

har hört av sig och vill ha med ytterligare två språk till i sändningarna.

— Närradion är lätt att arbeta med. Vi är alla amatörer och det gör att invandrarkvinnorna inte blir skrämde av

"RADIO ÄR ENKELT"

mikrofonen. Det blir enklare och mänskligare. Vi är tacksamma att vi har den här möjligheten. Vi vill också komma ut i lokalradion, men där har invandrarkvinnornas organisation aldrig släppts fram.

Konsum i Stockholm sänder två kvartar i veckan. Programmen har mest handlat om mat och aktuella varor.

— Det är svårt att definiera vad vi vill ha ut i sändningarna, säger Teddy Palm på Radio Konsum. Det är ett sätt att informera medlemmarna på samma sätt som vi gör i vår tidning. Vi informerar om säsongvaror och gör ingen direkt märkesreklam.

Konsum blev den organisation som först anmäldes för reklamsändningar. Det är Närradiokommittén som granskar övertramp.

Man har också följt upp förbundsstämmorna och in-formerat om motions- och gymnastikprogram.

— Vi har inte fått några reaktioner att tala om, men vi har inte kommit igång.

— Jag tycker inte om den här modellen riktigt. Det är inte ett förnuftigt sätt att komma ut till medlemmarna till vettiga kostnader. Jag kan tänka mig att man gör program tillsammans med andra folkrörelser och inte bara pratar om varor utan tar upp frågor om forskning, utbildning och konsumentfrågor, till exempel hur man får ner bilreparationskostnader. OK skulle också få vara med.

Religiösa sammanslutningar tillhör dem som satsat hårdast på närradion. Filadelfiaförsamlingen i Stockholm sänder åtta program i veckan. Man har också byggt upp en avancerad studio med teknik i proffssklass. Det har kostat 150 000 kronor och dessutom arbetar massmedieutbildade Sören Sahlberg på heltid med att göra program. Och i den luftkonditionerade studion med panelklädda väggar och heltäckande mattor görs program av oantastlig teknisk kvalitet.

— Vi vill främst nå medlemmarna med evangeliet. Det blir rena förkunnselprogram, sång och musik. Människor som får berätta om sina erfarenheter. Barnprogram.

— Det här är ett sätt för oss att möta den negativa bild som man ger av oss i tidningarna.

Ännu har man fått väldigt lite reaktioner på programmen.

— Folk är inte vana vid att skruva på knapparna. Det tar tid innan folk känner till den nya radion.

Filadelfia har satsat mycket på närradion. Man sänder på flera orter i landet från egna studios. Man har satsat på teknik, bland annat köpte man in 37 stora bandspelare från Sveriges Radio som fördelades på olika distrikt.

— Närradion kommer att finnas kvar även efter provperioden, säger Sören Sahlberg. Det skulle betyda en begränsning av yttrandefriheten att gå tillbaka till det gamla.

GÖR KONSUM REKLAMRADIO?

Riksförbundet för sexuellt likaberättigande, RFSL, har till sin Radio Gay, den glada radion (gay betyder också homosexuell) fått många bevis på att man verkligen når ut till många. Under den sexuella frigörelseveckan i september fick man 65 telefonsamtal på en kväll. Många skriver eller kommer upp till förbundet.

— Vi vill nå homosexuella som vi inte når på annat sätt. De som inte är medlemmar och som inte vågar ta kontakt. Vi förmedlar nyheter och sånt som förtägs i andra massmedia, säger Sten Petterson på RFSL.

På Gay Radio har man byggt en egen studio med hjälp



av frivilliga krafter och medlemspengar. Fem personer lägger ner all sin fritid på radion och flera hjälper till. Studio och utrustning kostade 20 000 kronor och man räknar med en årlig driftskostnad på 10 000–12 000 kr. Man gör egna reportage och intervjuer och byter program med en radiostation i San Francisco.

