



stilueta.net

"Dani komunikacija nisu samo događaj, to je autentična razmjena iskustava", Jelena Fiškuš, Studio Sonda

Kad pogledamo cijelu godinu, jasno je – svaki mjesec ima svoj ritam i svoju priču. A svibanj je ove godine rezerviran za Rovinj i **Dane komunikacija** – festival kreativnosti, ideja i budućnosti.

Aktualne teme, inspirativni govornici, atraktivan ambijent i produkcija koja ne zaostaje za svjetskim standardima – sve su to aduti festivala nakon kojeg se u radni ritam vraćamo motiviraniji, informiraniji, svjesniji utjecaja tehnologije te sinergije inovacije i tradicije. S jasnijim smjerom, boljim fokusom i – što je najvažnije – svježim idejama. Nakon svakog izdanja jednostavno smo bolji u svom PR i medijskom radu. A, nije li to upravo cilj?!

U svijetu domaće kreativne scene, **Jelena Fiškuš** je ime dobro poznato ime.

Jelena je suosnivačica nagrađivanog Studia Sonda, predsjednica Uprave **HURA**-e i članica organizacijskog odbora **Dana komunikacija**.

Uoči **Dana komunikacija**, koji se održavaju u svibnju u Rovinju, razgovarali smo s Jelenom o svijetu kreativnosti, ali i osobnom svijetu koji je baza vrijednosti i temelj svih naših djelovanja.

Jelena, dobro nam došla na Stilueta. Prvi put ste nam tu, moram priznati imam i malu tremu. Bliže nam se Dani komunikacija. Nama je lako, mi samo planiramo dolazak i uživanje u svemu što pripremate. U kojoj ste fazi s pripremanjem? Koliko ljudi je uključeno u organizaciju?

Pripreme za **Dane komunikacija** uvijek su inovativne i uzbuđljive – sada smo već u posljednjim fazama dogovora s brojnim sudionicima koji će ove godine sudjelovati u programu. Konceptualni je dio iza nas, brusimo detalje i osiguravamo da svaki segment festivala bude na najvišoj razini – od produkcije i sadržaja do iskustva posjetitelja. U organizaciju je uključen, uz organizacijski odbor festivala, operativni tim **HURA**-e i

IAB-a Croatia na čelu s Dunjom Ivanom Ballon, a kako se približavamo završnim fazama priprema, uključuje se i širi tim koji osigurava da tijekom trodnevnog iskustva sve bude besprijekorno *od kreativaca i produkcije do tehničke i logističke podrške*. Svi zajedno radimo s istim ciljem: stvoriti jedinstven događaj koji će inspirirati, educirati i ostaviti trajan dojam na sve sudionike festivala – tako da imamo o čemu pričati i što pamtiti – sve do sljedeće godine i novog izdanja festivala.



Dani komunikacija postali su respektabilno događanje i očekivanja su velika. Je li teško pronaći svake godine nove atraktivne teme, govornike, prostora za panele koji će doista pogoditi srž, ali i ponuditi nešto novo?

Iz godine u godinu to definitivno postaje sve izazovnije, ali samim time i zanimljivije. Komunikacijska industrija brzo se mijenja, teme evoluiraju, a publika očekuje sadržaj koji je aktualan, relevantan i inspirativan. Zato puno razmišljamo o tome što stvarno vrijedi predstaviti – što nije samo privlačno na prvi pogled, već donosi konkretnu vrijednost. Ne oslanjamo se na „velika imena“ samo zbog površnog dojma – bitno nam je da govornici imaju što reći i da svojim iskustvom mogu potaknuti publiku na razmišljanje. Isto je i s panelima: cilj nam je otvoriti prostor za iskrene razgovore i različit, ponekad čak i suprotstavljena gledišta. Svake godine tražimo nove načine na koje D zajednicu, ali i industriju u cjelini, možemo potaknuti da promatra kritički, da predvodi pozitivne promjene i istakne se svojom kvalitetom. Zbog svega toga svi toliko i volimo **Dane komunikacija**.

Mislim da je dosadašnja lista predavača i govornika, a i ona koja nam predstoji, najbolji dokaz kvalitete festivala.

Kako biste opisali atmosferu Dana komunikacija nekome tko nikada nije bio? Ja se baš sjećam svog dojma od prije nekoliko godina. Moj prvi dojam bio je – Što je ovo? Koja ludnica! Onda su se dogodila predavanja i opet sam ostala pod istim dojmom. I svima sam pričala o tome. U ponedjeljak sam već uvela novitete u posao i posvetila se nekim novim tehnologijama u radu.

