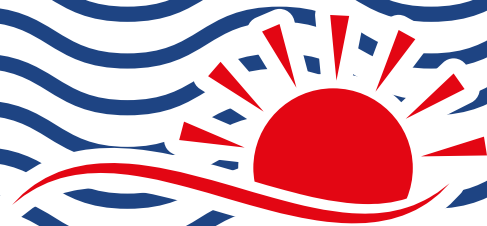


m:
agazin



JULI 2015.
BROJ 6
IZDANJE ZA BIH
BESPLATAN PRIMJERAK



INTERVJU
Đorđe Mišić,
izvršni direktor
za marketing i
prodaju
kompanije m:tel

TEMA BROJA
**Elektronska
trgovina**

TALENTI
Danijel Gatarić,
književnik

epic everything



htc one M9

Predstavlja 4 UltraPixel™ kameru za selfie i kameru od 20 megapiksela na poledini za snimanje ultra oštih fotografija i videa svaki put. Imate samo jedan život. Pokažite ga.

#HTCOneLife



IMATE PRIJATELJE

10 INTERVJU

Dorđe Mišić

18 ZVIJEZDA PONUDE

Huawei P8

27 m:i

**Život i priključenija u
virtuelnoj stvarnosti**

POSLOVNI SVIJET

58 BRENDOVI KOJIMA VJERUJEMO

HTC One M9

60 SVJETSKI DOGAĐAJI

GMIC u Pekingu

80 MREŽA

**5 TED govora koji će
vas inspirisati ovog
ljeta**

S DRUGE STRANE

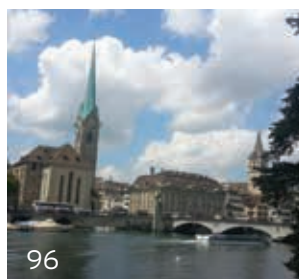
88 TALENTI

Danijel Gatarić

96 U ROMINGU

Cirih

99 U DOBROM DRUŠTVU

dr Sarita Vujković

m:agazin

za nas je plodno proljeće, brojni noviteti koje smo predstavili i brojni događaji koje smo podržali. Posijali smo proljetno sjeme prijateljstva širom Bosne i Hercegovine, a zauzvrat, između ostalog, dobili preko 200 dobrih djela prijavljenih na www.dobrodjelo.com.

Pred nama je period sunčanih dana, tamnjenja kože i svijetljenja svježih ideja kojima ćemo vas iznenađivati u periodu koji slijedi. Sada je vrijeme za ljeto - doba kada imamo manjak odjeće a višak pozitivne energije koja traži more, koncerte, festivale, šetnje i guglanje najboljih mjesta za odmor.

Nadamo se da ste i vi u morskome raspoloženju, baš kao što je i m:agazin i njegove brojne teme obrađene u različitim rubrikama. Svjesni da i na plaži mnogo vremena provodite sa svojim smartfon ljubimcem, odlučili smo da vas podstaknemo da razmislite o prednostima i manama e-kupovine, te smo kroz temu broja detaljno obradili ovaj

fenomen, koji postaje sve prisutniji na prostoru Bosne i Hercegovine. Sada vas samo klik dijeli od novog telefona, haljine, cipela, laptopa ili knjige na nekom od brojnih jezika svijeta, a tek nekoliko stranica od teksta na ovu temu.

Ponesite ovaj broj m:agazina sa sobom na odmor, jer smo pripremili i brojne savjete kako da se korišćenje telefona na odmoru iz snova ne pretvori u neugodno iskustvo. A, morate priznati, i sa ovom svojom mornarskom naslovnicom sigurno će se uklopiti u vaš morskog izgled.

Neka vam ljeto bude slatko kao lubenica, uzbuđujuće kao pakovanje za putovanje i puno različitih boja kojima ćete obojiti uspomene, koje će vas, kada dođu hladni jesenji i zimski dani, grijati i oraspoloživati.



IMPRESUM



JUL 2015.
BROJ 6
IZDANJE ZA BiH
BESPLATAN PRIMJERAK

IZDAVAČ: Mtel a.d. Banjaluka

ZA IZDAVAČA: generalni direktor Goran Vlaović, izvršni direktor za marketing i prodaju Đorđe Mišić

m:agazin TIM: Sandra Stanić, Aleksandra Šobić, Jelena Maksimović, Milica Stojaković, Andrea Lazić, Vlatka Repac, Brankica Stojanović

U OVOM BROJU ZA m:agazin PIŠU: Darko Bajić, Aleksandra Stojanović-Ljubotina, Predrag Laketa, Damir Dizdarević, Milica Mamić, Dejan Marjanović, Savo Drakulić, Staša Nikodinović, Bojan Radović, Vesna Drakulić, Gorica Popović, Ljiljana Šipragić, Darko Kojić, Milovan Tatić i Maja Starčević

LEKTOR: Ljiljana Čolović

DIZAJN: Marina Jungić / Aquarius

PRELOM I PRIPREMA: Sanda Arsenić / Aquarius

ADRESA REDAKCIJE: Ivana Franje Jukića 1, 78.000 Banjaluka // TELEFON: 051/240-875, 240-250 // FAX: 051/216-110

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

ŠTAMPA: Compex, Braće Pišteljić 1, 78.000 Banjaluka

TIRAŽ: 3.000

IZLAZI KVARTALNO

m:

IMATE PRIJATELJE



OPEN PREDSTAVLJA

FOTO PRIČA



1. **m:tel BiH** dobitnik Priznanja za najveću kompaniju po neto dobiti u BiH u 2014. godini.
2. **Samsung S6 promocija** - Kao i uvijek do sada, kompanija m:tel je svojim korisnicima najnoviji Samsung model predstavila prva u Bosni i Hercegovini.
3. **Sajam za djecu i porodicu** - Kompanija m:tel trudi se da kroz svoja sponzorstva bude dio događaja i namijenjenih djeci i njihovim roditeljima, jer je porodica najvažnija čestica svakog društva, pa smo već dvije godine sponzor Sajma za djecu i porodicu u Banjaluci.
4. **Huawei P8** - Premijerno u BiH smo predstavili novi model kompanije Huawei, P8.
5. **OPEN** - Nove funkcionalnosti OPEN platforme predstavljene su stanovnicima Bijeljine, Prijedora i Zvornika.
6. **m:tel city race** - U mjesecu maju bili smo sponzori brojnih sportskih, kulturnih i drugih dešavanja, a posebno smo ponosni na sponzorstvo „m:tel City race“ polumaratona koji je održan u Banjaluci.

NUDIMO VAM

m:tel Austrija

bliže kući

PIŠE: JELENA MAKSIMOVIĆ



me kompanije m:tel uskoro će se mnogo češće koristiti u Austriji. Usluge mobilnog virtuelnog operatora m:tel Austrija moći će uskoro koristiti svi oni koji žive u Austriji, a žele biti "bliže kući".

Kao jedan od mobilnih virtuelnih mrežnih operatora na austrijskom tržištu, uz najmoderniju opremu, m:tel Austrija pružaće usluge mobilne telefonije i mobilnog interneta. Sa svojim tarifnim planovima, posebno je namijenjen svima onima koji žele jeftino komunicirati sa dragim ljudima u Bosni i Hercegovini, Srbiji i Crnoj Gori, onima koji žele mnogo besplatnih minuta i SMS-ova, te onima koji traže idealan omjer cijene i kvaliteta.

m:tel Austrija dio je grupe koju čine kompanija m:tel iz BiH, Telekom Srbija te m:tel Crna Gora, a nastao je sa željom da našim ljudima u inostranstvu omogući najpovoljniju komunikaciju sa dragim ljudima u otadžbini.

Ono šta ga posebno izdvaja od ostalih mobilnih operatora su svakako tarifni planovi sa odličnim bonusima za razgovore, SMS-ove i naravno mobilni internet.

Da najdraži budu i najbliži

Virtuelni operator m:tel Austrija osnovan je sa ciljem da svojim korisnicima pruži povoljnu komunikaciju sa otadžbinom. Iz tog razloga, uz svaku tarifu korisnici će

dobiti i fantastične bonuse za razgovore i SMS-ove prema mrežama mt:s Srbija, m:tel Crna Gora i m:tel BiH. Pored toga određeni bonusi će se moći koristiti za razgovore unutar Austrije, kao i za mobilni internet. Aktivacija svih ponuđenih tarifnih planova biće krajnje jednostavna i vršiće se pozivom kratkih brojeva. Vaša komunikacija sa najdražima, uz tarifne pakete m:tel Austrija, može biti svakodnevna i gotovo neograničena.

Povoljno surfanje na širokopojasnom internetu

Znajući da je mobilni internet danas nešto bez čega je nezamisliva savremena komunikacija, svojim korisnicima u Austriji ponudićemo i opciju za još više interneta. Uz sve prednosti i bonuse tarifnih paketa, korisnici će u svako doba moći aktivirati i posebnu opciju za mobilni internet, pod nazivom Super NET, a namijenjenu surfanju u mreži m:tel Austrija.

POVEŽITE SE SA OTADŽBINOM,
KOMUNICIRAJTE SVAKODNEVNO
SA SVOJIM NAJDRAŽIMA UZ
M:TEL AUSTRIJA!

NUDIMO VAM

Nove funkcionalnosti za nove korisnike Open IPTV-a

Open IPTV, budućnost televizije!

PIŠE: MILOVAN TATIĆ

Uprkos vrtoglavom tehnološkom napretku, čiji se doprinos vidi u razvoju mnoštva novih medija, televizija i dalje predstavlja ključno mjesto informisanja i zabave. Njenu relevantnost odražava i prihvatanje novih tehnologija i funkcionalnosti, a one se najviše mogu pronaći u rješenjima zasnovanim na IPTV servisima, nudeći potpuno novo iskustvo gledanja televizije.

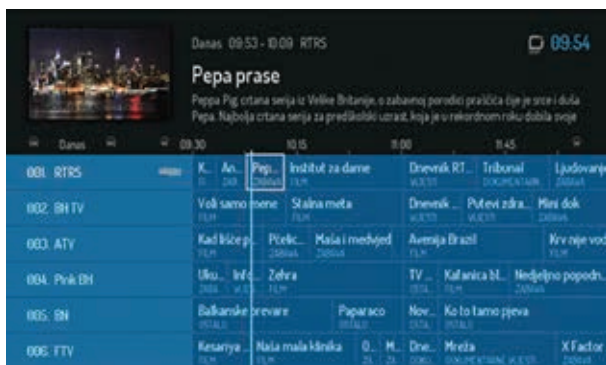
Od maja, u m:tel Open ponudi se može pronaći jedno od najmodernijih tehničkih IPTV rješenja u svijetu, pružajući tako priliku svim novim korisnicima da uživaju u budućnosti televizije, sa nizom naprednih funkcija do kojih se lako i brzo dolazi putem unapređenog korisničkog okruženja. Pored toga, znatno unapređena mrežna arhitektura doprinosi i bržem odzivu prilikom promjene

kanala, tako da su i male stvari poput promjene kanala postale ugodnije.

Rješenje je razvijano prema zahtjevima i potrebama našeg tržišta i jedinstveno je u okruženju. Moduli i

elementi su od najpoznatijih svjetskih firmi poput Apear TV¹, Edgeware², Allegro DTV³, Cisco⁴, Arris⁵/Motorola, a koriste se i najmodernije tehnologije video transporta, ali i HTML5 standard, koji se posmatra tehnologijom budućnosti od strane renomiranih kompanija poput Google-a, Apple-a i dr. Rješenje je proširivo, a u budućnosti se planiraju i usluge poput gledanja

televizije na više ekrana (multiscreen), aplikacije za pristup YouTube, Facebook i Twitter sadržajima te mnoštvo drugih zanimljivih mogućnosti.



¹ <http://www.appear.tv/>, ² <http://www.edgeware.tv/>,
³ <http://www.allegrodtv.com/>, ⁴ <http://www.cisco.com/>, ⁵ <http://arris.com/>

Snimanje sadržaja

Poput video rekordera iz prošlosti, sada je moguće putem TV vodiča naručiti snimanje željenog sadržaja, koji se potom može pogledati bilo kada.

Gledaj ispočetka

Uključenje u sredinu emitovanja neke emisije, filma ili serije obično je predstavljalo nepremostiv problem i često je uzrokovalo odustajanje od daljnjeg gledanja. Uz opciju „Gledaj ispočetka“ moguće je da, u trenutku gledanja nekog programa, isti vratite na početak emitovanja. Kako se ne bi propustio početak emisije (u slučaju odstupanja TV kuće od početka) program počinje 5 minuta ranije u odnosu na zakazani termin. Do samog početka sadržaja se može lako doći funkcijom premotavanja.

Pauziraj TV

Koliko puta se samo desilo da propustite nešto uzbudljivo i važno jer vas je u gledanju prekinulo zvono na vratima? Na sreću, tu je opcija „Pauziraj TV“, sa kojom je moguće prostim pritiskom dugmeta zaustaviti program sve do trenutka kada se poželi nastaviti sa gledanjem.

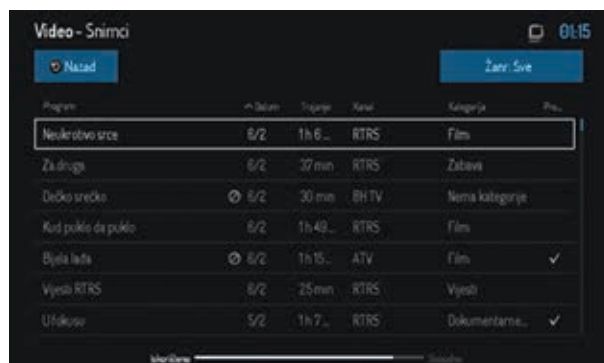
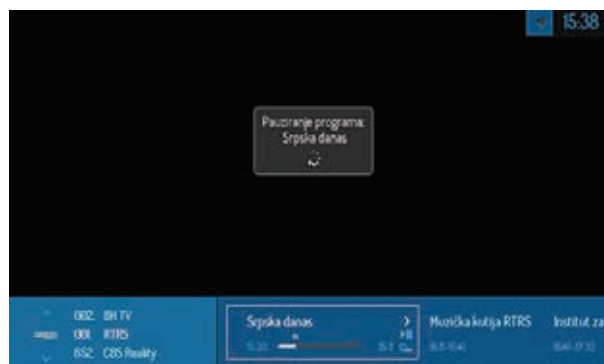
Gledaj propušteno

I za propušteno omiljena seriju ili dnevnik od prethodnog dana sada postoji rješenje. Izborom sadržaja u okviru prethodna 72 časa direktno iz TV vodiča možete pogledati propuštene sadržaje. Dodatno je moguće sadržaj pauzirati ili premotavati naprijed/nazad po želji.

OD POČETKA MAJA NOVI KORISNICI „OPEN IPTV“ PAKETA IMAJU MOGUĆNOST DA ISKUSE BUDUĆNOST TELEVIZIJE SA USLUGAMA PAUZIRANJA, PREMOTAVANJA, SNIMANJA I GLEDANJA PROPUŠTENOG SADRŽAJA! UZ TO, MOGU DA PRATE I ČETIRI SPORTSKA KANALA ISTOVREMENO SA „MOZAIK SPORT“ USLUGOM.

Mozaik Sport

Mozaik predstavlja kolekciju četiri kanala emitovanih istovremeno na podijeljenom TV ekranu. Ovo predstavlja idealno rješenje problema sa kojim se svi sportski zaljubljenici susreću: ako se utakmice odigravaju u



isto vrijeme, koju utakmicu gledati? Sa Mozaik Sport se emituju četiri Arena sport kanala istovremeno na podijeljenom TV ekranu, a izbor zvuka se vrši samostalno od strane gledaoca.

INTERVJU

Đorđe Mišić, izvršni direktor
za marketing i prodaju kompanije m:tel

Pružamo i više od onoga što korisnici očekuju

RAZGOVARALA: ALEKSANDRA ŠOBIĆ

Iako suočena sa brojnim tržišnim, tehnološkim i administrativnim izazovima, kompanija m:tel ih iz dana u dan uspješno savladava i postaje primjer odličnog poslovanja na domaćoj, ali i na regionalnoj poslovnoj mapi.

O tome kako nastaje najkonkurentnija ponuda na tržištu, kako se približava korisnicima i sa njima komunicira, o širenju tržišta izvan granica BiH, te strateškoj opredjeljenosti da se posluje humano i društveno odgovorno, razgovarali smo sa Đorđem Mišićem, izvršnim direktorom za marketing i prodaju m:tel-a.

Iza kompanije m:tel je jedna od najuspješnijih poslovnih godina, kako u oblasti marketinga i prodaje, tako i u ostalim poslovnim segmentima. Možete li nam reći nešto više o tome?

Najljepše je kada drugi govore o lijepo o vama, a mi se, na naše veliko zadovoljstvo, možemo pohvaliti informacijom da su o rezultatima kompanije m:tel pisali ne

samo domaći nego i regionalni i svjetski mediji. Brojni su razlozi za to.

Kompanija m:tel je u svim segmentima poslovanja postigla zavidan uspjeh, te dobila respektabilne poslovne nagrade - od svjetske nagrade za strateško upravljanje i primanja u slavni „Hall of Fame“ u Bostonu, Priznanja za najveću kompaniju u BiH po ostvarenoj neto dobiti koje dodjeljuje Privredna štampa, Sarajevo, do nama vrlo drage nagrade za društvenu odgovornost koju nam je dodijelila Privredna komora RS.

Poredeći finansijske pokazatelje telekomunikacionih operatora u regiji, investitorska zajednica „iCapital“ objavila je informaciju da je upravo kompanija m:tel jedina u poslovnoj 2014. godini zabilježila rast prodaje od 3,3 odsto.

Trudimo se da aktivnim pristupom korisnicima i osluškivanjem potreba tržišta uvijek pružimo više od onoga što korisnici očekuju. Kontinuirano kreirajući nove ponude i



obogaćujući portfolio usluga, m:tel se nametnuo kao lider u BiH i, mogu slobodno reći, da konkurenciji zadajemo ambiciozan zadatak u marketinškom i tehnološkom smislu. To potvrđuju i finansijski pokazatelji za prošlu poslovnu godinu, zahvaljujući kojima je m:tel, prvi put u svojoj istoriji, i zvanično postao finansijski lider na bh. tržištu, ostvarivši najveću dobit u branši.

Raduje nas činjenica da smo u uslovima dugogodišnje ekonomske krize i uprkos posljedicama prošlogodišnjih poplava, na domaćoj i regionalnoj poslovnoj mapi postali primjer kompanije koja konstantno bilježi uspjeh. Ujedno, pred nama je zahtjevan zadatak održavanja na vrhu, ali i daljeg širenja.

Imajući u vidu stratešku fokusiranost na sve poslovne segmente, sigurno je da uspjeh kompanije nije slučajan.

Ako biste morali da izdvojite najvažnije razloge zbog kojih bi neko izabrao m:tel kao svog telekomunikacionog operatora, šta bi to bilo?

Integrisana rješenja. Sve što jedan biznis korisnik ili porodica želi da ima iz domena vrhunske tehnologije i uređaja, odlične komunikacije, digitalne televizije i multi-



medijalnih sadržaja, a sve to po konkurentnim cijenama na tržištu, nosi potpis kompanije m:tel.

Upravo u domenu integrisane m:tel Open ponude, kontinuirano bilježimo rast. Na jednom računu u okviru usluge Open Quadro možete da imate objedinjene usluge mobilne telefonije, fiksne telefonije, interneta i IPTV-a, da izaberete neki od vrhunskih uređaja renomiranih svjetskih proizvođača i da iskoristite brojne benefite. Prepoznajući potebe tržišta, ponudi mobilnih telefona, tableta i smart televizora, pridružili smo i vrhunsku foto i video-opremu, kao i širok izbor bijele tehnike. To je nešto što nas sigurno izdvaja od drugih, a što više od 1,8 miliona korisnika svih usluga kompanije prepoznaje kao kvalitet.

Današnji korisnik je informisan, sofisticiran i želi mnogo više od jednostavne komunikacije. Mobilni telefoni su postali prava mala tehnološka remek-djela, i mi se trudimo da ove prostore približimo svijetu, omogućavajući korisnicima njihovo premijerno korištenje u BiH.

U proteklom periodu, upravo m:tel korisnici su imali priliku da, nedugo nakon svjetskih premijera, prvi u BiH koriste uređaje kao što su Samsung Galaxy S6, Samsung Galaxy Edge, Huawei P8 i brojne druge.

Poslovnu politiku prilagođavamo sredini u kojoj poslujemo. Svjesni smo da nije dovoljno korisnicima omogućiti samo moderne uređaje i usluge, te da je naša dužnost da u ovim socio-ekonomskim uslovima učinimo i nešto više za sve.

Korisnici u nama mogu prepoznati partnera za dobru komunikaciju, ali i iskrenog saborca u borbi za bolje životno okruženje. To oni vide i osjećaju, i zaista sam srećan što je krug m:tel prijatelja iz dana u dan sve veći.

Koji su najveći izazovi sa kojima se kompanija m:tel danas susreće?

To su svakako tržišni izazovi. Kompanija m:tel u BiH posluje na izuzetno liberalizovanom tržištu, na kome postoje tri dominantna i sedam MVNO operatora mobilne telefonije. U BiH djeluje 71 internet servis provajder, 16 operatora fiksne telefonije i 48 operatora licenciranih za RTV distribuciju.

Zatim, tu su tehnološki izazovi, jer su telekomunikacije dinamična grana koja se razvija velikom brzinom. Samo prije nekoliko godina, neki od uređaja ili mobilnih aplikacija koje danas koristimo izgledali su kao daleka budućnost.

Mobilni telefon odavno nije sprava putem koje se samo čujemo sa drugim ljudima, ona postaje lični asistent,

foto-aparat, muzička kutija, i uređaj koji nam uveliko olakšava život u svakom segmentu.

Razvoj tehnologije nametnuo je i neminovnost unapređenja naše IPTV platforme, koja sada omogućava korisnicima brojne nove funkcionalnosti, uživanje u digitalnom signalu i multimedijalnim sadržajima. Televizija je postala mnogo više od onoga što je bila. Više nema potrebe da kao nekad čekate svoju omiljenu TV emisiju sjedeći ispred ekrana, možete je jednostavno snimiti i uživati u njoj kada vam to vrijeme dozvoli. Ne morate da prebacujete kanale, sa jedne na drugu utakmicu, jer možete da pratite četiri sportska programa istovremeno na jednom ekranu. Zapravo u ponudi od više od 150 TV kanala, teško je izabrati omiljeni sadržaj.

Načini komunikacije se rapidno razvijaju, a alati za brzo razmjenjivanje poruka i besplatne pozive poput Viber-a, postaju čest način komunikacije, što na globalnom nivou postaje veliki izazov za telekome, pa i za kompaniju m:tel. Upravo to utiče na globalni trend smanjenja minuta govornog saobraćaja i usmjeravanje naših kapaciteta na dalji razvoj broadband usluga. Svojim korisnicima nudimo pakete mobilnog interneta i prenosa podataka po konkurentnim cijenama, vodeći računa da im je pored cijene bitan i kvalitet komunikacije i sigurnost podataka.

Istovremeno sa praćenjem razvoja tehnologije i tržišnih izazova, vrlo često se susrećemo sa administrativnim preprekama. Nažalost, potrebno je da prođemo brojne administrativne barijere u kompleksnim bh. uslovima, kako bismo se uspješno uhvatili u koštac sa razvojem tehnologije i kako bi se naša mreža dalje širila.

Ponekad nije lako kada se od vas očekuje da nudite usluge na svjetskom nivou, a poslujete u domaćim uslovima, u kojima razvoj poslovnog okruženja nije uvijek apsolutni prioritet.

Regulativni izazovi su takođe važni. Kompanija m:tel je dominantan telekom operator u BiH i, u regulativnom smislu je u nepovoljnijem položaju od brojnih alternativnih operatora. Takođe, uprkos spremnosti za primjenu 4G mobilne mreže i LTE tehnologije koju smo predstavili prvi u BiH i među prvima u regiji prije više od dvije godine, još uvijek čekamo zeleno svjetlo regulatora za njenu primjenu.

Marketing orijentacija je nešto što razlikuje uspješne i neuspješne kompanije. Šta je kompanija m:tel uradila da bi bila još bliže korisnicima?

Kontinuirano istražujemo mišljenja i stavove korisnika i, na naše zadovoljstvo, rezultati pokazuju da naš trud u tom segmentu ima pozitivne efekte. Upravo je kompanija m:tel, po mišljenju korisnika i nekorisnika naših usluga, najprisutniji telekom operator širom BiH.

Pored unapređenja i modernizacije svojih prodajnih mjesta koja su, u najvećim bh. gradovima, uređena po najsavremenijim svjetskim standardima funkcionalnosti i dizajna, neprestano širimo i posredničku mrežu podrške.

Bilo kroz direktnu m:tel prodajnu mrežu, bilo kroz indirektnu prodaju putem ovlaštenih posrednika, naše usluge su trenutno dostupne u preko 13.000 prodajnih mjesta širom BiH. Naše prodajno osoblje prolazi brojne stručne obuke iz oblasti usluga i poslovne komunikacije, kako bi uspješno

obavljalo ovaj zahtjevan posao. Od drugih nas izdvaja i činjenica da su upravo zaposleni u našoj prodaji jedini u BiH obučeni za pružanje informacija na znakovnom jeziku, što potvrđuje našu riješenost da vodimo računa i o licima sa posebnim potrebama, što smatram izuzetno humanim i bitnim.

Uparedo sa razvojem tradicionalne prodajne mreže, ulažemo mnogo i u razvoj elektronske trgovine. Prateći savremene trendove i znajući koliko danas svi imamo malo vremena za čekanje u redovima, kreirali smo novi, unaprijeđeni online shop na našoj korporativnoj internet stranici. Takođe, korisnicima omogućavamo online rezervacije najnovijih mobilnih uređaja.

Veliku pažnju posvećujemo i korisničkoj podršci koja je na raspolaganju 24 sata dnevno sedam dana u sedmici. Pored telefonske i lične podrške razvijamo i online podršku, imajući u vidu ekspanziju društvenih mreža, kao što je Facebook.

Danas je komunikacija važnija od svega. Na koji način m:tel komunicira?

Integrisana marketing komunikacija nam je jako bitna i ja sam siguran da su naši napori u tom segmentu primijećeni. Važna nam je strateška komunikacija sa svim ciljnim javnostima i trudimo se da u našim korisnicima, zaposlenima, akcionarima, medijima i široj javnosti, vidimo partnere za kreiranje ambijenta za dugoročan razvoj i obostrano zadovoljstvo.

Korisnici u nama mogu prepoznati partnera za dobru komunikaciju.

U protekle dvije godine, m:tel je osmislio i razvio sopstvene medije. Pored časopisa „m:agazin“ koji upravo čitate, kreirana je televizijska emisija „m:agazin“, kao i korporativni blog na adresi blog.mtel.ba. Wap portal Mondo je prerastao u web portal koji već godinu dana prati sve relevantne teme iz cijele BiH i vrlo često postaje kredibilan izvor informacija za druge medije. Dvosmjerna komunikacija je nešto što se u današnje vrijeme podrazumijeva, tako da m:tel prati trendove prisutnosti na društvenim mrežama. I po broju Facebook fanova koji prelazi zavidnih 242.374 na današnji dan, m:tel je mreža broj jedan u BiH.

Pored razvoja sopstvenih medija i prisustva na Facebook-u, Twitter-u, LinkedIn-u i Instagram-u, konstantno unapređujemo i korporativnu internet stranicu, koja je nedavno redizajnirana i funkcionalno unaprijeđena i koja je bitan izvor informacija, ali i online prodavnica.

Uspješnost u poslu podrazumijeva veliku poslovnu ambiciju i posvećenost. Kako je ranije najavljivano, kompanija m:tel je proširila svoje poslovanje unutar BiH, ali i van njenih granica. Kakvi su planovi u tom segmentu?

Unutar BiH m:tel je postao vlasnik kompanije „Logosoft“, kompanije koja će, po mom mišljenju, tek postići dobre rezultate na bh. tržištu. Korisnicima „Logosofta“ omogućićemo, prvenstveno, kvalitetna biznis rješenja putem LoGO!BIZ platforme IT i komunikacionih servisa za kompanije svih veličina i profila. Platforma omogućava korisnicima fokusiranje na njihovu primarnu poslovnu djelatnost, racionalizaciju troškova i besprijekornu integrisanu poslovnu komunikaciju. „Logosoft“ mnogo ulaže u razvoj sopstvenih IT rješenja i mobilnih aplikacija. Kroz sistem-integraciju, „Logosoft“ pruža i usluge savjetovanja, izrade idejnih rješenja i projekata, kako za mrežnu infrastrukturu, tako i za integrisana rješenja. Pored navedenog, korisnici „Logosofta“ mogu uživati u besplatnim razgovorima i bonusima u mobilnoj telefoniji, vrhunskoj IPTV platformi te kupovini uređaja, bijele tehnike i dodatne opreme.

Kupovina „Logosofta“ se desila kao rezultat ozbiljnih poslovnih analiza alternativnih operatora i kompanija m:tel kontinuirano razmatra dalje širenje u tom segmentu.

Rezultat biznis analize i činjenice da se mnogo naših ljudi nalazi u dijaspori, sa potrebom da što povoljnije komuniciraju sa ljudima u ovim krajevima, bilo je i širenje djelatnosti kompanije izvan granica BiH.

Prepoznavši potencijal austrijskog tržišta u tom smislu, kompanija m:tel je osnovala MVNO u Austriji. To je samo prvi korak u širenju kompanije na evropska tržišta sa najbrojnijom dijasporom. Pod sloganom „Bliže kući“, MVNO Mtel Austrija će korisnicima nuditi brojne pogodnosti kako bi oni zaista bili bliže svojim korijenima i ovim prostorima.

Kompanija m:tel je dobitnik brojnih priznanja iz domena društvene odgovornosti. Na koje društveno odgovorne akcije ste najponosniji?

Kompanija m:tel ulaže u sve segmente bh. društva - sport, kulturu, obrazovanje, humanitarne akcije, bolnice, dječije stvaralaštvo. Upravo zahvaljujući m:tel-u, održavaju se brojni kulturni događaji, opstaju brojni sportski klubovi i obnavljaju se bolnice.

Najsrećniji smo kada o našoj društvenoj odgovornosti govore drugi. Kada to govore učenici svih osnovnih škola kojima smo, u okviru projekta „Škole 2.0“, poklonili školske sajtove ili m:stipendisti koji upravo zahvaljujući nama primaju mjesečnu stipendiju do kraja studija.

Najsrećniji smo kada o našoj društvenoj odgovornosti govore drugi.

Nezahvalno je govoriti o sopstvenim dobrim djelima, niti ih je lako nabrojati, jer zaista je mnogo toga što činimo kako bismo unaprijedili društvo u kome poslujemo. Upravo „Dobro djelo“ je naziv još jednog društveno odgovornog projekta kreiranog sa ciljem promovisanja pozitivnih priča. Trenutno je na sajtu dobrodjelo.com upisano više od dvije stotine dobrih djela, pomoću kojih se ljudi dobrotom i humanošću takmiče da baš njihova opština na kraju godine dobije novo dječije igralište od kompanije m:tel.

Vozačima skrećemo pažnju na opreznu vožnju kampanjom „Ne kucaj da se ne bi zakucalo“ i tako dajemo doprinos smanjenju crnih statistika na našim ulicama. Nijedan poziv niti poruka nisu važniji od života, i mi se trudimo da svoje korisnike, ali i korisnike drugih mreža, podsjećamo i edukujemo o važnosti da budu pažljivi i savjesni.

Iako je naš primarni cilj omogućavanje dobre komunikacije među ljudima, srećni smo što će mnogima najčvršća veza sa kompanijom m:tel biti iskustvo igre na novom dječijem igralištu, iskustvo pozorišne predstave, muzejske postavke, vrhunskog koncerta koji smo sponzorirali, omiljenog kluba koji smo podržali, svjetskih manifestacija kojima smo bili vjetar u leđa.

Jer, upravo to je ono što ostaje iza nas.

HUAWEI P8

Moj Mix 70

1 KM

5.2" Full HD ekran

2GHz Octa-core procesor

64-bitna arhitektura

13MP glavna kamera

8MP prednja kamera

Vrhunski kvalitet izrade

6.4mm tanak



HUAWEI *Ascend Mate 7*

Moj Mix 70

1 KM



HUAWEI *Ascend P7*

Moj Mix 50

1 KM

MAŠTA OBOJENA SVJETLOM

Otkrijte novi Huawei P8, telefon čistih estetskih linija, vrhunske tehnologije i savršenog balansa između ljepote, komfora i funkcionalnosti, kao i fantastične Huawei P7 ili Huawei Mate 7 po odličnim cijenama.

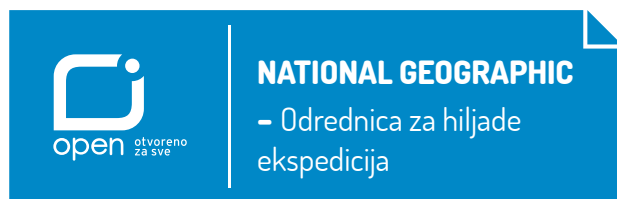


OPEN PREDSTAVLJA

NATIONAL GEOGRAPHIC

Priča o National Geographic-u počinje davnog 13. januara 1888. godine, kada se 33 geografa, istraživača, oficira, pravnika, meteorologa, kartografa i prirodnjaka okupilo u Vašingtonu sa ciljem stvaranja dogovora o organizovanju društva fokusiranog na širenje poznavanja geografije. Vođa ovog skupa bio je Gardiner Greene Hubbard, pravnik i filantrop, koji je kasnije izabran za predsjednika udruženja nazvanog National Geographic Society (National Geographic društvo).

PRIPREMILA: MILICA STOJAKOVIĆ



Oktobra iste godine pokrenut je prvi broj časopisa pod nazivom National Geographic. Tadašnji časopis nije ni malo ličio na ono šta mi danas imamo priliku listati. Tanko izdanje sa jednoličnim narandžastim koricama bilo je distribuisano među 200 potpisnika o osnivanju Društva. Prva prekretnica desila se u aprilu 1891. godine, kada je Društvo objavilo „Sažetak izvještaja o ekspediciji na planinu Sveti Elias” - prvi istraživački poduhvat Društva. Time su postavljene odrednice za hiljade ekspedicija i istraživanja koja su uslijedila u kasnijim godinama.



National Geographic društvo je vrlo brzo postala organizacija raširena u cijelom svijetu, a danas broji 10,5 miliona članova, od čega 20 posto predstavlja čitaoce izdanja na stranim jezicima. Uz izdavanje časopisa, gotovo od samih početaka, društvo je sponzorilo više



od 6000 ekspedicija i istraživačkih projekata, a neke od njih obuhvataju ekspedicije odlaska na Arktik ili projekat istraživanja šimpanzi.

Pod okriljem National Geographic društva djeluje veoma popularan TV kanal istoimenog naziva - National Geographic. Ovaj kanal je idealan spoj edukativnog i zabavnog sadržaja namijenjenog gotovo svim uzrastima. Na njemu možete pronaći interesantne i poučne emisije o putovanjima, istorijskim događajima, biljnom i životinjskom svijetu, naučnim eksperimentima. Kanal donosi mnogobrojne priče o ljudima, arheologiji i pustolovinama, a titlovan je i na naš jezik. U okviru osnovnog Open paketa potražite ga na poziciji 401.

National Geographic u okvirima svog djelovanja, na zvaničnom veb-sajtu i u štampanom izdanju magazina, objavljuje fotografije sa najljepšim prizorima iz cijelog svijeta. One su često edukativne i socijalno angažovane, na duhovit ili zabavan način bilježe neobične situacije, neočekivane odnose, specifične prostore... Društvo veoma često raspisuje foto-konkurse na najrazličitije teme, pa tako

svi ljubitelji fotografije, osim što imaju priliku uživati u izuzetnim foto-primjercima koji se objave, mogu i sami poslati svoje fotografije, učestvujući tako na nekom od konkursa i dobijajući mogućnost osvajanja primamljivih nagrada.

Ako ste i sami ljubitelj fotografije, u okviru Open ponude kompanije m:tel možete izabrati neke od vrhunskih Canon foto-aparata, uz čiju pomoć možete praviti profesionalne fotografije, koje se možda nađu i u izboru National Geographic-a.



Naša preporuka za vas je Canon EOS 100D. Ovaj izuzetni foto-aparat ima senzor od 18 megapiksela, pa omogućava stvaranje vrhunskih fotografija i video zapisa. Osim toga, ima i optičko tražilo i pruža mogućnost intuitivnog upravljanja pomoću ekrana osjetljivog na dodir. Potpuno je funkcionalan i brz, a ujedno dovoljno malen i lagan da ga možete nositi svuda sa sobom. Idealan za stalnog pratioca koji će vjerno bilježiti vaše životne trenutke.

Foto i video opremu iz Open ponude možete kupiti na 12 beskamatnih rata i bez dodatne dokumentacije, a uz besplatnu kućnu dostavu kupljena oprema na vašim vratima naći će se u roku od tri dana.

ZVIJEZDA PONUDE

Huawei P8

- vrhunac elegancije, besprijeorne izrade i dugotrajnosti

PRIPREMILA: ALEKSANDRA STOJANOVIĆ-LJUBOTINA

Huawei, vodeća svjetska IKT kompanija, predstavila je 15. aprila ove godine, u legendarnom londonskom Bilingsgejtu - poznatom centru umjetnosti i mode, pametni telefon Huawei P8 koji je savršen spoj tehnologije, elegantnog dizajna, funkcionalnosti i revolucionarnih performansi.

Uz umjetnost izrade, koja pomjera granice novih mogućnosti, i revolucionarnim „light painting“ režimima, Huawei P8 inspiriše korisnike na kreativnost i opravdano nosi epitet najboljeg uređaja P serije.

Elegantni detalji u završnoj izradi na modelu Huawei P8 podsjećaju na stranice tvrdog poveza knjiga, dok jednodijelno aluminijumsko kućište i precizna izrada naglašavaju teksturu metala.

Ekran je IPS-NEO matrice, dijagonale 5,2 inča i rezolucije 1080x1920 piksela (Full HD), zaštićen Gorilla Glass 3 staklom i gustine od 424 piksela po inču. Huawei P8 dolazi sa velikim brojem prethodno instaliranih tema i novim EMUI 3.1 dodatkom, koji prekriva Android Lollipop 5.0.2 operativni sistem.

Huawei P8 donosi inovativne performanse zvuka. U izrazito bučnom okruženju, korisnici mogu da povećaju jačinu tona do 58 % iznad uobičajenog nivoa. U vjetrovitom okruženju, telefon može da eliminiše 90 % zvuka vjetra pri korišćenju slušalice ili slušalice sa jednim mikrofonom. Osim toga, super hands-free funkcionalnost podržava visokokvalitetne



hands-free pozive na udaljenosti od 2 metra, dok ugrađeni nezavisni audio dekodirajući čipset omogućava dupliranje jačine zvuka istog kvaliteta.

Huawei P8 uveo je novu filozofiju dizajna kamere, koja predstavlja kombinaciju hardvera, softvera i sopstvenih algoritama, koji pomažu korisnicima pri pravljenju fotografija čak i u veoma lošim uslovima osvjetljenja. Vodeća tehnologija optičke stabilizacije slike u industriji do 1.2° omogućava pravljenje fotografija i video snimaka visokog kvaliteta, kao i kontrolu podrhtavanja kamere, kako bi fotografije zadržale željenu oštrinu. Prvi svjetski četvorbojni RGBW senzor poboljšava osvjetljenje za 32 % u uslovima visokog kontrasta i smanjuje ga za 78 % u uslovima lošeg osvjetljenja.

DUPLI DODIR EKRANA OMOGUĆAVA PRAVLJENJE FOTOGRAFIJA ŠIROKOG KADRA, A UKOLIKO NACRTATE KRUG NA EKRANU BRZO MOŽETE DA FOTOGRAFIŠETE SADRŽAJ KOJI SE NALAZI U NJEMU. DODATNA FUNKCIJA „SEARCH PHONE BY VOICE“ OMOGUĆAVA KORISNICIMA DA „POZOVU“ SVOJ PAMETNI TELEFON, KOJI ĆE IM SE „JAVITI“ PUTE M ZVUČNIKA.

Huawei P8 ima WiFi+ komponentu, koja omogućava najbrže WiFi surfovanje netom, uz povećanu stabilnost i kvalitet signala. Ona, takođe, samostalno isključuje i uključuje WiFi vezu na mjestima gdje taj signal prevazilazi mobilnu mrežu i pronalazi otključane sigurne mreže. Podržan je Dual SIM mod, sa Dual SIM 4G LTE podrškom, lakim preskakanjem sa jedne na drugu karticu, odnosno broj, i podrškom za rad sa protokom podataka na obje kartice u isto vrijeme. Huawei P8, zapravo, ima microSD slot za kartice do 128 GB memorije, ali se taj slot može koristiti i kao slot za kartice. Tu su, kao značajna prednost, i dvije antene za bolji prijem signala.

Knucle sense tehnologija omogućava da dvostrukim dodiranjem ekrana snimate fotografiju ili dio ekrana i pošaljete ga mejlom sebi, kolegi ili sliku podijelite na društvenim mrežama, kroz druge aplikacije koje su instalirane na telefonu.

U telefonu Huawei P8 „kuca“ HiSilicon Kirin 930, odnosno Kirin 935 64-bitni oktakor čipset, koji ima A53



Specifikacije:

- DIMENZIJE: 144 x 72 x 6.4 mm
- TEŽINA: 144 gr (5.08 oz.)
- Dual SIM (Nano-SIM, dual stand-by)
- OPERATIVNI SISTEM: Android 5.0.2, Lollipop, Emotion UI 3.1 od Huawei-ja
- PROCESOR: Quad-core 2 GHz Cortex-A53 & quad-core 1.5 GHz Cortex-A53
- GRAFIKA: Mali-T628 MP4
- MEMORIJA: RAM 3 GB, interna oko 16 GB, microSD do 128 GB
- KAMERE: poledinska 13 MPx, Full HD, OIS, RGBW + Image Processor; prednja 8 MPx, Full HD; obje sa do 30 fps snimanjem i svjetlosnim i drugim efektima, Dual tone LED blic
- EKTRAN: IPS NEO, 5,2 inča, 1.920 x 1.080 px, 424 ppi, Gorilla Glass 3

jezgra brzine 2.0 GHz i A53 jezgra brzine 1.5 GHz, što značajno šteti bateriju (koriste se jača jezgra samo kad je neophodno). Baterija je kapaciteta 2.680 mAh i Huawei tvrdi da će prosječno trajati 2,3 dana, odnosno jedan cijeli dan kada se koriste funkcije telefona do maksimuma.

Samo u m:tel-u ovaj telefon u crnoj ili bijeloj izvedbi može biti vaš po cijeni od 1 KM u tarifnom modelu Moj Mix 70.

FREND KUTAK

PROVEDITE LJETO SA PRIJATELJIMA

FREND

ljetne ponude

Prepaid tarifa, poznatija po svom nazivu FREND, je najlakši i najbrži način ulaska u svijet mobilne telefonije. Pitate se zašto?

PRIPREMILA: JELENA MAKSIMOVIĆ

Zato što se FREND broj može nabaviti u svim m:tel prodajnim mjestima, kao i kod ovlaštenih distributera širom BiH. Za kupovinu vam nije potreban nikakav ugovor, dovoljno je samo da kupljeni broj aktivirate i tako započnete svoju FREND avanturu.

