

Агенција за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги

Непрофитни медиуми

30.12.2014

НЕПРОФИТНИ МЕДИУМИ / МЕДИУМИ НА ЗАЕДНИЦАТА¹

1. Поим за непрофитни медиуми / медиуми на заедницата

Смислата на поимот - „**непрофитна радиодифузна установа**“, чии карактеристики и условите под кои функционира во македонскиот Закон за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги ги одредува членот 65, на меѓународно ниво е проширена преку општоприфатената синтагма - „**медиум на заедницата**“. Всушност, по повеќедеценско искуство, современите стратешки тенденции во развојот на медиумската политика веќе ги респектираат „медиумите на заедницата“ како - етаблиран - „**трет сектор**“, по својата комуникациска мисија комплементарен со општествените функции на јавниот и на комерцијалниот сектор.

Мотивите за појавата на „третиот комуникациски сектор“ се согледуваат во сè посилен притисок на здруженијата на граѓаните да се креираат медиумски политики на проширување, на поддршка и на развој на јавен простор за медиуми тематски ориентирани – „одоздола – нагоре“, односно: од високата, официјална државна политика, кон про-активно расветлување на постојните општествени состојби од граѓанска гледна точка. Оттаму, постојат различни дефиниции за поимот „медиум на заедницата“, но сепак, комуникацискиот концепт генерално се однесува на самоорганизирани, партиципативни, непрофитни медиуми што им се обраќаат на заедници хомогени било поради спецификите на ограничен географски простор, било според споделувањето заедничка културна матрица, било според определен општествен (економски/политички) интерес. Во оваа смисла, непрофитните медиуми / медиумите на заедницата, програмски – по изборот на темите и по начинот на нивната обработка, се фокусирани на потесно вrameна општествена проблематика, со што се наметнуваат како содржинско дополнување на комуникацискиот простор поделен меѓу јавниот и комерцијалниот медиумски сектор.

2. Општествениот придонес на медиумите на заедницата

Студијата на Парламентот на Европа од 2008 година (*European Parliament, 2008, pp. 9/14*), ги дефинира како: „**непрофитни медиуми, во сопственост или во одговорност на одредена заедница на која ѝ служат. Отворени се - програмата и нејзиното уредување да биде реализирана токму од таа заедница.**“

Медиумите на заедницата претставуваат широка категорија медиумски структури, функционални преку различни технолошки платформи: печатени медиуми, радио, телевизија, веб-базирани, или, пак, спој од овие медиуми, што работат во полза на одредена заедница и со нејзина помош.

Основните карактеристики на медиумите на заедницата, дадени збирно, по прегледот на повеќе меѓународни студии, би биле следниве:

- **Плурализам на медиумскиот пејзаж:** Медиумите на заедницата се перципираат како еден од можните ефикасни одговори во однос на загрижувачкиот наплив комерцијална медиумска концентрација, во однос на економската и на политичката контрола над виталните комуникациски ресурси и инфраструктурата; во сопственост се на заедници од граѓанското општество: самоорганизирани, независни групи граѓани и здруженија, пред сè функционални како непрофитни организации; имаат транспарентна раководна структура: демократски поставени, со комуникациски отворено и приемливо раководство избрано непосредно од заедницата во чија полза работат; во процесот на работата, пожелно е заедничко одлучување наспроти менаџерска хиерархија;

¹ Материјалов е компилација од мноштво меѓународни правни, регулациски и авторски текстови чија основна тема се – непрофитните / медиумите на заедницата, опфатени во период на развој од 2002 до 2012 година;

