



MEDIA DAILY: Novinarka Jagoda Bastalić povukla tužbu protiv Dubravka Jošića; Kako je radio „pokorio“ internet

Countries Croatia Latest MoM Apr 13, 2017



Foto: pixabay.com

Urednica HRT-ove emisije Labirint Jagoda Bastalić, koja je u siječnju ove godine bila javno oklevetana i nakon toga izložena brojnim prijetnjama i pritiscima, prihvatila je ispriku Dubravka Jošića koji je plasirao klevetničko pismo. Jošić se javno ispričao Jagodi Bastalić 30. ožujka, tvrdeći da ga je obmanuo jedan djelatnik HRT-a. Broj radijskih postaja u Hrvatskoj danas je nadmašio broj radijskih prijemnika s početka prošlog stoljeća kad je radio označio početak tehnološke revolucije medija.

Novinarka Jagoda Bastalić povukla tužbu protiv Dubravka Jošića

Članak autorice Eme Tarabochie prenesen s portala hnd.hr

Urednica HRT-ove emisije Labirint Jagoda Bastalić, koja je u siječnju ove godine bila javno oklevetana i nakon toga izložena brojnim prijetnjama i pritiscima, prihvatila je ispriku Dubravka Jošića koji je plasirao klevetničko pismo. Jošić se javno ispričao Jagodi Bastalić 30. ožujka, tvrdeći da ga je obmanuo jedan djelatnik HRT-a.

“Ispriku gospodina Dubravka Jošića prihvatila sam i povukla privatnu tužbu s vjerom da je gospodin Jošić (kao i oni koji su ga instruirali) shvatio kako se za svoje ideje treba boriti argumentima, a ne lažima i diskreditacijom”, potvrdila nam je Bastalić.

“Kako je cilj moje tužbe bila istina, a ne novac, (nanesenu mi štetu nikakav novac ne može namiriti) nakon javne isprike, nisam vidjela smisao u nastavku sudskog parničenja”, rekla je Bastalić i svima koji su doživjeli sličnu ili istu situaciju poručila da se u takvim situacijama obrate za



pomoć HND-u i da potraže zaštitu putem nadležnih institucija.

Nakon što je Bastalić protiv njega podigla tužbu, Dubravko Jošić uputio joj je javnu ispriku “zbog netočnog prikazivanja njenog poslovnog stanja i ponašanja tijekom agresije na Hrvatsku od 1990.-1995. g. a u svezi članka na portalu „Kamenjar“ od 17. siječnja 2017.”

Jošić u ispriki tvrdi da je tijekom razgovora s jednim od djelatnika HTV-a o stanju na HTV-u, u rujnu 2016., dobio informaciju o novinarki Jagodi Bastalić, koju je bez provjeravanja iznio u otvorenom pismu IMS i portalu Kamenjar.

“Informacija je bila upravo onakva kakvu sam je prikazao, ne sluteći da dotični urednik HTV-a nije iznio istinu ili je i sam bio doveden u stanje da je prenio krivu informaciju. Mene je pak kao časnika HV-a, koji je sudjelovao u oslobođanju područja u VRO “Bljesak” to strašno pogodilo, takva njegova informacija me šokirala i uznemirila i od tada sam stekao krivi dojam o Jagodi Bastalić temeljem tog razgovora. Ovim putem javno se ispričavam za iznesenu netočnost glede novinarku Jagodu Bastalić koja je nastala na krivoj informaciji koju sam dobio na opisani način te kojom sam povrijedio njen ugled ili prouzročio štetne posljedice na njenom privatnom i poslovnom planu”, pisalo je u Jošićevoj ispriki.

Podsjetimo, više portala poznatih po širenju mržnje objavilo je u siječnju pismo Dubravka Jošića, inače časnika HV-a, u kojemu je kolegica Bastalić najgrublje oklevetana. Isti sadržaj elektroničkom poštom poslan je na brojne adrese unutar i izvan HRT-a. U tom pismu su navedene monstruoze laži, očito samo s jednim ciljem – diskreditacije njezina poslovnog i privatnog života.

Autora klevetničkog pisma, ali i prijeteće SMS poruke koje je zaprimila nakon što je pismo objavljeno, kolegica Bastalić je prijavila policiji i protiv njega podnijela tužbu.

Hrvatsko novinarsko društvo odmah je reagiralo na slučaj, tražeći od nadležnih institucija hitnu i oštru reakciju na seriju divljačkih medijskih napada na kolegicu Jagodu Bastalić.

