

SZABADON

**A szabad, közösségi rádiózás lehetőségei
Magyarországon**

SZABADON

**Kiadja a Szabad Rádiók Magyarországi Szervezete
Budapest, 1999**

**Cs. Kádár Péter, Giczey Péter, Péterfi Ferenc,
Thuróczy Gergely és Weyer Balázs írásaiból
összeállította és szerkesztette: Péterfi Ferenc,
a szöveget gondozta: Thuróczy Gergely,
angol fordítás: Bethlenfalvy Bálint**

A kötetben részleteket idézünk az AMARC (Association Mondiale des Radiodiffuseurs Communautaires, a Közösségi Rádiók Világszövetsége) képzési kiadványából, továbbá – elküldönített szedéssel – a Szabad Rádiók Magyarországi Szervezetének 1998. márciusában Kunbáonyban rendezett szakmai szemináriumán elhangzott kerekasztal-vitából.



A kiadvány megjelenését a PHARE Demokrácia Mikroprogram támogatja

ISBN 963037468 4

Felelős kiadó: Szabad Rádiók Magyarországi Szervezete
Nyomdai előkészítés: i&i Kft.
Nyomás: VEL Kft.

Tartalomjegyzék

Bevezető	7
-----------------------	---

Első rész

I. Milyen rádiókat ismerünk a gyakorlatban, a közösségi rádiók legfontosabb jellemzői	9
1. Meddig ér a hangunk?.....	9
2. A műsorszolgáltatók típusai.....	9
3. Hozzáférhetőség és pluralizmus	11
4. Egy kis történelem	19
II. Hogyan alapítsunk közösségi rádiót?.....	21
1. A rádió küldetésének meghatározása.....	21
2. Milyen típusú szervezeti formát válasszunk?	24
3. Önmagunk kipróbálása	25
4. A folyamatos műsorszolgáltatás lehetőségei	26
5. A közösségi műsorszolgáltatás feltételei	26
III. A közösségi rádiók arculata, stílusjegyei.....	29
IV. Néhány rádiós műfajelméleti alapvetés	32
1. Miért szerkesztünk?	32
2. Előadás-beszéd-magatartás	33
3. Interjú-technikák	35
4. Hogyan kérdezzünk?.....	35
5. Az odafigyelés fontossága	36
6. Mi a hír?.....	36
V. Interaktivitás a szabad rádiózásban.....	39
VI. A rádiózás szabályozásának kialakulása.....	42
VII. Forrásteremtés a szabad rádiók gyakorlatában	44
1. Állami vagy önkormányzati támogatás.....	44
2. Szponzoráció.....	45
3. Reklám	46
4. Alapítványi és egyéb pályázati támogatások.....	47
5. Hallgatói támogatások, támogató rendezvények	47

Második rész

VIII. Technikai alapismeretek.....	51
1. Műsorstruktúra és rendszertechnika.....	51
2. Stúdióakusztika	54
3. Mikrofonok, mikrofonozás.....	55
4. Kompakt-kazettás riportertermagnók	56
5. Asztali kazettás deckek.....	57
6. CD-játszók és kompaktlemezek	58
7. A minidiszk	59
8. Stúdiómonitor-rendszerek	59
9. Keverőasztalok	60
10. Számítógép a rádióban	62
IX. Irodalomjegyzék.....	65
X. A közösségi rádiózás magyar és nemzetközi szervezetének bemutatása	66
XI. Contents.....	71

BEVEZETŐ

„Minden emberi lény szabadnak születik, és egyenlő méltósága és joga van (...). Minden személynek joga van a vélemény és a kifejezés szabadságához, amely magában foglalja azt a jogot, hogy véleménye miatt ne szenvedjen zaklatást és hogy határookra való tekintet nélkül kutathasson, átvihessen és terjeszthessen híreket és eszméket bármilyen kifejezési módon.”

Amikor az idézett mondatokat az Egyesült Nemzetek Szervezetének az emberi jogokról szóló nyilatkozata kimondta, csupán alig néhány év telt el a második világháború befejezése óta. A náciizmus fölötti győzelemhez minden bizonnyal hozzájárultak az antifasiszta szövetségeseknek a határokon túlnyúló rádióadásai is. A nyilatkozat fő célja tehát az volt, hogy a humanista gondolatok a jövőben mindenkihez eljuthassanak. A deklaráció azonban túlmutatott ezen: szellemisége előkészítette az elektronikus tömegtájékoztatás formai, tartalmi, tulajdonjogi – és nem utolsó sorban technikai – sokszínűségét. A folyamat a mai napig tart, és a világ egyetlen országáról sem állítható, hogy az elektronikus tömegtájékoztatás, a rádiózás-televíziózás teljesen szabad lenne benne.

Nem arról van szó, hogy a természet vagy netán a technika korlátozza a jog érvényesítését, hanem arról, hogy a mindenkori hatalom olyan jogi és gazdasági szabályozókat – *nem ritkán mesterkélt műszaki előírásokat is* – alkalmazhat, amelyek minden tettelegesség nélkül is behatárolják a lehetőségeket. Általánosságban megállapítható, hogy a szólásszabadság még nem tényleges alapjog, hanem a mindenkori hatalom által bölcsebben vagy ostobábban gyakorolt, osztogatott kegy.

A hatalom védekezése egyrészt erkölcsi: az elektronikus tömegtájékoztatás produktuma valóban tömegekhez juthat el, ezért különös felelősség terheli mindazokat, akik ilyen tevékenységgel foglalkoznak. Az 1966-ban megszületett okmány, az emberi és polgári jogok egyezségokmánya ezért – szűkítve, sok tekintetben visszavonva az emberi jogok nyilatkozatának egyetemességét – különleges státusszal ruházza föl a mindenkori kormányokat: kimondja, hogy a kormányok

a rádió- és televízió-műsorszórást végző, valamint a mozgóképterjesztő vállalatok működését engedélyhez köthetik.

A hatalom védekezésének másik része műszaki: a hatalom szívesen hivatkozik arra, hogy a műsorszóró csatornák (ahogy a hatalom fogalmaz: a „frekvenciák”) száma korlátozott, ezért alaposan meg kell vizsgálni, ki kaphat engedélyt. Mindkét állításban van igazság; hogy mennyi, azt a későbbiekben megvitatjuk.

ELSŐ RÉSZ

I. Milyen rádiókat ismerünk a gyakorlatban, a közösségi rádiók legfontosabb jellemzői

1. Meddig ér a hangunk?

A tömegkommunikációs eszközöket, s azon belül az elektronikus médiumokat csoportosíthatjuk annak alapján, hogy üzeneteikkel milyen széles hallgatói, nézői körhöz jutnak el. Így léteznek:

- helyi,
- regionális illetve körzeti,
- országos,
- ennél szélesebb, pl. műholdas vételkörzetű rádiók és televíziók.

A továbbiakban mi a médiumok közül csak a rádiókkal fogunk foglalkozni.

2. A műsorszolgáltatók típusai

A rádiók típusai szerepvállalásuk, illetve a működtetés módja szerint lehetnek:

- a) **közzszolgálati** jellegűek (ezek többnyire állami, illetve önkormányzati fenntartásúak),
- b) **kereskedelmi** érdekeket szolgálók és
- c) **közösségi** működtetésűek, másképpen szabad rádiók, nem nyereség-érdekelt (nonprofit) rádiók, vagy ún. harmadik típusú rádiók.

Ez utóbbiak többé-kevésbé egymás szinonimái, rokoníthatóak, de meg kell vallanunk, hogy mindegyik elnevezésnek van valami – a nevével jelzett sajátossága is.

Megjegyezzük, hogy mint minden tipológia, így ez a csoportosítás is tartalmaz bizonyos önkényességet, hiszen a gyakorlatban nem mindig különülnek el ezen a rádiótípusok sterilen egymástól, nincsenek közöttük élesen meghúzható határvonalak. Egy nagyvárosban, ahol elég differenciált lehetőségek adódnak, ahol több helyi rádió egyidejűleg is működhet, ott meglehet, hogy ezek a különbségek erőteljesebbek. Egy

kisvárosban már többnyire összekapcsolódnak, keverednek a típusok, kistelepelesen még inkább.

Az alábbiakban – már csak a jobb azonosíthatóság kedvéért is –, megkíséreljük részletesebben kifejezni az eltéréseket, amelyeket mi főként a működtető, a fenntartó szempontjából tartunk hangsúlyosnak.

A különféle típusú rádiók jellemzői

a) Közszolgálati rádió:

- kötelező tájékoztatási minimumok,
- nagyon kevés kommentár,
- „közlöny”-szerű működés, a kommunikáció útja egyirányú: tájékoztatás – információközlés,
- „erős kulisszák”, távolság a hallgatók és a készítők között, „kimértebb” stílus,
- nagyobb munkamegosztás.

b) Kereskedelmi rádió:

- minél szélesebb körhöz eljutni minden áron,
- a figyelem mozgósítása reklámkampányokkal, akciókkal, játékokkal, erős show-elemekkel,
- stílusában igyekszik minél simulékonyabb, fülbemászóbb lenni,
- híres sztárszemélyiségek bevetése,
- a kommunikációból fogyasztási cikket csinál,
- legfőbb törekvése: a két reklám közötti időt valahogy kitölteni.

c) Közösségi rádió:

- nem feltétlenül, nem mindenáron akar mindenkihez szólni,
- szubkultúrák, kisebbségek, egy-egy speciálisabb társadalmi csoport meghatározó jelentősége,
- többségében önkéntesek munkáján alapul,
- személyesség, nyitottság jellemzi,
- hozzáférhetőség: azok csinálják, akiknek szól,
- partnernek tekintik a befogadót,
- rádió és hallgató kölcsönösen hatnak egymásra, közvetlen információcsere,
- nonprofit működési keretek: az esetleges működési bevételeit visszaforgatja a rádió működtetésére, olcsó működtetés,
- „puha kulisszák”: a hallgató részese a rádióprogram születésének,

- helybeliség különös jelentősége,
- igyekszik erősíteni a helyi kultúrát, a helyi nyelvezetet,
- többnyire erősen azonosul az általa felvetett témákkal,
- főszereplője nem a híres sztár, hanem a hétköznapi ember,
- erős átfedések a munkamegosztásban, összecsiszoló szerepek.

A Szabad Rádiók Magyarországi Szervezete (a hazai közösségi rádiózás szakmai egyesülete) Alapszabályában a következő módon határozza meg a közösségi rádiókat:

„A szabad rádiókat az különbözteti meg a közszolgálati és a kereskedelmi rádióktól, hogy: a politikai és állami szervezetektől, az önkormányzatoktól és a nyereségérdekeltektől függetlenül működnek; meghatározott (helyi, etnikai, vallási, kulturális vagy életmódbeli) közösségek (kisebbségek) érdekeit szolgálják; törekednek arra, hogy azok részt vegyenek a műsorkészítésben; demokratikusan hozzák döntéseiket; műsoraikban óránként legfeljebb három percig sugároznak reklámot; bevételeiket nem osztják szét, azt önmaguk fenntartására, működtetésére visszafordítják (nonprofit jelleg); többségében önkéntesek működtetik; bevételeik legfeljebb 50%-a származik műsorszolgáltatással kapcsolatos üzleti-reklám tevékenységből.”

3. Hozzáférhetőség és pluralizmus

A közösségi rádió egyik meghatározó jellemzője az a mód, ahogy a helyi célcsoport tagjai részt vesznek a rádió működtetésében. Ahhoz, hogy a rádió prosperáljon és elnyerje a közösség támogatását, a hallgatóknak szükségük van arra, hogy érezzék: ez az Ő állomásuk is.

Fontos, hogy a „befogadó közeg alkotórészei” érezzék:

- a témák, amelyek felvetésre kerülnek a rádióban, érdekesek és figyelembe veszik az ő nézőpontjukat is;
- felvehetik a kapcsolatot a rádióval, részt vehetnek rendezvényeiken, illetve az őket érintő témákkal foglalkozni fog a műsor (és ez „behallható” időn belül meg is történik);
- bejöhetnek a stúdióba, hogy tanulhassanak valamit a műsorkészítésről, és részt vehetnek az adás sugárzásának néhány, vagy minden részletében;

- kaphatnak műsoridőt, vagy tárgyalhatnak programokról, melyeket az ő csoportjuk készít (amennyiben megfelelő a minőség és a szellemiség);
- a rádió működtetésében és döntéshozatalaiban résztvevőkké válhatnak – ha már eleget értenek abból, hogyan is működik a rádió;
- tetszés szerint részt vehetnek a munkában önkéntesként, és a részvételük értékelésre talál.

Amíg a „nagy” rádió igyekszik egy szűk rétegen keresztül működtetni a rádiót, addig a közösségi rádió az emberek széles rétegét vonja be. Gyakran ez a sokféle ember egy közösségből származik. De a helyi közösségeken és érdekcsoportokon belül is az ízlések és vélemények nagy különbözőségét figyelhetjük meg. Ahelyett, hogy a nagy rádióktól ellesett „homogén image” kialakítására korlátozódnának, bátorítják és elismerik ezt a sokféleséget. Ennek ellenére lehet az állomásnak saját identitása, ami azonban leginkább a tolerancia, sokféleség, és – röviden – a „pluralizmus” szavakkal határozható meg.

Az alábbi részletek a Szabad Rádiók Magyarországi Szervezetének egyik szakmai szemináriumáról valók, ahol egy kerekasztal-beszélgetés során a közösségi rádiózás sajátosságait próbáltuk meg körbejárni.

– **Cs. Kádár Péter:** *Nagyon furcsán kezdődik a történet, ugyanis amikor az első ilyen rádiók megalakultak Magyarországon, nem tudták magukról, hogy kicsodák. Azt tudtunk, hogy két dolgot nem akarunk: nem akarjuk teletömködni reklámokkal a műsorainkat, és nem akarunk a nagymamáknak rádiózni. Sokfajta ideológiát lehetett kiötlölni, a Fiksz ideológiája az volt, hogy a magánvélemények és magánközlemények fóruma lesz. A kereskedelmi rádiók elsősorban a hirdetést tartalmazzák mint üzenetet, a közszolgálatinak vagy államinak nevezett rádió a hatalom által fontosnak tartott információkat próbálja eljuttatni a néphez. Nekünk meg az a fontos, hogy a saját magunk, illetve azok világáról beszéljünk, akik vállalják, hogy problémáikat műsorra tűzzük. Kicsit Hyde – park jellegű rádióként képzeltük magunkat, amelyben mindenki azt mond, amit akar.*

Kezdeti próbálkozásaink valóban ilyen véleményközlő rádiózásról szóltak. Egyik első, egynaposnál hosszabb rádiózásunknál – 1994-95 telén – bizonyítottunk látszott, hogy ez működik. Egy pesti padláson 18 napon keresztül ott van ki tudja, hány tucat ember, és csak mondja a magáét, beleköt a másikba, közben pedig időnként zenél. Gyarapodunk, mert a hallgatónak is tetszik, egyre többen szólnak bele, egyre többnek van magánvéleménye a világ kisebb dolgairól.

Kialakult egy jó bulihangulat, amelynek két feltétele volt: az egyik, hogy napi 24 órán keresztül rádiózzunk. Ez a fajta, életérzést sugárzó rádiózás csak hosszú időtartamban képzelhető el, lévén nincsenek benne műsorok. Ha a hallgató bekapcsolja a rádiót, akkor mindig ugyanazt hallja: hogy van egy nagyon közvetlen társaság, amelyik egyfolytában önmaga világáról beszél, s ha ez a világ olyan, mint az én világom, akkor ez az én rádióm is, és akkor elmegyek oda műsört készíteni.

Amikor aztán engedélyt kaptunk a másik két rádióval közösen, akkor az történt, hogy nem tudtunk éjjel-nappal rádiózni. Kicsikét sokan voltunk, úgy-hogy el kellett osztogatni a műsoridőt. Fél év után lassanként majdnem mindenkinek csak egy órányi műsorideje maradt, és mert az emberek egyébként is elfoglaltak voltak, egyre kevésbé volt jellemző az, hogy találkozgattak egymással, bár egy ideig még a heti gyűlésekre – stábgyűléseinkre – a rádió munkatársainak többsége összejött.

Azonban a rádiózás mégiscsak egy szakma, s elkezdett kiderülni az, hogy hosszú távon azért nincsen annyi mondandónk. A mi világunk is véges világ, a mi világunk értékeinek állandó hangsúlyozása egy idő után számunkra is unalmassá válik.

Ehhez jött még az, hogy betette lábát a rádióba néhány pályázat, amikor már nemcsak a belső készítésnek kellett megfelelni, hanem külső vállalásoknak is, és ebből számos feszültség adódott. Voltak preferáltabb műsorok meg kevésbé preferáltak, jobban elismert műsorkészítők és kevésbé elismertek. Az lett a vége, hogy el kellett dönteni: bulit csinálunk-e továbbra is, és mellest tönkre fogunk menni anyagilag, vagy pedig összeszedettebb rádiót csinálunk, amely az alapértékekhez tér vissza: szociálisan érzékeny, kulturálisan magas szintű.

Végülis egy nem teljesen demokratikus fogással úgy döntöttünk, hogy ha az alapértékekhez térünk vissza, akkor bizony néhány embert el kell küldeni. Azért nagyon nehéz ez, mert ezekre a figurákra végülis nem haragszik az ember, tehát szánkózni továbbra is elmehetnénk együtt, csakhát nincs amiért elmenjünk szánkózni. Ennek következtében elküldtünk két embert, és velük ment vagy egytucatnyi.

Nálunk alapvetően nem arra szövetkezett az alapító, hogy rádiót csináljon, az csak később jött. Sajnos kell valamiféle hierarchiát csinálni, ahol a közösség legtöbb tagja a döntések előkészítésében vesz részt, a döntéshozatal viszont egyszemélyi feladatot jelent. Nem csak a külső felelősség miatt, hanem azért is, hogy szét ne essen az egész. Legalább egyvalakinek át kell látni az egészet. Milyen eszközei lehetnek? Megesik, hogy valaki egyből megsértődik, ha szólnak neki valami miatt – nálunk is így van, ha nem is tömegesen, de távoznak el emberek. Igaz, utóbb kezdenek visszaszivárogni, mert hiányzik a dolog: jó, hát akkor nem teljesen azt csináljuk, amit akarunk, de megszólalni, zenéket összerakni, azért az nagyszerű dolog. Volt olyan is, akit többször kirúgtunk

már, de újra bejön a stúdióba: nem csinál semmit a szerencsétlen, de olyan rohadt a külső világ, hogy valahová tartoznia kell – például egy rádióhoz.

– **Mihályfi Tivadar:** Amikor '95 elején elindultunk, mi is azzal kezdtünk, hogy mutassuk meg: nem csak a profi tudnak rádiózni. Ez egy nagyon szép szlogen, nagyon könnyen ment addig, amíg elő nem állt az a probléma, hogy nem hetente egyszer kell adást sugározni, hanem napi rendszerességgel. Természetesen mi sem vagyunk egy tőkével agyontámogatott rádió, ahol ha megfizetjük a munkatársakat, akkor azt csinálják, amit mi mondunk.

