

Podcast kultura i kako postati dio nje na primjeru studentskog podcasta NebitnObitnom

JarmiĆ, Tomislav

Undergraduate thesis / Završni rad

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University North / Sveučilište Sjever**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:133889>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-14**



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)





**Sveučilište
Sjever**

**Podcast kultura i kako postati dio nje
na primjeru studentskog podcasta NebitnObitnom**

Tomislav JarmiĆ, 2927/336

Varaždin, kolovoz 2022. godine



Sveučilište Sjever

Odjel za Multimediju, oblikovanje i primjenu

Podcast kultura i kako postati dio nje na primjeru studentskog podcasta NebitnObitnom

Student

Tomislav Jarnić, 2927/336

Mentor

mag.rel.publ. Nikola Jozić

Varaždin, kolovoz 2022. godine

Prijava završnog rada

Definiranje teme završnog rada i povjerenstva

ODJEL: Odjel za multimediju

STUDIJ: prediplomski stručni studij Multimedija, oblikovanje i primjena

PRISTUPNIK: Tomislav Jamić

NAČIŠNI BROJ: 2927/336

DATUM: 12.08.2022.

KOLEGU: Komunikologija

NASLOV RADA: Podcast kultura i kako postati dio nje na primjeru studentskog podcasta NebitnObitnom

NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU: Podcast culture and how to become part of it using the example of the student podcast NebitnObitnom

MENTOR: mag.rel.publ. Nikola Jozić

STANJE: predavač

ČLANOVI POVJERENSTVA

1. doc.dr.sc. Andrija Bernik - predsjednik
2. mr.sc. Dragan Matković, dipl.ing. - član
3. mag.rel.publ., pred. Nikola Jozić - mentor
4. dip. ing., pred. Nikolina Bolčević Horvatić - zamjenski član
5. _____

Zadatak završnog rada

BROJ: 794/MM/2022

OPIS

U radu je potrebno napraviti analizu podcasta kao platforme, njegov utjecaj na današnju kulturu, objasniti od čega se sve sastoji i istraživa ko novinarstvo, razliku između slobode govora, političke korektnosti i govora mržnje. Objasniti verbalni i neverbalni način komunikacije, komunikacijske vještine tokom govora i epizode, od govora tijela, gesta rukama, kontakta očima i tonaliteta glasa. Analizirati podcast kao format, razne vrste podcast emisija i zašto se razlikuju jedna od druge. Na primjeru podcasta NebitnObitnom analizirati različite vrste epizoda, na primjer komunikacije u njima, te kako najefikasnije odraditi epizodu. Također je potrebno objasniti odnos sa gostima, komunikaciju prije, tokom i nakon snimanja epizode, te segment sponzorstva, na koji način ga ukomponirati u emisiju kako bi obje strane bile zadovoljne.

ZADATAK UROČEN

19.08.2022

POTIS MENTORA



Predgovor

Veliki dio ovog znanstvenog rada bit će temeljen prema vlastitom iskustvu, s obzirom na to da sam kao autor ovog rada ujedno i osnivač vlastitog podcasta pod nazivom NebitnObitnom. Podcast NebitnObitnom sa svojim radom započeo je 1.6.2021. godine, te do sada broji 25 snimljenih epizoda koje su sve javno objavljene. Kako bi se realizirao sam podcast bilo je potrebno 6 mjeseci pripreme koja se sastojala od nabave opreme, izrade protokola, kao i plana snimanja, pronalaženja odgovarajućeg prostora za snimanje, izrade prepoznatljivog logotipa, edukacije i odabira voditelja, kamermana, ton majstora, kao i proučavanja konkurencije i već postojećih, dobro poznatih podcasta kako bi sam podcast izgledao i funkcionirao što efikasnije i bolje. U međuvremenu izrađena je i web stranica, otvoren YouTube kanal, Instagram, Facebook, TikTok, GooglePodcast, Spotify i ostale platforme kako bi doprijeli do što većeg broja pratitelja. Ujedno je osnovana i neprofitna udruga pod nazivom XLR media koja nam omogućuje javljanje preko raznoraznih natječaja. NebitnObitnom danas broji 10 članova od kojih je 4 voditelja, 2 kamermana, 1 ton majstor, 1 vizažistica, te 2 člana zadužena za društvene mreže.

Zahvaljujem mentoru mag.rel.publ. Nikoli Joziću koji mi je pomogao pri izradi završnog rada, kao i profesorima Robertu Gečeku i Predragu Krobotu koji su nam pomogli u najranijim fazama podcasta. Bez njih sada ne bi pisao ovaj rad.

Sažetak

U ovom radu prikazan je način komuniciranja prije, tokom i poslije snimanja podcast epizode. Naučit ćete što sve spada u podcast kulturu, kojih pravila se valja pridržavati, te kako se s vremenom mijenjaju i na koji način se prilagoditi. Objasnit će se istraživačko novinarstvo, sloboda govora, politička korektnost i govor mržnje, te zašto imaju toliko utjecaja na samu komunikaciju. Obratit ćemo pozornost na sve komunikacijske vještine tokom vođenja epizode, od govora tijela, gesta rukama, kontakta očima, tonalitetu glasa, kao i vizualnoj prezentaciji. Također ćemo proučiti par epizoda podcasta NebitnObitnom kako bismo iz prve ruke mogli vidjeti različite načine komunikacije na djelu. Proći ćemo također i način komunikacije sa samom publikom, kao i sponzorima podcasta.

Ključne riječi: Podcast, sloboda govora, politička korektnost, govor mržnje, sponzori

Summary

This paper showcases the way of communicating before, during and after the recording of a podcast episode. You will learn what belongs to the podcast culture, which rules should be followed and how they change over time and how to adapt. Investigative journalism, freedom of speech, political correctness and hate speech will be explained and why they have such an impact on communication itself. We will pay attention to all communication skills during the episode, from body language, hand gestures, eye contact, tone of voice, as well as visual presentation. We'll also dig into a couple of episodes of the NebitnObitnom podcast to see first-hand the different ways communication works. We will also go over how to communicate with the audience itself, as well as podcast sponsors.

Key Words: Podcast, freedom of speech, political correctness, hate speech, sponsors

Sadržaj

1. Uvod.....	1
2. Istraživačko novinarstvo	3
3. Komunikacija u radnom odnosu	4
4. Verbalna i neverbalna komunikacija.....	5
5. Sloboda govora	7
6. Politička korektnost	8
7. Govor mržnje	10
8. Autorska prava	12
8.1. YouTube.....	12
8.2. Ostale platforme	13
9. Fair use / poštena uporaba.....	15
10. Vrste podcasta	17
10.1. Razgovorni podcast	17
10.2. Monologni podcast.....	18
10.3. Podcast sa dvoje voditelja	19
10.4. Podcast kao intervju	19
11. Tipovi podcast epizoda.....	20
12. Politička epizoda	21
13. Glazbena epizoda	23
14. Debatna epizoda	24
15. Epizoda o aktualnim temama	25
16. Epizoda sa maloljetnim gostom	26
17. Epizoda sa glumcem.....	28
18. Komunikacija sa publikom.....	29
19. Komunikacija prije snimanja	31
20. Komunikacija za vrijeme snimanja	32
21. Komunikacija sa sponzorima	33
22. Zaključak.....	35
23. Literatura	36

