

Radio kao "bubanj plemena" u lokalnoj zajednici: primjer Radio Baranje

Blašković Đurđević, Jelena

Undergraduate thesis / Završni rad

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Academy of Arts and Culture in Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:251:431064>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-04-25**



Repository / Repozitorij:

[Repository of the Academy of Arts and Culture in Osijek](#)



SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU
AKADEMIJA ZA UMJETNOST I KULTURU
ODSJEK ZA KULTURU, MEDIJE I MENADŽMENT
SVEUČILIŠNI PREDDIPLOMSKI STUDIJ
KULTURA, MEDIJI I MENADŽMENT

JELENA BLAŠKOVIĆ ĐURĐEVIĆ

**RADIO KAO „BUBANJ PLEMENA“
U LOKALNOJ ZAJEDNICI:
PRIMJER RADIO BARANJE**

ZAVRŠNI RAD

MENTOR: izv. prof. dr. sc. Ivica Šola
SUMENTOR: Tomislav Levak, predavač

Osijek, 2022.

SAŽETAK:

U prvom dijelu završnog rada ukratko se objašnjavaju razvoj radija kao medija i podjela na američku i europsku radiofoniju, zatim početci radija u Hrvatskoj i promjene koje donosi zakonodavno uređenje radijske djelatnosti. Radio u Hrvatskoj na svojim je počecima pripadao europskoj radiofoniji koja je imala snažno naglašenu ulogu javnog servisa, no povećanjem broja radijskih postaja, prvenstveno onih komercijalnih, veliki broj radijskih postaja okreće se tržištu te željama i potrebama šire publike. U radu se, primjenom metode suvremenoga etnografskoga istraživanja, prikazuje značaj lokalnog radija na primjeru Radio Baranje koja je svoju radijsku djelatnost pokrenula na samom početku Domovinskoga rata kao prognanički radio, a nastavila povratkom u Beli Manastir gdje posluje i danas. Opisuje se osnivanje Radio Baranje, njegova vlasnička struktura i programska shema te sadržaji kojima se danas ostvaruje pluralizam u kontekstu raznolikosti sadržaja. Cilj je rada prikazati radio kao medij koji opstaje usprkos ubrzanom razvoju novih medija i mijenjanjem čovjekovih medijskih navika. Radio i dalje ostaje prisutan uz minimalnu tehničku zahtjevnost i najširu dostupnost zbog čega ga se može i dalje smatrati najbržim i najotpornijim medijem.

Ključne riječi: Hrvatska, lokalni radio, radio, Radio Baranja, pluralizam

ABSTRACT:

In the first part of the final paper, the development of radio as a medium and the division into American and European radio are briefly explained, then the beginnings of radio in Croatia and the changes brought about by the legislative regulation of radio activity. At its beginnings, radio in Croatia belonged to European radio, which had a strongly emphasized public service role, but with the increase in the number of radio stations, primarily commercial ones, a large number of radio stations are turning to the market and the wishes and needs of a wider audience. The paper, using the method of modern ethnographic research, shows the importance of local radio using the example of Radio Baranja, which started its radio activity at the very beginning of the Homeland War as an exile radio, and continued by returning to Beli Manastir where it still operates today. It describes the establishment of Radio Baranja, its ownership structure and programming scheme, as well as the content that today realizes pluralism in the context of the diversity of content. The aim of the paper is to show radio as a medium that survives despite the accelerated development of new media and changing people's media habits. Radio still remains present with minimal technical requirements and the widest availability, which is why it can still be considered the fastest and most durable medium.

Keywords: Croatia, local radio, radio, Radio Baranja, pluralism,

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU
AKADEMIJA ZA UMJETNOST I KULTURU U OSIJEKU

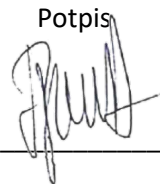
IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

kojom ja Jelena Blašković Đurđević potvrđujem da je moj završni rad
pod naslovom Radio kao "bubanj plemena" u lokalnoj zajednici: primjer Radio Baranje
te mentorstvom izv. prof. dr. sc. Ivica Šola, sumentor Tomislav Levak, predavač

rezultat isključivo mogega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima i oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio diplomskog rada nije napisan na nedopušten način, odnosno da nije prepisan iz necitiranog rada, pa tako ne krši ničija autorska prava. Također izjavljujem da nijedan dio ovoga završnog/diplomskog rada nije iskorišten za bilo koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

U Osijeku, 21.09.2022.

Potpis



SADRŽAJ

1. UVOD	1
2. TEORIJSKI DIO	3
2.1. POVIJEST RADIJA	3
2.1.1. Američka radiofonija	5
2.1.2. Europska radiofonija	6
2.2. RADIO U HRVATSKOJ	6
2.2.1. Zakonodavni okvir	9
2.2.2. Utjecaj radija	11
2.3. LOKALNI RADIO U HRVATSKOJ	13
2.3.1. Vlasnička struktura	14
2.3.2. Pluralizam i politički utjecaj	15
2.3.3. Radio u kriznim situacijama	19
3. ISTRAŽIVAČKI DIO	20
3.1. Cilj i definicija istraživanja	20
3.2. Metodologija istraživanja	20
3.3. Studija slučaja: Radio Baranja	23
3.3.1. Povijest Radio Baranje	23
3.3.2. Vlasnička struktura	31
3.3.3. Programska osnova i ostvarivanje pluralizma	32
3.3.4. Značaj Radio Baranje	37
4. Zaključak	39
5. Literatura	42
6. Prilozi	46

KRATICE

AEM - Agencija za elektroničke medije

VEM - Vijeće za elektroničke medije

HRT - Hrvatska radiotelevizija

DZS - Državni zavod za statistiku

DAB+ - Digital Audio Broadcasting

HAKOM - Hrvatska regulatorna agencija za mrežne djelatnosti

RTV - radiotelevizija

ZEM - Zakon o elektroničkim medijima

HND - Hrvatsko novinarsko društvo

SNH - Savez novinara Hrvatske

HDZ - Hrvatska demokratska zajednica

IRMO – Institut za razvoj i međunarodne odnose

HRB - Hrvatski radio Baranja

MHZ – Megaherza (osnovna jedinica radijske frekvencije)

HURIN - Hrvatska udruga radijskih nakladnika

1. UVOD

Čovjekova potreba za opisivanjem onoga što ga okružuje, koja se izumom pisma pretvorila u novine, zatim radio, televiziju i dalje nove medije, potiče na razmišljanje o ulozi medija u čovjekovu životu. Promjene u razvoju medija posljedično donose velike promjene i u životu svakog pojedinca. Kao jednodimenzionalan medij, što znači da ga se može samo čuti dok emitira zvuk, glas, glazbu, šum i tišinu, doživljava se kao medij sadašnjosti bez obzira emitira li program uživo ili je on prethodno snimljen. Odupirući se promjenama čovjekovih medijskih navika radio uvijek ostaje prisutan mijenjajući ulogu iz glavnog u pozadinski medij. To smatra i McLuhan (2008) koji za radio kaže da je donio velike promjene u tisku koji je do tada dominirao, a kasnije i u drami, poeziji i oglašavanju. Ono što ga čini iznimno zanimljivim je, prema McLuhanu, jest veo nevidljivosti kojim je radio prekriven, a s obzirom da ga se samo čuje, ulazi se u sasvim novi svijet u koji slušatelj poziva radijski voditelj.

U prvom dijelu rada uz povijesni razvoj radija predstavljaju se dvije radiofonije, odnosno njezina dva smjera razvoja (američka i europska radiofonija) koje danas sažete u jedan oblik čine najslušaniji i najisplativiji radijski program. Rad donosi i prikaz povijesti razvoja radija kao medija u Hrvatskoj koji je donedavno bio vjeran europskoj radiofoniji, no pod pritiskom povećanja profita poprima američke formate. Drugi svjetski rat podigao je radio na višu razinu jer se njegovo emitiranje nije zaustavilo bez obzira na teške uvjete rada, rat i razaranja. Slijedi opis radiofonije u Hrvatskoj koja je započela osnivanjem Radio Zagreba 1926. godine, a koji je kasnije, šezdesetih godina 20. stoljeća, bio mentor razvoja lokalnih radijskih postaja. Važnost radija u Hrvatskoj pokazala se u vrijeme Domovinskoga rata kada su na područjima pogođenim ratom radijske postaje djelovale iz podrumskih prostora, telefonskom linijom izravno povezani s kriznim stožerima i općinskim centrima za uzbunjivanje. Nakon osamostaljivanja Hrvatske došlo je do demokratizacije društva i medijskog prostora, a danas je radijska djelatnost detaljno uređena Zakonom o elektroničkim medijima, drugim zakonima i brojnim pravilnicima. U radu se govori i o utjecaju radija kao medija, njegovoj podložnosti politici, ulozi u kriznim situacijama i različitosti radijskoga sadržaja kroz prizmu pluralizma.

Preuzimanje rezultata i tuđih znanstveno-istraživačkih radova, zaključaka i istraživanja korišteno je u prvom dijelu rada i obrađeno metodom kompilacije. Neka od preuzetih istraživanja su Analiza društvenog utjecaja Fonda za pluralizam i raznovrsnost elektroničkih medija i povjerenja u lokalne elektroničke medije, analiza Marine Mučalo vezano za istraživanje medijskog utjecaja s naglaskom na radio, podatci Državnog zavoda za statistiku i

Agencije za elektroničke medije o broju i vrsti radijskih koncesija, rasprava o medijskoj politici Republike Hrvatske 2015 – 2020. te istraživanje o slušanosti radijskih postaja De Facto produkcije iz Zagreba. U svrhu pisanja ovog završnog rada koristili su se i podatci iz znanstvenih i stručnih radova, doktorske disertacije, raznih publikacija te internetskih izvora.

U drugom dijelu rada поближе se predstavlja Radio Baranja koji danas program emitira na širem području Grada Beloga Manastira: početci emitiranja programa 1992. godine u Osijeku, okolnosti u kojima je osnovan, povratak Radio Baranje u Beli Manastir te programska osnova temeljem koje je ishodio koncesiju za radijsku djelatnost. Podatci su prikupljeni metodom suvremenoga etnografskoga istraživanja.

U radu se pokušava potvrditi McLuhanova teza o radiju kao „bubnju plemena“ kroz njegov utjecaj na sredinu u kojoj djeluje i ljude, njegove slušatelje, koji se, isključujući druga osjetila, prepuštaju radijskoj zvučnosti. U novijoj povijesti snažne učinke radija koristili su mahom političari kako bi pridobili povjerenje svojih sljedbenika, a danas se u pravilu okreću vizualnim medijima i internetu često zaboravljajući na moć radija. Cilj je rada prikazati radio kao medij koji opstaje usprkos ubrzanom razvoju novih medija i mijenjanjem čovjekovih medijskih navika. Radio i dalje ostaje prisutan uz minimalnu tehničku zahtjevnost i najširu dostupnost zbog čega ga se može i dalje smatrati najbržim i najotpornijim medijem.

2. TEORIJSKI DIO

2.1. Povijest radija

Od trenutka kad se pojavio, smatra McLuhan (2008), radio je donio velike promjene u do tada dominantnom tisku, a kasnije u drami, poeziji i oglašavanju. Prekriven velom nevidljivosti stvara svoje neposredno obilježje – osobni doživljaj. To je prema McLuhanu „svijet neizgovorene komunikacije između autora-spikera i slušatelja“ ili simbolično rečeno, prostor kojim odzvanjaju plemenski bubnjevi. „To je urođeno prirodi toga medija, njegovoj moći da od psihe i društva napravi jednu komoru za jeku.“ (McLuhan, 2008: 265).

Na današnju lepezu radijskih postaja i sadržaja uvelike je utjecao i različit razvoj radija kao medija na europskom i američkom tlu, što se ukratko objašnjava u ovom radu. Važno je prikazati i utjecaj radija kao medija u suvremenom svijetu u kojem je informacija uvijek dostupna posredstvom različitih platformi, a njezini autori mogu biti i oni koji ih čitaju, uz naglasak na važnosti i različitosti lokalnog radija u zajednici.

Istraživanja elektromagnetizma, telegrafa i telefonije doveli su prvo do spoznaje o mogućnosti slanja valova koji su u sebi nosili poruku zrakom. Sve to zbivalo se početkom 20. stoljeća i utiralo put stvaranju radijskog medija u Americi i Europi. Stoga se, ovisno o vlasništvu i načinima financiranja, razlikuje američki i europski model radiofonije koji su se razvijali paralelno. Američki model temeljio se na privatnim tvrtkama čiji je interes bilo oglašavanje i zabavni sadržaj, a radio je postojao kao komercijalni medij. Europski model stvorio je radio kao javni servis koji štiti i promovira javni interes (Mučalo, 2010a: 101). Uzimajući za primjer današnje radijske postaje u Hrvatskoj, analizirajući njihovu vlasničku strukturu, programsku osnovu i način financiranja, može se izvesti zaključak kako su velike radijske postaje s nacionalnim ili regionalnim koncesijskim područjem preuzele karakteristike američke radiofonije, a manje postaje, one sa županijskim, lokalnim i gradskim koncesijama, zadržale izvornu europsku ulogu radija kao javnog servisa. Drugi svjetski rat podigao je radio na višu razinu jer se emitiranje nije dalo zaustaviti bez obzira na teške uvijete, rat i razaranja, a tu se po prvi puta javila i negativna strana radija - crna propaganda i manipulacija informacijama.

Upravo tim primjerom u knjizi „Razumijevanje medija“ McLuhan (2008) započinje poglavlje o radiju. On američku i europsku radiofoniju razlikuje i prema utjecaju na slušatelje, stavljajući Ameriku i Englesku na jednu stranu, pripisujući im „intenzivnu vizualnu organizaciju doživljaja“ koja je nastala pod utjecajem izloženosti pismenosti i industrijalizaciji, a na drugu

stranu „grublje i manje vizualne europske kulture“ koje su podložnije mediju radija. Usprotivio se tumačenju sociologa Paula Lazarsfelda koji je djelomično osporio učinke radija u kontekstu njegove monopolizacije u totalitarnim zemljama, navodeći pri tome Lazarsfeldovu izjavu kako „Hitler nije uspostavio kontrolu pomoću radija, nego gotovo unatoč njemu, budući da su u doba Hitlerova uspona na vlast, radio nadzirali njegovi neprijatelji.“ (McLuhan, 2008: 263). Ovakvo shvaćanje moći radija McLuhan naziva nepoznavanjem njegove prirode i učinaka, smatrajući kako je Hitler radijskim govorom u ožujku 1936. godine svoje neistomišljenike „zaveo“ zvukom plemenskog bubnja u obliku radija, produžio njihov središnji živčani sustav i osigurao dubinsko sudjelovanje uz osjećaj zajedništva i moći koje nosi plemenska organizacija. Dakle, McLuhan (2008) smatra kako Hitlerov politički uspon nije rezultat onoga što je govorio već medija kojega je za prenošenje svojih političkih ideja odabrao.

Kako su 20. stoljeće obilježila turbulentna politička zbivanja i ratovi, zanimljivo je spomenuti radio koji se pojavio u formi tajne radijske postaje. Jedni su bili tajni po svojoj lokaciji, a drugi po frekvenciji, odnosno nitko nije znao da se njihov program emitira. U određenim situacijama tajne su radijske postaje korištene i u svrhu plasiranja lažnih informacija stanovnicima okupiranih teritorija. Treba spomenuti i kasniju pojavu Community radija koji su imali suženo područje čujnosti, novinare i voditelje volontere, a financirali su se donacijama slušatelja. Povijest radija poznaje i tzv. Piratski radio, ljepše nazvan *offshore* radio. Prvi su ga osmislili Danci i emitirali s broda čak 4 godine. Osnovna postavka takvih nelicenciranih radija bila je izbjegavanje bilo kakvih ograničenja emitiranja. Pojavom televizije činilo se kako je zlatno doba radija prošlo no ipak uslijed izuma tranzistora radio postaje medij koji se može ponijet sa sobom za razliku od velike statične kutije zvane televizor. Pojava i razvoj diskografije radio su učinili posebno zanimljivim mlađoj publici, a 21. stoljeće donijelo je promjene po pitanju digitalizacije medija. I tu se radio dobro snašao, prilagodio i proširio publiku. (Mučalo, 2010a)

Na radijskom nebu dolazi do promjena u vidu vlasništva, okrupnjavanja, pojave lokalnih radijskih postaja osuđenih na tržište koje je obuhvaćao tek doseg njihova emitiranja. Počinje kategorizacija radijskog programa ovisno o njegovom sadržaju, fragmentiranje publike odnosno sadržaji koji su namijenjeni određenoj publici i dobnoj supini. I tu se vodilo idejom može li takav program zaraditi dovoljno od oglašivača. Brojni stručnjaci složili su se oko 5 osnovnih elemenata koje radijsko emitiranje treba ispuniti da bi se uopće moglo nazvati radijskim emitiranjem: upotreba radiovalova, emitiranje nekodiranog govora i emitiranje glazbe, kontinuitet i raspored emitiranja te namijenjenost javnosti uz dozvolu države (Mučalo, 2010a: 105).

