

www.novolist.hr

11. svibnja 09:29:44

Otac moderne umjetne inteligencije govorio o budućnosti svemira, a završnica **Dana komunikacija** spustila priču na ono što stvarno djeluje - Novi list

Lucija Ulčar

Završni dan **Dana komunikacija** prilično je brzo ogolio razliku između onoga što dobro zvuči i onoga što stvarno stoji iza toga, a najjasnije se to vidjelo u predavanju Jürgena Schmidhubera, koji je obilježio posljednji dan festivala kreativnosti i [...]



Schmidhuber, Supan i niz primjera iz prakse vratili su raspravu na ono što daje rezultat i pokazali kako publika reagira kada **komunikacija** pogodi pravi trenutak, kontekst i kanal.

Završni dan **Dana komunikacija** prilično je brzo ogolio razliku između onoga što dobro zvuči i onoga što stvarno stoji iza toga, a najjasnije se to vidjelo u predavanju **Jürgena Schmidhubera**, koji je obilježio posljednji dan festivala kreativnosti i **komunikacija**. Schmidhuber je otac moderne umjetne inteligencije i znanstvenik čiji se rad već **desetljećima ugrađuje u sustave koji danas oblikuju način na koji informacije nastaju, distribuiraju se i interpretiraju**.

U svom se predavanju *Modern AI and the Future of the Universe* pred punom glavnom dvoranom nije bavio projekcijama koje dobro zvuče, nego razlikom između onoga što umjetna inteligencija jest i onoga što joj se pripisuje. Govorio je o **dugoročnom razvoju sustava koji uče**, o ograničenjima koja se često zanemaruju u javnom prostoru, ali i o **smjeru u kojem se**

istraživanja kreću kada se maknu kratkoročna očekivanja tržišta. Takav pogled pomiče raspravu izvan uobičajenih okvira i vraća ju na razinu razumijevanja – što tehnologija zaista radi, a što mi u njoj želimo vidjeti.



foto Matija Habljak

Ako je taj dio programa razdvojio što sustavi rade, nastavak je pokazao što ljudi s time rade kada trebaju **donijeti odluku koja traje**. Tu na scenu stupa **Julie Supan**, elitna brend strateginja iza ranog pozicioniranja **YouTubea** i osoba koja je sudjelovala u oblikovanju brendova poput **Airbnba, Dropboxa, Reddita i Discorda** u trenucima kada su tek definirali što zapravo jesu.

Njezino predavanje nije ciljalo na inspiraciju, nego na strukturu – kako izgleda kada brend ima jasno definiranu ulogu, što znači donositi odluke koje imaju smisla i kada se okolnosti promijene te zašto **većina problema u komunikaciji ne dolazi iz nedostatka ideja, nego iz nedostatka jasnoće**. Kroz konkretne primjere pokazala je kako se gradi značenje koje može izdržati rast, konkurenciju i promjene kanala, bez potrebe da se svaki put iznova objašnjava što brend predstavlja.



foto Matija Habljak

KADA SADRŽAJ PRERASTE VLASTITI KONTEKST

Projekt *The Wedding That Beat Titanic: 2 Million Reasons to Talk About Svadba* predstavili su **Igor Šeregi**, redatelj filma *Svadba*, i **Goran Turković** (dizajner, Šesnić&Turković, član **HURA**-e i **IAB-a Croatia**) kroz konkretne brojke i odluke koje su dovele do toga da film nadmaši i *Titanic* kao najgledaniji u više zemalja regije. Kroz razvoj ideje, kreativne rizike i ključne odluke pokazali su kako priča koja nastaje iz lokalnog konteksta može dosegnuti milijunsku publiku i postati nešto što publika ne samo gleda, nego dijeli, komentira i vraća mu se.



foto Emica Elvedji

POVJERENJE U SUSTAVE KOJE NE RAZUMIJEMO

Kako se umjetna inteligencija sve više koristi u svakodnevnoj komunikaciji, sve je vidljivije da problem često nije u tehnologiji, nego u načinu na koji s njom radimo. U okviru *The Psychology of AI* Boris Šurija, CEO Lexija i član [IAB-a Croatia](#), i *Andrijana Mušura Gabor*, psihologinja i bihevioralna znanstvenica, pokazali su kako se obrasci poput anchoringa, confirmation biasa i potrebe za “sigurnim” odgovorima redovito pojavljuju u AI outputu, što objašnjava zašto toliko generiranog sadržaja zvuči predvidljivo. Kroz praktične primjere objasnili su kako promjena načina na koji se modelu postavlja zadatak utječe na kvalitetu rezultata i zašto razlika između prosječnog i korisnog outputa često ovisi isključivo o osobi koja ju koristi.



