


m:
agazin

JESEN 2018.
BROJ 19
IZDANJE ZA BIH
BESPLATAN PRIMJERAK

TEMA BROJA
m:tel
Playground

SVJETSKI
DOGAĐAJI
IFA 2018

HILJADU RIJEČI
Nina Babić

 **100°**
Wide Angle



 **Wide Angle**



 **Normal Angle**

100° Wide Angle Selfie Camera

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



IMATE PRIJATELJE

03

10 STRANE ZA EKRANE
m:tel TV naslovi za sve
ukuse

13 ZVIJEZDA PONUDE
Huawei Mate 20 Pro



10



13

20 DNEVNIK PRIJATELJSTVA
Lansiraj svoju ideju!

POSLOVNI SVIJET

25

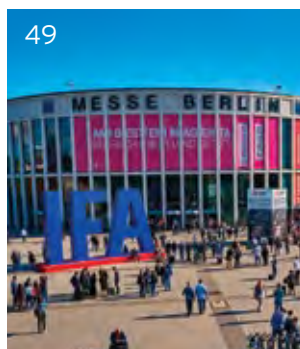


20

49 SVJETSKI DOGAĐAJ
IFA 2018 - ponovo u znaku
pametnih i povezanih
uređaja

54 BRENDKOVI KOJIMA VJERUJEMO
Galaxy Note 9

59 TESTIRAMO
Honor 10



49



54



59

S DRUGE STRANE

70

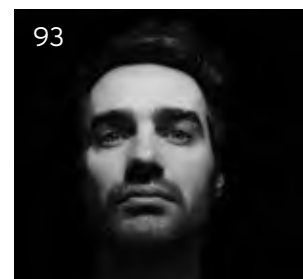
82 HILJADU RIJEČI
Nina Babić

89 U ROMINGU
Iz Banjaluke u Brisel,
Stokholm i Minhen

93 INTERVJU MOBILNIM
Siniša Tamamović



82



93

m:agazin

Iako označava kraj godišnjeg doba koje većina nas najviše voli, jesen i te kako ima svoje čari. Ona je uvijek veoma uzbudljiva kada je u pitanju svijet nauke i tehnologije, a u tom svijetu svi se užurbano spremaju za nastupajuće praznične dane, kada novitetima nastoje da zadive korisnike širom svijeta.

Novi broj m:agazina je šaren, sunčan i prepun iznenađenja, baš kao što je i ova jesen, pa će savršeno pasati uz šolju toplog čaja, kafe ili čokolade. Pa, evo, izvolite, poslužite se...

m:tim



IMPRESUM



JESEN 2018
BROJ 19
IZDANJE ZA BiH
BESPLATAN PRIMJERAK

IZDAVAČ: Mtel a.d. Banjaluka

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

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

U OVOM BROJU ZA m:agazin PIŠU: Sandra Stanić, Jelena Maksimović, Aleksandra Šobić, Darko Bajić, Tijana Tegeltija, Mirela H. Mustafić, Predrag Laketa, Jelena Pralica, Jelena Računica Šatara, Staša Nikodinović, Sonja Savić, Danijela Filipović, Nataša Bursać, Jelena Bjelaković, Ljubica Jerotijević i Jelena Vuković

LEKTOR: Saša Četojević

DIZAJN: Marina Jungić / Aquarius

PRELOM I PRIPREMA: Marina Jungić / Aquarius

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

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

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

TIRAŽ: 3.000

IZLAZI KVARTALNO

m:

IMATE PRIJATELJE



DNEVNIK
PRIJATELJSTVA

NUDIMO VAM



PRETPLATA PLUS TARIFE ZA NEOGRANIČENU KOMUNIKACIJU

*PRETPLATA PLUS je ime novih m:tel tarifa u postpejd mobilnoj telefoniji,
a koje vam donose neograničenu komunikaciju!*

Izaberite „veličinu“ komunikacije koja vam odgovara:

S+, S Net+, M+, L+ ili XXL+

PIŠE: SANDRA STANIĆ

Komunikacija bez ograničenja, tarifni modeli sa različitim mjesečnim pretplatama, cijenama poziva za pojedine destinacije i pripadajući bonusi minuta, SMS-ova i mobilnog interneta, ponuda je koju vam donose nove m:tel Pretplata Plus tarife.

Kako izabrati svoju „veličinu“ Pretplata Plus tarife, zavisi samo od vas. Jednostavno, birajte je po svojoj mjeri i potrebama za komunikacijom, a svaki vaš izbor prati neograničena komunikacija. Izaberite neku od kombinacija, koja odgovara baš vama.

Prednosti postpejd Pretplata modela u odnosu na pripejd uslugu su brojne, a ono što je najvažnije jeste to što kao Pretplata korisnik dobijate nevjerovatne bonuse, i to svakog mjeseca, neograničen internet, ali i posebne ponude za

usluge rominga, kao i mogućnost kupovine najatraktivnijih modela telefona po znatno nižim cijenama i na mjesečne rate bez kamate.

Svakako, pregršt je razloga da budete korisnik Pretplata tarifnih modela, a još neki od njih su što imate i mogućnost dopune pripejd računa drugog korisnika, kao i mogućnost uključenja jednog Prijatelj broja. Cijena poziva prema Prijatelj broju je 0,00 KM/min, bez ikakvih dodatnih troškova.

Neograničena komunikacija čeka na vas u m:tel Pretplata Plus modelima!

Za više informacija posjetite **www.mtel.ba** ili pozovite **0800 50 000**.

Pretplata +

Pretplata: S+



Neograničeni

razgovori unutar m:tel mreže

50 min

prema mts mobilnoj mreži

Prijatelj broj

besplatni razgovori prema broju iz m:tel mobilne mreže



Neograničen

SMS prema svim mrežama u BiH



500 MB

mobilnog interneta

Pretplata: S Net+



100 min

prema svim mrežama u BiH

50 min

prema mts mobilnoj mreži

Prijatelj broj

besplatni razgovori prema broju iz m:tel mobilne mreže



Neograničen

SMS prema svim mrežama u BiH



20 GB

mobilnog interneta

1 GB

roming interneta u mts/m:tel cg mrežama

Pretplata: M+



Neograničeni

razgovori unutar m:tel mreže

100 min

prema mts mobilnoj mreži

Prijatelj broj

besplatni razgovori prema broju iz m:tel mobilne mreže



Neograničen

SMS prema svim mrežama u BiH



4 GB

mobilnog interneta

2 GB

roming interneta u mts/m:tel cg mrežama

Pretplata: L+



Neograničeni

prema svim mrežama u BiH

500 min

prema mts mobilnoj mreži

Prijatelj broj

besplatni razgovori prema broju iz m:tel mobilne mreže



Neograničen

SMS prema svim mrežama u BiH



50 GB

mobilnog interneta

10 GB

roming interneta u mts/m:tel cg mrežama

Pretplata: XXL+



Neograničeni

prema svim mrežama u BiH

1000 min

prema mts mobilnoj mreži

2 prijatelj broj

besplatni razgovori prema broju iz m:tel mobilne mreže



Neograničen

SMS prema svim mrežama u BiH



100 GB

mobilnog interneta

20 GB

roming interneta u mts/m:tel cg mrežama

1 GB

roming interneta u T Mobile Hrvatska

NUDIMO VAM

moj m:tel



MJESTO KREIRANO SAMO ZA VAS

*Želite li na brz i jednostavan način da pratite i uređujete svoje usluge?
Potrebna vam je nova usluga, a nemate vremena da idete do m:tel prodajnog mjesta?
Za vas je pravo mjesto adresa moj.mtel.ba!*

PRIPREMILA: JELENA MAKSIMOVIĆ

Od sada vaš personalizovani portal Moj m:tel čeka vas u novom, modernijem izdanju i još je spremniji da odgovori na sve vaše zahtjeve i potrebe kada su u pitanju samo vaše telekomunikacione usluge.

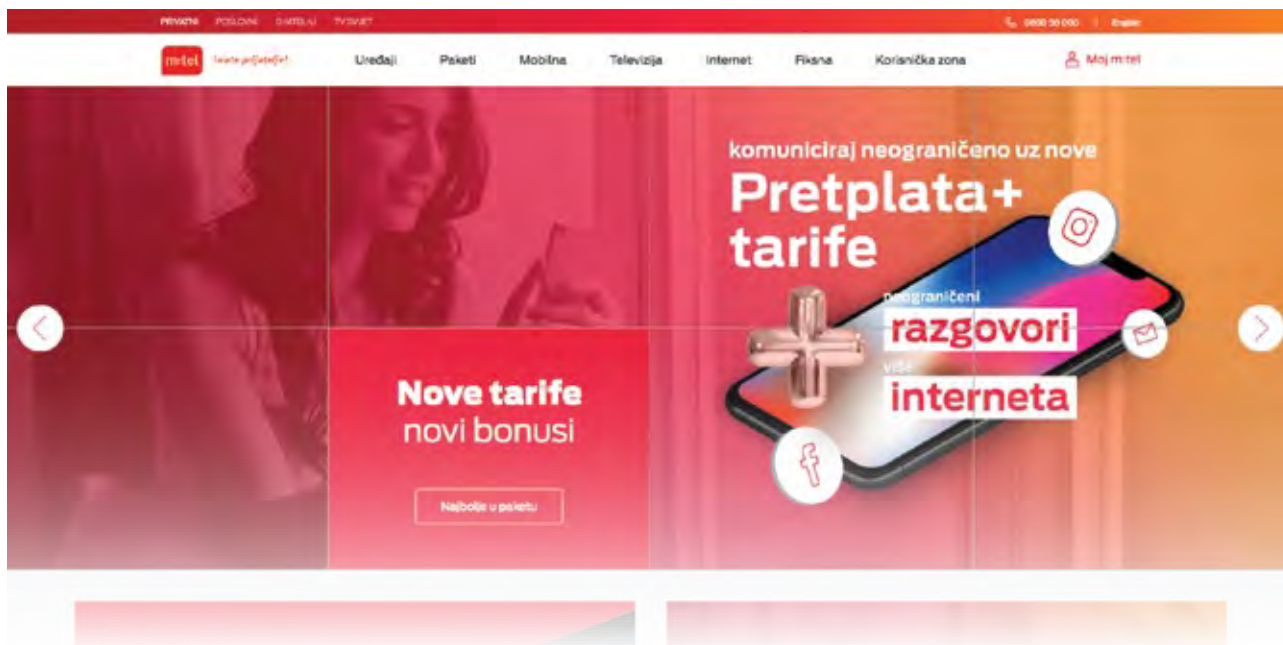
Uz Moj m:tel portal i dalje ćete biti informisani o aktuelnostima iz m:tel ponude, na vrijeme obaviješteni o svim promjenama na svom pretplatničkom računu, moći ćete da zavirite u svoju mjesečnu potrošnju, trenutno stanje dopune, uključite ili isključite dodatnu uslugu, ubrzate svoju internet konekciju, aktivirate dodatne TV pakete, prijavite se za elektronsku dostavu računa ili podnesete sve potrebne zahtjeve putem samo par klikova.

Ukoliko se još uvijek niste prijavili na svoj personalizovani m:tel kutak, učinite to već danas jer će vam proces registracije odnijeti samo par minuta vremena, a dugoročno donijeti mnoštvo prednosti i uštedu vremena.

Ako, volite organizovanost, preglednost i jednostavnost, te smatrate da su to ključne karakteristike koje vam pomažu u svakodnevnim aktivnostima, doprinose uštedi vremena i boljoj produktivnosti, onda svakako u internet pretraživač unesite adresu www.moj.mtel.ba ili preuzmite aplikaciju putem Google, odnosno Apple prodavnice.



- *Pregled svih usluga na jednom mjestu*
- *Pregled i upravljanje računima za usluge*
- *Brza i jednostavna aktivacija tarifnih opcija*
 - *Brzo i lako do tehničke podrške*
 - *Pregled aktuelnih ponuda*



INTERNET MJESTO KOJE VAM OLAKŠAVA IZBOR

Deset razloga zbog kojih www.mtel.ba treba da bude u vašem Bookmarks-u

PRIPREMILA: JELENA MAKSIMOVIĆ

1. Budite u toku s aktuelnim promotivnim ponudama, popustima i poklonima koje ne želite da propustite
2. Izaberite i naručite najnovije uređaje iz m:tel ponude i spojite ih sa željenom tarifom i bonusima po vašoj mjeri





3. Odaberite i naručite ponudu za integrisane pakete ili pretplatu sa ili bez kupovine uređaja i uštedite vrijeme koje biste proveli u poslovnici
4. Zavrinite u našu poslovnu ponudu i odaberite uslugu za vaš biznis
5. Aktivirajte dodatne tarifne opcije za mobilni internet sigurno i jednostavno

7. Saznajte sve novosti iz TV svijeta u posebnoj sekciji na sajtu
8. Iskoristite mogućnosti upravljanja svojim uslugama putem portala Moj m:tel
9. Saznajte odgovore na često postavljena pitanja, postavite svoje pitanje ili direktno kontaktirajte s nama, jer smo vam 24 časa na raspolaganju



6. Pročitajte vijesti iz m:tel ponude, ali i vijesti o mnogim sportskim i kulturnim događajima koje podržavamo

10. Iskoristite besplatni onlajn telefonski imenik i saznajte broj m:tel korisnika fiksne telefonije.



STRANE ZA EKRANE

M:TEL TV

NASLOVI ZA SVE UKUSE

PRIPREMILI: MIRELA H. MUSTAFIĆ I PREDRAG LAKETA



CINEMAX

SPASAVANJE REDOVA RAJANA

Ekskluzivno na TV CINEMAX - Film „Spasavanje redova Rajana“, jedan od bisera holivudske kinematografije, možete pogledati 10. novembra, u 23.00 časa

Strahote rata opisane su zapanjujuće upečatljivo u ovoj izvanrednoj drami Stivena Spilberga o Drugom svjetskom ratu. Film počinje savezničkim iskrcavanjem u Normandiji, 6. juna 1944. godine. Kapetan Miler (Tom Hanks) i članovi Drugog bataljona borili su se za mostobran. Tokom napada, dvojica braće su poginula u akciji. Treći brat poginuo je ranije na Novoj Gvineji. Njihova majka, gospođa Rajan, treba da primi tri telegrama o njihovoj smrti u istom danu. Načelnik štaba američke vojske Džordž K. Maršal dobija priliku da ublaži njen bol kad sazna da postoji i četvrti brat, redov Džejms Rajan, koji je nestao negdje u Francuskoj. Odlučuje da pošalje kapetana Milera i sedmoricu ljudi iz Drugog bataljona da ga nađu i vrate majci.

HBO 2

VJERIDBA

Petak, 9. novembar – večernji termin od 22.25 časova, idealno vrijeme za dobru, opuštajuću priču. U romantičnoj komediji „Vjeridba“ Sandra Bulok tumači lik kanadske doseljenice koja pravi zahtjevnu i komplikovanu radnu atmosferu svojim kolegama na poslu. Samo na TV HBO2

Kada se moćni urednik izdavačke kuće Margaret (Sandra Bulok) suoči sa mogućom deportacijom u njenu rodnu Kanadu, objaviće da je, u stvari, vjerena sa svojim pomoćnikom Endrjuom (Rajan Reynolds), kojeg je već godinama mučila. On prihvata da učestvuje u toj šaradi, ali samo pod uslovom da otputuju na Aljasku, da upoznaju njegovu čudnu porodicu (Meri Stinburgen, Krejg T. Nelson, Beti Vajt). Margaret će upadati iz jedne u drugu situaciju u kojima se ne snalazi, dok se ona i Endrju nevoljno zaklinju da će se držati plana, uprkos svim mogućim posljedicama.



HBO

VOZAČ

Televizijski kanal HBO za 11. novembar 2018. godine zakazao je druženje uz film „Vozač“, koji prati fenomenalan scenario i reprezentativna glumačka postava, na programu od 22.50 časova

Talentovani, mladi vozač za bjekstvo sa mjesta zločina (Ansel Elgort) oslanja se na ritam muzike kako bi postao najbolji u svom poslu. Kad upozna devojkicu svojih snova (Lili Džejms), Bejbi vidi priliku da zaboravi svoj kriminalni život i izađe čist iz svega. Ali, nakon što je prisiljen da radi za šefa mafije (Kevin Spejzi), mora da se suoči sa muzikom kad neuspjela pljačka prijeti da ugrozi njegov život, ljubav i slobodu.



CINEMAX

NIKAD NIJE KASNO ZA LJUBAV

Toplu ljubavnu priču, prožetu pozitivnim emocijama „Nikad nije kasno za ljubav“ možete pogledati 11.11.2018. godine, u 18.10 časova, na TV CINEMAX

U ovoj dirljivoj priči, prepunoj nade, snova i drugih šansi, dvoje starijih građana upoznaju se i shvataju da nikad nije kasno za ljubav. Ketrin Mičel (Linda Torson), živahna udovica u poznim godinama, nije tražila ljubav - bar ne u njenim godinama, a svakako ne sa namrgođenim Ajzakom Šapirom (Stjuart Margolin). Uprkos gomili radoznalih penzionera u domu u kojem se Ketrin oporavlja poslije operacije kuka, nju i Ajzaka zbližava zajednička ljubav prema muzici. I pored neočekivanih prepreka, njihova ljubav cvjeta i oni zajedno odlučite da ispune Ketrinin san da gleda operu u Milanu.



PICKBOX

KONDOR

Modernizovana špijunska priča s naznakama originalnog filma, adaptacije špijuskog klasika iz 1975. Sidnija Polaka „Tri Kondorova dana“, s Robertom Redfordom, Fej Danavej i Klifom Robertsonom, prepuna je neizvjesnosti i potpuno paranoičnih pitanja koja će se gledaocima vrtjeti po glavi.

U Polakovom filmu svaki vladin agent je sumnjiv, ali serija „Kondor“, kreatora Toda Kacburga, Džejsona Smilovica i Kena Robinsone, nije toliko politički nastrojena, iako propitkuje moral vlade i velikih „biznisa“.

Film „Tri Kondorova dana“ naslanja se na knjigu iz 1974. „Šest Kondorovih dana“ Džejsma Grejdija, dok serija prati mladog CIA analitičara Džoa Tarnera (Maks Ajrons) koji razvije algoritam koji pomaže u identifikaciji terorista.

Kada Džo otkrije da se njegov softver koristi za špijuniranje američkih građana, njegov idealizam je poljuljan. Džo je primoran preispitati svoje sposobnosti kako bi razotkrio urotu koja prijeti milionima ljudi. Kada se dogodi masakr u njegovoj kancelariji, ovaj briljantni analitičar primoran je da krene u borbu s najopasnijim elementima vojno-industrijskog kompleksa.

„Kod svog lika Džoa volim to što pre-



CRVENA KRALJICA

Vologda, 1953.

Zoja Koljesnikova i njena porodica vrlo su siromašni, ali Zojina majka Darija čini sve što može kako bi Zoja dobila najosnovnije što joj treba. Jednog dana Zoja ode do starice koja proriče budućnost i staričina karta s likom kraljice koja nosi ime Regina okrene se prema njima. Tada 17-godišnja Zoja odlučni da promijeni ime u Regina te se odseli u Moskvu u potrazi za boljim životom.

*Ovo je priča o jednoj od najpoznatijih, ali i najtajanstvenijih sovjetskih manekenki, o čijem uzbudljivom životu kruže razne teorije: od toga da je bila povezana s KGB-om pa sve do nerazjašnjenih okolnosti njene smrti. Biografska serija o djevojci Regini Zbarskaji (koju tumači Ksenija Lukjančikova) snimana je u Rusiji, Ukrajini i Bjelorusiji, a možete je odmah gledati u **Pickbox videoteci**.*

poznaje probleme u društvu i politici, no ipak ne zna koji je pravi način da se nosi s njima. U kasnijim epizodama vidjećete Džoa kada je bio mlađi i imao instinkt koji je pobunjenički. Zapitaćete se hoćete li, radeći tako nešto, zaštititi ljude ili će im naštetiti. Pitaćete se kako živimo na način na koji živimo. Svi mi vozimo automobile koje sebi možemo priuštiti, nosimo odjeću koja nam odgovara, imamo pristup, na primjer, proteinima, recimo, u piletni. No za sve postoji cijena kada je u pitanju nacionalna bezbjednost", rekao je glavni glumac Maks Ajrons, koji se osvrnuo i na fenomenalnu glumačku postavu s kojom je svaki dan provodio sate i sate na setu.

Sve epizode ove hit serije možete naći u Pickbox videoteci.

U vrijeme Sovjetskog Saveza biti profesionalni model bilo je misteriozno i nedostižno zanimanje, poput, recimo, astronauta. Manekenke su tada bile popularnije od filmskih zvijezda, ali gdje su te djevojke radile i živjele - obavijeno je velom tajne koja se počela otkrivati nakon raspada SSSR-a. Navodno, iza kulisa, život modela nije bio tako glamurozan.

Djevojke su radile i po 12 sati na dan u kabinama za isprobavanje odijela, na pisti Savezne modne kuće, a dobijale su svega 76 rubalja mjesečno (šezdesetih godina prošlog vijeka), što bi danas bilo oko 150 dolara. Djevojke su morale od svog novca kupovati i cipele i kozmetiku za modne revije.

Iako je sanjala da će postati glumica, Regina se upisala na Ekonomski fakultet te je pokušavala uči na modne revije i elitne zabave u Moskvi. Na jednoj od tih revija upoznala se sa dizajnerkom Verom Aralovom, koja ju je pozvala na kasting...

I tako je sve počelo. Otputovala je u Pariz da prezentuje rusku modu te su je nazvali „najljepšim oružjem Kremlija“. Svojom evropskom ljepotom začarala je javnost pa su je prozvali ruskom Sofijom Loren.

U to vrijeme Regina se upoznaje s moskovskim umjetnikom i plejbojem Levom Zbarskim te sanja o velikoj srećnoj porodici i djeci, ali, nažalost, Lev nije imao istu viziju kao ona pa Regina pada u depresiju.

Da vam ne bismo baš sve otkrili, ova zanimljiva i intrigantna serija o svijetu mode u Sovjetskom Savezu prepuna je tajni, intriga, glamura, ali i bijede i izdaje.

Regina je, osim burnog poslovnog života, proživljavala prave drame i u intimnom životu. Ređale su se neuspjele veze i ljubavi zbog kojih je pila tablete te je, navodno, pokušala počiniti samoubistvo...

ZVIJEZDA PONUDE



NAPREDNA INTELIGENCIJA STIŽE

HUAWEI MATE 20 PRO

PIŠE: DARKO BAJIĆ

Na londonskoj premijeri, 16. oktobra 2018. godine, predstavljena je elitna Mate 20 serija pametnih telefona, u kojoj je glavna zvijezda top model Huawei Mate 20 Pro.

Ako se u jedan telefon smjesti trenutno vodeća tehnologija, kao i vrhunska oprema koja je tek izašla "ispod čekića", da li je to dovoljno za novu generaciju telefona? Iz kompanije Huawei to očigledno ne misle. Spremite se za nešto zaista novo, jer napredna vještačka inteligencija stiže. Novi prodori u tehnološkim osvajanjima primijenjeni su u izradi ovog telefona u namjeri da se pomjeri granica mašte i stvarnosti.

Vodeća tehnologija

Huawei Mate 20 Pro je uređaj koji objedinjuje vrhunske funkcionalnosti sa mnogim novinama koje su prvi put predstavljene u svijetu mobilnih telefona. Jedna od njih je novi Kirin 980 procesor, prvi 7-nanometarski procesor na svijetu, koji je i brži i štedljiviji, odnosno manje troši bateriju od prethodnog modela, a također značajno unapređuje AI procese.

Baterija telefona je velikog kapaciteta od 4.200 mAh, a zahvaljujući novoj tehnologiji još bržeg punjenja, 70% njenog kapaciteta moguće je napuniti za samo 30 minuta. Podržano je i bežično punjenje, a kao prvi u svijetu, Mate 20 Pro podržava Wireless Reverse Charging, odnosno njim je moguće bežično puniti druge uređaje koji podržavaju ovaj vid punjenja.

Uređaj je otporan na vodu i prašinu, ima dual SIM, gdje je korisnicima ostavljen izbor da li će imati dvije SIM kartice ili će drugi slot iskoristiti da prošire memoriju.

Mate 20 Pro dolazi s Android 9.0 Pie, najnovijim operativnim sistemom koji podržava vještačku inteligenciju, ima poboljšanu navigaciju i zaštitu, a tu je i EMUI 9.0, novi Huawei interfejs, sa brojnim funkcionalnostima i naprednim performansama koje poboljšavaju korisničko iskustvo i nude brojne mogućnosti za back-up podataka.

HiVision u realnom vremenu pruža više informacija o stvarima ispred kamere. Korisnici mogu jednostavno

usmjeriti svoju kameru, a HiVision će dati zanimljivosti o kulturnoistorijskim spomenicima koje posmatraju. Takođe, prepoznaje i raznu hranu te može procijeniti njenu kalorijsku vrijednost.

Dizajn

Okvir Mate 20 Pro je kombinacija stakla i aluminijuma, sa zakrivljenim uglovima te efektnom i stilizovanom bojom. Na poleđini uređaja nalaze se teksture linija koje onemogućavaju skliskost, ogrebotine i otiske prstiju.

Telefon ima OLED ekran veličine 6,39 inča, koji dolazi sa visokom rezolucijom, ima i više ugrađenih mikrofona, koji će povećati kvalitet snimanja zvuka, a za kvalitetnu reprodukciju zvuka pobrinuće se dva zvučnika, jedan u slušalici, a drugi u USB priključku.

Trostruka Leica kamera

Na zadnjoj strani telefona, u prostoru poput računarske ikonice, nalaze se tri Leica kamere sa blicom. Nevjerovatne širokougaone slike koje oduzimaju dah obezbjeđuje kamera od 20 MP sa ultraširokim uglom snimanja, druga kamera od 40 MP sa širokim uglom snimanja i treća telefoto kamera od 8 MP. Vještačka inteligencija kamere prepoznaje više od 1.500 scenarija fotografisanja i automatski prilagođava opcije uslovima snimanja. Pri snimanju fotografije ili videa, kamera u realnom vremenu može da prepozna i identifikuje ljude i na njima ostavi boju, dok pozadinu pretvori u crno-bijelu stvarajući tako jedinstvene artistske snimke.

Uređaj podržava i 3D Depth Sensing tehnologiju, pomoću

koje možete skenirati predmete, na primjer igračke, potom kreirati 3D objekte i koristiti ih kao žive avatare u svom pametnom telefonu. Ovi avatari mogu da se kreću i igraju, rade sve što im zadate, a s njima se možete i fotografisati. Ova opcija će zasigurno najviše oduševiti najmlađe koji će dobiti animiranu verziju svog plišanog druga.



