



# JA, STIV

STIV DŽOBS SOPSTVENIM REČIMA

priređio Džordž Bim

Preveo Vladan Stojanović

**alnari**  
PUBLISHING

Beograd, 2012.

*Za Britona Edvardsa*

*Epl je suštinski nadaren za neke stvari: mislim da pravimo veoma dobro dizajnirani hardver; sposobni smo da iznedrimo veoma dobar industrijski dizajn; pišemo veoma dobre sistemske i aplikacione programe. Zbilja umemo da sve to upakujemo u proizvod. Samo mi to radimo u kompjuterskoj industriji.*

– Stiv Džobs,  
*Rolling stoun*, 25. decembar 2003.

# Uvod

## Stiv Džobsi, Vizionarskastvar“

*Neprestano tragam za sledećom velikom pri-  
likom. U današnjem svetu je, da bi se do nje  
došlo, neophodna velika količina novca i inže-  
njerskog talenta. Ne znam šta će sledeća velika  
stvar biti, ali imam neke ideje.*

– Stiv Džobs  
*Fortjun, 24. januar 2000.*

Stiv Džobs od 1976. slobodno izražava svoje mišljenje, na zadovoljstvo svojih pristalica i na nevolju svojih klevetnika. Čini to na svaki mogući način saopštenjima za štampu, izjavama na Eplovim veb-sajtovima, na javnim nastupima pri predavljanju novih Eplovih proizvoda, u intervjuima

štampanim i elektronskim sredstvima informisanja. Iako se Džobs se dva puta pozvao na „vizionarsku stvar“ u radnoj biografiji, nesumnjivo je da je izrekao neke od najupečatljivijih misli o prirodi današnjeg poslovanja.

On zauzima jedinstven i zavidan položaj u poslovnoj zajednici. Časopis *Fortjun* izabrao ga je za Izvršnog direktora decenije. *Harvard biznis rivju* izabrao ga je za „najdeotvornijeg izvršnog direktora na svetu“, a *Vol strit džurnal*, za Ličnost decenije. To su samo neka od brojnih priznanja.

Petnaestog avgusta 2011. pronela se vest da je datum objavljivanja jedine zvanične biografija Stiva Džobsa, iz pera Voltera Isaksona, pomeren i da će umesto u martu 2012, izaći 21. novembra 2011. Svi su hteli da znaju razlog za donošenje ove odluke. Veliki izdavači ne čine takve poteze bez valjanog opravdanja. Digla se velika prašina.

Svet je, devet dana kasnije, 24. avgusta, saznao još jednu veliku vest: Stiv Džobs je objavio povlačenje sa mesta izvršnog direktora. Zamolio je upravni odbor Epla da „sprovede plan o nasleđivanju“. To je značilo da će Timoti Kuk stupiti na kormilo kompanije.

Petog oktobra, dan nakon što je novi izvršni direktor Epla prvi put javno nastupio na promociji *ajfona 4S*, upravni odbor je objavio da je Stiv Džobs preminuo u pedeset šestoj godini. Odbor je izdao saopštenje za štampu: „Stivova blistava inteligencija, strast i energija bili su izvor bezbrojnih inovacija koje su svima obogatile i unapredile život. Svet je, zahvaljujući njemu, postao nemerljivo bolje mesto.“

# Citati

.....

## **NERVOZA PRE PREDSTAVLJANJA AJPEDA**

Imali smo leptiriće u stomaku, nedelju dana... noć pre predstavljanja... lansiranja, iako smo ga već neko vreme koristili i godinama radili na njemu. Nikad se ne zna šta će biti dok proizvod ne stigne u ruke potrošača i dok ti ne kažu šta misle. Odziv je prevazišao sva očekivanja. Bilo nam je jasno da smo predstavili spravu koja će iz osnova promeniti igru. Uvereni smo da će ljudi, kad se posle nekoliko godina osvrnu na ovaj dan, misliti o njemu kao o jednom od najvažnijih datuma na polju personalnih kompjutera. Oduševila me je brzina reagovanja. Dobio sam nekoliko hiljada imejlova od meni nepoznatih ljudi. Svi su hteli da mi saopšte kako su ubeđeni da će naš proizvod izmeniti njihov život i ono što rade. Prihvaćen je nepojmljivo brzo.

