

Kisközösségi rádiózás a hazai gyakorlatban 2010
Tanulmány

A Norvég Civil Támogatási Alap segítségével kiadta
a Szabad Rádiók Magyarországi Szervezete

Szerzők:

Csabai Gábor,
Ferenczi Tünde,
Hargitai Henrik,
Kovács Orsolya,
Medvegy Gábor,
Novák Márk,
Pogány György,
Sülyi Péter,
Tóth Mónika

Grafika:

Dobi Gábor,

Tördelés:

Szerkesztő-koordinátor:

Walter András

Copyright © Szabad Rádiók Magyarországi Szervezete, 2010
Készült a Norvég Civil Támogatási Program segítségével

ISBN 978-963-08-0677-0

Kiadja a Szabad Rádiók Magyarországi Szervezete
Felelős kiadó: Csabai Gábor ügyvivő
1077 Budapest, Rózsa u. 34. fszt. 9.
Tel.: (+36 1) 3111-855
Email: iroda@szabadradio.hu
www.szabadradio.hu

Nyomda: Bogárd és Vidéke Lapkiadó és Nyomda
7000 Sárbogárd, Hősök tere 12. www.bogardesvideke.hu

Tartalom:

1. fejezet

Bevezető

„Szabad rádiók vagyunk” Majtényi László írása 6
Bevezető Tímár János írása 7

2. fejezet

Kisközösségi rádiók 2010

Helyzetjelentés a kisközösségi rádiókról 2010 Ferenczi Tünde és Hargitai Henrik írása 10

3. fejezet

Ilyenek vagyunk... A kérdőívet kitöltő rádiókról:

4-SSSS Rádió, Téglás 52
Alfa Rádió, Balkány 54
Arc Rádió volt Tarcsa FM – Kistarcsa 56
Best of Rádió 35, Tiszavasvári 56
Campus Rádió, Nyíregyháza 58
Fúzió Rádió, Budapest 60
Galaxis Rádió - Heves 62
Kerepes Rádió-Kerepes 63
Mustár FM, Nyíregyháza 64
Periszkóp Rádió – Pécs 66
Pusztai Rádió – Kunszentmiklós 67
Rádió 35, Tiszaújváros 68
Rádió Mi – Szeged 70
Rádió Smile – Kiskunfélegyháza 72
Rádió X– Hódmezővásárhely 75
Remete Rádió, Pécs 76
Zöld Hullám Rádió – Piliscsaba 78

4. fejezet

A felmérésről

Kisközösségi rádiós felmérés 2009/2010 80
A felmérésben résztvevőkről 92

5. fejezet

Szervezetünk

Tagnévsor 96
Jó alap Sülyi Péter írása 100
A Közös Hullámhossz rádió és képzési program 2010 Csabai Gábor írása 104
Térkép 110

1. fejezet

Bevezető

„Szabad rádiók vagyunk!”

Miért gondolom, hogy az elektronikus média hazai sivatagában a Szabad Rádiók Magyarországi Szervezetének tagjai – és persze a szervezettől távolmaradó kicsiny vagy nagyobb rádiók is mint valódi és működő community media – a szabadság szigete az elektronikus média mai hazai, vigasztalan sivatagában? Egyszerűen azért, mert szegények ugyan, és ha közelről figyelmesen megnézzük, sokszor átlóve oldaluk, viszont szabadok. Ennél fogva náluk a műsorkészítés olykor boldogság is. Olvasom a róluk szóló készülő könyv hozzám eljuttatott részleteit, és elképzelem, hogy abban a falusi kertben, a nyárvégi alkonyatban, az önazonosságukról folytatott hosszú és meddő vita után, mikor már az olcsó, de azért száraz bor is fogytán volt és semmire nem jutottak csak összevesztek és kibékültek és morgolódtak értékekről és értékvesztésről, zenei ízlésről és slágergyárakról, egyszer valaki nyugodt hangon beszólt és a három szóból álló egyszerűségében szép magyar mondat ott fénylett a tábortűz kihunyó parazsa felett: Szabad rádiók vagyunk!

És abbamaradt minden egyébként igaz fontoskodás, hogy a közszolgálati és a kereskedelmi média mellett – vagy ellenében – „harmadik média szektor” gyanánt (így: gyanánt) kell őket emlegetni, meg hogy mi legyen a kisközösségi rádió küldetése, és hogy modern agora legyünk-e vagy micsodák. Hogy legyünk a vélemények és értékek piactere, meg hogy a média maga az üzenet-e meg még a hatalom ellenőrzése is, sláger és világzene, mert ezek igazak és fontosak is és talán megvitatandóak mind, de ami biztosan igaz, hogy szabadnak lenni jó.

Elég sokszor voltam vendégük én is. Nem várt miniszoknyás hostess, ha kaptam kávé egyáltalán, az sokszor műanyag pohárból vagy agyonkarcolt, a legutolsó pártállami presszóból leselejtezett üvegpohárban horpadt bádogtálcán érkezett, íze savanykás volt, mint a legolcsóbb kávéké általában. A megismert műsorkészítők között viszont akadt, akit nem a tehetsége csak a keményebb gerince különböztet meg a sztároktól, amúgy olyanok, mint bárki: agresszívak és szelídek, műveltek és monomániások, szépek és csúnyák. A könyv a személyes sorsoknak is foglalata. Erről vall a kötet.

„Ebben az évben rúgták ki a rádiótól sok kollégájával együtt, és eltervezték, hogy a közös munkát szabadabb körülmények között, egy általuk létrehozott, független rádióban folytatják. „Fizetett hirdetés még nem hangzott el a rádióban, általában a műsorkészítőink rendezvényeit hirdetjük, vagy ha egy általunk szervezett rendezvényhez segítséget kapunk, a támogató reklámját tesszük közzé.” „A Rádió X műsorait tizenhat önkéntes készíti, fizetett alkalmazott nincs.” „–többen hallgatják őket, mint az országos kereskedelmi adókat, egyedül egy debreceni kereskedelmi rádió jelent konkurenciát nekik. „...” a közéleti műsorokra, viszont inkább azok elhangzása után reagálnak. Nagyon fontosnak tartják, hogy minden vélemény elhangozhasson náluk, minden közéleti, politikai irányzat megjelenhessen. – Ehhez előben kevesen mernek hozzászólni. Lehet, hogy félnek attól, hogy kirúghatják őket az állásukból emiatt”” Balázs tervei szerint 24 órában kortárs elektroakusztikus kísérleti zenét és avantgárd műsorokat játszottak volna, de be kellett látnia, hogy Pécsen egyszerűen nem található erre elég illetén érdeklődésű civil műsorkészítő. Így is megmaradt az unikum jelleg, de a délutáni, esti műsorsávban némileg hígult a zenei kínálat, természetesen élesen elválasztva bármifajta kommercialitástól.” „senki se hallgat, de mindenki ismer minket”, „Talán legjobb lenne kereskedelmi jellegű civil rádióként jellemezni őket. Talán emiatt is vehették fel a versenyt az országos kereskedelmi adókkal, elmondásuk szerint ezeknél „nagyobb a hallgatottságuk.” „Hangvételük a kereskedelmi rádiókra emlékeztet, zenei palettájuk is ehhez hasonlít, hallgatottságuk velük szemben 30-50 %, igen jónak mondható. A stúdió hangulatát tekintve talán a ’rendezett bohém’ a jó kifejezés,” „Pu-Fee maga is dj, de elmondása szerint a helyiek még a kommersz hiphop, rap zenét sem kedvelik, leginkább „mulatósra” lenne igény.”

A nehéz sors nem lesz könnyebb. Mégis, hosszú és boldog életet minden szabad rádiónak, a szolgálk médiája meg szégyellje magát!

Molnár László

Bevezető

1993 nyarán New Orleansban Molnár Péterrel taxi vitt ki minket – vendéglátóink, vélt veszélyessége miatt nem tanácsolták, hogy gyalog érkezzünk – egy alapvetően feketék által lakott körzetbe, hogy meglátogassuk a környék egyik legnépszerűbb közösségi rádióját. Miközben a tűző napsütésben kikászálódtunk és a lepukkant házak között elkezdtük keresgélni a rádiót, egy viskószerű építményből egy fogatlan asszonyt jött elő és kérdéseinkre biztatóan mosolygott, majd elvitt egy modernebbnek tűnő épületrészbe, ahol a rádió működött. A nagy teremben láttunk néhány embert, egy idősebb fehér úr éppen akkor érkezett nejlon cekkerrel a kezében, amiből lemezek kerültek ki, ő volt az esedékes következő óra rádiója. Szétpakolt, majd intett, hogy halkabban beszéljünk, mert éppen adásba kerül és nem csak a zenéket nyomja, hanem meg is akar szólalni az éterben. Néhány órát ücsörögtünk még a teremben, dumáltunk a rádió vezetőjével, más műsorkészítőkkel majd a házból kilépve élményekkel tele gyalog sétáltunk haza. Valamit megértettünk az ottani közösségből.

Külső-belső szemlélőként próbálom összeszedni, mit jelentett nekem az elmúlt 20 évben a közösségi rádiózás, a szabad rádiózás. Embereket, barátokat, konfliktusokat, amelyek nagyon mélyen érintenek, de feldolgozhatóak, szakmát és egyben minden olyannak kiindulópontját, amivel ezekben az években a média világában serteptértelve foglalkoztam. Sarokpont volt a szabályozásra való felkészülésben, legyen az a rádiózás tartalmi vagy technikai kérdése, sarokpont a szabályozásban és sarokpont a jogalkalmazásban is. Elfogadtam, aztán küszködtem is érte, hogy az elektronikus média világát három osztatúnak fogadjuk el, a kereskedelmi és a közszolgálati médiumok mellett legyen jelen a rendszerben a közösségi, szabad médium is.

Az első intézményes emlék a szociológusok Pollack Mihály téri, kissé lepukkant nagyterméhez (ahogy írom újra jelzőt, fedezem fel, hogy a környezet hogyan meghatározó) kötődik, ahol a látható nyilvánosság előtt is megjelent a sok Szabó, a Tilos Rádió akkori alkotó, harcos közössége és az állam néhány képviselője, hogy kölcsönös megértési nehézségekkel, de elkezdődjék a szabad rádiózás intézményes története. Soha nem voltam műsorkészítő, soha nem akartam megszólalni az éterben. Jogászként, szociológusként mindig is a média struktúrája, társadalmi közegekben való elhelyezkedése érdekelt, és ebben kapott kiemelt helyet a szabad rádiózás. A Lázár Guy szervezte első szabad rádiós közösség (szervezet) volt a kiindulópont és egy idő után Pelle Andreával és Sárfi Lászlóval, a Magyar Rádió volt gazdasági vezetőjével próbáltuk tisztességesen elosztani, hasznosítani a rendelkezésre álló pénzeket.

Új helyzetet a médiatörvény előkészítése majd elfogadása eredményezett. Molnár Péter (Fidesz, később SzDSz) parlamenti képviselőként és jómagam az ő szakértőjeként, majd a törvényjavaslat minisztériumi képviselőjeként, még később ORTT-tagként – a többiek szerint megszállottan, szerintünk csak meggyőződéssel – képviseltük, hogy az új intézményes struktúrában megfelelő teret kapjanak a szabad rádiók. Ez nem csupán frekvenciához való hozzáférés könnyítését, hanem a közpénzekből történő kiszámítható támogatást is jelentette. A politikus partnerek egy idő után feladták az ellenkezést (Péter kitartásával szemben eleve esélytelenek voltak), és legyintettek erre a kicsit távoli, érthetetlen, de mindenképpen jelentéktelennek tűnő dologra.

Miért gondoltuk, hogy fontos a „harmadik típusú” médium jogi kereteinek rögzítése? Azért, mert a sajtónak az egyetlen olyan szereplője, amely nem a pénzért és nem foglalkozásként végzi ezt a tevékenységet, hanem a szólás öröméért. Az csinálja, aki mondani akar valamit a szűkebb vagy tágabb közösségnek, aki fontosnak tartja, hogy amit el akar mondani, azt eséllyel tudja eljuttatni számára ismeretlen emberekhez is. Minden más, ami a közösségi rádiókhoz kapcsolódik innen vezethető le, enélkül értelmezhetetlen. Ez már akkor web 2.0 volt amikor a webről is még alig hallottunk és pont azért szabad, mert a műsorkészítő, aki valójában csak mellékesen az – hiszen főtevékenységként vadász, halász vagy kritikai kritikus – a maga meggyőződését viszi ki az éterbe, teremti lehetőséget, hogy aki arra jár, meghallgathassa.

Persze közösségi is több értelemben. Leginkább talán azért, mert a készítő közösséget akar teremteni magának a műsorral, tudja, hogy kit szeretne közönségnek és örül, ha ebből valami meg is valósul. Az interaktivitás nem véletlenül meghatározója ennek a műfajnak, hiszen ez a par excellence közösségteremtés: beülök a stúdióba és rögtön egy esetlegesen létrejövő közösséget teremtek, ember embernek partnere lesz, de nem életre szóló elköteleződéssel, hanem alkalmilag, ugyanakkor nem kizárva, hogy később megismétlődjön ugyanúgy vagy más összetétellel. Egyén és közösség sajátos szimbiózisa, ahol egyik sem előbbre való, de a másik nélkül nem működik. Nem rögzített a keret, szabad a ki- és beszállás, a felek szerződés nélkül is tudják gyakorolni jogaikat, kötelezettség meg csak a műsor oldaláról van: akarjon valamit mondani.

Ez a kommunikációs forma a szólás- és sajtószabadság legmélyebb gyökereiből táplálkozik, az egyén üzen közönségének, egy kisközösség üzen magának vagy más közösségeknek. Sikeres akkor is, ha nem nagyon sokan hallgatják, mert sikere nem a piaci nagyságban mérhető, hanem létezésében és az esélyteremtésben. Üzenete nem a tájékoztatás, hanem a lehetőség arra, hogy tájékozódhassunk. Hitelességét nem külső jegyek, hanem működési formája biztosítja. A létéből következő siker egyben békességének biztosítója is, hiszen nincs semmi, aminek rovására szeretne működni, nem megelőzni akar másokat és nem öröme mások sikertelensége, bukása. Ezek miatt kell különös figyelmet fordítani a szabad, közösségi rádiókra és a különös figyelem azt jelenti, hogy az állam lehetőséget, teret biztosít számukra. Egyedi konfliktusok, tragédiák persze itt is voltak és természetesen lesznek is, de az elmúlt évek arról szóltak, hogy ez a kommunikációs forma intézményesedett. Ma nem szabadságharcot kell vívni, hanem ezt az intézményesülést kell tudni megőrizni, fejleszteni, finomítani. Reméljük, így marad.

Az elmúlt két évtized jelentős részét a struktúra építgetésével töltöttem, az egyedi döntések számomra ebbe illeszkedtek. Örülök, ha sikerült valamit tenni az egyéni és közösségi létet egyaránt biztosító szabadság gyakorolhatósága érdekében. És örülök, ha könyvben is rögzítődik ez a történet, ha sikerül tudatosítva is feldolgozni ezt az időszakot. És persze örülök, hogy élnek a szabad rádiók.



2. fejezet

Kisközösségi rádiók 2010

Helyzetjelentés a kisközösségi rádiókról 2010.

**Kisközösségi rádiós felmérés 2009-2010,
Szabad Rádiók Magyarországi Szervezete, Norvég Civil Alap**

A helyzetjelentés összeállítói

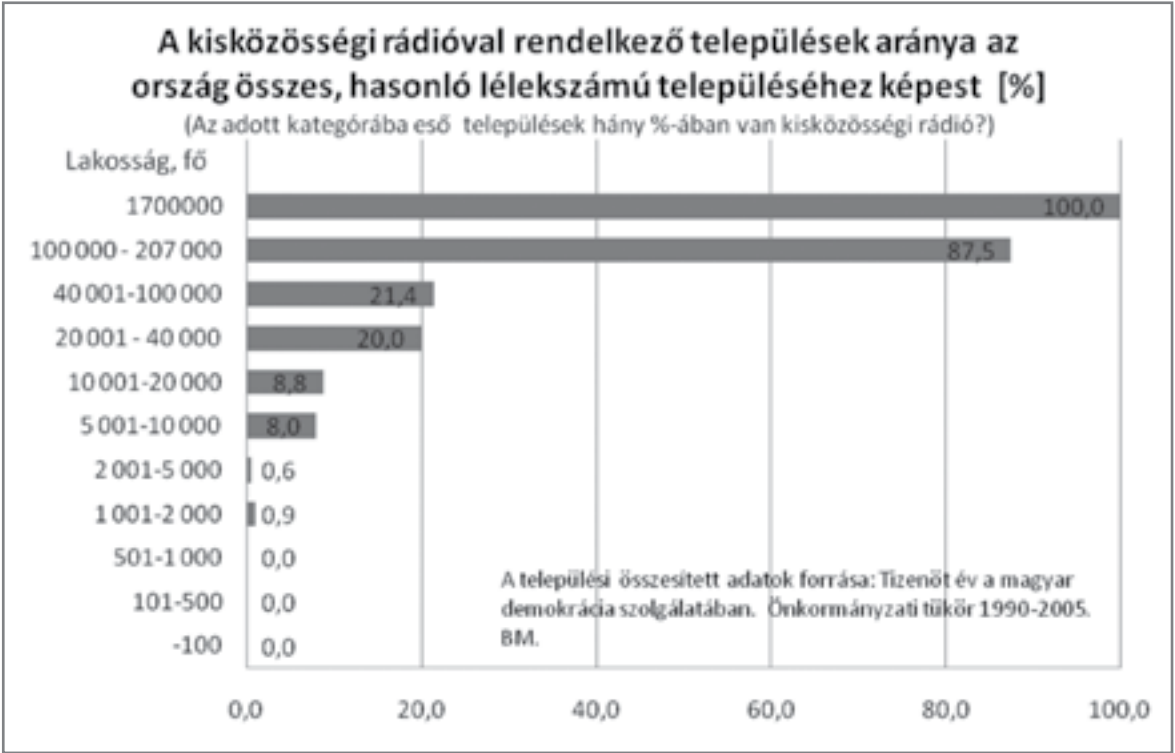
A helyzetjelentést írták: Hargitai Henrik és Ferenczi Tünde. A felmérés lefolytatásában, kiértékelésében és koordinálásában a következők vettek részt: Kovács Orsolya, Medvegy Gábor, Novák Márk, Pogány György, Walter András.

Az ORTT 2002-ben döntött a kisközösségi rádiózási forma bevezetéséről Magyarországon (Kulturális Közlöny 2002). E rádiók lehetnek nem nyereségérdekeltek vagy közműsorszolgáltatók, besugárzási körzetük 1 km körüli, hetente minimum 14 órát sugároznak, és – már csak vételkörzetük nagysága miatt is – kiemelt jellegzetességük a nagyon erős lokalitásuk. Az elsők 2004 januárjában kötötték meg műsorszolgáltatási szerződéseiket. A jelen írás alapja a Szabad Rádiók Magyarországi Szervezete által készített 2010-es felmérés, melyben 20 rádiótól érkeztek vissza kérdőívek és a részt vevő rádiók többségével személyes interjú is készült. A tanulmányban közölt adatok forrása, ahol másként nem jelezzük, az említett kérdőíves felmérés. Fontos hangsúlyozni, hogy a kérdőíves adatok a működő kisközösségi rádiók 25-30%-át fedik le, mely sem teljes körűnek, sem reprezentatívnak nem mondható. Az egyes rádiókról szóló idézetek és információk forrása minden esetben a kérdőív és a rádió megjelölt képviselőjével folytatott beszélgetés.

Megjegyzés: a felmérésben két nem kisközösségi rádió szerepel: a Rádió 35 közműsor-szolgáltató rádió, a Közös Hullámbossz pedig ideiglenes engedéllyel üzemelő rádió.

Alapadatok

2010-ben 68 bejegyzett kisközösségi rádió volt az ország 3146 településéből összesen 44-ben. A nagyvárosokból csak egyben (Kecskeméten) nem szólt kisközösségi rádió (ahol igen, ott általában több is), a 20-100 ezer lakosú kisvárosok közül minden ötödikben, az 5-20 ezer lakosú települések közül kb. minden tizedikben, az 1-5 ezer lakosú települések közül kb. minden századikban szólt kisközösségi rádió. Az ezerfős lélekszámnál kisebb, összesen 1720 magyarországi településnek nem volt kisközösségi rádiója. (Megjegyzés: minden egyes lélekszám-kategóriába kb. 1 millió fő tartozik.)



Ugyanezt más nézőpontból úgy is megfogalmazhatjuk, hogy 8 év fejlődés után a kisközösségi rádiók 40%-a 100 ezer főnél nagyobb településen működött, 29%-a 10 ezer és 100 ezer fő közöttin, 17%-a 5-10 ezer fős településen, 13%-a ezer és ötezer fő közöttiben. Tehát minél kisebb a település, annál kisebb a rádióalapítási kedv.





A fentiek és a településkategóriák összlakosságszámának ismeretében (BM/KSH, 2005) meghatározhatjuk, hogy egy kisközösségi rádió átlagosan hány lakosonként „jelenik meg”. Az adatokból az derül ki, hogy szinte a település nagyságától függetlenül kb. 100–200 ezer lakos kell ahhoz, hogy annyi önkéntes rádiós összegyűljön, amennyi egy kisközösségi rádió működtetéséhez szükséges. Az 1000 fő alatti 1720 településen 784 ezer ember lakik, de itt egyikben sincs kisközösségi rádió, azaz 1000 fő a „lélektani határa” a rádió beindulásának, vagy valamilyen okból az ennél kisebb települések közösségi életébe nem illeszthető bele a helyi rádió. Nagyvárosokban már 50 ezer lakosonként indul egy kisközösségi rádió (talán a főiskolás-egyetemista média szakosok megjelenése miatt), a budapesti rosszabb érték pedig annak a következménye, hogy itt három „nagy” közösségi rádió is működik. (Az átlagérték 10 millió lakosra 68 rádió, azaz 147 ezer lakosonként egy.)

Ha elfogadjuk, hogy egy rádió működtetéséhez átlagosan 10–20 önkéntes szükséges, akkor ez azt jelenti, hogy a nagyvárosokban kb. ötezer emberből egy jelentkezik önkéntesnek, kisebb településeken pedig átlagosan kb. tízezer lakosból kerül ki egy önkéntes rádiós. Ez azonban csak statisztikailag igaz, hiszen hat, 1–2 ezer fős faluban is működik rádió, melyben nyilvánvalóan többen is dolgoznak; azaz valószínűleg azon az egyetlen szervezőn múlik, aki beindítja a rádiót, az a bizonyos 147 ezer lakosból valahol élő egyvalaki; ő pedig képes lesz maga köré gyűjteni a rádiósokat.

Mivel az ORTT Médiatanácsnál minden félévben újabb tucatnyi pályázó ad be kisközösségi rádióalapítási kérelmet, a fenti mutatók feltehetően javulni fognak, azaz egyelőre a rádiók számát tekintve még az alapítások korszakában vagyunk, nem állt be egyensúlyi állapot.

Előttörténet, alapítás

A kisközösségi rádiók sok esetben egy már létező stúdióra vagy korábbi helyi rádió munkatársaira építenek indulásukkor. Ez lehetett a Magyar Rádió egy helyi stúdiója (Rádió Mi), korábban működött helyi kereskedelmi rádió (Régió Rádió → Rádió X), feloszlott közösségi rádió (Fiksz → Fúzió) vagy rövid időre összeálló kalóZRádió (Pulzus Rádió → Best of Rádió), gyakrabban a helyi kábeltévén rádióként vagy képűrság alatt szóló kábelrádió (Rádió 35, 4SSSS), vagy már helyben jól ismert, tehát helyi rádiós funkciót betöltő

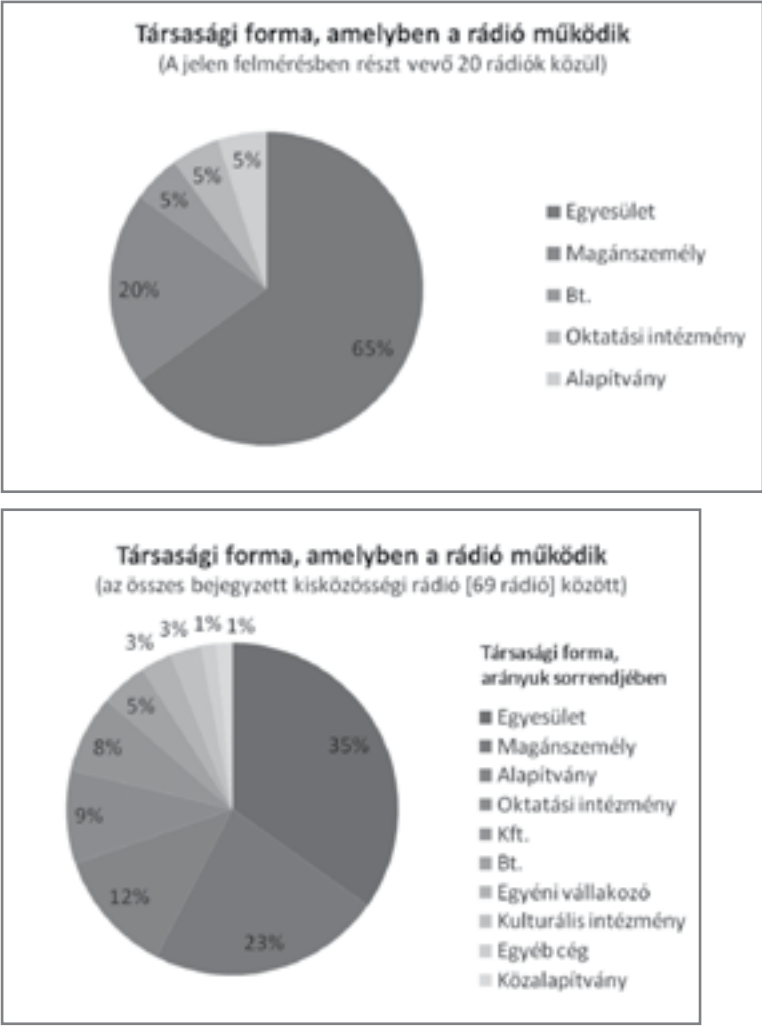
internetes rádió (Rádió Smile, Best Rádió). Sokszor ezek a rádiók véletlenül értesülnek a kisközösségi forma létéről, és amikor erről tudomást szereznek, korábbi terveik részleges megvalósításának lehetőségével fognak bele a pályázatírásba. Egyes rádiók munkatársai egy másik szerkesztőségből azért váltak ki, hogy kereskedelmi vagy más érdekektől függetlenül, szabadon rádiózhassanak. Ilyenkor azonban rendszerint a korábbi vételkörzet töredékét kaphatják csak meg, tehát a szólásszabadság elnyerése mellett más típusú korlátokkal kell szembenéznük, ami végül az eredeti koncepció feladásához vezethet (Rádió Mi).

A tiszta lappal induló kisközösségi rádiók esetében készítő erő volt, ha egy közösség úgy érezte, a létező helyi rádió elhanyagolja őket, és megvolt benne a kezdeményező erő is egy új rádió létrehozására: „rengeteg a diák, sok középiskola van ... nem igazán szolgálták ki a diákokat. Este hatkor vége volt a műsoroknak, meg a fiatalokhoz csak a kívánságműsor szólt – ez azért kevés. Egy kollégium például igényelné, hogy este tízig, vagy akár éjfélig szóljon valaki hozzájuk. Hétfégen meg semmi, maradt mindenkinek az mp3-lejátszó.” (Mustár)



Megjegyzés az ábrához: a 2007-es felmérésben (Gosztonyi, 2007) csak egy, a 2010-esben akármennyi kategóriát be lehetett jelölni. Az ORTT Médiatanács csak egy célt fogad el rádióalapítási célként. Az, hogy a 2010-es felmérésben egy-egy válaszadó szinte minden esetben több kategóriát is bejelölt, arra utal, hogy a kisközösségi rádiók funkciója sokkal sokszínűbb, mint lehetne, azaz a Médiatanács által kívánatosnak látott egy célúra behatárolt kisközösségi rádió funkciójánál szinte minden rádió több feladatot lát el.

A rádió működése



A rádiókat túlnyomó részt egyesületek működtetik. Ebben a kérdésben lehetőségünk van teljeskörű adatsort is bemutatni az ORTT nyilvántartása alapján, ezzel ellenőrizhető a jelen felmérés reprezentativitása is. Látható, hogy az eredmények sorrendiségében nincs jelentős eltérés a jelen felmérés és a teljes körű adatsorból nyert eredmények között, viszont az is kiderül, hogy a felmérésből a profitorientált cégek által működtetett rádiók teljesen hiányoznak, azaz a szöveges elemzésben az ő tapasztalataik, véleményük nem jelenik meg.

Ha csak a kisvárosok és falvak kisközségi rádióit nézzük, az arányok már megváltoznak:



Döntéshozás. A közösségi rádiókban a vezetői döntések ideális esetben demokratikusan születnek, ezzel is erősítve a közösségi jelleget. „A rádió működéséért az egyesület 5 tagú elnöksége felel, a műsorbeosztásért és szakmai programokért a szintén 5 tagú szerkesztőbizottság. Ezen felül van egy technikai teamjük és egy PR-csapat. Főszerkesztő nincs, a döntések közösen születnek meg” (Fúzió). „A felmerülő kérdéseket megvitatjuk és szavazással döntünk a lehetséges alternatívák közt. Ez azért fontos, mert úgy érezzük, hogy a rádió közös munkánknak és hozzájárulásainknak köszönheti fennmaradását, és nem érezzük szükségét annak, hogy néhány ember döntései kerüljenek előtérbe, így is fenntartható a működésünk”. (Rádió Mi). Máshol azonban hagyományos főszerkesztői irányítással működik a rádió, amire a mindenes helyi rádió szerepét betöltő állomásokon és az erősen tematizált rádiókban is találunk példát.

Hallgatottság

A Civil Rádiózásért Alapítvány megbízásából 2007-ben készült felmérés (Gosztonyi, 2007) szerint a rádiók mindössze felének van adata hallgatottságáról. A jelen felmérésben a megkérdezettek 42%-a mondta azt, hogy rendelkezik adatokkal, ebből 66% vélte úgy, hogy ezek megbízható adatok. Ahol már készítették felmérést, ott többségében személyes megkereséssel (kérdőív formájában) történt. Ahol nem készítették, ott ezt azzal indokolták, hogy „nincs rá ember és pénz” vagy „pénz és energia” illetve „nem éri meg a befektetett munkát”.

A rádiók többségénél azonban csak becslésekre hagyatkozhatnak. A becslés alapja lehet szóbeli kérdezősködés, az internetes oldal és stream mérhető látogatottsága vagy a hallgatói visszajelzésekből „számított” adat.

A műsorszolgáltatási szerződésben megadott potenciális hallgatók száma és a rádiók által becsült potenciális hallgatók száma közt is vannak eltérések.

A potenciális hallgatók száma a felmérés válaszadóinál átlagosan 12 000 fő (szórás: 300 és 40 000 között, a leggyakoribb 5 000-10 000 fő); míg az elért hallgatók száma a válaszadók szerint átlagban 5500 fő (100-20 000 fős szórással).

A rádiók 75%-a vélte úgy, hogy a potenciális hallgatók fele sem vált kisközségi rádióhallgatóvá, sőt 43%-a szerint a lehetséges hallgatóknak még a 10%-át sem sikerült elérniük.



A kisközösségi rádióknak a válaszok alapján az FM-hez képest nincs erős internetes hallgatótábora. A rádiók 22%-nak van 100-nál nagyobb internetes hallgatósága, 34%-nak 10 és 100 közötti internetes hallgatója van. Ez az internetes rádiók hallgatottsági adataihoz képest jó eredménynek mondható.

Hallgatószám-becslés

A 4SSS rádiónál úgy becslik, hogy egy sms kb. 100 hallgatót reprezentál – ez alapján kb. 1000 főre teszik a hallgatottságukat éterben (interneten és kábelben pedig kb. 500 fő). A Mustárnál egy visszajelzést (legyen az telefonos vagy személyes) 50 hallgatóként írnak jóvá. Itt heti 1-2 e-mail, sms vagy telefon érkezik.

A rádiósok számára „rejtőzködő” hallgató csak szélsőséges esetben ugrik ki a bokorból, amit a Rádió Smile-nak sikerült elérnie: „tavaly április elsején a hírekbe beleraktuk, hogy lemondott a polgármester, délutánra már a fél város erről beszélt. A polgármester is mondta, hogy olyan jól meg lett írva a hír, hogy ő maga is elhitte volna. Ez volt talán az első elismerésünk.” (Smile)

A tényleges hallgatottság melletti másik használt mutató az ismertség. A Mustárnál egy felmérésben nem csak azt kérdezték, hogy hallgatják-e, hanem hogy ismerik-e a rádiót. Itt kb. 50%-os ismertség jött ki.

A hallgatók köre a kis vételkörzet miatt eltérő jellegű lehet a nagy rádiókétól. Egyrészt sok esetben a hallgatóság magját a műsorkészítők személyes ismerősei adják (Remete, EPER) (ami egy nagy rádiónál eleve lehetetlen), másrészt pedig azon rádiókban, melyekben nem egységes jellegű a műsorfolyam, a hallgatók nem a rádiót hallgatják általában, hanem inkább egyes műsorokat keresnek (Fúzió). Így időnként megugrik a hallgatottság, máskor csökken, de ezt nem a hagyományos „főműsoridő”, hanem az adás tematikája határozza meg. A konzervműsorokra épülő rádióknál az élő műsorok alatt lehet magasabb a hallgatottság.

Az elmúlt pár év alatt a műsoraikat letölthetően vagy lehívhatóan, válogatva vagy hetekre visszamenően egységesen kínáló rádiók száma ugrásszerűen megnőtt. Azon rádióknál, melyek nem egész napos könnyed szórakoztatásra és aktuális információkra építik a műsoraikat, ez a hallgatási forma kulcsfontosságú lehet. Az EPER archívumából egy-egy korábbi műsort havi 10-200-an töltenek le, vagy legalábbis kezdenek el letölteni, meghallgatni. Egy hosszabb ideje letölthető műsornál a hallgatók száma összeadódik, így egy-egy sikeres, nem elavuló programot néhány év alatt akár több ezren is letölthetnek. A műsor hanganyaga mellé kínált hozzászólási lehetőséggel a műsor köré az évek során kisebb hallgatói-rajongói közösség is fejlődhet, különösen, ha a műsor folytatódó, sorozat jellegű.

Több hallgatót mindenáron?

Bárhogyan is alakulnak később a hallgatottsági mutatók, a hallgatók számának növelése a legtöbb rádió állandó célja, még ha eltérő okok is állnak mögötte. A megkérdezettek közül senki nem mondta, hogy nem él a rádiót népszerűsítő lehetőségekkel, azaz a mintánk 100%-a használ valamilyen csatornát, médiumot, amin keresztül igyekszik eljutni minél több potenciális hallgatóhoz.

Tény azonban, hogy a szorosan értelmezett kisközösségi rádiózás célja és a rádiók által közölt tartalom általában kizárja a nagyszámú hallgatóközönséget, mivel nem tömegeket szólít meg, hanem egy helyi lakóközösség igényéhez igazodik, ideális esetben egy kisebb rádiós közösség hangján szólal meg. Ugyanakkor sok megkérdezett rádió (elsősorban vidéki kisvárosokban működő rádiók) működésén, arculatán látszik, hogy nem egy helyi civil szervezet, mozgalom vagy szubkultúra rádiója kíván lenni, hanem a település és/vagy a vételkörzetükbe tartozó települések hangja. Így vannak olyan közösségi rádiók, akik hasonlóan a kereskedelmi vagy közszolgálati rádiókhoz a település „átlaghallgatóját” igyekeznek megszólítani, vagyis olyan tartalommal előállni, ami a helyi emberek érdeklődését, hallgatói igényét kielégíti, ízlésvilágának a leginkább megfelel, még akkor is, ha vannak a rádióknak deklarált kulturális, társadalmi vagy egyéb „missziói”.

A nyíregyházi Campusnál fogalmazták meg ezt a dilemmahelyzetet a legplasztikusabban: „A főiskolán 8-10 ezer hallgató van. Kiről szól [a rádió]? Ha csak a főiskolásról, akkor már a hallgató szüleiről is, a városról is szólni kell, mert a hallgatót ez is érdekli, és az egész világról is – és ez már nem is kisközösségi rádió.”

A hallgatottság úgy biztosítható, ha a helyi igényekre reagál a rádió. A helyi igény változatos lehet a kereskedelmi rádiós hangzástól és zeneiségtől kezdve a mulatóson át a magyar nótáig. Tégláson a 4SSSS a hallgatók igényei szerint szerkeszti a zenei műsorokat, kívánságműsorokat, Balkányban az Alfa Rádió munkatársa Balla András arról beszélt, hogy elkapcsolnak az emberek, ha olyan műsorok mennek, amit nem szeretnek. Ez ellen a rádió úgy taktikázik, hogy a közízlés szerinti tartalmakba, zenébe belecsempésznek új dolgokat, amit így megismertetnek az emberekkel, majd fokozatosan növelik a „dózist”, így teszik befogadóvá hallgatóikat az általuk értékesebbnek, színvonalasabbnak tartott tartalmak iránt.

A Kisközösségi rádiózás Magyarországon című tanulmányban (Benedek et al., 2007) a szerzők így fogalmaznak a kérdéssel kapcsolatban: „ha a rádió a kereskedelmi csatornákon és sajtóban ismert bulvár jellegű tematikát és stílust alkalmazza, hallgatásához nem kell erőfeszítés, így nagyobb közönséget érhet el, de ezzel csak duplikálja a már máshol meglévő tartalmat. E rádiós műfaj célja pedig épp az olyan tartalom előállítása, mely kizsorul a fő sodorvonalban haladó médiumokból: a kisebbségi, civil hangok kaleidoszkópjának megszólaltatása.”

A felmérés tapasztalatai és a kérdőív adatai alapján a jelenlegi kisközösségi rádiós mezőny sokhangú. Ebben a polifóniában éppúgy vannak a kereskedelmi rádiózás ritmusát követő, mint alternatív, valóban sajátos igényű kisközösségnek, „vájtfülűeknek” szóló, vagy éppen a lokális közszolgálati megvalósítására törekvő hangok. Az, hogy egy rádió milyen hangon szól, az elsősorban az alapítók vagy a rádiót működtető kisközösség céljaitól, erejétől, rádiós vízióitól függ. Ez időnként összhangban van azzal, amiért ez a rádiózási forma – a közműsorszolgáltató, kereskedelmi és közösségi helyi rádiók mellett – létrejött, előfordul azonban az is, hogy inkább egy lazábban értelmezett, a helybeliséget, kisebbséget földrajzilag és nem feltétlenül kulturálisan megrajzoló kisközösségi rádiózást jelent.

A hallgatottságon innen és túl

A kisközösségi rádiók rendelkezésére álló korlátozott vételkörzet viszonylag kevés potenciális hallgatót jelent. Ehhez képest a kisközösségi rádiók általános törekvése kiterjeszteni a vételkörzetet, bővíteni a hallgatottságot. Péterfi Ferenc és Péterfi Anna (Péterfi és Péterfi, 2009) tanulmányában ezzel kapcsolatban arra a veszélyre hívja fel a figyelmet, hogy a hallgatottság növelése nemcsak a sikerérzés fokozásához járul hozzá, hanem implicit kereskedelmi megfontolást is rejt: a nagyobb hallgatottság nagyobb esélyt jelent a reklámidő értékesítésére. A reklámok közlése azon túlmenően, hogy kereskedelmi szempontoknak rendeli alá az eredetileg nem profitorientált kisközösségi rádiókat, azt a veszélyt is magában hordja, hogy sérül a helybeliség, a lokalitás szempontja, vagyis minél szélesebb a vételkörzet, annál inkább megjelenik a tartalom egységesítése, átlagosítása, a helyiek megszólítása helyett a mindenkihez szólni akarás igénye.

