

Mikos Ákos: Vallási rádiók és rádiózás Magyarországon

A rádiós szakmán belül van egy mondás: „Az emberek az újságot olvassák, a tévét nézik, a rádiót pedig szeretik.” Mindez röviden és hétköznapi módon foglalhatja össze azt, hogy mennyire közvetlen viszony alakulhat ki a rádió, mint média termék és az azt fogyasztó emberek között. Ez a viszony olyannyira közvetlenné és szorosává válhat, hogy egyfajta „barátság” is kialakulhat. Többen úgy írják le a rádiót, mint egyfajta társat, akitől informálódhat, és akivel „beszélgethet”.

Ennek jelentőségét még nem ismerhették fel akkor, amikor a Vatikánban 1963. decemberében kiadták az Inter mirifica kezdetű dekrétumot, amelyben a tömegtájékoztatási eszközök vallási jelentőségével kapcsolatosan kijelentették: „...ezek az eszközök, ha helyesen alkalmazzák őket, az emberi nemnek nagy segítséget nyújtanak, mert nagyban hozzájárulnak a szellem pihenéséhez és kiműveléséhez, illetve Isten országának terjesztéséhez és megszilárdításához.” (www.katolikus.hu – 1963) Ennek a gondolatnak a kicsúcsosodása volt a vallási- és egyházi rádiók szélesebb körben történő megjelenése, azoknak új irányba terelése, sőt az egyház részéről annak támogatása anyagiakban és szellemiekben egyaránt. Kétségtelen, hogy korábban is léteztek vallási- és egyházi rádiók, ám azok csak elszórva azokban az országokban, ahol felismerték ennek jelentőségét és hasznosságát a hívek, vagy lehetséges hívek felé történő kommunikációban.

Ennek a tanulmánynak egyrészt feladata, hogy megismertesse annak történetét, hogy hogyan jelentek meg az első vallási tartalmak a kialakuló új tömegkommunikációs eszközön belül, mind nemzetközi, mind hazai viszonylatban, mikor és hogyan jöttek létre az első csak tisztán vallási és/vagy egyházi adók; másrésztől számot vet azzal kapcsolatban, hogy vajon milyen helyzetben van a rádiózás Magyarországon a 2020-as évek felé haladva és ezen belül a vallási tartalom megállja, vagy megállhatja-e a helyét. A munkában a magyarországi vallási tartalmat is szolgáltatató rádiók vezetőivel készített interjúk alapján annak összegzésére is kísérletet tettem, hogy feltárjam a ma Magyarországon működő ilyen jellegű rádiók jellemzőit, annak lehetséges eltéréseit a mainstream rádiózási szokásoktól. Érdekes volt továbbá az is, hogy milyen célok motiválják a műsorkészítőket annak érdekében, hogy a lehető legtöbb embert elérjék.

Emellett egy kutatás eredményét is összegzem. Egy saját, online felmérés alapján azt vizsgáltam, hogy vajon a fiatalok hallgatnak-e egyáltalán vallásos rádiót, és

ha nem, akkor milyen preferenciáik és elvárásaik lennének egy ilyen rádió irányába. Ezzel kapcsolatosan két hipotézisem volt:

- 1) Az előzetes adatok és beszélgetések alapján kijelenthető, hogy a magyarországi vallási- és egyházi rádiók nem, vagy csak több évtizedes késéssel követik a rádiózási trendeket, így kialakítva maguk körül egy nehezen behatárolható rádiós formátumot.
- 2) Ennek egyik oka és egyben következménye is, hogy a vallási tematikájú és/vagy egyházi tulajdonú rádióknak hipotézisem szerint nincs szigorúan vett célközönsége. A pozícionálást vagy széleskörűen, hevenyészett módon kezelik, vagy maradnak olyan tényezők mellett, mint a kevésbé megfogható „érdeklődők”. Ennek eldöntésére, vagy kibogozására a dolgozat további részében teszek kísérletet.

Az is fontos kérdése emellett ennek a tanulmánynak – figyelve az Európa és az amerikai kontinens hasonló rádióit –, hogy lehetséges-e létrehozni egy olyan műsorszerkezetű egyházi és/vagy vallási rádiót, ami kifejezetten hallgatóbarát lehet a fiatalabb korosztály számára és felveheti a versenyt a kereskedelmi rádiókkal is a hallgatottsági versenyben. Ennek kifejtése már nem elsődleges feladat, de ahol a helyzet megkívánta, ott röviden kitértem erre.

Egyházi és vallási rádiók fogalmának tisztázása

Mielőtt az értekezés központi témájának kifejtésébe kezdenénk, érdemes tisztázni, hogy mi a különbség a vallási és egyházi rádiók között? Többször keveredhetünk összetett megfogalmazásba, ha megpróbáljuk meghatározni, hogy miként nevezzük azokat a rádiókat, amelyek vallási tartalommal dolgoznak részben vagy egészben, és/vagy egyházi tulajdonban vannak részben vagy egészben. A valóságban egyik sem feltétele a másiknak, tehát léteznek vallási rádiók nem egyházi tulajdonban, és léteznek egyházi rádiók nem feltétlenül vallási tartalommal. Dr. Radetzky András, a Magyar Katolikus Rádió vezérigazgató-helyettese szerint különbséget kell tenni egyházi és vallási rádiók között. Az előbbi fenntartásának legnagyobb részét az őt támogató egyháztól kapja, a vallási rádió pedig jobbra önfenntartó magánvállalkozás.

Tehát a különbség a finanszírozás formájában kereshető elsősorban, de különbséget tehetünk az egyházi rádiók vallási témákban konszolidáltabb, számában és mennyiségében visszafogottabb megjelenésében a vallási adókkal szemben, ahol fajsúlyosabban, sokkal nagyobb számban, olykor 100%-os arányban jelennek meg ezek a tartalmak.

Az egyszerűség kedvéért ez a tanulmány a finanszírozás alapú megkülönböztetést használja ezeknek az adóknak, tehát, ahol az egyház tulajdonrészt vállal részben, vagy egészben egy rádióban, azt egyházi rádióknak, amelyik magánkézben van és vallási tartalmat szolgáltat részben vagy egészben, azt vallási rádióknak nevezem.

(A tulajdonlás mellett egyébként az egyház az egyházi adók esetében humán-, és pénzügyi támogatást nyújt ezen intézményeknek).

A nemzetközi rádiós terminusban összefoglalóan „*religious radio*” néven találkozhattunk ezekkel a rádiókkal, de megkülönböztetésükre sokszor nem is teszünk kísérletet. Én, ha összefoglalóan kell megneveznem őket, a továbbiakban a vallásos rádiózás kifejezést használom.

Magyarországon hivatalosan, analóg földfelszíni sugárzásban négy nagy, vallási tematikájú rádióhálózat működik. Szintén analóg földfelszíni sugárzásban még három helyi adót hallgathatunk, amelynek vallási tematikája van. A magyarországi négy, nagy analóg földfelszíni sugárzásban hallgatható hálózat megalakulásuk sorrendjében:

- a Szent István Rádió
- a Magyar Katolikus Rádió
- a Mária Rádió
- az Európa Rádió

A további helyi érdekeltségű, analóg földfelszíni sugárzású vallási- és egyházi rádió:

- a Kontakt Rádió
- a Halas Rádió
- a Credo Rádió

Emellett több internetes csatorna is létezik Magyarországon, amelyek vagy csak zenei programot sugároznak, vagy olykor saját műsort is gyártanak. Mivel ezek mindegyikének megkeresése szinte feldolgozhatatlanná tette volna az adatmennyiséget, hat különböző műsorformátumú, tulajdonosi struktúrájú és különböző vallási felekezeti rádiót választottam ki, akiket egy egységes kérdőív alapján e-mailben kerestem meg.

A vallási rádiók helye a médiatörténetben

A rádiózás egy időben fejlődött ki ugyan az európai és az észak-amerikai kontinensen, de két eltérő modell szerint. Ez a kétféle modell, az amerikai, azaz a magánkézben lévő, illetve az európai, azaz a monopolisztikus, főleg közszolgálati műsor-szórás hagyományait jelenti. (Radetzky, 2011)

A különböző modellek és a rádiózás programszerű történetét átvizsgálva elmondható, hogy ez a tanulmány csak a különböző modellek kezdeti lépéseit hivatott vizsgálni és abban az egyházak első lépéseit az első műsorok, majd a saját adók felé. A teljes folyamat lekövetése a kezdetektől napjainkig szinte lehetetlen feladat lenne itt, de a későbbiekben a jelenlegi helyzet és álláspont feltérképezéséhez és főleg a magyarországi helyzet megértéséhez szükséges ezekről a kezdeti lépésekről szót ejteni.

Az amerikai modell egy időben ugyan, de más ütemben fejlődött az európai modellhez képest, mivel ott mind a nemzeti, mind a térbeli homogenitás segítette a fejlődés megfelelő ütemét. Európában viszont eme egység, a nemzeti érdekek különbözősége miatt szinte országonként eltérő rádiózási formát hozott létre. Az Egyesült Államokban például viszonylag hamar, már az 1920-as években felismerték a rádióban sugározható reklámok jelentőségét és a benne rejlő lehetőségeket. Az első reklámot például már 1922-ben leadták a New York WEAFF nevű rádióban (Radetzky, 2011).

Amerikában kettős cél kezdett kialakulni a rádiózás terén, az egyik a reklámidő értékesítése lett, a másik pedig a hallgatóság növelése. A két cél teljesen rövid időn belül már összefüggött és összefügg a mai napig. Két szervezet alakult akkoriban szorosan kötődve a kialakuló új „iparág” mellett. Egyrészt a Radio Corporation of America (RCA), ami a rádiós hírközlés monopóliumát birtokolta, vagyis a kizárólagos hírforrás volt abban az időben, valamint a felügyeleti szerv státusz is betöltötte, vagyis az adások és a műsorok ellenőrzése tartozott hozzájuk. Másrészt az American Telephone Telegraph (ATT), amely a vezetékes távközlést, a hálózatokat és a műsorok továbbításának lehetőségét birtokolta. (Barber-Lavenier 2004)

Mindezért is fontos, mert ez a két szervezet hagyta jóvá és ellenőrizte a történelem első vallási tematikájú adását 1921. január 21-én a pittsburghi KDKA-ban, a világ első kereskedelmi rádiójában. (Graves, 2007) Ez a rádió egyébként ugyan egy nagy hálózat tagjaként, de saját nevéen azóta is szól.

Az első egyházi adás egy vállalat alapján született, mivel a KDKA-ban szerették volna letesztelni, hogy tudnak-e kapcsolni a stúdiótól független külső helyszínt. A pittsburghi Calvary Episzkopális Egyház kórusának előadását választották ki erre a tesztre, mivel a rádió egyik technikus a kórus akkori tagja volt és ő segítette hozzá az egyházat és a rádiót az együttműködéshez. Ez azért is jelentőségteljes, mert az indulását politikai műsorokkal megalapozó KDKA volt a világ első kereskedelmi rádiója, ami 1920. november 2-án kezdte meg műsorszerűen sugárzását a lakosságnak, tehát indulása után kicsivel több, mint 3 hónappal, az alapvetően hírekre és beszélgetős műsorokra specializálódott rádió egy egyházi és zenés programot tűzött adásra.

Nemcsak a kórus kapott szót az első műsorban, hanem a gyülekezet segédpásztorja Lewis B. Whittemore is, aki csak azért beszélhetett az éppen aktuális pásztor helyett, mert az utóbbi nem táplált bizalmat az új médium irányába. Érdekes, hogy

az adást közvetítő technikusok – akiknek egyike zsidó, a másik katolikus volt – beöltöztek a kórus palástjába, hogy látványuk ne zavarja a gyülekezetet. (Hangen, 2002)

A KDKA hamarosan leszerződött a pittsburghi Calvary Episzkopális Egyházzal egy rendszeres vasárnap esti közvetítésre, ebben már a gyülekezet vezető lelkésze Edwin Van Etti is szerepet vállalt legyőzve a kezdeti idegenkedését. A műsor egészen 1962-ig műsoron volt.

A 30-as évekre már az európai modellhez tartozó főleg európai országokban is szerepet kaptak az első ilyen jellegű műsorok, majd 1931-ben elindult az első európai egyházi rádió a Vatikánban. A vallásos tartalom kései megjelenésének oka a világ minden táján ott keresendő, hogy furcsa módon az akkori rádiós engedélyeket kiadó és ellenőrző hatósági emberek, az Egyesült Államokban pedig maga a rádióügyekben érintett minisztérium jelentette ki, hogy a vallásos műsorok a rádiókban frivolnak, kegyeletsértőnek tekinthetők, sőt egyenesen gonosznak. (Graves, 2007) Egyik kifogásuk az volt, hogy a rádió segíti elterjeszteni a gospelt, ami az akkori társadalmi ingerküszöbön jócskán túl lépett. Ennek eredménye az lett, hogy a rádiózás további éveiben nem tudunk beszámolni nagy számban megjelenő vallási és egyházi rádiókról, vagy műsorokról. A vallási rádiózás szempontjából nem kedvezően alakuló számokat az egyre inkább szabályozott környezetnek is köszönhetjük.

1926-ban az Egyesült Államokban megszületett a rádiózás első jogi szabályozása, megalkották a *Radio Act*-et, amelyben többek között szabályozták a frekvenciák odaítélését, korlátozták az egy kézben lévő rádió engedélyek mennyiségét. Ebben a környezetben alakultak ki gyorsan a ma is ismert rádiós hálózatok.

Ugyanebben az évben megalakult az NBC, (National Broadcasting Corporation) amely két hálózatot ellenőrzött: egy könnyedebb, valamint egy fajsúlyosabb, komolyabb hangvételű (utóbbit felvásárolva született meg az ABC, az American Broadcasting Corporation).

A másik vetélytárs a CBS (Columbia Broadcasting System) lett, amely főleg műsorszolgáltatóként működött és leginkább szórakoztató műsorokat gyártott. Emellett 900 független rádió működött még az országban, de az összes észak-amerikai rádió magántulajdonban volt, működésüket pedig a piac szabályozta, mivel teljes egészében a reklámokból tartották fent magukat. Ennek érdekében műsoraikra a szórakoztató jelleg volt jellemző, az egyházi tartalom ezért sem, illetve a korábban ismertetett idegenkedő hozzáállásnak köszönhetően sem kapott nagyobb terepet. (Graves, 2007)

Az európai modell

Az európai modell az amerikaiak szinte teljes ellentettje. A rádiókat a legtöbb helyen az állam tartotta ellenőrzés alatt. Fontos újra megjegyeznünk, hogy az európai modell nem kezelhető egységesen, az a különböző országokban máshogy és másként értelmezendő. A hetvenes évekig például az európai rádiókban több országban nem is volt engedélyezett a reklámok intézménye. A modell a legtisztább

formájában Nagy-Britanniában alakult ki, ott, ahol a rádiók gyártása és a műsorszolgáltatás is kizárólagos tulajdonban volt.

Érdeemes kissé tüzetesebben is megvizsgálni a brit vallásos rádiózás akkori helyzetét, mert az európai modell kapcsán a későbbiekben ez vált mérvadóvá. A kezdetekben az 1920-as évektől a rádiók bevételei reklámok helyett az előfizetési díjakból és a gyártók készülékenként fizetett adójából származtak. Ez azt jelentette, hogy minden rádiókészülék tulajdonosnak előfizetési díjat kellett fizetnie – ez a rendszer egyébként bizonyos elemeiben a mai napig megmaradt. (Radetzky, 2011)

1925-ben alakult meg a BBC (British Broadcasting Company), amely a bevételei egy részét abból szerezte, hogy az eladott rádiókészülékek árának egy meghatározott hányadát megkapták, a hallgatók pedig minden évben előfizetési díjat fizettek a társaságnak. A rádiót 1926-ban felvásárolta az állam, átszervezte, majd formálisan függetlenné tette magától. Az akkori műsor főleg komolyzenéből, oktató műsorokból és tudósításokból állt, és az azóta is rájuk jellemző objektivitás, semlegesség és pártatlanság is ekkor alakult ki.

