

Podcast kao nova forma internet komunikacije

Coen, Lara

Undergraduate thesis / Završni rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:131:142568>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-19**



Sveučilište u Zagrebu
Filozofski fakultet
University of Zagreb
Faculty of Humanities
and Social Sciences

Repository / Repozitorij:

[ODRAZ - open repository of the University of Zagreb
Faculty of Humanities and Social Sciences](#)



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FILOZOFSKI FAKULTET
ODSJEK ZA INFORMACIJSKE I KOMUNIKACIJSKE ZNANOSTI
Ak. god. 2022./2023.

Lara Coen

Podcast kao nova forma internet komunikacije

Završni rad

Mentor: izv. prof. dr. sc. Tomislav Ivanjko

Zagreb, svibanj 2023.

Izjava o akademskoj čestitosti

Izjavljujem da je ovaj rad rezultat mog vlastitog rada koji se temelji na istraživanjima te objavljenoj i citiranoj literaturi. Izjavljujem da nijedan dio rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz necitiranog rada, te da nijedan dio rada ne krši bilo čija autorska prava. Također izjavljujem da nijedan dio rada nije korišten za bilo koji drugi rad u bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili obrazovnoj ustanovi.

Sadržaj

Sadržaj.....	ii
1. Uvod.....	1
2. Podcast	2
3. Really Simple Syndication (RSS).....	4
4. Razvoj podcasta	5
5. Vrste podcasta.....	8
6. Analiza podcasta u svijetu	10
6.1. The Joe Rogan Experience.....	11
6.2. The Daily.....	12
6.3. Huberman Lab.....	13
6.4. Scamanda	16
6.5. SmartLess.....	17
7. Analiza podcasta u Hrvatskoj	19
7.1. Netokracija Podcast.....	19
7.2. Surove Strasti	21
7.3. Podcast Inkubator.....	23
7.4. Bliski susreti jezične vrste.....	25
7.5. Human LAB Podcast.....	26
8. Zaključak.....	29
9. Literatura.....	30
Sažetak	32
Summary.....	33

1. Uvod

Pojava i razvoj interneta dovela je do stvaranja novih načina komuniciranja među ljudima. Kao novi način komuniciranja nastaje i podcast. Podcast nije zamišljen kao komuniciranje u stvarnome vremenu ili komuniciranje preko društvenih mreža na kojima se izmjenjuju tekstualne poruke. Zamišljen je kao vrsta komuniciranja sa slušateljima podcasta, na način da slušatelji slušaju ideje i razgovore voditelja te promišljaju o svemu izrečenom.

Rad se sastoji od 7 poglavlja u kojima se opisuje podcast, njegovo korištenje te popularnost. Prvo poglavlje fokusira se na definiranje samog podcasta, dajući više mogućih definicija i interpretacija podcasta. Drugo poglavlje govori o RSS-u, kao potrebnom, ali ipak ne i neophodnom alatu za stvaranje podcasta. Više o RSS-u u nastavku ovoga rada.

Treće poglavlje fokusira se na nastanak i razvoj podcasta kroz godine. Kada je nastao, kako je nastao te kada se učvrstio kao novi medij. Četvrto poglavlje odnosi se na vrste podcasta. Sve vrste se jednostavno i jasno opisuju, uz primjere za svaku vrstu podcasta. U petom poglavlju kreće analiza podcasta u svijetu, analizira se 5 vrlo popularnih podcasta: *The Joe Rogan Experience*, *The Huberman Lab Podcast*, *The Daily*, *Scamanda* i *Smartless*. Također to poglavlje sadrži i kratak osvrt na Youtube i Spotify.

Šesto poglavlje fokusira se na analiziranje 5 najpopularnijih podcasta u Hrvatskoj među kojima se nalaze *Podcast Inkubator*, *Surove Strasti*, *Netokracija Podcast*, *Bliski susreti jezične vrste* i *Human LAB Podcast*.

Sedmo poglavlje je zaključak cijeloga rada, o novom digitalnom mediju, o njegovoj popularnosti u Hrvatskoj i u svijetu.

2. Podcast

Podcast predstavlja novi oblik mrežne komunikacije koji se pojavio na samom ulasku u novo tisućljeće. Korijeni podcasta sežu u 2000. godinu kada ja Dave Winer, razvijatelj softvera objavio RSS 0.92, svoju noviju verziju RSS-a (Rich Site Summary/Really Simple Syndication), u suradnji sa bivšim MTV-jevim spikerom Adamom Curryjem. Tijekom sljedećih nekoliko godina, Winer, Curry i ostali poznavatelji te stručnjaci internetske tehnologije pokušavali su ostvariti prijenos audio datoteka u RSS feedove (Bottomley, 2015, str.164).

Brezak Brkan (2020) podcast definira kao format koji je dostupan u obliku digitalne audio datoteke, na tu datoteku se može pretplatiti i pratiti novi sadržaj. „Podcasti mogu biti zamišljeni kao web-sindicirane, vremenski pomaknute radio emisije“ (Lee, 2005, str. 18). Podcaste se može slušati i pratiti bilo gdje i bilo kada, moglo bi se reći da na neki način pomiču granice vremena i prostora. Podcaste može proizvesti bilo tko, kao što Sullivan (2019, str. 2) u svome radu *The platforms of podcasting: Past and present* naglašava i podcasting smatra tehnologijom koja se koristi za distribuciju i na zahtjev slušanje zvučnoga sadržaja. Taj sadržaj može biti proizveden od strane nekih tradicionalnih urednika poput izdavačkih kuća i radija, no također od strane amatera, nezavisnih radijskih producenata i svakoga tko se odluči za taj pothvat. Podcast je pojam skovan od dvije riječi, iPod i broadcast (emitiranje). Pojam podcasting se odnosi na digitalne audio datoteke, poput MP3, koje se prenose i isporučuju pomoću RSS-a na korisnikovo računalo koje je povezano na internet ili na prijenosni player medija (Bottomley, 2015, str. 166).

Lindgren i Loviglio (2022) smatraju da je podcast intiman medij kao što je i radio te da se intimnost podcasta temelji na nečemu sasvim drugom, što je jedinstveno za taj novi medij. Govore o njegovom omogućavanju privatnosti bez presedana, tvrde da je to pojam koji se odnosi ne samo na odnos između slušatelja, gostiju i voditelja, već i na odnos između osobne i javne sfere. Uspoređuju podcast sa crkvenom ispovjedaonicom koja predstavlja tradicionalni prostor za otkrivanje intimnih, osobnih detalja života, zamračenu kabinu koja štiti identitete pojedinaca. Slušatelji podcasta svjedoče dubokim osobnim iskustvima, strahovima, nadanjima i osjećajima gostiju i voditelja, čija imena mogu i saznati, ali oni i dalje ostaju skriveni kao što su i slušatelji njima.

Podcasti mogu poslužiti svima u bilo koje vrijeme, bilo to vrijeme kada putuju na posao ili kada odmaraju kod kuće. Ruby (2023) u svome članku iznosi kako 22% slušatelja zapravo slušaju podcast dok se voze. Mogu korisnicima pružati izvor zabave te predstavljati način

opuštanja, također se mogu koristiti za širenje vlastitog znanja, za učenje novih stvari. Podcasti se također mogu koristiti za iduće svrhe:

Snimanje i distribucija emisija vijesti; snimanje i postavljanje lekcija stranih jezika na instruktorsku web stranicu; razvoj audio/video brošura za zapošljavanje s personaliziranim porukama; snimanje nastavnikovih bilješki; snimanje bilješki sa sastanaka i konferencija; oralno arhiviranje povijesti i distribucija na zahtjev; i distribucija sportskih događaja. (Duraes, Jham, Sensi i Strassler, 2008, str. 279)

Podcasting je puno više od metode distribucije zvuka, Hammersley i drugi rani korisnici smatrali su podcaste neovisnim, uglavnom amaterskim produkcijama koje potječu izvan tradicionalne medijske industrije. Ben Hammersley koristi pojam podcast u smislu bilo kojeg radija koji se može preuzeti, a da je pritom distribuiran putem interneta (Bottomely, 2015, str. 166).

Podcasting sastoji se od 3 bitne komponente, to su snimanje, objavljivanje i distribucija sadržaja. Snimanje sadržaja nije toliko jednostavan posao kao što se čini, zahtijeva znanje, neki stupanj stručnosti te vještine snimanja. Nakon snimanja sadržaj se objavljuje. Kada je sadržaj objavljen, korisnici se trebaju pretplatiti na podcast kako bi bili u mogućnosti prikupljati informacije te biti u toku sa novim epizodama (Duraes i sur., 2008, str. 280).

Postoje mnoge prednosti ali i mane podcastinga. Prednosti bile bi omogućavanje slušateljima da slušaju snimke na zahtjev tj. kada god i gdje god slušatelj želi, vrlo jeftina proizvodnja podcasta što znači da je bilo kakva potreba za prebacivanjem troškova na slušatelja eliminirana, podcasti su jednostavni i pristupačni korisniku, digitalni su te su dostupni svima na mreži s online pristupom. Neki nedostaci podcasta su postojanje značajnih izazova za integraciju medija s već postojećim infrastrukturnama, zatim nedostatak svijesti i znanja o funkcionalnosti podcastinga te tehnička ograničenja i nedostatak sredstava za obuku (Duraes i sur., 2008, str. 279).

3. Really Simple Syndication (RSS)

Prije šireg ulaska u temu podcasta, potrebno je objasniti RSS. RSS omogućuje slušatelju pretplaćivanje na „feed“ te se time nove epizode podcasta automatski šalju na slušateljev uređaj kada ih objave producenti podcasta. RSS također podrazumijeva određeni stupanj serijalnosti, nove epizode se objavljuju na redovitom ili polu-redovitom rasporedu te u skladu s tim rasporedom dolaze na slušateljev uređaj (Bottomley, 2015, str. 166). „RSS se može smatrati pojačivačem energije za podcasting“ (McFadden, 2008, str. 5).

Mnogi proizvođači i slušatelji podcasta koriste RSS, ali nije neophodno posjedovati RSS za proizvodnju i korištenje podcasta ili blogova. Postoje programi za korištenje RSS sadržaja zvani čitači feedova; na njih se korisnik pretplaćuje i automatski dobiva obavijest kada je nešto novo objavljeno na podcastu, internetskoj stranici ili blogu (McFadden, 2008, str. 4). „Kombinacija podcastinga s RSS-om uvelike povećava pristup informacijama, što rezultira dinamičnijim setom alata. Oni korisnici koji stvaraju i objavljuju podcaste na internet mogli bi uključiti RSS kao značajku kako bi osigurali što neposredniju vezu s korisnicima“ (McFadden, 2008, str. 5). RSS sadržaj se može filtrirati na temelju korisnički definiranih kriterija što znači da korisnici mogu slušati podcaste koji su od interesa za njih. Sadržaj se može agregirati sa različitih feedova tako da odgovara specifičnim interesima i potrebama korisnika (Lee, 2005, str. 18).

U početku razvoja podcasta i podcastinga, korisnici su morali kopirati RSS vezu i zalijepiti je u podcatching softver. Taj softver služio je za preuzimanje audio datoteka i udruživanje podcasta. Prije pojave i popularizacije velikih društvenih mreža (Twitter, Facebook), RSS feedovi širili su se putem pojedinačnih web stranica, putem blogova i novih mrežnih direktorija pokrenutih 2005. Najpoznatiji direktoriji tada bili su PodcastPickle.com i PodcastAlley.com. Korisnici su trebali obaviti više koraka za slušanje podcasta: prvotno su trebali pronaći podcast koji žele slušati pomoću ovih malih direktorija, zatim kopirati adresu RSS feeda, zalijepiti adresu u podcatcher softver i na kraju preuzeti audio datoteku na računalo (Sullivan, 2019, str. 3).