1. Uvod

Riječ podcast prvi puta spomenuo je Ben Hammersley 2004. godine u novinskom članku Guardianu u kojem je predlagao moguća imena za ovaj novi medij u procvatu. “Pod” dio riječi podcast posuđen je iz Appelovog “iPod” digitalnog media playera, a “cast” dio podcasta preuzet je iz radijskog izraza emitiranje odnosno “broadcast”. Sada dolazimo do onog glavnog pitanja – Što je to podcast? Na ovo pitanje ne postoji jedan konkretan odgovor jer doista ne postoji ništa drugo poput toga, već mnoge stvari koje su na neki način slične njemu. Na podcast možete gledati kao “internetski radio na zahtjev”, sličan je po tome što ga obično možete slušati na računalu, mobitelu, bilo kojem elektronskom uređaju sa internetskom vezom. Podcast ne samo da se može slušati, već ga se može i gledati, pošto su više manje svi današnji podcasti snimani u formatu videouratka. Mnogi kažu da nema neke razlike između podcasta i radija, te da je podcast samo drugi naziv za radio i televiziju, no razlika je velika. Sama količina sadržaja koju pruža podcasting, obični Broadcasting radio ili zemaljski radio jednostavno se nikada ne može natjecati, jer AM i FM radijski pojas ima samo toliko kanala.[1] Shodno tome, radio postaje emitiraju svoj sadržaj kako bi privukli što širu publiku, jer na kraju krajeva to je ono što oglašivači traže. Podcasting nasuprot tome nije nužno ovisan o prihodima od oglašavanja poput svog rođaka emitiranja, već sa svojim specifičnim i specijaliziranim sadržajem može suziti fokus samo na one koji ga odluče slušati. Samim time iako publika određenog podcasta može biti znatno manja od publike emitiranja, moglo bi se tvrditi da je publika podcasta puno više ciljana i zainteresiranija za sadržaj koji se isporučuje. Najveća i najbitnija razlika između podcasta i radija je ta da su podcasti na zahtjev i mogu se slušati u bilo kojem trenutku prema vašem rasporedu, a ne kada ih radijska postaja odluči emitirati. Svaki podcast obično posjeduje svoju internetsku stranicu na kojoj se epizode emisije mogu poslušati ili preuzeti za buduće slušanje, kao što je i to u slučaju podcasta NebitnObitnom. Uz preuzete medije možete ih slušati na računalu ili ponijeti sa sobom tako da ih prebacite na prijenosni digitalni media player ili koristite podcast aplikaciju na svom mobilnom telefonu. Ono što doista čini podcast jedinstvenim i ono što podcastu daje sposobnost “casting” je kako se može odmah dostaviti na više distribucijskih točaka podcasta (kao što su iTunes i Sticher Radio) ili podcatchers aplikacija kroz poznati proces sindikacije kao RSS (Real Simple Syndication). Slušatelji se jednostavno mogu pretplatiti na podcaste (koja je većina besplatna) jednostavnim klikom na RSS ikonu ili na gumb za pretplatu. Kada podcaster objavi novu epizodu, pretplatnici su automatski

obaviješteni bez potrebe da stalno provjeravaju web stranicu podcasta da vide je li proizvedena nova epizoda. Na ovaj način moglo bi se reći da su podcasti poput pretplate na časopise. Diferencijalni aspekt u casting je važan zbog toga što podcasti mogu dosegnuti globalnu publiku, gdje tradicionalni radio ima ograničenje snage signala emitiranja. Podcast može proizvesti gotovo svatko tko želi komunicirati i svoje zanimljive ideje i priče podijeliti sa svijetom, jer podcast nije ekskluzivan samo za Velika Imena Medija, već je dostupan gotovo svima. Budući da podcast web stranice, kao i YouTube platforma obično imaju načine na koje slušatelji mogu ostaviti komentare o svakoj epizodi i doslovno ući u raspravu s drugim slušateljima, podcasti su poput zajednice pojedinaca koji dijele zajednički interes. Podcast je postao toliko veliki dio današnje kulture da je dobio i svoj službeni dan koji se obilježava 30. listopada. Danas u svijetu postoji više od 2,4 milijuna podcasta koji zajedno broje više od 66 milijuna epizoda. Najpoznatiji i najutjecajniji podcast na svijetu danas je The Joe Rogan Experience koji danas broji 1,846 epizoda.

2. Istraživačko novinarstvo

Prije bilo kojeg snimanja esencijalno je istražiti što je više moguće o gostujućoj osobi, kao i već prije dogovorenim temama za razgovor. Osoba koja je najčešće zadužena za istraživanje o gostu, barem što se tiče podcasta NebitnObitnom jest osoba koja će biti voditelj same epizode ili osoba sa strane koja je specifično zadužena za pronalaženje informacija. Razlog zašto je sam voditelj zadužen za istraživanje jest taj što se voditelj epizode određuje prema njegovom predznanju o gostu, zainteresiranosti i znanju o zadanim temama. Samim time postajemo novinari. Istraživačko se novinarstvo vrlo često smatra jednim od najuzvišenijih oblika novinarstva, zbog toga što se od istraživačkih novinara zahtjeva veća količina vještina, truda, kao i spremnosti na veće rizike od običnog novinarstva. Kao izvori informacija mogu se koristiti razne stvari od knjiga, znanstvenih radova, životopisa, video uradaka, itd... Jedna od najpoželjnijih situacija je ta kad sam gost priloži potrebne materijale za podcast, kao što je bilo u slučaju epizode sa Janom Kerekešom.

Tokom pripreme za epizodu potrebno je imati minimalno 5 tema, koje će služiti kao niti vodilje, te se očekuje da će razgovor prirodno teći u teme koje se otvore tokom razgovora. Najbitnija stvar kod pronalaženja informacija je medijska pismenost tj. sposobnost pristupa medijima, razumijevanje i kritičko vrednovanje različitih aspekata medija i medijskih sadržaja, te ostvarivanje komunikacije u raznovrsnim kontekstima. [1] Podcast NebitnObitnom ponosi se time što je svaka informacija koja je iznesena pred gledatelja provjerena prije emisije, a u slučaju dileme ili noviteta određene informacije na snimanju stoji osoba koja je zadužena za provjeru takvih informacija.

3. Komunikacija u radnom odnosu

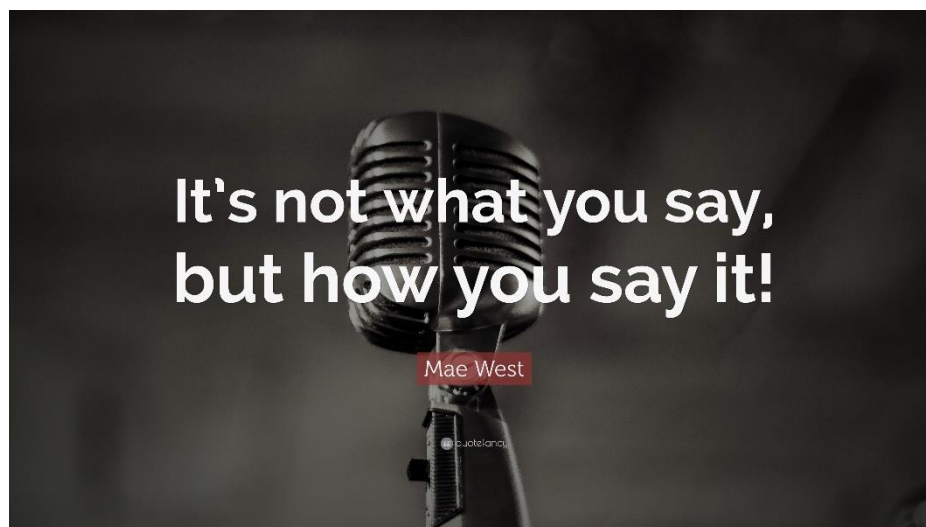
Jedna od najbitnijih stvari ne samo u svijetu podcasta, već i općenito u bilo kojoj struci je odnos u radu. Međusobno poštovanje ključni je faktor za uspjeh. Vrlo je bitno okružiti se ne samo ljudima kompetentnim za posao, već ljudima od povjerenja. Prije pokretanja vlastitog podcasta bitno je zaposliti talentirane ljude koji će uspješno ostvariti zacrtanu viziju. U slučaju podcasta NebitnObitnom nema zaposlenih, što znači da odnos u radu nije temeljen na ugovoru u radu. Na samom početku bitno je ravnopravno raspodijeliti količinu posla na samome podcastu, kako bi svaka osoba mogla što bolje i efikasnije odraditi svoj posao. Jako je bitno barem jednom mjesečno odraditi sastanak na kojem će se riješiti svi postojeći i potencijalni problem. Tokom sastanka bitan je otvoren i konstruktivan razgovor u kojem se raspravlja o svakom članu podcasta, na čemu treba poraditi, kako bi što uspješnije odradio svoj posao.

Također u svrhu unapređenja radnog odnosa preporuča se i teambuilding aktivnost. Teambuilding služi kako bi se motivirali vaši ljudi da nauče raditi u timu, da razviju svoje snage i da se pozabave sa svim nedostacima. Neki od primjera teambuildinga bili bi paintball, društvene igre, raznorazni kvizovi, brainstorming večeri, timski sportovi, bilo koji oblik aktivnosti koji se odvija na otvorenom ili zatvorenom kako bi vaši suradnici naučili timske radu. Kada govorimo o komunikaciji ne smijemo zaboraviti ni društvene mreže koje nam najviše olakšavaju komunikaciju, pogotovo ako se član podcasta nalazi u nekoj drugoj državi, kao što je u slučaju podcasta NebitnObitnom. Podcast NebitnObitnom komunikacijski kanal vodi putem WhatsApp grupe pomoću koje se rješavaju sve nedoumice, odlučuje o novom gostu, te ono najbitnije dogovaraju sastanci.