Akkor kezdődnek a hibák, amikor az önkéntes munkatársak megbízhatósága megkérdőjeleződik. Nálunk különösen, mert a Szombathelyi Tanárképző Főiskola hallgatói adták a rádió önkéntes stábjának többségét. Természetesen nem a szombathelyiek, mert ők aztán nemigen jönnek rádiózni, hanem a kollégisták. Véget ér a félév, hazamennek. Jön a nyár, kéne naponta rádiózni – de kivel? Ekkor kezd hígulni az önkéntes munkatársi gárda, mert olyanokat vagyunk kénytelenek megtartani, akiket amikor elegen vagyunk, nem szívesen foglalkoztatunk.

Problémarendezés alkalmával a legelső stáció: le kell ülni elbeszélgetni az illetővel. Meg kell értetni, hogy ő ennél a rádiónál két dolgot kapott: lehetőséget arra, hogy a hallgatókat tudásának megnyilvánulásaival traktálja, meg még egy lehetőséget, hogy ha ez jól sikerült, akkor legyen egy kis sikerélménye. Ez két olyan motiváció, amiből a sikerélmény a nagyobb, s ez nagyon sok önkéntes munkatársunkat megtartja. Még azokat is, akiknek utána elfoglaltságuk van, ami nagyon nehezé teszi a rádiózásban való részvételüket.

– **Halics Attila:** Gyerekek, az egész beszélgetésből egy derül ki: azt a fogalmat, hogy közösségi rádió, nem lehet egyféleképpen definiálni. Minden rádió a saját körülményei, a saját környezete alapján kell, hogy kialakuljon. Ne akarjunk mi sablonokat kimondani. A lényeg a következő: mindig az adott környezetnek, körülménynek, hallgatói összességnek kell rádióműsort sugározni, ez pedig mindig más. Nem erőltethetek a hallgatóságra olyan arculatot, amit én képzelek el magamnak. Egyet tehetek: megpróbálok a magam eszközeivel, adottságaival olyan műsort csinálni, ami minél több hallgatót vonz. Ehhez viszont ismernem kell a hallgatóságot.

– **Giczey Péter:** Beszélgetünk itt fogalmakról: amatőr, profi, közösségi rádió, reklám, nem reklám stb. Szerintem ezek a fogalmak egyáltalán nem érvényesek a közösségi rádiózásban. A közösségi rádiózás más tér, más idő, más dimenzió. Szerintem a közösségi rádió az maga a hallgató. Van egy olyan mondat, hogy a közösségi rádió általában az, ahol a hallgató hallható. Szerintem ez tökéletesen kifejezi a közösségi rádiózás lényegét.

– **Thuróczy Gergely:** Kivételesen nem a Fiksz, hanem a pécsi Szubjektív Rádió „képviselésében” szólnék. A Szubjektív egy jó félvtizede megszűnt rádió, még a kemény antalli időkben kalózként sugároztunk Pécssett, neveléses technikai körülmények között. Nem dobott föl, hogy senki sem hallgat, de csináltuk, mert tudtuk, hogy kell – noha még a saját kollégiumi szobatársaim sem hallgattak. A rádiózás nem amatőr vagy profi szembenállásról szól, ennél lényegesebb a pénz kontra pénz: igazi közösségi rádiózás ott lehetséges hosszú távon, ahol az anyagi érdekek háttérbe szorulnak. Kalózként meg lehetőségen „ideális” szabad rádió voltunk. És ebből a valamiből nőtt ki aztán a Publikum Rádió, Pécs hivatalos szabad rádiója. Kell egy kis fanatizmus ehhez a műfajhoz, aki pedig rögvést sikerélményre vágyik, az keressen más formát az önmegvalósításhoz. Az elejétől fogva komolyan vettük az egészet, pedig aztán tényleg csak légyzümmögés voltunk a viharzó magyar médiamoratóriumban. Nem azért csináltam a rádiót, mert arra számítottam, hogy majd megélek belőle, s még csak azt sem vártam el, hogy széles néptömegek hallgassanak, hanem azért, hogy jelen legyen valami más is az éterben: a lehetőség, az esély. Szerintem valahol itt kezdődik a közösségi rádiózás, bár én szívesebben használom a „szabad rádió” terminust, melynek értelmében az ember saját magát és kedvtelésből nyomatja, és nem számít a hallgatók száma. Egyébiránt megértem, hogy a kereskedelmi rádiókban nem lehet pl. komolyzenét adni, mert akkor éhenhal a család, lévén elmaradnak a reklámbevételek.

A szabadrádiós olyan műsort készít, ami beleillik a közösségi rádió szellemiségébe, és ennek a produkciónak ott a helye, más rádiókban szinte értelmezhetetlen. A rádió számomra nem fétis, nem egy elérhetetlen fórum, nem a szerencsés-keves „beavatottak” által űzött média-mágia, hanem a hobby-hétköznapok része: mondhatni semmi köze a profi újságíráshoz. Mindenki ír verseket – ennek nyomán mért ne rádiózhatna mindenki?.. Elismerem, hogy szélsőséges álláspontot képviselek, ért is engem elég vád, hogy izlésterrorista vagyok. Finomabban szólva: nem árt népművelő szándékkal közeledni ezen fajta rádiózáshoz. Nem a pillanatnyi közönségigény kiszolgálása a cél, nem a divat követése, hanem a progresszivitás, az újdonság ill. az időtálló értékek felmutatása. Azt, hogy mi számít újnak, elég könnyű meghatározni, de hogy mi a jó, abba most inkább ne menjünk bele, mert az mindenkinél más és más. Számomra az a legfontosabb, hogy mi megy ki az éterbe – hogy ennek a gazdasági háttere micsoda, az a közösségi rádiózás szempontjából másodlagos. Biztos fellengzősen hangzik, de én az „örökifjú értelmiségnek” készítem a műsoraimat: ebbe számomra belefér a 14 évestől a 80 évesig bárki, s ez elsősorban mentális, szívbéli hozzáállást takar.

Nem azt mondom, hogy ne legyen Pesten tíz nyalóka-rádió, arra is szükség van, viszont legyen más is, például leginkább egy kilencvennyolcmegaherc a maga civiltilosfikséivel. Változatosság, sokszínűség és egy bizonyos megemelt szellemiség: ez a mi „filozófiánk” – ráadásul nem konkurensei vagyunk a kereskedelminek-közszolgálatinak (mert aki nem rájuk kíváncsi, az inkább

úgysem hallgat rádiót): mi kiegészítjük őket, nem pedig versenyzünk velük. Mi nem háttérrádió vagyunk, ránk oda kell figyelni – már amikor érdemes... Persze adódnak ebből „kellemetlenségek” is: bizonyisten kaptam olyan telefont, hogy muszáj kikapcsolni a Fikszet – nem azért, mert hallgathatatlan volt, hanem mert annyira lebilincselő, hogy elvonja a hallgatót munkától. Ennél nagyobb elismerést nehéz kapni ebben a műfajban.

– **Suba Péter:** Nekem a rádió elsősorban eszköz, s ebbéli minőségében egy folyamatot világít meg, amit például egy újság nem adhat meg. Azon van a hangsúly, hogy miképp érezzük magunkat a műsor készítése folyamán. A rádió annyiból jobb az újságnál, hogy azonnal lehet érezni a reakciót, nincs idő arra, hogy még egyszer átnézzük a dolgot – profivá tud nevelni, koncentrálni a gondolkodásodat. Természetesen az is fontos, hogy az önmegvalósítás és a szabad véleménynyilvánítás is belefér a folyamatba, s az itt tanultakat modellezni lehet majd életünk bármelyik területén. Produktumot hozunk létre a semmiből.

– **Péterfi Ferenc:** Azt szeretném elmondani, hogy számomra mi az izgalmas a közösségi rádiózásban. Azt veszem észre, hogy aki nálunk dolgozik, és a műsorában beszélget valakivel, azt érdekli a másik ember. Ez manapság elég ritka a világban. A másik, hogy nagyon helyi tud lenni ez a fajta médium. Nem azt mondja, hogy ami ezen kívül van, az érdektelen és értéktelen, de a világ olyan szeletét teszi előtérbe, amivel a média más dimenziói nem foglalkoznak.

Önkénteseink elsősorban olyan dolgot tudnak jól megcsinálni, amihez személyesen kötődnek. Általában azt tapasztalom, hogy van üzenete az embereinknek, akinek pedig nincs, az úgyis kikopik. A mi rádióinkban az a jellemző, hogy se a vendég nem sztár, sem a műsor készítője. Nem a külsőségek számítanak, hanem az érdeklődés: próbálok közvetíteni valamit a többiek felé, kiemelni az átlagos világból, és jó esetben az én érdeklődésem van olyan szinten, hogy az a hallgató számára is meghitt lehet, tehát van üzenetem – és ez sem olyan mindennapos a média-gyakorlatban.

– **Cs. Kádár Péter:** A közösségi rádiózásnak van egy nagyon fontos ismérve: a tolerancia. A Fikszben nem kivételes, hanem jellemző eset, hogy az átlagostól eltérő emberek adják elő saját dolgaikat, minek következtében egészen különleges műsoraink vannak. Hozzánk igen ritkán téved be „normális” ember – mi valóban egyéniségeket tartunk. Eleddig sikerült elkerülnünk, hogy a Fiksz magánhangzóvá váljék, azaz egy személy vagy csoport rádiója legyen, ez pedig a sokszínűség következménye. Ha valaki irányzatos vendéget hoz magával, akkor többnyire mindig akad valaki, aki azt mondja: ezt a pasast mégiscsak meg kellene szorongatni, mert a mondókájának reklámja van. S ebből a szempontból is különbözünk a közszolgálati rádió talpnyalós vagy álobjektív dolgaitól.

Mi egy konfliktus-vállaló rádió vagyunk, nem rettenünk meg attól, hogy a világ nem kerekded, s persze elsősorban azokkal szeretnénk barátkozni, akik másként, alternatívabban működnek, mint a világ általában. Itt egy apró megjegyzést hadd tegyek: a közösségi rádió és az alternatív rádió nem ugyanaz. Tehát aki alternatív műfajokat csinál, az nem biztos, hogy csupán közösségi rádió keretei közt teszi.

– Brüll Edit: A közösségi rádiózás számomra azt jelenti, hogy végre valamit nem pénzért kell csinálni. A szabad rádió és a közösségi rádió között különbséget teszek. A szabad rádió jóval tágabb fogalomkör számomra. Ily módon persze a szabad rádiók körébe egy kereskedelmi rádió is beletartozhat, mert ő is lehet független – tehát én a szabad rádiózás alatt nem azt értem, hogy mindenfélét lehet benne beszélni, hanem a függetlenség a lényeg. A közösségi rádió független, nem pénzért kell csinálni, valamint nem valamiféle külső, hanem egyfajta belső kényszer határozza meg a tartalmát. Éveken keresztül közösen kell megteremteni az új értékeket, a régiekért pedig naponta megharcolni – az új emberekkel, a régiekkel, időnként önmagunkkal. Azt gondolom, hogy ez nagyon érdekes és értékes folyamat. Itt nemcsak hallani, hanem meghallani kell a másikat, és nemcsak nézni kell, hanem látni. Foglalkozni kell azzal, aki első látásra nem odavaló – egy kereskedelmi rádióban, ha rosszul is teszi a dolgát, akkor el kell zavarni, nálunk viszont más szempontok is közrejátszanak.

– Várdi Ferenc: 4-5 évig dolgoztam egy debreceni lapnál, profi körülmények között, meglehetősen magas fizetésért, csak egy idő után a politika, illetőleg a gazdaság abszolút rátelepedett a közérzetemre. Nem írhattam meg azt, amit szerettem volna, mert ez esetleg elrémítette volna a potenciális hirdetőt. Egy idő után belefáradtam és megutáltam az egészet, nem akartam hülyeségeket és hazugságokat írni – ennek ellenére ma is imádom az újságírást. Aztán elmentem a Szóla Rádióhoz, most meglehetősen rossz anyagi körülmények közt dolgozom, nem Marlboro-t szívok, hanem hagyományos Sophiane-t – de egyébként jól érzem magam...

Vizsgáljuk meg az alábbi táblázatot, amely más megközelítésben igyekszik bemutatni a különbséget az **információközlő-közvetítő médiumok** és az **együtműködésre építő médiumok** között. (Pierre Delaspre: „Kommunikáció – fogyasztás vagy emancipáció?” c. írása alapján).

Elfojtó funkcióban	Felszabadító funkcióban
Központosított és ellenőrzött program	Decentralizált program
Egy adó, számos vevő	Minden egyes vevő potenciális adó is
Elszigetelt egyének lekötése	Tömegek mozgósítása
Passzív fogyasztói magatartás	A résztvevők kölcsönhatása, feed-back
Depolitizálási folyamat	A politika tanulásának folyamata
Szakemberek által készített produkciók	Kollektív produkciók
Hivatalnokok által végzett ellenőrzés	Társadalmi ellenőrzés autonóm szervezet segítségével

A táblázatban szereplő kifejezések magyarázatra szorulnak:

- Az „elfojtó” szó arra utal, hogy a médiumokat a nem hivatalos vélemények közlésének megakadályozására használják fel – egyértelmű üzenetek – hierarchikus szervezet. Felszabadító funkciójuk ezzel szemben úgy jelentkezik, hogy elősegítik a kisebbségek véleménynyilvánítását, bátorítják a hallgatók részvételét.
- Egy központosított és ellenőrzött program feltételezi normatív üzenetek sugárzását, a decentralizált program viszont arra törekszik, hogy szélesítse a véleménynyilvánítás lehetőségeit.
- Az előbbinél egyetlen adó jogosult arra, hogy a hallgatókhoz szóljon, míg az utóbbinál az adók és vevők közötti kölcsönhatás lehetővé teszi a véleménycserét, mely növeli a szólásszabadságot.
- A központosított és normatív média esetében a „vevő” egyedül van az „adóval” szemben, megfosztva a bekapcsolódás lehetőségétől, míg a második esetben a „tömegek mozgósítása” részvételét jelenti.
- A passzív fogyasztói szokás olyan program befogadásából ered, melyet a „vevők”-nek nem áll módjukban befolyásolni. A kölcsönhatás és a feed-back olyan kapcsolatot tud létesíteni adó és „vevők” között, melynek során az adó szintén megismeri a „vevő” véleményét.

- A depolitizálás folyamata annak tudható be, hogy a tömegeket megfosztják a részvétel és az ellenőrzés valós lehetőségétől, miközben a politika tanulása a részvétel során történik.
- A szakemberek által készített produkció egyedül a hivatásosok ténykedésének az eredménye. A kollektív produkciót nem-hivatásosok hozzák létre véleménynyilvánítás céljából.
- A hivatalnokok által végzett ellenőrzés azt jelenti, hogy az államgépezet hatalmat gyakorol a médiumok felhasználása fölött, míg a tömegek által szervezett társadalmi ellenőrzés demokratikus indíttatású.

4. Egy kis történelem

Közösségi rádiózás sokféle formában létezik szerte a világban. Az első közösségi állomások több mint ötven évvel ezelőtt Latin-Amerikában kezdtek sugározni. Hasznos lehet, ha megnézzük, hogy milyen rádiókat hoztak létre és hogyan fejlesztették tovább ezeket a különböző országokban/területeken.

Latin-Amerika:

Mióta ez a médiaforma a kontinensen kialakult, rengeteg-féle rádió-állomás jött létre Latin-Amerikában. Az egyházak, az egyetemek, a szakszervezetek és helyi lakossági csoportok is működtetnek saját állomásokat. Más csoportok pedig műsorokat készítenek, amiket a nagyobb, közszolgálati állomások sugároznak. Néhány közösségi rádióállomás szó szerint hangszórót használ sugárzásra közvetlen szomszédsága számára. Latin-Amerikának van talán a legdinamikusabb rádiós szektora a világon.

Afrika és Ázsia:

Hagyományosan nem voltak közösségi rádiók. Ennek a területnek a legtöbb rádiója kormányzati ellenőrzött. Mostanában azonban történtek lépések a közösségi rádiózás szektorának fejlesztése irányába. Néhány közösségi állomás létrejött Afrika területén, Dél-Afrikában pedig egy nagyon dinamikus közösségi rádió-hálózat fejlődött ki. Ázsiában is van néhány vidéki rádiós projekt, továbbá oktató rádióprojektek működnek a Fülöp-szigeteken, és számos viszonylag független közösségi rádió Vietnámban.

Ausztrália:

Az első közösségi rádióengedélyt a '70-es évek közepén adták ki. Mostanra több mint 100 közösségi rádió működik. Nincsen engedélyezve a reklámozás és a bevétel növelésének számos formája. A rádióengedély megköveteli, hogy bizonyos cél- és érdeklődési csoportoknak kell sugározniuk (etnikai vagy nyelvi csoportok, klasszikus zene, oktatás), vagy olyan műsorokat kell csinálniuk, amiket a kormányzati vagy kereskedelmi rádiók nem sugároznak teljes egészében a közösség különböző csoportjainak.

USA / Kanada:

Az első állomásnak 1949-ben adtak engedélyt, mostanra azonban több mint 300 közösségi adó működik. Sokuk célcsoportja ezek közül a helyi lakosság. Észak-Kanadában több mint 100 kis állomás van, amelyek alapvető funkciója, hogy kapcsolatot teremtsen a helyi lakosok és a terület eseményei között. A nagyvárosi állomások igyekeznek olyan érdekcsoportokat kielégíteni, akiket a nagy rádiók nem szolgálnak ki – pl. etnikai, homoszexuális, feminista, nyelvi és szakszervezeti csoportokat. A vidéki állomások igyekeznek helyi szinten tálni a tömegkultúrát (különösen azokkal a vetületekkel foglalkoznak, amikkel a nagyvárosi főadók nem).

Európa:

A helyzet országonként nagyon különböző. Volt egy nagy szabad rádió-mozgalom a '70-es években, amikoris több ezer kalózállomás indult el. Majdnem az összes nyugat-európai országban van most már legális formájú közösségi rádió. Meglehetősen jól alapozott a mozgalom Hollandiában, Skandináviában, Franciaországban és Olaszországban. Nagy-Britanniában is erős közösségi rádiózás van kialakulóban, habár nagyon kicsi a különbség a közösségi rádióknak kiadott engedélyek között és a helyi kereskedelmi rádiók között.

Kelet-Európában más a helyzet, mivel a legtöbb új engedélyt a nyugat-európai média- vállalatok által működtetett kereskedelmi állomásoknak adják. Mégis erős érdeklődés mutatkozik a közösségi jellegű rádiózás iránt és számos állomás jött létre.

