

Bevezetés

A szakdolgozatom célja az interaktivitás vizsgálata, szerepének megértése a közösségi rádiózáson belül. Elemzésem a Civil Rádió műsorpolitikájára irányul.

A témaválasztásomat a közösségi rádiók egyedisége motiválta. Felkeltette a figyelmemet, hogy ezekben a rádiókban olyan témák is nagy jelentőséget kapnak, amelyek kiszorulnak mind a kereskedelmi, mind a közszolgálati rádiók műsor struktúráiból. Az interaktivitás, mint téma azért is került a dolgozatom előterébe, mert meglátásom szerint, egy közösségi rádiónál ez máshogy jelenik meg, mint a másik két rádiótípusnál. Nagyon fontosnak tartom, hogy egy olyan médium, mint a rádió ne csak az információközlő funkciót töltse be, hanem jó kapcsolatot tudjon kialakítani hallgatóival, meghallgatva véleményeiket. A rádiók műsorait színessé teszi az, ha több hozzászólás hangzik el egy adásban, másrészt pedig a vélemények pluralitásának megjelenése elengedhetetlen egy olyan médiumnál, mint a rádió.

A dolgozatomat két főbb egységre osztottam. Az első részben bemutatom a közösségi rádiózást, mint a média folyamatosan fejlődő szektorát. A dolgozat második, hosszabb egysége az interaktivitás kérdéskörét járja körül a Civil Rádió és kiválasztott műsoraiban.

Az első rész főbb témái a közösségi rádiózás fogalma, típusai, történelme. A második rész az interaktivitás fogalma és a Civil Rádió bemutatásával kezdődik, amelyet az általam kiválasztott öt műsor elemzése követ. A dolgozatomhoz interjúkat is készítettem a rádió szerkesztőivel, akiktől megtudhattam, milyen a rádió és műsorainak profilja és mennyire tartják fontosnak az interaktivitást. A szakdolgozat utolsó fejezete a személyes konklúziómmal zárul.

1. Közösségi rádiók

„Amikor a rádió előmozdítja a lakosság részvételét és megvédi saját érdekeit; amikor a hallgatóság izlésére jó humorral reflektál, és ezt tartja fő céljának; amikor igazán informál; amikor a mindennapi élet ezer és egy problémáját próbálja megoldani; amikor a kulturális sokszínűség felülírja a kereskedelmi egyfajtaságot; amikor a nő nem csupán egy szép hang vagy nézettségnövelő tényező, hanem igazi szereplője a kommunikációnak (...) ez a közösségi rádió.” („Túlélési kézikönyv rádiórajongók számára”, José Ignacio López Vigil)¹

1.1. Közösségi rádió fogalma

A fentebb idézett sorok is jól mutatják, hogy a közösségi rádiók sokszínűek, nem lehet őket egyféleképpen definiálni. Bajomi-Lázár (2000: 49) szerint minden ilyen rádiónak saját körülményei vannak, egy adott közönségnek sugároznak műsort. Más célcsoportjuk van, ezáltal más témákat is részesítenek előnyben. Egy bizonyos szempontból viszont egységesek tekinthetőek, még pedig azért, mert a hallgatónak egy plurális, sokszínű és alulról szerveződött társadalom képét közvetítik. A közösségi rádiók politikai témák helyett inkább a kulturális identitás kérdésére fektetik a hangsúlyt, fő céljuk a támogatott közösségek fenntartása és képviselése.

A közösségi rádiózás tulajdonképpen egy másik dimenzió egy olyan tér, „ahol a hallgató a hallható”, ezért is mondják, hogy a közösségi rádió az maga a hallgató (Péterfi 1996: 6).

A '96-os hazai médiatörvény harmadik típusú rádióknak nevezi a közösségi rádiókat a kereskedelmi és a közszolgálati rádiók mellett, és a következőképpen definiálja:

„Nem nyereségérdekelt műsorszolgáltató: az olyan műsorszolgáltató, amely nemzeti és etnikai vagy más kisebbségi, kulturális cél vagy hátrányos helyzetű csoport szolgálatát vállalja, vagy a lakóhelyi közösség közéleti fórumaként kíván szolgálni, ha a műsorszolgáltatásból származó - elkülönítetten nyilvántartott - pénzügyi eredményét kizárólag a műsorszolgáltatás folytatására, fejlesztésére használja fel.” (Médiatörvény 1996: 2. § 34.)

A médiatörvény még azt is előírja, hogy a nem nyereségérdekelt műsorszolgáltató cégeknek nem kell sugárzási díjat fizetniük (Médiatörvény 1996: 90.§ 6). A műsorszolgáltató hatóságok pályáztatás nélkül kötelesek biztosítani számukra nyolcórás engedélyt olyan programokra, amelyek helyi érdeklődésre tartanak számot. A nem nyereségérdekelt műsorszolgáltató cégek az engedélyeztetésben is prioritást kapnak, abban az esetben, ha terület lakosságának 80%-a már hozzáféréssel rendelkezik két helyi kereskedelmi műsorszolgáltatáshoz (Médiatörvény 1996: 101. § 3).

A fogalom „definíció” mellé fontos tudni, hogy a közösségi rádiókat szabadrádióknak is szokás nevezni. Azért nevezhetjük őket így, mert szabadok elsősorban a profitszerzés

¹ Ez az idézet megtalálható: Parola 2004. 1. szám: 8.

kényszerétől, a tulajdonostól, és a hatalmi rendszertől. Összességében véve tehát a szabad elhatározás, a döntés lehetőségének szabadsága a meghatározó tényező ezeknél a rádióknál (Péterfi-Péterfi 2009: 5).

A legfrappánsabban és legátfogóbban a *Szabad Rádiók Magyarországi Szervezete* (a hazai közösségi rádiózás szakmai egyesülete) ragadja meg a közösségi rádiózás lényegét, a 2004-es Alapszabályában a következő módon határozza meg a közösségi rádiókat:

„A szabad rádiókat az különbözteti meg a közszolgálati és a kereskedelmi rádióktól, hogy: 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-reklám tevékenységből.”²

1.2. Közösségi rádiók jellemzői

A definíció után érdemes kitekinteni a rádiók főbb típusaira, amelyeknek rövid elemzése elengedhetetlen a közösségi rádiók megismeréséhez.

Péterfy (1999: 9) tanulmánykötete alapján a rádiókat lehet csoportosítani vételkörzet és kiterjedtség alapján, így megkülönböztethetünk országos, regionális illetve körzeti, helyi és közösségi vételkörzetben sugárzó médiumokat. Másrészt a rádiók működtetésük, szerepvállalásuk és tulajdoni formájuk alapján, lehetnek:

- közszolgálatiak, amelyeket az állam vagy az önkormányzat támogat.
- kereskedelmiek, tehát profitorientáltak, amelyek minél nagyobb hallgatottságra törekednek és magánbefektetők tulajdonában állnak.
- közösségi működtetésűek, ezek a nem nyereségorientált non profit rádiók, más néven harmadik típusú rádiók.

Megjegyzendő azonban, hogy ez a csoportosítás gyakorlatban nem minden esetben valósul meg, nincsenek élesen meghúzható határvonalak. Péterfi szerint (1999: 9) egy nagyvárosban például, ahol több helyi rádió is működhet egyszerre, a különbségek erőteljesebben mutatkoznak. Kisvárosokban valószínűleg jobban összekapcsolódnak a típusok.

A közösségi rádiók küldetése és témái

A szabad rádiók jellemzéséhez szükséges elkülönítenem a közösségi rádiót a kereskedelmi és közszolgálati rádiótól. A következőkben azokat az eltéréseket emelem ki, amelyek

² Szabad Rádiók Magyarországi Szervezete Alapszabály 2005: 2 §

megkülönböztetik őket a másik két rádió típustól és számba veszem a közösségi rádiók meghatározó jegyeit, amely mentén tovább árnyalom az összehasonlítást.

Bajomi-Lázár (2000: 142) szerint a hagyományos közszolgálati média szervezetenként a politikai intézményrendszer része, tehát az a feladata, hogy a magas kultúrát közvetítse, a társadalom egészét akarja megszólítani, és ennek értékrendjét igyekszik közvetíteni. Feladata a hatalom üzeneteit átadni a hallgatóság számára. Ezek a fajta médiumok a nemzeti egységet és az ország homogenitását erősítik meg. A kereskedelmi rádiók fő célja ellenben a hallgatottság vagy a profit elérése, a rétegigények kielégítéséhez a szabad verseny a legjobb eszköz. Véleményük szerint a médiának függetlennek kell lennie kormánytól, parlamenttől, tehát folyamatosan ügyelniük kell arra, hogy a politikusok ne éljenek vissza hatalmukkal. Ezeknél a rádióknál a lokalitás kiszorul, ennek oka az egységesítés célja, mivel itt a mindenkire szóló témák válnak fontossá.

Ezzel szemben a közösségi rádió teljes eltérést mutat a másik két rádiótípussal szemben. Független mindenfajta politikai és állami szervezettől, céljuk a különböző közösségek érdekeinek szolgálata. Ezek a közösségek lehetnek kulturális, vallási vagy éppen helyi közösségek. Tehát ezeknek a rádióknak nem az a céljuk, hogy minél nagyobb tömegekhez eljussanak, hanem az, hogy egy jól behatárolható csoportot képviseljenek. Persze ez a fajta lokalitás a témákban is megmutatkozik: nem nemzetközi és országos eseményeket preferálnak, nem is a pártpolitikát közvetítenek. A közösségi média nem a „homogén image” kialakítására törekszik, hanem a sokféleség és a pluralizmus követője, nem kell a hallgatóságot maximalizálásra törekednie. Ez a fajta pluralitás azonban nem akadályozza meg, hogy a rádióknak legyen saját identitása. Sőt az identitás nélkülözhetetlen a közösség számára. A közösségi rádiók esetében ez az identitás a tolerancia, sokféleség és pluralizmus szavakkal foglалható össze (Péterfi 1999: 12).

A közösségi rádiók fő tulajdonsága még, hogy „markánsan fogalmazzák meg a korlátozott vételkörzetben megcélzott csoportot” (Hargitai 2004: 14-15). Ezek lehetnek kisebbségek ugyanúgy, mint egy nagyon körülhatárolt lakóközösség. A közösségi rádió különös figyelmet szentel a nonprofit szektorra, a hátrányos helyzetűkre és sérültekre, amelyekről a közszolgálati és kereskedelmi média nem beszél. Céljuk a közvetlen képviselet megteremtése, ebben a médiában a kulturális, etnikai vagy nemzetközi kisebbségek is megszólalási jogot kapnak (Hargitai 2004: 14-15).

Hargitai (2004: 17) tanulmányában szerepel egy brit meghatározás, amely szerint a közösségi rádiók küldetése nem más, mint: „*give voice to the voiceless*”, azaz hangot adni a hangtalanoknak, vagyis felkínálni a megszólalás lehetőségét a társadalom azon csoportjainak, amelyeknek a véleménye a közszolgálati és kereskedelmi médiából kiesik.

Péterfi-Péterfi (2009: 5) szerint a közösségi rádiók témái tehát túlnyomórészt helyi események, történések, egy adott csoport ügyei, eseményei. Sok szállal kötődnek a helyi társadalomhoz, erősítik hagyományait, szocio-kulturális téren is támogatják őket, esetleg nyelvi szinten is kötődnek az egyes csoportokhoz.

Hargitai (2004: 15) megállapítása az, hogy a közösségi rádió célja a helyi kultúra erősítése például zene, irodalom vagy nyelv kérdésében, de nem a zene és a spotok alakítják a rádió arculatát, mint a kereskedelmi médiánál. A közösségi rádiók sokszor hatással vannak a társadalomnak a „szabályaira”, célokat is kitűznek. Egy olyan eszközzé válnak, amelyek nagy hatással vannak környezetükre. Közéleti szinten beavatkoznak a társadalmi problémákba, sőt rész vesznek ezek megoldásukban is.

A közösségi rádiók szerkesztője

Hargitai (2004: 10) szerint a közösségi rádió szerkesztője ellentétben a kereskedelmi rádiók „Dj-ivel”, nem egy híres sztár, hanem egyszerűen egy hétköznapi ember, akit egyenrangú partnernek tekintenek a hallgatók. Itt már nemcsak egy egyoldalú kommunikációról és egy passzív befogadóról van szó, mint a közszolgálati rádióknál. Ezek a rádiók bevonják hallgatóikat a műsorkészítésbe, ezért a rádió hangnemét nagyfokú nyitottság és személyesség jellemzi. A rádió és hallgatói között így egy olyan szoros kapcsolat alakul ki, amely egy folytonos információcserét eredményez, és egy nagyfokú interaktivitást von maga után.

Maga a hallgató lesz az, aki az üzenetet kiváltja, így mindenkinek van beleszólási joga a műsor szerkesztésébe, kivitelezésbe, a döntések demokratikusan születnek. A közösségi rádiók tehát hozzájárulnak ahhoz, hogy az egyszerű emberek is rádiózhassanak: ilyenkor fontos, hogy bebizonyosodjon a szerkesztők előtt, hogy a rádiózás, nem egy bonyolult hivatás, el kell hinnük, hogy képesek a médiában dolgozni. A szerkesztők sokszor hobbijaik szerint választanak témát, ezzel „hobby közösségeket” is létrehozhatnak. A többi médiummal szemben itt nem kell átformálni a valóságot, hogy az adásba mehessen, itt az adások körülményei alkalmazkodnak a tartalomhoz (Hargitai 2004: 15).

Ami a rádió szerkezeti felépítését illeti, a munkamegosztásban összecúszó szerepek figyelhetők meg, nem jellemző ezekre a rádiókra a merev szerep- és munkamegosztás. Sőt, meghatározó tulajdonságuk ezeknek a rádióknak, hogy a helyi célcsoport tagjai részt vesznek a rádió működtetésében: fontos, hogy azt érezzék a hallgatók, hogy ez az ő állomásuk. Tehát a szerkesztők figyelembe veszik befogadók nézőpontjait is. Van lehetőségük kapcsolatban lenni a rádióval, részt venni rendezvényeiken, bejöhettek a stúdióba, hogy megnézhessék hogyan működnek az adások, esetleg még műsoridőt is kaphatnak. Ebből a kölcsönös kapcsolatból születnek a rádiók önkéntes dolgozói (Péterfi 1999: 11).

Reklámok

Ami a reklámokat illeti, természetesen itt is megtalálhatóak. A Médiatörvény szerint, maximum három perc engedélyezett óránként. (Médiatörvény 1996: 16 § 5). Persze a közösségi média más reklámstratégiát kell, hogy kövessen, mivel teljesen eltérő környezettel kell számolniuk. Péterfi (1999: 10) elmélete alapján a reklámokból nincs túl sok bevételük, de ami bejön, azt is visszafordítják a rádió fenntartására, működtetésére. Ezért mondjuk azt, hogy a közösségi rádiók, non-profit rádiók, minden esetlegesen képződő profitot a rádiójukra fordítanak.

1.3. A közösségi rádiók általános típusai

Bajomi-Lázár (2000: 108) elmélete alapján a közösségi rádiók típusait egy francia közösségi rádiókat tanulmányozó író, Francois Cazanave csoportosította. Úgy érzem ez a felosztás elfogadható, ha a közösségi rádiókat osztályozni próbáljuk. Természetesen ezek a kategóriák nem minden országban ugyanolyanok, például valahol kevesebb egy politikai jellegű adó, mint egy etnikai csoportokhoz szóló rádió. De ahhoz, hogy lássuk mennyire sokszínű a közösségi rádiózás az egész világon, sorra veszem ezeket a francia rádiókat.

Általában a rádióállomásokot a reklámsugárzásra fordított műsoridő hányada vagy tulajdonlásuk szerint csoportosíthatjuk, de ez a fajta csoportosítás a közösségi rádiók esetében nem teljesen helytálló, ugyanis nem árul el semmit a rádiók műsorainak tartalmáról és célközönségéről.

Cazanave³ a francia közösségi rádiókat a mögöttük álló csoportok alapján csoportosította, mivel ezeket a rádiókat a nyomásgyakorlás eszközének tekinti. Az ő tipológiája a következő:

1. A társadalmi harc zászlóvivői: ezek az állomások a munkásosztály szemléletét közvetítik, ilyen például a *Radio SOS Emploi* (SOS Munkát Rádió! Rádió), a lotharingiai acélipari munkások rádiója;
2. A politikai harc zászlóvivői: legjellemzőbb ebben a kategóriában a párizsi *Radio Libertaire* (Libertáriánus Rádió), de például a szerző szerint ide tartoznak a környezetvédelmi adók is;
3. Helyi közösségek fórumai: ide tartoznak a francia nyelvterületen működő esetleg idegen nyelven is sugárzó rádiók: elzászi *Radio Verte Fessenheim*;
4. „Örömrádiók”: ezek a rádiók főként zenét sugároznak, a politikai témákat kerülik, például a Marne völgyei *Rádió Star*.

A '60-as évek végén, amikor az újbóloldali eszmék tért nyernek, a médiában is helyet követelnek maguknak. Mivel a közösségi médiák kezdeti szakaszukban felvállalták politikai

³ Cazanave tipológiája megtalálható a *Közszolgálati rádiózás Nyugat-Európában* című könyvben (Bajomi-Lázár 2000: 108).

véleményüket, ezért eleinte a politikai-ideológiai harc szócsövének tekintették őket. Néhány évvel később a 80-as évek végén megváltoznak a társadalmi igények, így a szabad rádiók nem a propagandaeszközök, hanem a nyilvánosság fórumai: különböző helyi, kulturális sajátosságokat juttatnak kifejezésre, a műsorok a kultúra sokszínűségének bemutatására orientálódtak. Ez a lényegi változása a közösségi rádióknak megfigyelhető szinte az összes országban.