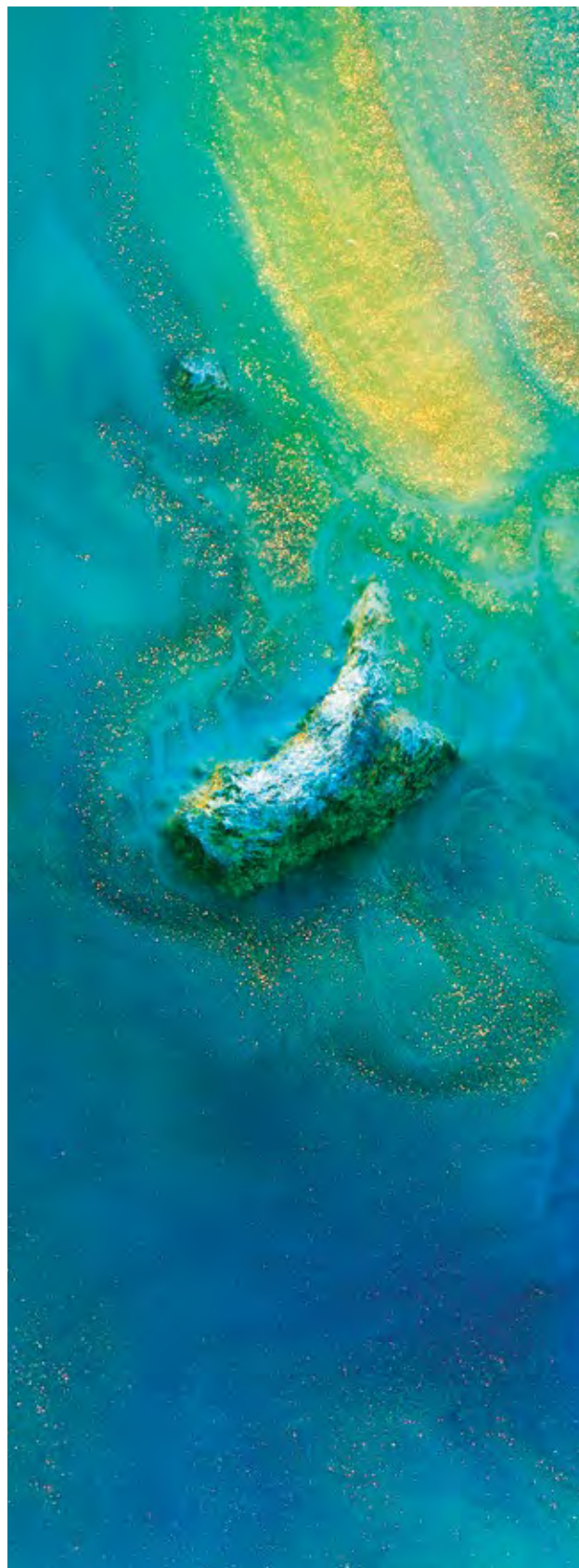
Otključavanje telefona

Huawei Mate 20 Pro ima 3D skener lica kojim možete otključati telefon, ali to je moguće i uz pomoć skenera otiska prsta, koji nećete pronaći na telefonu zato što se on, prvi put do sada, nalazi na samom ekranu.

Zaključak

Huawei Mate 20 Pro je pravo remek-djelo, u ovom trenutku predstavlja vrhunac tehnologije i teško je naći toliki skup funkcionalnosti bilo gdje kao što je to slučaj kod ovog pametnog telefona. Svim korisnicima i ljubiteljima tehnike Mate 20 Pro je uređaj iz snova nestvarnih mogućnosti i brzi voz budućnosti koji će vas odvesti mnogo dalje nego što se možete nadati.

Više detalja o ponudi kompanije m:tel potražite na www.mtel.ba



DOPUNA



XYNET NOVO IME ZA TVOJU DOPUNU

PRIPREMILA: JELENA MAKSIMOVIĆ

Korisnik si m:tel Dopune i želiš da isprobaš nešto novo?

M:tel je za tebe pripremio novu Dopuna tarifu pod nazivom XYnet. Ova pripejd tarifa, pored razgovora i slanja poruka, omogućava ti i kupovinu posebno kreiranih XYnet tarifnih opcija za mobilni internet, putem servisa Moj meni (*100#) i to:

20 GB po cijeni od 2 KM, koju koristiš 24 sata, te

30 GB po cijeni od 3 KM, koja ti važi 3 dana.

Kao korisnik XYnet tarife dobijaš i mogućnost besplatnih razgovora sa dva Prijatelj broja iz bilo koje mobilne ili fiksne mreže u BiH.

Ako si od onih kojima je internet na telefonu „must have“, predlažemo ti i novi XYnet tarifni plan. Podsjetićemo te da kao korisnik Dopuna tarifnih planova internet možeš da koristiš bez nadoknade i nakon potrošenog dobijenog bonusa po maksimalnoj brzini, sve do isteka trajanja plana, a ovaj XYnet tarifni plan traje 7 dana, u njemu dobijaš 4 GB bonusa i to po cijeni od 4 KM.

Aktivaciju ovog tarifnog plana možeš izvršiti ili u okviru servisa Moj meni ili pozivom *147*1#, a naravno, tu je i mogućnost aktivacije putem m:go aplikacije.

Potreban ti je novi pripejd broj?

Na prodajnim mjestima označenim Dopuna zastavicom, širom BiH možeš da kupiš m:tel Dopuna:Start paket po cijeni od 4 KM. U okviru ovog paketa dobijaš 2 KM za razgovore i poruke, te mogućnost aktivacije XYnet Dopuna plana sa 4 GB mobilnog interneta, sa periodom važenja od 7 dana.

Odaberi m:tel pripejd po svojoj mjeri i komuniciraj uz XYnet.

Za više informacija pozovi **066 10 10 10** ili posjeti **www.mtel.ba**





KORISNIČKA PODRŠKA



OPTIKA

ZAŠTO VAM TREBA I KAKO DA JE DOBIJETE?

PIŠE: SANDRA STANIĆ

Optička mreža je tehnologija koja podrazumijeva dovođenje optičkog vlakna direktno do naših domova. A, šta to znači za korisnike?



U kratko, to znači da su nam sve moći vrhunske tehnologije nadohvat ruke. Optička mreža omogućava višestruko povećanje internet brzina, ali i svih drugih usluga koje se oslanjaju na ovu tehnologiju. Zato možemo slobodno reći da je riječ o revolucionarnoj tehnologiji.

m:tel ovu tehnologiju uvodi potpuno besplatno za sve, širom Republike Srpske, u gradskim, ali i ruralnim sredinama.

Optika korisnicima omogućuje:

- Pouzdan i brz internet sa brzinama i do 100/50 Mbps, uz koji možete uživati u istovremenom korištenju laptopa, tableta, telefona, igračkih konzola i televizora na internetu;
- Slanje i primanje velikih fajlova i sadržaja poput

fotografija, videa i muzike, za koje će vam trebati samo nekoliko sekundi;

- Digitalna televizija u HD kvalitetu sa više od 220 TV kanala, uz koji će vam praćenje, npr. utakmica na 10 Sportklub kanala, 6 Arenasport kanala i 2 Eurosport kanala biti još veće zadovoljstvo;
- Uživanje u svim prednostima modernih TV funkcionalnosti: snimanje sadržaja, pauziranje, premotavanje te gledanje propuštenog sadržaja i do 72 sata unazad.
- Korištenje najnaprednijih servisa za ultrabrz i pouzdanu komunikaciju.

Da biste provjerili da li je optička mreža m:tel-a već stigla ili kada će stići i do vaše ulice ili mjesta u kojem živite, te sve ostale mogućnosti koje vam se nude, pozovite 0800 50 000!

Dnevnik prijateljstava

PIŠE: ALEKSANDRA ŠOBIĆ

Lansiraj svoju ideju!

Ove godine podržavamo znanje i kreativnost srednjoškolaca koji ponovo kreiraju aplikacije za Android i iOS u okviru projekta m:tel App takmičenje.

Riječ je o novom ciklusu društveno odgovorne inicijative koju realizujemo na nivou Telekom Srbija grupe, budući da su takmičenja startala istovremeno u tri države.

Srednjoškolci i srednjoškolke iz 21 škole iz BiH moći će da odmjere snage u inovativnosti i znanju, da osvoje vrijedne pametne telefone, ali i da se regionalno takmiče i druže sa vršnjacima iz Srbije i Crne Gore.

Regionalni pobjednici će, i ovoga puta, u proljeće 2019. godine u pratnji mentora otputovati na konferenciju IDTechEx Show u Berlin.

Ovim projektom, ne samo da podstičemo znanje i povezujemo regiju, nego i utičemo na kreiranje inovativnih i korisnih mobilnih aplikacija na lokalnim jezicima.

Posebnu draž projektu daje i činjenica da su upravo aplikacije sa društveno odgovornom namjenom, ali i one koje doprinose razvoju telekomunikacionih usluga više vrednuju.



Ne gubi glavu!

NE KORISTI TELEFON DOK VOZIŠ!

Kao i protekle četiri godine, krajem ljeta kompanija m:tel skrenula je pažnju javnosti na nužnost savjesne vožnje bez upotrebe mobilnih telefona, društveno odgovornom kampanjom „**Ne gubi glavu - ne koristi telefon dok voziš!**“

Kampanja je realizovana u saradnji sa Agencijom za bezbjednost saobraćaja Republike Srpske, Ministarstvom saobraćaja i veza RS, Auto-moto savezom RS i brojnim medijskim pokroviteljima. Rješenja iz ovogodišnje kampanje prevedena su i na engleski jezik i dostavljena Evropskom savjetu za bezbjednost saobraćaja.

Apeli ovog tipa prvenstveno imaju za cilj da podignu

svijest o tome da je telefon nužno ostaviti u određenim situacijama te da su propušteni pozivi ili poruke neuporedivo manje bitni od bezbjednosti na ulicama i ljudskih života.

Proizvođači automobila idu u pravcu postavljanja ometača signala u upravljače, a proizvođači mobilnih uređaja i mobilni operateri sugerišu gašenje notifikacija i zvona u toku vožnje.

Širom svijeta, različite kompanije i organizacije sprovode akcije upozorenja s namjerom da ukažu na to da nijedna poruka niti poziv nisu važniji od života.

Vizuali sa neophodnom dozom straha upozoravaju nas koliko jedan trenutak nepažnje može promijeniti naše živote zauvijek.

Zato, nosite pametno, odgovorno i mudro glavu na ramenima i tokom vožnje ostavite telefone.



Kursevi za klince budućnosti

Izreka kaže „Quot linguas calles, tot homines vales“ (koliko jezika znaš, toliko ljudi vrijediš), a sada bismo stranim jezicima mogli dodati i programske.

Naime, razvoj tehnologije nameće potrebu usvajanja savremenih znanja i aktivnog učešća u kreiranju tehnoloških rješenja, koja nam život čine bogatijim i drugačijim.

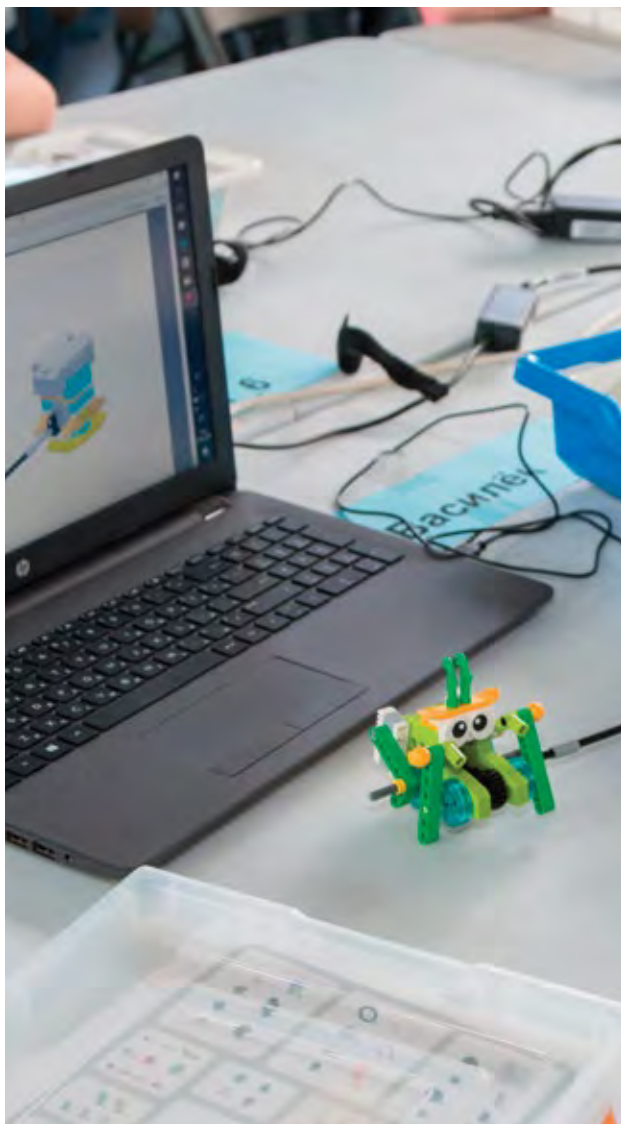
Uz ideju da se sve najbolje uči kroz igru i od malih nogu, osnovan je i Robokids - Centar za naprednu STEM edukaciju iz Banjaluke, u kojem iskusni predavači djeci i mladima prenose globalne trendove i naučno-tehnološka znanja.

Kompanija m:tel prepoznala je kvalitet Robokids edukativnih programa i odlučila da obraduje 20 mališana dodjelom besplatnih kurseva.

Zahvaljujući tome, u novembru ove godine, Robokids će dobiti 20 novih polaznika uzrasta od sedam do 16 godina, koji će pohađati kurseve iz robotike - Lego WeDo 2.0 i programiranja igrica - Game Development.

Interaktivno učenje kroz igru i zabavu?

Like! 



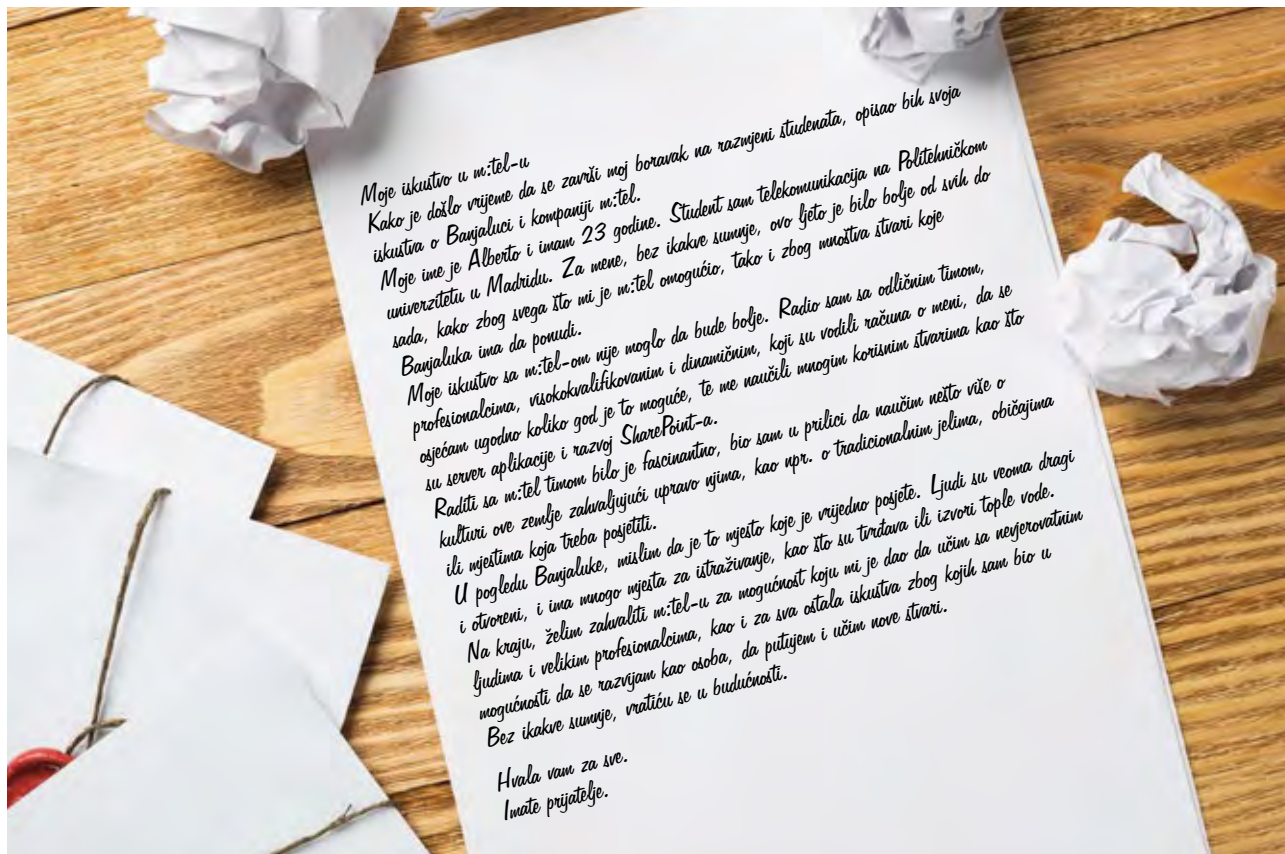
Strani studenti na praksi u m:tel-u

PIŠE: SANDRA STANIĆ

Već 16 godina m:tel svakoga ljeta ugosti studente iz inostranstva, koji posredstvom IAESTE organizacije dolaze u BiH kako bi obavili praksu, ali i naučili nešto o drugim kulturama i navikama ljudi u različitim zemljama Evrope i svijeta.

Posredstvom Udruženja na međunarodnoj razmjeni studenata radi stručne prakse - IAESTE, kroz programe međunarodne razmjene prošlo je i mnogo studenata iz BiH. Upravo zbog sistema reciprociteta, ugostivši strane studente na praksi, m:tel je omogućio našim studentima odlazak na praksu u inostranstvo, kako bi stekli znanje od neprocjenjivog značaja za njihov budući profesionalni život.

Ove godine na praksi u m:tel-u boravio je student iz Španije Alberto Aramiljo. Nakon završene prakse Alberto je svoje utiske o kompaniji iznio u pismu u kojem govori o iskustvu prakse, ali i o Banjaluci, kao gradu koji je vrijedan posjete.



Passed 14 Tests

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



Stronger protection with military-standard certifications

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



FHD+ FullVision



Google Assistant

LG Q7



m:

POSLOVNI SVIJET

TEMA BROJA

TEMA BROJA



Playground

DIGITALNO IGRALIŠTE NA KOJEM OŽIVLJAVAJU IDEJE

PIŠE: ALEKSANDRA ŠOBIĆ

Kako zamišljate posao iz snova?

Da li je to za vas sigurno ušuškano mjesto na kojem u očekivanom poslovnom ritmu provodite vrijeme od devet do pet, sa rijetkim iznenađenjima?

Ili je to vibrantna tačka u kojoj srećete kreativce, jačate znanje i preduzetnički duh, sanjate i inovirate?

Ako vam se pogled malo duže zadržao na drugoj rečenici uz jedno značajno „hmmmm“, nastavite čitati.

Ovoga puta donosimo vam priču o novoj kreativnoj IT platformi i hub-u, mjestu na kome ideje dobijaju zamah, podršku i dobru šansu da zažive.

Govorite li hub-ovski?

Prije nego što odmotamo priču o hub-ovima koji su „buzzwords“ već duže vrijeme, uvodimo vas u svijet osnovnih pojmova (koje napredni hub-ovci mogu slobodno da preskoče):

Buzzword - riječ koja se vrlo učestalo upotrebljava, privlačeći pažnju u virtuelnom svijetu (tzv. buzz - engl. brujanje, šaputanje, vijest, žagor).

Hub - engleska riječ za čvor, središte, centar, u računarskom žargonu koristi se za centralni uređaj za povezivanje računara u zvjezdastu topologiju. U preduzetničkom svijetu ovaj termin koristi se za virtuelno ili stvarno mjesto koje udruženo dijeli više individualaca i kreativaca.

Coworking prostor - radni prostor, najčešće modernog dizajna, u kome svoj kutak za inspiraciju i zajednički rad pronalaze kreativci različitih profila. To je mjesto gdje programeri, dizajneri, preduzetnici, kopirajteri i svi talentovani ljudi čija je „radna kuća putujuća“ privremeno nalaze kancelariju, društvo za kafu, podršku i razmjenu mišljenja.

Start up - inovativan poslovni poduhvat ili biznis ideja u nastanku koju razvija pojedinac ili grupa ljudi i kojoj je cilj pronalaženje održivih poslovnih modela na različitim tržištima. Izraz je postao planetarno rasprostranjen tokom takozvanog „dot com balona“, poznatog i pod nazivima „dot com bum“ i „internet bum“, što su nazivi za period internet ekspanzije IT kompanija krajem devedesetih godina prošlog vijeka.

Stoga se pojam start up najčešće veže za tehnološke inovacije, iako to ne mora biti pravilo. Start up-i su ljudi okupljeni oko ideje, neformalne organizacije koje još

ne ostvaruju dobit, ali koji uz podršku investitora imaju potencijal da postanu profitabilni ili društveno korisni.

Start up eko-sistem ili **Start up zajednica** - grupa pojedinaca, organizacija, kompanija ili akademskih institucija okupljena s ciljem kreiranja podsticajnog okruženja za razvoj start up ideja.

Start up akademija - edukativni program koji vas praktično uči kako u djelo da sprovedete poslovnu ideju koja vam se dugo vrzma po glavi.

Preduzetnički inkubator/akcelerator - organizacija koja pruža podršku razvoju novih preduzetničkih ideja i novih poslovnih poduhvata.

Hackathon - događaj u kojem namjenski okupljeni IT kreativci (programeri, grafički dizajneri, projekt menadžeri), kroz unaprijed zadate uslove, poput programskog jezika i operativnog sistema, rješavaju postavljeni izazov, nudeći nova rješenja. Najčešći cilj je stvoriti softver sa upotrebnom vrijednošću, a ukoliko on ima društveno odgovornu namjenu, to je razlog više da obratite pažnju ili učestvujete.

Meetup - neformalni susret ili okupljanje.

Playground - pored toga što je engleska riječ za dječije igralište, iza naziva Playground krije se nova kreativna razvojna IT platforma koja okuplja lokalnu IT zajednicu i koju je pokrenula kompanija m:tel.

Dobro došli u Playground

Baš poput velikih globalnih telekom operatera, kao što su T-Mobile, Orange, Telefonica, Telenor, ali i poput telekoma u okviru Telekom Srbija grupe, kompanija m:tel pokreće novu razvojnu IT platformu, sa ciljem povezivanja ljudi iz IT zajednice i stvaranja novih vrijednosti za budućnost.

I kao što naziv govori, platforma Playground će na jednom virtuelnom prostoru okupljati talente - kreativce, dizajnere, programere, akademce, biznis partnere i sve one zainteresovane za tehnološko preduzetništvo.

Platforma Playground nastala je prvenstveno kao rezultat želje da doprinese razvoju lokalne IT zajednice i hvatanja u korak sa digitalnom transformacijom i savremenim ICT trendovima.

Ovo svojevrsno digitalno igralište gradi se u saradnji sa ICT hub-om iz Beograda, koji ima bogato iskustvo građenja preduzetničke start up IT zajednice u Beogradu i Podgorici, ali i iskustvo uspješne saradnje sa multinacionalnim kompanijama.



Također, Playground će usko saradivati sa lokalnim partnerima, start up eko-sistemom i akademskom zajednicom iz BiH.

Imam ideju!

Da voz tehnoloških promjena vozi izuzetno brzo, zaključujemo iz razgovora sa Vladimirom Ćordom, projekt koordinatom ICT hub-a, koji nam kroz brojeve ilustruje priču o globalnom trendu ulaganja u nove tehnološke start up poduhvate. „Podaci su svakako ilustrativni i zanimljivi: Svake sekunde u svijetu se pokrenu tri nova start up-a, 10.800 po satu,

259.200 po danu. Sedamdeset odsto ljudi počelo je razvijati svoje biznise radeći za nekog drugog, a prosječna starost pokretača novih biznisa je 40 godina“, ističe Ćorda i dodaje da razlozi uspjeha leže u spremnosti donatora da podrže nove ideje, ali i tržišnom pristupu i razvoju usluga ili rješenja koja su nekome potrebna.

„Sa druge strane, start up propada ukoliko neko razvija ideju koja nema upotrebnu vrijednost. Posebno kada su u pitanju developeri, oni vole razvijati proizvode, a tek onda razmišljaju šta će s njima.“



Upravo zato je važno to što će nova digitalna platforma povezati ljude različitih profila, koji će, kroz podršku kompanije m:tel, izgraditi sopstvene kompetencije, ali i razviti nove ideje primjenjive na tržištu. Koristeći znanja i iskustva partnera iz ICT hub-a, planirana je razmjena dobre energije, znanja i ideja sa ljudima zainteresovanim za tehnološko preduzetništvo, a sve to kroz organizovanje događaja uz prisustvo regionalnih predavača sa bogatim iskustvom, pokretanje start up akademije i nove hackathon izazove.

Pored okupljanja IT zajednice u svojevrsni inkubator ideja,

kompanija m:tel će, kroz ovu razvojnu platformu, i među zaposlenima pokrenuti brojne inicijative koje će omogućiti produkciju novih rješenja, a mnogi od njih biće uključeni i u programe mentorstva.

Ulaznica za digitalnu platformu nalazi se na adresi playground.mtel.ba, na kojoj ćete saznati sve detalje o novom in generatoru ideja i aktuelnim događajima.

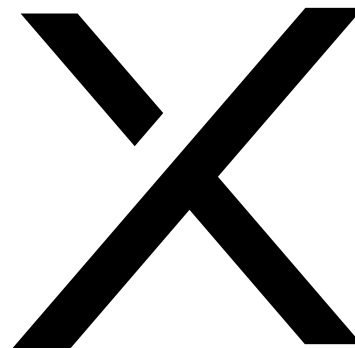
Budite kreativni, stisnite play i uključite se u igru!

SONY



ZABAVA
DO KRAJNJIH
GRANICA

XPERIA XZ2



DA LI ĆE SE DOMOVI BUDUĆNOSTI SNABDIJEVATI ISKLUČIVO SOLARNOM ENERGIJOM?

PIŠE: JELENA RAČUNICA ŠATARA



Mi živimo u vremenu velikih promjena, stvari se razvijaju, mijenjaju i napreduju velikom brzinom tako da nekada nismo u stanju sve ni da ispratimo. Nekada su te promjene dobre, nekada nisu, ali u većini slučajeva donose olakšanje malom čovjeku. U posljednjih nekoliko decenija promijenio se način na koji vozimo automobile, način na koji putujemo, na koji jedemo... Svijet se trenutno nalazi na prekretnici ljudskog razvoja, tehnološkog napretka i infrastrukturnih prelaza.

Među ovim silnim naprednim čudesima, način na koji naše domove snabdijevamo energijom sigurno je jedna od najznačajnijih stvari u našem postojanju. Iako vlasti mnogih zemalja svijeta postaju sve više ekološki osviješćene, što je veoma važno, potreba da budemo odgovorni kada je riječ o obnovljivoj energiji još je važnija. Energija koja je definitivno prijateljski nastrojena prema okolini i o kojoj se sve više priča jeste ona solarna.

Solarna energija je ekološka, potpuno bezbjedna i ima je u velikim količinama da se njome snabdijevamo, što znači da su male šanse da će je nestati. Sunce je ovdje od samog početka svijeta kao neprekidan izvor svjetlosti i toplote od davnih vremena. Pored toga što je solarna energija veoma dobra za okolinu, ona je povoljnija od one koju sada koristimo i zato su sve prilike da će se većina kuća sagrađenih u budućnosti snabdijevati energijom upravo putem sunca, iako bi izgradnja takvih kuća mogla biti nešto skuplja.

Dokaz da se stvari kreću u pravom smjeru jesu Sjedinjene Američke Države, u kojima trenutno postoji oko dva miliona kuća koje se strujom snabdijevaju isključivo putem solarnih panela, što u odnosu na 90 miliona, koliko ih tamo ima, ne zvuči pretjerano impresivno. Sa druge strane, to je sasvim dovoljno da kažemo kako će solarni paneli u budućnosti biti sasvim normalna pojava. Država Kalifornija čak je nedavno poslala zvanični zahtjev da se uvede zakon kako sve nove kuće moraju imati solarne panele. Ako uzmemo u obzir

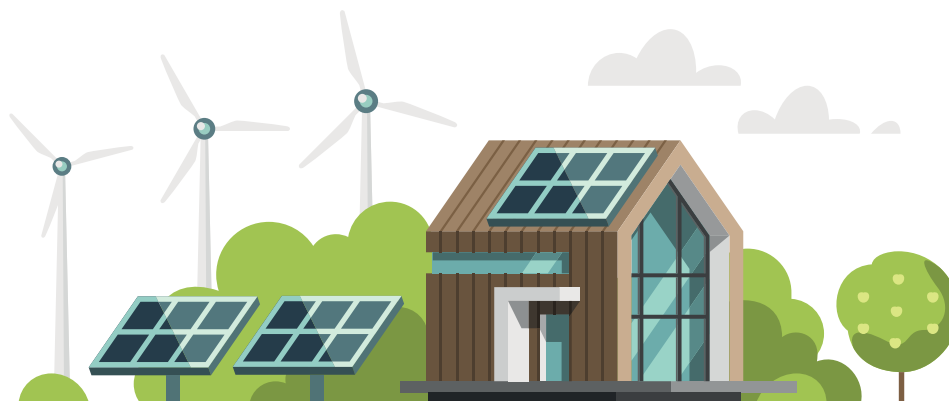
činjenicu kakao Amerika postavlja trendove u mnogo čemu, sa sigurnošću možemo zaključiti da će kuća sa solarnim panelima biti sve više i u ostatku svijeta.

