
A KÖZÖSSÉGI RÁDIÓZÁSRÓL

PAROLA füzetek
Budapest, 1992.

Fordította: Herboly Edit és Hámori Zia
A szöveget sajtó alá rendezte: Mátyus Alíz

Szerkesztette Péterfi Ferenc

KÖZÖSSÉGFEJLESZTŐK EGYESÜLETE
Felelős kiadó: Varga A. Tamás
Sorozatszerkesztő: Vercseg Ilona

TARTALOMJEGYZÉK

Előszó

Danielle és Claude-Alain Cheseaux:

A helyi társadalom és a közösségi rádió

A helyi rádiózás helyzete Svájcban és Franciaországban

Finanszírozás

A reklám kezelése Svájcban

Engedélyezés

A helyi rádió viszonya a politikához

A Rádió Tonicról

A rádiós egyesületről, az ARGMI szervezeti felépítéséről
Képzés, felkészítés a közösségi rádiók használatára
Üzenet

Lázár Guy: Közelkép a belga helyi rádióról

Mozgalmak és közösségek

Hullámhossz- és számháború

Zene és hírek

A Községi Rádiók Európai Szövetsége F.E.R.L.

Községi rádió karta

A községi rádiózás tíz alapelve

Bemutatkozás

Kapcsolat az európai intézményekkel

Részletesebben a helyi rádióról

Írányelvek és kritériumok a helyi rádió működési
engedélyének megszerzéséhez

A programokkal kapcsolatos követelmények

A helyi rádiók függetlensége, a kommercializálódás
és a média koncentráció megelőzése

Vidéki régiók

Az Európai Helyi és Regionális Hatóságok Állandó
konferenciájának 152. határozata

Mr. Guido Gornet: Az állam és a piac között:

a független hangja

A FERL III. Kongresszusa

Összefoglaló

Társadalmi kommunikáció

Az országok perifériáin

Segítség a kelet-európai rádióknak

A jogi bizottság összefoglalója

A harmadik kongresszus

Az Egyesült Államok-beli községi rádiók és
az Öböl-háború

Agusti Vinanata i Matemala: A szociális önkéntesek és
a tömegkommunikáció

Néhány gyakori hiba

Társadalmi tömegkommunikáció

Javaslatok önkéntes szervezeteknek

Vitézy Zsófia: Tilos Rádió – „arról szól, ami majd lesz”

Előszó

A Közösségfejlesztők Egyesülete működése során arra törekszik, hogy segítségére legyen a különféle társadalmi csoportoknak, egyesületeknek, társaságoknak, településeknek és városrészeknek az önkifejezésükben, érdekeik megfogalmazásában és érvényesítésében, helyi cselekvések elindításában. A rádió ehhez egy új és igen hatékony eszköz lehet, ha a civil társadalom számára valóban hozzáférhetővé válik, ha ténylegesen közösségi használatba kerül. Ebben kívánunk segítséget nyújtani ezzel a kiadvánnyal.

Danielle és Claude-Alain Cheseaux 1991 szeptemberében volt vendégünk, s egy Tatabányán rendezett kétnapos konferencián mondták el svájci és francia tapasztalataikat a helyi rádiózásról. Előadásukból emeltük ki, s adjuk közre a témához legszorosabban kötődő részleteket.

A kitekintést segíti Lázár Guy belgiumi tapasztalatait összefoglaló írása, amely korábban a Jel-kép című folyóiratban jelent meg.

A Közösségi Rádiók Európai Szövetségének a FERL-nek – francia változatában ezt szabad rádióknak is nevezik – különböző dokumentumaiból megtudhatjuk, hogyan igyekszik ez a szervezet az Európa Tanácstól az egyes országok hivatalos kormányzatáig közvetítő munkával a közösségi rádiózás eszméjét és gyakorlati tevékenységét képviselni, támogatni, illetve az egyes kezdeményezések közötti információáramlást, együttműködést szervezni.

Olvasható még válogatásunkban egy előadás, amely az EUROVOL – az Európai Önkéntes Szervezetek – barcelónai kongresszusán hangzott el, továbbá egy korai híradás a magyar Tilos Rádió működéséről.

Fontosnak találjuk, hogy a közszolgálati (tehát a nemzeti illetve az önkormányzati) és a kereskedelmi rádiózás mellett az úgynevezett harmadik típusú rádiózás is jelentőségéhez méltó teret kapjon a magyar frekvenciaelosztásban. Ez a rádiózási forma kínál igazi bekapcsolódási lehetőséget az egyes társadalmi csoportoknak, illetve azok szövetkezéseinek; a kisebbségeknek, a marginalizálódott közösségeknek; a települési-városrészi önszerveződéseknek: ezek által szélesedhet a helyi nyilvánosság és teremthető meg a társadalmi részvétel, a hozzáférés valóságos feltétele. Ők pedig – tapasztalatunk szerint – többnyire nem ismerik a közösségi rádiózás tényleges esélyeit. Vannak, akik abban érdekeltek, hogy mitosszá nagyítsák a technikai és egyéb követelményeket, mások talán túlzottan leegyszerűsítik azokat.

Szándékunk, hogy hozzásegítsük az érdekelteket a helyzet megítéléséhez, hogy döntéseikben mérlegelni tudják a reális feltételeket és hogy versenyképesek legyenek a frekvenciáért folytatott harcban. Hogy ne úgy alakuljon a közösségi

rádiózás hazai sorsa, ahogy azt a FERL kongresszusának egyik résztvevője summázta: „Marconi után száz évvel a rádió jobb sorsot érdemel, mint az államérdek hamis frázisait és a mosóporos vigécek csábításait.”

Péterfi Ferenc

A közösségi rádiózás kérdésében további magyar, francia, angol nyelvű anyagokkal és más információkkal szívesen áll az érdeklődők rendelkezésére egyesületünk KÖZÖSSÉGSZOLGÁLATA 1011 Budapest, Corvin tér 8. Tel: 201-5728, 201-3766

Danielle és Claude-Alain Cheseaux:

A helyi társadalom és a közösségi rádió

Bevezető

Az a benyomásunk, hogy önök különféle nehézségekkel találják szembe magukat, de a helyzet reményteljes lehet Magyarország számára, ha az érzékelt problémákkal együtt felmerülnek azok az elképzelések is, amelyek arra vonatkoznak, hogy mit lehet majd csinálni. Ha úgy gondolják, hogy nálunk Franciaországban vagy Svájcban nehézségek nélkül sikerült megoldani a problémákat, ez nagyon hamis feltételezés és nagyon rossz irányba vinne. Az a munka, amit végzünk a társadalomban, azt igényli, hogy folytonosan megújuljunk. Gyakran meg kell, hogy tanuljunk, hogy másként gondolkodjunk annak érdekében, hogy meg tudjuk oldani a társadalomban felmerülő problémákat. Ha megoldottunk egy problémát, készek vagyunk arra, hogy nekilássunk a következő probléma megoldásának. Nyilvánvalóan egy dolog van ami állandó, és az a változás.

Az intézménynek, amelyben dolgozunk, az a sajátossága, hogy az állam és a közösség finanszírozza. A döntéseket, valamint az intézmény általános és fő politikáját egy többoldalú bizottság alakítja ki, amelyben a partnerkapcsolatok a jellemzőek. Ez a kantonbizottság, amely választott genfi kantoni vezetőkől áll, valamint a kantonok és települések delegátusaiból. Vannak az önkéntesek, akik résztvesznek a különböző művelődési központok, szabadidő központok irányításában, vezetésében, s még az animátorok szakszervezetének a képviselőiből áll ez a bizottság.

Jelenleg a kommunikációs szektornak vagyok a vezetője abban a kantoni bizottságban, amelynek a feladata a különböző szabadidős tevékenységeknek a vizsgálata, lebonyolítása.

Az a rádió, amiről mi beszélni fogunk önöknek, ettől a kommunikációs bizottságtól függ. Kétségtelen tehát, hogy azért csatlakozik egy állami struktúrához, de a kommunikációs bizottság különböző magántársaságokkal végzi a munkáját, és kapcsolatot tart a rádió üzemeltetéséhez szükséges partnerekkel, beleértve a különböző gazdasági partnereket is.

Egy olyan szektorért vagyok felelős, amelynek az a feladata, hogy a társasági

menedzsment mérje fel. Ez nálunk most nagyon fontos, fellendülőben lévő ág. Foglalkozom kutatásokkal, amelyeknek az a feladata, hogy fejlesszük az úgynevezett public relationst és a tömegkommunikációs eszközökkel való kapcsolatot, valamint a különböző kulturális tevékenységek, társaságok között lévő kapcsolatot, és az a feladatom, hogy biztosítsam bizonyos tevékenységek koordinációját.

Egyszerre vagyok állami alkalmazott, tehát állami tisztviselő és elnöke egy olyan magánjogi egyesületnek, amelyet a kereskedelmi kamara nyilvántart, amelyet a cégbíróóság bejegyzett, és amely hiteleket vehet fel kereskedelmi tevékenységének folytatásához.

Három magánember már alakíthat Svájcban a polgári törvénykönyv értelmében egyesületet. Tehát a mi magánegyesületünk vállalta a felelősséget, hogy egy rádiót csinál különböző partnerekkel. Ez egy nagyon komoly feladat, hiszen egy olyan médiáról van szó, amely nagyon rugalmas kell hogy legyen. Egy részvénytársasággal dolgozunk, amikor a reklámról van szó, amit egy állami cég nem tehetne meg a mi törvényeink értelmében. Így azután a rádiót egyáltalában nem dotálja semmiféle állami kollektíva. Ezzel szemben a szabadidő központok nagyon tevékenyen vesznek részt ennek a rádiónak a műsoraiban, és így a kapcsolatot biztosítjuk a kantonbéli művelődési központok között, és egy olyan struktúrát sikerült kialakítani, aminek van kereskedelmi dinamikája. Ez a rádió sajátosnak mondható, hiszen mindenféle tipológiából kilóg. Általában egy egyesületi rádió nem ad el reklámidőt a csatornáin. Egy kereskedelmi adó viszont füttyül az egyesületi életre. Mi megpróbáljuk a kettőt összehozni, megpróbálunk különböző társadalmi kommunikációs célkitűzéseket kielégíteni, miközben hatékony rádiót akarunk, magas hallgatottsági szinttel és kereskedelmi jelleggel.

Az állami rádió és a televízió 1982-ig Svájcban is monopolhelyzetben volt. Nálunk a törvény sokáig „nyűglődött”, Svájcban csak 92 tavaszán fogják megszavazni az erre vonatkozó törvényt. Gyakorlatilag tíz éven keresztül vacakoltak vele. De azért nem kell azt hinni, hogy ezalatt a tíz év alatt mi csak vártunk. Tíz évig tartott a próbaidőszak, amíg ideiglenes engedéllyel működtünk. Viszont sikerült ezalatt a tíz év alatt egy olyan törvénynek a szövegét kidolgozni, amely megfelel a valóságnak, a realitásnak. Nekünk megvan az engedélyünk arra, hogy próbaműsorokat csináljunk, de még nincs meg a végleges működési engedélyünk. Most még azok a helyi rádiók vannak meg, amik 1982-ben indultak. Ahhoz, hogy a végleges működési engedélyt megkapják, különböző technikai és a műsorszórás minőségére vonatkozó normákat kell garantálniuk. Annak érdekében, hogy a hatékony működést

biztosítani tudják, bizonyos gazdasági struktúrákat kell majd kötelezően kialakítani. Tehát nekünk is módosítanunk kell majd a jelenlegi struktúránkat. Az új szerkezet egy egyesületnek és egy részvénytársaságnak a „frigyrelépéséből” fog megszületni. Van egy célkitűzés, hogy üzemeltessük a rádiót, de van két másik célkitűzés is, hogy a társadalom kommunikációs szövetét kell szorosabbra szőni, s ugyanakkor hasznot is kell hozni, amely nyilvánvalóan a tőkét növeli majd.

A helyi rádiózás helyzete Svájcban és Franciaországban

Volt egy olyan időszak, amikor az állami monopólium az összes rádióban érvényesült. Amikor ezt a monopóliumot felszámolták, megjelentek az úgynevezett szabad rádiók. Szabad volt, mert megtörte az állami monopólium egyeduralmát, és egyezett a rádiót csináló emberek és a hallgatóság igényével. Ezeket azután a jogalkotók Franciaországban betiltották, de bizonyos rádiók kivételt képeztek, mentesültek a tiltás alól. Svájcban arra adtak engedélyt, hogy próbaüzemeléseket csináljanak, próbarádiókat.

A francia rendszer az kaotikusabb volt. Minden alkalommal, amikor a pártok hatalmi viszonyai változnak, minden változik. Voltak nagyszerű rádiók, amelyek a régi politikai többségnek a hangját jelentették, s amelyek aztán eltűntek, amikor az új többség került hatalomra. Ez egy olyan szisztéma, amely egyezik a francia mentalitással. A franciák elégedettek ezzel, ez egy kis változatosságot hoz a mindennapi életükbe, és náluk ez így jól funkcionál és minden rendben van, szerintük.

Az a bizottság, amelyik ezzel foglalkozik Svájcban, a szövetségi főosztálytól függ, még hozzá attól a főosztálytól, amit úgy hívunk, hogy Közlekedés, Szállítás, Energia és Távközlési Főosztály.

Az elmúlt periódusban nagy előny volt számunkra, hogy a szisztéma, a rezsim ugyanaz volt ez alatt a tíz év próbaidős üzemelés alatt. Ez nagyon jó volt arra, hogy mi is bebizonyíthattuk, hogy mit tudunk, bebizonyíthattuk, hogy a közönséggel milyen a kapcsolatunk és azt is bebizonyíthattuk, hogy ha nem találunk megfelelő finanszírozást, akkor nem sokra jutunk. Meg kell hogy mondjam, hogy most, amikor önökhöz beszélek, nagyon optimista vagyok, hogy mi megkapjuk majd a koncessziót 1992-ben, de nem állíthatom ezt teljes biztonsággal. Ez alatt a tíz év alatt ezek a rádiók azonosították önmagukat, tehát *az identitásuk egész pontosan kialakult*. Az elején mindegyiknek az volt a célkitűzése, az volt a célja, hogy a lehető legnagyobb tömegekhez szóljon, munkahelyeket biztosítson, tehát foglalkoztatottságot biztosítson, különböző

forrásokat kezeljen. És az évek során az is kialakult, hogy melyek azok a rádiók, amelyek kifejezetten kereskedelmi jellegűek. Tehát az a céljuk, hogy különböző termékeket adjanak el, és kialakult, hogy milyen módszert kell alkalmazniuk azért, hogy egy hallgatóságot megfogjanak. És gyakorlatilag kialakították azt a műsoridőt, amelyet kifejezetten reklámanyagoknak kell szentelni.

A többi rádió az specializálódott erre vagy arra a témára vagy közösségre.

A kereskedelmi rádió tekintetében Franciaország és Svájc között az a különbség, hogy Franciaországban hálózatok jelentek meg, amelyek egyeztek és belefértek abba a keretbe, amelyet a törvény szabott meg. A hálózat kitérő ötlet. *Egy programot* kell megcsinálni az egész ország számára és mindegyik regionális vagy helyi rádió elfogadja ezt az általános programot, és ezt egészíti ki a saját helyi reklámanyagával vagy pedig saját helyi programjaival. Nagyon sajnálom, hogy az egyesületi rendszer még nem tette magáévá ezt az elképzelést, ötletet, hiszen az egyesületi rádióknak nagy többsége komoly problémákkal küszködik. A műsorkészítés nagyon drága dolog. A francia szisztémával szemben Svájcban a kereskedelmi rádiók nem építették ki ezeket a hálózatokat, annak ellenére, hogy voltak próbálkozások.

A helyi rádiók tekintetében hat kategóriát különböztetünk meg: van az úgynevezett *társadalmi kommunikációs rádió*. Ennek az a fő célja, hogy szórakoztasson, és különböző társadalmi és kulturális jellegű információkat adjon közre. 35 százalékos arányban vannak jelen. Vannak az úgynevezett *közösségi rádiók*, amelyek egy adott közösségnek az igényét elégítik ki. Általában többféle kulturális elhivatottsággal rendelkeznek és 25 százalékot képviselnek. Azután vannak a *felekezeti rádiók*, van a katolikus és az evangélikus, 15 százalékos arányban vannak jelen. Azután vannak az *egyetemi és iskolai rádiók*, 8 százalékot jelentenek. A *vidéki, a falusi rádiók*, amelyek 12 százalékot képviselnek. És vannak az úgynevezett *rádió rádiók*, amelyek a hangsúlyt arra teszik, hogy ők rádiók, és a céljuk az, hogy valami éppen aktuális üzenetet közvetítsenek – 5 százalékot jelentenek.

Most négy egyesületi *magánrádióról* szólnék, amelyeknek az adásait Genfben fogjuk. Van egy olyan rádió, amelyet úgy hívnak, hogy Radio Lac, a *Tó Rádió*, ez egy kereskedelmi rádió. Van egy másik, amelyet úgy hívnak, hogy *Radio Citée*, a Városi Rádió, ez felekezeti rádió, amely a katolikus, a protestáns, az ortodox adásokat tömöríti, van a *szakszervezeteknek a rádiója* és van a *Radio Tonic*, ami a mi rádiónk, amely egy általános, egyesületi rádió.

Ami megkülönbözteti ezeket a rádiókat egymástól, az az, hogy a Radio Citée is egy bizonyos közönséghez, egy konkrét közösséghez szól, a szakszervezet

rádiója nyilvánvalóan ugyanúgy, a Radio Lac, tehát a Tó Rádió kereskedelmi tevékenységet folytat, a Radio Tonic pedig megpróbálja, hogy egyesítse egy kicsit a kettőt. Bizonyos haszonra szüksége van, hogy növelhesse a tőkét, ugyanakkor egyesületi jelleggel is bír, tehát azt akarja, hogy a tagegyesületek számára lehetővé váljék, hogy hatalomra tegyenek szert.

Finanszírozás

A rádió nem kap pénzt. A gondoskodó állam nem jó megoldás. Az állampolgároknak maguknak kell kézbevenni a társadalmi kommunikáció kérdését és gondját. A közvetlenül dotált rádió egyszerűen ismeretlen Svájcban.

A mi esetünkben három dolgot kell szétválasztani és megkülönböztetni. Van egyszer az egyesület, az ARGMI, amely birtokolja a koncessziót, az engedélyt, és ő dolgozza ki a műsoroknak a koncepcióját, másodsorban van maga a rádió, ami tulajdonképpen egy műsorszóró, programszóró szerv, és harmadsorban pedig van a részvénytársaság, amely a kereskedelmi partner, dolga a műsorszórási tevékenység finanszírozása. Azért hívjuk kereskedelmi partnernek, mert a részvénytársasággal való kapcsolataink egy konvencióban vannak leszögezve, amelyben nagyon pontosan definiálták a két félnek a jogait és kötelességeit. Azért partner, mert nélküle nem tudnánk finanszírozni a tevékenységeinket, viszont öneki minélkülünk nem lenne meg az engedély arra, hogy műsört szórjon. Tehát ez egy érdekházasság.

Az állam némi munkaerővel járul hozzá a működéshez. A mi kereskedelmi partnerünk biztosítja azt a pénzt, amiből mi az alkalmazottakat ki tudjuk fizetni. Ő fizeti az erre a pénzre jutó adót, és mi felvesszük azokat az alkalmazottakat, akik az egyesületi sajtóügynökség működtetését végzik.

A költségvetés rettenetesen nagy különbségeket mutat a rádióknak történetében. Eleinte havi 100 ezer frankos költségvetéssel dolgoztunk, ez volt a legmagasabb. A legalacsonyabb az 15 ezer frank volt, ennél soha nem tudtuk kevesebből kihozni. Jelenleg havi 40 ezer frankos költségvetésünk van, 10 ember dolgozik státuszban a rádióban, ebből a tízből egész pontosan úgy néz ki, hogy hatan vannak, akik státuszban vannak, főállásban, és mi a kifizetnivalókat a reklámbevételekből tudjuk fedezni. Ez azt jelenti, hogy picikét könnyíteni tudunk a kereskedelmi partnerünkön, de azért nem eléggé, hiszen ugyanakkor hasznot kell hozni ahhoz, hogy ő is elégedett legyen, mert különben baj van.

25 ezer kábelezett család hallgatja a Radio Tonicot, az egyesület 100 ezer tagot képvisel, 600 ezer hallgatja a mi rádióinkat. Ebből adódóan a rádióink arányban van a bekerülési költsége, úgy, hogy másodpercenként 1 frankba kerül a reklám nálunk.

A reklám kezelése Svájcban

Van a kisvállalatok szintjén történő reklámtevékenység, ezt aránylag olcsón árusítjuk, különböző megegyezések lehetnek ezen a területen. A kisvállalatoknak, a kiskereskedőknek a reklámtevékenysége a rádióban mégis hoz pénzt a konyhára és igenis biztosítja a rádió fejlesztését. A kiskereskedőknek, az éttermeknek vagy a kis üzleteknek, akik farmert árulnak például, vagy kisebb élelmiszerüzleteknek, ahol a boltok a mélyén ott van a rádiókészülék és megy állandóan a műsor, a reklámra szánt műsoridőt olcsóbban adjuk el.

Ami a kanton szintet illeti, itt a nagyáruházak jöhetnek számításba, valamint a kantonban lévő fontosabb vállalatok. Mi oda nem nagyon tudunk behatolni, mert ez egy olyan piac, amelyet teljesen elhalászott a Radio Lac, mert a Radio Lac részvényesei részvényesek ezekben a nagyvállalatokban is. Ez persze a mi gazdálkodásunkat veszélyeztetheti. Van egy országos szintű reklámtevékenység, egy reklámcég, ami a nemzetközi szintű reklámtevékenységet végzi, például a Coca-Cola, nagyszerű példa erre. Az ideális az volna, ha ez a három terület egyharmad-egyharmad arányban részesülne, így meglehetősen nagy stabilitást érhetnénk el a gazdasági helyzetünkben. Amikor a háromból valamelyiknek a forrása csökkenne, a másik kettő kompenzálhatná.

