

## Häfte 2

# *Kompendium i hur man gör radioprogram och poddar*

## i Community Media

Ett utbildningsmaterial från



© NRO och Ragnar Smittberg 2004, 2009, 2021  
Version/upplaga 3, 2021-10-31



## Community Media – möjlighet och mångfald!

### Förord till tredje upplagan 2021

Från monopol 1979 till allemansmedia 2021. När närradion startade 1979 bröt man Sveriges Radios radiomonopol och nya åsikter kunde förmedlas via nya aktörer och nya radiokanaler. Men det var då fortfarande reglerat via lagar och fick bara spridas över en geografisk kommun. 2018 kan vem som helst starta en radio- eller video/TV-kanal utan tillstånd och utan stora kostnader nå hela världen. Och det finns så många och fler blir det hela tiden.

I detta läge är det innehållet ("content") som blir avgörande om man ska få lyssnare och tittare. Ett ämne och tema som lockar målgruppen att ta del av samt att framförandet är bra och proffsigt.

Under årens lopp har närradion och de öppna kanalerna, en del av Community Media, genom sina ideella medlemmar skaffat erfarenheter och kompetens om hur man gör bra program. Detta vill vi dela med oss till alla de som funderar på att starta en egen kanal.

Närradion var och är en åsiktradio, inga krav på att balansera innehållet på ett objektivt sätt, så som det åligger public service. I detta nya material ger vi också tips på hur man bäst når ut med sitt budskap i förhållande till den målgrupp man vill nå. Hur använder man de sociala medierna på bästa sätt? Hur identifierar man sin målgrupp? Vilken kanal ska jag använda? Vilken teknisk utrustning behöver jag och hur hanterar jag den?

Samtidigt bjuder det nya medielandskapet på många nya problem som gäller värderingar. Många av de demokratiska värderingar som genomsyrat media är inte längre självklara, av okunnighet eller av medveten illvilja. I det nya medielandskapet kan man driva vilka åsikter som helst och medvetet driva falska nyheter (fake-news) och desinformation. Därför har vi i denna nya upplaga skrivit mer om värderingar och om fakta och källkritik, åsikter och medveten desinformation.

Eskilstuna den 31 oktober 2021  
Ragnar Smittberg.

### Förord till andra upplagan 2009

När NRO nu ger ut andra upplagan av sina utbildningskompendier så kan vi notera att det under fem år har hunnit hända mycket inom medierna. Medieplattformarna har genom utvecklingen på Internet och mobiltelefonerna blivit så många fler. Många närradiostationer sänder över Internet och kan plötsligt avlyssnas i hela världen och inte bara över den lokala kommunen. Genom mobila bredband kan en radiomottagare fånga upp både FM-sändningarna och webbradiosändningarna. En del närradiostationer kompletterar sina sändningar med TV/rörlig bild via webben. EU parlamentet har påpekat värdet av civila medier (community media) som drivs av ideella organisationer (ibland kallad "tredje sektorn") som ett komplement till public service och de kommersiella medierna. NRO har påbörjat ett samarbete med radiostationer i Norden och Europa. NRO driver också att det måste ske lagändringar som kan underlätta för närradions fortsatta utveckling. Vi kommer sannolikt att få se en hel del fortsatta förändringar också de

närmaste åren.

I detta snabbt förändrade medielandskap har närradion **fortfarande tre stora konkurrensfördelar**

- 1) vi speglar och informerar om det lokala samhället, det nära samhället som lyssnarna fortfarande vill höra om, speciellt när andra medier av ekonomiska skäl inte orkar med detta
- 2) vi engagera det civila samhället, de ideella organisationer, de ideella krafterna. Vi fångar upp vanliga människors engagemang i mediefrågor.
- 3) vi har en redan upparbetad kompetens inom radioområdet; det tar faktiskt tid att lära upp och vidmakthålla bra och lyssnarvärda radioprogram och all teknik som följer med detta

I den nya upplagan har vi gjort behövliga justeringar (t.ex. lagändringar) och förbättringar. Häfte tre, om radioteknik, är ordentligt omarbetat med hjälp av Anders Hultman i närradion i Stockholm, och innehåller nu också avsnitt om t.ex. webbradio.

*Tack till alla som bidraget!*

Eskilstuna den 9 april 2009  
Ragnar Smittberg

### **Förord till första upplagan 2004.**

Närradion är i antal studios och sändande människor den största rundradioformen i Sverige. Det är en radioform som ger stora möjligheter att skapa program för olika lokala behov och som därmed också hjälper till att spegla mångfalden i det svenska samhället. Det är en radioform som ger intresserade människor chans att utveckla sitt medieintresse. För att stimulera till fortsatt utveckling har NRO tagit fram detta utbildningsmaterial. Det bygger på en version som finns i Radio Eskilstuna. Idéer och texter har också hämtats från Radio Sydväst i Stockholm, Radio Skellefteå och Studentradion i Lund. Materialet består av

Materialet består av 4 olika häften:

### **Start häftet: Handbok i att starta Community Media: hur man når ut med sitt budskap i mediebruset**

- 1. lagar, avtal och regler**
- 2. hur man gör radioprogram och poddar**
- 3. teknik och redigering av video- och ljudprogram**

Häftena fungerar både som

- Handböcker med fakta
- Arbetsböcker där deltagarna/läsarna kan fylla i själva
- Idébok där vi i mindre stil har behållit hur närradion i bl.a Eskilstuna är upplagd



Den här symbolen markerar en arbetsuppgift att fylla i enskilt eller tillsammans i gruppen. Tänk på att *ni kan köra er utbildning som studiecirkel* med detta material som studiematerial! Ta kontakt med ert studieförbund! Ni kan också välja att lägga upp undervisningen på t.ex. tre olika kurser.

Detta utbildningsmaterial tillhandahålls från NRO i form av datafiler eller i exemplar som sedan kan kopieras lokalt. Kostnaden är 50 kr/häfte eller datafil. Varje närradioförening eller sändande förening kan

sedan, om så önskas, göra lokala justeringar efter sina förutsättningar och därefter ”printa” ut det och trycka det på billigaste sätt på sin egen ort. Föreningar som inte tillhör NRO, skolor m.fl. som önskar använda det, kan köpa det efter kontakt med Ragnar Smittberg, adress enl. nedan.

Vi tar gärna emot förslag till förbättringar. Mejla till [ragnar@etuna-km.se](mailto:ragnar@etuna-km.se) Eller skriv till Ragnar Smittberg, Olórin, Nygatan 21, 632 20 Eskilstuna. Tel. 016-144370. Detta gäller förstås också om du upptäcker rena felaktigheter!

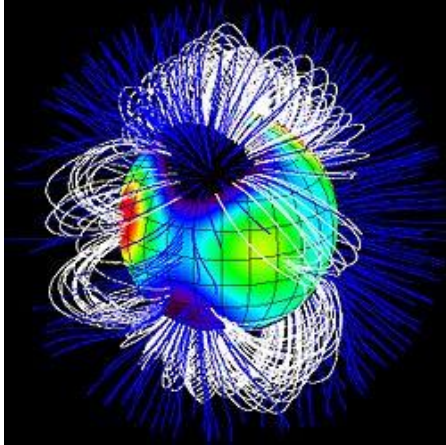
**Läs mer om NRO på webbsidan [www.nro.se](http://www.nro.se)!**

Eskilstuna den 21 mars 2004.

Ragnar Smittberg

## Innehåll i häfte 2.


- 1) Basics för radioproducenter, sid. 5
- 2) Skapa ett radioprogram, sid. 6
- 3) Behärska språket, sid. 13
- 4) Gör reportage och intervjuer, sid. 16
- 5) Gör jinglar! sid. 19
- 6) Lyssna och lär! sid. 21
- 7) Skaffa kunskap om radio via nätet/Internet, sid. 24
- 8) Internationell utblick, sid. 25
- 9) Radiohistoria, sid. 27
- 10) Ord, begrepp och förkortningar, sid. 31



# 1. Basics för radio och poddproducenter

*Ordet "radio" kommer från latinet och betyder "stråla". Elektromagnetiska vågor som strålar ut i etern/luften. Radion är det i särklass mest använda mediet i Sverige! Betydligt mer än tidningar och TV. Genom nätet ökar hela tiden antalet ljudpoddar.*

*God radio strålar ut till lyssnarna när radioproducenten förmår använda de...*

 **4 nyckelorden: ljud, bild, känsla och förväntan**

**Radio är LJUD**

- \* alla former av ljud
- \* en god radiomakare använder olika typer av ljud för att skapa bilder, känslor och förväntan hos lyssnaren

**Radio ska skapa BILDER hos lyssnaren**

- \* inre bilder, som en god bok skapar egna bilder hos läsaren
- \* jfr bok - film, radio - TV

**Radio ska skapa KÄNSLOR hos lyssnaren**

- \* musiken skapar sina ljuva eller stimulerande eller nostalgiska känslor
- \* talet (rösten) skapar engagemang, nyfikenhet, spänning, förväntan
- \* jinglar etc. förstärker känslan och innehållet
- \* talet ger information och kunskap

**Radio ska skapa FÖRVÄNTAN**

- lyssnaren vill stanna kvar, vill höra mer, bli nyfiken





## 2. Skapa ett radioprogram

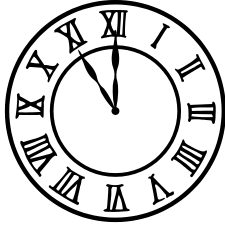
Exempel på olika typer av radioprogram:

- Flödesradio: jämnt flöde av musik, med kort snack emellan, klockan är, kanske trafikinfo etc
- Infotainment: blandning av information och underhållning, mycket musik
- talk radio: bara prat mellan programledare och gäster eller telefonare; ibland provocerande
- samhällsprogram: belyser vad som sker i samhället, gäster i studion om detta, debatter
- dokumentärer: mer ingående och fördjupat om olika saker, reportage, intervjuer
- debattprogram
- medvetna påverkansprogram: i i poddar och i närradio t.ex. att övertyga lyssnarna om en viss åsikt eller vinna folk för vissa aktiviteter; att sända gudstjänster kan sägas vara en sådan form
- telefonväkteri: folk får ringa in och ställa frågor och påverka programmet
- radioteater
- kulturprogram

Det finns många olika slag av radioprogram och ditt radioprogram/podd ska naturligtvis passa in i det format som ljust din radiostation och din förening vill ha! Många närradiosändningar är ett slags ”flödesradio” kombinerat med ”**infotainment**”.