2.1.1. Američka radiofonija

Povijest radija je vrlo opširna i dovoljno je izdvojiti tek nekoliko osnovnih činjenica ne umanjujući važnost ostalih sudionika u izumu radija kao medija kakvog danas poznajemo. Valja spomenuti kanadskog izumitelja Reginald. A. Fessendena koji je na Badnjak 1906. godine emitirao instrumentalnu verziju pjesme Sveta noć i pročitao nekoliko biblijskih tekstova što je čula tek nekolicina radiotelegrafista na okolnim brodovima. Bilježi se to kao prvi eterski glazbeni i govorni sadržaj. Nakon njega ostala radijska emitiranja bila su tek eksperimenti (Mučalo, 2010a: 104). Sve uvijete za radijsko emitiranje prva je ispunila radijska postaja KDKA u Pittsburgu 2. studenog 1920. godine. Kao javni servis radio je u Americi zaživio nakon šezdesetih godina prošlog stoljeća, a 1969. utemeljen je prvi Državni javni servis i Državni javni radio, ali za razliku od europskih nisu bili financirani pretplatom već su se sami snalazili na tržištu. Ideja javnog informiranja izgubila se pod utjecajem donatora koji su izravno utjecali na programski sadržaj. Američka radiofonija sastojala se ponajviše od glazbe koja je činila malo više od 70% programa, a ostatak je otpadao na informativne, vjerske, zdravstvene i zabavne sadržaje. Krenulo je umrežavanje radija što je donosilo kvalitetnije i raznovrsnije sadržaje i brojne oglašivače. Svojom zaraznom prisutnošću postao je član kućanstva do te mjere da se dnevni ritam prilagođavao rasporedu radijskih emitiranja (Mučalo, 2010a: 163). Radijski uređaji postali su i neizostavni dio automobila

2.1.2. Europska radiofonija

Već je spomenuto kako je temeljna razlika između američke i europske radiofonije u komercijalnom odnosno javnom karakteru radijskih postaja. Tek je kasnije otvoren medijski prostor za komercijalne radijske programe, a monopolizam državnih servisa je ukinut. Naime, početkom 20. stoljeća europska radiofonija bila je opterećena političkim previranjima i ratovima. Naglasak je bio na radiju kao mediju koji služi državi i njenim građanima kao javni servis, financira se pretplatom slušatelja i nema potrebu za dodatnim oglašavanjem. Sadržaji su bili ograničeni i bazirali su se na informiranju, obrazovanju i zabavi. Takvom obliku radiofonije pogodovala je činjenica da je radijska frekvencija bila vlasništvo države koja je temeljem Sporazuma o korištenju frekvencije, sklopljenog u Ženevi 1926. godine, dodjeljivala koncesije za emitiranje radijskih programa. U ulozi javnog servisa predvodnik je bio BBC.

2.2. Radio u Hrvatskoj

Radiofonija u Hrvatskoj započela je osnivanjem Radio Zagreba koji je kasnije, šezdesetih godina 20. stoljeća bio mentor razvoja lokalnih radijskih postaja u Dubrovniku, Osijeku, Splitu, Puli i Rijeci. Kasnije su se lokalne radijske postaje razvijale izvan Radio Zagreba, a osnivala su ih narodna i radnička sveučilišta, poduzeća, centri obrazovanja i lokalna uprava. Tih prvih godina hrvatska radiofonija bila je zakonski ograničena zbog političkih previranja i zaštite države od svakog drugačijeg mišljenja u odnosu na trenutni gospodarski poredak. No, eter nije bio tih. Po svim ograničavajućim zakonima djelovali su radioamateri. Radio Zagreb s emitiranjem započinje 1926. godine, no prije početka prvog službenog emitiranja prethodilo je ishođenje potrebne dokumentacije, dozvola, postavljanje odašiljača i ostale opreme. Uvjeti su bili strogo ograničeni zakonom, no ipak 15. svibnja 1926. godine u 20,30 sati program je počeo himnom Lijepa naša koju je na klaviru odsvirao Krsto Odak, a prvi glas bio je onaj spikerice Božene Begović. Osnovu radijskog programa činila je glazba. Sami početci radija osim informativnom programu prostor su dali i radio dramama (Mučalo, 2010a). Razvoj radija u Hrvatskoj s tehničke je strane pratio Europu i svijet, ali komercijalizacija radijskog etera išla je sporo, postupno se povećavao broj slušatelja, trajanje koncesije, snaga odašiljača i trajanje programa ovisno o mogućnostima realizacije i uvjetima proizvodnje (Mučalo, 2010a: 134). Šezdesetih se godina prošloga stoljeća u Hrvatskoj se javila ideja o osnivanju lokalnih radijskih postaja koje bi djelovale izvan sustava Radio Zagreba. „Bila je riječ o političkoj odluci kojom je procijenjeno da bi lokalni radio mogao značajno doprinijeti afirmaciji aktualne ideologije i pratećih političkih promišljanja.“ (Mučalo, 2010b: 170). Mučalo, dakle, smatra kako je osnivanje lokalnih radijskih postaja u ruralnim sredinama bila zapravo politička ideja kojom bi se stvorio medij za plasiranje političkih ideja, u tom vremenu ideje bratstva i jedinstva, bez suvišnog propitkivanja i kritičkog promišljanja. Nadalje, Mučalo ističe kako je postojao još jedan cilj osnivanja radija - unaprjeđenje kvalitete kulturnog života kroz radio koji je u takvim sredinama bio njihovo ishodište.

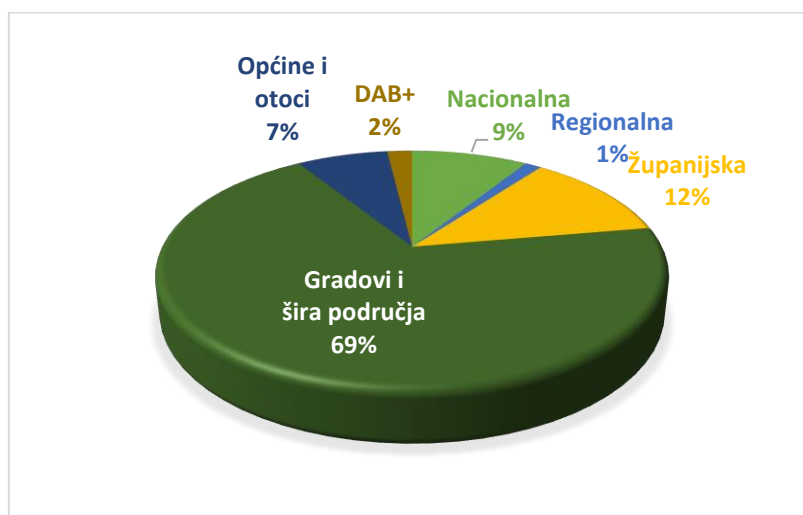
Važnost radijskih postaja u Hrvatskoj pokazala se u vrijeme Domovinskoga rata kada su na područjima pogođenim ratom radijske postaje djelovale iz podrumskih prostora telefonskom linijom direktno povezani s kriznim stožerima i općinskim centrima za uzbunjivanje. O tome će kasnije u radu više biti riječi na primjeru lokalnog Radija Baranja. Rasporedi emitiranja oslobodili su se za hitne obavijesti i novinarske izvještaje te postali ratni programi kojima je glavni cilj bio upozoriti stanovništvo na opasnosti. Nakon osamostaljivanja Hrvatske došlo je do demokratizacije društva i medijskog prostora. Trebalo je vremena za uređenje poslovanja

radijskih nakladnika kao trgovačkih društava, čekalo se zakonodavno uređenje ovlasti, dobivanja koncesija, trajanje koncesije i slično. Zakon o telekomunikacijama kojim su uređeni vlasnički odnosi i propisane obveze koncesionara uz neka danas uobičajena programska načela donesen je 1994. godine. Za nadzor je bilo zaduženo Vijeće za telekomunikacije. Zakon o telekomunikacijama koji je najviše bio usmjeren usklađivanju s europskim zakonodavstvom uslijedio je pet godina kasnije, 1999. godine. Osnovan je Hrvatski zavod za telekomunikacije i Vijeće za radio i televiziju. U novo stoljeće Hrvatska ulazi sa 126 radijskih postaja, od toga 3 na nacionalnoj razini, županijska razina imala je 17 regionalnih radija, a 103 su bile lokalne radijske postaje. 2003. godine donosi se Zakon o električnim medijima kojim se uređuje minutaža informativnog sadržaja, postotak vijesti i obavijesti s područja koncesije te reklamna minutaža. Krovnom institucijom imenovana je Agencija za elektroničke medije (AEM), samostalna i nezavisna pravna osoba koja obavlja poslove za Vijeće za elektroničke medije (VEM) kao neovisnog regulatornog tijela u području elektroničkih medija u Republici Hrvatskoj. Zakon je donio i jednu novinu, a to je Fond za poticanje pluralizma i raznovrsnosti elektroničkih medija koji sredstva iz državnog proračuna, temeljem odredbi Zakona o HRT-u, preusmjerava na financiranje sadržaja od javnog interesa (AEM, 2020). Dolazak recesije uvelike je utjecao i na radijske nakladnike koji su gurnuti na marginu oglašivačke industrije, a nemali broj postao je ovisan upravo od sredstvima Fonda i jedinica lokalne/regionalne samouprave.

Pravilnik o sadržaju i postupku obavijesti o namjeri davanja koncesija za obavljanje djelatnosti pružanja medijskih usluga televizije i radija kojega je donijelo Vijeće za elektroničke medije (VEM, 2013) propisuje dodjeljivanje koncesija za obavljanje radijske djelatnosti na rok od minimalno osam do najduže petnaest godina ovisno o broju stanovnika na području pokrivenosti. Osim radijskih postaja s nacionalnom koncesijom, Agencija za elektroničke medije podijelila je radijsko tržište prema regijama i vrstama koncesije. Regionalna podjela obuhvaća Sjevernu Hrvatsku, Zagreb i Zagrebačku županiju, Dalmaciju, Istru i Primorje, Slavoniju te Liku, Pokuplje i Banovinu. Po koncesiji radijske postaje podijeljene su na one manjih gradova i općina, većih gradova, regionalne i županijske radijske postaje. Svako koncesijsko područje nosi različite tržišne mogućnosti ili nedostatke, no istraživanja AEM-a pokazuju kako je glavni nedostatak radija manjak sredstava uslijed malog broja oglašivača (AEM, 2015: 65). Broj radijskih postaja može se saznati iz Knjige pružatelja medijskih usluga radija u kojoj su naznačeni, između ostalog, naziv radijske postaje, sjedište, koncesijsko područje, vlasnička struktura, vrste medija i programa te status profitnosti ili neprofitnosti.

Osim Knjige u koju se nakladnik upisuje po dobivanju koncesije, broj radijskih postaja vidljiv je i u izvješću Državnog zavoda za statistiku (DZS). Temeljem Zakona o službenoj statistici nakladnici radija obvezni su podnositi „Godišnji izvještaj radija“ za istraživanje čiji je cilj dobivanje podataka o aktivnostima radiopostaja na području Republike Hrvatske. Prema takvom izvješću iz 2021. godine, izvještaje je dostavila 121 radiopostaja od kojih su 4 programom pokrivala cijelu državu, 12 radijskih postaja su bile regionalne i 105 lokalne (DZS, 2022). Knjiga pružatelja medijskih usluga radija objavljena na internetskoj stranici AEM-a i broji ukupno 155 radijskih postaja od kojih je 14 s nacionalnom koncesijom, 2 regionalne, 19 županijskih, 108 radijskih postaja u gradovima i na širem gradskom području te 11 radijskih postaja koje program emitiraju u općinama i na otocima. Jedan je radio s digitalnom koncesijom, Radio Tvornica iz Zagreba¹, 15 radijskih postaja s neprofitnim statusom, ostalih 140 su komercijalni nakladnici. Moguća su manja odstupanja u odnosu na stvarni broj s obzirom na upis novih i višestruko koncesijsko područje. Primjerice, VEM u objavi o dodijeljenim prvim DAB+ koncesijama iz veljače 2022. godine uz Radio Tvornicu j.d.o.o. navodi još dvije digitalne koncesije koje su dodijeljene tvrtkama My Power Station j.d.o.o. i Nacional News Corporation d.o.o. (AEM, 2022.) U Hrvatskoj program emitiraju i 3 radijske postaje javnog servisa s nacionalnom i osam postaja sa županijskom koncesijom koje djeluju u sklopu javne ustanove Hrvatske radiotelevizije, a njihova je djelatnost definirana Zakonom o Hrvatskoj radioteleviziji.

Grafikon 1. Radijski nakladnici u Hrvatskoj prema vrsti koncesije (AEM, 2022)



Izvor: izrada autora

¹ Digitalna regija DB0-DC0 (Međimurska, Varaždinska, Koprivničko-križevačka, dio Bjelovarsko-bilogorske, Krapinsko-zagorska, Grad Zagreb, Zagrebačka, dio Sisačko-moslavačke, Karlovačka, dio Primorsko-goranske županije)

2.2.1. Zakonodavni okvir

Medijska djelatnost u Republici Hrvatskoj regulirana je s nekoliko zakona i pravilnika. Uz Zakon o Hrvatskoj radioteleviziji i Zakon o Hrvatskoj izvještajnoj novinskoj agenciji, prava i obveze medija propisane su Zakonom o medijima i Zakonom o elektroničkim medijima. Sukladno posljednjem, osnovana je Agencija za elektroničke medije kao „neovisno regulatorno tijelo koje promiče javni interes i pluralizam medija, stručnim i transparentnim djelovanjem opravdava povjerenje javnosti, potiče medijsku pismenost, stvara uvjete za proizvodnju kvalitetnog hrvatskog audiovizualnog sadržaja te osigurava ravnopravne uvjete za razvoj medija i medijskih sloboda.“ (AEM, 2021). Pri AEM-u djeluje Vijeće za elektroničke medije koje je dodatno reguliralo medijsku djelatnost s dva pravilnika: Pravilnik o Fondu za poticanje pluralizma i raznovrsnih elektroničkih medija (AEM, 2013) i Pravilnik o minimalnim uvjetima za obavljanje audio i audiovizualnih medijskih usluga i vođenju očevidnika (VEM, 2014).

Uz sve navedeno, tu su još i razne Odluke i Pravila, zakoni povezani uz autorska prava, medijska oglašavanja, Zakon o audiovizualnim djelatnostima, igrama na sreću, državnim potporama, a s obzirom na članstvo u Europskoj uniji valja se držati i međunarodnih pravnih propisa, primjerice Zakona o potvrđivanju raznih Europskih sporazuma, zaključaka Vijeća Europe o medijskoj pismenosti i drugih akata.

