

# Kisközösségi rádiók Magyarországon



Civil Rádiózásért Alapítvány

2007

*„Nem marad vigaszod egyéb, mint  
Kétségbeesve bizni abban, aki nem lép  
Ritmusban, mást akar: kalandot,  
Egy csipetnyi, szelíd anarchiát.”*

Térey János: Terramoto

## ***I. Bevezető***

Magyarország Médiakönyvének 2003-as száma hosszabb cikket közölt egy akkor vadonatújnak számító médialehetőségről, a kisközösségi rádiózásról. Az eltelt négy év kapcsán csupán az idő múlása elég ok lenne arra, hogy megvizsgáljuk ennek a speciális rádiótípusnak jelenlegi helyzetét. A Civil Rádiózásért Alapítvány (Civil Rádió FM98)<sup>1</sup> a Nemzeti Civil Alapprogram támogatásával állapotfelmérő kutatást folytatott le a hazai kisközösségi rádiók körében 2006. decembere és 2007. májusa között. Tanulmányunk a kisközösségi rádiókkal kapcsolatos alapvető tudnivalókkal foglalkozik, és kitér azokra a fontosabb vitás kérdésekre és a fontosabb jogi szabályokra, amelyek e rádiótípusra vonatkoznak.

A rendszerváltás után viszonylag hamar megszólaltak Magyarországon az első civil hangok az éterben: a kaposvári ZÖM Rádió és a budapesti Tilos Rádió 1991-es indulásától számíthatjuk a közösségi rádiózás hazai kezdetét. A közösségi rádiókban a műsorokat lelkes önkéntesek készítik ingyen, és a rádió sem a nyereséget hajszolja, a legtöbb helyen még reklámok sincsenek. Szabad, friss, fésületlen hangok jelentek meg az egysíkú médiapalettán, amelyek nagymértékben hozzájárultak ahhoz, hogy az úgynevezett Médiatörvény<sup>2</sup> – ellentétben a legtöbb kelet-közép-európai országgal – háromosztatú médiarendszert állítson fel. A közszolgálati és a kereskedelmi rádiók és televíziók mellett immár legálisan is sugározhattak – és sugározhatnak a mai nap is – a nem nyereségérdekelt, közösségi médiumok, hozzájárulva ezzel a demokratikus folyamatok alakításához. A kezdeti időktől megszólalási lehetőséget próbálnak adni a civil társadalomnak. Ahogy ők fogalmazzák: hangot adnak a hangtalanoknak, azaz azoknak, akiket sem a kereskedelmi, sem a közszolgálati szféra nem tud vagy akar befogadni. A közösségi rádiók az elmúlt tizenhat év során végig azért harcoltak, hogy ne csak szavakban, hanem tettekben is egyenrangúnak ismerjék el őket.

A közösségi média olyan közszolgálati feladatokat lát el, amelyekre más típusú médiumok – különböző okokból bár, de – nem képesek<sup>3</sup>. Ezek többek között a következők:  
- a tömegkommunikációs eszközökhöz való nyilvános, szabad hozzáférés,

---

<sup>1</sup> <http://www.civilradio.hu/>

<sup>2</sup> Az 1996. évi I.törvény a rádiózásról és televíziózásról

<sup>3</sup> Kivonat: Sajtóközlemény - Az európai közösségi média teljes elismertséget kíván magának (2006. július 13.)

- a helyi ügyekkel való foglalkozás,
- részvételi modell a tömegkommunikációban,
- alulról felépülő interkulturális és nemzetközi megközelítés,
- kulturális önkifejezés és sokféleség.

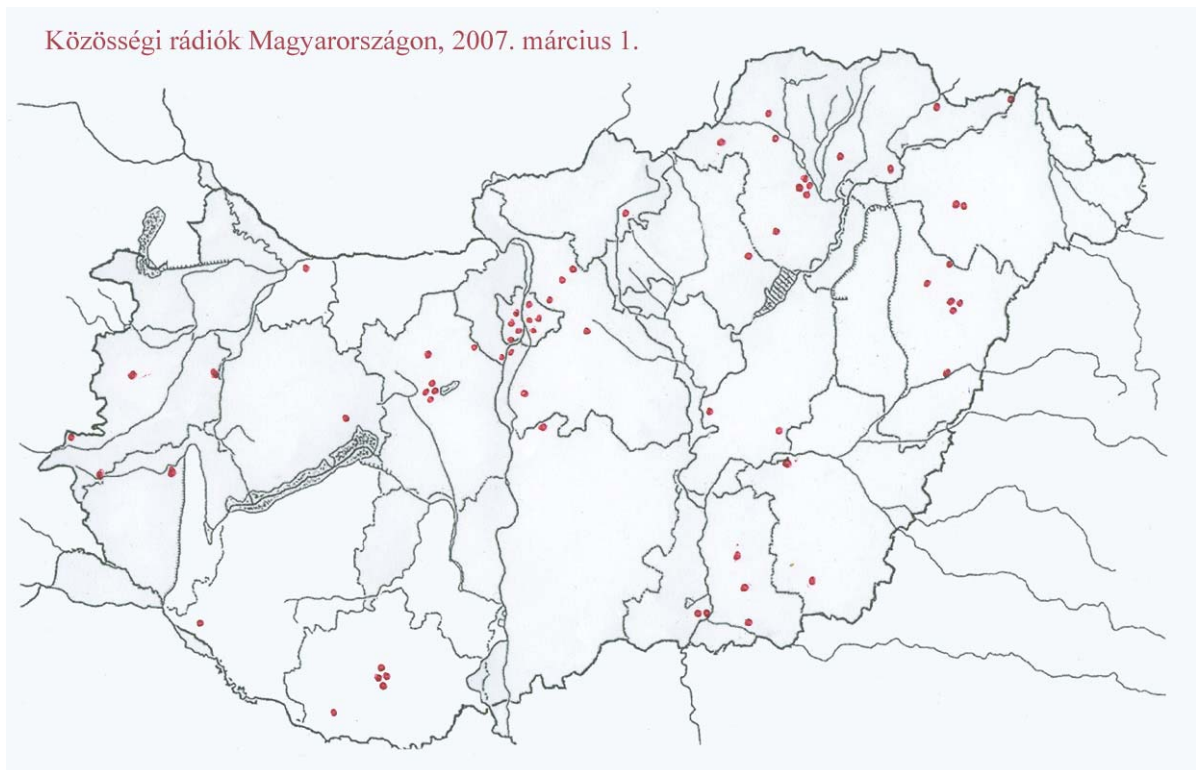
Annak ellenére, hogy a közösségi médiaszektoron belül számos eltérő modell található meg Európában, az alábbi közös alapelveket és jellemzőket figyelhetjük meg szinte mindenhol:

1. Szabad hozzáférés a közösségek számára a tömegkommunikációs eszközökhöz
2. Szólásszabadság és médiapluralizmus
3. Az információhoz való szabad hozzáférés
4. Általános és nemi diszkriminációmentes médiahasználat
5. A helyi részvétel támogatása
6. Kulturális sokszínűség és a kisebbségek elfogadása
7. Nyitott, részvételre sarkalló szervezet és önmeghatározás
8. Szerkesztői függetlenség
9. Nem nyereségérdekelt jelleg
10. Médiahasználati készségek fejlesztése

A média- és kommunikációs világ manapság lezajló koncentrációja a demokratikus ellenőrzés és részvétel ellen dolgozik. Az információs eszköz eladható terméké vált, a polgárok pedig potenciális felvevő piacok. Ezáltal egyre egységesebb modell jön létre, mely szemben áll az információhoz való joggal, amely természeténél fogva plurális jellegű és megengedi az egymással ütköző, kritikus nézetek kifejeződését. A modern hírközlési eszközök gyakran kirekesztik a médiából azokat, akik nem tudnak ahhoz hozzájutni. A 20. században újrafogalmazódott az információ és a kifejezés szabadságának tartalma. Az állampolgárok rendelkezésére kell bocsátani az eszközöket, amelyek megfelelnek a technika jelenlegi fejlettségének. Mindez azért lényeges, mert meg kell őrizni a kommunikációnak azokat a szabad területeit, amelyek függetlenek minden közvetlen vagy közvetett politikai hatalmi kontrolltól és gazdasági erőtől.

Magyarországon a helyi és körzeti, nagy besugárzási körzettel adó közösségi rádiók mellett 2002-től van lehetőség úgynevezett kisközösségi rádiók elindítására. E lehetőség európai viszonylatban is egyedülálló, és Kelet-Közép-Európában a legerősebb nem

nyereségérdekelt rádiós szférává avatta a magyart<sup>4</sup>. Viszonylag egyszerű jogi és technikai feltételek mellett ma bárki elindíthatja saját közösségi rádióját. A kisközösségi rádiók lakótelepeken, egyetemeken, kórházakban, kisebb városrészekben jelenhetnek meg, hiszen besugárzási körzetük sztereóban 1 km körüli, és kiemelt jellegzetességük a nagyon erős lokalitásuk.



A kisközösségi rádiókra vonatkozó frekvenciagazdálkodási szabályok miatt elvileg nem létezik limit e rádiók számát illetően, és az is látható, hogy a beadott pályázatok száma viszonylag konstans (évente körülbelül 30 darab kisközösségi rádiós pályázat érkezik, bár 2006-ban átmeneti visszaesés volt megfigyelhető). A kisközösségi rádiós pályázatokat minden évben két alkalommal lehet benyújtani, tárgyév március és szeptember elsején. Az ORTT-nek a törvény értelmében hatvan nap áll rendelkezésére a pályázatok elbírálására.

Év	Beadott kisközösségi rádiós pályázatok száma (darab)
2002	12 <sup>5</sup>
2003	31

<sup>4</sup> Magyarországon jelenleg összesen 242 rádió szolgáltat műsort, ebből 62 darab közösségi (50 darab kisközösségi és 12 darab úgynevezett „nagyközösségi” adó).

<sup>5</sup> 2002-ben csak egyetlen pályázati kör volt.

2004	32
2005	27
2006	19
2007	15 <sup>6</sup>

Ellentétben az országos rádiókkal itt a helyiek készítik a műsorokat, azaz arról beszélnek, ami őket valóban foglalkoztatja. Nem háromfejű borjúkról, hanem a helyi focimeccsről, nem plasztiksztrók életéről, hanem a saját mindennapjaikról szólnak a műsoraik. A többi rádiós pályázathoz képest a pályázati lap kitöltése jelentősen egyszerűbb, a megfelelő frekvenciát díjmentesen jelölik ki, és ezért sugárzási díjat sem kell fizetniük a rádióknak. Ráadásul a működéshez feltétlen szükséges adóberendezés árát később pályázatban vissza lehet igényelni. A cél tehát a következőkben foglalható össze: sok, kis, helyi, közösségi rádió létezésének esélyét megadni országos szinten. Az Országos Rádió és Televízió Testület (továbbiakban: ORTT) frekvenciapályázata ezen célt szolgálja, és a Civil Rádiózásért Alapítvány ezzel a felméréssel a kisközösségi műsorszolgáltatóknak kíván segítséget nyújtani a tapasztalatok és a gyakorlat összegzésével.

Köszönetünket fejezzük ki elsősorban a kutatásban részt vevő rádióknak és képviselőiknek, illetve a Nemzeti Civil Alapprogramnak, hogy támogatást nyújtott a kutatás elfolytatásához. A kutatási beszámoló teljes terjedelmében letölthető a Civil Rádió honlapjáról<sup>7</sup>.

<sup>6</sup> Csak a 2007. márciusi pályázati körrel számolva.

<sup>7</sup> [http://www.civilradio.hu/dinamikus/File/Download/kiskoz\\_kutatas\\_2007.pdf](http://www.civilradio.hu/dinamikus/File/Download/kiskoz_kutatas_2007.pdf) és [http://www.civilradio.hu/dinamikus/File/Download/kiskoz\\_kutatas\\_2007\\_mellekletek.pdf](http://www.civilradio.hu/dinamikus/File/Download/kiskoz_kutatas_2007_mellekletek.pdf)

## ***II. A kutatásról***

A kutatás a kisközösségi rádiók megalapításának első gyakorlati lépéseitől az adás megszólalásának napjáig próbálta felmérni a hazai nem nyereségérdekelt, kisközösségi rádióadókat. *Az európai médiafejlődési irány a triális médiarendszer megerősödése felé mutat*, azaz nem csak közszolgálati (public service) és kereskedelmi (commercial) műsorszolgáltatók léteznek, hanem a nonprofit, szabad, közösségi rádiók (community) is a médiatérkép jelentős szereplői. Ezen harmadik típusú műsorszolgáltatók fejlesztik a helyi közösségek önkifejezési lehetőségeit és hangot adnak mindazoknak, akik számára a másik két típusú műsorszolgáltatók nem nyújtanak programokat.

A kérdőívek feldolgozásakor (2007. május) ötven darab ilyen típusú műsorszolgáltatónak van érvényes frekvenciaengedélye hazánkban<sup>8</sup>, de jelen kutatásba azok a tipikus rádiók kerültek bele, amelyek nem csupán a frekvenciaengedéllyel rendelkeznek, hanem már legalább három hónapja megkötötték a műsorszolgáltatási szerződésüket is és válaszoltak megkeresésünkre<sup>9</sup>, hiszen a kérdések nagyobbik része már működő rádiók esetében lehet csak értelmezhető. Kutatási mintánk tehát 45 elemű, ezen belül 34 rádiótól érkeztek meg a határidő végéig a válaszok (76%).

A kutatás – már csak a folyamatosan növekvő számarány, és a kutatásban való önkéntes részvétel miatt sem – vállalkozhatott arra, hogy minden kisközösségi rádiótól az összes szükséges és fontos adatot megszerezze, de az örömteli válaszadási hajlandóság miatt a kutatásunk a hazai közösségi rádiózás tekintetében jó mintának tekinthető. Arra tekintettel, hogy folyamatosan indulnak el az újabb és újabb rádiók, szükséges lenne a közösségi rádiók időszakos (például két évenkénti) felmérése. A kutatási kérdőívek személyesen, telefonon, illetve elektronikus levél formájában vettük fel. Ismételten kiemelendő, hogy a kutatásban való részvétel önkéntes volt, így viszont olyan kérdésekre is választ kaphattunk, amelyekre csak a kutatás végzői és a felmérésben résztvevők közötti nagyfokú bizalom miatt kaphattunk válaszokat. Ezen adatok a kutatás szempontjából kiemelt fontosságúak, hiszen azt mutatják, hogy vannak olyan esetek, amikor a gyakorlat és az elmélet (jelen esetben a médiatörvény vagy a rádiók műsorszolgáltatási szerződése) „mást mutat”. Természetesen ezen adatokat

---

<sup>8</sup> ORTT nyilvántartás: [http://www.ortt.hu/nyilvantartasok/1174917929\\_kiskozossegi\\_20070326.xls](http://www.ortt.hu/nyilvantartasok/1174917929_kiskozossegi_20070326.xls) (Utolsó frissítés: 2007-03-26)

<sup>9</sup> A kutatásban részt vett rádiók az. 1. mellékletben található meg.

anonim módon használtuk csak fel, és itt köszönjük meg újfent az őszinteséget a résztvevőknek. Kiemelendő, hogy jelen kutatás támaszkodik az ORTT 2005-ös kisközösségi rádiókról szóló rövid felmérésére<sup>10</sup>, és megpróbálja ugyanúgy annak az eredményeit felhasználni, mint az esetleges hibáit javítani.

Az általunk végzett kutatás fő célja volt, hogy pillanatképet rögzítsen a szféráról, és felmérje, hogy a vizsgált körbe tartozó rádiók vezetői, műsorkészítői milyen okoknál fogva vágtak bele ebbe a nagy kalandba, milyen anyagi és emberi erőforrásokból gazdálkodhatnak, illetve milyen jövőképpel rendelkeznek. A kutatást a kisközösségi rádiókra vonatkozó fontosabb jogi szabályok összegyűjtése teszi teljessé<sup>11</sup>. A kutatást végzők szemszögéből szomorú, hogy lehetséges, hogy a kutatási terület a kutatás lezárása után akár már egy héttel más képet mutatna, ugyanakkor ez a tény örömteli is, hiszen azt jelenti, hogy a kisközösségi rádiós piac folyamatosan változik, és új rádiók indulhatnak be Magyarországon.

---

<sup>10</sup> A kisközösségi rádiózás Magyarországon, [http://www.ortt.hu/elemezsek/21/1173689316a\\_kiskozossegi\\_radiozas\\_magyarorszagon\\_20070312.pdf](http://www.ortt.hu/elemezsek/21/1173689316a_kiskozossegi_radiozas_magyarorszagon_20070312.pdf)  
Bár a felmérést az ORTT 2005-ben készítette, valamilyen okból kifolyólag csak 2007 elején tették közzé honlapjukon.

<sup>11</sup> Lásd 4. számú melléklet.



### ***III. A kutatás eredményei***

A kutatás kérdőíve<sup>12</sup> nyolc nagyobb egységre oszlik, és összesen 124 kérdést tartalmaz. A kérdőív terjedelme is mutatja, hogy a szféráról készített pillanatkép részletekbe menően kívánta felmérni a rádiók életét. A hét alegység a következő volt, és a kérdőívek feldolgozása jelen struktúra alapján történt:

- 1.) A kezdetek
- 2.) A jelen – belső struktúra
- 3.) A jelen – műsorok és külső kapcsolatok
- 4.) A jelen – vételkörzet, technika
- 5.) Hivatalosságok, érdekvédelem
- 6.) Pénzügyi kérdések
- 7.) A jövő

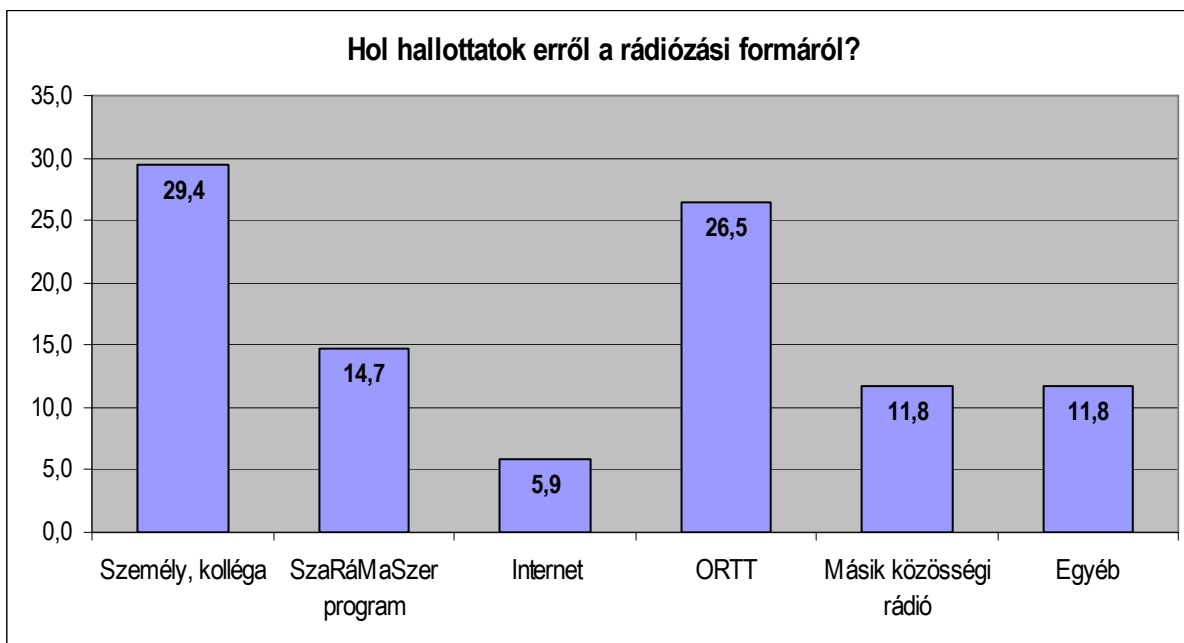
#### ***III.1. A kezdetek***

Miért indít valaki kisközösségi rádiót, és honnan szerez tudomást a lehetőségről? A beérkezett válaszok alapján jellemzően három fő forrásból hallottak a kisközösségi rádiós formátumról: (1) egy másik (legtöbbször) közösségi rádióban dolgozó ismerőstől, (2) a Szabad Rádiók Magyarországi Szervezetének<sup>13</sup> (a továbbiakban: SzaRáMaSzer) közösségi rádiózást népszerűsítő programjain vagy (3) az ORTT honlapjáról. Az egyéb kategória igen változatos képet mutat: volt, aki a helyi polgármesterek találkozóján szembesült a lehetőséggel, de volt, aki a Magyar Rádió egyik műsorában hallotta.