Då gäller följande principiella upplägg:

1. introduktion av själva programmet, ofta en startjingle
2. inledning, vem som sänder, berätta om vad som kommer i programmet, skapa förväntan
3. innehållet kommer i lagom ”doser”; ha stolpar, stödord eller ett välläst manus
4. blanda:.....
  - a. Info om musiken
  - b. Prat om tema
  - c. Jinglar
  - d. Reklam/infojinglar
  - e. Reportage
  - f. Musik
  - g. Gäster i studion
  - h. tävling
  - i. Hälsningar
  - j. Mer musik
  - k. etc...
- 5) försök knyta ihop musikvalet med teman eller reportage eller gäst i studion etc
- 6) avslutning, vem som varit med, vad som kommer nästa gång (förväntan!), stationsbeteckningen, hur man hittar er på nätet (ev. avslutningsjingle).



Tänk dig en klocka där du lägger in de olika avsnitten i lämpligt antal minuter!  
Start 2 minuter, låt nr 1 3,7 minuter etc. Reklam/info ska gå omkr. kvart i, tävling 9 minuter över etc.

**Detta kan bli en generell programmall enligt nedan:**

**Introjingle**

Hej och välkommen till ..... i Radio/i podden ..... Dagens programledare är:.....  
Idag ska det bl.a. handla om .... och ni kommer att få höra .....

***Låt nr 1***

**Prata om:**

***Låt nr 2***

**Prata om:**

***Låt nr 3***

**Lämplig jingle  
direkt på nästa ....**

***Låt nr 4***

**Prata om:**

***Låt nr 5***

**Prata om:**

***Låt nr 6***

**Prata om:**

**Ev. Reklam/infojingle**

***Låt nr 7***

**Prata om:**

***Låt nr 8***

**Prata om:**

**Avslutning:** Tack för idag. Vi som har varit med heter..... Nästa gång ska vi.....  
Du har lyssnat på programmet..... i Radio/i podden ..... från föreningen..... Efter oss  
följer nu.....

*(Kom ihåg reglerna för hur man ska börja och sluta program i närradion, se häfte 1!)*

**Några viktiga kom-i-håg:**

Programmets målgrupp är (vi talar och sänder till dom, vi sänder inte för oss själva!):

Programmets huvudtema/inriktning är:

Tänk på att hellre ha för många skivor framplockade (eller tilltänkta på datorn) och utvalda än för få!



**Vilka typer av radioprogram/poddar sänder ni i er förening? Vilka typer av radioprogram sänder ni på er närradiostation? Notera nedan!**





## Infotainments 4 ingredienser

*Följer du nedan så gör du ett bra radioprogram i denna stil.*

### 1) Musiken

- Den musikstil som ni valt på er station, i er förening, väl blandat
- Alternativt specialmusik i ett specialmusikprogram eller som anknyter till temat

### 2) Talet

- använd ditt kroppsspråk i studion! Då blir du mer nyanserad och det hörs ut i radion!
- var naturlig och avslappnad - då låter du bäst! Var inte onaturligt hurtig - eller trött och oengagerad eller oinspirerad...
- är ni två i studion: försök ligga på samma "stämningsnivå" i ert snack
- ALLTID: ge info om aktuell artist/grupp: läs på! Sök information!
- ALLTID: tala om vad klockan är (ca en ggr/kvart) och ibland hur vädret är/ska bli
- ALLTID: påa för musik/låtar, reportage och program etc. som kommer senare
- MER INNEHÅLL: hämta smånotiser från aktuella tidningar, böcker, ordspråk etc.
- MER INNEHÅLL: ha ett tema som du pratar om med anknytning till programmet
- MER INNEHÅLL: ha reportage, hälsningar, kommentarer, tävlingar, intervjuer och/eller gäst i studio *med knytningar till er profil, ert tema*
- ALDRIG: tala INTE om personliga saker (att du är trött, kommit upp sent, personliga relationer etc.) som inte har med programmet att göra; det riskerar att bli "tjafs" och "kaffeprat" - det är inte sådant man vill höra i radio!
- och har du inget vettigt att säga: låt musiken fortsätta!
- "ava" och "påa" på rätt sätt! Du är enligt lag skyldig att minst en gång/timme säga er stationsbeteckning (se häfte 1). Men det är också marknadsföring av oss!! Påa och ava med: programnamn+stationsbeteckning +vem som ska/har sänt. ALDRIG enbart programnamn!!

### 3) Jinglar och annat ljud

- radio är ljud - av alla slag!
- använd era olika stationsjinglar, övergångsjinglar etc
- du kanske måste *köra informations/reklamjinglar varje timme* enligt gällande rutin
- gör egna programjinglar och jinglar till olika delar av programmet
- använd ljudeffektskivor (ev. från datorn) som bakgrund och effekter; ha musik som bakgrund

### 4) Tempot och rytmen

- programmet ska vara tajt och smidigt med jämna ljudnivåer
- gör snygga övergångar mellan tal, musik och annat ljud
- det ska (normalt) vara genomgående högt tempo (men beror förstås på programinnehållet)



## Ingredienserna i ett nyhetsinslag

- **Påa**  
Påan ska ge en antydning om vad som hänt och göra lyssnaren nyfiken på resten av historien
- **Kort intervju**  
Ett kort och slagkraftigt uttalande ur en intervju om ngt som berör lyssnaren och som kanske framställs med en engagerad och upprörd röst
- **Prata**  
Förklarar och ger bakgrunden
- **Åsikt**  
Kommentar till de fakta som reportern ger
- **Ava**  
Kort sammanfattning av det hela, vem som var inblandad etc



## Ingredienserna i en dokumentär

Dokumentären har ett bestämt ämne och tema. Reportaget är ett givet inslag där du själv finns på plats och berättar dina iakttagelser. Miljöljud från det som det hela handlar om förstärker det hela och ger ett intryck av äkthet. Det handlar nästan alltid om fördjupning och fakta och kräver därför ordentlig research. Ofta belyser man det hela från olika synpunkter och låter olika personer komma till tals. Dokumentären ska helst beröra lyssnaren, hjälpa lyssnaren att förstå, vidga vetandet! Körtemat skulle kunna se ut så här:

- **Påa**  
Påan ska klart ange vad dokumentären går ut på. Ibland kan man börja med några ord eller ljud från något reportage i dokumentären som skapar förväntan och nyfikenhet.
- **Reportaget**  
Reportern ute på fältet som målande beskriver vad det hela handlar om. Gott om miljöljud! Människor som intervjuas!

- **Fördjupa!**

Förklara och ge bakgrunden. Kompletterande information om sakförhållanden. Blir ofta bäst om flera programledare ger informationen, gärna en manlig och en kvinnlig röst.

- **Ge synpunkter**

Vinkla det hela ur olika synpunkter. Kanske gäster i studion eller en inspelad kommentar. Kanske ”telefonare” med en eller flera på linjen. Kanske debatt. Kanske spela upp något ur reportaget igen: ”Man sa så här, vad tror ni om det?”

- **Sammanfatta**

Viktig del i dokumentären. Hade man olika åsikter, sammanfatta detta. Berätta gärna igen vad ni själva står i denna fråga.

- **Ava**

Vem som var inblandade, kanske att man kan skriva in synpunkter på en webbsida, kommer det något liknade framöver etc. Producerat av radiostation/förening... (stationsbeteckning etc.!!)



**Notera normala körschemat för ert radioprogram/podd!**



## Checklista för radioprogram

Använd denna checklista i början av era sändningar - så får ni in rätt rutin från början!

### FÖRE PROGRAMMET

- klargör: vad vill vi med detta program? vilken är målgruppen?
- dags för några nyheter i programmet, förnyelse?
- klart med tekniker och övriga medarbetare
- klargör när ni ska träffas före programmet och vem som tar ansvar för vad
- skissa huvuddragen i programmet: tema, snack, reportage, intervjuer, ljud och jinglar, musik
- lägg in trallor för andra program
- gör ev. reportage
- redigera ev. reportage
- förhandskontakta ev. sådana ni vill ringa upp
- gör klart skivlista
- plocka fram aktuella skivor/CD
- titta i dina anteckningar: ngt du skulle komma ihåg från förra gången som gör programmet bättre?
- notera ner programmet i rätt följd och vad som ska sägas: körschemat!
- informera teknikern om programmet (ge programlistan!) om du inte själv står bakom mixerbordet
- se till att teknikern har fått ev. bandade inslag eller tala om var i datorn dom finns

### UNDER PROGRAMMET

- börja och sluta exakt tid
- om vi lämnar över till annan station: säg ngt om detta!
- tala tydligt och naturligt; var dig själv!
- tänk på att "reffa"(om det är ditt ansvar)
- lägg in reklamspottar om ni sänder reklam
- börja och sluta alltid med "du lyssnar/har lyssnat på /programnamn/ + stationsbeteckningen
- sluta dessutom med att säga vilket program som kommer efter

### EFTER PROGRAMMET

- ställ i ordning i studion! lägg tillbaka skivor/CD! plocka bort anteckningar, papper, flaskor etc
- notera /om du fick byta/ dag, tid och programnamn på referensbandet och sätt det på sin plats (eller motsvarande rutin i er studio)
- notera vad som var bra/dåligt! utvärdera!
- gör redan direkt efter programmet grovplaneringen för nästa
- lyssna på (egna) referensbandet: bra/dåligt?
- lyssna på vad andra säger om ditt/ert program: bra/dåligt?
- lämna ev. skivlistan på avsedd plats; skriv/justera ev. den
- om du/ni går sist från studion: kolla att ni tänkt på säkerhetsrutinerna!