Ennek a változásnak az alapján Lázár Guy⁴ francia szociológus megkülönböztet:

1. Véleménynyilvánítási adók: különféle mozgalmak, pl. környezetvédelmi állomások;
2. Animációs vagy szervező rádiók: városnegyedek, kisvárosok, falva lakóközösségeinek fórumai.

Emellé egy harmadik fajta osztályozást is létezik, figyelembe véve a célközönséget:

1. Vallási adók: Radio Notre Dame; 2. Etnikai adók: Radio Orient,
3. Kommunális adók, 4. Militáns adók.

Ezek a kategóriák a mai közösségi rádiózás sokszínűségét még nem veszik annyira figyelembe. Manapság egyre több kisközösségi rádiót ismerünk. Több intézményi rádió, tematikus rádió - amelyek egy adott érdeklődési körhöz kötődnek (pl. munkahelyek fórumai, oktatás)- alakult meg az utóbbi években Magyarországon is.

1.4. Történeti áttekintés

1.4.1. Közösségi rádiózás történelme

Ally Fogg (2005: 12) tanulmánya alapján a közösségi rádiók 1940-es években jelentek meg, legelőször Latin-Amerikában. A legelső közösségi rádióállomást Bolíviában hozták létre az ónbányászok sztrájkja alatt, 1947 körül. Szakszervezetük úgy döntött, hogy a rendkívüli sztrájk pénzalapjának egy részét 27 helyi rádióállomásba fekteti. A szakszervezeti tagoknak és családjaiknak megígérték, hogy hozzáférést kaphatnak a rádióhullámokhoz, továbbá szociális juttatás lehetőségét is felcsillantották. Viszont az ezt követő negyven évben ezeknek a rádióadóknak – és más adóknak is Latin-Amerikában – rendszeres üldöztetéssel, aktivisták letartóztatásával és eszközeik hatóság általi elkobzással kellett számolniuk. Latin-Amerikában az egyházak, helyi lakossági csoportok is működtetnek rádióállomásokat. Néhány közösségi állomás viszont olyan műsorokat készített, amelyeket a nagyobb közszolgálati állomások sugároznak. Vannak olyan közösségi állomásai Dél-Amerikának, amelyek hangszórót használnak a sugárzásra a közvetlen szomszédság számára. A következőkben

⁴ Ez a csoportosítás megtalálható a *Közszolgálati rádiózás Nyugat-Európában* című könyvben (Bajomi-Lázár 2000: 109).

Péterfi (1999: 19-20) könyvében leírtakat veszem figyelembe, ez alapján mutatom be a közösségi rádiózás kezdeteit.

A közösségi rádiózás az 1960-as és 70-es évek közepette indult be világszerte.

Ausztráliában mivel kicsi a népesség és alacsony a népsűrűség, kevés akadályba ütközött a helyi kereskedelmi vagy közösségi műsorsugárzás. 1972-ben megkapta közösségi rádióadók engedélyezését, mostanra több mint 100 közösségi rádió működik. A rádióengedély előírja, hogy bizonyos cél- és érdeklődési csoportoknak kell sugározniuk – úgy, mint etnikai és nyelvi csoportok, vagy olyan műsorokat kell előállítaniuk, amelyeket a kormányzati vagy kereskedelmi rádiók nem sugároznak

Afrikában és Ázsiában a legtöbb rádió kormányzati ellenőrzött, ezért hagyományos értelemben nem beszélhetünk közösségi rádiókról. Azonban törekednek arra, hogy fejlesszék a közösségi rádiózás szektorát. Dél-Afrikában, például egy nagyon dinamikus közösségi rádió-hálózatot figyelhetünk meg. Ázsiában is vannak elvétve közösségi rádiók, ezen kívül oktató rádió-projektek is működnek a Fülöp-szigeteken, és számos viszonylag független közösségi rádió van jelen Vietnámban is.

Az Egyesült Államok és Kanada az 1949-es évben kapott engedélyt közösségi rádiók alapítására, az Egyesült Államokban ma már több mint 300, Észak-Kanadában több mint 100 közösségi rádió működik. A kanadai rádiók alapvető célja, hogy kapcsolatot teremtsen a helyi lakosok és a terület eseményei között. A nagyvárosi állomások próbálnak olyan érdekcsoportokat megszólítani, akiket a nagyobb rádiók elhanyagolnak – pl. etnikai, homoszexuális, feminista, nyelvi és szakszervezeti csoportokat. A vidéki állomások helyi szinten közvetítik a kultúrát, főként azokkal a témákkal foglalkoznak, amelyeket a nagyvárosi adók elhanyagolnak.

Európában a közösségi rádiók helyzete országonként eltérő. A '70-es években beindult egy nagy szabad rádió mozgalom, ekkor több ezer kalózállomás vette kezdetét. Most már majdnem az összes nyugat-európai országban legális a közösségi rádió működése.

A legelső európai közösségi rádió valószínűleg a franciaországi Lille városa mellett szólalhatott meg 1969-ben. Ezt egy egyetemista csoport hozta létre, azóta *Rádió Campus* néven ismert (Bajomi-Lázár 2000: 102). Majd Olaszországban 1970-ben jelent meg Szicíliában a *Radio dei poveri cristi* a „szegény fickók rádiója”, amelyet egy újbaldali csoport működtetett. (Bajomi-Lázár 2000: 70). A közösségi rádiók mozgalma ezek után alakult ki több nyugat-európai országban többek közt Hollandiában, Skandináviában, és 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 egy különös helyzettel kell számolni, a legtöbb új engedélyt a

nyugat-európai média-vállalatok által működtetett kereskedelmi állomások birtokolják, de így is erős az érdeklődés a közösségi rádiózás iránt, több állomás is létrejött.

1.4.2. Magyarországi közösségi rádióadók

Gosztonyi (2007: 7) szerint Magyarországon a rendszerváltás után születtek meg az első közösségi rádiók. Az első közösségi állomás a kaposvári *Zöm rádió* volt, amely 1991. január 7-én szólalt meg legelőször. Ezt követte a budapesti *Tilos Rádió*, amelyet a Magyar Narancs Hetilap munkatársai hoztak létre, és amely 1991. augusztus 21-én sugározott legelőször. 1991 karácsonya előtt megszületett Balassagyarmaton a rövid életű *Rádió 19*. 1992. március 8-án pedig a *Fiksz Rádió* sugárzott hetven percen keresztül engedély nélkül. Ezeket a rádióadókat „kalózzrádióknak” nevezhetjük, mert nem volt még a frekvenciaengedélyük, sőt némelyiket a frekvenciahatóságok is üldözték, de a rádiók zöme ma is sugároz és legalizálta a működését. Ezek a kezdeti próbálkozások 1996-ra elérték azt, hogy a magyarországi médiatörvény ellentétben a legtöbb kelet-európai országgal szemben hármass médiarendszert állítson fel.

A 90-es évek vége felé egyre több közösségi rádióállomás alakult. Sőt 2002-től új lehetőség nyílt a magyar médiapiacra, az ORTT engedélyezte az úgynevezett kisközösségi rádiók megindulását is. E szerint ezek a rádiók nem nyereségérdekelték vagy közműsort szolgáltatók, besugárzási körzetük 1 km lehet, hetente minimum 14 órát sugározhatnak, vételkörzetük nagysága miatt erős a lokalitásúak (ORTT 1218/2002, VII. 23.). A többi rádiós pályázathoz képest a kisközösségi rádiók pályázata egyszerűbb, nem kell sugárzási díjat fizetniük, a megfelelő frekvenciát díjmentesen jelölik ki, és a rádió adóberendezés árát későbbiekben van lehetőségük visszaigényelni. Az ORTT a pályázatokról 2003-ra döntött, így csak 2004-ben januárjában kötötték meg a szerződéseket. Ennek következtében egyre több kis helyi rádió született. Kelet-Közép Európában a magyar kisközösségi rádiózás egyik legerősebb, nem nyereségérdekelt szférává nőtte ki magát (Benedek-Gosztonyi 2007: 124-125).

Benedek-Gosztonyi tanulmánya alapján (2007: 128-129) három nagy közösségi rádiót ismerünk Magyarországon: a politikai, alternatív hangvételű, elektronikus zenét sugárzó Tilos Rádiót; a konszolidált hangnemű, civil szférában mozgó főként jazz zenét szolgáltató Civil Rádiót; és Fiksz rádiót, amelynek koherens a műsorpolitikája, de besorolhatatlan elektronikus zenét játszik. Ennek a három rádiónak a mintájára jött létre három kisközösségi rádió Pécsen: a Civil rádió példáját követő " Remete rádió, a tilosos Periszkóp rádió és fikszes Origó rádió. Mivel a vétel körzet kevés a rádióknak, ezért ezek a rádiók interneten vagy kábelben is működnek, mert az céljuk, hogy minél többen hallgassák őket. A kisközösségi rádiók egyik csoportja a vételkörzethez kötött rádiók, amelyek kistérségi vagy munkahelyi, intézményi rádiók és másik csoport pedig a tematikus rádiók, ezek egy adott érdeklődési körhöz

kötődnek: ilyenek a vallási rádiók (Sansz), zenei (Periszkóp), oktatási (Első Pesti Egyetemi Rádió - EPER) témákra szakosodott rádiók.

Egyre jobban növekszik a kisközösségi rádiók száma, egyre többen akarják hallatni hangjukat, 2007 májusára már 50 kisközösségi rádiónak volt frekvencia engedélye (Gosztonyi 2007: 11).

A közösségi média új kihívások előtt áll a digitalizáció bevezetésekor. A DAB (digitális földfelszíni rádiós technológia) csökkenti a gyártás és előállítás költségeit. Mivel a rádiófrekvencia hatékonyabb felhasználásáról van szó, ezért több lehetősége van a széles hallgatói igények kielégítésére. Előnyös lenne azonban, ha a közösségi média kaphatna néhány új frekvenciát, azonban az európai uniós intézkedések még mindig nem fordítanak kellő figyelmet erre a harmadik szektorra. A digitális átállást nem csak a piacvezérelt érdekek kellene, hogy vezéreljék (Hargitai 2004: 24).

1.4.3. A közösségi média hazai képviselője

A Szabad Rádiók Magyarországi Szervezetéről érdemes tudni néhány információt, mert fontos szerepe van a magyarországi szabad rádiózás terén. A szervezet 1992-ben alakult meg, 1998 óta egy közhasznú egyesületként van bejegyezve, a *Fiksz*, a *Szubjektív* és a *Tilos Rádió*, valamint a *Közösségfejlesztők Egyesülete* alapította. 1992-1995 között aktívan részt vett a non-profit közösségi rádiózás elfogadtatásáért, és megindításáért. Szerepet vállalt a közösségi rádiók törvényi szabályozásainak megalkotásában, az ideiglenes frekvenciák kiosztásával is foglalkozott. A médiatörvény után feladatának látta a segítségnyújtást és támogatást fennmaradásukért. 1995 óta tagja az *Association Mondiale des Radiodiffuseurs Communautaires* (AMARC-nak, a Közösségi Rádiózás Világszervezetének), amelynek a központja Kanadában található. Együtt működik az ORTT-vel is, beadványaikkal, előterjesztési javaslataikkal több esetben is pozitív irányba vitte a szervezet döntéseit. Tagrádióinak munkatársai részt vesznek a Műsorszolgáltatási Alap különféle bizottságainak munkáiban, biztosítva ezzel az állami források igazságosabb elosztását. A Szervezet az évek során hozzájárult a Kelet-Európai szabad rádiózás sokszínűségéhez, ezzel erősítve a magyar civil társadalmat is. 2002 óta a kisközösségi rádiók képviselőjét is a céljának tekinti, részt vesz a „Vissza a Rádió” című kampány népszerűsítésében is, amely feladatának tekinti „visszaültetni az embereket a rádiók elé”. 40 tagja van a szervezetnek, tagjaik olyan rádiók, amelyek több éve működnek, (*Tilos Rádió*, *Civil Rádió*, *Remete Rádió*), de az újonnan alapított néhány kisközösségi rádió sem hiányozhatnak, úgy, mint például a *Zseb Rádió*, *Fúzió Rádió*.⁵

⁵ (<http://www.szabadradio.hu/hu/magunkrol>)

1.5. A kutatásról

A kutatás célja az volt, hogy felmérjék a hazai nem nyereségérdekelt, kisközösségi rádiókat. Gosztanyi Gergely összefoglaló tanulmánya a közösségi rádiókat próbálja átfogóan bemutatni.⁶

A kérdőíveket 2007 májusában dolgozták fel, ekkor 50 műsorszolgáltatónak volt érvényes frekvenciaengedélye. A kutatásba azok a rádiók kerültek be, akik legalább már három hónapja megkötötték a műsorszolgáltatási szerződésüket, hiszen a kérdések nagy részét már működő rádiók esetében lehet csak értelmezni. A kutatási minta 45 elemű, ezen belül 34 rádiótól érkeztek meg határidőig a válaszok.

A következőben a kutatásnak a dolgozatom számára érdekes és fontos részeit mutatom be. A kutatás eredetileg nyolc nagyobb egységre oszlik, 124 kérdést tartalmaz. Elemzésemkor nem veszem figyelembe ezt a 8 nagy egységet, általánosságban beszélek a felmérésről.

Az első diagram szerint az egyes kisközösségi rádiók elindításában egy és negyven közötti számú személy vett részt. Kettő olyan rádió akadt a felmérésben, ahol egy embernek köszönhető a rádió megalakulása. Ebből kiderül, hogy a hazai közösségi rádiókat kisebb, de több emberből álló közösségek indították el.⁷

Ami a rádió alapítását illeti, a főbb cél nem egy meghatározott célcsoport igényeinek kielégítése, mert voltak olyan rádiók, amelyek 3-4 válaszlehetőséggel is éltek. A válaszadók összesítése után kiderült, hogy a rádió alapításakor négy típus került előnybe:

- 1, lakóhelyi közösségi fórumaként működő rádió;
- 2, kulturális célt szolgáló rádió;
- 3, korosztályi célcsoportoknak szóló, vagy
- 4, vételkörzetben élő hallgatók általános tájékozási igényeit szolgáló rádió.⁸

Az önkéntesek foglalkoztatása nagyon fontos a közösségi rádióknál. Jellegzetességük, hogy főleg ők készítik a műsorokat. A kutatásból kiderül, hogy mindegyik rádió foglalkoztatja őket, bár a rádiók egyharmada csupán öt fő alatt (29, 4%). Azonban öt olyan rádió is volt, akik 50 fő felett is bevonnak önkénteseket, de ezek Budapest vagy környékén található rádiók.⁹ Életkori megoszlásuk érdekes, mert Magyarországon a 14 év alattiak is készíthetnek műsort. Van olyan rádió, ahol 30%-os a 14 év alattiak foglalkoztatása. Természetesen a 18-30 és a 30-50 közötti korosztály minden rádióban megtalálható.¹⁰

A kutatás fontos része annak a vizsgálata is, hogy az önkéntesek milyen juttatásokban részesülnek. A legtöbben saját rendezvényeket szerveznek (30%), de fontosak a rádiós

⁶ Gosztanyi 2007: 3-90.

⁷ 3-as számú melléklet: 5

⁸ 3-as számú melléklet: 5

⁹ 3-as számú melléklet: 6

¹⁰ 3-as számú melléklet: 6

képzések is (24%). A diagram értelmében 6%-a a rádióknak kitüntetések is szokott kiosztani és anyagi juttatásokban is részesíti az ott dolgozókat. Stábgyűléseket is szoktak tartani, amely bevonja az önkénteseket a rádió életébe.¹¹

A stábgyűlés gyakorisága eltérő, de általában a rádiók ezeket hetente vagy havonta tartják.¹²

Ami a rádió műsorait illeti, jól látszik, hogy a zene és a szöveg aránya más, mint a kereskedelmi rádióknál. A felmérésből kiderül, hogy a zene itt is nagyobb részét alakítja a műsoroknak, de nincs akkora eltérés, mint a kereskedelmi rádióknál.¹³

Az is fontos kérdése volt a kutatásnak, hogy mi a műsoroknak a fő profilja. A műsorok főként kulturális profilúak (25,4%), de a közéleti és az általános tájékoztató témáknak (16,1%) is nagy jelentőségük van.¹⁴

A közösségi rádiók technikailag is kezdenek fejlődni. Látható, hogy az alapszolgáltatások (e-mail, fórum) szinte mindegyik rádió honlapjánál elérhető, de az összes többi szolgáltatás (blog, RSS, podcast, komment) már kevesebb rádió honlapján található meg.¹⁵

Reklámokról pedig a kutatás azt mutatja, hogy a válaszadók 82 %-a szükségesnek tartja, de persze a saját lehetőségüknek mérten.¹⁶

Természetesen fontosabbak a helyi kereskedelmi cég vagy helyi szervezetek felhívásai és a kulturális reklámok, de a társadalmi célú hirdetések is kiemelt helyet kapnak.¹⁷

Ez a kutatás egy áttekinthető képet próbált felvázolni a hazai közösségi rádiózásról, és érzékelteti, hogy ez egy folyamatosan változó és előretörő szektora a magyarországi médiának.