Ezek a források az egyedüliek, amelyeknek a révén gyakorlatilag biztosítani lehet a rádió finanszírozását. Nyilvánvalóan azon vagyunk, hogy mindig egyensúlyban legyenek a költségek és a reklámból jövő bevételek. Az egyéb pénzügyi források túlságosan jelentéktelenek ahhoz, hogy a költségvetés aktívumában jelentős tételt képezzenek. Ha van valamiféle befizetés, általában a társasági, egyesületi célokra megy. A hallgatók adományait arra használjuk, hogy értékesíthessük a programjainkat. Van egy csomó fixkiadás. Például a rádióadónak a bérleti díja, hiszen ez a francia hegyekben van. Bérleti díjat kell fizetnünk a stúdióért, a lemezekért. Bérletben kell fizessük a fűtést, a rezsit, a parkolóhelyet, általános költségeket, ez egy csomó kiadás. Mindezeket a költségeket a reklámbevételekből kell fedezni.

Engedélyezés

Amikor Budapestre jöttem, én feltettem a barátaimnak egy kérdést: van egy frekvenciamoratórium, de ki készíti elő az új törvényt, ki határozza meg az engedélyadás kritériumait? A nép? A lakosság? Milyen mértékben konzultálnak ezekkel az emberekkel? Nyilvánvalóan bizonyos kritériumok alapján adják meg vagy nem adják meg az engedélyt, nyilvánvalóan van egy megfelelési kritérium. Mondjuk azt mondják, hogy a legversenyképesebb vállalatnak adják. Azt hiszem, ha ez volna az egyetlen kritérium, amit alkalmaznak, ez azt bizonyítaná, hogy bizony nincs fantáziájuk a törvényhozóknak. Ha csak a jövedelmek alapján való egyedüli kritériumot szabnák meg, akkor a közösségi rádióknak semmi esélye se lenne rá, hogy ebbe a versenybe beszálljon, és akkor a magyarországi közösségi kapcsolatrendszer kiépítésében se juthatna szóhoz a rádió.

Ha a jogalkotó nem ismeri fel a minőségeknek a jelentőségét, ha nem ismeri fel a magyarországi közösségi élet jelentőségét, akkor ez bizony katasztrófális tévedés vagy hiba lenne. Nyugaton az összes vállalat olyan irányba indult el, hogy felértékeljék a társadalmi szerepeket, mind vállalaton, vállalkozásokon belül, mind pedig a társadalmon belül. Egyetlen nemzet sem lehet pénzügyi szempontból gazdag, ha a társadalmat építő és alkotó egyének emberi szempontból szegények.

A genfi kantonban harminc kérvény volt, előre meghatározott kritériumok alapján, amelyeket nagyon sok partnerrel vitattak meg. Például a demokratikus rádiós és televízió egyesület, az újságíró szervezet, a szakszervezeti szövetség, a különböző kantonbéli rádiós egyesületek, ezek a partnerek együtt dolgozták ki a kritériumokat. Semmiféle jogalkotó vagy képviselő ezt nem csinálhatja meg egyedül, széleskörű konzultációkra van szükség a kritériumok kidolgozásához. A jogalkotó megadta az engedélyt a koncesszióhoz azon kérvényezők számára, akiknek a kérvénye a legrepresentatívabb volt, azaz az emberek legnagyobb tömegeit tudták összegyűjteni. Például Genfben fontos a vallási élet. Nem szabad elfelejteni, hogy ez Kálvinnak a városa. Ugyanakkor az a harminc százalék idegen, aki ott él, zömével latin országokból jött, a latin országok pedig tudjuk, döntő többségükben erősen katolikus országok. Ezért azután a jogalkotó nem adhatta meg az engedélyt a református egyháznak, mint ahogy nem adhatta meg a katolikus egyháznak sem, még kevésbé az ortodoxnak, volt az ökumenikus tanács, amelyik szintén kérte, a központja Genfben van, s végül együtt az összes egyháznak adták meg. Intézzék el egymás között, szervezzék meg egymás között a dolgokat.

Különböző egyesületek kértek engedélyt, beterveztettünk egy olyan tervet,

hogy mi egy egyesületi szövetséget fogunk csinálni, amely tömöríti az összes kisegyesületet.

Svájc minden egyes régiója számára kiszámolják a lakosoknak a számát, megnézik a jövedelmet kanton szinten, megnézik az emberek fogyasztói potenciáját és egy absztrakt skálán meghatároznak egy értéket. Genf 11-et kapott, és miután figyelembe veszik az összes kantonokat, így azután a 11-es szám alapján három engedélyt adnak neki. Egy olyan kantonban, amelyik nagyobb, mint a genfi kanton, de esetleg kisebb a lakosainak a száma, tehát kevesebb a jövedelem, kevesebb a vállalat, lehet, hogy ők a 3-as osztályba kerülnek besorolásra, akkor ők csak egy darab engedélyt kapnak.

6 francia kereskedelmi adó van a Genfét körülvevő hegytetőkön, amelyek Genfre is sugároznak. Ezt hívják úgy, hogy a szabadverseny, a szabad vállalkozói verseny.

Tehát akkor visszatérünk a partner kérdésére.

Ha azt mondom, hogy rádió, arról a három pólusról beszélek, amit az előbb felvázoltunk. Az ARGMI, amely rendelkezik az engedéllyel, a Tonic, amelyik a műsorszóró és a részvénytársaság, amely értékesíti a reklámidőt, és akinek a révén a finanszírozás lehetővé válik. Az ARGMI-nek közvetlen partnere az állam, a kantonbizottságon keresztül, egy másik hivatalos partnere a Közlekedési, Távközlési, Energiügyi és Szövetségi Osztály, amelyik minden döntéshozatal előtt a döntésre való dossziét, ezek nagyon fontos partnerek. Az ARGMI-nek van egy újabb partnere, ez a genfi Egyesület a Demokratikus Rádióért és Televízióért. Ez haladó gondolkodású embereknek a csoportja, akik egy egyesületet alkottak. Elég sok tagja van ahhoz, hogy a javaslataikat figyelembe vegyék.

Szoros együttműködésben dolgozik a Radio Tonic egy napilappal. A lapot úgy hívják, hogy La Tribune Geneve, pillanatnyilag az első napilappá lépett elő, most ez jelenik meg a legnagyobb példányszámban Genfben. Tehát a La Tribune Geneve című napilap átveszi azokat az információkat, azokat amelyek a Radio Tonicban hangzanak el, ez főleg és elsősorban a regionális sportot illeti, de a többit is, általában véve átveszi a híreket. A Radio Tonic reklámadást csinált a La Tribune Geneve-ért, a lapért a rádió hullámain, ugyanakkor, ha valami vásár van vagy kiállítás vagy rendezvény van, akkor a mi rádiókn csinálja a reklámot a La Tribune Geneve-nek a standján. Nyilvánvaló, hogy egy helyi rádió számára egy nagy napilap társaként fellépni nagyon fontos dolog. Azonban mindezt úgy kell csinálni, hogy a rádióknak a függetlensége megmaradjon.

A részvénytársaságnak a partnerei nyilvánvalóan a részvényesek és a cégnek az

igazgatótanácsa. Mi ismerjük az igazgatótanácsnak a tagjait, és nagyon jó kapcsolataink vannak velük. Vannak úgynevezett egyeztető ülések, munkaiülések, amelyek során, ha van probléma, rendezzük. Viszont a részvényesek titkot képeznek, hiszen ezek a részvénytársaságnak a partnerei, ők nem a mi partnereink, tehát mi nem is ismerjük őket. A törvény nem kényszeríthet egy részvénytársaságot arra, hogy felfedje részvényeseinek a nevét. Előfordulhat, hogy a médiák, például a La Tribune Geneve vagy más sajtócsoportok rendelkeznek részvényekkel ezen a részvénytársaságon belül. Tudom, hogy az írott sajtó nagyon sokat investál az elektronikus sajtóba, és kitűnő az együttműködés, amelyet mi a La Tribune Geneve-vel valósítottunk meg, ezért egyáltalában nem lennék meglepve, ha kiderülne, hogy vannak részvényeik a részvénytársaságban. De ez már a gazdasági játéknak a részét képezi, a pénznek nincs szaga, és a részvénytársaságnak az alapanyaga a pénz.

Az animátor szerepe abban áll, hogy ő a mozgatórugója ennek az egész konstrukciónak. A célja pedig az, hogy olyan társadalmi kommunikációs eszközt bocsásson az egyesületek számára, amely elősegíti, hogy a társadalmi kapcsolatrendszer élő maradjon, hogy megkönnyítse az információ-átadást, és hogy ennek eredményeként erősödjék a közösségi élet.

A helyi rádiók viszonya a politikához

A helyi rádiózás megszületésekor az volt az eredeti célkitűzés, hogy megtörjék a rádiózás állami monopóliumát, hiszen azok az emberek, akik képesek, tudnak rádiót csinálni, rájöttek arra, hogy ez a kommunikációs eszköz milyen óriási hatalmat jelent. Akkor ők elkezdték döngetni a kormánynál a kapukat, s amikor ezt sikerült megtörni, az összes rádiót úgy hívták, hogy szabad rádió. Nem volt semmiféle megkülönböztetés. Volt az állami rádió, és voltak a szabad rádiók. Aztán voltak a kalózárádiók, mert akik nem kapták meg azt a bizonyos tilalom alóli mentesítést, azért csináltak rádiókat. A hadseregnek vagy a rendőrségnek, a repülőtéren a hullámhosszát használták, ami egyébként rengeteg problémát jelentett. Egyik padlásról a másikra vándoroltak, minden nap máshova mentek. Párizsban például a szabad rádióknak a kezdetén 81 és 83 között volt a legnagyobb káosz, tüntetések voltak, óriási tüntetéseket szerveztek, például az MRJ rádió, egy olyan adó, amely most kereskedelmi rádió, tüntetésekre invitálta az embereket akkor, amikor a francia hatóság be akarta tiltani. Ez egyfajta

szimbólum volt. A 80-as évek elején a közösség mindenáron azon volt, hogy megtörje az állami monopóliumot, amely a kommunikációra vonatkozott.

Amikor egy kereskedelmi rádió bizonyítja, hogy több mint száz embert foglalkoztat, akkor nem lehet már hozzányúlni. Amikor egy rádió munkahelyeket kreál – én most Franciaországról beszélek – nem nagyon lehet vele mit kezdeni. Meg kell hogy mondjam, hogy a svájci jogalkotó, az sokkal merevebb és sokkal több a követelménye, itt nem megy ilyen könnyen a dolog.

A nem kereskedelmi rádióknál a különbség Franciaország és Svájc között óriási. Franciaországban az úgynevezett egyesületi rádiók kapnak olyan dotálást, amely a 70 százalékot is elérheti, tehát a finanszírozásuk 70 százalékát is elérheti. Svájcban a helyi rádiók csak nagyon ritkán dotáltak, ha csak nem úgy, hogy reklám műsoridőt vesznek meg a kantonok vagy a közösségek különböző információk sugárzására, a tevékenységükről való beszámolóok sugárzására.

Az új törvény, amely 1992 elején lép majd életbe, azt vetíti előre, hogy a rádióelőfizetési díjból, amit a posta szed be, a központi rádiókon kívül az ilyen helyi rádiók is kismértékben bár, de részesülhetnek.

Tudomásom szerint egyetlen politikai párt sem rendelkezik rádióval Svájcban, de nyilvánvalóan például a baloldali pártoknak a hangja az teret kap a szakszervezeti rádióban. Egyébként a jobboldaliak, azok a Radio Lac és a Radio Commerciale-on keresztül, a kereskedelmi rádiókon keresztül tudják azért hallatni a hangjukat. Ott, ahol a tőke van, ahol a nagyvállalatoknak a pénze van. Tehát a jobboldali pártok ezeken keresztül juthatnak szóhoz. Ami pedig az egyházakat, tehát a felekezeti rádiókat illeti, ők is az elején megpróbálták, hogy legyen saját rádiójuk, ők nagyszámú közönséghez szólnak. Viszont rettenetesen nagy deficittel zárták a tevékenységüket, sokkal nagyobb deficittel mint mi, de igazándiból mégsem voltak nagyon nagy bajban, hiszen azért az egyházak mindig rendelkeznek kellő pénzzel ahhoz, hogy az adósságot ki tudják egyenlíteni.

Most visszatérünk a kereskedelmi rádióknak a finanszírozására. A reklámból tartják fenn magukat, de ez nem is olyan könnyű dolog. Genf környékén, a genfi térségben 8 rádió van, amelyik műsoridőt ad el, 400 ezer lakosra. Kitűnő hallgatottsági indexet kell szerezni.

Ami a non-profit rádiókat illeti, amelyek nem adnak el reklámműsoridőket, az ő finanszírozásukat a tagjaiknak a tagdíjaiból biztosítják, s különböző támogatóknak az adományaiból. Általában nagyon szerény költségvetéssel dolgoznak, hiszen az önkénteseknek az adományaiból működnek. A rádiós termék minősége kevésbé jó, de ennek nincs túlságosan nagy jelentősége. Az

üzenetnek a tartalma az, ami elsődleges. Mielőtt újabb témára téménk, fontosnak tartom kiemelni, hogy ami Franciaországot és Svájcnak a francia részét illeti, a közönség a 70-es években belekerült a médiáknak az áramlatába, amiből egyre inkább világossá vált, hogy a médiák milyen hatalommal rendelkeznek. Ez egy láncreakció volt. Az emberek elszigeteltsége nagy mértékben belejátszott abba, hogy a helyi rádió iránti érdeklődés felerősödött. Azt gondolták, hogy ez megváltoztathatja, egy kicsikét helyettesítheti azt az életet, ami valaha a falu főterén játszódott. Az emberek, hogyha az éter hullámhosszán kommunikálhatnak egymással, egy bizonyos mértékig helyettesítheti az embereknek az utcán zajló egymás közötti kommunikálását. Elmondanám még azt, hogy a demokrácia tradíciója 700 évre nyúlik vissza Svájcban és hogy a demokrácia az mindig a kommunikálásból, a kommunikációból táplálkozik. A kommunikáció sokba kerül, drága dolog. De sokszor a dolgok ára szabja meg az értéküket. **A Radio Tonicról** Térjünk vissza a történetnek az elejére. 1982-ben dolgozták ki ennek a rádióknak a létesítési tervét. Kérem, ne lepődjenek meg, ha én eleinte az RJI-ről fogok beszélni a Radio Tonic helyett, ugyanis RJI a mi rádióknak a régi neve. 1987 óta hívjuk Tonicnak a rádiókat. Nagyon komoly adósságaink voltak és hogy image-t találjunk a reklámokhoz, meg kellett változtatnunk a nevünket. De az egyesület az ugyanaz maradt, a neve Association Radio Geneve Music Information ARGMI. Amikor be tudtuk terjeszteni az igényünket a koncesszióra, 30 más ilyen jellegű igény volt, kizárólag a genfi kantonban. Ahogy azt elmondtam, bizonyos kritériumoknak eleget kellett tenni, hogy a koncesszió meglegyen. A Radio Romande már egy regionális rádió volt, valami pluszt kellett nekünk hozzátenni, hogy az országos rádiót kiegészítsük valamilyen formában. Ami a reklámot illeti, nem volt különösebb probléma, hiszen az országos svájci rádió nem ad reklámokat. Genfét illetően, volt egy koncepció a kereskedelmi rádióról, volt egy a felekezeti rádió számára és volt egy az egyesületi rádió számára, – a mi egyesületünknek. Így alakult ki az ARGMI. Mi 1983 decemberében kezdtük el sugározni adásainkat, mi voltunk francia-Svájcban az első helyi rádió, ami műsorokat sugárzott. A kezdet eléggé zűrös volt, az első hónapoktól kezdve 25 százalékos hallgatottsági arányunk volt, az országos az 30-35 százalékot ér el. Már az első hónapoktól kezdve olyan költségvetésünk volt, amely nagyszerűnek mondható és minden nagyon jól működött. Abban az időben a rádióknak a vezetői – akkor én még nem voltam elnöke az egyesületnek, profikat alkalmaztak – óriási munkákba fogtak, renoválták a stúdiókat, bankkölesönöket vettek fel, ami teljesen indokolt volt, hogy aztán teljes erőbedobással tudjunk működni. Tulajdonképpen az elképzelés nem volt helytelen. Viszont a valóság azt bizonyította, hogy ez a lépés mégsem volt jó lépés. Három hónap elteltével a

többi helyi rádió is megindította az adásait, a reklámpiacról viszont gondoskodni kellett, úgy, hogy az újdonságnak a varázsa már megkopott. Mindebből az következett, hogy három hónappal később már katasztrófális volt a helyzetünk, néhány hónapon belül 600 ezer frankos lyuk keletkezett a költségvetésünkben. Össze kellett hívnunk egy rendkívüli közgyűlést és az egyesületnek a tagjai úgy döntöttek, hogy mindenképpen továbbviszik a dolgokat, vállalják az adósságukat. A közgyűlés menesztette a rádió vezetőit és elmarasztalta őket a rossz gazdasági vezetésért. Szépen csendben nulláról kellett elindulnunk, viszont megvoltak a megfelelő berendezéseink. Kellemes légkörben, kellemes környezetben dolgoztunk, az egyesületek eltökélték, hogy megnyerik ezt a csatát. Volt azonban egy műszaki-technikai problémánk, ami nagyon sokáig hátráltatott minket az újbóli kezdésben, s ezt csak 1986-ban sikerült megoldani, három évvel később. Egy olyan adót kellett üzembe helyoznunk, ami valami kimagasló ponton van, dombtetőn vagy hegytetőn.

Az ideális az lett volna, ha az adót a szomszédos hegyek tetejére rakjuk, igenám, csak hogy ezek Franciaországban vannak. Irtuk a kérvényeinket, hogy hadd helyezzük el az adót Franciaországban, ez viszont rettenetesen komplikált, a törvények ezt nem tették lehetővé. A különböző svájci szövetségi hatóságoknak a lépései, valamint a párizsi francia hatóságoknak a tárgyalásai három évet vettek igénybe. Ez alatt az idő alatt mi egy víztoronynak a tetejére helyeztük el az adót. Ez a víztorony volt a kantonnak a legmagasabb pontja. Rettenetesen rossz volt az adásnak a minősége és a kantonnak a legmélyebben fekvő területe, épp a tó környéke, amely a legsűrűbben lakott rész, nem tudta fogni a rádió adásait. A technikai-műszaki feltételek katasztrófálisak voltak, így tehát igencsak kínlódtunk, mert nem tudtunk műsoridőt kapni a reklámra és bizony a hallgatottsági arányszámot sem nagyon tudtuk fölfelé húzni. Hat hónap alatt a 25 százalékos hallgatottsági arányszámról 5 százalékosra estünk vissza. Ez azt jelentette, hogy a reklámanyag is nagyon lesóványodott. Amikor kifizettük a működéshez szükséges költségeket, a megmaradt igen szerény haszonból kellett elkezdni az adósság törlesztését. Gazdasági szempontból akkor egy nagyon-nagyon nehéz időszakot éltünk át. Más szempontból, az emberi tevékenység szempontjából fantasztikus volt ez az időszak. Ez valóban egy úttörő korszak volt, amikor meg kellett oldanunk a problémáinkat, amikor a külső drótdarabkákkal kellett készülékeket javítgatnunk, mikor magántulajdonú kicsi berendezéseket hoztunk be azért, hogy helyettesítsük az éppen meghibásodott készülékeinket, berendezéseinket. Az élet rettenetesen pezsgő volt. A stúdió ajtaja nem is volt zárva, mert egyszerűen nem volt zár az ajtón, de nem is kellett, mert a nap 24 órájában voltak ott emberek. A csapatok egymást váltották, volt egy nagyon komoly program, amelyet elkészítettünk, egy

alapprogram, de volt olyan, hogy ezt az alapkeretet aznap töltöttük ki rohanva, lóhalálában. A munkafeltételeket mindig megbeszéltük azzal az emberrel, akit úgy hívtunk, hogy az antennafőnök. Mindenképpen meg kellett mutatni, be kellett bizonyítani, hogy igenis rendelkezünk mindazon műszaki feltételekkel, amelyek az adáshoz szükségesek és hogy igenis lehetséges a mi műsorunkat adásba beadni. A lakosság különböző rétegeinek a képviselőivel is tartottuk a kapcsolatot. Tartottuk az egyetemi hallgatókkal, a diákokkal, akik egymást váltva dolgoztak egy állandó szerkesztőségben. Óránként adtunk friss híreket, tájékoztatást.

Most kifejezetten az egyesületi aspektusról beszélnek. Tudni kell, hogy az egyesületünk felvette a kesztyűt, megvédett egy olyan rádiót, amely a csőd szélén állt. Szükség volt rá, hogy egy egész sor döntés szülessen, ezek mindig valamiféle közgyűlésen születhettek meg, így ez egy olyan időszak volt, amikor hetente tartottunk közgyűlést. Amikor már jobban mentek a dolgok, akkor már csak havonta, most már normálisabb ritmusban vagyunk, most már évente három közgyűlésünk van. Az első időszak mindenki részéről erőfeszítést igényelt az egyesületben, ez valójában egy önképzés is volt. Nem csak arról volt szó, hogy egy műsort meg kell csinálni, hanem arról, hogy mindenki megismerje a másikat, a gazdasági rendszert, megismerje, hogy hogyan működik a reklámanyag, hogy hogyan alakulnak a dolgok, hogy milyen típusú szerződések lehetnek számunkra érdekesek, hogyan kell a költségvetéssel gazdálkodni, hogyan lehet elkerülni a csődöt, úgy, hogy a különböző hitelezőknek fizetgessünk vissza a tartozásainkból. Óriási munkát végeztünk. Az egyesület minden egyes tagjának tudnia kellett, hogy milyen súly alatt vannak, amikor döntéseket hoznak. Végülis sikerült a helyzetünket rendezni, s ennek a bizonyossága az, hogy manapság már nincsen semmi adósságunk. Ha nem tudtuk volna visszafizetni az adósságainkat, akkor a saját fizetésünkből, a bérünkből lennének kötelesek az adósságokat törleszteni. Kezdeti problémáink ezzel megoldódtak, de korántsem értek véget.

