

Az Európai Unió Belső Politikáért felelős Főigazgatósága

Policy Department
Strukturális és kohéziós politika

A KÖZÖSSÉGI MÉDIA HELYZETE AZ EURÓPAI UNIÓBAN

KULTÚRA ÉS OKTATÁS

TANULMÁNY

IP/B/CULT/FWC/2006-169/Lot03/C01
PE 389.600 ANGOL

27/09/2007

Budapest, 2008. július, 1. szám

ISSN 2060-0607
ISBN 978-963-87823-8-0

Kiadja az Alkalmazott Kommunikációtudományi Intézet
Budapest, 1021 Hűvösvölgyi út 95.
Felelős kiadó: Nahimi Péter igazgató
Borítóterv: Czákó Zsolt
Nyomdai munkák
Műegyetemi Kiadó
Felelős vezető: Wintermantel Zsolt
www.kiado.bme.hu

Az alábbi tanulmány az Európai Parlament Kultúráért és Oktatásért felelős Bizottsága kérésére készült.

*A tanulmány az alábbi nyelveken olvasható:
eredeti szöveg: angol.*

*Szerző: Kern European Affairs (KEA),
Belgium*

*Témafelelős: M. Gonçalo Macedo
Policy Department
Strukturális és Kohéziós Politika
Európai Parlament
B-1047 Brussels
E-mail: ipoldepb@europarl.europa.eu*

A kézirat 2007. szeptemberében készült el.

*A tanulmány szövege az interneten az alábbi címen is elérhető:
<http://www.europarl.europa.eu/activities/expert/eStudies.do?language=EN>
Brüsszel, Európai Parlament, 2007.*

A dokumentumban kifejtett nézetek kizárólag a szerző véleményét tükrözik, és nem feltétlenül azonosak az Európai Parlament által képviselt hivatalos állásponttal.

A tanulmány nem kereskedelmi célú sokszorosítása és fordítása a forrás megjelölése, illetve a kiadó előzetes értesítése, s számára egy példány eljuttatása esetén engedélyezett.

TARTALOMJEGYZÉK

1 A MEGBÍZÁS TÁRGYA.....	5
1.1 A Megbízó.....	5
1.2 A megbízás hatálya és meghatározása.....	5
1.3 Megközelítés	5
2 A KÖZÖSSÉGI MÉDIA HELYZETE AZ EURÓPAI UNIÓBAN	9
2.1 Bevezető	9
2.2 A közösségi média hozzájárulása a köz érdekeihez.....	9
2.3 Általános információk a közösségi média szektorról	14
2.4 A közösségi médiaszervezetek jogi státusza és a médiatörvényben szereplő meghatározásuk	32
2.5 A szabályozói helyzet.....	34
2.6 Pénzügyi összefüggések	36
2.7 Példák a közösségi médiát támogató közszolgálati elvekre	39
3 AZ EURÓPAI UNIÓ POLITIKÁJA ÉS A KÖZÖSSÉGI MÉDIA.....	43
3.1 Bevezetés.....	43
3.2 Az uniós politika és a közösségi média közötti kapcsolat	43
3.3 Európai Unió finanszírozás és annak relevanciája a szektor számára	49
3.4 A szektor uniós szintű részvétele és szükségletei	54
4 KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK.....	57
4.1 Következtetések	57
4.2 Javaslatok az Európai Parlament számára.....	58
ÖSSZEFOGLALÁS.....	61
VÁLOGATOTT SZAKIRODALOM	66
1. MELLÉKLET: KONZULTÁCIÓK LISTÁJA	69
2. MELLÉKLET: NEMZETI SZERVEZETEK ÉS HÁLÓZATOK VÁLOGATOTT LISTÁJA	71
3. MELLÉKLET: KÉRDŐÍV MINTA.....	72
4. MELLÉKLET: A KÉRDŐÍV EREDMÉNYEINEK ÖSSZESÍTŐ LAPJA.....	75

1 A MEGBÍZÁS TÁRGYA

1.1 A Megbízó

Az Európai Parlament Kultúráért és Oktatásért felelős Bizottsága kérésére az Unió Belső Politikákért felelős Főigazgatósága, Strukturális és Kohéziós Politikákért felelős B Igazgatósága (Directorate-General Internal Policies of the Union, Directorate B, Structural and Cohesion Policies) (továbbiakban Megbízó) azzal a megbízással fordult a KEA European Affairs (továbbiakban KEA) felé, hogy állítson össze egy tanulmányt A Közösségi Média Helyzetéről az Európai Unióban (továbbiakban a Megbízás tárgya).

A Megbízás tárgyának célja, hogy objektív képet adjon a közösségi média helyzetéről az Európai Unióban.

1.2 A megbízás hatálya és meghatározása

A Megbízó arra kéri a KEA-t, hogy adjon valós képet a közösségi média által a média környezet egészében elfoglalt helyről. A tanulmány célja, hogy vázolja a tagállamokban témával kapcsolatban felmerülő legfontosabb kérdéseket. Nem érkezett ugyanakkor igény összehasonlító tanulmány elvégzésére. A Megbízásban érintendő egyes kérdések többek között a következők:

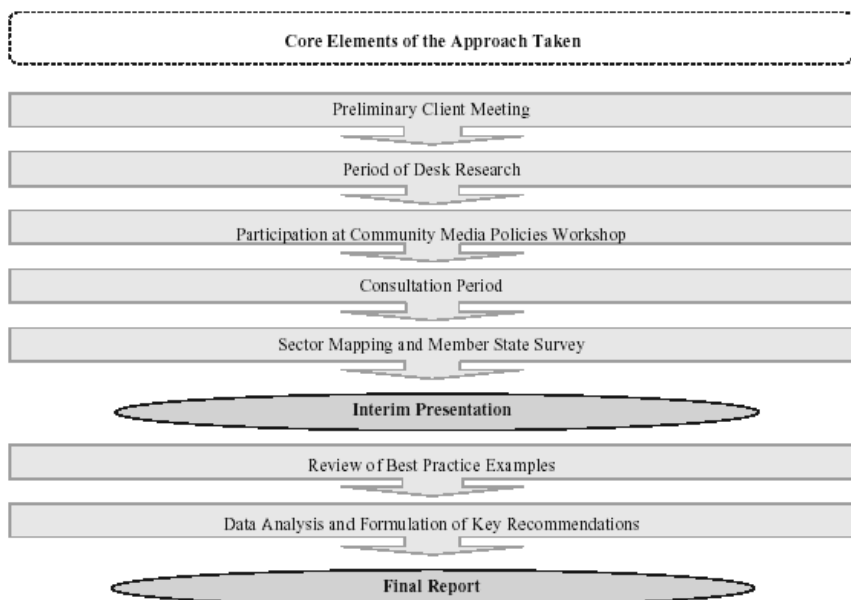
- A közösségi média jogi helyzete
- A szabályozói helyzet
- Pénzügyi információk
- A közösségi média hozzájárulása a pluralizmushoz és a kulturális sokszínűséghez
- EU-s szintű politika

A Megbízó által adott rövid tájékoztató értelmében „A „közösségi média” non-profit alapon működő, nyílt, és az általa szolgált közösség felé elszámolással tartozó médiumok összessége. A közösségi média nyitott arra, hogy az általa sugárzott műsorok összeállításában és a műsorokkal való gazdálkodásban a közösség tagjai is részt vegyenek”. Ezért, e széles értelmű meghatározásból kifolyólag a szektor tevékenységei között időnként találhatunk olyat is, amely elnevezése az egyes országokban más és más – ilyen például a “Free Media”, “Civil Media”, “Associative Media”, vagy “Open Media”. Mindezeket túl a közösségi médiának, a Megbízás tárgyával összefüggésben, részét képezik a rádió, a televízió, az internet, valamint különféle sajtó tevékenységek is.

1.3 Megközelítés

1.3.1 Módszertani összefoglalás

Egy, az összegyűjtött adatok alapján végzett kutatás, és egy elsődleges kutatásból álló kétirányú megközelítést alkalmaztunk a Megbízás tárgyában meghatározott célok eléréséhez. Az alábbiakban bemutatjuk az alkalmazott módszer legfontosabb elemeit:



Az alkalmazott módszer elemei:

A választott megközelítés alapelemei:

- Előzetes találkozó a Megbízóval
- A már meglévő adatokon alapuló kutatás időszaka
- Részvétel egy, a közösségi média politikákról szóló workshopon
- Konzultációs időszak
- A szektor feltérképezése és felmérés készítése a tagállamokban

Előzetes prezentáció

- A legjobb gyakorlatok példáinak áttekintése
- Adatelemzés és a legfontosabb javaslatok összeállítása

Végző jelentés

1.3.2 Előzetes találkozó a Megbízóval

Az első szerződés ajánlatot követően megbeszélést tartottunk a Megbízóval a Megbízás tárgyának pontos célja, illetve a Megbízó szándékának részletes tisztázása érdekében. Az előzetes kutatás és tapasztalat alapján a Megbízó eredeti rövid összefoglalója kibővült, s belekerült a digitális technológia közösségi médiára gyakorolt hatásának rövid értékelése is.

1.3.3 A már meglévő adatokon alapuló kutatás időszaka

A Megbízó által összeállított rövid összefoglalóban kiemelt kérdések naprakész és tényleges megértése érdekében a Megbízás teljesítése egy átfogó, s már meglévő adatokon alapuló kutatással indult. E kutatásnak része volt valamennyi köztulajdonban lévő anyag áttekintése. Összegyűjtöttük és áttekintettük az akadémiai, továbbá a témában érdekelt nemzeti, illetve nemzetközi csoportok, politikai döntéshozók, regionális-, nemzeti-, illetve európai szintű szabályozók, valamint a civil társadalmi szervezetek által összeállított anyagokat. A kiválasztott forrásokat tartalmazó lista a mellékletben található.

1.3.4 Részvétel egy, a közösségi média politikákról szóló workshopon

A szakértők már az elején arra a döntésre jutottak, hogy szeretnének a szektorral is kapcsolatba kerülni, és regisztrálták magukat egy kétnapos, az EU közösségi médiájáról szóló workshop-ra, melyet a Közép-Európai Egyetem Média és Kommunikációs Tanulmányok Központja rendezett 2007 májusában Budapesten. A workshop ideje alatt a szakértők megbeszéléseket folytattak az akadémiák, valamint a témában érdekelt ernyő szervezetek és egyéni kezdeményezések képviselőivel.

PE 389.600 2

1.3.5 Konzultációs időszak

A KEA körülbelül 36 konzultációt folytatott az Unió 16 országára kiterjedően. A konzultációk célja azon valós kihívásoknak a megismerése volt, amelyekkel a közösségi média szembesül az Unió egészén. A konzultációk alkalmat adtak arra is, hogy azonosítani lehessen a további vizsgálatra szoruló területeket, illetve hogy meg lehessen vitatni a politikai ajánlások lehetséges forgatókönyveit az adott közösségi média által érintett területtel. A megkérdezettek között az alábbi szervezetek képviselői szerepeltek:

- Közösségi médiaszervezetek
- Helyi, nemzeti és nemzetközi közösségi média szervezetek
- Regionális, nemzeti és nemzetközi szintű politikai döntéshozók
- Akadémiai kutatók
- Civil szervezetek képviselői
- EU-s intézmények

A teljes konzultációs lista a jelentés mellékletében található.

1.3.6 A szektor feltérképezése és felmérés készítése a tagállamokban

A közösségi média unióbeli helyzetének pontos és átfogó megállapításához a KEA szerette volna kiegészíteni a fenti kutatás és a konzultációs időszak során feltárt adatokat. A szakértők kérdőívet állítottak össze azzal a céllal, hogy információt gyűjtsenek a közösségi média jogi és szabályozói helyzetéről, valamint szervezeti felépítéséről az egyes tagállamokban. A kérdőívet a különböző közösségi média szervezeteknek túl az egyes tagállamok kultúrpolitikai szakértői is megkapták. Részben, vagy teljesen kitöltött kérdőívet 20 tagállam küldött vissza. Sajnos a válaszadók egy része nem válaszolt minden kérdésre. A melléklet tartalmaz egy minta kérdőívet, valamint ott olvashatók a legfontosabb kérdésekre adott válaszok összefoglalói is.

Az alábbi mátrix bemutatja mely országokra terjedt ki a konzultáció és a felmérés maga.

Ország	At	Be	Bg	Cy	Cz	De	Da	El	ES	Et	Fi	Fr	Hu	Ie
Konzultáció kérése	x	x	x			x	x		x	x	x	x	x	x
Konzultáció elvégzése	x	x	x			x			x	x	x	x	x	x
Kérdőív elküldve	x	x	x		x	x	x	x	x		x	x	x	x
Kérdőív kitöltve	x	x	x		x	x	x	x	x		x	x		x

Ország	It	Lt	Lu	Lv	Mt	Nl	Pl	Pt	Ro	Si	Sk	Sw	Uk	Eu
Konzultáció kérése	x	x		x		x	x			x		x	x	x
Konzultáció elvégzése	x					x	x			x		x	x	x
Kérdőív elküldve	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
Kérdőív kitöltve	x				x	x	x	x	x	x	x	x	x	

1.3.7 A legbeváltabb gyakorlatok példáinak áttekintése

A kutatással és a konzultációkkal sikerült a legbeváltabb gyakorlatoknak számos olyan példáját azonosítani, amelyek jól mutatják a közösségi média társadalmi szerepét az Európai Unióban. Ezek a gyakorlatok szerepelnek a jelentésben is, kiemelendő azokat, a szektorra jellemző a konkrét körülményeket és elemeket, amelyeket a szakértők fontosnak tartottak megemlíteni.

1.3.8 Adat elemzés és a legfontosabb ajánlások összeállítása

A vezető munkatársakkal folytatott belső megbeszélések során a KEA-nak sikerült összehasonlítani és megvitatnia a közösségi média helyzetét és működésének körülményeit az EU egészén, majd ezt követően levonnia egy sor előzetes következtetést, amelyet azután a KEA egy, 2007. júliusában tartott időközi találkozó során egyeztetett is a Megbízóval. A javaslatokat később szakértőkkel és néhány, a témában érdekelt féllel is megvitatta.

1.3.9 A rendelkezésre álló adatok

Általánosságban véve elmondható, hogy a szektor európai működéséről, valamint annak jogi, szabályozói és pénzügyi helyzetéről csak korlátozott mennyiségben állnak rendelkezésre adatok, az azokhoz való hozzáférés pedig igen nehézkesnek bizonyult a Megbízás végrehajtása során. Sok országban például csak a már létező közösségi műsorszolgáltató (rádió és televízió) szervezetek száma hozzáférhető. Mindezekon túl a tevékenységekről összegyűjtött számok egy része a nemzeti hatóságok becslésén, s nem valós statisztikai adatokon alapul, így csak indikatív jellegű adatokként értelmezhetők. Ugyanez vonatkozik a szektor jogi és szabályozói helyzetére. Mivel a közösségi média meghatározása minden országban más és más, a törvény is különbözőképp rendelkezik róla, már ha egyáltalán rendelkezik. Előfordult olyan is, hogy a szektor képviselőinek még az is gondot okozott, hogy megnevezzék, pontosan milyen jogi előírások vonatkoznak a szektorra. Bizonyos fokig a rendelkezésre álló adatok szűkössége azzal is magyarázható, hogy kezdetben sok közösségi műsorszolgáltató állomás illegális kezdeményezésként működött, ezért került mindenféle kapcsolatot a hatóságokkal.

2 A KÖZÖSSÉGI MÉDIA HELYZETE AZ EURÓPAI UNIÓBAN

2.1 Bevezető

A közösségi média szervezetek non-profit alapon működnek, a bennük való részvétel pedig önkéntes.

Működésük során különböző közösségek hangját szóltatják meg, s elősegítik a társadalmi kohéziót, a sokszínűség fenntartását, a kreativitást és a részvételt. A szektor igen sokszínű és az EU különböző országaiban különbözőképpen működik. Az alábbi fejezet a közösségi média főbb jellemzőit szeretné bemutatni, valamint betekintést ad a közösségi média tevékenység jelenlegi folyamataiba és fejlődésébe az Unióban. Mindezeket túl rámutat azokra a jogi, szabályozói, pénzügyi és technikai tényezőkre, amelyek hozzájárulnak a szektor fejlődéséhez.

2.2 A közösségi média hozzájárulása a köz érdekeihez

2.2.1 A társadalmi szerepvállalás sokszínűsége

A közösségi média társadalmi szerepvállalása lehet kulturális, politikai, társadalmi, vagy gazdasági természetű, az egyes szervezetek egyéni szándékaitól és lehetőségeitől függően. A szektor gazdasági lehetőségei szempontjából azonban fontos a szerepvállalás természetének kihangsúlyozása az érdekelt felek felé mind helyi, mind nemzeti, mind pedig európai szinten¹.

Történtek már kísérletek az Unión belül a közösségi média társadalmi szerepvállalásának leírására egy „harmadik” média szektor profiljának kialakítása céljából (a magánkézben lévő média és a közszolgálati műsorszolgáltatás mellett). A British Community Media Association-nek már sikerült a fogalmat bevezetnie a köztudatba. A legtöbb tagállamban azonban nem ilyen éles a határvonal a közszolgálati média és a közösségi média között. A konzultációk azt mutatták, hogy bizonyos országokban a helyi kezdeményezéseket a közszolgálati műsorszolgáltatás helyi ágának tekintik, s az ilyen típusú együttműködésből bizonyos fokú stabilitás is következik (pl. a finanszírozásban, vagy a vonatkozó szabályozásban). Mindezeket figyelembe véve a következőkben a közösségi média társadalmi szerepvállalására, semmint az egyéb médiumokkal való kapcsolatára helyezük a hangsúlyt.

2.2.2 Média pluralizmus és sokszínűség

A közösségi média segít a média pluralizmus és sokszínűség megerősítésében. Műsoraikat nem szakmabeliek állítják össze és azok másfajta megközelítést kínálnak az adott közösség számára fontos dolgok bemutatásában – ebből következően jelentős szerepet töltenek be a modern kori társadalom részvételi demokráciájában.

¹ Amint azt az Ügyfél az időközi tárgyalás során elfogadta, a tanulmány túllép a tájékoztató célján, ismerteti a szektor hozzájárulását a pluralizmushoz és a kulturális sokszínűséghez, valamint kitér a KM szerepvállalásának társadalmi, gazdasági és kreatív vonatkozásaira is.

La Maison des Media Libres

La Maison des Media Libres (The House of Free Media) egy olyan francia kezdeményezés, amely négy közösségi televíziós kezdeményezést tömörít egy szervezet égisze alatt azzal a céllal, hogy másfajta megvilágításba helyezték az épp aktuális eseményeket, valamint társadalmi és kulturális kérdéseket. Elsődleges céljuk, hogy olyan alternatív média központként működjenek, amely magában foglalja rádiós és televíziós műsorok gyártását, könyvek kiadását, filmterjesztést és bizonyos online tevékenységeket. A szervezet egy közösségi televíziós kezdeményezést (Zalea TV), egy közösségi rádiós kezdeményezést (Radio Frequence Paris Plurielle), egy közösségi magazint (Les périphériques vous parlent) és egy filmterjesztéssel foglalkozó szervezetet (Co-errances) fog össze. A négy szervezet egyesíti a rendelkezésre álló forrásait és együttműködik bizonyos projekteknél. Mindezeket túl ún. „akció heteket” és workshopokat tartanak alternatív média stratégiákról más közösségi média szervezetek számára.

<http://souriez.info/La-maison-des-medias-libres>

2.2.3 Közösségi kohézió és kultúra-közi párbeszéd

A közösségi média segít egy adott érdekközösségnek a közösségi tudat erősítésében, miközben lehetővé teszi a közösség tagjai számára, hogy érintkezésbe lépjenek a társadalom más csoportjaival is. Emiatt kulcs szerepet játszanak a tolerancia és a pluralizmus megerősítésében. A közösségeknek jellemzően három olyan csoportja van, amelyet a közösségi média szolgálhat: közös érdeklődési körrel rendelkező csoportok, földrajzi közösségek és kulturális közösségek. Vannak, akik azt a véleményt hangsúlyozzák, hogy egyensúlyt kell teremteni egy bizonyos közösség igényeinek kielégítése és ugyanezen csoport esetleges elszigetelődése között.² A nyelv gyakran kulcsszerepet játszik ebben a folyamatban. Az etnikai kisebbségeknek szóló állomások nemrégiben ismerték fel annak az igényét, hogy műsoraikat – csupán az adott kisebbség anyanyelvén helyett - két nyelven sugározzák, elkerülve ezzel az elszigetelődés lehetőségét.

Angel Radio

A közösségi rádiók esetenként egy bizonyos korosztályba tartozó csoportot szolgálnak ki. Az Angel Radio (Nagy Britannia) adásait az idősebb korosztály képviselői készítik és hallgatják, akik aktívabb szerepet kívánnak vállalni a londoni közösségi életben. Az állomás számos olyan műsort állít össze, ami kifejezetten az idősebb korosztály problémáival foglalkozik. Mindezeket túl egyrészt társadalmi „gyűjtőpontként”, másrészt információs központként is funkcionál az idősebb korosztály számára. Az Angel radio nyilvános vitákat is kezdeményez az adott közösség szempontjából fontos kérdések megvitatására. A rádió többek között egy CD-t is összeállított a helyi iskolák számára, amely olyan, az időseket érintő problémákra igyekszik felhívni a figyelmet, mint az idősekkel szemben elkövetett gondatlanság, vagy az idősek fizikai, vagy lelki bántalmazása.³

www.angelradio.moonfruit.com

² Ez a vélemény már megfogalmazódott a következő jeletésben is: *Minorities and the media in Central and Eastern Europe workshop, Bratislava report*, Minority Rights Groups International, June 1999.

³ További részletek Moira Gatley, *The Community Radio Sector: Looking to the Future*, DCMS, November 2006.

2.2.4 A közösség hátrányos helyzetű tagjainak bevonása a közösség életébe

A közösségi média hatékony eszköz lehet az adott közösség hátrányos helyzetű tagjai számára arra, hogy aktívabban vehessenek részt a számukra fontos kérdésekről kialakult vitákban. A média termékek létrehozásában való kreatív részvétel része az is, hogy ezekről a kérdésekről a szélesebb körű közösség számára is sikerüljön beszámolni. Mindezekon túl sokan a megkérdezettek közül arról számoltak be, hogy a médiában való részvétel növelte az önbecsülésüket, és hosszabb távú elkötelezettséget alakított ki a civil életben való részvétel iránt.

Meta Europe
A Meta Europe projekt célja, hogy a közösségi média tovább segítse a közösség tagjainak bevonását a társadalom életébe. A közösségi média aktivistái és a felnőtt oktatás szakértői, valamint európai kutatók egyfajta menetrendet alakítottak ki a média írástudás javítására, s annak bizonyos elemeit tesztelték is az, „oktasd az oktatót” szemináriumok keretében ⁴ . Az ún. „tandem tréning” elvét különböző országok, így Finnország (Radio Robin Hood), Németország (Association Freie Radios), Magyarország (Civil Radio), Ausztria (Radio Orange 94.0) közösségi kezdeményezéseiben valósították meg. A projekt egyik alapvető célja a közösségi médiában tevékenykedők és a szociális munkások közötti partneri viszony kialakítása volt, méghozzá azzal a céllal, hogy kapcsolatot lehessen létrehozni a közösségi média kezdeményezések és a hátrányos helyzetű közösségek érdekében működő szervezetek között.
http://www.digital-dialogues.de/

2.2.5 Média írástudás, készségfejlesztés és oktatás

A közösségi média különféle készségek elsajátítását is segíti. Először is javítja a média írástudók arányát az abban résztvevők között, mivel segít feloldani a média „termékek” létrehozását övező „titokzatosságot”. A szektor sokszor bizonyul a későbbi média szakemberek „gyakorló terepének”, mivel kreatív, gyakorlati és technikai tudással vérteti fel az abban dolgozó önkénteseket, akik azután helyt tudnak állni a médiában uralkodó éles versenyben is. Mindezekon túl a szektor elér olyan emberekhez is, akik egyébként esetleg kimaradnának a magasabb szintű oktatásból. A szektor viszont olyan készségek kialakulását segítheti, mint amilyen a kommunikáció, a tervezés, vagy a csapatmunka – s ezzel egyidőben hozzájárulhat a számítástechnikai tudás fejlesztéséhez. Végezetül a közösségi média segít a vállalkozás ismeretek elsajátításában is, mivel megtanítja az ott dolgozó önkénteseket arra, hogyan szerezzenek anyagi támogatást, hogyan tervezzenek társadalmi kezdeményezéseket, illetve hogyan kezeljék a nyilvánosság és a magánszektor különböző elvárásait.

4 További információ:

http://www.wissenschaftswirtschaft-bw.de/index.php4?topic=universitaet&uni_id=10&profile_id=42

Radio Regen

A Radio Regen egy manchesteri székhelyű kezdeményezés, amelynek célja a média és kommunikációs készségek fejlesztése a társadalmi szerepvállalás ösztönzése és a regionális megújulás céljából. Az állomás egy három lépcsős képzési rendszert alakított ki, hogy ezzel is segítse az általa szolgált közösség igényeinek kielégítését. A képzés során a Radio Regen egy háromnapos, okleveles „alap képzést” nyújt valamennyi önkéntes számára a rádiós műsorok készítéséről. Ezen túl egy tízhetes alapozó képzést is kialakított ugyanebben a témában, hogy segítse a munkanélkülieket a technikai és egyéb készségek elsajátításában. Végezetül a szervezet egy egyéves kurzust is elindított, amelyen mindenki olyan részt vehet, aki a rádiós szakmában szeretne elhelyezkedni. A média írástudás készségét az Angol Nemzeti Tanterv keretében is tanítják. A Radio Regen hat iskolával alakított ki partnerkapcsolatot a kommunikációs és számítástechnikai készségek fejlesztésére rádiós műsorok gyártásán és műsorsugárzási próbákon keresztül. Végezetül a Radio Regen egy ún. Community Radio Toolkit-et is összeállított, amely tanácsokkal szolgál arról, hogy lehet elindítani, működtetni és finanszírozni közösségi média kezdeményezéseket. A Toolkit online is elérhető, és értékes tanácsokat ad mind a közösségi médiában dolgozó önkéntesek, mind az aktivisták számára.

<http://www.radioregen.org/>

2.2.6 Helyi közszolgálati műsorok biztosítása

A konzultáció során választ adók – különösen az Egyesült Királyságban és Írorszáiban – azon a véleményen voltak, hogy a közösségi média kapcsolatot teremt a helyi közösségek és a helyi közintézmények között. Tartja magát az a vélemény is, miszerint a közösségi média tudatosíthatja az emberekben a már meglévő közszolgálatok létezését, ezzel is segítve azok munkáját a helyi közösség igényeinek minél jobb kielégítésében. A helyi közintézmények (az önkormányzatoktól kezdve az oktatási intézményekig) így együtt tudnak működni a közösségi média szervezetekkel az adott közösséggel való jobb kapcsolat fenntartása érdekében.