Atmosfera **Dana komunikacija** je neprepričljiva. To stvarno treba doživjeti. Mada, ovo što sponirajte zbilja dobro opisuje ono što DK jesu: mjesto za ludu zabavu ali istodobno i mjesto na kojemu se može puno toga naučiti, a zatim i praktično primijeniti... Rekla bih da je to spoj profesionalne inspiracije i opuštenosti, iskrene energije. Ljudi dolaze zbog sadržaja, ali ostaju zbog iskustva i dojma koji ne splasne nekoliko dana kasnije, nego inspirira i motivira da postanemo bolji u svemu što jesmo. **Dani komunikacija** onima koji su spremni raditi na sebi zaista donose stvarnu promjenu u stavu, i privatno i poslovno. A poravljam, nije naodmet ni što se pritom tri dana sjajno zabavljam.



Atmosfera **Dana komunikacija** _ foto Enica Elvedi PIXSELL

Energija, komunikacija, znanje!

U jednom ste razgovoru naglasili da je ključ uspjeha rada s klijentima prepoznati esenciju brenda. Koja je esencija **Dana komunikacija, a koja je esencija Studija Sonda?**

Esencija **dana komunikacija** jest da se ozbiljni i vrijedni edukativni sadržaji vezani uz kreativnost i tržišno komuniciranje plasiraju na neodoljivo ležeran i inspirativan način, netipičan u svakom pogledu. Od samog izgleda pozornice na glavnoj dvorani, kulisa predviđenog Rovinja i Istre, predavača, tema, iznenađenja, energije... načina na koji se naposljetku predavači zabavljaju i sintetiziraju s publikom...

To nije samo događaj, to je autentična razmjena iskustava, spoj ljudi i energije koji se ne može forsirati ni iscenirati. Sve je usmjereno na stvarnu vrijednost: otvorene razgovore, pametne uvide, iskrenu znatiželju. Nema pretvaranja, svi dokaze biti svoji, podijeliti znanje, naučiti nešto novo i pritom se dobro osjećati.

Dani komunikacija žele i povezati, što i jest bit komunikacije. I upravo zato ostavljaju dojam koji traje puno duže od samog festivala.

Što se mog Studija Sonda tiče, rekla bih da nas uvelike određuju i ime i prostor iz kojega dolazimo. Ime, jer ni jednom projektu ne pristupamo bez dubinske analize svih mogućih elemenata koji su važni za daljnji rad i uspjeh nekog brenda ili projekta. A prostor je inspirativna sredina naše mediteranske i multikulturalne Istre, rad iz malog mjesta okruženog maslinicima i vinogradima. Pomalo i izoliranost pa se u našim radovima osjeća uvijek želja za zajedništvom. Želja da povežemo, želja da sačuvamo vrijednosti onoga što nas okružuje, želja da probijemo malog čovjeka u veliki svijet.

Studio Sonda jedan je od najnagrađivanijih hrvatskih kreativnih studija. Susjedi ste nam, naime nalazite se u Istri, regiji koja doista vibrira drugačije. Vremena su se promijenila, distanciranost ne znači i izoliranost. Koliko članova tima brojite i što je Istra vama?

Trenutno nas je 20-ak i veseli me što s godinama, osim što okupljamo kreativce i stručnjake iz čitave Istre, polako u Istru dovodimo kvalitetne ljude i iz drugih gradova, država, koji su je prepoznali kao divno mjesto za život i razvoj kreativnosti. Zbilja vjerujem da te mediteranske blagodati našeg kraja i stil života koji i u naburnijim dedlajnim donese mir pogledom na prirodu, banjica koji viri iz šume ili tijekom šetnje uz more – djeluju. Utječu na način na koji promišljamo projekte, na odabir problema koje želimo rješavati i apostrofirati, ali znače ljudima i odličan work-life balance. Lijepo je stvarati i živjeti u ovako inspirativnom okruženju.

Čuli smo da imate fantastične urede, primete li posjete, obožavamo i terenske teme?

