

Neprofitni FM radio u Republici Hrvatskoj

Čeč, Lucija

Master's thesis / Diplomski rad

2017

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, The Faculty of Political Science / Sveučilište u Zagrebu, Fakultet političkih znanosti**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:114:653833>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-26**



Repository / Repozitorij:

[FPSZG repository - master's thesis of students of political science and journalism / postgraduate specialist studies / dissertations](#)



Sveučilište u Zagrebu
Fakultet političkih znanosti
Diplomski studij novinarstva

DIPLOMSKI RAD

NEPROFITNI FM RADIO U REPUBLICI HRVATSKOJ

Mentorica: izv. prof. dr. sc. Marina Mučalo

Studentica: Lucija Čeč

Zagreb, veljača 2017.

IZJAVA O AUTORSTVU

Izjavljujem da sam diplomski rad „**Neprofitni FM radio u Republici Hrvatskoj**”, koji sam predala na ocjenu mentorici izv. prof. dr. sc. Marini Mučalo, napisala samostalno i da je u potpunosti riječ o mojem autorskom radu. Također, izjavljujem da dotični rad nije objavljen ni korišten u svrhe ispunjenja nastavnih obaveza na ovom ili nekom drugom učilištu, te da na temelju njega nisam stekla ECTS bodove.

Nadalje, izjavljujem da sam u radu poštivala etička pravila znanstvenog i akademskog rada, a posebno članke 16-19. Etičkoga kodeksa Sveučilišta u Zagrebu.

*true power
is living the realisation
that you are your own
healer, hero and leader*

yung pueblo

Zvjerki, i svima koji su sa mnom stavili točku na ovo „i”.

SADRŽAJ

1. UVOD	4
2. NEPROFITNI FM RADIO: SAŽETI PRIKAZ NASTANKA	6
3. NEPROFITNI FM RADIO U REPUBLICI HRVATSKOJ	12
3.1. Financiranje	17
4. ISTRAŽIVANJE: NEPROFITNI FM RADIO U HRVATSKOJ	22
5. PRIKAZ REZULTATA	24
5.1. RADIO STUDENT	24
5.2. RADIO UNIOS	27
5.3. RADIO UNIDU	30
5.4. RADIO MARIJA (Zagreb)	32
5.5. HRVATSKI KATOLIČKI RADIO	35
5.6. RADIO SUNCE	38
5.7. RADIO 92 FM	42
6. RASPRAVA	45
7. ZAKLJUČAK	52
8. LITERATURA	54
9. SAŽETAK	57

Popis tablica

Tablica 1: <i>Temeljni podaci Radio Studenta</i>	24
Tablica 2: <i>Djelatnici Radio Studenta</i>	25
Tablica 3: <i>Izvori financiranja Radio Studenta</i>	26
Tablica 4: <i>Temeljni podaci Radio UNIOS-a</i>	28
Tablica 5: <i>Djelatnici Radio UNIOS-a</i>	28
Tablica 6: <i>Izvori financiranja Radio UNIOS-a</i>	29
Tablica 7: <i>Temeljni podaci Radija UNIDU</i>	30
Tablica 8: <i>Broj djelatnika Radija UNIDU</i>	30
Tablica 9: <i>Izvori financiranja Radija UNIDU</i>	31
Tablica 10: <i>Temeljni podaci Radio Marije (u Zagrebu)</i>	33
Tablica 11: <i>Broj djelatnika Radio Marije (u Zagrebu)</i>	33
Tablica 12: <i>Izvori financiranja Radio Marije (u Zagrebu)</i>	34
Tablica 13: <i>Temeljni podaci Hrvatskog katoličkog radija</i>	35
Tablica 14: <i>Broj djelatnika Hrvatskog katoličkog radija</i>	36
Tablica 15: <i>Izvori financiranja Hrvatskog katoličkog radija</i>	36
Tablica 16: <i>Temeljni podaci Radio Sunca</i>	38
Tablica 17: <i>Broj djelatnika Radio Sunca</i>	38
Tablica 18: <i>Izvori financiranja Radio Sunca</i>	39
Tablica 19: <i>Temeljni podaci Radija 92 FM</i>	42
Tablica 20: <i>Broj djelatnika Radija 92FM</i>	43
Tablica 21: <i>Izvori financiranja Radija 92 FM</i>	43

Popis priloga

Prilog 1: Anketni upitnik (e-upitnik): Nefitni FM radio u RH

Prilog 2: Programska osnova Radio Studenta

Izvor:file:///C:/Users/User/AppData/Local/Microsoft/Windows/INetCache/IE/0KPI815C/Radio_Student_obrazac_PO.pdf (preuzeto 12.1.2017.)

Prilog 3: Programska osnova Radija UNIOS

Izvor:file:///C:/Users/User/AppData/Local/Microsoft/Windows/INetCache/IE/LHZI0KTS/PO%20za%20objavu%20na%20internetu ETF%20Osijek.pdf (preuzeto 12.1.2017.)

Prilog 4: Programska osnova Radija UNIDU

Izvor:file:///C:/Users/User/AppData/Local/Microsoft/Windows/INetCache/IE/WQ42YAOA/UNIDU_radio_obrazac_PO_internet_23112012_FINAL_(I).pdf (preuzeto 12.1.2017.)

Prilog 5: Programska osnova Radio Marije (Zagreb)

Izvor:file:///C:/Users/User/AppData/Local/Microsoft/Windows/INetCache/IE/FZZCXAYR/Programska%20osnova%20za%20objavu%20na%20internetu%20-%20radijski%20programski%20kanal.pdf (preuzeto 12.1.2017.)

Prilog 6: Programska osnova Hrvatskog katoličkog radija

Izvor:file:///C:/Users/User/AppData/Local/Microsoft/Windows/INetCache/IE/0KPI815C/HKR_obrazac_PO_internet_29102012_(R).pdf (preuzeto 12.1.2017.)

Prilog 7: Programska osnova Radio Sunca

Izvor:file:///C:/Users/User/AppData/Local/Microsoft/Windows/INetCache/IE/WQ42YAOA/ZUPANIJSKA_LIGA_PROTIV_RAKA.pdf (preuzeto 12.1.2017.)

Prilog 8: Programska osnova Radija 92 FM

Izvor:file:///C:/Users/User/AppData/Local/Microsoft/Windows/INetCache/IE/FZZCXAYR/Programska%20osnova%20za%20objavu%20na%20Internetu.pdf (preuzeto 12.1.2017.)

1. UVOD

Mediji zajednice, nezavisni, alternativni, aktivistički – sve su to pojmovi koji se vežu uz takozvani treći medijski sektor koji, uz javni servis i komercijalne medije, čini treći medijski sustav kakav danas nalazimo i u Hrvatskoj. Pripadnu vrstu medija u literaturi, ali i zakonodavnoj praksi, ustalilo se nazivati neprofitnim medijima. Obilježava ih „računovodstvena dimenzija” koja nalaže da svu zaradu moraju utrošiti u vlastitu djelatnost, zastupanje interesa i stavova zajednice u kojoj djeluju te odmak od dominantne medijske struje (Ministarstvo kulture RH, 2015c: 3).

Među neprofitne medije, uz televizije i elektroničke publikacije, ubrajamo i FM radije. Potrebno je napomenuti da se rad bavi isključivo FM radijima, odnosno onima koji imaju koncesiju i emitiraju putem zemaljske infrastrukture (iako su svi i na internetu, a neki koriste i satelitske veze). Time su iz istraživanja isključeni neprofitni internetski radiji ili eventualni glazbeni *streamovi* neprofitnih elektroničkih publikacija.

U svijetu, a ponajprije na europskom tlu, u ovom se kontekstu najčešće govori o *community* radijima. Pretragom hrvatskog rječnika nećemo naići na spretniji prijevod ovog pojma od “radija zajednice”, a riječ je o „radijskim postajama ograničene čujnosti koje emitiraju na području neke teritorijalne zajednice ili za pojedine interesne grupe” (Mučalo, 2016: 54). Europska unija *community* medije smatra „neprofitnima, neovisnima od nacionalne i lokalne vlasti, usredotočenima na djelatnosti od javnog i civilnog interesa, s jasnim ciljevima koji uvijek uključuju društvenu dobit i doprinose međukulturnom dijalogu” (www.europarl.europa.eu, pristupljeno 10.12.2016). Buckley (2010) se također vodi sličnim odrednicama, govoreći kako *community* medije odlikuje to što su „neovisni, uspostavljeni u zajednici i ne vode se ostvarivanjem profita”, dopunjujući definiciju odrednicom da u kreiranju njihova programa, ali i upravljanju, „u značajnoj mjeri sudjeluju uglavnom članovi zajednice”.

Sama činjenica da u svijetu nije prisutna jedinstvena definicija niti nomenklatura ove vrste radija govori o kompleksnosti teme i uopće problemu smještanja *community* radija u nacionalne medijske politike pojedinih zemalja. Koriste se razni nazivi poput *radios libres* ili *radio associatives* u Francuskoj, lokalni radio u Nizozemskoj ili *ikke-kommercielle lokale radio* u Danskoj (Buckley, 2010) te na kraju, *community* radio u Velikoj Britaniji i SAD-u. Ovaj rad donosi pregled nastanka i razvoja radijske *community* scene u navedenim državama kako bi dao uvid u različite zakonodavne i financijske modele vezane uz ovaj sektor, a koji se razlikuju od zemlje do zemlje.

Danska, Nizozemska i Francuska smatraju se primjerima dobre europske prakse pa se njihovi radiodifuzijski modeli i položaj *community* radija unutar njih često zazivaju u potrazi za rješenjima kamo i na koji način u medijskim sustavima smjestiti ovu vrstu radija.

Ilustracije radi, danske *community* radio postaje dio su proširenog javnog medijskog servisa i financiraju se postotkom od radio-televizijske pristojbe. U Francuskoj sektor opstaje zahvaljujući suradnji s komercijalnim radio i televizijskim postajama koje im ustupaju dio svojih prihoda od oglašavanja, dok u Nizozemskoj, nakon godina testiranja metodama pokušaja i pogrešaka, kakvu – takvu ekonomsku stabilnost *community* radija osiguravaju lokalne vlade (Buckley, 2010). Govoreći o europskim primjerima treba spomenuti i Veliku Britaniju, čiji su *community* radiji svoj pravni status stekli tek na prelasku stoljeća. Prihodi stižu iz državnog fonda i od oglašavanja, a vlasnici su većinom neprofitne, lokalne organizacije. Autor navodi kako u slučaju Velike Britanije „regulatorni okvir uspješno potiče osnivanje novih i raznovrsnih *community* radio servisa, no u korak s time ne ide mehanizam financiranja zbog čega sektoru prijeti kriza održivosti“. Dunaway (1998) navodi kako je u Sjedinjenim Američkim Državama na snazi dvojni medijski model (komercijalni i javni sektor), u kojem je *community* radio također našao svoje mjesto.

Rad donosi nalaze izvornog istraživanja koje je učinjeno uz pomoć glavnih urednika svih (sedam) neprofitnih FM radija u Hrvatskoj (Radio Student, Hrvatski katolički radio, Radio Marija, Radio UNIDU, Radio UNIOS, Radio Sunce, Radio 92 FM). Cilj istraživanja bio je prikazati trenutno stanje te dobiti jasan uvid u najčešće probleme tih radija, procjenu perspektive i ukupnog razvoja neprofitnog FM sektora u Republici Hrvatskoj.

2. NEPROFITNI FM RADIO: SAŽETI PRIKAZ NASTANKA

Potreba za osuvremenjivanjem staromodnih državnih radiodifuzijskih sustava i njihove dominacije na europskom tlu rezultirala je pojavom prvih ilegalnih radio stanica krajem 1950-ih godina (Mučalo, 2016: 57). Njihov je put do pravno priznatih, većinom neprofitnih i lokalnih postaja predstavljen u ovom poglavlju. Pregled uključuje i razvoj sektora u (a) Sjedinjenim Američkim Državama, a slijede (b) Francuska, (c) Nizozemska, (d) Danska te (e) Velika Britanija.

Buckley (2010) navodi kako su u Danskoj, Nizozemskoj, Francuskoj i Velikoj Britaniji već više od dva desetljeća na snazi „politike i pravne odredbe (...) koje idu u prilog prepoznavanju društvenih i kulturoloških vrijednosti sektora *community* radija”, no to ne znači da u potpunosti odlijevaju prilagođavanju pravilima komercijalnog tržišta. Tomu u prilog govori i slučaj prvog službeno licenciranog britanskog *community* radija – *Forest of Dean Community Radio* (FoDCR). Nakon gotovo 14 godina emitiranja, u ponoć 31. prosinca 2009. godine FoDCR podlegao je financijskoj krizi i prestao odašiljati signal: „Usprkos mnogim mjesecima napora, projekt (FoDCR) nije uspio osigurati dostatna financijska sredstva i resurse kako bi nastavio raditi do isteka svoje petogodišnje licence” (Buckley 2010, prema FoDCR 2009).

Danas su *community* radiji važan dio medijske strategije Europske unije, a njihove interese predstavlja zajedničko tijelo uspostavljeno 2006. pod nazivom „*Community Media Forum Europe*“. Mučalo (2016: 59) navodi kako su na tom putu „zapadnoeuropske zemlje prvo trebale prevladati vlastite različitosti u utvrđivanju zajedničkih kriterija za programske sadržaje, financiranje, način rada i ciljeve *community* radija”. Prvo „priznanje vrijednosti *community* radija” bilo je sadržano u dokumentima Europskog odbora za kulturu i obrazovanje te Europskog parlamenta iz 2008. godine¹. Godinu kasnije Vijeće ministara usvojilo je Deklaraciju o ulozi *community* radija u promicanju društvene kohezije i međukulturnog dijaloga čime je lokalni radio priznat kao „sredstvo za njegovanje lokalnih vrijednosti, uvažavanje kulturnih različitosti, poticanje razvoja civilnog društva i medijske pismenosti te (najčešće) kao jedini izvor lokalnih vijesti u bujajućoj globalizaciji” (isto).

¹ Izvješće o *community* medijima u Europi (Europski odbor za kulturu i obrazovanje, 2008); Rezolucija o koncentraciji i pluralizmu u medijima (Europski parlament, 2008); Rezolucija o medijima zajednice (Europski parlament, 2008).

Američki medijski model prema kojem su *community* radiji dio javnog servisa, pretrpio je značajne promjene u odnosu na svoje početke. Dunaway (1998: 95), naime, primjećuje zaokret u poimanju, ustroju i financiranju *community* radija u SAD-u od sedamdesetih godina do praga novog tisućljeća. Od amaterskih lokalnih, postaje su prerasle u profesionalne nacionalne, pa čak i međunarodne postaje. Radikalni stavovi, sloboda govora i eklektičan program ustupili su eter standardiziranim, formatiranim programskim odrednicama, liberalizmu i uobičajenosti. Nekadašnje donacije lokalnih zajednica i/ili institucija zamijenjene su državnim potporama i fondovima iako je jasno da su izdvajanja za ovu vrstu medija svake godine sve manja. Dunaway navodi kako se radio zajednice stoga razvio u hibrid kojeg naziva „javni *community* radio”.

(a) Sjedinjene Američke Države

Ideja *community* radija na sjevernoamerički kontinent stigla je iz Bolivije 1950-ih godina, nošena valovima tamošnjih Rudarskih radija nastalih na radničkom buntu uslijed političkih i društvenih previranja u zemlji. Vođeni potrebom stvaranja medijske platforme koja će eter otvoriti pluralizmu mišljenja i različitostima², u Berkleyu, u saveznoj državi Kaliforniji osnovan je 1949. godine radio KPFA (Mučalo, 2016: 54-55). „Dominantan motiv bio je otklon od ondašnje *mainstream* glazbe i afirmacija alternativnih glazbenih izričaja te neformalna, gotovo forumska komunikacija. Radio je bio volonterski, a potrebna novčana sredstva prikupljala su se isključivo od samih slušatelja, temeljem njihove dobre volje” (isto). Dunaway (1998: 89, prema Katz, 1989) svjedoči o dvije struje javnoradijskog sektora u to vrijeme: jednu su predstavljale „bivše sveučilišne, sada javne postaje s namjerom da emitiraju na širem području, s profesionalnim osobljem i na nacionalnoj razini”, a drugu su činile lokalne *community* postaje s čvrstim antiinstitucionalnim usmjerenjem i anarho-sindikalistima na čelu. Potonji su bili okupljeni u projekt naziva Radio Pacifica, a program su stvarali i podupirali slušatelji.

Uspostavljanjem krovne ustanove za javno emitiranje pod nazivom *Corporation for Public Broadcasting* (CPB) 1967. godine te stupanjem na snagu Zakona o javnom emitiranju (*Public Broadcasting Act*) otvoren je prostor za osnutak Državnog javnog radija (*National Public Radio* ili *NPR*). No, nastavlja Mučalo, nekomercijalne postaje tada već znane kao *community* radiji, nisu se uklapale u shemu javne radiodifuzije jer su „regionalne postaje NPR-

² Mučalo (2016: 55) ovdje ističe „ljudska prava, LGBT, rodne uloge itd”.

a jednostavno bile prevelike, odnosno nisu bile dovoljno lokalne” (Mučalo, 2016: 56, prema Stavitsky 1995).

Community radiji u SAD-u su od 1975. godine okupljeni u Američki savez radija zajednice (*National Federation for Community Broadcaster* ili *NFCB*) koji danas broji tek dvjestotinjak članova, dok komercijalna scena broji oko 11 tisuća FM radija (Mučalo, 2016: 56). Savezna komisija za komunikacije (*Federal Communications Commission* ili *FCC*) komercijalnim postajama dopušta oglašavanje, dio troškova namiruju iz državnih fondova, a manji dio stiže od slušateljskih donacija. *Community* postaje pak većinom ovise upravo o donacijama koje često prikupljaju na različitim sajmovima ili festivalima, dok ostale javne postaje nastoje povećati slušanost kako bi time osigurale veći dotok novca iz državnih fondova (Ivanović, 2000: 65-69).

(b) Francuska

Ilegalne, “slobodne” radijske stanice bez dozvola za emitiranje, znane pod nazivom *radios libres* preteča su *community* radija u Francuskoj, a njihova je prva pojava zabilježena u 1970-ima (Buckley, 2010). Mučalo (2016: 57) navodi kako su mnogi njihovi programi „bili snažno politizirani, a neki tek posvećeni ondašnjoj modernoj glazbi”. Istovremeno su bile posvećene zajedničkom cilju odnosno ukidanju državnog medijskog monopola. Uspjele su ga ostvariti 1982. kad je na snagu stupio Zakon o audio-vizualnim komunikacijama čime su otvorena vrata privatnim radio operaterima (Buckley, 2010). Zakon je omogućio i osnivanje Fonda za lokalne radije (*Fonds de á l' expression radiophonique locale* ili *FSER*) kojemu sredstva pristižu od komercijalnih radija i televizija. *FSER*, naime, ubire dio njihove zarade ostvarene komercijalnim poslovima (oglašavanjem). Godine 2007., kako navodi Buckley (2010), *FSER* je raspolagao sa skoro 25 i pol milijuna eura od čega je čak 80% bilo namijenjeno za 588 *community* radijskih postaja³ dok se ostatkom sredstava poticalo pokretanje novih postaja, modernizacija opreme, društveni projekti i organizacijski razvoj.

Danas je *FSER* prepoznat kao „najdugovječniji mehanizam javnog financiranja *community* medija u Europi” koji više od četvrt stoljeća ovom sektoru osigurava ekonomsku stabilnost (Buckley, 2010).

³ Pojedinom radiju u prosjeku na godišnjoj razini pripada 37 tisuća eura.

(c) Nizozemska

Community radijske postaje u Nizozemskoj izjednačene su s pojmom lokalnih medija (*locale omroepen*), a od 1983. godine, dijelom su javnog medijskog servisa (Buckley, 2010). Institucionalna financijska potpora ne postoji pa je budućnost lokalnih medija zapravo prepuštena dobroj volji samih slušatelja i/ili lokalnoj zajednici na čijem području emitiraju. Evens i Paulussen (2011: 10) navode kako su lokalni radiji ovisili o *grantovima*, donacijama članova zajednice i lokalnih vlada. Budući da potonjima ulaganje u lokalne medije nije bio osobiti prioritet, 1990. godine dozvoljeno je oglašavanje⁴. Time je ovaj medijski sektor doveden u situaciju u kojoj se morao odlučiti hoće li svoj razvoj zaustaviti na razini radija male čujnosti s ograničenim sredstvima, orijentiranog na zajednicu u kojoj djeluje ili će pak podleći komercijalizaciji i svoj sadržaj prilagođavati zahtjevima oglašivača (Evens i Paulussen, 2011: 11).

Nakon gotovo 20 godina previranja i lutanja, nizozemski parlament je 2009. godine, prepoznao potrebu za uspostavljanjem sustava državnog financiranja sektora lokalnih medija. Lokalne vlasti otad imaju obvezu nadomjestiti troškove održavanja „svojih“ lokalnih medija ukoliko se isti ne uspiju namiriti iz drugih spomenutih izvora (Buckley, 2010). Autor navodi kako je do 2000. godine u Nizozemskoj registrirano tristotinjak lokalnih radijskih stanica, od čega je gotovo trećina pružala uslugu emitiranja i televizijskog programa. Lokalni nizozemski elektronički mediji okupljeni su u OLON (*Organisatie van Lokale Omroepen in Nederland*) odnosno Nizozemski savez lokalnih javnih glasila koji štiti i zastupa njihove interese pred državnom vlašću (Mučalo, 2016: 57-60).

(d) Danska

Ideja *community* radija u Danskoj (*ikke-kommercielle lokale radio-og TV-stationer*) javila se s pojavom prvih, doduše eksperimentalnih, neprofitnih lokalnih radio stanica 1983. godine (Buckley, 2010, prema Jauert i Prehn 2003). Tri godine kasnije dodijeljene su prve dozvole za emitiranje, a 2010. u Danskoj je bilo registrirano 175 neprofitnih radijskih stanica (Buckley, 2010). Sredstva za financiranje, kako operativnih troškova tako i realizacije programskog sadržaja, stižu od dijela pristojbe javnog radio-televizijskog servisa slijedom čega je *community* radio njegov sastavni dio od 1997. godine (isto). Ovaj se model financiranja, kojeg nadzire Vijeće radija i televizije, pokazao uspješnim nakon što se odustalo od financiranja

⁴ Dopušteno im je emitirati do 12 minuta reklama u jednom satu, a koje smiju činiti do 15% dnevnog programa (Buckley 2010).

neprofitnog medijskog sektora dijelom prihoda od poreza kojeg su plaćali komercijalni mediji te prihoda iz fonda igara na sreću. Uspostavljeni Fond osigurao je danskom neprofitnom medijskom sektoru čvrste temelje, štoviše, najbogatiji je takav europski fond gledano prema izdvajanjima po glavi stanovnika⁵ (Buckley, 2010).