A konzultációk azt sugallták, hogy a közösségi médiakezdeményezések már megállapodást is kötöttek bizonyos helyi közintézményekkel. Ezen megállapodások értelmében a média kezdeményezések különféle média szolgáltatások biztosítását tudják felajánlani a helyi intézmények számára, valamilyen ellenszolgáltatás fejében.

Dublin Community Television Channel

A nemrégiben létrehozott ír közösségi médiakezdeményezés egy három szintű stratégián alapul: 1.) A csatorna tartalmaz egy közösségi műsor elemet a nem-szakmai részvétel biztosítása érdekében. 2.) Az oktatási elem célja a résztvevők szakmai készségeinek fejlesztése. Végül a helyi kormányzás a közösség tagjainak összekapcsolását célozza meg, azzal a céllal, hogy könnyebbé váljon az információ- és legbeváltabb gyakorlatok cseréje. 3.) A stratégia legutolsó eleme a helyi kormányzás hatékonyságának és átláthatóságának a javítását célozza. Erre példa, amikor a csatorna közvetíti a helyi önkormányzat üléseit, vitaműsorokat indít, vagy betelefonálás műsort iktat be, ahol a helyi közösségek képviselőinek lehet kérdéseket feltenni.

<http://www.dctv.ie/>

2.2.7 A művészeti kreativitás előmozdítása

A közösségi média a helyi kreativitás katalizátoraként is működhet, és teret biztosíthat a helyi művészek és kreatív vállalkozások számára az új ötletek és elképzelések tesztelésére a nézők körében. Ilyen összefüggésben a helyi közönség egyfajta „kontroll csoportként” működhet olyan tartalmak tesztelésére, amelyeket a tömegmédiában egyébként nem lehetne bemutatni. Mivel az innovatív ötletek egyre inkább a kreatív szektor periferiájában jelennek meg (az ún. long-tail elv⁵⁵), a helyi tehetségek kétféle módon is előnyös helyzetbe juthatnak. A művészek és lehetséges vállalkozások gyakorlati tapasztalatot szerezhetnek, ugyanakkor támogatást nyerhetnek a nagyközönség részéről is, vagy további közszolgálati eszközökkel, vagy a piaci erőkkel történő támogatásra.

De Hoeksteen Live / Amsterdam Open Channel

Az Amsterdam Open Channel egy közösségi televíziós kezdeményezés. A hetvenes években jelentek meg az első részvételi házi mozik, alternatív felnőtt műsorok és kísérleti vidók az Amsterdam TV-n. Manapság a Hoeksteen Live és az ahhoz hasonló televíziós show műsorok mutatnak be avant-garde kreatív műsorokat. A Hoeksteen Live egy olyan 12 órás show műsor, amely a televíziós műsorok létrehozásának újfajta megközelítését szeretné előmozdítani. A műsor a talk-show-kban a részvételi megközelítés elvét követi, mivel a kamerát kéz a kézbe adják bárkinek, aki hajlandó, vagy szeretne filmezni. Azok akik szeretnének a műsorban részt venni, bemehetnek a stúdióba, és élőben vehetnek részt a műsor készítésében. A Hoeksteen Live az internet és a műsorsugárzás egybeolvasztásával is kísérletezik. Ma már van virtuális televíziós stábja, amely lefilmezi és műsorra is tűzi az ún. „Second Life”-ban (egy web alapú virtuális világban) játszódó eseményeket. A Hoeksteen Live ezen kívül helyi művészeket is támogatja a helyi kísérleti művészeti videók bemutatásával.

De Hoeksteen Live:

<http://www.hoeksteen.dds.nl/main.php3>

Amsterdam Open Channel:

<http://www.salto.nl/>

2.2.8 A közérdek igényeinek változó mértékű kielégítése

A Megbízó által adott Megbízásban kérteknek megfelelően a fenti részek a közösségi média pozitív hatásait írják le, már ami bizonyos közszolgálati célkitűzéseket illet. Bár sok szervezet járul hozzá valamilyen mértékben a fenti célok teljesítéséhez, csupán kevés van, amely valamennyinek megfelelően. Ahogyan azt az egyik, a konzultációban résztvevő személy elmondta, a közösségi média egy részét magasan képzett fiatal hallgatók hozzák létre (pl. diákrádió). Csak egy példa: ha csak nincs valami ilyen jellegű konkrét cél, sok projekt hozzájárul ugyan a helyi kreativitás előmozdításához, ám nem helyez szükségszerűen nagy hangsúlyt a média írástudás fejlesztéséhez a kisebbségi csoportok körében. A közösségi média a média pluralizmushoz és a sokszínűség kialakításához is keveset tud hozzátenni, ha az általa előállított tartalom csak egy kis számú közönséghez jut el. A megkérdezettek közül néhányan nem bíztak a közösségi médiának abban a képességében, hogy a nagyszámú közönség igényét tudná kielégíteni bizonyos országokban.

55 A Long Tail kifejezést először a Wired Magazine-nél dolgozó Chris Andersen használta 2004-ben. Az elmélet értelmében a szórakoztató piacokon zajló innováció a digitális terjesztésnek köszönhetően legtöbbször a szektor periferiájában megy végbe (innen az elnevezés is: a long tail egy, a statisztikában használt kifejezés, a fogalom a statisztikai megoszlásnak régóta ismert sajátossága. Ebben a megoszlásban a sűrűbb, vagy nagyobb számú sokaságot a kevésbé sűrű, vagy kisebb sokaság követi, ami fokozatosan csökkenve közelít a nullához.) Lásd Wikipedia.org http://en.wikipedia.org/wiki/The_Long_Tail (accessed 20/05/2007).

Mindezekon túl a közösségi média kezdeményezések gyakran szeretnék megvalósítani a fenti célok egy részét, ám az önkéntesek számára rendelkezésre álló idő korlátozott mivolta, vagy a szakértelem hiánya miatt ez nem sikerül. A közérdekű célok kielégítése ezért legalább annyira függ a médiában dolgozók képességeitől és a megvalósítás minőségétől, mint a politikai döntéshozók és a közösségi média aktivisták szándékától. Végül fontos megérteni azt is, hogy a közösségi média közszolgálati értékeihez különbözőképpen viszonyulnak az EU egyes országaiban. Míg sok tagállam számára a média pluralizmushoz és a civil társadalom fejlődéséhez való hozzájárulás a legfontosabb szempont (pl. sok újonnan csatlakozott országban), addig más országokban (a média írástudás) készségeinek fejlesztése, és a helyi társadalmi szerepvállalás kiterjesztése bizonyul elsődlegesnek (pl. Egyesült Királyság).

2.3 Általános információk a közösségi média szektorról

2.3.1 Bevezetés

Ha pontosan szeretnénk meghatározni a közösségi szektor helyét a média környezet egészéhez viszonyítva, akkor azt látjuk, hogy a közösségi média tevékenység minden egyes tagországban különböző, s nagyban függ a történelmi, politikai és szabályozói környezettől.

A közösségi média műsorszolgáltatói alszektoraira (rádió, televízió) vonatkozó adataihoz sok tagországban hozzá lehetett férni. Ezzel szemben a legtöbb országban a közösségi média sajtó- és internetes tevékenységére vonatkozó objektív adatok már sokkal nehezebben voltak hozzáférhetőek. Bizonyos fokig a közösségi média tevékenységről rendelkezésre álló adatoknak ez a megosztottsága azzal a ténnyel is magyarázható, hogy a műsorszolgáltatásra – a frekvencia szűkössége miatt – szigorú szabályok vonatkoznak. A közösségi média műsorszolgáltatóinak ezért szövetségre kellett lépniük annak érdekében, hogy hallathassák hangjukat a szabályozó hatóságok és a politikai döntéshozók előtt. Ennek eredményeképp sok országban működnek olyan közösségi média szervezetek, amelyek a közösségi rádió és televízió érdekképviselést látják el.

A szektornak az egyes tagállamokban érvényes különböző definíciói miatt, valamint mert az adatok összehangolása a Megbízás értelmében nem volt kivitelezhető, az összegyűjtött adatokat indikatív módon, a közösségi média egészére nézve kell értelmezni. Mindezekon túl azt is meg kell jegyezni, hogy adatokat befolyásolhatta az is, hogy azokba az egyes országok válaszádoi belevették-e a kalózállomásokat, vagy sem. Az adatok gyakran az egyes országok válaszádoinak becslésén és nem a hivatalos szervek statisztikáin alapulnak. Ezért a szektor egészének a tevékenységére vonatkozó adatokat nem lehet teljesen objektívnak minősíteni, s azok nem teszik lehetővé a közösségi média tevékenység részletes elemzését sem. Ugyanakkor, ahogyan azt a Megbízás is előírta számunkra, az átfogó képet úgy lehetett legjobban bemutatni, ha az egyes területeket a hasonló jellemzőik alapján csoportosítottuk.⁶ Az alábbiakban a KEA-nak a közösségi média tevékenységről szóló, s az egyes országokban lefolytatott kutatás és konzultációk alapján összeállított becslését mutatjuk be.

⁶ Meg kell jegyeznünk, hogy sok tagállam tett nagy erőfeszítéseket azért, hogy pontos információkkal szolgáljon a szektor helyzetéről, és hogy a következő oldalak hiányos mivolta inkább annak tudható be, hogy korlátozott volt a megbízás tárgyának hatálya, illetve rövid volt az elvégzésére rendelkezésre álló időkeret.

2.3.2 Szektor térkép

A) A viszonylag aktív közösségi média tevékenységet magáénak tudható országok jellemzően a még 15 tagú EU országai. Ezen tagállamok némelyikében viszonylag régen megalapozott szabályozás vonatkozik a közösségi médiára.

Ország	Hollandia
Összegyűjtött adatok	Hollandiában körülbelül 264 közösségi rádiószolgáltatás, és 123 helyi közösségi televízió szolgáltatás működik. Ezt egészíti ki nagyjából 284 olyan internet szolgáltatás, amelyet az OLON (Organisatie van Lokale Omroepen in Nederland) nevű nemzeti közösségi média szervezet a közösségi média szolgáltatás kategóriájába sorol. A holland népesség körülbelül 90%-a fog valamilyen közösségi médiaszolgáltatást.
Háttér	<p>A szektor Európában talán az egyik legfejlettebbnek számít. A közösségi médiát mind a hatóságok, mind a közvélemény „helyi közszolgálati médiának” tekinti. A közösségi média televíziós szolgáltatásai számára előnyösnek bizonyulnak a kábelszolgáltatókra vonatkozó kötelezettségek (must carry rule), és minden helyi rádiós műsorszolgáltató jogosult egy AM frekvencia használatára, amennyiben arra lehetőség adódik.</p> <p>A helyi kezdeményezésekre a közösségben működő közintézmények képviselőiből álló helyi szerkesztői testületek viszonylag szigorú szerkesztői kontrollja vonatkozik. A közösségi média kezdeményezések működéséről gondoskodó önkormányzatok részesednek abból a forrásból, amit a kormány a közszolgálati műsorszolgáltatáshoz nyújt. Az önkormányzatoknak így nyújtott finanszírozás mértéke becslések szerint eléri a kb. 7,5 millió eurót. Ugyanakkor az önkormányzatok egy jelentős része nem osztja szét ezt az összeget a helyi közösségi média szolgáltatások között, ami aggodalmat vált ki a szektor körében. Az OLON most egy új rendszer bevezetését tervezi, amely értelmében egy adott helyi kezdeményezés egy európai összeget kapna a szolgáltatás által lefedett minden egyes háztartás után.</p>

Ország	Németország
Összegyűjtött adatok	A KM szektor helyzete Németországban különböző az egyes szövetségi államokban („Laender”). A 2003. évi felmérés során összességében körülbelül 304 KM műsorszolgáltató kezdeményezést számoltak össze. ⁷ Ezt a számot jelentősen befolyásolja a mintegy 150 kezdeményezés Észak-Rajna-Vesztfáliában, ami lehetővé teszi a polgárok számára tartalmak létrehozását, azonban a megfelelő engedélyek hiányában e tartalmak közzététele nem lehetséges. Emellett az erős nyílt televíziós csatornák megléte jellemzi a németországi helyzetet.
Háttér	A közösségi műsorszolgáltatási kezdeményezések gyakran részesülnek az egyes regionális médiaszabályozó hatóságok által beszedett engedélydíjkból (the Landesmedienanstalt) (kb. 1,9%). A közösségi média-kezdeményezések által teljesítendő közszolgálati műsorszolgáltatási követelményeket a helyi parlamentek által elfogadott helyi törvények írják elő.

Ország	Franciaország
Összegyűjtött adatok	A francia közösségi rádiós szektor az egyik legnagyobbnak számít Európában: 2003-ban 683 szolgáltatót jegyeztek fel a francia műsorsugárzási hatóságok ⁸ .
Háttér	Az ország igen fejlett a közösségi média szektorral rendelkezik, hiszen az már a 70-es években megjelent. A közösségi rádióállomások a Francia Közösségi Rádió Alap (FSER) létrehozásának évétől, 1982-től jogi státuszt és anyagi támogatást is nyertek. Működik közösségi televízió is, ám az nem élvezi ugyanazokat az előnyöket és nem ugyanolyan szintű az elismertsége sem, mint a közösségi rádióknak. A közösségi televízióknak nincsen például alapfinanszírozása és kevés kapott közülük teljes jogú engedélyt. Mind a szabályozó hatóságok, mind a szektor kedvező lehetőségeket lát a digitális átállásban és az általa megnövekedett mennyiségű frekvenciában. A CSA már le is foglalt egy digitális csatornát az Ile de France regionális csatornái közül, közösségi kezdeményezések számára.

7 Lásd: <http://www.buergerrundfunk.de/> (letöltve 2007. június).

8 A közösségi rádió franciaországi helyzetéről további részletek ebben a jelentésben olvashatók: La Radio Associative état des lieux et enjeux, AVISE, 2005. január

Ország	Dánia
Összegyűjtött adatok	Dánia jól működő közösségi szektorral rendelkezik, a maga 159 közösségi rádió és 110 közösségi televíziós állomásával.
Háttér	Dánia az egyike azon országoknak, ahol a közösségi televízió a legfejlettebb és leginkább védett. A kötelezően végrehajtandó szabályok előírják a kereskedelmi televíziós csatornáknak, hogy délelőtt 9 és 12 között a közösségi televíziók műsorait sugározzák. Az RTB nevű dán műsorszolgáltató hatóság az első olyan hatóság Európában, amely teret enged a digitális közösségi televíziós csatornáknak is. Az előző kormány 6-ról 4 millió dán koronára (€ 536,000) csökkentette a szektor közpénzezből történő támogatását.

B) Azon tagállamok között, amelyekben – másokkal összehasonlítva – a közösségi média szektor aktívabban van jelen, vannak olyanok, ahol nemrégiben vezettek be a szektorra vonatkozó törvényeket, és/vagy változtatták meg a szektorra vonatkozó politikát (beleértve a támogatásra vonatkozó előírásokat), amely azután a szektor további fejlődését eredményezte.

Ország	Egyesült Királyság
Összegyűjtött adatok	A mai napig megközelítőleg 133 rádiós csoport kapott közösségi rádiós engedélyt és évente közel 500 korlátozott szolgáltatói engedélyt adnak ki átmeneti, vagy kisebb hatósugarú közösségi rádiós műsorsugárzásra.
Háttér	A támogatás hiánya ellenére az Egyesült Királyság (ahol öt évvel ezelőttig viszonylag fejletlen volt a közösségi média szektor) nemrégiben vezetett be a szektorra vonatkozó új szabályozást. A lépés a közösségi média tevékenység gyors fejlődését eredményezte. Az Egyesült Királyság kommunikációs szabályozó hatósága, az Ofcom egy olyan, „társadalmi előnyöket” megfogalmazó feltétel rendszert állított össze, amelynek valamennyi közösségi rádiónak meg kell felelnie ahhoz, hogy engedélyhez jusson. Az engedélyeket e feltétel rendszer teljesítése alapján, ötévente vizsgálják felül. ⁹ A konzultációk azt mutatják, hogy az elkövetkező években az Egyesült Királyság média szektorának az egyik legnagyobb kihívása az lesz, hogy hogyan tudja majd a várhatóan igen nagyszámú új kezdeményezés működését biztosítani.

⁹ Vonatkozó jogi háttér: Community Radio Order 2005 (Secondary Legislation under the Communications Act 2003).

Ország	Írország
Összegejtött adatok	Írországban körülbelül 21 közösségi rádió és 3 közösségi televízió állomás rendelkezik műsorsugárzási engedéllyel.
Háttér	<p>A viszonylag újonnan bevezetett és igen fejlett jogszabályoknak köszönhetően az ír szektor az utóbbi időben jelentős fejlődést mutatott. Az Ír Műsorszolgáltatási Bizottság (BCI) 1984-ben indított el egy közösségi rádiós teszt projektet, majd 1998-ban 11 közösségi csoportnak adott ki engedélyt. A műsorszolgáltatási hatóság kísérleti megközelítést alkalmaz a közösségi médiával összefüggésben, és nagyon óvatos azzal kapcsolatban, hogy a szektorban folytonos támogatási programot vezessen be a működési költségek fedezésére. Érvelése szerint ugyanis egy ilyen típusú intézményesített támogatási forma beleavatkozna a szektor működésének fenntarthatóságába.</p> <p>Ahogy az a politikákról szóló részből is kiderül majd, a BCI inkább a szektor hatékonyságának növelésére összpontosít azáltal, hogy értékelő, vagy tréning programokat támogat.</p>

Ország	Magyarország
Összegejtött adatok	A konzultációk alapján a KEA becslése szerint nagyjából 100 közösségi rádiós kezdeményezés működik az országban.
Háttér	<p>Nem állt rendelkezésre adat a televízióról, az internetről, és a sajtóról. A szektor az ország demokratikus átmenetét követően gyors fejlődésnek indult. Az 1996-os médiatörvény a média szektor részének ismeri el a közösségi médiát. Mindez a szektor anyagi támogatásának megteremtéséhez vezetett. Ezzel együtt felmerültek bizonyos aggályok amiatt, hogy a közösségi média az elkövetkező években elveszíti státuszának egy részét. Különös aggodalomra pedig a szektornak a teljesen digitális műsorsugárzási környezetbe való átmenete ad okot egyeseknek.</p>

C) *Vannak olyan tagállamok is, ahol a közösségi médiatevékenység – a jogi elismertségnek betudhatóan - magas szintű aktivitást mutat annak ellenére, hogy hiányzik a közpénzekből történő konkrét támogatás. Ezekben az országokban nagymértékben elismerik a közösségi média pozitív jellemzőit, így a szektor is profitál a társadalmi és civil társadalmi projektek számára biztosított nagy összegű támogatásokból.*

Ország	Svédország
Összegyűjtött adatok	Svédországban különösen magas szintű a közösségi média aktivitása: kb. 700 helyi szervezet sugároz rádióműsorokat 165 helyi, kis hatótávolságú rádió állomáson keresztül, és további 30 aktívan működő helyi közösségi televíziós csatorna sugároz adásokat az országban (a televízióadásokat kábelen keresztül sugározzák). Mindezeket túl kb. 10 webalapú közösségi média kezdeményezés is működik.
Háttér	A svéd példa igen érdekesnek mondható, mivel a szektor támogatása főként egy „lentől felfelé” irányuló modellen keresztül valósul meg. Helyi érdekeltségű csoportok és nem kormányzati szervek támogatják a berendezések fenntartását és a műsorgyártást, méghozzá tagdíjakon és közvetlen hozzájárulásokon keresztül. Ez szoros kapcsolatot eredményez a szektor és a civil társadalmi szervezetek között, amelyek a közösségi médiát saját ügyeik népszerűsítésére szeretnék felhasználni. Valamennyi helyi rádiós és televíziós kezdeményezés – elméletben – reklámokon keresztül is bevételhez juthat. Mivel azonban a legtöbb közösségi rádióállomás csak kisszámú hallgatósághoz jut el, így a hirdetőknak nem éri meg ezeknél reklámidőt vásárolni. Nincs országos rendszer a közösségi média támogatására. A KEA által folytatott konzultációk során a konzultációban résztvevők növekvő aggodalmuknak adtak hangot amiatt, hogy vajon a kereskedelmi alapon működő szervezetek képesek lesznek-e közösségi műsorszolgáltatóként elismert, közösségi műsorszolgáltatói engedélyt elnyerni.

Ország	Olaszország
Összegejtött adatok	Bár objektív adatok nemigen állnak rendelkezésre, a konzultációk és a visszakapott kérdőívek azt mutatják, hogy Olaszországban, ahol a közösségi rádiós szektor már a 70-es években létrejött, viszonylag magas szintű a közösségi média aktivitása. Több mint 100 közösségi állomás működik, amelyből hozzávetőlegesen 30 nem vallási beállítottságú.
Háttér	A helyi állomások többsége a nagyobb olasz városokban működik, de gyakran sugároz adást a környező régiókba is. A közösségi rádiót szabályozó törvény neve "Legge Mami". Ez elismeri a közösségi média más médiumokkal szembeni speciális státuszát. Bár nincs országos támogatási rendszer a közösségi médiakezdeményezések számára, a rádiók óránként három percnyi reklámot sugározhatnak. Ehhez jön még, hogy sok közülük projekt támogatásokban is részesül.

Ország	Spanyolország
Összegejtött adatok	Az anekdotikus adatok azt mutatják, hogy körülbelül 130, engedély nélkül működő közösségi rádió és 3 közösségi televíziós kezdeményezés működik az országban.
Háttér	Bár Spanyolországban jelentős számú közösségi rádiós kezdeményezés működik, ezek közül csak egy, a Radio Klara rendelkezik műsorsugárzási engedéllyel. A rádió frekvencia elosztására vonatkozó törvények nemzeti szinten dőlnek el. Ezzel együtt az egyes régiók (Comunidad Autónoma) határozzák meg a frekvencia engedélyezés folyamatát. A rádiófrekvenciára pályázóknak egy egész feltétel rendszernek kell megfelelniük, ezek a feltételek azonban nem a közösségi média igényeihez lettek kialakítva. Ennek eredményeképpen a közösségi média szervezetek nem licitálhatnak ilyen engedélyekért ¹⁰ , amelyből az következik, hogy kevés állami támogatás áll a szektor rendelkezésére. Néhány szervezetnek azonban, társadalmi célú projektek esetén sikerül helyi, vagy regionális projekt támogatásokhoz jutnia.

10 2007. május 3-án az egyik spanyol közösségi média kezdeményezés panasszal fordult a spanyol ombudsman felé a helyzet diszkriminatív jellege miatt, mivel az ellentétes a spanyol alkotmányban (9.2., 20.1. cikkely) foglaltakkal is.

Ország	Lengyelország
Leírás	A visszaküldött kérdőívek alapján a KEA úgy becsülte, hogy a közösségi média tevékenység meglehetősen aktív az országban. A kezdeményezések közül sok vallási beállítottságú. Bár a lengyel törvények nem rendelkeznek átfogóan a közösségi médiáról, az 1991-es, a katolikus egyház és az állam viszonyáról szóló megállapodás úgy rendelkezik, hogy valamennyi egyházkerület igényelhet helyi rádió frekvencia engedélyt. Az országban ezen felül működik még néhány diák rádiós kezdeményezés is.

D) Vannak olyan tagállamok, ahol a teljes jogú elismertség és/vagy a vonatkozó jogi háttér hiánya ellenére viszonylag, vagy nagyon aktív a közösségi média szektor működése.

Ország	Ausztria
Összegyűjtött adatok	Körülbelül 12, hosszú távon működő közösségi rádiós kezdeményezés és 3 közösségi rádiós projekt, 1 közösségi televíziós csatorna és 1 televíziós projekt működik az országban.
Háttér	Ezek a kezdeményezések főleg a regionális kormányok támogatásától függenek, mivel a szektor nem rendelkezik konkrét jogi státusszal (magán kezdeményezésekként tartják őket számon), és nincsen olyan nemzeti szintű támogatási mechanizmus sem, ami biztosíthatná a szektor folyamatos támogatását. Ezért a kezdeményezések gyakran EU-s projekt finanszírozásra támaszkodva működnek. A konzultációkból az derült ki, hogy a szektor támogatná az egyes német szövetségi tartományokban már bevált „kivétéses rendszeren” alapuló pénzalap létrehozását.

Ország	Portugália
Leírás	A KEA konzultációiból az derült ki, hogy Portugáliában jelentős számú közösségi rádió állomás működik. Mivel a közösségi médiát a jog nem ismeri el, ezen kezdeményezések nagy része kalóz rádió állomásként működik. Ezek közül is sok diák, vagy helyi kezdeményezés. Bár a műsorszolgáltatási törvény egy szakasza rendelkezik arról, hogy a diák rádiók speciális engedélyt kapjanak, mégis csupán egy állomás tudja ezt valóban kihasználni.

Ország	Belgium
Leírás	A közösségi média először 1978-ban jelent meg az országban, ám működése sok nehézségbe ütközött. A frekvenciát a központi műsorszolgáltatási hatóság, a Conseil Supérieur de l'Audiovisuel osztja szét, a helyi kulturális ügyekért felelős intézmények adatai alapján. A rádió független rádiós kezdeményezésekként kap engedélyt – a magánkézben lévő kereskedelmi rádió állomásokkal együtt. Sem a németül, sem a franciául, sem a flamandul beszélő részek nem kapnak támogatást a közösségi rádiós, vagy televíziós alapból. A közösségi rádió helyzete azonban, a kreatív rádióműsorok készítésére létrehozott, s közpénzekből gazdálkodó Fond d'Aide à la Création Radiophonique-nak köszönhetően, könnyebb a franciául beszélő részek esetében. Emiatt több közösségi rádiókezdeményezés működik a franciául beszélő részekben, mint a flamand területeken, ahol csupán 5 közösségi rádió állomás található.

E) Számos olyan ország van, főként az újonnan csatlakozottak között, ahol csak korlátozott mértékű a közösségi média tevékenysége..

Ország	Szlovénia
Összegyűjtött adatok	A konzultációkból kiderült, hogy az első diákrádió Európában Szlovéniában jelent meg 1969-ben. Ma három közösségi rádióállomás működik az országban.
Háttér	Ez a helyzet részben a kissé zavaros média szabályozással magyarázható, amely szeretné ugyan támogatni a közösségi médiát, ám mégsem sikerül e célt elérnie. A közösségi média bizonyos formáit elismerik a nemzeti törvények (az állomásokat, a többi helyi, regionális, diák, vagy non-profit alapon működő médiatevékenységhez hasonlóan különleges célokat szolgáló kezdeményezésekként tartják számon. Létezik ugyanakkor ezek mellett egy kisebb méretű támogatási testület is ezen szervezetek számára. A független kezdeményezések ugyanakkor csak nehezen férnek hozzá a szervezet által biztosított összegekhez.