Ministarstvo kulture i medija (2019) dotaknulo se, u Strateškom planu za razdoblje 2020.-2022. godine, razvoja kulturnog i umjetničkog stvaralaštva i proizvodnje kroz unaprjeđenje audiovizualnih djelatnosti medija. Među ostalim, u dokumentu se napominje kako je Agencija za elektroničke medije postala proračunski korisnik resornog Ministarstva, a njen Fond za poticanje pluralizma i raznovrsnosti elektroničkih medija, koji se financira s 3% prihoda od RTV pristojbe, potiče proizvodnju i objavljivanje audiovizualnih i radijskih programa nakladnicima na lokalnoj i regionalnoj razini te neprofitnim nakladnicima i pružateljima medijskih usluga (Ministarstvo kulture i medija, 2019: 33). U navedenoj Strategiji nije planirano povećanje sredstava AEM-u za Fond u narednom razdoblju. (Ministarstvo kulture i medija, 2019: 35)

Kako bi nakladnik na teritoriju Republike Hrvatske mogao započeti radijsku djelatnost u analognoj i digitalnoj tehnologiji putem zemaljske mreže odašiljača mora ishoditi koncesiju za obavljanje djelatnosti pružanja usluge, a čiji postupak provode VEM i Hrvatska regulatorna agencija za mrežne djelatnosti (HAKOM).

Postupak je propisan dvama zakonima: Zakonom o elektroničkim medijima i Zakonom o koncesijama te će, nakon utvrđivanja postojanja tehničkih uvjeta i slobodnih frekvencija, AEM raspisati javni natječaj, donijeti Odluku o dodjeli iste i nakladnika upisati u Knjigu pružatelja medijskih usluga radija (AEM, 2022). Naravno, prije dodjele koncesije dobro će se ispitati postoji li uopće javni interes za radijskom postajom na određenom području.

Uvriježeno je mišljenje kako samo djelovanje postaja javnog servisa podliježe zakonskoj regulativi. Naime, svaka radijska postaja koja obavlja djelatnost na osnovu dobivene koncesije, dužna je i obvezna poštivati programsku osnovu koju je priložila prilikom ishoda dozvole za rad. ZEM propisuje kako svaka programska osnova mora sadržavati programsku shemu koja određuje vrstu radijskog programa, maksimalni opseg oglasnog sadržaja, opseg vlastitih i udio hrvatskih audio sadržaja, točno vrijeme objavljivanja i drugo. Od navedenog dopušteno je odstupanje tek 10%, a za veća odstupanja radijski nakladnik dužan je tražiti suglasnost VEM-a. Radijski je sadržaj upravo na ovaj način reguliran zakonom, a kršenje zakonskih odredbi i pravila u praksi često dovodi do opomena, zabrane emitiranja na određeno vrijeme ili čak oduzimanja koncesija koja je dana, ovisno o broju slušatelja, na osam, deset, petnaest ili više godina. Zakon vrlo precizno regulira dopuštene oglasne sadržaje i njihovo trajanje, političku promociju i oglašavanje tijela državne uprave i pravnih osoba u vlasništvu Republike Hrvatske koje su dužne 15% godišnjeg iznosa namijenjenog promidžbi utrošiti na oglašavanje na regionalnim i lokalnim nakladnicima.

Agencija za elektroničke medije potiče proizvodnju radijskih programa kroz Fond za poticanje pluralizma i raznovrsnosti elektroničkih medija, a sredstva su izdvojena iz RTV pristojbe u iznosu od 3%. Pravilnik o dodjeli sredstava iz Fonda isto tako jasno definira radijske sadržaje koji se mogu sufinancirati, a nakon što se sredstva dodjele, radijski nakladnici moraju poštivati vrlo stroga pravila u načinu realizacije emisije, odabiru tema, sugovornika, posebno paziti na trajanje emisije, broj i vrijeme emitiranja te govorni udio u ukupnom trajanju emisije. Samo iz ova dva zakona i pravilnika o provođenju istih, vidljivo je kako je radijska djelatnost u velikom mjeri uređene i ograničena.

2.2.2. Utjecaj radija

O medijskom utjecaju počelo se razmišljati tridesetih godina 20. stoljeća te je zaklada Rockefeller financijski poduprla istraživanje medijskog utjecaja s naglaskom na radio. „Istraživanje je pokazalo kako je utjecaj radija na društvo velik, ima sposobnost kreiranja društvenih trendova i ima veliki potencijal.“ (Mučalo, 2010b: 167).

Gotovo da nema adekvatnih istraživanja slušanosti i utjecaja radija kao medija, smatra ga se nezanimljivim, zastarjelim i pozadinskim medijem. Analizirajući istraživanje povjerenja u medije Mučalo (2010b) je zapazila vrlo vrijedne rezultate koje je postigao radio kao medij.

Osim javnog servisa tj. Hrvatskog radija, svi ostali radijski sadržaji su besplatni, a kada uzmemo u obzir da radio u Hrvatskoj ima gotovo svako kućanstvo i svako vozilo možemo reći da je upravo radio najrasprostranjeniji i najdostupniji medij jednostavan za upotrebu. Najpoželjnijim sadržajima označeni su domaća glazba, zabavne teme, kratki informativni sadržaji. Slušateljima je najvažnije bilo jasno i precizno izvještavanje, emisije sa širokim izborom tema, redovita objava važnih vijesti, komentari važnih zbivanja. Izrazito visok stupanj nezainteresiranosti iskazan je za teme iz znanosti, kulture i obrazovanja. Najčešće praćeni sadržaji su unutarnja politika koju redovito prati oko 43% i vanjska politika koju prati oko 36% svih ispitanika.

Kratke informativne emisije i obavijesti najpoželjniji su sadržaji radijskog programa jer imaju naglašenu aktualnost, tipiziran jezik i najčešće neutralnu interpretaciju. Ne prati ih nikakav komentar niti izražen osobni novinarski stav što dodatno pojačava dojam distanciranosti prema sadržaju i nepristranost u izboru. „Slušatelji očito preferiraju vrstu informiranja u kojem sami mogu zaključivati, stvarati stavove i donositi sudove.“ (Mučalo, 2010b: 10).

Stručnjaci i dalje vjeruju da je radio najbrži medij, odnosno da za razliku od drugih medija kojima je potrebna priprema, radio može plasirati vijest ubrzo nakon dobivene informacije. Osim toga, smatraju da je radio vjerodostojniji medij od interneta na kojem se često objavljuju neprovjerene i nepouz dane informacije, nerijetko i od nepoznatih autora. Nadalje, smatraju da je općenito visoka razina neovisnosti radijskih postaja, no da su ipak manje i lokalne radio postaje izložnije većim pritiscima političara ili gospodarstvenika koji djelomično financiraju njihov rad.

Riječ *radio* potječe od latinske riječi *radius* što znači zraka ili *radiare* što znači zračiti, isijavati. Ujedno je i jednodimenzionalan medij, odnosno možemo ga samo čuti dok emitira zvuk, glas, glazbu, šum i tišinu.

Doživljavamo ga kao medij sadašnjosti bez obzira emitira li program uživo ili je on prethodno snimljen. Također, na radio gledamo kao na intiman medij. Tu tvrdnju dokazuje činjenica da se slušatelji vole ispovjediti radiju kontaktom u emisijama. S druge strane, radio ne zahtjeva kontinuitet slušanja već dopušta slušateljima da se uključe i isključe iz programa kad god to zažele. Ležeran je i slušamo ga usputno dok radimo neki drugi posao. Prepoznao je to i McLuhan koji za radio kaže kako sa slušateljem uspostavlja osobni, privatan i intiman kontakt te da svi „tehnički proizvođači nas samih moraju biti obamrli i podsvjesni, inače ne bismo mogli izdržati utjecaj koji na nas ima takav produžetak.“ misleći na radio kao produžetak čovjekova središnjeg živčanog sustava koji se jedino može mjeriti s ljudskim govorom (McLuhan, 2008: 267). On radiju pripisuje magičnost pomoću koje riječi dobivaju novo značenje, a sve ono što jeziku oduzima tisak, radio mu vraća. Isto tako, svijet smanjuje na dimenzije sela, ali ga ne homogenizira, već upravo suprotno: „Radio nije samo moćni buditelj arhaičnih uspomena, snaga i neprijateljstva, nego i decentralizirajuća, pluralistička sila, kao što su i sva električna energija i mediji.“ (McLuhan, 2008: 270). Ovisno o zasićenosti naših osjetila određenim medijem, „hladan“ ljudski govor može se zagrijati ponovljenom reprodukcijom na radiju što ga svrstava u McLuhanovu kategoriju „vrućih medija“. Slušajući radio visoko su zasićena naša osjetila i ono zahtjeva određenu razinu sudjelovanja slušatelja.²

² McLuhan (2008) medije dijeli na "vruće" i "hladne" ovisno o zasićenost osjetila informacijama koje medij dostavlja korisniku. Vrući medij svojim informacijama visoko zasićuje osjetila, dok hladan medij prenosi vrlo malo informacija i ostavlja korisniku prostora za nadopunjavanje.

2.3. Lokalni radio u Hrvatskoj

Ranije u radu spomenuto je kako prema Knjizi pružatelja medijskih usluga radija u Hrvatskoj postoji 155 radijskih postaja, od čega je 119 lokalnih, odnosno gotovo 78%. Upravo zbog interesa slušatelja, najveći broj radijskih postaja je s lokalnom koncesijom i to su uglavnom postaje gradova i njihovih širih područja (108) te radijske postaje u općinama ili na otocima (11). Osim o koncesiji, radijski sadržaj ovisi u velikoj mjeri o financijskim sredstvima koja uvjetuju broj zaposlenih i način rada svake pojedine radijske postaje. O njenoj popularnosti na određenom lokalnom području odlučuje dinamika programa, sadržaji, brzina i vjerodostojnosti, glazba i kvalitetan voditelj koji znanjem i umijećem pridonosi atmosferi u eteru. Problem nastaje kada lokalne radijske postaje zbog nedostatnih sredstava zapošljavaju nestručne osobe i ne ulažu u njihovo usavršavanje i medijsku pismenost.

Često od voditelja možemo čuti nepravilnosti u govoru u odnosu na hrvatski standardni jezik, a nerijetko i svjedočiti kršenju etike novinarstva. Ono što posebno zabrinjava je činjenica kako su manje i lokalne radio postaje izložene pritiscima političara ili gospodarstvenika koji nerijetko financiraju njihov rad. Potvrđeno je to i istraživanjem koje je za AEM provela Agencija Ipsos: „Taj pritisak ne rezultira nižom kvalitetom tih postaja, već nižom razinom objektivnosti, u smislu da priloge koje emitiraju rade kvalitetno, no, primjerice, neće prezentirati vijesti koje bi mogle biti štetne ili negativne za ljude ili poduzeća koja ih financiraju.“ (AEM, 2018: 7).

Prema tom istraživanju najslušanije radijske postaje su one koje su se u potpunosti prilagodile potrebama slušatelja, a riječ je o formatiziranim programima koji s druge strane brišu jedinstvenost i prepoznatljivost radijskih postaja.

Radijsko novinarstvo u praksi puno je više od samo voditeljskog posla čitanja radijskog sadržaja u eter. Voditelji su vrlo često, na manjim radijskim postajama, novinari, urednici različitih emisija, administratori internetskih stranica, tonski realizatori, glazbeni urednici i slično. Naziva se to i *One Man Show* kada jedna osoba radi na nekoliko pozicija - kao tehničar, glazbeni urednik i voditelj. Digitalizacijom je radijski posao, ako uzmemo za primjer kako su se pripremale vijesti, puštala glazba ili pripremale emisije prije postojanja interneta, računala, CD-ova, mp3 formata i dr., olakšan, dinamičniji i svakako brži i pristupačniji. Radio nije više rezerviran samo za visoko kvalitetno opremljene prostore već ga danas može registrirati svatko tko ispuni zakonske uvijete i ishodi dozvolu za rad. Uz *One Man Show* više nije potrebno mnogo djelatnika, a radijski se sadržaj može proizvoditi i s jednim do dva zaposlena, no s pravom se tada može raspravljati o tome koliko je takav djelatnik podjednako kvalitetan u svim poslovima

koje obavlja. Prelazak na digitalnu tehniku i tehnologiju trebao je smanjiti fizički dio posla, osloboditi kreativne kapacitete i ojačati programe, ali to se nije dogodilo. Krenulo je umrežavanje lokalnih i regionalnih radijskih postaja nauštrb sadržaja i kreativnosti. Isti ili gotovo isti sadržaj emitira se na većini radijskih postaja, a minimalna ulaganja donose maksimalne prihode na štetu slušatelja i nakladnika. Na malim, lokalnim radijskim postajama koje nisu umrežene nedostaju prihodi kojima bi se povećali broj djelatnika i kvaliteta sadržaja.

2.3.1. Vlasnička struktura

Radijske postaje u Hrvatskoj mogu biti u privatnom vlasništvu jedne osobe, vlasništvu podijeljenom među dioničarima i udjeličarima, kombiniranom vlasništvu te vlasništvu lokalne samouprave, institucija i dr. Ako nisu izričito neprofitne, radijske postaje djeluju komercijalno, odnosno financiraju se od prodaje oglasnog prostora i drugim aktivnostima u sklopu radijske djelatnosti (Ministarstvo kulture i medija, 2015: 14-15).

Mučalo (2020) navodi kako je komercijalizacija radija krenula krajem prošlog stoljeća privatiziranjem postojećih i osnivanjem novih radijskih postaja te je uslijedilo uređivanje zakonodavnog okvira njihove djelatnosti. Osnivači privatnih komercijalnih radija uzdali su se tada u tržište i oglašivače kao osnovnog izvora svojih prihoda. U godinama koje su uslijedile počelo se govoriti o medijskoj politici i doneseni su medijski zakoni. „Usprkos najavama i obećanjima, pune tri godine Vlade za domaći medijski sustav zapravo je učinjeno malo. Tek u veljači 2020. godine u javnu raspravu ušao je novi Zakon o elektroničkim medijima.“ (Mučalo, 2020: 94). Tome u prilog ide činjenica kako se o medijskoj politici, strategijama i zakonu mahom raspravljalo i bez konkretnih odluka. Jedna takva rasprava o medijskoj politici Republike Hrvatske 2015 – 2020 donijela je „Nacionalni izvještaj o medijima“ koji je pokazao postojanje 63% komercijalnih radija, 36% javnih i tek 1% neprofitnih.

Najveći dio komercijalnih radija je u vlasništvu jedinica lokalne i područne samouprave. Ponekad se, stoji u izvještaju Ministarstva kulture i medija (2015), u vlasničkoj strukturi pojave i pravne osobe u vlasništvu tih gradova. Vlasničku strukturu kod nekih radija čini još i u manjim udjelima više osoba. „Uz predstavnike lokalnih poslovnih struktura, novinara i urednika ili uprave radija, manjinski dioničari – partneri lokalnih radija u većinskom javnom vlasništvu mogu biti povezani i s političko - stranačkom sferom“ (Ministarstvo kulture i medija, 2015: 10).

2.3.2. Pluralizam i politički utjecaj

Alat kojim se na razini Europske unije procjenjuje rizik kojemu su izloženi pluralizam i sloboda medija je projekt pod nazivom *Media Pluralism Monitor*. Rizici se procjenjuju temeljem četiri tematske cjeline: osnovnu zaštitu, tržišni pluralizam, političku nezavisnost i društvenu uključivost. Prema rezultatima za 2021. godinu (Bilić, Valečić, Prug, 2021: 4) procijenjen je srednji rizik u područjima osnovne zaštite (41 %), društvene uključivosti (61 %) i političke nezavisnosti (61 %), dok je u području tržišnog pluralizma rizik visok i iznosi 71 %. Pri tome treba istaknuti kako osnovna zaštita podrazumijeva zaštitu slobode i izražavanja, prava na pristup informacijama, novinarsku profesiju, nezavisnost i učinkovitost medijskog regulatora te doseg tradicionalnih medija i pristupa internetu. Kategorija tržišnog pluralizma uključuje transparentnost medijskog vlasništva, provođenje tržišnog natjecanja te komercijalni i vlasnički utjecaj na urednički sadržaj. Politička nezavisnost pak podrazumijeva uredničku autonomiju, audiovizualne medije, online platforme i izbore, održivost medija, regulacija resursa i potpora te nezavisnost upravljanja i financiranja javnog servisa. Društvena uključivost istražuje pristup manjina, žena i lokalne zajednice u medijima, medijsku pismenost i zaštita protiv nezakonitog i štetnog sadržaja. Zaključuje se, između ostalog, kako je zakonski okvir kojim se štite prava novinara neadekvatan, slaba je i stereotipizirana zastupljenost žena, prevelik je utjecaj Parlamentarne većine na nominiranje i postavljanje članova VEM-a, ne postoji sveobuhvatna strategija promicanja medijske pismenosti, visok je rizik političkog utjecaja na uredničku autonomiju, a zbog pandemije bolesti COVID-19 ulaganje u oglašavanje palo za 15 posto u razdoblju 2019. - 2020. godine (Bilić, Valečić, Prug, 2021: 7).