(e) Velika Britanija

Kaskajući za ostatkom Europe otprilike dva desetljeća, *community* radio u Velikoj Britaniji svoj je pravni status stekao relativno kasno, tek izglasavanjem Zakona o komunikacijama 2003. i Odredbe o *community* radijima godinu kasnije (Evens i Paulussen, 2011: 11). To ipak ne znači da sama ideja medijske struje oprečne tamošnjem javnom servisu BBC-ja dotad nije postojala. Naprotiv, Velikoj Britaniji često se pripisuje titula „pionira *community* medija” (Evens i Paulussen, 2011: 11). Prvi pokušaji ugrožavanja BBC-jeva radiodifuzijskog monopola sežu u 1960-te s pojavom prvih piratskih radio stanica koje su emitirale s brodova izvan dosega državne jurisdikcije (Mučalo, 2016: 57). Moderno glazbeno usmjerenje, ustupanje radijskog etera *rock 'n' rollu* te novim programskim oblicima poput DJ emisija i top-ljestvica priskrbilo im je veliku popularnost i slušanost među mlađom populacijom. Ipak, radio-pirati stekli su i brojne neprijatelje stoga što su „protupravno koristili frekvencijski spektar i tako ometali signal legitimnih postaja, nisu plaćali autorska prava za glazbena djela, štetili su prodaji nosača zvuka i zaradi od oglašavanja u tisku”. Tomu se na kraj stalo 1967. godine stupanjem na snagu posebnog zakona (*Marine Broadcasting [Offences] Act*) „kojim se kažnjavala opskrba piratskih brodova i programska suradnja” (isto).

Ideja o *community* radiju u Velikoj Britaniji ponovno se počela buditi krajem 90-ih, a 2001. godine, ususret novoj zakonskoj regulativi, dozvole za rad dobilo je 16 pilot-projekata nazvanih „*access radio*” (Buckley 2010). Projekt je 2000-ih stupanjem na snagu spomenutog Zakona o komunikacijama i Odredbe o *community* radijima rezultirao konačnom pravnom afirmacijom ove vrste radija kao sastavnog dijela medija trećeg sektora kojima dozvole za emitiranje dodjeljuje regulatorno tijelo britanskih komunikacija Ofcom (*The Office of Communications*).

Danas u Velikoj Britaniji emitira 225 *community* radija, a za ovaj je sektor na snazi mješoviti sustav financiranja (www.ofcom.org.uk, Buckley, 2010). Dio sredstava osigurava

⁵ Obveznici plaćanja pristojbe izdvajaju u ove svrhe oko 0.50 Eura godišnje po osobi.

Fond *community* radija (*Community Radio Fund*)⁶, dok se ostatak namiruje prihodima od oglašavanja. Izmjenama Odredbe o *community* radijima iz 2015. godine ukinuta je dotadašnja zabrana koja je stanicama ograničavala zaradu od oglašavanja na polovinu ukupnih prihoda, pa sada od reklama i sponzorstava smiju uprihoditi do 14 tisuća 700 funti.

⁶ Fond je 2014./2015. godine raspolagao sredstvima u visini 393 tisuće funti, a koja su u dva kruga natječaja razdijeljena između 28 *community* radija u prosječnoj visini od oko 14 tisuća funti po radijskoj stanici (ofcom.org.uk, pristupljeno 10.12.2016).

3. NEPROFITNI FM RADIO U REPUBLICI HRVATSKOJ

Dana 15. svibnja 1926. godine u 20 sati i 30 minuta iz prostora dvorišne zgrade na zagrebačkom Markovu trgu broj 9 u eteru su se čuli prvi zvukovi Radio Zagreba i upisali u povijest prvo radijsko emitiranje u ovom dijelu Europe (Mučalo, 2002: 25). Prvi radio u Hrvatskoj preživio je sve izmjene političkih režima zabilježene na ovim prostorima⁷, a koji su posljedično ostavili trag i u povijesti hrvatske radiofonije, od apolitičnog medija namijenjenog kulturnim sadržajima (SHS), režimski kontroliranog i cenzuriranog etera (NDH) do državnog servisa (SFRJ) i u završnici javnog medijskog servisa i snažne scene komercijalnih elektroničkih medija (RH).

Uz potporu Radio Zagreba signal su počele u vrijeme NDH odašiljati i prve lokalne postaje u Dubrovniku i Osijeku, godine 1953. prvi se put oglasilo zagrebačko Radio Sljeme, a šezdesetih godina Hrvatska se našla „zahvaćena idejom razvoja lokalne radiofonije izvan sustava Radio Zagreba” (Mučalo, 2010: 297-8). Tako su ondašnje „društveno-političke zajednice te radne i druge samoupravne organizacije” osnovale u razdoblju od 1971. do 1978. pedesetak lokalnih postaja. Naime, „smatralo se da će osnivanje (...) unaprijediti javnu komunikaciju i predstavljati snažan poticaj razvoju manjih, naročito ruralnih sredina” (isto). Međutim, lokalna radiofonija nije nastavila svoj uzlet pa je sektor osamdesetih godina dospio u stanje hibernacije. Bilo je pokušaja ilegalnog zaposjedanja etera „odašiljačima malih snaga kućne izrade” no inspekcije su ubrzo entuzijastima oduzele opremu i zaustavile hrvatske radiopirate (Mučalo, 2010: 300). Razvoj radiodifuzije u Hrvatskoj nastavljen je tek osamostaljenjem i uspostavom Republike Hrvatske.

„Privatnicima“ nije bilo mjesta u hrvatskom eteru još od 1939. godine, kad je državna vlast Kraljevine Jugoslavije oduzela dioničkom društvu „Radio Zagreb“ dozvolu za emitiranje i podržavila radijsku postaju. U vrijeme SFRJ radijski medij (Radio Zagreb i lokalne radio postaje) nalazili su se u tzv. „društvenom“, odnosno državnom vlasništvu.

Nakon Domovinskog rata i odcjepljenja Hrvatske od SFRJ, medijsko se tržište moralo demokratizirati. Godine 1994. usvojen je Zakon o telekomunikacijama koji je ponovno otvorio vrata privatnom vlasništvu nad radijskim medijem u Hrvatskoj. Počeo se primjenjivati sljedeće

⁷ Od Kraljevine Jugoslavije preko uspostave Nezavisne države Hrvatske, Drugog svjetskog rata i uspostave SFR Jugoslavije do ratnog razdoblja te konačnog osamostaljenja Republike Hrvatske (Mučalo 2002).

godine. Uveo je pojam „koncesije“ odnosno prava korištenja radiofrekvencijskog spektra, pod određenim uvjetima, na određeno vrijeme i na određenom području.

Uz komercijalne, odmah je uveo i pojam „neprofitabilnog radija“ što Mučalo (2010: 62) ocjenjuje kao puku terminološku pogrešku smatrajući da je zakonodavac mislio na „neprofitne“ ili nekomercijalne radije. Mogućnost takvog tipa radijskog programa prvi je iskoristio Fakultet političkih znanosti osnivanjem svojeg, neprofitnog i studentskog, medija pod nazivom Radio Student koji je počeo emitirati u rujnu 1996. godine. Iste godine neprofitne koncesije zatražili su i dobili još dva neprofitna radija, ali su s emitiranjem počeli tek sljedeće godine (1997.). To su Hrvatski katolički radio čiji je osnivač Hrvatska biskupska konferencija te Radio Marija čiji je osnivač istoimena udruga građana.

Neprofitnim (*neprofitabilnim*) radijima nije bilo dozvoljeno emitiranje reklama, ali su im bile dozvoljene emisije pod pokroviteljstvom (tzv. sponzorirane emisije). Između ostalog, od komercijalnih radija razlikovali su se i time što su obvezna godišnja plaćanja za koncesiju te korištenje radijske frekvencije, bila ipak nešto niža (isto).

Ključno i krovno tijelo za dodjelu radijskih koncesija bilo je Vijeće za telekomunikacije. Prvi su natječaj za dodjelu koncesija za radijsko emitiranje raspisali u travnju 1997.⁸, a prve odluke smjesta su rezultirale žučnim raspravama i prozivkama zbog pogodovanja pojedinim ponuđačima. Međutim, svaki pokušaj saznavanja istine nije prelazio razinu novinskih komentara i objava (Mučalo, 2010: 318).

Prema kojim su se točno kriterijima tada dodjeljivale koncesije u potpunosti nije jasno ni danas. Javnost iz tog vremena ponajviše pamti slučaj legendarnog, prema vlasti izrazito kritički nastrojenog, Radija 101 kojem je koncesija oduzeta i dodijeljena potpuno nepoznatom i nepostojećem ponuđaču pod nazivom Radio Globus. Velikim prosvjednim okupljanjem stotinjak tisuća ljudi na zagrebačkom Trgu bana Josipa Jelačića dana 21. studenoga 1996. godine, Vijeću je poslana jasna poruka, a Radio Globus povukao je svoju ponudu (Mučalo, 2010: 318-9).

Sljedeća razvojna faza bila je obilježena predznakom snažne komercijalizacije, programski sadržaji nisu se kontrolirali, a rasprave o stvarnim vlasničkim strukturama pojedinih medija nisu jenjavale. Medijska slika Hrvatske počela se stabilizirati tek početkom novog stoljeća. U međuvremenu je 1999. godine, donesen novi Zakon o telekomunikacijama (NN

⁸ Natječaj se nije odnosio na državnu razinu zbog „nedostatnih tehnoloških uvjeta“ (Mučalo 2010: 318).

76/99). Prema Mučalo (2010: 312) prvenstveno je služio kao „priprema za ulazak stranog kapitala u hrvatski telekomunikacijski sektor”⁹, a promjene vezane uz radio i televiziju bile su uglavnom „kozmetičke“. Mediji su i dalje nisu imali svoj zakon već su bili samo „podstanari“ među telekomunikacijama. Vijeće za telekomunikacije preimenovano je u Vijeće za radio i televiziju, ali je funkcija ostala ista. Nisu se posebno mijenjale ni oglašivačke kvote. Postajama na državnoj i regionalnoj razini dopušteno je do 12 minuta reklama u satu, a onima na lokalnoj razini do 18 minuta. Također, nekomercijalnim postajama zabranjeno je emitiranje emisija pod pokroviteljstvom. Međutim, dvije godine poslije (2001.), u izmjenama i dopunama Zakona (NN 68/01) neprofitnim radijima dopušteno je emitiranje reklama do pet minuta u satu na državnoj i regionalnoj razini, te do 10 minuta na lokalnoj (ZoT, čl. 23).

U to je vrijeme u hrvatskom eteru bilo oko 126 programa¹⁰. Nacionalnu koncesiju imali su Otvoreni radio, Narodni radio te neprofitni, Hrvatski katolički radio. Na županijskoj razini bilo je 17 programa (postaja), a u Gradu Zagrebu šest. Preostale postaje imale su uglavnom lokalni značaj (Mučalo, 2010: 322).

Napokon, 2003. godine, mediji su dobili svoj cjeloviti zakon pod nazivom Zakon o elektroničkim medijima ili ZEM (NN 122/03). Uveo je izraz „nakladnici“, a najveća novost bila je osnivanje regulatorne Agencije za elektroničke medije (AEM), Vijeća za elektroničke medije (VEM) te Fonda za poticanje pluralizma i raznovrsnosti elektroničkih medija čija je glavna zadaća bila novčano poticanje produkcije medijskih sadržaja od javnog interesa (čl. 56 i 57). Glavni izvor novca predstavljao je određeni postotak mjesečne HRT pristojbe. Uvjeti i način raspodjele regulirao bi se posebnim pravilnicima. Prvi je usvojen krajem sljedeće godine, a prvi natječaj objavljen je 2005. godine. ZEM je sljedećih godina pretrpio tri izmjene i dopune¹¹.

Danas je na snazi Zakon o elektroničkim medijima iz 2009. godine (NN 153/09) koji je dosad također pretrpio tri izmjene i dopune izvornog teksta¹².

⁹ Osnovan je Hrvatski zavod za telekomunikacije kao krovno državno tijelo „za odlučivanje o svim operativnim poslovima u telekomunikacijskim i drugim uslugama“ (Mučalo 2010: 321).

¹⁰ Ne ubrajajući postaje Hrvatskog radija, a koji broji tri nacionalna te osam regionalnih programa (www.radio.hrt.hr, pristupljeno 15.12.2016.).

¹¹ Izmjene i dopune ZEM-a iz 2003. godine, objavljene su u Narodnim novinama br. 79/07; 32/08 i 65/09.

¹² Izmjene i dopune ZEM-a iz 2009. godine, objavljene su u Narodnim novinama br. 84/11; 94/13 i 136/13.

Aktualni ZEM obuhvaća audiovizualne (AV) programe, radijske programe i elektroničke publikacije. Sadržajno se AV i radijski programi moraju voditi programskim načelima i obvezama koja im između ostalog nalažu:

„poštovati ljudsko dostojanstvo i ljudska prava i temeljne slobode te pridonositi poštivanju tuđih mišljenja i uvjerenja; pridonositi (...) svestranom i objektivnom informiranju slušatelja i gledatelja, kao i njihovoj izobrazbi i zabavi; poticati slušatelje i gledatelje na sudjelovanje u kulturnom životu; braniti demokratske slobode, (...) boriti se za ravnopravnost žena i muškaraca; poticati razumijevanje za pripadnike nacionalnih manjina” (NN 84/11, čl. 24).

Neprofitnim medijima posvećeno je u ZEM-u značajno više pažnje pa je tako „preciznije uredio vlasničke, financijske i programske kriterije” (Mučalo, 2016: 65). Nakladnikom neprofitnih medija tako mogu biti:

„ustanove, vijeća i udruge nacionalnih manjina, obrazovne ustanove, zdravstvene ustanove te druge ustanove, vjerske zajednice, studentske udruge, školske udruge, udruge građana te druge nevladine udruge s pravnom osobnošću, kao i neprofitne zadruge posvećene zadovoljavanju informativnih, obrazovnih, znanstvenih, stručnih, umjetničkih, kulturnih, vjerskih i drugih potreba javnosti” (NN 94/13, čl. 48).

Nadalje, vezano uz neprofitne AV i radijske programe te elektroničke publikacije, ZEM naglašava upravo odrednicu koja govori o stjecanju profita, pa se navodi kako svu ostvarenu dobit neprofitni nakladnik smije koristiti isključivo „za unapređenje i razvoj vlastite djelatnosti”, pri čemu plaće zaposlenika ne smiju premašivati „iznos koji je propisan ili uobičajen za javne ustanove koje se financiraju iz državnog proračuna” (NN 94/13, čl. 48).

Ovdje valja istaknuti kako se emitiranje reklama na neprofitnim medijima zadržalo na tri minute¹³, ali je udio obveznog emitiranja vlastitog sadržaja uvećan na 50% ukupnog programa, od čega „najmanje 25% dnevne produkcije mora služiti zadovoljavanju informativnih, obrazovnih, znanstvenih, stručnih, umjetničkih, kulturnih i drugih potreba javnosti” (NN 153/09, čl. 48).

¹³ Komercijalnim medijima svako vremensko ograničenje za emitiranje reklama je ukinuto (Mučalo 2016: 65).

Danas u Hrvatskoj program emitiraju 144 komercijalne postaje¹⁴, na svim razinama čujnosti. Nacionalnu koncesiju zadržale su spomenute tri postaje, na regionalnoj razini (čujnost tri do pet županija) emitiraju tri radija, na županijskoj razini ima ih 20, a na gradskoj je 118 radija (AEM, 2015a).

Uz pionire neprofitnih radija u Hrvatskoj, a to su Radio Student, Hrvatski katolički radio i Radio Marija (svi sa sjedištem u Zagrebu), danas postoje još Radio Sunce (Split), Radio UNIDU (Dubrovnik), Radio UNIOS (Osijek) i Radio 92 FM (Slavonski Brod). Detaljno su prikazani u četvrtom poglavlju ovog rada pod nazivom „Istraživanje: Neprofitni FM radio u Republici Hrvatskoj“.

Ovdje tek treba spomenuti da u Hrvatskoj danas emitiraju i neki neprofitni internetski radiji (nemaju koncesiju niti koriste zemaljsku infrastrukturu). Prvi takav radio bio je Radio 808, a tu su još i radio KLFM iz Splita te UNITAS iz Nove Gradiške.

Posebnu zanimljivost predstavlja i činjenica da u RH nema niti jedne neprofitne televizije, ali zato iz dana u dan jača broj neprofitnih elektroničkih publikacija (portala). Osnivači su im većinom udruge civilnog društva (Mučalo, 2016: 68, prema AEM 2015b). Neprofitnu medijsku scenu dopunjavaju još i neprofitne tiskovine čiji je broj teško utvrditi „jer se različite periodičke publikacije relativno često pokreću, i nažalost, još češće gase” (Ministarstvo kulture, 2015c: 4). Među njima ističu se manjinski dnevnik *La voce del popolo*, tjednik Novosti te kulturni dvotjednik Vijenac.

Godinama najavljivana nova medijska strategija Republike Hrvatske, u vrijeme pisanja ovog rada, još je uvijek „na čekanju“. Ministarstvo kulture RH je 2015. godine predstavilo radne materijale objedinjene pod nazivom „Nacrt prijedloga medijske politike RH do 2020. godine”¹⁵. Predmet interesa bio je i neprofitni medijski sektor, kojeg Ministarstvo naziva „posebnim i potencijalno značajnim za cjelokupni medijski sustav” (Ministarstvo kulture, 2015c: 3). Nacrt je ukazao i na brojne probleme, od neprepoznatljivosti takvih medija do njihovog vjerodostojnog registra i kronične nestašice sredstava potrebnih za normalan rad. Mučalo zamjećuje da je Hrvatska jedina europska zemlja u kojoj neprofitni mediji dijele državne potpore (iz Fonda za pluralizam) s komercijalnim sektorom.

¹⁴ Važno je naglasiti da se zbog loše gospodarske situacije broj nakladnika često mijenja jer tvrtke osnivači propadaju i „vraćaju“ koncesiju VEM-u (odustaju od emitiranja).

¹⁵ Kako navodi Mučalo (2016: 67), Nacrt nije javno objavljen, ali na mrežnim stranicama Ministarstva dostupni su Radni materijali.

Međutim, nakon parlamentarnih izbora krajem 2016. godine, „Nacrt“ je pod znakom pitanja. Promjenom stranke na vlasti mogu se očekivati značajne promjene tog teksta pa i njegovo odbacivanje odnosno pisanje novog strateškog dokumenta kojim bi se, na duže vrijeme, odredile smjernice razvoja medija u RH. Naravno, takav dokument od posebne je važnosti upravo za neprofitne medije i o njemu će (možda) i ovisiti daljnji razvoj ovog sektora.

3.1.Financiranje

Neprofitni mediji u Hrvatskoj mogu računati na državnu potporu – natječaji i sredstva postoje, no pitanje je u kojoj su mjeri poticajni i jesu li dostatni da bi se ostvarili programski i sadržajni ciljevi koji se zagovaraju i propisuju uvjetima natječaja. Iduće poglavlje predstavlja dva moguća izvora. Jedan je Fond za poticanje raznovrsnosti i pluralizma elektroničkih medija, a drugi Ministarstvo kulture i bespovratna sredstva namijenjena neprofitnim medijima. Izvorom bi se još mogli smatrati Nacionalna zaklada za razvoj civilnog društva te povremeni natječaji lokalnih samouprava ili pojedinih tvrtki. Dok se sredstvima Fonda mogu koristiti i komercijalni i neprofitni nakladnici zadovolje li uvjete natječaja, bespovratna sredstva Ministarstva bila su namijenjena isključivo neprofitnim medijima.

(a) Fond za pluralizam i raznovrsnost medija

Agencija za elektroničke medije prvi je natječaj za raspodjelu sredstava iz Fonda za pluralizam raspisala 2005. godine, a prethodilo mu je objavljivanje Pravilnika¹⁶ (NN 170/04). Sredstva u Fond dolaze iz HRT-ove pristojbe i to u ukupnoj visini od 3% godišnjeg iznosa prikupljene pristojbe. Raspoređuju se između korisnika Fonda tako da na lokalnim i regionalnim razinama komercijalnim¹⁷ televizijama pripada 46,5%, a jednako toliko komercijalnim i neprofitnim radijima. Neprofitni pružatelji elektroničkih publikacija, kao i oni AV programa dobivaju po 3% sredstava, a neprofitnim radijskim produkcijama pripada 1% (Pravilnik, 2013: čl. 4). Za sredstva Fonda komercijalni i neprofitni nakladnici te pružatelji medijskih usluga i neprofitne produkcije mogu konkurirati prijavom do pet emisija ili članaka (Pravilnik, 2013: čl. 9), iz određenih kategorija poput informiranja, kulturne raznolikosti, ravnopravnosti rodni identiteta i spolne orijentacije te promicanja prava i dostojanstva osoba s invaliditetom (Pravilnik, 2013: čl. 6).

¹⁶ Pravilnik o načinu i postupku provedbe javnog natječaja za raspodjelu sredstava Fonda za poticanje pluralizma i raznovrsnosti elektroničkih medija.

¹⁷ Neprofitnih televizija u RH nema.

Sredstva Fonda obvezuju i svatko tko ih dobije dužan ih je utrošiti u skladu s odredbama Pravilnika. Također, dužan je podnijeti i izvješće o trošenju sredstava te snimke emitiranih emisija.

Potreba navedenih medija za Fondovskim potporama očituje se u izdašnom iznosu kojim raspolaže pa je tako u razdoblju od 2015. do 2020. na godišnjoj razini za te svrhe predviđeno izdvajanje 20 milijuna kuna (Ministarstvo financija, 2015). Iako je mnogim neprofitnim radijskim postajama Fond primarni način financiranja, kao što će biti pokazano nalazima ovog istraživanja, među korisnicima sredstava Fonda prema zadnjem dostupnom Izvješću o radu VEM-a i AEM-a (2015) stotinjak je komercijalnih radijskih postaja, dok je u usporedbi s njima broj neprofitnih zanemariv.

