

Redaktørprogram 09/10

Kristoffer Thømt Ravneberg

Hvor kom du fra?

Jeg kom til verden sommeren 1985, og har vært på frekvensen siden videregående. Min karriere begynte i radiOrakel, de lærde strides om tidspunktet, men det var i år sånn cirka 2003-2004. Etter et mislykket semester på sosiologistudiet på Blindern lurte jeg Siviltjenesten i 2005[?] til å plassere meg i Nova. Som sivilarbeider tok jeg fra hverandre det jeg kunne komme over av utstyr og systemer. Ett år senere var jeg teknisk sjef før jeg fikk meg en ordentlig jobb. I dag er jeg "systemkonsulent" om dagen og på Nova om kvelden.

I det siste har jeg drevet med prosjekter som radionova.no og linjesentralen. Sistnevnte er del av et større initiativ for å modernisere senderanlegget vårt, og gir oss fine funksjoner som varsel når det er stille på lufta og enklere utesendinger. Jeg sitter i styret til Radio Nova.

Hvorfor vil du dette?

Radio Nova er litt som et andre hjem for meg, og jeg kan ærlig talt ikke tenke meg å jobbe med noe annet akkurat nå. Etter to år med databehandling som både jobb og hobby, og etter å ha tatt fra hverandre så mye av Nova at jeg ikke lenger er særlig nysgjerrig på hvordan en radiostasjon ser ut inni, har jeg lyst til å jobbe med folk.

Jeg har et unikt perspektiv med en teknisk bakgrunn og et lagt forhold til 99,3. Jeg tror jeg kan gjøre det lettere å være frivillig på Nova, og jeg tror jeg kan hjelpe til med å gi Radio Nova det publikumet vi fortjener.

Hva er en redaktør?

"En redaktør skal alltid ha pressens ideelle mål for øye. Redaktøren skal ivareta ytringsfriheten og etter beste evne arbeide for det som etter hans/hennes mening tjener samfunnet" ... "Den ansvarshavende redaktør har det personlige og fulle ansvar for avisens innhold. Redaktøren leder og har ansvaret for sine medarbeideres virksomhet, og er bindeleddet mellom utgiveren/styret og de redaksjonelle medarbeiderene".

— Redaktørplakaten, via Torkild Jemteruds redaktørprogram fra høsten 2003

Å være leder i en frivillig organisasjon er vanskelig, man har ingen andre insentiver for å bli enn at det er gøy å jobbe der. Det er derfor viktig at det alltid er givende å lage radio på Nova, og at det er noen der som kan hjelpe om det ikke er så fint.

Selv om jeg har hatt en ganske annen rolle i Nova før er jeg ikke helt blåst mellom øra og har et reflektert forhold til det å skulle lede. Jeg er bevisst mange av mine svakheter og dette er som sagt grunnen til at jeg vil ha jobben, å kunne bli bedre.

Vi har mange redaksjoner som alle har forskjellige forhold til Radio Nova. Noen er nært knyttet til den daglige driften av Nova, mens andre kjører sitt eget løp og har holdt på med det i mange år.

For meg er de sære musikkprogrammene like viktige samfunnsredaksjonene. Det er handler litt om å bare være markedsførbare, vi kan være knallgode om morgenen og likevel miste lyttere til morgenen etter om vi blir stille om kvelden, de er også en stor del av sjela vår og fortjener like mye oppmerksomhet.

Kunne jeg valgt ønsker jeg meg aller helst redaksjoner som er så selvsikre at de tør til å eksperimentere med mediet vårt og være forskjellige, det er noe jeg vil jobbe for. Det viktigste er at de frivillige får lage det de har lyst til.

Aller viktigst: Jeg skal være sosial og drikke øl med alle.

Internt

Jeg vet desverre hvordan det er å jobbe på Nova, man blir konstant avbrudd av opptakslånere, tekniske flein og snikksnakkere. Likevel har jeg nevnt en hel masse ting i dette programmet som jeg kanskje ikke vil få tid til å gjennomføre. Jeg kommer til å prøve utrolig hardt for å få til de store tingene, men det viktigste er de frivillige.

Det er lenge siden jeg har vært innom redledelsen, men jeg husker møtene som dørgende kjedelige. Det er viktig for meg at redledelsen fungerer godt og at redlederne aktivt deltar i beslutninger som tas på Nova. Ingen skal føle at redledermøtene ikke er relevante for hva de holder på med.

Jeg vil arbeide for et tett samarbeid mellom redaksjonene og at alle får rikelig med tilbakemelding. Det er ikke noe jeg bare sier, at alle for tilbakemelding er noe av det viktigste for meg. Jeg ønsker at alle har et reflektert forhold til mediet og produktet sitt.