4. Razvoj podcasta

„U razdoblju od 2000. godine internet je evoluirao od svoje rane uloge izvora informacija i počeo je rasti kao preferirani forum za korisnike za objavljivanje i širenje vlastitih misli i ideja. Podcasti su dio te evolucije, omogućene spajanjem nove i profinjene tehnologije, u obliku brzog pristupa internetu, RSS-a i MP3 playera“ (McFadden, 2008, str. 7). RSS prvobitno je razvijen 1999. godine, zamišljen je kao tekstualni alat koji bi dopustio korisnicima dobivanje automatskih ažuriranja s blogova i drugih web stranica. Razvili su ga Dan Libby i Ramanathan V. Guha u tvrtki Netscape. Tvrtka je popularizirala prvo korištenje RSS-a u svom pregledniku. Prikazivali su se naslovi i poveznice s različitih web stranica unutar samo jednog prozora (Sullivan, 2019, str. 2). Novija verzija RSS feedova za podcasting pojavila se sa Daveom Winerom i Adamom Curryjem.

Podcasting zahtijeva pohranjivanje audio datoteka na poslužitelje i hosting servere. Prva tvrtka koja se posvetila podcast web hostingu bila je Libsyn (Liberated Syndication), pokrenuta 2004. godine. Njene korake slijedila je tvrtka Blubrry osnovana 2005. godine. Nudili su podcasterima niz značajki uz upravljanje RSS feedom podcasta i pohranu audio datoteka (Sullivan, 2019, str. 5).

5 godina nakon izuma RSS-a niknuo je naziv podcast i podcasting (vođenje podcasta) i predstavljao je značajnu održivu tehnologiju (Bottomley, 2015, str. 164). 2005. godine New Oxford American Dictionary proglasio je podcast kao riječ godine. Podcast je trebao postati velika stvar; zauvijek bi promijenio krajolik emitiranja. Radio ne bi više bio toliko bitan i postao bi inferioran ovom novom mediju. Nakon 2005. godine podcasting je pomalo zanemaren, kao da je nestao iz javne svijesti. Mediji su fokus prebacili na nove tehnologije poput Twittera i Facebooka. No podcasting nije stvarno nestao, on je i dalje nastavio rasti (Hudson, 2011).

Od 2003. do 2015. godine dogodile su se male poteškoće probijanja podcasta kao novog istinskog velikog medija. Dogodili su se problemi zbog poteškoća samog plasiranja i unovačenja medija, zbog konkurencije online videa i zapravo samog naziva medija (Bottomley, 2015, str. 165). Postoje poteškoće oko definiranja toga pojma jer podcast može označavati kanal preko kojeg se emitira, cijeli skup epizoda koje se nalaze na kanalu ili pak pojedinačnu epizodu. Također je prodor podcastinga od strane radijskih postaja nesvjesno naveo ljude da misle kako su podcasti samo preuzeti audio programi, koji su bili emitirani ranije na nekom drugom kanalu. To nije toliko iznenađujuće s obzirom da su mnogi podcasti uistinu i nastali

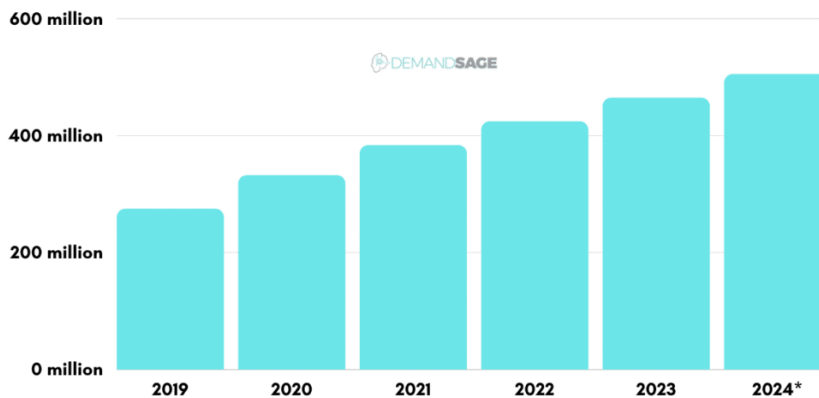
kao obični zemaljski radijski programi te koji se čak i dalje puštaju na radiju, dok su ostali podcasti svoju prvobitnu popularnost i gledanost stekli na internetu (Bottomley, 2015, str. 166). Razvija se i videocasting (vidcast, vodcast). U osnovi je ista stvar kao i podcasting, ali se umjesto samo audio sadržaja distribuira video sadržaj (McFadden, 2008, str. 20).

Podcast polagano ulazi u mainstream kulturu. U veljači 2006. godine, britanski komičar Ricky Gervais ušao je u Guinnessovu knjigu svjetskih rekorda kao najpopularniji podcast, sa otprilike 295 000 preuzimanja po epizodi. Od 2006. godine iTunes nudio je veliki raspon podcast tema, više od 67 000, uključujući 21 opću kategoriju u rasponu od religije do znanosti, od hrane i zdravlja do politike, od posla do komedije (Patterson, 2006, str. 103). Prije pojave iPhonea, većina korisnika podcasta konzumirali su podcaste na svojim računalima ili na digitalnim audio uređajima kao što je iPod. U novoj, mobilnijoj eri, konzumiranje podcasta se prebacilo na mobilne uređaje, uglavnom putem Android mobilnih operativnih sustava i putem IOS-a (Sullivan, 2019, str. 7).

Podcast se učvrstio kao novi medij tek sredinom 2015. godine, kada se Apple ažurirao na novu verziju iTunes 4.9 koja je predstavljala prvu verziju softvera koja pruža sasvim integriranu podršku za podcast. Platforma iTunes premašila je milijardu pretplata na podcaste u srpnju 2013. godine (Bottomley, 2015, str. 164). McFadden (2008) u svome radu naglašava važnost podcasta i smatra da je pojava podcastinga i sličnih tehnologija veoma značajan događaj u društvenoj transformaciji koja je izazvana zbog sve većeg utjecaja digitalnog doba na svakodnevni život.

Činjenica rastuće popularnosti podcasta već je poznata, Ruby (2023) u svom članku naglašava veliki porast broja slušatelja podcasta. 2022. godine bilo je 424,2 milijuna slušatelja, a taj se broj povećao na 464,7 milijuna do sredine 2023. godine. Usporedimo li broj slušatelja 2019. godine, koji je tada brojao 274,8 milijuna slušatelja, to je stvarno ogromni porast u samo 4 godine kao što je vidljivo na grafikonu 1. Za 2024. godinu pretpostavlja se da će broj slušatelja preći 500 milijuna.

Broj slušatelja podcasta kroz godine



Grafikon 1. Broj slušatelja podcasta kroz godine. Izvor:

<https://www.demandsage.com/podcast-statistics/>

Ruby (2023) navodi da postoji preko 5 milijuna podcasta na svijetu, dostupni su na više od 150 svjetskih jezika. Većina podcasta sluša se preko mobilnog uređaja, uređaji poput iPod-a su zastarjeli. Čak 17% podcastera snima svoje podcaste u video formatu. Također navodi da 50% ljudi od 12 do 34 godine sluša podcaste, te iznosi iznenađujuću informaciju da djeca između 13 i 17 godina najviše slušaju podcaste. Ti podaci vidljivi su na grafikonu 2.



Grafikon 2. Gledatelji podcasta po dobnim skupinama. Izvor:

<https://www.demandsage.com/podcast-statistics/>

5. Vrste podcasta

Na svom blogu, Alexandar Santo (2021) identificira 8 vrsta podcasta: intervju podcast, monolog (solo) podcast, konverzacijski podcast, podcast pričanja priča/istraživanja, podcast okruglog stola/panel emisija, kazališni podcast, podcast izmijenjenog sadržaja te hibridni podcast.

1. *Intervju podcast.* Ova vrsta podcasta podrazumijeva intervju, kao što i samo ime govori, koji obično uključuje jednog ili dva voditelja koji intervjuiraju jednog ili više gostiju svaku epizodu. Gosti pričaju o svojim iskustvima, daju svoja stajališta i mišljenja na određene teme. Primjeri intervju podcasta su *Queery with Cameron Esposito* i *Masters of Scale with Reid Hoffman*. Intervju podcast se također može podijeliti još na dvije vrste:
 - a. *Ekspertni intervju.* Intervju se fokusira samo na jednu specifičnu temu, gdje se voditelj emisije predstavlja kao pravi vođa intervju.
 - b. *Zabavni intervju.* Gosti dijele zabavne i zanimljive događaje iz svog života te zabavljaju slušatelje. Takve emisije najčešće vode komičari.
2. *Monolog (solo) podcast.* U solo podcastu, jedan voditelj vodi podcast, bez drugih voditelja i bez gostiju. Čitavo vrijeme sam priča o određenoj temi. Voditelji su najčešće eksperti u određenom polju. Korisnici podcasta slušaju ovu vrstu podcasta kako bi naučili nešto o specifičnoj temi. Ova vrsta podcasta može biti o bilo kojoj temi, ali voditelji moraju biti dovoljno spremni i imati dovoljno iskustva o toj temi, kako bi zapravo znali o čemu pričaju i kako ne bi naučili slušatelje nečim krivom. Autor kao primjere izdvaja podcaste *Philosophie this* i *The Ezra Klein Show*.
3. *Konverzacijski podcast.* Konverzacijski ili su-voditeljski podcast podrazumijeva 2 voditelja koji na zabavan način pričaju o specifičnim temama te su stoga veoma slični tradicionalnim radio emisijama. Najčešće se ova vrsta podcasta koristi kao prilika za pričanje i diskutiranje o novim aktualnim događajima u svijetu. Voditelji se trebaju dobro poznavati kako bi mogli nesputano komunicirati i stvoriti ugodnu atmosferu za slušatelje a i za sebe same. U konverzacijske podcaste mogu se pozvati i gosti. Primjeri konverzacijskog podcasta su *The Bill Bert Podcast* i *Unsolicited Advice*.
4. *Podcast pričanja priča/istraživački podcast.* Voditelj ili više voditelja podcasta u svakoj epizodi pričaju cijelu priču ili koriste epizode kao poglavlja priče. Za svaku epizodu potrebno je više sati rada, istraživanja i pripreme kako bi se što bolje ispričala

priča i zabavilo gledatelje. Primjeri ove vrste podcasta su: *Dan Garlin's Hardcore History* i *My Favorite Murder* (Georgia Hardstark i Karen Kilgariff)

