

**SP
EC
IJ
AL**



Tagovi

[Nekad i danas \(/tag/nekad-danas/\)](#)

Najčitanije

[Čitatelji Sound Reporta odabrali najbolje u 2021. \(/special-report/citatelji-sound-reporta-odabrali-najbolje-u-2021/\)](#)

prije 5 dana

[NEKAD I DANAS: Božićne pjesme \(/special-report/nekad-i-danas-bozicne-pjesme/\)](#)

prije 1 tjedan

[Dvorana Lisinski slavi 48. rođendan - prisjetili smo se nekoliko sjajnih trenutaka \(/special-report/dvorana-lisinski-slavi-48-rodendan-prisjetili-smo-se-nekoliko-sjajnih-trenutaka/\)](#)

prije 1 tjedan

Random

[Ljetni plesnjak u KSET-u uz JOKE i Jeboton \(/koncerti/kset-joke-pariz-2016-07-14/\)](#)

prije 5 godina

[Mac DeMarco: samo zdrava zajebancija \(/koncerti/klub-mocvara-mac-demarco-2016-07-08/\)](#)

prije 5 godina

[Miroslav Tadić i Tamara Obrovac na Sceni Amadeo \(/vijesti/miroslav-tadic-i-tamara-obrovac-na-sceni-amadeo/\)](#)

NEKAD I DANAS: Uloga radija u glazbenoj industriji

22.12.2021. 18:34

Share

Tweet

Share

Radio je jedan od izuma za koje bez pretjerivanja možemo reći da je dramatično utjecao na društvo, oblikovao ga i pozitivno djelovao na njegov napredak kao rijetko što prije. Radio je promijenio način na koji komuniciramo, približio nas jedne drugima, brzinu dijeljenja informacija doveo na razinu prethodno gotovo nezamislivu ili moguću samo u romanima znanstvene fantastike te utjecao na toliko aspekata ljudskog društva da bi ih bilo teško sve pobrojati. Radio je imao ključnu ulogu i u glazbenoj industriji, a koliki je taj utjecaj danas, je li se promijenio, oslabio ili ojačao istražiti ćemo u redovima koji slijede.

Riječima "Halo, halo! Ovdje Radio Zagreb!" koje je 15. svibnja 1926. godine izgovorila spikerica Božena Begović započela je potpuno nova i važna era, era radiofonije u Hrvatskoj. Od ovih riječi izgovorenih u prvom radijskom emitiranju u Hrvatskoj u programu Radio stanice Zagreb do danas broj postaja s koncesijom narastao je na oko 155 diljem zemlje, a Hrvatski radio kao javni servis emitira na tri nacionalne i osam regionalnih postaja. Kroz desetljeća radio je osim kao neizostavno sredstvo za informiranje postao korjenito isprepleten s glazbenom industrijom: "Bez radija, mnogih ne bi bilo. Ne kreativno i umjetnički već u javnoj percepciji. Radio je uvijek imao, ima i imati će taj poseban značaj na razvoj glazbene scene. Tek kada čujete pjesmu na radiju, reći će mi mnogi izvođači, njezino objavljivanje dobiva svoj puni smisao. Radio nije samo pomagao u stvaranju glazbenih zvijezda, on ih je i stvarao učestalim stajanjem iza njih i

njihovih radova, identiteta koji nude i načina na koji funkcioniraju.”, ispričao je osnivač Airplay Radio Charta i project manager marketinške agencije Omega Komunikacije, Goran Komerički.

U posljednjih petnaestak godina došlo je do velike digitalne revolucije i rasta popularnosti glazbenih streaming servisa koji su do temelja promijenili način kako konzumiramo glazbu, filmove, knjige, kako dolazimo do informacija, pa su usred te digitalne revolucije tradicionalni mediji morali potražiti način kako da ostanu relevantni. Jesu li internet i streaming servisi ugrozili status radija kao primarnog izvora i kako se radio snašao u ovom novom dobu komentirao Komerički:

