

UDK: 316.772.5(497.5/6)
Izvorni znanstveni rad
21. V. 2023.

MAJA MARIĆ*

MONIKA ĆUBELA SAVIĆ**

KOMPARATIVNA ANALIZA KONVERGENCIJE JAVNIH RADIJSKIH SERVISA U BIH I HRVATSKOJ

SAŽETAK

Konvergencija je u medijski svijet donijela niz promjena ne samo u tehnološkome smislu nego i u sadržajnome i funkcionalnome. Tehnološkim razvojem omogućen je razvoj novoga multimedijskog okruženja. Na taj način brišu se granice tradicionalnih medija, odnosno došlo je do približavanja i prožimanja medija. Takvo prožimanje dovelo je do promjene u percepciji korisnika medijskih sadržaja jer postaju aktivni korisnici što se odražava na samu izradu sadržaja. Ubrzan je proces produkcije sadržaja, posebice specijaliziranih sadržaja, potrebne su veće kompetencije novinara i urednika, tržište postaje kompetitivno bilo da je riječ o komercijalnim medijima ili javnim servisima. Radio kao medij nije ostao izvan ovih procesa. Kako bi opstao kao medij, radio mora prihvatiti promjene, prilagoditi im se, a javni radijski servisi trebali bi biti lideri u tim promjenama jer su jednim dijelom financijski osigurani kroz pristojbu, pretplatu koju plaćaju građani. Svoje osnovne postulate i načela moraju prilagoditi na restrukturirani, novi, konvergirani, multimedijski, interaktivni sustav dostupan svim građanima. Cilj je rada komparativnom analizom sadržaja i formata istražiti koliko je javni radijski servis u Bosni i Hercegovini i Hrvatskoj ukorak s trendovima konvergencije, odnosno na kojoj su razini konvergencije.

Ključne riječi: konvergencija, radio, javni servis, multimedija

*University of Mostar, maja.eres@sum.ba

**University of Mostar, monika.cubela@ff.sum.ba

UVOD

Tijekom povijesnoga razvoja medija pri nastanku novoga medija postojao je strah od gašenja „starog“, odnosno medija koji mu je prethodio. Jednak strah javio se i razvojem novih, digitalnih tehnologija. Međutim, tisak, radio, televizija kao tradicionalni mediji opstali su te u konvergenciji kao izravnoj posljedici digitalizacije u medijskome svijetu leži ključ razvoja, usporednoga postojanja ili odvojenoga suživota tradicionalnih medija. Promjene u tehnološkome aspektu donijele su niz promjena i u sadržajnome i funkcionalnome smislu. Prožimanje medija dovelo je do sintagme korisnika medijskih sadržaja, odnosno publiku ne možemo više promatrati kao čitatelje, slušatelje i gledatelje jer oni postaju aktivni korisnici konvergiranoga medijskog sadržaja. Ubrzan je proces produkcije sadržaja zbog brzine i količine informacija na dnevnoj razini, a slijedom toga potrebne su veće kompetencije novinara koji će proizvesti konvergirani sadržaj. Osim toga, tržište postaje kompetitivno bilo da je riječ o komercijalnim medijima ili javnim servisima. U takvoj dinamici javni radijski servisi trebali bi biti predvodnici promjena u svim ranije nabrojenim segmentima, stoga se postavljaju istraživačka pitanja:

1. Jesu li sadržaji koje plasiraju javni radijski servisi konvergirani i u kojoj mjeri?
2. Kroz koji oblik konvergencije prolaze i koje formate koriste?

Iz istraživačkih pitanja proizlaze i hipoteze rada:

H1: Javni radijski servisi u Bosni i Hercegovini ne produciraju konvergiran sadržaj svakodnevno.

H2: Konvergencija javnoga radijskog servisa u Republici Hrvatskoj na zavidnoj je razini u odnosu na javni radijski servis Bosne i Hercegovine.

Znanstvene metode koje su korištene u radu jesu komparacija, odnosno komparativna analiza te sinteza. U prvome dijelu rada obrađeni su temeljni pojmovi, teorijski koncepti i dosadašnja istraživanja, dok su u drugome dijelu rada predstavljani rezultati komparativne analize formata

i sadržaja javnih radijskih servisa koji uključuju *BH Radio 1*, *Federalni radio* i *Radio Republike Srpske* kao javni radijski servis u Bosni i Hercegovini te *Hrvatski radio* u Republici Hrvatskoj.

POJMOVNO ODREĐENJE

Brojne su definicije javnoga medijskoga servisa, javnoga radijskoga servisa i javnoga radija. Prema Tomiću javni servis javna je služba koja štiti i promovira javni interes. „Odgovoran i nepristran medijski servis koji je javno financiran i javno nadziran“ (Tomić, 2023: 121). Nešto je opširnija UNESCO-va definicija prema kojoj je

javni servis stvoren za javnost, javno je financiran i javnost ga nadzire. On nije niti komercijalan niti državan, slobodan je od političkoga upletanja i od pritiska komercijalnih sila. Javni servis informira, obrazuje, ali i zabavlja slušatelje i gledatelje. Tek uz osiguran pluralizam, programsku raznolikost, uredničku neovisnost, primjerenost financiranje, odgovornost i transparentnost, javni servis može služiti kao temelj demokracije (Car, 2007: 114).

Denis McQuail definirao je karakteristike javnoga radija kroz „univerzalnost, različitost, uredničku neovisnost, društvenu odgovornost, kulturnu kvalitetu i identitet, javno financiranje i/ili neprofitabilnu djelatnost“ (McQuail, 1994:127 u Zgrabljic Rotar, 2007: 26). Osnovna ili temeljna načela javnoga radija postavio je prvi direktor prvoga javnoga radija BBC-ja John Reith koja obuhvaćaju zemljopisnu univerzalnost, univerzalnost plaćanja, natjecanje u stvaranju kvalitete programa, ne u broju slušatelja, univerzalnost obraćanja, briga za manjine, nacionalni identitet i zajedništvo, autonomija i urednička sloboda (Zgrabljic Rotar, 2007: 25).