II. Hogyan alapítsunk közösségi rádiót?

1. A meghatározott közösséghez, társadalmi csoporthoz kötődő rádióalapítási szándék egyik legfontosabb velejárója és **első lépése, hogy a létrehozók minél körültekintőbben és alaposabban meghatározzák az általuk elképzelt rádió alapértékeit, annak küldetését.**

Mivel ezeknél a médiumoknál nem a profit megszerzése, a kereskedelmi érdek a fő szándék, nem is állami küldetéssel kívülről körülhatárolt közszolgálati szerepet kell betölteniük, fontos, hogy a kezdeményezők körültekintően végiggondolják, s lehetőleg dialógus keretében megfogalmazzák azokat a célokat és szándékokat, értékeket, melyeket rádiójuk képviselni fog. Azért is kihagyhatatlan ennél a rádiózási formánál ez a lépés, mert egyik legfőbb sajátossága a közösségi rádióknak, hogy *erős azonosulás jellemzi a résztvevőket*, a műsorok készítőinek identitása általában kihat a műsorok tartalmára, sőt – a rádió egészére is. Ha pedig közös értékeken alapul a dolog, akkor azt valószínűleg sziszifuszi munkával, sok vitával, lépésről lépésre haladva lehet csak kidolgozni.

Ez a munka kikerülhetetlen, s ha igazán alaposan kimunkálták a fenti kérdések, rengeteg későbbi döntési- és konfliktushelyzetben szolgál majd a közös rádiózás alapjául, bázisául ez a szellemi befektetés. Elkerülhető ezáltal jó néhány zsákutca; számtalan kihívás, új külső érdek megjelenésénél lehet biztonságot adó fogódzó, ha a kezdeteknél jól alapoztunk. S nem utolsó sorban a csoport önmagán belüli későbbi küzdelmeinek, vitáinak során lehetnek fontosak a tisztázott alapértékek.

Jellemző a hazai működő közösségi rádiókra, hogy folyamatosan igyekeznek „karbantartani” a megfogalmazott és felvállalt alapértékeiket, küldetésüket. Ez nagyon sok vitával eltöltött időt: egy **közösségi normaképzési folyamatot** jelent. De nem kidobott energia ez a ráfordítás, hiszen nincs szánandóbb olyan közösségi „vállalkozásnál”, mint amelyikben tisztázatlanok az alapkérdések, s a napi döntések kapkodva, gyakran önmaguknak ellentmondva születnek meg.

Tipikus, hogy ezek a szervezetek írásba is foglalják a legfontosabb alapkérdéseket, már csak azért is, hogy a gyakran érkező új munkatársaknak legyen egy stabil elindulási, eligazodási pontjuk a rádiók – gyakran évek alatt „kihordott” – alapkérdéseiről (lásd pl. „*Fiksz-füzetek*”, „*A Civil Rádió kiskatéja*”, másutt szervezeti-működési szabályzatok).

Megint a hazai közösségi rádiózás sajátosságairól szervezett kerekasztal-beszélgetésből idézünk, ezúttal olyan részleteket, amelyek a működő rádiók identitásának, küldetésének és arculatuk kialakításának küzdelmeiről tudósítanak.

– **Giczey Péter:** *Hajdú-Bihar megyében és Debrecenben az egyesületi törvény elfogadását követően a civil szervezetek „boomja” következett be, és a kilencvenes évek elejére ezer fölé emelkedett a számuk, melyből Debrecenben akkoriban már 4-500 működött aktívan.*

A kezdeményezők abból indultak ki, hogy a nonprofit szervezetek gyors ütemű szaporodása igényli egy olyan kommunikációs csatorna létrehozását, mely képes a szervezetek egymás közötti információáramlását segíteni, mintát ad a civil lét működési formáiból, terjeszti és népszerűsíti a civil szervezetek megalakításának lehetőségét, bemutatja azokat az előnyöket, melyek segítik az állampolgári kezdeményezések megvalósítását, továbbá a más sajtóorgánumban amúgy is nehezen bekerülő civil szervezetek eseményeiről, életéről, hírt ad, tudósít. Nem mellékesen, azt is célul tűztük ki, hogy az így megteremtett csatornán keresztül a szervezetek lehetőséget kapjanak befolyásuk és súlyuk növelésére a helyi döntéshozóknál, segítsék és fejlesszék érdekérvényesítő képességüket. Alapelv a helyi (elsősorban csoport-, réteg- és közösségi) érdekek artikulálódásának elősegítése, a civil társadalom önszerveződési lehetőségeinek, mintáinak népszerűsítése, a konfliktusok nyilvánosság előtti megjelenítése, és azok kezelési módjainak bemutatása

– **Pákay Viktória:** *Még mindig nagy kérdés, hogy mitől közösségi a rádió: arra a közösségre épül, amely a rádiót csinálja, vagy arra, amely hallgatja, netalántán a hallgatók és a készítőik képeznek egy közösséget? Elhangzott egy tetszetős definíció: a közösségi rádiónak nincs műfaja, hanem értékrendje van. Úgy gondolom, ha van a rádiókészítő közösségnek egy konkrét értékrendje, akkor ennek kell inspirálnia a műsor készítőit, s meg is kell felelniük annak. Viszont azt is látom, hogy a fiatalabbakban akkora az önérvényesítési vágy, a sikerélményre való törekvés, hogy ez a túlzott személyesség elnyomhatja a közös értékrendet.*

– **Herczeg Zoltán:** *Szerintem nem lehet úgy a közösségi rádiózást elkezdni, hogy gyerekek, itt lesznek a normák, itt lesznek a szabályok, és nosza, vágjunk bele, holnap 6 órakor bekapcsoljuk az adót. Előbb létre kell hozni a közösséget, ennek során lesznek konfliktusok, kialakulnak a szerepek, s ha ezzel egyidőben megteremtődnek az objektív feltételek (frekvencia, adó, stúdió stb.), akkor fog igazából működni a dolog. A folyamatjelleget szeretném hangsúlyozni. Aztán persze működtetni is kell egy funkcionális szervezetet, ami rendszeres munkával jár, s az önkéntesnek gyakran leginkább a pillanatnyi önmegvalósítás lebeg a*

szeme előtt. És bizony nagyon nehéz kérdés, hogy mi várható el, mi követelhető tőle, mi kérhető számon rajta – az egész egy nagy normázási folyamat eredménye, ami rengeteg buktatóval jár – és ezen mindenkinek végig kell mennie.

– **Péterfi Ferenc:** Ha létezik egy szubkultúra, egy kisebbség, egy vallási közösség stb., s ez azt mondja, hogy szeretne egy rádiót csinálni, akkor már megvan a motiváció. Ilymódon a potenciális hallgatók – ezt értettem szubkultúrán – létrehozhatnak egy szerveződést arra, hogy nyilvánosságot teremtsenek maguknak. És van egy másik eset, amikor összefog néhány ember, s elkezdnek valamiről gondolkodni, megfogalmazzák saját értékrendjüket, s ha úgy gondolják, hogy van mondanivalójuk, és van olyan szükséglet, amit ki kellene elégíteni – mert most hiányos az emberek közötti kommunikáció, akadozik az információmozgás, nincsenek meg a természetes vélemény-kialakítás keretei stb. –, akkor létrehozhatnak egy rádiót. Nálunk 10-15 ember kezdte a tervezést, fogalmazta meg az alapértékeket, a „küldetést”, minek következtében bizonyos előjogokkal rendelkeznek. Nem azért, mert jobb fejek, hanem mert ők felelősen kezdtek el gondolkodni, s szerintem a cselekvő embernek mindig is legyenek előjogai a nem cselekvővel szemben.

A mi esetünkben nem volt működési lehetőség, csupán egy szándék. Elkezdtünk összejönni és beszélni a saját dolgainkról, de a havi egyszeri találkozások nem vittek előre, hiába voltunk környezetvédelmileg, szociálisan stb. érzékenyek. Aztán csináltunk egy hétvégét, olybá vettük, mintha rádiózánk: kerítettünk egy „stúdiót”, volt technikai személyzet stb. Azt mondtuk, hogy most itt rádiót csinálunk. Megkértünk három embert, hogy szakmailag vezessék a kezdeményezést, és akkor mindenkinek csinálnia kellett egy kétórás műsort. Nem sugároztuk ki, csak hallgattuk a másik szobában, és utána keményen megkritizáltuk. Néhányan elsírták magukat, akkora feszültségek voltak. De ez a hévége többet jelentett, mint előtte másfél év előkészület.

Mire eljött a lehetőség, hogy pályázzunk és sugározzunk, addigra fölépült egy program, kialakulóban volt egy csapat, aztán lassacskán fölépült egy stúdió is. Rengeteg totyorgással ment, nem volt egy győzelmi menet. De nem ez az egy út van: elismerem, hogy egy kisváros egyetlen rádiója nehezen teheti meg, amit egy nagyváros sok rádiója közül az egyik arisztokratikusabban megengedhet magának: ti. nem akar feltétlenül mindenkire szólni. Nem azt mondjuk persze, hogy mi magához nem akarunk szólni, hanem azt mondjuk, hogy nem akarunk mindenáron mindenkire szólni. Én sem gondolom azt, hogy ami a Civil Rádióba nem fér be, az nem érték. Mi csak egy részét választjuk ki a világnak, és arról rádiózunk. A diszpreferált zenéket, témákat visszük az éterbe: megengedem, hogy a magyarnótában és a technóban is van érték, épp csak ezeknek megvannak a maguk csatornáik.

– **Giczey Péter:** A stábépítést 1994 őszén elkezdtük, melynek nyomán egyre több fiatal és idősebb önkéntes valamint civil szervezet kapcsolódott be

a munkánkba. Az első időben közös megbeszéléseket tartottunk a közösségi rádiózás alapelveiről, műsorterveket készítettünk, majd 1995 júliusában egy próbaadáson mértük le addigi felkészültségünket. Sajnos a sugárzással kapcsolatos hosszas tárgyalások a stáb egy részének a kedvét szegte, lemorzsolódtak jónéhányan.

1996 januárjában napi egy órás időtartamban más adóberendezésről megkezdjük kísérleti adásaink sugárzását. A tavasz folyamán telepítésre került az adó és az antenna, elkészítettük a besugárzási tervet, beszereztük a szükséges engedélyeket és 1996. június 1-jétől pedig elkezdjük adásaink rendszeres sugárzását, az engedélyünk szerinti napi hat órában.

A civil szervezetek bevonására általában szisztematikus lépéseken keresztül került sor, de voltak akik hallván a rádióról, az „utcáról” jelentkeztek be. A rádió indulása óta a következő modell alapján igyekeztünk és igyekszünk a szervezeteket a rádiózásba bevonni: alkalmanként meghívjuk debreceni civil szervezetek képviselőit és bemutatjuk a rádió működését, beszélgetünk a közösségi rádió céljáról, működési alapelveinkről, ismertetjük műsor-elképzeléseinket. A következő lépésben élő műsorban beszélgetünk velük, majd jelentkező önkéntesekkel a konkrét, önálló műsoraikkal kapcsolatos elképzeléseiket beszéljük meg. Ezt követi a próbaműsor készítése, majd a véglegesített műsorok rendszeres sugárzása.

– **Cs. Kádár Péter:** *A hallgató elég türelmes állatfajta – nem is értem, hogyan bírja ki mindazt, amit elkövetünk az éterben, de azért könnyű ám őt elűzni. Például ha a tanulási folyamat a hallgató füle hallatára történik. Lehet elméleteket felállítani meg tanulmányokat írni – de hát ez egy gyakorlati műfaj. Meg kell szólalni, és ez nem megy másképp, mint hogy az ember adásba kerül. Ameddig a műsorkészítői csapat összerázódik, az nagyon kemény kiképzést jelent a hallgató számára is. Rokonszenveznie kell azzal a csoporttal, amely ezt a dolgot csinálja.*

2. Alapvető kérdés, hogy **milyen típusú szervezetet választunk a rádió működtetéséhez.** A közösségi – vagy szabad – rádiók egyik alapvető jellemzője, hogy azokat nonprofit szervezeti formában működtetik. Ez azt jelenti, hogy ha bármilyen módon is keletkezik bevétel, azt „nem veszik ki” abból, hanem visszaforgatják a társaság működtetésére.

A hazai gyakorlatban a leggyakoribb nonprofit szervezeti formák az egyesületek és az alapítványok. Ezek mellett közösségi rádió nonprofit működtetésére alkalmas lehet a közhasznú társasági (kht) forma is. Aki ezek közül választja magának valamelyiket, szükséges,

hogy alaposan megismerje az adott szervezeti formára vonatkozó jogszabályokat.

3. Fontos megkeresni azt a körülményt, amelyben **a legkevesebb kockázattal próbálhatja ki magát** egy-egy új rádióalapításba kezdő csapat.

Az egyik lehetőség önmagunk első kipróbálására, ha van a közelben **vezetékes iskolarádió vagy kollégiumi hangosító-rendszer**. Előfordult, hogy települési ifjúsági közösség egyszerű vezetékes kihangosítással a művelődési ház, vagy az ifjúsági iroda környezetében kezdett alkalmi műsort készíteni. A Civil Rádió első felkészülésekor egy hétvégi tréning keretében több kiscsoportban egy-két órás magazint készített, amit a többiek két szobával arrébb hallgattak, s aztán közösen értékelték az első „megszólalásokat”.

Volt, ahol a helyi **kábeltévé-hálózatra** készültek a gyakorlás során műsorok, amit előre meghirdetve, a település képűségja alatt hallgathattak az ott élők. További lehetőséget jelent, ha valakik az Interneten **RealAudio** formában kezdenek műsort továbbítani, bár ehhez sok technikai feltétel kell; és nem csak a jeltovábbításhoz, hanem annak vételéhez is; amivel még viszonylag kevesen rendelkeznek.

Vannak, akik **hatósági engedélyek nélkül, kalózkodókkal** próbálják ki a rádiózás örömeit. Ennek számtalan romantikája van, sajnos a hatóságok mostanában elég határozottan fellépnek az ilyen sugárzások ellen, s ennek bizony megvan az a veszélye, hogy akit így rajtakapnak, később büntetésből sem fog legális műsorszolgáltatási engedélyt kapni.

A Médiatörvény lehetőséget kínál **időszakos sugárzási engedélyek** kiadására. Tapasztalatunk, hogy ezek az alkalmak igazi lehetőséget jelentenek egy-egy alakuló műhelynek önmaga kipróbálására, arra, hogy mielőtt jelentősebb anyagi és szellemi kapacitásokat beleölnének a rádióalapításba, valóságos helyzetekben kis kockázattal felmérjék saját elkötelezettségüket, energiáikat, talentumaikat is. Más kérdés, hogy a közelmúltban az Országos Rádió és Televízió Testület (ORTT) nem engedélyezett időszakos sugárzást. Remélhető azonban, hogy ismét meg fog teremődni ennek a lehetősége, hiszen éppen a nonprofit rádióknak fontos érdekük, hogy aránytalanul nagy anyagi ráfordítás nélkül is módjuk legyen alkalmi adásciklusok elkészítésére

és sugárzására; ami azután lehetőséget biztosít a fokozatos és reális program-, csapat- és stúdióépítésre is.

4. Ha **folyamatosan és legálisan** akar valaki rádióműsort készíteni és szolgáltatni, akkor legalább kétféle megoldás közül választhat:

- a) kábelen, esetleg az Interneten közvetíti a saját rádiójelét,
- b) „hagyományosan” sugározza azt.

Az első esetben az **internetes jeltovábbításnak** Magyarországon jelenleg nincs semmilyen szabályozása. Ha van a működési körzetében **televíziós kábelrendszer**, s arra kívánja „rátenni” a jelét, azon túl, hogy meg kell egyezzen a kábelrendszer üzemeltetőjével, az ORTT-től, de mástól sem kell semmilyen engedélyt kérnie, csupán **bejelentési kötelezettsége** van az Országos Rádió és Televízió Testület felé (ehhez űrlapot a hivatalban lehet beszerezni).

Ha **sugározni** szeretne, akkor az ORTT által valamilyen, a környezetében kijelölt és meghirdetett frekvenciára kiírt **műsorszolgáltatási pályázatot** kell megnyernie. (Bővebben l. *A rádiózás szabályozásának kialakulása* c. fejezetben.) Ezek a pályázatok a „Művelődési Közlöny”-ben szoktak megjelenni. Ha az érintett körzetben nincs kijelölt szabad frekvencia, kifejezetten ajánljuk, hogy írjon egy kérelmet az ORTT-hez (1088 Budapest, Reviczky utca 5.; tel.: 267-2590*), amelyben jelzi, hogy abban a körzetben szeretne rádiót indítani, s hogy kezdeményezzen a hivatal ott frekvencia-kijelölést.

5. A fentieket is összefoglalva **milyen feltételei lehetnek** tehát annak, hogy a helyi **közösségek önállóan működtessenek rádiót**:

- technikai adottságok,
- jogi lehetőségek,
- anyagi források és
- társadalmi feltételek: **a közösség** akarata és bátorsága, **hite** abban, hogy **képes működtetni a rádiót**, s hogy tartósan is **van mások számára fontos üzenete**, közlendője.

Ez utóbbihoz kapcsolódva a közösségi rádiót, mint az állampolgári cselekvések egyik alapvető eszközét tartjuk fontosnak, s amikor cselekvést, közreműködést, részvételt hangsúlyozunk, akkor elsősorban nyilván nem specialisták, hivatásos szakemberek által működtetett

rádióról beszélünk, hanem a helyi polgárok és azok közösségei által alapított és működtetett közösségi rádióról.

Ez a bátorítási folyamat együtt jár a tömegkommunikációban dolgozók által gerjesztett *hamis mítosz lerombolásával*: ami szerint ez egy nagyon összetett, nehezen elsajátítható, különleges képességeket igénylő foglalkozás. Gyakran belső fékeket, gátlásokat, előítéleteket, indokolatlan félelmeket is le kell küzdenie a helyi közösségek tagjainak, amíg elhiszik, hogy ők is képesek „médiázni”. Ez bátorító és türelmes együttműködést, sok gyakorlati helyzet megteremtését és fokozatos, alapfokú szakmai felkészítést – tehát egy folyamatos belső fejlesztő műhelymunkát is jelent.

Remélhetően az is nyilvánvaló érvelésünkből, hogy az országos, a regionális közszolgálati és a kereskedelmi rádióktól alapvetően eltérő műfajú médium, egy **másféle kommunikációs rendszer** keletkezik a közösségi rádiókban. Hiszen ezeknek:

- *mások a szereplői*: többnyire önkéntes munkát végző, a közöttünk élő hétköznapi polgárok, s nem a magasból megismert sztár-személyiségek,
- *más a tematikája*: nem a nemzetközi és országos események és nem is a pártpolitika, hanem többnyire a helyi, települési, szomszédsági események történések, a helyi emberek – közösségek ügyei, örömei és konfliktusai,
- *mások az értékei*: a helyi kultúra és a tematikából következően a helyi önszerveződések, ill. az időtálló, a divat szeszélyeire fittyet hányó jelenségek, alkotások stb. bemutatása,
- *más a mentalitása, a hangneme* is.

Ezen médiumokban megváltozik – *szinte megszűnik a távolság a műsorkészítők és a hallgatók között*. A hallgató része az adások létrejöttének, abba beleszólhat, annak készítője, szereplője is lehet. Hangzásában is másmilyen egy közösségi rádió: gyakran behallatszik a környezet zaja, nincs hermetikus elzártság a stúdió és a környezet között.

