



DECEMBER 2008

letnik 5

3

KAZIIN

PRIMORSKI ŠTUDENTSKI UNIVERZITETNI ČASOPIS



Nu-jezik

AIDS – Človeštvo ni kos boleznim stoletja

Intervju – Janko Petrovec

Dnevi humanistike – hendikep v secimi sobi /// Karl Erjavec kot božično darilo /// Nakupovanje prenosnika /// Kdo bo športnik leta? /// Potopis: Islandija



»To je velik dnar.«

Miha JESENŠEK,

strokovnjak za nove medije, spletna družbena omrežja in Kitajsko

Video s spletom flirta že dolgo, vsaj od takrat, ko so se razširile širokopasovne povezave, ki so omogočale prenose večjih (video) datotek v razumnih časih. Po *webu* 2.0 pa je premikajoča slika dobila nove spletne dimenzije. Video na zahtevo, video kar tako, video v online družbenih omrežjih, kot sta Facebook in MySpace ... Zdi se, da je prisoten povsod. Celotna medijske hiše, ki so do nedavnega skrbele samo za tekst in foto produkcijo, so se vrgle v video. Delo fura svoj TV studio, Dnevnik je prav tako močan – iz RTV-ja vztrajno vleče televizijski kader, lastno novinarsko videoprodukcijo ima tudi Večer. Žurnal24 se je spečal celo s televiziji, spletni mediji (npr. Vest) pa sploh s pridom uporabljajo video kanale.

V tujini ni nič drugače: časopisne hiše na spletu objavljajo video prispevke. Economist je sicer močnejši z avdio zapisi, a ponuja tudi video. Guardian prav tako. Financial Times rad objavlja multimedijske preplete fotografij, skic in videa, New York Times ima močno video sekcijo. Na spletu so s svojo primarno video produkcijo tudi (R)TV hiše, kot sta CNN in BBC, v Sloveniji pa dominirata RTV-jev MMC in Pro Plusov portal 24ur. Blogi in ostali *grassroots* portali so prav tako polni videa. Sploh ker lahko danes vsak z minimalni stroški in znanjem ustvari dober ali celo nadstandarden video izdelek, ki se lahko kosa s produkcijami medijskih hiš, ki snemajo z več (deset) tisoč evrov vredno opremo in si lahko privoščijo še številčno terensko ekipo ter profesionalno montažo. Video je v času, ko so se povezali poceni in mobilna video oprema, domača računalniška montaža in splet, postal dostopen masam.

YouTube mu je dodal le še zadnji, a odločilen spin. Po YouTubeu splet, še manj pa video, nista več takšna, kot sta bila. To skrbi tudi klasične medijske hiše, sploh po letošnjem 22. in 23. novembru. Iz kalifornijskega San Franciscia in japonskega Tokia je YouTube prvič oddajal v živo. Kar pravzaprav ni nikakršna novost, saj mnogi že leta oddajajo v živo tudi prek spleta. A tokrat je *live* šel gigant, spletno družbeno omrežje, ki mreže med ljudmi ustvarja z videi, ki jih snemajo uporabniki sami. Samo januarja letos si je v tridesetih dneh 79 milijonov uporabnikov ogledalo več kot tri milijarde videov. Že lansko leto pa je zgolj YouTube ustvaril toliko spletnega prometa kot celoten (!) svetovni internet v letu 2000.

Ko te številke vidijo zaposleni v oddelkih za marketing, se jim zasvetijo oči, takoj ko uporabniško maso preračunajo v oglaševalske potenciale in prihodke. Povejte jim še, da lahko oglašujejo ciljno, saj imajo od vsakega uporabnika podatke o geografski lokaciji, od večine pa še o starosti, spolu, hobijih in drugih potrošniško-družbeno-političnih osebnostnih vzorcih. Ali kot je rekel Jonas: »To je velik dnar.«

YouTube je do zdaj uspeval, rasel in gradil svojo velikansko maso uporabnikov *zgolj* s tem, da je razvil in brezplačno ponudil najboljšo video platformo. Zdad dodaja še video v živo, ki ga organizira in producira po zakonitostih spleta in ne TV-ja, kot so to do zdaj počele medijske hiše. *Make no mistake* (ali, kot zna frazo uporabiti naš PM, *naj ne bo nobenega dvoma*), zvezda je rojena.