Razvoj tehnologije razvio je i nove komunikacijske kanale, ali i promijenio postojeće, u ovome kontekstu tradicionalne medije. Još 1998. godine Marko Sapunar ukazuje kako je osnovna značajka interneta mogućnost posredovanja veće količine informacija na primjereniji način za

svakoga primatelja, u čemu je, na određen način, sažeta bit konvergencije kao fenomena. Pojmom konvergencije uveliko se koristio Ithiel de Sola Pool, profesor na Massachusetts Institute of Technology, koji se zalagao za „slobodnu trgovinu idejama“ i dereguliranje medija (Briggs, Burke, 2011). Autori navode i kako se nakon 1972. godine pojam konvergencije upotrebljava u kontekstu udruživanja medijskih i telekomunikacijskih industrija. Tek 1990-ih godina pojam ulazi u područje komunikacijskih znanosti.

Konvergencija (prema lat. *convergens*: koji se približava) označava sličnost, sukladnost, podudarnost osobina, svojstava, njihovo međusobno približavanje kao i težnju za istim ciljem.¹ Kao pojam pojavljuje se u različitim znanstvenim disciplinama, od meteorologije, oceanografije, biologije, lingvistike, ekonomije sve do komunikacijskih znanosti, posebice u aspektu medija. Zgrabljic Rotar (2020) navodi kako se koncept konvergencije temelji na određenome povjerenju u tehnološki napredak odnosno u rezultat njegova utjecaja na budućnost komunikacije u sjedinjenim medijima.

Pavlik i McIntosh navode kako je konvergencija općenito poznata kao spajanje računarstva, telekomunikacija i medija u digitalnome okruženju. Na tome tragu razlikuju i tri oblika konvergencije: tehnološku, ekonomsku te kulturalnu, čiji je segment i medijska konvergencija. Kao najvažniji aspekt te kulturalne konvergencije i konvergencije medija unutar toga navode transformaciju publike, odnosno promjene publike od pasivne i tihe do publike koja kreira i distribuira sadržaj (Pavlik, McIntosh, 2013-2014). Transformaciju publike brojni autori navode kao jednu od glavnih odlika, karakteristika konvergencije kao fenomena. Sličnu definiciju konvergencije daje i Cordeiro navodeći kako konvergencija proizlazi iz dinamike tehnologije i sinergije medija, računarstva i telekomunikacija, dodajući vrijednost postojećim procesima i stvarajući nove. Oni time uspostavljaju digitalnu kulturu u kojoj se svaki

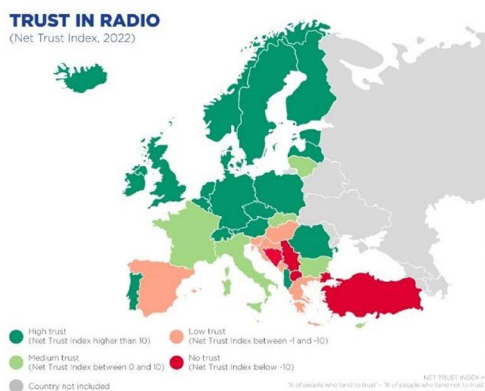
uređaj i sadržaj ponovno konceptualiziraju kao digitalni (Cordeiro, 2012).

Prema Tomiću konvergencija obuhvaća i ono prvotno značenje konvergencije kao prožimanja medija, ali i njihova suživota. Kako navodi, to je „usporedno postojanje i međusobno približavanje digitaliziranih klasičnih medija s interaktivnim medijima koji zajedno čine konvergirani medij, čija je osnovna odlika viša razina kvalitete za korisnika“ (Tomić, 2023: 141). Ta viša razina kvalitete ne znači nužno samo kvalitetu sadržaja nego se korisniku pruža veća mogućnost izbora izvora i načina informiranja, bilo da je riječ o tekstu, audiozapisu, videozapisu na istoj platformi, poveznica na slične sadržaje čime se podiže navedena razina kvalitete.

Stuart Allan (Obradović, 2010) zastupa gledište da je konvergencija medija pomogla u preživljavanju tradicionalnim medijima, preobrazila ih je u multimedijske. „Oni ne samo da nisu „mrtvi“, nego prema njegovu mišljenju, nastavljaju živjeti u novom digitalnom okružju s posve prepoznatljivim značajkama“ (Obradović, 2010: 77). Kako navodi Obradović, potpuna konvergencija u sebi nosi i divergenciju medija, odnosno njihovo razilaženje i odvajanje koje im ostavlja prepoznatljivost u digitalnome okruženju, a to dokazuje primjerima mrežnoga izvještavanja o nekome događaju kada primatelj poruka bira koliko od ponuđenoga medijskog sadržaja želi preuzeti, odnosno bira količinu i kvalitetu informacija. S obzirom na mogućnost izbora dolazi se do zaključka kako konvergencija ne znači nužno spajanje, prožimanje, nego odražava i usporedni, odvojeni suživot koji može biti multimedijalni samo odlukom korisnika (Obradović, 2010).

Prema istraživanju European Broadcasting Union i izvješću za 2022. godinu (EBU, 2022) publika najviše vjeruje radiju, točnije njih 70 % što otvara prostor za razvoj ponajprije u smjeru konvergencije. Međutim kada se promatra razina povjerenja u radio kao medij po zemljama, vidljivo je kako je upravo u Bosni i Hercegovini korisnici nemaju povjerenja u radio, dok je u Hrvatskoj nisko povjerenje.

¹ konvergencija. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. Pristupljeno 22. 3. 2023. <<http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=32979>>.



