoni od početka su bili namijenjeni srednjem cjenovnom rangu, pozicionirani između povoljne Samsung Galaxy J i prestižne Galaxy S serije.*

~~~~~

Kada je Samsung predstavio prvu generaciju Galaxy A serije u septembru 2014. godine, bilo je jasno da želi ozbiljno da se umiješa u srednji tržišni segment mobilnih uređaja, u kojem vlada ogromna konkurencija. Namjera kompanije bila je da kupcima koji su vjerni brendu, ali i onima čiju naklonost je tek trebalo osvojiti, ponude uređaje koji kombinuju impresivan dizajn, odlične performanse, ali po primamljivoj cijeni. Ovaj potez veoma brzo se ispostavio kao pun pogodak, jer je A serija izazvala veliko interesovanje, pa je južnokorejski gigant u narednih pet godina predstavio pet generacija iz iste klase.

Ovogodišnja serija ima jake adute - prefinjen i elegantan dizajn u kvalitetnom kućištu, tradicionalno superioran Samsung displej, uz širokougaonu kameru i dobru autonomiju. U lajnapu za 2019. godinu među Samsung A

Galaxy smartfonima su A20e, A40 i A50, pa se odmah može primijetiti da je, za razliku od prošlogodišnjih modela, došlo do rebrandinga, odnosno promjene u oznakama koje sada nose dvocifrenu nomenklaturu.

SAMSUNG GALAXY A20E

Samsung Galaxy A20e je elegantan i izuzetno tanak telefon, koji krase Infinity-U ekran od 5,8 inča, uz odnos stranica koji iznosi 19,5:9. Zahvaljujući obliku, kao i praktičnom skeneru otiska prsta na zadnjem dijelu, telefon udobno leži u jednoj ruci.

Na poleđini se nalazi dvostruka kamera, jedna regularna sa sočivom od 13 MP i jedna sa ultraširokim objektivom od 5 MP, koje zajedno prave jasne i oštre fotografije. S prednje

strane smještena je 8 MP selfi kamera sa inteligentnim režimom fotografisanja „Smart Beauty“, uz koji će korisnici uvijek moći da uhvate svoju bolju stranu.

Procesor sa osam jezgara, 3 GB RAM-a i 32 GB interne memorije sve zadatke obavljaju bez zastoja, pa će zadovoljiti sve one koji traže brz i pouzdan telefon. Pohvalno je to što se uz uređaj isporučuje brzi punjač od 15 W, što je do sada bilo rezervirano samo za prestižne Samsung modele.

Galaxy A20e, baš poput jačih modela iz serije, dolazi sa Android 9 Pie operativnim sistemom, koji prati kompanijski One UI korisnički interfejs. Samsung već u početni A model uvodi napredne funkcije i dovodi najbolju vrhunsku mobilnu tehnologiju nadohvat ruke po više nego pristojnoj cijeni.



GALAXY A40

Galaxy A40 je kompaktan uređaj sa Super AMOLED Infinity-U displejem, koji se proteže od ivice do ivice ekrana dijagonale 5,9 inča. U mali kružni izrez u srednjem dijelu pri samom vrhu ekrana smještena je prednja kamera. Pažnju na ovaj model privlači upravo 25 MP Wide kamera sa naprednim funkcijama, koja je u stanju da optimizuje snimke i tako pravi odlične selfi fotografije.

Super AMOLED ekran rezolucije 2.340 x 1.080 piksela sigurno je jedan od najboljih u klasi i to je nešto na šta smo već navikli od Samsunga. Telefon posjeduje 4 GB RAM-a i

Galaxy A modeli za 2019. godinu donose brojne inovacije novoj generaciji korisnika, nudeći funkcije i iskustva naprednijih uređaja po pristupačnoj cijeni.

64 GB skladišnog prostora, koji se može proširiti microSD karticom kapaciteta do 512 GB. Kako za memorijsku karticu postoji poseban slot, Dual SIM mogućnosti uređaja nisu ograničene na izbor između dodatnog prostora za memoriju i korištenja drugog broja telefona.

Samsung Galaxy A40 dolazi sa dvostrukom kamerom za širokogaone kadrove, koju prati inteligentni optimizator scene potpomognut vještačkom inteligencijom. Dvostruku kameru čine sočivo od 16 MP sa otvorom blende od f/1,7 i ultraširoka kamera od 5 MP spremna da, poput ljudskog oka, vidi svaki kadar.



Opremljen baterijom od 3.100 mAh, i ovaj model podržava tehnologiju brzog punjenja, a mnogobrojne korisnike koji su navikli da koriste svoje omiljene slušalice obradovaće i prisustvo 3,5 mm ulaza.

Zbog svojih optimalnih dimenzija i težine od samo 140 grama, telefon će bez problema stati u džep, a odličan je za upotrebu jednom rukom. Telefon je izrađen u prekrasnim bojama, a korisnik može da bira između crne, bijele, plave i živopisne koralne boje.

GALAXY A50

Da Samsung ove godine postavlja standarde u srednjoj klasi, pokazuje Galaxy A50, telefon koji izgledom podsjeća na premium modele Galaxy S10 i S10+.

Samsung je u Galaxy A50 uveo prvi put Infinity-U ekran od 6,4 inča, pa telefon praktično nema okvira, a izrez u koji je

SAMSUNG

Galaxy A50



Iz kompanije koja je globalni lider po broju prodatih smartfona poručuju da se svijet mijenja, pa tako i načini na koje koristimo naše telefone. Ističu da su se pri kreiranju nove serije vodili idejom da predstave smartfone koji će se obraćati današnjoj generaciji shvatajući da njihni pripadnici svaki trenutak svoje životne priče žele da prenose „uživo“.

smještena prednja kamera gotovo da ne dolazi do izražaja. Galaxy A50 odlikuje sofisticirani in-display fingerprint senzor, koji prepoznaje jedinstveni otisak prsta vlasnika.

Telefon je zadržao „Always On Display“ sistem, koji prikazuje informacije na ekranu i kada je AMOLED ekran telefona ugašen.

Uređaj posjeduje trostruku kameru na poleđini, koja obuhvata glavnu kameru od 25 MP, ultraširoku sa 8 megapiksela, koja pruža mogućnost fotografisanja u vidnom polju širine 123 stepena, kao i dubinski senzor od 5 MP.

Uz funkciju „inteligentni prekidač“, kamera sada može da identifikuje i predloži kada je potrebno da se koristi program rada sa širokim objektivom. Takođe, snima jasne fotografije, ne samo pri blještavoj dnevnoj svjetlosti, već i u mraku, tako što objektiv detektuje veću količinu svjetlosti i smanjuje šum.

AI kamera omogućava da korisnik snimi najbolju scenu, dok funkcija za optimizaciju scene prepoznaje i optimizuje 20

različitih scena. Bixby Vision kombinuje kameru i vještačku inteligenciju pružajući podršku korisniku pri kupovini na internetu, prevođenju tekstualnih sadržaja i pronalasku neophodnih informacija.

Baterija kapaciteta 4.000 mAh i opcija brzog punjenja garantuju cjelodnevnu zabavu uz surfanje i dijeljenje sadržaja, dok ugrađeni grafički čip nudi i uživanje u mobilnom gejmingu.

Galaxy A50 pogodan je za držanje u jednoj ruci, a uz funkciju otključavanja pomoću skeniranja otiska prsta na ekranu, trenutno se i intuitivno otključava. Uz moćni osmojezgarni procesor i ugrađenih 6 GB RAM-a te 128 GB interne memorije, korisnici mogu neometano da uživaju u pravom Galaxy iskustvu.

Uz preporučene Pretplata+ tarife, ove odlične uređaje možete da kupite po cijeni od samo 1 KM. Za više informacija o ovim telefonima pozovite **0800 50 000** ili posjetite **www.mtel.ba**.

PRIČA O USPJEHU

OD STUDENTSKE KLUPE DO FIRMI SA 200 ZAPOSLENIH

DANIJEL AKERMAN

PIŠE: STEFAN LIČINA

Da je digital budućnost marketinga, Danijel Akerman shvatio je još sa 17 godina. Iako se od prvog projekta nije „obogatio“, i danas kaže kako je na njega veoma ponosan. Danijel je u protekloj deceniji pokrenuo tri firme - Degordian, Mediatoolkit i Bornfight, koje danas zapošljavaju više od 200 profesionalaca. Od osnivanja, osvajali su mnoge nagrade, a neke od njih su Deloitte Fast 50 za jednu od najbrže rastućih tehnoloških kompanija centralne Evrope, Effie, SoMo Borac, MIXX i Awwwards. Osim profesionalnih nagrada, Degordian je vlasnik i četiri nagrade za najboljeg poslodavca.

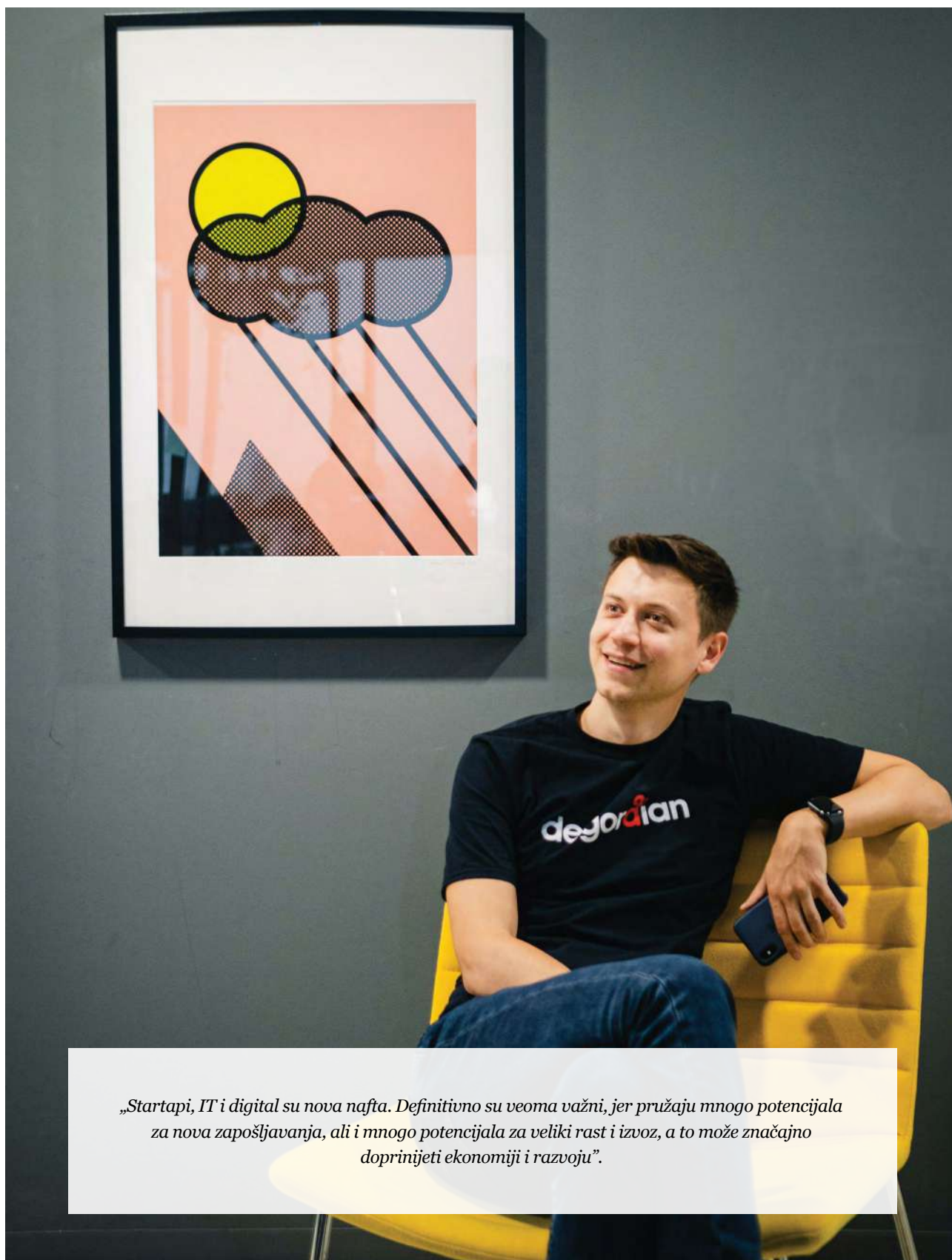
Svoju „priču o uspjehu“ i to kako je izgledao put od studentske klupe do firme sa trocifrenim brojem zaposlenim, Danijel je ispričao na Play Media Day konferenciji, koja je i ove godina održana uz podršku kompanije m:tel.

Životna priča Danijela Akermana počela je kada se sa 17 godina upustio u prvi projekat web-dizajna. Upravo za taj projekat vežu ga posebne uspomene, jer je na svojevrstan

način označio početak njegovog profesionalnog razvoja. Iako je zaradio samo 150 evra, ističe da je više novca potrošio na putovanja do samih klijenata, tako da dobiti skoro nije ni bilo.

Međutim, Danijel je veoma brzo shvatio koje su mogućnosti onlajn prostora i kakve sve „čari“ krije Facebook, zbog kojeg je i otvorio svoju prvu firmu. „Imao sam 22 godine i već duže vrijeme smo razmišljali o tome da osnujemo svoju firmu, no nekako nismo imali dovoljno samopouzdanja. Onda smo otkrili Facebook i njegove mogućnosti. Radili smo promociju svog projekta, gdje nam se Facebook pokazao kao idealan kanal koji tada niko nije koristio za promotivne svrhe, a donosio je fenomenalne rezultate“, kaže Danijel i ističe da, iako je ovo bio težak i istovremeno hrabar potez, na kraju se ispostavilo da je bio i veoma dobar.

Tokom svog predavanja na Play Media Day-u, Danijel je naglašavao koliko je za mladog čovjeka koji tek ulazi u svijet biznisa važno da pronađe svoju „nišu“, a da se potom razvija dalje.



„Startapi, IT i digital su nova nafta. Definitivno su veoma važni, jer pružaju mnogo potencijala za nova zapošljavanja, ali i mnogo potencijala za veliki rast i izvoz, a to može značajno doprinijeti ekonomiji i razvoju”.



„Danas imamo previše mogućnosti i to je odlično. No, nuspojava toga je da je velik izbor mogućnosti veoma primamljiv i da se tada mnogi često odluče na veći broj opcija. U tom slučaju najčešće dolazi do pada fokusa, osoba se bavi svim i svačim i na kraju ne napravi ništa kvalitetno“, kaže Akerman.

Na desetogodišnjem putu razvoja Danijel je i sam naučio mnoge životne, ali i profesionalne lekcije. Kako i sam kaže, najvažnija je ona – razmišljajte dugoročno, jer sada nije cilj napraviti mali uspjeh, zasjati i nestati. Cilj je, naglašava, kasnije napraviti daleko veći uspjeh, zasjati i ostati.

Danijel se rado prisjeti početaka i sa današnje tačke gledišta kaže – razlika je ogromna. Prije deset godina bilo ih je samo dvoje, radili su iz njegovog stana i maštali o tome kako bi bilo super kada bi dobili nekog većeg klijenta. „Imali smo divovsku energiju, ali zapravo, to je bilo to. Danas imamo daleko više ljudi, više od 200 zaposlenih. Imamo više kancelarija, tačnije, prisutni smo u Zagrebu, Mostaru i

Beogradu. Imamo fenomenalan tim i odlične klijente. Danas je sve daleko lakše, ali je pred nama i dalje zaista mnogo posla“, priznaje Akerman.

Kada je riječ o trendovima u agencijskom i biznis svijetu, Danijel kao najvažnije, a ujedno i najaktuelnije ističe integraciju oflajna i onlajna, ulazak digitala u sve sfere i svakako sve više Digital First kampanja.

Iz početnog Degordian-a razvile su se još dvije firme. Danijel kaže da su se na odvajanje odlučili kada su uvidjeli razlike u viziji, fokusu i strategiji. Zato, kaže, sada imaju tri firme, od kojih je svaka vrhunski posložena i postavljena, svaka ima svoj smjer razvoja i u tom smjeru i ide. „Bornfight nam je nesumnjivo veoma važan i računamo na mnoge segmente razvoja. No, jednako tako su nam važni i Degordian i Mediatoolkit. U svakoj od tih firmi baš mnogo radimo, razvijamo se i rastemo. Na svaku sam jako ponosan i na svaku jednako računam“, govori Akerman ne krijući zadovoljstvo postignutim.

Kao jedna od najupečatljivijih rečenica njegovog predavanja bila je ona da je „dobro biti sam svoj šef, ali da je on uvijek s tobom“. Danijel kaže da upravo ona mnogo toga govori mladima koji samostalno ulaze u svijet preduzetništva, ali dodaje i još nešto:

„Možda je bolje: 'Stay hungry, stay foolish' Stiva Džobsa, odnosno, koliko god si dobar u nečemu, uvijek budi gladan za više. Koliko god da si uspješan, uvijek budi dovoljno lud za isprobavanje novoga.“



„Ime Degordian svoje korijene crpi iz Gordijevog čvora, za koji legenda kaže da ga je bilo nemoguće raspetljati. To je uspio Aleksandar Veliki, koji je riješio enigmu, presjekao čvor i nakon toga pokorio svijet. Digital je sam po sebi mnogo kompleksan, zapravo je to jedan Gordijev čvor, a mi smo ti koji ga znaju otpetljati i pomoći klijentima da osvoje svijet. Zato smo Degordian.“

TESTIRAMO

Huawei P30 Lite

SPEKTAKULARNE FOTOGRAFIJE
I IZOŠTRENI DETALJI

PIŠE: RADA GALIĆ



Seriju P30 Lite telefona poznatog brenda Huawei odlikuje dobar hardver, kao i softver, a ono po čemu se posebno izdvaja od drugih pametnih uređaja iz srednjeg cjenovnog ranga jeste sjajna kamera. Ovo je telefon koji će, zahvaljujući širokom spektru filtera i velikom broju alata za obradu fotografija, svaki prizor uhvaćen objektivom učiniti savršenim.

Dizajnerski, svi modeli iz popularne P30 porodice izgledaju slično. Prednju stranu uređaja krase ekran Full HD+ rezolucije sa dijagonalom od 6,15 inča, dok se na poleđini nalazi zakrivljeno 3D staklo, pa telefon odlično leži u ruci. Na zadnjoj strani nalazi se i čitač otiska prsta, a tipke za pokretanje i kontrolu jačine zvuka smještene su sa desne strane uređaja. Možemo slobodno da kažemo kako je ovaj pametni uređaj, prije svega, moderan i elegantan, a dostupan je u tri boje, od kojih svaka ima privlačan preliv od najsvjetlije do najtamnije nijanse.

Huawei u Lite verziji nudi slično korisničko iskustvo kao i u drugim modelima iz iste serije, ali njegova cijena je znatno niža u odnosu na P30 i P30 Pro. Svi koji su bili u prilici da isprobaju P30 Lite složili su se u jednom - ovo je jedan od najpoželjnijih uređaja u srednjem cjenovnom rangu.

Najnoviji Lite model P30 serije pametnog telefona donosi vrhunski dizajn, odličan hardver u ovom segmentu, kao i prvorazredno iskustvo fotografisanja, a sve to po pristupačnoj cijeni.

KAMERA KOJA GARANTUJE LJEPOTU SVAKOG SNIMKA

Huawei P30 Lite opremljen je glavnom kamerom sa tri sočiva koja su smještena na poleđini uređaja. Funkcija vrhunske kamere od 48 MP dodatno je poboljšana širokougaonom kamerom od 8 MP s otvorom blende f/1,8, kao i dodatnim senzorom od 2 MP, koji služi za dubinsko mjerenje oštine.