Ország	Csehország
Összegyűjtött adatok	A cseh közösségi média szektorról csak nagyon kevés adat áll rendelkezésre. Anekdotikus adatok alapján annyit lehet tudni, hogy körülbelül 3 közösségi rádió állomás működik az országban.
Háttér	Ezen kezdeményezések egyike sem rendelkezik engedéllyel, és mindegyik az interneten keresztül működik. A Radio Akropolisnak az elmúlt 6 évben nem sikerült engedélyhez jutnia. A konzultációkból az derült ki, hogy még e kis szektoron belül is vannak aggodalomra okot adó kérdések. Mostanáig a rádiós és televíziós műsorszolgáltatásért felelős tanács nem mutatott semmilyen érdeklődést a szektor, illetve az azzal való szorosabb együttműködés iránt.

Ország	Románia
Összegyűjtött adatok	Nagyjából 10 közösségi rádióállomás működik az országban (beleértve a kalózállomásokat is), ám televíziós kezdeményezés egy sem.
Háttér	A közösségi média helyzete meglehetősen nehéz Romániában, mivel a szektor nem juthat műsorsugárzási engedélyhez, s emiatt műsorait az interneten keresztül kell sugározni. Ez pedig nagymértékben csökkenti a hallgatók számát, mivel azok vagy nem is tudnak az állomások működéséről, vagy - ami még ennél is nagyobb gond - nem rendelkeznek szélessávú kapcsolattal. A Romániában is működő Soros Alapítvány fontolgatja, hogy a jövőben esetleg támogatja a közösségi média kezdeményezéseket.

Ország	Szlovákia
Leírás	A konzultációk azt mutatják, hogy mindössze két közösségi média kezdeményezés működik az országban, azok is az interneten keresztül. Romániához és Magyarországhoz hasonlóan, Szlovákiában is a magánszemélyek és szervezetek 2%-os adóvisszatérítésben részesülnek, ha adójukból nem kormányzati szervezetet támogatnak. Ugyanez vonatkozik a közösségi médiának tett felajánlásokra is.

Ország	Finnország
Összegejtött adatok	A finn közösségi média aktivitása korlátozott mértékű. Mindössze 5 közösségi állomás működik az országban.
Háttér	A finn törvények nem ismerik el a közösségi médiát. Mindössze két diákrádió állomás és három helyi közösségi rádióállomás működik az országban. Ezek közül néhány - a bevándorlókat megcélozva - különböző nyelveken sugároz adást, ugyanakkor az országban nincs kifejezetten a kisebbségi közösségeknek szóló állomás. A szektor most próbál egységbe tömörülni, hogy hatékonyabban tudjon fellépni a jogi státusz kivívása érdekében.

Ország	Görögország
Leírás	Az országban csak korlátozott a közösségi média aktivitása. A rádiós engedélyekre vonatkozó engedélyezési eljárás lehetővé teszi amatőr engedélyek elnyerését (2328 / 1995. Tv. 9. par. 6. cikk.). Ez bárki számára lehetséges, amennyiben megfelel a vonatkozó előírásoknak, vagyis rendelkezik a szükséges technikai, infrastrukturális és pénzügyi háttérrel, és betartja az újságírók etikai kódexét. A legtöbb magán rádióállomás engedély nélkül működik, mivel az 1989-ben bevezetett engedélyezési eljárást igazából soha nem alkalmazták. A Görögországban élő kisebbségek jogainak biztosításáért működő csoport szerint sok, a fentiek miatt illegálisan működő kisebbségi rádióállomást sújt tevékenységük miatt szankciókkal a rendőrség, vagy a bíróságok.

Ország	Málta
Leírás	<p>A KEA által összegyűjtött adatok alapján Málta jelentős közösségi rádiós szektorral rendelkezik, mivel 38 aktívan működő állomás található az országban. Az 1991-ben meghozott törvény világos utalást tesz a közösségi médiára, és bizonyos rendelkezések szavatolják annak működését is. Ha azonban közelebbről is megvizsgáljuk a törvényt, akkor láthatjuk, hogy a közösségi média máltai meghatározása nem rendelkezik semmilyen korlátozással a kereskedelmi jellegű bevételekkel összefüggésben, és nem követeli meg a közösség tagjainak részvételét annak működtetésében. Az egyetlen, közösségi rádiós kezdeményezésekre vonatkozó megkötés az, hogy az állomásoknak a helyi közösség érdeklődésére számot tartó műsorokat kell sugározniuk. A szektor nem részesül semmilyen, közpénzekből történő finanszírozásban, így működése nagyban függ a reklámokból befolyó bevételektől. Mindezeket túl a KEA kutatásából az is kiderül, hogy nincs olyan közösségi média kezdeményezés, amely a jelen Megbízásban szereplő meghatározásnak megfelelne.</p>

Ország	Észtország
Leírás	<p>A konzultációkból az derült ki, hogy Észtországban a szabályozói rendszer nem ismeri el a közösségi médiát, és nincs rendelkezésre álló adat a szektorra vonatkozóan. Ezzel együtt annyit sikerült megállapítani, hogy négy internet-alapú közösségi média kezdeményezés működik az országban.</p>

Az alábbi térkép a közösségi média tevékenység általunk feltérképezett helyzetét mutatja be Európában¹¹.



- • Narancssárga: nagyon aktív, szilárd alapokon álló szabályozói háttér
- • Világos narancssárga: nagyon aktív, nemrégiben módosított szabályozói rendszer
- • Sárga: nagyon aktív, a köztudatban erősen jelen van, jogilag elismert, de nincs támogatási rendszer
- • Zöld: viszonylag aktív, nincs jogilag elismerve, nincsenek rá vonatkozó szabályok
- • Kék: korlátozott aktivitás
- • Szürke: nincs rendelkezésre álló adat

2.3.3 Hallgatói részesedés és részvétel a közösségi médiában

Csak kis mennyiségű adat áll rendelkezésre a közösségi média hallgatói részesedésének és az abban való részvételnek a megállapítására. A konzultációk alapján megállapítható, hogy a közösségi média szervezetek, valamint a politikai döntéshozók egyre inkább szeretnék megtudni a

¹¹ Az alábbi országoktól nem érkezett olyan adat, ami alapján jelzés értékű következtetéseket lehetett volna levonni az adott ország közösségi média aktivitásának mértékéről: Lettország, Ciprus, Luxemburg, Bulgária, Litvánia

közösségi médiakezdemenyvezésekben résztvevők számát, valamint hogy milyen a szektor hallgatói részesedése és a hallgatók ízlése. A hallgatókról szóló kutatás magas költsége azonban gyakran szab gátat az ilyen jellegű felméréseknek. Az általános kép kialakításához az alábbiakban összefoglaljuk a rendelkezésre álló adatokon alapuló kutatás legfontosabb megállapításait.

A legtöbb tagállamban a közösségi média hallgató részesedését nem lehet összehasonlítani a főárambeli média hallgatottságával (Hollandia és néhány másik ország kivételével). Az adatok gyakran csak egy-egy szervezet vonatkozásában állnak rendelkezésre. Egy helyi közösségi média szervezet, a Solutions for the British Community Media Association, (Bradford Community Broadcasting) tanulmánya szerint becslések alapján 30 ezer hallgatója van a szolgáltatásnak¹². Ám ahogy ez sok más, a nézők számának megállapítását célzó kutatás esetében is igaz, az adatok ebben az esetben is csak becslésen, és nem elsődleges kutatási eredményeken alapulnak. A holland OLON nevű szervezet már részletesebb adatokat közölt a holland közösségi média hallgatói részesedéséről. 2005-ben a szervezet 5000 embert kérdezett meg média fogyasztási szokásairól – különös tekintettel a közösségi médiára. A válaszadók 12%-a hallgatott valamilyen közösségi rádióállomást a felmérést megelőző héten. Ugyanez a legnépszerűbb kereskedelmi adók esetében 27% volt. Ennek alapján a szervezet úgy becsülte, hogy a közösségi rádió hetente kb. 2 millió hallgatóhoz ér el. Érdekes, hogy a hallgatók gyakran választanak helyi zenét, vagy helyi híreket sugárzó műsorokat. A helyi közösségi televíziókra vonatkozó adatok szintén meggyőzőnek mutatkoznak: a megkérdezettek 34%-a nézte a megelőző héten a lakóhelyén működő közösségi televízió adását, amelynek okaként a helyi információkhoz való hozzáférést nevezte meg. Hollandia mellett még Franciaországból állnak rendelkezésre adatok. A nézői preferenciák felmérésére szakosodott francia szervezet, a Médiamétrie felmérése szerint a közösségi rádiók hallgatói részesedése 2007. áprilisa és júniusa között 1,9% volt a hét folyamán, és 2,4% hétvégén.

A közösségi médiatevékenységben való részvétel is változó mértékű, és nagyban függ az adott kezdeményezés természetétől. Hollandiában az OLON becslése szerint hetente 22 ezer ember vesz részt a helyi közösségi média tevékenységében. E mellett kb. 500 embernek van a szektorban fizetett állása (rész- vagy teljes munkaidős). Franciaországban a CNRA (National Council for Community Radios) becslése szerint a közösségi rádióállomások közel 2500 embert alkalmaznak, és 38 ezer ember dolgozik azokban önkéntes alapon különböző projektekben. A fenti számok olvasásakor azonban nem árt figyelembe venni a közösségi média tevékenység viszonylag nagyfokú intenzitását az említett két országban.

A fenti számok olvasásakor azonban nem árt figyelembe venni a közösségi média tevékenység viszonylag nagyfokú intenzitását az említett két országban. Ezek a számok semmiképpen nem az egész Európára jellemző képet tükrözik. Ugyanakkor ezek alapján következtetni lehet arra, hogy milyen hatása lehetne a közösségi média szektorának, ha Európa valamennyi országában hasonlóan kedvező lenne annak finanszírozási rendszere és az arra vonatkozó jogszabályi háttér is.

2.3.4 A szektor nemzeti szintű szervezetei

A közösségi média szervezeti felépítése az EU-ban országról országra változik. Az egyes országokat mérő kutatásból megállapítható, hogy 13 tagországban van a szektor érdekeit képviselő nemzeti szintű szervezet. Összességében elmondható, hogy a közösségi rádió számít a legszervezettebb alszektornak. Ez talán a közösségi televízióval szemben a közösségi rádió hosszúra nyúló történelmének, illetve az előbb említett erős szabályozói háttérnek tudható be.

12 CM Solutions for the Community Media Association, *Making it work – Learning from successful Community Radio stations*, 2005. július

Általánosságban véve elmondható, hogy a közösségi média nemzeti intézményeinek finanszírozása támogatásokból, tagdíjakból, a tagoknak felszámolt szolgáltatási díjakból és a projektek bevételeiből történik. A szervezetek tréningeket szerveznek és segítenek a szektornak hálózatba tömörülni, weboldalaikon keresztül pedig néha híreket, vagy tanácsokat tesznek közzé. A Community Media Association (Egyesült Királyság) jó példa erre: a szervezet rendszeresen ad megbízást jelentések összeállítására, amelyben nagy hangsúlyt kapnak a szektor által nyújtott előnyök és az azt érintő fontosabb kérdések. Egyes országokban a nemzeti hatóságok szorosan együttműködnek a kormányokkal, a hivatalos szervekkel és a finanszírozási testületekkel. Franciaországban a közösségi rádió nemzeti szintű szervezetének a képviselői ott ülnek a francia közösségi rádió alap (FSER) vezető testületében. Az Egyesült Királyságban a Community Media Association – az Ofcommal közösen - fontos szerepet játszott a közösségi rádióra vonatkozó jelenlegi szabályozói keretrendszer kialakításában. A nemzeti szervezetek segíthetnek abban, hogy a közösségi médiaszervezetek olyan szolgáltatásokat is tudjanak biztosítani, amelyeket egyébként – méreteiknél, és a bennük dolgozó önkéntesek korlátozott idejénél fogva – nem tudnának biztosítani. A holland OLON nevű szervezet például minden második héten a legújabb holland zenei anyagokat tartalmazó CD-t oszt szét tagjai között. Sok más nemzeti hatósághoz hasonlóan az OLON foglalkozik a szerzői jogdíjak kifizetésével is a szektor számára. Más támogató intézmények, mint pl. az olasz Amisnet online archívumokat tesz elérhetővé a közösségi média szervezetei számára, amely lehetővé teszi nekik, hogy nem kereskedelmi célokra, vagy újrásugárzásra műsorokat töltsenek le, vagy sugározzanak. A közösségi média alszektora (különösen a rádió és televízió) gyakran függetlenül szerveződnék. Németországban például a nyílt televíziós csatornákat nemzeti szinten más szervezet képviseli, mint a független rádiókat. A média egybeolvadás azonban szintén hatással volt a közösségi média képviseletének felépítésére egyes tagországokban. Hollandiában a nemzeti közösségi média szervezet (OLON - Organisatie van Lokale Omroepen in Nederland), az Egyesült Királyságban pedig a CMA (Community Media Association) képviseli a rádió, a televízió és az internet alapú közösségi médiát. A konzultációk alapján elmondható, hogy - különösen a kisebb tagállamokban, és azokban az országokban, ahol csak kismértékű a szektor támogatottsága – a szektor számára nehézkesnek bizonyul a közösségi média nemzeti szintű érdekképviseleti csoportjának létrehozásához szükséges források megteremtése. Mindezeket túl a szektor heterogén szerkezete – a különböző politikai és társadalmi kultúrák – szintén befolyásolják a nemzeti közösségi média csoportok prioritásait. A konzultáció során megkérdezett egyik válaszadó (a közösségi média egyik nemzeti szintű képviselője) elmondta, hogy a többi érdekképviseleti csoporttal való együttműködés során nehézséget okozott a közös politikai célkitűzés kialakítása. Azzal együtt azonban, hogy valóban nagyok lehetnek a közösségi média csoportok közötti kulturális különbségek, a konzultációban résztvevők nagy része a nemzetközi együttműködés pozitívumait emelte ki. A közösségi média számos képviselője számára a nemzetközi tudás-és tapasztalatcsere lehetővé tette azon információ és tudás megszerzését, amely később segíthet a szektor érdekeinek hatékonyabb, nemzeti szintű érvényesítésében.

2.3.5 Történelmi háttér

2.3.6 A közösségi média történelmi fejlődésének rövid áttekintése segít megérteni, miért más a szektor helyzete az EU egyes országaiban. A szektor helyzete nagyban függ az országok politikai történelmétől, illetve a média technológia eltérő fejlődésétől. A sajtónak van a közösségi média szempontjából talán legrégebbre nyúló történelme, mivel az újságokat kezdetben gyakran nem szakmabeliek hozták létre bizonyos közösségek, vagy azonos érdeklődésű csoportok számára. A mai értelemben vett közösségi média tevékenység először a 40-es években jelent meg Latin Amerikában. Ez fejlődött azután tovább Észak Amerikában az 50-es években, köszönhetően a kontinens vezető szerepének a műsorsugárzási technológia kialakulásában.

2.3.7 Nyugat Európában a közösségi média a 60-as, 70-es években jött létre azzal a céllal, hogy alternatívát nyújtson a közszolgálati műsorszolgáltatás által biztosított tartalommal szemben,

amire – természetesen és főleg a rendelkezésre álló frekvencia szűkössége miatt – az állami frekvencia engedélyezési mechanizmusokon keresztül érvényesített szigorú tartalmi szabályozás vonatkozott. Ő Egyes források szerint a dán Radio Mercury volt az első olyan kalóz állomás, amely zenei és aktuális témákat bemutató műsorok egyvelegét kínálta. A közösségi műsorsugárzási kezdeményezések bizonyos országokban csak a műsorszolgáltatási szektor 80-as éveiben végbement liberalizációja idején nyertek jogi státuszt. Azóta a szektor jogi elismertsége lassan, de biztosan növekszik. Egyes megfigyelők szerint az elmúlt két évtizedben a közösségi média szektora számára a az észak-nyugat európai országok (pl. skandináv államok) kormányai nagyobb fokú támogatást nyújtanak, mint a dél-nyugat európai államok kormányai. Skandináviában például a közösségi médiát kormányzati kezdeményezéseken keresztül vezették be a nemzeti média környezetbe. Dél- Nyugat Európában, így pl. Spanyolországban és Portugáliában a szektornak keményen meg kell küzdenie a jogi elismerés kivívásáért és az alulról felfelé haladó struktúra kialakításáért.

2.3.8 Sok, az EU-hoz újonnan csatlakozott tagállamban a szektor némileg eltérő történelmet élt át. A kalóz műsorsugárzás különböző polgárjogi mozgalmak, s a kormányok elleni tiltakozás eszközeként szolgált. Erre példa, többek között, a szlovén diákrádió, amely 1969-ben jött létre és azóta is kulcsszerepet tölt be a szlovén polgárjogi mozgalomban. Mindezekon túl az egyház is fontos szerepet játszott az alternatív média mozgalmak kialakulásában egyes közép európai országokban. Lengyelországban például a katolikus közösségi média rádió szoros kapcsolatot tartott fenn a lengyel ellenzéki mozgalommal, amely végül 1989-ben alapvető politikai változásokat eredményezett. Ezen országok legtöbbjében a demokratikus kormányzásra való átállást követően, az 1990-es évek közepén megreformálták a média törvényeket is. Ahogy azonban az a szektorról vázolt térképről is kiderül, egyes újonnan csatlakozott tagországok jogi szabályozói rendszere mind a mai napig nem ismeri el a közösségi média speciális jellegét. Bár történészek szerint az internetet még korai lenne belevenni e rövid történeti áttekintésbe, a világháló megjelenése az elmúlt 10 évben a közösségi média szektorát is a harmadik évezredbe repítette. A digitális technológia szektorra gyakorolt hatását a következő rész tárgyalja majd.

2.3.9 A technológiai változások hatása

A közösségi média – a technológiai változások következtében - komoly kihívások és fontos lehetőségek előtt áll. A digitális technológia csökkentte a gyártás, a tárolás és a terjesztés költségeit, és elmossa a határvonalat a média tartalom létrehozása és fogyasztása között.

Az analóg műsorsugárzásról digitális műsorsugárzásra való áttérés nagy lehetőségeket tartogat az európai audiovizuális szektor számára, mivel az – a rádiófrekvencia hatékonyabb felhasználása miatt - a mainál nagyobb mértékben tudja majd kielégíteni az egyébként igen változatos hallgatói igényeket. A közösségi műsorszolgáltatóknak már az is előnyös lehet, hogy további frekvenciákhoz férhetnek hozzá és ezáltal nagyobb hallgatói bázist alakíthatnak ki maguknak. Ahogy azonban arra e tanulmánynak a szabályozásról szóló része is rámutat, a legtöbb EU-s országban jelenleg is zajló változások arra engednek következtetni, hogy a szabályozói hatóságok - amelyek legfontosabb célja most a teljesen digitális környezetre való átállás megkönnyítését célzó intézkedések végrehajtása - még mindig nem veszik kellőképpen figyelembe a szektort. Az internet lehetővé teszi a közösségek számára, hogy maguk is részt vegyenek az elektronikus média tartalmak létrehozásában, továbbá hogy egységbe szervezzék magukat, és az elektronikus kommunikáción keresztül másokban is tudatosítsák működésüket. Mindez minden szinten átalakítja a szektor működését. A Youtube.com-hoz hasonló szolgáltatásokat is egyre többen igénybe veszik majd, hasonló érdeklődési körű csoportokat megcélzó tartalmak létrehozására és terjesztésére. Ugyanakkor ezen szolgáltatások nem mindegyike tartozik a közösségi média ezen jelentésben használt definíciója alá (sok közülük pl. nem non-profit alapon működik, a felhasználók pedig nem

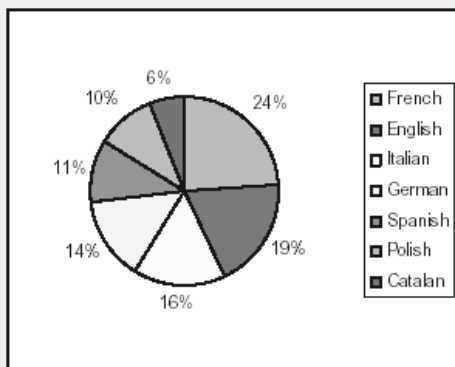
szükségszerűen vesznek részt a szerkesztői-/ műsorkészítői tevékenységben). Amint azonban azt a következő esettanulmányok is bemutatják, sok közösségi média szervezet alkalmazza már az internetet az általa létrehozott tartalom bemutatására, és sokan tekintenek az internetre úgy, mint a hagyományos média (sajtó és a jelenlegi műsorsugárzási eszközök) jövőbeli alternatívájára.

Café Babel

A Cafe Babel egy olyan hamisítatlan média kezdeményezés, amely – mint ahogyan azt magáról állítja – „a részvételi újságíráson keresztül forradalmasítja az európai médiát, és egyedülálló platformot biztosít valamennyi állampolgár számára arra, hogy kifejtse véleményét.” A kezdeményezés több mint 450 önkéntes (akik között van szakmabeli, és nem szakmabeli is), 20, Európa különböző városaiban működő helyi csoport, és egy párizsi székhelyű központ munkájának segítségével működik.¹³

A résztvevők cikkekkkel, vagy szerkesztői, illetve fordítói szolgáltatással tudnak hozzájárulni a Cafe Babel portál létrehozásához, aminek köszönhetően a portál már hét európai nyelven tudja híreit megjelentetni. A portál néhány Web 2.0-ás szolgáltatást, így többek között blogokat, fórumokat és szavazáson alapuló felméréseket is nyújt. A helyi csoportok munkájának köszönhetően a rádió az online folyó vitákat be tudja kapcsolni élő politikai vitákba.

Az alábbi grafikon bemutatja, mely nemzetiségek olvassák a szolgáltatást, amit – legalábbis egyes részeit – nem lehet a hagyományos médián keresztül elérni.



Source: Café Babel Press Pack

A kezdeményezést egy sor szervezet és finanszírozási program támogatja, így pl. az Európai Bizottság ifjúsági programokért felelős Oktatási és Kulturális Főigazgatósága (DG Education and Culture – Youth Programme), az Európai Kulturális Alap (European Cultural Foundation), egyes nemzeti és regionális kormányok és nem kormányzati alapítványok.

<http://www.cafebabel.eu/en/default.asp>

¹³ A jelentés összeállításának napján a főcímeik Európa új politikai vezetőiről, egy újságíró elbocsátása miatt Németországban kirobbant vitáról, a Microsoftnak az európai szoftver piacon betöltött szerepéről és Románia interaktív térképének (geo-mapping) megjelenéséről számoltak be.

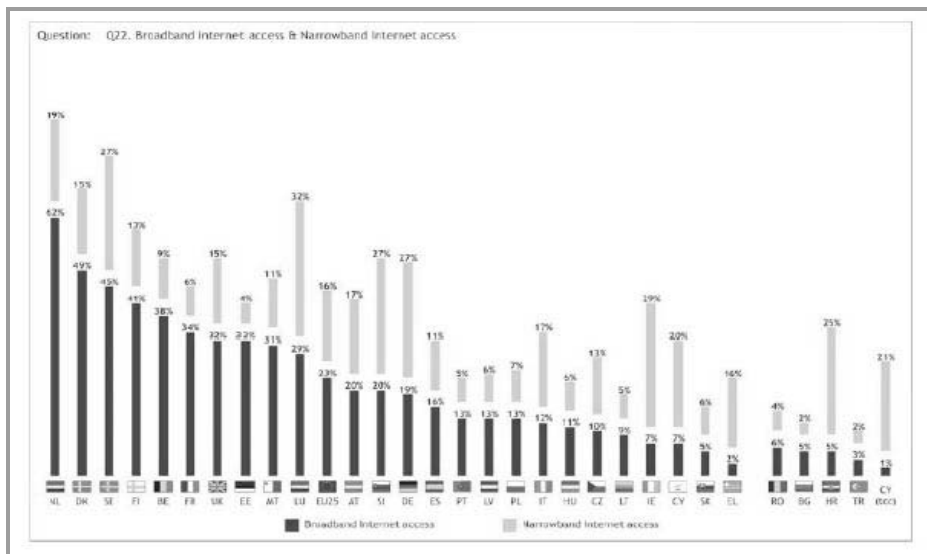
amisnet.org – radio and multimedia

Az amisnet egy római központtal működő kezdeményezés, amely jól példázza az internetnek a szektor számára nyújtott lehetséges előnyeit. Ugyanakkor az amisnet azt is jól illusztrálja, hogyan tudnak a közösségi médiaszervezetek egymással konkrét projektekben együttműködni, s hogyan tudnak hosszú távon jelentős eredményeket elérni (a kezdeményezés már kilenc éve működik aktívan) még akkor is, ha költségvetésük amúgy korlátozott.

Az amisnet közösségi rádiós műsorokat gyárt és a közösségi média nemzetközi csoportjai számára ingyenesen bocsátja azokat rendelkezésre. Valamennyi tartalom az amisnet szerverén jelenik meg az ún. „Közös Kreatív tartalom” engedély (Creative Common’s license) alapján, lehetővé téve ezzel más közösségi kezdeményezések számára annak letöltését, szerkesztését és sugárzását. A modell hatása rendkívüli. Olaszországban az amisnet műsorai 1-1,5 millió hallgatóhoz érnek el körülbelül 35 közösségi rádión keresztül minden héten. A műsormegosztás ilyen nyílt-tartalmi (open-content) megközelítése különösen a közösségi média szektorban virágzik, ahol a szervezeteket nem a profitszerzés, vagyis a műsoraik jogainak értékesítése motiválja. Az amisnet által a többi közösségi média szervezet részére nyújtott további technikai támogatáson túl, a kezdeményezés mobil rádiós szolgáltatást is biztosít, valamint támogatja a közösségi médiában résztvevő aktivistákat új tartalom létrehozásában az élőben közvetített események során. Ezt követően a mobil szolgáltatás segítségével műsoraikat mobil uplinkeken keresztül tudják sugározni.

<http://amisnet.org/en/>

A fenti esettanulmányok ellenére az internet valószínűleg még nem tud egyedüli megoldást nyújtani a közösségi szektor valamennyi kihívására, hiszen a szélessáv elterjedése különböző mértékű az EU országokban. Az alábbiakban azt szeretnénk bemutatni, hogy mennyire eltérő mértékű a háztartások szélessávhoz való hozzáférése az Európai Unióban:



Forrás: Felmérés a háztartások elektronikus kommunikációjáról Eurobarometer 249/Wave 64.4, 2006.július

Amit az az ábrából jól látszik, a szélessávhoz való hozzáférés jelentős mértékben különbözik Európa egyes országaiban. A gyors internet kapcsolat azonban előfeltétele a közösségi média online virágzásának. Eddig az online közösségi média projektek közül csak azok tudtak hatékonyan működni, amelyeket olyan területeken indítottak el, ahol viszonylag nagyfokú volt a szélessávú internet kapcsolat elterjedése. A londoni székhelyű Southwark TV pl. egy internet alapú közösségi média projekt, amely London Southwark negyedében élő fiatalokat szólítja meg. London pedig egy olyan nagyváros, ahol magas a szélessávú kapcsolat elterjedésének aránya. Mindezeket túl a fiatalok nagyobb valószínűséggel rendelkeznek azokkal a képességekkel, amelyek a közösségi média online hozzáférésehez szükségesek. Összehasonlításképp: a Magyarországon működő, az időseket megcélzó közösségi média adást valószínűleg nem online formában sugározzák. Ez a példa is jól mutatja tehát a média írástudás fontosságát a közösségi médiában részt vevők számára, illetve azt, hogy az abban való részvétel milyen anyagi terhet jelent bizonyos közösségek tagjainak. Amíg ugyanis a londoni fiatalok különböző módokon férhetnek hozzá az internethez, addig ugyanez nem mondható el a más körülmények között élő közösségek tagjairól.