Slika 1.: Povjerenje u radio

Izvor: EBU (https://www.ebu.ch/publications/research/login_only/report/trust-in-media)

Javni medijski servis mora biti predvodnik unapređenja i razvoja na području informacijsko-komunikacijskih tehnologija, promovirati nove tehnologije, razvijati interaktivne programe, osiguravajući pristup digitalnim sadržajima za sve, pod jednakim uvjetima. Izražena je potreba za organizacijskim, strukturnim i tehnološkim promjenama. Nove tehnologije nameću i nove metode rada, uz imperativ produktivnosti, veću efikasnost i odgovornost. Ako se javni radijski servis prezentira kao iznimka i ne ide u korak s razvojem tehnologije, zahtjeva i medijske pismenosti publike, razvija se u anomaliju.

SUSTAVI JAVNIH RADIJSKIH SERVISA

Javni radiotelevizijski sustav Bosne i Hercegovine utemeljen je *Zakonom o javnom radio-televizijskom sustavu Bosne i Hercegovine* kojim je predviđeno funkcioniranje sustava kroz sljedeće sastavnice: *Radiotelevizija Bosne i Hercegovine* (BHRT), *Radiotelevizija Federacije Bosne i Hercegovine* (RTVFBiH), *Radiotelevizija Republike Srpske* (RTRS) i *Korporacija javnih RTV servisa BiH* koja nikada nije zapravo zaživjela iako je *Zakonom* predviđena. Isti *Zakon* donosi i obveze javnih servisa koje uključuju plasman raznovrsnih i vjerodostojnih informacija, istinito informiranje

javnosti o političkim, gospodarskim, socijalnim, zdravstvenim, kulturnim, obrazovnim, znanstvenim i inim događajima, poticanje demokratskih procesa, osiguravanje odgovarajuće zastupljenosti nepristranih vijesti i programa najviše kvalitete („Službeni list BiH“: 25/2016).

Prema *Zakonu o Hrvatskoj radioteleviziji* djelatnosti („Narodne novine“: 137/2010) HRT-a jesu proizvodnja radijskoga, audiovizualnoga i multimedijškoga programa, glazbena proizvodnja, pružanje audio i audiovizualnih medijskih usluga, multimedijških usluga i usluga elektroničkih publikacija kao javnih usluga. Djelatno se ostvaruje emitiranjem triju radijskih programskih kanala na državnoj razini u zemaljskoj radiodifuziji (*Prvi*, *Drugi* i *Treći program*) te emitiranjem osam radijskih programskih kanala na županijskoj ili regionalnoj razini. Od 1997. godine nacionalni radijski i televizijski programi *Hrvatske radiotelevizije* također se emitiraju u digitalnoj tehnici preko satelita za cijelu Europu.

KOMPARATIVNA ANALIZA

U istraživanju se komparativnom metodom analizira sadržaj i format *Prvog*, *Drugoga* i *Trećega* programa Hrvatskoga radija koji su na nacionalnoj razini emitiranja te *BH Radija 1*, *Radija Republike Srpske* i *Federalnog radija* koji čine javni radijski sustav u Bosni i Hercegovini. Odabrano razdoblje istraživanja je sedam dana, od nedjelje 29. siječnja do subote 4. veljače 2023. godine. U radu je obrađena komparativna analiza formata i sadržaja, a konvergencija je razmatrana kroz šest točaka: *livecast* (FM *streaming*), *podcast*, tekstualni oblik audiozapisa, emisije na zahtjev, internetska stranica, društvene mreže (Tablica 1.).

Tablica 1. Konvergencija javnih radijskih postaja u RH i BiH.

MEDIJ	Livecast	Podcast	Tekstualni oblik audiozapisa	Emisije na zahtjev	Internetska stranica	Društvene mreže
BH Radio 1	✓	✓	✓	✓	X	✓
Federalni radio	✓	X	✓	✓	X	X
Radio Republike Srpske	✓	✓	X	✓	X	X
Hrvatski radio 1	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Hrvatski radio 2	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Hrvatski radio 3	✓	✓	✓	✓	✓	X

Livecast

Livecast je vrsta multimedijiskoga sadržaja u kojoj korisnik istovremeno prima podatke i reproducira ih, za razliku od klasičnih metoda preuzimanja gdje korisnik mora čekati da se preuzimanje završi kako bi izvršio reprodukciju. Radijski *livecast* je *online* reprodukcija radijskoga sadržaja koji se emitira uživo, odnosno putem frekvencijskoga signala.

U rubrici *Uživo* na internetskoj stranici *Radiotelevizije Bosne i Hercegovine* (BHRT) ponuđena je kategorija *BHR1 program uživo* gdje je dostupno uživo i *online* slušanje ovoga radija. Prikazana slika uvijek je crna i ne prikazuje trenutni audiosadržaj niti onaj koji slijedi, kako je to uobičajeno prikazano na drugim radijskim *online* prijenosima.

Na internetskoj stranici *Federalne televizije* nije dostupan niti prikazan radijski *live stream*. Tek na staroj platformi pod nazivom *Radio-televizija Federacije Bosne i Hercegovine* postoji poveznica za pristup *live streamu*. Ovdje je, kao i na *streamu BH Radija 1*, također prikazana samo crna slika bez ikakvih informacija i podataka što se trenutno emitira, što slijedi i slično.

Poveznica za pristup *live streamingu Radija Republike Srpske* dostupan je pri samome vrhu portala *Radiotelevizije Republike Srpske*. Za razliku od drugih javnih radijskih *streamova* u Bosni i Hercegovini, ovdje je prikaz u plavoj boji, a slušateljima su vidljivi podatci o sadržaju koji se trenutno emitira i onome koji slijedi u idućih nekoliko sati.

Sve postaje *Hrvatskoga radija* dostupne su kroz *FM streaming* na zajedničkoj internetskoj platformi. Svakomu posjetitelju ove internetske stranice ponuđen je izbornik u kojemu može odabrati bilo koju postaju *Hrvatskoga radija* i slušati je uživo. Na stranici piše što se trenutno emitira, dostupni su i podatci o emisiji koja se trenutno emitira. Također navodi se što će se emitirati u idućem razdoblju, ali i što je ranije prošlo kroz eter.