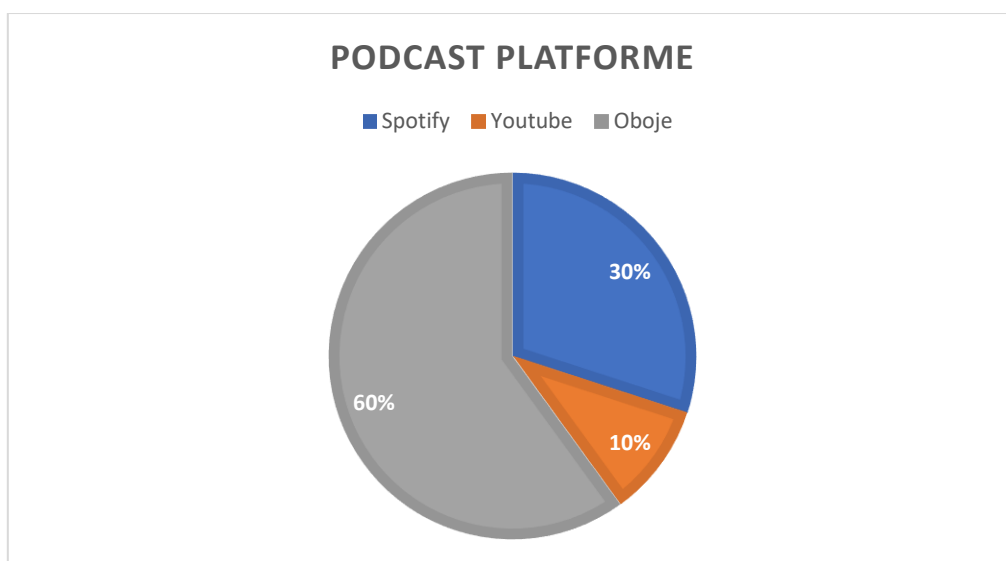
5. *Podcast okruglog stola/panel emisija*. Podrazumijeva dosljednu ili rotirajuću grupu voditelja koji vode zanimljive razgovore i daju komentare na određene teme. Uglavnom postoji glavni voditelj koji vodi svaku emisiju i su-voditelji koji imaju druge uloge. Žele da se slušatelji osjećaju kao dio nekog privatnog kluba ili grupe. Panel emisije omogućuju raspodjelu odgovornosti i stresa oko vođenja podcasta na više voditelja. Autor kao primjere za ove podcaste navodi *How did this get made?* i *Joe Budden Podcast*.
6. *Kazališni podcast*. Kazališni podcast može voditi jedan voditelj koji priča priču ili može uključivati čitavu postavu izvođača i zvučnih inženjera za što bolje i što impresivnije iskustvo. Voditelji podcasta trude se stvoriti posebne fiksijske svjetove i priče unutar tih svjetova kako bi zaintrigirali svoju publiku. Potreban je veliki stupanj kreativnosti. Kao primjere autor izdvaja podcast *The Adventure Zone* i *The Left Right Game*.
7. *Podcast izmijenjenog sadržaja*. Ova vrsta podcasta omogućuje povećanje angažmana publike te također može poslužiti različitim potrebama prodaje. Može dobro poslužiti brendovima koji već imaju mnogo sadržaja na internetu te im omogućiti veći volumen sadržaja. Na taj način mogu dotaknuti ciljanu publiku koja preferira drugačiju vrstu sadržaja, npr. više preferira audio sadržaj nego pisani sadržaj. Primjeri podcasta izmijenjenog sadržaja su *The Daily Show with Trevor Noah Ears Edition* i *The Rachel Maddow Show*.
8. *Hibridni podcast*. Ovo je mješavina svih vrsta podcasta. Voditelji podcasta mogu spojiti više vrsta u jedan podcast ili čak stvoriti neku novu vrstu podcasta. Mogu voditi solo podcast te ponekada pozvati goste.

McFadden (2008, str. 15) razlikuje dvije vrste podcasta, to su podcasti u stvarnom vremenu i sinteza. Smatra da je podcast u stvarnom vremenu izravna snimka nečega, od početka do kraja. To može biti govor, pjesma, demonstracija. Sadržaj se ne pokušava skratiti na bilo koji način, to je izravna snimka od prve pa do zadnje minute. Ako govor traje 30 minuta, tada će i podcast trajati 30 minuta. Sinteza predstavlja sažetak, kratak pregled ili dio veće cjeline. To može biti sažetak velikog dokumenta, zvučni sažetak govora ili sažetak pojedinačnog modula u više dijelova. „U sintetiziranom podcastu netko je intervenirao i upravljao sadržajem podcasta na neki način“ (McFadden, 2008, str. 16).

6. Analiza podcasta u svijetu

Postoji mnogo popularnih platformi za objavljivanje i slušanje podcasta, a među njima nalaze se Spotify i Youtube. Ovaj rad fokusira se na analizu najpopularnijih podcasta u svijetu i u Hrvatskoj koristeći te dvije platforme. Prvo će se analizirati najpopularniji podcasti u svijetu. Stranica Chartable.com (<https://chartable.com/charts>) pomogla je u analizi i odabiru najslušanijih podcasta u svijetu. Potrebno je naglasiti da se podcasti koji slijede mogu nalaziti na više platformi za distribuciju podcasta, ne samo na Youtube-u i Spotifyju. Ovaj rad fokusira se na Youtube i Spotify te se stoga većinom ne naglašavaju druge platforme na kojima se ovi podcasti nalaze.

Što se tiče platformi za objavljivanje i gledanje podcasta, u ovom slučaju Youtube-a i Spotifyja, obje platforme nude dobre uvjete za podcastere i za korisnike. Međutim, nije izrazito potrebna pretplata na Youtube kanale podcasta kako bi epizode izlazile na naslovnu stranicu. Naravno ako korisnici žele biti u toku sa svim novim epizodama pretplata se preporuča. Na naslovnici Youtube-a iskaču i druge epizode određenog podcasta ako je korisnik pogledao par epizoda podcasta. Epizode ne moraju ni biti odgledane do kraja, no algoritam to prepoznaje kao nešto što korisnika zanima i to mu izbacuje na naslovnici. To je kod Spotifyja također slučaj. Spotify kao i Youtube pruža mogućnost slušanja podcasta bez pretplate na kanal, ali za korisnike koji koriste Spotify te koji vjerno slušaju svaku epizodu bilo bi poželjno pretplatiti se. Spotify u svojoj tražilici sadrži 8 kategorija podcasta unutar kojih se nalaze potkategorije, što Youtube ne omogućava. Kao što je prikazano na grafikonu 3, više od pola analiziranih podcasta koristilo je obje platforme za objavljivanje.



Grafikon 3. Podcast platforme. Izvor: Vlastiti podaci

6.1. The Joe Rogan Experience

Kao najpopularniji podcast izdvaja se *The Joe Rogan Experience*. Voditelj ovog podcasta je poznati UFC komentator i komičar Joe Rogan („The most popular podcast“, 2023). Njegov kanal na Youtube-u sadrži kratke i duge videozapise. Kratki videozapisi traju od 5 do 20 minuta, dok dugi videozapisi traju nekada čak više od 3 sata. Kratki videozapisi su zapravo samo isječki zanimljivih trenutaka iz epizoda. Joe Rogan na svoj Youtube kanal više ne objavljuje cijele epizode podcasta, već samo isječke. Trenutno najpopularnija epizoda na njegovom kanalu *Joe Rogan Experience #1315 – Bob Lazar and Jeremy Corbell* ima 53 milijuna pregleda na Youtube-u. Prva epizoda njegovog podcasta objavljena je u prosincu 2009. godine. Svoj podcast započeo je bez ikakve opreme, tek kasnije je počeo nabavljati opremu poput pravog mikrofona i slušalica. Na slici 1. prikazana je naslovna stranica njegovog Youtube kanala te se također mogu prepoznati isječki epizoda koji su spomenuti.

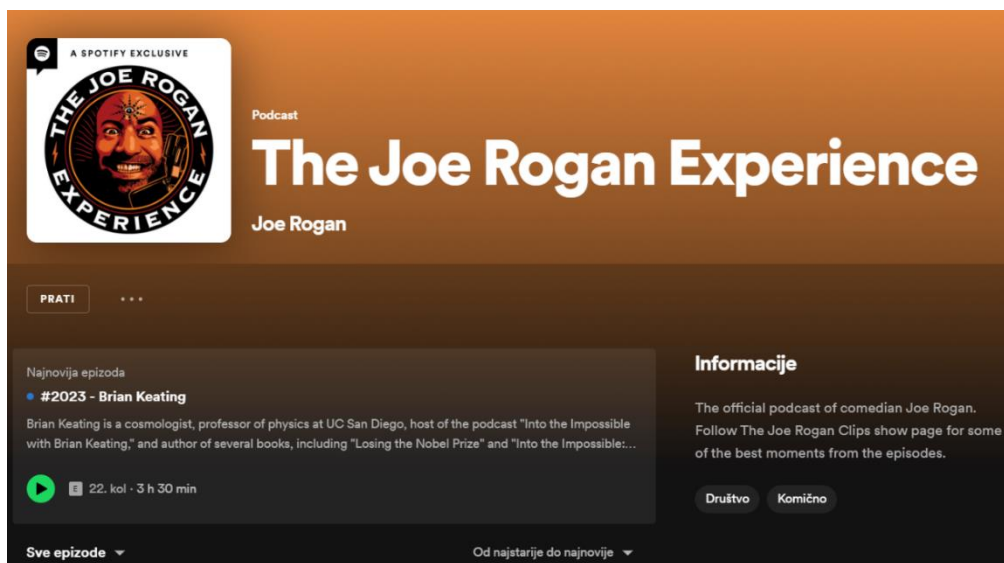


Slika 1. *The Joe Rogan Experience* Youtube početna stranica. Izvor:

<https://www.youtube.com/@joerogan>

Analiza njegovih najranijih epizoda na Spotifyju dovela je do zaključka da te epizode ne spadaju pod pravu definiciju podcasta. U tim epizodama Joe Rogan bi doveo goste, objavio prijenos uživo na Twitter, čitao pitanja i komentare gledatelja te zajedno sa gostom ili gostima odgovarao na pitanja i komentare. Brian Redban mogao se smatrati njegovim su-voditeljem s obzirom da je sudjelovao u skoro svakoj epizodi. Teme su bile veoma nasumične, epizoda bi započela sa razgovorom o jednoj temi i završila na skroz različitoj temi; pričali su o svemu, koristili ružne riječi i psovke.

S vremenom se učvrstio kao pravi voditelj legitimnog podcasta. Kvaliteta njegovih podcasta povećala se, kao osoba se uozbiljio i shvatio pravi smisao podcasta. Njegov podcast spadao bi pod kategoriju intervju podcasta. To je mješavina ekspertnog intervjua i zabavnog intervjua. Sa gostima priča o ozbiljnim temama, ali ponekad ubaci šale i malo zabavnije teme. Dovodio je razne goste kao što su Kevin Hart, Robert Downey Jr., Miley Cyrus i tako dalje. Njegov podcast nalazi se na Spotifyju i Youtube-u. Na Spotifyju se uz zvučnu datoteku nalazi i video, što zapravo onda ovaj podcast čini vidcastom. Na slici 2. prikazana je početna stranica njegovog podcasta na Spotifyju. Odmah pri vrhu naglašena je najnovija epizoda podcasta.

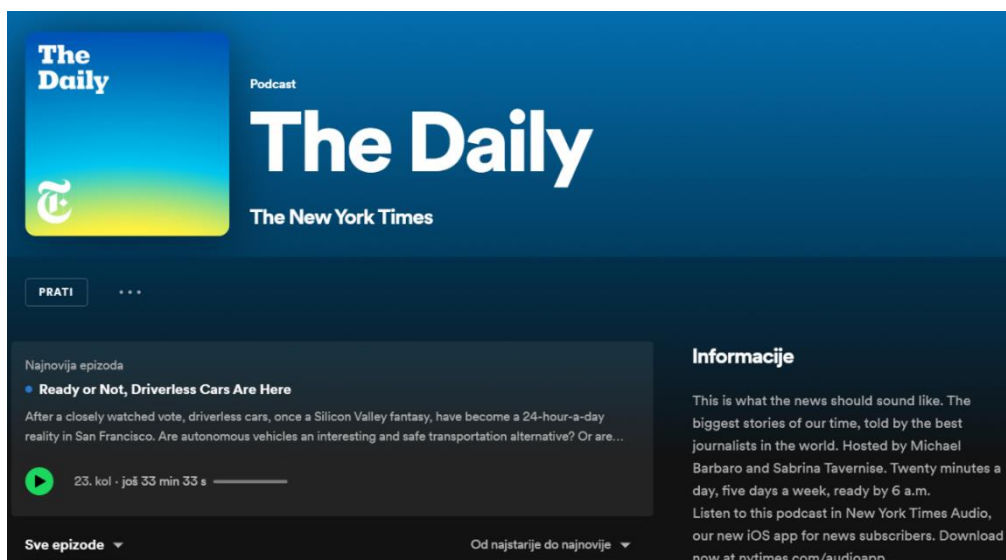


Slika 2. The Joe Rogan Experience Spotify početna stranica. Izvor:

<https://open.spotify.com/show/4rOoJ6Egrf8K2IrywzwOMk?si=a4fe0c62f6cd4dea>

6.2. The Daily

The Daily je podcast dnevnih vijesti, kao što i sam naziv sugerira. To je podcast The New York Times-a s voditeljstvom novinara Michaela Barbara („The most popular podcasts“, 2023). Suvoditeljica podcasta je Sabrina Tavernise. Kao što je to slučaj sa svim vijestima, tako ovaj podcast pokriva različite teme, sve zanimljivosti i novosti na dnevnoj bazi. Dostupan je na Spotify platformi u obliku audio datoteke. Na slici 3. prikazana je početna stranica podcasta na Spotifyju.