A rádiós egyesületről, az ARGMI szervezeti felépítéséről

A közgyűlés megválaszt egy tanácsot, az ARGMI a jogalkotó, a tanács a végrehajtó szerv. A tanács áll egy elnökből, egy alelnökből, egy kincstárnokból, egy titkárból és hét tagból. Ettől a tanácstól két bizottság függ, a *jogorvoslati bizottság* és a *műsorbizottság*. Jogorvoslati bizottság kötelező, hogy legyen. Ha olyan dolgok hangzanak el a rádióban, amelyek rontják egy személynek vagy egy cégnek a hitelét, akkor az illető magánember vagy cég interpellálhat ennél a

bizottságnál és akkor találni kell valamilyen megoldást. Amennyiben nem találunk megoldást, bírósághoz fordulhat az önmagát sértettnek érző cég vagy személy. A másik bizottság, amely szintén a tanácstól függ: a műsorbizottság. A műsorbizottság az egyesület tagjainak a segítségével meghatározza a műsorpolitikára jellemző általános orientációkat. A szervezetnek része az *igazgatótanács*. Az igazgatótanács szintjén van három igazgató. A főigazgató (ez a francia meghatározásban úgy hangzik, hogy az általános szolgáltatások igazgatója), műsorigazgató és a kereskedelmi igazgató. A kereskedelmi igazgató a mi kereskedelmi partnerünknek a képviselője, amelyik a reklámműsoridőket irányító részvénytársaság. Azután van egy bizottság, amely szerkesztőbizottság, itt egyforma arányban vannak képviselve a kereskedelmi partnerünk és az egyesület képviselői. Ez a bizottság tulajdonképpen az utolsó kontroll-lépcső, ez a bizottság dönti el, hogy egy műsor adásba mehet-e vagy sem. És megérkezünk máris a Radio Tonic, Genf műsorához.

Ismertetjük a paragrafusokba foglalt alapszabályunk 5. cikkelyét a helyi rádió célkitűzéseiről.

– Olyan szellemben kell, hogy dolgozzanak, olyan tevékenységet kell, hogy folytassanak, a regionális kulturális és társadalmi életet segíti elő, ezeket fejlesztenie kell, és lehetővé kell tennie a genfi zenei élet fejlődését.

– Fejlesztenie kell a társadalmi életet, méghozzá úgy, hogy annak aktív részese legyen. Az egyesületi életet kell támogatnia olyan műsoroknak a sugárzásával, amelyeket az egyesületek készítenek.

– Fejlesztenie kell a regionális információs rendszert, mégpedig a helyi ünnepek sugárzásán, vitákon és ankétokon készített adásokon keresztül. Egy olyan rádióvá kell, hogy váljék, amelyik szolgáltatást ad, városi és helyközi közlekedési, meteorológiai információk folyamatos adásával, gyakorlati, hasznos tanácsokat kell, hogy adjon, s rendelkeznie kell hallgatói segélyszolgálatl.

– Elő kell segítenie a hallgatók részvételét az együttműködők összejövetelének ürügyén, a benyomásaikat közvetítő műsorok által. Olyan műsorokat kell, hogy tervezzen vagy készítsen, amelyeknek a révén a hallgatók, akik készek az együttműködésre, hangot kaphassanak, kifejthessék véleményüket, elmondhassák tanácsaikat.

– Elő kell segíteni a nem francia nyelvű genfi lakosságnak a részvételét és a svájci lakosságba való beilleszkedését, vállalnia kell a genfi, nem francia nyelvű lakosoknak a tájékoztatását.

– Nyomon kell kísérnie a genfi turisztikai tevékenységet, mégpedig a turisztikai információk szezonális sugárzásai által.

– Meg kell teremteni az RSR (Radio Suisse Romande) által sugárzott adások

kiegészítő műsorait.

– Együtt kell működni más, nem rádiós kifejezési formákkal, egyéb médiákkal.

A 6. cikkely rádiónk tagságával foglalkozik, leírja, hogy tagjai lehetnek a következők:

- lakóegyedbeli vagy települési egyesületek,
- zenei egyesületek,
- természetes személyek,
- mindenféle művészeti vagy előadóművészeti központok
- szabadidő központok
- minden olyan szervezet, amelyik a környezetvédelemmel vagy az élet minőségének a javításával foglalkozik
- minden olyan egyesület, amely pedagógiai célkitűzéseket szabott meg magának, a gyerekek és a felnőttek képzését végzi
- különböző sportegyesületek.

A mi egyesületünk, az ARGMI kb. 100 ezer fős hálózatot képez. A legaktívabb egyesületek legaktívabb tagjai körülbelül 100 főt tesznek ki. Akiket leginkább a rádióban, valamint a munkacsoportokban látunk, ők egy körülbelül 30 fős magot képeznek. Én most társadalmi munkában önként ott dolgozókról beszélek.

Az ARGMI-ban rettenetesen sokfajta tagunk, egyesületünk van, véletlenszerűen kiszúrok közülük néhány csoportot. Van a Galicia Centre, ez egy galíciai egyesület. Van az afrikai kulturális egyesület. A lakosok egyesülete, a kortárs művészeti központ egyesületének tagjai, természetvédő szervezet, van egy táncklub, vagy a macskavédő egyesület, amelynek az a neve, hogy SOS Macskák, tehát van mindenféle.

A belépőknek semmilyen anyagi-pénzügyi kötelezettsége nincs. Nincsen tagdíjfizetési elv, a közvetkező ok miatt. Csőd esetén, ha mi az alapszabályba beiktatjuk a tagdíjfizetési kötelezettséget, akkor mi arra kényszerítjük az egyesületeket, ha csőd van, vagy tartozásunk van, akkor anyagilag kénytelenek résztvállalni ebből. Ha az alapszabályunkban szerepelne a tagdíjfizetési kötelezettség, nem lenne tagunk, mert ez túlságosan veszélyes dolog lenne számukra. Ezzel szemben az alapszabályban szerepel olyan, hogy adományokkal történnek a finanszírozások, és az egyesületek adományokat adnak az ARGMI-nak.

A rádiót úgynevezett társadalmi, kulturális animátorok hozták létre. Az ARGMI az egy olyan *egyesület*, amelynek kettős célkitűzése van. Az egyik az, hogy begyűjtse, egyesítse a többi egyesületet és a rendelkezésükre bocsásson egy

kifejezésformát. Az ARGMI-*tanács*nak a tagjai mind szakemberek, mind az úgynevezett társadalmi kulturális animációnak a profi szakemberei. Ezért a szoros kapcsolat a szabadidő központok kommunikációs bizottságaival.

A rádiónak az igazgatósága az a bizonyos *igazgatótanács*. A stúdióban három részleg van. A *kereskedelmi osztály*, az egyesületi *sajtóügynökség* és az adásvezető, a sugárzásért felelős személy, ő, az *antennafőnök*. A kereskedelmi osztálynak az emberei felelősek a műsorszórásért, ők a rádiónak az alkalmazottai. Azok, akik az egyesületi sajtóügynökség számára dolgoznak, az ARGMI-nek az alkalmazottai. Így tehát az ARGMI közvetlen felügyeletet gyakorol, és ha van valamilyen probléma vagy gond, akkor a tanács rendezi az egyesületi sajtóügynökségen keresztül. A *kereskedelmi osztálynak* a következő feladatai vannak: keresi az ügyfeleket, eladja a reklámidőt, feladata még a szponzorálás és a patronálás. A *sajtóügynökség* közvetlen kapcsolatokat tart az ARGMI-val. Begyűjti az egyesületi információkat, kapcsolatokat épít ki, és feladata még a kapcsolattartás. Nem híreket mond, hanem *üzeneteket szerkeszt*. Ez azt jelenti, hogy az információkat, üzeneteket át kell írni tömör, rövid, jól ritmizált mondatokká, hogy az a rádióban leadható legyen. A *magazinműsorok* készítése is itt folyik. Itt kísérik figyelemmel a különböző híryanagyokra való reagálást, és szoros együttműködésben dolgoznak az adásvezetővel. Itt van a *hírverés az egyesületi rendezvényekről*. Ez egy speciális kazetta, ezeket a kazettákat betápláljuk egy készülékbe, amely zuhatagszerűen leadja ezeket az anyagokat, amikor az egyik befejeződik, rögtön utána következik a másik, ugyanúgy, mint ahogy a reklámanyagoknál történik. Ez tehát reklámtevékenységként zajlik, de nem adjuk el ennek a műsoridejét. Ezzel szemben viszont azt kérjük, hogy a rádió szerepeljen azon a reklámanyagon, amit egy bizonyos rendezvény alkalmával, vagy a koncert alkalmával osztogatnak, s hogy legyen valami felirat a teremben, a rendezvénynek a helyén, amelyen feltüntetik a rádió névét. Ez az, amit mi úgy hívunk, hogy kölcsönös hírverés. Van még, amit mi úgy hívunk, hogy flash, ezek a villáminformációk. Ezeket a szpíker olvassa be élőben, egyenesben, ez nincs meggyártva, nincs egy külön erre készített speciális kazetta. Vannak még a magazinműsorok, amelyeket 12-13 óra között szoktunk leadni. Az adásvezető felelős a rádióanimátorokért is, ez azt jelenti, hogy felelős mindazon emberekért, akik a mikrofonba beszélnek, válaszolnak a telefonra, kezelik a lemezeket, hiszen a helyi rádióban egy és ugyanaz a személy végzi mindezt, nem úgy mint az országos rádióban. Általában véve 3-4 órát dolgozik egy animátor és 3-4 óránként váltják egymást. Egyébként ez képezi a legnagyobb tételt a rádió költségvetésében. Most akarjuk felváltani automata készülékekkel,

s csak akkor alkalmaznánk animátort, ha olyan fontos műsorról van szó, ahol az emberi jelenlét nélkülözhetetlen. Még egy dologról, a videotextről nem beszéltem, a helyi rádió szintjén. Van egy telematikai hálózat. A hallgatók megrendelhetik azt a lemezt, amit meg akarnak hallgatni a rádión és akkor a rádió egy nagy vurlitzerré alakul. Automatikusan a gép választja a compactlemezt, a gépet computer vezérli, rá van kapcsolva a telematikai hálózatra és otthon az emberek kiválaszthatják, végigzongorázhatják, hogy milyen lemezt akarnak meghallgatni. Ez a rendszer érdekes lehet, de teljesen nem helyettesítheti a rádió-animátorokat. Az viszont nyilvánvaló, hogy például az éjszakai órákban, tehát 22 óra és reggel 6 óra között nem nélkülözhetetlen az animátor jelenléte. Amennyiben ezt a rendszert alkalmazzuk, nyilvánvalóan hamar amortizálódik a készülék.

A műsorvezető felelős a *reklámanyag* leadásáért is. Ez azt jelenti, hogy a megkötött szerződések alapján beírják a megfelelő napokat, hogy hány adásnap van és annak megfelelően töltik be. Az adásvezető, tiszteletben tartva ezt a szerződést, megcsinálja a forgatókönyvet, és abba illeszti be a reklámanyagot. Az adásvezető felelős az automatikus videotexszel kezelt rádióért is, valamint a svájci országos rádió híreinek közléséért. Mi az országos és a *nemzeti jelentőségű híreket* direktben átvesszük az országos láncról, nincsen ilyen szerkesztőségünk. Ennek számos előnye van. Az első előnye az, hogy így nem kerül olyan sokba a híranyag, ráadásul a hírek a semleges jellege garantált, harmadsorban pedig sikerül megerősítenünk azt a kritériumot, hogy a svájci országos rádió kiegészítőjeként. Nincsen fizetett újságírónk, aki nálunk lenne státuszban. A kényszer hozta így, nincs elég pénzünk arra, hogy újságírókat vegyünk fel. A helyi információk maguktól az egyesületektől jönnek be hozzánk, és az ügynökség kezeli, de vigyázat, nem értelmezi, csak leadja az információkat. Megvannak a kontrollok, amelyek az úgynevezett jogorvoslati bizottság vezetése alatt léteznek. Az egyesületek egyfajta öncenzúrázást, önkontrollt végeznek. Nekik tudni kell, hogy mi az, amit lehet mondani, és mi az, amit nem lehet mondani. Úgy viselkednek, mint óvatos és értelmes felnőtt állampolgárok.

Az egyesület és a kereskedelmi rádió együttese, ez egy nagyon csábító elképzelés. Mi most már két éve ennek az elképzelésnek az alapján működünk, dolgozunk, s bebizonyítottuk, hogy ez a forma igenis túlélhet sok mindent. A kereskedelmi partner számára – aki jelentős tőkét investál a rádióba – ez az együttes garancia arra, hogy a rádió komoly mértékben behatol a lakosság otthonába. Ez az egyesületek rádiója, az emberek, az állampolgárok a rádiója. Az emberek beazonosíthatják önmagukat, azonosulhatnak a rádióval, és a rádió lehetővé teszi, hogy az emberek átadhassák a saját információikat. Tehát a

legkisebb egységek is képviselve vannak a legnagyobb, legmagasabb egységekig, ugyanaz az az alapelv vezérli mindegyiket. Ettől ugyan lassabban megy, nehezkesebben megy, de minden egyes állampolgár, egyén és minden egyes rendszer vagy párt érintett ebben. A problémák akkor kezdődnek, amikor a hallgatottsági arányszám csökken. Nagyon sok oka lehet ennek, hogy mitől. Lehet, hogy hirtelen egy konkurens rádió jobb lesz, és az elveszi tőlünk a hallgatókat. Lehetnek technikai hiányosságok, amiket ha nem javítanak meg időben, az adásnak a minősége rossz a kanton bizonyos területein. Sok faktora lehet, ami mind-mind befolyásolja a hallgatottsági arányt. A kereskedelmi partner mindig meg van győződve arról, hogy az egyesület rosszul csinálta a műsort. Ilyenkor nekiállunk tárgyalni, alkudozni, de nem szabad, hogy beadjuk a derekunkat. Van nekünk egy konvenciónk, egy alapokmányunk, amely pontosan szabályozza a kapcsolatainkat. Az alapszabályunk pedig ennek a konvenciónak, ennek a megállapodásnak a függvénye, függeléke. Amennyiben a kereskedelmi igazgató kiadja az adásvezetőnek az ukáaszt, hogy szabotálja ezt vagy azt a műsort, akkor mi egy ajánlott levélben felszólítást küldünk, és akkor mi azt helyezzük kilátásba, hogy ezt a konvenciót meg fogjuk törni. Miénk a koncesszió, ezt nem szabad elfelejteni.

A kereskedelmi partner nekem régi barátom, de a munka az munka. Más dolog a munka, más dolog a barátság. Őt a videotexes kapcsolat, a helyi rádióval való videotexes kapcsolat érdekli. Rettenetesen sok pénzt fektetett bele a vállalkozásba, kölcsönöket is felvett, és akkor ő azt mondja nekem, hogy: – figyeled, gondolj csak bele, csökkent a hallgatottság, a reklámunk is csökkent, te engem a csőd szélére akarsz lökdösmi? Akkor én azt mondom, hogy: – jó, jó, és te meg mit akarsz, te meg megakarod változtatni a célkitűzéseinket, te csak kereskedelmi rádiót akarsz csinálni? És akkor nekiállunk vitatkozni, hadakozunk egymással, elmegyünk a presszóba, megiszunk egy üveg vörösbort, azután rendezzük a kérdést. De mikor, meddig a pontig, ezt bizony nehéz nagyon pontosan bemérni.

Most egy részvénytársaságot kell majd létrehozunk, egy közös részvénytársaságot, méghozzá kereskedelmi partnereink és az egyesületünk között. Mi fölteszünk mindenféle kérdést, az összes általunk ismert ügyvédnek, azért, mert ez a jogi forma rettenetesen sok illogikus dolgot is tartalmaz. A részvénytársaságnak a célja az, hogy a tőke megtérüljön és hasznot hozzon a cég tevékenysége, az egyesületnek pedig az a célja, hogy a társadalmi kapcsolatrendszer erősítse meg és hogy fenntartsa továbbra is a társadalmi kommunikálást, kommunikációt. És elmondhatjuk, hogy a haszna abból áll, hogy csökkenteni képes mindazon költségeket, amelyek egy rosszul működő társadalom velejárói. Amikor egy egyesület bizonyos szolgáltatásokat, szociális,

társadalmi szolgáltatásokat nyújt, amelyeknek a révén sikerül helyrehozni mindazon károkat, amelyeket a lakosok, a polgárok szintjén okozott a rendszer, bizony nagyon sokba kerül.

Ha csak és kizárólagosan gazdasági szempontból nézem, akkor egy jó, egy egészséges társadalmi kapcsolatrendszer működtetése az kevésbé olyan drága, mint egy beteg társadalmi kapcsolatrendszeré. Most megpróbáljuk ezt a dokumentumot, ezt az anyagot összehozni, beadjuk az ügyvédeknek, dolgozzanak ők rajta, azután a szövetségi főosztályhoz adjuk be, és amennyiben ezt a megoldást elfogadják, akkor ilyen irányban haladunk majd. Amennyiben nem fogadják el, akkor csak egy megoldás marad számunkra, még hozzá az, hogy az egyesület nevében fogjuk kérvényezni a koncessziót, és amennyiben a szövetségi osztály ezt megtagadja, akkor bizony emelt fővel, vesztéként távozzunk a csatamezőről és akkor még mindig elmondhatjuk majd a közvéleménynek, hogy a szövetségi osztálynak a döntése politikai indítatású volt. De ez nem az a megoldás, amelyet mi szeretnénk.

A programról nagyjából azt tudom elmondani, hogy 60 százalékban zene megy, 10 százalékban sport, tehát sportinformációk, de ezek ugyanakkor egyesületi hírek. Ezt azért úgy csináljuk, hogy elváljon eléggé világosan. 30 százalékban pedig egyesületi hírek, híranyag. A villáminformációkat leszámítva, amelyek a legfontosabbak az adásban, vannak a magazinműsorok, 12 és 13 óra között mindennap, hétfőn a sportegyesületek, kedden pedig minden olyan, ami egészséggel foglalkozó egyesület, szerdán a fiatalok, a vállalkozók kapnak hangot, csütörtökön a fiatalok, vagy pedig a nőklubok, pénteken a természetvédő egyesületek, környezetvédők. Szombaton és vasárnap leginkább az idegennyelvű adások mennek, mert a műsorkészítők szombat-vasárnap szabadnapjukat töltik és a hallgatóknak is több idejük van, tehát ezért tettük szombat-vasárnapra az idegennyelvű műsorokat. Például vasárnap reggel egy úgynevezett randevú-műsorunk van, valamelyik közösség randevút ad egy másik közösségnek, például a galíciaiak egy másik 40 ezres közösségnek adnak randevút, és egy órán keresztül az ő országuk zenéjét adják, különböző híranyagokat adnak, mindezt a saját nyelvükön. Azt kérjük tőlük, hogy műsoridejük egyharmadában beszéljenek franciául, kétharmad időben pedig a saját nyelvükön, hogy a hallgatók világosan megérthessék, miről van szó.

Képzés, felkészítés a közösségi rádiók használatára

Mi különböző képzési programokban veszünk részt. Négy szinten, egyrészt az iskolákban, hiszen már a *gyerekeknek*, az egész fiataloknak adunk egy rádiózásra való képzést. A különböző szabadidőközpontokban olyan fiatalokkal foglalkozunk, akik tulajdonképpen *felőtt fiatalok* és akik egyébként társadalmi munkában dolgoznak. A *szülőknek* a szintjén, tehát az iskolás gyerekek szüleinek a szintjén és a *pedagógusoknak* a szintjén, akik rövidesen aktív pedagógusok lesznek, tehát a végzős pedagógusokról van szó. Természetesen mindenkinek más-más az ismeret- és tudásszintje, de a képzés ugyanazon alapelv szerint történik mindegyik szinten. Először a technikai ismereteket kell elsajátítani, a műszaki ismereteket. Ez azt jelenti, hogy meg kell tanulni, hogy mit jelent a mikrofon, megtanulják, hogy mi egy erősítő, mit értünk az alatt, hogy rádióantenna, mi a potméter és azt hogyan kell szabályozni és a keverőasztalok mit jelentenek, miből állnak. Amikor tulajdonképpen már a berendezést ismeri az ember, akkor azt kell megtanítani, hogy ezeknek a berendezési daraboknak az egymáshoz kapcsolása hogyan történik és akkor jutunk el oda, hogy megtanulják, hogyan kell egy műsort adásba adni, mit jelent egy adás. Van egyszer egy úgynevezett inaskorszak, amikor tulajdonképpen dialógus folyik a rádiós animátor és a technikus között. Ezen a szinten tanulják meg az interjúkészítést, a különböző riportkészítéseket, amelyeket a rádióstúdióon kívül csinálnak. Tehát a gyerekeknek, a hallgatóknak meg kell tanulni a montázst, és meg kell tanulni, hogyan alakítsák ki azt a műsort, ami majd adásba megy. Tudni kell nekik, mit értünk az alatt, hogy a hang minősége, meg kell tanulni, hogy egy bizonyos műsornak az ütemét hogyan tervezzék és hogyan realizálják. Nálunk a képzés történetében vannak olyan önkéntesek, akik végül nagyon komoly szakemberré nőttek ki magukat. És vannak olyan fiatalok, akik az iskolában nálam dolgoztak, és akik aztán a későbbiek során is rendszeresen önként dolgoznak társadalmi munkában nálunk, mármint a rádiónál. Szeretném elmondani, hogy például egy délelőttnek a programja az hogyan, miként fest. Van egy pedagóguscsoport, amelyik kimegy a stúdióból, hogy anyagot keressen és aztán visszajön a stúdióba, megtanulni, hogy hogyan pucolja ki azt a szalagot, amit behoz. Megtanulja, hogy hogyan adjon valamilyen zenei aláfestést vagy valamilyen zenei alapot arra a hanganyagra, amit behozott. Megtanulja, hogy hogyan lehet ezt kommentálni, hogyan tud valamilyen kommentárt rámondani és mikor a délelőttnek a végén ismételten elmegy, visz magával egy kis kazettát.