Kurs, krus, qrs

Det har vært mange fine kurs i år. Jeg vil kjøre kurs med særlig fokus på oppfrisking av basiskunnskap.

Det holder ikke at man får et kurs i redigering når man begynner og ingen oppfølging. Kunnskapen om verktøyene våre er laber utover det mest grunnleggende, og avansert kunnskap blir ofte bare videreformidlet mellom folk på redigeringsrommet.

Samtidig som vi må bli gode på verktøyene våre må vi ha bedre kunnskap om hvordan mediet vårt er skrudd sammen, med alt det innebærer fra lyddesign til dramaturgi.

Jeg vil jobbe for å lage kurs som er lette å holde og som kan leses på egenhånd.

Teknikerene

Radio har vært vanlig siden 1920-tallet, likevel utvikler mediet seg og gjennom nittitallet har teknikken blitt kraftig forenklet. Vi har bedre mikrofoner, all musikken på data og adskillig enklere miksebord. Teknikeren har blitt en truet rase, et slags fabeldyr som i andre radiokanaler bare åpenbarer seg for særdeles avanserte produksjoner og når utstyret spruter gnister.

Som Internett, er det på tide at vi også hopper på denne sinnssyke bølgen. To nye selvkjørstudio er planlagt påbegynt når jeg leverer inn denne søknaden, og det er dit vi må flytte. Ikke minst er dette viktig for oss som opplæringsinstitusjon, å kjøre sending er noe du må kunne når du får den drømmejobben i NRK.

Det er mange ulemper med dagens teknikerordning. Blant annet er teknikken så enkel at du har den godt i fingerene etter et halvt år og da har du ikke så mange veier å gå annet enn å fordype deg i enten lyd eller data, ingen av delene har særlig mye med radio å gjøre og du må være litt sær for å virkelig bry deg. Samtidig har du kanskje vært litt utenfor redaksjonen og da er det vanskelig å komme inn og plutselig være journalist.

Jeg ønsker å utvikle teknikeren som den finnes i dag og heller integrere den i redaksjonen som fullverdige medlemmer på lik linje med alle andre. Det betyr at vi bare har journalister, hvor noen velger å fordype seg i teknikk og det vil være forventet av SAene å lære seg å kjøre sending. Teknikerene må også lære seg å være journalister.

Dette er en omfattende omskoleringsprosess og det skjer ikke over natten, men jeg mener det er nødvendig. Skillet mellom tekniker og journalist er uheldig, vi er alle interessert i å lage god radio og da må man forstå begge deler.

Istedenfor ønsker jeg en vaktordning hvor en erfaren frivillig som kan bistå alltid er på jobb. Hun kan for eksempel være redigeringshjelp, kjøre sending i a-studio om noen trenger det og generelt holde Nova i stand. Hun vil også ha ansvaret for å holde oppsynet med hva som går på lufta. Det vil si å passe på at overgangene mellom programmene er fine, at reprisene er på plass og brannslukke om teknikken er på tur.

Samtidig trenger vi et apparat som tar vare på hackerene, disse folka som er oppriktig interessert i hvordan verden er skrudd sammen og hvordan de kan fikse den. Det er viktig at vi kan rekrutere noen som kan steppe inn når bussen treffer og dreper meg, Ståle og Tom. Her burde vi se på om vi ikke kan lage et samarbeid med radiOrakel og DNS for at vi skal ha et godt nok tilbud av interessante systemer å skru på.

Musikkgruppa

En godt fungerende og vel sammensatt musikkgruppe er viktig for meg. Å rekrutere flere hit og til vervet som musikkredaktør burde ikke være noe problem siden verden tilsynelatende er full av nazister som ikke liker noe bedre enn dytte musikk på folk. Likevel har det vist seg vanskelig å finne en musikkredaktør.

Jeg vil prøve å tenke litt annerledes for å få på plass en musikkredaktør. En idé her er å gi musikkgruppa større ansvar og finne folk som ikke nødvendigvis er spesielt interessert i radio, de kan få jobben med å holde spillelistene som går på kvelden ved like, få musikken sin spilt i Glassbaren og gjøre bookinger i vårt navn til huset. Som brukere av huset er vi forpliktet til å holde arrangementer, og å gjøre konserter kan gi oss mye kred internt samtidig som det er god markedsføring.