Uz ovakav način komunikacije u potpunosti možete kontrolisati svoje troškove, pa se za ove tarife najčešće opredjeljuju đaci, studenti, penzioneri, osobe koje povremeno borave u BiH, ali i svi oni koji smatraju ovaj način jednostavnijim, jer je račun prepaid broja moguće dopuniti elektronskom dopunom, putem vaučera, putem postpaid i fiksnog broja.

Pored jednostavnog korišćenja i kontrole troškova, pobrinuli smo se da vam svakodnevno ponudimo i mnoštvo povoljnih opcija za jeftinije i duže razgovore, više SMS-ovanja i neograničeno surfovanje. U toku ljeta

uživaćete u bonusima na dopunu i do 100 %, promotivnim ponudama tarifnih opcija za neograničeno surfovanje, „Happy Hour“-u, noćnim razgovorima i još mnogo toga. Pa, vrijeme je da vam predstavimo nešto od toga.

Bonus od 100 % na kupljenu elektronsku dopunu dobiće svako ko do kraja avgusta kupi FREND startni paket po cijeni od 4 KM (sa PDV-om). Za svaki iznos elektronske dopune od 5 KM i više, u 90 dana od dana aktivacije, dobićete bonus na vašem bonus računu do 100 % od uplaćenog iznosa elektronske dopune. Dobijeni bonus možete koristiti sedam dana od dana kada aktivirate vaš startni FREND paket.

**PONUĐA
KOJA SE
NE ODBIJA!**

FRENDO

**Uživaj u tri
nove ponude!**

Aktiviraj nove FrenD ponude i uživaj u neograničenim razgovorima i SMS porukama, noću ili danju. Opusti se i uz Super net cijeli mjesec!

Sve cijene su sa PDV-om.
Opcije za dnevne i noćne neograničene razgovore i SMS poruke vane za pozive u fiksnoj mobilnoj mreži i SMS prema svim mrežama u BiH.

SUPER NET
30 dana, 1,5GB
za samo 5,5 KM
pozovi *103*9#
09-18 sati

LUDI PROVOD
neograničeni razgovori
i poruke vikendom* za
samo 2KM
pozovi *103*7#
*od petka 23h do subote 06h
i od subote 23h do nedjelje 06h

HAPPY HOUR
1 sat neograničenih
razgovora i poruka
dnevno* za samo 1KM
pozovi *103*1#
09-18 sati

www.mtel.ba
Facebook Twitter
Instagram YouTube

mitel www.mtel.ba

Ono šta će vas vjerovatno najviše obradovati je nova tarifna opcija za mobilni internet. U toku odmora sigurno želite da budete informisani o svemu. Zato vam je neophodan pristup internetu, a mi vam upravo to nudimo kroz tarifnu opciju Super Net, koja će vam biti na raspolaganju do kraja avgusta. Dovoljno je da pozivom besplatnog koda *103*9# kupite ovu tarifnu opciju po cijeni od 5,50 KM (sa PDV-om) i dobićete 1,5 GB mobilnog interneta sa trajanjem od 30 dana. Ova tarifna opcija dostupna je kako za FRENDO tako i za korisnike Kombinuj tarifa (Kombinuj Flex/Flat, Kombinuj Student Flex/Flat, Kombinuj Biz Flex/Flat).

Za neograničene razgovore i SMS-ovanje iskoristite „Happy Hour“ ponudu. Ova tarifna opcija dostupna vam je po cijeni od 1 KM (sa PDV-om) putem koda *103*1#. Za samo 1 KM možete razgovarati neograničeno unutar m:tel mobilne mreže ili slati SMS-ove prema svim mrežama u BiH u toku dana, i to u periodu od 15:00 do 16:00 časova. Kupljena tarifna opcija „Happy Hour“ traje

24 sata. Ova ponuda će takođe biti dostupna do kraja avgusta.

Ukoliko ipak preferirate noćne razgovore ili slanje SMS-ova tokom vikenda, prijateljima ili nekoj osobi koju ste upoznali u klubu, onda svakako morate isprobati tarifnu opciju „Ludi provod“ dostupnu putem koda *103*7#. Sa ovom tarifnom opcijom, namijenjenoj „noćnim pticama“, po cijeni od 2 KM (sa PDV-om) imate mogućnost neograničenih razgovora unutar m:tel mobilne mreže i slanje SMS-ova prema svim mrežama u BiH, i to petkom i subotom od 23:00 do 6:00 časova. Kupljena tarifna opcija vrijedi sedam dana i može se iskoristiti samo u navedenom periodu do kraja avgusta, kao i prethodne akcije.

Mnogo je razloga za kupovinu m:tel-ovog FRENDO paketa. Jer, pravi prijatelji su uvijek sa vama!

Za više informacija o aktuelnim FRENDO ponudama posjetite friend.mtel.ba.

m:i

Novi pametni uređaj - **kućna meteorološka stanica**

PIŠE: DARKO KOJIĆ

Danas su aplikacije za prognozu vremena „standardna oprema” svih pametnih telefona i teško je naći nekoga ko na svom telefonu ili tabletu nema takav servis. Ako vam ove aplikacije ipak nisu dovoljne, ili ste jednostavno zaljubljenik u meteorologiju, možda ćete željeti da imate svoju vlastitu kućnu meteorološku stanicu. Ukoliko ste, uz to, i vlasnik plastenika, voćnjaka ili vinskog podruma - precizna meteo-stanica vam može biti „najbolji prijatelj”.

Trenutno na tržištu postoji veliki izbor takvih uređaja, koji mogu da vam daju informacije iz vaše neposredne okoline. U zavisnosti od cijene, koja se kreće od nekoliko desetina pa do nekoliko stotina dolara, u svom domu možete dobijati direktne podatke o temperaturi, relativnoj vlažnosti vazduha, atmosferskom pritisku, a kod onih naprednijih i o količini padavina, smjeru i jačini vjetra, UV indeksu, insolaciji i sl. Većina tih kućnih stanica radi na principu vanjskog senzora, koji podatke prikazuje na odgovarajućem displeju sa kojim komunicira putem radio frekvencije. Tako vam se mjerni uređaj može nalaziti napolju, a da podatke očitavate u svojoj kući ili stanu.

Prije tri godine, francuska kompanija „NETATMO”, koja se bavi proizvodnjom visokosofisticiranih pametnih uređaja, odlučila se za novi proizvod baziran na upotrebi savremenih tehnologija. Na tržište je plasirala „Urban Weather Station”, kućnu meteorološku stanicu koja je bežičnom vezom povezana na internet, a mjerne podatke prikazuje putem aplikacije za pametne telefone ili tablete. Na ovaj način više niste ograničeni lokacijom displeja za provjeru podataka. Svi podaci su vam dostupni sa bilo kog mjesta gdje imate pristup internetu. Cijena osnovnog paketa, koji se sastoji od dva modula - vanjskog i unutrašnjeg, je 169 evra. Osim toga, posebno možete kupiti dodatni unutrašnji modul, modul za mjerenje količine padavina, a „NETATMO” je najavio za ovo ljeto i modul sa anemometrom (za mjerenje parametara vjetra).

Unutrašnji i vanjski modul su cilindričnog oblika i izrađeni su od aluminijuma i plastike, šta im daje elegantnu i minimalističku notu, tako da će se zgodno uklopiti gdje god da ih postavite u kući, dvorištu, na balkonu i sl.

Na unutrašnjem modulu se nalaze senzor za temperaturu, higrometar, barometar, sonometar - za mjerenje jačine buke, te mjerač koncentracije CO₂. Upravo posljednja dva senzora su nešto šta nije standardno u ostalim kućnim stanicama. I, dok bi mogli prilično raspravljati o (bes)korisnosti senzora buke, senzor za koncentraciju CO₂ može biti izuzetno koristan. Sistem (aplikacija) će vas obavijestiti o tome kada je u prostoriji dostignuta određena koncentracija ugljen-dioksida te vam preporučiti da eventualno provjetrite prostoriju. Napajanje unutrašnjeg modula je realizovano preko USB adaptera, a za povezivanje sa internetom potrebno je da imate dostupnu standardnu bežičnu mrežu WiFi 802.11 b/g/n. Unutrašnji modul, takođe, služi kao interfejs za prikupljanje podataka sa ostalih modula i jedini je direktno povezan na internet.

Vanjski modul se napaja sa 4h1.5ŠVČ AAA baterije, i kao sredstvo komunikacije sa unutrašnjim modulom koristi radio-frekvenciju. Za razliku od prvih verzija stanice, kada je ovaj modul bilo potrebno smjestiti na zaklonjeno i natkriveno mjesto, kako ne bi bio izložen direktnom suncu i kiši, noviji modeli su prevazišli ovaj problem koji je i bio jedna od tački osporavanja. Međutim, proizvođač i dalje preporučuje da se vanjski modul postavi u zaklonjeno mjesto, a sve kako bi mjerenja bila preciznija i otpornija na smetnje. Kako god, iz ličnog iskustva sam mogao da primijetim jedino da higrometru treba neko vrijeme da se „osuši” nakon kiše, odnosno da očitavanje vanjske vlažnosti vazduha počne da pada ispod 100 odsto, što ipak ne predstavlja značajniji problem.

Zajedno sa modulom dolazi i odgovarajući prateći pribor za montažu. Prema specifikaciji proizvođača, domet



vanjskog modula je do 100 metara, ali ovo može biti umanjeno ako se nalazite u urbanom području sa brojnim arhitektonskim preprekama.

Instalacija same stanice je vrlo jednostavna i ne traje duže od pet minuta. Potrebno je da unutrašnji modul USB kablom ili preko Bluetooth veze povežete sa računarom ili mobilnim telefonom te da na sajtu proizvođača registrujete stanicu i kreirate korisnički nalog. Pri tome se vrši automatska sinhronizacija stanice, kalibracija i ažuriranje firmvera, pa je za kratko vrijeme stanica spremna za rad, a vi možete početi da se zabavljate nizom podataka koje će server početi da prikuplja i grafički obrađuje.

Praćenje podataka je omogućeno putem logovanja u korisnički nalog preko internet pregledača, gdje osim toga možete i da administrirate stanicu, definišete obavještenja, dijelite podatke i sl. Veoma pregledan i informativan interfejs dodatno će učiniti zanimljivim pregled podataka, a moći ćete i da analizom napravite čitav niz zaključaka (npr. možete da provjerite kada je uključeno grijanje u stanu, do kada je trajalo i sl).

Pored internet pregledača, glavna prednost ove stanice je aplikacija za pametne uređaje. Preuzimanjem aplikacije, koja je dostupna za sva tri vodeća OS-a (Android 4+, iOS, Windows Phone 8.1), moći ćete na veoma pregledan način pratiti parametre sa stanice. Takođe, na svoj uređaj ćete dobijati i obavještenja o nekim ključnim događajima, kao što su npr. „vanjska temperatura ispod tri stepena“, „povećan nivo ugljen-dioksida u prostoriji“, „nagli pad atmosferskog pritiska - mogućnost olujnog nevremena“... Pored unaprijed definisanih obavještenja, u okviru naloga možete i sami da definišete svoja lična obavještenja.

Jedna od mojih glavnih zamjerki je to što proizvođač ne isporučuje samostalni displej uz stanicu, pa ako želite da imate prikaz u svojoj kući (npr. displej montiran na zid), moraćete da nabavite vlastiti tablet. Ovo jeste elegantno

rješenje, ali predstavlja dodatni trošak. Pored aplikacije za tablet, na „Google Play“ i „Windows Store“ marketu možete da preuzmete aplikaciju „Imperihome“, koja će vam omogućiti da sami kreirate izgled displeja, što mi se lično mnogo više dopada od „fabričkog rješenja“. Osim toga, stanica se može povezati i sa korisničkim nalogom na IFTTT, online servisom za kućnu automatizaciju.

„Urban Weather Station“ je, dakle, interesantan kućni gadžet za sve one koji žele da prate detaljnije lokalne vremenske uslove. Glavna primjedba kupaca je relativno visoka cijena stanice u poređenju sa klasičnim rješenjima. Međutim, ako uzmemo u obzir da uz nju dobijate i besplatnu aplikaciju sa podrškom te istorijski prikaz prikupljenih podataka, nešto viša cijena dobija svoje opravdanje. Korisnička podrška je dostupna - u mom slučaju, kada

sam utvrdio da se barometarska očitavanja na mojoj stanici razlikuju za 4 ŠmbarČ u odnosu na ostale izvore, prijavio sam problem putem tiketa na sajtu proizvođača. Ujutro sam dobio e-mail kojim me obavještavaju da su (daljinski) rekalisirali moju stanicu, što se moglo i provjeriti na grafikonu u mom korisničkom nalogu, gdje je bilo jasno vidljivo da je u 10.28 h vrijednost na barometru uvećana za 4 ŠmbarČ. Zgodno!

Osim mjernih podataka, u aplikaciji je dostupna i vremenska prognoza za naredne dane i stepen

zagađenosti vazduha sa izvorom zagađenja (nažalost, ovo nije rezultat mjerenja same stanice, nego se podaci prikazuju sa internet servisa „MeteoGroup“) te ocjenu unutrašnjeg komfora (formula zasnovana na osnovu kombinacije Buka/ Temperatura/Koncentracija CO2). Nakon što instalirate svoju stanicu, u podešavanjima možete odlučiti da li želite da osnovni podaci (vanjska temperatura, vlažnost, pritisak, lokacija) budu dostupni u mreži korisnika (<https://www.netatmo.com/en-US/weathermap>), kako bi i drugi mogli da vide navedene podatke za vašu lokaciju. Sa druge strane, ukoliko ipak želite da sakrijete svoju stanicu od javnosti, možete vrlo jednostavno isključiti ovu opciju.

ZA: Aplikativna podrška, preciznost, dizajn, jednostavna instalacija.

PROTIV: Cijena, nedostatak stacionarnog displeja za prikaz podataka.

m:i

Office365 & LOGO BIZ

- kompletan biznis u oblaku

PIŠE: DAMIR DIZDAREVIĆ

Investiranje u IT, posebno za manje i srednje kompanije, postaje sve veći problem. Inicijalna investicija u hardver je, iako jednokratna, uglavnom dosta velika, a na to se još nadovezuje trošak licenci, održavanja opreme, napajanja, hlađenja, back-up-a te obezbjeđivanja visoke dostupnosti.

Za kompanije sa ograničenim ili nikakvim IT budžetom, to nerijetko predstavlja nepremostivu prepreku, koja se najčešće prevazilazi na vrlo nepovoljne načine. Bilo da se radi o kupovini neadekvatne opreme, koja ne može isporučiti odgovarajući stepen sigurnosti i funkcionalnosti servisa, ili o izbjegavanju nabavke licenci (šta je, na žalost, i dalje čest slučaj), krajnji korisnik je uglavnom na gubitku, jer se umjesto fokusiranja na vlastiti posao i ono šta bi trebalo da mu donosi dobit, treba baviti IT-jem.

*Potreban
Vam je
licencirani
Office za
desktop?*

Iz ovih, ali i brojnih drugih razloga, danas se sve više kompanija, posebno početnika ili malih i srednjih sa do 150 uposlenika, odlučuju na korištenje nekog od „cloud” (eng. cloud - oblak) baziranih servisa, a sve kako bi obezbijedili one funkcionalnosti koje ne mogu obezbijediti lokalno, odnosno kako bi ostvarili značajne uštede. Jedan od najpoznatijih cloud servisa, upravo namijenjen zadovoljavanju najčešćih IT potreba kompanija raznih veličina, je i „Microsoft Office365”.

„Office365” je najrašireniji „cloud” servis koji dolazi iz Microsofta i omogućava jaku kolaboraciju alata namijenjenih za preduzeća svih veličina. „Office 365” udružuje moć „Office” desktop aplikacija sa poslovnim e-mailom, dijeljenim dokumentima, instant porukama, video i veb konferencijama („Exchange Online”, „SharePoint Online”, i „Lync Online”) u savremenu „cloud” cjelinu

podržanu od strane Microsofta i nekih od njegovih vodećih partnera.

„Office365” je pozicioniran kao set servisa koji su potrebni gotovo svakoj kompaniji, a koji su ranije bili dostupni isključivo kao lokalno instalirani servisi („Exchange Server”, „SharePoint Server”, „Lync Server”), što je zahtijevalo znatna ulaganja u licence, opremu i infrastrukturu. Kroz „Office365”, i obročni model otplate, korisnik dobija iz „clouda” sve te servise, sa jednakim (u nekim segmentima i većim) funkcionalnostima, ali bez ikakvog ulaganja u nabavku opreme, odnosno izgradnju lokalne IT infrastrukture. Dodatno, dobija mogućnost da legalno koristi, odnosno licencira Office aplikacije (Word, Excel, PowerPoint, Outlook,...) na desktop/laptop/tablet računarima koje koristi unutar svoje organizacije, što još dodatno smanjuje troškove za samu kompaniju. Na kraju, obzirom da se servisi hostiraju u „cloud”-u, korisnik je u cjelosti lišen potreba za održavanjem servisa, obezbjeđivanjem visoke dostupnosti te postupcima backupa/restore-a podataka.

Benefiti korištenja „Office365” su zbog svega navedenog zaista brojni. Pored činjenice da inicijalna investicija u IT infrastrukturu i opremu gotovo da i ne postoji, te da se servis plaća na mjesečnoj ili godišnjoj osnovi, korištenje „Office365” korisnicima daje vrlo poznate servise i aplikacije, bez ikakve potrebe za prilagođavanjem na neki novi sistem. Tako je vrijeme potrebno kako za implementaciju „Office365” sistema, tako i za početak njegovog korištenja zaista minimalno.

Sa budžetske strane, uštede su više nego očigledne. Posmatrajmo zato jedan vrlo egzaktni primjer na kojem se ovo može jasno vidjeti. Uzmimo kao uzorak kompaniju od 20 uposlenika, koja trenutno nema nikakav ili ima nezadovoljavajući hardver, a na kojem bi pokretala softver koji joj je potreban za rad. Takođe, pretpostavimo da kompanija nema na odgovarajući način riješeno pitanje licenci za osnovni softver (a to je najčešće upravo MS Office). Kompaniji su, za poslovanje, neophodni kolaborativni servisi poput „Exchange” servera (za e-mail), „Skype for Business” servera (za audio/video konferencing) te „Office” aplikacije za laptop/desktop računare, odnosno mobilne uređaje. Da bi se sve navedeno obezbijedilo lokalno, potrebno je napraviti makar minimalnu investiciju u hardver (bar dva servera uz prosječan sistem skladištenja i prateću opremu), što iznosi minimalno 20 000 KM. Pored toga, da bi navedeni servisi funkcionisali lokalno, potrebno je izdvojiti dodatnih oko 16 500 KM za licence (serverske i klijentske) na godišnjem nivou. Vrlo mali broj kompanija



ove veličine može sebi da priušti da, pogotovo na početku, napravi ovoliku investiciju koja čak i ne uključuje nabavku klijentskih laptop/desktop računara niti troškove poput internet veze, struje, backup opreme i sl.

S druge strane, nabavkom „Office365” seta usluga, gore navedenih 20 000 KM za opremu i 16 500 KM za licence se svodi na samo 6480 KM godišnje (kroz „Office365 Business Premium” model), za koje kompanija dobija sljedeće:

- „Exchange” bazirani poslovni e-mail (50 GB po mailboxu),
- „Skype for Business” server (npr. Lync server),
- „OneDrive for Business” (1 TB po korisniku),
- „SharePoint” team sites,
- „Yammer”,
- „Office Pro” za desktop/laptop/mobile platforme, po 5 licenci za svakog korisnika.

Praktično, funkcionalnost svih ključnih servisa za poslovanje jedne kompanije, kao i licence za klijentski „Of-

face" (u najnovijoj verziji, trenutno 2013) se obezbjeđuju bez inicijalne investicije u hardver, te uz mnogo povoljnije cijene za licence.

Office365 kroz LOGOBIZ

„Logosoft“ je, kao kompanija sa velikim iskustvom na području IT servisa generalno, prepoznao potrebe današnjeg tržišta, kao i probleme sa kojima se kompanije susreću pri realizaciji IT rješenja za podršku u poslovanju. Stoga je formulisana „LOGOBiz“ platforma, koja je namijenjena kompanijama svih veličina, a koja ima za primarni cilj da ponudi kompletan IT na jednom mjestu, uz budžet koji je prilagođen mogućnostima svake pojedinačne kompanije.

„LOGOBiz“ platforma za poslovne korisnike zamišljena je kao set objedinjenih servisa koji za cilj imaju da ponude sve IT i komunikacione usluge (poput internet linkova, fiksne i mobilne telefonije) kao i „Office365“ set usluga, na jednom mjestu. Time se želi pomoći kompanijama da se fokusiraju na svoju primarnu djelatnost i posao, a da pri tome imaju efikasan, pouzdan i sa troškovne strane optimiziran IT, koji će pomoći u efikasnosti, podići produktivnost a samim tim i donijeti bolje rezultate u poslovanju.

Sa budžetske strane, velika prednost „Office365“ rješenja kupljenog kroz „LOGOBiz“ platformu je u mjesečnom sistemu otplate, koji je, kroz odabir odgovarajuće licence, prilagođen karakteristikama korisnika. Umjesto fiksnog licencnog modela za on-premise rješenja, u slučaju „Office365“ platforme, model se u potpunosti prilagođava stvarnom stanju kod korisnika, pa se tako i troškovi svode na minimalne potrebne. Pored toga, korisnik može da računa na tehničku podršku u svakom momentu, te da ima obezbijeđenu asistenciju prilikom aktivacije „Office365“ servisa, kao i ostalih usluga iz „LogoBiz“ platforme.

Kao dodatni benefit za korisnike „Logosoft“ mobilne telefonije tu je i besplatan data saobraćaj sa mobilnih uređaja prema „Office365“ servisima. Na ovaj način želi se omogućiti da uposlenici budu u svakom pogledu mobilni i da svoj posao mogu obavljati sa uređaja po izboru, ne brinući pri tome o troškovima generisanim za data saobraćaj koji se uspostavlja prema „Office365“ servisima.

Kombinovanjem „Office365“ usluge u „LOGOBiz“ paketu, sa ostalim servisima iz „LOGOBiz“ ponude (internet link, VPN, fiksna ili mobilna telefonija), ostvaruju se i dodatne uštede po osnovu ostalih usluga, čime se kompletan IT i troškovi vezani za IT servise maksimalno optimiziraju.

SVE ZA VAŠ BIZNIS NA JEDNOM MJESTU

Poslujte sigurno i lako uz manje troškove

Izgradite Vaš IT na LoGO! BIZ platformi i na jednom mjestu ćete dobiti:

- Brz i pouzdan Internet link
- Razgovore u mobilnoj i fiksnoj telefoniji za 0 KM unutar Vaše grupe
- Office365 rješenje licenciranih serverskih i kancelarijskih alata
- Vrhunsku IT podršku
- Pristup podacima sa bilo kog mjesta i bilo kog uređaja
- Windows telefone i tablete

LOGOSOFT i MICROSOFT garancija za kvalitet

Više informacija na www.lol.ba.

Život i priključenija u virtuelnoj stvarnosti

PIŠE: DARKO BAJIĆ

Prije neki dan zvoni mi na vrata komšijin mali. Momčić pruži papir i olovku i reče: „Poslao me tata da mi date šifru za bežični internet, treba mi da igram igrice“. Pošto je vidio moj zbunjeno pogled, dodao je: „Tata se istrošio za novi računar, a vidjeli smo da imate mrežu. Kaže da ne budete škrtica, pa će lijepo pričati o vama kada vas bude ogovarao sa drugim komšijama“.

Nervozno sam uzdahnuo, pa mu nažvrljah šifru. „Znate ja obožavam igrice, volio bih kada bih mogao uskočiti u neku od njih“ - reče mali. „Stvarno?“ - upitah ga. „Pa u stvari i možeš, potreban ti je samo jedan specijalni uređaj i biće kao da se nalaziš u svijetu igrice“.

Objasnio sam mu šta je virtuelna realnost i da će uskoro biti u prodaji posebna oprema za korisnike. Oči su mu zasijale, pa sam rekao da ću mu odštampati nekoliko strana o tome i da ih obavezno pokaže ocu. Jeste skupo, ali dječija sreća nema cijenu.

Dakle, šta je zapravo virtuelna stvarnost (Virtual Reality - VR) i šta će ona novo donijeti?

VR je kompjuterski simulirano fizičko prisustvo u digitalnom svijetu, koji može biti predstavljen kao stvarni svijet, a može biti i neki potpuno imaginarni. Uređaj sa slušalicama i displejem postavlja se na glavu, odvaja igrača od stvarnog svijeta, a igrice, u kojoj se mogu posmatrati stvari iz bilo kojeg ugla, se dešava svuda oko njega.

Takođe, postoji i termin „proširena stvarnost“ (augmented reality - AR) koji predstavlja pogled na stvarno okruženje koje ima softverski ubačene dodatke. Tako, na primjer, gledate oko sebe, a vidite i objekte koji zapravo ne postoje, dodatnu grafiku ili video.

Sa aspekta IT novotarija, VR je nešto o čemu se dosta priča i u čiju se tehnologiju trenutno dosta ulaže. Cilj VR-a je da i audio i vizuelno stvori što veću uvjerljivost virtuelnog svijeta. Prema mišljenju stručnjaka, uticaj virtuelne realnosti na tehnologiju biće ogroman. To se neće desiti odmah, ali za sljedećih 5 ili 10 godina provodićemo se i raditi u digitalno uzbudljivim svjetovima. Za početak, VR će se najviše pojaviti u industriji igrice i filmovima, a zatim se očekuje i „invazija“ u obrazovanju, zdravstvu, grafičkom dizajnu i mnogim drugim oblastima. Trenutno nema mnogo razvijenih aplikacija za VR, ali će se njihov broj mnogostruko povećati sa masovnom prodajom uređaja korisnicima, koja je predviđena za narednu godinu.

U sklopu dugoročne strategije za društvene mreže, „Facebook“ je kupio „Oculus VR“, jednu od najpoznatijih firmi za VR tehnologiju, sa namjerom da se fokusira na nove platforme koje dolaze, a sve kako bi omogućili jači lični doživljaj, više zabave i koristi za svoje korisnike. „Oculus ima šansu da kreira najdrušteniju mrežu ikada i da promijeni način na koji radimo, igramo se i komuniciramo.“ - rekao je Mark Zuckerberg u svome govoru. „Oculus VR“ je nedavno prvi put javno prikazao opremu za virtuelnu realnost, koju su nazvali „Oculus Rift Crescent Bay“.

„Microsoft“ takođe ima planove za buduće igrice za „XBOX“ i razvio je „HoloLens“ platformu. „HoloLens“ je uređaj za proširenu stvarnost, ali može da uradi neke trikove kao i „Oculus“. Na primjer, sa „HoloLens“ je moguće igrati popularnu igricu „Minecraft“ i u vlastitoj sobi ili istraživati planetu Mars.

Početak juna ove godine biće objavljeni pobjednici „Oculus VR Jam“ takmičenja za 2015. godinu, a već se govori o projektu „Elysium“ koji je učesnik. Zamišljen je kao VR aplikacija koja „spaja“ ljude sa njima bliskim preminulim osobama. Ne radi se naravno o prizivanju duhova, već o tome da se za života na digitalne modele prenese što više ljudskih karakteristika (mimika, kretanje, glas...) i uspomena, koje će kasnije biti prikazane u odgovarajućem okruženju.

Marketinška grupa „Digi-Capital“ predviđa da će 2020. godine dobit od softvera za VR i proširenu stvarnost biti oko 150 milijardi dolara, a to je podatak značajan za sve velike kompanije.

Teško je predvidjeti kako će izgledati svijet ako virtuelna realnost bude imala veliki uticaj. Da li će stvarnost izgubiti na značaju? Možda će kompanije smanjiti potrebu za skupim fizičkim prostorom - stavićemo VR uređaj i ići u virtuelne kancelarije. Prisutnost na društvenim mrežama će biti na višem nivou, družićemo se u VR mjestima, na online koncertima, a ljudski odnosi biće komplikovaniji.

Svidjel se nama to ili ne, VR je dio digitalne budućnosti. Koliko je takva budućnost stvarna? Zaključak možemo izvući iz poznatog citata iz filma Matriks - „Šta je stvarnost? Kako definišemo stvarnost? Ako govoriš o onome šta možeš čuti, onome šta možeš omirisati, okusiti i osjetiti onda stvarnost nije ništa drugo nego električni signali koje ti mozak tumači.“



PIŠE: ALEKSANDRA ŠOBIĆ

Sponzorisanje kulture, kompanije svrstava među one odgovorne i savjesne, a društvo pomijera stepenicu više na putu izgradnje kulturnog nasljeđa. Ono šta su nekada bile mecene, danas su rijetke odgovorne kompanije koje pomažu održavanju kulturnog života jednog podneblja. Značaj ulaganja u kulturu još je veći ukoliko je riječ o društvima koja nisu bogata, pa finansiranje kulture vrlo često gubi bitku pred drugim resorima i ne nalazi se na listi prioriteta.

Svjesna svega toga, kompanija m:tel ulaže u važne kulturne projekte, obogaćujući pri tome život svojih korisnika i gradeći čvrsta prijateljstva sa respektabilnim kulturnim ustanovama. Ovoga puta izdvajamo podršku Teatar festu „Petar Kočić“, Evropskoj Noći muzeja, Danima Vlade S. Miloševića i Prvoj baletskoj školi u Banjoj Luci.

POZORIŠNA MAGIJA

Važan datum na regionalnom kulturnom kalendaru bio je 17. maj 2015. godine - dan kada je, pod generalnim sponzorstvom kompanije m:tel, u Banjoj Luci svečano otvoren Teatar fest „Petar Kočić“.

Festival je i ove godine, zahvaljujući domaćinima i organizatorima - Narodnom pozorištu Republike Srpske, u periodu od 17. do 25. maja ugostio velike pozorišne kuće iz regije. Narodno pozorište Sarajevo, Narodno pozorište u Prištini - Srpska drama, Kruševačko pozorište/Narodno pozorište Sombor, Satiričko kazalište Kerempuh iz Zagreba, Narodno pozorište u Beogradu, Pozorište mladih Novi Sad i Narodno pozorište Kikinda, dali su svojim predstavama doprinos pozorišnoj magiji koja se i ove godine odigrala pred banjalučkom teatarskom publikom.

Na samom kraju festivala, koji su začiniili zvuci „Džez poezi kabarea“, stručni žiri je rekao svoje. Najboljim ostvarenjima proglašene su predstave „Doktor Nušić“ Kruševačkog pozorišta i Narodnog pozorišta Sombor i „Kauboji“ Narodnog pozorišta Kikinda, obje u režiji Kokana Mladenovića, koji je ujedno i nagrađen za najboljeg režisera festivala. Najbolji glumac je Aleksandar Mihailović za lik Dobrivoja u predstavi „Hotel Kosovo“, dok je nagrada za najbolju žensku ulogu pripala Hani Selimović za ulogu Cmilje u predstavi „Čudo u Šarganu“.

NOĆ U KOJOJ SU SVI POHITALI U MUZEJE

Banja Luka je 16. maja postala dio evropske mape kulturnih gradova koji obilježavaju „Noć muzeja“. Važnost događaja prepoznala je i kompanija m:tel, koja je podržala dešavanja organizovana u i ispred Muzeja savremene umjetnosti Republike Srpske (MSURS).

Iako je padala kiša, ispred MSURS se već od 21 čas okupio veliki broj ljudi koji su uživali u multimedijalnom doživljaju za sve generacije - video mappingu „Laboratorija svjetla“, putem kojeg su domaći umjetnici na nsvakidašnji način predstavili borbu svjetla i tame. Pored toga, posjetioci su uživali u izložbi „Prigušena egzistencija“, DJ setu Kawiari Manguere i muzičkom performansu grupe Sopot.

Ljubitelji fotografije i tehnologije imali su priliku da slanjem fotografije sa „Noći muzeja“ osvoje pravo malo umjetničko djelo u svijetu telefona - telefon Huawei P8 obezbijeđen od strane kompanije m:tel.



KOMUNIKACIJA PLESOM I MUZIKOM

Jean-Georges Noverre, francuski plesač i majstor baleta, rođen je 29. aprila davne 1727. godine, a upravo njegov rođendan se od 1982. godine širom svijeta obilježava kao Međunarodni dan baleta. Od ove godine, a zahvaljujući kompaniji m:tel, taj dan je obilježen u Banjoj Luci organizacijom baletske večeri u Narodnom pozorištu Republike Srpske. Ovo je bila ujedno i prilika da se predstavi „Prva baletska škola“, koja je prva obrazovna ustanova ovog tipa u Republici Srpskoj.

Klasični balet je osnova za sve druge vrste plesa, a zahvaljujući podršci kompanije m:tel, koja je pomogla osnivanju ove škole, dječaci i djevojčice će imati priliku da razviju svoje baletske talente i pokažu svoje baletsko umijeće. Prve baletske korake učiče od primabalerine Dijane Kozarski, vanredne profesorke na Akademiji primenjenih umetnosti u Novom Sadu, koja je od sada i nastavnica klasičnog baleta u ovoj školi.

U aprilu su mogli uživati i ljubitelji klasične muzike i to kroz brojne koncerte u okviru manifestacije koja nosi ime čuvenog akademika, kompozitora i pedagoga Vlade S. Miloševića. Dani Vlade S. Miloševića su već šesnaesti put zaredom organizovani od strane Akademije umjetnosti u Banjaluci, kojoj je, na radost ljubitelja muzike koja oplemenjuje, i ovoga puta pružena ruka podrške kompanije m:tel.

RETROSPEKTIVU KULTURNIH DEŠAVANJA KOJA SU SE DESILA ZAHVALJUJUĆI KOMPANIJI M:TEL ZAVRŠAVAMO MIŠLJU ALBERA KAMIJA, KOJI JE REKAO DA JE STVARNOST BEZ KULTURE DŽUNGLA, A KULTURNA BAŠTINA JEDINI STVARNI POKLON ZA BUDUĆNOST. NADAMO SE DA ĆE PRIMJER KOMPANIJE M:TEL SLIJEDITI I BROJNE DRUGE KOMPANIJE SVJESNE VAŽNOSTI OVAKVOG POKLANJANJA.

Podrška za **humanost**

Svjesni važnosti brige o najmlađim i najranjivijim članovima društva, u kompaniji m:tel nastojimo podržati što veći broj aktivnosti i udruženja koje za cilj imaju pomoć i podršku osjetljivim socijalnim grupama. Poslujući društveno odgovorno, kompanija m:tel podržava brojne projekte namijenjene djeci i vodi računa da njihovo odrastanje bude što bezbrižnije.

PIŠE: MILICA STOJAKOVIĆ

Plava boja - boja prijateljstva sa osobama sa autizmom

Brojnim prijateljstvima sa udruženjima, centrima i aktivistima koji se bave ljudskim pravima, kompanija m:tel je pridružila i prijateljstvo sa udruženjem građana Centar za edukaciju „Tvoja riječ“, organizatorom ovogodišnje manifestacije obilježavanja Međunarodnog dana osoba sa autizmom. Ovaj dan uspostavljen je 2007. godine kao doprinos poštovanja dostojanstva i ostvarenja prava osoba sa autizmom. Ove godine, povodom Svjetskog dana osoba sa autizmom, udruženje „Tvoja riječ“ organizovalo je petodnevni projekat sa nizom aktivnosti, poput održavanja javne tribine „Otvorena vrata“, prezentacije o autizmu, kreativnih radionica, kutka za roditelje, dijagnostika - stručni tretmani u cilju rane intervencije, kao i veliki koncert pod nazivom „Autizam govori srcem“, koji je održan 2. aprila 2015. godine u Muzičkom paviljonu „Staklenac“ u Banjoj Luci, na sami dan obilježavanja Dana osoba sa autizmom.

Prijateljska podrška za mališane sa Daunovim sindromom

Kompanija m:tel je i ove godine podržala Dječiji edukativni centar „Svjetlice“ prilikom obilježavanja Međunarodnog dana osoba sa Daunovim sindromom. Ovaj dan

se obilježava 21. marta desetu godinu zaredom (od 2006. godine), sa ciljem da se poveća svijest o djeci, ali i porodicama onih koji se susreću sa ovim sindromom, kao i sa ciljem da se predstave njihove mogućnosti i pruži prilika da ravnopravno učestvuju u društvu.

Na manifestaciji, koja je ovim povodom održana 21. marta u Banjoj Luci, predstavnici kompanije m:tel su primili zahvalnicu za pomoć i podršku centru „Svjetlice“,





čime je potvrđeno da su društveno odgovorni ciljevi kompanije upravo pomoć i podrška onima kojima je pomoć najpotrebnija.

Plavi telefon - savjetodavna linija za djecu žrtve nasilja

U cilju pružanja podrške i psihološkog savjetovanja djeci koja su žrtve nasilja, koja imaju problem u odnosima sa prijateljima ili roditeljima, ili im je potreban savjet u situaciji u kojoj ne znaju kako da reaguju, udruženje „Nova generacija“ je pokrenulo anonimnu savjetodavnu liniju pod nazivom „Plavi telefon“. Broj „Plavog telefona“ je 080 05 03 05. Prepoznavši značaj ovakvog projekta, kompanija m:tel je pružila podršku omogućavajući besplatne pozive iz cijele BiH, iz svih fiksnih i mobilnih mreža, što do sada nije bilo moguće.

„Povjerenje djece nam je od velikog značaja te smo uz pomoć kompanije m:tel uspostavili automatsku sekretaricu koja djecu obavještava o radnom vremenu linije kada dijete pozove izvan radnog vremena. Plavi telefon trenutno radi osam sati dnevno, od 9 do 17 časova, svakog radnog dana. Na Plavom telefonu volontiraju edukovani studenti psihologije, pedagogije i socijalnog rada, a pokrenuli smo i internet stranicu u okviru koje je aktivno i e-mail savjetovanje“, istakla je Maša Mirković, direktorica Udruženja „Nova generacija“.

Plavi telefon trenutno radi osam sati dnevno, od 9 do 17 časova.

Ono šta je veoma važno je da poziv na „Plavi telefon“ ne ostaje samo na savjetovanju. Volonteri vrše evidenciju poziva i, ukoliko je potrebno, obavještavaju stručne službe Centra za socijalni rad, kojima se prijavljuje nasilje.

Umjetnost za humanost

Udruženju roditelja djece oboljele od malignih bolesti „Iskra“ smo pružili podršku kroz realizaciju izložbe pod nazivom „Umjetnost za humanost“, koja je za cilj imala da prikupi sredstva za djecu oboljelu od malignih bolesti, ali i da poveća svijest i ukaže na probleme sa kojima se ovi mališani i njihove porodice susreću.

Svoja umjetnička djela nesebično su donirali profesori i studenti likovnih umjetnosti sa banjalučke Akademije umjetnosti, te brojni bh. slikari, a svi ljubitelji umjetnosti i ljudi humanog srca su imali priliku pogledati, ali i kupiti više od 50 umjetničkih djela.

Podrška ovoj izložbi je mali doprinos ka boljim uslovima života i liječenju mališana oboljelih od malignih bolesti, pa stoga podrška kompanije m:tel za njih nije bila upitna. Nadamo se da ćemo ovom izložbom svi zajedno doprinijeti skupljanju sredstava i povećanju svijest o problemima sa kojima se susreću oboljela djeca i njihove porodice.



PIŠE: STAŠA NIKODINOVIĆ

„Dobro djelo“ je još jedna u nizu velikih društveno odgovornih akcija kompanije m:tel, koja ovaj put ima za cilj da na jednom mjestu – u online svijetu – okupi sva dobra djela pojedinaca i opština širom Bosne i Hercegovine. Svako dobro djelo se računa, bilo ono malo ili veliko, a na kraju ove akcije opština sa najvećim brojem prijavljenih dobrih dijela će dobiti na poklon dječije igralište namijenjeno budućim generacijama. Dakle, sve u svemu, riječ je o jednoj akciji koja donosi mnogo sreće svim učesnicima, ali i koristi pobjednicima.

Iako je, kao što smo gore već napomenuli, svako dobro djelo važno, određene nesebične akcije pojedinaca i organizacija posebno su se istakle tokom prethodnih mjeseci. Jedna od njih je svakako akcija „Neka mladost uljepša starost“, koja je na najbolji način pokazala koliko mlađe i starije generacije mogu naučiti jedne od drugih. Učenici srednje škole „Jovan Dučić“ iz Kneževa su već treću godinu zaredom organizovali posjetu Domu za negu starijih lica, gdje su za penzionere organizovali zabavni program i na taj način im značajno uljepšali praznične dane.

Koliki je tačno značaj očuvanja domaćih šumskih resursa najbolje znaju studenti sa Šumarskog fakulteta u Banjoj Luci, koji su u saradnji sa „Šumskim gazdinstvom Gradiška“ sproveli veliku akciju pošumljavanja na južnom području opštine Prnjavor. Ovo područje je u velikoj mjeri bilo uništeno za vrijeme velikog požara koji se dogodio 2012. godine, a

tokom dvodnevne akcije sprovedeno je pošumljavanje pet hektara površine i zasađeno je 5500 sadnica.

Proljeće je bilo u znaku brojnih akcija posvećenih podizanju svijesti o značaju očuvanja prirodne okoline. Jedna od njih je bila i akcija „Sačuvajmo rijeku Sanu“, koju je „Koalicija za zaštitu rijeke Sane“ organizovala povodom Svjetskog dana voda koji se obilježava 22. marta. Ovom prilikom održano je mirno okupljanje na mjestu izgradnje male hidroelektrane „Medna“ u Donjim Vrbljanima, koje je odabrano uprkos činjenici da je gornji tok rijeke Sane proglašen za park prirode, a njeni izvori se nalaze pod strogim režimom zaštite zbog velike vrijednosti za Republiku Srpsku.

I udruženje „Božje kraljevstvo planete Zemlje arka“ iz Bihaća pridružilo se nizu prolječnih ekoloških inicijativa i to svojom velikom akcijom čišćenja područja Vejzovac. Tokom akcije volonteri su očistili veliku količinu plastičnih kesa, boca i druge vrste smeća koje već dugi niz godina zagađuje ovo prirodno stanište mnogih životinjskih i biljnih vrsta. Volonteri ove nevladine organizacije organizuju i niz predavanja i edukacija sa ciljem podizanja građanske svijesti o ekološkim temama.

Listu svih do sada prijavljenih dobrih djela možete pronaći na službenom veb-sajtu projekta (www.dobrodjelo.com), a sva ona su predstavljena i na interaktivnoj mapi Bosne i Hercegovine.

Vrući maj obilježili „Vrući prsti“

PIŠE: SAVO DRAKULIĆ

Peti mjesec definitivno je bio u znaku SMS poruka, bar kada govorimo o osam gradova širom BiH u kojima se održavalo veliko takmičenje „Vrući prsti“. Ovo nadmetanje u brzom kucanju SMS-ova po drugi put organizovale su kompanije m:tel i LG. Koliko je interesovanje vladalo za „Vruće prste“ govori i podatak da je u ovoj neobičnoj borbi tastaturama pametnih telefona učestvovalo ukupno 170 takmičara.

Zanimljivo SMS putovanje je započelo 11. maja prekvalifikacijama u Tuzli, a u svakom od narednih dana tim kompanije m:tel je posjetio po jedan od osam gradova, među kojima su se našli i Brčko, Doboju, Sarajevo, Bijeljina, Mostar, Trebinje i Banja Luka.

Nakon obilaska navedenih gradova i kratke pauze, u Banjoj Luci je 23. maja upriličeno i veliko finalno takmičenje, na kojem su učestvovali najbolji iz prethodno pobrojanih gradova: Alma Šehović (Tuzla), Ljiljana Ristić (Brčko), Almer Vatreš (Sarajevo), Milica Pustivuk (Bijeljina), Tamara Samardžić (Trebinje) te Dijana Smiljanić (Banja Luka), dok je drugoplasirani Adel Imeri (Doboj) zamijenio sugrađanina Marka Đurića, koji je bio spriječen da dođe u Banju Luku. Nažalost, prva tri takmičara iz Mostara bila su spriječena da, zbog određenih privatnih razloga, učestvuju u finalu.

