

A közszolgálat megítélése a közszolgálati rádiósok körében

(Példa: A Kolozsvári Rádió magyar adásának munkatársai)

RÁCZ ÉVA MÁRIA, PHD

Szerkesztő, Kolozsvári Rádió – redactor, Radio Cluj

E-mail: raczevi@yahoo.com

Abstract (The Public Service Radio And Its Staff. Radio, Public Service, Role of the Public Service Radio, Mission)

The topic of my doctoral research was the change of public service radio broadcasting, through the example of the Hungarian broadcast of the regional studio belonging to the Romanian Radio Company (Kolozsvári Rádió), between 1989 and 2016. As part of this study, I asked the staff how they see their own mission/role, which topics do they consider important, in their opinion what fits into that mission. My conclusion is that the employees are aware of the role and mission of the regional radio addressed to the Hungarian minority and they can find their best place in that work.

Keywords Radio; public service; role of the public service radio; mission

Rezumat (Percepția radioului public în rândul radiofoniștilor. Radio, serviciu public, rolul radioului public, misiune)

Tema tezei mele doctorale a fost transformarea radiodifuziunii de serviciu public, prin exemplul emisiunilor de limbă maghiară ale Kolozsvári Rádió, studioul regional aparținând Companiei Române de Radio între 1989 și 2016. Ca parte a acestui studiu, am întrebat redactorii cum își văd propria misiune/propriul rol, ce subiecte consideră că sunt importante, în opinia lor ce se potrivește cu misiunea radioului public. Concluzia este că angajații sunt conștienți de rolul și misiunea radioului regional adresat minorității maghiare și își găsesc rolul în emisiuni și în această muncă.

Cuvinte cheie Radio, serviciu public, rolul radioului public, misiune

Doktori kutatásom témája volt a közszolgálati rádiózás változása, a Román Rádiótársasághoz tartozó területi stúdió, a Kolozsvári Rádió magyar nyelvű adásának példáján keresztül, 1989–2016¹ között. A kutatáshoz elég kevés, hiányos forrásanyag áll rendelkezésre, ezért az ott dolgozók személyes archívumaira, emlékeire is támaszkodtam. A vizsgálat részeként, a rádiónál dolgozó munkatársaknak küldtem el egy online (Google sheets) felületen keresztül kitölthető kérdőívet nyílt és zárt kérdésekkel. Voltak kérdések a korábbi műsorokra, rádiózási szo-

kásaikra vonatkozóan, valamint arról is kérdeztem, ők hogyan látják saját küldetésüket/szerepüket: milyen témákat tartanak fontosnak, illetve a jelenlegi és a jelenleg nem létező, de lehetséges műsorok közül mi az, ami szerintük ebbe a küldetésbe illeszkedik, és szívesen csinálnák, ha választhatnának. Ez utóbbi, a küldetésre vonatkozó kérdéscsoportra adott válaszaikról is írok jelen tanulmányban.

A *Rádiókutatás 2018* címmel összeállított kérdőívet az adott időszakban ott dolgozó 22 kollégának küldtem el, közülük 14 töltötte ki. A válaszolók közül tízen az 1990–1995 közötti időszakban kezdtek el a rádiónál dolgozni főállásban. További hárman 2001–2002-ben, és egyetlenegy (egyébként régóta külsősként bedolgozó) kollégát alkalmaztak 2016-ban. Tekintettel az évek során felhalmozódott tapasztalatra, úgy gondoltam, érdemes kikérni a rádiósok témaszelekcióra vonatkozó véleményét, és azt is, hogy mire emlékeznek, milyen rovatokat-műsorokat szerkesztettek korábban. Meglepő, hogy kevesen adtak egészen pontos választ, bár legtöbben megjelöltek egy időszakot az egyes műsorokra vonatkozóan. A rádióban feldolgozott témák tekintetében („Az általad feldolgozott témákat honnan gyűjtöd? Több válasz lehetséges.”), a válaszokból bebizonyosodik, hogy a rádiósok is folyamatosan keresik a témákat: folyamatokat figyelnek meg (10), feldolgozzák azt, ami aktuális, tele van vele a sajtó (6), ami közbeszéd tárgya a mindennapokban (5). Kevesebb alkalommal válaszolták azt, hogy azzal foglalkoznak, ami őket vagy ismerőseiket, családjukat érinti (sorrendben 4, 4, 2 személy jelölte ezt a választ). Emellett, 2 válaszadó „mindenhonnan” gyűjti a témákat. Ezek közül pedig az alapján választanak („Az általad feldolgozott témákat mi alapján választod ki? Több válasz lehetséges”), hogy a téma legyen közérdekű (9) aktuális, informatív (8), oktató-nevelő célú tartalom (6), szórakoztató vagy érdekes (6). Emellett, leginkább a regionálisan érdekes vagy fontos témákat kedvelik (7), ezt követik a helyi jelentőségű (5), illetve az országosan fontos (4) témák.