“Pitanje snalaženja radijske medijske platforme u digitalnom dobu, pitanje je koje se tiče svih tradicionalnih medija. Ono što radio čini nezamjenjivim u kontekstu uživanja u glazbi jest taj emotivni trenutak osjećaja da niste sami. Glas prezentera glas je vašeg prijatelja i kad vam on skrene pažnju na pjesmu koje ste upravo čuli, doživljajno je drugačije nego kada istu pjesmu sami pronađete na omiljenoj digitalnoj platformi. I to je tek jedan od razloga koji potiče relevantnost radija u odnosu prema glazbi, glazbenoj sceni, glazbenoj industriji i ukupnom ekosustavu popularne glazbe. Naravno, daleko od toga da je jedini. E sad, koliko radio ide ukorak s vremenom, ovisi o čemu razgovaramo i na koje područje bi se referirali. Zemljopisno i kreativno. Najuspješnije radijske stanice uvijek idu ukorak s vremenom, istražuju tržište i načine na koji će dolaziti do publike. Radio kao platforma ulazi u naše domove na niz načina - od FM-a preko internetskog streama, IPTV kanala i programa u mobilnoj aplikaciji do DAB-a, satelitskih himat prijenosa i radijskih stanica kao dijelova streaming servisa. Novi način uključuju i audio podcaste, video sadržaje, ali i organiziranje posebnih akcija i događaja kojima će doći do slušatelja. Svaka od primjena novih mogućnosti donosi pomak no osnova je uvijek ista. Pravu razliku uvijek donosi jasno pozicioniranje u odnosu na ciljanu publiku, kreativan pristup slaganju programa, precizan odabir glazbe i, prije svega, okretnost ljudi pred mikrofonom. Za uspjeh radija kod publike glazba je izrazito važna, ali prezenter je još važniji.”

Osnivač Airplay Radio Charta kao svojevrsnu prednost radija nad streaming platformama ističe i emotivnu komponentu koju publiku veže uz taj medij: *“Jasno je, svakako, da utjecaj radija u mainstreamu aproksimativno nema jednaku snagu kao u doba kada nisu postojali TikTok, YouTube, Instagram ili Spotify, jer ćemo često glazbu otkrivati i ondje. No, koliko često ćemo je otkrivati ovisi i o učestalosti zamjećivanja svega onoga na što nailazimo. Možemo uživati u najkreativnijoj mogućoj glazbi (na servisu Apple Music ima više od devedeset milijuna pjesama), ali koliko puta ćemo se vraćati toj jednoj pjesmi i tom jednom izvođaču i upamtiti ga? Radio ima taj sustav prioritetnog emitiranja i što češće ste uz istu pjesmu, to ćete je - kao publika - lakše prepoznati, upamtiti, sjetiti joj se teksta i, prema ukusu, prigrliti je. A to znači onda i povezivati emocije i događaje tih dana kada se 'od nje nije moglo živjeti' upravo s tom pjesmom i ona će postati važnim dijelom vaših doživljaja. Dakle, onog životnog.”*

Što se tiče domaće glazbene scene često se mogu čuti pritužbe da naši radiji na repertoaru imaju pjesme istih izvođača te da mnogi novi ili izvođači koji se ne uklapaju u mainstream pojmove ne dobivaju priliku da ih se “zavrti” u eteru. Neki od tih izvođača često više uspjeha postižu na streamingu:

“Kada danas otvorite YouTube ili Spotify i iščitajte brojke koje Devito ili Buba Corelli na njima bilježe, a znate da ih nema u domaćem radijskom eteru, može vam se učiniti da je radio doista manje bitan no ikada. Još ako tome dodate činjenicu da

Kantautorica Stroberiz predstavila pjesmu „Posle svega“
(/vijesti/kantautorica-stroberiz-predstavila-pjesmu-posle-svega/)

će ti isti izvođači bez problema organizirati super posjećene live nastupe u gradovima po Hrvatskoj, vaga će dodatno pretegnuti na stranu smanjena radijskog utjecaja. No, stvari ipak stoje drugačije. Prema onome što danas možemo prepoznati, čini se da razvijamo nekoliko paralelnih scena uspjeha u mainstreamu. Radijskim eterom vlada jedan glazbeni pravac s izvođačima koji najčešće slabije prolaze na streaming servisima. S druge strane, izvođači koji imaju super posjećene koncerte, često su manje prisutni na radiju, a ponekad ne bilježe ni zamjetne brojke na audio/video platformama. Na taj način, zapravo, kada razmišljate o poslu s glazbom, razmišljate o različitim pravcima za ostvarivanje prihoda. Prihodi od emitiranja idu jednoj vrsti glazbenog izričaja, od streaming servisima drugima, a od live nastupa trećima. Dakako, postoje izvođači koji su uspješni na svim razinama kao što je, primjerice, Petar Grašo. No već kad je u pitanju, recimo, Grše - vidimo nesrazmjer. Jedan od najuspješnijih domaćih hip hop albuma tijekom ove godine bilježio je milijune streamanja na servisima Spotify, Deezer, Apple Music i YouTube, a u radijskom eteru nema ga ni od korova. I tu sad vrijedi spomenuti izrazito emotivnu povezanost koje će domaći izvođač osjećati prema činjenici da ga ima malo na radiju. Naišao sam na puno rasprava po forumima i na društvenim mrežama u kojima se komentiralo kako radio 'vrti uvijek iste' ili 'kako je sve to loše i nema smisla'. Govori li nam to nešto o važnosti radija, emotivnoj i svakoj drugoj? Svakako.", ispričao je.