U vrijeme pisanja ovog rada netom je završena javna rasprava o Prijedlogu Pravilnika o izmjenama i dopunama Pravilnika o fondu za poticanje pluralizma i raznovrsnosti elektroničkih medija. Prema predloženim izmjenama situacija bi za neprofitne, ali i komercijalne, radijske nakladnike ipak trebala ostati ista – iznosi potpora zadržavaju se na 46,5%, a isto vrijedi i za nakladnike televizije. Promjene se pak predviđaju za neprofitne pružatelje elektroničkih publikacija čija bi se potpora trebala s 3 uvećati na 5%. No, slijedom toga, neprofitnim produkcijama AV i radijskih programa zajedno bi se dodjeljivalo tek 2% sredstava (www.e-savjetovanja.gov.hr, pristupljeno 19.12.2016.). Među komentarima koji su tijekom Rasprave pristigli prevladavaju tvrdnje kako bi se zbog brojnosti i stvarnih potreba neprofitnih nakladnika elektroničkih publikacija izdvajanja za te medije trebala uvećati. Kako, primjerice, navodi Mreža emancipacije E-net¹⁸:

„U razdoblju od izmjene ZEM-a (2013., op.a.) i Pravilnika broj neprofitnih elektroničkih publikacija udvostručio se (s 42 na 93), dok se istodobno broj primjerice lokalnih i regionalnih televizijskih postaja smanjio za 15%. Od 2013. godine do danas za elektroničke publikacije bilo je raspoređeno 3 % Fonda, a na natječajima je sredstva Fonda dobivalo 11 do najviše 15 neprofitnih elektroničkih publikacija, što je otprilike 20 % svih upisanih u AEM-ovu Knjigu pružatelja medijskih usluga. Prosječan iznos potpore portalima iznosio je oko 65.000 kn. U istom razdoblju potporu Fonda dobivali su svi lokalni i regionalni televizijski i radijski nakladnici (140 radija i 20 televizija) koji su zadovoljili formalne uvjete natječaja, a televizijskama se u prosjeku dodjeljivalo 850.000 kuna, dok su radiji dobivali u prosjeku 130.000

¹⁸ Članovi Mreže su Lupiga, Forum.tm, CroL, Tris, Slobodni Filozofski, Zarez, Radio 808, Radio Student i Nepokoreni grad (www.facebook.com, pristupljeno 19.12.2016.).

kuna. Iz navedenoga je jasno kako se sredstva Fonda distribuiraju nesrazmjerno potrebama različitih medijskih aktera, što za posljedicu ima i nesrazmjer u ostvarivanju javnog interesa i pluralizma sadržaja u medijskom prostoru'' (www.e-savjetovanja.gov.hr, pristupljeno 19.12.2016.)

Ovisnost neprofitnih, ali i komercijalnih medija, o sredstvima Fonda za pluralizam raspravljena je u daljnjim poglavljima ovog rada.

(a) Ministarstvo kulture RH

Vlada Republike Hrvatske izradila je *Nacionalnu strategiju stvaranja poticajnog okruženja za razvoj civilnog društva od 2012. do 2016. godine* u kojoj pažnju posvećuje i neprofitnim medijima. Njihov je status, usprkos „iznimno važnoj ulozi neprofitnih medija za razvoj pluralizma, slobode i društvene odgovornosti medija, izgradnju demokracije, ostvarenje ljudskih prava i aktivnog građanstva’’ ocijenjen vrlo lošim (Vlada RH, 2012: 31). Nepovoljni zakonski okvir, nejasna definicija neprofitnih medija, nedostatna financijska potpora za njihov rad i razvoj te činjenica da u Hrvatskoj ne postoje *community* radiji kao ni neprofitne televizije, neke su od zamjerki iznesenih u dokumentu (Vlada RH, 2012: 31). Predložene mjere koje će pridonijeti poboljšanju uvjeta za djelovanje neprofitnih medija su sljedeće:

„Provesti analizu i vrednovanje medijskog zakonodavstva i regulative u odnosu na uvjete za djelovanje neprofitnih medija; Definirati zakonski status i nove modele financiranja neprofitnih medija kao područja djelovanja od interesa za opće dobro; Jačati potporu elektroničkim publikacijama organizacija civilnoga društva u sklopu dodjele bespovratnih sredstava OCD-ima od strane tijela državne uprave; Ugovorom Hrvatske radiotelevizije i Vlade Republike Hrvatske osnažiti programsku i financijsku potporu neprofitnim medijskim projektima te vidljivost djelovanja za opće dobro; U postupku javnog natječaja za dodjelu koncesija, u okviru raspoloživih slobodnih frekvencija, dodatnu pažnju posvetiti ponuditeljima za obavljanje djelatnosti neprofitne televizije i/ili radija, u okviru raspoloživih slobodnih frekvencija’’ (Vlada RH, 2012: 40-39).

Konkretni potezi uslijedili su 2013. kada je Ministarstvo preraspodjelom sredstava od igara sreću osiguralo novac za „dodjelu bespovratnih sredstava neprofitnim medijima, bez obzira na njihov način distribucije (radio, TV, Internet, tisak)’’ (Mučalo, 2016: 67).

Godine 2013. Ministarstvo je neprofitnom medijskom sektoru namijenilo tri milijuna kuna, godinu kasnije 2.970.000 kuna, a 2015. godine iznos je pao na 2.800.000. kuna (Ministarstvo kulture 2013, 2014, 2015a). Postojećim neprofitnim medijima tako se 2015. dodjeljivalo 2.590.000 kuna, dok je ostatak od 210 tisuća kuna bio namijenjen novim medijskim projektima. Novac je na posljednjem javnom pozivu razdijeljen između 17 postojećih te tri nova medija (Ministarstvo kulture, 2015b). Zanimljivo je spomenuti kako se među novim medijskim projektima koje je Ministarstvo na zadnjem natječaju prepoznalo nalazi i Radio Attack¹⁹ – eksperimentalni radijski program (bez frekvencije) koji se emitira putem interneta, a ima tendenciju razviti se u *community* radio te se predstavlja kao „slobodna platforma u kojoj se program osmišljava i provodi u suradnji s drugim organizacijama i pojedincima/kama u gradu Zagrebu” (www.radio.attack.hr, pristupljeno 19.12.2016.).

Uz zamjetno smanjivanje sredstava koja je Ministarstvo proteklih godina izdvajalo za neprofitni medijski sektor, početkom 2016. godine ovaj je način potpore ukinut. Točnije, rezultat je to političkih promjena i odluka koje su uslijedile nakon dolaska dotadašnjeg opozicijskog HDZ-a i koalicijskih partnera na vlast. Ministar kulture Zlatko Hasanbegović na samom je početku svoga mandata razriješio dužnosti članove Stručnog povjerenstva za neprofitne medije zaduženog, između ostalog, za praćenje učinka dodijeljenih bespovratnih sredstava. Ministarstvo je neprofitnim medijima u 2016. godini, namijenilo tek 613 tisuća kuna, ali pokazalo se kako je taj iznos zapravo predviđen za „plaćanje obveza iz prethodne godine za programe koji su ugovoreni i ostalo je za platiti odgovarajuće razlike do ugovorenih iznosa” (www.hnd.hr, pristupljeno 19.12.2016.).

Najkraći mandat Vlade RH u povijesti²⁰ u svega nekoliko mjeseci priveden je kraju prijevremenim parlamentarnim izborima u rujnu 2016., a iako se HDZ s partnerima održao na vlasti, u Banskim je dvorima došlo do kadrovskih promjena. Nova ministrica kulture postala je Nina Obuljen Koržinek. Ukupni proračun Ministarstva za 2017. godinu, zahvaljujući povlačenju sredstava iz Europskih fondova, uvećan je za tri posto i prelazi milijardu kuna.

Sudbina neprofitnih medija bilo je jedno od prvih pitanja na koje je Obuljen Koržinek po dolasku na dužnost morala odgovoriti. Ovom je medijskom sektoru ipak obećano

¹⁹ Nakladnik Radio Attacka je Autonomni kulturni Centar iz Zagreba, a trenutno je na njihovim stranicama uz web streaming programa dostupno nekoliko pilot epizoda emisija iz područja alternativne glazbe, filma te književnosti (radio.attack.hr, pristupljeno 19.12.2016.).

²⁰ Vlada na čelu s premijerom Tihomirom Oreškovićem zasjedala je od 22. siječnja do 19. listopada 2016. godine (vlada.gov.hr, pristupljeno 19.12.2016.).

sufinanciranje no Ministarstvo je odgovornost za sustavnu brigu o medijskoj politici prebacilo na Europski socijalni fond koji će, prema najavi Obuljen Koržinek, financirati neprofitne medije, a Ministarstvo će sudjelovati s 15 posto (www.vijesti.hrt.hr, pristupljeno 19.12.2016.). Dodatno, u nesnalaženju između dvije administracije i sveopćem kaosu koji je na političkoj sceni vladao uoči i nakon izvanrednih izbora, vremena za promišljanje o medijskim politikama izgleda nije bilo pa je ministrica najavila da bi se o financiranju neprofitnih medija „u prijelaznom razdoblju” mogla brinuti i Zaklada za razvoj civilnog društva. Zaklada je, naime, u vremenu prije no što se na to 2013. odvažilo Ministarstvo, novčanim sredstvima pomagala i projekte te udruge iz područja medijske kulture (www.index.hr i www.zaklada.civilnodrustvo.hr, pristupljeno 19.12.2016.). Međutim, sve su ove izjave za sada ostale isključivo na razini objave pred televizijskim kamerama i nisu se pomakle dalje od toga.

Slijedom svih turbulentnih zbivanja, tako se navodno pojavilo i pitanje opstanka samog Fonda za pluralizam. Ipak, bila je riječ samo o glasinama. Naime, o Fondu odlučuje Agencija za elektroničke medije kao i do sada. Proračunom je za Agenciju predviđeno nešto više od 59 milijuna kuna od čega dio odlazi za potrebe Fonda (www.hnd.hr, min-kult.hr, pristupljeno 19.12.2016.).

Ipak, ovime sve češće zazivano pitanje opstanka i državnog modela financiranja neprofitnih medija nije ni izdaleka zaključeno. Ministrica Obuljen Koržinek, naime, opetovano je u javnim nastupima kritizirala upravo mehanizam njihova financiranja, tvrdeći kako je „opterećen interesnim i ideološkim uvjerenjima” te ocijenila kako je na ovaj sektor u medijskoj strategiji stavljan preveliki naglasak, zanemarujući istovremeno druge segmente (hrt.hr, pristupljeno 19.12.2016.).

4. ISTRAŽIVANJE: NEPROFITNI FM RADIO U HRVATSKOJ

Predmet ovog istraživanja je sedam neprofitnih FM radija odnosno nakladnika za radijsku djelatnost koji su potpisali ugovore o koncesiji i koji emitiraju svoj program u skladu s ugovornim obvezama. To su (1) Radio student, (2) Radio UNIOS, (3) Radio UNIDU, (4) Radio Marija, (5) Hrvatski katolički radio (HKR), (6) Radio Sunce i (7) Radio 92 FM. Nalazimo ih na popisu radijskih nakladnika na mrežnoj stranici Agencije za elektroničke medije (AEM 2015a, pristupljeno 3.1.2017.).

Riječ je o reprezentativnom uzorku budući da su navedenih sedam FM radija ujedno i svi neprofitni FM radiji u Republici Hrvatskoj. Nalaze se u pet hrvatskih gradova i to: Radio Student, Radio Marija i HKR imaju sjedišta u Zagrebu, Radio UNIOS ima sjedište u Osijeku, Radio UNIDU u Dubrovniku, Radio Sunce u Splitu i Radio 92 FM u Slavonskom Brodu.

Tri radija osnovale su udruge (Radio Marija, Radio Sunce i Radio 92 FM). Dva radija osnovali su fakulteti (Radio Student i Radio UNIOS), jedan je osnovalo sveučilište (Radio UNIDU) i jedan za osnivača ima Hrvatsku biskupsku konferenciju (HKR).

Većina ih emitira samo za područja svojih gradova (lokalne koncesije). Jedino HKR emitira za područje cijele Hrvatske (nacionalna koncesija).

Cilj ovog istraživanja jest utvrditi što urednici navedenih radija misle o položaju neprofitnih FM radija u Hrvatskoj, koji ih problemi muče te kako ocjenjuju (ili procjenjuju) daljnji razvoj neprofitnog sektora u Hrvatskoj. Svi su prethodno osobno kontaktirani kako bi ih se usmeno informiralo o istraživanju. Nakon upoznavanja s ciljem istraživanja i suglasnosti za sudjelovanje, poslat im je e-upitnik.

Metoda korištena za ovo istraživanje jest metoda anketnog e-upitnika koji sadrži 51 (otvoreno i zatvoreno) pitanje raspoređeno u četiri cjeline. Prvi dio upitnika (pitanja od 1 do 12) odnosi se na njih osobno (godine starosti, godine radnog staža), poslove koje dodatno obavljaju, ocjenu zadovoljstva svojim poslom te eventualnu želju za promjenom. Drugi dio upitnika (pitanja od 12 do 29) odnosi se na programski sadržaj i djelatnike. Propituje se broj djelatnika na radiju i njihovi statusi (stalni radni odnos, honorarni ili volonterski), vrste poslova koje obavljaju, broj govornih emisija, vrste specijaliziranog sadržaja i dodatni angažman u zajednici. Treći dio upitnika (pitanja od 29 do 42) propituje načine financiranja radija (glavni izvor prihoda, okvirna procjena potrebnih sredstava za godišnje poslovanje, ocjenu financijskog stanja medija, važnost potpora Fonda za pluralizam, zadovoljstvo radom Vijeća za elektroničke

medije, eventualno sudjelovanje u međunarodnim natjecajima i emitiranje reklama). Zadnji dio upitnika (od 42. pitanja do kraja) nastoji od urednika saznati njihova razmišljanja o neprofitnom sektoru u Hrvatskoj, zakonskoj regulativi tog sektora, glavnim radijskim problemima te procjenu budućnosti neprofitnih FM radija u Hrvatskoj. Upitnik se nalazi u priložima, na kraju ovog rada (v. *Prilog 1*).

Istraživanje je postavilo tri hipoteze:

H1: Neprofitni radiji u Republici Hrvatskoj u nepovoljnijem su položaju od komercijalnih.

H2: Republika Hrvatska nedovoljno stimulira osnivanje i rad neprofitnih radija.

H3: Perspektiva ukupnog neprofitnog medijskog sektora u Republici Hrvatskoj izravno je povezana s promjenama medijskog zakonodavstva.

Istraživanje je provedeno tijekom prosinca 2016. godine. Osobe koje su odgovarale na pitanja i njihovi kontakti su:

1. Dipl. soc. Ivan Vlašić, gl. urednik Radio studenta (Zagreb), ivan.vlasic@fpzg.hr
2. Bacc. ing. techn. inf. Davor Vrandečić, gl. urednik Radija UNIOS (Osijek), davor.vrandecic@etfos.hr
3. Mag. medior. publ. Alen Roki, gl. urednik Radija UNIDU (Dubrovnik), alenroki@gmail.com
4. Dr.sc. teol. Stjepan Fridl, svećenik, gl. urednik Radio Marije (Zagreb), urednik@radiomarija.hr
5. Dr. sc. Anto Mikić, kroatolog, gl. urednik HKR-a (Zagreb), glavni.urednik@hkr.hr
6. Dipl. iur. Tonći Jukić, gl. urednik Radio Sunca (Split), tonci.jukic@radiosunce.com.hr
7. Mag. nov. Irena Vukas, gl. urednica Radija 92 FM, irenavukas@gmail.com

Svi upitnici popunjeni su i vraćeni na adresu autorice u roku od desetak dana. Sljedeće poglavlje donosi prikaz rezultata.

5. PRIKAZ REZULTATA

Sljedeće poglavlje donosi detaljni prikaz odgovora na pitanja iz anketnog upitnika, a koje su dali glavni urednici svih neprofitnih FM radija u Hrvatskoj. Odgovori su prikazani kroz sedam sadržajnih cjelina i to (a) temeljni podaci radija, (b) djelatnici i programski sadržaj, (c) financiranje, (d) ocjena rada Vijeća za elektroničke medije i zakonskih odredbi, (e) glavni radijski problemi, (f) zadovoljstvo radom na neprofitnom radiju te (g) položaj i perspektiva neprofitnih FM radija u Hrvatskoj.

5.1. RADIO STUDENT

Radio student počeo je emitirati 31. listopada 1996. godine i prvi je nekomercijalni FM radio u Republici



Hrvatskoj. Osnovao ga je Fakultet političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu kao logičan iskorak prema praktičnoj izobrazbi studenata novinarstva, kao što je navedeno na njihovim mrežnim stranicama. Radio u kontinuitetu emitira više od 20 godina što (za sad) predstavlja rekord među svim studentskim medijima koji su djelovali u Hrvatskoj. *Tablica 1* donosi temeljne podatke Radija.

Tablica 1: *Temeljni podaci Radio Studenta*

Osnivač	Fakultet političkih znanosti Zagreb
Frekvencija	100,5 MHz
Adresa	Lepušićeva 6, Zagreb
Vrijeme osnivanja	31. listopada 1996. godine
Područje emitiranja	Dio grada Zagreba
Glavni urednik	Dipl. soc. Ivan Vlašić (46)
Dnevno emitiranje u satima	24
Vrsta kanala	opći
Vrsta pružatelja medijskih usluga	neprofitni
Trajanje koncesije	6.7.2011. – 6.7. 2022.
Godišnja naknada za koncesiju	3.480,00 kuna
Mrežna adresa	www.radiostudent.hr

Izvor: www.e-mediji.hr (pristupljeno u prosincu 2016.)

Radio Student nema pravnu osobnost već je jedna od djelatnosti svojeg osnivača, Fakulteta političkih znanosti. Nalazi se na petom katu fakultetske zgrade u Lepušićevoj ulici u Zagrebu. Područje emitiranja definirano je kao „dio Grada Zagreba“ što ga i dalje čini najmanjim radijem u Zagrebu. Emitira punih 24 sata dnevno vlastiti program. Iako je definiran

kao „opći“ programski kanal, Radio Student je usmjeren ponajprije mladima, osobito studentskoj populaciji što se najviše očituje u izboru glazbe (oko 80% programa). Programsku osnovu govornih sadržaja čine informativni sadržaji (oko 10%), zabavni (3,2%) te obrazovni, sportski i sadržaji iz kulture (oko 5,5%). Službena programska osnova nalazi se kao *Prilog 2* na kraju ovog rada.

Program proizvode studenti koji se odluče za suradnju na radiju ili su obvezni zbog kolegija povezanih s radijskim medijem, odraditi vježbe. Broj djelatnika na radiju tijekom jedne akademske godine donosi sljedeća *Tablica 2*.

Tablica 2: *Djelatnici Radio Studenta*

Broj stalno zaposlenih djelatnika	1
Broj honorarnih suradnika	2
Broj volontera	oko 150

Jedini stalno zaposleni djelatnik na Radio Studentu je glavni urednik (djelatnik Fakulteta), koji osim tog posla redovito obavlja i druge poslove vezane uz administraciju, marketing, medijska pokroviteljstva, edukaciju studenata i prikupljanje sredstava za financiranje radija. Uz dvoje honorarnih suradnika, manji dio volontera zapravo su demonstratori koji pomažu u realizaciji programa i izobrazbi početnika, a plaćaju se iz sredstava Fakulteta. Program realizira oko 150 volontera, većinom studenata koji su raspoređeni po redakcijama ili autorskim emisijama. Osmišljavaju i realiziraju 24-satno dnevno emitiranje Radio Studenta.

Tjedna programska shema sadrži oko 30-ak različitih govornih emisija. Vijesti su na programu šest puta dnevno i to iz raznih područja (vijesti iz kulture, studentske vijesti, sportske vijesti, Sve u 16 i Zagrebačka petarda). Program je usmjeren mladima što se vidi iz naslova emisija, načina komunikacije te izbora glazbe. Radio Student angažiran je u zajednici u kojoj djeluje putem organizacije raznih događanja (koncerata, tribina i *evenata*) te suradnjom s brojnim organizatorima različitih društvenih aktivnosti.

Komunikaciju sa slušateljima Radio između ostalog ostvaruje putem društvenih mreža Facebook, Instagram i Twitter. Nude im i mogućnost slušanja programa preko web streama, a slušanost radija ne mjere.

Dosadašnje financijsko stanje radija glavni urednik Radio Studenta ocjenjuje osrednjim. Glavni izvori novca potrebnog za redovni rad radija prikazani su u *Tablici 3*.

Tablica 3: *Izvori financiranja Radio Studenta*

Glavni izvor	Domaći natječaji (Fond za pluralizam)
Udio glavnog izvora u godišnjem poslovanju	Više od 50%
Drugi izvori	Osnivač
Reklame	Da
Sredstva potrebna za rad (god. proračun)	Više od 250 tisuća kuna

Radio Student sudjelovao je na svim natjecajima Fonda za pluralizam medija otkako je Fond počeo s radom (od 2005.). Najčešće prijavljuju sadržaj vezan uz medijsku pismenost, kulturu i mlade, a svoju uspješnost na natjecajima urednik ocjenjuje osrednjom. Udio Fondovskih potpora u ukupnom godišnjem poslovanju Radija iznosi više od 50% što ga svrstava u kategoriju „jako važnog izvora bez kojeg radio ne bi mogao raditi“. Radio je sudjelovao i u nekim međunarodnim natjecajima, ali bez ostvarivanja potpore. Emitira reklame koje radiju donose do 10% udjela u ukupnom godišnjem proračunu. Dio troškova poslovanja (struja, telefon, uredski materijal) snosi sam osnivač (FPZg).

Međutim, urednik ovdje navodi kako nailaze na probleme, budući da Radio Student „nema svoj račun, jer je ustrojbeno jedinica Fakulteta političkih znanosti“. Nastavlja kako „na žalost, pokušaji da naše poslovanje unutar fakulteta konkretnije definiramo do sad nisu urodili plodom. Ali ideja je da fakultet plaća troškove hladnog pogona (barem režije) i trošak demonstratora, te da se ti troškovi ne financiraju od sredstava projekata. Svota se smanjivala jer iz godine u godinu više sredstava dobivamo iz potpora, pa se od tih sredstava i pokrivalo više troškova radija“.

Zadovoljstvo radom Vijeća za elektroničke medije urednik ocjenjuje „osrednjim“ smatrajući da treba „povećati sredstva za neprofitne i postrožiti kriterije prema onima koji se ne pridržavaju programskih koncepcija na osnovu kojih su dobili koncesije“.

Postojeće zakonske odredbe o ustroju i programskim obvezama neprofitnih FM radija u Hrvatskoj glavni urednik ocjenjuje osrednjima, ne nudeći dodatno obrazloženje odgovora.

Kao glavne probleme Radio Studenta urednik navodi „podfinanciranost, neadekvatan prostor i nedovoljno zaposlenih“.

Glavni urednik Radio Studenta svoje zadovoljstvo radom na Radio studentu ocjenjuje „vrlo dobrim“ (ocjena 4) i ne bi mijenjao svoj posao. „Cijeli je neprofitni sektor podfinanciran pa je teško održati profesionalnu razinu kvalitete ukoliko nema sredstava za isplate plaća i

honorara. Ne može baš sve počivati na volontiranju. S druge strane, neprofitni mediji ne ovise o tržišnom financiranju tako da njihov program i sadržaj ne mora biti komercijalan, nego si mogu priuštiti da se bavi sadržajima i temama koje su za većinu konzumenata (slušatelja, gledatelja, čitatelja) prezahtjevni i prekritični”.

Položaj neprofitnih FM radija ocjenjuje lošim (ocjena 2) navodeći kako „neprofitni nisu prepoznati kao kritički, ne postoji sustavna definicija neprofitnih (mediji trećeg sektora), podfinanciranost, nedostatak raspoloživih koncesija. Ocjena nije 1 samo zato što su i Katolički radio i Radio Marija neprofitni, a mislim da oni nemaju problema koje imaju ostali neprofitni jer se financiraju iz drugih izvora. Također, vjerujem da im pogoduje klerikalna klima koju promiče trenutna državna politika. Koliko znam, samo Radio Marija raspolaže sa 4 ili 5 frekvencija za emitiranje...”.