2.4 A közösségi médiaszervezetek jogi státusza és a médiatörvényben szereplő meghatározásuk

2.4.1 A közösségi média jogi helyzete az egyes tagállamokban

A szektor jogi státusza különbözik az EU egyes országaiban. Ugyanakkor a közösségi média jogi személyként való bejegyzése és további törvényi definíciója fontos tényezője a szektor jövőbeli fejlődésének. Mindkettő segít ugyanis abban, hogy a szektor tudatosíthassa létezését a törvényhozók körében, valamint hogy kapcsolatba léphessen a hirdető és más, a finanszírozást segítő intézmények lehetséges körével. A felmérés részeként a konzultációt folytatók azt is szeretnék volna kideríteni, hogy az egyes közösségi média szervezetek milyen jogi státusz alatt lettek bejegyezve az EU különböző országaiban. A válaszadóknak azonban csak kis százaléka válaszolt erre a kérdésre. A kapott eredmények, valamint a már meglévő adatokra koncentrált kutatás azt mutatták, hogy a szervezeteket vagy jótékonysági szervezetként, vagy egyéb szervezetként, vagy alapítványként, vagy kereskedelmi entitásként jegyezték be. A legtöbb országban a közösségi média szervezetei nem-kereskedelmi státuszt élveznek. Azokban az országokban, ahol a szektornak engedélyezett hirdetések, vagy szolgáltatási szerződésekből bevételhez jutnia, ott a közösségi média szervezeteit esetenként mint magánvállalkozást tartják számon. A bejegyzett jogi státusz gyakran előfeltétele a műsorsugárzási engedély megszerzésének. Vannak olyan közösségi média szervezetek, amelyek valaha kalóz kezdeményezésként működtek (vagyis hivatalos engedély nélkül sugároztak rádiójeleket) és a mai napig nem rendelkeznek jogi státusszal.

2.4.2 A közösségi média különböző szerepe a média törvényben szereplő meghatározásának függvényében

Attól függően, hogy a vonatkozó törvények hogyan rendelkeznek a szektorról, a közösségi média különböző helyet foglal el az egyes országok médiakörnyezetében. A következő példákat azért választottuk, mivel azok mutatják be legjobban hogy a különböző jogi és szabályozói háttér milyen módon tudja befolyásolni a szektor jellemzőit:

A közösségi média, mint a média „harmadik szektora”: az Egyesült Királyságban a szektort, a kereskedelmi és közszolgálati média mellett egy harmadik, különálló szektorként kezelik. A 2003-as Kommunikációs Törvény alapján a 2004-es Közösségi Rádióról szóló Rendelet felsorolja a közösségi rádiós szolgáltatás valamennyi jellemzőjét. A jellemzők között szerepel, hogy a

szolgáltatásnak helyinek kell lennie, társadalmi célokat kell szolgálnia, non-profit és részvételi alapon kell működnie, és működéséről az általa szolgált közösség felé kell elszámolnia.¹⁴ Ennek eredményeképpen a brit közösségi média szektor meglehetősen önállóan, más főárambeli médiatípusoktól, így többek között a közszolgálati médiától teljesen elválasztva működik.

A közösségi média mint a közszolgálati műsorszolgáltatás része:

Az előzővel szemben a holland közösségi média a közszolgálati rendszer egyik pilléréként működik. A holland média törvény a helyi műsorszolgáltatást olyan közszolgálati műsorszolgáltatásként definiálja, „amely az általa szolgált közösség valamennyi tagjának szól”.¹⁵ Ebből következően a helyi közösségi műsorszolgáltatókra vonatkozó általános szolgáltatói előírások nem sokban különböznek a közszolgálati műsorszolgáltatókra vonatkozó – szélesebb értelemben vett ismeretterjesztő, kulturális, társadalmi, vagy vallási természetű - előírásoktól. Köszönhetően annak, hogy a szektor a közszolgálati műsorszolgáltatási rendszer részét képezi, jogosult állami támogatás igénybevételére is. 2006-ban az ilyen jellegű finanszírozás értéke elérte a körülbelül 7,5 millió eurót.¹⁶

A szektor részleges elismerése: Szlovéniában a 2006-os Médiatörvény 80. cikkelye a diák rádiót a közösségi média részeként ismeri el: „Egy diák szervezet lehet rádió, vagy televízió állomás működtetője, amennyiben a műsorok nagy részét diákok készítik és terjesztik, fő célcsoportjuk a diák hallgatóság, és a bevételekből a kiadások után fennmaradó összeget kizárólag azon tevékenységekre fordítják, amelyekért a szolgáltatás létrejött, összhangban a diákok által önállóan irányított közösségek tevékenységét és működését szabályozó törvény és az alaptörvény előírásaival”.¹⁷

Ezzel együtt a diák rádió ezen definíciója a „különleges célokat szolgáló” rádió szélesebb értelmezésű kategóriájába esik, ahová egyébként a helyi kereskedelmi rádiók is tartoznak. Emiatt a helyi kereskedelmi szolgáltatók, valamint a közösségi rádiós kezdeményezések ugyanazokért a rádiófrekvenciákért versenyeznek, s hasonló verseny alakul ki közöttük a helyi televízió alapból történő támogatásért is, amely forrásul a közszolgálati engedélyekből befolyt összeg 3%-a szolgál. A szlovén példa jól illusztrálja, hogy a nem megfelelően kidolgozott szabályozás, és a közösségi média céljainak pontatlan meghatározása káros hatással lehet a szektor számára a lehetséges előnyök kihasználásában.

A fenti példák jól mutatják, hogy a közösségi médiának a média törvényben szereplő definíciója hogyan befolyásolja a szektor működését. A tagállamoknak ezért – a vonatkozó törvények és jogszabályok kialakításakor, vagy felülvizsgálatakor - tanácsos mérlegelniük azt, hogy a közösségi média milyen szerepet tölt be a média környezet egészében. Mindezekben túl a példák azt is bizonyítják, hogy a jogi státusz megléte, illetve a média törvényben szereplő utalás erre – még nem jelent automatikus garanciát a közpénzekből történő finanszírozásra.¹⁸ Ezekre a körülményekre inkább mint alapokra kell tekinteni, amelyre azután a közösségi média elkezdhet építkezni, majd fenntartható módon működni. A jogi személyként való bejegyzés például szükséges ahhoz, hogy egy szervezet bankszámlát nyithasson, vagy szerződést köthessen

14 Lásd: <http://www.opsi.gov.uk/si/si2004/20041944.htm> (Hozzáférés időpontja: 2007/06/27).

15 Lásd <http://www.cvdn.nl/pages/english.asp?m=a&&flash=5&flash=5> (Hozzáférés időpontja: 2007/06/27).

16 Ahogyan azonban arra a holland közösségi média szervezet, az OLON rámutatott, e támogatás egy részét nem az önkormányzatokon keresztül osztják szét.

17 A jogi szöveg eredeti fordítása itt: http://mju.gov.si/fileadmin/mju.gov.si/pageuploads/mju_dokument/Doc/Media_Act.doc (hozzáférés időpontja 2007/06/10)

18 A Megbízó által adott Megbízás külön kérte annak megállapítását, hogy van-e közvetlen kapcsolat a közösségi média jogi státusza és a finanszírozás módja között.

lehetséges hirdetőikkel, vagy más finanszírozói szervezetekkel. A 3.6 szakasz részletesebben is vizsgálja a közösségi média pénzügyi helyzetét.

2.5 A szabályozói helyzet¹⁹

2.5.1 Az átlátható és számon kérhető szabályozás igénye

A specifikus törvények hiánya mellett az EU számos tagországában ugyancsak hiányoznak a KM-re vonatkozó specifikus szabályozások. Az átlátható folyamatok és értékelési kritériumok amelyekkel biztosítható a KM rádiófrekvenciához jutása, EU-szerte változnak. Míg egyes tagállamok figyelembe veszik a KM-t szabályozói keretrendszerükben (pl. az Egyesült Királyság, Franciaország, Németország, stb.), a legtöbb médiaszabályozó testület nem alakított ki folyamatokat és például a KM szolgáltatást megkülönböztető kritériumokat. Ezek ennél fogva nem tudnak megfelelően együtt haladni a szektorral. Amint az a 3.5. pontban szereplő, a KM elvekkkel kapcsolatos esettanulmányból kiderül, a brit szabályozó Ofcom olyan folyamatokat alakított ki, amelyek alapján ebben a tekintetben a legjobb gyakorlatot követő szereplőnek tekinthető.

A szektor általános figyelmen kívül hagyásának egyik oka, hogy a politikacsinálók nem érzik úgy, hogy a KM elegendő közfigyelemre tarthat számot, amint ezt a tanulmány egy korábbi részében ki is fejtettük. Egy másik lehetséges magyarázat szerint nincsenek tisztában a szektor potenciális társadalmi befolyásával. Kevés szabályozó hatóság alkalmaz például a KM-ben szakértői szinten jártas munkatársakat. Ezen túlmenően, a KM kérdése nincs eléggé beágyazódva a nemzeti parlamenti körökbe. A szektor jóléte, vagyis a támogatások vagy reklámbevételek rendelkezésre állása ennél fogva a KM-nek a politikacsinálók általi megítélésétől függ.

2.5.2 A digitális átállás jelentette kihívás

Annak érdekében, hogy a szektor megfelelően profitálhasson a digitális átállásból, a KM specifikus jellemzőit országos szabályozói intézkedésekben kell számba venni. A digitális átállás az az időpillanat, amikor az analóg televíziós és/vagy rádiósugárzás digitálisra változik. Ez az átállás számos tagállamban az elkövetkező években végbemegy. 2005. évi, az analógról a digitális sugárzás felgyorsításáról szóló jelentésében a Bizottság azt javasolta, hogy 2012 elején valamennyi tagországban szüntessék meg az analóg műsorsugárzást. Ennek megfelelően a nemzeti TV átállási terveknek 2012-re el kell készülniük²⁰. A digitális rádiózásra történő átállás még mindig csupán az országos szinten meglévő tervekben létezik. Kezdetben a legtöbb tagország arra számított, hogy a digitális rádiózásra történő átállás 2010-re megtörténik, most azonban a kockázatviselők arra számítanak, hogy erre az átállásra 2015 és 2020 között kerül sor²¹.

A digitális átállás egyedülálló lehetőség az európai televíziós és rádiós szektor számára. Az előnyök között említendő a televíziós és rádiócsatornák nagyobb száma, a jobb hang- és képminőség, a jobb vétel, a korszerű információs szolgáltatások, valamint az interaktív alkalmazások. A digitális sugárzásra történő átállás emellett a frekvenciatartomány jelentős részét felszabadítja. A KM esetében a digitális átállás ugyancsak jelentős lehetőséget rejt, hiszen a közösségi műsorsugárzók engedélyt szerezhetnek a felszabaduló frekvenciatartományra. Ezzel együtt a szektor kockázatviselőivel folytatott konzultációk számos jelentős aggály fogalmazódott meg az alábbiak vonatkozásában:

¹⁹ Az egész szektor jogi státuszának vizsgálata mellett a kivonat külön megkéri a tanácsadókat, hogy vizsgálják meg a közösségi műsorsugárzók vonatkozó szabályozói helyzetét.

²⁰ Közlemény az analógról a digitális műsorsugárzásra való átállás felgyorsításáról COM(2005) 204 Végleges, 9. o.

²¹ Közlemény az analógról a digitális műsorsugárzásra való átállás felgyorsításáról COM(2005) 204 Végleges, 9. o.

- A sugárzási engedély megszerzésének képessége ebben az új környezetben, tisztességes feltételek mellett: számos kockázatviselő aggódik, hogy nem tudnak megfelelni a szabályozásoknak, amelyek a teljes körű digitális sugárzási környezetre történő átállás megkönnyítését célozzák. Noha több kockázatviselő elismeri, hogy a digitális sugárzás spektrumot szabadít fel a további audiovizuális szolgáltatások számára, legtöbbjük attól tart, hogy a KM számára nem származik előny az újonnan felszabaduló spektrumból.
- A digitális átviteli berendezésekhez, platformokhoz és infrastruktúrához (pl. multiplexek, elektronikus műsorújságok, stb.) való hozzájutás képessége: a digitális átállással új potenciális szűk keresztmetszetek keletkeznek. A műsorújságok üzemeltetői például felsorolásukban egyes szolgáltatásokat előnyben részesíthetnek másokkal szemben. Ennélfogva a továbbítási kötelezettséget ki kell terjeszteni, hogy lefedjék ezt a köztes infrastruktúrát. A szektor aggódik, hogy kimarad ebben a kritikus pillanatban, amikor meghatározzák a digitális műsor szolgáltatás jövőbeni szabályozását.
- Magas átállási költségek: a KM kezdeményezéseket aggasztják továbbá a digitális átállás megkönnyítését célzó magas induló beszerzési költségek. Az egyesült királysági Közösségi Média Társaság szerint például, a jövőbeni digitális műsor sugárzási frekvenciára való átállás akár tízszer annyiba is kerülhet a KM üzemeltetők számára, mint a jelenlegi analóg infrastruktúra kiépítése.

Annak érdekében, hogy a szektor és közönsége kihasználhassa a digitális átállás nyújtotta előnyöket, a digitális átállást szem előtt tartó szabályozásnak figyelembe kell vennie a KM-t. Maga a Bizottság is elismeri, hogy az átállási folyamat akkor a legsikeresebb, amikor a tagállamokat nem csupán a „piacvezérelt szempontok vezérlik, hanem a műsorközvetítő koordináló világos közérdek.”²² A tagállamoknak vagy olyan folyamatokat kell megvalósítaniuk, amelyek lehetővé teszik a szektor számára a (teljes és/vagy ideiglenes) műsor sugárzási engedély megszerzését, vagy biztosítaniuk kell, hogy gondoskodnak a KM szolgáltatások továbbítási kötelezettségének teljesüléséről.

2.5.3 Továbbítási kötelezettség és más európai uniós szabályozások

Az egyetemes szolgáltatásról, valamint az elektronikus hírközlő hálózatokhoz és elektronikus hírközlési szolgáltatásokhoz kapcsolódó felhasználói jogokról szóló 2002/22/EC EU irányelv szerint „a tagállamok célszerű mértékű 'továbbítási' kötelezettséget határozhatnak meg bizonyos rádió- és televíziós csatornák és szolgáltatások vonatkozásában...” (31. Cikkely). Ennek megfelelően az a továbbítási kötelezettség szabálynak európai uniós jogalapja országos szinten létezik a KM számára. Ugyanakkor az Irányelv nem teszi kötelezővé a tagállamok számára, hogy ilyen továbbítási kötelezettséget ténylegesen meghatározzanak (Görögországban, Cipruson, Lettorszában, Luxemburgban és az Egyesült Királyságban nincsenek is ilyen szabályok). Az Irányelv csak azt írja elő, hogy a továbbítási kötelezettséget előíró tagállamok „világos közérdekű célokat” határozzanak meg.

A kapcsolódó keretirányelvben (2002/21/EC) a Bizottság javaslatot tesz bizonyos általános közérdekű célokra, amelyek alkalmazhatóak a KM-re: „A közszolgálati célok megvalósítása érdekében olyan audiovizuális elvek és tartalom szabályozás meghatározására kerül sor, mint a kifejezés szabadsága, a médiapluralizmus, a pártatlanság, a kulturális és nyelvi sokszínűség, társadalmi befogadás, fogyasztóvédelem és a kiskorúak védelme”²³. A kutatások azt mutatják,

22 Közlemény az analógról a digitális műsor sugárzásra való átállás felgyorsításáról COM(2005) 204 Végleges, 5. o.

23 2002/21/EC irányelv az elektronikus hírközlő hálózatok és elektronikus hírközlési szolgáltatások közös keretszabályozásáról (Keretirányelv).

hogy négy tagállam (Németország, Franciaország, Írország és Hollandia) olyan továbbítási szabályozást alakítottak ki, amely a KM-re is alkalmazható. Közülük némelyik kifejezetten erre a szektorra vonatkozik:

- A francia hírközlési szabályozó hatóság, a CSA például kérheti a kábeltelevízió üzemeltetőjét, hogy a „társadalmi élethez” kapcsolódó műsorok sugárzása céljából csatornát biztosítson a non-profit szervezetek számára.
- Németország Észak-Rajna Vesztfália tartományában az analóg szolgáltatók „nyílt csatornákat” kötelesek továbbítani. A digitális szolgáltatóknak egy analóg csatorna kapacitását fenn kell tartaniuk a regionális televíziók és a „nyílt csatornák” számára.

Ezen túlmenően, a Bizottságnak az analógról a digitális műsorszórásra történő átállás felgyorsításáról szóló közleményéhez csatolt munkadokumentum szerint az analógról a digitális műsorszórásra való átállással a közszolgálati célok nem változnak. Így a KM továbbítási kötelezettségére vonatkozó szabályokat a nemzeti szabályozásban világosan azonosított közszolgálati célokkal lehet alátámasztani.²⁴ Fontos megjegyezni ugyanakkor, hogy a tagállamok maguk döntenek el, kiterjesztik-e a közszolgálati célokat a szektorra vagy sem. Azok a KM szektorok, amelyeknek nem származik előnyük az ilyen példákából, befogadásuk alátámasztására használhatják Németország, Franciaország vagy Hollandia fent említett példáját.

2.6 Pénzügyi összefüggések

2.6.1 Bevezetés

A KM EU-szerte vegyes gazdasági környezetben működik. Ez azt jelenti, hogy a KM szervezetek különböző hosszú távú pénzügyi forrásokra, valamint a privát és közszférából egyaránt érkező projekt-alapú forrásokra támaszkodnak. A legtöbb országban, ahol a szektort törvényben ismerik el, részben is valamilyen köztámogatásban. Ezt a támogatást a szektornak a közszolgálati célok teljesüléséhez való hozzájárulása igazolja, amelyről a jelen beszámoló 3. Cikkelyében szoltunk.

2.6.2 Pénzügyi források

A következőkben azokat a különböző pénzügyi bevételeket láthatjuk rövid bemutatásukkal együtt, amelyeket a tanácsadók a Feladat végrehajtása során azonosítottak:

Reklámbevételek: Legalább 15 európai uniós tagállamban a KM használhatja a reklámtevékenységet bevételi forrásként. Ezen országok némelyikében a KM-nek szigorúbb reklámszabályozást kell követnie, mint a privát médiának. Öt esetben bevételi limit alkalmazására került sor, amely csupán korlátozott mértékű reklámbevételt tesz lehetővé (pl. Nagy-Britanniában 50%). Ugyanakkor, a reklámbevételek általában ez alatt az érték alatt maradnak. Ennek kettő oka van: vagy arról van szó, hogy a KM etikai megfontolásokból nem akarja működését a reklámbevételekre alapozni – sok szervezet a médiapiacra kívül határozza meg saját helyét. Ezen túlmenően, sok reklámozó úgy gondolja, hogy a nézőszám nem elég magas, a műsorok minősége pedig nem elég vonzó. Bizonyos esetekben a közösségi műsorszolgáltatók éppen a reklámbevételek növelése érdekében szélesítették programkínálatukat.

²⁴ (COM(2005)204 végleges). L.:

http://ec.europa.eu/information_society/policy/ecommm/info_centre/documentation/communic_reports/index_en.htm (letöltve: 20/05/2007).

Tagsági díjak, szponzoráció és természetbeni támogatás: Sok KM szervezet helyi pénzügyi támogatásra támaszkodik, amely a nézőktől és a helyi intézményektől érkezik. A KM szervezetek gyakran szerveznek forrásgyűjtő rendezvényeket, hogy felébresszék a közösség érdeklődését, és támogatásra tegyenek szert. Ezen kívül a tanácskozások során arra is fény derült, hogy egyes kezdeményezések a KM számára támogatást gyűjtő különleges alapítványok támogatását is élvezik²⁵.

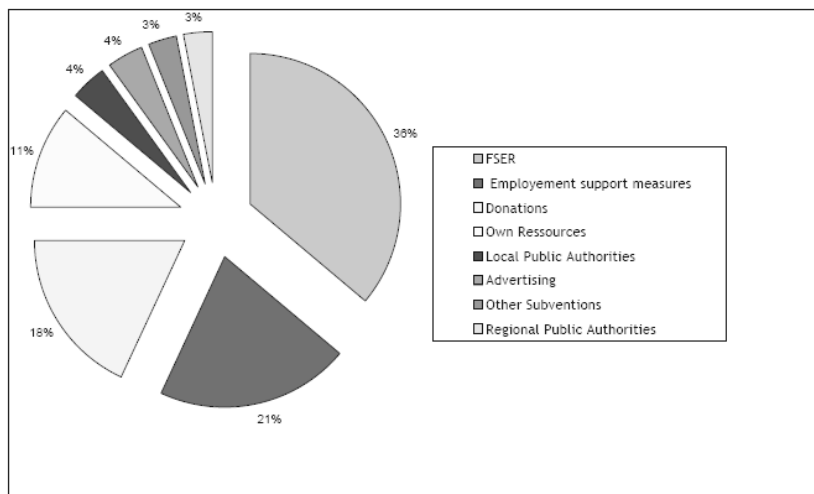
Közszolgálati sugárzási licenstdíjak felosztása: Ez az egyik legáltalánosabb mechanizmus a közösségi műsorszolgáltatók folyamatos és kiszámítható támogatására. Európa-szerte különböző modellek léteznek. Németországban például a legtöbb regionális médiaszabályozó részesedik a beszedett licenstdíjkból, és ennek az összegnek egy részével köteles támogatni a médiaműveltséget és a KM-t.

Magánszolgáltatók reklámbevételeinek felosztása: Amint arról a következő fejezetben részletesen is szólunk majd, a francia közösségi rádió alapítványt a privát szolgáltatók reklámbevételeinek egy részéből finanszírozzák.

Közvetett közfinanszírozás: Számos KM szervezet ki tudja használni a nem elsősorban a szektor számára kialakított támogatási rendszereket, így például a foglalkoztatási alapokat vagy a társadalmi befogadással kapcsolatos programokat. Ezeket a közvetett finanszírozási forrásokat jellemzően olyan szervezetek használják ki, amelyek alacsony szintű folyamatos működési támogatásban részesülnek.

Európai projektfinanszírozás: Számos KM kezdeményezés használja ki a különböző európai uniós finanszírozási lehetőségek nyújtotta előnyöket. Ezeket az EU politikáról szóló következő fejezetben tovább tárgyaljuk.

Egy KM kezdeményezés különböző forráshoz jutási lehetőségeinek szemléltetésére az alábbi kördiagram a francia „Asszociatív rádió” bevételeit ábrázolja, amely rádió – szemben a legtöbb más országbeli szervezettel – részesül a fenti átlagos közfinanszírozásból.



Source: "La radio associative: état des lieux et enjeux", Les repères de l'AVISE, n°4 jan. 2005 France.

²⁵ Erre a gyakorlatra jó példa a német Radio Corax, amely más helyi intézményektől, pl. a helyi színháztól kap támogatást, l.: <http://cms.radiocorax.de/>

A KM szervezetek nagyon különböző költségvetésekből működnek, így egy európai KM szervezet átlagos forgalmát megbecsülni szinte lehetetlen feladat. A konzultációk során a német, francia és brit rádiók 50 000 és 250 000 euró közötti éves költségvetést említettek. Megjegyzendő ugyanakkor, hogy ezek a számadatok a szektor szempontjából nem tekinthetők reprezentatívnak. Általánosságban a nyílt televízióállomások költségvetése rendszerint jelentősnek mondható, míg az internet-alapú kezdeményezéseket sokszor szűkösebb forrásokból valósítják meg. Amint azt a francia jelentés mutatja, a francia KM kezdeményezések jellemzően önkéntes alapon működnek, átlagosan mindössze legfeljebb három fizetett alkalmazottal. A költségvetés legnagyobb tételét – átlagosan 54%-ot – jellemzően a személyzeti költségek képviselik. Második helyen az átalánydíjak (köztük a jogdíjak) állnak, a szintén jelentős bérleti vagy építési költségekkel. Az átviteli és műszaki költségek képezik a költségvetés harmadik legnagyobb tételét.

2.6.3 Országról-országra változó pénzügyi realitások

Amint azt már jeleztük, a szektor pénzügyi körülményei országról-országra változnak:

- Svédországban a szektor helyi szinten működik, elsősorban civil társadalmi szervezetek és helyi érdekcsoportok finanszírozásával.
- Az egyes országokban a reklámtevékenység eltérő szerepet játszik: míg egyes országokban (pl. Nagy-Britannia, Írország, Olaszország) elfogadott bevételi forrás, addig más országokban a törvények nem teszik lehetővé a KM szervezetek számára, hogy reklámokat sugározzanak.
- Franciaországban – a legtöbb országgal szemben – a közösségi rádiók folyamatos és magas szintű köztámogatásban részesülnek
- Nagy-Britanniában és Írországban a társadalmi célokhoz kapcsolódó projekt támogatás a legjellemzőbb.
- Más országokban olyan helyi szintű támogatási mechanizmusok működnek, amelyekben a helyi testületek kezelik a helyi kezdeményezéseknek juttatott forrásokat (Hollandia).

Az újonnan csatlakozott tagállamokban igen heterogén a helyzet. Míg egyes országokban működnek a támogatás bizonyos formái, amelyek némiképp enyhítik a KM pénzügyi terheit, (Magyarország, Szlovénia), más országokban a kezdeményezések elsősorban a reklámbevételekre, projekt támogatásokra vagy a civil társadalmi szervezetek támogatására építenek.²⁶ Amint az az EU-szintű politikával foglalkozó következő fejezetből kiderül, az új tagállamokban számos KM kezdeményezés támaszkodik az EU általi finanszírozásra.

2.6.4 A közösségi média finanszírozására irányuló politikai irányok

A politikacsinálók tervezhetnek olyan szabályokat és szabályozásokat, amelyek hosszú távon befolyásolhatják, hogy a fentiekben említett vegyes gazdaság lehetővé teszi-e a KM életben maradását. E tevékenység során a különböző pénzügyi bevételek pozitív és negatív hatásait egymással összehasonlítva kell mérlegelni.

²⁶ Lettorszában például a Soros Alapítvány támogatja a PROVIDUS közérdekű központot, amely viszont a Politika.lv honlapot támogatja: ez az internetes portál lehetőséget ad a közönség számára, hogy hozzászóljonak Lettország közéleti kérdéseire.