S prednje strane, ljubiteljima selfija na raspolaganju je kamera rezolucije 24 MP. Svako lice je drugačije i jedinstveno te upravo iz tog razloga Huawei-jeva AI-driven Selfie tehnologija uljepšava vaše autoportrete na osnovu vašeg jedinstvenog oblika i tipa lica. Ukratko, uređaj bilježi crte vašeg lica i kreira prilagođeni algoritam tako da uz njegovu pomoć uvijek prikazujete svoju najbolju stranu. Zahvaljujući pomenutoj funkciji, svaki selfi će izgledati kao da je posebno kreiran za naslovne stranice poznatih modnih časopisa.

Za sve one kojima je video-format nešto draži, tu je maksimalna rezolucija Full HD sa 30 fps. Kamera bilježi najbolje rezultate u rezoluciji od 1080p i pri 30 fps, gdje je aktivna elektronska stabilizacija.

Fotografije zabilježene objektivom P30 Lite telefona odlično su ispunjene detaljima, imaju impresivan dinamički raspon, sjajnu oštrinu, a zastupljenost boja je na zavidnom nivou. Zahvaljujući Night mode-u, kadrovi snimljeni noću biće sa minimalnim vizuelnim smetnjama i šumovima usljed odsustva dovoljne količine svjetla.

Najnoviji Lite model P30 serije pametnog telefona donosi vrhunski dizajn, odličan hardver u ovom segmentu, kao i prvorazredno iskustvo fotografisanja, a sve to po pristupačnoj cijeni.

PERFORMANSE I BATERIJA

Telefon pokreće osmojezgarni procesor Hisilicon Kirin 710, izrađen u 12 nm tehnologiji, koji se može pohvaliti odličnom energetsom efikasnošću. Sastoji se od četiri Cortex A73 jezgra, koja rade na 2,2 GHz, i isto toliko Cortex-a A53, koji se vrte na 1,7 GHz. Za grafiku je zadužen Mali-G51 MP4, koji je u suštini unaprijedio specifikacije prethodne generacije.

Dolazi u kombinaciji 4 GB RAM-a i 128 GB interne memorije, koju je moguće dodatno proširiti putem microSD kartice kapaciteta do 512 GB.

Huawei P30 Lite raspolaže jednim zvučnikom sa donje strane uređaja, a svojim korisnicima nudi čist i natprosječno glasan zvuk.





Baterija ima kapacitet od 3.340 mAh i pružiće dan do dan i po standardne upotrebe. Takođe, ovaj model dolazi sa 9V2A Quick Charge tehnologijom i punjačem od 18 W, koji je odgovoran za veoma brzo punjenje baterije, što znači da u pauzama fotografisanja i surfanja internetom možete da popijete kafu, a za to vrijeme će se baterija vašeg telefona napuniti u potpunosti.

U P30 Lite instaliran je najnoviji Android 9 Pie operativni sistem, praćen fabričkim EMUI 9.0.1. korisničkim interfejsom. Pie omogućava jednostavna podešavanja telefona, ali i olakšava korištenje uređaja jednom rukom.

Za otključavanje telefona, pored čitača otiska prsta, možete koristiti i softver prepoznavanja lica, koji se oslanja na prednju kameru. Bez obzira na koji način zaštite podataka se odlučite, lak i brz pristup uređaju zagarantovan je svakom korisniku.

Dobra kamera ništa ne znači ukoliko je svojim kvalitetom ne prati displej telefona. Upravo iz tog razloga kreatori posljednjeg Huawei telefona iz serije Lite ovom uređaju dodijelili su ekran veličine 6,15 inča, rezolucije 2.312 × 1.080, uz vrlo dobru gustoću piksela od 415 ppi. Uređaj koristi LCD displej tipa LTSP, koji u odnosu na obični IPS ima znatno bolju rezoluciju i veći spektar boja, što je za telefon iz srednjeg cjenovnog ranga i više nego odlično.

Softversko-hardverska kombinacija P30 Lite-a radi veoma dobro i, što je najbitnije, uređaj će ispuniti sva očekivanja

korisnika koji za manje novca žele da posjeduju kvalitetan telefon.

Ukoliko prepoznajete Huawei kao pouzdan brend, bez dileme ćete se odlučiti za ovaj model koji nosi ime poznate P30 serije. Vizuelno je atraktivan i donosi odlične performanse prosječnom korisniku.

Huawei P30 Lite je jedan od kandidata za „best buy“ uređaj 2019. godine, a ako je i vas ovaj telefon oduševio, možete ga pronaći u ponudi kompanije m:tel po cijeni od **1 KM** uz preporučenu tarifu **Pretplata L+**.



NOTIFIKACIJE

” Instagram

Poznata društvena mreža svakodnevno uvodi nova ažuriranja, a posljednje se odnosi na prilagođavanje platforme e-trgovini. Pored oznake proizvoda koja je dio svake objave već neko vrijeme, jednostavnim klikom na fotografiju moći ćete kupovati željene proizvode. Za sada je ova funkcija dostupna kao beta verzija u nekim zemljama, a očekuje se da će do kraja godine biti na raspolaganju svim korisnicima Instagram-a.



PIŠE: RADA GALIĆ

” Pinterest

Pinterest je uplovio u svijet oglašavanja i sada svojim korisnicima omogućava promociju objava, kao i redovno praćenje analitike plasiranog sadržaja. Ali to nisu sva ažuriranja koja su kreatori platforme spremili za svoje korisnike. Prateći nove svjetske trendove, uveli su opciju „kupovine na osnovu sadržaja“, pomoću koje možete željeni predmet naručiti u svega nekoliko jednostavnih koraka.

” Slack

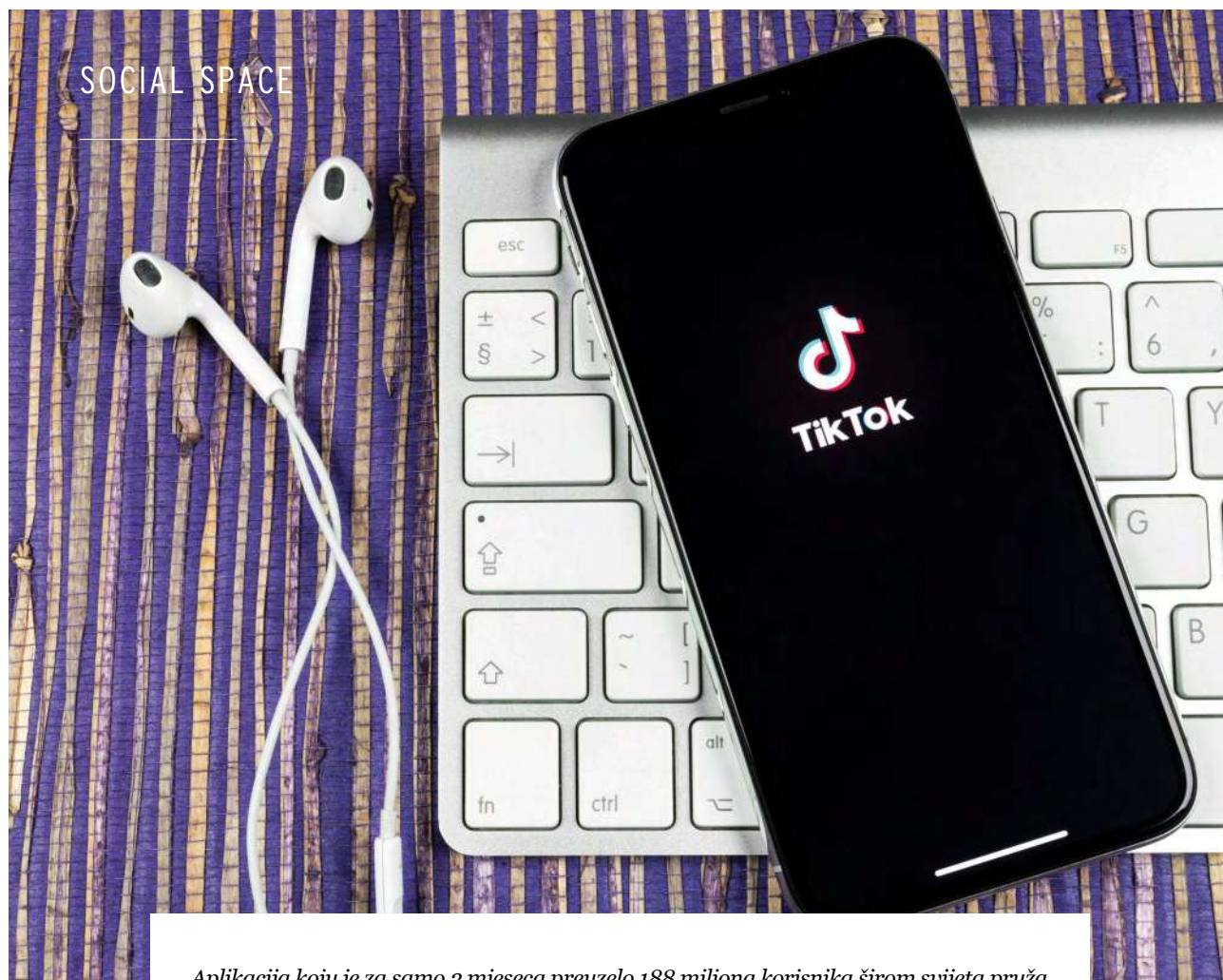
Komunikacija unutar timova jedne firme, zahvaljujući nadogradnji softvera, nikada nije bila lakša. Integracija Slack-a i Office 365 paketa, kao i ažuriranje prethodno dostupnih funkcija korisnicima platforme omogućili su pregled različitih formata dokumenata unutar razgovora, lakše Skype, Webex i Zoom sastanke, ali i više prostora za čuvanje podataka na One Drive-u.

” YouTube

Poznatim jutjuberima vrijednost plasiranog sadržaja mjerice se vremenom provedenim u gledanju videa, a ne samo po broju pregleda. Na ovaj način YouTube želi da poveća količinu kvalitetnog, dokumentarnog i dugometražnog materijala, kao i da utiče na vrednovanje profila koji kupuju svoje pratioce, lajkove i broj pregleda.

” LinkedIn

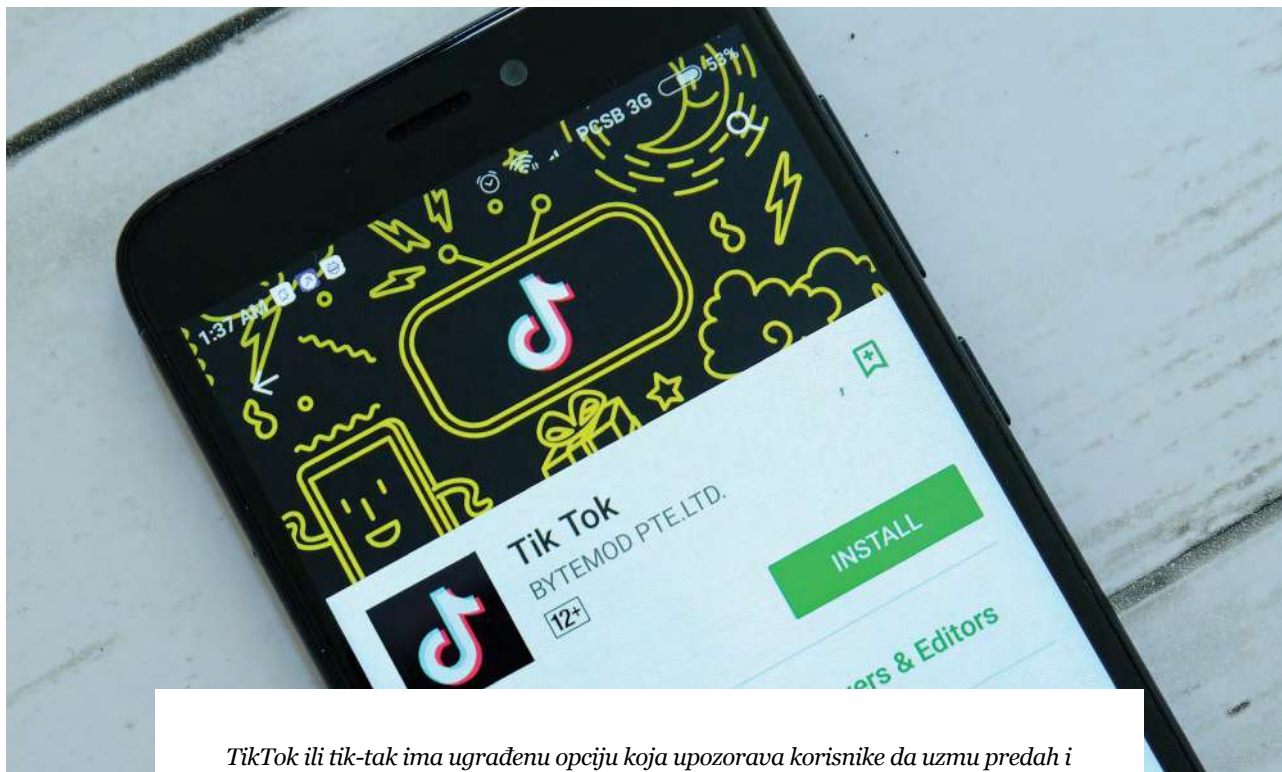
Poznato je da LinkedIn ima najrazvijeniji sistem za targetiranje publike, kao i činjenica da njegov algoritam ne voli eksterne linkove u svojim objavama. Društvena mreža koja je prvenstveno namijenjena korporativnom svijetu i ličnom razvoju, najviše cijeni native sadržaj, odnosno onaj koji je na njoj objavljen. Osnovni cilj ovakvih algoritama jeste da angažuju svoje korisnike kroz komentare, aktivnu diskusiju i dijeljenje objava.



Aplikacija koju je za samo 3 mjeseca preuzelo 188 miliona korisnika širom svijeta pruža vam mogućnost da snimate personalizovani video-spot trajanja od 3 do 15 sekundi.

TIKTOK - MEDIJ, TO SAM JA?

PIŠE: BOJANA ĐERIĆ PETROVIĆ



TikTok ili tik-tak ima ugrađenu opciju koja upozorava korisnike da uzmu predah i pojavljuje se kada se aplikacija koristi više od dva sata.

Pored mnogobrojnih sličnosti u interfejsu, načinu funkcionisanja i vrtoglavom usponu koji je doživjela aplikacija Vine, ipak se stiče utisak da se TikTok društvena mreža umnogome razlikuje od svega ostalog što smo do sada imali priliku da vidimo. Inicijalno je puštena u rad 2016. godine i to za kinesko tržište. Zatim je 2017. doživjela svoju verziju i u Evropi, a kreator je kineska kompanija ByteDance, koja je jedan od vodećih azijskih giganata kada je vještačka inteligencija u pitanju.

Samo u prva tri mjeseca ove godine, aplikaciju je preuzeo 188 miliona korisnika, a svaki mjesec aktivno je koristi čak 500 miliona ljudi širom svijeta. Poređenja radi, Instagram, koji postoji od 2010. godine, danas broji milijardu aktivnih korisnika mjesečno. Ukoliko se niste oprobali u TikTok-u, sad se već sigurno pitate šta je to toliko posebno i drugačije u još jednoj u nizu društvenih mreža.

Prvo, TikTok u potpunosti mijenja paradigmu konzumiranja svega što nam se na internetu i mrežama servira, jer je u fokusu sadržaj, a ne korisnik! Jer, da biste pogledali bilo šta od sadržaja, potrebno je... ništa! Po preuzimanju aplikacije ne morate ostaviti ime, prezime, godište, kao ni određena interesovanja. Naravno, profil možete dopuniti

ličnim podacima i tako ga personalizovati. Takođe, ukoliko želite interakciju sa drugim korisnicima - da lajkujete, dijelite i komentarišete, potrebno je unijeti neke osnovne podatke, preko već postojeće aplikacije, mejla, adrese ili broja telefona.

A kakav je sadržaj u pitanju, pitate se. Kina, kao kolijevka tehnoloških inovacija u posljednjih nekoliko godina, i ovoga puta otišla je u susret trendu popularizacije video-formata, te se na TikTok-u mogu kreirati kratki video-snimci dužine 3 do 15 sekundi. Sami ih kreirate, a dopunjavate ih muzikom, replikama i isječcima iz filmova, filterima, a zatim ih dijelite javno ili samo sa odabranim prijateljima. Ukoliko poželite naći poznanike ili prijatelje, imate za to mogućnost, ali s obzirom na to da su sva podešavanja po automatizmu postavljena na „javno“, TikTok vas još jednom uvjerava da, za razliku od ostalih mreža, oni žele popularizovati kvalitetan sadržaj, a ne pojedince.

S obzirom na to da je svjetlo sa korisnika prešlo na ono što je kreirano, i samim tim korištenje mreže je onemogućeno za oglašivače, ne možemo a da se ne zapitamo - da li će i kako ova mreža opstati bez konkretnih ulaganja

trećih lica? Iako je nemoguće dobiti plaćeno oglašavanje, pojedinci su već našli način da se približe milionima ljudi širom svijeta. Tako je poznati modni brend Guess krajem 2018. napravio izazov #InMyDenim, i pozvao korisnike da obuku svoj omiljeni model džinsa i snime kratki video. Uspjeh navedene kampanje nam je možda i dao odgovor na pitanje - da li će se TikTok u ovom obliku izboriti sa velikom konkurencijom mreža/oglašivača i ipak naći svoje mjesto pod suncem - vrlo moguće. Razlog je jednostavan, razvojem marketing uticaja i pojavom velikog broja influensera, koji su postali jedan od glavnih kanala komunikacije brend - potrošač i transformacijom tradicionalnih medija, pruža se prilika da svako od nas biva izvor informacija, zabavnog, informativnog ili bilo kojeg drugog sadržaja. To bi značilo usitnjavanje oglašivačkih kanala i davanje vjetrova u leđa mikroinfluenserima.

Iako je prvobitno zamišljen kao lip-sync platforma, TikTok je postao mjesto na kojem možete vrlo brzo snimiti sopstveni video-spot, što su mnogi prepoznali kao priliku za prikazivanje svojih talenata, a mlađa populacija, koja čini većinski dio publike, kao priliku da iskaže svoju kreativnost. Poput Instagram-a, i ovdje postoji opcija live videa, ali koja se pojavljuje tek kada sakupite preko 1.000 prijatelja, a video možete dijeliti privatno ili sa širom javnošću. Sudeći po trenutnoj verziji, razmjenjivanje poruka je omogućeno samo među prijateljima. Takođe, umjesto discover opcije na IG, u pozadini TikTok-a postoji kompleksan algoritam koji prati svaki vaš lajk, klik i ono što plasirate. Tako da ćete vrlo brzo shvatiti da nema



neželjenog sadržaja i da vam se prikazuje samo ono što ste već ocijenili kao kvalitetno.

Naravno, ne možemo a da ne pomenemo i drugu stranu moćnog algoritma. Iako je stvoren kako bi korisničko iskustvo bilo dovedeno do savršenstva, pri čemu se svakom korisniku pažljivo kroji feed po mjeri interesovanja i aktivnosti, na kraju duge stoji dugo pominjani „mehur“. Algoritam uči i pazi da vas ne zatrpava sadržajem koji vas ne zanima, ali vas sa druge strane izoluje od svega ostalog i ostavlja u mjeheru poznatog i poželjnog.

Sve u svemu, TikTok je preduprijedio i iskoristio trendove u komunikaciji i društvenim mrežama, jer svakome pruža priliku da kroz meme-ove, free use internet kulturu, bude kreativan i kreira nešto sasvim drugačije i originalno.



