

[A clevelandi magyarok hangja¹ az interneten]

A Bocskai rádió internetes felületei a médiakonvergencia tükrében

BIRÓ MÓNKA-ANITA

Mesterképzős hallgató; BBTE / Master Stud., BBU

E-mail: moni.biro13@yahoo.com

Abstract (The Bocskai Radio from Cleveland (Ohio, USA))

The Bocskai Radio from Cleveland (Ohio, USA) broadcasts its program for the local and the whole American Hungarian community. Their broadcasts are only in Hungarian in 3 hours each week. As a minority public service radio spreads the Hungarian language and culture; organizes, informs and entertains Hungarian people from American Hungarian diaspora.

Due to the media convergence the radio is present on a few internet platforms (website, Facebook), it expands effect on different media areas (filming, news releasing). Bocskai Radio goes beyond the bounds of a defined radio: communicates with the audience by using consciously the opportunities of internet, it makes new strategies which are based on new media, it operates new platforms for organizing the social life and the culture of Hungarians in America.

Keywords radio; convergence; American Hungarians; internet; Bocskai Radio

Rezumat (Platformele online ale postului Radio Bocskai)

Radioul Bocskai din Cleveland (Ohio, SUA) difuzează numai programe în limba maghiară pentru audiența locală și pentru toți maghiarii din Statele Unite, în 3 ore pe săptămână. În calitate de post de radio minoritar public își propune să răspândească limba și cultura maghiară, să organizeze, să informeze și să distreze comunitatea vorbitorilor maghiari care trăiesc în diaspora americană.

Datorită fenomenului convergenței mass-media, radioul este prezent pe mai multe platforme pe internet (website, Facebook) și acționează în diverse domenii ale mass-mediei (filmare, știri scrise). Radio Bocskai depășește cadrul de definire al radioului prin folosirea conștientă a posibilităților oferite de internet pentru a comunica cu publicul, prin dezvoltarea unor strategii adecvate noului mediu și prin exploatarea de noi platforme pentru a organiza viața socială și cultura a minorității maghiare.

Cuvinte cheie radio, convergență, maghiari americani, internet, Radio Bocskai

1. Bevezetés

Világunkat és mindennapi életünket egyre nagyobb mértékben befolyásolja, illetve meghatározza a média, a médián keresztül kommunikáció. Kutatásom tárgyát egy észak-amerikai (Amerikai Egyesült Államok) magyar rádió képezi: az Ohio állambeli Clevelandben működtetett Bocskai Rádió, amely heti egy alkalommal három órán keresztül sugároz kizárólag magyar nyelvű rádióadást.² A rádió a Clevelandben, a Cleveland környékén élő, és egyáltalán az amerikai ma-

gyarságot hivatott szolgálni. A kutatás azokra a kisebbségi közösséget szervező, összetartó médián keresztüli stratégiákra irányul, amelyek révén a Bocskai rádió a helyi magyar közösség kulturális és szociális életét szervezi, a magyar nyelvhasználatot szorgalmazza, és fellép az asszimilációs kihívásokkal szemben. Számos kérdés fogalmazódott meg a Bocskai rádió esetében a mindennapi médiahasználati szokásokkal, a közösségformáló és -összetartó stratégiákkal, eszközökkel kapcsolatban.

Saját médiahasználati tapasztalataink és jártasságunk eredményeképpen ismerhetjük a média mindennapokban kifejtett hatásait, szerepeit. Különböző érzekeinkre hatva számos inger ér bennünket, melyeknek célja a szórakoztatástól kezdve a manipuláción keresztül a nevelésig és egyáltalán a közszolgálati tevékenységekig terjedhet. A médiafogyasztók általában a kényelmet, a kikapcsolódást, illetve az informálódási lehetőségeket szem előtt tartva alakítják ki saját szokásaikat. A kutatás leginkább a rádió mint médium közösségszervező és -összetartó szerepére irányult. Ezalatt a Bocskai rádió teljes intézményrendszerét kell értenünk. A Bocskai rádió kutatása során felmerült kérdések közül néhány: milyen szerepet tölt be az amerikai magyar médiahasználók életében a többségi idegen nyelvű média mellett a kisebbségi anyanyelvű média? Milyen szerepeket tölt be a rádió a közszolgálat terén? Milyen eszközökkel rendelkezhet, és milyen stratégiákat aktivizálhat egy rádió, kihasználva a média nyújtotta lehetőségeket ahhoz, hogy közösségszervező erővé váljon, vagy egyáltalán milyen mértékben válhat azzá. Az amerikai magyarokat nap mint nap érő mediális hatások közül ez a rádió milyen szerepeket tölt be mindennapjaikban, hogyan alakítja egyéni, közösségi és kulturális életüket, milyen hatásokat fejt ki?

Jelen tanulmány egy egész kutatás egyetlen részproblémáját és a vele kapcsolatban megvizsgált kérdések eredményeit mutatja be. A különböző kutatási módszerek együttes eredményeként a médiakonvergencia kérdése és megléte, valamint az ezzel kapcsolatos következtetések a kutatás jelentős részét képezik. Röviden összefoglalva: az eddigiekben a fókusz a Bocskai rádió magyar közösségben betöltött szerepeire, a hallgatókkal fenntartott kapcsolatára, a rádió intézményének működésére irányult, azonban jelen írás esetében a fókusz áttevődik minden ezen szempontok „hogyan”-jára. Így előtérbe kerültek a rádió által működtetett internetes, online felületek: a hivatalos weboldal és tartalmai, a közösségi oldalon való jelenlét és tevékenység, a különböző médiumok közti konvergencia hatása.

2. A kutatás eszközei és módszerei

A szakirodalmi háttér elsődlegesen alapozza meg kutatásomat. Az elméleti anyag és a feltevések alátámasztására szolgál egy 78 perc hosszúságú interjúanyag a rádió szerkesztőivel, illetve egy a rádió hallgatóságát megcélzó online kérdőív. Továbbá a módszerek között szerepel a rádió műsorának beható elemzése.

Külön szerepet kapott a kutatásban az online megjelenő felületek elemzése. A Bocskai Rádió működtet egy hivatalos weboldalt,³ valamint hivatalos oldalt a Facebook közösségi oldalon.⁴ Mindkét felületen rendszeresen, majdnem napi aktivitással tesz közzé vagy oszt meg tartalmakat. Ezek szervesen kapcsolódnak a rádió tevékenységéhez, kiegészítő részét képezik annak, sőt rengeteg esetben többletet is tartalmaznak, hiszen a rövid műsoridő korlátozza az élő adás tartal-

mát. Az oldalakon a rádióadás is azonos időben, vagyis élőben követhető: a weboldalon hangfájl formájában, a Facebook-oldalon a stúdióból élőben közvetített videó segítségével. Ezeknek a felületeknek a vizsgálata két szempontból is nagyon fontos: egyrészt rámutat arra, hogy napjainkban már a médiumok nem különülnek el egymástól olyan nagy mértékben, a felületek összemosódnak, de így együttesen, sőt többszörösen közvetítik a kívánt információt; másrészt ezeken a felületeken a hallgatók és nézők aktívan bekapcsolódhatnak, teret és módot nyernek a felek a kommunikációra. Így ezek a felületek szerves részét képezik a Bocskai rádió intézményének. A vizsgálat tárgyát a weboldal arculata, a megosztott tartalmak, a felépítés, illetve a Facebook esetében az élő közvetítések, a nézői/hallgatói hozzászólások, az úgynevezett posztok képezik. A „konvergens Bocskai rádió” vizsgálata mondhatni a lehető legaktuálisabb, hiszen az internethálózat által átszőtt világban minden médium képes az interneten keresztül érvényesülni, nagyobb és kellőbb figyelmet, meg hatást elérni. Ugyanakkor esetükben az amerikai magyar közösség szervezésében vállalt szerep szorosan összefonódik a kialakított stratégiákkal és kihasznált felületekkel, hiszen különösen fontossá válik a hatékonyság, a sikeresség és a hallgatósággal való kapcsolat létrehozása, illetve fenntartása.