4. Verbalna i neverbalna komunikacija

Kao ljudi često komuniciramo jedni sa drugima a da to ni ne znamo. Komunikacija nije samo verbalna, baš naprotiv više komuniciramo na neverbalan način nego riječima. Vrlo je bitno naoružati se znanjem, kako bi naše riječi dobile jasnije i dublje značenje, no isto tako naši pokreti i geste govore više nego riječi. Isto pravilo vrijedi i tokom vođenja podcast epizode. Tu nastupa neverbalna komunikacija. Neverbalno ponašanje koristi se za : izražavanje osjećaja, pokazivanje stavova, održavanje aspekata osobnosti i poticanje na ili promjenu verbalne komunikacije. Pod neverbalne znakove uključujemo: izraze lica, ton glasa, geste, govor tijela, dodir, kontakt očima. Svaki od tih neverbalnih znakova krije svoje tajne i detalje na koje valja obratiti pažnju. Opće je poznato da publika puno više prati i shvaća predavača koji koristi geste rukama tokom predavanja.

Ton glasa, usporeni ili ubrzani govor, podizanje ili spuštanje glasa, naglašavanje pojedinačnih riječi, umetanje pauzi i slične metode ljudima služe u svrhu ostvarivanja svih funkcija kojima neverbalan način ponašanja služi.



SLIKA 4. 1. Mae West quotes

Kontakt očima i pogled vrlo su snažni neverbalni znakovi: proširene zjenice očiju i oči koje su širom otvorene su pokazatelji sviđanja, smještaj i duljina pogleda pokazatelji su interesa i emocije i pomažu nam sa usklađivanjem

komunikacije s nekom drugom osobom, skrivanje pogleda može se percipirati kao i nerijetko i je pokazatelj neiskrenosti ili neugode.

Kontakt očima jedan je od najbitnijih faktora neverbalne komunikacije. Ništa neće uvjeriti osobu nasuprot vas sa kojom vodite razgovor, da pomno pratite svaku njihovu riječ od čvrstog kontakta očima.

Geste ili pokreti rukama također olakšavaju komunikaciju. Postoje razne vrste gesta:

- **amblemi** – gestikulacije neverbalne prirode koje služe kao zamjena za verbalnu poruku, te se mogu samostalno koristiti i imaju vrlo poznato značenje unutar nekih određenih kultura, no mogu izazvati nesporazume među različitim kulturama.
- **ilustratori** - gestikulacije koje se koriste kako bi se lakše pojasnila i ilustrirala verbalna poruka i nemaju značenje ukoliko se samostalno koriste.

Dodir pokazuje osjećaje bliskosti, ugodnosti, naklonosti a ponekada i dominacije. Određuje se uz pomoć tri različita faktora: stupanj privlačnosti i sviđanja, stupanj bliskosti i poznatosti, status i moć.

Korištenje **osobnog prostora** je ponašanje je neverbalne prirode koje se vrlo mnogo razlikuje među drugačijim kulturama. Razlikujemo nekoliko zona:

- **intimna zona** – 45 centimetara ili manje
- **osobna zona** (prijatelji i obitelj) – 1.2 metara ili manje
- **socijalna zona** (poslovni ili društveni odnosi) - od 1.20 do 3 metara
- **javna zona** (odnosi s nepoznatim ljudima) – 3 metara ili više

Držanje tijela - način na koji osoba sjedi ili stoji ponekad može služiti kao dobar pokazatelj onoga što osoba osjeća.

- Otvoreni položaj nogu i/ili ruku = naklonost
- Prekrižene noge i/ili ruke = nesigurnost, oprez

Stres i nervoza, konstantno okretanje na rotirajućoj stolici jasan je indikator nervoze

Izgled - odjeća koju na sebi nosimo, stil i frizura služe nam za predstavljanje samih sebe. Pokazuju na koji način percipiramo sebe i kako bih željeli da nas drugi ljudi vide.

5. Sloboda govora

Sloboda je govora jedno od glavnih ljudskih načela odnosno prava koje podržava slobodu zajednica ili pojedinaca u artikuliranju svojih mišljenja i ideja bez straha od cenzure, odmazde ili sankcija zakonske prirode, te je prisutna u svim demokratskim državama. Prema Ustavu Republike Hrvatske jasno piše kako građani Republike Hrvatske imaju sva prava i slobode, neovisno o njihovoj boji kože ili rasi, vjeri, jeziku, spolu, političkom uvjerenju ili ikakvom drugačijem uvjerenju, nacionalnom ili socijalnom podrijetlu, naobrazbi, imovini, rođenju, socijalnom položaju ili drugim osobinama, te su svi pred zakonom jednaki. [2] Pripadnicima svih naroda i manjina se garantira slobodno izražavanje narodne pripadnosti, slobodna uporaba vlastitog jezika i pisma, kao i kulturološka autonomija. Bez slobode govora niti jedan podcast format ne bi mogao postojati.



SLIKA 5.1. Sloboda govora

6. Politička korektnost

Koncept političke korektnosti koristi se u svrhu označavanja načina govora i ponašanja čija je namjera da prenese najmanju moguću količinu uvrjedljivog sadržaja, posebice u situacijama u kojima se opisuju grupe koje definiraju neki eksterni aspekti identiteta kao što su na primjer boja kože, etnička pripadnost, rase, spol, kultura, ili seksualna orijentacija. Taj koncept komentiraju, satiriziraju, kritiziraju, opovrgavaju, te o njemu raspravljaju komentatori sa svih strana političkog spektra. Ovih se dana izraz političke korektnosti često koristi na podrugljiv način kako bi se ismijavala ideja da se mijenjanjem načina govora mogu promijeniti javna mišljenja i vjerovanja.

Ovaj se izraz prvog puta pojavio u marksističko-lenjinističkom vokabularu poslije 1917. ruske revolucije. Tada se on koristio kako bi se opisalo pridržavanje politikama i principima Komunističke partije Sovjetskog Saveza. Međutim, u kasnim 1970-ima i ranim 1980-ima izraz političke korektnosti počeo se koristiti među liberalnim političarima u odnosu na ekstremizam određenih ljevičarskih problema. S druge strane, ranih 1990-ih godina izraz su počeli koristiti konzervativni političari kako bi preispitali i kako bi se suprotstavili onomu što su oni smatrali ustankom liberalnih ljevičarskih nastavnih programa i metoda poučavanja na sveučilištima i fakultetima unutar Sjedinjenih Američkih Država. Do kasnih 1990-ih godina učestalost korištenja izraza političke korektnosti nešto se smanjila, i ovo vrijeme najčešće su ga upotrebljavali komičari i drugi ljudi u svrhu ismijavanja političkog načina govora. Ponekad je izraz bio korišten i od strane političke ljevice kako bi se rugali raznim političkim idejama konzervativaca.

Iz lingvističke perspektive, politička korektnost uobičajeno označava nešto ukorijenjeno u ideju da se želi eliminirati isključivanje raznih identitetskih grupa na osnovu načina govora. Prema Sapir-Whorf hipotezi, ljudska percepcija stvarnosti određuje se prema ljudskim misaonim procesima, na koje utječe način govora ljudi. Tako ljudski način govora oblikuje stvarnost koju ljudi doživljavaju i govori im kako da misle o i kako da se ponašaju u odnosu na tu stvarnost. Način govora također otkriva i promovira ljudske pristranosti. Dakle, prema toj Sapir-Whorf hipotezi na primjer, korištenje seksističkog načina govora promovira seksizam, i korištenje rasističkog načina govora promovira rasizam.

Oni koji su najviše protiv tog koncepta takozvane političke korektnosti gledaju na njega kao na cenzuru i uskraćivanje slobode govora koje postavlja određena ograničenja na javne debate. Tvrde da postavljanje takvih granica koje označavaju što je i nije prihvatljivo u načinu govora neizbježno naposljetku vode do samocenzure i ograničenja u ponašanju. Također vjeruju da ponekad politička korektnost percipira uvrjedljiv način govora u situacijama gdje takvog načina govora nema. Na kraju krajeva, čini se da je konstantna rasprava o prirodi političke korektnosti centrirana oko načina govora, nazivanja, i pitanja čije su definicije prihvaćene. [3]



SLIKA 6.1. Politička korektnost

7. Govor mržnje

Govor mržnje izraz kojim se uobičajeno označavaju situacije u kojima jedna individualna osoba ili grupa individualnih osoba uvredljivim načinom govora ili rasprave diskriminiraju drugu individualnu osobu ili grupu po osnovi određenih karakteristika identiteta, kao što su boja kože ili rasa, religija ili spol. Pod međunarodnim zakonom o ljudskim pravima, trenutno ne postoji univerzalna definicija govora mržnje zbog toga što se o samom konceptu govora mržnje još uvijek mnogo raspravlja. To se događa zbog odnosa govora mržnje sa slobodom govora i izražavanja mišljenja, te sa nediskriminacijom i ravnopravnošću.