- **Содржинско дополнење на јавните и на комерцијалните медиумски системи:** Отвореност на програмата: производствено и организациски достапни за поединци што не се медиумски професионалци, и на тој начин ги надминуваат границите меѓу професионално активните производители на медиумските програми и пасивната публика; овозможуваат производството на медиумските содржини да не потпаѓа исклучиво во рацете на традиционалните, веќе етаблирани национални и глобални институции, па на тој начин медиумите на заедницата потсетуваат дека медиумскиот плурализам освен што претполага разноликост во формалниот и во тематскиот опфат на содржините, тој означува и плурализам на производителите на тие содржини, како и на сопствениците на медиумите. Програмите на медиумите на заедницата пред сè се вреднуваат како ефикасен одговор за потребите на содржинската разноликост во јавната, општествена дебата; овој - трет медиумски сектор, креира простори за поширока јавна дебата во која се истакнува препознатливиот, локален глас на стриктно целна публика, глас неретко занемарен среде национализираниот и глобализиран медиумски пејзаж што е зачестено критикуван дека се претопил во монотона, комерцијална култура;

- **Активно граѓанство:** Потребата активно да се биде вклучен во политичките текови, претставува извор за мотивите и за содржините на медиумот на заедницата. Оттаму, основите за овој вид медиуми типично се поврзани со политичките концепции на – отвореност и на вклученост, како и на непосредна активност на локалните заедници и на маргинализираните општествени групи; вклучуваат волонтери: размена на вештини и на искуства, насочени кон унапредување на поединечните и на заедничките можности – тоа е основата врз која функционираат, тоа е целта на нивната мисија; постојаното учење и развојот на вештините се согледува како клуч за опстанокот и за развојот на самиот медиум; разновидност на содржината: им даваат гласност на групите, на идеите, на културните и на уметничките тенденции што вообичаено не се општествено претставени преку веќе воспоставените медиумски односи; го поддржуваат дијалогот во заедницата и размената на информации, и ја поттикнуваат вклученоста на маргинализираните заедници во политичките, во социјалните и во културните процеси;

- **Создавање мрежи на соработка:** Придонесуваат, дури и во прекугранична смисла, за поврзување медиумски проекти. Активисти и организатори на настани со значење за граѓанското општество склучуваат партнерства со академските кругови и со поддржувачите на нивните општествени идеи, за заеднички пристап кон креирање отворени општествени политики;

3. Главни предизвици за постоењето на медиумите на заедницата

Основен проблем им е – темелната одржливост на работењето, а имено: финансиската стабилност, пристапот до квалитетна, современа комуникациска опрема и инфраструктура (влез во фреквентниот спектар, премин од аналогна на дигитална радиодифузија), квалитетот на новинарската работа, давачките за интелектуални авторски права, и – условите за работа во затворен/отворен модел на комуникациски систем воспоставен според одредбите на посебните национални законодавства.

Всушност, реверзибилно, сето ова е состав од критериуми по кои може методолошки да се утврди како реално функционираат и каква е реалната улога на медиумите на заедницата во општествениот живот.

4. Општествено вреднување на медиумите на заедницата

Низа долгогодишни истражувања на медиумските и на комуникациските тенденции во Британија и во САД, на пример, покажуваат дека медиумите на заедницата, иако и технички, и технолошки, и финансиски и новинарски – имаат мошне ограничени ресурси за работа, сепак, поради перцепцијата дека претставуваат пазарна конкуренција и општествено-политичка алтернатива за разработка на секојдневните граѓански теми -, не се пошироко кооперативно прифатени ниту од комерцијалните медиуми, ниту од јавниот сектор.

Стратешки, пак, во развојот на отворен комуникациски систем, исклучително важно е вредноста на медиумите на заедницата да се согледа во нивната примарна општествена целисходност - да поттикнуваат посилни врски меѓу членовите на одредена општествена заедница, со што ќе придонесат да се засили нејзината самодоверба и нејзиниот идентитет. Погледната во целината на комуникацискиот систем, пак, оваа нивна медиумска мисија придонесува за развој на медиумскиот плурализам и за зголемување на нивото на медиумската писменост како мошне важен дел од општествено-политичката култура, воопшто. Од практична гледна точка, медиумите на заедницата придонесуваат за непречен проток клучни информации, на пример: за здравството и за околината, за активностите на локалните култури и за дијалогот меѓу културите во географски регион со мултиетнички специфики. Всушност, поради сите овие својства на нивната медиумска улога, Европскиот Парламент им дава и атрибут на – „значаен составен дел од партиципативната демократија“.