Ellentétben a többi médiummal, **itt nem kell a valóságot átalakítani ahhoz, hogy az a műsorba kerülhessen, az adásba illő legyen; ellenkezőleg, az adások körülményei alakulnak át a tartalomhoz igazodva**. Nem a videóklippek és reklámszpotok ritmusa határozza meg a közösségi rádió üzeneteit, műsorait; azokban a gondolatok végigmondhatók, a zeneszámok lehetőleg végigjátszhatók.

Többnyire különös *figyelmet fordít a közösségi rádiók jelentős része a nonprofit szektor szervezeteire*, eseményeire: ezek gyakran meg sem jelennek a többi médiumban, vagy ott csak perifériális szerepük van. S nem csak a nonprofit szektorra, de *a hátrányos helyzetűekre, a sérültekre is*. Ez utóbbiak megjelenése a közösségi médiában különös új szint és értékeket jelent – ennek technikai feltételeihez (mozgás – utazás segítése, sajátos telefonos kapcsolatok megteremtése, személysegítés biztosítása), továbbá az érintettek szakmai felkészítésére fontos figyelmet fordítani.

Ha a kedves Olvasó, vagy a környezetében valaki közösségi rádió alapításával foglalkozna, ajánljuk, keresse meg a Szabad Rádiók Magyarországi Szervezetét – ezen füzet kiadóját –, itt sok tapasztalattal állunk az érintettek rendelkezésére. Ennek a szervezetnek éppen az az egyik vállalt küldetése, hogy **közösségi rádiók elindítását sokféle módon segítse**.

Elérhetőek vagyunk az alábbi címeken:

Szabad Rádiók Magyarországi Szervezete
Hungarian Federation of Free Radios
1066 Budapest, Ó u. 11. I/6.; tel./fax: (36-1) 311-1855
E-mail: szarama@freemail.c3.hu
Honlap: www.kkapcsolat.hu/szabadradio

III. A közösségi rádiók arculata, stílusjegyei

Az európai elektronikus tömegtájékoztatásban az arculat a 70-es években vált fontossá. Korábban ugyanis az állami rádió-televízió monopolhelyzetben volt. Ezért nem volt túl nagy szükség arra, hogy a rádió és tévéállomások egy-egy országon vagy tartományon belül különbözzenek egymástól. Az állami rádió afféle vegyeskereskedés volt, a szakosodás is csupán annyit számított, hogy ugyanaz a rádiószervezet melyik csatornán ad több politikai hírt, és melyiken több zenét. Ahogy a tulajdonjogilag elkülönült rádiók szaporodtak, úgy vált egyre fontosabbá az arculat.

Az arculatnak – mint minden más rádiós eszköznek – az a szerepe, hogy a feltételezett hallgatót minél könnyebben lehessen elérni és megtartani. Az arculat egyrészt önazonosság: ez a rádió az, amiről szó van, ez a rádió olyan, amilyenre csináltuk. Az arculat másrészt azonosíthatóság: ez a rádió nem egy másik rádió, ez a rádió az, amit keresek.

A rádiózás esetében ma még általában nincs lehetőség arra, hogy direkt módon folyamatosan közöljük a hallgatóval az általa hallgatott, vagy keresett rádió nevét (a tévében ilyen a képernyő valamelyik sarkában levő azonosító, embléma, logó), mert a vevőkészülékek többsége nem alkalmas RDS információk vételére. Ezért (de nem csak ezért) az arculatnak minden pillanatban meg kell nyilvánulnia. Ez csak úgy érhető el, ha az arculat a lehető legegységesebb, és ehhez minden műsorkészítő alkalmazkodik.

A műsorszórási rádiózás négy alapvető eszköze: a beszéd, a zene, a zörej (helytelenül a zaj) és a csend. E négy eszköz megfelelő és következetes használata során realizálódik az arculat, alakul ki az arculat akusztikai képe: a hangzás.

A csend hangjai

Sok vitánk van egymás között, mikor a technikusaink, vagy a műsorkészítők „dögösebb”, flottabb ritmusú és hangzású produkciókat akarnak, és ezért zenét kevernek a beszélgetések alá. Sokszor abban a reményben, hogy az majd elfed ügyetlenségeket, lendületesebbé teszi az amúgy lassúbbnak érzett részeket. Sokan mintha félnének a csendtől, ami az élőbeszéd természetes velejárója. Mintha az kínos lenne.

Pedig, ahogy a rít is esztétikai kategória (nem csak a szép), úgy a csend is akusztikai jelenség a hangok-hangsorok között. Hatása, jelentése van. Elválaszt, tagol gondolatokat. Vagy éppen egy spontán beszélgetésben annak természetes elemeként van jelen. Hiszen a beszélgetésben sem mindig egyforma sebességgel, hangerővel, lendülettel és ritmussal mondjuk gondolatainkat. Néha felemeljük a hangunkat, majd lehalkítjuk. Máskor gyorsan követi egyik szavunk vagy mondatunk a másikat. Aztán meg elgondolkodunk, szünetet tartunk, úgy beszélünk – így adunk hangsúlyt gondolatainknak. De előfordul, hogy éppen egy fontos gondolatnak – legyen az akár zeneileg is megformálva – kellene egy kis levegőt, helyet, egy kis kibontakozást – lélegzetvételnymi szünetet hagyni.

Ezt a természetességet kellene megőrizniük műsorainknak, s ezt teszi mesterségessé, hiteltelenné, hamissá, ha néha belenyúlunk, technikailag manipuláljuk, „dögösítjük” a műsorrészeket. Hát még, amikor a voiceovert is rákapcsoljuk. Vagy ráindítunk egy gondolatra, amelynek még ki kellene egy kicsit csengenie. Szüksége lenne egy kis tisztaságra. S mi ilyenkor gyakran közbevágunk, rákeverünk akkor és oda éppen nem illő idegen hangokat, zenéket.

Félünk a csendtől!

Persze, néha lehet, hogy van okunk félni. Ha nincs mit mondanunk a hallgatónak, *csak úgy* beszélünk. Szeretnénk azt remélni, hátha a technika elfedi a gondolatlanságot, a tisztátalanságot, a készülletlenséget; s nem leplez le bennünket. Nincs semmi üzenetünk, de *mi* ülhetünk a mikrofon előtt; eltakarja készülletlenségünket a mesterséges, szintetikus, műanyaghangzású zene, vagy más zaj.

Az alábbiakban részleteket idézünk a „*Fiksz-füzetek*” című sorozatnak a hangzástanról szóló fejezetéből.

„Zajnak tekintünk minden olyan hangjelenséget, amely a számunkra fontos hanginformációt zavarja.

...MINDEN, A BESZÉDDEL AZONOS IDŐBEN ZAJLÓ HANGJELENSÉG RONTJA A BESZÉD ÉRTHETŐSÉGÉT!

Ahhoz, hogy a vevőkészülék fel tudja fogni a rádió által kibocsátott hullámokat, elegendően erős hullámokra van szükség. Minél távolabb vagyunk az adótól, a hullámok annál gyengébbek.

Az adás és a vétel során zaj is termelődik. A vevőkészülékek felépítése következtében ez a zaj alig nő, ha az adótól egy bizonyos távolságnál messzebbre nem megyünk.

*A vételkörzet határához közeledve a zaj – és a torzítás is – növekedni kezd, majd oly hirtelen megugrik, hogy a vétel lehetetlenné válik. (Budapesten például a 98 MHz-en adó három nonprofit rádió adóteljesítménye viszonylag szűkre szabja ezt az optimális vételkörzetet.) Megjegyezzük, hogy a sztereó vételkörzet sokkal kisebb, mint a monó, tehát amikor a sztereó vétel zajosodni és torzítani kezd, érdemes monóba kapcsolni. **A zajnövekedés következtében a hasznos műsorjel – esetünkben a beszéd halkabb részei – elveszhetnek a zajban.***

Az URH-adások korlátozott jel-zaj viszonya eleve csökkenti a beszéd érthetőségét. A jel-zaj viszonyt azonban szándékosan is lehet rontani, pl. úgy, hogy a beszéd alá zenét kevertünk. Ha az aláfestő zene szintje túl kicsi, akkor ugyan csak kicsit rontja a beszéd érthetőségét, de ilyenkor a zene időnként elvész a zajban, időnként belezavar a mondandóba – tehát felesleges. Ha az alákevert zene elfedi a zajt – tehát hallható –, számottevően megnö a beszédet zavaró szint.

Természetes beszédhelyzetben ilyenkor vagy hangosabb beszédre kérjük a beszélőt, vagy közelebb hajolunk hozzá. Ezt most nem tehetjük meg (a beszélő és a zene megszólalási helye ugyanaz), helyette ösztönösen hangosabbra állítjuk a rádiókészüléket, hiszen szeretnénk, ha a beszéd kiemelkedne a zajból. Ezzel azonban semmit nem érünk el, hiszen a zene szintje is megemelkedik. Kénytelenek vagyunk tudomásul venni, hogy romlott a beszéd érthetősége! Ezzel együtt *a beszéd finom árnyalatai* – pl. lélegzetvétel, halk sóhaj – is *eltűntek* a zenében, *a beszéd gépiesebbnek tűnik. A beszéd alá kevert zene rontja az intim arculatot!*

További kedvezőtlen hatás, hogy a beszéd és a felvételtől menő zene egészen eltérő akusztikai közeg, tehát a vételkörzet határán – ahol amúgy is nagy a zaj, rossz a beszéd érthetősége – úgy tűnik, mintha egy új, zavaró adó jelent volna meg. Ezt másképpen úgy is fogalmazhatjuk, hogy **a beszéd alá kevert zene csökkenti az amúgy is kicsi vételkörzetet.**

Végül gondoljunk arra, hogy a rádióhallgatási helyzet sem ideális, vagyis a hallgatói környezet zajai is zavarják a műsor élvezetét. Mindent meg kell tennünk tehát, hogy legalább mi ne rontsunk a feltétlenül szükségesnél többet...” („*Fiksz-füzetek 1.*”, 10–14. old.)

IV. Néhány rádiós műfajelméleti alapvetés

A műfajok kérdésével számtalan szakirodalom, könyv, jegyzet foglalkozik, amelyek jól használhatóak az érdeklődők számára. Az alábbiakban mi csak néhány, általunk fontosnak ítélt gyakorlati jótanácsot idézünk az AMARC-nak a közösségi rádiózásról készült oktatóanyagából:

1. Miért szerkesztünk?

Számtalan oka lehet, amiért meg akarod szerkeszteni a munkádat: lerövidítheted az anyagodat, ha eltávolítod a fölösleges részeket, az ismétléseket, hosszú szüneteket;

- az interjúdat vagy az anyagodat összefogottabbá tudod szerkeszteni;
- ki tudsz vágni zavaró zajokat, pl. széknycorgást, ajtócsapkodást, köhögést, tüsszentést, hadarást;
- ki tudsz vágni bakikat a felolvasásból;
- újraszervezheted a felvett anyagot, hogy érthetőbb legyen;
- kellő hosszúságúra vágott anyaggal ki tudsz tölteni egy váratlan szünetet;

Nem szabad bármelyik szerkesztési eljárást egy interjú lényegének megváltoztatására használni. Ha például egy választ nem az eredeti kérdés után rakunk, annak súlyos következményei lehetnek a bíróságon! Ideális esetben annyira felépíted előre a felvételt, hogy csak minimális utószerkesztési munkát kell végezned, mégis, különösen kezdetben, sok fölösleges anyagod lesz – ne aggódj, bele fogsz jönni!

Mielőtt hozzáfogsz a szerkesztéshez, hallgasd végig az anyagot és jegyezd fel a részeket, amiket meg akarsz tartani.

Próbáld meg szigorú lenni az anyaggal szemben, nagyon határozott elképzeléseid kell, hogy legyenek arról, mit akarsz megtartani illetve kivágni.

Ellenőrizd le, hogy az anyag világos és hallgatható legyen, soha ne feledd: a közönség csak egyszer hallgatja meg a műsort, nem tekerheti vissza a kazettát a végén. Lehet az a legizgalmasabb és legérdekesebb anyag, amit valaha készítettél, de ha zavaros és rendezetlen, nem fog átjönni a túloldalon (pláne ha a rádió más háttérzajokkal együtt szól!)

Igyekezd megőrizni az eredeti felvétel ritmusát és szüneteit: ez azt jelenti, hogy meg kell figyelned a beszélő légzéstechnikáját, sőt benne kell hagynod nyögéseket illetve töltelékszavakat.

Mint azt már korábban említettük, a szerkesztés megspórolható vagy minimálisra redukálható abban az esetben, ha jó az interjúd. Néhány hasznos tanács, hogyan spórolj az energiáddal:

- Ne vedd föl túl sok anyagot, egy rövid kazettához – kábé 3 perc – nem kell 10 percnél többet rögzíteni.
- Ha az interjúalanyod elkezd csapongani, észrevétlen nyomd be a pause-gombot és csak akkor nyomd be újra, amikor a következő kérdést felteszed.
- Mindig vedd fel pár perc háttérzajt az atmoszféra érzékeltetésére (vágóhang / háttérhangok) az interjú helyszínén, amiket később felhasználhatsz, ha szüneteket kell beiktatnod az interjúba (ez sokkal természetesebbnek hat, mintha egy darab befutószalagot illesztenél oda).
- Figyelj oda, hogy a kérdéseid megfelelőek legyenek és a tárgyra vonatkozzanak.
- Nyugodtan kérd meg az interjúalanyodat, hogy fejtse ki világosabban a mondandóját, a második válasz rendszerint tömörebb és lényegretörőbb az elsőnél.

2. Előadás – beszéd – magatartás

- Légy olyan, amilyen vagy. A műsort már megtervezted, és a székben ülve arra vársz, hogy adni kezdjél; vedd egy mély lélegzetet, relaxálj. Ha elvégezted az előkészületi munkákat, nyugodtan bízhat az abban, hogy a dolgok simán fognak menni, kivéve, ha a berendezés tönkremegy! Próbáld meg elfelejteni a többi műsorvezetőt, akiket már hallottál, és légy önmagad. Más műsorvezető stílusának másolása nemcsak nehéz, de emlékezned kell arra, hogy a hallgatók csak az „eredeti változathoz” tudják hasonlítani – és nem mindig a te javadra dől el az összehasonlítás!

Általános hibák

- A túl gyors beszéd. Amikor először kerülsz adásba, természetes, hogy ideges vagy és hadarva mondd a szavakat. Tudatosan próbálj relaxálni, végy egy mély lélegzetet és nyugtasd meg magad.
- A műsorod túl komplikált vagy zavaros. Előfordulhat: annyira felkészültél, hogy teletűzdeled a műsorodat végeláthatatlan tényekkel és apró információkkal, amit a hallgató „szőnyegbombázásként” érzel majd. Legyen világos, mit akarsz elmondani, és körültekintően tervezd meg, mi a téma tálalásának legjobb módja.
- Az előadásmód „lapos” vagy „unalmas”. Ha nem hangzik érdekesnek, amiről beszélsz, hogyan várhatod el a hallgatótól, hogy érdeklődést tanúsítson? Mindig emlékezni kell arra, hogy – szemben egy „face to face” beszélgetéstől – a hangodnak kell hordoznia az érdeklődést, az izgalmat, a különlegességet arról, amit mondasz. Ezenkívül a hanglejtésednek szintén nagy utat kell bejárnia a mikrofontól a keverőn, az adón és az éter hullámain keresztül a hallgató rádiójának hangszórójáig. Ez a technológia lenyűgöző érdeme. Amit neked ebből meg kell jegyezned, az az, hogy ez a nagy „utazás” valamennyire ellaposítja a hanglejtésedet. Meg kell tehát próbálnod eltúlozni természetes hanghordozásodat – már amikor lehet –, de ne próbáld meg fölvenni a nagyrádiók bemondóinak hamis, behízelt stílusát!
- A műsorod nem érdekes. Talán úgy találtad, könnyű dolog élő műsort csinálni, és csak az amatőröknek van szükségük felkészülési időre, mielőtt adásba mennek. Ha semmiféle terved nincs a műsorral kapcsolatban, különlegesen tehetségesnek kell ahhoz lenned, hogy úgy tudjál „fecsegni”, hogy az a hallgatóknak is érdekes legyen. Gondolj a hallgatóságra, érdeklődési területükre, és legfőképp arra, hogy a műsort miattuk csinálod (és nem csak magad miatt).
- A szabad rádiózásban általában bevett érintkezési forma a tegezés, de ez még nem jelenti azt, hogy lekezelően beszélhetsz. Ne oktasd ki a hallgatót, ez nagyon lefárasztja őket, végül aztán kikapcsolnak. Úgy kell elképzelned a műsort, mint egy szerkesztett, ugyanakkor könnyed társalgást a hallgatóval. Ha lelki szemeid előtt lebeg valaki, akivel beszélsz, az segíthet a helyes tónus megtalálásában.

- Úgy beszélsz a hallgatókhoz, mintha azok tömegben hallgatnának téged. A legtöbb ember azonban akkor hallgatja a rádiót, amikor magában van, vagy legalább is egyedül a gondolataival. Úgy beszéljél, mintha csak egy emberhez beszélnél. Ne mondj olyan dolgokat, hogy „Hölgyeim és Uraim!” vagy „ti ott kinn” vagy „mindenki, aki hallgat”.

3. Interjú-technikák

- Mielőtt elindulsz az interjúalanyhoz, vagy – élő műsor esetén – a vendégedet bekíséred a stúdióba, győződj meg arról, hogy minden megvan, ami szükséges. Ellenőrizd, hogy működnek-e a felvevők, hogy van-e elég szalagod.
- Ellenőrizd, hogy megvan-e a jegyzetfüzeted, tollad és a kérdésekről készített jegyzeted. Az a legjobb, ha kérdéseidet nem írod le szóról-szóra. Inkább jegyzetpontjaid és szükséges információid legyenek arról, amit fel akarsz tární.
- Legyen világos, hogy mit akarsz kihozni az interjúdból.
- Ha a stúdióon kívül rögzíted az interjút, győződj meg arról, hogy a hely megfelelő és nem túl zajos-e.

4. Hogyan kérdezzünk?

Akkor a legérdekesebb az interjú a hallgató számára, ha a vendégek beszélnek a legtöbbet. Hosszú lélegzetű kérdések és rövid igen/nem válaszok nem keltik fel a hallgatók érdeklődését. Kifejtő kérdéseket próbálj meg feltenni, amikre nem lehet egyszerű igen/nem a válasz.

A tipikus kifejtő kérdések a következővel indulnak:

- „Mi a véleménye...”
- „Miért gondolja...”
- „Ki, mi, hogyan, miért, hol, mikor... stb.”

Próbálj meg nem eldöntendő kérdéseket feltenni, olyan kérdéseket, amikre egyetlen „igen” vagy „nem” lehet a válasz. A tipikus eldöntendő kérdések a következőképpen kezdődnek:

- „Gondolod, hogy...”
- „Igaz, hogy...”
- „Boldog amiatt, hogy...”