Kako i priliči velikom finalu, sistem takmičenja je bio posebno osmišljen, a kategorije u kojima su se takmičari borili

nisu ni izbliza bile lagane kao u pretkvalifikacijama. Prva igra imala je za cilj da pokaže intuitivnost SMS kucača, pa su zadate poruke takmičari morali kuckati zatvorenih očiju ili gledajući ispred sebe. S obzirom na težinu zadatka, a po završetku istog, salve smijeha, kako publike, tako i sudija i takmičara, bile su zagarantovane. U ovoj kategoriji briljirala je Milica iz Bijeljine sa „čak“ četiri ispravno otkucane riječi, a tik iza nje našao se Adel iz Doboja.

Druga igra zahtijevala je punu koncentraciju takmičara, jer su tokom kuckanja bili ometani od strane voditelja, a Milica je ponovo imala najviše uspjeha i poruku ispisala brže od ostalih.

Završna kategorija je podrazumijevala da takmičari zadate poruke kuckaju u hodu, a Milica je i po posljednji put pokazala nadmoć nad ostalim protivnicima te tako postala ultimativna pobjednica finalnog takmičenja „Vrući prsti“.

„Društvo je bilo zaista fantastično i definitivno preporučujem svima da se prijave na naredno takmičenje u brzom kucanju SMS-ova“, kazala je Milica i dodala da je prezadovoljna telefonom LG G3 S, koji je osvojila kao nagradu.

Kaže da je u početku željela da provjeri svoju brzinu kuckanja, ali i da ne bi bila u potpunosti iskrena kada ne bi priznala da je u podsvijesti željela da dobije fantastični LG G3 S.

„Prvenstveno, trema je bila sve vrijeme prisutna što je otežavalo takmičenje. Po meni, najteže je bilo kuckanje zatvorenih očiju“, ističe Milica.

Za drugo, odnosno treće mjesto, odvijala se borba između Sarajlije Almera Vatreša i Dobojlje Adela Imerija, a takmičar iz Doboja je ipak bio brži, te postao vicešampion takmičenja „Vrući prsti“. „Iako sam završio na drugom mjestu veoma sam zadovoljan plasmanom, a naravno i nagradom“, kazao je Adel, koji je osvojio pametni telefon LG L80, dok je Almer za treće mjesto nagrađen telefonom LG L40.

Takođe, sve finaliste takmičenja „Vrući prsti“ m:tel i LG su nagradili bluetooth slušalicama „LG Click&Talk“, tako da slobodno možemo reći da gubitnika na ovom takmičenju u svakom pogledu nije bilo!



m:tel podržao značajne sportske manifestacije

Kompanija m:tel podržala je nekoliko sportskih klubova i sportskih manifestacija, koje su održane u Republici Srpskoj i tako doprinijela afirmaciji sporta i njegovanju sportskog duha i tolerancije u različitim sportskim disciplinama.

PIŠE: PREDRAG LAKETA

A firmišući društveno odgovorno poslovanje, m:tel se pridružio porodici svjetskih kompanija, koje su podržale najzdravije tkivo jednog društva - sport, koji sa sobom nosi afirmaciju pravih vrijednosti u jednom društvu, a to su zdrav duh i njegovanje kvalitetnih međuljudskih odnosa.

Krenimo redom...

Pobjednik prvog banjalučkog polumaratona "m:tel City Race Banjaluka 2015" u muškoj kategoriji je Mozes Komon iz Kenije, dok je u ženskoj kategoriji Kenijka Agnes Čebet prva istrčala stazu dugu 21 kilometar. Komon je trku završio za jedan čas, pet minuta i 33 sekunde, dok su drugo, odnosno treće mjesto osvojili njegovi sunarodnici Henri Kimboi i Džejms Muria. Đorđe Mišić, izvršni direktor za marketing i prodaju m:tel-a, koji je dao znak za početak trke je istakao

da je ponosan što predstavlja kompaniju koja se upisala na sve mape u svojoj oblasti i da je ovo samo početak saradnje m:tela i organizatora na promociji ovako značajnog događaja. Organizatori prvog banjalučkog polumaratona "m:tel City Race Banjaluka 2015" su istakli da nisu očekivali tako veliki broj učesnika na trci, obzirom da se u Banjaluci organizuje

prvi put, a učesnici su stigli iz Srbije, Hrvatske, Makedonije, Crne Gore, Italije, Francuske, Rusije, Kenije, Mađarske, SAD i drugih zemalja.

Takođe, u Banjaluku je 19. aprila ove godine stiglo više od 230 biciklista iz 30 država, koji su učestvovali u Međunarodnoj biciklističkoj trci Beograd - Banjaluka. Pobjednik etape od Teslića do Banjaluke bio je Slovenac Andi Bajc, drugo mjesto je osvojio Lukas Postl Bergera iz Austrije, dok

je treći bio Ivan Stević iz Srbije. Milica Stojaković, portparol kompanije m:tel, uručila je poseban poklon pobjedniku trke Andiju Bajcu, kao podršku m:tel-a najboljima. Ova biciklistička trka veoma je značajna za promociju Republike Srpske na međunarodnoj sceni, jer je svrstana u zvanični biciklistički kalendar. Trka Beograd - Banjaluka nalazi se u kalendaru Svjetske biciklističke federacije i boduje se za svjetsku

rang-listu, a bodovi se skupljaju za Olimpijske igre u Rijju. Domaćini su se zahvalili na podršci Vladi Republike Srpske, gradu Banjaluka i sponzorima na čelu sa kompanijom m:tel. Inače, kompanija m:tel je podržala ovu sportsku manifestaciju i već dugi niz godina podržava rad mnogih sportskih klubova, takmičenja i turnira.

Zdrav duh i
njegovanje kvalitetnih
međuljudskih odnosa.

“Nadamo se da će se ovo prijateljstvo nastaviti. Zadovoljni smo što je manifestacija uspjela i drago nam je da kao kompanija možemo doprinijeti promociji sporta, zdravog života i pravih društvenih vrijednosti”, kazali su iz m:tel.

Muška reprezentacija Češke 1 i ženski tim Velike Britanije pobjednici su Evropskog prvenstva u raftingu “Banjaluka - Vrbas 2015”, koje je održano u Banjaluci.

Prva posada Češke osvojila je ukupno 859 bodova, drugo mjesto zauzela je Češka 2 sa 826, a treća je Slovenija sa 799. BiH je u konačnom poretku završila kao četvrta sa 764 boda. U ženskoj konkurenciji Britanke su osvojile 877 bodova ispred Rusije sa 851 i Italije sa 843 boda. Bh. dame su zauzele posljednje, 10. mjesto sa 549 bodova. Organizacijom takmičenja prezadovoljni su i u Svjetskoj rafting federaciji.

Darko Savić, kajakaš banjalučkog Vrbasa, i Luka Žganjar, kanuista Ljubljane, bili su najuspješniji seniori na Otvorenom prvenstvu BiH u kajaku i kanuu na divljim vodama “Banjaluka 2015”, koje je održano krajem aprila ove godine. Savić je trijumfovao u sprintu u kanjonu Tijesno ispred takmičara Srbije Sretena Biljića i Davida Đorđevića, a u klasičnom spustu ispred Biljića i Anesa Šudića iz Dajak kluba iz BiH. Njega, pored ostalog, ove godine očekuju Evropske olimpijske igre, svjetski kupovi i Svjetsko prvenstvo. Organizator takmičenja bio je “Kajak-kanu klub Vrbas - m:tel”, čiji su predstavnici istakli posebnu zahvalnost za pomoć u organizaciji kompaniji m:tel.

Još jedno veliko sportsko takmičenje održano je posljednjeg majskog vikenda, zahvaljujući kompaniji m:tel, a u pitanju je 8. Međunarodni plivački miting “Banja Luka Open 2015”.



“Sve je bilo kako treba. Moram da kažem da sam to i očekivao, obzirom na to da organizatori imaju stvarno dovoljno iskustva”, rekao je Robert Kazik, član Borda direktora Svjetske rafting federacije (IRF).

Na Evropskom prvenstvu u raftingu “Banjaluka - Vrbas 2015” učestvovala su 53 ekipe iz 17 zemalja, od čega se 40 timova takmičilo u muškoj, a 13 u ženskoj konkurenciji. Kompanija m:tel je i ove godine podržala prvenstvo u raftingu kao dugogodišnji prijatelj sporta.

“Podrška kompanije m:tel prvenstvu u rafting i rafting centru ‘Kanjon’ traje već dugi niz godina. Pored značaja koji ovaj događaj ima za promociju sporta i zdravog života ovo takmičenje ima i veliki turistički značaj, te nam je veoma drago da smo i mi kao kompanija dali svoj doprinos održavanju ove manifestacije”, saopšteno je iz kompanije m:tel.

Kompanija m:tel, kao generalni sponzor, već tradicionalno podržava ovu veliku međunarodnu sportsku manifestaciju, koja je održana na Gradskom olimpijskom bazenu u Banjaluci. Miting je organizovao Plivački klub “Olymp”, a na njemu je učestvovalo 400 takmičara iz 10 zemalja. Ono što ovaj miting činilo još boljim je i to da što su se rezultati bodovali za Svjetsko prvenstvo u Kazanju i Olimpijske igre u Rio de Žaneiru.

U Banjaluci je održana i konferencija za novinare povodom Evropskog prvenstva za seniore u kajaku i kanuu na divljim vodama “Banjaluka-Vrbas”, koje je održano od 3. do 7. juna ove godine u kanjonu Tijesno u Banjaluci. Kompanija m:tel je generalni pokrovitelj prvenstva koja u okviru društveno odgovornog poslovanja podržava brojne sportske manifestacije, klubove i organizacije podržavajući tako prave vrijednosti, zdrav život i sportski duh.

Sajam za djecu i porodicu održan u Banjaluci

m:tel podržao manifestaciju za najmlađe

PRIPREMILA: ALEKSANDRA STOJANOVIĆ-LJUBOTINA

Na najvećem događaju za djecu i porodicu u regiji - Sajamu za djecu i porodicu u Republici Srpskoj, održanom 16. i 17. maja u Sportskoj dvorani 'Borik' u Banjaluci koji je podržala i kompanija m:tel, okupilo se više od 50 izlagača, a u festivalskom programu predstavilo se više od 700 učesnika.

Održavanjem brojnih predstava, koncerata, sportskih takmičenja i radionica u okviru ovogodišnjeg dječijeg festivala su na najljepši mogući način promovisane su porodične vrijednosti, briga o djeci, roditeljstvo, kreativnost i sportski duh.

Sajam za djecu i porodicu, u svom festivalskom dijelu, ugostio je veliki broj vrtića, škola, udruženja i klubova čiji su mališani predstavili svoje umjeće i predani rad. Bila je ovo prilika da se mališanima i njihovim roditeljima predstave proizvođači hrane, odjeće, obuće i kozmetike za bebe i djecu, zatim izdavačke kuće, knjižare, osiguravajuće kuće, telekom operateri i mnogi drugi. S ciljem socijalizacije djece s nadležnim službama, na Sajmu je prezentovan rad Policije, Doma zdravlja i Vatrogasne službe.

Kompanija m:tel, kao generalni pokrovitelj sajma, pripremila je mnoge zabavne sadržaje za sve posjetioce sajma. Najmlađi su uživali uz Open bazen s lopticama, face painting, Sony Play Station kutak i LEGO robota, koji je izazvao mnogo pažnje.

„Kompanija m:tel je prepoznatljiva kao kompanija koja društveno odgovorno posluje i koja pruža podršku manifestacijama koje promoviraju prave vrijednosti, a Sajam za djecu i porodicu je bez sumnje jedna od njih. Do sada

smo podržali brojne projekte koji su bili od velikog značaja za rađanje, razvoj, odrastanje i obrazovanje djece, a ovo novo prijateljstvo će nam svima donijeti dobru zabavu i druženje“ rekao je izvršni direktor m:tel-a za marketing i prodaju Đorđe Mišić.

Zahvaljujući velikoj zainteresovanosti posjetioca i zadovoljstvu učesnika sajma koji se drugu godinu za redom održava povodom Međunarodnog dana porodice, opravdana su očekivanja i namjere organizatora da ovaj festival za najmlađe preraste u tradicionalnu manifestaciju.

Pored kompanije m:tel, Sajam su podržali Ministarstvo porodice, omladine i sporta Republike Srpske, Grad Banja Luka, kao i brojne ustanove, institucije, organizacije i kompanije iz cijele zemlje.





DNEVNI PROGRAM JELEN DEMOFEST-A U DOMU OMLADINE

16.07.

- PROJEKCIJA FILMA „JOURNEY TO JAH“
- IZLOŽBA FOTOGRAFIJA NEMANJE ĐORDEVIĆA

17.07.

- PROJEKCIJA FILMA „IZGUBLJENO DUGME“
- PROMOCIJA KNJIGE „ŠTA BI DAO DA SI NA MOM MJESTU?“ DUŠANA VESIĆA
- POPART MARKET (DIZAJN BUVLJAK)
- IZLOŽBA FOTOGRAFIJA NEMANJE ĐORDEVIĆA

18.07.

- PROJEKCIJA FILMA „EKV - KAO DA JE NEKAD BILO“
- PROMOCIJA KNJIGE „MESTO U MEČAVI“ ALEKSANDRA ŽIKIĆA
- POPART MARKET (DIZAJN BUVLJAK)
- IZLOŽBA FOTOGRAFIJA NEMANJE ĐORDEVIĆA



POWERED BY



SA VAMA I NA
FESTIVALU



HUAWEI P8
OFICIJELNI TELEFON FESTIVALA



Ba/lo

JELENDEMOFEST.ORG

SOCIAL SPACE



m:podrška

online korisnički servis

m:podrška predstavlja svojevrsan online korisnički servis na kojem možete pronaći mnoštvo pitanja i odgovora na najrazličitije teme, a koje se tiču usluga kompanije m:tel.

PIŠE: SAVO DRAKULIĆ

Sva pitanja postavili su upravo korisnici, čiji se odgovori nalaze raspoređeni u nekoliko ponuđenih kategorija, a među se baš među njima krije onaj koji je vama potreban.

m:podrška, kao platforma za informisanje, ima za cilj da na jednom mjestu obuhvati sva vaša pitanja koja su u vezi sa m:tel uslugama, te ponudi odgovore ili pojašnjenja. Platformu m:podrška je zapravo baza svih pitanja korisnika, koja su upućena putem istoimene aplikacije na zvaničnoj Facebook stranici kompanije m:tel, a svrstana su po kategorijama Open, Frend, Postpaid, Internet i Fiksna telefonija.

Prije nego što i sami postavite pitanje, preporučujemo da koristite opciju pretrage, kako biste provjerili da li je neko već imao isto pitanje ili nedoumicu. Na ovaj način m:podrška će vam uštedjeti vrijeme, jer tražene odgovore možete dobiti bez pozivanja operatera za samo nekoliko sekundi.



Ukoliko ipak ne možete pronaći odgovor ili riješiti neku dilemu, potrebno je da ispunite kontakt formu, koja je povezana sa e-mailom m:tel korisničkog centra. Na ovaj način ćete pomoći i drugim korisnicima koji će u budućnosti imati isto ili slično pitanje.



MONDO PIŠE

Sredite Android da bude tip-top!

Nekoliko aplikacija koje će vaš Android telefon učiniti neodoljivim.

PIŠE: MONDO

Htjeli da priznamo ili ne, svi volimo da mijenjamo korisnički izgled naših Android telefona. Doduše, ovo i ne zahtjeva neki preveliki napor niti određeno znanje. Dovoljno je instalirati kvalitetan launcher, postaviti lijepu pozadinu (wallpaper), instalirati zanimljivo pakovanje ikona, dodati koristan widget, i recimo, instalirati dobru Android temu ukoliko je uređaj koji koristite podržava.

Odabrao sam nekoliko aplikacija koje će vam u ovom sređivanju biti od velike pomoći. O kojima aplikacijama je reč, pročitajte u nastavku.

Nova Launcher

Možda sam malo dosadan sa ovim launcherom, ali šta mogu kada je najbolji. Moći ćete da promijenite skoro sve - od izgleda homescreen panela, foldera, drawer-a do animacija/tranzicija. Prije nekoliko nedjelja ažuriran je na najnoviju 4.0 verziju koja je donijela potpuno novi izgled aplikacije. Sve je promijenjeno iz korijena, a naravno „Material“ dizajn je svuda. Preporučujem vam da nabavite „Pro“ verziju, koja će vam obezbijediti i neke vrlo korisne opcije koje inače nisu dostupne u besplatnoj. Za početak, možete da isprobate besplatnu verziju. Cijena „Pro“ verzije iznosi 4,99 dolara.



Beautiful Widgets Pro

Widget koji je na „Google Play” prodavnici dostupan već duži niz godina, gotovo od prve Android verzije. Pruža veliki broj opcija za uređivanje samog izgleda kao i veliki broj različitih widgeta. Ono šta je donekle novo je mogućnost odabira „Color Clock” widgeta. „Color Clock” je jedinstven po tome što ga možete urediti po sopstvenoj želji, a ovdje konkretno mislim na boje koje možete koristiti kako biste ga uklopili sa trenutnom pozadinom (slikom) na telefonu. Cijena „Pro” verzije je 2,24 dolara.

HTML Color Codes

Prije nekoliko mjeseci pronašao sam veoma praktičan online program koji u kombinaciji sa „Beautiful Pro” widgetom daje odlične rezultate. Kao što vidite, riječ je o „HTML Color Codes” programu kojim možete da odredite tačnu nijansu željene boje (color code). Dobijeni kod, tj. vrijednost, unosite u određena polja za podešavanje „Color Clock” widgeta. Korišćenje programa je veoma jednostavno. Napravite screenshot na telefonu/tabletu, učitate ga i kliknete na deo slike da biste odredili boju. U „color code” polju biće vam ispisana kod. Da biste koristili ovaj program web pregledač mora da ima punu HTML5 podršku. Besplatan je.

Cryten Icon Pack

Nisu sve ikone aplikacija prijatne za oko. Bar meni ne djeluju sve lijepo i moderno. Da biste riješili ovaj problem, ako se uopšte može nazvati problemom, jednostavno instalirajte neki paket ikona sa „Play” prodavnice. Ima ih veoma mnogo. Za vas sam ovaj put odabrao paket ikona koji je veoma popularan kako u svijetu, tako i kod nas. „Cryten” sadrži više od 3000 ikona i više od 60 HD pozadina koje možete sačuvati na svom telefonu/tabletu. Aplikacija redovno, svake nedjelje, dobija update, što je za svaku pohvalu. Ako nedostaje neka ikona koja vam je potrebna, možete je zahtijevati. Vjerujem da će vam kreator/programer izaći u susret. Aplikacija je trenutno na popustu, možete je nabaviti za samo 0,90 dolara.

Android teme

Android teme možete koristiti samo ako ih vaš uređaj podržava. Koliko sam upoznat, Sony, HTC i Samsung imaju dosta svojih. Teme su takođe dostupne i na nekim custom ROM-ovima kao što je „CyanogenMod” na primjer. Pošto trenutno koristim Xperia telefon, odabrao sam njihovu novu „Copper” temu, koja je u skladu sa „Material” dizajnom. Tema može da promijeni izgled skoro 300 grafičkih elemenata - od prekidača, klizača, polja za potvrdu, navigacionih tastera, do homescreen/lockscreen pozadina kao i izgleda nekih default aplikacija. Tema je besplatna. Na „Play” prodavnici možete pronaći i one koje se plaćaju. Naravno, pogledajte i teme drugih proizvođača čiji model telefona koristite.

Twitter ukinuo limit od 140 karaktera

Društvena mreža će konačno povećati limit od 140 karaktera u direktnim porukama sljedećeg meseca i time obezbijediti korisnicima duže privatne konverzacije.



Kompanija je objavila da će limit od 140 karaktera u direktnim porukama povećati na 10 000 karaktera sljedećeg mjeseca. Sve do sada, limit u direktnim porukama je bio isti kao i limit u tvitovima, što je primoravalo korisnike da šalju nekoliko poruka zaredom ukoliko nisu mogli da napišu ono šta su htjeli u samo 140 karaktera.

Promjena, koja će se desiti u julu, učiniće direktne poruke na Twitter-u mnogo sličnim porukama na Facebook Messenger-u, kojeg mnogi koriste kao alternativu za e-mail.

„Vjerovatno se pitate šta ovo znači za javnu stranu Twitter-a. Ništa!”, napisao je na blogu Sachin Agarwal, menadžer proizvoda za direktne poruke u Twitter-u. „Tvitovi će i dalje imati ograničenje od 140 karaktera”.

Novosti dolaze nakon što je Twitter predstavio novu opciju u aprilu mjesecu koja omogućava korisnicima da primaju direktne poruke od ljudi koji ih ne prate. Prethodno, korisnici su mogli da pošalju poruku samo onim ljudima koje prate, i koji prate njih.

Iz Twitter-a kažu da će promjena pomoći korisnicima da se lakše povežu sa ljudima, poslovima i stvarima koje su im bitne. U podešavanjima privatnosti korisnici mogu odabrati da li žele ili ne da primaju poruke od nepoznatih ljudi.

Početak godine, Twitter je takođe predstavio grupne poruke, omogućavajući korisnicima da imaju privatne konverzacije sa grupama pratilaca simultano. Članovi grupe ne moraju da se prate međusobno da bi mogli da se dopisuju.

Izvršni direktor Twitter-a, Dick Costolo, objavio je da napušta tu poziciju, nakon pritiska zbog loših finansijskih rezultata. U međuvremenu, zamijenio ga ko-osnivač Jack Dorsey.

Prema Jason Manderu iz kompanije „Global Webindex”, ovo će najvjerovatnije da pokrene potražnju za još novih opcija kada je Twitter u pitanju, kako bi korisnici imali više razloga da nastave sa korišćenjem mreže.

„Pomoći će da se dopadne ljudima koji posjećuju Twitter, ali ga ne koriste aktivno. Omogućiće im i lakšu komunikaciju sa drugima, šta je korak u pravom smjeru za kompaniju”, rekao je gospodin Mander.

Aplikacije za četovanje preuzimaju mnogo konverzacija koje su se nekada odvijale na društvenim mrežama poput Facebook-a i Twitter-a, pa će bolje povezivanje sa „odjavljenim” korisnicima svakako biti bitna stavka za Twitter u narednim mjesecima - prenosi „Telegraph”.

Čekamo vaše komentare.



LG L70 Dual
MOJ MIX 25
1 KM



LG G3
MOJ MIX 60
1 KM



LG L80
MOJ MIX 25
1 KM



LG L Bello
MOJ MIX 25
1 KM



PAMETAN POTEZ!

Povuci pametan potez i pređi sa dopune na postpaid! Uz MojMix tarife izaberi jedan od odličnih telefona za 1KM i uživaj u bonusima uz nisku pretplatu. Uz telefon na poklon dobijaš i karticu KASPERSKY INTERNET SECURITY FOR ANDROID.

Ponuda važi do 31.07. ili do isteka zaliha.



imate prijatelje!

KASPERSKY lab

GRATIS

OTVORENA VRATA

m:tel Call centar

Mjesto našeg telefonskog susreta sa vama

PIŠU: JELENA MAKSIMOVIĆ I MILICA STOJAKOVIĆ

Zasigurno najzastupljeniji servisi korisničke podrške u telekomunikacionim kompanijama širom svijeta jesu pozivni, odnosno "call" centri, te je tako i kada je riječ o Call centru kompanije m:tel.

U Call centru m:tel-a, putem poziva na servisne brojeve 1185, 1186, 0800 50 000, 066 10 10 10 i 0800 50 005, korisnici mogu dobiti informacije o telefonskim brojevima u zemlji i inostranstvu, o aktuelnim ponudama kompanije, podršku za servise fiksne telefonije i broadband usluge te podršku za servise mobilne telefonije i tehničku podršku, a tu je, naravno, i servisni



broj 1275, koji omogućava korisnicima da prijave eventualne smetnje u funkcionisanju usluga koje im m:tel pruža.

S obzirom na to da je riječ o dobro poznatim i lako pamtljivim brojevima, ne čudi da se s vremena na vrijeme korisnici jave i nekim drugim povodom, a ne samo kako bi se informisali o uslugama m:tel-a. O iskustvima i različitim anegdotama koje se dešavaju razgovarali smo sa onima koji o tome najviše znaju iz prve ruke - sa zaposlenima u m:tel Call centru.

Željko Jovetić, operator za podršku ADSL i IPTV korisnicima, tvrdi da je njegov posao ponekad sličan poslu psihologa, jer se

prilikom dobila poziv iz staračkog doma od gospodina koji je pao i nije uspijevaao da dozove pomoć u domu. Kako je pri ruci imao telefon, prvi broj kojeg se sjetio bio je upravo broj m:tel-ovih informacija. Milica je uradila ono šta bi uradila i svaka druga humana osoba - stupila je u kontakt sa osobljem staračkog doma i potražila pomoć, koja je vrlo brzo stigla do sobe gospodina, pa je tako i ova priča dobila srećan završetak.

Postoje i potpuno drugačiji primjeri korišćenja brojeva Call centra. Kako nam je ispričao **Milan Grabež**, operator u Call centru za ADSL, IPTV i tehničku podršku, dešava se nekada, a najčešće u toku noćnih smjena, da pristižu pozivi onih koji samo žele da porazgovaraju sa operatorima, da ih upitaju za neki životni savjet ili im se požale na ljubavne probleme. Operatori Call centra i u ovakvim situacijama moraju ostati profesionalni, što, priznaćete, nije uvijek jednostavno.

Zaposleni u Call centru m:tel-a danima su primali pozive iz poplavljenih područja, pomažući ljudima u nevolji.

Danijela Lovrić, operator na broju 0800 50 000 i 1275, kaže kako je ponekad prijavljene smetnje u telefonskom saobraćaju teško sanirati zbog loših komšijskih odnosa, jer se dešava da se kablovi nalaze na zemlji komšije koji baš i nije voljan da pomogne i dopusti m:tel-ovim monterima da priđu njegovom dvorištu. To su svakako situacije kada najveću ulogu igraju dobre komunikacijske vještine i vještine pregovaranje operatora Call centra, a sve u cilju saniranja smetnji.

Svaki radni dan za operatore, kontrolore i njihove nadređene donosi nove izazove. I pored toga što na osnovu bogatog iskustva već mogu predvidjeti dnevni broj poziva, te biti spremni da na njih odgovore, uvijek postoje i one nepredvidljive situacije usljed kojih se javlja povećan broj poziva, a samim tim i veći obim posla onima koji ga obavljaju. Jedna od takvih situacija desila se prošle godine, kada je Call centar odigrao važnu ulogu u spasavanju velikog broja ljudi i pomaganju ugroženima

nerijetko dešava da uznemirenog korisnika prvo mora da umiri, kako bi zajednički došli do uzroka problema, a tek onda da se posveti pronalaženju rješenja za pomenuti problem. Uzroci mogu biti najrazličitiji - vjerovali ili ne, dešava se i da zečevi, miševi ili hrčci izgrizu kablove, a da korisnici toga nisu ni svjesni.

Milica Dedić, operator na informacijama 1185 i 1186 u Call centru, istakla je kako je primala veliki broj poziva koji nisu bili u vezi sa davanjem informacija o telefonskim brojevima, što u suštini predstavlja njen primarni posao. Podijelila je sa nama neobičnu priču kada je jednom



u poplavama koje su zahvatile našu zemlju i zemlje u okruženju. Zaposleni u Call centru m:tel-a danima su primali pozive iz poplavljenih područja, pomažući ljudima u nevolji. Operatori su obavještavali Civilnu zaštitu o tome gdje je prijeko potrebna pomoć spasavanja lica u bujici koja prijeti ili spajanja porodica, te pružali sve raspoložive informacije za koje je postojala potreba u datom trenutku. Operatori su, u tim teškim trenucima, na djelu pokazali kako izgleda biti human i požrtvovan. Na brojeve telefona centra, samo za tri dana, stiglo je preko 114 000 poziva.

Ono po čemu se ovaj dio kompanije m:tel naročito ističe, i predstavlja važnu sponu u

Branka Novković, operater na informacijama 1185 i 1186, navodi neobične i komične situacije koje su dio svakodnevnog posla ovih vrijednih ljudi, a koje od njih zahtijevaju da ponekad čak i „pročitaju misli“ korisnika. Operateri često moraju pogađati o kojim potrebama se radi na osnovu objašnjenja pozivaoca poput “Trebam broj one banke sa dva čekića” ili “Dajte mi broj onog doktora, onog Miroslava Zotovića”...

nego neprijatnosti, te da ga smatraju svojevrsnim izazovom. Najljepše se osjećaju kada nekome pomognu i kada ih korisnici ponovo pozovu da im se zahvale, a ponekad i izvine zbog neprimjerenih riječi koje su bile upućene u afektu.

I zato, kada sljedeći put nazovete jedan od ovih svima već poznatih brojeva, imajte na umu da razgovarate sa mladim ljudima koji vam nastoje pomoći i žele vam izaći u susret.

m:tel Call centar je tu zbog vas.

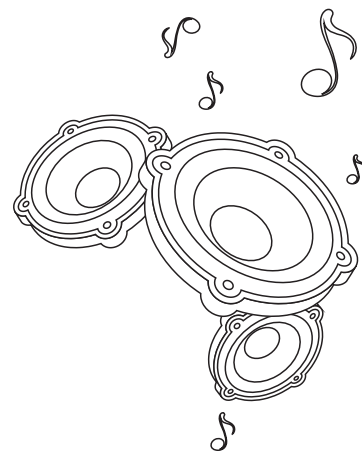


kvalitetnoj komunikaciji sa korisnicima, jeste činjenica da je Call centar servis koji je u stalnoj i direktnoj interakciji sa korisnicima i koji je posvećen upravo njihovom zadovoljstvu.

Razgovor sa ovim mladim, veselim i komunikativnim ljudima iz Call centra m:tel-a bio je pravo zadovoljstvo. Nije lako cijeli dan javljati se na telefon i rješavati probleme koje ponekad ni oni sami ne razumiju. Kažu da se korisnici znaju i izgalamiti, tako da ponekad moraju slušati kritike ili pogrdne riječi nekog korisnika koji je imao loš dan, ali da i dalje jako vole svoj posao, koji im ipak pričinjava mnogo više sreće i zadovoljstva



m:music predstavlja



Pobjeda na Jelen Demofestu je važna referenca!

„Nismo razmišljali o nagradama. Naravno, pričali smo o tome kako bi sjajno bilo kada bismo zaista dobili neki novac ili spot u produkciji MTV-a, ali to je uvijek bilo u šali.

PIŠE: SAVO DRAKULIĆ

Na svakom našem nastupu se trudimo da damo najbolje od sebe. Ako sviramo najbolje što umijemo, ako pokažemo energiju i pokažemo ljudima da uživamo na bini, onda će koncert biti uspjeh. I to se desilo u Banjaluci, uradili smo ono što je trebalo, a žiri i publika su to prepoznali" - prisjećaju se prošlogodišnje pobjede na Jelen Demofestu pjevačica Eva Traven i bubnar Anže Burja, članovi slovenačkog benda Hulahoop, aktuelnog pobjednika poznatog banjalučkog festivala.

Pored njih veseli i vrijednu četvorku Hulahoop-a čine Monika Klobčar, zadužena za klavijature, kao i basista Marko Klobčar, a svi zajedno sviraju još od 2010. godine.

„Kada je u pitanju nagrada Jelen Demofesta, smatramo da će najvažnije iskustvo za nas biti snimanje spota. Što se albuma tiče, on je gotov i nosi naziv „The Best Of“, a promociju ćemo imati upravo na Jelen Demofestu. Već ranije smo snimili neke dijelove i instrumentalne linije, ali bili smo daleko od gotovog proizvoda. Uložili smo sopstveni



novac, zarađen kroz studentske poslove, ali smo kasnije morali da obustavimo sve zbog manjka finansija. Zahvaljujući nagradi smo završili album, a kvalitet je napokon na nivou koji želimo", kaže Eva i dodaje da je, ipak, najveća nagrada koju su dobili od Jelen Demofesta samo priznanje bendu.

Kada ste se prijavili da nastupite na Jelen Demofestu kakva su bila vaša očekivanja?

Anže: Nadali smo se da će Jelen Demofest biti prilika za našu promociju te da ćemo uspostaviti neke kontakte koji bi nam donijeli nastupe širom regije. Zato smo pripremili sav promotivni materijal, koji smo dijelili novinarima i svima zainteresovanima. Nismo imali očekivanja. Na

početku nismo bili sigurni da li smo dovoljno dobri da bismo se našli među učesnicima. Ja sam planirao putovanje po Evropi i morao sam da otkažem sve kada smo saznali da ćemo ići u Banjaluku. Definitivno je vrijedilo!

Eva: Dok smo slušali ostale bendove na zvaničnoj stranici festivala, potajno smo se nadali prolasku u finale. Bilo je tu mnogo odličnih muzičara, sjajnih bendova, a ovo je bilo naše prvo putovanje u neku od drugih država bivše Jugoslavije. Nismo znali šta da očekujemo, da li ćemo se dopasti publici i žiriju, koliki će problem našim pjesmama predstavljati jezička barijera...

Koliko vam je pomogla nagrada Jelen Demofesta u promotivnom smislu?

Anže: Mnogo! Svaki bend teži tome da bude primjećen i priznat. Mnogo je bendova koji zaslužuju pomoć koju smo mi dobili u ovim nagradama i medijskoj pažnji. Nadamo se da smo sve iskoristili što je moguće bolje. Pored toga, pobjeda na Jelen Demofestu je važna referenca!

Šta je ono što čini vaš zvuk neobičnim, čime ste „kupili“ žiri festivala?

Anže: Dva najbitnija sastojka naše muzike su groove i plesni ritmovi - oni čine temelj većine pjesama. Želimo da ljudi osjete taj groove i da mogu da plešu uz našu muziku. Ne volimo da svrstavamo svoje pjesme u žanrove, jer, niti onda kada ih mi stvaramo, ne ograničavamo se na to da, recimo, neki dio koji smo napravili ne koristimo, jer, eto, zvuči suviše rokovski. Zato je naša muzika toliko raznovrsna.

Eva: Isto je i sa stihovima. Oni su „catchy“, zanimljivi i zabavni. Postoji priča ili poruka u svakoj pjesmi, naravno, ali nismo bend koji se bavi socijalnim, političkim ili ekonomskim pitanjima. Želimo da naši slušaoci dođu na koncert, dobro se zabave, opuste i zaborave na svakodnevne probleme.

U kojem procentu je bitan talent, a u kojem vježba u muzici?

Anže: Ovo nije lako pitanje. Postoje veliki muzičari, koji nisu tako talentovani, ali su veliki radnici i zbog toga su uspješni. No, sigurno je da neko sa više talenta može da stvara mnogo brže. Talenat može da bude primjećen pri improvizaciji i u procesu



stvaranja muzike - osoba sa više talenta će vjerovatno „osjetiti“ druge muzičare brže. Takav pojedinac ima bolji muzički osjećaj, jednostavno zna šta bi trebalo da odsvira u nekom dijelu. Čak i kada prvi put svira sa nekim, predosjeća šta će ta druga osoba najvjerovatnije da odsvira.

Eva: Možeš da budeš najtalentovanija osoba na svijetu, bez vrijednog rada, bez vježbanja, sav taj talenat će biti protraćen. Talenat je samo sjajan temelj na kojem treba graditi.

Vjerujete li onda u potrebu X faktora za uspjeh?

Anže: Šta je u stvari X faktor? Očigledno je potreban. Potrebno je da svako radi ono šta najbolje umije da radi i da u tome uživa. Kada radiš ono šta voliš, ono u pogledu čega si strastven, onda pokazuješ energiju - to je, valjda, taj X faktor. I, da - veoma je važan. Kada god smo na bini, želimo da damo najbolje od sebe. Želimo da pokažemo energiju. Ako publika osjeti da dajemo sve od sebe i to nam pokaže svojim uzbuđenjem, onda se mi trudimo još jače. To nas nosi.

Šta dalje? Planirate li da se u budućnosti bavite isključivo muzikom?

Anže: Ne planiramo. Idemo korak po korak i tražimo prilike. Napredujemo iz godine u godinu i srećni smo. Zbog toga smo u mogućnosti da uživamo u ostvarenim uspjesima više nego što bi to bio slučaj da smo do njih došli odmah. Svi želimo da nastavimo da stvaramo muziku. Zasad se Hulahoop „vrti“ u dobrom pravcu. Ne želim da pričam o tome šta će budućnost donijeti, ali znam da smo toliko strastveni u pogledu muzike da će ona uvijek biti dio naših života.

Eva: I dalje studiramo i bavimo se drugim stvarima mimo muzike. Ali priznanja poput ovog koje smo dobili u Banjaluci podstrek su za dalji rad. To nam je dodatni impuls.



Najveća nagrada koju su dobili od Jelen Demofesta samo priznanje bendu.

Tidal - borba za muziku i(li) novac

Šta povezuje slavne ličnosti kao što su Jay Z, Madonna, Rihanna ili Kanye West? Muzika, naravno. Muzika i novac? Takođe. Ovaj put muzika i novac ujedinjeni pod imenom Tidal.

PIŠE: SAVO DRAKULIĆ

O muzičkom servisu Tidal mnogo se pričalo i prije nego se isti pojavio. Ako ste pratili svoje omiljene muzičare na Twitter-u ili Facebook-u, mogli ste primijetiti da su se mnogima od njih profili pojavili u tirkiznoj boji. Na ovaj način muzičari su odlučili podržati Jay Z-ja, koji stoji iza Tidal-a, a pomoću kojeg pokušava ući na tržište konkurirajući poznatijim servisima iz branše, kao što je Spotify.

Novost u cijeloj priči je, veoma grubo rečeno, činjenica da se radi o nekoj vrsti „misije“, koja je u vlasništvu umjetnika. Prije svega, Tidal je pretplatnički muzički servis, kako za audio, tako i za video sadržaj. Fokus je na kvalitetu zvuka, a Tidal takođe nudi i ekskluzivne pjesme i video snimke umjetnika. Ipak, za razliku od servisa Spotify, Tidal ne nudi opciju da nastavite bez plaćanja nakon što ga 30 dana besplatno testirate. Ova platforma umjesto toga nudi dva načina plaćanja: za zvuk standardnog kvaliteta, HD video i odabrani sadržaj trebate izdvojiti 9,99 američkih dolara mjesečno (kvalitet sličan ostalim streaming servisima), dok drugi košta 19,99 američkih dolara mjesečno, a za taj novac dobijate audio sadržaj visoke definicije (uporediv sa CD kvalitetom), HD video i takođe odabrane sadržaje. Poređenja radi, Spotify-ev Premium servis bez reklama košta 9,99 dolara mjesečno, a za američke studente je omogućen popust, pa isti paket košta samo 4,99 dolara. Muzički online servisi Beats Music i Rhapsody su takođe na cijeni od 9,99 dolara mjesečno.

Tidal se izdvaja po tome što se reklamira kao servis u vlasništvu umjetnika, jer su na njegovim dokumentima potpisali 16 slavnih ličnosti,

od kojih je čak 14 bilo prisutno na konferenciji za novinare kada je ova platforma prvi put predstavljena javnosti. Svi oni su tada potpisali deklaraciju, označavajući svoj dio vlasništva nad servisom Tidal, kao i njihovu posvećenost budućnosti Tidal-a.

Upravo ova imena su mamac koji privlači korisnike na novi, ali kao što smo mogli vidjeti, ne baš jeftin servis. Aktuelno pitanje je, još uvijek, kako se njihova podrška odražava na ugovore sa njihovim diskografskim kućama, a koje, opet, imaju svoje ugovore koje moraju poštovati. Dalje, pitanje je i šta će biti sa velikom većinom muzičara koji uopšte nisu dio ove priče.

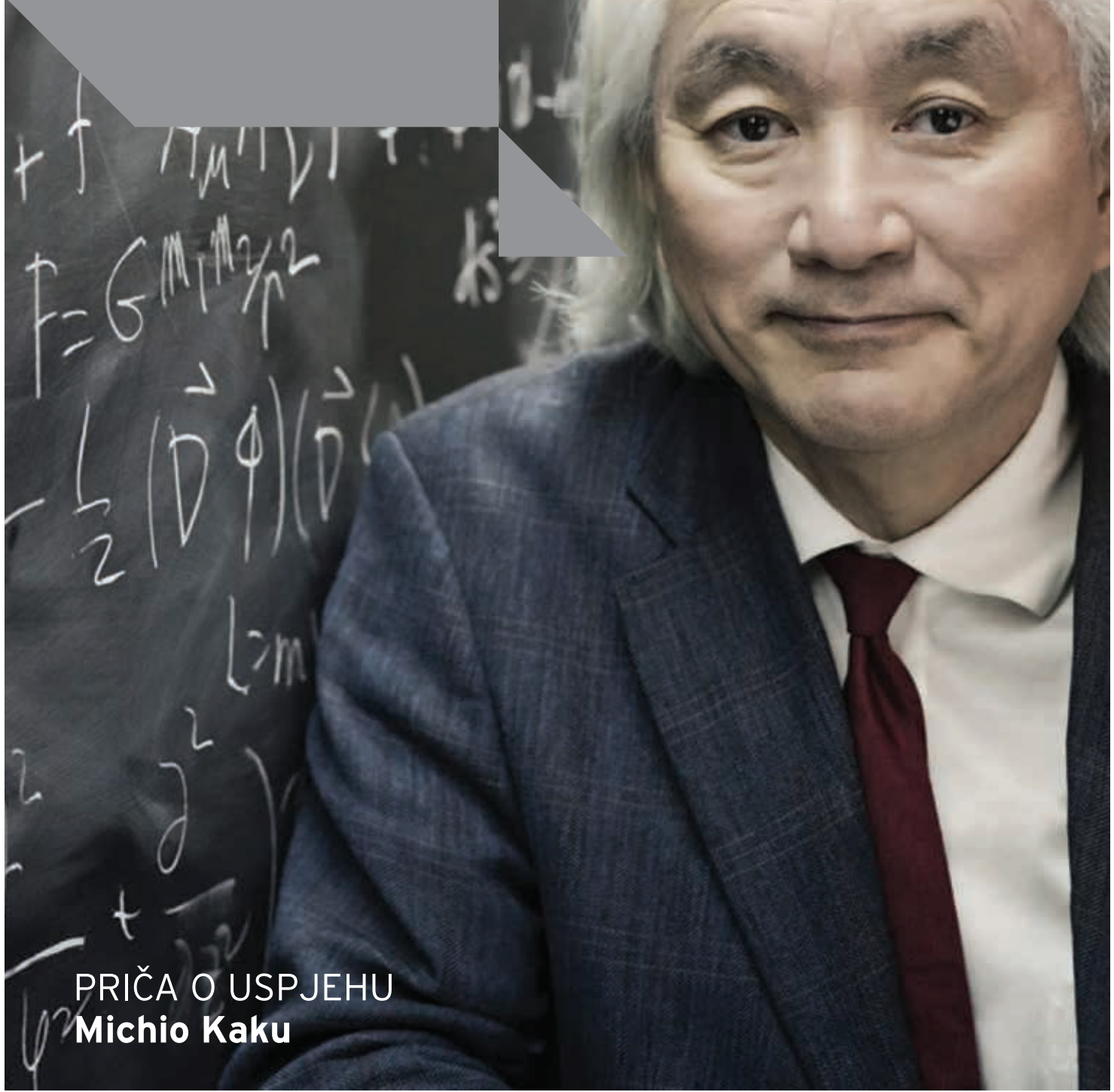
„Izazov je privoljeti sve da ponovo poštuju muziku, da prepoznaju njenu vrijednost“, rečenica je kojom se vodi Jay Z, vlasnik Tidal-a. „Voda je besplatna. Muzika je šest dolara, ali niko ne želi da plati za muziku. Svi treba da piju besplatnu vodu iz slavine - to je divna stvar. Ali, ako želite da čujete najljepšu pesmu, onda podržite umjetnika“, njegov je stav.