Kako bi se položaj neprofitnih FM radija unaprijedio, predlaže ponudu većeg broja koncesija za emitiranje te sustavnu medijsku politiku. Budućnost neprofitnih radija ovisi, po njegovom mišljenju, o „raspoloženju vlasti“. Nažalost „trenutno ne vidi nikakav interes sa strane vlasti za postojanje kritičkih medija”.

5.2. RADIO UNIOS

Radio UNIOS (radio Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Fakultet elektrotehnike, računarstva i informacijskih tehnologija Osijek) počeo je emitirati 15. svibnja 2015. godine, nakon gotovo petogodišnjeg perioda eksperimentalnog (internetskog) emitiranja pod nazivom „Radio ETFOS“ (Elektrotehnički fakultet Osijek).



Pokrenuli su ga djelatnici i studenti Elektrotehničkog fakulteta Sveučilišta u Osijeku. Početkom 2011. godine inicijativu je podržao i Senat Sveučilišta. Slijedile su godine tehničke i tehnološke pripreme za pokretanje FM radija. Vijeće za elektroničke medije dodijelilo im je 4. veljače 2015. godine, desetgodišnju koncesiju za obavljanje djelatnosti neprofitnog radija na području grada Osijeka.

Emitiraju svaki dan u trajanju od 10:00 do 22:00 sata. Program realiziraju zainteresirani studenti Sveučilišta u Osijeku, u suradnji s brojnim udrugama i kolegama s drugih studentskih radijskih postaja (Zagreb, Dubrovnik, Rijeka i Split).

Tablica 4: Temeljni podaci Radio UNIOS-a

Osnivač	Fakultet elektrotehnike, računarstva i informacijskih tehnologija Sveučilišta u Osijeku
Frekvencija	107,8 MHz
Adresa	Kneza Trpimira 2/B, Osijek
Vrijeme osnivanja	15. svibnja 2015. godine
Područje emitiranja	Dio Grada Osijeka
Glavni urednik	Davor Vrandečić (45), bacc. ing. techn. inf.
Dnevno emitiranje u satima	12 sati
Vrsta kanala	opći
Vrsta pružatelja medijskih usluga	neprofitni
Trajanje koncesije	15.5.2015. – 14.5.2025.
Godišnja naknada za koncesiju	1.000,00 kuna + varijabilni dio*
Mrežna adresa	www.radio.unios.hr

* Ukoliko se ostvari godišnji bruto prihod veći od 5 milijuna kuna.

Izvor: www.e-mediji.hr (pristupljeno u prosincu 2016.)

Radio UNIOS je, kao i Radio Student, namijenjen ponajprije mladima, osobito studentima. Prema službenoj programskoj osnovi, dominantan sadržaj je glazba (oko 66%), a slijede informativni sadržaji (oko 7%), zabavni (oko 6%), umjetnost i kultura (oko 8%) te obrazovni (oko 3,5%) i sportski sadržaji (oko 3%). Detaljni prikaz službene programske osnove ovog radija, a koji je na službenim stranicama AEM-a, nalazi se kao *Prilog 3* na kraju ovog rada.

Prema odgovorima glavnog urednika, donosimo podatke o broju osoba koje proizvode program. Prikazani su u sljedećoj *Tablici 5*.

Tablica 5: Djelatnici Radio UNIOS-a

Broj stalno zaposlenih djelatnika	-
Broj honorarnih djelatnika	-
Broj volontera	12

Program Radio UNIOS-a realiziraju samo volonteri jer radio nema niti jednog zaposlenog djelatnika kao ni honorarne suradnike. Jedan je djelatnik prijavljen na stručno osposobljavanje bez zasnivanja radnog odnosa, a bavi se tehničkim poslovima realizacije programa. Volontera je svega 12 i obavljaju sve vrste radijskih poslova: voditeljske i spikerske poslove, pripremaju informativni i novinarski sadržaj, glazbeni su urednici i tehnički realizatori. Glavni urednik uz svoju funkciju obavlja i poslove „organizacije rada radija, koordinacija sa studentima, civilnim udrugama, volonterima...”.

Tjedna programska shema sadrži 20 govornih emisija, namijenjenih „studentskoj populaciji, građanstvu, zajednici...”. Osim kroz program Radio se dodatno angažira u zajednici „podržavajući projekte zajednice dajući im medijski prostor”.

Radio ima aktivni profil na Facebooku, a program se može slušati i putem web streama. Slušanost ne mjere.

Glavni urednik Radija UNIOS dosadašnje financijsko stanje radija ocjenjuje kao „Dobro, iako uvijek može bolje”. *Tablica 6* donosi prikaz načina financiranja radija.

Tablica 6: *Izvori financiranja Radio UNIOS-a*

Glavni izvor	osnivač radija
Udio gl. izvora u godišnjem poslovanju	u cijelosti
Drugi izvori	-
Reklame	ne
Sredstva potrebna za rad (god. proračun)	oko 200 tisuća kuna

Radio UNIOS nije dosad sudjelovao na natjecajima Fonda za pluralizam stoga što su frekvenciju dobili tek 2015. godine. Prema riječima glavnog urednika „na jedinom natjecaju na koji smo se prijavili su nas odbili zbog jednog papira (nisam poslao Statut Radija, nego Statut fakulteta koji je ujedno i osnivač Radija)”. Radio UNIOS također nikad nije sudjelovao u međunarodnim natjecajima te u programu ne emitiraju reklame.

Glavni urednik zadovoljan je radom Vijeća za elektroničke medije navodeći kako „vrlo profesionalno odrađuju svoj posao. Susretljivi su, trude se i nisu sami sebi svrha”. Također, zadovoljan je i postojećim zakonskim odredbama koje se tiču ustroja i programskih obveza neprofitnih FM radija ističući kako „radio nije *jukebox*. Mora imati program i dobro je da se potiče stvaranje programskog sadržaja”.

Kao radijske probleme glavni urednik navodi da „radio rade volonteri. Bez njih nema ni radija. To je jedini, ali i najveći problem”.

Zadovoljstvo svojim radom na radiju ocjenjuje kao „odlično“ (ocjena 5), a posao bi mijenjao ovisno o ponudi. Visoku ocjenu dodatno objašnjava: „Neprofitni radio povezuje zajednicu. Lijepo je biti dio te priče”.

Položaj neprofitnih FM radija u Hrvatskoj ocjenjuje „dobrim“ (ocjena 3) uz obrazloženje: „Nema ih puno. Osim studentskih radija koje bar donekle pomaže akademska zajednica, znam za 92 FM u Slavonskom Brodu”. Kako bi se taj položaj u budućnosti

promijenio, urednik kratko ističe da „treba raditi”. Zaključno, o budućnosti sektora kaže: „Budućnost je svijetla”.

5.3. RADIO UNIDU

Koncesiju za emitiranje dobio je 13. rujna 2010. godine, a dotad je postojao kao internetski radio. Osnivač mu je Sveučilište u Dubrovniku pa radio naglašava svoju studentsku orijentaciju. Radio UNIDU još je jedan u nizu studentskih radija u Hrvatskoj.



Emitira za dio grada Dubrovnika program namijenjen mladima, osobito studentima.

Glazbeni sadržaji čine oko 60% ukupnog programa, a 20% čine informativni. Slijedi zabava (6%), umjetnost i kultura (5%) te obrazovni, sportski i vjerski s ukupnim udjelom od oko 5%.

Tablica 7: Temeljni podaci Radija UNIDU

Osnivač	Sveučilište u Dubrovniku
Frekvencija	97,5 MHz
Adresa	Branitelja Dubrovnika 29, Dubrovnik
Vrijeme osnivanja	15. prosinca 2010. godine
Područje emitiranja	Uže područje grada Dubrovnika
Glavni urednik	Alen Roki (30) mag. medior. publ.
Dnevno emitiranje u satima	24 sata
Vrsta kanala	opći
Vrsta pružatelja medijskih usluga	neprofitni
Trajanje koncesije	15.12.2010. – 15.12.2019.
Godišnja naknada za koncesiju	1.560,00 kuna
Mrežna adresa	www.uniduradio.hr

Izvor: www.e-mediji.hr (pristupljeno u prosincu 2016.)

Detaljni prikaz službene programske osnove ovog radija, a koji je na službenim stranicama AEM-a, nalazi se kao *Prilog 4* na kraju ovog rada. Prema podacima koje smo dobili od glavnog urednika, situaciju s djelatnicima na radiju, donosi sljedeća *Tablica 8*.

Tablica 8: Broj djelatnika Radija UNIDU

Broj stalno zaposlenih djelatnika	-
Broj honorarnih suradnika	9
Broj volontera	10

Radio UNIDU nema niti jednog stalno zaposlenog djelatnika. Honorarnih suradnika je devet (jedan ugovor o djelu i osam djelatnika preko Student servisa) koji pripremaju informativni i novinarski sadržaj. Među njima je i glavni urednik koji se osim toga

bavi i administrativnim poslovima te tonskom realizacijom. Volontera je 10, a zaduženi su za novinarske poslove, voditelji su, spikeri i glazbeni urednici te obavljaju tehničke poslove realizacije programa.

Tjedno emitira 20 govornih emisija namijenjenih „mladima, – učenicima i studentima“, uglavnom slušateljima od 15 do 30 godina starosti.

Aktivni su na društvenim mrežama Facebook, Instagram i Twitter, a omogućavaju i slušanje programa putem web streama. Slušanost ne mjere.

Glavni urednik dosadašnje financijsko stanje radija ocjenjuje kao „Osrednje, ali nekako se ipak snalazimo”. *Tablica 9* donosi glavne izvore financiranja Radija.

Tablica 9: *Izvori financiranja Radija UNIDU*

Glavni izvor	Fond za pluralizam medija AEM-a
Udio glavnog izvora u godišnjem poslovanju	više od 50%
Drugi izvori	lokalni natječaji, Grad
Reklame	ne
Sredstva potrebna za rad (god. proračun)	oko 200 tisuća kuna

Radio UNIDU dosad je pet puta sudjelovao na natjecajima Fonda za pluralizam prijavljujući sadržaj iz kategorija: „informativni, kulturno – obrazovni, ravnopravnost spolova, manjine, baština, mladi”. Glavni urednik uspješnost na natjecajima ocjenjuje osrednjom, ali Fondovske novčane potpore smatra „izuzetno važnim. Bez potpore Fonda ne bismo mogli raditi“. Nikada nisu sudjelovali na međunarodnim natjecajima, niti emitiraju reklame.

Svoje zadovoljstvo radom Vijeća za elektroničke medije ocjenjuje kao „osrednje“ uz obrazloženje: „Vijeće za elektroničke medije pokušava svake godine napraviti nešto novo po pitanju neprofitnih medija i da se olakša njihov rad i status, ali to još uvijek nije dovoljno da bi bilo u korist takvih medija”.

Postojećim zakonskim odredbama također je tek osrednje zadovoljan . Stav obrazlaže sljedećim riječima: „Puno toga je nedefinirano i nema prave vidljive razlike neprofitnih i komercijalnih radija, osim u 3% emitiranja reklama”.

Glavne radijske probleme sažima riječima „nema zaposlenih, nema ustroja, nedovoljno razumijevanje nakladnika”.

Vlastito zadovoljstvo radom na neprofitnom radiju ocjenjuje „dobrim“ (ocjena 3), a posao bi mijenjao ovisno o ponudi. Dodatno objašnjava: „Trenutno nema mogućnosti za

zapošljavanje, iako postoje sredstva i radio je godinama organiziran tako da se financira iz Fonda za pluralizam. Program se odvija bez problema, ali nije uređena struktura vođenja radija i nema konkretnih funkcija, a onda ni odgovornosti što otežava planove za neke veće projekte”.

Trenutni položaj neprofitnih FM radija u Hrvatskoj ocjenjuje lošim (ocjena 2) uz objašnjenje: „Pojam neprofitnih medija u RH još nije definiran u konačnici. Svake godine se više raspravlja, ali ništa se nije konkretno dogodilo. Iako je radio neprofitan, nakladnik je najčešće profitni pa se zbog nedefiniranosti u većini stvari na radio zapravo ni ne gleda kao da je neprofitni, a na natjecajima se prijavljuje u konkurenciji sa svim ostalim radijima u RH”.

Kako bi se položaj neprofitnih radija unaprijedio smatra da „treba jednostavno definirati koji su to zapravo neprofitni mediji općenito i kako trebaju funkcionirati obzirom na nakladnika i ustroj”. Glede perspektive ovih medija navodi: „Smatram da će ih ipak biti sve više i da će imati ulogu “community radija”, ali će o tome ovisiti rad Vijeća za elektroničke medije i njihove nove odluke o zakonskim odredbama. Ministarstvo kulture će također imati ključnu ulogu u definiranju programskih obveza i funkcioniranju te obvezama neprofitnih medija”. Te dodaje kako bi „neprofitnih medija u Hrvatskoj trebalo biti puno više i trebaju male “community” radijske postaje koje će voditi razne udruge. Trebaju imati veću ulogu u lokalnoj zajednici i postojati za boljitak “malih” ljudi, a nikako se ne natjecati s komercijalnim u slušanosti”.

5.4. RADIO MARIJA (Zagreb)

Radio Marija jedna je od 75 članica Svjetske obitelji Radio Marije (*World Family of Radio Maria* ili WFRM) utemeljene 1998. godine u Italiji pa je program usklađen s pravilima cijele mreže. Nositelj koncesije za emitiranje u Hrvatskoj jest Udruga Radio Marija, neprofitna, nevladina i nepolitička građanska udruga, osnovana 1995. godine. Prema navodima s njihove mrežne stranice (www.radiomarija.hr), temeljna djelatnost udruge je proizvodnja radijskog programa. Sredinom 1996. dobili su koncesiju za područje grada Zagreba, a emitiranje je počelo 1997. godine. Udruga ima Skupštinu, predsjednika i zamjenika, Upravni (čiji je član i glavni urednik radija) i Nadzorni odbor te Sud časti. Članom udruge može postati svaki punoljetni državljanin RH.



Vjerski sadržaji čine oko 32% ukupnih programskih sadržaja. Detaljni prikaz službene programske osnove ovog radija, a koji se nalazi na službenim stranicama AEM-a, nalazi se kao *Prilog 5* na kraju ovog rada.

Tablica 10: *Temeljni podaci Radio Marije (u Zagrebu)*

Osnivač	Udruga Radio Marija
Frekvencija (za Zagreb)	96,4 i 106,8 MHz
Adresa	Jordanovac 110, Zagreb
Vrijeme osnivanja	1996. godina
Područje emitiranja	Grad Zagreb
Glavni urednik	Dr.sc. teol. Stjepan Fridl (65), svećenik
Dnevno emitiranje u satima	24 sata
Vrsta kanala	opći
Vrsta pružatelja medijskih usluga	neprofitni
Trajanje koncesije	13.10.2015. – 12.10. 2029.
Godišnja naknada za koncesiju	4.500,00 kn + varijabilni dio*
Mrežna adresa	www.radiomarija.hr

* Ukoliko se ostvari godišnji bruto prihod veći od 5 milijuna kuna.

Izvor: www.e-mediji.hr (pristupljeno u prosincu 2016.)

Radio Marija u Hrvatskoj emitira u još tri grada i jednoj općini. Riječ je o povezanim programima čiji je osnivač ista udruga (Radio Marija sa sjedištem na adresi Jordanovac 110 u Zagrebu), ali emitiraju vlastite sadržaje za područje Splita, Rijeke, Virovitice i Marije Bistrice. Prema zakonskim odredbama riječ je o različitim radijima. Broj djelatnika Radio Marije u Zagrebu donosi sljedeća *Tablica 11*.

Tablica 11: *Broj djelatnika Radio Marije (u Zagrebu)*

Broj stalno zaposlenih djelatnika	10
Broj honorarnih suradnika	-
Broj volontera	300

Radio Marija trenutno zapošljava deset djelatnika koji obavljaju novinarske poslove, pripremaju informativni sadržaj, bave se voditeljskim i spikerskim poslovima, glazbeni su urednici i sudjeluju u realizaciji programa. Dodatno obavljaju administrativne poslove. Pomaže im oko 300 volontera koji obavljaju slične programske, a dodatno se bave poslovima „administracije i propagande”. Glavni urednik ne obavlja nikakve dodatne poslove, ali se kroz program u zajednici u kojoj djeluju dodatno angažira „kao profesor i predavač raznim skupinama po župnim zajednicama”. Honorarnih suradnika na Radiju Marija nema.

Radio Marija tjedno emitira 25 govornih emisija. Program je namijenjen „svim starosnim dobima, a veći dio programa namijenjen je slušateljima iznad trideset godina”.

Sa slušateljima komuniciraju i putem društvenih mreža Facebook i Twitter, a omogućuju im i slušanje programa putem web streama. Radio Marija mjeri svoju slušanost, objašnjava glavni urednik: „Svjetska obitelj u Italiji preko glavnog servera mjeri tromjesečno slušanost posredstvom interneta”.

Dosadašnje financijsko stanje Radija Marija glavni urednik ocjenjuje kao „Dobro, iako uvijek može bolje”. *Tablica 12* prikazuje glavne izvore financiranja ovog radija.

Tablica 12: *Izvori financiranja Radio Marije (u Zagrebu)*

Glavni izvor financiranja	isključivo dobrovoljni prilozi slušatelja
Udio glavnog izvora u godišnjem poslovanju	u cijelosti
Drugi izvori	Fond za pluralizam
Reklame	ne
Sredstva potrebna za rad (god. proračun)	više od 250 tisuća kuna

Radio Marija dosad je šest puta sudjelovala na natjecajima Fonda za pluralizam prijavljujući „većinu sadržaja koje propisuje Agencija”. Stupanj uspješnosti na Fondovim natjecajima glavni urednik ocjenjuje osrednjim. Važnost Fondovske potpore ocijenio je riječima „Nije posebno važna, ali dobro dođe”. Radio nikad nije sudjelovao na međunarodnim natjecajima.

Zadovoljstvo radom VEM-a glavni urednik ocjenjuje ponuđenim odgovorom „Zadovoljan sam”, uz dodatno objašnjenje kako su „susretljivi i spremni na suradnju i pomoć”.

Zadovoljstvo postojećim zakonskim odredbama koje reguliraju rad neprofitnih FM radija u Hrvatskoj ocijenio je izborom odgovora „Uopće nisam zadovoljan”, uz dodatno objašnjenje: „Imamo frekvenciju na četiri područja, a zakon nam propisuje da smo četiri radija i svako područje mora imati svoj program do 10 %. Teško ostvarivo”.

Kao glavne probleme Radija Marije glavni urednik navodi „nedovoljan prostor, zakonsku regulativu, poteškoće u dobivanju novih frekvencija”.

Zadovoljan je svojim radom na neprofitnom radiju (ocjena 5) i svoj posao ne bi želio promijeniti. Ocjenu je dodatno obrazložio napomenom „Slušatelji ocjenjuju da je program izvrstan; kolektiv – obiteljsko ozračje”.

Trenutni položaj neprofitnih FM radija u Hrvatskoj ocijenio je ocjenom 3 (dobar). Nije je dodatno obrazložio niti je dao odgovor na pitanje što bi trebalo učiniti kako bi se postojeći položaj poboljšao. Budućnost neprofitnih radija komentirao je riječima „Kad počne digitalno emitiranje, moći ću više reći”.

5.5. HRVATSKI KATOLIČKI RADIO

Hrvatski katolički radio (HKR) počeo je emitirati 17. svibnja 1997. godine. Osnivač i vlasnik radija je Hrvatska biskupska konferencija.



Vjerski program ima najveći broj emisija iako, po službenoj programskoj osnovi, obuhvaća svega 12% ukupnih sadržaja. Glazba čini oko 65%, informativni program oko 11%, obrazovni oko 6%, zabavni oko 4%, a umjetnost, kultura i sportski sadržaji obuhvaćaju oko 2% programa.

Tablica 13: *Temeljni podaci Hrvatskog katoličkog radija*

Osnivač	Hrvatska biskupska konferencija
Frekvencija	103,5 MHz (za Zagreb)
Adresa	Voćarska cesta 106, Zagreb
Vrijeme osnivanja	17. svibnja 1997. godine
Područje emitiranja	Državna razina, 19 frekvencija
Glavni urednik	Dr. sc. Anto Mikić (44), kroatolog
Dnevno emitiranje u satima	24 sata
Vrsta kanala	opći (vjerskog usmjerenja)
Vrsta pružatelja medijskih usluga	neprofitni
Vrijeme trajanja koncesije	27.4.2012. - 27.4.2027.
Godišnja naknada za koncesiju	30.000,00 kuna
Mrežna adresa	www.hkr.hr

Izvor: www.e-mediji.hr (pristupljeno u prosincu 2016.)

HKR je radio koji se čuje na području cijele Republike Hrvatske (pokriva oko 95% ukupnog teritorija), ali i na području susjedne Bosne i Hercegovine. Riječ je o velikom i moćnom radijskom sustavu. Detaljni prikaz službene programske osnove ovog radija, a koji se nalazi na službenim stranicama AEM-a, nalazi se kao *Prilog 6* na kraju ovog rada. Podatke o broju djelatnika HKR-a donosi sljedeća *Tablica 14*.

Tablica 14: Broj djelatnika Hrvatskog katoličkog radija

Broj stalno zaposlenih djelatnika	19
Broj honorarnih suradnika	50-ak
Broj volontera	3

Hrvatski katolički radio ima 19 stalno zaposlenih djelatnika koji obavljaju novinarske poslove, pripremaju informativni sadržaj, voditelji su, spikeri i glazbeni urednici te sudjeluju u realizaciji programa. Glavni urednik ne obavlja nikakve dodatne poslove. Honorarnih suradnika je pedesetak, a obavljaju slične ili iste poslove kao i stalno zaposleni. Radio ima i troje volontera koji su zaduženi za novinarske poslove. Tjedno se na HKR-u emitira stotinjak emisija vjerskog, obrazovnog i informativnog sadržaja. Pretežna starosna dob slušatelja je od 20 do 49 godina, a obrazovni status SSS.

HKR dodatno se angažira u zajednici za koju emitira „promocijom humanitarnih akcija i solidarnosti među slušateljima, nagrađivanjem slušatelja/prijatelja. Najčešće nagrade su knjige”.

Radio ima aktivni profil na Facebooku, a slušati se može i preko web streama. Slušanost ne mjere.

Glavni urednik HKR-a dosadašnje financijsko stanje radija ocjenjuje ponuđenim odgovorom „Stabilno, ali pazimo svaki izdatak”. Tablica 15 prikazuje glavne izvore novca potrebnog za nesmetani rad HKR-a.

