

INNKALLING TIL KONFERANSE OM NÆRRADIODRIFT

Konferansen holdes i Trondheim 24. og 25. november.

Oppmøte i RV-radioens lokaler i Prinsengate 14 lørdag 24. november kl. 10⁰⁰.

Det innkalles en representant fra hvert partidistrikt der det planlegges å starte nærradiodrift. SK dekker reiseutgifter for vedkommende.

Dersom noen partidistrikter ønsker å sende flere til konferansen, så er det i orden, men reiseutgifter dekkes ikke av SK.

Ta med sovepose.

Dagsorden:

1. Redaksjonell linje-profil-programidder.
2. Nærradioene sin rolle i partiets prop/agit arbeid.
3. Behov for teknisk ytstyr/vising av utstyr og bruk av utstyr i RV-studioet i Trondheim/råd om kjøp av utstyr.

Se vedlegget "Ein del førebels tips om nærradiodrift til dei nye RV-radioane".

NB: Det advares på det sterkeste mot store beslutninger om kjøp av utstyr før konferansen. Der vil mange få verdifulle tips.

4. Finansiering av nærradioene.

Se kort notat, samt kopi av to artikler i KK.

5. Organisering og rutiner ved radiodrift.

Se vedlegget "Ein del førebels tips...."

Forberedelsesnotater til punkt 1 og 2 vil bli sendt ut seinere, men i god tid før konferansen..

Vel møtt.

Kort notat om hvordan skaffe økonomisk grunnlag for nærradioen.

1. Første bud er gratisarbeid, dugnad, skaffe ting gratis, billig, få låne utstyr. * Dette må strekkes til det ytterste.

2. Når det gjelder finansiering, så må den deles i 2 deler

a. Penger til helt nødvendige investeringer.

b. Penger til den løpende drifta.

Det vanskeligste vil normalt være å løse punkt b, det lange løpet.

3. Investeringer

a. ~~De xxxxxx~~ For en radio med en del sendetid, trengs det en form for studio.

Et fast sted der radioen holder til, kan nås på telefon og der den sender fra. Et slikt sted trenger opp-pussing ~~xxxx~~ og sikkert et studio med bedre lydisolering enn normalt. Det er vel vanskelig å komme unna. Det hele må baseres på dugnad, men materialer koster.

b. Noe utstyr til sending. Her må det som sagt lånes, fås billig osv.

~~xxx~~

Disse to sakene er hovedsakene når det gjelder investeringer.

4. Driftsbudsjett:

a. Senderutstyr, årlig leie til Televerket for en sender: kr. 38.000,-

b. Linjevekslerutstyr kr. 19.700,-

kr. 57.700

Dersom det er * 10 stasjoner som deler på en sender, så blir det kr. 6000,- på hver. Dersom RV-senderen sender noe mindre enn snittet, så blir det en forholdsmessig mindre del på ~~xxxxxxx~~ oss.

c. Linjeleie fra studio til Transmisjonssentret.

kr. 37,50 pr påbegynt 200 m når kortere enn 1000 meter.

kr. 93,- pr påbegynt 500 m når ~~xxxxxxx~~ lengre enn * 1000 m.

Jeg går ut fra at det ikke er aktuelt å sende på egen sender noen av de stedene der vi har fått konsesjon.

Linjeleie for * 2000 meter blir da pr. år: kr. 1532,-

d. Husleie. Må være billig, billig....

e. Strøm, telefon: f

f. Musikkavgift: pr. år: 1000-1500

~~Driftsinntekter:~~

Driftsinntekter

Som det framgår blir det svært vanskelig å drive en nærradio med regelmessige sendinger av et visst omfang for mindre enn 10.000 kr. pr år. Ergo må det skaffes så store inntekter også. Inntektskilden som peker seg ut er frivillig lisens, dvs at de som hører på radioen også betaler for det. RV i Trondheim skriver i sitt notat at de drar inn en frivillig lisens på 100 kr. fra ca 200 personer.

Men det må i tillegg stilles opp andre inntektskilder.