---

<sup>12</sup> Lásd 3. számú melléklet.

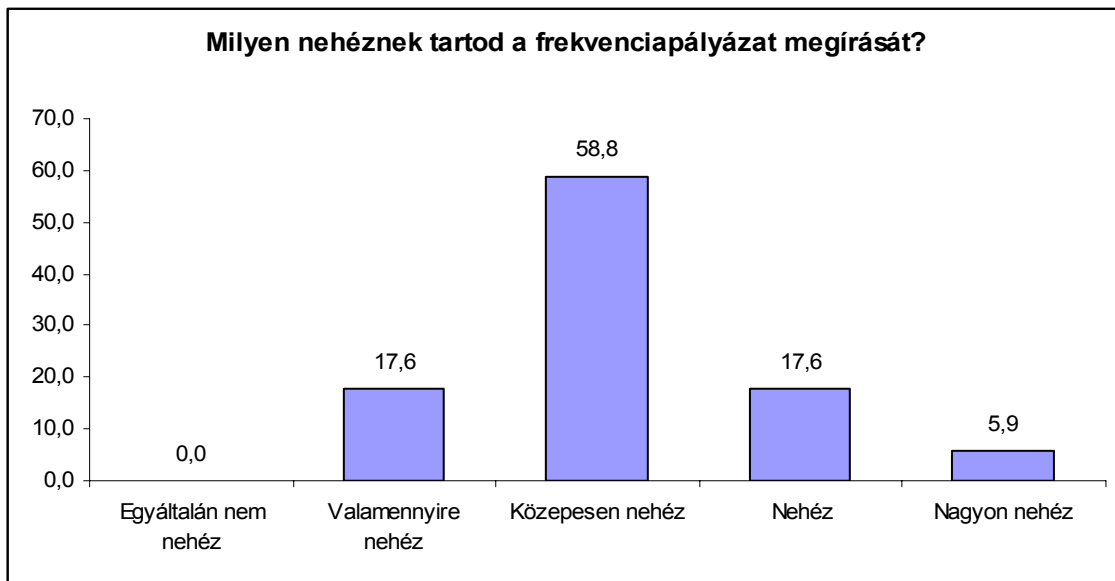
<sup>13</sup> Kiemelten közhasznú egyesület formájában működő országos közösségi rádiós érdekképviseleti szerv.  
<http://www.szabadradio.hu/>



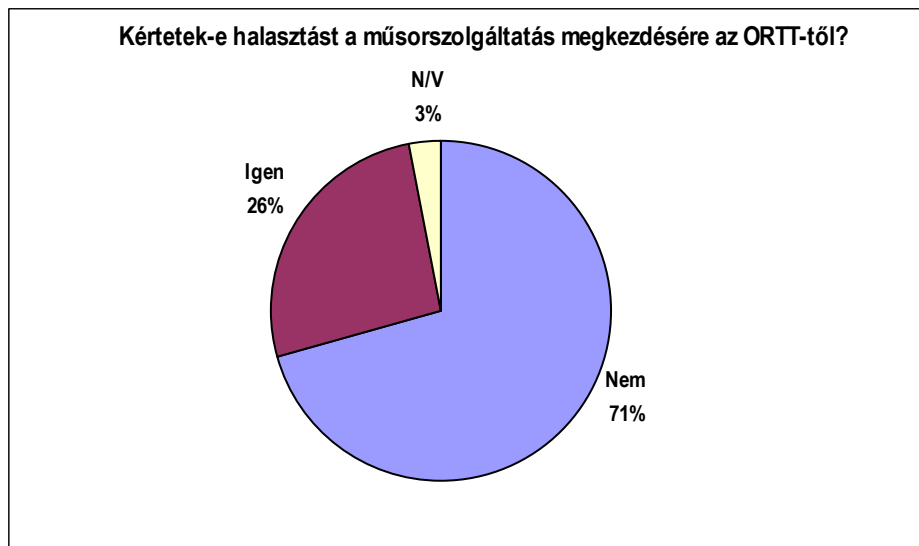
Úgy tűnik, hogy a kisközösségi rádiós pályázat megírásához a közösségek nagyobb részt nem kaptak segítséget (65%). A segítséget kapók a SzaRáMaSzer-t (7 alkalommal) vagy a Civil Rádiót (5 alkalommal) említették meg segítőként. Az ORTT segítségét egy rádió vette igénybe, de volt olyan is közöttük, amelyik ügyvédi irodától vagy egyetemről kapott tanácsot.

<i>Kaptatok-e segítséget a pályázat megírásához?</i>	<i>%</i>
Igen	35,3
Nem	64,7

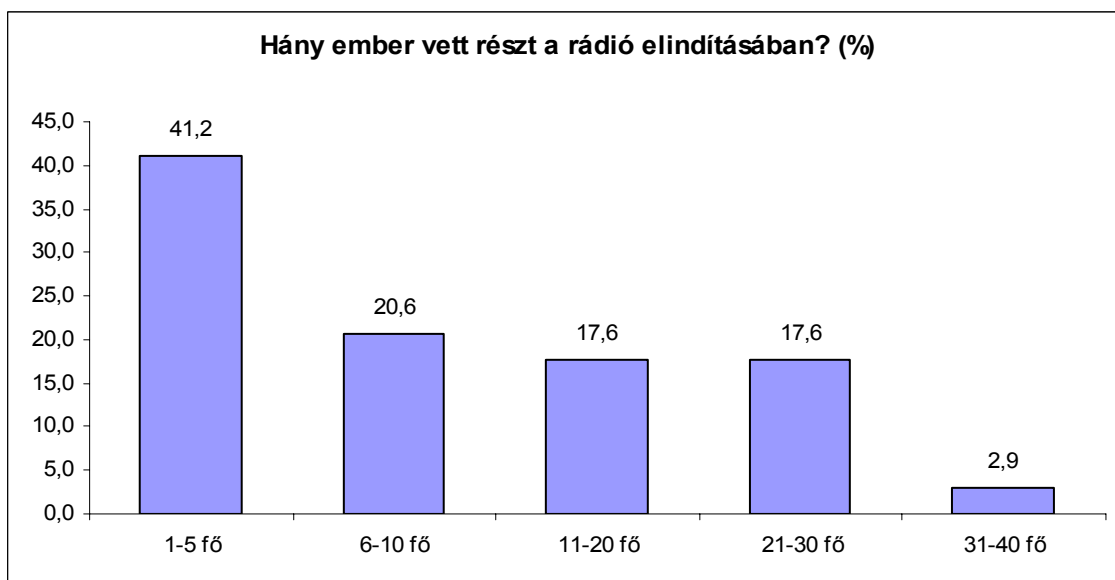
Egy ötös skálán a frekvenciapályázat megírását a közepesnél kicsit nehezebbre értékelték a résztvevők. Célszerű lenne tehát a pályázati anyagok egyszerűsítése, hiszen jelen rádiózási forma esetében az egyik cél a minél gyorsabban és egyszerűbben kitölthető pályázati csomag létrehozása. A rádiók közül ugyanis 23,5% nehéznek vagy nagyon nehéznek minősítette a pályázat megírását.



A kérdőívek feldolgozásakor örömteli változást tapasztaltunk: az időben később pályázó rádiók esetében a pályázat beadásának és a műsorszolgáltatási szerződés megkötésének időpontja között eltelt idő lerövidült. A 'pionír' rádiók esetében ez az időtartam sok esetben meghaladta a másfél évet, ami egy önkéntes alapon működő szervezet esetében nagy valószínűséggel jelenti a stáb teljes újraszervezésének szükségességét. Ezt a felmérés visszaigazolta az első induló rádiók között (például Triangulum, Berzsenyi). A résztvevők igénye természetesen az, hogy minél kevesebb idő teljen el a fent említett két időpont között, de mivel tisztában vannak (vagy a folyamat során tisztába kerülnek) az állami szervek működésének jellegzetességeivel, ezért a legtöbben el tudnak fogadni egy 4-5 hónapos átfutási időt. Ennél hosszabb időt azonban sem megérteni, sem elfogadni nem tudnak a rádiósok. A műsorszolgáltatás megkezdésére a rádiók több mint kétharmada nem kért halasztást, hiszen ahogy az egyikük fogalmazott: „*örültünk, hogy végre nekiláthattunk*”. A halasztást kérők indokai változatosak voltak, leginkább műszaki, technikai okokat említettek („*nem volt még meg az adóberendezés; a stúdió még nem volt készen*”), de egyikük bevallotta, hogy a karácsonyi ünnepek közeledte miatt nem tudtak megfelelő számú önkéntest összehívni az induláshoz.



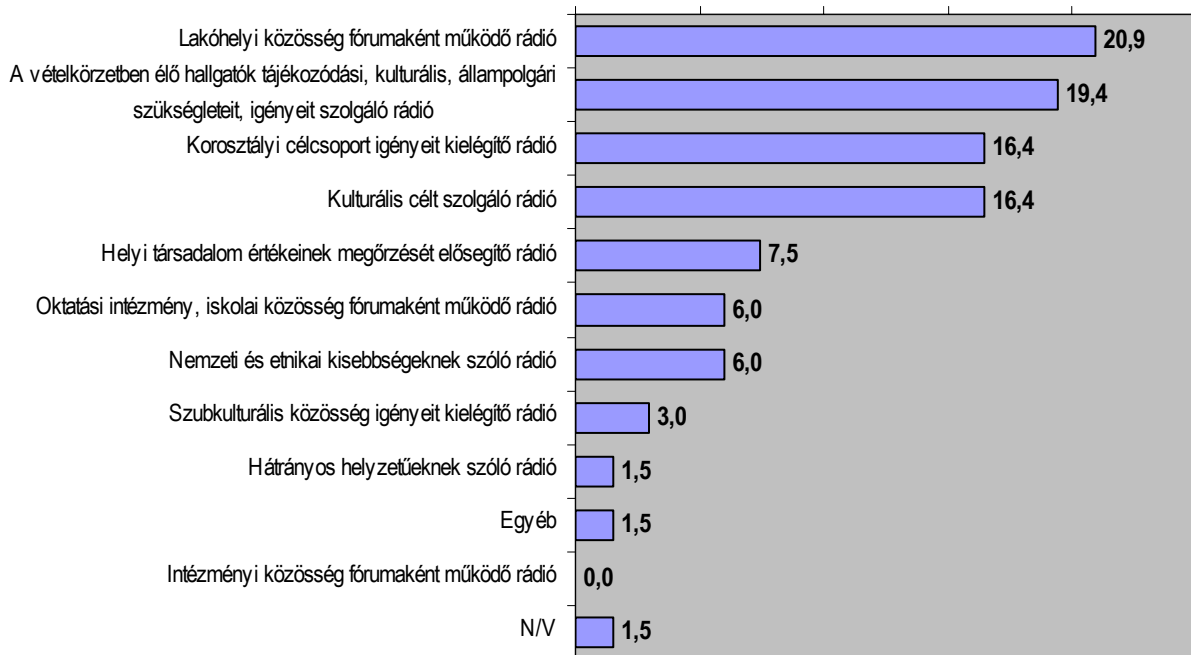
Az egyes rádiók elindításában egy és negyven közötti számú ember vett részt, és a rádiók 94%-a egy kis csoport együttműködésének következménye. „Egy emberes rádió” ugyanis mindössze kettő akadt a felmérésben részt vevők között, azaz elmondható, hogy a hazai kisközösségi rádiókat – a pályázati kiírás szellemének megfelelően – valóban kisebb, de több emberből álló közösségek indítják el.



A rádióalapítás céljainál több rádiónál is megfigyelhető, hogy nem egy jól meghatározott célcsoport igényeit akarták kielégíteni, hiszen volt olyan rádió, amely 3-4 válaszlehetőséget is megjelölt. A válaszok összesítése után látható, hogy jellemzően négy típusú rádiót vizionáltak maguk elé az alapításkor a kisközösségi rádiósok:

- 1.) lakóhelyi közösség fórumaként működő rádiót,
- 2.) kulturális célt szolgáló rádiót,
- 3.) korosztályi célcsoportnak szóló, vagy
- 4.) a vételkörzetben élő hallgatók általános tájékozási igényeit szolgáló rádiót.

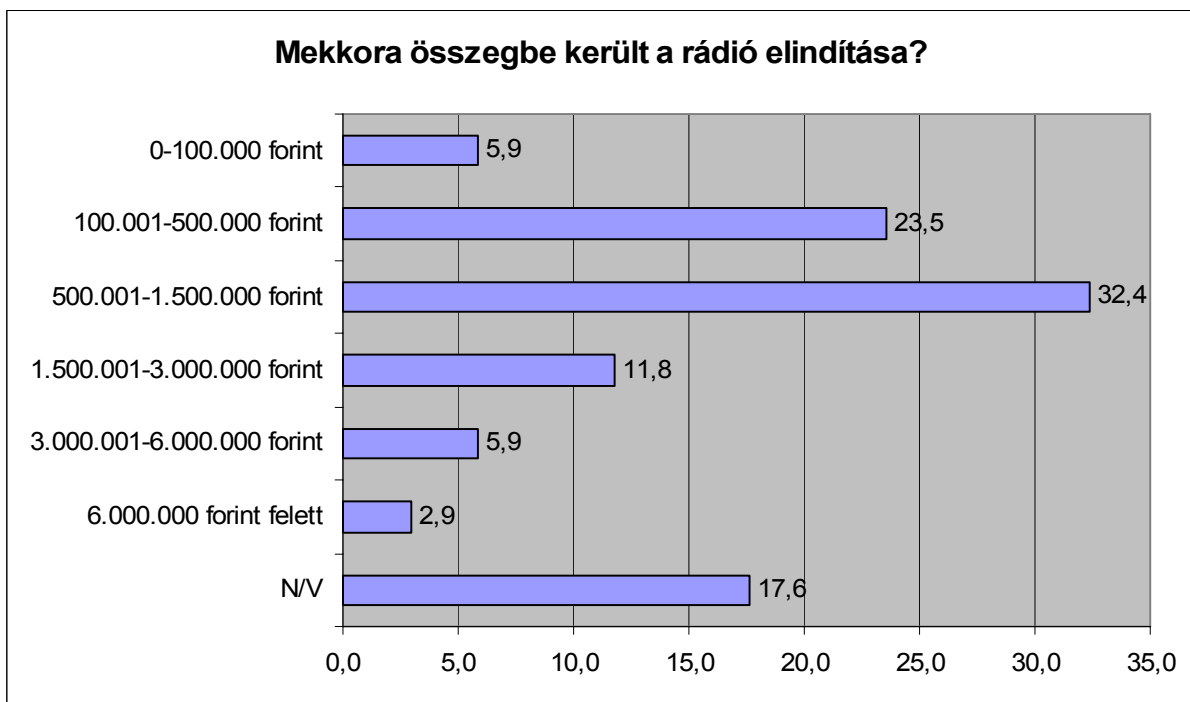
#### Mi volt a rádió alapításának fő célja? (%)



A résztvevők többségének volt korábbi rádiós tapasztalata (77%), és érdekes lehet, hogy egyharmaduk valamilyen kereskedelmi rádióban dolgozott korábban. 27%-uk dolgozott más közösségi rádióban a saját rádió elindítása előtt, míg a kalózási múltat mindössze három rádió említette. Azt, hogy nem véletlenül kerültek a szabad rádiós szférába mutathatja, hogy a válaszadók mindössze 20%-a nem ismerte egyáltalán a hazai közösségi rádiózás történetét, 80%-nak legalább alapszintű ismeretei voltak a szektor történetéről az indulás előtt. Ugyanakkor hozzá kell tenni, hogy a szektort korábban ismerőknek mindössze 18%-a mondta, hogy részletesen ismerte a múltbéli történéseket (az összes rádió 11%-a).

A kisközösségi rádió indításához azonban az embereken kívül szükség van technikai eszközökre is. A rádiók legtöbbször alapszintű stúdiótechnikával és egy stúdióval indult (56%), de voltak olyanok, akik semmiféle saját műszaki eszközzel nem rendelkeztek az induláskor (15%), míg olyanok is, akik magas szintű stúdiótechnikával és egy stúdióval kezdtek (15%). Több stúdióval mindössze három rádió indult (9%), ebből az egyiknél egy egyetem segített az

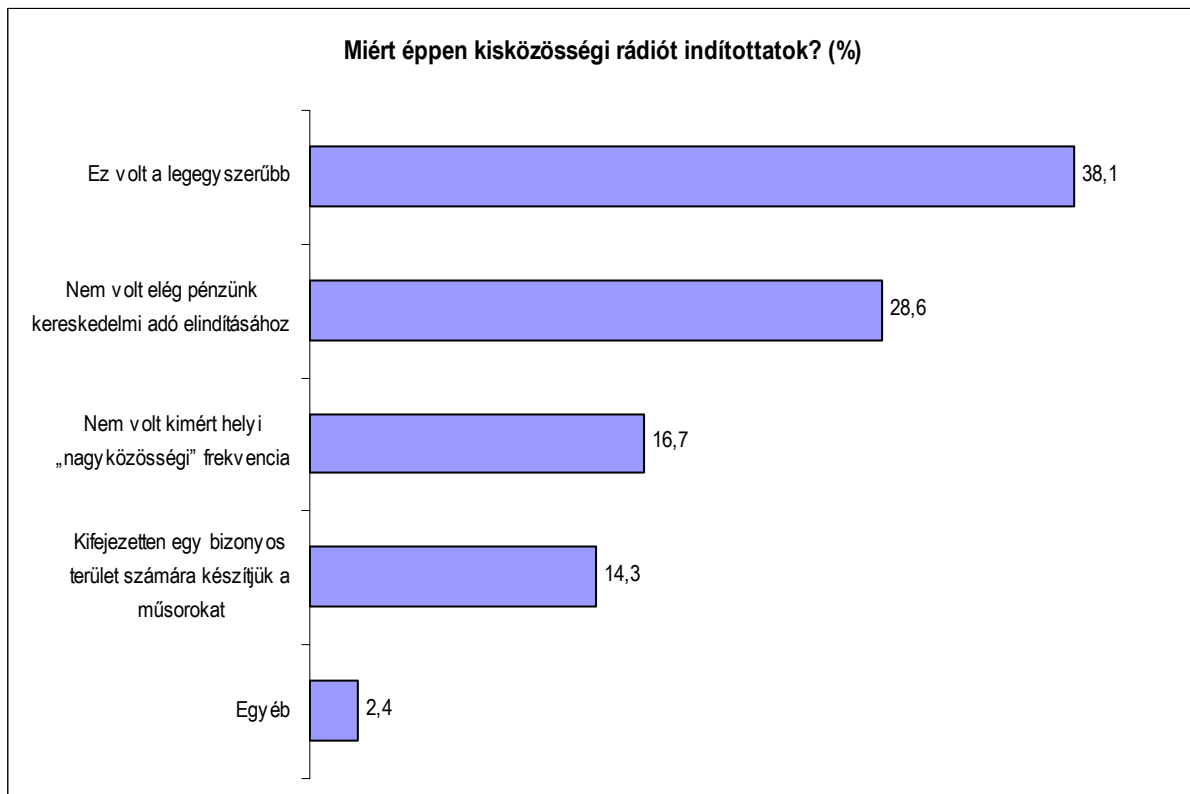
indulásnál, a másik kettőnél helyi vállalkozók. A műszaki eszközöket nagyrészt saját erő felhasználásával szerezték be (56%), míg a Szabad Rádiók Magyarországi Szervezete az esetek 7%-ban segített a műszaki eszközök beszerzésében. Kiemelendő, hogy 14%-ban a rádiók adományba kapták, míg 10%-uk pályázati úton szerezte be a szükséges berendezéseket.<sup>14</sup> A rádiók beindításához szükséges összes pénzmennyiség igen nagy eltéréseket mutat: volt, ahol a saját bevallásuk szerint 5.000 forintba, míg volt, ahol 16 millió forintba került az indulás (egy egyetem esetében).