¹¹ 3-as számú melléklet: 7

¹² 3-as számú melléklet: 7

¹³ 3-as számú melléklet: 8

¹⁴ 3-as számú melléklet: 8

¹⁵ 3-as számú melléklet: 9

¹⁶ 3-as számú melléklet: 10

¹⁷ 3-as számú melléklet: 10

2. Interaktivitás a Civil Rádió műsoraiban

2.1. Az interaktív jelenség

Meglátásom szerint fontos az, hogy egy rádió interaktivitásra bízassa a hallgatóit, és ne egy-egy oldalú kommunikációs eszköz legyen. Ha a hallgatók tudják, hogy megszólalhatnak és elmondhatják a véleményüket, szívesebben hallgatják a rádiót is.

Fő témám az interaktivitás, mint tényező előtérbe kerülése napjainkban. Ennek bemutatására vállalkozom a Civil Rádió műsoraik kapcsán. Így, a következő fejezetekben az interaktivitást mutatom be a Civil Rádió általam kiválasztott műsoraiban.

Ehhez azonban szükséges röviden felvázolnom az interaktivitást, mint jelenség kialakulását a médiában. Először a kereskedelmi médiát mutatom be ebből a szemszögből, hisz ennek kapcsán fogalmazódott meg először az interaktivitásnak, mint a „neomédia” sajátos jelenségének a vizsgálata. Ezért dolgozatom elméleti részében említést teszek a „neomédia” kialakulásáról, valamint ennek műsortípusairól, majd az új interaktív eszközökről is beszélek. Ezután térek ki az interaktivitás vizsgálatára a szabad rádiózásban kihangsúlyozva ennek ott meglévő egyediségét.

Az interaktív műsortípusok gyökerei az 1950-es évek Amerikájába vezethetők vissza, majd terjedésük párhuzamba vonható a „neotelevízió”¹⁸ kialakulásával, tehát a kereskedelmi tömegmédiát folyamatos terjeszkedésével. (Jenei 2007: 3). A neotelevízió elnevezéssel illetik azt az új televíziós modellt, mely az 1980-as években jelenik meg a tömegmédiát piacán, amely már nem csak a valóság bemutatásáról szól, hanem lényege a tévé és nézője kapcsolatának fenntartása. A „neotelevízió” célja, hogy minél nagyobb nézettséget érjen el, és ehhez különböző eszközöket vet be. Így a műsorok felépítése is dinamikusabbá válik, jobban meg tudja ragadni a figyelmet. Mivel folyamatosan szórakoztatnia kell, a műfajok közti határok elmosódnak, és új témák kerülnek előtérbe, úgy, mint a magánélet témái. Persze a nézők választási lehetősége is bővül, az egycsatornás televízió helyett a televízió sokcsatornás lett. Ez az átalakulás természetesen a média többi ágát is érintette, ugyanúgy a rádiózásban is megfigyelhető ez a jelenség, s így beszélhetünk „neorádióról” is. (Jenei 2006: 1).

A kutatás szerint a „neotelevízió” interaktív műsoraiban a fő szerep már nem az elitista kultúrák közvetítése, hanem a popularizálódás, így hangneme nem túlokoskodó, és nem túl bonyolult, témái főként a mindennapi élet eseményei. Ennek eredménye lesz az a fordulat, hogy a hallgató bele tud szólni, mi történik a műsorban, ezzel a kontroll igénye is teljesül.

¹⁸ A „neotelevízió” kifejezés Umberto Eco nevéhez fűződik. Eco 1983-ban a *Trasparenza perdutában*, - *A már nem átlátszó képernyő című tanulmányában*- megírta az olasz média sajátosságait az olasz televíziós piac liberalizálását követően, és az új televíziós modellt nevezi így. Magyarországon is megjelentek a kereskedelmi televíziók, liberalizálták a piacot és háttérbe szorították a közszolgálati médiát. (Jenei 2006: 1-2)

A neotelevízió tehát megengedi, hogy a hallgató sms-sel, e-maillal, bármi mással eldönthesse, hogy kit válasszon a Megasztárba, vagy bármelyik másik valóságshow-ba. A legtöbb műsor a „neomédiában” a társas viszonyokról szól. Síklaki¹⁹ szerint ez az ember társas voltára vezethető vissza, szívesebben nézi azokat a műsorokat, melyek hasonló kapcsolatokról, helyzetekről és történésekről szólnak, mint amit maga körül levőnek tapasztal. Így amikor egyedül érezi magát a néző, társaságot talál ezekben a műsorokban. A „neomédia” nem „felülről” beszél (vö Jenei 2006: 3), nem akar örök érvényű igazságokat ránk kényszeríteni. Visszabeszélhetek neki, bármikor ellenszegülhetek a tévében elhangzó álláspontoknak. Emberi történetekkel szórakoztat, nem akar objektív lenni, a mindennapi emberek laikus véleménye a meghatározó: „olyan szerepben tűnik fel, mint egy szimpatikus utastárs, akivel Nyíregyházáig beszélgetek a vonaton bevezetésként a köz-, aztán a magánügyeinkről.” (Jenei 2006: 3).

2.2. Interaktív műsortípusok a kereskedelmi televíziózásban

Az interaktív műsorforma elnevezés egy összetartozó műsorkészítési, műsorpolitikai és reklám-marketing koncepciót jelent, amelynek az alapja a nézők műsorokba történő aktív bevonása (Haulis 2005: 1). Ez a fogalom meghatározás természetesen a médiát kereskedelmi szemszögből nézi, a közösségi rádióknál ez a reklám-marketing koncepció nem teljesül.

A cikk szerint a nézők aktivizálása többféle módon történhet, és nem mindig szükséges hozzá közvetlen (például telefonos) visszacsatolás. Ezt bizonyítja az az amerikai példa a komédiasorozatok világából, ahol az egyes jeleneteknél hallható (gépi) felmorajlások vagy hangos kacagások színesítik a műsorokat. A néző hallván ezeket a zajokat, egy képzeletbeli közösség tagjának érezheti magát, amely egy közös érzelemnyilvánítást is feltételez, és még akkor is együtt nevet ezzel a közösséggel, ha a műsor tartalma nem is annyira érdekelné. A „neomédia” folyamatos terjedésével az 1980-as évektől kialakulnak más interaktív műsorformák is, a különböző show-műsorok, amelyekben a nézők, mint jelen lévő közönség lesznek aktív résztvevői a műsornak, jelenlétükkel hatnak az adott műsor tartalmára: együtt akarnak nevetni, vagy szomorkodni (talk-show-k). Továbbá ismertek a különböző kibeszélő show-k, ahol a nézők a műsorok tartalmi részének is főszereplői, életük eseményeiről beszélnek a stúdióban helyet foglaló többi nézőtől véleményt kérve. Az interaktív műfaj mai legmodernebb formái a különböző valóság show-k (reality show-k): egy-egy néző mindennapjait teszik nyilvánossá, és a nézők aktivitását is növelik számos visszacsatolási lehetőséggel (például sms, internet) vagy az „ítélkezés” jogát (például kit szavazzanak ki, kit szavazzanak be) is megadják a nézőknek.

¹⁹ *A Neotelevízió: válság vagy megújulás* cikkben Jenei Ágnes Síklaki István szociálpszichológust is kérdezi a „neotelevízióról” (Jenei 2005: 2).

Az interaktív műsorformák kialakulása tehát egy olyan folyamat, amely során a nézők birtokukba veszik, és életük reprezentálására, problémáik megvitatására, illetve megoldására használják a média által kínált nyilvánosságot (Haulis 2005: 1).

Jenei Ágnes (2007: 3) beszél arról is, hogy az interaktivitás fejlődésében nagy szerepet játszanak a különböző technológiai változások. Ezek a változások segítették az interaktivitás pozitív irányába történő elmozdulást.²⁰

2.3. Az interaktivitás típusai és formái

2.3.1. Az interaktivitás formái

Az interaktivitást lehet osztályozni a mind a fogyasztó, mind a rádió szemszögéből.

A fogyasztó szemszögéből a legjelentősebb interaktív eszköz a telefon.

Hargitai Henrik (2004: 46-47) a következőképpen csoportosítja a betelefonálókat:

- azok, akik könnyed hangnemben csevegnek, esetleg unatkoznak, és ki akarnak beszélni másokat;
- vannak olyanok is, akiknek véleményük van, és információjukkal hozzájárulnak a műsorhoz;
- akiknek ellenvéleménye van, és legtöbbször vitatkozni akarnak;
- sokan egy nyereség megszerzéséért telefonálnak be;
- nem utolsó sorban számos olyan érdeklődő hallgató van, akik meg szeretnék tudni, valamit, és egy kérdés megválaszolása végett telefonálnak be.

A rádió a következő lehetőségeket nyújtja az interaktivitásra:

- a műsorvezetők internetes blog vezetésével aktivizálhatják a hallgatót, az internetes portálnak és fórumnak is fontos szerepe van. Itt van lehetőségük szavazni a hallgatóknak;
- a chat és e-mailnek is fontos szerepe van, itt kéréseket fogalmazhatnak meg, szavazhatnak, üzenetet hagyhatnak a hallgatók.
- többen szeretnek sms-eket is küldeni, ahol, ugyanazokkal a lehetőségekkel élhetnek, mint az e-mailnél. Az sms szavazós műsorok azért is fontosak, mert minél több résztvevő van, ők annál jobban fognak utána kötődni a rádióhoz.

²⁰ Az 1970-es évek végén jelennek meg, majd az 1980-as években terjednek el a videojátékok is: a televízió egy olyan személyes és interaktív eszközzé válik, amely lehetőséget nyújt egy szimulált, virtuális tér megtapasztalására, ahol maga a felhasználó is aktív résztvevő. Különböző interaktív szolgáltatások is népszerűek lesznek úgy, mint a műsorokhoz fűződő vagy műsoroktól független információkat tartalmazó teletext. Habár a néző egyirányú adatáramlásból választja ki a kívánt információkat, kétirányú kommunikációt érzékel; a „passzív” tévénézés helyett aktívan használja ezt a funkciót. Az 1980-as években terjed el a videomagnó, amely szintén egy fontos állomás az interaktivitásban: a fogyasztónak nem kell ragaszkodnia a televízió merev műsorrendjéhez. Majd megjelenik a DVD-lejátszó, az 1990-es évek közepétől kiszorítja a videomagnót. A média folyamatosan ki van téve ezeknek az újdonságoknak, vegyük például a legmodernebb digitális házimozi rendszert, vagy a számítógépen működő szélessávú webtvét és a mobiltvét (Jenei 2007:3).

- létezik az interaktivitásnak egy különös formája is a Voxpop²¹, ezt nevezik az utca emberének: kérdezik a hallgatótól, aki lehet, hogy nem is hallgató (mivel interaktivításra kényszerítik).

- a közösségi rádióknál ismerünk még egy fajta interaktivitást: több közösségi rádió szervez rendezvényeket, ahol személyesen találkozhatnak a hallgatók egymással és a rádió dolgozóival is. (Hargitai 2004: 48).

2.3.2. Interaktív műsorok főbb típusai a rádióban

Hargitai Henrik (2004: 47-48) csoportosította az interaktív műsorok főbb típusait a rádióban:

- nyílt mikrofon: itt mindenki egyenlő partner („el akarom mondani”, „say what you want to say”, „burger funk”, „connecting people”). A rádió itt egy olyan modern médiaforum, amely összeköti a hallgatókat, egy demokratikus agóra. A műsorvezető egy moderátor, aki összekapcsolja a beszélgetőket vagy a vitapartnereket. Jó, ha van egy induló téma, de aztán a hallgatók is felvethetnek új témákat. A hallgatók kérdeznak egymástól és az ő kérdésválaszaik határozzák meg a műsor felépítését. A műsorvezetőnek csak a telefonokat kell felvennie. Jó, ha olyan témát választanak, amelyek érdekes véleményeket ütköztethetnek, és sok mindenkinek van ezekre a témákra rálátása.

- stúdióbeszélgetés, betelefonálási lehetőségekkel: felkészült politikusok, szakemberek beszélnek egy témáról, akiktől a hallgató kérdezhet.

Az interaktív műsorok Amerikában a leggyakoribbak. Szinte minden amerikai előtt ismerős ez a mondat: „you are on the air”. A középhullám adásain is mindig hallható: „call in show”. Egyik leghallgatottabb országos műsor a „car in talk”: amelyet két profi autószerelő vezet, és csak az autóról beszélnek. Hasonló műsorai vannak a brit Talk Sport rádióknak is. (Hargitai 2004: 47).

2.4. Interaktivitás jogi kérdései

A szerző, Hargitai Henrik szerint (2004: 50-51) az interaktivitásnak természetesen bizonyos jogi keretek között kell működnie. Az ORTT határozata normaként jelenik meg arra vonatkozóan, mit engedhetnek be a műsorvezetők az éterbe. Ezért röviden bemutatom az ORTT határozatát az interaktivitásról. Az ORTT szerint - az alkotmánybíróság kijelentései alapján-, a véleménynyilvánítás alapvető demokratikus jog. Ez abban az esetben korlátozható csak, ha ezen jog gyakorlása közben másik jog vagy mások jogának sérelme valósul meg. Ennek a kijelentésnek az értelmében a Testület szerint megengedhetetlen annak a

²¹ A szó a „vox populi” latin szóból ered – az utca hangját jelenti. Bármilyen kérdés az utca emberének feltéve. Többféle válaszból készül összeállítás, amely aztán adásba kerül. (Hargitai 2004: 234).

hangnemnek az elterjedése, amely mostanság jelen van a médiumokban. Ez érvényes a bulvár, de más médiák hangnemére is. A műsorszolgáltatók felelőssége az, hogy ügyeljen azokra a műsorokra, amelyek kifejezetten véleményeket mozgósítanak, ahol a hallgatók aktivitása határozza meg a műsort. Ugyanez érvényes azokra a műsorokra is, ahol csak néhány hozzászólás kap teret. Ilyenkor a műsorvezetőknek ki kell szűrni a sértő hangvételi hallgatót. A betelefonálás műsoroknál a műsorvezetőknek el kell kerülni a Médiatörvény 4.§²² előírtakat, másrészt figyelniük kell arra, hogy ne gátolják a hallgatók véleménysszabadságát. A műsorszolgáltatónak objektivitást, kiegyensúlyozottságot, tárgyilagosságot figyelembe véve kell döntenie jogsérelem nélkül. Az sms és e-mailben küldött véleményeket jobban ki kell szűrni: sérelmet jelentő üzeneteket nem szabad nyilvánosságra hozni, tehát, ha az sms vagy e-mail szóhasználata nem megfelelő, a műsorvezetőknek kontrollálni kell és megakadályozni az éterbe kerülését.

A Testület szerint a műsorszolgáltatók nem helyezhetik mindenek fölé a szerkesztői szabadság elvét, hiszen be kell tartaniuk a Médiatörvényben foglaltakat. (ORTT 942/ 2004. VII.7).

2.5. Interaktivitás a szabad rádiózásban

Összehasonlítva a közösségi rádiók interaktivitását a kereskedelmiekkel, különbségek rajzolódnak ki. Először is a közösségi média nem reklám-marketing koncepciójú, tehát a közösségi rádióknál az interaktivitás célja nem a profit elérésben van. Ezeknél a rádióknál nem az a fő cél, hogy minél több hallgató írjon smst és telefonáljon be, hanem itt az interaktivitás egy olyan lehetőség, amely hangot ad azoknak az embereknek, akik a másik két médiumban nem szólalhatnak meg. Másrészt pedig itt szinte bárki megszólalhat, elmondhatja a véleményét, amely a kereskedelmi médiában nem úgy van, ott jobban szelektálják, kit adnak be műsorba, kit nem, ott a kívánságműsorokban sem kaphatnak teljesen szabad jogot a betelefonálók. Azonban hasonlóság figyelhető meg a műsorvezetők hangnemében. Mindkét rádiónál egy bensőségesebb hangnem dominál, a hallgatót társának tekinti a műsorvezető, de ez a közösségi rádiókra még jobban jellemző.