5. Az odafigyelés fontossága

Annak ellenére, hogy nagyon körültekintően készítetted elő interjúdat, soha nem tudhatod pontosan, mit fog mondani vendéged az interjú alatt. Éppen ezért ne legyen egy olyan kérdéssorod, amihez foggal-körömmel ragaszkodsz, tekintet nélkül arra, amit a vendéged mond. Ha elkezd valami érdekesről beszélni, kövesd őt a gondolatmenetében. Sokkal érdekesebb lehet így, mintha előre eltervezett kérdéseidet teszed fel.

Hogy könnyebb legyen a vendégedre való odafigyelés, a jegyzeteid legyenek minimálisak. Szedd pontokba azokat a problémákat és információkat, amiket fel akarsz tární. Így nem leszel a jegyzeted olvasásával elfoglalva, és végig a vendégedre tudsz figyelni. Ha nem kapsz az érdekes pontoknál, amiket felvet, a hallgatók csalódottak lesznek, hogy kihagytad a ziccert!

6. Mi a hír?

Lássuk a hír általánosan elfogadott definícióját, ami valami ilyesmi:

- új;
- érdekes;
- fontos vagy érinti a hallgatót;
- tényszerű.

Egyértelmű, hogy ami az egyik embernek „új, érdekes és fontos”, az lehet, hogy a másiknak „rég, unalmas és érdektelen”. Ennélfogva nagyon fontos, hogy gondolj a hallgatóidra, amikor a hírsokrot írod. Ha valami nem új vagy érdekes vagy fontos számukra, akkor annak nincs helye a hírekben!

A headline (és más fontos pontok)

Az első dolog, amit el kell dönteni: mi a történet? Miért új(don)ság ez az információ hallgatóid számára? A történet legfőbb pontja fogja kiadni a headline-t. Az első mondat tehát

- magyarázza el a történet legfontosabb tényét,
- meg kell, hogy ragadja a hallgatók figyelmét, vagy világossá kell tenni: számukra fontos, hogy halljanak a történetről,

– világosnak, tömörnek és lényegretörőnek kell lennie.

A headline általában tartalmazza a történet „kijét” és „mijét”.

Az ezután következő mondatok fontossági sorrendben tartalmazzák a pontokat. A legkevésbé fontos legyen a legutolsó. Attól függően fogják elmondani a „mikort”, „holt”, „hogyan” és „miértet”, hogy mely kérdések a legfontosabbak a történet szempontjából. Ha olyan szöveget írsz, amelyet hírcsokorban szánsz felolvasásra, akkor általában három és öt mondat közötti történésekről lehet csak szó, tehát ki kell választani a legfontosabb tényeket. Ha a történet magyarázata megkívánja, akkor háttér-információkat is kell adni.

A hírárás stílusa

Mint általában a rádióknak szánt írásoknál, a hírárásnál is fontos, hogy világos és könnyen érthető legyen. Úgy írd, mintha beszélnél, világos, rövid mondatokban. Ne másold le szövegrészeket sajtóanyagokból, találkozókról szóló beszámolókból, vagy cikkekből! Ezeket általában nagyon nehéz olvasni és néha annak a csoportnak a sajátos zsargonját tartalmazza, ahonnan a szöveg származik.

Bár a legfontosabb pontnak az első mondatban kell szerepelnie, ne rakd a legfontosabb szót a legeslegelejére. A hallgatóknak szükségük van egy kis időre, amíg tudnak váltani egy-egy új hírre, tehát a kulcsneveket és tényeket valahová az első mondat közepére vagy végére kell elhelyezni.

Bár az a cél, hogy megragadjuk a hallgató figyelmét, el kell kerülni, hogy túldimenzionáljuk a történetet. Ne túlozz vagy fújd fel a sztorit aránytalanul. Légy óvatos az olyan szavak használatával, mint „brutális”, „tragédia”, „mészárlás”, „horror” stb. Ezeket a szavakat őrizd meg az igazi kivételekre, és inkább csak a tényeket előadva bízd a hallgatóra a döntést.

A hírcsokor sorrendjének kiválasztása

Éppúgy, mint a történeten belüli sorrendnél, a hírcsokornál is a hallgatók számára legérdekesebb hírrel kell kezdeni. Annak eldöntésére, hogy melyik a legfontosabb, nincs szabály. Néha ez teljesen egyértelmű és mindenki egyetértene, máskor pedig nagyon nehéz választani két-három történet között. De ha egyszer eldöntötted, akkor a hírcso-

kornak nagyjából csökkenő fontossági sorrendben kell tartalmaznia a híreket.

Az első történés általában több időt kap, mint az utolsó. Előfordulhat, hogy egy kevésbé fontos történést előre akarsz hozni a hírcsokorban, mert összefüggésben van egy olyan hírrel, amely korábban szerepel. Ezzel nincs probléma. Egyetlen fontos szabály van: a hallgatók érezzék úgy, hogy a történések logikus sorrendben követik egymást.

Ha hírműsorod célközönsége valamilyen kisebbségi csoport – szociális, etnikai vagy korcsoport – ne feledkezz meg róla, hogy általános hírigényüket a nagy média valószínűleg kielégíti. A te hírcsokrod tehát olyan témákra koncentráljon inkább, amelyről máshol nem hallhatnak.

A hír olvasása

A hír olvasásának módja fontos, ha azt akarod, hogy az információ eljusson a hallgatókhoz. Nincs értelme világosan megírni a híreket, ha az elvész a felolvasás közben.

Vigyázz, hogy:

- ne olvass túl gyorsan;
- ne motyogj;
- ne olvass monotonon, amely arra készítené az embereket, hogy kikapcsolják a rádiót.

Minden mondatban hangsúlyozd a fontos szavakat. Sokat segít, ha megérted és gondolsz arra, amit olvasol. Így automatikusan hangsúlyozni fogod a kulcsfontosságú szavakat.

Hallatsszon úgy, hogy érdekel, amit olvasol. Ez érdekli a hallgatókat, tehát téged is kellene, hogy érdekeljen. Ha te unatkozóan hallatszol, ők is unatkozni fognak.

Hangozzék úgy, mintha elhinnéd, amit olvasol. Kikutattad, ellenőrizted a történést, tehát nem szabad úgy hangoznia, mintha nem lennél biztos az igazságában. Ha érdemes arra, hogy adásba kerüljön, akkor megéri, hogy világosan és erőteljesen legyen elmondva.

V. Interaktivitás a szabad rádiózásban

A szabad rádiókat nem véletlenül hívják közösségi rádióknak is. Mindkét kifejezés azt takarja, hogy a rádiózásnak ez a típusa alapvetően különbözik a rádiózás minden más fajtájától. Leginkább abban, hogy hangvétele, beszédmódja nem elidegenítő, hanem ellenkezőleg: beengedő, bevonó típusú.

Közösségi rádiózáson nem csak azt kell érteni, hogy e rádiókat rendszerint közösségek üzemeltetik (jóllehet ez igaz). A közösségi rádiózás kifejezésben benne foglaltatik az is, hogy ezek a rádiók valamilyen szempontok alapján körülírható csoportoknak szólnak, még akkor is, ha ez a szempont csak az, hogy az emberek e csoportja az adott rádió hallgatója. Azaz: „közösség”-en nemcsak a műsorkészítőket kell érteni, hanem a hallgatókat is.

Hogy a hallgatókból közösség válik-e (azaz a rádió betölti-e hivatását), az adott rádión múlik. Különböző utak vezetnek ahhoz, hogy a hallgatók egy idő után saját magukat is, mint egy adott közösség tagjait ismerjék fel. Az egyik ilyen út, hogy a rádió egy jól körülírható (lehet, hogy szűk) csoport érdeklődését elégíti ki, tehát már eleve egy valamilyen csoportosítási szempont alapján közösségnek tekinthető körnek szól. Ha azonban nem egy már kész vagy félkész közösséget szeretnénk megszólítani, akkor a feladat egy közösség megteremtése.

Ennek módja a hallgatók bevonása a rádió életébe, azaz a hallgatói lét közösségszervező erővé való emelése.

Hogyan érhető ez el?

Az eszközök: a nyílt beszéd, a nem elidegenítő, nem médiaszerű fogalmazás, illetve az interaktivitás, azaz a hallgatókkal való kapcsolatot kétirányúvá tétele.

Ez a kapcsolat akkor válik kétirányúvá, ha a hallgatók is a műsor részévé, alkotóivá, formálóivá válnak. Mivel rádióról van szó, ezért a hallgatóknak beleszólási, megszólalási lehetőséget kell teremtenünk a műsorokban. Nem kivételként, nem érdekességként, hanem alapszolgáltatásként. Fontos, hogy a betelefonáló hallgatóknak ne legyen „Nahát, szerepelek a tévében!” – élménye, ne sorolják be a rádiót a megszokott média-kategóriákba, hanem vegyék természetesnek, hogy közbeszélhatnak.

Ez természetesen fokozott józanságot, elővigyázatosságot és felkészültséget igényel a műsorkészítőktől: folyamatosan résen kell lenniük, hogy ne kaphassanak nyilvánosságot gyűlölködő, gyalázkodó, alkotmányba ütköző kijelentések, és hogy az adott rádió által fontosnak tartott egyéb követelmények se sérüljenek.

A Médiatörvény szerint nem lehet valakit egyből adásba kapcsolni, az interaktivitást, a bevonó jelleget viszont alapvetően sérti egy közbülső lépcső, egy szűrő beépítése. Ezért az adásban, de minden egyéb lehetséges módon is nyilvánvalóvá kell tenni, hogy az adott telefonszám tárcsázója azonnal adásba kerülhessen – amennyiben ezt maga is óhajtja.

Ahhoz, hogy a hallgatók adekvát lépésnek érezzék a betelefonálást, a műsorvezetőknek köznapi, nyitott, őszinte, nem elidegenítő beszédmódot kell alkalmazniuk. Nem kell elhallgatni, ha valamiről nincs információjuk, nem kell szégyellni kifejezni bizonytalanságukat, adott esetben nem kell tartani a véleménynyilvánítástól, hiszen ez „provokálja” a vitát. Az interaktív műsorok egyfajta vitafórum-szerepet is betöltenek, jótékony hatással: megmutatják a leegyszerűsítő gondolkodás veszélyeit, a lehetséges szempontok végiggondolására sarkallnak és érthető, világos fogalmazásra kényszerítik a műsorkészítőt és a hallgatót egyaránt.

A hallgatóknak természetesen mások a szempontjaik mint a műsorkészítőknek, és gyakran az egyes hallgatók szempontjai is eltérőek. A hallgató rossz esetben csak a saját szempontjait veszi figyelembe: szeretne elmondani mindent, ami a fejében van, témát szeretne váltani, vagy egyszerűen csak beszélgetni szeretne. A műsorkészítő célja ezzel szemben az, hogy minél többen megszólalhassanak (azaz az egyes betelefonálók ne beszélhessék végig az adást), lehetőleg az áttekinthetőség keretein belül tartsa, irányítsa a vitát, s ha a téma még fut, akkor arról legyen szó.

Megfigyelhető azonban, hogy egy idő után a hallgatók hajlamosak maguktól is érvényesíteni a műsorkészítői szempontokat, miután hallgatóként nekik is az az érdekük, hogy a többi betelefonáló is érvényesítse azokat, azaz egy-egy hallgató szempontjai ne befolyásolják döntően a műsor alakulását. A rádió és az egyes hallgatók így közösséget alkotva, csoportszerűen töreksenek konszenzusra.

Milyen szerep marad a műsorkészítőnek, ha a műsoridő nagy részét a betelefonálók töltik ki? Az ilyen műsorokban jóval nagyobb felelősség hárul rá mint a hagyományos programokban. A műsorké-

szító a felelős azért, hogy a sokszínűség, a különböző vélemények és szempontok ne csapjanak át káoszba, azaz a műsor azok számára is élvezhető legyen, akik nem telefonálnak be – bármennyire a hallgatói közreműködésre épít is egy műsor, már csak technikai okokból is ők maradnak többségben. A műsorkészítő felelőssége az is, hogy sértő, félelmet keltő, gyalázkodó vélemények ne hangozhassanak el az éterben.

Egy ilyen struktúrában természetesen a műsorvezető marad továbbra is központi figura: nem csak meghallgatja, amit a hallgatók mondanak, hanem beszélget velük, világos fogalmazásra és érvelésre kényszeríti őket, szembesít a lehetséges ellenérvekkel, vitatkozik, orientál és segít, miközben egy pillanatig sem éreztheti vélt kivételezett helyzetét vagy képzelt felsőbbrendűségét. A közösségi rádiózás többek között abban különbözik a rádiózás más formáitól, hogy a műsorkészítő nem válik felsőbbrendűvé, jobb vagy fontosabb emberré attól, hogy a véletlen különös játéka folytán éppen egy rádióstúdióban ül.

VI. A rádiózás szabályozásának kialakulása

A legalapvetőbb előírásokat a Nemzetközi Rádiószabályzat tartalmazza. Ezt a szabályzatot az ENSZ egyik speciális szervezete, a Nemzetközi Távközlési Egyesület, az ITU dolgozta ki, s a szabályzat a nemzetközi távközlési egyezmény egyik melléklete. Az egyezmény – s ebből következően a Nemzetközi Rádiószabályzat – Magyarországon törvénynek számít. Azt, hogy műsorszórásra hazánk milyen frekvenciasávokban milyen csatornákat használhat, nemzetközileg egyeztetett tervek tartalmazzák. Leggyakrabban az 1985. augusztus 13-án elfogadott genfi egyezményre, a Genfi Tervre szokás hivatkozni, mintha az ebben a tervben szereplő csatornaparamétereket örök időkre kőbe vésték volna. Holott a tervben rögzítettektől el lehet térni, ha az érintettek meg tudnak egymással egyezni. Ha nemzetközi szintű egyeztetésre van szükség, akkor az eljárás több hónapot vesz igénybe, s lehet, hogy sikertelen lesz.

Az elektronikus tömegtájékoztatást nemcsak műszaki előírások próbálják mederbe terelni. A jogszabályok általában önmagukon belül is ellentmondásosak, szakszerűtlenek, egymással pedig köszönőviszonyban sincsenek. Mivel a törvények, rendeletek, hatósági előírások minden csoportjának van műszaki vonatkozása is, közel sem a teljesség igényével sorolunk föl néhány területet:

- nemzetközi rendelkezések (emberi jogi, médiapolitikai és műszaki egyezmények, ajánlások);
- alkotmányos rendelkezések (a Magyar Köztársaság alkotmánya, személyiségi jogok);
- eljárási szabályok (az államigazgatási eljárásokról szóló törvény, polgári törvénykönyv);
- sajtójogok (sajtótörvény, szerzői jogi törvény, előadói jog, kiadói jog);
- távközlési rendelkezések (a frekvenciagazdálkodásról szóló törvény, távközlési törvény, koncessziós törvény, rádióadókra vonatkozó szabványok és hatósági előírások, rádiókészülékekre vonatkozó szabványok és előírások, kábelhálózatokra vonatkozó szabványok és előírások);
- a stúdiókra vonatkozó rendelkezések (biztonságtechnikai szabványok, munkavédelmi szabványok és rendeletek, stúdiótechni-

- kai minőségi paramétereket meghatározó szabványok, építési előírások);
- szervezeti és gazdálkodási rendelkezések (az egyesülési jogról szóló törvény, társasági törvény, számviteli törvény, az adózás rendjéről szóló törvény, a munka törvénykönyve);
 - a **Médiatörvény** (pontos neve: 1996. évi I. törvény a rádiózásról és televíziózásról).

Mivel Magyarországon nyilvános pályázattal lehet sugárzásos műsorszolgáltatási lehetőséghez jutni, a médiatörvényen túl alapvető jelentőségű:

– **az Országos Rádió és Televízió Testület (ORTT) erre vonatkozó eljárási rendelete az Általános Pályázati Feltételek (ÁPF), továbbá**

– **a 213/1997. számú határozata a nem nyereségérdekeltség feltételeiről.**

A sugárzással történő műsorszolgáltatásra az ORTT esetenként nyilvános frekvenciapályázatot szokott kiírni, amely pályázati kiírás minden esetben megjelenik a „*Művelődési Közlöny*”-ben.

A kábelen történő jeltovábbításhoz a jelenlegi szabályozás alapján nem szükséges engedélyt kérni, pusztán bejelentési kötelezettség van az ORTT felé.

A sok és áttekinthetetlen, ugyanakkor az alapkérdéseket nem rendező jogi szabályozás következtében világszerte, így nálunk is megjelentek engedély nélküli, ún. kalózádiók, s – kisebb publicitással ugyan, de – a mai napig föl-fölbukkannak az éterben. Kalózkodni azért jó, mert olcsó, és az ember legalább tudja, hogy szembekerült a törvénnyel. Nagyon szembekerült, ezért a kalózkodás veszélyes. Legális – bocsánat, engedélyezett – működés esetén nem is lehet tudni, mikor melyik törvényt, rendelkezést sértjük meg, hiszen az összes vonatkozó jogszabályt a jogászok sem ismerhetik. Ráadásul egy csomó jogszabály végrehajtási rendelete még nem készült el. De ezek a szabálysértések többnyire nem súlyosak, vagy legalábbis meg lehet indokolni az elkövetett vétségeket. Érdemes hát engedéllyel működni, bár az engedélyezett működés – a különböző „füstadók” miatt – sokkal többbe kerül, mint a kalózkodás, és az engedély – a hatalom kénye-kévedve szerint – bármikor visszavonható.

VII. Forrásteremtés a szabad rádiók gyakorlatában

Szabad rádiók esetében a következő potenciális bevételi forrásokat különböztethetjük meg:

- állami, vagy önkormányzati támogatás,
- szponzoráció,
- reklámbevétel,
- alapítványi vagy egyéb nonprofit jellegű támogatások,
- hallgatói támogatások.

(Most tekintsünk el attól, hogy egy szabad rádiót fenntartása alapvetően lehetetlen lenne a közreműködők önkéntes munkája és energia-befektetése nélkül és csak a valódi pénzügyi bevételi forrásokat vegyük sorra.)

A felsorolt támogatási formák közül az első három szükségmegoldás, de sok rádió számára nélkülözhetetlen forrás. A lehetséges források közül filozófiailag azonban egyértelműen a hallgatói támogatások illeszkednek legjobban a szabad, vagy közösségi rádiózás jellegzetességeihez. Ha egy rádió hosszú távra tervez és kiszámítható gazdálkodást szeretne, akkor a hallgatók támogatására kell alapoznia – ez az a forrás, amelynek adakozókedvét a rádió leginkább tudja befolyásolni, szemben az egyéb forrásokkal.

1. Az állami vagy önkormányzati támogatás (a szabad rádiók esetében az utóbbi a gyakoribb) kiegészítő pénzügyi forrásként képzelhető el. Ha egy rádió kizárólag vagy nagyrészt ilyenekre támaszkodik, akkor az könnyen veszélyeztetheti a rádió szellemi függetlenségét és csökkentheti a hallgatók azonosulási hajlandóságát.