A kisközösségi rádiósoktól azt is szeretnénk tudni, hogy miért pont ezt a speciális rádiózási formát választották, és miért nem egy nagyobb vételkörzetű helyi nem nyereségérdekelt vagy kereskedelmi adó indításába vágta bele. A válaszok jelentős megosztottságot mutattak, de a legtöbben az egyszerűség miatt választották ezt a formát. A válaszadók majdnem 30%-a azonban kereskedelmi rádiót indított volna saját bevallása szerint, ha a megfelelő anyagi fedezet a rendelkezésére áll. Az egyéb kategóriát választók közül egy kisközösségi rádiós így indokolta meg a választását: *„Az emberek számára ez egy új típusú rádió, még a mai napig igazán el se tudják képzelni, hogy mit jelent a kisközösségi rádió. Szeretnénk volna megmutatni egy olyan rádiót, ahol megszólal a Mancini*

<sup>14</sup> Egy másik kérdésből az is kiderül, hogy a rádiók 70%-a az induláshoz képest jobb technikai feltételekkel dolgozik a felmérés pillanatában.

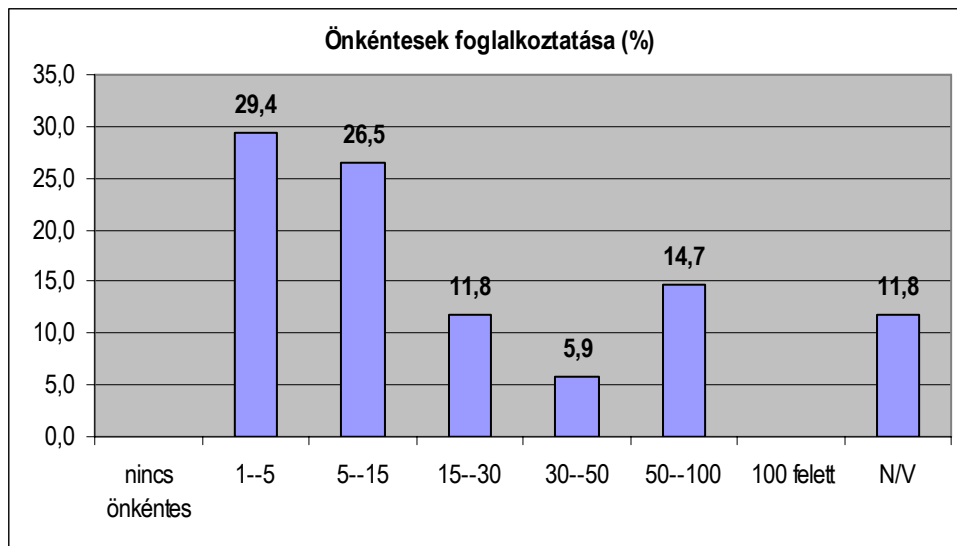
*néni és a Pista bácsi, anélkül hogy médiasztár legyen, anélkül hogy nem tudnak szépen beszélni, anélkül hogy félnének megmondani a véleményüket...”*



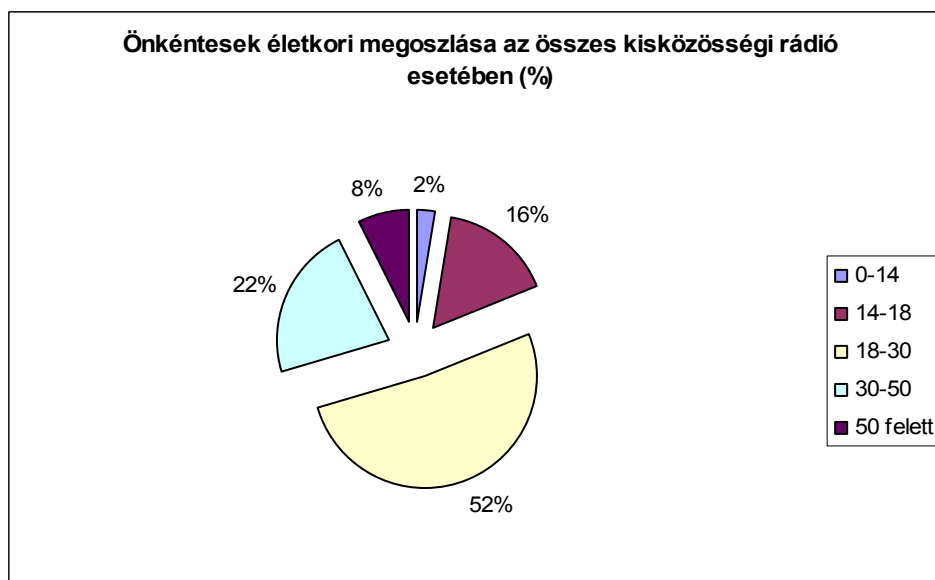
### **III.2. A jelen – belső struktúra**

Az indulás után következik a nehezebb rész, a rádió hosszú távú működtetése. Egy angol kézikönyv, a Community Radio Toolkit<sup>15</sup> nagyon plasztikusan fogalmazza meg ezt: „Rövidtávfutóból hosszútávfutóvá kell ekkortól válni”. Az első kulcskérdés, hogy a közösségi rádió, amelynek egyik fő jellegzetessége, hogy a műsorokat főleg önkéntesek készítik, hogyan képes kezelni ezt a kérdést. A kutatás eredményei szerint minden rádió foglalkoztat önkénteseket, bár a rádiók majdnem egyharmada csupán 5 fő alatt (29,4%). Örömteli, hogy 5 olyan rádió is volt, amely 50 feletti önkéntest foglalkoztat, bár hozzá kell tenni, hogy ezek közül kettő Budapesten vagy Budapest vonzáskörzetében van (Fúzió, Zseb), másik kettő egyetemi városokban (Campus, Periszkóp), míg az ötödik nagyon hosszú ideig nagy vételkörzetű frekvencián sugárzott (Szóla). Kisebb falvakban vagy városrészekben főleg a kisebb számú önkéntes rádiós a jellemző.

<sup>15</sup> <http://www.communityradiotoolkit.com/>



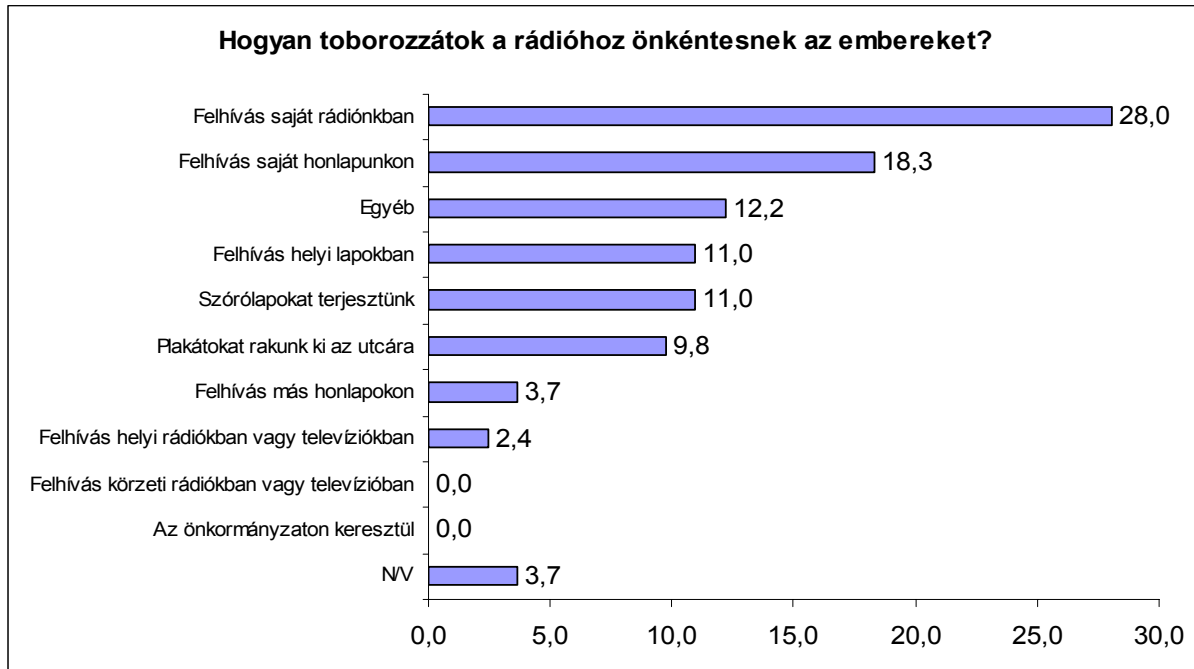
Az önkéntesek életkori megoszlása érdekes és változatos képet mutat, a magyar médiában valószínűleg egyedülként 14 év alattiak is készíthetnek műsorokat, sőt, van olyan rádió, ahol az arányuk 30%-os (Origó-Ház Rádió). A 18-30 és a 30-50 közötti korosztály azonban majdnem minden rádióban dominál, de pozitív példaként hozzá kell tenni, hogy egy esetben a kisközösségi rádiót működtetők 100%-a 50 évnél idősebb (Sirius).



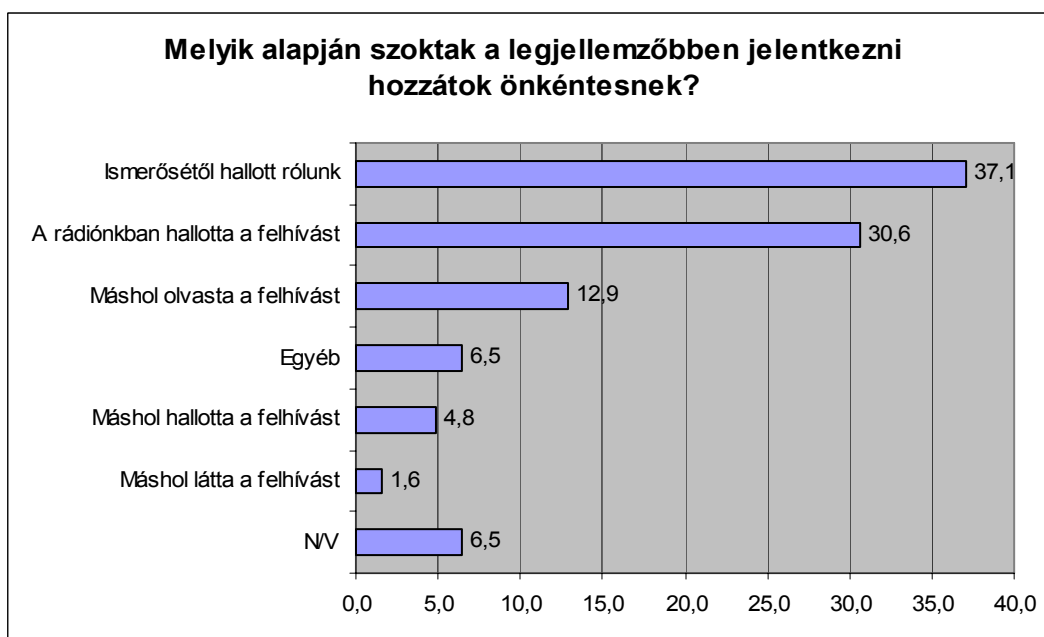
Az önkéntesek toborzása a rádiókhoz leginkább a saját rádióban elhangzott és a saját honlapon elhelyezett felhívás útján történik (46,3%), de kiemelhető még az egyéb kategóriában megemlített szájhagyomány szerepe (12,2%), azaz „egy ismerősöm ismerőse szolt egy ismerősének”, ahogy egy rádiós fogalmazott. Első pillanatra meglepőnek tűnhet,



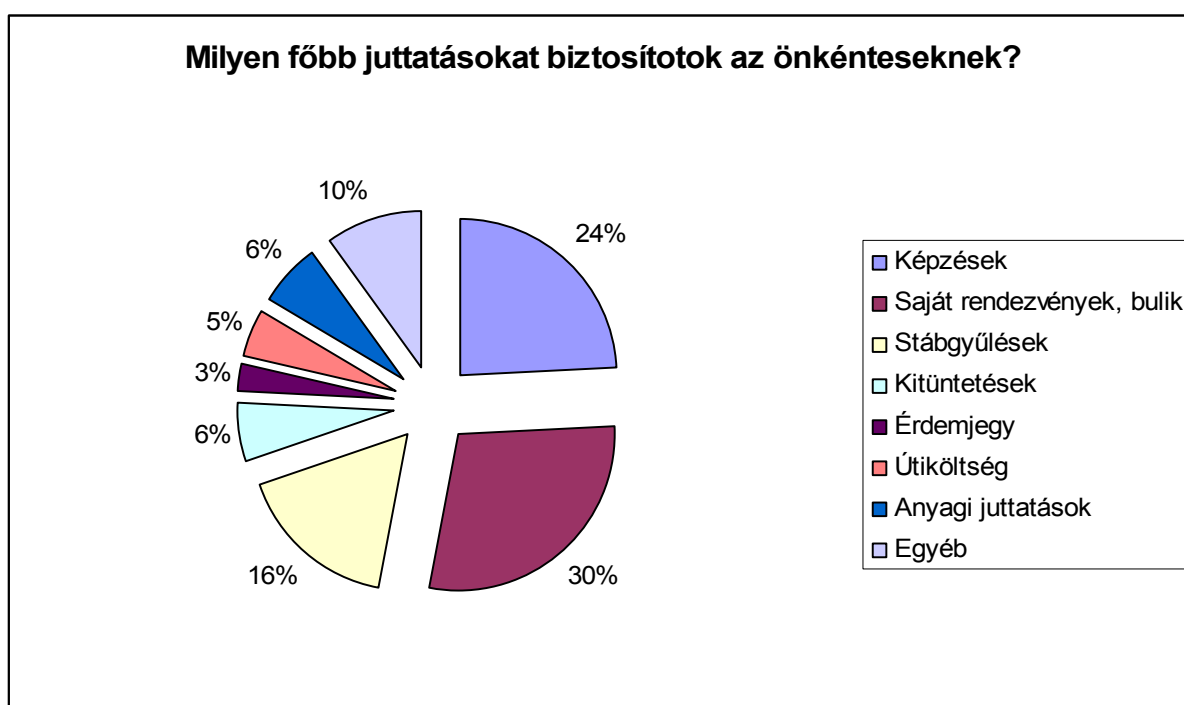
hogy az önkormányzatok útján való toborzás egy említést sem kapott, de – annak ellenére, hogy a rádiósok a helyi önkormányzatoktól több segítséget várnának el – a helyi újságokban való megjelenés az esetek nagy részében az önkormányzati lapot jelenti.



A fenti adattáblát összevetve a következővel, kiderül, hogy a legelterjedtebb módja az önkéntesek toborzásának a szájhagyomány (37,1%), amelyet szorosan követ az adott rádióban elhangzott felhívás.



A kutatás fontos eleme volt annak vizsgálata, hogy az önkéntesek milyen juttatásokban részesülnek a hazai kisközösségi rádiókban, ugyanis a szférát nem ismerők (de sokszor a benne dolgozók) fejében is az önkéntesség egyet jelent azzal a munkával, amiért nem jár semmi cserébe. Ez természetesen így is van a pénz vonatkozásában, de az önkéntesek számos nem anyagi ellenszolgáltatásban, juttatásban mégis részesülhetnek. Fontosnak tartjuk külön kiemelni, hogy ez mindenhol a világon természetesnek számít.

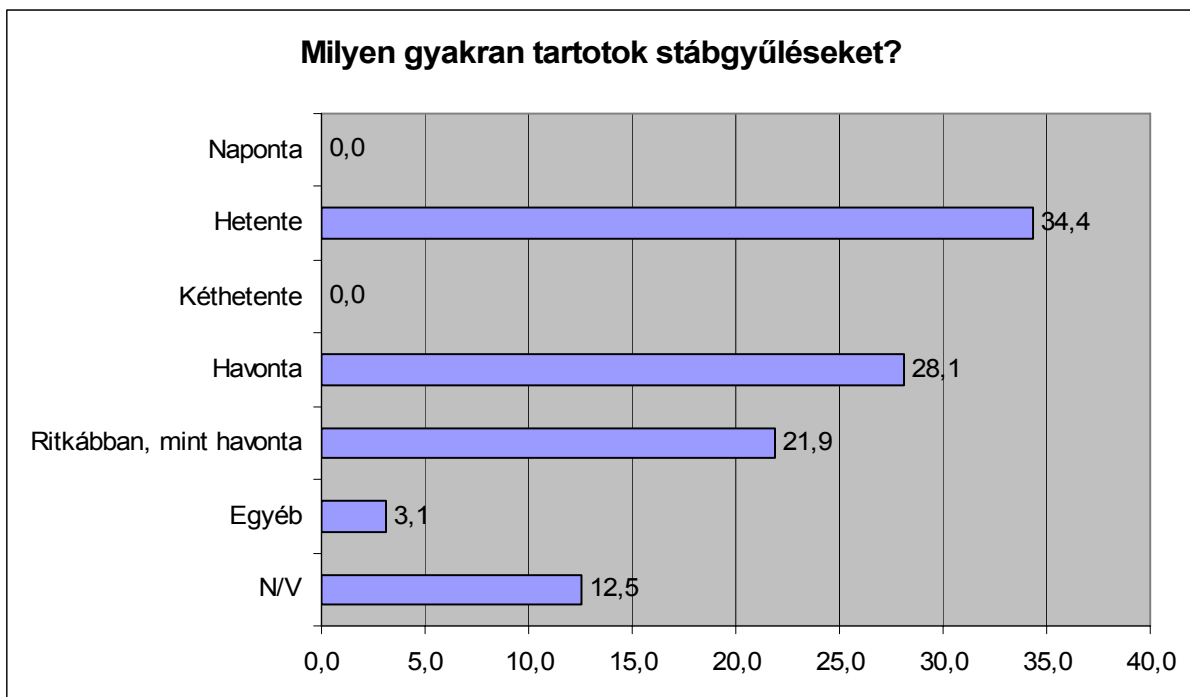


A legtöbben a saját rendezvényeken, bulikon való részvételt tudják nyújtani a rádiósoknak (30%), de jelentős a rádiós képzések (24%) és a stábgyűlések (16%) szervezése kategória is. Különféle kitüntetések (például a hét/hónap/év rádiósa vagy legjobb műsora cím odaítélése) a rádiók 6%-a oszt ki rendszeresen, míg az önkéntes munkáért járó közép- vagy felsőoktatási érdemjegy a rádiók 3%-nál található meg (természetesen a középiskolai vagy egyetemi rádióknál). A fentebb leírtak ellenére a rádiók 6%-a különféle anyagi juttatásokban is részesíti az önkénteseket. Az egyéb kategóriába a válaszadók a következőket jelölték meg:

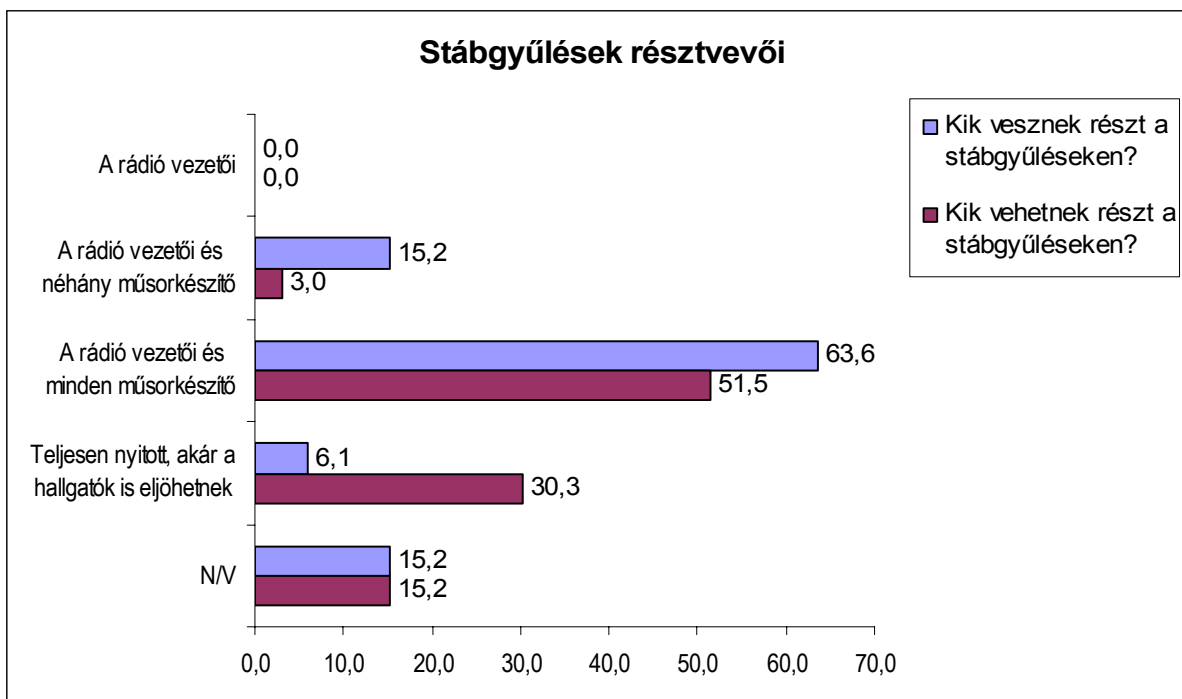
- jó társaság
- szakmai fejlődés
- referencia, kapcsolatok

- eszközbélés
- étkezés
- belépők kiosztása különböző rendezvényekre.