A piaci erőkre való hagyatkozás egyes kezdeményezéseket elterelhet eredeti szándékuktól, vagyis a specifikus, közérdekű célok szolgálatától a szélesebb közönség számára népszerűbb, tömegigényt kielégítő műsorok sugárzása felé. Másrészt viszont a szélesebb közönség azt is jelenti, hogy a megmaradó közszolgálati műsorok is több nézőhöz jutnak el, így hatásuk is potenciálisan növekszik. Ezen túlmenően a kereskedelmi környezetben való működés olyan képességekkel is felruházhatja e kezdeményezések aktivistáit, amelyek segítségükre lehetnek a forrásteremtésben vagy az állomás menedzselésében, így hozzájárulnak a KM hosszú távú fennmaradásához.

Míg egyes résztvevők kifejezetten kérték a franciaországihoz hasonló közfinanszírozási rendszer kialakítását, az egyeztetések során az is kiderült, hogy vannak, akik megalkuvást érzékelnek a támogatás folyamatossága és a szektor közszolgálati célokra való megfelelési hajlandósága között. Egyes országokban, ahol jól kialakított támogatási mechanizmusok működnek, a résztvevők projekt-alapú, rendszeresen felülvizsgált finanszírozási mechanizmusok kialakítását sürgették. A szektor szereplői osztani látszottak azt az érzést, hogy a KM teljesítménye a projekt-támogatással mérhető és serkenthető a legjobban. Ugyanakkor a szabályozóknak és a kormányoknak figyelembe kell venniük, hogy döntésük, miszerint projektenkénti támogatást nyújtanak vagy valamilyen folyamatos támogatási modellt alkalmaznak, hatással lehet a KM kezdeményezések élettartamára.

A szektor erősen heterogén jellegének és a közforrások Uniószerinti egyenlőtlen rendelkezésre állásának fényében kijelenthető, hogy nincs egyetlen olyan megoldás, amely biztosítaná a KM szervezetek fennmaradását az Európai Unióban. Mindenesetre a szektor finansziális szükségleteinek kielégítésére és a kapacitásfejlesztés támogatására átlátható és számon kérhető mechanizmusokat kell kialakítani a magántőke és a közforrások megszerzése érdekében egyaránt.

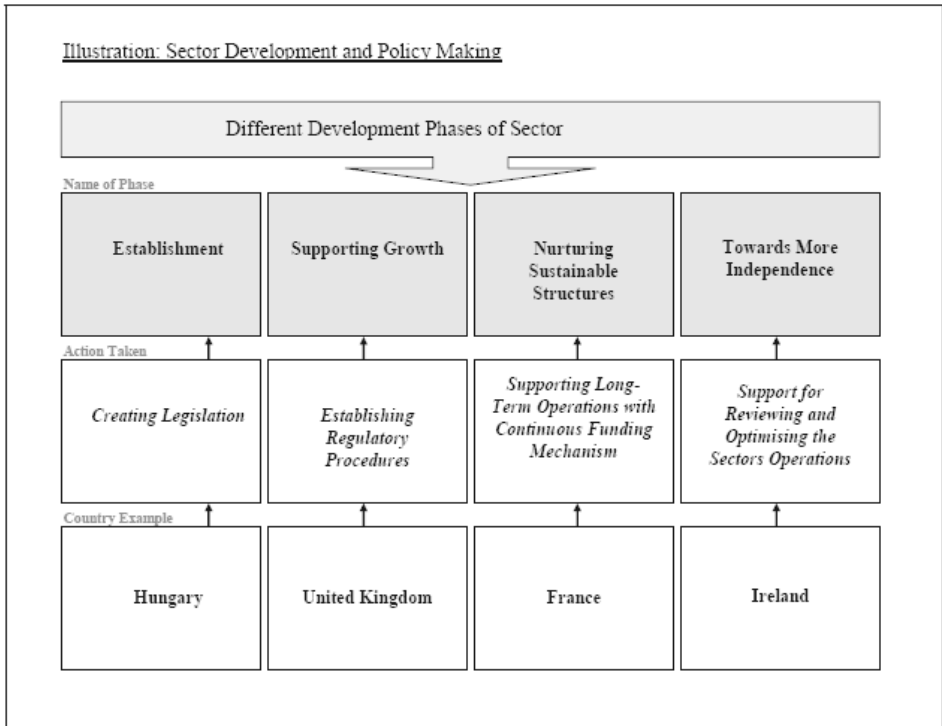
2.7 Példák a közösségi médiát támogató közszolgálati elvekre

2.7.1 Bevezetés

A progresszív közérdek hozzájárulhat a KM szektor fejlődéséhez egész Európában. Amint azt az előző fejezetben bemutattuk, a szektor számos közszolgálati hozzájárulást biztosít, amelyek nem érhetők el kizárólag a piaci lehetőségekre való hagyatkozással, ezért a politikai döntéshozók olykor a szektort támogató intézkedéseket hoznak. Az Ügyfél tájékoztató második pontja szerint a következő azonosítja a „tagállamokat, ahol politikai támogatást nyújtottak a közösségi média virágzásához”²⁷. Az alábbi illusztráció azt mutatja, hogy ez a politikai hozzájárulás nem csupán a közfinanszírozásra terjed ki, hanem számos olyan intézkedést is magában foglal, amelyek hatást gyakorolnak a szektor fejlődésére.

²⁷ Az Ügyfél tájékoztató 2. pontjában foglaltak szerint ezek az országok többek között Franciaország, az Egyesült Királyság, Írország és Magyarország.

Illustration: Sector Development and Policy Making



2.7.2 Magyarország: A kialakítás

A jogi elismerés az Európai Unió új tagállamaiban számos KM szektor számára fontos követelmény mivel biztonságot és védelmet ad a szektor számára, valamint rendszerint együtt jár a szükséges engedélyezési eljárásokkal és bizonyos esetekben pénzügyi támogatást is maga után von. Egyelőre Közép- és Kelet-Európában a legtöbb KM szervezet érdekeit semmiféle törvény nem szolgálja. A magyar törvénykezés példaként szolgál a KM jogi státuszának kialakítására.

A KM létét elsőként a **Rádiózásról és a televíziózásról szóló 1996. évi I törvény** ismerte el. Az elismerésre két tényező is pozitív hatást gyakorolt: 1991-ben befagyasztották a médiatörvény felülvizsgálatát mindaddig, amíg biztosítottak lesznek az új mediaszabályozás elfogadásával kapcsolatos tisztességes eljárások. Ez alatt a 6 év alatt néhány kalózárádió parlamenti képviselőkkel egyesítette erejét, hogy így lobbizzanak a szektor elismertetéséért. Ezen kívül a rendszerváltás és a demokratikus kormányzásra való áttérés eredményeképpen széles körben felismerték az egészséges civil társadalmi szektor meglétének fontosságát. Ez segített a szabályozóknak, hogy elismerjék a privát média és a közszolgálati műsorsugárzás mellett kialakuló „harmadik média” szektor fontosságát.

A **rádiózásról és a televíziózásról szóló 1996. évi I törvény** elismeri a „nem nyereségérdekelt műsorszolgáltató” sajátos jellemzőit, olyan műsorszolgáltatóként definiálja, amely „nemzeti és etnikai vagy más kisebbségi, kulturális cél vagy hátrányos helyzetű csoport szolgálatát vállalja, vagy a lakóhelyi közösség közéleti fórumaként kíván szolgálni”. A privát szolgáltatóktól eltérően a nem nyereségérdekelt műsorszolgáltató cégeknek nem kell sugárzási díjat fizetniük. A műsorszolgáltató hatóságok pályázatás nélkül kötelesek biztosítani számukra nyolcórás engedélyt

helyi érdeklődésre számot tartó programok sugárzásához. Általánosságban a nem nyereségérdekelt műsorszolgáltató cégek az engedélyeztetésben is prioritást kapnak, ha az adott terület vagy régió lakosságának 80%-a már hozzáféréssel rendelkezik két helyi kereskedelmi műsorszolgáltatóhoz.

A magyar modell jó esettanulmány abból a szempontból, hogyan kell kihasználni a lendületet, és egyesíteni a politikai erőket a KM elismerése érdekében egy közép-európai EU országban. A szabályozás önmagában prioritást ad a nem nyereségérdekelt műsorszolgáltató számára, és arra bátorítja a KM-t, hogy jellemzően regionális, helyi kisebbségi kérdésekkel foglalkozzon. Mivel számos európai országban a regionális kisebbségek alulreprezentáltak a tömegmédiában, egy ilyen követelmény szintén követendő, jó gyakorlatnak tekinthető.

2.7.3 Anglia: A növekedés támogatása

A jelen tanulmány hangsúlyozza, hogy a politika közönye a KM iránt, és a szabályozói eljárások és elvek ebből fakadó hiánya az egész Európai Unióra jellemző. A szektor számára létfontosságú lenne egy aktuális szabályozói keret létrehozása, amely növeli a politikai döntéshozók körében a KM elismertségét, segítve ezáltal annak fejlődését. A brit példa kiválóan illusztrálja, hogyan vezethet be egy tagállam új törvényi szabályozást a KM-mel kapcsolatban, és hogyan biztosíthatja a szektor átlátható és számon kérhető működését.

Az Ofcom úgynevezett „társadalmi előny” kritériumokat határozott meg, amelyek segítenek kialakítani a KM speciális szerepét a teljes brit médiaterepen belül. Ezek a kritériumok segítségével vannak a szabályozónak a közösségi rádiók elismerése és engedélyük meghosszabbítása során.²⁸ A társadalmi párbeszéd eszközeit kihasználva a szabályozó jelenleg vizsgálja, hogy ezeket a kritériumokat ki kell-e bővíteni, illetve irányelvekké kell-e azokat alakítani. Ez nagyobb szabályozói szabadságot adna az Ofcom kezébe, miközben a KM szolgáltatók számára megkönnyítené az engedélyek kérvényezésének és megszerzésének folyamatát. A többi nemzeti szabályozó testület számára a brit példa legfontosabb tanulsága, hogy az Ofcom konzultál a szektorral, mielőtt meghozza döntését.

Ezen túlmenően az Egyesült Királyságban láthatóan nagyobb figyelem övezi a szektort, mint az Európai Unió többi tagállamában. Az Ofcom például külön főmunkatársat foglalkoztat, aki a KM szektorért felel, és segíti a szabályozót a szektorral kapcsolatos tevékenységében. Egy másik szinten a parlament valamennyi pártját magában foglaló közösségi média csoport segíti a törvényhozásnak a közösség média szektorral kapcsolatos tevékenységét²⁹. Végezetül, a szektort jól szervezi és képviseli a Közösségi Média Társaság is.

Miközben a KM támogatásának brit modellje nem feltétlenül jelent ideális megoldást az Európai Unió valamennyi tagállama számára, az eljárás mód, amelyet a szabályozó Ofcom alkalmaz a szektor felé, figyelemreméltó, és példája segítheti más országok kormányainak és KM szervezeteinek együttműködését is.

²⁸ Az Ofcom KM engedélyezési úrlapjának 8. pontja felsorolja ezeket a „társadalmi előny” kritériumokat: [http://www.ofcom.org.uk/radio/ifi/rbl/commun_radio/tlproc/application_form0607.rtf_\(letoltve_05/07/2007\)](http://www.ofcom.org.uk/radio/ifi/rbl/commun_radio/tlproc/application_form0607.rtf_(letoltve_05/07/2007)).

²⁹ A csoport tagjai és céljai az alábbi weboldalon olvashatók: [http://www.publications.parliament.uk/pa/cm/cmallparty/register/memi208.htm_\(letoltve_15/06/2007\)](http://www.publications.parliament.uk/pa/cm/cmallparty/register/memi208.htm_(letoltve_15/06/2007)).

2.7.4 Franciaország: A fenntartható struktúrák gondozása

Amint azt a szektortérkép is mutatja, a közforrások rendelkezésre állása fontos szerepet játszhat az egészséges KM szektor kialakulásában és fejlődésében. A franciaországi fond de soutien à l'expression radiophonique (FSER), a közösségi rádiózás támogatására létrehozott közalapítvány ennek kiváló példája. 2005-ben az FSER mintegy 24.2 millió euró támogatást szerzett, ezzel a Franciaországban engedéllyel működő közösségi rádiók működési költségeinek mintegy egyharmadát biztosította.

A támogatás három kategóriában érhető el: induló támogatás, eszközök költségére nyújtott támogatás, valamint üzemeltetési támogatás. Ezen túlmenően a támogatás egyedi elbírálás alapján emelhető attól függően, megfelel-e a kezdeményezés bizonyos, a szakmai színvonalra és a kulturális-ismeretterjesztő tartalomra vonatkozó kritériumoknak. Az állandó és a teljesítmény-alapú támogatás kombinálásával az FSER biztosítja, hogy a kedvezményezettek fenntartható módon működhetnek, miközben a minőségi teljesítésben is érdekeltek.

A francia modell megmutatja, hogyan támogathatja az állam jelentős összegű közforrással a szektor fejlődését a KM társadalmi fontosságának felismerésének köszönhetően, miközben a rugalmasságot és a minőségi teljesítményt is díjazza.

2.7.5 Írország: A függetlenség felé

A KM szektor fennmaradása és eredményes működése az Európai Unió bármelyik országában nem csupán a közforrások rendelkezésre állásától és a jogi státusz meglététől függ. A szektorban dolgozó emberek képességei, szakértelme, valamint a megfelelő szervezeti eljárások kialakítása szintén létfontosságú a fennmaradáshoz.

Az ír hírközlési bizottság (BCI) számos támogatási mechanizmust vezetett be annak érdekében, hogy fejlessze az ír KM szektorban dolgozók képességeit és a szektor általános teljesítményét. A közösségi rádiózás támogatási rendszere olyan KM kezdeményezések számára biztosít finanszírozási támogatást, amelyek vállalják szervezetük külső és belső továbbfejlesztését. A rendszer célja, hogy tökéletesítse a kedvezményezettek által nyújtott szolgáltatások minőségét, működésüket, javítsa a szervezet fejlődési potenciálját, a potenciális dolgozók, önkéntesek és a közönség számára megjelenő vonzerőt. A rendszer előírja a kedvezményezett szervezetek számára, hogy a felülvizsgálathoz külső szakértői segítséget is igénybe vegyenek. A kedvezményezettek továbbá kötelesek teljesíteni egy viszonylag rövid felülvizsgálati eljárást, valamint elkészíteni egy rövid összegző jelentést. A rendszer keretében kiosztott támogatás összege 2007-ben mintegy 53000 euró volt. Ez a rendszer azt illusztrálja, hogy a szabályozó hogyan járulhat hozzá a kapacitásfejlődéshez viszonylag csekély források felhasználásával.³⁰

³⁰ A rendszerről további információk a következő honlapon található: http://www.bci.ie/news_information/press125.html (letöltve 15/05/2007).

3 AZ EURÓPAI UNIÓ POLITIKÁJA ÉS A KÖZÖSSÉGI MÉDIA

3.1 Bevezetés

Az Európai Unió által alkalmazott számos elv közvetlen vagy közvetett hatással van a KM szektorra. Ugyanakkor a KM segíthet számos uniós elvi cél elérésében. Ily módon adott a lehetőség a szektor, valamint az unió politikájának alakítói számára, hogy párbeszédet folytassanak és együttműködjenek a CM ügyének érdekében. A következőket kell mérlegelni:

- Találkoznak-e az EU és a KM céljai, és ha igen, mely pontokon
- Az uniós támogatási programok relevanciája a KM tevékenységek szempontjából
- Hogyan kapcsolódik a szektor az EU intézményeihez és politikai döntéshozóihoz

3.2 Az uniós politika és a közösségi média közötti kapcsolat

3.2.1 Háttér

A szektorban általános az a nézet, hogy az EU politikájának alakulása fontos a KM számára. A konzultációk azt mutatták, hogy a KM szervezetek egyre fokozódó mértékben tekintenek az EU intézményei felé további elismerésért. A szektor ezt mindenekelőtt azzal az érveléssel támasztja alá, hogy a KM hozzájárul az olyan nagy ívű uniós célok elérésében, mint amilyeneket a lisszaboni egyezményben fogalmaztak meg. A következő fejezet részletesen megvizsgál több uniós elvet, és feltérképezi azok céljait a KM társadalmi szerepéhez képest. A vizsgálat célja átfogó kép kialakítása arról, hogy a szektor tevékenysége és az elvi célok összhangban állnak-e egymással.

3.2.2 Távközlési politika

Az Európai Unió távközlési szabályozásokat tartalmazó csomagjában a KM-re nézve kötelező szabályozás nem azonosítható. Ugyanakkor a szektorra számos szabályozás hatálya kiterjed, többek között azoké, amelyek az univerzális szolgáltatásra és a digitális műsorszolgáltatásra vonatkoznak. Ezek a szabályozások külön ugyan nem említik a szektort, azonban közülük több is alapul szolgálhat a KM-re vonatkozó jövőbeni nemzeti szabályozásnak.

- 2002/21/EC irányelv az elektronikus hírközlő hálózatok és elektronikus hírközlési szolgáltatások közös keretszabályozásáról (Keretirányelv) kimondja, hogy „a közszolgálati célok megvalósítása érdekében olyan audiovizuális elvek és tartalomszabályozás meghatározására kerül sor, mint a kifejezés szabadsága, a médiapluralizmus, a pártatlanság, a kulturális és nyelvi sokszínűség, társadalmi befogadás ...”³¹. A KM segít ezen célok elérésében.
- Az egyetemes szolgáltatásról, valamint az elektronikus hírközlő hálózatokhoz és elektronikus hírközlési szolgáltatásokhoz kapcsolódó felhasználói jogokról szóló 2002/22/EC EU irányelv lehetővé teszi a további szabályok megvalósítását a nemzeti szinten meghatározott, a tagállamok szabályozásában szereplő általános és közérdekű

³¹ Az irányelv megtalálható itt:

http://ec.europa.eu/information_society/policy/ecomm/info_centre/documentation/legislation/index_en.htm#dir_2002_21_ec (letöltve 10/06/2007).

célok érdekében. Egyes országokban a KM kezdeményezések hasznát veszik a továbbítási szabályoknak. Egyes országok, mint például Franciaország vagy Németország a továbbítási szabályozást a szektorra (vagy annak egy részére) is kiterjesztették³².

- Az engedélyezési irányelv (2002/20/EC) biztosítja a diszkrimináció-mentességet a frekvenciák és a kapcsolódó engedélyek kiosztása tekintetében. Ez a szektornak a digitális átállás folyamatába történő bevonása szempontjából fontos³³.

A Bizottság jelenleg vizsgálja felül ezt a szabályozási keretet, hamarosan közleményt bocsát ki, amelyben vázolja a távközlési csomag jövőbeni reformjának alapelveit. Ez jó lehetőség a KM szektor számára, hogy megmutassa magát, és a szektor által képviselt kérdéseket a figyelem középpontjába állítsa annak érdekében, hogy EU-szinten is kedvező szabályozói feltételeket érjen el.

3.2.3 Audiovizuális és médiapolitika

Az Európai Unió Alapvető Emberi Jogok Chartájának 11. Cikkely kimondja, hogy „média szabadságát és pluralizmusát tiszteletben kell tartani”. A KM, amely alternatív perspektívákat képvisel az általános médiaterepen, közvetlenül kapcsolódik ehhez a cikkelyhez.³⁴ A médiapluralizmus és sokszínűség fontosságát ezen kívül több elvi dokumentum is elismeri. Ezek közül azonban egy sem hivatkozik közvetlenül a KM-re.

- Az audiovizuális médiaszolgáltatásokra vonatkozó Irányelv tervezete emlékeztet, hogy „a kulturális sokszínűség, a kifejezés és a média szabadsága, a kommunikációs eszközök pluralizmusa az európai audiovizuális szektor fontos szempontjai, ennélfogva a demokrácia és a sokszínűség előfeltételei”³⁵.

A Bizottság elfogadta továbbá az európai audiovizuális politika jövőjéről szóló Közleményt, amelyben kiemeli, hogy a politika feladata olyan közérdekű szempontok védelme, mint a kulturális sokszínűség, az információhoz való jog, valamint a médiapluralizmus fontossága³⁶.

- A Bizottság 2008-ban közread egy Közleményt a médiapluralizmus mutatóiról, amelyben leírja az európai uniós intézmények körében létező aggályt, miszerint a médiakoncentráció érti és akadályozza a médiapluralizmust és sokszínűséget.³⁷ Mivel a KM alternatív, alulról építkező kísérlet a pluralizmus növelésére, ez a Közlemény fontos lehet a szektor számára.

32 Az irányelv megtalálható itt:

http://ec.europa.eu/information_society/policy/ecomms/info_centre/documentation/legislation/index_en.htm#dir_2002_22_ec (letöltve: 10/06/2007).

33 AZ EURÓPAI PARLAMENT ÉS A TANÁCS 2002/20/EK IRÁNYELVE (2002. március 7.) az elektronikus hírközlő hálózatok és az elektronikus hírközlési szolgáltatások engedélyezéséről (Engedélyezési irányelv). http://eur-lex.europa.eu/pri/en/oj/dat/2002/l_108/l_10820020424en00210032.pdf (letöltve 21/05/07).

34 Az Európai Unió Alapvető Emberi Jogok Chartája, 11. Cikkely. http://www.europarl.europa.eu/charter/pdf/text_en.pdf (letöltve 20/03/2007).

35 Az Audiovizuális médiaszolgáltatási irányelv egységes szerkezetbe foglalt szövegtervezete, valamint az EP teljes egészében elfogadott első olvasati módosításai és a módosított bizottsági javaslat, 2007. március, <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:52007PC0170:EN:NOT>, (letöltve 18/07/2007).

36 Közlemény az Európai Szabályozói Audiovizuális Irányelv jövőjéről, COM(2003) 784 végleges, Brüsszel 15.12.2003, www.europa.eu.int/eur-lex/en/com/cnc/2003/com2003_0784en01.pdf (letöltve 14/04/2007).

37 http://ec.europa.eu/information_society/media_taskforce/pluralism/index_en.htm, (letöltve 17/05/2007).

- „*A médiaműveltség ma olyan központi jelentőségű az aktív és teljes körű polgársághoz, mint a 19. század elején az írástudás*”.³⁸ A Bizottság egyre növekvő érdeklődéssel figyeli a médiaműveltség alakulását. A Bizottság kiterjedt konzultációt folytatott a kérdés kapcsán valamennyi érintett féllel. A vizsgálat 2007 második felében egy közlemény kiadásával fejeződik be.
- A kifejezés és az információáramlás szabadsága megsértésének kockázatáról szóló – az Európai Unió és különösen Olaszország tekintetében – Parlamenti határozat hangsúlyozza, hogy az országos médiafelügyeleti hatóságoknak „egyenlő hozzáférést kell lehetővé tenniük a médiához a különböző társadalmi, kulturális és politikai szereplők számára”. Miután a KM egyik feladata, hogy a különböző társadalmi csoportok nyilvánosságát biztosítsa, ez a határozat közvetetten szintén kapcsolódik a szektorhoz.³⁹

Annak ellenére, hogy a KM több fent említett elv hatálya alá tartozik, meg kell jegyezni, hogy a médiapluralizmust érintő szabályozói intézkedések és elvek továbbra is a nemzeti hatóságok felelősségi körébe tartoznak, és az Európai Unió mozgásterén ezen a játéktéren meglehetősen szűkre szabott.

3.2.4 A kifejezés és a kommunikáció szabadságának politikája

A kifejezés szabadsága és az információhoz való hozzájutás joga a demokrácia alapját képező jogok. A KM segít ezeknek a jogoknak a gyakorlatba történő átültetésében azáltal, hogy a polgárok számára a modern kommunikációs technológia felhasználásával szélesebb körű nyilvános vitát tesz lehetővé. A hátrányos helyzetű kisebbség számára ugyancsak megkönnyítik az információhoz való hozzájutást. A KM szektor ennélfogva közvetlenül kapcsolódik a kommunikációs jogok európai uniós alkalmazásához. Ugyan a következő elvek egyike sem tesz külön említést a szektorról, annak tevékenységei összhangban állnak az elvekben megfogalmazott célokkal:

- Az európai kommunikációs szabályzat vagy charta kiemeli az információhoz való hozzájutás jogát, és emlékeztet, hogy „az Európai Bizottság álláspontja szerint Európa valamennyi polgárának joga van (...) saját anyanyelvén hozzáférni az információkhoz, kifejezni véleményét és meghallgattatni”. Amint arról a jelen tanulmányban is szóltunk, számos KM kezdeményezés biztosít nyilvánosságot Európa társadalmi, kulturális és etnikai közösségeinek és kisebbségeinek.⁴⁰
- Az európai kommunikációs politikáról szóló fehér könyv egy új európai stratégiát dolgoz ki, amelynek alapjául az információhoz való jog, a kifejezés szabadsága, a sokszínűség és a részvétel elvei szolgálnak. A KM szektor azzal segítheti ezeknek a jogoknak a folyamatos érvényesülését, hogy támogatja a nyilvános párbeszédben való civil részvételt⁴¹. A KM-mel folytatott aktívabb együttműködés lehetőséget ad az

38 Vivianne Reeding-idezet a „A mai médiatartalom értelmezése: a Bizottság megkezdte a nyilvános médiaműveltséggel kapcsolatos konzultációt”; Az Európai Bizottság sajtóközleménye, 06/10/2006.

39 A kifejezés és az információáramlás szabadsága megsértésének kockázatáról szóló – az Európai Unió és különösen Olaszország tekintetében – Parlamenti határozat parlamentű (Az Alapvető Chartája, 11(2) Cikkely) (2003/2237(INI)). <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?type=REPORT&reference=A5-2004-0230&language=FR&mode=XML> (letöltve 18/07/2007).

40 Európai kommunikációs charta vagy működési szabályzat, 2006, http://ec.europa.eu/communication_white_paper/charter_code/index_en.htm (letöltve 18/07/07).

41 Fehér könyv az európai kommunikációs politikáról, 2006, http://ec.europa.eu/communication_white_paper/doc/white_paper_en.pdf (letöltve 08/06/2007).

Európai Unió számára is, hogy közelebbi párbeszédet kezdeményezzen az állampolgárokkal – a KM-nek nagyobb szerepet kell adni abban a folyamatban, amelynek során Európa üzenete eljut a külvilághoz.

- Az európai uniós egyezményt módosító reformegyezmény-tervezet és az Európai Közösséget létrehozó egyezmény egyaránt tartalmazza az időseknek a társadalmi, kulturális és politikai életben való részvételhez való jogát. Amint az a jelen tanulmányban ismertetett esettanulmányokból kiderül, egyes KM-tevékenységek megkönnyítik ennek a jognak az érvényesítését.

3.2.5 Kultúrpolitika

A KM segít olyan európai uniós kultúrpolitikai célok elérésében, mint a kulturális sokszínűség vagy a kultúrák közötti párbeszéd fellendítése. A KM a helyi kreativitást segítheti elő.