3. Az amerikai magyarok és a clevelandi Bocskai rádió

Az Amerikát megcélzó magyar migrációs hullám már a 19. században megkezdődött. Számos forrás foglalkozott már az amerikai magyarság integrációjának, kulturális életének és etnikai identitásának kérdésével, mégis a téma még nagymértékben feltáratlan. A kultúra, a nyelv, a nemzeti és az egyéb csoportidentitások is jól megszervezett társadalmi struktúrák és az ennek teret adó környezet mentén szerveződnek, alakulnak és formálják az ént. Az idegen kultúra, az idegen környezet, az idegen társadalmi berendezkedés próbára teheti az egyén alkalmazkodó és integrációs képességeit: a saját értékekhez ragaszkodni, fenntartani és gyakorolni az újba való beilleszkedéssel, a sztereotípiák és a diszkrimináció elkerülésével párhuzamosan nem egyszerű feladat.

Ohio államot a magyarok által egyik legsűrűbben lakott államnak tartják. Második legnagyobb városa, Cleveland, valamikori nagyszámú magyar lakossága miatt megkapta az „Amerikai Debrecen”⁵ nevet azon hit alapján, miszerint ez lehetett Magyarországon kívül Budapest után a legnagyobb magyar lakta város. Napjainkra már nagymértékben csökkent a clevelandi magyar lakosság száma, de még ma is több ezren képviselik a magyarságot.

A 2010-es népszámlálási adatok szerint:⁶

Az Egyesült Államokban élő magyarok	Ohio államban élő magyarok	Clevelandben élő magyarok	Elsősorban magyar származásúak	„Otthon magyar nyelvet beszélők
1.501.736	193.512	6822	4522	621

A régi számokhoz mérten⁷ ugyan nagyban csökkentek az arányok, ennek ellenére napjainkban is jelentős számú magyar származású és magyar ajkú clevelandi lakost tarthatunk számon. Clevelandben jelenleg 18 működő magyar szervezet van. Nyelvhasználat szempontjából megoszlanak: angol, kétnyelvű és csak magyar nyelvű. 1902 óta az Egyesült Magyar Egyletek ernyőszervezetbe vonja ezeket, mindegyik szervezet delegál két embert, akik az év és az éves közgyűlés során képviselik intézményeiket.

3.1. A Bocskai rádió

A clevelandi magyar rádió 1984-ben indult a John Carroll Egyetem gondozásában. Napjainkig is az egyetem szolgáltat helyszínt a stúdióknak, és frekvenciát a Bocskai rádióknak, amely a mai WJCU közszolgálati rádiót is működteti. A magyar rádió ennek frekvenciáján, a 88.7 FM-en, sugározza adásait heti egy alkalommal, minden vasárnap délután 14:00 és 17:00 óra (kelet-európai idő szerint este 21:00 és 00:00) között. A rádió indulását elsősorban az egyetemi rádió hétvégi műsoridejének a kitöltése motiválta. Ennek okán a jezsuita egyetem kiadta a frekvenciasávot meghatározott időkereteken belüli különböző nemzetiségi rádióknak. Nem szabad szem elől téveszteni azt a tényt, hogy Clevelandben még számos más magyar nyelvű rádió is működik, azonban a Bocskai rádiót egyedivé teszi, hogy ez az egyetlen rádió a városban (sőt, az adatközlők szerint napjainkban az Amerikai Egyesült Államokra nézve is egyedi), amely kizárólag magyar nyelven sugározza adásait, csak magyar nyelvű zenét játszik, még ha csupán heti három órában is.

A rádió 50 mérföldes körben sugározza adásait, azonban az elmúlt évek technikai fejlődésének, egyáltalán az internet alkalmazhatóságának köszönhetően webes felületen online, és a Facebook közösségi oldalon videó formájában is hallhatóvá, nézhetővé vált a vasárnapi adás.

Saját leírásuk alapján:

„A Bocskai Rádió létezése és fennállása óta arra törekszik, hogy a Cleveland környéki magyar lakosságot szolgálja ékes magyar szóval, kicsiny, de ragyogó hazánk híreivel, csodálatos magyar kultúrával, irodalommal és mesés muzsikával. Műsorunkban nagy szerepe van a helyi magyar egyházi szervezeteknek is.

A Bocskai Rádiónál hisszük, hogy magyar szóval, zenével és irodalommal azért kell ellátnunk a külföldön élő magyar hallgatókat, mert ezek éreztetik velük: milyen sajátos kincsek birtokosai lehetnek, ha magyarok maradnak BÁRHOL A FÖLD KEREKÉN!

Az internetnek köszönhetően heti adásunknak már a határok sem állnak az útjában, mára Amerika több államában, Magyarországon és sok más országban is vannak hallgatóink.

*Kövessenek bennünket a www.Facebook.com/BocskaiRadio oldalunkon is, ahol webkamerával élőben közvetítjük a rádióadásainkat, amelyek néhány hétig vissza is nézhetők. Ezen kívül ott is hírt adunk a legfontosabb clevelandi, környékbeli és amerikai magyar rendezvényekről”.*⁸

Az idézett szöveg egyrészt a rádió és a rádiószerkesztők el nem titkolt célkitűzéseit fogalmazza meg egy ismertetőszövegben, másrészt azonban felhívja a figyelmet a Bocskai rádió által is kihasznált internet nyújtotta lehetőségekre. Ez

alapján feltételezhetjük, hogy a rádió szerkesztői felismerve és használva az említett lehetőségeket, maguk is fel akarják hívni a hallgatóság figyelmét milderre.

A szerkesztők fontosnak tartják a rádió nyújtotta lehetőségek kihasználását, de nem az azokkal való visszaélést. Elképzeléseiket öt pontban fogalmazták meg. Munkájuk során mindig igyekeznek ehhez tartani magukat, és ezek alapján megszervezni a rádió tevékenységét:

a. A magyar nyelv kizárólagos használata mind a rádióban, mind a lejátszott zenékben.

b. A magyar hagyományok ápolása, igaz magyar történelmünk megismeretése.

c. Magyar irodalmunk és művészetünk bemutatása, továbbadása a jövő nemzedéknek.

d. A clevelandi magyarság objektív tájékoztatása a helyi eseményekről.

e. A clevelandi magyar egyesületek közötti kapocs-híd szerepét betölteni.⁹

Koltay nyomán a közszolgálati média három legalapvetőbb tulajdonságára¹⁰ alapozva elmondhatjuk, hogy a Bocskai rádió közszolgálati rádióként definiálható. Tájékoztató szerepet tölt be a közölt tartalmak alapján, figyelve a hallgatóság érdeklődésére, a közelebbi környékre, valamint a magyarságot érintő információkra összpontosít. Oktatószerepet tölt be rovatai révén, illetve átvitven a magyar anyanyelv gyakorlásán és terjesztésén keresztül. Szórakoztatószerepét elsősorban a zenelejátszás, a rejtvenyjáték és más rovatok legitimizálják. A kisebbségi médiában betöltött szerepének tudható be, hogy mindhárom funkció a magyar identitástudatot és annak fontosságát domborítja ki a maga eszközei és keretei között. A közszolgálati funkciók betöltésére sajátos és a környezetében egyedinek mondható tereket és eszközrendszert alakított ki a rádió: több különböző felületen is jelen van, és közli a magyar nyelv és kultúra erősítésére irányuló tartalmakat, a nemzeti identitást helyezi előtérbe, a maga önálló koncepcióját érvényesíti, és hallgatóinak egyrészt feltételezett, másrészt a visszacsatolási lehetőségek révén ismert igényeinek a kiszolgálására törekszik, azonban elsődleges szempontként a magyar identitást helyezi előtérbe.

4. Kommunikáció- és médiaelméleti háttér

Rengeteg kutatási terület és persze mindennapi életünk alapját képezi az, amit kommunikációként említünk. Ahogyan azt a fogalommagyarázat is mutatja, leginkább eseményként beszélünk róla, amely során információ áramlik egyik résztvevőtől a másikig. A kommunikációnak számos formája létezik, osztályozása mai napig nincsen egységesen rendszerezve, sok tényező alapján meghatározható.¹¹ Tulajdonképpen amennyi kutató írt vagy modellezte eddig a kommunikációt, annyiféle meghatározás létezik.

Többen is korszakolják a kommunikációs forradalmakat: a beszéd kialakulását az írásé követi, majd a könyvnyomtatás, vagyis a Gutenberg-galaxis, és végül korunk nagy forradalma, a számítógépes világháló.¹² Marshall McLuhan megállapítása szerint a technikai találmányok mindig kulturális változást vonnak maguk után. Szerinte mindenik kort a maga domináns médiuma irányítja, így az elektronika globalizálódott korában az új és elsődlegessé vált kommunikáci-

ós csatornák teljes egészében megváltoztatják a világerzékelésünket és annak tapasztalatait, a kommunikációs és interakciós szokásainkat. Az elektronikus kommunikáció visszatérést eredményezett az írásbeliség előtti korokra jellemző egyidejűségekhez.¹³ A globális falu újra visszatért az akusztika világába.¹⁴ Mindezt a kutatás tárgyát képező Bocskai rádió is remekül demonstrálja.