Ami az önkéntesek képzését illeti, mi két okból indítatva szerveztünk nekik tanfolyamokat. Az első az az volt, hogy ők maguk is tudjanak rádiós műsort csinálni. De még a nagyszámú képzési tanfolyam ellenére sem lesznek annyira hatékonyak és annyira profik, mint az igazi profik. Egy 20 fős csoportból – most

csak az önkéntesekről beszélek – mindig csak egy vagy kettő van, akik aztán később valóban olyan műsort tudnak csinálni, amely adásba mehet a rádióban. De ez ezzel együtt sem egy elpocsékolat, elvesztegetett energia, mert van egy másik szempont is, ami nem elhanyagolandó.

Társadalmilag is fontos az, hogy nyilvánossá tegyünk, hogyan kell csinálni egy rádiót. A képzés után kritikusabb szemmel ítélik meg mindazt, amit egy rádióműsorban hallanak. Egészen máshogy viszonyul az ilyen ember a műsorkészítés technikájához. Ami odáig valami megfoghatatlan, misztikus dolog volt, most már nem X úrhoz kapcsolódik, s elveszti misztikus jellegét. Megismerik a technikát, birtokolni, uralni tudják, amelynek révén jobban fogják értékelni az információkat.

A rádiós tanfolyamok fakultatív tanfolyamok. A résztvevők a szabadidejükben és nem tanítási óra keretén belül kapják meg ezt a képzést. Felkeltjük az érdeklődést, hogy résztvegyenek a műhelymunkában. Én az óráimon megpróbálom felpiszkálni a rádió iránti érdeklődésüket, aminek az szokott lenni a következménye, hogy kedvet kapnak arra, hogy beiratkozzanak a rádiós fakultatív tanfolyamokra.

A tanárképző intézményekben a fiatalok képzése a pedagógiai tanulmányok keretén belül történik. Az audiovizuális eszközök oktatása az ő hivatalos képzésüknek és oktatási programjuknak a szerves részét képezi. Majdnem minden főiskolán van kellő mennyiségű berendezés azért, hogy a hanggal dolgozni tudjanak. A tanfolyamon mint gyakorló pedagógusok a saját hallgatóikkal csinálják a közös foglalkozást. Megtanulják, hogy hogyan szólaljon meg valaki a mikrofonba, hogyan mondjuk azt, amit mondunk, hogyan interjúvolunk meg valakit stúdióon belül vagy stúdióon kívül, hogyan építünk föl egy műsort, hogyan szabjuk meg a méretét, hogyan határozzuk meg a ritmusát.

A későbbi rádiózásnak jó előiskolája lehet az iskolarádió, amely hírt ad arról, hogy mi történik az iskola falain belül és ez nagyszerű eszköz arra, hogy a diákok egymás között kommunikáljanak az iskolarádióval. Hogy hogyan vélekednek a szüleikről, mit gondolnak a társadalomról, az iskolához való viszonyukról, az iskola szerepéről és helyéről, vagy egyáltalában, hogy milyen szemmel nézik a körülöttük folyó életet.

A kommunikáció a XXI. század nyersanyaga lesz, ha hiszünk a közgazdászoknak meg a filozófusoknak. Ebből adódóan nagyon fontos, hogy a kommunikációs eszközök ne csak fejlődjenek, ne csak fejlesszük őket, hanem ismertek is legyenek. Nem szabad, hogy az elektronikus sajtó analfabétáit termeljük ki. Máskülönbent pontosan azt támogatnánk, amit én úgy hívtam, hogy a technokrata totalitarizmus. Ez az én legnagyobb ellenségem, én ettől félek,

ettől tartok a legjobban. Amikor mi tanulmányozzuk az adott technikákat, amikor mi azt kívánjuk, hogy a technikákat megismerjék a mi embereink, akkor igenis meg kell vizsgálni azt, hogy megkockáztassuk-e, hogy olyan szakemberekkel dolgozzunk, akik szem előtt tévesztik magát a témát. Ha szem előtt tévesztik, akkor ők a rádióknak vagy a videóknak a szakemberivé váltak, de ha ők csak ezekévé váltak, akkor technokratákká váltak. A technokráciának a csírája már a totalitarizmust hordozza magában. A technokrácia nagyon gyakran szem előtt téveszti a célt és túlságosan privilegizálja az eszközt. Olyan óriásgépezetté válik, ami a nyakunkra ül.

Üzenet

Én azt szeretném, hogy a helyi rádió és hogy ez a moratórium probléma Magyarországon olyan végkifejletre jusson, amelynek a révén az emberek birtokba vehetik majd azt, ami az övék, birtokba vehetik majd a kommunikációs eszközöket, a rádiót, amely gazdaságilag hozzáférhető és amely széleskörben ad információt, tájékoztatást. Egy olyan kereskedelmi rendszerrel és egy olyan reklámműsoridő eladási rendszerrel, amelynek a révén a rádió részt vesz a gazdasági fejlődésben, a gazdasági fejlődésnek a motorja lehet. És ráadásul az emberek ennek révén megerősíthetik a saját értékeiket, elmondhatják az emberek, hogy kicsodák ők. Nem szabad elfelejteni, hogy az elidegenedésben az első lépés az a hallgatás. És ebben az értelemben a helyi rádióknak a megjelenése igenis egy szimbólummá lehet. Én azt kívánom, hogy ez így legyen. És ha én azt mondom, hogy tíz évi próbálkozás után a helyzet Svájcban nehéznek jellemezhető, ezt azért teszem, hogy tanulhassanak, okulhassanak a tapasztalatainkból. Az katasztrófa lenne, ha Magyarországon külföldiek foglalnák el a frekvenciákat. Az a legrosszabb magyar kereskedelmi terv lenne. Nincs az a rossz kereskedelmi terv Magyarországon, ami ne lenne jobb, mint egy erre vonatkozó amerikai terv. Tehát a lényeg az, hogy magyarok csinálják. Magyarország lakosainak a kulturáját és identitását meg kell őrizni, ugyanúgy, ahogy meg kell őrizni a magyar frekvenciát. Mindenki nagyon jól tudja, hogy ahhoz, hogy egy frekvenciát megvédjünk, arra csak egy lehetőség van, el kell foglalni.

A moratórium-probléma nem szabad, hogy elvakítsa azokat az embereket, akiknek az lesz a feladatuk, hogy megcsinálják a helyi rádiókat. Nem szabad elfelejteni azt a nagyon régi kínai közmondást, amely így hangzik: amikor valaki az ujjával a Holdra mutat, a hülye ember nem a Holdra, hanem az ujjra néz. A Hold az nem a moratórium ebben az esetben, a Hold az a magyar frekvencia. A

rádió értékteremtő dolog kell, hogy legyen, amelyből részesül az összes lakos. Hozzuk össze azokat az embereket, akik ebben érintettek, és ha ilyen formában a közvéleményt szóra bírhatjuk, az kiállíthat egy olyan szószólót, amelyet a médiák is elfogadnak. Sőt majd a későbbiek során a hatóságok is, hiszen a demokratizálódás útján a hatóságok nem engedhetik majd meg maguknak, hogy figyelmen kívül hagyják a közvélemény szavát, valamint a médiáknak a szavát. A jogalkotónak az a feladata, hogy megteremtse, létrehozza az új törvényt. De a jogalkotónak az a felelőssége is megvan, hogy olyan jogot alkosson, amely megfelel az emberek igényeinek, kéréseinek, kívánságainak. A jogalkotó hogyan dolgozhatna ki olyan törvényeket, amelyek a állampolgároknak az igényeit elégítik ki, ha nem konzultál az állampolgárokkal. Ebben az esetben egy egyesület lehet, amely összefogja az összes ebben érintett kört, partner lehet egy párbeszédben, amely arra tudja kényszeríteni a jogalkotót, hogy olyan törvényt alkosson, amely a jelenlegi igényeknek és elvárásoknak felel meg. A mostani magyarországi igényeknek és elvárásoknak.

Lázár Guy:

Sok kicsi sokra ment Közelkép a belga helyi rádióról

Belgiumban a helyi rádiók 1978-ban jelentek meg először, és 1985-re alapvetően megváltoztatták a rádiózás rendszerét. Az alábbi írás azt az utat követi végig, amely páratlan sikerhez vezetett. „1980-ban néhány barátommal elhatároztuk, hogy mi is csinálunk egy helyi rádiót” – meséli Daniel Soudant. „Az adót Olaszországból csempésztük be egy magánrepülőgépen, és egy belvárosi ház padlásán állítottuk fel. Persze, a csendőrök hamar felfedezték, és elkobozták. De szereztünk egy újat, és egy másik padlásról sugároztuk a műsort. Összesen tizennégyszer kobozták el a berendezést, és a tizennegyedik alkalommal már hárommillió frank értékű holmit vittek el.” Ezek az idők azonban már messze vannak. Daniel most, 28 évesen, az egyik legnagyobb brüsszeli helyi rádió, a kék delfines emblémát használó Radio Contact francia nyelvű műsorának felelős szerkesztője, és emellett a kereskedelmi rádiók legnagyobb érdekvédelmi szervezetének, a mintegy negyven adót tömörítő GRIB-nek a főtitkára. A Radio Contact Forestben, a hét brüsszeli domb egyikén épült elegáns városnegyedben bérel egy kétszintes irodát, és a tízemeletes szalagház tetejére erősített, messziről látható antennán át sugározza műsorát annak a százhuszezer embernek, aki az általa rendelt közvélemény-kutatás

eredményei szerint szívesen kapcsol át a 104 vagy a 101.4 MHz-es hullámhosszra. A rádiótól öt percre lévő, völgyre néző, nagy üvegfalú kávéházban, ahol Soudant-nal beszélgetek, a Rádío Contact délutáni zenés műsora szól a hangszórókból, és nekem, „a messziről jött, félmagyar-félfancia úrnak” csak egy órám van az interjúra, mert beszélgetőpartnerem nagyon elfoglalt ember: tegnap azért nem tudott fogadni, mert a politikai pártok helyi képviselői között rendezett, élőben sugárzott választási vitát vezette, ma meg a GRIB vezetőségi ülésére kell mennie, hogy állást foglaljanak azzal a tervezett kapcsolatban, amelyet a liberális párt dolgozott ki a helyi (szabad, független, magán-) rádiók helyzetének végleges rendezésére. Utóbb kiderül, hogy Daniel mégiscsak tudott rám két órát szánni, és amikor elbúcsúzunk, a lelkemre köti, hogy menjek vissza az adóhoz, és nézzem meg, hogyan gépesítették a nyilvántartási rendszerüket.

Mozgalmak és közönségek

Belgiumban a helyi rádiók – a húszas harmincas évek magán- és a hatvanas évek kalózárdióitól eltekintve – 1978-ban jelentek meg először, és 1985-re alapvetően megváltoztatták a rádiózás rendszerét.

E páratlan sikert – úgy tűnik – csak akkor tudjuk megmagyarázni, ha a helyi rádiózást nem pusztán tömegkommunikációs-szociológiai jelenségnek tekintjük, hanem olyan *heterogén társadalmi mozgalomnak*, amely a történelmi fejlődés szeszélye folytán egymástól eltérő vagy éppenséggel egymással szembenálló törekvéseket egyesít.

A helyi rádiózás – legalábbis bizonyos mértékig – egyrészt azoknak a társadalmi mozgalmaknak az örököse, amelyek a gazdasági fellendülés évtizedeiben a kulturális, gazdasági, politikai hatalom igazságosabb elosztásának a jegyében szálltak szembe a jóléti állam intézményrendszerével, és amelyek között egyaránt megtaláljuk a neoavantgardot, az ellenkultúrát, a különböző ifjúsági és etnikai szubkultúrákat, a diákmozgalmat, a parlamenten kívüli ellenzékét, a polgári kezdeményezést, a környezetvédelmet és a többi kisebbségi mozgalmat. Ugyanakkor a helyi rádiózás azoknak az egyre jobban erősödő neoliberális törekvéseknek a terméke is, amelyek az állam szerepének visszaszorításában, a magánvállalkozás teljes szabadságának visszaállításában látják a gazdasági válságból való kilábalás egyetlen útját.

Belgiumban a helyi rádiózás a szélső- és az újbaloldaltól a jobbközépig a politikai irányzatok legnagyobb részét magában foglalja, de az adók túlnyomó többségét nem köthetjük valamilyen politikai irányzathoz, mert éppen az a legfőbb sajátosságuk, hogy minden „államellenes” törekvésnek helyt adnak, és

az ezek által keltett érdeklődést kihasználják gondolataik és reklámszövegeik terjesztésére. Ezek a törekvések abban a kiáltványyszerű kitételben fogalmazódnak meg a legszebben, amellyel a GRIB egyik dokumentuma zárul: A kereskedelmi rádió annak a fiatal nemzedéknek önkifejezési formája, amely nem élte meg 1968-at, és részt akar venni a tömegkommunikációs eszközök forradalmában.

A belga helyi rádiók elsősorban azokból a közönségrétegekből élnek, amelyeknek az igényeit a centralizált közigazgatási modellhez, a hagyományos politikai pártok és hatalmi csoportok keretében megvalósuló érdekérvényesítéshez, a „bevett” társadalmi rétegek és csoportok közötti konszenzus ideológiájához, az uralkodó kulturális mintákhoz és erkölcsi normákhoz túlságosan kötődő állami adók nem elégítik ki eléggé.

E közönségrétegek közül – legalábbis logikailag – a *helyi közösségek* állnak az első helyen. Belgiumban már a második világháború után megkezdődött a rádiózási rendszer decentralizálása, és ma a francia nyelvű területen a három országos csatorna mellett négy körzeti és három helyi adó működik; az utóbbiakat *bázisrádióknak* hívják. Ezeknek az adóknak a legnagyobb része azonban csak hétköznap sugároz műsort, és ezt is csak naponta egy vagy két alkalommal, a reggeli és a késő délutáni órákban teszi. Márpedig ez távolról sem elégítheti ki az emberek igényeit, amint ezt az a felmérés is mutatta, amelyet 1980-ban végeztek Liège-ben. A vizsgálat során megkérdezték az emberektől, hogy mennyire kötődnek az életük keretétül szolgáló hét „koncentrikus körhöz”; a városnegyedüktől az emberiségig. A válaszokból az derült ki, hogy az emberek elsősorban liégeieknek érzik magukat, másodsorban vallonoknak, harmadsorban a városnegyedük lakójának, negyedsorban a liège-i tartomány lakójának, ötödsorban európaiaknak, hatodsorban az emberiség részének és hetedsorban belgáknak.

Ugyanakkor a belga helyi rádiók a nevükkel ellentétben nem általában a helyi közösségekhez szólnak, hanem elsősorban ezeknek egy demográfiailag meghatározott rétegéhez, a 15 – 35 évesekhez. A helyi adók legnagyobb része valójában *helyi ifjúsági rádió*, ami elsősorban azzal függ össze, hogy a helyi adók képviselte törekvések iránt a fiatalok mutatják a legnagyobb affinitást. Ugyanakkor Belgiumban a helyi rádiók honosították meg azt a modern, dinamikus rádiózási stílust, amelyet a korábbi évtizedekben csak az úgynevezett *periférikus adók*, a *Radio Luxembourg* és a *Radio Europe 1* nevű nagy francia nyelvű kereskedelmi adók műveltek, és amelyet mi elsősorban a „Luxi”-nak, az angol nyelvű luxemburgi rádióknak az adásaiból ismerünk.

Végül a helyi rádiók fedezték fel azt az egyáltalán nem jelentéktelen

közönségréteget, amelyet belgiumban a különböző *kisebbségek* alkotnak; ezek elsősorban az etnikai kisebbségeket jelentik, és ezek közül is a vendégmunkásokat. Ez a felfedezés hosszabb távon a helyi adók legnagyobb fegyvertényének bizonyulhat, mert a kisebbségi műsorok nemcsak e csoportok identitás-érzését erősítik, hanem elősegítik azoknak az előítéleteknek az eloszlását is, amelyek elválasztják őket a többségtől. Ebben az értelemben a helyi rádiók annak a folyamatnak a befejeződéséhez járulnak hozzá, amely a múlt század utolsó évtizedeiben kezdődött meg a fejlett nyugati országokban, és amelynek során egyre szélesebb társadalmon kívüli rétegek kerültek az Alkotmány és a társadalmi szolidaritás sáncai mögé.

Hullámhossz- és számháborúk

Belgiumban az első helyi rádiók úgynevezett *szociokulturális* vagy közösségi adók voltak, amelyek főleg az ALO-ban, a Szövetség a Hullámhosszak Felszabadításáért nevű szervezetben tömörültek.

A szociokulturális rádiók egyik csoportját, a *véleménynyilvánítási* adókat különböző mozgalmak, például környezetvédők hozták létre követeléseik terjesztésére. A másik csoport, az *animációs* (szervező, mozgósító) rádiókat különböző lakóhelyi közösségek: városnegyedek, kisvárosok, falvak(!) lakói alapították településük társadalmi- kulturális életének fellendítésére. A szociokulturális adók után egykét évvel jelentek meg a *kereskedelmi* vagy reklámrádiók, amelyek nagyobb részét a már többször említett GRIB, a Belgyumi Független Rádiók Egysülése fogta össze.

A rádiók megalapítása nem ütközött különösebb nehézségekbe: a szakértők megegyeznek abban, hogy egy rádió olcsóbb, mint egy újság és egy helyi adót már 100000 belga frankból (ma 92000 forint) el lehet indítani. Az alapítók legnagyobb részének persze ennyi pénze sem volt, de a pártoló tagsági igazolványok, öntapadó címkék, a feliratós trikók eladásából és a szórakoztató rendezvények belépő-díjaiból már elő tudták teremteni, különösen azokon a vidékeken, ahol nem volt igazi kulturális élet. Az alapítók természetesen ingyen, a saját kedvtelésükre üzemeltették az adókat, így ez sem került pénzbe. Ugyanakkor a helyi rádiók az állami adók számára fenntartott, bár ki nem használt URH-frekvenciákon sugározták műsorukat, és ezért a hatóságok állandóan elkobozták berendezéseiket. (Belgiumban az állami rádió monopoliuma nem jogi, hanem gyakorlati tény volt, amennyiben a felszabadulás után a hatóságok az állami adók számára utalták ki az összes frekvenciát.)

Később azonban a helyi rádiók helyzete másképpen alakult a flamand és a

vallon területeken. Északon, ahol ekkor még a kábeltévét sem engedélyezték, a flamand nyelvű állami rádió, a *BRT* azokat a frekvenciákat is használni kezdte, amelyekre különben nem lett volna szüksége. Délen viszont a francia nyelvű *RTBF* már 1978-ban lemondott a számára kiutalt frekvenciák egy részéről, és kijelentette, hogy kész együttműködni az új rádiókkal. Az *RTBF* magatartásának valószínűleg az volt az oka, hogy a francia közösség minisztériuma, ahová az *RTBF* is tartozik, felismerte: a helyi rádiók nagy szerepet játszhatnak a francia nyelvű területek művelődésének előmozdításában, a vallon öntudat erősítésében. (Azokon a vidékeken, ahol nem voltak művelődési házak, az animációs rádiók tízezrekért végezték el azt a munkát, amelyet az előbbieket csak százezrekért tudtak volna elvégezni.) 1981 júliusában a francia közösség minisztériumának és a magánrádiók képviselőiből létrehozták a *CLR*-t, a Szabad Rádiók Tanácsát, amely engedélyezte a reklámtevékenységet *nem* folytató adók működését.

A kereskedelmi rádiók azonban folytatták a tevékenységüket, aminek az lett a következménye, hogy már nemcsak a hatósági üldözéssel kellett szembenéznük, hanem azokkal a támadásokkal is, amelyeket az *RTBF* és a szociokulturális rádiók intéztek ellenük; így az *RTBF* demonstratív pert indított az egyik liége-i kereskedelmi adó, a *Radio Basse-Meuse* ellen, a szociokulturális rádiók pedig szirénahangokkal zavarták vetélytársaik adását. Ezekkel az intézkedésekkel azonban már nem lehetett megállítani a kereskedelmi rádiók előretörését: így például a *Radio Basse-Meuse*-nek azok a munkatársai, akik nem fogadták el a bíróság ítéletét (adónak minden reklámot tartalmazó adásnap után százezer frank bírságot kellett fizetnie), a berendezéssel együtt kiléptek a rádiótól, és *FM 56* néven új adót alapítottak, amely ma Liège legnagyobb magánrádiója. Az 1984 áprilisában felállított audiovizuális tanács már a reklám engedélyezése mellett foglalt állást, és az 1985 októberében megválasztott parlament által meghozandó audiovizuális törvény a kereskedelmi rádiókat is minden bizonnyal el fogja ismerni. Ma már azonban a kereskedelmi rádiók nem elégszenek meg ezzel, hanem azt is követelik, hogy az *RTBF* ne sugározzon reklámot, ne állítson fel újabb bázisrádiókat, és újabb hullámhosszakat adjon át a magánrádióknak.

Más szóval a kereskedelmi rádiók már nem elégszenek meg azzal, hogy megszilárdítsák a hatalmukat, hanem a rádiós hatalom újrafelosztására törekszenek. Ezt elsősorban azért tehetik meg, mert ma már nemcsak a saját erőforrásaikra támaszkodhatnak, hanem a sajtóvállalkozások nagy részére is. Az utóbbi években ugyanis a nagy kereskedelmi rádiók egyre szorosabb kapcsolatokat építettek ki a nagy reklám -, illetve sajtó ügynökségekkel, ami gyakorlatilag azt eredményezte, hogy maguk is egy-egy országos sajtóhálózat

részei lettek. Így például *Radio SIS*, amelynek nemcsak Brüsszelben van adója, hanem Antwerpenben és Charleroi-ban is a *Radio-télévision Luxembourg* reklámügynökségével és a *Pourquoi pas?* című hetilappal működik együtt, ami a műsorok szintjén elsősorban abban nyilánul meg, hogy hetenként egyszer ismerteti ennek a cikkeit. A Radió FM 56 szintén ezekkel a cégekkel kötött egyezséget, míg vetélytársa, a Radio Basse-Meuse a legnagyobb sajtóvállalkozásnak, a Rossel-csoportnak a reklámügynökségével és az *Actuel* című hetilappal épített ki szoros kapcsolatokat. Ha más vonatkozásban is, de szintén a helyi rádiózás és a sajtó összefogását mutatja, hogy az utóbbi időkben a lapok is megalakítják a maguk helyi rádióját; így például 1985 októberében kezdte meg működését a legnagyobb napilapnak, az ugyancsak a Rossel-konzernhez tartozó *Le Soir*-nak az FM Le Soir nevű adója.