- A nemrégiben közzétett, a kultúráról szóló Közlemény – az első a közös európai kultúrpolitikában – számos előre tekintő javaslatot és ötletet tartalmaz olyan kérdésekre vonatkozóan, amelyek a KM-et is érintik. Elisméri például a helyi szintű kreativitás bátorításának fontosságát. Ezen túlmenően egy terjedelmes fejezet foglalkozik a kultúra szerepével a nemzetközi kapcsolatok építésében. Ebben az összefüggésben megjegyzendő, hogy a KM szervezetek fontos katalizátor szerepet töltenek be azon országok fejlődésében és változásában, ahol a médiakörnyezetet jellemzően alacsony számú piaci szereplő uralja. A Közlemény elismeri továbbá a kultúra fontosságát a Lisszaboni Program végrehajtásában. A KM felhasználható eszközként e célok eléréséhez, amint az például a brit Radio Region esettanulmányából kiderül.
- 1987-ben fogadta el a Parlament az Európai Közösség regionális és etnikai kisebbségeinek nyelvéről és kultúrájáról szóló határozatot. A határozat specifikus rendelkezéseket határoz meg a médiapolitikára vonatkozóan, amelyek erőteljesen érinthetik a KM szektort is, mivel azt javasolják a tagállamoknak, hogy fogantatosítsanak intézkedéseket a tömegmédiával kapcsolatban, például hozzáférés biztosítása és lehetővé tétele a helyi, regionális, és központi közszolgálati és kereskedelmi hírközlési rendszerekhez olyan módon, amely garantálja a regionális és kisebbségi nyelveken történő műsorsugárzás folyamatosságát és eredményességét, valamint biztosítsa, hogy a kisebbségi csoportok a többséggel arányos szervezeti és pénzügyi támogatást kapjanak programjaikhoz.⁴²

3.2.6 Az egyenlőség és a diszkriminációmentesség politikája

A KM tevékenységek gyakran népszerűsítik a kisebbségek bevonását a nyilvános párbeszédbe, illetve a segítségnyújtást ahhoz, hogy legyőzzék a társadalmi, etnikai és kulturális diszkriminációt. Bár csak közvetetten kapcsolódnak, az alábbi elvi célok mindegyike alkalmazható a szektorra:

⁴²Határozat az Európai Unió regionális és etnikai kisebbségeinek nyelvéről és kultúrájáról Doc. A2-150/87, <http://www.minelres.lv/eu/epres/re871030.htm> (letöltve 06/07/2007).

A faji egyenlőségre vonatkozó irányelv emlékezteti a tagállamokat annak fontosságára, hogy „küzdjenek a diszkrimináció minden formája ellen”, és ennek érdekében működjenek együtt a civil társadalommal is. Ugyancsak felhívja a tagállamok figyelmét, hogy léptessenek életbe olyan specifikus intézkedéseket, amelyekkel „kompenzálhatók a faji vagy etnikai eredetű hátrányokat”. A hátrányos helyzetű etnikai kisebbségekkel dolgozó KM kezdeményezések megvalósítanak ilyen intézkedéseket⁴³.

- A rasszizmussal, idegengyűlölettel és antiszemitizmussal foglalkozó Közleményében a Bizottság számos, a tevékenységeit meghatározó irányelvet fogalmaz meg, amely megelőző intézkedéseket is magában foglal. A Bizottság e területen megtett intézkedései ennél fogva vonatkozhatnak a KM-re, akárcsak a kulturaközi párbeszédet segítő számos egyéb kezdeményezés.⁴⁴
- A délkelet-európai stabilitási csomag⁴⁵ céljai között szerepel többek között „a régió országaiban a többnemzetiségű és számos etnikumot magában foglaló sokszínűség megőrzése és a kisebbségek védelme”. Különös figyelmet kell fordítani mindenekelőtt a roma közösségre. A kelet-európai KM kezdeményezések közül nem egy foglalkozik specifikusan a média főiránya által elhanyagolt kisebbségekkel.

3.2.7 A továbblépés lehetőségei

A KM céljai egybeesnek számos különböző európai uniós célkitűzéssel, amelyek ugyanakkor gyakran hatást gyakorolnak a szektorra. Nincs azonban olyan kötelező EU-szintű szabályozás, amely a KM-re vonatkozik.

A KM-et eddig közvetlenül csak az Európa Tanács Miniszteri Bizottsága ismerte el a médiakoncentrációval és a pluralizmussal kapcsolatos több ajánlásában is.

„A tagállamoknak bátorítaniuk kell a pluralizmust és a sokszínűséget gazdagítani képes, a párbeszéd számára teret adó egyéb média fejlődését. Ezt a szerepet töltheti be például a közösségi, helyi kisebbségi vagy társadalmi média.”⁴⁶

43 Az Európai Tanács 2000/43/EC sz. a személyek közötti egyenlő, faji vagy etnikai származástól független bánásmód elvének alkalmazásáról szóló irányelve, (2000. június 29.).
http://ec.europa.eu/employment_social/fundamental_rights/pdf/legisln/2000_43_en.pdf (letöltve 29/05/07).

44 COM (95) 653 végleges, 13 December 1995,
http://eurlex.europa.eu/smartapi/cgi/sga_doc?smartapi!celexplus!prod!DocNumber&lg=en&type_doc=COMfinal&an_doc=1995&nu_doc=653, (letöltve 25/04/2007).

45 <http://www.stabilitypact.org/>, (letöltve 09/06/2007).

46 Lásd: 1) A tagállamok miniszteri bizottságának ajánlása a médiapluralizmusról és a médiatartalom sokszínűségéről {Rec(2007)2} (A miniszterek bizottsága elfogadta 2007. január 31-én); 2) A miniszterek bizottságának nyilatkozata a média szerepének védelméről a demokráciában, a médiakoncentráció ismeretében (A miniszterek bizottsága elfogadta 2007. január 31-én) “Hangsúlyozza, hogy a nem nyereség-orientált média fejlesztését elősegíteni hivatott elvek egy új módja lehet az autonóm csatornák sokszínűsége elősegítésének az információk terjesztése és a véleménynyilvánítás érdekében, különös azon társadalmi csoportok esetében, amelyek legtöbbször kívül esnek a központi média figyelmének körén.”

Ezen túlmenően az Európa Tanács elismerte, hogy a KM képezi azt a „harmadik szektort, amely kiegészíti az országos közszolgálati és a magán műsorsugárzási szektort”.⁴⁷

Annak ellenére, hogy európai uniós szabályozás közvetlenül nem vonatkozik rá, a szektor az EU számos alapvető céljának eléréséhez nyújt segítséget, például a társadalmi kirekesztettség elleni harcban az Európai Közösség egyezményének 137. Cikkelyének megfelelően, valamint hozzájárul a „tagállamok kulturális virágzásához”, ahogyan ezt a 151. Cikkely megfogalmazza. A KM kezdeményezések hozzájárulnak a Lisszaboni Programban megfogalmazott célok megvalósításához, mivel elősegítik a tudásalapú társadalom létrehozását és hozzájárulnak a társadalmi és regionális kohézió erősítéséhez.

Noha a távközléssel és a médiával kapcsolatos elvek különösen meghatározóak a szektor fejlődése vagy stagnálása szempontjából, minden tagállam maga dönti el, hogyan jeleníti meg a szektort a nemzeti szabályozásban. Az Európai Unió szabályozásai ugyanakkor kellő teret adnak a támogató szabályozások nemzeti szinten történő megvalósítása. Országos szinten ennek megfelelően a szektor testületei a legjobb tanácsot kaphatják, hogy olyan országok felé tekintsenek, ahol a KM szektort szabályozásokban ismerik el, valamint ez az elismerés összhangban van az EU törvényi szabályozással.

A konzultációk során kiderült továbbá, hogy a szektor EU-szintű támogatására a legtöbb lehetőség olyan területeken lehet adott, mint a kisebbségi jogok, a kultúrák közötti párbeszéd, illetve az idegengyűlölet és a rasszizmus elleni harc, mivel ezek a területek azok, amelyekkel az Európai Unió úgy foglalkozhat, hogy közben nem akadályozza a tagállamok azon jogát, hogy az országos médiát szabályozzák.

3.2.8 A közösségi média kapcsolatteremtési lehetőség Európa és a helyi választóközvetek között

Megjegyzendő, hogy a KM helyi jellege jól összeillik az európai intézmények azon céljával, hogy az EU témákat a helyi és regionális választókhoz eljuttassák. Ez a stratégia jelenik meg a közelmúlt egyik politikai fehér könyvében, amelyben elismerték, hogy „Európának meg kell találnia a helyét a jelenlegi nemzeti, regionális és helyi közsférában”⁴⁸. A kérdésnek a regionális politikáért felelős biztos Huebner összegzése szerint a következő lehetőség is felmerül:

„Számos utazásom során, amelyeket azokba a régiókba tettem, amelyekről az imént szót ejtettem, első kézből szerezhettem tapasztalatot az európai információnyújtás helyi megközelítésének fontosságáról. A helyi média az például – regionális újságok, rádióállomások és televíziós műsorok – amelyet az emberek a legkönnyebben azonosítanak, és gyakran ezekhez fordulnak információért.”⁴⁹

Közép- és hosszú távon a KM ily módon szerepet játszik az európai kérdések helyi kommunikációjában. Ez lehetőség lehet a szektor számára, hogy meggondolja, hogyan végezhetné ezt a tevékenységet.

47 Az Európai Tanács regionális és helyi hatóságainak kongresszusa által benyújtott 173 (2005) sz. ajánlás a regionális médiáról és a határokon átívelő együttműködésről.

48 Fehér könyv a kommunikációs politikáról, 1. rész, 2. fejezet.

49 Beszéd: Az európai szintű kérdések helyi szintű megvitatása, a Europe Direct Centre Leeds civil ház megnyitója, 2006. november 17.

3.3 Európai Unió finanszírozás és annak relevanciája a szektor számára

3.3.1 Bevezetés

Az Európai Unió különböző finanszírozási rendszereket alakított ki a korábbi fejezetekben ismertetett elvi célok megvalósítása érdekében. E rendszerek előnyeit számos KM szervezet élvezi. Ugyanakkor lehetőség van a szektor további integrálódására az EU finanszírozási tevékenységbe a különböző elvi célok elérése érdekében. A következőkben azokat a válogatott finanszírozási programokat tekintjük át, amelyek segíthetnek a KM továbbfejlődésében, és azonosítunk a szektorban megvalósult néhány korábbi EU projektet.

3.3.2 A strukturális alapok kihasználatlansága

Dióhéjban összefoglalva, az európai finanszírozás kétféle módon működik: A támogatások nagyobb részét decentralizált módon a tagállamok és a régiók kezelik, míg bizonyos támogatásokat központilag kezelnek az európai uniós intézmények. A decentralizált strukturális alapok jelenthetik a legjobb megoldást a KM kezdeményezések számára az európai uniós támogatás megszerzéséhez. Ennek érdekében a szektornak ki kell fejlesztenie magában a vállalkozói szellemet és fel kell ismernie, hogyan felelhet meg a KM a strukturális alapok céljainak.

Két strukturális alap tarthat számot a KM érdeklődésére: Az európai regionális fejlesztési alap, és az európai szociális alap. Miközben a Bizottság felügyeli ezen alapok általános stratégiáit, a nemzeti és regionális hatóságok állapodnak meg a támogatási kezdeményezésekről és kezdik meg a jelöltek kiválasztását a pályázatokhoz. A CM szervezetek jó helyzetben vannak, hogy kihasználják a szóban forgó decentralizált alapok nyújtotta előnyöket, ha megtanulják a megfelelő módon kifejezésre juttatni céljaikat, hogy az megfeleljen az alapok céljainak. Ugyancsak könnyebb a KM szervezetek számára a helyi és regionális finanszírozási felelősökkel való kapcsolatteremtés, valamint a lehetséges javaslatok megvitatása, mivel gyakran sem idejük, sem forrásaik nincsenek, hogy felkészüljenek a központilag kezelt európai pályázati felhívásokra.

3.3.3 Az európai regionális fejlesztési alap

Az ERDF jelenleg a legnagyobb európai alap. Rendeltetése a szociális és a regionális kohézió megteremtése. Célja hármas: egyrészt elősegíteni a lemaradó régiók fejlődését és strukturális korrekcióját, másrészt támogatni a strukturális nehézségekkel küzdő területek helyreállítását, harmadrészt pedig modernizálni az oktatási és foglalkoztatáspolitikát azokban a régiókban, amelyekre az első cél nem vonatkozik. A KM kezdeményezéseknek ellenőrizniük kell, hogy régiójuknak melyik cél felel meg, hogy meghatározhassák, milyen projektek finanszírozhatók.⁵⁰

Az elmúlt finanszírozási időszakban, 2000 – 2006 között számos KM projekt tudta kihasználni az ERDF nyújtotta előnyöket. Skóciában az ERDF támogatta a Bradford BCB közösségi rádiót, amikor az új telephelyre költözött.⁵¹ A brit 7 WAVES közösségi rádió ERDF-támogatást szerzett új médiaközpontja kialakításához, hogy így javítsa résztvevőinek képzési lehetőségeit.⁵² Észak-Karjalában (Finnország) a Tanuló Közép-Karjala – „Outokumpu és Polvijarvi projekt” 35 utcai

⁵⁰Nemzeti kapcsolattartók? http://ec.europa.eu/regional_policy/country/gateway/index_en.cfm,

⁵¹Bradford közösségi rádióállomás, <http://www.bcradio.co.uk>, (letöltve 16/06/2007).

⁵²7 Waves közösségi rádió, <http://www.7waves.co.uk/live-across-the-wirral/news-newcentre.html>, (letöltve 15/06/2007).

számítógépes fülkét alakított ki ingyenes használatra.⁵³ A projekt KM kezdeményezéssé alakult, amikor létrehoztak egy közösségi hálózatot, amelyben a helyiek cseveghettek, helyi híreket olvashattak vagy cserélhettek. Az ERDF támogatások jellemzően a strukturális fejlődést támogatják. Az érdekelt kezdeményezéseknek kapcsolatba kell lépniük nemzeti ERDF-ügynökségükkel, hogy további információkat szerezzenek a jogosultsági kritériumokról és a rendelkezésre álló alapokról.

3.3.4 Az európai szociális alap

Az Európai Szociális Alap (ESF) kiemelt célterülete a társadalmi kirekesztettség, a dolgozónak a munkalehetőséghez való alkalmazkodóképessége és hozzájárása. Az ERDF-hez hasonlóan az ESF is különböző célokat szolgál. A 2007-2013 közötti programok többek között az élethosszig tartó tanulási rendszereket, valamint a hátrányos helyzetben lévő közösségek felzárkóztatása. A KM társadalmi hozzájárulásai így módon kiegészítik az ESF finanszírozási céljait.

Korábban már több KM kezdeményezés részesült ESF-támogatásban: Az alap segítette beindítani a Radio Regen-t⁵⁴, az Egyesült Királyság vezető KM szervezetét, valamint támogatta annak munkáját, amelynek során felnőtteket oktatott későbbi munkavégzés céljából. A csehországi Radio Akropolis szintén részesült az ESF támogatásában.⁵⁵

Az ESF emellett nemzetek feletti projekteket is finanszíroz: az ír Roscommon Partnership Company olasz, holland és svéd partnerekkel közösen dolgozott ki egy projektet a fogyatékkal élők támogatására⁵⁶. A fő cél helyi közösségi rádiók létrehozása volt, amelyek hidat képeznek a kereskedelmi foglalkoztatás felé és segítenek abban, hogy a fogyatékkal élők közösségéről pozitív kép alakuljon ki. A projektet a 2000-2006 közötti ESF program EQUAL (egyenlő esélyek) rendszere támogatta.

3.3.5 Európai pályázati felhívások

A KM szervezetek a Bizottság igazgatóságai által közzétett pályázati felhívásokból is támogatásokhoz juthatnak. Ezek a finanszírozási programok specifikus célokat követnek, és sok esetben különböző tagállamokból érkező partnerek konzorciumára van szükség a támogatás elnyeréséhez. Noha ez jelentős előkészületeket igényel, nem egy KM szervezet jutott már támogatáshoz ilyen módon.

A következőkben a KM számára elérhető centralizált finanszírozási lehetőségeket mutatunk be példaprojektekkel együtt.

⁵³ http://ec.europa.eu/regional_policy/projects/stories/details.cfm?sto=1063&lan=5&pay=FI&the=7, (letöltve 21/04/2007) .

⁵⁴ www.radioregen.org, (letöltve 12/05/2007).

⁵⁵ www.radioakropolis.cz, (letöltve 15/05/2007).

⁵⁶ <http://www.equal-ci.ie/2000/proj/rosc.html>, (letöltve 15/06/2007).

A. Kommunikációs Igazgatóság

A Kommunikációs Igazgatóság népszerűsíti a helyi kommunikációs tevékenységeket annak érdekében, hogy egyre több állampolgárt vonjon be az európai kérdésekről folytatott általános vitába. A KM segíthet ennek elérésében, hiszen ők a helyi média, amely népszerűsíti az állampolgárságot és a részvételt. Az alábbiakban bemutatjuk, hogyan felelhetnek meg az Igazgatóság által meghirdetett pályázatok a szektor számára: Egy közelmúltbeli pályázati felhívás, a „D terv a demokráciáért, dialógusért és vitáért”, azoknak a civil társadalmi kezdeményezéseknek nyújtott pénzügyi segítséget, amelyek a fiatalok és a nők körében népszerűsítette az EU-val kapcsolatos közvitákban való részvételt. Az alap körülbelül a 70%-át finanszírozta egy európai partnerek által felállított konzorcium által benyújtott projekt költségeinek. Az ennek eredményeként létrejövő projekt egy KM projekt volt, amely a „Radio Web for Europe” nevet viselte. Ma a Radio Web for Europe vitanapokat szervez az európai kérdésekről, valamint létrehozott egy európai internetes rádióállomást, ahová a résztvevők feltölthetik saját hozzájárulásukat.

„D terv a demokráciáért, dialógusért és vitáért”:
http://ec.europa.eu/dgs/communication/grants/index_en.htm

B. Oktatási és kulturális igazgatóság

Az „Európa a polgárokért” az Oktatási és kulturális igazgatóság alatt működő Oktatási, audiovizuális és kulturális végrehajtó ügynökség által irányított támogatási projekt. A program célja, hogy támogassa az aktív európai polgári részvételt, és fejlessze az egyéni civil részvételt Európa építésében. A program legutóbbi pályázati felhívására több KM kezdeményezés is jogosult volt pályázatot benyújtani a 2. cikkely értelmében: „Aktív civil társadalom Európáért”, amely nemzetek feletti projektek finanszírozásához ajánlott támogatást. A kedvezményezetteknek az európai polgári szerepvállalással és a demokráciával kapcsolatban kell intézkedéseket fogantatniuk, vitákat szervezniük és véleményeket közölniük. A Café Babel – a támogatás egyik kedvezményezettje – egy internet-alapú KM weboldal -, illetve egy nyomtatott magazin, amely szintén részesült a támogatásból. A lap 20 európai ország diákjainak írásait publikálta 7 nyelven.

„Európa a polgárokért”: http://eacea.ec.europa.eu/citizenship/guide/index_en.htm

C. Oktatási és kulturális igazgatóság

„Akción az ifjúság program” - az Oktatási és kulturális igazgatóság alatt működő Oktatási, audiovizuális és kulturális végrehajtó ügynökség által irányított támogatási projekt.

A program célja, hogy az európai ifjúságban erősítse az európai polgári önértéket, és bevonja őket a Közösség jövőjének építésébe. A program ugyancsak népszerűsíti a társadalmi kohéziót, valamint a nem formális és informális tanulást. A program megvalósítására 2007 és 2013 között kerül sor. A program 5 szakaszra osztható, amelyből kettő bír jelentőséggel a KM szektor számára:

Az 1. akció („Az ifjúság Európáért”) célja a polgárság és a kölcsönös megértés fejlesztése olyan ifjúsági kezdeményezések támogatása által, amelyek a demokratikus közéletben való részvételt népszerűsítik. Az ezen akció keretében tervezett egyik tevékenység számot tarthat a KM szektor érdeklődésére: egy évenkénti pályázati felhívás célja 10 különböző nem nyereségérdekelte társaság uniós szintű hálózatának támogatása. A hálózat 1 millió euró támogatást kap, amelyet arra kell fordítania, hogy a hasonló kérdésekkel foglalkozó különböző projektek között kapcsolatokat teremtsen, és növelje az ifjúság demokratikus aktivizálásával kapcsolatos tudás gyorsabb áramlását és átadását.

A 3. akció („A világ ifjúsága”) az ifjúság és a nem formális oktatás területén támogatja az a világ különböző régióival folytatott együttműködést, különös tekintettel a szomszédos országokra. A hallgatói KM kezdeményezések az IASTAR mozgalom keretében már teremtettek kapcsolatokat más európai és nem európai országokkal, így módon részt vehetnek ebben az akcióban.

„Akción az ifjúság”: http://ec.europa.eu/youth/yia/index_en.html#guide

D. Oktatási és kulturális igazgatóság

Az „Oktatás és képzés 2010” programot szintén az oktatási és kulturális igazgatóság felügyeli. Ez a munkaprogram egy élethosszig tartó tanulási programot dolgozott ki, amelyet Grunving, Comenius, Szókratész és Leonardo da Vinci rendszerekre osztott fel. A **Grunving program** különböző KM kezdeményezéseket támogat. Támogatja az informális tanárokat és tanintézményeket. Egyik specifikus célja, hogy választ adjon az öregedő társadalom jelentette kihívásokra, hogy utat mutasson a felnőtt lakosságnak tudásuk és kompetenciáik bővítéséhez és elmélyítéséhez. A program második esélyt ad a tanulásra a felnőttkorban tanulni vágyók számára, és támogatja a közösségi oktatási-tanulási központokat.

Az egyik program kifejezetten érdekes lehet a KM szektor számára: a Tanulási Partnerség az unió legalább három országából származó oktatási központok kisebb együttműködési projektjeinek nyújt segítséget. Az egyes projektek átlagosan 10.000 euró támogatásban részesülnek. Olyan témákkal kell foglalkozniuk, mint az állampolgári aktivitás, nyelvek, élethosszig tartó tanulás, nemzedékek közötti párbeszéd, számítógépes ismeretek és a kultúrák közötti párbeszéd. A jelentkezéseket és a támogatások odaítélését a Grunving programért felelős nemzeti ügynökségek intézik.

Számos közösségi projekt részesült már támogatásban ezekből a partnerségi programokból. Ilyen például a Cotohode network⁵⁷, amelyet 4 szervezet alkot Franciaországból, Svédországból, Törökországból és Portugáliából. Ez a négy szervezet együtt létrehozott egy közösségi fejlesztő eszközkészletet, amelynek megvalósításához megkapták a Grundtving támogatását. A Meta Europe⁵⁸ egy másik jelentős projekt, amelyet a Gruntving program támogatott. A projekt egy médiaoktatási kurzust foglal magában, amelyet közösségi rádiók aktivistái és egyetemi oktatók állítottak össze és bonyolítottak le. A projektben 10 ország (főként Közép- és Kelet-Európából) vett részt

Gruntving Program: http://ec.europa.eu/education/programmes/llp/gruntvig/index_en.html

E. Foglalkoztatási, szociális és esélyegyenlőségi igazgatóság

A 2007-2013 időszakra vonatkozó „Progress” Programot (Foglalkoztatási és szociális programot) a Foglalkoztatási, szociális és esélyegyenlőségi igazgatóság felügyeli: a PROGRESS célja, hogy segítse a tagállamokat szociálpolitikai céljaik megvalósításában. Az egyik fontos cél az esélyegyenlőség fontosságának tudatosítása a polgárok körében. Az EU-ban érvényes szabályok értelmében a Progress program kidolgozásáért és megvalósításáért elsősorban a tagállamok felelősek. A KM szektornak ezért a nemzeti képviselőkhöz kell folyamodnia.

A program öt témára oszlik, amelyek közül 2 tarthat számot a KM szektor érdeklődésére: A szociális védelem és befogadás kategóriája a társadalmi kirekesztéshez vezető diszkrimináció valamennyi formája ellen harcol. A 2006-2008 időszakra vonatkozó nemzeti akciótervükben a tagállamok erőfeszítéseinek középpontjában a leghátrányosabb helyzetű társadalmi csoportok aktív társadalmi befogadása áll a Progress támogatásával. A legfőbb kedvezményezettek a civil társadalmi szervezetek, mivel az államok közbéléptek, hogy segítsék őket az Unió politikai céljainak elérésében.

Sokszínűség és a diszkrimináció elleni harc: az akció egyik legfőbb célja a diszkriminációs kérdések iránti társadalmi érdeklődés és tudatosság felébresztése. Az egyik központi feladat a kérdéssel foglalkozó civil szervezetek támogatása. A 2007. évi program a romákra és a fogyatékkal élőkre összpontosít. Számos KM kezdeményezés foglalkozik ezekkel a kérdésekkel, nekik mindenképpen fontos figyelemmel kísérni a kapcsolódó pályázati felhívásokat.

Progress Program: http://ec.europa.eu/employment_social/progress/index_en.htm

⁵⁷ http://cotohode.mmz.nu/index.php?option=com_content&task=view&id=14&Itemid=88888891, (letöltve 16/06/2007).

⁵⁸ <http://www.meta-europe.de>, (letöltve 17/05/2007).

3.3.6 A szektor további bevonása az Európai Unió finanszírozási tevékenységeibe

Noha számos európai KM kezdeményezés részesül uniós támogatásban, egyértelműen adott a lehetőség arra, hogy a szektort még mélyebben bevonják az Európai Unió támogatási tevékenységeibe. Ennek érdekében a kihívást az Európai Unió döntéshozói és a KM szektor közötti kommunikáció és párbeszéd elmélyítése jelentheti.

A konzultációk során kiderült, hogy a szektoron belül jelentősen változik az európai támogatási lehetőségek kihasználásával kapcsolatos tudatosság és képesség. Míg egyes szervezetek több párhuzamos, az Európai Unió által támogatott projektet bonyolítanak, más szervezetek úgy tudják, hogy a KM szektor számára egyáltalán nincs rendelkezésre álló európai uniós támogatás. Ezen túlmenően a nemzeti és nemzetközi KM szövetségek és hálózatok keveset tettek annak érdekében, hogy segítsék a szektort annak felismerésében, hogy a rendelkezésre álló támogatási lehetőségek száma szinte végtelen. A konzultációk során kiderült, hogy a szektor képviselői a mai napig is leginkább a Bizottság MEDIA programjához fordulnak támogatásért, noha a MEDIA Program egy olyan finanszírozási program, amely az európai audiovizuális ágazat fejlesztését tartja szem előtt. A KM szektor képviselőinek inkább olyan támogatási programok segítségére kellene pályáznia, amelyeknek vannak szociális vagy társadalmi elemei, amint azt a fenti számos példa is mutatta.

A szektornak az uniós támogatásokkal kapcsolatos dezorientáltságát okozhatja az a tény, hogy a szektorban nincsenek meg az EU igen összetett támogatási rendszerének megértéséhez, feltérképezéséhez és kihasználásához szükséges források és hosszabb távú folyamatosság. Ez részben a szektor önkéntes jellegéből fakad. Amint azt a következő fejezetben bemutatjuk, a szektor igényli ezeknek a kihívásoknak a megválaszolását.