Slika 3. The Daily Spotify početna stranica. Izvor:

<https://open.spotify.com/show/3IM0lmZxpFAY7CwMuv9H4g?si=872b2790de394661>

Prva epizoda objavljena je u siječnju 2017. godine te traje samo 3 minute koja je zapravo predstavljanje novog podcasta. Predstavlja se kako bi vijesti trebale izgledati. Nove epizode objavljuju se 5 dana tjedno, od ponedjeljka do petka i većinom traju 20-ak minuta. Prva prava epizoda objavljena je 1. veljače 2017. godine. Uz svaku epizodu nalazi se i kratak opis u kojem se nalaze informacije o gostima te informacije o samom sadržaju. U opisu se također nalaze članci The New York Times-a koje se može pročitati kako bi se što bolje shvatile stvari o kojima se priča u epizodi, te veza na stranicu New York Times-a na kojoj se nalazi transkript epizode. To je odlična značajka za korisnike kojima je teško pratiti samo zvuk. U početku, epizode su nosile naziv dana, datuma i godine kada je epizoda objavljena (npr. Friday, March 24, 2017). Od travnja 2018. godine epizode nose prave nazive kao na primjer *A Life-or-Death Crisis for Black Mothers (Pitanje života ili smrti za žene crne rase)*.

Ovo je hibridni podcast, mješavina intervju podcasta i nekakvog oblika panel emisije. Ponekad emisiju vodi Michael, ponekad Sabrina. Pozivaju goste koji su najčešće eksperti u polju o kojem se razgovara u određenoj epizodi. Njihov podcast veoma je zanimljiv, edukativan i koristan široj zajednici. Raspon tema je ogroman, neke epizode dotiču se politike, neke novih poznatih aplikacija kao što je TikTok. Smisao ovog podcasta je informirati slušatelje o novim događajima u svijetu.

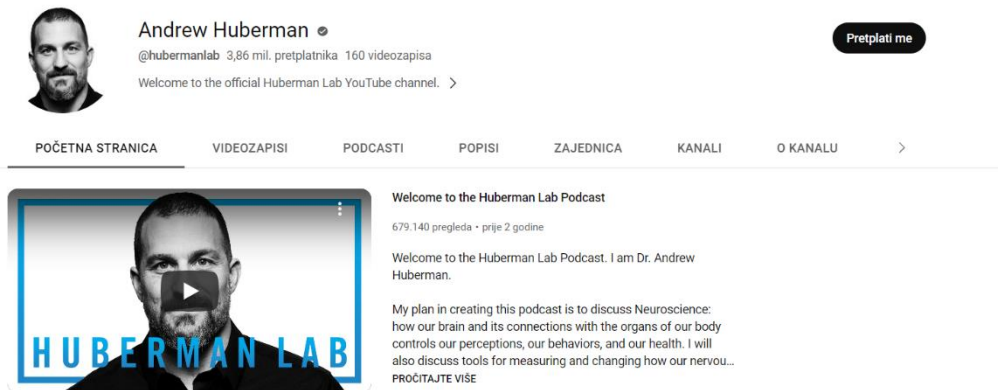
6.3. Huberman Lab

Ovaj podcast započeo je sa emitiranjem početkom 2021. godine, a uvodni video objavljen je u prosincu 2020. godine na Spotifyju i Youtube-u. Voditelj podcasta je Andrew Huberman,

profesor neurobiologije i oftalmologije na Stanford School of Medicine. Postao je veoma aktivan na internetu, podučavao je ljude neuroznanosti i teme povezane sa neuroznanosti na društvenim mrežama (Huberman, 2020, 0:10). Ovo je podcast koji se fokusira i seže duboko u znanstvene teme, te alate povezane sa tim temama. Format podcasta malo je drugačiji od ostalih podcasta. Većina podcasta mijenja teme svaku epizodu ili voditelji tih podcasta dovode nove goste svaku epizodu. *Huberman Lab Podcast* mjesec dana se fokusira samo na jednu temu (Huberman, 2020, 0:37). Što se tiče spomenutih alata, odnose se na alate za poboljšavanje nečijeg živčanog sustava ili bilo koji aspekt njihove psihologije ili biologije i dolaze u različitim oblicima. Neki su bihevioristički alati, stvari koje netko treba napraviti da bi došao do određenog cilja i rezultata, na primjer kako bi poboljšao spavanje ili učenje, više se fokusirao. Ostali alati odnose se na stvari koje se ne trebaju napraviti da bi se bolje fokusiralo ili spavalo. Neki alati odnose se na suplemente, prehranu ili lijekove koji poboljšavaju nečije stanje i zdravlje (Huberman, 2020, 2:41).

Svaka epizoda započinje istom rečenicom: „Dobrodošli u Huberman Lab podcast u kojem diskutiramo znanost i alate povezane sa znanosti za svakodnevni život“ (Huberman, 2023, 0:00). Također se poslije uvoda svake epizode voditelj predstavlja svojim imenom i prezimenom te svojim zanimanjem. Podcast je zanimljiv, vrlo edukativan i ugodan za slušati. Stvari koje se izučavaju u ovome podcastu ne mogu se pronaći samo amaterskim pretraživanjem interneta, posjedovanje ovakvih informacija i znanja podrazumijeva određenu edukaciju. Predstavlja odličnu priliku da korisnici nauče više o svom živčanom sustavu, a ne samo osnove. Veoma je popularan podcast i to sa legitimnim razlogom. Njegov Youtube kanal broji više od 3 milijuna pretplatnika. Najpopularnija i najgledanija epizoda *Controlling Your Dopamine For Motivation, Focus and Satisfaction (Kontroliranje dopamina za motivaciju, fokus i zadovoljstvo)* ima preko 6 milijuna pregleda. Na slici 4. nalazi se početna stranica njegovog Youtube kanala. Na njegovoj početnoj stranici odmah se nalazi prva epizoda podcasta, što je super za korisnike koji tek istražuju njegov podcast; ne moraju tražiti početnu epizodu skroz na kraju njegovog kanala.

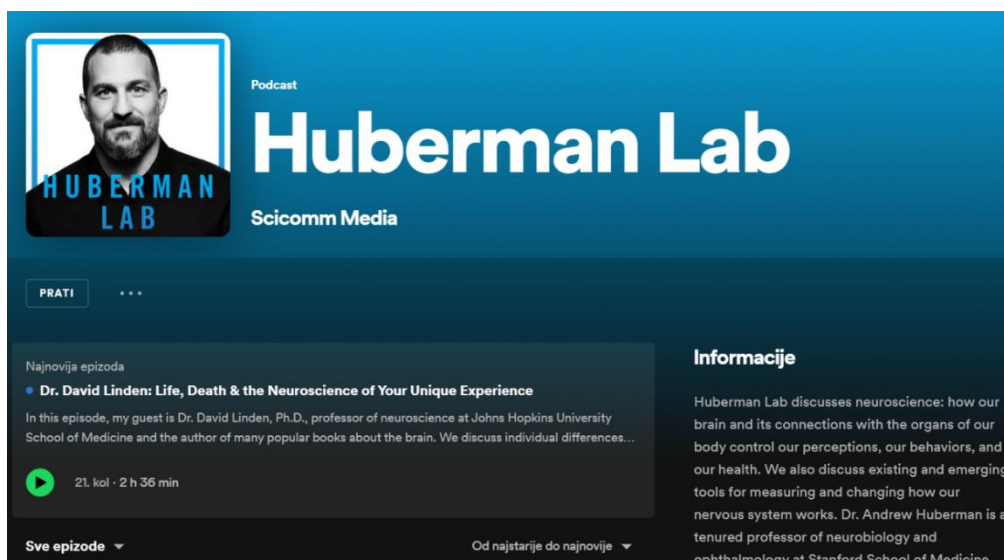
HUBERMAN LAB



Slika 4. Huberman Lab Youtube početna stranica. Izvor:

<https://www.youtube.com/@hubermanlab>

Ovo je hibridna vrsta podcasta, mješavina solo podcasta i intervju podcasta. Podcast je dostupan na Spotifyju i na Youtube-u u obliku vidcasta. Većina epizoda podcasta povezana su sa istraživanjima na Stanfordu. Epizoda poput *Science of Muscle Growth, Increasing Strength and Muscular Recovery* (Znanost o rastu mišića, povećanju snage i oporavku mišića) odvojena je od tih istraživanja i lekcija koje Huberman izučava na fakultetu. Andrew Huberman priča znanstvenim, pristojnim rječnikom, iznosi točne i zanimljive informacije te svojim gledateljima pokušava što više približiti temu o kojoj priča. Na slici 5. prikazana je početna stranica njegovog podcasta na Spotify platformi.



Slika 5. Huberman Lab Spotify početna stranica. Izvor:

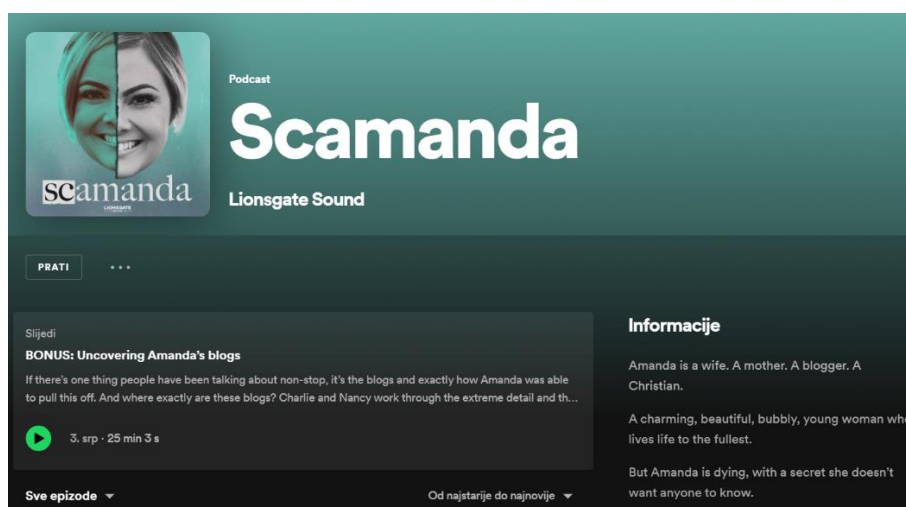
<https://open.spotify.com/show/79CkJF3UJTHFV8Dse3Oy0P?si=73a2f4acaa274b01>

6.4. Scamanda

Scamanda je podcast o Amandi Riley. Amanda je 2012. godine dijagnosticirana sa Hodgkinovim limfomom te je odlučila pokrenuti blog o tome. Pisala je o svom iskustvu i putu kroz svladavanje bolesti. Ali ona nikad nije imala rak, to je bila krinka i laž kako bi obmanula svoje čitatelje. Primila je donacije koje su iznosile više od 100 000 dolara. Novinarka Charlie Webster voditeljica je ovoga podcasta, istražuje ovu bizarnu ali istinitu priču o Amandi (Sandlin, 2023).