Kicsit hasonló volt a francia modellhez, ahol azonban a második világháború végéig egy vállalat tartotta kézben a közvetítések jogait. Érdekeség, hogy Európán belül egyedül a francia rádiózás történetében találkozhatunk először azzal a ténnyel, hogy az országos sugárzású Radio-Paris adott először vallási témájú beszélgetős műsorokat. (Barbier és Lavenir, 2004)

A francia rádiózási modellben – ellentétben az angollal – a cél ugyan a hallgatóság oktatása és nevelése volt, ezt azonban egyes műsorokkal akarták elérni, nem a műsorok kombinációja révén. Így lehetett létjogosultsága vallási tematikájú műsornak akkoriban, és ezért nem találunk hasonló példákat más modellekben. A francia rádiózásra a hosszas hírfolyamok voltak a jellemzők, ezek akár egy, másfél órák is lehettek, az adás több mint negyedét pedig a kommentárok tették ki. Ez egyrészt komoly nevelést jelentett állampolgári és erkölcsi tekintetben, emiatt inkább hasonlított egy katedrához, vagy szónékhoz, emellett pedig egyfajta szakrális státust is adott a műsoroknak. (Barbier és Lavenir, 2004)

Németországban a kezdeti sikerek után Hitler vonta uralma alá a rádiót és olcsó készülékekkel elárasztva a piacot a saját adását juttatta el a német hallgatókhoz, ebben a vallásnak természetesen nem jutott szerep.

Olaszországban viszonylag későn, a televízió megjelenésekor ismerték fel a rádió jelentőségét és kezdték el kiépíteni a rendszerét, azonban itt született meg az első teljesen egyházi kézben lévő rádió. Ennek központja a Vatikán volt, ahol XI. Piusz pápa idején maga Guillermo Marconi, a vezeték nélküli távíró feltalálója segédkezett a kialakításában, bár a lefedettség a Vatikánra terjedt ki, így már csak fizikai távolságában sem jelentett kihívást a piacon. Az adás 1931. február 12-én indult el, ebben maga XI. Piusz köszöntötte a hallgatókat és ezzel a világtörténelem első pápai üzenetét is adta a rádión keresztül.

A Vatikáni Rádió létrejötté után az első egyházi kézben megszületett rádió Portugáliában jött létre. A Radio Renascença 1934-ban alakult, mint egy különleges

hibrid állomás. Elsősorban nyereségorientált kereskedelmi adó, de mégis az egyik legnagyobb részt birtokló szervezete a Portugál Katolikus Egyház és a Patriarcado de Lisboa, egy 4. századi liszaboni katedrális és annak plébániája. Egyébként maga a rádió csak 1936-ban kezdte meg sugárzását, de azóta mint műsorszolgáltató többségi tulajdonos három másik rádióban is, többek között az RFM-nek is, az ország leghallgatottabb rádiójának (Ribeiro 2002).

Vallás a közszolgálati fellegvárában

Visszatérve Nagy-Britanniába azt láthatuk, hogy a brit törvények jelenleg is, és korábban is tiltották a vallási szervezetek, a politikai pártok, az önkormányzatok és a szakszervezetek földfelszíni sugárzású frekvencia tulajdonlását. Egyes rádiók ugyan működhetnek bizonyos területeken középhullámon (MW vagy AM) vagy FM-en, azaz frekvencia moduláltan, de csak akkor, ha bizonyos adók továbbítják a jelüket más adókon keresztül. Sőt, "országosak" is lehetnek, ha digitálisan sugároznak kábel tv hálózatokon.

A szigetországban kialakult monopolhelyzet azt is eredményezte, hogy a BBC esetében a nem létező verseny egyeduralmat teremtett a közérdeklődésre számot tartó témák meghatározásában is. Vagyis, ha a BBC valamit nem akart megmutatni és nem akart foglalkozni vele, akkor az a dolog kis túlzással nem is létezett.

A közszolgálati rádiózás első formáit ekkoriban alakították ki, hatásai pedig a mai napig érezhetők. Ennek az elvnek szilárd betartása segítette a BBC-t, hogy ne reklámorientált cég, hanem pénzbeli és politikai nyomástól mentes nemzeti intézmény legyen. (Noonan,2008)

Az évek során, ahogy a BBC növelte a hálózatát, úgy gazdagodott a társadalmi tudás, szélesedett a látóköre a hallgatóknak. Ennek a látókör-bővülésnek volt a része a vallási rádiózás elindulása. Mivel Nagy-Britanniában nem beszélhetünk egyénileg létrejött, magán úton finanszírozott rádiókról, így a vallási rádiózás a kezdetekben csak a közszolgálati médián belül alakulhatott ki.

Az első vallási tartalmú műsor megjelenése John Reith-hez, a Bbc első ügyvezetőjéhez kötődik, aki bár mélyen vallásos volt, (Paulu, 1981), elentős mennyiségű vallási tartalom így sem juthatott át a programstruktúra szűrőin, főként azért, mert kevesen hittek abban, hogy a BBC növelni tudja a kereszténység társadalmon és kultúrán belüli támogatottságát. Ráadásul akkoriban úgy láttak, hogy az ehhez szükséges humán erőforrások toborzását és képzését érdemes lelki elkötelezettség kialakításával kezdeni, amire egyszerűen nem voltak erőforrásaik. Ennek következtében a 20-as évek közepéig nem is voltak vallási jellegű műsorok a szigetországban. A vallási tartalom stratégiai megjelenésének újrajavizsgálása csak ezután következett be. (Noonan,2008)

Nem mellékes, hogy a protestáns egyház részéről úgy gondolták akkoriban, hogy a rádió jelentéktelen. Reith egyházi tárgyalásai során kiderült, hogy az egyházaknak

két félelmük van a vallási rádiózással kapcsolatban. Egyrészt tartottak tőle, hogy a közvetítések eltéríthetik az egyházon belüli kötelezettségeiktől a hívőket, másrészt, hogy a hívek nem mutatnak kellő tiszteletet a szentségek iránt a közvetítés során. Úgy tartották, hogy ennek megfelelő helyét, atmoszféráját nem képesek megteremteni a közvetítők.

Végül 1922 karácsony estéjén – közel két évvel az első amerikai vallásos jellegű közvetítés után – elhangzott a BBC első vallási üzenete a londoni Whitechapel plébániától. Nem sokkal később pedig, 1923 májusában összehívták az első egyházi tanácsadói testületet, a Sunday Committe-t. A szervezet a BBC munkáját volt hivatott segíteni, pontos feladata az volt, hogy megvizsgálja az új médium vallási lehetőségeit. Ennek megfelelően például ők jelölték ki egy rövid lista alapján embereket, akik alkalmasak lehetnek arra, hogy a mikrofon előtt ülve beszéljenek a vallásról.

Az első teljes közvetítés 1924. január 6-án zajlott le a St. Martin in the Fields-ből. Ezt a helyszínt a szerkesztők és az egyház képviselői úgy választották ki, hogy kellően ökumenikus jellege legyen, azaz, hogy egy felekezetek feletti alkalmat tudjanak közvetíteni. Ennek fényében a prédikátorokat is különböző egyházakból hívták meg. A program nagy sikert aratott a hallgatók körében és annak ellenére, hogy több kritika is megfogalmazódott az egyház részéről, jó fogadtatás övezte.

A Sunday Committee ajánlása kapcsán például hamarosan egyre több istentiszteleti helyszínről jelentkeztek be. A vasárnap átalakult egy fajsúlytalan, „zárt időszakból” egy úgynevezett „*God Slot*”-tá, amelyet az egyház a fenntartása érdekében pénzügyileg is támogatott, sőt ő maga felügyelte és szervezte a programokat (Paulu, 1981). A vasárnap egy sajátos ütemezésű nap lett a program szempontjából, ami, mint arra Street emlékeztetett a „brit irgalmas szamaritánus”-ként is neveznek (Street, 2000).

A vasárnapi adás 12:30-kor kezdődött és istentiszteletekből, klasszikus zenéből és beszédből állt. A nap végét jelző „Epilógusban” énekeket, verseket és szoltár felolvasásokat kombináltak, aminek népszerűségét a BBC 1928-as kézikönyvének részlete is bizonyít: „*Nincsen olyan hétközi program, ami olyan népszerű lenne, vagy amit olyan mohón keresnének, mint a vasárnap esti istentiszteletet. Nagy szeretettel fogadta az egyházi vezetők társasága, csakúgy, mint a közönség*” (BBC Handbook, 1929 idézve: Hollinshead, 2002) Ugyanakkor Street szerint a BBC-ben elhibázták a vasárnapi program kidolgozását, mivel az sokkal jobban fedte Reith vágyait, mint a közönségét (Street, 2000, 165o). Egyes hangok szerint a Reith által „teremtett” God Slot egyeneságon vezetett a BBC monopóliumának elvesztéséhez.

Ez a Radio Normandie 1931-es és a Radio Luxembourg 1933-as megjelenésére tehető, amikor ezek a rádiók foghatóvá váltak a megnövekedett adóteljesítményeknek köszönhetően a brit rádiókészülékek keresősávjában. Az új rádiók könnyedebb zenei kínálattal jelentkeztek, valamint a fajsúlyosabb, közönségvonzóbb programjaikat vasárnapra időzítették, amivel BBC hallgatók százezreit fordították el a God Slot-tól.

A vasárnapi sávon kívül azonban más vallásos tartalom is megjelent a műsor-folyamban. 1926. decemberétől például Daily Service néven, napi 15 percben sugároztak rövid bibliai üzenetet és magyarázatot azoknak, akik nem tudták elhagyni otthonaikat, vagyis az időseknek és a betegeknek. Ez a lépés sikeresnek bizonyult, közel 8000 levelet kaptak hallgatóktól, imába foglalva a BBC nevét. (A Daily Service egyébként a mai napig is hallgatható a BBC Radio 4 csatornáján és 90 éves pályafutása a leghosszabb ideje sugárzott vallásos tartalmú műsorrá teszi (www.bbc.co.uk)

A II. Világháború kitöréséig a vita fő hangsúlya azon volt, hogy mennyire érdemes centralizálni a BBC fő- és regionális csatornáit, de az egyházi műsorok létjogosultságát a már említett külföldi rádiók megjelenése sem veszélyeztette. A konstans közszolgálati jelenlét mellett csak az 1980-as évek közepétől indultak el Nagy-Britanniában az első magánkézben lévő keresztény rádiók. Ilyen volt például az 1983-ban indult Cross Rhythm, vagy a később létrejött Branch Fm. Ők már akkor és jelenleg is a BBC-től teljesen függetlenül szolgáltatják vallási tartalmukat.

Vallási műsorok és vallási rádiók Magyarországon

A magyarországi vallási rádiózás vegyes képet mutat, ha összehasonlításra kerül a nemzetközi társainak kialakulásával. Ugyan a kezdeti rádiós lépések megegyeztek a nemzetközi trendekkel, de a vallási tartalom máshogy jelent meg. Európa többi országához hasonlóan az a jogkör, hogy rádiófrekvenciát használjon bárki, Magyarországon is kizárólag állami monopólium volt. A műsor a kezdetekben a britekéhez hasonló inkább zenésőbb jellegű jazz- és nagy nemzetközi zeneszerzők műveit felvonultató folyamból állt, de ekkoriban jelent meg az első közvetetten egyházhoz kötődő tartalom is. 1928. április 1-én először szólalt meg a déli harangzó.

A Magyar Rádió kezdetben heti 50 óra tiszta műsoridővel üzemelt, ez 1935-re 120 órára növekedett (Radetzky, 2011). Ugyanilyen rohamosan növekedett az adóberendezések teljesítményeinek nagysága, így a lefedett területek nagysága is, viszont ezzel együtt csak az 1930-as évek elejére nőtt meg drámaian az előfizetők száma.

Mire 1933 decemberére felállították a lakihegyi tornyot és vele együtt a modernbb adóberendezést, addigra a régi kisebb szóróegységet középhullámon, Budapest II. néven beüzemelték. Ekkortájt az előfizetők száma 200 ezer fölött volt. Eközben a rádió műsorai is egyre színesedtek a kezdeti zenés műsorokhoz képest. Lassan a jazz zenét és a külföldi szerzőket felváltotta a cigányzene és a hazai zeneszerzők művei (az első hazai rádiós felmérés alapján)

1944-ig folyamatosak voltak a közvetítések a rádióban, így miséket is hallgathattak az előfizetők Budapestről. Ezt, egy a rádiózás szempontjából is gyászos időszak követte, amikor az országot elhagyó német csapatok az adókat lebontották, vagy felrobbantották. Ennek következtében a folyamatos adás is elhallgatott.

A szocializmusban aztán újra felépítettek az adókat és fontos szerepet töltött be ugyan a Magyar Rádió, de a vallás csak szabályozott módon kaphatott területet. Az első, ilyen ellenőrzött adást a római katolikus egyház szolgáltatta 1946. február 24-én „Tanúim lesztek” címmel. Ezt a műsort 1950 és 1990 között az Állami Egyházügyi Hivatal által cenzúrázott módon folytatták, jórészt ellenőrzött szentbeszédekkel és kórusénekekkel. Egészen a rendszerváltásig, mivel Magyarországon, csak a Magyar Rádió sugárzott és sugározhatott adást – eltekintve a rendszerváltást megelőző két évtől, amikor megjelentek az első magán adók – csak itt találkozhattunk vallásos tartalommal.

Nagy változás azonban a rendszerváltás környékén sem történt, hiszen a hirtelen megjelenő új kereskedelmi jellegű adóknak nem is állt érdekében vallási tartalommal jelentkezni. A valódi közszolgálati szellemet még csak próbálgató Magyar Rádió is csak kereste a lehetőséget a vallási tartalom megjelenítésére. Ekkortájt vették fel az úgynevezett történelmi egyházakkal a kapcsolatot, hogy biztosítsanak nekik műsor időt. Ennek köszönhetően jelent meg egyrészt többek között a Magyar Református Egyház műsora a “Tebened bízunk eleitől fogva”, amiben az egyházi életet mutatják be havi egyszeri megjelenés mellett. Másrészt megújult formában a Magyar Katolikus Egyház műsora a “Tanúim lesztek!”, amely a rendszerváltás óta, heti két alkalommal jelentkezik kedden és csütörtökön. Valamint az Evangélikus Egyház műsora az “Erős vár a mi Istenünk”, amely kéthetente egyszer félóránként jelentkezik riportokkal, interjúkkal, zenével, hírekkel, aktualitásokkal.

Azóta növekvő számban vannak jelen a különböző egyházak műsorai és rendszerezések a közvetítések is. Ma már napközbeni tematikában is megjelenő egyházi és vallási tartalmakat is lehet hallani.

Szent István Rádió

Magyarországon három egyházi és egy magántulajdonú vallásos tartalmú hálózatot ismerhetünk, amelyek szervesen, vagy kevésbé szervesen kötődnek a katolikus-, vagy a református egyházhoz.

A Magyar Katolikus Egyház tulajdonában két rádió is van, de ez a kettő szinte egy és ugyanaz, hiszen az egri központú Szent István Rádió, a Magyar Katolikus Rádió elődjének tekinthető. Az első műsorra 2000. augusztus 20-án került sor miskolci és egri központtal. 2002-re az akkor még Katolikus Rádió nevet viselő csatorna még kettővel növelte adóinak számát, a sátoraljaújhelyi és a hatvani adó megszerzésével.

2004-ben következett be az a váltás, ami az akkor egyetlen katolikus rádióként ismert Szent István Rádiót a most ismert nevére és formájára „készítette”. Ekkor a Magyar Katolikus Püspöki Konferencia kifejezett kérésére és támogatásával megalakult a Magyar Katolikus Rádió budapesti központtal, az egri központú rádió pedig felvette a Szent István Rádió nevet. A különválás után ugyan az egyház támogatásával, de külön utakon indult el a két rádió, azonban szoros együttműködésben

segítve közös céljukat. A nap 24 órájában műsort sugárzó Szent István Rádió, 2001-től a European Conference of Christian Radios, vagyis az Európai Katolikus Rádiók Szövetségének a tagja.