Podcast

„Podcast je digitalna datoteka koja sadrži audio ili audio/video zapis, obično serijskog karaktera, a namijenjena je za slušanje ili gledanje na računalu ili digitalno prijenosnom uređaju“ (Baraković, Mahmutović, 2013: 234). Izraz se izvorno

odnosi na zvučne datoteke, odnosno audiozapise, a kasnije je proširen i na videosadržaj. Tomić (2023) navodi kako je podcast složenica riječi POD (*play on demand*) i engleske riječi *broadcast*.

BH Radio 1 ima svoj podcast na internetskoj stranici <https://op.bhrt.ba/>, a podijeljen je na šest rubrika pod nazivom *Čuj BiH!*, *Anatomija zvuka*, *BH Demo Liga*, *Infopol*, *Festofonija* i *Kosmičnjak*. Međutim, posljednje objave u svim rubrikama bile su u studenome 2022. godine. Na svim objavama dostupna je audiopoveznica za slušanje podcasta, a kada je riječ o tekstualnome obliku, ispod svake objave stoji kratak tekst o temi i gostima emisije. Sve emisije rađene su u produkciji *Omladinskog programa BH Radija 1*.

Federalni radio nema ili na internetskoj stranici ne objavljuje podcast niti što upućuje na to da ovaj medij takvu vrstu sadržaja plasira u svome programu.

Na internetskoj stranici RTRS-a u rubrici *Radio* stoji kategorija *Podkast* koja prikazuje podcast koji radi *Sport Box* u produkciji *Radija Republike Srpske*. Ovaj podcast bavi se isključivo sportom. Emisije se ne emitiraju kontinuirano, nego po potrebi i prenose se u videoformatu. Pored videoformata emisije nema tekstualnoga zapisa s najvažnijim informacijama, osim imena gosta i teme emisije.

Hrvatske radio postaje zajednički emitiraju ukupno 12 podcast emisija koje su dostupne na mrežnim stranicama, uživo na radijskim postajama, ali i na aplikacijama mobilnih telefona. Riječ je o emisijama pod nazivom: *U sobi s pogledom*, *Sportski vremeplov*, *Na kraju tjedna*, *Krik*, *Explora*, *Radio drama*, *Radio igra*, *Andromeda*, *Katapultura*, *Radioigra za djecu i mlade*, *Prva crta* i *Radio roman*. Također, dostupne su emisije koje su tjednima ranije bile objavljene. Uz svaku emisiju navedeno je ime voditelja, urednika i autora, a dostupan je i kratki tekst koji opisuje emisiju.

Tekstualni oblik audio zapisa

Kada su u pitanju vijesti u svim rubrikama na internetskoj stranici BHRT-a, nije prenesena nijedna vijest s *BH Radija 1*. Samo se u rubrici *Radio emisije* prenose tekstualni zapisi audiosadržaja emitiranoga na radijskoj postaji. Od ukupno 25 radijskih emisija, njih 17 emitiralo je sadržaj u posljednjih sedam dana. Za četiri emisija tekstualni zapis piše se samo u kratkim crtama, odnosno što se može poslušati u navedenim emisijama. Za tri emisije prenose se širi tekstualni zapisi o temama o kojima se govori u navedenim emisijama, ali nikada potpuni zapis sadržaja. Za preostalih deset ne prenosi se nikakav tekstualni zapis. U sedam dana istraživanja objavljena je ukupno 31 emisija, od čega je njih sedam pratio tekst (Tablica 2.).

Tablica 2. Tekstualni zapis emisija BH Radija 1.

Emisija	Broj objava u sedam dana	Tekstualni zapis	Oblik teksta
Sport plus	5	-	-
Zelena energija	1	-	-
Biznis klub	1	-	-
Jutarnji dnevnik	5	-	-
Dnevnik	7	-	-
Sedmica	1	1	Širi zapis
Aktuelno	1	1	Širi zapis
Među nama o nama	1	1	Kratke crte
Ino magazin	1	1	Kratke crte
Ovo je moja zemlja	1	-	-
Kulturni mozaik	1	1	Širi zapis
Radio kritika	1	-	-
Vikend vidikovac	1	-	-
Selu u pohode	1	-	-
Dobro selo	1	1	Kratke crte
Odrastanje	1	1	Kratke crte
Ringišpil	1	-	-
Ukupno:	31 objava	7 tekst	

Audiosadržaj emitiran na *Federalnome radiju* u sedam dana istraživanja kontinuirano se prenosio na internetski portal. Preneseni sadržaj podijeljen je po rubrikama zbog lakše potrage čitateljima portala, ali može se pronaći i po kronološkome slijedu objave. Uz svaku radijsku objavu na mrežnoj stranici stoji tekstualni zapis. Rijetko se sadržaj u tekstualnome obliku prenosi u potpunosti, ali svaka objava čitatelju daje dovoljno informacija. Ukupno se emitira 21 emisija, od čega je u sedam dana emitirano 14. Sadržaj se u tekstualnome obliku u potpunosti prenosi za tri emisije. Širi tekst o audiosadržaju, ali ne potpun, prati dvije emisije, dok su uz ostale emisije, njih ukupno devet, prikazane kratke crte koje govore o temi i gostu emisije. U sedam dana istraživanja objavljene su ukupno 72 emisije, a svaku je pratio tekstualni zapis (Tablica 3.)

Tablica 3. Tekstualni zapis emisija Federalnoga radija.