4 Napovednik

6 (o)glasna deska

7 Svetovni dan boja proti AIDS-u

10 Dnevi humanistike

12 Afera Dreyfus

14 Burja na šofiti

16 Brez slabe vesti

18 Izvenserijsko

20 Post scriptum

21 Kontraglas

22 Prisegam, da lažem

23 Spor(t)a centrifuga

25 Večer s Tomažem Šalamunom

26 Fotojota

29 Tales from Neverland

30 Pismo iz tujine

31 Mojedelo

32 Iz nekje vmes

33 Intervju – Janko Petrovec

37 Obalna krčma

38 Kolumna – Marko Gavrilovski

39 Kolumna – Andrej Černič

40 Kolumna – Matija Stepišnik

41 Kolumna – Nataša Kramberger

42 Potopis – Islandija

46 Samoumetnost

47 Obišči

48 Preberi

49 Poslušaj

50 Poglej

51 Čestitka meseca

UREJA >> Matjaž Kljun

matjaz.kljun@upr.si

NAKUPOVANJE PRENOSNIKA

V ZADNIH LETIH JE PRODAJA PRENOSNIH RAČUNALNIKOV PREČEJ NARASLA. V ZADNJEM LETU NAJ BI V SVETOVNEM MERILU PRODALI VEČ PRENOSNIH KOT NAMIZNIH RAČUNALNIKOV. TUDI MED ŠTUDENTI JE VSE VEČ TAKIH, KI SI ŽELIJO PRENOSNIK VZETI NA PREDAVANJA IN ZA VIKEND DOMOV. IN TUDI TAKIH, KI SI GA ŽELIJO ODNESTI K PRIJATELJU IN NAPISATI SKUPAJ SEMINARSKO NALOGO, ALI PA POVEZANI V MREŽO SKUPAJ IGRATI IGRICE. CENE PRENOSNIH RAČUNALNIKOV SO SE TUDI PREČEJ SPUSTILE IN SO PRIMERLJIVE S CENAMI NAMIZNIH RAČUNALNIKOV.

Preden se lotimo modelov in cen prenosnikov, se moramo najprej odločiti, zakaj bomo prenosnik potrebovali, koliko časa bomo preživeli za njim in kje ga bomo potrebovali. Od tega je odvisno, kateri model bomo kupili in koliko denarja bomo zanj odšteli. Pa lepo po vrsti.

Če bomo prenosni računalnik potrebovali za brskanje po spletu in pisanje seminarskih nalog, ne potrebujemo zelo zmogljivega prenosnika. Kaj je zmogljivo in kaj ne, bomo razložili pozneje. Nasprotno pa, če imamo na prenosniku namen igrati računalniške igrice ali pa se ukvarjati z obdelovanjem slik, videov in glasbe, potrebujemo zmogljivejši prenosni računalnik z večjim zaslonom. Srednje velik zaslon je recimo velikosti okoli 15 palcev, velik pa 17 palcev. Manjši prenosniki imajo zaslone velikosti okoli 13 palcev. Na trgu so tudi prenosniki z zaslonom velikosti od 7 do 11 palcev. Če imamo velik zaslon, je lažje delati, a je tudi prenosni računalnik težji in s tem manj prenosljiv. Če imamo majhen zaslon, je nanj težje delati (poleg tega imajo taki prenosniki manjšo tipkovnico, na katero ni preprosto tipkati), a so računalniki lažji in bolj prenosljivi. Seveda lahko prenosnike z majhnim zaslonom priključimo na zunanji zaslon, tipkovnico in miško, kar nam na pisalni mizi zelo olajša delo. V tem primeru k ceni prenosnika prištejemo še ceno dodatnih naprav. A če bomo več časa prebili na terenu, zunanjih naprav ne bomo potrebovali. Odločiti se moramo tudi, kako pogosto bomo računalnik



prenašali. Ali ga bomo potrebovali predvsem za pisalno mizo ali pa ga bomo veliko prenašali. Teža prenosnega računalnika, ki ga želimo prenašati, naj ne presega dveh kilogramov in pol (poleg računalnika nosimo s seboj tudi druge stvari, ki pripomorejo k skupni teži torbe). Nazadnje se moramo odločiti, koliko časa bomo prebili za računalnikom. Več časa kot bomo porabili, večji zaslon in tipkovnico potrebujemo. Tudi tukaj velja, da lahko za pisalno mizo uporabljamo zunanje naprave.