Во ера на (главно) дигитално медиумско опкружување, начелно очекување на стручните анализи е дека секоја идна иницијатива за аналоген медиум на одредена заедница, просто веќе од самиот старт ќе биде пренасочена кон мултимедијалните можности на – Интернетот.

5. Домашни законски услови за непрофитните медиуми / медиумите на заедницата

Можностите за легално функционирање на – „непрофитна радиодифузна установа“ се определени според ставовите 4, 5 и 6 на членот 65 од Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги:

- *Непрофитна радиодифузна установа може да се основа само за радио емитување и тоа од страна само на образовни, културни и други установи и здруженија на граѓани и фондации со цел да се задоволат потребите и интересите на специфични целни групи;*

- *Повеќе субјекти од ставот 4, можат да добијат дозвола за емитување програма на една радиофреквенција по принцип на поделба на времето за емитување (тајмшеринг);*

- *Со исклучок на ставот 4, универзитетот како високообразовна установа може да основа радио како посебна внатрешна организациска единица (студентско радио) без својство на правно лице.*

Врз оваа законска основа функционираат три непрофитни радиодифузни установи, сите како – студентски радија, од државните универзитети во Скопје, во Битола и во Штип:

- **Регионално** Универзитетско радио Студент ФМ – Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ од Скопје;

- **Локално** универзитетско радио УКПО ФМ – Универзитет „Св. Климент Охридски“ од Битола;

- **Локално** универзитетско радио УГД ФМ – Универзитет „Гоце Делчев“ од Штип.

Во дозволата за емитување, кај сите три радија стои формулацијата: „Радио програмски сервис наменет за задоволување на специфичните потреби и интереси на студентската популација“ – со што се дадени начелата на основната програмска определба.

Непрофитното радио ДОСТЛУГУН СЕСИ од Штип, чија функција беше да ги задоволува потребите на заедницата на Јуруците од овој македонски регион, згасна поради финансиски причини, по само една година постоење.

Формални и содржини карактеристики на домашните студентски радија

По неколкукратни редовни и контролни мониторинзи, општ заклучок е дека овие три радиостаници наменети примарно за студентската заедница во Република Македонија, само формално ги почитуваат

законските одредби за нивно функционирање – на пример: го исполнуваат процентот за емитување музика од македонски автори и ја почитуваат забраната за емитување реклами, меѓутоа, целосно потфрлаат во исполнувањето на своите образовни и информативни медиумски функции, пред сè од аспект на новинарско артикулирање содржина: Скудна е програмската понуда што во основа треба да биде насочена кон развивање активна јавна дебата за внатрешните, структурни прашања за академската средина, но и за надворешните – општествени релации на студентите и на универзитетот, воопшто. Од технички аспект, пак, забележливо е ниско ниво на новинарски вештини, и слаба функционалност на јавно достапните информации за нивното функционирање – немаат ниту класична веб-страница на која би биле достапни деталите од програмската шема и ангажираните соработници.

6. Политиката на ЕУ за медиумите на заедницата

Автентичните, доместикални медиумски политики на државите од Европската Унија варираат во толку широк распон што е тешко да се воспостави заеднички концепт за единствена европска политика кон медиумите на заедницата. Низа регулациски политики на ЕУ се занимаваат со прашањето за работата на медиумите на заедницата. Советот на Европа, на пример, експлицитно ја има потенцирано потребата медиумите на заедницата да се воспостават како платформа за споменатиот „трет сектор, што ја дополнува улогата на јавниот и на приватниот радиодифузен сервис“. Оттаму, Советот на Европа препорачува: *„Земјите членки треба да го поттикнуваат развојот на другите медиуми што можат да дадат придонес кон плурализмот и да овозможат простор за дијалог. Овие медиуми, на пример, можат да се обликуваат како медиуми на заедницата, како локални, малцински и социјални медиуми.“*