Az Európai Unió intézményeinek oldalán úgy tűnik, hogy nincsenek tisztában a KM szektor társadalmi szerepvállalásának méreteivel. Annak érdekében azonban, hogy a szektort még mélyebben be lehessen vonni az EU támogatási tevékenységeibe, fel kell támasztani az érdeklődést a szektor iránt. Eddig a szektor nem könyvelhet el jelentős sikereket világos és egyértelmű brüsszeli profiljának kialakításában. Amennyiben a szektornak sikerül megmutatnia, hogyan tud megfelelni az Európai Unió elvi célkitűzéseinek, a támogatási programok a jövőben még nagyobb szerepet játszhatnak.

3.4 A szektor uniós szintű részvétele és szükségletei

3.4.1 A szektor európai szintű képviselete

Az elmúlt évtized során a KM szektorok együttműködése az EU intézményeivel és politikai döntéshozóival változó intenzitású volt. Újabbban ugyanakkor a KM szektor kollektív fellépése iránti szándék lendületet látszik venni.

A nemzeti szinten való képviselethez hasonlóan több tényező is befolyásolja szektornak azt a képességét, hogyan tudják közös céljaikat az Európai Unió szintjén kommunikálni:

- A szektor önkéntes jellege megnehezíti a KM tevékenységekben közreműködők politikai képességeinek és tudásának fejlesztését, ami pedig elengedhetetlen az EU intézményeivel való együttműködéshez.
- A rádió, a televízió, az internet és a nyomtatott sajtó közötti megosztottság érződik a szektornak abban az igyekezetében is, hogy különböző politikai érdekeket képvisel az

európai döntéshozók előtt (vannak ugyanakkor látványos és említésre méltó kivételek is, amint arról a szektor nemzeti szinten való szervezetségével kapcsolatban beszámolunk – pl. Hollandiába és az Egyesült Királyságban).

- Hiányoznak a legalapvetőbb pénzügyi források is ahhoz, hogy a szektor szóvivőt delegáljon Brüsszelbe.

A szektort képviselő legnagyobb szövetség az AMARC, a közösségi rádiós műsorszolgáltatók világszövetsége⁵⁹. Az elmúlt évek során a társaság nem összpontosított arra, hogy európai szinten belefolyjon a politikai folyamatba. A konzultációk során ugyanakkor az derült ki, hogy a jövőben a társaság aktívabb tevékenységet kíván folytatni.

Az elmúlt néhány évben több hálózati esemény és műhely megszervezésére került sor a szektor és az Európai Unió közötti párbeszéd megvitatására annak érdekében, hogy közelebb hozzák egymáshoz a nemzeti érdekcsoportokat, az akadémiai kutatókat, gyakorlati alkalmazókat és – néha – az Európai Bizottság és Parlament képviselőit⁶⁰. Ezek az események segítségével voltak a szektornak abban, hogy bizonyos közös érdekeket és célokat fogalmazzon meg és egyeztessen.

Ezen túlmenően nemzeti KM szervezetek képviselői és gyakorló szakemberei létrehoztak egy szakértői csoportot, hogy segítse a szektor munkáját és közreműködjön az európai uniós intézményeknek a KM szektorral kapcsolatos politikájának alakításában. Noha még gyermekcipőben jár, az Európai közösségi médiaforum (CMFE) körülbelül 25 KM-szakértőből áll, és a nyilvános konzultációkon és politikai kérdésekkel kapcsolatban nyilatkozatokat tesz közzé, amelyek potenciálisan hatással lehetnek a szektor működésére.

3.4.2 A szektor uniós szintű elvi ajánlásainak és követeléseinek összegzése

A szektor hivatalos politikai követelései általános jellegűek, és nem fedik le mindazokat a területeket, amelyek jelentőséggel bírhatnak a KM szektor számára. A tanácskozások során ugyanakkor a szektor elvárásait egyes képviselők konkrétan is megfogalmazták. Ezek az elvárások három területre csoportosíthatók, amelyek a következők:

- Elismerés.
- Hozzáférés a rádióspektrumhoz.
- Hozzáférés a közfinanszírozási forrásokhoz.

A következő lista a szektornak az uniós politikával kapcsolatos hivatalos követeléseiből sorol fel néhányat:

- A kommunikációs politikáról szóló fehér könyvvel kapcsolatos állásfoglalásában a CMFE javasolja „egy európai többnyelvű közösségi médiatudósítói csoport létrehozását, amely az európai kérdéseket közvetlenül továbbíthatná a helyi közösségek felé”⁶¹.

59 Amarc: www.amarc.org (letöltve 25/04/2007)

60 Fm@dia összejövetel 2004-ben, közösségi médiaműhely Brüsszel, 2006. közösségi médiapolitikai műhely, Budapest 2007

61 Lásd: www.communitymedia.se/europe/cmfe06.pdf (letöltve 12/06/2007).

- A határok nélküli televíziózás felülvizsgálatával kapcsolatos bizottsági konzultációval kapcsolatos állásfoglalásában a CMFE azt javasolja, hogy a módosított TVWF irányelv „vegye figyelembe, hogy a médiapluralizmus kérdésének ki kell terjednie a kereskedelmi, a közszolgálati és a közösségi műsorszolgáltatókra egyaránt”⁶².
- A kisebbségek támogatását és a kérdés fontosságát hangsúlyozó európai kiáltvány kapcsán a KM szektor felhívja az Európai Parlament, az Európai Bizottság és a tagállamok kormányainak figyelmét, hogy „tegyenek a kisebbségi média közszolgálati fórumként való elismeréséért, és ennek megfelelően az jelenjen meg valamennyi európai és nemzeti médiaszabályozásban és kapja meg a továbbítási kötelezettséget valamennyi számottevő sugárzási platformon”⁶³.
- A CMFE-nek az Európai Bizottság digitális megosztottságról szóló jelentésével kapcsolatos nyilvános konzultációhoz adott hozzászólásában új, európai szintű közérdekű intézkedéseket kér a szélessávnak az Európai Unió távoli, vidéki vagy szórványosan lakott területeire történő eljuttatásának ösztönzése érdekében, valamint emlékeztet annak jelentős szerepére a digitális szakadék áthidalásában a távoli, vidéki vagy szórványosan lakott területek felé⁶⁴.

62Lásd: http://ec.europa.eu/avpolicy/docs/reg/modernisation/issue_papers/contributions/ip2-cmfe.pdf (letöltve 12/06/2007).

63Lásd: www.multicultural.net/manifesto/ (letöltve 12/06/2007).

64Lásd: www.ec.europa.eu/information_society/eeurope/i2010/docs/digital_divide/community_media_forum_europe_cmfe.doc (letöltve 12/06/2007).

4 KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

4.1 Következtetések

4.1.1 A szektor általános helyzete az Európai Unióban

A jelen tanulmány a KM Európai Unióban elfoglalt jelenlegi helyzetét vázolja fel. Az Ügyfél tájékoztató arra kérte a tanácsadókat, hogy emeljék ki a szektor pozitív aspektusait, valamint mutassák be, hogy ezek miként kapcsolódnak az Európai Unió elvi-politikai célkitűzéseibe. Noha a Feladat általános célja a teljes szektor bemutatása volt, a tájékoztató számos eleme a közösségi műsorszolgáltatás helyzetére, azon belül is a közösségi rádiózásra összpontosított. A jelentés tükrözi ezeket a kéréseket, majd ezt követően korlátozott terjedelemben érinti az internet és a nyomtatott sajtó helyzetét is, pedig az általános kihívások és a KM szektor társadalmi hozzájárulása hasonlóan tekinthető valamennyi említett médiatípus esetében.

A KM sokszínű szektor, amely Európa-szerte eltérően működik. Míg egyes tagállamokban a szektor jelentős tevékenységet fejt ki, más országokban létezése alig észrevehető. Általánosságban azonban az figyelhető meg, hogy a szektor európai fejlődése lendületet látszik venni, hiszen a szektor nemzeti és nemzetközi szinten is próbálja megszervezni magát és működését.

A digitális technológia egyszerre jelent lehetőséget és fenyegetettséget a szektor számára. Egyrészt az internet és a digitális műsorszórás új utakat kínál a KM szektor számára, hogy elérje közönségét, másrészt viszont a szektor nem rendelkezik azokkal a képességekkel, forrásokkal és különösen nem rendelkezik a szabályozói támogatással, amely szükséges ahhoz, hogy kihasználja a média küszöbön álló digitális átállásából származó előnyöket.

A KM szektornak az Európai Unióban megfigyelhető különböző szintű tevékenysége bizonyos mértékig a különböző nemzeti és regionális szabályozásoktól, valamint az egyes tagállamokban történelmileg kialakult körülményektől. Amennyire a rendelkezésre álló adatokból kikövetkeztethető, viszonylag magas szintű KM tevékenység figyelhető meg azokban az országokban, ahol a szektorra kiterjed az országos médiaszabályozás, és ennél fogva kézzelfogható jelenséggé válik a politikai döntéshozók és/vagy üzleti partnerek számára. A szektor jogi elismerése ugyanakkor nem jelent automatikusan köztámogatást is a KM szektor részére, sokkal inkább a szektor fenntartható fejlődésének alapjait biztosítja.

A KM projektek gyakran közérdekű célokat szolgálnak (amint erről a következő fejezetben szólunk). A szektor ennél fogva vegyes gazdasági környezetben működik, és számos köztámogatási mechanizmustól, reklámbevételektől, illetve az önkéntesek segítségétől függ.

4.1.2 A szektor szükségletei és érintkezése az EU politikájával

A tanulmány kiemeli, hogy a szektor számos olyan hozzájárulást biztosít, amelyek közérdekűek, ezenkívül egybeesnek számos európai uniós célkitűzéssel. A KM kezdeményezések például új, alulról építkező megoldást jelentenek a médiapluralizmus és sokszínűség bővítésére szerte az Unióban. A szektor hozzájárulása a társadalmi kohézióhoz, a médiaműveltséghez, a helyi kreativitáshoz, a kultúrák közötti párbeszédhez és a helyi megújuláshoz azt mutatja, hogy a szektor tevékenysége számos ponton egybeesik az Európai Unió céljaival. Ezen túlmenően számos KM szervezet helyi jellege Európa számára is lehetőséget jelent. Amikor az EU intézményei és politikai döntéshozói kapcsolatot akarnak kiépíteni az európai régiókkal és a bennük élő helyi közösségekkel, az erre kész KM szervezetek segítséget nyújthatnak a cél

elérésében. Ez persze nagyban függ attól is, hogy az egyes KM szervezetek valóra váltják-e erre vonatkozó ígéreteiket.

Ebben az összefüggésben az EU intézményei és a szektor között kívánatos az együttműködés fokozása. Számos olyan terület azonosítható, ahol a közérdek segíthet a KM szektornak azon kulcskérdések megfogalmazásában, amelyek jövőbeni fejlődésüket elősegíthetik, vagy éppen hátráltathatják.

- A KM jogi elismerésének szükségessége a médiatörvényben.
- Olyan szabályozás szükséges a rádiófrekvenciák engedélyezésével és a digitális átállással kapcsolatban, amely figyelembe veszi a KM-t.
- Közfinanszírozás szükséges annak érdekében, hogy a szektor képes legyen folyamatos és fenntartható módon működni.
- Fokozott hálózatépítés és tudáscsere szükséges a KM szervezetek és társaságok között.
- A szektor közéleti arculatának kialakítása érdekében folyamatosabb EU-szintű képviselet szükséges.

El kell ismerni, hogy ezen kihívások és lehetőségek közül sok csak a tagállamok szintjén kezelhető. Jó példa erre a nemzeti jogi szabályozás szükségessége a KM digitális környezetre történő átállásának megkönnyítése érdekében. A szektornak az az igénye, hogy az európai politika pótolja a nemzeti kormányok szabályozási hiányosságait – bizonyos mértékig – veszett ügy lehet.

Ugyanakkor számos lehetőség mutatkozik a KM szektornak az európai politikai kezdeményezésekbe való erőteljesebb bevonására, és egy jövőbeni erősebb szövetségből mind a szektornak, mind pedig Európának komoly előnye származna. A szektor erőteljesebb bevonása arculatának az uniós intézmények és politikai döntéshozók körében történő erősítésével, valamint a KM társadalmi hozzájárulásának hangsúlyosabb kommunikációjával érhető el.

Korábban a szektornak nehézségekkel kellett megküzdenie, ha a különböző ügyeket következetes és folyamatos módon kívánta képviselni az Európa Unió szintjén. A szektor elmulasztotta például a lehetőséget, hogy kiemlje a KM médiaműveltség terjesztésében betöltött szerepét a témával kapcsolatban a közelmúltban befejeződött bizottsági konzultáció során. Ez a tanulmány ugyanakkor arról is tájékoztat, hogy a szektor elkötelezett a múltbéli mulasztások pótlására. Amint azt az alábbiakban bemutatjuk, a Parlament támogathatja ezt az elhatározást.

4.2 Javaslatok az Európai Parlament számára

4.2.1 A szektor hálózatépítésének és jelenlétének uniós szintű támogatása

A KM jobb láthatósága az európai intézmények és döntéshozók körében elsősorban a szektor saját kezdeményezésének eredménye kell, hogy legyen. A CULT bizottság tagjainak támogatniuk kell a szektort ebben az elhatározásában szakértőik és képviselőik támogatásával, mint például a CMFE, az AMARC, valamint ezek folyamatos jelenlétével a KM-hez kapcsolódó politikai eseményeken. A szektort ezen kívül bátorítani kell arra is, hogy magasabb szinten képviseltesse magát Brüsszelben. A Bizottság ily módon támogathatná a parlamenti segítséget kereső KM küldöttségét az Európai Parlamenttel való találkozókkal kapcsolatos útiköltség-térítéssel.

A Bizottságnak ezenkívül ki kellene adnia egy saját kezdeményezésű beszámolót, a KM potenciáljáról az európai uniós célok megvalósításával kapcsolatban. Ez a kezdeményezés támogatható lenne egy, a KM-re vonatkozó parlamenti meghallgatással, ahol a szektor képviselői

és szakértői a Parlament előtt mutatkozhatnak be. Ezen túlmenően a KM-t jövőbeni vitátemaként az audiovizuális csoportnak is napirendjére kellene tűznie.

Médiaszövetség, amely képviseli a szektort az EU intézményei és döntéshozói előtt. Meg kell állapítani, hogy egy ilyen testület működésének támogatásához felhasználható-e az európai kulturális testületek számára nyújtott bizottsági támogatás.

4.2.2 Az európai közösségi médiaportál kialakításának támogatása

A szektoron belüli hálózatépítés és a jó gyakorlatok cseréjének megkönnyítése érdekében támogatni kell egy internet-alapú európai közösségi médiaportál kialakítását. Miközben ez lehetővé tenné a KM szervezetek számára, hogy a határokon átvéelő módon tanuljanak egymástól, a szektor képviselői arra használhatnák ezt a portált, hogy közös céljaikat és álláspontjaikat kialakítsák, közzétegyék és terjesszék. A portál a szektor egyfajta „zászlóshajójaként” működhetne, és segítségére lehetne a KM szektornak abban, hogy kialakítsa arculatát a regionális, nemzeti és európai kockázatviselők felé. A portál arra is alkalmas lenne továbbá, hogy több megbízható adatot gyűjtsenek össze a szektorról, illetve letölthető lenne az ingyenesen elérhető CM programok listája.

4.2.3 A szektor potenciáljának értékelése Európa és a helyi közösségek közötti kapcsolat megerősítésében

A KM elsősorban helyi szinten működik. A CULT bizottság erőfeszítéseket tehet a szektor ismertségének fokozása érdekében az európai intézmények és politikai döntéshozók köreiből annak a lehetőségnek a kiaknázása érdekében, hogy az európai kérdésekkel kapcsolatos nyilvános párbeszédet a KM szektor bevonásával folytassák. Szóba kerülhetne például, hogy játszhat-e a KM nagyobb szerepet Európa kommunikációs stratégiájának alakításában. Amennyiben a KM szerepe Európa médiatérképén jelentősen megnövekedne közép- és hosszú távon, a szektor fontos szerepet játszhatna Európa és lakosai egymáshoz közelítésében.

4.2.4 A közösségi média szerepének elemzése a politikai célok elérésében

Jelenleg számos olyan politikai kezdeményezés van folyamatban, amelyek befolyásolhatják a KM szektor jövőbeni fejlődésének útját. Ezek között említhető a közelmúltban közzétett Közlemény a kultúráról, a médiapluralizmus és a médiaműveltség mutatóiról szóló tervezett Közlemény, valamint a távközlési szabályozási csomag felülvizsgálata. Amennyiben a CULT bizottság parlamenti javaslattal él e kezdeményezések jövőbeni fejlesztéséről, a KM szerepe a különböző politikai célok elérésében kiemelt figyelmet kap⁶⁵.

4.2.5 A legjobb gyakorlat átadásának népszerűsítése a helyi, országos és regionális hatóságok között

A KM számára előnyt jelenthet a szektor alaposabb ismerete a helyi, regionális és országos hatóságok előtt. Számos olyan európai támogató program létezik, amelynek célja, hogy megkönnyítse a legjobb gyakorlatok átadását az olyan közcélú és részben közcélú hatóságok között, mint a korábbi Interreg rendszer (jelenleg Régiók a gazdasági változásért kezdeményezés). A CULT bizottság kiemelhetné egy KM-hez kapcsolódó projekt elindításának lehetőségét a szektorban.

⁶⁵ Szintén megjegyzendő, hogy az Európai Bizottság kifejezte érdeklődését a szektor álláspontja iránt annak a médiaműveltség terjesztésében játszott szerepe kapcsán, annak ellenére, hogy a témával kapcsolatos konzultáció már lezárult.

4.2.6 A szektor további megismertetésének elősegítése

A tanulmány kimutatta, hogy kevés megbízható adat áll rendelkezésre az unióban folytatott KM tevékenységekről. Nem valószínű, hogy az Eurostat (amely csak összegyűjti a polgárok önkéntes tevékenységeivel kapcsolatos adatokat) együttműködne a tagállamokkal egy ilyen kis szektorra vonatkozó adatgyűjtésben. Ugyanakkor a Parlament támogathatná a szektor további megismertetését a KM-mel kapcsolatos kutatások népszerűsítésével a 7. Keretprogram részét képező pályázati felhívásokban. Emellett azt is meg kellene határozni, hogy az európai audiovizuális obszervatórium kiterjesztheti-e a szektorra jövőbeni kutatási területeinek egyikét.

Összefoglalás

I. Bevezető

A közösségi média (CM) az Európai Unió média környezetének egy igen dinamikusan fejlődő és sokszínű elemét alkotja. Ezzel együtt kevés információ áll rendelkezésre a szektor hatásköréről, lehetőségeiről és helyzetéről, valamint az EU tagállamaiban működő közösségi média szervezetek jogi státuszáról. Jelen tanulmány célja, hogy felmérje a közösségi média helyzetét az Európai Unióban, illetve hogy megvizsgálja milyen tényezők befolyásolják fejlődését. Külön hangsúlyt kap annak a kérdésnek a tisztázása, hogy a közösségi média tevékenysége mennyiben felel meg az unió politikai célkitűzéseinek. Mindezekon túl a szektor uniós szintű működésének értékelése várhatóan fontos információt szolgáltat majd a közösségi médiát érintő lehetséges jövőbeli politikák kialakításához.

II. A közösségi média helyzete az Európai Unióban

A vonatkozó jogi meghatározás értelmében a közösségi média olyan „médiaforma, amely non-profit alapon működik, s annak a közösségnek a tulajdonát képezi illetve tartozik elszámolással, amelyiket szolgálja. A közösségi média nyitott az általa folytatott műsorgyártási és műsorszolgáltatási tevékenységben való részvételre, irányítását pedig az általa szolgált közösség tagjai végzik”

A tanulmány annak a kérdésnek a vizsgálatával kezdődik, hogy milyen módokon képviseli a közösségi média a köz érdekeit. Ezt a közösségi média kezdeményezések néhány esettanulmányával illusztráljuk. A szektor által végzett tevékenységek az esetek jó részében társadalmi-, kulturális-, politikai-, vagy gazdasági természetűek. Az, hogy a szektor milyen politikai támogatottságot élvez az egyes tagállamokban, jórészt attól függ, hogy milyen mértékben járul hozzá a köz érdekeihez. A hozzájárulás megítélése és jelentőségének megállapítása a közösségi médiáért felelős szervezetek és az egyes kormányok feladata, s mint ilyen, az EU minden tagállamában más és más. Ebből következően a szektor közéleti profilja is országról országra változik.

A szektor részletes feltérképezése alapján a szakértők arra a következtetésre jutottak, hogy a közösségi média tevékenység a tagállamok közül észak-nyugat Európában magasabb szintű, míg az újonnan csatlakozott tagállamok zömében alacsonyabb aktivitást mutat. Egy, az egyes országokat vizsgáló felmérés, és a lefolytatott, összesen 36 konzultáció azt mutatta, hogy a tevékenység intenzitása szorosan összefügg azzal, hogy a nyilvánosság milyen mértékben van tisztában a szektor munkájával, illetve hogy jogilag mennyire elismert annak működése, valamint hogy vannak-e, és milyenek a sektort szabályozó mechanizmusok. A vizsgálat megerősítette továbbá a szektor sokszínűségét, valamint azt, hogy a közösségi média milyen sokféle szerepet tölt be a tagállamok életében. Mindezekon túl az adatok alapján végzett kutatás azt is megállapította, hogy a nézettség és a közösségi média működésében résztvevők száma is igen változó. Míg egyes kezdeményezések jól ismertek a különböző közösségek körében, addig mások sokkal visszafogottabban működnek és esetleg csak egy kisebb (konkrét) közösséget szolgálnak.

A kutatás ugyanakkor azt is megállapította, hogy a közösségi média gyakran egy nagyon behatárolt hallgatói csoporthoz jut el, annak viszont nagy százaléka.

A fent leírt sokszínűség tükröződik a szektor nemzeti szintű felépítésében is, ahol is a közösségi médiát egy sor különböző szektorális szervezet képviseli. Ahogyan azt az 1. rész bővebben is kifejti majd, a felmérést – a rendelkezésre álló adatok szűkössége miatt - indikatív módon lehet és kell értelmezni.

A közösségi média jogi helyzete fontos tényező az azzal foglalkozó szervezetek kialakulása szempontjából. A kutatás azt mutatja, hogy az elismert jogi státusz lehetővé teszi a közösségi médiával foglalkozó szervezetek számára a szabályozói hatóságokkal, finanszírozó partnerekkel, valamint a hirdetőikkel folytatott együttműködést, s így megkönnyíti a szervezetek fejlődését. A szervezetek különböző jogi személyekként vannak bejegyezve, egyes műsorszolgáltatók azonban még mindig kalóz állomásokként működnek.

A legtöbb tagállamban az érvényben lévő, s a szektorra vonatkozó, szabályozói háttér, illetve a szektorban rejlő társadalmi szerepvállalás tudatosságának szintje igen alacsony a politikai döntéshozók körében

Ugyan az EU-s szabályozás tartalmaz olyan kitételeket, amelyek lehetővé tennék a közösségi média nemzeti szintű elismerését, a szektor számára mégis nehéz feladatnak bizonyul igényeik tudatosítása a döntéshozókban. Van ugyanakkor néhány olyan ország, amelynek már sikerült végrehajtania a média fejlődését elősegítő lépéseket; a tanulmány Magyarországot, az Egyesült Királyságot, Franciaországot és Írországot hozza fel példaként ennek bemutatására.

A digitális technológia lehetőség és kihívás is egyben a közösségi média számára. Az internet alapú média lehetővé teszi a szektor számára, hogy a nézők szélesebb köréhez jusson el, illetve hogy eddig nem tapasztalt módon működjön együtt új résztvevőkkel is. Mindezeket túl új működési modellek alkalmazásának, valamint a tartalom szélesebb körű terjesztésének és változtatásának a lehetőségét is biztosítja. Végezetül a digitális műsorszolgáltatásra való áttérés felszabadíthat majd olyan rádiófrekvenciát, amelyet új közösségi média szolgáltatások biztosítására lehet majd használni. Egyre nő ugyanakkor az aggodalom a szektor körében, hogy a legtöbb tagállamban a digitális áttételhez kapcsolódó politika nem veszi figyelembe a közösségi média létezését. Mindezeket túl a digitálisra – legyen az az internetre, vagy digitális műsorszolgáltatásra – való áttérés sok esetben olyan magas kezdeti költségeket jelent, amit sok közösségi média szervezet (és sok kisebb súlyú média szervezet) sem tud vállalni. Végezetül a digitális műsorszolgáltatási szabványok gyakran nem felelnek meg a közösségi médiához és ahhoz hasonló médiaszervezetek igényeinek, így azok kirekesztődhetnek a jövő műsorszolgáltatási platformjainak sorából. A tanulmány azt mutatja, hogy csupán néhány olyan ország van, amely kötelezően végrehajtandó szabályokat fogadott el ennek megakadályozására.

A közösségi média szervezetek egy sor különböző forrásra támaszkodva működnek. Ezek között szerepelnek kereskedelmi bevételek, valamint közpénzből történő támogatási formák is. A szektor működése nagyban függ továbbá önkéntesek munkájától is. Az eltérő gazdasági és társadalmi környezet megnehezíti egy közösségi média szervezet átlagos költségvetésének megbecslését.

Ehhez jön még, hogy minden egyes országban a közpolitika határozza meg, hogy milyen feltételekkel működhet a szektor. Bár egyes országban a szabályozás nagyfokú rugalmasságot és vállalkozó szellemet vár a közösségi média szervezetektől, más országok olyan szabályozói politikát alkalmaznak, amelynek következtében a szektor stabilabb és intézményesítettebb környezetben működhet.

Ezen különbségekkel és sajátosságokkal együtt a szektornak vannak azért közös jellemvonásai is. A kutatás azt mutatja, hogy az EU egész területén lendületben van a közösségi média fejlődése. A szektor is kihasználja a digitális technológia lehetőségeit és a közösségi média szervezetek is megpróbálnak egységesen fellépni érdekeik érvényesítése érdekében. A jelenlegi környezetben pedig a közösségi média is profitálhat a tudás alapú társadalom egyre szélesebb körben elfogadott elvéből. Mivel a jövő társadalmi egyre inkább a média írástudással rendelkező, s jól informált állampolgárok aktív szerepvállalására támaszkodva működnek majd, így a közösségi média meghatározó szerepet játszhat e jövőkép megvalósításában. A szektor számára a legfontosabb kihívás, hogy tudatosítsa e lehetséges szerepvállalás fontosságát a politikai döntéshozókban és a szélesebb körű nyilvánosságban is.