— Vi vill sprida vår homosexuella musik och lesbiska musik, vår egen kultur, berättar Jon Voss. På det här viset kan vi bygga upp en stolthet och stärka självkänslan genom att visa att vi har något gemensamt.

— En egen radio är väldigt bra, anser Sten Pettersson. Den har gjort mest nytta för vår förening.

Radio VPK är omdiskuterad inom det egna distriktet.

— Ja, vi är ju egentligen motståndare till närradioidén, säger Lars Lundell på VPK. Men samtidigt vill vi använda oss av den när den nu ändå finns. Men det kostar för mycket och frågan är om det här är rätt sätt att använda pengarna.

VPK hyr in sig hos en kommersiell studio och Lars Lundell är anställd på halvtid för att göra program. Inslagen har mest handlat om valet, bakgrunder och intervjuer med olika kandidater. Kommentarer till valet av olika personer.

Lars Lundell säger att närradion är för dyr men vet inte hur mycket det kostar vpk. Han nämner siffran 10 000 kronor i kvartalet.

— Närradion gynnar penningstarka organisationer men även dem som inte har annan informationsverksamhet. Jag tror att Stockholmspartiets framgång i valet kanske beror på deras sändningar i närradion, säger Lars Lundell.

— Jag tror personligen att närradion kan ha ett värde, men frågan är om det är värt pengarna. På Östermalm i Stockholm, nästan bara ett stenkast

RADIO VPK VILL INTE SÄNDA

från Radiohuset, ligger discostationen SBC, Stockholm-Saltsjöbaden Broadcasting Corporation.

Tekniskt sett är det här närradio så nära man kan komma. SBC sänder från en vanlig lägenhet. I Lasse Lundbergs vardagsrum finns allt som behövs för att nå ut till Stockholms ungdomliga lyssnare. Och man når verkligen ut. Telefonen ringer i ett, kända och okända ringer på dörren för att titta in i studion-wardagsrummet.

Lasse Lundberg och ett tiotal aktiva i föreningen Ljudmixarna har haft radio som sitt stora intresse i flera år. Lasse Lundberg jobbar på vanliga radion som ljudtekniker och Per Olsson och "Bagaren" sitter också inne med de tekniska kunskaper som behövs.

Ljudmixarna har lekt radio långt innan närradion kom till och hade den mesta utrustningen från start. Ledningen och inkopplingsboxen till Televerket för 2 000 kr

var den mest kända investeringen. Det mesta är köpt begagnat och resten är självbyggt.

— Vi gör radio för att det är kul. Jag har alltid älskat radio, säger Lars Lundberg. Med den här radion vill vi spela en annan musik, få kontakt med lyssnarna och göra spontana program.