Sredinom 2020. godine Hrvatsko novinarsko društvo (HND) i Savez novinara Hrvatske (SNH) organizirali su forum o medijskim politikama „A novinarstvo?“ koji je okupio predstavnike struke i političkih stranka koje su izlazile na predstojeće parlamentarne izbore. Rečeno je kako u Hrvatskoj prevladava dojam kako su novinari krivi za sve, a što onda ukazuje na određeni društveni poremećaj (HND, 2019). Jedna od osnova medijskog pluralizma je politička nezavisnost i zbog toga se o pluralizmu medija mnogo govori. Dr. sc. Paško Bilić s Instituta za razvoj i međunarodne odnose, voditelj hrvatskog tima projekta koji prati medijski pluralizam, za politički utjecaj kaže kako on postoji tamo gdje nema mehanizama da se isti smanji ili da se osigura politička nezavisnost. „Činjenica da se na brojne funkcije (od javnog servisa do glavnog regulatora) biraju pojedinci običnom većinom u Saboru ostavlja previše prostora za utjecaj vladajućih stranaka.“ piše Bilić i naglašava kako pluralitet medija treba biti pokazatelj demokratskog dosega svih političkih strane, a ne stranačkog opredjeljenja (Bilić,

2020). Zakonodavstvo koje osigurava medijski pluralizam postoji, no potrebna je, smatra Bilić, politička volja i konsenzus društva za postizanje njegove više razine. Prema praćenju medijskog pluralizma, Statuti medija i Etički kodeks Hrvatskog novinarskog društva pokazuju se neučinkovitima u kontroli političkog utjecaja (IRMO, 2020). Ovo istraživanje samo je potvrdilo rezultate analize društvenog utjecaja Fonda za pluralizam i raznovrsnost elektroničkih medija kojega je naručila AEM 2018. godine, a koja je pokazala kako veliki broj građana nema povjerenje u lokalne elektroničke medije i to zbog prilagođavanju trenutnim političkim okolnostima te političke ovisnosti koja se manifestira nedostatkom vjerodostojnosti (AEM, 2018: 75). Lokalni mediji, posebno male lokalne radijske postaje, nemaju dovoljno tržišnih mogućnosti za ostvarivanje prihoda, a gospodarski se subjekti najčešće okreću nacionalnim i regionalnim radijskim postajama, zaboravljajući pri tome snagu lokalnog radija. „U analognoj tehnologiji uvijek postoje „mali“, odnosno lokalni radiji (općina, grad) i „veliki“ (županija, regija, država). Očekivano, veći i snažniji signalom uvijek „pokrivaju“ manje, ali radio županijske razine može emitirati na gospodarski nerazvijenijem području od grada u kojem emitira lokalni radio. Dopuštanjem umrežavanja lokalnih radija i osnivanjem Fonda za pluralizam činilo se da je zakonodavac prepoznao probleme „lokalaca“ i da im želi pomoći da ih prebrode. Međutim, Fond su pod istim uvjetima nastavili koristiti svi, veliki i mali radiji.“ (AEM, 2018: 95). Ukoliko država, odnosno zakonodavac, nije u mogućnosti prepoznati važnost jačanja lokalnih medija kao tzv. medija zajednice, u ovom slučaju radija, ostavlja prostora urušavanju medijske autonomije kroz političku zavisnost. Često na svoju štetu, lokalni mediji rade na rubu egzistencije, čvrsto se držeći za ruku s aktualnom političkom opcijom.

Radna skupina Ministarstva kulture koja je pripremala materijal za raspravu o medijskoj politici citirala je Sinišu Bogdanića iz Udruge Radio Mreža koji je rekao kako lokalne radijske postaje u privatnom vlasništvu koje na tržištu djeluju samostalno ostavljaju dojam neovisnosti, ali su kao takve podložne utjecaju politike i pritiscima države. Zbog toga se, smatra, financiraju mahom reklamama javnih i komunalnih poduzeća, a koja su gotovo uvijek pod kontrolom političara na vlasti što nas, izvučeno iz konteksta, dovodi do zaključka kako su lokalne radijske postaje sufinancirane od strane lokalnih političara (Ministarstvo kulture i medija, 2015: 14). Iako se prema svom obliku komercijalne radijske postaje trebaju financirati vlastitim sredstvima, one najčešće ovise o oglašivačima koji su toga svjesni i vješto, u svoju korist, manipuliraju cijenama oglašavanja na tržištu. Kada se tome doda državni, županijski ili općinski udio u vlasničkoj strukturi, za pretpostaviti je da postoji politički pritisak kroz uvjetovanje oglašavanja, razne pogodbe ukoliko postaje koriste javne prostore ili im javna

poduzeća pokrivaju dio režijskih troškova. To je najčešći oblik kojim politika, kroz javna i komunalna poduzeća, „drži na kratkoj uzici“ lokalne radijske postaje u stranačko političkim nadmetanjima (Ministarstvo kulture i medija, 2015: 15).

Kunac i Roller (2015) smatraju kako u Hrvatskoj nije prepoznata mogućnost iskorištavanja medija koji su većinski ili dijelom u javnom vlasništvu, a mogli bi djelovati kao javni mediji i na taj način sadržajno se odvojiti od komercijalnog radija koji često ne djeluje ili ne zadovoljava u potpunosti javni interes. Dodaju kako nema točnih podataka o financiranju medija sredstvima lokalne samouprave jer se ono odvija kao rezultat dogovora, a ne natječaja, „...novinari-istraživači utvrdili su da je u 2012. godini iz lokalnih proračuna za medije izdvojeno više od 40 milijuna kuna. Ovaj tip „pomoći“ lokalnih vlasti, s obzirom na još uvijek nisku razinu političke kulture, izravno se odražava na objektivnost informiranja o njihovom radu. Dodatna „poluga“ moći politike u odnosu na lokalne radiopostaje jest i oglašavanje tvrtki u vlasništvu lokalnih uprava (javna i komunalna poduzeća), koje za mnoge nakladnike koji emitiraju na malom, gospodarski slabo razvijenom području, predstavlja jedinu ili rijetku mogućnost zarade.“ (Kunac, Roller, 2015: 864).

Analizom rezultata istraživanja koje je provela Agencija Ipsos Puls 2014. godine za AEM s ciljem utvrđivanja društvenih učinaka financijske potpore Fonda za poticanje pluralizma i raznovrsnosti elektroničkih medija lokalnim televizijskim i radijskim nakladnicima, može se zaključiti kako su lokalne radiopostaje ovisne o politici.

Kao takve one ne mogu ispunjavati svoju funkciju političkog korektiva niti nadzirati društvena događanja u cjelini, preispitivati rad dužnosnika, pokretati teme i propitivati probleme od općeg javnog interesa. Slijedom toga „građani ne vjeruju da je izvještavanje u radijskim programima objektivno, relevantno i sveobuhvatno, nego drže da je „prilagođeno“ onome što žele čuti lokalne političke elite“ (Kunac, Roller, 2015: 871).

Medijski stručnjaci često govore o važnosti lokalnih medija upravo zbog toga što slušateljima pružaju lokalne informacije. „To je ujedno i glavna prednost lokalnih radio postaja, one nude sadržaj koji je potreban slušateljima, a nije dostupan na nacionalnim/regionalnim radio postajama.“ (AEM, 2018: 7). Dakle, možemo zaključiti kako je upravo zbog interesa slušatelja, najveći broj radijskih postaja s lokalnom koncesijom. No, sadržaji koje emitiraju u velikoj su mjeri ovisni o financijskim sredstvima koja uvjetuju broj zaposlenih i način rada svake pojedine radijske postaje.

Za njenu popularnosti na određenom lokalnom području zadužena je dinamika programa, sadržaji, brzina i vjerodostojnosti, glazba i kvalitetan voditelj koji znanjem i umijećem pridonosi atmosferi u eteru.

Problem nastaje kada lokalne radijske postaje zbog nedostatnih sredstava zapošljavaju nestručne osobe i ne ulažu u njihovo usavršavanje i medijsku pismenost. Kada se tome doda politički pritisak, rezultat nije nužno niža kvaliteta lokalnih radijskih postaja, već niža razina objektivnosti „u smislu da priloge koje emitiraju rade kvalitetno, no, primjerice, neće prezentirati vijesti koje bi mogle biti štetne ili negativne za ljude ili poduzeća koja ih financiraju.“ (AEM, 2018: 8). Takvo stanje nastoji ublažiti Agencija za elektroničke medije poticanjem proizvodnje radijskih programa kroz Fond za poticanje pluralizma i raznovrsnosti elektroničkih medija, za koji su sredstva izdvojena iz RTV pristojbe u iznosu od 3%. Pravilnik o dodjeli sredstava iz Fonda jasno definira radijske sadržaje koji se mogu sufinancirati. Riječ je o radijskim programima od javnog interesa i osobite važnosti, a uključuju pravo na javno informiranje, razvoj znanosti, obrazovanja, kulturne raznolikosti, nacionalne manjine, ravnopravnost spolova, zaštitu okoliša, razvoj medijske pismenosti i drugo. Malim radijskim postajama kao što su lokalne i radijske postaje manjih gradova koje ne mogu opstati samo od prihoda ubiranih od oglašavanja, sredstva Fonda znače opstanak i očuvanje radnih mjesta.

2.3.3. Radio u kriznim situacijama

Krizna ili izvanredna situacija može se opisati kao specifično stanje u kojem se javljaju prirodne nepogode poput požara, potresa ili poplava, nesreće uzrokovane ljudskom aktivnošću odnosno utjecajem na okoliš, zatim terorizam, ratovi i slično. U takvim je situacijama iznimno važno znati tko njima upravlja, tko donosi odluke, kakav je sustav civilne zaštite i za što je ona osposobljena te u kojoj mjeri neka krizna ili izvanredna situacije djeluje na ljude, koliko je stanovništvo ugroženo i može li se ista kontrolirati. Jednako tako, vrlo je važna pravovremena i točna informacija kojom se želi izvijestiti ili upozoriti stanovništvo na takve situacije. U svojoj doktorskoj disertaciji Zdravko Kedžo (2015) istraživao je lokalni radio u izvanrednoj situaciji kroz komunikacijski aspekt, društvenu funkciju i povjerenje u lokalni radio u izvanrednoj situaciji. Izvanrednu situaciju promatra kao kontekst u kojem mediji preuzimaju funkciju drugačiju od one koju imaju u normalnim društvenim okolnostima s naglašenom potrebom za kriznim komuniciranjem koje smanjuje neizvjesnost, a važan je i utjecaj koji imaju na publiku. Osim toga, često je masovnim medijima, smatra Kedžo, onemogućen ili otežan rad u izvanrednoj situaciji zbog čega se radio nameće kao medij od osobite važnosti. Uzme li se u obzir relativno visoka razina povjerenja u radio, bez obzira na razvoj tehnologija i novih medija, radio ostaje glavno komunikacijsko sredstvo u kriznoj ili izvanrednoj situaciji. O tome Kedžo piše: „Pretpostavljeni razlozi za to su identifikacija hrvatskih građana s njima poznatim medijem, navike oblikovane tijekom dužeg razdoblja i iskustva iz recentne prošlosti. S druge strane, specifična komunikacijska obilježja koje ima lokalni radio, daju mu posebnu funkciju ključnog medija u upravljanju krizom i primarnog izvora informacija u izvanrednoj situaciji. Usprkos tehnološkom razvoju i sve većoj dominaciji novih medija, u izvanrednim situacijama lokalni radio je jedini koji može premostiti najveći broj prepreka koje onemogućuju djelovanje i praćenje svih drugih medija.“ (Kedžo, 2015:190)

3. ISTRAŽIVAČKI DIO

3.1. Cilj i definicija istraživanja

Cilj istraživanja, provedenog za potrebe ovoga rada, bio je definirati i analizirati važnost i utjecaj lokalnog radija na primjeru Radio Baranje koja radijsku djelatnost obavlja na području Grada Belog Manastira. U okviru provedene studije slučaja obrađuje se osnivanje „Hrvatskog radija Baranja“ u Osijeku 1992. godine na početku Domovinskoga rata, rast njegove popularnosti i kasnije povratak u Beli Manastir te suočavanje s teškom ekonomskom situacijom. Istraživanje nastoji odgovoriti na pitanje kolika je važnost lokalnog radija u kriznim situacijama i izvan njih, može li doista svoju funkciju obavljati neovisno o politici u sredini u kojoj djeluje te što je to zajedničko radiju i „bubnju plemena“.

3.2. Metodologija istraživanja

Zbog svojih metodoloških posebnosti u ovom radu prevladava metoda suvremenoga etnografskoga istraživanja. Etnografija označava skupljanje i opisivanje podataka o društvu i kulturi kako bi se provela etnološka analiza s ciljem što vjernijeg opisivanja života pojedinih ljudskih skupina, pojava, fenomena i slično (Hrvatska enciklopedija, 2021). Renata Relja (2011) u svom preglednom radu ističe metodološki značaj etnografije zbog sposobnosti da pojave društvenog svijeta prevede u razumljive društvene kodove. Osnovna metoda takvog istraživanja je rad na terenu koji obuhvaća izravno proučavanje zajednice u kojoj istraživač boravi te prikupljanje podataka sudjelovanjem u zajednici, promatranjem i razgovorima u svrhu kasnijeg opisivanja zbilje. Relja (2011) izdvaja tri dominantne metode od kojih su posljednje dvije zastupljene u ovome radu: 1. etnografski intervju, 2. promatranje i sudjelujuće promatranje te 3. strukturirani, polustrukturirani i neformalni intervju.

S obzirom na dugogodišnju autoričinu uključenost u rad Radio Baranje u ulogama radijske voditeljice, novinarke i urednice, odnosno njezinu subjektivnu poziciju, odabrana je ova metoda čiji je koncept humanističan i optimističan, a metoda sudjelujućeg promatranja poslužila je kao primarni oblik prikupljanja znanstvene građe. Upravo je sudjelujuće promatranje, piše Relja (2011), nezamjenjivo prilikom terenskog rada i koristi se u većini etnografskih istraživanja. „Ono kombinira sudjelovanje u životima ispitanika s održavanjem profesionalne distance koja uključuje prikladno promatranje i bilježenje podataka.“ (Relja, 2011: 181).

Poziciju promatrača dijeli na tri tipa promatračke uloge (Relja, 2011., prema Adler i Adler, 1998: 84) – potpuni, aktivni i periferni član. Autorica rada istraživanje je provodila na poziciji *potpunoga člana* koji je pripadnik onoga što istražuje ili se s istim poistovjećuje. Kritike usmjerene ka takvom istraživanju temelje se na manjku pouzdanosti i vjerodostojnosti s obzirom na to kako je istraživač „snažno obilježen osobnim percepcijama i podložan predrasudama zbog vlastite subjektivne interpretacije situacija.“ (Relja, 2011: 182). U radu je ovakva metodološka slabost umanjena korištenjem podataka dobivenih iz intervjua s različitim osobama koje su sudjelovale u osnivanju Radio Baranje i kasnije njenom radu te preslušavanjem radijske emisije i njenih sudionika.