MREŽA

INTERNET NEKAD I SAD

OD WEB-SURFERA DO WEB-SKROLERA

PIŠE: DARKO BAJIĆ

Da li ste dovoljno stari da se sjećate dial-up-a i nezaboravnog zvuka uspješne veze? Da li vas je pratio permanentno neugodni osjećaj dok zauzimate telefonsku liniju i čisti osjećaj brzine dok su slike sa web-stranice djelić po djelić ispunjavale vaš ekran?

Koliko se onlajn iskustvo u međuvremenu promijenilo i da li je razlika samo u brzini i pristupačnosti?

Nove tehnologije učinile su da brzo zaboravimo stare i spore dial-up veze i uticale na to da internet danas koristimo potpuno drugačije nego što je to bio slučaj prije 20 godina. Danas je internet svjetlosno brži i na njemu smo prisutni neprekidno. Uvijek je uz nas na našem mobilnom telefonu, a jednako je uzbudljiv kao što je uvijek i bio.

Nepoznato je današnjim generacijama da je nekada korištenje interneta bilo vremenski ograničeno tzv. internet satima koje smo imali na raspolaganju. Povezivanje na mrežu bilo je proces, od uključivanja desktop računara,

zauzimanja telefonske linije do spajanja. Pionire interneta ništa nije učilo strpljenju kao zvuk 56 K modema, a nerijetko se moralo čekati na vezu, jer su internet provajderi imali ograničene kapacitete.

Web-dizajneri tog vremena brižljivo su pazili da sadržaj web-stranice ne bude zahtjevan kako bi se brzo učitavao.





Takve stranice obično su bile statičnog sadržaja, kompromis dizajna i funkcionalnosti, sa mnoštvom informacija na naslovnoj stranici. Na današnjem webu mnogo je više kreativnosti, on je pravi multimedijalni krešendo sa nevjerovatnim tehničkim mogućnostima.

Web-surfovanje, pojam naslijeđen iz ranog doba interneta, novim generacijama korisnika je skoro nepoznat termin. Web-stranice devedesetih međusobno su razmjenjivale

linkove pa su web-surferi klikali i „skakali“ sa jedne stranice na drugu bez nekog jasnog cilja, čisto uživajući u radosti samog pronalaženja stvari i vijuganja kroz gustu i uzbuđljivu internet baštu.

Danas to baš i ne možete činiti. Mnogi medijski sajtovi ne sadrže spoljne linkove, mnogo ličnog sadržaja nalazi se u ograđenom vrtu Facebook-a, a blogovi i lične stranice nisu toliko značajni kao ranije.

Može se reći da je danas „skrolovanje“ tačniji termin od „surfovanja“, jer omiljene društvene mreže korisnicima nude sadržaj za koji procijene da bi ih mogao interesovati. Ako koristite mobilni uređaj, zasigurno ćete više prelaziti prstom po ekranu i skrolovati nego što ćete surfovati. Skrolovanjem stranice otkrivamo sadržaj koji nam je pripremljen i vrlo je vjerovatno da će nam neki privući pažnju.

Takođe, brzina interneta omogućila nam je da danas radije gledamo video-sadržaj nego što čitamo duži tekst na istu temu, a slike (pogotovo Instagram) potiskuju blog.

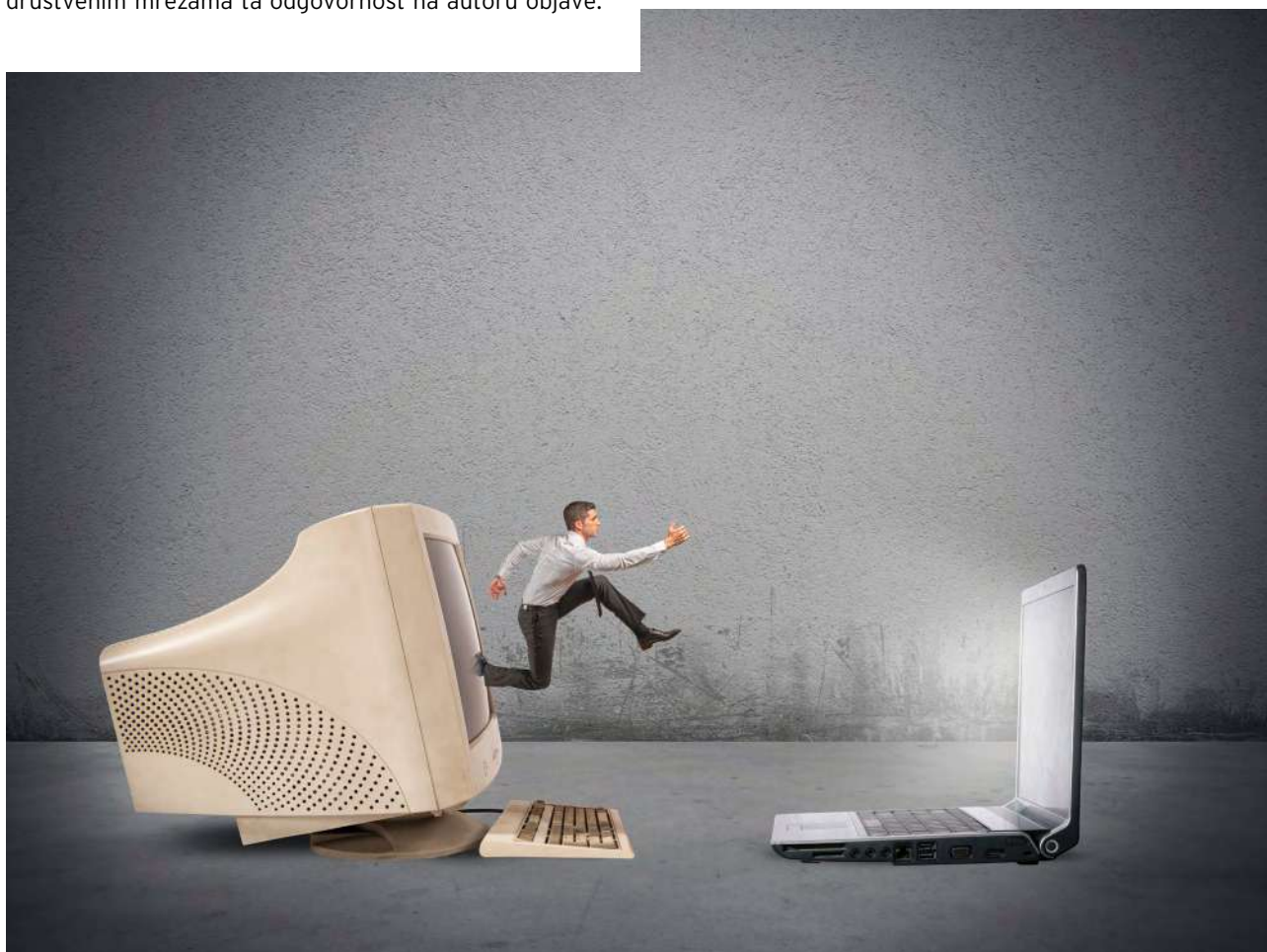
U dobroj mjeri su nestali web-direktorijumi i sekcije linkova kao preporuke sadržaja, a dobili smo pretraživače sa naprednim algoritmima i mapama koji su krajnje ciljno usmjereni prema onome što nas u tom trenutku zanima.

Smanjio se broj foruma na kojima smo pitali, komentarisali i nalazili odgovore, a diskusije su se premjestile na društvene mreže. Forumi su imali moderatore koji su upravljali sadržajem i podsticali teme, dok je na društvenim mrežama ta odgovornost na autoru objave.

Sa pojavom društvenih medija, aplikacija i pametnih telefona i naše dnevne rutine su se drastično promijenile. Facebook je, kao vodeća društvena mreža, predvodnik velike promjene u korištenju interneta. Dok je u početku bio omogućen isključivo putem internet browser-a, danas predstavlja kolekciju izuzetno popularnih mobilnih aplikacija: Messenger, WhatsApp i Instagram, uz koje se nalazi i sama Facebook aplikacija.

Poruke i notifikacije su važan dio internet svakodnevice i nisu vezane za uređaje koje koristite. Web-linkovi unutar poruka koje su nam poslali prijatelji dobijaju dodatnu dimenziju, jer pretpostavljaju pouzdan, zanimljiv i preporučen sadržaj. Poruke su i neizostavan dio sistema plaćanja ili korisničkih servisa, gdje AI botovi komuniciraju sa stotinama korisnika u isto vrijeme.

I pored svih promjena, internet koji smo znali u eri surfovanja i dalje je tu. Njemu ćemo se i dalje vraćati kada pročitamo sve poruke i kada nas zasite notifikacije koje nam stižu na mobilni telefon.



BRENDOLOGIJA



CILJNE GRUPE

PIŠE: LJUBICA JEROTIJEVIĆ

Teška su vremena, znate i sami, ne moram ništa ja da vam kažem. Čak i dobro poznatim i fino etabliranim brendovima prodaja „zapinje“. Nikad više kanala komunikacije i istovremeno nikad skuplje oglašavanje. Jedini izlaz je pažljivo, precizno i nepogrešivo odabrati ciljnu grupu. Ako znamo ko nam je ciljna grupa, znamo i koje su nam poruke, i koji su mediji, i kanali komunikacije, i doba dana...

Sve nam je mnogo jasnije, lakše, brže i jeftinije ako znamo ko nam je ciljna grupa. Međutim, ako ne znamo, malo je reći da smo u problemu. Ako su vam, na primjer, ciljna grupa mladi od 12 do 15, a mašili ste za samo dvije godine i kreirali kampanju za desetogodišnjake - vi ne samo da nećete prodati nijedan komad tokom ove kampanje, nego ste upravo zapečatili sudbinu brenda i morate sve ispočetka, jer nijedan tinejdžer nikad neće kupiti (probati, nositi, prihvatiti...) brend namijenjen djeci.

Dakle, pravilno targetiranje vam omogućava da oglasite, motivišete, privučete - pa možda i prodate, a nepravilno vas direktno blokira i ukopava. Ako nađete svoje potencijalne kupce i korisnike, možete biti kompetitivni čak i u odnosu na ozbiljno velike i jake - poenta je samo da ih dobro definišete i da onda naučite o njima sve što je potrebno (šta rade, na šta se „lože“, čime se ponose, a šta preziru, gdje se okupljaju...)

Mnogi od nas imaju tendenciju da nerado isključuju bilo koga iz svoje ciljne grupe, jer im se čini da tako sami smanjuju svoje tržište, a to ih direktno boli. Ti vam na pitanje o ciljnim javnostima uglavnom kažu: „Svi“ ili „Žene od 20 do 65“ ili „Svako ko koristi sapun.“ Malo je reći da je ovakvo određenje toliko opšte da ne može biti ciljna grupa.

Zato da razjasnimo odmah: precizno definisanje ciljne grupe ne znači da ćemo svima koji nisu obuhvaćeni našom definicijom odbiti da prodamo ili da ćemo na maloprodajne objekte napisati: „Zabranjeno za starije od 35.“ Dakle, niko nikad nije rekao da ćemo isključiti osobe koje ne odgovaraju našim kriterijumima. Umjesto toga, dobro definisana ciljna grupa garantuje nam da će naše marketinške aktivnosti biti fokusirane na tržište koje će vjerovatnije kupiti od nas.

E sad, drugi je problem kako da odredite prave i da ne promašite. Odmah da bude jasno: stopostotne garancije nema i ko kaže da je ima - laže, ali ako idete „by the book“, šanse da kvalitetno definišete svoju ciljnu grupu su preko 95%.

Pogledajte prvo ko je do sada kupovao (koristio, trošio, volio) vaš proizvod ili uslugu, ili jednostavno govoreći, prođite kroz svoju trenutnu bazu klijenata. Ukoliko planirate nov proizvod pa nemate postojeće klijente, možete da

proučite konkurenciju, da konsultujete literaturu ili uradite istraživanje, a najmundrije vam je da uradite sve nabrojano. S obzirom na to da vam je ovo najvažnija faza u razvoju novog brenda, bolje je da pretjerate sa predostrožnostima nego da vas poslije boli glava.

Druga faza je da precizno opišete vaš proizvod po svim relevantnim i sporednim karakteristikama i da onda pokušate da odredite koje sve potrebe on zadovoljava na racionalnom i na iracionalnom nivou. Često je zadovoljenje iracionalnih potreba ciljne grupe mnogo važnije za prodaju (da nije, Ferrari i Lamborghini teško da bi ikad prodali neko od svojih vozila).

Na osnovu prve dvije faze probajte da odredite koje su:

- demografske osobine vaše ciljne grupe (pol, godine, obrazovanje, prihodi, porodični status, profesija, mjesto u kojem žive i rade...)
- psihografske osobine (stavovi, karakterne osobine, interesovanja, vrijednosti, životni stil)
- osnovni elementi ponašanja (tipična ponašanja, gdje izlaze, gdje ljetuju, hobiji, šta rade kad ne rade...)

I, molim vas, nemojte zaboraviti da, kad odredite ciljne javnosti, uradite po kvalitativno istraživanje sa svakom od ciljnih grupa i provjerite da li ste ih dobro definisali i odabrali - to košta malo, a može da vam uštedi veoma mnogo i vremena, i novca i nerava.





m:

S DRUGE STRANE

HILJADU RIJEČI

U DOBROM DRUŠTVU

NEMANJA DAVIDOVIĆ, ČLAN F.E.S.T.-A, POBJEDNIČKOG TIMA NA M:TEL PLAYGROUND IZAZOVU

PIŠE: STEFAN LIČINA



Naša pametna brava ima budućnost

Oni su imali najbolju startup ideju na m:tel Playground izazovu. Oni su studenti Elektrotehničkog fakulteta u Banjaluci, a njihova ideja pametne brave pobrala je lovorike.

Nemanja Davidović je jedan od članova tog pobjedničkog tima. On ističe da, iako nije nešto novo u svijetu, njihova pametna brava ima budućnost na ovim prostorima, jer je i prostor za upotrebu takvih proizvoda sve širi.

Takođe, navodi da je krajnji cilj ideje članova tima F.E.S.T. da u potpunosti zaokruže sistem „pametna stan“, uvodeći jedan po jedan uređaj, jer, kako kaže, ona ide ukorak s modernim tehnologijama i savremenim načinom života. Stoga vjeruje da će godine koje dolaze pokazati da je njihov rad pozitivno uticao i na tehnološki napredak ovdašnjeg društva.



Na samom početku, čestitke za osvojeno prvo mjesto na m:tel Playground izazovu. A sada, kada je takmičarski period iza vas - gdje se tim F.E.S.T. nalazi i kakva je budućnost vaše ideje?

Trenutno radimo na razvijanju našeg softvera za brave. Projektujemo, analiziramo i programiramo ga po segmentima. Nakon toga ući ćemo u period testiranja brave, u kojem ćemo da provjerimo sve radne karakteristike našeg proizvoda i u potpunosti ga spremimo za tržište. Broj stanova koji se iznajmljuju po modelu „stan na dan“ i uopšteno prostor za upotrebu naše pametne brave sve više se povećava i sve više se širi. Sada detaljnije analiziramo tržište, s ciljem da naš proizvod prilagodimo i javnim preduzećima/korporacijama koja/e bi našim proizvodom olakšano pratila/e evidenciju prisustva zaposlenih. Nakon m:tel Playground izazova, za našu pametnu bravu čulo je mnogo ljudi i trenutno nas značajan broj njih pita za proizvod i njegovu upotrebu. Za našu ideju, kao i za ostale proizvode iz ove oblasti, ima prostora i to će pokazati godine što dolaze.

Koliko ovakvi projekti, koje podržavaju velike kompanije poput m:tel-a, znače mladim ljudima punim ideja?

Živimo u društvu koje odbacuje svaku novu ideju, zamisao, ambiciju ili želju, u korijenu. Mladi ljudi, i kada imaju ideju, ustuknu pred ovakvom reakcijom sredine, prepadnu se i ostanu na mjestu. Ovakvim projektima, kada m:tel ili neka druga velika kompanija podrži i uradi nešto ovako, podstakne vas na ideju, vi dobijete ohrabrenje i snagu da realizujete svoje ideje.

Tako je i s nama.

Osvojili ste prvo mjesto i najvredniju nagradu. Znači li to da krećete u osnivanje svog preduzeća, a samim tim i u praktičnu primjenu ideje? F.E.S.T. tim nastavlja svoj razvoj u Republici Srpskoj?

Prva nagrada nam značajno pomaže u našim planovima. Nakon završene faze testiranja naš plan je da proizvod bude dostupan na tržištu. Nakon te faze, odnosno kada brava bude spremna za praktičnu primjenu, osnovaćemo preduzeće sa sjedištem u Banjaluci.

Da li F.E.S.T. tim paralelno radi i na nekim novim idejama? Ostajete li na polju smart home uređaja ili planirate nove stvari?

Radićemo na proširenju naše ponude drugim pametnim uređajima. Nećemo stati samo na pametnim bravama. Mi studiramo elektrotehniku, pratimo razvoj tehnologije i nastojaćemo da idemo ukorak s vremenom. Zasad imamo raznih ideja u vezi sa razvojem mobilnih i web-aplikacija, u narednom periodu vidjećemo da li ćemo ići u realizaciju neke od njih. Trenutno, paralelno sa bravama dio tima radi i na razvoju platforme za dijeljenje prevoza, ali o tome ćemo govoriti kada dođe vrijeme za to.



Šta je bila osnovna ideja kada ste ušli u Playground izazov i koliko se ona promijenila kroz ovih nekoliko mjeseci rada i učenja? I šta vaš proizvod u praksi predstavlja za krajnjeg korisnika?

Na početku izazova kreirali smo naš pametni prekidač. Zbog toga smo željeli da razvijemo potpun sistem „pametnog stana“, odnosno cijeli spektar pametnih uređaja. Tokom Playground-a uočili smo da fokus moramo usmjeriti na konkretan problem i njegovo rješenje te da potom postepeno uvodimo nove pametne uređaje. Tržište nam je ukazalo na to da je to problem koji imaju osobe/agencije koje iznajmljuju stanove na dan. Transformaciju naše ideje najbolje je opisati riječima - od deduktivnog ka induktivnom - odnosno jedan po jedan pametni uređaj do potpunog sistema „pametna stan“.

Za krajnjeg korisnika naš proizvod predstavlja pomoćnika u razvoju njegovog biznisa. Štedi mu vrijeme, tako što mu





omogućava da dostavi ključ gostu za nekoliko sekundi, putem laptopa, koje je dosad trošio na transport, ali i novac, tako što mu smanjuje troškove sirovina potrebnih za transport i energiju.

Koliko društvo prepoznaje ideje, ali i koliko je svjesno potrebe za onim što vi predstavljate?

Prošlo je vrijeme starih tehnologija i starog načina života. Sada se živi brže, tehnologija napreduje svakog minuta i, ukoliko niste u toku, ispadate iz igre. Čini se da smo mi nekada davno isпали iz igre i kao da sada hvatamo neki trk kojim bismo se vratili. Programiranje, sigurnost na internetu, pametni uređaji i komunikacija na internetu budućnost su tehnologije. Ukoliko tako razmišljate, sigurno je da ćete napredovati, bez obzira na to u kojoj zemlji svijeta živjeli, jer to je nešto što fizički ne ograničava rad, možete da radite sa bilo koje tačke na Zemlji. U našoj državi ljudi postaju sve više svjesni ovoga što je dobro i treba se nadati da će ta svijest rasti u budućnosti. Naša ideja pametnih brava nije nova u svijetu, ali se kod nas nije do sada pojavljivala. Predstavlja novinu ovdje i reakcije su pozitivne, jer podstiče tehnološki napredak društva.

