

UDK: 796:316.774  
Prethodno priopćenje  
29. XI. 2022.

SANELA PRAŠOVIĆ GADŽO\*

# UTJECAJ I ZNAČAJ KONVERGENCIJE MEDIJA NA PROMOCIJU I POPULARIZACIJU SPORTSKIH SADRŽAJA

## SAŽETAK

Nedvojbena je utjecaj elektroničkih medija na popularizaciju sporta, a posljedično i na medijsko promoviranje sportskih ličnosti. U skladu s tim putem konvergencije medija ostvaruje se znatan plasman sportskih sadržaja koji je u prošlosti bio nezamisliv. U radu analiziramo kako zahvaljujući konvergenciji medija televizijski intervju s istaknutim sportašima postaje vijest dana globalno, a ne samo u opsegu gledanosti programa televizijske kuće koja je intervju realizirala.

Na primjeru intervju s vrhunskim sportašima kao što su Novak Đoković, Darijo Srna i Slaven Bilić, a koje je realizirao i emitirao BHT1, vidljivo je kako je doseg njihova sadržaja bio znatno veći putem platformi društvenih mreža te drugih medija u odnosu na temeljni izvor – televiziju. Izravna posljedica medijske konvergencije u navedenom primjeru bila je popularizacija i širenje dijelova intervju, ne samo izvan televizije kao osnovnoga medija koji plasira informaciju nego poglavito i izvan određena prostornog okvira. Tomu su pridonijeli plasiranje intervju s vrhunskim sportskim ličnostima na platformama kao što su *YouTube* i *Facebook* te promocija intervju putem elektroničkih i tiskanih medija.

Rad analizira pitanja starih i novih medijskih tehnologija i njihove konvergencije kroz izravan utjecaj na popularizaciju sportskih sadržaja.

**Ključne riječi:** mediji, konvergencija, sport, popularizacija, utjecaj

## UVOD

Popularizacija sporta na temelju utjecaja elektroničkih medija neupitno posljedično dovodi do medijskoga promoviranja sportskih ličnosti. Kada se tomu dodaju i konvergencija medija i odnosi s javnosti te proces plasmana informacija putem digitalnih tehnologija, onda se posljedično ostvaruje izniman doseg sportskih sadržaja u medijskome diskursu i javnosti uopće. To znači kako je današnji doseg informacija ili određenih medijskih sadržaja višestruko veći nego što je to bilo u prošlosti.

Upravo je konvergencija medija dovela i do preorijentacije tradicionalnih medijskih kuća u one koje razumiju važnost digitalne tehnologije te su stoga okrenute k digitalnoj tehnologiji i proizvodnji novih medijskih sadržaja koje plasiraju novi mediji.

U radu na temelju znanstvene metode studija slučaja i komparacije analiziramo kako je zahvaljujući upravo konvergenciji medija i odnosima s javnosti televizijski intervju s istaknutim sportašima javnosti plasiran, osim u okviru televizijskoga programa, kao i medijski sadržaj koji se istodobno javnosti predočava na brojnim platformama novih medija. Na temelju navedenoga postavljamo istraživačka pitanja:

- Je li televizijski intervju zahvaljujući konvergenciji medija postaje više dostupan i vidljiv široj javnosti od one koju obuhvaća gledanost TV postaje kao izvora ili područja koji obuhvaća signal TV postaje?
- Je li se na temelju digitalizacije medijskih sadržaja opseg gledanosti znatno povećava?

U skladu s tim postavljaju se sljedeće hipoteze:

H<sub>1</sub>: Konvergencija medija pridonosi promociji i popularizaciji sportskih sadržaja.

H<sub>2</sub>: Digitalizacija medijskih sadržaja izravno pridonosi većoj dostupnosti javnosti i većoj vidljivosti televizijskoga intervjua.

Prvi dio rada odnosi se na razumijevanje konvergencije medija te sagledavanje različitosti između tradicionalnih i novih medija. U drugome dijelu rada osvrćemo se na popularizaciju sportskih medijskih sadržaja te ukazujemo na plasman neizravnih sportskih sadržaja kroz dimenziju televizijskoga intervjua s istaknutim sportašima.

Treći dio rada obuhvaća prikaze tradicionalnih i novih medijskih tehnologija i njihove konvergencije kroz izravan utjecaj na popularizaciju sportskih medijskih sadržaja, na temelju fokusa na primjerima realiziranja i plasmana televizijskih intervjua s vrhunskim sportašima kao što su Slaven Bilić, Darijo Srna i Novak Đoković. Sve navedene intervju realizirao je i emitirao BHT1, a njihov doseg bio je dodatno uvećan putem platformi društvenih mreža te drugih medija u odnosu na temeljni izvor – televiziju. Ovaj dio rada upoznaje nas sa znakovitim učinkom primjene medijske konvergencije i odnosa s javnosti na temelju čijega utjecaja posljedično dolazi do iznimne popularizacije i plasmana dijelova intervjua ne samo izvan televizije kao osnovnoga medija koji plasira informaciju nego poglavito i izvan određena prostornoga okvira. Najizravnije su tomu pridonijeli plasiranje intervjua s vrhunskim sportskim ličnostima na platformama kao što su *YouTube* i *Facebook* te promocija intervjua putem elektroničkih i tiskanih medija. U četvrtome je dijelu zaključak rada.

## 1. RAZUMIJEVANJE KONVERGENCIJE MEDIJA

Konvergencija (lat. *convergens*: koji se približava)<sup>1</sup> pojam je koji označava stapanje dvaju ili više čimbenika u jednu cjelinu, a točno značenje definira se ovisno o kontekstu u kojemu se nalazi. Konvergencija se smatra procesom „brisanja granica medija: u komunikacijama od točke do točke” što navodi Pool, I. de Sola. (1987.) pojašnjavajući kako navedeno uključuje poštu, telefon i telegraf, odnosno tisak, radio i televiziju u masovnim medijima. Riječ konvergencija u općenitu smislu znači „tendencija nečega da postane kao nešto drugo“ (Briggs i Burke 2010: 237).

Borko (2008.) ističe kako se medijska konvergencija koja je usmjerena na okvir medijske produkcije naziva još i medijska konsolidacija ili koncentracija.