Stábgyűléseket – ami jelentős mértékben szolgálhatja az önkéntesek bevonódását – a rádiók nagy többsége szokott tartani (85%), de a fenti táblázattal való összevetésből kitűnik, hogy ezt nem minden rádió tartja juttatásnak az önkéntesek felé. A stábgyűlések gyakorisága eltérő, a rádiók leginkább hetente vagy havonta tartják őket.



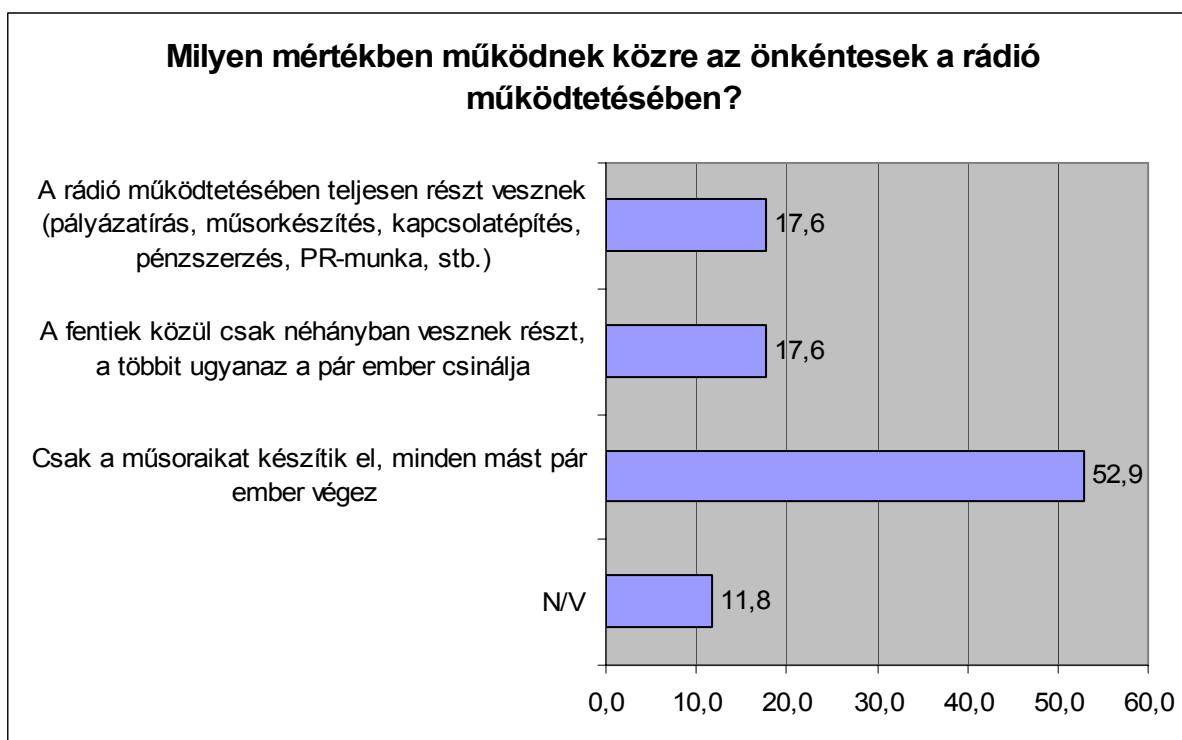
A stábgyűlések tekintetében érdekes képet mutat az elmélet és a gyakorlat közötti eltérés. Ugyanis míg a rádiók nagy többsége a stábgyűléseket minél szélesebb kör számára elérhetővé kívánja tenni, addig a résztvevők általában szűkebb körből kerülnek ki, azaz míg a rádiósok 30,3%-a kívánatosnak és örvendetesnek tartaná, ha akár a hallgatók is elmennének az ilyen gyűlésekre, hallgatói megjelenésről mindössze a rádiók 6%-a tudott beszámolni. A stábgyűlésekről a rádiók 65%-nál készül valamilyen formában írásos emlékeztető, de teljes körű emlékeztető mindössze egy rádiónál.



A stábgyűléseken a legfontosabb elhangzó témák – az említések száma szerint csökkenő sorrendben – a következők:

- Műsorokkal kapcsolatos kérdések (minőség, felépítés, szerkezet, kiemelkedő műsorok, hírolvasás, zene-beszéd aránya, új műsorok) – 27 említés (35%)
- Aktuális problémák (pénzhiány, hibák javítása, időbeosztás) – 19 említés (24%)
- Jövőkép – 8 említés (10%)
- Marketing, reklámozás – 7 említés (9%)
- Eddigi munka értékelése – 5 említés (6,5%)
- Technikai kérdések – 5 említés (6,5%)
- Új önkéntesek bevonása a rádió életébe – 3 említés (4%)
- Rendezvények, bulik szervezése – 3 említés (4%)
- Ötletbörze – 1 említés (1%)

A válaszadó kisközösségi rádiók több mint fele (55%) legalább egy főállású, teljes munkaidőben dolgozó alkalmazottat foglalkoztat, de azon rádiók között, akiknél van ilyen alkalmazott csak 37%-uk foglalkoztat egynél több főt főállásban (azaz az összes rádió 20%-a). Ennek oka valószínűleg abban keresendő, hogy a rádiók az önkénteseket nem tudják, vagy nem akarják kellő mértékben bevonni a rádió irányításába, hiszen a rádiók 70%-nál – az önkéntesek számától függetlenül – a munka nagy részét csupán pár ember végzi.



Mindezek ellenére a kérdőívekből az is kitetszik, hogy az önkéntesekkel való rádiózásnak több előnye, mint hátránya van a felmérésben részt vevő rádiók szerint. A hátrányok között három fő dolgot említettek a válaszadók:

- A műsorok elmaradása (pontatlanok, hamar eltűnnek, nehéz a kapcsolattartás, munka mellett csinálja)
- Számonkérés nehézsége (díjazás kérdése, motiválási nehézségek, felelősségre vonás szinte lehetetlen)
- Szakmai hiányosságok, felkészületlenség.

E három fő kategóriából legalább az egyiket a válaszadók 85%-a nevesítette, míg 10%-uk szerint semmi gond nincs az önkéntesekkel (egyikük sztoikus nyugalommal így fogalmazott: „*Én nem látom igazából, hogy gondok lennének velük. Van, hogy nem jön műsort csinálni, és nem is szól utána, de aztán szép lassan úgyis vagy szól, vagy nem jön egyáltalán*”). Ezekon kívül említésre került még a stúdióban való dohányzás és a takarítás hiánya.

Előnye és öröme az önkéntesekkel való rádiózásnak azonban a fentieknél sokkal több van, itt is a legjellemzőbbek kerülnek bemutatásra:

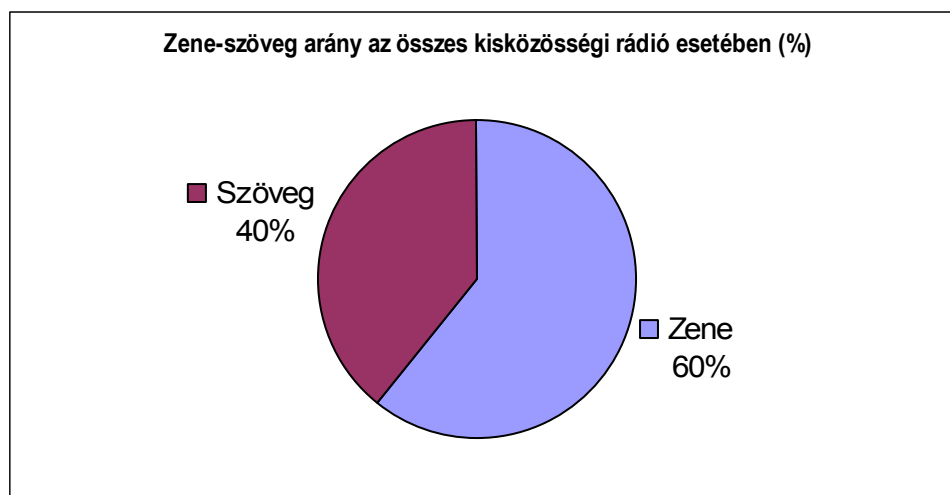
- Kreatív, nem sematikus, új ötletek megjelenése
- Lelkesedés

- Eredetiség
- Szolidaritás
- Együtt gondolkodás
- Sokszínűség
- Naprakészség
- Merész, izgalmas
- Közösségi szellem
- Változatosság

Ezekon kívül a válaszadók többségénél (53%) megjelent az ingyenesség kérdése is, azaz hogy pénzbeli ellenszolgáltatás nem jár nekik, így a rádió fenntartása is kevesebbe kerül.

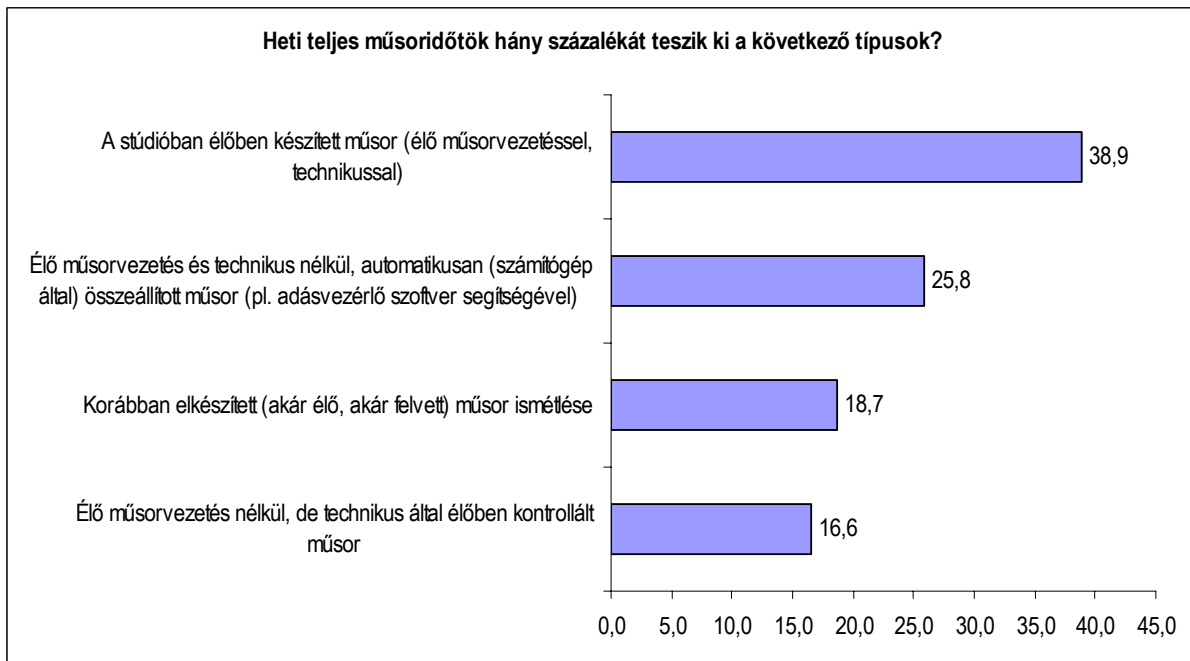
### ***III.3. A jelen – műsorok és külső kapcsolatok***

A kisközösségi rádiók esetében is kiemelt jelentősége van annak a képnek, amit a külvilág felé sugároznak, mind a műsor formájában, mind pedig egyéb módon (a rádió honlapja, hallgatók informálása, stb.). Az első dolog, amit a hallgatók észrevesznek, az a zene és a szöveg aránya a rádióban. A hazai rádiók nagy többségét (főleg a kereskedelmi adókat) minden hallgató által jól érezhetően a zene kiemelkedő túlsúlya jellemzi. Érdekes megnézni ezt az arányt a magyar kisközösségi rádiók tekintetében is:



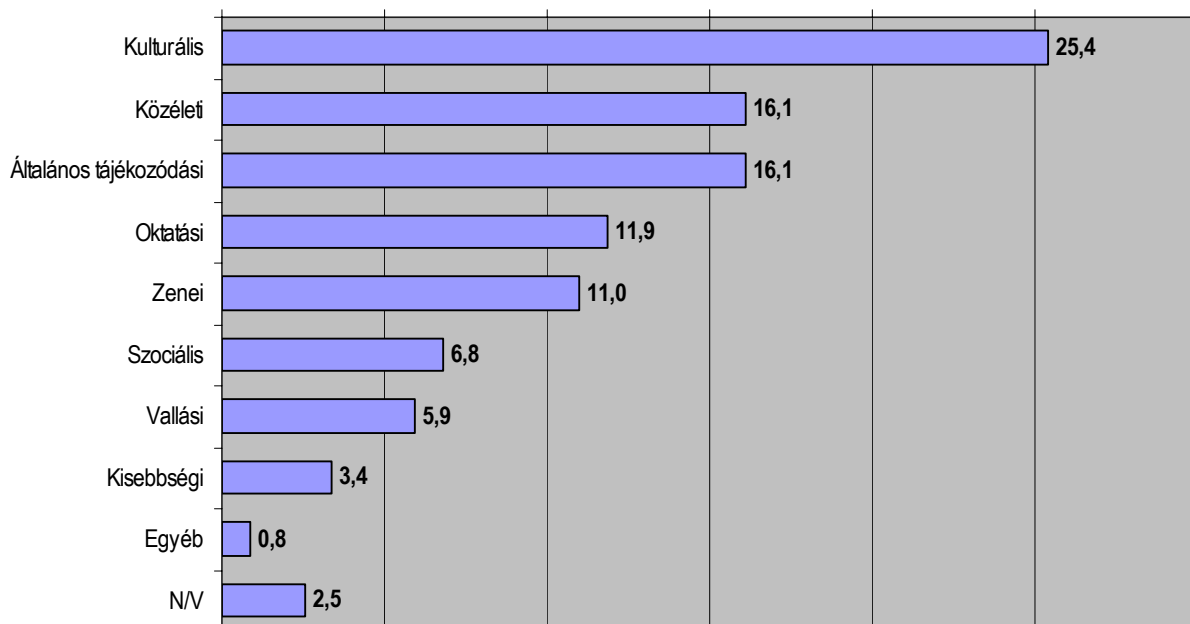
A felmérésből kiderült, hogy a zene a magyar kisközösségi rádiók esetében is nagyobb részt hasít ki a műsorfolyamból, de korántsem mutat olyan mértékű eltérést, mint más rádiótípusok esetében. Ráadásul a válaszadók 33% úgy nyilatkozott, hogy a szöveg aránya meghaladja a beszéd arányát a rádiójukban. A műsorok megoszlása tekintetében pedig az

összképet tovább árnyalja a következő ábra, ami azt mutatja, hogy a hazai kisközösségi rádiók műsorainak majdnem 40%-a élőben készül el.

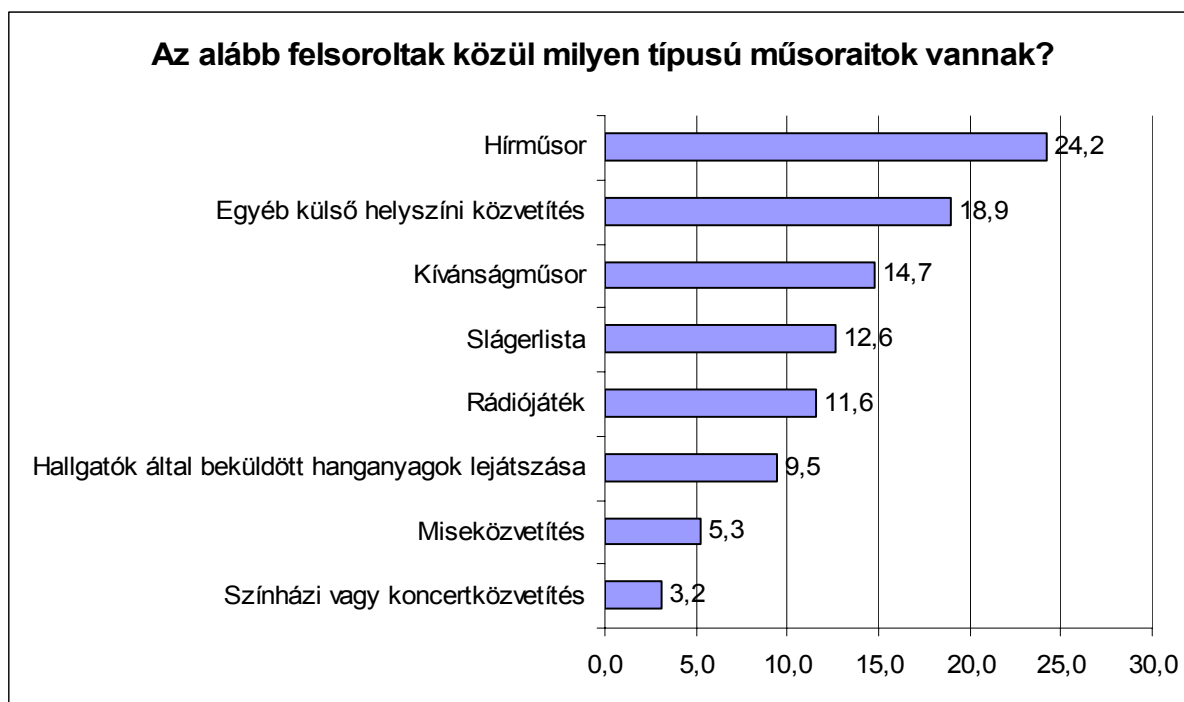


A szöveges műsorok tekintetében két fő kérdéskörre kerestük a választ: (1) megtalálhatók-e a kisközösségi rádiók műsorai között a tipikus rádiós formátumok (például rádiójáték, kívánságműsor), (2) a rádiósok szerint a szöveges műsoraiknak mi a fő profilja.

**Mi a rádió szöveges műsorainak fő profilja?**



A rádiók műsorai tehát főleg kulturális profilúak (25,4%), amiktől nem sokkal maradnak el a közéleti témák (16,1%) és az általános tájékozódást elősegítő műsorok (16,1%). Feltűnő, hogy kisebbségi, vallási és szociális műsorok viszonylag kis számmal készülnek a rádióknál. Azon műsorfajták közül, amelyeket rádiós formátumoknak szoktak nevezni mindegyik megtalálható a hazai kisközösségi rádiós palettán. Kiemelhető, hogy e rádiók hírműsorai főleg helyi híreket sugároznak. Örömteli, hogy a rádiók majdnem 12%-a készítette már rádiójátékokat, és majdnem 10%-uk leadja azokat a hanganyagokat is, amelyeket a hallgatóik küldenek el számukra, ezzel is erősítve helyi jellegüket. Érdekes azonban, hogy két olyan formátum is erőteljesen megjelenik a rádióknál (a kívánságműsor és a slágerlista), amelyet nem a közösségi, hanem a kereskedelmi rádiókkal szokás azonosítani. E két műsorfajtára vonatkozó számok elemzése során nem szabad megfeledkeznünk arról a fentebb már ismertetett adatról, hogy a kisközösségi rádiók közül 28% jelölte meg a közösségi rádióalapítás okaként, hogy nem volt elég anyagi forrásuk kereskedelmi rádió indítására.