Ma Belgiumban becslések szerint mintegy ezer helyi rádió van és ötven működik profi módon.

Arra a kérdésre, hogy az adóknak mekkora közönségük van, nem lehet egyértelmű választ kapni. Az RTBF 1985 januári vizsgálatának eredményei szerint a francia nyelvű lakosságnak még ma is csak 19 százaléka hallgatja őket (azokat is beleértve, akik a vizsgálati héten csak egyszer tették ezt). Ezzel szemben a CIM, azaz a Tömegkommunikációs Információs Központ azt állítja, hogy 1980-ban már minden harmadik ember hallgatott helyi rádiókat, 1984-ben pedig minden második. A két intézmény adatai közötti különbségek túl nagyoknak tűnnek ahhoz, hogy a vizsgálati módszerek közötti eltérésekre vezessük vissza őket.

A helyi rádiók műsorait az RTBF vizsgálatának eredményei szerint elsősorban a 15 -24 évesek, illetve a diákok követik figyelemmel; a vizsgálati körzetektől függően ők teszik ki a közönség negyedét-harmadát.

Bármennyien hallgatják is a helyi rádiókat tény, hogy ezek már a megjelenésüket követő egy-két évben komolyan veszélyeztették az állami adók pozícióit, különösen a fiatalok körében. Ezt mi sem bizonyítja jobban, mint az, hogy 1982-ben Brüsszelben az RTBF is létrehozta a maga helyi rádióját, az állami rádió keretei között működő, de nagy autonómiával és kevés emberrel dolgozó *Radio Cité*. Ennek olyan nagy sikere volt, hogy 1984-ben *Radio 21* néven országos adót csináltak belőle. A rádiót ma az RTBF adatai szerint a vallon lakosság 19 százaléka hallgatja, és ez a közönség is elsősorban fiatalokból áll.

Zene és hírek

Az, hogy a helyi rádiók átvették a luxemburgi rádió stílusát, elsősorban azt

jelenti, hogy napközben „Music and News” típusú műsorokat sugároznak, azaz olyan műsorokat, amelyekben a zene és a szöveg aránya 9 az 1-hez, és a hírek legnagyobb része nem óránként, külön blokkban hangzik el, hanem megérkezésének időpontjában, a zeneszámok közé ékelve. Ennek a szerkezetnek a fenntartására a hosszabb szövegeket, például az interjúkat is másfél-két perces részekre szabdalják, és több részletben sugározzák.

A helyi rádiók többsége napközben olyan könnyűzenei összeállításokat sugároz, amelyek egyaránt kielégítik a 15-35 évesek különböző rétegeinek az igényeit (az ötvenes-hatvanas évek popzenéjétől az újhullámig), de olyan adókat is találunk, amelyek ebben az időben is kizárólag a legújabb angolszász könnyűzenét „nyomják”. Az esti órákban a helyi rádiók legnagyobb része olyan zenés műsorokat sugároz, amelyek egy-egy műfaj híreinek szólnak (a szimfonikus zenétől a francia sanzonig). A szociokulturális adók erőfeszítéseket tesznek a belga népzene népszerűsítésére, helyi előadók felfedezésére, és Liègeben működik egy *Radio Opéra* nevű adó, amely kizárólag ezzel a műfajjal foglalkozik.

A helyi rádiók természetesen sokkal kevesebbet foglalkoznak a nemzetközi és az országos eseményekkel, mint a nemzeti adók, és az óránkénti híradásokban szereplő hírek nem a szokásos hierarchikus rendben követik egymást a politikatól a sportig. Éppen ellenkezőleg: a rádiók ebben a vonatkozásban is alkalmazkodnak a hallgatók többségének az érdeklődéséhez, és ezért a műsorvezetők is „fordítva olvassák az újságot”, azaz a közérdekű információkkal kezdik, a sporteseményekkel és a napihírekkel (a balesetekkel, bűnügyekkel) folytatják, és a gazdasági, társadalmi, politikai eseményekkel fejezik be a híradásokat. A hallgatókhoz való alkalmazkodás természetesen azt is magában foglalja, hogy a hírközlők személyes hangot ütnek meg, és hétköznapi kifejezéseket használnak.

A véleménynyilvánítási rádiók hírei az adót üzemeltető mozgalom álláspontját tükrözik. Az animációs rádiók elsősorban a lakóközösségek érdekeit képviselik a helyi hatóságokkal szemben, de minthogy ezek a közösségek tagoltabbak, mint a politikai mozgalmak vagy a mögöttük álló társadalmi csoportok, az animációs rádiók elkötelezettsége a hagyományos közszolgálati adók „objektivitásának” az irányában tolódik el. Végül a közönségük bővítésére törekvő kereskedelmi rádiók egyáltalán nem kötelezik el magukat, és azt hirdetik, hogy nem objektivitásra, hanem *semlegeségre* törekszenek, mert a sajtószabadság, a plurizmus elvének csak ez felel meg igazán. Egyébként a magánvállalkozásként működő, a vállalkezési szabadság kiterjesztéséért harcoló és a hagyományos sajtóvállalkozókkal egyre jobban összefonódó kereskedelmi rádiók nem is igen hirdethetnének mást, mint a *laisser faire*, illetve –

fórumokról lévén szó – a *laisser parler*, a beszélni hagyni ideológiáját.

Az animációs és kereskedelmi rádiók politikai törekvései közötti különbséget mutatja az is, hogy amíg az előbbiek rendszeresen tudósítanak a városi tanácsülésen folyó vitákról, az utóbbiak nem vállalkoznak erre. Ugyanakkor a kereskedelmi adók is szerveznek környezetvédelmi, kulturális és humanitáriánus akciókat: régi épületeket mentenek meg, audiovizuális központokat állítanak fel, szűkölködő családokon segítenek stb.

Az esti órákban mind az animációs, mind a kereskedelmi rádiók sugároznak kisebbségi műsorokat. Ezek közül a vendégműsásoknak szóló műsorok a leggyakoribbak: az adások nyelve között egyaránt megtaláljuk a spanyolt, az olaszt, a görögöt, az arabot, a japánt(!) és másokat. Az egyik adónak egésznapos angol nyelvű műsora van, egy másik pedig tájnyelvű műsorokat is sugároz.

A kisebbségi rádiózás sajátos esetét képezi a *Radio Jadaica* nevű kereskedelmi adó, amely a belgiumi zsidóság, Izrael és általában a zsidó diaszpóra életével foglalkozik. A francia nyelvű rádió flamand, angol, héber, jiddis és judeo-spanyol nyelven is sugároz műsorokat.

Az etnikai-nyelvi kisebbségeken kívül a homoszexuálisoknak vannak a helyi adókban állandó műsoraik, Brüsszelben pedig női rádió működik.

Ezek a kisebbségeken kívül más nem hivatásos közlők is hozzájutnak a mikrofonhoz, de ezek a gyakorlatban mindig valamilyen társadalmi egyesületet, kört képviselnek. Az az elképzelés, hogy a helyi rádiókban olyan emberek is hirdessék eszméiket, akik csak saját magukat képviselik, a szociokulturális adókban sem valósult meg.

A szociokulturális rádiók munkatársai ma is társadalmi munkában üzemeltetik az adókat, de a kereskedelmi rádiók legnagyobb része teljesen professzionalizálódott, azaz csak fizetett munkatársakat alkalmaz. A szerkesztőségek – attól függően, hogy az adók egy vagy két nyelven sugározzák-e műsoraikat – húsz-negyven főből állnak, és a rádiósok átlagéletkora 23 év körüli. A kereskedelmi adóknál a 25 éven felüliek már rovatvezetők vagy felelős szerkesztők és csak az igazgatók között vannak 35 éven felüliek.

A szociokulturális rádiók elvileg az *önigazgatás* és a *társadalmi ellenőrzés* elve alapján működnek, ami azt jelenti, hogy az operatív irányítást a rádiósok által megválasztott *adminisztratív bizottság* végzi, a stratégiai döntéseket pedig a hallgatók képviselőiből álló *közgyűlés* hozza. A gyakorlatban azonban a közgyűlésbe csak a legjobban érdeklődő, pártoló tagsági igazolvánnyal rendelkező hallgatók delegálnak küldötteket, és a tényleges irányítás azoknak a rádióknak a kezébe megy át, akiket az adminisztratív bizottság felelőssé tesz valamelyik területért. Ennek ellenére a szociális rádióknál demokratikusabb a

légkör, mint a magánvállalkozások mintájára működő kereskedelmi adóknál.

(Jel-kép 1986/1)

A Közösségi Rádiók Európai Szövetsége

F.E.R.L. (Fédération Européenne des Radios Libres)

KÖZÖSSÉGI RÁDIÓ KARTA

I. A médiát a Negyedik Hatalomnak tekintik. Ebből a hatalomból, amelyben jelentős politikai és gazdasági érdekek forognak kockán, az állampolgárok egyre inkább kiszorulnak. A médiák és általában a kommunikáció világméretű koncentrációjának eredményeként megindult a demokratikus ellenőrzés fokozatos eróziója. Az információs eszközök eladható terméké váltak, a polgárokat pedig felvevő piacnak tekintik. Ezáltal egy olyan egységes modell jön létre, mely szembenáll azzal a pluralista keretek közötti információhoz való joggal, amely megengedi az egymással ütköző, kritikus nézetek kifejeződését. A médiák, elveszítve azt a szerepüket, hogy az államérdek védelme mögé bújó hatalom ellensúlyozói legyenek, aktív bűnrészeseké váltak az Európa-szerte létrejött „biztonsági övezetnek”, mely fenyegetően hat az alapvető szabadságjogokra. A modern hírközlési eszközök, ahelyett, hogy elősegítenék az emberek és népek egymáshoz való közelítését, új akadályok létrehozását segítik, kirekesztve a médiákból azokat, akik nem tudnak hozzájutni. Szembesülve ezekkel a veszélyekkel, olyan biztosítékokat kell létrehoznunk és működtetnünk, amelyek garantálják az igazi demokráciát és a kulturális decentralizációt, és amelyek bevonják az állampolgárokat az új nemzetközi kommunikációs rendszerbe, amely a szemünk előtt fejlődik ki.

II. Kétszáz évvel az Ember és az Állampolgár jogainak első deklarációja után sürgős prioritássá vált az információ és a kifejezés szabadságának újraforgalmazása. Az állampolgárok rendelkezésére kell bocsájtani azokat az eszközöket, amelyek megfelelnek a technika jelenlegi fejlettségének, azért, hogy megőrződjenek a kommunikációnak azok a szabad területei, amelyek függetlenek minden közvetlen vagy közvetett politikai hatalmi kontrolltól és gazdasági erőttől. Ennek az ellensúlynak mindenekelőtt a mindannyiunk által legelérhetőbb hatalomban, a rádiózásban kell létrejönnie. Minden lakossági csoportnak az alábbi garanciákat kell megkapnia:

a/ A jogot, hogy minden információhoz hozzájut, és a panasztevés jogát, ha ebben a jogában akadályozzák: a nyilvánosság tiszteletben tartását ki kell terjeszteni mindazokra az intézményekre, amelyek befolyást gyakorolnak a társadalomra.

b/ Az ellen-információ nyilvánosságra hozatalának jogát, azaz egy fajta

„válaszadási jogot”, bármely hamisnak tartott információ megcáfolására, még akkor is, ha az nem érint valakit személy szerint; ez az információk, nézetek, kutatási termékek nyilvánosságra hozatalának /sugárzásának/ joga, amelytől a közönség meg van fosztva.

c/ A kommunikációhoz való jogot; minden lakossági csoportnak lehetőséget kell adni, hogy kölcsönös kapcsolatot alakítson ki bármely más lakossági csoporttal a nemzeti határokon belül és kívül és rendelkeznie kell azokkal az eszközökkel, amelyek lehetővé teszik, hogy minden problémát nyilvános vitára tudjon bocsájtani.

III. A rádióhullámhosszokat gyakran az államok tulajdonának tekintik, vagy kereskedelmi klánok birtokolják azokat, s megpróbálnak visszaélni velük, saját tulajdonuknak tekintve a frekvenciákat. A levegő mindenkié, és ugyanolyan nélkülözhetetlen eszköz az emberi kifejezés hangjainak továbbításához, mint amilyen nélkülözhetetlen a légzésben. Az államoknak tehát a frekvenciák teljes tartománya használatát közvitára kell bocsájtaniuk, hogy megszűnjenek a hullámhosszok monopóliumai. Minden ebben résztvevő lakossági csoportnak joga kell, hogy legyen, hogy szabadon hozzáférjen a hullámhosszokhoz, hogy diszkrimináció nélkül rádiózhasson anyagi erejétől függően, hogy hallathassa hangját. Ezt a jogot tartalmazza az Emberi Jogok egyetemes Deklarációjának 19. paragrafusa valamint az Európai emberi Jogok Konvenciója 10. paragrafusa is.

IV. Mi, az európai közösségi rádiók, azért harcoltunk, hogy megszerezzük a rádiózáshoz való jogot. Bár némely országokban elismernek bennünket, más országokban a törvények dzsungelének vagyunk alávetve, vagy olyan mértéktelen díjak és korlátozások sújtanak, amelyek veszélyeztetik fennmaradásunkat. Végül pedig még mindig be vagyunk tiltva azokban az országokban, amelyek ragaszkodnak az állam monopóliumához. Mi azonban készek vagyunk arra, hogy ellenálljunk a politikai és gazdasági nyomásnak, és tudatában vagyunk annak a szerepnek, amelyet fel kell vállalnunk az alapvető szabadságjogok védelmében. Nem fogadjuk el az európai törvényhozások harmonizálását negatív értelemben, a legrosszabb modellekhez való alkalmazkodás formájában. Anélkül, hogy módszeresen akarnánk támadni a kereskedelmi rádiók létjogosultságát, követeljük a közösségi rádiók létének jogát, amelyek függetlenek kívánnak maradni mind a politikai, mind a gazdasági hatalmaktól. Ezért azt követeljük, hogy a közösségi rádiózás alábbi tíz alapvető vegyék figyelembe minden olyan törvényhozásban, szabályozásban és egyezményben, amelyek az audiovizuális szektorral foglalkoznak regionális,

nemzeti vagy európai szinten.

A közösségi rádiózás tíz alapelve

1./ Minden lakossági csoport, amely rádiót akar létrehozni és saját programot akar sugározni, szabadon jusson hozzá a frekvenciához. A rádió és rádiózás létrehozása nem eshet korlátozóbb jogi normatívák alá, mint az írott médiák megjelentetése.

2./ A közösségi rádió /vagy „szabad rádió”/ egy non-profit rádió, amely független a hatóságoktól és a kereskedelmi csoportosulásoktól.

3./ Minden állampolgárnak joga van információt szerezni az állam által kezelt frekvenciákról, valamint azok megtervezésének és elosztásának kritériumairól.

4./ A frekvenciasáv bizonyos szektorait fenn kell tartani a közösségi rádiók részére. A közösségi rádióknak az ehhez való hozzájutásban elsőbbségi joguk van, a rádiózásra rendelkezésre álló frekvenciák egyharmadáig. A már említettekén kívül további frekvenciákat kell a közösségi rádiók rendelkezésére bocsájtani belső használatra, mint például programelemek vagy összeköttetések továbbítására.

5./ A közösségi rádiók a részükre elkülönített frekvencia szektoron belül regionális szinten maguk döntenek a frekvenciák elosztásáról és a rádiózás technikai részleteiről. E célból a közösségi rádiók minden régióban egy bizottságot választanak, amelynek garantálni kell egy magasabb testülethez való fellebbezés jogát. Európai szinten egy legfelsőbb hatóság létrehozása várható.

6./ A közösségi rádió kérésére a bizottságnak meg kell vizsgálnia, hogy a frekvencia használatának körülményei fennállnak-e.

7./ A közösségi rádiók díj, adó és költségmentesek. Fenntartásuk biztosítására a közösségi rádiók közösségi támogatásokra jogosultak. A szükséges pénzügyi eszközöket egy olyan speciális adóból lehetne biztosítani, amelyeket a közszolgálati, a magán rádió és televízióállomások hirdetési bevételeiből fedeznének.

8./ Ami a jogdíjakat illeti, a közösségi rádiókra olyan speciális szabályozást kell kialakítani, amely megfelel nem-kereskedelmi jellegüknek.

9./ A közösségi rádiók szerkesztőségi tagjai az információhoz való jutás ugyanolyan jogait élvezik és ugyanazok a jogi védelmek illetik meg, mint a professzionális újságírókat.

10./ Amikor a médiákkal és a rádiózással kapcsolatos új törvények, törvénymódosítások és nemzetközi szerződések kidolgozására kerül sor, a közösségi rádiók képviselőinek meg kell adni a jogot, hogy ezen résztvegyenek és javaslatokat tegyenek.

BEMUTATKOZÁS

A Közösségi Rádiók Európai Szövetségét 1986-ban alapították Forcalquierben, Dél-Franciaországban. Tagjai rádiók és rádiós szövetségek.

A Forcalquierben született egyezség értelmében a szabad vagy közösségi rádiók célkitűzése olyan nem-kereskedelmi projektek létrehozása, amelyek kommunikációs rendszere nem kötődik a világnak ahhoz az információs rendjéhez, amelyet az UNESCO és többek között a McBride jelentés elítélt.

A FERL célja, hogy a gyakorlatban megvalósítsa az Emberi Jogok Európai Konvenciója által megfogalmazott nézeteket, elismertetve Európa-szerte a társadalmi kommunikáció rádióit, mert ez az elismerés jelenleg még nem áll fenn. A magán és állami szektorban létező médiák mellett a közösségi rádióknak új és lényeges szerepük van, amelyek társadalmi hasznossága nemcsak elismerést, de kormánytámogatást is érdemel /az alakuló ülés határozatának részlete/.

A szövetségnek kb. 300 tagja van /rádiók és szövetségek/ Nyugat és Kelet Európa 17 országából.

A Szövetséget az Ügyvezető Bizottság irányítja /7 tagja van/, melyet a Közgyűlés választ meg és amelyben helyet kapnak az egyes nyelvi zónák képviselői. Az Ügyvezető Bizottság négytagú ügyvezetőséget választ: az elnököt, az elnökhelyetteset, a titkárt és a gazdasági vezetőt. Az Ügyvezető Bizottság legalább évente egyszer ül össze. A Kongresszus két évenként ül össze.

A Szövetség székhelye és nemzetközi titkársága Forcalquierben van /Alpes de Haute Provence, Franciaország/.

Kapcsolatok az európai intézményekkel

1987. június: A Közös Piac pénzsegélye a FERL-nek

1987. december: Glyn Ford, a FERL pártfőgójának indítványa az Európa Parlamenthez a helyi rádióról való határozat meghozatalára.

1988. január: hasonló eljárás az Európa Tanácsban – Bjorn Elmquist /Dánia/ indítványa a FERL javaslatait követően.

1989. új pénzsegély a Közös Piacról; közreműködés az Eurofocus projektben; a kommunikációs, információs, kulturális és a Marseille-i Közös Piaci iroda részvétele a második FERL kongressuson.

1989. május: az Európa Parlament elfogadja a „helyi rádióállomások támogatásának jogi eljárásai és eszközei” c. határozatot, amelyet Roberto Barzanti /FERL pártfőgő/ a Kulturális, Nevelési és Média Bizottság elnöke terjesztett be.

1990. Közös Piaci pénzsegély

1991. január: az Európa Tanács parlamenti bizottsága elfogadja az európai rádiókról szóló Columberg Határozatot.

A FERL az Európa Tanácshoz fordul hivatalos ONG státusz megszerzéséért. 1990 májusa óta „az európai kulisszák mögött” címmel a FERL rendszeres, francia nyelvű műsort sugároz, melynek célja, hogy tájékoztassa hallgatóit az európai intézményekben folyó tevékenységről. A műsort a FERL mintegy 30 tagja veszi át.

A FERL képviselői rendszeresen résztvesznek az Európa Parlament és az Európa Tanács ülésein. A Szövetséget gyakran meghívják különböző szervezetek által szervezett ülésekre, találkozókra /UNESCO, EBU, Európa Tanács/. A FERL kiadványait felhasználták az UNESCO „A világ Kommunikációja” című, legutóbbi /1990/ jelentésének kidolgozásakor.