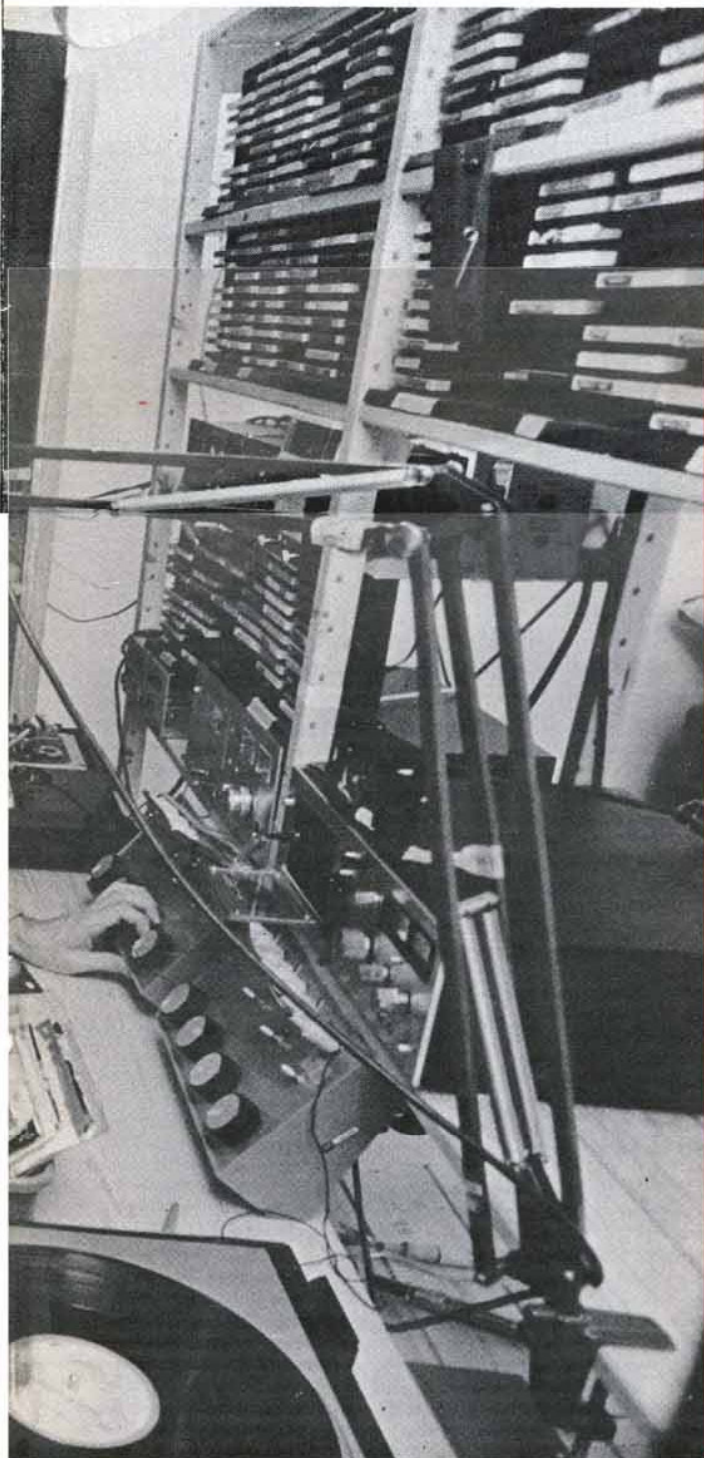
SBC sänder alltid sina program direkt. Det kan bli stökigt och surrigt i studion-wardagsrummet när 15 personer pratar i mun på varandra samtidigt som Lasse Lundberg pratar med en lyssnare i telefon. Men programformen känns levande och kräver inte så mycket tid för förberedelser.

— Det enda som tar tid är jinglarna. Det kan ta fyra timmar att producera en jingle som bara tar några sekunder.

En jingle är en ljudeffekt som spelas in på kassettband. Under sändningen lättas stämningen sen upp med små budskap, konstiga röster eller rapar.

Fyra killar delar på skivskötasken för att få variation i prat och musik. Programmet håller högt tempo och de lyssnare som hör av sig är nästan hundra procentigt positiva. På lördagkvällar försöker man göra en sorts partyradio med högt tempo och hårdare musik. Söndagseftermiddagar blir det disco och en egen nio-i-topp-lista. Per Olsson lägger ner 200 kronor i veckan på nya heta vax.

— Hittills har vi fått sända musik utan att betala men nästa år är det slut med det. Eftersom vi är en ideell förening har vi inte råd att betala. Så då kanske vi måste lägga av. Det tror jag inte våra lyssnare tycker om, säger Lasse Lundberg. □



T.V.

Disco, högt tempo och rätt-upp-och-ned-kontakt med lyssnarna kör den nya discostationen med. Susanne Ladberg, Per Olsson, Maud Wikander, Lasse Lundberg och Bagar'n håller trycket uppe i eter. Showen sänds direkt från Lasse Lundbergs vardagsrum.

Riksförbundet för sexuellt likaberättigande vill sprida de homosexuellas kultur i Gay radio. — Vi får massor av telefonsamtal hit, säger Jon Voss och Sten Notsjö.