For å få en god og realistisk diskusjon om finansiering på konferansen, forutsetter det at dere straks begynner å jobbe med hvordan dere skal skaffe inntekter til radioen, og hvordan dere kan gjøre driftsutgifter (og investeringer) så små som mulig.

Ein del førebels tips om nærradiodrift til dei nye RV-radioane.

Teknikk:

Om studicsamarbeid: Generelt bør ein stå på svært god fot med samarbeidspartnarane om slikt samarbeid skal gli godt. Felles utstyr, platearkiv etc. stiller store krav til koordinering med hyppig møteverksemd.

Om utstyr: I studio trengs ein stereoradio (tuner + receiver), og gode høytalarar, som ikkje bør krevje for mye plass. Hodetelefonar og moderne kassettspealarar. Studiomikrofon (type kondensator m/ spenningsforsyning.) AKG er eit bra og rimeleg merke, pris omkring 2.200 kr. AKG-forhandlar er Feiring Elektronikk i Oslo, spør etter Nymoen. Det bør vere to kassettspealarar, ein av dei må ha autorevers, slik at han kan gå kontinuerleg 1½ time på ein c-90-kassett. Spelarane bør vere relestyrt, dvs. med touch-kontrollar. Trondheim Radio RV (heretter kalla TRV) har Denon DR-M2/M3. To spolebandopptakarar trengst og. I tillegg: to lette, reindrivne platespealarar. Dette fordi dei må vere oppe i full hastigheit i løpet av 1/4 omdreining. (Radio Ung i Oslo har fått agenturet for ein svenske med namn Eckhardt som spesialierer seg ppå nærradioutstyr. Han har m.a. bra platespealarar til ca. 1.000 kr. pr. stk.)

Mixar: Ved monosending har samme Eckhardt ein Fostex 350 til omkring 8.000 kroner. TRV har denne og er førebels ikkje interessert i stereo (Televerket tek seg som kjent svært mye betre betalt for stereo-sending.)

I felten brukar TRV kun kassettspealarar . Det beste her er å skaffe Sony Professional Walkman. Ca. kr.3.000 pr stk frå grossist, som er ASEC i Oslo. Enda billegare blir det om nokon skal på handletur til England.... Mikrofonalternativ: AKG D125 frå Feiring. TRV spelar over alle uteopptak på spoleband når dei kjem inn.

Om plass og studiooppbygging: De treng 3 rom: Kontor, studio og kontrollrom. Kontrollrommet treng god plass, ca. 20 kvm, elles blir det jævlig fort kaos. Kontoret bør kunne samle 10-15 til møte.

Lyddemping av studio kostar snaut 15.000 kroner i materiale. Det må

byggast eit rom inni rommet, med tung steinull i golv, lett i veggar og tak. Til demping inni rommet, må det limast porolon på sponplater. Ein kan godt ha gardiner langs veggane, for porolon ser jævlig trist ut. I taket: Akkuvov, som er vanleg brukt i kontor. Det er steinull med vevd glassfiberduk. På golvet: Tjukt heildekk-teppe.

Andre tekniske punkt: Det må vere ein linjeforsterkar mellom linja frå Televerket og mixaren. Ein må ha eit intercom-opplegg mellom studio og teknikk, t.d. med lampe som lyser når folk er på lufta/opptak, og eit hodetelefon-opplegg slik at programleiar kan få meldingar frå teknikk under sending. Det trengst og eit telefonoverdrag, som koplør telefon til mixar slik at ein t.d. kan lage direkte-sendte telefon-program.

OBS.: Nærradiostasjonane får fritak for NPK-avgift ved kjøp av alt opptaksutstyr/band/kassettar, etc. (Moglegvis og for mixaren.)