Sa ciljem omogućavanja globalnog oslovljavanja problema govora mržnje, Ujedinjeni narodi, pod dokumentom Strategija i plan akcija protiv govora mržnje Ujedinjenih naroda definiraju govor mržnje kao bilo koji oblik komunikacije u govoru, pisanju ili načinu ponašanja koji napada i koristi pogrđan ili diskriminirajući jezik sa referencom na neku osobu ili grupu osoba na osnovu onog što oni jesu, u drugim riječima, na osnovu njihove religije, etničke pripadnosti, nacionalnosti, rase, boje kože, podrijetla, spola ili bilo kojeg drugog faktora identiteta. Ta definicija govora mržnje pokriva tri vrlo bitna atributa o njemu:

- Govor mržnje može se izraziti kroz bilo koji oblik izražavanja, što uključuje slike, karikature, meme-ove, objekte, gestikulacije i simbole i može se širiti i online i offline putevima.
- Govor mržnje je diskriminirajuće prirode – pristran, netrpeljiv, netolerantan – ili pogrđan – drugim riječima, predrasudan, prezriv ili ponižavajuć – prema određenoj individualnoj osobi ili prema određenoj grupi ljudi.
- Govor mržnje upućuje se prema stvarnim, navodnim ili imputiranim faktorima identiteta određene individualne osobe ili određene grupe ljudi u širem smislu: religiji, etničkoj pripadnosti, nacionalnosti, rasi, boji kože, podrijetlu, spolu, ali također i bilo kojim drugim karakteristikama koje dodaju identitetu osoba, kao što su jezik, ekonomsko ili socijalno podrijetlo, invaliditet, stanje zdravlja, ili seksualna orijentacija, među mnogim drugima.

Bitno je primijetiti da se govor mržnje može usmjeriti samo prema određenoj individualnoj osobi ili prema određenoj grupi ljudi; stoga, govor mržnje ne uključuje komunikaciju upućenu entitetima kao što su države i njihove vlade ili simboli, javni službenici, vjerski vođe, ili načela vjera. [4]

Koncept sličan govoru mržnje definiran je u hrvatskom zakonu zajedno sa drugim oblicima diskriminacije unutar Zakona o suzbijanju diskriminacije. Po tom je zakonu definirano nekoliko oblika diskriminacije. Izravna je diskriminacija način postupanja u kojemu se neka osoba u odnosu na drugu osobu u usporedivoj situaciji stavlja u nepovoljniji položaj. Neizravna je diskriminacija naizgled neutralno postupanje koje, slično kao i izravna, postavlja osobu u nepovoljan položaj u odnosu na osobu u sličnoj situaciji. Izuzetak su situacije u kojima je to postupanje moguće opravdati legitimnim ciljem iz objektivne perspektive, a sredstva za to postupanje su i nužna i za tu situaciju primjerena. Svako neželjeno ponašanje kojega je cilj ili realno predstavlja povredu dostojanstva neke osobe, a koje može uzrokovati neprijateljsko, uvredljivo ili ponižavajuće okruženje ili osjećaj straha naziva se uznemiravanje. Specifičnije, spolno je uznemiravanje svako neverbalno, verbalno, ili tjelesno neželjeno postupanje spolne prirode kojega je cilj ili realno predstavlja povredu dostojanstva neke osobe, a posebno ako kreira strah, neprijateljsko, omalovažavajuće, ponižavajuće ili uvrjedljivo okruženje. U slučajevima poticanja na diskriminaciju, takvo će se postupanje također smatrati diskriminacijom. Još jedan je oblik diskriminacije definiran u ovom zakonu nazvan segregacija, što predstavlja sustavno i prisilno razdvajanje ili segregaciju nekih osoba po osnovi neke diskriminacije. Teži oblici diskriminacije oblici su diskriminacije počinjeni prema nekoj specifičnoj osobi po nekoliko diskriminirajućih osnova, što je definirano kao višestruka diskriminacija, počinjeni više od jednoga puta, što je definirano kao ponovljena diskriminacija, počinjeni kroz duži vremenski period, što je definirano kao produljena diskriminacija, ili koji svojim posljedicama koje uzrokuju posebice teško pogađaju žrtvu diskriminiranja. Uz sve ovo, nitko tko s dobrom namjerom prijavi diskriminaciju, nazoči diskriminaciji, odbije naredbu za diskriminirajućim ponašanjem ili na bilo kakav način sudjeluje u postupku koji se vodi povodom diskriminacije sukladno onim odredbama definiranim u zakonu ne smije zbog toga biti doveden u nepovoljnu poziciju. [5]

8. Autorska prava

U mnogim zemljama, kada neka osoba stvori nekakav originalni rad koji postoji u nekom fizičkom mediju, automatski im se pridjeljuje autorsko pravo za rad koji su stvorili. Kao vlasnici autorskih prava, ljudi imaju isključivo pravo da koriste svoje radove. U većini slučajeva, samo vlasnici autorskih prava mogu odlučiti ako će nekomu drugomu dozvoliti da koriste njihov rad.

8.1. YouTube

Na YouTube-u autori imaju prava prenositi samo svoje originalne video uratke, ili druge video uratke ukoliko su im vlasnici autorskih prava tih radova dali za to dopuštenje. To ne znači samo da ne bi smjeli prenositi video uratke koje nisu sami stvorili, već ne smiju koristiti nikakav sadržaj čija autorska prava pripadaju nekim drugim osobama koje im nisu tu uporabu dozvolili. Ovakvi sadržaji uključuju glazbene zapise, isječke videozapisa ili cijele videozapise koje su stvorili drugi korisnici. Ništa od toga korisnik ne smije stavljati u svoj originalni video bez potrebne autorizacije.

Kako bi upravljali autorskim pravima nad svojim sadržajem, korisnici YouTube-a imaju na usluzi Copyright Management Tools, alate za upravljanje autorskim pravima. YouTube korisnicima u skladu sa procjenom omogućavaju prikladne opcije za upravljanje autorskim pravima na osnovi veličine njihovog sadržaja nad kojim drže autorska prava, te na osnovi količine resursa koju su posvetili odgovornom upravljanju svojim online sadržajem. YouTube-ov Copyright Management Suite nudi korisnicima niz opcija uz koje vlasnici autorskih prava mogu slati pritužbe na videozapise drugih korisnika zbog kršenja autorskih prava.

Najjednostavniji i najčešći način kojim se na YouTube-u šalju pritužbe zbog kršenja autorskih prava je manualno podnošenje pritužbe kroz YouTube-ov DMCA (Digital Millenium Copyright Act) internetski obrazac. Za većinu je korisnika ovo najbolja opcija za slanje pritužbe zbog kršenja autorskih prava zbog činjenice da ovu opciju svi mogu koristiti i činjenice da je ova opcija dostupna u svim jezicima.[6]