Részletesebben a helyi rádióról, „Az Európa Parlament tudatában van a helyi rádiók fontosságának és azok speciális kezelése szükségességének, nemcsak gazdasági funkcióik miatt, hanem azért is, mert szerepük van a kulturális pluralizmus megőrzésében valamint az emberek helyi politikai életben való részvételének fenntartásában.” /Barzanti jelentés, magyarozó határozat/, „A Szövetség a helyi rádiót olyan potenciális eszköznek tekinti, amely segíti a kifejezés és az információ szabadságát, a kultúra fejlődését, a nézetek kialakulását és konfrontációjának szabadságát és ezzel a helyi eseményekben való aktív részvételt. Ennek megfelelően meg kell engedni a helyi rádiókat azokban a tagállamokban, amelyekben működésük még nem engedélyezett.” /Az Európa Tanács Duménil Columberg által előterjesztett határozata az európai rádiókról, 3. és 4. paragrafus, 1991. 1. 31./, „A helyi és különösen a magán, nem-

kereskedelmi rádióállomásokat jogi eszközökkel kell hivatalosan elismerni, és az Európa Tanács tagállamait fel kell kérni, hogy hozzanak intézkedéseket a helyi rádiók védelmében és bővítésében, összhangot teremtve a nemzeti, regionális vagy helyi törvényhozásban.” /Európa Tanács Harmut Soell, Vélemény a helyi rádiókról, 1990. nov. 23./Dumeni Columberg, az Európa Tanács részéről Magyarázó Memorandumában a következőképpen nyilatkozik napjaink kommunikációjának helyzetéről: „Manapság, amikor egy-egy távoli esemény azonnal ismertté válik, igen gyakori, hogy nem tudunk arról, ami a saját falunkban történik. Ez a paradox helyzet már önmagában igazolja, hogy támogatnunk kell a helyi rádiózást, amely kialakulásának egy-két évtizede tanui vagyunk.” „A helyi rádiók gyakorlatilag minden országban léteznek és számuk gyarapszik, szerepük egyre növekszik, beleértve a politikait is, amint erre bizonyítékként szolgál napjaink Közép-Kelet Európája, ahol már a szabad rádiók is létrejöttek, segítve, előmozdítva vagy bátorítva a függetlenségi mozgalmakat...Sürgős tehát, hogy a tagállamok egyenlően osszák el a frekvenciákat, különösen az FM sávot, hogy lehetővé tegyék a különböző műveltségű és kultúrájú hallgatók igényeihez legjobban alkalmazkodó, legkülönfélébb műsorokat.” /Dumeni Columberg, Magyarázó Memorandum, 15. oldal/Juan Ramirez-Herendia parázs megjegyzéseket tesz a „szabad rádió” szerepéről Magyarázó Memorandumában, olyan kifejezéseket használva, amelyeket a FERL nem engedhet meg magának... „A szabad rádió – a nemzetközi „underground” mozgalom része és az ellenkultúra további példája – spontán módon, csendben, különösebb manifesztációk nélkül, fokozatosan, de eltökélten fejlődött ki, annak méltóságával, hogy maga mellett tudhatja az igazságot. Azzal a tudattal jött létre, hogy léte szükséges és helyes, s így a szolgáltatnak való mérhetetlen elkötelezettséggel, tökéletes nyilvánosságot árasztva minden műsorban... Elsődleges érdeke a közvetlen információ vagy ellen-információ, azaz azok hírei, akiket az közvetlenül érint. A szabad rádió hangot ad azoknak, akiknek általában nincs hangjuk, valamint azoknak, akik egy bizonyos esemény kapcsán egyébként sosem mondhatnák el azokat másképpen, mint a hivatalos verzióban. A szabad rádiók egyik alapvető elkötelezettsége az objektivitás, különösen elkötelezettek kell legyünk a marginális csoportok és az ő informálásuk iránt. Alapvető céljuk, röviden, hogy a rádiót az állampolgárok közötti kommunikáció eszközévé tegyék. **Irányelvek és kritériumok a helyi rádió működési engedélyének megszerzéséhez.** „Az Európa Parlament felhívja a tagországok kormányait, hogy ahol ez technikailag lehetséges, az FM sáv kínálta lehetőségek keretében adjanak engedélyt kulturális csoportoknak, egyesületeknek, privát személyeknek rádióállomások működtetésére, amennyiben ezt igénylik.” /Ramirez Herendia Határozat, 7.

paragrafus, 1989. 5. 26./Ha a tagállamok a helyi rádióknak működési engedélyt és frekvenciát adnak, biztosítaniuk kell az alábbi kritériumok figyelembe vételét:

1. objektivitás
2. a minőség preferálása a mennyiséggel szemben
3. az információ, kultúra és szórakoztatás sokszínűsége és pluralitás az általuk kifejezésre jutó nézetekben /Columberg határozat, Európa Tanács, 1991. 1. 31./

„A rádió-sáv kiválasztásánál figyelembe kell venni azt a szempontot, hogy a lehető legszélesebb körökben tudják hallgatók fogni, figyelembevéve a helyi szintű reprezentatív egyesületek és csoportok érdekeit.” /Dumeni Columberg jelentés, Európa Tanács, 17. o. 1990. 12. 12./

A programokkal kapcsolatos követelmények

Az 1989. május 26-án elfogadott Ramirez Herendia által beterjesztett határozatban az Európa Parlament több követelményt támaszt, amelyeket a programoknak figyelembe kell venniük:

- a/ objektivitás, teljesség és részre nem hajlás a hírekben
- b/ a hírek és a vélemények /kommentár/ elkülönítése, a véleményt nyilvánító megnevezése, a véleménynyilvánítás szabadsága, az egyes tagországok törvényei által megszabott kereteken belül
- c/ a politikai, vallási, társadalmi, kulturális és nyelvi különbségek tiszteletben tartása
- d/ az egyének méltóságának, hírnevének és magánéletének tiszteletben tartása, mindazon jogoknak és szabadságjogoknak az elismerése, amelyeket a Tagállamok és a Parlament nemzetközi szerződésekben elismertek
- e/ a fiatalok és a gyermekek védelme
- f/ az egyenlőség elvének tiszteletben tartása, kizárva a faji, kulturális, nemek közötti vagy vallási diszkriminációt.

Az Európa Tanács Columberg Határozatában 1991. január 31-én teljes terjedelmében elfogadta ezeket a követelményeket.

A helyi rádiók függetlensége, a kommercializálódás és a média koncentráció megelőzése

„Ami a programok tartalmát illeti, azoknak függetleneknek kell lenniük mind a helyi hatóságoktól, mind a sajtótól /írott/, mind a kiadóvállalatoktól és pénzügyi

konzorciumoktól*”; ezenkívül ajánlatos elkerülni minden szinten a helyi rádióhálózat monopóliumát.” /Európa Tanács, Columberg Határozat, 8. paragrafus, 1991. 1. 31./

*Konzorcium: ideiglenes szövetségzés valamilyen nagyobb szabású közös pénzügyi műveletre, tőkebefektetésre

Bár a tömegkommunikációban ma már igen magas a kereskedelmi részesedés, nem szabad hagyni, hogy beleavatkozzanak az információ szabad áramlásába, vagy a kulturális szféra szabadságába. Figyelemmel kell lennünk arra, hogy megőrizzük a tömegkommunikáció politikai, oktatási és kulturális szerepét, nemcsak annak szórakoztató jellegét és profittermelését./Doris Morf jelentése, Európa Tanács, 1. oldal, 1987.9.15./

„A médiák nagyobb arányú kommercializálódása akár fatális robbanást is hozhat kulturális örökségünkben. Többféle veszélyt rejt magában: a tömeges piacadobás által konformizmust eredményezhet és korlátozza az alkotómunka sokszínűségét. Előtérbe kerülnek az olcsóbb programanyagok /sorozatok, sport,importált programok/. Burjánzanak az egymással versenyző csatornák és ez megkérdőjelezi a tartalom minőségének a kérdését. Gombamódra szaporodnak a hirdetések, befolyásolva a programok időzítését és a rádiózás minőségét.” /Morf jelentése Európa Tanács, 2. oldal/

„A helyi sajtó és a helyi rádió tulajdonának koncentrációját el kell kerülni” /Soell vélemény 2. oldal, Európa Tanács/

„Figyelmet kell fordítani azokra a mélyreható változásokra, amelyek a tömegkommunikációban lezajlanak, különös tekintettel a műholdas és kábeltechnikával közvetített műsorok bevezetésére, melyek mind az állami, mind a magán TV és rádiózásban a gyorsan növekvő kommercializálódást hozzák magukkal.”/4. paragrafus/

„Mindez azonban komoly kulturális kockázatot jelent, nevezetesen:

- a. a közvetített, sugárzott műsorok passzív fogyasztásának bátorítása
- b. a programok sokszínűségének csökkenése és társadalmilag elfogadott viselkedési normák eróziója
- c. a kisebb országok és a nyelvcsoport kulturális identitásának aláásása és Európa sokszínűségének, mint olyannak a halványulása;
- d. a szerzői jog és szomszédos országok tiszteletben tartásának hiánya

e. a külső tényezőktől /főként kereskedelmi/ való gazdasági és kulturális függés” /Az európai telekommunikáció kulturális léptékei ajánlás, 6. paragrafus Európa Tanács/.

„A véleménynyilvánítás és információ eszközeinek koncentrációját azáltal is el kell kerülni, hogy a nagy regionális napilapok azon törekvését, amellyel nyíltan vagy másképpen monopolizálják a frekvenciákat, meg kell akadályozni.” /Columberg jelentése, 16. oldal, Európa Tanács, 1990. 12. 12./.

Hirdetés

„A hirdetés bizonyos esetekben olyan tolatkodó, hogy egyes állomások egyetlen céljának tűnik. Ezért ajánlatos a hirdetésre engedélyezett időt százalékos arányban korlátozni, mint ezt bizonyos szabályozások már elő is írják” /Columberg jelentése, 15. oldal/

Vidéki régiók

„A közgyűlés véleménye szerint az új kommunikációs és információs technológiák új lehetőségeket kínálnak Európa-szerte a vidéki régiók kapcsolatainak felélénkítéséhez és megerősítéséhez. Ezen technológiák alkalmazásával nem csak a városi központok és a vidék közötti új harmónia teremthető meg, amely találkozik egyre növekvő számú európai ország célkitűzésével az életminőség javítására valamint a vidéki élet-és munkakörülmények javítására, de ezek alkalmazása a családi élet javára is szolgálhat.” /Európa Tanács, 1122/90-es ajánlás a vidék újjáélesztéséről az információs technológiák segítségével/

Az Európai Helyi és Regionális Hatóságok Állandó Konferenciájának 152. Határozata

Végezetül érdemes idézni az e tárgyban megalkotott legvilágosabb és legteljesebb dokumentációt. Részlet az Európai Helyi rádió és Televízióállomásokról szóló Határozat 11. paragrafusából:

„A Konferencia arra kéri a nemzeti, regionális vagy helyi szintű kompetens hatóságokat, hogy:

I. örködjenek a felett, hogy a helyi és regionális szintű magán rádió és televízió állomások ne váljanak néhány privilegizált csoport vagy hatalommal bíró konzorcium előjogaivá, hanem épp ellenkezőleg a frekvenciák és egyéb kommunikációs eszközök váljanak minél szélesebb körben hozzáférhetővé.

II. Határozzák meg azt a térséget, ahová az egyes államások sugározhatnak, hogy egyrészt elkerüljék azt a kockázatot, hogy anyagi források hiányában nem lesznek életképesek; másrészt viszont, hogy ne legyenek ezek az állomások olyannyira nagyok, hogy helyi szinten ne legyenek érdekesek vagy ne tűnjenek ki műsoraikból a helyi sajátosságok.

III. Részesítsék előnyben azokat az állomásokat, amelyek saját, főként helyi és regionális témájú programokat készítenek, figyelembevéve, hogy ezek a fajta produkciók igen drágák, és hogy az ilyen kis magán állomások gyakran ki vannak téve a nagy rádióadókkal való versenynek.

IV. Támogassák a helyi rádiók és televíziók konzorcium-alakítását programok létrehozására vagy megvételére, berendezések közös használatára és infrastrukturális támogatások megszerzésére, mint például a több önkormányzati testület közös tulajdonában lévő stúdiók használatára, jutányos áron.

V. Vigyázzanak arra, hogy a különböző helyi és regionális szintű tömegkommunikációs eszközök egyensúlya fennmaradjon, különös tekintettel a hirdetőik által finanszírozott új versenytársak megjelenésére, amelyek gyakran károsan hatnak az amúgy is ingatag helyzetű helyi és regionális sajtóra;

VI. hívják fel az állami vagy magán rádió és TV állomások figyelmét arra, hogy használják ki teljességében a helyi közösségben betölthető szerepüket, támogatva a lakosság és annak egyesületi részvételét, programjaikban szerepeltetve, többek között:

- a közösség életének információs szolgálatát valamint a helyi és regionális politikát;
- élő adásban közvetítve, amikor ez jogilag engedélyezett, az önkormányzati üléseket;
- az állampolgárok és választott képviselők vagy helyi vagy regionális szintű apparátus képviselők közti vitákat
 - a nemzeti vagy európai problémák helyi vagy regionális vonatkozásait;
 - útmutatást a helyi problémák felfedezésére /környezeti, társadalmi, kulturális aspektusokban/
- a kölcsönös megértés és az emberi jogok tiszteletben tartását elősegítő programokat, különös tekintettel a helyi közösség legérzékenyebb pontjaira /a negyedik hatalom, külföldi munkások, menekültek, stb./

VII. Tudatosítsák a rádió állomásokban a helyi kultúrában betöltött szerepüket, hogy katalizátorként lépjenek fel és legyenek fórumai a kreativitásnak helyi szinten, alkalmat adva kevésbé ismert művészeknek a bemutatkozásra, és segítséget nyújtva koncertek, fesztiválok vagy más kulturális események megrendezésében.

VIII. Ahol létezik, segítsék a regionális nyelvű vagy dialektusú rádiókat, hiszen a rádió egy régió társadalmi-kulturális identitásának a megnyilvánulása. Hasonló módon segítsék a kérdéses rádió hatósugarába eső területre betelepült bevándorlók saját nyelvű programjait.”

Mr. Guido Gornet a FERL elnöke

Az állam és a piac között: a független rádió hangja

1.

Az 1970-es években néhány harcos környezetvédő, diák és szakszervezeti aktivista elhatározta, hogy megtöri az állam monopóliumát és elindítja – száználmas anyagi erőforrásokra támaszkodva – az első kalóz rádiót. Céljuk az volt, hogy igényeiket közvetlenül hallathassák. Ezzel megvetették az alapjait a későbbi rádiós mozgalomnak.

2.

Néhány európai országban perek és parlamenti csatározások következményeként a monopólium megadta magát, megalakultak és megszerveződtek az első független rádiók. De az aktivisták által nyitott résen hamarosan beléptek az üzletemberek és nagy tőkével a hátuk mögött megjelentek a kereskedelmi adók, elárasztva ezt az újonnan meghódított szabad terepet.

3.

Napjainkban három fajta rádió van:

a/ a nemzeti vagy helyi rádió, amelyet közvetlenül a licencekből és díjából, bizonyos esetekben hirdetésekből tartanak fenn;

b/ a kereskedelmi állomások, amelyek a piaci törvényeknek engedelmessé válnak, és ahol a tőkekoncentráció lehetővé teszi a frekvenciák megvásárlását. Ezt a szektort a sajtó konglomerátumok uralják;

c/ a különböző közösségek vagy egyesületek által működtetett rádióállomások, amelyek szűkös anyagi helyzetük ellenére kénytelenek ellenállni a gazdasági nyomásnak. Ezek a rádiók a jogi elismerésükért küzdenek és azért, hogy megvédjék a rádiózásnak egy szektorát a kereskedelmi érdekektől.

4.

Ez a harmadik szektor, amely az állampolgár hangjaként funkcionál, döntő jelentőségű és továbbra is az marad, mivel a piac logikája a hallgatót arra a passzív szerepre kényszeríti, hogy céltáblája legyen az őt bombázó hirdetéseknél. A nem-kereskedelmi rádiózásban a hallgató is részt vesz és így helyét, mint állampolgár, nem pedig csupán, mint fogyasztó tudja meghatározni.

5.

Az állampolgár státuszát redukáló nyomás az állam és a kereskedelmi érdekek

egymást átfedő motivációjának eredménye; jóllehet a nyers cenzúra a maga primitív formájában már nem létezik, de léteznek az ön-cenzúra különböző formái, amelyek szembenállnak a szakmai etikával. Ilyen példákkal találkozunk a hirdető (nyílt vagy burkolt) túlzott igényeinek figyelembe vételekor. Melyik rádióállomás tulajdonosa fogja nyíltan elítélni egy hypermarket-lánc fogyasztói jogokat sértő, légszennyezést okozó visszaéléseit, ha annak hirdetési állomás bevételeinek jelentős részét képezik? Lehetséges-e, hogy a hypermarket részvényeinek tőzsdei szereplése nem befolyásolja egy nagy multimédia-csoport bevételeit?

6.

Nemrég jutott tudomásunkra, hogy Saddam Hussein front vállalatok mögé bújva birtokolta a legnagyobb francia újság-csoport jelentős részvényeit. Azért volt ez lehetséges, mert korábban a szerkesztőségi újságírók elnézőek voltak a ma birtokos diktátornak nevezett emberrel?

7.

A hirdető szerepe változóban van: ahelyett, hogy egyszerűen csak a termékeiket propagálnák, egyre fokozottabban próbálnak beavatkozni a hírek és információk világába. Mi mással magyarázhatnánk azt, hogy egészségügyi híreket szentelnek egy fegyverrendszer vagy egy támadó repülőgép erényeinek? Nincs hétköznapi fogyasztó a piacon, akinek igénye lenne ezekre a termékekre. Ez a fajta hirdetés az általa képviselt jövedelem által vajon nem a leszereléssel kapcsolatos szerkesztői vonalat akarja meghatározni?

8.

A demokratikus információs rendszernek feltétlenül helyet kell fenn tartania a nem-kereskedelmi médiáknak, hogy biztosítsa a jogot azoknak a sokszínű nézeteknek a kifejeződéséhez, amelyek elengedhetetlenek egy polgári vitához és amelyek nem lehetnek alárendelve sem profitérdekeknek sem államérdekeknek.

9.

A nem-kereskedelmi rádió a legszegényebb és a legkevésbé forráséhes a médiák közül: működéséhez nincs szükség óriási kezdő beruházásokra, mint például a televízió vagy az írott sajtó esetében. Ez egy „könnyű” kommunikációs média, amelyet egyszerű működtetni.

10.

A rádiózás monopóliumával még mindig rendelkező országoknak kötelességük,

hogy segítsék ennek a fajta kommunikációnak a kialakulását, azzal, hogy vigyázó szemüket és erős kezüket rajtatarjták a nagy pénzügyi csoportok FM-sávra való étvágyán.

11.

A Közép-Kelet-európai országokban meg kell védeni a rádiózást attól, hogy a piac kényszere nélkül fejlődhessen, hogy ezzel elősegítsék az igazi vitákat a tájékoztatásban. Nyugaton is van még mit tenni a független rádiók szektorának fejlesztésében /vagy konszolidálni kell, ahol már létezik./

12.

A FERL /Európai Közösségi Rádiók Szövetsége/, amelyet képviselek, azon dolgozik, hogy az audovizuális szektorban összhangba hozza a törvényhozást európai szinten. Már kaptunk ez ügyben válaszokat, visszajelzéseket európai intézményektől, a Közös Piacról és az Európa Tanácstól. Mr. Columberg, egy svájci parlamenti képviselő által nemrég beterjesztett és a tanács nagy többségének szavazatával elfogadott határozat /1/ erőteljesen támogatja Szövetségünk javaslatait.

13.

Nekünk, állampolgároknak, cselekednünk kell, hogy törvényhozóink kezdeményezései gyakorlati formát öltsenek, mottóként választva azt az igazságot, hogy „a szabadságot nem lehet kérni, azt ki kell vívni”.

/1/ 957-es Határozat, Az európai helyi rádiók helyzetéről, 1991.

A FERL III. Kongresszusa

Összefoglaló

Az első FERL kongresszuson, 1987. áprilisában Strasburgban 80 résztvevő jött össze. 1989 augusztusában kétszázán másztuk meg a provenszáli dombokat, hogy résztvegyünk Forcalquierban a második kongresszuson. Ezúttal, Ausztriában háromszázán voltunk, és a FERL szovjet tagjai azt tervezik, hogy következő, 1993-as találkozónkra kibérelik a Vörös teret. 1989-ben még csak egy maroknyi ember volt Kelet-Európából. Az idén százan jöttek ebből a térségből, és érdekes volt megfigyelni, hogy negyven évnyi szeparált fejlődés után, a megoldandó problémák és az előttünk álló küzdelmek többé-kevésbé azonosak mindenütt.

A szépen növekvő „üzleti számok” mellett vannak más eredmények is, amelyeket nem lehet számszerűen mérni. Jóllehet a Szövetség széleskörű elismertséget szerzett az Európai Intézményekben /a harmadik kongresszus az Európa Tanács patronálásával került megrendezésre/, még sok munka vár ránk, hogy a kereskedelmi média trösztöket és az állami monopóliumokat meghátrálásra készítsük. De az állam és piac közötti keskeny ösvényt kitapostuk, és most már rajtunk múlik, hogy azt minden lehető irányba kiszélesítsük. Marconi után száz évvel a rádió jobb sorsot érdemel, mint az államérdek hamis frázisait és a mosóporos vigécek csábításait.

Társadalmi kommunikáció

A dél-karintiai St. Primus kétnyelvű város kulturális központjában vasárnap megtartott vitánkat a kisebbségi véleményszabadság és média birtoklás, valamint a kultúrák közötti kommunikációs lehetőségek kérdéseinek szenteltük. Több csoport ismertette tevékenységét és terveit, és felvázolták az együttműködés lehetséges formáit. Kiindulási pontként szolgált az a megállapítás, hogy a közösségi rádiók fő célja és jellegzetessége a kulturális eltérések megőrzése.

A kereskedelmi médiák természetes módon úgy próbálják meg kialakítani műsoraikat, hogy azok a lehető legszélesebb hallgatóságot vonzzanak. Az a tény, hogy magukat tömegkommunikációs eszköznek tekintik, arra indítja őket, hogy egy egységes ízléssel rendelkező, „szabványos” hallgatóságot igyekezzenek létrehozni. Ha érdeklődést mutatnak valamilyen kisebbség iránt,

bizonyos, hogy az megfelelő gazdasági hatalommal rendelkezik. Így például Magyarországon létezik egy német nyelvű turistáknak szóló program, miközben a többszázezer itt élő cigánynak /a lakosság 7 százaléka/, semmilyen rádióműsora nincsen.

A köztisztviselőket és az állami intézményeket is leginkább a lobbik és egyéb uralkodó érdekek befolyásolják, és gyakorta igen csekély érdeklődést tanúsítanak a társadalmi és kulturális kisebbségek iránt. Az ORF, Ausztria rádió monopóliuma visszautasította a salzburgi diákok azon kérését, hogy műsorukat a regionális rádiózás keretein belül sugározhassák, azzal érvelve, hogy az egyetemisták igen korlátozott célcsoportot jelentenek /a város lakosságának mintegy 10 százalékát teszik ki./ Sok országban az állam még mindig az „egységes nép” illúziójában ringatja magát, tagadva a kisebbségi nyelvek és regionális identitások létezését. Az észak-olaszországi Friuli tartományban a lakosság kétharmada a friuli nyelvet beszéli, az állami tulajdonban lévő RAI /Olasz Rádió és Televízió/ regionális programjaiban ez a nyelv nem létezik.