Gledano u ovom svjetlu, izgleda da se ova misija ne tiče samo borbe za muziku, pa ćemo za kraj iskoristiti jedan od komentara koji se u posljednje vrijeme često spominje u vezi sa Tidal-om: „Izgleda kao da gomila nevjerovatno bogatih muzičara kuka zašto nije još bogatija“.



m:

POSLOVNI SVIJET



PRIČA O USPJEHU
Michio Kaku

TEMA BROJA

Elektronska trgovina

Kupujte iz udobnosti svoje fotelje



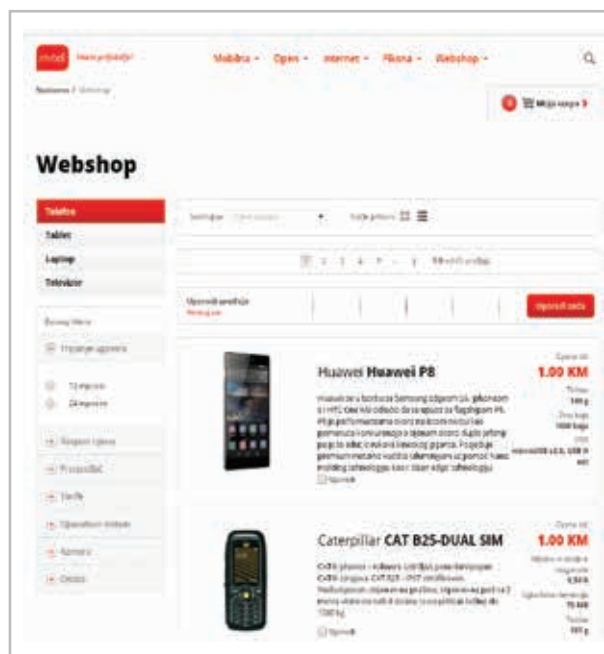
PIŠE: DEJAN MARJANOVIĆ

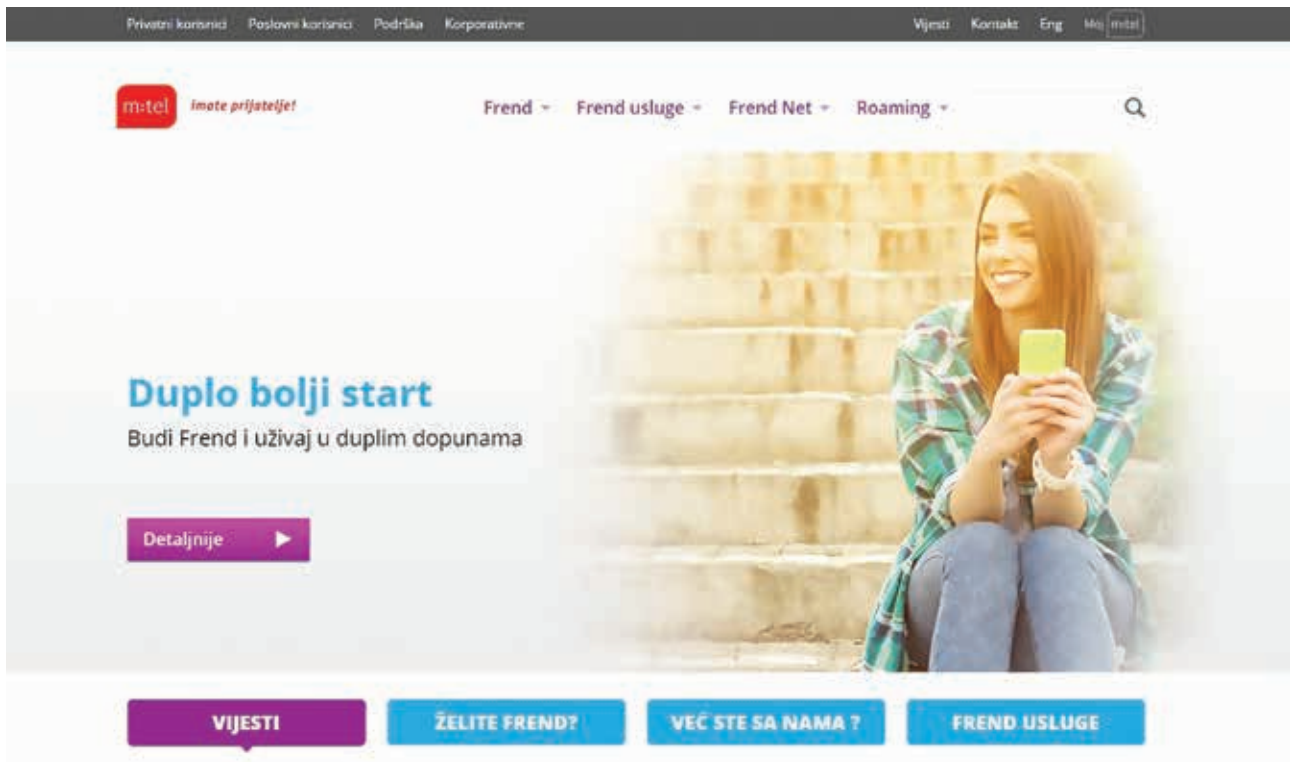
ePayment

Jedna od najvećih tehnoloških inovacija u bankarstvu, finansijama i trgovini je elektronsko plaćanje. Elektronsko plaćanje (e-plaćanje) se odnosi na tehnološko ostvarenje koje nam dozvoljava obavljanje finansijskih transakcija elektronskim putem. Ono omogućava veću slobodu kupca/korisnika pri plaćanju poreza, dozvola, taksi, novčanih kazni i kupovine na neuobičajenim lokacijama u bilo koje doba dana.

Elektronska uplata predstavlja finansijsku transakciju koja se izvršava bez upotrebe papirne dokumentacije, kao što su čekovi ili nalozi. Online plaćanje kreditnom karticom zahtjeva od kupca samo da popuni i pošalje web formular sa brojem kreditne kartice i ostalim potrebnim informacijama. Web pretraživač kupca i web server trgovaca saraduju u stvaranju sigurne veze, a sve u cilju da se zahtjev prosljedi trgovcu.

Ovaj bezbjedni tunel preko interneta je kreiran korištenjem protokola kao što su Secure Socket Layer (SSL) i





Hipertekst Transfer Protocol Secure (HTTPS). Podaci su tokom prenosa šifrovani kako bi se na najsigurniji način sačuvali i prenijeli, bez ikakvog straha od kompjuterskih hakera. Šifrovanje podrazumijeva konverziju običnog teksta (podatka) u šifrovan tekst, koji može da pročita samo pošiljalac ili primalac zahtjeva. Trgovac, putem interneta, šalje kompaniji podatke potrošača, koji dalje te informacije prosljeđuje banci kako bi ona odobrila transakciju. Izdavač provjerava informacije korisnika kartica, kako bi se utvrdilo da je sve legitimno. Zatim se provjerava da li je kredit u toj količini prisutan, kako bi se isti odobrio. Ako je traženi kredit dozvoljen, kreira se kôd odobravanja i on se šalje kompaniji, a izdavač dodaje kupovinu na mjesečnom računu vlasnika kartice. Otkrivanje i spriječavanje prevare sa kreditnim karticama veoma je važan oblik upravljanja rizikom industrije kreditnih kartica.

Poštujući sve ove standarde i procedure, m:tel je svojim korisnicima stvorio potrebne predušlove za elektronsko plaćanje (24/7, 365 dana u godini). Zato vam danas predstavljamo potpuno novu uslugu na m:tel

portal, a u sklopu „WebShopa“, i ujedno glavni adut novog dizajna - „ePayment“. Online plaćanje bankovnom karticom kompletirano je u kooperaciji sa Reiffeisen Bankom. Prihvatom „Master“ i „Visa“ kartice omogućeno je plaćanje bez obzira na lokaciju kupca, čime je i „WebShop“ kao usluga u potpunosti opravdala ime koje nosi. Usluga nudi mogućnost kupovine uređaja iz m:tel izloga, a kupac, bilo da je m:tel-ov korisnik ili ne, dobija besplatnu dostavu putem m:tel express-a. Pravo narudžbe imaju i poslovni korisnici, pod uslovom da su na tarifi „MojMix“.

Mogućnosti koje nudi „WebShop“, pogonjen servisom kartičnog plaćanja, su vrlo široke, pa se tako u skorijoj budućnosti planira implementacija plaćanja „cloud“ usluge te online dopu-

na prepaid računa, koja bi korisnicima na raspolaganju trebala biti do kraja 2015. godine.

Ovoga puta je bilo zaista značajnih promjena koje su načinjene na androidu.

mtel.ba u novom izdanju

m:tel portal je u aprilu 2015. doživio i svoju treću verziju te je tako, svojim online pratiocima, ponudio

novi, savremeniji i uzbudljiviji web doživljaj. Iteracija pod radnim nazivom „mtelba 3.0“ osvanula je tektonski redizajnirana, odgovorivši pri tome na sve izazove modernog weba kojeg svim srcem još od 2008. godine propagira američki web guru Peter Gasston.

Loše prognoze američkog časopisa „Wired“ iz 2010. godine da je web mrtav, ili barem na palijativnom izdržavanju, na svu sreću nisu se ostvarile. Naprotiv, glavni krivac i kreator pojma „Responsive Web Design“ je Ethan Marcotte koji je termin RWD prvi put spomenuo u članku objavljenom u maju 2010. godine na portalu „A List Apart“. Teoriju i primjenu RWD-a opisao je u istoimenoj knjizi „Responsive Web Design“ objavljenoj 2011. godine, a već godinu dana kasnije taj pojam bio je uvršten na visoko drugo mjesto „Top Web Design Trends“ britanskog internet magazina „net“. Microsoft je u to vrijeme bio trom, što je u jednu ruku donijelo stabilno tržište za programere, ali je sa sobom nosilo i veliki hendikep, jer je inovacija na webu ušla u fazu stagnacije, što je bila posljedica nedostatka konkurencije web browsera i zatvorenog okruženja.

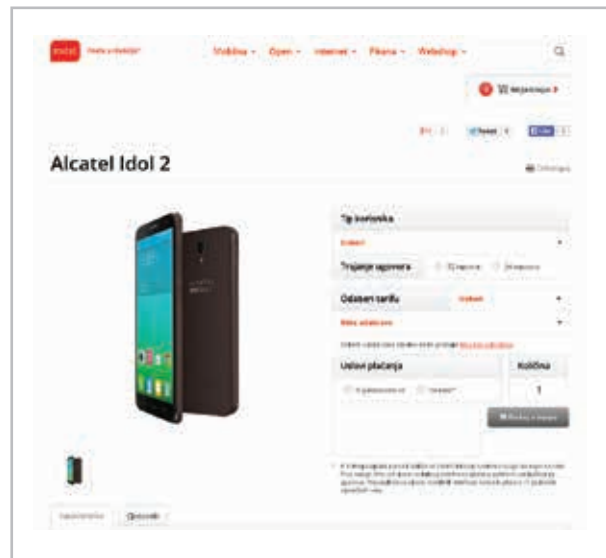
Godina 2008. bila je prekretnica i to ne samo jer se u kinima počeo prikazivati film „Indiana Jones i kraljevstvo kristalne lobanje“, već i zato što je broj uređaja spojenih na internet prerastao broj ljudi koji su ih koristili. Da skratimo - web je sveprisutan. Danas se 90% medijske interakcije događa na ekranima (pametni telefoni, tableti, prenosna ili stolni računari, televizori). Procjenjuje se da će krajem 2015. godine broj korisnika koji pristupaju internetu preko računara biti premašen onima koji to rade preko mobilnih uređaja.

Sve to je bio dodatni izazov i motiv za m:tel web team da posloži savremeni web portal koji će, pored efektnog desktop izgleda, biti i responzivni veb-sajt za bilo koga, bilo gdje - jer RWD je postao potreba, a ne prestiž.

Arhitektura m:tel web portala

Bazirana na detaljnoj analizi šestogodišnjeg ponašanja online korisnika (ukupan broj posjetilaca: 12 613 840, jedinstvenih posjetilaca: 4 864 880, ukupno pregledanih stranica: 62 670 900), njihovih interesovanja, afiniteta i navika, a koje je brižljivo bilježila „Google Analytics“ stati-

stika, m:tel web team je udahnuo novi život već postojećem izgledu, ali zadržao istu logiku navigacije kroz sajt.



Primarna navigacija, u odnosu na prethodnu verziju, sada je prebačena u horizontalnu header sekciju, čime se dobilo na širini index stranica a samim tim i na preglednosti post-stranica koje, u stvari, i nose esencijalne informacije o ponuđenim uslugama. Sekundarna navigacija je smještena na lijevoj strani pojedinačne stranice, koja dodatno olakšava snalaženje na portalu. Osim toga, „breadcrumbsi“ korisniku dodatno sugerišu gdje je trenutno lociran.

Arhitektura redizajniranog m:tel.ba portala ostala je dosljedna prethodnim iteracijama, ali je ovog puta tzv. „white space“ (ili „breathing space“ kako ga neki zovu) sajta minimiziran dodatnim grafičkim sadržajem te se time dodatno naglasio vizuelni identitet same kompanije, uz reprezentativni prikaz za korisnike najvažnijih usluga i uređaja.

Raspored glavnih navigacionih menija i dalje se zasniva na podjeli po vrsti korisnika, a dodatno se grana po vrsti usluge, tako da je i za nove posjetioce dovoljno da znaju koja su vrsta korisnika da bi odredili pravi kurs ka željenom cilju.

Dostupnost informacija po dubini, za koja su na staroj verziji veb-stranice svakako bila dovoljno samo 4 klika, spušteno je sada na prosta 2 ili 3, tako da korisnik koristeći istu mapu sajta stiže za manje vremena do željene destinacije na portalu.

Najpopularnija odredišta korisnika - m:tel telefonski imenik, zbirni cjenovnik te „WebMail“ - našli su svoje mjesto u sekciji brzih linkova na početnoj strani portala.



Najbolji smartfoni stižu na krilima glasina

Uz brzi tempo evolucije pametnih telefona uvijek postoje novi modeli koji se nestrpljivo iščekuju. Ovo-ga puta vam donosimo pregled najboljih pametnih telefona koji će se tek pojaviti (ili su se u trenutku čitanja ovog članka pojavili pod svjetlima dana), a ako je suditi po glasinama, većina njih će biti zaista vrhunski telefoni. Većina samih glasina je vjerodostojna i prilično uzbudljiva, s obzirom na to da je dobar dio uređaja već najavljen, ali ćemo ih tek nešto kasnije gledati na policama i držati u svojim rukama.

Sony Xperia Z3+

Sony Xperia Z4 predstavljen je u Japanu 20. aprila, ali, iako su mnogi očekivali globalno predstavljanje novog telefona, iz kompanije Sony su kazali da je Xperia Z4 namijenjena samo japanskom tržištu, a da će umesto

njega ostatak svijeta biti dostupan model Xperia Z3+. U svakom slučaju, i Xperia Z4 i Xperia Z3+ su napredak u odnosu na Xperia Z3 uređaj, čijeg se dizajna manje-više drže, ali donose znatan napredak u specifikacijama nekih oblasti, i to uglavnom kada su u pitanju čipset i prednja kamera. Najavljeno je da će Sony Xperia Z3+ imati iste specifikacije kao i Xperia Z4, a to znači isti OmniBalance dizajn, Full HD ekran od 5,2 inča, zatim glavnu kameru od 20.1 megapiksela i prednju od 5 megapiksela. Tu je i Snapdragon 810 sa 3 GB RAM-a, a sa svojih 6,9 mm debljine i 144 g težine biće nešto tanji i lakši od svog prethodnika.

Samsung Galaxy Note 5

Samsung se drži svog godišnjeg ciklusa predstavljanja uređaja, pa kako smo sa Galaxy S serijom otpočeli ovu godinu, sa Galaxy Note serijom ćemo je tradicionalno





privesti kraju - i to na sajmu IFA u Berlinu. Ako se ciklus nastavi kao do sada, to bi trebalo da znači da će Galaxy Note 5 biti najavljen u narednih nekoliko mjeseci. Tačnije, priča se o dva uređaja, tradicionalnom i dual-edge Note uređaju, ali naravno, još uvijek nije ništa zvanično potvrđeno. Glasine spominju 5,9-inčni ekran sa Ultra HD Super AMOLED za standardni Note 5, a druge glasine ističu da će Samsung pratiti isti dizajn koji je koristio Galaxy S6, što podrazumijeva uvođenje kombinacije metala i stakla. Spominje se i zadnja kamera od 18 ili 21 megapiksela, zajedno

Uz brzi tempo evolucije pametnih telefona uvijek postoje novi modeli koji se nestrpljivo iščekuju.

sa prednjom kamerom od 5 ili 6 megapiksela, zatim 128 GB interne memorije te skener otiska prsta i USB-Type C. Kada govorimo o procesoru, postoje tvrdnje da će to biti Snapdragon 810 podržan sa 4 GB RAM-a, ali se takođe spekulira da bi procesor ponovo mogao biti Samsungov, kao što je učinjeno sa Galaxy S6 i Galaxy S6 Edge uređajima.

Samsung Galaxy S6 Active

Samsung Galaxy S6 predstavljen je na „MWC 2015“ u martu ove godine zajedno sa Galaxy S6 Edge modelom, ali izgleda da južnokorejska kompanija nije završila sa predstavljanjem S porodice smartfona još uvijek. Otporna na vodu i prašinu, ojačana verzija Samsunga Galaxy S6 je zvanično potvrđena, ali ne namjerno. O ovom uređaju se godinama govorilo, a onda se pojavio na Samsungovom sajtu za Ameriku, i to na grafikonu koji ilustruje koji od uređaja ove kompanije imaju pravo na Samsung Plus poe-

ne. Nije bilo nikakvih specifikacija, ali se tvrdi da će Active doći sa 5,1-inčnim QHD ekranom, baš kao i njegov stariji brat. Spominje se i isti octa-core Exynos 7420 procesor zajedno sa 3GB RAM-a, a njegove kamera, kako se tvrdi, imaće 16 (zadnja), odnosno, 5 (prednja) megapiksela.

HTC One M9+

O ovom telefonu su kružile glasine prije nego što se M9 uopšte pojavio. M9+ je sada i zvanično najavljen, a biće predstavljen na događaju u Kini. Prvo će se pojaviti na kineskom tržištu, ali nema podataka o tome da li će se prodavati izvan Azije. HTC One M9+ ima 5,2-inčni Quad HD ekran, a pokreće ga octa-core MediaTek čipset. Na prednjoj strani postoji skener otiska prsta, a na poleđini je Duo kamera od 20 megapiksela. Na neki način je progresivniji nego vodeći model M9, koji je predstavljen u martu. Evidentno je da je HTC u potrazi za drugim proizvođačima hardvera, da se eksperimentiše sa kamerom, kao i to da HTC i dalje, tradicionalno, nudi visok kvalitet izrade.

HTC J Butterfly 3

HTC J Butterfly 3 je još jedan pametni telefon koji mnogi neće moći da kupe, jer će izaći samo u Japanu i malo je vjerovatno da će se pojaviti još negdje. Ipak, sasvim je moguće da će HTC objaviti model sa sličnim specifikacijama ovog uređaja i nazvati ga nešto drugačije za ostatak svijeta, kao što inače postoji praksa. HTC J Butterfly 3 ima 5,2-inčni Super LCD3 sa rezolucijom 2650x1440 piksela, Qualcomm Snapdragon 810 čipset sa 3 GB RAM-a i 32 GB interne memorije, sa podrškom za microSD proširenje. Takođe, ima prednju kameru od 13 megapiksela poput Desire Eye i Duo glavnu kameru sa senzorom od 20 megapiksela, baš kao i HTC One M9+. Ovaj hardver na okupu drže Android 5 Lollipop i Sense 7, tako da su tu sve potrebne funkcije dodatno upakovane u plastično vodootporno tijelo. Ovo će vjerovatno biti bolji „flagship“ nego HTC One M9, pa postoji opravdana nada i želja da će tajvanska kompanija napraviti sličan model za ostatak tržišta.

Huawei Ascend Mate 8

Informacije koje su procurile o modelu Huawei Mate 8 kažu da će stići uskoro. Takođe, specifikacije ukazuju na to da bi moglo biti veoma uzbudljivo kada se ovaj fablet pojavi. Prema glasinama, Mate 8 treba imati veličinu ekrana od 6 inča, baš kao i njegov prethodnik, ali će dobiti više piksela, pa će od Full HD napredovati do Quad HD ekrana. Očekuje se da će ga pokretati Kirin procesor, dok je kao kamera navedena ona od 16 megapiksela. Jedini problem sa Ascend Mate 8 je internacionalno izdanje. Huawei Ascend Mate 7 je trebalo da bude dostupan širom svijeta, ali ga ipak nije bilo na mnogim tržištima van Kine uprkos postignutom uspjehu, tako da se još uvijek ne polažu velike nade za širu distribuciju modela Mate 8.

5G - zastrašujuća sveprisutnost interneta

Možda se čini nevjerovatno iz našeg ugla posmatranja, ali tehnologija i digitalni svijet zapravo stagniraju nakon prvobitnog eksplozivnog razvoja i brojnih novotarija. Ovo se dešava zbog toga što uređaji koji se danas koriste u našim životima, orijentisanim sve više prema savremenoj tehnologiji, zahtijevaju novu infrastrukturu za prenos podataka, kako bi se omogućila nova vrsta konceptualnog, još povezanijeg, načina života na svim poljima, kojem se iz dana u dan sve više teži. Odgovor na ovaj izazov je kratak - 5G.

5G nije samo naredna mobilna mreža, kao što je 4G ili 3G. To je, zapravo, naredna tehnološka platforma koja će nas upoznati sa brzinom daleko iznad one koju trenutno poznajemo. Možete li zamisliti preuzimanje filma od 8 GB za samo šest sekundi? 5G će omogućiti da se vaš mobilni uređaj poveže sa milijardama drugih uređaja i senzora, u svim aspektima vašeg života. Poređenja radi, vaš trenutni telefon može da se poveže „samo“ sa nekoliko hiljada njih. Problemi sa kašnjenjem tokom slanja i prijema podataka će nestati. Zastoj i čekanje će biti stvar prošlosti.

Autonomna vozila su uvijek zanimljiva i aktuelna tema, pogotovo kada se zamislite za volanom jednog od njih. Sasvim sigurno biste duboko udahnuli prije nego što biste mu prepustili kontrolu, a posebno kada bi se našli na putevima koji funkcionišu na 4G mreži, koja ima poprilična kašnjenja, što bi vas moglo stajati života. Primjera radi, samovozeći automobil na 4G mreži, koji se kreće brzinom od 90 km/h i treba da iznenada zakoči da bi izbjegao sudar, kretao bi se dodatna dva metara prije nego što bi svi procesi i podaci doveli do toga da se automobil zaustavi. Na 5G mreži, automobil bi se pomjerio nepuna tri centimetra. Dakle, jedna i po tona metala pokrenula bi se za dužinu manju od pola prsta da bi izbjegla sudar. A možete li zamisliti da autonomno vozilo čak „razgovara“ sa 50 drugih automobila u svojoj okolini i sa senzorima postavljenim u cjelokupnom prostoru, i to sve kako bi mogućnost nesreće bila svedena na minimum?

Evolucija interneta će sasvim sigurno spojiti sve postojeće sadržaje u neku vrstu inteligentnog upravljanja, gdje će se tehnologija dijeliti na onu koja proizvodi i onu koja nudi određene servise. Evo kako bi 5G trebao izgledati za nekih pet godina:

Internet će moći bolje da „osjeti“ životnu sredinu preko senzora, sondi i povezanih predmeta, što bi trebalo značiti da će servisi biti u stanju da razumiju specifične situacije vašeg fizičkog okruženja. Sa 50 milijardi povezanih uređaja,



Nanorobotika je svakako polje na koje treba obratiti pažnju, budući da se konstantno razvija i daje uistinu fascinantne rezultate.

do 2020. godine, ovakve mreže će biti izgrađene širom svijeta, a njeni tvorci vode se idejom maksimalnog smanjenja potrošnje energije. Oni smatraju da 4G ograničava preduzetnički duh, iako postoji toliko toga šta možemo da uradimo sa trenutnim brzinama i povezivanjima na mobilne uređaje. Ovo će uskoro biti ukinuto, a servisi o kojima nismo mogli ni sanjati da su uopšte mogući pokrenuće maštovite umove koji će prvi prepoznati nove mogućnosti. Dalje, sa 5G, internet će vas pratiti gdje god da idete, što vam omogućava pristup svim podacima sa bilo kojeg uređaja, koristeći jednostavnu formulu - sveprisutnost. Komunikacija će se desetostruko povećati, što znači da će uređaji prestati da pričaju gluposti i sastavljace prave rečenice.

Zvuči li vam sve ovo i pomalo zastrašujuće? Vjerovatno da da. Bilo kako bilo, 5G nas čeka u bliskoj budućnosti, a šta će sve donijeti sa sobom, bilo pozitivno ili negativno, pitanje je na koje ćemo vrlo brzo dobiti odgovor.

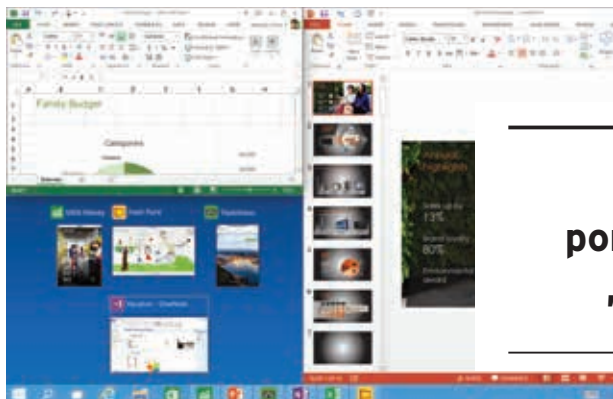
Windows 10 - poznati korisnički interfejs kao ključ za prodaju

Napokon je zvanično!

Microsoft će 29. jula predstaviti novu verziju dugo očekivanog operativnog sistema (OS) „Windows 10“. Osim toga, novost je i da će pravo na besplatnu nadogradnju na „Windows 10“ tokom prve godine imati svi korisnici OS „Windows 7“ ili „Windows 8“ (i 8.1) na PC-ju ili notebook računarima. Iako je riječ o početnoj fazi, prihvatanje novog operativnog sistema među beta testerima bilo je veoma veliko. Ipak, ostaje da se vidi ono najbitnije - kako će „Windows 10“ proći sa „običnim“ korisnicima.

S obzirom na to da paket proizvoda i uređaja kompanije više ili manje zavisi od korišćenja Windows OS-a, rezultati tokom narednih mjeseci biće od ključnog značaja za poslovanje Microsofta, i to ne samo u ovoj godini, već i u budućnosti. Ove godine ćemo konkretno vidjeti Microsoftov ukupni tržišni udio te da li će „Windows 10“ pomoći kompaniji da utiče na potrošače da kupe njihove telefone.

Kao što smo već naveli, kompanija je ponudila besplatnu „Windows 10“ nadogradnju postojećim korisnicima OS-a „Windows 7“, „Windows 8“ i „Windows 8.1“. Upravo ovo bi trebali pomoći da Microsoft stabilizuje svoj tržišni udio u industriji. Međutim, budući da je u pitanju besplatna usluga za prvu godinu svog lansiranja, evidentno je da Microsoft ne očekuje značajno povećanje prihoda. Zato je najveće pitanje kakav će strateški plan Microsoft sprovedi u narednim mjesecima, a u cilju poboljšanja rasta prodaje i čiste zarade na drugoj strani. Ostaje da se vidi da li uzdržana potražnja za računarima zapravo traži porast prodaje u drugoj polovini godine.



Kompanija je ponudila besplatnu „Windows 10“.

Jedan od osnovnih razloga za pad prodaje PC-jeva je povećana popularnost tableta, čija je potražnja premašila potražnju računara u 2015. godini. Pored toga, predviđa se da će ukupna isporuka uređaja, uključujući telefone, tablete i računare, dostići 1,4 milijardu u ovoj godini, što je 12,2 % više u odnosu na prethodnu godinu, ali i da će nastaviti da usporava u narednih nekoliko godina. Dok pametni telefoni i tableti bazirani na iOS i Android OS nastavljaju da vladaju tržištem, oni koji koriste Microsoft Windows nisu prošli tako dobro. Prema dostupnim podacima, tržišni udio Windows OS tableta je 2,5% u posljednjoj četvrtini 2014. godine. Uprkos tome što nude popuste na svoje tablete i pametne telefone prodaju po nižim cijenama, prodaja mobilnih uređaja Windowsa nastavlja da zaostaje na ukupnom tržištu.

Dok su „Windows 8“ i „Windows 8.1“ ciljali na tablete i računare, „Windows 10“ može da se koristi na uređajima manjim od 8 inča. Zbog ove kompatibilnosti, Microsoft će moći da proda više Windows-baziranih telefona, i upravo tu vidi rast svoje baze korisnika. Pored toga, Microsoft se sada fokusira na otklanjanje jedne velike mane koju ima „Windows 8“ i to uvodeći univerzalne aplikacije koje će pomoći da telefon radi sa drugim poznatim aplikacijama, kao što su Instagram ili Gmail, a sve u cilju ubjeđivanja kupaca da istraju sa Windows računarima i tabletima.

Druga ključna stvar za Microsoft ove godine je napredak koji se očekuje na tržištima u razvoju po pitanju „Windowsa 10“, jer korisnici na ovim tržištima posjeduju pametni telefon, prije nego računar. Stoga, kada potrošači kupe „Windows 10“ telefon, a zatim odluče da kupe računar, već poznati korisnički interfejs bi trebao olakšati prodaju. Upravo ovo bi trebao biti dobitni faktor za Microsoft, pošto ni Apple ili Google nemaju OS koji izgleda tako slično na različitim uređajima.

Na svu sreću, nećemo morati dugo čekati da vidimo da li su procjene iz Microsofta bile dobre, a posebno će biti zanimljivo posmatrati borbu za korisnike sa ljutim rivalima - kompanijama Apple i Google.

Android u napadu na iOS

Još jednom se potvrdilo da su glasine bile tačne kada su u pitanju noviteti koje donosi Windows 10, nadolazeći operativni sistem kompanije „Microsoft“, a ovoga puta riječ je o šuškanjima u pogledu novog browser-a, imena Spartan, koji bi trebao poslati u penziju Internet Explorer. Ali, da li će to zaista biti tako?

PIŠE: VESNA DRAKULIĆ

Jedan od bitnih razloga zbog kojeg je Android uvijek korak ispred iOS-a je svakako kapacitet memorije. Za razliku od iPhone pametnih telefona, Android ima microSD karticu, zahvaljujući kojoj korisnik može lako i jeftino kupiti više prostora za čuvanje svojih podataka. Da bi se iPhone nadgradio na iOS 8, novi operativni sistem, potrebno je barem 5,8 GB slobodnog prostora, a sa ciljem dobijanja tog potrebnog prostora, mnogi korisnici su se odlučili na brisanje sadržaja sa telefona. Android uspješno rješava i taj problem tako što omogućava čuvanje video snimaka, fotografija i muzike na microSD kartici.

Osim toga, Android ima veliku prednost nad iOS telefonima i u aspektu baterije. Naime, kod iPhone-a vađenje i zamjena nije moguća, dok kod Androida, sasvim evidentno, jeste, pa je samim tim i popravka/zamjena lakše izvodiva.

iOS ekrani već godinama izgledaju isto - redovi ikonica poslaganih jedna pored druge. Sa druge strane, Android konstantno nudi unaprijeđenja i izmjene koje služe lakšem i boljem snalaženju na telefonu. Dakle, veliki broj prečica i olakšica kreiran je od strane Androida, kako bi se korisnici što lakše i brže kretali i koristili željene opcije. Android nudi i „Application Drawer“, u koju možete skloniti aplikacije tako da su vam uvijek pri ruci, a da ne zauzimaju mjesto na vašem ekranu, kao i „Beautiful Icon Styler“, pomoću kojeg možete brzo promijeniti ikonice na svom ekranu. Ukoliko, sa druge strane, želite da promijenite kompletan interfejs, „Google Play Store“ nudi brojne aplikacije koje omogućavaju kompletno mijenjanje izgleda vašeg ekrana.

Ako vam se dešavalo da imate dvije obaveze za koje vam treba vaš pametni telefon, a da svaku od njih morate završiti odmah, Androidi imaju rješenje - podjelu



ekrana. Kod iOS uređaja to nije moguće, ali jeste na nekim Android telefonima. Konkretno, riječ je o Samsung i LG smartfonima. Na Samsungovim uređajima ta opcija se zove „Multi Window Mode“, a na LG telefonima „Dual Window“. Zahvaljujući njima, na jednom ekranu vidjećete dvije različite aplikacije, a sve to je samo još jedan dokaz veće otvorenosti Android od iOS uređaja.

Jedna od najboljih stvari koja Androidu daje dodatne bodove jeste i činjenica da možete instalirati aplikacije direktno sa interneta. Sve šta treba da uradite jeste da u pretraživač ukucate play.google.com, ulogujete se sa svojim Google nalogom i kliknete opciju „Install“ kako biste preuzeli aplikaciju na jedan od vaših povezanih Android uređaja. App Store za iOS uređaje zapravo i ne postoji na internetu, tako da ako kliknete na opciju za instaliranje aplikacije, otvoriće vam se iTunes ili mobilna aplikacija App Store.

Postoji još mnogo segmenata i detalja zbog kojih Android i ove godine prevladava na tržištu, a to ćete najbolje otkriti sami ukoliko se sa iPhone-a prebacite na jedan od Android pametnih telefona.

BRENDOVI KOJIMA VJERUJEMO

Moderni klasik: HTC One M9

Dizajnerski i tehnološki superioran

PIŠE: ALEKSANDRA STOJANOVIĆ-LJUBOTINA

Čuvena korejska kompanije je pri izradi novog modela HTC One mobilnog telefona odlučila ostati vjerna dizajnu njegovog prethodnika, čime je zadržana elegancija i karakteristična prepoznatljivost HTC-ove premijum linije. S obzirom na kultni status koji HTC One trenutno ima, od modela HTC One M9 se očekuje da kod korisnika izazove ako ne iste, onda još jače emocije od njegovog prethodnika.

Zahvaljujući najsavremnijoj tehnologiji izrade aluminijumskog kućišta, sa blago uzdignutim staklom ekrana koji ovom uređaju pruža specifičnu crtu prefinjenosti, u ovoj kompaniji uspeli su kvalitet izrade podići na jedan novi nivo. Za jednodijelno metalno kućište telefona zaslužna je trenutno jedinstvena tehnologija dvostruke završne obrade, koja dodatno povećava izdržljivost i otpornost uređaja na oštećenja i habanja. Vizuelni izgled i individualizam modela M9 dodatno je pojačan kombinacijom dijamantno srebrne i zlatne boje.



Uz vrhunsku sliku i žive boje kvalitetnog 5-inčnog ekrana, full HD (1080p) rezolucije, HTC One M9 ima ugrađeni dual sistem prednjih zvučnika i ozvučenje HTC BoomSound, kao i emulaciju 5.1-kanalnog zvuka Dolby Surround, čime pruža izuzetno zvučno iskustvo.

HTC One M9 pokreće osmojezgarni procesor (4x2 GHz + 4x1.5 GHz) na Snapdragon 810 čipsetu. Količina podataka koju interna memorija može podržati je 32 GB i, naravno, proširiva je MicroSD karticama. Za grafiku je zadužen Adreno 430 koprocesor od 650 MHz.

Unapređenja u novom HTC Sense 7 korisničkom interfejsu, preko Android 5.0 Lollipop softvera, sada korisniku donose

“Let them stare.”

potpunu kontrolu nad uređajem i mogućnost prilagođavanja do najsitnijih detalja. Sense 7 inovira način na koji osnovni ekran prikazuje najkorisnije aplikacije, i to na osnovu trenutne lokacije korisnika. Uz pomoć kontekstualnog i prilagodljivog vidžeta, korisnik je uvijek na samo jedan klik od funkcija koje su mu u tom trenutku najpotrebnije, bez obzira da li je kod kuće, na poslu ili na zabavi.

Glavna kamera modela HTC One M9 sada ima rezoluciju od čak 20 megapiksela, automatski fokus, 4K video snimanje, a sve to obezbjeđuje

fotografiju vrhunskog kvaliteta i fantastične oštine. Sa prednje strane smještena je UltraPixel kamera koja, zahvaljujući ultrapikselima koji primaju i do 300% više svjetla od standardnih kamera, omogućuje kreiranje znatno boljih i dinamičnijih autoportreta - čak i u uslovima slabijeg osvjetljenja. Video zapisi se snimaju u rezoluciji 4K, a safirno staklo kamere je još jedan novitet i dobra vijest za korisnike koji žele vrhunsku zaštitu sočiva kamere.

Dimenzije ovog uređaja su nešto manje od dimenzija njegovog prethodnika i iznose 144,6 x 69,7 x 9,61 mm. Težina uređaja je 157 grama, a baterija telefona je kapaciteta 2840mAh.

U okviru ovog pametnog telefona dostupna je i tehnologija Motion Launch. Informacije iz svih senzora se prenose na posebnom koprocesor, a svaka aplikacija prima direktno informaciju, bez konsultacija sa svakim senzorom. Zahvaljujući Motion Launch, kod modela M9 postoje različite opcije za otključavanje ekrana bez tastera za uključivanje.

Nema dvojbe, HTC M9 je još jedan korak ka društvu savršeno izbalansiranih smart telefona zasnovanih na Androidu. HTC One M9 je pobjednik zbog zlatne boje i nevjerovatno kul i glamuroznog izgleda u stvarnom životu, kamere modula 20 MP, koji posjeduje redovno ažurirani Sense, interfejsa lijepog i zgodnog za korišćenje, koji posjeduje i Android 5.0.



SVJETSKI DOGAĐAJI

GMIC BEIJING
APR 28-30, 2015

GMIC u Pekingu



donio čovjekolikog robota i „Internet Plus“

Na samom kraju mjeseca aprila, Peking je bio domaćin jedne od najvećih mobilnih konferencija na svijetu. Riječ je o događaju pod nazivom „Global Mobile Internet Conference“ (GMIC).

PIŠE: SAVO DRAKULIĆ

O značaju i veličini konferencije, održane od 28. do 30. aprila, dovoljno govori brojka od čak 25 000 učesnika. Konferencijaska lokacija je bila Narodni centar za konvencije, a učestvovali su rukovodioci iz 60 zemalja, među kojima su bili investitori, preduzetnici, programeri i drugi profesionalci.

Iako se GMIC organizuje u brojnim gradovima širom svijeta, najpoznatiji je upravo ovaj kineski događaj, koji se na godišnjem nivou održava od 2009. godine. Konferencija privlači rukovodioce iz mobilne i internet industrije, a naročito one koji dolaze iz istočnih zemalja. Više od 100 govornika iz cijelog svijeta držalo je predavanja. Između ostalog, tu su se našli Steve Mollenkopf, direktor „Qualcomm“, te Eric Migicovsky, direktor i osnivač „Pebble“ tehnologije, ali i mnogi drugi iz globalne hi-tech industrije. Konferencija je obuhvatila brojne teme, kao što su robotika, mobilni marke-





ting, pametna medicinska tehnologija, pametne kuće, igrice i još mnogo toga.

U nastavku možete pročitati šta je to privuklo najviše pažnje na globalnom nivou.

TOS+ vs. Xiaomi i Alibaba

Nakon tri mjeseca beta faze, kineski tehnološki titan „Tencent“ je na GMIC-u predstavio svoj operativni sistem baziran na Androidu, koji je namijenjen za korišćenje preko smartfona, igračkih konzola, nosive tehnologije i pametnih kućnih gadžeta. Softver po imenu „TOS+“ na konferenciji u Pekingu je predstavio Ren Yu Xin, izvršni direktor kompanije „Tencent“. Ovaj operativni sistem je dizajniran sa ciljem da pomogne „Tencentu“ da smanji nadmoć kompanije „Xiaomi“ kada su u pitanju mobilni i pametni uređaji, kao i da se pokuša parirati širenju „Alibaba“ servisa na pametne uređaje poput televizora.

Pored otkrivanja logotipa za „TOS+“ i ukazivanja na kakve gadžete sistem može da se postavi, nije mnogo predstavljeno, jer detalji ovog operativnog sistema nisu poznati u ovoj fazi razvoja. „Tencent“ je izabrao drugačiji put od kompanija „Xiaomi“ i „Alibaba“ u izradi ovog operativnog sistema, pa je kao i sam Android besplatan za korišćenje kada su u pitanju treće strane. Ipak, nisu željeli da otkriju koji proizvođači su im partneri, niti na kojim gadžetima će se „TOS+“ naći.

Potez „Tencent“ dolazi šest mjeseci nakon što je „Xiaomi“ razdvojio svoje pametne telefone od pametnih kućnih gadžeta, kao što je, recimo, popularni „Mi Air“ filter. „Xiao-

Postigao se dogovor da se poveća integracija između internet sektora i tradicionalnih industrija.

mi“, koji je postao kineski top brend u 2014. godini kada su u pitanju mobilni telefoni, koristi sopstveni MIUI, baziran na Androidu, kao platformu da privoli svoje korisnike telefona da isprobaju pametne kućne gadžete, a omogućavajući potpunu kontrolu pomoću jedne aplikacije i jednostavne prijave putem „Xiaomi Cloud“ naloga. „Tencentu“ će vjerovatno biti cilj da poveže i uveže stvari kao što su „Tencent QQ“ ili „WeChat“, koje trenutno koristi preko 800 milion ljudi.

Ipak, da li će „TOS+“ poživjeti ili se ugasiti u mnogome zavisi od kvaliteta hardvera na koji će biti primijenjen. Nažalost, u kompaniji „Tencent“ to nije u njihovim rukama, kao što je slučaj sa „Xiaomi“.

Više od interneta - „Internet Plus“

Predstavnici industrije iznijeli su na konferenciji i svoje stavove oko „Internet Plusa“, novog programa koji je pokrenula kineska vlada. Oni su postigli dogovor da se poveća integracija između internet sektora i tradicionalnih industrija, koja će pružiti bolje usluge potrošačima, ali istovremeno i pojačati kinesku ekonomiju.

Yu Yongfu, predsjednik online marketing jedinice kompanije „Alibaba“, rekao je da veruje da će „Internet Plus“ program izazvati domino efekat širom zemlje. Program ne samo da će u potpunosti iskoristiti društvene resurse, kao što su podaci i informacije, već i stvoriti nove zahtjeve za inovacije i stimulisati više preduzetnika da započnu sopstveni biznis.

Yu Yongfu je kao primjer uzeo „Autonavi“, digitalnu mapu kompanije „Alibaba“, kako bi ilustrovao uticaj online usluga na svakodnevni život ljudi.



„U početku, potrošačima smo samo pružali najnovije informacije o saobraćaju. Onda smo predlagali korisnicima kako da izbjegnju gužve. Sada smo na putu do treće faze koja se tiče predviđanja saobraćaja. Pokrenuli smo javnu platformu na osnovu ogromne količine naših podataka iz „Autonavija“. Kroz ovu platformu povežemo sve službe koje se bave upravljanjem saobraćaja, lokalne samouprave i sve kanale saobraćaja”, otkrio je on. Osim toga, dodao je i da su spremni da podijele svoje podatke sa širom javnošću, kako bi riješili probleme u saobraćaju. Pored promjena koje su se desile na samom internetu, preduzeća iz ove oblasti su takođe prolazila kroz transformaciju.