A rádiót a hangok teszik színessé, ezért az az általános megítélése, hogy a rádióban leggyakrabban híreket hallunk vagy hosszabb-rövidebb interjúkat, beszélgetéseket, esetleg ritkábban előfordulhat még hírháttér vagy rádiós jegyzet. Másik „közkedvelt” ítélet a közszolgálati rádióról: unalmas, egyhangú, csak kötelező dolgokkal foglalkozik, ugyanazokat ismételteti. Ezeknek a sokszor hallott, beskatulyázó kijelentéseknek a valóság alapját is igyekeztem megvizsgálni a kérdőívben.

A válaszok arra világítanak rá, hogy a felmérésben érintettek által használt rádiós műfajok ennél sokkal változatosabbak. A megadott műfajokból is választottak: hírek 12, tudósítások 11, interjú 13, riport 9, jegyzet vagy egyéb rádiós publicisztika 6. Továbbá, az „egyéb” lehetőségénél felsorolták a következőket: színes hírek (2), humor.² Kiderült, hogy jellemző volt a vizsgált időszakban a különböző rovatok kitalálása és szerkesztése: csak 2 kolléga nem jelölt meg rovatot, egyikük azzal a megjegyzéssel, hogy csak műsorai voltak, rovatai nem. A műsorok tematikája is változatoságot mutat. A „Milyen területekkel foglalkoztál a műsoraidban?” zárt kérdésre a megjelölt területek eloszlása: társadalom/szociális ügyek 11, politika 10, oktatás 10, közélet 9, közművelődés 9, egészségügy 7, gazdaság 7,

kultúra 7, könnyűzene 7 (ketten kizárólag ezt jelölték meg), tudomány/technika 6, bulvár/szórakozás 6, népzene 5, életmód/gasztronómia 5, egyház/vallás 4, sport 3, komolyzene 2.

A „Milyen témákkal foglalkoznál legszívesebben?” nyílt kérdésre válaszolók fele a társadalom ügyei, szociális témák iránt érdeklődik, ezeket dolgozná fel műsoraiban. Egyharmaduk szívesen foglalkozna lelki, szellemi kérdésekkel, valamint szintén egyharmadnyi közéleti, gazdasági témákkal. Ezt követi 3-3 válasszal a tudományos ismeretterjesztés, az oktatás-nevelés, a kultúra, a közművelődés. Ha az ezeket a témákat kedvelők számát összeadjuk, kiderül hogy összességében a csapat érdeklődik a Román Rádiótársaság által elfogadott, Rádiós Újságírók Statútumában is megszabott területek iránt: valóban szívügye az oktatás-nevelés, a kultúra és tudomány, valamint a közéletről, gazdaságról, társadalomról, szociális kérdésekről is szívesen készítenének rádiós anyagokat. A zenei paletta sem egysíkú: komolyzenével és rockzenével, valamint, a hagyományok által a népzennel is szívesen foglalkoznának.

Társadalom/szociális ügyek, szociológia, sajtó/média	7
Pszichológia, mentálhigiéné, filozófia	4
Közélet, gazdaság, vidékfejlesztés	4
Tudomány, tudományos ismeretterjesztés	3
Oktatás/nevelés	3
Rockzene, rockkultúra	3
Közművelődés, hagyományőrzés	3
Kultúra, képzőművészet, színház, irodalom, film	3
Környezetvédelem	2
Életmód, gasztronómia	2
Komolyzene	2
Szórvány	2
Utazás	2
Sport	2

1. táblázat: „Milyen témákkal foglalkoznál legszívesebben?” (nyílt kérdés)