Organisering:

Det som er viktig å få sving på med ein gong, er sekretærfunksjonen. Å sikre dei daglege rutinene, som post osv. Politisk er det viktig å desentralisere ansvar, med like stor vekt på begge orda. TRV understrekar eit punkt sterkare enn noko anna: Å drive nærradio er omtrent som å fly. Alt må sjekkast og dobbelsjekkast. Disiplin i staben er uongjengeleg naudsynt om ikkje resten av staben skal bli drepne av slit etter kort tid. Derfor er det ikkje plass til folk som flippar ut i nærradio-arbeidet. Folk må halde frister på minuttet, og vere hundre prosent til å stole på. Eit viktig hjelpemiddel er å lage sjekklister for alle funksjonar, i alle fall til ein blir så rutinert at sjekkinga går av seg sjølv. Eit ~~drø~~ frå TRV er lagt ved. RadiOrakel er ein stasjon som har skodd seg på å gi program-medarbeidarane skikkeleg opplæring i teknikk. Det er ein viktig lærdom. Journalistar som tek opp intervju med Dolby støyreduksjon og spelar av utan er lite verd i ein nærradio. For øvrig følgjer vedlagt ein nyttig stensil på 40 sider som er laga av RadiOrakel. Der er mange gode tips å hente.

Folk: Ein sirkanoem er omkring 10 folk for å lage 3 sendetimer i veka. TRV har etter kvart vakse seg større, men det kan likevel vere nyttig å kikke på organisasjonsplanen deira, som og følgjer med. Eit par kommentarar til skissa: Ansvarleg redaktør har møte med dei ansvarlege for kvar sending ein gong i veka, deretter har kvar av desse møte med sine respektive medarbeidarar. TRV kjører både program- og teknisk-kurs for å lære opp nye folk som kjem til. For øvrig kan det vere mye å lære av andre som driv nærradio, om det finst i nærleiken. Det er viktig å ha tenisk kyndige folk som har greie på elektronikk og kan handtere ein loddebolt.

Når det gjeld platetinging, har mange nærradiostasjonar hittil fått plater av sleksapa. Denne praksisen kan bli stramma inn no, med så mange nye konsesjonar. I alle fall kan stasjonane få kjøpt frå grossist for ca. 20 kr.stk.

Det berbare utstyret er eit problem. Det viser seg at folk tek dårleg vare på det som ikkje er deira eige. Derfor kan det vere lurt at

RV-radicen kjøper inn frå grossist og sel vidare til folk slik at dei brukar sitt eige utstyr på jobb.

Plassering: TPV meiner det er ein stor fordel at radioen ligg sentralt på staden.

Sendestart: Ta raskt til med direktesendingar. Det krevjer mye mindre ressursar enn "Hermetiske" program.

Gunstige sendetider: Det beste er om ein enten kan sikre seg eit "belte", dvs. sende til somme tid fleire dagar i veka, eller ein "klump", t.d. rundt helga.

Det beste beltet er tida frå kl.22.30-24.00 om kvelden. Da når ein ikkje minst ungdommen. Fredag og laurdag kveld er det og god sendetid utover natta. Søndag morgon frå 9.30-11.30 er ei god tid. Kåseri i staden for morgonandakten kl.11.00 er eit populært alternativ som mange skur over på.

Laurdag ettermiddag frå 14.00 og utover er ei svært god tid, og mange hører og på radio søndag mellom 16.00 og 18.00.

Morgonsendingar frå kl.6.00-8.00 på kvardagar når arbeidsfolk.

Er det stor konkurranse mellom konsesjonshavarane på sendaren, kan det vere lettast for oss å få sendetid i helgene. (Ikkje alle er like idealistiske som oss...)

Programinnhald:

1. Telefonintervju m/øvrigheita fell alltid i god jord. Slike intervju kan ein ta opp korskemhelst det finst ein telefon, t.d. i arbeidstida om ein har telefon på jobben.. (PadioFV-folk bør ha med seg kassettspelear og mikrofon rundt omkring så mye dei kan. Stoff dukkar stadig opp.)

Ved telefonintervju: Sett alltid i gang bandopptakarane frå første stund, det er fullt lovleg. Vurder heller etterpå om du skal sende stoff som objektet vegrer seg frå.