Uvodna epizoda podcasta objavljena je 26. travnja 2023. godine na Spotifyju. Prva epizoda u kojoj cijela priča počinje objavljena je 15. svibnja 2023. godine. Iako je ovo relativno nov podcast, već je popularan i obožavan među korisnicima. Ovaj podcast nema svoj poseban Youtube kanal, ali postoje objavljeni videi epizoda na kanalu HStory Podcast. Nije toliko popularno kao na Spotifyju. Nove epizode objavljuju se svakog ponedjeljka. Svaka epizoda predstavlja jedno poglavlje. Epizode nose nazive kao poglavlja knjiga, na primjer prva epizoda nosi naziv *Chapter 1 – Amanda is Dying (Poglavlje 1 – Amanda umire)*. Amanda je svoj blog objavljivala na stranici Blosbot. Početna stranica bila je jednostavna sa naslovom „Moja priča, naše putovanje“ (Webster, 2023, 1:25).

Ovo je podcast pričanja priča odnosno istraživački podcast. Charlie Webster istraživala je ovaj slučaj i uložila mnogo truda kako bi mogla točno prenijeti priču u svome podcastu. Podcast također uključuje i izjave Amandinih prijatelja, poznanika i obitelji. Podcast je zanimljiv, napet, podsjeća na dokumentarne emisije. Dostupan je na Spotifyju. Na slici 6. prikazana je Spotifyjeva početna stranica *Scamanda* podcasta.



Slika 6. *Scamanda* Spotify početna stranica. Izvor:

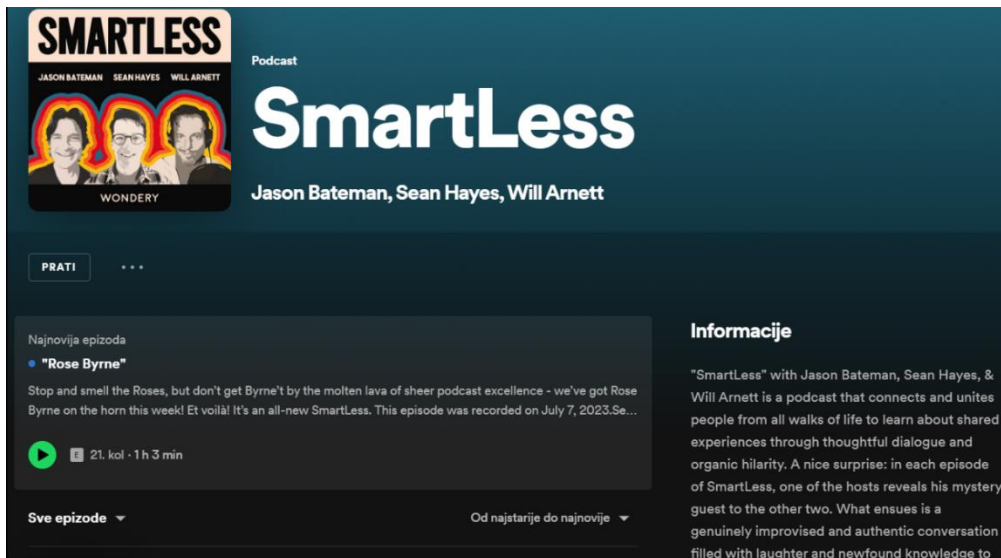
<https://open.spotify.com/show/3UNxeZPD5fDSzm26mqTjgc?si=1eb3c2d930ab4529>

6.5. SmartLess

Podcast *SmartLess* nastao je 2020 godine. Voditelji podcasta su Sean Hayes, Jason Bateman i Will Arnett. Ovaj podcast na zabavan način pokušava povezati ljude različitih karakteristika i različitih životnih stilova. Vlastita iskustva dijele značajnim razgovorima. Svaku epizodu jedan od voditelja dovodi gosta, tajanstvenog gosta kojeg otkriva svojim su-voditeljima. Epizode se objavljuju na tjednoj bazi, svaki ponedjeljak (Arnett, Bateman i Hayes, 2020-danas).

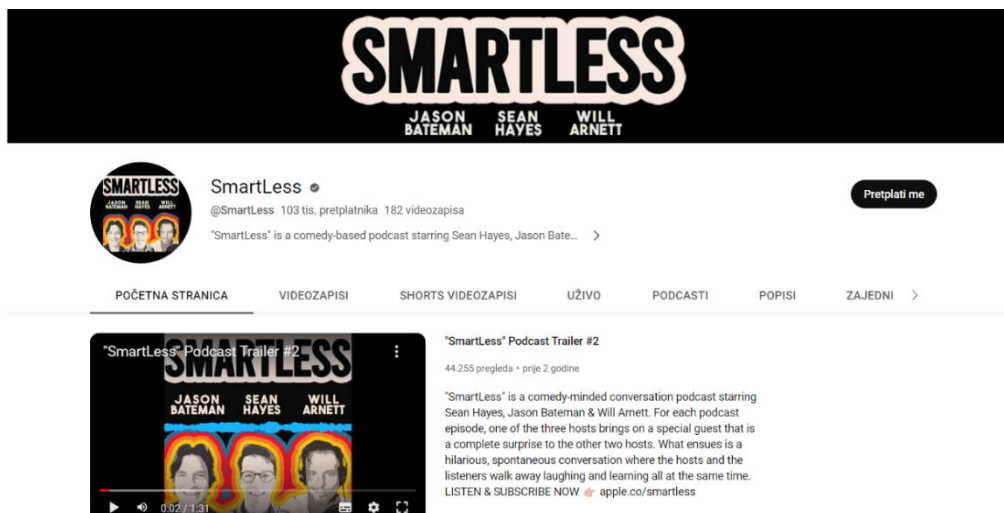
Epizode traju od 30-ak minuta do malo više od sat vremena. Epizode nose imena tajanstvenih gostiju koje voditelji dovode u emisiju. Činjenica da ostala dva voditelja ne znaju koji gost dolazi u emisiju čini podcast zabavnijim jer uvijek imaju iznenađene reakcije. Svaka epizoda sadrži kratak, zabavan opis o sadržaju epizode. Voditelji i gosti koje dovode su opušteni, stvaraju zabavnu i zanimljivu atmosferu svojim slušateljima koji bi se mogli osjećati kao dio njihove prijateljske grupe. Pričaju o različitim stvarima, gosti dijele svoja iskustva, odgovaraju na pitanja voditelja. Dovodili su razne poznate ličnosti poput Adama Sandlera, Reese Witherspoon, Jamesa Cordena, Billie Eilish i ostalih.

Ovo je intervju podcast, odnosno zabavni intervju. Podcast je dostupan na Spotifyju i Youtube-u. Na Youtube-u dostupni su videi, ne videi gdje se vide voditelji i gosti te njihova interakcija kao u ostalim tipičnim vidcastima; dostupna je naslovna slika njihovog podcasta u obliku videa u kojem se samo izmjenjuju boje iza slika voditelja. Ovakva vrsta podcasta služi slušateljima da se opuste, da saznaju i nauče neke stvari iz života poznatih ljudi. Sama činjenica da dovode goste iz raznih dijelova svijeta, sa različitim stajalištima i razmišljanjima potvrđuje cilj njihovog podcasta – povezivanje različitih ljudi. Slika 7. prikazuje početnu stranicu *The SmartLess* podcasta na Spotifyju, a slika 8 predstavlja njihovu naslovnu stranicu na Youtube-u.



Slika 7. SmartLess Spotify početna stranica. Izvor:

<https://open.spotify.com/show/0Yzd0g8NYmn27k2HFNplv7?si=3052c411461b4bc7>



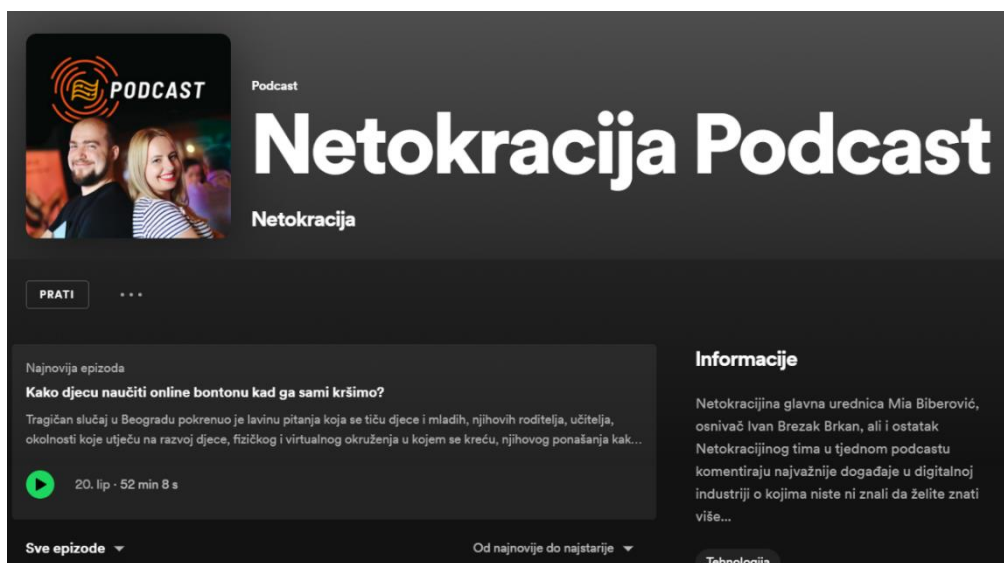
Slika 8. SmartLess Youtube početna stranica. Izvor: <https://www.youtube.com/@SmartLess>

7. Analiza podcasta u Hrvatskoj

Kao i većina drugih trendova, objavljivanje i slušanje podcasta došlo je i u Hrvatsku. Trend podcastinga nije toliko kasnio u Hrvatsku. Na Wikipediji (zadnji put ažurirano 6. travnja 2022.) piše kako je prvi podcast objavljen pred kraj 2005. godine. U ovom poglavlju analiziraju se najpopularniji podcasti na hrvatskoj sceni. Za analizu koriste se Youtube i Spotify. Stranica Netokracija.com također je poslužila u analizi i odabiru najslušanijih podcasta (<https://www.netokracija.com/podcast>).

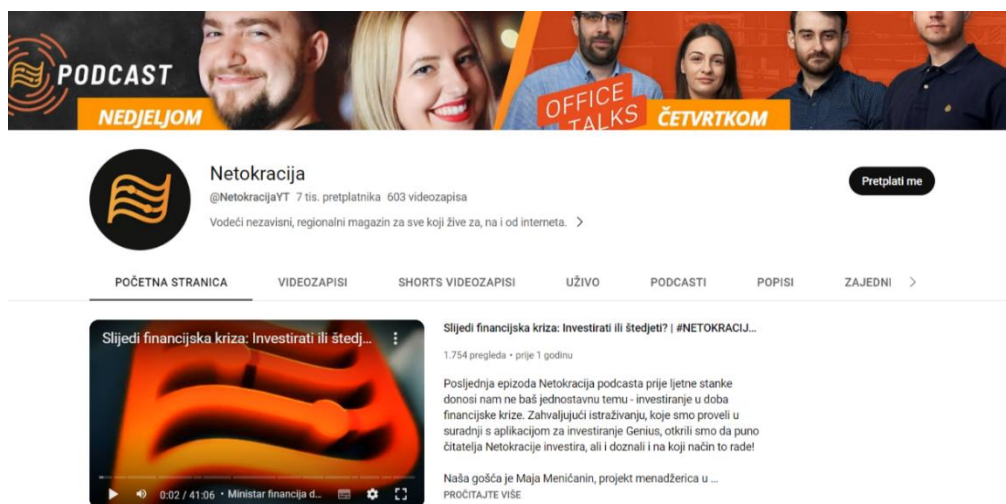
7.1. Netokracija Podcast

Ivan Brezak Brkan osnivač je ovoga podcasta, a Mia Biberović njegova je glavna urednica. Nove epizode objavljuju se svakoga tjedna u kojima voditelji komentiraju najvažnije događaje u digitalnoj industriji. Posvećen je digitalnom poslovanju, kulturi i marketingu („Netokracija Podcast“, bez dat.). Podcast je započeo sa emitiranjem svojih epizoda u listopadu 2019. godine. Epizode traju oko 30 minuta, nalaze se na Spotifyju i Youtube-u. Slika 9. i slika 10. prikazuju njihovu početnu stranicu na obje platforme.