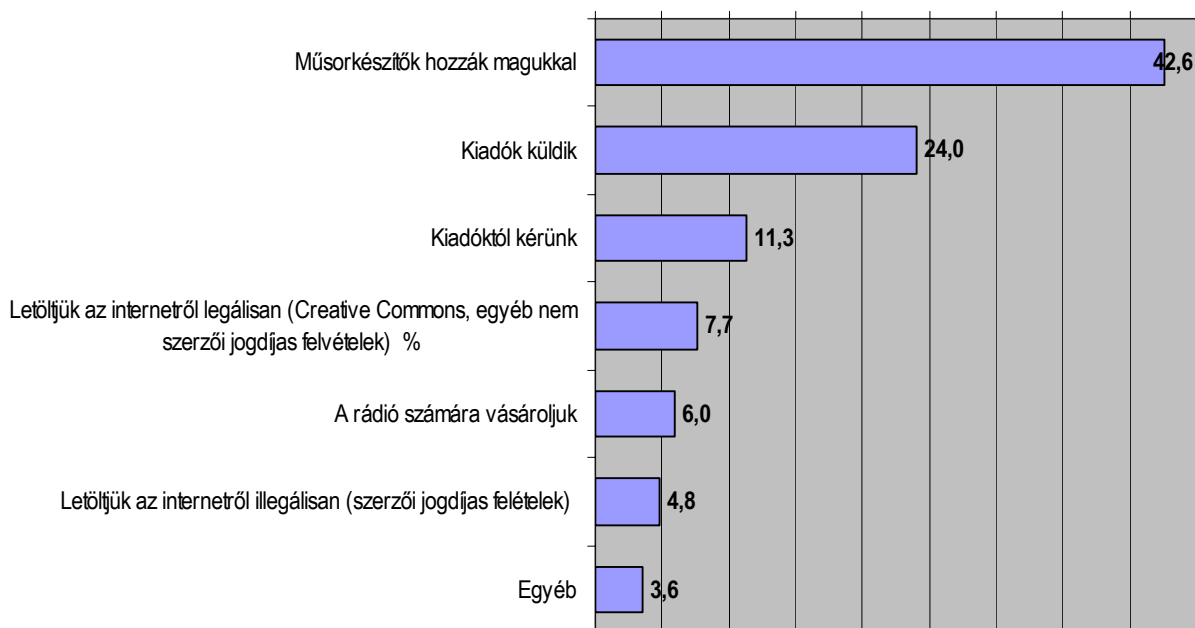
A rádiók nem csupán magyar nyelven sugároznak, hiszen sokszor van olyan önkéntes, aki vagy nem magyar anyanyelvű vagy pedig magyar anyanyelvű, de idegen nyelven szeretne megszólalni a rádióban. A rádiók negyede (24%) sugároz vagy sugárzott már a múltban nem



magyar nyelvű programot (leginkább az angol, német, francia, olasz nyelvek jelennek meg, de van, ahol kínai vagy török műsor is került már adásba).

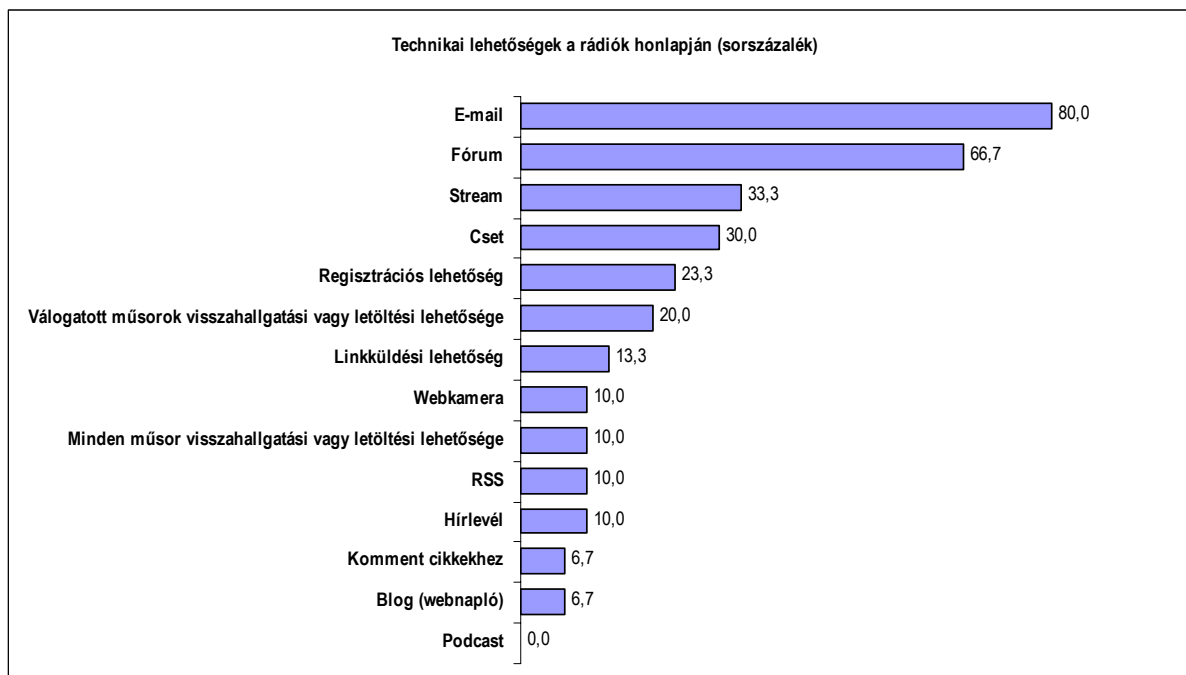
A rádiókban elhangzó zene tekintetében a válaszadók 57%-nak nincs fő zenei profilja, míg 43% megjelölt ilyet. E téren is megfigyelhető a kereskedelmi rádiók hatása, ugyanis volt, aki azt jelölte meg, hogy „négy évnél fiatalabb zenék” és olyan is, aki a pop kategóriájával válaszolt. Ennek ellentételezéseként a fő zenei profillal rendelkező rádiók 54%-a a világzene, népzene, blues, jazz, ’nem kommersz zene’ kategóriáját jelölte meg. A rádiók a zenék beszerzését főleg az önkéntesekre bízzák (44%), a vásárlást nagyon kevés rádió engedheti meg magának (6%). A zenei kiadókkal való kapcsolat esetlegesnek tűnik a felmérés alapján, míg az egyéb kategóriában főleg a rádió által felvett zenék kerültek megemléítésre (például fesztiválokon, koncerteken).

#### Honnan szerzik be a rádióban sugárzott zenéket?



Az előzőekből következően egyértelműen merül fel a kérdés, hogy ez a sokszínű szöveges és zenei műsorfolyamról hogyan jutnak el információk a hallgatókhoz. A heti műsortervet a rádiók 40%-a jeleníti meg a saját honlapján, míg a helyi újságot csak 25%-uk használja e célra. Ajánlható minden kisközösségi rádió számára annak a hat rádióknak a példája, akik a helyi televízió képűségjén is megjelenítik ezen információkat, de olyan rádió is vett részt a felmérésben, aki plakátokat tesz ki a faluban a műsorról. A rádiók tehát főleg a

saját honlapjukat használják a hallgatókkal való kapcsolattartásra és a rádió bemutatására<sup>16</sup>. A rádiók 88%-nak van legalább alapszintű internetes honlapja, és a felmérés mind technikai, mind pedig tartalmi kérdéseket vizsgált a rádiós honlapokkal kapcsolatban. Technikai értelemben látható, hogy az alapszolgáltatások majdnem minden honlapon biztosítottak (e-mail, fórum), ám az összes többi szolgáltatás (különösen a Web 2.0-ás szolgáltatások – blog, RSS, komment, podcast) már csak jóval kevesebb rádió honlapján található meg.



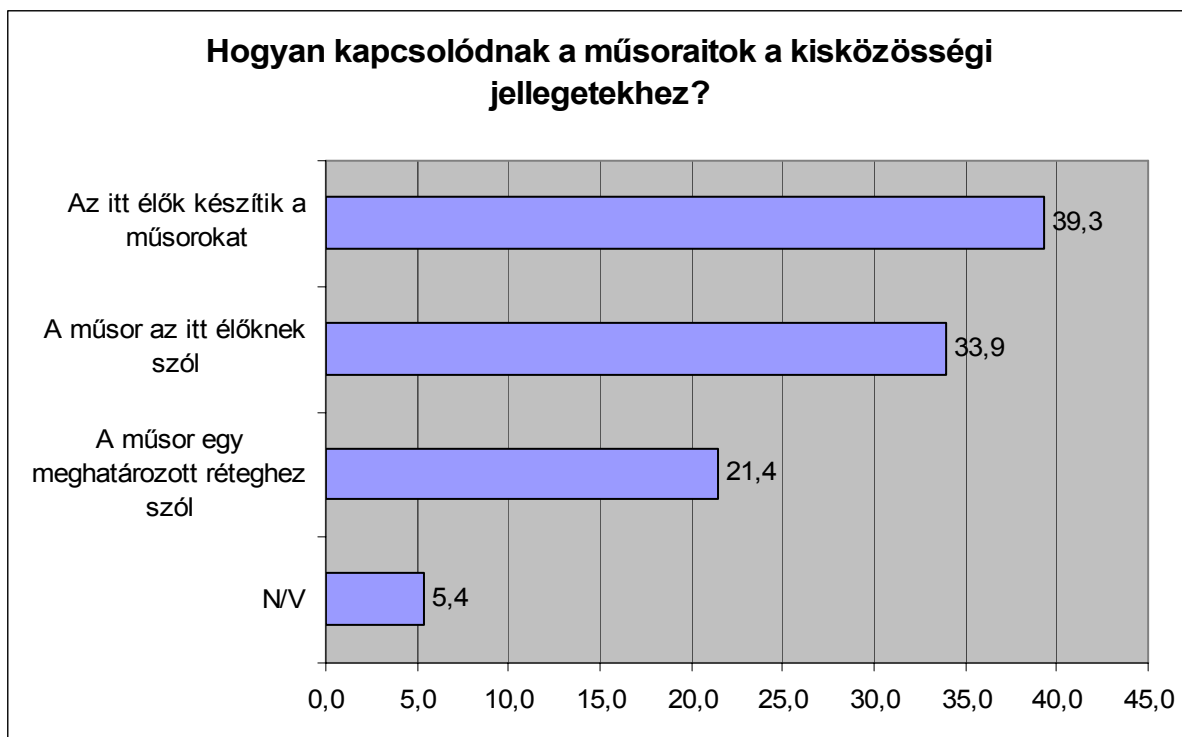
Tartalmi kérdésekben gazdagabbnak tűnnek a hazai kisközösségi rádiók honlapjai, bár meg kell jegyezni, hogy minden adat vonatkozásában van még fejlődnie a szférának. Kiemelhető, hogy mindössze a rádiók 47%-a tesz közzé honlapján információkat a műsorokról, és a rádió elérhetőségei is hiányoznak a honlappal rendelkező rádiók egyharmada esetében.

<sup>16</sup> Itt említhető meg, hogy rendszeres nyomtatott kiadványa mindössze négy rádiónak (12%) van.



Mindenféleképpen változtatásra érdemes azonban a honlapok frissítésének ideje. A rádiók 67%-a ritkábban, mint hetente frissíti a felkerülő tartalmakat (a havonta vagy annál is ritkábban frissítők aránya a honlappal rendelkezők között 34%-os). Azon rádiók aránya, amelyek naponta többször, naponta vagy két-három naponta frissítenek csupán 33%-os. Amennyiben a fentiekből következően a rádiók a honlapot a hallgatókkal való kommunikáció egyik kiemelt formájának tartják, úgy érdemes a felkerülő tartalmakat gyakran megújítani, hogy a hallgatóknak érdemes legyen visszajárniuk.

A fenti műsorjellemezők a válaszadók szerint a kisközösségi jelleghez leginkább csak annyiban kapcsolódik, hogy főleg a helyben élők készítik a műsorokat. Kiemelten a helyben lakókhöz csak a rádiók kicsivel több, mint egyharmada szól, pedig ezt a jelleget erősítve talán gyógyírt lehetne találni a rádiósok két nagy alapvető problémájára, a hallgatottságra és az önkéntesek számára. Érdemes megemlíteni, hogy a kisközösségi rádiók 34%-a részt vesz vagy már vett részt műsorcsereben más közösségi rádiókkal, ezzel is próbálkozva a szorosabb együttműködés kialakításában. Azok közül, akik nem vesznek részt műsorcsereben, mind azt válaszolta, hogy szívesen tenne ilyet, és közülük mindössze 24%-uk jelezte azt, hogy nem biztos, hogy képes lenne rendszeresen vállalni műsorok készítését a műsorcsere számára. Ehhez majdnem minden válaszoló valamilyen intézményesült formát szeretne.

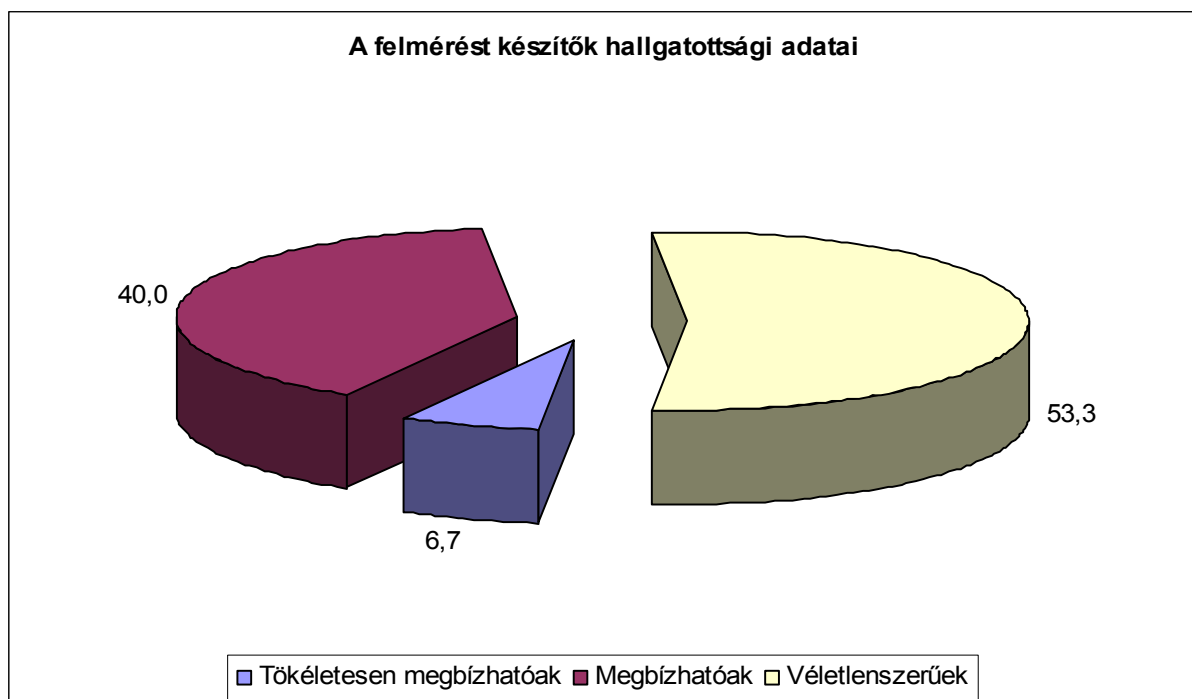


#### **III.4. A jelen – vételkörzet, technika, hallgatottság**

A magyar kisközösségi rádiókkal kapcsolatos kérdések egyik legfontosabbja a vételkörzet és a hallgatottság kicsiny volta. A kisközösségi rádiókra vonatkozó pályázati felhívás<sup>17</sup> úgy fogalmaz, hogy „a kisközösségi rádiózás célja, hogy lehetővé tegye olyan rádiók működtetését a kistelepüléseken és kisebb közösségekben, amelyekben nem lehetséges egy helyi rádió gazdaságos működtetése, de a helyi közösség igényelné egy neki szóló rádióadó létét, valamint, hogy lehetőséget nyújtson azon intézményeknek, amelyek a rádiózással egy speciális hallgatói kör igényeit elégítenék ki. A kisközösségi rádiózásnak nem célja a helyi rádiózással összemérhető nagyságú ellátottság biztosítása”. Ennek ellenére a kutatásból kiderült, hogy majdnem mindegyik rádió elégedetlen a számára kijelölt sugárzási teljesítménnyel és az ezzel összefüggő vételkörzettel. A rádióknak minimum heti 14 órát kell sugározniuk, de természetesen semmi nem zárja ki az akár heti 168 órás sugárzást sem. Ennek ellenére a rádiók mindössze 42%-a sugároz heti 168 órában, a többi rádió ennél kevesebbet vállalt csak. A kevesebbet sugárzók leginkább az emberi (61%) és anyagi (22%) kapacitáshiányt említették fő okként, de közülük is 72% tervezi az adásidő bővítését (csupán 28%-uk nyilatkozott úgy, hogy megfelel nekik az általuk korábban vállalt műsoridő-keret). A rádiósok ugyanis két fő okot említettek a kicsi hallgatottság okaként: az adásidő nem 168 óras

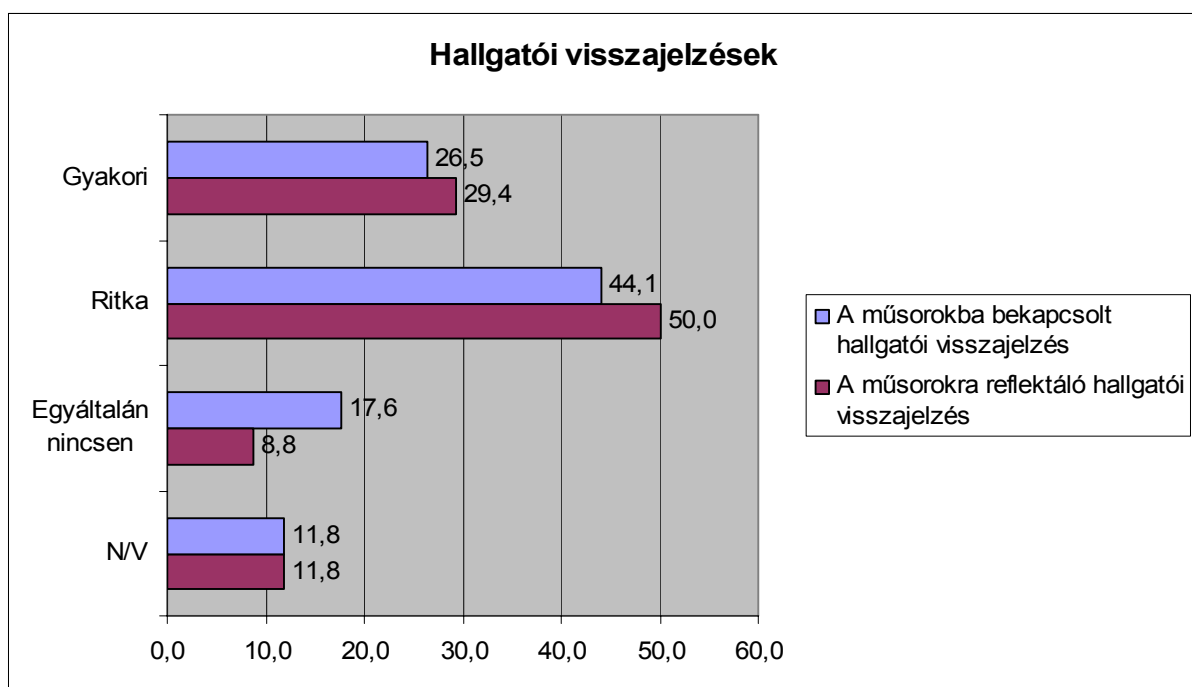
<sup>17</sup> [http://ortt.hu/palyazatok/7/1149557330helyi\\_radio\\_20030716.doc](http://ortt.hu/palyazatok/7/1149557330helyi_radio_20030716.doc)

volta és a vételkörzet kicsinyége. Annak ellenére jelezték ezt, hogy a saját hallgatottságról mindössze a rádiók felének (50%) vannak adatai. Azok közül, akiknek nincsenek adatai a legtöbben az anyagiakra hivatkoztak, miszerint nincs elég pénzük arra, hogy a hallgatottságukat felmérjék. A valamilyen formában felmérést készítőik közül csak 6,7%-uk állította, hogy az adatai tökéletesen megbízhatóak, a nagy többség nem bíz a saját maga által készített felmérésekben. Több rádió külön kiemelte, hogy kívánatos lenne egy hallgatottsági felmérés elkészítése speciálisan a kisközösségi rádiók számára, bár tisztában vannak ennek a felmérésnek a nehézségeivel.