Creative Commons-prosjektet er det også på tide av vi tar alvorlig. Vi kan ikke spille rettighetsbelagt musikk uten å betale TONO, og per i dag har vi mer sendetid enn vi har råd til. Fri musikk har en reell bevegelse som vi har mange felles interesser med, bl.a. riktig representasjon hos rettighetsforvalterene. Det vil si at artistene våre får betalt for at vi spiller dem, og at ikke alle pengene våre går til topp 40-artisten.

Markedsføring

Vi trenger en helhetlig markedsføringsstrategi. Jeg vet at markedsføringsgruppa har jobbet med dette, men jeg vet ikke hva de har gjort. Her kommer noen av mine tanker om temaet.

For å lage en strategi må definere både hva Nova er og hvem målgruppa vår er. Begge disse punktene ønsker jeg en kjøre en åpen prosess for å finne ut av. Å definere Radio Nova er kritisk for at vi skal kunne ha en skikkelig profil utad, men det er et omfattende arbeide. Jeg tillater meg derimot å lansere en teori på hvem målgruppa vår er. Den er en smule kontroversiell og satt på spissen, og på ingen måte noe jeg vil begi meg ut på uten å høre med andre, men den oppsummerer hva jeg tenker om dette nå.

Lytteren

Studenten er apolitisk og uengasjert, studiene har blitt en forlengelse av videregående. Chateau Neuf sliter med rekrutteringen og har et labert image, og det kan virke som vi er i samme bås. Heldigvis er ikke radiobølgene begrenset til Blindern.

Vi trenger å plassere oss som unge, engasjerte og velinformerte. Da tror jeg at å snakke om lytteren som student er fremmedgjørende. For selv om lytteren vår er SiO-medlem har den venner som ikke er det. Skal vi være relevante for SiO-medlemmet må vi treffe bredere og være noe medlemmet og vennene kan snakke om. Er vi bare synlige på Blindern og studentbyen på sogn blir vi assosiert med disse stedene, slitene bygg, trist hverdag, brilleslanger og et utdanningssystem i krise.

For å finne lytteren, målet for markedsføringen vår, må vi finne ut hvilke egenskaper studenten har og jobbe ut fra det. Vi markedsfører oss som noe som kan appellere til noen med disse egenskapene, og ikke bare "Hei! *Studenter!* Hør på dette a!".

Her velger jeg meg idealstudenten min for, ærlig talt, videregående eleven vil jeg ikke ha noe å gjøre med.

Idealstudenten min kan være noe sånt som:

- 18-30
- bosatt i Oslo
- Intelligent
- Politisk
- Kresen
- Humoristisk

Å drive markedsføring

Markedsføring handler både om å rekruttere nye lyttere og om få lytteren til å komme tilbake.

Ikke at det har vært mye av det i år, men forsøk på å skaffe nye lyttere blir ofte gjort i skippertakstil med mye fokus på livearrangementer. Jeg vil prøve å ha en kontinuerlig tilstedeværelse.

En del av dette er å alltid ha klistremerker og programmer liggende på ute- og læresteder. Internett er åpenbart et sted vi må satse mer. "Push"-aktige tjenester som epostlister, facebookgrupper og kringlasting er gull verdt for å minne lytteren på at vi finnes, men få er så engasjerte at de frivillig melder seg på sånne ting. Derfor må vi ha mye stoff på nettet, presentert på en måte som er øyeblikkelig tilgjengelig.

Mange redaksjoner er flinke til å være til stede på Internett, f.eks. i kalenderen til underskog. Her kan vi nok også jobbe bedre mot nisjenettsteder for de programmene det gjelder. Om vi tar'n helt ut: reklame på facebook er rimelig og lar oss snevre inn akkurat hvem vi treffer (18-30, UiO, liker ikke Karin Monsen).

Jeg vil jobbe for å finne målbare kvaliteter ved det vi driver med. Kjappe ideer er besøkende på nett, lyttere på streamen, streaming-on-demand-lyttere. Noe annet vi kan gjøre er å opprette fokusgrupper med folk fra lærestedene hvor vi sender ut spørreskjemaer som kan gi oss svar på ting vi alltid har lurt på. (Eksempler: "Hører du helst på radio mellom sju og ti eller ti og fem?", "Denne låta: gir den deg lyst til å danse eller drepe?").

Jeg vil på ny prøve å få i stand en avtale med SiO om å få innpass på treningssentrene og kafeene. I verste fall tilby dem å lage en egen kanal med bare musikk og jingler.

Her kommer et par kjappe ideer for hva gi kan gjøre for å holde på lytterne.