Bár a felmérés adataiból csak korlátozott következtetéseket vonhatunk le, az biztosan megállapítható, hogy az üzleti szempontoknak a közösségi célok fölé kerekedése a rádió arculatát, stílusát közelíteni fogja a kereskedelmi szempontok szerint működő nagy adókéhoz, de azt nem állíthatjuk, hogy ez az összefüggés fordítva is fennáll. Vagyis ahol „kereskedelmibb”, „kommerszebb” a rádió hangzása, még nem jelenti azt, hogy

az adott kisközösségi rádió a profit, az eladhatóság miatt szól ezen a hangon. Számos más ok is lehet a háttérben, például a helyi igények figyelembe vétele vagy a kisközösségi rádiózás műfájának eltérő, kevésbé elitista megfogalmazása. Az sem igazolható, hogy a vételkörzet bővítésének szándéka mögött mindig kereskedelmi érdekek állnának. Egyes rádiók teljesítménye különféle okok miatt hibásan lett kijelölve, így a minimálisnál is kisebb vételkörzettel rendelkeznek, az érvényes kisközösségi elveket valló szubkulturális-kulturális rádiók pedig alapvetően nem földrajzi, hanem érdeklődési közösségekként definiálják célközönségüket.

Ugyanakkor a Péterfi szerzőpáros mérvadó megállapításához kapcsolódóan még két megjegyzést kell tennünk: az egyik a reklámidő értékesítésére, a másik a lokalitás szempontjának érvényre jutására vonatkozik.

A reklámidő értékesítése a kisközösségi rádiók mindennapi gyakorlatában és finanszírozásában sokszor inkább megoldatlan kérdésnek, mintsem valós kereskedelmi szempontok térnyerésének minősül. Mintánk adatai szerint bár a vételkörzet bővítését, a hallgatottság növelését sok vidéki kisvárosban, kisebb településen működő rádió említette, ezt nem kapcsolják össze finanszírozási szempontokkal, sőt sokan elvi vagy praktikus okokra hivatkozva el is utasítják a kereskedelmi reklámozás lehetőségét. Vannak persze ellenpéldák is, de az adatok szerint bár a megkérdezett rádiók több mint kétharmada közvetít reklámot, ezt csak néha-néha vagy jóval a törvényi maximum alatt teszi, és ezt az időt sem csak kereskedelmi jellegű reklámokkal töltik ki.

A lokalitás szempontjának sérülése, tehát az, hogy egy szűk vételkörzetben megcélzott közönség szociális, kulturális sajátosságainak bemutatása, a helyi identitás megerősítése vallhatja kárát a vételkörzet bővülésének, a törvényi szabályozás korlátai miatt egyelőre nem igazolható.

Ugyanakkor a néhány kilométeres bővülés egy kisvárosban vagy egy kisebb térségben ritkán azonos azzal, hogy más, jelentősen különböző helyi identitással rendelkező csoportok kerülnének be a potenciális hallgatók körébe. Sokszor csak annyit jelentene, hogy a kisváros egészében hallható legyen a rádió, ne csak néhány utcában. Másrészt, ahogy arra a Péterfi szerzőpáros (Péterfi és Péterfi, 2009) is rámutat, alapkérdés, hogy egyáltalán rendelkeznek-e az önmagukat kisközösségiként definiáló rádiók a lokalitásból fakadó egyedi hanggal és azzal a tudással, hogy a helyi identitás mibenlétét felismerve, a hallgatóikat aktív közreműködésre ösztönözve erősítsék a helyi érdek- és értékközösséget. Kérdés, hogy célként tűzik-e ki, és ha igen, valóban sikerül-e a rádióknak a helyi közösségek hangját megszólaltatni, annak hagyományai, értékei, szociokulturális jellemzői mentén valamifajta „couleur locale-t” megjeleníteni, képviselni a hely sokszínűségét és akár alakítani is a hely közösségi-kulturális életét, vagy inkább a nagy médiumok mintájára a „helyi átlaghallgatóság” igényéhez igazodnak, és a nyilvános megszólaláson túl nem találnak eszközöket arra, hogy a fenti céloknak megfeleljenek.

Általános tartalmi koncepció

A kisközösségi rádió műsorának meghatározásánál figyelembe vehető szempontok között a műsorkészítők egyéni szempontjai nagyobb szerepet töltenek be, mint egy kereskedelmi rádió esetén. Az általános célú kereskedelmi rádió alapvetően a legtöbбек számára elfogadható műsorokat sugároz, melyeknél a legkevesebben kapcsolnak el a rádiótól. A Tavirózsa Rádió működésének elején egy jótékonyági bálon kérdőívet töltetett ki száznál több helybélivel, és ennek alapján készítették el a műsortervet. Itt tehát (1) a hallgatói elvárások szerepelnek fő helyen. A hallgató utólag is hatással lehet a tartalomra: a régebben divatos „tetszési index” segítségével kideríthető, mely műsorok tetszenek a hallgatóknak, ám ez csak laza kapcsolatban van a tényleges hallgatottsággal: ma az adott műsor mérhető hallgatottsága a kereskedelmi és már a közszolgálati rádió műsorainak legfontosabb mérőszáma. Nem biztos, hogy a hallgatók által kérdőíven megjelölt tartalom lesz a leghallgatottabb, sőt, az is lehet, hogy egy önkéntes által kitalált új típusú tartalom fogja vonzani a legnagyobb közönséget. Ez utóbb említett koncepcióban (2) az aktuális önkéntes műsorkészítő saját szempontjai szerint készíti el műsorát, ahol az ő személyes ízlése és érdeklődése határozza meg a tartalmat. Végül az is lehetséges (és általában ez a jellemző), hogy (3) a rádió főszerkesztője határozza meg az alapkoncepciót (formátumot) és ehhez keres önkénteseket vagy az önkénteseknek ezekhez az alapelvekhez kell igazodniuk. A tartalmat vezérelheti tehát a közönség véleménye és rádiójának kapcsológombja, a műsorkészítő, a főszerkesztő (programigazgató) koncepciója, illetve e három közösen.

TARTALOM

Sikeres műsorok

Szinte egybehangzó állítás, hogy míg zenére és állandó hírekre mindig szükség van, a hallgatottság igazán akkor ugrik meg, amikor „helyi ügyekkel foglalkozó műsor van” (Tavirózsa). Az élő közvetítések is hallgatottak (helyi csapat sportmérkőzésének közvetítése, önkormányzati ülés stb.), és ezek hallgatottsága az online streamek hallgatottságának megugrásával is nyomon követhető (Periszkóp, Best of Rádió). A nagy médiumokban népszerű műsorok kicsiben is sikeresek: az amatőr zenekarok versenye például a Campus Rádiónak volt sikeres akciója.

A helyi műsorok között egyértelműen azok hallgatottsága a legnagyobb, melyek a helyi közélet személyiségeit mutatják be, vagy melyekben őket kérdezik valamilyen aktuális témáról. Ilyen pl. a „Staféta” (Mustár), melyben tanárok, önkormányzati dolgozók, orvosok beszélnek és a műsor végén ők határozzák meg, hogy mi legyen a következő műsor témája, ezért staféta a címe. Hasonló a „Nap vendége” (Best of Rádió) reggeli műsor, melyben aktuális témáról helyi vendégekkel beszélgetnek (polgármestertől intézményvezetõn át rendõrkapitányig stb). A műsorok jellege attól is függ, kit vonnak be vagy ki vonható be, illetve ki jelentkezik a rádióba műsorkészítőnek.

Mint Balla András megjegyzi: „Mit szeretnek leginkább hallgatni [a kis települések hallgatói] kicsit kisarkítva: saját magukat - ismerősüket, rokonukat, ellenségüket stb.” Ez nem azt jelenti, hogy telefonálnak, hogy magukat hallgassák, hanem hogy ha olyasvalaki szólal meg, akit személyesen ismernek, az érintettség miatt meg fogják hallgatni a műsort, akár esti mesét olvas az illető, akár műsorvezető vagy riportalany. Ebben a „műfajban” ideális helyzetben a néhány ezres kistelepülések vannak, hiszen itt a rádió előnyére is fordítható a „mindenki ismer mindenkit” jelensége.

Néhány konkrét műsor, a teljesség igénye nélkül:

Tematikus műsorok

“Női szemmel” (Alfa): három női műsorvezető beszélgetős műsora hétvégeként

„Különóra” (Mustár): pedagógusok, diákok adása.

„Múzeumi ajánló”(Best of Rádió): a rádió vezetőjének felesége múzeumvezető, ő készíti a műsort

„Horgászműsor” (Best of Rádió): a helyi horgászegyesület műsora

„Úton-útfélen” (Berzsenyi Rádió): utazási műsor

„Huszárvágás” (Csillaghang Rádió): magyar hagyományörző műsor

„Mesterkertész” (Zöld Hullám Rádió): tanácsok kertbarátoknak, kertészkedőknek

„Elbeszélt történelem” (Rákóczi Hírmondó és az EPER): életútinterjúk

A Mustár Rádió életmódműsorából hangoskönyvet is készítettek (Babi néni).

Gasztroműsorok

„Sülve-főve” (Berzsenyi Rádió)

„Borászati és gasztroműsor” (Best of Rádió)

„Gasztrovándor” (EPER)

„Huszárkonyha” – kalandozás a magyar ízek világában (Csillaghang Rádió)

Piaci műsor: A hevesi Galaxis Rádióban szerdánként egyik műsorvezető kint van a piacon, onnan jelentkezik be telefonon, beszámol a termékekről, újdonságokról, árakról, mennyibe kerül a zöldség, gyümölcs. A piac meghatározó fórum a város életében, a helyiek a rádióból értesülhetnek a piac állásáról.

Egyházi műsorok

Egyházi műsor (Best of Rádió): eleinte a stúdióba mentek prédikálni, de ma már csak a misét közvetítik. A miseközvetítés számos rádióban bevett szokás.

Irodalmi műsorok

A Berzsenyi Rádió már több mint 40 epizódra visszatekintő folytatásos szappanoperát készít, Nándor család címmel. A rádiószínház a Tavírózsa Rádióban egyelőre csak terv: dráma szakos pedagógussal és helyi gyerekek részvételével indulna egy rádiószínházi műhely. „Péntek esti randevú” (Mustár): irodalmi műsor - versmondó diákok, zeneiskolások. Az Alfa Rádióban egy alkalommal 170 iskolás és óvodás, pedagógus mondott verset, melyet cd-n megkaphattak a szülők, így a gyerekek hangját később is meghallgathatják.

Gyerekműsorok

A Remete rádióban a helyi kismamák rendszeres mesefelolvasásokat tartottak, a Zöld Hullám Rádióban apukák is olvasnak meséket a gyerekeknek („Mesebeszéd”). A Mustár szombaton délelőtt tart két órás gyerekműsort.

Oktatási műsorok:

Rádióegyetem: egyetemi előadások szerkesztett hangfelvételei. Az EPER 6 éves működése után már több mint 500 előadás tölthető le, illetve került adásba. A Campus különféle főiskolai előadásokat rögzít és sugároz (különösen vendégelőadók előadásai és konferenciák anyagai), mert „kifelé is meg kell mutatni, hányféle képzés van”. A Best of Rádió oktatási műsorait egy nyugdíjas főiskolai tanár tartja.

Kívánságműsor

A könnyed zenei profilú rádióknál szinte kötelező elem, de máshol is előfordul. Talán a legkönnyebben elkészíthető műsorszám, melyben a célközönség maga is megszólal az adásban egy-egy kérés erejéig. Az Alfánál minden nap van kívánságműsor, „főszezonban akár napi 20 kérés, máskor 2-3”, de a devecseri Közös Hullámhossz rádióban is megjelent, „önkéntesek kérték” címmel, akik a katasztrófa elhárításán dolgozva kérhettek zeneszámokat. A Rádió 35-nél merült fel problémaként, hogy az ORTT a kívánságműsort nem fogadja el közszolgálati tartalomként, holott ezek a zeneszámok kifejezetten a célközönség kérésére kerülnek adásba.

Ismétlés

Különösen a közszolgálati jellegű prózai műsorok esetén egy helyi rádió nem tud napi 24 órás műsorfolyamot létrehozni. Ezek a rádiók ezért vagy napi néhány órában sugároznak, vagy a nap során megismétlik friss adásaikat. A Galaxis Rádió egyedülálló ismétlési rendet dolgozott ki: „Heves egy alvó város” - mondja a rádió vezetője - „az emberek más városokba járnak dolgozni, reggel elmennek, délután visszajönnek, reggel nem tudják meghallgatni a műsort, ezért azt kérték, hogy délután ismételjük meg a reggeli, délelőtti adást. A reggeli műsorokból csinálunk délutánra egy vágott verziót. Hétvégén, vasárnap 10-12 között összefoglalót a heti legérdekesebb riportokból, műsorokból.” Ez a gyakorlat nagyjából megfelel a Magyar Rádió éjszakai-esti ismétlési sávja gyakorlatának, és nem kis időráfordítást igényel.

Élő műsorok

Általánosan jellemző, hogy hétvégén és este konzervműsorokkal dolgoznak a rádiók, mely gyakorlatot az ORTT támogatási formája is aktívan alakítja (a hétköznap nappali élőzést részesíti előnyben). A Mustárnál nappal folyik a munka, de csak későbbi adásokhoz történő műsorgyártás („szigorúan vágott műsorok”) és ügyelet van, élő adás csak pénteken délután.

Hírek

A rendszeres hírszolgáltatás legegyszerűbb módja egy hangoshírkonzerv-gyártól megrendelni azokat, ám ez inkább azoknál a rádióknál fordul elő, melyek egy település helyi rádiójának a szerepét viszik, mindenes szerepre törekszenek, tehát kereskedelmi stílusú, könnyed, háttérrádiós célú adásmenetet folytatnak. A központi hírblokk hátránya, hogy épp a kisközösségi rádió célját, a helyi információk szolgáltatását nem teljesítik, azaz ilyenkor szükség volna a helyi hírekkel - amikor vannak - kiegészíteni a központi hírblokkot.

Ha az óránkénti friss országos híradás és időjárás-jelentés elmaradna, ezzel bizonyára hallgatókat veszíténének az ilyen rádiók. Ilyen műsorokat szolgáltató cégek pl. a Rádió Hírszolgálat, az MTI Audio vagy a Hírcentrum Média. Általános gyakorlat, hogy az óránkénti hírekért nem fizet a rádió. Előfordulhat, hogy valamilyen műsort ad érte cserébe, de leggyakoribb, hogy reklámidőt bocsát rendelkezésére (ha a hírgyár egyben reklámszervezéssel is foglalkozik). Mivel ilyenkor automatikusan kerül adásba a hírblokk, a rádióban ezeket nem ellenőrzik, amiből már előfordult konfliktus: „olyanokat küldtek át, hogy a hírek közepén káromkodás volt: „ki*****tt mikorofon mi a sz**t csinál”, így küldték át, senki sem hallgatta meg, mielőtt elküldték” (Rádió 35).

Sokkal több ráfordítást igényel, ha a rádió önállóan gyártja a hírblokkjait. Erre sok kereskedelmi rádió nem vállalkozik, mert a műfaj túl költséges (emberi erőforrás és időigényes), talán a közösségi rádióknak ebben annyi előnye van, hogy a hírszerkesztést vállaló önkéntesek ingyen készítik a hírblokkokat. Több rádió is maga gyártja a híreit. „Élőben megy a hírolvasás, 3 műsorvezető van, 4 óránként váltják egymást, helyi híreket mondanak és időjárásjelentést” (Alfa). Egy kistelepülésen azonban általában nincs annyi hír, hogy ez óránként megtöltsön egy hírblokkot, tehát a hírek vagy ritkábban szerepelnek (és akkor a hallgatók hiányolni fogják), vagy a helyi hírszerkesztő is országos hírekkel, érdekességekkel tölti föl a hírblokkot. Ugyanakkor azt is érdemes megemlíteni, hogy egy kis településen működő kisközösségi rádió hírszerkesztőjének a helyi, szóban terjedő hírek sebességével nehéz felvennie a versenyt. Egyrészt a hírek terjedési sebessége gyorsabb lehet, mint ahogy az a rádióban elhangozna, másrészt a szóbeszéd eleve szélesebb körbe juttathat el egy hírt, mint ahányan a rádiót hallgatják. Ugyanakkor nyilvánvalóan lesznek, akik a rádióból értesülnek egy adott hírről, tehát korántsem tekinthető hiábavalónak a lokális híradás.

Minél szűkebb réteget céloz meg a kisközösségi rádió, annál kevésbé van szüksége az óránkénti híradásra. Vannak rádiók, ahol egyáltalán nem adnak híreket.

Zene

Zene-szöveg arány

A zene-szöveg arány átlaga az összes rádióra 41%-59% a szöveg javára (2007-ben 60%-40%). A rádiók mindössze kb. 25%-ánál magasabb a szöveg aránya, mint a zenéé. A leginkább szélsőséges érték a Periszkóp 95/5%-os aránya a zene javára, illetve az EPER 20/80%-os aránya a szöveg javára. A legjellemzőbb érték azonban 70/30 a zene javára (5 esetben).

Meghatározó stílus

A mai rádiós piacon a zenei arculat önmagában képes meghatározni egy rádió arculatát és ezzel hallgatói körét. A rádióelméleti irodalom szerint egy jól szegmentált rádiós piacon egy rádióállomásnak már egyetlen zeneszám hallatán is beazonosíthatónak kell lennie.

A felmérésben a rádiók 30%-a jelezte, hogy van meghatározó zenei arculata, ami a gyakorlatban azt jelenti, hogy a kisközösségi rádiók háromnegyede vagy mindenféle zenét játszik vagy zeneileg „semlegesnek ható” mai mainstream popzenét. Többször előfordult, hogy a válaszadó azt jelölte meg, hogy meghatározott zenei arculata ugyan nincs, „de sok magyar zenét játszunk” (Tavírózsa).

A 4SSSS rádió zenei arculatának alakulása jól illusztrálja, amikor a rádió az önkéntes rádiósok zenei elképzelései felől elmozdul a hallgatói igények felé, azaz az igényeket kiszolgálóvá válik, a kereskedelmi gyakorlatnak megfelelően professzionalizálódik, azaz középútassá válik. Hasonló története volt a hazai nagy kereskedelmi rádióknak (Juventus, Danubius) is, amikor az indulásuk utáni években a műsorvezetők ízlése határozta meg zenei stílusukat, de később a hallgatókkal végzett zenei tesztek eredményei váltak meghatározóvá, ezzel létrehozva azt a mai kínálatot, aminek eredményeképp nemcsak előadók, de teljes műfajok is kiszorultak a rádiós palettáról (ide sorolva a közszolgálati rádió kereskedelmi szemléletű „professzionalizálását” is). A kisközösségi rádióknál a különbség annyi, hogy itt csak egy szűkebb körnek, egy kisváros vagy falu hallgatói igényeinek kell megfelelni, ami sokszor eltér az „országos hallgatóság” átlagolt igényétől. A 4SSS rádió alapítása után „játszottak hip-hop, rap és rockműsort is, de nem kellett a helyieknek, kértek helyette mulatóst, gumizenét, így kénytelenek azt is adni. Zenéik ma főleg: ’80-as, ’90-es, ’00-es évek külföldi, illetve magyar zenéi. Rengeteg magyar zenét játszanak, popzenét és mulatóst. A helyi igény a mulatóst és popzenét követeli, mást nem játszhatnak. Ahol ettől eltérő zenei kínálatot tudnak adni, éjfél-től 5:00-ig a Jazznight”. Ez a személetmód teljesen jogos, ha a rádió célja (legalábbis adott adásidőben, pl. a nappali órákban) a minél nagyobb hallgatottság elérése, azaz a legszélesebb körű helyi fórum felületének megteremtése, melyhez a zene nyújtja a hátteret.

Jellemző zenei műsorrend a Best of Rádióé: „napközben Petőfi és Sláger keveréke sok magyar zenével, este 9-től rétegzene: jazz, lounge, rock, koncert, underground, újhullám, dj szombaton; vasárnap csak magyar zene, slágerakadémia: minden adásban egy év magyar zenéi, slágerlista. Volt egy terv egy késő esti komolyzenei műsorra, de nem valósult meg. Zenében nem más, mint egy nagy kereskedelmi rádió, csak a szöveg aránya nagyobb valamivel.”

Szintén a Petőfit hozza fel példának a Rádió X. „Elsősorban a fiataloknak szólnak a zenék. Ha most hasonlítani akarnám magunkat valamihez, akkor talán a Petőfi Rádióhoz tudnám. Nem játszunk le mindent, igyekszünk az igényesebbeket kiválasztani.”

Az egész nap állandó formátumban, játzsási listával működő rádió ritka: műsorsávtól – és a konkurencia játzsási listájától! – is függ, hogy épp milyen színek vannak a palettán. „Napközben szélesebb a skála, hogy aki mondjuk munkahelyen vagy étteremben hallgat, az se kapcsoljon el azért, mert szélsőségesebb zenét talál, azokat meghagytuk inkább estére. Kb. tízezer szám van az adatbázisban, ebből 3-4 ezer forog többé-kevésbé folyamatosan. Több rétegzenei műsor van, akik ezeket készítik, otthonosan mozognak benne. Ha egy átlagos rádiót nézünk, reggel általában retró szól. Nálunk is ment ez egy darabig, aztán ezen változtattunk, főleg, hogy a Siriusban is ez ment, és rátértünk arra, hogy a legfrissebb számokat adjuk” (Rádió Smile).

Más rádiók nappal sem törődnek az átlaghallgató igényeivel, hanem a „klasszikus” kisközösségi elveknek megfelelően a szolgáltatást a zenei palettán is úgy értelmezik, hogy olyasmit kell nyújtaniuk, ami máshonnan kiszorul. Ők célzott hallgatói táborok számára sugározzák a műsorokat. „A szabályok között van, hogy nem játszunk mainstream slágerzenét, komoly törekvéssel a zenei hiánypótlásra: a rádió kimondottan olyan stílusokat preferál és mutat be, amelyek máshol nem hallhatók” (Fúzió; egyébként ennyiben átmentve a Fiksz Rádió eredeti elveit). Az egyedi zenei műsorok kínálata nem feltétlen azonos a rádió egész napos „közönséges” zenei kínálatával, de legalább ilyen formában megjelenik. A Campuson pl. „van „sakálmétáros”, és más rétegzenei műsor is.”

Egyes rétegzenéket felvállaló rádiókban egész nap egységes játzsási lista dominál, pl. világzene, népzene vagy rockzene (Mustár), azaz önálló zenei formátumuk is van.

Az Alfánál a zenék tekintetében kétféle elv mentén haladnak: egyrészt „nevelni” szeretnének, másrészt viszont a hallgatóság zenei igényeinek megfelelni: „Egy ilyen rádiónak nem abból kell(ene) kiindulnia, hogy Bódi Guszti fujj, hanem abból, hogy mit szeretnének hallgatni a helyi emberek. Ha ő kell, megkapják, meg megkapják a régi jó magyar előadókat, szép verseket, történeteket és mindent, ami jó. De nem egyszerre, hanem fokozatosan emelve a dózist. Kezdetben még nem játszhattunk komolyzenét. Manapság már meghallgatják, de tudni kell a mértékét. Csináltunk komolyzenei sláger válogatásokat, komolyzene diszkórítmusban válogatást. Ezeket már meghallgatták. De ami a lényeg: ha zene, akkor magyar legyen. Bódi Guszti magyar, az jöhet. Lady Gaga nem magyar, úgyhogy csak a kívánságműsorban adjuk. Így a Lagzi Lajcsik közé be van téve pl. az Illempercek vagy a Szép versek.” Egyébként hasonló elv szerint működnek a vajdasági kis rádiók is: ott a hallgatók olvasnak verset, de közöttük vajdasági „muskátli”-zene

is szól. A Közös Hullámhossz Devecserben is úgy állította össze játzsási listáját, hogy folyamatos rotációban váltották egymást többek között a leginkább rádióbarát mulatós zenék, világzene, gospel, smooth jazz, mai és klasszikus magyar slágerek.

A 4SSSS rádió is az optimális középútat keresi: „Az induláskor megfogadtuk, nem fogunk Zámbo Jimmyt játszani, mert utáljuk, és nem is játszottuk le soha, pedig kérték. De azért sok gagyit is leadunk, hogy két színvonalasabb műsor között ne tekerjen a jónép más csatornára, mert nekünk fontos hogy sokan hallgassanak, hiszen a helyi közélet egyik fóruma is vagyunk.” Szinte ugyanígy érvel az Alfa Rádió is: „A gagyi pontosan azért kell, hogy minél többen hallgassanak. Közben egyre nagyobb mértékben bele tudjuk csempészni a színvonalas műsorokat. Ha egyből csak azt adja egy rádió, a kereskedelmi rádiók által behülyített hallgatók elkapcsolnak. Aztán adhatja annak a 2-3 embernek az adását, aki még megmaradt.”

Hogy mi alapján választják ki a zenéket, az Alfa Rádiótól Balla András mondja el: „A műsorvezetők helyi emberek (nem média szakosok), mivel úgy gondoltuk, ami nekik tetszik, az tetszik a többi helyinek is (ezt az állandó visszajelzésekkel teszteljük). Mivel a rádiót mi főleg a 35 évesnél idősebb hallgatóinknak készítjük, ezért a szerkesztői válogatáson szempont volt a minimum 35 éves kor. A 25 évnél fiatalabbak legnagyobb része nem hallgat rádiót. Az idősebbek mikor még fiatalok voltak, azért hallgatták a rádiót, mivel más lehetőség nem volt akkoriban a zenék beszerzésére (és magnóra rögzítésére). De manapság a neten bármilyen zenét el lehet érni 2 perc alatt...”

A fentieket árnyalja, hogy különösen a vidéki lakosság körében vannak olyan csoportok, melyekben kedveltek olyan zenék, amiket az általános értelmiségi értékítélet miatt nem tartanak játszásra érdemesnek a rádiók (a nyugdíjasok kedvelte klasszikus magyarnótától a fiatalok által kedvelt magyar vagy roma mulatóság). Nem csoda tehát, ha a fiatal korosztály a rádióról átszokott az mp3 zene hallgatására, hiszen az identitásához tartozó zenéket hiába keresi az éterben.

A kisközösségi rádiók zenei kínálatát, illetve a zene-szöveg arányt a hatóságok is bizonyos értelemben zenei szerkesztőként alakítják különféle jutalmazó vagy büntető pontjaikkal: egyes zenék sugárzása pénzbeli kedvezményt jelent a jogdíjknál, másokat az ORTT elfogad közszolgálati műsorszámnak, ami a pályázatok elbírálásánál is fontos, azaz pénzre vagy frekvenciára váltható szempont. Ebben sok kritika éri a hatóságokat a műsorkészítői gyakorlat felől nehezen elfogadható szempontjaik, illetve következtelenségük miatt. A Rádió 35 tapasztalatai szerint az éjszakai műsorban azért sugároznak jazzt, mert ez az a műfaj, amit elfogad az ORTT. „A countryt is nehéz volt elfogadtatni. Vasárnap egy óra egyházi zene megy, azt is nehéz volt elfogadtatni. Hol rendben van, máskor pedig ugyanazt a zenei műsort kifogásolják. A rockot is csak úgy lehetett elfogadtatni, hogy ha a műsor az előadókat is bemutatja, még a népdaloknál is, pl. ha az előadó pályafutásáról beszél, azt elfogadták közszolgálatinak. A magyar nótát nem fogadják el, csak ha beszélünk hozzá 35 percet.” Ennyiben a közösségi rádiók keményebb elbírálás alá esnek, mint a közszolgálati rádió MR2 programja. A hallgatók is ítélik meg és alakítanak a műsort: a Rádió 35 egyik helyi triatlon sportrendezvénynek élő közvetítésekor a hallgatók arra panaszkodtak, hogy a sportközvetítés miatt túl kevés a zene.

A kisközösségi rádiók kisebbik részében a zenei érdeklődés, ízlés az összekötő kapocs. Erre a Periszkóp Rádió a típuspélda. A főszerkesztő eredeti tervei szerint 24 órában kortárs elektroakusztikus kísérleti zenét és avantgárd műsorokat játszottak volna, de be kellett látnia, hogy Pécsen egyszerűen nem található erre elég ilyen érdeklődésű civil műsorkészítő. Így is megmaradt az unikum jelleg, de a délutáni, esti műsorsávban némileg hígult a zenei kínálat, természetesen élesen elválasztva bármifajta kommercialitástól („kreatív élő dj-szettek, mindenféle nem normális, de hallgatható rétegzene”). Ők 95%-ban zenét sugároznak.

A kisközösségi rádiók zenei műsorai közül a legáltalánosabb, szinte minden rádiótípusban előforduló a helyi, „még nem ismert, kezdő együttesek” bemutatása, mellyel a rádió „segít nekik ismertté válni” (Alfa).

Tegezés-magázás

A felmérés szerint a rádiók 60%-ának nyelvezete vegyes, azaz műsortípustól függ, hogy mikor tegez és mikor magáz. A rádiók 25%-ában a nyelvezet alapvetően inkább laza, szleng, 15%-ukban alapvetően választékos, igényes.

„A félegyházi hallgatók hozzászótkak ahhoz, hogy a rádióban magázódtak, nehéz volt átszoktatni őket, kaptuk rendesen a kritikát emiatt. De aztán megszokták, és nézd meg a Neo FM-et is, ott is tegeznek, még sincs országos felháborodás. Így közvetlenebb, én úgy gondolom, és ez a lényeg, mert a rádiót én hallgatom, nekem szól, és sokkal közelebb érzem magamhoz, ha úgy szólítanak meg, ahogy én azt szeretném” (Rádió Smile).

„A Közös Hullámhossz rádió egyik műsorvezetője, Kozmi a reggeli misére tegező formában hívta a hallgatókat: «Gyertek a misére». Annyira szokatlan volt, hiszen az ember úgy képzei, hogy az idős né-nik mennek misére, hogy számomra egyértelműen a tegező forma erejét mutatta. Azt kommunikálta, hogy kíváncsatos dolog misére járni.”

Marketing

Alapfogalmak:

Pozícionálás: a Magyar Rádió 2006-os átalakításakor került bele a marketinges szlengből a rádiós használatba. Lényegében a rádiócsatorna többi állomáshoz viszonyított helyzetének meghatározását, adott célcsoporthoz igazított rádiós formátum kialakítását és ennek kommunikálását, a hallgatók „fejében való elhelyezését” jelenti.

Reklámok: a mi szempontunkból funkciója, hogy a rádió bevételhez jusson. Ez függ a hallgatottságtól és a rádió hirdetőik felé történő marketinstratégiájától (hogyan szerezzenek hirdetők). Egy rádió sikeres működéséhez annyiban járul hozzá, hogy lehetővé teszi fizetett alkalmazottak alkalmazását vagy nagyobb promóciót, de önmagában nem szükséges eleme a sikeres működésnek. Helyettesítheti más bevételi forma is (támogatások, pályázatok, hallgatói hozzájárulás, pl. a kisközösségi rádiók talán egyetlen kampány kategóriájú bevételnövelő akciója, a „maraton”). A reklámozók vonzását érintő marketingstratégiát helyettesítheti pályázatírási stratégia is.

PR (public relations, közönségkapcsolat): a rádió hallgatókkal mint „vásárlókkal” való kapcsolattartása.

Promóció: A PR része, a rádió és műsorai megismertetése a hallgatókkal (részletesen lásd: Hargitai 2005).

A rádió saját magát hirdeti, egyrészt adásában (önreklám: a műsorszolgáltató arculatát, illetve a róla alkotott képet formálja; valamint a műsorajánlók és előzetesek), másrészt egyéb felületeken (más médiumokban, utcán, plakáton, szórólapon, matricán, események szervezésével, médiatámogatóként). Célja a rádió megismertetése, és annak elérése, hogy aki megismerte, ne csak kipróbálja, hanem hallgatóvá is váljon. A megszerzett hallgatóság megtartása már a tartalomtól függ, így ez a programigazgató illetve a műsorkészítők felelősségi köre. A tartalom maga tehát csak egyik eleme a rádió sikeres működésének.

Promóciós és marketing stratégiák

A rádió indulásakor alapvető a rádió mint brand bevezetése, megismertetése (azaz a célcsoportban valamilyen határozott kép kialakítása a rádió arculatáról, értve ezalatt egyrészt hangzó formátumát, stílusát, másrészt azt a funkciót, melyet betölt). A Tavirózsa Rádió például plakátolt és jótékonyági bált rendezett, mely utóbbi nemcsak a rádió megismertetésében segített, de bevételt is hozott.



A saját rádión belüli önreklámozás mellett (70%) majd azonos arányban említették, hogy részt vesznek helyi rendezvényeken, vagy saját rádiós rendezvényeket szerveznek (diszkót, bulit, fesztivált, szépségversenyt, rádiós napokat) (60-65%). A rendezvények jellege tükrözi a rádió arculatát, a szervező műsorvezetők beállítottságát, azt, hogy a műsorvezetés mellett milyen más munkát, tevékenységet végeznek, és sok mindent elmond a hallgatóság helyi igényeiről. A kiskunfélegyházi Rádió Smile-nál például havonta tartanak rádiós napot, amikor kitelepülnek a városba, kiviszik beszélgetős műsoraikat, bulit rendeznek dj-ik. Évente megünneplik a rádió születésnapját egy több napig tartó fesztivál keretében, családi és sportrendezvényekkel összekötve. A szegedi Rádió Mire vagy a pécsi Periszkópra jellemző, hogy olyan eseményeket szervez, ahol műsorvezetőik előadóként is fellépnek. Hasonlóan a 4SSSS Tégláson jelen van a város rendezvényein, pályázni is szoktak helyi vagy térségi rendezvények megszervezésére, szépségversenyt, bulikat rendeznek, amik telházsal mennek. A rendezvények nemcsak a rádiót reklámozzák, hanem jó szervezés esetén bevételt is hoznak a rádió számára. A helyi közönség igényére felelve meghívna celebeket, vendégük volt Fekete Pákó, MC Hawer és Tekknő, az Irigy Hónaljmirigy. Pu-Fee szerint – aki a rádió egyik „frontembere”, mellékfoglalkozásban dj – a helyiek zenei igénye elsősorban a mulatós zenére terjed ki, még a kommersz hip-hop-ot vagy a rapet sem kedvelik, ehhez alkalmazkodnak nemcsak a rádió műsorkínálatában, hanem a rendezvények szervezésében is. Rádiójuk hallgatottsága talán ezért is igen jónak mondható, 30-50% körül van, vetekszik a helyi kereskedelmi rádiókéval.

A Puszta Rádiónál egyéb, nem feltétlenül szórakoztató rendezvények rendszeres látogatása jellemző. „Mindenholt ott vagyunk, ahova meghívna minket”. A helyszínen eldöntik, hogy érdemes a rendezvényről tudósítani, műsort, riportot készíteni vagy sem, de a megjelenést ettől függetlenül fontosnak tartják. A műsorvezető jelvényt visel a Puszta Rádióról, ezzel is tudatosítják jelenlétüket, erősítik kapcsolataikat, hogy máskor is kapjanak meghívást.

Az önreklámozásnak, illetve közvetve a hallgatottság növelésének számos lehetősége van. Nyilván a rádió adottságaiból, technikai felszereltségéből is adódik, hogy kedvelt forma a rendezvények szervezése, ami a leglátványosabban és talán legintenzívebben tudja bevonni a hallgatóságot a rádió életébe. Emellett hétköznapiabb lehetőség a szórólapok, matricák, plakátok használata, és újabban a közösségi oldalakon való jelenlét. Bár ennek megjelölésére a vonatkozó kérdés nem adott módot, az interjúkon elhangzó kiegészítő információk szerint az internetes megjelenést sokan igyekeznek kihasználni. Egy következő felmérés témája lehet, hogy az internetes hallgathatóság, a saját weblap és a kisközösségi rádiók közösségi oldalakon való megjelenése hogyan hat, ha hat egyáltalán a hallgatottság alakulására, meg tudja-e erősíteni a területileg szétszórott közösségek kohézióját, illetve milyen más lehetőségek rejlenek benne.

A válaszadó rádiók majd fele (40%) jelenik meg helyi újságokban, és majdnem ekkora azok aránya (50%), akik a „suttagó propagandát” jelölték meg önreklámozási lehetőségként. A Puszta Rádió főszerkesztője arra bízta a műsorvezetőket, szóljanak ismerőseiknek, barátaiknak az éppen aktuális műsorokról, mert ha mind a húsz önkéntes továbbadja a hírt két-három ismerősének, ezzel könnyen megsokszorozhatják hallgatóságukat.

A Tavírózsa Rádiót szórólapokon, helyi újságban népszerűsítik. A Fúzió Rádió szerte a városban „tapaszos matricákkal” hirdeti magát („tagel”) – emellett szórólapokon, eseményekhez kötődően hirdetik magukat, olykor egy-egy cd-borítón is felbukkan logójuk.



Hogy mely önreklámozási forma mennyire hatékony, az abból derülhet ki, hogy (a műsorkészítők szerint) honnan ismerik a rádiót a hallgatói. Ebben egyértelműen a személyes kommunikáció végzett első helyen (73%), utána a szintén személyes bekapcsolódást feltételező rendezvényeken való részvétel (33%). Az egyéb mediatizált csatornán továbbított önreklám hatékonysága minimális, legalábbis a válaszadók érzései szerint.

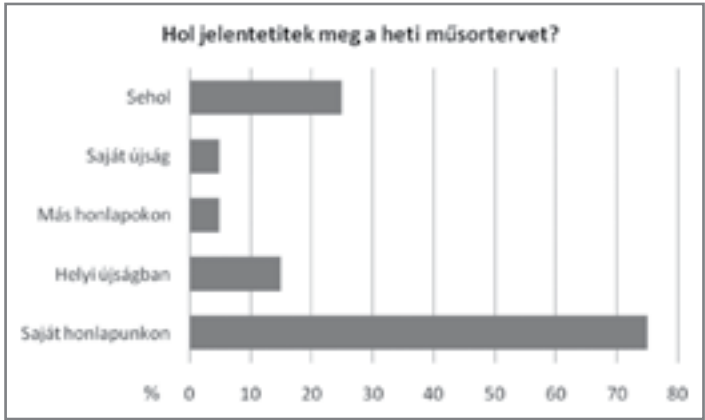
A rádió nyilvános intézményekben és köztereken

A mindennapos működés során a rádió nélkülözhetetlenségét mutatja, ha nyilvános intézményekben hangosan szól (kocsma, fodrász szalon, kiskereskedő, pizzeria, pláza, kozmetikus, benzinkutas, buszsofőrök és utasok a buszon) (Best of Rádió, Tavírózsa, Rádió Smile, Rádió 35).

Ez egyben a rádió reklámozásaként is felfogható az intézmény részéről, tehát nem kizárt, hogy valamilyen „jutalmazás” segíthet elérésében: pl. ha valahol szól a rádió, akkor cserébe reklámidőt kapnak (Best of Rádió); a Rádió Smile-nál pedig „ahol kiraknak egy matricát, hogy Itt is a Rádió Smile-t hallgatják, azok közül minden héten kisorsolunk egy üzletet, aminek egy héten keresztül napi ötször adjuk ingyen a reklámját. Abban bízunk, hogy ezután majd fizetős reklámot is fognak kérni, így ez nekünk is jó. Van egy pizzeria, ami már a kezdetek óta heti tízezer forint fogyasztást jóváír nekünk, amit mi minden héten lekajálunk, ezért kapnak egy csomó reklámot, volt olyan is, hogy onnan ment a reggeli műsor, a logónk meg rákerül a pizzás dobozra, elég jó az együttműködés”.

A nyilvános tereken történő adás azonban – a nyitva tartási időben – mindenképpen és jelentősen szűkíti a rádió mozgásterét: megköveteli az egész napos adást, az alapvetően semleges popzenék közvetítését, lehetőleg óránkénti híradást és időjárást, azaz ugyanazokat a könnyed műsortípusokat, melyek a nagy kereskedelmi rádióban megtalálhatóak. A hosszabb prózai vagy experimentális műsorok teljesen ki vannak zárva. Ez meggondolandóvá teheti egy kisközösségi rádió számára, hogy megéri-e neki műsortípusokat feladni a népszerűség érdekében. Köztes megoldásként lehetséges, hogy az intellektuális műsorokat este-éjszaka közvetítik. Az EPER kezdetben törekedett arra, hogy az egyetemi büfékben ez szóljon, s a büfések kifejezett kérésének megfelelően óránként MTI hírszolgálati híreket és időjárást adott és alapvetően zenei műsorokat tett a nappali adásidőbe. „Egy idő után beláttuk, hogy így nem lehet egyetemi rádiót csinálni, ezért inkább feladtuk ezt a fajta mű-rádiózást és hagytuk, hogy a büfékben hadd szóljon a Roxy, így jobb mindenkinek”. A Közös Hullámhossz adását „Devecserben a templom külső kihangosítórendszere is közvetítette, amivel azokhoz is el lehetett jutni, akiknek nem volt rádiója, viszont pl. éjszaka tekintettel kellett lenni arra, hogy elsősorban az utcákon járőröző rendőrök hallgatják (akik egyébként nagyon örültek a zenének)”.