U istraživačkom dijelu rada korištena je obrada dostupne arhivske građe Radio Baranje odnosno analiza Društvenog ugovora o osnivanju poduzeća Radio Baranja d.o.o., Programska osnova temeljem koje je dobivena trenutno važeća koncesija za obavljanje radijske djelatnosti i Ugovor o koncesiji za obavljanje djelatnosti pružanja medijske usluge radija na području grada Belog Manastira. Kao jedan od izvora informacija o osnivanju Radio Baranje korištena je audio snimka emitiranog mozaičkog programa od 16. veljače 2017. godine u vremenu od 8,00 do 18,00 povodom obilježavanja 25. obljetnice osnutka Radio Baranje (radijska emisija) u kojoj su gosti bili Josip Kompanović (pok.), jedan od svjedoka početaka Radio Baranje, dugogodišnji zamjenik gradonačelnika Grada Belog Manastira i predsjednik Zajednice povratnika Hrvatske, zatim Branko Jalšovec (pok.), profesor glazbenog odgoja, pripadnik HV-a i tadašnji direktor Hrvatskog radija Baranja i Mario Fuis, bivši djelatnik Radio Baranje i jedan od udjeličara u poduzeću.

Najvažniji postupak prikupljanja informacija u etnografiji je intervju, a on može biti nestrukturiran i neformalan, sličan običnom razgovoru, s ciljem detaljnije analize predmeta istraživanja (Relja, 2011: 183). U svrhu prikupljanja podataka u veljači 2022. godine provedeni su intervjui s djelatnicima i udjeličarima u poduzeću, Zlatom Maršić, direktoricom Radio Baranje te Zdenkom Lozančićem, voditeljem tehnike.

Ovakav pristup istraživanju korišten je zbog nedostatka više različitih izvora istraživanja te subjektivne pozicije autorice rada. Etnografski prikaz deskriptivnog karaktera, korišten u ovome radu, obilježje je etnografskog pristupa koje ga razlikuje od ostalih pristupa unutar društvenih istraživanja te „odražava naturalistički ili realistički način pisanja u kojem se reflektira produkcija razumijevanja i konstrukcija teksta. Ovo reprezentira tzv. reproduksijski istraživački model, čiji je cilj istraživanje i opisivanje društvene stvarnosti kakva ona zaista jest.“ (Relja, 2011: 188).

Za korištenje podataka dobivenih kroz intervju autorica ima informirani pristanak sugovornika, dok je za transkripciju audio snimke radijske emisije autorica dobila dopuštenje Radio Baranje d.o.o. Svi izvori korišteni u istraživačkom dijelu rada nalaze se u službenoj arhivi Radio Baranje i kod autorice rada.

Teorijski dio završnog rada pisan je znanstvenim funkcionalnim stilom hrvatskoga standardnoga jezika, dok je u istraživačkom dijelu korišten publicistički stil. Naime, hrvatski standardni jezik može imati nekoliko različitih funkcija, odnosno na različite načine funkcionira u medijima, uredima, razgovoru, znanosti i književnosti te je prema tome podijeljen na pet funkcionalnih stilova: novinsko-publicistički, administrativno-poslovni, razgovorni, znanstveni i književno umjetnički stil (Relja, 2011).

Znanstveni stil odlikuju načela objektivnost i apstraktnosti te određena morfologija i sintaksa, dok je novinarsko-publicistički stil najsloženiji jer ima nekoliko funkcija: informativnu, pedagošku, zabavnu, prosvjetiteljsku i drugo (Užarević, 2006). Novinarsko-publicistički stil dijeli se i na nekoliko podstilova, a u radu je korišten publicistički stil u užem smislu koji „podrazumijeva ozbiljnu pripremu za pristup nekoj temi, proučavanje niza činjenica i drugih materijala“ (Gojević, 2009: 25) te ima referencijalnu funkciju odnosno funkciju priopćavanja.

³ Vrlo često u praksi dolazi do preklapanja ova dva stila, a ovisno o temi publicistički stil često u sebi ima značajke drugih stilova, odnosno ukoliko se obrađuje znanstvena tema u njemu će biti elemenata znanstvenoga stila (Gojević, 2009: 30). Najviše se razlikuju na leksičkoj razini. Publicistički stil koristi žurnalizme, posuđenice i sinonime, dok znanstveni koristi nazivlje i ne koristi posuđenice i sinonime. Na morfološkoj razini zajedničko im je, između ostalog, korištenje navezaka, odnosnih zamjenica, deklinacija brojeva i pridjeva, a na sintaktičkoj razini oba su stila apstraktna, dok je položaj enklitike na drugom mjestu (Mihaljević, 2002: 330). Ovakva sinteza dva funkcionalna stila hrvatskoga standardnoga jezika ciljano je korištena u radu zbog jasnijeg približavanja svih povijesnih činjenica na kojima se temelje osnivanje Radio Baranje i početci emitiranja radijskog programa koji su neodvojivi od povijesno-vremenskog konteksta, kao i zbog raznolikosti subjektivnih sjećanja i doživljaja osoba uključenih u osnivanje radija.

³ Osim referencijalne, publicistički stil ima i konativnu funkciju usmjerenu ka primateljima od kojih se očekuje reakcija. (Gojević, 2009: 24)

3.3. Studija slučaja: Radio Baranja

Na području Baranje, odnosno u Gradu Belom Manastiru radio je postojao još šezdesetih godina prošloga stoljeća no zbog nedostatka financijskih sredstava emitiranje programa nije potrajalo dugo. Općinsko vijeće Beloga Manastira 1988. godine pokreće inicijativu za osnivanjem lokalne radijske postaje što se ubrzo i ostvarilo kroz Javno poduzeće radio Beli Manastir koje je potrajalo do početka Domovinskoga rata 1991. godine (Intervju 2, Lozančić, 2022). Nakon nekoliko mjeseci tišine u eteru, hrvatski Radio Baranja započinje emitiranje programa iz Osijeka.

3.3.1. Povijest Radio Baranje

Krajem kolovoza 1991. godine povjerenik Vlade RH za Baranju Marko Kvesić i njegov tajnik Josip Kompanović prepoznali su opasan razvoj situacije koji bi Baranju mogao dovesti u nezavidnu situaciju. Pripremao se tada najgori scenarij za Hrvate u Baranji. U radijskoj emisiji povodom obilježavanja 25. obljetnice od osnutka Radio Baranje, o njenim počecima govorio je Josip Kompanović: “Voditeljima Općinskog suda u Belom Manastiru savjetovali smo pripremanje arhive i dokumentacije, posebice gruntovnicu, za preseljenje na slobodno područje teritorija Hrvatske u slučaju okupacije Baranje.” prisjetio se Kompanović i dodao: “Razgovarali smo s djelatnicima tadašnjeg radija Beli Manastir o pripremanju evakuacije njih i opreme, jer to su bili hrvatski novinari i hrvatski medij na kojem su se čule istinite informacije i vijesti o stvarnom stanju. Treba reći kako se u to vrijeme istina prikivala, a srpska propaganda pokušavala je prikazati kako se ništa ne događa u Baranji dok se zapravo pripremalo uništenje hrvatskog naroda.” (Radijska emisija Radio Baranje, Kompanović, 2017).

Na radiju Beli Manastir tada su, među ostalima, radili Mario Fuis kao voditelj tehnike, tehničar Zdenko Lozančić, direktorica i glavna urednica Vlasta Šeremešić-Pejić, sportski novinar Ivan Maršić, voditelji Zoran Popović i Dario Jagarinec, urednik Goran Vidojković, voditeljica mađarske emisije Beata Kuti i drugi. Iz tadašnjeg Ministarstva informiranja svakodnevno su pristizala priopćenja i izvještaji ministra Hrvoja Hitreca koja su bila intonirana na smirivanje tenzija, no bezuspješno. Radio Beli Manastir prestao je s radom zbog loše sigurnosne situacije, sve je više Baranjaca napuštalo svoje domove, a u neizvjesnoj situaciji razila se i većina djelatnika radija osim Zdenka Lozančića i Marija Fuisa koji su odlučili spriječiti preuzimanje medija od strane velikosrpskih okupatora.

Uoči samog dolaska novosadskog korpusa u Beli Manastir, Fuis i Lozančić samoinicijativno odlučuju skloniti veći dio radijske opreme s namjerom pokretanja programa sa sigurnije lokacije (mikseta, odašiljači, linkovi, kablovi, magnetofoni, mikrofoni i dr.). Pri izvlačenju opreme automobilom su se kretali sporednim putovima poznatim samo lokalnom stanovništvu (Blašković Đurđević, 2022). “Bila je to iznimno opasna situacija jer je radijska oprema s kojom smo se vozili u automobilu imala veliku važnost i značaj. Možete samo zamisliti reakciju rezervista da su nas uhvatili kako odnosimo tako značajno sredstvo informiranja, a ujedno i opremu vrijednu oko pola milijuna njemačkih maraka.” rekao je Lozančić. Putem su susreli tada čelne ljude baranjskog HDZ-a Marka Kvesića i Josipa Kompanovića koji su, također iz sigurnosnih razloga, pokušali izaći iz Baranje (Intervju 2, Lozančić, 2022).

Izlaz iz trenutne situacije vidjeli su u pokretanju programa iz Topolja jer bi, smatrali su, pokretanje programa iz Osijeka moglo loše utjecati na moral Baranjaca. Međutim ubrzo je okupirana cijela Baranja i oprema je ostala u obiteljskoj kući Zlatka Markovića, tadašnjeg tajnika Crvenoga križa. Ostavivši “gole zidove” Fuis i Lozančić onemogućili su okupatore u promidžbi velikosrpske agresije čitava slijedeća tri ratna mjeseca, a agresor je bio prisiljen preostalo stanovništvo Belog Manastira informirati megafonom vozeći se automobilom po gradu (Blašković Đurđević, 2022). Od kolovoza 1991. i tijekom slijedećih nekoliko mjeseci onemogućeno je radijsko emitiranje na području Baranje (Intervju 2, Lozančić, 2022).

Nakon što su opremu smjestili u Topolje kako bi privremeno pokrenuli program morali su se vratiti u Beli Manastir po antenu, no Fuis je uhvaćen od strane rezervista koji su ga doveli do prostorija tadašnjeg Radija Beli Manastir i tražili otključavanje vrata s obzirom na to kako je, kao voditelj tehnike, kod sebe imao ključeve. Svjestan praznih prostorija i odnesene opreme, Fuis govori kako je izgubio ključeve, traži da ga puste kući po rezervne i tada uspijeva pobjeći u Osijek. Odmah je nazvao Zdenka koji ga je ostao čekati u Belom Manastiru, objasnio mu što se dogodilo i upozorio na opasnost situacije jer i on također ima ključeve radijskih prostorija (Blašković Đurđević, 2022). “Sve to događalo se na sam dan pada Belog Manastira kada je iz vojarne u centar grada pristizala kolona tenkova i transportera. Obojica smo uspjeli izvući živu glavu bježeći kroz polja preko granice u susjednu Mađarsku, a zatim i u Osijek. Tada započinje priča oko stvaranja prognaničkog radija.” rekao je Lozančić. Nakon što, preko Mađarske i Austrije uspijeva doći u Osijek, pronalazi Fuisa i ponovno započinju razgovori o pokretanju radija. Zajedno s Ivanom Maršićem odlaze u Povjereništvo RH za Baranju na čelu s Markom Kvesićem koje je tada smatralo kako se rat mora dobiti ne samo vojno već i medijski. Pokazala

se velika potreba za radijom na slobodnom teritoriju koji bi odgovarao srpskoj medijskoj propagandi (Intervju 2, Lozančić, 2022).

Hrvatski radio Baranja program započinje emitirati 16. veljače 1992. godine u Osijeku s minimumom nužne opreme u podrumskim prostorijama obiteljske kuće na Vijencu Vlahe Bukovca u Osijeku putem frekvencije 91,2 MHz. Bio je to prognanički radio koji je na početku Domovinskoga rata bio jedina i glavna medijska uzdanica dvadesetak tisuća prognanih Baranjaca, a posebno vojnika 135. baranjske brigade i baranjske policije koji su držali sjevernu crtu obrane grada Osijeka (Blašković Đurđević, 2022). Osim toga, bio je i jedini radio na tom području koji je emitirao program iz podrumskih prostorija u Osijeku, prenosio priče branitelja s terena, prognanika iz Baranje koji su pristizali u Osijek, a sve ostale informirao o stvarnom stanju na bojištima u Domovinskom ratu (Intervju 1, Maršić, 2022). Svaka informacija iz okupirane Baranje bila je dragocjena objema stranama – prognanicima koji su ostavili svoje domove, obitelj i prijatelje u okupiranoj Baranji, a onima koji su u njoj ostali kao dokaz da hrvatske institucije na njih nisu zaboravile. Novinari Radio Baranje dočekivali su protjerane Hrvate kako bi iz prve ruke doznali i slušateljima prenijeli muke preostalog nesrpskog stanovništva u Baranji. Tadašnju radijsku ekipu činili su, danas pokojni Ivan Maršić, zatim Mario Fuis (Slika 1) i Zdenko Lozančić (Slika 2). Iza prve poruke u eteru HRB-a bio je glas Daria Jagarinca (Slika 3), a svjedok početaka prognaničkoga radija je Lozančić koji je jedini od spomenutih i danas djelatnik Radio Baranje (Blašković Đurđević, 2022).



Slika 1. Mario Fuis, voditelj i tehničar Radio Baranje, 1992.

Izvor: Arhiva Radio Baranje



Slika 2. Zdenko Lozančić, tehničar Radio Baranje, 1992.

Izvor: Arhiva Radio Baranje



Slika 3. Dario Jagarinec, voditelj Radio Baranje, 16. veljače 1992.

Izvor: Arhiva Radio Baranje

Nakon pokretanja programa koji se emitirao od 16,00 do 24,00 sata i koji je prvenstveno bio namijenjen informiranju prognanih Baranjaca smještenih u Osijeku i okolici, počelo je ekipiranje opremom i kadrovima. Za prvog direktora imenovan je prof. glazbe i pripadnik HV-a Branko Jalšovec, Ivan Maršić imenovan je za zamjenika, a Milenko Jalšovec bio je zadužen za marketing. Novinarskom i voditeljskom poslu koje su obavljali Dario Jagarinec, Siniša Marinković i Andrea Hunjadi priključile su se nakratko i dvije kolegice, Sani Ljubičić i Ljiljana Vrpoljac sa zagrebačkog Radija 101.

Ubrzo zbog povećanja satnice rada, radiju se pridružuju Tatjana Štimac, Gabriela Nađ, Zlata Maršić, Siniša Frank, Saša Alilović, Lidija Šumiga i kao glavni urednik prof. Anto Bandov (Intervju 1, Maršić, 2022).

Mario Fuis prisjeća se samih početaka programa u armiranom betonskom podrumu, kako bi zaštitili ljude i opremu. “U tim trenucima pomogli su nam Radio Čakovec, Radio 101 i najviše Radio Osijek. Prvi dan počeli smo s jednim malim pultom, dva vokmena, mikrofonom i gramofonom. Imali smo veliku želju za informiranjem ljudi o tome što se događa u Baranji i u Osijeku.” rekao je Fuis (Radijska emisija Radio Baranje, Fuis, 2017). Lozančić kaže kako im je Radio Osijek najviše pomogao u tehničkoj obuci i dopuštanjem pristupa iznimno bogatoj fonoteci (Intervju 2, Lozančić, 2022).

Direktor Radio Baranja od osnutka, 16. veljača do kraja prosinca 1992. Branko Jalšovec, gostujući u radijskoj emisije povodom obilježavanja 25. godina od osnutka Radio Baranje, kaže kako je bilo mnogo vojnika Baranjaca koji su došli u Osijek te se formirala grupa ljudi koja je bila spremna odraditi posao osnivanja prognaničkog radija. Uslijedila je moralna i materijalna pomoć s tadašnjeg Radio Čakovca, Ministarstva informiranja i Vlade RH koja je podržala taj projekt. Počelo je prikupljanje opreme. “Radio Baranja u to je vrijeme bila svijetla točka za sve Baranjce. Imali smo specijaliziran program, emisije na mađarskom, engleskom i njemačkom jeziku, vjersku emisiju, emisiju za djecu, emisiju za Židove, za stradalnike rata, emisiju ‘Oba su pala’ u kojoj su se javljali branitelji s terene te posebnu emisiju za Vukovarce koji se tada nisu imali gdje drugdje obratiti.” prisjetio se Jalšovec (Radijska emisija Radio Baranje, Jalšovec, 2017).