A mindennapokban ahhoz, hogy az egyének eligazodhassanak a társadalmi térben, információra van szükségük. Az információk egy hányadát a szocializáció vagy áthagyományoztatás útján szerezzük meg és asszimiláljuk. Kultúrába ágyazott tudásformákat és mintákat sajátítunk el, amelyek segítik a társas életet, rutint alakítanak ki. Azonban a mindennapok változatosságában a kultúra nem képes aktualizált és naprakész információkkal ellátni bennünket, így megnő a folyamatos tájékozottság igénye és jelentősége. Ekkor válik igazán fontossá a tömegkommunikáció és eszközeinek a megléte.¹⁵ A kommunikáció egyik típusaként azt a folyamatot jelöli, amely a tömegmédiát felhasználja arra, hogy üzeneteket továbbítson kiterjedt tömegek számára informálás, szórakoztatás vagy meggyőzés céljából.¹⁶ Jellemzői közé tartozik, hogy a közlemények áramlása egyirányú, nem áll fenn a szerepcserre lehetősége, az információt modern hírközlő eszközökön keresztül továbbítják. Az adó és a vevő, vagyis a közlő és a befogadó között térbeli távolság van, illetve a közlés és a befogadás vagy egyidejű, vagy késleltetett. A tömegkommunikáció tömeges társadalmat termel, tehát a kommunikáció tömeges formája és annak eszközei szerves részét képezik az emberek mindennapi életének. Korszakát a 20. század kezdetétől, a rádió, majd később a televízió elterjedésétől számítják.

A média kommunikációja a mediális vagy a közvetett kommunikáción alapul. Ezalatt azt kell értenünk, hogy a közlő és a befogadó között nem áll fenn közvetlen kapcsolat, valamilyen mesterséges közvetítő csatornára van szükség a kommunikáció lebonyolításához. Ebben a kontextusban a *medium* szó alatt közvetítő elemet kell értenünk, pontosabban így nevezzük az információ tárolására, terjesztésére és bemutatására szolgáló eszközöket. A *media* fogalma alatt a tömegkommunikáció eszközeit és intézményeit értjük. Barbier és Lavenir felfogása szerint médiának nevezünk minden olyan kommunikációs rendszert, amely lehetővé teszi, hogy a társadalom betöltse három létfontosságú szerepét: a megőrzést, az üzenetek és különböző tudásformák távolsági kommunikációját és végül a különböző politikai és kulturális tudattartalmak reaktualizálását.¹⁷ Thompson szerint a média csak még bonyolultabbá tette a nyilvánosság felé való közvetítést, mint előtte az írás. A mai világban már szinte csak közvetített módon juthatunk hozzá az információkhoz, így a közvetett és a közvetlen kommunikáció között egyre nagyobb mértékben elmosódtak a határok.¹⁸

A Shanon–Weaver-féle háromszintes médiamodellben a három, jelek továbbítását lehetővé tevő média közül a harmadik a mechanikus média. Ezalatt olyan műszaki technológia által létrehozott eszközöket értünk, amelyek közvetítetten továbbítanak.¹⁹ Idetartozik a rádió is mint médium. Rádiós kommunikációról beszélgetve, a médián belül az adott médiumon keresztül átadott információkról, létrejövő interakciókról beszélünk. Jelen kutatás esetében a Facebook-oldal elemzése kapcsán azért fontos megemlíteni a rádiót, mert a Bocskai rádió adásait az

50 mérföldes sugárzási körzeten kívül (és feltehetőleg azon belül is) leginkább az internet segítségével érik el a hallgatók. Egy részük a weboldalon keresztül követi, ám sokan a Facebookon megosztott, élő videóval összekapcsolt stúdiós adást követik, ahol lehetőségük nyílik az azonnali visszacsatolásra, hozzászólásra is.

A média a kisebbségi léthelyzetben élők számára nagy jelentőséggel bír, hiszen olyan teret biztosít számukra, ahol találkozhatnak anyanyelvükkel.²⁰ Elsődlegesen azt emelhetjük ki, hogy nagyban hozzájárul az anyanyelv ápolásához és az anyanyelvi kultúra továbbörökítéséhez. Érvényesek László Edit szempontjai: a rádióknak tudatosan meg kell terveznie nyelvi-kommunikációs kínálatát, a rádiós beszélőknek tudatosítaniuk kell nyelvi felelőségüket, és helyes, szép magyar beszédre kell törekedniük.²¹ Ugyanakkor László Edit megjegyzi azt is, hogy a kisebbségi nyelven való rádiózás esetében a szórakoztató tartalmak valamelyest visszaszorulnak, így a hallgatóság azt már nem az anyanyelvi, hanem a többségi nyelven sugárzott rádióadásban vagy egyáltalán a többségi médiában keresi.²² A nyelvet előtérbe helyező szempontok mellett azt is figyelembe kell vennünk, hogy a kisebbségi média (avagy rádió) milyen tartalmakat sugároz. A domináns kultúra és társadalom eseményeiről való közvetítés a domináns nyelvű médiában mondhatni egyértelműen jelen van, így a kisebbségi rádió által közvetített tartalom előnye a beszéd nyelve lehet. Ugyanakkor az ilyen média, vagy rádió közvetíthet az anyaország valamely eseményéről, egyáltalán az „óhazával” kapcsolatos bármilyen információt vagy kulturális tartalmat, amely már nemcsak a nyelv, hanem az üzenet tartalma miatt is vonzóvá válik a hallgatóság számára. Egyrészt a kommunikáció nyelve, másrészt annak tartalma teszi hallgatottá és kedveltebbé a kisebbségi rádió adásait szemben a helyi, ám idegen nyelvűvel.

Az interaktivitás kapcsán Haulis alapján kijelenthetjük, hogy az olyan műsorformák, amelyek a hallgatói aktivitásra épülnek, fontos szerepet játszanak a rádiózásban is. A hallgatók aktivizálása többmódú is lehet, nem csak feltétlenül a közvetlen telefonos visszacsatolást érthetjük ezalatt, sőt napjainkban ezt a módszert már egyre kevésbé tekinthetjük aktuálisnak. Az ilyen adások a hallgatók számát is növelhetik, kedvezőbbé válhat általuk a műsorkínálat egészének fogadtatása, a rádióknak mint márkának a kiépítését is elősegítheti, valamint a reklámozóknak is egy újabb szponzorizációs és promovációs lehetőséget nyújthat. Két nagyobb szempont alapján beszélhetünk a hallgatói bevonásról. Első, mikor a hallgató teljes egészében jelen van az adás ideje alatt, ezzel is befolyásolva azt például, mint beszélgetőtárs. Második lehetőség, mikor a technikai eszközök segítségével a műsorvezető egy időben több hallgatót is képes bevonni a visszacsatolási lehetőségek által. Ilyen lehet a telefonos visszacsatolás, az SMS, a Facebookon vagy egyéb közösségi oldalon adott beszélgetési lehetőség (chat). Mindezek mellett az is interaktivitásnak tekinthető, mikor az adott rádió bizonyos interneten elérhető oldalt működtet (pl. weboldal), így a hallgató már nem jelen idejű, archív tartalmakhoz is hozzáférhet, és véleményt nyilváníthat, megnyilvánulhat utólagosan is.²³

Az internet korának forradalmáról érdemes szólnunk pár szót, egyrészt mert a kommunikációt alapjaiban megváltoztatta, másrészt mivel a médiának is új csatornáit, eszközeit és közegeit alakította ki. Az internet új médiát alakított ki,

amely alatt a tömegkommunikáció számítógépes alapú, új eszközeit értjük. A digitális médiumok kategóriájában Faulstich alapján hat médiumot tartanak számon: számítógép, multimédia és a hálózati médiumok négyes csoportja: web, intra- és extranet, e-mail, chat. A World Wide Web képében egy olyan integráló médium jött létre, amely új tereket ad a kommunikációnak, az önmegjelenítésnek, az interaktivitásnak, a prezentációnak, illetve meg is teremti a virtuális nyilvánosság különböző tereit.²⁴ A digitális médiumok használata az eddigi kommunikáció, nyilvánosság, jelenlét fogalmainak számos aspektusát kimozdította vagy átírta. A web a korlátlan elérhetőségnek, az információk nagy mennyiségű áradatának, a szelekció hiányának a felülete is. A médiumok, önmagában a média beágyazódása ebbe az új világba, alapjait megrengető változásokat, modernizációs folyamatokat eredményezett, és mai napig is eredményezhet.