Emisija/ rubrika	Broj objava u sedam dana	Tekstualni zapis	Oblik teksta
Vijesti	19	19	Kratke crte
Aktuelnosti	16	16	Cijeli transkript
Intervju	1	1	Cijeli transkript
Otvoreni studio	1	1	Kratke crte
Sport	12	12	Kratke crte
Otvoreni program	12	12	Kratke crte
Ljudska prava	1	1	Kratke crte
Porodični magazin	1	1	Kratke crte
Kultura, umjetnost	1	1	Širi zapis
Natura magazin	1	1	Kratke crte
Nacionalne manjine	3	3	Kratke crte
Obrazovni program	1	1	Cijeli transkript
Večernji radio razgovori	2	2	Kratke crte
Susreti	1	1	Širi zapis
Ukupno:	72 objave	72 teksta	

Audiosadržaj emitiran na *Radiju Republike Srpske* prenosi se uglavnom kontinuirano, za devet emisija, ali nijednu objavu ne prati tekst barem s podacima o temi ili gostu emisije. Jedini tekstualni sadržaj koji prati audioobjavu na internetskoj stranici jest sadržaj koji općenito opisuje kojim se područjem emisija bavi. U sedam dana istraživanja objavljeno je ukupno 19 emisija. Nijedna nije praćena tekstom (Tablica 4.).

Tablica 4. Tekstualni zapis emisija Radija Republike Srpske.

Emisija/ rubrika	Broj objava u sedam dana	Tekstualni zapis	Oblik teksta
Dnevnik	7	-	-
Da rastemo zajedno	1	-	-
Zvrk	1	-	-
Riznica znanja	5	-	-
Kosingas	1	-	-
Eho nauke	1	-	-
Dobro večer, čovječe	1	-	-
Pamtipriča	1	-	-
Zvezdano nebo djetinjstva	1	-	-
Ukupno	19 objava	0 tekst	

Prvi program *Hrvatskoga radija* objavljuje vijesti u kategorijama: *Vijesti, Kultura, Glazba, Drama, Obrazovanje i Život*. Drugi program objavljuje u kategorijama: *Vijesti, Kultura, Drama, Sport, Glazba, Zabava i Život*. Treći program *Hrvatskoga radija* vijesti objavljuje pod kategorijama: *Kultura, Drama, Glazba i Obrazovanje*. Svaku objavu prati kompletan transkript emisije i u potpunosti je prenesena u tekstualnome obliku. U sedam dana istraživanja objavljeno je 17 vijesti kroz ukupno 9 rubrika, od kojih su sve praćene tekstualnim dijelom i to u potpunosti prenesene (Tablica 5.).

Tablica 5. Tekstualni zapis emisija Hrvatskoga radija.

Emisija/ Rubrika	Broj objava u sedam dana	Tekstualni zapis	Oblik teksta
HR Radio 1 – Vijesti	7	7	Cijeli transkript
HR Radio 1 – Kultura	1	1	Cijeli transkript
HR Radio 1 – Glazba	1	1	Cijeli transkript
HR Radio 1 – Drama	2	2	Cijeli transkript
HR Radio 1 – Obrazovanje	1	1	Cijeli transkript
HR Radio 1 – Život	1	1	Cijeli transkript
HR Radio 2 – Vijesti	2	2	Cijeli transkript
HR Radio 3 – Drama	1	1	Cijeli transkript
HR Radio 3 – Glazba	1	1	Cijeli transkript
Ukupno:	17 objava	17 tekst	

EMISIJE NA ZAHTJEV

Emisije na zahtjev podrazumijeva emisije koje su se emitirale na radiopostaji, a koje su kasnije prenesene na internetsku stranicu kako bi zainteresirani slušatelj *online* putem imao pristup u bilo kojemu trenutku.

Kada je u pitanju *BH Radio 1*, zabilježeno je kako se u rubrici *Radio emisije* prenose audiozapisi svih emisija koje se emitiraju u programu radija. Od ukupno 17 radijskih emisija, primijećeno je kako se svi audio zapisi prenose na *web*-portal, odnosno 31 objavu prati 31 audio zapis (Tablica 6.)

Tablica 6. Audio zapis emisija (emisija na zahtjev) BH Radija 1.

Emisija	Broj objava u sedam dana	Audio zapis
Sport plus	5	5
Zelena energija	1	1
Biznis klub	1	1
Jutarnji dnevnik	5	5
Dnevnik	7	7
Sedmica	1	1
Aktuelno	1	1
Među nama o nama	1	1
Ino magazin	1	1
Ovo je moja zemlja	1	1
Kulturni mozaik	1	1
Radio kritika	1	1
Vikend vidikovac	1	1
Selu u pohode	1	1
Dobro selo	1	1
Odrastanje	1	1
Ringišpil	1	1
Ukupno:	31 objava	31 audio

Uz svaku radijsku objavu na internetskoj stranici *Federalne televizije* stoji *online* audiozapis dostupan čitateljima. U sedam dana istraživanja objavljene su ukupno 72 emisije, a svaku je pratio audiozapis (Tablica 7).

Tablica 7. Audiozapis emisija (emisija na zahtjev) Federalnoga radija.

Emisija/rubrika	Broj objava u sedam dana	Audio zapis
Vijesti	19	19
Aktuelnosti	16	16
Intervju	1	1
Otvoreni studio	1	1
Sport	12	12
Otvoreni program	12	12
Ljudska prava	1	1
Porodični magazin	1	1
Kultura, umjetnost	1	1
Natura magazin	1	1
Nacionalne manjine	3	3
Obrazovni program	1	1
Večernji radio razgovori	2	2
Susreti	1	1
Ukupno:	72 objave	72 audio

Audiosadržaj emitiran na *Radiju Republike Srpske* prenosi se kontinuirano za devet emisija. U sedam dana istraživanja objavljeno je ukupno 19 emisija i svaka je praćena audiozapisom (Tablica 8.).

Tablica 8. Audio zapis emisija (emisija na zahtjev) *Radija Republike Srpske*.

Emisija/rubrika	Broj objava u sedam dana	Audio zapis
Dnevnik	7	7
Da rastemo zajedno	1	1
Zvrk	1	1
Riznica znanja	5	5
Kosingas	1	1
Eho nauke	1	1
Dobro večer, čovječe	1	1
Pamtipriča	1	1
Zvezdano nebo djetinjstva	1	1
Ukupno	19 objava	19 audio

Iako se tekstualni sadržaj u potpunosti prenosi na *Hrvatskome radiju 1*, *Hrvatskome radiju 2* i *Hrvatskome radiju 3*, audiozapis uz objavu se pojavljuje se često. U sedam dana istraživanja objavljeno je 17 vijesti koje su pratila samo 4 audio zapisa (Tablica 9.).