Često čujemo, i u medijima, ali i u društvu, kako su startapi budućnost. Iz vaše perspektive, ali i iskustva, da li je to tačno i zašto?

Naš obrazovni sistem se nije promijenio već 50 godina, imamo obrazovne sisteme koji stvaraju dobre zaposlenike, odnosno ljude koji nakon završetka studija očekuju posao. To, nažalost, nije dovoljno da biste bili zaposleni i onda nam se dešavaju problemi koje često vidamo i u medijima, poput odlaska mladih, nemogućnosti pronalaska zaposlenja i slično. Sa druge strane, startapi i preduzetništvo vas upošljavaju sami. Sami sebe ste uposlili, uposlili ste druge ljude koji rade s vama i u narednom periodu bićete u mogućnosti da zaposlite i više ljudi. Ako pogledate ova dva načina razmišljanja ili pravca života i karijere, uviđate značajne razlike. Smatramo da su startapi budućnost naše države i da mlade treba podsticati u tom smjeru.

Pobijedili ste timove koji imaju više godina, ali i praktičnog iskustva. S obzirom na to da bi ljudi poput vas trebalo da budu uzor drugima, koja je vaša poruka mladim generacijama?

Prije svega, želimo da čestitamo timu „Farmice“ na osvojenom drugom mjestu i timu „Dental4U“ na trećem mjestu. Želimo sreću njima, ali i svim ostalim timovima koji su učestvovali, da ustraju i realizuju svoje ideje. Naš savjet mladim ljudima je da budu preduzetnici. To ne znači nužno da morate da otvorite firmu, to znači da preduzmete mjere već danas i počnete. Ne morate da znate sve da biste počeli, potrebno je samo da uđete u igru, posao se nauči uz rad.

U DOBROM DRUŠTVU

KULTURA IMA VELIKU KONKURENCIJU, NAJPRIJE U NEKULTURI

MILKA KOLUNDŽIĆ,
AUTORKA KNJIGE
„KAMENITE PRIČE“

PIŠE: DEJAN TRNINIĆ

„Bile su nezaposlene domaćice. Nikome na pamet padalo nije da na domaćinstvo sa nebrojenim ektima obradive i obrađivane zemlje, registrovano kao poljoprivredno dobro, prijavi njih kao radnice. Glave porodica bile su jednoglasne - mi smo familija, neće meni žena/kćer/snaja biti radnica...“

Ovo je početak kratke priče „Sirena“, autorke Milke Kolundžić, koja je prošle godine proglašena najboljom na drugom književnom konkursu „Priče iz komšiluka“, portala Mondo.ba, uz podršku kompanije m:tel. Kao „prvo pero“ između oko 170 autora iz regiona, Kolundžićeva je tada osvojila glavnu nagradu - objavljivanje knjige. Tako je, u izdanju pomenute izdavačke kuće, svjetlo dana nedavno ugledao njen prvenac „Kamenite priče“, kao svojevrsan način da ova autorka svoje korijene sakupi među korice.

Čitanje i zapisivanje od Benkovca, preko Banjaluke, do Kotora, izrodilo je ovu zbirku 28 kratkih priča, u kojima progovara o životu nekoliko generacija unazad na ovim prostorima, prvenstveno životu žena i njihovim sudbinama.

Možete li nam otkriti nešto o sebi i o tome kako je tekao Vaš put do književnice?

Najprije, rekla bih da je rano sa dodavanjem zvanja „književnica“ uz ono što radim, a posebno imajući u vidu da je upravo objavljena moja prva samostalna zbirka priča. Hajde da se složimo da sam autorka „Kamenitih priča“, a to da li ću „jednog dana kad porastem“ stići do književnice da ostavimo onim knjiško-forenzičarskim službama, čitaocima i - vremenu. Rođena sam 1979. godine u Benkovcu. U Banjaluci sam završila gimnaziju, studirala engleski jezik i književnost, živjela i radila. Već deset godina živim u Crnoj Gori - najprije u Tivtu, a sada u kućerku u okolini Kotora. Mnogo je kilometara u ovim cipelama, ali ono što je jedina konstanta u njihovom



sakupljanju tokom vremena jeste (nerazdvojno) čitanje i zapisivanje. I čini mi se da su upravo prisustvo raznih drugih (tuđih) svjetova i navika da zapisujem crtice o stvarima i ljudima iz svoje okoline pomogli tome da jednom pokušam i sama da formiram neki svoj potpis.

„Kamenite priče“ vode u Benkovac, gradić u sjevernoj Dalmaciji. Odakle ste crpili inspiraciju?

Kada je moja porodica 1995. došla u Banjaluku, tu smo iz početka gradili jedan drugi i drugačiji život. Tata se nekad bavio genealogijom i s njim sam znala ispisivati imena i pratiti priče o članovima naše porodice generacijama unazad. Ta razdvojenost od krajeva iz kojih potičemo i postepeno razdvajanje porodice uticali su na to da pokušam da zadržim neka od sjećanja tako što ću ih - zapisati. Inspiracija je sve - Benkovac, ali ne samo grad, već i mnoga sela u Bukovici i Ravnim Kotarima, te porodica i ljudi koje porodično posjećujemo kada odlazimo tamo; ponekada i jedna riječ koju čujem, pomislim ili da sam je čula u prošlom životu ili da je nikad nisam stigla čuti, pa krenem da joj nalazim značenje i upotrebu. Ponekad je to i besposlen um koji luta i zakači se za misao. Onda ide onaj fizički dio posla - zapisivanje svega, odbacivanje viškova, svođenje na suštinu, ostavljanje priče da odstoji, a onda vraćanje da bi se stavila tačka.

Vaša nagrađena priča „Sirena“ bavi se životom žena u patrijarhalnoj sredini pedesetih godina prošlog vijeka. Koliko smo kao društvo napredovali od tada do danas?

Jeste, „Sirena“ govori o jednom vremenu u kome su žene u ruralnim dijelovima Dalmacije tek počele da izlaze iz okvira svoje kuće i porodice i da se zapošljavaju u fabrikama, firmama. A bilo je za to potrebno dosta hrabrosti, jer često za zaposlenje nisu imale odgovarajuće obrazovanje, ali ih je i kod kuće čekalo posla dovoljno i za dan od 48 sati, pa je bilo potrebno pred svojom



Da li vjerujete da će knjiga, uprkos svemu, opstati i u budućnosti?

Naravno! Ukoliko vjerujete u distopije, onda vam se čini izvjesnim da će čovjek (između ostalog) energetski toliko iscrpiti planetu Zemlju da će ljudi jedini spas vidjeti u povratku prirodi, sebi – a knjige ne zahtijevaju struju, punjače i servere. Ako, opet, vjerujete da će čovjek ugoditi ovaj nama poznati svijet i dovesti život u njemu do blagostanja za sva bića – čini se da je moguće da su mu u tome pomogla iskustva ranijih generacija, prenesena (i) putem knjiga. Možda vam se čini da knjiga povremeno izađe iz mode, ali uvijek se vraća.

porodicom opravdati taj izbor. Za ovih sedamdesetak godina u cijelom svijetu i na svim poljima promijenilo se toliko toga više nego unazad mnogo vremena. Srećni smo što živimo na evropskom kontinentu, gdje su (između ostalih) mogućnost za obrazovanje, lična i sloboda izbora na daleko zavidnijem nivou nego u mnogim drugim zemljama svijeta.

Kakav je bio osjećaj kada ste u ruke uzeli svoj književni prvenac?

Moja kuma Nataša je, u onom međuvremenu u kome je zbirka nastajala, prokomentarisala da je upravo čudesno to što ću sakupiti svoje korijene među korice i tako ih ostaviti svojoj porodici. Kada sam dobila svoju zbirku u ruke, pogledala sam naslovnu stranicu, na njoj staru, kamenu porodičnu kuću u Bukoviću, siluetu mog Tate iza dovratka (ogromno hvala Damiru Omiću i Sonji Lero Maksimović, koji su to omogućili), pustila sam da mi među prstima prolete stranice od prve do posljednje i pomislila - da, to je to.

Kako je protekla promocija knjige u Banjaluci?

Bilo je to za mene jedno izuzetno i veoma emotivno iskustvo. Sreća je što su tu bili Boris Maksimović, iz izdavačke kuće Imprimatur, i Siniša Stanić, ispred medijske kuće Mondo.ba, pa su držali tok cijelog dešavanja. Zaista sam zahvalna na tome što su moje priče naišle na toliko razumijevanja i podrške.

Ko su Vaši omiljeni autori ili nam bar kažite koga ste najradije čitali dok ste sazrijevali kao pisac?

Kažu tako neki – pokaži mi svoju biblioteku, šta čitaš, i reći ću ti ko si i kakav si. Kod nas je bilo svega – od cijelih kompleta klasika domaće i svjetske književnosti, preko krimi-romana Agate Kristi i kaubojskih priča Zejn Grej, pa sve do stripova. Uvijek sam u problemu kada treba da izdvojim omiljene autore, jer svi su mi u nekom trenutku nešto značili. Evo, recimo da bih u sve top-liste uvijek stavila Miloša Crnjanskog, Gorana Petrovića, Davida Albaharija, Margaret Atvud, Vilijama Šekspira... Postavite mi isto pitanje sutra i sigurno će odgovor biti za nijansu drugačiji!

Zapisujete li i dalje? Da li razmišljate o drugoj knjizi i imate li možda u planu pisanje duže forme?

Za potrebe „Kamenitih priča“ bilo je potrebno podvući crtu i napraviti izbor, a da bih to uradila mnogo mi je pomogao upravo Boris Maksimović. Dosta je toga ostalo van zbirke, a zapisi i dalje nastaju spontano, u crticama. Iskreno, nisam razmišljala o romanu. Naime, i kada pišem priču - trudim se da je svedem na što kraću formu, da izostavim sve ono što mi smeta, što smatram viškom, te da u što manje riječi pronađem suštinu. Priča će sigurno biti još. A roman... vidjećemo. Ako sam išta u svim ovim životima naučila, to je - da je sve moguće.

U vrijeme kada se u kulturu malo ulaže, koliko su slični konkursi i podrška kompanija, poput m:tel-a, važni za neafirmisane autore?

Svaka podrška bilo kojem segmentu kulturnog djelovanja je i više nego dobrodošla, a posebno podrška kojom će se neki konkurs ili autor medijski dodatno eksponirati i dobiti pomoć. Sva tehnološka i druga dostignuća moguća su samo onda kada se širi, unapređuje i prenosi - znanje (čak i kada ne čitamo neophodno da bismo i nešto saznali, autori svojim pričama vode i na putovanja ili prosto - odmaraju). Kultura ima veliku konkurenciju, najprije u nekulturi, i pomoć joj je zaista potrebna. Ili, da se ispravim, pomoć nam je zaista potrebna.

TALENTI



Čast je biti „Borac“

Roditelji su mi velika podrška i porodično puno vremena provodimo na bazenu, ali ne smijem izostaviti ni svoje trenere. Volio bih biti uspješan kao moj plivački uzor Milorad Čavić. Želja mi je da osvojim mnogo medalja za svoj klub i budem najbolji „Borac“, kao tata, trener i stričevi Nebojša i Željko.

RELJA GRAHOVAC, ČLAN PK „BORAC“

DJEČAK KOJI JE DOPLIVAO DO ISTORIJSKE MEDALJE
ZA SVOJ KLUB

PIŠE: GORANA DIVJAK



To što neko ima svega 11 godina, ne znači da ne može da piše istoriju.

Relja Grahovac iz Banjaluke je dječak kojem je tako nešto pošlo za rukom. I bukvalno, jer je ovaj mlađi pionir Plivačkog kluba „Borac“ iz Banjaluke doplivao do prve, istorijske medalje za svoj klub, inače sportski kolektiv registrovan kao „Borac-Incel“ još davne 1987. godine, koji je u međuvremenu promijenio naziv. Reklo bi se da su i Relja i njegov „Borac“ mlađi pioniri.

Plivanje je bila Reljina ljubav na drugi pogled, s obzirom na to da se u početku, kako kaže, plašio vode, ali je taj strah brzo zamijenilo povjerenje u trenera, a potom i podrška klupskih drugara i želja da zajedno rastu i napreduju. U tome su mu pomogli i braća Kosta i Simon, koji se takođe bave ovim sportom. A i mama Mara kaže da je plivanje zdravo!

„Svaki zamah i udah su bitni“, govori Relja, koji je već naučio da nije važno uvijek osvojiti medalju, već da je presudno to da se trudi i ne odustaje.

S plivanjem si se susreo kao šestogodišnjak. Da li si odmah zavolio taj sport?

Nisam odmah zavolio plivanje, jer sam se plašio vode. Miloš Vejnović, trener obuke neplivača na Gradskom olimpijskom bazenu, naučio me je da plivam i uklonio mi

je strah. Kako nam je porodični prijatelj, želio sam da me baš on uči, jer je to lakše uz nekoga poznatog. Ubrzo sam stekao drugare koji su mi važni. Svi se radujemo našim pobjedama i tješimo jedni druge kada nešto ne ide kako treba. Tada sam shvatio da zapravo volim da plivam i da se takmičim.

Da li ti je nešto, nakon što si pobijedio strah od vode, predstavljalo problem?

Često sam se žalio da je voda hladna, ali to sva djeca govore, pa preskočimo poneki trening. Mama Mara kaže da je plivanje zdravo, da moram da izdržim, jer neću biti bolestan ako se bavim sportom. U početku se baš i nisam mnogo pitao, ali sam s vremenom zavolio plivanje, upoznao trenere iz drugih klubova, ali i mnogo drugara. Shvatio sam da sam dobar, brz i dopalo mi se da pobjeđujem, da osvajam medalje. Ljutim se na sebe ako pogriješim ili ne uspijem, iako me uče da nije važno baš uvijek osvojiti medalju, već to da se trudim i da ne odustajem.

Kako je tekao put do dolaska u PK „Borac“, da li si trenirao i u drugim klubovima?

Kada sam naučio plivati, prešao sam kod Siniše Vulića, trenera PK „Olimp“, i tu je počeo moj plivački život. Nakon manje od dvije godine treniranja prešao sam kod Nemanje Tešanovića, koji trenira mlađe takmičare,



isto u PK „Olimp“. Tu sam počeo sa ozbiljnijim i težim treninzima, sa učenjem pravilnih tehnika disanja, skakanja, ali i korištenja peraja i lopatica, koje popravljaju snagu i tehniku. Sljedeći trener bio je Aleksandar Drndarević, isto u PK „Olimp“. Treninzi su tada postali ozbiljniji, a počeo sam da treniram i do šest dana sedmično. Od marta 2019. godine treniram u PK „Borac“. Moj sadašnji trener je Aljoša Kostić, a s njim radi i Mirko Mamić. Zaista su odlični treneri, imaju razumijevanja i trude se da na nas prenesu sve svoje znanje i često nas nagrade kada odradimo dobar trening.

Zašto si se odlučio baš za PK „Borac“?

Ovaj klub vodi tatin rođak, olimpijac Željko Panić. Ranije nisam znao mnogo o „Borcu“, pa mi je tata Darko objasnio kako je on trenirao u Rukometnom klubu „Borac“, kao i njegov drugi rođak, golman i reprezentativac BiH Nebojša Grahovac, koji je iz RK „Borac“ otišao da igra u Francusku. Drago mi je da smo svi članovi „Borca“, jer je „Borac“ veliko ime i dio je našeg lijepog grada. Ponosan sam, kao i moji treneri, na to što sam baš ja sa takmičenja u Rijeci donio prvu medalju od kada je klub pod samostalnim imenom „Borac“.

Kada si počeo sa takmičenjima i koje rezultate si postigao do sada?

Moje prvo takmičenje bilo je „Mali delfini“, 29. novembra 2015. godine, na Gradskom olimpijskom bazenu u Banjaluci. Nisam mnogo postigao, ali to je bio početak. Od tada sam bio na mnogo lokalnih i međunarodnih takmičenja. Već sam putovao u Sloveniju, Srbiju, Hrvatsku i Crnu Goru. Volim da se takmičim kada dolaze klubovi iz drugih zemalja, jer mogu da posmatram kako plivaju vrhunski plivači iz cijeloga svijeta. Do sada sam osvojio više od 50 medalja. Plivao sam na svim mitinzima koji su se održavali u Banjaluci od 2015. godine do danas.

Kakva je konkurencija na takmičenjima i kako se nosiš s njom?

Konkurencija na takmičenjima je uvijek jaka. Ponekad pomislim kako nemam nikakve šanse, ali tu je trener da mi da podršku i ohrabrenje. Kad stanem na startni blok, isključim sve misli i osluškujem znak za početak trke. Uvijek se trudim da dam sve od sebe, plivam iz sve snage. Svaki zamah i udah su bitni. Volim kad popravim vrijeme makar malo. Kada su dječaci mojih godina bolji od mene, to me uvijek natjera da treniram još više i da postignem bolje rezultate, ali isto tako im čestitam od srca. Na takmičenjima se uvijek družim sa djecom iz svih klubova. Iako su mi sada konkurencija u vodi, mnogo volim drugare iz PK „Olimp“ i družimo se i izvan bazena.

Svaki takmičar ima disciplinu koju preferira. Koja je tvoja?

Disciplina u kojoj sam posebno dobar je 50 metara prsno, a moje vrijeme je 42.26. Takođe, volim da plivam i leđno. Prilično sam napredovao u zadnjih nekoliko mjeseci i znatno popravio vremena u prsnoj i leđnoj tehnici. Moram još da radim na tehnici slobodnog i delfin stila. Najteža disciplina mi je delfin, ali ona je, uz kraul, osnova svega. Na treninge idem skoro svaki dan, to jest šest dana sedmično, i oni traju, zavisno od dana, sat ili sat i po.

Baviš li se još nečim osim plivanja?

Pored škole i treninga nemam baš mnogo vremena za druge aktivnosti, ali volim da igram fudbal sa drugarima iz ulice, da sastavljam lego i igram igrice. Volim brzinu i sve vezano za nju, a velika mi je želja da se oprobam u kartingu.



HILJADU RIJEČI

VLADIMIR TADIĆ - SVJETLOPIS

*Fotograf čiji su radovi dragi i urednicima
„Nacionalne geografije“*

PIŠE: RADA GALIĆ



Vladimir Tadić je mašinski inženjer koji je u jednom trenutku shvatio da je fotografisanje krajolika u kojima uživa dok boravi u prirodi njegova sloboda. Tada je, kaže, postao svjestan i činjenice da je radno vrijeme od 8 do 16 časova možda za druge, ali ne i za njega.

U potpunosti se okrenuo fotografiji, za koju kaže da je kao filozofija više od pojedinca - ima univerzalnu vrijednost koja nadilazi ličnu impresiju. U međuvremenu je svoje radove počeo da potpisuje sa „Svjetlopiš“, naziv koji je izabrao jer je to bukvalni prevod riječi „fotografija“, a sve ponosniji je, kako kaže, što postepeno uključuje i druge pojedince u taj projekat.

„Nedavno sam pokrenuo blog pod istim nazivom, koji ne sadrži samo fotografije, nego i priče nekih drugih ljudi koji su inspirisani kadrovima i pejzažima na mojim radovima“, dodaje Tadić.

U fokus stavlja fotografiju krajolika, za koju kaže da je za njega neka vrsta izlaska van standardnog prostora, konkretno, van svadbenog salona, crkve ili šatora, te predstavlja odmor i kreativnu slobodu, kao i svima prijeko potrebnu povezanost sa prirodom. Ipak...