A közösségi rádió kifejezés azt is magában foglalja, hogy ezeket a rádiókat közösségek irányítják, másrészt pedig egy körülírható csoporthoz szólnak. Tehát a közösségen nem csak a műsorkészítőket kell érteni, hanem magukat a hallgatókat is a közösségek részének kell

²² „A közérdeklődésre számot tartó hazai és külföldi eseményekről, vitatott kérdésekről a tájékoztatásnak sokoldalúnak, tényszerűnek, időszerűnek, tárgyilagosságnak és kiegyensúlyozottnak kell lennie. A műsorszolgáltatásban közzétett műsorszámok összessége nem állhat párt vagy politikai mozgalom, illetve ezek nézeteinek szolgálatában. A műsorszolgáltató politikai tájékoztató és hírszolgáltató műsorszámokban műsorvezetőként, hírolvasóként, tudósítóként - a munkavégzésükre irányuló jogviszonyuktól függetlenül - politikai hírhez véleményt, értékelő magyarázatot - kivéve a hírmagyarázatot - nem fűzhetnek.” (Médiatörvény 1996: 4.§).

tekinteni. Nem minden esetben válhat a hallgatókból közösség. Ez a rádión is múlik, milyen közösségteremtő eszközei vannak. Itt válik fontos kérdéssé az interaktivitás, hogyan éri el az egyes rádiók, hogy a hallgatók és a műsorvezetők között jó kapcsolat legyen, másik oldalról pedig a hallgatókból hogyan váljon jó közösség. Fontos, hogy olyan kétirányú kapcsolat alakuljon ki, amely jól működik. Ezért nem mindegy, hogyan vonjuk be a hallgatókat a műsorba. Alapvető kritérium, hogy a műsorok része és alkotója legyen a hallgató. Közösségszervező erővé kell formálni őket. Ennek több módja is van. Nem elég egy személyes, bevonó és beengedő típusú hangnem, hanem a hallgatóknak folyamatos megszólalási lehetőségeket kell nyújtani a műsorokban. Nem külön privilégiumként, hanem alapszolgáltatás formájában. Ilyenkor fontos, hogy a betelefonálók ne érezzék azt, hogy „jaj szerepelek a tévében”, hanem teljesen természetesnek vegyék megszólalásaikat. A műsorvezetőnek érezetnie kell a hallgatóval, hogy egyenrangú partnerről van szó. Természetesen ez elővigyázatosságot, józanságot, és toleranciát feltételez a műsor szerkesztőjétől is. Folyamatosan figyelniük kell, hogy mit engednek be a rádióba: gyűlölködő, gyalázkodó, alkotmányellenes megnyilatkozásokat jól ki kell szűrni, és a rádió által felállított követelményeket is tiszteletben kell tartani. A műsorvezetőnek nyílt, köznapis beszédmódon kell megszólalnia, jobb, ha nem hallgatja el azokat a dolgokat, amelyekről nincs információja. Ne szégyellje elmondani a véleményét sem, mert ezekkel vitákat provokálhat ki (Hargitai 2004: 48).

Az interaktív műsorok vitafórumot is jelentenek. Gyakran előfordul, hogy a hallgatóknak és a műsorvezetőknek eltérő a véleményük. Számos olyan hallgató van, aki többnyire csak a saját álláspontját tartja elfogadhatónak, esetleg témát is szeretne váltani. Szerencsésebb az a hallgató, aki csak beszélgetni akar. Ez attól is függ, milyen típusú műsorról van szó. Azért jó, ha a hallgató szempontjai nem befolyásolják radikálisan a műsort, csoportszerűen kell törekedni a konszenzusra, mind a hallgató mind a rádió műsorvezetőjének szempontjából. Ezekben a műsorokban a jó, ha a műsorvezető sokszínűséget visz bele a műsorba. Előnyös, ha a műsorvezető nem csak szembesíti az esetleges véleményeket, álláspontokat, hanem orientál (Hargitai 2004: 50). Meglátásom szerint a közösségi rádiózás főként abban különbözik a többi rádiózástól, hogy a műsorvezető szerepe alapvetően más. Ott ül ugyan a stúdióban, de nem ő a legfontosabb szereplője a műsornak. Ügyesen koordinál, kontrollál.

2.6. A Civil Rádióról

2.6.1. Civil Rádió története

A következőkben először is röviden bemutatom a Civil Rádiót, majd megnézem, mennyire valósulnak meg azok az elvek és interaktív műsorkategóriák a rádió és kiválasztott műsoraiban, amelyeket a 2.3 és 2.5 –ös fejezetekben mutattam be.

A civil rádió 1993-ban jött létre egy alapítvány keretében.²³ Péterfi Ferenc²⁴, a rádió elnöke és alapító tagja, akit interjúmban kérdeztem a Civil Rádióról elmondta, hogy a rádió 1994 februárjában szólalt meg legelőször. Ebben az időben önállóan toboroztak csapatot, majd szereztek stúdiót. A kezdeti adások másfél évig időszakos engedéllyel működtek. Akkoriban három- négy napig sugároztak két- három havonta, vagy negyedévente. A legelső ilyen adások kezdetleges körülmények között működtek, kölcsönzött berendezésekkel és stúdióval. Egy adásra két- három hétig is készültek, melyet két hónapos szünet követett. A folyamatos adások 1995 szeptemberétől indultak be, bár nehézén látták előre, hogy önkéntes munkával fenntartható-e egy ilyen szervezet, mivel nem volt fizetése az ott dolgozóknak. Későbbiben alkalmaztak egy félállású majd, egy főállású ügyvezetőt, aki az ügymenetet intézte. A technikai feladatokat a 90-es években két-három ember látta el, akik a polgári szolgálatból kerültek ki. Majd amikor a polgári szolgálat megszűnt, felvettek egy technikust is.

2000-ben a rádió megnyerte a 98 MHz-ra kiírt pályázatot, így szeptembertől már heti 96 órában tudták sugározni műsoraikat. 2001. február 7-től már Budapest egész területén és Pest megye nagy részén is fogható a Civil Rádió adása. A Civil Rádió befogadó rádióként is működött, ezért 2000-től több rádiós műhely is befogadtak adásukba, amelyek nem jutottak frekvenciához, és akik hasonló értékrendeket képviseltek. Így hallható volt a 98 MHz-en 2002-ig a Tilos Rádió, 2006-ig a Fiksz Rádió, és most is hallható a Harmónia Rádió műsora.

A Civil Rádió Budapesten és környékén, az FM 98 MHz-en, a UPC kábeltévé-hálózatán a 106,3 MHz-en fogható, az Interneten Real Audio formában is hallgatható, és a Magyar Világrádió szerda reggel 6.30-tól vasárnap reggel 6.30-ig napi 24 órában is elérhetőek a műsorok.

A rádió internetes elérhetősége: www.civilradio.hu. Az adásokat a Hármashatárhegyről sugározzák, 42 W-os adóteljesítménnyel. Ezért Budapesten egy közepes minőségű rádióval

²³ Ez az alapítvány 1993-ban alakult meg. Az alapítvány alapítói: a Közösségfejlesztők Egyesülete, a Nyitott Képzések Egyesülete, a Szociális Munkások Magyarországi Egyesülete és a Lágymányosi Községi Ház. Hozzájuk csatlakozott később 100-nál több egyesület, alapítvány, társaskör és intézmény. Az Alapítvány segítséget nyújt a hazai közösségi rádiózás terén: népszerűsíti a közösségi rádiózást, képzéseket, konferenciákat, szervez és támogatja a Civil Rádiót. (<http://www.civilradio.hu/rolunk.php>).

²⁴Péterfi Ferenc elmondta, hogy 1951. április 17-én született Budapesten. 1986-ban ELTE Bölcsészettudományi Karán végzett Népművelés szakon. 1993-tól a Civil Rádiózásért Alapítvány elnöke és 1989-től a Közösségfejlesztők Egyesülete titkára is.

jól lehet fogni az adást. Pest megye nagy részén fogható a rádió. A legmesszebről jelentkező hallgató eddig Kecskeméti volt. (Civil Rádió Kiskaté 1994: 4).

2.6.2. Civil Rádió filozófiája

A civil rádió kiskatéja²⁵ szerint a rádió egy helyi közösségi rádióadó, független minden állami szervtől, gazdasági csoportoktól, politikai hatalomtól. A rádióalapítók fő célja egy olyan médium elindítása, amely teljesen különbözik más rádióktól.

Ezt jól alátámasztja a rádió filozófiáját megfogalmazó kiskaté:

„A budapesti hallgató 10-15 adót foghat a rádiókészülékén, minek egy ugyanolyan tizenhatodik? Fontos szándékunk, hogy ne egy kicsi, gyengébb vagy halványabb Juventus, Danubius vagy éppen Petőfi Rádió legyünk.” (A Civil Rádió kiskaté 1994: 1).

A rádió célközönsége

A Civil Rádió a polgáris magatartást, önszerveződést, társadalmi részvételt, szolidaritást, szociális érzékenységet, és a környezet iránti felelősséget tartja fontosnak. A polgárok, és azok közösségei, civil szervezetei számára biztosít megszólalást. A rádióknak, (mint természetesen az összes közösségi és kisközösségi társának) nem az a célja, hogy mindenkit megszólítson. (Civil Rádió Kiskaté 1994: 2).

Péterfi Ferenc szerint a rádió célközönsége jól látszik a szöveges műsorok tematikájából és az zenei kínálatból is. Ami a műsorok zenei világát illeti, egy igényesebb zenei arculatot próbálnak kialakítani: klasszikus zene, jazz, blues, progresszívebb könnyűzene, népzene, világzene a gyakoriak, melyek eleve eltérnek a trendtől. A beszélgetős témákban társadalmi problémákról beszélnek, kicsit hosszabban, nem pattogós, pörgős hangnemben, mint a kereskedelmi rádióknál. Egy sajátos arculatot ad a rádióknak, hogy általában a fizikai és szociális környezet iránti érzékenyebb vagy elkötelezettebb embereket próbálják megszólítani.

Hajós Vera (A Disputa műsorvezetője) interjúmban elmondta, a rádió célközönségét nehéz meghatározni, mert nincsenek közvélemény kutatások. Sokat gondolkodtak a műsorvezetőkkel azon, hogyan is lehetne azt leírni, kiknek szól a rádió. E szerint ők azokat akarják megszólítani, akik a rádióhallgatástól nem a kikapcsolódást várják, hanem akik valamilyen feladatot éreznek a világ jobbítása érdekében, felelősek a világ dolgai iránt. Szerinte a műsorkészítők gyakran túl elkötelezettek (pl. állatvédők, vallási elkötelezettek),

²⁵ A kiskaté egy olyan írás, amely összefoglalja a Civil Rádióról a legfontosabb tudnivalókat. Ez az írás egy olyan közmegállapodás, amelyet a rádió társainak ismerni kell és magáénak kell tudnia. (A Civil Rádió kiskatéja 1994: 1).

meg akarják mondani, mi a helyes és helytelen. Habár a rádió küldetése a nyitottság, tolerancia, mégis nagyon ragaszkodnak saját álláspontjukhoz.

Ami a rendszeres hallgatottságot illeti, Péterfi Ferenc elmondása alapján nincsenek egzakt, tudományos adatok. Többször próbáltak felméréseket kezdeményezni, de elegendő anyagi háttérük sosem volt. Ezek nagyon kis mintán történtek, mivel az ő vételük a nagyobb kereskedelmi rádiókhoz képest kisebb. E szerint a rendszeres hallgatók száma 10000 körül van.

Civil Rádió témái

A Civil Rádió adásai nem szokványos témákat dolgoznak fel, hanem főként olyanokat, amelyeket a többi kommunikációs eszköz nem érint. Előfordulhat azonban, hogy hasonló témával foglalkoznak, azonban azt más módszerrel közelítik meg, és más módon kerül interpretációra is, ez persze a rádió erőforrásaitól is függ: „minthogy a mi adottságaink a többi rádiótól jelentősen eltérnek; a saját lehetőségeinkre, erősségeinkre építve alakítsuk a saját rádiónkat, annak arculatát - ez ma is az egyik legfontosabb törekvésünk.”²⁶

A rádió honlapján lévő információk szerint²⁷ egyik legfontosabb sajátossága, hogy a nemzetközi és országos témák helyett sokkal inkább a helyi társadalom életére koncentrál. Főként lokális (fővárosi, városrészi) ügyekkel, témákkal foglalkozik, a helyi konfliktusokat se kerüli. Nagy hangsúlyt fektet a civil társadalom és önszerveződéseik budapesti bemutatására és bátorítására. Ezt alátámasztja az a tény is, hogy évenként 750-800 civil szervezet volt vendége a Civil Rádiónak. Műsoraiban fontosak még a kulturális, szociális, környezetvédelmi események, a főváros, illetve egyes városrészeinek, szomszédságainak élete. Ezért a rádióhoz szoros kapcsolat fűz számos kerületi önkormányzatot is. Tájékoztat civil szervezetekről, a kerületi intézmények munkájáról is. A helyi hagyományok, a szociális ellátás, a kulturális élet jelenségei rendszeres témái a rádió műsorának. A rádió együttműködést alakított ki a Közösségi Adattárral, amely megfelelő bázisa a civil hírirodának is.

A rádió hangneme

A rádiót önkéntesek működtetik, és mivel egy non profit adóval állunk szemben, ezért bevételeit fenntartására és fejlesztésére hasznosítja. Működésével kapcsolatos fontosabb döntéseit demokratikusan hozza meg, a hallgatót és a riportalanyokat egyenrangú partnerének tekinti. Ugyanis a rádió fő célja az információcsere. Az adások főszereplője így nem a híres

²⁶ A Civil Rádió kiskatéja 1994: 1

²⁷ (<http://www.civilradio.hu/rolunk.php>)

sztár, hanem a „hétköznapi” polgár. Hangnemét tekintve a rádió nem kioktató, nem akar állandóan okosnak tűnni, kerüli a heroikus és patetikus beszédmódot, helyette a személyes hangvételt részesíti előnyben. Kizárja a látványos show-elemeket, a simulékony hangnemet, ehelyett a közvetlen, személyes, és közérthető hangnem dominál. Az adások létrejöttének a hallgató is részese, számukra is hozzáférhető a rádió, annak munkájába bármikor bekapcsolódhatnak, ha elfogadják a legalapvetőbb működési feltételeit. (Civil Rádió Kiskáté 1994:2).

2.6.3. Rádió munkatársai, szerepük

A rádióknak van egy négy –öt fős stábja, akik a működtetésért felelősek. Interjúalanyom Péterfi Ferenc benyomása szerint számos olyan ember van, aki mindenféle elfoglaltsága mellett önzetlenül önkéntes munkára vállalkozik. A rádióknál most már több mint 200 önkéntes dolgozik.

„Ennyi embernek tartósan nehéz egy rádiót működtetni, mert annak Szenteste, Karácsonykor, tehát mindig szólnia kell, nem úgy, hogy ha van kedvem, csinálom. Örülök annak, hogy az emberek értelmes célra áldoznak a szűk idejükben.”

A Kiskáté szerint (1994: 5) az adások, és a műsor menetéért a napi szerkesztők felelnek. A napi szerkesztő - illetve, ha a stábon belül külön műsorvezető is van, akkor ő - az adásba lépéskor, lehetőleg az első, de legkésőbb a második zeneszám után beköszön, és röviden felvázolja, hogy mi várható az általa vezetett műsorban. Ezt kb. 2 óránként meg kell ismételnie- tehát azt, hogy mit hallhattak, ill. mit fognak hallani a hallgatók a következő két órában. A napi szerkesztő feladata a műsoridő előzetes pontos megszerkesztése, és a rovatvezetőkkel való előzetes megbeszélés.

Fontos szerepük van a zenei szerkesztőknek is. Ők a magazinműsorok idején főként az egyes részeket összekötő, háttér - ill. szolgáló zenét adják. Segítenek a szöveges mondanivalók megszerkesztésében is. Itt viszont fontos, hogy a zeneszámok között mindig megszólaljon, mondjon valamit a műsorvezető. Persze ez összefüggésben van azzal is, hogy kialakult-e egy jó együttműködés a zenei- és a napi szerkesztő között. Előfordulhat, hogy nem jön el a megígért vendég, így jó, ha a napi szerkesztő felkészült és együtt tud működni a zenei szerkesztővel, hogy aztán kitöltse a zeneszámok közötti üres időt. Persze más a helyzet az önálló zenei blokkoknál. Itt végigjátszanak minden felvételt minden közbeszólás nélkül.

A rovatvezetőknek is fontos szerepük van. Ezek a műsorrészek elmélyülést adnak egy témában és szakterületen. Nem utolsó sorban a stáb részesei a rendszeres segítők, riporterek, ők természetesen alkalmi feladatokat látnak el. A műsorok fizikai működtetéséért a technikusok a felelősek.

2.7. Interaktivitás a Civil Rádió műsoraiban

A Civil Rádiónak állandó műsorsávjai vannak.²⁸ Ezek adják a napi műsorszerkezet keretét. A reggeli magazinban Budapest életéről számolnak be, civil hírekkel, programajánlatokkal, időjárással, közlekedési információkkal és belpolitikai szalaghírekkel. A délelőtti és a délutáni magazinműsorokban rövid téma, hír, riport, rovat kap helyet, amelyek dinamikusabb műsorrészek. Az este két órája egy-egy hosszabb portré, kerekasztal beszélgetés, vagy más elmélyültebb - verbális - műsorfajta (Kiskáté 1994: 3).

Pogány György főszerkesztő szerint négy fontosabb interaktív műsora van a rádióknak, a 1.5. hold., a Kultúrkoktél, a Lélegzet (ezeket fogom elemezni a következőkben) és a Perifériák, amelyet kihagytam elemzésemből, mert a műsor egy olyan nyereményjáték, ahol csak kérdések és válaszok hangoznak el. A többi műsorba is bárki betelefonálhat, ezek közül választottam ki két számomra érdekesnek tűnő műsort, a Gombapresszót és a Disputát. A főszerkesztő elmondása szerint még az Életfa (drog és szenvedélybetegségekről szóló műsor hétfőként este hét órától) és a Handicapben (a műsor sérült emberekről szól minden pénteken délután egy órától) is gyakoriak a telefonálók.

A műsorok elemzésénél figyelembe veszem a hallgató- műsorvezető szerepeit, a műsor hangnemt, témáit, melyek segítséget nyújtottak az interaktivitás vizsgálatához. Az adásokat a 2010. január - márciusi időszakban hallgattam.

2.7.1. 1.5. hold.

A műsor és témái

A 1.5. hold. egy élő, interaktív műsor, amely minden héten hétfőn este 22-24-ig hallható. A műsorban egymást követik a hallgatók telefonjai, a megszólalások között zenék vannak, amelyek általában világzenék. A műsorvezető Dabis Balázs, aki a következőképpen jellemzi saját műsorát:

„Ez egy világzenékkel táplált, interaktív műsor, amelynek szerkesztője valójában a hallgató, azaz Te! SMS-eidre, telefonhívásaidra mindig számítunk. Hiszen mindenkinek vannak gondolatai, érzései, lelki rezdülései és ezeket egyáltalán nem bűn megosztani másokkal.”