Peter Burke és Asa Briggs is beemeli a konvergencia jelenségét a média társadalomtörténetének vonulatába: „Az 1980-as évektől a kifejezést legáltalánosabban a digitális technológia fejlődésére alkalmazták: szövegek, számok, a kép- és a hanganyagok integrálására, vagyis a média különböző összetevőire, amelyeket addig [...] többnyire külön-külön szemlélték”.²⁵ Az internet a médiát megváltoztatva kihatott a tömegkommunikációs eszközök működésére is. A média sajátos internetes formanyelvet és kommunikációs stratégiákat alakított ki.

A rádiózásban eddig nem lévő, új digitális eszközök bekapcsolják a vizualitást, kibővítik az interaktivitást. A rádió nem veszíti eddigi funkciójából, hanem bevonzza a társterületek egy részét, tartalomszolgáltató platformként képeket alkalmaz, mint az újság vagy az internetes portál; mozgóképeket is sugározhat, mint a televízió vagy a videómegosztó oldalak; írott anyagot, híreket jelenít meg, mint egy hírportál vagy egy hírügynökség.²⁶ Ezek a gyakorlatok a rádióval szemben kölcsönösen erősítik egymást, a rádió tulajdonképpen új tereket, közegeket nyer. A látható tartalmakat is kínáló konvergens rádió állandóan frissülő webhelyes tartalomszolgáltatást működtet, interneten elérhető hangarchívummal rendelkezik, blogbejegyzéseket hoz létre, a chatet mint jelen idejű visszacsatolási lehetőséget bevezeti a műsoridőbe, tudatosan épít be képeket a webhelyen vagy más online elérhetőségen, webkamerás, élő videó-közvetítést biztosít a műsoridő alatt. Összességében elmondhatjuk, hogy az internet a rádió új tömegkommunikációs eszközévé vált.²⁷ A média többé nem az, amit nézünk, hallgatunk vagy olvasunk, a média az, amivel cselekszünk – szögezi le Graham Meikle és Sherman Young.²⁸ A konvergencia áthatja mindennapjainkat: a klasszikus értelemben vett médiahasználatot és a médiával való cselekvéseinket egyaránt.²⁹

5. A konvergens Bocskai rádió

Következőkben tárgyaljuk a Bocskai rádió különböző internetes felületeit, illetve a médiakonvergenciát, a rádió intézményének sikerebb és hatékonyabb működését elősegítő tevékenységeit. A rádió mindkét nagyobb online webes felülete 2013-ban készült, és azóta aktív.

5.1. Weboldal – bocskairadio.org

Mivel a rádió adásideje csupán heti három óra, így a weboldalon elérhető tartalmak egy része megegyezik a műsoridőben elhangzottakkal, vagyis írásban is közvetítik mindazt, ami élő műsorban elhangzik. Így a rádió írásban rögzí-

ti az elhangzottakat. A háromórás műsor az idő szempontjából korlátozott és véges, valamint lineárisan halad, tehát az egy műsoridőre jutó tartalom mennyisége függ az időkerettől, előre meghatározott és szelektált. Ebből következtethető, hogy a weboldalon található tartalmak egy nagyobb hányada olyan információkat közöl, amelyek a rövid műsoridő miatt nem hangozhatnak el. Egyrészt az elhangzottak írásban megszilárdulnak, bármikor elérhetőek, visszakereshetőek és kategorizálhatóak, másrészt az írás képes túllépni az idő diktálta megkötéseken, így tartalmilag sokkal gazdagabb, bővebb és részletesebb lehet az információátadás. A két médium összekapcsolhatóságáról van szó, hiszen ne feledjük, hogy elsősorban rádióról beszélünk, amelynek a weboldala az írás révén remekül kiegészíti az elhangzottakat. A rádiós kommunikáció az írott-tudósítás-szerű közlésekhez, a felhívásokhoz képest inkább személyes, egy másik ember hangját halljuk élőbeszédben, ráadásul egy olyan emberét, akivel a clevelandi magyarok egy közösségben élnek, egy nyelvet beszélnek és egy kultúrát tartanak a magukénak. A weboldal írott felülete mindennek az időn és bizonyos kötıtségeken átívelő meghosszabbítása lehet, már csak arra a tényre is alapozva, miszerint az internet bárki számára elérhető lehet, és bárki számára elérhetővé teheti a globális mennyiségű információhalmazt. A weboldal ugyan nem önálló hírportál vagy hírközlő oldal, azonban felveszi azok szerepét, nem csupán egy intézmény arculatát és elérhetőségét hivatott közölni.

A rádió munkatársai évente számszerűsítik a weboldal látogatottságát:³⁰

	Egyéni látogatók	Megtekintett oldalak száma	USA (%)	HU (%)	RO (%)	CAN (%)	DE (%)	SK (%)	SRB (%)	UK (%)
2013	13.222	45.898	53.03	25.80	13.51	1.77	1.77	0.61	0.38	0.65
2014	27.263	82.160	47.06	34.37	5.39	2.75	1.56	1.66	1.52	0.98
2015	53.781	123.888	39.70	34.00	5.18	2.86	1.34	1.09	0.80	3.87
2016	70.797	145.610	38.71	32.61	7.47	3.46	1.42	0.93	0.77	4.57
2017	72.234	152.683	34.81	40.44	6.25	2.71	1.52	1.24	0.76	3.43

Az adatokon jól látszik az évenkénti rohamos növekedés a látogatottság terén. Ez arra enged következtetni, hogy a weboldal egyre elterjedtebbé és ismeretebbé vált, kialakult sajátos rendszere, amely saját olvasóközönséget, fogyasztói szokásokat hozott létre. A látogatottságot motiválhatja az online eseménynaptár, ahova a rádió összefogó szervként vezeti a magyarokat érintő rendezvények, ünnepek és események listáját. Egyrészt tájékoztatófunkciót lát el, másrészt megkönnyíti és rendszerezi a rendezvények ismertetését és elérhetőségeit, megelőzi a szervezési kellemetlenségeket, követhetővé, átláthatóvá teszi az események rendszerét. Továbbá a weboldal szervere révén heti rendszerességű e-mailes körlevelet küldenek ki az arra feliratkozottaknak: megelőlegezik a rádió műsorának témáit, aktuális hírekkel, információkkal látják el őket elektronikus levél formájában is.

5.2. Facebook

A Bocskai rádió a weboldalhoz hasonló aktivitással kezeli *Facebook*-oldalát is. A weboldalon megjelent vagy más forrásokból származó cikkeket osztanak meg. Az oldalnak hatalmas előnye a kép- és videómegosztási lehetőségek mellett, hogy egész online közösségeket képes mozgósítani, a chaten keresztül internet-hozzáférés esetén azonnali elérhetőséget és gyors válaszidőt biztosít. Az e-mail-

nél gyorsabb és a telefonálásnál személytelenebb kommunikációt tesz lehetővé. A konvergencia szempontjából kiemelendő a rádióadások élő videós közvetítése.



Ahogy azt Szilágyi Árpád is írta, a konvergencia építőjellegű összemosódást eredményez a különböző médiumok között. Így a rádióadás közvetítése még nagyobb teret nyit a kommunikáció számára. Továbbá az élő videó elősegíti az interaktív médiakommunikációt: a videó képsávja mellett lehetőség nyílik a kommentelésre, ami ebben a kontextusban majdhogynem egy nyilvános és csoportos chat-ablaknak felel meg. A videó nézői be szoktak köszönni, mintegy bejelentkezésszerűen közlik, hogy hol tartózkodnak, avagy hol élnek.



A hozzászólók között nemcsak különböző településeken, hanem különböző országokban lakó magyarokat láthatunk. Az amerikaiak, az anyaországbeliek és az elcsatolt területeken élők általában régiót vagy várost, és az idegen országokban élők értelemszerűen országot jelölnek meg.