8.2. Ostale platforme

Na većini drugih platformi za dijeljenje multimedijских sadržaja pravila o autorskim pravima slične su prirode kao i ona na YouTube platformi. Na Spotify platformi u slučaju da neka osoba koja je vlasnik autorskih prava medijskih sadržaja prenesenih na platformu smatra da je jedan od drugih korisnika Spotify platforme prenio na nju sadržaj koji je prekršio ta autorska prava, osoba koja drži autorska prava tog sadržaja ima nekoliko opcija koje može poduzeti. Jedna od tih opcija je mogućnost prijave kršenja autorskih prava putem internetskog obrasca. Druga opcija je slanje obavijesti o kršenju autorskog prava direktno dijelu legalnog tima Spotify platforme zadužene za pravila o autorskim pravima. Ova se obavijest o kršenju autorskih prava može poslati i putem tradicionalne pošte i elektroničke pošte. Ta obavijest mora u sebi sadržavati određene stavke. Jedna od njih je potpis vlasnika autorskih prava koja su bila prekršena ili potpis osobe koju je vlasnik prekršenih autorskih prava autorizirao da smiju djelovati u njihovo ime. Taj potpis smije biti i u fizičkom i elektroničkom obliku. Druga je stavka specifična identifikacija svakog individualnog medijskog sadržaja za kojeg vlasnik smatra da su im autorska prava bila prekršena. Također se treba u tu obavijest uključiti opis lokacija na kojima se ti materijali na kojima su prekršena autorska prava nalaze na Spotify platformi. Ovi opisi trebaju biti što je više moguće detaljni te sadržavati URL vezu svih materijala koji se prijavljuju. Stranka koja podnosi žalbu dužna je i priložiti uz obavijest svoje kontaktne informacije. To uključuje stvari kao što su puno ime i prezime, adresa, telefonski broj i adresa elektroničke pošte. Još jedna je obavezna stavka koja se mora priložiti uz obavijest o kršenju autorskih prava na Spotify platformi izjava da stranka koja podnosi žalbu iskreno vjeruje u činjenicu da su rad ili radovi koji se prijavljuju zbog kršenja korišteni na način koji korisnicima koji su ih prenesli na Spotify platformu koji im nije autorizirao ni vlasnik autorskih prava, niti agent vlasnika autorskih prava niti zakon. Posljednja stavka potrebna za slanje obavijesti o prekršaju autorskih prava na Spotify-u je izjava da su sve informacije sadržane u toj obavijesti istinite, te da je stranka koja podnosi pritužbu autorizirana od strane vlasnika autorskih prava koja su bila prekršena da podnosi tu pritužbu. U slučaju uspješne pritužbe, Spotify će ukloniti sadržaj koji je korisnik postavio bez dozvole vlasnika autorskih prava tog sadržaja. Slično kao i na YouTube platformi, u slučaju višestrukih kršenja autorskih prava, Spotify ima pravo u prikladnim okolnostima terminirati račune tih korisnika sa Spotify platforme.[7]

Kao i već spomenute i većina najpopularnijih platformi za dijeljenje multimedijских sadržaja, društvene mreže poput Instagram-a također imaju svoja pravila o autorskim pravima. Na Instagram-u korisnici smiju dijeliti samo sadržaje koji ne krše autorska prava drugih ljudi. Na Instagramu je moguće prekršiti pravila o autorskim pravima u raznim situacijama u kojima bi korisnici mogli misliti da je to što rade legalno. Neke od tih situacija su:

- Kada su korisnici kupili ili preuzeli taj sadržaj
- Kada su korisnici snimili taj sadržaj sa svojim uređajem za snimanje
- Kada korisnici napomenu tko je originalni vlasnik autorskih prava
- Kada korisnici napomenu da nisu prenijeli sadržaj s namjerom kršenja autorskih prava
- Kada korisnici nisu namjeravali profitirati od dijeljenja sadržaja
- Kada korisnici modificiraju ili dodaju svoj sadržaj sadržaju čijih autorskih prava nisu vlasnici
- Kada korisnici pronađu sadržaj na internetu gdje je svima dostupan
- Kada korisnici vide druge korisnike da dijele taj isti sadržaj
- Kada korisnici misle da taj sadržaj spada pod fair use, to jest poštenu uporabu
- Kada korisnici koriste neautorizirane uređaje i/ili neautorizirane usluge za streaming multimedijских sadržaja

Najsigurnije situacije u kojima korisnici Instagram platforme mogu biti sigurni da neće kršiti pravila o autorskim pravima na Instagram-u su situacije u kojima su multimedijски sadržaji koje korisnici prenose na platformu 100% kreirani od strane tih korisnika. Ako nisu, korisnici trebaju imati dopuštenje korištenja multimedijских sadržaja od vlasnika autorskih prava od svih tih sadržaja koje prenose na Instagram. Ako korisnici nisu sami kreirali sadržaje koje prenose na Instagram i nemaju dopuštenje od vlasnika autorskih prava tih sadržaja, mogu te sadržaj na Instagram platformu prenijeti samo u slučajevima gdje su ti sadržaji iznimke u pravilima o autorskim pravima, kao na primjer u situacijama gdje su ti sadržaji spali pod javnu domenu ili fair use.[8]

9. Fair use / poštena uporaba

Fair use, ili poštena uporaba, koncept je korištenja sadržaja čija autorska prava ne posjeduje osoba koja ih koristi, ali pri tom korištenju ne krši autorska prava stvarnih vlasnika tih sadržaja zbog načina na koji i okolnosti u kojima se taj sadržaj koristi. U drugačijim zemljama se na drugačije načine prema zakonu definira što spada pod fair use. U Sjedinjenim Američkim Državama, na primjer, radovi čija je svrha komentiranje, kritiziranje, istraživanje, podučavanje ili izvještavanje o sadržaju čija autorska prava osobe koje prezentiraju taj sadržaj na navedene načine ne posjeduju, mogu spadati pod poštenu uporabu prema američkom zakonu, iako će o individualnim slučajevima odlučivati sudci.[9]

U Hrvatskoj postoje razne situacije u kojima je dozvoljeno koristiti sadržaje kada korisnicima ne pripadaju autorska prava tih sadržaja, i sve te situacije su definirane u Zakonu o autorskim pravima i srodnim pravima, najnovija inačica kojega je na snazi od 22. 10. 2021. godine. Repliciranje i raspodjela zakonito objavljenih pojedinih odlomaka ili cijelih autorskih djela ukoliko su ona kratka iz raznih znanstvenih i umjetničkih područja na medije kao što su papir ili bilo kakav drugačiji medij bez da je nositelj autorskih prava tih sadržaja to odobrio dozvoljeno je u obliku zbirke radova koja je namijenjena za uporabu u nastavi ili istraživanju znanstvene prirode, uz navođenje tih izvora. Ovo vrijedi samo u situacijama gdje vlasnik autorskih prava umnožavanje svojih radova izričito ne zabrani. U slučajevima gdje se repliciranje i raspodjela sadržaja u ovom obliku gdje bi se objavom pojedinih dijelova tog sadržaja mogao ugroziti ugled ili čast tih autora ili izvođača tih sadržaja, to umnožavanje i distribuiranje može se smatrati povredom prava autora. Korištenje raznih sadržaja u svrhu nastave također je dozvoljeno i ne smatra se kršenjem autorskih prava vlasnika, osim u nekim situacijama kao na primjer kada bi se to činilo radi ostvarivanja komercijalne svrhe. Dopušteno je i korištenje u digitalnoj i internetskoj nastavi. Još jedna od situacija u kojima je dopušteno prikazivati sadržaje čija autorska prava ne posjeduje osoba koja izlaže te sadržaje je, naravno, kada se to izvodi u sudskim, upravnim ili drugim službenim postupcima. Korištenje sadržaja čija autorska prava korisnik nema dozvoljeno je bez da je to autor odobrio i bez plaćanja ikakve naknade i sa svrhom informiranja javnosti o relevantnim događajima, bilo to putem radija, televizije, tiska ili na bilo kojim drugim mogućim načinom. U ovim se slučajevima i dalje treba u slučaju u kojemu je moguće s obzirom na način na koji se djelo koristi navesti izvor djela i vlasnika autorskih prava sadržaja koji se koriste. Slično kao i u

Sjedinjenim Američkim Državama, u Hrvatskoj je također dozvoljeno korištenje dijelova i citiranja autorskih radova u svrhu kritike, polemike, nastave, osvrta, znanstvenog istraživanja, recenzije ili tomu sličnog, s opravdanom svrhom i navodeći izvore i vlasnike autorskih prava u slučajevima gdje je to moguće s obzirom na koji se način ti sadržaji koriste. Prerada djela čija autorska prava korisnik ne posjeduje u karikature, parodije i slično također je zakonom dozvoljena u skladu sa dobrim običajima. Neke od drugih situacija u kojima je uz određene uvjete dozvoljeno korištenje sadržaja čija autorska prava korisnik nema su popratna i nenamjerna uporaba, repliciranje autorskih djela koja su trajno izložena na javnim mjestima, plakati i katalozi, uporaba autorskih djela s ciljem isprobavanja ili upoznavanja s uređajima, posebna ograničenja za rad ovlaštenih korisnika računalnih programa, dekompiliranje računalnih programa, posebna ograničenja za rad ovlaštenih korisnika autorskih baza podataka, posebna ograničenja za rad ovlaštenih korisnika neelektroničkih neoriginalnih baza podataka i slobodnu uporabu zbog javne sigurnosti.[10]

10. Vrste podcasta

Svaki podcast poseban je sam za sebe po svojoj tematici, voditeljima, gostima, scenografiji, te samom pristupu razgovoru. Što znači da svaki podcast koristi drugačiju vrstu komunikacije, odnosno koristi se komunikacijom koja odgovara njegovom tipu podcast emisije. Što god bila vaša strast, hobi ili ljubav, vaš podcast može biti baš o tome. U krajnjoj liniji tema podcasta može biti bilo kakva, dokle god je zanimljivo odrađena epizoda, kako bi podcast imao što više slušatelja i pratitelja, a ovo su neke od osnovnih vrsta podcasta:

10.1. Razgovorni podcast

Razgovorni podcast najčešći je tip podcasta. Čine ga dvoje ljudi koji vode interesantan razgovor, bilo to o određenoj temi ili nekom događaju bitno je da zainteresiraju publiku. Ovakvoj vrsti podcasta najbližnja bi bila radio emisija.