„Fotografisao sam jednu svadbu, čemu je prethodilo to da sam slučajno zabilježio prosidbu na Kalemegdanu, a ta fotografija potom je odjeknula na društvenim mrežama. I dalje ne mogu da vjerujem da se sve to desilo. Toliko mnogo ulažem u fotografiju krajolika, a onda se desi trenutak u kojem dvoje ljudi toliko 'začine' fotografiju i od lijepog kadra naprave jednu iskrenu ljudsku priču. Kasnije sam ih uspio pronaći, a oni su me pozvali da budem fotograf na njihovom vjenčanju“, prisjeća se Tadić.



Za svoj rad dobio je brojna priznanja, a zanimljivo je i to da je Dejvid Li, jedan od urednika „Nacionalne geografije“, više puta označio njegove fotografije kao neke od omiljenih.

„Kasnije je još nekoliko urednika ispratilo moj rad, uz virtuelno priznanje, što je od velikog značaja svakom fotografu. Moram da izdvojim i osvojeno prvo mjesto u Splitu za planinsku fotografiju, kao i zlatnu medalju po izboru udruženja Photographic Society of America, čije priznanje je zaista na svjetskom nivou“, dodaje ovaj fotograf, koji priprema više izložbi u saradnji sa Univerzitetskim foto-kino klubom Banjaluka, Asocijacijom za umjetničku fotografiju BiH i Foto-savezom Srbije, a, kako kaže, u zavisnosti od materijala, možda i koju samostalnu.

Onima koji se tek zaljubljuju u fotografiju poručuje da, osim praktičnog rada, što više razgovaraju sa iskusnijim fotografima i slikarima, jer će tako lakše i brže preći put od amatera do profesionalca.

„Fotografija je jedan od najefikasnijih alata za pričanje priče i najbolji je način da ispričamo svoju, te da tako ostavimo neki trag“, zaključio je Tadić.



Passed 14 Tests

- Low Temperature (Unpackaged)
- Low Temperature (Packaged)
- High Temperature (Unpackaged)
- High Temperature (Packaged)
- Temperature Shock
- Sand and Dust
- Rain
- Humidity
- Low Pressure
- Transit Drop
- Vibration
- Immersion
- Solar Radiation
- Salt Fog



Stronger protection with military-standard certifications

*MIL-Specs: tested based on MIL-STD-810G requirements by MET Labs. This in no way implies endorsement or approval by the U.S. Department of Defense



FHD+ FullVision



Google Assistant



LG Q7

MONDO PIŠE

LUVR OŽIVLJAVA MONA LIZU, ZAVIRITE IZA STAKLA!

Luvr obilježava 500 godina od Leonardove smrti spektakularnom izložbom u virtualnoj realnosti, u kojoj ćemo moći da priđemo Mona Lizi. Rezervišite karte na vrijeme!

Kako bi obilježio 500. godišnjicu smrti Leonarda da Vinčija u Francuskoj, Luvr priprema uticajnu retrospektivu Da Vinčijeve umjetničke karijere, koja će biti otvorena za javnost 24. oktobra 2019. i trajaće do 24. februara 2020. godine. Kao dio ove značajne izložbe, Luvr će predstaviti prvu virtualnu realnosti (VR), u partnerstvu sa HTC VIVE Arts-om, koji će oživjeti priču Mona Lize, Da Vinčijevog najpoznatijeg remek-djela, na HTC VIVE uređaju.

„Mona Liza: Iza stakla“ (Mona Lisa: Beyond the Glass) pružiće mogućnost posjetiocima da ostvare interakciju sa slikom u virtualnom prostoru. Gledaoci će imati rijetku priliku da „urone“ u najpoznatiju sliku na svijetu, da zakorače iza stakla kako bi pristupili intrigantnom portretu izbliza, na potpuno nov, transformativan način.

Kroz izložbu „Mona Liza: Iza stakla“ posjetioci će biti u mogućnosti da otkriju detalje skrivene od golog oka u jednom od najpopularnijih umjetničkih djela. Kroz kombinaciju novih naučnih istraživanja, koja su otkrila tehnike koje je umjetnik koristio kako bi napravio ovo umjetničko djelo, kao i dodatnih informacija o identitetu modela sa slike, učesnici će dobiti intiman pogled na sliku, koja je bila predmet fascinacije i intrige tokom generacija.

Napravljeno kroz blisku saradnju sa Luvrovim vlastitim kuratorskim timom za neprikosnovenu retrospektivu umjetnika, ovo kreativno virtualno iskustvo omogućiće publici širom svijeta da dobije nova saznanja o Mona Lizi. VR iskustvo će, takođe, biti dostupno i kao kućna verzija HTC-ove digitalne usluge pretplate, VIVEPORT, uz

druge VR platforme na mreži, omogućavajući ljubiteljima umjetnosti širom svijeta da pristupe „Mona Lizi: Iza stakla“.

„Mona Liza: Iza stakla“ će oslikavati sopstvenu revolucionarnu praksu Leonarda da Vinčija kao istinskog renesansnog erudite, koji se bavio naukom, inženjerstvom, arhitekturom i umjetnošću. Ovo iskustvo virtualne realnosti odaće priznanje umjetniku, koji je usvajao inovacije tokom cijele svoje uticajne karijere širokog spektra i proslaviće Da Vinčijevo trajno nasljeđe jednog od najvećih slikara u istoriji.

Ukoliko na jesen ili u zimu planirate da posjetite Grad svjetlosti, trebalo bi da znate da se karte već rezervišu onlajn, putem sajta za zakazivanje VR Mona Liza termina, koji su neophodni i vlasnicima besplatnih karata za muzej. Ova izložba ulazi u standardnu dnevnu kartu muzeja, koja trenutno košta 17 evra.



YOUTUBE UKIDA KOMENTARE ISPOD VIDEOA

Zarad mira na mreži, YouTube je prisiljen da povuče neočekivan potez.

Komentari ispod video-sadržaja na YouTube mreži često su poprište ličnih rasprava, nedolčnih opaski, negativizma različitog oblika, verbalnog maltretiranja, progona i mnogih drugih loših stvari. Iskreno, razumijemo da je to gotovo nemoguće kontrolisati u realnom vremenu, jer su ljudi „laki na tastaturama“, pa je YouTube pribjegao neobičnom i neočekivanom rješenju - ukida komentare ispod videa.

Komentari će biti skriveni i pomjereni u karticu pored, karticu Comments i test je uveliko u toku, potvrdila je YouTube mreža za TechCrunch sajt.

Praktično, YouTube je odustao od borbe s negativnim stvarima koje loši komentari nose, ali ne prije nego što su kreatori sadržaja odustali od te iste borbe, ne obazirući se šta im pratioci pišu ispod videa.

Iako ovo neće riješiti problem negativizma, govora mržnje i loših stvari u komentarima, makar je uložena napor da se loš uticaj skloni iz direktnog vidokrug gledalaca koji zaista jesu došli na YouTube samo zbog sadržaja, a ne zbog komentara ispod njega, koji „vrišti lošim uticajem“...



TASTATURA DOBIJA NOVI TASTER NAKON 25 GODINA



Kompanija Microsoft sprema jednu od najvećih promjena na tastaturama do sada.

Predstavili smo vam potpuno nov koncept tri u jednoj tastature, koja je i tastatura i miš i touchpad, a već sad imamo priliku da pišemo o potpuno novom tasteru u okviru tastature, što nije tako česta promjena na ovoj vrsti hardvera.

Zasad je novi taster koncept, ali s obzirom na to da je Microsoft tako javno progovorio o tome, rekli bismo da je to gotova stvar - na tastature stiže novi Office taster!

Office će tako dobiti svoju „lansirnu komandu“, pomoću koje ćemo imati priliku da pokrenemo Office paket, za početak. Kad smo već u nekom od Office dokumenata ili u aplikaciji, pritiskom na Office taster imaćemo mogućnost da podijelimo dokument, fajl ili da otvorimo brzo dodatne opcije dokumenta, tj. aplikacije.

The Verge kaže da Microsoft sakuplja utiske testera i da saraduje sa brojnim forumima na kojima se okuplja stručna javnost, od koje može da dobije dobre povratne informacije.

Posljednja promjena na tastaturi, makar što se Microsoft kompanije tiče (a ona drži ključ sertifikata), desila se prije 25 godina, kad je ubačen Windows taster, zajedno sa Microsoft Natural tastaturom, predstavljenom 1994.

godine. Uobičajeno tastatura ima 104 ili 105 tastera sa dva Windows tastera i jednim Menu tasterom, a Microsoft ne želi da sertifikuje nijednu tastaturu ako ona nema makar jedan Windows taster.

Sve ostale tastature su derivati ove tastature i, ako mnogo odstupaju od ovog koncepta, nisu zvanično sertifikovane za Windows i Microsoft usluge.

Kad znamo da je situacija takva kakva jeste, ako Microsoft odluči da ubaci Office taster, odmah do lijevog Alt tastera, onda znamo da će taj taster vrlo brzo postati i naša svakodnevnica - koristili mi Office ili njegovu alternativu.

TOP 20 INSTAGRAM DESTINACIJA

Objavljena je top-lista turističkih destinacija sa kojih korisnici društvene mreže Instagram postavljaju najviše fotografija.

Listu je sastavio portal Hoppa na osnovu fotografija korisnika koje su obilježene haštagovima o putovanjima i imenom grada. Prvi put kada je ta lista sastavljena, Njujork je bio apsolutni pobjednik, a London je bio na drugom mjestu.

Sada se britanska prijestonica nalazi na prvom mjestu, sa skoro 120 miliona postavljenih fotografija u godini za nama.

Na drugom mjestu je Pariz, slijedi Njujork, zatim Dubai, Istanbul, Džakarta i Los Anđeles.

Osma je Barselona, slijedi Moskva i zatim Tokio.

Evo cijele liste:

- London
- Pariz
- Njujork
- Dubai
- Istanbul
- Džakarta
- Los Anđeles
- Barselona
- Moskva
- Tokio

- Berlin
- Toronto
- Las Vegas
- Singapur
- Hong Kong
- Amsterdam
- Sidnej
- Melburn
- San Francisko
- Abu Dabi

Ovaj portal posebno je napravio rang-listu gradova odakle ljudi objavljuju selfije, nasuprot „običnim“ turističkim fotografijama. Na prvom mjestu te liste je Berlin.

Top 10 „selfi“ gradova:

- Berlin
- Šangaj
- Seul
- Džakarta
- Karakas
- Osaka
- London
- Moskva
- San Francisko
- Toronto



10 NAJLJEPŠIH PLAŽA U GRČKOJ

U Grčkoj postoji toliko lijepih plaža da vjerovatno nećete pogriješiti na koju god da odete. Evo i deset najljepših.

Grčka je puna prelijepih plaža i koje god da se nađu na listi deset najljepših, neki će reći da postoji i neka druga, ljepša. Činjenica je da postoji mnogo lijepih, a evo deset najljepših u Grčkoj, po izboru sajta Discover Greece.

SUPER PARADISE PLAŽA, MIKONOS

Plaže ostrva Mikonos poznate su po kristalno čistoj vodi i pijesku boje zlata. Jedna od najimpresivnijih je Super Paradise plaža, prostrana pješčana uvala sa tirkiznoplavom vodom.

LALARIA PLAŽA, SKIJATOS

Vjerovatno najpoznatija plaža na ostrvu Skijatos, nekoliko puta je proglašavana i najboljom na svijetu. Čista voda i bijeli kamenčići na plaži „zaklonjenoj“ velikim stijenama privlače desetine turističkih brodova dnevno. Na ovoj plaži nalazi se i poznati „prozor“ od stijena, odnosno luk formiran između dvije stijene.

SARAKINIKO PLAŽA, MILOS

Sarakiniko plaža definitivno je drugačija od drugih zbog mliječnobijelih vulkanskih stijena, kojima su talasi i vjetrovi dali nevjerovatne oblike. Zeleno-plava bistra voda svakako je plus ovoj plaži.

KOLIMBITRES PLAŽA, PAROS

Poznata plaža Kolimbitres „uvučena“ je u zaliv Nausa, ima divnu, čistu vodu i glatke sive stijene u kojima ima mnogo manjih uvala.

NAVAĐO (NAVAGIO) PLAŽA, ZAKINTOS

Ko bi pomislio da će stari brod postati zvijezda brojnih fotografija turista i učiniti Zakintos poznatim širom

svijeta? Do ove plaže može se doći samo brodom, ali mnogi rado pristaju na to zarad uživanja na bijelom pijesku i u čistoj, tirkiznoj vodi.

MIRTOS PLAŽA, KEFALONIJA

Definitivno najpoznatija plaža na ovom ostrvu, pa je zaslužno i na listi najljepših u Grčkoj. Bijeli pijesak, sitno bijelo kamenje i čista plava voda nad kojom se nadvijaju nevjerovatno visoke stijene.

SIDARI PLAŽA, KRF

Bijele stijene izvajane poput skulptura, pećine, više manjih plaža, plavo-zelena voda... Na velikoj plaži Sidari na Krfu svakako se izdvaja Kanal ljubavi, koji je tako dobio naziv prema legendi da će svako ko propliva kroz uzak otvor između stijena naći svoju ljubav sa druge strane.

PORTO KATSIKI, LEFKADA

Plaža nad kojom se nadvija velika bijela stijena koja dobija narandžastu nijansu prilikom zalaska sunca, proglašena je i jednom od šest najboljih plaža na cijelom Mediteranu.

BALOS PLAŽA, KRIT

Jedna od najegzotičnijih u Grčkoj, plaža Balos takođe se smatra jednom od najljepših na Mediteranu. Na Balosu pijesak svjetluca u nijansama bijele i roze, a ljepoti doprinose i voda u zelenoj i plavoj boji, ali i ostrvce Gramvusa, na kojem se nalazi venecijanska tvrđava.

VOIDOKILIA PLAŽA, PELOPONEZ

Fotografije ove plaže „obilaze svijet“ zbog toga što ona ima oblik savršenog polukruga, a voda je blistavo čista. Netaknuta priroda u okolini još jedan je razlog zašto se ova plaža nalazi među najljepšima u Grčkoj.



U ROMINGU

VODIMO VAS NA

Malta

STROGO ČUVANU TAJNU
MEDITERANA

PIŠE: VEDRANA HALIČ





Dozvolite mi nekoliko riječi o Malti – suprotno većinskom mišljenju, Malta nije jedinstvena teritorijalna cjelina, ona se sastoji od tri ostrva: Malte, Komina i Goza. Kroz istoriju je bila tačka ukrštanja mnogih kultura, naroda i civilizacija. Nekoliko sati plovidbe od Sicilije i nadomak Afrike, mjesto na kojem je Kalipso obljubila Odiseja, vijekovima je predstavljalo strateški dragulj koji su mnogi vladari željeli da imaju u svojoj kruni. Ipak, najveći pečat ostavili su red Malteških vitezova, čije zidine i tvrđave i dalje toržestveno opasuju Valetu, kao i kolonizacija od strane Velike Britanije, koja je trajala sve do sedamdesetih godina prošlog vijeka. Danas je Malta nezavisna država i članica je Evropske unije.

Svakom lovcu na volšebne momente postaje jasno da mu danas, uz sve mogućnosti digitalnog svijeta, treba, ne samo vještina, već i velika vreća sreće kako bi nabasao na neotkrivena i koliko-toliko turizmom neukaljana mjesta. Svijet na dlanu, proporcije nikad od manjeg značaja. Nekoliko klikova mišem i već ste udaljeni samo jedno brzinsko pakovanje i dva sata leta od najbolje čuvane tajne Mediterana.

Pri izlasku s aerodroma uputili smo se ka našem Airb'n'b smještaju u Sliemi, manjem mjestu uz obalu nadomak Valete. Savjetujem svima da već na aerodromu kupe kartu za javni prevoz, jer je na Malti sve povezano redovnim autobusima i drugo sredstvo transporta je bespotrebno, osim ukoliko želite da se provozate malim katamaranima i sa vode uživete u pogledu na zidine i brojne tornjeve crkava i katedrala - jer Malta je izraženo katolička zemlja. Maltežani su toliko sujevjerni da postoji mit kako nijedan sat na ostrvu ne pokazuje tačno vrijeme,

uvijek nekoliko minuta prije ili kasnije - kako bi prevarili „vraga“ koji ima običaj da se pojavi i spriječi održavanje mise. Ova priča nije u potpunosti mit, jer zaista satovi pokazuju pogrešno vrijeme, ali samo oni koji se nalaze na religioznim objektima ili unutar njih. Nevjerovatno, zar ne?

Na sekund, osvrnuću se na smještaj, ukoliko niste tip osobe koja isključivo odsjeda u hotelima, izaberite apartman ili sobu u nekoj od prelijepih gradskih uličica. Ima ih bezbroj, sve su vibrantne, blago strme, skrivene, sa malim šarenim drvenim balkonima - zaštitnim znakom arhitekture i načina građenja na Malti. Na ovaj način bolje ćete osjetiti atmosferu grada i sigurno više uživati nego u dosadnom jednoličnom hotelu. Takođe, Maltežani su generalno opušten, predusretljiv i prijatan narod, spreman da vam pruži pomoć ili uputstva, nemojte se začuditi ako vam se bez razloga budu osmjehivali na ulici ili mahali.

Ako pogledate mapu Malte, vidjećete da je većina poznatih mjesta u blizini jedno drugoga i ako znate raspolagati vremenom, lako ćete ih sve posjetiti. Ono što je mene posebno privuklo jeste bogatstvo Malte prirodnim atrakcijama, plažama, pećinama, zalivima itd., što znači da će obilazak Malte biti veća avantura nego obilazak klasičnih evropskih kontinentalnih gradova, kao što su Beč, Budimpešta ili Berlin, ali polako, krećemo od Valete - glavnog grada.

Opasana debelim kamenim zidinama, Valeta se izdaleka čini impozantno. U njoj, ali i u svim drugim gradovima, kuće i zgrade su načinjene od kamena sa primjesama drveta obojenog u šarene boje, najčešće crvenu ili plavu, koje čini zanimljiv kontrast na pozadini od jednoličnog žutog kamena. Ipak, Valeta je takođe i grad baroka, čemu najviše svjedoči unutrašnjost katedrale Svetog Jovana. Ova katedrala je svojim bogatim pozlaćenim enterijerom inspirisala mnoge riječi divljenja svih putopisaca koji su u nju zašli, a može se pohvaliti i rijetkim umjetničkim djelima - Karavađovim „Pogubljenjem Jovana Krstitelja“ i „Svetim Jeronimom“. Sama katedrala okružena je sa nekoliko manjih trgova u sjenci drveća sa ugodnim restoranima i kafićima. Prijaće vam predah, a iskoristite ga da probate svježu morsku hranu, pastu koja parira onoj

iz bilo kojeg grada u Italiji, ili neko od izvornih malteških jela. Takođe, ne propustite da probate neko od poznatih lokalnih vina koja u Evropi imaju epitet luksuznih, a prijaju i najzahtjevnijem nepcu. Ako posjećujete grad tokom turističke sezone, a želite na momenat da se sklonite sa sunca i vreline ljetnih mjeseci, posjetite skrivenu oazu, tzv. kompleks „gornjih“ i „donjih“ vrtova sa primjesama klasične arhitekture, stubovima i malim hramom sa izvanrednim pogledom na more i tvrđavu, sa klupama ispod drveća. U blizini se nalazi i velika Tritonova fontana, koja je magično osvijetljena tokom noći i sigurno će vam izmamiti bar jedan uzdah. U Valeti se nalazi i nekoliko zanimljivih muzeja i rezidencija otvorenih za javnost, kao što su Auberge de Castille et Leon - bivša palata malteških vitezova, Palata Velikog majstora - danas sjedište malteškog parlamenta, pozorište Manoel itd.