Koliki je onda zapravo utjecaj radija na nečiju karijeru i zašto je izvođačima (uglavnom) i dalje jako bitno da ih se osim na streamingu pušta i na radiju? Odgovor nije jednostavan niti se univerzalno može primijeniti na svaki glazbeni pravac i svakog izvođača. Jedna od komponenti zasigurno je financijska jer, kao što dobro znamo, veća radijska rotacija donosi i veću zaradu izvođačima i nositeljima prava. Naša glazbena scena izrazito je bogata i gusta, a tržište nije toliko veliko pa je svakome u cilju 'ugrabiti svoj komad kolača'. Drugi aspekt zasigurno je kreiranje i intenziviranje popularnosti i prepoznatljivosti izvođača:

"Odgovor na to pitanje tim je jasniji što je jasnije na koji dio glazbene scene se pitanje odnosi. Svaka karijera koja poznaje nekoliko pjesama koje se učestalo emitiraju na radiju doživljava pomak. Mi sad možemo razgovarati o začudnostima poput, primjerice, one u kojoj u vremenu najvećeg revivala elektroničkog pop zvuka osamdesetih i opće potražnje domaće radijske publike za The Weekndom, pjesama grupe pocket palma ima vrlo malo u radijskim programima. Ipak, to je stvar koja pripada jednoj drugoj analizi. Jer, glazbena scena ne formira se samo na radiju, ali je radio taj koji je može učiniti propulzivnijom, dohodovnijom i zanimljivijom.", pojasnio je Komerički te nastavio: *"Prošle godine sam sudjelovao na međunarodnom webinaru organiziranom u Sjedinjenim Državama na kojemu su govorili specijalisti različitih oblika glazbenog poslovanja, marketinških komunikacija, jednako kao i sami izvođači. Niz pitanja upućenih predstavniku kompanije Warner Records ticao se načina na koji se može doći do emitiranja u radijskim programima. U chatu za trajanja webinara, izvođači iz najrazličitijih zemalja najviše su se raspitivali za imena radijskih specijalista. Onih ljudi koji im mogu pomoći da njihove pjesme budu uvrštene u radijske programe."*

Prema [istraživanju Hrvatske diskografske udruge](https://www.hup.hr/predstavljeno-prvo-istrazivanje-o-navikama-slusanja-glazbe-u-republici-hrvatskoj.aspx)

(<https://www.hup.hr/predstavljeno-prvo-istrazivanje-o-navikama-slusanja-glazbe-u-republici-hrvatskoj.aspx>) radio je još uvijek glavni izvor u otkrivanju nove glazbe, njegova velika uloga u glazbenoj industriji je neupitna kao i utjecaj koji može imati na karijere novih (ali i etabliranih) izvođača, a što ga potencijalno može očekivati u budućnosti ove digitalne ere u kojoj se nalazimo ispričao je naš sugovornik:

“Prosječno gledano, radijska platforma u Hrvatskoj vrlo malo koristi resurse koje ima (<https://airplayradiochart.com/2021/12/22/hrvatska-ima-premalo-formatiranih-radija-bas-kao-i-razlicitih-formata/>), a oni su radijske minute namijenjene glazbi. Sva relevantna istraživanja, uključujući i ono kompanije MRC Data za njemačko tržište, uvijek će istaknuti da više od sedamdeset posto ljudi radio sluša upravo zbog - glazbe. No, ta velika prednost radijskog medija koristi se vrlo malo i paušalno. Mali broj radijskih ljudi doista poznaje glazbu, razumije aktualna glazbena kretanja, razmišlja o glazbenom sadržaju poslovno (u odnosu prema ciljanoj publici, a ne, primjerice, vodeći se osobnim ukusom), uvezuje različita medijska znanja i njeguje sustavni pristup komunikacijama s glazbom. Jednako tako, radijski prostor čini se nedovoljno otvorenim za mlade ljude na svim razinama radijskog posla, pa tako i s onima povezanim s glazbom. Ovo pitanje je usko vezano i s kompletnom strategijom razvoja radija u Hrvatskoj.