Az országok perifériáin

A világ információ áramlása teljesen egyirányú; a központból halad a perifériák felé. Minél nagyobb mértékű a médiák koncentrációja, annál kevésbé tudnak a különböző központok kisebbségei beleszólni abba, hogy mi számít hírnek. Az Öböl-háború idején például, büszke európai fővárosaink, amelyek szeretik magukról azt hinni, hogy ők a világ közepe, vidéki kisvárosokká váltak az amerikai Atlantához képest, amely nemcsak a Coca-Cola, hanem a CNN központja is.

Az információ irányítóinak eszébe sem jut, hogy a perifériák esetleg egymással is akarnak kommunikálni, sőt van közlendőjük a központ részére is. A Radio Zinzine, a provençali Alpok lábainál elterülő gyéren lakott vidék rádióállomása és a FERL egyik társalapítója is szenvedője volt ennek a jelenségnek. Amint a sugárzási területe kezdett a nagyobb városokra – mint Aix-en-Provence – kiterjedni, ahol nagy és hűséges hallgatóságra talált, a francia rádiós hatóság, a CSA rendeleteket adott ki, hogy a rádiót visszakényszerítse a hegyvidéki zónákba. Mindennapi jelenség, hogy egy tengerparti nagy kereskedelmi rádióadó banális fogyasztói programokkal árasztja el a hátszág rádióhullámaint, de elképzelhetetlen, hogy a hegyekből jövő független hang megzavarja a sűrűn lakott városokat.

A világ lakosságának nagyrészét a perifériák és kisebbségek alkotják. A FERL

kongresszuson minden nyelven kifejezésre jutott a regionális csoportok azon óhaja, hogy kölcsönös kapcsolatba lépjenek egymással és a központokkal.

A „szabad” vagy közösségi rádiók miközben lábukat szilárdan megvetik a helyi talajon, fejüket a szűk régió fölé emelve nyitnak a szélesebb horizont felé. E rádiók összekötökké válnak a „helyiek” és a „külföldiek” között, bátorítva az állampolgárokat a helyi életben, a helyi önkormányzatban való részvételre, s egyben arra, hogy kapcsolatokat építsenek ki más városokkal és régiókkal, még akkor is, ha azok néhány ezer kilométerrel arrébb vannak. Végezetül a svájci kersztény-demokrata párti parlamenti tag, dr. Dumeni Columberg saját országairól beszélt és saját kisebbségi nyelvéről a romanschról, mely Svájc negyedik hivatalos nyelve. Ő tudja csak igazán, hogy a piaci erőkre hagyatkozva kisebbségi csoportja sosem juthatott volna saját médiához.

„Sokan panaszojják a televízió fenyegetően uralkodó szerepét és rossszállásukat fejezik ki azon tendencia miatt, hogy a televízió maga teremti meg az eseményeket. Rendkívül nagy veszély rejlik abban, hogy fontos események szórakoztató műsorokká válnak. Ebben a kedvezőtlen helyzetben jött el a rádió, a helyi és közösségi rádiók ideje. Ezek a médiák lehetővé teszik, hogy megfelelő körülmények között gyors, átfogó, az állampolgárokhoz közelálló információt adjanak. A helyi rádiók lehetővé teszik a regionális politikai életben való aktív részvételt. Meg vagyunk győződve annak szükségességéről, hogy Európa szerte minden tagállam megadja a működési engedélyt a helyi rádióknak. Arra szeretnénk ösztönözni a kezdeményezőképes fiatalembereket, hogy hozzanak létre rádiókat. Biztosítanunk kell a rádió által sugárzott vélemények, információk, kultúrák és szórakoztató műsorok sokféleségét. Fontosnak tartjuk, hogy minden társadalmi csoport, belértve a peremre szorultakat is, ki tudja fejteni véleményét a médiákban. Ne uralkodjanak tehát a politikai vagy gazdasági erők, ne uralkodjon a nagy pénz...”

Segítség a kelet-európai rádióknak

Nem csoda, hogy a kelet-európai országok sietnek mielőbb megszabadulni a monolitikus állami rádió monopóliumoktól. Sokaknak azonban komoly illúziói vannak a piaci erők jótékony hatásait illetően. Nagy lehetőségeket látva több kereskedelmi hálózat már meg is kezdte a kelet-európai rádiófrekvenciák lerohanását. Pontosan ez az az időszak, amikor a FERL lényegesnek tartja, hogy támogatásáról biztosítsa azokat, akiknek más elképzeléseik vannak a

demokratikus médiákról, és független, nem kereskedelmi rádiók létrehozását tervezik. Ezideig a FERL a korábbi NDK, Románia és a Szovjetunió ilyen irányú projektjeinek segítségével vett részt.

Első lépésként felhívtuk a keleti látogatók figyelmét a médiák kereskedelmi uralmának veszélyeire és a közösségi rádióknak, mint harmadik szektornak a létezésére. Többen közülük nyugateurópai rádiókhöz is ellátogattak. Amikor már eldöntötték, hogy létrehoznak egy rádió-projektet, a FERL műszaki tanácsadással és felszereléssel segítette őket. A másik igen fontos terület, ahol a FERL segíteni tud, az a hatóságokkal való csatározás az új médiatörvények kidolgozásában. Nagy különbség van a között, hogy fiatalok egy izolált kis csoportja áll elő egy egzotikus tervvel, amely nem illeszkedik bele sem az új, sem a régi rendszerbe, vagy ha egy már elismert szövetség által támogatott európai összefüggésekbe ágyazott projektről van szó. Mindennek különösen nagy szerepe van Kelet-Európában, ahol mindenki nyugat felé fordul, és megpróbálja megnyerni a nyugati intézmények elismerését. A csehszlovák kormány felkérte a FERL-t, hogy tanácsadást végezzen az új rádiós törvényt kidolgozó bizottságnak. Komoly érdeklődés mutatkozott a romániai Ifjúsági Minisztérium részéről is, amely két küldöttet delegált a Kongresszusunkba. Az új rádiós törvénynek természetesen nagy hatása lesz a szovjet demokratikus médiák kialakulására is.

Az Európai Polgári Fórum diák programcseréje keretében jött létre a ungvári egyetemi rádió, a Radió Altera terve is. Szintén az Európai Polgári Fórum által segítve határozta el néhány erfurti /ex NDK/ fiatal a Radió FREI létrehozását a FERL segítségével. Azóta a Radio FREI az egyik legismertebb nem-kereskedelmi állomás lett Németországban. A múlt télen a FERL vendégül látott három fiatal románait egy háromhónapos műszaki tanfolyamra a Radio Zinzine-nél /Forcalquier/ és a Radio IFM-nél /Grenoble/. A három vendégül látott csoportból kettő áprilisban hazatérve és fellelkesülve a kint szerzett tapasztalatokon elhatározta, hogy helyi rádiókat fog létrehozni. Két rádió-projektet dolgoztak ki, amelyek alapján észak-kelet Romániában, Kolozsvár közelében egy városi és egy vidéki rádióállomást hoznak létre, amelyek egymással szorosan együtt fognak működni.

A jogi bizottság összefoglalója

I. Az európai rádiós törvények összehasonlítása és irányelvek kidolgozása egy szabványosított európai törvényhez

Kérdőívek alapján a FERL megkezdte egy tanulmány kidolgozását a rádiós törvények összehangolására. Eddig Franciaország, Olaszország, Nagy Británia, Hollandia, Norvégia, Németország /kelet és nyugat/, Svájc és Ausztria törvényeit illetve törvénytervezeteit vizsgáltuk meg. Célunk az, hogy kritikusan értékeljük az egyes törvényeket és összeállítsuk azoknak az intézkedéseknek a listáját, amelyeket a közösségi rádiók érdekében mindenképpen el kell kerülni, valamint azokat, amelyek példaértékűek lehetnek más országok számára. Általában azt lehet mondani, hogy Franciaország és Norvégia törvényei a legkedvezőbbek, míg Németországé és Nagy Britanniájé lehetetlenné teszik a nem-kereskedelmi rádiózást. Bertrand Burollet az összehasonlító tanulmány konklúziójaként összefoglalta azokat a pontokat, amelyeket a rádiós törvényeknek tartalmazniuk kell, hogy biztosítva legyen a közösségi rádiók léte és sikeres működése.

1. Jogi státus

A nem-kereskedelmi, közösségi rádiók elismerése, mint külön kategória az állami vagy közszolgálati szektor és a magán kereskedelmi rádiók mellett. Ez az egyetlen módja annak, hogy a napjainkban dúló médiaháborúban jogilag is védett helye legyen a társadalmi kommunikációnak. Enélkül a világos megkülönböztetés nélkül a közösségi rádiók nem tudnak versenyezni a rádiós hatóságok döntéseivel, amelyeket erősen befolyásolnak a kereskedelmi lobbik. Ez a preferenciális kezelés előfeltétele a nem-kereskedelmi állomásoknak más területeken is, mint a közadományok, postai és telefondíjak, licenck, adók, szerzői jogdíjak, stb. Nem-kereskedelminek tekintendők azok az állomások, amelyek függetlenek a politikai és pénzügyi hatalmi struktúráktól és amelyek rendeltileg non-profit intézmények.

2. A frekvenciák megtervezése és felhasználása

Mindazon tervezési elemek közreadása, amelyeket a rendelkezésre álló frekvenciák meghatározásakor felhasználnak. A médiapolitika azon irányelveinek kidolgozása, amelyre a frekvencia-tervezést alapozzák /nemzeti, regionális és helyi programok biztosítása, a frekvenciák városokban való optimális kihasználása/. A regionális és helyi frekvenciák megtervezését és elosztását nem központilag, hanem regionális szinten kell lebonyolítani, a közösségi rádiókkal való konzultációkkal. A nem-kereskedelmi állomásoktól nem lehet működési-engedély-díjat kérni.

3. Az URH sáv felosztása

Világosan legyen szabályozva, hogy egyharmadát a nem-kereskedelmi

rádióknak kell fenntartani. Ahol megpróbálták a kereskedelmi rádiókat általában betiltani, ez lehetetlennek bizonyult. A kereskedelmi adók minden utat megtalálnak, hogy kijátsszák a korlátozásokat és ez a frekvenciák teljes káoszt eredményezi. Sokkal jobb lenne kijelölni a hullámhossz egy bizonyos részét, ahol a kereskedelmi adók versenghetnek egymással, és egy másik legálisan kijelölt sávra, a nem-kereskedelmi, közösségi rádiók rendelkezésére bocsájtani.

4. Műszaki berendezések

Sem a nemzeti posta és távközlési hatóságoknak, sem magáncégeknek nem engedhető meg, hogy monopóliumuk legyen a programközvetítések technikai eszközei felett. Lehetővé kell tenni a magánadók működését, amint ez néhány országban már meg is valósult. Az URH adók költséges típus-jóváhagyó procedúráját el kell vetni.

5. Intézkedések a média-koncentráció ellen

Nyilvánosság és információ-adás a médiákban pénzügyileg résztvevőkről. A Többféle eszköz van a médiákat uraló trösztök kialakulásának megakadályozására. A „tolerancia küszöb” definíció azonban nagyon önkényes és a gyakorlat azt mutatja, hogy igen nehéz hosszabb időn át betartani. A pénzügyi csoportokat gyakran arra ingerli, hogy nyomást gyakoroljanak a politikai döntéshozókra. A pénzügyi nyilvánosság megkövetelése alapfeltétele a koncentráció ellenes intézkedéseknek.

6. A saját készítésű programok minimuma

A közösségi rádió saját készítésű programideje nem lehet ötven százalékkal kevesebb, mint a vásárolt vagy a hálózat által rendelkezésre bocsájtott programok műsorideje. A kereskedelmi hálózatoknak világosan beazonosíthatóknak kell lenniük, és az egyes rádióik nem hirdethetik magukat függetleneknek.

7. Finanszírozás

A nem-kereskedelmi rádiók joga a közfinanszírozásra

Ezt a jogot a nem kereskedelmi állomások közszolgálati és társadalmi kommunikációs jellege indokolja. A közösségi rádiók függetlensége csak úgy biztosítható, ha finanszírozásuk több különböző forrásból történik, és ha nem kényszerülnek magukat kereskedelmi vagy politikai befolyásnak alávetni. Erre különböző országokban különböző modellek vannak, pl. az állam által beszedett rádió és televízió működési engedélyek díjai egy bizonyos százalékának

kiosztása; az írott sajtó támogatására adottakhoz hasonló díjak; a kereskedelmi adókra az állam által kivetett adókból képzett speciális alapok, melyeket a nem-kereskedelmi rádiók közt szétosztanak. Franciaországban egy sikeres, harmadik módszert dolgoztak ki: az állami és a magán rádió és televízió állomások hirdetési bevételeik /igen kis/ százalékában fizetnek adót, s ez képezi a társadalmi rádiók segélyezésének alapját.

8. Ellenőrző testületek

Független bírói testületek létrehozása A közösségi rádió szektornak nagyfokú függetlenséget és önállóságot kell adni. Ennek ellenére kell lennie egy testületnek, amely felügyeli a jogi keretek betartását. A jogi bizottság nem állapított meg szabályt arra vonatkozóan, hogy ki legyen benne ebben a testületben és azok hogyan működjenek. Az azonban bizonyos, hogy ez a testület nem lehet állami szerv, inkább egy olyan független testület, melyhez minden érintett személy folyamodhat. Különböző kérdésekben voltak nézeteltérések, bár ezek gyakran félreértésekből fakadtak. Az osztrák ügyvédek, akik most dolgoznak ki egy alternatív rádiós törvénytervezetet, a nem-kereskedelmi rádiók puritanizmusát úgy értelmezték, hogy azoknak a hirdetésektől teljesen menteseknek kell lenniük. A csehszlovák és a szovjet résztvevők viszont azzal érveltek, hogy ezek a rádiók nem képesek magukat hirdetés nélkül fenntartani, mivel náluk a segélyek és alapok rendszere nem létezik. Legfeljebb azok az állomások képesek így fennmaradni, amelyeket politikai vagy nacionalista szervezetek támogatnak. Ilyen körülmények között a finanszírozás diverzifikálása az egyetlen garancia a politikai függetlenségre. A bizottság résztvevői egyetértettek abban, hogy egyes országokban helyes annak ösztönzése, hogy a nem-kereskedelmi szektor hirdetések nélkül működjön. Általában azonban egy olyan alapítói okirati elkötelezettség, mely deklarálja a non-profit tevékenységet, eléggé egyértelmű definíció.

II. A frekvenciák megtervezése és felhasználása Christopher Lindenmaier hozzászólása a technikai területekre irányította a bizottságok figyelmét. Ez azért fontos, mert az államok és képviselőik ezt olyan bizalmas témaként kezelik, amelyeket természetesen törvények és belső megállapodások szabályoznak. A rádiós törvényeket kidolgozó jogászok és politikusok gyakran örülnek, hogy „vitathatatlan tényekkel” találják szembe magukat. A frekvenciahiányt így gyakran felhasználják az igen korlátozott számú kiadott műszaki engedélyek igazolására, jóllehet a frekvenciatervezést igen sokféleképpen lehet befolyásolni:

1. A nemzetközi egyezmények módosítását az országok az ITU rendszeresen megtartott konferenciáin kérhetik. Ebben a vonatkozásban meg lehet vizsgálni Európa-szerte a 66-73-as MHz szakaszt az URH sávban, melyet jelenleg Kelet-Európában használnak. A FERL lépéseket tesz, hogy a Nemzetközi Rádiós Konzultatív Bizottság /CCIR/ tagja legyen.
2. A szomszédos országokkal bármikor tárgyalásokba lehet kezdeni az érvényes egyezményekben még nem rögzített frekvenciák és közvetítő állomáshelyek használatáról. /Genfi terv, 1984/.
3. Frekvenciák „felfedezésére” is vannak megoldások. E célból fel kell hagyni a túlzottan centralizált adók hagyományos elképzelésével és egy sokkal rugalmasabb, a topográfiai adottságokra támaszkodó regionális és helyi

adók rendszerét kell létrehozni. A közakarát és a politikai eltökéltség döntő módon kihat a frekvenciák használatára. III. *A nem-kereskedelmi rádiók és a szerzői jog* Guy Stockens az ALO belga szövetség tagja összefoglalta a szerzői jogvédelemmel kapcsolatos fő problémákat. Jelenleg a világon kétfajta koncepció van ezzel kapcsolatban: a./ az angolszász koncepció a műalkotásokat eladható áruknak tekinti, melyek gazdasági kiaknázására bizonyos szabályozók és korlátok életbe léptetése szükséges. b./ a francia koncepció prioritást ad az állampolgároknak, hogy megvédjék szellemi alkotásukat /a definíció a francia forradalom idejére nyúlik vissza/. A francia értelmezés szerint a közösségi rádiók elvben nem kerülnek szembe a szerzői joggal. Gyakorlatban azonban a problémák egész sora lép fel:– A szerzői jogdíjakat kezelő társaságok magán-monopóliumok. A jogdíjak mértékét általában úgy állapítják meg, hogy nem konzultálnak a felhasznált műalkotások céljairól és azok motivációjáról. A jogdíjak a nem-kereskedelmi rádiók számára gyakran elképesztően magasak. Belgiumban például éves költségvetésüknek háromszorosát kellene fizetniük jogdíjakra; Csehszlovákiában egy bizonyos lemez éves jogdíja tizenötszöröse a lemezárnak. Sőt Szlovákiában a kormány a működési engedély kiadását a szerzői jogvédővel kötött szerződéstől akarja függővé tenni.

Figyelembe kell venni a közösségi rádiók nem-kereskedelmi jellegét, és kedvezményes díjakat kell velük szemben alkalmazni, ahogy ezt Franciaországban teszik. Egy másik megoldás az lehetne, hogy az állam /például a kulturális minisztérium/ magára vállalja a költségek nagy részét.

– A jogvédő társaságok minden felhasznált műalkotás után beszedik a díjakat, de csak a legismertebb, legnagyobb sugárzási időt elfoglaló művészeknek juttatnak belőle. A közösségi rádiók általában a kevésbé ismert, gyakran helyi zenészek darabjait sugározzák és nem lehet őket arra kényszeríteni, hogy a legbefutottabb énekeseket finanszírozzák. Követeljük, hogy a közösségi rádiók által befolyt jogdíjából azok a zenészek részesüljenek, akiket a rádiók közvetítenek.

Az ALO közzétett egy tanulmányt, mely összehasonlítja a jogdíjak problémáját különböző európai országokban. Egy másik kiegészítő dokumentum most van készülöben. Az a javaslat született, hogy hasonlóan a törvények összehasonlításakor alkalmazott módszerhez, adjanak ki kérdőíveket. Fő követelményeinket a „Szerzői jog Közösségi Rádiós Kartájában” kell az európai intézények tudomására hoznunk.

A most induló közösségi rádiók figyelmét általában felhívták arra, hogy ne akarjanak minden problémát előre megoldani. Ha már megkezdtek működésüket, könnyebb a szerzői jogvédő hatóságokkal kompromisszumot

kötni. Ami a licenceket és közadományokat illeti, a közösségi rádióknak nem kell elfogadniuk az általános szabályokat, hanem együtt kell harcolniuk a kedvezményesebb megoldások kivívásáért.

A harmadik kongresszus

A FERL harmadik kongresszusát idén májusban rendezték meg öt napon át Ausztriában. A háromszáz résztvevő egyharmada Közép-Kelet Európából jött. A vitákra először a fővárosban, majd a két utolsó napon egy kis kétnyelvű községben, St. Primus-ban került sor Dél-Karintiában. Mindenki egyetértett abban, hogy a médiaszektort nem lehet a piaci erőkre bízni. Ez ugyanis nyugtalanító mértékű koncentrációhoz és egysíkúsághoz vezethet. A rádiózás terén a FERL azt követeli, hogy világos elhatárolódás történjen a köz- vagy állami rádiózás, a magán, kereskedelmi rádiózás és a „harmadik szektor”: a nem-kereskedelmi és egyetemi rádiók között. A harmadik szektor a „civil társadalom”- é: lakossági csoportoké, és kereskedelmi és pártpolitikai édekektől független egyesületeké. Ezeknek a rádióknak az a feladata, hogy biztosítsa az állampolgárok szabad önkifejezését és a médiák birtoklását. A közösségi rádiókban olyan társadalmi csoportok és kulturális kisebbségek, találhatnak találkozóik és vitáik részére fórumot, amelyek egyébként sosem kapnak hangot a nagy médiákban.

Csehszlovákia, Románia és Magyarország kormány és/vagy jogi bizottságai képviselőinek jelentése a kongresszuson a téma iránti komoly érdeklődést tükrözi. A FERL tanácsadó minőségben együttműködik európai kormányokkal és intézményekkel, és más országoknak is szívesen nyújt ilyen jellegű segítséget, ha erre igényt tartanak. A kárpátaljai /Ukrajna/ Radio Altera és moszkvai újjáírók egy csoportjának kezdeményezésére hamarosan kampány indul a Szovjetunióban, hogy a szovjet törvényekben elismertessék a nem-kereskedelmi rádió szektort.

A Kongresszust az Európa Tanács főtitkárának, Mrs. Catherine Lalumiernek a patronálásával rendeztük meg. Dr. Dumeni Columberg, aki az Európa Tanács Parlamenti Közgyűlésének delegátusaként vett részt vitáinkban, kifejezte készségét annak biztosításában, hogy az Európa Tanács helyi rádiókra vonatkozó ajánlásai egy kötelezőbb érvényű európai konvencióba is bekerüljenek. A Dr. Columberg által megfogalmazott jelentést az európai helyi rádiókról 1991 januárjában elfogadta a Parlamenti Közgyűlés. /Lásd Euradio 17/.