Konvergencija medija proces je temeljen na digi-

1 Konvergencija, Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje, Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2020. <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=32979>, pristupljeno 19. 10. 2022.

talnoj tehnologiji koji dokida tradicionalne granice između medija<sup>2</sup> ili, kako to pojašnjava Henry Jenkins (2006.), medijska konvergencija proces je u tijeku koji se odvija na različitim presjecištima medijskih tehnologija, industrija, sadržaja i publika. Jenkins u knjizi *Convergence culture: where old and new media collide* iz 2006. godine navodi i međusobne veze između triju koncepata: konvergencije medija, kulture participacije i kolektivne inteligencije, gdje se pod konvergencijom misli na protok sadržaja preko različitih platformi medija, zaključujući na kraju kako je kultura konvergencije budućnost koja se oblikuje sada (Ibid: 260).

Tijekom protekloga stoljeća provedena su istraživanja konvergencije, dok Cook (2005.) medijsku konvergenciju dijeli na tri područja: ekonomsko, tehnološko ili proizvodno te kulturnu ili vizualnu konvergenciju.

Konvergenciju medija ne može promatrati bez posebna osvrt na značaj interneta, što potvrđuje i Deuze (2004.) koji navodi kako je upravo internet neizmjenjivo promijenio komunikaciju i organizaciju drugih medija: marketinga, novinskih tvrtki i organizacijske konvergencije, koji su zapravo zamaglili granice između tiska, elektroničkoga i internetskoga novinarstva, kao globalnoga fenomena.

Zgrabljic Rotar (2017: 64) ističe kako su konvergirani tradicionalni masovni mediji karakteristični na temelju oblika komuniciranja, a to je oblik „jedan prema mnogima“.

Internet i digitalizacija posljedično su doveli do povezivanja različitih medija kao i računalne tehnologije ili, pak, telekomunikacija i sve navedeno dovelo je do novoga načina komuniciranja koji promatramo kao medijsku konvergenciju.

Ako medijsku konvergenciju promatramo kroz praksu, onda vidimo da tisku više nije dostatno to što imaju svoja tiskana izdanja, pa se stoga izdanja digitaliziraju i plasiraju putem internetskih stranica ili portala. Ovomu trendu priključili su se i elektronički mediji koji također svoje programe i medijske sadržaje plasiraju i putem drugih dostupnih kanala komunikacije koje omogućavaju novi mediji, poglavito internetske

stranice i društvene mreže. Sve navedeno dovelo je do pretvorbe tradicionalnih medijskih tvrtki u multimedijske s ciljem da medijski sadržaj koji izvorno kreiraju i plasiraju u javnost ima veći doseg i veći obuhvat, odnosno brojniju publiku.

Konvergirani tradicionalni mediji koji se danas nazivaju novim medijima su:

1. novinski portali – konvergencija novina
2. radio na zahtjev – konvergencija tradicionalnoga radija
3. televizija na zahtjev – konvergencija tradicionalne televizije (Zgrabljic Rotar, 2017: 63).

U ovome radu prezentirat će se podatci u svezi s tim kako se televizijski intervju s sportskim ličnostima popularizira dodatno zahvaljujući konvergenciji medija i pozorno osmišljenim aktivnostima unutar odnosa s javnosti.

## 2. POPULARIZACIJA SPORTSKIH MEDIJSKIH SADRŽAJA KROZ KONVERGENCIJU MEDIJA I ODNOS S JAVNOSTI

Sport kao kompleksna djelatnost nudi iznimne mogućnosti primjene različitih oblika komunikacije (Novak, 2006: 319).

Iznimnoj popularnosti sportskih sadržaja najviše su pridonijeli elektronički mediji, prije svega zbog izravna prijenosa sportskih događaja, poglavito natjecanja i utakmica. Ta je popularnost dodatno unaprijeđena uvođenjem novih medija koji su, zahvaljujući medijskoj konvergenciji, doveli do još veće popularizacije sportskih sadržaja, posebice sportaša.

Interes javnosti za sve što se događa u profesionalnome, ali i privatnome životu sportaša postao je iznimno velik, jer dok su prije informacije imale doseg plasmana tiska ili radija i televizije, danas se uz konvergenciju medija sadržaji prenose putem platformi *YouTube*, *Facebook*, *Twitter* i drugih društvenih mreža kao i putem internetskih portala.

Plasman sportskih medijskih sadržaja na brojnim medijskim platformama doveo je do rasta popularnosti, čime je izravno vidljiv i snažan medijski utjecaj koji se očituje kroz marketinške milijunske ugovore i to ne samo za klubove nego i za sportaše. Djeca su u sportašima vidjela svoje

2 Konvergencija medija, <http://www.medijskapismenost.hr/pojmovnik/>, pristupljeno 19. 10. 2022.

idole, pa se posljedično dio javnosti počeo baviti određenim sportom, a to je, pak, također dovelo do popularizacije sporta. I to nije sve, Bjelajac (2006.) ističe kako u suvremenoj znanstveno-tehničkoj civilizaciji vrlo znakovitu ulogu u procesu socijalizacije upravo imaju i masovni mediji, poglavito oni elektronički.

Iako su prvi korak u popularizaciji sporta napravili elektronički mediji, danas gotovo da se i ne može sa sigurnošću ustvrditi na kojoj će medijskoj platformi javnost pratiti određeni sportski događaj, uz izuzetak najvažnijih sportskih natjecanja kao što su Svjetska prvenstva u nogometu ili primjerice Olimpijske igre koji se najčešće isključivo uživo prenose putem programa televizijskih postaja, a televizijska prava prijenosa dosežu vrtooglave brojke.

Popularizacija sporta dovela je i do iznimne popularnosti sportaša te su, stoga, medijski sadržaji u kojima se pojavljuju uspješne sportske ličnosti dobili na velikoj popularnosti u javnome diskursu. Takvi su programi pozicionirani u vrh gledanosti televizija, najslušanijih radijskih programa ili najposjećenijih internetskih portala ili platformi društvenih mreža.

Navedeni pokazatelj jasno predočava činjenicu kako je javnost iznimno zainteresirana ne samo za rezultate sportaša nego i za njihov privatni život. Tako je, primjerice, televizijski intervju s iznimnim nogometašem Darijem Srnom na portalima u nekoliko država bio vijest zbog njegovih emotivnih odgovora o preminulome ocu. Dok je televizija kao medij ponudila javnost jedan okvir – televizijski intervju, konvergencijom medija i pažljivo realiziranim aktivnostima unutar odnosa s javnosti, taj je intervju dobio, uvjetno kazano, novi život plasmanom u internetskom prostoru, a iz sadržaja su potencirani različiti dijelovi iz intervjua. Pojedini su portali akcentirali dio iz intervjua s fokusom na nogometaša Srnu zbog suza i iskrenosti, dok je drugima bio važan njegov odgovor o tomu kako bi prihvatio poziv da bude izbornik Nogometne reprezentacije Bosne i Hercegovine. Sve navedeno istodobno je dovelo do povećanja pregleda intervjua na YouTube platformi.