**– Eplovo predstavljanje softvera  
za *ajfon* 4.0, 8. april 2010.**

.....

**EPLOVA KLJUČNA PREDNOST: ZAPOSLENI**

Mi smo spoj ljudi i ideja. Ujutru ustajemo i idemo na posao da bismo se družili sa tim sjajnim, umnim ljudima. Uvek sam smatrao da je odabir saradnika srce i duša našeg poslovanja.

– **D5 konferencija: Sve što je digitalno, 30. maj 2007.**

.....

**EPLOVA DNK**

Većina jedva čeka da ujutru dođe na posao. Epl se nije nekim čudom preobrazio u kompaniju za proizvodnju elektronskih uređaja namenjenih masovnom tržištu. Naša DNK se nije promenila. Tržište elektronskih uređaja namenjenih masovnom tržištu preobražava se u Epl.

– *Fortjun*, **21. februar 2005.**

.....

**POSTOJANJE EPLA**

Šta bi se desilo da nema Epla? Razmislite o tome. *Tajm* se iduće nedelje ne bi pojavio na kioscima. Nekih 70% novina u SAD ne bi izašle sutra ujutru. Oko 60% dece ne bi imalo kompjutere, ni 64% njihovih učitelja ne bi imalo kompjutere. Više od polovine veb-sajtova stvorenih na *makovima* ne bi postojala. Imamo nešto za šta se vredi boriti. Da li vam je to jasno?

– *Tajm*, 18. avgust 1997.

.....

**SREDSTVO ZA OBEZBEĐENJE PAŽNJE**

I još jedna stvar...

– Uobičajena fraza na kraju Eplovih priredbi

.....

**BITI NAJBOLJI**

Nećemo biti prvi na ovoj zabavi, ali ćemo biti najbolji.

– **Eplova priredba za *ajfon OS 4.0*, 8. april 2010.**



.....

## **NAČIN ODABIRA SARADNIKA**

Stvar nije u pukom odabiru saradnika. Posle toga, valja izgraditi odgovarajuće okruženje, u kom ljudi osećaju da rade s jednako talentovanim ljudima i da je posao važniji od njih. Važno je da znaju da njihov rad ima izuzetan upliv i da je deo snažne, jasne vizije. Sve je to neophodno. Odabir saradnika obično prevazilazi kapacitete jedne osobe. Iznasio sam da taj posao najbolje obavljam u saradnji s kolegama i negovanjem kulture odabira „asova“. Svaki kandidat razgovara s najmanje desetak ljudi iz različitih delova kompanije, a ne samo iz onog u kom će možda raditi. Na taj način veliki broj naših „asova“ stiče širu sliku o kompaniji. Svako od zaposlenih, zahvaljujući kulturi kompanije koja ih u tome podržava, može staviti veto na prijem kandidata.

– *U društvu divova, 1997.*

.....

**BRENDIRANJE**

Nemamo šansu u reklamiranju ponuda, pogodnosti, veličine radne memorije, grafikona i poređenja. Možemo komunicirati isključivo osećanjima.

– *Povratak u Malo kraljevstvo 2009.*

Ko su veliki brendovi? Levis, Koka-kola, Dizni, Najk. Najveći broj ljudi bi uvrstio Epl u ovu kategoriju. Mogli bi potrošiti milijarde dolara za stvaranje brenda koji ne bi bio ravan Eplu. Epl pak ne čini ništa s ovom čudesnom prednošću. Šta je, naposletku, Epl? Namenjen je ljudima koji razmišljaju van utvrđenih šablona, onima koji koriste kompjutere da bi im pomogli da promene svet, da stvore nešto različito, a ne da otaljaju posao.

– *Tajm, 18. avgust 1997.*

.....

**ŠIROKO OBRAZOVANJE**

Rid koledž je u to vreme nudio možda najbolja predavanja iz kaligrafije u zemlji... Odlučio sam da učim kaligrafiju, da bih znao kako da uradim ovo... Ta predavanja su bila divna, sa istorijskom patinom i umetničkom suptilnošću koju nauka ne može doseći. Bio sam očaran kaligrafijom, iako nisam gajio ni najmanju nadu da ću je ikada praktično upotrebiti. Trud mi se isplatio kad smo, deset godina kasnije, dizajnirali prvi Makintoš kompjuter.