Itt azonban a legalitás jegyében idéznénk az Artisjus jogdíjközleményét, mely a nyilvános helyeken történő „gépzene-felhasználásra” (beleértve egy bekapcsolt rádiót is) jogdíjfizetési kötelezettséget határoz meg, lebontva négyzetméter illetve a kereskedelmi egység típusára (pl. áruház 50 m³-ig: 2000 Ft havi díj, munkahelyeken ennek 25%-a, benzinkutaknál egységesen 4460 Ft, egészségügyi intézmények várótermeiben 20 m²-ig 2900 Ft, közterületen havonta 6900 Ft hangszórónként, ideiglenes jelleg esetén napi 1980 Ft/ hangszóró). Az Artisjus a buszoktól a „szexuális és fizikai közérzetet javító szolgáltatást nyújtó üzletek”-ig minden nyilvánostér-típusra egyedi tarifát állapított meg (Artisjus 2010). Természetesen a jogdíjbeszedő szervezet nem tesz különbséget aközött, hogy a zene egy kisközösségi vagy kereskedelmi rádióból szól, vagy hogy a zenék között helyi információk vagy egy népszerű műsorvezető szórakoztató célú mondatai szólnak. Nem kizárt, hogy legális üzemeltetés esetén lesznek olyan cégek, ahol anyagilag nem éri meg az üzemeltetőnek, hogy rádió szóljon.



Műsorterv. A rádió promóciójának része, hogy a heti műsortervet elérhetővé teszik a hallgatók számára. Sok ad hoc működő rádiónál ez nehézkes (a rádiók 25%-a nem publikálja műsortervét), de valamilyen műsorterv (legalább olyan, mint amilyen pl. az MR2 Petőfi Rádió semmitmondó műsorterve) a válaszadók 75%-ánál rendelkezésre áll.

A válaszadók 15%-a egynél több felületen jeleníti meg a műsortervet. Néhány egyedi megoldás is található, pl. a Smile esete: „A Hírmondó egy Szuperinfóhoz hasonló hirdetőújság, ebben van egy csikunk, amit minden számban megkapunk, és mindig azt teszünk oda, amit akarunk, ide raktuk a műsorrendet”. A műsorterv közlése azoknál a rádióknál lenne alapvető érdek, ahol egyedi műsorok, azaz nem egész napos általános műsorfolyam van, és számítani lehet arra, hogy a hallgató nem a rádiót, hanem a műsort hallgatja.

Reklám

Mennyiért, mit? Reklám a kisközösségi rádiókban

ORTT által a kisközösségi rádiózásról készült tanulmány (ORTT 2007) szerint az anyagi források folyamatos biztosítása általában a legnagyobb kihívást jelenti a kisközösségi rádiók számára. Így aztán „rendkívüli hatékonysággal” igyekeznek megragadni azokat a lehetőségeket, amelyek valamilyen bevételi forrást jelenthetnek.

A „rendkívüli hatékonyság” persze nem jelent korántsem minden áron való bevételszerzési hajszát. Sokkal inkább leleményességet, találékonyságot, kreatív megoldásokat kíván meg a kisközösségi működésmód. Felmérésünk során készült interjúkban számos példát találunk arra, hogy hogyan sikerült a sokszor nagyon költséges technikai berendezések, antennák, adásvezérlők beszerzését, üzembe helyezését kreatívan megoldani.

A kisközösségi rádiózás nemcsak hogy nem termel profitot, de előfordul, hogy a műsorkészítők, alapítók saját költségükön működtetik a rádiót (pl. Alfa, Galaxis, bár ebben az esetben az ORTT pályázati lehetőségei fontos forrást jelentenek).

Kérdés, hogy ebben a helyzetben a rádiók hogyan élnek az itthoni szabályozás által lehetővé tett reklámozási lehetőséggel, közvetítenek-e reklámot, ha igen, milyen típusú reklámoknak adnak teret, hogyan keresnek reklámozókat, és kihasználják-e a rendelkezésre álló reklámidőt.

A már említett 2007-es Civil Rádiózásért Alapítvány által készített felmérés (Gosztonyi, 2007) szerint a kisközösségi rádiók éves bevételének 13%-a származott reklámozásból, költségeik zömét pályázatok útján nyert forrásokból fedezték, miközben a megkérdezettek több mint 40%-ának éves bevétele 720 ezer forint alatt maradt.

ORTT által készített felmérés (ORTT, 2007) adatai arra mutattak rá, hogy bár a reklámozás a magyar szabályozás szerint megengedett, a rádiók kevésbé élnek ezzel a lehetőséggel. A felmérés alapján a

minta 19%-a egyáltalán nem szándékszik reklámot közzétenni (a 2010-es felmérésnél 25%), a többiek viszont a reklámozók teljes vagy részleges hiányáról panaszkodnak, és csak 9 rádiónál játszott a reklámbevétel több-kevesebb szerepet a finanszírozásban, igaz, hogy ebből egy rádió, a Pusztai Rádió esetében ez a költségvetés 100%-át jelentette.

Mára ez a helyzet a Pusztai Rádiónál is megváltozott, a mostani felmérés adatai, illetve az interjú tanúsága alapján csak néha reklámoznak, akkor is leginkább társadalmi célú reklámokat és helyi szervezetek felhívásait teszik közzé. Ugyanakkor ennél a rádiónál említették azt is, hogy tudatosan keresik a reklámozókat: egyik műsorvezető feladata a potenciális reklámozók felkutatása. A reklámok közlésénél szempont, hogy mi az üzenete a reklámnak, és nem az, hogy ki reklámoz. „Ha például egy országos kereskedelmi cég gyermekgyógyászati eszközöket akar reklámozni, megteheti náluk”. Hasonlóan fogalmaztak a Rádió Minél: „Nem zárkózunk el reklámok közzétételétől, de nem adunk olyan reklámokat, amiket mi magunk nem tartunk felvállalhatónak. Időnként megkeresnek bennünket különböző ügynökségek ajánlatért, de ezt el szoktuk utasítani, mert előre nem közlik, hogy mit szeretnének hirdetni”.

A 2010-es felmérésben részt vevő rádiók háromnegyede (75%) közvetít reklámot, de ezt csak néha-néha vagy jóval a törvényi maximum alatt teszi. A nem reklámozók közül többen kiemelték, hogy „nem működik” a reklámozás (Tarcsa FM, Kistarcsa), „nincsen rá igény” (Zöld Hullám, Piliscsaba), nincsenek megkeresések. Vannak, akik „nem akarnak összetűzést a kereskedelmi rádiókkal” (Mustár, Nyíregyháza), mások nem akarják „elcsúfítani vele a rádiót” (Fúzió) vagy „rühellik a reklámokat” (Alfa, Balkány). A nagy rádiók közül a Tilos Rádió a reklámmentes rádiózás hazai típuspéldája. „A Tilos Rádió adásában semmilyen hirdetésre nincs lehetőség!” – tájékoztat honlapjuk; viszont a rádió honlapján már lehetséges reklám elhelyezése. A Tilos alapvetően pályázatokból és hallgatói adományokból fedezi költségeit. Többen jelölték meg, hogy csak nagyon ritkán vagy nagyon keveset reklámoznak, vagy leginkább barterben teszik (Alfa Rádió, Balkány).

A törvény szerint nem nyereségérdekelt műsorszolgáltatók óránként három perc reklámot sugározhatnak. Ezt az időkeretet egyetlen rádió sem használja ki egészében a felmérésben részt vevők közül. A közel három percet reklámozók aránya is csupán 22%, ám ha azt is figyelembe vesszük, hogy milyen típusú reklámokra megy el a közel három perc, látható, hogy az üzleti, kereskedelmi szempontok nem váltak közel sem meghatározóvá a kisközösségi rádiók számára. Bár a reklámokat sugárzó rádiók több mint fele ad kereskedelmi reklámokat, azok aránya az összes reklámtípusból mindössze 21%.





Ennek a viszonylag alacsony értéknek persze csak egyik magyarázata a rádiót működtetők fenntartása, elutasító magatartása a főként kereskedelmi médiumokra jellemző reklámozással szemben, a másik, legalább ilyen fontos elem a reklámozók hiánya. Vannak rádiók, akik többet reklámoznának, ha érkeznének hozzájuk megkeresések, vagy ha találnának kereskedelmi céget, aki élne a felkínált lehetőséggel, például a 4SSSS Tégláson, ahol a műsorvezetők keresik a reklámozókat, bár kevés sikerrel járnak a helyi gazdasági viszonyok miatt. A diagramból az derül ki, hogy fizetett reklámon kívül leginkább társadalmi célú és kulturális hirdetést közölnek.

Más kérdés, hogy mennyire fér össze a kereskedelmi reklám vagy fizetett politikai hirdetés a közösségi rádiózásról alkotott elképzeléseinkkel, az értékorientált, de legalább is a mainstream médiák működésmódjához képest alternatívnak minősülő rádiózás szellemiségével. A kérdőívre adott válaszokból az látszik, hogy nem egységes a reklámok és ezzel együtt az üzleti szempontok rádiós megjelenésének megítélése. Vannak példák elutasítóbb és elfogadóbb viszonyulásra egyaránt, mint ahogy érvek is egyik vagy másik álláspont mellett. A már említett Péterfi-tanulmány ezzel kapcsolatban a helyi rádiók fejlődésének szakaszaira hívja fel a figyelmet, amelyek a társadalmi elismerésen és intézményesülésen keresztül az üzletiesedés és professzionalizálódás irányába hatnak. Ez az átalakulási folyamat a szerzők megállapítása szerint a kisközösségi rádiózás lényegét számolja föl, ezért felmerül a kérdés, vajon az üzlet, a piac, mint motivációs tényező hogyan és mivel helyettesíthető a kisközösségi rádiózásban (Péterfi és Péterfi 2009:22). Itt nyilván nemcsak a reklámról van szó, hanem a rádió működésének egészéről, az önkéntes alapú műsorkészítéstől egyéb non-profit szempontok érvényesüléséig. A szerzők piaci motivációs tényezők helyett a közösségben rejlő motivációra, a rádiózók és hallgatóik kapcsolatának megerősítésére, a közösség aktivizálására alapoznának. Figyelembe véve azonban a mindennapi gyakorlatot, talán azokat a formákat is érdemes lenne megkeresni, azokat a garanciákat beépíteni, ami mellett a kisközösségi rádiózás megőrizhetné függetlenségét és hangját a gazdasági erők igénybe vétele ellenére is.

A felmérés alapjául szolgáló kérdőív arra is rákérdez, hogy hogyan keresik a reklámozókat azok, akik szeretnék kihasználni a finanszírozásnak ezt a lehetőségét. Az adatok alapján rendszeres, marketingterven alapuló megkereséssel a reklámokat közlők 25%-a él, és ugyanennyi azok aránya is, akik szisztematikusan végigjárják a helyi potenciális reklámozókat. Jóval nagyobb azoknak az aránya, akik véletlenszerűen keresnek reklámozót (37%), és meglepően magas azok aránya, akiket a reklámozók keresnek meg (68%). Ez utóbbiak között vannak olyanok is, akik a rádióban valamilyen ok miatt nem közölnek reklámokat. A felmérés nem kérdezett rá a megkeresések gyakoriságára, azaz minden kérdés után értendő, hogy „legalább egyszer”.



Ugyanakkor a reklámok közvetítésében nemcsak kereskedelmi szempontok, finanszírozási lehetőségek vannak, mint ahogy a rádiók sem csupán ezt a lehetőséget tartják szem előtt a három perces időkeretben. A reklám a rádió egyik kézenfekvő eszköze arra, hogy más helyi vagy országos civil szervezetek tevékenységéről, céljairól adjanak hírt hallgatóközönségüknek, társadalmi célú közleményeket közvetítsenek, kulturális vagy egyéb helyi rendezvényekre hívják fel a figyelmet, közösségi célokat támogassanak. Ahogy a Pusztai Rádió főszerkesztője fogalmazott: vannak olyan reklámok, amik inkább erkölcsi támogatást jelentenek. A non-profit alapon működő rádiók úgy tűnik, használják is a támogatásnak, együttműködésnek, kölcsönösségnek ezt a lehetőségét. A kérdés kapcsán mért adataink egyébként nagy vonalakban megegyeznek a 2007-es Civil Rádiózásért Alapítvány felmérésének adataival (vö. Gosztonyi, 2007:46.), ugyanakkor mindkét esetben sokkal inkább azt mutatják, hogy milyen típusú reklám közlésére volt már példa a rádió működése során, mintsem azt, hogy milyen tartanak elfogadhatónak a műsorkészítők.

Reklámozási díjak

Mint láttuk, a rádióban elhangzó reklámok jelentős része társadalmi célú, azaz nem fizetett reklám. A kereskedelmi reklámok egy része is matricáért, pizzáért, hírblokkért és egyéb természetbeni szolgáltatásokért cserébe kerül adásba. A „maradékért” fizetnek. A kisközösségi rádiók közül kettő beszélt a sugárzási díjáról, ott egybehangzóan másodpercenként 10-20 Ft (4SSSS, Alfa), a Best of Rádiónál 60 Ft/mp (helyi kereskedelmi rádióknál, akárcsak az MR körzeti stúdióinál 150-250, a fővárosban 3000-4000, a Magyar Rádióban 1500-7500, reklámiroda országos rádiócsomagjában 5000-15000 Ft/mp). Az alacsonyabb ár szinte irreálisnak tűnik (egy részét a szerzői jogi díjakba kell befizetni és nem nyereségérdekeltként az egész bevételt vissza kell forgatni), de „a mi költségvetéseinkhez mérten ez is jól jön, igazán kár lenne kihagyni.” (4SSSS). A havi reklámdíj (napi 3 elhangzással) 10 ezer Ft körüli (Tavirózsa). A kreatív reklámtarifája is megjelent a kisközösségi rádiókban: a Tavirózsa Rádió sajátos reklámlicitet alkalmaz: amíg a 3 perces reklámidő be nem telik, a reklámozó annyit fizet, amennyit gondol, ha betelt, vagy más többet fizet érte, akkor emelheti a tétet, hogy az ő reklámja fusson.

Anyagi és egyéb támogatás

A kisközösségi rádiók egy része él az ORTT Műsorszolgáltatási Alap (újabb nevén: Műsorszolgáltatás Támogató és Vagyonkezelő Alap) által pályázati lehetőség keretében nyújtott műszaki és rezsitámogatással; sokan pályáznak egyéb helyekre is, ezek mellett állandó bevételi forrást jelenthet a helyi támogatás. Több kisközösségi rádió kap önkormányzati támogatást: hogy melyek, valószínűleg az önkormányzat és a rádió kapcsolatától függ. Az sem törvényszerű, hogy ilyen támogatást igényeljen egy rádió, egyes szerkesztőségek kifejezetten függetlenségre törekcsenek.

Kapcsolattartás

A műsorkészítők és hallgatók kapcsolatát marketinges szlengben PR-nak, közönségkapcsolatnak is nevezhetnénk. A kisközösségi rádiók esetében ez a kapcsolat általában még erősebb, sokszor nyitott arra is, hogy a közönség, a hallgatóság felől érkező kezdeményezéseknek helyet adjon. A kisközösségi rádiók műsorait önkéntesek készítik, és bár nem az a jellemző, hogy a hallgatóság soraiból jönnek a műsorkészítők, a rádió nyitottságának nagy szerepe lehet abban, hogy tagokat toborozzon, vagy növelje a hallgatottságát.

A non-profit alapon működő médiumok számára a helyi intézményekkel, civil szervezetekkel, más kisközösségi rádiókkal való kapcsolat igazi társadalmi tőkét képezhet, és jelentős szerepe lehet abban, hogy a rádió minél eredményesebben tudja képviselni közössége érdekeit, megvalósítani céljait.

Kapcsolat a helyi lakosokkal

Arra a kérdésre, hogy milyennek ítélik a rádiók a helyi lakosokkal való kapcsolatukat, a válaszadók zöme (18-ból 10 válaszadó) kiválónak minősítette, senki nem tartotta rossznak, és csupán egy rádió jelölte közömbösnek a helyiekkel való viszonyát.

A kérdőív és az interjúk tanúsága szerint a rádiók különböző módon és intenzitással ugyan, de odafigyelnek ennek a kapcsolati tőkének a megszerzésére és bővítésére, aminek egyik legfontosabb eleme a potenciális hallgatóság felé nyitás: tevőleges részvétel a helyi kulturális, közösségi életben. Példa erre a szegedi Rádió Mi ilyen irányú aktivitása, amit Medvegy Gábor így foglalt össze: „Műsorkészítőink nagy része a rádión kívül is aktívan részt vesz a szegedi kulturális életben, a dj-k klubestjei mellett koncerteket, fesztiválokat szerveznek. Az alapító Balog József a MASZK Egyesület elnöke, mely idén 20. alkalommal szervezte a Thealter nemzetközi független színházi találkozót, emellett előadásokat hoznak létre és befogadószínházat működtetnek a Régi Zsinagógában. Említésre méltó a Super 8mm Fesztivál is, mely a régi amatőrfilmes technikával készült alkotásokat mutatja be és versenyezteti a világ minden részéről kísérőrendezvényekkel – koncertekkel, performanszokkal, bulikkal – színesítve. Az Improv Est programsorozata hazai és külföldi kísérleti zenészek koncertjeiből áll, a Betönkeverő pedig valamilyen szempontból egyedi, rendhagyó metálsenekarokat léptet fel a városban. Ezekre a kezdeményezésekre nagyrészt jellemző, hogy szűk, de nyitott, érdeklődő közönséggel rendelkeznek, és saját maguknak kell felkutatni a lehetőségeket, a helyszíneket, támogatókat, illetve sokszor saját zsebből fedezik a költségeket.” (Rádió Mi)

Számos más példát is találunk a hallgatókkal való kapcsolattartásra. Ilyen a hallgatói sms-ek, be-telefonálások, nyereményjátékon való részvétel ambicionálása, a rádió honlapján üzenőfal működtetése, és újabban a web2 adta lehetőségek kihasználása (a téglási 4SSSS Rádió például kreatív tartalmakkal kelti fel a hallgatók érdeklődését az iwiw-en). De ugyanide sorolható a rendezvények szervezése, amivel szinte minden rádió él. „A rádió és az egyesület is rendkívül aktív Pécs kulturális életében, évek óta minden rendezvényre kitelepülnek, de elmondható ez szinte az ország minden jelentősebb alternatív zenei-performansz eseményéről is, melyen nem csak közvetítenek, rögzítenek, de legtöbbször előadóművészként is többen képviseltetik magukat.” (Periszkóp) „Rendszeresen szervezünk egyébként a rádió keretein belül is rendezvényeket – ilyen az általában havonta megrendezett Rádió Mi Nap, amikor egy kávézóba települünk ki délutántól beszélgetős műsorokkal, majd a dj-k tartanak bulit; illetve a rádió születésnapja, ami egy több napos fesztivál minden évben tavasszal, ahol a bulik mellett hozzánk közel álló, általunk kedvelt zenekarok koncertjeit, beszélgetéseket, bográcsolással egybekötött családi és sportnapot tartunk.” (Rádió Smile) „Az ELTE Bölcsésznap rendezvényén kitelepültünk a szabadtéri színpadra, ahol élő műsorkészítés folyt. Az egyetemisták elkávézhattak mellette, sokan ekkor hallottak először a rádióról: ez volt a legfőbb jelentősége a kitelepülésnek, nem az elkészült műsor” (EPER).

Kapcsolattartás helyi csoportokkal

A rádió számára a legfontosabb formális intézményi és informális csoportok alkotta partnerei azok, ahonnan műsorokat, műsorkészítőket, híreket, reklámozási lehetőséget vagy anyagi segítséget kaphatnak. Ezért fontos áttekinteni, hogy mely helyi intézményekkel és célcsoportokkal működnek együtt a rádiók és milyen a helybéliekkel való kapcsolatuk.



Arra a kérdésre, hogy van-e olyan speciális célcsoport, akiket a rádió szisztematikusan bevon a munkájába vagy műsoraiba, a leggyakrabban az iskolákat, civil szervezeteket és fiatalokat jelölték meg. Kisebb arányuk keresi a nyugdíjasok, munkanélküliek, helyi kereskedők vagy helyi önképzőkörök együttműködését is. Meglehetősen alacsony azok aránya, akik romákat vonnak be műsoraikba (bár a kérdőív egyéb nemzetiségekre nem kérdezett rá, így ez az adat nehezen kezelhető önmagában), és hasonlóan elhanyagolt a kismamák csoportja. Mindez természetesen kétirányú folyamat: a válaszokból nem derül ki, hogy megkeresés sem történt, vagy a célcsoport részéről nem volt vállalkozói kedv a rádiózásra, mint ahogy az sem, hogy a célcsoportot potenciális rádiósként vagy riportalanyként keresték volna meg.

Az országos médiumokkal ellentétben a megjelölt célcsoportok műsorkészítésbe bevonása sokkal nehezebb helyi szinten. „A Közös Hullámhossz devecseri adójának műsorába szerettük volna bevonni a helyi családsegítő központot, hogy a Magyar Rádió Vendég a háznál című műsorához hasonlót készítsünk helyben. Tanácsalanság volt a válasz: „Ez egy kis település. Itt mindenki ismer mindenkit. Bármilyen problémáról beszélnék, akár név nélkül is mindenki azonnal tudná, hogy kiről van szó.”

Kapcsolattartás helyi intézményekkel



Kapcsolattartás oktatási intézménnyel. Az egyetemi városokban, vagy főiskolával rendelkező településeken a rádiók jellemzően kapcsolatban vannak az oktatási intézményekkel. A nyíregyházi Campus Rádió az egyetemen belül működő kisközösségi médium (valamikor a kollégium alagsorában működött, végül az egyetem elszántságukat és minőségi munkájukat látva felkarolta őket és a kommunikáció tanszék keretébe vonta a rádiót). A pécsi Periszkóp vezetője, „motorja”, Dr. Kovács Balázs egyben a Pécsi Tudományegyetem Alkalmazott Média Tanszékének tanára, az egyetem diákjai pedig szakmai gyakorlatot végezhetnek a rádióban. A szintén pécsi Remete Rádiónak korábban intenzív kapcsolata volt a szomszédos Pécsi Tudományegyetem Művészeti Karának diákjaival, akik részt vettek a rádió munkájában. Az Első Pesti Egyetemi Rádió az ELTE BTK média tanszékén működik, de jogilag az egyetemtől független formában. A rádiót az oktatók és a stúdió alkalmazottai működtetik, önkéntesei a diákok, akik kreditet is kapnak munkájukért és szakmai gyakorlatra vagy demonstrátornak is jelentkezhetnek a rádióba. Kezdetben a rádió a tanszék alapításakor felépített rádióstúdióban kapott helyet, mostanra viszont már annyira kicserélődött a stúdió, hogy mondhatni, ma a tanszék rendes rádiós óráit tartják az EPER stúdiójában.

Kisebb településeken is gyakori, hogy a helyi rádió bevonja az iskolákat a műsorkészítésbe: a megkérdezettek fele mondta azt, hogy kapcsolata van a helyi iskolával. Ezek a rádiók lehetőséget adnak arra, hogy diákok és tanárok egyaránt kipróbálhassák a rádiózást, a műsorkészítők segítségével elkészíthessék saját műsorukat. Jellemzően alkalomszerűen, egy-egy ünnep alkalmával kerül sor együttműködésre: anyák napjára vagy karácsonyra állítanak össze ünnepi műsorokat. Az Alfa Rádióban, Balkányon a helyi iskola tanítónői történeteket olvasnak fel, anyák napjára 170 gyerek versét vették fel és közvetítették, sőt cd-n is elérhetővé tették a műsort a szülőknek.

A Közös Hullámhossz devecseri stúdiója által készített műsoroknak is kulcsintézményei az általános iskola és az óvoda: az óvodapedagógusok mesékkal és dalokkal járultak hozzá az óvodások műsorához, az iskola pedig híreket és iskolarádiós diákokat adott az ideiglenes stúdiónak.

A 4SSSS Tégláson közreműködött az iskolarádió elindításában, Pu-Fee, a rádió egyik alapembere az iskolarádió felelőse is egyben, ő tanítja rádiózni a diákokat, akik a „nagy” rádióba is bemehetnek, főleg a kívánságműsorok vezetésébe vonják be őket, de tervezik, hogy saját műsort is csinálhassanak az érdeklődők.

A kisközösségi frekvenciára egyelőre csak pályázó, de az ajkai iszapkatasztrófa alatt ideiglenes frekvencián már sugárzó Best FM-et eleve helyi középiskolásokból álló szerkesztőség működteti: itt nemcsak mindenki önkéntesként, saját költségen felszerelt stúdióban dolgozik napi rendszerességgel, de a főszerkesztő, Juhász Bálint maga is középiskolás. Talán ez a legszebb példája annak, amikor nem felülről irányítva működik egy rádió, hanem belülről, önszerveződő helyi csoportként, ahol nem kétséges, hogy a műsorkészítői szándék és a hallgatói igények találkoznak.

Kapcsolattartás önkormányzattal. Az önkormányzattal való kapcsolattartás, főleg kisebb településen működő rádiók esetén gyakran finanszírozási kérdés is, nem véletlen, hogy a megkérdezettek közül csupán egy rádiónak nincs kapcsolata a helyi önkormányzattal.

A felmérésben részt vevők közül sokan említették, hogy valamilyen támogatást is kapnak az önkormányzattól. Ennek jellege és mértéke településenként változó.

Az egyik rádió munkatársa mondta a következőt: „A [konkurens helyi kereskedelmi rádió] a megelőző években 14, 12, 10, tavaly meg 6 millió forintot kapott, és idén is annyit kaptak volna, de az önkormányzat a csődközeli helyzet miatt senkinek nem adott. Tavaly mi 500 ezret kaptunk, míg a kereskedelmi hatmilliót, ez elég komoly különbség, és ez náluk meg se látszott, nem fejlesztettek, az a pénz valahova zsebbe elkerült.” A Best of Rádió az önkormányzattól évi 600 ezer forintot kap, míg a helyi tévé 6 milliót. A hivatásos rádiósokat (technikusok) is az önkormányzat „kölcsonzi” a rádiónak a közmunka-program keretében: bejegyzett munkanélküliek közül választották ki őket, akik fiatalok, szakmabeliek is. A műsorvezetők által felmondott anyagokat ők vágják. A három közmunkás: egy hangtechnikus, egy marketinges és egy turisztikai kérdésekkel foglalkozó munkatárs.

A Rádió Csobán 2010-ben összesen 400 ezer Ft önkormányzati támogatást kapott – derül ki hónapjukról.

A 4SSSS rádiót az önkormányzat havi 10 ezer Ft-tal támogatja, emellett helyet ad a rádiónak egy önkormányzati tulajdonú helyiségben, amit a rádió bérel szimbolikus összegért. A polgármesterrel is jó a kapcsolatuk, sőt neki kéthetente 2 órás műsorblokkja is van, de általában nem tölti ki egyéb elfoglaltsága miatt.

Sajátos helyzetű a hevesi Galaxis, hiszen az alapítója, Kohán Norbert önkormányzati képviselő, bár ez állítása szerint inkább hátrányt, mint előnyt jelent a támogatások megszerzésében.

A támogatáson kívül egyéb formája is lehet az együttműködésnek. Vannak rádiók, akik lehetőséget adnak az önkormányzati képviselőknek arra, hogy megosszák a hallgatósággal politikai programjukat, mások közvetítik az önkormányzati üléseket, de van arra is példa, hogy az önkormányzat küld a rádiónak sajtóanyagot.

Önkormányzati közvetítés, érdekvédelmi műsorok



A felmérés alapján minden harmadik rádió közvetített már önkormányzati ülést. A kérdőíves válaszok alapján az érintett önkormányzatok fele közömbös, másik fele együttműködő volt, a szóbeli interjúkból azonban az derült ki, hogy az önkormányzatok „nem mindig örülnek” a közvetítésnek (Tavirózsa), volt, hogy megtiltották azt, mire a rádió beperelte az önkormányzatot és a pert megnyerve tudták ismét közvetíteni az üléseket. A Zöld Hullám Rádió fő profilja, hogy minden helyi eseményen (így a bizottsági üléseken is) ott van, ezekről készít műsorait, de „a helyi

önkormányzat nem támogatja a helyi civileket“. A 2010-es önkormányzati választáson a később nyertesnek kikerülő párt képviselői egységesen bojkottálták a rádiót, vagyis „nem kívántak bemutatkozni a választási műsorban“ (ZHR, 2010). Többször komoly tényfeltáró műsort is készítettek a helyiek érdekvédelmében. A Remete Rádió közvetített lakossági fórumot, önkormányzati ülést (pl. víz-csatornázási ügyben) – sőt a Tubessel kapcsolatos bírósági tárgyalást is. Fölvettek, később leadtak sajtótájékoztatókat, vagy a Pécselt megrendezett Biomassza Fórum előadásait. A Remetét üzemeltető Istenkút Közösségi Egyesület volt az egyik élharcosa a Tubesre telepítendő lokátor elleni küzdelemnek – emiatt rengeteg konfliktusa volt a hatalommal az egyesületen keresztül a rádiónak is. A lakosokkal viszont épp ekkor lett kimagaslóan jó a kapcsolat: a népszavazáshoz szükséges 15 000 aláírás helyett 18 000-t gyűjtöttek össze.

A rádiók, ha erre igény van, képviselik a lakosságot a helyi hivatalos szervekkel, fórumokkal szemben. Azoknak aránya, akiknél előfordult már, hogy a média eszközeivel a lakosságot képviselték a hivatalos szervek ellenében, 43%. Emiatt retorzió az érintett rádiók 18%-át érte.

Kapcsolattartás más helyi civil szervezettel. Ha az önkormányzattal nem is mindenkinek sikerül felhőtlen viszonyt kialakítani, a helyi civil szervezetekkel annál inkább. A válaszadók vagy kiválónak, vagy elfogadhatónak minősítették a kapcsolatukat a civilekkel, senki nem jelölte meg a közömbös vagy rossz kategóriákat, és ami még lényegesebb, egyetlen rádiónál sem mondták azt, hogy nincs kapcsolatuk más helyi civil szervezetekkel. A sokszor civil szervezetből kinövő, vagy annak részeként működő közösségi rádiók jellemzően lehetőséget adnak más civil szerveződéseknek arra, hogy bemutatkozzanak, ismertessék tevékenységüket, programjaikat a hallgatókkal.

Kapcsolat a helyi és civil médiumokkal. A kisközösségi rádiók többsége együttműködik más helyi vagy civil médiumokkal, vannak azonban, akik versenytársnak tekintik a helyi rádiót. Jellemzően ott van versengés, ahol a kisközösségi rádió is a kereskedelmi rádiókra emlékeztető célkitűzésekkel és tartalommal jelentkezik, így a célközönségük tulajdonképpen azonos. A Rádió Smile képviselője kiemelte, hogy konkurensei a helyi kereskedelmi rádióknak. „Akárhogy is kisközösségi rádió vagyunk, a [...] - másik rádió] nekünk akkor is konkurencia (...) Volt már olyan, hogy jött [egy] polgármesterjelölt, (...) hogy politikai hirdetést szeretne felvetetni. Bement a [másik rádióba], felolvasta, onnan átküldték nekünk is, hogy játsszuk. Meghallgattuk, felhívtuk, hogy ne haragudj, oké, hogy fizetsz érte, szívesen lejátsszuk, de ne dobj ki pénzt feleslegesen, mert ez annyira szar. Azt mondta, igazunk van, elküldtük egyik kollégánk anyukájához, aki beszédtanár, szépen begyakoroltatta vele, eljött, felolvasta, megcsináltuk rendesen. Utána sokan mondták, hogy tényleg nagyon jól meg lett csinálva, és azóta a többi jelölt is inkább ide jön először, itt csináltatják meg és utána mi küldjük a [másik rádióba], mert ott tényleg inkább a mennyiségre mennek csak, nem a minőségre. Itt már letettünk egy olyan pluszt az asztalra, hogy tudják, mi jobban odafigyelünk a dolgokra, még ha kisközösségi is vagyunk.”

A két pécsi és két nyíregyházi székhelyű rádiótól kapott adataink szerint nem rivalizáló, hanem együttműködő a viszonyuk. A nyíregyházi Mustár Rádió a középiskolásoknak, a Campus a főiskolásoknak szól, ezért sem tartják konkurensnek egymást.

Az együttműködés és kölcsönös segítségnyújtás különböző formáira találtunk példákat. Gyakori, hogy műsorokkal segítik egymást, vagy tapasztalataikat osztják meg, amire főleg az induló rádiók alapítóinak van szüksége: hogyan kell pályázatot írni, mire lehet pályázaton támogatást nyerni, műszaki kérdésekben kapnak ötleteket. Összességében azonban sok rádiónak, főleg a vidéki kisvárosban működő, kevés műsorkészítő önkéntessel dolgozóknak szervezettebb segítségre lenne szüksége, elsősorban csereműsorokra, amivel pótolni tudnák a kieső vagy hiányzó műsoraikat. A közösségi rádiókat tömörítő Szabad Rádiók Magyarországi Szervezete műsorcsere-szerverét jelenlegi formájában használhatatlannak tartják, és azt is szóvá tették, hogy nincs olyan fórum, ahol egymással beszélni tudnának, kéréseiket közvetíteni tudnák. (Megjegyzés: egy levelezőlistát a Szabad Rádiók Magyarországi Szervezete kifejezetten a kisközösségi rádiók számára üzemeltet, melyet több tucatnyi rádió képviselői olvasnak és írnak.)

Kapcsolattartás a hallgatókkal: interakció, visszajelzések

Miközben folyamatos mobil, sms, e-mail, chat és egyéb személyes interakcióban élünk, a rádióban való szerepléstől az átlaghallgatók tartózkodnak. Ennek a személyes okokon túl nem kizárt, hogy a bulvármédiákból általánosított rossz tapasztalat az oka. A visszajelzési kedvet befolyásolhatja a visszajelzés költsége is. Sok területen és sokféle korcsoportban előfordul, hogy a hallgatóknak nincs internethozzáférése. A Rádió Smile reggeli műsorában a hallgatók kérdezhetnek az előadóktól. A tapasztalat: „ezt se telefonon [teszik], pedig sokaknak van véleménye, csak nem merik feltenni a kérdést, mert féltik a saját állásukat is. A kisváros ilyen.” A kistélepülési lakókörnyezet – ahol mindenki tud mindenről, mindenki ismeri mindenkit, de senki sem mer semmit nyilvánosan mondani (mert amúgy is tudják) – egyébként sok területen felmerülő probléma.

Összességében a rádiók műsoraiban is megjelenő visszajelzések a rádiók 61%-ánál gyakoriak, 33%-ánál ritkák, 5%-ánál egyáltalán nincs. A rádiók tapasztalatai változatosak: „Sok hallgatói visszajelzés érkezik elsősorban sms-en, telefonon (kevesebb) és chater” (4SSSS). „Betelefonálás nincs, mert a helyiek ódzkodnak az élő betelefonálástól, diktafontól. Az sms megy”. (Alfa). „Sms kevésbé, telefon főleg, és email” (Best of Rádió). „Az msn-es visszajelzés a leggyakoribb, meg a weboldalon az üzenetsík, kívánságbox” (Smile). „Sok üzenet jön a rögzítőre” (Tavirózsa).

Az interaktív rádiózásról már egységesebb a kép: „Nem megy az interaktív rádiózás, ritkán szólnak hozzá, telefonálnak be” (Galaxis). „Nem annyira interaktívak már az emberek, nem mernek betelefonálni, inkább beírnak msn-en, minthogy 10-20 forintot szánjanak egy sms-re. Most van egy olyan megoldás is, hogy csak csörgessék meg az adástelefont, ez szoftveres és látjuk a nem fogadott hívásokat, és visszahívjuk, ez az IP telefon előnye. Sajnos a félegyháziak egyrészt félénkek, másrészt lusták. Ha be is telefonálnak, általában kéri, hogy ne adjuk be adásba. Ha mi hívjuk fel, hallatszik a hangján, hogy meglepett és nem szívesen beszél, még akkor se, ha azzal kezdem, hogy nem élő, hanem előre felvesszük.” (Smile) A betelefonálási kedv napszakosan is változhat, ahogy az egyik célcsoport tagjai dolgozni/tanulni kezdenek, majd ismét hazatérnek.

Mi lehet mégis ösztönző erő? A visszajelzések alapján a hallgatói visszajelzések leggyakoribb témái: helyi témák, melyek érintik a hallgatókat, kívánságműsor, játék, a zene stílusa és a zene/beszéd arány.

„Ha mondjuk valami nagyobb értékű nyeremény van, akkor rászánják [magukat telefonálni], de alapvetően nem” (Smile). „Amíg volt játék, addig ment az interakció, akkor még fel sem tették a kérdést, már jött a válasz sms-ben, egyszerre három is” (Galaxis). „Itt is inkább akkor aktívak, ha van valamilyen nyeremény. A reggeli műsorhoz szoktak hozzászólni elég sűrűn, a sokakat érintő témákhoz, vagy kérdést tesznek fel a vendéghez” (Rádió Smile).

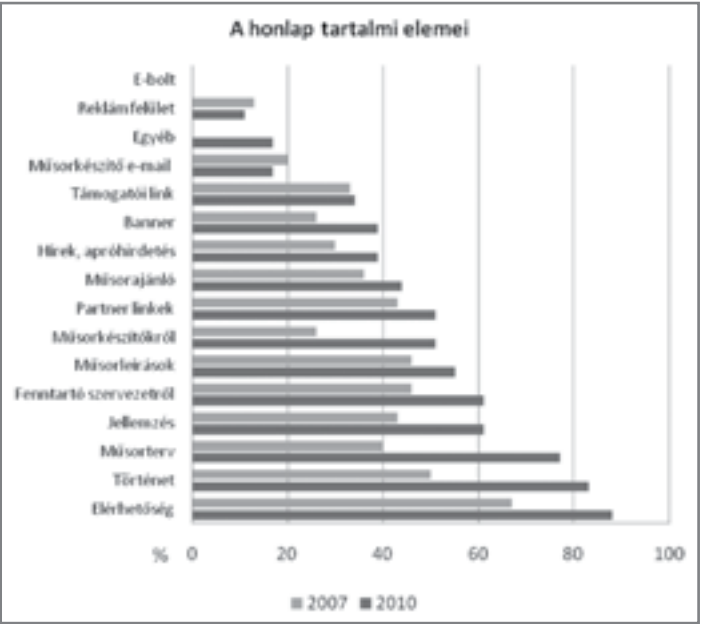
„Devecserben kívánságműsor szervezésekor a következő tapasztalatom volt: az utcán leginkább azok álltak szóba velem, akiknek volt gyereke, és a gyerekekre lehetett hárítani a kérést. Az iskolában azonban senki sem állt a mikrofon elé; olyan volt, hogy leírták egy papírra, majd azt felolvasta valaki más a stúdióban. Talán azért, mert kívülről voltam? Nem: maguk az iskolás rádiósok is szervezték a műsort az osztályon belül, de így is csak egy kérést tudtak begyűjteni. Miért? – kérdeztem rá. »Mert úgyse hallgatnak rádiót.« (Közös Hullámhossz Devecser).