Slika 9. Netokracija Podcast Spotify početna stranica. Izvor:

<https://open.spotify.com/show/1JeEKPdFXJopMUEPXucMUK?si=b48647292e634c29>



Slika 10. Netokracija Podcast Youtube početna stranica. Izvor:

<https://www.youtube.com/@NetokracijaYT>

Voditelji vode ugodan i opušten razgovor, pričaju o različitim temama u svakoj epizodi, pričaju o stvarima koje su njima zanimljive, u koje se razumiju i koje su željni podijeliti sa širom publikom. Ubacuju pošalice, kratke priče iz svakodnevnog života i stvaraju opuštenu atmosferu. Uz Spotify i Youtube, imaju svoju stranicu na internetu na kojoj korisnici ne samo da mogu slušati njihove podcaste, nego i čitati kratke članke o određenim temama. Uz epizode podcasta na stranici nalazi se duži opis nego na Spotifyju i Youtube-u, u obliku je kratkog članka koji uvodi gledatelje u epizodu. Također gledatelji se mogu upoznati sa nastankom Netokracije i cijelim timom „netokrata“ koji čine Netokraciju. Taj tim, uz Ivana Brezaka Brkana i Miju Biberović čine: Ana Marija Kostanić, Antonija Bilić Arar, Marin Pavelić, Liliana Božić, Niccol Heraković, Marko Tadić, Anastasija Uspenski, Marko Crnjanski, Marko Mudrinić i Milena Rašić („Netokracija Podcast“, bez dat.). Ovo nije samo hrvatski podcast nego i srpski podcast, među nabrojanim članovima tima nalaze se i članovi Netokracije Srbije. To su Marko Mudrinić, Milena Rašić, Marko Crnjanski, Anastasija Uspenski i Marko Tadić. Uključenost Srbije zasigurno je povećala gledanost ovog podcasta.

Netokracija je u početku bila samo osobni blog Ivana Brezaka Brkana, kasnije se pretvorila u podcast te se proširila na različite projekte poput edukacija specijaliziranih za najnovije trendove u digitalnom poslovanju (npr. prve regionalne radionice posvećene društvenim mrežama, Faceokracija i Tweetokracija) i konferencija o utjecaju digitalne revolucije (npr. prva regionalna konferencija posvećena internetskoj trgovini OMGcommerce). Njihovi slušatelji mogu biti sigurni da će biti u toku sa ekskluzivnim vijestima o svjetskim uspjesima hrvatskih

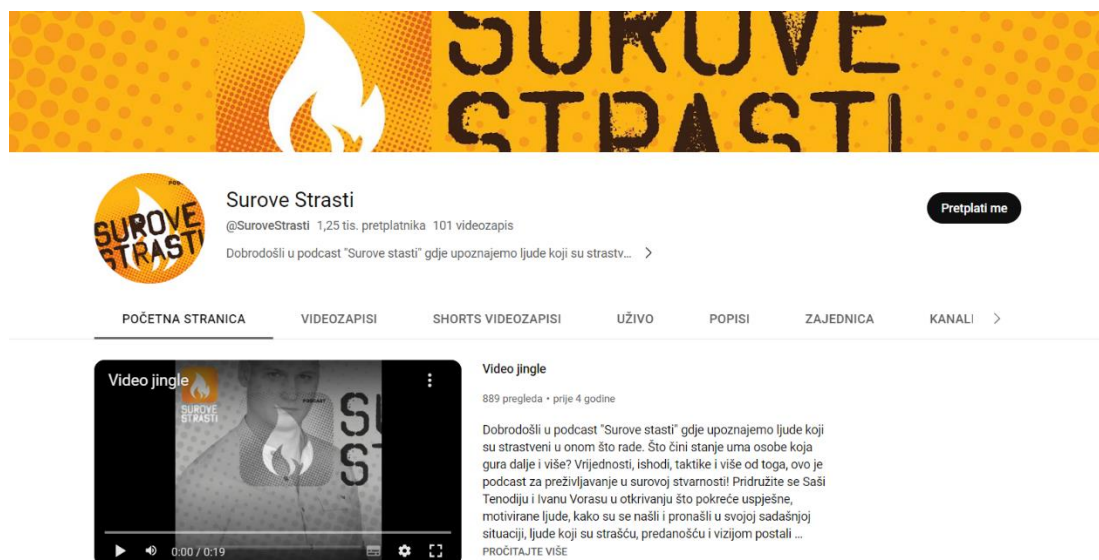
tvrtki, sa analizama utjecaja interneta na svakodnevni život i sa savjetima o korištenju novih digitalnih trendova („Netokracija Podcast“, bez dat.). Voditelji koriste engleske izraze koji su u toku sa trendovima novih generacija što može otežati razumijevanje starijim korisnicima.

Najpopularnija epizoda na njihovom Youtube kanalu je *Youtube kao karijera (Gosti Miloš Milaković i Daniel Đukić)* koja je pregledana preko 86 000 puta. Ta epizoda dio je Office Talks-a koji se objavljuju svakog četvrtka, dok se obične epizode objavljuju svaku nedjelju. Ovo je hibridna vrsta podcasta, mješavina intervju podcasta, su-voditeljskog podcasta i panel emisije. Voditelji ponekad dovode razne goste, ponekad epizodu vode samo dva voditelja, a ponekad epizodu vode i gostujući voditelji kao u epizodi *Oglašavanje na TikToku: Kako transformirati reklame u viralne hitove* u kojoj epizodu vodi Gorana Risteski. Podcast je vrlo zanimljiv, edukativan i zabavan, gledatelji mogu svašta naučiti i naučena znanja primijeniti u svojoj svakodnevnici.

7.2. Surove Strasti

Surove Strasti su podcast u kojem voditelji Saša Tenodi i Ivan Voras dovode različite strastvene goste, goste koji su strastveni u nečemu što rade. To su različiti ljudi, od sportaša, putnika, glazbenika do biznismena i stručnjaka u određenom području. To može biti njihov stalni posao ili hobi, no najbitnije je da su jako motivirani, zainteresirani i naravno strastveni za ono što rade. Voditelji pričaju sa svojim gostima o tome što ih motivira, žele spoznati njihov sklop u glavi koji ih gura dalje i daje želju za sve većim napretkom („Surove Strasti Podcast, bez dat.).

Na njihovom Youtube kanalu i Spotify profilu ne nalaze se sve epizode podcasta. Na Youtube-u zadnji video objavljen je 2021. godine. Prva objavljena epizoda na Spotifyju je 61. epizoda sa gošćom Anjom Zambelli Čolak. Sve epizode nalaze se na njihovoj internetskoj stranici [Surovestrasti.com](https://surovestrasti.com) (<https://surovestrasti.com/>). Na slici 11. nalazi se početna stranica njihovog Youtube kanala.



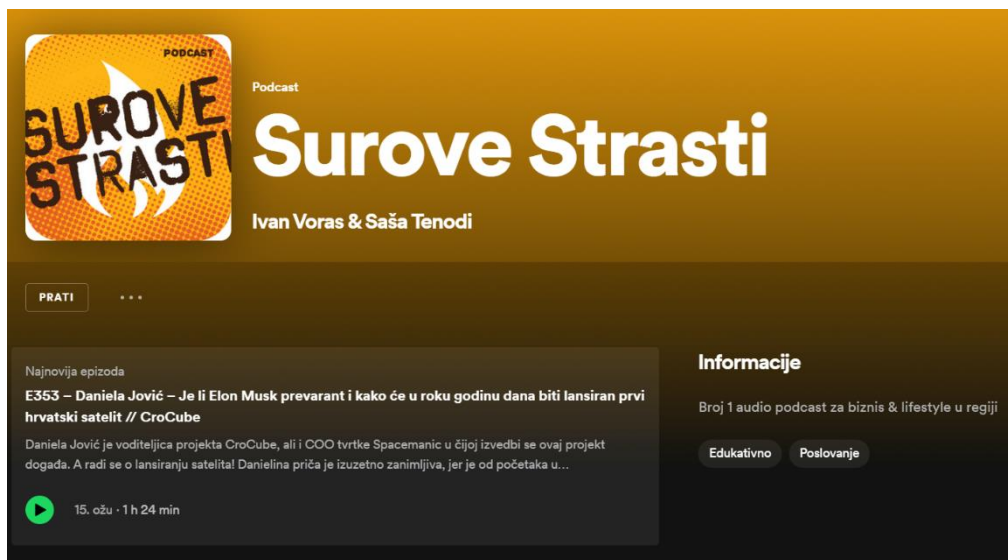
Slika 11. Surove Strasti Youtube početna stranica. Izvor:

<https://www.youtube.com/@SuroveStrasti>

Prva epizoda objavljena je 29. studenog 2017. godine pod nazivom *E001 – Podcast je lansiran!* Nisu još ni smislili ime svog podcasta. Tek od treće epizode dovode goste; u prvoj epizodi Ivan intervjuira Sašu, a u drugoj epizodi Saša intervjuira Ivana. Saša Tenodi je profesor socijalni pedagog, a Ivan Voras je poduzetnik. U trećoj epizodi dovode fotografa i biznismena Bornu Kuzmanovića („Surove Strasti Podcast“, bez dat.). Epizode traju preko sat vremena, ovisno o tijeku razgovora. Pristup glavnim temama razgovora odnosno temi podcast epizode u većini epizoda je opušten, dok je u nešto manjem postotku epizoda pristup ozbiljan kao što u svom istraživačkom radu iznosi Živković (2022).

Ovo je intervju podcast. Saša i Ivan svaku epizodu dovode po jednog gosta. Podcast je zanimljiv, voditelji su si za cilj postavili motiviranje svojih slušatelja, promiču uspješnost i inspiraciju za kvalitetnim životima („Surove Strasti Podcast“, bez dat.). Epizode se ne objavljuju prema redovitom rasporedu. U siječnju 2023. godine objavljene su samo tri epizode, dok su u lipnju 2022. godine objavili šest epizoda. Epizode ne objavljuju na primjer svakog ponedjeljka ili svakog nekog drugog dana u tjednu. U travnju 2021. godine nova epizoda objavljena je svake srijede u mjesecu, dok je na primjer u siječnju 2021. godine prva epizoda u mjesecu objavljena u ponedjeljak 4. siječnja, druga epizoda već sljedeći dan, treća epizoda u utorak 12. siječnja, a četvrta epizoda u četvrtak sljedećeg tjedna. Zadnja epizoda podcasta objavljena je 15. ožujka 2023. godine na Spotifyju i na njihovoj internetskoj stranici. Njihov

podcast trenutno sadrži 353 epizode. Slika 12. predstavlja početnu stranicu njihovog podcasta na Spotifyju.



Slika 12. Surove Strasti Spotify početna stranica. Izvor:

<https://open.spotify.com/show/6mlsvDZWLDNL9DAUVTcSmF?si=7dcd9d05e0d94d1a>

7.3. Podcast Inkubator

Podcast Inkubator nastao je 2017. godine kada je grupa medijskih radnika s dugogodišnjim iskustvom prepoznala ogromni potencijal koji podcast posjeduje. Osnovna ideja podcasta bila je pružiti priliku talentiranim autorima da emitiraju vlastite podcaste te da je priča napravljena po visokim tehničkim standardima. Voditelji emisije su Dea Redžić, Marko Petrak i Ratko Martinović („Podcast Inkubator“, bez dat.). Prva epizoda podcasta pod nazivom *Podcast Inkubator #1 – Dea Redžić, Marko Petrak i Ratko Martinović* objavljena je 11. ožujka 2017. godine koja na Youtube-u broji više od 27 000 pregleda. Pričaju o ženama u politici, o radu nedjeljom, sportu i drugim raznim temama. Vode zanimljiv i strastven razgovor, iznose svoja mišljenja i argumente, osjeća se frustracija u njihovim glasovima kada pričaju o temama koje ih nerviraju ili o kojima imaju negativna mišljenja.