A lájkgyűjtés népszerű gyakorlata a közösségi oldalra regisztrált magánszemélyeknek vagy szervezeteknek, intézményeknek. Kedveltségi és népszerűségi arányok mérhetők vele, így a weboldalfelméréshez hasonló adatok a Facebook-oldal esetében lájkmértékben vannak megadva:³¹

	Összes Like	Évente Like
2013	620	620
2014	1288	668
2015	2083	795
2016	2621	538
2017	3621	1000

Az adatok alapján ez esetben is folyamatos növekedést tapasztalhatunk, legfőképp az utolsó egy évben. A lájkok megugrásának lehet egy sikeres promoválótévékenység vagy valamilyen kiemelkedő aktivitás az oka. A megosztott hírek nagyrészt megegyeznek a weboldalon lévőkkel, így az online kommunikáció és az élő videós közvetítés jelent valamilyen többletet az eddigiekhez képest. Fontos azt azonban megjegyezni, hogy ezek a számok a teljesség igénye nélkül és meglehetősen pontatlanul tükrözik a látogatottságot. Ha sok lájkja van egy oldalnak, az ugyan jól mutat, de ugyanúgy nem szolgáltat releváns adatokat, mintha kevés lenne. Összességében azonban azt láthatjuk, hogy a rádió *facebookos* aktivitása elsősorban újabb és nagy tömegeket elérhetővé tevő terepe annak a magyarságra, kultúrára és magyar nyelvre hangsúlyt fektető szemléletnek és szerepvállalásnak.

A Facebook kapcsán meg kell említenünk a Clevelandi magyar közösség³² nevezetű csoportot, amelyet Csibi Loránd hozott létre egy felkérésre, még mielőtt a Bocskai rádió szerkesztőségébe került. A csoport jelenleg³³ 1172 tagot számlál. Mindazontúl, hogy a csoport a clevelandi magyarok offline közösségét online közösséggé formálja, könnyű elérhetőséget, kommunikációt és informálódást biztosítva a tagok számára, a közösségnek egy teljesen új formáját hozza létre: a virtuális közösséget. Castells mutatja be Rheingold fogalmát, amely alatt olyan, az interaktív kommunikáció önállóan kialakított elektronikus hálózatát érti, amely közös célok és közös érdeklődési körök köré szerveződik. Általában társadalmi csoportok kezdeményezik üzenetek küldése és fogadása céljából, tagjai vagy valós időben, vagy késleltetve, de rendszeresen bekapcsolódnak a hálózatba.³⁴ Ezek ugyan nem felelnek meg a valós közösségek ismérveinek, nem személyes kapcsolatokon alapszanak, de esetünkben mégis egy szűkebb földrajzi értelemben vett körbe tartoznak, illetve a valóstól eltérő, sajátos interakciós és kommunikációs mintákat követnek.³⁵ Ez a csoport a clevelandi és környéki magyarokat fogja össze (természetesen nem teljes mértékben), és tulajdonképpen a valós közösségi élet-szervezést teszi könnyebbé és átláthatóbbá.

A hálózati kommunikáció világa inherens módon integrálta a közösséggel kapcsolatos elgondolásokat. Sokan foglalkoztak a közösségi média valós közösséget teremtő erejével, azonban nem a klasszikus értelemben vett fogalomról kell beszélnünk, hanem sokkal inkább egy olyan virtuális találkozóhelyről, amely a közösség érzését teremti meg.³⁶ Gyakran idézett írás McMillan és Chavis 1986-os

írása, melyben a közösséghez tartozás élményét négy részre bontották: a tagság, a hatás, a szükségletek integrációja és betöltése, illetve az érzelmi összekapcsoltság. Így egy közösség tagjának lenni azt jelenti, hogy annak vannak határai, érzelmi biztonságot ad, a valahová tartozás élményét adja, és segíti az identifikációt.³⁷ Mindezt főképp a Clevelandi magyar közösség Facebook-csoportra vonatkoztatjuk, azonban releváns lehet bizonyos szempontok alapján a hivatalos oldalra is így tekintenünk, hiszen itt is fennállhat a közösség érzésének lehetősége, a rádió oldalát követők, az ott megnyilvánulók hozzák létre a Bocskai rádió közösségének (facebookos) közösségét.

A közösségi média felhasználói számára számos lehetőséget biztosít, szemben a hagyományos tömegkommunikációval. Így esetünkben a rádió Facebook-oldala is új lehetőségekhez és újfajta elérhetőséghez vezethet. Nicole Ellison öt pontban foglalta össze a Facebook nyújtotta lehetőségeket: a Facebook képessé teszi az egyéneket, hogy szélesebb körben tartsanak fenn gyenge kötéseket, lehetőséget teremt a múltó kapcsolatok fenntartására és állandóvá tételére, alacsony költséggel tarthatóak fenn és építhetők újra a gyenge kötések, a profil maga leviszi a költségét a kezdődő interakcióknak, és közös alapot teremt, valamint elérhetővé tesz számos információt és azok megoszthatóságát másokkal.³⁸ A Bocskai rádió Facebook-oldala és az azt követő, illetve aktívan alakító felhasználók a közösségi média lehetőségei révén kapcsolatba kerülnek egymással, közösségbe szerveződhetnek, kinyilváníthatják véleményüket, információt oszthatnak meg egymással. Ebben a közösségben közös pontként nem csak a rádió nevezhető meg, hiszen a tartalmak sokszínűsége és a rádió magyar kultúrát és nyelvet ápoló motivációi minden clevelandi és egyáltalán minden amerikai magyart megszólítanak és bevonnak ebbe a körbe. Közös pont itt inkább a magyarság és annak megélése a való világ mentén, távolságot és időt áthidalva a virtuális világban is. Ugyanakkor azt sem felejtethetjük el, hogy a rádió részéről a Facebook-oldal tulajdonképpen a közösség közösségét építi, fenntartja a meglévő „követőkkel” a kapcsolatot, és újakat is folyamatosan szerez köszönhetően az információ áradásának, a publikus hozzáférhetőségnek és a promóciós lehetőségeknek. Mindezt alátámasztja a kutatás során készített kérdőív eredménye, ugyanis a válaszok beigazolták, hogy a rádió internetes felületei keresettek és gyakran alkalmazottak, a hallgatók nagy része ezeket részesíti inkább előnyben.³⁹ Legtöbbjük több felületen és formában is kapcsolatot tart a rádióval vagy rádiósokkal, rendszeres vagy legalább visszatérő hallgatói a rádióknak, és aktív résztvevői a rádiósok által szervezett rendezvényeknek, közösségi eseményeknek.

A Netlytic közösségimédia-elemző program segítségével nyert és elemezhetővé vált adatok⁴⁰ alapján a Bocskai rádió Facebook-oldala magának a rádióknak egy kiterjesztése online webes felületen, a népszerű közösségi oldalon keresztül. Az oldal alkalmas a kommunikációra, teret nyújt az interaktivitásnak, a közösségi élet szervezésének, a magyar nyelv írásos és egyéb gyakorlatainak. Az oldalt követők és a diskurzusokat aktívan alakító felhasználó-hozzászólók esetében erősen jellemző a magyarság és a magyar identitás megélése (a nyelv használata, a szövegek tartalma, az információk megszerzése és átadása révén), az önkifejezés lehetősége és a közösséghez tartozás élménye. Az oldal kvalitatív és kvant-