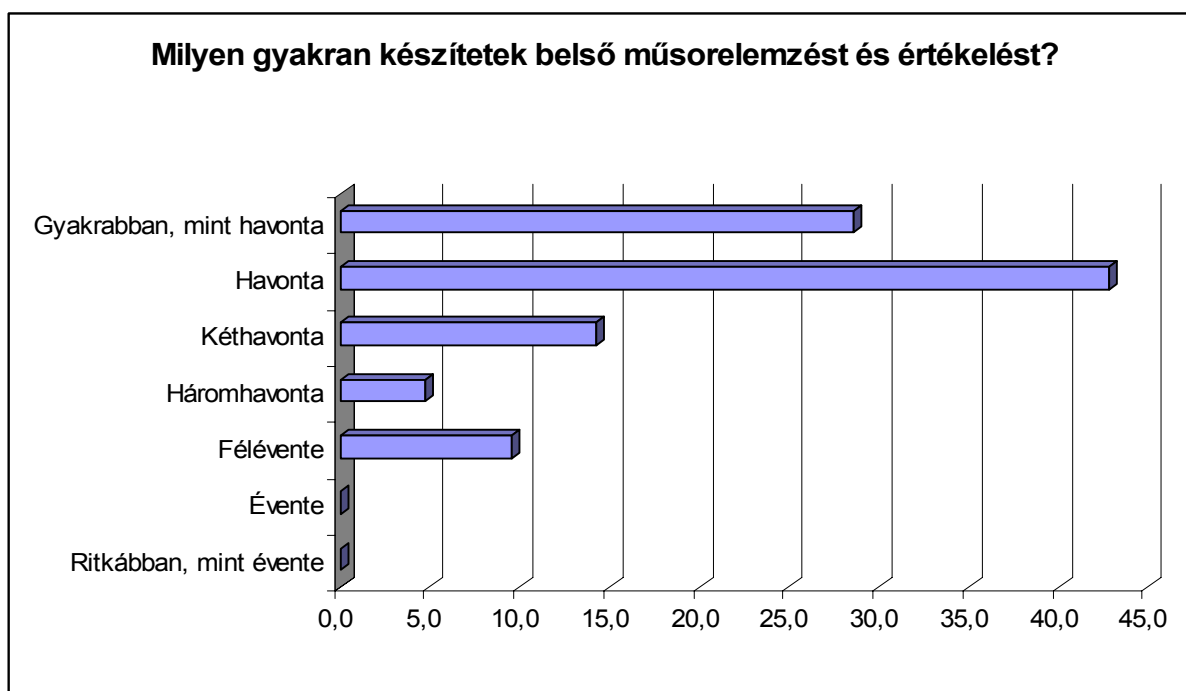


A felmérésben részt vevő rádiók nagy többsége – felmérések hiányában – pesszimista a saját hallgatottságát illetően, hiszen csak a rádiók 5%-a említette, hogy szerintük többen hallgatják őket, mint amennyi potenciális hallgatót az ORTT adatai jeleznek. Azon rádiók aránya, akik szerint a hallgatottságuk a potenciális hallgatók minimum felét meghaladja 20%-os, míg a többi rádió ennél jóval kevesebbre tippeli saját hallgatóinak számát. Érdekes, hogy a rádiók 43%-a saját érzékelése szerint a potenciális hallgatóknak kevesebb, mint tizedét éri el (közülük is 70% azt gondolja, hogy még a lehetőség 3%-át sem haladják meg). A kérdőív rákérdezett azonban arra is, hogy a válaszadók szerint a rádió munkatársainak és önkénteseinek milyen véleménye van a hallgatottságról. Az eredmény azt mutatja, hogy a válaszadók több mint kétharmada (68%) szerint a rádió többi munkatársának a véleménye az,

hogy a rádiót többen hallgatják az általa megjelölnél. Ez mindenféleképpen nagy jelentőségű az önkéntesek motiválása és megtartása szempontjából, mert az önkéntesek is szeretik, ha sokan hallgatják őket, és így megnő az esélye annak, hogy ők is dolgozzanak a valóban nagyobb hallgatottság eléréseért. A hallgatottság mértékére utalhat a hallgatói visszajelzések (telefon, e-mail, cset, fórum, levél) száma is, amely a hazai kisközösségi rádióknál igen változatos képet mutat, és a felmérésből úgy tűnik, hogy a kisközösségi rádiót hallgatók inkább adás után reflektálnak az elhangzottakra. A visszajelzések a rádiók nagy többségénél főleg pozitívak (85%), míg csupán a válaszadók 6%-a jelzett főleg semleges, és kevesebb, mint egytizede (9%) főleg negatív hallgatói visszacsatolásokat.

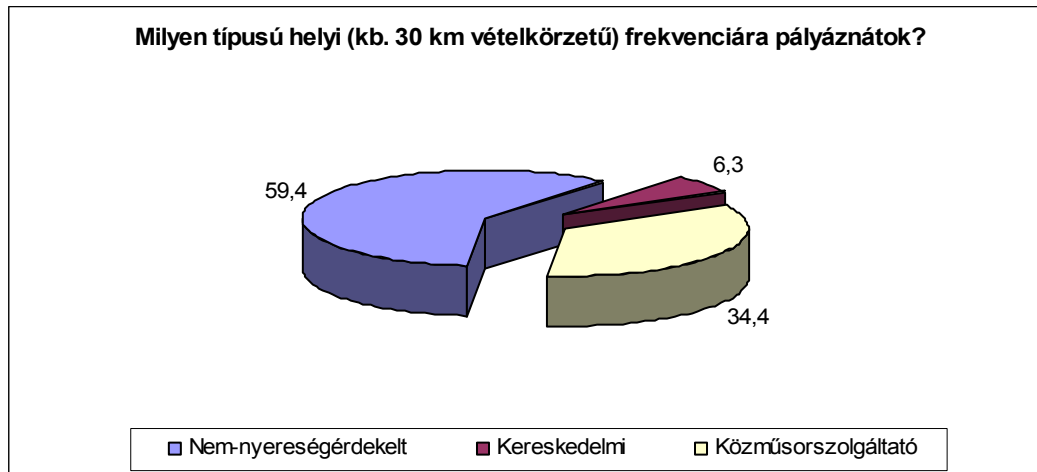


A rádiók azonban nem csak várják, hogy nagyobb legyen a hallgatottság, hanem tesznek is a hallgatók kiszolgálásáért a műsorok elemzésével és figyelésével. Ráadásul a rádiók műsorkészítőinek 60%-a gyakran hallgatja a rádióban a társak műsorait, így az elemzések nem csak a rádió vezetőinek véleménye alapján készülnek el. Belső műsorelemzést és értékelést a rádiók nagy többsége (59%) készített már, a legtöbben ezt személyesen, szóban végzik, de egy rádiónál például szakembert kértek fel külön erre a célra. Az elemzések készítésének gyakorisága változó, de 71,5%-uk havonta vagy annál gyakrabban teszi meg ezt.



A hallgatottság mértéke összefügg a vételkörzet nagyságával. A kisközösségi rádiós pályázati felhívás kimondja egyrészt, hogy „a kisközösségi rádiók nem növelhetik utólag a vételkörzetüket, és nem alakulhatnak kereskedelmi rádióvá”, másrészt pedig „a kisközösségi adóállomás maximális effektív sugárzási teljesítménye általában néhány Watt lehet, de nem haladhatja meg a 10W értéket”. A felmérésben részt vevő rádiók mindössze 9%-a kapott az eljárás során 5W-nál nagyobb sugárzási teljesítményt, és a rádiók 64%-nál nem haladja meg az 1W-ot. A kisközösségi rádiósok joggal sérelmezik, hogy az eljárás során a helyi jellegzetességeket egyáltalán nem veszik figyelembe: hiába dimbes-dombos a terep, a hatóságok erre nincsenek tekintettel. Egy rádiós „*íróasztal-döntésnek*” nevezte a folyamatot, utalva a fentiekre. És bár a pályázati kiírásban szerepel, hogy utólag nem növelhetik vételkörzetüket, a rádiók 56%-a jelezte, hogy lenne ilyen irányú terve. Ennek okaként főleg a nem megfelelő minőségű vételt, a lefedettség hiányát és a domborzati viszonyokat jelezték. Ráadásul a kisközösségi rádiók a kábelszolgáltatók műsorába nem tudnak bekerülni, csupán a felmérésben résztvevők 13%-a sugározza a műsorát ebben a formában. Egyikük így fogalmazott: „*Matáv, UPC – mindkettőn próbáltuk, mindkettő elutasította*”. Az ilyen indokolatlanul kicsinek meghatározott mikrofrekvenciákból való „*kitörési módokra*” is választ kerestünk. Arra a kérdésre, hogy ha felajánlanák nekik a lehetőséget, hogy pályázzanak helyi (kb. 30 km vételkörzetű) frekvenciára, akkor megtennék-e, a rádiók 78%-a pozitív választ adott, azaz minden nehézség ellenére szeretnének minél több hallgatóhoz eljutni. A kérdőív ezután azt tudakolta az előző kérdésre igennel válaszolók között, hogy

milyen típusú frekvenciára pályáznának, és az adatokból jól látható, hogy a rádiók többsége megmaradna a közösségi rádiós formánál (nem nyereségérdekeltként vagy közműsor-szolgáltatóként).

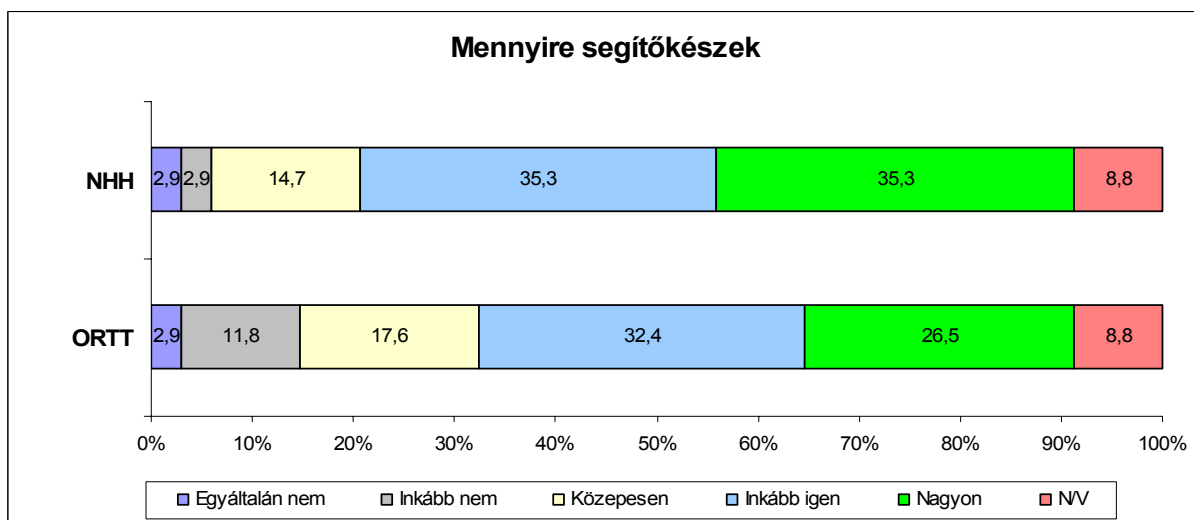


### **III.5. Hivatalosságok, érdekvédelem**

A felmérésben választ kerestünk a magyar kisközösségi rádiók és a „hivatalosságok” közötti kapcsolatra: négy olyan szervezethez való viszonyukról kérdeztük őket, amelyeket a rádió mindennapi működésében – az adott szervezet jogi szabályozásától függetlenül – hatóságnak érezhetnek (Országos Rádió és Televízió Testület [ORTT], Nemzeti Hírközlési Hatóság [NHH], Magyar Szerzői Jogvédő Iroda Egyesület [ARTISJUS], Magyar Hanglezkiadók Szövetsége – Előadóművészi jogvédő Iroda [MAHASZ-EJI]). A viszonyrendszerek felmérését a segítőkészség, információszolgáltatás, odafigyelés és együttműködés fogalmi mellett végeztük el. Elsőként az ORTT-vel és az NHH-val kapcsolatos válaszokat hasonlítottuk össze, majd a két szerzői jogi szervezettel kapcsolatosakat. Az első ábrából látható, hogy az NHH-t segítőkészebbnek ítélik meg az ORTT-nél, hiszen az NHH esetében a válaszadók 70,6%-a inkább segítőkésznek ítélte meg a szervezetet, míg az ORTT esetében ez csak 58,9%. Ide kapcsolódik, hogy a korábbiakban vázolt vételkörzeti problémák ellenére a válaszadók 70%-a úgy nyilatkozott, hogy még nem volt problémája az NHH-val, míg ugyanezt az ORTT esetében csak a rádiók 59%-a válaszolta. Azon rádiók esetében, ahol már volt probléma az NHH-val, leginkább a hivatalos határidők be nem tartása és az irreálisan alacsony adóteljesítményt kritizálták, míg az ORTT-nek felróják, hogy a kisközösségi rádiók az első évben rezsi-támogatás nélkül kénytelenek működni a lehetetlen jogosultsági kritériumok miatt, illetve hogy nem írnak ki

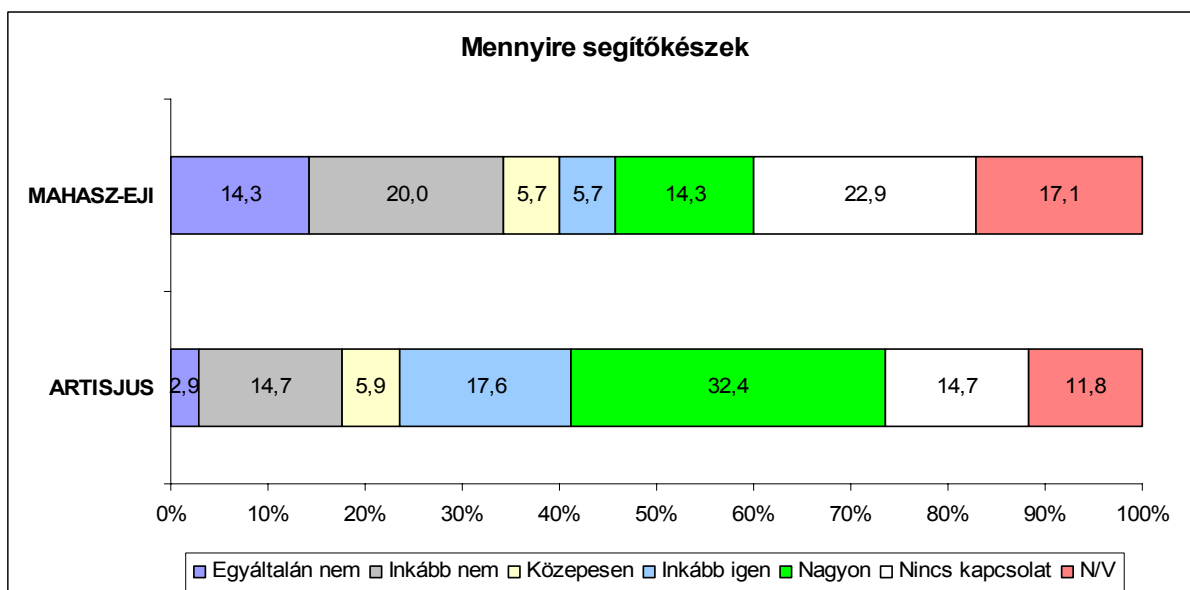


kulturális/oktatási/tudományos műsorokra olyan rádiós pályázatot, amelyek kisközösségi rádiók is indulhatnának. Emellett több rádiónál is konfliktusként élték meg, hogy az ORTT szankcióval sújtotta őket a Médiatörvény 112. §-a értelmében, még akkor is, ha csak az (1) bekezdés a) vagy b) pontja szerinti szankciókat ítélték meg (felhívták a műsorszolgáltatót a sérelmezett magatartás megszüntetésére vagy írásbeli figyelmeztetésben megállapították a jogsértést, és felhívták a műsorszolgáltatót a jogsértés megszüntetésére, illetve arra, hogy a jövőben tartózkodjon a jogsértéstől).

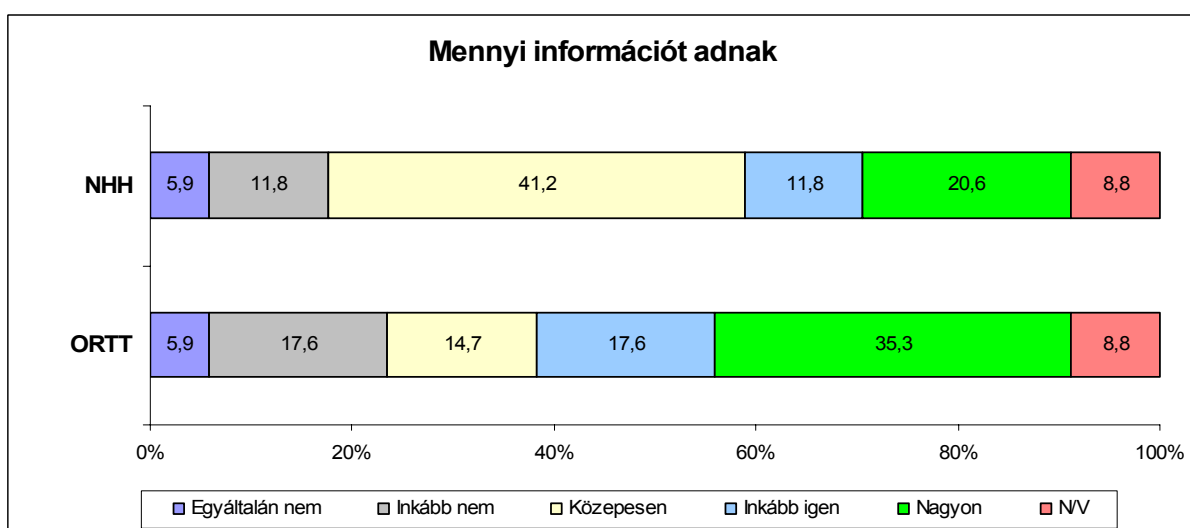


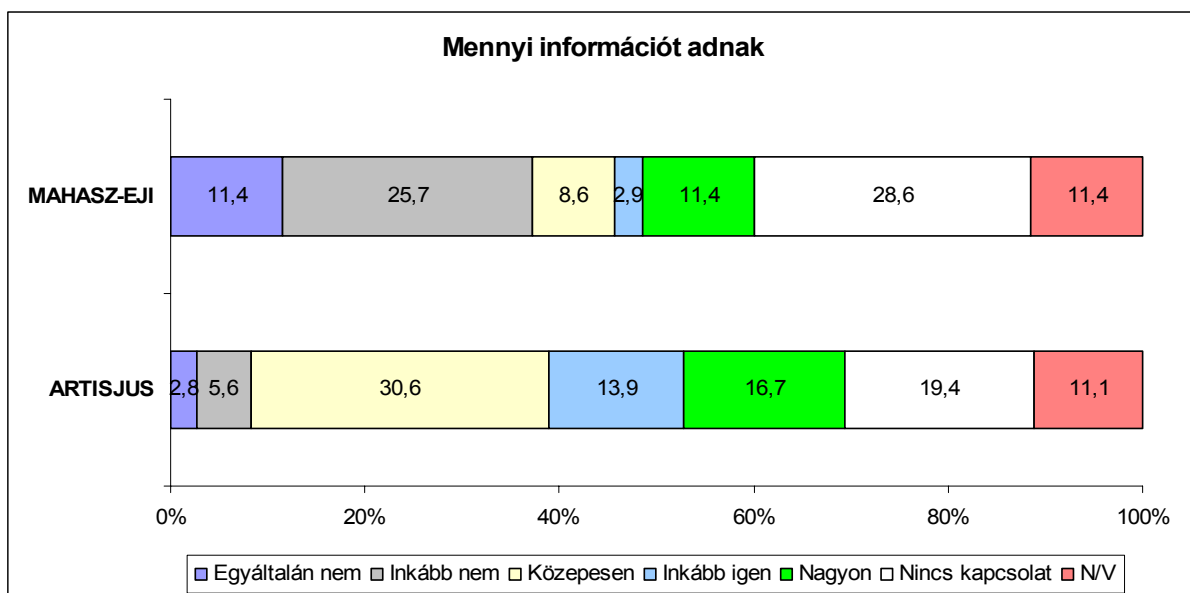
Sokkal rosszabb véleményük van a hazai kisközösségi rádiósoknak a két szerzői jogvédő szervezetről, ahol a MAHASZ-EJI esetében csupán 20%-os, míg az ARTISJUS esetében is csak 50%-os azon rádiók aránya<sup>18</sup>, akik az adott szervezetet inkább segítőkésznek ítélték meg. Az egyik válaszoló, aki az ARTISJUS esetében a nagyon segítőkész kategóriát jelölte meg, hozzátette: „Nagyon segítőkészen szedik be a pénzt”. A felmérésből egyértelműen kiderült, hogy a rádióknak a MAHASZ-EJI-vel van/volt a legtöbb problémájuk, ennek a szervezetnek a tevékenységét ítélték a legkritikusabbnak: A MAHASZ-EJI minden kérdésben a legtöbb negatív értékelést kapta. Segítőkészség tekintetében a rádiók 14,3%-a úgy ítélte meg, hogy egyáltalán nem segítőkész, míg a többi szervezetnél az egyértelműen negatív válaszok aránya jóval kisebb volt (2,9%).