2011 után újabb frekvenciákkal bővült a Szent István Rádió, a tokaji FM 101,8 MHz-es, 2013-ban a törökszentmiklósi 96,4 MHz-es, az encsi 95,4 MHz-es és a gyöngyösi 102,2 MHz-es frekvenciákkal, így lehetővé vált másfél millió hallgató elérése. A bővítés után a határon túl, Szlovákiában és Ukrajnában is fogható vált a tartalom. (www.szentistvanradio.hu)

Magyar Katolikus Rádió

A 2004-es szétválás során a Magyar Katolikus Püspöki Konferencia egy teljesen új rádiót hozott létre. Abban állapodtak meg, hogy, amennyiben a jogszabályi környezet ezt engedélyezi, szeretnének egy országos lefedettségű rádiószolgáltatást, amellyel megvalósíthatják az egyház evangelizációs feladatát. A Konferencia, a műsorszolgáltatási kötelezettség teljesítése érdekében korábban, 2003-ban már létrehozta a Magyar Katolikus Rádió Részvénytársaságot, majd a cégjegyzékbevitel után megpályázta a volt Petőfi Rádió középhullámú frekvenciáját.

Miért középhullám? A válasz kettős lehet. Az egyik válasz a Magyar Katolikus Püspöki Konferencia korábbi akarat kinyilvánításában kereshető, miszerint országos frekvenciát szeretnének, és akkoriban csak ez az egy középhullámú frekvencia volt szabad, mivel az összes URH frekvenciát kiosztották már FM-en. Egy másik lényeges szempont is közrejátszhatott, miszerint az anyaországon túl a határon túli magyarokhoz is szerettek volna szólítani, ez pedig csak ezzel a frekvenciával volt lehetséges.

Az első adás 2004. májusában hangzott el, akkor még csak az 1341-es kHz-es középhullámon, Szolnokról, sugározva. (Radetzky,2011) A rádió akkoriban közműsor-szolgáltatóként tevékenykedett, ez lényegében a magánkézben lévő közszolgálati rádiózást jelentette; azóta ez a kategória az új médiatörvény kiadásával megszűnt. 2004-ben üzembe helyezték a siófoki és a lakihegyi adóberendezéseket, ezzel valóban elérték az országos hatókört.

A következő változás 2011-ben következett be, ekkor a hét éves szerződési időszak után a Magyar Katolikus Rádió nem hosszabbította a középhullámon. Ekkoriban került a rádióhoz a mostani vezérigazgató-helyettes, aki a következőket mondta erről az időszakról a vele készített interjúnkban: *„...akkor egy nagyon furcsa helyzet volt itt, ez egy országos hatókörű középhullámú, akkoriban úgy mondták közműsor-szolgáltató rádió volt, ma már nincs ilyen kategória. Gyakorlatilag egy országos közszolgálati adó volt, de iszonyatosan sokba került a fenntartása, ezért az egyház az első hét éves koncessziós időszak után nem kérte a hosszabbítást. Viszont a rádiót nem akarta megszüntetni, a rádióval tervei voltak és vannak is az egyháznak, tehát ... azt mondták, hogy építsek egy FM hálózatot, vagyis, hogy URH-ra hangoljam át a rádiót.”*

Erre azért volt szükség, mert a középhullámon történő műsorszórás során, az adók működtetésére elhasznált hatalmas energia nagy rezsi költségekkel járt. FM-n ez sokkal költséghatékonyabb, viszont, országos frekvencia ekkor nem volt szabadon, amit megpályázhattak volna és/vagy megkaphattak volna.

Azóta, ahogy Radetzky mondta az interjújában: *„...most lesz 5 éve, hogy itt vagyok, ez alatt az 5 év alatt most fogjuk indítani a 20. frekvenciát, ha minden jól megy és hát még megyünk tovább. Most megyünk az Alföld, a dél-alföldi régióba, onnan kezdünk felfele, terjeszkedni...”*

A vallásos rádiózás jelenlegi helyzete Magyarországon

Magyarországon a 2011-es adatok szerint a lakosság 37,1%-a római katolikus, 11,6 % -a kálvinista, 2,2 %-a lutheránus, 1,8%-a görög katolikus és 1,9%-a egyéb valláshoz tartozó.

A megkérdezettek 16,7%-a tartotta magát nem vallásosnak, 1,5%-a pedig kifejezetten ateistának. (www.ksh.hu) Ebben a környezetben kell vizsgálnunk a magyar vallásos rádiós struktúrát.

Hazai viszonylatban közel 110 rádiós frekvenciát lehet fogni földi sugárzásban, azaz normál, analóg készülékkel. A pontos számot azért nem lehet tudni, mert a piac folyamatosan változik, néhány frekvencia a pályázat kihirdetésére vár, van, amelyik már nyert, de csak tesztadás megy rajta, van, amelyik már évek óta szól és, van olyan, ami visszaadni kényszerül a közeljövőben a frekvencia jogosultságát.

A vallásos rádiózásban azonban pontosan lekövethető képet festhetünk: jelenleg a „piac” stabilnak mondható. A jelenlegi tulajdon viszonyokat ismerve, négy nagy hálózatot és 3 kisebb adót foghatunk analóg módon: a Szent István Rádiót, a Magyar Katolikus Rádiót, a Mária Rádiót, valamint az Európa Rádiót.

A további helyi érdekeltségű, analóg földfelszíni sugárzású vallási-, és egyházi rádió: a Kontakt Rádió, a Halas Rádió, illetve a Credo Rádió.

Médiatörvény

A 2010. évi CLXXXV. törvény a médiaszolgáltatásokról és a tömegkommunikációról szóló csomag előtt négyféle kategória létezett a rádiózásban: kisközösségi, közszolgálati, közműsor-szolgáltató és kereskedelmi. Az akkoriban működő vallásos jellegű rádiók Magyarországon a harmadik kategóriába tartozó, közműsor-szolgáltató alá tartoztak.

Ennek oka, az ilyen jellegű csatornák szabályaiban kereshető. A közműsor-szolgáltatóknál a műsoridő 51 százalékában kell a közt szolgáltatnia, reklámidejük pedig csupán hat perc lehet óránként. Ennek fejében a közszolgálati és a közműsor-szolgáltató rádióknak nem kell frekvenciadíjat fizetniük, sőt korlátozás nélkül indulhat-

nak az állami pályázatokon, hogy működésükhöz és fejlesztéseikhez forrásokhoz jussanak. (Gosztonyi, 2011)

A 2010-es médiatörvény megjelenésével ez a kategória megszűnt és tulajdonképpen beolvadt a közösségi rádió fogalmába. Ettől kezdve megkülönböztetünk, *közszolgálati csatornákat*, amelyek mindegyikét az állam birtokolja, *kereskedelmi csatornákat*, amelyek magán kézben összpontosulnak és *közösségi frekvenciákat*, amelyek magánkézben vannak ugyan, de speciális szabályok vonatkoznak rájuk.

Jelenleg a négy nagy vallásos tartalmat szolgáltató hálózat közül, mind ilyen kategóriába tartoznak, sőt a három kisebb, helyi érdekeltségű adó is. Érdekes, hogy a Szent István Rádió, a Mária Rádió és az Európa Rádió körzeti adóként szerepel benne, míg a Katolikus Rádió helyiként, vagyis külön-külön számolják bele az adókat, az általuk lefedett terület alapján.

A helyi kisközösségi csatornák között van a budapesti illetőségi, a Terézvárost teljes egészében lefedő Kontakt Rádió, a Credo Rádió és a Halas Rádió. A közösségi médiaszolgáltatóknak a törvény szerint:

„egy meghatározott társadalmi, nemzetiségi, kulturális vagy vallási közösség, csoport, vagy egy adott településen, régióban vagy vételkörzetben élők tájékoztatásra, kulturális műsorszámok elérésére irányuló különleges igényeit szolgálja ki”. (2010. évi CLXXXV. törvény)

Az ilyen jellegű adóknak továbbá műsoridejük túlnyomó részében a közszolgálati médiaszolgáltatás 83. §-ban meghatározott céljait szolgáló műsorszámok kerülnek közzétételre. A fent említett paragrafusban azt összegzik, hogy milyen csoportokhoz, és milyen feltételek alapján kell szólnia a közszolgálati rádióknak, így például *„nemzetiségek, vallási közösségek valamint egyéb közösségek médiával szemben támasztott igényeinek kielégítése, kultúrájának bemutatása, a nemzetiségek anyanyelvének ápolása”* a cél. (2010. évi CLXXXV. törvény)

Ezentúl kiemelendő, hogy a közösségi műsorszolgáltató *„heti műsoridejének több mint kétharmadában köteles a 83. §-ban foglalt közszolgálati célokat szolgáló műsorszámokat szolgáltatni, amibe beleszámít a szolgált közösségnek szóló hírműsorszám, politikai tájékoztató műsorszám, kulturális műsorszám és az egyéb, nem elsősorban az adott közösségnek szóló hasonló tartalom is.”*(2010. évi CLXXXV. törvény.83. §)

(2010. évi CLXXXV. törvény. <http://mediatorveny.hu/dokumentum/11/Mttv.pdf>.2016.03.26)

A törvény kitér arra is a rádiós médiaszolgáltatások esetében, hogy a zenei műsorszámok bemutatására szánt heti műsoridejének legalább ötven százalékát magyar zenei műsorszámok bemutatására kell fordítania.

Szent István Rádió

Ahogy korábban arról már szó volt, a Szent István Rádió az első hazai, teljes egészében vallásos rádió. Amikor 2004-től az állam felkínálta a Petőfi Rádió volt középhullámú, országos lefedettségű sávját, megalakult a Magyar Katolikus Rádió, budapesti központtal és stúdióval, az egri frekvencián pedig a Szent István Rádió, ami szintén a Magyar Katolikus Egyházhoz tartozott, de a könnyebb megkülönböztethetőség kedvéért más néven folytatta.²⁵

A 2004-es szétválást követően, amikor a Magyar Katolikus Rádió megalakult, a Szent István Rádió maradt Miskolcon, Hatvanban, Sátoraljaújhelyen és Egerben, majd több jogosultságot is szereztek az elmúlt évek alatt.

Megfigyelhető, hogy mivel mindkét rádió, vagyis a Szent István Rádió és a Magyar Katolikus Rádió is a Magyar Katolikus Egyház tulajdonában és patronálása alatt áll, nem zavarják egymást sem a pályáztatásban, sem vételkörzetükben.

A Szent István Rádió hálózata tipikus vételkörzet bővítés, azaz egy főadóról plántálják át a műsort egy közelben működtetett másik adóra, így nem kötelesek helyben négy órás műsor szerkesztésére. Műsorai közszolgálati jelleget öltenek, és tematikájukban preevangelizációs jelleget ölt.

A Szent István Rádió weboldalán a következőket olvashatjuk erről: *„Rádióknak nemcsak lehetősége, hanem kötelessége is bevonnia a különböző társadalmi erőket a műsorkészítésbe, mert, ahogy a vatikáni dokumentum, a *Communio et progressio* küldetésünket megfogalmazza: Az egyház nemcsak a saját tagjaival, hanem az egész világgal folytat párbeszédet.”* (www.szentistvanradio.hu)

Ennek fényében az adó több imacsoporttal tartja a kapcsolatot, és rendszeresen önkénteseket szerepeltetett műsoraiban. A weboldal információi szerint 37 munkatárssal dolgoznak, ebben már a vezetőségük is benne van, de több külsős munkatársuk csak beszállítóként dolgozik nekik.

A Szent István Rádió folyamatosan, napi 24 órában sugároz, műsoridejében főként közszolgálati jellegű műsorok hangzanak el, amelyek átfogják a mindennapi élet egészét. Saját maguk által megfogalmazottan is elmondhatjuk, hogy a műsoraik, a társadalom és a kultúra minden lényeges kérdéséről szólnak. A szentistvanradio.hu-n továbbá olvashatjuk, hogy elsősorban az emberi hangra építenek, a szöveg aránya a zenéhez képest 53,45 %. (szentistvanradio.hu). A zenei kínálata visszafogott és széleskörű, olyannyira, hogy megfigyeléseim szerint a vizsgált hálózatok közül a legpopulárisabb irányba is képes elindulni. Több zenei szerkesztő is dolgozik a műsor zenei tartalmán, akik nemcsak azt figyelik, hogy a dalok tartalmukban a műsorokhoz alkalmazkodjanak, hanem akár az időjárás hangulatához is illeszkedjenek.

²⁵ Bérczessy Andrással, a Szent István Rádió igazgatójával és főszerkesztőjével Egerben, 2016.02.17-án találkoztam, ahol informálisan beszélgettünk a rádióról.

Sajnos technikai probléma miatt beszélgetésünk nem rögzült, de a rádió honlapja és az ott elmondottak alapján is kijelenthető, hogy működése hasonlatos a Magyar Katolikus Rádióéhoz.

Magyar Katolikus Rádió

A Magyar Katolikus Rádió (továbbiakban MKR) teljes egészében egyházi rádiónak tekinthető, mivel a Magyar Katolikus Püspöki Konferencia birtokolja. Dr. Radetzky Andrással az MKR vezérigazgató-helyettesével készítettem interjút 2015.12.14-én, ebben a rádió megalakulásán túl, jelenlegi helyzetükről is kérdeztem, többek között arról is, hogy mekkora területet fednek le. Jelenleg 19 adó tartozik az MKR-hez, de Radetzky András elmondása szerint továbbiakkal bővül majd a hálózat a közeljövőben:

„Ide el kellett jutni, kökeményen kellett sakkozni, mint a hülyegyerek a sakktáblánál kellett találgatni, hogy mit hova pályázunk, mit hova kötünk, ez egy rettenetes dolog volt, most végül is az a helyzet, hogy néhány hónap múlva létrejön ez a Nyugat-Magyarország és csak Debrecenben lesz külön, ott meg Orosházán, amit most indítunk, ha megnyerjük és akkor onnan fogunk tovább terjeszkedni.”

Az MKR az ország területén kvázi „megosztzott” a Szent István Rádióval, vagyis ők főleg Magyarország nyugati- és középső részére fókuszálnak, de a jövőben Kelet-Magyarországra is szeretnének terjeszkedni. A bővülés közben ügyelnek arra, hogy ugyanazt a területet ne fedjék le ketten is. A rádió műsorai a közösségi műsorszolgáltatás érdekében közszolgálati jellegűek, de sokkal konzervatívabb megjelenéssel, mint a Szent István rádió esetében. Saját honlapjukon ekképpen írnak erről:

„Közszolgálati műsorstruktúránkkal segítünk eligazodni és tájékozódni az élet szämtalan területén és a mindennapok kérdéseiben. Szerepet vállalunk a Katolikus Egyház tanításának hirdetésében, a magyar és az egyetemes kultúra, valamint anyanyelvünk értékeinek megőrzésében.”(www.katolikusradio.hu)

Radetzky András a következőt mondta a műsorstruktúrájuk alakulásáról: „Én örököltém egy műsorstruktúrát és ezt gyakorlatilag csak kényszerből változtattam meg. A kényszer azt jelenti, hogy a pályáztatás során három tonnányi adminisztratív kötelezettséget kellett teljesíteni, különösen akkor, amikor már volt nyolc vagy tíz frekvenciánk. Ezeket nem engedték hálózatba csatlakoztatni, és akkor shiftelés, rotálás, mindenféle egyéb árnyalt, elmebeteg, médiajogi kötelezettségek miatt kellett hozzányúlni a műsorstruktúrához.

Egyébként nem nyúltam hozzá, ez a rádió most azt csinálja, amit az alapításkor 2004-ben, és a tulajdonképpen a rádió műsora, vagy tartalmi arculata, vagy arculatának tartalmi elemei, azok az én elődömnek a Juhász Juditnak a keze munkáját dicsérik. Egészen addig, amíg a tulajdonos nem kéri, hogy ebben valamilyen irányba történjen elmozdulás, addig nem gondolom, hogy nekem ebben kellene váltanom.”