### 3. PRIKAZ KONVERGENCIJE MEDIJA I PR AKTIVNOSTI KROZ PRIMJERE PLASMANA, DOSEGA I POPULARIZACIJE TELEVIZIJSKOGA INTERVJUA SA SPORTAŠIMA

U prethodna dva poglavlja prezentirani su podaci o tome što je konvergencija medija i kako je vidimo u današnjemu funkcioniranju medijskih kuća. U ovome poglavlju izravnim prikazom konvergencije medija kroz primjere plasmana i dosega televizijskog intervjua sa sportašima prezentirat će se i kakav je doseg ovih medijskih sadržaja prvo kroz tradicionalni medij, a potom i kroz konvergirane medijske formate. U prikazu ćemo se osvrnuti na intervjue sa Slavenom Bilićem, Darijem Srnom i Novakom Đokovićem.

#### 3.1. Intervju sa Slavenom Bilićem kroz prikaz konvergencije medija

Televizijska kuća BHT1 2015. godine kreirala je i proizvela televizijski intervju s uspješnim sportašem Slavenom Bilićem. U trenutku realiziranja intervjua Slaven Bilić bio je angažiran kao trener turskoga nogometnog kluba *Beşiktaş*, a razgovor s ovim sportašem snimljen je u Istanbulu. Tijekom snimanja intervjua televizijska ekipa istodobno je i fotografirala te je odmah nakon snimanja u javnost odaslana informacija o tome da je BHT1 snimio razgovor sa Slavenom Bilićem. Tu informaciju prvo je objavio BHT1 na svome internetskom portalu koji je pokrenut upravo na temelju konvergencije medija. Potom je informacija o tomu kako je BHT1 snimio intervju u Istanbulu s Bilićem podijeljena i na platformama brojnih društvenih mreža. Naredni korak pažljivo planiranih odnosa s javnosti uključio je objavu *trailera* u programu televizije BHT1, kao i na njihovu internetskom portalu. Potom je *trailer* objavljen i na platformi YouTube te dijeljen na društvenim mrežama. U kontekstu s ovom promocijom emisije BHT1 je drugim medijima poslao informaciju o terminu emitiranja intervjua sa Slavenom Bilićem i kratak opis sadržaja. Na temelju svih pobrojanih prethodnih aktivnosti pozornost javnosti prema ovom medijskom sadržaju povećavala se. Tako je na platformi You-

Tube zabilježeno kako je najavni trailer imao 6,7 tisuća pregleda.<sup>3</sup>

Nakon najave cijeli televizijski intervju emitiran je u programu BHT1, a doseg gledanosti bio je više od 110 tisuća gledatelja. Nakon emitiranja u programu BHT1 emisija je plasirana na YouTube platformu gdje je dosegla do 38 tisuća pregleda.<sup>4</sup> BHT1 je potom poslao u javnost informaciju o sadržaju emitirana intervjua uz poveznicu za pregled emisije na YouTube platformi. Mnoge su medijske kuće potom prenijele u svojim programskim sadržajima i u objavama vijest o intervjuu kao i isječke videa. Tako je intervju sa Slavenom Bilićem, počevši od najave na internetskom portalu BHT1, emitiranju u programu BHT1, plasmanu na društvenim mrežama, YouTube platformi i u drugim medijima na temelju prethodno navedenih pokazatelja imao izvanredan i zapažen doseg, a posljedica toga je da je ovaj intervju bio vijest i u inozemstvu. Tako su dijelove intervjua objavili mediji u Hrvatskoj, Turskoj, Srbiji, Makedoniji i drugdje. Primjeri prethodno navedenih objava nalaze se u nastavku teksta.



Slika 1. Objava na temelju emisije *Interview 20*, BHT1.<sup>5</sup>

3 Izvor: YouTube, <https://www.youtube.com/watch?v=rxNAKhy-92mE>, pristupljeno 20. 11. 2022.

4 Izvor: YouTube, <https://www.youtube.com/watch?v=XOA-8CTcv140>, pristupljeno 20. 11. 2022.

5 Izvor: Web portal Index.hr, <http://www.index.hr/index-forum/postovi/193033/slaven-bilic-hrvatska-je-vise-od-posla-to-je-bilo-apsolutno-osobno/1>, pristupljeno 1. 11. 2022.



Slika 2. Objava na temelju emisije *Interview 20*, BHT1.<sup>6</sup>

Zanimljiv je podatak kako je zbog velika zanimanja javnosti u Turskoj cijeli intervju preveden na turski jezik i reemitiran na turskoj televiziji, a na YouTube dosegao je do 6 i pol tisuća pregleda.<sup>7</sup>



Slika 3. i 4. NTVSpor.tr i BesiktasPostasi.tr, objave na temelju emisije *Interview 20*, BHT1.<sup>8</sup>

6 Izvor: Web portal 24sata.hr, <https://www.24sata.hr/sport/bilic-hrvatska-je-bila-vise-od-posla-to-je-apsolutno-osobno-412264>, pristupljeno 9. 11. 2022.

7 Izvor: YouTube, <https://www.youtube.com/watch?v=1XD-NtElnNg>, pristupljeno 20. 11. 2022.

8 Izvor: Web portali u Turskoj, NTVSPOR, <https://www.ntvspor.net/video-galeri/bilicden-carpici-aciklamalar-57a761d-bc873cc5604438ff2>, Besiktas Postasi, <https://www.besiktaspostasi.com/bilicden-ingiltere-iddialarina-tepki-37973/>, pristupljeno 10. 11. 2022.

Putem navedenih prikaza plasmana jednoga televizijskog intervjua kroz konvergenciju medija vidljiva je izravna posljedica popularizacije i širenja medijskoga sadržaja kroz različite digitalne medijske platforme.

Kroz ovaj izravni primjer konvergencije medija potaknuta je vidljivost određenoga medijskog sadržaja putem potpuno novih oblika plasmana te omogućena proizvodnja novih oblika medijskih sadržaja što je u konačnici dovelo do preobrazbe tradicionalnih medijskih kuća u multi-medijske, kao što smo pokazali kroz ovaj primjer funkcioniranja televizijske kuće BHT1.

Navedeno nam potvrđuje kako je digitalizacija sadržaja proizvela odvajanje sadržaja od prethodnih klasičnih oblika njegove distribucije, a to je dodatno populariziralo medijski sadržaj i osiguralo veći doseg.