### 3. Behärska språket!

*Några viktiga generella regler:*

- Stå gärna upp när du talar
- Använd kroppsspråket, gör gärna gester bakom mikrofonen: lyssnarna ”hör” det!
- Andas med magen! (som operasångare!)
- Träna och förbered pratet (smaka på, ”sjung upp dig”) i studion mellan musiken eller inslag då du inte själv ligger i sändning

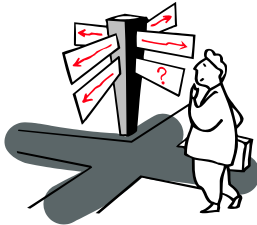


**Vi kan sammanfatta detta om rösten så här:**

- 1) Stå upp, tänk på andningen (lugnt, djupa andetag), tala med hela kroppen, rör på läpparna (träna före med ramsan ”minne, manna, monne”)
- 2) Var säker på det du säger, du ska *låta* säker! Tänk dig att *du är bäst!*
- 3) Våga gå vidare även om du råkar säga något fel
- 4) Undvik onödiga ord, undvik byråkratspråk, undvik svåra ord, undvik talspråkets ”typ”, ”va”, ”liksom”
- 5) Upprepa gärna fakta och sammanfatta gärna i slutet av programmet eller intervjun
- 6) *Påverka med rösten:* du får inte låta uttråkad! Är du glad blir lyssnarna glada, skrattar du så börjar lyssnarna skratta, gråter du kommer lyssnarna att gråta.... *Kommer ihåg att du skapar bilder och känslor hos lyssnaren!* Träna betoningar!! Variera gärna tempo och röstnivåer.
- 7) Lär dig hur man informerar och ger fakta. Då ska din röst vara mer neutral!
- 8) Lär dig på/ava och lär dig att tala i musikintro och outro!
- 9) Ha ett glas vatten tillhands! (men inte på mixerbordet...)



**Träna din radoröst! Gör övningar tillsammans i gruppen, t.ex. läsövningar med olika betoningar beroende på innehållet. Sätt upp ett skynke mellan den som talar och ni som lyssnar – ge varandra synpunkter! Låt samma person läsa samma sak flera gånger tills ni tycker att det är en bra nivå.**



## **Att undvika resp tänka på i radiosändningar.**

*Här har vi samlat några av nybörjarnas vanligaste fel. Därför noterar vi att man ska....*

### *Undvika i talet att...*

- \* säga aaaa, eeeee, ööööö, åå, (om flera i studio, avlös varandra i snacket!)
- \* läsa innantill från färdigt manus (såvida du inte är ordentligt påläst så att det blir naturligt); men ha gärna "stolpar" att hålla dig till!
- \* för ofta säga ordet "låt" (ex. "å nu kommer låten") - låt musiken bara komma!
- \* säga "nu kommer det info/reklam"; "detta var några ord från våra sponsorer" (låt info/reklamen bara komma utan kommentarer!)
- \* megahertz (MHz): säg bara aktuell frekvens (t.ex. 92,7 eller FM 92,7)  
säg "varför ringer ni inte", "men ring nu då" (är det ingen som ringer så upprepa telefonnummer; ringer ingen, låt saken bero!)
- \* kommentera inte varandras ev. fel ut i etern
- \* kommentera normalt inte ev. tekniska fel ut i etern
- \* kommentera inte/säg inte att det är "flamsigt", kör en ny låt direkt istället!
- \* håna eller ironisera över saker, den som ringer etc.
- \* prata för mycket om "egna" killar/tjejer (intresserar inte andra!)
- \* tala illa om andra stationer (t.ex. MIX Megapol, pingstkyrkan, finska sändningarna)
- \* använda svordomar

### *Tänk på i talet att...*

- \* prata tydligt och tillräckligt högt!
- \* gärna använda ett tema och berätta i början vad programmet ska handla om
- \* uppehålla spänningen: säg vad som snart ska komma
- \* ha gärna musik i bakgrunden, då gör det inte så mycket om det blir avbrott i snacket en stund
- \* om inget vettigt att säga: 1) ava/påa enbart 2) kör en jingel 3) kör två låtar i rad
- \* tips vad säga: 1) ge info om aktuell artist 2) tala om vad klockan är och hur vädret är/ska bli (dock ej om det är ett inspelat program) 3) vilken musik/låtar som kommer senare 3) hämta smånotiser från aktuella tidningar 4) ha ett tema som du pratar om

- \* vara tydliga i tävlingar (vad gäller det, vad vinner man) och upprepa gärna tävlingsreglerna
- \* om tävlingen gäller ett musikstycke, låt den ligga i bakgrunden när lyssnaren svarar
- \* vara korrekta när det gäller uttal av utländska namn (grupper etc)
- \* säga programnamn + stationsbeteckningen, speciellt i början och slutet av programmet
- \* i slutet säga vem som medverkat samt vilket program som närmast följer!

### *Undvik i tekniken att...*

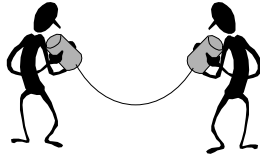
- \* ha för hög musik till för lågt snack!
- \* glömma slå på/dra upp regeln till mikrofonen (testa FÖRE vilken mick som gäller)
- \* lägga ifrån sig mickar så att det hörs etern (dra ner regeln snabbt!)

### *Tänk på i tekniken att...*

- \* hålla **jämna** nivåer (titta på hur nivåerna slår på skalan!)
- \* **ej gå över "nollan"** på mätinstrumentet (dvs ej in på det röda), då "distar" det
- \* hellre lite högre nivå på talet jämfört med musiken
- \* CD-skivor ofta är inspelade kraftigare än vinylskivor (parera!)
- \* intervjukassetband ibland behöver justeras med diskant eller bas



**Ge exempel på vanliga nybörjarfel som ni märkt i er studio!**



## 4. Att göra reportage & intervjuer

Ett radioprogram, oberoende av ”sort”, blir ofta mer allsidigt och spännande att lyssna på om det också innehåller intervjuer och reportage.

Här får du några praktiska tips och sedan en checklista inför intervjun.

*Förbered dig ordentligt!* Du måste veta vad du vill och du måste sätta in dig i ämnet så att du kan ställa bra frågor! Skriv ner dina frågor, ev. som ”stolpar”! Ägna tid åt detta! Bra förberedelser är halva jobbet!

Leta rätt på en *bra plats för intervjun*. Den ska vara relativt tyst och bekväm för både dig och dem du ska intervjua. Försök undvika för mycket buller och för mycket blåst! Vill du spela in bakgrundsljud så kan du göra det före eller efter.

*Tänk på mikrofonavståndet:* nära både dig och den du ska intervjua. Det är bra om du har en rundtagande mikrofon, då slipper du att föra mikrofonen fram och tillbaka (ger lätt skrapljud).

Försök att *få den du ska intervjua att slappna av*. Var själv så naturlig och avslappnad som möjligt – då slappnar den andre också av! Håll ögonkontakt och lyssna på vad den andre säger! Tänk på att ge ”tyst” respons: nicka, le, frågande blick etc – då fortsätter den andre att prata. Du kan också själv förstärka: ”Det där låter intressant, kan du förklara närmare!”

*Berätta själv vart du står* och berätta lite om miljön runt omkring dig, du ska skapa en bild för lyssnaren! ”Jag står här i Thomasgymnasiets matsal, närmare bestämt i matkön, och jag känner lukten av dagens lunch: currysåsen känns nästan ända ut i stora hallen....”

Låt gärna personen *presentera sig själv!*  
”Här hittar jag:.....”

Ställ frågor som gör att den andre *måste berätta lite mer*, inte bara säga ja/nej.  
”Varför valde du att gå samhällsprogrammet?”

*Var lyhörd.* Stirra dig inte blind på dina förutbestämda frågor. När han/hon berättar så kanske du får svaren och då kan du fortsätta framåt i intervjun. Tänk på att det bör vara tvåvägskommunikation! Berätta lite om dig själv (du kan klippa bort detta senare om du vill)! Det ska vara ett SAMTAL!

*Undvik ledande frågor:*

”Visst tycker du om kåldolmar?” -> som i de flesta fall bara ger ett bekräftande svar

Ställ istället frågorna så att den som intervjuas kan ge ett EGET utförligt svar:

”Idag kan man här på bespisningen välja mellan kåldolmar och fisk: vilket väljer du?” med uppföljningsfrågan: ”Varför väljer du detta”

*Spela gärna in lite ”för mycket”.* Det gör ingenting om det blir ”fel” frågor och ”fel” svar - du kan alltid redigera och korta ner i datorn! Låt intervjubandet/disketten rulla på hela tiden även om det blir fel eller en längre tystnad! Låt bandet rulla även en stund efter intervjun – då kanske du får de bästa svaren och kommentarerna!

Avsluta med att säga:

”Detta är Anders Andersson, i Thomasgymnasiets matsal, för lunchradion. Åter till studion.”





## Checklista för intervjuer

1. Vad är SYFTET med intervjun?
  - vad är det som kan intressera lyssnarna?
  - varför vill jag göra denna intervju?
  
2. Sätt dig in i frågan/ämnet ordentligt!
  - vem vet? Kompis? Lärare?
  - var kan jag hitta information? Internet? Biblioteket?
  - har radio/TV/tidningar gjort motsvarande?
  - har någon hos oss gjort motsvarande tidigare?
  
3. Ställ samman frågor och försök ordna dem logiskt!
  - tänk på att lyssnarna ska förstå både dig och den du intervjuar!
  - Vem, när, varför, varifrån, hur, hur mycket??
  
4. Bestäm tid med den/dem du ska intervjuja!
  - vill de ha frågorna i förväg?
5. Kolla/boka reportagebandspelaren (om utanför studion):
  - batteri så att det räcker
  - kassettband
  - minidisc etc
6. Kom själv i tid till intervjun (om utanför studion)!
7. Starta bandspelaren, kolla ljudnivåerna! Var medveten om vilken typ av mikrofon som du använder (riktad, rundtagande, åtta??)
  