Szintén érdemes volt összesíteni a „Milyen műsort vezetnél/szerkesztenél szívesen?” kérdésre adott válaszokat. Ezekből az előzőhöz hasonló kép alakult ki. A válaszadók majdnem fele (6) vezetne szociális témájú vagy közéleti beszélgetőműsort. Szakember közreműködésével készülő szolgáltató-tanácsadó, illetve hallgatókkal való beszélgetős műsort összesen 8 szerkesztő vezetne szívesen. A gazdasági témájú és a tájékoztató műsorok (3–3) ugyan nem annyira népszerűek, de azoknak is akadna gazdája, csakúgy, mint a nagyon intenzív munkával járó tájékoztató és hírműsoroknak. A válaszadók között nem akadt viszont gazdája a sportműsoroknak, a komolyzenei³ és népzenei, valamint az egyházi-vallási témájú műsoroknak. A válaszokból tehát az derül ki, hogy a hallgatóknak

ma is nagy szerepet szánnak a közszolgálati rádiósok, illetve, hogy a szolgáltató műsorok, a hallgatókkal való beszélgetések is fontosak számukra, sőt, a sokak által nem kedvelt zenés üzeneteknek is meglenne a házigazdája (1 szerkesztő). Tehát a szerkesztő-műsorvezetők tisztában vannak a közszolgálati feladatukkal, s azzal is, hogy a hallgató nélkül, az ő véleményük meghallgatása nélkül nehezen él meg bármilyen rádió, illetve, hogy a közszolgálat eszményét képviselő műsorok nem maradnak meg az elméletben: a gyakorlatban is fontosak a válaszadóknak.

Közéleti beszélgetőműsort	6
Szociális témájú műsort	6
Magazinjellegű műsort	5
Szolgáltató-/tanácsadó műsort (részt vevő szakemberrel)	4
Hallgatókkal beszélgető műsort	4
Könnyűzenei műsort	4
Gazdasági témájú műsort	3
Tájékoztatóműsort, hírműsort	3
Aranyszalagári hangokat újragondoló műsort	2
Tudományos témájú műsort	2
Kulturális témájú műsort	2
Szórakoztatóműsort	2
Kulturális műsort	1
Tudományos témájú műsort	1
Politikai elemző műsort	1
Hallgatói zenés üzeneteket	1
Komolyzenei műsort	0
Népzenei műsort	0
Egyházi-vallási témájú műsort	0
Sportműsort	0

2. táblázat: „Milyen műsort vezetnél/szerkesztenél szívesen?” (többszörös választás)

Kíváncsi voltam: ennyi rádiós tapasztalattal a hátuk mögött, hallgatnak még rádiót, hallgatnak még „saját” műsort a rádiósok? A válaszadók (egy kivétellel) hallgatják a Kolozsvári Rádió magyar adását: 6 olykor-olykor, véletlenszerűen, 4 a magyar adást állandóan, ha csak teheti, 3 csak a neki kedves műsorokat/rovatokat hallgatja. Jellemzően otthon hallgatják, rádióból (7) vagy internetről élőben (5). Emellett, kevesebben, de megjelölték azt, hogy internetről, élőben, bárhol (4), illetve rádióból, autóban (3), valamint a munkahelyen, „telefonról, FM-en” és „okostelefonos applikáción” (1-1) hallgatják az adást. Érdekes, hogy a válaszadók közül senki nem jelölte be azt a lehetséges választ, hogy „internetről visszahallgatok felvételeket”. A válaszadók közül öten hetente néhányszor, négyen néha, hárman naponta hallgatnak más rádiót (is), ketten azt jelölték meg, hogy „nem hallgatok más rádiót”. (Az „egész nap mást hallgatok” választ nem jelölték.) Az a

bizonyos „más rádió” pedig a válaszok alapján lehet hazai kereskedelmi, románul vagy magyarul, illetve hazai kereskedelmi (5-5), hazai, románul sugárzó, illetve magyarországi közszolgálati vagy kereskedelmi csatorna (4-4). Két-két válaszadó hallgat még hazai magyar közszolgálati, illetve internetes idegen nyelvű (nem román és nem magyar) csatornát. A válaszadók körében nem jellemző a magyar vagy román nyelvű internetes rádióadások hallgatása, sem a magyar vagy román nyelvű közösségi csatornák hallgatása, és hazai magyar nyelvű közösségi/egyházi műsrot is csak egy válaszadó hallgat.

A legújabb kori, internetes jelenlétről megoszlanak a vélemények a rádiósok körében. A *„Véleményed szerint, az internetes sugárzás lehetősége miben változtatta meg a Kolozsvári Rádió műsorait?”* kérdésre adott válaszok között egyfelől megjelenik az, hogy a lehetőség semmiben nem változtatta meg a műsorokat, hogy „nem pótolja a földi sugárzást”, hogy kizárja az idősebbeket, illetve, hogy „romlott az éterbe kerülő műsorok minősége, de nem csupán ezért...”, vagy egy másik válaszban: „Ez az időszak, együtt a vezetécserékkel, felhívította a tartalmat”. Másfelől, pozitívumként jelenik meg a szélesebb célközönség (például a nyugati diaszpóra) elérésének lehetősége, az esély a nagyobb hallgatottságra, azáltal, hogy bárholnan elérhető a műsor, illetve, hogy egyes műsorok visszahallgathatók a honlapon. Megjegyzik ugyanakkor, hogy az interneten bárholnan elérhető műsorsugárzás a témaszelekciót is befolyásolhatja, hogy a kollégák ismertsége nagyobb lett, de azt is, hogy „nagyobb a bóvli kísértése, de többen jól használják: kiegészítő-megőrkítő eszközként”.