Emisija „Oba su pala“ emitirala se u večernjim satima i dala mogućnost prenošenja poruka među prognanim Baranjcima jer su gosti emisije bili upravo Baranjci koji su pristizali s okupiranih područja kao i branitelji s terena. Emisija ‘Baranjsko srce’ odlazila je u domove prognanika i uživo, telefonskim putem, prenosila njihove priče. Osim redovnog novinarskog izvještavanja, radijski su djelatnici često izlagali opasnosti svoje živote obavljajući terenske zadatke, snimajući ankete među braniteljima u rovovima, putem do posla ili na povratku kući, ali cilj je bio održavanje Baranjaca na okupu. „Emisije i javljanja bili su namijenjeni onima koji su ostali u Baranji i onima koji su iz nje prognani, da ne izgube nadu u povratak i oslobođenje Baranje.“ rekao je Lozančić (Intervju 2, Lozančić, 2022). Tijekom 1992. godine kroz program Radio Baranje prošle su sve značajnije osobe političkog, vojnog i civilnog života Osijeka i Baranje. Često su gosti u programu bili Marko Kvesić i Josip Kompanović. “Ljudima se dogodilo najgore zlo, prognanici su bili željni informacija, nalazili su se u životno bezizlaznoj situaciji. Ostali su bez svoje prošlosti, bez ijednog dokumenta, bez imovine. Tražili su rješenja za svoje probleme, kako preživjeti i kako zaštititi djecu.” prisjeća se Kompanović i dodaje kako su upravo putem etera HRB-a odgovarali na pitanja slušatelja. “Hrvatski radio Baranja bila

dragocjena kao prijenosnik informacija prema ljudima.” rekao je Kompanović i napomenuo kako je doprinos Radio Baranje za hrvatskog čovjeka u Baranji bio nemjerljiv (Radijska emisija Radio Baranje, Kompanović, 2017).

Najveći udarac vrlo slušanoj radijskoj postaji bilo je teško ranjavanje Ivana Maršića 4. svibnja 1992. godine (Slika 4). Tijekom obavljanja terenskog novinarskog zadatka teško je ranjen gelerom minobacačke granate. Nakon mjesec dana, 9. lipnja umire od zadobivenih rana (Intervju 1, Maršić, 2022). Njegovo ime jedno je od četrnaest imena zapisanih na spomen ploči hrvatskim novinarima i tehničarima poginulim u Domovinskom ratu koja se nalazi na Novinarskom domu u Zagrebu (Blašković Đurđević, 2022).



Slika 4. Ivan Maršić (pok.), 1992.

Izvor: Arhiva Radio Baranje

S prvim danima 1993. godine HRB seli se u samo središte Osijeka, na Trg Lava Mirskog, ekipi se pridružuju Robert Repić i Nebojša Marjanović, a za direktora dolazi Karolj Janoš, urednik mađarske redakcije na Radio Osijeku te Vlasta Šeremešić – Pejić kao glavna i odgovorna urednica radijskog programa (Slika 5). Radio tada dobiva niz mladih kadrova i pokreće cjelodnevni program od 6 do 24 sata na tri frekvencije – prvoj 91,2 MHz te na 104,4 MHz putem odašiljača na Papuku i 88,0 MHz putem odašiljača kod Donjeg Miholjca (Intervju 1, Maršić, 2022). Dolazi do značajnog tehničkog napretka i HRB je bio među opremljenijim radijskim postajama u Hrvatskoj koje su počele s kompjuterizacijom, korištenjem jingle stroja, izbacivanjem magnetofona i korištenjem CD-ova.



Slika 5. Djelatnici Hrvatskog radija Baranja, 1994.

Izvor: Arhiva Radio Baranje (S lijeva na desno, gornji red: Nebojša Marjanović, Vlado Omazić, Mario Fuis, Saša Alilović, Karolj Janoš, Dario Jagarinec i Zdenko Lozančić; donji red: Siniša Marinković, Gabrijela Nađ-Brkić, Vlasta Šeremešić-Pejić, Tatjana Štimac i Zlata Maršić)

Ono što je HRB činilo slušanim radijom bila je, smatra Lozančić, nova radijska koncepcija bliža zapadnoj radiofoniji, veliki broj mladih djelatnika i suradnika te nove ideje i način rada. Radio je u tom razdoblju brojao više od dvadeset stalno ili honorarno zaposlenih djelatnika, a ukupno je tijekom prognaničkih godina kroz Radio Baranju prošlo više od pedeset osoba (Intervju 2, Lozančić, 2022).

Od 1. veljače 1994. do 30. lipnja 1998. svi djelatnici Radio Baranje bili su pripadnici HV-a, odnosno branitelji i pripadnici 135. baranjske brigade. Osim radijskih emisija za prognanike i branitelje, novinari i tehničari Radio Baranje bili su prisutni i na oslobođenim područjima nakon vojnih operacija Bljesak i Oluja (Intervju 1, Maršić, 2022).

Na samim počecima HRB se financirao uz pomoć Povjereništva Vlade RH za Baranju, no s obzirom na iznimno dobru slušanost i činjenicu kako su na tom području postojale samo dvije radijske postaje, Radio Osijek u sastavu HRT-a i Radio Baranja, radio se financirao isključivo vlastitim sredstvima od oglašavanja. Najviše se ulagalo u opremu i Radio Baranja postaje najslušanija radijska postaja na širem osječkom području. Kroz radio je tih prognaničkih godina prošlo tridesetak suradnika koji su radili na tematskim emisijama i terenskim priložima, a informativni program pratio je sve što se događalo vezano za povratak. Vrijeme je prolazilo, prisjećaju se djelatnici, u iščekivanju povratka u Baranju (Intervju 1, Maršić, 2022).

Prava prekretnica nastaje nakon završetka procesa mirne reintegracije. Radio se konačno vraća u svoje matično sjedište, grad Beli Manastir. Dogodilo se to 30. svibnja 1998. godine na tadašnji Dan državnosti. Grad Beli Manastir radiju je dodijelio prostorije i njegov se povratak podrazumijevao s obzirom na povratak hrvatskoga stanovništva i državnih ustanova (Intervju 1, Maršić, 2022). Nekadašnje prostorije Javnog poduzeća radija Beli Manastir bile su zauzete jer je u njima već program emitirao Radio Banska Kosa, danas namijenjen pripadnicima srpske nacionalne manjine. Zajedno s radijom vraćaju se Zdenko Lozančić, Saša Alilović, Siniša Marinković, Siniša Frank, Zlata Maršić, Karolj Janoš, Robert Repić, Vlado Omazić, Nebojša Marjanović i Dario Jagarinec. Tri frekvencije koje je Radio Baranja imala u Osijeku zbog veće čujnosti i emitiranja programa na širem području na kojem su se nalazili prognanici, oduzete su i program se vraća na frekvenciju nekadašnjeg Javnog poduzeća radija Beli Manastir, 88 Mhz-a. Povratkom u bivše okupirano područje, promjenom frekvencije i sužavanjem područja čujnosti kao i stalnim ometanjem Radio Tuzle, koji se protivno međunarodnim konvencijama o radijskoj difuziji emitirao deset puta jačom snagom od HRB-a, radio gubi veliki broj komitenata iz Osijeka (Intervju 2, Lozančić, 2022). Lozančić se prisjeća kako je tadašnji ministar obrane Gojko Šušak usmeno izdao naredbu o postavljanju antenskog stupa Radio Baranje na HRT-ov objekt na Papuku kako bi se potisnulo i onemogućilo emitiranje radija u okupiranoj Baranji, odnosno spriječilo širenje velikosrpske propagande. U to vrijeme Radio Baranja emitirala je program putem tri odašiljača, spomenutog, najjačeg, snage 5 kilovata na Papuku te po jednog kod Donjeg Miholjca i Osijeka. HRT je nakon povratka Radio Baranje u Beli Manastir ispostavio račun za korištenje objekta na Papuku, a s obzirom na već lošu financijsku situaciju, Radio nije bio u mogućnosti platiti račun zbog čega mu je oduzet odašiljač (Intervju 2, Lozančić, 2022). Uz to, nepostojanje bilo kakvog marketinškog tržišta u to vrijeme na područje Baranje, Radio je dovelo u teške financijske probleme.

Tadašnji direktor Karolj Janoš daje ostavku, a Skupština je za direktoricu izabrala dotadašnju voditeljicu financija i diplomiranu pravnicu Zlatu Maršić. Odlazi veći broj radijski iskusnih djelatnika i uz direktoricu Maršić ostaje tek četvero uposlenih na minimalnoj plaći (Saša Alilović, Robert Repić, Zdenko Lozančić i Siniša Frank) i troje honorarnih suradnika koji u teškim egzistencijalnim uvjetima rada pokrivaju dvanaestosatni program. Uz pomoć Grada Belog Manastira radio je preživio financijsku krizu i stabilizirao poslovanje, popravila se ekonomska situacija u Baranji, a na radio su se vratili stari djelatnici - Vlado Omazić koji je na Radio Baranji radio od 1994. do 2000. godine i zatim ponovno od 2004. do danas, te 2001.

godine Mirela Jurković koja je u vrijeme Domovinskoga rata na HRB-u jedno vrijeme radila kao suradnica (Intervju 1, Maršić, 2022).

Na desetu godišnjicu osnutka, 16. veljače 2002. godine Radio Baranja se preselio na Trg slobode u središte grada odakle i danas emitira program. 2006. godine radijskoj se ekipi pridružila Jelena Blašković Đurđević. Danas, 2022. godine, Radio Baranja posluje sa sedam djelatnika, jedini je hrvatski radio u Baranji, a kao komercijalni osuđen je na financiranje skromnim vlastitim sredstvima od oglašavanja iako nosi ulogu javnoga servisa u svojoj sredini.

Za svoj je rad Radio Baranja nagrađivana brojim poveljama i priznanjima, a neka od značajnijih su „Povelja Grada Belog Manastira za svesrdnu i nesebičnu pomoć prognanom pučanstvu Grada Belog Manastira“ dodijeljena 1996. godine, „Zahvalnica za osobite zasluge tijekom Domovinskoga rata“ koju je dodijelio Grad Osijek povodom Dana osječkih branitelja 2012. godine, zatim zahvalnice Hrvatske obrtničke komore, Hrvatskog Sokola, HURIN-a za godine rada i dr.

3.3.2. Vlasnička struktura

Od 1989. godine na području Grada Belog Manastira djelovalo je Javno poduzeće Radio Beli Manastir u vlasništvu Grada. Početkom Domovinskoga rata i okupacijom Baranje 1991. godine, radio prestaje s emitiranjem programa, a dio djelatnika koji su izbjegli u Osijek, uz pomoć Povjereništva Vlade Republike Hrvatske za Baranju na čelu s Markom Kvesićem, započinju emitiranje programa tzv. „prognaničkog radija“ koje traje sve do 26. svibnja 1995. godine i sklapanja Društvenog ugovora o osnivanju Radio Baranje d.o.o., ovjerenog kod javnog bilježnika (Intervju 1, Maršić, 2022). Tim Ugovorom Grad Beli Manastir i 15 fizičkih osoba, tadašnjih djelatnika i sin poginulog djelatnika Ivana Maršića, Tin Maršić, osnivaju Radio Baranju koja s istom vlasničkom strukturom posluje i danas na području Grada Belog Manastira. Prijelaz iz Javnog poduzeća u društvo s ograničenom odgovornošću rezultat je promjene Zakona o trgovačkim društvima u Republici Hrvatskoj zbog čega je došlo do promjene u vlasničkoj strukturi. 1991. godine kao djelatnici Javnog poduzeća u Osijek su izbjegli direktorica Vlasta Šeremešić - Pejić, Mario Fuis i Zdenko Lozančić, a uz njih i Grad Beli Manastir, od 1995. godine udio u vlasništvu Radio Baranje preuzeli su Karolj Janoš, Zlata Maršić, Dario Jagarinec, Siniša Marinković, Siniša Frank, Robert Repić, Vlado Omazić, Gabrijele Nađ, Nebojša Marjanović, Saša Alilović, Tatjana Bešlić i Tin Maršić (Društveni ugovor o osnivanju Radio Baranje, 1995). Grad Beli Manastir većinski je vlasnik s 25% udjela,

dok je Društvenim ugovorom preostali udio vlasništva raspodijeljen na jednake dijelove, odnosno 5% po svakoj fizičkoj osobi. Danas je vlasnička struktura Radio Baranje izmijenjena i čine ju Grad Beli Manastir s 25%, Mario Fuis s 15%, Robert Repić s 10% i s po 5% udjela Saša Alilović, Dario Jagarinec, Siniša Frank, Zdenko Lozančić, Nebojša Marjanović, Tin Maršić, Zlata Maršić, Vlado Omazić, Vlasta Šeremešić-Pejić i Tatjana Štimac (Bešlić). Vlasnička struktura objavljena je na internetskoj stranici Agencije za elektroničke medije u Knjizi radijskih nakladnika.

3.3.3. Programska osnova i ostvarivanje pluralizma

Radio Baranja koncesiju za emitiranje radijskog programa na nekadašnjoj frekvenciji 88 Megaherza dobila je povratkom u Baranju 1998. godine, a danas program emitira prema važećem Ugovoru o koncesiji za obavljanje djelatnosti pružanja medijske usluge radija na području grada Belog Manastira (L-BM); 88,0 MHz, br. R-07/16 sklopljenom 30. prosinca 2016. godine u trajanju od 9 godina, odnosno do 31. prosinca 2025. godine.

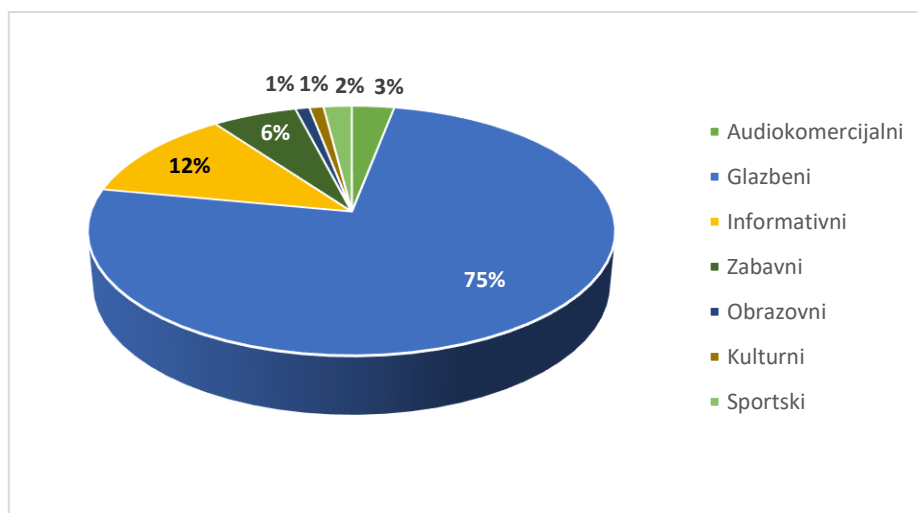
Radio Baranje program emitira na frekvenciji 88 MHz svakodnevno tijekom 24 sata, od toga od 7,00 do 19,00 sati emitiraju se govorne emisije, audio komercijalne poruke i glazba, a od 19,00 do 7,00 sati emitira se glazba iz studija. Od ukupnog postotka na tjednoj bazi, 75% programa zauzima glazba, a 68% domaća glazba. Ostalih 25% programa sadrži govorne emisije od čega je 3% audio komercijalna komunikacija. Riječ je o 87% govornog dijela programa vlastite proizvodnje s naglaskom na informiranje slušatelja na području koncesije o aktualnim lokalnim zbivanjima i problematici koji izravno utječu na kvalitetu njihovog života, a za što nemaju mogućnosti na radijskim postajama s nacionalnom ili županijskom koncesijom. To su primjerice obavijesti o nestancima električne energije, prestanku rada vodoopskrbne mreže, odvozu sortiranog otpada, radovima i zatvaranju prometnica, prometnim nesrećama, alternativnim pravcima i slično. Radio Baranja zauzima poziciju javnog servisa posredovanjem između lokalne samouprave i građana - slušatelja kroz dnevne vijesti, specijalizirane kontakt emisije u kojima su gosti jedinica lokalne samouprave, predstavnici važnih institucija i ustanova s područja grada Belog Manastira, zatim udruga, društava, poduzetničkih organizacija i sl. Osim informacija o vodostaju rijeka, vremenskoj prognozi, policijskom izvješću, javljanja s terena i kratkih reportažnih prikaza, od posebnog je značaja je emisija pod nazivom 'Gazda u dvorištu' koja se bavi poljoprivrednim temama izrazito zanimljivim i važnim za područje Baranje koja obiluje poljoprivrednim obradivim površinama i slijedom toga obiteljskim poljoprivrednim