8. Försök skapa en god atmosfär där/när du intervjuar, var vänlig och trevlig och öppen: då öppnar sig den du ska intervjuja
9. Gör DIN inledning beskrivande: situationen, stället, vem du ska intervjuja och varför; ev. kan du få med miljö ljud!
10. Ställ frågorna:
  - gör gärna första frågan så att svaret kan bli uttömmande!
  - enkla och korta frågor som kräver mer än bara ja/nej-svar
  - var beredd på följdfrågor!
  - *lyssna på den du intervjuar!! då kommer kanske frågor o svar automatiskt!*
  - *Du sa tidigare... Kan du utveckla detta?*
  - vinkla frågorna så att ämnen belyses från olika håll; var opartisk!
  - se upp med "ledande" frågor!
  - Provocera "lagom" om det behövs!
11. Sammanfatta gärna direkt med den du intervjuar eller sammanfatta själv i programmet. Gör ev. egna anteckningar direkt och/eller tala in dina noteringar på bandet!
12. Tacka och dela ut information/folder om radion och tala om när intervjun ev. kommer att sändas!

Användandet av olika typer av reportagebandspelare behandlas i häfte 3.



## Skissa på en programidé!

*Nedan följer några ledord när du/ni ska skissa på en ny radioprogram/podd idé. Fyll i nedan eller använd rubrikerna i en egen skrivning. Ge ditt/ert förslag till stationsansvarig.*

- 1) **Sammanfatta** i några få meningar vad programmet går ut på
  
- 2) **Målgrupp?** - till vilka lyssnare vänder sig programmet? ålder? typ av människor? lämplig tidpunkt för att nå dessa?
  
- 3) **Programinnehåll?** beskriv mer ingående vad som ska ingå i programmet! beskriv också musikslag!
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
- 4) **Programmall/körschema?** beskriv översiktligt hur programmet ska läggas upp, i vilken ordning innehållet ska komma. tidslängd på programmet?
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
- 5) **Programmedarbetare?** vem ska vara tekniker, vem ska prata etc (obs - ni bör vara minst tre medarbetare så att någon kan vara borta utan att programmet "faller")
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
- 6) Ska programmet gå **live eller vara inspelat?** ange förslag på tider för live, inspelning - sändning.
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
- 7) **När** ska programmet gå? Ange förslag som passar dig/er (många tider kan dock vara uppbokade...)
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
- 8) Förslag till **namn** på programmet:

**Inlämnat av:**  
**Telefon:**

**Datum:**



## 5. Gör jinglar!

Jingel är ett sammanfattande namn på korta ljudmeddelande. Ofta innehåller de både musik, tal och annat ljud. Jingeln framhäver att radio är ett ljudmedia som kan innehålla alla typer av ljud. Jinglar kan delas in i

- Stationsljud: ett spec. ljud för just er station/förening/kanal
- Stationsjingel: ljud + er stationsbeteckning
- Programjingel: ljud + namnet på just ert program
- Trailer/tralla: en kort påa för kommande program, ofta ett kort avsnitt från programmet
- Reklamspott: en kommersiell annons
- Ljudlogga: ett ljudkännetecken för ett företag
- Informationsspott: ett informationsmeddelande om något som händer i er förening
- Förstärkningsjinglar: korta färdiginspelade ljud typ skratt, applåder, fanfar, burop etc.

En bra radiostation ser till att man har en tydlig ljudprofil som går som en röd tråd genom alla program. Det hjälper till att marknadsföra kanalen och hjälper lyssnaren att känna igen kanalen.

Att göra jinglar är ett sätt att LEKA med ljudet, att lära sig hur man kan uttrycka sig med ljud. Moderna ljudprogram har ofta ett stort antal olika ljud förinspelade som man kan använda. Man kan köpa särskilda CD-skivor som innehåller åtskilliga variationer på ljud. Man kan hämta olika ljud från internet, både gratis och efter betalning. Men framförallt: man kan själv göra olika ljud i studion och spela in detta.

Har ni duktiga musiker i er station/förening så kan de säkert hjälpa till med att skapa bra musikljud åt er eller hjälpa till att spela in färdiga musiksnuttar. Man bör helst inte ha stationens/förenings vanliga programröster i jinglarna. Prata med era vänner som kan ha en bra radoröst och be dem tala in olika meddelanden. Kom ihåg att skådespelare brukar ha bra röster och veta hur man kan modulera rösten på ett bra sätt. Skaffa er en "röstbank"!

Den typiska jingeln innehåller

- Startljud: så att man "vaknar till": klirr, krasch, fanfar, musikcrescendo
- Kort talat budskap typ: lyssna på...., namnet på kanalen, produkten som ska säljas
- Bakgrundsljud: som ligger som en "matta" i bakgrunden av talet
- Ljud som knyter an till budskapet: reklam för café och man hör kaffekoppsklirr + röstsorl
- Avslutningsljud: ska helst förstärka budskapet

Viktigt att komma ihåg är att få jämna ljudnivåer i jingeln. Detta kan man arbeta med i ljudredigeringsprogrammet som vi ska lära oss mer om i häfte 3.

Gör ni reklamspottar på er närradiostation? Här har vi hämtat några tips från MTG:s hemsida.

## 7 steg till bra radioreklam

De sju stegen bygger på marknadsundersökningar som visar vilken typ av budskap som ger bäst resultat hos de som lyssnar, det vill säga dina kunder

Tips och råd utifrån erfarenheterna av MTG Radio's kampanjeffektmetningar sedan 2004:

1. Var så tydliga som möjligt i budskapet
2. Ha gärna med ett konkret erbjudande i budskapet
3. Gå rakt på sak - krångliga inte till det med långa historier långt från ämnet (produkten/budskapet)
4. Använd gärna musik för att förstärka kommunikationen - skapar "rätt" känsla hos lyssnarna
5. Bra humor som är nära kopplad till produkt och budskap går hem hos lyssnarna...  
...men kan också förstöra kommunikationen
6. Med en klar och tydlig radioproduktion kan helt nya varumärken få en bra start i radio vid lanseringen
7. Nämn avsändaren/varumärket flera gånger - gärna första gången redan i början av spoten



**Har ni jinglar i era program och på er station? Lyssna och notera!**



**tiden:**

**Notera behov av nya jinglar av olika sorter som ni skulle vilja göra inom den närmaste**



**Sänder ni radioreklam? Gör ni era egna reklamspottar? Är ni nöjda med kvalitén?**



## 6. Lyssna och lär!

*Ett mycket bra sätt att få bättre program är att lyssna på referensbandet (eller spela in på egen kassett, USB-minne) och notera bra/dåligt. Låt gärna andra lyssna och be dem om kommentarer! Följ upp bl.a....*

### Egen programuppföljning

Programmet: .....datum:.....

#### 1) INNEHÅLL-----

1.1. Fanns det en "röd tråd" eller tema i programmet?

1.2 Tycker du att programmet var värt att lyssna på? Om ja - varför, om nej - varför...

1.3 Vad gillade du musiken? Fanns det kopplingar mellan musiken och talet?

1.4. Vad gillade du innehållet (snacket)?

1.5 Var programmet omväxlande/blandat (t.ex. snack-musik- intervju-reportage-nytt tema) och var det bra rytm/tempo?

1.6 Hur uppfattade du rösterna från programledarna? Lättsamt, tydligt, nervöst, lugnt, sakligt, hackigt, snabbt, naturligt, konstlat etc

1.7. Hur uppfattade du språket som användes? Lättbegripligt, svårbegripligt, svordomar, bra svenska, dålig svenska, bra betoningar etc. Var det något som stötte dig eller som du tog illa upp av?

1.8 Påade man för sådant som skulle komma senare i programmet och/eller i kommande program (skapade spänningar och förväntan?)

1.9 Fanns reklam/infojningar och förutbestämda inslag (t.ex. nyheter av olika slag) med?

1.10 Fanns programnamn och stationsbeteckning med i start, under och i slutet?

1.11 Fanns programledare och ev. tekniker nämnda i början och slutet? Påade man för programmet efter sitt eget?

1.12 Angav man telefonnumret till radion rätt?

1.13 Fanns det någon lokal anknytning (t.ex. reportage om ngt i kommunen, nämnt platser, telefon med folk som bor i den egna kommunen, hälsningar, nyheter etc.)? Fanns det anknytning till er egna förening?

1.14 Vad tror du att programmet går ut på, vad är programidén? Vilken målgrupp kan programmet antas ha?

1.15 **Sammanfatta** vad du tycker om innehållet samt ev. andra kommentarer (använd baksidan)!

## 2) TEKNIKDELEN-----

2.1 Hade programmet jämna nivåer mellan prat och musik?

2.2 Hur lät ev. telefonintervjuer?

2.3. Hur lät ev. reportage?

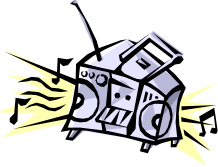
2.4 Var det bra/jämna övergångar mellan tal och musik? Tog man chansen att prata i låtens intro?

2.5 Fanns det tillfällen när man hörde talet dåligt pga av för hög musik i bakgrunden?

2.6 Använde man jinglar och bakgrundsljudeffekter?

2.6 **Sammanfatta** vad du tycker om tekniken samt ev. andra kommentarer (använd baksidan)!

**Sammanfatta totalt** i några ord: *detta bör du/ni fortsätta med (för det är bra) och/eller tänka på (för det är sämre)!*



## Lyssna på andras radio och poddar - och lär!

Tag dig tid lyssna på andra radiostationer/poddar och lär dig av hur dom gör radio! Du kan göra något annat samtidigt - ha på radion i bakgrunden men var observant på nedanstående frågor!