2. Viktig å vere til stades når og der ting skjer, aksjonar etd, få med alle hyl og vml. Direktesending/reportasje frå kommunestyret er populært. Lyttarane blir sjokkert over kor mye dumt politikarane seier. TPV hadde masse bråk da dei sette i gang med dette. No har dei fått fullt gjennomslag, m.a. etter at borgarpressa støtta dei i kampen. (Politikarane var redde for kryssklipping osv.)

3. Debatt om aktuelle tema: Det blir best radio om ein slepp til ulike oppfatningar. T.d. er det ingen ting i vege for å ha Fr.p. i studio i ein debatt om innvandringsstoppenax.

4. Kåseri og meningsytringar er populære, så framst dei er laga med sikte på å virke underhaldande. Tron Øgrim sine ~~skandalar~~ kåseri har vore sendt med god respons også på TRV.

5. Lag gjerne stoff frå andre stader om det er eksklusivt. T.d. ringte TRV straks til Mosse-jenta som hadde vore tilstades i Nord-Irland da det siste plastkule-ofret fall.

6. På laurdagsnatta har TRV hatt god respons på politiske spørre-program med bok/platepremiar. Helst med spørsmål som gjer at lyttarane lærer noko nytt og derfor heng med, av typen: Sia verdskrigen har to land brukt leiker med sprenglegeme som våpen. Kva for land? (Svar: Israel og Sovjet)

7. Driv gjerne reklame for kulturarrangement, med tid, stad og kanskje pris. Det er godt stoff.

Målgruppe: I Trondheim er TRV d-n største nærradiceen, dvs dei har flest lyttarar iflg opinionsundersøking i mai. Blant ungdommen er derimot den konservative studentradiceen størst. Grunnen er ganske enkelt at dei kjører konsekvent listepop. Alle undersøkingar viser at det er einaste måten å trekkje til seg all ungdom på. TPV har ikkje teke opp konkurransen. Dei har alle unntatt dei aller eldste som målgruppe. Nøkkelordet er å lage spennande og variert nærradio. Knytte til ser ekspertane på roggae og gammalrock og punk, dei som skriv gode kåseri, samgrupper som t.d. homofile osv. Det kan kanskje å lage program utan at dei har konsesjon sjølve.

Oppbygging av sendetida: TPV brukar ganske nye direktesendingar, m.a. fordi det sparar ressursar. Eit "hermetisk" program på ein time kan ta 5-6 timer å lage om det er mye reportasje-redigering etc. RadiOrakel har for føvrig laga eit kurshefte for nærradio som inneheld mange nyttige tips, m.a. om intervju-teknikk.

(Intervju blir svært ofte for lange. Tommålfingerregel på TRV:

KJedelege intervju: Maks 3 minutt.

Middels: 5-7 minutt.

Gode: 10-15. Gå aldri over 15 minutt!

Det kan vere farleg å binde seg til for mange faste postar. Ein står friare med ei magasininform der lyttarane på førehand veit kva for type program som kjem, men ikkje stort meir. TRV har innslag som ungdomsmagasin, damenes hjørne, bruktnarknad på telefon, fast kinospalte med kritikk og delvis m/intervju med publikum, portrett med kjente og ukjente osv.

KLASSEKAMPE

Reklame- debatten

Vi er mot reklame i nærradio og lokal-fjernsyn. Ikke først og fremst fordi det setter «pressemønstret» (dvs. en del dårlige DNA-aviser) i fare. Heller ikke fordi eter-reklame vil skape større «kjøpepress».

Vi er mot eter-reklame fordi den vil monopolisere nærradio og lokal-fjernsyn. Den vil føre til at noen få stasjoner (de største nåværende pluss storavisene) vil sope inn mesteparten av annonsemidlene, bli stadig

«bedre» og skvise de idealistiske småstasjonene fullstendig.

Reklamen vil gå til de stasjonene som får flest lyttere. Den vil dermed skape et press i retning av rein kommersialisme, listepop og lausprat. Stasjonene vil bli mer og mer like. Langslets hensikt med å oppløse NRK-monopolet var å skape en håndfull kommersielle sendere. Men vi er for å ta statsråden på ordet. Vi vil ha mangfold og demokrati i eteren.

Reklame vil ikke skape mangfold og likhet mellom ulike stasjoner. Det vil skape det motsatte.