Tablica 9. Audiozapis emisija (emisija na zahtjev) Hrvatskoga radija.

Emisija/Rubrika	Broj objava u sedam dana	Audio zapis
HR Radio 1 – Vijesti	7	1
HR Radio 1 – Kultura	1	-
HR Radio 1 – Glazba	1	-
HR Radio 1 – Drama	2	1
HR Radio 1 – Obrazovanje	1	-
HR Radio 1 – Život	1	1
HR Radio 2 – Vijesti	2	-
HR Radio 3 – Drama	1	-
HR Radio 3 – Glazba	1	1
Ukupno:	17 objava	4 audio

INTERNETSKA STRANICA

Internetske stranice često sadrže informacije u obojenome tekstu i pozadinama i također sadrže poveznice prema slikama i ponekad drugim tipovima medijskih datoteka prilikom prikazivanja završnoga prikaza. Na internetskim stranicama medija uglavnom su dostupni medijski sadržaji, tekstovi, intervjui, fotografije, informacije o urednicima, novinarima, fotografima, biografije, mogućnost kontaktiranja i slično.

Internetska stranica *BH Radija 1* kao takva ne postoji. Na zajedničkoj platformi ove medijske kuće prikazuju se svi sadržaji koje *BHRT* plasira u javnost, a većinom je riječ o vijestima koje pišu zaposleni novinari portala. Radijske vijesti prenose se rijetko ili gotovo nikako. Među rubrikama ove internetske stranice dostupna je kategorija *Radio emisije* gdje se može pristupiti radijskomu sadržaju. Kada su u pitanju drugi sadržaji, na ovoj internetskoj stranici dostupan je tekst o misiji i viziji, ciljanoj publici i programskom profilu *BH Radija 1* kao i popis lokacija s kojih se emitira signal te *impresum*, odnosno popis ravnatelja i urednika emisija. *Online* interaktivnost nije moguća.

Federalni radio također nema svoju internetsku stranicu. Na internetskoj stranici *Federalne televizije* stoji rubrika *Radio* u kojoj se prenosi većina radijskoga sadržaja, uključujući sve vijesti, dnevnik, redovne i specijalne emisije. U rubrici *Radio* dostupan je kronološki objavljen radijski sadržaj, dok se kroz kategorije može pronaći odvojen sadržaj emisije, dnevnika ili bilo kojega sadržaja koji je u interesu javnosti. Govoreći o drugim sadržajima, dostupan ju samo popis Odjela za radijski program, odnosno redakcija. *Online* interaktivnost nije moguća.

Radio Republike Srpske nema internetsku stranicu te, također, na internetskoj stranici *Radiotelevizije Republike Srpske* u rubrici *Radio* prikazuje dio svoga sadržaja. U *impressumu* su prikazani opis i djelatnost radija te struktura. *Online* interaktivnost nije moguća.

Za razliku od javnih radijskih servisa u Bosni i Hercegovini koji nemaju svoju internetsku stranicu, nego istu dijele s portalom i televizijom, *Hrvatski radio* viralno je potpuno neovisan. Na svojoj internetskoj stranici nudi izravan pristup za tri nacionalna programa, *HR1*, *HR2* i *HR3* te osam regionalnih programa, *Radio Pula*, *Dubrovnik*, *Knin*, *Osijek*, *Sljeme*, *Rijeka*, *Split* i *Zadar*. Na naslovnoj stranici odmah na početku nudi se mogućnost slušanja sadržaja koji se izravno emitira, a zatim slijede izdvojeni sadržaj, najnovije vijesti te kratki pregled vijesti svih, i nacionalnih i regionalnih, postaja. Kada su u pitanju ostali sadržaji, na internetskoj stranici dostupna je mapa u kojoj stoje programi i mobilna aplikacija, općenite informacije, organizacija i ustroj, frekvencije emitiranja programa *Hrvatskoga radija*, marketing i cijene oglašavanja. *Online* interaktivnost nije moguća.

DRUŠTVENE MREŽE

Društvene mreže virtualni su prostor za međusobno povezivanje korisnika. Danas postoje stotine ovakvih servisa, a među najpoznatijima su *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* i *YouTube* (ovisno o dobnom uzorku korisnika) koje su korištene za ovo istraživanje.

BH Radio 1 aktivan je na svome *Facebook* profilu pod nazivom *BH Radio1* te na svome *Instagram* profilu pod nazivom *bhrt_bhr1*. Na profilima se najčešće objavljuju najave emisija koje će se emitirati na radijskoj postaji ovoga medija. Uz objavu uvijek stoje kratke crtice o gostima u emisiji i temama koje će se obraditi. U istraženoj razdoblju od sedam dana ukupno su zabilježene 44 objave od čega su četiri objave bile intervju, vijest ili obavijest (Tablica 10.) Na oba profila, *Facebooku* i *Instagramu*, prikazane su potpuno iste objave.

Tablica 10. Društvene mreže BH Radija 1.

Medij	Broj objava u sedam dana	Vrste objave
BH Radio1 (Facebook)	44	Intervju i vijest
bhrt_bhr1 (Instagram)	44	Intervju i vijest
Ukupno u sedam dana:	88	

Kada je riječ o *Twitter* profilu, *BH Radio 1* nema svoj profil, dok na platformi *YouTube* postoji registriran profil koji je zadnji put korišten prije šest godina.

Federalni radio na društvenim platformama *Facebook*, *Instagram*, *Twitter* i *YouTube* nema aktivne profile. Registrirana je *Facebook* stranica pod nazivom *Federalni radio*, ali je potpuno neaktivna. Na naslovnoj stranici ovoga profila razne sadržaje objavljuju samo slušatelji, odnosno drugi korisnici društvene mreže *Facebook* za koje se može pretpostaviti da nisu uposlenici ovoga medija.

