



she.hr



## Anđela Buljan Šiber: **Dani komunikacija** su odličan primjer mnogima, čak i mnogo razvikanijim festivalima

**Dani komunikacija** odavno su i izvan hrvatskih granica prepoznati kao jedan od najboljih evenata na svijetu, a i naša redakcija mu se iz godine u godinu veseli. Festival uz jedinstvene edukativne sadržaje uspješno ruši unaprijed postavljena očekivanja te otvara prostor slobode za kreativnu genijalnost i spektar ideja koje iz njega proizlaze.

Danas razgovaramo s Anđelom Buljan Šiber, članicom Organizacijskog odbora **Dana komunikacija**.

Čuli smo da je ovo bilo najuspješnije izdanje festivala dosad – imate li kakvih zanimljivih brojki?

Da, ovo je zaista bilo pravo slavljeničko izdanje: **desete Dane komunikacija** obilježile su nikad punije dvorane, iako smo i dvorane imali više nego ikad. S ukupno 163 predavača i izvođača, 123 kompanije, tvrtki i **udruge** partnera, pokrovitelja i prijatelja festivala, više od 70 programskih sadržaja odvijalo se na čak 7 festivalskih lokacija, od čega su 4 festivalske dvorane. Dani su bili ispunjeni genijalnim sadržajima i nikad većim festivalskim okupljanjem, festivalski hodnici vrvjeli su ekipom željnog znanja, novih uvida i razmjena stavova.

12.04.2024., Rovinj – Prvi dan **Dana komunikacija** 2024, predavanje Brian Collins: Umijeće transformacije i neizbježna budućnost(e).

A da ne mislite da smo nakon zalaska sunca samo partijali, i tu se skupilo lijepih brojki: u večernjim terminima dodijeljena su i priznanja za najbolja postignuća među 518 projekata u izboru za nagrade stručni, na odabiru kojih je radilo 118 članova žirija i odbora natjecanja.

Nakon svega toga dodatno smo se pošteno zabavili. Ali je već dobro poznato...

Za naše čitatelje, ispričajte nešto o povijesti **Dana komunikacija**.

To je jedna super priča. Bila i ostala. Kao i većina dobrih priča, nastala je iz čistog entuzijazma, prvenstveno Slavena Fischera i Damira Ciglara, koji su i sve nas ostale vrlo brzo zarazili. Prve godine (2011) naučili smo da Zagreb, gdje se održavao festival pod tadašnjim nazivom **IdejaX**, koji je bio preteča **Dana komunikacija**, nije dobra lokacija za ovakav tip festivala. Zaključili smo da se većina industrije još uvijek nalazi u Zagrebu – iako se i to sad mijenja, što me posebno veseli – te da se moramo izmaknuti iz svakodnevice da bismo se mogli kvalitetno fokusirati na teme koje su svima nama važne. Tako smo sljedeći festival preselili u Umag, a potom u Rovinj jer smo ga jednostavno vidjeli u hotelu Lone, a i Maistra je nas prepoznala kao prirodni partnera za promociju kreativnosti u svakom aspektu. Tako su nastali **Dani komunikacija**, a sve ostalo je povijest.

### Kad se male ruke slože...

U Umagu davne 2012. godine isplivalo je to naše nevjerovatno zajedništvo u industriji, po kojem je DK i danas poseban. Cijeli smo festival tada iznijeli volonterski, na čistom entuzijazmu. Sjećam se veselih neprosparanih noći u kojima smo s produkcijom slagali scenarije dodjela nagrada na jednom jedinom monitoru koji smo si tada mogli priuštiti, i koji se u nekom trenutku slučajno razbio pa nismo mogli čak ni sve dobro vidjeti. Ništa nam nije bilo teško. Spavati 2 – 3 sata pa trk u dvoranu provjeriti je li sve onako kako bi trebalo biti.



Ni danas nam ništa nije teško za taj festival. Ni nama, članovima organizacijskog odbora, koji smo od prvih dana u svemu tome, ali ni svim drugim tvrtkama članicama HURA-e i IAB-a. To je jedan od onih projekata za koje stvamo možemo reći: *Kad se male ruke slože...*

Andela Buljan Šiber, foto Matija Habljak PIXSELL

#### Hoćete nam otkriti tajne o organizaciji DK?

Otkad sam počela razmišljati o odgovoru na ovo pitanje, nisam se prestala smijati i razmišljati što je od naših *behind the scenes* situacija za javnost, a što ne. Bude tu svega, da krenem nabrajati, ne bih stala do sutra. Nama je edukativni program zapravo najvažniji dio festivala, pa su tu i najveći izazovi – primjerice predavači partijaner i uvijek su izazov. A takvih dosta bude jer naša industrija privlači ljude koji vole zabavu. Bude takvih muka i u našim redovima, da si ne lažemo, ali zasad nije bilo nekih većih problema jer izgleda da ipak većinom znamo vlastite granice i mogućnosti.