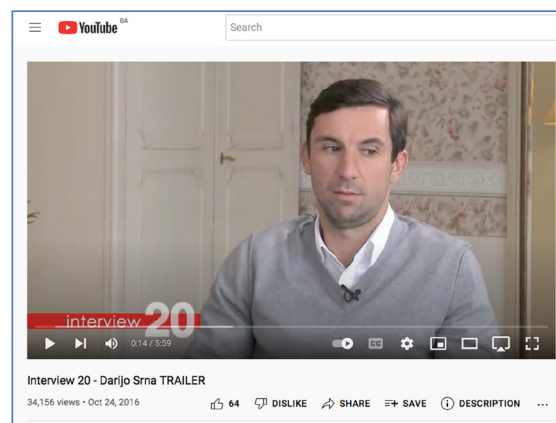
### 3.2. Intervju s Darijem Srenom kroz prikaz konvergencije medija

U listopadu 2016. godine BHT1 je u glavnome gradu Ukrajine, Kijevu, snimio ekskluzivni intervjua s uspješnim nogometašem Darijem Srenom. Televizijska postaja BHT1 tijekom snimanja zabilježila je nekoliko fotografija i putem internetskoga portala ove medijske kuće odmah je poslana vijest o snimanju intervjua. Ovaj je medijski sadržaj bio iznimno važan, jer nogometaš Srna nije prethodno davao intervjue, poglavito ne značajnije televizijske u kojima govori o karijeri i životu.

Kako je Televizija Bosne i Hercegovine konvergencijom medija pokrenula internetski portal, tako je i dobila mogućnost dodatne popularizacije sadržaja koje nudi gledateljstvu što je u izravnu primjeru uistinu privuklo pozornost javnosti. Nakon objave na internetskom portalu BHT1 da je u pripremi intervjua s Darijem Srenom, vijest su prenijele i mnoge druge medijske kuće i s nestrpljenjem se očekivalo emitiranje ovoga televizijskog programskog sadržaja.

Redoslijed aktivnosti koje je BHT1 poduzimao izgledao je ovako. Prije objave intervjua emitiran je najavni trailer. Objava trailer-a dovela je do znatna povećanja zanimanja javnosti za predmetni medijski sadržaj. Trailer je prvo emitiran

u udarnim i najgledanijim terminima programa BHT1, a potom i na platformi YouTube na kojoj je prikupio više od 34 tisuće pregleda.



Slika 5. YouTube, objava trailer-formata za emisiju *Interview 20*, BHT1.<sup>9</sup>

Upravo je objava trailer-a dovela do novoga kruga popularizacije sadržaja, jer su drugi mediji prenosili sadržaj objavljen u intervjuu te time još više zainteresirali javnost za televizijski intervjua s Darijem Srenom.

Konačno, kada je BHT1 emitirao u svome programu intervjua s uspješnim nogometašem Darijom Srenom, postignuo je iznimnu gledanost ovoga medijskog sadržaja. Intervjua je izravno, prema podatcima BHT1, pratilo više od 150 tisuća gledatelja. Istu noć, nakon televizijskoga emitiranja intervjua, ovaj je medijski sadržaj distribuiran putem platforme YouTube i internetskoga portala BHT1, što ga je učinilo dostupnim za druge medije, ne samo u Bosni i Hercegovini nego i izvan države.

Na platformi YouTube intervjua s Darijem Srenom pregledan je više od 28 tisuća puta.

<sup>9</sup> Izvor: YouTube, [https://www.youtube.com/watch?v=kj\\_W7KbPFCM](https://www.youtube.com/watch?v=kj_W7KbPFCM), pristupljeno 11. 11. 2022.



Slika 6. Objava emisije *Interview 20*, BHT1, YouTube.<sup>10</sup>

Dijelove sadržaja iz televizijskoga intervjua s Darijem Srnom prenosili su mnogobrojni mediji iz zemlje i inozemstva čime je prvobitni intervjua snimljen za osnovni medij, odnosno televizijsku kuću BHT1, izišao iz okvira toga medija i zahvaljujući konvergenciji medija i pozorno kreiranim PR aktivnostima proizveo iznimno interesiranje javnosti.



Slika 7. Vijest preuzeta iz sadržaja emisije *Interview 20*, BHT1.<sup>11</sup>

<sup>10</sup> Izvor: YouTube, <https://www.youtube.com/watch?v=Ecd-2ZjhdFJQ>, pristupljeno 11. 11. 2022.

<sup>11</sup> Izvor: Web portal Nogometne-vijesti.hr, <https://nogometne-vijesti.hr/video-srna-zaplakao-emisiji-pogledajte-emotivni-intervju/>, pristupljeno 15. 11. 2022.

Većina medijskih kuća u zemlji i inozemstvu prenijela je informaciju o dijelu razgovora kada je Dario Srna govorio o svome pokojnom ocu te u tim iznimno dirljivim trenutcima zaplakao.



Slika 8. Vijest preuzeta iz sadržaja emisije *Interview 20*, BHT1.<sup>12</sup>

Dok je televizija kao medij ponudila javnosti jedan okvir – televizijski intervjua, konvergencijom medija ovaj je intervjua dobio, uvjetno kazano, novi život plasmanom u digitalnome obliku i u internetske prostora.

<sup>12</sup> Izvor: Web portal Tportal.hr, <https://www.tportal.hr/sport/clanak/emotivni-srna-sa-suzama-u-ocima-govorio-o-pokojnom-ocu-20161025>, pristupljeno 12. 11. 2022.

### 3.3. Intervju s Novakom Đokovićem kroz prikaz konvergencije medija

Na istovjetan način kao što je realiziranje prethodno dva detaljno opisana televizijska intervjua, BHT1 je pozorno kreiranim PR aktivnostima i zahvaljujući konvergenciji medija proizveo iznimnu zainteresiranost javnosti za njihov programski sadržaj. Ovoga puta riječ je o intervjuu iz 2014. godine s tadašnjim prvim tenisačem svijeta, Novakom Đokovićem. Zanimljiv je podatak kako je u tome vremenskom kontekstu to bio tek drugi Đokovićev televizijski intervju za medijsku kuću s prostora bivše Jugoslavije. Već je ta činjenica proizvela iznimnu pozornost javnosti. Televizijska kuća BHT1 je, kao i u prethodna dva primjera, prvo objavila na internetskoj por-

talnu informaciju kako njihova ekipa u Beogradu snima intervju s prvim reketom svijeta. Nedugo nakon toga objavljena je videonajava u udarnim terminima programa BHT1, a potom i na YouTube platformi. BHT1 je potom informaciju o terminu emitiranja s informacijom o sadržaju intervjua uputio drugim medijima, tiskanim i elektroničkim.