Kaj pa priključki in druga strojna oprema? Tudi pri tem moramo vedeti, kaj si želimo. Najmanjša velikost trdih diskov je 120GB, kar je za normalno delo (tudi igranje iger)

dovolj. Nekateri prenosniki imajo sicer SSD diske, ki so lahko manjši, a imajo svoje prednosti; večji so pa trenutno še zelo dragi. V vsakem primeru je priporočljivo kupiti zunanji disk za redno arhiviranje datotek iz prenosnika. Zmogljivejšo grafično kartico potrebujemo za igranje iger in za obdelovanje večpredstavnostnih vsebin: te imajo ponavadi navedeno količino delovnega spomina na kartici. Glavnega delovnega spomina (RAM) pa je vedno premalo in naj ga ne bo manj kot 2 GB. Pri procesorju moramo biti pozorni na to, ali je primarno namenjen prenosnim računalnikom. Tak procesor porabi manj energije in posledično nam baterija zdrži dlje. Baterija naj bi zdržala vsaj dve uri in pol ali več. Opisano opremo ponavadi najdemo v srednje zmogljivih prenosnikih.

Pri priključkih pa se moramo odločiti, ali potrebujemo CD-DVD enoto in ali mora ta tudi zapisovati na medije. Ali potrebujemo mrežno kartico? Koliko USB vrat potrebujemo, je odvisno od tega ali bomo na prenosnik priključili veliko naprav (tipkovnica, miška, ključki, čitalci kartic, zunanji diski, kamere ...). FireWire potrebujemo v primeru, če imamo digitalno kamero, ki podpira tak način prenosa. Ali potrebujemo vgrajeno kamero, mikrofon in zvočnike? Če bomo prenosnik priključevali na projektor ali televizijo, potrebujemo video izhod; večina prenosnikov ima VGA ali DVI izhod, S-video se redko najde na prenosnikih. Predvsem pa je treba paziti na kakovost tipkovnice in sledilne naprave (touchpad).

Ko se o vsem tem odločimo, pride na vrsto brskanje po spletu. Obiščimo več trgovin in pogledamo kakšne modele, ki ustrezajo našim željam, imajo na voljo. Če so cene teh modelov previsoke, se lahko odločimo znižati kriterije.

Cene prenosnikov se gibljejo od 250 evrov pa tja do 4000 evrov. Kategorije po cenah so:

- od 250 do 400 evrov: manjši prenosniki z majhnim SSD diskom in zaslonom, velikosti med 7 in 12 palcev, z manj

zmogljivo procesorsko enoto (npr. Intel atom).

Ti so primerni predvsem za nezahtevna opravila in so izredno prenosljivi; baterija pa zdrži zelo dolgo.

- Od 400 do 600 evrov: prenosniki z zaslonom velikosti 15 palcev, s strojno opremo, namenjeno pisarniškim opravilom.

Ti so primerni za normalno brskanje po spletu, pisanje dokumentov, klepet in podobne naloge.

- Od 600 do 800 evrov: prenosniki z zmogljivejšo strojno opremo in baterijo z daljšim časom delovanja. Tudi ti prenosniki so v prvi vrsti namenjeni pisarniškim opravilom.

- Od 800 evrov naprej.

Prenosniki z zmogljivejšo grafiko, velikokrat tudi kakovostnejšim ohišjem in možnostjo priključitve več zunanjih naprav.

Ko najdemo spisek ustreznih modelov, poskusimo najti na spletu kakšno oceno ali mnenje o prenosniku. V pomoč je Google, kamor vpišemo npr. iskalni izraz »model prenosnika review«. Če želimo namestiti na prenosni računalnik ne ravno najbolj razširjen operacijski sistem, je vredno pogledati še, kako je z gonilniki za strojno opremo.

Preden se odločimo za nakup prek spleta, se odpravimo še do kakšne trgovine, ki prodaja prenosne računalnike, in preizkusimo tipkovnico ter sledilno napravo. Predvsem cenejši modeli manj poznanih blagovnih znamk imajo manj kakovostne tipkovnice in sledilne naprave, ki se zelo slabo odzivajo na dotik.✕

Izpolni kupon in ga oddaj v najbližji erotični trgovini Venera Shop. Nagrada:

KUPON ZA (3X) KONDOM

Nagradno vprašanje:

Koliko erotičnih trgovin ima Venera Shop v Sloveniji (Namig: odgovor lahko najdete na spletni strani www.venera-shop.si)

3 6 15

Ime in priimek:

Ulica in hišna številka:

Poštna številka in pošta:

E-mail:

Podpis:

Vsi kuponi oddani do 21.01.2009 sodelujejo v dodatnem žrebanju za 40 nagrad v skupni vrednosti 1.600,00 EUR. Nakup ni pogoj za sodelovanje v nagradni igri. S podpisom potrjujem, da sem seznanjen s pravili nagradne igre ter dovoljujem, da podajete Venera Shop d.o.o. upravlja z mojimi osebnimi podatki. Pravila nagradne igre so objavljena na spletni strani www.venera-shop.si

VENERA SHOP

Erotic shop