Sve više ljudi širom svijeta u ovom trenutku odlučuje se na djelimično snabdijevanje solarnom energijom, jer su njihove kuće i dalje povezane na tradicionalnu električnu mrežu i to zbog oblačnih i kišnih dana u godini, koji su jednostavno neizbježni. Kada solarni sistem proizvede više energije nego što se potroši, to se eksportuje u mrežu, a kada proizvede manje, onda iz mreže uzima onoliko koliko mu nedostaje. Troškovi se, naravno, zasnivaju na potrošnji, a ono što korisnike najviše privlači jeste to što je ta potrošnja neuporedivo manja nego kod električne energije koju sada koristimo.

Kada je u pitanju obnovljiva energija, njeno skladištenje je ono što je ključno, jer uvijek morate imati određene rezerve. Postoji nekoliko različitih načina da se energija sačuva, a jedan od trenutno najpopularnijih su litijum-jonske baterije, slične onima koje imamo u mobilnim telefonima, samo mnogo, mnogo veće. Ove baterije mogu se uključiti u sistem solarnih panela i mogu čuvati energiju za vrijeme sunčanih dana, a da se ta ista energija iskoristi kada dođu oblaci.

Stručnjaci kažu, ako solarni sistemi postanu široko rasprostranjeni, što je sasvim moguće, da ćemo biti svjedoci njihove integracije sa sistemima pametnog upravljanja energijom u svim domovima. To bi trebalo da reguliše bateriju i dom uz upotrebu različitih senzora i solarnih panela. Najveći izazov u cijeloj priči jeste kako naučiti sistem da bude prilično agresivan kad je u pitanju očuvanje energije, a da korisnici za nju ne budu uskraćeni. Sistem bi trebalo da zna koja je optimalna temperatura vazduha koja treba da bude u kući i kako da je mijenja da bi uštedio novac.

Mnogi vjeruju da će solarna energija biti rasprostranjena jednako kao i klima-uređaji te da će u budućnosti nove kuće biti jednostavno nezamislive bez nje.





BIZ&TECH

STIGAO JE ANDROID PIE!



PIŠE: NATAŠA BURSAC

Android Pie je deveta verzija android operativnog sistema. Najavljen 7. marta 2018. godine, donosi novi sistem upravljanja baterijom, novi način navigacije korisničkog interfejsa, prečice na određene radnje unutar različitih aplikacija, nove bezbjednosne aspekte i drugo.

Na dan objave izašla je i prva testna verzija, dok je druga testna verzija, beta kvaliteta, izašla 8. maja 2018. godine. Treća, četvrta i peta pojavile su se 6, odnosno 2. i 25. jula 2018. godine, a ona stabilna Pie verzija androida stigla je 6. avgusta 2018. godine, pod nazivom Android 9 Pie i u tom trenutku biva dostupna za Google Pixel uređaje. Pojavila se nešto ranije po želji proizvođača da korisnici što prije personalizuju svoje telefone, da im budu lakši za korištenje.

Neke od odlika, odnosno novina posljednje verzije androida su:

NOVI SISTEM UPRAVLJANJA BATERIJOM

Android Pie dizajniran je da pruži korisnicima konzistentniju bateriju, pomoću uređaja koji aktivno prati koje aplikacije korisnik bira i kada to čini. Google je otišao korak dalje u samom razumijevanju algoritma, što će bateriju učiniti dugoročnijom, i to posebno kroz prilagodljivo osvjetljenje ekrana.

PRILAGODLJIVO OSVJETLJENJE EKRANA

Trenutno aktuelno automatsko podešavanje ne zadovoljava Google-ove standarde, te stoga predstavlja takozvano prilagodljivo osvjetljenje, zbog kojeg je čak 50% korisnika koji su testirali ovu opciju odustalo od manuelnog prilagođavanja, uz tvrdnju da ćete, i ako ostanete pri manuelnoj opciji, htjeti manje da posežete za njom.



APLIKACIJE

Google uvodi više alatki za predviđanje koraka korisnika pri korištenju aplikacija. Prethodno su korisnici imali priliku da u prvom redu imaju listu ponuđenih aplikacija, baziranu na istoriji pretraživanja, što je bilo od velike pomoći.

Android Pie ide korak dalje sa app akcijom koja predviđa vaš naredni korak, a te opcije su ispod liste ponuđenih aplikacija. To važi i za prečice za pozive te, primjera radi, džoging rutinu, budući da ste, recimo, upravo uključili slušalice i džogirate svaki dan u isto vrijeme uz određenu aplikaciju. Dakle, kao da vam čita misli.

APP SLICES

Ova opcija najavljena je tek za kraj godine, a podrazumijeva više prečica kroz operativni sistem interfejsa. Opcija se nalazi na Search meniju (jer ovo je ipak Google), ali moguće je posegnuti i do Google fotografija, i na taj način uvezati, recimo, fotografije sa lokacije, hotel i opciju check in.

PROMJENE U NAVIGACIJI

Android Pie ima novi sistem navigacije interfejsa da olakša multitasking, sa jednom Home tipkom. Ovo je dio Google-ovog plana da se prilagodi full screen dizajniranim telefonima.

Skrol prema gore pokazuje nedavno otvorene aplikacije, kao i gorepomenute predviđene. Ponovljeni skrol prema gore vodi ka prečici App rawer.

Android Pie omogućava i skrol nalijevo, odnosno nadesno na horizontalnoj liniji pri dnu ekrana.

Sve to djeluje veoma intuitivno urađeno.

VOLUME

Volume slider opet je pomjeren, ovoga puta ka desnoj strani ekrana, netom pored samih tipki za regulisanje zvuka (što ima smisla). Pritisak na tipke za glasnost regulisaće zvuk medija, ali ne i jačinu zvuka zvona telefona, što se, nismo ni sami sigurni zašto, često dešava, odnosno što se dešavalo u svakodnevnoj upotrebi medija.

Takođe, korisnici će moći manuelno da rotiraju ekran po potrebi.

ANDROID PIE „DIGITAL WELLBEING“

Budući da se zaista mnogo oslanjamo na svoje pametne telefone, Google uvodi opciju praćenja vremena koje provodimo pri telefonu, odnosno koristeći pojedine aplikacije. Ova opcija osmišljena je da vam pomogne da shvatite na šta to tačno trošite svoje vrijeme, tako da možete uvesti neke promjene ili prilagodbe. Dolazi sa tajmerom, koji vas upozorava ukoliko prekoračite vrijeme koje ste sami zacrtali. Takođe, uvodi opciju „ne uznemiravaj“, u vidu prečice koja se aktivira kada spustite telefon ekranom okrenut ka podlozi. Pored utišavanja alarma, nećete biti ometeni ni raznim notifikacijama. Na taj način Google onemogućava zvučne i vizuelne signale da vas ometaju kada tako odlučite.

Ovo je ujedno i najznačajnija novina novog androida te, iako je u beta fazi, vjerujemo da će svima dobro doći, a posebno roditeljima koji kontrolišu sadržaj na telefonima njihove djece.

Takođe, male promjene u rasporedu ikonica na padajućem meniju uvedene su radi praktičnosti. Pored toga, neke od promjena u dizajnu su oštrina teksta, odnosno slova, kao i veći spektar boja na meniju. Zanimljiv detalj u dizajnu je svakako i preostali kapacitet baterije prikazan na dnu ekrana prije njegovog potpunog aktiviranja, pa ne morate da aktivirate ekran da biste provjerili da li je vrijeme za punjenje. Sitna promjena koja vam se možda neće svidjeti je nedostatak prikaza tačnog datuma i dana u sedmici ispod sata na screen saver-u.



BIZ&TECH



Srećan 20. rođendan!

Google Search

I'm Feeling Lucky

KAKO JE GOOGLE PROMIJENIO SVIJET

PIŠE: JELENA RAČUNICA ŠATARA

Jedan od najpoznatijih pretraživača današnjice, prva stvar na koju pomislimo kad nešto ne znamo, nedavno je proslavio punih 20 godina postojanja. Naravno, riječ je o jednom, jedinom Google-u.

Iako „guglanje“ nije uvijek bilo sinonim za „nađi na internetu“, iako nije bio prvi onlajn pretraživač, Google je donio revoluciju u način na koji koristimo internet i sve što možemo reći na tu temu jeste: HVALA.

Sada već dalekog septembra 1998. godine, internet je bio blijeda slika onoga što je danas, siromašna kolekcija stranica čija pretraga je bila prava noćna mora. Kada je Google postao registrovani domen, 1997. godine, glavna konkurencija bili su mu drugi pretraživači, na prvom mjestu ZahooSearch, AltaVista i AskJeeves, ali svi oni imali su algoritme koji su korisnicima rijetko kad davali ono što

su tražili. Google je to promijenio koristeći PageRank algoritam, koji je veb-stranice rangirao prema popularnosti, a ne prema relevantnosti.

Ovo je dovelo do toga da su veb-lokacije bile povezane jedna sa drugom te da su se one popularnije češće prikazivale prilikom pretrage. Danas većina stranica radi zajedno i povezuje se putem popularnog backlinking-a, procesa koji je doprinio porastu Google-a.

Google je pronašao novi način rangiranja stranica, danas u tome glavnu ulogu igraju ključne riječi, a ranije je to

bila razmjena linkova. Upravo ti koraci u potpunosti su promijenili način pretraživanja interneta.

Kad je u pitanju onlajn zarada, danas se ona bazira uglavnom na reklamama, a to je u samim počecima Google-a bio potpuno neistražen i neiskorišten teren. Google je bio jedna od prvih kompanija koje su u potpunosti shvatile potencijal izgradnje poslovnog modela oko ideje oglašavanja na internetu, što se pokazalo kao pun pogodak. Danas se kompanije u potpunosti oslanjaju na ovaj vid oglašavanja ne bi li poboljšale poznatost svog brenda i ne bi li njihovo ime bilo u samom vrhu Google pretrage.

U vrijeme razvoja interneta kakav danas poznajemo servisi Hotmail i Yahoo borili su se za prevlast kad je u pitanju e-mail saobraćaj, virtualni kalendari bili su u potpunosti nepovezani na različitim platformama, a mapiranje puteva nije bilo u potpunosti pouzdano. Kreiranjem sličnih proizvoda i servisa kao što su Gmail i Google Maps, Google je bez svake sumnje postao servis koji je sve te usluge obuhvatao na jednom mjestu. U prethodnim godinama Google je svoje usluge širio tako da sada imamo servis za komunikaciju Google Hangout, lako „guglanje“ nije uvijek bilo sinonim za „nađi na internetu“, iako nije bio prvi onlajn pretraživač, Google je donio revoluciju u način na koji koristimo internet i sve što možemo reći na tu temu jeste: HVALA.

Sada već dalekog septembra 1998. godine, internet je bio blijeda slika onoga što je danas, siromašna kolekcija stranica čija pretraga je bila prava noćna mora. Kada je Google postao registrovani domen, 1997. godine, glavna konkurencija bili su mu drugi pretraživači, na prvom mjestu ZahooSearch, AltaVista i AskJeeves, ali svi oni imali su algoritme koji su korisnicima rijetko kad davali ono što su tražili. Google je to promijenio koristeći PageRank algoritam, koji je veb-stranice rangirao prema popularnosti, a ne prema relevantnosti.

Ovo je dovelo do toga da su veb-lokacije bile povezane jedna sa drugom te da su se one popularnije češće prikazivale prilikom pretrage. Danas većina stranica radi zajedno i povezuje se putem popularnog backlinking-a, procesa koji je doprinio porastu Google-a.

Google je pronašao novi način rangiranja stranica, danas u tome glavnu ulogu igraju ključne riječi, a ranije je to bila razmjena linkova. Upravo ti koraci u potpunosti su promijenili način pretraživanja interneta.

Kad je u pitanju onlajn zarada, danas se ona bazira uglavnom na reklamama, a to je u samim počecima Google-a bio potpuno neistražen i neiskorišten teren. Google je bio jedna od prvih kompanija koje su u potpunosti shvatile potencijal izgradnje poslovnog modela oko ideje



oglašavanja na internetu, što se pokazalo kao pun pogodak. Danas se kompanije u potpunosti oslanjaju na ovaj vid oglašavanja ne bi li poboljšale poznatost svog brenda i ne bi li njihovo ime bilo u samom vrhu Google pretrage.

U vrijeme razvoja interneta kakav danas poznajemo servisi Hotmail i Yahoo borili su se za prevlast kad je u pitanju e-mail saobraćaj, virtuelni kalendari bili su u potpunosti nepovezani na različitim platformama, a mapiranje puteva nije bilo u potpunosti pouzdano. Kreiranjem sličnih proizvoda i servisa kao što su Gmail i Google Maps, Google je bez svake sumnje postao servis koji je sve te usluge obuhvatao na jednom mjestu. U prethodnim godinama Google je svoje usluge širio tako da sada imamo servis za komunikaciju Google Hangout, kao i virtuelno mjesto za čuvanje fajlova Google Cloud, ali i proizvode poput Google Docs-a, Google Sheets-a i, naravno, operativni sistem android, bez kojeg naši pametni telefoni ne bi bili isti.

SKROMNI POČECI

Google su osnovali u to vrijeme student doktorskih studija na Univerzitetu Stanford Sergej Brin i Lari Pejdž i tada je sve izgledalo kao startup. Kao i većina velikih ideja, sve je počelo u jednoj garaži, a kako je Google rastao, tako su počeli da kupuju druge startup kompanije, čije tehnologije su integrisali u svoje proizvode. Na primjer, Google je kupio servis za prikazivanje video-sadržaja, poznat pod imenom YouTube, za nevjerojatnih 1,65 milijardi dolara,

2005. godine. Takođe, kupili su servis za striming muzike Songza i inkorporirali ga u sopstveni muzički servis Google Play, 2014. godine.

Kompanija je veoma brzo povećavala broj usluga lansiranjem sopstvenog veb-pretraživača Google Chrome-a prije tačno deset godina, kako bi konkurisala tada popularnom Mozilla Firefox-u i Explorer-u. Godine 2010. Google je ušao u svijet pametnih telefona svojim Nexus brendom, koji je zamijenio novi po imenu Pixel, a upravo telefone tog imena mnogi svrstavaju među najbolje telefone današnjice.

U oktobru 2015. godine korporativno restrukturisanje kompanije Google formiralo je konglomerat pod nazivom Alphabet Inc., ali Google ostaje vodeća ispostava sa kancelarijama širom svijeta, uključujući Njujork, Sidnej, London i Toronto, a prema podacima od marta ove godine, broj zaposlenih iznosi više od 85.000, što je više nego impresivno.

Google je postao toliko moćan i toliko integrisan u naše živote da je to ponekad zastrašujuće, ali život bez njega sigurno bi bio mnogo teži i komplikovaniji. Za budućnost Google-a ne treba da brinemo, on već sada drži 75% pretrage putem računara i čak 90% pretrage putem mobilnih telefona, tako da se njegova dominacija nastavlja. Najavljeno je da će Google postati sastavni dio senzora, kao i autonomnih automobila i veoma smo nestrpljivi da otkrijemo šta nam to novo donosi.

10 zabavnih činjenica o Google-u

Google je najposjećenija internet stranica.

Više od milijardu upita svakodnevno bude ukucano u Google pretraživač.

U junu 2006. godine, riječ Google dodata je u Oksfordov rječnik engleskog jezika.

Google posjeduje više od 70 kancelarija u više od 40 zemalja svijeta.

99% profita Google-a dolazi od oglašavanja.

56% internet korisnika barem jednom je „guglalo“ svoje ime.

Google je bila prva riječ čak 57% malih Amerikanaca.

Može se pretraživati na 88 jezika.

„Don't be evil“ oficijelni je slogan kompanije.

Saobraćaj Google-a uduplao se kada su dodali opciju „Did you mean?“

BIZ&TECH

ZAŠTO JOŠ NEMAMO ROBOTE KOJI OBAVLJAJU JEDNOSTAVNE KUĆANSKE POSLOVE?

PIŠE: JELENA RAČUNICA ŠATARA



Iako je tehnologija napredovala do te mjere do koje nismo mogli ni zamisliti, činjenica je da većinu kućanskih poslova obavljamo na način na koji su to radile naše bake i majke, i na tom polju se promjene dešavaju veoma sporo. Već su izmišljeni roboti koji slažu garderobu, a najbolja verzija među njima je robot po imenu Laundroid, koji je napravljen u Japanu.

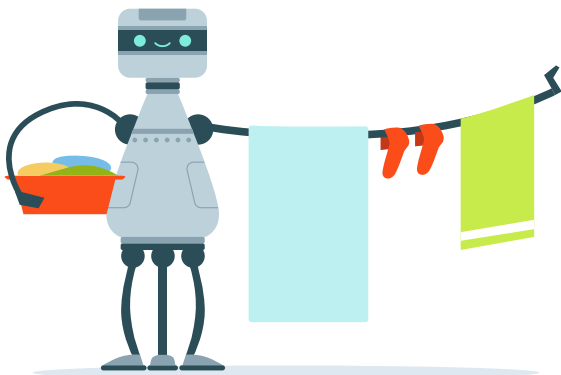


Nedavno je izumljen još jedan koji posjeduje softver napravljen na Univerzitetu Berkley, u Kaliforniji. Ipak, mnogi kažu da se ne treba previše uzbuđivati u vezi s ovim pitanjem, jer iako ovi roboti imaju nevjerovatan nivo koncentracije, njihov progres je bolno spor i pitanje je za koliko godina će biti upotrebljivi na dnevnom nivou.

Ipak, to što je tehnologija došla i do ove tačke na ovom polju veliki je korak naprijed i sigurno će pomoći istraživačima da shvate osnovne probleme koje ima vještačka inteligencija.

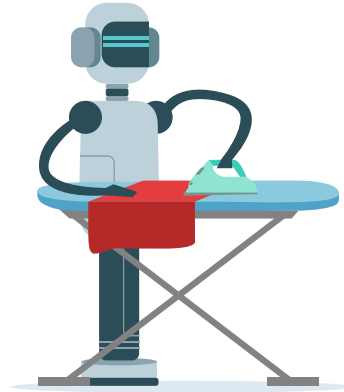
Ako uspiju napraviti robota koji vješto slaže veš, te lekcije moći će primijeniti i na nekim drugim uređajima koji bi mogli biti veoma korisni u nekim situacijama poput oporavka od neke katastrofe ili brige o starima i nemoćnima.

Sve to je zato što je razvijanje autonomnih asistenata koji bi pomagali u domaćinstvu mnogo komplikovanije



nego što se čini. Dok su kućanski poslovi za ljude veoma jednostavni, robotima je iznenađujuće teško da razumiju i izvrše ono što se od njih traži.

Marina Pestana, koja je postavila izložbu „The Future Starts Here“ u londonskom muzeju, kaže da je to paradoks i da je nevjerovatno kako je pomoću vještačke inteligencije



robotu potrebno 15 minuta da uradi nešto za šta čovjeku treba nekoliko sekundi, a to je slaganje veša.

Autonomni asistent koji dobro obavlja svoj posao u domaćinstvu mora biti svestran, podložan promjenama u okruženju i jednostavan za upotrebu u bilo kojem okruženju. Najveći problem je to što roboti nemaju nikakvo predznanje i, iako mi mislimo da je sasvim dovoljno da izdamo komandu da slaže veš, činjenica je da robotu treba mnogo više informacija od samo te jedne - od toga kako tačno da pomjera dijelove do informacije kako da koristi dijelove i senzore u toj radnji - i zato je sve to mnogo komplikovanije nego što se čini.

To su glavni razlozi zbog kojih se tehnologija u ovom smjeru razvija veoma sporo i pitanje je da li ćemo u skorije vrijeme doživjeti da imamo mašine koje će nas mijenjati u obavljanju nekih najprostijih stvari.



BIZ&TECH



PUSTA FABRIKA U PARIZU

KOJA JE POSTALA JEDAN OD NAJLJEPŠIH EVROPSKIH MUZEJA

PIŠE: STAŠA NIKODINOVIĆ

Da li ste ikada imali želju da zakoračite u jedno od nevjerojatno živopisnih djela Gustava Klimta ili da se još više približite upečatljivim likovima Egona Šilea? Sada to možete učiniti na jednom sasvim neočekivanom mjestu!

U pitanju je nekadašnja topionica metala, smještena u istočnom dijelu Pariza, koja je postala poprište jednog sasvim neobičnog audio-vizuelnog iskustva. Radi se o digitalnoj izložbi „Atelier des Lumières“, u organizaciji muzejske fondacije „Culturespaces“, koja omogućava do sada jedinstven doživljaj čuvenih umjetničkih djela.

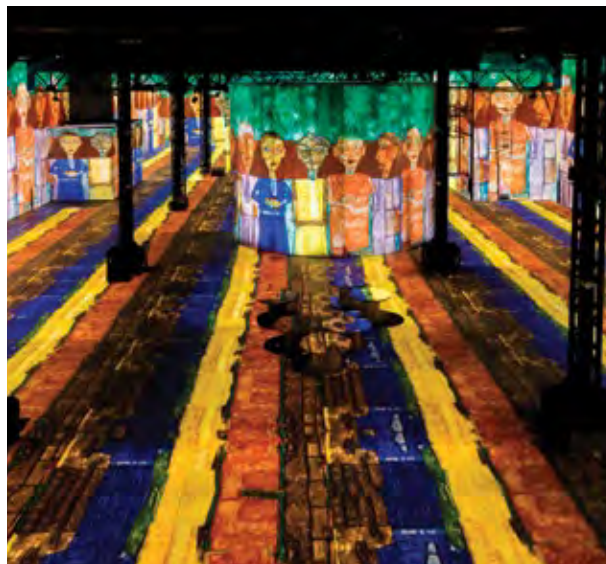
Ovaj „pariski studio svjetlosti“ smješten je na prostoru od 16.000 metara kvadratnih, a za realizaciju izložbe korišteno je 140 laserskih video-projektora te vrhunski zvučni sistem. Zajedno su omogućili nevjerojatnu transformaciju golih betonskih zidova u najpoznatija djela slavni umjetnika, koja prosto dobijaju novi život pred očima posjetilaca.

„Moj cilj bio je da se posjetioci u potpunosti ‚stope‘ sa pikselima i zvukovima koji ih okružuju i da kreiram jedinstveno senzorno iskustvo kako bih umjetnost približio ljudima“, objasnio je predsjednik „Culturespaces“ fondacije Bruno Monije.

Glavna izložba počinje slikom neoklasicističke scene u Beču i predstavlja prikaz arhitekture ovog grada uključujući Nacionalni teatar Austrije, kao i Muzej istorije umjetnosti, građevine koje sadrže freske koje je oslikao Klimt. Nakon toga u sklopu projekcije u priču se uvodi pokret secesije u Beču, kao i slavne građevine koje su nastale u sklopu ovog pokreta, a treći dio projekcije uključuje zlatni period ovog umjetnika, kao i njegove čuvene prikaze prirode. U kasniju projekciju uključena su djela Egona Šilea, još Klimtovih djela, uključujući njegove portrete žena, radovi bečkog arhitekta Fridensrajha Hundertvasera, kojeg je inspirisao secesionistički pokret, kao i djela mladih umjetnika na početku karijere.

Dok se na zidovima smjenjuju živopisna slikarska remek-djela, posmatrači mogu uživati i u muzici koja se savršeno uklapa u atmosferu ove jedinstvene izložbe - kompozicijama Riharda Vagnera, Šopena i Betovena.

Podaci pokazuju da raste interes publike za ovu vrstu izložbi: samo u prva tri mjeseca od otvaranja izložba „Atelier des Lumières“ privukla je preko 400.000 posjetilaca. Ovo je višestruko premašilo očekivanja organizatora, koji su već počeli razmišljati o organizaciji slične izložbe u nekom drugom francuskom gradu. Do kraja godine očekuje se otvaranje sličnog digitalnog centra u Južnoj Koreji, a 2019. i u Americi.



BIZ&TECH

APPLE CAR STIŽE 2025?

PIŠE: JELENA RAČUNICA ŠATARA



Taman kada smo pomislili da je tajni projekt kompanije „Apple“ o razvijanju automobila stvar prošlosti, ponovo su počele da kruže glasine o njemu.

Ovoga puta analitičar „TF International“ kompanije Ming-Či Kuo vjeruje da će ova kompanija lansirati svoj Apple Car između 2023. i 2025. godine.

Kuo vjeruje da je ovaj automobil novi „zvjezdani“ projekat ove kompanije i citira nekoliko izvora zbog kojih vjeruje da je njegov razvoj sigurna i logična naredna stvar za „Apple“.

Jedan od najočitijih razloga zbog kojih se Apple Car kreira jeste sljedeći korak u razvoju na tehnološkom tržištu. Sa novim tehnologijama poput uvećane realnosti, autonomnog sistema vožnje i elektrifikacije otvaraju se bezbrojne mogućnosti za razvoj automobila, a automobilska industrija zrela je za transformaciju.

Automobilska industrija prepuna je igrača koji su odavno osvojili scenu, tako da se postavlja pitanje kako će „Apple“ napraviti nešto drugačije u odnosu na konkurenciju, pogotovo kada se uzme u obzir činjenica da ova kompanija do sada nema dokazan uspjeh na ovom polju.

Tu se treba samo podsjetiti činjenice da se isto dogodilo sa iPhone-om, koji je prosto „ušetao“ na tržište, gdje su već postojali lideri na polju mobilne telefonije, poput kompanija „BlackBerry“, „Nokia“, i „Motorola“, i prosto ga pokorila.

Kuo vjeruje da će u ovom slučaju biti ključno to što bi „Apple“ mogao napraviti presedan u vezi s pitanjem integracije hardvera i softvera na jedan inovativan način koji nije viđen nikada ranije.

JAPANSKI NAUČNICI IZUMILI ROBOTSKU RUKU KOJOM SE MOŽE UPRAVLJATI MISLIMA

Nedavno su japanski naučnici sa Instituta u Kjotu napravili robotsku „treću ruku“, koja bi poboljšala multitasking sposobnosti svakog čovjeka, a ono što je najbolje, njome se upravlja mislima, jer šta će vam treća ruka ako njome morate upravljati postojećim rukama.

Ovakvi izumi obično su namijenjeni ljudima sa invaliditetom, ali sa ovom rukom to nije slučaj, ona je namijenjena baš za multitasking. To znači da može obavljati samo jednostavne zadatke, ali i to može biti od velike pomoći u pojedinim situacijama.

Demonstracija ove ruke pokazana je tako što je korisnik na glavi imao kapu na koju su povezane dvije elektrode koje prate moždanu aktivnost. Ono što je sjajno jeste činjenica, da biste kontrolisali ovu ruku, ne morate u potpunosti biti fokusirani samo na nju, jer to je ono što multitasking u stvari i jeste, da obavljate više stvari odjednom, a da se ni na jednu ne morate u potpunosti fokusirati.



KO SU ZAPRAVO *influenseri?*

PIŠE: NATAŠA BURSAC

Vjerovatno ste do sada čuli ovu riječ, ali možda niste sigurni šta ona tačno znači, pa za početak da to razjasnimo.