Radio Republike Srpske nema registriran profil ni na jednoj društvenoj mreži obuhvaćenoj istraživanjem (*Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *YouTube*).

Nacionalne hrvatske radio postaje imaju svoje profile na društvenoj mreži *Facebook* gdje su uglavnom aktivni *Hrvatski radio 1* i *Hrvatski radio 2*. *Hrvatski radio 3* također ima *Facebook* profil koji je neaktivan ili rijetko aktivan. Na ovim profilima uglavnom se najavljuju emisije koje se tek trebaju emitirati. Objavu prate jedna

fotografija i kratki tekst kojim se opisuje sadržaj i gost emisije. Kada je u pitanju društvena mreža *Instagram*, profil je zajednički pod nazivom *Hrvatska radiotelevizija* te uglavnom prikazuje zabavni sadržaj (Tablica 11.). Hrvatska radiotelevizija, kao i radijske postaje, neaktivna je na društvenoj mreži *Twitter*. Na društvenoj mreži *YouTube* objavljuju se sadržaji zajedno s televizijskim sadržajima na zajedničkome profilu pod nazivom *Hrvatska radiotelevizija*.

Tablica 11. Društvene mreže Hrvatskih nacionalnih radiopostaja.

Medij	Broj objava u sedam dana	Vrste objave
Hrvatski radio 1 (Facebook)	13	Vijesti i najave emisije
Hrvatski radio 2 (Facebook)	17	Vijesti i najave emisije
Ukupno u sedam dana:	30	

HRTI

Potrebno je spomenuti i *HRTi*, uslugu koja omogućava gledanje i slušanje HRT-ovih radijskih programskih kanala, pregled sadržaja s vremenskim odmakom, proširenu bazu radijskih emisija na zahtjev, interaktivnu komunikaciju putem društvenih mreža te dodatne posebne sadržaje. Usluzi se može pristupiti korištenjem suvremenih mobilnih, računalnih i televizijskih korisničkih platformi bez obzira na mjesto i vrijeme pristupa uz napomenu da *HRTi* korisnik mora imati odgovarajući pristup Internetu. *HRTi* usluzi može se pristupiti korištenjem standardnih internetskih preglednika te pametnih telefona i tableta.

Na ovoj platformi ponuđene su kategorije: *Televizija*, *Radio*, *Programski vodič*, *Videoteka*, *Slušanonica*, *Izbor urednika* te *Moj odabir*. Nakon što korisnik odabere kategoriju *Radio*, ponuđene su mu emisije sa svih postaja Hrvatske radiotelevizije. Pored *live streama*, korisnik može odabrati bilo koju emisiju koja je već emitirana, glazbu određenoga žanra, *podcast* na temu koja ga zanima i slično. Hrvatska radiotelevizija ovime

je stavila sadržaj svih radijskih postaja na jedno mjesto i time omogućila jednostavno pretraživanje. Jedna je od mogućnosti i formiranje osobnoga kataloga u kojega svaki korisnik može dodavati pojedinačne sadržaje iz videoteke ili slušaonice.

RASPRAVA O REZULTATIMA ISTRAŽIVANJA

Osnovna znanstvena metoda u istraživanju bila je komparativna, korištena kako bi se usporedilo iste ili slične karakteristike proučavanih medija, odnosno utvrdilo razlike među njima. U svim istraženim javnim radijskim postajama u BiH i Hrvatskoj naglasak je na objavi radijskoga sadržaja (vijesti, emisije, *livecast* i *podcast*) putem internetske stranice, a zatim objavi na društvenim mrežama. Također se razmatralo prenosi li se audiosadržaj i prati li ga tekstualni oblik.

Mediji koji su istraženi kroz sedam dana, iako svojim programom ispunjavaju obveze i svaki na svoj način nudi slušateljima ono što se od njih očekuje, po pitanju konvergencije to mogu činiti bolje u današnje vrijeme, a posebno misleći na radijske javne servise iz Bosne i Hercegovine. Kada je u pitanju hrvatski radijski servis, može se reći da većim dijelom drže korak s modernizacijom, pa time i konvergencijom. Iako se sadržaj uglavnom ne prenosi u tekstualnome obliku, ili ako se prenosi onda izostaje audiosadržaj, uz *HRTi* platformu i dostupan sadržaj uvijek, svugdje i svima, hrvatski radijski servis prati trendove. Svaka radijska emisija uvijek je dostupna i jednostavno se pronalazi. Pored svake objave stoji kratki tekst o izdvojenoj emisiji, temi ili autoru. Na društvenim mrežama aktivni su profili i time privlače mlađu populaciju.

Gledajući po točkama konvergencije koje su praćene tijekom istraživanja, internetsku stranicu imaju samo *Hrvatski radio 1, 2 i 3*, dok bh javne radijske postaje internetsku platformu koriste zajedno s portalom i televizijom. *Livecast* (FM stream) ima svaka analizirana javna radijska postaja, iako je platforma hrvatskoga javnog servisa modernizirana i pristupačnija u odnosu na

one iz BiH. *Podcast* imaju sve radijske postaje, osim *Federalnoga radija*. Hrvatski radijski servis emitira zajedničke *podcast* emisije, *Radio Republike Srpske* proizvodi isključivo sportski *podcast*, dok *BH Radio 1* proizvodi *podcast* uglavnom u produkciji *Omladinskoga radija BHRT-a*, ali dostupne su samo one koje su snimljene koncem prošle godine, odnosno *podcast* emisije nisu redovite. Tekstualni oblik audiozapisa imaju sve analizirane radijske postaje, u većemu ili manjemu obimu, osim radija *Republike Srpske* koji objavljuje audiozapis, ali nikada u tekstualnome obliku. Emisije na zahtjev, odnosno audioemisije na internetskoj stranici objavljuju svi analizirani mediji. Društvene mreže nemaju *Federalni radio*, *Radio Republike Srpske* ni *Hrvatski radio 3*. Ostale radijske postaje imaju profile na analiziranim društvenim mrežama i uglavnom su aktivni. Kada je u pitanju društvena mreža *YouTube*, nijedan medij nema isključivo svoj profil. Ako su aktivni, riječ je o zajedničkome profilu s televizijom.