Kada je emitiran u programu BHT1, intervju s Novakom Đokovićem prema podacima BHT1 izravno je pratilo više od 170 tisuća gledatelja. Odmah nakon televizijskoga emitiranja, ovaj je programski sadržaj objavljen i na platformi YouTube gdje je prikupio više od 130 tisuća pregleda.

Večeras na BHT 1 ekskluzivno izdanje emisije "Interview 20"

## Razgovor s Novakom Đokovićem

Ekskluzivno izdanje emisije "Interview 20" s prvim teniserom svijeta Novakom Đokovićem BHT 1 emitirat će večeras u 20.05 sati.

Urednica Sanela Prašović-Gadžo i Đoković razgovarali su o sportu, odricanjima, karijeri i privatnom životu.

U izuzetno opuštenoj atmosferi razgovarali su i o odnosu između najboljih svjetskih tenisera, a Đoković u emisiji "Interview 20" otkriva ima li prijateljstva između njega, Rafaela Nadala i Rožera Federera (Roger).

Također, Novak Đoković je ovom prilikom prihvatio poziv urednice Prašović-Gadžo da dođe u Sarajevo, a u emisiji otkriva i šta misli o bh. sportistima Damiru Džumhuru te Edinu Džeki.



**Prašović-Gadžo i Đoković: Intervju s teniskim brojem 1**

2 **TV spektar** Petak - 1. 8. 2014  
**Dnevni list**

## INTERVIEW 20: NOVAK ĐOKOVIĆ

Emitiranje: BHT 1, srijeda, 6. 8. 2014. 20.05



BHT 1 i emisija Interview 20 najavljuju ekskluzivnog gosta, najboljeg tenisača svijeta, prvog nositelja ATP liste, Novaka Đokovića.

Urednica Sanela Prašović-Gadžo s Đokovićem razgovara o uspjehu, odricanjima, humanitarnom radu, pomoći BiH koju je pružio za saniranje šteta od nedavnih katastrofalnih poplava. Đoković hvali Edina Džeku, otkriva o čemu je razgovarao s Damir Džumhurom i kako je navijao za nogmetnu reprezentaciju BiH!

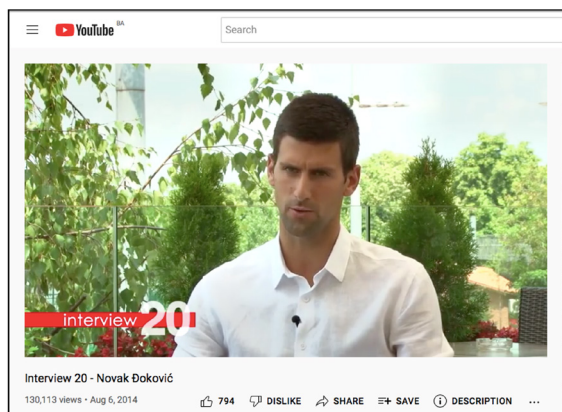
Na pitanje koproducenta serijala BH Telecoma kada će doći u Sarajevo, Novak je odgovorio čim dobije poziv, a odmah mu ga je i uputila urednica serijala, što je Đoković i prihvatio.

Najbolji svjetski tenisač otkriva i kakvi su odnosi između vrhunskih sportaša. Je li prijatelj s Nadalom i Federerom. Zanimljivo je da je u proteklih pet godina Novak Đoković dao tek tri velika televizijska intervjua, a treći od njih je upravo ovaj za emisiju Interview 20.

U srijedu, 6. kolovoza budite uz BHT1 i ekskluzivno izdanje emisije Interview 20 s prvakom, humanistom, sjajnim sportašem Novakom Đokovićem!

Slika 9. i 10. Dnevni Avaz i Dnevni list, informacija najave emisije Interview 20, BHT1





Slika 11. Plasman emisije *Interview 20*, BHT1<sup>13</sup>

Nakon emitiranja emisije i objave u digitalnome obliku na internetu brojni su drugi mediji iz zemlje i inozemstva prenosili različite dijelove iz sadržaja intervjua BHT1 s Novakom Đokovićem.



Slika 12. Informacija iz sadržaja emisije *Interview 20*, BHT1<sup>14</sup>

<sup>13</sup> Izvor: YouTube, <https://www.youtube.com/watch?v=z-mw3OuZyXIA>, pristupljeno 11. 11. 2022.

<sup>14</sup> Izvor: Web portal Glossy.espresso.co.rs, <https://glossy.espresso.co.rs/poznati/vesti/43203/novak-dokovic-navikavam-se-na-novo-poglavlje-u-zivotu-video>, pristupljeno 19. 11. 2022.



Slika 13. Informacija iz sadržaja emisije *Interview 20*, BHT1<sup>15</sup>

### 3.4. Doseg medijskoga sadržaja putem konvergencije medija i odnosa s javnosti

Na primjerima intervjua s vrhunskim sportašima kao što su Slaven Bilić, Darijo Srna i Novak Đoković, a koje je realizirao i emitirao BHT1, vidljivo je kako je doseg ovoga medijskog sadržaja bio višestruko uvećan zahvaljujući konvergenciji medija BHT1 koji je uvođenjem internetskoga portala omogućio izravan doseg sadržaja u području platformi društvenih mreža te drugih medija. Navedeno je dovelo do popularizacije i širenja dijelova intervjua izvan televizije kao osnovnoga medija koji plasira informaciju, odnosno i izvan dosega određena prostornoga okvira koji signalom pokriva TV postaja.

Plasman izvorno televizijskoga intervjua s uspješnim sportašima na drugim medijima pokazatelj je koji jasno predočava činjenicu kako je javnost iznimno zainteresirana za medijski sadržaj, a posebice je zanimljiv podatak da je zainteresiranost evidentirana ne samo za rezultate sportaša nego i njihov privatni život.

<sup>15</sup> Izvor: Web portal Kurir.rs, <https://www.kurir.rs/sport/tenis/1489207/novak-dokovic-tenis-vise-nije-broj-jedan-u-mom-zivotu>, pristupljeno 19. 11. 2022.