Podcast se nalazi na Youtube-u i na njihovoj internetskoj stranici u video obliku što ga čini vidcastom. Na stranici Podcastinkubator.com (<https://podcastinkubator.com/>) zadnja epizoda objavljena je u listopadu 2020. godine, Youtube je njihova aktualna platforma sa svim epizodama podcasta. Također na svom Youtube kanalu objavljuju i kraće videoe koji predstavljaju isječke iz određenih epizoda. Najgledaniji video je isječak pod nazivom *Vasko Bakočević – „Bilo me strah u svlačionici, Koreshkov te može osakatiti!“* i broji preko 1,8

milijuna pregleda. Epizode traju preko sat vremena. Na slici 13. nalazi se početna stranica njihovog Youtube kanala.



Slika 13. Podcast Inkubator Youtube početna stranica. Izvor:

<https://www.youtube.com/@PodcastInkubator>

Ovo je hibridni podcast, mješavina intervju podcasta i panel emisije. Kao što je već navedeno, u prvoj epizodi sudjelovala su sva tri voditelja podcasta, dok se u narednim epizodama pojavljuje jedan voditelj sa svojim gostom kojeg intervjuira kao na primjer *Podcast Inkubator #31 – Dea Redžić i Lino Červar*, *Podcast Inkubator #23 – Ratko Martinović i Marko Lončar* te *Podcast Inkubator #8 – Marko Petrak i Igor Pokrajac*. Izuzetak je epizoda *Podcast Inkubator #56 – Marko Petrak i Ratko Martinović*. Epizode podcasta uvijek nose iste nazive, sadrže ime voditelja i ime gosta. Dovodili su razne poznate ličnosti, domaće i svjetske kao što su Ivan Pernar, Lino Červar, Mirko Filipović, Kevin Tariq Osaro i mnogi drugi. Imaju poštovanja prema svojim gostima i dopuštaju im da iznose svoja mišljenja. Najmanji broj epizoda je pod voditeljstvom Dee Redžić, a najveći broj epizoda pod voditeljstvom Ratka Martinovića. Podcast broji preko 900 epizoda što ga čini prvim hrvatskim podcastom po broju epizoda.

U sklopu njihovog Youtube kanala objavljuje se i *Podcast Mysterium*. Voditelj podcasta je Ratko Martinović. U tom podcastu pričaju o raznim zanimljivim i ne toliko čestim temama kao što su vještice, teorije zavjere, sotonizam, reinkarnacija i tako dalje. Prva epizoda podcasta objavljena je u travnju 2022. godine i trenutno sadrži 54. epizode.

7.4. Bliski susreti jezične vrste

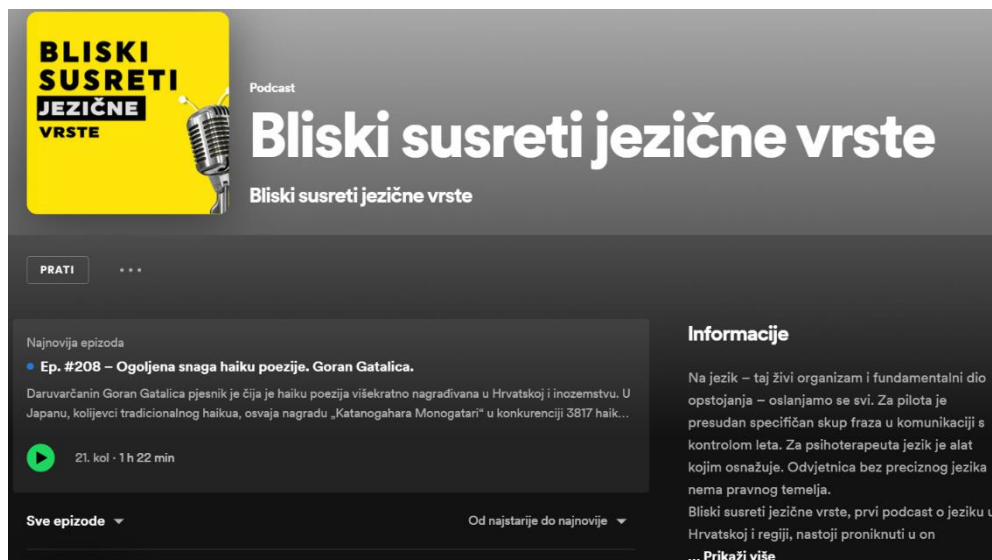
Voditelji podcasta *Bliski susreti jezične vrste* su prevoditeljica Anja Lordanić Mustać i profesor jezika Gaj Tomaš. U početku je podcast vodio samo Gaj Tomaš, a tek mu se od 101. epizode kao su-voditeljica pridružila Anja. U toj epizodi raspravljaju o temi instruktora jezika, odnosno je li bolji izvorni ili neizvorni govornik kao instruktor jezika. Pričaju o različitim temama koje su vezane uz jezik; kako je nastala interpunkcija, zašto jezici izumiru, koje su razlike između hrvatskog i srpskog, kako glasovni asistenti uz pomoć strojnog učenja pretvaraju govor u tekst i tako dalje. Podcast je pokrenut iz želje Gaja da se jezik prepozna i promatra kao živi i nepredvidivi organizam, a ne samo kao okvir pravila i savjeta kao što se najčešće u javnosti raspravljalo o jeziku (Bilić Arar, 2022).

Prva epizoda podcasta #0 - *Najava* objavljena je u travnju 2020. godine u kojoj Gaj Tomaš kratko predstavlja svoj podcast. U drugoj epizodi, odnosno u prvoj pravoj epizodi podcasta, Gaj poziva gosta dramskog pisca i novinara Igora Weidlicha. Ponekad dovode goste, ponekad samo voditelji vode rasprave o određenoj temi, nekada samo jedan voditelj dovodi gosta. Popularnost podcasta manja je od prijašnjih navedenih podcasta, ali je i dalje postojeća. Malo i iznenađujuća s obzirom da ne pozivaju poznate osobe i s obzirom da pričaju o jeziku. Ali jezik je fundamentalni dio cijelog svijeta, svih ljudi na svijetu. Bez jezika nema razumijevanja. Epizode bi se mogle opisati kao kratka predavanja o određenim temama, teme se obrađuju ponekad na zabavan i opušten način, a ponekad na malo ozbiljniji način. Nude definicije pojmova o kojima raspravljaju u epizodi te ih onda obrađuju, daju povijesne činjenice koje se vežu uz temu kao u epizodi *Ep. #109 – Germanizmi u hrvatskom jeziku* (Lordanić Mustać i Tomaš, 2020-danas).

Analizirajući prvih 100 epizoda podcasta, ovaj podcast kategorizirao bi se pod intervju podcast, a analizirajući drugih 100 epizoda kada mu se pridružuje Anja, bio bi to su-voditeljski podcast. Podcast sadrži malo više od 200 epizoda. Epizode se objavljuju na tjednoj bazi svakog ponedjeljka uz poneka odstupanja. Na primjer 200. epizoda objavljena je 15. svibnja 2023. dok je 201. epizoda objavljena tek 12. lipnja 2023. godine. Neke su epizode kratke i traju 10 ili 20 minuta, dok su neke epizode, pogotovo u kojima dovode goste, često duže i od sat vremena.

Postoje i različiti serijali unutar cijelog podcasta poput serijala *Kako (ne)učiti strani jezik* u kojem se daju savjeti za najučinkovitije učenje stranoga jezika, te poput serijala *Jezična trivija* u kojem se priča o zabavnim stvarima o jeziku kao što su podrijetla riječi, različiti izrazi i žargoni itd. Podcast je edukativan i zanimljiv, odličan odabir za korisnike kojima je ta tema

zanimljiva ili koji žele nešto više naučiti o jeziku, jezičnoj raznolikosti svijeta te pokupiti par savjeta o tome kako naučiti strani jezik (Lordanić Mustać i Tomaš, 2020-danas). Sve epizode podcasta dostupne su na Spotify platformi, na slici 14. prikazana je početna stranica njihovog podcasta na Spotifyju.

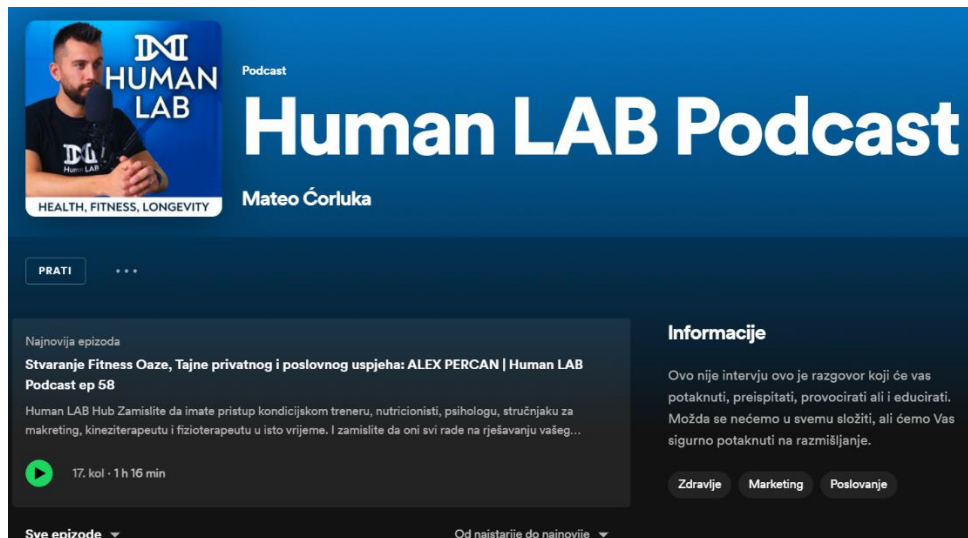


Slika 14. Bliski susreti jezične vrste Spotify početna stranica. Izvor:

<https://open.spotify.com/show/77MDsQvFqAJxXc7cGOhFVn?si=3baccd43257c40d9>

7.5. Human LAB Podcast

Podcast *Human LAB Podcast* krenuo je sa emitiranjem 2019. godine. 6. travnja 2019. godine objavljena je prva epizoda podcasta na Youtube-u i Spotifyju u kojoj voditelj Mateo Ćorluka dovodi svog prvog gosta Tomislava Lubenjaka. Podcast se fokusira na fitness, zdravlje i prehranu (Ćorluka, 2019-danas). U svakoj epizodi Mateo dovodi novog gosta kojeg intervjuira o njegovim/njezinim iskustvima, mišljenjima, motivaciji i savjetima. Podcast svojim imenom i tematikom kojom obrađuje podsjeća na *Huberman Lab Podcast*. Na slici 15. vidljiva je početna stranica *Human LAB Podcasta* na Spotifyju.



Slika 15. Human LAB Podcast Spotify početna stranica. Izvor:

<https://open.spotify.com/show/0f6edtdQJJ7X3Dupix2io?si=a3e80a2d40774256>

Podcast trenutno ima samo 58 epizoda. Najveći broj epizoda traje oko sat vremena i preko sat vremena, a neke epizode traju čak i preko 2 sata. Postoje i 3 epizode koje traju manje od sat vremena. Iako se emitira već 4 godine, broj epizoda je iznimno nizak zato što se nove epizode podcasta objavljuju najčešće jednom mjesečno, ponekad dva puta mjesečno, ali nikad više od toga. No svakako je vrijedan analize. Fitness je u raznim oblicima prisutan već duže vrijeme u svijetu i u Hrvatskoj te se u zadnje vrijeme dosta popularizirao. Ovaj podcast je odlična prilika za osobe koje tek počinju sa vježbanjem, za nove trenere, pa čak i za ljude koji se već dugo time bave jer nikada nije loše nadopunjavati svoje znanje i na jedan način „upoznavati“ ljude koji se time bave.