SLIKA 10.1. The Joe Rogan Experience podcast: Jordan Peterson

10.2. Monologni podcast

U monologu, odnosno solo podcastu, jedan voditelj predstavlja drugu temu svaku novu epizodu. Monolog je jedan od najlakših formata za početak budući da trebate samo mikrofoni i stručnost u određenom području. Međutim, solo emisija može biti naporna za voditelja jer će možda trebati razgovarati nasamo više od sat vremena u svakoj epizodi kako bi producentu pružili dovoljno sadržaja za uređivanje. Monolog bez publike najteži je dio komunikacije na podcastu.



SLIKA 10.2. The Monologue podcast

10.3. Podcast sa dvoje voditelja

U zajedničkom podcastu, dva ili više voditelja vode razgovor za svaku epizodu, obično o unaprijed odabranoj temi. Često svaki domaćin podcasta igra određenu ulogu. Na primjer, jedan domaćin može čitati isječke vijesti dok drugi vodi segment sa sažetkom. Ovakav format oslanja se na kemiju između voditelja. NebitnObitnom vrsta je podcasta sa dvoje voditelja.



SLIKA 10.3. Podcast NebitnObitnom

10.4. Podcast kao intervju

Sama poanta podcasta je ta da odskače od intervjuja sa svojim vremenskim limitom koji je puno dulji no tipični intervju, te je i sam razgovor puno ležerniji, no uzevši sve to u obzir u određenim situacijama tip podcasta može biti intervju. Voditelj poziva različite goste, bilo to pojedinačno ili panel, te im postavlja već unaprijed pripremljena pitanja kako bi rasprava bila što zanimljivija. Ovakav format podcasta za razgovor među najpopularnijima je jer se oslanja na goste, a ne na domaćina. Naravno ovakav format emisije se ne preporuča, jer previše iskače od podcasta kakav je i zamišljen.



SLIKA 10.4. Armchair Expert Podcast with Dax Shephard

11. Tipovi podcast epizoda

Svaki podcast različit je na svoj način, pa isto tako svaka epizoda stoji sama za sebe. Kao što smo već spomenuli sam podcast može se opredijeliti u samome početku o temama kojima misli govoriti. U jednu ruku na taj način ciljano vuče određenu publiku, te ona sama više manje zna točno što očekivati, no s druge strane time ograničava sam sebi jedan cijeli drugi spektar gledatelja. Jedan od najboljih tipova podcasta po tom pitanju je razgovorni podcast, koji se u početku ne opredjeljuje niti po kojoj temi, već se tema epizode određuje prema gostu. NebitnObitno kao i Joe Rogan Experience bili bi primjeri takvog tipa podcasta. Ono što je odlično kod takvog tipa podcasta je taj što svaka epizoda stoji sama za sebe. Kao što smo već spomenuli, tematika i način vođenja epizode temelji se prema gostujućoj osobi, ovisno o njoj, njezinom zvanju i zanimanju, afinitetima i zanimljivim pričama. Na taj način se određuje tip epizode, kao i njezin naziv. Tako je barem u slučaju podcasta NebitnObitnom, gdje je ime gosta ujedno i naslov epizode.

12. Politička epizoda

Prije no što krenemo u razradu načina vođenja političke epizode valja napomenuti da podcast NebitnObitnom ne zastupa niti jednu stranku. Što se tiče političkog pitanja podcast je u potpunosti neutralan, te nema nikakvih afiniteta prema niti jednom gostu, niti taj gost ima posebni tretman od ostalih. U trenutku kada je dogovorena podcast emisija sa političkom osobom na samome početku valja odrediti u kojem smjeru voditelj želi da sama epizoda ide. Vrlo je bitno istražiti što je više moguće o gostu, ne samo njegovu političku karijeru, već sve osim nje. Na taj način ga možemo prikazati u nekom drugom svjetlu, kao čovjeka od krvi i mesa. Otkriti stvari koje ljudi ne znaju o njemu, koje bi mu još više pomogle da se sviđi svojim biračima. Krene li epizoda u takvome smjeru vrlo je bitno uspostaviti prijateljski ton, što je poželjno u svakoj epizodi, ne samo u ovom slučaju. Naravno politika će biti jedna od glavnih tema podcasta, stoga je vrlo bitno na koji način će biti postavljena pitanja. Bilo kakav stav dobrodošao je u razgovor, čak je i poželjno da su stavovi različiti kako bi rasprava bila što zanimljivija. Naravno u raspravi možemo i promijeniti način komunikacije, iako prijateljski nastrojena epizoda poželjno je tu i tamo pitati neka šakaljiva pitanja kako bismo došli do istine, te je i samim time epizoda kvalitetnija.



SLIKA 12.1. Podcast NebitnObitnom: Siniša Jenkač 1.dio

Vrlo je bitno na kraju samoga podcasta ostaviti dobar dojam, završiti emisiju u vedrom tonu, pružiti gostu jedno veselo iskustvo, kako bi se po mogućnosti ponovno odlučio pojaviti u jednoj od nadolazećih epizoda.



SLIKA 12.2. Podcast NebitnObitnom: Siniša Jenkač 1.dio

13. Glazbena epizoda

Podcast NebitnObitnom do sada je snimio 25 epizoda, od kojih su čak 11 bile glazbene. Sa time na umu mogu reći kako najviše iskustva imamo sa glazbenicima, te kako odraditi epizodu na najbolji mogući način. Glazbenu epizodu najbolje je odraditi u što je moguće opuštenijem i ležernijem tonu. Naravno dobra priprema esencijalna je za uspjeh epizode, kao i glazbeno predznanje. Iako se na epizodi nalaze glazbenici, ljudi istih generacija dijele određena sjećanja i vremena, koja mogu biti vrlo zanimljivi segmenti na samoj epizodi, kao što je to bilo u slučaju epizode sa bandom Reckless Wings. Što se tiče vizualne prezentacije poželjno je da su voditelji odjeveni u stilu epizode koju vode.



SLIKA 13.1. Podcast NebitnObitnom: Reckless Wings

14. Debatna epizoda

Kao što i samo ime epizode govori u ovoj vrsti epizode glavna radnja bit će debata između dvoje ili više sudionika u razgovoru. Bitna je priprema gostiju o zadanoj temi, te kako obje strane imaju svoje određeno stajalište podkrijepljeno činjenicama koje je iznijeti za vrijeme debate. Svaka debata također ima i svog moderatora. Njegova uloga je prije svega ostati neutralan tokom cijele debate i pobrinuti se debata odvija glatko kako ne bi slučajno došlo do bilo kakvih sukoba.



SLIKA 14. 1. The Debate: Hockey podcast

15. Epizoda o aktualnim temama

Ovakva vrsta epizode prije svega zahtjeva dobru pripremu i iznošenje samo točnih i provjerenih informacija. Vrlo vjerojatno najbitnija stvar kod epizode o aktualnim temama je tajming. Što je dosta komplicirano s time da ako se tema želi u potpunosti proučiti i odraditi kako spada, samim time treba vremena za pripremu, samo snimanje epizode, te na kraju i vrijeme koje ode na postprodukciju. U ovakvom tipu emisije voditelj i gost ovdje su kako bi iznijeli svoje mišljenje na aktualno zbivanje i samim time ponudili svoj uvid u situaciju ili čak moguće rješenje. Tokom vođenja epizode o aktualnim zbivanjima koje su dosta ozbiljne tematike kao na primjer ‘Rat u Ukrajini’ koju su maestralno odradili Lovel Mimica i Alen Sabolić na podcastu NebitnObitnom.



SLIKA 15.1. Podcast NebitnObitnom: Rat u Ukrajini

16. Epizoda sa maloljetnim gostom

Podcast NebitnObitno do sada je snimio dvoje epizode sa maloljetnim gostom. Taj gost u oba slučaja bio je Varaždinski reper Juraj Kostanjevec zvan Jurek. Kako bi nam Jurek gostovao u emisiji tražili smo dopuštenje od punoljetne osobe, točnije njegove majke za snimanje epizode. Uspostavili smo komunikaciju, objasnili tko smo i što radimo, koja smo pitanja pripremili, u kojem svjetlu ćemo predstaviti gosta, koliko će trajati snimanje epizode, putni troškovi i slično.