A hallgatottságról is információval szolgál, ha valamilyen hiba történik, hiszen ilyenkor rendre megjelennek a hallgatók. „A rádióknak írott e-mailekben vagy valamilyen hibát jeleznek a hallgatók (pl. leállt a stream), vagy azt kérdezik, hogy ki is van épp adásban, vagy gratulálnak egy műsorhoz. Az első esetben az látszik, hogy az illetőnek fontos a rádió hallgatása, az utóbbinál pedig az, hogy a hallgatónak az is fontos, hogy a műsorvezetőket lelkiekben is támogassa.” (EPER). „Áramszünet, internet hiba esetén abban a pillanatban csörögnek” (Mustár). „Egyszer az önkormányzati ülés közvetítésénél elromlott a technika – csomóan betelefonáltak” (Tavirózsa).

A rádió honlapja
A felmérésben részt vevő rádiók 95%-ának volt honlapja.



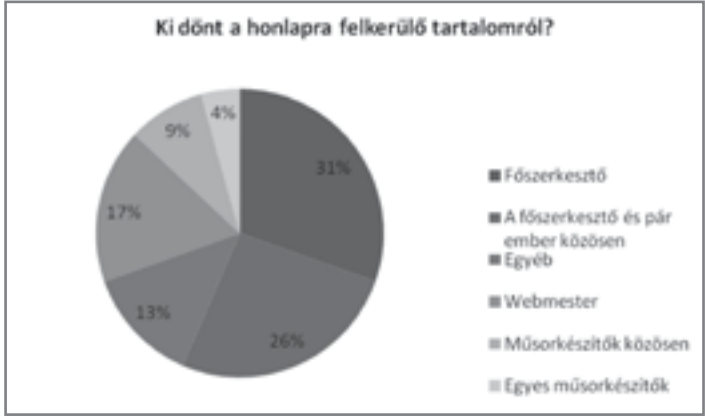
A rádiók honlapján a leggyakoribb lehetőség természetesen az e-mail - a fórum divatja, úgy tűnik, már leáldozott, viszont helyette megjelent a kommentelési lehetőség. 2007-hez képest dinamikus fejlődött az élő rádióhallgatás (stream) és korábbi műsorok letöltési lehetősége.



A honlapok tartalmi elemekben gazdagodtak 2007-hez képest. A legnagyobb változás a műsorterv, a rádió története és a műsorkészítőkről kiadott információknál történt: ezen kategóriák egyre inkább megjelennek a honlapokon.



A honlapokat leggyakrabban 2-3 naponta frissítik (34%), naponta többször egyetlen rádió sem.



A honlapra felkerülő tartalmakról általában a főszerkesztő dönt, de az esetek 13%-ában a webmester, 13%-ában pedig a műsorkészítőknek is van jogosultsága a honlapot szerkeszteni. Ezek az adatok a hagyományos rádiókhoz hasonló főszerkesztői dominanciát tükröznék. Az egyéb kategória azonban mutatja, hogy néhány rádiónál egyedi módszerrel történik a honlap szerkesztése-szerkesztődése: egy-egy esetben jelöltek meg hírszerkesztőt, blogként működő honlapot, „mindenkit”, illetve szerkesztő bizottságot.

Az önkéntes munka

A rádiókban a felmérés szerint teljes munkaidőben senki vagy 1-5 fő dolgozik (átlag: 0,5). Részmunkaidőben, mellékállásban senki vagy 1-3 fő (átlag: 1,7). Önkéntesként 1-75 fő (átlagosan 17 önkéntes).

A kisközösségi rádiók meghatározásának egyik leggyakrabban használt eleme a non-profit jelleg mellett, hogy önkéntesek csinálják. Sokszor a rádió vezetője és technikai személyzete kap fizetést (de ők sem mindig), a műsorkészítők azonban nem (de van, ahol igen). A klasszikus kisközösségi rádió esetében az önkéntesek nem egyszerűen a rádió munkatársai – ők maguk a rádió.

Bár az önkéntesség nem zárja ki a profizmust, azt, hogy valaki tapasztalt rádiós műsorszerkesztőként vagy műsorvezetőként közösségi rádiózásban vegyen részt – mint ahogy egyébként elő is fordul ilyen a felmérésben részt vevő rádiók között – inkább az a jellemző, hogy a rádiózást hobbiként, valamilyen téma iránt érdeklődve, valamilyen szakterület elkötelezettjeként, vagy éppen a közösségi rádiózás gondolatának megvalósítójaként végzik az önkéntesek ezt a munkát. Ebből aztán az következik, hogy a rádiók elsősorban olyan műsorokat közvetítenek, ami az önkénteseik érdeklődésének megfelel. Ennek az előnye a lelkesedés és jó esetben az elkötelezettség, ahogy azt a Rádió Mi példájából láthatjuk: „Annál lelkesebbek voltak az önkéntesek – először kaptak kezdeményezéseik megjelenési lehetőséget a szegedi médiában. Vannak köztük rétegzenei műfajokkal foglalkozó dj-k, filmőrültek, kísérleti és amatőr rockzenészek, sport iránt érdeklődők, világutazók, és egyszerűen csak a kultúrára fogékony emberek. Az egész rádió műsoraik köré épül, amiket – persze a rádió legalapvetőbb szabályainak betartásával – önállóan, szabadon készítenek”.



Az önkéntesek változatos és sokszor véletlenszerű módon jutnak el a rádiózásig. Egy közösségi rádió sok esetben azért nem tudja megvalósítani eredeti elképzeléseit, céljait, mert nem talál megfelelő önkénteseket hozzá, vagy mert azok idővel, a kezdeti lelkesedés múltával elhagyják a rádiót, lemorzsolódnak. A pécsi Periszkóp helyzete jó példa ennek illusztrálására: „Balázs (a rádió alapítója) tervei szerint 24 órában kortárs elektroakusztikus kísérleti zenét és avantgárd műsorokat játszottak volna, de be kellett látnia, hogy Pécsen egyszerűen nem található erre elég illetén érdeklődésű civil műsorkészítő.” A szegedi Rádió Mi példája is hasonló problémát jelez: „2005 tavaszán indult el a rádió, de ekkorra már világossá vált, hogy Szeged egyharmadát se fedi le az adás. A profi, fizetett műsorkészítőkre alapozott hír- és közéleti műsorok így már gyakorlatilag el sem indultak.”.

A lemorzsolódás és az önkéntesek „megbízhatatlansága” több rádiónak is problémát jelent, főleg akkor, ha nem elég nagy a rádió mögött álló közösség arra, hogy utánpótlást biztosítson.

Probléma, hogy fizetés híján nem lehetséges a felelősségre vonás sem, azaz a műsorok rendszeres elkészítése sokszor nem biztosítható. „Nyáron például sűrűn előfordult, hogy elmaradt műsor, mert valaki nem tudott jönni, nyaralt, meg nyilván van, aki kezd belefásulni, megunja, nyilván nem kap érte pénzt, de a színvonalat azért tartani kell – akkor előfordul, hogy leülünk, átbeszélgjük, hogy lehetne jobba tenni, vagy ő hogy látja, miben kellene változtatni, és ebből kihozzuk, hogy jó legyen mindenkinek. De a juttatásokhoz hozzátartozik, hogy akik sűrűn benn vannak, minimum napi négy órát, az étkezésük megoldott. Meg aki reklámot hoz, annak a 20% adott. Útiköltség-térítést majd pályázatból tervezzük. Kaptunk egy cégtől egy kártyát, amivel nyaralhatunk egy wellness-központban, egy évben két alkalommal mehet négy fő ingyen, ezt szoktuk odaadni azoknak, akik sűrűbben itt vannak” (Smile).

A legtöbb önkéntes sajtóbelépőket kap. Hogy a stábgyűlésen való részvétel joga mennyire tekinthető „juttatásnak”, kétséges.



„Közel 70 civil műsorkészítő található a rádiónál, ebből kb. 30 rendszeresen aktív, a többiek hol előkerülnek, hol elmaradnak, emiatt nagy feladat hárul a civil ügyelőkre, akik az elmaradt műsorokat pótolják. Nyáron kicsit kaotikusabb a helyzet az elmaradó egyetemista műsorkészítők miatt. Októberig áll fel a következő év stábja, évi 10-15 fő cserélődéssel” (Rádió Mi).

A pécsi Periszkóp Rádió köré gyűlt önkéntesek egyben művészek is: „Nehéz a bohém, sokszínű művészcsapatot egyben tartani, többnyire mindenki el van foglalva saját dolgaival, így pár emberre hárul a rádió tényleges, szerződés szerinti működtetése, mely sok feszültséget is teremt”.

Az oktatási intézmények rádiójában más típusprobléma jelentkezik: „Mi itt soha nem tudunk állandó színvonalat hozni. Jönnek az új arcok, feljönnek, és elmennek, és jönnek megint az újak. Ha összeraknánk, akik eddig voltak, a legjobbak lennének [a piacon]. Amikor megkapja a diplomáját, másnap megkapja a szerződését egy kereskedelmi rádiónál... Nekünk ez a feladatunk: tehetségkutató. Volt egy lány, elindultunk, egy hétig volt hírszerkesztő, és utána már el is vitte egy kereskedelmi rádió.” (Campus). Hasonlók a budapesti EPER tapasztalatai is: „Minden évben új generációt kell kiképezni, mire beletanulnak, mennek tovább. A rádió az örök kezdők munkájára van utalva, a legtöbb műsorkészítő legfeljebb fél éves tapasztalattal készít műsorokat immár hatodik éve. A legjobbakat később a nagy rádiókban halljuk viszont, reményeink szerint nem a nagy kereskedelmiekben – ha ott, akkor valamit rosszul csináltunk”.

Az Alfa Rádió alapítója és mindenese, Balla András nem is tartja működőképesnek az önkénteseken alapuló rádiót, az a véleménye, hogy „önkéntesekkel nem lehet rádiót csinálni, mert csak ideszólnak, hogy nem jönnek be, és akkor be kell húzni valamit a műsoruk helyett. Vannak önkénteseik, de a 3 állandó műsorvezetőre alapoznak, akik alkalmazottként dolgoznak, fizetésük van.” Az Alfa Rádió személyi háttere a következő: „A kis településeken eleve nehezebb elegendő önkéntest találni. Vidéken reggel 6-tól este hatig kell napi adást csinálni, amihez kell 3 műsorvezető, akik négyóránként váltják egymást, mert nem nagyon bírják hosszabb távon a megfeszített munkát, mivel nemcsak vezetik a műsort, hanem összeszedik az épp aktuális műsorhoz illeszkedő zenéket, az aktuális híreket. Kell egy szerkesztő is, aki a többiek alá dolgozik: vágja, szerkeszti a műsorokat, összeszedi a vendégeket, lebeszéli az interjúkat, fogadja a betérő vendégeket, felügyeli a rendszert.

Ha több települést ölel fel a rádió, akkor célszerű a nagyobb településekről (10 ezer fő felett) is egy-egy alkalmazottat felvenni (4 órában). Ezekkel 6-7 ember is lehet a létszám. Egy ilyen rádió költségeit már nemigen lehet pályázatokból finanszírozni. Ezért kell a települések összefogása (anyagilag és társadalmilag is).”

A tiszaujvárosi közműsor-szolgáltató Rádió 35-ben mindenki kereskedelmi rádiós előélettel csinálja, most már civilben, a professzionális műsorkészítést, de ez egy kivételes helyzet, hiszen a rádiók többsége kisebb-nagyobb számú önkéntes csapatra alapozza műsorait. Ennek is köze van ahhoz, hogy a közösségi rádiókban nagy számban vannak konzervműsorok, amit bármikor el lehet készíteni, esetleg anélkül, hogy be kellene menni a rádióba. A 4SSSS-nek Hadrázon, Debrecenben, Sámsonon van egy-egy műsorkészítője, őket ellátták mikrofonokkal, amit a műszaki pályázaton nyertek. Otthon készítik el a műsor szöveges részét, ezt elküldik Teglásra, ott Pu-Fee egészíti ki zenével.

Akár az élő, akár a szerkesztett műsorokra jellemző, hogy a műsorkészítők szabad kezet kapnak benne néhány alapszabály betartása mellett. Előfordul, hogy az új műsorokat „monitorozzák”, meghallgatják adásba kerülés előtt, vagy felvételről visszahallgatják.

Ahol kevés az önkéntes, és kvázi „egyművelő” a rádió, ott jól jönnek a más rádiók által készített műsorok. Leggyakrabban a hírműsorokat veszik át valamelyik hírközponttól, vagy tematikus műsorokat kölcsönöznek egymásnak. Van olyan, ahol nagyobb rádiótól „szednek le” műsorokat.

A non-profit és önkéntes alapú működésből következően gyakori, hogy olyan emberek állnak a rádió élén, akik lényegében mindent meg tudnak csinálni: kezelik a technikát, műsort vezetnek, szerkesztenek, pályázatot írnak, szerelnek vagy támogatót keresnek a rádióknak. Sok közösségi rádiót tulajdonképpen egy-két elszánt „technikai zseni” visz a vállán, de az önkéntesek is jóval több feladatot végeznek általában a műsorvezetésnél. Gyakori, hogy lekeverik műsoraikat, értenek a technikai, műszaki dolgokhoz, részt vesznek pályázatok megírásában, kapcsolatépítésben stb. A felmérés szerint a műsorvezetők majdnem fele (47%), nemcsak önkéntes műsorvezető, hanem részt vesz a rádió működtetésében is. Valamivel több mint egyharmad, 40% azok aránya, akik csak a saját műsoruk elkészítésén dolgoznak. 2007-hez képest változott a helyzet: egyre több rádióra jellemző, hogy önkénteseik aktívan részt vesznek a rádió munkájában.



Összességében rendkívül színes a műsorok és a műfajok palettája a közösségi rádiókban. Nem ritka, hogy az önkéntesek valamilyen téma szakértőjeként készítenek műsort, vagy hogy civil szervezetek kapcsolódnak be és készítenek műsort arról a tevékenységről, amit végeznek. A tiszavasvári Best Of Rádió műsorkínálatából idézek: múzeumi műsoruk van, amit a múzeumvezető csinál, horgász-műsor a horgászegyesület részéről, oktatási műsor, amit egy nyugdíjas főiskolai tanár vezet. Ezen kívül istentiszteletet közvetítenek a helyi templomból, kimennek a helyi kézilabdacsapat mérkőzéseire, és akkor is közvetítenek, ha idegenben játszik csapatuk.

Előfordul, hogy egy-egy új műsorötlet annyira jönnek bizonyul, hogy más médiumok is átveszik azt a közösségi

rádiótól. Az Alfa Rádió szombati, női beszélgetős műsorát, a Női szemmelt,„lelopták” a tévések, mondja Balla András.

Bár a profizmus hiánya miatt gyakori, hogy nem valósulhat meg valamilyen kezdeti elképzelés, azért a közösségi rádiók igyekeznek a maguk szerényebb eszközeivel és szakértelmével érdekes, hallgatható és hasznos műsorokat csinálni: előfordulhat minden a helyszíni riporttól a beszélgetős műsoron vagy kívánságműsoron át a tényfeltáró műsorig. Azok a műsorok a legnépszerűbbek, amelyek bevonják a hallgatókat, a helyi közösséget, vagy figyelembe veszik a helyi igényeket.

A felsorolt nehézségek ellenére az önkéntes munkával olyan műsorok is létrejöhetnek, melyet csak az önkéntesek tudnak megcsinálni, és talán paradox módon ez jelenti a kisközösségi rádiók legnagyobb erősségét is. „Valószínűleg színvonalasabb műsorok készülhetnének profi, fizetett alkalmazottakkal, így viszont mindenki olyan műsorban vállal szerepet, ami valahol közel áll a szívéhez” (Rádió X). Kiemelendő, hogy itt (és általában) a műsorkészítő maga a szakértő is, azaz nem lehetetlen, hogy szakmailag jobb műsort készít, mint amire egy profi rádiós képes lenne.

Sok kisközösségi rádiónál az önkéntesek valamilyen helyi közösséget képviselnek: helyi civil szervezetet, egyesületet, kulturális vagy sportklubot, szakkört, önkormányzatot, baráti kört. Itt szinte hajszal választja el egy helyi szervezet, csoport képviselőjét attól, hogy a mikrofon mely oldalán áll – és a műsorkészítői és riortalany szerepe időnként fel is cserélődhet. Nem kétséges, hogy a rádió közösségformáló hatásának nem elhanyagolható eleme a rádiósok közösségének összekovácsolása (melyben a rádió vezetőjének nyilvánvalóan alapvető szerepe van). Ennek indikátora lehet, hogy a műsorvezetők hallgatják-e egymás műsorait. A válaszadók 44%-a mondta, hogy gyakran, 50%-a hogy ritkán és csak 6% állította, hogy nem hallgatják egymás műsorát. Sokszor az önkénteseknek csak annyi idejük van, hogy elkészítsék saját műsorukat, aztán tovább mennek, esetleg egy másik településen laknak, ahol nem is fogható a rádió. A kapott válaszokból azonban az derül ki, hogy egy jól működő rádiónál egymásra is figyelnek a műsorkészítők.

A kisközösségi rádió egy különleges funkciója: veszélyhelyzeti rádió

A tiszavasvári Best of Rádiót az árvíz-belvíz helyzet idején a katasztrófavédelem megkérte, hogy mondják folyamatosan, hogy hol kell munkára jelentkezni. A katasztrófavédelmi parancsnokság a rádióban egyszer szimulált egy vészhelyzetet, ahol elmondta, hogy ha most vészhelyzet lenne, ez lenne a kórház, és akkor autóval járnának körbe, és 10 percenként bemondanák, hogy ezt a rádiót hallgassák. A kisközösségi rádió tehát a legrugalmasabb, leggyorsabb helyi információforrás, amit katasztrófa helyzetben legfőbb tájékoztatási eszközként használhatnak föl. De mi a helyzet, ha az adott településen nincs helyi vagy kisközösségi rádió? 2010 októberében a vörösiszap-áradás által érintett települések egyikének sem volt rádiója, sem kereskedelmi, sem kisközösségi. A Szabad Rádiók Magyarországi Szervezete felvetésére az Ajkán addig online működő, de már frekvenciapályázatot benyújtó Best FM jelentkezett, hogy stúdiót adna egy ott meginduló veszélyhelyzeti rádiónak. Ez lett a Közös Hullámhossz Hírszolgálat. Egy ajkai adó azonban nem tudhatta besugározni a leginkább érintett Devecsert, így – a helyi plébános hívására – önálló adót kellett telepíteni Devecserbe, s mellé stúdiót is. Ide többször érkeztek hivatalos személyek maguktól, hogy közleményeket mondjanak be, és volt rá példa, amikor a telefonáló jelezte, hogy semmilyen más módot nem tud arra, hogy egy sürgős információt eljuttassanak az érintettekhez, mint ez a rádió. A rádió kiszolgálta a helyiek és a helybe érkező önkéntes dolgozók információ-igényét is, élőben közvetítette a lakossági gyűléseket és óránként önálló híradást adott, beszámolva a rendőrség által lezárt település intézményeiben folyó tevékenységekről; a második hét után pedig már kulturális jellegű műsorokat is készített, mivel a kultúrház a „szükségállapotban” nem funkciójában üzemelt. A Veszprém Megyei Védelmi Bizottság „A vörösiszappal szennyezett terület lakóinak” kiadott napi felhívásai között a katasztrófa utáni tizedik napon szerepelt először információ a rádióról, melyben leírták, hogy a félóránként híreket, információkat közvetítő „Közös Hullámhossz Hírszolgálat nevű ideiglenes rádióállomás” hol milyen frekvencián fogható. Mindez jól jelzi, hogy az alapvetően civil kezdeményezésre beindított és önkéntesek által üzemeltetett rádió egy ilyen mértékű veszélyhelyzetben olyan kiegészítő feladatokat tud ellátni, melyre a hatóságok sem képesek (a hatóságok telepítette „hangágyúkat” nem használták, az utcákat körbejáró megafonos autó hangjából pedig a helyiek szerint egy szót sem lehetett érteni). Kérdés, hogy ha lett volna a településnek rádióállomása,

a veszélyhelyzet bekövetkeztekor képes lett volna-e még az iszap Devecserbe érése előtt (azaz egy órán belül) erről tájékoztatni a lakosokat? Jelen sorok írásakor pedig kérdés, hogy mi lesz a sorsa az ideiglenes állomásnak: egyáltalán, mikor tekintheti betöltöttnek a funkcióját egy akár évekre is elhúzódóan „lábadozó” település életében?

Műszaki háttér

Bár műszaki kérdésnek tűnik, a rádió műsorszerkezetét befolyásolhatja, hogy milyen adásvezérlő technológiát használ, ha használ egyáltalán. Az adásvezérlővel automatizálható a műsor: a zenéken, szignálokon kívül a hírműsorok is felvételtől úgy kerülhetnek adásba, mintha élő lenne, holott akár üres stúdióval is mehet az adás. Bár nem az üres, automatizált stúdió a kisközösségi rádiózás ideális terepe, hasznos szolgálatot tehet egy kis csapattal dolgozó stúdió számára annyiban, hogy az ismétlések rendszere révén egész napos adásfolyamot állít elő, melybe a hallgató bármikor bekapcsolódhat.

A 4SSSS DRS 2600 nevű adásvezérlőt használ, melyet áruházi liftzene vezérlésére fejlesztettek. A Periszkóp adásvezérlőként Winamp Radio Schedulert használ, melyet „pillanatokon belül meg tud minden új kollega is tanulni, így akár konzerv műsorait is fel tudja programozni, ha egyéb elfoglaltsága miatt nem érne rá az élő adásra.” A Best of Rádió is innen indult: „Winamptól a Jazzler-ig jutottunk el”. A Kerepes rádió „professzionális adásprocesszort használ (OTS DJ) és hihetetlen nagy hangarchívumot, tematikusan leválogatva. Maguk programozták fel az adásprocesszort, így a műsorkészítőknek az égvilágon semmi dolguk, mint egy gombot megnyomva adásba kerülni (a rendszer automatikusan beállítja magát [a játszott zenék stílusát] az adott műsorvezető karakteréhez)”. Az EPER a SAM Broadcaster nevű programot használja, mellyel elsősorban a prózai adások egymásutániságát vezérli; a Közös Hullámhossz is ezt használta Devecserben.

Az adásvezérlő mellett fontos elem a rádió adásrögzítése: ezt sokszor az adásvezérlők is meg tudják oldani, vagy külső program (Aircheck). Az online streamet „kilőheti” maga az adásvezérlő vagy önálló program (pl. Edcast), a kívülről is látható szerverre pedig általában az Icecast. Az említett programok többségének ára 0-50.000 Ft-os nagyságrendű, ellentétben a kereskedelmi rádiók által használt, akár milliós árfekvésű szoftverekkel.

Teljesítmény

A kisközösségi rádiók sikeréről vagy végzetéről sok esetben nem is a rádiósok vagy hallgatók, hanem végeredményben a frekvencia teljesítményét meghatározó hatóság dönt. Ahol a hatóság valamilyen frekvencia-koordinációs vagy más okból engedékenyebb, ott a rádió egy egész települést és a környező falvakat is besugározza, ahol szigorúbbak, ott akár csak néhány utcasaroknyira korlátozódik a vételkörzet. A vételkörzetet befolyásolja, hogy egy alföldi város templomtornyán, egy nagyváros áltagos magasságú házának tetején, egy dimbes-dombos település egyik völgyében (Istenkút), vagy egy hosszan elnyúló, ezért egy kis körsugárzó adóval besugározhatatlan településen (Balkány) van-e az adó. Bár elvileg a hatóságnak „kompenzálnia” kellene az említett adottságokat a teljesítmény odaítélésekor, azaz az adóteljesítményt ésszerűen akkorára kellene kijelölni, hogy a célközönséget elérje, ez a gyakorlatban legfeljebb többszöri felülvizsgálati kérelemre történhet meg, akkor is csak részben. A korábbi ORTT és NHH gyakorlatában az eredeti pályázati kiírásban említett maximális 10W-os teljesítményhatárt (ORTT 2003) az engedélyek java része meg sem közelíti; a pályázatban szintén említett 1 km-es vételkörzet pedig van, hogy alkalmatlan a rádió célcsoportjának elérésére, de sokszor még ezt sem érheti el a rádió, különösen nagyvárosokban, ugyanis egy másik szempontrendszer szerint általában max. 6000 fős vételkörzeteket jelölnek ki. A hatóság egy fórumon elhangzott informális megjegyzése szerint a kisközösségi rádióknak nem lehet célja egy teljes település elérése, ezért a frekvenciákat eleve úgy osztják ki, hogy csak egy településen belüli kisebb közösséget érhesen el. A teljes település elérésére a helyi rádiós kategória szolgálna. Miközben ezzel az elvvel sok rádiós messze nem ért egyet, a gyakorlatban előfordul, hogy megfelelő domborzati viszonyok és nagyobb kijelölt teljesítmény esetén akár több település is lefedhető. Így lehetséges, hogy „a rádió együtt él a településsel” (Kerepes), vagy mivel az adó „a város közepén van, mindenhol lehet hallani az adást” (Best of Rádió).

A sikertörténetek mellett folyamatos harc és kudarc is lehet az egyébként műszaki okok által indokolatlanul túl szűkre kiszabott adóteljesítmény. A Remete Rádió története: „Az adó a domborzati viszonyok és az NHH miatt Istenkutat se szórja be rendesen – csak lefele szór és csak sávban. Újra szeretnék kijelöltetni a frekvenciát. Az NHH

egyszer kijött, megvan a mérési jegyzőkönyvük: csak 0,1 W a teljesítmény – ezt nagy kegyesen felemelték 0,16W-ra. Ez se elég semmire.” A Periszkóp Rádiónál hasonló a helyzet: „A rádió vételkörzete nagyon kicsi, Pécs közvetlen belvárosában fogható csak, ott se sok helyen, nagyobb a népszerűsége az internetes adásnak. Senki se hallgat, de mindenki ismer minket”. Az EPER Budapest belvárosi adója a kijelölés után két utcasaroknyira volt fogható. Két panasz benyújtása után ma már 3W a teljesítmény, amivel legalább 5 utcasaroknyi területet besugároz, de ez sem elég, sem az egyetem szomszédos karainak, sem a legközelebbi kollégiumok elérésére, ami alapvető mértékben meghatározza a műsorok lehetséges körét is: a célközönség hazaérve már nem hallhatja az adást, az egyetemen „munka közben” pedig értelemszerűen nem fogja.

Hasonlóan a tervezett műsorszerkezetet alapvetően átalakította a kijelölt teljesítmény a Rádió Mi esetében: „Arra számítottunk, hogy ha egy helyi rádió képes szinte az egész megyét lefedni, akkor egy kisközösségi rádió is fogható lehet a városon belül. Ez azért is lett volna fontos, mert bár non-profit rádiót akartunk létrehozni, annyi reklámbevételt mégis szerettünk volna elérni, amiből néhány profi munkatárs fizetése és a rádió fenntartása fedezhető. 2005 tavaszán indult el a rádió, de ekkorra már világossá vált, hogy Szeged egyharmadát se fedi le az adás. A profi, fizetett műsorkészítőkre alapozott hír- és közéleti műsorok így már gyakorlatilag el sem indultak. Annál lelkesebbek voltak az önkéntesek – először kaptak kezdeményezéseik megjelenési lehetőséget a szegedi médiában. Az egész rádió műsoraik köré épült. Az alapítók nagyrészt átadták helyüket a műsorkészítőknek, de tanácsaikkal továbbra is segítik a rádiót.”

A kis vételkörzetnek következménye az is, hogy a rádiók – akárcsak a szomszédos települések – nem nagyon tudnak egymás életéről. Pedig erre is lenne igény: „A környékbeli településeken lakók is szokták hallgatni a rádiókat (átjárnak, itt dolgoznak, interneten keresztül) és folyton érdeklődnek, mikor lesz már náluk is fogható” (Alfa).

A leírt helyzetet kiegészíti, hogy az ORTT-vel kötött szerződés értelmében a kisközösségi rádiók a teljesítményüket nem növelhetik és nem kapcsolódhatnak hálózatra, azaz két szomszédos adóval sem lehet kiegészíteni a túl szűkre szabott kört.

A pécsi Periszkóp Rádió először 2008. október 25-én szervezte meg a „Szabad Frekvencia Napját” a kis adóteljesítményekre tiltakozásul, és a kisteljesítményű rádiózás teljes felszabadítása érdekében. Mivel nem történt előrelépés, az akció második évfordulóján megismételték a „tiltakozó adó” bekapcsolását (Kovács, 2010).

Összegzés

A kisközösségi rádiók formátuma

A kisközösségi rádiók formátuma, célja rendkívül változatos. Bár minden közösségi rádió financiálisan nem nyereségérdekelt módon működik, ennek lényegében nincs köze ahhoz, hogy milyen a rádió formátuma, hangzása, stílusa. Talán a kereskedelmi rádiók hangzásvilága között a legkisebb a különbség; a magyar közszolgálati rádió már három markánsan eltérő hangzásvilágot teremt, míg a közösségi rádiók heterogenitása még szembeszökőbb. Így megtalálhatóak a teljes adásidőben kulturális és közéleti műsorokra szakosodott rádiók; elsősorban zenés, könnyed szórakoztatásra épülő állomások és szubkulturális, illetve magasabb intellektuális igényeket kielégítő „művészádiók”; és azok az „eklektikus” rádiók, melyek nem rádióként rendelkeznek önálló arculattal, hanem különféle arculatú műsorai váltják egymást. Egyes állomásoknál a zene határozza meg az állomás arculatát, a rádiót a zene miatt hallgatják (Periszkóp), míg máshol a hallgatók elsősorban a prózai tartalomért kapcsolnak a rádióra (Remete, ZHR, EPER); vagy pedig mindkettő hasonló súllyal szerepel (Campus). Az arculatot ideális esetben alapvetően a célközönség határozza meg: a korcsoport és célcsoport nagysága.

Az alábbiakban három jól elkülöníthető rádiós kategóriát különböztetünk meg. A szórakoztató-informatív rádió funkciója a mindig háttérben szóló helyi hang biztosítása; a közéleti-kulturális rádió a közösség életéről számol be, míg a művészádió a helyi kulturális élet szereplői akusztikus munkáinak biztosít megjelenési felületet. E három funkció természetesen keveredhet (és többnyire keveredik is) az egyes rádiók napi adásfolyamában.

Szórakoztató-informatív rádiók. A „mindenkihez” szóló, szórakoztató-informatív jellegű rádió alapvetően a helyben kedvelt zenéket sugározza, mert ez az előfeltétele, hogy a legnagyobb körben a leghosszabb ideig tartsák bekapcsolva, így szükségszerűen tematikája és hangzásvilága hasonlóvá válik a hasonló céllal, háttérrádió funkcióban működő zenés kereskedelmi rádiókhoz. Fő célja a szórakoztatás és lehetőség szerint a fiatalok megszólítása. Bár valójában itt olyan helyi személyek és események jutnak szóhoz, akik, amelyek máshol nem, a témák köre hasonló a kereskedelmi médiumokban megszokottakhoz; a témák konkrét tartalma viszont valóban helyi. „A cél hogy átszoktassuk a hallgatókat a nagy kereskedelmiekről a helyi rádióra, mert pl. meghallja a saját hangját vagy a rokonaiét” (Best of Rádió). „A Főiskola Képzési Intézet vezetője találta ki, hogy [a rádió] a főiskolásoknak gyakorlati hely legyen és a város igényeit is kiszolgálja – e kettősségnek nehéz megfelelni, a város miatt populárisabbnak kell lenni.” (Campus). Ezek a rádiók tehát nem az országos médiumokat egészítik ki, hanem azok szerepét szeretnék átvenni, és e műsorfolyamba illesztik be a helyi tartalmat is. Jellemzően napi 24 órában sugároznak, adásukat a szórakoztató zene nagy aránya és a rendszeres híradás, időjárásjelentés, helyi programajánló azaz aktuális szolgáltatás-központúság jellemzi. Jellemző a Best of Rádió célcsoportjának meghatározása: „Rádióink célközönsége Tiszavasvári és a környező települések lakossága, nekik- és róluk szóló műsorokat készítünk. Rádióink speciális célcsoportja a 18-35 éves korosztály; azok a fiatalok, akik Tiszavasváriban vagy a környező, vételkörzeten belüli településeken (Tiszalök, Szorgalmatos, Tiszaeszlár, Tiszadada) élnek és a helyi szolgáltatásokat részesítik előnyben.”

Ez a kategória egyébként sok hasonlóságot mutat a Vajdaság kistelepülési helyi rádióival ahol viszont – közösségi rádiós pályázat nem lévén – kereskedelmi alapon, fizetett alkalmazottakkal, de a hazaitól alig eltérően, néhány településnyi vételkörzettel folyik az adás, mely ezt a formát már kereskedelmi alapon is életképesé teszi (a hazai egy vagy fél településnyi kisközösségi vételkörzet pedig épp ezt gátolja). Balla András szerint egy fenntarthatóan működő rádió több települést is összeköthet, s ekkor „ez nem kisközösségi, hanem nagyközösségi rádió lenne: persze a kistérségi rádió elnevezés pontosabb.”

Közéleti-kulturális rádiók. A közösségét nem annyira szórakoztatni és informálni, hanem a közösség életét inkább tükrözni, leképezni kívánó rádió „a helyi közösség hangja” leginkább a középkorúakhoz szól; itt a hagyományos közszolgálati tartalmak kapnak helyet, ahol viszont nem a zene, hanem a prózai tartalom dominál: ez csak hangzásában hasonlít a közszolgálati rádiókra, hiszen itt a helyi tartalom van a hangsúly (ez a Civil Rádió modellje). Sokak számára ez a klasszikus kisközösségi rádiós modell: „A kisközösségi rádiózás olyan értékeket jelenít meg, melyre a „nagy” médiák nem kíváncsiak. Nekünk kötelességünk felkarolni, bemutatni az egyszerű embert, aki más fórumon nem kap lehetőséget.” (Origóház). Mivel ilyen típusú helyi műsor nehezebben és lassabban hozható létre, mint a könnyed, zenére épülő rádió kínálat, sok ilyen rádió nem napi 24 órában működik, így eleve nem akarhatják az országos médiumok helyét átvenni, hanem csak azokat kiegészítő szerepet töltenek be. Megjegyzendő, hogy a könnyed közösségi rádiókban is a helyi eseményeket bemutató műsorok a leghallgatottabbak. Nem ritka, hogy kiemelt szerepet kap a helyiek érdekvédelme, azaz a rádiók a helyi közéletben is aktív szerepet töltenek be, nem csak közvetítői a történéseknek.

Művészádiók. A közösség szellemi-kreatív munkájának felületet nyújtó underground vagy művészádiók, illetve egyéb tematikus rádiók adott korcsoporton belül is egy szűkebb érdeklődési kört szólítanak meg, melyet sem a közszolgálati, sem a kereskedelmi szektor nem fed le. (Ez a Tilos Rádió modellje.) „Mivel olyan rétegműfajokat, kezdeményezéseket képviselünk, amik sokaknak újdonságként hatnak és felkelti érdeklődésüket, ezért pozitívan fogadják kezdeményezéseinket azok, akik nyitottak arra, hogy a megszokottól eltérő dolgokkal is megismerkedjenek. ... Rendezvényeinken eleve szinte kizárólag ilyen közönség jelenik meg, nem törekszünk a legszélesebb közönség megszólítására” (Rádió Mi). Ezek a rádiók egyáltalán nem versenytársai az országos rádióknak. Nem a szolgáltatás, könnyed szórakoztatás, objektív informálás vagy a közösségi élet tükrözése ezen rádióknak a funkciója, hanem sokkal inkább az önkifejezés, elgondolkodtatás, véleménynyilvánítás felületeként működnek. Ez a rádiótípus elsősorban a nagyvárosokra jellemző.

Magyarországon alig vannak jelen etnikai-nyelvi alapon szerveződő kisközösségi rádiók, s a vallási tematikájú rádiók is inkább regionális vagy országos szinten működnek, s nem egy-egy templom vagy gyülekezet

szervezésében. E két forma említése azért érdekes, mert ezek nyugaton lényegesen nagyobb arányban vannak jelen a közösségi rádiók között, s a magyarországi lakosság etnikai vagy vallási összetétele önmagában nem indokolja ezen közösségek ilyen alacsony arányú rádióalapítási vágyát.

Következtetések

Sok kisközösségi rádiónál az arculatot nem a kereslet, hanem a kínálat határozza meg: azaz a rádió környezetében élő és a rádiózásba bevonható önkéntesek érdeklődési köre. (Ez a néhai Fiksz Rádió modellje).

Megfigyelhető az a tendencia, hogy a kis teljesítménnyel adni kényszerülő rádióknak nincs akkora vonzereje, hogy érdemes legyen általános érdeklődéshez mért műsorszerkezetet kialakítani, tehát itt inkább megengedett, hogy a bevonható önkéntesek személyes érdeklődési körüknek megfelelő műsorokat készítsenek, ezzel kompenzálva a minimális hallgatói kört. Itt az ilyen műsorok kockázata is kisebb, hiszen eleve kevesen hallgatják, bevétel elérése eleve lehetetlen, azaz nem kell törődni a hirdetőik hallgatottság-maximalizáló igényeivel sem.

A nagyobb vételkörzetet elnyerő szerencsésebb rádiókban a potenciális hallgatóság már van akkora, hogy az ő kiszolgálásuk – a közszolgálat – erősebb motiváló erő a műsorkészítők személyes érdeklődésénél, itt tehát már elérhető célként szerepel a minél nagyobb hallgatottság megszerzése, ami lehetővé teszi a hirdetőik jelentkezését, ami a műsor kockázatkerülő, hallgatottság-maximalizáló jellegéhez vezet. Ezek a rádiók a helyi „mindenes” szerepét töltik be, de nem nyereségérdekelt alapon, azaz a hasonló szerepű kereskedelmiéknél a műsorkészítők részéről jelentősen nagyobb egyéni áldozatvállalással. Paradox módon tehát egyfajta természetes kiválasztódási folyamattal a kis vételkörzet egyéni hangra kényszeríti a rádiót, míg a nagyobb vételkörzetűek a kereskedelmi vagy közszolgálati rádiókhoz hasonló hangzásúak és funkciójúak lesznek. (Marketinges szlenggel: a piaci rést megtaláló vállalat egy ideig monopolhelyzetben lehet.)

Ahol egy vételkörzetben több helyi rádió is jelen van, ott már kisebb a „mindenes” rádió létrehozásának csábítása, tehát egy adott témára, stílusra szakosodott rádiók is természetesebb módon megjelenhetnek. A helyi rádiós környezet tehát hatással lehet a helyi kisközösségi rádió várható formátumára is. A kereskedelmi rádiók bevételi igényeihez túl kicsi települések közösségi rádiói így „természetes kiválasztódással” a mindenes szerepet töltik be, mivel egyedüli rádióként működnek. A nagyobb városokban viszont már eleve léteznek helyi rádiók ebben a funkcióban, így az itt megjelenő kisközösségi rádiók szabadabban tematizálhatóak; s nem utolsósorban, egy nagyobb városban már lehetőség lehet akár több, eltérő formátumú kisközösségi rádió egyidejű működtetésére, hiszen egy nagyvárosban térben egymást átfedő közösségek sora van jelen. Ilyenekre azonban egyelőre kevés példa akad: Miskolc területén hat, Székesfehérváron négy kisközösségi rádió is működik, melyek besugárzási körzetei átfedhetik egymást.

A fent leírtakra azonban az élet sok helyütt rácáfol: számos kereskedelmi rádióval is rendelkező nagyvárosokban is létrejönnek kereskedelmi hangzású kisközösségi rádiók. Itt a magyarázat az lehet rá, hogy talán úgy érzik, a helyben divatos, ismert hangzás átvétele nélkül nem tudnák elcsábítani a hallgatókat a maguk frekvenciájára. A lényeg tehát talán mégsem a rádiós környezetben keresendő, hanem az adott egyedi rádiós közösség önmagának megfogalmazott céljaiban. Ez településen belüli közösgénként, illetve településtípusonként (nagyváros-kisváros-falu) is jelentősen eltérő lehet.

Lehet cél egy vagy néhány kistépülés „minden lakosa” számára sugárzó, pénzügyileg is önfenntartó, helyi ízlésnek és igényeknek megfelelő, helyi eseményekről informáló, szolgáltató rádió megteremtése, vagy akár egy alapvetően pályázatokból finanszírozott, jól meghatározott célközönségnek szóló, szűken vett tematikával kulturális, szubkulturális vagy közéleti „misszióként” működő rádió létrehozása.