Langslets ustoppelige påstand om at reklame er eneste realistiske finansieringsmåte er dessuten en bløff. Klassekampen samler inn sin «egen pressestøtte». Ifjor kom det inn 700.000 kroner på denne måten. Det er nok til å drive flere nærradiostasjoner. Hvis lytterne vil ha nærradio må de også finne seg i å betale for den.

Stasjoner med tilknytning til organisasjoner eller fasttømrede grupper kan klare seg godt. Det er ikke noe økonomisk problem for fagforeninger i Oslo å gå sammen og finansiere en stasjon. En form for statlig og kommunal støtte, for eksempel i form av prosjektstøtte eller stipendordninger, er sjølsagt mulig (som i alle andre medier og kunstarter).

Alle disse ordningene krever idealisme og gratisarbeid i tillegg. Men er det ikke nettopp idealismen og gratisarbeidet som har skapt mangfoldet i nærradioen?

Ansvarlig redaktør: Sigurd Allern

Utgitt av Klassekampen A/S, Boks 83 Bryn, Oslo 6
Dagsavis for Arbeidernes Kommunistparti (m-l).

• 2 års prøvedrift før reklamen slippes fri i eteren er ønskeoplegget for de store aviser. Det vil riktignok gi NRK konkurranse, men i all hovedsak fra de konservative monopolavisene.

• 1. september går høringsfristen for Kjølsutvalgets innstilling ut. Og dette utvalget gikk (sjølsagt) inn for reklame.



Reklamefri nærradio vil gi større muligheter for de små som Radio Immigranten (bildet). FOTO: PAUL BJERKE

«Adgang til reklamefinansiering vil etter min mening skape rensligere forhold og større LIKHET enn de fleste andre finansieringsformer, samtidig som det forebygger den avhengighet som kan bli følgen av «skjult» støtte», skriver Lars Roar Langslet i Aftenposten lørdag. Langslet tar feil, og veit det nok.

★ Av PAUL BJERKE

For de idealistiske, tildels progressive stasjonene, innvandrerstasjonene, organisasjonsradioen vil bare få smuler av de reklamemidlene som fins – og som ingen vet hvor store er. Nesten alt vil gå til de sterke, populære stasjonene. Og særlig til de store annonseavisenes radioer. De har kontaktene og kan dessuten tilby svært gunstige reklamepakketilbud. Det er nemlig anerkjent som svært effektivt å kople ulike medier i reklamekampanjer.

I dette spillet har Oslo Faglig Radio, Radio Immigranten og Forbundet mot rusgift ingenting å hente. De må fortsatt tære på gratisarbeid, dugnad og organisasjonenes små midler.

Mens de stasjonene som kan håve inn reklamepenga, vil bli «bedre», mer profesjonelle, mer populære og få flere reklamepenge. Så de kan bli enda «bedre». Og følge det som presseforskninga kaller «den positive opplagsspiralen». (Denne effekten er forøvrig omstridt. I dag er det vanlig å legge større vekt på at storavisenes posisjon simpelthen skyldes at de er AVISA i distriktet,

som folk snakker om og refererer til. Men også dette vil sjølsagt bli det samme i etermediene.)

Gave til avisene

En to-årig reklamefri forsøksperiode og så full rulle med Freia og Lilleborg vil være det aller gunstigste for de rike avisene som kan bruke millioner i forsøksperioden i påvente av reklame. Mens eksisterende, uavhengige stasjoner som Radio Oslo og RadiOrakel stadig må leve fra hånd til munn. Når så reklamen kommer, vil avisradioene stå klare: Ferdig etablert og populære. Og andre som vil inn på markedet, må slå seg gjennom et etablert lytemønster. All erfaring viser at et nytt mediums mønster legges i startfasen. Seinere endringer er vanskelige å få til.