A műsorstruktúra persze felveti a kérdést, hogy ezek a műsorok kiknek szólnak: „Ez ... a közönség feltételezett igénye, de ez mindenhol a gazdaságban általában így van, van egy fogyasztói réteg, van egy kereslet, és a keresletnek a feltételezett igényeit próbáljuk meg ilyen módon kielégíteni...”

De ez, természetesen ez, amikor mi műsorokban gondolkodunk, műsorokat hozunk létre, időpontokról, műsoridőpontokról, műsorhosszokról, témákról gondolkodunk, akkor általában abban gondolkodunk, amiben egy okos és külterjesen gondolkozó szerkesztő, hogy mit gondolhat a közönség, tehát hallgatóink feltehetően mit szeretnétek... “

Az MKR az egyik legnagyobb magyarországi technikai apparátust és szerkesztőséget vonultatja fel a rádiók között, de Radetzky András szerint folyamatos a racionalizálás.

„40 főállású alkalmazottja van a rádiónak, és 60, 70, körülbelül 80 külsőssel együtt, több, mint 100 ember dolgozik itt.”

Zenei világa a klasszikus egyházi zene felé tolódik, de több klasszikus zenei művet is lehet hallani, de ezek inkább csak kiegészítik a műsort, mintsem meghatározzák azt.

Európa Rádió

Az Európa Rádió Magyarország harmadik vallásos tartalmú rádiója, a Magyar Református Egyház tulajdonában van. A csatorna ellentétben a Magyar Katolikus Rádióval és a Szent István Rádióval nem egy teljes egyház támogatását, hanem 2 egyházkerületét bírja, így, habár egyházi rádiónak nevezhető, de nem teljes a birtokviszony.²⁶ A rádió 2001-ben kezdte meg működését Miskolcon, akkor még magánkézben lévő, egyházi kötődéssel nem rendelkező rádióként. Az egyetlen vallásos kötődésük az volt, hogy a Magyar Református Egyház miskolci egyház kerülete egy egyórás hitéleti műsort tartott fent ezen az adón.

2005-ben az Európa Rádió akkori tulajdonosai felkínálták megvétellel a rádiót a Tiszáninneni Református Egyházkerület, aminek központja Miskolcon van, és aminek egyházi vezetője akkor Csomós József volt. A vételi árat egyedül ez az egyházkerület nem tudta kigazdálkodni, ezért felvették a kapcsolatot a debreceni székhelyű, Tiszántúli Református Egyházkerület, aminek ekkor a vezetője Bölcskei Gusztáv volt. A megegyezésük alapján 50-50%-os birtokviszony mellett, megvették a frekvenciajogsultságot. Bacsó István szerint azonban volt egy kitétel: *„hogy akkor ez majd elkezd így növekedni, majd átnő Tiszántúlra is és akkor ebből lesz egy ilyen két kerületű rádió.”* Ekkor 2005 volt, tehát egy éve már országos rádió volt a Magyar Katolikus Rádió, sőt a Szent István Rádió Miskolcon már rendelkezett frekvenciával.

Az Európa Rádió a kezdeti időkben csak Miskolcon szólt, de hamar bővülni kezdtek: *“az elkövetkező években minden évben egy-vagy két frekvenciát sikerült nyernünk az akkori ORTT-től, vagyis az Országos Rádiós és Televíziós Testülettől.* (www.euradio.hu)

²⁶ A pontos történetről Bacsó Istvánt, az Európa Rádió ügyvezető igazgatóját, 2016.02.17-én kérdeztem.

Az Európa Rádió hálózata eltérően a katolikus rádióktól nem vételkörzet bővítéssel épül fel, hanem hálózatba kapcsolódással.

„*Két választási lehetőséget hagyott nekünk a törvény: vagy az, hogy hálózatba kapcsolódunk, vagy az, hogy vételkörzetként működünk. Ugye a hálózatba kapcsolódás azt jelenti, hogy külön négy órás műsort kell készíteni helyileg, olyan helyeken, ahol nyertük frekvenciát, a vételkörzet bővítés pedig a kedvezőbb lenne, az meg arról szólna, hogy mindenütt ugyanaz a műsor mehet.*“

Az Európa Rádió műsorstruktúrája szintén közszolgálati jellegű, tehát több a szöveges tartalom „...ez nagyjából 40 perc egy órán belül.” és a zenéinek is több mint fele magyar nyelvű. A műsorok között itt is kiemelhető, hogy több beszélgetős és közéleti műsor van, a vallási tartalom itt sem nagyarányú. Bacsó István szerint tartalomorientált a rádiójuk: „...24 órában, vagy abban a nyolcban is, amikor aktívabban hallgatnak az emberek, ebben próbálunk olyan kínálatot adni, amiben mindenki találhat magának valamit, próbáljuk akkor is időben úgy beosztani, hogy akkor hallhatja.”

A hálózatban több munkatárs is dolgozik úgy, hogy a miskolci központon túl a nyíregyházi, debreceni, szegedi adónál szerkesztik a négy órás helyi műsort. Ez az egyik feltétele a hálózatba kapcsolódásnak. „*Velük együtt vagyunk 22-en főállásban és ... gyakorlatilag 30-an vagyunk, akik velünk együtt dolgoznak, a többiek azok vagy fél állásban, vagy ide bedolgoznak, számlára, vagy ...valami munkára alkalmasan.*”

Az Európa Rádió zene kínálatában több zene tartalom található, mint az előzőekben bemutatott rádiókban. Ezek stílusa főleg a magyar klasszikus rock határterületeiről, oldies zenei vonulattal hallgathatók.

Mária Rádió

2006.januárjában kezdte meg teljes magyar nyelvű adásával sugárzását az olaszországi központtal rendelkező nemzetközi rádió hálózat magyar tagjaként a magyar Mária Rádió. Ez a hálózat nem azonos a Lengyelországban fogható Maryja Radioval, amely nem csak nevének írásképeben, de tulajdonosi szerkezetében is eltér. A lengyel Mária Rádióknak például van egyházi vonatkozása a tulajdonlást és felügyeletet is tekintve, az olaszországi központú hálózatnak viszont nincs. Ez tehát az első olyan rádió Magyarországon, ami egy vállalkozás részét képezi, egyházhoz nem kötődik, de mégis vallási tartalmat szolgáltat. Az olasz rádióhálózat 1983-ban jött létre egy észak-olaszországi kisvárosban Erbaban, akkor még egyházi rádióként.

A kezdeti technikai malőrök és amatőr hozzáállás után 1987-ben újrászervezték a rádiót, akkor a „Radio Maria” egyesület vette át az irányítást, amely egyesületben világi hívek és egyházi személyek önkéntes alapon dolgoztak együtt. Kidolgoztak egy új programstruktúrát, amelyben az imádságot és a katolikus hit oktatását helyezték küldetésük középpontjába. Hamar teret hódítottak Olaszországban, majd 1998-ban

megalakult a Mária Rádió Világhálózata, amelyet a rádió saját nyelvhasználatában Világcsaládnak nevez, és 48 országban van jelen a világban (www.mariaradio.hu)

Magyarországi története 2004-ben kezdődik, amikor Újvidéken és Szabadkán már napi 12 órás magyar nyelvű adást ad a Mária Rádió. A magyarországi hálózat-építése a fővárosban kezdődött, amikor 2005-ben a Világcsalád anyagi támogatásával, a Mária Rádió Közhasznú Társaság 100%-ban felvásárolta a budapesti, FM 94,2 frekvenciával rendelkező FM4 Kft-t. Érdekes, hogy ugyanennek az évnek a végén egy a református egyház tulajdonában álló budapesti házban kialakították a stúdiókat és a rádiózás egyéb feltételeit, szintén a Világcsalád anyagi segítségével.

2006. január 15-én kezdődött a műsorkészítés és sugárzás ötven önkéntes közreműködésével. A műsorai az eddig megismert egyházi adókéhoz képest is különleges jelleget öltenek. A katolikus-, és református egyházi rádióknál is elmondtuk, hogy törekednek a világi tartalmakra, a vállalt közszolgálati tartalom mellett. A Mária Rádió is közösségi rádió, de műsorai a kezdetek óta tisztán beszéd alapúak. Az első budapesti frekvencia után folyamatos terjeszkedésbe kezdtek, majd hamar 19 hazai frekvencián hálózattuk. Emellett négy magyar nyelvű adással a határon túli magyaroknak készítenek műsort. 2015 végén azonban az NMHH döntése értelmében több frekvenciáját is elveszítette a rádió, a tanulmány elkészültekor Budapesten egy ideiglenes frekvencián foghatóak, valamint három Budapest környékin: 98,9 MHz (Gyál), 106,3 MHz (Monor), 91,7 MHz (Pécel). Érdekesség, hogy a magyar Mária Rádió adásának előkészítését már 1997-ben kezdték, jóval korábban, a Magyar Katolikus Rádió elindulása előtt.

Az előkészületi munkálatokban több katolikus pap is részt vett, pedig a rádió maga nem tartozik az egyházi kötelékbe, az azt tulajdonló és üzemeltető alapítvány megfogalmazása szerint: „...a Mária Rádió független jogi, pénzügyi, működési és irányítási szinten, miközben az adása sugarába tartozó egyházmegyék szolgálatában állónak tekinti magát, a közösség érdekében és rádiós irányelvek szerint...”(www.mariaradio.hu).

Illetve, ahogy a weboldalukon olvashatjuk: „A Mária Rádió a Katolikus Egyház mint tanító hittudományi ellenőrzése alá helyezkedik és úgy tekinti magát – bár szabad rádió –, mint az Egyházért, az Egyházzal és az Egyházban létező rádiót” (www.mariaradio.hu).

Műsorait úgy készíti, hogy a Katolikus Egyház aktív szerves részének tekinti magát, híreit, információit pedig más egyházi forrásokkal egyeztetve közli, ily módon hitelesítve forrásait.

A Mária Rádió saját weboldalán a következő kategóriák alapján osztja be közel 60 műsorát: *ima, tanító, életvezetés*. A rádió egyik alappillére az önkéntesség, mint, ahogy honlapjukon található hitvallásukban is írják. Ez összefügg azzal, hogy egy bárhol, bármikor induló Mária Rádiót a Világcsalád pénzügyileg támogatja ugyan, de a jövőben jórészt önmagát tartja fent. Non-profit, de ellentmondó módon ezt írják az önellátás elérése utáni állapotokról:

„A továbbiakban minden Mária Rádióknak keményen kell dolgoznia, hogy fedezze saját kiadásait, mert nemzetét csak így tudja szolgálni. Amikor elér ehhez a célhoz, bevételi többlete lesz, amiből 10%-ot oda kell adnia a Világcsaládnak, nem annyira a kezdetben kapott pénzeszegek és anyagi visszafizetéseként, hanem inkább, mint adományt, amely célja, hogy a világ minden sarkában legyen és működjön Mária Rádió.”(www.mariaradio.hu). Ezt a bevétel pedig teljes egészében a hallgatók adományaiból fedezik. A Mária Rádióban a szöveg centrikusság értelmében zenével ritkán találkozunk, azok pedig egyházi énekek, vagy időszakosak, mint a „Hirdessétek dicsőségét”, Sillye Jenő könnyű zenei evangelizációs műsora.

A földfelszíni sugárzású hálózatokon kívül van három olyan rádió a magyar piacon, amelyek vallásos tartalmat – is – szolgáltatnak, de mindezt egyetlen adón teszik.²⁷

Kontakt Rádió

A Kontakt Rádió 2008 óta, Budapest 87,6 MHz-en sugároz, kisközösségi frekvencián, ahol a belváros és vonzáskörzetében napi 24 órás intervallumban adja valási-kulturális műsorát. (www.radio.forrasmedia.hu) Közel 700 000 embert érhetnek el műsoraikkal. A rádiót a Forrás Média Egyesület üzemelteti, tulajdonosa pedig a Közösségi Rádiózásért Egyesület. A rádió születése egy összefogás eredménye: az egyesület felkérte a Budapest Terézvárosi Adventista gyülekezetet, hogy az evangélikus, református, baptista, metodista gyülekezetek támogatásával, egy közös nyilatkozatban álljanak az induló rádió pályázata mellé.

Egy különleges modell kapcsán szoros együttműködésben állnak a Halas Rádióval, a MERA Rádióval, a Magyar Evangélikus Rádió Misszióval és a Magyar Katolikus Rádió médiaszolgáltatókkal, közös műsorok készítésében, illetve általuk készített műsorok átvételével. Ezen rádiók közül csak a Halas Rádió és a Magyar Katolikus Rádió földfelszíni sugárzása a többi, mind online. Speciális felekezeti rádióknak szánják a készítőket ezt az adót, saját bevallásuk szerint „civil” rádióként üzemelnek az egyházakat összekötve.

A Kontakt Rádió adásának készítésében mintegy 50 műsorvezető-szerkesztő vesz részt, a munkatársak nagy része önkéntesen vállalja és végzi tevékenységét, hasonlóan a Mária Rádióban leírt modell alapján. A Kontakt Rádióban csak és kizárólag klasszikus zenék szólalnak meg.

27 Őket egy e-mail alapú interjúban kerestem meg, ahol egységesen, ugyanazokat a kérdéseket tettem fel a főszerkesztőknek, vezetőknak.

Credo Radio

A szombathelyi illetőségű kisközösségi adó a 98,8 MHz-en, a Nyugat-magyarországi Egyetem Savaria Egyetemi Központ gyakorló rádiójának, a Berzsényi Rádióknak a 2012. februári megszűnése után jött létre. A frekvenciát sokáig nem használták, majd 2014 végén a műsorszolgáltatás helyét akkor az NMHH bejegyzése szerint a Szombathelyi Evangélikus Egyházközség vette át. (www.credoradio.hu) A hozzájuk eljuttatott online kérdőív kérdéseire válaszolva elmondták, hogy indulásukkor szerették volna úgy kialakítani műsorstruktúrájukat, hogy abból a hallgatók információt szerezhessenek, megismerhessék a helyi vonatkozású hírek hátterét és alkalomadtán szórakozhassanak is.

A rádió Szombathelyen fogható a város szinte teljes egészét lefedi a frekvencia, ami közösségi műsorszolgáltatásként található meg. Műsorainak körülbelül 30%-a foglalkozik egyházi tematikával és rendkívül hangsúlyos a sport és egészség témakörök jelenléte. Nagy hangsúlyt fordítanak az értékközvetítésre, és a helyi intézményekkel, szervezetekkel is jó kapcsolatot ápolnak. A rádió szerkezete és műsorstruktúrája egyfajta keresztezése a vallási rádiók és a helyi kereskedelmi rádiók sajátosságainak. A rádió kis stábbal dolgozik bármely helyi, kereskedelmi rádióhoz hasonlóan 12 munkatársuk van, de van közöttük lelkes önkéntes is. A munkából kivesszik a részüket a szombathelyi evangélikus egyházközség lelkészei is, akik elsősorban egyházi tematikájú műsorokat szerkesztenek. Zenei kínálatuk hasonlóságot mutat a helyi kereskedelmi rádiók pop stílusú, mainstream zenei kínálatával.

Halas Rádió

A Halas Rádió az FM 92.9 MHz-es frekvencián és online is hallható a nap 24 órájában, Kiskunhalason és 30 km-es vételkörzetében több mint 60.000 embert ér el. Üzemeltetője a Halas Nonprofit Rádió Kft, amelynek egyik tulajdonosa a Kiskunhalasi Református Egyházközség, így részben ez is egy egyházi rádióknak tekinthető. (www.halasaradio.hu) Közösség rádió, tehát műsorai nagy része közszolgálatilag tematizált. Saját bevallásuk szerint főleg a magyar könnyű zenére koncentrálnak, amire nagy hangsúlyt fektetnek a szerkesztés során. A műsor jellege sokban hasonlít egy helyi rádióéhoz, és több erre utaló nyomot is megmutat a műsorrend, de emellett sor kerül benne klasszikus egyházi, vallásos tartalomra is. Munkatársaik száma 12 a weboldaluk tanulsága szerint. Ebben található profi rádiós, de gyakornoki programjuknak köszönhetően több lelkes amatőrrel is dolgoznak. A műsorukat modern popzenével színesítik.