A műsor szignálja: „sovány vigasz egy túlsúlyos világban” amelyet a műsorvezető a műsor legelején és legvégén elmond, de gyakran a műsor közben is. Mint ahogyan a műsor szignálja is elárulja, témái főként hétköznapiak, gondolkodásra serkentenek és a lélek dolgaira koncentrálnak. Filozófiája szerint ebből a „zord” világból kikapcsolást nyújt ez a műsor, a hallgatók elmondhatják érzéseiket, gondolataikat. A műsor előzetese, spotja is árulkodó, figyelemre méltó: „interaktív lélekemelés hétfő esténként a nap utolsó két órájában.” A jó és

²⁸ 2-es számú melléklet: 4

meghitt hangulathoz hozzátartozik a műsor „háttérzaja”, amely egy tavaszi madárcsicsergés, ezzel a műsorvezető egy bensőségebb hangulatot akar kialakítani.

A műsorvezető interjúmban elmondta, hogy ragaszkodott az interaktív műfajhoz, és ezen belül az éjszakai élő műsorhoz. Nagyon szereti az embereket, szeret emberekkel beszélgetni. Szerinte egy rádióműsor nemcsak egy egyirányú kommunikáció kell, hogy legyen:

„ Az nem rádióműsor, ha valaki csak beül a mikrofon elé, és azt képzeli, hogy okos ember és elmondja a nézeteit, gondolatait a világról, ezzel csak kiéli magát, nem ad semmit sem. Az adás, mint a szó igei értelmében is fontos: jó adni valamit az embereknek, és adni igazán csak úgy lehet, ha meghallgatjuk az embereket, az egyszerű hallgatókat arról, hogy mit mondanak, ebből jön létre egy produktum, amilyen az interaktív adás.”

Úgy érzi, érdemes csinálni ezt a műfajt, mert megmentheti a rádiót az internettől, a tévétől.

„Mire jó egy olyan műsor, ahol nem tudunk közösségi teret létrehozni?”

A műsor témái változatosak: a 2010. január 25-ei adás első témája a kölcsönös segítségnyújtás. A műsor második felében pedig az otthoni falon lévő térképekről és tájképekről volt szó. Február 1-jén pedig megvitatásra került az internetezés és a jóság fogalma. A többi műsorban beszélgettek az oltalom, a közöny, a jókedv és a bőség fogalmairól. Olyan gondolatokat ébresztő témákról is szó volt, mint pl. kell-e mindenkit szeretnünk vagy mit jelent hálásnak lenni.

A műsor felépítése

A műsor szerkezete a betelefonálók és a zenék váltakozásából épül fel. A február 8-ai műsor kivételt képez. Itt vendéget hívott a műsorvezető, aki saját tanítási tapasztalatairól beszélt. A műsorokban általában szabad teret kapnak a megnyilatkozások, ennek ellenére a műsorvezető úgy orientálja a betelefonálókat és vezeti a műsort, hogy követi a műsor logikáját, sose sikkad el a beszélgetés lényege és a témája. A műsorvezető kérdései gördülékenyek, jól látszik, hogy bensőséges kapcsolata van a hallgatókkal. Esetleg jól ismeri őket. A műsorvezető ezt alá is támasztja. Elmondja, hogy a műsor 2000-ben indult, és abban az időben egy aktív hallgató több találkozót is kezdeményezett. Így több összejövétel, kirándulás, utazás hozott össze kb. 10-15 hallgatót, akik még most is jóban vannak. Nem utolsó sorban a műsorvezetőnek is jó alkalom volt megismerni hallgatóit. Bár eleinte félt attól, hogy illúziórombolóak lesznek a találkozók, mert esetleg máshogy képzelt el egy hallgatót a műsorában.

A műsor formája tehát a műsorvezető elmondásai szerint is beszélgetés. Parttalan vitába nem szokott fulladni. Ha van problémás hallgató, aki összetűzésbe kerül egy másikkal, a műsorvezető diplomatikus, és próbálja elsimítani a konfliktust vagy nem is engedi, hogy konfliktus alakuljon ki belőle.

Megkérdezésem után elmondta, hogy előfordul vita a hallgatók között, de a műsorvezető szerint ez a műsornak csak jót tesz, pörgősebbé válik tőle. A műsor amúgy is hasonlít egy

egyetemi szemináriumhoz, vitaesthez, klubdélutánhoz, ahol lehet vitatkozni. Előfordult értelmetlen vita is két fél között, de a műsorvezető a vitázó felek asszimmetrikus játékának nevezi ezt.

A műsor hangvétele

A műsor hangvétele személyes, a műsor vezetője és hallgatói között kötetlen, természetes kapcsolat alakulhatott ki. Megfigyelésem szerint, a 1.5 hold.-ban nagyon gyakoriak az állandó hallgatók, akik már szinte néha el is felejtenek bemutatkozni (vagy csak becenevüket mondják be), annyira közeli kapcsolatban vannak a műsorvezetővel. A betelefonálók szabadon elmondhatják véleményüket, nagyon ritkán fordul elő, hogy a műsorvezető közbeszól (például a január 25-ei műsorban egyik hallgatót óva intette, hogy nem szabad reklámozni) és kedvesen próbál okítani. Az erőviszonyok hallgató és műsorvezető között azonosak, a műsorvezető nincsen magasabb pozícióban, hiszen ugyanolyan hétköznapi emberként próbál részt venni a beszélgetésben, mint a többi hallgató. Nem akar okosabbnak tűnni a hallgatónál: maximum pontosít (mint pl. a január 25-ei műsorban, ahol elmagyarázza bővebben mit jelent a nepotizmus szó). Azonban az udvarias hangnem nem siklik el a lényeges dolgok felett. A műsorvezető megköszöni a betelefonálóknak, hogy hozzászólt a műsorhoz, és a betelefonáló is hálás, hogy elmondhatta a véleményét. Interjúalanyom szerint volt néhány problémás hallgató, akik túlságosan is szabad szájúak voltak, de a műsorba sok minden belefér. Egyszer-kétszer volt arra szükség, hogy rendre kellett utasítani a hallgatót. Mivel műsor nem politikai, hanem közérzeti témákkal foglalkozik, nem túl gyakori az ilyen eset.

A hallgatók megszólalásaikkor több személyes történetet is elmesélnek, amelyekből jól látszik, hogy a műsorvezető és a hallgató között rendkívül nagy a bizalom. Emiatt viszont vannak olyan betelefonálók, akik semmi érdemlegeset nem mondanak a témáról, csak csevegni akarnak a saját dolgaikra koncentrálva. Olyan hallgatók is vannak, akik csak azért telefonálnak be, mert unatkoznak, vagy, mert ki akarják beszélni a gondolataikat. Ez az idősebb betelefonálók körében rendkívül gyakori. Ezzel kapcsolatban az interjúalanyom koncepciója az, hogy a hallgatóit nem „írtja ki” a műsorból, csak azért, mert beszélgetni akarnak:

„A műsor olyan, mint egy klub, vannak, akik úgy érzik, hogy be kell jelentkezniük, akkor is, ha nincs semmi mondanivalójuk, úgy érzik, hogy itt nekik van egy blokkjuk, egy pár percük, beszélhetnek arról, amiről akarnak. Szerencsére ezek az emberek is megtalálták a helyüket, vannak olyanok, akik informálnak zenei történésekről, amelyek ide illenek, (milyen koncert lesz stb..) van olyan is, aki verseket szaval, igyekszik témához kapcsolni, de amúgy is szeret szavalni. A költészet szerinte amúgy sem idegen a műsortól.”

Azért néha előfordult, hogy a műsorvezető szóvá teszi a betelefonálóknak, hagyjon megszólalási lehetőséget másnak is.

A műsorba sms-eket is lehet küldeni, itt nem csak, hogy beolvassák azokat, hanem a műsorvezető fel is hívja az sms íróját, hogy bevonja őt a műsorába.

Az interaktivitás jól működését az is megerősíti, hogy figyelembe veszik a hallgatók zenei igényeit. Többször fordult elő, hogy a hallgató ajánlotta, játszanak le egy bizonyos dalt, amely aztán adásba került. A műsorvezető szerint, azért ez nem egy kívánságműsor, de figyelembe veszik a hallgatók igényeit. Sőt, a február 8-i műsorban a műsorvezető hívott magához egy segédszerkesztőt, - aki tulajdonképpen egy vendég volt – őt is bevonta a műsorába. Ez a segédszerkesztő a műsorvezető bemutatása szerint egy régi aktív hallgatója volt a műsornak, aki többször színesítette a fórum bejegyzéseket. Valószínűleg direkt őt hívta meg vendégnek, egyrészt, hogy bemutassa, mennyire aktív tud lenni egy hallgató, másrészt pedig ő egy fiatal lányhallgató volt. Ez azért fontos, mert a műsor során a műsorvezető panaszkodik, hogy kevés a fiatal betelefonáló. Ezzel is aktivizálni akarja a fiatal hallgatóságot. A műsor kifejezetten interaktív, mert a vendég lehetőséget kap rá, hogy bejöjjön a stúdióba, és beleszóljon a műsor menetébe. A műsorvezető közli, hogy ma nem ő lesz a zenei szerkesztő, majd hozzáfűzi, hogy a műsor „élő és interaktív adás”.

A hallgatók aktivitását és megszólalásait a műsor fóruma is megerősíti. Mindenkinek van lehetősége véleménycserére, még azoknak is, akik esetleg nem kaptak hangot adásban vagy esetleg nem mernek megszólalni az éterben. A műsorvezető elmondása szerint a fórum 2006-tól létezik. Eddig kb.10000-en látogatták és 700 bejegyzés van. Változó mikor mennyi bejegyzés érkezik, mivel szerinte az internetes csatornák kevésbé indultak be. Kevés az internetes rádióhallgató, az internetes rádiózás sem annyira népszerű még. Az utóbbi időben a hallgatók átlagéletkora is megnőtt. Ez mindig változik. Volt idő, amikor csak fiatalok hallgatták a rádiót, bár ő zeneileg nem változtatott a műsorokban.

A műsorvezető szinte minden betelefonáló után elmondja a rádió telefonszámát, és népszerűsíti az internetes topikját is. Gyakran szól a hallgatókhoz, és sarkallja őket megnyilatkozásra: „Hívjatok, írjatok, tettek az éter”. Több módon is próbálja serkenteni a hallgatóság aktivitását különböző szavakkal. A február 8-ai műsor témája a türelem. Ezzel a szójátékkal akarja inspirálni a hallgatókat: „türelmes vagyok, várom az sms-eket, hívásokat” vagy „akik féltik a hangjukat, írjanak sms-t, ha mondanivalójukba ez nem fér bele, akkor rendelkezésükre áll a fórum”.

A hallgatók közötti kapcsolat többnyire változó. A január 25-ei műsorban csak követték egymást a betelefonálók, anélkül, hogy reagáltak volna egymásra. Mindenki elmondta a saját véleményét a témáról, a műsorvezető közbeszólt kérdéseivel. Kétirányú kapcsolat alakult ki, kizárólagosan a műsorvezető és a hallgató között. A február 1-jei műsorban viszont a műsor egy betelefonálóval kezdődött (nem a műsorvezető szavaival, mint a jan. 25-iben), aki rögtön

elkezdett a saját témafelvetéséről beszélni, új témát adva ezzel a többi hallgató számára. Időközben „Juli” betelefonáló felvetett egy kérdést: „mi köze a Neptunusznak 2010-hez?” Hozzáfűzte, hogy mindenkire szól a kérdés. Ezzel rögtön gondolkodásra ösztönözte a többieket. A többi betelefonáló természetesen erre reagált, majd a műsor második felében megvitatásra került a műsorvezető témája, a jóság. A műsorvezető nem bánja, hogy csak később kezdtek el beszélni az ő témájáról és hozzáfűzi: „Rajtatok áll miről szól a műsor, mindig a hallgató szerkeszti a műsort”. A műsor fő kérdése az, hogy miben áll jó embernek lenni ebben a világban. Ebben a műsorrészben, a témától függően persze, a hallgatók érzékenysége is előjött és kitűnt, hogy a hallgatók is egy közösséget alkotnak, és jól ismerik egymást. A jó kapcsolat a hallgatók között a február 8-ai műsorban is megfigyelhető. Itt is bebizonyosodik, hogy jól ismerik egymást. Már említésre került, hogy több állandó betelefonálója van a műsornak. Egyik állandó betelefonáló itt is feltűnt, ő általában verset olvas fel a témához illően. A műsorvezető és a vendég is rákérdezett, hogy akkor ma is lesz-e vers. A hallgatók közötti kapcsolat annyira baráti, hogy van egy hölgy –aki több barátját vonta be a műsorba, hogy itt beszélhessenek. Így sokszor ez a 4-5 fő is jelen van, beszélgetnek.

Ismét a február 8-ai műsorra utalva, azért telefonált be a hallgató, hogy beszélgethessen a vendéggel. Az interaktivitás is téma volt. A betelefonáló kérdezi a vendéget, mennyire volt interaktív a műsor és hány betelefonáló volt. Erre a vendég válaszol, véleménye az, hogy lehetett volna interaktívabb a műsor, nem volt túl sok hozzászóló. A műsorvezető hozzáfűzi, hogy valószínűleg ez azért is van, mert amikor vendéget hívnak a műsorba, kevesebb a betelefonáló. A telefonálók vagy sms írók nem csak az aktuális témáról mondanak véleményt, hanem előfordul, hogy valaki a műsorról mondja el észrevételeit. Ez természetesen egy segítség a műsorvezető számára, hogyan alakítsa a műsorát.

Interjúalanyomat megkérdeztem arról, miért ilyen sikeres a műsora és milyen eszközökkel tudja interaktívabbá tenni adását. Szerinte először is nagyon fontos a jó téma, hogy sokan hozzá tudjanak szólni. Ő még használ egy- két bevált trükköt is: ilyen pl. a provokáció, amely elég veszélyesnek tűnik, mert ha valaki nagyon értelmes ember hallgatná, vagy olyan, aki jól ismeri őt, kellemetlen helyzetbe is hozhatná. Azért szokott olyanokat mondani, hogy felbosszantsa a hallgatóit. Szerinte kell egy „fenékbe rúgás” az embereknek, hogy felvegyék a telefont. Másrészt pedig az embereknek nehéz olyan témákról beszélni a nyilvánosság előtt, amelyeket még a barátaival is nagy ritkán osztanak meg. Habár a telefon biztosít egyfajta anonimitást, az emberek akkor sem beszélnek szívesen személyesebb dolgokról könnyedén. Ezért a provokáción túl sokat jelent az is, ha látják, hogy vannak olyanok, akik szívesen elmondják véleményüket. Így talán mások se ijednek el egy idő után. Másik módszer az, ha ő is magát adja. Ő is kitérül. Ennek persze megvannak a veszélyei. Ezt ő se mindig szereti,

de valamikor meg kell tennie. Egy adott kérdésről elmondja, mit gondol, sőt néha még kendőzetlenül a magánéletéről is kénytelen beszélni. Érezzék a hallgatók, hogy nem kell ettől annyira félni, ők is megtehetik. Sosem alkalmazott mű betelefonálókat, senkit nem kért meg arra, hogy telefonáljon. A legelső műsorába betelefonált a nagynénje, majd az egész rokonság, ma is emlékszik rá. Bár mondta nekik, hogy ne tegyék. A műsorvezető azt is vállalja, ha nem telefonál senki, és ha sikertelen a műsora.

Ebben a műsorban a műsorvezető érdeklődő, kíváncsi. Szívesen meghallgatja telefonálóit, nem úgy, mint a kereskedelmi rádióknál, ahol a műsorvezető sokszor ironikusan közelít hallgatójának problémáihoz, amelyeknek dialógusai gyakran gúnyolódásba fulladnak. Sőt az interjúmban elhangzottak szerint, sok hallgató tudja már a műsorvezető telefonszámát, gyakran fel is hívják őt, vagy e-mailben beszélnek. Előfordult az is, hogy valakivel élőben találkozott, sőt egyik hallgató még munkát is talált neki. A műsorok mindig interaktívak, folyamatuk pörgős, természetes hangvételű és gördülékeny.

2.7.2. Disputa

A műsor és témái

A műsor kéthetente szerda 9-11-ig hallható. Ez egy élő stúdióbeszélgetés különböző témákról hozzáértők meghívásával. A műsorvezető Hajós Vera²⁹, aki így mutatja be műsorát:

„Alkalmanként olyan témát igyekszem szakértő vendéggel, vendégeimmel végiggondolni, ami sokunkat érdekel. Ahogy mondani szokták "benne van a levegőben". Különböző élethelyzetekben, különböző szerepeinkben más-más dolgok fontosak, ezért is ilyen sokféle ez a műsor.”

A műsorvezető hozzáteszi, – mint ahogyan a jelmondata is a következő: „ahol a hallgató a hallható”– hogy ez egy interaktivitásra kitalált műsor, a hozzászólók elmondhatják a véleményüket mind a műsorban, mind a műsor topikjában.