– **Obraćanje studentima, Univerzitet  
Stanford, 12. jun 2005.**

.....

**VAŽNOST BOGATOG ŽIVOTNOG ISKUSTVA**

Veliki broj ljudi u našoj industriji nema raznoliko životno iskustvo. Zbog toga nemaju dovoljno tačkica za povezivanje. Skloni su izrazito linearnim rešenjima, zato što ne mogu da sagledaju problem iz šire perspektive. Kvalitet dizajna zavisi od širine poznavanja ljudskog iskustva.

– *Vajerd*, **februar 1996.**

.....

## **USMERENJE KOMPANIJE**

Ne sprovodimo istraživanja tržišta. Ne iznajmljujemo konsultante... Samo želimo da pravimo sjajne proizvode.

– *CNN Mani / Fortjun*, februar 2008.

.....

## **KONKURENCIJA**

*Odgovor na pitanje u intervjuu o tržišnom nadmetanju s Eplom dok je bio u NeXT-u:* Nisam znao da me Epl poseduje. Mislim da to nije slučaj. Smatram da posedujem samog sebe. Pomisao da nikad u životu neću moći da se bavim svojim zanimanjem čini mi se čudnom. Nećemo izneti nikakvu tehnologiju, niti zaštićene ideje iz Epla. Spremni smo da to stavimo na papir. Uostalom, zakon je takav. Ništa ne sprečava Epl da se nadmeće s nama, ako misle da je ono što radimo sjajna ideja. Teško je poverovati da kompanija s više od dve milijarde dolara kapitala i vojskom od preko četiri hiljade trista zaposlenih ne može da se nadmeće sa šestoricom ljudi u farmerkama.

– *Njuzvik*, 30. septembar 1985.

.....

**KOMPJUTERI**

Problem je što, s tačke gledišta hardvera, više ne možete da napravite dva puta bolji kompjuter od svih ostalih. Previše ljudi zna kako se to radi. Imate sreće ako napravite za trećinu ili za polovinu bolji. I u tom slučaju će proći najviše šest meseci dok vas svi ne dostignu.

– *Rolling stoun*, 16. jun 1994.

.....

**KOMPJUTERI ZA SVAKOGA**

Osnovna zamisao Epla bila je da pravi kompjutere za ljude, a ne za korporacije. Svetu nije bio potreban novi Del ili Kompak.

– *Time*, 18. oktobar 1999.

.....

**KOMPJUTERI KAO ALATKE**

Šta je kompjuter za mene... najčudesnija alatka koja je ikad smišljena. On je ekvivalent bicikla za naše umove.

– *Memori & imadžinejšen, 1990.*

.....

**ZBRKANE PROIZVODNE LINIJE**

Kad sam došao ovamo, zatekao sam zilion i jedan proizvod. Pitao sam ljude, zašto bih preporučio 3400 nauštrb 4400? Ili zašto bi se neko zagrejao za 6500, umesto za 7300? Ni posle tri nedelje nisam došao do zadovoljavajućeg odgovora. Pomislio sam, ako ja ne mogu da to razumem... kako će potrošači razumeti?

– **Eplova svetska razvojna konferencija<sup>\*</sup>, 1998.**

---

<sup>\*</sup> Misli se na razvoj softvera. (Prim. prev.)

*Ja, Stiv*

.....  
*KONZUMERIZAM\**

Prestao sam da kupujem mnogo stvari, zato što su mi izgledale smešno.

*Independent, 29. oktobar 2005.*

Vodili smo porodične razgovore o onom što želimo. Mnogo smo pričali o dizajnu, ali i o porodičnim vrednostima. Da li nam je najvažnije da se stvari operu za jedan sat, umesto za sat i po? Da li nam je najbitnije da nam odeća bude stvarno meka i da nam duže traje? Da li nam je važno da trošimo tri četvrtine manje vode? Dve nedelje smo za večerom svakodnevno raspravljali o mašini za pranje i sušenje. Razgovor se ticao dizajna.

*– Vajerd, februar 1996.*

---

\* Preterana potrošnja ili potrošnja radi potrošnje. (Prim. prev.)