***Framförallt ska du fundera på: vad kan jag lära mig av detta när jag själv håller på med radioproduktion?***

Var speciellt OBS på:

- a) deras "ljudlogga", stationsljud
- b) hur ofta säger dom sitt kanal/stationsnamn/poddadress?
- c) hur ofta gör dom reklam för egna radioprogram, sk "trallor"?
- d) har programmen egna startjinglar?
- e) får du veta vem som sänder och vem som är tekniker?
- f) hur tycker du att deras övergångar mellan olika former av ljud är?  
(t.ex. tal-musik, ljud i olika reportage)
- g) vad tycker du om reklamjinglarna i reklamradion?
- h) vad tycker du totalt sett om innehållet?
- i) vad tycker du om rösterna?

Lyssna t.ex. på

- 1) P1 i cirka en timme; denna timme bör innehålla en längre eko-sändning (t.ex. mornar; mellan 16.45 - 17, mellan 17.45 - 18.10)
- 2) Radioteater (ofta i P1). Där kan du lära dig mycket om hur rösten påverkar dina mentala bilder och om att lägga in lämpliga bakgrundsljud!
- 3) Sportradion (ofta i P4); där kan du lära dig om tempo och aktualitet!
- 4) P3, valfri tid och program; SR:s ungdomsradio
- 5) En reklamradiostation som du själv väljer, valfri tid
- 6) Poddar med ungefär samma innehåll som ni har

**Mina tankar och funderingar när jag har lyssnat.**

## 7. Skaffa kunskap om radio och poddar via nätet/Internet!

Här får du tips på radiowebsidor att leta vidare på:

**On air:** [www.onair.nu](http://www.onair.nu).

Onair.nu är Sveriges största radioportal.

Här får man de senaste nyheterna om stationerna, oavsett om det är Sveriges Radio, kommersiell radio ("reklamradion"), närradio eller webbradio.

De har också Sveriges mest kompletta frekvensguide - hitta stationerna som sänder i ditt område - samt tusentals länkar till webbradiostationer världen över.

Här kan du också diskutera radio och hitta kontaktuppgifterna till branschen (stationer, myndigheter, reklamproducenter, m.m.)

**Sveriges radio:** [www.sr.se](http://www.sr.se)!

Här kan du lyssna på aktuella program, ladda ner äldre program, läsa om aktuella nyheter och en massa annat.

### Länkar till webbradio

<http://webbradio.org/>

<http://www.radioguide.fm/internet-radio-sverige>

### Snabblänkar till många olika radiostationer världen över!

<http://www.vilkenradio.se/sort/by/index.html>

[http://www.coolstuff.se/Vooni\\_Internetradio?gclid=CPDhx-HK5oCFREVzAodfxG8FA](http://www.coolstuff.se/Vooni_Internetradio?gclid=CPDhx-HK5oCFREVzAodfxG8FA)

<http://www.playradio.se/>

### Länkar till poddar:

<https://brapodcast.se/>

<https://www.radioplay.se/podcast>

<https://poddtoppen.se/>

<https://www.spotify.com/se/>

### Länkar till svensk kommersiell radio:

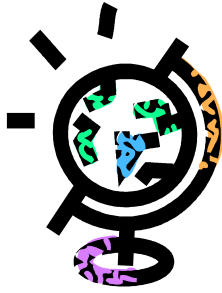
Bauer Media : <https://www.radioplay.se/>

Med bl.a. Mix Megapol, NRJ m.fl

Nordic entertainment group: <https://www.nentgroup.se/>

Med bl.a. RIX FM, Bandit m.fl.





## 8. Internationell utblick

Genom Internet blir närradions arbete och sändningar allt mer internationella och når ut över hela världen. Samtidigt kan det lokala programutbudet få programtips från hela världen. Genom EU påverkas bestämmelserna även i Sverige. För att följa utvecklingen har NRO gått med i organisationen

### **Community Media Forum Europa**

Läs mer om denna på

<http://cmfe.eu/>

I samband med detta togs riktlinjer för hur NRO ska arbeta med dessa frågor:

### **Internationell policy för NRO**

NRO ska i internationella sammanhang verka för

- 1) Erfarenhetsutbyten av olika slag mellan svenska närradioföreningar och liknande förningar i andra länder; detta kan ske via konferenser, brev/email, studiebesök etc. NRO önskar få igång erfarenhetsutbyte lokalt till lokalt och inte bara på det nationella planet.
- 2) att hålla våra lokala föreningar informerade om vad NRO gör på det internationella planet
- 3) Att icke kommersiella radiostationer får goda villkor för sina sändningar: sändningsmässigt, tekniskt, avgiftsmässigt och upphovsrättsmässigt; detta kan betyda att vi ”lobbar” (via uppvaktningsgrupper, arbetsgrupper etc.) tillsammans med andra mot regeringar, riksdagar och myndigheter och mot t.ex. upphovsrättsorganisationer.
- 4) att värna om de ideella värdena och den s.k. ”tredje sektorn” så att den kan utvecklas även inom medieområdet; detta kan också göras via olika ideella rörelser som driver närradioverksamhet i Sverige och som har kontaktnät i andra länder.
- 5) gemensamma utbildningsinsatser /nordiskt och europeiskt/ som stärker icke kommersiell radio
- 6) att det skapas bra webbaserade portaler för icke kommersiell radio

Inom EU pågår en intressant debatt där man allt mer inser värdet av s.k. community media (närradio, lokalradio och lokalTV som drivs av den ideella sektorn). I september 2008 tog man ett viktigt beslut som sammanfattas nedan.

## Europaparlamentet erkänner tredje mediesektorn och uppmanar medlemsstaterna till ett mer aktivt stöd

Inom EU finns idag över 3.000 ideellt drivna icke-kommersiella radiostationer (bl.a. 150 närradiostationer i Sverige) och några hundra motsvarande tv-kanaler (som Öppna Kanalen i Sverige). Dessa radio- och tv-stationer drivs av det civila samhället vid sidan av public servicesektorn och den privata kommersiella mediesektorn.

Parlamentet har idag med övertygande röstsiffror 471-41 antagit ett betänkande som uttalar stöd för icke-kommersiella lokala eller alternativa medier inom EU. Initiativtagare till betänkandet är den österrikiske ledamoten Karin Resetarits (liberalerna). Syftet är att öka mångfalden i mediesektorn och på kulturområdet, och att klart definiera sektorn som en särskild mediegrupp vid sidan av public service- och kommersiella medier.

Parlamentet framhåller att dessa medier bidrar till att stärka identiteten hos särskilda intressegrupper, samtidigt som de lokala medierna ger de personer som ingår i dessa grupper möjlighet att nå ut till andra samhällsgrupper. På så vis kan medierna spela en viktig roll för att öka toleransen och mångfalden i samhället.

Lokala icke-kommersiella medier är även ett effektivt sätt att främja social integrering och lokalt självstyre. De kan vara verktyg för att öka kompetensen hos enskilda personer som arbetar i mediesektorn. Det hjälper dessa personer inte bara till anställningar i mediesektorn utan gynnar också deras självbild och självförtroende.

Lokala medier bidrar enligt parlamentet helt klart till målet att öka medborgarnas kunskap om mediebranschen, särskilt när medborgarna själva blir delaktiga i att skapa och sprida innehåll.

Parlamentet anser att ett mer aktivt stöd till de lokala medierna från medlemsstaternas sida kan vara ett sätt att värna mångfalden i medierna.

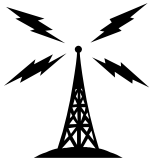
Parlamentet menar att de lokala icke-kommersiella medierna har en svag ställning i Europa genom att de i många nationella lagstiftningar inte erkänns rättsligt. Att lokala medier har en officiellt erkänd rättslig status är viktigt för deras utveckling enligt parlamentet. Utifrån nu gällande bestämmelser bör medlemsstaterna använda möjligheten att definiera regler för vidaresändningsplikten i sin nationella lagstiftning så att dessa omfattar de lokala medierna.

Tillsynsmyndigheterna på EU- och nationell nivå bör enligt parlamentet tilldela de lokala medierna sändningsfrekvenser och se till att de lokala medierna bereds plats i den digitala miljön, även efter övergången till digital sändningsteknik.

Lokala medieorganisationer, som oftast drivs ideellt, har i allmänhet är det ganska ont om pengar. Parlamentet anser att det finns utrymme för att i större omfattning integrera de lokala medierna i EU:s stödstrukturer. Information om hur man ansöker till de program för EU-stöd som redan finns bör spridas via ett europeiskt Internetbaserat system som är särskilt anpassat för de lokala medierna.

Att det saknas omnämningen av de lokala medierna i EU:s handlingar tyder starkt på att sektorn inte har någon kontakt med lagstiftare och tjänstemän på EU-nivå. Parlamentet vill att kommissionen överväger att stödja sektorns deltagande i diskussionerna på EU-nivå.

## 9. Allmän radiohistoria



Ordet radio kommer från latinets "**rad'ius**" = **stråle**

Ordet radio började användas omkr. 1910 i USA istället för "trådlös kommunikation". I Sverige började ordet användas 1913 som beteckning för trådlös sändning/överföring av information, telegrafi, telefoni och rundradio med hjälp av elektromagnetiska svängningar.

Telegrafi (av grekiskans tele=fjärran, grafein=skriva) användes redan på 1800-talet. 1833 gjordes första kommersiella elektriska överföring via kabel av meddelanden i Tyskland. Samuel Morse uppfann Morsealfabetet 1844 Alexander Graham Bell uppfann telefonen 1876.