Во 2007 година, Парламентот на Европа објави студија под наслов: „Состојбата со медиумите на заедницата во Европската Унија“ (European Parliament, directorate General internal Policies of the union, 2007). Се издвојува нивното значење во придонесот за општествената стабилност, за медиумската разноликост и за дијалогот меѓу различните култури. Се истакнува улогата на медиумите на заедницата за развојот на демократијата, што всушност го засилува граѓанскиот ангажман, па се вели: *„(...) ако иднината на општеството се заснова врз активна вклученост на информирана, медиумски писмена заедница граѓани, тогаш медиумите на заедницата имаат една од носечките улоги во таа заедница.“*

Друг извештај, спроведен во рамките на Советот на Европа од Групата специјалисти за разновидност на медиумите, носи наслов: „Улогата на медиумите во промоцијата на општествената стабилност, со посебен осврт кон медиумите на заедницата, кон локалните и кон малцинските медиуми“, а подвлекува дека јавниот сервис и комерцијалните радиодифузери не можат да ги задоволат потребите на маргинализираните и на неповластените општествени групи во државите членки на ЕУ. Оттаму, овој извештај посочува дека: медиумите на заедницата се важен чинител за општествената стабилност и за развојот на граѓанската свест, посебно за малцинските етнички заедници и за бегалците; предлага легислативата да овозможи правен амбиент за развој на овој вид медиуми, така што рамноправно ќе ги вклучи во дигиталното комуникациско опкружување, но да воспостави и фондови за поддршка на секторот.

Во 2005 година донесена е одлука за формирање на - Европскиот форум за медиумите на заедницата – CMFE, како мрежа од експерти и работници што ќе ја координираат политиката во полза на овие медиуми. Во 2007 година Форумот е официјално воспоставен како невладина организација, а досега се има развиено како мошне широка европска мрежа национални медиуми на заедницата. Оттогаш е во непосредни контакти и во консултации со Комисијата на Европската Унија, и има статус на набљудувач во Советот на Европа. По ова, во 2006 година повторно е воспоставен и - AMARC Europe - Светското здружение на медиумите на заедницата. AMARC е вклучен и во консултациите со Меѓународната телекомуникациска унија (ITU) во врска со политиките што ја засегаат радиодифузната инфраструктура.

7. Споредбена рамка

Општо земено, на тема: состојби и развој на медиумите на заедницата во Европа, можат да се издвојат следниве основни карактеристики:

- добро воспоставен сектор со политика на поддршка, со одржлив модел на работа што вклучува силна финансиска поддршка – Франција и Холандија;
- добро воспоставен сектор со политика на поддршка, но со минимална државна финансиска поддршка – Велика Британија и Ирска;
- средно ниво на секторска поставеност со недоволна политика на поддршка, без државно финансирање – Шпанија и Шведска;
- ниско ниво или неразвиен сектор, со ограничувачки политики и без какво било државно финансирање: Чешка, Словачка, Грција;

Велика Британија

Офком, британското регулаторно тело за медиуми, има воспоставено четири основни критериума за добивање долгорочна дозвола за „радио на заедницата“:

- *општествената цел и пристапот до неа;*
- *програмската понуда;*
- *вреднувањето на програмата и мерливоста на нејзините резултати;*
- *начинот на финансирање и сопственоста;*

Описно, потенцијалниот носител на дозволата за радио на заедницата треба да даде детален опис на планот за остварување одредена општествена цел, треба да ја докаже одржливоста на медиумот како непрофитен, достапноста до публиката на одредено подрачје од негов примарен интерес, вклученоста на таа заедница во програмата на радиото, како на пример - вклученост на хендикепираните луѓе и на маргинализираните заедници.