Kako je radio „pokorio“ internet

Članak autorice Melise Skender prenesen s portala hnd.hr

Broj radijskih postaja u Hrvatskoj danas je nadmašio broj radijskih prijemnika s početka prošlog stoljeća kad je radio označio početak tehnološke revolucije medija. Prema posljednjim podacima Državnog zavoda za statistiku u Hrvatskoj program emitira 136 radijskih postaja, od toga čak 109 na užem lokalnom području. Ovoga svibnja bit će 91 godina od kako se 15. 5. 1926. u eteru prvi put čula danas već legendarna rečenica prve spikerice Radio Zagreba Božene Begović: „Halo, halo, ovdje Radio Zagreb“. Na programu te večeri 50-ak vlasnika radijskih prijemnika u Zagrebu moglo je slušati službeni bilten, klasičnu glazbu i 15-minutne novosti kojima je završavao program. Na jesen su počela i prva javljanja s mjesta događaja kao i prijenosi kazališnih predstava i crkvenih misa, a Radio Zagreb bio je među prvima u Europi koji je javno pozivao svoje slušatelje da sudjeluju u kreiranju programa, konkretno da šalju svoje originalne rukopise za radio-drame.

Lokalno je lokalno

Broj radijskih postaja u Hrvatskoj danas je nadmašio broj radijskih prijemnika s početka prošlog stoljeća kad je radio označio početak tehnološke revolucije medija. Prema posljednjim podacima Državnog zavoda za statistiku u Hrvatskoj program emitira 136 radijskih postaja, od toga čak 109 na užem lokalnom području. Konkurencija s kojom se natječu za pažnju publike na početku ovoga stoljeća žestoka je, no radio joj se odupire puno uspješnije od tiska. Pokazuju to i podaci **Hrvatskog udruženja društva za tržišno komuniciranje (HURA)** prema kojima je radio od 2008. i snažne ekspanzije medija na internetu do 2015. ukupno izgubio 1,5 posto prihoda od oglašavanja. Tisak je u istom razdoblju izgubio 10,4 posto. Najviše su, više od 40 posto, rasla ulaganja u digitalni marketing.

„Budući da svakog jutra u agenciji palimo radio čak i prije prve kave, nikako ne možemo zamisliti svakodnevicu bez tog medija. Bez obzira na rastuću sveprisutnost digitalnih kanala, njihovu snagu i veličinu, znamo da tradicionalni kanali imaju svoju ulogu i da će još dugo biti s nama“, kaže Danela Žagar iz agencije Jasno&Glasno specijalizirane za digitalni marketing.

„No, digitalna transformacija je imperativ održivosti svih ‘tradicionalnih’ medija – to nije prognoza nego činjenica. Ona se, naime, na svjetskoj razini već dogodila, pa svako odgađanje zapravo znači ubrzanje propasti. Širenje sadržaja na društvene mreže, prisutnost kroz mobilne aplikacije, stvaranje podcasta kroz platforme kao što je Audible – Amazonov svojevrsni radijski Netflix – fokusiranost na lokalni i ‘community’ sadržaj kroz online radijske servise su trendovi kojima se radijske stanice jednostavno moraju prilagoditi“, smatra naša sugovornica koja kaže da je radio i dandanas jedan od omiljenih medija u njezinom rodnom Varaždinu.



„Kada živiš u Lici, onda slušaš radio ne bi li čuo jesu li ralice očistile ceste i ima li problema u opskrbi. Kada si na otoku, znaš da će ti baš tvoj radio dati točnu informaciju o odstupanjima od plovidbenog reda trajekata. Kada si u automobilu, ne surfaš i ne gledaš televizor. Slušaš radio. U malim gradovima stanovnici poznaju svoje 'radijske ljude', znaju što od njih mogu očekivati i zapravo im vjeruju. Ili ako im ne vjeruju, znaju jako precizno zašto im ne vjeruju. Sve to dosta

podsjeca na 'Život na sjeveru' u najboljem mogućem smislu. Toplina i životnost lokalnog radijskog programa je nezamjenjiva“, rekao je Siniša Bogdanić, urednik Radio mreže i novinar Deutsche Wellea zamoljen da objasni fenomen zbog kojeg radio prilično uspješno odolijeva konkurenciji novih tehnologija.

Umrežavanje i kreativnost

Radio je prvi medij na kojem će se tražiti informacija o lokalnim zbivanjima pokazala je i Analiza radijskog tržišta koju je 2015. od agencije Ipsos naručilo Vijeće za elektroničke medije (VEM). Istovremeno, lokalne radijske postaje sve su malobrojnije, a zbog mjera štednje i programi onih preostalih imaju sve manje lokalni karakter.