Hogy *„a közösségi oldalak (pl. Facebook) megjelenése miben befolyásolta a Kolozsvári Rádió műsorait”* (nyílt kérdés), arról szintén megoszlanak a vélemények. Az egyértelműen pozitív oldalát hangsúlyozta a válaszadók fele:

Könnyít az interaktivitáson, új közönséget, hallgatói rétegeket szólít meg, ér el.

Többen hallanak róluk, esetleg többen is hallgatják.

Multimediális lett, még több emberhez eljut(hat), „van képünk hozzá”, sőt, időnként videónk is. Jó promóciós felület.

Gyorsabban reagál eseményekre, jobban reklámozza a műsorait.

A posztok révén népszerűsíthetők a műsorok, széles körben népszerűsíthető a rádió oldala is.

A válaszolók másik fele pedig fenntartással viszonyul az új lehetőséghez: bár – többnyire – látják a pozitívumait, de közben tartanak a negatívumaitól. Az ő válaszaik a következők:

Ismertebbé teheti, de én konzervatív vagyok, az éter híve. Ezt nem helyettesíti.

A műsrot szinte semmiben [nem befolyásolta], viszont megindult a lájkvadászat: mindegy mit teszünk fel, csak sokan szeressék.

A lájkvadászat a cél, sokkal inkább, mint a minőségi tartalom gyártása. A 24 óra, a net, a FB, a felpörgés mind a minőség rovására megy.

Többen tudnak rólunk (nem biztos, hogy többen is hallgatnak).

Egyrészt „láthatóbbak” [a műsorok], másrészt gyakran hamis mércékre hangolódnak.

Gyors információforrás, a hallgatóval való gyors és közvetlenebb kapcsolattartásban nemcsak interaktív műsorokban, hanem általában. Segít a hallgatói profil megrajzolásában (látod mi érdekl, általában az embereket), a téma forró lesz. De becsapós, észnél kell lenni, ellenőrizni, mérlegelni.

Népszerűsítésünkre jó, csak ember kell hozzá, 24 órából 24-re. Néha onnan jön a téma. Ez is jó. DE: a 24 óra, a net, a FB, a felpörgés mind a minőség rovására megy.

Évek óta megválaszolatlan kérdés számomra, hogy a kisebbségi, főleg szóránymegyéknek sugárzó regionális rádió valójában hogyan határozhatja meg saját magát és küldetését, hiszen bár állami finanszírozása és műsorstruktúrája közszolgálati, a klasszikus értelmezés szerint, a kisebbségi csoportoknak szóló műsorokat és műsorszórókat közösséginek tekinti, a körzeti vagy helyi adásokat pedig a kereskedelmiek közé sorolja a szakirodalom (például Bajomi-Lázár 2000, 145.). A műsorok terén és a hallgatókkal való kapcsolatban is jelentős változásokat észlelhetünk az utóbbi években. A web 2.0 korszaka, a közösségi média, a felhasználó által generált tartalom a rádióra és a rádiózásra is visszahat: a rádió nemcsak hogy jelen van a weben is, de a közösségi médiában is keresi a fogyasztók minél jobb, minél közvetlenebb elérését, és kéri a visszajelzésüket is – ami pedig ismét csak távolít a klasszikus közszolgálati („emelkedett”) stílustól és hierarchikus kapcsolattól, és sokkal közelebb áll a kereskedelmi és közösségi rádiók közvetlen stílusához és „formálisan egyenlő” kapcsolatához. (A három rádiótípus műsorairól és a közönséghez fűződő viszonyukról lásd: Bajomi-Lázár 2000, 145.)