Типични примери за непрофитното радио / радиото на заедницата во Британија се: **Takeover radio** во Лестер - првото радио за деца во Британија, потоа **Деси радиото** на заедницата од Лондон што зборува пенџапски јазик, **Резонанса ФМ**, радио од централен Лондон што негува експериментална музика, уметност и култура, потоа **Радио Саунд** што емитува програма на повеќе од 15 јазици што се зборуваат во лондонската општина Хакни, или, пак, **Гласот на Африка**, источнолондонското радио на африканската заедница од овој регион.

Сите наведени примери се непрофитни радија на заедницата и имаат законски ограничен дострел на радио сигналот од 5 километра. Радиостаниците не смеат да бидат во сопственост на поединци и мора да бидат организирани како непрофитни. Дозволено им е, под наведените услови, 50% од финансирањето да го обезбедуваат од комерцијално рекламирање строго ограничено на локалните пазари каде што ја бараат својата целна слушателска група, а другите 50% од спонзорства, од донации, од грантови, од партиципација на слушателите, и од други (главно - добротворни) активности за зголемување на фондовите. Дополнително, Владата има создадено Фонд за радиото на заедницата, со годишен износ од половина милион фунти. Фондот е раководен од посебно тело составено од претставници на Офком, од комерцијалните радиодифузери и од граѓанското општество.

Франција

Споредбено на ниво на ЕУ, Франција има најголем број локални, непрофитни радио станици на заедницата. Најзабележителна карактеристика во француската легислатива е нивото на државната поддршка за овој вид медиуми: 20 отсто од финансиите произлегуваат од комерцијалното рекламирање, но главниот извор на финансии е – Фондот за радиото (Fond de soutien à l'expression radiophonique), формиран во 1982 година. Извор за Фондот е таксата од рекламните приходи на комерцијалните радиодифузери, а се користи за отпочнување на радиото, за надградба на опремата, и за општи трошоци. Предност при финансирањето имаат проекти со кои се подобрува стручноста на вработените и на волонтерите во овој вид радија, а други иницијативи се во доменот на образовните и на културните програми, пред сè за подобрување на програмата со обработка теми од локално значење: промоција на општествената стабилност, антидискриминација и практични совети и мерки за локален развој.

Холандија

Со просечен поединечен годишен буџет од околу 40 илјади евра, во Холандија функционираат повеќе од 300 радија на заедницата. Имаат заедничко претставничко тело – ОЛОН (Organisatie van Lokale Omgoeren), формирано во 1981 година, и самото делумно финансирано од државниот буџет за медиуми, од кој, пак - годишниот буџет за радиото на заедницата изнесува околу 470 илјади евра. Другите извори за финансирање, холандските медиуми на заедницата ги имаат од членарина и од донации, а процент земаат и од сумата за дозволи на комерцијалните медиуми.

Ирска

Радиодифузната комисија на Ирска одржува политика на силна поддршка за радиото на заедницата. Радиостаницата мора да биде во сопственост на непрофитна организација, а програмата мора да биде ориентирана исклучиво кон целната група на која ѝ служи. Финансирањето е слично со она на Британија – 50% од комерцијални реклами придобиеени на стриктно лимитиран локален пазар, а потоа: членарина, доход од услуги, донации од заедницата, општи активности за зголемување на фондот, и спонзорства. Во процесот на лиценцирање предност имаат радијата на заедницата што емитуваат програма на ирски јазик, како и можностите на програмата отворена пред сè кон домашниот, ирски талент за музика, за драма, за забава.

Белгија

Локалната независна радиодифузија е воведена во периодот од 1981/82 година, во француските и во фламанските региони во Белгија. Одредени јавни фондови за радиодифузерите се достапни преку грант што го доделува Фондот за поттикнување креативност преку радио (Fonds d'aide a la Creation Radiophonique), а опсегот на финансиска поддршка му е мошне широк и тежнее да промовира новаторски програми за радио во најширока смисла, без конкретна и јасна одредба за промоција на радиото на заедницата како општествен сектор во целина.