Yao Jinbo, direktor kineske lifestyle servisne platforme „58.com”, koja se spojila sa svojim konkurentom „Ganji.com”, kaže da su se oba sajta počela transformisati od ciljanih reklamnih sajtova, prema sveobuhvatnim uslugama, pa je tako prošle godine „58.com” pokrenuo mobilnu aplikaciju koja direktno spaja potrošače i one koji nude lokalne servisne usluge, kao što su čišćenje kuće ili manikir kod kuće.

„Nedavno smo pokrenuli posebnu mobilnu aplikaciju za „58.com” - kućnu uslugu. Aplikacija ne samo da vam nudi informacije i određene usluge, već to čini i stvarna osoba, pa tako možete vidjeti dadilju koja dolazi u domove kako bi vam pomogla”, kaže on.

Prema izvještaju o kineskim mobilnim sajtovima, koje je objavio gigantski kineski pretraživač „Baidu”, dvije teme koje su u velikom porastu predstavljaju online obrazovanje i društveni servisi. Li Mingyuan, potpredsjednik „Baidu”-a, napominje da će lokalizovane usluge biti pravo bojno polje za internet kompanije.

„Mislim da su usluge „od online prema offline” obećavajući sektor s obzirom da se fokusiraju na svakodnevne

potrebe i mogu pomoći ljudima da uštede vrijeme. Radnička populacija u velikim kineskim gradovima je vjerovatno danas najzauzetija grupa ljudi na svijetu. Upravo zbog toga, usluge kojima se može lako pristupiti od kuće imaju veliku šansu za razvoj”, zaključio je on.

Android u ljudskom obliku

Brojni impresivno realni roboti predstavljeni su na GMIC-u. Ipak, humanoidni robot nazvan YangYang izazvao je najviše pažnje u Pekingu. Ovaj android može prikazati širok spektar izraza lica, može govoriti, pomjerati glavu i podići ruke kako bi vas vrlo uvjerljivo pozdravio. YangYang se može i rukovati, pa čak i zagrliti čovjeka.

YangYang su zajednički proizveli kineski centar „Yangyang Intelligent Robot Science” iz Šangaja i Hiroshi Ishiguro, poznati japanski profesor robotike, koji je stvorio neke od najvećih svjetskih, sablasno realističnih androida, a tokom 20 godina rada u odjeljenju za inovacije Univerzita u Osaki.

YangYang je nastao sa ciljem popularizacije robotike među mladima, a podsjeća na bjelkinju srednjih godina. Iako mnogi kažu da izgleda baš kao američka političarka Sarah Palin, YangYang je zapravo napravljena po uzoru na Song Yang, kineskinju koja radi u spomenutom šangajskom centru. Koža robota napravljena je od posebne vrste silikonskog gela koji vjerodostojno kopira teksturu ljudske kože.

„Nakon što su napravili još jednu mene, imam zaista nevjerojatna osjećanja. Na primjer,

s obzirom na to da izgleda baš kao ja, kada pravi neke pokrete ili izraze lica, pa to ne uradi dobro, bude mi nekako žao”, navodi Song, koja se pojavila na bini sa svojom android dvojnicom.

Profesor Ishiguro kaže da vjeruje da će roboti jednog dana zamijeniti pop zvijezde i holivudske glumce.

„Postoji mnogo mogućnosti. Na primjer, može biti pjevačica. Android robot je vjerovatno ljepši, a nikada se ne umara i može da pjeva pjesme zauvijek. A šta mislite o manekenki, voditeljki ili recepcionarki? Ili čak da postane čuvena filmska zvijezda? Androidi nikad ne zastarijevaju i stvaranjem androida možete imati mladi identitet koji će trajati zauvijek”, zaključuje on.

Naredne GMIC konferencije planirane su u Njujorku i Tokiju, a nakon ova dva vremenski bliska okupljanja, ista će se održati na još pet lokacija do kraja godine, tako da nema sumnje da ćemo svjedočiti mnogim čudnim i nevjerojatnim otkrićima iz svijeta tehnologije.

Stvaranjem androida možete imati mladi identitet koji će trajati zauvijek.

PRIČA O USPJEHU



Michio Kaku:

fizika budućnosti

Jedinstvena vizija čovječanstva do 2100. godine

PIŠE: STAŠA NIKODINOVIĆ

„**D**o 2100. godine naša sudbina će postati slična sudbini bogova i mitskih bića kojima smo se nekad klanjali, ali naše alatke neće biti čarobni štapići i napici, već nauka kompjutera, nanotehnologija, biotehnologija, vještačka inteligencija i kvantna teorija koja je osnova svih drugih teorija“. Ovo su neke od uvodnih riječi čuvenog fizičara i futurologa Michia Kaku u djelu „Fizika budućnosti“, u kojem on opisuje svoju viziju čovječanstva u 2100. godini.

Iako je veoma teško praviti precizna predviđanja budućnosti u svijetu u kojem se tehnološke promjene i otkrića dešavaju svakodnevno, futurologija je predmet fascinacije pisaca

kao što su Jules Verne i H.G.Wells, kao i modernih fizičara poput Kaku. Ovaj naučnik i profesor teorijske fizike na Gradskom univerzitetu u New Yorku intervjuisao je najuglednije svjetske naučnike prilikom priprema za pisanje svog bestselera, a rezultat je jedinstven prikaz

moćnog razvoja medicine, kompjutera, robota i svemirskih putovanja, koji bi mogli obilježiti vijek u kojem živimo.

Trenutno se nalazimo u vijeku molekularne medicine koja omogućava „inženjering tkiva“.

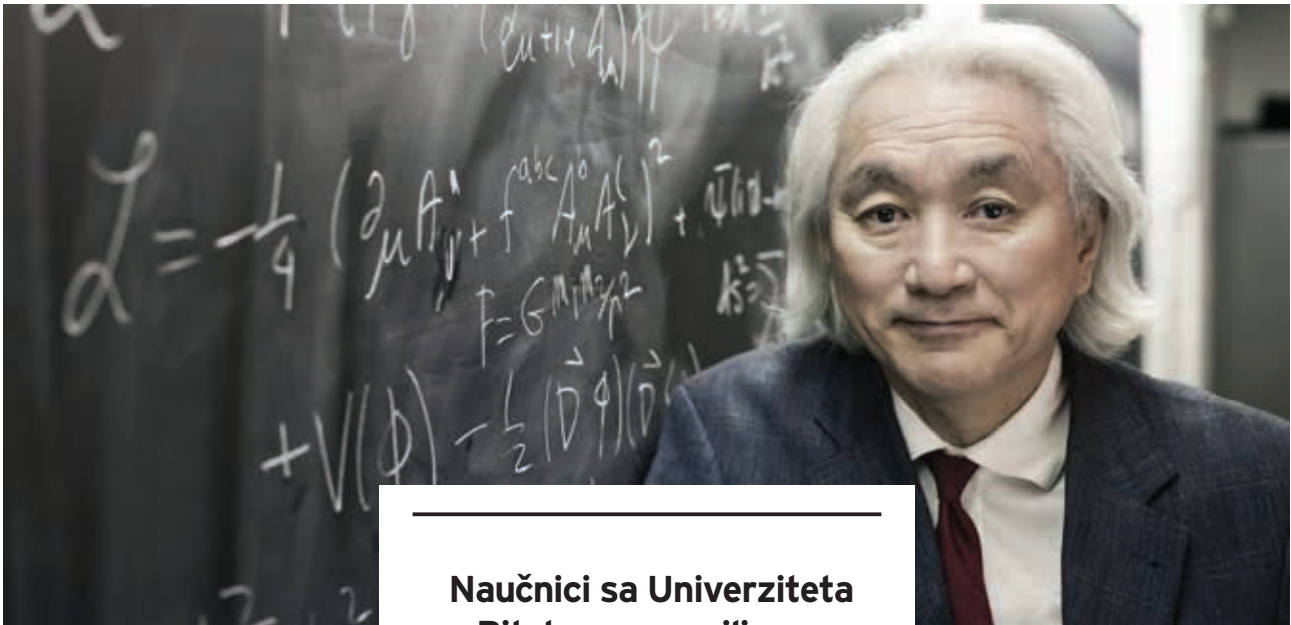
Razvoj medicine: pobjeda nad smrću

Biotehnološka revolucija, koja je uzela maha nakon lansiranja projekta mapiranja ljudskog genoma, ima jednu glavnu ideju vodilju: razotkrivanje tajne

besmrtnosti. Trenutno se nalazimo u vijeku molekularne medicine koja omogućava „inženjering tkiva“, odnosno uzgajanje novih organa od naših vlastitih ćelija. Ovo polje medicine obećava nastanak „prodavnica ljudskog tijela“, koje bi već do 2030. godine mogle postati stvar svakodnevnice. Naučnici trenutno u laboratorijama od naših ćelija mogu uzgajati dijelove kože, hrskavice i kostiju, a u skorijoj budućnosti će na ovaj način nastajati i neki od vitalnih ljudskih organa kao što su jetra ili srce. Sa ovim će liste čekanja za transplantaciju postati stvar prošlosti, a svako će imati mogućnost da putem jednostavnog procesa dođe do novog i zdravog organa.

Traganje za zemaljskim planetama

Najvažniji cilj svih astronoma je otkriće planeta koje su pogodne za život ljudi. Zahvaljujući sofisticiranim teleskopima budućnosti, naučnici će biti u mogućnosti da kreiraju čitave enciklopedije svemirskih sistema i planeta na kojima je moguć život. Sljedeći korak prilikom istraživanja ovih planeta biće slanje misija sa ljudskom posadom u svemir, šta u naučno-fantastičnim filmovima izgleda prilično jednostavno, ali u stvarnom životu predstavlja pravi poduhvat. San koji postoji od 1969.



Naučnici sa Univerziteta u Pittsburgu razvili su uz pomoć matičnih ćelija „vilinski prah“.

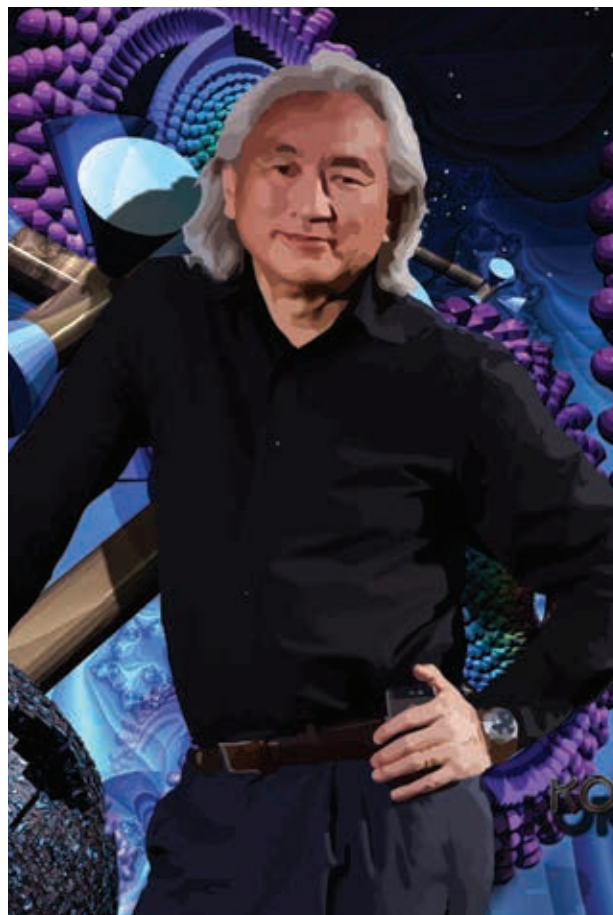
I sam odlazak kod doktora će se radikalno izmijeniti, tako da ćemo medicinske savjete dobijati putem zidnog ekrana, a svako jutro prije odlaska na posao moraćemo proći kroz rutinsko skeniranje, koje će automatski detektovati ćelije koje bi mogle mutirati u tumor. Odmah nakon što se štetne ćelije detektuju, softverski sistem će u krvotok lansirati specijalizovane nanobote koji će ih razoriti prije nego što se bolest uopšte razvije. Još jedno fascinantno polje medicine, koje dosta obećava, je i istraživanje matičnih ćelija koje u sebi nose mogućnosti za izlječenje mnogih oboljenja kao što su Alzheimerova ili Parkinsonova bolest. Naučnici sa Univerziteta u Pittsburgu razvili su uz pomoć matičnih ćelija „vilinski prah“, koji ima neverovatnu moć regeneracije, a uz pomoć kojeg je moguće uspješno uzgojiti potpuno novi dio odsječenog prsta. Sljedeći cilj je, evidentno, uzgajanje cijelog ljudskog uda.

godine, kada su Neil Armstrong i Buzz Aldrin zakoračili na površinu Mjeseca, nije još uvijek zaživio zbog jednog ključnog razloga: izuzetno visokih troškova. U budućnosti

se očekuje da će naučnici otkriti načine ekonomičnijeg transporta materijala u svemir, a prvi korak u procesu kolonizacije drugih planeta biće uspostavljanje stalne baze na Mjesecu. Kako bi kolonizacija bila uspješna, naučnici moraju pronaći način da zaštite baze od mikrometeorita koji stalno bombarduju površinu Mjeseca, a jedno od rješenja bi moglo biti uspostavljanje podzemne lunarne baze. Dodatna komplikacija pri naseljavanju drugih planeta je i degeneracija ljudskog tkiva i kostiju prilikom produženog boravka u bestežinskom stanju tokom svemirskih putovanja, a ovaj problem bi mogao biti riješen putem konstrukcije posebnih kapsula za hibernaciju.

Stvaranje planetarne civilizacije

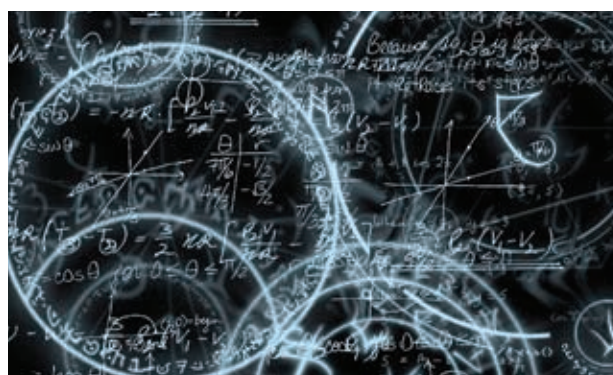
Većina naučnika smatra kako trenutni razvoj čovječanstva u konačnici vodi ka stvaranju jedinstvene planetarne civilizacije, koja će predstavljati novu fazu naše kolektivne istorije. Najveća briga teoretičara je da će se na ovaj način izgubiti lokalne kulture, međutim Kaku tvrdi da će ljudi u budućnosti biti bikulturalni. Važan faktor za očuvanje jedinstvenih kulturoloških običaja biće internet kao vječna baza neizbrisivih podataka, tako da nikada neće postojati opasnost da različiti oblici lokalne kulture budu izbrisani. Razvoj planetarne civilizacije će dovesti i do promjena na medijskom nebu, budući da će vijesti postati globalne i necenzurisane. Više neće biti moguće sakriti dešavanja iz najudaljenijih dijelova svijeta - sve grane medija sklopiće se u jednu globalnu.



Dan u životu jednog običnog čovjeka iz budućnosti

Kaku je posljednje poglavlje svoje knjige posvetio zanimljivom predviđanju načina na koji bi mogao izgledati jedan dan u životu običnog čovjeka iz budućnosti (2100. godina). To bi izgledalo ovako:

Ujutro ga budi zidni ekran koji ga obavještava o dnevnim obavezama i vremenskoj prognozi, dok on odlazi u kupatilo. Čovjek budućnosti na glavu stavlja žicu koja mu omogućava da telepatiski kontroliše različite funkcije u svom domu, kao što je podešavanje sobne temperature i stanice na radiju, dok u međuvremenu sobni robot priprema omiljeni doručak. Tokom doručka, on stavlja posebna kontaktna sočiva putem kojih se povezuje sa internetom i saznaje sva najnovija dešavanja. Na posao se vozi magnetnim kolima, koja se kreću tiho, lebdeći iznad druma, a vožnja do posla ostavlja mu dovoljno vremena za pregledanje video pošte prije sastanka u



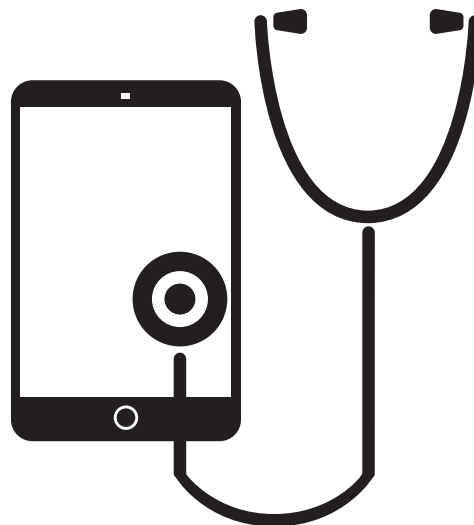
kancelariji. Na sastanku je prisutno nekoliko kolega, a oni koji ne mogu biti fizički tu pojavljuju se preko trodimenzionalnih holograma. Kada se vrati kući sa posla, opušta se uz 3D projekciju svog omiljenog filma u sobi koja se pomoću hologramskih lasera pretvara u pravi filmski set.

Čitajući o Kakuovim idejama, ne možemo da ne pomislimo kako smo jednim velikim djelom već zakoračili ka njegovoj viziji budućnosti. Zar ne?

TESTIRAMO

Samsung Galaxy S6

- suvereni vladar smartfona



Samsung je vladajući kralj Android uređaja i već dugo mu niko ne može parirati na globalnom nivou. To nije posljedica toga što je Samsung uvijek pravio najljepše uređaje ili što je razvio najintuitivniji softver. Razlog je sljedeći: u kompaniji Samsung na vrijeme su otkrili da ako ljudima ponude nešto novo - uspjeh je zagarantovan. I u većini slučajeva bili su u pravu.

PIŠE: SAVO DRAKULIĆ

Medutim, kao što smo vidjeli na primjeru prošlogodišnjeg modela Samsung Galaxy S5, bilo je jasno da ljudi žele još više. Uređaj možda nije ispunio Samsungove ciljeve, ali to je istovremeno bio i dobra smjernica za kompaniju - bilo je jasno kojim putem (ne) treba ići dalje. Sa modelom Galaxy S6 (i Galaxy S6 Edge, naravno), Samsung je ispravio sve greške. Novi telefon ne predstavlja toliko odstupanje od tradicionalne Galaxy linije, koliko se to čini u prvi mah, ali zato jeste vidljiva gore pomenuta neophodna evolucija. A da li je dobra? Hajde da vidimo.

Na prvi pogled, jasno je da se Galaxy S6 razlikuje od bilo kojeg drugog Samsung uređaja imajući u vidu materijale od kojih je načinjen, a to su u prvom redu staklo i aluminijum. Umjesto da izbjegava sličnosti sa svojim ljutim protivnikom iPhone-om 6, Samsung ih je izgleda potpuno prihvatio, a stiče se i utisak da je to očigledno namjerno urađeno. Čak je i 3,5 milimetarski priključak za slušalice sada prešao sa vrha, gdje je inače



bio kod Samsung Galaxy S serije, na novu poziciju na dnu S6 modela. Naravno da kod nekoliko telefona ima sličnu poziciju, ali je ovaj put postavljen lijevo od ulaza za punjenje, baš kao kod iPhone-a 6. Sa druge strane, i otvori zvučnika prebačeni su sa poledine na dno. Da li je moguće da je sve ovo samo jedna velika slučajnost? Možda Samsungovi dizajneri nisu ni jednom vidjeli iPhone 6 prilikom završnih radova na Galaxy S6? Da, priznajemo, teško. Ipak, moraćemo razočarati sve zlobnike. Ovdje je sličnostima kraj. „Od glave do pete“ S6 je klasični Galaxy. Samsung je veoma lako prepoznati po hromiranoj slušalici, kao i po njegovom zaštitnom znaku - ovalnom „Home“ dugmetu.

Hromirane ivice su, doduše, nestale ispod glatkog Gorilla Glass 4 stakla, koji sada pokriva cijelu prednju i zadnju stranu uređaja. Ispod tog stakla može se vidjeti metalik površina telefona, koja stvara sjaj i upadljivi

Samsung je spojio apsolutno najbolji hardver sa fantastičnim softverskim karakteristikama.

višedimenzionalni efekat. Ako su Samsungovi uređaji uvijek bili sjajni, ovo je sjaj svih sjajeva. Samsungov izbor za bežično punjenje kode S6 modela spriječilo je korišćenje metalne ploče, koja je korištena na Galaxy A seriji. I zaista, staklo izgleda prelijepo. Doduše, sve dok nije prekriveno stotinama otisaka prstiju, ali, u odbranu telefona, otisci se lako brišu.

Sam telefon u ruci leži odlično, a težina od 138 grama stvara osjećaj sigurnosti koji nedostaje mnogim telefonima za koji imate osjećaj kao da žele da izmaknu iz ruku. Sve u svemu, Samsung je napravio fantastičan posao u modernizaciji svoje vodeće Galaxy serije sa modelom S6, jer ovaj telefon nudi mnogo prefinjenije iskustvo nego bilo koji Galaxy prije njega.

Sada je vidljivo i ulaganje u smislu rezolucije ekrana, jer je S6 „zaposlio“ Samsungov najnapredniji ekran sa žestokom 2560x1440 Quad HD rezolucijom od 577 piksela po inču. Previše? Nakon samo sedam dana korišćenja Galaxy S6, ispod ovoga više nećete željeti da idete. Slika na ekranu veličine 5,1 inča je oštra kao žilet brijača. Tu je i Super AMOLED, sa izborom između AMOLED Cinema, AMOLED Photo i osnovnim prikazom. Samsung je uključio adaptivni režim prikaza, koji optimizuje opseg boja, njihovo zasićenje, kao i oštrinu ekrana u skladu sa onim šta gledate.

Bez ikakve sumnje, Galaxy S6 je jedan od najbržih telefona na tržištu. Samsung je posebno za S6 kreirao 64-bitni Octa-core Exynos 7420, a tu su četiri jezgra 2,1



GHz Cortex-A57 visokih performansi, koja rade zajedno sa četiri jezgra 1,5 GHz Cortex-A53. Ovo znači ne samo brži, već i daleko efikasniji procesor. U prevodu - aplikacije se otvaraju brzinom munje. Nakon poređenja Samsungovog S6 sa HTC-ovim One M9, koji ima Snapdragon 810, jasno je da je Samsung napravio pravi izbor. Ni jezivo visoke rezolucije 2K ekrana ovog telefona ne mogu uticati na učinak procesora. Galaxy S6 takođe ima 3 GB RAM-a, a kada je u pitanju interna memorija, možete birati između verzija sa 32 GB, 64 GB ili 128 GB, jer ne postoji slot za microSD kartice.

Glavna kamera sa optičkom stabilizacijom slike nudi visokih 16 megapiksela, dok prednja, tzv. selfie kamera, ima 5 megapiksela. Kada pričamo o punjenju uređaja, fenomenalni S6 podržava bežično punjenje, ali i standardno pomoću kabla. I opet, tu je sjajno, super-brzo punjenje. Samo deset minuta punjenja je dovoljno za četiri sata korištenja, a prazna baterija će se potpuno napuniti za upola kraće vremena od popularnog, posljednjeg iPhone-a.

Naravno, Samsung nije zaboravio ni NFC - senzor otkućaja srca i unaprijeđeni skener prsta. On je toliko unaprijeđen, da više ne morate da pritisnete „Home“ dugme, već je dovoljno da samo naslonite prst. Samsung je uključio i njihov sjajni softver kako bi baterija od 2,550 mAh izdržala što je moguće duže, pa se nude Power Saving Mode, Ultra Power Saving Mode i Emergency Mode.

Bežično punjenje je zapravo razlog zašto se Samsung odlučio da koristi staklo na telefonu. Staklo ne samo da izgleda lijepo, već je i u odnosu na metal efikasnije. Uz to, nezaobilazna prednost je činjenica da Galaxy S6 po pitanju standarda bežičnih punjenja podržava i Power Matters Alliance i Qi bežične punjače. Zašto podržati jedan oblik bežičnog punjenja kada možete oba?

Funkcija koja se znatno ističe na S6 modelu je, bez sumnje, kamera sa nevjerovatnim sposobnostima

snimanja. Brojne generacije Android uređaja tokom godina nisu bile u stanju da skinu iPhone sa trona. Neke su bile blizu, ali niko nikada nije mogao pobijediti taj kvalitet i dosljednost. Do sada. Bilo je samo pitanje vremena kada će se pojaviti kompetentan Android, a to je upravo Samsung Galaxy S6. Već smo spomenuli o kakvim se kamerama radi, a one imaju Sony IMX240 senzor, kao i kod Galaxy Note 4. Ipak, sada mali objektiv ima veći otvor, koji omogućava više svjetla, a kao rezultat daje zapanjujuće fotografije, čak i uslovima slabog osvjetljenja.

Sa softverske strane, Samsung je povećao brzinu kamere držeći aplikaciju aktivnom u pozadini sve vrijeme, a brzi dupli klik na dugme „Home“ djeluje kao prečica koja je brzo poziva. Nabrajati sve opcije kamere zaista je izlišno, a nemamo ni dovoljno prostora, ali spomenimo samo neke kao što su auto-fokus objekata u pokretu, komande glasom ili Pro Mode za istinske ljubitelje fotografije.

Samsung koristi poznati TouchWiz interfejs za Android, prilagođen Galaxy seriji, a ovoga puta donosi više funkcija i trikova nego što ih uopšte možete upamtiti. Tu su Smart

Stay, koji telefonu ne dozvoljava da „zaspi“ dok gledate u njega, Multi-view, za istovremeno korištenje aplikacija, Private Mode, Smart Manager, Download Booster i mnogi drugi. Mogli bismo još dugo, dugo nabrajati, ali i sa ovime imate jasan uvid u multifunkcionalnost samog telefona.

Da zaključimo, ovo je telefon koji su ljudi tražili i telefon za koji su znali da Samsung može napraviti - šta je Samsung i opravdao. Spojio je apsolutno najbolji hardver sa fantastičnim softverskim karakteristikama. Bez sumnje, ovo je jedan od najboljih smartfona na tržištu i razlog zbog kojeg ćete poželjeti da pređete sa srednje klase na vrhunske smartfone.

Vi ste na potezu.



Vrhunske igrice za vrele ljetne dane



Ljeto je vrijeme godišnjih odmora, a to znači i malo više slobodnog vremena.

PIŠE: STAŠA NIKODINOVIĆ I SAVO DRAKULIĆ

Ukoliko niste tip koji voli da provodi mnogo vremena u vodi, bilo da je u pitanju bazen ili more, već vam više odgovara odmor u hladovini uz piće, donosimo vam jedan od najboljih načina da izbjegnute dosađivanje. U pitanju su vrhunske igrice koje možete zaigrati na svom Androidu, u bilo kom trenutku, na bilo kom mjestu!

Kvizolog

Iako je ljetni period vrijeme opuštanja moždanih vijuga, postoji zabavan način da obnovite svoje znanje i istovremeno vježbate moć pamćenja. Dok ste na odmoru, možete iz Google Play prodavanice preuzeti aplikaciju za Android imena „Kvizolog“, koja vas vodi na uzbudljivo putovanje kroz svijet znanja. Igrica „Kvizolog“, koju je kreirala kompanija m:tel, testira vašu moć logičkog zaključivanja i vizuelnog pamćenja, a sadrži i klasični kviz znanja, u sklopu kojeg treba da date tačne odgovore na pitanja iz oblasti kao što su istorija, geografija ili matematika. Ova interaktivna igrica interesantna je i prilagođena svim uzrastima, a funkcioniše putem duela sa ostalim online takmičarima i sastoji se od niza etapa. Ukoliko ste u potrazi

**Igrica „Kvizolog“
testira vašu moć
logičkog zaključivanja i
vizuelnog pamćenja.**

za zabavnom aplikacijom koja će vaše sive ćelije održati u formi tokom ljeta, „Kvizolog“ je idealno rješenje za vas.

SOULCALIBUR

„SOULCALIBUR“ je klasična arkadna igra. Činjenica da se zaista malo toga promijenilo od originalnog izdanja od prije 17 godina dovoljno govori o njenom kvalitetu. Ovo

je donekle predvidljiva borilačka igra, bar ako sudimo po današnjim standardima, jer ne postoje velika iznenađenja u smislu igranja. Ipak, njena jednostavna formula pruža najveće uživanje kada su u pitanju igrice ovog žanra. Ne morate da pamтите gomilu komplikovanih poteza ili različite kombinacije tastera kako bi vaš borac izveo neki combo. Svako može biti dobar igrač, a ukoliko se malo potrudite, vidjećete i nijansu koja pravi razliku između iskusnih igrača i onih malo manje iskusnih.

„SOULCALIBUR” nudi brojne borce i svaki od njih ima jedinstveno oružje i poteze. Činjenica da nema multiplayer podršku će vas možda razočarati, jednako kao i nešto viša cijena, ali kada govorimo o čistom borbenom iskustvu na Androidu, „SOULCALIBUR” je sasvim sigurno jedna od najboljih igara.

DomiNations

„DomiNations” je možda relativno nova igrica na Android sceni, ali je već sakupila više od milion preuzimanja, visoke ocjene i veoma dobre kritike. Krećući se tematski negdje između poznatih igrica „Clash of Clans” i „Civilization”, „DomiNations” je basebuilding igra u kojoj igrači preuzimaju kontrolu nad čitavom nacijom, od kamenog



„DomiNations” je basebuilding igra u kojoj igrači preuzimaju kontrolu nad čitavom nacijom.

pa sve do svemirskog doba, i to kako bi razvili, proširili i osvojili svijet.

Nivo strategije koju pruža „DomiNations” je daleko veći od onoga koji se može iskusiti na većini Android igara. „DomiNations” je ispunjen brojnim dilemama, poput one da li novac da se potroši na izgradnju jače vojske ili da se uloži u istraživanje i novu tehnologiju u biblioteci, a od

vaših odluka zavise i šanse za pobjedu. „DomiNations” je svježja igra, koja je pri tome i besplatna, tako da vam definitivno preporučujemo da je isprobate - čim prije.

The World Ends With You

Originalno napravljena za Nintendo DS 2007. godine, „The World Ends With You” našla je svoj put do Androida punih sedam godina kasnije, konkretnije u junu 2014. godine. Zašto se ova igrica ponovo pojavila iz domena relativne anonimnosti i zašto je postavljena na Play Store, pitate se? Odgovor je jedan - zato što je fantastična!

Razvijena djelimično od strane kompanije „Square Enix”, odgovorne za kulturni „Final Fantasy”, ova akciona igra ima elemente RPG-ova, igara sa kartama i još mnogo toga. Ona je uvela jedinstvenu karakteristiku igranja, koja uključuje prikupljanje bedževa - kada nosite određeni bedž u određenom okrugu (radnja igre je postavljena u Tokiju), ona će vašem karakteru pružiti određene prednosti, u skladu sa datom oblašću.

Ova sjajna igrica i njen umjetnički stil i dalje vladaju gejmerskom scenom - vrijeme je da i sami provjerite zašto je to tako.



Monument Valley

Ako se nađete u situaciji da je vaš mobilni internet pri kraju ili vas čeka dug put, te vam je potrebno da što duže sačuvate bateriju, offline igrice su sjajna stvar, a ovo je jedna takva koju definitivno morate imati na vašem repertoaru.

„Monument Valley” je jedna od najboljih Android slagalica svih vremena. Istaknuta je u Google Play prodavnici kao jedna od najboljih igrica 2014. godine, a u suštini se nalazi i na vrhu svake listi „igara koje morate igrati”. Čak i sa vizuelne strane ova igrica donosi mnogo toga, a zagonetke je samo čine još boljom. Ako tražite dobru slagalicu za Android, ovo je pravi izbor. Savršen način za ubijanje vremena dok se vozite autobusom do posla, čekate u redu kod ljekara ili pravite društvo djevojci u kupovini.

Igra prestola

- magični svijet sačinjen od jedinica i nula

PIŠE: SAVO DRAKULIĆ

Zaboravite Stare Bogove, Utopljenog Boga, Sedmoro i Gospodara svjetla - čarolija Vesterosa je daleko složenija od magije božanstava. Radi se posebnoj vrsti „alhemije“, tako snažnoj da može preobraziti jedinice i nule u vatreno disanje zmajeva, stvoriti stare zamkove i podići legije „živih mrtvaca“. Istinska čarolija slavnog serijala „Igra prestola“ leži upravo u tome - moćnim vizuelnim efektima.

Sa više od 13 miliona gledalaca po epizodi (tokom prošle sezone), „Igra prestola“ se etablirala kao jedan od najpopularnijih televizijskih programa današnjice. Istovremeno, ova serija je impresivan primjer filmskog kvaliteta VFX-a na malim ekranima. Upravo zbog toga, od njenog lansiranja 2011. godine pa sve do danas, serija je osvojila nekoliko Emmy nagrada za specijalne vizualne efekte, kao i jednako bitnih VES nagrada za izvrsne vizualne efekte.

Popularnost i brojne osvojene nagrade ne mogu se pripisati samo jednom elementu „Igre prestola“. Neosporan uspjeh serije zagaranovan je majstorskom mješavinom vrhunskog pripovijedanja, glume, režije, kinematografije, zatim šminke, kostima, scenografije, zvuka i, naravno, vizualnih efekata. Jednostanih rečeno - kvalitet je u dobroj kombinaciji svih krucijalnih, a dobro odrađenih elemenata. Mnoga okruženja i stvorenja Vesterosa, koja zaista izazivaju strahopoštovanje, u suštini ne bi bila moguća bez izuzetnog rada različitih studija za vizualne efekte, kao što su Pixomondo, Screen Scene, Spin VFX, BlueBolt, Look FX i Gradient FX.

Upravo kroz magiju vizuelnih efekata gledaoci ove, sada već kultne, serije mogu u potpunosti doživjeti fantastične scene koje izgledaju nevjerovatno uvjerljivo. Sjetite se samo kadrova u kojima imate osjećaj da stojite rame uz rame sa Džonom Snježnim na samoj ivici visokog Zida, sačinjenog od glatkog leda, dok se pogled pruža kilometrima daleko, sve do snijegom pokrivenih planina. Sasvim sigurno niko nije zaboravio ni na ogromne jezovukove koji šetaju pored svojih gospodara, na Deneris Targerjan koja je nosila zmajeve na ramenima sve dok nisu



porasli u ogromna leteća čudovišta ili Crvenu sveštenicu Melisandru dok stvara vrtloge tame u obliku čovjeka. Sva ova iskustva stvorena su nakon snimanja, a uz pomoć magije obrade digitalnih podataka.

I sam Džordž R. R. Martin, čiji je serijal knjiga „Pjesma leda i vatre“ uzet za osnovu serije, oduševljen je vizuelnim efektima i timom koji je zadužen da pikselima udahne život. „Potrebno je mnogo ljudi da se napravi kvalitetan šou, a zanatlije i umjetnici koji rade poslove iza kulisa doprinose tome isto koliko i glumci na ekranima, iako rijetko dobiju priznanja koja zaslužuju“, kazao je jednom prilikom Martin.

Do sada su se gledaoci, gladni digitalne magije Vesterosa, već uvjerali u to šta ih čeka u nastavku nove sezone, a to je svakako još više vizuelnih efekata i još više digitalno kreiranih likova, prelijepih vrtova, ledom okovanih prostranstava i drugih impozantnih elemenata serije.

Iako je ljeto, njegova pravila ne važe za „Igru prestola“. Bijeli šetači su stigli sa svojom nepreglednom hordom „živih mrtvaca“, a njih je upravo u život vratila spomenuta digitalna magija. Zato se u nastavku pete sezone očekuje još jedan stepenik više kada su u pitanju specijalni efekti, a majstori iz pobrojanih studija su spremni da nam podare nove scene koje oduzimaju dah. Iako temperature rastu iz dana u dan, oni nam poručuje nešto posve drugo - zima je stigla!

Idete na putovanje?

Nemojte zaboraviti ove gadžete!

Uskoro odlazite na put i polako pripremate svoju listu stvari za pakovanje. Veselite se putovanju, ali ste istovremeno zabrinuti i za niz stvari koje bi mogle poći po zlu, kao što su gubitak prtljage, nedostatak sna ili izmorenost koja nastaje kao posljedica dehidracije.

PIŠE: STAŠA NIKODINOVIĆ

Mislite da ne postoji način da stanete na kraj ovim mukama i po prvi put opušteno odete na putovanje? Sigurni smo da do sada niste čuli za ove gadžete koji će zauvijek riješiti sve vaše putne probleme i učiniti svako naredno putovanje jednostavnijim nego ikada prije.

H2O-Pal

Jedan od glavnih savjeta koje će vam preporučiti stručnjaci prije odlaska na daleka putovanja je da pijete velike količine vode. Ovo je važno kako bi se izbjegao umor, glavobolje, vrtoglavica i niz drugih neugodnih nuspojava koje su sastavni dio putovanja avionom. Gadžet „H2O-Pal“, koji nazivaju najpametnijom platformom za hidrataciju, natjeraće vas da pijete vodu čak i kada niste žedni, a sve kako biste na taj način tokom cijelog ljeta ostali hidrirani. Ovaj uređaj se postavlja na dno flaše i povezuje se sa vašim smartfonom putem Bluetooth-a. Odgovarajuća aplikacija, koju možete preuzeti na svom telefonu, napraviće vam dnevni plan hidratacije u skladu sa vašim podacima i tjelesnim predispozicijama.

Re-Timer

Spremate se na preokooeansko putovanje i već vam noćne more zadaje pomisao da ćete se prvih nekoliko dana morati oporavljati od džet-lega? Džet-leg, koji se opisuje kao biološki poremećaj dnevnog ritma nastao usljed promjene vremenskih zona, još uvijek nema pravi tretman za liječenje, ali bi nosivi gadžet imena „Re-Timer“ mogao znatno olakšati oporavak od ovog iscrpljujućeg stanja. Ovaj gadžet ima oblik standardnih naočara, a obezbjeđuje putnicima dovoljnu količinu svjetlosti dok su u avionu, što im nakon dolaska na destinaciju pomaže da brže usklade svoj bioritam sa vremenskom zonom zemlje u koju su doputovali. „Re-Timer“ funkcioniše tako što emituje prigušeno zeleno svjetlo koje signalizira tijelu na koji način treba uskladiti svoje obrasce spavanja.

Narrative Clip 2

Nalazite se na destinaciji iz svojih snova i jednostavno ne znate šta biste prije fotografisali? Uz pomoć „Narrative Clip 2“ gadžeta nećete imati ovaj problem, budući da ova minijaturna kamera automatski pravi fotografije u intervalima koje sami podesite. Kamera se postavlja na neko vidljivo mjesto, kao što je kragna ili rukav majice, i vaš je stalni pratilac pri obilasku omiljenih turističkih odredišta. Ovaj gadžet dolazi u tri boje (bijeloj, crnoj i crvenoj) tako da ga vrlo lako možete prilagoditi svom stilu oblačenja.

Tile

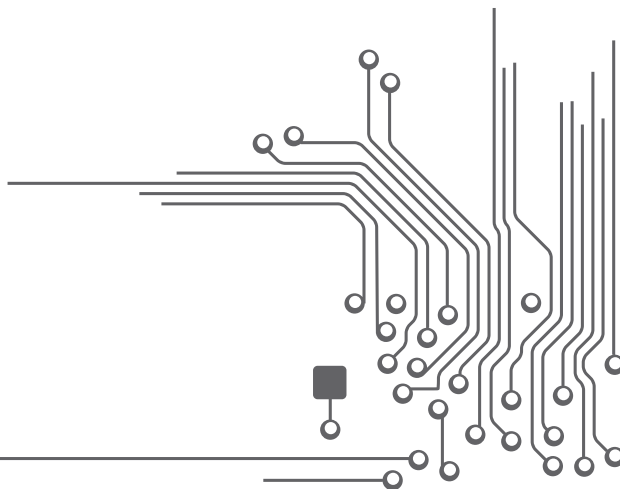
Najveća briga svih putnika je ona od gubljenja prtljaga tokom putovanja. Moderna tehnologija je pronašla način da stane na kraj i ovom problemu uz pomoć zanimljivog gadžeta pod nazivom „Tile“. Ovaj uređaj jednostavnog oblika i minimalističkih dimenzija postavlja se u ručnu ili putnu torbu, a povezan je sa vašim smartfonom putem specijalizovane „Tile“ aplikacije. Aplikacija podržava osam različitih predmeta, tako da istovremeno možete pratiti kretanje nekoliko torbi. Kada počnete tražiti izgubljeni predmet, vaš smartfon prati snagu Bluetooth signala vaše pločice (eng. tile - pločica), a kako joj se budete približavali čućete prepoznatljivi zvuk koji će vam pomoći da pronađete željeni predmet.

Trackstick II

Vratili ste se sa putovanja i želite da sve proživite ponovo? Uz pomoć sofisticiranog pedometra „Trackstick II“, a putem Google Earth-a, imate priliku da ponovo pređete svaki korak koji ste napravili tokom puta. U ovaj gadžet, koji se napaja putem dvije baterije, ugrađena su 4 MB memorije, što znači da „Trackstick“ može pratiti vaše kretanje tokom nekoliko sedmica. Želite li znati koliko ste koraka prešli na glavnom trgu Venecije ili koliko stepenica vam je bilo potrebno da se popnete na Empire State zgradu? „Trackstick“ ima odgovore za vas!

BUDUĆNOST PRED VRATIMA

Mappiness - aplikacija grada Londona



PIŠE: VESNA DRAKULIĆ

Na svijetu zaista postoje razne geografske karte, ali da li ste ikada čuli za mapu na kojoj se označava sreća? Da, i to postoji, a zove se „Mappiness“.

„Mappiness“ je aplikacija grada Londona koja vodi računa o vašem raspoloženju kada se nađete u glavnom gradu Engleske. Svi iPhone korisnici sada imaju savršenu alatku da svoje srećne dane sačuvaju od zaborava.

Kada se ujutru probudite, vaša „Mappiness“ aplikacija će vas upitati kako ste. Potrudite se da u svoj odgovor unesete više detalja o vašem raspoloženju - recite joj koliko ste srećni, da li ste se naspavali i jeste li se dobro odmorili. Nakon toga vas može upitati i sa kim ste, da li ste u kući ili vani te šta radite.

Ako želite, možete aplikaciji poslati i sliku okruženja u kojem se trenutno nalazite. Kompletan ovaj proces traje svega 20-30 sekundi, a vi ćete nakon njega u aplikaciji dobiti izvještaj o nivoima svoje sreće. Više puta dnevno možete koristiti „Mappiness“ kako biste zabilježili svoja trenutna osjećanja, a aplikacija će se samoinicijativno javiti najviše pet puta u toku dana, i to u vrijeme koje vi manuelno podesite.

Ovu simpatičnu aplikaciju kreirali su doktor George MacKerron i doktorica Susana Mourato iz Škole ekonomije i političkih nauka u Londonu. Prilikom registracije, aplikacija će od vas tražiti samo neke osnovne demografske i zdravstvene informacije, a lični podaci poput imena i prezimena ili broja telefona nisu potrebni. Dok odgovarate na postavljena pitanja, „Mappiness“ će koristiti GPS vašeg iPhone-a kako bi otkrila gdje se tačno nalazite. Osim toga, ova aplikacija će koristiti i mikrofon vašeg telefona, kojim

će mjeriti nivoe zvukova u vašem ambijentu, ali ih neće snimati. Svi vaši odgovori, nivoi zvukova, informacije o lokaciji i fotografije se čuvaju u bazi podataka.