Tablica 15: Izvori financiranja Hrvatskog katoličkog radija

Glavni izvor financiranja	osnivač radija
Udio glavnog izvora u godišnjem poslovanju	do 50%
Drugi izvori	donacije slušatelja, Fond za pluralizam
Reklame	da
Sredstva potrebna za rad (god. proračun)	više od 250 tisuća kuna

HKR je dosad sudjelovao na natjecanjima Fonda za pluralizam „pet ili šest puta“, prijavljujući „sadržaj za sve ponuđene kategorije”. Vrijedi napomenuti da pravo natjecanja ima upravo stoga što je neprofitni medij jer je Pravilnikom o Fondu (NN 150/13) određeno kako se za potpore smiju natjecati samo lokalni i regionalni mediji. Ocjenu uspješnosti na tim natjecanjima glavni urednik ocjenjuje ponuđenim odgovorom „Uopće nismo zadovoljni. Nikad ne dobijemo onoliko koliko tražimo”. Sredstva Fondovskih potpora u ukupnom funkcioniranju HKR-a kreću se do 10%, što glavni urednik komentira „Nije posebno važna, ali dobro dođe”.

Emitiraju reklame (u dozvoljenoj kvoti do 3 minute po satu), a zarada iz ovog izvora na godišnjoj razini donese radiju do 10% prihoda.

Glavni urednik zadovoljstvo radom VEM-a ocjenjuje kao osrednje, uz obrazloženje: „Osim postojanja Fonda, koji ‘velikom’ radiju poput mojega vrlo malo može doprinijeti u smislu održivosti, neku konkretniju korist od Vijeća uopće niti ne uočavam”.

Zadovoljstvo postojećim zakonskim odredbama koje reguliraju rad neprofitnih FM radija u Hrvatskoj ocjenjuje odgovorom „Uopće nisam zadovoljan”, uz dodatno objašnjenje: „Postojeća pravna regulativa uopće nije ni dovela do nastanka ‘pravih’ neprofitnih radija, koji ne bi bili u vlasništvu crkvenih ili obrazovnih institucija”.

Kao glavne probleme HKR-a glavni urednik navodi „slabu kadrovsku ekipiranost, slabu kadrovsku protočnost, nedostatak sredstava za ulaganje u program i tehniku”.

Svoje zadovoljstvo radom na neprofitnom mediju glavni urednik ocjenjuje ocjenom 3 (dobro), uz dodatno obrazloženje: „Nedostaci: relativno niska plaća, (pre)malena redakcija za količinu programa, skromni tehnički uvjeti za realizaciju ozbiljnijih projekata. Prednosti: relativno velika sloboda u izboru i prezentaciji tema, izostanak marketinškog pritiska, profesionalno motivirani suradnici”. Na pitanje bi li mijenjao posao odgovara ponuđenim odgovorom „Ne znam, ovisi o ponudi”.

Položaj neprofitnih radija u Hrvatskoj ocijenio je lošim (ocjena 2) uz dodatno objašnjenje: „U rashodovnim stavkama prema ‘državi’ jedva da su u boljem položaju od profitnih, količinom (pa i kvalitetom) govornog programa znatno ih premašuju, u prihodima su u bitno restriktivnijem položaju od njih”.

Kako bi se položaj neprofitnih radija poboljšao glavni urednik HKR-a predlaže: „Osloboditi ih dijela obveza prema ‘državi’ i parafiskalnim nametima, preusmjeriti prema njima dio ‘državnog’ marketinga, proširiti mogućnosti financiranja”.

Što se tiče budućnosti ovog sektora, urednik zaključuje: „Uz postojeću regulativu i okruženje, opstat će samo oni koji imaju vlasnike koji su ih ‘voljni’ (su)financirati i rijetki (manji) mediji koji će eventualno pronaći neke dosad neotkrivene tržišne niše”.

5.6. RADIO SUNCE

Radio Sunce počeo je emitirati 22. ožujka 2010. godine u Splitu. Utemeljila ga je neprofitna udruga Županijska liga protiv raka – Split. Prema navodima s njihove mrežne stranice (www.radiosunce.com.hr) cilj mu je doprinijeti razvoju civilnog društva kroz promociju zdravog načina života, zaštite okoliša, poticanja solidarnosti, prevenciji bolesti i jačanju duhovne snage oboljelih, liječnika, medicinskog osoblja i obitelji bolesnika.



Tablica 16: *Temeljni podaci Radio Sunca*

Osnivač	Županijska liga protiv raka - Split
Frekvencija	92,9 MHz
Adresa	Spinčićeva 1, Split
Vrijeme osnivanja	23. ožujka 2010. godine
Područje emitiranja	Šire područje grada Splita
Glavni urednik	Dipl. iur. Tonči Jukić (35)
Dnevno emitiranje u satima	24 sata
Vrsta kanala	opći
Vrsta pružatelja medijskih usluga	neprofitni
Trajanje koncesije	1.3.2010. – 1.3.2021.
Godišnja naknada za koncesiju	5.200,00 kuna
Mrežna adresa	www.radiosunce.com.hr

Izvor: www.e-mediji.hr (pristupljeno u prosincu 2016.)

Radio Sunce svojim signalom mora pokrivati najmanje 70% šireg područja grada Splita, te gradova Kaštela, Solina, Omiša i Makarske uključujući i općine Dugi Rat, Brela, Baška Voda, Tučepi i Podstrana. Glazbeni sadržaji čine oko 70% njegovog programa, a slijede zabavni (oko 13,5%) i informativni (oko 12%). Obrazovni, kultura, umjetnost i sport čine oko 3%. Detaljni prikaz službene programske osnove ovog radija, a koji se nalazi na službenim stranicama AEM-a, nalazi se kao *Prilog 7* na kraju ovog rada. Sljedeća *Tablica 17.* donosi prikaz broja djelatnika ovog radija.

Tablica 17: *Broj djelatnika Radio Sunca*

Broj stalno zaposlenih djelatnika	3
Broj honorarnih suradnika	1
Broj volontera	5

Radio Sunce ima tri stalno zaposlena djelatnika koji obavljaju novinarske poslove, voditelji su, spikeri i glazbeni urednici, ali i tehnički dio realizacije programa. Jedan honorarni suradnik bavi se novinarskim i tehničkim poslovima. Volontera ima pet, a zaduženi su za novinarske poslove. Glavni urednik ujedno obavlja i poslove vezane uz „sastavljanje ugovora, pisanje natječajnih dokumentacija, marketing, ugovaranje suradnje sa ustanovama/institucijama/udrugama, produkcija emisija i reklama, izrada playlista, vođenje programa, uređivanje emisija...”.

Tjedno emitiraju šest govornih emisija uz „veliki broj kraćih formi (priloga)”, namijenjenih „populaciji srednjih godina (od 35 do 55 godina) uz iznimke sadržaja za mlade i studente (dvije emisije)”. Emitiraju specijalizirani sadržaj koji „promiče zdravlje i pozitivne društvene vrijednosti”. Također, osim kroz program uključuju se u zajednicu u kojoj djeluju „organiziranjem javno-zdravstvenih akcija i manifestacija, organiziranjem projekata za slušatelje, sudjelovanjem na događajima drugih udruga”.

Radio ima aktivni profil na Facebooku, a slušatelji program mogu slušati i uključivanjem u web stream. Slušanost ne mjere.

Dosadašnje financijsko stanje Radio Sunca glavni urednik ocjenjuje ponuđenim odgovorom „Stabilno, ali pazimo na svaki izdatak”. Glavni izvori novca za rad Radija prikazani su u *Tablici 18*.

Tablica 18: *Izvori financiranja Radio Sunca*

Glavni izvor	domaći natječaji
Udio glavnog izvora u godišnjem poslovanju	od 30 do 40%
Drugi izvori	vlastiti marketing, donacije
Reklame	da
Sredstva potrebna za rad (god. proračun)	minimalno 350 tisuća kuna

Radio je dosad šest puta sudjelovao na natječajima Fonda za pluralizam prijavljujući „informativan sadržaj, sadržaj za mlade i studente, sadržaj za nacionalne manjine, obrazovni sadržaj”. Glavni urednik uspješnost na natječajima ocjenjuje ponuđenim odgovorom „osrednje smo zadovoljni”. Međutim, važnost potpora za ukupno poslovanje radija ocjenjuje „jako je važna. bez potpore Fonda ne bismo mogli raditi”. Programski sadržaj također prijavljuju na lokalne natječaje grada Splita te Ministarstva zdravstva.

Radio Sunce nije sudjelovao na međunarodnim natječajima. Emitiraju reklame, a udio prihoda iz ovog izvora na godišnjoj razini kreće se od 15 do 25%.

Glavni urednik zadovoljstvo radom VEM-a ocjenjuje ponuđenim odgovorom „Osrednje sam zadovoljan” uz dodatno objašnjenje: „(...) Dosadašnja suradnja sa Vijećem i AEM je bila vrlo dobra i glede prijave na natječaje za Fond i općenito vezano za upite koje smo imali prema njima. Držim da bi u okviru svog djelovanja trebali više aktivnosti posvetiti edukaciji novinara i same javnosti glede medijske pismenosti (...)”.

Također, osrednjima ocjenjuje i postojeće zakonske odredbe uz komentar: „Kompletan medijski sektor fragmentirano je zakonski reguliran. U Hrvatskoj postoji preregulacija nekih područja koja često otežava djelovanje i poslovanje, postoji i nedovoljna regulacija kada je praksa ispred zakona i zakonodavca. Upravo je takav slučaj s neprofitnim FM radijima. (...) Inicijativa stručne javnosti je nedostatna, a promjene vlada stavljaju ovaj problem u stanje čekanja. Na potezu je nova ministrica kulture. Ali, ne manje važno, i medijski djelatnici moraju imati svoj stav o promjenama u medijima. Brojne su promjene nužne u medijskoj regulativi. Od drukčijeg normiranja kaznenih djela počinjenih u medijima, financiranja medija, vlasničkih odnosa, pa do neprofitnog sektora. Držim da se situacija može riješiti jedino sveobuhvatnim zakonskim zahvatima. Jer, nažalost, uz ovakvo stanje i evidentno polagano erodiranje novinarstva kao struke s jedne strane, veliku brojnost medija sa druge strane, događa se i trend stagnacije ili nazadovanja neprofitnog sektora”.

Problemi s kojima se susreće Radio Sunce prema glavnom uredniku su „teška dostupnost izvora financiranja, deficit djelatnika, slaba educiranost postojećeg osoblja u vezi radijskih vještina i vještina za sudjelovanje u natjecajima”.

Zadovoljstvo radom na neprofitnom radiju glavni urednik ocjenjuje odličnim (ocjena 5), navodeći kako svoj posao ne bi mijenjao. Dodatno objašnjava: „(...) Proizvodnja radijskog programa je kreativan posao u kojem je potrebno mnogo osobne angažiranosti na tome kako napraviti/snimiti/realizirati sadržaj da bude zanimljiv, edukativan i originalan. (...) Osim toga, ostvarujemo suradnju sa nekim ustanovama i institucijama na proizvodnji programa i zajedničkim projektima, je svakodnevna komunikacija sa ljudima (gostima i vanjskim suradnicima) i kreiranje sadržaja sastavni dio posla. (...) Zbog ovakve raznovrsnosti poslova i potrebne osobne kreativnosti, moje zadovoljstvo radom na ovom mediju je zaista veliko”.

Položaj neprofitnih FM radija u Hrvatskoj glavni urednik Radija Sunce ocjenjuje lošim (ocjena 2) uz sljedeće opširno objašnjenje koje, radi njegove zanimljivosti, donosimo u nešto skraćenoj verziji: „Neprofitne FM radijske postaje su relativna novost u hrvatskom medijskom prostoru. (...) Čak i danas ne postoji adekvatan zakonski tretman neprofitnih medija, pa tako ni neprofitnih FM postaja. Osnivanje i djelovanje prepušteno je inicijativi pojedinaca u

polureguliranom medijskom prostoru. (...) Praksa pokazuje da mladi ljudi nisu dovoljno zainteresirani za sudjelovanje u radu neprofitnih radijskih postaja, a profesionalci nisu dovoljno educirani za rad u neprofitnom sektoru. (...) Uz to, mogućnosti financiranja takvih postaja su krajnje oskudne. Postoje prilike za financiranje putem natječaja, ali dojam je da se loše i nedovoljno koriste. Nadalje, neprofitne FM postaje gotovo nikako se ne mogu niti će se moći u budućnosti financirati u dostatnoj mjeri od vlastitog marketinga jer njihova tržišna pozicija i slušanost nije zanimljiva velikim oglašivačima. Postoje ograničene mogućnosti financiranja od strane lokalne i regionalne samouprave, ali zbog velikih potreba proračuna tih jedinica, ne preostaje sredstava za adekvatno financiranje neprofitnih FM postaja. Bitno je naglasiti i da je neprofitni FM radijski sektor nedovoljno educiran o mogućnostima financiranja putem natječaja EU. Država nema strategiju za razvoj tzv. trećeg medijskog sektora u cjelini, pa tako ni za razvoj neprofitnog FM-a. Zbog svega toga, neprofitne FM postaje prepuštene su inicijativi i umješnosti vlastitog vodstva i praktično sudjeluju na medijskom tržištu ‘‘ravnopravno’’ sa ostalim postajama’’.

Kako bi se položaj unaprijedio, urednik drži kako država „u okviru buduće medijske strategije treba donijeti regulativu o djelovanju i financiranju ovih radija s naglaskom o mogućnostima financiranja od strane lokalne i regionalne samouprave i potpori FM neprofitnim radijima za mogućnosti financiranja putem EU fondova. Regulator AEM bi trebao više raditi na edukaciji novinara, pa tako i onih u FM neprofitnim postajama. (...) Jednako tako, AEM bi trebao drukčije regulirati raspodjelu sredstava Fonda na način da se u potpunosti odvoje profitni od neprofitnih medija i poveća postotak Fonda za neprofitne. FM neprofitne postaje (i općenito neprofitni mediji) trebaju zajedničku inicijativu, konkretno strukturno udruživanje (po uzoru na HND i HURIN). Na taj način bi mogli ostvariti bolju suradnju sa institucijama (Ured za udruge Vlade RH, Ministarstvo kulture, resorno ministarstvo za EU fondove, ...), stručnim udrugama i fakultetima, te drugim dionicima. Jedan od ciljeva udruživanja je zajednički stav o razvoju sektora čime bi se moglo utjecati na resorno ministarstvo kako bi se poradilo na poboljšanju položaja neprofitnih medija. (...) Isto tako, sa udruživanjem postoji i mogućnost bolje suradnje sa Vladinim tijelima i ministarstvima koji bi trebali pružati veću potporu za iznalaženje mogućnosti za financiranje neprofitnih radija (medija) putem Fondova EU i drugih međunarodnih izvora financiranja’’.

Perspektivu neprofitnih FM postaja urednik Radija Sunce promatra na sljedeći način: „Neprofitne FM radijske postaje moraju postati zaista nadogradnja javnog servisa uz jasne okvire djelovanja, financiranja i razvoja. Država u doglednoj budućnosti neće biti u situaciji

pomoći ovom sektoru, pa je potrebna unutarsektorska inicijativa i vodstvo na udruživanju ovog sektora da se utječe na donošenje boljih zakona i zajedničkih mogućnosti glede razvoja sektora”.

5.7. RADIO 92 FM

Osnivanje i početak rada Radija 92 FM u cijelosti je podržano sredstvima Europske unije, a sličan model financiranja nastavlja se i danas. Prema navodima na mrežnoj stranici (www.radio92.eu) radio je sufinanciran u sklopu programa IPA IV „Poboljšanje pristupa tržištu rada ugroženih skupina“. Posebnost ovog projekta jest upravo u tomu da su ga osmislile i realizirale osobe s invaliditetom, kako glumci i scenaristi tako i poznati eksperti za pitanja osoba s invaliditetom.



Tablica 19: *Temeljni podaci Radija 92 FM*

Osnivač	Društvo multiple skleroze Brodsko-posavske županije
Frekvencija	92,0 MHz
Adresa	Đure Pilara 2, Slavonski brod
Vrijeme osnivanja	1. kolovoza 2014.
Područje emitiranja	Grad Slavonski Brod
Glavna urednica	Irena Vukas (31), mag. nov.
Dnevno emitiranje u satima	24 sata
Vrsta kanala	opći
Vrsta pružatelja medijskih usluga	neprofitni
Trajanje koncesije	1.8.2014. – 31.7.2023.
Godišnja naknada za koncesiju	500,00 kuna + varijabilni dio*
Mrežna adresa	www.radio92.eu

*u slučaju da se ostvari prihod viši od 5 milijuna kuna

Izvor: Izvor: www.e-mediji.hr (pristupljeno u prosincu 2016.)

Radio 92 FM emitira za područje grada Slavonski Brod i to 24 sata dnevno. U programu dominiraju glazbeni sadržaji (oko 74%), informativni je zastupljen s oko 8,5%, zabavni s 8%, obrazovni s oko 4,5%, a slijede umjetnost, kultura, sport i vjerski sadržaji (zajedno oko 2%). Detaljni prikaz službene programske osnove ovog radija, a koji se nalazi na službenim stranicama AEM-a, nalazi se kao *Prilog 8* na kraju ovog rada. *Tablica 20.* donosi broj djelatnika koji realiziraju te sadržaje.

Tablica 20: Broj djelatnika Radija 92 FM

Broj stalno zaposlenih djelatnika	3
Broj honorarnih suradnika	-
Broj volontera	10

Radio 92 FM stalno zapošljava tri djelatnika koji obavljaju novinarske i tehničke poslove, pripremaju informativni sadržaj, voditelji su i spikeri. Honorarnih suradnika nema, a volontera je deset. Zaduženi su za novinarske poslove, voditelji su, spikeri i glazbeni urednici te obavljaju i tehničke poslove. Glavna urednica dodatno se bavi poslovima vezanima uz „marketing sukladno radu NGO, sudjelovanje u programu, pisanje i provedba projekata, organiziranje volontera (...)”.

Tjedno se na Radiju 92 emitira tridesetak govornih emisija, a urednica navodi kako su „radio zajednice, otvoreni za svakoga i sve, a prioritet su nam osobe s invaliditetom”. Slijedom toga, programski je sadržaj specijaliziran, a obrađuju se „teme, pitanja i problemi vezano za osobe s invaliditetom, te uključivanje udruga i aktivno praćenje aktivnosti civilnog društva”.

Radio ima aktivne profile na društvenim mrežama Facebook, Instagram i Twitter, a program se može slušati i putem streama. Urednica navodi kako slušanost mjere „putem streama”.

Dosadašnje financijsko stanje Radija glavna urednica ocjenjuje ponuđenim odgovorom „Osrednje, ali nekako se ipak snalazimo”. Glavni izvori novca za Radio 92 FM prikazani su u *Tablici 21*.

Tablica 21: Izvori financiranja Radija 92 FM

Glavni izvor financiranja	domaći natječaji
Udio glavnog izvora financiranja u godišnjem poslovanju	u cijelosti
Drugi izvori	donacije i sponzorstva
Reklame	da
Sredstva potrebna za rad (god. proračun)	više od 250 tisuća kuna

Radio 92 financira se prijavljivanjem projekata na natječaje lokalne samouprave i raznih institucija te tvrtki (riječ je o donacijama HBOR-a, HEP-a, Zavoda za vještačenje, profesionalnu rehabilitaciju i zapošljavanje osoba s invaliditetom). Radio do sada nije sudjelovao na natječajima Fonda za pluralizam, ali to „planiraju” učiniti. Sredstva Fonda ocjenjuju kao „jako važna“. Radio je sudjelovao na međunarodnim natječajima i ostvario

značajnu potporu kojom je i počeo emitirati. Glavna urednica navodi kako je riječ o natječaju „Europskog socijalnog fonda - osnivanje radija i financiranje godinu dana”. U programu emitiraju reklame, a godišnja zarada iz tog izvora iznosi do 10 %.

Rad VEM-a glavna urednica Radija 92 FM ocjenjuje ponuđenom ocjenom „Osrednje sam zadovoljna”, uz objašnjenje: „Pri osnivanju radija, odluku o dodjeli koncesije od Agencije za elektroničke medije čekali smo devet mjeseci. Natječaji su dugo vremena stopirani, odluke se donose sporo, loš odnos u kontaktu s ministarstvima, institucijama...”.

Urednica je također osrednje zadovoljna i postojećim zakonskim odredbama o ustroju i programskim obvezama neprofitnih FM radija: „Mislim da bismo trebali imati neke pogodnosti u smislu obveznih plaćanja (hladni pogon, antena...)”.

Kao probleme s kojima se susreću u radu, glavna urednica Radija 92 FM navodi: „Loša financijska situacija, neinformiranost o tome što su neprofitni mediji, nedovoljan angažman zajednice i pojedinaca da shvati da ima svoj medijski prostor (to postaje iz dana u dan bolje)”.

Vlastito zadovoljstvo radom na neprofitnom radiju urednica ocjenjuje odličnim (ocjena 5) i svoj posao ne bi mijenjala uz komentar: „Naš radio je jedinstven, neovisan i zbog ljudi koji zajedno sa mnom žive taj posao”.

Trenutni položaj neprofitnih FM radija u Hrvatskoj glavna urednica ocjenjuje lošim (ocjena 2). Kako bi se položaj unaprijedio, urednica predlaže: „Financijska potpora – institucionalno (stalna) i osnivanje platforme neprofitnih medija”.

Budućnost neprofitnih radija ocjenjuje „uvijek pozitivno”, ali naglašava: „Na prošlogodišnjem natječaju Ministarstva kulture RH, prijavljeni projekt Radija 92 i In portala, kao jedinih medija specijaliziranih za osobe s invaliditetom, nije prošao. Što dodatno govori ne o položaju neprofitnih medija, nego o položaju i odnosu prema osobama s invaliditetom”.

6. RASPRAVA

Odgovori prikupljeni anketnim ispitivanjem predstavnika sedam neprofitnih FM radija u Hrvatskoj u idućem su poglavlju grupirani i međusobno uspoređivani kako bi se u konačnici potvrdile ili opovrgnule postavljene hipoteze. Rasprava je podijeljena u nekoliko tematskih cjelina: (a) veličine radijskih postaja i njihove programske osnove, (b) financiranje, (c) zadovoljstvo radom VEM-a i postojećim zakonskim odredbama, (d) vlastito zadovoljstvo radom i glavni radijski problemi te (e) položaj i perspektiva neprofitnih FM radija u Hrvatskoj.

(a) Veličine radijskih postaja i njihove programske osnove

Broj zaposlenih djelatnika, a slijedom toga i veličine neprofitnih FM radijskih postaja u velikom je nesrazmjeru. HKR ima 19 stalno zaposlenih djelatnika, Radio Marija deset, a Radio Sunce i Radio 92 FM po troje. Radio Student zapošljava samo jednog djelatnika, a Radio UNIDU i Radio UNIOS nemaju stalno zaposlenih.

Jasno je stoga da programi ovise isključivo o angažmanu i zainteresiranosti volontera pri čemu Radio Marija prednjači s njih tristotinjak, a slijedi Radio Student sa 150. Veliki broj volontera, a koji nemaju baš nikakvu pravnu odgovornost prema radiju, otvara pitanje na koji je način organiziran, ali i nadziran, njihov rad. Pouzdano znamo samo za Radio Student budući da su među volonterima studenti novinarstva koji dio svojih obveznih vježbi iz kolegija Radio, obavljaju baš kroz rad na samom radiju.