Naime, sama riječ je tek nedavno nastala u engleskom jeziku, a ubrzo se proširila, gotovo netaknuta, do našeg podneblja. Naravno, sa samom riječi dolazi i sve ono što ona predstavlja. Naime, od engleske riječi „influence“, što ugrubo znači uticati na nekoga ili nešto, nastaje i pojam „influenseri“. Jednostavno rečeno, to su ljudi koji na svom izbornom mediju, pa se stoga još nazivaju i „social media influencers“, odnosno „influenseri putem društvenih mreža“, podržavaju neki proizvod, radnju, mjesto, događaj i tome slično, i za to su plaćeni. Medij usklađuju s tim na koju publiku ciljaju i koju vrstu proizvoda promovišu. Najviše influencersa trenutno ima na Instagram-u, Twitter-u, YouTube-u, Facebook-u, kao i na ličnim blogovima.

Obično počinje tako što neko napravi blog ili nalog na nekoj društvenoj mreži o nečemu što voli i što mu je strast. To može biti šminka, hrana, putovanje, moda, onlajn igrice ili bilo šta drugo. Ukoliko je njegov ili njen trud uspješan, odnosno ukoliko su dobro prenijeli svoju strast i ljubav putem društvene mreže po izboru, privući će pratioce i publiku, odnosno „follower“-e. Kada broj folovera, dakle, pratilaca postane ogroman i ta osoba

postane poznata i zapažena, kompanije onda stupaju u kontakt s njom sa ponudom za partnerstvo i/ili reklamu. Tu reklamu onda svi pratioci vide i (po ličnom izboru) zaključuju da kupe proizvod, ili ipak ne. Ukoliko reklama zaista uspije i osoba ubijedi publiku da kupi proizvod, tog trenutka ona postaje influencer.

U tom marketinškom momentu razaznaje se da li je u pitanju osoba koja samo pokazuje ljubav prema tome što radi javno ili, pak, uspijeva na tome i da zaradi. Zvuči lako, zar ne - ali nije baš. Potrebno je mnogo truda i ulaganja, ali se to na kraju i te kako isplati.

A KAKO JE SVE POČELO?

Prvi svojevrsni influencer bio je u stvari Djed Mraz. Da, Djed Mraz. Razmislite o tome. Sve nas je ubijedio da kupimo koka-kolu. I od te, svima poznate i vrlo uspješne kampanje pa do nedavno objavljene (a ujedno i jedne od najlajkovanijih) fotografija na Instagram-u gdje Selena Gomez ispija koka-kolu, uviđamo da ova kompanija i te kako zna da prati marketinške trendove, ali i da ih uspostavlja.





A KO SU ONDA INFLUENSERI DANAŠNJICE?

To su ljudi koji su zaista pretvorili svoj entuzijazam u vezi s nečim u profit. Mahom su iz sfere mode, fitnesa, fotografije, ljepote... Jedna od najuticajnijih osoba na društvenim mrežama je upravo iz svijeta ljepote.

Zove se Huda i od prvog editorijala o tome kako se našminkati pa do čitave imperije šminke i kozmetike, put je bio dug - folover po folover. Danas ih ima preko 27 miliona (samo na Instagramu).

Što se tiče modnog svijeta, tačnije modnog blogovanja, najuticajnija je (već niz godina) Kjara Feranji. Tačnije, počelo je modnim blogom, a sada je već u pitanju čitava mala modna imperija. Pratioci, takođe se broje u milionima, 15 miliona da budemo precizniji (na Instagramu), vremenom su sve brojniji. Njene sposobnosti kao menadžera u promociji i vođenju bloga su zapravo predmet proučavanja na prestižnim biznis školama u svijetu.



Vođeni ovim idejama, i na našim prostorima uveliko traje era influencersa. Nekih su već i etablirani.

Možda ipak treba staviti naglasak na domaću Twitter scenu. Broj tviteraša u Srbiji (jer je tu ovaj medij možda i najpopularniji) i regionu brzo raste i to tržište se značajno povećava. Mahom se javljaju novi profili, gdje ljudi na duhovit i sarkastičan način komentarišu svakodnevicu i aktuelnosti. Rastom broja njihovih pratilaca raste i broj reklama. Samim tim i zarada.

Većina kompanija koje su se odlučile za saradnju sa uticajnim ljudima društvenih mreža naglašava da je ovo dobar vid reklame, čak naglašavaju da mogu ciljano da utiču na željenu grupu ljudi, što je, složićete se, veoma bitno. Umnogome im olakšava pristup korisnicima, stalnim i nekim novim.

Kada pričamo o influencerima, pogotovo onim sa naših prostora, treba svakako spomenuti i tzv. jutjubere. Jasno nam je da uticaj vrše preko mreže YouTube, ali šta tačno rade, odnosno šta žele da prodaju? Opet tu možemo pomenuti one koji se bave ljepotom, dakle, prave make-up tutorijale ili praktične savijete za njegu lica, kose, tijela itd. Napomene radi, tutorijal je posuđenica iz engleskog jezika, a označava detaljna uputstva kako se nešto radi, tačnije, snimak koji nas vodi kroz sam proces rada, korak po korak. Pa tako imamo tutorijale na YouTube-u kako nešto napraviti - bilo hranu ili neku igračku, kako urediti prostor bilo koje vrste... Lista je zaista veoma dugačka. Tu su uputstva, recimo, kako preći neku igricu ili kako riješiti problem tehničke vrste na nekom od vaših uređaja.

Prognoze su da će se ovaj vid reklame zadržati bar još neko vrijeme. Dakle, influencersi ne idu nikuda. Možda je čak pravo vrijeme da se i vi angažujete. Pretvorite strast i zabavu u profit.



SVJETSKI DOGAĐAJI



IFA 2018

PONOVO U ZNAKU PAMETNIH I POVEZANIH UREĐAJA

PIŠE: DEJAN TRINIĆ

Sajam koji se već godinama održava početkom septembra u glavnom gradu Njemačke donosi pregled svih najaktuelnijih noviteta iz svijeta potrošačke elektronike, ali nudi i pogled u budućnost i tehnološke inovacije koje tek dolaze.



Ukoliko ste zaljubljenik u tehnologiju i sve što nam ona nudi, onda ste vjerovatno i čuli za sve ove prestižne događaje, ali nije loše posložiti kalendar za 2019. godinu i spremiti se za sve ono što nam ona donosi, bar kada je riječ o tehnologijama.

IFA sajam u Berlinu najveći je sajam potrošačke elektronike na evropskom kontinentu, koji početkom jeseni predstavlja vrhunski poslovni događaj iz svijeta tehnološke industrije.

Ovogodišnji berlinski kongres tehnologije svoja vrata otvorio je posljednjeg dana avgusta i trajao do 5. septembra. Na 160.000 metara kvadratnih izložbenog prostora ugostio je više od 1.800 proizvođača iz cijelog svijeta te privukao oko 245.000 posjetilaca.

Tradicionalno, izostale su velike premijere u mobilnoj industriji, jer su tri vodeća proizvođača, Samsung, Huawei i Apple, predstavili flegšip modele za 2018. godinu na sopstvenim događajima.

Ipak, posjetioci i 6.000 novinara iz 75 zemalja na sajmu su imali priliku da vide nekoliko zanimljivih premijera smartfona, brojne geđžete, napredna rješenja za pametne domove i ostale novitete iz polja potrošačke tehnike.

HONOR

Honor smartfoni, kao podbrend Huawei-ja, već pet godina uspješno se probijaju na svjetskom tržištu i uveliko su pomogli kompaniji Huawei da se domogne druge pozicije kada je u pitanju globalna prodaja telefona.

U Berlinu je premijerno predstavljen Honor Play, telefon prvenstveno namijenjen mlađoj populaciji. Njegovo



najmoćnije oruđe je GPU Turbo tehnologija, koja predstavlja do sada najinovativnije rješenje za gejming iskustvo na smartfonu. Honor Play konkurisaće atraktivnom cijenom uređajima drugih kineskih proizvođača, a njegov adut je i Huawei Kirin 970 čipset, koji se tako prvi put našao „ispod haube“ telefona srednjeg cjenovnog ranga.

Upravo je Honor Play osvojio priznanje „Best of IFA 2018“ za najbolji uređaj na ovogodišnjem IFA sajmu u Berlinu.

KIRIN 980

Glavna zvijezda nastupa kompanije Huawei u Berlinu bio je procesor Kirin 980, prvi komercijalni čipset proizveden 7-nanomilimetarskom tehnologijom, za koji se očekuje da će nastaviti evoluciju na polju mobilne vještačke inteligencije.

Kirin 980 kombinuje ultravisoke performanse i energetska efikasnost, a proizvođač tvrdi da su njegova Cortex-A76 jezgra 75% moćnija i 58% efikasnija od procesora prethodne generacije.

Na površini od jednog centimetra kvadratnog ovog superprocesora nalazi se čak 6,9 milijardi tranzistora, što je za konkurenciju trenutno nedostižno. Kirin 980 će činiti okosnicu svih najboljih Huawei mobilnih telefona u narednih godinu dana, a čast da ga prvi isproba imaće Huawei Mate 20.



SONY

Japanska kompanija Sony u Berlinu je predstavila novi model vodeće XZ linije, Xperia XZ3, koji posjeduje 6-inčni OLED ekran, odnosa stranica 18:9 i rezolucije slike od 2.880 x 1.440. Sony Xperia XZ3 stiže sa posljednjim Android 9 Pie operativnim sistemom i biće opremljen moćnim Qualcomm Snapdragon 845 čipsetom. Koristi vještačku inteligenciju,

posjeduje mogućnost brzog i bežičnog punjenja, kao i ostale napredne funkcije koje su karakteristične za top modele.

Sony je i dalje proizvođač koji u svoje modele ugrađuju vrhunske kamere, ali odolijeva trendu ugradnje dvostrukih i trostrukih sočiva, pa se može pohvaliti „samo“ jednom kamerom sa 19,2 megapiksela.

LG

Južnokorejska kompanija ove godine u Berlinu pokazala je dva nova telefona iz serije G. Riječ je o liniji cjenovno pristupačnih smartfona, modelima G7 One i G7 Fit, koji su zapravo „lite“ verzije njihovog flegšipa G7 ThinQ. Ovo su ujedno prvi LG telefoni koji se softverski oslanjaju na Android One operativni sistem, koji ima predinstalirane samo najbitnije aplikacije, a telefon automatski optimizuje pozadinsku aktivnost za najbitnije radnje.



HTC

Tajvanska kompanija u Berlinu je došla da predstavi model iz U serije pametnih telefona, a to je pristupačni U12 Life iz nagrađivane porodice smartfona. Uređaj ima jedinstvenu dvostruku završnu obradu sa suptilnim prugama na akrilnom staklu sa metalnim dizajnom. HTC U12 Life okružuje živopisni 18:9 „full-body“ ekran, a ovaj model pretenduje

da odnese pobjedu u kategoriji „best buy“ uređaja zbog izuzetno dobrog odnosa cijene i karakteristika.

WIKO

Posjetioci su tokom sajma obilazili štand francuske kompanije Wiko, koja je u Berlin donijela tri vrlo interesantna telefona. Modeli Wiko View 2 Plus, View 2 Go i Harry 2 namijenjeni su korisnicima sa ograničenim budžetom, ali bez kompromisa kada su u pitanju performanse i dizajn. Zanimljivo je da Wiko telefoni neodoljivo podsjećaju na Honor uređaje te da je ovaj proizvođač jedan od rijetkih evropskih proizvođača s velikim rastom prodaje, što je uglavnom karakteristično za kineske brendove.

četiri metra udaljenosti, omogućavajući pri tome upotrebu Cortana i Alexa asistenata.

8K TV

Tehnološka smotra u Berlinu nije isključivo sajam mobilnih uređaja i računara, pa su na sajmu viđeni i najnoviji trendovi iz svijeta televizora, multimedije i ostalih uređaja iz segmenta potrošačke elektronike. Samsung je u Berlin došao da predstavi nove Galaxy Watch i Bixby uređaje, koji su nedavno predstavljeni javnosti, zajedno sa Note 9 telefonom, a predstavio je i novu liniju 8k televizora sa QLED panelima.

Berlin je mjesto koje svake godine privlači hiljade novinara iz cijelog svijeta, ali i okupljalište ključnih poslovnih ljudi iz tehnoloških kompanija, na kojem se sklapaju poslovi u vrijednosti od nekoliko milijardi dolara.

BLACKBERRY

Nostalgičari su se obradovali kada su na IFA 2018 sajmu u Berlinu ugledali i najnoviji model telefona iz kompanije BlackBerry, model Key2LE, namijenjen ljubiteljima hardverskih tastatura na pametnim telefonima.

MOTOROLA

Motorola je u Berlinu izložila model One, pokretan novim Android One operativnim sistemom, za koji Google obećava da će doživjeti makar dvije naredne android nadogradnje (Android Pie i budući Android Q), kao i mjesečne zakrpe kompanije u trajanju od najmanje tri godine.

LENOVO

Lenovo je osvježio svoju vodeću seriju Yoga hibridnih računara, koji se mogu koristiti u različitim režimima, od laptopa do tableta. Novi Yoga Book C930 je prvi laptop sa dva ekrana koji ima podršku za e-ink funkciju, koji uz olovku pretvara ekran u dinamičnu, prilagodljivu tastaturu. Ovaj uređaj podržava i Dolby Vision HDR kvalitet slike, a Yoga C930 će moći da prepozna glasovne komande sa čak

Upravo su pažnju posjetilaca privukli 8k televizori, koji na ekranu sadrže duplo više piksela od 4k i čak 16 puta više od HD rezolucije. Prema riječima vodećih ljudi iz kompanije LG i Samsung, 8k TV pruža kvalitet slike koji je najbliži onome što vidi ljudsko oko. Iako još ne postoji dovoljno ni 4K, a kamoli 8K sadržaja, činjenica je da je budućnost televizora već sada tu, pred našim očima.

SMART HOME

Brojni posjetioci ovogodišnjeg IFA sajma mogli su da vide iz prve ruke kako izgledaju inteligentni domovi iz ugla kompanija LG, Samsung i Lenovo. Radi se o velikoj porodici uređaja koji dom korisnika čine pametnim, a rad ovakvog sistema zasnovan je na IoT tehnologiji, koja vrši kontrolu nad svakim od kućnih uređaja. „Internet stvari“ uz podršku mobilnih aplikacija, smartfona te Google, Amazon i Alexa glasovnih asistenata, transformišu život u domu kakav smo do sada poznavali. Posjetioci su mogli vidjeti LG-ijev ThinQ Artificial Intelligence sistem, koji je razvijen krajem prošle godine za identifikaciju LG kućanskih aparata.

Vrata berlinskog tehnološkog kongresa zatvorena su 5. septembra, a novo druženje zakazano je za 6. septembar 2019. godine.

NASLOVI



PRIPREMILA:
JELENA RAČUNICA ŠATARA



APPLE

Akcije kompanije Apple ove godine,

dostigle su istorijsku vrijednost od nevjerovatnih milijardu dolara i na taj način ona je postala prva američka kompanija koja je javnom prodajom prešla taj prag. Dionice su nakratko dostigle cijenu od 207,05 dolara i to je bilo sasvim dovoljno da ovaj tehnološki gigant dostigne milijardu prije povlačenja.



SAMSUNG GALAXY NOTE 9

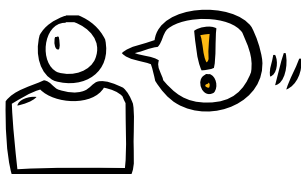
KONAČNO SMO DOČEKALI

uređaj, koji je, prema prvim reakcijama, zaista nadmašio očekivanja korisnika i stručne javnosti širom svijeta. Mnogi kažu da je ovo uređaj koji prevazilazi mobilni telefon te da će ispuniti očekivanja i onih najzahtjevnijih.

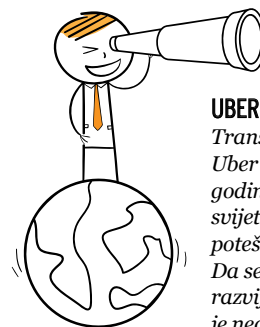


KOMPANIJA AMAZON

je nedavno postigla tržišnu vrijednost od jednog biliona dolara i time se pridružila kompaniji Apple. Osnovan 1994. godine, Amazon je najveći servis na svijetu za online prodaju, a njegov osnivač Jeff Bezos jedan je od najbogatijih ljudi, čije se bogatstvo procjenjuje na **nevjerovatnih 160 milijardi dolara.**



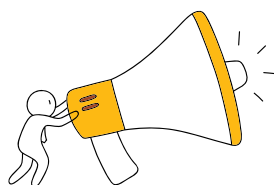
JEDNA OD NAJUSPJEŠNIJIH AUTOMOBILSKIH KOMPANIJA AUDI predstavila je svoju viziju automobila budućnosti. Riječ je o modelu naziva PB18 e-tron, električnom automobilu visokih performansi. Napravljen je od posebnih materijala, aluminijuma i karbona, ne bi li mu težina bila što manja. Biće to jedan od najlakših automobila ikad proizvedenih, težine 1.550 kg.



UBER

Transportni servis Uber postoji od 2010. godine i brzo se proširio svijetom uprkos brojnim poteškoćama koje je imao. Da se Uber veoma brzo razvija, dokaz je i to što je nedavno probio brojku od 10 milijardi odvezenih vožnji širom svijeta.

G O O G L E



Najpopularniji internet pretraživač ove godine napunio je 20 godina i time je zvanično izašao iz tinejdžerskih godina. Google je zvanično lansiran 27. septembra 1998. godine. Svi znamo da internet ne bi bio ni upola onakav kakvim ga danas znamo da nije bilo Google-a i zato je ovo veoma važan rođendan za sve nas.

BREND OVI KOJIMA VJERUJEMO

Galaxy Note 9:

TELEFON KOJI PREVAZILAZI SVE DOSADAŠNJE

PRIPREMIO: DEJAN TRNINIĆ

Kada je u martu ove godine kompanija Samsung predstavila svoje najnovije uređaje iz Galaxy S serije, mislili smo da je to maksimum koji može dati, bar kad je ova godina u pitanju. O, kako smo se samo prevarili! Već početkom avgusta predstavljen je Samsung Galaxy Note 9, uređaj koji prevazilazi sve dosadašnje, telefon koji apsolutno ne treba da poredite sa bilo kojim drugim, jer je on jednostavno poseban.

Na Unpacked događaju koji je održan u Njujorku, Galaxy Note 9 predstavljen je cijelom svijetu, a utisak koji su svi imali nakon samog događaja jeste da će se Samsung morati dobro da se potruži da nadmaši samog sebe.

Kada su u pitanju specifikacije na papiru Note 9 svakako je trenutno najmoćniji uređaj na tržištu i sigurno će zadiviti čak i one koji do sada nisu koristili Samsung uređaje. Jedan od direktora kompanije Samsung D.J. Ko na samom predstavljanju rekao je da je ovo jedini telefon koji će ikome ikada biti potreban, jer ispunjava sva očekivanja i želje koje bi neko mogao da ima kad je u pitanju mobilni telefon.

„Ovaj uređaj vam omogućava da lakše i brže obavljate svakodnevne poslove, on je vizija koju samo Samsung može da ponudi svojim korisnicima“, rekao je Ko za vrijeme predstavljanja novog Galaxy Note modela i poboljšane S Pen olovke.

Ono što je zaista impresivno kad je ovaj telefon u pitanju jeste to da je napravljen u saradnji sa korisnicima širom



svijeta, koji su dali svoje smjernice o tome kako bi oni željeli da novi Note izgleda. YouTube ga je označio kao najbolji telefon za gledanje YouTube sadržaja, što zaista nije mala stvar, a ako uzmemo u obzir da ima ekran veličine 6,4 inča, lako možemo povjerovati u to.

Novi Note dobio je poboljšanje i na polju ergonomije, jer je staklo znatno zaobljenije nego kod prethodnog modela, a metalne ivice su po sredini jače izražene. Skener otisaka prstiju sada se nalazi ispod kamere, što uveliko olakšava držanje i korištenje.

Kad je u pitanju baterije, radi se o dosad najjačoj bateriji na Note uređajima, a iznosi 4.000 mAh. Početna memorija za sve korisnike je nevjerojatnih 128 GB, dok će u ponudi

biti i verzija od čak 512 GB. Ako tome dodamo i podršku za microSD karticu, dobijamo telefon sa jednim terabajtom memorije. Tu je i nezaobilazna Exynos i Snapdragon q10 nanometarska platforma, koja je najbrža do sada, a uz ovaj telefon ekskluzivno dolazi i popularna igra Fortnite, koju će biti pravo zadovoljstvo igrati na ovom uređaju s obzirom na 6 ili 8 GB RAM-a.

Kamera ovog telefona oponaša ljudsko oko te prilagođava optiku i algoritme sa DualPixel sistemom, kako bismo dobili najbolje moguće fotografije, ali i video-zapise. Dualna kamera ima 12 + 12 megapiksela i sadrži telephoto, Dual OIS za foto i video, 4K video-snimanje, LED blic, HDR, hibridni fokus, Live Focus za portrete i predjele te 2x optički zum. Selfi kamera ima 8 megapiksela, f/1,7, dual video, Auto HDR i autofokus.

Galaxy Note 9 pruža cijeli jedan svijet mogućnosti, on otvara vrata cijelom eko-sistemu Samsung servisa, jer zajedno sa SmartThings možete da ga koristite za kontrolisanje povezanih uređaja, kao i pametnog asistenta po imenu Bixby.

Podržava brzo i bežično punjenje, otporan je na vodu i prašinu, sadrži Samsung Pay, Samsung Health i još mnoštvo funkcija koje će vam sigurno olakšati život.

KAKO JE EVOLUIRALA GALAXY S PEN OLOVKA

Samsung je uz novi Galaxy Note telefon predstavio i stvarno monumentalnu evoluciju S Pen olovke, koja je postala prava ikona ovog tableta.

Galaxy Note 9 S Pen sa ugrađenim Bluetooth support-om i sopstvenom baterijom bi, prema najavama, trebalo da revolucionizuje način na koji koristimo električne olovke. U nastavku vam donosimo kratki pregled evolucije ove supersofisticirane olovke.

S Pen nastao je u saradnji sa kompanijom Wacom, a originalna Samsung Galaxy Note S Pen olovka bila je dugačka 14 mm i u nju je bilo upakovano 256 nivoa osjetljivosti na polju pritiska. Ova izuzetno lagana olovka, koja se mogla jednostavno izvaditi iz donje ivice Note-a, bila je mnogo funkcionalnija zamjena za ljudske prste tako da je omogućila brži pregled i pokretanje aplikacija, skrolovanje kroz veb-stranice i još mnogo drugih funkcija važnih za jedan dobar fablet.

Pametni (smart) dio u slovu „S“ kod originalne S Pen olovke postao je standardni dio naziva Samsung-ove popap olovke tokom narednih godina.

Iduća S Pen olovka bila je malo duža i nekoliko milimetara deblja od prethodne te je imala nešto širi gumeni vrh kako bi se činila kao prava olovka. Pored toga, osjetljivost na pritisak uvećana je čak četiri puta.

Najvažniji dodatak bila je Wacom-ova funkcija digitalizacije, koja je omogućila da Galaxy Note 2 praktično „osjeti“ kada se S Pen olovka približi ekranu, bez toga da ga ona fizički dodirne. Samsung je ovo iskoristio uz pomoć nove funkcije Air View, koja korisnicima omogućava da vide male popap preglede poruka, dokumenata, fotografija pa čak i video-snimaka.

U slučaju Galaxy Note 3 smartfona osjetljivost na pritisak kod S olovke ostala je praktično ista, ali dizajn olovke prošao je kroz temeljne promjene, tako da je ona bila mnogo elegantnija i simetričnog dizajna. To je značilo i da mnogo elegantnije možete staviti olovku u za to predviđen džepić sa desne strane.

Svaka naredna generacija S olovke donijela je sa sobom nova poboljšanja, a biće uzbudljivo pratiti njenu dalju evoluciju.

Samsung Galaxy S Note 9 možete pronaći u ponudi kompanije m:tel.



Booking.com



PRIČA O USPJEHU

GERT-ŽAN BRUINSMA:

OSNIVAČ BOOKING-A

PIŠE: NATAŠA BURSAC

Booking je od jedne male holandske startup kompanije postao jedna od najvećih kompanija za onlajn rezervacije smještaja na svijetu.

Kao dio grupacije Booking Holdings Inc., Booking trenutno ima više od 17.000 zaposlenih u 198 kancelarija i 70 država širom svijeta.

Misija ove kompanije je da omogući ljudima da putuju i istraže cijeli svijet, te ulaže u razvoj digitalne tehnologije kako bi putovanje učinila što lakšim.

Povezuje putnike sa najvećim izborom nevjerovatnih mjesta za boravak, uključujući sve, od apartmana, kuća za odmor i porodičnih pansiona sa uslugom doručka do luksuznih kompleksa sa pet zvjezdica, kućica na drvetu, pa čak i iglua.

Isto tako, treba napomenuti da nudi širok dijapazon cijena, tako da smještaj, datum, vrijeme, lokaciju i broj ljudi možete da pronađete u okviru novca koji ste spremni da izdvojite za putovanje.

Još jedna bitna stvar je to da je vaša rezervacija sigurna i da je vaša privatnost zagarantovana.

To potvrđuje i veliki broj korisnika.

U Booking-u vjeruju da svi odlični objekti zaslužuju da budu otkriveni i predstavljeni. Upravo zbog toga svi iz cijelog svijeta mogu brzo i lako da promovišu svoj objekat, privuku nove goste i poboljšaju svoje poslovanje putem njihove platforme.

Korisnici mogu da rezervišu svoj idealni smještaj putem Booking.com veb-sajta, bez troškova rezervacije i uz njihovu garanciju vraćanja razlike u cijeni.

Sve mogućnosti su predviđene.

„Godine 1996. počeo sam da radim na sajtu. Sinula mi je ideja: Šta ako bi svako mogao rezervirati hotel onlajn? Kako posjedujem određene vještine u programiranju, kao i opšte kompjutersko znanje, odlučio sam da treba da pretvorim ovu ideju u stvarnost. Te godine počeo sam da radim na sajtu koji sada znate kao Booking.com.“

Tim riječima Gert-Žan Bruinsma objašnjava korijene ideje popularnog sajta, koji ukupno ima preko 28.889.846 listinga na 137.971 destinaciji u 229 država širom svijeta.

Svakodnevno preko 1.550.000 boravišnih mjesta bude rezervirano upravo putem ovog sajta. Dostupan je skoro svima, na čak 43 jezika. Njihov slogan je: „Domovi, kuće i sve između.“ (Homes, houses and everything in between).

Još navodi da je tih godina bilo gotovo nemoguće rezervirati hotelsku sobu, pogotovo ako želite da rezervirate sobu u drugoj zemlji. Sve se moralo obavljati uz pomoć telefona, u nadi da se nešto nije izgubilo u prevodu. Neki se sigurno sjećaju ovog perioda i ovakvih planiranja odmora. Sve to bilo je teško i radnicima hotela, sigurni smo.

„Jednom prilikom, u početku razvoja ideje, primio sam poziv i tada su mi rekli da ne žele da prihvate reklamiranje na internet adresi, te da mora biti isključivo preko broja telefona!“

Danas vas ipak od rezervacije idealnog smještaja odvaja tek nekoliko klikova. Pozivi nisu (toliko) potrebni.

I pored toga što konstantno nailazi na nerazumijevanje, ostaje istrajan. I isplatilo mu se.

Do 2002. godine već je imao preko 50 zaposlenih i napokon je završio tehničko uređivanje sajta te se, odlučan u ideji da se u potpunosti posveti porodici, ubrzo povukao s posla. Prepuštio je većinu obaveza svojim kolegama, ali to nije bio problem, jer se u narednom periodu, iz godine u godinu, broj zaposlenih čak udvostručavao.

Širom svijeta otvarale su se mnogobrojne filijale. Mnogobrojni partneri danas su također dokaz truda i rada, kao i dobre ideje, ali prvenstveno uzajamnog razumijevanja te ideje.