III. EU politikák és a közösségi média

A tanulmány részeként megvizsgáltuk a közösségi média és egyes EU-s politikák viszonyát, valamint az EU-s politikáknak a szektorra gyakorolt hatását is. A szektor társadalmi szerepvállalása összhangban van egy sor EU-s politikával, amelyet a jelentés fő része is felsorol. A jelentés ugyanakkor azt is bemutatja, hogy a szektor számára előnyt hozó szabályozás közül sokat tagállami szinten kellene végrehajtani:

- Az EU távközlési szabályozó csomagja olyan intézkedéseket tartalmaz, amelyek a frekvencia diszkriminációmentes elosztását és a „kötelezően végrehajtandó szabályokkal” összefüggő, általános érdekeket képviselő célkitűzések megteremtését szorgalmazzák. Ugyanakkor a közösségi média figyelembe vétele ezen intézkedések meghozatalakor már az egyes tagállamok döntésén múlik.
- Az Európai Unió audiovizuális szolgáltatásokra vonatkozó szabályozása elismeri, hogy a médiapluralizmus és a sokszínűség előfeltételei az unión belüli demokratikus folyamatoknak. Az Európai Bizottság nemrégiben ki is hangsúlyozta a média írástudás fontosságát az aktív állampolgári szerepvállalás szempontjából. Ugyanakkor meg kell jegyezni, hogy a média politika továbbra is nemzeti hatáskörbe tartozik, így az Unió e téren csupán szűk mozgástérrel rendelkezik.
- Számos EU-s politika vonatkozik a szólásszabadság megteremtésére, a faji egyenlőség, illetve a kisebbségek diszkrimináció mentes bánásmódjának biztosítására, amelyek mindegyike fontos a közösségi média szempontjából is. A témában folytatott konzultációk azt is megmutatták, hogy az EU ezen területeken akár aktívan is támogathatná a szektor működését anélkül, hogy ezzel csorbítaná a tagállamok jogait.
- A Kultúráról szóló, nemrégiben közzétett Közlemény megállapítja a helyi kezdeményezések fontosságát, valamint hogy a helyi kultúra jelentős szerepet játszik a társadalmi kohézió megerősítése és az újítások szempontjából. A Közlemény végső soron olyan, a politikát érintő változásokhoz is vezethet, amelyek pozitívan befolyásolhatják a közösségi média szektort.
- Az EU-s intézmények egyre inkább szeretnének párbeszédet kezdeményezni a helyi és regionális közösségekkel a fontosabb EU-s kérdésekben. Sok közösségi média szervezet, természetéből fakadóan, lehetőséget biztosít az Unió számára arra, hogy a közösségi média szolgáltatásain keresztül nyilvános párbeszédet folytasson az EU-val kapcsolatos ügyekről.

Bár jelenleg nincs olyan EU-s támogatási program, amely kifejezetten a közösségi médiára irányulna, a jelentés tanúsága szerint a szektor egy sor EU-s támogatási rendszer juttatásait élvezheti. A kutatás azt mutatta, hogy a közösségi médiaszervezetek mind centralizált, mind pedig decentralizált finanszírozási programokban részt vesznek, így többek között az ún. European Social Fund kezdeményezésben, vagy a Gruntving Programban. Bár a decentralizált finanszírozási rendszer adja a legtöbb lehetőséget a szektor számára, a konzultációk bebizonyították, hogy a szektor csak kis részének van tudomása és tapasztalata arról, hogyan tudná kihasználni az EU-s támogatási formákat, valamint hogy a finanszírozásért felelős uniós tisztviselők nincsenek tisztában a közösségi média lehetséges társadalmi szerepének súlyával.

A cél tehát a közösségi média intézményének további integrálása az EU támogatási struktúrájába. A jelek szerint lendületet kapott a szektor arra irányuló erőfeszítése is, hogy EU-s szinten vegyen részt az unió életében. Ugyanakkor még nem járt sikerrel az a célkitűzés, hogy saját arculatot

alakítson ki az EU-s intézmények és a politikai döntéshozók körében. Épp ezért nagyobb tudatosság és élénkebb párbeszéd kialakítására van szükség a szektor és az EU intézményei között.

IV. A szektorral való jövőbeli együttműködés lehetőségei

A tanulmány bizonyítékkal szolgál arra is, hogy a szektornak lehetősége lenne rá, hogy egy sor EU-s szintű politikai célkitűzés megvalósulásához hozzájáruljon. Cserébe az EU-s politika kulcs szerepet játszhat abban, hogy segítse azt olyan fontosabb kérdések megoldásában, amelyek vagy erősítik, vagy gátolják a közösségi média nemzeti, illetve uniós szintű fejlődését. A szektornak továbbá szüksége van arra, hogy kialakítsa önálló arculatát, méghozzá az eddiginél következetesebb és láthatóbb módon, hogy ezzel is elismerést vívjon ki magának.

A közösségi médiának nagyobb ismertségre és elismertségre van szüksége az egyes nemzetek média törvényeiben, illetve a szabályozó szervek körében is, működésük természetét és igényeiket illetően. – különös tekintettel a frekvencia elosztásra, a digitális átállásra, és a kötelezően végrehajtandó szabályokra. A szektor sokszínűségéből fakadóan a közösségi média szervezetek sokat tanulhatnak egymástól, így a szektor számára a szoros együttműködés előnyösnek bizonyulhat. Végezetül a célzott finanszírozás segíthet a szektornak abban, hogy a folyamatos és fenntartható működéshez szükséges feltételeket kialakíthassa.

A fent felsorolt feladatok jó részének a teljesítése a közösségi média szektor feladata. Ahogyan azt már említettük, a szektor számára kihívást jelentő nehézségek megoldása tagállami szinten kell, hogy megtörténjen.

Az Európai Parlament CULT Bizottsága ugyanakkor támogathatja a közösségi médiát az Európai Unióban. Az alábbi lista egy sor olyan ajánlást tartalmaz a Megbízó számára, amelyet később, a jelentés fő részében bővebben is kifejtésre kerül:

- A Bizottságnak jobban ki kellene hangsúlyoznia a szektor szerepét a különböző EU-s politikai célkitűzések megvalósításában. A Parlamenti határozatokban utalni kellene a közösségi médiára bizonyos, a szektor számára fontos, most még csak tervezett politikai kezdeményezéssel összefüggésben (a távközlési szolgáltatások szabályozó csomagjának áttekintése, a média pluralizmusról és média írástudásról szóló Közlemény, stb.)
- A EU-s szintű közösségi média hálózatnak és jelenlétnek a támogatása. A szektor és a Bizottság közötti folyamatos együttműködés mellett a (Bizottságnak) Saját Kezdeményezési Jelentést (Own Initiative Report) kellene kiadnia arról, milyen lehetőségei lehetnek a közösségi médiának az EU-s politikai célkitűzések megvalósításában. Ezt a kezdeményezést kiegészíthetné egy parlamenti meghallgatás is, ahol a szektor képviselői és más szakértők a parlamenti képviselők előtt számolhatnának be az általuk képviselt ügyekről. Mindezekon túl a közösségi média kérdése, jövőbeli vitáimként, szerepelhetne az audiovizuális csoportok közötti párbeszéd napirendi pontján is.
- a Bizottság ösztönözhetné a szektort egy pán-európai közösségi szervezet létrehozására, ami az EU intézményei és a politikai döntéshozók előtt képviselné a szektor érdekeit. Érdemes lenne érdeklődni afelől, hogy az Európai Kulturális Testületek közösségi támogatását fel lehetne-e használni egy ilyen szervezet létrehozására. Mindezek kiegészítéseképp a 7. Keretprogram részeként ösztönözni kellene egy, a szektort érintő kutatás lefolytatását is, ezzel is ösztönözve a szektor működésének jobb megértését.
- A Bizottságnak támogatnia kellene a szektort abban a célkitűzésében, hogy egy uniós szintű internet alapú közösségi média portált hozzon létre. Ez segítene a szektornak a legbeváltabb gyakorlatok egymás közötti megosztásában, valamint a közösségi média

egybeolvasásában és saját profiljának megteremtésében. Egy ilyen profil kialakítása erősíthetné az internet alapú szolgáltatások alkalmazásában rejlő előnyök (pl. ingyenesen letölthető programok online tára) megértését.

- Hangsúlyozni kellene a szektorban rejlő lehetőséget az EU, valamint a helyi és regionális közösségek összekapcsolására. A Bizottságnak fel kellene hívnia a politikai döntéshozók figyelmét arra a lehetőségre, amit a közösségi média kínálhat az EU-s ügyekről folyó nyilvános párbeszéd kialakításában. Ehhez tudni kellene, vajon a Kommunikációs Főigazgatóság tud-e és ha igen, mit a szektorról.
- Ösztönözni lehetne a közösségi média szektorát irányító helyi, regionális és nemzeti szinten működő hatóságok közötti fokozottabb tudáscserét. A Bizottságnak tájékoztatnia kellene a szektort arról, hogy támogatásért folyamodhatnak, amellyel lehetővé válna a közösségi média szervezetek számára a párbeszéd kialakítása a köztestületekkel arról, hogyan lehetne legjobban kialakítani a szektor érdekeit leginkább figyelembe vevő politikákat (pl. Regions for Economic Change Gazdasági Változások Régiói, stb.).

VÁLOGATOTT SZAKIRODALOM

Válogatott jelentések és akadémiai dokumentumok

AVISE (Agence de Valorisation des Initiatives Socio-Economiques) *La radio Associative, Etat des Lieux et Enjeux*, Culture n°4, January 2005.

Dunaway, D., *Community Radio at the beginning of the 21st Century: Commercialism vs. Community Power*, The Public Vol.5, 1998,

Federation Nationale des Videos et Pays de Quartiers, *Les télévisions Participatives de Quartiers: Une Présentation*, France,
http://vdpq.free.fr/site_VDPQ/documents/guide_VDPQ.pdf.

FSER (Fond de Soutien à l'Activité Radiophonique), *Rapport d'activité 2005*, France 2005
http://www.ddm.gouv.fr/IMG/doc/fser_ra2005.doc.doc

Gillian, M., *Seen and Heard? Community Television, Community Development and Social Exclusion*, Community Media Network,
www.cmn.ie/cmnsitenew/pdf/CMNreport.pdf

Goatley, M., *The Community Radio Sector, Looking to the Future*, DCMS, United Kingdom, November 2006,
www.culture.gov.uk/NR/rdonlyres/6B1BDF61-7BBA-4897-B370-C73946436F88/0/communityradioreport_updatedjan07.pdf

Hederström, C., "Öppna radion och televisionen" - *The Open Radio and Television*, Ministry of Culture Inquiry 2004 on Non-commercial Local Radio and Television,
<http://www.ideosphere.se/public/>

Hirner, W., *Independant Radio in Central and Eastern Europe: Country by Country Reports*, Amarc-Europe, 1996,
wolfganghirner.files.wordpress.com/2006/11/openchannels.pdf

Jauert Per, *Local Radio in Western Europe, Conflict between the Cultures of Centre and Periphery*, Sweden 1998,
www.nordicom.gu.se/common/publ_pdf/36_Jauert.pdf

Jankowski, N. W., *Community Media in the Information Age: Perspective and Prospects*. Cresskill, NJ, Hampton Press.

Minority Rights Group International, *Minorities and Media in Central and Eastern Europe*, Slovakia, February 1999,
minorityrights.org/Admin/Download/pdf/MediaCEEuroWR.pdf

O' Siochru, S., *Building Community Through Television, A Plan for Dublin Community Television*, Dublin City Development Board, Ireland, November 2002,
www.dctv.ie/documents.html

Paul Zealey Associates, *Community Media, Strengthening Cultural Life In Scotland*, Community Media Association, United Kingdom, May 2007,
www.commedia.org.uk/.../publication-items/community-media-strengthening-cultural-life-in-scotland/

Pineault, G., *Les Médias Associatifs Audiovisuels: Bref Historique et Etat des Lieux*, France, January 2005,
www.acrimed.org/article1900.html

Plansak, M., *Community Broadcasting Policy in Europe: Slovenia with references to Macedonia*.

Unesco, *Legislation on Community Broadcasting*, Division for Freedom of Expression, Democracy and Peace/Communication and Information Sector, November 2003,
portal.unesco.org/ci/en/ev.php-URL_ID=24540&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

Válogatott szabályozói szövegek

Európai Unió

Az Audiovizuális médiaszolgáltatási irányelv egységes szerkezetbe foglalt szövegtervezete, valamint az EP teljes egészében elfogadott első olvasati módosításai és a módosított bizottsági javaslat, 2007. március

Az egyetemes szolgáltatásról, valamint az elektronikus hírközlő hálózatokhoz és elektronikus hírközlési szolgáltatásokhoz kapcsolódó felhasználói jogokról szóló 2002/22/EC EU irányelv, 2002. március 7.

2002/21/EC irányelv az elektronikus hírközlő hálózatok és elektronikus hírközlési szolgáltatások közös keretszabályozásáról (Keretirányelv), 2002. március 7.

Az Európai Parlament és a Tanács 2002/20/EC irányelve az elektronikus hírközlő hálózatok és az elektronikus hírközlési szolgáltatások engedélyezéséről (Engedélyezési irányelv), 2002. március 7.

Az Európai Parlament és a Tanács 2000/43/EC irányelve az emberek közötti egyenlő bánásmód elvének megvalósításáról, tekintet nélkül a faji vagy etnikai hovatartozásra, 2000. március 29.

A kifejezés és az információáramlás szabadsága megsértésének kockázatáról szóló – az Európai Unió és különösen Olaszország tekintetében – Parlamenti határozat (Az Alapvető Jogok Chartájának 11(2) Cikkely) (2003/2237(INI)).

Határozat az Európai Közösség regionális és etnikai kisebbségeinek nyelvéről és kultúrájáról Doc. A2-150/87.

Közlemény COM(2003) 784, az európai szabályozói audiovizuális politika jövőjéről, végleges, Brüsszel, 15.12.2003.

Fehér könyv az európai kommunikációs politikáról, COM(2006)35 végleges, Brüsszel, 1.2.2006.

Amszterdami jegyzőkönyv a közszolgálati műsorszolgáltatásról, 1997.

Európa Tanács:

Rec(2007)2 A tagállamok miniszteri bizottságának ajánlása a médiapluralizmusról és a médiatartalom sokszínűségéről.

Az Európai Tanács regionális és helyi hatóságainak kongresszusa által benyújtott 173 (2005) sz. ajánlás a regionális médiáról és a határokon átívelő együttműködésről az Európa Tanácsban.

A miniszterek bizottságának nyilatkozata a média szerepének védelméről a demokráciában, a médiakoncentráció ismeretében, elfogadva a miniszterek bizottsága által 2007. január 31-én

Válogatott weboldalak

AMARC, World Association of Community Radio Broadcastors
www.amarc.org

Budapest Community Media Workshop 2007, Community Broadcasting Workshop (Hungary)
http://www.personal.ceu.hu/departs/personal/Erich_Schwarz/index.html

CMA, UK Community Media Association
www.commedia.org.uk/

CMFE, Community Media Forum Europe- European Expert association on Community Media
<http://www.cmfe.eu>

Community Radio Toolkit- UK founded toolkit for Community Media (
www.communityradiotoolkit.net/

Europa, the European Union general website, with a link to grants and funding programmes
http://ec.europa.eu/grants/index_fr.htm

Fm@dia 2004, Community Media forum focusing on Central and Eastern Europe
www.fmedia.ecn.cz

Meta Europe, European Media Training Program by Community Media activists
<http://www.meta-europe.de/>

Global Village CAT, community television around the world:
<http://www.communitymedia.se/cat>

Community Media Research @ London Metropolitan University
<http://www.communitymedia.eu/>

1. MELLÉKLET: Konzultációk listája

Közösségi média kezdeményezések

Alternativ Radio, Mirela Scaunasu – rádió producer (Románia)

Amisnet Francesco Diasio - Elnök (Olaszország)

Citizen's Media Center, Michal Wojcik - projektvezető (Lengyelország)

Community Television Trust, Christopher Haydon - igazgató (Egyesült Királyság)

Indymedia Belgium, Nele Mardaga - szerkesztő (Belgium)

Radio Mars, Mojca Plansak (Szlovénia)

Radio Regen, Phil Korbel – igazgató és társalapító (Egyesült Királyság)

Radio Robin Hood, Riitta Haapakoski – ügyvezető igazgató (Finnország)

Közösségi média társaságok és hálózatok

Amarc, World Association of Community Radio Broadcasters, Steve Buckley – elnök (Egyesült Királyság)

Community Media Association, Phil Shepherd - elnök (Egyesült Királyság)

Community Media Forum Europe, Thomas Kupfer – igazgatótanácsi tag (Németország)

Community Media Network, Margaret Gillian - projektmenedzser (Írország)

Community Radio Forum of Ireland, Niamh Farren (Írország)

Fm@dia, Thomas Kreiseder – a 2004. évi kiadás projektmenedzsere (Németország)

Fédération Nationale des Vidéos et Pays de Quartiers, Guy Pineault - Tanácsadó (Franciaország)

Free Radio Association Austria, Helmut Peissl – ügyvezető igazgató (Ausztria)

Iastar, Guillaume Leroyer – művészeti és fejlesztési vezető (Franciaország)

Meta Europe, Dr. Traudel Guennel - projektkoordinátor (Németország)

Ofcom, Office of Communications – Lawrie Hallett – az engedélyezési részleg főmunkatársa (Egyesült Királyság)

OLON, Organisation of Local Media in the Netherlands - Pieter de Wit - igazgató (Hollandia)

Open Channel for Europe, Juergen Linke – A társaság vezetője (Németország)

UCRM, Union de Radio Comunitarias de Madrid - Luis Mariano Sanchez – a társaság elnöke (Spanyolország)

Közszolgálati hatóságok

BCI, Broacasting Commission of Ireland, Shane Downer – képzési és fejlesztési vezető (Írország)

European Commission - DG INFSO, P-Y. Andrau - Audiovisual and Media Policy – elvitepolitikai vezető (Brüsszel)

European Commission - DG INFSO, M. Zacchetti - Media Program and Media Literacy- Policy – vezető (Brüsszel)

Medien + Bildung GmbH, Hans Uwe Daumann – ügyvezető társigazgató (Németország)

Ministry of Culture, Peeter Sookruus – média és szerzői jogi osztályvezető (Észtország)

Tanácsadók és kutatók

Bart Cammaerts, London School of Economics – A résztvevői médiára szakosodott kutató (Egyesült Királyság)

Kate Coyer, Annenberg School of Communication at the University of Pennsylvania and the Center for Media and Communication Studies at the Central European University – posztdoktori kutató munkatárs(USA)

Christer Hederstörn, Ideosphere – informatika és média rendszer és stratégiai tanácsadó (Svédország)

Arne Hintz, University of Hamburg - Kutató (Németország)

Peter Lewis, London School of Economics - Kutató (Egyesült Királyság)

Peter Molnar, Central European University, Researcher and Legislative Adviser to the Hungarian Informatics and Telecommunication Minister (Magyarország)

Nan Rubin, Community Media Services – ügyvezető igazgató (USA)

Sean O' Siochru, Integra - kutató - (Írország)

Agnès Uherezky, Association of Voluntary Service Organisations – igazgató (Brüsszel)

2. MELLÉKLET: Nemzeti szervezetek és hálózatok válogatott listája

Ország	Név és weboldal	Média
Ausztria	Austrian Community Radio Association www.freie-radio.at	Rádió
Németország	Bundesverband Offene Kanäle www.bok.de Bundesverband Freier Radio www.freie-radio.de	Televízió Rádió
Dánia	Sammenslutningen af Medier i Lokalsamfundet www.slrtc.dk	Minden
Franciaország	CNRA, Conseil National des Radios Associatives www.cnra.asso.fr Iastar, Réseau International des Radios Campus www.radiocampus.org SNRL, Syndicat National des Radios Libres www.snrl.org Ferarock, Fédération des Radios Associatives Rock www.ferarock.com VDPQ, Fédération des Vidéos de Pays et de Quartiers www.vdpq.free.fr	Rádió Rádió Rádió Rádió Televízió
Magyarország	Szabad Rádiók Magyarországi Szervezete www.szabadradio.hu	Rádió
Írország	CMN, Community Media Network www.cmn.ie CRAOL, Community Radio Forum of Ireland www.craol.ie CTA, Community Television Association	Televízió Rádió Televízió
Hollandia	OLON, Organisatie van Lokale Omroepen in Nederland www.olon.nl	Minden
Portugália	Associação Portuguesa de Radiodifusão www.apradiodifusao.pt	Rádió
Szlovákia	Lotos www.lotos.sk	Televízió
Svédország	Närradions Riksorganisation www.nro.se Riksförbundet Öppna Kanaler www.oppnakanalen.se	Rádió Televízió
Egyesült Királyság	CMA, Community Media Association www.commedia.org.uk Acto, Association of Community Television Operators www.maccess.org.uk/members/ilt.html	Minden Televízió

3. MELLÉKLET: Kérdőív minta

Kérjük visszaküldeni a

A tanulmány összefoglalója szerint a Közösségi Média („KM”) kifejezés meghatározása szerint „olyan médiumok, amelyek nem nyereségérdekeltek, az általuk szolgált közösség tulajdonában vannak, illetve e közösség felé tartoznak elszámolással. A Közösségi Média nyitott a közösség tagjaival közös programalkotásra és menedzsmentre”. Ily módon, e részletes definíció kontextusában a szektor magában foglalhat olyan – néha másképpen definiált – tevékenységeket is a különböző országokban, mint a „Szabad Média”, „Civil Média”, „Kapcsolódó Média”, „Nyílt Média”, stb. Ezen túlmenően a jelen tanulmány kontextusába a Közösségi média részét képezi a rádió, a televízió, az Internet, valamint a nyomtatott sajtó.

4.2.7 Általános információk

Név	Szervezet
Ország	Email-cím vagy telefonszám

Megjegyzés: További általános megjegyzések az 5. pontban tehetők.

2. A közösség média helyzete az ön országában

Van az ön országában olyan intézmény/társaság, amely részben vagy egészben a Közösségi Média érdekeit képviseli?

Van Nincs

Ha igennel válaszolt, kérjük nevezze meg ezt a szervezetet (Több szervezetet is felsorolhat):

Szervezet neve	Webcím és kapcsolattartó, ha van

3. A Közösségi Média szabályozói helyzete az ön tagállamában

Elismeri a jog az ön országában a Közösségi Média – vagy annak bizonyos részeit?

TV: Igen Nem Rádió: Igen Nem Sajtó: Igen Nem Internet: Igen Nem

Amennyiben az utolsó válasza igen, kérjük sorolja fel a vonatkozó jogszabályokat. Amennyiben lehetséges, kérjük közöljék a vonatkozó törvényhelyek angol fordítását is.

Média	Szöveghivatkozás	A közösségi médiáról szóló fejezet angol fordítása

Milyen típusú engedélyekre van szüksége a Közösségi Rádióknak és/vagy Televízióknak? Kérjük, mutassa be az médiatípusokhoz tartozó engedélyezési feltételeket is:

	Engedély kategóriája (pl. közösségi/helyi/ iskolai/kereskedelmi, egyéb)	Fő követelmények	Fő előnyök	Részeges vagy teljes idejű engedély?
Televízió				
Rádió				

Engedélyező hatóság:	
----------------------	--

Létezik-e „továbbítási kötelezettség” szabályozás a privát és közszolgálati műsorszolgáltatók számára (rádió és televízió) a közösségi médiaműsorokra vonatkozóan?

Van Nincs

Amennyiben a válasza igen, kérjük tájékoztatását, milyen szabályozások vonatkoznak a műsorszolgáltatókra?

4. A közösségi média finanszírozása az ön országában

Milyen jellegű a közösségi média elsődleges finanszírozása az ön országában (több lehetőséget is megjelölhet)?

Nincs támogatás

Nemzeti közfinanszírozás Regionális közfinanszírozás Helyi közfinanszírozás

Magánfinanszírozás (civil szervezetek, magánalapítványok, stb.) Helyi szponzoráció

Reklámbevételek

Egyéb (kérjük ismertesse):

Amennyiben lehetséges, kérjük sorolja fel a közösségi média számára az ön országában elérhető finanszírozási lehetőségeket, és mutassa be a finanszírozás módját (pl. adóbevételekből, licenstdíjak felosztásából, stb.):

Alap neve	Hogyan működik	Jogosultsági kritériumok

5. A szektorral kapcsolatos további információk

Hány egyéni közösségi médiakezdemenyezés működik az ön országban (becslése szerint)?

Rádió	Televízió	Internet	Sajtó

Amennyiben lehetséges, kérjük csatolja válaszleveléhez ezen szervezetek listáját névvel, médiatípussal, valamint a kapcsolatfelvételi adatokkal együtt. Amennyiben tudomása arról, hol szerezhetők be ezek az információk, kérjük tájékoztasson bennünket a megfelelő weboldal-címről vagy kapcsolatfelvételi adatokról.

Honlap URL vagy kapcsolattartó adatai	
---------------------------------------	--

További hozzászólásai, illetve olyan szövegek vagy hivatkozások, amelyeket fontosnak tart:

4. MELLÉKLET: A kérdőív eredményeinek összesítő lapja

Country	N° of CM Initiatives		Recognition by Law		Must Carry Regulation	Funding Mechanism		Advertising Restriction***	National Representation			Broadband Connections at Home**
	Radio	TV	Radio	TV		Radio	TV		Radio	TV	Tech.Neutral	
At	15	2	x	x	x	R	x	NA	v	NA	x	20
Be	NA	NA	v	x	x	x	x	NA	NA	NA	NA	38
Bg	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	5
Cy	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	7
Cz	3	0	x	x	x	NA	NA	x	x	x	x	10
De	75	60	v	v	v	R	R	x	v	v	to come in aut.2007	19
Dk	159	110	v	v	x	N	N	v	v	v	NA	49
Ee	2	0	x	x	x	x	x	x	x	x	x	32
Es	100	6	x	x	x	x	x	x	NA	NA	v	16
El	0	0	x	x	x	x	x	x	x	x	x	2
Fi	5	NA	x	x	x	x	x	x	to come in 2008	x	x	41
Fr	683	NA	v	v	v	N	x	v 20%	v	v	x	36
Hu	100	NA	v	x	NA	N	NA	v	v	NA	NA	11
Ie	21	3	v	v	v	N	N	v 50%	v	v	x	7
It	NA	NA	v	v	NA	R	NA	v	v	NA	NA	12
Lt	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	9
Lu	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	29
Lv	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	13
Mt	38	NA	v	x	x	x	x	x	x	x	x	31
Nl	264	123	v	v	v	N	N	NA	NA	NA	v	62
Pl	100	10	x	x	NA	NA	NA	NA	NA	NA	x	13
Pr	100	NA	v	x	NA	NA	x	x	v	NA	x	13
Ro	2	0	x	x	x	x	x	x	x	x	x	6
Si	3	NA	v	NA	N?	N	NA	v	NA	NA	NA	20
Sk	0	2	x	x	x	NA	x	x	NA	v	NA	5
Sw	865	30	v	v	x	x	x	v for TV	NA	v	v	45
Uk	633	3	v	x	x	N	x	v 50%	NA	v	v	32

NA= Not Available V= Yes X= No N= National R= Regional.

*: level of internet access per household, source: Eurostat, 2006.

** : Percentage of households using a broadband connection, Eurostat 2006.

***: When available, cap on advertising revenue in relation to turnover is given.