Sljedeći dan uputili smo se ka istočnoj obali kako bismo posjetili poznati nedjeljni buvljak na otvorenom u malom ribarskom mjestu Marsašlok i nakon toga jedno od najpoznatijih turističkih mjesta, a to je prirodni bazen Svetog Petra. Do njega se može stići samo pješke, tako da smo nakon sedam kilometara hodanja po neobilježenoj putanji i nekoliko uputstava lokalaca bili nagrađeni pogledom na ovo čudo prirode - veliki bazen koji čine



stijene formirane u skoro savršen krug sa malim otvorom prema moru. U vrijeme kada smo ga mi posjetili nebo je bilo oblačno, a voda nemilosrdna i uzburkana, što je ostavilo samo bolji doživljaj nego što sam očekivala. Kupača nije bilo i uživali smo u pogledu na neukrotivo more koje se razbija i smiruje uz stijene sve dok nije došlo vrijeme da pođemo nazad ka gradu. Nemirno vrijeme i jak vjetar uz iznenadne nalete kiše omeli su mnoge aktivnosti koje smo planirali za taj dan, a jedna od njih je neprežaljani dvosatni izlet brodićem do Plavog grota, velike pećine sa prozračnom vodom koja reflektuje svjetlo na zidove pećine, a u kojoj su snimljeni mnogi holivudski filmovi, od kojih je najpoznatiji Džejms Bond. Možda je vrijeme bilo instrument sudbine kojim je osigurala našu drugu posjetu Malti? Odlučili smo ostatak vremena da ispunimo spontanom vožnjom do obližnjih mjesta u kojima smo provodili neko vrijeme i nastavljali dalje. Neka od njih su Marsaskala, Zurik i Zabar, kao i Hadžar-Kim - dva hrama čija gradnja datira još prije 3.500 godina.

Trećeg i posljednjeg dana uputili smo se ka sjeverozapadnom dijelu ostrva, gdje smo posjetili poznato Popajevo selo i nastavili prema luci Cirkeva,

mjestu sa koga svakih pola sata polazi katamaran prema drugom ostrvu po veličini - Gozu. Gozo je još poznat i kao ostrvo nimfe Kalipso, koja je zarobila Odiseja na sedam godina. Potreban vam je bar jedan čitav dan da detaljno obiđete sve lokalitete, od kojih su najpoznatiji kompleksi pećina i nekoliko neobičnih plaža. Takođe, na Gozu se nalazio „Azurni prozor“, kameni luk kao produžetak jedne od litica, koji je uništen u oluji prije nekoliko godina, ostavljajući mnoge fanove serije „Igra prijestola“ razočaranima, jer baš tu je snimljena jedna od najpoznatijih scena prve sezone.

Preporučila bih vam da posjetite i neke od plaža, bez obzira na godišnje doba, npr. Švejni bej, poznat po nesvakidašnjim udubljenjima u crvenim stijenama koje su načinili talasi, ili Ramla bej - najdužu pješčanu plažu sa crvenim pijeskom. Što se tiče gradova, zadržali smo se u glavnom gradu ostrva - Viktoriji, gdje smo posjetili Citadelu, obnovljenu tvrđavu koja izgleda kao grad u malom, jer se unutar njenih zidina nalazi i nekoliko radnjica, katedrala, uličice i nekoliko tematskih izložbi o istoriji grada, tvrđave i ostrva. Blagi uspon do zidina dovešće vas do očuvanih topova i panorame grada.

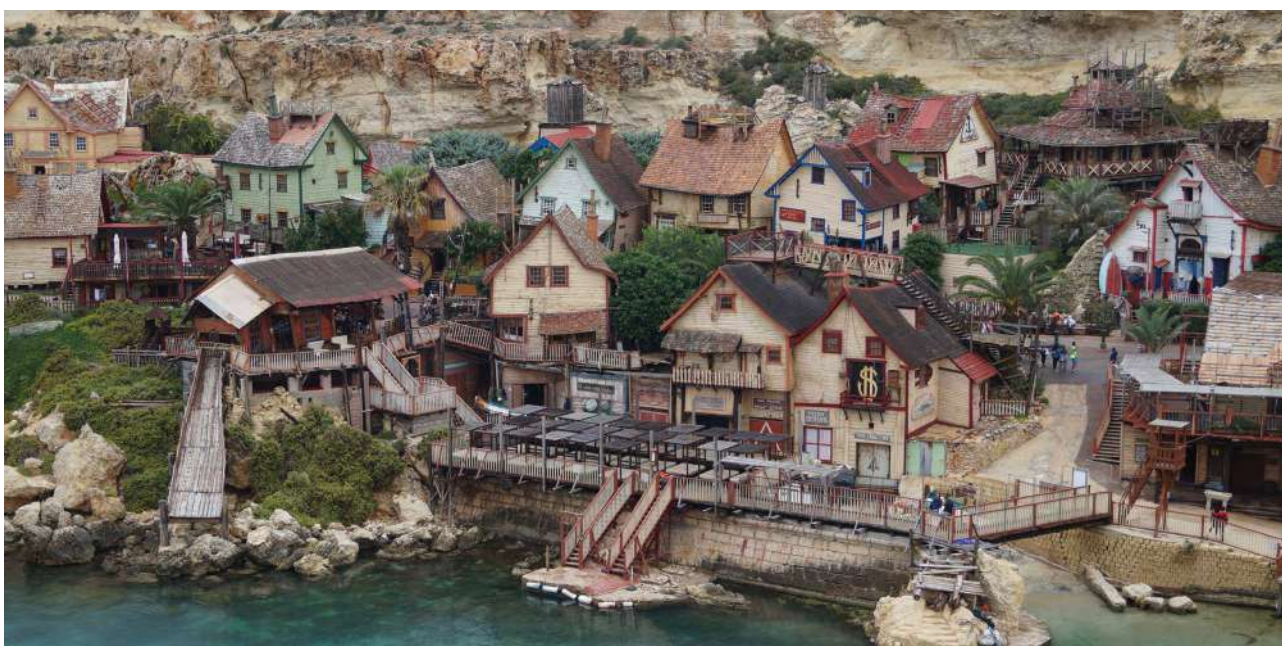
Bez obzira na to koje godišnje doba izaberete za odlazak na Maltu, jedno od mjesta koje definitivno morate posjetiti jeste Birgu. Riječ je o gradiću udaljenom pola sata, a posjetite li ga u oktobru, imaćete priliku prisustvovati godišnjem Birgu festivalu. Baš u tom periodu stotine šarenih svijeća vise između ulica i na prozorima odajući romantični utisak i mističnu atmosferu, uz klasične note uličnih muzičara.





Uprkos našim naporima da zanemarimo vrijeme, na Gozu nas je sustigla oluja epskih proporcija, pa smo iz malog kafića u zalivu gledali igru munja i slušali zvuk gromova s mora, i koliko god to sada sa distance zvučalo veličanstveno, u tom momentu bilo je zastrašujuće. Ipak, sile sreće su nas još jednom pogledale pa nismo ostali zarobljenici ostrva Gozo kao grof Monte Kristo u istoimenom filmu, već smo uspjeli da se vratimo na glavno ostrvo i potpuno mokri prenebregnemo i tu avanturu.

Na koncu, kao što je i moralo da se desi, vrijeme povratka stiglo je ruku pod ruku sa zorom četvrtog dana, koji je, kao da nam se ruga, osvanuo sunčan i lepršav. Ali, ko je još čuo da obični smrtnici izazivaju fatum nakon što im je podario dane u ovoj bezobalnoj oazi, čvoru svega što je umu pitko, a nerazumljivo? Jedino što ostaje izvjesno je neminovni povratak, drugi pokušaj da se raščara tajna koja čini put u središte Malte - volšebnim.



INTERVJU MOBILNIM

IDA PRESTER

„OD FINE VODITELJKE DO LUDE 'LLOBRIGIDA'-E“

PIŠE: STEFAN LIČINA

Intrigantan i interesantan – tako bismo mogli opisati Vaš najmlađi bend MAiKA. Šta kaže publika, naročito ona u inostranstvu, jer donosite neobičan zvuk Balkana u njene krajeve?

Stranci posebno vole tu našu kombinaciju pank-a i Balkana. Njima je Balkan strast i energija, a to je upravo ono što MAiKA donosi. Gdje god da nastupamo, od Rumunije, preko Holandije, do Engleske – ljudi polude i napravi se prava fešta.

Njen život je haotičan, nepredvidiv i šaren. Jedna osoba, a tri benda. Uz to ćemo je često vidjeti i kao voditeljku, sa dvije stalne adrese i ko zna koliko privremenih usljed angažmana po cijeloj regiji, ali i šire. Mama je s koferima neprestano napola spakovanim i spremnim za neku novu avanturu.

Sve to je Ida Prester, koja, prema vlastitim riječima, začas pređe „iz fine voditeljke konferencije do lude 'Lollobrigida'-e“.

„Ponekad poludim zbog toga, ali to sam sve ja i ne vrijedi da se mijenjam. Probala sam - ne ide“, ističe za m:agazin te progovara o „životu na točkovima“, putovanjima, majčinstvu, klincima, izazovima, kao i o dosadašnjim, ali i nekim novim muzičkim projektima.

S obzirom na to da ove mjeseci mnogi provode uz morsku obalu, sprema li Ida stvari za more ili pak štima glasne žice za koncerte?

I jedno i drugo, u svemu treba imati balans. Glasne žice su već uštimate, u zadnje vrijeme baš mnogo nastupamo, u formi sam. Ali sam zato mrtva od umora, ne znam više u kojoj se državi budim, u kojoj uložim, treba li da trčim na intervju, da ponavljam tekstove, da smišljam kostim ili da presvlačim pelene. Moru se radujem kao beba dudi. Prve dvije sedmice jula me ne zovite, molim, dječji šlaufi i kreme za sunčanje će mi biti jedina briga!



Sudeći po fotografijama na Instagram-u, reklo bi se da mnogo volite putovanja? Vijetnam, Kolumbija... šta je sljedeće? Da li je nova egzotična destinacija izabrana i kakve utiske nosite sa posljednjeg putovanja?

Na daleka putovanja idemo jednom godišnje, zimi. Zimsku destinaciju bira suprug, on voli te tropske zemlje, ludilo boja, okusa, haosa velegrada... Kolumbija je bila veoma zanimljiva. Gledali smo „Narcos“-e, čitali mnogo o istoriji te zemlje, pogotovo o nasilnim mafijaškim sukobima iz prošlog vijeka. Nevjerovatno je to koliko je transformaciju ta zemlja preživjela u zadnjih petnaestak godina. Veoma inspirativno, mada se ja najviše radujem sljedećem putovanju. Zimska bira on, a ljetna ja. Ovo ljeto unajmili smo kamper i putujemo sa djecom po Alpama. Nigdje daleko, slovenačke, austrijske, dokle stignemo, bez plana. Zaželjela sam se prirode, sa što manje ljudi.

Sasvim je jasno da Vam kilometri ne predstavljaju prepreku, jer, osim što putujete na drugi kraj svijeta, godinama živite na relaciji Beograd-Zagreb. Dosadi li ponekad taj „život na točkovima“ ili ste to prosto Vi?

Užasno je to naporno. Sve teže kako raste broj godina i broj djece, ali nemam izbora. Posao mi je vezan za cijelu regiju, mnogo volim druženje s ljudima iz Sarajeva,

Banjaluke, Zagreba, Beograda... Često sam zbog posla u nekom drugom ambijentu, ali da mi se već kičma deformisala - jeste. Izrazito je naporno kad vodim djecu, posebno u ovoj fazi kad obojica hodaju, a još nisu sasvim razumni. Na aerodromima mi svi putnici pomažu, svaki leti na svoju stranu, a ja na pultu s pasošima. Treba imati duge živce i mnogo, mnogo ljubavi.

Jedna osoba, a tri benda. Jesu li zahtjevne te muzičke transformacije i dođe li do konfuzije ako u jednoj sedmici nastupate u tri „uloge“?

Ma ja to volim. Nisam tip koji radi samo jedan posao u kojem je stručan. Divim se ljudima koji odaberu jednu životnu ulogu i tu su najbolji. Meni je život haotičan, nepredvidiv i šaren. Volim stalno nove izazove, akcije, presvlačenja, promjene karaktera iz fine voditeljke konferencije do lude „Lollobrigida“-e. Ponekad poludim

zbog toga, ali to sam sve ja i ne vrijedi da se mijenjam. Probala sam - ne ide.

Nekako se ponovo vraćamo na putovanja, koja i jesu sastavni dio Vašeg posla. Nedavno ste bili u Banjaluci sa bendom MAiKA, a sve zbog koncerta u okviru Evropske noći muzeja. Činilo se da kiša ne može pokvariti atmosferu koju ste stvorili dobrim zvukom i odličnom energijom?

Ova godina je meteorološki kaos, svaki vikend nastupamo i svaki vikend je kiša. Onda se mi smorimo i mislimo - pa kome će se dati ići po ovakvom vremenu van kuće? Topla dekica, serije na TV-u, a vani sipi. Mene ni „Beatles“-i ne bi natjerali! Ali zapravo se svaki put popuni! I ljudi su onda još veseliji i motivisaniji! Kad smo već stigli dovdje po ovakvoj kišurini, onda ima da se dobro i zabavimo. Baš je bilo lijepo kod vas pred muzejom - zovite nas opet!





Možda bi se u ovu životnu relaciju Beograd-Zagreb onda mogla dodati i Banjaluka, s obzirom na to da ste je osvojili sa MAiKA-om, a vraćate se sa „Lollobrigida“-om već u osmom mjesecu? Ali, biće tu još mnogo drugih muzičkih odredišta do kraja 2019. godine?

Ooo, Fresh Wave-u se posebno radujem! Nisam još imala priliku da budem na tom festivalu, a mnogo se priča o njemu i taman je dobrodošao da mi cijelo ljeto ne prođe bez Banjaluke. A uskoro ću uz vaš grad biti i još više vezana, jer se kuvaju svakakvi projekti. Stay tuned!

Oni koji prate Vaš rad znaju da Vam porodica predstavlja jednu od najvažnijih životnih strana. Pretpostavljam da je odgovor potvrđan, ali jeste li Vi novu životnu snagu pronašli upravo u svojim sinovima? Koliko Vam je majčinstvo zapravo promijenilo život?

Ako želiš biti dobar roditelj, onda ti roditeljstvo mijenja sve. Ako ćeš samo statirati dok se neko drugi bavi tvojom djecom - onda sve ostaje više-manje po starom, djeca su samo mali gubitak komoditeta. Mene su klinci razbili u komadiće, pa posložili ponovo. Nisam dobila životnu snagu, imam ja mnogo energije i ljubavi prema životu i otprije, takav sam karakter, Ovnicica. Ali, dali su jednu dodatnu emo-dimenziju, konstantno preispitivanje i gledanje šire slike. Kakav svijet ostavljamo svojoj djeci,

privatno i generalno? Šta ih učimo svojim primjerom i kako ih štitimo? To su pitanja koja me danas stalno muče, a o kojima prije nisam razmišljala.

A s obzirom na to da gotovo svi danas živimo paralelan život u onlajn prostoru - kakav je Vaš stav? Jeste li za ili protiv, i u kojoj mjeri, kada govorimo o odraslima, ali i o djeci?

To je intimno pitanje na koje svako treba da odgovori sam za sebe. Pojam privatnosti se iz korijena promijenio u odnosu na prošle decenije. Nešto se gubi, a nešto se dobija. Ovisno o karakteru i pristupu, sami doziram koliko smo u virtuelnom svijetu. Klincima zasada strogo ograničavam internet, biram im sadržaje i objašnjavam im pravila ponašanja na netu. Treba mnogo da radimo s njima i da ih usmjeravamo, sistem ih uopšte ne priprema za opasnosti na netu, koje su slične kao i u saobraćaju.

Ida je uvijek puna iznenađena, pa se možda i do objavljivanja ovog intervjua mnoge stvari dogode. Kakvi su muzički, životni i svaki drugi planovi do kraja godine ili u nekom dužem periodu?

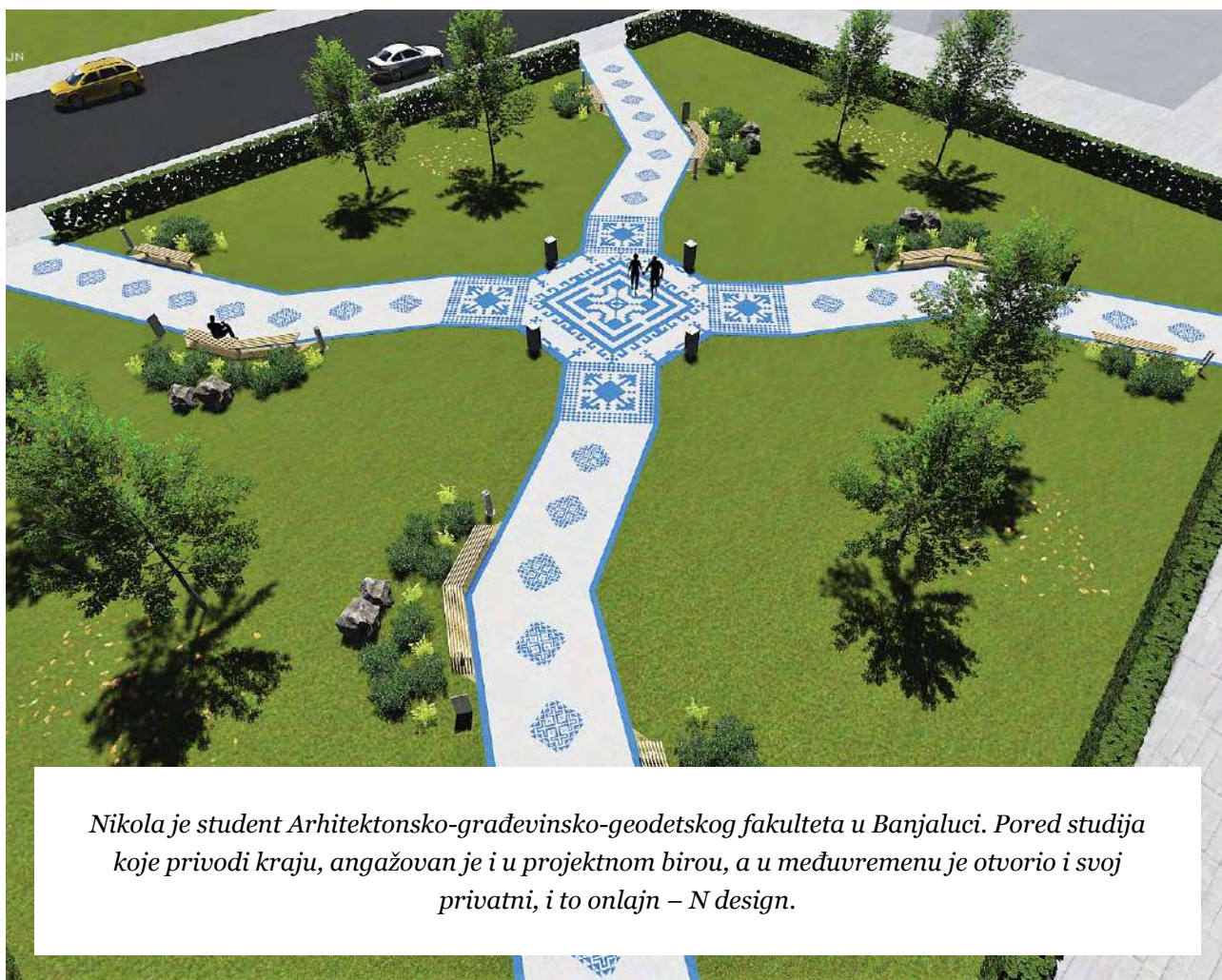
E, pripremam nešto baš lijepo i posebno za jesen. Ali nema smisla otkrivati iznenađenja. Pratimo se, gledamo se, pa ćemo još pričati.