Mindkét esetben a célok elérését a kijelölt besugárzási körzet alapvetően befolyásolni fogja. A jelenlegi rendszerben a legtöbb esetben csak korlátozott hallgató kör érhető el, ám ők minden bizonnyal lelkesedésükkel képesek fenntartani az önkéntes műsorkészítők motivációját is. Ebben kiemelkedően fontos tényező, hogy a rádió készítői, hallgatói és a rádióban megszólalók legtöbbször személyesen is ismerik egymást; s ez adja a kisközösségi rádiók sajátosságát és el nem vitatható erejét. Az már a jövőbe mutató kérdés, hogy a hatóság akarja-e vagy képes-e a szabályozást úgy módosítani, hogy az elkötelezett „misszós” tevékenység mellett az önfenntartó szolgáltatás modellje is megvalósítható legyen azok számára, akik ezt az utat választanák.

Hivatkozások

Artisjus 2010 ARTISJUS Magyar Szerzői Jogvédő Iroda Egyesület közleménye (K 09) Hivatalos Értesítő 2009/5. http://artisjus.hu/opencms/export/artisjus/felhasznaloknak/aktualis_jogdijkozlemeny_K.html
BM/KSH 2005: Tizenöt év a magyar demokrácia szolgálatában. Önkormányzati tükör 1990–2005.

Benedek Gergő – Gosztonyi Gergely – Hargitai Henrik 2007: Kisközösségi rádiózás Magyarországon: az első 3 év. Civil Szemle, 2007/3–4.

Gosztonyi Gergely 2007: Kisközösségi rádiók Magyarországon, Civil Rádiózásért Alapítvány, Budapest, 2007/2008.32–34.

Hargitai Henrik (szerk.) 2005: Kisközösségi rádiósok kézikönyve. Szabad Rádiók Magyarországi Szervezete.

Kovács Balázs 2010: Nyílt levél a Nemzeti Média- és Hírközlési Hatósághoz a független közösségi rádiózás védelmében. Periszkóp Rádió weboldal http://periszkopradio.hu/periweb/wp-content/uploads/2010/10/moire-ki-2010_10_22-nmhh1.jpg

Kulturális Közlöny 2002/16. (IX. 20.) Az ORTT 1218/2002. (VII. 23.) számú határozata

ORTT 2003 Az Országos Rádió és Televízió Testület pályázati felhívása helyi, rádiófrekvenciák hasznosítására kisközösségi rádiók céljára http://www.ortt.hu/palyazatok/7/1149557330helyi_radio_20030716.doc

ORTT 2007: A kisközösségi rádiózás Magyarországon. http://www.ortt.hu/elemzesek/21/1173689316a_kiskozossegi_radiozas_magyarorszagon_20070312.pdf

Péterfi Anna – Péterfi Ferenc 2009: Hogy rátaláljunk a helyi közösség hangjára. A kisközösségi rádiók esélyeiről. Budapest, AKTI füzetek, 39.,2009.

ZHR 2010 http://zhr.hu/index_files/Page698.htm

A felmérés alapját adó rádiók és adatközlők nevei:

4-SSSS Rádió: Téglás, Balogh János, Keserű Csaba, szóbeli, kérdőíves és e-mailes közlés, 2010

Alfa Rádió: Balkány, Balla András, szóbeli és kérdőíves és e-mailes közlés, 2010

Best of Rádió: Tiszavasvári, Balogh Tamás, szóbeli és kérdőíves közlés, 2010

Campus Rádió: Nyíregyháza, Pós Anita, Gál Ottó, Papp Róbert, Pócsi István, szóbeli és kérdőíves közlés, 2010

Első Pesti Egyetemi Rádió (EPER): Hargitai Henrik, szóbeli és kérdőíves közlés, 2010

Fúzió Rádió: Budapest, Muka László, Kovács Orsolya, szóbeli és kérdőíves közlés, 2010

Galaxis Rádió: Heves, Kohán Norbert, kérdőíves közlés, 2010

Kerepes Rádió: Kerepes, Springer Krisztina, kérdőíves közlés, 2010

Közös Hullámhossz: Hargitai Henrik, szóbeli közlés, 2010

Mustár FM: Nyíregyháza, szóbeli és kérdőíves közlés, 2010

Origó-Ház Rádió: Mecsekszabolcs, Pécs, Palotás Károly, kérdőíves közlés, 2010

Periszkóp Rádió: Pécs, Dr. Kovács Balázs, szóbeli és kérdőíves közlés, 2010

Pusztai Rádió: Kunszentmiklós, Szilágyiné Lucy, kérdőíves közlés, 2010

Rádió 35: Tiszaújváros, Mihalikné Lovász Ilona, szóbeli és kérdőíves közlés, 2010

Rádió Mi: Szeged, Medvegy Gábor, szóbeli és kérdőíves közlés, 2010

Rádió Smile: Kiskunfélegyháza, Csősz Viktor, szóbeli és kérdőíves közlés, 2010

Rádió X: Hódmezővásárhely, Ágoston Lajos, szóbeli és kérdőíves közlés, 2010

Remete Rádió: Pécs Peták Péter, szóbeli és kérdőíves közlés, 2010

Tarcsa FM: Kistarcsa, Ladjánszki László, szóbeli és kérdőíves közlés, 2010

Tavirózsa Rádió: Veresegyház, Rekvényi László, szóbeli és kérdőíves közlés, 2010

Zöld Hullám Rádió (ZHR): Piliscsaba, László Erika, kérdőíves közlés, 2010

3. fejezet

Ilyenek vagyunk...
A kérdőívet kitöltő rádiókról:



4-SSSS Rádió, Téglás - FM 97.9

Alapítás: 2000
Forma: egyesület
Adás: 24 órás, folyamatos
Honlap: www.negyesradio.hu

Az első kisközségi rádiók egyikét rövid autózás és némi nehézség után értük el, immár sötétben, néhányszor eltévedve. A 6 ezer lakosú kisváros közepe táján, az épülő új óvoda mellett egy 2 szobás szolgálati lakásban található a rádió. A rádió egyik lelke, Pufi (Pu-Fee, azaz Balogh János) itt is él, másikuk, a technikai zseni Keszérő Csabi pedig nem sokkal messzebb. Elfogultan úgy gondolom, a kedvenc rádióm, erre szokták mondani, hogy az igazi civil kisközségi rádió, fanatikus emberekkel. A rádiózás az életük, mindent maguktól tanultak meg és mindent elintéznek valahogy.

A rádiót a Pánik Kulturális Egyesület működteti. Kábelrádióként kezdték, a helyi vállalkozó képűségja alá adtak zenét. 2002-ben pályáztak kisközségi frekvenciára, akkor a „fiatalok még maguk” válaszon kívül mást nem kaptak. Itt a keleti országrészben tartott a legtovább a frekvenciakímérés, egyeztetés. Végül 2004 július 3-án volt az első megszólalásuk.

Jelenleg beszórájk a mintegy 6500 lakosú Téglást és néhány környező faluig is elszólnak. A részmunkaidős 2 munkatárs mellett 5-6 fő önkéntesük van. A stáb magja 5 fő (Pu-Fee és Csabi az alapítók, valamint egy lány és egy fiatal pár). Induláskor többen voltak, de menet közben lemorzsolódtak. Pu-Fee jelenleg neveli ki az utánpótlást a helyi nevelőotthon diákjaiból (ő is ott nőtt föl, jelenleg ott dolgozik nevelőtanárként, gatyába is rázta az ottani sulirádiót). Fantasztikus lelkesedés és elhivatottság jellemző rájuk.

A kellemes kertes udvar hátuljában található 2 szobás lakás egyik szobája a stúdió, a másik maga a lakókörnyezet, de ahogy már csak egy ilyen rádiónál „elvárható”, ez a szoba is kizárólag a rádiózásról szól, itt a kontrollszoba, utómunkastúdió. Süketszobájuk nincs, de Csabi lakásán ez is ki van alakítva, szerkesztett műsorokat itt tudnak professzionálisan készíteni. Maga a környezet nem árulkodik arról, milyen komoly szakmai munka folyik itt. Reklámjaikat, szpotjaikat a legtöbb kereskedelmi rádiós is megirigyelhetné (jellemző módon ezek készítője a helyi pizzafutár).

24/7-es műsorrendben dolgoznak, reggel 5-től éjfélig élő adás, éjfél-től 5 óras tematikus jazz válogatás szól. 6:00-22:00-ig óránként adnak 5 perc híreket, óránként legalább 3 megszólalásuk van (így a zene-szöveg arány kb. 70-30%). Zenei kínálatuk kereskedelmi hangvételű. Zenéik ma főleg a '80-as, '90-es, '00-es évek külföldi illetve magyar zenéiből állnak. Pu-Fee maga is dj, de elmondása szerint a helyiek még a kommersz hiphop, rap zenét sem kedvelik, leginkább „mulatósra” lenne igény. Reklámidejüket kihasználják, de többnyire barter-rendszerben, így jutva olcsóbban eszközökhöz, szervizeléshez. Pu-Fee a helyi iskolában megszervezte az iskolarádiót, ez az egyik fő utánpótlása a rádiónak. Az itt feltűnő legtehetségesebb diákok kipróbálhatják magukat a 4SSSS-ben, majd ha akarnak, fél év gyakorlat után önálló műsort kaphatnak. A környéken is



sok helyütt lépnek fel mint dj, ekkor is népszerűsítik a rádiót. Valószínűleg az országban egyedi módon népszerűsítik kreatív ötletekkel magukat az iwiwen, 20 ezer embert érnek el klubjaikkal, így rendezvényeik is mindig teltházzal mennek (pl. hajdúdorogi éjszakai strand). Sok hallgatói visszajelzésük érkezik, elsősorban SMS-en, (telefonon kevesebb) és cseten. Úgy becslik, 1db SMS körülbelül 100 hallgatót jelent – ez alapján körülbelül 1000 főre teszik a hallgatottságukat az éterben (egyéb módon, például internet, kábelén pedig kb. 500 fő)

A DRS 2600 nevű adásvezérlőt használják – ezt az angliai programot az áruházi liftzene vezérlésére találták ki, 2004-ben 27000 forintba került és a célnak tökéletesen megfelel. 24 órára előre tudják programozni. 3 plusz 3 virtuális csatornája van: A1) zene, A2) szignál, A3) zene; B1) B2) B3) szpotok.



Valószínűleg teljesen rendhagyó módon antennájuk a templom keresztje mellett van, emiatt vételkörzetük is legalább 30 km-es. A környező településeken feltehetőleg többen hallgatják őket, mint az országos kereskedelmi adókat, egyedül egy debreceni kereskedelmi rádió jelent konkurenciát nekik.

Nem reklámoznak gyakran, 6 éve most először használták ki a 3 percet. Helyi cégek, szervezetek reklámjait, információit éppúgy közlik, mint társadalmi célú, lakossági és kulturális hirdetéseket vagy az ingyenes programajánlót. Marketingstartégiájuk kétféle: 1) ingyen hirdettek a baráti cégeknek – erre jött a konkurencia pénzes hirdetésekkel is 2) maguk keresték meg a potenciális hirdetőket csinosan felöltözött marketinges hölgy személyében. Az elején még ők járták végig a reklámozókat, mára ez megfordult, őket keresik a hirdetők. Bevételeik 90%-a pályázatokból tevődik össze (ORTT – Műsorszolgáltatási Alap, Nemzeti Civil Alapprogram). Idén próbálkoztak Leader-pályázattal is. Törségi kulturális rendezvényeket is szerveznek, abból is van kevés bevétel.

A helyi önkormányzattal, polgármesterrel jó a kapcsolatuk, az önkormányzat havi szerény anyagi hozzájárulással támogatja is őket, emellett a stúdióhelyiséget nagyon olcsón kapják meg. Helyi lakosokkal, civilekkel, szervezetekkel is jó a kapcsolat. Önkénteseiket képzésekkel, saját rendezvényekkel, stábgyűlésekkel, útiköltségtérítéssel, sajtóbelépőkkel tudják motiválni. Az önkéntesek a rádió teljes működtetésében részt vesznek.

A rádió megjelenik helyi rendezvényeken: pl. biciklis felvonuláson, városfutáson. Híresek a téglási súlyemelők – őket is reklámozzák. Kedvencük a seprűnyél-gyártó üzem. A helyi lakosok egyszer keresték meg a rádiót, hogy segítse őket az érdekérvényesítésben egy munkaügyi vitában, itt sikerrel jártak.

Műsoridejük nagyobb része élő. Nagy hangsúlyt helyeznek a reggeli műsorsávra, ezt maximálisan pörgősen ki is használják. Eszközeik a legolcsóbbak, de abból a maximumot kihozzák Csabi technikai zsenialitása segítségével. Nem várt fanatikus profizmust láthattunk egy kisvárosban – élő bizonyítékául annak, hogyan lehet szinte a semmiből nagyon profi rádiót csinálni.

Kovács Orsolya



Alfa Rádió, Balkány - FM 88

Alapítás: 2008
Forma: Betéti Társaság
Adás: 24 órás, folyamatos
Honlap: www.alfaradio.hu



Téglástól pár kilométerre található Balkány, hasonló méretű kisváros az Alföldön. Rövid kérdezősködés után a központban hamar meglett az Alfa Rádió. Itt találkoztunk Balla Andrással, a rádió alapító, üzemeltető motorjával, akiről el kell mondani, hogy messzemenőkig kimeríti a „kreatív ember” fogalmát. Fizikatanári végzettsége mellett nagyon ért minden technikai dologhoz, és ez vissza is köszönt a

rádióban. Minden eddiginél nagyobb a rend és fegyelem. A főútról nyíló családi házba belépve a rádió fogadóhelyiségében találjuk magunkat, mely András birodalma.

Innen működteti a rádió dolgait, ez a kontrollhelyiség is. Van egy nagy szoba, mely ellátja az utómunkastúdió és a fúró-faragó-szerelő helység szerepét is; valamint egy nagyon professzionális stúdiót találhatunk itt, mindent kielégítő technikával. Itt találkoztunk először „on air”-kapcsolóval illetve lámpával.

A rádiót gyakorlatilag egyedül András menedzseli. A műsorkészítők kevesen vannak a településről, többnyire gyesen lévő kismamák a hírolvasók, bemondók, műsorvezetők. Sok konzervműsoruk van, mellyel kielégítik a vételkörzet minden igényét, de ezeket is a szűk gárda készíti. András hamar a mélyvízbe dobja az újoncokat, annak ellenére, hogy van nyugdíjas néni is a stábben. Élő közvetítéseket jelenleg nem csinálnak, bár meg tudnák valósítani. Minden eseményt felvesznek és utólag szerkesztik.



Az adó hivatalosan 0,5W teljesítménnyel szól egy, az udvarukban található 18m-es antenna tetejéről (4m-nél magasabb antennához már kell építési engedély – ezért külön az antennához létrehozott egy alapítványt). Kb. 30 km átmérőjű körben szólnak, potenciálisan mintegy 3000 hallgatót elérve. Ez az első rádió itt a településen.

12 órás az adás, 3 főállású műsorvezetővel, akik 4 óránként váltják egymást. Van egy távműsorkészítőjük is. Többnyire - ahogy a régióban jellemző



- sms és betelefonálás van, az internetet nem használja senki a rádió keresésére, hallgatására.

A település életében központi szerepük van. A lakóközösség használja a rádiót, nagyon nagy a hallgatottságuk. Itt hallottuk először, hogy a közösséget érintő problémákban segít a rádió megoldást találni. Sokszor kérik a segítségüket - leggyakrabban elveszett kutya, macska, mobiltelefon, kulcs megtalálására - amely szinte mindig meglett. Egy ízben elment a faluban az áram, hívták a rádiót. András felhívta a Titászt – hamarosan vissza is jött az áram.

Jó a viszony az önkormányzattal. Keveset reklámoznak, 90%-ban barter reklám van inkább. András nem akarja reklámmal telerakni a műsort. Inkább ízlésformálásra, értékelmutatásra törekszik.

Hangvételük vegyes, mivel minden korosztályt kielégítenek. Teljes zenei palettájukat a tematikus szerkesztés jellemzi. Mondhatni kicsit kereskedelmis, kicsit régi kossuthos, kicsit nosztalgikus. Műsoraikra a profizmus jellemző. Hallgatottságuk kb. egyenlő az országos kereskedelmi adókéval. A rádió nyelvezete választékos, kulturált. Kitüntetett zenei

irányvonal nincs, igyekeznek mindenkihez szólni. Sokan hallgatják és a kívánságműsor nagyon népszerű – sok hallgatói kérés, visszajelzés érkezik (pl. zenei kívánságok), elsősorban sms-en.

Helyi lakosokkal, szervezetekkel kiváló a kapcsolat. Minden helyi rendezvényen megjelenik a rádió, Tascam DR1 diktafonnal vesznek fel anyagokat. Élőben nem közvetítenek („nem olyan nagy település ez, hogy megérje”), hanem a felvett riportokat adják le később megvágva.

Tele vannak ötletekkel, melyeket szép sorban meg is valósítanak. Egyik legszebb megvalósult álmuk: anyák napjára a településen lakó gyerekekkel vettek fel közösen egy CD-t – minden gyerek mond egy anyák napi verset (még egy, a közeli gyerekvárosban lakó árva kisfiú is). A CD-t – saját költségükön – több, mint 100 példányban sokszorosították, minden család kapott belőle és óriási siker volt. Terveznek olyan programokat is szervezni, amellyel fiatal előadóknak biztosítanak fellépési lehetőséget.

Műsorok:

- „Zenebona” – telefonos interjú kevésbé ismert zenekarokkal
- „Kotta nélkül” – műsor ismertebb zenekarokkal/-ről (pl. Nox, Kárpátia, Mága Zoltán stb.). Sok telefonos interjújuk van, de ha az adott zenekar eljön Szabolcsba, mindenképp megkeresik személyesen is.
- „Négyszemközt” – helyi emberekkel készülő beszélgetés, közéleti fórum (pl. polgármester, tűzoltóparancsnok, mentős, családsegítő, orvos, stb.)
- „Muzsika” – stílusokon átívelő zenei válogatás – pl. Vivaldi Négy évszak flamenco-ban, a Carmina Burana technóban, stb.
- „Kemény idők” – metál műsor, egy Ottó nevű fiatal srác konzerv adásban csinálja
- régebben voltak átvett műsorok - pl. Sztárportré, Tudástár, EU-s magazin stb.

Kovács Orsolya



Tarcza FM - Kistarcsa (ex ARC Rádió, leendő Kistarcsa Hangja Rádió)

Alapítás: 2006
Forma: egyesület
Honlap: www.arcradio.hu



HÉV-vel kirándulás Kistarcsára, ahol hamar meg is lett a rádió, 5 percre az állomástól a Civil-házban. (Szomorú, elhagyott művelődési háznak tűnt.) A legmostohább sorsú rádió, amit eddig sikerült meglátogatni. Ladjánszki Lászlóval találkoztam, ő a szíve a rádiónak, nélküle már megszűntek volna, de így is a határán vannak, mert munkája miatt Debrecenbe fog költözni. Más érdeklődő a hivatalos papírmunkára nincs. Az egykori ARC Rádió utódjai, akiket a helyi közösségfejlesztő hölgy hagyott el férjhezmenetel okán, külföldre települve. Ők maguk ekkor kezdték tanulni a pályázatokat, papírmunkát, de felörlődtek, egyedül László csinálta erőnek erejével. De mivel ő se értett hozzá, több pályázatról lecsúsztak, nem volt tisztázott a működtető személye, így az ORTT visszavonta az engedélyüket. Többször próbálkoztak, de nem jártak sikerrel. Jelenleg csak netes adásuk van, de Kistarcsa Hangja néven új pályázatot adtak be. Vételkörzetükbe 11 ezren tartoznak, jelenleg kb. huszan hallgatják a netes adásukat. A stúdió nagyjából 6 négyzetméter, 2 számítógép, 1 keverő, 3 mikrofon az összes berendezése. Heti 2-3 óra élő adásuk van jelenleg, ilyen formában elment a stáb kedve a rádiózástól, és várják a pályázat végeredményét. Most kb. 10-en dolgoznak önkéntesként. Műsorkínálatuk 90 %-ban zene. Ennek ellenére reklámidéjük egy részét ki tudják használni. Komoly terveik vannak, de legégetőbb problémájuk találni egy embert, aki átvenné Ladjánszki szerepét elköltözése estén.

Novák Márk



Best of Rádió 35, Tiszavasvári - FM 98,0

Alapítás: 2007
Forma: egyesület
Adás: 24 órás, folyamatos
Honlap: www.bestofradio.hu



Tiszavasvári 14 ezres kisvárosának főterén található csodálatosan felújított Művelődési Házban székel a rádió, ahol vár minket Balogh Tamás. A Művelődési Házat az önkormányzat újjátarta fel és bocsátotta a helyi civilek rendelkezésére, van itt helyi TV, könyvtár, színházterem, néptánc, természetjárók, hagyományörzők és még sok érdekes szervezet. Ezek egyike a Best of Rádió, amely a ház emeletén található. Indulásuk nem volt egyszerű, korábbra tervezték, de az akkori egyesület, mely pályázott, személyi ellentétek miatt megszűnt, új társakkal vágta neki ismét, immár sikerrel.

2007 közepén alakult a Tiszavasvári Média Egyesület, 2008 októberében indult a rádió. Az egyesület – alapszabálya szerint is – helyi és kistérségi média-funkciókat lát el, azaz a rádió mellett helyi web-TV-t, és lapot is üzemeltet, továbbá turisztikai információkkal is szolgál (épp készülnek létrehozni egy turisztikai információs irodát). Emellett gyakorlati hely kommunikáció szakos diákok, fiatalok számára is.



Az adó Tiszavasvárin 1-2 km-en belül fogható, tiszta időben szomszéd településekig is elhat – tehát potenciálisan körülbelül 40.000-en tudják hallgatni. Található itt süketszoba, utómunkastúdió (melyben együtt dolgozik a technikai személyzet és a rádió többi alkalmazottja), adáshelyiség. Professzionális eszközeiket pályázatok útján szerezték be, de az induláshoz szükséges technikát saját eszközeikből állították (anno) össze, ezek részben, a mai napig működésbe vannak vonva. (Régebben kalózkodtak is, 2003-2006 között „Pulzus Rádió” néven adtak egy kazánházból, később kábeltévén sugároztak.)



A rádiót 2 fő viszi a hátán (Balogh Tamás és Mészáros Gábor), egyikük a finanszírozással, távlati programokkal, szervezéssel, kapcsolattartással foglalkozik, másikuk a napi ügyeket intézi és természetesen rádiózik is. Nagyon jó a kapcsolatuk az önkormányzattal, amely anyagilag is támogatja őket és közmunkásokat közvetít hozzájuk. A helyi közmunkaprogram részeként 3 állandó alkalmazottjuk van így, egy hangtechnikus, egy marketinges és egy turisztikai kérdésekkel foglalkozó. Ezenkívül 15-20 fő helyi civil önkéntes. Műsoraik kisebb részben élő adások, nagyobb részben szerkesztett műsorok. A helyi közösséget és a környéket érintő műsorok mellett nagy hangsúlyt helyeznek a turisztikai információkra is. Helyi civilekkel és más szervezetekkel jó a kapcsolatuk, a belvízveszély idején például szorosan együttműködtek a katasztrófavédelemmel (volt egy szimulációs játék is, melyben a rádió épülete volt a kórház). Helyi rendezvényeken igyekeznek minél gyakrabban megjelenni, élő közvetítéssel (pl. lakossági fórumok, kulturális rendezvények), saját standdal vagy legalább egy molinó kihelyezésével.

A rádió nyelvezete vegyes, műsoronként változik. Célkitűzésük: igényes zenék plusz értékközvetítés és az, hogy helyben a leggyorsabb hírforrás legyenek. A rádió zenei kínálata változatos, napközben afféle Petőfi és Sláger Rádió-keveréket játszanak, sok magyar zenével, esténként pedig tematikus zenei műsoraik vannak: hétfő – jazz, kedd – lounge, szerda – rock, csütörtök – koncertfelvétel, péntek – underground, szombat – DJ-k, vasárnap – magyar zenék. „Slágerakadémia” című műsorukban 1-1 év zenei termését nézik át. Zenéik kiadóktól, illetve saját gyűjtésből származnak. A „Jazzler” nevű német adásvezérlő programot használják.

Hangvételük a kereskedelmi rádiókéra emlékeztet, hallgatottságuk velük szemben 30-50%, ami igen jónak mondható. A stúdió hangulatát tekintve talán a „rendezett bohém” a jó kifejezés, látszik, hogy használják, élnek benne, ennek ellenére rend és fegyelem a jellemző. Gyakori a hallgatói visszajelzés (SMS, telefon, e-mail), közülük sokat adásba is adnak. A visszajelzések leginkább pozitívak, „A nap vendége” című reggeli műsorra pedig mindig érkezik hallgatói reakció. Honlapjuk saját fejlesztésű motorral megy, e-mailküldési és RSS követési funkciót is tartalmaz. Iwiw-en, MSN-en is tartják a kapcsolatot a hallgatókkal, a kívánságműsorba sok kérés MSN-en érkezik.

Reklámbevételük nagyon kevés, a reklámozók főleg helyi vállalkozók, de még nem használják ki teljesen az időkeretet. A reklámozók már keresik is őket, de még nekik is kell vadászni hirdetőket. Főként helyi cégek és szervezetek hirdetéseit, felhívásait sugározzák. Szórólapokon és más kiadványokon, rendezvényeken, más honlapokon és plakátokon is népszerűsítik a rádiót.



A stúdiólátogatás és szakmai beszélgetés után megnéztük a gyönyörű Művelődési Házat, majd a helyi múzeumot, ahol Tamás dolgozik főállásban. (Itt megtudtuk, hogy a település nem is olyan régóta Tiszavasvári, korábban Büdszentmihály volt, és, hogy Vasvári Pál csak egy hónapot élt itt, valamint az Alkaloida Művek történetét is meghallgattuk.)

Kereskedelmi és klasszikus civil rádiózás kellemes keveredése, két ember viszi a hátán a rádiót, mástól ebben nem kapnak segítséget, de a jelek szerint profin végzik a munkájukat. Maximálisan ellátják azt, amiért létrejött a rádió.

Műsoraik:

- Hírek – óránként országos hírek a Hírcentrumból, plusz félkor helyi hírek (önkormányzati, kulturális, tűzoltó, média stb.)
- A reggeli műsort élőben adják, 6:00-tól, vagy 6:30-tól körülbelül 9-ig, ebből 8 és 9 óra között van bent „A nap vendége” – nagyon hallgatott sáv!
- „Zöldike”
- „Bölcs bagoly” – oktatóközpont műsora
- Horgászműsor
- Egyházi műsor (papok bent hirdették az igét – most már csak felvett mise van)
- A sportműsort egy nyírtelki művelődésszervező tartja, aki a Komlói akadémiára járt. Élő kézilabda-közvetítést is csinál 2 laptop és mobilinternet segítségével)
- Utazási műsor
- Gasztró-műsor (egy debreceni egyetemista lány a készítője)
- Borműsor

Kovács Orsolya



Campus Rádió, Nyíregyháza - FM 97,9

Alapítás: 2005

Forma: Nyíregyházi Főiskola rádioadója

Adás: 24 órás, folyamatos

Honlap: www.campusradio.hu



2005-ben indult, a Nyíregyházi Főiskolán üzemelő rádió (amely főiskolán úgy 7-8 000 diák tanul).

A rádiónak 5 főállású munkatársa van, 1 részmunkaidős és vagy 35 önkéntes. Ezen felül 2 technikus, akik néha besegítenek. A rádió fő feladatai: 1) tájékoztatás a főiskolai életéről, 2) gyakorlóterep diákoknak (plusz tehetségkutatás), 3) városnak szóló információforrás. Teljesen politikamentes rádió, elsősorban kulturális és ifjúsági műsoraik vannak. Hivatalosan 40-60% zene-szövegaránnyal dolgoznak, ez gyakorlatilag inkább 45-55%.

Míg mentünk a stúdió felé, Anita, a rádió egyik vezetője megmutatta az 50m-es adótornyot, melyen az helyi tv-k mellett a rádió antennája is helyet kapott, így a vételkörzetük igencsak nagy (nincs felmérés, de az biztos, hogy egész Nyíregyházát besugározzák). A rádió a főiskolán belül működik, a kommunikációs tanszékhez tartozik. Részben önálló a működése, az iskola a rádió forrásait duplájára egészíti ki. Ez nagy előnyük, de hátrány annyiban,



hogy nem nevezhetők függetlennek, így kimaradnak jó pár lehetőségből.

Az egyik legimpozánsabb stúdiót láthattuk. Hatalmas adásszoba, süketszoba, 3-4 db utómunkahelység, hatalmas adminisztrációs, vendégfogadó helység. A műsorkészítők utánpótlása korlátlan, a 200 médiaszakos hallgató kötelezően kipróbálja a rádiót, évente 30-35 mutat elég kedvet és tehetséget, hogy rádiózzon is, ebbe az irányba szakosodjon. Több kereskedelmi rádióst is kitermeltek az évek során. De sokan a főiskola után is visszavágyódnak. A rádiót egy 4 fős team vezeti, ellátva minden feladatot, ők maguk immár kevés műsort készítenek. A technikát egy zseniális fiatalember kezeli, építi, programozza, neki is megvan a fizika tanszékről a segédlete, maguk építette telefonhibrid, stb.

Rádiósokat a főiskolán toboroznak: minden év elején körbejárják az új évfolyamokat, bemutatják a rádiót. Nem kötelező a rádiózás, de plusz kreditet jelent. Önkénteseiket emellett a következőkkel tudják motiválni: képzések (jók!), saját rendezvények (főzés, születésnap, jutalmak), sajtóbelépők, a rádiósok tudnak demófelvételeket készíteni, a nyáron rádiózók pedig kollégiumi szállást kapnak.

Mint elmondták, a rádió a kollégium alagsorában ablaktalan helységben indult, de az egyetem vezetősége látta fanatizmusukat és minőségi műsoraikat, pár éve felkarolta és a kommunikációs tanszék keretébe vonta a rádiót. Technikai eszközeik jó része származik az iskola támogatásából – pl. OIV YAMAHA keverőpultjuk van, illetve Fornax adásvezérlőjük.

Műsorstruktúrájukban a városi hírek, események keverednek az egyetemi élet információival. A nagy létszámú műsorkészítő csapat változatos műsorokat állít elő. Az új műsorvezetők eleinte csak konzerv adásokat készítenek, ezt bizottság hallgatja meg, ezután engedélyezik adásba kerülését vagy javasolnak módosítást. Mivel a város egészét beszórják, igyekeznek nem egyoldalúan egyetemi irányba vinni a rádiózást. Hallgatottságuk a városban kb. 3-5%-ra tehető. Induláskor még 15% volt, a helyi kereskedelmi Sunshine Rádió indulása azonban elszívta a hallgatók egy részét. (Felméréseket a főiskolai hallgatók készítettek szakmai gyakorlat keretén belül.) Sokan hallgatják őket interneten, kollégiumban.



Viszonyuk jó mind az önkormányzattal, mind egyéb helyi civilekkel. A polgármester rendszeresen nyilatkozik a rádióban, az önkormányzat folyamatosan küld értesítést rendezvényekről, eseményekről, karácsony előtt az önkormányzat prominensei bejönnek magánemberként, stb.

Helyi civilek közül többeket szisztematikusan bevonnak a munkájukba – az E-Misszió Egyesület például 4 éve készít műsort, de más szervezetek is rendszeres vendégek, pl. Kalamáris Egyesület, állatbarát alapítvány, fogyatékkal élők egyesülete. A Mustár FM-t működtető Mustárházzal együttműködnek. Közös műsoruk ugyan nincs, de a különböző célcsoportok miatt (közép- illetve főiskolások), nem konkurensei egymásnak.

A rádió sokszor megjelenik helyi (főként kulturális) rendezvényeken: élő közvetítéssel (pl. 2009-ben „Mindenki Napja”), konzervek készítésével, saját standdal, molinóval illetve műsorban adott programajánlóval. Emellett

rendszeresen szerveznek saját, olykor kifejezetten figyelemfelhívó rendezvényeket. Ilyen volt pl. mikor az új rámpák átadása után felkérték a rektort, menjen végig az épületen kerekesszékkal. „Izzadt, de végiment” – a tapasztalatokat beépítették az akadálymentesítési fejlesztésekbe. Fontos számukra az esélyegyenlőség – pl. készítenek felolvasásokat látássérültek számára (pl. Örkeny Egyperceseit).

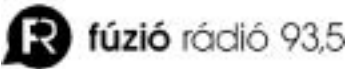
Nagyon keveset reklámoznak, a hirdetőik inkább a nagyobb rádiókhoz mennek. Barter reklámokra a főiskolai fenntartás miatt nincs lehetőség. A minimálisan előforduló reklám legfeljebb társadalmi célú, politikai, kulturális információ vagy lakossági hirdetés.

Hallgatottságuk elég magas, vetekszik a kereskedelmi adókéval, az egyetem területén pedig az internetes adásuknak abszolút többsége van. A SZARÁMASZER által kiadott „zöld könyv” náluk tankönyv, abból oktatnak a Kommunikáció Tanszéken és nagyon dicsérték.

Néhány műsoruk:

- ökumenikus vallási műsorok (felváltva 4 vallás tartja – református, római- illetve görög katolikus, negyedikként mindig valami más, pl. brazil, német, portugál egyházak órája)
- „zenedoboz”
- fiatal zenekaroknak szóló műsorok

Kovács Orsolya



Fúzió Rádió, Budapest - FM 93,5

Alapítás: 2004
Forma: egyesület
Adás: 24 órás, folyamatos
Honlap: www.fuzioradio.hu



Elsősorban kulturális műsorszolgáltatásra létrejött rádióadó, Budapest XI. kerületében és környékén ad, mintegy 3W-tal. Kulturális egyesület működteti, alapító magja a korábbi Fiksz Rádióból vált ki. Teljes mértékben önkéntesek viszik az ügyeket az adminisztrációtól a technikai szervezésig, de a stáb elég nagy, mintegy 70-80-an vannak. A rádió működéséért az egyesület 5 tagú elnöksége felel, a műsorbeosztásért és a szakmai programokért a szintén 5 tagú szerkesztőbizottság. Ezen felül van egy technikai team-jük és egy PR-csapatuk. Főszerkesztő nincs, a döntések közösen születnek meg.

Jellegét tekintve városi underground kulturális rádió, komoly törekvéssel a zenei hiánypótlásra: kimondottan olyan stílusokat preferál és mutat be, amelyek máshol nem- vagy kevéssé hallhatók, pedig igényesek, értékesek (jazz, folk, világzene, alternatív rock, igényesebb elektronikus



műfajok, blues, progresszív rock, kísérleti zenék, avant-pop, kortárs klasszikus stb.). Zenei műsorai mellett irodalmi, filmes, színházi, képzőművészeti és más kulturális tematikájú műsorai vannak.



A szűken vett vételkörzethez (Dél-Buda, XI. kerület) való kötődésük kismértékű, jellemzően az egész fővárosra van kitekintésük. Hallgatottsági adataik csak az internetes adásról vannak – ennek maximuma 30-40 fő, műsortól függően – a hallgatóik inkább egyes műsorokat preferálnak. Becslésük szerint pár százan hallgathatják őket az éterben. Ezen a számon mindenképpen javítani szeretnének ösztől intenzívebb kampánnyal, tekintve, hogy a vételkörzet Budapest egyik legsűrűbben lakott kerülete. Visszajelzéseket skype-on, chat-en, facebook-on gyakran, ritkán telefonon is kapnak.



A honlap nagyon aktív, 1-2 naponként frissül műsor- illetve programajánlóval. A rádiónak széleskörű kapcsolatai vannak a főváros legkülönbözőbb szintű művelődési egységeivel – underground romkocsmáktól a Trafón át a Művészetek Palotájáig. A rádió számos rendezvényen megjelenik, belépőket sorsol, konzervanyagokat készít vagy stúdióbeszélgetésre invitálja a fellépőket. A jobb interjúk néha nyomtatásban is megjelennek (Quart, Magyar Narancs, Fidelio, stb.). Mivel a stúdió a MU Színház melléképületében van, a Színházzal is vannak közös programok – ilyen volt például a nívós Újbuda Jazzfesztivál közvetítése, a vendégekkel való interjúk.

A rádió emellett nagyon aktív a saját programok szervezésében is: 2009 májusában volt saját Fúziós Fesztiváljuk a Gödörben, a Periszkóppal

közös szervezői voltak egy kísérleti zenei fesztiválnak 2009 őszén, egyes műsoraiknak pedig saját (néhányuknak rendszeres) klubja van, DJ-ik mindig a rádió megjelölésével lépnek föl (pl. Budapest Eklektik Klub, Lamantin DJ-k, Holly Rollerz), az egész városban számos helyen. Az országos rádiós rendezvényeken is mindig képviseltetik magukat.

Reklámjuk egyáltalán nincs (nagyon ritkán 1-1 barter), akadnak viszont kulturális felhívások, részt vesznek segélyakcióban, stb. Az egész városban megtalálhatók a Fúziós „tapaszos matricák” – emellett szórólapokon, eseményekhez kötődően hirdetik magukat, olykor 1-1 CD-borítón is felbukkan logójuk. Kulturális területen tehát nagyon aktív a rádió, másfajta közéleti szintéren, érdekképviselőben azonban nem vesznek részt. Különleges specialitásuk az évek óta épített station ID-gyűjteményük, melyet neves interjúalanyaikkal mondatnak fel – Péterfy Boritól Lovasi Andrásig, Natacha Atlástól Sidsel Endresenig számtalan művész ajánlja lelkesen hallgatóinak a Fúzió Rádiót.

A helyi önkormányzattal nincs szoros kapcsolatuk (évi 1 pályázaton kívül, illetve korábban kis ideig vettek át önkormányzati híreket), vételkörzeti lakossággal, szervezetekkel sem, tevékenységük sokkal inkább az egész városra kiterjedő. Más rádiókkal kooperatívak, előfordulnak műsorcserek, illetve „műsorvezető cserék” oda-vissza. Mintegy 70-80 önkéntesük van, őket sajtóbelépőkkel, saját rendezvényekkel, illetve ritkábban képzésekkel, országos szakmai programokban való részvétel lehetőségével és a jó csapatkohézióval motiválják. A fúziósok összetartása legendás.





GALAXIS RÁDIÓ, HEVES - FM 97,9

Alapítás: 2007
Forma: egyesület
Adás: 24 órás, folyamatos
Honlap: www.galaxisradio.hu

Heves megye déli részén terül el az azonos nevű kisváros, nagyjából 12 ezer lakossal. Inkább már az Alföldhöz tartozik, de még a távolban látszanak a Mátra hegyei is. Csendesnek tűnő, lapos település, városias központtal és falusias külső kerületekkel.



Ha a rádiót keresi valaki, akkor a helyiek először kicsit tanácstalanul néznek, majd a felismerés szikrájával a szemükben az északi külterület felé mutatnak: ja, persze, ott van... és a víztorony felé mutatnak. Gondoltam magamban: végül logikus, de tévedtem.



A hevesi Galaxis rádió minta arra, hogy egyetlen lelkes ember — saját energiáit és pénzét feláldozva hogyan tud működőképes rádiót, egyesületet működtetni a saját települése érdekében. Kohán Norbert, a rádió létrehozója és életetője, fiatal kora óta vonzódott a rádiózás műfajához. Mivel hivatásszerűen nem tudta ezt választani, megteremtette a Galaxis rádiót.

Egyedül, saját anyagi erőből akart létrehozni valamit, és a család nem ellenkezett, pedig lett volna miért. A ház hátsó részére tervezett műhely és stúdió végül nem épült meg, mivel a pénz a technikai berendezésekre, adóra kellett. Önálló helyiség nélkül a külső munkatársak ténylegesen az otthon békéjét zavarták volna: került egy fűthető, nagyméretű lakókocsi a kert szélére, ma ez a stúdió. A kertkapu mindig nyitva, kutya nincsen, bármikor bejöhetnek a munkatársak. Az antenna talán jobb helyen lenne a víztornyon, de egyszerűbb volt a kert végében felállítani egy adótornyot. A Galaxis Rádió készen állt az adásra.