Kroz naš Sonda kreativni centar u Vižnadi, osmišljen s javnim prostorima za druženja i predavanja, u proteklih nekoliko godina prošlo je i nekoliko tisuća posjetitelja svih životnih dobi, a sve s ciljem poticanja kreativnosti kod pojedinca i kod društva. Provodimo mnoštvo radionica, održavamo predavanja, iniciramo projekte, a kroz naš Designed By People program razvijamo novi model povezivanja brandova i korisnika koji s jedne strane brendovima učinkovito rješava problem i povezuje s publikom, a kod pojedinaca razvija kreativnost u uči ih kreativnom procesu. Dobrodošli ste svi iz redakcije, i svi drugi, koji pronalaze nešto zanimljivo u našim programima, ili jednostavno žele biti blizu kreativnosti i osjećati se inspiriranim, uživati uz naš zeleni krov s kojeg puca predviđen pogled na dolinu Mirne i vinograde.



Jasno je da je u fokusu ovog razgovora – ideja. Ideja oko koje se vrti festival, ideja oko koje se vrti vaš rad. I u fokusu mog djelovanja uvijek je neka ideja... Što radite kada obaveze uzmu maha, kada kreativnost pati? Kako se resetirate? U biti, možda je pravo pitanje – kada ste najkreativniji?

Uvijek kažem da je za kreativce važan sadržajan i ispunjen život, što više učenja i upijanja na svim razinama, jer nikad ne znaš što ti može zatrebati u kreativnom procesu i što može biti okidač, zato moramo uvijek neumorno tragati za iskustvima. S druge strane, važno je reći da kreacija proizlazi iz dobro postavljenog problema koji se nastoji riješiti i apostrofirati. Zato mi je uvijek važno jako dobro razumjeti zadatak, publiku i ciljeve, prije osmišljavanja samog koncepta. Iz frustracije da se neki problem riješi ili ukaže na njega rada se kreacija, a to znači sagledati izazov sa svih strana, uzduž i poprijeko, dobro postaviti problem...

Dodatno, važno je okružiti se sredinom koja potiče kreativnost, zato uvijek apeliram na to da naše društvo čim više ulaže u razvoj ideja i kreativnosti kod pojedinaca, od najranije dobi. Ako se sve to spoji, formula za kreativnost gotovo je pa zagarantirana, kod svakog.

Nakon godina iskustva i uspješnih projekata, osjetite li i dalje ono početno uzbuđenje i znatiželju u radu?

Da, s radošću mogu konstatirati da neki novi zanimljiv posao, projekt, inspirativna osoba, klijent, dobra ideja unutar tima... uvijek u meni izazovu nalet veselja, uzbuđenja i poleta. Toliko sam zahvalna na tome i zbilja ne uzimam to zdravo za gotovo. Preporuka svima da rade ono što vole, to je siguran način da uvijek iznova budeš zaljubljen.

Hvala na super razgovoru, vidimo se uskoro u Rovinju, a za kraj, otkrijte nam kojim se trenucima na festivalu osobno najviše veselite?

Teško je izdvojiti samo jedan i najteže mi je u odličnom programu koji se odvija u nekoliko dvorana istodobno odlučiti kamo krenuti. Za mene je poznato da sjedim na predavanjima, kako se kaže, od jutro do sutra, jer se uvijek nešto novo može naučiti. Veselim se dodjelama nagrada na pozornici uz more ako nam vrijeme to dopusti, konverzaciji sa humanoidnim robotom [Sophijom](#) i sjajnim predavačima poput [Fernanda Machada](#), jednog od najutjecajnijih marketinških lidera današnjice, ili [Karen Nelson-Field](#), vodeće svjetske ekspertice za ekonomiju pažnje, pa će zatim tu biti i bivši digitalni strateg Ryanaiara [Michael Corcoran](#) itd... Ono što je, smatram, još važnije od zanimljivih stranih predavača jest čitav niz panela i razgovora s domaćim stručnjacima s kojima tematiziramo baš naše tržište, što je vrlo važno radi edukacije i uvida u realnost u kojoj djelujemo i to što sve možemo učiniti da rastemo i napredujemo, kako se educirati, pripremati, na što obraćati pažnju. Veselim se i druženju s kolegama i, naravno, [panelu o kreativnosti](#) koji vodim u subotu s domaćim kreativcima jer imam stvarno sjajne sugovornike iz najrazličitijih područja kreativnog stvaranja i biznisa, a pričat ćemo o onome što je fokusu mog interesa – moći kreativnosti i tome koliko ona može utjecati na razvoj društva u najrazličitijim segmentima.

Hvala vama na pitanjima i do skorog viđenja u Rovinju ☐

Veslimo se!

Fotografije ustupila sugovornica.

Pripremila: Marija Mažar