Doktor MacKerron i doktorica Mourato ovu aplikaciju koriste isključivo za svoja akademska istraživanja. Informacije o lokaciji su potrebne da bi se procijenilo kakvo je okruženje u kojima su ljudi odgovarali i kako je ono eventualno uticalo na njihovo raspoloženje.

Kompletna komunikacija između aplikacije i baze podataka radi se preko SSL enkriptovane konekcije, koja se inače koristi za online bankarstvo i kupovinu, tako da ne morate brinuti da će neko treći vidjeti informacije

koje ste unijeli. Brisanje aplikacije je moguće u bilo kom trenutku, a korisnik može zahtijevati da se izbrišu i sve šta je do tog trenutka uneseno.



Ukoliko vas zanimaju rezultati istraživanja u kojima potencijalno mogu učestvovati i vaše informacije, posjetite veb-sajt www.mappiness.org.uk. Veoma je važno napomenuti da se u istraživanju koriste samo podaci ljudi koji žive u Ujedinjenom Kraljevstvu. Iako aplikaciju „Mappiness“ mogu koristiti i stanovnici drugih zemalja, njihovi podaci najvjerovatnije neće biti dio istraživanja doktora MacKerrona i doktorice Mourato.

Ako ovog ljeta planirate godišnji odmor u Londonu, onda svakako instalirajte ovu zabavnu aplikaciju - nakon povratka kući u svakom trenutku moći ćete se prisjetiti koliko ste bili srećni na svom putovanju po glavnom gradu Engleske.

Kosta Rika - prva karbonski neutralna zemlja na svijetu

PIŠE: STAŠA NIKODINOVIĆ

Jedna od najmanjih država na svijetu, Kosta Rika, nedavno je postigla jedan od najvažnijih ciljeva u polju održivog razvoja: postala je prva karbonski neutralna zemlja na svijetu. Ovaj cilj je postignut nakon što je državna elektrodistribucijska kompanija „NRECA“, tokom marta ove godine, objavila da su se u ovoj zemlji tokom sedamdeset i pet dana koristili isključivo obnovljivi izvori energije. Građani ostvarenje ovog cilja smatraju nacionalnim ponosom, a pozitivan primjer Kosta Rike sada slijede i mnoge druge zemlje.

Termin „karbonska neutralnost“ koristi se za oznaku goriva koje ne doprinose ni povećanju ni smanjenju nivoa ugljen-dioksida u atmosferi. Primjer karbonski neutralnih goriva su bio-goriva, kao što je bio-dizel ili bio-etanol, koja ne zagađuju atmosferu, jer ugljen-dioksid koji nastaje njihovim sagorijevanjem apsorbiraju biljke.

Kosta Rika je 2007. godine sebi postavila ambiciozan cilj da postane pionir u polju karbonske neutralnosti. Prioritet je bio smanjivanje zavisnosti od fosilnih goriva, kako buduće generacije građana ove zemlje ne bi imale potrebu da koriste ovu vrstu goriva, a usljed toga najviše transformacija doživio je transportni sektor koji proizvodi većinski dio štetnih emisija. Glavni problem je modernizacija zastarjelog sistema javnog transporta, gdje je potrebna rekonstrukcija željezničkih stanica, javnih autobusa i drugih sistema transporta koji povezuju najveće gradove u ovoj zemlji. Kosta Rika već

godinama vodi zelenu politiku koja utiče na sve sektore, a pogotovo na turizam kroz koji se želi stvoriti nova slika o ovoj zemlji kao poželjnoj ekološkoj destinaciji.

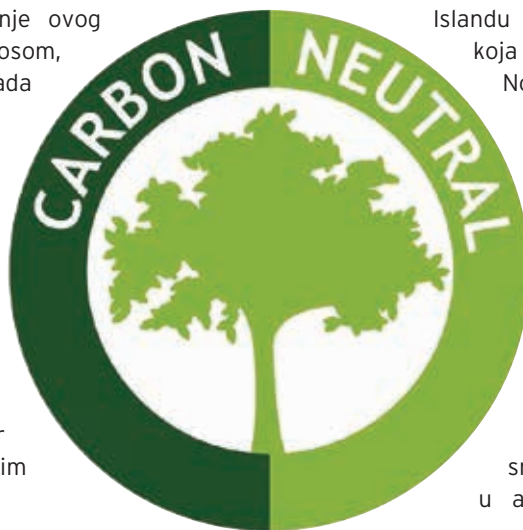
Još jedna mala zemlja koja teži karbonskoj neutralnosti je Novi Zeland, čiji je najveći izazov smanjenje emisije štetnih gasova u sektoru poljoprivredne proizvodnje - glavne privredne grane ove zemlje, pored turizma. Novi Zeland je implementirao izuzetno striktan razvojni program koji uključuje različite ekonomske sektore. Neki od ciljeva su povećanje količine utrošene obnovljive energije sa 70 na 90% do 2025. godine, uvođenje električnih automobila i generalno smanjenje transmisije štetnih izduvnih gasova do 2040. godine.

Pored Kosta Rike i Novog Zelanda, u trci za prve potpuno karbonski neutralne zemlje nalaze se Island i Norveška, koji takođe prilikom implementacije programa za održivi razvoj nailaze na različite izazove. U Islandu je glavni problem ribna industrija koja izaziva visoki stepen zagađenja, a Norveška se suočava sa problemom smanjenja količine štetnih emisija gasa i plina.

Iako ni Kosta Rika ni Novi Zeland ne emituju velike količine štetnog ugljen-dioksida u atmosferu, ovo su prve zemlje koje su započele pozitivnu praksu za očuvanje našeg prirodnog okruženja. Kako bi se postigao glavni cilj - znatno smanjenje ispuštanja štetnih gasova u atmosferu na globalnom nivou - potrebno je da se u projektu karbonske neutralizacije angažuju i zemlje sa najvećom emisijom štetnih gasova, kao što su Amerika i Kina. Međutim, ne čini se da će neka od ovih zemalja u skorije vrijeme odlučiti o poduzimanju jednog tako važnog cilja za budućnost.

Kosta Rika ima ambiciozan plan da do 2021. godine u potpunosti ograniči količinu štetnih gasova koji se otpuštaju u atmosferu, a samo mali korak u ovom pravcu

jedne od zemalja koje su najveći zagađivači mogao bi značiti sigurniju i zeleniju budućnost za nove generacije širom svijeta.



Prioritet je bio smanjivanje zavisnosti od fosilnih goriva, kako buduće generacije građana ove zemlje ne bi imale potrebu da koriste ovu vrstu goriva.

Vizija budućnosti na malim ekranima

PIŠE: STAŠA NIKODINović

Razna filmska ostvarenja na maštovit i zabavan način pokazuju viziju budućih događaja i tehnološkog razvoja. Zato smo za vas izabrali pet filmova i televizijskih serija koje su (bile) ispred svog vremena i daju intrigantnu sliku ne tako daleke budućnosti.

Minority Report

Radnja ovog blokastera smještena je u 2054. godinu kada je iskorijenjen svaki oblik zločina. Policajac John Anderton istražuje misteriozni zločin koji je zataškan, a kroz film koristi niz gadžeta koji su već sada postali realnost. Tokom policijske potjere on se vozi u automatskom automobilu bez vozača, prolazi kroz robnu kuću gdje ga okružuju hologrami sa personalizovanim reklamama, a svim kontrolama u kući upravlja putem svog glasa. Multi-touch interfejs, koji Anderton koristi kako bi napravio hologramsku retrospektivu zločina, možda je izgledao kao tehnologija daleke budućnosti kada se film pojavio 2002. godine, ali u ovom trenutku kompanije kao što su „Microsoft“ i „Intel“ razvijaju svoje verzije sličnog korisničkog interfejsa za konzole svojih video igrica. Čini se da je budućnost stigla mnogo prije nego što je to režiser Steven Spielberg predvidio.

Gattaca

Film „Gattaca“ donosi nam pomalo zastrašujuću viziju budućnosti bioinženjeringa i manipulisanja genima. U filmu je predstavljen svijet koji je podijeljen na dvije klase ljudi: one koji imaju dobre genetske predispozicije i one sa „lošim“ genima. Ljudi koji posjeduju prave genetske markere i koji su rođeni putem pažljivo selektovane oplodnje imaju priliku da studiraju i obavljaju najbolje poslove, dok su ljudi koji su začeti na prirodan način diskriminirani. Film je obilježilo nekoliko scena koje su postale antologijske u žanru naučne fantastike i koje su kasnije često korištene kao inspiracija u mnogim distopijskim filmovima - posjeta doktoru za plodnost, koji prije samog začeća bira genetski najpogodnije jajne ćelije i pol djeteta, i rutinsko testiranje DNK uzorka potencijalnih partnera, koje traje svega nekoliko minuta.

Black Mirror

Cijenjena britanska mini-serija „Black Mirror“ osvojila je publiku svojim kontroverznom temama koje ispituju uticaj tehnologije na naše svakodnevne živote. Svaka

od epizoda prati drugačiju priču, a povezuje ih kritika modernog potrošačkog društva i uticaj konzumerizma na ljudsku psihu. Posebno se izdvojila epizoda čija je radnja smještena u alternativni svemir, u kojem se ljudima ugrađuje posebno elektronsko „zrno“, koje zatim bilježi sve trenutke života. Ljudi na ovaj način mogu u svakom trenutku pregledati sva svoja sjećanja, a sadržaj pamćenja mogu poslati i drugim ljudima putem tableta ili smartfona. Problem, naravno, nastaje kada se dogodi nešto na šta se želi zaboraviti.

2001: Odiseja u svemiru

Nemoguće je pričati o naučno-fantastičnim filmovima koji su predviđeli tehnološka dostignuća budućnosti bez spominjanja klasika „2001: Svemirska odiseja“. Upravo u ovom filmu je predstavljen jedan gadžet svima nama omiljeni u današnjici: tablet. Režiser Stanley Kubrick „predvidio“ je da će se ovaj izum pojaviti tek „daleke“ 2001. godine, a danas je isti standardni uređaj u mnogim domaćinstvima.



Almost Human

Najnovije ostvarenje sa liste je serija „Almost Human“ televizijske kuće „Fox“, koja prati zanimljiv odnos između ljudskog detektiva Johna Kennexa i njegovog partnera, humanoidnog robota Doriana, koji pokazuje razne (neočekivane) emotivne reakcije. Kroz seriju se sve više pomjera i ispituje granica Dorianove humanosti, a njegov izgled i način interakcije predstavljaju prilično realističnu viziju pravca ka kojem napreduje moderna robotika.

Implantati - tehnologija budućnosti u našem tijelu

PIŠE: SAVO DRAKULIĆ

Iako zvuče kao stvarčice iz naučno-fantastičnih filmova, implantabilna tehnologija (ili pametni implantati) su realnost. Pitanje je vremena kada će ući u širu upotrebu, s obzirom na to da se već dugo istražuju načini za njihovu primjenu. Neki od ovih implantata, o kojima ćete moći pročitati u nastavku teksta, se već upotrebljavaju, a oni će vam ujedno dati savršenu sliku toga koliko je tehnologija zapravo napredovala i koliko novih mogućnosti je kreirano.

Implantabilni pametni telefoni

Svaka peta osoba na planeti posjeduje smartfon. Oni nam pomažu da ostanemo povezani sa svijetom i, u skladu sa porastom potreba i razvojem tehnologije, poboljšavaju se iz dana u dana. Najviši nivo do sada postignut je 2013. godine, kada je umjetniku Antoniju Antonelisu u ruku ugrađen RFID (Radio Frequency Identification) čip, pomoću kojeg on može pohraniti i prenijeti svoju umjetnost na smartfon. Osim toga, istraživači sprovode eksperimente sa senzorima koji su umetnuti u ljudske kosti, kako bi iste pretvorili u žive zvučnike. Postoje čak i istraživanja koja se sprovode u domenu implantata za

**Da li biste vi
pristali da vam se
ugradi implantat?**

oči, kako bi se omogućilo pravljenje fotografija treptajem, koje bi se potom prenosile na neki lokalni uređaj za skladištenje, kao što je već spomenuti ugrađeni RFID čip. Takođe, bilo je pokušaja i da se vještačka koža koristi kao ekran.

Čipovi za liječenje

Kada pričamo o tehnologiji u medicinskim naukama, možemo reći da je ona već prešla dobar dio puta u nastojanjima da spasi živote ljudi. Naučnici na Bostonskom univerzitetu u SAD testiraju bionički pankreas sa malim

senzorom koji se može ugraditi. Ovaj senzor komunicira direktno sa aplikacijom smartfona i efikasno prati nivo šećera u krvi kod dijabetičara. Dalje, u Londonu se razvijaju malena elektronska kola veličine kapsule. Njihova svrha je da prate nivo masti u krvi kod gojaznih osoba i stvore genetski materijal koji će ih spriječiti da konzumiraju previše hrane. Ovo je sjajna alternativa hirurgiji ili drugim invazivnim načinima u borbi protiv gojaznosti. Osim toga, medicinska stanja poput šumova na srcu ili anksioznosti takođe imaju jedinstvena implant-rješenja koja ćemo uskoro vidjeti.

Sajber pilule

Istraživački tim iz Engleske je započeo projekat pod nazivom „Proteus“, u sklopu kojeg nastoje da razviju „sajber pilule“ sa mikroprocesorima koji mogu da prenose informacije ljekarima putem tekstualnih poruka. One mogu značajno da pomognu ljekarima pružanjem informacije o tome da li pacijent redovno uzima lijekove te da li (i kako) se odvija željeni efekat nakon njihovog uzimanja.





Implantati za kontrolu rađanja

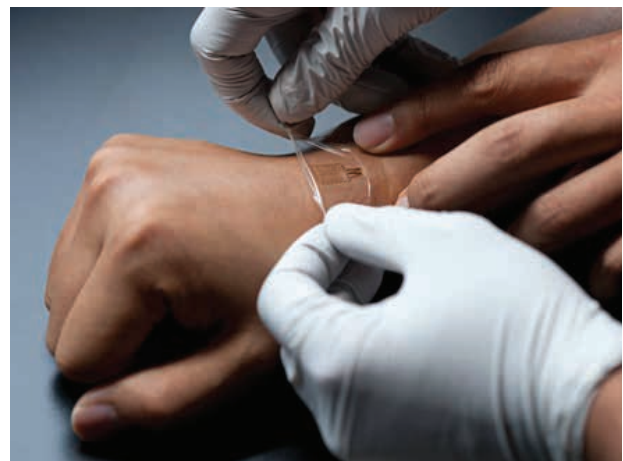
Za razliku od intrauterinarnih kontraceptivnih sredstva, ovi mali čipovi-implantati mogu da proizvedu kontraceptivne hormone unutar ženskog tijela pomoću spoljnog daljinskog upravljača. Ovaj projekat je inicijativa Instituta za tehnologiju iz Masačusetsa (MIT) i ima podršku od strane Fondacije

Implantabilna tehnologija (ili pametni implantati) su realnost.

Gejts, a doktor Robert Fara sa MIT-a kaže da „sposobnost da uključite ili isključite uređaj obezbjeđuje kontrolni faktor za one koji planiraju svoju porodicu“.

Pametne tetovaže

Niste sigurni da li vam je zaista potrebna nova tetovaža? Evo vam još jedan izgovor. Istraživači na Univerzitetu u Ilinoisu su osmislili implantabilne mreže napravljene od računarskih vlakana, koje su tanje čak i od ljudske dlake. Mogu da se ubrizgaju ispod kože, a mogu se aplicirati i na tijelo bez duboke implantacije. Američka kompanija „Dangerous Things“ prodala je do sada preko 500 pametnih tetovaža koje mogu da se koriste za otključavanje kuće, automobila ili računara.



Implantabilni pametni organi

Inženjering tkiva funkcioniše tako što se ćelije dodaju na plastiku. Ako dodate pravu vrstu ćelija na pravu plastiku i u kombinaciji sa pravim medijem, onda možete da kreirate kožu, kosti ili druga tkiva i organe. Na ovom polju je ostvaren značajan napredak, bar po riječima Roberta Langer, profesora biomedicinskog inženjeringa sa MIT-a.

Ipak, i pored svih pozitivnih strana koje ova tehnologija donosi, javljaju se mnogi problemi i otvaraju se mnoga pitanja koja se prvenstveno tiču zaštite privatnosti, kao i nemogućnosti potpune kontrole nad ovim uređajima. Na kraju, sve se svodi na jedno jednostavno pitanje koje će vjerovatno odlučiti o široj upotrebi implantata, kako u medicinskoj, tako i drugim industrijama, a ono glasi: „Da li biste vi pristali da vam se ugradi implantat?“

POSLOVNI BONTON

Zlatno pravilo - ničega previše

PRIPREMILA: SANDRA STANIĆ

Mnoštvo je pravila ponašanja i oblačanje od velike važnosti u poslovnom svijetu. Činjenica je da svi mi, bez obzira koliko to opovrgavali, stvorimo sliku o ličnosti koja je pred nama na osnovu onoga sa čim se prvim susretnemo - odjećom, gestovima, riječima i ponašanjem uopšte. Sve ovo još je od većeg značaja u poslovnom svijetu, kada moramo ostaviti utisak ozbiljne, kulturne, svjesne ličnosti, partnera vrijednog pregovora, osobe vrijedne zapošljavanja. U skladu sa tim, donosimo vam neka od modnih (akcesoari, šminka, odjeća...) pravila u poslovnom svijetu, u kojima glavnu riječ vodi umjerenost.

Detalji kao što su ukrasne maramice, marame i ešarpe mogu da osvježe toaletu i učine je gotovo potpuno drugačijom, ali moramo imati na umu da marama ne smije pokrivati gornji dio kostima. Svakako treba izbjegavati bižuteriju, osim ako nije vrhunskog kvaliteta i dizajna, kao i pretjerano kićenje, odnosno nošenje više komada nakita na posao. Jednostavan, diskretno odabran komad nakita

djeluje sasvim dovoljno elegantno i efektno. Ukrasi treba da budu svedeni - broš ili lančić, jednostavna narukvica i jedan do dva prstena na ruci. Danas postoji ružna navika da se na svaki prst stavlja prsten, što djeluje pretjerano i ometa pozdravljanje (rukovanje), a upadljivo je i pri gestikulaciji i prezentaciji. Ne treba nositi ništa šta zvecka ili skreće pažnju upadljivim izgledom. Takođe, miješanje zlatnog i srebrnog nakita i bižuterije djeluje neukusno. Treba se uvijek opredijeliti za jedinstvenost stila. Potencirana raskoš može da bude napadna i da odbije ljude, što je zasigurno suprotno od željenog.

Kosa je okvir lica, pa je frizura - boja kose, dužina i način češljanja - veoma važna.

Šeširi su takođe neizbježni detalji, kako u ljetnom, tako i u zimskom periodu. Ove odjevne predmete muškarci skidaju prilikom pozdravljanja (na ulici) ili pri ulasku u prostoriju ili svečanu salu. Oni se zajedno sa drugom garderobom - mantilima, kaputima, kišobranima - odlažu u garderobere. Izuzetno, mogu se zadržati ukoliko je zaustavljanje u enterijeru kratko, kao što je slučaj u pošti, banci i sl. U nekim knji-



gama o bontonu može se naći mišljenje da žena nikada ne treba da skida šešir, bilo da je u restoranu, pozorištu ili na ulici. Međutim, u današnje vrijeme to nije najbolje rješenje, prije svega zbog pregrijanih prostorija ili šešira većih oboda, od kojih se u pozorištu ne bi mogla dobro vidjeti scena. Drugi razlog vrijedan isticanja je svakako i nedostatak dobre komunikacije kada je polovina lica prekrivena sjenkom od šešira. Toke i manji ukrasni šeširi za veće mogu se, uz izrazito ekstravagantnu večernju toaletu, nositi na prijemima, koktelima, u restoranima i na privatnim zabavama. Šeširi se ne nose u bioskopskim, koncertnim i pozorišnim salama.

Treba obratiti pažnju i na izbor naočara za vid koje se stalno nose ili naočara koje se povremeno stavljaju prilikom čitanja ili gledanja platna. Oblik i dizajn naočara treba da bude prilagođen obliku i izrazu lica osobe koja ih nosi. Iza naočara se ne treba skrivati, što znači da ne treba nositi tamna stakla ili preglomazne okvire. Sagovornik uvijek treba da vidi oči, a ne predmet iza koga se one nalaze.

Šminka za žene treba da bude diskretna i u skladu sa bojom očiju, kose, dnevnom garderobom i, naravno, godišnjim dobom. Za rano jutro prenaplašena šminka

ne djeluje primjereno, dok je ista dozvoljena za večernje izlaske. Dugi i jarko nalakirani nokti djeluju njegovano, ali i napadno. Ruke, šake i prsti su istaknuti dio tijela, na koji se često obraća pažnja, pa je dodatna njega od značaja.

Kosa je okvir lica, pa je frizura - boja kose, dužina i način češljanja - veoma važna. Često se prave različiti i pogrešni eksperimenti sa kosom. Najljepše je ono šta je prirodno, ali rijetko ko je istinski zadovoljan prirodnom bojom kose, naročito žene. Sjajne žute ili vatreno crvene kose efektno djeluju, ali mnogima ne stoje dobro. Neuredna kosa, u haotičnim pramenovima, ili skupljena nemarno u improvizovanu punđu na potiljku takođe ne priliči poslovnoj ženi. Kosa može biti srednje dužine, kada slobodno pada na ramena, kraća, kada zahtijeva oblikovanje, ili dugačka. Dugu kosu treba skupiti u rep ili punđu, jer je neprekidno padanje kose oko lica, dodirivanje i sklanjanje jedan u nizu pokreta koji privlače pažnju na loš način.

Još jedna stvar na koju treba obratiti pažnju jeste upotreba dezodoransa i parfema, koja treba da bude diskretna. Često se događa da pri nečijem ulasku u prostoriju, prisutni budu neprijatno iznenađeni jačinom napadnog parfema.

MREŽA



koji će vas inspirisati ovog ljeta

Od kada su se pojavile, TED konferencije inspirišu milione ljudi širom svijeta. Dostupne putem samo jednog klika, one vas prenose u svijet nevjerovatnih ljudskih dostignuća i ideja koje će vas natjerati na razmišljanje.

PRIPREMILA: STAŠA NIKODINOVIĆ

TED projekat je okupio najbolje svjetske psihologe, naučnike, pisce i istraživače koji nam daju fascinantan uvid u neke od tema o kojima vjerovatno i sami često razmišljamo. Svake subote na službenom blogu kompanije m:tel - blog.mtel.ba - izdajamo za vas neke od najzanimljivijih TED govora održanih u raznim zemljama, a u ovom broju magazina predstavljamo vam pet najpopularnijih govora koji su objavljeni u sklopu ove rubrike.

ZAŠTO ĆEMO SE U BUDUĆNOSTI SVE VIŠE OSLANJATI NA ROBOTE?

Stručnjak za robotiku Rodney Brooks započeo je svoj TED govor rečenicom čuvenog pisca naučne fantastike i futurologa Arthura C. Clarkea: „Mi precjenjujemo tehnologiju kratkoročno, ali ju istovremeno podcjenjujemo dugoročno gledajući“. Iako se mnogi ljudi boje apokaliptičnog scenarija u kojem roboti vladaju svijetom i zauzimaju sva radna mjesta ljudi, Brooks je uvjeren da će problem čovječanstva biti potpuno suprotan zato što u budućnosti

nećemo imati dovoljno robota koji će ispunjavati sve naše potrošačke potrebe.

Roboti zauzimaju sve važnije mjesto u našim životima, a tokom kratke retrospektive robotike Brooks je pokazao kako je od samog početka postojao određeni strah pomiješan sa fascinacijom novim dostignućima u polju robotike. Ljudi su sa jedne strane zahvalni što ne moraju obavljati neke zamorne rutinske radnje koje sada rade roboti, ali istovremeno skeptično gledaju na robotsku revoluciju koja se dešava u poslovnom i industrijskom svijetu.

Ovaj naučnik je govorio i o različitim aspektima ljudskog života koji su značajno promijenjeni od nastanka robota, kao što je aplikacija robota prilikom detonacije bombi na ratištima i upotreba TUGs robota kompanije „Aethon“ koji u bolnicama širom Amerike asistiraju medicinskim sestrama prilikom oblačenja i hranjenja pacijenata. Brooks na kraju govora daje zanimljiv osvrt na budućnost u kojoj nećemo moći zamisliti dan bez robota kao glavnih pomagača pri raznim svakodnevnim radnjama.

KAKO DA SAZNATE SMISAO SVOG ŽIVOTA U ROKU OD PET MINUTA?

Želite li da saznate koji je smisao vašeg postojanja u roku od samo nekoliko minuta? Producent Adam Leipzig tvrdi da ima rješenja za vas i to u obliku odgovora na pet ključnih pitanja koja moramo postaviti sami sebi. Dakle, trebamo se upitati da li znamo ko smo, da li znamo šta radimo, znamo li za koga to radimo, šta ljudi za koje to radimo stvarno žele i trebaju i šta je ono šta mi dobijamo iz te situacije. Leipzig je gore pomenuta pitanja postavio publici koja se zatekla u konferencijskoj sali uz tvrdnju da je ova jednostavna metoda najbolji put za pronalazak odgovora na ultimativno pitanje. Sigurni smo da već u ovom trenutku smišljate odgovore na njegovih pet pitanja.

KAKO STRES MOŽE POSTATI VAŠ NAJBOLJI PRIJATELJ?

Iako je stres često predstavljen kao jedan od glavnih neprijatelja zdravlja, TED predavačica imena Kelly McGonigal smatra da će isti biti loš za vas samo ukoliko ga vi sami posmatrate na taj način. Kako bi dokazala svoju tvrdnju, publici je predstavila jedan zanimljiv eksperiment sproveden na Univerzitetu Harvard, gdje je ispitano kako studenti reaguju u stanju ekstremnog stresa. Publika je trebala zamisliti situaciju u kojoj moraju održati govor



o svim svojim slabostima i manama pred panelom stručnjaka koji na sve moguće načine pokušavaju da podignu njihov nivo stresa. McGonigal je upitala članove publike kako bi oni reagovali u ovoj situaciji, a uslijedili su klasični odgovori: znojenje, teško gutanje i drhtanje.

Ona tvrdi da reakcija na ovu situaciju može biti potpuno drugačija, ali samo ukoliko se odmah u početku izmjeni percepcija o stresu kao o nečemu lošem. Studentima na Harvardu dat je zadatak da sami sebi predstavljaju stresnu situaciju kao izazov, a stres kao glavni pomagač na putu savladavanja tog izazova. Srce koje ubrzano kuca u ovoj situaciji treba tako shvatiti kao nalet nove energije koja će nam pomoći da razmišljamo jasnije. Iako se možda

čini kao teško izvodljiv, ovaj koncept borbe protiv stresa mogao bi biti i izuzetno efikasan.

KAKO DA PRIČATE TAKO DA VAS DRUGI ŽELE SLUŠATI?

Svako od nas želi da ga cijene i slušaju prijatelji i kolege sa posla, a svjetski poznati govornik Julian Treasure tvrdi da zna koji faktori najviše utiču na to hoćemo li biti interesantni svojim sagovornicima. Kako bismo postali vrsni govornici potrebno je da prevladamo sedam smrtnih grijeha govorništva: tračanje, osuđivanje, negativnost, žaljenje, izgovore, pretjerivanje i dogmatizam. Svako od nas je manje ili više sklon ovim greškama, a uz malo vježbe moguće je savladati ove negativne aspekte verbalne komunikacije. Treasure publici predstavlja čarobnu formulu dobrog govorništva - „HAIL”. Slovo „H” predstavlja riječ „honesty” (iskrenost), slovo „A” riječ „authenticity” (autentičnost), slovo „I” riječ „integrity” (integritet) i na kraju slovo „L” koje označava riječ „love” (ljubav). Ukoliko ljudi prilikom govora poštuju navedene aspekte, osvojiće sve svoje sagovornike, koji će ih ubuduće uvijek slušati pažljivo.

KAKO DA IZGUBITE SVOJE SAMOPOUZDANJE?



Psiholog Matthew Whoolery predstavio je tokom govora na TEDxRexburg konferenciji revolucionarnu ideju o tome na koji način možemo postići potpuno zadovoljstvo svojim životom. On tvrdi da to možemo učiniti samo ako odbacimo sva svoja prijašnja uvjerenja i naučimo kako da u potpunosti izgubimo svoje samopouzdanje. Iako se čini neobičnom, metoda doktora Whooleryja svakako je vrijedna pažnje. Kako biste podredili svoje samopouzdanje drugim aspektima svog života, potrebno je da za početak budete realistični i priznate sami sebi svoje mane za koje moderno društvo diktira da ostanu prikrivene. Još jedan važan korak je i da ne žalimo za onim dobrim stvarima koje nismo u stanju da uradimo te da se fokusiramo na sve ono dobro šta možemo ponuditi svijetu.

Google Art Project -

zakoračite u najpoznatije svjetske muzeje iz svoga doma

Od kada su se pojavile, TED konferencije inspirišu milione ljudi širom svijeta. Dostupne putem samo jednog klika, one vas prenose u svijet nevjerovatnih ljudskih dostignuća i ideja koje će vas natjerati na razmišljanje.

PRIPREMIO: SAVO DRAKULIĆ

Jedna od stvari koje su zaista sjajne ako radite za Google je što možete doći na posao sa bilo kakvom idejom, a već sutradan ona može postati realnost. Upravo to se dogodilo sa „Google Art Project” idejom - online platformom koja nudi prikaz desetine hiljada umjetničkih djela, sa svim njihovim izvanrednim detaljima.

Sve je počelo kada se mala grupa zaposlenih u kompaniji Google, istovremeno strastvenih ljubitelja umjetnosti, okupila da razgovara o tome kako bi mogli koristiti dostupnu tehnologiju da pomognu muzejima da njihova umjetnost bude pristupačnija,

i to ne samo redovnim posjetiocima ili onima koji su dovoljno srećni da žive u gradovima gdje se nalaze velike galerije, već potpuno novoj grupi ljudi, onoj koja inače nikada ne bi bila u mogućnosti da vidi pravo umjetničko djelo izbliza.

Ova ekipa entuzijasta imala je sreću da u Google-u imaju pristup tehnologijama kao što su „Picasa” i „App Engine” te da za kolege imaju ljude kojima se svidio izazov da izgrade potpuno novu tehnologiju, a sve to kako bi se omogućilo da slavni „Street View” uđe unutar objekata, kao što su već pomenuti muzeji. Zahvaljujući tome, njihova jedinstvena

saradnja sa muzejima širom svijeta pretvorila je ovaj projekat u nešto šta možete i sami da isprobate na adresi googleartproject.com.

Tamo vas čeka nestvaran izbor poznatih umjetničkih djela hiljade različitih umjetnika u slikama visoke rezolucije, i sve to, naravno, na

jednom mjestu. Takođe, pomoću „Street View” tehnologije, možete napraviti i virtualnu turu po najcjenjenijim svjetskim muzejima umjetnosti, a neki od njih su The Metropolitan Museum of Art i MoMA u Njujorku, The State Hermitage Museum u Sankt Petersburgu, Tate Britain i Nacionalna

Online platformom koja nudi prikaz desetine hiljada umjetničkih djela.

galerija u Londonu, muzej Reina Sofia u Madridu, galerija Uffizi u Firenci ili Muzej Van Gogha u Amsterdamu.

Pored toga, platforma će vam omogućiti da istražujete fizičke osobine umjetničkih djela, kao i da sastavite svoju virtuelnu kolekciju. Slike mnogih umjetničkih djela su reprodukovane u vrlo visokom kvalitetu, a svaki muzej koji je učestvovao u projektu izabrao je i po jedno umjetničko djelo čija je slika urađena u „Gigapixel“ tehnologiji, odnosno sa preko milijardom piksela po slici.

Ukoliko odaberete „Gallery View“, poznat još i kao „Microscope View“, možete koristiti opciju uvećavanja na određenom umjetničkom djelu, koja vam omogućava uvid u najsitnije detalje. „Microscope View“ će vam pružiti dinamičnu sliku umjetničkog djela te naučne i kontekstualne informacije kako biste što bolje razumjeli odabrano djelo. Prilikom ispitivanja umjetničkog djela, možete pristupiti informacijama detaljnih fizičkih karakteristike slike, kao što su npr. veličina ili materijal. Partnerskim muzejima je ponuđena i mogućnost da dodaju zabilješke, istoriju umjetničkih djela te informacije o umjetniku, kojima korisnici mogu lako pristupiti preko „Microscope View“ interfejsa. Svakom muzeju je dozvoljeno da obuhvati onoliko materijala koliko želi, tako da nivo informacija varira u zavisnosti od muzeja



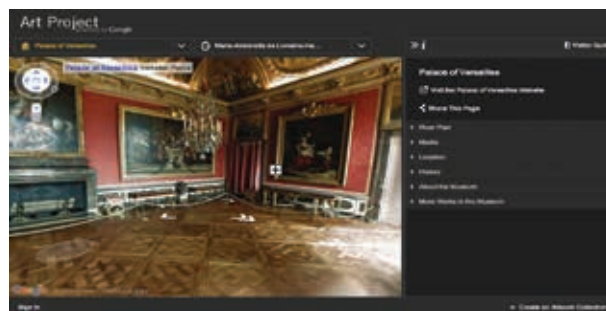
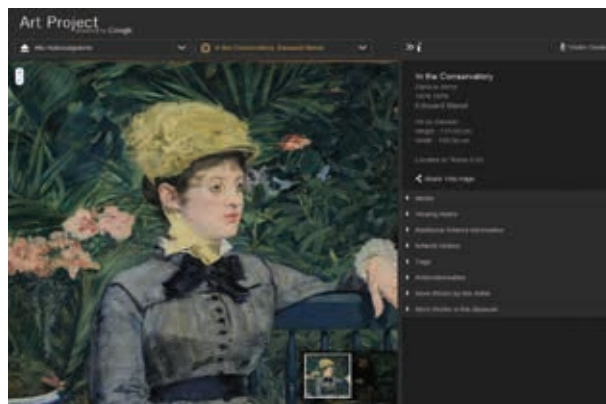
i umjetničkih djela. Korišćenjem usluga kao što su „Google Scholar“ i „YouTube“, Google uključuje i eksterne linkove kako bi svi korisnici mogli istražiti dodatne informacije o umjetničkom djelu ili galeriji.

Od 2011. godine, kada je ovaj projekat iniciran, pa unazad dvije godine, kada je prvi put ustanovljena njegova stabilna verzija, „Google Art Project“ je marljivo prikupljao najcjenjenija umjetnička djela širom planete. Poboľšana verzija donijela je i nove mogućnosti pretraživanja, kao i niz alata za edukaciju, a druga generacija platforme je osmišljena kao globalni resurs, pa je u skladu sa tim ovaj umjetnički projekat dostupan na čak 18 jezika.

Takođe, iako je projekat u početku uključivao uglavnom umjetničke slike, danas obuhvata i skulpture, i fotogra-

fije, pa čak i uličnu umjetnost, tako da svi zaljubljenici u umjetnost mogu jednako uživati u djelima južnoafričkih dizajnera, brazilskih majstora grafita ili australijskih Aboridžina. Najnovije unapređenje donijelo je mogućnost da muzeji i galerije mogu da postavljaju 3D verzije objekata na ovu platformu, a među stotinama artefakata izdvaja se i najstarija maska na svijetu, za koju se smatra da je napravljena prije 9.000 godina.

Google stalno radi na promociji ovog projekta, pa je nedavno predstavio i novi dodatak za „Chrome“, koji



donosi ova umjetnička djela na vaš pretraživač. U opcija za „Google Art Project“ možete izabrati da se novo umjetničko djelo pojavljuje na vašem „Chrome“ pretraživaču svakog dana ili čak sa svakom novom karticom koju otvorite, što je zaista lijep i edukativan način da dođete do sljedećeg odredišta na sajtu na kojem se nalazite.

Dobra strana projekta „Google Art“ je uklanjanje barijera poput troškova i dostupnosti, jer su neka umjetnička djela i eksponati ograničeni na veoma male grupe gledalaca, npr. akademske istraživače ili osobe na doktorskim studijama. Digitalizovane reprodukcije dostupne su svima sa bilo koje lokacije, pa tako ova vrsta online resursa transformiše istraživanje, omogućavajući pristup nekada ekskluzivnim umjetničkim djelima, praveći novi prostor za multidisciplinarna i multiinstitucionalna učenja.

IDEJE POKREĆU SVIJET

Bionička revolucija- nova grana robotike pomaže osobama sa invaliditetom

Osobe sa invaliditetom suočavaju se sa nizom izazova u svakodnevnom životu, a neke jednostavne radnje kao što je podizanje čaše ili prelazak preko ulice za njih su posebno otežane.

PIŠE: STAŠA NIKODINOVIĆ

Jedna grana robotike, koja se ubrzano razvijala tokom protekle decenije, nudi revolucionarna rješenja koja bi osobama sa različitim oblicima invaliditeta mogla u velikoj mjeri olakšati život.

Bioničko oko

Bionika predstavlja revolucionarnu granu robotike usmjerenu na proučavanje mehaničkih sistema koji funkcionišu kao živi organizmi i organi. Ugrađivanje biomehaničkih organa bi ubrzo moglo postati standard u svjetskim bolnicama, a liste za čekanje organa za transplantaciju prošlost. U medijima je tokom februara odjeknula vijest o bioničkom oku koje je jednom Amerikancu omogućilo da nakon deset godina po prvi put ugleda svoju ženu. Ova retinalna proteza sastoji se od niza malih elektronskih čipova koji se postavljaju u zadnji dio oka. Čipovi šalju vizuelne signale u optički nerv tokom jedinstvenog procesa koji bolesnim ćelijama omogućava da ponovo funkcionišu.



iWalk

Još jedno polje koje je osvojila bionika je konstrukcija protetičkih udova. Vjerovatno najpoznatiji vlasnik mehaničke proteze je južnoafrički trkač Oscar Pistorius koji se 2012. godine takmičio na Olimpijskim igrama sa posebno dizajniranim protezama za noge. Inženjer i dugogodišnji invalid Hugh Herr, zajedno sa istraživačkim

„MIT Lab“ timom, sprovodi „iWalk“ - projekat razvoja nove generacije sofisticiranih bioničkih proteza. Bionički udovi nastali u sklopu ovog projekta povezani su sa tijelom putem sintetičke kože, koja je napravljena uz pomoć matematičkog modela njegovih udova. Sintetička koža imitira tonus njegovih mišića i oblik kostiju, a ovo savršeno podudaranje postignuto je pomoću sofisticiranog MRI sistema snimanja, koje pruža izuzetno detaljan prikaz unutrašnjih organa.

Primjena bionike u medicini

Bionika je zaslužna za nastanak niza medicinskih pomagala koja se primjenjuju prilikom rehabilitacije bolesnika sa raznim oboljenjima i urođenim manama. Jednogodišnji Aiden Kenny rodio se sa oštećenjem sluha, zbog čega je postojala velika mogućnost da se njegove govorne sposobnosti neće razviti na pravi način. Aidenu su rano ugrađeni sintetički implantati u oba uha, koji će mu u starijoj dobi omogućiti da pravilno govori. Uz pomoć ove grane robotike nastala je i prva bionička ruka koja može izvoditi veći broj simultanih pokreta odjednom. „DEKA“, umjetna ruka, napaja se putem baterije i funkcionišu uz pomoć senzora koji detektuju pokrete u različitim grupama mišića, a energija koja nastaje kretanjem mišića konvertuje se zatim u motornu kontrolu.



Tematski parkovi - budućnost 3D zabave

PIŠE: STAŠA NIKODINOVIĆ

Budućnost zabave je u 3D tehnologiji. Ovu činjenicu iznova potvrđuju mnogobrojni gadžeti za virtuelnu stvarnost koji se svakodnevno pojavljuju na tržištu, kao i dugački redovi u kino salama 3D projekcija. Ovom prilikom predstavljamo vam pet najpoznatijih svjetskih tematskih parkova koji mijenjaju budućnost industrije zabave.

Futuroscope

Jedan od najpoznatijih evropskih tematskih parkova - „Futuroscope“ - nalazi se u Francuskoj i svake godine svojim 3D atrakcijama privlači hiljade posjetilaca iz cijelog svijeta. Vožnja pod nazivom „Vremenska mašina“ postala je zaštitni znak ovog popularnog parka, a posjetioci prilikom tog „putovanja kroz vrijeme“ imaju priliku da dotaknu i osjete brojne likove i predmete dok se smjenjuju na kino platnu.

Universal Studios Hollywood

Uz glavnu atrakciju ovog parka, „Transformers-3D vožnju“, imaćete osjećaj da ste ušetali direktno na set ovog naučno-fantastičnog blokbestera. Implementirajući iskustvo iz 3D simulatora, koje inače koriste piloti prilikom priprema za upravljanje avionom, ova vožnja u potpunosti pomiče granicu između stvarnosti i mašte.

Oakwood

Slavni britanski tematski park imena „Oakwood“ u svom sadržaju ima i jednu od najstrašnijih vožnji - „Spooky 3D“. Posjetioci imaju mogućnost poći na interaktivnu

туру kroz ukletu kuću, u kojoj ih, kroz 3D naočale, prate hologramski prikazi duhova i drugih misterioznih bića. Ova avantura ostavlja bez daha od prvog trenutka vožnje, a razne mehaničke figure koje napadaju tokom prolaza kroz kuću neće nikoga ostaviti ravnodušnim.

Designboom

„Designboom“ je jedan neobičan 4D virtuelni tematski park koji pomjera granice interaktivnosti. Ovaj park kombinuje kinetičke elemente sa senzorima podataka i integriše ih u virtuelnu realnost na jedinstven način. Sastoji se od 16 muzičkih instalacija i virtuelnih igara, a posebna zanimljivost je avatar koji se generiše za svakog posjetioca kada uđe u park. Svaki posjetilac dobija posebnu senzorsku narukvicu koja se može aktivirati u bilo kojoj zoni parka sa atrakcijama. Ukoliko posjetilac želi da i sam postane dio neke atrakcije, to može učiniti jednostavnim podešavanjem na pomenutoj narukvici, koja zatim projektuje odgovarajući avatar u atrakciju.

Universal Studio Japan

Ovaj tematski park redovno se nalazi na listi najpopularnijih tematskih parkova u Aziji, a najpoznatija atrakcija je vožnja „The Amazing Adventures of Spider-Man“, koja 3D efekte podiže na jedan sasvim novi nivo. Na početku vožnje posjetioci stavljaju 3D naočale za noćni vid, kroz koje imaju mogućnost da pogledaju nevjerovatno realistične avanture Spajdermena dok preskače prepreke i bori se protiv svojih neprijatelja. Budućnost je stvarno stigla u ovaj tematski park u Osaki.

**Budućnost zabave
je u 3D tehnologiji.**

INFOGRAFIK

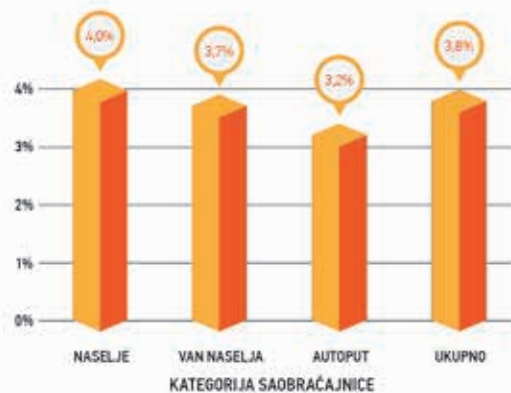
NE KUCAJ DA SE NE BI ZAKUCAO!