Ovo je intervju podcast. Nalazi se na Spotifyju i Youtube-u. Na Youtube kanalu nalaze se cijele epizode, ali i kraći videozapisi odnosno isječki iz epizoda. Najpopularnija epizoda na Youtube-u trenutno je 45. epizoda pod nazivom *SPAVAJ MANJE BUDI SE ODMORAN (Znanstveno dokazane činjenice): ALEN JUGINOVIĆ | Human LAB Podcast #45*. Epizoda je objavljena 18. listopada 2022. godine i od tada je pregledana preko 36 000 puta. Vidljiv je napredak podcasta s obzirom da je prva epizoda snimana u teretani, a kasnije epizode snimane su u studiju. Na slici 16. nalazi se početna stranica Mateovog Youtube kanala.

HUMAN LAB PODCAST
RAZGOVORI I VJEDNI SLUŠANJA

Human LAB Podcast
@HumanLABPodcast 5,85 tis. pretplatnika 334 videozapisa
Human LAB je pokret. Prvi korak u stvaranju zdrave i sposobne populacije. ... >
patreon.com/humanlabpodcast | još 3 veze

Pretplati me

POČETNA STRANICA VIDEOZAPISI SHORTS VIDEOZAPISI UŽIVO PODCASTI POPISI ZAJEDNI >

KINEZITERAPIJA OSTEOPATIJA
ZDRAVSTVENA KINEZILOGIJA
- prof. GORAN MARKOVIĆ
#37

prof. GORAN MARKOVIĆ - Zdravlje u fokusu: Novi pogledi na tj...
14.494 pregleda • prije 1 godinu
Želiš pristup ovakvim ljudima u zatvorenoj zajednici i okružiti se najboljim u svijetu fitnessa?
Human LAB Hub - <https://humanlabhub.com> (Tvoja ultimativna fitness zajednica)
U ovoj epizodi napokon nam je u goste došao prof. Goran Marković...
PROČITAJTE VIŠE

Slika 16. Human Lab Podcast Youtube početna stranica. Izvor:

<https://www.youtube.com/@HumanLABPodcast>

8. Zaključak

Svaki podcast ima svoje karakteristike, ali zajedno dijele cilj svoga rada – pružiti korisnicima nešto u čemu će uživati te usput naučiti nešto o određenoj temi. Podcast i podcasting su se od svog nastanka veoma dobro razvili i proširili, postoji 8 kategorija podcasta, ne uključujući sve mogućnosti hibridnih podcasta te mogućnost stvaranja bezbroj novih vrsta podcasta. Analiza je omogućila prepoznavanje jedne bitne karakteristike, a to je da je skoro svaki od navedenih podcasta hibridni. Teško je održavati podcast koji nije hibridan, s obzirom da je podcast često i nepredvidljiv, korisnici ni podcasteri ne mogu sa sigurnošću znati u kojem će smjeru otići pojedina epizoda. Naravno po tom pitanju izdvojio bi se podcast *Scamanda*, ali podcast je dosta kratak u usporedbi sa drugima te nije ni čudno što se drži zadane tematike; kasnije su objavljene bonus epizode koje su drugačije od epizoda pričanja priče što ipak opet dovodi do istog zaključka. Od svih analiziranih podcasta izdvojio bi se i *The Huberman Lab Podcast*, ozbiljnijeg je tona od ostalih podcasta, fokusira se na širenje znanja, korištenje znanstvenih činjenica. Također se ovaj podcast drži jedne teme mjesec dana što nije uobičajeno.

Biranje popularnih svjetskih podcasta nije naišlo na poteškoće, dok je biranje popularnih hrvatskih podcasta, poslije podcasta *Surove Strasti*, *Netokracija* i *Podcast Inkubator* bilo malo teže, s obzirom da ostali podcasti na Hrvatskoj sceni nisu niti blizu popularnosti ta tri podcasta. Naravno da hrvatski podcasti nisu popularni kao svjetski podcasti, ali su svejedno obožavani među njihovim korisnicima.

U svakom slučaju, podcasti su jako koristan digitalni medij za ljude svih uzrasta i različitih interesa. Nude raznolike tematike od kojih sigurno svatko može naći nešto što ga zanima. Mogu se koristiti u slobodno vrijeme pa čak i za edukativne svrhe u školama. Bitno je naglasiti da bi u tom slučaju podcasti trebali poslužiti kao nadopuna nastavnim materijalima, a ne ih u potpunosti zamijeniti. Njihova popularnost raste iz dana u dan i sve se više ljudi počinje baviti time. Medij je vrlo otvoren prema svima, ali je ipak za kvalitetan podcast potrebno posjedovati određena znanja i iskustvo.

9. Literatura

1. Arnett, W., Bateman, J. i Hayes S. (Voditelji). (2020-danas). *SmartLess* [Audio podcast]. Preuzeto 6. lipnja 2023, s <https://open.spotify.com/show/0Yzd0g8NYmn27k2HFNplv7>.
2. Bilić Arar, A. (2022). *Podcast Bliski susreti jezične vrste: do vjerne publike kroz 148 emisija o jeziku iz svih kutova*. Preuzeto 4. srpnja 2023, s <https://www.netokracija.com/podcast-bliski-susreti-jezicne-vrste-192393>.
3. Bottomley, A. J. (2015). Podcasting: A decade in the life of a “new” audio medium: Introduction. *Journal of radio & audio media*, 22(2), 164-169.
4. Brezak Brkan, I. (2020). *Kako Youtuberi, HDZ, Markićka, ali i Spotify pretvaraju 'podcast' u sve što nije!* Preuzeto 17. svibnja 2023, s <https://www.netokracija.com/podcast-hrvatska-balkan-168390>.
5. Ćorluka, M. (Voditelj). (2019-danas). *Human LAB Podcast* [Audio podcast]. Preuzeto 4. srpnja 2023, s <https://open.spotify.com/show/0f6eddtQJJ7X3Dupix2io?si=8cd2e28ee8ad4eac>.
6. Duraes, G. V., Jham, B. C., Sensi, L. G. i Strassler, H. E. (2008). Joining the podcast revolution. *Journal of dental education*, 72(3), 278-281.
7. Huberman, A. (23. prosinca 2020). *Welcome to the Huberman Lab Podcast* [Videozapis]. Preuzeto 5. lipnja 2023, s <https://www.youtube.com/watch?v=4b6bwcWK6GE&t=6s>.
8. Hudson, A. (2011). *Podcasts: Who still listens to them?* Preuzeto 20. svibnja 2023, s http://news.bbc.co.uk/2/hi/programmes/click_online/9545533.stm.
9. Lee, M. J. (2005). New tools for online collaboration: Blogs, wikis, RSS and podcasting. *Training and Development in Australia*, 32(5), 17-20.
10. Lindgren, M. i Loviglio, J. (2022). *The Routledge Companion to Radio and Podcast Studies*. Taylor & Francis.
11. Lordanić Mustać, A. i Tomaš, G. (Voditelji). (2020-danas). *Bliski susreti jezične vrste* [Audio podcast]. Preuzeto 4. srpnja 2023, s <https://open.spotify.com/show/77MDsQvFqAJxXc7cGOhFVn?si=e9fe02a699474e2b>.
12. McFadden, A. C. (2008). Podcasting and really simple syndication (rss). *Handbook of Research on Computer Mediated Communication* (815-830). IGI Global.

13. Netokracija Podcast (bez dat.). *O nama*. Preuzeto 15. lipnja 2023, s <https://www.netokracija.com/o-nama>.
14. Patterson, L. J. (2006). The technology underlying podcasts. *Computer*, 39(10), 103-105.
15. Podcast (bez dat.). U Wikipedia. Preuzeto 15. lipnja 2023, s <https://hr.wikipedia.org/wiki/Podcast>.
16. Podcast Inkubator (bez dat.). *O podcastu*. Preuzeto 19. lipnja 2023, s <https://podcastinkubator.com/o-podcastu/>.
17. Ruby, D. (2023). *49 Podcast Statistic That Really Matter (August 2023)*. Preuzeto 24. kolovoza 2023, s <https://www.demandsage.com/podcast-statistics/>.
18. Sandlin, J. (2023). „Scamanda“ podcast tells the story of a cancer scammer. *Boingboing.net*. Preuzeto 6. lipnja 2023, s <https://boingboing.net/2023/05/21/scamanda-podcast-tells-the-story-of-a-cancer-scammer.html>.
19. Santo, A. (2021). *8 Types of Podcasts: The Complete Guide to Audio Content Marketing (Infographic)*. Preuzeto 20. svibnja 2023, s <https://www.brafton.com/blog/video-marketing/types-of-podcasts/>.
20. Sullivan, J. L. (2019). The platforms of podcasting: Past and present. *Social media+society*, 5(4), 1-12.
21. The Most Popular Podcasts in 2023 (of All Time and by Genre). (15. ožujka 2023). *Castos.com*. Preuzeto 27. svibnja 2023, s <https://castos.com/the-most-popular-podcasts/>.
22. Webster, C. (Voditelj). (15. svibnja 2023). Chapter 1 – Amanda is Dying. *Scamanda*. Preuzeto 6. lipnja 2023, s <https://open.spotify.com/episode/2IVOf1DawN1tIMWW2IOhdP?si=521f243ba93544ac>.
23. Živković, L. (2022). *Usporedba sličnosti i razlika dvaju hrvatskih podcasta surovih strasti i podcast inkubator* (diplomski rad). Preuzeto 20. svibnja 2023, s <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:111:276178>.

Podcast kao nova forma internet komunikacije

Sažetak

Podcasti su u današnje vrijeme vrlo popularna forma internet komunikacije i nova forma dolaženja do informacija koje mogu potaknuti pojedince i širu zajednicu na razmišljanje o aktualnim fenomenima i problemima te potaknuti na rasprave o tim fenomenima. Također mogu poslužiti u svrhu opuštanja i zabave. Ovaj rad nastoji ocrtati glavne značajke podcasta, predstaviti povijest nastanka podcasta te analizirati najpopularnije i najslušanije podcaste u Hrvatskoj i svijetu. Za analiziranje najslušanijih podcasta koristiti će se dvije platforme: Youtube i Spotify. Za analizu podcasta u svijetu odabrano je 5 poznatih podcasta: „The Joe Rogan Experience“, „The Daily“, „The Huberman Lab Podcast“, „Scammandu“ i „SmartLess“. Za analizu podcasta na hrvatskoj sceni odabrani su sljedeći: „Podcast Inkubator“, „Surove Strasti“, „Netokracija Podcast“, „Human Lab Podcast“ te „Bliski susreti jezične vrste“.

Ključne riječi: Podcast, Youtube, Spotify, Hrvatska

Podcast as the new form of internet communication

Summary

Nowadays podcasts are very popular form of internet communication and new form of gathering information which can encourage individuals and society to think about current phenomena and problems and also encourage discussions about these phenomena. They can be used for entertainment purposes and relaxation. This thesis seeks to outline the main characteristics of podcasts, to present the history of podcast and analyze the most popular and most listened to podcast sin Croatia and the world. Two platforms will be used to analyze podcasts: Youtube and Spotify. 5 well-known podcasts were selected for the analysis of popular podcasts in the world: „The Joe Rogan Experince“, „The Daily“, „ The Huberman Lab Podcast“, „Scammanda“ and „SmartLess“. For the analysis of podcasts on the Croatian scene, the following podcasts were selected: „Podcast Inkubator“, „Surove Strasti“, „Netokracija Podcast“, „Human Lab Podcast“ and „Bliski susreti jezične vrste“.

Key words: Podcast, Youtube, Spotify, Croatia