Témái főként a kultúra területét érintik. A műsorvezető Hajós Vera megerősítette, hogy műsorával kulturális missziót képvisel. Minden adásnak van egy fő témája, amelyet alaposan körüljárnak pl. az iszlám kultúra, az alternatív iskolák, vagy mit jelent a történelmi tudat, hogyan látjuk a közelmúlt történelmét. Gyakran van műsorvezető társa is a műsorvezetőnek.

A január 22-ei téma a kulturális élet és ennek lehetőségei Budapesten. Itt egy vendég volt, a Fővárosi Önkormányzat kulturális ügyekért felelős főnöke, akivel főként arról beszélgettek milyen intézményeket és miért pont ezeket szponzorálja a Fővárosi Önkormányzat. Az adás első felében főként a színházi életről volt szó. Arról, hogy a minisztériumnak nem az a

²⁹Hajós Vera interjúmban elmondta, hogy az alapítástól kezdve munkatársa a Civil Rádióknak. Népművelés szakon végzett, ezekben az időkben tudta meg, hogy sok barátja a Civil Rádióknál dolgozik. Ezek után ő is kedvet kapott, majd napi szerkesztő is lett. A Disputa önálló műsora lett akkor, amikor a Tilos Rádió önálló frekvenciára pályázott, és kiszállt a konzorciumból. Ekkor felszabadultak a délelőtti, két órás beszélgetős műsorra lett lehetőség.

feladata, hogy meghatározza a színházak a műsorpolitikáját. Ők csak gazdaságilag finanszírozzák ezeket az intézményeket. Az első egy órában egy betelefonáló sem volt. A második részében a mecenatúráról, a mozikról és a kultúra más területeiről volt szó. Az utolsó egy órában két betelefonáló is jelentkezett. Az első betelefonáló azon aktív hallgatók közé tartozott, akik meg szeretnék tudni valamit a témáról és egy kérdés megválaszolása végett telefonáltak be. Érdeklődik, az önkormányzat támogatásai kiterjedhetnek-e a zenei életre is. Természetesen a szakértő válaszol erre a kérdésre. A második kérdése pedig az, hogy ha támogatást akarna egy kisebb érdeklődést mozgató csoport vagy például egy kevesek által ismert zeneművész az önkormányzattól, van-e rá lehetősége. A kérdés megválaszolása után a hallgató megköszöni, hogy feltehetette kérdéseit. A második betelefonálót technikai problémák miatt alig lehet hallani. Ő is kérdez, nem véleményt mond a műsorról. Kérdése nem mindennapi, egy kutyamúzeum létrehozásnak lehetőségéről kérdez, amely már Amszterdamban is megtalálható. A vendég nem válaszol konkrétan erre a kérdésre, valószínűleg nem tud mit. A másik műsorvezető is asszociál a betelefonáló kérdésére, egy másik kérdést feltéve: milyen változatos lehet a kultúra.

A műsorvezető kiszélesíti a betelefonáló kérdését, és hozzáfűzi, hogy általában mi kell ahhoz, hogy egy múzeumot el tudjanak indítani. Az adás végén megvitatják a múzeum és galéria közötti különbséget.

A műsor felépítése

Ami a műsor felépítését illeti, a műsorvezető már az elején bemutatkozik, elmondja a műsor címét és rögtön felveti a témát. Az adást kb. négyszer szakítja meg zene. Néha az az érzése az embernek, hogy lehetne pörgősebb, esetleg kicsivel több szünet is bekerülhetne a megszólalások közé. Reklám egyáltalán nincs (a közösségi rádióknál amúgy sem gyakori). Minden zene után a műsorvezető elmondja mi a műsor címe, bemutatja a vendég/eket, és elmondja a rádió elérhetőségeit. Többször is hozzáfűz olyan megszólalásokat, amelyek a hallgatók aktivitását inspirálják: „Hívjanak, szóljanak bele a műsorba”. Ez tehát típusát tekintve nem annyira interaktív, mint a 1.5 hold., inkább egy stúdióbeszélgetés egy vendéggel vagy vendégekkel, de a műsorvezető várja a betelefonálókat, és a műsor fóruma is áll rendelkezésre áll a megszólalók számára. A végén a műsorvezető elmondja, milyen témáról volt szó, elköszön, azután általában egy műsorspot szokott következni. Ezzel a műsorral – mivel több vendéget is meg szoktak hívni – gyakran történik az, hogy egy vendég feltűnően sokat beszél, valamikor nem odaillő témáról, sok ideig, így a másik annyira nem jut szóhoz. A műsorvezető jobban törekedhetne arra, hogy bevonja a vendégeit a beszélgetésbe, kérdései gyakran erőltettek.

A műsor hangvétele

Az előző műsorral összehasonlítva ez komolyabb hangvételű, komolyabb témákkal. Itt nem a betelefonálók követik egymást, hanem a meghívott vendég/ek mondják el véleményüket, benyomásaikat (akik hozzáértők), ismereteiket az adott témáról. A hallgatónak természetesen van lehetőségük közbe szólni, kérdezni, de ez a műsorok során maximum, ha kétszer történt meg. A műsorvezetőnek van két társa, akik segítik őt kérdésekkel. Ők is közbeszólhatnak, kérdezhetnek, azonban nagyon jól látszik ki a főbb műsorvezető. Úgy vettem észre, hogy a műsorvezető érezteti felsőbbrendűségét. Távolságot tart mind a vendégeivel, mind pedig a betelefonálókkal. Ő az, aki irányítja a műsort, nem érezzük azt, miközben beszél, hogy teljesen egyenrangú partnere lenne a hallgató. Persze ez nem azt jelenti, hogy nem engedne megszólalni egy hallgatót vagy a vendégébe fojtaná a szót, egyszerűen csak megtartja a műsorvezető- vendég és műsorvezető- hallgató közti formális kapcsolatot. Ha kell, akkor közbevág, gyakran műsorvezető társai kérdéseit helyesbíti. Néha az is előfordul, hogy figyelmen kívül hagyja másokét és a saját kérdéseit részesíti előnyben. Ez a megállapítás megerősítést nyer a január 22-ei műsorban is, amikor a „segéd műsorvezető” kérdést tesz fel, amelyet aztán nem hagy a vendég által rögtön megválaszolni, hanem bemondja, hogy zene következik. Véleményem szerint ezzel is erősíteni akarja felsőbbrendűségét, mert amúgy is kevés zene van a műsorban. Nem lett volna kötelező ide zenét tennie. Itt meg kell említenem azt, hogy az interjúalanyom elmondása szerint nagyon sokat készül a műsoraira, nem nevezi magát spontán műsorvezetőnek. Néha ezért is tűnhet úgy, hogy a műsor menete nem olyan pörgős, és saját kérdéseit kerülnek előtérbe.

Hajós Vera szerint a hallgatók aktivitása változó. Legtöbbször akkor telefonálnak, ha nyerni lehet, vagy ha izgatja őket a téma. Minél tudományosabb egy téma, annál kevesebb a telefonáló. Elmondása szerint nem az a fő célja, hogy mindenkire szóljon, nem érdekli hányan és kik hallgatják a műsort. Az a meglátása, hogy gyakran pont akkor telefonálnak, amikor már kialakult az íve a műsornak, így elviszi más irányba a hallgató a témát. Általában a hallgatók nem kérdeznek szakértőktől, csak véleményt mondanak.

2.7.3. Gombapresszó

A műsor és témái

A műsor 2002-ben alakult meg, hosszú pályafutása miatt több rádióban és más időpontokban is hallható volt. Jelenleg a Civil Rádió műsora minden péntek este 7-től 9-ig. Ez az adás élő, beszélgetős műsor, nincs konkrét filozófiája. A műsorvezetők blog bejegyzése szerint a műsor:

„Figyelem! Rendszeresen előfordul, hogy elsőre – másodikra és harmadikra – értelmetlennek, hiábavalónak és idegesítőnek tűnik, ami hallható, majd az idő előre haladtával mégis kialakul egy erős függés. Ezért azt javasoljuk, hogy mielőtt végleg lemondanál rólunk, hallgass végig néhány adást.”

Három műsorvezető van, de általában nincs jelen mind a három fő. A műsorvezető Rakusz Tamás, ő irányít és beszélget a másik két műsor társ szerkesztőjével (mindketten férfiak). A Gombapresszó méltó párja lehetne a régi Sláger Rádió reggeli Boomerangjának, hiszen a műsorvezetők nem csinálnak mást, mint végig viccelik az adást, anélkül, hogy valami logikai rendje lenne annak. Érdekes, hogy egy közösségi rádió, amelynek nem igazán a szórakoztatás a lényege, olyan műsort készít, amely ennyire kötetlen.

A műsor témái legfőképpen a kereskedelmi csatornák műsorainak sorába illenének. A február 10-ei adás elején a műsorvezetők személyes dolgaikról beszélgetnek, ugyanis egyikük behozta a kutyáját a műsorba. Az első fél óra a kutya körül forog az adás, lehetetlen is így nyugodt körülmények között beszélgetni. Az állatevésről is szó esik, mindenféle macskakolbászról és kutyafasírról beszélnek. A többi általam meghallgatott műsor is személyes témákat preferál. Például a február 5-ei műsor, amely az egyik műsorvezető tervezett londoni útjáról szól. A másik két szerkesztő tanácsokat ad neki, miket nézzen meg a városban. Ezek túl hétköznapi témák, amelyek a magánélet színtereit is érintik, tipikusan a kereskedelmi médiára jellemzőek. A január 29-ei adásban arról is szót ejtenek, hogy Tarlós István politikus hol és mit ebédel, hogy Szijjártó Péternek milyen a haja. Ezek inkább a bulvár sajtó jellemzői. A témák a politikát se kerülik el. A többi adásban szót ejtettek a választásokról, a kampányokról és kopogtatócédulákról is. Bemutattak jazz zenészeket, de pl. volt, hogy a műsor felét Károly hercegről viccelődtek el. Többször fűznek kommentárokat az elmondottakhoz is. A január 29-ei adásban a különböző pártok szórólapjait is felolvassák, mely véleményem szerint nem egy közösségi rádió műsorának lenne a feladata.

A műsor hangneme

Ami a műsor hangnemét és interaktivitását illeti, az adás közvetlen, és már annyira személyes, hogy a komoly témákból (lásd politika, vallás) is viccet csinál. A műsorvezető gyakran ironikus és túl laza. A műsor célja főként az, hogy a műsorvezetők jól szórakozzanak és nem az, hogy a hallgatókat igazán informálják és meghallgassák. Pedig főleg az ilyen típusú élő műsoroknál lenne a lényeges, hogy interaktívabb legyen és ne csak a műsorvezetők beszélgetéseiről szóljon. A betelefonálók nincsenek sokan, többször telefonál be a rádió egyik aktív hozzászólója, akit a műsorvezető rendre is utasít.

A január 29-ei adásban a következő helyzet áll elő: egy ismert hallgató telefonál, magáról beszél, de a műsorvezető azt mondja neki, hogy „nem szeretem, amikor csak magadról beszélsz, ha nincs más mondanivalód vagy kérdésed nem muszáj felhívni, csavargasd az

állomás keresőt.” Erre a betelefonáló el kezd vádaskodni, és azt válaszolja, hogy amúgy sincsen sok hozzászóló, és, hogy ő ebben a műsorban akar választ kapni a kérdésére. A műsorvezető azt válaszolja, hogy nincs betelefonálási kényszer, elvagyunk nélküled is. Észrevételem szerint, itt nem teljesül a hallgató és a műsorvezető közötti egyenrangú viszony, lehetett volna jobban kezelni a helyzetet (mint ahogyan ez a hallgató a 1.5.holdba is be szokott telefonálni, és soha sem alakult ki még ilyen helyzet). A műsorvezetők nem veszik annyira komolyan a saját műsorukat, ezzel a hozzáállással el is ijeszthetik a többi megszólalót. Előfordult, hogy a műsorvezetők informálni akarták a hallgatókat. Például a február 10-ei műsorban, amikor Etiópiáról beszélgetett a két műsorvezető. Ezt is viccelődve, de eközben sikerült jól bemutatniuk az Afrikai államot.

Ennek a műsornak talán inkább reggeli műsornak kellene lennie. Van egy reggeli párja, ugyanazokkal a műsorvezetőkkel. A műsorvezető ritkán szól a hallgatókhoz: „Nemsokára kezdődik az adás érdemi része”, „Ne menjetek sehova”, „Legyetek jók, találkozunk hétfőn reggel.”

Az interaktivitás aktív felülete, a blog

Az interaktivitás nem annyira a műsorban, mint inkább az interneten jellemző. A műsor blogja rendkívül aktív, sok hozzászólója van, így egy kontrasztot figyelhetünk meg az adáson belüli és az adáson kívüli interaktivitásban.³⁰ Az adás során a műsorvezető többször is elmondja a blog címét, és biztatja a hallgatókat, hogy látogassák a honlapot és írjanak. A honlap headlineján hét görgetősáv található: a „home”, a „kikezek”, a „letöltés”, a „podcast”, a „pollsarchive”, a „csittcsatt” és a „fórum”.

A „home”, tehát a kezdőlap, a gombapresszó bejegyzései találhatóak, amelyek a különböző rovatok szerint rendeződnek, de gyakran több rovathoz is kapcsolható egy bejegyzés: „Zenés”, „kultúros”, „bulváros”, „tudományos”, „elinnen”, „politika”, „adások”, amelyekhez kommentárt is lehet fűzni. A zenénél a műsorvezetők zenei ajánlati jelennek meg. A műsorban elhangzó zeneművek szerzőiről esik szó. Pl. a január 31-ei műsorban Cseh Tamás emlékkoncertet közvetítettek és itt erről is írnak. A kultúros témánál gyakoriak a kiállítás ajánlók vagy egyéb közéleti témák is helyet kapnak (jótékonyági akció a haiti földrengés károsultjainak). A bulvár rovatba többször betesznek feladványt, pl. ki látható az alábbi képen, amelynek nem mindig van tárgynyerménye (néha lehet nyerni pl. koncertjegyeket). A feladványok sérthetik egyesek erkölceit: pl. „Ki ez az ember?”, Válasz: „Nyugdíjas Jézus”. A tudományos témánál is gyakori a feladvány. Gyakran beszélnek csillagászati témákról. Az „elinnen” más világi eseményekkel foglalkozik, nem csak Budapest életével. A politikánál

³⁰ A blog az alábbi címen érhető el az interneten: <http://gombapresszo.com/>

túlzásba esnek néha, választási plakátot publikálnak, ahhoz fűznek a honlap látogatói kommentárt. Az adások rovatnál a műsorok témáiról, körülményeiről esik szó.

A „kikezek” sávnál a műsorvezetők bemutatják a műsort, a letöltések még nem készültek el, a „podcasting” funkcióval vissza lehet hallgatni a műsorokat és le is lehet őket tölteni, a „pollsarchivnál” szavazni lehet különböző dolgokról: pl. Ha ma lennének az országgyűlési választások, te melyik pártra szavaznál az országos listán?

A „csittcsatt” és a „fórum” az interaktív felületek legfontosabb részei. A „csittcsattnál” van lehetőség hozzászólni az adásokhoz, de kizárólag adások alatt, amelyeket néha be is olvasnak. A fórumban pedig bármiről lehet írni, gyakran írnak programajánlókat vagy műsorokhoz kommentárt. Egy vitázó teret is szolgál a fórum, ahol különböző témákról fejtik ki az oldalátogatók álláspontjait.

2.7.4. Lélegzet

A műsor és témái

A Levegő Munkacsoport³¹ környezetvédelmi magazin műsora. Minden héten szerdán 16-15-től-17-ig hallható. Holisztikus szemléletű, tehát a környezetvédelmet a lehető legtágabban értelmezi. Az adásokban az aktuális környezetvédelmi ügyekről is hallhatunk. A műsor interaktív, mert az adásokat nyereményjáték színesíti. A műsorvezető kérdéseket tesz fel a hallgatóknak, amelyek nem környezetvédelmi témákhoz kapcsolódnak, hanem főként a kultúra területét érintik pl.: Ki mondta: „Embert el lehet pusztítani, de nem lehet legyőzni?” , Ki Írország védőszentje? (mert nemrég volt Írország nemzeti ünnepe).

Előnyös az, hogy a műsorvezető nem csak kiosztja a nyereményeket, hanem részletes információkat is mond róla: pl. miért ajánlja olvasásra. Többnyire színházjegyeket és könyveket lehet nyerni. A műsorban több kisebb témát hoz fel a műsorvezető, amelyeket nem fejt ki hosszasan. A március 17-ei adásban a témák a következők: a nagymarosi-Visegrád gát, és ezzel kapcsolatban, hogy a környezetvédők 15 éve elérték, hogy mégse legyen gát. Ezután környezetvédelemmel kapcsolatos eseményeket ajánl, vagy híreket mond. Az adás legvégén egy kiadványról beszél: a Szitakötő környezetvédelmi lapról, mely gyerekeknek szól. Ez egy olyan folyóirat, amely segítséget adhat a tanároknak is a környezetismeret tanításához. A műsorvezető szorgalmazná, ha megfelelően oktatnák a környezetvédelmet az iskolákban.