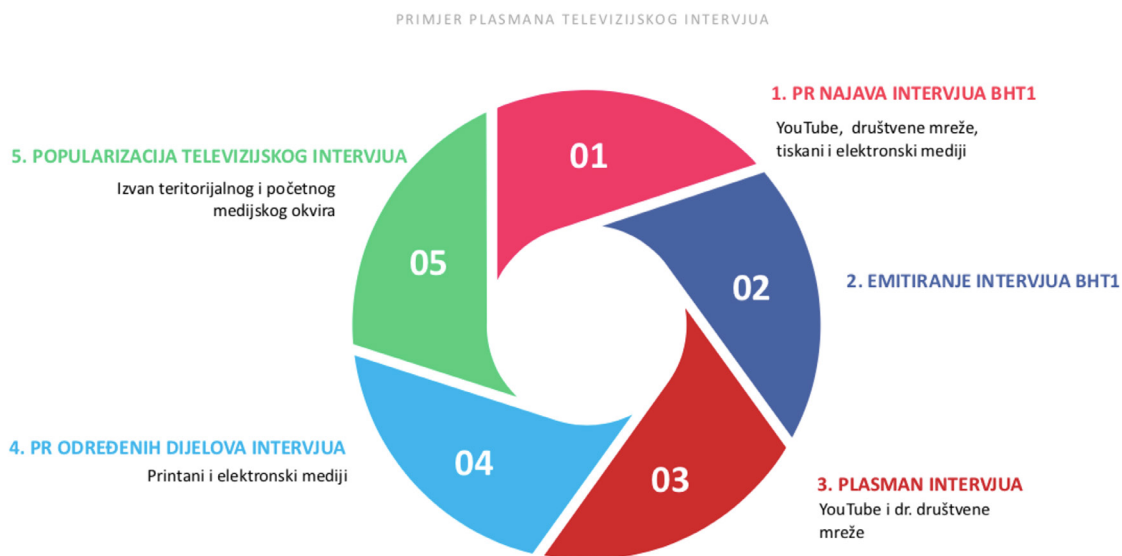
Tako je, primjerice, televizijski intervju s iznimnim nogometašem Darijem Srnom na portalima u nekoliko država bio vijest zahvaljujući njegovim emotivnim odgovorima o preminulome ocu. Važno je naglasiti kako su mnogi internetski portali prenosili informacije o ovome televizijskom intervjuu, kao i o prethodna dva koja smo uzeli za primjer u radu, te su preuzimali videodjelove iz emisije *Interview 20*, a da to nisu radili putem dostupne poveznice na platformi *YouTube*. Iz navedenoga razloga nije moguće utvrditi koliko su ukupno pregleda imali ti videoisječci na medijskim internetskim portalima.

U kontekstu cjelovita sagledavanja konvergencije medija i medijskoga plasmana određena programskog sadržaja ili informacije značajno je razumijevanje kruga konvergencije medija i odnosa s javnosti kroz pažljivo planirane aktivnosti.

Iz predočenoga kruga konvergencije medija i odnosa s javnosti kroz prikaz plasmana medijskoga sadržaja vidljivo je koje su korake i aktivnosti poduzimali mediji, odnosno televizijske postaje BHT1 u svezi s plasmanom televizijskih intervjuva sa sportašima.

Važno je podcrtati kako se ova medijska kuća nije oslonila samo na emitiranje televizijskoga intervjuva nego je, prateći nove standarde komuniciranja s javnosti zahvaljujući konvergenciji medija i u kombinaciji s pažljivo planiranim odnosima s javnosti, od televizijskoga intervjuva uspjela napraviti medijski sadržaj koji je bio udarna vijest u brojnim medijima ne samo u zemlji nego i u inozemstvu.

Ako kroz brojeve analiziramo doseg medijskoga sadržaja na temelju tri prethodno prikazana primjera televizijskih intervjuva s uspješnim sportašima, onda to izgleda ovako:



Grafikon 1. Krug konvergencije medija i odnosa s javnosti kroz plasman medijskog sadržaja (izradila autorica)

## TV INTERVJU SLAVEN BILIĆ

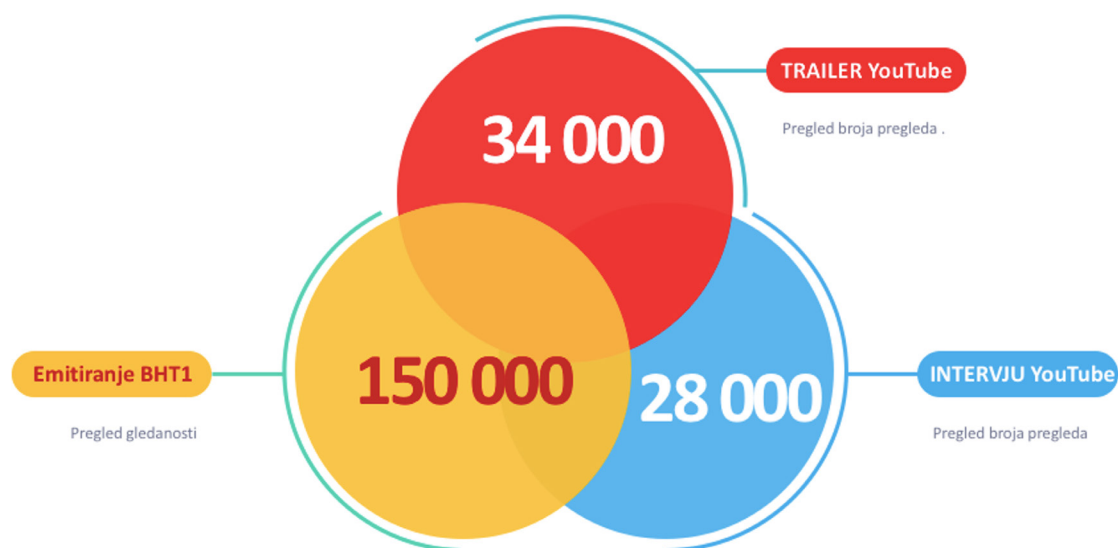
PREGLED DOSEGA PLASMANA INTERVJUA



Grafikon 2. Pregled doseg TV Intervjua, emisija *Interview 20*, gost Slaven Bilić (izradila autorica)