Némileg kivételt képez ez alól egy, a magyar jogszabályok által biztosított lehetőség, amely az Országos Rádió és Televízió Testület felügyelete alá tartozó **Műsorszolgáltatási Alap** bevételeinek százalékában, majdnem automatizmusként határozza meg a nem nyereség-érdekelt rádióknak kiosztandó állami támogatások mértékét. Az első, ebből a forrásból eredő támogatások 1998 végén folytak be néhány ilyen rádióhoz, így a rendszerrel kapcsolatos tapasztalatok még nem elégségesek ahhoz, hogy megmondhassuk, működő megoldás-e ez. Az

bizonyos, hogy ez a fajta támogatás akkor működhet jól, *ha valóban automatizmusként kapható, vagy csak formai követelményeknek kell megfelelni elnyeréséhez.* Az egyéb állami típusú támogatások Magyarországon csekélyek, néhány állami költségvetési alap (elsősorban a Nemzeti Kulturális Alap) tart fenn olyan programokat, amelyek alá besorolható néhány, az ilyen típusú rádiók által végzett tevékenység, de ezekre nem alapozható egy rádióállomás fenntartása.

Az önkormányzatok által nyújtott vagy nyújtható támogatások értelemszerűen nagyon változóak. Tanácsos olyan típusú támogatásokat kérni az önkormányzattól, amelyek elmaradása nem ingatja meg alapjaiban a rádió működését: ez lehet kedvezményes helységrélet, vagy bizonyos egyszeri, nem műsor-jellegű programok támogatása.

2. A szponzorációnak két fajtája lehetséges: az egyik az, amelyért valamilyen ellenszolgáltatást kér a szponzor – ezért ez besorolható a reklám kategóriájába. Az önzetlen, cégszerű szponzoráció, amelyért az adakozó nem kér ellenszolgáltatást, a hallgató támogatások alá is besorolható lenne, mégis érdemes ezzel a forrástípussal külön foglalkozni.

A szabad rádiózás gondolatát és elméleti alapjait könnyen sértheti a reklámozás, sokak szerint ezért fontos, hogy a műsorokban ne legyen reklám. *A szabad rádiók szerepe és különlegessége éppen abban van, hogy ellássanak olyan feladatokat, amelyekre a gazdasági vállalkozás formájában működő média képtelen. Ezek közé tartozik a közösségteremtés, hátrányos helyzetű, gazdaságilag erőtlen, gyenge érdekérvényesítő képességű csoportok ügyének felvállalása, a társadalom sokszínűségének bemutatása, az értékteremtés és – közvetítés, a helyi közösségben vagy a társadalomban fontos, de a média figyelmét ki nem hívó ügyekről való beszéd.* Attól, hogy az adásban reklámok is megjelennek, ez a hivatás persze még betölthető lenne, de a hatást mindenképpen csökkenti, és sokkal nehezebbé válik a kereskedelmi médiától való elkülönülés, hiszen a hallgatók a kereskedelmi jelleget elsősorban a reklámokkal azonosítják. (Mindazonáltal vannak és lesznek rádiók, amelyek életben maradásukhoz nem mondhatnak le erről a bevételi forrásról, ezért is szólunk majd erről külön.)

A kereskedelmi típusú bevételek egy enyhébb, a szabad rádiózás filozófiáját kevésbé sértő formája lehet a szponzoráció. Kerülendő, hogy egyes műsorok legyenek szponzoráltak, sőt, már a reklámmal kapcsolatban említett okokból kerülendő, hogy a szponzoráció a mű-

sorfolyamban bármikor megjelenjen. Ezért ajánlott inkább **a rádió által szervezett, nem műsor-jellegű események (fesztiválok, koncertek, színházi előadások, kiállítások, konferenciák, táborok stb.) szponzoráltatása**. De még ezekben az esetekben is különös kreativitásra van szükség, hogy a szponzoráció ne a hagyományos formákban jelenjék meg az eseményen: el kell fogadtatni a szponzorral (persze meglehet, ez nem sikerül), hogy a közönség, amelyet megszólít ilyen környezetben más megjelenést vár, és a hagyományos reklámozási formák ebben a környezetben csak visszatetszést kelthetnek.

3. A reklámozásról fentebb már elmondtuk, hogy miért kerülendő mint bevételi forrás. Ha egy rádió nem engedheti meg magának, hogy lemondjon erről a bevételi forrásról, akkor egy dolgot tanácsolhatunk: meg kell értetni a reklámozni kívánó céggel, hogy hagyományos reklámjaival itt nem megy semmire. *Nem vállalható, hogy ugyanazok a reklámok jelenjenek meg egy szabad rádióban, mint egy kereskedelmiben, és az ilyen reklámok hatékonysága is sokkal kisebb ilyen környezetben – ezért érdeke a reklámozónak is, hogy ezt megértse.* Általában persze nem multinacionális cégek kívánnak reklámozni a szabad rádiókban, de bárki is a reklámozó, világossá kell tennünk előtte, hogy itt egészen más terepen jár, mint amihez hozzászokott. Ha a szabad rádiókról azt mondtuk, hogy éppen azáltal töltik be hivatásukat, hogy nem elidegenítő formákban kommunikálnak a hallgatókkal, akkor az is igaz, hogy **a gyökeresen különböző szövegkörnyezet a reklámozóktól is új stratégiákat kíván**. Hasznos, ha a reklámozónak felajánljuk, hogy konzultálunk vele ezen eltérő reklámstratégiának a kialakításában. Mindenképpen vegyük figyelembe a médiatörvényeknek a nem nyereségérdekelt műsorszolgáltatásra vonatkozó reklámozási korlátozásait (Magyarországon ez a kvóta a műsoridő 5%-a, azaz óránként max. 3 perc).

4. Az alapítványi vagy egyéb nonprofit szervezetektől származó pályázati támogatások kevésbé konfliktusosak, nem ellenkeznek a szabad rádiózás alapeszméivel, bár ez függhet a támogatni kívánt résztevékenységtől is. Az ilyen támogatások ugyanis a legkritikább esetben vonatkoznak egyszerűen egy rádió működésére – sokkal inkább valamilyen típusú műsor készítésére, valamilyen, az adott szervezet által fontosnak tartott érték közvetítésre, egyszóval valamilyen konkrét tevékenységre vonatkoznak. Az ilyen támogatásokkal kap-

csolatban a legfontosabb az egyre bonyolultabb pályázati rendszerekben való eligazodás, az adminisztratív követelményeknek való megfelelni tudás elsajátítása.

5. A hallgatói támogatások a forrásteremtésnek az a formája, amely a leginkább illeszkedik a szabad, közösségi típusú rádiózás filozófiájához. Ahhoz, hogy egy rádió számottevő bevételeket tudjon elérni ebből a forrásból, vagy erre tudja alapozni működését, három dolog szükséges:

- olyan közösségi jelleg, amelyben a hallgatók azonosulnak a rádióval és felismerik: saját maguknak is fontos, hogy hozzájáruljanak fennmaradásához;
- átlátható gazdálkodás, a hallgatók rendszeres tájékoztatása a rádió pénzügyeiről. Ez teremti meg a hallgatók bizalmát abban, hogy biztosan jó célra fordítják a pénzüket;
- marketing. Bár furcsának tűnhet ez a kifejezés egy, a szabad rádiókról szóló szövegben, de önmagában nincs ebben semmi rossz. Be kell látnunk: ha el akarjuk érni, hogy a hallgatók áldozzanak a rádióra, akkor egyrészt meg kell értetnünk velük, hogy ez miért fontos, másrészt *meg kell ajándékoznunk őket az adakozásért járó örömmel*, harmadrészt, az adakozókedvet biztosan növeli – és szórakoztatóbb is – ha valamilyen formát teremtünk a dolognak. Nem elhanyagolható az a szempont sem, hogy a hallgatóknak értesülniük kell arról: a rádió azt szeretné, ha támogatnák, hisz a legelkötelezettebb hallgatónak sem fog magától eszébe jutni, hogy adakozzék.

Ma már a hallgatói támogatások területén is több típust kell megkülönböztetnünk. Az egyik az 1998 óta minden civil szervezet előtt nyitva álló lehetőség, hogy a **személyi jövedelemadó-bevétel 1%-**ából részesedjék. E lehetőség szerint minden magyar adózó állampolgár maga rendelkezhet adója egy százalékának valamely civil szervezethez történő átutalásáról (vigyázat, csak olyan szervezetek részesülhetnek ilyen adományban, amelyeknek nincsen köztartozása!). Ma már ezen a területen is egyre nagyobb verseny van a civil szervezetek között, de a rádiók kifejezetten előnyös helyzetben vannak ebben a versenyben. Míg a civil szervezetek többsége elsősorban csak azoknak a támogatására számíthat, akik valamilyen formában maguk

is tevékenyen részt vesznek a szervezet életében, a rádiók vagy a rádiót is üzemeltető szervezetek nagy számban képesek elérni velük semmifajta személyes kapcsolatban nem lévő potenciális adományozókat is, elsősorban mert mindennapos hozzáférési lehetőségük van célcsoportjukhoz. Mivel azonban az egy százalékért folyó verseny igen nagy (hisz a legtöbb óvoda és iskola, illetve kulturális intézmény is tart fent alapítványt ilyen célból), egy rádió elsősorban akkor számíthat bevételre ebből a forrásból (és általában a hallgatóktól) ha a nagyfokú hallgatói azonosulást képes elérni. Ez akkor lehetséges, ha a rádió betölti közösségteremtő hivatását. Természetesen a személyi jövedelemadó egy százalékából történő részesedés sem képes önmagában eltartani egy rádiót, de egy jól működő szervezet néhány százezer forintba biztosan számíthat ebből a forrásból.

A hallgató támogatásoknak egy – komoly munkát igénylő – formája a rádió általi **rendezvény szervezés**. Ez csak már bejáratott, gazdaságilag megalapozott rádióknak ajánlott, mivel befektetést igényel, s emiatt kockázatosabb a többi lehetséges bevételi forrásnál. Ez a lehetőség abban áll, hogy a rádió szervezhet különböző – elsősorban kulturális – eseményeket, melyek bevételét a rádió működésére fordítják. Az ilyen rendezvények meghirdetésekor egyértelműen *tudatosítani* kell a hallgatókban, hogy *a rendezvényen való részvétel a rádió támogatásának egyik formája*.

A bevétel természetesen csak akkor gazdagítja a rádiót, ha a rendezvény nyereséges volt. Egy rendezvény – koncert, színházi előadás, filmklub, party, fesztivál stb. – nyereséges megrendezése nagyon nehéz feladat és gyakran nyereségorientált, nagy apparátussal rendelkező szervezeteknek sem sikerül. Ezért javasolt olyan rendezvények szervezése, amelyek előzetes tőkeigénye nem túl nagy, így a kockázat is kisebb. Az esetleges kockázat tovább csökkenthető: **ez az a terület, amelyen olyan támogatások is bátrabban vehetőek igénybe, amelyek a műsor-készítési tevékenység esetében aggályosabbak**: szponzoráció, bizonyos esetekben reklám és egyes alapítványi támogatások is könnyebben elérhetők ilyen egyszeri, konkrét események támogatására. Ilyen esetekben az önkormányzati vagy állami jellegű támogatás is elfogadhatóbb és elérhetőbb is, elsősorban természetbeni támogatás vagy különböző kedvezmények formájában. Fontos, hogy az ilyen események szervezésekor mindig legyünk figyelemmel a nonprofit szervezetek vállalkozói tevékenységére vonatkozó különleges jogszabályokra!

A hallgatói támogatások legletisztultabb formája a **hallgatóktól célzottan a rádió támogatására**, egyéb ellenszolgáltatás és közvetítő nélkül **érkező támogatás**, azaz amikor a hallgatók pénzt – vagy egyéb támogatást – adnak a rádióknak.

Utópiának tűnhet – és néhány évvel ezelőtt még az volt –, hogy emberek külön kényszer és bármilyen jellegű előnyszerzés reménye nélkül pénzt áldozzanak valamire. Az utóbbi évtizedek egyik legnagyobb eredménye, hogy ez mégis lehetséges, és ezt többek közt a magyar szabad rádiózás bizonyította be.

Annak, hogy egy rádió gazdálkodásában az ilyen típusú hallgatói támogatások meghatározó szerepet tudjanak játszani, van néhány elengedhetetlen feltétele:

- viszonylagosan *nagy hallgatói létszám*. Természetesen nem kereskedelmi méretekben kell gondolkodni, de jó tudni, hogy rendszerint a hallgatóknak csak egy töredéke áll az elkötelezettségnek, tudatosságnak és/vagy a jólétnek azon a fokán, hogy áldozzon ilyesmire. Ha ezer ember évente és fejenként ezer forintot adományoz a rádióknak, az egymillió forint, ami már komoly bevételnek számít az általában évi néhány millió forinttal gazdálkodó szabad rádiók esetében. Ahhoz azonban, hogy ezer ember adakozzon, sokszor ezer hallgatóra van szükség. Nem mindenki „hallgató”, aki hallgatja az adást: ahhoz, hogy valaki önmagát, mint egy adott rádió hallgatóját definiálja, a kereskedelmi médiában ismeretlen mértékű azonosulásra van szükség.
- *A hallgatókkal fenntartott különleges viszony*. A tudatos hallgató is csak abban az esetben áldoz a rádióra, ha tudja, hogy a pénzét felelősen fogják felhasználni, és ha érzi, hogy fontos a segítsége. Mivel a segítsége tényleg fontos, ezt nem nehéz éreztetnünk. A rádióknak azonban mindig fair viszonyt kell fenntartani a hallgatókkal, úgy a műsorban, mint azon kívül. Ennek része a pénzügyek teljes átláthatósága is.
- A hallgatói támogatások akkor működnek, ha *akciószerűen, időben koncentráltan nyújtunk lehetőséget adakozásra*. Tanácsos kijelölni egy időszakot, amikor a rádió a hallgatói támogatásokat várja. Az ilyen akciók hatékonyságát növeli, ha valamilyen eseménysorozat szab neki keretet. Összeköthető hallgatói közvélemény-kutatási akciókkal, műsorkészítő-hallgató találkozókkal. Növeli a hallgatói bizalmat, ha a rádió valamilyen apró, az

azonosulást elősegítő, a kivételezettség érzetét keltő egyszeri *ajándékot ad adományozóinak* (ez lehet feliratos ruhadarab, bögre, matrica, törülköző, sapka – a lényeg, hogy az össze- és a rádióhoz tartozás érzését növelje a hallgatókban, meg persze hogy kifejezze a rádió hálóját).

- Egy ilyen akció természetesen komoly szervezőmunkát igényel. Akár az akció köré tervezett rendezvények megszervezése, akár az esetleges ajándéktárgyak elkészítése, befizetési csekkek vagy elismervények beszerzése stb. A legfontosabb feladat mindezek mellett az, hogy *megértessük a hallgatókkal az adott időszak különlegességét, rendkívüliségét*. Egy rádiónak erre természetesen a legjobb eszköze maga a műsorfolyam – értelemszerűen így éri el a legnagyobb biztonsággal saját hallgatóságát. Szokásos eljárás ilyen esetekben, hogy *az adott időszakban (néhány napban vagy héten) a rádió adása hangsúlyosan magáról a rádióról és a támogató akcióról szól*.

A fent ismertetett lehetséges pénzügyi források közül általában **egy sem alkalmas arra, hogy önmagában megoldja** egy nonprofit alapon működő rádió gazdálkodását. Ezért **a lehetséges források kombinációja** az, amely megalapozhatja egy rádió költségvetését. Ebben a csomagban azonban minél nagyobb súllyal, minél nagyobb arányban kell jelen lennie a hallgatói támogatásoknak és csak a feltétlenül szükséges mértékben tanácsos igénybe venni kormányzati vagy kereskedelmi jellegű forrásokat.

MÁSODIK RÉSZ

VIII. Technikai alapismeretek

Ahhoz, hogy műsorszóráról beszélhessünk, szükség van műsorkészítőkre, akik a stúdió(k)ban vagy külső helyszín(ek)en elkészítik az egyes programokat alkotó rádióműsorokat. E programokat modulációs vonalak segítségével juttatjuk el az adóállomásig, amelyek antennái elektromágneses rezgések formájában sugározzák ki azokat. E rezgéseket a vevőkészülékek segítségével alakítjuk át ismét hallható hangokká, és a lánc végén van a hallgató, akiért az egész cirkuszt csináljuk. Ha bármelyik „alkotórész” hiányzik, nincs rádiózás.

A műsorkészítőket még csak-csak lehet szabályozgatni, de a hallgatókat – szerencsére – nem lehet szabványosítani. Kérdés, hogy a lánc többi láncszemére – vagyis a műszaki berendezésekre – érdemes-e külön-külön szabványokat alkotni?

1. Műsorstruktúra és rendszertechnika

Az adóberendezésen és a vele egybeépített sztereó-kóderen kívül – szerencsére – a rádióműsor-szórási rendszer többi elemére nem találtak ki konstrukciós jellegű kötelező hatósági előírásokat. Amikor a többi berendezést, a teljes rendszert próbáljuk megtervezni, majd megvalósítani, elsősorban nem műszaki megfontolásokról kell kiindulnunk. Egy rádióállomás ugyanis – többé-kevésbé bonyolult – műsorszerkezeti-gazdasági-műszaki rendszer.

A gazdasági szempontokat nem figyelmen kívül hagyva általánosságban azt mondhatjuk, hogy rádióállomást annyi pénzből valósíthatunk meg, amekkora összeget szánni akarunk rá. Legolcsóbban kalózrádiót csinálhatunk; az engedélyezett rádió költségeinek egy része nem tőlünk függ.

A legfontosabb kérdés tehát, hogy milyen műsorkoncepcióhoz akarunk technikai hátteret teremteni? A műsorkoncepció alapja viszont az, hogy milyen célból csinálunk rádiót; divatos kifejezéssel élve: mi a rádió küldetése?

A törvény előírja a kisugárzott műsor rögzítését és 30 napig történő tárolását is. A rádióműsor rögzítése legolcsóbban egy zsebrádió

fejhallgató-kimenetére csatlakoztatott, félsebességgel felvevő képmagnóval valósítható meg.

Az engedéllyel rendelkező rádióállomást számos adminisztratív kötelezettség terheli. Jóllehet ezek a feladatok is megoldhatók papírral és íróeszközzel, célszerűbb számítógépet használni.

Végül gondoskodni kell a berendezések elhelyezéséről. A kis rádióállomás – a kóder, az adó és az antenna kivételével – egyetlen, néhány négyzetméternyi helyiségben is elfér; úgymond nincs olyan parányi hely, ahonnan ne lehetne rádiózni. Napi 24 órán keresztül sugárzó rádió azonban már igen nehezen működtethető egyetlen szobából.

A műsorvezetői szövegelésből, slágerlistából, bárgyú telefonos játékokból és reklámokból álló rádióprogram egy idő után unalmassá válhat. A műsorszerkezet színesíthető riportokkal, beszélgetésekkel. A riportok külső helyszínen is készülhetnek. Napjainkban a legjobb hangminőségű riport hordozható DAT-magnóval készíthető, de majdnem ilyen jól szólnak a minidiszk-walkmannel felvett riportok is. Sajnos, a legtöbbször ezeknél sokkal gyatrább kompakt-kazettás diktafonokat használunk, hiszen egy minidiszk-walkman árából akár 10 ócska diktafon is megvásárolható.

