

UVOD

Radio je sveprisutni sekundarni medij. “Čarobna kutija” decenijama odolijeva televiziji, a danas i Internetu. Radio ima prednost koja je ujedno i njegova najveća mana, koju drugi možda nikad neće dostići. Ne morate gledati u njega da bi uživali ili saznawali. To je brz i jeftin.

Krajem devedesetih godina radio je na prostorima Balkana doživio ekspanziju u kvantitativnom smislu, u kvalitativnom nešto drugo. “Oslobađanjem tržišta” Republike Srpske došlo se do broja od 63 radio stanice, koje svoj *hljeb* pokušavaju pronaći na tržištu veličine Zagreba. Kako funkcioniše to tržište, koje su u mane ili možda prednosti, kolika mu je vrijednost, koje usluge se nude i kako se dijeli profit pitanja su koja će biti obrađena u ovom radu.