Heves város élete a gazdasági válság éveiben cseppet sem lett könnyebb. Munkahelyek szűntek meg, nőtt a bejárók száma, a város cigány lakosságának zöme családi pótlékban él, a város vezetésében tükröződött az ország megosztottsága. A rádió vezetője és működtetője, Kohán Norbert egyben önkormányzati képviselő, ez azonban a rádió műsoraiban csak a kapcsolatokat jelenti. A műsorok szerkesztését önállóan végzik a munkatársak, a választási időszakokban pedig gondosan ügyelnek arra, hogy kiegyensúlyozott, minden véleménynek hangot adó programok készüljenek.

Az egy személyhez kötődő rádió természetesen számos veszélyt hordoz: Norbert toleranciája és áldozatvállalása egyelőre ezeken átlendíti az adásokat, de egy nehezebb élethelyzetben a rádió jövője nincs biztosítva. Terveikben azonban szerepel új adó és új, állandó stúdióhelyiség kialakítása is.

Pogány György



KEREPES RÁDIÓ-KEREPES - FM97,1

Forma: Kft
Honlap: www.kerepesradio.hu



A HÉV-ről Kerepesen leszállva Gödöllő felé 10 perces sétát téve a főúton találjuk meg a rádiót, mely a telefonon történt helyszínleírás alapján könnyen felismerhető, azaz egy hatalmas nagy építkezés, szurkos házfallal, káosszal, és rendetlenséggel az udvaron, szinte minden szétverve. Springer Krisztina és férje a mozdatórugója a rádiónak. Elmondásuk szerint egy soha véget nem érő építkezés folyik, gyakorlatilag ebben rádióznak elképesztő elszántsággal. Először a számítógépes munkaszobában beszélgetünk; a kutatásról, más rádiókról, SZARÁMASZER- rendezvényekről, képzéstervről. Majd sort kerítünk a rádió dolgaira is. Kerepesen belül nagy a hallgatottság, a kb. 12 ezres vételkörzet legalább fele őket hallgatja, újabbnál-újabb ötletekkel növelve a hallgatói létszámot (pl. a helyi templomból folyamatosan közvetítik a miséket). Balkányhoz hasonlóan jellemző, hogy együtt él a rádió a településsel. Az önkormányzattal jó a viszony, de alig ad pénzt. Nagyon komoly közösség-szervezők

is egyben. Ötleteik túl előremutatóak egy ekkora városkának, emiatt eleinte nem értik, nem reagálnak ezekre. A stúdió technikailag minden rádiós álma lenne, csak hírből hallott eszközökkel dolgoznak, professzionális adásprocesszort használnak (OTS DJ) és hihetetlen nagy hangarchívumot, tematikusan leválogatva. Maguk programozták fel az adásprocesszort, így a műsorkészítőknek az égvilágon semmi dolguk, mint egy gombot megnyomva adásba kerülni (a rendszer automatikusan beállítja magát az adott műsorvezető karakteréhez). Zenei kínálatuk nagyon vegyes, gyakorlatilag a Tilos és a Periszkóp Rádió specifikus zenéin kívül mindent lefed. Jelenleg egy kis sufnyiban van a stúdió az építkezés miatt, de megmutatták, hogy jövőre (vagy utána vagy azután) hogyan képzeljem el a leendő stúdiót. Élő műsorok mellett a környékről érkező önkéntesek konzervadásokat is csinálnak. Munkájuk a bizalmon alapul, csak megbízható embereket engednek a lakásukba érhető módon, de minden technikával kiszolgálják őket. Hangvétélük kicsit kereskedelmis, kicsit régi petőfis, kicsit a civiles keveréke, de mégis egyedi stílust képvisel. A reklám főleg barter, de sokat közülük nem helybeni vállalkozással kötötték.

Novák Márk





Mustár FM, Nyíregyháza - FM 89,6

Alapítás: 2007
Forma: egyesület
Adás: 24 órás, folyamatos
Honlap: www.mustarhaz.hu

A régi belváros közepén, egy kisebb utcában áll a Mustárház, melyet egy ifjúságvédő, szervező egyesület üzemeltet, így munkájuk részeként a rádiót is. Az egyesületben ezt a munkát öten végzik, ők a Mustárház szervezői, vezetői, a rádiót is ők hozták létre. De ők maguk nem rádióznak, csak betanítanak, koordinálnak – minden évben egy nyári rádiós tábor is szerveznek. Nagyon ügyesen pályáznak, sokféle programjuk van - még nemzetközi is (pl. EVS azaz „European Voluntary Service”, magyarul Európai Önkéntes Szolgálat), a házban rendszeres a külföldi önkéntesek, aktivisták jelenléte. Magának a rádiónak nincs fizetett alkalmazottja (az adminisztratív ügyeket a Ház munkatársai viszik), van viszont általában 30 önkéntes és jelenleg is 4 külföldi. Az indulás óta eltelt 2,5 év alatt mintegy 200 önkéntes fordult meg már a rádióban.



A rádiót létrehozó gondolat az volt, hogy legyen a nyíregyházi (főként középiskolás) diákoknak is egy saját rádiója („korosztályi célcsoport igényeit kielégítő műsorszolgáltatás”). Ennek megfelelően kizárólag középiskolásokból áll a műsorszerkesztő csapat. A stúdió a ház alatti pincében található, nagyon hangulatos, van közösségi terük, utómunkastúdió, valamint kis adáshelyiség, mely alig különbözik az utómunkastúdiótól. Kizárólag konzerv műsort adnak, 24/7es műsorrendben, mindenfajta témában. A

műsorvezetők felett egy ideiglenes kontroll van, azaz adás előtt a kész műsorokat lehallgatja egy testület, de ezt egy idő után elhagyják. Nagy a fluktuáció az életkori korlátok miatt.



A zene-szöveg arány 50-50%. A rádió nyelvezete vegyes, idősávtól függ. Alapvetően tegező, kimondottan 1 hallgatót szólítanak meg. Délelőtt/délután választékosabb, este jóval könnyedebb. Azon kevés rádió közé tartoznak, ahol VAN meghatározó zenei stílus: világzene és a népzene, valamint a '60-'90-es évek magyar rockzenéje. A nyíregyházi világzene fesztiváltól (Vidor) kapják folyamatosan a cd-ket, cserébe hangosítják, rögzítik az eseményt. Specialitás, hogy alapvetően konzerv műsorok készülnek, „élő műsor” csak minimális van (heti 1-2 óra). Van néhány átvett műsor („Tudástár”, „Munkatárs”, „Túlélőshow” – utóbbit 3 pesti fiatal csinálja, az átvételért cserébe meghívást kapnak a táborukba).



A hallgatottságot csak becsülni tudják, szerintük 1 visszajelzésre körülbelül 50 hallgató jut – így olyan 700 körülre teszik a hallgatók számát. Ha valami hiba van az adásban (pl. áramszünet) azonnal érkezik telefon. Az 1 éves születésnapjukon utcán ad hoc módon felvett megkérdezések alapján a járókelők 50%-a ismerte a rádiót. Gyakori a műsorokba bekapcsolt hallgatói visszajelzés,

sok a telefon, e-mail, és a személyes visszajelzések (pl. utcán megszólítják a műsorvezetőt).



A fiatalok körében különösen nagy a hallgatottságuk, vételkörzetük Nyíregyháza belvárosa, de nagyjából fogható a város többi területén is. Nagyon aktív társadalmi, civil életet él az egyesület, így elég ismert a rádió is. Ifjúságszervező munkájuknak csak egy része a rádió, de ezt táboroztatásaikra is kiterjesztették (hasonlóan a Közös Hullámhossz projektekhez, csak ők frekvencia nélkül, zártláncú vagy internetes keretek közt szólalnak meg ilyenkor). Műsoraik színvonala professzionális, a Kossuth és Bartók Rádió legjobb pillanatait idézi, tudományos, információs közéleti műsorok a szabados, de profi készítés jegyében.

Reklámot nem adnak, legfeljebb néhány barter reklám van (pedig néha keresik őket hirdetőik). Nem is szeretik a reklámozást – emellett nem akarnak összetűzést a helyi nagyobb rádiókkal amiatt, hogy elvonnék a hirdetőiket. A rádiót hirdetik saját újságjukban, honlapjukon is, valamint kitelepüléseiken (utóbbin vagy szól az adás kint, vagy konzervet csinálnak, amit később adnak le).

Kapcsolatuk a helyi önkormányzattal jó – maga a Mustárház is önkormányzati épület, csak a rezsit fizetik. Helyi lakosokkal, civilekkel is jó együttműködést alakítottak ki (civilek visszatérő vendégek a stúdióban), a Campus-szal is összejárnak, néha segítik egymást például közös interjúkkal. A helyi tévékkel is van kapcsolat, a Nyíregyházi TV-vel közös műsorvezetések is vannak, a (megyei) Kölcsény Tv-vel interjúalanyokat ajánlanak egymásnak, sőt előfordult már, hogy a Kölcsény Tv kért tőlük önkéntest 1-1 napra.



Az önkéntestoborzás fő időszaka az ősz (iskolakezdés). Iskolákat hívnak meg a rádióba, akik aztán híret viszik; a rádió vezetői tartanak előadásokat az iskolákban; egy korábbi médiaképzésükről is sokan itt ragadtak, mások hozták a barátjukat stb. Önkénteseiket motiválják képzésekkel, táborokkal, valamint díjakkal: „Az év rádiósa” (vezetőség adja), „A közösség díja” (rádiósok szavazzák meg egymás közt). Nagyon jó szakmai képzőtáboruk van!

A város rendezvényein részt vesznek (konzerv műsor készítésével, saját standdal, plakáttal/molinóval), a Vidor Fesztivál szervezésében és lebonyolításában jelentős részt vállalnak. Élőben nem közvetítenek. Saját rendezvényeik is vannak a Mustárházban – májustól szeptemberig szabadtéri koncertek és más programok. A

szünetekben a Mustár FM szól, a koncerteket felveszik kint, leadják később, a fellépők bemennek interjúzni a stúdióba.

A rádiót már több ízben keresték meg és kértek különböző ügyekben segítséget:

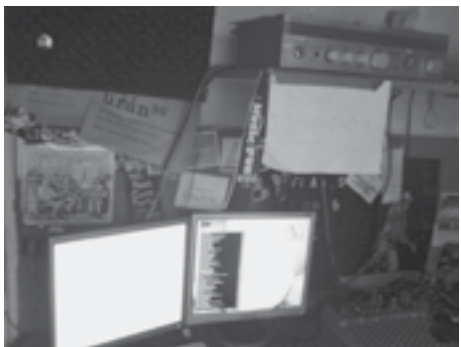
- egy kaposvári srác kórházból írt, hogy csak Mustár FM-et hallgat – „hálából” az önkéntesek összeálltak és csak neki készítettek egy műsort
- műanyagkupak-gyűjtési akció
- utcáról jönnek be emberek, hogy műsorozni szeretnének (pl. a 70 éves Babi néni az életmód-műsor állandó résztvevője, hangoskönyvet is csinált)
- „Populáris” című élő, interaktív kívánságműsoruk péntekenként 19-20 óra között megy, ami sok hallgatói reakciót kap

Kovács Orsolya



PERISZKÓP RÁDIÓ - PÉCS - FM 97,1

Forma: *egyesület*
Adás: *24 órás, folyamatos*
Honlap: *www.periskopradio.hu*



Pécs közvetlen belvárosában található a rádió, a kevés kulturális kisközösségi rádió egyikeként. Motorja Dr. Kovács „XRC” Balázs, a Pécsi Tudományegyetem Alkalmazott Média tanszékének tanára. A rádiót az általa vezetett Moire Kulturális Egyesület üzemelteti. 24/7-es működési rendjük van. Balázs tervei szerint 24 órában kortárs elektroakusztikus kísérleti zenét és avantgard műsorokat játszottak volna, de be kellett látnia, hogy Pécsen egyszerűen nem található erre elég illetén érdeklődésű civil műsorkészítő. Így is megmaradt az unikum jelleg, de a délutáni, esti műsorsávban némileg hígult a zenei kínálat, természetesen élesen elválasztva bármifajta kommercialitástól (kreatív élő dj-szettek, mindenféle szokatlan, de hallgatható rétegzene). Nem meglepő, hogy 95%-ban zenét sugároznak, szöveges műsoraik aránya 5%. Rétegműfajuknak köszönhetően eddig nem is igen kerestek reklámhoz partnert. Közel 70 civil műsorkészítő dolgozik a rádiónál, ebből kb. 30 aktív, a többiek hol előkerülnek, hol elmaradnak, emiatt nagy feladat hárul a civil ügyelőkre, akik az elmaradt műsorokat pótolják. Nyáron kicsit kaotikusabb a helyzet az elmaradó egyetemista műsorkészítők miatt. Általában körülbelül októberig áll fel a következő év stábja, évi 5-10 fő cserélődéssel. A stúdió helyiségének tulajdonosa a Pécsi Tudományegyetem, mely a nagyobb helyiségben galériát üzemeltet, a kisebb marad stúdiónak. A galéria itt nem klasszikus kiállítótér, már csak kis mérete miatt sem, inkább a réteg-képzőművészetek kiállítása található itt. A rádió a helyiségért cserébe megszervezi

a galéria nyitvatartását, amit egyébként a megnyitókön kívül nemigen látogat senki. Maga a stúdió technikailag professzionálisan felszerelt, de se második helyiség, se süketsoba nincsen. A stúdió térben egy ajtóval és függönnyel különül el a galériától, egy korábbi kis raktár helyén működik, mérete miatt nem igazán kedvezve a beszélgetős, újságírói műsoroknak (korábbi helyükön ez megoldható volt a 2 helyiség miatt). A rádió és az egyesület is rendkívül aktív Pécs kulturális életében, évek óta minden rendezvényre kitelepülnek, de elmondható ez szinte az ország minden jelentősebb alternatív zenei performance eseményéről is, melyen nem csak közvetítenek, rögzítenek, de legtöbbször előadóművészként is többen képviseltetik magukat. Legnagyobb előnyük egyben a hátrányuk is. Nehéz a bohém, sokszínű művészcsapatot egyben tartani, többnyire mindenki el van foglalva saját dolgaival, így pár emberre hárul a rádió tényleges, szerződés szerinti működtetése, mely sok feszültséget teremt, azonban vitathatatlanul az ország egyik legszínesebb rétegművész-kollektívája jött itt össze. Dr. Kovács Balázs egyetemi tanszéke szakmai gyakorlati helynek ismeri el a rádiót, a diákok kreditpontokat kapnak az itteni munkáért. Ennek eredményeként rádiós-kísérleti szakmai műsorok készítése is megvalósul. (Érdekes módon a kommunikációs tanszék ettől a mai napig elzárkózik, és évek óta próbálnak saját rádiót összehozni, gyakorlatilag sikertelenül.) Három éve a rádió civil munkatársa Korányi Tamás a Bartók Rádióból, aki szakmai munkájával inspirálja a hangjátékkészítést, valamint heti állandó műsora is van. A rádió vételkörzete nagyon kicsi, Pécs közvetlen belvárosában fogható csak, ott se sok helyen, nagyobb a népszerűsége az internetes adásnak. Ahogy Dr. Kovács fogalmaz: „senki se hallgat, de mindenki ismer minket”. Ez abban a formában nem igaz, hogy hiánypótlóként az európai hírű női kosárlabda csapat mérkőzőseit

előben ők közvetítik, ekkor többszáz fős hallgatottságot produkálva interneten. A földi sugárzás hallgatóinak számát illetően egzakt felmérés nem készült, de a rádiót a pécsi „művészcsoport” ismeri, hallgatja, jár a rendezvényeire. Potenciális hallgatói létszámuk 10 ezer fő, de a gyenge adóteljesítmény miatt az internetes adással együtt kb. 50 fő a napi hallgatói létszám.

Technikailag jól felszerelt a stúdió. Van kitelepülő felszerelésük, mely lehetőséggel élnek is, amikor csak tehetik. Mivel sok dj vezet műsort, a stúdió fontos része a professzionális dj-pult is. Ezen felül saját fejlesztésű szoftverek vannak.

Adásvezérlőként winamp radio schedulert használnak, melyet pillanatokon belül minden új kollega is meg tud tanulni, így akár konzerv műsorait is fel tudja programozni, ha egyéb elfoglaltsága miatt nem érne rá az élő adásra.

Állandóan változik az alkalmazottak száma, hol nincsen, hol több is van, lehetőségeiktől függően. Jelenleg 1 főállású, 2 részmunkaidős munkatársat foglalkoztatnak. Önkéntes műsorkészítői létszámuk az adatfelvételkor 50 fő volt.

Novák Márk



PUSZTA RÁDIÓ, KUNSZENTMIKLÓS - FM 89,9

Alapítás: *2005*
Forma: *egyesület*
Adás: *heti 75óra hétfőn 9-24-ig többi nap 9-21*
Honlap: *www.pusztaradio.hu*

Budapesttől 60 kilométerre, Kecskeméthez közel fekszik Kunszentmiklós 9000 lakosú városa, sok más nevezetessége mellett itt található az igazi vidéki, kistelepusi közösségi rádiók mintapéldánya. Ahogyan ezt valamikor valakik elképzelték, pontosan így működik a Pusztarádió: civil kezdeményezésre alakult, demokratikusan

hozza a döntéseit, és néhány év alatt a város ismert médiuma lett, fontos tényező az egyes programokon és a választási küzdelmekben is.



A rádió vezetője Szilágyiné Lucy, aki már saját személyében is izgalmas esettanulmány lehet. Kubában született, Magyarországon ment férjhez, mára már igazi tősgyökeres kunsági polgár. Barna bőre és kedves akcentusa miatt rengeteg vélt és valós konfliktusa volt, amíg a város lakói megismerték és megkedvelték. Energikus, folyton szervező, folyamatosan kommunikáló típus, aki szereti megfigyelni, észrevenni a folyamatokat, a mögöttes tartalmakat is. Közösségfejlesztői tapasztalatai sokat segítenek abban, hogy a Pusztarádió nem Kunszentmiklós, hanem az egész környező térség tényezőjévé váltott.



A rádió története igazi tündérmese. A szándékot önkormányzati támogatás követte: kaptak egy rossz állapotban lévő



épületszárnyat az önkormányzat tulajdonában lévő ingatlanon. Víz csak a szomszédban van, de az épületet önkéntes munkában felújították, rendbe hozták, kialakítottak közösségi és munkahelyiségeket. A legszükségesebb berendezéseket pályázati úton szereztek be, folyamatos önképzéssel tanulták meg azok használatát. Miután a rádió már üzemszerűen képes volt működni, eldöntötték, hogy televízióra is szükség lehet. Ma már párhuzamosan üzemeltetik a kettőt: a kisváros ismeri és kedveli az általuk készített, szinte kizárólag helyi témákkal foglalkozó műsorokat.

Ha bárkinek kétségei lennének arról, hogy a kisközösségi rádiózás működik, akár egy kisváros életének is fontos szereplője lehet, kérem,

látogassa meg őket, mindenkit szívesen látnak.

Pogány György

Rádió 35, Tiszaújváros - FM 89,6 www.radio35.eu

Forma: *egyesület*

Adás: *24 órás, folyamatos*

Jelleg: *általános lakóhelyi rádió*



Romantikus ipari létesítmények (olajfinomító, hőerőmű, stb.) színesítik az utat az autópályáról letérve Tiszaújváros határában. Csak azért nem készülünk rosszabbra, mert utánanézve a város jelenének, megtudtuk, hogy már ne egy iparvárost keressünk, azok az idők elmúltak. És tényleg nem azt találtunk, hanem egy takaros 20 ezres fürdővárost, sok zölddel, tóval, nemzetközi hírű fürdővel, tiszasággal, renddel. A rádiót, a város főterén található kereskedő-szolgáltató ház legfelső szintjén találjuk meg. Itt fogad minket a Rádió (mely egyesületi formában működik) vezetője, Mihalíkné Ilona. Impozáns, modern épületben hasonló stúdiót találunk, mondhatni összkomfortos rádiót. Nagy helyiségből (mely iroda, étkező, irattár, pihenőszoba) nyílik az utómunka stúdió, a professzionális stúdió és egy technikai helység.

A stúdió kialakítása alkalmas élő beszélgetős műsorok kivitelezésére és süketszobaként is használható, a 3 helyiséget üvegfal választja el egymástól. 24/7-es műsorrendben sugároznak, 6-21 óráig adnak.

Professzionális eszközeiket pályázatokon keresztül szereztek be. Közműsorszolgáltatóként 70%-os a szövegarány, 30% a zene. Ezt, ha nem is mindig könnyen, de tartani tudják. Tematikus zenei műsorokat csak az éjszakai műsorsávban sugároznak. Ezzel kapcsolatban több vitájuk is támadt az ORTT-vel, nem igazán értik, mi alapján fogadja el, illetve utasítja el tematikus műsorterveiket. A testület döntéseit esetlegesnek, néha ellentmondónak érzik. „Magyaróra” című, csak magyar előadók dalait sugárzó műsorukat az ORTT nem fogadja el tematikus műsorként, az éjjeli jazzműsort viszont igen. Egyébként nincs meghatározó zenei stílus, inkább az adott, épp műsorban levő munkatárstól függ, mi szól. Rendszeres műsoruk még a 6, 9 és 12 órakor jelentkező, „Hírvadász” című 1 órás hírmagazin.

A környék topográfiája miatt vételkörzetük 70 km, mely lefedi a környék településeit is. A rádiózásban kevés ember vesz részt, mindenki kereskedelmi rádiós előélettel. Zenei kínálatuk is ehhez hasonlít, valamint a műsorok professzionális készítése is. Talán legjobb lenne kereskedelmi jellegű civil rádióként jellemezni őket. Talán emiatt is vehették fel a versenyt az országos kereskedelmi adókkal, elmondásuk szerint ezeknél nagyobb a hallgatottságuk. Műsoraik a helyiekhez szólnak, de közszolgáltatóként kevésbé a rétegműsorok készítésére koncentrálnak, inkább regionális hírekkel, problémákkal foglalkoznak.

Hallgatottságról nincs konkrét adatuk, de a rádiót sok helyen hallani a 20.000 lakosú városban (benzinkútnál, buszokon, boltokban, stb.) illetve a környező kisebb-nagyobb településeken is (pl. Mezőkövesd, Tiszavasvári) – interneten még Norvégiából is jött visszajelzés. Az első években készítettek kérdőíves felmérést az ipari vásáron. Az éterben valószínűleg sok százan hallgatják őket, interneten 80-100 hallgatójuk van, honlapjukon napi 1000 klikk is szokott lenni.

Nem tervezik helyi civilek integrálását a rádióba, bár nem is zárkoznak el ettől (pl. a helyi Napraforgó Alapítványnak segítettek gyűjteni 1-2 Ft-osokat – majdnem 500ezer Ft összegjött nekik így), de mindenképpen előtérbe helyezik a professzionális műsorkészítést, nagyon figyelve a műsorszolgáltatói szerződés maradéktalan betartására. A gazdasági válság előtt teljesen ki tudták használni a 6 perc reklámidőt, azóta ez körülbelül 3 percre csökkent.

Politikai hirdetéseik nincsenek, a rádió szigorúan politikamentes. Választásokkor is csak úgy foglalkoznak vele, ha minden fél jelen van, és mindenki egyenlő időben részesül. A helyi önkormányzat küld nekik anyagokat közgyűlésekről, meghallgatásokról; illetve kicsit anyagilag is támogatja őket reklámcégen keresztül. A helyi lakossággal kiváló a kapcsolatuk, több helyi célcsoportot is bevonnak a rádiózásba (pl. nyugdíjasok, iskolák-óvodák, romák stb.). Önkénteseiknek útiköltséget tudnak téríteni, illetve sajtójegyeket, belépőket juttatnak nekik.

Egyetlen távműsorkészítőjük van, ő is korábbi kolléga volt. Többen vannak, akik kirándultak kereskedelmi rádiókhoz, majd visszatértek. Van fluktuáció a műsorkészítők között, de egy szűkebb rádiós ismeretségi körből kerülnek ki. Két technikussal dolgoznak, akik ellátják az informatikai fejlesztéseket is. Az egyesület és a rádió pályázatait, „papírmunkáját” Ilona végzi egyedül, ebben nem igazán kap segítséget a többiektől. Így összesen 3 részmunkaidős és 7 önkéntes munkatársuk van. Mivel kevesen vannak, nem igazán tudtak eddig a Szabad Rádiók Magyarországi Szervezete szervezte rendezvényeken részt venni, de szívesen megjelenének a jövőben, főleg ha a régiójukban lenne képzés, vagy más rendezvény.

A rádió helyi rendezvényeken rendszeresen megjelenik – így például a tavaszi fesztiválon, nyugdíjas rendezvényeken, sporteseményeken (pl. triatlon hét). Ajánlják a programot, meghívják a szervezőket a stúdióba, de legtöbbször ők maguk is kimennek, kint fölveszik az anyagot majd megvágják, amely konzervként megy adásba. Helyi, kulturális vagy sporteseményeket néha élőben is közvetítenek.

Néhány műsor:

- „Staféta” – helyi közszereplőkkel készül, akik egymásnak adják át a műsorozási stafétát
- „Különóra” – iskolával, oktatással kapcsolatos műsor
- „Péntek esti randevú” – irodalmi műsor minden második héten versmondó diákokkal, zeneiskolásokkal, stb.

Kovács Orsolya

Alapítás: 2002
Forma: egyesület
Adás: 24 órás, folyamatos
Honlap: www.radiomi.hu



A Rádió Mi története kilenc éve kezdődött. Ekkor bocsátották el a Magyar Rádió szegedi stúdiójának több munkatársát, köztük a stúdióvezetőt, Balog Józsefet. A közösen elkezdett munkát azonban folytatni szerették volna, ezért kitalálták, hogy ezt szabadabb körülmények között, egy általuk létrehozott, független rádióban teszik meg. Elképzeléseik egyik része az volt, hogy a profi rádiósok a szegediek mindennapi életével és problémáival foglalkozó riportokat, közéleti és hírműsorokat készítenének, másrészt pedig teret



akartak adni a kortárs kultúrának, és a különböző underground zenei műfajoknak, azok bevonásával, akik ezzel foglalkoznak Szegeden. Balog emellett rádiós szakirány-felelős a szegedi egyetem Kommunikáció és Médiatudomány Tanszékén, így az is adta magát, hogy a leendő rádió állandó gyakorlati lehetőséget biztosítson az egyetemi hallgatók számára.

2002-ben, amikor megjelent a kisközösségi rádiózás koncepciója, az alapítók azt gondolták, hogy ez megfelelő keretet tud majd biztosítani számukra. Mivel erről még semmilyen tapasztalat nem volt, arra számítottak, hogy a városban belül talán mindenhol fogható lesz az adás – ez azért is fontos lett volna, mert bár non-profit rádiót akartak volna létrehozni, annyi reklámbevételt mégis szerettek volna, amiből fenntartható a rádió és néhány profi munkatárs fizetése megoldható.

Civil szervezetet alapítottak „Itt Szegeden – Egyesület a Rádióért és a Kultúráért” néven, ezzel 2004-ben szereztek műsorszolgáltatási jogosultságot, a stúdiót egy panelház bérelt alagsori helyiségében építették fel. Amikor 2005 tavaszán megszólalt a rádió, már világos volt, hogy Szeged egyharmadához sem jut el az adás. A profi, fizetett műsorkészítőkre alapozott közéleti tartalmak így gyakorlatilag már el sem indultak. Annál lelkesebbek voltak az önkéntesek – kulturális és zenei kezdeményezéseik először kaptak megjelenési lehetőséget a szegedi médiában. Vannak közöttük rétegzenei műfajokkal foglalkozó DJ-k, filmőrültek, kísérleti zenészek, amatőr rockzenészek, sport íránt érdeklődők, világutazók és egyszerűen csak kultúrára fogékony emberek – de az egész rádió az ő egyéniségükre, világlátásukra épül. Műsoraikat önállóan, szabadon készítik, persze a rádió legalapvetőbb szabályainak betartásával. Melyek között szerepel, hogy a műsorok nem sérthetik senki emberi méltóságát, illetve nem foglalkoznak pártpolitikával, és bulvárral, a zenének és kultúrának pedig olyan irányzatait részesítik előnyben, amelyek háttérbe szorulnak a széles körben elérhető médiában.

Az alapítók nagy része már nem vesz részt aktívan a rádió munkájában, de tanácsaikkal továbbra is segítenek. A kialakult rend szerint a stábtagek közösen döntenek minden, a rádiót érintő kérdésekben. Gyűléseken illetve kisebb horderejű kérdésekben e-mail levelezőlistán, rendszeres kapcsolattartással valósul ez meg. A felmerülő kérdéseket megvitatják, és szavazással döntenek a lehetséges alternatívák közül. Azért is fontos ez, mert a rádió az önkéntesek közös munkájának és hozzájárulásainak köszönheti fennmaradását. A kollégák nem érzik szükségét, hogy egy szűkebb vezetőség döntései irányítsák a rádiót, és úgy tűnik, így is fenntartható a működésük. Néha felmerülnek persze olyan kérdések, amelyekben hirtelen kellene dönteni, de ha nincs idő megvitatásra és nincs elfogadott precedens a kérdésben, az is előfordul, hogy nem tudnak dönteni. Így néha esnek egy-egy lehetőségtől, de a működést ez nem veszélyezteti, ezért nem is kívánnak változtatni ezen.



Azzal, hogy az eredeti tervekhez képest nem számíthattak hirdetési bevételekre, a rádió 2006-ra csődközeli helyzetbe került. A stábtagek támogatásával sikerült kifizetni a tartozásokat, de a saját, bérelt stúdiót nem tudták fenntartani, így éltek a Médiatudományi Tanszék felajánlásával. Ettől kezdve a tanszék gondoskodott a stúdió elhelyezéséről az egyetem épületeiben, ezért sem rezsit, sem bérleti díjat nem kellett fizetni. Lehet egymás mellé rakni 2db képet is.) Bevezették azt is, hogy minden műsorból legalább egy műsorkészítő rendszeres hozzájárulást fizessen, így a rádió fenntarthatóvá vált, és kisebb fejlesztésekre, rendezvényekre, szórólapok, matricák gyártására is félre tudnak tenni. A rádió és a Médiatudományi Tanszék kapcsolata kiváló. A Rádió Mi segíti az egyetemi hallgatók gyakorlati képzését, akik így egy folyamatosan működő, „élő” rádiós környezetben dolgozhatnak, anyagaik közönség elé kerülhetnek. A rádió egy szabadon választható közösségi rádiós speciálkollégiumot is tart, amiért az egyetemisták kreditet is kapnak. Ugyanakkor az egyetem nem szól bele a rádió működésébe, műsoraiba. 2008-ban egy nagyobb beruházás keretében korszerű gyakorlóstúdió épült a Bölcsészettudományi Karon, azóta innen szólnak a rádió műsorai. A stúdió kialakításakor a rádió igényeit is figyelembe vették.

A műsorkészítők nagy része a rádióon kívül is aktívan részt vesz a szegedi kulturális életben. A dj-k klubestjei mellett koncerteket, fesztiválokat szerveznek. Az alapító Balog József a MASZK Egyesület elnöke, ami idén 20. alkalommal rendezte meg a Thealter nemzetközi független színházi

találkozót, emellett előadások létrejöttét támogatják és befogadó színházat működtetnek a Régi Zsinagógában. Említésre méltó a Super 8mm Fesztivál is, mely a régi amatőr filmes technikával készült alkotásokat mutatja be és versenyezteti. A világ minden részéről érkeznek filmek, kísérőrendezvényként pedig koncerteket, bulikat, performanszokat tartanak. Az Improv Est programsorozata hazai és külföldi kísérleti zenészek koncertjeiből áll, a Betönkeverő pedig különlegesnek számító metázenekarokat léptet fel a városban. Ezekre a kezdeményezésekre nagyrészt az jellemző, hogy szűkebb, de érdeklődő közönséggel rendelkeznek. Saját maguknak kell felkutatni a lehetőségeket, helyszíneket és támogatókat, a költségeket pedig sokszor saját zsebből fizetik. A rádióban ezek a kezdeményezések összetalálkoztak, és folyamatosan együttműködnek, segítik egymást. Közreműködnek egymás programjaiban, így egymás közönségével is megismertethetik magukat.

Maga a rádiós közösség is szervez rendezvényeket, ilyen a havonta megrendezett Rádió Mi Nap, amikor egy-egy kávézóba települnek ki. Itt délutántól beszélgetős műsorok zajlanak, este pedig a rádió dj-i tartanak bulit. Minden évben nagy esemény a rádió születésnapja, ami egy több napos, fesztiváljellegű rendezvény. A bulik mellett a rádióhoz közel álló zenekarok koncerteznek, beszélgetéseket és bográcsozással egybekötött családi- és sportnapot is szerveznek.

A Rádió Mi nem zárkózik el reklámok közzétételétől, de nem ad olyan reklámokat, amelyeket a stáb ne tartana vállalhatónak. Fizetett hirdetés még nem hangzott el, általában a műsorkészítők rendezvényeit hirdetik, vagy ha egy általuk szervezett rendezvényhez segítséget kapnak, közzéteszik a támogató reklámját. Hirdetésszervező tevékenységet a stábtagek nem végeznek.

Fontosnak érzik, hogy a civil szervezetekkel jó kapcsolatot ápoljanak, és szívesen fogadnák, ha ezek akár saját műsorokkal is megjelennének, de ennyire ezek a szervezetek nem aktívak. Egyes műsorokban vendégként feltűnnek, illetve közleményeiket, felhívásaikat, programajánlataikat közzé szokta tenni a rádió.

Medvegy Gábor



RÁDIÓ SMILE - KISKUNFÉLEGYHÁZA - FM 89,9

Alapítás: 2007
Forma: *magánszemély + non profit kft*
Adás: *24 órás, folyamatos*
Honlap: *www.radiosmile.hu*

Enyhe retró-érzésem van, amikor Kiskunfélegyháza főutcáján belépek a volt Tiszti Klub épületébe. A hetvenes évek stílusát őrző irodaház emeletén bérel stúdiót a Rádió Smile – persze a főhadiszállás már erős kontrasztot mutat a folyosóval szemben. Egy nagy szerkesztői helyiségből, két stúdióból és egy mosdóból áll, igényesen és barátságosan kialakítva. – Sok időt töltünk itt, nem árt, ha jól érezzük magunkat – mondja a műszaki vezető, Bajáki Gábor, mialatt körbevezet, és büszkén meséli, hogyan alakítottak ki egyszerűnek mondható eszközökből kiváló minőségű digitális adásláncot, amelyen zajtalanul jut el a jel a stúdiótól az adóig. Húszas éveik elején járó fiatalok hozták létre és működtetik Kiskunfélegyháza kisközösségi rádióját, maga a tulajdonos, Csősi Viktor is mindössze huszonegy éves.



– Magánszemélyként működtetem a rádiót, de van mögötte egy non-profit kft., ami intézi a reklámokat és egyéb támogatásokat. A műsorszolgáltatási jogosultság az én nevemen van, a technikai eszközök pedig a kft.-ben, és az vett fel hitelt a stúdió kialakítására – tisztázza Viktor a tulajdoni viszonyokat. Először alapítványi formában akartak rádiózni, de nem tudták megértetni a hivatalos szervekkel, hogy nem nyereségorientált módon tennék mindezt. – Miután megcsináltuk a kft.-t, egyszer csak az alapítványt is bejegyezték, de akkor már mindegy volt. Azt mondták, hogy hagyjuk meg azt is, pályázatokhoz, egyebekhez jó lesz.

A bevételeket teljesen visszaforgatják a rádióba, sőt, egyelőre még mínuszban vannak, a jogdíjak, a bérleti díj, a rezsi és az internet mellett a banki hitelt is törleszteni kell. – Előre kell venni, hogy mi az, ami a napi működéshez szükséges, ha ezeket nem fizetem, nem megy a rádió, nem hoz bevételt, és esélyem sincs arra, hogy másra is költhessünk – mondja Viktor. Azzal számol, hogy vissza tudják fizetni a hiteleket, és akkor fellélegezhetnek. – Sokáig azzal is baj volt, hogy nem volt normális marketingesünk, most már van, és kezd a rádió olyan bevételt elérni, amire azt mondom, hogy ha ez huzamosabb ideig így marad, akkor egyenesbe jövünk.



Kiskunfélegyházán nem a Smile az egyedüli rádió, egy kereskedelmi adó már tizennégy éve sugároz műsort. Viktor szerint azonban sok dolog hiányzott innen, a fiatalokat például egyedül a kívánságműsor szólította meg. – Este hatkor vége volt a műsoroknak, pedig mondjuk egy kollégium igényelné, hogy este tízig, vagy akár éjfélig szóljon valaki hozzájuk. Félegyházán rengeteg a diák, sok a középiskola és most már főiskola is van. Ezeket a fiatalokat mi simán meg tudtuk fogni. Akár egy háziambulán is jó, ha a rádió szól, be lehet telefonálni és lehet üzenni.

Viktorék megkeresték a helyi rádiót ötleteikkel, de nem igazán voltak nyitottak rájuk. Interneten kezdtek rádiózni, amivel ismertté váltak, de sokan jelezték, hogy jó lenne, ha nem csak számítógéphez kötve lehetne hallgatni a műsort. 2007-ben adtak be pályázatot. Meghallgatják a fiatalok igényeit, és közülük kerülnek ki műsorvezetők és hirdetésszervezők is. De azért szűrik a jelentkezőket: – Legutóbb is jött egy srác, aki nagyon elszánt volt, de se a hangja, se a beszédstílusa nem volt megfelelő. Tanácsoltuk, hogy menjen el beszédtechnikushoz, és ha az úgy látja, hogy formálható, szívesen várjuk. De bármennyire is kisközösségi rádió vagyunk, a Sirius nekünk akkor is konkurencia, nekünk is meg kell nézni, hogy kit engedünk be, mert a saját bőrünket visszük vásárra. A reklámozó



is hallgatja, hogy mi van itt, és ha nem tetszik neki, máshová viszi a pénzt – indokol a tulajdonos. Míg a műsorkészítők önkéntesek, a marketingesek jutalékért dolgoznak. – Fialat rádióként szinte mindenki megkeres minket, de marketingre nyilván nem egy tapasztalatlan kezdőt kell betenni, hanem olyat, aki már látott ilyen. De még a tapasztaltak se járnak mindig sikerrel, talpraesettnek kell lenni. Szerencsére vannak pozitív példák, volt, aki olyan hirdetőt hozott át, aki eddig világegyetében a másik adón hirdetett. A hirdetők nem azt nézik sokszor, hogy jó-e a reklám és eléri-e hatását, csak azt, hogy neki tetszik-e – mondja, majd elmeséli, hogy az önkormányzati választás jelöltjei is már inkább hozzájuk mennek elkészíteni hirdetéseiket, mert akár még beszédtanárt is intéznek számukra a felvétel előtt. – Ezzel már egy pluszt adunk, így

a hirdető is tudja, hogy mi jobban odafigyelünk a dolgokra, még ha kisközösségi rádió is vagyunk.

Csak a hirdetőkre tudnak hagyatkozni a bevételek szempontjából, idén már pályázni is megpróbáltak az ORT T műsorszolgáltatási alapjánál, de mire odáig eljutottak végre, elfogyott a keret. – Meg a pályázati költségre is nehéz félretenni, egy kereskedelmi rádiónak lehet, hogy 40-45 ezer forint nem nagy pénz, nekünk meg kapásból egy havi törlesztőrészlet – sorolja a problémákat a tulajdonos. A reklámidéjüknek nagyjából háromnegyedét ki tudják tölteni, de nem adnak minden órában hirdetéseket, csak a hallgatottabb időszakokban. – Van konkrét árlistánk is, de nyilván rugalmasnak kell lenni. Eléggé meg vannak szorítva a helyi vállalkozók, nem biztos, hogy megtehetik hogy tízezreket költsenek reklámra. A Kossuth utca a legfrekvenciáltabb terület, itt eléggé megemelkedtek a bérleti díjak, sok üzlet tönkre is ment. Mi kitaláltunk egy Kossuth-csomagot, ami arról szól, hogy havi tízezer forintért folyamatosan adjuk a hirdetéseiket, ami nem egy nagy összeg, de előre tervezhető, és bekerülnek a köztudatba. Van egy olyan akciónk is, hogy amelyik üzletben kirakják a matricánkat, hogy ott is a Rádió Smile-t hallgatják, azok között hetente kisorsolunk egyet, amelyiknek azon a héten naponta ötször adjuk a reklámját. Ebben előbb-utóbb mindenki sorra kerül – magyarázza Viktor, és hozzáteszi, hogy abban is bíznak, hogy ezek a vállalkozások később visszatérő hirdetőik lesznek. Együttműködnek egy pizzériával is, ahol a rádió munkatársai a reklámért cserébe ingyen ehetnek, és a rádió logója rákerül a pizzásdobozokra – innen már reggeli műsort is sugároztak. A lakossági apróhirdetésekért azonban nem kérnek pénzt, többet ér nekik az öröm, ha például rajtuk keresztül találja meg valaki az elveszett kutyáját vagy pénztárcáját.