A témával kapcsolatos kutatások

A Magyarországon fogható földi sugárzású vallásos rádiók mindegyike, ha hálózatban is működik, de a saját környezetében helyi rádióként funkcionál. Ezek alapján, ha a felmérésben szeretnének eredményt elérni, akkor érdemes odafigyelniük a szabályos időközönként kiírt hallgatottság mérési metodikára. A tanulmány elkészítésekor fontosnak tartottam, hogy a lehető legjobban felmérjem a jelenlegi magyar vallásos rádiók és műsorgyártók helyzetét. Két irányba indult el a vizsgálódás: a jelenleg is működő magyar vallásos rádiókat kerestem meg személyesen, és e-mailben. A főszerkesztők, vagy a rádió vezetői segítségével két félig strukturált interjú keretében és hét, egységes, strukturált kérdőív alapján készített levél alapú interjúban mértem fel, hogy a ma földfelszíni sugárzásban fogható és online tartalmakat szolgáltató adók milyen elvek és célok mentén szerkesztik tartalmukat, zenéiket és milyen elvárásokat fogalmaznak meg magukkal szemben különösképpen fókuszálva arra, hogy vajon milyen célcsoportnak készítik műsorukat.

Online kérdőív alapján (N=174) főleg szegedi, vagy szegedhez köthető egyetemi lelkészségek tagjait kerestem meg. A kérdőív legnagyobb része arra irányult, hogy vajon milyen mértékben hallgatnak vallásos rádiót és vajon milyen preferenciáik vannak. A kutatásban a vallási hovatartozást nem vizsgáltam. Emellett kísérleti jelleggel arra is rákérdeztem, hogy vajon milyen jellegű tartalmat hallgatnának szívesen ezekben az adókban.

Az interjúk elemzése

A megkeresett rádiók kiválasztásánál az elérhetőség döntött, azaz, nemes egyszerűséggel, hogy ki volt hajlandó válaszolni a kérdésekre. A négy nagy hálózat közül a Magyar Katolikus Rádió vezérigazgató-helyettesével beszélgettem és az Európa Rádió ügyvezetőjével. Informális beszélgetést folytattam továbbá a Magyar Katolikus Rádió múltjának és a Szent István Rádió jelenének megismerése érdekében az egri központú Szent István Rádió igazgatójával és főszerkesztőjével egyben.²⁸

A Mária Rádió, mint egyetlen magyarországi vallási rádióhálózat, azért nem szerepelt a listámon, mivel egyrészt a hipotézisemben megfogalmazottak rá eleve nem igazak, azaz soha nem is volt céljuk, hogy a nemzetközi trendeket kövessék, ők a műsornak egy speciális válfaját szolgáltatják. Beszélgetések, imák és szentmise közvetítések váltják egymást, amely az egyházi adóknál tapasztalható réteg jelleget tovább árnyalja.

Emellett megkerestem a három magyarországi, még földi sugárzásban fogható helyi érdekeltsgű rádió vezetőjét, és négy internetes vallásos rádió szerkesztőjét, hogy láthassuk, milyen tendenciák vannak az online rádiók világában. Sajnos több

28 Ennek hanganyaga sajnos technikai okok miatt elveszett.

adó is nemet mondott a megkeresésemre, ennek egyik okaként a rádió kezdetlegességét és tervszerűségének hiányát jelölte meg, de olyan is volt, aki egyszerűen nem válaszolt. A három választ adó földfelszíni adó a protestáns egyházakhoz kötődik, míg a négy online adó, a Krisztus Szeretete Egyházhoz, a magyarországi baptistákhoz, a Hit Gyülekezetéhez és a Tan Kapuja Buddhista Főiskolához. A továbbiakban ezeket az interjúkat elemzem a feltett kérdések alapján négy fő területre koncentrálva.

A kérdőívekben nagyjából ugyanazokat a területeket próbáltam lefedni. Ezen kérdések alapján alább összegezzük a megkérdezett rádiók válaszait négy területre koncentrálva a válaszokat. Az első ilyen terület a hipotézisben is felvetett célok és célcsoportok. A válaszokból próbáljuk megmutatni, hogy a rádióknak céljaikból kirajzolódik-e célcsoportjuk, vagy esetleg tudják-e kinek rádióznak? Fontos tisztázni azt is, hogy ez a pozícionálás részét képezi, vagyis egyfajta stratégiát jelentene a rádió részéről az iránt, hogy hogyan helyezték el magukat a rádiós piacon. A célcsoport így a hallgatók azon csoportját jelenti most, akiket a rádió, igénybe vevőt elképzel, és akihez aktivitásait igazítja.

Az interjúk során az egyházak jelenlétéről is hangzott el kérdés, azaz, hogy milyen mértékben veszik ki a részüket a tartalomgyártásból, és mennyire befolyásolják annak alakulását? Fontos kérdés, hogy milyen a zenei kínálatuk, és ezeket hogyan választják ki? Ezt egyfajta indikátornak tartom a trendek követésében, mivel a zenei struktúra a legtöbbször tükrözi az adott rádió nemzetközi trendekhez való viszonyát. Emellett megkerülhetetlen kérdés, hogy vajon milyen PR tevékenységet folytatnak, amivel népszerűsíthetik magukat a hallgatóik és a lehetséges hallgatóik körében.²⁹

Célok, célcsoportok

A Magyar Katolikus Rádiónak Radetzky András szavai szerint „...nem is közszolgálati, hanem értékalapú...” a rádió típusa, így a céljai is ehhez kötődnek. Ez a magyarázata szerint az emberi szükségletek különböző kielégítése körül keresendő. Ezek között van kognitív és affektív: „A kereskedelmi média, amit összefoglaló néven szórakoztató–, vagy kereskedelmi médiának tekintünk, azok tipikusan affektív szükségleteket elégítenek ki, ami tipikusan az örömszerzés, szórakozás és így tovább. A kognitív szükségletcsoportok mögött elsősorban tájékozódás van, információfogyasztás és így tovább és akkor vannak egyéni és társasintegratív társasszükségletek...” Szerinte, amikor a Magyar Katolikus Püspöki Konferencia döntött a saját rádió indításáról nem a szórakoztató jelleg mellett döntött, mivel

29 Az interjúkra a következők személyek adtak választ: – Dr. Radetzky András, a Magyar Katolikus Rádió vezérigazgató-helyettese; Bacsó István, az Európa Rádió ügyvezető igazgatója, főszerkesztője; Csányi Ágnes, a Halas Rádió főszerkesztője; Dr. Erdélyi László, a Kontakt Rádiót üzemeltető Forrás Média Stúdió vezetője; Perlaki Nóra, a Credo Rádió főszerkesztője; Rédl Ádám, a Baptista Rádió vezetője; Rónai Egon, a Hit Rádió főszerkesztője; Faragó István, a KSZE Rádió alapítója és főszerkesztője; Horváth Zsófia, a Buddha Fm főszerkesztője

Radetzky elmondása szerint az első hazai országos egyházi adást nem ilyennek cél-
nak akarták szentelni. *“Az egyház úgy gondolja, hogy neki mégsem az a feladata,
hogy még egy 28. szórakoztató médiumot működtessen, ...hanem azt mondja legyen
értékalapú”* Szerinte ez a preevangelizáció alapja, amelyről a következőt mondta: *„A
preevangelizáció azt jelenti az egyházi terminológiában, hogy olyan tevékenységet
kell végezni, ami azt a célt szolgálja, hogy a jelenleg még nem vallásos, vagy nem
istenhívő embereket kell meggyőzni, hogy forduljanak az Isten felé és az egyházhoz,
vagy egyház felé, és az egyházon keresztül az Isten felé. Ez a feladat.”* Ez a szó többször
felmerült a Szent István Rádióban folytatott informális beszélgetéseim alatt is.
A preevangelizáció egyfajta célt jelent, mint, ahogy az a tény is, hogy a közszolgá-
latot betartsák, mert ez jelenti értékalapúságuk központját. Ilyen módon az általam
megfogalmazottak alapján alávetik ennek a más csoportok felé nyitás lehetőségét.

Kettős eszme ez, mert a preevangelizáció szerint minél szélesebb kör felé kell
nyitniuk, de az értékalapú, közszolgálati jellegű műsor pont ennek lesz kerékkö-
tője. Ez azonban nem formátum szerinti megkötöttséget jelent, erről Radetzky a
következőt mondta: ez *„...a nyereségérdekelt, üzleti alapon működő, ha úgy tetszik
a kereskedelmi rádiós éra sajátja. A formátum alatt a műsoroknak egy specifikus
kombinációját értjük, a formátumot, mindig egy deklarált, és meghatározott célcso-
port feltételezett igényei mozgatják. Tehát a formátum mindig a közönség feltételezett
igényeihez igazodik, a célközönségnek. Egy közszolgálati adónak és így nekünk sincs
deklarált célközönségünk.”*

Radetzky szerint az állam a közszolgálati rádiókat és az egyház a katolikus rádiót
azért működteti és tartja fent, hogy mindenkinek tudjon valamit mondani, emiatt
nem is lehet formátumbeli kötöttségekkel sújtani.

*„... rádió műsorának 90 százaléka az olyan általános érvényű közszolgálat,
amely át van szöve az egyház tanításával, vagyis amit mondunk az mindenkinek
szól, elvileg mindenkit érint és mindenkit érdekel, de ahogyan mondjuk az konvergál
azzal, amit az egyház gondol a világról.”*

A „mindenkihez szólás” sajátossága, hogy könnyebben elvész az üzenet értéke,
mert nincs jól pozicionálva a célközönségünk, ami itt, mint szélsőséges esetben,
nem is létezik. Hasonlóképpen misszióként jellemezte Bacsó István az Európa Rá-
dió ügyvezetője a hálózatuk célját. Bár itt is többször felmerült, hogy cél a vallási
tartalom megjelenítése, de az sohasem direktben, hanem fogyaszthatóbb módon,
megfelelő időben és mennyiségben adagolva. *„Az volt tehát a koncepció, hogy ne
csináljunk egy elektronikus templomot, mert templomba menjenek el az emberek, a
lelkésszel ott találkozzanak, hanem csináljunk egy olyan missziós eszközt ami felkelti
az érdeklődést, ami meg tudja őket úgy szólítani”* Saját elmondása szerint a vallási
tartalom az Európa Rádióban így mindössze 25-30% közé tehető.

*„Körülbelül 25-30% ami kifejezetten egyházi jellegű, ami hitéleti műsor, az ösz-
szes többi maradék 70% megmaradt ennek a teljesen civil hangnak, mint bárme-
lyik más közszolgálatinak, és gyakorlatilag azt a 70%-ot is úgy kell szerkeszteni,
meg összeállítani, hogy az egyház értékrendjének ez megfeleljen, de abban nem kell*

megjelennie direktben, hogy akkor most Jézusról kell beszéljünk, vagy a Bibliáról... hanem lehet közéleti, kulturális, színházi műsor, sport, gazdasági dolgok, hol mi történt, csak nyilvánvalóan ahogy elmondjuk és amilyen témákat választunk az illeszkedjen az egyház elvárásaihoz”

Bacsó felvetése szerint, ha nem egy célcsoportot kell kiszolgálni, akkor több réteghez is szólhatnak különböző időben. Ez teljesen ellentmond annak a folytonossági tényezőnek, amelyet például a „Rádió? Igen” 2003-as kutatása is kimutatót, miszerint az emberek nagyon kevés hányada hallgat odafigyelve rádiót, a háttérrádiózásban ez a szelektált hallgatórétegre fókuszáló attitűd nehezen teremtheti meg a konstans hallgatói bázist. (Rádió! Igen! – 2003)

Az Európa Rádió ugyan saját felmérést készített „(...) *a Miskolci Egyetem Szociológia karával is, szociológusokkal és azok az eredmények megvannak, de azok a felmérések, kifejezetten célzottan azt mérték, hogy tényleg kik hallgatnak és milyen arányban minket.*” de a pozicionálás a szó klasszikus értelmében itt sem valósul meg, célcsoportot nem jelöltek ki.

A kisebb rádiókat kérdezve a Halas Rádió főszerkesztőjének elmondása szerint céljuk az érték közvetítés volt, ezek közül is a keresztyény, és alapvető emberi értékek közvetítése. A Halas Rádió speciális helyzetben van a hazai vallásos rádiók között, mivel a Kiskunhalason egyedüli rádióként van jelen, így közösségi feladatokat is el kell látnia. A főszerkesztő szerint így rá is vannak szorítva, hogy az alapvetően „*emberi, isteni értékeket egyszerűen, a nem vallásos emberek számára is egyértelműen, érthetően, élvezhetően*” adják át. Itt is megjelenik a miszsió szó, de egy érdekes adalékkal társul miszerint a rádiónk a térség devianciáit látva kiemelt célja, hogy pozitív, életigenlő üzeneteket fogalmazzon meg, a problémamegoldás lehetőségét mutatva. A célcsoportról kérdezve a főszerkesztő aszszony hasonlóképpen nyilatkozik, mint az Európa Rádió vezetője: „*Mikor ki.*” Vagyis a célcsoport függ a hét és a nap időpontjától, az adott műsor típusától.

A Kontakt Rádiót üzemeltető Forrás Média Stúdió vezetője szerint a rádió 2008-as indulásakor semmilyen céljuk nem volt, csak a kiírt frekvenciára jelentkeztek, amelyhez összegyűjtötték az összes terézvárosi protestáns gyülekezet (evangélikus, református, baptista, metodista, adventista) támogatását, és közös nyilatkozatot adtak ki. Kezdetben ezek a gyülekezetek önkéntes alapon szolgáltattak műsort, majd később ezt egységesítették a Forrás Média Stúdió részéről. Ma a tartalomgyártók részéről a fő cél három pontban fogalmazható meg: egyrészt a miszsió, vagyis az evangélium hirdetése, másrészt a keresztyény közösségek tájékoztatása, lelki megerősítése, harmadrészt pedig a keresztyénység politikamentes társadalmi jelenlétének bemutatása.

Ebből kiolvasható, hogy konkrét célok alapján szervezik a struktúrájukat, sőt itt olvashatunk a válaszok között az első egzaktabb hallgatói célcsoport megfogalmazásról: „*Budapesten jelenleg nincs ilyen felekezetközi tartalmú vallási és kulturális rádió, ezért széles körben gondolkodunk.*” Ez esetükben azt jelenti, hogy mivel adatokkal rendelkeznek arra nézvést, hogy a protestáns közösségek tagjainak 80 %-a

Budapesten és az agglomerációban él, ezért rájuk szeretnének fókuszálni. Tapasztalataik alapján finomítottak az életkoron is, látták ugyanis, hogy inkább az idősebb korosztály körében népszerűek.

A szombathelyi Credo Rádió főszerkesztője szerint az indulásukkor ugyanolyan céljaik voltak, mint bármilyen ilyen jellegű médiumnak, vagyis az informálódás, szórakozás és a helyi vonatkozású hírek és témák bemutatása. Ezzel együtt ez a leírás sokkal jobban megfelel egy helyi, kereskedelmi rádió értékrendjének. A célok között említik az egyházi ünnepeket, amelyeket kiemelten kezelnek, és található a műsorrendben vallási jellegű műsor is, de sehol nem említik az eddigiekben többször felbukkanó missziós jelleget. A Szombathelyi Evangélikus Egyházközség üzemeltetésében álló rádióknak is az a célja, hogy minden korosztálynak szóljanak, *„kortól, nemtől és felekezettől függetlenül”*. Továbbá szeretnének *„mindenkinek megfelelni”*, igényes műsorokat gyártani.