A Gert-Žan počeo je sam, stvarajući i učeći usput. Danas su vodeća kompanija u rezervisanju smještaja onlajn. Takođe, naglašava da je spoj starog, provjerenog i modernog zapravo najbolja kombinacija. Ističe da je možda najznačajniji odjel upravo centar za pozive (Call center), ali je i napredak tehnologije nešto što je obilježilo njegovu ideju.

Gert-Žan zapravo je diplomirao na Univerzitetu u Enshede (Enschede) u Holandiji kada je WWW verzija bila tek u nastajanju. Odmah su ga privukle te tehnološke mogućnosti, ali tada nije bilo mnogo istomišljenika. „Malo ljudi tada je shvatalo da 'mreža širom svijeta' (World Wide Web) može da bude rješenje za sve probleme. Dok je većina mislila da je to samo prolazna stvar, ja sam imao ideju“, ističe Gert-Žan.

Tvrđi da je tajna uspjeha zapravo u jednostavnosti. Jednostavne stvari su lakše za organizovanje i održavanje i moraš uvijek da razmišljaš na nivou korisnika.

Ne treba ići sa idejom osvajanja tržišta i zgrtanja novca, „naprosto, trudi se da riješiš neki problem ili da ga bar olakšaš“. Takođe, uvijek ima mjesta za napredak. „Kreni iz svog kulturološkog okruženja, tu traži ideje i uči od drugih.“

Ideja koje se u Booking-u uvijek drže je: Radi naporno dok klijent ne bude zadovoljan. Iako se mnogo toga od nastanka kompanije promijenilo, i dalje idu manjim koracima naprijed.

Nedavno, nakon duže pauze i odluke da se posveti djeci i porodici, Gert-Žan Bruinsma vratio se u igru. U iščekivanju smo šta će to novo da donese nama, putnicima, sajtu, sigurno sprema neke nove ideje.

Spada među 30 najboljih evropskih tehnoloških preduzetnika već godinama unazad.

TESTIRAMO



HONOR 10

PREMIJUM TELEFON
PO PRIHVATLJIVOJ CIJENI

PIŠE: JELENA RAČUNICA ŠATARA

Honor telefoni dolaze po atraktivnoj cijeni, ali ne zaostaju mnogo za vodećim modelima najprodavanijih brendova kada su dizajn, performanse i kvalitet u pitanju.

Honor je 2013. godine predstavljen kao podbrend kompanije Huawei, prvenstveno namijenjen za onlajn prodaju, ali su se smartfoni ove linije za kratko vrijeme pobili na svjetskom tržištu i postali ozbiljna konkurencija uređajima drugih proizvođača.

U čemu je tajna uspjeha?

Iako odvojen brend, Honor se oslanja na tehnološki razvoj Huawei-ja, s kojim dijeli resurse, te uz minimalna ulaganja u marketing nudi znatno povoljniju cijenu.

Honor 10 je zvanično predstavljen u Londonu sredinom maja ove godine i već na prvi pogled bilo je jasno da se radi o izuzetno atraktivnom telefonu, koji dizajnom podsjeća na skuplji Huawei P20.

U portfoliju brenda Huawei nalazi se telefon sličnog imena, a riječ je o Honor View 10 modelu. Iako su hardverski veoma

slični, Honor View 10 je pandan Huawei Mate 10 Pro telefonu i nešto je većih dimenzija, dok je Honor 10 sličniji Huawei P20 modelu.

Prodajno pakovanje čine telefon, punjač sa opcijom brzog punjenja, iglica za izvlačenje ladice SIM kartice, USB kabl i uputstvo za upotrebu.

Dimenzije uređaja su 157 x 75,3 x 7,6 mm, a ukupna masa iznosi 172 grama.

Dizajn je tipičan za Huawei, tako da se sa desne strane nalazi dugme za uključivanje/isključivanje i taster za kontrolu jačine zvuka, dok je na lijevoj strani smješten dual slot za SIM kartice. U donjem dijelu nalaze se 3,5-milimetarski priključak za slušalice i USB tip C konektor.

Honor-ova „desetka“ stiže sa IPS displejom dimenzija 5,84 inča i rezolucijom 2.160 x 1.080 piksela. Gustina prikaza iznosi 432 piksela po inču, pa je slika jasna, oštra i detaljna. Zahvaljujući ekranu koji se proteže od ivice do ivice i odnosu stranica 19:9, telefon je pogodan za držanje u jednoj ruci.

Radi se o hardverski jakom telefonu, ispod čije „haube“ se nalazi moćni čipset HiSilicon Kirin 970, kojim je kompanija Huawei uvela vještačku inteligenciju u mobilne uređaje. Raspolaze sa osam jezgara, od čega četiri rade na 2,4 GHz, a četiri štedljivija na 1,8 GHz.

Honor 10 cilja na mlađu populaciju, pa će gejmere obradovati podatak da stiže sa Mali-G72 MP12 grafičkim čipom, pojačanim neuralnim procesorom, koji asistira kod zahtjevnih procesa.

Što se tiče ostalih specifikacija, Honor 10, zavisno od verzije, posjeduje 4 ili 6 GB RAM-a, sa 64, odnosno 128 GB interne memorije. Zbog podrške za dvije SIM kartice izostala je mogućnost nadogradnje microSD karticama, ali ugrađena memorija će biti sasvim dovoljna za prosječnog korisnika.

Na prednjoj strani telefona ugrađen je prvi ultrasonični senzor za otisak prsta, koji je postavljen ispod stakla. Precizan senzor omogućava detekciju otiska za svega 0.4 sekunde, čak i ako su korisniku mokre ruke. Naprijed je prisutan notch, odnosno zub na ekranu, koji je postao nezaobilazan dio na većini premium telefona predstavljenih u posljednjih godinu dana. Slično kao i kod Huawei P20 Pro telefona, moguće je softverski eliminisati izrez.

Honor 10 ima 3D staklenu pozadinu, sačinjenu od 15 slojeva nanopremaza, koji uređaju daju poseban reflektujući odsjaj, pa zavisno od ugla gledanja, prikazuje potpuno drugu nijansu na poleđini.

Moramo napomenuti da je zbog povoljnije cijene u ovom modelu izostala prestižna Leica kamera, koju vidamo na flegšip Huawei uređajima. Ipak, ova kamera impresionira zahvaljujući AI opciji, koja je implementirana u skuplje Huawei



modele - P20 i Mate 10. Prilikom snimanja prepoznaje više od 500 različitih scenarija raspoređenih u 22 kategorije i tako poboljšava fotografiju.

Dvostruka horizontalna kamera na poleđini sastoji se od glavne RGB kamere rezolucije 16 MP s otvorom blende f/1,8, te pomoćne monohromatske rezolucije 24 MP, koja snima crno-bijele fotografije. Telefon može da snima video u 4k rezoluciji, a tu su i fazni autofokus, LED blic, kao i podrška za dvostruki zum bez gubitka kvaliteta. Prednja kamera ima 24 megapiksela, uz otvor blende od f/2,0 i opciju AI asistencija.

Njegov adut je i Android 8.1. operativni sistem, koji dolazi sa najnovijom verzijom EMUI 8.1 korisničkog interfejsa. Honor 10 je veoma brz telefon, kretanje kroz menije odvija se glatko, a simultano korištenje više aplikacija teče bez ikakvih problema. Softver radi fluidno, izvršava naredbe bez ikakvih zastajkivanja, uz momentalni odziv, bez dužih učitavanja.

Honor 10 ima glasan zvučnik, a zahvaljujući 3,5-milimetarskom audio-ulazu, moguće je priključiti bilo koje slušalice, pa uz Honor 10 nećete morati da nosite adapter sa sobom.

S obzirom na to da je debljina kućišta svega sedam milimetara, telefon dolazi sa ugrađenom baterijom kapaciteta 3.400 mAh, identičnom onoj u modelu Huawei P20. Super Charge punjač će praznu bateriju za samo 30 minuta napuniti do 50%, dok će 100% dostići za nešto više

od sat. Uz umjerenu upotrebu, telefon će izdržati dva dana korištenja, a oni najzahtjevniji korisnici uspeće da izvuku čitav dan intenzivne upotrebe.

Honor 10 jedan je od najljepših telefona koji su se pojavili u toku ove godine, a uz pristupačnu cijenu, odlične performanse i kameru potpomognutu vještačkom inteligencijom, nameće se kao logičan izbor za kupovinu vašeg narednog smartfona.

Honor telefoni nalaze se u ponudi kompanije m:tel, a model Honor 10 možete kupiti uz Pretplata L+ tarifu po cijeni od 8,14 KM mjesečno, uz koji na poklon dobijate poseban Honor poklon set.

~~~~~  
*Honor 10 je u stanju da, uz određene kompromise, ponudi ono što imaju P20 i Mate 10 Pro modeli, ali po nižoj cijeni.*  
~~~~~



NOTIFIKACIJE

” Facebook

Kompanija Facebook potvrdila je da radi na novom satelitu, koji bi trebalo da obezbijedi internet konekciju i na mjestima na kojima je to ranije bilo nemoguće. Dokumenti koje je izgradio Freedom of Informations Act detaljno prikazuju nekoliko razmijenjenih mejlova između Facebook-a i FCC organizacije u prethodne dvije godine, a odnose se na satelitsku eksperimentalnu aplikaciju za satelit „Atina“.



PIŠE: JELENA RAČUNICA ŠATARA

” YouTube

Iako već neko vrijeme na YouTube-u postoje reklame koje su prilično iritantne, pozitivna strana bila je to što smo ih mogli preskočiti, ali YouTube je odlučio da ode korak dalje. U video-zapisu pod naslovom Want to earn more money from ad, YouTube je objavio veliku novost. Naime, svaki kanal koji monetizuje svoje video-zapise uskoro će moći implementirati reklame koje neće biti moguće preskočiti, jedino odabrani kanali moći će koristiti reklame koje je moguće preskočiti.

” Instagram

Instagram priče bi u skorije vrijeme mogle postati još dramatičnije nego što su inače, jer u aplikaciju stiže čak šest novih Superzoom efekata. Superzoom je funkcija kamere koja se nalazi odmah pored Boomerang i ostalih efekata. Pomoću te opcije kreirate video-zapis od tri sekunde, koji automatski zumira, a praćen je animacijama.

” Pinterest

Ova društvena mreže u septembru ove godine postigla je rezultat od 250 miliona korisnika mjesečno, koji Pinterest koriste da otkriju i rade ono što vole. Ona je sjajna ako vam je potrebna inspiracija za bilo koji segment života.

” Twitter

Predstavnici društvene mreže Twitter objavili su kako kreću u žestoku borbu protiv spamova i kako će aktivirati nove restrikcije kad je u pitanju način na koji programeri koriste API. Upravo iz tog razloga Twitter je nametnuo nove, prilično stroge programe za razvoj. Kompanija je objavila kako je od aprila do juna ove godine bilo čak 143.000 manje aplikacija, a one su odgovorne za više od 130 miliona tvitova i po procjeni ove društvene mreže nižeg su kvaliteta.

SOCIAL SPACE



DA LI ĆE INSTAGRAM NADMAŠITI FACEBOOK?

PIŠE: DANIJELA FILIPOVIĆ

Potencijal Instagrama, a u svrhu lične promocije, među prvima su shvatili muzičke i sportske zvijezde te glumci. Sa 143 miliona pratilaca Selena Gomez zauzima prvo mjesto na listi popularnosti, a slijede je Kristijano Ronaldo, potom Ariana Grande, Bijonse i Kim Kardašijan.



Jedna od najznačajnijih poslovnih transakcija 2012. godine u onlajn svijetu bila je ona kada je kompanija Facebook kupila, tada na našim prostorima gotovo nepoznatu, društvenu mrežu Instagram. Da se cijena od vrtoglavih milijardu dolara isplatila, potvrđeno je šest godina kasnije, posebno nakon skandala sa zloupotrebom ličnih podataka na Facebook-u, koji je donedavno važio za najpopularniju društvenu mrežu na svijetu.

Iako je prije nekoliko godina nevjerojatnim rastom dostigao globalne razmjere, najnovija američka istraživanja pokazuju da popularnost Facebook-a opada. Prema analizi Centra „Pew“, tinejdžeri u Americi sve rjeđe koriste ovu društvenu mrežu, te u virtuelnoj komunikaciji u 71 odsto slučajeva koriste Instagram i u nešto manjem postotku YouTube i Snapchat.

Zanimljivo je da je YouTube bio najprivlačnija platforma za tinejdžere, ali Instagram i Snapchat, koji su shvaćeni i prihvaćeni kao društveni mediji, naposljetku su najveći dobitnici. Do prije samo tri godine najveći udio korisnika, prema istom istraživanju, imao je Facebook.

INSTAGRAM JE NOVA MREŽA ZA BRENDOVE

Nadmoć Instagrama u odnosu na Facebook najbolje ilustruje primjer velikog brenda kakav je Mercedes-Benz, koji je početkom godine premijeru nove A klase automobila najavio na Facebook-u i za kratko vrijeme dobio 10.000 lajkova. U prvi mah reklo bi se impresivno, sve dok se ne uzme u obzir činjenica da je ista fotografija na Instagramu generisala više od 150.000 lajkova! Mercedes je vizuelni brand, a Instagram

vizuelna platforma te, iako je Facebook po broju korisnika i dalje najpopularnija društvena mreža na svijetu, proizvođač luksuznih automobila nije jedini koji je prepoznao potencijal dobre fotografije.

Bonus više leži u činjenici da Instagram okuplja mlađu populaciju, koja u 53% slučajeva na ovoj društvenoj mreži - **prati brendove!**

Na Instagramu postoji preko 25 miliona poslovnih profila, a kao ključne prednosti oglašavanja na ovoj društvenoj mreži digital stručnjaci izdvajaju organski domet, preglednost zahvaljujući upotrebi jednostavnih haštagova, kao i opcije „Suggestions for you“, koja automatski prikazuje postove koji su se dopali prijateljima na ličnim profilima. Dalje, daleko najpopularnija u odnosu na sve druge mreže na Instagramu je i opcija „Story“, koju je u julu ove godine koristilo 400 miliona ljudi.

Dakle, odgovor na pitanje postavljeno u naslovu: „Da li će Instagram nadmašiti Facebook“ je jasan - HOĆE. Kada? Očito vrlo brzo, jer se na dnevnoj bazi broj onih koji se radije opredjeljuju za ovu vizuelnu mrežu stalno povećava.

~~~~~

*Iz popularne društvene mreže Instagram nedavno je saopšteno da imaju više od milijardu korisnika koji putem ove platforme dijele fotografije i video-snimke. Najveći fanovi Instagrama su žene, koje vode u svim starosnim grupama i čine 53% ukupnog broja korisnika.*

~~~~~



TRENDOVI U DIZAJNU VEB-SAJTOVA

PIŠE: DARKO BAJIĆ

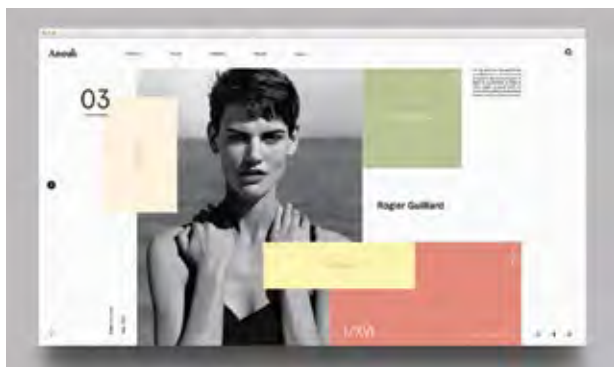
Svake godine izgled veb-sajtova i korisnički interfejs neznatno se mijenjaju. Ova godina nije izuzetak i pojavljuju se novi trendovi u dizajnu, tipografiji i bojama. Da biste dizajnirali veb-stranicu koja može da se takmiči sa stotinama i hiljadama sličnih, važno je da budete upoznati sa najnovijim stilovima i metodama izrade. Evo nekoliko trendova koji se pojavljuju u 2018. godini.

DIZAJN VAN OKVIRA - MAŠTA IZVAN KUTIJE

Strogo organizovani izgled veb-stranice polako se gubi. Stroga linija zasnovana na radnoj mreži nestaje, a slike i tekst blago se preklapaju i miješaju stvarajući lijep i neočekivan izgled.

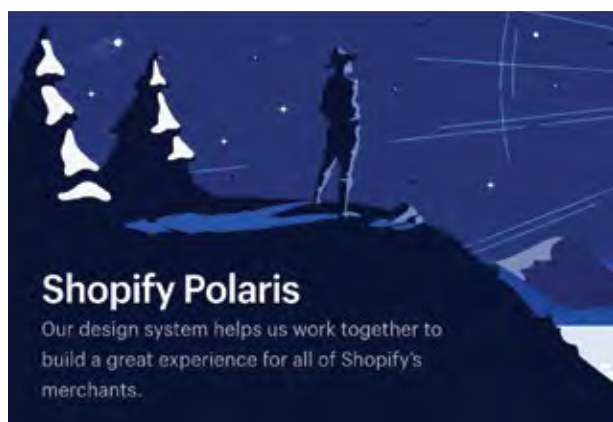
U stalnoj potrazi za novim i kreativnijim izgledom, harmoničan raspored elemenata na stranici postao je neka vrsta ograničenja.

To ne znači da dizajn van uobičajenih okvira može zamijeniti klasični izgled i raspored, ali izgleda moderno i osvježavajuće. Sajt MarcheNotreDame.com ruši gotovo sva pravila organizovanosti veb-stranice, ali koncept dizajna van okvira perfektno je primijenjen.



VEĆA UPOTREBA ILUSTRACIJA - DOZVOLITE DA VAM NACRTAMO

Slike su oduvijek bile centralni dio svakog sajta, one su obično uočljivije od teksta i dizajneri mnogo vode računa o tome. U ovoj godini pojavljuje se novi tip slika - ilustracije. Iako su fotografije, snimci proizvoda i gifovi klasičan i uvijek dobar izbor, primjetno je povećano korištenje ilustracija koje zauzimaju svoju ulogu u predstavljanju brenda.



Dropbox sajt koristi kombinaciju fotografija i ilustracija, na taj način stvarajući intrigantnu, vizuelno privlačnu sliku, koja odmah privlači pažnju korisnika.

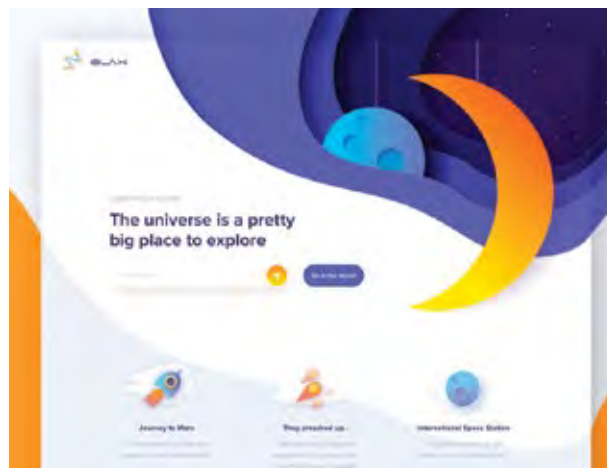
Ilustracije su dobre i u predstavljanju apstraktnih poruka, kao što se može vidjeti na Polaris stranici (polaris.shopify.com), koja je u vlasništvu Shopify-ja, kanadske e-komerc kompanije. Jednim crtežom Shopify predstavlja Polaris kao zvijezdu vodilju za sve svoje članove.

RAZNOLIKA UPOTREBA OBLIKA - BUDITE PRIRODNI, U PRIRODI NEMA RAVNIH LINIJA

Decenijama unazad, dizajneri koriste oštre uglove, pravougaonike i kvadrate kojima kreiraju jasnu i dobro organizovanu strukturu. Ova godina donosi malo drugačija razmišljanja i primjetna je upotreba zaobljenih ivica i prirodnijih oblika.

Tako je, na primjer, polje za unos komentara na Twitter-u zaobljeno, a klasičan izgled je pravougaonog oblika.

Oblici se mijenjaju, a dizajneri ih sve slobodnije koriste, bilo da su amorfna polja sa bojom, dijagonalne linije ili prirodni, slobodni oblici. Stranica Stripe, tehnološke kompanije koja omogućava online transakcije, dizajnirana je sa dijagonalnim linijama i nagnutim oblicima stvarajući na taj način posjetiocima jedinstvenu vizuelnu perspektivu.



VIŠE ANIMACIJA - SKRATITE VRIJEME ZA ČITANJE

Sajtovi s animiranim dijelovima dobijaju na popularnosti u posljednjih nekoliko godina. Ispravnom upotrebom animacija posjetioci se navode da obrate pažnju na određene stvari upućujući ih na odgovarajući sadržaj.



Sajt agencije The BlackSheep (theblacksheepagency.com) dizajniran je tako da se pomjeranjem stranice nadalje ističu pojedine riječi. Na ovaj način čitalac se fokusira na sadržaj, jer je zaintrigiran interaktivnim tekstom.

Neki dizajneri kreiraju stranice s objektima koji se pomjeraju. Na primjer, annaeshwood.com sajt sadrži slike koje prilikom skrolovanja izgledaju kao da se pomjeraju na vodi. Iako animacije mogu biti efikasne i zahvalne, pri dizajniranju treba izbjegavati njihovu pretjeranu upotrebu da se ne bi stvorio haotičan izgled stranice.

PLUTAJUĆI NAVIGACIONI MENI - BUDITE NA OKU

Standardni dio većine sajtova je zacementirani navigacioni meni na vrhu stranice i činilo se da tu nema mnogo prostora za inovacije. Kreativni dizajneri nisu dozvolili da taj dio stranice bude zanemaren pa je nastao novi trend tzv. plutajućeg menija.

Ideja je da se meni spusti nekoliko centimetara ispod vrha stranice, a da se stranica skroluje ispod njega, što stvara utisak kao da navigacioni meni pluta na ekranu. Primjer takvog menija je na sajtu anchorandorbit.com. Slično kao i kod dizajna van uobičajenih okvira, plutajući meni je zabavan, inovativan i privlači pažnju.

VARIJABILNI FONTOVI - JEDAN FONT ZA SVE

Zajednički projekat najvećih imena u tehnici, a i u tipografiji (Apple, Google, Microsoft i Adobe) - projekat varijabilnog fonta - omogućava potpuno novi oblik dizajna

teksta. Čitava ideja je u tome da samo jedan font pruža mogućnosti kao da je u pitanju čitava grupa fontova.

Ukoliko ste u dizajnu koristili različite stilove teksta, npr. italic, bold i normal, korištenjem nekog klasičnog fonta trebale su vam tri font datoteke. Upotrebom varijabilnog fonta sve stilove dobijate u samo jednoj font datoteci, bez pozivanja ko zna koliko različitih fontova iz vašeg CSS fajla i uz brže učitavanje stranice.



BRENDOLOGIJA



Mas-mediji

Oni među vama koji prate ovu rubriku već znaju da sam ja veliki poštovalac PR-a i da, kad god mogu da biram, veći dio vremena, energije i budžeta ulažem u odnose sa javnošću, a manji dio u oglašavanje i to iz nekoliko opravdanih razloga:

PIŠE: LJUBICA JEROTIJEVIĆ

- Prvo i prije svega, oglašavanje zauzima medijski prostor koji je očigledno plaćen, a mi, ljudi uvijek manje vjerujemo plaćenicima, hvalisavcima i, u novije vrijeme botovima. Sa druge strane, PR se objavljuje na redakcijskim stranicama i u okviru vijesti, a ne u okviru reklamnih blokova, tako da djeluje (bar na prvi pogled) kao informacija, a ne kao marketinška poruka - a informacijama više vjerujemo nego oglasima, više pazimo kad ih primamo i, shodno tome, bolje i duže ih pamtimo.

- Drugi jednako važan argument je da PR košta mnogostruko manje od oglašavanja, što je važno svima koji nemaju neograničeni budžet. Za cijenu jednog oglasa možete, u današnje vrijeme, kreirati mnogo različitih zanimljivih tekstova koji motivišu ciljnu grupu.

- Zbog visoke cijene produkcije oglas mora da bude mnogo upadljiviji, intenzivniji i direktniji (naročito ako se uzme u obzir da mora da se ponovi veći broj puta kako bi imao efekta). PR tekst može dozvoliti sebi da bude suptilniji ili perfidniji - kako ko voli da formuliše.

Ipak, sa žaljenjem moram da primijetim da postoje situacije kada je klasično oglašavanje na mas-medijima i dalje najefikasniji i najisplativiji način da dobro uradite posao. Te situacije su sljedeće:

- Kada je vaš domaći zadatak da brzo i efikasno povećate poznatost nekom čovjeku, događaju ili proizvodu u ciljnoj grupi koja rijetko i nerado troši internet;

- Kad imate ograničen budžet po potencijalnom korisniku - jer oglasne kampanje na masovnim medijima imaju i dalje najnižu cijenu (ako uzmete u obzir koliko vas ljudi vidi po jednom prikazivanju/emitovanju);

- Oglašavanje i dalje stiže do najšireg sloja potencijalnih potrošača i korisnika (mnogo brže i po znatno nižoj cijeni nego u slučaju direktnog marketinga ili PR-a, na primer);

- Kad je potrebno do detalja prikazati kako nešto funkcioniše ili kada je važno dati precizne informacije o nekome ili nečemu što nudimo - to se i dalje najefikasnije radi kroz klasičnu oglasnu kampanju;

- I, naravno, kad vam je neophodno da ustanovite tačan odnos para i muzike - to najbolje i najpreciznije možete da uradite kada je u pitanju zakup medija - jer oglas i danas ima plaćanjem zagarantovano mjesto, što za PR tekst baš i ne važi;

- Kad je bitno da vam se niko „ne miješa u posao“ - jer nad oglasom uvijek imate kompletnu kreativnu i autorsku kontrolu, a kod PR objave, zna se - zadnju riječ imaju urednici.

Dakle, iako je davno počela digitalna era i svi smo se nadali da nas niko neće „smarati“ reklamama ako to ne budemo željeli, ipak moramo da priznamo da i dalje postoje dobri razlozi i za poruke tipa „OVO JE VAŽNO“ (što je klasična poruka PR-a) kao i za poruke „KUPI OVO“ (što je po definiciji funkcija oglašavanja).

Uz ogroman broj medija i kanala komunikacije manji je problem plasirati informaciju, veći je problem skockati je tako da neko povjeruje u nju, da ostavi utisak na ciljnu grupu, da bude primijećena, usvojena i upamćena, dakle nije pitanje „ovo ili ono“ nego koliko od čega i u kojim prilikama.



m:

S DRUGE STRANE



HILJADU RIJEČI

U DOBROM DRUŠTVU

DR GORAN V. JANKOVIĆ

STREET ART PROJEKAT OSLIKAVANJA OGRADE U CENTRU BANJALUKE

RAZGOVARALA: STAŠA NIKODINOVIĆ

Banjalučka je ove godine postala središte jedinstvenog umjetničkog projekta koji je mladim studentima Akademije umjetnosti u Banjaluci omogućio da oslikaju jedan zanimljiv javni prostor – ogradu koja se nalazi oko zgrade kompanije m:tel. Nina, Svetozar, Dajana, Marina, Damir, Nataša, Stefan, Milan, Ana i Teodor imali su priliku da puste mašti na volju i rade na realizaciji kreativnih rješenja u različitim formama i tehnikama. O ovom projektu više nam je rekao prof. dr Goran V. Janković, koji je bio dio tima Akademije umjetnosti zaduženog za realizaciju ovog interesantnog projekta.





Kako se rodila ideja za projekat oslikavanja ograde koja se nalazi oko poslovne zgrade kompanije m:tel?

Kompanija m:tel se obratila dekanesi Akademije umjetnosti prof. dr Sandi Dodik sa idejom za oslikavanje zaštitne ograde oko zgrade kompanije m:tel. Ovaj kreativni projekat nastavak je dugogodišnje uspješne saradnje Akademije i kompanije m:tel, koja je još jednom prepoznala kreativni potencijal studenata Akademije umjetnosti Univerziteta u Banjaluci, ovog puta Studijskog programa likovnih umjetnosti.