Ostaje nejasnim kako su organizirani volonteri na drugim radijima i kakva je njihova odgovornost prema programu kojeg rade. Radio UNIOS jedini je kojega u cijelosti stvaraju volonteri. Osim tri radija (Radio Marija, Radio Student i HKR) koji veličinom, odnosno brojem djelatnika odskaču od prosjeka, programe ostalih radija realizira (u prosjeku) manje od 20 ljudi. Uzevši u obzir da glazbeni sadržaji u znatnom postotku dominiraju programima neprofitnih radija²¹ taj podatak ne iznenađuje, no dovodi se pod znak pitanja u trenutku rasprave o trendu koji vlada ukupnim radijskim eterom u Hrvatskoj – mogu li prazne neprofitne radijske redakcije učiniti razliku na sceni i vratiti radiju kao mediju funkciju društveno odgovorniju od pukog pozadinskog *jukeboxa*, ako taj program nema tko stvarati?

Radio Marija i HKR izjašnjavaju se u istraživanju kao mediji specijaliziranog vjerskog sadržaja, dok urednici Radija Sunce te Radija 92 FM navode specijalizirani sadržaj vezan uz

²¹ Jedinu iznimku čini Radio Marija s tek 40% glazbe i 32% vjerskog sadržaja.

zdravlje. Međutim, ovdje valja naglasiti da ZEM (NN 153/09, čl. 2) propisuje kako je specijaliziran onaj radijski kanal koji sadrži više od 70% istovrsnog programa, a taj kriterij ne ispunjava niti jedan neprofitni radio već se svi vode kao „opći“ kanali. Nadalje, provjerom programskih načela koja su obvezni dio svake natječajne dokumentacije za dobivanje koncesija i koja je javno dostupna na stranicama AEM-a, lako je uočiti nepodudarnost. Međutim, uočavanje različitosti između službene dokumentacije i stvarne realizacije programskih sadržaja, nije bio cilj ovog istraživanja. Ipak, zanimljivosti radi, službene programske osnove svih analiziranih neprofitnih radija uvrštene su među priloge koji se nalaze na kraju ovog rada. Svjedoče o planovima svakog pojedinog nakladnika u vrijeme kad su obnovili ili prvi put sklopili, svoje koncesionarske ugovore.

(b) Financiranje

Pregledom podataka prikupljenih istraživanjem, financijska situacija neprofitnog radijskog sektora je „osrednja“. Naime, tako je ocjenjuju urednici Radio Studenta, Radija UNIDU i Radija 92 FM. Ostatak predstavnika radija razmjerno procjenjuje stanje kao „dobro“ (Radio UNIOS i Radio Marija) ili „stabilno“ (HKR i Radio Sunce).

Glavni urednici većinom su se izjasnili kako im je za nesmetani rad na godišnjoj razini potrebno između 200 i 350 tisuća kuna. Međutim, uzmemo li u obzir obvezna godišnja izdvajanja za naknade za koncesije, a koja se kreću od 500,00 kuna za Radio 92 FM (v. *Tablicu 19*) pa do 30 tisuća kuna za HKR (v. *Tablicu 13*), razna druga obvezna davanja (korištenje radijskih frekvencija, popravke ili kupnju novih uređaja, plaće ili honorare djelatnika i suradnika te same troškove poslovanja (prostor, komunalne naknade, čišćenje, nabavku uredskog pribora, telefone i sl.), stječe se dojam da su uredničke procjene ipak bile poprilično skromne. Osobito kad su u pitanju veći radiji (s jačom čujnošću te većim brojem djelatnika i suradnika) zasigurno je riječ o značajno višim iznosima. Također, treba napomenuti da mnogi radiji (osobito fakultetski i sveučilišni) nemaju pravnu osobnost i da većinu njihovih troškova zapravo snose isključivo osnivači. Moguće je da glavni urednici uopće ni ne znaju koliki su stvarni troškovi radija na kojima rade.

Novac za rad postaje većinom osiguravaju putem domaćih natječaja. Svega tri postaje – Radio Student, Radio UNIDU i Radio Sunce, navode Fond za pluralizam kao primarni izvor svojih financija, kao što je prikazano u *Tablici 3*, *Tablici 9* i *Tablici 18*. Pretpostavljamo da se pod drugim „domaćim natječajima“ smatraju gradski natječaji na području na kojem radio

emitira. Taj izvor financiranja kao primarni, uz Fond, koriste Radio Sunce i Radio Student, a za Radio 92 FM lokalni natječaji glavni su izvor prihoda (v. *Tablicu 21*).

Važnost Fonda za pluralizam u razvoju i održivosti neprofitnih radija potvrđen je više puta tijekom provedenog istraživanja. Izražen je u činjenici da se pet postaja redovito prijavljuju na Fondove natječaje, a Radio 92 FM i Radio UNIOS to planiraju učiniti u narednom razdoblju. Primjerice, Radio Student i Radio UNIDU iz Fonda namiruju više od polovice svojeg godišnjeg budžeta. Jedina dva radija koja Fond drže sekundarnim i „ne osobito važnim izvorom“ su Radio Marija i HKR.

Međutim, zanimljivo je da pet radija koji su dosad koristili sredstva Fonda, nisu osobito zadovoljni ostvarenim sredstvima za pojedine medijske sadržaje. Svoju uspješnost na natječajima ocjenjuju „osrednjom“ obrazlažući svoj stav komentarom „kako najčešće ne dobiju sredstva koja traže“ odnosno dobiju manje. HKR, primjerice, navodi kako „uopće nije zadovoljan dobivenim sredstvima“.

Drugi najzastupljeniji izvor financiranja su sami osnivači pojedinih radija. Fakultet elektrotehnike, računarstva i informacijskih tehnologija Sveučilišta u Osijeku pokriva sve troškove Radija UNIOS (v. *Tablicu 6*), a zanimljivo je primijetiti kako glavni urednik kao jedan od problema s kojima se susreću navodi „nedovoljno razumijevanje nakladnika“ što ukazuje na vjerojatno razilaženje dviju strana u poimanju stvarnih potreba za nesmetano poslovanje medija. Jednaki zaključak izvodi se i iz odgovora urednika Radio Studenta, koji napominje kako ne pronalaze zajednički jezik s FPZg-om koji pokriva dio troškova hladnog pogona, a do nesporazuma dolazi jer Radio nema svoj račun već je „ustrojbeno jedinica Fakulteta“. Hrvatska biskupska konferencija HKR-u osigurava polovicu financijskih sredstava (v. *Tablicu 15*). Urednik Radio Marije jedini navodi da se radio u cijelosti financira „dobrovoljnim prilozima slušatelja“ (v. *Tablicu 12*). Donacije i sponzorstva, kao tek sekundarni izvor prihoda, navode samo HKR, Radio Sunce i Radio 92 FM.

Dodatni novac stoga se traži i u reklamama. Radio Student (v. *Tablicu 3*), HKR (v. *Tablicu 15*), Radio Sunce (v. *Tablicu 18*) i Radio 92 FM (v. *Tablicu 21*) emitiraju zakonom dopuštene tri minute promidžbenih poruka u satu emitiranja, pri čemu za većinu ti prihodi dosežu do 10% godišnje zarade, a Radio Sunce ovim putem osigurava 15 do 25% svog ukupnog budžeta.

Valja spomenuti kako je mogućnosti međunarodnog financiranja iskoristio samo Radio 92 FM koji bez europskih potpora ne bi ni uspio osigurati koncesiju. Ostali radiji za traženje financijske pomoći izvan granica Hrvatske očito nisu zainteresirani ili pak nemaju dovoljno znanja kako bi se u to upustili. U tom je smjeru zasad krenuo još jedino Radio Student, ali bez rezultata.

Iz analiziranih podataka o izvorima financiranja neprofitnih FM radija može se primijetiti kako sektor na klimavim nogama održavaju Fond za pluralizam medija i osnivači radija. Razlog je (možda) u kvaliteti i/ili temeljitosti njihovih prijava na natječaj, ali ne treba zanemariti činjenicu da za Fondovske potpore konkuriraju zajedno sa predstavnicima svih drugih komercijalnih radijskih postaja (osim onih na državnoj razini koje nemaju pravo sudjelovanja). Odgovori pojedinih urednika upućuju i na nerazumijevanje osnivača za potrebe „svojih“ radija. Nerazumijevanje financijskih i kadrovskih potreba jednog prosječnog (lokalnog) FM radija čest je uzrok nezadovoljstva koje se pokaže između osnivača i „programskih ljudi“, bez obzira je li riječ o komercijalnom ili neprofitnom mediju.

Zamjetno je, međutim, da dvije najveće neprofitne radijske postaje, Radio Marija i HKR, iskazuju stabilnu financijsku situaciju u usporedbi s drugim radijima. Budući da je ipak riječ o specijaliziranim programima i neusporedivo snažnijim radijskim postajama (jače čujnosti) od drugih, da su njihovi osnivači imali jasnu spoznaju o stvarnim potrebama „svojih“ medija i bili pripravnici na visoke troškove.

Neke dodatne modele osiguravanja financijske stabilnosti poput donacija, sponzorstava ili *crowdfundinga*, a koji su bliski modelima koje koriste *community* radiji u Zapadnoj Europi, ovdašnji neprofitni radiji još uvijek nisu odlučili koristiti kao primarne izvore zarade. Iznimku, prema tvrdnji glavnog urednika, čini tek Radio Marija kojoj su primarni izvor prihoda dobrovoljni prilozi slušatelja (v. *Tablicu 12*). *Crowdfunding* je u Hrvatskoj još prilično zanemaren izvor novca što se može objasniti lošom gospodarskom situacijom tijekom zadnjih pet godina odnosno žestoke gospodarske recesije. U takvim okolnostima teško je uopće i zamisliti da bi individualna novčana potpora lokalnom mediju (bez obzira koliko skromna bila) uopće funkcionirala. Međutim, ovdje se otvara i pitanje zadovoljstva ponuđenim medijskim sadržajima te postojećom medijskom konkurencijom na konkretnom području.

(c) Zadovoljstvo radom VEM-a i postojećim zakonskim odredbama

Vijeće za elektroničke medije dobilo je od urednika tek prolaznu ocjenu, budući da je većina njihov rad ocijenila osrednjim. Među primjedbama ističu se one vezane uz spornost pri donošenju odluka o neprofitnim radijima, ali i činjenica da se upravo na planu promjena koje bi išle u korist neprofitnih ne događa ništa osobito. Vidljivo je da predstavnici neprofitnih radija od VEM-a kao regulatornog tijela mnogo očekuju po pitanju rješavanja sektorskih problema.

Vezuje se to i na nezadovoljstvo postojećim zakonskim odredbama o ustroju i programskim obvezama²² koje prevladava među urednicima – tek je urednik Radija UNIOS zadovoljan, dok ostali daju osrednju ili u potpunosti negativnu ocjenu. Općenita nedorečenost Zakona te nedovoljna reguliranost pojedinih područja neke su od istaknutih zamjerki. Također, urednik Radija UNIDU primjećuje kako stvarna razlika između komercijalnih i neprofitnih radijskih nakladnika u stvarnosti ne postoji.

(d) Vlastito zadovoljstvo radom i glavni radijski problemi

Glavni urednici su, govoreći u prosjeku, vrlo zadovoljni radom na neprofitnom radiju. Motivira ih osjećaj zajedništva, pripadnosti zajednici i kreativnost posla kojeg rade. Ipak, složni su u navođenju nedostataka: nemogućnost zapošljavanja (osobnog ili novih ljudi) te održavanje programske kvalitete u uvjetima praznih blagajni i (pre)malog broja zaposlenih.

Upitnost financiranja i profesionalnost u radu ključni su problemi neprofitnih radija. Međutim, valja istaknuti da te probleme nalazimo i na većini lokalnih komercijalnih radija koje je preduga gospodarska recesija jednostavno – bacila na koljena.

(e) Položaj i perspektiva neprofitnih FM radija u Hrvatskoj

Neprofitni FM radiji u Hrvatskoj su, sudeći prema ocjenama glavnih urednika, u lošem položaju. Većina ocjena tek je dvojka. Obrazloženje je slično: nedostatak novca potrebnog za funkcioniranje radija ističu Radio Student, Radio UNIDU, HKR, Radio Sunce i Radio 92 FM²³.

Ponavlja se i zamjerka koja se tiče izjednačavanja komercijalnih i neprofitnih radija u mogućnostima ostvarivanja financijske potpore od strane države, što su istaknuli predstavnici Radio Sunca i Radija UNIDU. Urednik Radio Sunca primjećuje i da su u nezavidnoj poziciji

²² Riječ je o Zakonu o elektroničkim medijima (NN 94/13) koji jedini sustavno regulira položaj i obveze neprofitnih radija.

²³ Glavni urednik Radio Marije nije ponudio odgovor na ovo pitanje.

budući da neprofitna radijska tržišna pozicija te postoci slušanosti nisu zanimljivi velikim oglašivačima stoga se na vlastiti marketing ne mogu osloniti. Situacija je to s kojom se istovremeno, zbog već spomenute recesije, suočava i komercijalni radijski sektor.

Urednici Radio Studenta i Radija UNIDU kao razlog lošeg položaja ističu nedefiniranost pojma neprofitnih radija, a UNIDU dodaje i manjkavost zakonodavne regulative, što također spominje i Radio Sunce. Postaje su, kako ističe urednik Radio Sunca, prepuštene same sebi i vještinama svojeg vodstva kako bi izborile mjesto u medijskom prostoru jer na razumijevanje i inicijativu države trenutno ne nailaze.

Kako bi se položaj neprofitnih radijskih postaja poboljšao, glavni urednici većinom predlažu da im se osigura veća i stabilnija financijska potpora. Također, urednici Radio Sunca i Radija 92 FM istaknuli su potrebu za zajedničkim djelovanjem djelatnika neprofitnih radija s ciljem ostvarivanja svih navedenih potreba.

Usprkos svim zamjerkama i nedostacima koji su otkriveni tijekom istraživanja, pozitivni predznak po pitanju budućnosti neprofitnih radija vide urednici Radija UNIOS i Radija 92 FM. Većina smatra kako su daljnji razvoj i perspektiva u rukama države i regulatornih tijela koji će svojim budućim odlukama i odredbama utjecati na sektor.

Provedenom analizom moguće je zaključiti da je prva hipoteza potvrđena. Tvrđila je da su „Neprofitni radiji u Republici Hrvatskoj u nepovoljnijem su položaju od komercijalnih“. Glavni urednici neprofitnih radija više su puta istakli činjenicu da je sektor zanemaren u svojem razvoju, prepušten sam sebi i entuzijazmu svojih osnivača, ali i suradnika/volontera. Problemi su brojni i nema nikakve dinamike u njihovom rješavanju. Potraga za optimalnim rješenjima (financijskim i kadrovskim) gotovo da nije uopće niti počela.

Druga se hipoteza oslonila na dosadašnje zakonodavne aktivnosti tvrdnjom kako „Republika Hrvatska nedovoljno stimulira osnivanje i rad neprofitnih radija“. Nažalost, upravo kroz tekstove dosadašnjih zakona koji reguliraju rad elektroničkih medija u Republici Hrvatskoj, zamjetno je da se oni neprofitni tretiraju poput obveze, bez stvarne namjere njihove afirmacije. Svi dosadašnji zakoni nisu bili niti blagonakloni niti stimulativni za uspostavu neprofitnog sektora.

Istraživanje je potvrdilo i treću hipotezu koja je glasila „Perspektiva ukupnog neprofitnog medijskog sektora u Republici Hrvatskoj izravno je povezana s promjenama

medijskog zakonodavstva“. Urednici su jasno ukazali na pasivnost državne vlasti koja se svih ovih godina neusporedivo više bavila komercijalnim medijima nego neprofitnim. Stav zakonodavca prema toj problematici nikada nije bio afirmativan i stimulativan, pa se samo valja nadati da će u budućnosti ipak biti drugačije. Najavljena reforma medijskog zakonodavstva zapravo će biti točka preokreta za sve neprofitne medije (FM radije i elektroničke publikacije) u Republici Hrvatskoj. Posljedično, utjecat će na porast (ili pad) broja takvih medija odnosno jačanje ukupnog sektora.

7. ZAKLJUČAK

Neprofitni medijski sektor u Republici Hrvatskoj prolazi kroz neizvjesno razdoblje. Na papiru, državna je vlast, a ponajprije Ministarstvo kulture, itekako svjesna problema koje generiraju komercijalni mediji i njihova programska sličnost. Međutim, dok se zakonodavac bavi pitanjima poboljšanja (i nadzora) kvalitete sadržaja komercijalnih medija, afirmacija alternativnih mogućnosti ostaje u drugom planu. Neprofitni medijski sektor tako je gurnut na margine svoga postojanja, a po pitanju implementacije strategija, smjernica i politika koje bi klimave temelje trebale očvrnuti, nije se u konačnici dogodilo gotovo ništa. Tomu u prilog govori činjenica da se, u više od četvrt stoljeća hrvatske samostalnosti, u neprofitnom sektoru elektroničkih medija pojavilo svega sedam radija i nijedna televizija.

Osiromašenu sliku ovog sektora značajno obogaćuju i neprofitne elektroničke publikacije, za čije vrlo slične probleme vlada podjednaka nezainteresiranost. Čak i ako zakonodavac jednostavno ne zna što bi trebalo učiniti u datim uvjetima, vremena za testiranje nekih eksperimentalnih modela bilo je sasvim dovoljno.

Upravo su u ovom radu predstavljeni vidljivo uspješniji zapadnoeuropski modeli funkcioniranja (i financiranja) neprofitnih radija, a koji su također rezultat perioda nesnalaženja i lutanja u pravnoj regulativi. Međutim, govoreći o izmjenama domaćeg zakonodavstva, valja voditi računa da danas nisu samo neprofitni FM radiji u problemima financijske ili kadrovske prirode. Isti ili slični problemi muče i lokalne komercijalne FM radije. Fond za poticanje pluralizma za mnoge je od njih, kao i za neprofitne radije, ključni faktor koji ih spašava od isključivanja odašiljača i vraćanja koncesija. Upravo od Agencije za elektroničke medije, ali i zakonodavca, neprofitni radiji najviše očekuju, a u nadanjima bi im se mogli pridružiti čak i oni najmanji i najslabiji članovi komercijalne radijske zajednice.

Nedvojbeno, na samom vrhu piramide problema nalaze se financije i zapošljavanje. ‘‘Uhljebljenje medija’’ na državnim potporama nikako nije put kojim treba krenuti, ali osiguravanje barem dijela novca potrebnog za redovito funkcioniranje, za neprofitne bi medije značilo stabilnost i kontinuiran rad. Skromnost u trošenju, zaokret ka snažnijoj proaktivnosti u vlastitim teritorijalnim zajednicama, pri čemu će ključnu ulogu odigrati njihove vlastite snage, rješenja su koja bi neprofitnim medijima mogla osigurati i dodatne izvore novca. Promišljanja o rješenjima za ovaj sektor vode nas i u smjeru otvorenog pitanja treba li Fondovskim sredstvima uopće financirati komercijalne medije!? U nekim budućim raspravama i istraživanjima, o tomu će zasigurno biti puno govora.

Činjenica jest da se u Hrvatskoj uopće nije tražilo sustavno rješenje za probleme na koje je u ovom radu ukazalo provedeno istraživanje, ponajprije stoga što tih nekoliko neprofitnih FM radija zakonodavcu nikada nisu bili osobito relevantni, a s obzirom na njihov skromni broj, moglo bi se reći i da su bili gotovo neprimjetni. Jednoličnost ukupnog domaćeg radijskog etera koji je paraliziran u tišini između glazbenih hitova trebala bi biti poticaj neprofitnim postajama da se u tom prostoru izbore za vlastito mjesto među radijskim valovima. Samo će tako ispuniti svoju svrhu te vratiti težinu i značaj izgovorenoj riječi, a koja će kao regulator demokracije biti u službi unaprjeđenja svih onih, u eteru i medijskom prostoru općenito, zanemarenih, ali temeljnih ljudskih, manjinskih, rodnih i inih prava. No, da bi se osnovni preduvjeti za to stekli, zakonodavac mora povući prvi potez.

Najveći utjecaj na najave promjena u medijskom zakonodavstvu mogla bi imati zajednička inicijativa neprofitnih FM radija i elektroničkih publikacija. No, treba se stoga prvenstveno rasprava izdići iznad povremenih glasnih prigovaranja i osnovati zajednička platforma koja bi predstavljala čitavi sektor. Nadajmo se da će ovaj rad pripomoći njezinoj uspostavi, a prikazani rezultati biti jasan pokazatelj u kojem se smjeru trebaju tražiti rješenja. Neprofitni radijski sektor morat će se, prije ili kasnije, ionako odvažiti na „zbijanje redova“ jer bi sve drugo (pa tako i neaktivnost) bilo igranje protiv vlastite momčadi.

8. LITERATURA

1. AEM, Agencija za elektroničke medije (2015) Neprofitni proizvođači audiovizualnih i/ili radijskih programa. <http://www.e-mediji.hr/hr/pruzatelji-medijskih-usluga/neprofitni-proizvodjaci-audiovizualnih-i-ili-radijskih-programa/> (pristupljeno 15.12.2016.).
2. AEM, Agencija za elektroničke medije (2016) Izvješće o radu vijeća za elektroničke medije i Agencije za elektroničke medije u razdoblju od 1. siječnja 2015. do 31. prosinca 2015. godine. <http://www.e-mediji.hr/hr/pruzatelji-medijskih-usluga/izvjesca-o-radui-planovi/izvjesce-o-radui-vijeca-za-elektronicke-medije-i-agencije-za-elektronicke-medije-u-razdoblju-od-1-sijecnja-2015-do-31-prosinca-2015-godine/> (pristupljeno 5.1.2017.).
3. Buckley, Steve (2010) Third Pillar of Media Pluralism: Community Broadcasting in Europe (conference paper). *Media, Communication and Cultural Studies Association (MeCCSA)*.
<http://www.lse.ac.uk/media@lse/events/MeCCSA/pdf/papers/SteveBuckley.pdf> (pristupljeno 4.12.2016.).
4. Dunaway, David (1998) Community Radio at the Beginning of the 21st Century. *Javnost - The Public*. 5(2): 87-103.
5. Europski parlament (2008)
<http://www.europarl.europa.eu/oeil/popups/summary.do?id=1050668&t=d&l=en> (pristupljeno 10.12.2016.).
6. Evens, Tom i Paulussen, Steve (2011) When “small” is “beautiful” – A Comparative Analysis of Local Radio Policies in Europe. *Javnost – The Public*. 18(3): 5-22.
7. E-savjetovanja (2016) Prijedlog pravilnika o izmjenama i dopunama pravilnika o fondu za poticanje pluralizma i raznovrsnosti elektroničkih medija. <https://esavjetovanja.gov.hr/ECon/MainScreen?entityId=4109> (pristupljeno 19.12.2016.)
8. Facebook (2016) Mreža emancipacije E-net. <https://www.facebook.com/emancipacija/?fref=ts> (pristupljeno 19.12.2016.).
9. HRT, Hrvatska radio televizija (2016) HRT radio. <http://radio.hrt.hr/> (pristupljeno 15.12.2016.).
10. HRT, Hrvatska radio televizija (2016) Ministrica Obuljen Koržinek: Model financiranja neprofitnih medija opterećen je interesnim i ideološkim usmjerenjima.