## TV INTERVJU DARIJO SRNA

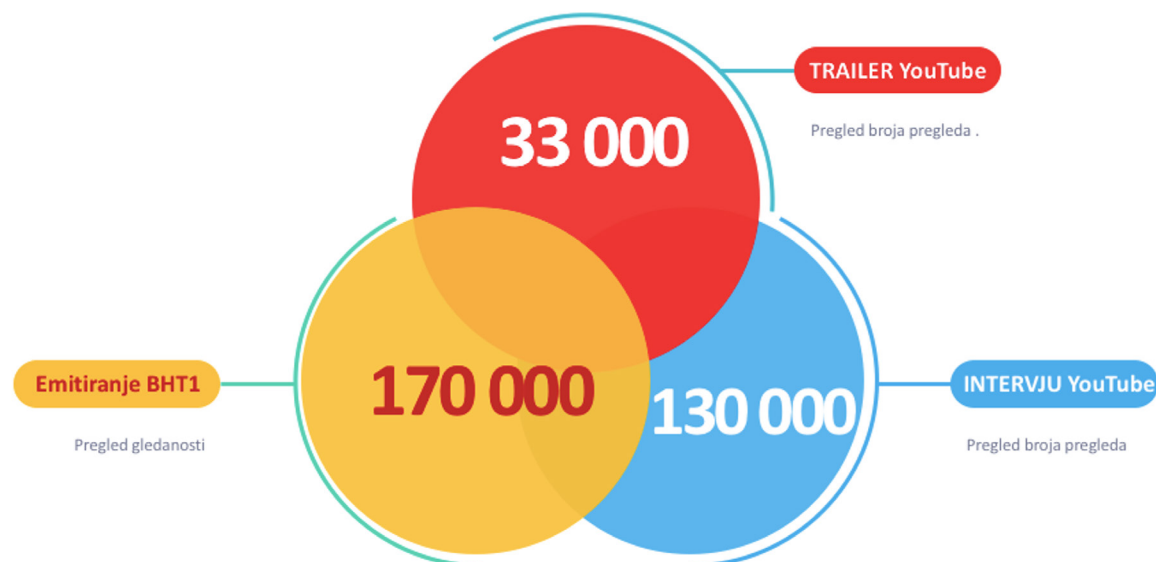
PREGLED DOSEGA PLASMANA INTERVJUA



Grafikon 3. Pregled doseg TV Intervjua, emisija *Interview 20*, gost Darijo Srna (izradila autorica)

## TV INTERVJU NOVAK ĐOKOVIĆ

PREGLED DOSEGA PLASMANA INTERVJUA



Grafikon 4. Pregled doseg TV Intervjua, emisija *Interview 20*, gost Novak Đoković (izradila autorica)

Sve prethodno navedeno posljedično je pridonijelo popularizaciji medijskoga sadržaja kao i većemu značaju i popularnosti u javnome diskursu TV postaje BHT1.

Osim navedenoga najznačajniji aspekt ovakva načina plasmana medijskog sadržaja jest to što se primjenom konvergencije medija i odnosa s javnosti iznimno povećava doseg do javnosti medijskoga sadržaja koji se plasira.

Kroz prethodno predložene pokazatelje o dosegu plasmana na temelju gledanosti određena medijskoga sadržaja vidljivo je koliko je uvećana vidljivost, konkretno, televizijskoga intervjua. Najupečatljiviji primjer toga upravo je intervju s tenisačem Novakom Đokovićem gdje je vidljivo kako je gledanost ovoga sadržaja u programu BHT1 bila približno 170 tisuća gledatelja, dok je objava na *YouTube* platformi dosegla više od 130 tisuća pregleda emisije, a na istoj je platformi i *trailer* imao više od 33 tisuće pregleda.

### ZAKLJUČAK

U radu je analizirano je li zahvaljujući konvergenciji medija i pažljivo planiranim i realiziranim PR aktivnostima moguće višestruko unaprijediti doseg određena medijskog sadržaja, a to je vidljivo kroz izravne primjere plasmana televizijskoga intervjua s uspješnim sportašima izvan okvira TV postaje koja intervjue emitira.

Na temelju provedene analize i kroz konkretno prikazane pokazatelje medijskoga doseg televizijskih intervjua sa sportašima na različitim platformama, potvrđene su obje postavljene hipoteze, odnosno konvergencija medija pridonosi promociji i popularizaciji sportskih sadržaja i digitalizacija medijskih sadržaja izravno pridonosi većoj dostupnosti javnosti i većoj vidljivosti televizijskoga intervjua. U prilog navedenome kazuje i u radu prezentirani podatak da je intervju sa Slavenom Bilićem posebno plasiran u Re-

publici Turskoj, priređen na turskome jeziku, te da je to dovelo do dodatnih 6 i pol tisuća pregleda na platformi *YouTube*. Plasman digitalnoga formata ovog televizijskog intervjua u inozemstvu doveo je do njegove povećane promocije u različitim tiskanim i elektroničkim medijima u Turskoj, kao i drugim državama.

I na druga dva primjera televizijskih intervjua vidljivo je da je upravo zahvaljujući konvergenciji medija i digitalnome plasmanu povećana vidljivost medijskih sadržaja poglavito zahvaljujući plasmanu videonajave intervjua i potom i cijeloga intervjua na platformi *YouTube*. Tako je intervju s nogometošem Darijem Srnom plasmanom na *YouTube* mreži dobio dodatnih 28 tisuća pregleda emisije i 34 tisuće pregleda videonajave intervjua, dok je čak 130 tisuća pregleda na platformi *YouTube* ostvario intervju s Novakom Đokovićem, a videonajava intervjua na ovoj mreži bilježi 33 tisuće pregleda.

Konvergencijom medija prvobitni medijski sadržaj u formi televizijskoga intervjua iznimno se popularizira te, posljedično, nadilazi okvir jedne medijske kuće koja intervju realizira kao i prostorni okvir područja dosega programa TV postaje. Bitno je ukazati i na činjenicu da ako se uz konvergenciju medija pridodaju i pozorno kreirane PR aktivnosti, onda se prvotni medijski sadržaj višestruko dodatno popularizira.

Posebice je značajno istaknuti kako je uz tradicijske medije konvergencija medija u kojoj dominantnu ulogu imaju novi mediji iznimno važna jer pučanstvo sve više vremena posvećuje konzumiranju informacija putem interneta, a sve manje izravnomu praćenju televizijskoga programa.

## LITERATURA

- Bjelajac, S. (2006) Sport i društvo, Fakultet prirodoslovno-matematičkih znanosti i kineziologije Sveučilišta u Splitu, Split, str. 159.
- Borko, M. (2008), (2014, kolovoz 8) S stapljanjem uredništva v novo dobo novinarstva? Media Watch, str. 23-33.
- Briggs, A. i Burke, P. (2010) A social history of the media: from Gutenberg to the Internet, Polity Press, str. 237.
- Cook, L. (2005) A Visual Convergence of Print, Television, and the Internet: Charting 40 Years of Design Change in News Presentation, New Media Society, 7, str. 22-46.
- Deuze, M. (2004) What is Multimedia Journalism? Journalism Studies, 5/2, str. 139-152.
- Jenkins, H. (2006) Convergence Culture. Where Old and New Media Collide, New York - London: New York University Press, Kindle Edition.
- Novak, I. (2006) Sportski marketing i industrija sporta, Zagreb: Maling d.o.o.
- Pool, I. de Sola (1987) Electronics Takes Command in Finnegan, R., Salaman, G. In Thompson, K., Information Technology: Social Issues. A Reader. London: The Open University, str. 19.
- Zgrabljic Rotar, N. (2017) Novi mediji digitalnog doba: Josić, Lj., ur. Informacijska tehnologija i mediji 2016., Zagreb, str. 57-67.