Od 2008. do 2015. iz statistika je nestalo 17 lokalnih radija. Preostali su emitirali prosječno tisuću minuta vlastitog informativnog programa manje nego 2008., a manje je bilo i svih ostalih programa: dokumentarnog, znanstvenog, obrazovnog... Povećao se samo broj glazbenih minuta i broj regionalnih radija pokazuju statistička izvješća. Glazbene minute ono su što publika od radija najprije očekuje, pokazala je Ipsosova analiza. Na drugom je mjestu informativni program, a ono što ispitanim slušateljima radija možda nedostaje su tematske emisije – najprije one vezane za zdravlje, a onda sport i emisije o ljudskim pravima.

„Kada sam počinjao raditi, bilo je normalno da postaja ima i besplatne male oglase, emisiju autohtone narodne glazbe i glazbene želje, ali i puno razgovora i vrlo konkretnih emisija s ljudima koji su važni za lokalnu zajednicu. I ti su se ljudi vrlo rado odazivali u program, od liječnika do predsjednika avio-klubova. Onda je odjednom sve to postalo teret, pojavili su se 'magovi' koji su govorili da emisije ne smiju trajati duže od tri minute, a da intervencija u glazbu ne smije biti duža od 20 sekundi, jer bi, valjda, slušatelju od previše informacija mogao eksplodirati mozak“, govori Bogdanić o tome koliko se od kraja devedesetih do danas mijenjao radijski program.

Slušatelji će govorne emisije bez prekida slušati maksimalno 30, a najčešće ne duže od deset minuta, otkriva Ipsosova analiza za VEM. Cijela se uređivačka politika formatiranog radija temelji upravo na takvim istraživanjima želja slušatelja. Od playliste do voditelja koji će nuditi kratke servisne informacije i uspjeti im se najviše približiti.

„Vrijeme nekih moji radijskih početaka na lokalnoj radijskoj postaji u Otočcu je bilo vrijeme u kojem se mijenjala tehnologija. Ono što sam očekivao je da će potpuni prelazak na digitaliju, zbog smanjenja fizičkih poslova, osloboditi kreativne kapacitete i ojačati programe, ali to se zapravo nije dogodilo. Kasnije sam u Zagrebu iz prvog reda promatrao val umrežavanja radijskih postaja i odmah mi je bilo jasno da to ide nauštrb kreativnosti i sadržaja. Bilo je to vrijeme uvođenje američkog 'radio programminga' koji je trebao 'cijediti' isti sadržaj kroz bezbroj postaja, minimalizirati ulaganja i maksimalizirati prilode, ali s tim se nisu usrećili ni slušatelji, ni nakladnici. Potonji, prema onome što su mi pričali, nisu ostvarili očekivani profit“, kaže Bogdanić.

Slušaju radio, ali im slijepo ne vjeruju

Iako su „formatiranjem“ i „umrežavanjem“ mnoge radio-postaje izgubile svoj lokalni karakter, a većina ih preuzima i iste vijesti s Media servisa, publika je zadovoljna radijskim programom. Ispitanici u analizi Ipsosa dali su radijskom programu prosječno visoku četvorku i to bez razlike – nacionalnim, regionalnim i lokalnim radijima. Ne vjeruju, međutim, u političku neovisnost radija. Posebno se to odnosi na lokalne radije čiji su najveći financijski lokalne vlasti. Osim toga, 38 radijskih postaja u većinskom je vlasništvu lokalne samouprave.

„Dakako, u međuvremenu su radijski programi postali manje važni za politički marketing. Lokalni moćnici su, prikriveno ili neprikriveno, otvorili vlastite portale putem kojih jeftino uzdižu sebe, pa su i prihodi iz lokalnog proračuna na radiju pali. Marketinškim agencijama mali mediji nisu atraktivni. Zbog toga brojne postaje imaju dvoje ili troje zaposlenih, jedva spajaju kraj s krajem, krpaju se s ljudima na stručnom osposobljavanju i ne mogu se kvalitetno baviti programom“, iskustvo je Siniše Bogdanića koji na Radio mreži svakodnevno surađuje s 20 – 30 lokalnih postaja za koje proizvode dnevne vijesti.

Broj zaposlenih jedan je od uvjeta i za povlačenje sredstava iz Fonda za pluralizam Vijeća za elektroničke medije. Zbog toga se događa da upravo najmanji radiji s koncesijom za područje općine dobivaju i najmanje novca iz ovog Fonda. Pokazuju to zbirni podaci iznosa podijeljenih u razdoblju od 2013. do 2015.; radijima na razini općine išlo je ukupno 30 uplata prosječnog iznosa oko 107 tisuća kuna svaka. Najveći



prosječni iznos, nešto veći od 155 tisuća kuna, podizali su u istom razdoblju radiji s regionalnim koncesijama poput Dalmacije, Banovine ili Zagorja. To najmanje lokalne radije čini još ovisnijim o političkim strukturama na području koncesije. „Primjetan je pad hrabrosti. Previše se pazi na to da se nekome ne bi zamjerilo, da ne ugrizeš ruku koja te hrani ili bi te mogla hraniti. No i to je razumljivo, iako nije opravdanje. Čini mi se ipak da se sve više ide 'prema izvoru'. Zato u našim emisijama pratimo samo 'visoku' politiku, a 'lokalci' na to dograđuju svoje lokalne sadržaje koji su i najvredniji dio programa. Vidim i da su oni koji su uvijek ostali vjerni sebi jako ponosni na to“, ocjenjuje Siniša Bogdanić.