Ko je sve učestvovao u ovom projektu? Koliko dugo vam je trebalo da ostvarite ono što ste planirali?

Nakon obilaska Akademije i uvida u predložene radove studenata, predstavnici kompanije m:tel, zajedno sa profesorima i saradnicima Akademije umjetnosti Univerziteta u Banjaluci, odabrali su najuspješnija idejna rješenja. U realizaciji projekta učestvovalo je 10 studenata Studijskog programa likovnih umjetnosti sa 12 vizuelnih rješenja, pod vođstvom i koordinacijom dekanese prof. dr Sande Dodik, prof. dr Gorana V. Jankovića, prof. mr Mladena Miljanovića i asistenta mr Vladimira Klepića. Prije realizacije projekta tim Akademije obavio je niz

priprema, kao što su islikavanje podloge, prilagođavanje odabranih idejnih rješenja pojedinim segmentima ograde i odabir odgovarajućih tehnika za svako pojedinačno rješenje. Sama realizacija oslikavanja zaštitne ograde odvijala se tokom tri sedmice ovog ljeta.

Koje tehnike su korištene prilikom oslikavanja ograde?

Za realizaciju projekta korištene su različite tehnike prilagođene svakom od odabranih vizuelnih rješenja. Dio od usvojenih rješenja oslikavan je ručno, a dio je realizovan u štampanoj formi korištenjem tehnologije digitalne štampe. Na pojedinim rješenjima radovi su doradeni fluorescentnim folijama, kao i tehnikom kolaža.

Street art, odnosno projekti ulične umjetnosti poput ovog imaju sve važniju ulogu u izgledu mnogih gradova širom svijeta. Šta mislite o ovoj vrsti estetike, koja je posljednjih godina zaživjela i na ulicama Banjaluke?

Street art sve više ima svoje mjesto i ulogu u oplemenjivanju gradskih prostora, pa tako ni Banjaluka ne zaostaje za svjetskim trendovima. Mladi ljudi se sve više vizuelno izražavaju u urbanim prostorima te na ovaj način čine svoju umjetnost dostupnom svima.





Šta je ono što street art izdvaja od ostalih vrsta umjetnosti?

Za uličnu umjetnost kao način samoizražavanja možemo reći da u posljednjim decenijama doživljava veliku popularnost u urbanim sredinama. Ono što je razlikuje od ostalih vrsta umjetnosti je činjenica da ona omogućuje mladim umjetnicima da se svojim idejama i vizijama predstave najširoj publici. Kao poseban oblik komunikacije, ona omogućuje da kreativna poruka bude dostupna svima u svakom trenutku. Ulični umjetnici koriste neke poznate tehnike tradicionalne likovne umjetnosti i ujedno eksperimentišu tim tehnikama nastojeći da pronađu nove načine prenošenja poruke do krajnjeg korisnika.

Mislite li da nam treba više sličnih projekata poput ovog?

Mišljenja sam da ovakvi projekti daju mogućnost mladim i neafirmisanim umjetnicima da izraze svoj originalni kreativni pristup univerzalnim temama i da na najbolji mogući način svoje ideje prezentuju na velikim oslikanim površinama. Gradska središta, zahvaljujući ovakvim projektima, ne samo da dobijaju na vizuelnom izgledu,

već ovakvi i slični projekti utiču na posmatrače i svojim komunikacionim porukama aktivno učestvuju u društvenom dijalogu.

U oslikavanju ograde učestvovali su mladi umjetnici s Akademije umjetnosti u Banjaluci. Možete li nam reći nešto više o njima i njihovom radu?

U realizaciji projekta učestvovali su studenti treće i četvrte godine Studijskog programa likovnih umjetnosti, koji su dobili priliku da ispolje svoju kreativnost i talenat. Studenti Nina Ninković, Svetozar Rodić, Dajana Jekić, Marina Božić, Damir Omić, Nataša Šešić, Stefan Plamenac, Milan Ritan, Ana Grubor i Teodor Terzić pokazali su spremnost i kreativni potencijal da realizuju ovako kompleksne projekte.

O zahtjevnosti projekta govori i podatak da se radilo o oslikavanju 300 metara kvadratnih zaštitne ograde oko kompanije m:tel, koja je podijeljena u dvanaest segmenata različitih dimenzija. Idejna rješenja studenata bila su prilagođena svakom segmentu pojedinačno. Pri tome se vodilo računa o vizuelnom utisku cjelokupne površine i kompoziciji pojedinih idejnih rješenja te njihovom pozicioniranju u okviru cjelovitog vizuelnog prostora.





U DOBROM DRUŠTVU



NEMAMO VREMENA ZA TREMU

MLADEN MATOVIĆ

RAZGOVARALA: DANIJELA FILIPOVIĆ

Kad bismo u sportskom maniru posmatrali Ženski kamerni hor „Banjalučanke“, evidentno bi bilo da su djevojke, pod vodstvom dirigenta Mladena Matovića, osvojile „sve što se osvojiti moglo“!

Najnoviju zlatnu medalju „Banjalučanke“ su osvojile na najvećem i najznačajnijem svjetskom horskom takmičenju, tzv. Horskim olimpijskim igrama, koje su ove godine, od 4. do 14. jula, održane u gradu Cvane, u Južnoafričkoj Republici.

Banjalučanke su se okitile najsajnijim odličjem u kategoriji tradicionalne muzike „a capella“, u okviru najvišeg ranga takmičenja - „Championship Competition“ i to kao jedini predstavnik Republike Srpske i Bosne i Hercegovine.

Učešće na Olimpijadi u Južnoj Africi bilo je peto za naš hor, a osvojeno svjetsko zlato treće, pa kad bismo pravili paralelu sa fudbalom ili košarkom, mogli bismo mirne duše da ih uporedimo sa fudbalskom selekcijom Brazila ili sa najvećim NBA košarkaškim zvijezdama.

Čovjek koji je postao sinonim za „Banjalučanke“ i svakako najzaslužniji za velike uspjehe grada Banjaluke, RS i BiH je dirigent Mladen Matović, koji je i aktuelni direktor Banskog dvora.

Kako ste se osjećali kad ste treći put proglašeni najboljima na svijetu?

To su zaista posebni trenuci, posebna takmičenja, i uopšte san svakog hora je da učestvuje na Horskoj olimpijadi, da ispuni olimpijsku normu, a posebno da osvoji neku medalju. Na prve dvije Olimpijade osvojili smo olimpijsko srebro u Kini i SAD-u. Prvo zlato osvojili smo već u Letoniji 2014. godine, kada smo u Rigi bili najbolji, pa onda u Sočiju i na kraju treće olimpijsko zlato u Južnoafričkoj Republici. Za razliku od sportskih Olimpijada, horske se održavaju bijenalno, a za sve one koji to ne znaju, olimpijsku normu ispunili smo tako što smo pobijedili na takmičenju u Grčkoj, u Kalamati, prošle godine, tako da smo se plasirali direktno u taj najviši rang takmičenja.



Koliko je bilo učesnika u Južnoafričkoj Republici i koliko uopšte vježbanja i truda je potrebno da se neki hor nađe na Olimpijadi?

Zaista je poseban osjećaj biti na mjestu gdje bude prisutno nekoliko stotina horova, sada ih je bilo 362 i samo zatvaranje i dodjela medalja bili su jedan zaista poseban osjećaj... Iza nas je veliki rad i trud da se uopšte uspije doći na jedno takvo takmičenje i mjesec-dva prije same Olimpijade probe znaju biti tri do četiri puta sedmično po nekoliko sati, tako da su potrebni veliki rad i odricanje da bi se postigao takav rezultat.

Kako ste uspjeli da održite kontinuitet s obzirom na smjenu generacija?

Najviše sam ponosan na rezultatsku konstantu, jer relativno je teško doći do vrhunskih rezultata i još teže je te rezultate održati. Hor „Banjalučanke“ punih deset godina u kontinuitetu ostvaruje vrhunske rezultate na najznačajnijim horskim takmičenjima. Od prve nagrade 2009. godine u Lincu pa nakon toga Budimpešte, Barcelone, Kine i Amerike, sve su to bile zlatne medalje i zahvaljujući tim nagradama, hor se nekoliko godina nalazi na zvaničnoj rang-listi 50 najboljih kamernih horova u svijetu. To održavanje kontinuiteta jeste najteže i najzahtjevnije s obzorom na smjenu generacija.

Šta je presudno u tim odlukama i ko odlučuje o tome koji hor je najbolji?

Ja sam znao da je hor spreman, ali muzika je vremenska umjetnost i uvijek je stvar trenutka. Nikada ne znate kako će u datom trenutku reagovati, da li baš na taj način kako ste se pripremali. Pogotovo je teško za članove koji nemaju iskustva, još kada se nađu u velikoj hali sa više stotina članova drugih horova koji ih slušaju, uz sedmočlani žiri koji u svom sastavu ima najuglednije horske stručnjaka iz čitavog svijeta i muzičkim viljuškama prati partituru i svaki ton, tako da treba imati koncentraciju i obuzdati tremu, a to je posebno teško kada je riječ o mlađim članovima.

Da li imate neki poseban mehanizam za obuzdavanje treme?

Vi znate da sam ja po vokaciji metodičar i znam da postoje posebne pedagoške metode, koje primjenjujem već godinama, a očito je da urode plodom. Mi nemamo vremena za to da imamo tremu, predano se pripremamo za svako takmičenje. Dajemo sve od sebe, a sportskim žargonom rečeno, ostavljamo srce na terenu.

Vaši koncerti su uvijek izuzetno posjećeni, kako to postižete?

Jedna od misija Ženskog kamernog hora „Banjalučanke“ jeste, ja to u šali kažem, da „ljudima salije stravu“ od horske i umjetničke muzike i jedna posebnost hora, upravo je ta žanrovska raznovrsnost ono na šta smo ponosni. Na našim koncertima publika može da čuje muziku od starih majstora renesanse, preko muzike romantizma, etno kompozicije

do savremenih obrada najvećih svjetskih hitova i filmske muzike i mislim da smo jedini hor na prostoru bivše Jugoslavije koji je dvije godine zaredom uspio na tvrđavu Kastel da dovede 3.000 ljudi, što je za koncert jednog hora ravno podvigu. A naša publika je svih generacija, od sedam do 107 godina. Mislim da je stvar u odabiru repertoara, gdje svako nađe nešto za sebe, ali i hora, koji može da ponudi pravi kvalitet u svakom žanru, tako da se ženski kamerni hor isprofilisao u svakom žanru.

Šta „Banjalučanke“ planiraju u skorijoj budućnosti?

Mali odmor koji smo imali završio se i upravo je počela priprema novog repertoara. Krajem decembra trebalo bi da održimo zimski prednovogodišnji koncert s tim novim repertoarom, a onda se nakon zimske pauze vraćamo na probe, jer želimo da pripremimo jedan potpuno novi koncept sa potpuno novim programom koji bismo izveli polovinom juna na Kastelu, što je već postalo svojevrsna tradicija. Tamo negdje oko Svjetskog dana muzike vjerujem da ćemo imati taj novi program, koji je vrlo ambiciozan, ali i vrlo atraktivan. Biće tu kvalitetnih gostiju, orkestar...

Gdje vidite „Banjalučanke“ za 10 godina?

Na vrhu svijeta. U posljednjih 14 godina, koliko sam na čelu hora, osvojili smo tri olimpijska zlata, osvojili smo zlatne medalje na više od 12 najprestižnijih takmičenja. Ne znam koliko će to još trajati, ali daću sve od sebe da se taj kontinuitet zadrži i da u narednom periodu budemo sve bolji i bolji.

S obzirom na to da ste i direktor Banskog dvora, koji se vratio poslije dugo godina organizaciji kvalitetnih i reprezentativnih sadržaja u vlastitoj produkciji, šta nas očekuje u narednom periodu?

U nepunih godinu dana organizovano je više od 100 događaja u vlastitoj produkciji, a i ove godine pokreću se tri festivala. Samo ove jeseni održan je Internacionalni muzički festival „Jesenja sonata“ – jedan veliki muzički festival koji je okupio imena regionalne i svjetske muzičke scene, poput Stefana Milenkovića i pijanistkinje Rite Kinha, kao i mnoga druga. U novembru nas očekuje i prvi džez festival, potom mnogo muzičkih i književnih promocija, tako da me jako raduju pozitivni odziv i interesovanje sugrađana koji primjećuju promjene. Otvoreni su i novi prostori, kao što su „Art terasa“ i „Art dvorište“, tako da se Banski dvor polako ali sigurno vraća na staze stare slave.

Da li ste zbog obaveza u „Banjalučkama“ i Banskom dvoru zapostavili vlastiti autorski rad kao kompozitor?

Upkos brojnim obavezama, ne posustajem, imao sam nekoliko kompozicija horske muzike, imao sam veoma uspješnu premijeru u Dječijem pozorištu „Nismo svi letači“, jedne baš slatke hit predstave, koju djeca obožavaju, pogotovo songove iz te predstave, tako da se ne namjeravam tek tako riješiti kompozitorskog poziva, jer to je nešto što me zaista ispunjava, što mi je ventil za dušu i to sigurno nikada neće biti ili-ili, prije ću se riješiti nekih drugih stvari, a toga nikako.



SAMSUNG

Predstavljamo

Galaxy S9 | S9+

Kamera. Potpuno nova.



imate prijatelje!

www.mtel.ba

korisnički servis 0800 50 000

Pretplata: XXL - 1KM



mtelbih



mtelimateprijatelje

TALENTI



SLOBODANKA NIŠIĆ

TATTOO MAJSTOR IZ BANJALUKE

RAZGOVARALA: SONJA SAVIĆ

*Tetoviranje je previše kompleksno da bi se
smatralo zanatom, to je umjetnost.*



Da li ste čuli za ime Slobodanka Nišić? Ukoliko niste, vjerovatno niste ni neki ljubitelj ili poznavalac tetovaža, tetoviranja i tatu majstora. Ukoliko jeste, vjerovatno ste čuli da Boba uljepšava kožu stanovnika Banjaluke već neko vrijeme.

Pažnju je privukla kao jedna od rijetkih žena koje su se posvetile ovom poslu u Banjaluci, a zadržala je pokazavši talenat, posvećenost i entuzijazam u svakom segmentu onoga što radi. Početak njene karijere obilježilo je to što je donijela svježinu u tatu krugove, prateći aktuelne trendove kakve smo do njene pojave mogli vidjeti samo na Instagram-u.

Bilo da želite tradicionalniju tetovažu ili nešto moderniju, poput onih minimalističkih, linijskih, Boba je majstor kojem treba da se obratite.

Ona se ovim poslom bavi tek nekoliko godina, a već ima svoje vjerne klijente - ljude koji joj se redovno vraćaju „pod iglu“. Njeni radovi privlače pažnju, kako u gradu na Vrbasu, tako i širom regiona.

Sa Bobom smo pričali o njenim počecima u svijetu tetoviranja, o tome šta je potrebno da se postane tatu majstor, kao i o nekim planovima za budućnost.

Kada ste počeli da se bavite tetoviranjem i kako je došlo do toga?

Sve je počelo prije neke četiri godine, kada sam generalno počela da se interesujem za tetoviranje i obuku u ovom poslu, a do toga je došlo sasvim spontano.

Šta Vas je privuklo profesiji tatu majstora?

Prije nego što sam počela da se bavim ovim, o svemu sam znala vrlo malo. Jedino šta je mene zanimalo bili su papir i olovka. Međutim, dolazeći u studio, u kojem sada i radim, da drugarici pravim društvo na terminima, privukli su me radovi sadašnjih kolega, kako crteži tako i tetovaže, pa sam i sama odlučila da se raspitam šta je potrebno za obuku.

Da li je za ovaj posao neophodno da znate da crtate ili se to može naučiti kroz obuku? Koliko je bitan talenat, a koliko vježba?

Ako mene lično pitate, smatram da je crtanje i slikanje veoma bitno za razvijanje i napredovanje u tetoviranju, u kreativnom smislu, mada nije neophodno, jer veliku ulogu igra tehnička spremnost, koja se stiče sa mnogo, mnogo truda i rada. Ono što sam shvatila poslije kratkog vremena u tetoviranju jeste da taj posao nije nešto što bi se moglo posmatrati kao hobi, jer jedini način da napredujete jeste da se posvetite tome sto odsto. Naravno, sve zavisi od toga koliko želite da postignete.



Kakav je osjećaj crtati po nečijoj koži u odnosu na list papira? I kakav je osjećaj kada znate da će neko na sebi do kraja života nositi nešto što ste Vi nacrtali?

Svakako da je velika razlika od onoga što naviknete raditi na papiru u odnosu na ono što crtate na ljudskoj koži, i to je upravo ono što se savladava iz dana u dan. To je tehnika tetoviranja koja se razvija. Čar i poenta svega, prema mom mišljenju, jeste upravo to da će neko odabrati baš vas i da ćete baš vi „ostaviti trag“ ne nekome do kraja života.

Pored talenta za crtanje, koje osobine bi bilo dobro da ima svaki tatu majstor?

Pored zanimanja za crtanje i umjetnost, tatu majstor mora biti i veoma, nazovimo to, psihički spreman za ovaj posao, jer je u pitanju rad sa ljudima i sa svačim se susrećete. Ali na kraju dana opet ćete biti srećni, jer nijedan dan nije isti i kroz posao upoznate toliko ljudi, karaktera i zanimljivih situacija iz kojih mnogo možete da naučite. Takođe, upornost i konstantan rad su neophodni u ovom poslu.

Da li je početniku u Banjaluci teško pronaći studio u kojem se može obučiti?

Što se Banjaluke tiče, mislim da mogu reći da sam ja imala dosta sreće na početku, jer sam došla u sjajan kolektiv u pravom trenutku. Neizmerno sam zahvalna za sve što su mi omogućili. Danas vidim da sve više ljudi počinje i kod nas da se bavi tetoviranjem. Drago mi je zbog toga, jer to znači da i kod nas dolazi do ekspanzije i napredovanja u tom svijetu. A stvari na početku uglavnom zavise od samog početnika, jer ako se dovoljno trudite i želite da uspijete u tome, svakako da ima studija koji će to cijeniti i prihvatiti.

Iako su neki od vrhunskih tatu majstora žene, ne može se poreći činjenica da je žena manje i u ovom biznisu. Da li je to zato što im je i u tom biznisu teže da uspiju? Da li ste Vi nailazili na ljude sa ovakvom vrstom predrasuda?

Kao žensko u tetoviranju, iskreno, nemam nekih problema. Naravno, tu i tamo se nađe pokojni čovjek kojeg je iz nekog razloga sramota da ga tetovira žensko, ali to nije nešto na šta obraćam pažnju. Mislim da je to više njihov problem nego moj.

Ko Vam je omiljeni tatu majstor (može u regionu i u svijetu)?

Mislim da ne bih mogla da izdvojim nekog. Kako u regionu, tako i u svijetu, ima mnogo imena koja važe za vrhunske majstore, bio bi to dugačak spisak kada bih nabrajala.

Da li smatrate da bi tetoviranje trebalo voditi kao jedan oblik umjetnosti ili je ipak u pitanju neka vrsta zanata?



Tetoviranje svakako doživljam kao umjetnost. Svaka tetovaža, počevši od ideje, stvaranja i same realizacije je jedno vrhunsko iskustvo i sjajan osjećaj. Previše je takvo da bi se posmatralo samo kao zanat.

Koji su Vam planovi za budućnost?

U budućnosti bih, naravno, voljela posjetiti mnogo konvencija, studija, kolega, nakupiti iskustva, uživati i, svakako, otvoriti neki svoj šareni, ludi svijet u kojem ćete jednog dana moći zakazati termin.





NINA BABIĆ

SLIKARKA KOJA POMJERA GRANICE DOMAĆE
UMJETNOSTI

PIŠE: STAŠA NIKODINOVIĆ

Težim tome da sliku pretvorim u koncept



Živi primjer kako izgleda životni put jedne umjetnice na domaćoj sceni je akademska slikarka Nina Babić, koja je banjalučku publiku iznenadila projektom „Minut za kulturu, uzмите svoj crtež“ u aprilu ove godine, u sklopu kojeg je prolaznicima poklanjala svoje crteže i tako privukla pažnju šire javnosti.

Nina kaže da joj je u ranom djetinjstvu crtež, kao i svakom drugom djetetu, bio način izražavanja i sredstvo komunikacije, a to se promijenilo kada su reakcije okoline postale sve jače i kada je standardno oduševljavanje prešlo u čuđenje kako jedno dijete može nacrtati nešto tako. Upravo to uzbuđenje koje je osjetila kad su je hvalili na neki način je odredilo njen put kao umjetnice naglašavajući da je umjetnost bila dio nje otkako se rodila.

Uglavnom se bavi oslikavanjem zidova. Prvi koji je oslikala bio je u spavaćoj sobi njenog sina, a to joj je i dan-danas najdraži zid koji je oslikala. Što se tiče samih tehnika koje koristi u svom radu, ne želi izdvajati nijednu, jer su mediji u kojima se izražava

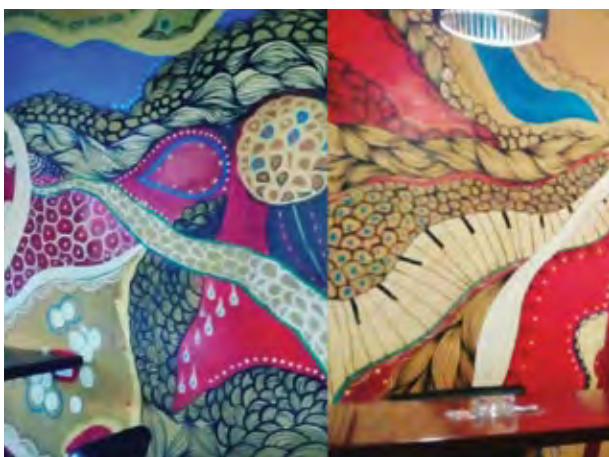
različiti i mijenjaju se od projekta do projekta, ali naglašava kako je uvijek ostala vjerna tradicionalnom načinu izražavanja - slikarstvu. Njen glavni cilj jeste da kroz tradicionalan medij pokuša da prikaže bilo koju tematiku kojom se bavi u datom trenutku te da sliku pretvori u koncept, a u tome je veoma uspješna.

Jedna od serija umjetničkih radova ove mlade umjetnice i majke bila je i „Room with a view“, koja je nastala dok je ležala na Odjelu ginekologije u Banjaluci. Za taj rad kaže da joj je veoma značajan i jako intiman, jer je nastao u teškim trenucima kroz koje je prolazila. Ona je odlučila da se sa tužnim okruženjem u kome se nalazila suoči na jedini način koji joj je poznat - umjetnošću. To je bio i povod da oslika Odjel dječije intenzivne i poluintenzivne njege na Univerzitetском kliničkom centru. Gledajući te zidove, poželjela je da svemu onome sa čime se ljudi tamo suočavaju i kroz šta prolaze da neku pozitivniju notu, koliko je to moguće, uz nadu da će njeni radovi izmamiti makar malo osmijeha tim majkama koje su prinuđene tamo da borave.

Nina kaže da je veoma produktivna kad je njeno stvaralaštvo u pitanju te da stalno nešto radi i da se, pored svih obaveza, trudi da sačuva dio sebe koji problematizuje određene situacije u njenom okruženju. Trenuto radi na jednom od najzahtjevnijih projekata, koji treba da sadrži čak 1.200 crteža. Ona se bavi



fenomenom društvenih mreža, tačnije, predstavljanjem naših ličnosti na društvenim mrežama. Kako je i sama veoma aktivna na njima, primijetila je kako smo svi stvorili jedan digitalni identitet i da veoma promišljeno biramo kako ćemo sebe predstaviti. Njen plan je da nacrtá profilne fotografije svih svojih 1.200 prijatelja na Facebook-u te da na neki način digitalno pretvori u analogno. Ovaj projekat je od prvog dana javan, jer objavljuje svaki portret koji nacrtá upravo na društvenim mrežama. Na taj način krug je nekako zatvoren.



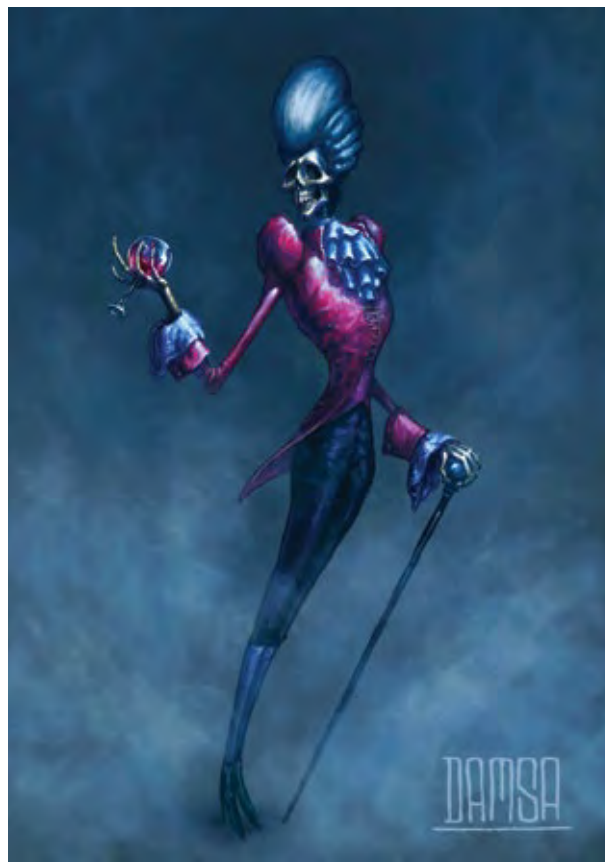
MONDO PIŠE

DAMIR DAMSA OMIĆ: DOBAR DIZAJN ULJEPŠAVA ŽIVOT

Banjalučki dizajner Damir Damsa Omić privukao je veliku pažnju čitalaca i javnosti svojim sjajnim dizajnom omota knjiga izdavačke kuće Imprimatur, među kojima su i Mondove „Priče iz komšiluka“.

Ovaj mladi dizajner i ilustrator rođen je 1995. godine u Banjaluci, a u gradu na Vrbasu trenutno završava studije na Akademiji umjetnosti, smjer grafički dizajn. Bavi se grafičkim dizajnom od početka studiranja, nakon što je ljubav prema slikarstvu preusmjerio u grafički dizajn, prvo kao unosniju alternativu, a zatim kao novootkriveni poziv.

Osim za Imprimatur, Omić je radio vizuelnu signalizaciju za Banjalučku pivaru, vizual i promotivne materijale za „Dane Vlade S. Miloševića“, dizajn albuma za grupu „Cornix“, dizajn korica za knjigu „Crna riječ“ Alekse Jankovića, dizajn plakata i bilborda za koncerte etno



grupe IVA, ilustracije za „artbook“ „Steamgirls“, koji je trenutno u izradi u Italiji, kao i još mnoštvo drugih zapaženih radova i projekata.

Kaže da mu je jedan od najzanimljivijih projekata na kojima je do sada učestvovao onaj na ilustracijama scena za animirani film Igora Tešića, pod imenom „Ustanak“. Na početku razgovora za Mondo pitali smo Damsu kojom vrstom dizajna se najviše bavi i koji poznati dizajneri i umjetnici su uticali na njegov rad.

U zadnje vrijeme najviše sam priklonjen ilustraciji i dizajnu plakata kao nekoj ličnoj preferenci, iako sam radio na svakakvim oblicima dizajna, od logotipa i brendiranja, do korica za albume i knjige. Od dizajnera i umjetnika koji su uticali na mene, mogu navesti Saula Basa, Mirka Ilića, Alfonsa Muhu, kao i profesore sa fakulteta, koji su



možda imali najdirektniji uticaj, Atilu Kapitanja i Ivicu Stevanovića, kao i ostale kolege i profesore sa fakulteta.