Första antydning om möjligheten att sända via luften (etern) kom 1842 när amerikanske fysikern Joseph Henry skrev: "en gnista från en Leidenflaska (elektrisk kondensator, glasbägare klädd med metallfolie ut och in) tycks vålla störning i rymd elektriciteten inom en volym av 400 kubikfot och liknar vad gäller ljus som uppstår när man slår flinta+stål"

1875 gjorde Edison liknande iakttagelser. 1887 beskrev tyske fysikern H Hertz en serie experiment "spridning av elektrisk kraft", koncentrerades med hjälp av kupiga metallplattor. Hans namn är "bevarat" som måttenhet för frekvens! Fler vetenskapsmän gjorde olika experiment: Lodge 1887 våglängdsuppmätning på spända kablar; 1894 skriver Lodge skriften "Signalling across space without wires"

**Guglielmo Marconi (Bologna)** insåg den kommersiella och praktiska användningen. Han var inte vetenskapsman i första hand, men hade rika föräldrar som gav pengar till experiment. Han påbörjade sina försök 1895. *1896 sände han telegrafimeddelande på 3 km avstånd via etern.* Han fick patent i England 1897 och samma år startade han ett bolag "British Marconi Co". 1899 startade han ett dotterbolag i USA. Lägga märke till att italienarna fortfarande är mycket duktiga på att bygga radiosändare!

Det han kanske blivit mest känd för är när han *1901 sände radio över Atlanten!* Antennerna satt på drakar i Poldhu i Cornwall resp. Kap Breton på New Foundland. Sändareffekt var 40 kW.

Det var dock trögt för den nya tekniken i starten. Man hade starkt konkurrens från kabelföretagen som satsat mycket pengar i kablar runt hela världen. Till att börja med blev därför radion viktig bara för fartygstelegrafi.

Kanadensaren Reginald Fessenden experimenterade med tal i etern. Han *sände julafton 1906 julevangeliet, sjöng Stilla natt mm - på en apparat konstruerad av en svensk: Ernst Alexandersson.* Denna sändning brukar **betraktas som världen första riktiga radioprogram!**

I början av 1900-talet hade man extremt långa våglängder (nä längre!), stor bandbredd och tekniken var det s.k. gnistsystemet. 1949 förbjöds dock gnistsändare.

Dansken Poulsen uppfann en högfrequensgenerator som stabiliserade vågorna: en ljusbåge som brann i vätgas. Den första Poulsenstationen byggdes i Lyngby utanför Köpenhamn 1905. Tekniken användes av den amerikanska marinen under 1:a världskriget. I början av 1900-talet började utvecklingen av rörsändare, elektronrör. 1907 fick De Forest patent på radiorör.

Mottagarna var i början s.k. kristallmottagare. Men tekniken gick framåt: Halvledare - transistor, kom

från 1948 och därmed i vi inne i den moderna elektroniken....

## Rundradio

Rundradio (=broadcasting="kasta brett") var en idé som kom från USA från 1915. 1920 påbörjades försökssändningar i Pittsburgh (stationen hette KDKA). Första nyhet var resultatet av presidentvalet det året. I England började Marconi 1922 med liknande verksamhet. I Sverige började de första radiosändningarna i Boden sommaren 1921 i samband med en utställning av stadens 300-årsjubileum. Man sände från en militär bunker (militären insåg värdet!). Lokala entusiastiska amatörer testade på flera ställen i Sverige, det uppstod s.k. radioklubbar.

Ordet rundradio i Sverige uppkom efter en pristävling i nov 1922 i DN. 1923 gjorde man mer försök och når ca 40 000 lyssnare.

Olika intressen sökte få tillstånd att sända rundradio: tidningar/tidskrifter: Åhlén och Åkerlund, Albert Bonnier. Postorderföretag (Åhlén&Holm), radiohandlare och radioindustrin, tidningsutgivarna (TT). Men TT (tidningsutgivarna) och telegrafstyrelsen tog initiativ till att **bilda bolaget Radiotjänst i maj 1924**. Radioindustrin fick nöja sig med 1/3 av aktierna. OBS att den etableringsrätt som fanns för tidningar enl TF inte automatiskt ansågs gälla för detta nya media! Radiopropositionen förberedes av en högerregering och lades fram av en socialdemokratisk ministär.

### Reglerna/principerna slogs fast redan då:

- \* staten utfärdar regler, men ej ansvar för enskilda program
- \* staten äger sändaranläggningarna och sköter den tekniska distributionen av programmen till allmänheten
- \* finansiering via särskilda licensmedel. Staten ska ur dessa medel ge anslag till såväl program som teknik
- \* radioföretaget ska låta programmen präglas av saklighet och opartiskhet, ska vara en del av folkbildningsarbetet och folkkuppleringen

**Första sändning i nya Radiotjänst ägde rum nyårsdagen 1925:** Tekniken sköttes av Telegrafstyrelsen, (Televerket, föregångare till dagens Telia och Teracom). Allt vart starkt centraliserat till Stockholm. Ca 40 000 registrerade lyssnare då. Lyssnarna hade kristallmottagare och fick lyssna i hörlurar. Från slutet av 20-talet kom högtalarna. Det blev en snabb utveckling i Sverige. Omkr. 1930 hade Sverige flest sändarstationer i Europa. Jämför hur Sverige tog åt sig mobiltelefonin på 90-talet! Tidningarna var rädda för konkurrensen! Överhuvudtaget en mycket snabb utveckling under 20-talet i hela den industrialiserade världen. Samtidigt kom film och grammofoner! BBC föddes i England: ett företag i allmänhetens tjänst (public service).

## Några viktiga svenska radioårtal

- 1925 Radiotjänst startar med sina sändningar
- 1931 Nyheter från TT
- 1937 Dagens eko  
Barnens brevlåda med Sven Jerring
- 1938 reportage om "lortsverige" (Lubbe Nordström)
- 1940t idrottssändningar, Sven Jerring  
radion fick behålla sin självständighet under kriget, men var försiktiga
- 1955 FM-sändningar startar (innan dess MV, mellanvåg); P2 startar  
Många lyssnar på schlagermusik från Radio Luxemburg! IBRA-radion (pingstkyrkan) sänder från Tanger på svenska med reklam (första piratradion!). Karusellen med Lennart Hyland blir familjens lördagsunderhållning.
- 1957 Radiotjänst blir Sveriges Radio AB och inkl TV; folkrörelserna ny stor ägargrupp
- 1958 Skånes Radio Mercur, som sände via danska Radio Mercur från båt i Öresund (världens första s.k. off shore-station); mest kända radiopratare var Pekka Langer
- 1962 piratradio med musik och reklam (Radio Mercur/Syd, Radio Nord) som följs av

- 1962 Melodiradion (P3); riksdagen antar den s.k. Piratradiolagen som förbjöd piratradio  
Hylands hörna flyttar till TV...
- 1966 Radio Syd ger upp p.g.a. av isen i Öresund  
profiler i nya P3: Pekka Langer, Kjell Alinger
- 1977 Lokalradio (typ Radio Sörmland) P4
- 1978 Sveriges Television AB bildas
- 1979 Närradiostart
- 1990 allt fler närradiostationer trotsar förbudet mot reklam, detta tvingar fram...
- 1993 Kommersiell lokalradio, reklamradion
- 1995 DAB-sändningar startar
- 1999 Internetsändningar
- 2015 beslut om att FM sändningar ska fortsätta i Sverige
- 2015 Poddradio blir allt populärare
- 2017 Den kommersiella radion får tillstånd att sända nationellt
- 2018 förslag om att TV-avgiften ska avskaffas och ersättas med skatt
- 2018 delar av den kommersiella radion börjar sända via DAB nätet

## Närradions historia – en kamp om monopol, idealitet och reklam

Historisk sätt har socialdemokraterna hela tiden värnat om Radiotjänst/SR och SVT. När piratradion med reklam, Radio Syd och Radio Nord, dök upp 1960 var man snabb att stifta nya lagar som omöjliggjorde en fortsättning. Man ville skydda svenska folket från störande reklamslag och låta SR få behålla sina sändningsrättigheter själva. Å andra sidan gav det impuls till att (ovanligt) snabbt sätta igång ytterligare en kanal inom Sverige Radio, melodiradion (som så småningom blev P3).

### Närradion föds

Utbyggnaden av FM-bandet gav dock praktiska möjligheter att fler skulle kunna sända rundradio. Tankar fanns redan i slutet av 60-talet på en s.k. föreningsradio. När det blev en borgerlig regering 1976 drev framförallt folkpartiet idén om en ny radioform i Sverige: närradion. Utbildningsminister Jan-Erik Wickström föreslog 1978 försök med närradio och en särskild närradiokommitté tillsattes. Denna fick ge sändningstillstånd till lokala föreningar, församlingar, organisationer o.likn. Man arbetade snabbt och den 24 april 1979 gjordes den första sändningen i nya den närradion i Jönköping. Försöksverksamhet startades detta år på 16 olika orter och ca 400 föreningar deltog.

Tre år senare, 1982, kom den första riktiga närradiolagen och i förarbetet betonades det ideella engagemanget och att inga statliga bidrag skulle utgå. Televerket (nuvarande Teracom) fick monopol på distributionen (sändarna) och det fick bara vara en sändare i varje kommun. Reklam fick inte förekomma och inte heller centralt framställt material. 1984 bedrevs närradiosändningar på 70 orter i landet och 812 föreningar hade sändningstillstånd.

När socialdemokraterna återkom i regeringsställning 1982 tog man åter god tid på sig. *Först den 1 januari 1986 fick närradioverksamheten permanenta former* och detta skedde då under politisk enighet. Först då avslutades försöksverksamheten! Närradionämnden inrättades då med uppgift att administrera och utöva tillsyn av verksamheten. 1986 fanns det över 1500 sändande föreningar, dvs mer än vad som finns idag.

### Allt mer reguljär radio – som bryter mot reklambudet

De politiska och fackliga organisationerna såg en möjlighet i att genom närradion komma i kontakt med icke aktiva medlemmar och tänkbara sympatisörer. De vände sig framförallt till ungdomar och startade musikkanaler av samma slag som fanns i amerikansk kommersiell radio. Exempel i Malmö var Radio A

och Skånepartiets radio, SAF-radio i Göteborg och Stockholm och Radio M i Stockholm – alla fick många lyssnare. Närradion fick i dessa fall mer en karaktär av reguljär radio än föreningsradio. Den blev en prekommersiell radio och en föregångare till den privata lokalreklamradion som kom 1993. Flera närradiossändare bröt mer eller mindre systematiskt mot reklamförbudet. Speciellt uppmärksammat blev

*Radio Nova i Vagnhärad* som vägrade respektera reklamförbudet trots att tillståndsinnehavaren blev fälld i domstol. Många närradiostationer körde med bullvanföreningar som tillståndsinnehavare. När närradionämnden dragit in en förenings tillstånd p.g.a. av överträdelse av reklamförbudet, kom strax en ny förening och begärde tillstånd på samma ort. Men genom närradion bröts i praktiken Sveriges Radios monopol på radiosändningar i Sverige.