Hrvatska ima natprosječno velik broj radijskih stanica u odnosu na veličinu tržišta i natprosječno velik broj radijskih stanica bez jasne strategije u odnosu na glazbeni program. Kada bismo ušli u analizu radijskog emitiranja, vidjeli bismo da postoji nered radijskih odabira (znate li da je nova pjesma Taylor Swift u tjednu kad je bila broj jedan globalnog mjerenja magazina Billboard na listi Global 200, kod nas emitirana svega četiri (brojkom: 4) puta na svih 150 radijskih stanica u Hrvatskoj zajedno?). I još! Naše stanice, najčešće, imaju previše pjesama u vlastitom eteru.”

Tema radija i njegovog utjecaja na glazbu i glazbenu industriju široka je i o njoj se mogu napisati ne samo članci nego cijele studije. U ovom članku pokušali smo “zagrebat” u ovu kompleksnu i aktualnu temu o kojoj će se, nadamo se, još puno raspravljati. Vrijeme će pokazati hoće li radio zadržati svoju relevantnost, a kao i u svakoj drugoj djelatnosti izuzetno je bitno držati korak s vremenom, pratiti trendove, iskoristivati dostupne alate i jednostavno ne dopuštati da vas 'pregazi vrijeme'. Velik broj radijskih postaja u inozemstvu, ali i Hrvatskoj nove tehnologije već dugo strateški upotrebljava u svoju korist i tako umjesto da čekaju da ih prepozna, oni sami nalaze put do ciljane publike. Na taj način spajaju najbolje od ta dva svijeta, starog i novog, te uspješno čuvaju svoju poziciju bitnog i vrijednog 'igrača' u glazbenoj industriji od koje su od samog početka neodvojivi.

Ovaj sadržaj nastao je u sklopu projekta
"Poticanja novinarske izvrsnosti u 2021. godini"
Agencije za elektroničke medije.



VIJEĆE ZA ELEKTRONIČKE MEDIJE



MIRTA KLARIĆ (AUTORI/MIRTA-KLARIC)

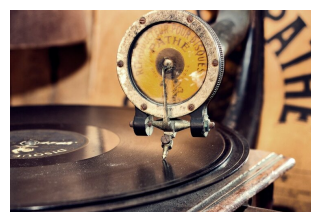
Urednica odjela razvoja, produkcije i realizacije zabavnog sadržaja



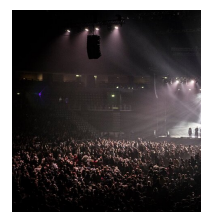
NEKAD I DANAS:



NEKAD I DANAS:



NEKAD I DANAS:



NEKAD I DANAS:

Božićne pjesme

24.12.2021. prije 1 tjedan

(/special-report/nekad-i-danas-bozicne-pjesme/)

Zagrebačka klubska scena

20.12.2021. prije 2 tjedana

(/special-report/nekad-i-danas-zagrebacki-klubovi/)

Nosači zvuka

17.12.2021. prije 2 tjedana

(/special-report/nekad-i-danas-nosaci-zvuka/)

Stadionski i dvoranski koncertni spektakli

14.12.2021. prije 2 tjedana

(/special-report/nekad-i-danas-stadionski-i-dvoranski-koncertni-spektakli/)

[AUTORI \(/AUTORI/\)](#) [IMPRESSUM \(/IMPRESSUM/\)](#) [PRAVNE NAPOMENE \(/PRAVNE-NAPOMENE/\)](#)

[POSTANI DIO TIMA \(/POSTANI-DIO-TIMA/\)](#) [PARTNERI \(/PARTNERI/\)](#)



(https://www.youtube.com/channel/UCkg_Kr4VdUkVreiaRQpV-9w).

Sound-report.com © 2014 - 2022.