– A jellemző hangvétel fiatalos, dinamikus, és tegező. A félegyháziak mondjuk hozzászoktak ahhoz, hogy a rádióban magázódnak, kaptunk is rendesen kritikát emiatt, de aztán megszokták. Így közvetlenebb, mert úgy gondolom, hogy a rádiót én hallgatom, nekem szól, és sokkal közelebb érzem magamhoz, ha úgy szólítanak meg, ahogyan azt én szeretném.

Meghatározó zenei stílus nincs, azt tűzték ki célul, hogy azokat is kiszolgálják, akiket a kereskedelmi adó nem. Napközben azért ügyelnek arra, hogy munkahelyen, vagy például boltokban, éttermekben se kapcsoljanak el róluk egy-egy „szélsőségesebb” felvétel miatt. – Ezeket inkább meghagytuk estére. Több rétegzenei műsor is van, akik ezeket készítik, otthonosan mozognak ezekben a stílusokban. A hip-hop műsorban például sűrűn előfordul, hogy a műsorvezető saját számot vesz fel direkt a műsorhoz.

Igyekeznek segíteni a helyi civil szervezeteket is. – Az ifjászegyesület nemrég kapott egy épületet, nekik vittünk kapcsolókat, konnektorokat, amik nálunk kimaradtak. Van egy Szép Félegyházáért Kör nevű szerveződés is, akik rendben tartják

a város néhány olyan pontját, amikre egyébként nem figyelnek. Ők például csináltak egy padfelújítási akciót, a padokat az ipari szakközépiskolák tanulói újították fel, a költségeket pedig abból állták, hogy örökbe lehetett fogadni egy-egy padot. Ebben mi is részt vettünk. Szoktunk jótékonykodni a helyi idősoththonban is, nemrég kaptak tőlünk egy számítógépet és egy kerekesszéket. A tavaszi árvizekkor pedig elmentünk Hernádnémetibe egy busznyi emberrel, homokzsákokkal és ásványvízzel, segíteni a védekezést. A helyi kutya menhelyel is együttműködünk, szoktunk olyat csinálni, hogy kiválasztanak egy állatot, amit már régóta nem vittek el, és annak csinálunk reklámot, hogy befogadják.

Kaptak már önkormányzati támogatást is, tavaly 500 ezer forintot, de idén ez az önkormányzat csődközei helyzete miatt elmaradt. Kapcsolatuk a városvezetéssel kezdetben rossz volt, de azóta „kibékültek”. – Nehezen tudták elfogadni, talán hihetetlen is volt nekik, hogy egy városban két rádió is létezhet. Meg is kérdezték, hogy minek? De aztán rájöttek, hogy ez is kell, mert fiatalosabb és más. Mi mondjuk nem kopogtattunk náluk minden nap, hogy képviselő úr akar-e nyilatkozni, de ők már hozzászórtak ahhoz, hogy a másik rádióban külön ember volt erre és ezt tőlünk is elvárták volna. Én azt mondtam, hogy aki szeretne mondani valamit, az megkeres, és kap lehetőséget. Soha nem mondtunk nemet senkinek, az más kérdés, hogy nálunk nincs senkinek háromnegyed órája, mert a rádiónak van egy arculata, amihez tartanunk kell magunkat. Most már arra is rájöttek, hogy a médiának hatalma van. – Például tavaly április elsején beleraktuk a hírekbe, hogy lemondott a polgármester, délután már a fél város erről beszélt – idéz fel Viktor egy rázós esetet. Ebből aztán nem lett nagyobb balhé, sőt, a polgármestertől is dicséretet kaptak a teljesen hihető tálalás miatt. Az önkormányzattól és a politikától függetlenek tudnak maradni, egyenlő arányban adnak megszólalási lehetőséget minden oldalnak.

Bár hivatalos hallgatottsági felmérésük nincs, Csőszí Viktor megkockáztatja, hogy fej-fej mellett állnak a Sirius Rádióval. Sok hallgatói visszajelzés azonban nem érkezik. – Sajnos a félegyháziak egyrészt félénkek, másrészt lusták. Ha be is telefonálnak, akkor általában azt kérik, hogy ne adjuk őket adásba. Inkább akkor aktívak, ha éppen nyerni lehet valamit. Pedig most van egy olyan megoldás is, hogy számítógépes telefonos rendszert használunk, és elég, ha csak megcsörgetik a számunkat, mi pedig visszahívjuk őket, így a hívónak ez ingyen van. Mégis inkább msn-en szoktak hozzászólni, és a honlapunkon. A reggeli műsorban a sokakat érintő témákra is aktívan reagálnak vagy éppen kérdést tesznek fel a vendégnek, de ezt se telefonon, pedig sokaknak van véleménye, csak épp lehet, hogy féltik az állásukat. A kisváros ilyen.

Külön kérték is a hallgatókat arra, hogy a negatív véleményeket is mondják el, ezeket stábon belül megbeszélik, hogy lehet-e valóságalapja, és megpróbálnak változtatni a kifogásolt dolgokon.

Az önkénteseket megpróbálják a lehetőségekhez mérten jutalmazni. Aki hirdetést hoz a rádióba, az megkapja a reklám árának 20 százalékát, akik pedig sokat dolgoznak a rádióban, azoknak a támogatókon keresztül biztosítják az étkezést. A legtöbbet dolgozók – szintén egy támogató jóvoltából – üdülést is kapnak. Szeretnék, ha később lehetne három fizetett munkatárs is – egy technikus, egy riporter, és egy vezető, aki koordinálja a rádió működését.

A város életében különböző rendezvényekkel is megjelennek, szerveztek már szépségversenyt, autósnapot, és DJ-versenyt is. Egy rendezvényükön például egy Formula-3-as versenyautót mutattak be, ilyen autókkal kezdik pályafutásukat a híres Forma-1-es versenyzők. De szerveztek a rendőrséget népszerűsítő eseményt is, melyen a Tűzvonalba című sorozat sikere kapcsán Stohl András t hívták meg, itt a kommandósok játszottak el egy tűsz-szabadító akciót, és a paintball-t is kipróbálhatták a látogatók.

Medvegy Gábor



RÁDIÓ X - HÓDMEZŐVÁSÁRHELY - FM 105,4

Forma: *magánszemély*
Adás: *24 órás, folyamatos*
Jelleg: *általános lakóhelyi rádió*

Egy panelház alagsorában találtam meg a hódmezővásárhelyi Rádió X-et – ez ideiglenes stúdióként szolgált, amíg felújították belvárosi székhelyüket. Ágoston Lajos, a rádió tulajdonosa már komoly előélettel bír, az 1990-es évek közepén, amikor elkezdtek szaporodni a helyi rádiók, egy kereskedelmi adót működtetett Régió Rádió néven a városban. Rendkívül magas szinten foglalkozik hangtechnikával, szerkesztője az Audiofil-Varázs című folyóiratnak. E tevékenysége a Rádió X-ben is megmutatkozik – olyan saját építésű áramkörökkel kísérleteznek, melyek szebb, tisztább hangzást nyújtanak azoknál az eszközöknél, melyeket bárki megvásárolhat. – Azt nem mondanám, hogy sokan foglalkoznak Hódmezővásárhelyen audiofil hangtechnikával, de vannak érdeklődők, nagyjából húsz fő – mondta Ágoston Lajos. Idén már nyolcadszor tartottak a városban audiofil-találkozót, amit már külföldi érdeklődők is számon tartanak. Ezekre a rendezvényekre általában 200-300 fő látogat el, akik saját, egyedi építésű berendezéseiket is hozzák. – Akiknek ez a hobbijuk, azoknak szinte nincs is más lehetőségük, hogy összejöjjenek – fűzte hozzá a rádió tulajdonosa.

Persze a műsorokban nem elektronikáról beszélgetnek, két fontos alkotórésze van a Rádió X adásának – a fiatalos, szórakoztató műsorok mellett a helyi közéletre és politikára is odafigyelnek. Hódmezővásárhelyen egyébként is nagy a közéleti aktivitás, ez részben az olvasóköri mozgalomnak köszönhető. Az olvasókörök civil szerveződések, amiknek valójában nem sok közülük van az olvasáshoz – az egyes köröknek száz-kétszáz tagjuk van, akik közéleti vitákat folytatnak.

A Rádió X műsorait tizenhat önkéntes készíti, fizetett alkalmazott nincs. Ágoston Lajos szerint ezt a szükség hozta így, a bevételekből éppen a rezsit tudják fizetni, de ha nagyobb bevételre tesznek szert, akkor honorálni tudják az önkéntesek munkáját, például tárgyjutalmakkal. – Valószínűleg színvonalasabb műsorok készülnének profi, fizetett alkalmazottakkal, így viszont mindenki olyan műsorban vállal szerepet, ami közel áll a szívéhez. A lelkesedés kompenzálja az amatőrséget, és szeretik a hallgatók is, amit csinálnak – mondta a tulajdonos. Aktív toborzást nem végeznek, a vásárhelyiek már ismerik a rádiót, tudják, hogy aki szeretne részt venni a munkában, azt szívesen látják.

Ágoston Lajos nagyjából nyolcezer főre becsüli a rádió hallgatottságát. Elmondta, hogy már látta ismert közvélemény-kutató cég felmérését, amiben rájuk nézve nagyon kedvező eredmények szerepeltek, de ez csak a hirdetőknak fontos korosztályt vizsgálta. Másoknak is szeretnének megfelelni, ezért például középiskolás diákok közt is készítettek felmérést arról, hogy mennyire felel meg nekik a rádió. A szerkesztési elveket egyébként nem befolyásolja az, hogy egy-egy műsor mekkora hallgatottságot hozhat, rétegműsorok is helyet kaphatnak akár napközben is. – Abban reménykedünk, hogy talán nem tekernek el a hallgatók, és ezekkel is megismerkednek – magyarázta Ágoston Lajos.

Zenei arculatukkal főleg a fiatalokat célozzák meg, már csak azért is, mert a zenéssel foglalkozó önkéntesek maguk is fiatalok. – Ha hasonlítani kellene magunkat valamihez, akkor talán a Petőfi Rádiót tudnám említeni. Nem játszunk le mindent, igyekszünk az igényesebb dalokat kiválasztani.



A Rádió X felújítás előtti stúdiója

A fiatalos, zenei műsorok alatt sok hallgatói sms, telefon, és e-mail érkezik a stúdióba, a közéleti műsorokra, viszont inkább azok elhangzása után reagálnak. Nagyon fontosnak tartják, hogy minden vélemény elhangozhasson náluk, minden közéleti, politikai irányzat megjelenhessen. – Ehhez élőben kevesen mernek hozzászólni. Lehet, hogy félnek attól, hogy kirúghatják őket az állásukból emiatt – indokolta Ágoston Lajos. Néha kritikát is kapnak, de a vélemények többsége pozitív – volt olyan hallgató, aki a Szabad Európa Rádióhoz hasonlította őket, sokszínű műsoraik miatt.

Az önkormányzat nem támogatja a rádiót, de nem is tesznek nekik keresztbe. – Megkerestük a Fidesz képviselőit is azzal, hogy szívesen látjuk őket a rádióban, de nem nagyon élnek ezzel. Most, az önkormányzati választások előtt van egy jelöltjük, aki be szokott jönni – vázolta a helyzetet Ágoston Lajos. Az viszont többször is előfordult, hogy az önkormányzat sajtóreferense megkereste őket, hogy küldjék el az elhangzott műsorokat CD-n, mert sajtópert akarnak indítani a nekik nem tetsző tartalom miatt. Igaz, hogy ez Ágoston Lajosnak nem kötelessége, de át szokta adni a műsorokat tartalmazó korongot, az önkormányzat viszont nem szokta végül elindítani a pereket. – Vigyázunk arra, hogy ne állítsunk valótlant, ne sértsünk személyiségi jogokat, és az állításaink mögött valódi bizonyítékok legyenek.

Az engedélyezett reklámidéjüknek nagyjából a felét tudják kihasználni. Vannak olyan cégek, amelyek technikai eszközökkel, szolgáltatásokkal honorálják a hirdetéseket – így sikerült megoldani a rádió internetes felületének biztosítását is. Szeretnék, ha lenne egy főállású, fizetett hírszerkesztőjük, aki a rádiós hírblokkok elkészítése mellett a honlapot is frissítené hírekkel, ezt pályázati támogatásból szeretnék elérni. – Régebben szerettük volna, ha minden munkatársunk fizetésért dolgozhatna, de ez már régóta nem jött össze, főleg az anyagi lehetőségek miatt. Így erről már leteztünk – mondta a rádió vezetője.

Medvegy Gábor



Remete Rádió, Pécs - FM 97,8

Alapítás: 1997
Forma: egyesület
Adás: napi 4óra 16-20-ig
Honlap: www.remeteradio.hu

A rádió Pécs Istenkút nevű városrészében található, közel a (medvehagymájáról is híres) Orfű felé menő úthoz. Alantabb a Mecsekalja, felette a Tubes helyezkedik el (a tévétorony magasodik fölé). A rádiót az Istenkútért Közösség Egyesület üzemelteti, Peták Péter aktív pécsi közösségfejlesztő vezetésével. Maga a stúdió erdei környezetben található régi művelődési házban működik, mely az egyesület kezelésében áll. Mellette a Pécsi Tudományegyetem Művészeti Karának szobrászműhelye van. Korábban volt átjárás a két intézmény közt, abban a tekintetben, hogy több diák is elkezdett rádiózni, ez azonban az utóbbi két évben megszakadt. Azóta kizárólag a városrészből kerül ki néhány fiatal önkéntes műsorkészítő, valamint Peták Péter szervezőmunkája során került be néhány helyi értelmiségi. Ő volt a Tubesre tervezett NATO-lokátor ellenzőit összefogó civil mozgalom vezetője is, ebben az időben nagyon élénk volt a rádió aktivitása.



A hatalmas művelődési házban kis stúdió üzemel nagyjából 10 négyzetméteren, 2 részmunkaidős alkalmazottal, akik felezik a heti munkaidőt. A rádió napi 4 órát ad, csak délután (többit csak on-line, interneten). Elsősorban kulturális és közéleti műsoraik vannak. Hallgatottsági adataik nemigen vannak, kicsi a vételkörzet, és kevés a potenciális hallgató – ők is inkább a személyes ismerősök. Előfordult már, hogy interneten egyszerre 5 fő is hallgatta. A kis hallgatottság miatt nem is igen reklámoznak – azaz az elején még jobban foglalkoztak vele, most már csak elvétve van egy-egy kulturális ajánlójuk.

Az adó (a domborzati viszonyok és a Nemzeti Hírközlési Hatóság miatt) Istenkutat se szórja be rendesen – csak lefele szór és csak sávban, távolabbi városrészeket nem érnek el. Újra szeretnék kijelöltetni a frekvenciát. Maguk finanszíroztak egy műszeres mérést, amit az NHH nem fogadott el, de a teljesítményüket megemelték még 6 század (!) watt-tal. A mérési jegyzőkönyv szerint 0,1 W a teljesítmény – ez így felemelkedett 0,16W-ra. Ez sem elég magas.

A stúdió technikai felszereltsége professzionális, de nincs süketszobájuk se második helyiségük. 4-5 fő fogadására alkalmas kerekasztal van elhelyezve mikrofonokkal, a szemben ülő technikusok keverik az adást. Félprofesszionális DJ-pult is befért a szűk térbe. A művelődési házban demo felvételeket készítenek helyi amatőr zenekaroknak, illetve közvetítik (vagy rögzítik) az ottani eseményeket, ezenfelül technikájukkal gyakran kitelepülnek pécsi civil rendezvényekre (utoljára a „Bányarádió” projektet segítették így). A helyi civil műsorkészítők többnyire zenei műsorokat készítenek élőben.

A helyi önkormányzattal az Istenkútért Közösség Egyesület kapcsolata korábban változó volt – és bár az IKE az önkormányzat kötelező közművelődési feladatát látja el a művelődési ház üzemeltetésével (helyi nyilvánosság, média, rádió) – mégis alig támogatták őket anyagilag. A Tubes-ügyben azonban ellentétes platformra kerültek. Az IKE volt az egyik élharcosa a Tubesre telepítendő lokátor elleni küzdelemnek – emiatt rengeteg konfliktusa volt a hatalommal. A lakosokkal viszont épp ekkor lett kimagaslóan jó a kapcsolatuk: a népszavazáshoz szükséges 15 000 aláírás helyett 18 000-t gyűjtöttek össze (közösen a Civilek a Mecsekért Mozgalommal). Helyi civilekkel is jó kapcsolatokat ápolnak, köztük például az Istenkúti Népművészeti Egyesülettel vagy a helyi pingpongos körrel, akik a művelődési házban edzenek.

A rádió néhány helyi célcsoportot is bevon a munkájába: pl. a helyi kismamák rendszeres mesefelolvasásokat tartottak. Nagyon fontos projektjük a helyi PANKK pályázat bonyolítása. Rendszeresen adnak lehetőséget helyi fiatal zenekaroknak a művelődési házban koncertezésre, lemezfelvételre – ezekben a rádiósok és a rádiós technikai eszközök is szerepet játszanak. Saját „házi” zenekarik pl. a “LóHair-e”, „The Crybabies” (sok tehetségkutatót megnyertek), „Gyerekek”, „TükeZoo”, az underground jazzt játszó „Drugi Program”. A zenészek között műsorkészítőik is vannak. A művelődési házban saját programjaik is vannak, pl. a pár hónappal ezelőtti „Űr-farsang” (játszottak: Új Látásmód Fúzió, Drugi Program). Műsoraik pl. „Alkony” (80-as évek dark zenéi), „Elő-Alkony” (ez a csapat egy rendszeres video-klip klubot is tart a közönségének a művelődési házban).

A rádió helyi rendezvényeken megjelenik vagy maga szervezi azokat – ilyen pl. a III. Kút Fesztivál, mely saját rendezvényük (ebből már volt több is ugyanezzel a sorszámmal), vagy ilyen a Rockmaraton a város másik végén, ahol többször megjelentek hivatalosan (néha inkognitóban, de többször technikával, emberi segítséggel, infrastruktúrával). Régebben rendeztek rádiós kitelepülést helyi stúdióval, beszélgetésekkel, felvétellel – ma már erre nemigen van kapacitásuk. Megjelentek a Zsolnay Kulturális Központban is vagy a Szemlétek filmfesztiválon, illetve a Periszkóppal ás a SZARÁMASZER-el közösen szervezett Szabad Frekvencia Napján.

Közvetítették lakossági fórumot, önkormányzati ülést (pl. víz-csatornázási ügyben) – sőt a Tubessel kapcsolatos

bíróági tárgyalást is! Fölvettek, később leadtak sajtótájékoztatókat, vagy a Pécssett megrendezett Biomassza Fórum előadásait. Aktuálisan egy ausztrál cég ellen tiltakoznak, ami uránbányát akar nyitni a Mecsekben. A rádiót (azaz az IKÉ-t) sokszor keresték már meg, hogy segítsen érdekérvényesítési ügyekben, a szervezet ilyen irányú múltja gazdag.

Komoly társadalmi szerepvállalása miatt az egyesületet több politikai támadás is érte, melyek „sikerrel” jártak, jelenleg egy utófinanszírozású pályázatuk pénzét tartották vissza, így az egyesület csődközei helyzetbe jutott. A rádió működése is veszélybe került, ezen egy környékbeli egyesület segített, így a 4 órás működést továbbra is tudják tartani, de jelenleg nemigen van erejük többre, mint szintentartásra, egyik alkalmazottjukat el is kellett bocsátani. Az ORTT részéről többször érte bírálát a műsorrendet, de elfogadták Peták érvelését, hogy a környéken aggasztóan magas fiatalkorú bűnözést a rádió és a művelődési ház működése lejjebb szorította, becsalogatva a fiatalokat a rádióba, közösségi programokat teremtve számukra.

Nagyon nehéz helyzetben van a fenntartó, de igyekeznek stabilizálni a helyzetet. Viszonylag stabilan működik a rádió, de nincs erejük igazán fejlődni. Aktivitásuk töretlen, pécsi civil és SZARÁMASZER programokon mindig részt vesznek.

Kovács Orsolya



ZÖLD HULLÁM RÁDIÓ - PILISCSABA - FM 107,4

Alapítás: 2007
Forma: egyesület
Adás: napi 4óra
Honlap: www. zhr.hu

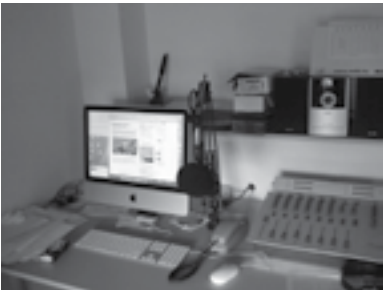


Piliscsaba festői környezetében találtam meg kisebb kalandozás után a rádiót is magába foglaló épületet. Itt fogadott László Erika, a helyi civilek lelke. Szép kertes házban van a rádió, mely a fenntartó egyesület székhelye is egyben. A hátsó nyárikonyhaszerűségben található a mini stúdió, ami kb. 8 négyzetméter, 3 számítógép, 2 keverő, 4 mikrofon felszereltségben. Itt láttam eddig egyedül Apple számítógépeket. A hat önkéntes műsorvezető, szerkesztő professzionális stúdiótechnikával készíti műsorait. Négy órában, kizárólag konzerv adásokat adnak. Mindannyian 50 év körüliek. Itt láttam először a mindenki ért mindenhez stábot, gyakorlatilag bárki kiesése esetén zavartalanul folyhat minden munka tovább. Mindannyian kipróbált, tapasztalt újságírók, rádiósok, civil szervezők. Minden helyi eseményen ott vannak, ezekről készítik műsoraikat. Nagyon magas a szöveg aránya a műsorszerkezetben (70%). Helyi önkormányzat nem támogatja a helyi civileket. Egyébként a rádió a civil szervezetekkel jó viszonyban van. Többször komoly tényfeltáró műsort is készítettek a helyiek érdekvédelmében. Próbáltak az egyetemmel is kapcsolatot keresni, a kommunikációs tanszék ettől elzárkózott, és saját maguk próbálták rádiót indítani sikertelenül. Idővel 24 órára kívánják emelni műsoridejüket, de ez szerintük több év múlva fog csak bekövetkezni, ezért nem erőltetik. Új kollegák keresését sem forszírozzák. Körülbelül ezernégyszáz fő a hallgatottságuk. Reklámozni nagyon ritkán szoktak, prózai oka, hogy helyben nem merül fel rá igény.

Novák Márk

4. fejezet

A felmérésről



Kutatási kérdőív
Kisközösségi rádiós felmérés 2009/2010
Norvég Civil Alap

Rádió neve:
Vételkörzet helye:
Válaszadó neve:
Kérdőív felvételének időpontja:

Alapadatok

1. Társasági forma, amelyben a rádió működik:

- ☐ Magánszemély
- ☐ Egyesület
- ☐ Alapítvány
- ☐ Közalapítvány
- ☐ Közhasznú társaság
- ☐ Önkormányzati intézmény
- ☐ Bt.
- ☐ Kft.
- ☐ Egyéb, éspedig:.....

2. A rádió alapításának indoka, motivációja, a műsorszolgáltatás célja:
(több válasz is lehetséges)

- ☐ Nemzeti és etnikai kisebbségeknek szóló műsorszolgáltatás
- ☐ Kulturális célt vállaló műsorszolgáltatás
- ☐ Hátrányos helyzetűeknek szóló műsorszolgáltatás
- ☐ Lakóhelyi közösség fórumaként működő műsorszolgáltatás
- ☐ Intézményi közösség fórumaként működő műsorszolgáltatás
- ☐ Oktatási intézmény, iskolai közösség fórumaként működő műsorszolgáltatás
- ☐ A vételkörzetben élő hallgatók tájékoztató, kulturális, állampolgári szükségleteit, igényeit szolgáló műsorszolgáltatás
- ☐ Helyi társadalom értékeinek megőrzését elősegítő műsorszolgáltatás
- ☐ Korosztályi célcsoport igényeit kielégítő műsorszolgáltatás
- ☐ Szubkulturális közösség igényeit kielégítő műsorszolgáltatás
- ☐ Egyéb, éspedig:.....

3. A rádió munkatársainak száma:

Teljes munkaidőben, főállásban:fő
Részmunkaidőben, mellékállásban:fő
Önkéntesként: fő

4. A zene/szöveg aránya a műsorfolyamban:

Zene:%
Szöveg:%

5. A rádió nyelvezete:

- ☐ Inkább laza, szleng
- ☐ Választékos, igényes
- ☐ Vegyes

6. Van-e az adónak meghatározó zenei stílusa?

- ☐ Nincs
- ☐ Igen, éspedig:

7. A stúdió együttműködik-e valamilyen nagyobb intézménnyel vagy szervezettel? Ha igen, hogyan?

- ☐ Nem, önálló
- ☐ Igen, teleházsal
- ☐ Igen, művelődési házzal
- ☐ Igen, oktatási intézménnyel
- ☐ Igen, önkormányzattal
- ☐ Egyéb, éspedig:

Hallgatottság

8. Vannak-e adataitok a hallgatottságokról?

- ☐ Igen
- ☐ Nem

9. Ha igen, szerinted mennyire megbízhatóak az adatok?

- ☐ Tökéletesen megbízhatóak
- ☐ Megbízhatóak
- ☐ Véletlenszerűek

10. Készített-e már a rádió felmérést a hallgatottságról?

- ☐ Nem ☐ Miért nem?
- ☐ Igen ☐ Melyik évben?
- ☐ Milyen formában? ☐ Telefonos
- ☐ Személyes megkereséssel (kérdőíves lekérdezés)
- ☐ Belső becslésekkel
- ☐ Egyéb, éspedig:

11. Potenciális hallgatók száma a műsorszolgáltatási szerződés szerint:

..... fő

12. Mit gondolsz, hányan hallgatnak titeket az éterben (..... fő) és hányan egyéb formában (kábel, internet, stb.) (..... fő)?

13. Mit gondolsz, a munkatársaid szerint a te becslésednél többen vagy kevesebben hallgatják a rádiótokat?

- ☐ Többen
- ☐ Kevesebben

14. A saját műsorkészítőitek hallgatják egymás műsorait a rádiónál?

- ☐ Igen, gyakran
- ☐ Igen, de csak ritkán
- ☐ Nem

Visszajelzések

15. Egy adásnapon általában milyen gyakori a műsorokba bekapcsolt hallgatói visszajelzés (telefon, e-mail, fórum, cset)?

- ☐ Gyakori
- ☐ Ritka
- ☐ Egyáltalán nincsen
- ☐ Amennyiben van, milyen formában?.....

16. A műsorok után milyen gyakori a műsorokra reflektáló hallgatói visszajelzés (levél,e-mail, telefon)?

- ☐ Gyakori
- ☐ Ritka
- ☐ Egyáltalán nincsen
- ☐ Amennyiben van, milyen formában?.....

17. Ha van visszajelzés, akkor az leginkább:

- ☐ Negatív
- ☐ Semleges
- ☐ Pozitív
- ☐ Vegyes

18. Ha van visszajelzés, az milyen témá(k)hoz kapcsolódik leggyakrabban?

Honlap

19. Van-e honlapotok?

- ☐ Nem
- ☐ Igen

20. Ha van, milyen technikai lehetőségek vannak a honlapon? (Több válasz is lehetséges)

- ☐ E-mail küldés a rádió számára
- ☐ E-mail küldés a műsorok készítői számára
- ☐ Fórum
- ☐ Cset
- ☐ Webkamera
- ☐ Komment cikkekhez
- ☐ Linkküldési lehetőség
- ☐ Hírlevél
- ☐ Válogatott műsorok visszahallgatási vagy letöltési lehetősége
- ☐ Minden műsor visszahallgatási vagy letöltési lehetősége →Hány napra visszamenőleg? nap
- ☐ Regisztrációs lehetőség
- ☐ Blog (webnapló)
- ☐ Stream →→Saját szerverrel oldjuk meg / →Külső szolgáltatóval oldjuk meg
- ☐ RSS
- ☐ Podcast
- ☐ Regisztrációs lehetőség →Ha van, miért szükséges?
- ☐ Egyéb, éspedig:

21. Milyen tartalmi elemek találhatók meg a honlapotokon? (Több válasz is lehetséges)

- ☐ Rádió elérhetőségei
- ☐ Rádió története
- ☐ Rádió jellemzése
- ☐ A rádiót fenntartó szervezetről információ
- ☐ Műsorajánló
- ☐ Heti műsortábla
- ☐ Műsorok leírása
- ☐ Műsorkészítőkről leírás
- ☐ Műsorkészítők e-mail címe
- ☐ Műsoroktól független egyéb információk (hírek, apróhirdetés, stb)
- ☐ Támogatók felé link
- ☐ Partnerek felé link
- ☐ Bannerek
- ☐ Reklámfelület
- ☐ Pénzért kínált áruk vagy szolgáltatások (e-bolt)
- ☐ Egyéb, éspedig:

22. Milyen gyakran frissítitek a honlapot?

- ☐ Naponta többször
- ☐ Naponta
- ☐ Két-három naponta
- ☐ Hetente
- ☐ Kéthetente
- ☐ Havonta
- ☐ Ritkábban

23. Ki dönt a honlapra felkerülő tartalmakról?

- ☐ Főszerkesztő
- ☐ A főszerkesztő és pár ember közösen
- ☐ Műsorkészítők közösen
- ☐ Egyes műsorkészítők
- ☐ Webmester
- ☐ Egyéb, éspedig:

24. Hol jelentetitek meg a heti műsortervet?

- ☐ Saját honlapunkon
- ☐ Más honlapokon
- ☐ Helyi újságban
- ☐ Egyéb, éspedig:

Reklám, marketing

25. Szoktatok-e reklámokat sugározni?

- ☐ Nem
- ☐ Igen

26. Ha nem, miért nem?

27. Ha igen, akkor melyik kijelentés a leginkább jellemző a rádiótokra?

- ☐ Teljesen kihasználjuk a törvényi reklámidő-maximumot
- ☐ Majdnem teljesen kihasználjuk a törvényi reklámidő-maximumot
- ☐ Jóval a törvényi reklámidő-maximum alatt maradunk
- ☐ Néha-néha reklámozunk csak

28. Milyen típusú reklámokat sugároztok? (Több válasz is lehetséges)

- ☐ Országos kereskedelmi cégek reklámjai
- ☐ Helyi kereskedelmi cégek reklámja
- ☐ Társadalmi célú hirdetés
- ☐ Politikai hirdetés
- ☐ Helyi szervezetek felhívásai, közleményei
- ☐ Lakossági apróhirdetések
- ☐ Kulturális hirdetés
- ☐ Egyéb, éspedig:

29. Milyen módon keresitek a reklámozókat? (Több válasz is lehetséges)

- ☐ Van marketingtervünk, az alapján dolgozunk
- ☐ A rádiót szervező belső csapat véletlenszerűen
- ☐ Az önkénteseket is bevonjuk
- ☐ Szisztematikusan végigjárjuk a helyi potenciális reklámozókat
- ☐ Megkerestük az önkormányzatot segítségért
- ☐ Megkerestük a helyi civil szervezeteket segítségért
- ☐ A reklámozók keresnek meg bennünket
- ☐ Egyéb, éspedig:

30. Milyen módon szoktatok reklámozni vagy népszerűsíteni a saját rádiótokat? (Több válasz is lehetséges)

- ☐ Nem szoktuk
- ☐ Saját rádióban
- ☐ Más helyi rádióban vagy televízióban
- ☐ Más körzeti rádióban vagy televízióban
- ☐ Más országos rádióban vagy televízióban
- ☐ Szórólapokon
- ☐ Helyi újságban
- ☐ Egyéb kiadványokban
- ☐ Saját szervezésű rendezvényeken
- ☐ Más rendezvényein
- ☐ Saját honlapunkon
- ☐ Más honlapokon
- ☐ Plakátokon
- ☐ Matricákon
- ☐ 'Suttogó propaganda' útján
- ☐ Egyéb, éspedig:

31. A visszajelzések szerint a fentiek közül a hallgatók honnan ismerik a rádiókat leginkább? (Jelöld be a három leggyakoribbat)

- ☐ Saját rádióban
- ☐ Más helyi rádióban vagy televízióban
- ☐ Más körzeti rádióban vagy televízióban
- ☐ Más országos rádióban vagy televízióban
- ☐ Szórólapokon
- ☐ Helyi újságban
- ☐ Egyéb kiadványokban
- ☐ Saját szervezésű rendezvényeken
- ☐ Más rendezvényein
- ☐ Saját honlapunkon
- ☐ Más honlapokon
- ☐ Plakátokon
- ☐ Matricákon
- ☐ 'Suttogó propaganda' útján
- ☐ Egyéb, éspedig:

Külső kapcsolatok

32. Milyen a rádió kapcsolata a helyi önkormányzattal?

- ☐ Kiváló
- ☐ Elfogadható
- ☐ Közömbös
- ☐ Nincs kapcsolat
- ☐ Rossz

33. Milyen a rádió kapcsolata a helyi lakosokkal?

- ☐ Kiváló
- ☐ Elfogadható
- ☐ Közömbös
- ☐ Nincs kapcsolat
- ☐ Rossz

34. Milyen a rádió kapcsolata a helyi civil szervezetekkel?

- ☐ Kiváló
- ☐ Elfogadható
- ☐ Közömbös
- ☐ Nincs kapcsolat
- ☐ Rossz

35. Milyen a rádió kapcsolata nem helyi civil szervezetekkel?

- ☐ Kiváló
- ☐ Elfogadható
- ☐ Közömbös
- ☐ Nincs kapcsolat
- ☐ Rossz

36. Milyen kapcsolatotok van egyéb helyi (és/vagy civil) rádiókkal?

- ☐ Versenytársak vagyunk
- ☐ Együttműködünk
- ☐ Nincs kapcsolat közöttünk
- ☐ Nincs más helyi rádió

37. Van-e (és ha igen, milyen) kapcsolatotok bármely civil médiával (pl. webtv, netrádió, civil témájú weblapok, blogok, fórumok)

- ☐ Versenytársak vagyunk
- ☐ Együttműködünk
- ☐ Nincs kapcsolatunk
- ☐ Egyéb, éspedig:

38. Van-e olyan speciális helyi célcsoport, akiket a rádió szisztematikusan bevon a munkájában/műsoraiba? (Több válasz is lehetséges)

- ☐ Nyugdíjasok/nyugdíjasklubok
- ☐ Iskolák
- ☐ Óvodák
- ☐ Helyi önképzőkör
- ☐ Munkanélküliek
- ☐ Civil szervezetek
- ☐ Kismamák
- ☐ Fiatalok
- ☐ Helyi kereskedők
- ☐ Romák
- ☐ Egyéb, éspedig:

**39. Hogyan toborozzátok a rádióhoz önkéntesnek az embereket?
(Több válasz is lehetséges)**

- ☐ Felhívást teszünk közzé a saját rádiókban
- ☐ Felhívást teszünk közzé helyi lapokban
- ☐ Felhívást teszünk közzé helyi rádiókban vagy televíziókban
- ☐ Felhívást teszünk közzé körzeti rádiókban vagy televízióban
- ☐ Szórólapokat terjesztünk
- ☐ Plakátokat rakunk ki az utcára
- ☐ Az önkormányzaton keresztül
- ☐ Felhívást teszünk közzé a saját honlapunkon
- ☐ Felhívást teszünk közzé más honlapunkon
- ☐ Személyes megkeresés
- ☐ Ők hallottak a rádióról és keresik fel műsorkészítői szándékkal
- ☐ Egyéb, éspedig:

40. Milyen főbb juttatásokat biztosítotok az önkénteseknek? (Több válasz is lehetséges)

- ☐ Képzések
- ☐ Saját rendezvények, bulik
- ☐ Stábgyűlések
- ☐ Kitüntetések (hét/hónap/év rádiósa vagy legjobb műsora cím odaítélése)
- ☐ Közép/felsőoktatásban érdemjegy
- ☐ Útiköltség térítés
- ☐ Anyagi juttatások
- ☐ Sajtójegyek, belépők
- ☐ Egyéb, éspedig:

41. Milyen mértékben működnek közre az önkéntesek a rádió működtetésében?

- ☐ A rádió működtetésében teljesen részt vesznek (pályázatírás, műsorkészítés, kapcsolatépítés, pénzszerzés, PR-munka, stb.)
- ☐ A fentiek közül csak néhányban vesznek részt, a többit ugyanaz a pár ember csinálja
- ☐ Csak a műsoraikat készítik el, minden mást pár ember végez

42. Akartok-e ezen a helyzeten változtani?

- ☐ igen, éspedig:.....
- ☐ nem (kérek indokold miért nem).....

43. Megjelenik-e a rádió a helyi rendezvényeken?

- ☐ Igen
- ☐ Nem

44. Ha igen, milyen rendszerességgel?

- ☐ Az összes helyben megrendezésre kerülőn
- ☐ Megpróbálunk minél többön részt venni
- ☐ Kiválasztjuk a számunkra legérdekesebbeket
- ☐ Évente csak egy-két darabon

45. Ha igen, milyen módon? (Több válasz is lehetséges)

- ☐ Élő közvetítés a rádióban
- ☐ Konzervműsorok készítése a rendezvényen
- ☐ Saját stand a rendezvényen
- ☐ Plakát / molinó kirakása
- ☐ Beszélünk róla általában a műsorainkban
- ☐ A helyi rendezvényekhez kapcsolódóan meghívunk valakit a szervezőktől
- ☐ A helyi rendezvényekhez kapcsolódóan meghívunk valakit az önkormányzattól
- ☐ Egyéb, éspedig:

46. Ha nem jelenik meg a rádió a helyi rendezvényeken (vagy csak nagyon ritkán), mi ennek az oka?

- ☐ Pénzhiány
- ☐ Technika hiánya
- ☐ A rendezvények hírei nem jutnak el a rádióba
- ☐ Senki nincs a rádióban, aki felkarolná ezeket az ügyeket
- ☐ Az önkéntesek nem érdeklődnek
- ☐ A rádió és a szervezők közötti konfliktusok
- ☐ Egyéb, éspedig:

47. Közvetít-e a rádió nyilvános helyi eseményeket?

- ☐ Igen
- ☐ Nem

48. Ha igen, milyeneket?

- ☐ Helyi rendezvények
- ☐ Iskolai események
- ☐ Önkormányzati ülések
- ☐ Lakossági fórumok
- ☐ Kulturális események
- ☐ Sportesemények
- ☐ Egyéb, éspedig:

49. Ha igen, milyen gyakorisággal?

- ☐ Alkalomszerűen
- ☐ Havonta
- ☐ Hetente
- ☐ Egyéb, éspedig:

50. Amennyiben közvetítetek önkormányzati ülésekről vagy lakossági fórumokról, milyenek az általános tapasztalataitok az ottani közvetítésekkel kapcsolatban?

- ☐ Együttműködő önkormányzat
- ☐ Közömbös önkormányzat
- ☐ Elzárkózó önkormányzat
- ☐ Ellenséges önkormányzat

51. Történt-e már olyan a rádió életében, amikor a lakosságot kellett képviselni a hivatalos szervek, fórumok ellenében?

- ☐ Nem
- ☐ Igen, éspedig:

52. Érte-e emiatt a rádiót bármiféle retorzió?