Споредбена табела:

Држава	Број на станици	Клучни извори на финансирање	Карактеристики
Белгија	7 радија на заедницата: 4 холандски, 3 француски; дополнително - 4 француски студентски	- волонтерска работа; - донации / претплата; - годишен, варијабилен процент од приходите за реклами на јавниот	- силен развој во последните 10 години; – проблеми со финансирањето и со

	<p>радија; - ФМ (ограничен предавател од 15 w) или online;</p>	<p>сервис и на комерцијалните радиодифузери; - Фонд за медиуми на француски јазик при Министерството за француската заедница;</p>	<p>одржувањето на опремата;</p>
Франција	<p>- некомерцијални радија: на заедницата, студентски, промоција на културни и уметнички проекти;</p> <p>- повеќе од 600 медиуми – ФМ и/или online;</p>	<p>- делумно од државен буџет наменет за Фондот за поддршка на радиото: грантови за нови станици – главно за старт и за опрема; грантови за обновување опрема; грантови за основни трошоци; грантови за посебни проекти – тренинг на вработените, работа со млади, размена искуства со други радиодифузери, и др.;</p>	<p>- децениски долг развој; - поднесуваат годишен извештај до CSA - регулаторното тело за медиуми; - правила за процентуален распоред на содржините во програмата, главно ориентирана кон образовна функција;</p>
Ирска	<p>- 15 радија на заедницата; - 5 радија на „заедници од интерес“ = 3 студентски + 1 христијанско +1 на ирски јазик;</p>	<p>- адаптиран е пристапот на Ofcom, британскиот регулатор: максимум 50% финансии од еден извор на финансирање;</p> <p>- два државни гранта: The BCI Sound & Vision – за поддршка на производство програмски проекти (главно документаристички) поврзани со автентичната култура и јазик на Ирска; државни грантови за волонтерски организации и за организации на заедницата;</p> <p>- волонтерска работа; - претплата; - комерцијално рекламирање ограничено на 6 минути по реален час, исклучиво на регионот покриен со сигнал; - добротворни акции за зголемување на фондовите за финансирање; - процент од школарината за студентските радија;</p>	<p>- тематски фокусиран на ирскиот јазик и автентичната ирска култура: образование, обуки и активност на волонтери;</p>
Холандија	<p>- околу 300 радија на заедницата; - околу 70 студентски радија; - 90% емитуваат програма online;</p>	<p>- 1 евро годишно по семејство од радиодифузната такса; - нема ограничување на можностите за финансирање; - комерцијалните реклами ограничени на 12 минути по реален час; - спонзорство;</p>	<p>- „Трет сектор“, добро етаблиран во комуникацискиот систем, дел од структурата на националниот буџет за медиуми; - тематски исклучиво посветен на интересите на</p>

		- донации;	заедницата што им е непосредна публика, активно вклучена во развојот на програмата;
Шпанија	- над 100 радија на заедницата; - локални/општински над 700; главно online;	- поддршка од локалните и од регионалните власти; нема ограничувања за рекламирањето, но тешко привлекуваат комерцијални клиенти; мошне зависни од волонтерска работа;	- големиот број се должи на претходно со децении постојни – „слободни радија“ сега без официјални лиценци; подложни на згаснување поради тешкотии со финансирање;
Шведска	- повеќе од 1000; - 150 радија на заедницата; - 850 – религиозни, студентски и етнички; - FM и online;	- донации; - волонтери; - мали грантови од локалните власти;	- бројни, но финансиски слаби и зависни од поддршка на локалните власти;
Велика Британија	- околу 200 радија на заедницата; - студентски – околу 100; - речиси сите – online; - ограничен опсег на емитување – во радиус од 5 км, со 25 w предавател во град, и 50 w предавател за рурални средини;	- околу 50% од грантови за јавно финансирање, со посебен – Фонд за радиото на заедницата; другото од донации и од рекламирање; - Фонд што го доделува Советот за уметности; - Фонд од Министерството за одбрана за радијата за воената заедница; - спонзорства; - донации (на пример од религиозни или од етнички групи); - претплата; - студентските радија се финансираат од процент за школарината; - клучна е улогата на волонтерите;	- детални годишни извештаи до Ofcom; - критериуми за дозвола: - <i>детален програмски концепт посебно насочен кон точно одредена заедница;</i> - <i>идентификација и промоција на можности за вработување;</i> - <i>промоција на општествена стабилност;</i> - <i>поддршка на локални настани важни за одредена заедница;</i> - <i>поттикнување општествена дебата и слободно изразување општествен став;</i> - <i>образование и тренинг за членовите на заедницата;</i> - <i>запознавање со правата и обврските на општинските власти кон заедницата;</i>