Nem vitás, hogy a Kolozsvári Rádió magyar szerkesztősége közszolgálati feladatokat lát el, de egyértelműen másként kell azt tennie, mint a fővárosból országosan sugárzó csatornáknak. A központi, bukaresti Román Rádiótársaság megteheti, hogy szakosodott műsorfolyamokat készít: van hírcsatornája, kulturális, komolyzenei, ifjúsági és vidéknek vagy egy-egy kisebb-nagyobb régióknak szóló csatornája. De a kisebbségnek magyar nyelven sugárzó regionális csatorna, a Kolozsvári Rádió, bár számos frekvenciája van, ezek összességükben (sem) biztosítják a sugárzási terület teljes lefedését – vagyis a vételt az adáskörzet minden megyéjében, a magyarok által is lakott területeken. Tehát a több frekvencia nem ad lehetőséget a szakosított sugárzásra, csak arra, hogy minél több hallgatóhoz eljussanak az éterben. Az internetes sugárzás nem megoldás, hiszen ahhoz Romániában nincs kellő lefedettség.

Ha a célközönség alapján gondolkodunk, akkor a műsor egy közösségi rádióhoz is közel állhat, hiszen egyetlen közösség, a romániai magyarság tagjaihoz szól, annak sajátos értékeit is képviselve és közvetítve. A kisebbségekhez szóló rádiókat pedig általában közösséginek tekintik, erre több példa van például

Franciaországban is. (Bővebben lásd Bajomi-Lázár 2000, 108–109.) Ez a közösség azonban a teljes társadalmat leképezi, csupán nyelvileg és (jellemzően) vallásban különül el a – román nyelvű – többségeiktől, vagyis nem tudnánk megjeleníteni olyan érdeklődési kört, olyan meggyőződést, amely a magyar identitáson túl, további szempont alapján homogén csoportként határozná meg a romániai magyarságot.

Szintén el kell, hogy különítse a vizsgált rádiót a közösségitől a szakmaiság igénye. Közszolgálatiként nem mondhat le ugyanis a szakmai felkészültség elvárásáról, nem engedhet bárkit mikrofon elé: úgy kell megválogatnia a munkatársait, hogy azok kellően tájékozottak legyenek a nagypolitikában, a közéletben és akár a kisebbségi kultúrában egyaránt, és ne csak az adásközpontot, Kolozsvárt, Kolozs megyét ismerjék, hanem szükség esetén a szilágysági, a bihari, a szatmári, de akár a dél-erdélyi eseményekről is kontextusukban tudjanak szólni. Ez a szakmai válogatás a szerkesztőség vezetőinek felelőssége.

Ugyanakkor, szükséges olyan információs hálózat kiépítése, hogy a hírek ne csak egy városról – és ne egy városnak – szóljanak, hanem a besztercei és a bihari, a szatmári és a szebeni magyar egyaránt találjon magának fontos információt, érdekességet a műsorban. Ezt pedig a minden megyét lefedő, nemcsak a híradónak, hanem akár több műsornak dolgozó, fizetett tudósítói hálózat tenné lehetővé – ehhez azonban intézményi döntésre volna szükség.

Szakirodalom:

Bajomi-Lázár Péter, 2000: *Közszolgálati rádiózás Nyugat-Európában*. Új Mandátum Könyvkiadó, Budapest.

Balázs Géza, 1995: *Újságírás, rádiózás*. Haza és Haladás Alapítvány, Budapest.

Balázs Géza–Kuti Sándor–Szayly József, 1997: *Rádiós ismeretek. A műsor-szolgáltató rádiózás kézikönyve*. DUE, Budapest.

Fábián Pál (szerk.), [é. n.]: *A körzeti stúdiókról. A Magyar Rádió nyelvi bizottságának elemzései (1993–1994)*. Kiadja a Magyar Rádió nyelvi bizottsága.

László Edit, 2011: A területi közszolgálati rádió funkciói. In: *MeDok* 2011/3., 63–70.

Szigethy Emma, 2007: *A rádiózás mint kommunikációs innováció térben és időben. Közszolgálati, kereskedelmi, helyi, közösségi és internetes rádiózás*. Doktori értekezés. Pécs.

Jegyzetek

1 A vizsgálat kezdő időpontja a rádió újraindulása az 1989-es társadalmi változások után (1989. december 22.). Záró időpontja a rádió magyar nyelvű adásának látszólagos kiterjesztése, amikortól kezdve a magyar nyelvű műsort napi 24 órában sugározza a rádió, a korábbinál jóval kisebb lefedettséggel (2016. november 1.).

2 A továbbiakban felsoroltak nem műfajok: műsorvezetés, műsorszerkesztés, talkshow, interaktív műsorok, zenei műsorok, reggeli tájékoztató magazinműsor.

3 Torzíthat a képen az a tény, hogy a komolyzenei műsorok szerkesztőjétől, aki több mint 20 éve foglalkozik a témával, nem kaptam választ a kérdőívre.