- ☐ Igen
- ☐ Nem

53. Ha igen, milyen?

54. Keresték-e meg már helyi lakosok a rádiót, hogy - mint média - segítse őket az érdekérvényesítésben?

- ☐ Igen
- ☐ Nem

55. Ha igen, milyen esetben?

56. Szokott-e a rádió szervezni olyan programot, amellyel hozzájárul a helyi közösség életéhez?

- ☐ Rendszeresen
- ☐ Alkalmanként
- ☐ Eddig még nem, de tervezzük
- ☐ Nem

57. Amennyiben igen (vagy tervezi a rádió), milyen típusú programot?

- ☐ Rádiólátogatás, nyílt nap
- ☐ Zenei program külső helyszínen
- ☐ Kulturális program külső helyszínen
- ☐ Sportrendezvény
- ☐ Más rendezvény keretein belül saját stand felállítása
- ☐ Egyéb, éspedig:

58. Ha már volt ilyen, milyenek voltak a visszajelzések a helyi lakosok részéről?

- ☐ Negatív
- ☐ Semleges
- ☐ Pozitív

59. A rádió nem szorosan vett rádiós tevékenysége (érdekérvényesítés, kapcsolatépítés, külső programok, stb.) milyen módon hatott a helyiek körében a rádió megítélésére?

- ☐ Negatívan
- ☐ Semleges
- ☐ Pozitívan

részletezve:.....

60. Bármilyen egyéb, amit a Rádió és környezete kapcsolatáról még el szeretnél mondani:

Köszönjük a segítséget!

A felmérés lefolytatásában, kiértékelésében, valamint a kutatásban résztvevő rádiókról írt cikkek szerzői:

Kovács Orsolya (38)

1994 óta tart fogva a szabad rádiózás gyönyörűsége. Sok évig Budapest egyik első „nagy” közösségi rádiójában, a Fiksz Rádióban készítettem környezet- és természetvédelmi magazint „ZöldFül” címmel, és vettem részt számos más műfajú műsorban is - hangjáték, kerekasztal, zenei összeállítások, interjúk. 2004-ben indítottuk útjára saját kulturális egyesületünket majd 2006 januárjában rádiónkat, a Fúzió Rádiót, melynek alapítója, műsorvezetője és máig egyik motorja vagyok. 2007 őszén kisebb szabad rádiós csapattal részt vettünk a Csatorna Médiafesztiválon, képviselve a közösségi rádiózás eszméjét. 2007 novembere óta vezetem a Szabad Rádiók Magyarországi Szervezetének irodáját, szerveztem programjait, írtam pályázatait. Az eltelt 3 év alatt a szervezet talpra állt, honlapja újraindult, képzések jöttek létre, összetartó csapat kovácsolódott. 2008 nyarán megszerveztem az I. Szabadrádiós Fesztivált a Gödörben, ősszel társszervezői voltunk - a Periszkóp Rádió mellett - a pécsi Szabad Frekvencia Napjának, tavasszal a szegedi Rádió Mi-s Szabadrádiós Napnak. 2009-ben megálmodtuk és megteremtettük a „Közös Hullámhossz” csodáját, amelyben hazai független rádiósok válogatott, önszerveződő csapata közösen rádiózik egy adott kulturális vagy más eseményhez kötődően - 2009-ben ez volt a Taliándörögdi Fesztivál, 2010 májusában az EKF-Kréta kör Majális Pécsbányán („Bányarádió”), 2010 nyarán pedig a Művészetek Völgye Fesztivál. 2010-ben átfogó kutatást szerveztünk a vidéki rádiók felmérésére, bevonására. Boldog vagyok, hogy részem lehetett a hazai szabad rádiózás önmagára ébredésében és megerősödésében. Ez a kötet e folyamat egyik állomása, és reméljük, méltó dokumentuma.

Medvegy Gábor

A Szegedi Tudományegyetem harmadéves hallgatója vagyok, kommunikáció és médiatudomány szakon. 2001 óta rádiózom, kis kábelrádiótól kezdve kereskedelmi adón át a közszolgálati rádió regionális stúdiójáig több helyen kipróbáltam magam. 2005-ben, röviddel indulása után csatlakoztam a szegedi Rádió Mi stábjához, azóta elköteleztem magam a közösségi rádiózás mellett. Ebben az fogott meg, hogy a „nagy rádiók” korlátjaitól, kliséitől elszakadva, sokkal színesebb, újszerűbb és érdekesebb tartalmakat tár a hallgatók elé, és fontosnak tartom azt is, hogy a műsorkészítők között demokratikus döntéshozatal valósulhat meg. A Rádió Mi stábjában egyfajta koordinátori, ügyintézői szerepet töltök be, és az egyetemmel fennálló együttműködésünk keretében közreműködöm a kommunikáció szakos hallgatók gyakorlati oktatásában.

Novák Márk

Közgazdász diplomámat 1993-ban szereztem Pécssett ipari tervező-szervező szakon. 2000-ig az APEH-nél főrevizorként, majd a Területi Államháztartási Hivatalban államháztartási előadóként dolgoztam. Beleunva a köztisztviselői létformába, az addig hobbiként űzött számítógépes grafikát munkámnak választva létrehoztam egy grafikai vállalkozást. Ügyfeleink közt szerepelt többek közt az E-on, Avon, Solisun, Szigetvári Takarékszövetkezet, PannonPower Rt. A netes technológiák megismerése során egyre inkább előtérbe került korábbi munkám, több céges adatbázisrendszer és webáruház tervezésében vettem részt. 2005-ben a Tan Kapuja Buddhista Egyház Kis Tigris Gimnáziumának lettem a gazdasági vezetője. 2006-ban egy költözés során helyileg közel kerültem a pécsi Remete Rádióhoz, ahol kedves ismerősök dolgoztak. Sokat jártam be a stúdióba, innen egyenes út vezetett az első riportok elkészítéséig, majd az első önálló műsorhoz. 2007 elején főállásban kerültem alkalmazásra a szintén pécsi Periszkóp Rádióba, ahol egyetlen alkalmazottként elláttam a technikus,

műsorszerkesztői, szervezői, jogi, pénzügyi, kommunikációs feladatokat. 2007-ben Budapestre költöztem az ősz folyamán, rövid ideig a Fúzió Rádióban voltam civil műsorkészítő. 2008-2009-ben a Kortárs Táncért és Jelelő Színházért Alapítvány gazdasági vezetője voltam, majd a Magyar Komputerzenei Alapítvány szervezte Making New Waves fesztivál lebonyolítását segítettem. 2010-ben az addig kissé elhanyagolt grafikai munkát ismét teljes erővel folytattam. Tagja vagyok a Moire Kulturális Egyesületnek, mely berkeiben több hazai és nemzetközi experimentális-zenei fesztivál szervezője és fellépője lehettem.

Pogány György

Pogány György mérnök, újságíró. Tíz éven át a Magyar Rádió műsorvezetőjeként, később a média különböző területein dolgozott: előbb szerkesztőség-vezető egy napilapnál, producer televíziós játékműsorokban, majd könyvkiadással is foglalkozik. A 90-es években az első hazai internetes újság, az Internettó rovatvezetője, később több internetes portál rendszertervezője. Jelenleg a Civil Rádió főszerkesztője és a Szabad Rádiók egyik ügyvivője.

5. fejezet

Szervezetünk

Rendes Tagok

4-SSSS Rádió	Téglás	97.90 MHz
Alfa Rádió	Balkány	88.00 MHz
Berzsenyi Rádió	Szombathely	98.80 MHz
Best of Rádió	Tiszavasvári	FM 98,00MHz
Best Rádió	Ajka	Internet
Civil Rádió	Budapest	98.00 MHz
Csillaghang Rádió	Budapest-Budafo	93.70 MHz
Diák Rádió Edelény	Edelény	91.90 MHz
EPER Rádió	Budapest	97.00 MHz
Fúzió Rádió	Budapest	93.50 MHz
Galaxis Rádió	Heves	FM 97,9 MHz
Gorba Rádió	Tardos	107.40 MHz
Hobby Rádió	Budapest	Internet
Kerepesrádió	Kerepes	97.10 MHz
Lépés Rádió	Debrecen	Internet
Mustár FM	Nyíregyháza	89.60 MHz
Muzsikus Rádió	Budapest	Internet
Origó-Ház Rádió	Pécs	87.80 MHz/Internet
Periszkóp Rádió	Pécs	97.10 Mhz
Puszt	Kunszentmiklós	89.90 MHz
Rádió 35	Tiszaújváros	100.70/Kábel
Rádió Csobán	Csobánka	93.50 MHz
Rádió MI	Szeged	89.90 MHz
Rádió NET	Budapest	Internet
RádióSansz	Székesfehérvár	87.80 MHz
Rádió Szarvas	Szarvas	105.40 MHz
Rákóczi Hírmondó	Rákóczi	89.90 MHz
Remete Rádió	Pécs - Istenkút	87.80 MHz
Tavirózsa Rádió	Veresegyház	107.30 MHz
Tilos Rádió	Budapest	90.30 MHz
Tisza Rádió	Szeged	94.20 MHz
Triangulum Rádió	Őr	88.70 MHz
Vért	Zámoly	88.70 MHz
Zöld Hullám Rádió	Pilis	107.40 MHz
Motoros Rádió	Budapest	(interneten)

Társult Tagok

Agnus Rádió	Kolozsvár	
Base FM Rádió	Hajdúhadház	
Berettyó Rádió	Berettyóújfalu	
Berettyó Night	Berettyóújfalu	
Diák Rádió Kazincbarcika	Kazincbarcika	
Diák Rádió Szerencs	Szerencs	
Diák Rádió Ózd	Ózd	
Exe Rádió	Ecser	
Folkrádió	Földes	
Harmónia Rádió	Budapest	
JAZZ FM	Debrecen	
Kontakt Rádió	Budapest	
Netrádió Földeák	Földeák	
Rádió C	Budapest	
Rádió Füzes	Füzesabony	
Rádió Ice	Makó	
Radio Juice	Orosháza	
Rádió Weekend	Tótkomlós	
Rádió X a Belváros Hangja	Hódmezővásárhely	
Star Dance Rádió	Budapest	
Szegvár Rádió	Szegvár	
Martos Rádió	Budapest	
Kandó FM	Budapest	
Rádió Pozitív	Budapest	
Campus Rádió	Nyíregyháza	

A kutatásban részt vett rádiók logói (ahol van)



Rádió 35 Tiszaújváros



Jó alap

Egy egyesület alapszabályát akkor írják, amikor még nincs meg az egyesület. Egy idea van csupán, ami alapján a jövőben létrejön valami. A létesítő okirat megfogalmazza a célt avagy küldetést (ami az idea „lelke”), és eme ideális cél megvalósítására legalkalmasabbnak tűnő praktikus működési szabályokat.

Ha ez a megfogalmazás – az ideális verzió – a gyakorlat során nem igazolódik be teljes mértékben, akkor korrekcióra van szükség.

Mit lehet korrigálni? Az egyesület célja alapvetően nem változhat meg – mert az már egy másik egyesület volna. Az adott célt legjobban megközelítő ideális működés azonban változhat az időben változó körülmények miatt. Rendre ezért fordulnak elő alapszabály-módosítások.

A SZARÁMASZER évtizedes működése során is volt (formális okok miatt: székhely, tisztségviselők változása) néhány kényszerű alapszabály-módosítás, de a tartalmi kérdések újragondolásának igénye hosszú időn át nem merült fel.

2009 novemberében több napos szakmai találkozóra gyűlt össze a tagság Rákóczipalván (éppen ennek a norvég támogatási programnak a keretében), ahol a spontán megnyilatkozások felszínre hozták a kérdést: Kik vagyunk? Mit képviselünk?. Éjszakába nyúló vita során tudatosult, hogy ezekre az alapkérdésekre aktuálisan érvényes választ kell adni. Többek között ez a definíciós kényszer áll a Szabad Rádiók Magyarországi Szervezetének legutóbbi, 2010-es alapszabály-módosításának hátterében.

„Szabad rádiók vagyunk!” – miért nem elegendő ez a formula manapság?

Anélkül, hogy tudományos okfejtésnek szánnám, szerintem sokat változott a szabad kifejezés konnotációja az elmúlt két évtized alatt. Harsányan üdítő íze volt a szabad lélegzetnek (lásd.: „fellélegzés”) a változások kezdeti időszakában. A szabad szólás új, mámoros öröme jelenik meg a magukat szabadnak érző rádiók névválasztásában. Ez a közös élmény – akkor – nem kívánt további magyarázatot.

Lényegében ma mindent szabad.

(„Mindent szabad nektek, de nem minden válik hasznotokra” – tehetném hozzá rögvest a nagy közösségi kommunikátor, Paulus szellemében.)

Nem biztos, hogy megkülönböztetésül ma ezt a jelzőt választanánk.

Sok helyen felbukkan a „non-profit” kifejezés is a szabad rádiók második jelzőjeként. De ez sem rajzolja meg biztosabb kontúrokkal a szektor profilját, mint az előző. Végül a „közösségi média” kifejezés futott be és vált elfogadottá a rádiós körökben. Bizonyos hátszelet adott neki az Európai Unió hivatalos tolvajnyelvében polgárjogot nyert Community Media, amit a közszolgálati és a kereskedelmi média mellett – vagy ellenében - „harmadik média szektor” gyanánt/ néven szoktak emlegetni.

Miközben a terminológiában a szabadtól a közösségire helyeződik a hangsúly, a gyakorlatban megjelenik egy apró, de lényegesen új médiaszínfolt Magyarországon: a kisközösségi rádió. Európai viszonylatban is – tőlünk meglehetősen szokatlan módon - progresszív lépésnek számít, aminek okait és előzményeit egyszer tanulságos volna felkutatni.

Mielőtt rátérnénk az alapszabály-módosításának konkrét részleteire, még egy (utolsó) kitérő a „szabadság” megközelítésére egy másfajta aspektusból.

A társadalmi előrelépésnek olykor vannak szükséges, bár önmagukban nem elégséges technikai feltételei. A „technológiai szabadság” megjelenése a civil szférában nálunk a huszadik század utolsó évtizedére tehető a digitális technika rohamos térnyerésével.

A 90-es évek legelején, a civil társadalom szerveződésének hőskorában, az önálló szervezeti lét megalapozója még sok esetben egy, a SOROS alapítványtól elnyerhető fénymásoló lehetett.

1995 és 2000 között az internet és az IKT eszközök megjelenése, ill. ezek összekapcsolása egy közösségi dimenzióval, a magyar teleház mozgalom világvízzonnyalban is jegyzett, dinamikus felívelését indította el.

Néhány év alatt a digitális fotó- és videótechnika a profi szektorból kilépve elárasztotta a privát szférát. (Érdekes adalék: 2006 után, amikor számítógéppel már el voltak látva, a Nemzeti Civil Alapprogram által nyújtott működési támogatásokból elképesztő mennyiségű digitális fényképezőgépet és kamerát vásároltak a magyar civil szervezetek.)

Manapság a technika birtoklása nem az a fajta privilégium, ami korábban szakadékot vont a profi és a civil felhasználó közé. Ez a státuszváltás világszerte kedvez a harmadik típusú médiaszektor előretörésének.

Magyarországon szinte szokatlan előzékenységgel zajlik 2004 óta a kisközösségi rádiók frekvenciához juttatása. Válogatás nélkül pályázhat magánembertől cégen át szinte bárki. Ugyanakkor a hatalom nem vette le a lábát teljesen a „fékről”. Érdekes módon éppen a technikai korlátozással (1 km-es vételkörzet!) próbálja „rövid pórázon” tartani a közösségi média új, feltörekvő ágát.

További sajátos jelenség, hogy amíg a hazai média szabályozás szinte alig vesz tudomást a kisközösségi rádiók feltűnéséről a médiahorizonton, addig a különböző jogkezelő szervezetek már teljes jogú médiaszereplőként találják meg őket „jogos” követeléseikkel. Ebben a helyzetben felértékelődik a Szabad Rádiók Magyarországi Szervezetének képviseleti és érdekvédelmi szerepe.

A fent említett hatások összességének figyelembe vételével került sor az alapszabály módosítás kidolgozására 2009 decemberétől, több hónapos közös munkával.

Néhány jellemző részlet a 2010. február 17-én kelt új alapszabályból:

„A Szabad Rádiók Magyarországi Szervezete olyan társadalmi szervezet, amely a közösségi rádiózás és a közösségi nyilvánosság fejlesztését szolgálja” – vagyis a küldetés nem változott.

Újdonságnak számít viszont a követelmények és az irányelvek kettős rendszerének felállítása. Mind a kettőben hangsúlyosan megjelennek az Európa Tanács Miniszteri Bizottsága által 2009. február 11-én kiadott nyilatkozat elemei a közösségi média szerepéről a társadalmi összetartás és a kultúrák közti párbeszéd elősegítésében.

Az alapvető követelmények minimum feltételt jelentenek, amelyek betartása kötelező a szervezet rendes tagjai számára:

- „2.1.
- (a) – *a politikai és állami szervezetektől, az önkormányzatoktól és a nyereségérdekelt gazdasági szervezetektől függetlenül működnek,*
 - (b) – *meghatározott (helyi, etnikai, vallási, kulturális vagy életmódbeli) közösségek (kisebbségek) érdekeit szolgálják, és törekednek arra, hogy a célközösségeik tagjai részt vegyenek a műsorkészítésben,*
 - (c) – *feladatuknak tekintik a társadalmi intolerancia és diszkrimináció elleni küzdelmet, ösztönzik az esélyegyenlőséget, a kölcsönös tisztelet, a pluralizmus, a másság-elfogadás, a tolerancia és a megértés szellemiségét, konstruktív párbeszéddel oldva a különböző etnikai, kulturális és vallási csoportok között előforduló feszültségeket, konfliktusokat,*
 - (d) – *műsorkészítésükben önkéntesek munkájára is támaszkodnak,*
 - (e) – *bevételeiket nem osztják szét, azt szervezetük fenntartására, működtetésére fordítják (non-profit jelleg).”*

Ugyanakkor vannak ajánlásként megfogalmazott irányelvek, amelyek nem kötelező érvényűek, de iránymutatóak a tagság számára:

- „2.2.
- (a) – *szerveződésük alapja és profiljuk meghatározója a közösség, amely lehet:*
 - 1. *földrajzi alapon szerveződő közösség (pl. település, településrész, lakótelep, szomszédság, egyetemi negyed stb.),*
 - 2. *intézményi alapon szerveződő közösség (pl. oktatási intézmény, kórház, börtön stb.)*
 - 3. *olyan közös érdeklődés, érték vagy érdek alapján kialakult közösség, melynek speciális igényét más, elérhető rádiók nem, vagy a közösség tagjai szempontjából nem megfelelően elégítik ki (pl. szociális, művelődési, szubkulturális, művészeti, nyelvi, korosztályi, nemzetiségi, vallási, fogyatékosági alapon szerveződő csoportok stb.),*
 - (b) – *a saját profiljukon belül aktívan keresik azokat a csoportokat (közösségeket), amelyek más, a közösség tagjai számára elérhető rádióban nem, vagy a közösség tagjai szempontjából nem kielégítően jutnak szóhoz, és számukra egyforma eséllyel adnak megszólalási lehetőséget,*
 - (c) – *saját profiljukon belül elősegítik a párbeszédet a különféle csoportok között, és biztosítják azok véleménynyilvánítási szabadságát,*
 - (d) – *műsoraikban törekednek a speciális célközönségük minél teljesebb elérésére, de nem feltétlen céljuk a széles körű (általános) hallgatóság elérése,*
 - (e) – *döntéshozói mechanizmusukban a demokratikus elvek érvényesítésére törekednek,*
 - (f) – *személyes részvétellel szervezett nyilvános programok szervezésével is elősegítik a hallgatói és műsorkészítői közösségük aktivizálását,*
 - (g) – *a műsorkészítők közösségén belül törekednek a képzés és a személyiség fejlesztés lehetőségeinek biztosítására.”*

Figyelemre méltó, hogy az új alapszabály a demokratikus elvek érvényesítését a döntéshozói mechanizmusban nem teszi kötelezővé, csupán ajánlja. Ennek magyarázata a kisközösségi rádiók irányában tanúsított nyitásban keresendő, ahol a fenntartói, tulajdonosi körben cégek, magánszemélyek is előfordulnak.

Ugyanez a nyitás figyelhető meg a háromféle tagsági viszony kialakításában is. Eszerint van:

- (a) – *rendes tagság,*
- (b) – *társult tagság,*
- (c) – *tiszteletbeli tagság.*

A széleskörű befogadói szándék leginkább a társult tagsági viszonyban nyilvánul meg:

- „A Szervezet társult tagja lehet annak értékrendjét és céljait elfogadó, azok megvalósításában tevékenyen részt vállaló
- (a) – *műsorszolgáltatási jogosultsággal még (vagy már) nem rendelkező, indulás előtt álló (vagy már nem működő) rádió fenntartója,*
 - (b) – *bármilyen platformon rádiót működtető magánszemély, civil szervezet, vagy gazdasági társasági formában működő (akár kereskedelmi jellegű médiumot működtető) szervezet*
 - (c) – *műsorkészítő magánszemély, civil szervezet vagy gazdasági társaság, aki/amely nem tart fenn rádiót, de közérdeklődést kiváltó, nagyobb részt közösségeknek szánt műsort (vagy annak tekinthető produkciót) készít.”*

A rendes tagsági viszony is nyit a különböző platformon működő (pl. internetes) közösségi rádiók felé, ugyanakkor az alapszabály megfogalmazza az alapvető követelmények fent ismertetett rendszerét, amely „szigorítás” a rendes tagság „élcsapat” jellegét hivatott szolgálni.

„A Szervezet rendes tagja lehet bármilyen platformon működő, az aktuális törvényi szabályozásnak mindenben megfelelő rádió (továbbiakban: tagrádió) fenntartója, amennyiben eleget tesz a 2. 1. pontban megfogalmazott követelményeknek és működésében érvényre jutnak a 2. 2. pontban megfogalmazott irányelvek.”

Ennek megfelelően került kialakításra a tagfelvétel kétlépcsős rendszere:

- (4.5.1.) *„Az újonnan jelentkezők kizárólag a Szervezet társult tagjainak sorába kérhetik felvételüket.*
- (4.5.2.) *A jelentkezés írásban történik, melyben a kérelmező nyilatkozik az Alapszabályban rögzített célkitűzések, valamint a társult tagsággal járó jogok és kötelezettségek elfogadásáról. A felvételi kérelmet az Ügyvivői Testület mérlegeli és döntéséről (a kérelem beérkezésétől számított) 30 napon belül értesíti a jelentkezőt. Ettől az időponttól kezdve lépnek életbe a társult tagsággal járó jogok és kötelezettségek.*
- (4.5.3.) *A társult tag minimum 90 napos társult tagsági viszony után kérheti rendes taggá történő felvételét, melyről a következő közgyűlés dönt. A rendes tagság iránti kérelmét írásban nyújtja be, amelyben nyilatkozik az Alapszabály 2.1. és 2.2. pontjaiban megadott követelmények és irányelvek betartásáról. Az írásbeli kérelemhez megfelelő döntést elősegítő dokumentumokat mellékel (felsorolásukat a Szervezeti és Működési Szabályzat tartalmazza).*
- (4.5.4.) *A felvételi kérelmet és a döntést elősegítő dokumentumokat (a beérkezést követő 15 napon belül, de a következő Közgyűlés előtt legalább 30 nappal) a Szervezet a rendes tagjai számára elérhetővé teszi internetes honlapján, módot adva a hozzászólások és a vélemény-nyilvánítás számára.*
- (4.5.5.) *A társult tagok rendes taggá történő felvételéről, valamint kizárásáról a közgyűlés dönt titkos szavazással, és kétharmados többséggel.”*

Az új alapszabályban egyszerre nyilvánul meg a széles társadalmi platform iránti igény és az elkötelezettség a harmadik média szektor, a közösségi média európai értékrendje iránt. Reméljük tartós, jó alapnak bizonyul.

SP
Óriszentpéter, 2010. okt.10.

A Közös Hullámhossz rádió és képzési program 2010

Egy ötlet nyomán

A Szabad Rádiók Magyarországi Szervezete 2009 nyarán próbálta ki először, hogy tagjai együtt rádiózzanak, amikor egy tavasszal körvonalazódó ötlet nyomán életre hívta a Közös Hullámhossz rádiót, melynek elnevezése is közös, néhány napos „ötletelés” nyomán született.

A kísérleti jelleggel megvalósult rádió Taliándörögdön, a Dörögdi Fesztivál rádiójaként mutatkozott be 96,5 MHz-en, s annak ellenére, hogy nem kevés nehézség, váratlan helyzet, műszaki hiba és emberi tévedés hátráltatta a munkát, nem vallott szégyent.



A Közös Hullámhossz (KHH) rádiót kizárólag a tagrádiók önkéntesei működtették, többnyire saját eszközeikkel, szabadidejükben. A vállalkozás gondjai közül is meghatározó volt a szervezet szűkös anyagi erőforrása, amely a résztvevők szállás- és útiköltségeit sem tudta fedezni, s amely miatt számos tehetséges, ám távoli településen rádiózó munkatárs nem lehetett jelen. Ugyan nem is számoltunk vele eredetileg, mégis érdekes és nem elhanyagolható tapasztalatokat gyűjtöttünk a sokféle, sok helyről jött, több korosztályt, identitást, sokféle civil foglalkozást képviselő önkéntes viselkedését, alkalmazkodóképességét, együttműködését megfigyelve. Megélve feszült helyzeteket, konfliktusokat, katarikus és felhőtlen pillanatokat, valóságos csoportdinamikai, szociálpszichológiai esettanulmány, izgalmas civil kísérlet részesei lehettünk.



Kár lenne abbahagyni...

Az első próbálkozás legfontosabb tanulsága az lett, hogy a megkezdett munkát mindenképp folytatni kell, hiszen a KHH minden szempontból a hazai közösségi rádiózás nagyszerű vállalkozásának bizonyult, olyan gyakorlati képzés, szakmai „mélyvíz”, amelyhez hasonlóra még nem volt példa.



Már a Fesztivál utáni napokban megszületett az elhatározás a következő, immár jobban szervezett, az első kísérlet tanulságaiból okuló, közös, nyári rádiózás megvalósítására, amennyiben a szükséges anyagi fedezetet valamilyen forrásból sikerül megteremteni. Mindenképp olyan komplex, rádiós képzés, terepgyakorlat volt a cél, ahol nemcsak az „élesben” rádiózást tanulhatják, gyakorolhatják a résztvevők, de nem mellékesen megismerkedhetnek egy közösségi rádió létrehozásának teljes vertikumával, az adminisztrációs kezdő lépésektől az antenna-szerelésig, a stúdió felépítésétől a mikrohullámú modulációs technika üzembeállításáig. Részt vehetnek szerkesztő, előkészítő munkákban, élő rádióműsorokban, helyszíni riportot

kat készíthetnek, hangvágó, editáló szoftverek használatát sajátíthatják el, és sok egyéb mellett bepillantást nyerhetnek egy rádió működtetésének napi feladataiba, gondjaiba.

A 2010. évi KHH rádió és képzési program megvalósítását végül a Norvég Civil Támogatási Alap pályázatán elnyert keret tette lehetővé. Az előkészítés és lebonyolítás során különös kihívást, felelősséget jelentett, hogy a

huszadik alkalommal megrendezett Művészetek Völgye Fesztivál az előző évben hallottak nyomán a fesztivál hivatalos rádiójaként jelentette be a KHH-t.

Felkészülés és az erőforrások számbavétele

A felkészülés során a szervezet levélben, telefonon és személyesen mérte fel a projektben részt venni szándékozókat, köztük olyanokat is, akikkel addig még társult viszonyt sem ápolt, lévén a KHH nagyszerű alkalom új kapcsolatok építésére, egymás megismerésére.

A projekt székhelye a dörögdi evangélikus templom melléképületében volt, ahol kialakítottuk a stúdiót, az előkészítő és szerkesztői szobákat, míg szálláslehetőséget az evangélikus vendégházban kaptunk, ill. a templomkertben sátorozhattunk. Sikerült a kapolcsi „epicentrumban” is kapnunk egy pár négyzetméteres, ideiglenes támaszpontot, ahol még egy számítógépes vágóasztalt is felállítottunk.

Az adás műszaki hátterét, a stúdió, valamint az adás lebonyolítás, az előkészítés eszközeit, az antennát és az adóberendezést valósággal „piknik” alapon rakta össze a csapat, azaz egy előzetes „kívánságlista” alapján a tagrádiók jelölték meg és vállalták, hogy ezek közül melyeket tudják biztosítani a KHH idejére.

A stúdiótól légvonalban mintegy 800 m-re lévő dombtetőre állítottuk fel az adóantennát, ahová a stúdió jelét a szegedi kollégák által üzembe állított, mikrohullámú átviteli berendezés alkalmazásával juttattuk el.

A KHH rádiós / képzési projektben a következő rádiók munkatársai vettek részt;

Best Rádió (Ajka)

Civil Rádió (Budapest)

Fúzió Rádió (Budapest)

Hello Rádió (Budapest)

Kontakt Rádió (Budapest)

Muzsikus Rádió (Budapest)

Motoros Rádió (Budapest)

Periszkóp Rádió (Pécs)

Rádió Mi (Szeged)

Remete Rádió (Pécs)

Pöpp FM (Budapest)

Pusztas Rádió (Kunszentmiklós)

Tilos Rádió (Budapest)

Vértess Rádió (Zámoly)

És elkezdődött

A már az előkészületek során körvonalazódó műsorstruktúrát fontos sorvezetőnek, ám korántsem „szentírásnak” tekintettük, valójában csupán a minden egyes munkanapot indító, reggeli stábértekezleten alakult ki az aznapi, végleges műsorrend. Ugyancsak ekkor vettük számba az aznap jelen lévő, „hadra fogható” munkatársakat, ill. az aktuális oktatásokon részt vevőket, aznap érkezetteket is.

A képzések az alábbi tematikákban folytak:

- egy ideiglenes rádióadás előkészítése, hivatalos, adminisztratív teendők,
- a rádióadás lebonyolításának műszaki, technikai elmélete és gyakorlata, lehetséges változatok, minimális követelményektől az optimális megoldásokig,
- a hagyományos rádió (földi sugárzás) és az internetes rádió technikai háttere,
- különböző fajtájú rádióműsorok előkészítő, szerkesztői munkái,
- hangfelvételek, riportok előkészítése, kommunikációs technikák, megoldások,
- hangfelvétel (riport) készítése, különböző felvevők kezelése, gyakorlati tanácsok, ún. mikrofonozási módok megismerése, gyakorlása, előforduló hibák elkerülése,
- az elkészült hangfelvételek feldolgozása, vágási technikák, editáló szoftverek használata, a felvételek adásba kerülésének előkészítése,
- zene és szöveges tartalom együttes alkalmazása, keverése, elméleti megfontolások és gyakorlati megvalósítás, rádiós „spotok” elkészítése,
- műsorkészítés a stúdióban, élő adások, ún. beszélgetős, vitaműsorok lebonyolítása, ill. riportokat, hangfelvételeket, zenés anyagokat összekötő szöveggel műsorba adó programok lebonyolítása

A legtöbb ezek közül már előre megbeszélt, tervezett módon, az adott tematikából felkészült rádiós társaink vezetésével zajlott, ám rugalmasak voltunk, és helyenként változtattunk, ill. beiktattunk olyan elemeket, amelyek fontosságáról a helyszíni gyakorlat győzött meg valamennyiünket.

Azt az eljárást követtük, hogy a műsorkészítés fázisait lehetőleg „élesben” figyeljük meg és gyakorolják a résztvevők, s az elkészült produktum rendszerint adásba is került. Nagyszerű lehetőség adódott abból a körülményből, hogy tagrádióink „otthoni” műsorstruktúrája, műsorkészítési stílusai, megközelítés módjai eltérőek, ezért nemcsak érdekes volt megfigyelni egymást munka közben, de mindez fontos ismeretekkel, olykor meglepő tanulságokkal is szolgált a többiek számára. Akadtak, akik nagy rutinnal szólaltattak meg riportanyagokat, mások jeleskedtek a stúdiómunkákban, megint mások a rögzített anyagok magas szintű utómunkálatainak rejtelmeibe avattak be. A stúdióba meghívott neves zenészek rögtönzött koncertjei közben az akusztika, teremcsillapítás, mikrofon elhelyezés, keverőpult kezelés fogásait tanulhattuk meg, gyakorolhattuk. A különféle rádiós „iskolák”, módoszatok mellett valósággal korszakok találkoztak, hiszen egyrésről láthattuk a tradicionális, egymikrofonos riportkészítést, majd nem sokkal később ugyanennek egy XXI. századi változatát. Például amikor a rendkívül tehetséges, 16 éves, ajkai kollégánk egyik kezében a hangfelvévőt tartva a beszélgetőtárs elé, a másik kezében tartott kamerával közben le is fotózta, majd még a riport közben notebook-jára



töltötte a képet, s mire megköszönte az interjút, addigra be is szerkesztette a KHH honlapjára.

Élet írta dramaturgia

Minden előzetes tervezést, stábértekezletet felülírva, gyakran az élet, alkalom szülte riportok, emlékezetes és pótolhatatlan epizódok, spon-tán koncertek alakították a KHH rádió és a projekt forgatókönyvét, és ezt nem is bántuk. Amikor a tíz nap elteltével egy gyors számvetést végeztünk, és megpróbáltuk összeírni a stúdióinkban, ill. „terepen” mikrofonvégre kapott zenészeket, művészeket, államtitkárokat, szakértőket, rendezőket, szervezőket..., akkor bizony hamar betelt a füzetlap.

Az eredeti műsorfelépítés szerint az ún. zene-szöveg arány napközben erősen a verbális tartalom felé hajlott, majd este 22:00 után inkább csak zenét adtunk volna, ám többször is, éjszakába nyúló zenetörténeti, kortárs-zenei, elemző összeállításokat, beszélgetéseket hallhattak az Fm 96.5 MHz-re figyelők.

A Közös Hullámhossz rádió az éterben csupán a Művészetek Völgye térségében volt fogható, ám egy ún. streaming eljárással, a világhálóra küldött jel útján adásaink foghatóak voltak, gyakorlatilag bárhol, külföldön is.

Előzetes megállapodásunk alapján szervezetünk tagrádiói minden nap, délután 16 órával kezdődően átkapcsoltak a dörögdi stúdióból sugárzott „Közös óra” programjára, amelyet ilyen formán Magyarország 18 településének 30 rádiója sugárzott egy időben.

Tanulságok



Ha igaz, hogy a történelemtudomány célja az okulás, akkor sokszorosan igaz mindez a Szabad Rádiók Szervezetének Közös Hullámhossz projektjére. A gyorsan elrepült tíz nap után számosan, akár nagy múltú rádiós kollégák, még inkább a frissen csatornába állott fiatalok kissé kábultan, fáradtan, de a jól végzett munka tudtával csomagoltak össze, és indultak el, ki-ki hazafelé. A majd kéthetes forgatag tapasztalatai, élményei, tanulságai csak lassan kerülnek helyükre, idő kell a feldolgozáshoz. Itt talán mindenki tanítvány lett, és bizony, majdnem mindenki tanított is.

A megszerzett ismeretek, tapasztalatok tudatosan, vagy akár észrevétlenül beépülnek a mindennapok gyakorlatába, ám a folyamat „intézményesülése” miatt a résztvevők közül négyen további feladatot kaptak. Mindegyikük más-más nézőpontból készít egy összefoglalót, egyben egy következő KHH lebonyolítói számára fontos tudnivalókat rögzítő jegyzeteket. A négy terület:

- a projekt lebonyolításának logisztikai tapasztalatai, tanulságai,
- a KHH rádió és képzési program technikai, műszaki tapasztalatai,
- a képzés tanulságai, hiányosságai, jövőbeni tennivalók,
- a rádiózás, műsorkészítés tanulságai.

A dolgozatokat szervezetünk novemberi közgyűlésén szerettük volna bemutatni és nagyobb plénum előtt megbeszélni, ám közbeszólt egy rendkívüli esemény, amikor is a nyári Közös Hullámhossz tapasztalatai és az ott megszerzett, gyakorlatra konvertálható tudás valóságos kincs lett.

Katasztrófhelyzet

2010. október 4-ét írtunk, amikor a Szabad Rádiók levelezőlistájára felkerült az első hír: átszakadt a kolontári vörösiszap tározó gátja, több falut elöntött az iszap, halottak, romok, iszonyat! Ajkai rádiós barátaink jelezték, hogy nagy a fejetlenség a térségben, jobbára senki nem tud semmit, tanácstalanok az emberek, hiányzik a tájékoztatás. És alig valamivel később Rekvényi Laci, a vereasegyházi Tavirózsa Rádió vezetője felvetette: életre hívhatnánk a Közös Hullámhossz rádiót az érintett körzetben, kifejezetten hasznos információkra, tájékoztatásra, tanácsokra fókuszálva.



erőfeszítéseink. A segítség és a megoldáshoz vezető ötlet végül Miklós atyától, a devecseri plébánostól jött – akivel Hargitai Henrik, az Eper Rádió munkatársa készített riportot –, s aki a szorult helyzetet felismerve azonnal felajánlotta a plébánia irodáját, annak egy sarkát stúdió céljára.

Ezek után állt fel a devecseri stúdió, és hamarosan kialakult a két helyszín közötti munkamegosztás. Kár



lenne elhallgatni: a hirtelen jött alkalom, a folyamatosan, kiszámíthatatlanul alakuló helyzet, némi szervezetlenség, félreértések, kommunikációs balfogások és emberi hibák miatt szinte törvényszerűen adódtak konfliktusok, s kevés híja volt, hogy rajtunk is beteljesüljön az írás, s a mi kis forradalmunk is felfalja gyermekeit.

Megúsztuk.

Apróbb-nagyobb kiheverhető sebeket hátrahagyva a csapat felülkerekedett a nehézségeken, és belerázódva az adottságok

adta keretekbe a közösségi rádiózás történetének legszebb lapjait írta, és teszi e sorok születésének idején is.



Így történt.

Szinte órák alatt körvonalazódott a koncepció, elindítottuk a hivatalos engedélyezési eljárást, összeállni látszott az első, lelkes csapat. Szállító kapacitás, eszközök, berendezések, adó, antenna intéződött fél nap alatt, és azt is eldöntöttük, hogy a középiskolások által alapított, ajkai Best Rádió stúdiója lesz az adás központja.

Szakértői vélemény alapján abban reménykedtünk, hogy a kérvényezett 103 MHz-es ideiglenes frekvencia az ajkai háztetőről besugározza majd az iszapár sújtotta térséget. Sajnos a kijózanító valóság mást mutatott: egy grazi, osztrák adó erős jele elnyomta azt, s úgy tűnt, hogy hiábavalóvá lettek



amelyek így percek alatt – s onnantól gyakran megismételve – eljutottak minden hallgatóhoz, ill. a nagytemplom négy oldaláról, hangszórókon sugározva a belterület lakóihoz.



lehűlő környezet, olykor reménytelennek tűnő szélmalomharc a technika ördögével, az akadozó internettel, áramszünetek és érthetetlen rendszerhibák miatti feszült percek... – és mégis működik, szól a rádió.

Az viszont már az indulás után nem sokkal kiderült, hogy az ideiglenes adás legnagyobb gondját a korlátozott emberi erőforrásaink jelentik. Rádiós munkatársaink közül néhányan fizetés nélküli szabadságot kértek erre az időre, mások tanulmányaikat, munkájukat, magánéletüket szorítják háttérbe, amely nyilvánvalóan túl sokáig nem folytatható, s mindezek mellé a nagy távolságból adódó útiköltségek, a kieső idők is fokozódó nehézségeket okoznak. Ezt látva kértünk és kaptunk segítséget a fehérvári Kodolányi János Főiskolától, míg egy hete a Pázmány Péter Katolikus Egyetem kommunikáció szakos hallgatói erősítik a KHH csapatát. A diákok rektori jóváhagyással érkeztek, ez időre felmentést kaptak a tanulmányaik folytatása alól.

Marad-e a rádió Devecserben?

Látva a jelenlegi rádióadás sikerét, tapasztalva a rádiózás iránti elkötelezettséget, a Szabad Rádiók Magyarországi Szervezetének elnökelt szándéka, hogy minden segítséget megadjon a helybélieknek egy végleges engedély alapján működő, devecseri közösségi rádió létrehozásához.

Csabai Gábor (Papó)