DigitArt

NIKOLA BRKOVIĆ

MLADI ARHITEKTA I ČUVAR TRADICIJE

PIŠE: BOJANA ĐERIĆ PETROVIĆ



Nikola je student Arhitektonsko-građevinsko-geodetskog fakulteta u Banjaluci. Pored studija koje privodi kraju, angažovan je i u projektnom birou, a u međuvremenu je otvorio i svoj privatni, i to onlajn – N design.



Dokaz da su mlađe generacije i te kako upućene u svoje kulturno nasljeđe je inicijativa mladog banjalučkog arhitekta Nikole Brkovića, koji je, u saradnji sa svojim, takođe mladim kolegom Robertom Dacešinom, razvio ideju „Zmijanjskog parka“.

Nikola navodi da je sve krenulo početkom ove godine. „Robert nosi iskustva iz velikog broja svjetskih gradova, što smo htjeli iskoristiti da Banjaluku obogatimo motivima naše tradicije na jedinstven, ali jednostavan način“, ističe Brković.

Realizacija parka planirana je na prostoru između Narodnog pozorišta Republike Srpske i Banskog dvora, „što bi zaokružilo već postojeću kulturno-istorijsku cjelinu u samom srcu grada“, objašnjavaju idejni tvorci.

Nakon inicijalne zamisli, uslijedio je proces projektovanja do najsitnijih detalja. „Živu ogradu bismo u potpunosti očuvali, sa dodavanjem još jednog pješačkog prilaza parku. Popločani dijelovi bili bi izrađeni u motivima veza zmijanjske



plave boje, a ostali mobilijar i klupe takođe bi ispratili temu veza“, dodaje Brković, koji ne krije zadovoljstvo što je dio ovakvog projekta.

Ideju su predstavili javnosti i ne slutivši koliko će reakcije okoline biti pozitivne. „Prvih nekoliko sati nakon Robertove objave na društvenim mrežama uspijevali smo da odgovorimo na sve komentare, ali kada su vijest podijelili svi mediji, bilo je nemoguće zahvaliti svima pojedinačno.“ Brković ističe da je podrška okoline veliki vjeter u leđa, jer to je jedan od sigurnih pokazatelja da će park ispuniti svoj cilj - da pokaže ljepotu naše tradicije, ali i da koristi građanima grada na Vrbasu i svim turistima.

Da je riječ o jedinstvenom poduhvatu, koji je prepoznat i od strane institucija, govori i podrška grada. „Projekat smo predstavili i gradskim vlastima, koje su takođe prepoznale potencijal i pokazale dobru volju da zajedno realizujemo ovu ideju, što će nam dati priliku da ostavimo pečat i dubok trag u vremenu u kojem živimo“, zaključuje Brković.

Sam proces prenošenja ideje na papir nije bio zahtjevan. Najteži dio posla bilo je geometrizovati motive veza i prenijeti ih na popločanje, a da se ne izgube izvorni oblici i simboli.

ŽIVOT U PRIČAMA



ZIMA DOLAZI, ALI KRAJ NIKADA

PIŠE: BRANISLAV PREDOJEVIĆ

Nakon osam sezona, 73 epizode, oko 800 miliona potrošenih dolara, fanatične milionske publike širom planete i ogromnih očekivanja, serija „Igra prijestola“ okončala je svoje prikazivanje. Na posljednju sezonu čekalo se dvije godine, a milionska baza fanova nestrpljivo se spremala za finale, uz pravu histeriju na društvenim mrežama. Omiljena televizijska saga je završena, a mišljenja o njoj ostala su podijeljena. Do koje granice ide ljubav GOT fanova prema seriji HBO-a, govori i činjenica da je pokrenuta peticija kako bi se ponovo snimila 8. sezona, ali sa nešto drugačijim raspletom cijele priče, koja je za mjesec dana prikupila milione potpisa.

Ipak, to ne umanjuje uspjeh cijelog projekta i spektakularno HBO visokobudžetno finale, koje svijet TV produkcije do sada nije vidio.

Svakom novom epizodom razmišljanja o dijalozima i kadrovima postajala su sve „glasnija“, što je u krajnjoj liniji rezultovalo dosad neviđenom količinom „mimova“ i „gifova“ koji su preplavili društvene mreže. Uprkos znatnom raskoraku između vizije autora i scenarističkog narativa, kao i načina ophođenja sa glavnim likovima, širom planete su se postavljali alarmi nedjeljom, kako bi sve bilo spremno za nove minute omiljenog spektakla.



Gdje i kako je došlo do razilaženja u mišljenju autora, scenarista i publike?

Jednostavno rečeno, raskorak između ambicija i mogućnosti autora, koji se počeo dešavati krajem četvrte sezone, kada je serija emitovanjem pretekla radnju do tada napisanih knjiga Džordža R. R. Martina, postao je suviše primjetan da bi se mogao izvući klasičnim holivudskim „što više digitalnog spektakla“ pristupom. „Igra prijestola“ bila je onaj prelomni momenat i džinovski kvalitetni skok

unaprijed, koji je jedan, od šire javnosti dugo godina zanemaren i potcijenjen žanr podigao na sasvim novi nivo percepcije. Razumljiv, zanimljiv i zabavan, čak i onima koji su do juče sa podsmijehom gledali na knjige, stripove, filmove i serije iz one oblasti pop-kulture koja se klasifikovala kao epska fantastika. Kreativni tim okupljen oko ekranizacije „Igre prijestola“ pristupio je na početku emitovanja svom zadatku sa vrlo ozbiljnim namjerama i visoko postavljenim ambicijama. Rezultat takvog pristupa ponudio je sasvim novu dimenziju u televizijskom iščitavanju jednog od najboljih književnih serijala unutar žanra, na zadovoljstvo, kako fanova Martinovog literarnog djela, tako i onih koji su se prvi put posredstvom TV serije sreli sa čudesnim svijetom „Pjesme leda i vatre“. Logično visoko nametnut standard u prve četiri sezone, napuštanjem Martinove dobro zamišljene i napisane konstrukcije, počeo je dobijati

Književni serijal „Pjesma leda i vatre“

Malo je pisaca tokom digitalne ere tako uspješno pokorilo svijet žanrovske književnosti i popularne kulture uopšte kao što je to učinio Džordž R. R. Martin svojim serijalom „Pjesma leda i vatre“, sasvim sigurno jednim od najvažnijih književnih djela na prelazu milenijuma. Tu su desetine miliona prodatih primjeraka knjiga, fanatično pleme obožavalaca koji putem društvenih medija pretresaju svaku sitnicu vezanu za predmet svoje ljubavi, ulazak pojmova iz serijala u svakodnevni jezik moderne društvene komunikacije, brojne reference kroz druge segmente kulture, još brojniji sljedbenici i imitatori Martinovog književnog stila i čitav niz drugih faktora koji svake godine pomjeraju percepciju masovnog prihvatanja jednog događaja koji je do juče bio poznat samo uskom krugu fanova. Ono što je najvažnije jeste činjenica da je u slučaju Martina riječ o rasnom majstoru pisane riječi, koji se dosljedno drži sopstvene umjetničke vizije, bez obzira na to što se posljednjih godina nalazi razapet između pritiska izdavača zbog komercijalnog uspjeha i sve veće gladi publike za konačnim rješenjem njegove sage.

sasvim novi koncept iz epizode u epizodu, bez obzira na to što se autorski tim pozivao na navodne usmene instrukcije pisca. Vrhunac se, naime, desio u završnoj sezoni, kada se priča, koja je trebalo da se završi katarzičnim i epskim krajem, dostojnim suverene vladavine ove sage svijetom televizije u protekloj deceniji, završila donekle neočekivano. Manjak šokantnih otkrića u scenariju i građenju raspleta jednostavno ništa nije moglo nadoknaditi. Bez obzira na odličnu glumačku podjelu, vrhunske produkcijske uslove i ogromnu marketinšku podršku, ono što je bilo ključno oružje ovog serijala u njegovom proboju do publike, po mišljenju nekih, udaljilo ju je od početne vizije. Mnogi se pitaju kako se Deneris od majke robova i spasioca od bijelih šetača u jednoj epizodi pretvorila u ludu Kraljicu, koja spaljuje svoj narod bez milosti. Zašto se Džon Snježni od heroja spremnog na najveću žrtvu pretvara kroz samo nekoliko epizoda u zbuđenog i razočaranog ljubavnika, ili zašto se obračun sa Noćnim Kraljem, koji bi trebalo da bude vrhunac serije, desio nekoliko epizoda prerano, šta je bio motiv povratka bijelih šetača sa one strane Zida...

Martinov kraj priče

*Sam Martin najavio je da će književni kraj imati razlike u odnosu na seriju. „Moj kraj će biti različit od kraja serije, u nekim dijelovima da, a u nekim ne. Prosto radim u mnogo drugačijem medijumu od Dejvida i Dena, ne zaboravite na to. Oni su imali gotovo deset sati za finalnu sezonu. Očekujem da će **dvije moje posljednje knjige imati 3.000 stranica rukopisa zajedno kada budu gotove. I, naravno, postojaće efekat leptira.** Oni koji prate „Not a blog“ znaju da o tome pričam još od prve sezone. Ima likova koji su ušli u seriju, kao i onih koji su u seriji umrli, ali su u knjigama još živi. **Ako ništa drugo, čitaoci će saznati šta se desilo sa Džejn Pul, Ledi Kamenog Srca, Skahazom, Arijanom Martel, Tamnom Zvijezdom, Viktarionom Grejdzajem, ser Garlanom, Egonom Četvrtim i gomilom drugih likova, velikih i malih, koje gledaoci serije nisu uspjeli da upoznaju. I da, imaćemo jednoroge.**“*



Naravno, ovo je samo jedna strana medalje. Sa druge se nalazi mišljenje da su svi preostali članovi kraljevstva dobili ono čemu su svih ovih godina težili. Uprkos misteriji kojom je obavijena sudbina mladog Brana, Deneris ipak nije završila na Željeznom tronu kao luda Kraljica, Snježni je dobio svoju slobodu sa „divljacima“, Sansa je nakon brojnih nedaća postala prva dama Sjevera, dok je duh Arje na kraju priče i dalje ostao nesputan. Ukratko, čopor je preživio...

Bez obzira na to kojoj struji pripadate, morate priznati da su sve pohvale na račun „revolucionarnog vizuelnog standarda u svijetu TV produkcije“ i „rušenja TV rekorda“ i više nego zaslužene za franšizu koja je reputaciju godinama bazično gradila na odličnoj scenarističkoj adaptaciji jedne od najboljih knjiga unutar žanra fantastike.

Neka neriješena pitanja i dalje su u vazduhu, a ne nazire se ni kraj rasprave o njima. Da li su Beniof ili Vajs opravdali pompu koju je izazvao osam godina dugačak spektakl? Šta je presudilo - prevelik zadatak, umor ili težina slave - teško je znati. Da li je pritisak tzv. fanovske baze bio prevelik ili jednostavno nisu imali vremena zbog zgusnutih rokova produkcije (što je s obzirom na dvije godine priprema za osmu sezonu teško povjerovati) da stvar privedu kraju tako da svi budu zadovoljni? Ili je zaista urađeno sve onako kako je trebalo?

U principu, to više nije ni važno. Šansa da se napravi kreativno i komercijalno zaokružena televizijska priča u žanru epske fantastike je došla i prošla, a da li je i propuštena, zavisi isključivo od subjektivnog doživljaja svakog pojedinca. „Igra prijestola“ je završena, očekivanja producenta su ispunjena, spin off priče se već priprema, a ljubiteljima književnog serijala ostaje nada da će Martin za života napisati posljednje dvije knjige, uz malu želju da rasplet ipak bude različit od raspleta serije.

PSIHOLOGIJA

A photograph of a man and a young boy sitting together, looking at a tablet. The man is on the left, leaning over the boy on the right. They are both looking intently at the screen. The background is a blurred outdoor setting with green foliage.

DIGITALIZACIJA I MENTALNO ZDRAVLJE

ŠTA SE NALAZI NA DNU (DIGITALNE) PANDORINE KUTIJE?

PIŠE: NEMANJA RUNIĆ

Nakon što smo otvorili Pandorinu kutiju digitalizacije, pored silnih dobrobiti, istovremeno su iz nje pokuljala sva njena „zla“ usmjerena na mentalno zdravlje ljudi: otuđenost i nedostatak komunikacije, zavisnost, poremećaji sna, FOMO (Fear of Missing Out), nomofobija (No-Mobile-phone-Phobia) i ko zna šta još. O ovim problemima se priča, piše, sluša i čita na blogovima, portalima, slavama i rođendanima. Da li je ovakva reakcija ljudi zaista nešto novo i specifično za ovu temu? Sjetimo se prve reakcije američkog društva na Teslinu prezentaciju naizmjenične struje, izuma koji pokreće savremeno društvo – naizmjenična struja je zla, opasna je i može da ubije! Možemo pretpostaviti da je na sličnu reakciju naišla osoba koja je prvi put ukrotila vatru, jer, zaboga, vatra je zla i može da zapali kuću.

Prije svega, moramo se ograditi i reći da vatra zaista može zapaliti kuću, naizmjenična struja ubiti kravu, a nuklearna fisija ugroziti živote miliona ljudi, kao što digitalne tehnologije mogu dovesti do negativnih posljedica po socijalno, emocionalno, pa čak i kognitivno stanje njihovih korisnika. Ali i ne moraju! Količina negativnih stavova o digitalnoj tehnologiji vjerovatno ima veze sa ljudskom prirodom da „loša vijest putuje brže“, kao i sa strahom od nepoznatog.

Digitalizacija je dovela do ogromnog broja vrhunskih rješenja, sistema, servisa, kojima je zajedničko to što ubrzavaju i olakšavaju svakodnevno funkcionisanje. Olakšavaju pristup informacijama, komunikaciju, kupovinu i plaćanja, pristup kvalitetnim muzičkim, filmskim, TV sadržajima, navigaciju, transport i snalaženje u nepoznatim predjelima te funkcionisanje građanskih servisa (e-Uprava). Postoji konsenzus da digitalizacija olakšava gotovo sve aspekte naših života, izuzev našeg mentalnog zdravlja, po koje je, gotovo po pravilu negativna.

Pitanje koje ostaje je: Da li na dnu „digitalne“ Pandorine kutije ostaje neka nada za nas i naše mentalno zdravlje? Može li digitalizacija, pored nebrojenih unapređenja kvaliteta drugih aspekata naših života, pozitivno uticati i na naše mentalno zdravlje?

Ispostavlja se da može! Potrebno je (prvo) da izbjegnemo destruktivan način upotrebe digitalnih tehnologija i (drugo) da ih iskoristimo na konstruktivan način.

KAKO IZBJEĆI DESTRUKTIVNO KORIŠTENJE TEHNOLOGIJE?

Svima nam je jasno da korištenje digitalnih tehnologija olakšava naše živote. Lakše je uglavnom bolje, ali ne baš uvijek. Postoje određeni aspekti naših života koje nije pametno potpuno digitalizovati, ma koliko nam to bilo lakše. Lakše je dijete zabaviti crtanim filmom na smartfonu, ali je bolje otići s njim na igralište. Lakše je

partneru poslati emotikon, ali je bolje saopštiti joj/mu svoje emocije. Lakše je pogledati reportažu o flori i fauni u našem okruženju, ali je bolje prošetati obližnjom šumom i tako provesti jedno popodne.



U nastavku je nekoliko savjeta koje psiholozi daju u cilju izbjegavanja negativnog uticaja digitalnih tehnologija na naše mentalno zdravlje (APA, Američka psihološka asocijacija):

- **Ne koristite telefon dok vozite!** Ovo zapravo važi za sve učesnike u saobraćaju, ne samo za vozače.
- **Zaštitite svoj san!** Brojne studije dokazuju da korištenje pametnog telefona kasno noću može da naruši kvalitet sna korisnika. Istraživači vjeruju da je jedan od razloga za ovo to što telefoni (i drugi uređaji) emituju „plavo svjetlo“, koje negativno utiče

na lučenje hormona melatonina, koji je odgovoran za regulaciju sna. Čak i kada uključimo blue light filter, koji neki uređaji imaju, problem nije u potpunosti riješen. Stvar je u tome da sam sadržaj kome smo izloženi često biva previše stimulirajući, što narušava „smirivanje“ moždanih talasa koje prethodi snu.

- **Isključite notifikacije!** Istraživanja pokazuju da manje od 20% korisnika pametnih telefona upravlja notifikacijama, a konstantno upaljene notifikacije mogu imati negativan uticaj na mentalni balans. Jedno istraživanje pokazuje da korisnici pametnih telefona, kada isključe notifikacije, prijavljuju manje odsustva pažnje i hiperaktivnosti nego u toku sedmice kada su im notifikacije bile uključene. Štaviše, česte notifikacije su se pokazale povezanim sa nižim nivoom produktivnosti, socijalnom povezanosti i osjećajem psihološkog blagostanja. Druga studija pokazuje da osobe koje kontinuirano provjeravaju mejlove pokazuju više nivoe stresa u odnosu na one koje mejlove provjeravaju do tri puta dnevno. Jasno je da postoje obavještenja koja su nam bitna, ali i ona koja su sporedna i provjeravamo ih po automatizmu. Takođe, vjerovatno je da postoje periodi u sedmici/danu kada sebi možemo priuštiti da isključimo notifikacije i posvetimo se drugim stvarima bez ometanja.
- **Upravlajte očekivanjima!** Ukoliko ne planirate konstantno da provjeravate vaše mejlove ili poruke na društvenim mrežama, važno je da obavijestite osobe koje vam se mogu javiti. Ovo je naročito bitno za period godišnjih odmora, vikenda ili odsustva po drugim osnovama. Ukoliko ste obavijestili članove porodice, prijatelje i na poslu uključili Out of Office opciju, nema potrebe konstantno da provjeravate obavještenja na pametnom telefonu.
- **Koristite društvene mreže mudro!** Istraživanja pokazuju da je konstantno pasivno korištenje



društvenih mreža (pregledanje tuđih objava i vijesti bez ikakvog učešća) povezano sa češćim osjećajem tuge i nižim osjećajem psihičkog blagostanja. Pretpostavlja se da iza ovakve veze stoji sadržaj vijesti koji je često senzacionalistički i negativan, kao i „fotošopirana“ slika života drugih ljudi, u odnosu na koje naš život izgleda manje atraktivan. Preporuka je da, ukoliko već koristimo društvene mreže, filtriramo sadržaje koje pratimo i da budemo uključeni i aktivni (komentarišemo zanimljive stvari, podijelimo svoja razmišljanja, važne životne trenutke itd.).

- **Budite prisutni!** Digitalna tehnologija, društvene mreže naročito, olakšava nam kontakt sa drugima, ali nas može omesti u stvaranju i održavanju kvalitetnih veza sa osobama koje su u našem fizičkom okruženju. Veze „licem u lice“ su presudan faktor u održavanju našeg emocionalnog blagostanja. Jedno istraživanje pokazuje da 44% osoba koje konstantno ili često provjeravaju mejlove, SMS-ove ili društvene mreže, prijavljuje osjećaj diskonekcije sa svojom porodicom, čak i u trenucima kada su fizički zajedno. Preporuka je da, u trenucima kada ste na okupu sa porodicom ili prijateljima, „isključite“ svoje digitalne živote. Da biste izbjegli iskušenje, utišajte telefon i stavite ga izvan dometa ruku dok traje druženje sa bližnjima.