SLIKA 15.1. Podcast NebitnObitnom: Jurek, Kontrabais i Pađen

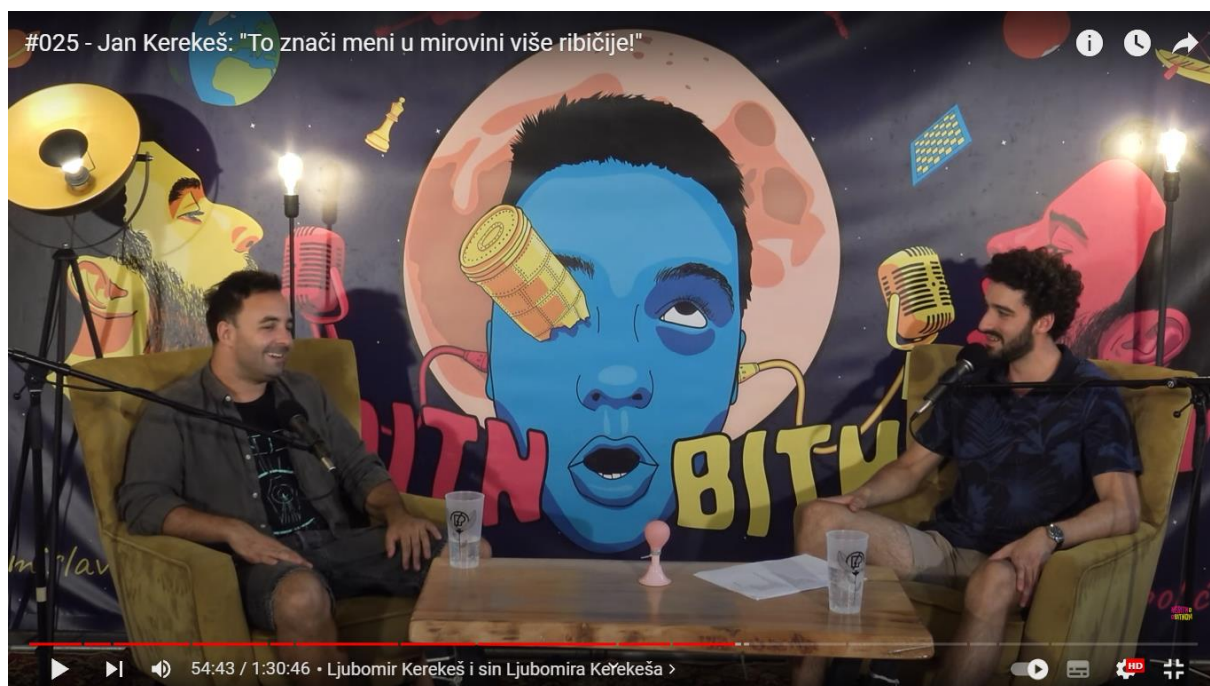
Kao što smo i spomenuli koliko je vizualni identitet podcasta bitan, također kod epizode gdje je gost maloljetne dobi, vidno je naglasiti da na podcastu u kojem se često konzumira alkohol, da kod ove specifične epizode to nije slučaj. Voditelj na samom početku ili tokom epizode može napomenuti kako se alkohol ne konzumira, te je bitno da se na kameri jasno vidi piće koje se konzumira, kao što je to u slučaju na podcastu NebitnObitnom.



SLIKA 15.2. Prikaz konzumacije dječjeg šampanjca na podcastu NebitnObitnom

17. Epizoda sa glumcem

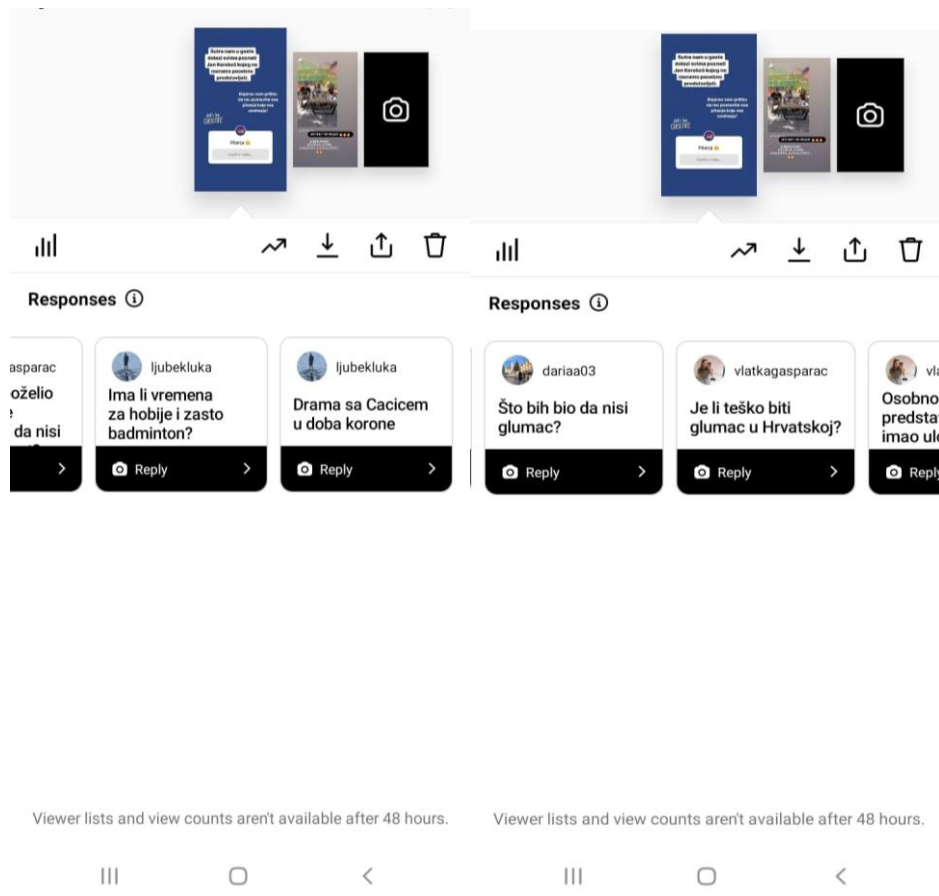
Da bih pobliže predočio način komunikacije na epizodi sa glumcem, uzet ću kao primjer vlastito iskustvo, odnosno epizodu sa Janom Kerekešom. Jan Kerekeš do sad najveće je ime na našem podcastu, te se podrazumijeva kako je za njega bilo najviše potrošeno vremena za samu pripremu. Razlog je taj da Jan osim što se primarno bavi glumom, koje je i njegovo zvanje, također ima i svoj band Cold Snap, bavi se i organizacijom, pisanjem tekstova, sinkronizacijom, itd... Kako bi podcast izgledao kao podcast, a ne intervju poželjno je da su gost i voditelj u prijateljskom odnosu kako bi razgovor tekao što bolje. Zato se obično preporuča nakon što se dogovori gost za snimanje, sastanak ili dva sa gostom prije snimanja kako bi se bolje upoznao s voditeljem i imao ugodnije iskustvo na podcastu. Naravno kao što je to obično slučaj kod ljudi koji rade više stvari jednostavno nemaju previše dragocjenog vremena za izdvojiti, što znači da kao voditelj morate od samog upoznavanja upoznati gosta što je bolje moguće, kako bi komunikacija bila što prirodnija. Ovdje veliku ulogu igra kakvoga karaktera je sam voditelj, ali također i gost. Jan je kao gost i čovjek pokazao veliko srce i profesionalnost, što se jasno vidi u epizodi podcasta NebitnObitnom.



SLIKA 17.1. Podcast NebitnObitnom: Jan Kerekeš

18. Komunikacija sa publikom

Mišljenje publike podcasta nam je jako bitno. Bilo kakva povratna informacija, bila ona dobra ili loša pomaže u daljnjem napretku. Na samom početku svake epizode uvijek se zahvalimo našim gledateljima na podršci, obavijestimo ih gdje nas sve mogu pronaći i pratiti, te ostaviti u komentarima svoje dragocjeno mišljenje. Naša publika ne samo da na početku dobiva na važnosti, već i na samome kraju. Podcast NebitnObitnom kao zadnji segment epizode za kraj postavlja pitanja gostu koja su pripremili gledatelji. Način na koji to funkcionira je taj da nakon što je dogovoren gost, kao i termin snimanja, ekipa podcasta koja je zadužena za društvene mreže nekoliko dana prije stavi objavu gdje naši dragi pratitelji mogu pokazati svoju kreativnu i domišljatost te osmisliti vlastita pitanja za gosta.