titatív vizsgálata a Netlytic segítségével közvetlen példák és adatok révén mutatott rá a napi szintű aktivitás fennállására mindkét fél esetében. A szövegek behatóbb vizsgálata rámutatott a helyes magyar nyelvhasználat hiányosságaira a felhasználók („Gratulalok neki joeggeseket kivanok meg sokaig.”)⁴¹ és a precizításra a szerkesztők esetében („Bence Kata, Kőrösi Csoma Sándor-ösztöndíjast Venice-ből kapcsoltuk telefonon a Bocskai Rádió január 13-i adásában, aki Miklós Melániának, rádiónk KCSP-ösztöndíjasának mesélt a tapasztalatairól, élményeiről.”).⁴² Legtöbb esetben helyesen írnak és fogalmaznak a kommentelők, csak nem használják a magyar nyelv ékezeteit, feltehetőleg ez esetben egyáltalán nem használnak magyar nyelvű billentyűzetbeállítást. A helyesírási hibák forrása lehet az, hogy a nyelvhasználók auditív módon, hallás után és használat során tanultak magyarul, vagy a többségi angol nyelvű oktatás mellett kisebb mértékű magyar nyelvű oktatásban részesültek. Jellemző ugyanakkor a kommentelők helyes fogalmazásmódja is: „Isten éltesse sokáig erőben , egészségben !!!”.⁴³ A rádió és a hallgatók bejegyzései alapján jól megfigyelhetőek az internetes kommunikáció következtében kialakult nyelvezetek és beszédstílusok. Egy közösségi oldal esetében az elsődlegesen privát, interperszonális kommunikációban használt sajátos, sokszor szlengszerű nyelvezet mellett kialakult a különböző intézmények, sőt esetünkben a média különböző intézményeinek hivatalos oldalán használt internetes formális nyelvezet. Az ilyen oldalakon megjelenő írás vagy bejegyzés a média hangján nagyobb tömegekhez szól, képes megszólítani azt, bárki számára könnyen elérhető, folyamatosan szerkeszthető, visszakereshető, archiválható, bővíthető, de törölhető is. A tömegkommunikáció általánosan vett formájával szemben nagyban meghatározza az interaktivitás, az azonnali visszacsatolás lehetősége. Egy közösségi oldalon a rádió nem marad meg a tömegkommunikáció egy irányba tartó kommunikációs modellje mellett, hanem a rádiósok és a rádióhallgatók között némileg elmosódnak a határok. Jelen rádió esetében még inkább megfigyelhető, hogy a Bocskai rádió egy közösségbe vonja az embereket. A hozzászólók és a követők nem csupán egy valójában szétszóródott, de virtuálisan összeverődött embertömeg, hanem egy közösséget alkotnak: a való életben való találkozások foglalkoztatják, a valós kapcsolatok, interakciók és események kiépítése és megszervezése is napirendi téma a hivatalos oldalon. Azon tény, hogy a való életbeli események, rendezvények és az interperszonális kapcsolatok építésének, szervezésének diskurzusa nyilvánosságra kerül egy hivatalos oldalon, és annak követői becsatlakoznak a kommunikációba, azt jelöli, hogy a Bocskai rádió oldala egyfajta ernyőként maga alá gyűjti az embereket, akiknek nagy része nem csupán virtuálisan és online, hanem a valóságban, személyes interakciók során, offline módon is kapcsolatban áll, egy közösségként együttműködik.

5.3. Interaktivitás

A Bocskai rádió különböző kommunikációs és médiaterjesztői csatornáinak számbavétele után láthatjuk, hogy az interneten keresztüli kommunikáció nagymértékben teret ad az interaktivitásnak, azonban a rádió műsorideje alatt erre annál kevesebb lehetőség nyílik. Korábban a rádióban: „*volt élő betelefonálás műsor, amikor bekapcsolták élőben az embereket. És nagyon rossz tapasztalataik voltak, mert hol szidalmazásba ment át a dolog, személyeskedésbe, hol teljesen más-*

ról beszéltek. Nagyon nehéz volt előben az embereket moderálni... az embereket... és inkább lemondtak róla. És ezért úgy gondoltuk mi is, hogy... hogy nem vagyunk szakemberek, én nem vagyok szakember. Lehet, hogy tudunk válaszolni, lehet hogy előben nem úgy válaszolnék, ahogy szeretnék, vagy ahogy ők szeretnék, vagy inkább elkerüljük ezt a fajta kapcsolatteremtést előben".⁴⁴ Ha a rádióadás ideje alatt nincs is rá lehetőség, de több különböző kommunikációs csatorna és médium segítségével rengeteg tere és alkalma van a kommunikációnak. Visszacsatolási lehetőség nyílik a hallgatók számára személyes találkozások keretén belül véleményt vagy kritikát megformálni, e-mailt írnak, betelefonálnak a stúdióba, vagy személyesen a szerkesztőket hívják fel, Facebookon chat vagy komment, a weboldalon hozzászólás formájában is visszajelezhetnek, illetve egyáltalán a hallgatottság, a nézettség és a keresettség is mind a rádiósok munkáját visszaigazoló tényezők. A hallgatók nem kaphatnak szélesebb körű nyilvánosságot, kevés esetben léphetnek ki a tömegből egyénenként, azonban a kiterjedt kommunikációs hálózat következtében bármikor kifejezhetik magukat, ha igényük van rá, közösségi platformként használják a Facebookon lévő hivatalos oldalt. Kihasználják az azonnali visszacsatolás, a könnyed kommunikáció és kapcsolattartás, a véleménynyilvánítás, az ismeret- és információmegosztás, a szervezés lehetőségeit és a Facebook által megteremtett tereit.

5.4. Az internetes felületek arculatának szemiotikai szempontú elemzése

A rádió ugyan a hangzás terepén foglal helyet, ám üzeneteit több csatornán keresztül, több érzékünkre hatva is közölheti. A név és a szlogen mint nyelvileg értelmezhető jelek, illetve a logó, a közzétett képek, videók, az internetes felületek arculati megszerkesztettsége mind vizuálisan hatnak a befogadóra. A szimbólumok összekötő szerepűek,⁴⁵ s így fiktív közösségeket egységesíthetnek vagy erősíthetik a valós interperszonális viszonyokon alapulókat.



A rádió logója egyszerű és mégis beszédes mintát központosít: fehér alapon piros színű, háromszirmú tulipánt. A tulipánminta számos magyar népművészeti alkotáson és alkotásban szerepel. Jellegzetes magyar mintának tartják, amelynek erős szimbolikája van, azonban mégsem az elsődleges „magyar virág”.⁴⁶ Leginkább a nőiséghez társítják, és ezzel egyetemben a kelyhe nyomán az élet jelképeként is megjelenhet.⁴⁷ A piros a tulipán jellegzetes színe. Ugyanakkor a piros szín jellegzetesen magyar: a legrégebbi díszítőmintáink csak piros színnel voltak készítve kezdetben.⁴⁸ A népi kultúrában az élet és a szerelem színe, amely jól tár-

sítható a nőiséghez is, de egyetemes nézetek alapján egyaránt lehet az élet és a halál színe is, mindkét esetben a vérrel asszociálva.⁴⁹ Ezek alapján a rádió logójában megjelenő nem díszített, enyhén ívelő szirmú tulipán a magyar kultúrára utaló jelként a magyarságot hivatott szimbolizálni. Elmondhatjuk, hogy akárcsak a név esetében, a logó nem csupán a figyelemfelkeltést és a könnyű megjegyezhetőséget szolgálja, hanem rendelkezik a magyarságra utaló mögöttes tartalommal is.



A színek szimbolikája a logón túlmenően a weboldal arculatának esetében is jelentős. Ugyanakkor itt megjelenik a bocskai viselet zsinórozott mintázata is. A weboldal törzsfelületét két oldalról keretező mintázat sötétfehér árnyalatú alapon kevés fehér és főleg piros zsinórral idézi a bocskai mintát. Ezen a ponton a rádió elnevezése képileg is megjelenik, vagyis a nyelvi jelölő összekapcsolódik a képi jelölővel. A felület arculata szinte teljes mértékben a magyar zászló színeivel és azok kombinációival dolgozik. A weboldal arculata vizuális úton nagyon erős háttértartalmakat és impulzusokat továbbít a szemlélő-hallgatók irányába.

5.5. Kiegészítő tevékenységek

5.5.1. Youtube és Twitter

A Bocskai rádió Youtube-csatornát és Twitter-fiókot is működtet, azonban ezek nem bírnak a Facebookhoz vagy a weboldalhoz hasonló nagyobb jelentőséggel. A Youtube-csatornán⁵⁰ nagyobb időközönként (1-2 havonta) tesznek közzé különböző videókat: interjúanyagokat, eseményekről vagy rendezvényekről készített filmanyagokat. A lefilmezett tartalomtól függően ezek magyar vagy angol nyelvűek. Jelenleg a csatorna 115 feliratkozóval rendelkezik.⁵¹ Így a globális videómegosztó oldalon található csatorna ugyan csak kiegészítése a facebookos, illetve a weboldalon megjelenő tartalmaknak, azonban egy újabb felületet biztosít a rádiónak és a megosztani kívánt tartalmaknak.

A 2012 októbere óta működő Twitter-fiók⁵² 90 követővel és 8276 bejegyzéssel rendelkezik.⁵³ A bejegyzések a weboldalon megjelenő tartalmak megosztásai, vagyis a bejegyzésekben található tartalmak, akárcsak egy hiperlink, átvezetnek a weboldalon közzétett cikkekre, bejegyzésre. Tehát a Twitteren megosztott bejegyzé-

sek csupán meghosszabbításai a „törzsoldalnak”, az információ továbbterjesztését szolgálják. Egyrészt ezek hasonlítanak a Facebookon megosztott, weboldaltól származó tartalmakhoz, azonban ez esetben a számos kommunikációs, interakciós és műsor-, illetve információ-közvetítési lehetőség nem áll fenn, így a Twitter nem kezelhető olyan önálló funkciókkal rendelkező felületként, mint a Facebook-oldal.

