

Matej Lončarić i Davor Bruketa najavili prvi event u metaversu na **Danima komunikacija**

U lipnju ćemo u metaversu organizirati dodjelu Oridiđi video awards za najoriginalnije content creatore u digitalnom svijetu. Cijeli event moći će se iskusiti kroz oči avatara



24sata po prvi puta u Hrvatskoj, ali i u regiji organizira event u metaversu. U virtualnoj stvarnosti u lipnju ćemo dodijeliti Oridiđi video awards za najoriginalnije content creatore u digitalnom svijetu. Bit će ovo jedinstvena prilika da se cijeli event iskusi kroz oči avatara. Sve što se može u stvarnom svijetu, moći će se i na Oridiđi video awardsima i sve to kroz avatara.- 24sata oduvijek su se trudila pratiti svjetske trendove u digitalu. Brand 24sata već je duže vrijeme na tržištu poznat po svojim inovacijama i postavljanju trendova. Tako smo ljestvicu u Hrvatskoj, ali i regiji odlučili malo podići. Logičan slijed na sve ovo što radimo i na sve promjene u internet svijetu, preselili smo se u virtualnu stvarnost - metaverse. Do metaverse eventa došli smo kroz intenzivno promišljanje i komunikaciju sa kreativcima iz Brukete&Žinić&Gray te smo iznijeli ideju da u Hrvatsku moramo dovesti prvi takav event. Zajednički smo osmislili vizualni identitet našeg metaverse eventa, od loga do kategorija u kojima će se natjecati digitalni content creatori, sve je prilagođeno virtualnoj stvarnosti. Volio bih istaknuti da je bitno metaverse shvaćati kao interaktivan internet koji će kroz iduće desetljeće promijeniti ekonomiju u kojoj živimo - zaključuje Matej Lončarić, direktor i osnivač 24sata video produkcije, JoomBoosa i Miss7.- Na vratima smo treće faze razvoja interneta. U prvoj fazi punili smo internet sadržajem, u drugoj smo socijalizaciju dijelom preselili on line, na nekoliko platformi kojima upravljaju privatne kompanije. U trećoj fazi nadamo se razvoju decentraliziranih virtualnih svjetova (metaverse), poput Decentralanda, koji neće ovisiti o volji jednog vlasnika i koji će postati primarno mjesto internetske socijalizacije. Novi načini povezivanja među ljudima imat će ogroman utjecaj na ekonomiju i društvo, nove prilike i izazove za sve nas. Što ranije počnemo, to ćemo se bolje snalaziti u novim svjetovima. Zato mi je iznimno zadovoljstvo da imamo priliku sudjelovati u organizaciji prvog hrvatskog događaja u metaversu - komentirao je suradnju Davor Bruketa, kreativni direktor iz agencije Bruketa&Žinić&Gray. Pandemijska godina preselila je gotovo sva zbivanja u online svijet. Čak i onaj dio populacije koji je vješto 'izbjegavao' sudjelovanje u virtualnome sad je uključen u većinu procesa u tom istome virtualnom svijetu. Toga su postali svjesni i klijenti, koji na svjetskoj razini istražuju sve opcije i

prednosti koje im omogućava metaverse te shodno tome planiraju i svoje investicije. Što je to metavers i kako točno funkcionira? Metaverse je napredna i nadograđena verzija interneta u koju će biti moguće ući putem virtualne stvarnosti, pametnog telefona, igraće konzole ili računala. Metaverse kao idući nasljednik interneta omogućuje slobodno kretanje po velikom otvorenom virtualnom prostoru s personaliziranim avатарom. Ovisno o pojedinom digitalnom svijetu i njegovim mogućnostima, možete sudjelovati u samoj izgradnji svijeta, možete letjeti, voziti se virtualnim plovilima i vozilima. S objektima i drugim ljudima je moguće komunicirati i neprimjetno prelaziti iz jednog prostora u drugi. S obzirom na to da je svijet digitalan i sačinjen od koda, mogućnosti su beskrajne. Za potpuno neprimjetno iskustvo ulaska i interakcije u VR svijetu bit će potrebno razviti standard za razvoj tehnologije koji će omogućavati prijenos imovine, avatara i informacija iz jednog virtualnog svijeta u drugi. S obzirom na to da nije moguće u virtualnom svijetu prodati fizičke proizvode, tržište će se morati prilagoditi digitalnim izazovima. Potrebno će biti izgraditi prisutnost i biti pokretač promjena od samog starta, proširiti poslovanje i proizvode prezentirati u prikladnom obliku i ponuditi mogućnost interakcije s proizvodima pojedinog brenda. U novom virtualnom svijetu sada je i neka nova publika, informacijski pismena i s pristupom do sada neuhvatljivim demografskim skupinama, poput gamera koji su oglašivačima do sada bili izvan dosega.