³¹ A Levegő Munkacsoport politikai pártoktól és gazdasági érdekektől független társadalmi szervezet. Fő céljuk elérni azt, hogy minden ember egészséges környezetben, emberhez méltó módon élhessen. Fontosnak tartják az állampolgári részvétel lehetőségeinek bővítését és a tájékoztatás, tájékozódás szabadságának kiteljesítését. Munkáikért 2006-ban megkapták „Az év civil szervezete” kitüntető elismerést. (<http://levego.hu/magunkrol/celjaink>)

A március 10-ei műsorban főként az eljövendő politikai választásokról van szó. Ehhez kapcsolódik a nyereményjáték kérdése: „Mikor van választás, miről?” Aztán a műsorvezető elmagyarázza, hogyan kapcsolódik a környezetvédelemhez a politika. Szerinte előnyös lenne, ha a képviselő jelöltek vállalásokat tennének arról, mit fognak tenni a környezetvédelem érdekében. Leszögezi, kevés olyan képviselőjelölt van, akit igazán izgatna a környezetvédelem kérdése. A Levegő Munkacsoport olyan vitafórumokat szeretne szervezni, ahol meghívják az egyes területek jelöltjeit, hogy elmondják véleményüket környezetvédelmi kérdésekről. Ebben a műsorban még szó esik a Föld órájáról is, amely ebben az évben március 27-én kerül megrendezésre. Ez a egyik legnagyobb klímavédelmi esemény, Sydneyből indult 2007-ben. Ezen a napon 20.30-tól egy órára lekapcsolják a világítást, hogy felhívják a figyelmet az éghajlatváltozásra és annak veszélyeire. A március 17-ei műsorban az éghajlatvédelmi törvény meghíúsulásáról is szó esik. Téma volt még más műsorokban az Iparművészeti Múzeum *Tükörben a világ* című kiállítása vagy a Magyar Természetvédelmi Szövetség fóruma.

A műsor felépítése

Az adás legelején a műsorvezető személyes hangnemben köszönti a hallgatókat. Nem az aznapi témát mutatja be, mint ahogy az szokás a többi általam bemutatott műsorban, hanem rögtön a nyereményjátékkal kezd. Ezért a műsor legelején már a hallgatót hallhatjuk. A műsor menete gördülékeny. Az adásnak nincsenek vendégei, maga a műsorvezető vet fel témákat, egyszerre többet is, de semelyiket se fejti ki részletesen. Arra nem is lenne ideje, mert a műsor csak háromnegyed órás. Ezekre a témákra tehát lehet reagálni, de gyakoribbak azok a hallgatók akik a nyereményjáték miatt telefonálnak be. Több betelefonáló is van az adás alatt, akiket szívesen meghallgat, de mégis ő irányítja a műsort. Ha valami fontosat akarna mondani, akkor leállítja a hallgatót, elköszön tőle, de olyan módon, hogy a hallgatót ne sértse meg. Ezért nem is tűnik fel az embernek, hogy félbe akarná szakítani a hallgató szavait.

Az adásban a nyereményjátékok és a műsorvezető témái váltakoznak, zene legfeljebb 1-2-szer fordul elő.

A műsor hangneme

A műsor hangneme személyes és hétköznapi. A kétirányú kapcsolat hallgató és műsorvezető között nagyon jól működik. A műsorvezető nem fojtja a hallgatóba a szót. Nem célja az, hogy a saját témájához görcsösen ragaszkodjon. Többször elkanyarodik személyesebb kérdések felé. Családi dolgokról is kérdez, majd nevelési tanácsokat is ad. A március 17-ei műsorban például megkérdezi a hallgatótól: „hogyan hatott rá a könyv, vagy voltak az életében olyan

időszakok, amikor valaki mondta Önnek, hogy hagyjon abba valamit, de még se hagyta abba?” A hallgató szívesen válaszol a kérdésekre, mert látja, hogy kíváncsi a műsorvezető, így nem fél válaszolni azokra. Nem az a célja, hogy egy témát kimerítsen, hanem az, hogy a hallgatókkal is jó kapcsolatot alakítson ki. A hallgató általában csak a nyereséjéért miatt telefonál, de a műsorvezető próbálja bevonni a műsorba, mivel kíváncsi a véleményére. Az a módja ennek, hogy beszélgetést generál a megfontuló kérdéshez, vagy az aznapi témákkal kapcsolatosan. Azonban ritkán az is előfordul, hogy a telefonáló csak véleményt akar mondani. A március 17-ei műsorban volt erre példa: a nagyvárasi gátról szóló adáshoz a hallgató új információkkal is szolgált.

A március 10-ei műsorban viszont kínosabb szituáció állt elő. A telefonáló megválaszolja, mikor lesznek a választások, de ezzel a műsorvezető még nem éri be. A politikáról kérdez, bővebben a választásokról, amelyekre a hallgató nem tud válaszolni, a műsorvezető segít neki. A hallgató nem kerül kínos helyzetbe, nem teszi le a telefont. A műsorvezető segít neki, így a közös gondolkodás részesévé válik.

A műsorvezető egy másik telefonálónak is politikai kérdést tesz fel. Miután a hallgató elmondja a megoldást, a műsorvezető tovább kérdezi, saját véleményére kíváncsi. A kérdés személyes, nem kapcsolódik a környezetvédelemhez: „El mennek-e választani.” Bár beleviszi a politikát a műsorba, de pártatlanul, nem úgy, mint a Gombapresszóban. A műsorvezető beszél hétköznapi, politikai, városi eseményekről, de mindeközben szem előtt tartja a környezetvédelmet és ilyen szempontból nézi akár a politikát akár az élet más területét.

Ennek a műsornak nincsenek állandó hozzászólói, mint akik megjelennek mint a 1.5. hold mint a Kultúrkoktélban. Itt minden műsorban más telefonál be, főleg azok, akiket érdekel a környezetvédelem.

A cél az, hogy a műsorvezető a környezetvédelem támogatóit társadalmi részvételre biztassa. Ezzel a Levegő Munkacsoport filozófiáját is képviseli. Azt az irányelvet követi, hogy mindenkinek felelősséget kell éreznie a világot és ebben a szellemben próbálja a hallgatókat okítani.

2.7.5. Kultúrkoktél

A műsor és témái

A Kultúrkoktél minden szombaton 16-18 óra között jelentkezik. Ez egy kulturális témájú interaktív magazinműsor. A műsorvezető vendégeket hív a stúdióba, akiket az adott témáról kérdez. A műsor közben nyereséjéért zajlik, ahol a hallgatóknak kérdésekre kell válaszolni. A műsorvezető szerint a jó Kultúrkoktélhoz négy régi műsor kell. Mint ahogyan a szignál is mutatja:

1. Theátrum: kalandozás a színház világában, érdekes darabokkal, társulatokkal, táncosokkal, színészekkel, rendezőkkel, dramaturgokkal.
2. Könyvlabirintus: iránytű a könyvek világában, ismert és ismeretlen alkotókkal, írókkal, költőkkel.
3. Pickup, azaz hangszedő: Érdekes emberek, érdekes helyzetek, minden, ami kultúra: Zene, képzőművészet, film...
4. Urbanisszimus: Mi és a környezetünk. Épített, vizuális környezet, minden ami körülvesz bennünket.³²

Weisz Iván, a műsorvezető ezt a receptet adja műsorához:

„Ezt a négy műsort keverjük jól össze, tegyünk hozzá egy kis jeget, pár szem vöröslő epret, egy kis kivi karikát, citromszeleteket és máris fogyaszthatóvá válik a Kultúrkoktél. Minden szombaton 16-18 óra között a Civil Rádió hullámhosszán, az FM 98-on.”³³

Mint ahogyan a műsorvezető figyelemfelkeltő mondataiból kitűnik, a műsor témái eléggé változatosak. A február 20-ai adásban először is a Kazán István Kamaraszínház csapata a vendég. A társulat tagjai saját darabjaikról, bemutatóikról beszélnek. A kitalálendő kérdések is a társulat életéhez kapcsolódnak: „Mikor alakult a színház, ki a főnöke.” Mondjanak három előadás címet, amelyet már bemutatott a Kazán Színház?” A kérdések megválaszolását taps követi. A társulat tagjai még színészi képességeiket is kamatoztathatják a műsor során.

A február 27-ei adásban az idegenvezetők napjáról, Továbbképzési Központjukról volt szó, melyről a főszerző számolt be. Ezután a Magyar Termékdíjról halhattuk Szémán György, ügyvezető igazgatót. A március 13-ai műsor még változatosabb volt. A selyemfestéstől a porckorong sérvig, széles skálán mozgott a beszélgetés. A többi általam meghallgatott műsorban szó volt egy diákoknak szóló történelmi versenyről, de előfordult pálinkakóstolás és hegedűszó is a műsorok alatt.

A műsor felépítése

A műsor általában négy blokkból áll. Az első három blokkot a műsorvezető vendégei alakítják. Ennek alapján három vendége van az adásnak. A negyedik blokk a játékról szól. Itt a műsorvezető több kérdést tesz fel. (kb.6-7 kérdést). Változó, hogy a játékblokk mikor kerül sorra, lehet az elején, de közepén is. A műsorvezető Weisz Iván elmondása szerint a műsor felépítése szabad, valamikor több, valamikor kevesebb vendéget hív meg. Gyakoribb az, amikor több vendége van a műsornak.

A február 20-ai műsor vendégei: Kazán István Kamaraszínház csapata, Herbai Máté-operatőr, aki megkapta idén a Fehér György díjat, Fejes Ádám és Pozsgai Balázs, táncosok. A

³² <http://www.civilradio.hu/musorok.php>

³³ <http://www.civilradio.hu/musorok.php>

március 13-ai műsor vendégei: Komjádi Orsi, selyemfestő, akinek nemsokára kiállítása lesz. Ezután Zsuráfszky Zoltán, a Honvéd Táncszínház híres táncosa beszél saját előadásairól. Végül Bene Máté porckorong szakértő és a műsorvezető beszélgetése következik. Minden vendég után elhangzik a szignál. Logikus a műsor felépítése, és így jól lehet érzékelni, mikor jön az újabb vendég. A műsorok legelején bemutatkozik a műsorvezető, elmondja a műsor elérhetőségeit, ugyanis interaktív adásról van szó, bárki betelefonálhat. Mint ahogy már említettem van külön játék blokk, melyet műsorvezető így konferál: „Elérkezett a játék”. Ez a nyereményjáték független a műsor témáitól. Pontokért, vagy színházjegyekért lehet játszani. Vannak három, de kilenc pontért elvihető könyvek is. A műsorvezető felolvassa a hallgatók pontjait is. Néha a vendégek beszélgetése közben is kérdez, a tevékenységekhez kapcsolódóan. De legtöbbször a kérdések a kultúra minden területét érintik. A leggyakoribbak irodalmiak és történelmiek. A február 20-ai műsor kérdései: „Ki az, aki legyőzte gallokat, ezért haza atyja nevét kapta?”, „Ki alapított államot Krisztus Köztársasága néven?” Olasz csillagász, aki azt mondta, hogy a Föld gömb alakú?

Ebben a blokkban folyamatosan váltják egymást a kérdések és a hallgatók válaszai. A válaszok után gyakran zene jön. Ilyenkor nem csak egy zenét tesz be a műsorvezető, hanem gyakran 2-3 zene is követi egymást.

A műsor hangneme

A műsorvezetőnek fontos az interaktivitás. Jól látszik ez a február 20-i adásában is, ahol elmondja, hogy reméli interaktív lesz a műsor. Hozzáteszi, hogy három módon lehet hozzászólni. Egyrészt sms-t lehet írni, másrészt van alkalom játszani. Nem utolsó sorban kérdezni is lehet a vendégektől. Bátorítja a hallgatókat: füleljenek, jegyzeteljenek. A műsor alatt lehet színházjegyeket nyerni vagy pontokat gyűjteni, amelyeket be lehet váltani könyvnyereményre. Az lehet célja a pontgyűjtéssel a műsorvezetőnek, hogy legyen egy állandó betelefonáló köre. Minél több pontot gyűjt valaki, annál, magasabb értékű nyereményben lehet része. Ezzel a műsor egy egyedi interaktív tulajdonsága is teljesül. A hallgató kiválaszthatja, milyen nyereményt kapjon: ha pontokat akar gyűjteni, akkor könyv nyereményben részesül, ha színházba akar menni, gyakran több jegyből is választhat.

A műsor állandó hallgatói, már szinte be se mutatkoznak. (mint ahogyan néha a 1.5. hold.-ban is előfordul). Néha csak a megoldást mondja a hallgató, nem is köszönti a műsorbelieket. Ők általában a nyeremény miatt telefonálnak, de szoktak kérdezni is az aktuális vendégtől. Itt is vannak, akik csak véleményt mondanak el: megköszönik a jegyet, meg a játékról és nyereményekről beszélnek. A március 13-ai műsorban egy hallgató a selyemfestőtől kérdez. Információkat kér a selyemfestésről. A február 27-ei műsorban az idegenvezetői napról mond véleményt egy telefonáló. Többször megesik az is, hogy a hallgató gratulációját

fejezte ki a vendégnek. Figyelmetlen hallgatók úgy szólnak hozzá a műsorhoz, hogy elfelejtik mi is volt a kérdés. Ezért aztán visszakérdeznak. Nekik rutinná vált a műsorba való telefonálás. A műsor végén a műsorvezető elköszön: „Vigyázzanak magukra, viszlát”. Még megjegyzi, hogy interaktív volt most is a műsor, mert ez egy Interaktív Kultúrkoktél. A műsorok pörgősek és változatosak. Ez egy kulturális programajánló is. A vendégek tevékenységeihez kapcsolódik, és az ő előadásaira is lehet jegyeket nyerni. Egyetlen észrevételem, hogy a műsorvezető gyakran elfeledkezik a vendégei bemutatásról. Elmondja a vendég nevét, de titulását következetesen elhagyja. Az interjúalanyom megkérdezése után kiderült, hogy ő is jó viszonyt alakít ki a hallgatóival, gyakran személyesen is találkozik velük. Előfordult, hogy több hallgató ajándékot is hozott neki a stúdióba, vagy csak egyszerűen meglátogatják őt, esetleg felvetnek egy jó témát a műsorhoz. Azok a telefonálók se zavarják, akik magán dolgaikról szeretnek csevegni. Ha meg is bontják a műsor menetét, utána vissza lehet térni rögtön a műsor témájához.

2.7.6. Az interaktivitás mértéke az elemzett műsorokban

Ebben a fejezetben az általam elemzett adások interaktivitásával kapcsolatos kutatásom összegzem. A merítési mezőt az általam meghallgatott műsorok adták. Igyekeztem a rádió műsorkínálatából minél több adást bevonni a vizsgálatomba. A grafikonon ábrázoltam a hallgatói megszólalások, a műsorvezető, a vendég beszéd időtartamát, és a zene arányát a műsorokban.³⁴

Felmérésemből kitűnik, hogy a leginteraktívabb műsor a 1.5. hold. Az egyetlen olyan adás, ahol a műsorvezető (22%) kevesebbet beszél hallgatóinál.(33%). Bár a zene az, ami a legnagyobb százalékát (55%) teszi ki a műsornak, mégis olyan, mintha több lenne a megszólalók aránya. A Lélegzet is eléggé interaktív, de a hallgató (35%) valamelyest kevesebbet beszél a műsorvezetőnél (45%). Bár figyelembe kell venni azt is, hogy a Lélegzet csak egy, a többi négy pedig két órás műsor. Mivel ennek a két interaktív adásnak nagyobb részt nincsenek vendégei (kivétel egy- két műsor), több idő jut a hallgatóknak.

A Kultúrkoktél és Disputának vannak meghívott vendégei, azonban jól látható a különbség a két műsornál. Míg az elsónél a megszólalók aránya 14% addig az utóbbinál 1%-ék. Jól kitűnik, hogy a Kultúrkoktél műsorvezetője fontosabbnak tartja az interaktivitást, mint a Disputáé, ahol inkább a vendégek kapnak nagyobb megszólalási lehetőséget, bár a műsor nevéből és filozófiájából (lásd 27- 28.) azt hinnénk, hogy jobban interaktívabb lesz az adásuk. A Gombapresszó az egyetlen olyan műsor, ahol kimagaslóan nagy a műsorvezetők megszólalási aránya. A műsorok elemzéséből is jól kitűnik, hogy ők nem fordítanak nagy

³⁴ 4-es számú melléklet: 11- 13.

hangsúlyt az adáson belüli interaktivitásra. Az adáson kívüli interaktivitásnak viszont annál nagyobb szerepe van (lásd 32-33).

2.7.7. A műsorok állandó hallgatói és a moderátor szerepe

Kíváncsi voltam, hogy felfedezhetők-e interaktivitást igénylő, betelefonáló hallgató-típusok. Ezért vizsgálatom kiterjedt arra is, hogy feltérképezsem e műsorok állandó hallgatói megszólalóit, majd a műsorvezetőket is kategorizáltam.

A műsorok állandó hallgatói:

- egy férfi idősebb hallgató, aki rendszeresen előtűnik mind a 1.5 hold., Gombapresszó és Kultúrkoktél műsorokban. Akkor is betelefonál, ha nincsen különösebb mondanivalója. Ő az, aki a 1.5. hold. -ban gyakran szaval verseket.

- egy középkorú férfighallgató, aki gyakran részt vesz, mind a Kultúrkoktél, mind a 1.5. hold. műsorban. Általában véleményt mond az adott témához. A Kultúrkoktélban a legjobban tudja a történelmi kérdéseket. Mindig ő mondja meg legelőször ezeknek a megfejtését.

- egy középkorú családanya, aki gyakran folytat diskurzust a legelső férfi hallgatóval. Ő is aktív hallgatója a 1.5 hold., Kultúrkoktél műsorainak. Néha a Gombapresszóba is megjelenik. A Kultúrkoktél irodalmi kérdéseire ő szokott a leggyorsabban válaszolni.