Mindkét csatorna egy-egy új internetes felületet biztosít a hallgatóság eléréséhez. Míg az előző felületen ritkábban tesznek közzé nagyobb, önálló videóanyagokat, addig az utóbbin a weboldalon megjelenő bejegyzéseket terjesztve sokkal gyakrabban, napi rendszerességgel tesznek közzé olyan anyagokat, melyek promoválójelleggel átvezetnek a törzsfelületre, ahol olvashatóvá, nézhetővé és hallgathatóvá válnak a tartalmak.

5.5.2. Videóforgatás

Csupán pár szót ejtünk a Bocskai rádió egy újabb tevékenységéről. Számos helyszínre és rendezvényre utaznak el személyesen, és saját felszerelésükkel kisfilmeket, interjúkat vesznek fel. Ezek a videóanyagok rendszerint megjelennek a weboldalon és a Facebookon is. Azonban érdekességként azt emelhetjük ki, hogy felkérések eredményeképpen már több tematikus összefoglaló filmet is forgattak, amelyeket a magyarországi Duna Tv *Öt kontinens, egy nemzet* című műsorában adtak közre. A 2017-ben tett utazásaikat számszerűsítve: 12.928 mérföldet tettek meg összesen 49 nap alatt a Bocskai rádió képviseletében. Láthatjuk, hogy a rádiósok egyre differenciáltabb területeken végeznek valamilyen munkát, vesznek részt vagy egyszerűen teljesítik hallgatóságuk igényeit a magyarság megőrzésének és ápolásának érdekében. Ez esetben tulajdonképpen a televízió szerepét veszi fel, csakúgy mint az élő közvetítés vagy a bejátszott interjúk weboldalon közzétett filmes változata.

5.5.3. Rendezvény- és eseményszervezés

Az elmúlt évek munkájának eredményeképpen egyre nagyobb figyelmet kap a Bocskai rádió, nem csak a város, hanem az Államok szintjén is. Szoros kapcsolatot ápolnak és állandó kommunikációt tartanak fenn a magyarországi államvezetéssel, rengeteg felkérést kapnak különböző hivatalos vagy akár ünnepi rendezvények megszervezésére. Mindezt elősegíti a rádió munkatársainak jártassága a magyarokat érintő ügyekben, tájékozottságuk és tájékoztató-, informálófunkciójuk a rádió révén. Az adatközlők több rendezvényt és alkalmat is említettek, melynek megszervezésére és lebonyolítására felkérték őket. Ilyenre példa a négy éve folyamatosan megszervezett, háromnapos Erdélyi Találkozó. Mai napig is ők maguk tartanak előadást különböző témákban, természetesen sok más meghívott szakemberrel egyetemben. A szervezői szerepkör ellátása egyértelműen a közösségszervezésre és a művelődésszervezésre irányul.

6. Következtetések

A kutatás eredményei rámutattak arra, hogy a rádió nemcsak a hagyományosan vett szerepében működik, nagymértékben kihasználja az internet nyújtotta lehetőségeket, több platformon is jelen van, és több szinten, több csatornán keresztül kommunikál a közönséggel és a közönséggel. Elsősorban egy rádióról beszélhetünk, azonban túllép ezen a szerepen. A Bocskai rádió inkább a magyar

diaszpórabeli közösség fenntartásának és a kulturális, illetve közösségi élet szervezésének az intézményévé válik, amely kiterjedt kommunikációs hálózatokat és messzire nyúló kapcsolatokat épített ki, a magyarság érdekeit figyelembe véve. Számos stratégiát dolgozott ki egyrészt a hallgatókkal való kommunikációs lehetőségek megteremtésére, a hallgatóság megnyilvánulásainak lehetővé tételére és a közösségi élet megszervezésére.

A rádió közönségében nemcsak a helyiek és amerikaiak vannak jelen, hanem az online térnek köszönhetően számos más országban élő magyarok, magyarországiak és erdélyiek is követik a rádió adásait és tevékenységeit. Az információátadás során figyelembe veszik az amerikai magyarság és az anyaországbeliek közötti kapcsolatok fenntartását, a kölcsönös tájékozottságot. Számos nyelvi, kommunikációs, mediális eszközt felsorakoztathatunk, amelyek a közösség tömegkommunikáción keresztüli összetartását hivatottak elősegíteni. Olyan kulturális és tájékoztatójellegű tartalmakat közvetít, amelyek a magyarságtudat fennmaradásának és továbbadásának vannak alárendelve. Ezek a tartalmak a médiafogyasztói igényeknek, sőt, mondhatjuk úgy is, hogy szükségleteknek alapvető szinten eleget tesznek.

A Bocskai rádiót nem szükséges a rádiózás alapvető fogalmai alapján merev kategóriákba helyezni. Ez a rádió a médiát, a kiterjedt kommunikációs csatornákat és az internetet tudatosan használja eszközként a közösség szervezése, a magyarságtudat fenntartása, a magyar kultúra és a nyelv terjesztése és gyakorlása, mindezek átadása érdekében. Összességében nézve a rádió az online platformokon és azok lehetőségeit kihasználva, a médiakonvergencia révén tesz eleget a közszolgáltatás alapvető feltételeinek a clevelandi (és tágabb körben véve észak-amerikai) magyar diaszpóra tekintetében.

Irodalom

ANDOK Mónika (2016): *Digitális média és mindennapi élet*. L'Harmattan Kiadó, Budapest.

ÁRMEÁN Otília (2011): Webes felületek reprezentációs kódjai. In: Ármeán Otília–Gagy József (szerk.): *Új média és kommunikatív magatartás*. Scientia Kiadó, Kolozsvár. 121–146.

BARBIER, Frédéric–LAVENIR, Cathrine Bertho (2004): *A média története Diderot-tól az internetig*. Osiris, Budapest.

BRIGGS, Asa–BURKE, Peter (2012): *A média társadalomtörténete. Gutenberg-től az internetig*. Napvilág Kiadó, Budapest.

CASTELLS, Manuel (2004): A valóságos virtualitás kultúrája: az elektronikus kommunikáció integrálódása, a tömegközönség átalakulása és az interaktív hálózatok kifejlődése. *Információs társadalom*. IV. 3–4. 144–189.

CSÁSZI Lajos (2002): *A média rítusai. A kommunikáció neodurkheimi elmélete*. Budapest. Online elérhetőség: http://www.csaszilajos.hu/Site/A_media_ritusai_files/%20A%20media%20r%C3%ADtusai.pdf (utolsó megtekintés: 2019.03.13.)

CSIBI Loránd (2015): A clevelandi Bocskai Rádió. *Korunk*. 26. 3. 92–95.

GRIFFIN, Em (2001): *Bevezetés a kommunikációelméletbe*. Harmat Kiadó, Budapest.

HAULIS Zoltán (2005): Interaktív műsorformák a tematikus televíziózásban. *Médiakutató*. 6. 1. 119-134. Online elérhetőség: http://www.mediakutato.hu/cikk/2005_01_tavasz/08_interaktiv_musorformak/ (utolsó megtekintés: 2019.03.13.)

KÁDÁR Magor (2011): *Nonverbális kommunikáció*. Kriterion Kiadó, Kolozsvár.

KAPITÁNY Ágnes–KAPITÁNY Gábor (2002): *Magyarságszimbólumok*. Európai Folklór Intézet, Budapest.

KOLTAY András (2007): A közszolgálati média fogalma. *Médiakutató*. Online elérhetőség: http://www.mediakutato.hu/cikk/2007_02_nyar/02_kozszolgalmi_media_fogalma/ (utolsó megtekintés: 2019.03.13.)

KONCZOSNÉ dr. Szombathelyi Márta (2007): *Kommunikációs ismeretek*. Universitas–Győr Kht., Győr.

LÁSZLÓ Edit (2007a): A regionális közszolgálati rádió nyelvi normája. In: Botházi Mária (szerk.): *Elméleti alapvetések, fogalomtisztazó törekvések*. Média Egyesület–Művelődés, Kolozsvár. 124–134.

LÁSZLÓ Edit (2007b): Fiatalok rádiózási szokásai és nyelvhasználati elvárásai. Egy felmérés tapasztalatai. In: Botházi Mária (szerk.): *A médiakutatás módszertani követelményei*. Média Egyesület–Művelődés, Kolozsvár. 126–133.