<sup>18</sup> A két szerzői jogvédő szervezet kapcsán meg kell jegyeznünk, hogy az elemzések során a kapott százalékos adatokat minden válaszoló rádió vonatkozásában adtuk meg a tanulmányban. A MAHASZ-EJI és az ARTISJUS kapcsán tovább árnyalhatja (legtöbb esetben: ronthatja) az arányokat, hogy igen nagy volt azon rádiók aránya, akik nem állnak kapcsolatban ezekkel a szervezetekkel (például csak szerzői jogdíjmentes felvételeket sugároznak).

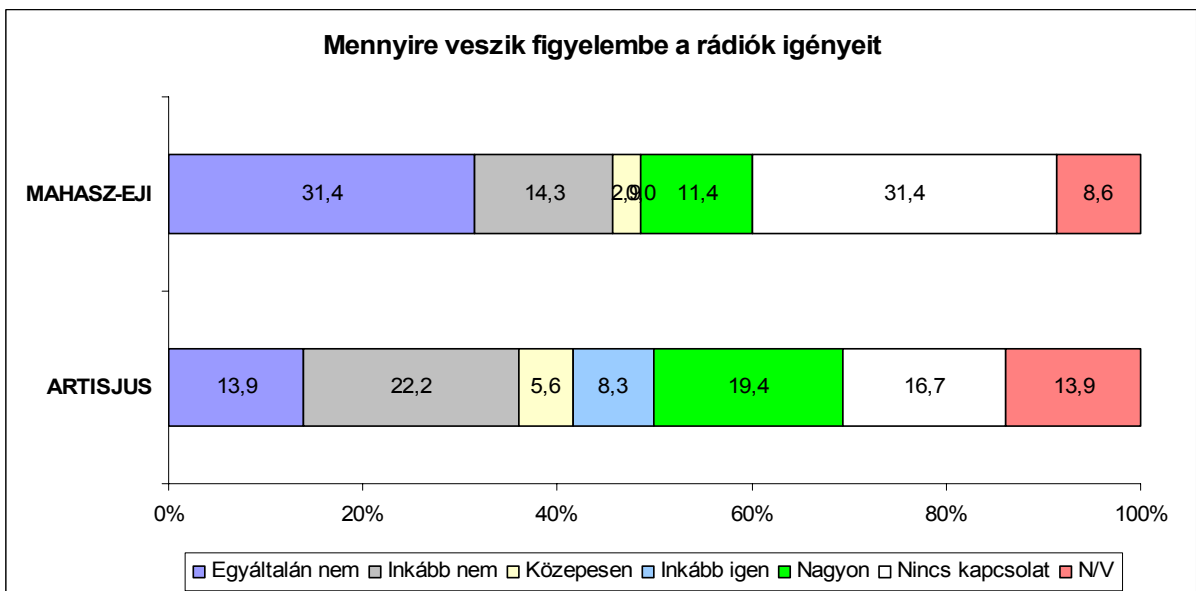
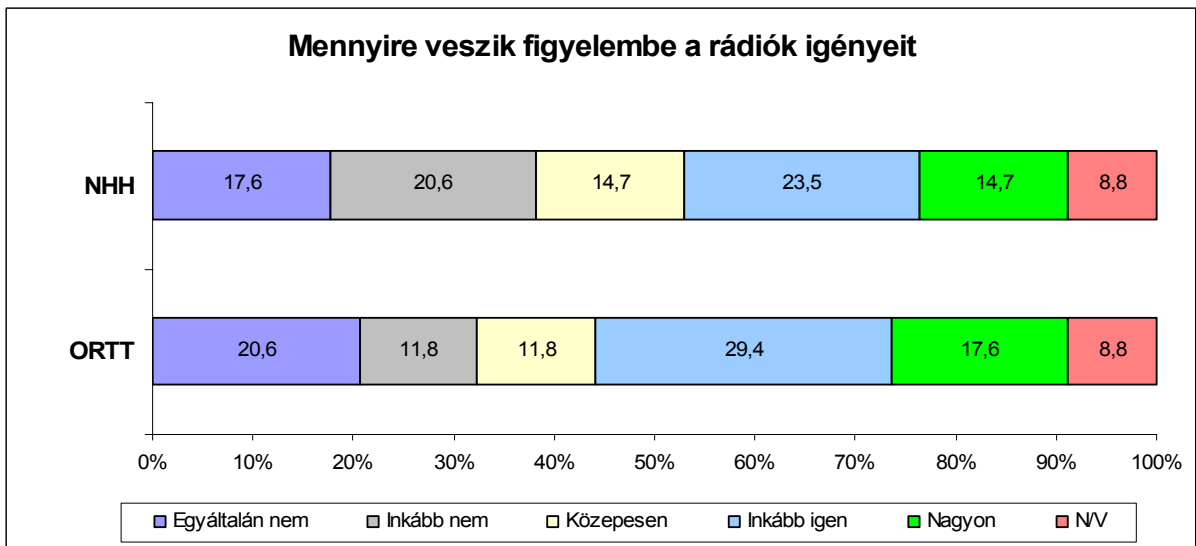


Kritikus kérdés, hogy a szervezetek mennyi információt adnak a rádiók számára. A kisközösségi rádiók legalább felének pozitív értékelését e téren csak az ORTT érte el, de az érték itt sem nagyon haladta meg az 50%-ot (52,9%). A többi szervezet esetében a rádiók harmada (NHH: 32,4%, ARTISJUS: 30,6%) vagy tizede (MAHASZ-EJI: 14,3%) értékelte úgy, hogy inkább megadják a szükséges információkat a rádiók számára. A MAHASZ-EJI ebben a kérdésben is kiemelkedően rosszul teljesít a rádiók szerint (egyáltalán nem ad információt: 11,4%), egyikük megjegyezte, hogy a szervezet „*még csak nem is reagált a nekik küldött e-mailre*”.

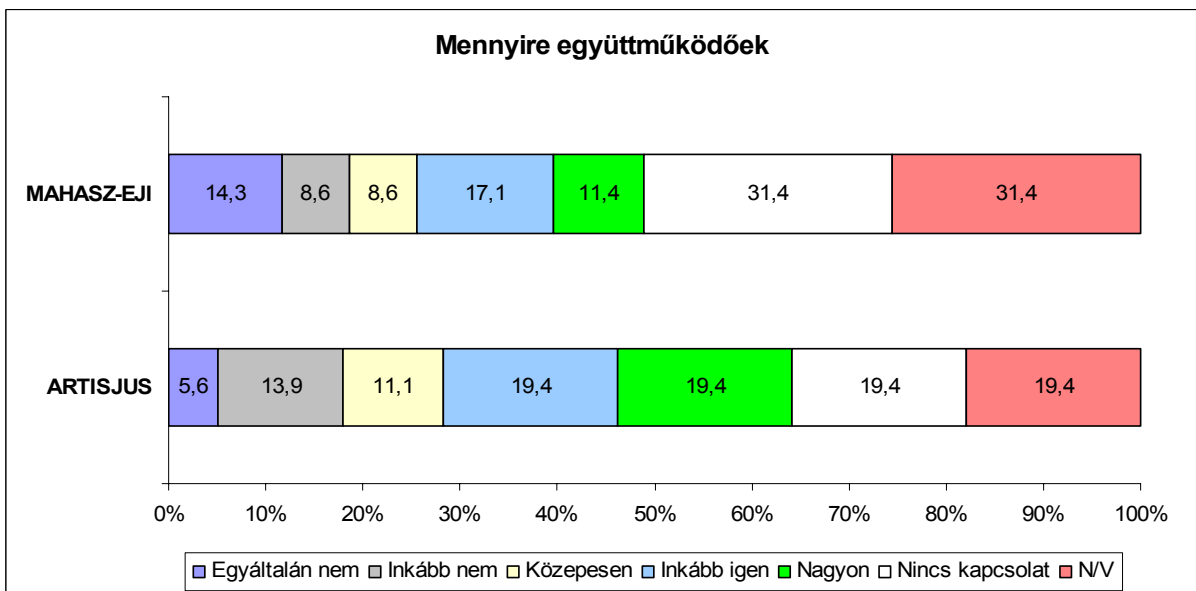
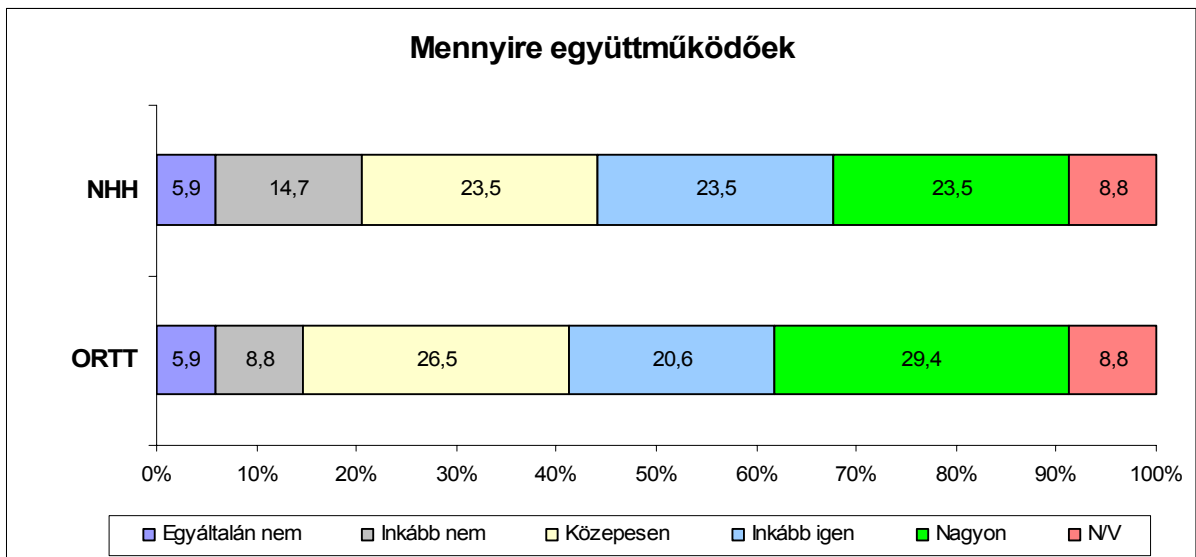




A rádiósok számára fontos kérdés, hogy mennyire veszik figyelembe a rádiók speciális igényeit. E kérdésben ítélik meg a válaszadók a legrosszabbnak a négy szervezet tevékenységét, hiszen egyikükről sem nyilatkozott inkább pozitívan a rádiósok többsége. Az ORTT tevékenységét a válaszadók nem egészen fele ítélte meg úgy, hogy inkább figyelembe veszik a rádiók igényeit (47%), míg a másik három szervezetet pozitívan megítélők aránya jóval ez alatt maradt. Az NHH esetében 38,2%-os, míg a két szerzői jogi szervezet esetében riasztó, csupán 27,7%-os (ARTISJUS) és 11,4%-os (MAHASZ-EJI) arányban ítélték meg inkább pozitívan a tevékenységet. Ráadásul a MAHASZ-EJI esetében a rádiósok nagy arányban (31,4%) vélekedtek úgy, hogy egyáltalán nem veszi figyelembe a rádiók igényeit (az egyáltalán nem veszik figyelembe válasz aránya a másik három szervezetnél is jóval magasabb volt a többi kérdéshez képest). A rádiók tehát úgy érzik, hogy nem alanyai, csupán tárgyai a hivatalos eljárásoknak, és az igényeik egyáltalán nem fontosak a hivatalos szervezetek számára.



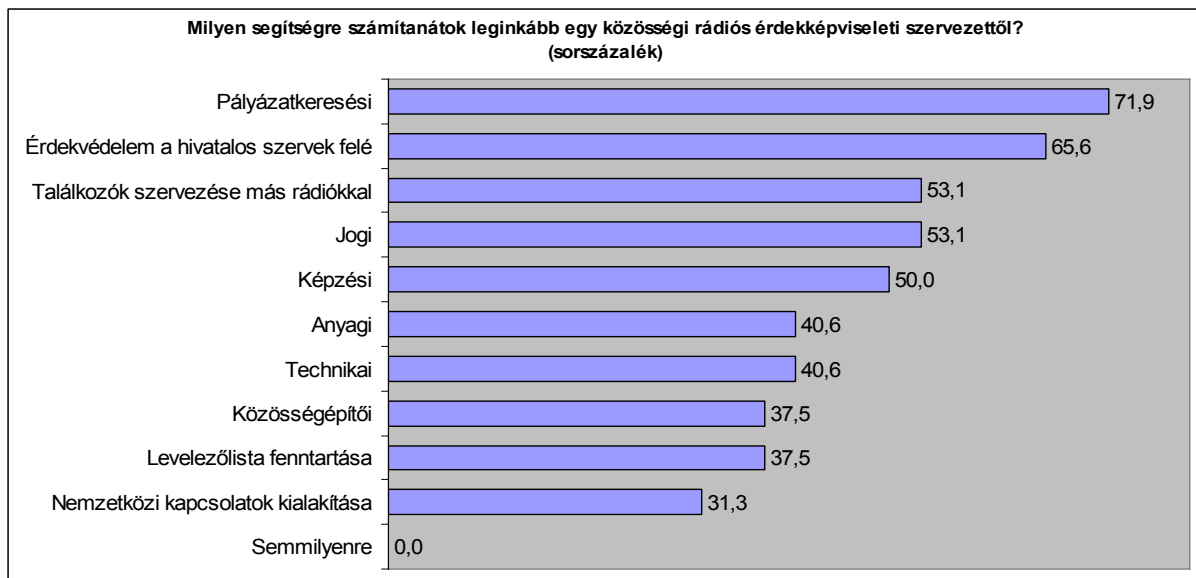
A hivatalos szervezetekkel kapcsolatban negyedik kérdésnek az együttműködéssel kapcsolatban tettünk fel kérdést a rádiósoknak. Itt kicsivel több határozottan pozitív válasz érkezett, de a MAHASZ-EJI-t e kérdésben is a legrosszabbnak ítélték meg. Az inkább vagy nagyon együttműködők választ az ORTT esetében a rádiók 50%-a, az NHH esetében 47%-a, az ARTISJUS kapcsán már csak 38,8%-a, míg a MAHASZ-EJI kapcsán csupán 28,5%-a választotta.



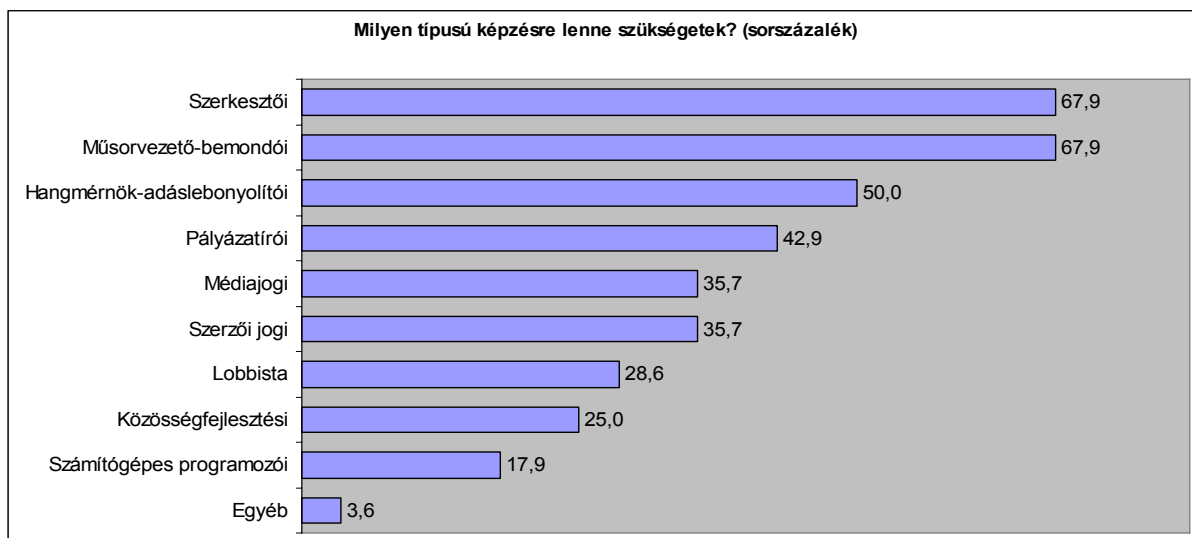
A hivatalos szervekkel való kapcsolattartás és lobbizás terén fontos szerep jut az érdekvédelmi szervezeteknek. A válaszadásban részt vevők rádiók 59%-a tagja a Szabad Rádiók Magyarországi Szervezetének (alapítva: 1992. május)<sup>19</sup>. A rádiók 41%-a nem tagja érdekvédelmi szervezetnek, közülük 58% nem tudja, hogy mit nyújthatna számára egy ilyen szervezet, 21% nem akar érdekvédelmi szervezet tagja lenni, míg 21% vagy nem foglalkozott még a kérdéssel vagy tervezi a belépést egy ilyen szervezetbe. Nemzetközi közösségi rádiós érdekvédelmi szervezetnek mindössze 3%-uk tagja. Érdekes képet mutat a következő ábra,

<sup>19</sup> Itt kell megemlíteni, hogy a SzaRáMaSzer-rel elégedetlen közösségi rádiósok 2006. decemberében megalakították a KÖRTÉK Szövetségét (Közösségi rádiók, televíziók és internetezők szakmai érdekképviseleti szerveződése). A szervezetről az interneten csak egyetlen nyilvánosan fellelhető hír található: <http://fiksradio.hu/hirarchivum.php?ha=496>

ami egybefoglalja azt, hogy a kisközösségi rádiók milyen segítséget várnának el egy érdekképviselői szervezettől. A rádiók nagy többsége pályázatkeresési segítséget (72%) és a hivatalos szervek felé való lobbitevékenységet várja el egy érdekvédelmi szervezettől, de a rádiók több mint fele jogi segítséget és más rádiókkal való kapcsolatteremtést, találkozási szervezését is örömmel fogadná.

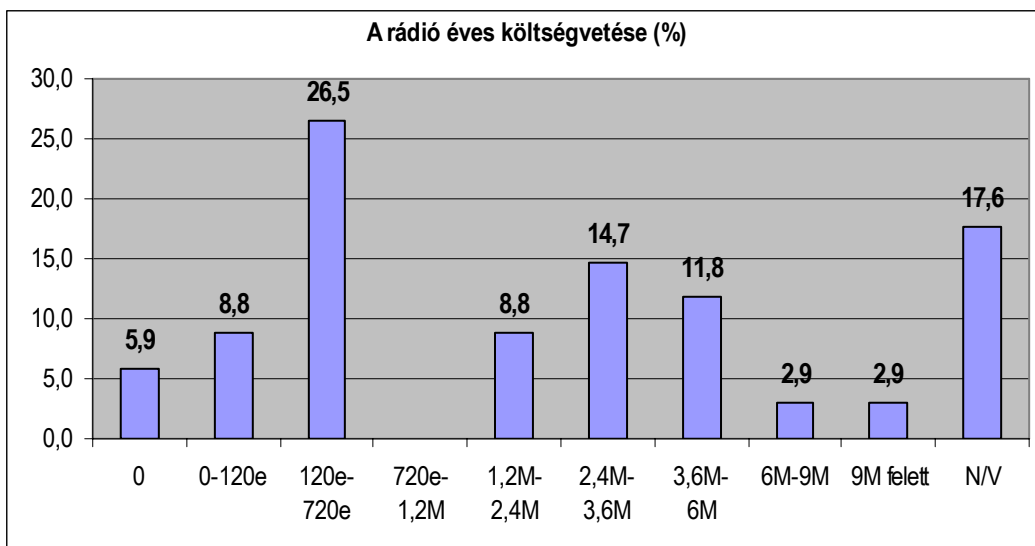


A rádiók pontosan fele említette, hogy az önkéntesek képzésében segítségre számítana. Ezzel kapcsolatban leginkább szorosan az adásokhoz kapcsolódó képzésre lenne szükségük saját bevallásuk szerint: szerkesztői (a rádiók 68%-a jelezte ilyen irányú igényét), műsorvezető-bemondói (68%) és hangmérnök-adáslebonyolítói (50%). Érdekes, hogy míg a felmérés során többen is panaszkodtak az önkéntesek szervezésével és számával kapcsolatban, addig közösségfejlesztéssel kapcsolatos képzésre csak minden negyedik rádióknak lenne szüksége (25%).