LIKA 18.1. Prikaz pitanja publike

SLIKA 18.2. Prikaz pitanja publike

**Sutra nam u goste
dolazi svima poznati
Jan Kerekeš kojeg ne
moramo posebno
predstavljati.**

**Dajemo vam priliku
da mu postavite sva
pitanja koja vas
zanimaju!**

let's be
CREATIVE



Pitanja 🗨️

Napišite nešto...

SLIKA 18.3. Prikaz instagram storija

19. Komunikacija prije snimanja

Ključna stvar je komunikacija sa gostom, točnije na koji se način postaviti u komunikaciji kako bi osigurali gosta za nadolazeću epizodu. Prvi utisci jako su bitni kada se želimo svidjeti nekoj osobi, prikazati se u najboljem svjetlu. Najbitnije je pridobiti njihovo povjerenje. Tokom razgovora gostu ispričati cijeli plan snimanja, odabir tema, duljinu trajanja snimanja. Kao što je i već prije bilo spomenuto vrlo je bitno da razgovor teče što prirodnije, stoga se preporuča druženje sa budućim gostom barem jednom prije snimanja kako bi se pobliže upoznali.

Također je najbitniji sastanak prije snimanja same epizode kojeg je poželjno održati barem dva dana prije snimanja. Na sastanku zadužena je osoba koja će voditi sam sastanak. Također mora postojati jedna osoba koja će cijeli sastanak snimiti u svrhu arhive, kao i imati sa sobom spreman laptop gdje će uredno pratiti redoslijed tema koje valja proći tokom sastanka.

20. Komunikacija za vrijeme snimanja

Dobro odrađena komunikacija, kao i priprema prije snimanja ključna je o uspjehu epizode. Tokom snimanja emisije dobra komunikacija koja se odvija između voditelja i gostujuće osobe bitna je za zanimljiv i kvalitetan razgovor zbog kojeg gledatelji biraju baš vaš podcast. Postoji i još jedna komunikacija koja je često podcijenjena i neprimijećena, a to je komunikacija između voditelja i tehnike.

Razlog zašto je ta vrsta komunikacije često neprimijećena je taj što i mora biti neprimijećena. Prije, za i poslije snimanja uvijek zna doći do određenih problema. Pitanje je samo u dobroj komunikaciji kako riješiti te probleme. Dok prije i poslije snimanja ako dođe do kakvog problema vrijeme reakcije nije toliko esencijalno, u periodu kada se snima epizoda ključno je na vrijeme reagirati i riješiti novonastali problem. Obično se takva vrsta komunikacije svodi na poglede očima, kao i malim ali brzim pokretima glave, gotovo neprimjetni, no u tome je i cijela poanta.

21. Komunikacija sa sponzorima

Sponzorstvo na podcastu, kao i na drugim emisijama takvoga tipa funkcionira više manje jednako kao i kod svih. Sponzor podcasta ili oglašivač plaća vam da promovirate njegov proizvod ili usluge u jednoj ili više epizoda podcasta. Voditelji obično koriste dva načina za prikazivanje oglasa, u radijskom stilu ili u stilu voditelja. Naravno kreativne ideje u sklopu sponzorstva jako su poželjne, jer na taj način segment sponzorstva nije dosadan, klasičan što će gledatelji svakako prepoznati i cijeniti.

Podcast NebitnObitnom kao svog sponzora ima Ljutinu.hr. Ljutina.hr samoborski je OPG koji se bavi uzgojem i preradom raznih vrsta ljutih papričica kao i proizvodnjom ljutih umaka. Posao je obiteljski, te većinu vodi Roko Kalafatić, prvi gost na podcastu NebitnObitnom, dok se njegova djevojka brine oko uzgoja i preradnih procesa. Ljutina.hr pokriva podcast sa svojim ukusnim umacima koje imamo tokom svake epizode, te zauzvrat dobiva promociju na našem podcastu. Umaci su postali veliki dio ovog podcasta, toliko da su dobili vlastiti segment.

Segment je baziran prema poznatoj emisiji zvanoj 'Hot Ones', gdje raznorazni gosti odgovaraju na goruća pitanja i istovremeno isprobavaju raznorazne još ljuće umake. Počevši od najlaganijih pitanja stoje i najblaži umaci, no što se više približavamo težim i intimnijim pitanjima, samim time su i umaci sve ljući i ljući.



SLIKA 21.2 Ljutina.hr umaci

22. Zaključak

Kroz ovaj rad zaključili smo koliko je bitan vaš vlastiti glas u današnjem svijetu, te na koji način vam podcast pomaže da ga se čuje. Naučili ste razne načine komunikacije, bila to verbalna ili ne, sada ju možete primijeniti ne samo za vrijeme podcasta, već i u svakodnevnom životu. Vidjeli ste koliko morate biti oprezni za vrijeme izražavanja, gdje se kriju zamke platformi i koja je definicija slobodnog govora. Uvijek morate tražiti i zboriti istinu. Također ste naučili i koliko postoji vrsta podcasta, kao i njihovih epizoda, kako se za njih pripremiti i odraditi što je moguće kvalitetniju epizodu. Na koji način prezentirati i ukomponirati sponzorirani segment kako bi obje strane bile zadovoljne.

Nadam se da vam je ovaj rad približio sam podcast i njegovo značenje u današnjoj kulturi i ono najbitnije, probudio u vama želju da pokrenete vlastiti i putem njega inspirirate i dižete druge.

23. Literatura

[1] – International podcast day:

<https://internationalpodcastday.com/what-is-podcast/>, kolovoz 2022.

[2] – Ustav Republike Hrvatske:

<https://www.zakon.hr/z/94/Ustav-Republike-Hrvatske>, kolovoz 2022.

[3] – Britannica- Political correctness:

<https://www.britannica.com/topic/political-correctness>, kolovoz 2022.

[4] – United Nations – Hate Speech:

<https://www.un.org/en/hate-speech/understanding-hate-speech/what-is-hate-speech>, kolovoz 2022.

[5] – Zakon o suzbijanju diskriminacije- Zakon.hr:

<https://www.zakon.hr/z/490/Zakon-o-suzbijanju-diskriminacije>, kolovoz 2022.

[6] – YouTube -Copyright:

https://www.youtube.com/intl/en_us/howyoutubeworks/policies/copyright/#overview, kolovoz 2022.

[7] – Spotify – Copyright Policy:

<https://www.spotify.com/ee-en/legal/copyright-policy/>, kolovoz 2022.

[8] – Instagram:

<https://help.instagram.com/126382350847838>, kolovoz 2022.

[9] – YouTube Help:

<https://support.google.com/youtube/answer/9783148?hl=en>, kolovoz 2022.

[10] – Zakon o autorskom pravu i srodnim pravima – Zakon.hr:

<https://www.zakon.hr/z/106/Zakon-o-autorskom-pravu-i-srodnim-pravima>, kolovoz 2022.



IZJAVA O AUTORSTVU
I
SUGLASNOST ZA JAVNU OBJAVU

Završni/diplomski rad isključivo je autorsko djelo studenta koji je isti izradio te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smiju koristiti dijelovi tuđih radova (knjiga, članaka, doktorskih disertacija, magistarskih radova, izvora s interneta, i drugih izvora) bez navođenja izvora i autora navedenih radova. Svi dijelovi tuđih radova moraju biti pravilno navedeni i citirani. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom, odnosno nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnoga rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

Ja, TOMISLAV JARMIC (ime i prezime) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom PODCAST KULTURA I KAKO POSTATI DIO (upisati naslov) te da u NAJ navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)

(vlastoručni potpis)

Sukladno Zakonu o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju završne/diplomske radove sveučilišta su dužna trajno objaviti na javnoj internetskoj bazi sveučilišne knjižnice u sastavu sveučilišta te kopirati u javnu internetsku bazu završnih/diplomskih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice. Završni radovi istovrsnih umjetničkih studija koji se realiziraju kroz umjetnička ostvarenja objavljuju se na odgovarajući način.

Ja, TOMISLAV JARMIC (ime i prezime) neopozivo izjavljujem da sam suglasan/na s javnom objavom završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom PODCAST KULTURA I KAKO POSTATI DIO (upisati naslov) čiji sam autor/ica. NJE NA PRIMJERU STUDENTSKOG PODCASTA NEBITNOBITNOM

Student/ica:
(upisati ime i prezime)

(vlastoručni potpis)