Az Adriai Alpok három régiójában egy kultúrák közötti kommunikációs szabad zóna létrehozását ajánlottuk. A karintiai Agora, a friuli Onde Furlane /Olaszország/ és a Rifio Student /Ljubljana/ létrehoztak egy határmenti,

háromnyelvű projektet. A FERL tagrádiók tanfolyamokkal és kedvezményes áru anyagokkal kívánnak segíteni a kelet-európai nem-kersekedelmi projekteknek. A kelet-európai nyitás a FERL újonnan megválasztott Végrehajtó Bizottságában is megnyilvánul, amelybe szovjet, román, magyar, csehszlovák és kelet-német képviselőket is beválasztottak. Döntés született arról, hogy a következő FERL kongresszus két év múlva a Szovjetunióban fog megrendezésre kerülni.

A kongresszusi beszámoló angol, francia és német nyelven áll rendelkezésre és az alábbiakat tartalmazza:

- a résztvevők névsora és a támogató üzenetek
- a jogi, technikai és szervezési bizottságok jelentései
- az egyetemi rádiók vitái
- a többkultúrájú rádiók vitái
- Részletek dr. Dumeni Columberg hozzászólásából
- a sajtóban megjelent cikkek kivonatai
- az új FERL Végrehajtó Bizottság

A Függetlenek Szövetségének svájci tagja Verena Grendelmeier, aki 17 éve televíziós újságíró: „A rádió és a televízió egyoldalú kommunikációs eszközök. Mi nem jobban vagyunk informálva, hanem egyszerűen napi 24 órán át informálva vagyunk. Mi nem veszünk részt közvetlenebbül az eseményekben, éppen fordítva. Egyre passzívabbá, nemtörődömmé válunk általa, hozzájárulva a civilizált világ növekvő analfabetizmusához. A médiák ezen áradata közepette az emberek nem érzik ösztönözve magukat a reagálásra. Az egész világ beömlik a szobánkba, s ez rendkívül veszélyes. Teljes mértékben hiányoznak a közösen megélt élmények, természetesen a Denver és Dallas sorozatokat kivéve, amelyek nézésekor az ember azonosítja magát a fiktív személyekkel. Az ember elveszti a realitással való minden kapcsolatát. A környezet teljesen eltűnik, és ennek igen súlyos következményei vannak. A polgár egyre elszigeteltebb az egyre jobban technologizált világban. Ennek következményeként azt tapasztaljuk, hogy az emberek visszahúzódnak a közélettől.

Ezért úgy vélem, a helyi rádióknak új jelentőséget kell tulajdonítanunk. Bizonyos mértékig a helyi rádió veheti át a közéleti piacterek vagy falusi vásárterek szerepét. A helyi rádiók kétirányú kommunikációs eszközök. Fel lehet hívni őket, elmondhatják véleményüket az emberek akár a szomszédoknak címezve is ...„Még azt tenném hozzá, hogy a CNN óta nem vagyok büszke arra, hogy televíziós újságíró vagyok.”

Az Egyesült Államok-beli közösségi rádiók és az Öböl-háború

Részletek Charmaine Petersnek a „Közösségi Rádióhírek” /a Közösségi Rádiók Országos Szövetségének NFCB havilapja/ legutóbbi számában megjelent cikkéből:

„Az NFCB állomások igen leleményesek voltak a háború során a kihívásokkal szemben. A KPFA /Berkeley, California/ hordozható telefonokkal felszerelve küldte riportereit San Franciscoba és Berkeleybe, ahol azonnal demonstrációkra került sor, amint a koalíció támadásának híre napvilágra került. A KPFA adóit használták, hogy telefonon közvetítsenek élő adást az eseményekről a rádióállomásoknak.

A január 19-i tüntető felvonulásról a KAPF /Little Rock, Arkansa/ Washingtonba küldött tudósítói többórás utcai interjúkat rögzítettek. Közben az állomáson a legjobb kommentárokat a zenei felvételek közé bekeverték.

Mielőtt a háború megkezdődött a WBAI /New York/ három oktató jellegű műsort sugárzott. Noam Chomsky híres nyelvész-szóvivő élő adásban válaszolt a hallgatók kérdéseire. KAXE /Grand Rapids, MN/ a háborúnak a közösségre gyakorolt hatására akarta felhívni a figyelmet. Kilenc telefonos műsort csináltak, amelyben vallási vezetők válaszoltak élő adásban a kérdésekre, de voltak köztük vietnámi veteránok, nemzeti gárdisták is. Egy másik módszer a közösség-bevonásra az volt, hogy egy telefonvonalat állítottak be, melyet a hallgatók bármikor hívhattak és kifejtették véleményüket. A legjobb hozzászólásokat a következő napi reggeli műsorban bejátszották. A WMNF /Tampa, Florida/ közzétette az állami és a helyi képviselők telefonszámait és címeit, hogy az emberek felhívhassák őket vagy ír hassanak nekik véleményük kifejezésére. A KSJV /Fresno, California/ kétnyelvű, angol, spanyol rádió. Keddenként spanyol nyelven kerekasztal beszélgetéseket szerveztek, ahol a közösség vezetői megvitatták a háború bizonyos, aggodalomra okot adó kérdéseit.

KFAI /Minneapolis/ telefonra rögzítette a gyűléseket és más hasonló helyi és országos eseményeket. A KAOS /Olympia, Washington/ az Evergreen Állami Egyetem rádiója, majdnem hogy a körzet hivatalos háborúellenes szócsöve lett. A közösség spontán módon a KAOS-t kezdte használni minden háborúellenes tiltakozás, demonstráció és gyűlés közreadására.”

Agusti Vinamata i Matemala /újságíró és pedagógus/

A szociális önkéntesek és a tömegkommunikáció

Bár az általánosítás mindig kockázatos, az önkéntesekkel dolgozó szervezetek többsége egyetért abban, hogy a tömegkommunikáció nem méltányolja szociális tevékenységünket és ennek következtében nem is propagálja azt.

A helyzet országról országra változik és az önkéntes szervezetek funkcionális jellemzőitől függ /nagysága, elkötelezettség, eredmények és látható feladatok/. Talán egyes nagyobb szervezetekre ez nem igaz, de általánosságban elmondhatjuk, hogy jelenlétük a tömegkommunikációban elenyésző.

A médiák önkéntes szervezetek iránti közönye jelentőségükkel fordítottan arányos: a legnagyobb az érdeklődés a helyi és szakajtóban /pl. munkaügyi, vallási, ifjúsági magazinok/, kisebb a nemzeti és nemzetközi sajtóban. Különbég van a médiák típusait illetően is, a rádió és szorosban a nyomában az írott sajtó a legnyitottabb, míg a televízió sokkal elzárkózóbb.

A mindkét oldalról jövő kommunikáció-hiánynak is különböző és sokféle oka van. Minden esemény kapcsán mindkét fél „felelős” ezért a helyzetért.

Néhány gyakori hiba

Ebben a tanulmányban az önkéntes szervezetekre fogunk koncentrálni, mert ezen a területen tudunk változtatásokat létrehozni és befolyást gyakorolni.

A szervezetek többségében nem képesek hozzáértő és határozott kapcsolatokat kialakítani a tömegkommunikációval. Ezeknek a kapcsolatoknak az együttműködésen kell alapulniuk. A médiákban többet kell látnunk, mint egyszerűen az önkéntes szervezetek és missziójuk segítését. Nem szabad megfélemlenünk arról, hogy napjainkban még az állami irányítás alatt lévő médiák is vállalkozások, amelyeknek egy bizonyos terméket kell eladniuk, nem pedig köz- vagy polgári szolgáltatást nyújtok, a társadalmi üzenetek továbbítására – még a mi szervezeteink üzeneteinek továbbítására sem!

Szervezeteinknek a kérdéskörhöz való viszonyulására utalva elmondanék egy példát. A kongresszus szervezői által több, mint ezer szervezet részére kiküldött kérdőívre csak két szervezet válaszolt. Ez önmagában jól szemlélteti, amit már említettem, azaz, hogy a szervezetek többsége mennyire nem tulajdonít fontosságot a tömegkommunikációval való kapcsolatnak. Érdekes lenne megtudni pontosan, hogy hány önkéntes szervezetnek van olyan munkatársa vagy csoportja, amely megfelelő felkészültséggel és odaadással foglalkozik a sajtóüggyekkel saját szervezetén belül.

Az első és igen általános hiba, hogy az egyesületek nem fordítanak kellő emberi, technikai és anyagi forrást erre a területre. A második hiba, hogy arra a

hitre alapozzák tevékenységüket, hogy szervezetük missziója olyan fontos és nemes, hogy azt automatikusan mindenkinek fel kell ismernie és támogatnia kell, ami a médiák esetében a propagálást jelenti.

A valóságban ez nem annyira magától értetődő. /Ha azok a gondok, amelyek létrehozzák az önkéntes szervezeteket olyan nyilvánvaló prioritást élveznének általában az európai társadalmakban, talán nem is lenne szükség ezekre a szervezetekre, mint a problémákra való válaszadás egyfajta formájára.../ Gyakran nemcsak arról van szó, hogy ügyünk nem evidens, hanem a kitűzött célok sem érthetők világosan. Szükséges tehát, hogy világosan és tömören tudjuk céljainkat kifejezni. Szükséges tehát, hogy valójában megismerjük a tömegkommunikációs eszközöket /hogyan működnek és milyen mozgatórugók irányítják azokat/, hogy olyan információkat tudjunk ajánlani nekik, melyek nagy eséllyel elfogadhatók lesznek. A jól előkészített, közlésre szánt anyag /legyen az információ, vélemény vagy egyéb/ logikus és elfogadható módon kerüljön benyújtásra.

Társadalmi tömegkommunikáció

A tömegkommunikációt olyan üzleti vállalkozásnak kell tekintenünk, amely speciális terméket ad el. Ebben az esetben a termék az információ. A médiák ugyanakkor a társadalom közvetítő közegei, amelyek ki vannak téve a politikai és gazdasági erők nyomásának. Alapvetően az újságírói üzletág három fő területén tevékenykedik: megmagyarázza az eseményeket, terjeszti a véleményeket és hirdetések terjeszt.

A hirdetést, mint fizetett tevékenységet nem tárgyaljuk, de megpróbáljuk megérteni, hogy a másik két funkció hogyan valósul meg. A tömegkommunikáció eseményekkel /hírekkel/ foglalkozik. De nem foglalkoznak minden hírrel. Az események kiválasztása több különböző szempont alapján történik: újságírói, kereskedelmi és politikai szempontokból. Az újságírói kritériumok: az újdonság, a különlegesség, a konfliktus, a dráma azaz az emberi érdeklődésre számot tartó események. A média azokkal az eseményekkel foglalkozik, amelyek megfelelnek ezeknek a kritériumoknak. Természetesen azokkal az eseményekkel foglalkoznak, amelyeket feltehetően el lehet majd adni, és amelyek terjesztésében a politikai és gazdasági erők érdekeltek. Sajnálatos módon azt kell mondanunk, hogy elvben az önkéntes szervezetek missziója nem felel meg az újságírói kritériumoknak. Ráadásul a szervezeteknek nincs jelentős politikai és gazdasági hatalmuk. Nagyvonalakban ez a magyarázata annak, hogy híreik ritkán jutnak be a tömegkommunikációba. Az az egyetlen lehetőségünk tehát, hogy misszióink drámai „elemeit adjuk” el,

hisz ez tarthat igényt az érdeklődésre. Ki kell emelnünk mindazt, ami eredeti, ami eltér a szokásostól és ami konfliktust hordoz.

Javaslatok önkéntes szervezeteknek

Alapvetően két javaslatot teszek, mindkettőt konkrétan is megvitathatjuk a kongresszus keretében, amennyiben érdeklődésre tart számot.

1./ Fordítsunk komolyabb erőket a sajtóval való kapcsolattartás területére, „sajtóosztályokat” létrehozva. /Ha ez az egyes szervezetek szintjén nem megvalósítható, szövetségi szinten létre lehet hozni./

2./ Határozzuk meg a cselekvés területeit, amelyek Sjef Theunis, a NOVIB extiktára szerint az alábbiak lehetnek:

– ismerkedjünk meg alaposan az európai önkéntesek közötti kommunikációval, de különösen az azok közötti kommunikációs kapcsolatokkal, akik a miénkhez hasonló területen dolgoznak. A kommunikációt a saját szervezetünkben kell elkezdni. A mások által szerzett tapasztalatoknál is fontosabb, hogy állandóan továbbképezzük magunkat, állandó átalakítási folyamatokat kezdeményezzünk, azzal a céllal, hogy növekvő hatást gyakoroljunk a társadalomra.

– Teremtsük meg a magunk saját médiáját. Ez elősegíti a szervezetek közötti kommunikációt és lehetőséget nyújt arra, hogy hangot adjunk olyan társadalmi szektoroknak, amelyek egyébként nem jutnak nyilvánossághoz.

– El kell mélyítenünk a kapcsolatot a tömegkommunikációval, oly mértékig, hogy *a társadalmi ügyek hiteles hírforrásává* váljon.

– Hozzunk létre – legalább szövetségi szinten – olyan munkacsoportokat, amelyek célja, hogy munkakapcsolatot alakítsanak ki a kormányzatszervekkel, megkönnyítve ezáltal az információadást azokról a területekről, ahol az önkéntesek befolyást tudnak gyakorolni az emberekre és az egyesületekre. Ez igen fontos, nem csak az emberek motivációja szempontjából, hanem azért is, hogy kidolgozásra kerüljenek az önkéntes szervezetekben alkalmazható legjobb stratégiák.

Tilos Rádió – „arról szól, ami majd lesz”

A frekvenciamoratórium ellenére augusztus óta működik a Tilos Rádió, az egyetlen alternatív kulturális adó. Bár munkatársai illegalitásban dolgoznak, egyre többet hallani róluk. A Nyilvánosság Klub nekik ítélte a régóta átnyújtásra váró Civilkurázi Díjat.

Ők azonban nem csupán állampolgári engedetlenségre kényszerülő öntevékeny csoport tagjai. Elsősorban egyfajta, nálunk csak amerikai filmekből ismert rádiózás megteremtői, akiknek ugyan nagyon határozott elveik vannak, de amit csinálnak, szórakoztató játéknak fogják fel. Milyen ez a Nyugaton már régésrég a kulturális élet szerves részének számító rádióútus? Mennyiben nyújt mást, mint a tömegmédiá? Erről kérdezem a Tilos Rádió egyik munkatársát, akit jobb, ha nem nevezünk meg. (Az adás a nyugati URH-sávon – FM 95,5 – hallható, ha hallható, hétfő, szerda és péntek délután.)

– Alapelvünk, hogy olyan nonprofit rádió szeretnénk lenni, amely alternatív kultúrával és kisebbségekről szóló kulturális kérdésekkel foglalkozik. Ezek a témák csak nehezen vagy elszórtan kapnak teret a tömegmédiában. Hogy a kereskedelmi médiából hiányoznak, az természetes, mert ezek a kisebbségek nem fizetőképesek. De az úgynevezett közszolgálati, a nagyobb médiában sincsenek jelen, mivel azok tömegigényt elégítenek ki, és mindenkinek akarnak szólni.

– *Melyek ezek a kisebbségek?*

– Egyrészt a kulturális értelemben vett kisebbségek, akik nehezen publikálnak, ritkán kerülnek szóba, és akiket nem nagyon támogatnak. Például olyan zenészek, akik nem hallhatók a nagy rádióban.

Megszólalási lehetőségek, kapnak még etnikai értelemben vett kisebbségek, például a cigányok.

Tervezzük cigányféléra elindítását, amely roma nyelven menne. Dolgoznak rajta, de még nincsen, és ez elég nagy baj.

– *Hallgatnák ezt azok, akik értik?*

– Az mindegy. Először teljesen mindegy. Amíg a nagy romarádió meg nem indul, addig ez mindenesetre gesztus. Ezt a rádiót különben sem lehet rendesen fogni, tekintettel a körülményekre, amelyek között dolgozunk. Így hát minden, amit csinálunk, csak gesztus, arról szól, ami majd lesz. Végül pedig foglalkozunk a szociológiai értelemben vett kisebbségekkel, például a

homoszekszuálisokkal, leszbikusokkal, környezetvédőkkel.

– *Milyen a rádió felépítése, szerkezete?*

– Gyakorlatilag egy szervezeti eleme van: egy napnak megvannak a felelős szerkesztői. De, hogy a műsorba kitől kérek anyagot, az az ő dolguk. Arról van benne szó, amit ez a két-három ember fontosnak tart. Főszerkesztők nincsenek. A szerkesztők (nem szeretem ezt a szót, de nem tudok jobbat) felelnek ezért, hogy egy napra össze legyen válogatva az anyag. A műsor 70-80 százaléka zene, a többit kell kitölteniük interjúkkal, novellák felolvasásával. Az adás tehát egyrészt úgy áll fel, ahogy nekik tetszik, másrészt azért meg kell felelnie az előbb említett alapelveknek. Tehát abban is különbözünk a nagy rádióktól, hogy a mi munkánk homogénebb, mi csak a felsorolt témákkal foglalkozunk. Később, ha napi nyolc-tíz órás adások lesznek, sem szeretnénk ezen a munkamódszeren változtatni. Inkább majd rendeteg külsőt fogunk alkalmazni, akik bejöhetnek és elmondhatják a magukét. Ami a szerkesztőknek tetszik, az lesz a műsor. Úgy gondolom, éppen ez a lényege az ilyen rádiózásnak. Az lenne a jó, ha tiz-húsz ilyen csoport összeállna. Ugyanúgy, ahogy az emberek lapokat indítanak.

– *A médiatörvény lehetővé teszi majd az ilyen csapatok működését?*

– Nekünk van egy olyan ötletünk, elképzelésünk, amivel bővíteni kellene a törvénytervezetet. Szükség lenne egy harmadik sávra, ahol néhány frekvencia lekötésével lehetőséget teremtenének az ilyenfajta rádiózásra. Így több száz közösségi rádió működhetne egyszerre. Minden falunak lehetne egy rádiója. Az emberek nem várnák, hogy majd legyűrűznek hozzájuk a hírek, hanem folyamatosan kommunikálnának. Sokkal jobban lehetne így a kis falvakban élni. Hatalmas kaland lenne. Nekünk is óriási kaland mikrofonba beszélni, még ha tudjuk is, hogy senki sem hallja. De a rádiózást erősen misztifikálják, és ezt a törvényjavaslat is erősíti: rádiózni valami nagy és felelősségteljes dolog, aminek meg kell felelnie rengeteg technikai és tartalmi követelménynek. Ez pedig nem így van.

– *Ez a fajta rádiózás, aminek ti is hívei vagytok, rugalmasabb, mint a közszolgálati vagy kereskedelmi rádiók?*

Talán meglepő, de a működés rugalmassága mellett bizonyos szempontból merevebbek vagyunk. Ami a mi érdeklődésünkön kívül esik, azzal nem akarunk foglalkozni. Ennélfogva történhet bármi, ha az minket nem érdekel, nem fog bekerülni a rádióba. Eleve idegenkedünk például a politikától. Amit hagyományos értelemben politikának neveznek, azzal nem akarunk foglalkozni. Sokan kérdezték, miért nem mondunk híreket? Mert erre a nagy rádió alkalmas. A mi híreinket csak akkor fogják hallgatni, ha ezek speciális hírek. Van egy alternatív hírlánc Európában, amelyhez majd szeretnénk csatlakozni. A rádiónak kissé anarchista jellege van. Nem szeretjük, hogy engedélyeztetnek, hogy

beavatkoznak. Persze mi elismerjük az állam szerepét, szeretnénk beleszólni a törvényjavaslat kidolgozásába, legálisak akarunk lenni.

– *Azt mondd, idegenkedtek a politikától, a Médiahajón például mégis jelen voltatok. Miért?*

– Meg kell jelennünk a nagyobb nyilvánosság előtt, mert ezt a rádiót egyébként egy szempillantás alatt megszüntetnék. Tehát önvédelemből. Másrészt beszállunk a civilnyilvánosság szervezésébe.

Magyarországon nincs ilyen nyilvánosság, és különösen nincs alternatív nyilvánosság. Ezért mi nem csak azt akarjuk, hogy ez a rádió működjön, hanem ezeknek a mozgalmaknak az egymás közti kommunikációjában is szeretnénk segíteni. Részt veszünk például egy alternatív dokumentációs központ felállításában. A Nyilvánosság Klubbal és az Európai Szabad Rádiók Szövetségével együtt egy olyan konferenciát szervezünk, amely a szabad rádiózás kérdését fogja tárgyalni az összes érintett részvételével. Szeretnénk ott látni a Frekvenciagazdálkodási Intézet képviselőit, a törvénytervezet előkészítőit, a rádiót, újságokat, független rádiócsírákat. Nem hiszem, hogy sikerül zárónyilatkozatot kiadni. Célunk inkább az, hogy a felek meghallgassák egymást. A sajtó pedig felállít egy összképet, amely így megjelenik majd a köztudatban. Talán ez az útja annak, hogy a javaslatunk bekerüljön a törvénybe.

– *Üldöznek még benneteket?*

– Persze. Változó intenzitással és leleményességgel. A Frekvenciagazdálkodási Intézet hivatalból megpróbál minket bemérni és felszámolni. Szorosan együttműködnek a rendőrséggel, amely nyomozást folytat ellenünk. Úgy látszik, nem lehet itt elvárni, hogy egy rossz, elavult törvény megszegői irányában toleranciát tanúsítsanak.

– *Féltek?*

– Nem. Nincs miért félnünk. Igazunk van. Nem lopunk, nem csalunk, nem zuhannak le tőlünk a repülő, mint ahogy azt állítják. A jelenlegi törvényjavaslat olyan helyzetet akar előállítani, amelyen nem lehet változtatni. Pedig dinamikus szemléletű médiatörvényre lenne szükség, amely abból indulna ki, hogy a rádiózás hatalmas iramban változik. Nem kell annyira félni attól, ha a dolgok szabadon folynak.

Vitézy Zsófia
(Magyar Hírlap 1991. okt. 24.)