gospodarstvima i tvrtkama kojima je važna ispravna i pravovremena informacija o državnim poticajima, europskim fondovima, promjenama zakona, pravilnika i slično. S obzirom kako na području Belog Manastira žive pripadnici 22 manjine, jednako koliko ih živi i na području Republike Hrvatske, Radio Baranja proizvodi emisiju Baranjske manjine. Prema zastupljenosti u ukupnom broju stanovništva manjine su zastupljene i u spomenutoj emisiji odnosno najviše se prati rad mađarskih udruga, romskih, srpskih, njemačkih i dr. Program Radio Baranje sadrži različite zabavne emisije kroz koje se slušatelji informiraju i educiraju o različitim temama. Neke od njih su emisija Zanimljivosti, kontakt emisije tamburaške, domaće i strane top liste, Dnevni horoskop i Nedjeljni mozaički program. Emisija o zdravlju pod nazivom 'Neprocjenjiva vrijednost' prati aktualnosti na području zdravstva, dok su važan dio programa i obrazovne i kulturne emisije te emisija Govor moga kraja koja obrazuje o različitosti govora na području Baranje i čuva od zaborava mnoštvo priča i sjećanja ostavljajući iza sebe tonski zapis o bogatstvu tradicije i običajima koji izumiru. Kroz emisiju Kulturni vodič slušatelji su informirani o kulturnim zbivanjima na području Baranje uz poticanje na sudjelovanje u kulturnom životu. Sastavni dio njegovanja kulturne baštine Baranje je njegovanje glazbe svojstvene za to podneblje, a čemu pridonosi emisija Tamburaški divani koja približava tamburašku glazbu slušateljima uz dopunu sadržaja s tonskim priložima i reportažama o radu brojnih kulturno-umjetničkih društava i udruga, festivalima tamburaške glazbe i sl. Svakodnevno se kroz program slušatelji informirani o sportskim natjecanjima i rezultatima, novostima i promjenama u sportu, a jednom tjedno u Sportskoj emisiji priliku za predstavljanje svojih postignuća imaju baranjski sportaši te sportske udruge i klubovi. Program Radio Baranje orijentiran je informiranju slušatelja s područja koncesije o aktualnim lokalnim zbivanjima, problematici, zanimljivostima i sl. Nove teme ekologije, očuvanja prirode i zaštite okoliša zastupljene su u emisiji Priroda i društvo te Zelena četvrt u suradnji s Baranjskom čistoćom. U većem postotku Radio emitira domaću glazbu, dok se posebna se pažnja posvećuje njegovanju tamburaške glazbe, predstavljanju glazbenih izvođača, najavama raznih manifestacija kao i praćenje istih tonskim priložima i/ili javljanjima uživo.

Može se zaključiti kako je programska osnova na temelju programske sheme informativno-zabavna sadržana i u tematskim emisijama uz poštivanje odredbi Zakona o elektroničkim medijima i Europske konvencije o zaštiti ljudska prava i temeljnih sloboda. Emisije se pripremaju u skladu se načelima radijskog novinarstva odnosno načelima istinitosti, ažurnosti, angažiranosti i odgovornosti.

Uz radijsku frekvenciju, Radio Baranja sadržaje dijeli i putem vlastite internetske stranice www.radio-baranja.hr na kojoj redovito objavljuje sve informacije informativnog karaktera.

Grafikon 2: Prikaz udjela svake programske kategorije u programu



Izvor: Izrada autora

Tablica 1. Kvantitativni prikaz zastupljenosti programskih kategorija

Klasifikacija emisija		Broj emitiranja u tjednu	Udio kategorije u tjednu
Kategorija	Naziv		
INFORMATIVNE EMISIJE	Jutarnji dnevnik	7	
	Jutarnji info	7	
	Policijsko izvješće	7	
	Na današnji dan	7	
	Info Box	39	
	Servis Info	7	
	Vodostaj rijeka	28	
	Brifing	2	
	Županija Info	3	
	Tjednik	2	
	Mađarska emisije	1	
	Gazda u dvorištu	2	
	Baranjske manjine	2	
	Neprocjenjiva vrijednost	2	
	Vremenska prognoza	26	
Ukupno		142	12%
ZABAVNE EMISIJE	Dnevni horoskop	7	
	Kad me lupi tambura	1	
	Nedjeljni mozaički program	1	
	Top liste	1	
	Čestitarica	1	
	Zanimljivosti	42	
Ukupno		53	6%
OBRAZOVNE EMISIJE	Govor moga kraja	2	
Ukupno		2	1%
UMJETNOST I KULTURA	Kulturni vodič	1	
	Tamburaški divani	1	
Ukupno		2	1%
SPORTSKE EMISIJE	Sportska emisija	1	
	Sport	13	
Ukupno		14	2%
AUDIOKOMERCIJALNI		-	
Ukupno		-	3%
GLAZBENI		-	
Ukupno		-	75%

Izvor: Izrada autora

Tablica 2: Klasifikacija emisija Radio Baranje

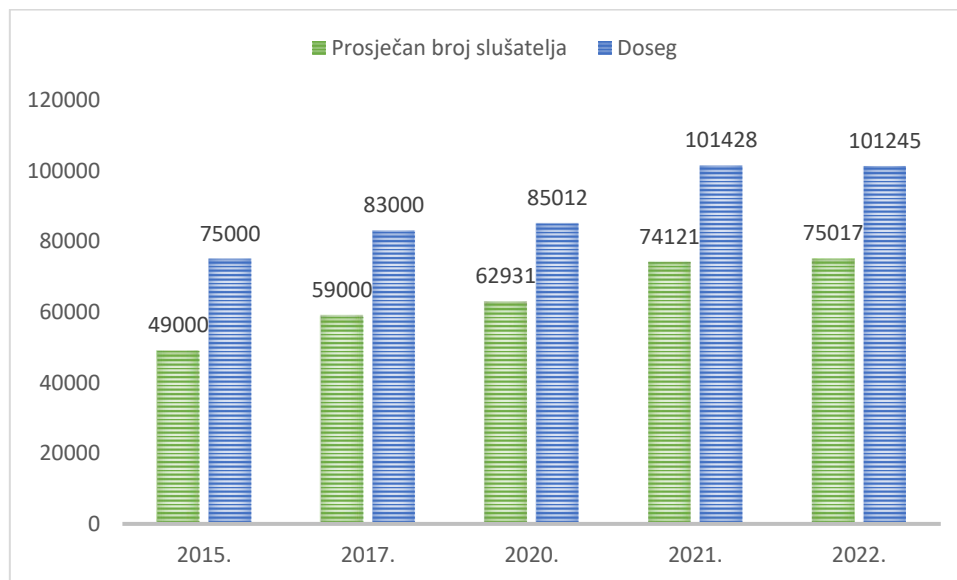
Naziv emisije	Kategorija programa	Kratak opis emisije	Vlastita proizvodnja
Jutarnji dnevnik	Informativni	Lokalne vijesti i tonski prilozi, vijesti iz osječko-baranjske županije i hrvatske. Lokalne sportske vijesti i vremenska prognoza.	Da
Jutarnji info	Informativni	Informacije o prometu, stanju na cestama, vremenskoj i biometeorološkoj prognozi.	Da
Policijsko izvješće	Informativni	Informacije o policijskom djelovanju i prometnim nesrećama u posljednja 24 sati.	Da
Na današnji dan	Informativni	Pregled događaja koja su se dogodila na taj dan u povijesti svijeta i glazbe.	Da
Info box	Informativni	Najave informativnog, kulturnog, političkog, sportskog i ostalih sadržaja.	Da
Servis info	Informativni	Stanje na cestama, nestanci električne energije, prometni zastoji, radovi na prometnicama, odvoz otpada i dr.	Da
Vodostaj	Informativni	Trenutno izmjereno stanje Drave i Dunava.	Da
Vijesti	Informativni	Lokalne vijesti i tonski prilozi, vijesti iz hrvatske i svijeta, sportske vijesti i vremenska prognoza.	Da
Brifing	Informativni	Kontakt emisija u kojoj gostuju čelnici gradskih tvrtki, predstavnici civilnih društava, komunalnih i gospodarskih subjektima i sl.	Da
Tjednik	Informativni	Pregled i analiza najvažnijih vijesti proteklog tjedna.	Da
Gazda u dvorištu	Informativni	Lokalne teme iz poljoprivrede, ribolova, OPG-ova, ruralnog turizma, EU fondova, tržišta.	Da
Neprocjenjiva vrijednost	Informativni	Emisija o zdravlju, zdravom životu, zdravoj prehrani i alternativnoj medicini.	Da
Baranjske manjine	Informativni	Dvojezična emisija na hrvatskom i mađarskom jeziku. Najave manjinskih događaja i manifestacija, analiza manjinske problematike.	Da
Mađarska emisija	Informativni	Emisija na mađarskom jeziku, snimljena unaprijed od strane Demokratske zajednice Mađara hrvatske.	Ne
Vremenska prognoza	Informativni	Dnevna lokalna vremensku prognozu za tekući dan i sutrašnji dan te lokalna trodnevna ili sedmodnevne vremenske prognoza i biometeorološka prognozu.	Da
Dnevni horoskop	Zabavni	Dnevni horoskop za svaki horoskopski znak.	Da
Kad me lupi tambura	Zabavni	Tamburaška top lista, javljanje slušatelja, tamburaški evergrin i tamburaški kutak.	Da
Nedjeljni mozaik	Zabavni	Zanimljivosti, retrospektiva tjedna, tonski prilozi, tjedni horoskop, najave, sport.	Da
Top liste	Zabavni	Domaća i strana top lista, zanimljivosti i novost o izvođačima.	Da
Čestitarica	Zabavni	Čestitke povodom vjenčanja, rođendana, krštenja i slično uz glazbenu želju.	Da
Zanimljivosti	Zabavni	Različite zanimljivosti po odabiru voditelja.	Da
Govor moga kraja	Obrazovni	Terenska emisija i snimke razgovora sa stanovništvom na lokalnom narječju.	Da
Tamburaški divani	Kulturni	Predstavljanje tamburaških sastava, gosti koji govore o baranjski običajima, njegovanju i oživljavanju istih. Lokalna tamburaška glazba.	Da
Kulturni vodič	Kulturni	Analiza kulturnih zbivanja i najave, nova izdanja, značajni datumi, obljetnice i sl.	Da
Sportska emisija	Sportski	Gosti emisije predstavnici i članovi sportskih klubova, najave sportska događanja i reportaže s istih.	Da
Sport	Sportski	Najnovije informacije, vijesti, najave i rezultati sportskih natjecanja iz zemlje i svijeta.	Da

Izvor: Izrada autora

3.3.4. Značaj Radio Baranje

Prema istraživanju slušanosti radijskih postaja, koji je provela De Facto produkcija⁴ iz Zagreba (2022), Radio Baranja u Belom Manastiru dnevno ima 5205 slušatelja, izraženo u postotku 67,74% i zauzima 1. mjesto po slušanosti. Na području Osječko-baranjske županije gdje je mjerena slušanost 29 radijskih postaja, Radio Baranja zauzima 2. mjesto s prosječnih 75 017 slušatelja dnevno odnosno 31,63%. Radio Baranja najslušanija je radijska postaja na području svoje koncesije i najslušanija lokalna radijska postaja na području Osječko-baranjske županije. Uspoređujući slušanost prethodnih godina, vidljiv je pad prosječnog broja slušatelja, no u ukupnom poretku po slušanosti radijskih postaja to svejedno znači povećanje slušanosti Radio Baranje jer je pad broja slušatelja zabilježen kod svih radijskih postaja kod koji se istražuje slušanost. Uzrok tome, valjalo bi istražiti, može biti smanjenje broja stanovništva ili sve manji broj radijskih slušatelja. Prema istraživanju slušanosti 149 radijskih postaja u Hrvatskoj, a prema podacima De Facto produkcije za II kvartal 2022. godine, Radio Baranja se sa svojim brojem slušatelja nalazi na visokom 28. mjestu.

Grafikon 3. Prikaz dnevnog broja slušatelja i dnevnog dosega slušatelja 2015.-2022.



Izvor: Izrada autora

⁴ DE FACTO produkcija neovisni je centar, specijaliziran za istraživanje medija, najpoznatiji po opsežnim kvartalnim ispitivanjima slušanosti radijskih postaja i gledanosti televizijskih kanala i programa.

Grafikon 3. prikazuje porast dnevnog broja slušatelja i dnevnog dosega za razdoblje od 2015. do 2022. godine. Za prikaz su korišteni podatci o mjerenju slušanosti De Facto produkcije od 00,00 do 24,00 sata, za dobnu skupinu 12+ i tijekom II kvartala 2015. i 2017. godine, IV kvartala 2020. i 2021. godine te II kvartala 2022. godine. Po istim kriterijima i u istom razdoblju, na području Grada Belog Manastira Radio Baranja je na 1. mjestu po slušanosti, a u vrhu je i na području Grada Osijeka.

S obzirom na današnju programsku osnovu Radio Baranje jasan je njen utjecaj kroz informativni program na koje odlazi 12% programske osnove. Program je ispunjen vijestima, servisnim informacijama, obavijestima i sl., no neosporan je njen izniman utjecaj u vrijeme Domovinskoga rata, odnosno u kriznoj situaciji. Još jedna krizna situacija zahvatila je Baranju u svibnju i lipnju 2010. godine kada je zbog rekordno visokih vodostaja Dunava, Drave i Karašice, nedovoljno čvrstih vodnih nasipa i izlivanja vode na pojedinim dijelovima Baranje, u nekim mjestima bila naređena evakuacija stanovništva i stoke. Pripremao se smještaj za oko 1800 osoba, a Radio Baranja tada je ponovno odigrala ključnu ulogu u informiranju stanovništva brzim i točnim informacijama o stanju vodostaja u susjednoj Mađarskoj, a koji se odražavao na vodostaj u Baranji. Radio Baranja je tada, jednako kao i u Domovinskom ratu, bila poveznica između stanovništva i javnih službi, odnosno pripadnika Civilne zaštite, vojske, lokalnih čelnika, Hrvatskih voda, policije i vatrogasaca. Novinari su obilazili poplavljena područja, javljali se uživo u program s najnovijim informacijama i važnim sugovornicima, a eter oslobodili za slušatelje koji su nudili smještaj ljudima i životinjama kojima je on bio potreban. Kada ne ispunjava svoju ulogu u kriznim situacijama, Radio Baranja emitira raznolik program namijenjen svim dobnim skupinama, nacionalnim manjinama, ljubiteljima tamburaške glazbe i zavičajnoga govora, kulture, tradicije, domaće i strane glazbe, te svima koji žele biti informirani o aktualnim gospodarskim i političkim događanjima na području Baranje i Slavonije.

Direktorica Radio Baranje Zlata Maršić vjeruje u budućnost radija: „Sve nove tehnologija nisu uništile radio, vjerujem kako neće ni u budućnosti. Sadašnji korisnici novih medija postat će slušatelji radija.“ (Intervju 1, Maršić, 2022). S tim se slaže i Zdenko Lozančić koji budućnost radija vidi u činjenici da je on pozadinski medij, posjeduje tehničku jednostavnost, dostupniji je i prijateljski medij, odnosno ne stavlja oglašavanje ispred sadržaja, kao što je to, primjerice, čest slučaj kod internetskih portala, te dodaje kako se samo uz radio može simultano raditi nešto drugo (Intervju 2, Lozančić, 2022).