foto Matija Habljak

RADIO KOJI NE TRAŽI PAŽNJU, ALI JE IMA

Dok se većina medija natječe za vidljivost, postoje i oni koji funkcioniraju drugačije – tiše, ali dugoročnije. U raspravi ***Did Video Really Kill the Radio Star?***, koju su organizirali Radio Grupa i Radio Istra, sudjelovali su **Boris Jokić**, znanstvenik i voditelj emisije Glazbeni kurikulum na Yammam FM-u, te **Korado Korlević**, edukator, astronom i dugogodišnji glas emisije Znanstveni leksikon – Pod zvijezdama na Radio Istri, uz moderaciju novinara i radijskog voditelja **Damira Jurjevića**. Kroz razgovor su pokazali kako radio ostaje duboko ukorijenjen u svakodnevici publike, u njihovim navikama, rutinama i lokalnim zajednicama, te zašto audio i dalje ima specifičnu ulogu koju drugi kanali ne mogu u potpunosti zamijeniti, čak ni u okruženju koje je dominantno vizualno.

Novi list, 11.5.2026.

Evidencijski broj / Article ID: 27014960

Naslov / Title: Otac moderne umjetne inteligencije govorio o budućnosti svemira, a završnica Dana komunikacij...

URL: [Originalni članak](#)

OTS: 63466

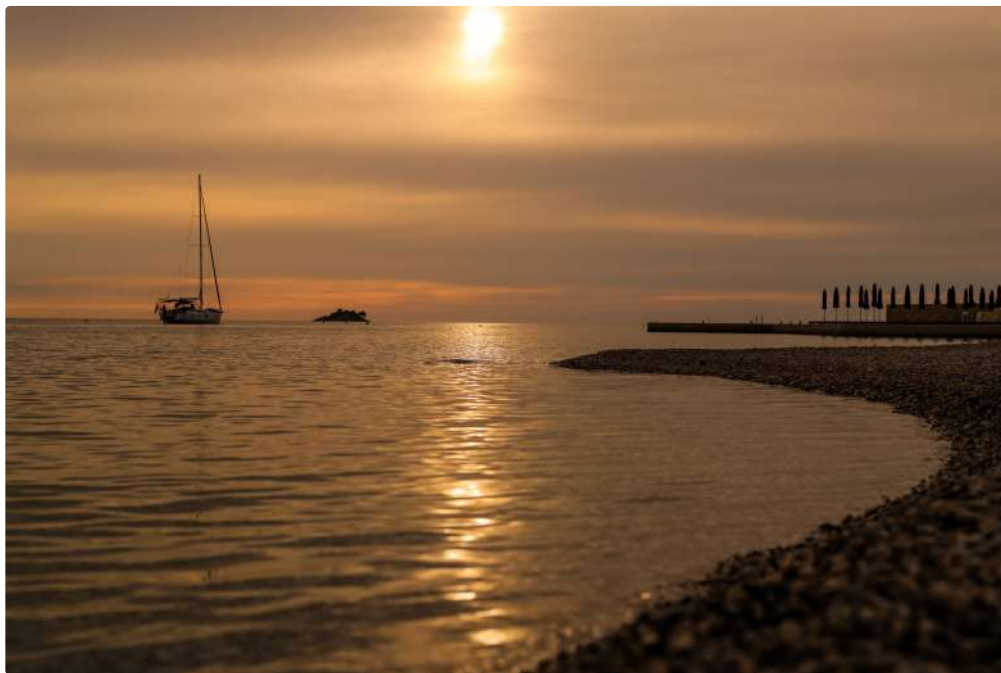


foto Emica Elvedji

Završni dan nije zatvorio pitanja, nego ih je precizirao. Nakon svega što je viđeno i izrečeno, ostaje jasna razlika između komunikacije koja izgleda uvjerljivo i one koja zaista mijenja ponašanje.

Više informacija o festivalu dostupno je na www.danikomunikacija.com.

Lucija Ulčar