NE KORISTI TELEFON DOK VOZIŠ!

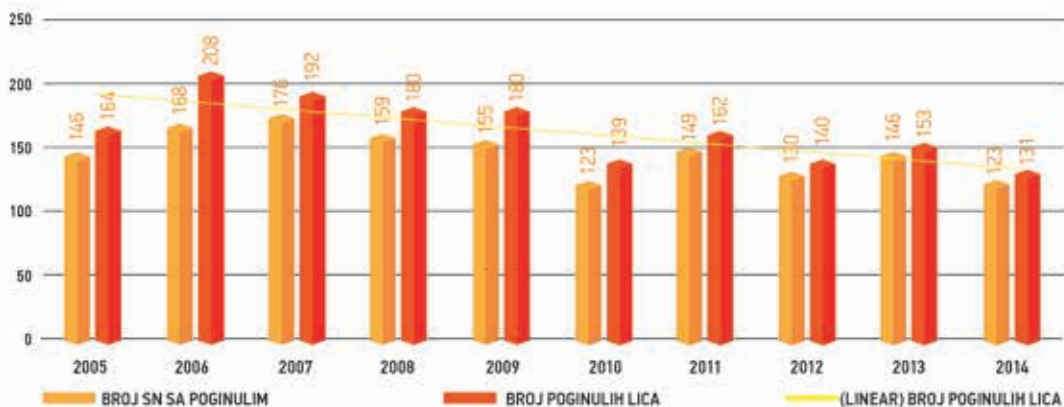


Upotreba mobilnog telefona tokom vožnje može biti opasna kao i vožnja pod uticajem alkohola. S obzirom na to da je „upotreba mobilnog telefona tokom vožnje“, prepoznata kao faktor koji utiče na vozačke sposobnosti i doprinosi nastanku saobraćajne nezgode, najveći broj zemalja (Norveška, Australija i dr.), zabranio je upotrebu mobilnog telefona tokom vožnje korišćenjem ruku. Ove zemlje su dozvolile telefoniranje tokom vožnje uz upotrebu „hands free“ uređaja.

Rezultati sprovedenih istraživanja u Srbiji tokom 2014. godine, pokazuju da je upotreba mobilnih telefona vozača autobusa u vožnji najmanja van naselja (3,5%) i pripada klasi niska vrijednost indikatora, dok u naselju (4,0%) i na autoputu (4,1%) pripada klasi veoma niske vrijednosti indikatora.



Upotreba mobilnih telefona u vožnji od strane vozača putničkih automobila i dostavnih vozila do 3,5t (preuzeto iz ABS, 2014)



Príkaz broja saobraćajnih nezgoda sa poginulim licima i broja poginulih lica
Na dijagramu je dat prikaz broja saobraćajnih nezgoda sa poginulim licima i broja poginulih lica. Može se zaključiti da se procenat poginulih lica iz godine u godinu smanjuje.

m:

S DRUGE STRANE

1891

МУЗЕЈ САРВРЕМЕНЕ УМЈЕТНОСТИ РЕПУБЛИКЕ СРПСКЕ

m:tel

Галеријатељ музеја

21.00

KAWIAR MANGUEIRA

22.00

VIDEO MAPPING

22.30

U DOBROM
DRUŠTVU

TALENTI

Danijel Gatarić

U književnosti ne smije biti tabu tema

Danijel Gatarić, rođen 1988. godine u Prnjavoru, prvu pjesmu je napisao još u Gimnaziji. Objavio je zbirku poezije „Razmaženi Adam“, a u septembru ove godine će izaći i njegova knjiga pod nazivom „Muškost Zorana K.“, koja je osvojila nagradu „Balkanskog književnog glasnika“ za najbolji roman u rukopisu. Trenutno studira na Pravnom fakultetu u Banjoj Luci, a od diplome ga dijeli još samo pola ispita. U razgovoru za naš magazin Danijel je otkrio šta ga inspiriše, o čemu bi volio da piše u svojoj sljedećoj knjizi te koliko mu znače nagrade za njegova književna djela.

RAZGOVARALA: VESNA DRAKULIĆ

Da li se sjećate kada ste prvi put napisali pjesmu?

Svoju prvu pjesmu napisao sam još u srednjoj školi. Počeo sam da pišem savim spontano. Profesor srpskog jezika je na času rekao da postoji konkurs za poeziju, pa me je to ponukalo da se prijavim, jer sam već tada pisao pjesme. Naročito me je inspirisala pjesma Branka Miljkovića „Uzalud je budim“.

Dobio sam nagradu „Sarajevska zima“, osvojio sam jednu nagradu u Beogradu i tako sam nastavio da pišem. Naravno, to sve nije bilo u rangu vrhunskog pjesništva, ali je bilo dovoljno da krenem u tom smjeru i da pokušam da se razvijem u nešto šta jednog dana može biti dobar književnik.

Šta je ono šta Vas danas inspiriše da uzmete pero u ruke i pretočite riječi iz svoje glave i srca na papir?

Dosta toga me inspiriše. Nedavno sam naišao na rad filozofkinje Simone Weil u kojem sam pročitao rečenicu

„Za čovjeka je najbitnije ono kroz šta trenutno prolazi“. To isto važi i za književnost - najbitnije je ono kroz šta pisac prolazi u datom trenutku, kao i da se sve to vjerno zabilježi na papir. Naravno, tu uvijek postoji i ona ljudska potreba za traganjem smisla u današnjem svijetu ili pak borba sa predrasudama, borba za slobodu...

Mnogo stvari me danas inspiriše, od ljudi i tuđe književnosti do muzike i filma. Mislim da još uvijek nisam ništa pročitao, niti napisao.

Prije skoro godinu dana objavili ste zbirku poezije „Razmaženi Adam“, u kojoj ste pisali o temama kao što su smrt, rat, Bog i žene. Kako biste vi okarakterisali svoju poeziju u toj knjizi? Mislite li da ona govori o socijalnom i psihološkom stanju ljudi u današnje vrijeme?

Naravno, „Razmaženi Adam“ govori o mnoštvu različitih, a opet srodnih stvari. Pisao sam o odnosu sa ženama, roditeljima, okolinom, o stanju u kojem se

naša zemlja nalazi i letargičnom stanju cijelog svijeta, o tehnologiji koja je ušla u sve pore naših života i koja nas određuje, čini pasivnim, ponekad i agresivnim. To je ono šta sam ja osjetio i o tome sam pisao.

Trebamo paziti da ne uđemo u populističko pisanje i politizaciju na dnevnom nivou. Književnik, ili onaj koji pokušava da piše, treba da bude socijalno angažovan, ali u isto vrijeme mora da pazi da ne uđe u dnevno populističko pisanje, jer se onda gubi značaj. Mislim da moja umjetnost jeste socijalno angažovana i drago mi je zbog toga. No, tu ima i ljubavnih pjesama. Ubjeđena

Koliko se danas, po Vašem mišljenju, cijeni pisana riječ?

Mislim da se u određenim krugovima pisana riječ uvijek cijnila, pa se tako i danas prepoznaju i cijene vrhunski pjesnici. Danas preko društvenih mreža možemo da vidimo šta ljudi zaista vole. Na istim se nerijetko pojavljuju stihovi Mike Antića, Duška Radovića ili pak Čarlsa Bukovskog. Ljudi prepoznaju vrhunske radove, ali doći do njih i postići vrhunski nivo u pisanju nije ni malo lako. Prosječnost uništava svaki posao, pa tako i književni. Status, kao i svugdje, treba zaslužiti. Ljudi još uvijek čitaju, ali domaći književnici su u problemu



sam da, pogotovo u današnje vrijeme, u književnosti ne treba da bude tabu tema, pa ih tako nema ni u mojoj zbirci poezije.

„Razmaženi Adam“ vam je donio mnogo priznanja među kojima su i druga nagrada „Slovo Gorčina“ u Stocu te nagrada na „Disovom proljeću“ u Čačku. Koliko Vam znače ta priznanja za Vaš rad?

Uvijek mi je drago kad se prepozna moje književno djelo, a priznanja prijaju još više kada dolaze od strane ljudi koji te ne poznaju. To su sve anonimni konkursi za rukopise, tu me niko ne poznaje i zaista mi je laskalo svaki put. Nadam se da će i u budućnosti biti takvih priznanja. Bio bih licemjer kada bih rekao da mi ne znače i ne prijaju.

sa distribucijom i marketingom, a često i kvalitetom. Vrijeme koje dolazi će pokazati da li je moj rad dovoljno kvalitetan i vrijedan čitanja.

Za „Muškost Zorana K.“ osvojili ste nagradu „Balkanskog književnog glasnika“ za najbolji roman u rukopisu i trenutno pišete njegov nastavak. Dokle ste stigli sa tim i šta Vaši čitaoci mogu da očekuju od drugog dijela?

Možemo posmatrati na to kao svojevrsan nastavak, jer se glavni junak romana „Muškost Zorana K.“ pojavljuje i u knjizi na kojoj trenutno radim. Ipak, tematika je, na neki način, drugačija. Drugi roman će se zvati „Stršljen u mlijeku“ i sa njim sam konkurisao za

NIN - ovu stipendiju. Zasad sam napisao trećinu romana i mogu reći da je dosta kompleksniji od prvog djela. Pitak je i tipičan roman mladog književnika. Naravno, ne mislim da je naivan, naprotiv - on govori o mnogo toga i radujem se njegovom izlasku. Ne očekujem neki veliki tiraž, ali mislim da neću biti neskroman kada kažem da će to biti kvalitetan roman.

Kada će biti objavljen Vaš prvi roman „Muškost Zorana K.“?

Prema posljednjim informacijama koje sam dobio od izdavača, roman bi treba biti objavljen u septembru. Zasiurno će biti promocija u „Narodnoj i univerzitetskoj biblioteci Republike Srpske“, pa se iskreno nadam da će odziv biti dobar te da će roman „Muškost Zorana K.“ naći svoje mjesto na njihovim policama.

Da li već sada razmišljate o čemu ćete pisati u sljedećoj knjizi, nakon što završite roman „Stršljen u mlijeku“? Hoće li to biti poezija ili proza, gdje vidite svoj rad u budućnosti?

Imam puno ideja o tome šta bih volio da napišem, a mnogo je knjiga koje želim i da pročitam. Volio bih da se vratim poeziji i da napišem jednu knjigu na koju bih bio baš ponosan. Kada to kažem, ne umanjujem vrijednost „Razmaženog Adama“, jer je i ta knjiga poezije bila dobro prihvaćena u regionu. Sve zavisi od toga kako ću se osjećati. Vrijeme je ispred mene i volio bih da roman na kojem trenutno radim („Stršljen u mlijeku“) bude nešto čime ću se ponositi, pogotovo zato što želim da bude bolji od ovoga koji sada treba da izađe („Muškost Zorana K.“). To je moj cilj - da svaki put na neki način napredujem. Svakako da očekujem od sebe zreliji rad u odnosu na prošlu godinu. Iz tog razloga vjerujem i da je dobro praviti pauzu između pisanja, da se i duhom odvojim od prijašnjeg djela.

Ko su Vaši omiljeni pisci? Možete li izdvojiti knjigu koja Vam je posebno draga i koju biste svakome preporučili da pročita?

Knjiga od Hemingveja „Sunce se ponovo rađa“ me je oduševila na više nivoa. Nju bih svima preporučio da je pročitaju. Ernest Hemingvej mi je ujedno i jedan od najdražih pisaca. Uspio sam čak nabaviti i sve njegove knjige. Od pjesnika ću izdvojiti Borhesa, jer on je učinio ono šta mislim da svaki književnik treba da uradi sa svojim literarnim talentom.

Pored posla, studija i pisanja, bavite se i karateom. Kako to sve stižete?

Moj stric, Siniša Gatarić, je bio baš uspješan karatista i osvajač evropskih i svjetskih medalja. Uz njega je i počela moja ljubav prema karateu još u djetinjstvu. Imam crni



pojas, a kao junior osvojio sam medalju na Evropskom kupu 2006. godine. Bio sam i reprezentativac Republike Srpske, uzeo sam učešće na Evropskom prvenstvu u Rusiji, a ove godine sam bio treći na Internacionalnom turniru u Nurnbergu.

Trudim se da uradim što više dok sam mlad, dok još imam taj nemir za stvarima. Mislim da, koliko god je bitno da čovjek u nečemu bude dobar i fokusiran, toliko se treba truditi i da bude svestran. Važno je naravno i odmarati. Ja sam po prirodi hedonista, tako da ima dana i kada sam lijen, kada ništa ne radim, ali uvijek imam pozitivnu grižnju savjesti u takvim situacijama. Trudim se i borim. Možda je na taj način razmišljanja uticao i Hemingvej svojim djelom „Starac i more“, sa tom težnjom da uspije, da uvijek iznova ustaje bez obzira na to koliko puta pao, da se trudi i radi. To je neka moja životna filozofija.

Kako provodite svoje slobodno vrijeme?

Volim da slušam Leonarda Koena, Grindermana, Brusa Springstina. Obožavam i klasičnu muziku. Družim se sa prijateljima, čitam knjige i dnevne novine, u tome uživam najviše.

See the Great, Feel the Great

Inovacije
za bolji život

LG G4

Pretvorite
trenutke
u umjetnost
Ručni odabir



PREDSTAVLJAMO

Kampanja za bezbjednost saobraćaja

**NE KUCAJ
DA SE NE BI
ZAKUCAO!**

**NE KORISTI TELEFON
DOK VOZIŠ!**



PIŠE: ALEKSANDRA ŠOBIĆ

Nijedan poziv nije važniji od života

„Jedna pročitana poruka. Tri mrtva čovjeka.” To je slogan jedne od brojnih kampanja za bezbjednost saobraćaja, koje se sprovode širom svijeta. Napravljena je sa ciljem da vas zaboli stomak kada sljedeći put u vožnji kažete suvozaču da vam iz torbe na zadnjem sjedištu izvadi telefon koji zvoni kako biste se javili.

Kao da crne statistike o broju mrtvih na ulicama ne govore dovoljno, širom svijeta se kreiraju kampanje upozorenja koje govore da vožnja i korištenje mobilnog telefona ne smiju ići zajedno. U skladu sa tim, i razmišljanja proizvođača telefona i kreatora mobilnih aplikacija idu u pravcu onemogućavanja korištenja telefona u vožnji, a razmišljanja proizvođača automobila u pravcu postavljanja ometača mobilnog signala u volane.

Sa ciljem smanjenja saobraćajnih nesreća, u Republici Srpskoj je pokrenuta kampanja o savjesnoj vožnji. Riječ je o kampanji „Ne kucaj da se ne bi zakucao” koju sprovode Ministarstvo saobraćaja i veza RS, Agencija



za bezbjednost saobraćaja RS, Auto-moto savez RS i kompanija m:tel kao partner projekta.

Istraživanja u oblasti bezbjednosti saobraćaja govore da je oko 25 odsto saobraćajnih nesreća uzrokovano ljudskim faktorom, odnosno konkretno nepažnjom vozača. Upotreba mobilnih telefona tokom vožnje utiče na fokusiranost, šta problem čini još većim.

Društvena odgovornost bila je pokretač kompanije m:tel da se aktivno uključi u ovu kampanju. Za razliku od ranijih kampanja za nekorištenje telefona, u kojima je fokus bio na nepristojnosti (npr. zvonjava telefona u bioskopu ili u pozorištu), ova kampanja utiče na najbitniju stvar na svijetu - spašavanje života. Uz inicijativu kompanije m:tel, u kampanju su se uključile i brojne medijske kuće kao pokrovitelji, jer su upravo mediji ključna karika u širenju ovakvih poruka upozorenja.

„Istraživanja sprovedena u svijetu, Evropi i okolnim zemljama, kao i nedavna istraživanja iz Srbije, kažu da se svaka peta nesreća može povezati sa upotrebom mobilnog telefona, a istraživanja iz SAD pokazuju da se deset procenata svih razgovora obavi tokom vožnje, kao i da se deset procenata poruka pošalje za vrijeme vožnje. Za slanje poruke je potrebno 23 sekunde, za pretraživanje imenika treba pet do šest sekundi, pri brzini od 50 km/h automobil za jednu sekundu pređe oko 14 metara, a pet sekundi je već pređenih 70 metara. Sada zamislite da se krećete 70 metara, a da ne gledate ispred sebe. Mobilni telefon je, prije svega,

fizička smetnja, jer vozite samo jednom rukom. Drugo, on je kognitivna smetnja, jer dok razgovorate vaša pažnja nije usmjerena na put (bar ne više od 30 do 40 procenata). To su najmanje dva razloga zbog kojih se korištenje telefona tokom vožnje može poistovijetiti sa vožnjom pod uticajem alkohola od nekih 0,5 do 0,8 promila. Naravno da je navike teško mijenjati, a faktor ljudske radoznalosti dodatno pogoršava situaciju. Kada vam zazvoni telefon uvijek ćete pogledati ko je sa izgovorima poput „možda je nešto hitno” ili „hajde da obavim samo kratki razgovor”. Međutim, saobraćajne nezgode se dešavaju” ističe Milija Radović, direktor Agencije za bezbjednost saobraćaja RS.

Po njegovim riječima, u Republici Srpskoj u protekle dvije godine (2013. i 2014.) smrtno su stradala čak 284 lica. U prva tri mjeseca 2015. godine na putevima u RS poginulo je 35 osoba.

U okviru kampanje „Ne kucaj da se ne bi zakucao”, koja je trajala u maju i junu ove godine, iscenirana je saobraćajna nesreća, a na ulice Banje Luke postavljen je smrskan automobil koji je skrenuo pažnju prolaznika i natjerao ih da se zamisle.

Nijedan telefonski poziv nije toliko hitan da ugrozite sopstveni život, život onih koje vozite, ali i život drugih učesnika u saobraćaju. I zato, svaki put kada vam zazvoni telefon u vožnji imajte na umu mogućnost tragičnog scenarija - mogućnost da zbog tipkanja poruke stradaju vaša ili tuđa djeca.

I ostavite telefon.

Jedna pročitana poruka. Tri mrtva čovjeka.



PRIPREMILA: BRANKICA STOJANOVIĆ

Aleksandar Čavić rođen je 1986. godine u Banjoj Luci, a njegovo interesovanje za fotografiju počelo je još u osnovnoj školi, kada je prvi put došao u dodir sa ozbiljnijim foto-aparatom. Zvanje fotografa stekao je u srednjoj školi, a znanje - i danas nadograđuje.

Čavić ističe da se trudi foto-aparatom zabilježiti što više ljudskih sudbina i lijepih momenata, ali i teških trenutaka i dramatičnih događaja. U struci je zaposlen od 2003. godine, pri čemu se novinskom fotografijom, na koju je stavio akcenat, počeo baviti 2007, kada se zaposlio u „Nezavisnim novinama“ u funkciji foto-reportera i urednika fotografije.

Njegovim fotografijama praćeni su brojni novinski članci koji se bave bitnim događajima i ljudima iz svih sfera života, kako u BiH, tako i šire. Dobitnik je nekolicine nagrada i priznanja.



FOTO: ALEKSANDAR ČAVIĆ

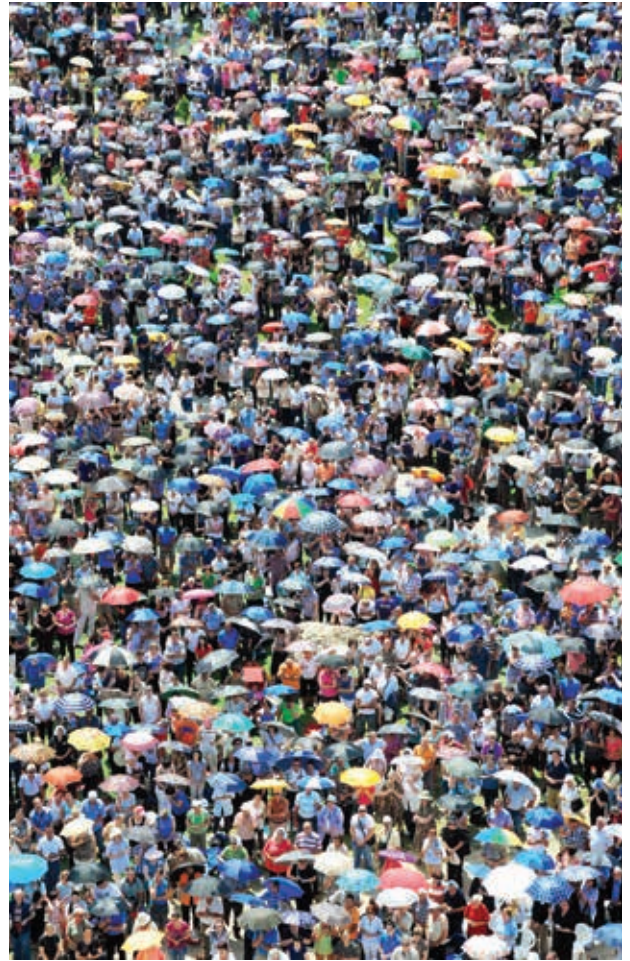


FOTO: ALEKSANDAR ČAVIĆ

U ROMINGU

Cirih

Čokolada! Gotovo svi je volimo, zar ne?

Zašto sam odlučila započeti ovaj članak baš sa pomoćnikom glavnog i odgovornog urednika za dobro raspoloženje, a nerijetko i višak kilograma (u ovom drugom slučaju riječ pomoćnik je eufemizam), ni sama „ne znam“.

PIŠE: GORICA POPOVIĆ

Možda iz razloga što mi je ista bila prva asocijacija prije nego sam prvi put kročila u taj čarobni grad. Danas, poslije gotovo tri godine provedene u njemu, moram priznati da slatki zalogaji iz poznate čokolaterije „Lindt“ i nisu baš prvi na pameti. Ne iz razloga što ne volim čokoladu, već iz razloga što sam okusila i zavoljela i brojne druge ciriške slasti, stoga ću iskoristiti dobro uskladištene emocije i ova dva lista papira sa ciljem da vam približim specifičnosti života u Cirihu, više nego njegove znamenitosti i ostale turističke atrakcije. O ovom drugom vam Google i Wikipedija uvijek mogu reći više i preciznije, složićete se? Zato ih puštam da rade svoj posao i služe svrsi, a i ja ću se potruditi da budem svrsishodna na svoj način.

Kada sam već spomenula čokoladu, da ne bi ostalo sve na pomenu, reći ću vam da je slatka muka bio moj

svaki zalazak u četvrt zvanu Kilchberg. Naime baš tu, svega 20-ak minuta autobuske vožnje od strogog centra grada, ili bolje rečeno Paradeplatza, nalazi se pomenuta i čuvena tvornica čokolade „Lindt&Sprungli“. Kilchberg je jedno predivno, otmjeno, toplo i, rekla bih žargonski, buržujsko naselje. Proteže se uz samu obalu Ciriškog jezera, a jedan dio se penje u visine, tako da, da sam kojim slučajem milionerka, teško bih se odlučila između vile na samoj obali jezera ili pak one koja sa visine ima spektakularan pogled na isto. Možda bi odluka ipak pala na visinske predjele, jer do tamo ne dopire opojan miris (barem ne toliko intenzivan) iz čokolaterije „Lindt“. Evo i sad se pitam kako ti buržuji izdrže konstantno iskušenje. Vjerovatno imaju karakter uz pomoć kojeg su i završili sve te škole i zaradili sav taj novac, jer je očigledno da relativno visoka cijena upakovanih slatkih zalogaja za njih ne predstavlja problem.



Kada se autobuska vrata otvore na stanici Schooren, pomislite da ste upravo stigli u zemlju čuda u kojoj vazduh ima miris čokolade i da je to jedna sasvim prirodna stvar. Teško odolijevamo mirisu dok nam majke ili bake peku kolače (ako smo te sreće jednom sedmično, a ne samo za rođendan), pa trčimo u kuhinju i ližemo svaki upotrebljeni sud. Možete li onda samo zamisliti kako je biti komšija „bake“ koja od 1845. godine peče bez prestanka? Ja ne mogu! Da mi novčanik nije bio sudija, vjerovatno bih se vratila kao stokilašica bez obzira na moj čvrst karakter. No „Lindt“ nije „opasnost“ samo svojim komšijama koje mami mirisom, već i ostalim stanovnicima Ciriha koje mami svojim kreativnim čokoladnim izlozima strategijski postavljenim na više lokacija u gradu. Dakle, vizuelni mamac - budite spremni.

Očaravajuće zelena trava pod vama, snježni planinski vrhovi Alpa iznad i oko vas, a kroz sredinu toga proteže se bistro Ciriško jezero poput lista salate u hrskavom francuskom sendviču - ma i sit bi ga zagrizao. Tako mala, a tako snažna i organizovana država, sa najboljim standardom i kvalitetom života u Evropi, a možda čak i u svijetu. Istinitost ove tvrdnje uočljiva je i evidentna već pri prvom ulasku u zemlju. Jedan od parametara koji vam jasno daju do znanja o kakvoj državi je riječ svakako je javni prevoz i čistoća ulica. Cirihi je besprijekorno čist grad. Automatizovani čistači sa snažnim metalnim četkama mirno kruže gradom i iza sebe ostavljaju čiste ulice.

Javni prevoz je tačan, baš kao švajcarski sat, a dodala bih i učestao. Toliko je frekventan da vas vrlo brzo razmazi. Uхватила sam se nekoliko puta da kolutam očima kada mi tramvaj ode ispred nosa, a na digitalnoj tabli (postavljeni na svakoj stanici, pokazuju vrijeme kada će stići naredna tri autobusa, tramvaja ili voza) pokazuje da sljedeći stiže za - zamislite - cijelih 7 minuta. O tome da su sva prevozna sredstva koja služe u svrhu transporta ljudi (i kućnih ljubimaca) „ganjc“ nova, modernizovana i redovno održavana ne trebam posebno pričati. Javni prevoz je toliko dobro uvezan (i pokriva cijeli grad) tako da vam automobil gotovo i ne treba. Za taj luksuz ćete mjesečno morati izdvojiti od 80 do 120 franaka. Ukoliko se odlučite za plaćanje svake vožnje pojedinačno, to će vas koštati 5 franaka, i sa tom kartom se možete voziti sat vremena.

Naravno, ima još nekoliko opcija za kupovinu prevozne karte, no ja bih da pređemo na sljedeću zapanjujuću stvar. Reciklaža! Svijest Švajcaraca po tom pitanju je najblaže rečeno zapanjujuća. Svaki kvart u Cirihi dobije godišnju listu sa datumima kada će biti u toku odvoz papira (kartona i stare garderobe) te dan prije naznačenog datuma ispred ulaza u zgrade i druge stambene ili poslovne objekte osvanu marljivo uvezani buntovi starih novina naslaganih jedan na drugi poput kamenih blokova. Kontejnere za odlaganje stakla po bojama, kao i metala, ima svako naselje, a za odlaganje plastike moraćete prošetati do prvog supermarketa, na čijem ulazu možete vidjeti namjenske boksove. Za kućni otpad kupuju se namjenske kese u 3 dimenzije (birate onu koja odgovara vama) te su s tim dodatno povisili svijest o reciklaži. Pitate se kako? Pa tako što će svaki Švajcarac radije besplatno baciti flaše i konzerve tamo gdje pripadaju, nego njihovim volumenom puniti kese koje moraju platiti.



Svijest Švajcaraca po pitanju reciklaže je najblaže rečeno zapanjujuća.

Na sve li su mislili, pa naravno i na djecu. Parkovi i igrališta su mnogobrojna. Gotovo svaka zgrada ima svoje igralište, a veliki broj naselja i svoju prirodom danu oazu mira u neposrednoj blizini. Kada vremenski uslovi to dozvoljavaju, koristi se svaki moment za izležavanje na mekom travnatom tepihu i čini se da ih baš briga za krpelje ili uprljanu odjeću. Kako turisti, tako i radno stanovništvo uživaju u svojim pauzama za ručak kao na malom pikniku. No to nije svojstveno samo Cirihi, iste navike imaju i stanovnici drugih evropskih gradova. Mi, na sreću, imamo zelenilo, ali, na žalost, nemamo navike.

Velika većina Švajcaraca ne posjeduje TV prijemnik i svaki slobodan trenutak provodi u prirodi, sa prijateljima, na izletima u drugim gradovima, u posjeti pozorištu, sa raznovrsnim hobijima i tako u nedogled.

I za sam kraj jedna jako simpatična (ruku na srce ponekad i iritantna) karakteristika Švajcaraca - riječ „Danke“ izgovoraju nebrojeno puta u toku dana. Evo, ja ću vam se sada zahvaliti na pažnji i vremenu baš onako kako bi vam se zahvalio jedan Švajcarac na usluzi, komplimentu ili nečemu trećem - „Hvala, hvala puno, najljepše hvala, zahvaljujem, hvala lijepo“!

U DOBROM DRUŠTVU

dr Sarita Vujković, direktorka MSURS

Muzeji se ne bave predmetima, već ljudima

U vremenu u kome se čini da je kultura na izdisaju, a kulturni projekti rijetke biljke i dašak čistog vazduha koji puni pluća i kupa nas iznutra, donosimo vam priču o Muzeju savremene umjetnosti Republike Srpske.

RAZGOVARALA: ALEKSANDRA ŠOBIĆ



FOTOGRAFIJE: NEMANJA MIČEVIĆ

Sa direktorkom Muzeja, dr Saritom Vujković, razgovarali smo o tome kako je jedna gradska galerija postala respektabilna kulturna ustanova i najbolji muzej Jugoistočne Evrope, o tome kako publika i muzeji na savremenoj umjetničkoj sceni postaju jedno te o neminovnosti stvaranja mlađe i kritičnije publike. Uz želju da izuzetno uspješna i posjećena „Noć muzeja“ preraste u godinu muzeja, pozivamo vas da posjetite MSURS, a u odgovorima na pitanja koja smo postavili direktorki muzeja pronaći ćete brojne razloge da to i učinite.

Prošle godine ste obilježili deset godina od preimenovanja u Muzej savremene umjetnosti Republike Srpske, a sljedeće godine obilježava se četrdeset i pet godina od osnivanja institucije. Možete li napraviti retrospektivu prethodnog rada i izdvojiti neke od najuspješnijih projekata?

Muzej savremene umjetnosti Republike Srpske je institucija sa dugom tradicijom, koja je u posljednjih desetak godina doživjela veoma izraženu transformaciju. Od gradske Umjetničke galerije lokalnog nivoa, osnovane 1971. godine, postala je republička muzejska institucija regionalnog značaja. Toj njenoj transformaciji pomogla je prvenstveno činjenica da je Galerija likovnih umjetnosti Republike Srpske 1994. godine postala institucija od republičkog značaja, a potom i da je

preimenovana u Muzej savremene umjetnosti Republike Srpske 2004. godine, koji tako postaje centralna muzejska institucija nadležna za oblast likovnih umjetnosti na cijelom prostoru Republike Srpske.

MSURS je u prethodnom periodu bio nosilac značajnih izložbenih projekata koji su promovisali domaću umjetničku scenu i fundus muzeja. Treba svakako izdvojiti „Paviljon Bosne i Hercegovine” na 55. Venecijanskom bijenalu, izložbu iz fundusa muzeja „IZ/UZETNOSTI” - nove smjernice buduće stalne postavke, „Microstories” - konteksti savremene ženske umjetničke prakse nakon dvijehiljadite, „Međuprostor” - prvu izložbu koja je u regionalnim okvirima predstavila banjalučku umjetničku scenu, „Pet decenija Jesenjih salona u Banjaluci”, kao i „Šta se dogodilo sa galerijom Terzić”.

Pratila sam promjene ove institucije i u velikoj mjeri učestvovala u njenoj transformaciji. Zato mogu da kažem da je velikim zalaganjem svih zaposlenih, koje podrazumijeva i značajan stručni napredak u svim odjeljenjima Muzeja, ova institucija iskoračila iz svojih lokalnih okvira i postala regionalno prepoznatljiva, cijenjena i rado viđen partner za međuinstitucionalnu saradnju.

Ovo svakako potvrđuju i brojni projekti realizovani tokom ranijeg perioda - izložbe za koje sam sigurna da će dugo ostati u sjećanju banjalučana. Veliki projekti kao što su izložbe Sava Šumanović, Milena Pavlović Barili, Evropski konteksti: Šumanović, Konjović, Dobrović i Šuput, Svetlost u mraku prvog svetskog rata - Vrhunska ostvarenje protagonista impresionizma u Srbiji te retrospektiva Vojina Bakića povezali su nas sa Muzejom savremene umjetnosti u Zagrebu, Muzejom savremene umjetnosti Vojvodine, Narodnim muzejom u Beogradu i Galerijom Matice srpske u Novom Sadu institucijama za koje možemo da kažemo da su najznačajnije i najuglednije u svojim sredinama. Ta saradnja nije usmjerena samo na programske razmjene i izložbenu djelatnost, već predstavlja osnov za dalji stručni napredak.

Takođe, veoma je važno što je MSURS prepoznat i u

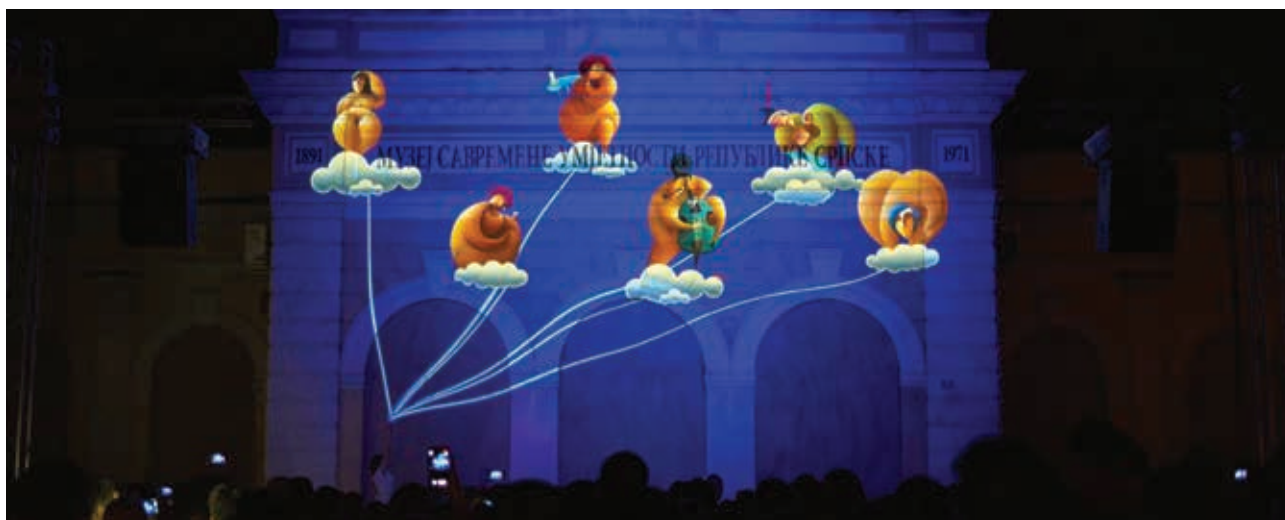
međunarodnim okvirima. Muzej je prošle godine dobio značajno međunarodno priznanje u okviru nagrade „ŽIVA” za najbolji muzej Jugoistočne Evrope, gdje je posebno izdvojena kreativnost, rad Muzeja sa mladima i lokalnom zajednicom.

Nedavno je u MSURS postavljena izložba jednog od najvažnijih njemačkih umjetnika Sigmara Polkea. Izložba bi nesporno u svijetu izazvala veliku pažnju publike, kritike i medija. Da li je takav slučaj i kod nas?

Izložba Sigmara Polkea, jednog od najznačajnijih njemačkih slikara i fotografa druge polovine XX vijeka, umjetnika koji se smatra začetnikom evropskog pop arta, važan je projekat koji smo realizovali zahvaljujući saradnji sa Gete institutom Bosne i Hercegovine i Institutom za inostrane poslove Njemačke (IFA). To je značajan projekat koji je rezimirao cjelokupno stvaralaštvo Sigmara Polkea i pružio publici, posebno onoj koja nije imala priliku da se upozna sa njegovim djelom, uvid u opus koji se na svjetskoj savremenoj umjetničkoj sceni svrstava u najznačajnija djela poslijeratne ere. Nažalost kod nas je malo poznavalaca Polkeovog djela, tako da izložba i pored toga što je bila dobro posjećena, nije imala zapaženost kao u nekim većim evropskim centrima. Za vrijeme izložbe, Gete institut je organizovao zanimljivo predavanje i radionicu za učenike srednjih škola i studente. Njen cilj je bio da se mladima, uz zanimljivu priču o Polkeu, pruži prilika za kreativno učenje i izražavanje. Ovo je primjer kako zanimljivi projekti na pravi način mogu pružiti publici, a posebno mladima, da upoznaju umjetnost i njen značaj u svakodnevnom životu.

Muzeji su intelektualni i kulturni stubovi svakog društva. Koja je najznačajnija uloga MSURS u savremenom kulturnom životu na ovim prostorima?

Jedan od najljepših iskaza u vezi sa muzejima dao je osvjedocieni stručnjak za muzeologiju Bari Lord, rekavši da se muzeji ne bave predmetima, već ljudima. On smatra





Muzeji se ne bave predmetima, već ljudima.

da muzeji moraju da učestvuju u izgrađivanju svijesti o različitim vrijednostima, u formiranju najdubljih znanja, treba da budu suštinski izraz čovjekove istorije, njegovog bića i njegovih misli. Svaki čovjek će u muzejskim predmetima prvo prepoznati sebe i pronaći elemente svojih interesovanja. U tom smislu su se posljednjih decenija u velikoj mjeri promijenili stavovi i shvatanja o muzejima kao nedodirljivim i nepromjenljivim institucijama. Pored uobičajene, osnovne uloge muzeja da prikuplja, čuva, proučava i izlaže, muzeji su postali fleksibilnije institucije, osjetljive na prostor i vrijeme u kojem postoje, više se prilagođavaju životu, potrebama i željama njegovih korisnika. Čini mi se da se u ovim novim pogledima na muzeologiju pozicionira i uloga MSURS u savremenom kulturnom životu na ovim prostorima, kome je uz razvoj savremene umjetničke scene sve veći prioritet i publika.

Šta mislite, šta je potrebno uraditi kako bi se publika u većem broju vratila u muzeje?

Ako posmatramo dugoročno razvoj našeg Muzeja, onda svakako treba naglasiti da je za muzeje kao institucije neophodan kontinuirani razvoj, koji bi planski, kroz strategijska ulaganja, doprinio da institucija u prostornom i programskom smislu doživi svoje transformacije. U tom smislu naše aktivnosti biće usmjerne na veću okrenutost prema publici, posebno prema mladima. Voljela bih da MSURS i trg ispred njega budu mjesta okupljanja mladih ljudi ovoga grada. To naravno podrazumijeva i strateška investiciona ulaganja u

prostor ispred i oko Muzeja, ali i niz naših novih aktivnosti koje trebaju da omoguće veću otvorenost uz razne druge sadržaje Muzeja, koji nisu samo usmjereni na izložbenu

djelatnost. Vjerujem da bi se realizacijom ovoga plana razvila dinamičnija umjetnička scena, koja bi imala svoju kritičku publiku i to onu koja misli, razumije umjetnost i može da procijeni kvalitet.

MSURS stavlja Banjaluku na evropsku kulturnu mapu, između ostalog, obilježavanjem „Noći muzeja“. Kakvi su vaši utisci, a kakvi utisci publike sa ovogodišnje manifestacije?

„Evropska Noć muzeja“ organizuje se pod pokroviteljstvom Vijeća Evrope i UNESCO-a i vezuje se za Međunarodni dan muzeja (18. maj), koji je ustanovljen od strane Internacionalnog muzejskog savjeta ICOM-a. Muzej savremene umjetnosti Republike Srpske je institucija koja je prva u Bosni i Hercegovini pokrenula inicijativu za obilježavanjem evropske manifestacije „Noć muzeja“. Iz tog razloga smo ovu desetu jubilarnu „Noć muzeja“ željeli obilježiti na poseban način, umjetničkim radom koji predstavlja novi pomak u okviru naše lokalne scene - u umjetničkom, estetskom i tehnološkom smislu.

Uz podršku kompanije m:tel opredijelili smo se za video mapping, koji je rezultat rada i saradnje 13 banjalučkih umjetnika sa Mladenom Đukićom, režiserom i animatorom, umjetnikom koji se već godinama bavi kreativnim radom sa ovakvom vrstom novih tehnologija. Njegov rad je baziran na novim medijima koje slikarstvo i crtež kroz animaciju uvode

u novu eru vizuelne umjetnosti. Zaista vjerujem da su ovo pionirski poduhvati naše umjetničke scene koji govore o spremnosti umjetnika da prate vrijeme u kome žive i medije koji su sastavni dio naših života.

„Noć muzeja” je bila i idealna prilika da se pokaže umjetnička scena Banjaluke i koliko je ona povezana u vizuelnom i muzičkom smislu. Uz spektakularan mapping koji je realizovan uz m:tel-ovu podršku, održan je i koncert grupe Sopot. Sopot je već etablirani banjalučki bend poznat u širem regionu. Oni su od svojih najranijih početaka povezani sa banjalučkom likovnom i vizuelnom scenom, a njihov nastup je bio pravi način da se pokaže ta veza. Sopotov koncert za „Noć muzeja” ispred MSURS bio je potpuno inkorporiran u ideju vizuelnog mappinga i zaista predstavlja jednu novu vrstu muzičkog nastupa i novi korak u prezentaciji banjalučke umjetničke scene.

Na koji način MSURS finansira svoje programe? Koliko je važna podrška komercijalnog sektora razvoju vaše institucije i razvoju kulture uopšte?

Kao Javna ustanova kulture, koja je u okviru nadležnosti Ministarstva prosvjete i kulture Republike Srpske, MSURS većinu svojih programskih aktivnosti finansira iz budžeta Vlade Republike Srpske i na taj način dijeli sudbinu drugih ustanova kulture, koja posljednjih godina nije na zavidnom nivou. Različiti modeli finansiranja ustanova kulture, koji se predlažu kao mogućnosti u prevladavanju perioda ekonomske krize, kod nas nisu još na pravi način razvijeni, tako da su institucije u velikoj mjeri prepuštene same sebi u pronalaženju raznih alternativnih modela finansiranja.

Podrška komercijalnog sektora u razvoju MSURS i kulture uopšte je od presudnog značaja i u narednom periodu mislim da će predstavljati poseban izazov pronalaženje različitih modela partnerstva. Mislim da je danas zaista posebno inovativno pronaći način kako da umjetnički i kulturni sektor odgovore na krizu i svojom aktivnom ulogom nametnu nove izazove. Vjerujem da će pronalazak pravog modela partnerstava pomoći u savladavanju krize i smanjenju nesigurnosti, a svakako će poboljšati iskorištavanje povoljnih prilika i otvoriti prostor za kreativnost i inovacije u kulturi uz očuvanje dosadašnjih postignuća na korist svih.

MSURS dovodi svijet na ove prostore, ali i predstavlja nas u svijetu. Ne tako davno, MSURS, umjetnik Mladen Miljanović i vi kao komesar i kustos, uspješno ste predstavljali BiH na 55. Bijenalu umjetnosti u Veneciji. Da li postoji mogućnost da umjetnički svijet u Veneciji ponovo vidi paviljon BiH?