A stúdióbeszélgetések közvetítése kétfajta technikával történhet. Az egyik esetben egy vagy két mikrofon köré tömörülnek a beszélgetés résztvevői. Mivel ilyenkor a mikrofon elég távol van a beszélők szájától, mindenképpen hallatszani fog a stúdió akusztikája. Ez azt jelenti, hogy ha fontos (lenne) a beszéd érthetősége, akusztikailag jól tervezett és minél nagyobb méretű stúdiót kell(ene) kialakítanunk. Ráadásul ez a stúdióhelyiség már egy másik szoba, mint ahol a technikai eszközök vannak. A kéthelyiséges rádió – amely tehát előadói helyiségből és technikai helyiségből áll – számos egyéb költségnövelő megoldást igényel. Meg kell oldani a két helyiség akusztikus elválasztását, és ha ez sikerül, akkor meg kell oldani a két helyiség közötti kapcsolatot. Szakszerűen ezt úgy mondjuk, hogy jelző-, kommunikációs és kulissza rendszert kell kialakítanunk. A jelzőrendszer többnyire lámpákból áll: a villogó jelzés figyelmeztet, felkészít valamire, a folyamatosan égő piros pedig azt jelzi, hogy a stúdió mikrofonja(i) adásban van(nak). A kommunikációs vagy utasító rendszer segítségével adáson kívül, pl. zene közben beszélgethetnek egymással a két helyiségben tartózkodó személyek. A kulisszarendszer az az erősítő-hangsugárzó egység, amelyet az előadói helyiségben teszi lehetővé a

műsor figyelését – természetesen úgy, hogy a mikrofon(ok) jele nem kerül erre a rendszerre, mert különben gerjedés lépne föl. Az előadói helyiség és a technikai helyiség figyelőrendszere, kommunikációs rendszere és utasító-rendszere egymással összefüggő rendszert alkot. Ha az előadói helyiségből utasít valaki, akkor a technikai helyiség figyelő rendszere az éppen folyó műsor jelét visszaveszi az utasítás időtartamára. Fordítva, ha a technikai helyiségből történik utasítás, akkor a kulisszarendszerben hallható műsorjel szintje csökken számottevően. A kéthelyiséges rádió keverőasztala ennek megfelelően nemcsak rendszertechnikailag, hanem áramkörileg is bonyolultabb, hiszen az egyes rendszereknek egymás és a műsorjel zavarása nélkül, koppanások, szótaglemaradások nélkül kell működniük.

Nem hagyható figyelmen kívül az a tény, hogy a kéthelyiséges rádiót már legalább két személy: a műsorvezető és a technikus működteti. Nem önmagában a létszám duplázódása a gond, hanem az, hogy az elválasztott technikai helyiségben dolgozó technikus előbb-utóbb önálló életet kezd élni: telefonálgat, beszélget stb. Ez az önálló lét egyrészt nagyon zavarhatja a műsorvezetőt, másrészt viszont felhívhatja a műsorvezető figyelmét arra, hogy a műsor bizony unalmas.

A stúdióbeszélgetések közvetítésének másik útja az, hogy a beszélgetés minden egyes résztvevője külön-külön közelmikrofont kap. Ma már több cég is gyárt olyan, nagyon szép hangú mikrofonokat, amelyeknek szára a fülre akasztható, mint egy szemüveg, és a mikrofon a száj elé lóg. Az ilyen módon mikrofonozott beszélgetésnek több előnye van. Nincs feltétlenül szükség két helyiségre, mert a környezeti zajok alig hallatszanak be az adásba. Ugyancsak emiatt esetleg megtakaríthatjuk az akusztikai tervezést. A keverőasztal csatornaszáma nő ugyan, de minden beszélő hangját jól érthetőre lehet szintezni, szűrni. Nagyon szép sztereó beszélgetést lehet kikeverni, és a beszélgetés hangzása megejtően intim lesz. A megoldás egyik „hátránya” éppen az intimitásból fakad: ez a mikrofonozás nem viseli el, lebuktatja az őszintétlen harsányságot.

Ha lopni akarjuk a híreket, akkor számos eszközt használhatunk hozzá: napilapokat, más rádiók és tévék hírműsorait, a teletextet stb. Ha azonban önérzetesek vagyunk, és saját hírekre, tudósításokra törekszünk, akkor elengedhetetlen a telefax, a rádiótelefon, a saját tudósítói hálózat. A hírek, információk ugyanis nem maguktól jönnek, azokért bizony házhoz kell menni, és/vagy fizetni kell értük a hírügynökségeknek. Rádiónk mellelég újabb szobával bővíthet: a hírszer-

kesztőséggel. A hírszerkesztőségi szobában fogadhatjuk a telefonon, rádiótelefonon esetleg bérelt vonalon érkező tudósításokat is.

Az eddigiekben feltételeztük, hogy a rádióállomás minden adása élő. Ahogy azonban fejlődik a rádió, egyre nagyobb a csábítás a konzerv műsoranyagok készítésére. Részben különválnak hát az adás-lebonyolítás és a műsorkészítés folyamata, ami újabb jelentős technikai és építészeti beruházást igényel. Lesz külön adáslebonyolító stúdióink és lesz(nek) műsorkészítő stúdió(ink). Természetesen mind a két stúdió-fajta lehet egy- vagy kéthelyiségű. Vannak azonban olyan stúdiók is, amelyek csak technikai helyiségből állnak. Ezeket előkészítő vagy montírozó helyiségnek nevezzük. Az előkészítő helyiségben végezhető el a műsorok átjátszása, a riportok, tudósítások, dokumentumanyagok vágása is. S ezzel eljutottunk az egyik legdrágább rádiózási művelethez. A riportok, tudósítások rövidítése, átszerkesztése ugyan külföldön sem ismeretlen, ám igencsak módjával élnek vele. Az alapelv ugyanis az, hogy kevesebbe kerül a képzett, profi riporter, tudósító alkalmazása, mint felesleges gépek beszerzése. A szerző tapasztalata is ezzel egyező: aki nem képes egy aktuális anyagot eleve adáskészre készíteni, az jobbára csupán mikrofonállványnak használható. A montírozás során egyébként – a Magyar Rádió kivételével – nem hangszalagot vágunk, hanem számítógépbe töltjük a nyers felvételt, és digitális vágás után a végterméket vagy azonnal adásba küldjük, vagy föl vesszük valamilyen hanghordozóra.

2. Stúdióakusztika

Való igaz, hogy olcsóbbá tehető egy rádióállomás létesítése akkor, ha megpróbáljuk megtakarítani a stúdió akusztikai tervezését és a korrekt kivitelezést. Az igazság azonban az, hogy az akusztikailag jól tervezett és gondosan, szakszerűen megépített stúdió meghálálja a befektetett pénzt és munkát: a beszéd jól érthető lesz, a technikai helyiségben kevésbé lesz fárasztó a munka. Sajnos, sok rádiónak a falára ragasztanak teljesen feleslegesen tojástartó dobozokat, amelyeknek semmilyen akusztikai szerepük nincs. Az akusztika kialakítása igen nagy felkészültséget és gondos kivitelezést igényel; házilagos megoldása reménytelen.

3. Mikrofonok, mikrofonozás

A beszédet mikrofonok segítségével alakítjuk át elektromos jellé. Időnként néhány száz forintért is kaphatók mikrofonok, s ezek is jól szólnak – első hallásra. A profik azonban a 100.000 forintnál is drágább mikrofonokra is gyakran becsmérő megjegyzéseket tesznek – hol hát az igazság?

Igazságot tenni talán nem is lehet, hiszen a stúdiótechnika követelményrendszerében legtöbbször nem a hangzás, még csak nem is hangminőség a legfontosabb szempont. Sokkal jelentősebb szerepe van a paraméterek állandóságának, az üzembiztonságnak, a kezelhetőségnek, a szolgáltatásoknak stb.

Mit is várunk a jó mikrofontól?

Először is, hogy minél kisebb torzítással működjék, akár suttogás, akár üvöltés éri. Már gyenge hangrezgés esetén is nagy jelet adjon ki magából, és ilyenkor se sisteregjen. Ha a nyelét tapogatjuk, ne resegjen-ropogjon, s ne durranjon, ha köpködős, fújós hangok ('p', 'f') érik. Olyan irányból fogja föl a hangot, amilyenből akarjuk. Tetszőleges hosszúságú kábellel csatlakozhassunk a mikrofon és a mikrofont követő berendezés közé. Bírja ki azt is, ha időnként a földre pottyán, és külső helyszínen a meleg, a hőzápor vagy a jégeső se zavarja.

A közelmikrofonnak számító popmikrofonok helyett „normális”, lehetőleg kondenzátor stúdiómikrofont érdemes használni.

Érdemes elvégezni egy egyszerű kísérletet! Tegyük szorosán a szájunk elé egy pulóvert! Ha most beszélni kezdünk, társaink alig fogják érteni mondandónkat. Ha a pulóvert elveszük a szánktól, mindenki megkönnyebbül. A pulóverhez hasonlóan viselkednek a szélvédő szivacsok is: 5 kHz fölött vágni kezdenek. A köpködő hangzók hatását, a torlónyomást persze ki kell védeni valahogyan. A legolcsóbb, és nagyon hatásos módszer az, ha a mikrofontól kis távolságra egy tíz-húsz cm átmérőjű drótkeretet helyezünk el, amelyet közönséges nylonharisnyával töltünk ki. A szerkezet egyszersmind azt is megakadályozza, hogy a beszélő túl közel kerüljön a mikrofonhoz. Ilyen szerkezetet a mikrofontyártók is csinálnak, persze sokkal drágábban.

Sok gondot szokott okozni a többszereplős adások mikrofonozása. A legegyszerűbb megoldás egyetlen körkarakterisztikájú mikrofon elhelyezése, ám ez az elrendezés a legérzékenyebb a stúdió akusztikájára. Előnye viszont, hogy a szereplők mozgására nem kényes, s hogy a körmikrofon hangja mindig természetesebb, mint a veséé vagy a nyolcasé. Azt is említettük, hogy több szereplő esetén az egyes

résztevők hangja legoptimálisabban a szájmikrofonnal keverhető, kezelhető. Ennek a megoldásnak is vannak hátrányai: a kis száj távolság miatt elkerülhetetlen a szivacs. Kicsit kényelmetlen a szerkezetet a fejen viselni, mert mindig úgy érzi az ember, hogy le akar esni a mikrofon, különösen akkor, ha a tartószerkezet már kicsit kitágult. Nagyon kritikus a mikrofon és a száj távolsága, ugyanis ha a mikrofon túl közel van a beszélő szájához, a 'p' és 'f' hangok robbanásokat okoznak a hangképben. Ám ha kicsit figyelünk, a stúdiócélokra készített kondenzátor vagy elektret szájmikrofonok nagyon szépen szólnak. Áruk 50 000 és 250 000 forint között van.

De miért is fontos ennyire a beszédátvitel minősége, amikor a beszéd sáv köztudottan 300 Hz és 3 kHz között van? Bizony, a közroszul tájékozott: az említett beszéd sávot vagy telefonsávot egyrészt a száz évvel ezelőtti technikai adottságok határozták meg, másrészt a telefon hallgatása egészen az utóbbi időkig a fülünkre szorított hallgatóval történt, tehát a hangélményt nem befolyásolta a lehallgató helyiség akusztikája. A telefonhang rosszul érthető, a zöngés-zöngétlen mássalhangzók nem különböztethetők meg egymástól. Ezért szoktunk oly sokszor visszakérdezni.

4. Kompakt-kazettás riportertermagnók

A rádiós célokra is használható kazettás magnó minél kisebb méretű és kisebb súlyú legyen: a legvonzóbb a walkman kategória. A törlést és az előmágnesezést feltétlenül nagyfrekvenciás oszcillátor segítségével végezze a készülék. A hangfrekvenciás átvitel legalább 60 Hz ... 12,5 kHz legyen, de akkor lehetünk nyugodtak, ha a sávhatárok 40 Hz-en, illetve 16 kHz-en vannak vasoxid szalaggal is. A kivezérést kézzel és automatikusan is be lehessen állítani. Az automatikával szemben az a legfontosabb követelmény, hogy gyorsan szabályozzon le, és lassan szabályozzon föl. Ez a feltétele annak, hogy ne nagyon hüppögjön a felvétel. A felvételi szintet legalább valamilyen egyszerű szintindikátor jelezze. Úgyszintén mutassa valami az áramforrás (elemek, akkumulátorok, hálózati tápegység) állapotát. A – szerencsés esetben automata – szalagválasztó legalább a vasoxid és a krómdioxid jellegű szalaggal töltött kazetták használatát tegye lehetővé.

Az elkészült felvételt a magnóba épített hangszóróval – esetleg a fülhallgató segítségével – meg lehessen hallgatni. Az ellenőrzést minden felvétel után végezzük el, mert még mindig jobb megismételni a beszélgetést, mint üres kazettával hazatérni.

5. Asztali kazettás deckek

Mint minden más készülék esetében, a kazettás deckek stúdiótechnikai használatakor is a legfontosabb szempont a megbízhatóság. A javarészt fémöntvény futómű kétségtelenül tartósabb, mint a fröccsöntött műanyag mechanika, de szinte megfizethetetlenül drága is. Érdekes hát számítás végeznünk, mi olcsóbb: néhány hónapoként kicserélni a szétnyúzott decket, vagy megvenni a hosszú élettartamú készüléket.

A modern kazettás deckek futóműve általában elektronikus vezérlésű. E megoldás egyetlen hátránya, hogy a beragadt kazettát nehezebb kimenteni belőle, mint a mechanikus vezérlésű fajtából. Az elektronika általában azt is lehetővé teszi, hogy a magnó távvezérelhetővé alakítható legyen, s akár a keverőasztal megfelelő csatornájának szabályozójával is indíthassuk a lejátszást – esetleg a felvételt is. Ma már – a legeslegolcsóbb deckek kivételével – alapszolgáltatásnak minősül a műsorszám elejének, pontosabban a két felvétel közötti szünet helyének automatikus megkeresése.

Ma már minden deck tartalmaz valamilyen zajcsökkentőt is. A legelterjedtebb Dolby B-n kívül nincs is szükség más fajtára, erre is csak azért, hogy a gyári műsoros kazettákat lejátszhassuk. A magnónak mindenfajta – vasoxid, krómdioxid, metálkazettát fogadnia kell. Az átkapcsolás legyen automatikus. Az előmágnesezést ahhoz a kazettatípushoz állítsuk be, amelyet a leggyakrabban használunk. Napjainkban már az olcsóbb deckek is tartalmaznak automata kalibrálót. Látványos, de felesleges játékszerről van szó. Egyáltalán nem felesleges viszont a fejhallgató-csatlakozó és a szalaghossz-számláló. Ez utóbbiból az a fajta használható jobban, amelyik legalább megközelítően a játékidőt mutatja.

Gyakran nagyon nehéz ellenállni a kétkazettás deckek csábításának, hiszen áruk nem magasabb, mint egykazettás társaiké. Ha azonban műszaki paramétereiket tekintjük, a kétkazettás változatok mindig gyengébbek. Sok rajtuk a felesleges kezelőszerv is.

A kazettás deckek legfontosabb paramétere – talán meglepő – a készülék üzemi akusztikus zajszintje. Ezt az értéket soha nem adják meg, ezért magnóválasztáskor a fülünkkel győződünk meg arról, hogy a deck még gyorscsévéléskor sem zúg-e túl hangosan. Lejátszás közben pedig egyáltalán nem szabad mechanikus zajt hallanunk. Ha arra gondolunk, hogy naponta több órán át tartózkodunk gépek közelében, ez a követelmény igazán nem tekinthető túlzásnak.

6. CD-játszók és kompaktlemezek

A kommersz CD-játszók legtöbb szolgáltatása a stúdiótechnikai gyakorlatban teljesen felesleges. Nemcsak szükségtelen, hanem használhatatlan is az infravörös távvezérlő. Ha ugyanis legalább két CD-játszót használunk, a távvezérlő mindkét készüléket vezérli egyszerre, esetleg más berendezéseket – pl. minidiszk-játszó – sem hagy békén. Nagy gond persze nincs: ha a távvezérlőt nem zártuk el gondosan, előbb-utóbb úgyis lába kél.

Hasznos funkció viszont a programozhatóság. Nem azért, mert ugyanarról a lemezről tetszésünk szerinti számú nótát játszhatunk le tetszésünk szerinti sorrendben – igényes szerkesztő ugyanabban a műsorban nem égeti magát ezzel. A programozással – egyetlen sorszám megadásával – oldható meg az a feladat, hogy a CD-játszó a szám végén leálljon.

Ugyancsak fontos szolgáltatás az idő kijelzése. Általában az adott nótából még hátralévő időre vagyunk kíváncsiak. Sajnos, a legtöbb kommersz CD-játszó alapállapota a már eltelt idő kijelzése, vagyis új CD behelyezésekor át kell kapcsolni az időjelzés-módot.

Újabban előszeretettel spórolják le a gyártók a fejhallgató-kimenetet, pedig egy-egy szám keresésekor nagy szükségünk lehet rá.

A kompaktlemez nagyon sérülékeny, ezért csak addig tartjuk a tokján kívül, ameddig feltétlenül szükséges. A portól óvatosan puha ronggyal tisztítjuk meg. Kencefice használata szükségtelen, bár a CD-tisztító lötyök biztos nem ártanak a korongnak. A lemezre semmilyen feliratot, címkét ne ragasszunk, esetleg a legbelső, átlátszó részt jelöljük meg óvatosan. Ha az eredeti tok eltörött, azonnal cseréljük ki újra! A CD-k meghibásodási statisztikája teljesen rapszodikus. Természetesen nagyobb az esélyünk arra, hogy gyári hibás vagy romlandó lemezeink legyenek, ha névtelen cégek kalózzgyanús kínálatából választunk. A fűtőtestet, a rátaposást természetesen a CD sem kedveli. A tulajdonosváltást azonban igen: az általam felkeresett hazai rádió-állomások vezetői egyértelműen állítják, hogy a CD-k sajátos vándorlási szokásokkal rendelkeznek. Ez a szokás annyiban hasonlít a költöző madarakéhoz, hogy időnként egy csapat CD eltűnik a stúdióból. A madarak azonban visszatérnek, az értékesebb, pótolhatatlan lemezek viszont soha.

7. A minidiszk

A minidiszk rendszer kommersz hangrögzítő eszköznek indult, hogy kiszárvartva a profik is felfedezzék, és megtalálják benne a riportkészítés csaknem ideális eszközét.

A minidiszk használata nagyon egyszerű, de azért nem fenéig tejfel. A legnépszerűbb minidiszk-walkmanek első sorozata különösen kellemetlen élményeket okozott mindenkinek. Az első sorozat ugyanis úgy működött, hogy a lemez behelyezésekor a szerkezet a legelső felvétel legelejére állt, s ha ekkor elindítottuk a felvételt, minden addigi információt letörölt. Az újabb változatok is a lemez elejére állnak, de csak annyit törölnek, amennyi az új felvétel ideje. Ha régi felvételeinket teljes egészében meg akarjuk őrizni, akkor a legutolsó felvétel végére kell „tekerceselni”.