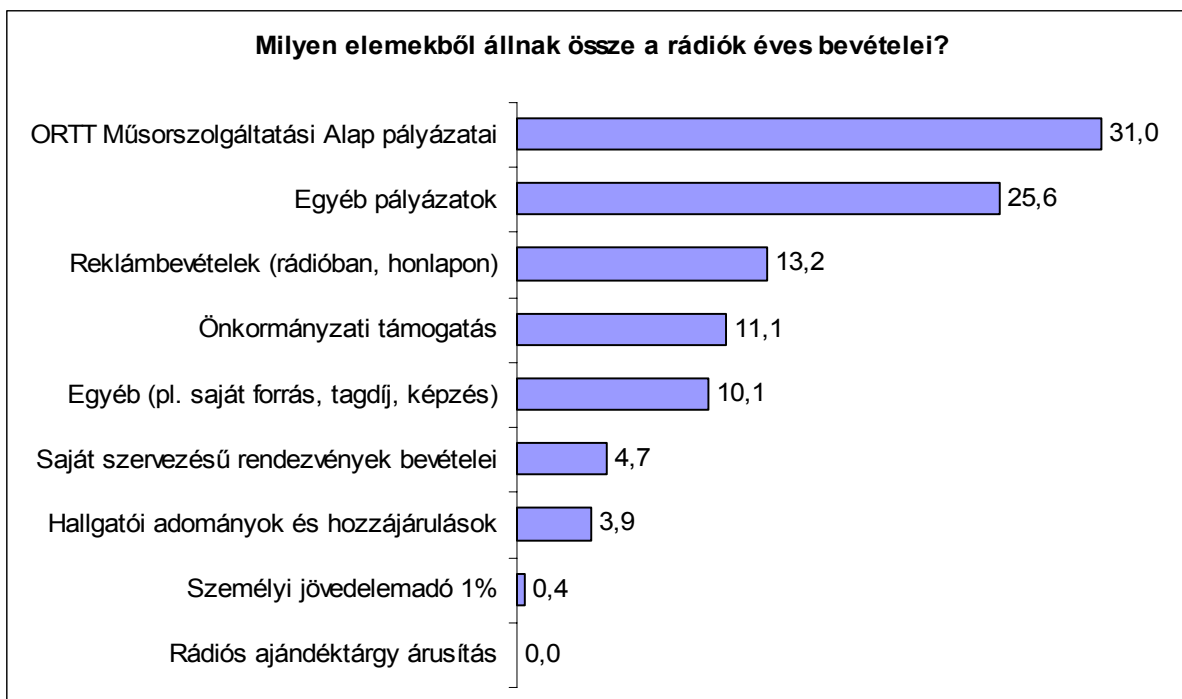
### ***III.6. Pénzügyi kérdések***

Bár egy kisközösségi rádiót működtetni olcsóbb, mint például egy kereskedelmit, egy médium fenntartásnak mégis vannak anyagi vonzatai. A kutatásban a kiadási oldalra csak részlegesen kérdeztünk rá a rádióknál (lásd például az alkalmazottak kérdését), azonban a bevételi oldalt megpróbáltuk teljes körűen feltérképezni. A kutatásból az derül ki, hogy a magyar kisközösségi rádiók 41,2%-a – saját bevallása szerint – kevesebb, mint havi 60.000 forintból működik. 23,5% havi 100.000 és 300.000 forint közötti összeget költ a rádióra, míg azok aránya, akik ennél többet csupán 17,6%-os. Ezzel kapcsolatban kell megjegyezni, hogy ez az összeg a rádiók többségénél eltér attól, amit eredetileg terveztek. Itt két fő okot jeleztek: egyrészt fel kellett venniük alkalmazottat, hogy a növekvő adminisztrációs és szervezési terheket kezelni tudják, másrészt pedig hogy eredetileg nem volt igazán komoly tervük (egyikük így fogalmazott: „*mivel nem volt semmilyen tapasztalatunk ilyen téren, csak a hasunkra ütöttünk a költségek tervezésekor*”).



Érdekes ugyanakkor megnézni, hogy ezek a bevételek milyen forrásokból gyűlnek össze a hazai kisközösségi rádiósok számára. A felmérésben szereplők válaszait összesítve jól látható, hogy a rádiók költségvetésének nagy részét (56,6%) különféle pályázati forrásokon nyert pénzüsszeget fedezik. Figyelmeztető jel lehet, hogy a helyi önkormányzatok milyen kis mértékben támogatják csak e rádiókat (11,1%), bár itt meg kell említeni, hogy többen a függetlenségük védelme érdekében meg sem próbáltak ilyen támogatást szerezni. Jól látható, hogy a személyi jövedelemadó 1%-ból származó bevételek elenyészők (0,4%), így e téren, illetve a hallgatói adományok és hozzájárulások megszerzése terén (jelenleg 3,9%) még jelentős fejlődnievalója van a szférának. A rádiók ugyanakkor örömteli módon majdnem minden esetben megpróbálnak több bevételi forrásra is támaszkodni.

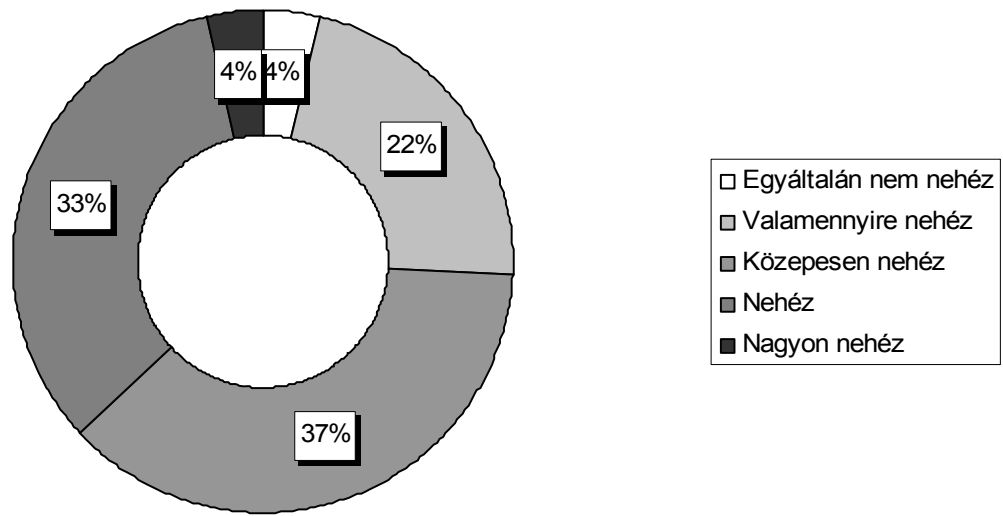




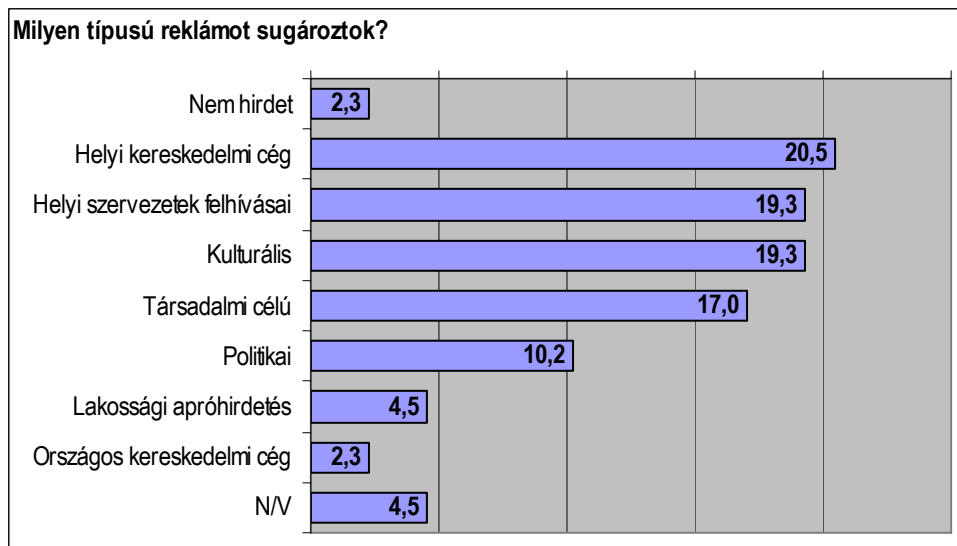
A Műsorszolgáltatási Alap pályázatait<sup>20</sup>, amelyeknek a szféra fejlődését kellene garantálnia, a rádiósok 74%-a közepesen nehéznek, nehéznek vagy egyenesen nagyon nehéznek tartja. Mindössze 26%-uk jelezte, hogy egyáltalán nem vagy csak kicsit ütközött nehézségekbe a pályázatok megírása során. Ez ügyben nyilvánvalóan további egyeztetések lennének szükségesek a pályázatok kiírói és a kisközösségi rádiók vagy a képviselőik között, hogy – a két leggyakrabban kárhozottatott példával élve – a pályázati formanyomtatványokat érthetőbbé tegyék, a szükséges beadandó mellékletek számát pedig csökkentsék.

<sup>20</sup> Médiatörvény 77-78. §

### Milyen nehéznek tartod a Műsorszolgáltatási Alap pályázatait?



A rádiók összesített bevételeinek 13,2%-át teszik ki a reklámok, amelyek vagy a rádióban hangzanak el, vagy pedig a honlapokra kerülnek fel. A reklámozás mindig is a közösségi média egyik sarkalatos kérdése volt, és e tanulmány nem akarja eldönteni sem pro, sem pedig kontra a vitát. Érdeemes azonban bemutatni a műsorfolyamban elhangzó reklámokkal kapcsolatos kérdésekre született válaszokat. A hazai kisközösségi rádiók túlnyomó többsége, 70%-a szokott reklámozni a műsoraiban, de e reklámok közül csupán kicsivel több, mint minden ötödik kereskedelmi cég reklámja (22,8%). A reklámok között többségében helyi szervezetek felhívásai, kulturális reklámok és társadalmi célú hirdetések szerepelnek (összesen 55,6%).

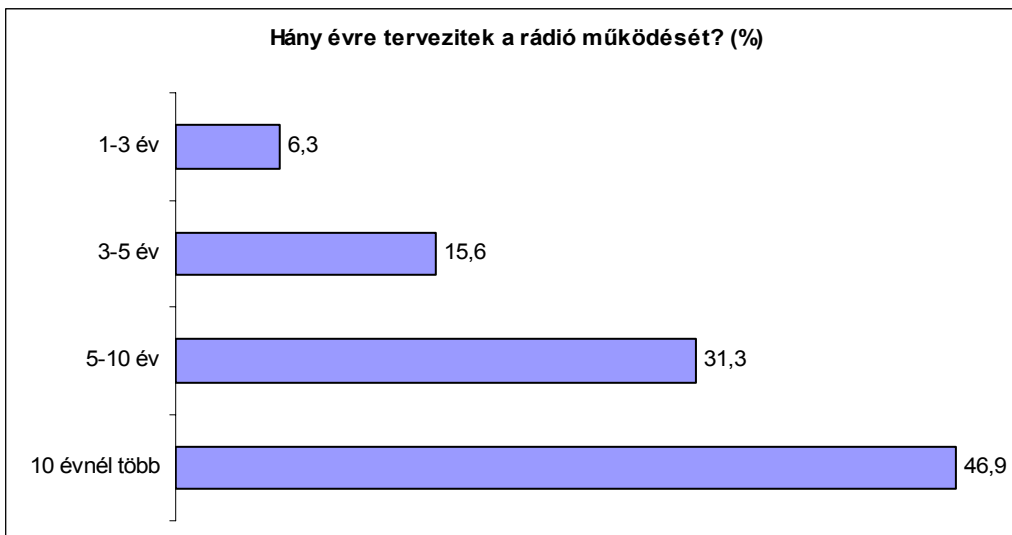


A reklámot sugárzó rádiókra saját bevallásuk szerint leginkább a következő állítás igaz: Néha-néha reklámozunk csak (64%). A másik három állítás jóval kisebb arányt ért el: Teljesen kihasználjuk a törvényi reklámidő-maximumot (4,5%); majdnem teljesen kihasználjuk a törvényi reklámidő-maximumot (9%); gyakran reklámozunk, de jóval a törvényi reklámidő-maximum alatt maradunk (22,5%). A Médiatörvényben számukra meglévő lehetőségtől azonban a rádiók nem akarnak elesni, hiszen 82%-uk nyilatkozott úgy, hogy szerinte szükség van arra, hogy a közösségi rádió sugározhasson reklámot. Külön hangsúlyozandó, hogy ez a megállapítás teljes mértékben cáfolja az ORTT 2005-ös kutatásának zárómondatában megfogalmazottakat. A rádiók közül még azok is úgy nyilatkoztak, hogy szükség van a reklámozási lehetőségre, akik amúgy nem sugároznak reklámokat, hiszen a többség ragaszkodik a reklámozás elvi lehetőségéhez. Egyikük így összegezte a kérdést: „*Nem kellene a jelleg miatt, szükséges rossz a bevétel miatt*”.



### ***III.7. A jövő***

A hazai kisközösségi rádióknak – mint a fentiekből is látszik – számos problémával kell szembe nézniük a mindennapi működésük során. Mindezek ellenére a rádiósok lelkesek, és bíznak abba, hogy számukra pozitív fejlemények következnek be a jövőben. A legnagyobb feladatnak a következő hónapokra a pénzühiány kiküszöbölését és az új emberek toborzását tartják. Az anyagi problémákat az összes rádió 75%-a megemlítette, míg az új önkéntesek toborzását a rádiók 42%-a. Ugyanakkor egyikük a problémákkal kapcsolatban megjegyezte: „*Megszoktuk. Semmi extra.*” A rádiósok négy tizedének (43%) elmondása szerint a rádió úgy működik, ahogy eredetileg eltervezték, míg a többiek eredetileg nem számítottak ennyi spontán meghozandó döntésre és az önkéntesek nagymértékű fluktuációjára. A múltban felmerült problémák azonban szerencsére nem vették kedvét a közösségi rádiósoknak, hiszen hosszú távra terveznek, ami örömmel töltheti el a szféra sorsáért aggódókat. A rádiók jelentős többsége (78,2%) ugyanis minimum öt évig az éterben szeretne maradni, és majdnem a felük több mint tíz évre tervez.



Tanácsként a jövő közösségi rádiósai számára megemlítették, hogy közösségi rádiót nehéz létrehozni lelkesedés, elhivatottság és kitartás nélkül, illetve fontos, hogy legyenek pontos tervek az anyagi és emberi háttérrel illetően. A legjobban azonban talán az a kisközösségi rádiós fogalmazta meg, aki csak ennyit javasolt: „*Vágjatok bele, és kössétek fel a nadrágot!*”.

#### *IV. Összegzés*

Kutatásunkban megpróbáltunk pillanatképet rögzíteni egy gyorsan változó és növekvő szektorról, a hazai kisközösségi rádiózásról. A tömegkommunikációban zajló nemzetközi folyamatok a demokratikus ellenőrzés és részvétel ellen dolgoznak, így örömteli, hogy a közszolgálati és kereskedelmi médiumok mellett létezhetnek olyan területei a médiának, amelyek a részvételi modellre épülnek. A közösségi rádiózás – Magyarországon ugyanúgy, mint a világ többi részén – hozzájárul a szabad véleménynyilvánítás lehetőségeinek növeléséhez, a tömegkommunikációs eszközökhöz, illetve az információkhoz való nyilvános és szabad hozzáféréshez, és ezáltal egy olyan kommunikációs tér létrehozásához, amely független minden közvetlen vagy közvetett politikai, hatalmi és gazdasági erőtől.

A kutatásban részt vevő rádiók válaszainak segítségével megvizsgáltuk, hogy egy kisközösségi rádió elindításához milyen anyagi, technikai és emberi feltételek szükségesek. Beigazolódtott, hogy ma Magyarországon lehetséges pár embernek, viszonylag kis anyagi ráfordítással kisközösségi rádiót létrehozni. A kutatásból emellett az is kiderül, hogy ezen kisközösségi rádiók éves fenntartása az esetek többségében kevés pénzből is megoldható.

A fenntartási költségeket a rádiók több forrásból szerzik be, amelyek közül ki kell emelni a Műsorszolgáltatási Alap pályázatait. Itt azonban meg kell jegyezni, hogy e pályázatokkal kapcsolatban több kritikus észrevételt is tettek a szektorban dolgozók, azaz az érdekvédelmi szervek és a pályázati kiírók között széles körű egyeztetésekre lenne szükség. E típusú rádiókban visszafogottan lehet csak reklámokat hallani, a hazai kisközösségi rádiók összesített bevételeinek ugyanis csupán 13%-át teszik ki a reklámok. Ez a „reklámmentes zóna” a hallgatók számára vonzó lehet, ám a kisközösségi rádiók még ebben a redukált formában is ragaszkodnak a reklámozás lehetőségéhez, hiszen a reklámok ellenértékéért beérkező pénzösszeg nagy mértékben hozzá tud bizonyos esetekben járulni a rádiók fenntartási költségeihez.

Kiemelt problémaként merült fel főleg a kisebb falvak, városrészek rádióinál a kis számú önkéntes jelentkezése: számukra és a civil szervezetek számára a rádiók aktív közösségi élettel próbálják attraktívvá tenni a szabad rádiózást. A háromosztatú médiarendszerben a nem nyereségérdekelt rádiók – kereskedelmi és közszolgálati társaikkal

ellentétben – a hallgatók számára változatos műsorprofilt kínálnak, ám a szférának a hallgatókkal való kommunikációban mindenféleképpen fejlődnie kell. A kisközösségi rádiók számára ráadásul számtalan esetben okoz gondot, hogy nincsenek a birtokukban a hallgatottságukról és a hallgatóságukról megbízható adatok, így egy ilyen irányú felmérés – például az ORTT finanszírozásában – hasznos lenne a szféra egésze számára.

A hivatalos szervekkel való kapcsolat vonatkozásában a kisközösségi rádiók sokszor úgy érzik, hogy nem alanyai, csupán tárgyai a hivatalos eljárásoknak, és az igényeik egyáltalán nem fontosak a hivatalos szervezetek számára. Véleményük a legtöbb esetben negatív a hivatalos szervek együttműködési és információadási gyakorlatáról. E körben több rugalmasságot, több empátiát várnának el a hivataloktól: azt, hogy legyenek tekintettel speciális kisközösségi rádiós igényeikre.

A kutatásból kitetszik e rádiós szféra sokszínűsége és változatossága, amely mindennapi munkájával talán hozzájárul a hazai civil társadalom megerősödéséhez is. Kétségtelen ugyanakkor, hogy a nemes célok elérése érdekében a rádiók (nem csupán anyagi) áldozatok tucatjait hozzák meg nap mint nap, és félelmeik a finanszírozási lehetőségek szűkülésével, a hivatalok nemtörődömségével, és ezáltal a rádió fenntarthatóságával kapcsolatban nem alaptalanok. Ennek ellenére a szférában dolgozók bizakodóak azzal kapcsolatban, hogy e kommunikációs forma jövőjét a médiapluralizmus jegyében minden érintett biztosítani akarja Magyarországon, hiszen fontos, hogy *„Manci néni és Pista bácsi is megszólalhasson, anélkül hogy médiasztár legyen, anélkül hogy nem tudnak szépen beszélni, anélkül hogy félnének megmondani a véleményüket...”*

Reméljük, hogy kutatásunk eredményei egyre több civil szervezethez, közösséghez, hátrányos társadalmi réteg képviselőihez, potenciális műsorkészítőhöz, hallgatóhoz, érdeklődőhöz juttatják majd el a közösségi rádiózás értékeit, ezzel is elősegítve mind a hazai (kis)közösségi rádiózás fejlődését, a szólás-, és véleményszabadság fejlesztését, mind pedig a helyi kisközösségek aktivizálását, azaz a demokrácia önfejlődésének folyamatát.

A kézirat lezárása: 2007. május