Paviljon Bosne i Hercegovine na 55. Venecijanskom bijenalu 2013. godine najznačajniji je projekat ove institucije, a smatramo ga i najznačajnijim rezultatom koji je naša umjetnička scena postigla do sada. Uspješnost realizacije „Vrta uživanja” Mladena Miljanovića stoji i u činjenici da je naš

paviljon, već prvih dana nakon otvaranja, svršten od strane italijanskih medija među prvih deset nacionalnih paviljona, što je doprinijelo većoj posjećenosti i većem ineresovanju stručne javnosti. Moram da kažem da ove godine na 56. Venecijanskom bijenalu Bosne i Hercegovine nema među nacionalnim paviljonima, jer model koji je naša institucija ponudila kao mogućnost za dugoročnu realizaciju, po kome institucije iz Federacije i Republike Srpske organizuju ovaj projekat, još nije zaživio. Nadam se da će se u narednom periodu ove nadležnosti riješiti i da će umjetnost Bosne i Hercegovine ponovo pronaći dostojno mjesto kakvo joj i pripada na ovoj najznačajnijoj svjetskoj umjetničkoj manifestaciji.

Angažovani ste i na Univerzitetu u Banjoj Luci i intenzivno radite sa studentima. Ako je suditi po generacijama koje dolaze, ima li ovdasnja kulturna scena razloga za optimizam?

Banjalučku savremenu umjetničku scenu karakterišu brojni mladi umjetnici koji žive u ovom gradu, koji su se tokom svog školovanja na Akademiji umjetnosti u Banjoj Luci povezali sa kolegama koji su studirali muziku, režiju, glumu, animaciju i dizajn - sve one umjetničke discipline koje su neizostavne u kreiranju savremenih tokova. Savremena umjetnost je multidisciplinarni prostor u kome je svaka umjetnička disciplina karika koja čini vezu u kreiranju novih umjetničkih prostora. Sudeći po generacijama koje dolaze, ovo je scena koja ima puno potencijala i mogućnosti, za koju vjerujem da će u narednom periodu tek dati svoje prave rezultate.

Možete li izdvojiti nekog umjetnika ili izložbu koja je bitno odredila vaš profesionalni razvoj?

Slobodno mogu da kažem da je moj profesionalni razvoj i dugogodišnji rad u MSURS obilježen u velikoj mjeri profesionalnom saradnjom sa Mladenom Miljanovićem, koja je započela još u periodu dok je on bio student na Akademiji umjetnosti u Banjoj Luci i to jednom interesantnom izložbom održanom 2006. godine u Utrehtu pod nazivom „Eastern Neighbors”, na kojoj je učestvovalo 12 zemalja jugoistočne Evrope. Ja sam, uz kolege iz Sarajeva, bila selektor za bosanskohercegovačku postavku, a Mladen Miljanović je bio jedan od umjetnika kome je to bila prva međunarodna izložba. Naša saradnja je nastavljena i narednih godina u okviru izložbi „Međuprostor”, „Continental Breakfast”, „memori (w) hole”, rezidens projekta koji je realizovan u Francuskoj uz podršku „Apollonia european art exchanges” iz Strazbura, projekat „Služim umjetnosti”, „Izuzetnosti: Nove smjernice buduće stalne postavke”, samostalne izložbe Mladena Miljanovića, radionice videa u našem Muzeju, da bi na najljepši i najprofesionalniji način bila zaokružena projektom Paviljona Bosne i Hercegovine na 55. Venecijanskom bijenalu koji je za Mladena Miljanovića kao umjetnika i mene kao kustosa predstavljao najznačajniji rad u dosadašnjoj karijeri.

Da li znate

PRIPREMILA: MILICA STOJAKOVIĆ

Svaki odlazak u inostranstvo, a naročito odlazak na ljetovanje, stvara niz dilema kada je riječ o korištenju mobilnog broja. U ovom izdanju m:agazina vam donosimo nekoliko savjeta, a sve kako ne bi došlo do nepredviđenih troškova i kako biste u potpunosti i bez razmišljanja uživali u odmoru.

Prije polaska na putovanje, van granica naše zemlje, predlažemo da najprije provjerite cijene odlaznih i dolaznih poziva, poziva u lokalnu, cijene SMS poruka te cijene prenosa podataka koje su važeće za zemlju destinaciju i zemlje kroz koje putujete. Razlog tome je jedan - cijene saobraćaja u romingu značajno se razlikuju od cijena u domaćem saobraćaju.

Kada ste u romingu, savjetujemo vam da isključite sva preusmjeravanja na telefonu, kao što je preusmjeravanje na govornu poštu usljed zauzeća, nedostupnosti i sl, ili uslugu „Slušam te“, jer ove usluge mogu povećati potrošnju. Isključite i mobilni internet (odnosno privremeno onemogućite usluge GPRS-a i MMS-a na mobilnom aparatu), kao i automatsko ažuriranje/nadogradnju aplikacija.

Dobro bi bilo da izaberete manuelno biranje mreže kako bi odabrali povoljniju, odnosno partnersku mrežu u zemlji u kojoj se nalazite, a o kojoj se prethodno možete informisati putem našeg sajta na adresi mtel.ba ili pozivom našeg Call centra.

Pregled potrošnje putem mobilnog telefona u romingu može se vršiti na nekoliko načina:



1. Pozivanjem opcije „Moj meni“ na broj *100#,
2. Pozivom Call centra, sa obaveznim unosom koda zemlje: +387 66 10 10 10,
3. Slanjem SMS poruke sa sadržajem „Stanje“ ili „VPN“ za postpaid na broj +387 65 11 10.

UKOLIKO IMATE BILO KAKVE NEDOUMICE ILI PROBLEME U ROMINGU, POPUT ODABIRA POJEDINIHI MREŽA, LOGOVANJA NA ODREĐENU MREŽU, NEMOGUĆNOSTI ODLAZNIHI POZIVA, PORUKA I SL, UVIJEK MOŽETE POZVATI CALL CENTAR NA BROJ +387 66 10 10 10. NAŠI OPERATERI SU VAM NA RASPOLAGANJU 24 SATA DNEVNO, SVIHI SEDAM DANA U NEDJELJI.

Napominjemo da prikazano stanje predstavlja stanje od nekoliko časova ranije, u zavisnosti od zemlje u kojoj se korisnik nalazi.

Ukoliko vam se desi ne tako prijatan scenario, pa ostanete bez svog mobilnog ljubimca tokom ljetovanja, predlažemo privremeno isključenje postpaid broja zbog gubitka ili krađe, koje se vrši pozivom Call centra. Pozivalac treba znati lične podatke o vlasniku broja, pa se prije odlaska na put, za svaki slučaj, informišite i o ovim detaljima.

Kompanija m:tel tokom ljetnih mjeseci kreira različite ponude i pogodnosti za svoje korisnike u zemljama okruženja, odnosno zemljama koje su česte putne destinacije, te svakako na sajtu potražite i aktuelne akcije. Tu su, naravno, i mnogobrojne pogodnosti ukoliko koristite mreže MTS grupacije prilikom boravka u Srbiji ili Crnoj Gori.

PSIHOLOGIJA

Šta je psihološki kapital i kako je povezan sa uspjehom na poslu?

PRIPREMILA: MILICA MAMIĆ, psihološkinja

U novinama i popularnoj štampi sve se češće piše o velikim kompanijama koje ulažu mnogo novca u programe za povećanje sreće i blagostanja svojih zaposlenih. Sve češće se prilikom vrednovanja uspjeha određene kompanije značaj pridaje i psihološkom kapitalu koji ona posjeduje.

A ŠTA JE TO ZAPRAVO PSIHOLOŠKI KAPITAL I KAKO JE POVEZAN SA USPJEHOM U POSLU?

Osim finansijskog kapitala (koji se odnosi na ono šta kompanija ili pojedinac posjeduje), ljudskog kapitala (koji se odnosi na ono šta kompanija ili pojedinac zna) i društvenog kapitala (koji se odnosi na to koga zaposleni u kompaniji ili pojedinci poznaju), naučnici su istaknuli važnost još jednog bitnog resursa - psihološkog kapitala. Jednostavno rečeno, psihološki kapital odnosi se na ono šta pojedinac jeste ili ono šta može postati, odnosno njegovu pozitivnost koja kompaniji pomaže u ostvarenju konkurentne prednosti.

Konceptom psihološkog kapitala najviše se bavio poznati američki istraživač Fred Luthans, koji je isti opisao kao pozitivno psihološko stanje razvoja, a koje karakterišu samopouzdanje u vlastitu uspješnost, optimizam, nada i otpornost. Psihološki kapital naglasak stavlja na to ko smo i kakvi smo.

Ovo zanimanje za ljudske snage, i način na koji se one razvijaju i doprinose radnoj uspješnosti, u skladu je sa relativno novim trendom u organizacijskoj psihologiji,



koji se temelji na pozitivnom pristupu razvoju i upravljanju ljudskim potencijalima.

Psihološki kapital je sastavljen od četiri komponente: samoeфикаsnosti, nade, optimizma i otpornosti. Ko su samopouzdana, optimistični i otporni ljudi puni nade, i na koji im način ove karakteristike koriste u poslu?

SAMOPOUZDANI U VLASTITE SPOSOBNOSTI

Osobe koje vjeruju u vlastiti uspjeh u izazovnim zadacima stručnim rječnikom nazivaju se samoeфикаsnima. Samoeфикаsne su one osobe koje su uvjerenе u vlastitu sposobnost analiziranja dugoročnih problema sa ciljem pronalaska rješenja, koje imaju sigurnost u sebe pri davanju pomoći u definisanju ciljeva u svom području rada te vjeru u svoju sposobnost jasnog prezentovanja informacija kolegama na

poslu. Te osobe vjeruju da su sposobne i motivisane suočiti se sa zadatkom veoma uspješno.

Ova karakteristika pojedinca istraživačima je bila posebno zanimljiva, jer su mnoga istraživanja pokazala da ljudi koji vjeruju u vlastitu uspješnost zaista postižu bolje rezultate u mnogim područjima života. Veliko istraživanje Stajkovic i Luthansa (1998b), na uzorku od čak 21 616 ispitanika, pokazalo je kako su ljudi koji vjeruju u vlastitu uspješnost ujedno uspješniji u poslu. Samoefikasnost se gradi kroz životne uspjehe, i to ne samo velike, nego i one male, svakodnevnne.

OPTIMISTI

Osim samoefikasnih, optimistični ljudi takođe postižu više uspjeha u poslu. Optimizam se, uopšteno, može opisati kao sklonost zauzimanju pozitivnog pogleda na svijet i vjeru u dobre i povoljne rezultate, stav da se stvari u životu događaju na optimalan način te očekivanje da će u budućnosti dobre stvari biti česte, a loše rijetke. Optimizam, kao dimenzija psihološkog kapitala, povezan je sa postojanjem pozitivnih emocija i motivacije, očekivanjem dobrih ishoda i pozitivnom atribucijom događaja.

Velik dio svoje karijere američki psiholog Martin Seligman posvetio je upravo istraživanju optimizma u kontekstu atribucije. On je optimiste opisao kao osobe koje pozitivne događaje pripisuju unutrašnjim, stabilnim i globalnim razlozima, a negativne upravo suprotno - vanjskim, nestabilnim i specifičnim okolnostima (Seligman, 2006).

Na primjer, ako dobije unapređenje, optimistični zaposlenik razlog svog uspjeha može objasniti time što je dobar u svom poslu. Sa druge strane, ukoliko zakasni predati projekat na vrijeme, on to može pripisati trenutnoj gužvi i velikom broju radnih zadataka. Drugim riječima, optimisti preuzimaju zasluge za uspjeh i pozitivne događaje, što povećava njihovo samopoštovanje, dok neuspjeh i negativne događaje pripisuju trenutnim nepovoljnim okolnostima te se na taj način štite od depresije, okrivljavanja i očaja. U navedenom primjeru radi se o pripisivanju atribucije, odnosno o tome čemu konkretno pripisujemo ostvareni rezultat.

Jedno zanimljivo istraživanje pokazalo je kako je 10% najoptimističnijih agenata prodaje životnog osiguranja ostvarilo čak 88% bolje prodajne rezultate od svojih 10% najpessimističnijih kolega.

POJEDINCI S IZRAŽENOM NADOM ZA POSTIZANJEM CILJA

U svakodnevnom govoru nada se obično odnosi na želju da se neki događaj odvija u pozitivnom smjeru. U psihologiji, nada uključuje puno više od toga. To je pozitivno stanje koje se temelji na uspješnom usmjeravanju energije prema cilju i aktivnom planiranju na koji način taj cilj postići. Prema tome, nije dovoljno samo sjediti prekrštenih ruku i pozitivno razmišljati. Potrebno je ula-

gati trud, postavljati ciljeve te, ukoliko se plan ne uspije ostvariti, pronaći druge načine dolaska do željenog cilja.

Zaposleni koji imaju izraženu nadu, definisanu na gore pomenuti način, planiraju, postavljaju ciljeve i podciljeve i proaktivno traže načine za ostvarenje istih. Oni su motivisaniji, vjeruju da mogu uspješno izvršiti zadatke i uvijek imaju spreman „plan B” kada naiđu na poteškoće, što generalno rezultuje boljim radnim učinkom.

OTPORNI NA POTEŠKOĆE I NEUSPJEHE

Uspješno nošenje sa problemima i poteškoćama na putu do uspjeha takođe izgrađuje psihološki kapital pojedinca. U kontekstu organizacijske psihologije, otpornost zaposlenima omogućava da se prilagode novim uslovima, oporave od poteškoća i neuspjeha te da se nakon njih vrate na još viši nivo funkcionisanja. Pored sposobnosti da se prilagode, sposobni su i da ponovo uspostave ravnotežu u uslovima koji su se promijenili.

Otporniji zaposleni prilagodljiviji su na promjene i ustrajni pri poteškoćama, što rezultira većom radnom uspješnošću. Istraživanje, provedeno na više od hiljadu učesnika, pokazalo je kako je nivo psihološkog kapitala, pa tako i otpor-

nosti, pozitivno povezan sa radnim učinkom, ali i većim zadovoljstvom poslom, srećom na radnom mjestu i organizacijskom odanosti.

MOŽE LI SE PSIHOLOŠKI KAPITAL RAZVIJATI?

Dosadašnja istraživanja pokazuju kako su zaposleni koji imaju razvijenu samoefikasnost, optimizam, nadu i otpornost efikasniji, produktivniji i zadovoljniji poslom.

Takođe, pokazalo se da je psihološki kapital povezan sa odanošću organizaciji, povišenom inicijativom i savjesnošću. Sa druge strane, on utiče i na smanjenje onih ponašanja koja su štetna za radnu atmosferu i produktivnost: cinizam, apsentizam, nemar prema radu i slično.

MOŽE LI SE PSIHOLOŠKI KAPITAL RAZVIJATI? ODGOVOR JE: DA.

Psihološki kapital nije trajna osobina ličnosti na koju se vrlo malo ili nimalo ne može uticati. On je promijenjiva kategorija, što znači da se na njega može ciljano djelovati. Unapređenje se može postići kroz mentorisanje, dobijanje povratnih informacija i pohvale za dobro obavljen posao (što povećava samoefikasnost i vjerovatnost uspjeha u budućnosti), preciznije definisanje ciljeva, dostižnih i izazovnih (što se tiče nade). Zatim, naučiti nositi se sa lošim stvarima na zdrav i produktivan način i na taj način uticati na otpornost kao segment psihološkog kapitala. A u domenu učenja optimizma, vratiti se na atribuciju i vježbati - dati sebi priznanje kada smo to zaslužili, odrediti gdje je potrebno uložiti više truda.

Iako se kao ljudi razlikujemo po svim segmentima psihološkog kapitala, na njih je moguće uticati i mijenjati ih. Naravno, potreban je trud i zalaganje, želja za promjenom i zajednički rad.

Psihološki kapital
odnosi se na ono
šta pojedinac
može postati.

MINI-SAVJETNIK

Savjeti za ljetovanje sa „smart ljubimcem“

PIŠE: VESNA DRAKULIĆ

Ljeto polako kuca na naša vrata, tako da mnogi već razmišljaju o pogodnim destinacijama za ovogodišnji odmor. Miris mora se uveliko osjeća u vazduhu, a odbrojavanje dana do trenutka sjedanja u auto, avion ili autobus i kretanja na put je počelo.

Sreću i radost dolaska na plažu, dodirivanja vrućeg pijeska, hladne i slane vode i uživanja u suncu dijelimo svi mi, ali našim pametnim telefonima, koji su postali obavezan dio manjeg broja stvari koje nosimo sa sobom, to nikako ne prija. Osim vođenja računa o uslovima u kojima se nalazi telefon, potrebno je brinuti se i o bateriji. Zbog toga vam u ovom broju magazina donosimo korisne savjeta za brigu o gore pomenutim.

Mobilni telefoni ne vole sunce...

Iako vi volite da se beskrajno dugo sunčate, vašem pametnom telefonu se manta i od same pomisli na



dugu izloženost sunčevim zrakama. U torbi za plažu sigurno uvijek imate kremu za sunčanje sa jakim zaštitnim faktorom, no vašem telefonu to neće pomoći. Najosjetljivija je svakako baterija, koja može previše da se zagrije, poveća svoj obim, pa čak i da počne ispuštati čudne zvukove. Ukoliko se nešto od toga desi, odmah izvadite bateriju iz telefona i zamijenite je.

Ipak, nije samo baterija ta koja ne voli sunčeve zrake. Ekran i unutrašnje komponente pametnog telefona su takođe veoma osjetljivi na vrućinu. Iz tog razloga, dok ste na plaži, najbolje bi bilo da svoj pametni telefon pospremite u torbu i sklonite u hladovinu.



Potrudite se da zadnji dio telefona nikad ne okrećete prema suncu zato što se tada baterija direktno grije i lako može da se pregrije. U takvim situacijama će vas vaš pametni telefon obavijestiti da je radna temperatura previsoka ili će se jednostavno sam od sebe ugasi. Kada se to desi, sklonite svoj telefon u hladovinu barem na pola sata. Nakon toga ćete moći bezbrižno čitati knjigu i slušati muziku na svom „smart ljubimcu“.

...niti pijesak

Pješčane plaže su kao stvorene za višečasovna izležavanja uz zvuk morskih valova, koji vam ujedno zapljuskuju stopala i tako vas hlade. Međutim, u tom bezbrižnom uživanju postoji jedna stavka o kojoj morate voditi računa, a to je telefon. Kada izađete iz vode i ispružite se na svojoj ležaljci ili peškiru, obratite pažnju na to da ga ne spustite na pijesak. Sitna pješčana zrnca će lako naći ulaz kroz najmanje otvore na vašem mobilnom telefonu, a to definitivno nije dobro za vašeg „smart ljubimca“. Ukoliko se ipak desi da vam telefon padne u pijesak, izvaditi karticu i bateriju, pa ga dobro očistiti. A ako se nalazite na šljunkovitoj plaži, pametno spremite svoj telefon u torbu - ako vam ispadne, nastaće trajna oštećenja.

... a pogotovo mrze morsku vodu

Osim u slučaju da vam je telefon vodootporan, što je rijedak slučaj iako su takvi telefonu proizvedeni, morate voditi računa da telefon ne ostavite blizu vode. Dok vi uživate u čarima hladne morske vode po vrelim ljetnim

danima, vjetar u sekundi podigne talase, pa se tako sve vaše stvari mogu naći potopljive. Sklonite zato svoj peškir i torbu malo dalje od vode, pa se onda prepustite uživanju na morskim talasima.

Ako kojim slučajem niste uspjeli spriječiti potapanje telefona, nemojte paničiti. Rješenje uvijek postoji. Uzmite telefoni provjerite da li je isključen. Nakon toga, izvadite bateriju i karticu, pa telefon dobro osušite hladnim vazduhom (nipošto toplim!) iz fena ili papirnom maramicom. Sljedeći korak je ustvari jedan neobičan trik - stavite telefon u teglu, napunite je rižom i teglu zatvorite. Nakon 24 sata pokušajte uključiti svoj mobilni telefon. Android i iOS telefoni se na ovaj način ne mogu spasiti, ali je ovaj savjet itekako koristan ako ste na more ponijeli neki od starijih telefon.

Dodatni savjet

I, na kraju, nemojte zaboraviti da redovno puniti svoj mobilni telefon, naročito ako planirate da ljetujete u inostranstvu. U nepoznatom gradu telefon će vam biti zasigurno potreban i posljednje šta vam treba jeste prazna baterija. Pored toga, vaš „smart ljubimac“ će vam biti pravi spas u toku dosadnog puta do morske obale.

Ukoliko ste pažljivo pratili ove savjete možete se opustiti na godišnjem odmoru i do mile volje uživati u svakom čarobnom trenutku provedenom na sunčanoj obali mora. Dobar provod vam želimo.

ŽIVOT U PRIČAMA

„Eto, pomisli, dovoljno je odseliti se iz jednog mjesta, pa da sve šta ostavljaš bude kao i da nije bilo.“

Miloš Crnjanski, Seobe

PIŠE: BOJAN RADOVIĆ

Kakva glupost.

Prije pet dana me je četvorogodišnji klinac Tajger nespvesno uhvatio za lijevu šaku, vjerovatno najveću šaku koju je vidio u životu, i pomazio. Pogledao sam svog austrijskog kolegu Elijasa koji je vodio čas sa ovom kineskom klinčarijom. Ugledao je moje oči pune suza, prišao mi na prstima i prinio svoje uho mojim ustima.

- I'm so close to crying my soul out. He is about my daughters age. This is the first time I can truly feel those thousands of miles setting us apart.

Nisam zaplakao. Ne zato što mislim da kao muškarac to ne smijem da radim, već zato što nije lijepo kao potpuni stranac plakati pred djecom. Stranac, bukvalno. Stranac, a pritom i učitelj. Vrata učionice i hodnici koji dijele malog Tajgera, Lusi, Sisi, Sani jedan, Sani dva, Seven, Džeka, Rikija ili bilo koje drugo amerikanizovano ime je za njih isto koliko i sedam i po hiljada kilometara za mene i moju porodicu.

A danas nam je godišnjica braka. Peta. Tačno je pola decenije prošlo otkad smo plesali uz „Love You 'Till the



End". Peta godina otkako sam rekao „Da“, a ona dobacila „Zašto ti glas drhti, Bojane?“, pa su mi se smijali svi svatovi. Ali ona me ne mrzi. Ne mrzi me zato što danas nismo zajedno, a ni zato što sam je ostavio na nekoliko mjeseci samu sa djetetom. Ne mrzi me ni zato što sve radi sama, što nema nikoga da pomjeri orman (koji, doduše,



nemamo, ne budite bukvalni) ili što preko ramena mora da tegli torbu, u jednoj ruci da nosi vreću punu đubreta, dok u drugoj drži kćerku.

A inače?

Inače smo okej. Zaista okej.

Neko mi je prije odlaska rekao da će sve biti u savršenom redu. Drugarica mi je ispričala da je ona sa ocem, koji je bio u inostranstvu, pričala ponekad.

- Pazi ovako, zvao nas je jednom nedjeljno. Šta da se radi, skupi telefonski pozivi. A da bismo uopšte pričali, moralo je da se desi da budemo baš tada u kući. Ako nismo, ništa, više sreće sljedeće nedjelje. Pa ko će dijete zadržati u kući poslije škole? Pravac parkić, klupa, bilo šta... Ljeto je tek bila posebna priča. Baka i deka, selo i rijeka, bato.

I stvarno, uz pomoć skajpa smo se viđali od prvog dana mog dolaska ovdje. Onda sam provalio „WeChat“, omiljenu kinesku društvenu mrežu i sve ostalo - pravi mali

kosooki multipraktik-komunikator, izum zbog koga 99% Pekinga bulji u displej svog telefona, imao neko deset ili sto deset godina (bukvalno), bio na ulici, u metrou, slikao sjajnu porciju nudli sa svojom drugaricom u novom

restoranu ili se valjao mrtav pijan u subotu uveče na asfaltu Dongsu ulice i pravio video-zapis svoje alkoholne avanture sa dva piva (o ovome više u sljedećem tekstu). Radovići ga koriste tek da prepričaju dan jedno drugom (i trećem). Šta se jelo u vrtiću, ko je koga udario, da li se plakalo, kakvi su tatini učenici iz Kine, šta mama izmišlja bliskoistočno za ručak...

Tako da nisi u pravu, Isakoviću Vuče. Nije dovoljno otići i odseliti se da sve šta ostavljaš bude kao da nikada nije ni bilo. Nema mjesta dovoljno udaljenog da čovjek ode od sebe.

A čak i da postoji, tu su „Skype“ i „WeChat“.

Pozdrav iz pretoplog Šidija Hutonga.

**I'm so close to
crying my soul out.
He is about my
daughters age.
This is the first time
I can truly feel those
thousands of miles
setting us apart.**

INTERVJU MOBILNIM

Luka Barbić (TBF)

Danas je zbog tehnologije mladim bendovima mnogo lakše

RAZGOVARAO: SAVO DRAKULIĆ

The Beat Fleet ili skraćeno TBF, kako ih prepoznaje najširi krug slušalaca, važe za jedan od najboljih regionalnih hip-hop bendova. Momci iz benda su trenutno u gužvi oko novog izdanja, ali smo, na sreću, ipak uspjeli uhvatiti Luku Barbića, jednog od vokala sastava, da putem telefona popričamo o današnjoj tehnologiji, ali i o novoj muzici koju nam ovoga puta pripremaju.

Možete li se sjetiti Vašeg prvog mobilnog telefona?

Hm, čini mi se da ga se sjećam. Bio je Alcatel, neki zeleni. Nisam baš siguran koji je tačno model bio u pitanju. Ali, onako, plastična kapula taman za mene (smijeh). Znam da me služio dobro, dosta dugo je radio. Sve u svemu - bio je ok.

Koliko Vam je važan telefon u životu?

Svakako da je važan zbog toga što sam stalno na putu. Baš zato mi je sada super otkako su ovi smartfoni zaživjeli. Možeš pregledati mail i... sve živo!

Sa kim se najčešće čujete?

Nemam pojma, nisam nikad pratio tu statistiku. Vjerojatno sa suprugom.

Ako se otvori foto-album na Vašem telefonu, šta se tamo može naći?

Uglavnom moje obiteljske fotografije i eventualno nekoliko od benda. Dakle, dvije najbitnije stvari u životu, recimo.

Pored opcije telefona, koje još funkcije smartfona koristite često?

Najviše koristim internet, što je vjerojatno i očekivano. Video igrice slabo kada igram, to je baš rijetkost. Zaigram ponekad u kombiju, dok smo na putu, ono, čisto za ubit' dosadu, ali inače - ne. Ali, pošto se u bendu bavim samo muzikom, pa ne pišem stihove, ponekad znam u telefonu napraviti neku muzičku skicu, recimo. Eto, ima tih par muzičkih programa koje koristim.

Pored smartfona koristite li još nešto od slične tehnologije?

Ne baš. U stvari, koristim laptop. I to je to.

Odnos prema modernoj tehnologiji 21. vijeka?

Pa, ako služi svrsi - podržavam. Ako je beskorisno - onda ne. Jednostavno. (smijeh)

Već dugo se čeka novi TBF-ov album. Kako stoje stvari po tom pitanju?

Album je u štampi, biće vrlo brzo u prodaji. Zove se „Danas, sutra“. Nedavno smo izbacili singl „S mog prozora“ i za njega snimili video spot. Spot je trenutno u montaži, a trebao bi biti brzo vanka. Tako da, eto - evo nas nazad!

Ponovo ćete svirati na banjalučkom „Jelen Demo-festu“. Jeste li očekivali ponovni poziv?

Nemam pojma, nismo baš išli za tim, ali nam je drago



da ćemo ponovo biti tamo, jer se radi o izvrsnom festivalu. Tačnije, meni je od najdražih u regiji na kojem smo svirali, tako da se baš veselimo tome.

Hoćete li svirati novi album?

Iskreno, ne znam. Nismo još nikakve plejliste slagali, ali biće sigurno nekoliko novih stvari. Nećemo svirati cijeli album, jer nema smisla, pošto će tek izaći, pa da ne smaramo ljude sa novim materijalom. Ali, da - biće sigurno barem pet-šest novih pjesama.

Pošto će ovo biti pisani intervjui, pa ne možemo čuti muziku, kako biste opisali novi album?

Žanrovski je šaren, kao i svi naši albumi do sada. Atmosfera je malo teška, počinje dosta depresivno, ali kako album ide prema kraju, stvari idu nabolje, a završavamo sa jednom himničkom, pozitivnom pjesmom.

Dakle, ostavili smo pozitivnu priču za kraj.

Kada se vratite na početke, kako je bilo tada raditi, u smislu tehnologije?

Uf! Snimanje je bilo teže u naše vrijeme, a i općenito taj neki studijski rad nam nije bio dostupan, jer nije bilo tehnologije, a nije bilo baš ni para za ići svako malo u studio nešto raditi. To je, recimo, u odnosu na danas baš velika razlika. Drugo, medijski je bilo drugačije. Danas nešto napraviš, staviš na YouTube i malo po malo dolaziš do ljudi, ali opet puno brže nego prije. Ranije si se morao boriti, nositi materijale radijskim urednicima, pa hoće li ti pustiti pjesmu ili neće...

Ponekad u telefonu napravim neku muzičku skicu.

Znači da su današnji mladi bendovi tu u prednosti?

Mislim da je danas, u jednu ruku, puno lakše mladim bendovima, jer je tehnologija dostupna svima - može se doma napraviti jako dobar uradak. A, opet, sa druge strane, prisutna je velika zasićenost. Taj YouTube je krcat, a kada je nečega previše, onda je teško pohvatati šta je dobro.

BRENDOLOGIJA

LinkedIn: Kako promovisati brend?

Osvrnemo li se na razvoj LinkedIn-a od lansiranja 2002. godine do danas, jasan je i vidljiv konstantan napredak. Od mjesta gdje se objavljuju biografije, ova društvena mreža prerasla je u značajan izvor informacija za zapošljavanje kvalitetnih kadrova i dijeljenje najaktuelnijih vijesti iz poslovnog svijeta. Upravo ova činjenica daje priliku menadžerima socijalnih mreža da i LinkedIn koriste kao značajan alat za promociju brendova.

PIŠE: MAJA STARČEVIĆ

Da li ste se i sami nekada zapitali šta to, pored promocije sopstvenih kompetencija, LinkedIn može da ponudi kada je promocija brenda u pitanju?

Prvo se, naravno, postavlja pitanje zašto odabrati baš LinkedIn?

Odgovor na pitanje nameće se sam, kada znamo da je ugovor između Twitter-a i LinkedIn-a doveo do dramatičnog porasta dijeljenja sadržaja sa LinkedIn-a i, uopšte, praćenja te mreže. Drugi, posljedičan razlog jeste činjenica da je dijeljenje sadržaja na LinkedIn-u 270% efektivnije nego dijeljenje na nekim drugim društvenim mrežama.

Ukoliko ste, kao kompanija ili brend, već odabrali LinkedIn za sredstvo promocije, evo nekoliko savjeta kako da ga i uspješno iskoristite.

Dozvolite da vaši zaposleni budu vaši ambasadori na mreži.

Ljudi najčešće, kada naiđu na profil neke kompanije na ovoj mreži, ne mogu da odole, a da ne pogledaju profile zaposlenih u istoj. I obrnuto, naravno. Stoga, stimulirajte svoje zaposlene da koriste ovu mrežu i pobrinite se da link vaše kompanije nađe svoje mjesto na njihovom profilu.

Pobrinite se da link vaše kompanije nađe svoje mjesto na profilu vašeg zaposlenika.

Dijelite više vizuelnog sadržaja na LinkedIn-u.

Nema sumnje da nam vizuelni sadržaj pomaže da bolje memoriramo informaciju ili poruku. U tom smislu, stekla



se i navika kod prosječnih korisnika društvenih mreža da se susreću sa vizuelnim sadržajima, pogotovo kada se radi o brendovima ili kompanijama. To je jedan od razloga zašto je LinkedIn odlučio da preuzme popularnu mrežu „Slide Share“ i omogući povezivanje sadržaja sa vašim LinkedIn profilom. Mogućnost da na „SlideShare“-u postavite i audio i video snimke daje vam čitav dijapazon novih opcija prilikom korištenja LinkedIn-a kao sredstva promocije brenda.

Ponudite dodatnu vrijednost vašim pratiocima.

Nakon što ste zainteresovali i privukli pratiocce na vaš profil, napravite interakciju sa njima i ponudite im vrijedan sadržaj koji bi ih mogao zanimati, a na način da svoj brend povežete sa dijeljenim sadržajem i porukama koje šaljete. Neki od načina su:

1. Postavljajte linkove koji vode do članaka na blogu ili veb-sajtu kompanije.
2. Linkujte sadržaj koji postavljate na Twitter-u.
3. Promovišite događaje i aktivnosti kompanije na stranicama grupa na LinkedIn-u.

Uplatite godišnju članarinu i ostvarite dodatne mogućnosti.

Plaćanjem godišnje članarine, dobijate čitav niz dodatnih, takozvanih naprednih mogućnosti korištenja LinkedIn-a. Kao „pro-member“ možete da vršite napredna pretraživanja, targetiranje, dobijate pristup statističkim podacima i slično. Pored toga, sa profesionalnim nalogom dobijate i informaciju kada se neki novi rezultat pojavi, a



vezan je za pretrage koje ste ranije pravili. Na taj način LinkedIn postaje vaš lični asistent.

Ako niste sigurni kako treba da izgleda LinkedIn profil jedne kompanije ili brenda, pogledajte kako to rade najbolji:

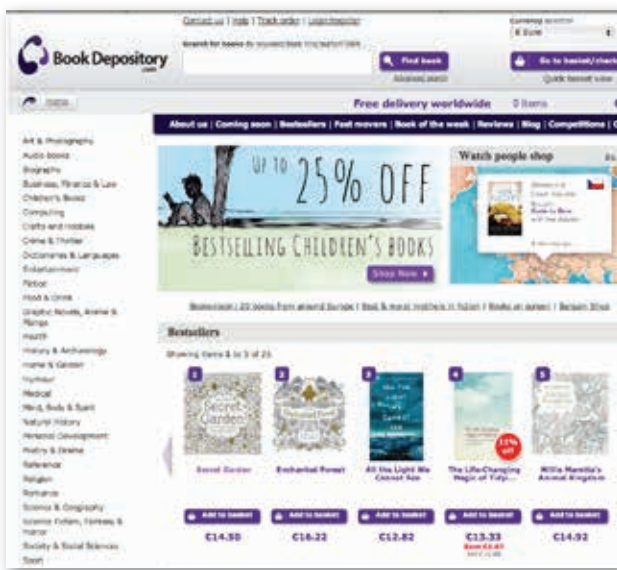


PREPORUKE

PRIPREMILA: LJILJANA ŠIPRAGIĆ, lovily.net

WEB SAJT

Book Depository



Koliko ste puta samo poželjeli kupiti knjigu koja nije prevedena i izdavana na našim prostorima? Ili nabaviti izdanje nečega na engleskom? Ponude naših knjižara nisu loše, ali su daleko od odličnog. Na sreću, i za to postoji rješenje, a ono se zove Book Depository.

Book Depository je online prodavnica koja krije u sebi milione izdanja različitih knjiga - od enciklopedija i stručne literature, preko dječije literature i kuharica, do najboljih romana ikada napisanih i trenutno aktuelnih bestselera. Skoro da nema naslova koji ne možete pronaći, a to uključuje i neka djela naših najboljih pisaca prevedena na engleski jezik.

Dodatna i ogromna prednost ovog carstva za knjigoljupce je činjenica da je dostava besplatna u sve zemlje svijeta, pa tako i u Bosnu i Hercegovinu. I to bezuslovno. A rok dostave? 3-7 dana. Osim toga, Book Depository se može pohvaliti stalnim i odličnim akcijama, pa se često knjige mogu pronaći snižene i do 60%.

Mi smo već pretresli cijeli veb-sajt i sastavili svoju listu želja. Sada je red na vas.



KNJIGA

Nikadođija, Nil Gejmen

Na 350 strana ove knjige nalazi se čitav jedan novi svijet - svijet od kojeg nećete htjeti da se odvojite ni na trenutak. Ovo je knjiga za odrasle koji su u sebi sačuvali malog avanturistu, knjiga za djecu koja su spremna na velike avanture, knjiga za sve one koji vole da na trenutak pobjegnu od svakodnevice.

Nil stvara priču u podzemnom Londonu, sa likovima u svijetu koji ne možete ni zamisliti. Prepliću se čudovišta i sveci, ubice i anđeli, zapostavljeni i zaboravljeni, životinje sa ljudskim oblicima, kao i ljudi sa životinjskim. Kontrast je glavni instrument ovog djela. Nadzemni i podzemni London povezaće glavni lik, Ričard Mejhju, koji, ni kriv ni dužan, čineći dobro djelo, završava u svijetu o kojem ništa ne zna, ali koji ga u isto vrijeme i plaši i uzbuđuje.

Iskustvo iz podzemnog Londona zauvijek će promijeniti ovog, na prvu, smotanog i nesigurnog mladog čovjeka, koji će u borbi da osveti Portinu familiju pronaći i sopstveno samopouzdanje. Da li će Ričard ostati u podzemnom Londonu ili će se vratiti svom starom, jednostavnom životu bez uzbuđenja, saznaćete ako pročitate ovo remek-djelo naučne fantastike.





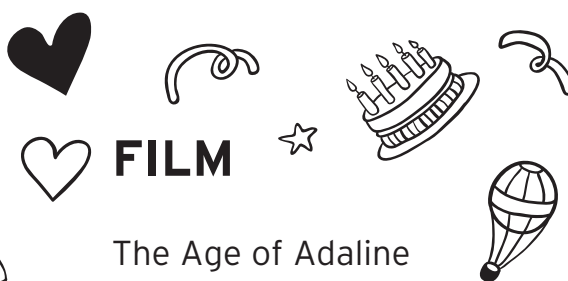
MUZIKA

Lianne La Havas

Činjenično stanje je da se muzička industrija danas svodi uglavnom (što je potpuno besmisleno, složićete se) na vizuelni dio i čistu zaradu, tako da je uživanje u lijepim glasovima, tonovima i ritmovima postalo prava rijetkost. Iz tog razloga poseban značaj za prave ljubitelje muzike imaju otkrića novih, lijepih, kvalitetnih muzičkih senzacija. Jedna takva je i Lianne La Havas.

Ova talentovana i muzički edukovana 24-godišnjakinja iz Engleske očaraće vas svojim glasom. Božanstven glas i stas, prelijepi stihovi i nevjerovatne emocije koje budi u svakom slušaocu su samo jedan djelić onoga šta ona nudi. Prvi album objavila je u julu 2012. godine pod nazivom „Is Your Love Big Enough?“, koji je iTunes ujedno proglasio i albumom pomenute godine, a prije nešto manje od mjesec dana izašao je novi singl pod nazivom „Unstoppable“.

Poslušajte neke od hitova, kao što su „Lost & Found“, „Gone“ ili „Elusive“, i prepustite se njenom zavodljivom glasu i opuštajućim ritmovima. Ukoliko vam se dopadne, obavezno posvetite koju minutu za gledanja nekog od live nastupa za potpuno novu dimeziju doživljaja emocija koju pjesme nose.



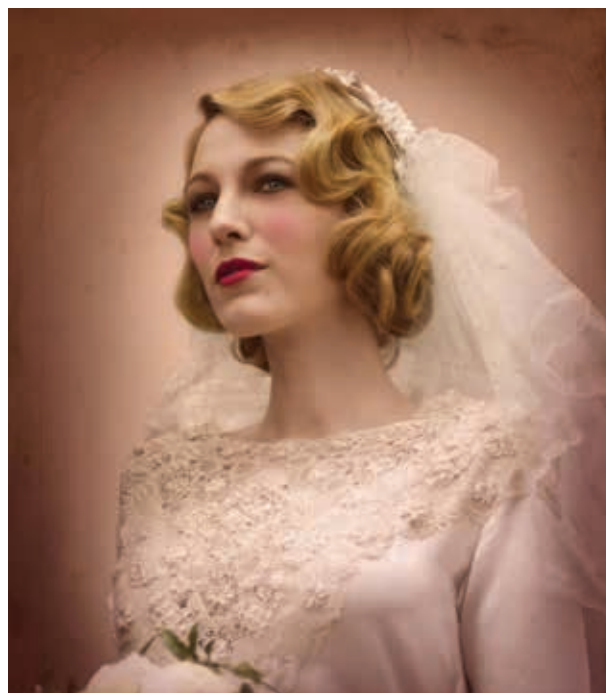
FILM

The Age of Adaline

Ukoliko tražite film koji odiše ekstravagancijom, prati lijepu priču i nudi uživanje u različitim aspektima umjetnosti - ovo je film za vas. „The Age of Adaline“ prati 100+ godina života 30-godišnje Adaline, koja je spletom čudnih okolnosti, usljed saobraćajne nesreće, prestala stariti. Njen život se mijenja iz korijena - prati je stalno seljenje, prilagođavanje i borba sa samoćom i unutrašnjim previranjima. A naravno, kako to inače biva, na cjelokupan tok utiče jedna divna ljubavna priča koja je u samom središtu radnje.

Ono šta daje najveću čar kompletom filmu, i ujedno predstavlja najkvalitetniji aspekt filma po mišljenju mnogih, je Blake Lively, koja tumači ulogu Adaline. Glavna junakinja zrači nevjerovatnom prefinjenošću i jednostavnošću, fenomenalnim stilom i nekom prijatnom, privlačnom misterioznošću, pa tako utiče i na atmosferu kompletnog filma.

Spremite kokice i piće, udobno se smjestite i pripremite za divnu naraciju koja daje notu bajkovitosti ovoj priči, prelijepu junakinju, iskrene emocije, prefinjene haljine koje potpisuju Gucci i Dior, divnu muziku i još mnogo, mnogo toga vrijednog hvale.





Lisbon Umbrellas
Portugal
Fotograf: Gray Malin
Izvor: www.graymalin.com



Autorizovani distributer za Republiku Srpsku

ROAMING ELECTRONICS
WWW.ROAMING.RS

SAMSUNG

SAMSUNG Galaxy S6 | S6 edge

NEXT IS NOW



www.samsung.com/rs

SONY

Ne pristajte na dobro, zahtijevajte fantastično!

Najviši nivo vodootpornosti*
Superiorne fotografije,
čak i pri lošem osvjetljenju
Do dva dana trajanja baterije**



XPERIA Z3

sonymobile.com/Xperia-Z3

*U skladu sa IP65 i IP68, Xperia Z3 je zaštićena od prodora prašine i vodootporna je. Pod uslovom da su svi ulazi i poklopci čvrsto zatvoreni, telefon je (i) otporan na prašinu i (ii) zaštićen je od niskog pritiska mlaza vode iz svih mogućih smjerova u skladu sa IP56; i / ili (iii) se može držati pod 1,5m svježe vode do 30 minuta, u skladu s IP68. **Na temelju višestrukih ispitivanja performansi baterije, koje je sprovedeno od jula do septembra 2014. godine u laboratoriju pod aktivnom uslovima odražava korištenje korisnika Smartphone Sony Mobile Communications AB. Za više informacija: www.sonymobile.com/testresults. Ikone i slike su simulirane i samo u ilustrativne svrhe. Sony Walkman i su zaštitni znaci ili registrovani zaštitni znaci Sony Corporation. Android, Google Chrome i Google Play su zaštitni znaci Google Inc. Sva prava pridržana.





BESPLATAN ULAZ / BROJ POSJETILACA OGRANIČEN
BANJA LUKA * TVRĐAVA KASTEL

16.07. GENTLEMAN * MORT * WHO SEE

17.07. TRIGGERFINGER * IRIE FM

18.07. EAGLES OF DEATH METAL * TBF



POWERED BY



SA VAMA I NA
FESTIVALU



HUAWEI P8
OFICIJELNI TELEFON FESTIVALA



Бело

JELENDEMOFEST.ORG