Érdekes a helyzet az online rádiók céljainál. A Baptista Rádió esetében egzakt célokkal indultak el. A rádió vezetője ezt írta: *„Szerettünk volna egy olyan csatornát, ahol a Baptista Egyház kommunikálhat a baptista közösséggel. Emellett fontos volt számunkra, hogy ne csak egy felekezet keresztényeit érzük el, hanem mindenkit, aki Istennel személyes kapcsolatot ápol. Végül, de nem utolsó sorban szeretnénk azokhoz is szólni, akik keresik Istent, érdeklődnek iránta, de még nem megtért hívők.”*

Vagyis egy szinte körülhatárolható célcsoportból kiindulva az általános felé igyekeznek. A Baptista Rádió célja továbbá, hogy közösséget, nem pedig közönséget építsenek. Arra a kérdésre, hogy pontosan kik nevezhetőek célcsoportjuknak ezt a választ kaptam: *„...korosztálytól függetlenül a baptista közösség tagjai, a Baptista Egyház iránt érdeklődők, illetve azok az akár baptista, akár nem baptista zene és művészeti tartalom kedvelők, akik Istennel személyes kapcsolatban vannak és szeretnék ezt fenntartani, erősíteni, valamint azok, akik keresik Istent...”*

A Hit Rádió szűkszavú válaszában céljai között említette, hogy elsősorban a Hit Gyülekezetének tagjainak szólnak, majd a későbbiekben ez kiszélesedett a gyülekezet iránt érdeklődőkkel. Ugyanezt a közeget tekintik célcsoportjuknak is.

A KSZE rádió főszerkesztője többször kiemelte válaszaiban, hogy rádiójuk egy egyszemélyes rádió, így a motivációk között csakis egyéni érdeklődést és érdeket kereshetünk. *„Legfőképpen az volt a célom ezzel, hogy a vasárnapi alkalmainkat, és a rendszeres mindennapi imaköreinket mindenki hallgatni tudja”*. 24 órás adás később alakult ki. A célcsoportról szólva nemes egyszerűséggel ennyit mondanak: *„mindenki”*.

A Buddha FM főszerkesztője szerint az adó létrehozásától a *„szándékunk az, hogy olyan rádióadót hozzunk létre, amely a Buddha tanításait minél sokszínűbben, számtalan nézőpontból tárja a hallgatók elé. Elsősorban olyan műsorok létrehozását terveztük, amelyek, elsődleges vagy másodlagos forrásokon keresztül ismertetik meg a hallgatókat a különböző buddhista irányzatokkal és nem az ún. pop-buddhizmus vonulatát erősítik.”* Elmondásuk szerint ezek a célok bővültek: *„Szeretnénk a magyarországi médiában nem, vagy eltorzultan megjelenő híreket a buddhista világból*

megjeleníteni. Ezért keressük a külföldi hiteles forrásokat, lefordítjuk és mind írásban a honlapon, mind híradásként a rádióban sugározni.”

Célcsoportjukként egy igen érdekes megfogalmazást adtak meg: „A célcsoportba mindenki beletartozik, aki úgy érzi, hogy a betegség, szomorúság, öregség és halál legyőzhető. Ide tartoznak a buddhista közösségek tagjai ugyanúgy, mint a buddhizmus iránt érdeklődő <laikus> hallgatók is.”

Egyházi jelenlét, szerkesztési elvek

Fontos témakör, hogy főleg az egyházi fenntartású rádióknál vajon mennyire vesz részt a műsorok elkészítésénél a napi munkálatokban az egyház. A Magyar Katolikus Rádióban Radetzky András szerint: „Van a rádióknak egy egyházi felelőse, ritkán jön ide, ő olvassa az evangéliumot, de nem azért nincs, mert nem akarjuk, mert a papoknak van más dolguk.” Az MKR helyzete azért is speciális, mert egy egyházi vezetője is van a rádióknak, aki a vezérigazgató és van egy egyházi tanácsadójuk is. „Ugye mi...ugyanolyan zárt részvénytársaság vagyunk, mint bármelyik más, azzal a különbséggel, hogy a mi tulajdonosunk, az a részvényesünk, a Magyar Katolikus Püspöki Konferencia, tehát a Magyar Katolikus Egyház legfontosabb döntéshozó szerve. És ennek a zrt-nek első számú adminisztratív vezetője az a Spányi püspök úr, és ő egy megyés püspök a KPK-nak a tagja, az egyházon belül ő az, aki felelős a rádióért, de az egyházon belül van ennek egy egyházi felelőse, de őt igazából ritkán látjuk, neki is más ezermillió dolga van...”

Az Európa Rádiónál az interjúban elhangzottak alapján máshogy működik az egyházi felügyelet. A napi munkában részt vesz egy református programigazgató. „Kovács Zoltán már itt van mindennap, gyakorlatilag fő állásban van, a rádiónál van... Reggeltől estig itt van, részt vesz az eligazításokon, az értekezleteken, megörökölt már futó egyházi műsorokat, amiket ő menedzsel, meg nyilvánvalóan az elmúlt években, amióta ő van már sokat is igazított ezen. (...) Ő rádiós-missziós lelkész lett. Neki ez lett a főállása. (...) Gyakorlatilag az egész folyamatot átlátja. Ugyanúgy átlátja az egyházi és a civil műsorainkat is.”

Arra a kérdésre, hogy a Halas Rádiónál, mennyire érezhető az egyház jelenléte a mindennapokban, azt a választ adták, hogy „az egyházi ünnepekkor teljesen átírják a műsorrendet, valamint a “fenntartó egyház tagok visszajelzéseit figyelik”.

A Kontakt Rádiónál nincs szerepe egyik egyháznak sem a döntéshozatalnál, sőt elmondásuk szerint mivel mindegyik egyházzal együtt dolgoznak, tökéletesen tudják a határokat. A szombathelyi Credo Rádióban szintén az ünnepekre koncentrálnak jobban, az egyházi eseményeknél kiemelten biztosítanak terepet a műsoraikban, illetve napi szinten háromszor sugározzák a *Nap Credoját*, amit a lelkészek mondanak el és magyaráznak meg, egyébként nem vesznek részt a napi munkában.

A megkérdezett online rádiók közül a Baptista Rádiónál ezt válaszolták „Az egyház ügyeit természetesen képviseljük, informáljuk, tájékoztatjuk erről a hallgató-

ságot. *A vezetőség véleményét, javaslatait meghallgatjuk, rendszeresen tárgyalunk velük a rádió feladatairól, jövőjéről.* “

A Hit Rádiótól ezt a választ kaptuk: *„A napi gyakorlatban teljes szabadságot élvezünk, de a rádió irányultsága, egyházi háttéréből fakadó elkötelezettsége nem kérdéses, nem is lehet az.”* Ezt úgy értelmezhetjük, hogy kötődnek az egyházi témákhoz, de nem állnak felügyelet alatt. A magán kezdeményezésű KSZE Rádióban nincs semmilyen kontrol az egyház részéről, míg a Buddha FM-nél akkor kapnak támogatást, ha kifejezetten kéri, egyébként szabadkezet kaptak.

Zenei kínálat

Bármely rádió esetében sarkalatos tényező a zenei kínálat, hiszen a hallgatók nagyszázaléka a Rádió?Igen! felmérés szerint főleg e miatt hallgat rádiót. (Rádió!Igen! – 2003) A Magyar Katolikus Rádióban marginális a zene, mivel 30%-ban van az aránya a műsoron belül. Ennek ellenére nagy figyelmet fordítanak a megfelelő zene kiválasztására. Országos kereskedelmi rádióktól is szokatlan módon, mindegyik műsornak professzionális zenei szerkesztője van, és ez igaz a Szent István Rádióra is. Több műszakban dolgoznak a szakemberek a megfelelő zene kiválasztásán, amelynek nemcsak az egyház tanításának is meg kell felelnie, hanem akár az időjáráshoz, vagy a nap történéseihez is kell alkalmazkodnia. Az MKR esetében a zene egyébként tényleg elhanyagolható, hiszen *„90%-ban a zene csak illusztráció és 10%-ban, 10% körül mondjuk lényegi műsorelem.”*

Az Európa Rádióban ezzel ellentétesen egy zenei szerkesztő van. *„2006-ben megörököltünk egy zenei szerkesztőt, akivel nem voltunk elégedettek a munkájával, ő el is ment tőlünk és akkor vette át a mostani kolléga. Ő egyébként is megszállottja ennek a zenei világnak, lehet egyébként is ilyenek kell lennie a jó szakembernek, hangmester vizsgálója is van, tehát gyakorlatilag rábíztuk a zenei arculatunkat. Annak idején megegyeztünk, hogy mégiscsak egy református rádió vagyunk annak ellenére, hogy ezt direktbe nem toljuk az emberek fülébe, de azért ez a konzervatívabb, nemzetibb, örökzöldebb...”*

Vagyis nincs formátum, amit tartania kellene a zenei szerkesztőnek. *„A református rádióknak nem kell a kereskedelmi rádiókkal versenyeznie zenékben. Egrészt azért nem kell, mert más a műfajunk, más a stílusunk, más az arculatunk, másrészt meg azért nem kell, mert hogy is mondjam? Nem minőségbiztosítottak a szövegek, meg a zene.”* Vagyis a nehezen kiszűrhető árnyalt utalásokat, melyeket nem tartanak összegeyztethetőnek az egyház részéről egész egyszerűen ignorálják. Ez az egyetlen szerkesztési tényező.

A Halas Rádió ettől szélesebb körben értelmezi a lejátszható zenéket. Mivel ők maguk a város egyetlen rádiója, ezért fogyasztható könnyű zenét adnak. A megszólaló zenék fele magyar nyelvű, de ezek egyike sem réteg zene. Készítettek egy saját felmérést, ennek eredménye szerint a legszerethetőbb tartalmuk a zene. A Kontakt

Rádiónál kizárólag komoly zenét sugároznak, de mostanában próbálkoznak a jazzel. Ezeknek a műveknek egy részét az egyháztól kapják meg, de a zenék nagy részét maguknak szerkesztik. A Credo Rádióban megpróbálnak korosztálytól függetlenül mindenkihez szólni, de nagy százalékban magyar zenét játszanak. Emellett pályázati kiírásuknak megfelelően 5 évnél nem régebbi magyar dalokat mutatnak be többször. Viszont a Halas Rádióhoz hasonlóan egyházi zene nem szerepel a napi listában.

Az online rádiók közül a Baptista Rádió hitvallása szerint a „...legismertebb és szeretett slágerek mellett, fontos számunkra az újdonságok bemutatása, a jövő zenéinek megismertetése. Célunk a külföldi dalok mellett, a magyar előadók és szerzemények bemutatása, a hazai felvételek megkedveltetése, az országunk keresztény zenei piacának megerősítése.” Továbbá „Fontosnak tartjuk, hogy Magyarországon keresztény rádióként elsőként ne csak keresztény zenét játszzunk.”

Ezzel szemben a Hit Rádióban csak „Keresztény pop-rockzenét, illetve gospeleket és dicséreteket játszzunk, magyar és külföldi felvételeket vegyesen.” A KSZE Rádióban csakis saját, autentikus tartalmat játszzanak, vagyis „Kizárólag a Krisztus Szeretete Egyházban elhangzott dolgok szólhatnak a rádióba, ez így teljesen jogtiszt, nem kell ArtisJust, adót sem fizetni így. “ A Buddha Rádióban egy különleges elv alapján szerkesztik a zenei tartalmat, ennek szervező egysége a nyugalom. „Az általános szándék, hogy aki minket hallgat, nyugalmat találjon. Ezért sok relaxációs, pihentető és úgynevezett örömezenét játszzunk. Speciálisan buddhista recitációkat és mantrákat is adásba engednek, továbbá a buddhista országok népzeneit, de nem-buddhista népek eredeti zenéit is szívesen műsorra tűzzik.

Érdeemes látni, hogy ahány adó, annyiféle zenei tartalom. A két nagy hálózat esetében átgondolt ugyan a koncepció, de véleményem szerint ismét abba a hibába esnek, mint a közszolgálatáságnál tárgyalt kettőség, vagyis, ha a cél a minél több ember elérése, esetleg újabb rétegek megszólítása, így talán a fiataloké, akkor nem érdemes-e elgondolkozni egy zenei finomhangoláson. Látni kell azt is, hogy ez nem feltétlenül jelenti a mainstream pop darabok szerepeltetését, a modern egyházi zene tárnyerése igazán számottevő, mutatják ezt a például az Ez az a Nap! programsorozat olykor több tízezer résztvevő tömegei is.

PR tevékenység

A későbbiekben feldolgozott kérdőívben is látható, hogy a legtöbb válaszadó soha nem is találkozott némelyik adóval, ezért rákérdeztem az érintett állomásokról, hogyan népszerűsítik magukat közönségük felé, azaz milyen a PR tevékenységük?

A Magyar Katolikus Rádiónál több eszközt is bevetnek, de csak az elmúlt másfél évben növelték ennek intenzitását. „...most csinálunk city light kampányokat, hírlevelet nyomtatunk, csinálunk közönségtalálkozókat, és így tovább, tehát ezeket csináljuk, nincs temérdek pénzünk, hogy tv szpotokban gondolkodjunk, tavaly voltunk tíz

évesek, akkor ment a közszolgálatin pár napig egy televíziós kampány is... alapvetően nem ebben gondolkodunk, hanem abban gondolkodunk, hogy facebook, abban gondolkodunk, hogy van egy kolleganőm...ő a kommunikációs ember, ő szervezi a rendezvényeinket, ő csinálja a sajtó munkát, ő kezeli a weblapot, meg a facebook-ot, ő csinálja a hírlevelet, nyomtatottan és elektronikusan.”

Az Európa Rádió kisebb intenzitású PR tevékenységének magyarázata a szűkös keret. „...*próbálunk* társmédiaokkal egyfajta szövetségben egymást népszerűsíteni. Vannak felületeink például az Észak-Magyarországban, Kelet-Magyarországban, együttműködünk a kiadóval. Nekik is van Nálunk felületük...*Próbálunk azt adni, amink van. Nekünk műsorunk van, műsoridőnk van, akkor próbálunk ezzel fizetni.*”

A Halas Rádióban a facebookra fektetnek nagyobb hangsúlyt, ahol hirdetnek is. Fesztiválokra jelennek meg, és hangadó embereket szerepeltetnek több városi rendezvényen. A Kontakt Rádió semmilyen eszközt nem vet be, főleg eszköz, anyagiak és szakember hiányában. Eddig egy rendezvényt szerveztek, saját bevallásuk alapján elég kis sikerrel. A Credo Rádió pedig nyári kitelepülések szervezésével építi a kapcsolatot hallgatóival, illetve ajándéktárgyakat osztogat alkalmanként a rádió logójával. Emellett több plakátjuk is van a város különböző pontjain, valamint nyeménnyjátékokat is indítanak rendszeresen.

A Baptista Rádió részéről ezt írták: „*Alkalmazzuk a személyes marketinget, rendszeresen frissített weboldalunk, Facebook és Instagram felületünk van, tudatos és rendszeres – anyagiilag eddig nem finanszírozott – Facebook kampányaink futnak... szórólapokkal, könyvjelzőkkel és plakátokkal is reklámozzuk, promotáljuk magunkat és kitelepüléseinkkel...rendszeres résztvevői vagyunk a népszerű keresztény rendezvényeknek, fesztiváloknak.*”

A Hit Rádió kizárólag gyülekezeten belül kommunikál, ami elég ahhoz, hogy egy többszázeges tábort elérjenek. A KSZE Rádió az organikus elérésű facebook marketingben hisz, vagyis nem tervezett módon, megosztásokkal operálnak. A Buddha FM a kezdetekben indított nagyobb kampányt, amikor országos turnét szerveztek Laár Andrással, aki így segítette a Buddha FM megismertetésében. Azóta a facebookon is szervezeten jelennek meg. Ezeket a posztokat néhány-ezer forinttal hirdetésként továbbítják.

Össességében elmondható, hogy nagyobb összeget még a nagyobb büdzséjű rádiók sem fordítanak saját csatornájuk népszerűsítésére, ekképpen pedig a közösségi média organikus, elérésében bíznak akkor, amikor szeretnék minél szélesebb körben ismertté tenni a rádiójukat.