Nenametljiv medij

„Radio, prema Barometru hrvatskog društva za 2016. godinu, uživa najviše povjerenja među građanima Hrvatske, a odmah iza njega slijede online komunikacijski kanali, odnosno internet. Sličan je trend prisutan i na razini Europe, gdje i televizija još uvijek uživa veliko povjerenje, a društvene mreže su na trećem mjestu prema istraživanju EBU 'Trust in media iz 2016.'; rekla nam je Danela Žagar iz Jasno&Glasno. Što se pak istraživanja slušateljstva tiče, agencija u kojoj je zaposlena dobiva ih od samih radija s kojima surađuju, a služi se i neovisnim istraživanjima koja su u pravilu izrađena prema specifičnim potrebama klijenta. Ne postoje dakle sustavni i neovisni podaci poput onih koje za televizijski program objavljuje agencija AGB Nielsen. Analiza radijskog tržišta koju je naručio VEM ipak otkriva kako radio svakodnevno sluša više od polovice građana Hrvatske, a tjedno ga barem jednom upale gotovo svi, točnije 91,2 posto. Radio je nakon televizije najpopularniji medij.

„Radio je najintimniji medij, ima i najizravniji kontakt s publikom, nije nametljiv i može biti u pozadini brojnih svakodnevnih aktivnosti“, odgovorila je Silvija Šeparović, urednica i autorica HND-ovom nagradom nagrađene radijske emisije „Aftershock“, na pitanje što radio čini tako otpornim već gotovo čitavo stoljeće. Radijska publika prilično je vjerna. Jednom odabrana frekvencija malo kad se mijenja i svaki će svakodnevni slušatelj uskoro imati omiljenog voditelja, novinara, glazbenog urednika. Pred ovim su medijskim 'starcem' i dalje brojni digitalni izazovi, ali budućnost mu se čini izvjesnom – barem ona glazbena. Što se pak kvalitetnog lokalnog sadržaja tiče, a što su slušatelji prepoznali kao najveću kvalitetu ovog medija, svijetla budućnost ovisit će o strateški planiranim poticajima jer na ovakvom tržištu – on još dugo neće biti isplativ.

Comments

comments

TAGS INTERNET JAGODA BASTALIĆ RADIO



PREVIOUS ARTICLE

MEDIA DAILY: Orbanov utjecaj na medije sve jači; Dobitnici Pulitzerove nagrade za 2017.

SIMILAR ARTICLES

NO COMMENTS

Leave a Reply

You must be [logged in](#) to post a comment.



STAY CONNECTED



LATEST

MEDIA DAILY: Novinarka Jagoda Bastalić povukla tužbu protiv Dubravka Jošića; Kako je radio „pokorio“ internet

Apr 13, 2017

MEDIA DAILY: Orbanov utjecaj na medije sve jači; Dobitnici Pulitzerove nagrade za 2017.

Apr 12, 2017

Načelnik općine prijetio albanskom novinaru: Bio sam šokiran kada me zatražio da prekinem ovo istraživanje ili će me ubiti.

Apr 12, 2017

Povjerenik sindikata „Nezavisnost“, javne medijske ustanove RTV-a, Darko Šper: RTV od prvog dana uopće nije izvještavao o prosvjedima

Apr 11, 2017

Novinari zaprimili metak i prijeteće pismo zbog istraživanja afere u koju je uključen francuski predsjednički kandidat

Apr 11, 2017



This news portal has been produced with the assistance of the European Union. The contents of this news portal are the sole responsibility of Partnership for Social Development and can in no way be taken to reflect the views of the European Union.

Contact us: [\[email protected\]](#)

FEATURED

MEDIA DAILY: Novinarka Jagoda Bastalić povukla tužbu protiv Dubravka Jošića; Kako je radio „pokorio“ internet



Apr 13, 2017

MEDIA DAILY: Orbanov utjecaj na medije sve jači; Dobitnici Pulitzerove nagrade za 2017.

Apr 12, 2017

Načelnik općine prijetio albanskom novinaru: Bio sam šokiran kada me zatražio da prekinem ovo istraživanje ili će me ubiti.

Apr 12, 2017

POPULAR CATEGORIES

Croatia	1549
Countries	1519
Latest	1076
MoM	719
Gray	680
FP IRIS	113
Editors Choice	34