- van több olyan hallgató is, akik többször megjelenik, mind a 1.5. hold., mind a Kultúrkoktélban, de ők nem olyan hosszasan szólalnak meg, nincsen felesleges mondanivalójuk. A Kultúrkoktélban gyakoriak azok is, akik csak megfejtést mondanak egy kérdésre, és nem akarnak beszélgetni.

A Lélegzet és Disputa műsoroknak megfigyelésem szerint nincsenek állandó hallgatói. Ez azért is alakulhatott ki, mert ezeknek a műsoroknak komolyabbak a témái és kevesebben mernek hozzászólni. A Disputában meglátásom szerint, nagyon kevesen mernek kérdezni a vendégtől. A Lélegzetben pedig inkább azok telefonálnak, akik vagy véleményt akarnak mondani, de gyakoribbak azok, akik a nyereség céljából jelentkeznek.

A moderátor

A műsorvezetőket az öt elemzett műsor alapján kategorizáltam:

- 1.5. hold. műsorvezetője: itt a moderátor egyenlően kezeli a hallgatókat. Többször előfordult az is, hogy a hallgató témafelvetése került bele a műsorba. Itt van a hallgatóknak a legnagyobb megszólalási joga. A műsor felépítése viszont logikus, a moderátor jó irányító, felsőbbrendűséget egyáltalán nem mutat.

- Disputa: itt rögtön szembetűnik ki a műsorvezető, végig ő irányítja a műsort. A vendégeket természetesen meghallgatja, a hallgatókat se szűri ki az adásból. Gyakran akadozik a műsor menete és unalmassá válik.

- Gombapresszó: a műsorvezetők egymás között beszélnek, nem nagyon kedvelik a betelefonálókat. A fő moderátor nem törekszik arra, hogy logikusan felépítse a műsorát. Gyakran a „semmiről” beszélnek.
- Kultúrkoktél: műsorvezetője laza stílusú, bárki megszólalhat nála, esetleg félbeszakíthatja a vendég mondanivalóját is. A műsor menete pörgős, több téma színesíti az adásokat.
- Lélegzet: műsorvezetője jó moderátor, logikus a műsor felépítése. Szívesen hallgatja meg a telefonálókat, sőt, többször kérdezi a hallgatók véleményét is.

2.8. Interaktivitás a rádión belül

A rádió sokféle rendezvényt szervez. Elsősorban dolgozóiknak, hiszen van 200 olyan ember, akik nem nagyon találkoznak egymással. Meg kell ragadni az alkalmat, hogy összejöjjenek a műsorkészítők. Ezeket az alkalmakat meg is hirdetik, és erre néha a hallgatók is eljönnek. Tavaly a Fonóban szerveztek beszélgetést és sütögetést. Pogány György, a rádió főszerkesztője így mesélt erről az eseményről:

„Megjelent a rendezvényen egy ismeretlen két méteres fickó, odalépett hozzám. Majd köszönt én meg kérdezem tőle, honnan jött, erre rám nézett és azt mondta: Kedd este ugye - akkor maga a Pogány György. Ez a férfi körbejárta a társaságot, belehallgatott a beszélgetésekbe, és tudta a szerkesztők nevét. Ő egy olyan Civil Rádió hallgató, aki sok műsört ismer és hangról mindenkit képes beazonosítani.”

A rádió műsorkészítőinek negyedévenként van egy nagyobb összejövétel, pl. főzés, a római parton. Ezeket kimondottan „belsősöknek” szervezik. Létezik egy klub is a Fonóban, ebből a rádió műsorfelvételt is készít. Ez egy nyílt nap, a klub az aktuális napra egy témát készít elő, pl. jazz - ekkor megjelennek a Fonóban a legjobb jazz-zenészek is-. Ez az összejövétel egy beszélgetés két órán át, közönséggel együtt, tehát bárki eljöhet. Ebben a klubban szó volt már a 11. kerület működésétől kezdve, a hangszerkészítőktől át a cigánykérdésig. Ezt a napot minden héten, csütörtökön tartják meg. Most ez egy hónapja szünetel, de folytatni fogják, mert ez egy izgalmas élő kapcsolat.

Ezen kívül több képzést és tanfolyamot is szerveznek. A magyarországi indulás előtti kisközösségi rádiók számára, vagy több nemzetközi projektben benne vannak: ilyen pl. a Kárpát-medencei vagy Európa különböző civil mozgalmaival kapcsolatos együttműködések. Ezeknek is vannak rendezvényei: egy három napos felkészítő tanfolyamot szerveztek a Kárpát-medencei magyar nyelvű újságírók számára, tréninget civil szervezetek képviselőinek is "Hogyan készítsünk híreket önmagunkról" címmel. Rájöttek, hogy a civil szervezetek milyen nehezen bocsájtanak ki híreket a saját működésükről. A rádió rendszeresen szervez médiaképzéseket a non profit szektorban szakértők közreműködéssel. A Handicap Alapítvánnyal is együttműködnek, többször közreműködtek sérült emberek médiahasználatát segítő felkészítésekben.

De természetesen belső műhelyek is vannak, folyamatos felkészítést tartanak az új önkénteseknek. Itt megismerhetik az újdonsultak a közösségi rádiózás műfaji sajátosságait, vannak helyzetgyakorlatok, műsorelemzések, ez egy komoly közösségi műhelymunka. Fontos közösségfejlesztő szerepe van annak is, hogy az önkénteseket a stáb tapasztaltabb tagjai segítik, tehát a csoporton belül egymást képezik. Több alkalommal szerveznek a stáb számára hétvégi műhelymunkákat, amelyek az önépítésre, a szervezet működésének fejlesztésére kínálnak jó alkalmat.

A rádió életnek ez a fajta interaktivitása széles körben működik.

2.9. Műsorszerkesztők véleménye az interaktivitásról

Pogány György³⁵ főszerkesztő nem annyira preferálja az interaktív rádiózást. Szerinte egy országos rádiónál vagy egy kisebb rádiónál, amely egy településhez tud szólni, - sokkal fontosabbak a hallgatók, mint 2-3-10 betelefonáló. Önmagában az interaktivitást nem érzi pozitív dolognak, nem erőszakolná, de vannak olyan helyzetek, ahol érdekes lehet. Az esetek többségében a nagyfokú interaktivitás felboríthatja a műsor gondolkodásmódját. Nem mindig használ a műsornak, ha pl. valaki másról kezd el beszélni. Rádiózásban az alapvető interaktív kapcsolat a betelefonálás, ez nem a kedvence. Sok más interaktív lehetőség pl. az internet: adással egyidejű fórumok is működnek. Ezekbe rendszeresen írnak hallgatók, bár ők nem nagyon különböznek a betelefonálóktól. Az lenne az izgalmas, ha lenne a műsorvezetőknek erejük arra, hogy egy weboldalon egy- egy témához kapcsolódóan a műsor elhangzását követően vagy mellette kialakulna valami vitaszerűség, beszélgetés, amely a weboldalon is folytatódik, ez ritkán történik meg, pedig most már több műsornak is van blogja. Az Internet hozzászólások minősége, hangvétele véleménye szerint hasonló a többi rádióéhoz. Az ő rádiójuk abban más, hogy sokféle rendezvényt szerveznek a belső munkatársaknak is.

Péterfi Ferenc a rádió egyik alapító tagja szerint, lelegejétől fogva, amikor megpróbálták kialakítani a rádió arculatát, pl. milyen hangnemben szóljon, az volt az alapfeltétel, hogy partnernek próbálja a műsorvezető tekinteni a hallgatót. „Ne szorítsa sarokba, ne hozza méltatlan helyzetbe a műsorvezető a hallgatót, bármilyen poén kedvéért sem, ez a fajta méltóság nagyon fontos.”

Eleinte úgy gondolta, hogy a rádió sokkal interaktívabb lesz. Azt látta, hogy sokszor nagy az interaktivitás, de ezt egy nagyon szűk kör produkálja: ugyanazok telefonálnak többször egy

³⁵ Interjúmban elmondta, hogy amikor megalakult Civil Rádió, ő akkor hagyta ott hivatalosan az újságírói pályafutását, a Magyar Rádió munkatársa volt. Barátai, ismerősei találták ki, hogy szeretnének indítani egy félig meddig amatőr rádiót, egy közösségi rádiót. Ő tőle kért tanácsot milyen műsorszerkezeteket alakítsanak ki, hogyan lehet képezni az embereket. A rádió indulásakor el kezdett dolgozni, mint egyik ismerős ember, akivel az alapítók jónak voltak. Szívesen készíti a műsorokat, eleinte ő is részt vett a képzéseken, két éve kérték fel őt, h ő legyen főszerkesztő.

nap, ezért a betelefonálás egy pusztán látszólagos visszajelzés, nem biztos, hogy ez egy természetes viselkedés. Valami különös kell, még ha barátságos hangnemű is az adás, mert ha nagyon okosakat mondanak a műsorvezetők, az elijeszti sokszor a hallgatót. Az interaktivitás fontos, egy kezdő műsorvezető szereti, ha a hallgatók sokszor beleszólnak az adásba. Egy komolyabb témánál előny és nehézség is, ha valaki telefonál. Lehet, hogy a betelefonáló nem mindig a beszélgetés ívét viszi, vagy gyakran visszaveti azt, de az is lehet, hogy rendkívül partikuláris dolgot hoz fel. Előnyös az, ha a műsorvezető tudja kezelni ezeket a helyzeteket, de meglátása szerint nem mindig sikerül ez jól. Játékos műsornál azért más a helyzet, mert az direkt az interaktivitásra megy rá. Az interaktivitás szót az interjúalanyom kitágítva is értelmezi: pl. mennyire reflektálnak levélben, e-mailben, fórumon, vagy mennyire vesznek részt, fogadják el a hallgatók a rádió orientációját, szerinte az is interaktivitás.

Véleménye szerint fontos, hogy azt az arculatot alakítsa ki a rádió, hogy érdemes ide eljönni, hogy be lehet kapcsolódni. Interaktivitás az is, hogy ők nem profikkal rádióznak, véletlen alanyokból épül a társaság. A rádió eseményekről is közvetít, -ez a feltétel az elmúlt egy évben teremtődött meg-, főleg az internet közvetítés kapcsán. De az is interaktivitás szerinte, hogy az ő témáik sokkal tágabbak, mint a hagyományos rádióknál. Most pont van egy rítus, az évfűzés, évfűzés januárban, ahol a fűszerkesztű beszelű arról, hogy sok rádiűt hallgatva, a Civil Rádiű egyike a legsokoldalűbb rádiűknak, akik a tudoműnyos dolgoktól a zenékig, a szociűlis kérdésektűl a szubkultűrűig, sok mindennel foglalkozik.

Összegzés

„Ki kell jelteni, hogy a közösségi rádió fő célja nem az, hogy valamit tegyen a közösségért, hanem az, hogy a közösség tegyen, illetve tegyen valamit saját magáért, például tulajdonolja és ellenőrizzé a saját kommunikációs csatornáit.” („Mi az a közösségi rádió?”, az AMARC Afrika és Dél–Amerika gyakorlati kézikönyve)³⁶

Az általam idézett sorok jól kifejezik azt, amit a szakdolgozatom során vizsgáltam. A közösségi rádiók irányelve meglátásom szerint az, hogy egy adott közösség tagja beleszólhasson a rádió műsoraiba, képviselje saját álláspontját, esetleg problémájára is megoldást kaphasson. Fontos az, hogy a hallgatók valóban érezzék azt, hogy ők „tulajdonolhatják” saját kommunikációs csatornájukat, szinte társuknak tekintsék a rádiót. Ezért lényeges, hogy a műsorvezetők arra törekedjenek, hogy kialakítsanak egy jó kapcsolatot hallgatóikkal. A Civil Rádióban ez a fajta interakció jól működik. Többnyire a műsorvezetők egyenrangú partnerként tekintenek hallgatóikra, törekednek bevinni őket műsoraikba. A hallgatók és a műsorvezetők közötti jó viszonyt az is megerősíti, hogy két interjúalanyom is beszámolt arról, hogy ők műsoron kívül is tartják a kapcsolatot hallgatóikkal. A rádió számos rendezvénnyel, képzéssel is színesíti életét, ahová szívesen várnak hallgatókat is. Így céljuk valóban az, hogy bárki, akit érdekel, megismerhesse a rádiózást és lehetőséget kapjon a műsorok szerkesztéséhez gyarapítva ezzel gyakorlati és technikai tudását.

A közösségi rádió önkéntes munkatársa így megtanulja, hogyan szerezhessen rádiójának támogatást, hogyan kezdeményezzen társadalmi problémák megoldására tett javaslatokat. Másodsorban pedig a közösségi rádiózás különféle készségek elsajátítását és fejlesztését is segíti. Javítja a média írástudók arányát, hiszen több médiából kiszorult egyén kaphat lehetőséget megnyilatkozásra, és a későbbi média szakemberek gyakorló terepeként is szolgál (Péterfi-Péterfi 2009: 20).

³⁶ Az idézet megtalálható: Parola 2004. 1. szám: 8.

Szakirodalom és forrásanyag

BAJOMI- LÁZÁR Péter (2000) *Közszolgálati rádiózás Nyugat-Európában*. Budapest. Új Mandátum Kiadó.107-110, 140-155.

BENEDEK Gergő - GOSZTONYI Gergely - HARGITAI Henrik (2007) Kisközösségi rádiózás Magyarországon. Az első 3 év. *Civil Szemle*. 2007/3-4: 123-144.

Ally FOGG, Phil KORBEL, Cathy BROOKS (2005) *Community Radio Talkit*. Manchester. Radio Regen. 1-13.

Dr. GOSZTONYI Gergely (2007/2008) *Kisközösségi Rádiók Magyarországon*. Budapest. Civil Rádiózásért Alapítvány.

HARGITAI Henrik szerk. (2004) *Kisközösségi Rádiók Kézikönyve*. Budapest. Szabad Rádiók Magyarországi Szervezete.

HAULIS Zoltán (2005) Interaktív műsorformák a tematikus televíziózásban. *Médiakutató*. 2005 tavasz. 1-8.

JENEI Ágnes (2006) Neotelevízió: válság vagy megújulás? *Médiakutató*. 2006 tavasz.

JENEI Ágnes (2007) Digitális interaktív televízió: az (anti)utópisztikus valóság *Médiakutató*. 2007 tavasz.

Mi is a közösségi rádió? (2004) *PAROLA füzetek* 1. 2004: 8

PÉTERFI Ferenc szerk. (1992) A közösségi rádiózásról. *PAROLA füzetek*. Budapest.

PÉTERFI Ferenc szerk. (1999) *Szabadon. A szabad, közösségi rádiózás lehetőségei Magyarországon*. Budapest. Szabad Rádiók Magyarországi Szervezete.

PÉTERFI Ferenc, HUSZERL József szerk.(2003) *Legalább ennyit a kisközösségi rádiózásról*. Budapest. Szabad Rádiók Magyarországi Szervezete.

PÉTERFI Anna – PÉTERFI Ferenc: (2009) Hogy rátaláljunk a helyi közösségek hangjára. A kisközösségi rádiók esélyeiről. *AKTI füzetek* 39.

TÓTH Judit (2001) Szóla Rádió. Közösségi rádiózás Debrecenben. *Médiakutató*. 2001 ősz

VELICS Gabriella (2005) A közösségi rádiózás, mint a társadalmi kommunikáció egyik színtere. In: Szretykó György (szerk.) *Tömegkultúra és tömegmanipuláció a modern társadalomban*. Comenius, Pécs.

Egyéb források

- Civil Rádió honlapja. Elérhető az interneten: <http://www.civilradio.hu> (utoljára ellenőrizve: 2010.04.09.)
- Civil Rádió műsorai: Elérhető az interneten: <http://www.civilradio.hu/musorok.php> (utoljára ellenőrizve: 2010.04.09.)
- Civil Rádió kiskatéja. Elérhető az interneten: <http://www.civilradio.hu/rolunk.php> (utoljára ellenőrizve: 2010.04.09.)
- Gombapresszó blogja. Elérhető az interneten: <http://gombapresszo.com/> (utoljára ellenőrizve: 2010.04.09.)
- Levegő Munkacsoport honlapja. Elérhető az interneten: <http://levego.hu/magunkrol/celjaink> (utoljára ellenőrizve: 2010.04.09.)
- Magyarországi Szabad Rádiók Szervezetének honlapja. Elérhető az interneten: <http://www.szabadradio.hu> (utoljára ellenőrizve: 2010.04.09.)
- ORTT honlapja. Elérhető az interneten: <http://www.ortt.hu/> (utoljára ellenőrizve: 2010.04.09.)
- Szabad Rádiók Magyarországi Szervezete, Alapszabály. Elérhető az interneten: <http://www.szabadradio.hu/hu/alapszabaly> (utoljára ellenőrizve: 2010.04.09.)
- 1996. évi I. törvény a rádiózásról és televíziózásról. Elérhető az Interneten: <http://www.hullamvadasz.hu/ftpterulet/jog/torveny/mediatv.html> (utoljára ellenőrizve: 2010.04.09.)

Interjúk

- Péterfi Ferenc: a rádió egyik alapító tagja
- Pogány György: a Civil Rádió főszerkesztője
- Dabis Balázs: a 1.5. hold. műsorvezetője
- Hajós Vera: a Disputa műsorvezetője
- Weisz Iván: a Kultúrkoktél műsorvezetője

MELLÉKLETEK