Online kérdőíves felmérés

A tanulmány szerves részét képezi, az az online felmérés (N= 174, periódus: 2016. 02. 29.-03. 31). A kérdőív kitöltésére főleg Szegedhez köthető felekezetek, gyülekezetek, és ifjúsági csoportokat kértünk fel. Az ő vezetőikhez jutattuk el a

kérdőív linkjét, amelyet saját belső levelezésük, vagy facebook csoportjukon keresztül küldtek el a lehetséges résztvevőknek. Természetesen vonatkozott kérdés a kitöltők életkorára és egyéb demográfiai adatára is. Így elmondható, hogy a kérdőívet kitöltő 174 fős mintából 105-en nők, míg 69-en férfiak. A válaszadók életkorára is rákérdeztünk, amely fontos volt abból a szempontból is, hogy a kérdőív elkészülte előtt egy előzetes feltevéssel éltünk, miszerint a fiatalabb korosztály nem érdeklődik ezek iránt a rádiók iránt.



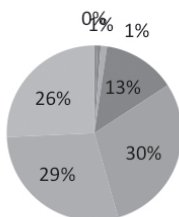
1.ábra – A válaszadók életkora

A grafikonból leolvashatjuk, hogy a válaszadók 46%-a a 30-49 közötti korosztályból származik, míg 40%-a 30 évesnél fiatalabb.

Az előzetes feltevés alapján jelölt korcsoport, vagyis az 50 felettiiek kis mértékben képviselve töltötték ki a kérdőívet, a válaszadók mindössze 14%-a tartozik közéjük. Ezt indokolhatja az is, hogy ez egy online kérdőív, tehát mintánkat torzíthatja az idősebbek kevesebb száma. A válaszadók iskolai végzettsége a következőképpen alakult.

A válaszadók iskolai végzettsége

- Kevesebb, mint 8 általános ■ 8 általános
- szakközépfiskolai érettségi ■ gimnáziumi érettségi
- egyetemi diploma
- szakmunkásképző
- főiskolai diploma



2.ábra – A válaszadók iskolai végzettsége

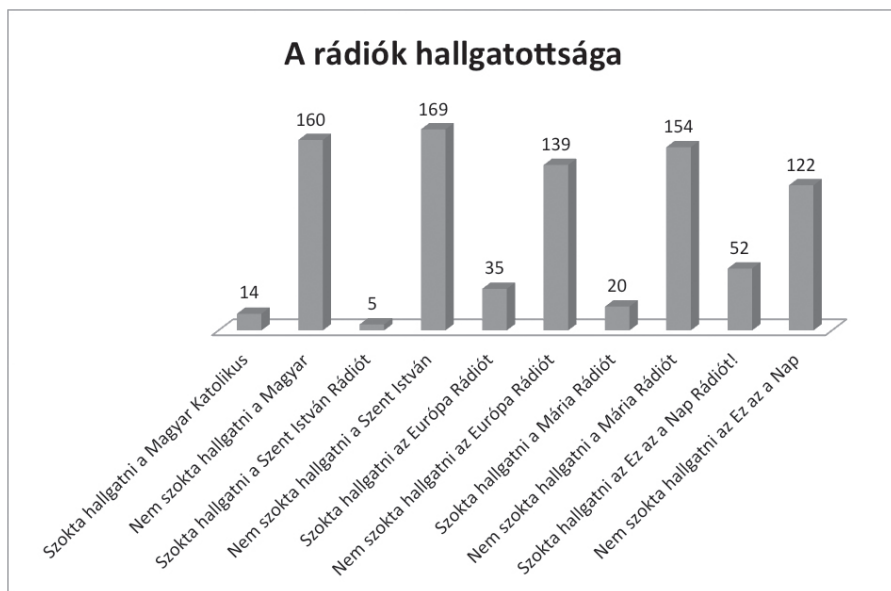
Jól látható, hogy szinte azonos számban töltötték ki a kérdőívet gimnáziumi érettségivel és főiskolai diplomával rendelkezők. Hasonlóan magas a száma az egyetemi diplomát szerzeteknek. A szakközépfiskolai érettségivel rendelkezők az összes megkérdezett 13%-a, míg a szakmunkás bizonyítványt szerzetek csak 1% és az ennél alacsonyabb végzettséget szerzők vagy nem szerzők száma is csak rendkívül elenyésző.

A kutatásunk tárgyára vonatkozóan az első kérdés azt járja körül, hogy mennyire ismerik ők a felsorolt vallásos rádiókat. Mivel Szegeden és környékén kérdeztünk alanyokat ezért csak arra támaszkodhattunk, hogy országos viszonylatban vajon ismerik-e ezeket a rádiókat. Ebben a kategóriába soroltuk a nagy hálózatokat, így a Magyar Katolikus Rádiót, a Szent István Rádiót, az Európa Rádiót, a Mária Rádiót és pluszban felírtuk az Ez az a nap! rádiót. Ez utóbbi az egyetlen online fogható rádió, jelenléte a listában pedig azért vált indokolttá, mert magyarországi viszonylatban ez a rádió fordít a legtöbb figyelmet PR tevékenységére, így nagyobb eséllyel találkozhattak vele. Továbbá az Ez az a nap! Rádió nyíltan ökomenikus, és kifejezetten fiataloknak szóló csatornaként hirdeti magát, ahol a legújabb trendek alapján sugároznak, például zenét is. Ez remek indikátorrá teszi az adót, a többi a listában szereplő rádió mellett. A megkérdezettek az öt rádió esetében így válaszoltak a feltejt kérdésre:

Az adatok alapján megállapíthatjuk, hogy a Mária Rádiót ismerik a legtöbben (61%), míg utána az Ez az a Nap! Rádió végzett (41%). A legkevesebben a Szent István Rádiót jelölték meg ismert adóként (17%), ami talán annak is betudható, hogy földrajzilag ez a legtávolabb elhelyezkedő frekvencia. Érdeemes megnézni azonban azt is, hogy a Mária Rádió kivételével egy-egy eldöntendő kérdésnél, vagyis, hogy

ismeri, vagy nem az adott rádiót, minden esetben többségébe kerültek a nem ismerők (Magyar Katolikus Rádió, 37%, Európa Rádió, 34%). Ezek a számok azonban csak azt mutatják meg, hogy mennyien hallottak valaha erről a rádióról, viszont előre-mutató lehet megvizsgálni azt, hogy a választ adó 174 ember közül hányan vannak olyanok, akik rendszeresen hallgatják a felsorolt rádiók közül valamelyiket. Ezt annak tudatában is jó lehet megvizsgálni, hogy a kitöltők mindegyikének feltehetőleg vallásos beállítottsága is van, mivel egy-egy felekezeten, vagy felekezeti csoporton keresztül jutottunk el hozzájuk.

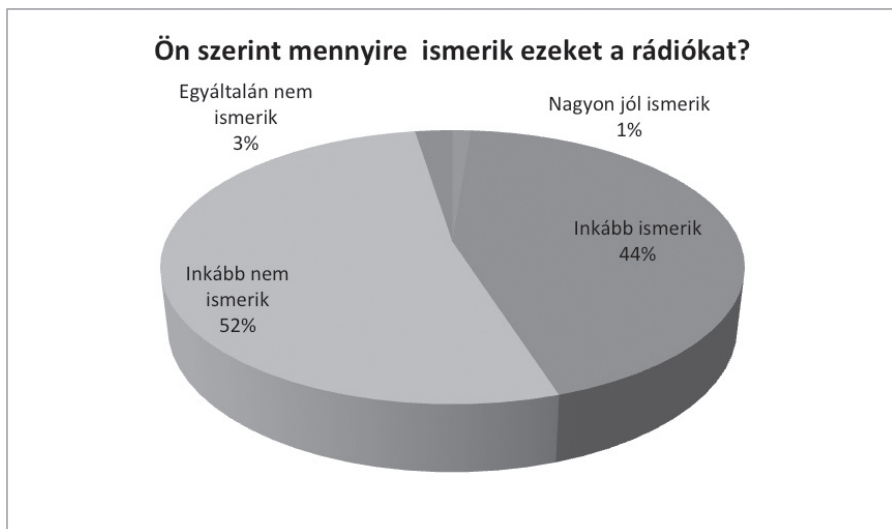
Ennek tükrében arra a kérdésre, hogy *melyik egyházi/vallási rádiót hallgatja?* a következő választ kaptuk:



8. ábra – A rádiók hallgatottsága

Az ábráról leolvashatjuk, hogy a megkérdezettek közül többen nem hallgatják a rádiókat, mint inkább hallgatják. Feltételezhető, hogy ennek van egyfajta felekezeti kötöttsége, azaz a reformátusok nem szívesen hallgatnak katolikus rádiót. Látható, hogy a legtöbben az Ez az a Nap! Rádiót hallgatják, ez pontosan a megkérdezettek 29,9%-a, a legkevesebben a Szent István Rádiót jelölték meg, ami az előzőekben tárgyalt földrajzi távolságnak is betudható. Az Ez az a Nap! Rádió magasabb számait indokolhatja az ökumenikus és fiatalosabb jelleg is, de erre csak a kérdőív további részei adhatnak választ.

Ehhez visz közelebb az Ön szerint mennyire ismerik a vallásos emberek ezeket a rádiókat? kérdés. Négy válasz lehetőséget adtunk meg, amelyben a nagyon jól ismerik, az inkább ismerik, az inkább nem ismerik és az egyáltalán nem ismerik dimenziók szerepeltek.

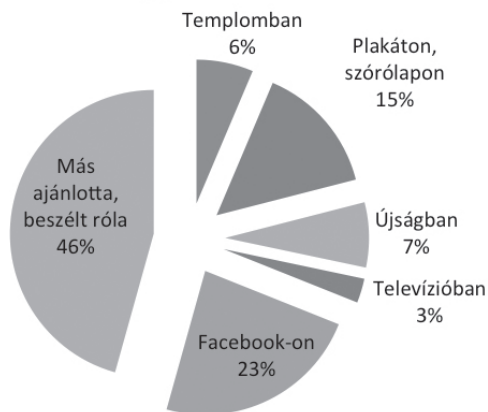


9.ábra – A rádiók ismertsége

Megfigyelhető, hogy a kapott válaszok fedik a válaszadók preferenciáit. A válaszok 52%-a szerint az emberek inkább nem ismerik ezeket a rádiókat, és 44%-uk szerint inkább ismerik. Az egyáltalán nem ismerik elenyésző 3%, míg a nagyon jól ismerik 1%-os arányt ért el. A válaszadók szerint az emberek csak kis mértékben ismerik ezeket az adókat. Ez a szám egyébként közel hasonlóan jelen van a mi kérdőívünkben is, mivel a válaszadóink ugyanekkora mértékben nem ismerték az adott adókat.

Vizsgálatra került az is, hogy hol találkoztak ezekkel a rádiókkal, hol hallottak róluk először. Ennek tudatában láthatjuk esetleg, hogy van-e összefüggés a korábbi fejezetben tárgyalt, a rádiók által használt felületek és az itt megjelölt felületek között?

Ön hol és hogyan hallott róluk?



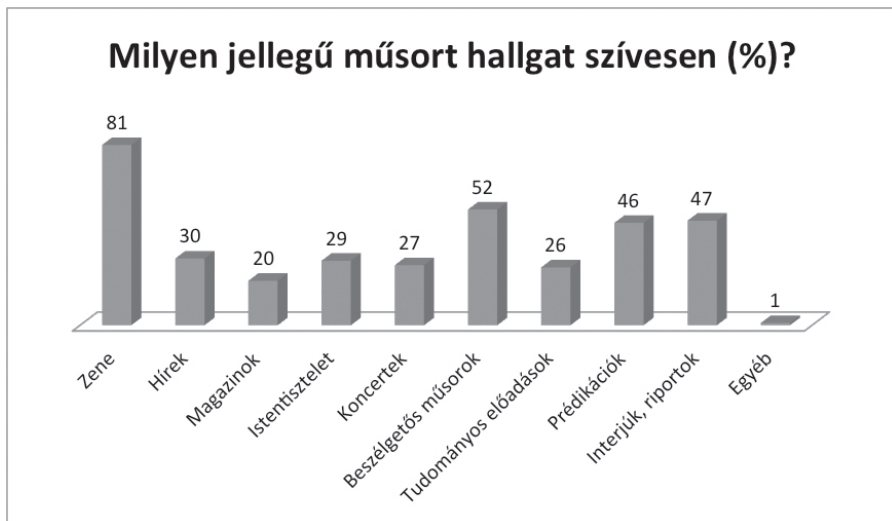
10. ábra – Hol hallottak a rádióról?

A legtöbben más tapasztalatai, beszámolója alapján hallott az adott médiumról. Ez a gyülekezetek erejét is mutatja, valamint egy érdekességre is felhívja a figyelmünket. Az interjúkban megkérdezett főszerkesztők és igazgatók egyike sem emelte ki, hogy a hozzá tartozó felekezeteket, egyházakat megkereste volna, hogy a miséken, istentiszteleteken papi-, lelkészi hirdetésekben keresztül kommunikáljanak a hívekkel. Ezt mutatja az is, hogy a templomban válasz, csak a kitöltők 6%-a jelölte be.

Egyedül Dr. Erdélyi László, a budapesti Kontakt Rádió vezetője írta: „*Most van folyamatban az egyházakkal való együttműködés fejlesztése, és várhatóan a különböző közösségek is terjeszteni fogják a hallgathatóságot.*” Ennek eredményességét a diagram adatai is indokolhatják.

Az eredmények kapcsán továbbá látható, hogy a legtöbb rádió által jelzett facebook is eredményes felület, hiszen a válaszadók 23%-a emelte ki. Ezt a szórólapon, plakát követi, amire egyébként nagyon kevés rádió költ. Az újság és a televízió pedig marginálisan alacsony elérést mutat, oka pedig az lehet, hogy keveset foglalkoznak vele, egyedül az Európa Rádió részéről mondták „...*próbálunk társmédiaokkal egyfajta szövetségben egymást népszerűsíteni*” vagyis felületeik vannak a helyi lapban és helyi tévében, cserébe ők is adnak ugyanúgy felületet. A Magyar Katolikus Rádió pedig évfordulóját ünnepelve tavaly TV-s kampányt indított, de ennek eredményessége függ és függött a hirdetést megjelentető televízió nézettségétől is.

A kérdőív további részében kifejezetten a tartalomra kérdeztünk rá. Kíváncsiak voltunk többek között arra is, hogy milyen tartalmat hallgatnak szívesen függetlenül attól, hogy az vallásos rádió vagy sem.



11. ábra – Milyen műsort hallgatnak szívesen

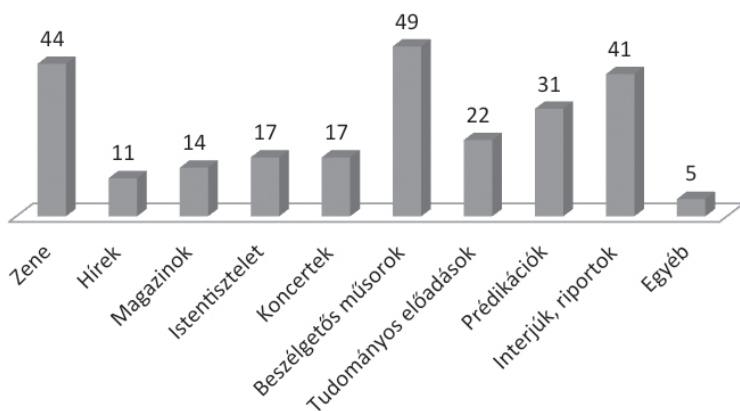
A kérdés kapcsán több választ is megadhattak a válaszolók. A legnagyobb százalékban a zenét részesítették előnyben, az összes válaszadó 81 %-a jelölte meg ezt, míg érdekes, hogy a beszélgetős műsorok kategóriát 52%-a tartotta fontosnak.³⁰ Ehhez hasonlóan szintén jó eredményt értek el a riportok és interjúk, amelyre a válaszadók 47% voksolt. Látni kell azt is, hogy ezek szimplán rádiós tartalmak, azaz bármely formátumú rádió sajátjai lehetnek. A negyedik legtöbb szavazatot kapott tartalomforma a prédikáció, amely viszont csak a vallásos rádiók sajátja, kifejezetten vallási tartalom. Emellett magas eredményeket ért el az istentisztelet közvetítése is. Dr. Radetzky András a következőt mondta a miseközvetítéssel kapcsolatban: „... számomra is megdöbbentő az egyik leghallgatottabb műsorszámunk a reggeli miseközvetítés... fiatal barátaim is hallgatják reggel, amikor kocsiban vannak...”