4. ZAKLJUČAK

Od kada je nastao radio je postojan medij kojega nije ugasio svaki novi koji je došao nakon njega. Zbog svoje tehničke jednostavnosti, pristupačnosti i rasprostranjenosti, radio je uvijek prisutan u čovjekovu životu, ranije kao osnovni, a danas kao sporedni i pozadinski medij. Radio je najbrži medij jer ne zahtijeva posebnu pripremu novinarskih izvještaja već ona ovisi o interpretaciji radijskog voditelja i/ili novinara. Kada se tome doda magičnost koju radiju pripisuje McLuhan, doista se može govoriti o mediju koji svijet smanjuje na dimenziju sela i mediju koji produžuje čovjekov središnji živčani sustav odnosno osigurava dubinsko sudjelovanje slušatelja. Nazvavši ga plemenskim bubnjem, McLuhan radio vidi kao medij koji ima moć čovječanstvo vratiti u plemenski oblik i tu treba tražiti razloge njegovu snažnom utjecaju koji su kroz povijest prepoznavali prvenstveno političari i oglašivači. Ono što i danas ostaje nejasno je činjenica kako moć radija prolazi neopaženo, moguće slučajno, a moguće i da je riječ o namjernom zanemarivanju ili gušenju „plemenske magije“ - namjernom zanemarivanju učinaka radija koji nužno ne ovise o radijskom programu i sadržaju.

Važnost radijskih postaja pokazuje se u kriznim situacijama, u Hrvatskoj posebice za Domovinskoga rata. U izvanrednim situacijama internetu i televiziji može biti otežano funkcioniranje zbog čega se radio nameće kao medij od osobite važnosti. Stručnjaci se slažu kako i danas radio ima veliki potencijal i utjecaj na društvo, a kao glavni nedostatak lokalnog radija navode manjak financijskih sredstava te smanjenje kvalitete i različitosti sadržaja. S obzirom kako je najveći dio komercijalnih radija u vlasništvu jedinica lokalne i područne samouprave, lokalne radijske postaje često su izložene pritiscima političara ili gospodarstvenika koji financiraju njihov rad te se postavlja pitanje kvalitete i objektivnosti emisija i priloga. Veliki broj građana nema povjerenje u lokalne elektroničke medije upravo zbog prilagođavanja trenutnim političkim okolnostima te političkoj ovisnosti koja se manifestira nedostatkom vjerodostojnosti. Iako postoji zakonodavstvo kojim se osigurava medijski pluralizam, bez političke volje i društvenog konsenzusa nije moguće postizanje njegove više razine. Također, u Hrvatskoj nije prepoznata mogućnost iskorištavanja radija koji je većinski ili dijelom u javnom vlasništvu i sadržajno se može odvojiti od čisto komercijalnog radija koji ponekad ne djeluje ili ne zadovoljava u potpunosti javni interes.

U radu je opisan nastanak Radio Baranje na početku Domovinskoga rata i u vremenu kad je radio bio, možda više od televizije i tiska, prihvatljiv medij kojim su se mogle prenositi precizne i točne informacije važne za sigurnost stanovništva.

Nameće se zaključak kako je nastanak radija potaknut dvama idejama, jednom koja je nastala iz ljubavi prema radiju, u želji za informiranjem prognanog stanovništva iz Baranje i onom koje je u okupiranoj Baranji ostalo, a drugom koja je krenula od tadašnjih političkih čelnika, koji su na radio gledali kao na sredstvo za širenje svoji političkih, državotvornih i nacionalnih ideja. Naizgled ideje koje idu ka istome cilju, nakon završetka Domovinskoga rata i prestanka prijeke potrebe za radijom koji bi potisnuo medijski utjecaj velikosrpskog agresora, prevladala je prva ideja i želja za opstankom radija u Baranji i Belom Manastiru. Još je jednom potvrđen utjecaj radija i njegova nužnost u kriznoj situaciji ali isto tako i potiskivanje njegove moći koja je prerasla očekivanja. Drugim riječima, Radio Baranja imala je svu političku i gospodarsku podršku onda kada je to bilo prijeko potrebno i kada je odgovaralo političkim strukturama vlasti. Radio Baranja je za ratnih godina imala iznimno veliku slušanost i popularnost na području većem od onog koje zauzima Osječko-baranjska županija, potvrđuju to 3 snažna odašiljača koja su omogućavala veliku čujnost, slijedom toga i veliki prostor za oglašivače od čega se u potpunosti i samostalno financirala.

Takvo financiranje omogućilo joj je neovisnost, ulaganje u opremu i djelatnike te modernizaciju programskoga sadržaja što se nameće i kao jedan od razloga za popularnost kod slušatelja. Sve to naprasno je prestalo povratkom na oslobođeno, ali opustošeno područje Baranje i oduzimanjem odašiljača. Radio Baranji oduzeta su osnovne poluge za rad – financijska sredstva i čujnost. Više nije bilo nacionalne opasnosti, više nije bilo potrebe za informiranjem prognanika o stanju u Baranji jer su se u nju i sami počeli vraćati i više nije bilo potrebe za dizanjem morala među braniteljima. Povratkom u Baranju i Beli Manastir u kojima nije bilo gospodarske aktivnosti, Radio Baranja bila je prisiljena ovisiti o skromnoj potpori lokalnih vlasti. O utjecaju radija kao medija vrlo dobro govori primjer Radio Baranje koja iz godine u godinu ima sve slabiju financijsku podršku lokalnih vlasti te vrlo male prihode od oglašivačke djelatnosti, a sve veći broj slušatelja i izvan svog koncesijskog područja. Radio Baranja danas, trideset godina nakon osnutka, ima sve veću publiku bez obzira na televiziju, Internet i društvene mreže. U vremenu masovnih medija, ljudi i dalje slušaju, a još važnije i vjeruju radiju, stručnjaci ga smatraju najbržim medijem, a lokalni radio važnim jer slušateljima pruža lokalne informacije. Ostaje za razmotriti i detaljnije istražiti zbog čega je njegova moć sve više zanemarena od strane oglašivača koji biraju druge platforme za oglašavanje, političara, gospodarstvenika i drugih koji bi mogli financijskim sredstvima podržati njegov radi i kvalitetu sadržaja.

Radio je još uvijek sposoban pojedinca duboko uključiti u medij nudeći mu odmak od gomile, istovremeno ga čineći njenim dijelom. Slušajući radio slušatelji žive u njemu i vjerojatno ne bi bilo nikome od korist da, kako je napisao njemački književnik Bertolt Brecht u pjesmi *An den kleinen Radioapparat*, radio najednom zanijemi.

5. LITERATURA

Agencija za elektroničke medije – AEM. (2018) *Analiza radijskog tržišta*, Agencija Ipsos, URL: <https://www.aem.hr/istrazivanja-i-analize/> [pristup:15.07.2022.]

Bilić, P. (2020.) *Medijski pluralizam nije pitanje stranačkog opredjeljenja, već pitanje demokratskog dosega*, HND, URL: <https://hnd.hr/pasko-bilic-medijski-pluralizam-nije-pitanje-stranackog-opredjeljenja-vec-pitanje-demokratskog-dosega> [pristup: 17.07.2022.]

Bilić, P., Valečić, M., Prug, T. (2021) *Praćenje medijskog pluralizma u digitalnom dobu*, Nacionalni izvještaj: Hrvatska, Projektni izvještaj, Izdanje 2021.2808

Državni zavod za statistiku – DZS. (2022) *Radio i televizija u 2021.*, Priopćenje, Godina LIX, KUL-2022-3-1 URL: <https://podaci.dzs.hr/2022/hr/29074> [pristup:10.08.2022.]

Gojević, M. (2009) *Publicistički stil*, Hrvatistika, 3.(3.), str. 23-30. URL: <https://hrcak.srce.hr/70009> [pristup:16.09.2022.]

Kunac, S., i Roller, V. (2015) *Lokalni mediji i demokracija u Hrvatskoj: neiskorišteni potencijal*, In medias res, 4(6), str. 860-880. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/151806>

Kedžo, Z. (2015) *Povjerenje u medije i krizno komuniciranje: lokalni radio u izvanrednoj situaciji*, Doktorska disertacija, Osijek, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera

McLuhan, M. (2008) *Razumijevanje medija*, Golden marketing – Tehnička knjiga, Zagreb

Mihaljević, M. (2002) *Funkcionalni stilovi hrvatskog (standardnog) jezika, S posebnim obzirom na znanstveno-popularni i personalni stil*, Stručni rad, UDK 811.163.42 38

Ministarstvo kulture i medija. (2019) *Strateški plan Ministarstva kulture 2020.-2022.*, Zagreb URL: <https://min-kulture.gov.hr/print.aspx?id=16421&url=print> [pristup:12.07.2022.]

Ministarstvo kulture i medija. (2015) *Radni materijal za raspravu o medijskoj politici Republike Hrvatske 2015 – 2020., Prvi dio, Nacionalni izvještaj o medijima, Radni materijal 9. 1, Komercijalni radiji, 2015*, URL: <https://min-kulture.gov.hr/izdvojeno/izdvojena-lijeva/mediji-16434/arhiva-9818/rasprava-o-medijskoj-politici/radni-materijali/11835> [pristup: 15.07.2022.]

Mučalo, M. (2010a) *Radio - Medij 20. stoljeća*, AGM, Zagreb

Mučalo, M. (2010b) *Radio: medij neiskorištenog povjerenja*, Medijske studije, 1 (1-2),. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/76703>

Mučalo, M. (2020) *Komercijalni FM radio u kontekstu hrvatske medijske politike*, *Medijske studije*, 11(21), str. 87-103. URL: <https://doi.org/10.20901/ms.11.21.5> [pristup: 12.07.2022.]

Relja, R. (2011) *Metodološke posebnosti suvremenog etnografskog istraživanja*, Pregledni rad, UDK: 303.4 : 39, God. Titius, god. 4, br. 4, 179-193, URL: <https://hrcak.srce.hr/118062>, [pristup: 16.09.2022.]

Internetski izvori:

Agencija za elektroničke medije – AEM. (2022) URL: <https://www.aem.hr/agencija/> [pristup: 15.07.2022.]

Agencija za elektroničke medije – AEM. (2022) *Dodijeljene prve DAB koncesije*, URL: <https://www.aem.hr/novosti/dodijeljene-prve-dab-koncesije/> [pristup: 17.07.2022.]

Agencija za elektroničke medije – AEM. (2022) *Knjiga radijskih nakladnika*, Radio Baranja d.o.o., Programska osnova: Programska osnova za objavu na internetskoj stranici AEM, URL: <https://pmu.e-mediji.hr/Public/PregledDetalji.aspx?id=73&pmu=159> [pristup:15.07.2022.]

Agencija za elektroničke medije – AEM. (2021) *Međunarodna znanstvena konferencija „komentari, govor mržnje, dezinformacije i regulacija javne komunikacije“*, URL: <https://conference2021.aem.hr/organizatori/> [pristup: 12.07.2022.]

Agencija za elektroničke medije – AEM. (2020) *Fond za pluralizam i raznovrsnost elektroničkih medija*, URL: <https://www.aem.hr/en/kategorija/fond-za-pluralizam/>, [pristup:12.07.2022]

Agencija za elektroničke medije – AEM. (2013) *Pravilnik o Fondu za poticanje pluralizma i raznovrsnih elektroničkih medija*, Narodne novine, broj 150/2013, Broj dokumenta u izdanju: 3178, URL: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2013_12_150_3178.html [pristup: 12.07.2022.]

Agencija DeFacto. (2022) *Istraživanju slušanosti radijskih postaja*, URL: <http://reports.defacto.hr/reports/> [pristup: 10.08.2022.]

Hrvatska enciklopedija (2021) *Etnografija*, Leksikografski zavod Miroslav Krleža, URL: <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=18528> [pristup: 15.09.2022.]

Hrvatska regulatorna agencija za mrežne djelatnosti – HAKOM. (2022)
URL: <https://app.hakom.hr/default.aspx?id=346> [pristup: 17.08.2022.]

Institut za razvoj i međunarodne odnose – IRMO. (2020) *Objavljeni rezultati praćenja medijskog pluralizma*, URL: <https://irmo.hr/novosti/objavljeni-rezultati-pracenja-medijskog-pluralizma-media-pluralism-monitor-2020/> [pristup:12.08.2022.]

Blašković Đurđević, J. (2022) *30 godina od osnutka Radio Baranje*, www.radio-baranja.hr
URL: <https://www.radio-baranja.hr/30-godina-od-osnutka-radio-baranja/> [pristup:12.08.2022.]

Vijeće za elektroničke medije – VEM. (2013) *Pravilnik o sadržaju i postupku obavijesti o namjeri davanja koncesija za obavljanje djelatnosti pružanja medijskih usluga radija i televizije*, Narodne novine, broj 131/13, Broj dokumenta u izdanju: 2867, URL: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2013_10_131_2867.html [pristup: 10.08.2022.]

Vijeće za elektroničke medije – VEM. (2014) *Pravilnik o minimalnim uvjetima za obavljanje audio i audiovizualnih medijskih usluga i vođenju očevidnika*, Narodne novine broj 83/2014, Broj dokumenta u izdanju: 1621, URL: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2014_07_83_1621.html [pristup: 10.08.2022.]

Zakon o elektroničkim medijima. (NN 111/21) Zakon.hr, URL: <https://www.zakon.hr/z/196/Zakon-o-elektroni%C4%8Dkim-medijima> [pristup: 17.07.2022.]

Zakon o medijima. (NN 59/04, 84/11, 81/13) Zakon.hr, URL: <https://www.zakon.hr/z/38/Zakon-o-medijima> [pristup: 17.07.2022.]

Zakon o Hrvatskoj radioteleviziji (NN 137/10, 76/12, 78/16, 46/17, 73/17, 94/18) Zakon.hr, URL: <https://www.zakon.hr/z/392/Zakon-o-Hrvatskoj-radioteleviziji> [pristup: 10.08.2022.]

Intervju:

Intervju 1 (2022) Zlata Maršić, direktorica, glavna urednica i udjeličarka Radio Baranje d.o.o.

Intervju 2 (2022) Zdenko Lozančić, voditelj tehnike i udjeličar Radio Baranje d.o.o.

Arhiva Radio Baranje:

Radio Baranja (1995) *Društveni ugovor o osnivanju Radio Baranje*

Radio Baranja (2016) *Ponuda temeljem obavijesti o namjeri davanja koncesija za obavljanje djelatnosti pružanja medijskih usluga radija*, broj 01/16, za Grad Beli Manastir (I-BM), Poglavlje 2. - Programska osnova

Radio Baranja (2016) *Ugovor o koncesiji za obavljanje djelatnosti pružanja medijske usluge radija na području grada Belog Manastira (L-BM)*; 88,0 MHz, br. R-07/16

Radio Baranja (2017) *25 godina Radio Baranje*, radijska emisija - mozaički program, Josip Kompanović (pok.)

Radio Baranja (2017) *25 godina Radio Baranje*, radijska emisija - mozaički program, Branko Jalšovec (pok.)

Radio Baranja (2017) *25 godina Radio Baranje*, radijska emisija - mozaički program, Mario Fuis, udjeličar Radio Baranje d.o.o.

6. PRILOZI

Grafikon 1. Radijski nakladnici u Hrvatskoj prema vrsti koncesije	8
Grafikon 2. Prikaz udjela svake programske kategorije u programu	34
Grafikon 3. Prikaz dnevnog broja slušatelja i dnevnog dosega slušatelja 2015.-2022.	37
Slika 1. Mario Fuis, voditelj i tehničar Radio Baranje, 1992.	25
Slika 2. Zdenko Lozančić, tehničar Radio Baranje, 1992.	26
Slika 3. Dario Jagarinec, voditelj Radio Baranje, 16.veljače 1992.	26
Slika 4. Ivan Maršić (pok.) 1992.	28
Slika 5. Djelatnici Hrvatskog radija Baranja, 1994.	29
Tablica 1. Kvantitativni prikaz zastupljenosti kategorija emisija	35
Tablica 2. Klasifikacija emisija Radio Baranje	36