A minidiszk-walkmanek felvételkor kétféle üzemmódban is használhatók. Az egyik üzemmód az automata felvétel. Ilyenkor a kivétel állításával nem kell bajlódni. A másik a manuális. A kettő között hangminőségbeli különbség alig van; az automatika nagyszerűen működik.

A legtöbb vitát nem is a szolgáltatások száma, hanem a megbízhatóság és a hangminőség kérdése váltja ki. Tapasztalataim szerint a készülékek strapabírók, de a lemezeket természetesen óvni kell. A riportcélú felvételek nagyon szépen szólnak, különösen sztereóban. Sokkal szebben, mint a legjobb kazettás riportok. Könnyűzene esetén már nem ilyen rózsás a kép, a komolyzene pedig szörnyű.

8. Stúdiómonitor-rendszerek

A hangminőség szempontjából a legszomorúbb tapasztalatokat éppen a végerősítők, hangsugárzók vonatkozásában szerezhettük. Ezen mérgező drága eszközök minőségi paramétereinek vizsgálata helyett ismét egy fontos kérdést kell feltennünk: mit is kell(ene) hallgatni ezekkel a készülékekkel? Élő rádióközvetítés esetén nyilvánvalóan az adást.

A legcélszerűbb, ha a lánc mindkét pontját – a stúdió és a vevőkészülék kimenetét – is figyeljük. Mivel a stúdióban elkövetett hibák inkább a stúdió kimenetét figyelve fedezhetők föl, csak időnként váltunk át adásfigyelésre! A stúdióbeli műsorhallgatás fő célja tehát nem az élvezkedés, hanem a hibák felfedezése. De milyen hibáké? Ha az

adás minden fontos jellemzőjét figyelembe vennénk, akkor bizony nagyon sokféle hibának kellene kideríthetőnek lennie. Ezek egy része ún. durva hiba: ilyen pl. a jelkimaradás, pattogás, recsegés, oldalcsere, sistergés, véletlen monósítás, az arányok vagy a hangszínek bántó mértékű elállítódása.

Úgy tűnik, hogy ma még nem lehet olyan hangsugárzót gyártani, amely szépen is szól, és az üzem követelményeit is kielégíti. Sokkal súlyosabb problémával állunk szemben, mint azt gondolnánk. A hangtechnikus ugyanis naponta több órán keresztül ugyanazt a kemény, torz vacakot hallgatja, s egy idő után észre sem veszi, milyen rossz eszközei vannak. Kétségbeesetten próbálkozik ezek segítségével tetszetős hangképet előállítani – egyebek mellett intenzíven tekergeti a keverőasztal hangszínszabályzóit –, s mert a célt nem ér(het)i el, előbb-utóbb elfásul. Időközben tönkremegy a hallása is, hiszen azt hiszi, hogy ha bömbölteti a berendezéseit, akkor könnyebben észleli a hibákat.

Mit tehetünk tehát?

Bármilyen monitorrendszert használunk, normális szobahangerőnél nagyobb szinten csak kivételes esetekben üzemeltessük azt. A hangsugárzók közelében dolgozók napi munkaideje ne legyen több 4 óránál!

Végül egy nagyon gyakran használt kontrolleszközzől, a fül- és fejhallgatóról, a fülesről is essék szó! Ha végképp nincs más lehetőségünk (pl. egyhelyiséges, egylégtérű stúdiókialakítás esetén), csakis akkor használjunk fülest! Torzításuk ugyan kisebb, mint a hangdobozoké, ám viselésük fárasztó, és irreális, a hangszórós hallgatástól eltérő sztereót hallunk vele. A füles elszigeteli egymástól a rádió munkatársait, a közöttük zajló kommunikáció az ideges ordítózás és a csökevényes jelbeszéd sajátos keveréke lesz, állandó bökdőségekkel tarkítva.

9. Keverőasztalok

A rádióstúdiók legjellegzetesebb, központinak tekintett eszköze a keverőasztal. Mint minden összetett funkciójú eszközt, így természetesen a keverőasztalokat sem csupán egyetlen szempont szerint csoportosíthatjuk.

Az egyik rendezőelv az, hogy az asztalt egyetlen helyre telepítve, stabilan beépítve használjuk-e, vagy hordozni is szeretnénk. A másik

csoportosítás az asztal legalapvetőbb felhasználási módja szerint történik. Az asztalt felvételkészítésre, adás-előkészítésre, adás-lebonyolításra vagy hangosításra használhatjuk. A keverőasztalokat úgy is osztályozhatjuk, hogy egy adott cél kiszolgálására készültek-e – pl. hangjáték, rockzene, magazinműsorok, hírolvasás –, vagy igyekszünk minden feladatot ugyanolyan asztallal megoldani. Az előbbieket célasztalnak, az utóbbiakat általános asztalnak hívják.

Bár a felhasználót a legkevésbé sem érdekli, hogy mi van az asztalban, a szolgáltatások száma és jellege a belső felépítés függvénye is.

A keverőasztalok rendszerezésének újabb szempontja a megbízhatóság. A meghibásodás csekély mértéke általában összefügg a termék árával, s viszonylag nagy biztonsággal győződhetünk meg arról, hogy a gyártónak fontos-e a tartós működés. Általában elegendő alaposabban megnézni az asztalba épített toló-potenciométereket. A jó tolópoti rendkívül drága, mert kis sorozatban készül, és robosztus felépítésű. Megjegyezzük, hogy a rövid poti eleve gyanús, bár ebből is készítenek jót. Ha azonban a fő jelút potija 10 cm-nél rövidebb, akkor az asztalt nem nekünk találták ki. A mechanikai felépítés is sokat számít. A legtöbb keverőasztal moduláris felépítésű, ami azért kedvező, mert meghibásodás esetén – feltéve, hogy kiderül, mi hibásodott meg – pár perc alatt betehető a tartalék modul. A modulcsatlakozó-sor azonban szintén hibaforrás, és általában kifinomult érzék kell ahhoz, hogy a modul egyből beletaláljon csatlakozójának párjába. Ha mellédugunk, a csatlakozó tönkremehet.

Korántsem utolsó kategorizálási szempont az asztalok műszaki jellemzője. Sajnos itt nagyon éles a határ. Vannak jó és vannak rossz asztalok. Az előbbi nagyon ritka, mert a hangminőség még paraméterek sokaságával is csak körülményesen jellemezhető. Ennek ellenére a neves gyártók általában tudják, hogy mely kritikus értékek alatt szől rettenetesen az asztal. Az egyik kritikus paraméter az asztal túlvezérelhetősége. Ha ez az érték a névleges szinthez – általában 0 dBu-hoz, 775 mV-hoz – képest legalább 18 dB, akkor már reménykedhetünk. A másik fontos jellemző a frekvenciamenet. Nem az az érdekes, hogy a jellemző átviteli sávban milyen – ott általában 20 Hz és 20 kHz között szokott lenni – hanem hogy milyen a sávon kívüli viselkedése. Ha túl nagy a sávszélesség, az asztal különösen hosszú kábelek esetén rengeteg zavart fog összeszedni, számítógépet pedig a közelébe se lehet majd tenni. A jel-zaj arány mikrofonbemenetről is érje el a 70 dB-t,

különben adásunk sutyorogni fog. Drágább asztaloknál megadják a mikrofónia értékét is. Ha jó minőségűek az alkatrészek, nem ad ki magából zavaró jelet az asztal akkor sem, ha ráütünk. Nagyon fontos paraméter még az asztal mechanikus zaja, amit soha nem adnak meg. Márpedig ha pl. a transzformátor zúg, meg fogunk bolondulni.

A kisebb közösségi rádiókban csak egy-két keverőasztalt használunk, s törekedünk kell arra, hogy ezek a lehető leguniverzálisabbak legyenek. Ezért a csatornaszámmal nem érdemes takarékoskodni, hiszen adás-lebonyolítás közben úgyis annyi mindenre kell figyelni, hogy nincs idő az asztalra éppen nem férő jelforrások csatlakoztatására. Mivel az asztalt sokan kezelik majd, a lehető legkevesebb kezelőszervet kell tartalmaznia, teljesen felesleges pl. a nagyszintű (magnók, CD-játszók stb.) csatornában a bonyolult hangszínszabályozó. Nagyon fontos, hogy a különböző funkciók ki-be kapcsolását egyértelmű fényjelzések (lámpácskák) is jelezzék. A munkatársaktól megkövetelhető, hogy munkájuk végeztével az asztalt ún. alapállapotba hozva adják át a következő stábnak, mert egy-egy benyomva felejtett gomb lehetlenné teheti az egész adáskészítői munkát.

10. Számítógép a rádióban

Az elmúlt tíz esztendőben megváltoztatta a világot a számítógép. Természetesen a műsorszóró rádiózás sem kerülhette el a sorsát, s bár továbbra is meggyőződésem, hogy nagyon jó rádióműsort, akár egésznapos programot lehet készíteni és sugározni nélküle is, a számítógép sokat segíthet a munkánkban.

Egy rádióállomás üzemeltetése éppen olyan gazdasági tevékenység is (sajnos), mint bármilyen más vállalkozás. Ezért kézenfekvő, hogy a számítógépet ügyviteli célokra is használjuk: gépen futhat a pénzügyi nyilvántartás, könyvelés éppúgy mint a hivatalos levelezés. Van azonban a pénzügyi elszámolásban egy olyan elem, amely más gazdasági szervezeteknél nincs, s ez a különféle jogdíjak (szerzői, előadói, kiadói) elszámolása. Mivel a jogvédő egyesületekhez tételesen kell benyújtani a kisjogos művek (a könnyűzene többsége ilyen) játszási jellemzőit – melyik nóta mikor hangzott el, mi a címe, ki a szerzője, hány perces volt –, célszerű olyan programot beszerezni, amely az adásba juttatáskor máris könyveli a kért tételeket.

A közönségkapcsolatok szempontjából az egyik internetes lehetőség az elektronikus levelezés, hiszen egy e-mailt (közkedvelt becene-

vén emilt) könnyebb elküldeni, mint egy hagyományos levelet. Célszerű, ha a rádió minden egyes munkatársának van saját e-mail-címe, ami igazán nem kerül pénzbe, hiszen számos szolgáltató „ad bérbe” ingyen elektromos postafiókot. A postafiók arra is jó, hogy egy-egy műsornak vagy műsorakciónak saját elektromos postacíme legyen. Az ingyenes postafiók-szolgáltatók azonban semmit nem garantálnak, ezért fontos, hogy a rádiónak legalább egy „igazi” e-mailje is legyen.

Egy modern közösségi rádiónak természetesen honlapja is van. A pöffeszkedésen kívül a honlap tartalmazhatja a rádió műsorrendjét – amit a rádióújságok sajnos feleslegesnek tartanak –, és persze számos egyéb információt, közöttük pl. a rádióállomás pontos frekvenciáját(!), a hirdetési tarifákat, a műsorkészítők portréját. Jobb honlapokról egyes műsorok letölthetők, netán az élő műsor is hallgatható RealAudio program segítségével. Azt, hogy melyik magyarországi rádiónak van honlapja, illetve melyeket hallgathatjuk Interneten keresztül is, megtudhatjuk a „Hullámvadász” című honlapról: <http://emc.elte.hu/~hargitai/media/>. Ezen a honlapon még a kalózárdiók is szerepelnek.

Ha megengedhetjük magunknak, a honlapon legyen csevegő oldal, csati (chat) is. A csacsozás nagymértékben terjesztheti ki a rádió közönségkapcsolatait, sőt – a csati a műsorkészítés eszköze is lehet. Olyan szolgáltatás, amelynek segítségével az Internetet a legelterjedtebb böngészőkkel használók egy nyilvános panelen írásban beszélgethetnek egymással. Számunkra a csati azt a lehetőséget nyújtja, hogy egy-egy műsor elhangzásával azonos időben felmérhetjük, tesszik-e a műsorunk egy adott hallgatói körben, szöveges kiegészítő információkat közölhetünk, és – mivel a csati valósidejű szolgáltatás – azonnal adásban is reagálhatunk azokra a hallgatói véleményekre, amelyek a csatin megjelennek.

S ezzel már át is csúszunk a számítógépes műsorkészítés területére, s azt talán mondanunk sem kell, hogy az Internetről – kellő óvatossággal – rengeteg hírértékű információt szerezhetünk.

Speciálisan rádiós alkalmazása a számítógépnek a hangfelvételek készítése, montírozása és az adás-lebonyolítás. A felvételkészítés akár sokcsatornás is lehet, és ma már egyre gyakoribb, hogy a teljes adás nem élő része is számítógép-merevlemezeről kerül adásba.

A hangkártya

A műsorkészítéshez és az adás-lebonyolításhoz használatos számítógépek alapvetően abban térnek el az általános célú gépektől, hogy jó minőségű hangkártya van bennük.

A számítógép-használók világában igen népszerűvé vált az mp3-as tömörítés, hiszen az ilyen fájlok rövidek, elférnek az ingyenesen feltehető honlapok tárhelyein is. Az mp3 utólagos feldolgozása azonban nehézkes, és a tömörítés következménye olyan géphang, amely már közepes hi-fi berendezésen is gyatrán szól. Az mp3 további hátránya, hogy igencsak leköti a számítógép erőforrásait. A lényegesen nagyobb tárhelykapacitást igénylő, viszont könnyebben feldolgozható WAV-fájl hangzása már sokkal szebb.

A hangmontírozó programok sokszor egybeépülnek a hangfelvevő programokkal. Az ilyen programok közül azok a használhatóbbak, amelyek a montírozási helyeket kérésünkre összesimítják, hogy az esetleges szintugrások minél kevésbé legyenek hallhatók. A program gyorsasága a benne alkalmazott algoritmustól függ, és ebből a szempontból igencsak eltérőek az egyes programok. A montírozó program kiválasztásakor figyeljük meg, hogy a vágási hely kijelölését követően mennyit kell várni a vágás elkészültére. A legtöbb program listát is készít a vágásról, hogy az esetlegesen tévesen eltávolított rész vissza-illeszthető legyen, illetve máshová is be tudjuk illeszteni azt a hanganyag átszerkesztése során. A vágás legkritikusabb része a montírozási pont kijelölése. Ennek megkönnyítésére az egyes programok nagyító eszközöket használnak, amelyekkel a kívánt pont környezetét vizsgálhatjuk. Kedvező, ha az így létrejött ablak hurokban játszható le, a hurok lejátszáskor tologatható, és a mérete folyamatosan szűkíthető addig, amíg a kérdéses pontot meg nem találtuk.

IX. Irodalomjegyzék

- AMARC-oktatócsomag közösségi rádiók működtetéséhez (kézirat-fordítás)
- Pierre Delasque: *Kommunikáció – fogyasztás vagy emancipáció* (kézirat)
- *Fiksz-füzetek I.* (Fiksz Egyesület, 1997)
- *A közösségi rádiózásról* (Szerk.: Péterfi Ferenc, Parola Füzetek sorozat, Közösségfejlesztők Egyesülete, 1992.)
- Bajomi-Lázár Péter: *A kalózádiók öröksége* (Média-Kábel-Műhold, 1997/7–8.)
- Bajomi-Lázár Péter: *Helyi rádiók: pályázat előtt és után* (in: *Magyarország médiakönyve 1998*; ENAMIKÉ, 1998.)
- A *Parola* c. folyóirat alábbi írásai:
 - Péterfi Ferenc: *Védjük meg a hazai frekvenciákat!* 1991. 3. sz., *A Közösségi Rádiók Európai Szövetségének III. Kongresszusa: Záróközlemény.* 1991. 4. sz.
 - Henri Braakenburg: *Helyi (közösségi) rádiók és televíziók Hollandiában.* 1992. 3. sz.
 - Péterfi Ferenc: *A helyi rádiózásról: Kábelrádió Veszprémben.* 1993. 1. sz.
 - Halász János: *A helyi rádiózásról: Helyi rádió- és televízió-állomások Hollandiában.* 1993. 1. sz.
 - Péterfi Ferenc: *Közösségi rádió az Appalaches-hegységben: Amerikai rádiós vendégek.* 1993. 4. sz.
 - Donovan Sean: *Szemponatok, jótanácsok közösségi rádió elindításához.* 1993. 4. sz.
 - Helyi rádióstúdiók kialakításának néhány kérdése.* 1994. 3. sz.
 - Solymosi Judit: *A Szabad Rádiók Európai Szövetsége a demokratikus társadalom esélyeiről: A tömegkommunikációs politikával foglalkozó 4. Európai Miniszteri Értekezlet.* 1995. 1. sz.
 - Cs. Kádár Péter: *A szabad rádiózás valami más: Fiksz Rádió.* 1995. 1. sz.
 - Molnár Balázs: *Rádió Popolare: Tanulmányút egy olasz közösségi rádiónál.* 1995. 2. sz.
 - Rózsa Tamás: *Hihetetlen, mégis szól a rádió. Civil média működik Szombathelyen.* 1995. 4. sz.
 - Stemler Mihály: *A jéghegy csúcsa.* 1996. 1. sz.

X. A közösségi rádiózás magyar és nemzetközi szervezetének bemutatása



1992 májusában a FIKSZ, a Szubjektív és a Tilos Rádió, valamint a Közösségfejlesztők Egyesülete megalapította a Szabad Rádiók Magyarországi Szervezetét. Az alapításban múlhatatlan érdemeket szerzett a Szervezet első vezetője, az 1996-ban elhunyt Lázár Guy médiászociológus.

SZABAD RÁDIÓK
MAGYARORSZÁGI
SZERVEZETE

HUNGARIAN
FEDERATION OF
FREE RADIOS

A szabad rádiók elsősorban politikai és gazdasági érdekesoportoktól független, nonprofit alapon működő adók. Az ilyen típusú, leginkább közösségi rádiók elősegítik az önkifejezési lehetőségek növekedését, a tömegkommunikációs kínálat bővülését, a helyi hagyományok és a közösségi értékek megőrzését, a hátrányos helyzetű társadalmi csoportok önszerveződését és a civil társadalom intézményrendszerének kiépülését.

Alapszabályában a Szabad Rádiók Magyarországi Szervezete a következő módon határozza meg ezt a rádiózási formát: „*A szabad rádiókat az különbözteti meg a közszolgálati és a kereskedelmi rádióktól, hogy: a politikai és állami szervezetektől, az önkormányzatoktól és a nyereségérdekelt gazdasági szervezetektől függetlenül működnek; meghatározott (helyi, etnikai, vallási, kulturális, vagy életmódbeli) közösségek (kisebbségek) érdekeit szolgálják; törekednek arra, hogy azok részt vegyenek a műsorkészítésben; demokratikusan hozzák döntéseiket; műsoraikban óránként legfeljebb három percig sugároznak reklámot; bevételeiket nem osztják szét, azt önmaguk fenntartására, működtetésére visszafordítják (nonprofit jelleg); többségében önkéntesek működtetik; bevételeik legfeljebb 50%-a származik műsorszolgáltatással kapcsolatos üzleti ill. reklámtevékenységből.*”