A magazin műsorok, a koncertek és a tudományos előadások érdeklék a legkevésbé a válaszadókat. Elenyésző százalékban (1%) az egyéb kategóriát is bejelölték. Az egyik válasz a megtérés történetek fontosságát, a másik a helyi programajánlókat emelte ki, míg egy válaszadó a hitradio.hu-ra mutatott rá, feltehetően azért, mert ez nem szerepelt a listában.

A 11. tábla a következő kérdéssel válik teljessé, amiben azt kérdeztük, hogy *szertük milyen tartalomból kellene több a vallásos rádiókban?*

³⁰ Beszélgetős műsor alatt a klasszikus, stúdióban készült rögzített, vagy élő interjút értjük egy, vagy több alannyal.

Ön szerint milyen tartalomból kellene több a vallási rádiókban (%)?

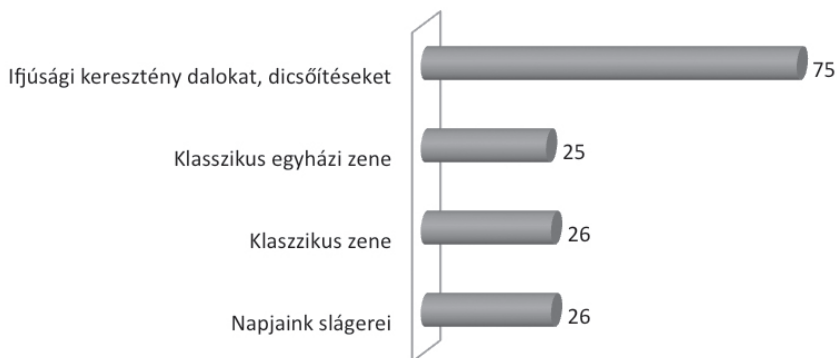


12.ábra – Milyen tartalomból kellene több a vallási rádiókba?

Érdekes, hogy a beszélgetős műsorok kerültek elsőként – 49%-kal – az élre, míg nem sokkal mögötte a második legnépszerűbb (44%) a zene lett. Ebből levonhatjuk a következtetést, hogy, ami egy átlag rádióban, egy átlagos hallgatói attitűdben érdeklí őket, azt szeretik hallgatni a vallásos adókon is. Ilyen az interjúk és a riportok és a prédikációk jelenléte is, amely iránt a válaszadók 41%-a érdeklődne. A legkevésbé hírekre és magazinokra vágnak az ilyen adókon. Különleges itt az istentisztelet szerepe, amit az előzőekben többen jelöltek meg, mint szeretett tartalmat, de a vallásos rádiókban már nem, vagy nem többlet szeretnének hallani belőle. Érdemes még megnézni az egyéb kategóriát, ahol többen is írták a megtérés történetek és bizonyágtételek fontosságát.

A zenei adatok kimagasló száma után rákérdeztünk arra is, hogy *milyen stílusú zenét hallgatna szívesen a jövőben egy vallásos adón?* A válaszok között kimagasló eredményt ért el az ifjúsági keresztény dalok és a dicsőítések kategóriája (75%), amely összefüggést mutat az Ez az a Nap! Rádió jó szereplésével a hallgatottsági adatokat bemutató diagramon. A felsorolt rádiók közül populáris egyházi zenét, csak ez az adó játszik, ezenkívül csak a Szent István Rádió kínálatában lehet találkozni kifejezetten ilyen jellegű zenei tartalommal, de nem szerves részét képezve a zenei kínálatnak.

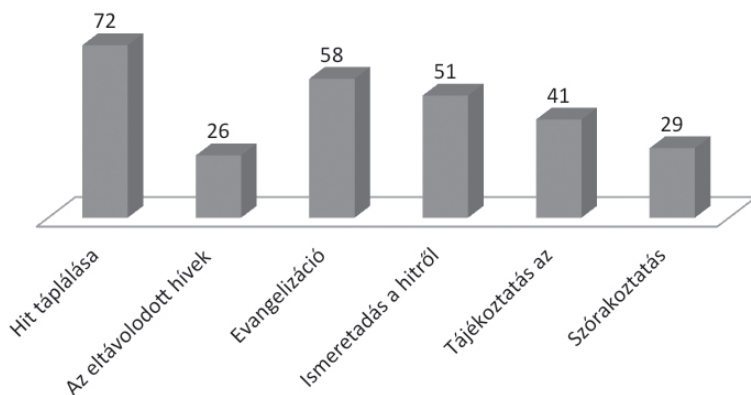
Milyen stílusú zenéből hallgatna többet szívesen egy ilyen adón (%)?



13.ábra – Milyen stílusú zenéből hallgatna többet szívesen egy ilyen adón?

A többi kategória mint, a klasszikus egyházi zene, a klasszikus zene és a napjaink slágerei közel azonos eredményt ért el, de mégis csak harmadannyit, mint az ifjúsági keresztény dalok, dicsőítések kategória. Ezt követően érdemes volt tisztázni, hogy a megkérdezettek vajon milyen célokat társítanak a vallási/egyházi rádiók jelenlétéhez. A felsorolt lehetőségek után akár feltételezhetnénk, hogy a szórakoztató jelleg kimagasló eredményt érhet el a zene jó szereplésével összefüggésben, de az adatokból látszik, hogy ez nem így van.

Ön szerint mi a vallási/egyházi rádióknak a célja?



14.ábra – Mi a céljuk ezeknek a rádióknak?

A diagram tanulsága szerint a legtöbben a hit táplálását és az evangelizációt tekintik a legfontosabb feladatnak a vallásos rádiók működésében. A szórakoztatás csak utolsó előtti helyen végzett, a megkérdezettek körülbelül 30%-a tartja csak fontosnak a szórakoztató jelleget. Persze az rádiós műsorfejlesztői kérdéskör, hogy a szórakoztatás nem feltétlenül csak zenéből áll, de az infotainment, vagyis a szórakoztatás és információ átadás egyvelegét nem ennek a felmérésnek a feladata megvitatni.

A megkérdezettek szerint, miszerint *szerintük kinek szólnak ezek a rádiók a következő válaszokat adták:*



15.ábra – Kinek szólnak most ezek a rádiók?

Vagyis meglátásuk szerint ezek a rádiók jelenleg nagyrészt (50%) az idősebb korosztálynak szólnak és csak kisebb részt a középkorúaknak (37%) és elhanyagolható részt a fiataloknak (13%). A kérdést tovább gondoltuk és ekképpen is feltettük: Ön szerint kihez kellene szólnia ezeknek a rádióknak?



16.ábra – Kinek kellene szólniuk ezeknek a rádióknak?

Az itt látható adatokat a 6. ábrával érdemes együtt megvizsgálni, azaz annak fényében, hogy a válaszadók közel fele (46%) 30-49 év között és nagyobb része (40%) 15 és 29 év közötti. Eszerint akár levonhatjuk azt a következtetést is, hogy célcsoportjában egy fiatalabbakra fókuszáló, szöveges tartalom felé orientált szerkezetre nyitottak lennének a megkérdezett potenciális hallgatók.

Összegzés

Mindent egybevetve elmondható, hogy a magyar vallásos rádiózás egy markánsan sajtószerű stílust képvisel, összességében, és külön-külön vizsgálva is az egyes adókat. A rádiótechnika kifejlesztése után a világ minden táján, sorra alakultak a vallási műsorok. Az amerikai modellben ennek bölcsője a kereskedelmi szektorban, míg az európaiakban a közszolgálati érében található. Magyarország ebben a fejlődésben a II. világháborúig lépést tartott a nemzetközi rádiókkal, de maga háború, és az azt követő kommunista diktatúra jelentős mértékben visszavetette, nemhogy a vallásos- de alapvetően mindenféle rádiózási törekvést.

Ez két tényező együttesen okozhatta azt, hogy a honi rádiózásban, a rendszerváltás után csak 10 évvel ébredező vallásos rádiók inkább öltöttek közszolgálati jellegűt, mintsem kereskedelmi, szórakoztató jellegűt. Ehhez az is hozzájárult, hogy a médiajogi szabályozásnak köszönhetően olyan frekvenciákat kaptak, amelyeknek működtetése beszabályozza annak lehetőségét, hogy milyen jellegű műsor szólhat rajtuk.

Az ebben a munkában található kutatások alapján kijelenthető, hogy a magyarországi vallási- és egyházi rádiók nem, vagy csak több évtizedes késéssel alkalmazzák a nemzetközi rádiózási trendeket, így kialakítva egy nehezen behatárolható rádiós formátumot. Ez se nem vallásos rádió, se nem közszolgálati rádió. Ennek jelenléte leszűrhető az interjúkból, figyelve azt, hogy hogyan és milyen célokkal készítenek műsort, vagy megfigyelve zenei struktúrájukat.

Ez szorosan összefügg a másik hipotézissel, amelyre ebben a munkában kerestem a választ. Eszerint a magyarországi rádióknak nincs szigorúan vett, kereskedelmi értelemben használt célközönsége. Ez a hosszabb fenntarthatóság szempontjából lenne fontos, hogy hallgatótáborukat körülhatárolják és így hatékonyabban tudjanak a hirdetési piacon is szerepelni. Ennek hiányára az interjúk is rámutatnak, illetve az online felmérésünk is. Nehéz azonban ezzel vitába szállni a rádiókkal, mert a vezetők és főszerkesztők fejében és a kollektívában is élnek egyfajta célközönség felosztások, de ezek mindegyike viszonylag megfoghatatlannak minősül, főleg ha pontosítani szeretnénk őket.

Feltételeztem, hogy Magyarországon ezeket a rádiókat csak az idősebb korosztály körében hallgatják, mert a műsoruk nekik szól, ám ezt az interjúk ugyan megcáfolták, ugyanakkor egy újabb kérdéssel szolgáltak: vajon hogyan lehet úgy rádiózni 2020 felé haladva, hogy sávosan változtatjuk célközönségünket? Elérhető-e haté-

konyan a több ember úgy, hogy műsorokat specializálunk a célcsoportokra és nem fordítva?

Ennek megfejtése egy másik tanulmány feladata lesz, valamint az is, hogy vajon kialakítható és átültethető-e magyar közegre egy olyan szórakoztató jellegű, populárisabb zenei struktúrával bíró vallásos rádió arculata, amely már létezik a lényegesen előrébb járó amerikai modellben, de már Európa egyes részein is.

Irodalomjegyzék:

- Apsitos István (2001): Építsünk rádiót! In Hullámvadász. PrintXBudavár Zrt, Budapest
- Dan Graves (2007): KDKA made religious waves – letöltés ideje: 2016.03.24.
Forrás: <http://www.christianity.com/church/church-history/timeline/1901-2000/kdka-made-religious-waves-11630722.html>
- Barber,Frédéric – Lavenier, Catherine Bertho (2004): *A média története*. Osiris Kiadó, Budapest
- Raditaz Radio (é.n.):*The Journey of Radio As Affected By The Great Historical And Technological Achievements Throughout the Years* letöltés ideje: 2016.03.24.
Forrás: <http://visual.ly/history-radio-0>
- Radetzky András (2011): *A helyi rádió*. Gondolat Kiadó, Budapest
- Tona J. Hangen (2002):*Redeeming the dial – Radio, religion and popular culture in America*.
The University of North Carolina Press, Chapel Hill and London.
- Nelson Ribeiro (2002). *A Rádio Renascença e o 25 de Abril*. Universidade Católica Editora, Lisboa
- Caitriona Noonan(2008): *The Production of Religious Broadcasting:The Case of the BBC*.
Centre for Cultural Policy Research Department of Theatre, Film and Television, University of Glasgow – letöltés ideje: 2016.03.29. Forrás: <http://theses.gla.ac.uk/614/1/2008noonanphd.pdf>
- Paulu, Barton (1981) *Television and Radio in the United Kingdom*. The MacMillan Press Ltd., London
- Wolfe, Kenneth M. (1984): *The Churches and the British Broadcasting Corporation 1922 – 1956: the politics of broadcast religion*. SCM Press, London
- Street, Sean (2000): BBC Sunday Policy and Audience Response 1930 – 1945. *Journal of Radio Studies*, 7, 1.sz.161 – 179
- Hollinshead, Ailsa M. (2002): *The Production and Reception of Discourses Concerning Religion in Fictional Broadcasting*. Unpublished Ph.D dissertation. University of Glasgow, Glasgow
- Vági Krisztina (2000): Rádióhallgatás és mérés. *Jel-kép*.2000. 4.szám. 39-57.o letöltés ideje: 2016.04.06. Forrás:http://apps.arcanum.hu/app/jelkep/view/JelKep_2000_4/?query=SZO%3D%28V%C3%A1gi%20Krisztina%20%29&pg=40

Online forrás:

- http://www.katolikus.hu/zsinat/zs_02.html – Inter mirifica, 1963 (letöltve:2016.02.23.)
- Ia.Santa Sede. The Founding of Vatican Radio
http://www.vatican.va/news_services/radio/multimedia/storia_ing.html (letöltve:2006.04.08.)
- BBC Radio 4 – Daily Service.* History of the Daily Service. <http://www.bbc.co.uk/programmes/articles/5sFq5GhJ5nN76DXFSXVK3zZ/history-of-the-daily-service> (letöltve:2016.04.07.)
- Szent István Rádió.Rádiókról. <http://www.szentistvanradio.hu/index.php/radionkrol-mainmenu-8> (letöltve:2016.04.07)
- Központi Statisztikai Hivatal.Vallási hovatartozás 2011 Forrás:http://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/nepsz2011/nepsz_10_2011.pdf –(letöltve:2016.04.06)
- Gosztonyi Gergely (2011) A közösségi médiaszolgáltatók a hatályos magyar jogi szabályozásban. *Médiakutató*.2011 tél. Forrás:
http://www.mediakutato.hu/cikk/2011_04_tel/02_kozossegi_mediaszolgáltatok (letöltve:2016.04.06.)
2010. évi CLXXXV. törvény.<http://mediatorveny.hu/dokumentum/11/Mttv.pdf>. (letöltve:2016.03.26)
- Magyar Katolikus Rádió.Bemutkozunk.<http://www.katolikusradio.hu/magunkrol/bemutkozunk>. (letöltve:2016.04.06)
- Európa Rádió. <http://www.refradio.eu/radio/euradio>. (letöltve:2016.04.10.)
- Mária Rádió.Történet.<http://honlap.mariaradio.hu/bemutkozunk/tortenet>. (letöltve:2016.03.21.)
- Kontakt Rádió.Bemutkozás.<http://radio.forrasmedia.hu/bemutkozozas/>. (letöltve:2016.03.25)
- Credo Rádió.Impresszum. <http://www.credoradio.hu/credo/impresszum>. (letöltve:2016.03.24.)
- Halas Rádió-Kapcsolat. <http://www.halasaradio.hu/kapcsolat> (letöltve:2016.04.10.)
- (Helyi Rádiók Országos Egyesülete.Rólunk. http://heroe.hu/?page_id=24.2016.04.10.)
- (Hauk Zoltán (é.n) Lokális kampányoptimalizálás helyi rádiókkal. Letöltés ideje: 2016.04.10. https://www.mediapiac.com/_downloaddoc.php)
- (Rádió!Igen! Letöltés ideje:2016.04.07 Forrás: <http://www.ov24.hu/wpblog/media/hatterradiozas.pdf>)