Jingler

Jeg vil ha et helt nytt sett med generelle jingler. De burde ha et unisont uttrykk for å skape identitet og vekke gjenkjennelse hos lytteren. Det er ikke snakk om å forby de gamle eller tvinge noen til å endre programjinglene sine, men at vi har et godt grunnlag for å skille oss fra de andre stasjonene.

Vi burde se om vi ikke kan hyre inn en lyddesigner til å gjøre arbeidet, siden det er snakk om å lage en hel bank med variasjoner over det samme temaet.

Musikk

Bård skapte furore forrige redaktørvalg ved å ville gjøre musikkprofilen bredere. Jeg har ikke funnet noen konkrete forslag fra den gang, men det er klart at tiden er moden for en vurdering av musikkprofilen vår.

Noe av musikken vi lister kan virke skremmende for lyttere med en dårligere utviklet sans for musikk. Vi må kanskje bruke mer tilgjengelig musikk, og bruke poppen til å lure folk til å også høre god musikk. Et godt og sært musikkprogram når samtidig langt inn i en subkultur, det skal selvfølgelig ikke legges noen krav på dem.

Jeg vil at vi skal ha en lang, god og åpen prosess hvor vi bestemmer retningslinjene for musikkgruppa. Det er sunt at vi alltid er litt i tvil om hva musikkprofilen vår er, det gjør at vi følger med.

Jeg erkjenner at jeg ikke har peiling på musikk, og vil legge meg flat for hva nå enn medlemmene bestemmer. Det viktige her er at vi har en prosess på det som gjør oss bevisste på våre målsetninger.

Eksternt

Det er viktig for oss å ha et godt forhold til en rekke organisasjoner. Her er et par jeg vet om og mine tanker om dem.

radiOrakel

radiOrakel har nesten like mye sendetid som oss og stor innvirkning på lytterne på frekvensen. Samtidig har de langt mindre ressurser enn oss. Vi burde gå inn for å samarbeide mer med radiOrakel for å heve kvaliteten på frekvensen vår generelt.

Vi burde gå inn for å holde felles kurs både med eksterne og interne kursholdere.

Et annet eksempel på noe vi kan gjøre er at radiOrakel får gjøre logging og sende repriser hos oss, som vil løse problemet med at de kjører mye i loop og har CD-spillere som står og skipper hele dagen.

Vi burde også holde felles sosiale arrangementer for å styrke båndene til søsterstasjonen vår.

Det Norske Studentersamfund

Jeg vil jobbe for at Radio Novas medlemmer blir mer aktive på DNS. Blant annet burde vi aktivt oppfordre medlemmene våre til å delta på arrangementer som gangfester og galla, og vi burde bruke Stry oftere. Vi burde bli flinkere til å opplyse om hvilke ressurser vi har tilgjengelig på huset, med alt fra utlån av prosjektor og salene til gratis kaffe.

En større tilstedeværelse på DNS er også god markedsføring, vi burde arbeide for at Radio Nova-innhold spilles i Glassbaren.

Universitetet

Vi burde jobbe med UiO for å få rettigheter til å ta opp og kringkaste populære forelesninger. Det samme kan vurderes for arrangementer på DNS. Dette er utmerket fyll til nettene, hvor vi ikke har råd til å spille musikk. Kan man få med seg ex. phil. etter tolv er det en utmerket tjeneste for de av oss som ikke liker å stå opp før etter lønsj.

En åpenbar rolle Radio Nova burde ha for Universitetet er som et sted man kan gå for å få trening i å være i media. Medietekke og akademikerenes rolle i media er fortsatt en het potet, og vi har sjansen til å finne den neste [han der duste astronomen].

Velferdstinget

Det er her penga kommer fra. Velferdstinget trenger pleie og lobbying, og jeg kan med hånden på hjertet si at det er jeg fullstendig ræva til. Jeg er samtidig klar hvor viktig det er at velferdstinget er glad i oss. Jeg kommer til å søke hjelp for å skape oss et godt rykte hos velferdstinget.

Oppsummering

Jeg har blitt fortalt at jeg burde ha en prioritert liste over hva jeg vil gjennomføre, men jeg tror det bare blir misvisende. Radio Nova er uforutsigbart og prioriteringer endrer seg fort.

Det er derfor jeg heller ikke har listet opp så særlig mange konkrete mål, men prøver heller å gi et bilde av hvilken retning jeg vil dra Nova og hvordan jeg er å jobbe med. For eksempel kan inn klimaet vårt kan være minst like viktig for Nova i lengden som det største markedsføringsprosjektet, og da vil jeg prioritere det om jeg har sjansen.

Jeg skal være flink til å vise hva jeg holder på med og hente innspill fra andre.

Kristoffer Thømt Ravneberg