- **Dozvolite sebi vrijeme da napunite baterije!** Vrijeme mira i tišine je presudno za kvalitetan odmor, refleksiju i podsticanje kreativnosti. Ukoliko imamo naviku da u svakom momentu slobodnog vremena posegnemo za telefonom, bivamo pasivno izloženi često beznačajnim informacijama, čime oduzimamo priliku našem mozgu da se odmori, „restartuje“ i proizvede nešto vrijedno i kreativno. Preporuka je da u svakom danu izdvojimo određeni period kada ćemo se „isključiti“ i dozvoliti sebi mir i tišinu.

KAKO KONSTRUKTIVNO KORISTITI TEHNOLOGIJU U CILJU UNAPREĐENJA MENTALNOG ZDRAVLJA?

- Uprkos značajnoj psihološkoj šteti koju prekomjerna upotreba socijalnih medija može imati na ljude, istraživanje provedeno u 2018. godini pokazuje da adolescenti kojima je dopušteno da u toku sedmice koriste pametni telefon pokazuju značajno niže nivoe anksioznosti i stresa. Razlog je taj što se djeca koja su u prilici da kontaktiraju sa većim brojem prijatelja i članova porodice osjećaju manje izolovanom. Takođe, intenzivna komunikacija kod njih stvara osjećaj pripadanja, što ih oslobađa anksioznosti i stresa.

- Druga studija pokazuje da, kada ljudi imaju priliku da komuniciraju jedan na jedan putem društvenih mreža, to kod njih stvara osjećaj povezanosti.
- Podrška u različitim stresnim situacijama, ili njen izostanak, imaju značajan uticaj na mentalno zdravlje i emocionalnu stabilnost osobe koja prolazi kroz neki stresan period. Ukoliko je takva situacija uopštena i česta, društvo će naći način da svom članu podršku pruži na „analogan“ način. Međutim, ako se radi o situaciji koja je lokalno nepoznata, rijetka, tabuizirana i stigmatizovana, onlajn grupe podrške mogu pružiti osobi savjet i osjećaj da nisu same te direktno unaprijediti njeno mentalno zdravlje.
- Postoje brojna aplikativna i hardverska digitalna rješenja koja su dostupna na pametnim telefonima ili satovima, a koja mjere različite zdravstvene pokazatelje (EKG, puls, pritisak, nivo stresa itd.) i tako osobi daju mogućnost praćenje mentalnog i fizičkog stanja organizma, što joj pruža osjećaj sigurnosti i kontrole, a smanjuje anksioznost i stres. Pored ovoga, postoji niz aplikacija koje pomažu pacijentima sa specifičnim psihološkim poteškoćama, kao što su depresija, suicidalnost, sklonost ka samopovređivanju, anksioznost, panični napadi i slično.
- Gotovo sva psihološka savjetovišta i psihoterapeuti nude klijentima mogućnost komunikacije putem Skype-a ili neke druge platforme. U sredinama u kojima nije jednostavno doći do savjetnika/terapeuta, zbog teritorijalne udaljenosti ili stigme koju bi ovakva posjeta izazvala, onlajn savjetovanje predstavlja ogromno unapređenje brige o mentalnom zdravlju.
- Pored specifičnih „alata“ usmjerenih na pomoć pri održavanju mentalnog stanja osobe, digitalne tehnologije nam pružaju mogućnost jednostavne i jeftine edukacije, što doprinosi našem ličnom rastu, omogućuju nam da lakše upoznajemo nove ljude pomažući da izbjegnemo osjećaj usamljenosti, pronađemo osobe sličnih interesovanja, a nerijetko i da uspostavimo romantičnu vezu. Tehnologija može da nam olakša planiranje slobodnog vremena, kao i da pruži mogućnosti kvalitetnijeg iskorištavanja radnog vremena, što sve posredno utiče na našu mentalnu stabilnost.
- Mogućnosti su praktično beskonačne, samo je potrebno svoju pažnju fokusirati u pravom smjeru.

Na kraju, možemo zaključiti da je tehnologija izvrstan alat koji može unaprijediti brojne aspekte naših života, uključujući i našu mentalnu stabilnost i zdravlje. Stvar je u tome da, kao i svaki drugi „oštar alat“, tehnologiju treba da koristimo mudro i pažljivo.





HUAWEI Mate20 Pro

U SARADNJI SA



2X MOĆNIJI AI

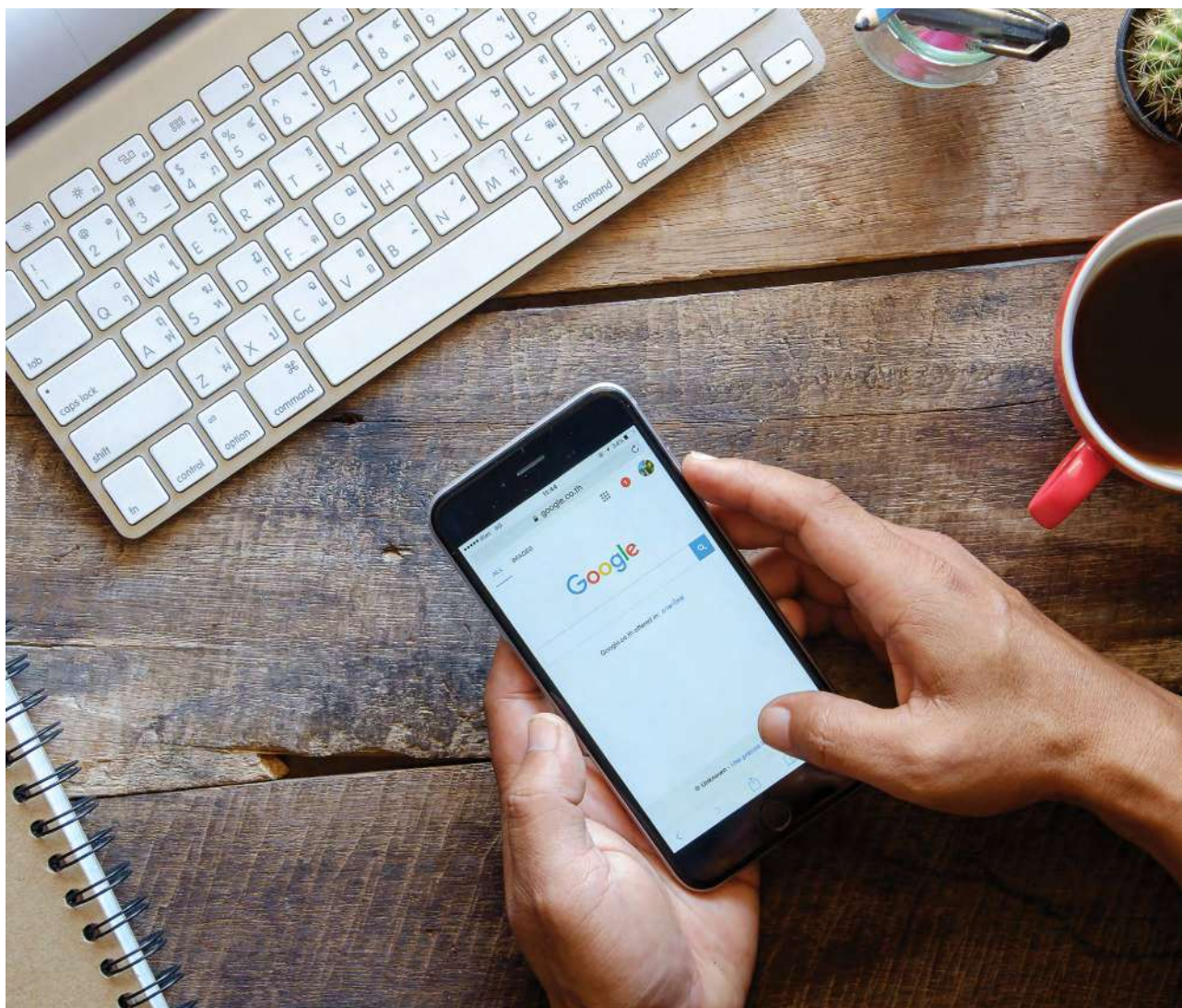
7nm Mobile AI Chipset | Sistem tri kamere s novim širokougaonim objektivom | 40W Super punjenje



MINI-SAVJETNIK

UMIJEĆE NAPREDNOG GOOGLE PRETRAŽIVANJA

PIŠE: DUŠKO BERIĆ





Danas će vam skoro svaki poznavalac interneta reći: „Ako nisi na Google-u, onda ne postojiš.“ I zaista je tako. Primijetili ste da vam Google pri pretraživanju prikaže 200.000 stranica u vezi sa vašim pojmom. Da biste u moru takvih stranica pronašli baš onu koja vam nudi traženu informaciju, poželjno je koristiti alate za napredno pretraživanje za tekstualne podatke i slike.

Za pretraživanje tekstualnih podataka koristite pretraživanje putem Google operatora.

site: - operator koji rezultate pretraživanja ograničava na određen web-sajt, odnosno domen tog web-sajta. Npr.: ako želite da pretražite sve stranice unutar nekog web-sajta, ukucajte: „site:nazivsajta.com“ - Google vam prikazuje sve stranice vezane za domen traženog web-sajta.

Ako ovom izrazu dopišemo i riječ „telefon“ - Google će vam prikazati sve stranice u tom domenu koje imaju riječ „telefon“.

filetype: - operator koji se koristi kada tražite neki dokument (obično Word ili PDF dokument).

Npr.: filetype:pdf telefon - dobićete prikaz svih PDF dokumenata koji sadrže pojam telefon.

intitle: - ovaj operator koristi se kada želite pronaći sve stranice koje sadrže tačno određen pojam. Npr.:

„intitle:najbolji telefon“ - prikazaće vam sve stranice koje u svom nazivu imaju „najbolji telefon“.

Znake navoda („“) - koristite kada pretražujete neki konkretan pojam ili više pojmova. Npr.: „telefon sa najboljom kamerom“ - prikazaće vam sve stranice koje sadrže ova četiri pojma.

Google vam takođe daje mogućnost da pretražujete njegovu bazu podataka slika tako što ćete mu dati neki uzorak slike. Otvorite <https://images.google.ba/> i kliknite dugme pretraživanje po slici. Dobićete polje gdje možete upisati link do slike koja vam se sviđa ili da je otpremite sa svog računara.

Osim toga, kada pretražujete slike, Google vam nudi mogućnost da u moru slika izaberete onu koju tražite korištenjem naprednog pretraživanja. Npr.: kada ukucate pojam „telefon“ - Google će vam prikazati nekoliko hiljada slika. Da biste izabrali onu koju tražite, koristite **Google alate**. Klikom na alate dobijate mogućnost da odaberete veličinu slike, boju i vrstu slike, te vrijeme indeksiranja slike i da pretražite slike koje nemaju autorska prava.

Ukoliko ste prošli sve korake iz našeg mini-savjetnika, sada sigurno znate kako napredno pretraživati na Google-u, kao i to kakve sve rezultate pretrage možete dobiti.

PREPORUKE

PIŠE: JELENA BJELAKOVIĆ

KNJIGA

„Ja sam Staša“, Staša Vukadinović

Ako ste odveć zaboravili gdje ste krila ostavili...

...tu je Staša da vas podsjeti.

Koliko slobode stane u žive glasnice i tijelo koje se samo kreće? Koliko ljubavi se zavjetuje u dvije burme za iznajmljivanje i trideset i dvije fotografije za „srećne“ uspomene? Koliko provincijske veličine se smota u mamine sarme? Koliko sreće se udahne u jednom provjetranju duše, a koliko hrabrosti izdahne u jednom vađenju mača i brisanju otirača? I što je možda najvažnije - koje je rješenje za sve usamljene pse?

Osluškajući i osjećajući svijet oko sebe i univerzum u sebi, Staša je potom saznala da bi pet godina spoznaje o neobičnosti običnih života zabilježila u prvencu pod nazivom „Ja sam Staša“. Ne dozvolite da vas naslov prevvari, jer baš kao i korice, rijetko kad otkriva sve, barem ne sve što je suštinski bitno.

Objedinivši poetski i prozni iskaz, Staša je u dnevniku svog duha pronašla svoja literarna krila, ali što je zasigurno najvažnije - pronašla je i krila svih nas, a možda baš i vas, koji smo odveć zaboravili gdje smo ih ono ostavili.



MUZIKA

„ISON“, Sevdaliza

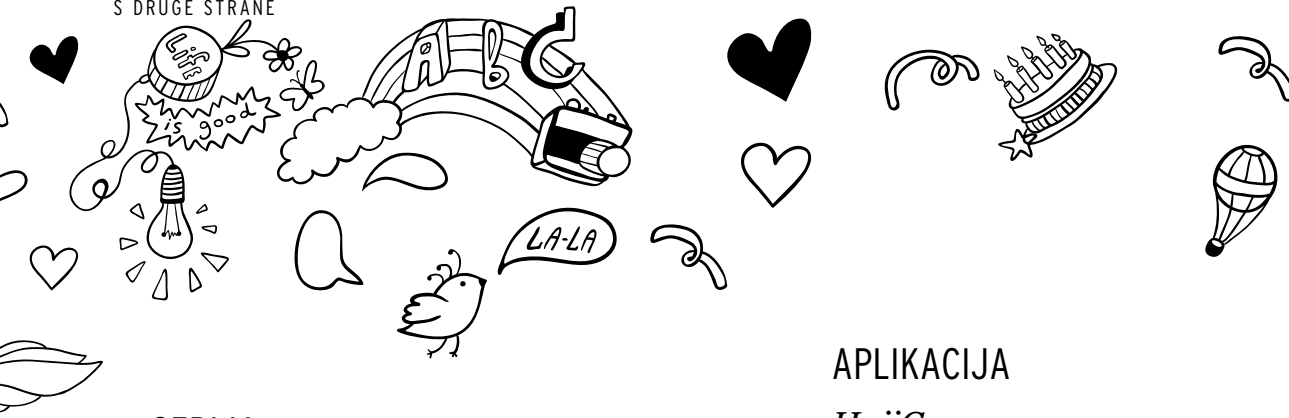
Planete, komete i umjetnosti jedne žene.

Mediji su je krunisali „kometom vijeka“, ali kruna sa ISON-a spala je onog trena kada se, putujući brzinom od oko 300 km/s ka perihelu, ledeno jezgro raspalo i time astronomske snove u međuplanetarnu prašinu pretvorilo. To je odgovor koji biste dobili da ste, kojim slučajem, fizičara priupitali šta je to ISON, s tim da bi vam vrlo vjerovatno skrenuo pažnju na fakt da je pravo ime date komete C/2012 S1.

Poznavalac savremene trip-hop scene bi vam rekao da je riječ o albumu prvencu koji je iransko-holandsku zvijezdu lansirao u orbitu globalne umjetnosti. Vrlo je izvjesno da bi naglasio „globalnost“, a i grandioznost Sevdalizinog umjetničkog iskaza, koji izbijaju iz slojevite orkestracije i kompaktne lirike. A sasvim je sigurno da bi se tu negdje pomenula i putanja vokala koja slušaoca vodi od klasičnog džez, preko R&B skoka, do avangardnog popa.

I nema nikakve dileme da bi se neko sjetio da kaže kako se multidisciplinarnost i umjetnička versatilnost Sevide Alizadeh mogu istinski shvatiti tek kada se pogledaju prateći video-spotovi. A mi ćemo vam samo reći da, za razliku od C/2012 S1, Sevdalizin „ISON“ i dalje kosmosom putuje i traži nove uši za slušanje.





SERIJA

„Černobilj“, HBO & Sky Atlantic

Svi znate priču. Ili možda ne...

Ne, stvarno, znate li cijelu priču o najvećoj ekološkoj katastrofi u historiji nuklearne energije? Znate li šta se u noći između 25. i 26. aprila 1986. zaista desilo u blizini grada Pripjata? Ili samo mislite da znate? Možda je krajnje vrijeme da čujete, vidite i osjetite i drugu stranu priče. I biće da je stvarno krajnje vrijeme da saznate koliko čovjek može biti opasan po samog sebe.

Kao cjelovito kinematografsko otkrovenje, „Černobilj“ je na male ekrane i velike aplauze stigao u jeku finalne borbe za vladavinu nad svih sedam kraljevstava, postajući tako sve ono što je posljednja sezona „Igre prijestola“ trebalo da bude, ali nije - dosljedna, autentična i eksplozivna drama. I premda se kraj 2019. još ne nazire, možete biti sigurni da je kritičari s razlogom nazivaju „najboljom serijom godine“.

Da li se taj razlog krije u mastralnosti Džona Renka, čija režija je nošena jednostavnošću, a prožeta detaljnošću? Da li je do kino-estetike i audio-senzacije koja u ritmu prati historiju koja nastaje i u radijaciji nestaje? Ili bi možda trebalo „okriviti“ glumce za sve? Ne preostaje vam ništa drugo, no da se sami uvjerite ko je kriv za Černobilj, i za HBO seriju i za eksploziju.



APLIKACIJA

HujiCam

Retro je (valjda) uvijek u modi.

Kad je riječ o ponudi aplikacija za obradu fotografija, izbora zaista ne manjka i na kraju se cijela priča svode na pitanje preferencije. Ako ste tip osobe koja s uzdahom kaže „stara dobra vremena“ i nostalgично gleda 35 mm fotografije iz djetinjstva, čini nam se da imamo odgovor na pitanje vaše lične preferencije.

Već ste ušli na Google Play ili Apple App Store da izbrojite zvjezdice? Čekajte, prije instalacije ne bi bilo loše da znate da je HujiCam aplikacija kojoj niste potrebni vi za obradu fotografija. Ona to čini sama tako što replikuje estetiku analognih foto-aparata, dodatno je naglašavajući svjetlosnim efektima i koloritom vremena. Vaše je samo da jednim dodirom ekrana napravite fotografiju, a HujiCam će se tokom razvijanja pobrinuti za svu tu nostalgiju.

Zapravo, dobićete još jedan zadatak - da odredite u kojoj tačno godini živite. Kada budete sasvim sigurni da li ste ostali u 1998. ili ste odavno u novoj deceniji, u postavkama aplikacije označite godinu koja će se prikazivati u uglu svih vaših uspomena. Da ne kažemo, baš analognih fotografija.



SAMSUNG

Galaxy S10+

Slika je simulacija.

Telefon nove generacije

Infinity-O displej | Ultrazvučna detekcija otiska prsta | Cinema-Grade Display | Eye comfort display
24-časovna pametna baterija | Wireless PowerShare | Unapređen AP i RAM | Hybrid SIM kartica
Otporan na vodu i prašinu | Samsung Knox | Biometrijska provera identiteta

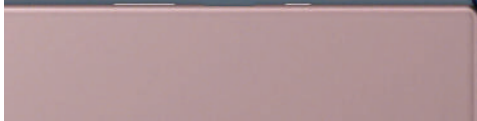
m:tel

Imate prijatelje!

SONY



The Ultimate Wide
Introducing the 21:9 Experience



XPERIA 10



 **100°**
Wide Angle

 **Wide Angle**

 **Normal Angle**

100° Wide Angle Selfie Camera

Fit in more of your friends, and more of your surroundings—the 100° Wide Angle Selfie is the best way to give those special memories a beautifully broad view.



LG K11