- <http://vijesti.hrt.hr/360293/ministrica-obuljen-korzinek-model-financiranja-neprofitnih-medija-opterecen-interesnim-i-ideoloskim-usmjerenjima> (pristupljeno 19.12.2016.).
11. HZZ, Hrvatski zavod za zapošljavanje (2016) „Rad i staž i prijevoz” – stručno osposobljavanje za rad bez zasnivanja radnog odnosa. <http://www.hzz.hr/default.aspx?id=11760> (pristupljeno 20.12.2016.)
 12. Index.hr (2016) HINA: Obuljen zadovoljna povećanjem proračuna za kulturu, a progovorila i o neprofitnim medijima. <http://www.index.hr/vijesti/clanak/obuljen-zadovoljna-povecanjem-proracuna-za-kulturu-a-progovorila-i-o-neprofitnim-medijima/937171.aspx> (pristupljeno 19.12.2016.).
 13. Ivanović, Goran (2000) Američki nekomercijani radio: Mainstream (public) vs. Community radio. *Medijska istraživanja: znanstveno-stručni časopis za novinarstvo i medije*, 6(1): 63-73.
 14. Mučalo, Marina (2002) *Radio u Hrvatskoj*. Zagreb: Fakultet političkih znanosti.
 15. Mučalo, Marina (2010) *Radio – medij 20. stoljeća*. Zagreb: AGM.
 16. Mučalo, Marina (2016) Community radio: razvoj i perspektive neprofitnih medija. U: Car, Viktorija, Matović, Marijana, Turčilo, Lejla (ur.) *Mediji i javni interes* (53-73). Zagreb: Fakultet političkih znanosti i Hans-Seidel-Stiftung.
 17. Ministarstvo financija (2015) Nacrt programa dodjele sredstava Fonda za poticanje pluralizma i raznovrsnosti elektroničkih medija. <http://www.e-mediji.hr/hr/aem/fond-za-pluralizam/misljenje-ministarstva-financija-o-nacrtu-programa-dodjele-sredstava-fonda-za-poticanje-pluralizma-i-raznovrsnosti-elektronickih-medija/> (pristupljeno 19.12.2016.).
 18. Ministarstvo kulture (2013) Javni poziv za dodjelu bespovratnih sredstava neprofitnim medijima. <http://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=9137> (pristupljeno 19.12.2016.).
 19. Ministarstvo kulture (2014) Javni poziv za dodjelu bespovratnih sredstava neprofitnim medijima. <http://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=10918>
 20. Ministarstvo kulture (2015a) Javni poziv za dodjelu bespovratnih sredstava neprofitnim medijima. <http://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=12335> (pristupljeno 19.12.2016.).
 21. Ministarstvo kulture (2015b) Rezultati Javnog poziva za dodjelu bespovratnih sredstava neprofitnim medijima. <http://www.min-kulture.hr/default.aspx?ID=12821> (pristupljeno 19.12.2016.).

22. Ministarstvo kulture (2015c) Radni materijali za raspravu o medijskoj politici Republike Hrvatske 2015 – 2020. Radni materijal 10: Treći medijski sektor – neprofitni mediji. <http://www.min-kulture.hr/userdocsimages/NAJNOVIJE%20NOVOSTI/Izvje%C5%A1taj%20-%20Radni%20materijal%2010%20-%20Tre%C4%87i%20medijski%20sektor.pdf> (pristupljeno 20.12.2016.).
23. Ministarstvo kulture (2016) Proračun (NN 26/2016) http://www.min-kulture.hr/userdocsimages/MINISTARSTVO%20KULTURE/PRORA%C4%8CUN%20MINISTARSTVA%20KULTURE%202016_web.pdf (pristupljeno 19.12.2016.).
24. Nacionalna zaklada za razvoj civilnog društva (2008) <http://zaklada.civilnodrustvo.hr/category/103/subcategory/122> (pristupljeno 19.12.2016.).
25. Ofcom (2015) Community Radio Fund. End of year report: 2014/2015. https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0033/47769/crpf_annual_report_2014-15.pdf (pristupljeno 10.12.2016.).
26. Pravilnik o plaćanju naknade za dodjelu i uporabu radijskih frekvencija (NN 49/2004).
27. Radio Attack (2016a) <http://radio.attack.hr/emisije/> (pristupljeno 19.12.2016.).
28. Radio Attack (2016b) <http://radio.attack.hr/flat/o-nama/> (pristupljeno 19.12.2016.).
29. Skender, Melisa (2016) Hasanbegović smijenio povjerenstvo za neprofitne medije. <http://www.hnd.hr/hasanbegovic-smijenio-povjerenstvo-za-neprofitne-medije> (pristupljeno 19.12.2016.).
30. Tarabochia, Ema (2016) Proračun potvrdio: Ministarstvo kulture neće podupirati nove projekte neprofitnih medija. <http://hnd.hr/proracun-potvrdio-ministarstvo-kulture-nece-podupirati-nove-projekte-neprofitnih-medija> (pristupljeno 19.12.2016.).
31. Vlada RH (2016a) 13. Vlada RH <https://vlada.gov.hr/o-vladi/clanovi-vlade/sazivi-vlada-93/13-vlada-rh/19500> (pristupljeno 19.12.2016.).
32. Vlada RH (2016) Sjednice <https://vlada.gov.hr/UserDocsImages//Sjednice/2016/10%20sjednica%2014%20Vlade%20RH//10%20-%201.1.pdf> (pristupljeno 19.12.2016.).
33. Zakon o elektroničkim medijima, NN 122/03, NN 153/09, NN 84/11
34. Zakon o izmjenama i dopunama Zakona o elektroničkim medijima NN 94/13
35. Zakon o telekomunikacijama NN 76/99, NN 68/01

9. SAŽETAK

Uvid u trenutno stanje na neprofitnoj FM radijskoj sceni u Hrvatskoj glavni je cilj istraživanja provedenog za potrebe ovog rada. Učinjeno je metodom e-ankete na koju su odgovorili svi predstavnici neprofitnih FM radija 2016. godine u Hrvatskoj: Radio Student, Radio UNIDU, Radio UNIOS, Hrvatski katolički radio, Radio Marija, Radio Sunce i Radio 92 FM. Rezultati su pokazali da je neprofitni radijski sektor zanemaren u svojem razvoju, opterećen financijskim i kadrovskim problemima. Zamjetna je potreba za snažnijim zajedničkim djelovanjem svih predstavnika ukupnog neprofitnog medijskog sektora, kako kroz aktivniju ulogu u budućem medijskom zakonodavstvu tako i onu u vlastitim zajednicama na čijem području ti mediji i rade.

Istraživanje je zabilježilo aktualnu situaciju u 2016. godini i tako pridonijelo naporima za traženje kvalitetnih budućih rješenja. U budućim raspravama svakako treba obratiti pozornost i na lokalnu komercijalnu radiodifuziju koja se već godinama susreće sa sličnim pa i istim financijskim i kadrovskim problemima.

Ključne riječi: *neprofitni FM radio, neprofitni mediji, Hrvatska*

ABSTRACT

The main aim of the research conducted for the purpose of this work is to provide an insight into the situation concerning the non-profit FM radio scene in Croatia. It was conducted through an e-survey, in which representatives from all the non-profit FM radios in Croatia in 2016 participated – Radio Student, Radio UNIDU, Radio UNIOS, Hrvatski katolički radio, Radio Marija, Radio Sunce and Radio 92 FM. The results have shown that the non-profit radio sector is being neglected in its development, and burdened with financial and human resources problems. There is a clearly perceived need for joint activities by all representatives of the whole non-profit media sector – through active involvement in future media legislature and their local communities

The research has noted the situation in 2016 and contributed to efforts to find future solutions. Future discussions should also focus on local commercial radio diffusion that faces similar or even the same financial and staff problems.

Key words: non-profit FM radio, non-profit media, Croatia

Prilog 1. Anketni upitnik (e-upitnik): Neprofitni FM radio u RH

Za početak, prvi dio ankete odnosi se na Vaše osobno iskustvo i zadovoljstvo radom na neprofitnom radiju.

1. Koliko imate godina?
2. Koju funkciju imate na radiju?
3. Obavljate li još kakve poslove (u programu, marketingu i sl.)?
 - Ne, ne obavljam nikakve dodatne poslove.
 - Da, redovito obavljam i druge poslove.
4. Ako je Vaš odgovor ‘da’, koji su to dodatni poslovi?
5. Što ste po struci?
6. Koliko godina radnog iskustva u elektroničkim medijima ukupno imate?
7. Je li Vam posao kojeg radite ujedno i prvo radijsko iskustvo?
 - Da, ovo je moj prvi susret s radijem kao medijem u profesionalnom smislu.
 - Ne, i prije sam radio/la na radiju.
8. Ako je Vaš odgovor ‘ne’, gdje ste radili i na kojoj funkciji?
9. Ocijenite svoje zadovoljstvo radom na neprofitnom radiju: [skala od 1 (izrazito loše) do 5 (odlično)]
10. Obrazložite izabranu ocjenu.
11. Biste li rado promijenili posao?
 - Da, odmah.
 - Ne znam, ovisi o ponudi.
 - Ne, ne bih ga mijenjao/mijenjala.

PROGRAMSKI SADRŽAJ i ZAPOSLENICI

Stigli smo do drugog dijela ankete. Hvala na strpljenju!

12. Koliko imate stalno zaposlenih djelatnika na radiju?
13. Koju vrstu poslova obavljaju?
 - Informativni sadržaj (vijesti)
 - Novinarski poslovi (emisije, prilozi)
 - Voditeljsko/spikerski poslovi

- Glazbeni urednici
- Tehnički poslovi (realizacija programa)
- Drugo

14. Koliko imate honorarnih suradnika na radiju?

15. Koju vrstu poslova obavljaju?

- Informativni sadržaj (vijesti)
- Novinarski poslovi (emisije, prilozi)
- Voditeljsko/spikerski poslovi
- Glazbeni urednici
- Tehnički poslovi (realizacija programa)
- Drugo

16. Koliko imate volontera na radiju?

17. Koju vrstu poslova obavljaju?

- Informativni sadržaj (vijesti)
- Novinarski poslovi (emisije, prilozi)
- Voditeljsko/spikerski poslovi
- Glazbeni urednici
- Tehnički poslovi (realizacija programa)
- Drugo

18. Omogućavate li svojoj publici slušanje programa putem web streama?

- Da, putem interneta dostupni smo bilo kome, bilo kada i bilo gdje.
- Ne, nemamo opciju slušanja programa preko web streama.

19. Ima li radio aktivne profile na društvenim mrežama?

- Da.
- Ne.

20. Ako je Vaš odgovor ‘da’, na kojim ste društvenim mrežama aktivni?

- Facebook
- Instagram
- Twitter
- Snapchat

21. Mjerite li slušanost radija?

- Da

- Ne
22. Ako je Vaš odgovor ‘‘da’’, kako mjerite slušanost?
23. Koliko govornih emisija tjedno emitirate?
24. Komu je namijenjen program kojeg proizvodite (ključni programski sadržaji, starosna dob slušatelja, obrazovni status slušatelja..)?
25. Ima li radio neki glavni programski sadržaj (specijalizirani, formatirani)?
- Da, specijalizirani smo za određenu vrstu sadržaja.
 - Ne, nema.
26. Ako je Vaš odgovor ‘‘da’’, koji je to sadržaj?
27. Osim kroz program, angažirate li se dodatno u zajednici u kojoj djelujete?
28. Ako je Vaš odgovor ‘‘da’’, na koji se način dodatno angažirate u zajednici?

FINANCIRANJE

Iduća pitanja odnose se na način na koji se radio na kojem radite financira i s kojom se lakoćom, ili mukom, po tom pitanju snalazite u neprofitnom medijskom sektoru.

29. Što je glavni izvor novca za rad radija? Izaberite jedan odgovor:
- Osnivač radija
 - Domaći natječaji
 - Međunarodni natječaji
 - Reklame/sponzorirani sadržaj
 - *Crowdfunding*
30. Koji su još dodatni izvori zarade na radiju?
31. Možete li, barem okvirno, procijeniti koliko je novca radiju na kojem radite potrebno za uredno godišnje poslovanje?
- oko 50 tisuća kuna
 - oko 100 tisuća kuna
 - oko 200 tisuća kuna
 - oko 250 tisuća kuna
 - više od 250 tisuća kuna
32. Kako biste ocijenili dosadašnje financijsko stanje radija?
- Vječita besparica. Stalno kasnimo s plaćanjima.
 - Osrednje, ali nekako se ipak snalazimo.
 - Stabilno, ali pazimo na svaki izdatak.

- Dobro, iako uvijek može bolje.
33. Koliko je puta radio sudjelovao na natjecajima Fonda za pluralizam medija?
34. Ocijenite udio Fondovih potpora u ukupnom godišnjem financijskom poslovanju radija:
- do 10%
 - od 20 do 30%
 - od 30 do 40%
 - više od 50%
35. Ocijenite važnost Fondovske novčane potpore za rad samog radija:
- Jako je važna. Bez potpore Fonda ne bismo mogli raditi.
 - Osrednje je važna. Snalazimo se i na druge načine.
 - Nije posebno važna, ali dobro dođe.
 - Nikad nismo koristili tu mogućnost.
36. Ocijenite stupanj svoje uspješnosti na Fondovim natjecajima:
- Jako smo zadovoljni. Uvijek dobijemo koliko i tražimo.
 - Osrednje smo zadovoljni.
 - Uopće nismo zadovoljni. Nikad ne dobijemo onoliko koliko tražimo.
37. Kakav sadržaj (kategorije) najčešće prijavljujete na Fondovim natjecajima?
38. Jeste li ikada tražili međunarodnu potporu za rad radija (sudjelovali na međunarodnom natjecaju)?
- Da, prijavljivali smo se na međunarodnim natjecajima i ostvarili potporu.
 - Sudjelovali smo, ali nismo dobili nikakvu potporu.
 - Ne. Nikad nismo sudjelovali na nekom međunarodnom natjecaju.
39. Ako je Vaš odgovor ‘da’, kakvu ste potporu dobili?
40. Emitirate li u programu reklame?
- Da
 - Ne
41. Ocijenite udio zarade od reklama u ukupnom godišnjem financijskom poslovanju radija:
- do 10%
 - od 15 do 25%
 - više od 25%
 - više od 50%

OSTALO

Posljednji dio ankete rezerviran je za pitanja u kojima tražim Vaše mišljenje, dojmove i iskustva vezana uz zakonsku regulaciju neprofitnog radijskog sektora u RH, kao i prostor da naglasite sve ono što prethodnim pitanjima možda nije pokriveno, a smatrate važnim.

42. Izdvojite tri glavna problema neprofitnog radija na kojem radite:

43. Ocijenite položaj neprofitnih FM radija u RH: (skala od 1 do 5)

44. Obrazložite svoju ocjenu.

45. Što bi, po Vašem mišljenju, trebalo učiniti kako bi se položaj neprofitnih FM radija unaprijedio?

46. Jeste li zadovoljni načinom rada Vijeća za elektroničke medije?

- Da, zadovoljan/a sam
- Osrednje sam zadovoljan/a.
- Ne, uopće nisam zadovoljan/a.

47. Obrazložite svoj odgovor.

48. Jeste li zadovoljni postojećim zakonskim odredbama o ustroju i programskim obvezama neprofitnih FM radija u Hrvatskoj?

- Da, zadovoljan/a sam.
- Osrednje sam zadovoljan/a.
- Ne, uopće nisam zadovoljan/a.

49. Obrazložite svoj odgovor.

50. Kako vidite budućnost neprofitnih FM radija u Hrvatskoj?

51. Imate li dodatni komentar na temu neprofitnih FM radija u Hrvatskoj? Slobodno dopišite.

Vaši su odgovori uspješno zabilježeni. Zahvaljujem Vam na izdvojenom vremenu i sudjelovanju u anketi. Želim Vam mirne radijske valove u budućnosti!

Prilog 2: Programska osnova Radio Studenta (Izvor:

file:///C:/Users/User/AppData/Local/Microsoft/Windows/INetCache/IE/0KPI815C/Radio_Student_obrazac_PO.pdf, preuzeto 12.1.2017.)

Nakladnik:	FAKULTET POLITIČKIH ZNANOSTI
Naziv kanala:	Radio Student
Vrsta kanala:	opći
Vrsta pružatelja medijskih usluga:	neprofitni
Odgovorna osoba:	prof. dr.sc. Nenad Zakošek
Glavni urednik:	Ivan Vlašić, prof.
Područje:	dio Grada Zagreba (D-ZG1)
Dnevno vrijeme objavljivanja:	Od 0 do 24 sata
Kanal dostupan putem/od kada:	Zemaljskim putem od prosinca 1996., a putem interneta (www.radiostudent.fpzg.hr) od ožujka 2008. godine
U okviru mreže:	-
Razvrstavanje po skupinama sadržaja:	
a) Informativni	9,87 %
b) Zabavni	3,27 %
c) Glazbeni	81,75 %
d) Obrazovni i program za djecu i mlade	1,78 %
e) Umjetnost i kultura	2,18%
f) Sportski	1,14 %
g) Vjerski	-
h) Audio komercijalna komunikacija	0,01%
Opseg (udjel) djela vlastite proizvodnje:	50,8%
Opseg (udjel) hrvatske glazbe:	35%
Opseg (udjel) hrvatskih audio djela:	-

Radio Student je neprofitna i nekomercijalna studentska radijska postaja, utemeljena s ciljem praktične izobrazbe studenata novinarstva još 1996. godine, koja bez prekida emitira program sve do danas kada proizvodi tjedno oko 30 emisija vlastite produkcije. Osnova programa su sadržaji primjereni mladima, a kako program velikim dijelom uređuju studenti Studija novinarstva, velik dio programa odnosi se na emisije informativnog sadržaja.

Budući da je Radio Student sastavni dio Fakulteta političkih znanosti, izravno je vezan uz kolegij *Radio Studija novinarstva*, što se očituje u bogatom informativnom programu poput *Vijesti*, *Vijesti iz kulture* i *Sportske vijesti*, ali i emisija *Homo politicus* i *Studomat* (obje dobitnice Posebne rektorove nagrade).

Kako je jedan od prioriteta u kreiranju sadržaja programa Radio Studenta društvena odgovornost, odnosno poticanje mladih na aktivno sudjelovanje u društvu, program Radio Studenta obiluje sadržajima vezanima za civilno društvo, poticanje tolerancije, aktivizma i

ekološkog svjetonazora (poput emisija *A gdje su kitovi?*, *Širenje područja borbe*, *Pozitiva i Oni nisu zvijezde*).

Programom iz kulture Radio Studenta pokušavamo popularizirati sve aspekte kulture, tako da kroz emisije o kulturi (*Kulturizacija*), o kazalištu (*Generalna proba*) i emisijom o filmu (*Foršpan*) promičemo i informiramo slušatelje o događajima iz područja kulture. U pripremi je i emisija iz književnosti, znanosti i ekonomiji.

Kako je Radio Student prije svega studentski radio, u emisiji *Studomat* bavimo se temama koje se odnose upravo na studentsku populaciju, pa ona donosi obilje studentskih tema, servisnih informacije i slično. Također je dogovorena suradnja sa svim studentskim postajama u Hrvatskoj, s kojima smo osim suradnje putem dvodnevnih *HearMe* seminara (koji se održavaju dva puta godišnje i na kojima sudjeluju studenti sa svih studentskih postaja u Hrvatskoj) dogovorili i razmjenu sadržaja te emisiju *Studentska mreža* putem koje se uključujemo izravno u program dubrovačkog Radija UNIDU, splitskog Stop FM radija, osječkog Radio ETFOS-a i riječkog programa Radio Sova.

S ciljem unapređenja informatičke pismenosti, pokrenuli smo emisiju koja se bavi informatičkim tehnologijama – *Inbox*, putovanjima se bavimo u emisiji *Putokaz*, a sportom, osim u *Sportskim vijestima*, i kroz emisiju *Muskulfiber* koja se emitira dva puta tjedno.

Nakon kraće pauze, ponovo pokrećemo emisiju kojoj je cilj promovirati zdrave životne stilove mladih putem emisije o zdravlju – *Zdravo*.

U glazbenom dijelu programa trudimo se pokriti sve glazbene žanrove i predstavljati glazbu koja nije nužno s vrhova hit ljestvica, nego nam je osnovni kriterij – kvalitetna glazba. Izdvajamo emisije *Zion Radio*, *Fade out*, *Komodore64*, *Frequency*, *Šizoskop*, *What'sUp?*, *Supersonična emisija*, *Mistape Sessions*, *3600 sekundi*, *Zvuk sobice* i *Zvučni zid* koje emitiramo svakog dana osim vikenda. Budući da smo jedna od rijetkih radijskih postaja koja se trudi promicati glazbu alternativnijih i neovisnih izvođača, dobili smo epitet – „radio koji nije za svakoga“. Znatna dio glazbenog programa otpada na predstavljanje hrvatskih neovisnih i novih izvođača za što postoje i specijalizirane emisije.

Sukladno zakonu Radio Studentu je kao neprofitnom radiju dopušteno emitiranje tri minute reklamnog programa u satu.

Prilog 3: Programska osnova Radija UNIOS (Izvor: file:///C:/Users/User/AppData/Local/Microsoft/Windows/INetCache/IE/LHZI0KTS/PO%20za%20objavu%20na%20internetu_ETF%20Osijek.pdf, preuzeto 12.1.2017.)

Nakladnik:	Elektrotehnički fakultet Osijek
Naziv kanala:	Studentski radio UNIOS
Vrsta kanala:	opći
Vrsta pružatelja medijskih usluga:	neprofitni
Odgovorna osoba:	Prof. dr. sc. Drago Žagar
Glavni urednik:	Darko Đurković, ing
Područje:	dio grada Osijeka
Dnevno vrijeme objavljivanja:	od 10 do 22 sata
Kanal dostupan putem/od kada:	planirano 2015. godine
U okviru mreže:	-
Razvrstavanje po skupinama sadržaja:	
a) Informativni	6.94 %
b) Zabavni	5.75 %
c) Glazbeni	66.03 %
d) Obrazovni i program za djecu i mlade	3.57 %
e) Umjetnost i kultura	8.33 %
f) Sportski	3.17 %
g) Vjerski	1.19 %
h) Audio komercijalna komunikacija	5.00 %
Opseg (udjel) djela vlastite proizvodnje:	32.93 %
Opseg (udjel) hrvatske glazbe:	30 %
Opseg (udjel) hrvatskih audio djela:	-

Program Studentskog Radija UNIOS realiziraju, uz pomoć mentora, studenti Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku. Sukladno tome program je osmišljen da kroz ravnomjerno raspoređene segmente informativnog, kulturnog i zabavnog programa donese sadržaje kroz koje studenti mogu obraditi tematiku medijske kulture i predstaviti brojne kulturno-umjetničke sadržaje koje kreiraju kroz nastavni proces. U realizaciji programa surađujemo sa sportskim, civilnim i humanitarnim udrugama, kao i predstavnicima manjina.