ZAKLJUČAK

Komparativnom analizom formata zaključeno je kako je razina konvergencije javnih radijskih postaja u Bosni i Hercegovini niska. Iako napreduje, učinak još uvijek nije dovoljno vidljiv čime se djelomično potvrđuje prva hipoteza. Sadržaji se ne prenose u potpunosti ili se prenose bez teksta/audio zapisa. Ako se audio zapis objavi, rijetko je dostupan u tekstualnome obliku. Napredak nije vidljiv ni kroz angažman na društvenim mrežama koje su zbog modernizacije odavno postale strateški važne za održivost jednoga medija. Među najvećim preprekama često se navode neopremljenost medijskih kuća modernim tehnološkim resursima, nedovoljno znanje novinara u oblasti novih medija i multitaskinga, kao i generalno nerazumijevanje rukovoditelja medija za značaj interneta u današnjemu procesu komuniciranja. Iako javni medijski sustav sam po sebi ima veliku važnost u javnosti, potrebno je više ulagati u digitalizaciju i modernizaciju. Kroz usporedbu s nacionalnim i regionalnim radio postajama HRT-a vidljivo je da je konvergencija moguća i u složenijim sustavima te itekako korisna i učinkovita. Javni

radijski servis u Bosni i Hercegovini može napraviti velike korake u modernizaciji i digitalizaciji, ali potrebno je zaposliti ili obučiti zaposlenike, a kod rukovoditelja povećati svijest o važnosti konvergencije. Također, jako je važno kod novinara i urednika poboljšati komunikaciju i povećati motivaciju. Budućnost medija upravo je u konvergenciji, u internetu kao novoj medijskoj platformi. Internetski portali postaju najbrži, najdjelotvorniji i najraznovrsniji jer po svojoj strukturi mogu ponuditi više sadržaja. Ako žele biti konkurentni, javne radijostaje u BiH trebale bi shvatiti važnost svoga usmjerenja ka konvergenciji na tome putu. Druga hipoteza kojom se tvrdilo da je konvergencija javnoga radijskog servisa u Republici Hrvatskoj na zavidnoj razini u odnosu na javni radijski servis Bosne i Hercegovine u potpunosti je potvrđena s obzirom na rezultate istraživanja.

LITERATURA

- Baraković, V., Mahmutović, M. (2013). *Osnovi radijskog novinarstva*. Tuzla: Off-set Tuzla.
- Briggs, A., Burke, P. (2011). *Socijalna povijest medija*. Zagreb: Naklada Pelago.
- Car, V. (2007). Konvergirani javni medijski servis. *Politička misao*. Vol. XLIV, br. 2, 113-127.
- Cordeiro, P. (2012). Radio becoming r@dio: Convergence, interactivity and broadcasting trends in perspective. *Journal of Audience & Reception Studies*, 9 (2), 492-510.
- Obradović, Đ. (2010). Neravnopravnost globalnih medija. *Medijski dijalozi*. 6, vol. 3, 67-79.
- Pavlik, J. V., McIntosh, S. (2014). *Converging media: a new introduction to mass communication*. New York, Oxford: Oxford University Press.
- Sapunar, M. (1998). Novi mediji i novi sustav komuniciranja. *Zbornik radova – Novi mediji*. Zagreb: FPZ i Hina.
- Tomić, Z. (2023). *Enciklopedijski rječnik odnosa s javnošću*. Zagreb, Mostar, Sarajevo: Synopsis, Pressum.
- Zgrabljić Rotar, N. (2007). *Radio: Mit i informacija, dijalog i demokracija*. Zagreb: Golden marketing – Tehnička knjiga.
- Zgrabljić Rotar, N. (ur.) (2020). *Digitalno doba: Masovni mediji i digitalna kultura*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.

The European Broadcasting Union (EBU) https://www.ebu.ch/publications/research/login_only/report/trust-in-media; pristupljeno 19.2.2023.

Zakon o Hrvatskoj radioteleviziji. Narodne novine, 137/2010: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2010_12_137_3515.html; pristupljeno 18.2.2023.

Zakon o javnom radio-televizijskom sustavu Bosne i Hercegovine. Službeni glasnik BiH, 78/2005, 35/2009, 32/2010, 51/2015 i 25/2016.; pristupljeno 19.2.2023.

Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. Pristupljeno 22. 3. 2023. <<http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=32979>>.

COMPARATIVE ANALYSIS OF THE CONVERGENCE OF PUBLIC RADIO SERVICES IN BIH AND CROATIA

ABSTRACT

Convergence has brought a series of changes to the media world, both in the technological sense and in content and functionality. Technological development enabled the development of a new multimedia environment. In this way, the boundaries of traditional media are being erased; that is, there has been a convergence and permeation of the media. Such penetration has led to a change in the perception of media content users as they become active users, reflected in the creation of content itself. The process of content production, especially specialized content, is accelerated, greater competencies of journalists and editors are needed, and the market is becoming competitive, whether it is commercial media or public services. Radio as a medium was included in these processes. To survive as a medium, radio must accept changes and adapt to them, and public radio services should be leaders in these changes because they are partly financially secured through a fee, a subscription paid by citizens. They must adapt their basic postulates and principles to a restructured, new, converged, multimedia, interactive system available to all citizens. The work aims to investigate the extent to which the public radio service in Bosnia and Herzegovina and Croatia is keeping up with the convergence trends, i.e., at what level of convergence they are, through a comparative analysis of content and format.

Keywords: convergence, radio, public service, multimedia