Reklame har ikke skapt likhet for pressa, tvertimot må Staten årlig yte betydelige tilskudd for å holde liv i nummer-to-avisene. Hvorfor skulle det bli annerledes i radio og TV? Reklamefinansiering vil altså aldeles ikke føre til likhet som Langslet hevder. Dagens ordning skaper mye mer likhet. For det er tross alt begrensa hvor mye penger Aftenposten kan bruke på en radio. Derfor er det i dag større muligheter for idealister og dugnadsradioer å konkurrere. Reklameforbud gir større rom for Oslo Faglige Radio og Radio HUM.

Renslig?

Reklame skal altså være så mye rensligere enn dagens forhold. En sak er at annonsører fortsatt vil ha makt over det redaksjonelle produktet. Men vil legal reklame stoppe sponsinga som storparten av nærradioene driver med i dag. Nepp. Pressa har reklame

idag, men med unntak av de aller største avisene (og Klassekampen) drives det en utstrakt kopling av annonser og redaksjonelt stoff. Fra rein tekstreklame til alskens «temabilag» og «reiselivssider» og «restuarantspalter»). Sponsinga og de «urenslige» forholda vil følgelig fortsette.

TV

TV er mye dyrere enn radio. Derfor vil færre ha mulighet til å drive sendinger av betydning. Det mest aktuelle er helt lokale produksjoner i borettslaget eller boligområdet. Disse kommer til å bli drevet på rein amatørbasis, svært billige. Få vil være interessert i reklame. Mer omfattende lokalfjernsynssendinger ser ut til å bli øyeblikkelig monopolisert av kabeleierne eller kretser som står kabeleieren svært nær. Reklamefinansiering vil bare styrke denne monopoliseringstendensen. Hvem vil for eksempel annonsere i Klassekampens sendinger på Janconettet når de kan annonsere i Janco's egne sendinger på gunstigere sendetider. En annen sak er at ingen vet hvor mye penger det ligger i lokal TV-reklame. Uansett er det neppe nok til å finansiere en skikkelig lokal-TV-kanal noe sted i landet.

Et landsomfattende TV2 er noe helt annet. Et riksdekkende TV2 er et reit politisk spørsmål. Det kan neppe bli snakk om mer enn en eller to kanaler utover den vi har. Og da er organiseringa og eierforhold, som MÅ fastlegges av Stortinget, mye viktigere enn om kanalen skal ha reklame eller ikke. Men hvorfor kan ikke lisensen økes? 50 prosent høyere TV-lisens gir nok penger til en ny kanal. Som likevel utmerka godt kan ligge utover NRK.

Opposisjonen

I samme nummer av Aftenposten rykker en av nærradio-pionerene, Jens Brun-Pedersen i Radio Oslo ut mot en tafatt opposisjon: «Takket være en blanding av latskap og handlingslammelse hos den politiske opposisjon på Stortinget, går det vel i retning av reklame som eneste realistiske finansieringsmulighet i fremtiden.»

Brun-Pedersen er svært skeptisk til nærradioens framtid: «I Oslo er jeg redd for at vi om noen år vil ha to eller tre dominerende nærradioer, mens resten vil utgjøre en underskog som nesten ingen hører på».

Full klaff

Det er fare for at han har rett. Fra Arbeiderpartiet og utover venstresida har tafatheten i mediapolitikken vært øredøvende. Mens Langslet har kjørt sitt løp taktisk mesterlig. Nå er Senterpartiet og Kristelig Folkeparti i ferd med å akseptere reklame. Ved en borgerlig valgseier i 1985 er Høyres medieprogram fullført. NRK har fått konkurranse, men de reelle konkurrentene er kapitalsterke, konservative storavisere som skaper seg egne lokale mediamonopoler.

Det eneste som kan hindre dette er en virkelig mediaoffensiv fra venstresida bygd på monopolmotstand, reit mangfold og reklameforbud, en offensiv som peker ut reelle alternative finansieringsmåter. Og dessuten er opptatt av hva kanalene skal inneholde. Men noen sånn offensiv har vi liten tro på, dessverre. Særlig ikke fra Arbeiderpartiet som roper om «kaos i eteren» (det var enklere da det var en kanal, ikke sant?) og nok en gang bekrefter sin plass i mediepoltikkens 8. divisjon.