



16. travnja 13:00:42

Budućnost oglasa: AI generira kvantitetu, ali čovjek i dalje definira kvalitetu - Monitor.hr

ByLine

Umjetna inteligencija već je preuzela operativne zadatke poput zakupa medija i masovne produkcije vizuala, no članovi organizacijskog odbora nadolazećih **Dana komunikacija** ističu da ljudski faktor ostaje nezamjenjiv. Dok algoritmi optimiziraju kampanje u stvarnom vremenu, ključni preostali resursi ljudi su strateški uvid, emocionalna rezonanca i istančan ukus. Predviđa se pad važnosti generičkog sadržaja i organskog pretraživanja, [...]

Budućnost oglasa: AI generira kvantitetu, ali čovjek i dalje definira kvalitetu - Monitor.hr

Marc Andreessen, čovjek koji je izmislio Netscape browser i sve vezano uz današnji internet kakvog poznajemo, tvrdi da ovo s AI-jem nije samo još jedan prolazni trend, nego “uspjeh preko noći koji se spremao 80 godina”. **Fora je u tome što su se desetljeća teorije i istraživanja odjednom “otključala”** jer tehnologija napokon – radi.

On vidi četiri velika koraka koji mijenjaju igru: prvo su bili LLM-ovi (tekst), pa razmišljanje (reasoning), zatim agenti koji sami obavljaju zadatke, i na kraju RSI (sustavi koji sami sebe poboljšavaju). Posebno ga oduševljavaju agenti poput OpenClawa; kaže da je to revolucija jer **AI sad može koristiti računalo baš kao i mi, tipkati naredbe** i upravljati svime, od tvog pametnog doma do kompleksnog softvera.

Ipak, nije sve tako bajno. Marc smatra da su i optimisti i “doomeri” (oni koji se boje smaka svijeta) previše naivni. Zašto? Zato što podcjenjuju tromost sustava. Misli da će se prava revolucija sudariti sa zidom birokracije, sindikata i državnih monopola (poput školstva i zdravstva) **koji će se rukama i nogama boriti protiv promjena**. Na kraju, on se nada da će AI omogućiti povratak “moćnih pojedinaca” koji će s ovim alatima moći parirati ogromnim, tromim korporacijama. Obratili pozornost na [Monitorovom \(našem\) forumu](#).

ByLine