Kako ocjenjuješ stanje na području dizajna u Banjaluci, RS, BiH? Koje od domaćih dizajnera bi izdvojio kao značajne?

Stanje dizajna na lokalnom nivou je poprilično loše, ali se postepeno popravlja, dobrim dijelom zbog sve većeg broja ljudi koji obraćaju pažnju na dizajn i sve više mladih koji se bave istim. Od domaćih dizajnera i agencija koje su postigle pomak spomenuo bih Sašu Vasića, Draška Bošnjaka, Mihajla i Jelenu Grubor, agencije Bunker, Mania i Aquarius.

Za Imprimatur si uradio neke veoma zapažene omote za knjige, a uradio si i njihov novi logo. Kako je došlo do te saradnje?

Boris iz Imprimatura je, preko našeg profesora animacije Mladena Đukića, stupio u kontakt sa mnom i kolegom iz klase Milanom Šikmanom, napravili smo neki vid dogovora o saradnji, prijateljlili se i od tada je sve išlo glatko. Od tada do danas bio sam zadužen za izradu četiri omota za knjige, set ilustracija za jednu od njih i redizajn logotipa izdavača.

Šta dobro dizajnirana korica za knjigu mora da posjeduje?

Atmosferu. Dobar omot ima mogućnost da prenese o

kakvoj se knjizi radi na prvi pogled, bila to zbirka poezije, biografija ili epska fantastika. Pristup je dosta sličan dizajnu pozorišnog plakata, gdje na neki način prikazujemo tematiku, bez odavanja čitave priče.

Kako izgleda tvoj kreativni proces i koliko ti vremena u prosjeku treba da dizajniraš nešto?

Ja lično najviše vremena provedem razmišljajući o idejama i skicirajući rješenja za zadati posao. Naravno, svaki posao je na svoj način različit. Vrijeme najviše zavisi od tipa posla i od klijenta, odnosno od količine korekcija, ali neki prosjek je sedmica po poslu.

Koje je mjesto dizajna u savremenom svijetu i na koji način on može da pomogne ljudima? Šta za tebe dizajn intimno predstavlja?

Pored očigledne upotrebe u dizajnu manje-više svega što nas okružuje, bilo to grafičko oblikovanje ili industrijski dizajn, dobar dizajn je tu da olakša i uljepša život svima nama na ovaj ili onaj način, bilo to osmišljavanje udobnije stolice ili dizajn intuitivnijeg pakovanja za jaja. Za mene dizajn predstavlja priliku da radim nešto što volim, u čemu sam dobar, u čemu uvijek mogu napredovati i što mi pruža zadovoljstvo, a da pri tome ne moram da radim nešto sa strane da bih preživio. Još ako time nekom pomognem, to je dodatna draž ovog posla.



POKRENUTI NOVI WI-FI STANDARD: OPIS, IME, ŠTA NUDI

Wi-Fi povezivanje će postati kvalitetnije, a imena koja Wi-Fi standardi nose razumljivija svima.

Nisu svi Wi-Fi standardi isti, naravno, i odrediti kojoj generaciji vaš Wi-Fi uređaj pripada može biti prilično izazovan zadatak. Recimo, standard 802.11n je prethodnik 802.11ac standarda.

Ne samo zbog komplikovanih standarda i imena, Wi-Fi Alliance, alijansa koja stoji iza Wi-Fi standarda, odlučila je da pojednostavi stvari i predstavi novi Wi-Fi standard 802.11ax, koji će se jednostavno zvati Wi-Fi 6.

Nov pristup imenima ili nomenklaturi Wi-Fi standarda je zapravo smišljen da bi pomogao i proizvođačima uređaja, i operatorima i korisnicima, kako bi na najlakši način razumjeli koju generaciju Wi-Fi standarda koriste i koje

su njene mogućnosti. Tako se standard 802.11n sad zove Wi-Fi 4, standard 802.11ac je dobio ime Wi-Fi 5.

Evo kako je tekao razvoj Wi-Fi standarda i kako se klasifikuje po novom imenu, od prvog do upravo najavljenog: Wi-Fi 1: 802.11b (1999), Wi-Fi 2: 802.11a (1999), Wi-Fi 3: 802.11g (2003), Wi-Fi 4: 802.11n (2009) i Wi-Fi 5: 802.11ac (2014).

Najnoviji Wi-Fi 6 osmišljen je s namjerom da olakša uparivanje uređaja, poboljša kvalitet veze, omogući manje smetnji i donese veće brzine u ličnoj i poslovnoj Wi-Fi upotrebi. Novi Wi-Fi standard će dobiti konkretnije specifikacije uskoro, a za korisnike će biti dostupan tokom 2019. godine. Cijena uređaja sa novim standardom neće biti značajno veća od cijene uređaja koji su sad u prodaji, ali se određena korekcija cijene nagore svakako očekuje. Netgear je jedna od kompanija koja će prva među Wi-Fi kompanijama ponuditi nove uređaje sa standardom Wi-Fi 6.



BEZ NJIH NE MOŽEMO! U OKTOBRU OBILJEŽEN DAN KUĆNIH LJUBIMACA!

Svjetski dan zaštite životinja obilježava se 4. oktobra, još od 1931. godine. Šta ste vi danas uradili za neku životinju? Poklanjamo vam video i fotografije o životinjama, našim kućnim ljubimcima...

Ta divna stvorenja!



Životinje - bića bez kojih ova planeta ne bi bila to što jeste. Ima ih opasnih, smrtonosnih i predatora. Ali, mnogo je veći broj onih vrsta koje su otvorile vrata čovjeku i „dozvolile“ mu da bude dio njihovog života.

Svjetski dan zaštite životinja obilježava se 4. oktobra, još od 1931. godine. Sve je počelo u Firenci, na konvenciji ekologa. U to vrijeme ovaj dan proslavljan je kao Dan Svetog Franje Asiškog, sveca zaštitnika životinja i životne sredine.

Vremenom je izgubio svoje vjersko obilježje i odavno predstavlja praznik svih ljubitelja i zaštitnika životinja, bez obzira na vjeru i naciju.

TREBA OVO DA ZNATE:

- One imaju jednako pravo na život kao i mi;
 - One, kao i mi, osjećaju bol, patnju, strah i stres, tako da im ne smijemo činiti ono što ne želimo da neko čini nama, ono što sankcionišemo u okviru našeg, ljudskog društva;
 - Imamo više orlova krstaša na grbu nego u prirodi;
 - Čovjek je, nažalost, istrijebio mnoge životinjske vrste uništavajući njihova staništa i eksploatišući ih zarad profita i zabave;
 - Ogroman broj kućnih ljubimaca pati i umire odbačen na ulicama ili u prepunim azilima. Samo u Evropi više desetina hiljada životinja godišnje strada u mukama u besmislenim eksperimentima...
- Životinje su ravnopravni stanovnici naše planete s kojima dijelimo svoj život na njoj;

~~~~~

*Prema podacima Međunarodne unije za zaštitu prirode (IUCN), više od 30% procijenjenih vrsta je pred prijetnjom izumiranja. Među najugroženijima su i jesetarske vrste, a na njihovoj zaštiti radi WWF u Srbiji kroz projekat „Život za dunavske jesetre“.*

~~~~~



U ROMINGU

Iz Banjaluke

U BRISEL, STOKHOLM I MINHEN

PIŠE: DEJAN TRINIĆ

Za putovanje u neku od evropskih metropola u Belgiji, Njemačkoj ili Švedskoj više vam nije potrebno mnogo novca. Zahvaljujući low cost avio-kompaniji, koja od novembra ove godine leti iz Banjaluke, Brisel, Stokholm i Minhen postali su bliži nego ranije, a avionske karte za letove u ove gradove možete kupiti i po cijeni od dvadesetak evra.





STOKHOLM

Glavni grad Kraljevine Švedske, koji nazivaju i Venecijom sjevera, predstavlja čaroban spoj kopna, vode i zelenila, a prolazeći uskim šarenim ulicama Stokholma, turisti mogu osjetiti pravi duh srednjovjekovne Švedske.

Iako mnogi misle da je Stokholm grad zime i hladnoće, švedska prijestonica ima umjereno kontinentalnu klimu,

U Stokholmu se nalazi Nobelov muzej, posvećen osnivaču prestižne Nobelove nagrade - Alfredu Nobelu, ali i svim dobitnicima od 1901. godine do danas.

Stadshuset (Gradska kuća) je jedna od najpoznatijih zgrada i najposjećenijih turističkih atrakcija u Stokholmu te ujedno i mjesto održavanja banketa povodom dodjele Nobelove nagrade.

Svi turisti koji u BiH stižu avionom na Međunarodni aerodrom Banja Luka imaju mogućnost da još dok su na aerodromu nabave m:tel Dopuna startni prepaid paket za mobilni telefon i komuniciraju povoljnije dok se nalaze u BiH.

Kako bi im boravak bio što ugodniji, a komunikacija što bolja, m:tel u okviru prodajnog kioska na aerodromu u Banjaluci, posjetiocima nudi tri m:tel Dopuna paketa, a izbor zavisi od njihovih želja, dužine boravka u BiH, kao i individualnih potreba za razgovorima, SMS-ovima ili mobilnim internetom.

sa toplim ljetima, uz prosječnu temperaturu od oko 20°C. Sredinom ljeta u Stokholmu možete doživjeti poznati fenomen „polarnog dana“, kada dan traje dvadesetak sati, pa tako možete posmatrati zalazak sunca u 23 časa, dok svitanje počinje već oko tri poslije ponoći.

Među znamenitostima Stokholma koje morate posjetiti je Galma Stan (Stari grad), koji datira još iz 13. vijeka, a uvršten je i u Ginisovu knjiga rekorda jer predstavlja jedno od najstarijih netaknutih gradskih jezgara na svijetu. Prostire se na tri ostrva i u njemu se nalaze Kraljevska palata, Parlament i katedrala.

Stokholmski kraljevski dvor zvanična je rezidencija monarha i najveća palata na svijetu, koja ima više od 500 prostorija. Koristi se za susrete kralja sa visokim državnima zvaničnicima i za ostale protokolarnе događaje.

Muzej Skansen prvi je svjetski muzej na otvorenom, osnovan je 1891. godine i ima postavke originalnih građevina iz ruralne Švedske. On kroz šetnju turiste upoznaje sa bogatom kulturom i tradicijom ove zemlje.

Stokholm spada među najuređenije gradove Evrope i najčistije svjetske metropola. Grad je nosilac titule „Evropska prijestonica zelenila“, jer više od 95 odsto stanovništva živi na manje od 300 metara u odnosu na najbližu zelenu površinu.

MINHEN

Minhen je glavni grad njemačke pokrajine Bavarske i nakon Berlina i Hamburga, treći je po veličini grad Njemačke. Predstavlja spoj fascinantne arhitekture, muzeja i spomenika, ali to je i grad zabave, piva, sporta te zelenih parkova.



U srcu starog dijela grada nalazi se Marijenplac, koji datira još iz 1158. godine. Nekada se zvao Šranenmarkt i služio je kao pijačno mjesto, da bi u 19. vijeku trg dobio ime po kipu Djevice Marije, koji se od 1638. godine nalazi u njegovom središtu. Kip je okružen Starom i Novom gradskom dvoranom i crkvom Frauenkirhe, a ovdje se nalazi i najstarija fontana u Minhenu - Fišbrunen, koja je samo jedna od 1.200, koliko ih ima u gradu.

Osam kilometara udaljena od centra grada, nalazi se palata Nimfenburg, poznata pod nazivom „dvorac nimfa“, a park koji je okružuje jedan je od najljepših u Minhenu. Palata je sagrađena 1662. godine u baroknom stilu i predstavljala je glavnu ljetnju rezidenciju vladara Bavorske, u kojoj je živio kralj Ludvig I, koji je imao najveći uticaj na arhitekturu grada.

U čast hrabrih bavarskih vojnika, Ludvig I, koji je ratovao na strani Napoleona protiv Austrije, sagradio je Zigistor, tj. Kapiju pobjede i to po uzoru na starorimsku Konstantinovu kapiju.

U Minhenu se nalazi jedan od najljepših parkova na svijetu - Engleski vrt, u čijoj sredini je jezero Klajneseloer, a pored njega su brojne pivnice. Minhen je grad piva, a vjerovatno najpopularnija pivnica na svijetu je Hofbrojhaus sa više od 7.000 sjedećih mjesta.

Najveća atrakcija Minhena je čuveni festival piva „Oktoberfest“, koji se svake godine održava krajem septembra i traje dvije sedmice. Festival je prvi put održan 1810. godine, nudi izobilje bavarske hrane i pića u samom centru Minhena, a svake godine ga posjeti više od sedam miliona ljudi iz čitavog svijeta

Jedna od minhenskih atrakcija koju morate vidjeti je Olimpijaturm, veličanstveni toranj visok 291 metar, koji se nalazi u sklopu kompleksa izgrađenog za potrebe Olimpijskih igara održanih 1972. godine. Kompleks i danas predstavlja fascinantnu arhitektonsku građevinu, a glavni stadion može da smjesti 70.000 posjetilaca.

Alijanc arena važi za jedan od najmodernijih, ali i najljepših stadiona na svijetu, otvorena je 2005. godine, a na njoj igra Fudbalski klub Bajern.

Minhen je obavezna destinacija za kupoholičare. U centralnim šoping zonama nalaze se ekskluzivni butici, a grad ima i veliki broj tržnih centara sa prodavnicama u kojima je moguće kupovati po pristupačnim cijenama.

BRISSEL

Brisel je glavni i najveći grad Belgije, nezvanična prijestonica Evropske unije i sjedište više od 1.000 međunarodnih organizacija.

On je pravi primjer kosmopolitskog grada, jer predstavlja mješavinu različitih kultura, običaja i naroda koji naseljavaju ovaj prostor. U Belgiji postoje tri službena jezika: francuski, flamanski (holandski) i njemački, a u Briselu većina stanovnika govori francuski jezik.

Glavni gradski trg važi za jedan od najočuvanijih i najljepših u Evropi, a zgrada koja dominira trgom jeste Gradska kuća, koja je izgrađena u 15. vijeku. Palata pravde je još jedan od simbola Brisela. To je najveća i najvažnija zgrada suda u Belgiji, koja datira iz 19. vijeka, a danas je pod zaštitom UNESCO-a. Sagrađena je na vrhu brda iznad Brisela, odakle se pruža fantastičan pogled na grad.

Maneken Pis iz 15. vijeka najpoznatiji je kip u Briselu, koji je postao planetarno poznat, a često je obučen u različite kostime povodom proslave državnih praznika.

Grad je poznat po atrakciji Atomijum. Izgrađen je za Expo izložbu 1958. godine i predstavlja uvećan model atoma željeza, što simbolizuje atomsko doba, koje je tada bilo u punom jeku.

Belgijanci su posebno ponosni na svoje slatkiše i pivo, pa dok budete uživali u čarima ovog grada, obavezno probajte i čuvene belgijske vafle i čokoladu te se počastite pivom.





INTERVJU MOBILNIM

SINIŠA TAMAMOVIĆ

PIONIR ELEKTRO SCENE BANJALUKE

RAZGOVARALA: SONJA SAVIĆ

Siniša Tamamović, prvo ime banjalučkog DJ-inga, ovim poslom bavi se još od devedesetih godina prošlog vijeka i jedan je od rijetkih iz grada na Vrbasu koji su stekli internacionalnu slavu. Nastupao je širom svijeta, a zajedno sa Mladenom Tomićem, osnovao je i muzičku etiketu Night Light Records, koja broji preko 160 izdanja.





Ovog ljeta slušala ga je i banjalučka publika, pred kojom ne nastupa često, i to na bini Fresh Wave festivala, najvećeg festivala elektronske muzike u Bosni i Hercegovini, koji je i ove godine podržala kompanija m:tel. Ovo nam je bio odličan povod da Siniši postavimo nekoliko pitanja.

Fresh Wave festival je najveći festival elektronske muzike u BiH i ove godine je doveo neke od najpoznatijih i najcjenjenijih izvođača. Kakav je osjećaj nastupiti na istom događaju na kojem su nastupili npr. Monika Kruse i Boris Brejcha, a znajući da je taj događaj u Banjaluci?

Meni je veoma drago da Banjaluka, grad ovako malog kapaciteta, ima ovako uspješan i posjećen festival. Posebno mi je drago što sam dugi niz godina bio uključen u građenje elektronske scene u Banjaluci i dovodili smo prve internacionalne zvijezde u Banjaluku, a i jedan sam od prvih artista koji je prezentovao Banjaluku nastupajući na internacionalnoj sceni. Naravno, vidjeti te iste kolege sada u Banjaluci da nastupaju i s njima se družiti tokom Fresh Wave-a je neprocjenjivo.

Ovog ljeta Banjaluka je dobila još jedan festival elektronske muzike. Šta to znači za muzičku scenu u našem gradu?

To je definitivno dobar znak, interesovanje i kapacitet

za elektronsku scenu su konačno na nekom zavidnom nivou i mislim da je, uz Element žurke koje su se desile, ljeto konačno bilo popunjeno dovoljnim brojem događaja i izbora.

Bliži se Amsterdam Dance Event, koliko ovaj događaj utiče na Vašu karijeru u narednoj godini?

Amsterdam Dance Event je vrlo važna sedmica u godini, gdje imamo priliku da sretnemo sve kolege iz naše industrije i razmijenimo kontakte, dogovorimo moguće saradnje, a uz sve to da partijamo veoma kvalitetno uz masu događaja koji se dešavaju u toku konferencije. Ovo je već treća godina da imamo svoju noć, odnosno Night Light Records Showcase, što je odlična prezentacija i reklama za našu izdavačku kuću, a takođe i prezentacija naših imena i izvođača koji nastupaju tu noć sa nama.

Kakva je budućnost Night Light Records-a?

Trenutno je Night Light Records izdao preko 160 izdanja te i dalje pokušavamo da zadržimo taj neki prepoznatljiv pravac naše kuće i istražimo izvođače koji mogu izbaciti zvuk koji ja smatram dovoljno kreativnim da bi se uklopio na Night Light. Pored Podcast mikseva, koje smo pokrenuli, fokusirali smo se i na organizaciju Night Light žurki.

Sada, 11. oktobra imamo showcase u UNDR Club-u u Londonu i nakon toga u Amsterdamu u Club-u John Doe, tokom Amsterdam Dance Event-a. Tako da je brending izdavačke kuće u stvari mnogo više od samog izdavanja muzike, pogotovo u ovo vrijeme, kada su prodaja i legalan download muzike ozbiljno ugroženi.

Imali ste priliku jedno vrijeme da živite u Velikoj Britaniji. Da li smatrate da se „od tamo“ može više napredovati?

U mom slučaju London, gdje sam živio, nudi neograničen nivo edukacije i saznanja, a i sam sistem pomaže da se mnogo brže edukujete u moru konkurencije koja postoji u tom gradu. Meni lično je bilo mnogo lakše putovati na nastupe i vezati letove iz Londona, što i sada često radim. Dostupnost muzičarima i mnogo veći broj kreativnih ljudi koji rade u muzičkoj industriji daju mogućnost većeg napredovanja, timskog rada itd.

Koje je Vaše mišljenje o sceni na Balkanu?

Scena na Balkanu se zadnje dvije godine poprilično vratila, poredeći neke padove koji su se dešavali prije osam-devet godina. Jedan od većih problema je to što se, recimo, u Banjaluci sva dešavanja svode na ljeto, dok, takoreći, i ne postoji adekvatan zatvoreni prostor da se nastave održavati elektronska scena i događaji u toku zimskog perioda.

Da li smatrate da je techno ponovo postao mainstream i zašto je to tako?

Da, trenutno je u svijetu elektronske muzike techno došao na taj nivo da je postao jedan od najpopularnijih pravaca. Nekako to ide ukруг godinama, jedne godine je electro house, pa progressive, sada je to techno. U drugu ruku, mainstream muzika se uvijek prilagođava široj masi, pa se to dešava i sa sadašnjom techno muzikom, dok uvijek postoji ta više underground strana muzike u bilo kojem pravcu.

Budući da ste počeli da vrtite na gramofonima, da li danas na nastupima zahtijevate da se na pultu nađe jedan technics par?

Nažalost ne, mnogo godina sam nastupao na gramofonima, izdavao samo ploče i zahtijevao gramofone na stejdžu. Vrijeme se mijenja, tehnologija napreduje, digitalno

SINISA TAMAMOVIC

doba je promijenilo dosta toga, a i sama oprema je mnogo više uznapredovala. Muzika na pločama je veoma limitirana, jer presanje ploča košta, a više od 90 odsto izdavačkih kuća izdaje samo digitalno. Naravno, uvijek sam otvoren za neki old school set, da nastupim striktno na gramofonima i ponese neke od neprocjenjivih ploča iz moje kolekcije.

Spremate li neke nove projekte?

Ovog mjeseca moj fokus bio je na organizaciji žurke u Londonu. Pored toga, vratio sam se s nastupa iz Zagreba i Sevilje, a čekaju me još dvije svirke u UNDR i Egg klubovima u Londonu, takođe Amsterdam i Lisabon. Sve je to u narednih mjesec dana, a ja se pokušavam sastaviti da nađem mir negdje između vikenda da počnem sa novim trakama i studijskim radom. Srećom, mnogo toga uspio sam završiti što se tiče moje muzike i potpisati nekoliko izdanja, ali u svakom slučaju, vrijeme je za nove muzičke projekte i kreativnosti.



DigitArt



ANDRIJANA VEŠOVIĆ

ZOMBIJANA BONES, VIZUELNA UMJETNICA

PIŠE: JELENA PRALICA

Andrijana Vešović nije se rodila, te 1991. godine u Podgorici, s jasnom željom da postane umjetnica – kako ona to kaže. Malo je željela da bude novinarka, malo zubarka pa malo programerka, a onda je završila Fakultet vizuelnih umjetnosti na podgoričkom Univerzitetu „Mediteran“.

Aonda se desio Twitter. I Zombijana. I crtanje kao vid profesije, onaj koji plaća struju, ali i onaj koji je svojevrsna terapija.

„Zombijana i Andrijana su jedna potpuno ista osoba. Ne živim odvojene živote, tj. lažni internet život. Ako je pitanje kako sam se ostvarila kroz Zombijanu - opet ne odvajam



sebe i Zombijanu. Ne glumim ulogu. To sam samo ja. Običan smrtnik koji voli da se šali i crta", objašnjava Andrijana, alijas Zombijana.

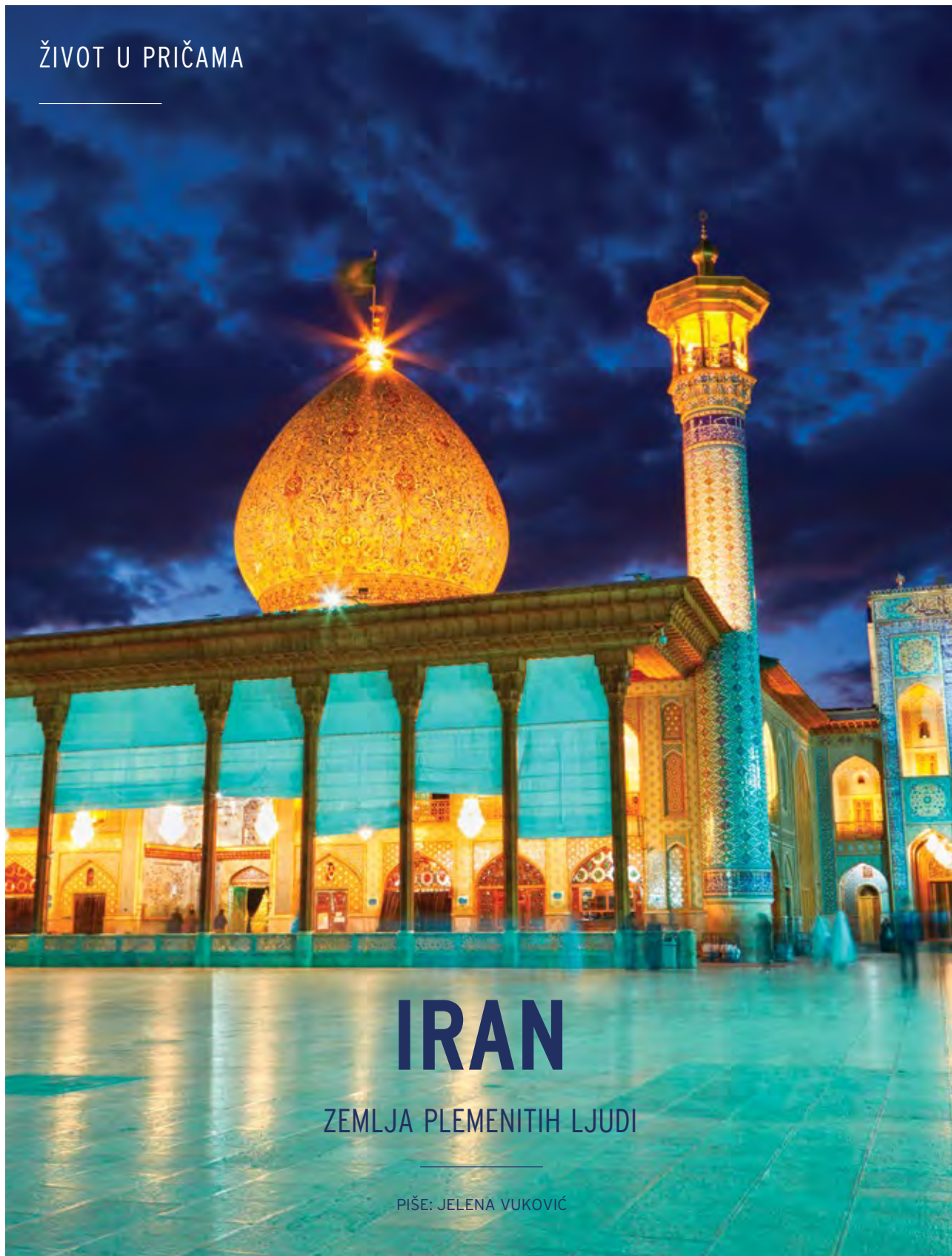
Kao Zombijana (prvo Crta Twitter, a kasnije i Bones) poznata je širom regiona, a sigurno i šire. Na pitanje zašto baš Zombijana, jednostavno odgovara: „Veliki sam fan horor filmova, te zombi Andrijana je Zombijana. Bukvalno nema veće filozofije iza toga.“

Zombijana svojim radovima duhovito oslikava stvarnost, sve ono što nam se svakodnevno dešava i sa čim se

susrećemo u svim društvenim sferama. Počevši od ilustrovanja tvitova, preko komentarisanja nekih socijalnih fenomena i/ili anomalija na sebi svojstven način, stekla je brojne pratiocice na društvenim mrežama, ali i vjernu publiku u izložbenim prostorima.

„Poslije crtanja tvitova uslijedili su brojni samostalni i grupni projekti, razne oscilacije u karijeri, 16 samostalnih izložbi i nekoliko seljakanja, došla sam do mjesta gdje sam našla svoj mir i gdje mogu na miru da crtam najgluplje šale i svakodnevno, prvenstveno sebi, pa onda i ostalima koji to vole, popravim raspoloženje.“

ŽIVOT U PRIČAMA



IRAN

ZEMLJA PLEMENITIH LJUDI

PIŠE: JELENA VUKOVIĆ

Moja odluka da se, nakon izučavanja filozofije joge i hinduizma u Indiji i budizma u Nepal, zaputim u današnji Iran, mnogima je bila neshvatljiva. No, ja sam se sa prvom septembarskom zorom zapitala da li je moguće u 2018. godini nove ere pronaći Iran, prije Irana.

Dugo vremena osjećam ogromnu povezanost sa precima današnje civilizacije i došlo je vrijeme da saznam ko su oni.

Puno ime ove zemlje je Islamska Republika Iran i to govori sve o trenutnom uređenju i skorijoj historiji ovog podneblja. Prethodno ime za Iran bilo je Persija.