### **Närradion tvingar fram privat lokalradio**

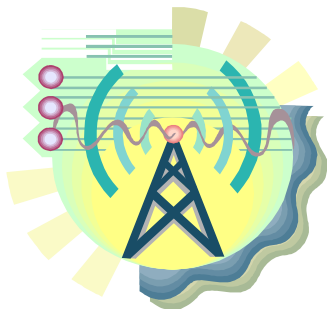
Närradions reklamsändningar tvingade socialdemokraterna att acceptera kommersiell radio och en lokalradiolag trädde i kraft den 1 april 1993. Då fick formellt närradion också börja sända reklam. Man fick dock betala 15 kr/timme om man sände reklam – gjorde man inte det kunde man ansöka om avgiftsbefrielse. Samma år, 1993, kom en ny lag som bröt Televerkets (Teracom's) monopol på sändningarna. Nu kunde varje tillståndsinnehavare skaffa sig sin egen radiosändare efter tillstånd av Telestyrelsen (nuvarande PTS).

### **Närradioföreningarna får ansvar för tidsfördelningen**

Nästa förändring i lagstiftningen kom 1996. Då begränsades reklamtiden till 8 min/timme, dvs. samma som i den kommersiella radions. Före dess fick faktiskt närradion sända hur mycket reklam som helst! 1998 överfördes besluten om de lokala sändningstiderna från Radio- och TV-verket till den lokala närradioföreningen. Beslut kan dock överklagas till RTVV. Nu försvann också 15 kronorsavgiften för reklamsändningarna. Undantaget från riksförbudet luckrades upp något: nu får man sända 10 timmar/månad.

### **Ökad mångfald**

De senaste åren har vi åter sett en ökad kommersialisering av närradion på vissa orter. De stora PLR-nätverken (typ RIX FM) köper "slavsändare" ute i mindre orter och behöver inte betala dryga avgifter till staten för sin reklamradiostation. Åter har det uppstått bulvanföreningar som innehar sändningstillstånden. Samtidigt finns det många "ortsradiostationer" som drivs av ideella föreningar. En annan klart trend de senaste åren är att invandrarföreningar sänder på sina hemspråk. Överhuvudtaget är mångfald ett gott kännetecken på dagens närradio i Sverige. 2004 fanns det ca 1 300 sändningstillstånd och i ca 165 orter kan man lyssna på närradio. År 2008 har dock antalet minskat till omkring 1000 (varav en del inte är aktiva) och närradion hörs på 158 orter. År 2017 fanns det 662 sändningstillstånd.





## 8. Ord, begrepp och förkortningar i radio och medievärlden *(ej exklusiva teknikord – se häfte 3 för dessa)*

### **AC - Adult Contemporary**

Formatbeteckning för radiostationer som har målgruppen 25-55 år och spelar vuxen hitmusik från 60-70-80- och 90-talet.

### **Airplay**

Hur ofta en låt spelas på stationerna.

### **ALB**

Arkivet för ljud- och bild som sedan den 1/1 2001 heter Statens ljud- och bildarkiv och som numera är en del av Kungl. Biblioteket. Alla radio- och TV-stationer måste en gång per kvartal skicka in alla sina referensband till dem där de arkiveras för tid och evighet (hoppas vi...). Se häfte 1

### **ALIS**

En av upphovsrättsorganisationerna: Administration för litterära rättigheter i Sverige. Tillvaratar journalisters- och författares intressen.

### **AOR -Album Orient Rock**

Formatbeteckning för radiostationer som har målgruppen 18-35 år och spelar rockmusik.

### **A-tid**

Den bästa sändningstiden på stationen.

### **Automation**

Obemannade sändningar, ofta en CD-växlare som spelar musik samt spots och reklam.

### **Ava**

En avannons, ni har lyssnat på detta programmet, på den här låten etc

### **Block**

Reklam är placerad i block som sänds mellan program.

### **Blogg**

(avkortning av webblogg; av engelskans blog, kortform av weblog från de engelska orden 'web' och 'log'), webbjournal eller webbdagbok är en webbplats som innehåller periodiskt publicerade inlägg och/eller dagboksanteckningar på en webbsida där inläggen är ordnade så att de senaste inläggen oftast är högst upp.

### **Bredband**

Ett samlingsnamn för en mängd olika tekniker som möjliggör uppkoppling till Internet och lokala nätverk i höga hastigheter, både trådburet och trådlöst. Öppnar bl.a. nya möjligheter för internetradio/nätradio.

**Cart el. Cartridge**

Ett band som rullar i en evighets slinga. Används för sändning av reklam, spots och jinglar.

**CHR -Contemporary Hit Radio**

Formatbeteckning för radiostationer som har målgruppen 15-25 år och spelar den senaste hitmusiken.

**Classic Rock**

Formatbeteckning för radiostationer som har målgruppen 25-50 år och spelar äldre rockhits.

**DAB -Digital Audio Broadcasting**

Digital överföring av radiosignaler. Ger en mycket bra ljudkvalitet och ger möjlighet till att fler kan sända i eteren. Har ännu (våren 2004) inte blivit etablerad i Sverige trots stora försök från SR och från politikernas sida.

**Daglyssning**

Antal personer som lyssnar på en kanal någon gång under dagen. Daglyssning redovisas i t.ex. lyssnarundersökningar. Se SifoMedia/RUAB.

**DAT -Digital Audio Tape**

Ljudband för digital inspelning. Original levereras ofta på DAT till stationerna.

**Dela**

när man i sociala medier vidarebefordrar meddelande, länkar mm till andra

**Digital självkör-studio**

Här kör man det mesta via en dator. Via bildskärm, mus, tangentbord och ett mixerbord med regler styr man vilka ljudkällor som ska låta. Allt ljud finns lagrat på en hårddisk och man behöver inga CD-spelare. En allt vanligare form av radiosändning!

**Community Media**

Tillhör den tredje mediesektorn inom de traditionella medierna, ofta ideella närradiostationer o ideellt drivna lokala kabelTV stationer

**Drivetime**

Sändningstiden då lyssnarna befinner sig i rusningstrafiken på väg till eller från jobbet.

**EHR -European Hit Radio**

Formatbeteckning för radiostationer som har målgruppen 15-25 år och spelar den senaste hitmusiken. En europeisk anpassning av det amerikanska formatet CHR.

**Etermedia**

Radio- och TV

**FM -Frekvens Modulering**

Ett sätt att skicka iväg radiovågor. Den idag vanligaste formen av förmedling av rundradio. Se frekvens. Jämför med DAB.

**Format**

Stationens inriktning. Olika format vänder sig till olika målgrupper.

**Frekvens**

Radiosignaler kan sändas på olika frekvenser och frekvensband. I Sverige sänder radiokanalerna på FM-bandet mellan 87 och 108 MHz



**Gilla-knapp**

eller like-knapp är en funktion på digitala plattformar, ofta på sociala nätverk, som användare kan använda för att uttrycka att något, t.ex. ett inlägg, en länk eller en bild, är positivt.

**Granskningsnämnden för radio- och TV (GRN)**

Statlig myndighet som kontrollerar att radio- och TV håller sig inom de lagar som gäller. De ger kvartalsvis ut en publikations som heter "Granskat och klart" som innehåller aktuella fall av överträdelser. Myndigheten har rätt att straffa med böter. Är numera en del av MPRT.

**Gold**

Formatbeteckning för radiostationer som har målgruppen 25 år och äldre. Spelar den Gamla godingar och oldies.

**HF-**

sändare, High Frequency, ofta bärbar (radio)sändare med vilken man kan göra sändningar utanför den normala studion, t.ex. vid snabba reportage, sportevenemang mm. Kräver sändningstillstånd av PTS. Kan numera ofta ersättas av en vanlig mobiltelefon.

**ID´s**

Informationsreklam för stationen. T.ex. stationsnamn, frekvens och reklam för kommande reklam. Sänds i form av jinglar. Jämför sändningsbeteckning.

**IFPI**

En av upphovsrättsorganisationerna: grammofonindustrin, skivbolagen: International federation of the phonographic industry

**Internetradio**

En snabbt växande form av världsnående rundradio via www. Se kabelradio, poddar och streaming.

**Jingel**

Radioannons eller ljudlogotype ofta med musik eller annat ljud i bakgrunden.

**Kabelradio**

Rundradio som sänds via kabel, t.ex. internetradio. Något statligt tillstånd för att sända sådan radion behövs inte. Se också podradio

**Klickfrekvens**

Klickfrekvens (CTR från engelska Click-through rate) är antalet klick som en sponsrad länk tar emot dividerat med antalet gånger den sponsrade länken har visats. CTR är således ett sätt att mäta hur väl en reklamkampanj på Internet lyckats fånga besökarens intresse.

**Kommersiell lokalradio**

Den svenska reklamradion. Se koncession. PLR. Startade år 1993-94. Har slagit sig samman i nätverk för att få ner sina kostnader. De viktigaste nätverken är RIX FM/MTG samt Mix Megapol

**Koncession**

Tillstånd att sända kommersiell radio över ett område. MPRT ger detta efter ansökning (tidigare genom auktioner)

**Källkritik**

är kritisk granskning av källmaterial och bedömning av trovärdigheten av påståenden som ges i en informationskälla

**Körschema**

Schema, mall över vad som kommer ske under sändning.

**Log**

Synonym till referensband. Allt som går ut i sändning måste enligt lag spelas in och sparas i sex månader efter sändning.