8. Иднината на медиумите на заедницата

Истражувањата за медиумските политики низ Европа, покажуваат дека најдобрите практики вклучуваат прифаќање на медиумите на заедницата како формален „трет сектор“, за кого критериумите на успешна функционалност подразбираат: отворена програма чии содржини ја мотивираат заедницата на која ù се обраќаат да се однесува како активна публика со свои практично профилирани општествени интереси. Се покажува дека е најуспешен моделот што се темели врз мешовит извор на финансирање, со вклучена континуирана и обновлива државна поддршка.

Основните компоненти на општествената средина што делува поддржувачки кон медиумите на заедницата се однесуваат на поголеми општествени потреби за демократски медиуми, вклучително и силно граѓанско општество, основна уставна и законска рамка што ја штити слободата на изразувањето и на новинарската независност, како и на независноста на регулаторот и транспарентноста на процесот при создавање комуникациски политики. Во смисла на законската регулатива, мора да се воспостават еднакви услови за распоред на фреквенциите меѓу јавните, комерцијалните и медиумите на заедницата. Во оваа смисла, од посебно значење е преминот на дигитално емитување.

Користени материјали:

- *Developing the “Third sector”: Community Media Policies in Europe*, Kate Coyer et Arne Hintz;
- *AMARC (2007) Community Radio Social Impact Assessment: Removing Barriers, Increasing Effectiveness* (http://www.amarc.org/documents/books/AMARC_evaluation_book_June-10_2007.pdf;
- *European Parliament and the Council (2002) directive 2002/20/EC on the authorization of electronic communications networks and services (authorisation directive)*, O.J. 24.04.2002. I 108/21.
- *European Parliament and the Council (2002) directive 2002/22/EC on universal service and users' rights relating to electronic communications networks and services (universal service directive)*, O.J. 24.04.2002. I 108/51.
- *Recommendation 173 (2005) on regional media and transfrontier cooperation by the congress of regional and local authorities in the Council of Europe; and recommendation Rec (2007)2 of the Committee of Ministers to Member states on media pluralism and diversity of media content;*
- *Kleinsteuber, H. (2005) Community Radio in Germany;* http://www.iren-info.org/fileadmin/dokumente/Community_radio_in_Germany.pdf;
- *London community radio, Coyer (2005) and Coyer, Downmunt, and Fountain (2007). Development of community radio in the United Kingdom, Lewis and Booth (1989) and Coyer (2005).*
- *Ofcom (2004a) The Licensing Process* (http://www.ofcom.org.uk/radio/ifi/rl/commun_radio/#content;
- *Licensing Community Radio* (http://www.ofcom.org.uk/radio/ifi/rl/commun_radio/#content;
- <http://www.bci.ir>;
- <http://www.csa.fr/multi/independant/independant.php?l=uk>;
- *International Approaches to Funding Community & Campus Radio, Final Report - Submitted to the Canadian Radio-television and Telecommunications Commission March 31, 2009*
- <http://www.crtc.gc.ca/eng/publications/reports/radio/connectus0903.htm#c11>