Dok sjedim u iranskim vrtovima, jasno mi je da je ovo zemlja plemenitih ljudi, a takvi su jer je jednom davno postojala zemlja onih koji su sebe smatrali ljudima svjetlosti i zvali se Plemenitim. No, kao što to obično biva, došao je dan kada su ljudi svjetlosti bili primorani da napuste svoju zemlju. Iran je jedno od mjesta na kojima su odlučili zasnovati svoj novi dom. Zbog sve te ljepote zelenila, njihova zemlja je podsjećala na Rajski vrt, Irij (Iran), po čemu je i dobila ime.

Danas je Iran zemlja milih, srdačnih ljudi i, živeći ovdje, nisam je mogla povezati ni sa jednom pričom koju sam o njoj čula u medijima. Iranci znaju da su nosioci jedne od drevnih civilizacija i to mi pokazuju i svojim najsitnijim gestovima, svakoga dana koji provodim u njihovoj zemlji.

Jutros sam se probudila u Jazdu, predivnom gradu u pustinji, u kojem ću sljedećih dana tragati za ostacima zoroastrizma, religije koja je bila dominantna u Persiji do VII vijeka i koja važi za najstariju dualističku religiju našeg svijeta. Zove se imazdaizam, kult mudrosti.

Ono što danas zasigurno znam je to da se u osnovi mudrosti nalazi ljubav, ljubav koja ne postavlja uslove. Baš kao što to nisu radili ni Iranci kada su me jutros, na vrelom asfaltu Jazda, ne govoreći ni riječ engleskog, uveli u svoja kola, kako bi me odvezli do prodavnice jer je na mojoj strani grada sve još bilo zatvoreno, a ja sam bila žedna; ili svakog od dana kada me nepoznati ljudi u teškim vremenima inflacije pozivaju u svoje domove kako bi podijelili ručak sa mnom, jer se za ljubavlju ne traga praznog stomaka.

U 2018. godini nove ere Iran ne liči na ono o čemu mediji pišu. Moji strahovi u vezi sa Iranom nikada nisu postojali, ali ako je u meni bila prisutna i najmanja doza sumnje u to da je Iran zemlja dobrih ljudi i plodno tlo ljubavi - više je nema i jedino što sam ovdje već prvog dana mogla uraditi bilo je primiti čistu ljubav i blagoslov kojim mi je dato da se nađem u jednoj od najljepših zemalja svijeta, u društvu najboljih ljudi koje sam ikada srela.

Ipak, njihov gen je mnogo stariji od nas i zna sve o ljubavi. I sunce izlazi na istoku.





INTROVERTI

ŽRTVE PREDRASUDA U POSLOVNOM SVIJETU?

PRIPREMILI: TIJANA TEGELTIJA I NEMANJA RUNIĆ

Da li vam se ikada dogodilo da se nađete u društvu neke osobe koja na prvi pogled baš i ne pokazuje preveliku zainteresovanost za vas? Vrlo često uopšte nije slučaj da je nezainteresovana, već se samo radi o osobi kojoj više odgovara da bude u tišini i u svojim mislima, iako je s vama u društvu, na poslu, u kafiću. Podjelu na introverte i ekstroverte objasnio je slavni psiholog, začetnik analitičke psihologije Karl Jung.

Introverti

Neke od stvari koje su karakteristične za introvertne osobe su da one vole biti same i raditi aktivnosti koje uključuju manji broj ljudi. Ne vole velike zabave i druženja, jer ih na neki način guše i sputavaju. Najčešće su iznimno inteligentne osobe, koje ne progovaraju otvoreno o svojim kvalitetima i vješto ih čuvaju za najuži krug osoba kojima vjeruju.

Ekstroverti

Za razliku od introvertnih osoba, ekstrovertne osobe uživaju u društvu drugih ljudi, vole druženja i zabave raznih vrsta, nove vještine i nove aktivnosti. Ne vole previše biti same, vole upoznavati nove ljude, često imaju velik broj poznanika, a i popriličan broj prijatelja. Izvrsne su kad rade aktivnosti koje su vezane uz timski rad, lako sklapaju prijateljstva, ali isto tako ih i češće raskidaju.

Važno je znati da introverzija, odnosno ekstroverzija nisu nikakve kategorije u koje možemo svrstavati druge, nego se radi o dimenziji ličnosti koju možemo shvatiti kao kontinuum na čijim krajevima su čista ekstroverzija, odnosno introverzija, a svako od nas nalazi se negdje između tih ekstrema. Osoba koja bi bila stoođotni ekstrovert bila bi manična, a osoba koja bi bila potpuni introvert ne bi nikada izlazila iz kuće.

Postoji niz predrasuda kada je riječ o introvertima

Biti introvert isto je što i biti sramežljiv. Mnogi poistovjećuju introvertnost sa sramežljivošću. Iako ponekad na prvi pogled te dvije pojave izgledaju isto, introvertnost je nešto drugo.

Introverti su čitljivi. Vrlo raširena predrasuda je da introverti ne pričaju. Introverti pričaju, ali malo drugačije od onih koji su ekstroverti. Pomalo su izbirljivi u vezi s temama. Introverti, uvijek kad to mogu, izbjegavaju razgovore koji ih iscrpljuju.

Introverti su potišteni. Još jedna u nizu predrasuda je da su introverti depresivni. To je smiješno. Introverti se zapravo osjećaju vrlo stabilno, jer su stalno svjesni svog jezgra – čvrstog uporišta.

Ljudi se prirodno dijele na **ekstroverte** i **introverte**. Neki od nas su društveni i otvoreni, a neki su zatvoreniji i čitljiviji. Ta podjela je prirodna i u njoj nema ništa loše. Ipak, kada tražimo posao, u svoje biografije pišemo kako smo otvoreni i „timski igrači“. Zašto je to tako? Uči li nas društvo da je bolje biti ekstrovert?

Tendencija da se ekstrovertiranost cijeni postala je dio kulturnog DNK zapadnog društva i nije nastala juče. Ova kulturna tendencija postala je posebno naglašena kada smo iz agrarnog društva prelazili u industrijsko. Odjednom smo morali svaki dan raditi i živjeti okruženi ljudima koje ne poznajemo. Za uspjeh i uspinjanje na društvenoj ljestvici postalo je važno biti društven i harizmatičan. Kultura rada, barem na Zapadu, sve je više modelirana prema tome kako ekstroverti vole da rade. Naglašavanje timskog rada i grupnog rješavanja problema postalo je mantra u brojnim organizacijama. Sve više kompanija ljude smješta u grupe, u otvorene kancelarije, u radna okruženja koja zahtijevaju kolaboraciju i uključenost u kreativni proces.

Ali... **Šta ako najbolje ideje imate upravo dok ste sami, okruženi samo svojim mislima, kako bi to radio jedan introvert?**





Introvertnost se često smatra manom, posebno u poslu. Međutim, ta tvrdnja daleko je od istine. Introvert je osoba koja izgubljenu energiju obnavlja u samoći. Ipak, to ne znači da je riječ o ljudima koji nisu društveni.

Introvertne osobe često su žrtve predrasuda

Ne morate biti u potrazi za poslom i redovno pratiti oglase poslodavaca da uočite kako su otvorenost, sklonost timskom radu i izražena komunikativnost, uz iskustvo i obrazovanje, najpoželjnije osobine koje kandidat mora imati za većinu radnih mjesta. Te zahtjeve, bez obzira na obrazovanje i druge vrijedne reference u svojoj biografiji, ne bi ispunjavalo barem 30 odsto ljudi. Otprilike toliko, prema nekim istraživanjima, ima na svijetu introvertnih osoba, koje su svojim temperamentom više okrenute prema sebi i vole samoću te u njoj postižu svoj maksimum - kako privatni tako i poslovni.

Bitno je da niko, pa tako ni introverti, zbog svog temperamenta ne osjeća krivicu ili diskriminaciju. Svakom treba dozvoliti da bude introvertan ili ekstrovertan, u skladu sa svojim temperamentom. Jer, ako se čovjek dugo prisiljava da bude ono što on nije, to se i te kako

može odraziti na njegovo psihičko i fizičko zdravlje. Dakle, introvertne osobe mogu biti jednako vrijedne i uspješne kao i ekstrovertne. Tako je smatrao i Karl Jung. On je često govorio da su introvertne osobe veliki mislioci, stvaraoci sistema.

Nisu pretjerano društveni, ali nisu ni mizantropi ni čudaci.

Zašto je dobro zaposliti introverta

Jasno je da osobine kao što su komunikativnost, otvorenost, druželjubivost, sposobnost multitaskinga i dr., ekstrovertne osobe čine poželjnim saradnicima, ali rad s introvertima takođe ima niz prednosti:

1. Oni su nezavisni radnici.

Njihova sposobnost da rade nezavisno je neprocjenjiva. Primjeri uspjeha, kao što je, recimo, Bil Gejts, ukazuju na sposobnost introvertnih osoba da se guraju do krajnjih granica uz pomoć sopstvenih unutrašnjih snaga da bi postigle svoje ciljeve.

2. Oni su temeljni. Zato što provode mnogo vremena radeći nezavisno, introverti imaju

~~~~~

*Mnoga imena uspješnih preduzetnika su ili samoprozvani introverti ili dijele većinu njihovih karakteristika. Bill Gejts, direktor Microsoft-a, Stivi Voznijak, suosnivač Apple-a, Lari Pejdz, suosnivač Google-a, Mark Zakerberg, suosnivač Facebook-a, Marisa Majer, šefica Yahoo-a, te jedan od najbogatijih ljudi na svijetu Voren Bafet – samo su neke od uspješnih introvertnih osoba koje mijenjaju svijet. Barak Obama, bivši predsjednik SAD-a, i J.K. Roling, poznata književnica, primjeri su uticajnih i moćnih introvertnih osoba koje su u očima javnosti uspjele da nadjačaju prirodne osobine ekstrovertnih.*

~~~~~




dovoljno vremena da dobro razviju svoje planove. Prije nego što bilo šta urade, introverti razmisle. Oni mjere štetu i korist i stvaraju potencijalne planove za budućnost. Za razliku od ekstrovertnih osoba, introverti nemaju za cilj da zadive ljude i da budu u centru pažnje. Zato oni mogu da razmišljaju o dobrobiti tima, a ne samo o sebi.

3. Oni uvažavaju mišljenja drugih. Introverti shvataju da njihova mišljenja i ideje možda i nisu uvijek najprikladnija za svaku situaciju, tako da oni uvijek imaju vremena da saslušaju kolege. Ova osobina potiče od činjenice da ih njihov ego ne čini slijepima za sve osim za njihova gledišta. Zato oni sakupljaju najbolje ideje i ljude, i stvaraju zapanjujuće projekte.

4. Skromnost je njihovo tajno oružje. Veliki ego nije nešto što često povezujemo sa ovim tipom ljudi. Oni su u stanju da priznaju i prihvate svoje greške. Veoma su dobri u hvaljenju drugih za svaki njihov doprinos.

Zbog toga su introverti često idealne vođe. Introverti se koncentrišu više na nove ideje, nego na primanje pohvala za te ideje.

5. Oni komuniciraju manje, ali dublje. Iako je istina da introverti nisu najbolji govornici, njima sigurno ne nedostaje znanja što se tiče komunikacije. Situacije sa mnogo ljudi, konferencije i pozicija glavnog govornika možda ne pristaju osobi introvertne prirode, ali su te osobe veoma dobre u stvaranju značajnih veza. Introverti su uobičajeno u mogućnosti da učvrste veze sa potencijalnim partnerima.

~~~~~  
*„Ako bi postojao čist introvert ili ekstrovert, taj bi vam odmah umro“, Karl Jung.*  
~~~~~

6. Bitnija im je racionalnost od emocija. Introverti obično nisu zabrinuti činjenicom da se možda svojim izgledom ili ponašanjem ne uklapaju. Oni rijetko gube kontrolu nad emocijama u situacijama koje bi bile nepovoljne za njih, tako da su šanse da će eksplodirati, plakati ili napraviti scenu na poslu minimalne.

7. Izrazito su samosvjesni. Introverti konstantno pokušavaju da nadoknade i nadvladaju svoju nemogućnost da budu ekstrovertne osobe. Stoga su uvijek samokritični. To ne znači da pokušavaju postati otvoreniji, nego pokušavaju još više izraziti svoje vrline. Tako oni konstantno postaju bolji i bolji u planiranju, individualnom radu i smišljanju novih ideja, što je prijeko potrebna vještina individualnog preduzetnika.

8. Autentični su. Introverti su, uopšteno govoreći, iskreni i prizemni. Pošto su izbirljiviji u tome s kim komuniciraju, rijetko su neiskreni. Ova autentičnost i iskrenost je uobičajeno očigledna njihovim partnerima i klijentima. Ne podnose ćaskanje i prazne priče. Štaviše, sposobni su da vide suštinu stvari i izuzetno su snalažljivi.

I eto - introverti imaju skriveni potencijal i mogu biti mudre vođe i moćni preduzetnici. Ako smatrate da pripadate ovoj kategoriji ljudi, uvažite tu činjenicu i prihvatite prednosti introverzije.

Nekad tihi i povučeni ljudi imaju najglasnije i najmoćnije misli...

MINI-SAVJETNIK



KAKO I ZAŠTO STARIJIM GENERACIJAMA PRIBLIŽITI MODERNE TEHNOLOGIJE?

PIŠE: JELENA PRALICA

Da li i vama roditelji s vremena na vrijeme spočitavaju da previše gledate u telefon ili da „visite“ za kompjuterom? I da li su i oni, baš kao i mnogi drugi roditelji, poprilično „nepismeni“ kada su moderne tehnologije u pitanju? Ako su odgovori „da“, onda je sasvim jasno da oni, zapravo, nisu svjesni šta propuštaju...

Internet je danas omogućio da nam je cijeli svijet na dlanu. U međuvremenu smo nakon pisaće mašine upoznali personalne kompjutere, a onda i pametne telefone, koji su komunikaciju i pristup edukativnim i zabavnim sadržajima učinili pristupačnijim nego ikad.

I dok su mlađe generacije bez problema prigrlile nove tehnologije i svakodnevno se upoznaju s onim što nam one omogućavaju, a ne smijemo zaboraviti da mnogi od nas i ne pamte život bez njih, oni nešto stariji, ipak, često s pozorenjem gledaju na tu „modu“.

Mada, kada je riječ o otporu koji starije generacije često imaju prema novim tehnologijama, pojedina istraživanja, ali i svakodnevna praksa pokazuju da on prevashodno potiče od neznanja i straha od novog. Takođe, znamo da klinici najlakše usvajaju nova znanja i vještine, pa je logično da stariji teže pristaju na to da uče nešto novo.

Samim tim, prvenstveno je potrebno da ih privolite da shvate da moderne tehnologije (naravno, ako se pravilno doziraju) mogu da im olakšaju svakodnevni život, ali i da su odličan vid zabave, kao i način da se informišu, čitaju knjige, prate neka dešavanja, priključe se grupama koje okupljaju ljude afiniteta ili hobija sličnih njihovim, pa i, zašto da ne, ako su samci, pronađu srodnu dušu.

Njihovo često prvo pitanje na ovu temu je: „Šta će mi to?!“ Vaš odgovor ne mora biti lažno konstruisan, već jednostavan i logičan - objasnite im da, ukoliko imaju android, imaju i pristup internetu, čime mogu, recimo,

besplatno da komuniciraju s vama. Tada ćete im, naravno, pokazati kako to funkcioniše, ali je, u prvi mah, sasvim dovoljno da shvate i prihvate da će im to savladavanje novog olakšati svakodnevnicu.

Budite spremni da im prvi učitelj budete baš vi, jer vama dovoljno vjeruju, a i manje im je neprijatno pred vama pokazati da nešto ne umiju, nego pred potpunim strancem. Na vlastitom telefonu, odnosno kompjuteru, približite im osnove; od toga kako internet zajednica funkcioniše, šta su društvene mreže, kako da koriste pretraživače, šta su aplikacije i slično.

Takođe, ako im objasnite da ćete, recimo, putem društvenih mreža takođe moći da komunicirate, bez obzira na to gdje se nalazite u tom momentu, ali i da će moći do mile volje iznova i iznova da gledaju fotografije vaše dječice (a znamo da to većina baka i deka voli), da ćete moći voditi video-razgovore i da će sve to uspjeti nakon samo nekoliko klikova (koje i napamet mogu da zapamte), kao i da sve to mogu da rade s prijateljima, poznanicima, rođacima... širom planete.

Predložite im da se upišu na neki kurs ili obuku koja se tiče rada na računaru, a koja je prilagođena ljudima njihovih godina. Još bolje - pronađite ih vi, vjerovatno, bar periodično, postoje u svakom mjestu, a i vičniji ste. Budite im podrška i istrpите njihove početničke greške, jer biće ih.

Ipak, naposljetku ćete pomiriti generacijski jaz i zajedno ćete moći uživati u blagodatima modernih tehnologija.



PREPORUKE

PIŠE: JELENA BJELAKOVIĆ

WEB SAJT

www.blankonblank.org

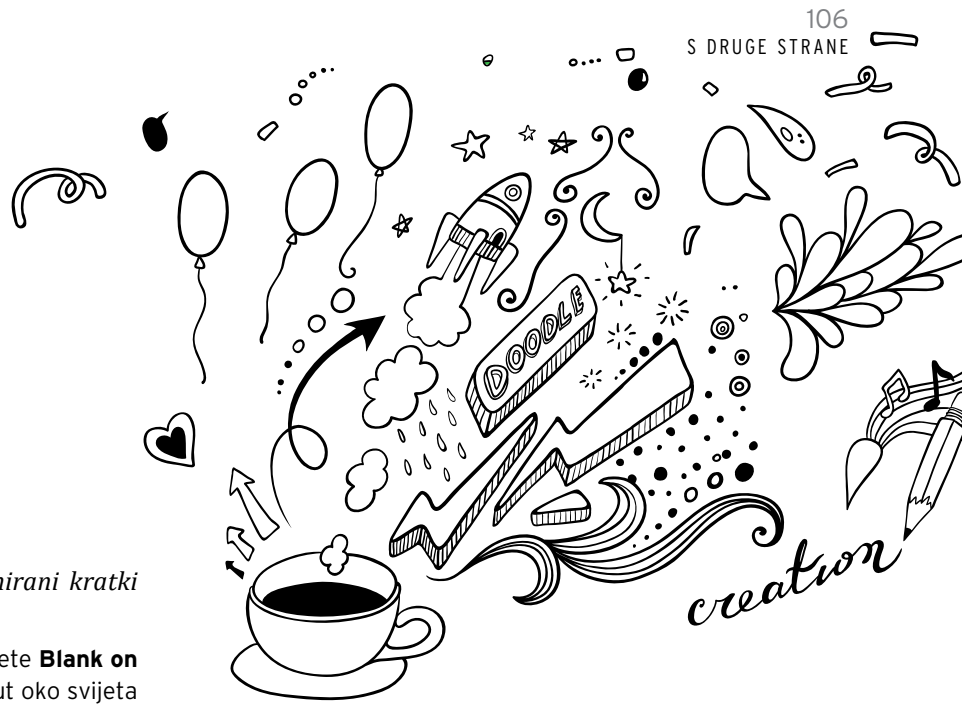
Poznata imena. Izgubljeni intervjui. Animirani kratki filmovi.

Spojite ih u jednu kompaktnu cjelinu i dobićete **Blank on Blank**, ideju koja je iz Bruklina krenula na put oko svijeta putem bežičnog interneta. Kao i svaka dobra ideja, i ova je bila sasvim jednostavna.

Udahnuti novi život davno zaboravljenim intervjuiima kroz animaciju - to je sve što je neprofitni studio Quoted Studios imao na umu kada je u orbitu lansirao www.blankonblank.org. Šest godina poslije, sa više od stotinu kratkih filmova u rezimeu i desetinama hiljada pregleda na društvenim mrežama, izgubljeni razgovori sa slavnima su nesumnjivo pronađeni i sačuvani za buduće generacije.

Koji reper se osjećao kao tragični heroj u šekspirovoj drami? Šta je zvjezdani čovjek zaista mislio o svom alter egu? I kakva li to tajna veza spaja Pepeljugu i Hičkoka? To su samo neka od pitanja čiji odgovori će vam se ukazati zaplivate li animiranim morem kreativnosti.

I sigurno je da to nije bez razloga.



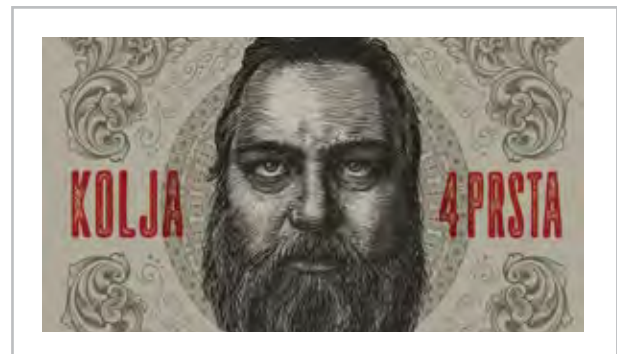
MUZIKA

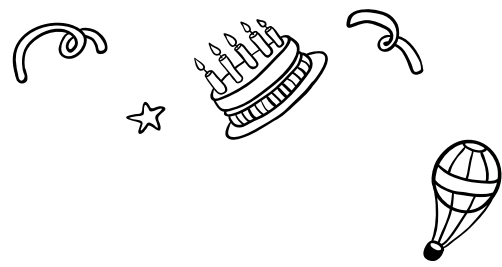
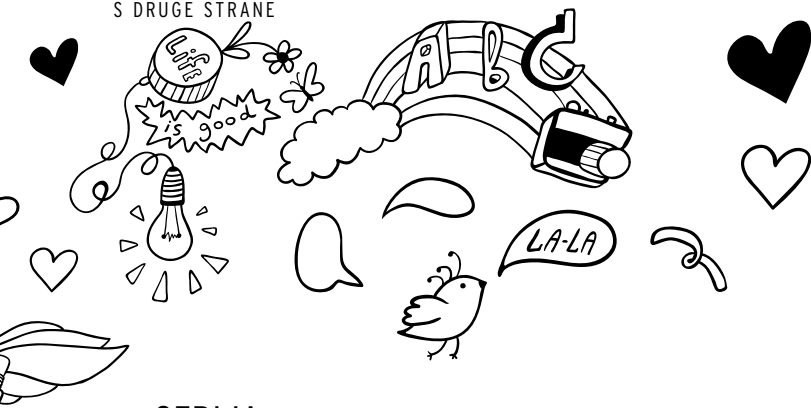
„4 prsta“, Nikola Pejaković Kolja

Odista je malo tih - tih koji će u jednom biću vješto objediniti prvu i sedmu umjetnost - tih polimata, glorifikovanih u doba renesansnog buđenja čovjeka. Ali, Kolja je taj - „velika četvorka“ u jednom čovjeku, jednom umjetniku. Glumac, scenarista, režiser i muzičar - titulirajte ga kako vam srce ište, samo budite sigurni da Pejaković živi svoje umjetnosti.

I album „4 prsta“ je upravo to - refleksija ovog našeg, nimalo renesansnog doba i podneblja kroz prizmu čovjeka sa jedinstvenim osjećajem za zvuk i dramsku snagu slova. Simboliku ne tražite u samom nazivu ČETVRTOG studijskog albuma čovjeka rođenog sa ČETIRI prsta na desnoj ruci. Tražite je u 19 kompozicija koje u sat vremena i cijele dvije minute objelodanjuju rok i bluz istine u bojama sarkazma i ironije. Tražite je u emocijama violine, viole i violončela, dok vam nježno dodiruju dušu.

Tražite je dok vam gitara, klavir i kontrabas pričaju priču o jednom sivilu obojenom crnim humorom i šarenom lažom. A kad je našete, samo stisnite „replay“.





SERIJA

„The Sharp Objects“

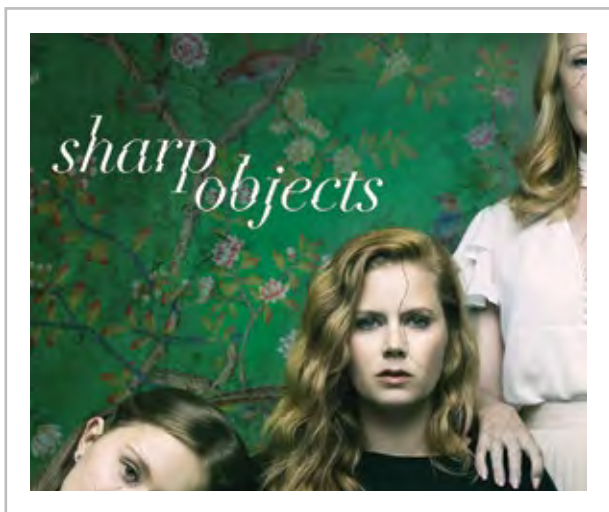
Naoštrite se i spremite za (vrlo vjerovatno) najbolju seriju ove godine.

Prije nego što je roman „Gone Girl“ krunisan titulom „najvećeg literarnog fenomena 2012. godine“ i prije nego što je Dejvid Finčer na velike ekrane donio jedan od najžešćih trilera decenije, police knjižara su ugledale korice izvjesne Džilijen Flin, na kojima je pisalo „Sharp Objects“.

Godinama poslije, sadržaj tih korica će postati mini-serija takvog kalibra da već prijete da postane kulturna. I ne čudi, jer s jedne strane, tu je Flinova sa pričom koja reže na komade, a sa druge čeka Žan Mark Vale sa režijom izoštrenom do perfekcije. Svakako, takav jedan spoj ne bi „radio“ da, s treće strane, nije bilo i glumačke postavke koja će moći ispratiti slojevitost likova i oštrinu scenarija.

Jer, premisa je samo naizgled jednostavna. Novinarka Kamil Priker vraća se u rodni gradić na jugu Amerike da izvještava o ubistvu dvije djevojčice. Već viđeno? Nakon osam epizoda ćete biti sasvim sigurni da je tačan odgovor na to pitanje „ne“ i sasvim razočarani što „sve što je dobro uglavnom kratko traje“.

Lični sud o „Sharp Objects“ možete i sami donijeti upalite li svoj m:tel IPTV i tamo aktivirate sva čudesa HBO paketa.



KNJIGA

„Uhvati zeca“, Lana Bastašić

„Da počnemo ispočetka. Imaš nekoga i onda ga nemaš. I to je otprilike cijela priča.“

Samo što nije. To je njen početak.

Sad, kad imamo uvod, gdje su nam ostali elementi fabule? Kako i sama naratorica piše, „dobre priče nikada nisu o onome što se dešava“. Na kraju svake priče ostaju samo slike.

Od prve do posljednje stranice, Bastašićeva na papiru oslikava sjećanja dovoljno živopisna da čuvaju budnost i dovoljno fragmentirana da dopuste snove. Dok budno sanja, čitalac upoznaje junakinje romana, jednu Saru i drugu Lejlu, a spoznaje istinu o jednom djetinjstvu i jednom prijateljstvu u jednoj sasvim čudnoj zemlji. Zemlji toliko čudnoj da je pitanje da li će ikada doći do časa apsolutne budnosti.

To vrijedi, kako za protagonistkinje, tako i za svakog ko uhvati zeca u svoje ruke.



htc U12+

Live on the Edge.



EKRAN - 6 INČA, QHD + (1440 x 2880 PX)

MEMORIJA - 6 GB RAM, 64 GB INTERNE MEMORIJE - MICROSD SLOT

PROCESOR - QUALCOMM SNAPDRAGON 845, OCTA-CORE (4 x 2.8 GHz & 4 x 1.8 GHz)

GLAVNA KAMERA - 12 MP + 16 MP, 4K VIDEO

PREDNJA KAMERA - 8 MP + 8 MP

BATERIJA - 3500 MAH

SAMSUNG



Novi supermoćni Note
SAMSUNG Galaxy Note9



HUAWEI Mate20 Pro

U SARADNJI SA



2X MOĆNIJI AI

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