NYÍRI Kristóf (1998): Adalékok a szóbeliség-írásbeliség paradigma történetéhez. In: Nyíri Kristóf–Szécsi Gábor (szerk.): *Szóbeliség és írásbeliség. A kommunikációs technológiák története Homérosztól Heideggerig*. Áron Kiadó. 7–17.

PÁL József–ÚJVÁRY Edit (szerk.) (2001): *Szimbólumtár. Jelképek, motívumok, témák az egyetemes és a magyar kultúrából*. Balassi Kiadó, Budapest.

PÁSZTOR Gyöngyi–PÉTER László (2002): A kolozsvári BBTE magyar diákjainak médiafogyasztási szokásai. *Médiakutató*. Online elérhetőség: http://www.mediakutato.hu/cikk/2002_04_tel/05_kolozsvari_bbte/01.html (utolsó megtekintés: 2019.03.13.)

Dr. RÓKA Jolán (2010): *Kommunikációelméleti alapismeretek*. Kereskedelmi és Idegenforgalmi Továbbképző Kft. Budapest.

SZENTKIRÁLYI Endre (2013): *Hungarians in Cleveland 1950–2011: Then and Now*. Doktori (Phd-) értekezés. Debreceni Egyetem BTK. Online elérhetőség: https://dea.lib.unideb.hu/dea/bitstream/handle/2437/169070/2013_Szentkiralyi_Endre_titkosított.pdf?sequence=1 (utolsó megtekintés: 2019.03.13.)

SZILÁGYI Árpád (2015): *A konvergens rádió: a rádiózás új formanyelve*. Online elérhetőség: http://epa.oszk.hu/02200/02263/00025/EPA02263_e_nyelv_magazin_20_15_3_04.htm (utolsó megtekintés: 2019.03.13.)

VINCZE László (2009): Nyelvi környezet és médiahasználat. In: Horváth István–Tódor Erika Mária (szerk.): *Nemzetállamok, globalizáció és kétnyelvűség*. Kriterion Kiadó, Kolozsvár. 145–153.

Jegyzetek

1 A Bocskai rádió szlogenje, amely megjelenik a különböző webes felületeken. Összetett nyelvi jelölőként több információt is közöl a rádióról: megjelöli a helyet, ahol a rádió működik, és ahol célközönségét feltételezi, vagyis Clevelandet, lokálisan kontextualizálja azt. A „magyarok” révén pontosítja a célközönséget, a magyar nemzetiségűeket, de ez érthető Cleveland vonatkozásában, illetve azon túl is. Az eddigi hely- és csoportjelölőn túl a „hangja” visszaüt magára a rádióra mint hangzó mediális közegre, a média és a tömegkommunikáció egy eszközére, a rádióra.

2 A kutatás 2018 januárjában vette kezdetét, majd ugyanezen év nyarán jutott lényegesebb eredményekre egy egyetemi szakdolgozat formájában. A Bocskai rádió vizsgálata jelenleg (2019. március) is folyamatában van. Jelen tanulmány egyrészt az eddigi eredményeket ismerteti a teljesség igénye nélkül, másrészt a vizsgálat egy tematikus, kiemelkedőbb részproblémáját emeli ki és ismerteti.

3 <https://www.bocskairadio.org> (utolsó megtekintés: 2019. 03. 05.)

4 https://www.facebook.com/BocskaiRadio/?ref=br_rs (utolsó megtekintés: 2019. 03. 05.)

5 „The American Debrecen”. forrás: <https://case.edu/ech/articles/h/hungarians/> (utolsó megtekintés: 2019. 03. 05.)

6 SZENTKIRÁLYI Endre 2013: 69.

7 Uo.

8 <https://www.bocskairadio.org/rolunk/> (Utolsó megtekintés: 2019. 03. 13.)

9 CSIBI Loránd 2015: 93.

10 KOLTAY András 2007.

11 KÁDÁR Magor 2011: 12.

12 KONCZOSNÉ dr. Szombathelyi Márta 2007: 11.

13 NYÍRI Kristóf 1998: 16.^[1]_[SÉP]

14 GRIFFIN, Em. 2001: 323–327.

15 PÁSZTOR Gyöngyi–PÉTER László 2002.

16 Dr. RÓKA Jolán 2010: 51.

17 BARBIER, Frédéric–LAVENIR, Cathrine Bertho 2004: 402.

18 CSÁSZI Lajos 2002: 30.

19 Idézi KÁDÁR Magor 2011: 12.

20 VINCZE László 2009: 145.^[1]_[SÉP]

21 LÁSZLÓ Edit 2007a: 125.^[1]_[SÉP]

22 LÁSZLÓ Edit 2007b: 128.

23 HAULIS Zoltán 2005.

24 ÁRMEÁN Otília 2011: 121–123.^[1]_[SÉP]

25 BRIGGS, Asa–BURKE, Peter 2012: 287.^[1]_[SÉP]

26 SZILÁGYI Árpád 2015.

27 SZILÁGYI Árpád 2015.^[1]_[SÉP]

28 idézi ANDOK Mónika 2016: 63.

29 ANDOK Mónika 2016: 64.

30 Megjegyzés: A számadatok a Bocskai rádió szerkesztőségétől származnak, a kutatás céljából, kérésre küldték el.

31 Megjegyzés: A számadatok a Bocskai rádió szerkesztőségétől származnak, a kutatás céljából, kérésre küldték el.

32 <https://www.facebook.com/groups/ClevelandiMagyarKozosseg/about/> (utolsó megtekintés: 2019. 03. 13.)

33 2019. 03. 13.

34 CASTELLS, M. 2004: 169.

35 CASTELLS, M. 2004: 172.

36 ANDOK Mónika 2016: 101.

37 ANDOK Mónika 2016: 101–102.

38 ANDOK Mónika 2016: 113.

39 A kérdőív a hallgatóság médiafogyasztói szokásait célozta meg, természetesen a Bocskai rádióra fókuszálva. Az űrlap a *Google Docs* kérdőívkészítő online program segítségével készült, ennél fogva internetes megosztásra került: a Bocskai rádió *Facebook*-oldalán, a clevelandi magyarokat összefogó online *Facebook*-csoportban, a rádió szerkesztői révén személyes megosztás útján, a *Facebook* Erdély nevezetű csoportban, a Bocskai rádió weboldalán. A kérdőívre 2018. május 19. és 2018. június 20. között 80 válasz érkezett nem csupán clevelandi és környéki, hanem más Amerikában, Európában, Magyarországon vagy akár Erdélyben élő kitöltőktől is.

40 A Bocskai rádió oldalának vizsgálata 2019. január 12. és 2019. február 2. között zajlott. A visszamenőleg lekérdezett adatok következtében a január 12-én lehívott adatok 2018. december 27-ig visszamenőleg jelentek meg. A program a vizsgálat lezártaig 424 bejegyzést jelenített meg.

41 <https://www.facebook.com/BocskaiRadio/posts/10156758635187278> (utolsó megtekintés: 2019. 03. 13.)

42 <https://www.facebook.com/BocskaiRadio/posts/10156761800212278> (utolsó megtekintés: 2019. 03. 13.)

43 <https://www.facebook.com/BocskaiRadio/posts/10156758635187278> (utolsó megtekintés: 2019. 03. 13.)

44 Részlet a rádió szerkesztőivel készített interjúból. 2018. 05. 13.

45 KAPITÁNY Ágnes–KAPITÁNY Gábor 2002: 9.

46 Kapitányék felmérése alapján a legjellemzőbb magyar virágok a pipacs és a napraforgó. A tulipán is az első közt van, de sokkalta megosztóbb, inkább az idősebb generációk választották magyarságszimbólumnak. KAPITÁNY Ágnes–KAPITÁNY Gábor 2002: 116.

47 REUSS Gabriella. In: PÁL József–ÚJVÁRY Edit (szerk.) 2001: 487.

48 DOMANOVSKY György. In: PÁL József–ÚJVÁRY Edit (szerk.) 1981: 53.

49 KUSZMANN Zsófia. In: PÁL József–ÚJVÁRY Edit (szerk.) 2001: 395.

50 <https://www.youtube.com/user/bocskairadio/featured> (utolsó megtekintés: 2019.03.13.)

51 2019.03.13.

52 <https://twitter.com/bocskairadio> (utolsó megtekintés: 2019. 03. 13.)

53 2019. 03. 13.