Na našoj frekvenciji možete saznati sve o školskom, rekreativnom i studentskom sportu, pratiti aktivnosti civilnih i humanitarnih udruga, naučiti nešto novo iz povijesti i medicine, informirati se o kulturnim događanjima u gradu, odmoriti dušu, ali i zabaviti se uz zabavni program i obilje kvalitetne glazbe.

Studentski Radio UNIOS program emitira od 10:00 do 22:00 sata, svaki dan u tjednu, s tendencijom proširenja programske osnove u skoroj budućnosti.

Prilog 4: Programska osnova Radija UNIDU (Izvor:

file:///C:/Users/User/AppData/Local/Microsoft/Windows/INetCache/IE/WQ42YAOA/UNIDU_radio_obrazac_PO_internet_23112012_FINAL_(I).pdf, preuzeto 12.1.2017.)

Nakladnik:	SVEUČILIŠTE U DUBROVNIKU
Naziv kanala:	UNIDU radio
Vrsta kanala:	opći
Vrsta pružatelja medijskih usluga:	neprofitni
Odgovorna osoba:	doc. dr. sc. Pero Maldini
Glavni urednik:	doc. dr. sc. Pero Maldini
Područje:	dio grada Dubrovnika
Dnevno vrijeme objavljivanja:	od 0 do 24sata
Kanal dostupan putem/od kada:	Zemaljskim putem od 2010., a internetom (www.uniduradio.com) od 2007. godine
U okviru mreže:	-
Razvrstavanje po skupinama sadržaja:	
a) Informativni	20 %
b) Zabavni	6 %
c) Glazbeni	62 %
d) Obrazovni i program za djecu i mlade	3 %
e) Umjetnost i kultura	5 %
f) Sportski	1 %
g) Vjerski	1 %
h) Audio komercijalna komunikacija	2 %
Opseg (udjel) djela vlastite proizvodnje:	50 %
Opseg (udjel) hrvatske glazbe:	40 %
Opseg (udjel) hrvatskih audio djela:	-

UNIDU radio emitira program vlastite proizvodnje tijekom cijelog dana (od 0 do 24 sata). Predviđeni opseg vlastitih audiodjela veći je od 90 posto. Radnim danima naglasak se stavlja na informativne i kulturno-edukativne sadržaje, dok je vikendom zastupljeniji zabavno-glazbeni i mozaični program.

Omjer tematskog programa i glazbe od ponedjeljka do petka iznosi 4-5 sati aktualnosti u informativnom programu (vijesti, tematske emisije, praćenje aktualnih događanja, izravna javljanja s terena, ...) u odnosu na 8-9 sati glazbe i glazbenih emisija.

Subotom i nedjeljom program se bazira na mozaičnim i zabavno-glazbenim emisijama. Program se emitira između 9 i 23 sata, a nakon toga se emitira programirani glazbeni program.

Udio hrvatskih audiodjela prema stranim audiodjelima je u odnosu 40 prema 60, a zakonski minimum domaćih je 20 %.

UNIDU radio će u svom programu europska audiovizualna djela i djela neovisnih proizvođača imati najmanje 10 % od svoga godišnjeg vremena objavljivanja.

Prijepodnevi program (od 9 do 12 sati) orijentiran je na lokalne vijesti i servisne informacije. Prvim javljanjem predstavlja se Hit dana i najavljuje program. Posebnu važnost kroz prijepodnevi program posvećuje se informacijama vezanim za Sveučilište i studentski život. Obrađuju se i aktualne političke, gospodarske i društvene teme, kako lokalnog, regionalnog, tako i nacionalnog karaktera.

Poslijepodnevi program (od 12 do 19 sati) orijentiran je na mozaične emisije, kulturno-obrazovne te emisije zabavnog i glazbenog karaktera. Tijekom cijelog poslijepodneva emitiraju se vijesti, a ponekad se i ponavljaju posebno zanimljive tematske emisije, kako slušatelji koji ih nisu mogli čuti ne bi bili zakinuti za taj dio našeg programa. Vikendom su poslijepodnevna uglavnom rezervirana za top liste.

Večernji program Radija UNIDU (od 19 do 24 sata) prvenstveno je orijentiran na specijalizirane glazbene emisije kroz koje nastojimo zadovoljiti glazbeni ukus slušatelja svih dobnih skupina. U ovom dijelu programa emitiraju se najveći hitovi domaće i strane produkcije, a jednom tjedno u kontakt programu uključujemo i slušatelje putem telefona i elektroničke pošte koji sami biraju glazbu i teme za razgovore.

Noćni dio programa orijentiran je na glazbu uglavnom starijeg datuma, a o tomu koju vrstu glazbe mogu čuti tijekom noći, slušatelji se informiraju putem najava kroz dnevni dio programa. Kroz noćni program emitiraju se i snimljene obavijesti i najave s jinglovima.

Prilog 5: Programska osnova Radio Marije (Izvor:

file:///C:/Users/User/AppData/Local/Microsoft/Windows/INetCache/IE/FZZCXAYR/Programska%20osnova%20za%20objavu%20na%20internetu%20-%20radijski%20programski%20kanal.pdf, preuzeto 12.1.2017.)

Nakladnik:	UDRUGA RADIO MARIJA
Naziv kanala:	Radio Marija
Vrsta kanala:	Opći
Vrsta pružatelja medijskih usluga:	Neprofitni
Odgovorna osoba:	Nevenka Mišić
Glavni urednik:	p. Stjepan Fridl
Područje:	Grad Zagreb
Dnevno vrijeme objavlivanja:	00:00 - 24:00
Kanal dostupan putem/od kada:	ZEMALJSKIM PUTEM OD 22. 02. 1997. IPTV - MAX TV kanal 64 - HT OD 12. 06. 2008. - OPTI TV - OPTIMA TELEKOM - VIP TV - VIPNET - B.NET WEB: www.radiomarija.hr OD 22. 02.1997. SATELIT: EUTELSAT 16E, 11.595 H OD 01. 07. 2013.
U okviru mreže:	-
Razvrstavanje po skupinama sadržaja:	
a) Informativni	9,44 %
b) Zabavni	0,15 %
c) Glazbeni	40,34 %
d) Obrazovni i program za djecu i mlade	11,38 %
e) Umjetnost i kultura	7,04 %
f) Sportski	-
g) Vjerski	31,65 %
h) Audio komercijalna komunikacija	-
Opseg (udjel) djela vlastite proizvodnje:	64,09 %
Opseg (udjel) hrvatske glazbe:	90 %
Opseg (udjel) hrvatskih audio djela:	-

Radio Marija je neprofitna postaja. Jedna je od 75 članica Svjetske obitelji Radio Marije (WFRM) pa je i program Radio Marije Hrvatske koncipiran prema pravilima WFRM-a, ali prilagođen našem podneblju, mentalitetu i, naravno, Zakonu o elektroničkim medijima (ZEM) Republike Hrvatske. Prema pravilima WFRM-a Radio Marija je pretežno volonterska postaja. Programsku zadaću, cilj, osmišljavanje i provedbu zadanog programa prati i nadgleda glavni urednik uz pomoć članova Upravnog odbora, djelatnika radija, kao i brojnih suradnika – volontera. Cjelokupni program se sastoji od velikog broja stalnih emisija, od kojih se najveći broj

emitira jednom mjesečno, pa su tako zastupljena mnoga područja teologije (katehetika, mariologija, biblijske znanosti, duhovnost, moralna teologija) filozofije, crkvenog prava, karitativne emisije, te emisije brojnih udruga, pokreta i zajednica. Pratimo važna kulturna, znanstvena ekonomska socijalna, karitativna događanja na koncesijskom području. Obrazovni program je namijenjen svim dobnim skupinama, a čine ga emisije iz područja prirodnih i društvenih znanosti, kulture i umjetnosti, emisije za mlade i djecu. Emisijama s obiteljskom tematikom cilj je, u današnje vrijeme, pomoći u odgoju mladih i oblikovanju zdrave obiteljske zajednice s naglaskom na dostojanstvo muškarca i žene. Obilježje bogatstva i kulturne razvijenosti jednog naroda označava suživot s nacionalnim manjinama koje svojom kulturom, jezikom, običajima daju poseban pečat bogatstva u različitosti. U emisijama o nacionalnim manjinama cilj nam je promicati međuljudske odnose, kvalitetan suživot i ekumensku suradnju s onima koji su različite vjeroispovijesti. Glazbeni program se sastoji od emisija posvećenih klasičnoj i sakralnoj glazbi, klasičnoj duhovnoj glazbi, dječjoj glazbi te glazbenih emisija posvećenih očuvanju nacionalnog blaga. Posebno mjesto imaju tjedne emisije posvećene očuvanju i promicanju hrvatskog jezika na njegovim dijalektima.

U svom djelovanju Radio Marija uvelike poklanja pažnju starijima, nemoćnima, usamljenima, bolesnima, onima koji su upali u problem ovisnosti o drogi, alkoholu, socijalno ugroženima, mnogima koje su napušteni od svojih najbližih ili nepravедno gurnuti na marginu društva. Da senzibiliziramo slušatelje na kvalitetniji suživot s braniteljima, invalidima, osobama s posebnim potrebama imamo redovite emisije posvećene njima.

Program emitiramo od 00:00 – 24:00 sata i ispunjen je brojnim govornim sadržajima protkanim glazbom, pretežno hrvatskom (oko 90%). Tijekom dana zastupljeniji je govorni program, a noću glazbeni. Oko 85% emisija emitira se uživo uz mogućnost javljanja slušatelja.

Prilog 6: Programska osnova Hrvatskog katoličkog radija (Izvor: file:///C:/Users/User/AppData/Local/Microsoft/Windows/INetCache/IE/0KPI815C/HKR_obrazac_PO_internet_29102012_(R).pdf, preuzeto 12.1.2017.)

Nakladnik:	HRVATSKI KATOLIČKI RADIO
Naziv kanala:	Hrvatski katolički radio
Vrsta kanala:	opći (vjerskoga usmjerenja)
Vrsta pružatelja medijskih usluga:	neprofitni
Odgovorna osoba:	Zvonimir Ancić
Glavni urednik:	Anto Mikić
Područje:	državna razina – DR3
Dnevno vrijeme objavljivanja:	Od 0 do 24 sata
Kanal dostupan putem/od kada:	Zemaljskim putem od 17.5.1997., putem interneta (www.hkr.hr) od lipnja 1998., te satelita (Telstar/Orion: svibanj 1997.-srpanj 2007.; Hotbird: srpanj 2007.-veljača 2010.; Altantic bird: od veljače 2010.)
U okviru mreže:	-
Razvrstavanje po skupinama sadržaja:	
a) Informativni	10,98 %
b) Zabavni	4,19 %
c) Glazbeni	64,96 %
d) Obrazovni i program za djecu i mlade	6,15 %
e) Umjetnost i kultura	0,94 %
f) Dokumentarni	0,30 %
f) Sportski	0,50 %
g) Vjerski	11,78 %
h) Audio komercijalna komunikacija	0,20 %
Opseg (udjel) djela vlastite proizvodnje:	43,28 %
Opseg (udjel) hrvatske glazbe:	65,00 %
Opseg (udjel) hrvatskih audio djela:	-

Hrvatski katolički radio (HKR), kojega je ustanovila Hrvatska biskupska konferencija odnosno Katolička crkva u Hrvatskoj, vjerski je radio. Kao takav, on želi biti u službi katoličkih vjernika u Hrvatskoj, odgovarajući na njihove potrebe za informiranjem, obrazovanjem i zabavom. No, programom kojega proizvodi i emitira on se ne obraća samo vjernicima, nego svim hrvatskim građanima, nastojeći dati svoj doprinos razvoju cijeloga društva. U tome smislu, glavni su ciljevi HKR-a:

1. afirmirati kršćanske vrijednosti, a osobito moralna i etička načela, na svim područjima javnoga i društvenoga života
2. iznositi prosudbe i stavove Katoličke crkve, ali i njegovati ekumenski i međureligijski

dijalog

3. njegovati zdravi hrvatski nacionalni identitet i nacionalnu svijest, dajući potporu razvoju demokratskoga društva

4. što svestranije informirati slušatelje nepristranim izvješćivanjem i slobodnom raspravom o svim relevantnim društvenim temama

5. biti u službi slušatelja odgovarajući, na način radija kao medija, njihovim različitim potrebama; od promicanja gospodarskog razvoja do servisa za svakodnevno snalaženje

6. povezivati sve hrvatske ljude i krajeve u Domovini i iseljeništvu

7. poticati na njegovanje hrvatske kulturne baštine i svekolikog kulturnog i umjetničkog stvaralaštva

8. oplemenjivati i osmišljavati slobodno vrijeme svojih slušatelja

Osim redakcije *Vjerskoga programa*, koja stvara više od 20 različitih emisija s ciljem informiranja i formiranja slušatelja u njihovoj vjerskoj dimenziji, HKR osobitu važnost pridaje vlastitome *informativnom programu*, čija redakcija priprema kratke vijesti iz zemlje i svijeta, koje se emitiraju u svakome satu dnevnoga programa, središnju 20-minutnu informativnu emisiju te različite priloge i emisije razgovornoga tipa. HKR ne zanemaruje niti *program kulture*, u sklopu kojega se emitiraju svakodnevne 15-minutne vijesti iz kulture, tjedni intervju s nekim od sudionika hrvatske kulturne scene, te različite emisije koje promiču hrvatsko kulturno stvaralaštvo. *Obrazovni i program za djecu i mlade* zastupljen je kroz raznolike programske sadržaje, od svakodnevnih priča za najmlađe, natjecanja školske djece u poznavanju školskoga gradiva, pa sve do programa u kojima se promiču zdrave navike, skladan obiteljski život i prevencija nasilja i drugih oblika štetnoga ponašanja. Redakcija *glazbenoga programa*, osim probira glazbe koja se emitira, vodeći računa o njenoj tekstualnoj, glazbenoj i produkcijskoj razini, brojnim specijaliziranim emisijama širi glazbenu kulturu naših slušatelja. Osim brojnih vlastitih emisija različitoga sadržaja, HKR svakodnevno emitira i 15-minutne vijesti Radio Vatikana na hrvatskome jeziku.

Prilog 7: Programska osnova Radio Sunca (Izvor:

file:///C:/Users/User/AppData/Local/Microsoft/Windows/INetCache/IE/WQ42YAOA/ZUPA
NIJSKA_LIGA_PROTIV_RAKA.pdf, preuzeto 12.1.2017.)

Nakladnik:	ŽUPANIJSKA LIGA PROTIV RAKA - SPLIT
Naziv kanala:	Radio Sunce
Vrsta kanala:	Opći
Vrsta pružatelja medijskih usluga:	Neprofitni medij
Odgovorna osoba:	Prof. dr. sc. Eduard Vrdoljak
Glavni urednik:	Vinka Abramović Muštra
Područje:	Šire područje Grada Splita
Dnevno vrijeme objavljivanja:	Od 00:00 do 24:00 sata
Kanal dostupan putem/od kada:	Zemaljskim putem (odašiljač Marjan od 22.03.2010. i odašiljač Postira od 15.05.2012.), web streaming (www.radiosunce.com.hr od 01.05.2011.) i kabel (B-net od veljače 2012.)
U okviru mreže:	-
Razvrstavanje po skupinama sadržaja:	
a) Informativni	12,25 %
b) Zabavni	13,59 %
c) Glazbeni	69,59 %
d) Obrazovni i program za djecu i mlade	2,38 %
e) Umjetnost i kultura	1,19 %
f) Sportski	0,5 %
g) Vjerski	0,00 %
h) Audio komercijalna komunikacija	0,5 %
Opseg (udjel) djela vlastite proizvodnje:	30,41 %
Opseg (udjel) hrvatske glazbe:	45 %
Opseg (udjel) hrvatskih audio djela:	-

Radio Sunce je radio postaja u vlasništvu neprofitne udruge Županijske liga protiv raka – Split.

Radio Sunce je radijski kanal putem kojeg se ostvaruje misija Lige protiv raka i promovira sveobuhvatno zdravlje, promjena nezdravih navika, očuvanje zdravlja pojedinca, društva i te okoliša. Program se emitira iz bolnice gdje je radio smješten, ali je prvenstveno namijenjen zdravima kao edukacija, poticaj i usmjerenje na brigu o vlastitom zdravlju. Programskim i glazbenim usmjerenjem Radio Sunce djeluje s ciljem da slušatelje educira o važnosti i načinima očuvanja zdravlja.

Prilog 8: Programska osnova Radija 92 FM

(Izvor:file:///C:/Users/User/AppData/Local/Microsoft/Windows/INetCache/IE/FZZCXAYR/Programska%20osnova%20za%20objavu%20na%20Internetu.pdf, preuzeto 12.1.2017.)

Nakladnik:	DRUŠTVO MULTIPLE SKLEROZE BPŽ
Naziv kanala:	Radio92fm
Vrsta kanala:	opći
Vrsta pružatelja medijskih usluga:	neprofitni
Odgovorna osoba:	Željko Pudić
Glavni urednik:	Irena Vukas
Područje:	Grad Slavonski Brod
Dnevno vrijeme objavljivanja:	Od 0 do 24 sata
Kanal dostupan putem/od kada:	(planirano 2014.godine)
U okviru mreže:	-
Razvrstavanje po skupinama sadržaja:	
a) Informativni	8,40 %
b) Zabavni	8,16 %
c) Glazbeni	73,41 %
d) Obrazovni i program za djecu i mlade	4,46 %
e) Umjetnost i kultura	1,79 %
f) Sportski	0,45 %
g) Vjerski	0,79 %
h) Audio komercijalna komunikacija	2,54 %
Opseg (udjel) djela vlastite proizvodnje:	30,65 %
Opseg (udjel) hrvatske glazbe:	45 %
Opseg (udjel) hrvatskih audio djela	-

Između dominantnog sektora komercijalnih medija koji prekrivaju većinu radijskih, televizijskih i internetskih frekvencija te javnih medijskih servisa (na području grada trenutno djeluje 1 lokalna TV i 2 komercijalne radijske postaje) trebao bi se „stisnuti“ (ili se možda pomalo širiti), treći sektor medija - područje koje će zauzeti neprofitne medijske inicijative proizašle sa scene civilnog društva, u Europi najpoznatije kao *community* mediji. Iako se u europskom kontekstu ne može govoriti o revoluciji trećeg medijskog sektora, primjeri poput Irske i Velike Britanije pokazuju da se medijski trendovi mijenjaju i to u korist trećeg sektora. Mi vidimo svoju priliku i priliku za neprofitni radio - u programu koji je u stanju i informirati, i baviti se aktualnim pitanjima osoba s invaliditetom, ali i dati prostor etničkim, vjerskim i svim drugim manjinama. Postojanje lokalnih, neprofitnih medija, koji proizlaze iz same zajednice izuzetno je važno jer se jedino oni bave temama za koje na komercijalnim ili javnim medijima gotovo da nema interesa. Postojanje ovakvog malog *community* radija potpuno bi osvježilo i promijenilo medijsku sliku našega grada, što nam svaki dan potvrđuju naši sugrađani u

izravnom kontaktu. U svakom slučaju razvijenost scene *community* medija za EU je jedan od faktora razvijenosti pluralizma medija što vjerujemo da je i za Hrvatsku važan faktor. Važno je istaknuti i to da na radiju radi šest djelatnika. Kada nas pitaju zašto tradicionalni radio, a ne online ili neko drugo moderno rješenje, odgovor je vrlo jednostavan: FM radio prijemnik danas možete kupiti za svega nekoliko kuna i slušati program bilo gdje bez dodatnih troškova i bez poznavanja novih tehnologija, dok vam za prijem online medija treba računalo, poznavanje tehnologije, pristup mreži... Ne želimo i ne smijemo se fokusirati samo na publiku koja je informatički pismena jer treba doprijeti do svih društvenih skupina.

Radio 92fm nudi mogućnosti slušanja svog programa tijekom cijelog dana (24 sata) prilikom kojeg se selektiraju informacije od interesa za slušatelja te se u tijeku dana mogu saznati najvažnije servisne informacije ili informacije o događanjima na lokalnoj razini. Istraživanje je pokazalo da najveći broj građana navodi radio kao glavni izvor informiranja o lokalnim zbivanjima i temama. Omjer lokalnih i nacionalnih informacija u našem programu je 70% : 30% u korist lokalnih. Sve važnije emisije bit će dostupne putem podcastaza skidanje na našoj web stranici.

Radio 92fm usmjeren je gotovo u cijelosti na lokalni sadržaj, ali program će uključivati i sve temeljne informativno-obrazovne sadržaje koji su od specifičnog i relevantnog značenja ili interesa za slušatelje na tom koncesijskom području. Kako su uvjeti za uspješno djelovanje novog radijskog nakladnika vrlo ograničeni, jedini mogući održivi poslovni model djelovanja radijskog nakladnika isključivo je onaj koji uz tradicionalne prihode od ograničene prodaje oglasa osigurava i prihode iz alternativnih izvora, poput donacija, EU fondova ili državnih potpora. Projekt Radija 92fm financiran je u cijelosti upravo sredstvima EU i s tim modelom financiranja planiramo nastaviti i u narednih nekoliko godina. Ono što čini posebnost ovog projekta je da su ga osmislile i provode upravo osobe s invaliditetom koje su u tom području u RH poznati po vođenju radio emisija i pisanju scenarija, u glumi i brojnim drugim područjima, ali isto tako, ne samo u RH već u Europi, poznati eksperti za pitanja osoba s invaliditetom.

Program Radija 092 orijentiran je na zadovoljavanje potreba slušateljstva Grada Slavonskog Broda, a strukturiran je u nekoliko programskih blokova: Jutarnji program (od 6 do 10 sati) temelji se na brznoj izmjeni kratkih i važnih servisnih lokalnih informacija te lakih zabavnih svakodnevnih tema, kontakata s gostima i slušateljima, vedre jutarnje domaće i strane glazbe.

U prime time-u (od 10 do 14 sati) slušatelji će tijekom tjedna moći čuti informacije iz kulture, sporta, zdravlja i kupovine, gospodarstva, ekologije i kućnih ljubimaca, glazbi, Europskoj Uniji, svom gradu i tradiciji i običajima. Poslijepodnevni program (od 14 do 18 sati) mozaična je informativno-zabavna cjelina, u kojoj slušatelji, posebno osobe s invaliditetom i sve manjine i ugrožene skupine civilnog društva mogu čuti važne i praktične informacije. U poslijepodnevnom programu, također svaki dan emitiramo vijesti i novosti te podsjećamo na sve važne servisne lokalne informacije.

Večernji program (od 18 do 22 sata) temeljimo na zabavno-obrazovnim sadržajima te emisijama strane i domaće glazbe.