## MREŽNI IZVORI

- <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=32979>, Konvergencija, Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje, Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2020., pristupljeno 19. 10. 2022.
- <http://www.medijskapismenost.hr/pojmovnik/>, Konvergencija medija, pristupljeno 19. 10. 2022.

## ANALIZIRANI MEDIJSKI PRILOZI

- YouTube, <https://www.youtube.com/watch?v=rx-NAKhy92mE>, pristupljeno 20. 11. 2022.
- YouTube, <https://www.youtube.com/watch?v=XO-A8CTcv140>, pristupljeno 20. 11. 2022.
- YouTube, <https://www.youtube.com/watch?v=1XD-NtEInNg>, pristupljeno 20. 11. 2022.
- YouTube, [https://www.youtube.com/watch?v=kj\\_W7K-bPFCM](https://www.youtube.com/watch?v=kj_W7K-bPFCM), pristupljeno 11. 11. 2022.
- YouTube, <https://www.youtube.com/watch?v=Ecd2Zh-jdfJQ>, pristupljeno 11. 11. 2022.
- YouTube, <https://www.youtube.com/watch?v=zm-w3OuZyXIA>, pristupljeno 11. 11. 2022.
- Besiktas Postasi, <https://www.besiktaspostasi.com/bilicтен-ingiltere-iddialarina-tepki-37973/>, pristupljeno 10. 11. 2022.
- Glossy.espresso.co.rs, <https://glossy.espresso.co.rs/poznati/vesti/43203/novak-dokovic-navika-vam-se-na-novo-poglavlje-u-zivotu-video>, pristupljeno 19. 11. 2022.

Index.hr, <http://www.index.hr/indexforum/postovi/193033/slaven-bilic-hrvatska-je-vise-od-posla-to-je-bilo-apsolutno-osobno/1>, pristupljeno 1. 11. 2022.

Kurir.rs, <https://www.kurir.rs/sport/tenis/1489207/novak-dokovic-tenis-vise-nije-broj-jedan-u-mom-zivotu>, pristupljeno 19. 11. 2022.

Nogometne-vijesti.hr, <https://nogometne-vijesti.hr/video-srna-zaplakao-emisiji-pogledajte-emotivni-intervju/>, pristupljeno 15. 11. 2022.

NTVSPOR, <https://www.ntvspor.net/video-galeri/bilicen-carpici-aciklamalar-57a761d-bc873cc5604438ff2>, pristupljeno 10.11. 2022.

Tportal.hr, <https://www.tportal.hr/sport/clanak/emotivni-srna-sa-suzama-u-ocima-govorio-o-pokojnom-ocu-20161025>, pristupljeno 12. 11. 2022.

24sata.hr, <https://www.24sata.hr/sport/bilic-hrvatska-je-bila-vise-od-posla-to-je-apsolutno-osobno-412264>, pristupljeno 9. 11. 2022.

### POPIS SLIKA I GRAFIKONA:

Slika 1. Objava temeljem emisije Interview 20, BHT1, Izvor: Indeks.hr

Slika 2. Objava temeljem emisije Interview 20, BHT1, Izvor: 24sata.hr

Slika 3. Objava temeljem emisije Interview 20, BHT1, Izvor: NTVSpor.tr

Slika 4. Objava temeljem emisije Interview 20, BHT1, Izvor: BesiktasPostasi.tr

Slika 5. YouTube, objava trailer formata za emisiju Interview 20, BHT1, Izvor: YouTube

Slika 6. Objava emisije Interview 20, BHT1, Izvor: YouTube

Slika 7. Vijest preuzeta iz sadržaja emisije Interview 20, BHT1, Izvor: Web portal Nogometne-vijesti.hr

Slika 8. Vijest preuzeta iz sadržaja emisije Interview 20, BHT1, Izvor: Tportal.hr

Slika 9. Dnevni Avaz, informacija najave emisije Interview 20, BHT1

Slika 10. Dnevni list, informacija najave emisije Interview 20, BHT1

Slika 11. Plasman emisije Interview 20, BHT1, Izvor: YouTube

Slika 12. Informacija iz sadržaja emisije Interview 20, BHT1, Izvor: Web portal Glossy.espresso.co.rs

Slika 13. Informacija iz sadržaja emisije Interview 20, BHT1, Izvor: Web portal Kurir.rs

Grafikon 1. Krug konvergencije medija i odnosa s javnosti kroz plasman medijskog sadržaja (izradila autorica)

Grafikon 2. Pregled dosega TV Intervjua, emisija Interview 20, gost Slaven Bilić (izradila autorica)

Grafikon 3. Pregled dosega TV Intervjua, emisija Interview 20, gost Darijo Srna (izradila autorica)

Grafikon 4. Pregled dosega TV Intervjua, emisija Interview 20, gost Novak Đoković (izradila autorica)

## THE INFLUENCE AND SIGNIFICANCE OF MEDIA CONVERGENCE ON THE PROMOTION AND POPULARIZATION OF SPORTS CONTENT

### ABSTRACT

The influence of electronic media on the popularization of sports, and consequently on media promotion of sports figures, is undeniable. Following this, through the convergence of the media, a significant placement of sports content is achieved, which was unimaginable in the past. In the paper, we analyse how, thanks to the convergence of the media, a television interview with prominent athletes becomes news of the day on a global level and not only in the scope of the viewership of the program of the television company that did the interview.

In the example of interviews with top athletes such as Novak Đoković, Darijo Srna, and Slaven Bilić, which were realized and broadcast by BHT1, it is evident that the reach of their content was significantly greater via social network platforms and other media compared to the main source - television. A direct consequence of the media convergence in the mentioned example was the popularization and spread of parts of the interview, not only outside of television as the main medium that distributes information, but also mainly outside of a certain spatial framework. The placement of interviews with top sports personalities on platforms such as YouTube and Facebook and the promotion of interviews via electronic and print media contributed to this.

The paper analyzes the issues of old and new media technologies and their convergence through a direct influence on the popularization of sports content.

**Keywords:** media, convergence, sport, popularization, influence