**Marconi**

Guglielmo Marconi är den som framför andra förknippas med radiohistorien. År 1895 lyckades han sända ljudsignaler ca tre km utan att använda ledningar och 1901 sända över Atlanten.

**Master**

Originalband.

**Mediedrev**

är ett begrepp som beskriver hur medier, i likhet med ett drev, under en tid driver en informell gemensam bevakning och i praktiken samverkar i utvecklingen av främst politiska skandaler

**Mellanvåg**

Det vågområde (frekvens) som fram till mitten av 60-talet var den vanligaste formen av rundradiosändningar. Jämför FM.

**MD**

Minidisc, lagrar ljudet digitalt på liten skiva. Ett alternativ till DAT-band.

**MI**

Musikindustrin.se publiceras i samarbete med IFPI Svenska gruppen, och Musikförläggarna. De bevakar den svenska musikbranschen

**MPRT**

Myndigheten för press, radio- och TV. Statlig myndighet som bl.a. ger tillstånd till vem som får sända rundradio och marksänd TV i Sverige.

**Musikbädd**

Bakgrundsmusik för att t.ex. lägga tal på ett reklamslag.

**NRO**

Närradions riksförbundet, det numera enda landsomfattande riksförbundet för närradion i Sverige.

**Närradio**

Föreningarnas (ideella organisationers) radio i Sverige. Startade år 1979. Får endast höras över en kommun. Tillstånd till sändningarna beviljas av RTVV.

**OB**

OB-teknik (Outside Broadcasting) kan användas vid många programformer för att sända direkt från olika evenemang. Ofta sker sändningarna från en OB-buss. Enklaste formen av OB-sändning är telefonen. Bäst ljud ger fast ledning eller HF-sändning, se detta. Även satellitdistribution kan förekomma.

**On-line**

Det som finns på webben, på nätet

**Playlist**

Spellista för sändning.

**PLR**

Privat lokal radio = kommersiella radion i Sverige, som dock inte är särskilt lokala.

**Poddar**

**Poddsändning** eller **poddradio** (engelska: *podcast* eller *podcasting*) är en metod att publicera (och för lyssnaren att prenumerera på) ljudfiler via Internet.

**Primetime**

Bästa sändningstid då stationen har flest lyssnare.

**Producent**

Den som har totalansvaret för en radioproduktion. Ger instruktioner till programledare, tekniker och reportrar. Denna typ av rollfördelning finns numera mest på större radiostationer. Jämför självkör.

**PTS**

Post- och Telestyrelsen. Statlig myndighet som ger tillstånd till vem som ska ha olika frekvenser (våglängder) i eter, inte bara rundradio utan även privatradio, telefoni etc

**Public service**

Radio- och TV i allmänhetens tjänst. Se SR.

**Påa**

En påannons, nu kommer det här programmet, den här låten etc

**Radio**

kommer av latinets "ratio" och betyder "stråle". Trådlös överföring av information via eter.

**Radio access**

En variant av trådlöst bredband som innebär att man använder radiolänk för överföring av tal och data.

**Radiotjänst**

hette det företag som sände de första rundradiosändningar i Sverige fr.o.m år 1925. Numera namnet på det företag som tar upp TV-licenserna i Sverige.

**Radio- och TV-lagen**

Samlar alla statliga bestämmelser för radio- och TV i Sverige. Jfr YGL.

**Rating**

Antal lyssnare i procent som hör på kanalen eller ett program. Används i lyssnarundersökningar. Se RUAB.

**RDS**

Radio Data System, hjälper en radiomottagare att automatiskt byta frekvens när man kommer utanför den ursprungliga stationen. Vanligt i bilradiomottagare. Ger samtidigt i displayen stationens namn och ev. korta reklammeddelanden.

**Redigering**

behöver ofta göras av förinspelade bandade reportage och intervjuer för att få dom "lyssnarvänliga". Detta är i sig en del i det journalistiska skapandet. Tidigare klippte man rullband, numera har man nästan helt gått över till hårddiskredigering.

**Referensband**

Inspelning av stationens sändningar. Se även LOG.

## **Reklam**

Reklam i svensk rundradio (kommersiella radion och närradion) för sändas högst 12 minuter/timme och måste föregås och avslutas med ordet "reklam". Man gör reklam för en produkt medan man sponsrar ett företag(snamn). Se också sponsring.

## **Royalty**

Ersättning till upphovsmannen, kompositören, musiker, författare m fl. Se de olika upphovsrättsorganisationerna.

## **Rundradio**

Radio med fastlagt programinnehåll som vänder sig till en större publik från en sändare till många mottagare. Att skilja från kommunikationsradio mellan två stationer med både sändare och mottagare (typ privatradio, sjöradio, polisradio etc.). I Sverige finns det tre olika rundradioformer: public service (SR), kommersiell lokalradion samt närradio. Begreppet kom till efter en omröstning i DN år 1922 för att finna ett bra svenskt uttryck för det engelska ordet "broadcast" (=kasta brett!)

## **SAMI**

En av upphovsrättsorganisationerna: artisternas organisation. De som driver Nalen i Stockholm. Måste sluta sina avtal med radiostationer tills m IFPI.

## **Samplers**

Utrustning som behandlar ljudet digitalt.

## **Sifo Media, Kandar (f.d. RUAB)**

Radio Undersökningar AB. Det största och mest kända företaget som sysslar med lyssnarundersökningar i Sverige. Mäter både dag- och veckolyssning.

## **Sajt**

Se webbplats

## **Självkör**

innebär att samma person samtidigt är både programledare och tekniker. Studion är då ofta kombinerat kontrollrum och studio utan glasvägg emellan. Detta blir allt vanligare i radiosammanhang.

## **Sociala medier**

Sociala medier betecknar webbplatser och mobila appar med vars hjälp människor kan interagera i mänskliga sociala nätverk och, i motsats till traditionella medier, bidra med användargenererat innehåll. Sociala medier kan innefatta Internetforum, sociala nätverkstjänster, bloggar, vloggar, wikier, poddradio och artikelkommentarer.

## **Speaker**

Den rösten som hörs i ett reklamslag.

## **Sponsring**

Sponsring är i rundradio en information i början och slutet av programmet om att ett visst företag betalat för programmet. Se också reklam.

## **SR**

Sverige Radio, svensk public service radio: P1, P2, P3, P4 och UR (utbildningsradion). Finansieras via TV-licensen.

## **Stationsbeteckning**

Enligt radiolagen måste alla rundradiostationer minst en gång per timme ange vilken station det är som sänder. Denna stationsbeteckning fastställs av RTVV.

## **STIM**

En av de tyngsta upphovsrättsorganisationerna: tonsättarnas organisation.

## **Stora Radiopriset**

Radiobranschens egna pris som en gång om året utdelas av Radioakademien (en sammanslutning för folk som arbetar inom radio)

## **Streaming, strömmande**

En teknik i samband med internetradio: gör att datafiler (ljud och/eller bild) kan öppnas direkt när man klickar på en länk, ungefär som när man ställer in en viss frekvenskanal på sin radio- eller TV-mottagare. Streamingfilen lagras INTE på datorns hårddisk. Det finns olika format: Realplayer, Windows Mediaplayer och Quick time.

## **Sweeper**

Ljudlogotype eller stationsinformation utformad så man kan lägga den ovanpå musik.

## **Sändareffekt**

Stationens räckvidd. Watt-styrkan stationen sänder med. Fastställs av PTS efter det område som enligt RTVV stationen ska täcka.

## **Teracom**

F.d. Televerket Radio, som distribuerar merparten av radio- och TV-sändningarna i Sverige. De äger både masterna och sändarutrustningen och programföretaget/radiostationen hyr in sig på deras utrustning. Men Teracom har inte längre monopol på detta. Varje radiostation har numera rätt att ha sin egen sändarutrustning. Dock krävs tillstånd från PTS. Se detta. Ägs av staten.

## **Top 40**

Formatbeteckning för radiostationer som spelar den populäraste hitmusiken ofta.

## **Traditionella medier**

Traditionella medier (ibland kallat Gammelmedia) är ett begrepp som används för att beteckna etablerade medier såsom tidningar, radio och TV i sina traditionella former. Begreppet uppkom i början på 2000-talet för att särskilja de traditionella medierna från bloggar, internetforum och andra sociala medier som uppkommit i samband med internets utveckling. Begreppet kan även avse mainstream media, det vill säga traditionella medier som har utgivningsbevis och som följer pressetiska regler

## **Traffic el. Billing**

Bokar och schemalägger radioreklam samt ansvarar för faktureringen.

## **Trailer**

Reklam för kommande redaktionella inslag, program och stationens aktiviteter. *På svenska ofta: "tralla" eller "puff"*

## **Täckning**

Antal hushåll som har möjlighet att få in en radiostation.

## **Täckningsområde**

Det geografiska området som stationen når.

## **Urban**

Formatbeteckning för radiostationer som endast spelar svart musik.

## **Veckolyssning**

Antalet personer som lyssnat på stationen någon gång under veckan. Se Kandar SifoMedia.

**Viralt**

Ett viralt fenomen är något som blir omtalat och snabbt kopieras och sprids av många människor inom deras sociala nätverk. Termen är en analogi med hur virus snabbt replikeras mellan olika individer under en epidemi

**Voiceover**

Text som läses ovanpå musik eller ljudeffekter i ett inslag eller reklamspot.

**Webbplats**

är en sammanhängande samling av texter, dokument, bilder och multimedia som lagras på en webbserver, och som är nåbar över webben (det vill säga, genom kommunikation över Internet med protokollet HTTP

**Webbradio**

Ett annat namn för Internetradio eller närradio eller IP-radio.

**YGL**

Yttrandefrihetsgrundlagen från 1992 som reglerar lagarna på medieområdet som inte faller under TF, tryckfrihetsförordningen. YGL reglerar alltså radions regler!



Författaren till NRO:s kompendier i närradio är Ragnar Smittberg som bl.a. varit stationschef på Radio Eskilstuna, TV Eskilstuna och lärare i ljud- och media på Thomasgymnasiet i Strängnäs.

---