### ...veliki trud i rad brojnih ljudi iz industrije

Što se tiče organizacije, bitno nam je da bude na visokoj razini jer mi, odnosno Udruga agencija za tržišne komunikacije (HURA) i IAB Croatia, koji stoje iza festivala, predstavljaju struku i to mora biti izvedeno tako da bude primjer drugima, kako kod nas tako i šire. Sad već imam ozbiljan profesionalan tim, vrhunske profesionalce u svojim područjima, pa je sve to znatno lakše postići.

12.04.2024., Rovinj – Atmosfera drugog dana na 10. Danima komunikacija 2024. koji se održavaju u Rovinju.

Festival je zaista primjer mnogima, čak i mnogo razvikanijim festivalima. Znamo mi to i sami jer ih posjećujemo, ali i predavači koji nam dolaze iz svih dijelova svijeta to potvrđuju. Ponosni smo na Dane komunikacija i trebamo biti jer iza njih stoji veliki trud i rad brojnih ljudi iz industrije te jedna velika pozitivna energija i zajedništvo – to se rijetko vidi i to moramo čuvati.

#### Što smo naučili na ovogodišnjem festivalu?

Naučili smo da nas čeka neizvjesna budućnost, ali nije to ništa, rekla bih, što se već u povijesti nije događalo. Neka vremena neizvjesnija su od drugih pa zahtijevaju veću fleksibilnost i prilagodavanje. Nije biznis ništa drugačiji od evolucijskih procesa – preživljavaju oni koji se prilagođavaju. Ljudi se boje promjena, to je normalno. To je jednostavno u ljudskoj prirodi. Ali znanje može pobijediti tu nelagodu i zato se samo trebamo dobro educirati i prigriliti sve promjene koje su već tu. Možda one nisu nužno ono s čim se slažemo, niti nas vesele niti su naš izbor, ali tako je i točka. Tko to prihvati, bit će mu lakše – survival of the fittest.

#### Kako se komunikacija mijenja? Kako komuniciraju baby boomeri, a kako alfa generacija?

Uf, komunikacija se danas strašno brzo mijenja. Stalno nastaju i nestaju neki novi komunikacijski kanali i platforme. Ljudi prihvate neki trend, onda ga se zasite pa krenu lupati *kontru*. Najprije se to primijeti kod mladih. Recimo sad je trend BeReal, TikTok ili općenito anti-Instagram estetika jer im je dosta fake-lifea i filtera. Taj će trend vjerojatno i drugi polako prihvatiti. Dok se i njega ne zasite pa će onda opet doći nešto novo, možda uskoro svi budemo vilenjaci u digitalnom svijetu jer ćemo štiti svoju privatnost – tko zna.

12.04.2024., Rovinj – 10. Danima komunikacija 2024. u Rovinju. – Beach afterparty

### Boomer

Rekla bih da je osnovna razlika između boomeri i alfi općenito u potrebi za socijalnim kontaktom, pa tako i biraju kanale koji im manje/više *fingeraju* to što trebaju. Boomeri se više okreću Facebooku jer je to društvena mreža koja je nastala da bi se frendovi *družili*. Tamo se često prate prijatelji, objavljuju životni događaji, vijesti i sl., dosta se komentira, izražavaju stavovi...

### Alfa

Mlađe generacije, a posebno alfe, imaju znatno manju potrebu za ljudskom interakcijom jer je njihov život prepun sadržaja. Imaju dostupne serije 24/7, igrice mogu igrati kad god požele... Uglavnom, oni misle da smo se mi stariji puno družili jer je nama bilo dosadno. Možda su i u pravu. Tko zna bismo li se toliko družili da smo imali pametne telefone i stalno dostupne sve filmove ovog svijeta. Uglavnom, oni su više okrenuti sadržaju koji jednosmjerno konzumiraju, manje su skloni interakcijama (lajk i emotikon najviše je što možeš očekivati), prate neke *rendom* ljude koji na njih imaju veliki utjecaj...

I kad se *druže* s prijateljima, to je znatno češće u digitalnom svijetu – svatko na svom profilu gleda što rade frendovi ili grupno igraju igricu svatko na svom kompu u svojoj sobi sa slušalicama na ušima, urlaju toliko da ih cijelo susjedstvo čuje. Prije su nam zvali policiju kad smo tulum radili, danas se ne bih iznenadila da ih pozovu gejmeru koji je sam samcat u stanu.

Ako želimo razumjeti mlade ljude, prvo zaboravimo sebe u mladim danima.

Više informacija o samom festivalu pročitate na službenim stranicama [www.danikomunikacija.com](http://www.danikomunikacija.com)