

# Sveriges Radios grunder för tillståndsperioden från 2014

## Publik ambition:

### **Sveriges Radio är till för alla. Vi ska:**

- vara till för hela Sveriges befolkning oavsett bakgrund och förutsättningar
- låta olikheter mötas i våra kanaler
- varje dag bevisa vår trovärdighet och vårt oberoende
- prioritera publika tider
- sända viktiga och oväntade händelser före planerat innehåll

### **Sveriges Radio bjuder in publiken. Vi ska:**

- ta oss till publiken och aktivt bjuda in den
- tillgodose publikens föränderliga medievanor
- formulera oss med både hjärta och hjärna
- utveckla Journalistik 3.0—och den levande dialogen med publiken

### **Sveriges Radio får publiken att stanna kvar. Vi ska:**

- använda radions unika enkelhet för att nå publiken
- ta vara på människors nyfikenhet och vara ett oberoende alternativ för barn och unga
- bryta mönster, korsa genrer och erbjuda det oväntade
- hjälpa publiken att hitta vidare i vårt omfattande innehåll

## Publicistisk grund:

### **Sveriges Radio sätter agendan. Vi ska:**

- skapa originaljournalistik som utmanar och gör skillnad
- stärka vår trovärdighet genom saklighet, relevans och oberoende
- hämta nyheter från livets alla områden
- vara landets viktigaste kulturbärare, med spets, bredd och närvaro

### **Sveriges Radio skapar sammanhang. Vi ska:**

- beskriva och analysera sammanhangen i en globaliserad tillvaro
- presentera program och nyheter på ett sätt som fångslar och berör
- spegla att Sveriges befolkning har olika bakgrund och förutsättningar

### **Sveriges Radio är närvarande. Vi ska:**

- sända där det händer, när det händer
- skildra, granska och debattera lokala, nationella och internationella frågor
- dela människors vardag och vara en arena för samtal, underhållning och upplevelser

## Idé för kanal och distributionsstruktur:

### **Sveriges Radio blir tydligare. Vi ska:**

- renodla FM-kanalerna och se över nuvarande identiteter
- erbjuda det breda utbudet i FM och det smala i nischade kanaler
- identifiera samband och olikheter mellan FM och digitalt
- undvika att ställa publika intressen mot varandra

### **Sveriges Radio utvecklar vägar till publiken. Vi ska:**

- erbjuda enkla och pålitliga vägar till publiken
- distribuera vårt innehåll med hänsyn till publikens behov och situation
- ta tillvara mobilens egenskaper för att bli det ledande medieföretaget i mobilen

### **Sveriges Radio samarbetar. Vi ska:**

- vara den samlande platsen för olika källor i viktiga frågor
- dela vårt innehåll med andra aktörer så att det gynnar publiken
- kombinera olika distributionsformers styrkor

# Tolv direktiv för utveckling av Sveriges Radio

De tre grunderna ska vara ryggrad och vägvisare för företaget från år 2014. De ska gälla oberoende av ekonomi, politik och tekniska förändringar i omvärlden. Utifrån de tre grunderna kommer tolv specifika och avgränsade uppdrag att genomföras. De handlar om att fokusera utvecklingskraften mot konkreta förändringar. Det här är beslut som vd Cilla Benkö har fattat och som ska införas stegvis med start 2014. Här motiverar hon själv varför just dessa områden ska utvecklas.

- **Utveckla Journalistik 3.0 och relationen med publiken**

Sociala medier är här för att stärka relationen till publiken. För två år sedan kom den digitala boken Medieormen. Vi drog där upp riktlinjerna för framtidens journalistik. Där föddes begreppet Journalistik 3.0, en vidareutveckling av sociala medier.

- **Nå minoritetspubliken bättre**

Vi når inte minoritetspubliken. Det visar lyssnarundersökningar om samiska, finska och invandrarspråken. Därför måste vi nå dem på nya sätt för att kunna säga att vi uppfyllt vårt uppdrag.

- **Prioritera publika tider över dygnet**

Ju mindre pengar vi har och ju mer konkurrensen ökar om publikens uppmärksamhet, desto viktigare är det att fokusera resurserna till tider där många kan lyssna. Vi ska så långt som möjligt sända breda program där många har möjlighet att lyssna och därför se till publikens bästa när vi planerar programmen.

- **Förverkliga ett nytt lokalt uppdrag**

P4 är vår största kanal. Den nya beställningen för 2013 av det lokala P4 är det första steget. Sen måste vi föra till det stora lyssningsprojektet, publiksamtalen, publiknätverken, projekten om mobilitet och förverkligandet av andra delar av nyhetsutredningen. Det handlar om implementering och organisering av alla dessa delar.

- **Bättre ta tillvara mångfalden i det svenska samhället**

Två miljoner svenskar har en annan bakgrund än majoriteten, men det märks inte i våra program. Sverige har både geografiska områden och socioekonomiska grupper som vi bevakar dåligt. Sveriges befolkning har skilda förutsättningar, levnadsvillkor och bakgrund. Våra program och nyheter måste därför ha en mångfald av röster och perspektiv.

- **Utveckla radioberättandets särart**

Konkurrensen om publiken ökar i medierna. Berättandet är vårt konkurrensmedel. Vi är helt unika inom vårt område. Om vi inte utvecklar det, så gör ingen annan det heller.

- **Definiera Sveriges Radios roll inom musiklivet**

Här handlar det om publikens möjligheter att ta tillvara musiken. Var och en kan numera med en knapptryckning välja sitt eget musikutbud. Vi behöver definiera vilken roll vi spelar i musiklivet och vilken position vi ska ha.

- **Ta en ledande roll i mobilen för att också där förverkliga Sveriges Radios vision**

Publiken blir alltmer digital. Förändringstakten på mobilområdet ökar och med hjälp av mobilen behöver vi bli ledande. I framtiden är radion en mobil. Inte en FM-apparat. Där måste en teknikväxling ske som Sveriges Radio ska hänga med i för att också i mobilen vara landets viktigaste medieföretag och ledande kulturskapare.

- **Ta fram en plan för marksänd digitalradio och kopplingen till FM**

Vi kan få marksänd digitalradio i Sverige. Vi måste ta ställning till hur vi använder de nya kanalerna och vi måste bestämma vad som ska sändas i FM, fram till dess att FM-nätet släcks.

Våra ambitioner är inte ett antal rena musikkkanaler.

- **Skapa minst en direktsänd FM-kanal och utifrån det förändra övriga kanaler**

En av radions största styrkor är att förmedla när det händer. Det kan vara avgörande för Sveriges Radios förmåga att hävda sig i framtiden. Värde av en närvarande röst skapar autenticitet och förstärker känslan av en verklig relation, där vi delar nyhet med dem som lyssnar. Vi har rationaliserat och automatiserat så att vi inte längre har en helt direktsänd kanal. Man kan ha ett blandat utbud, men en kanal ska vara direktsänd.

- **Nå en större publik i P2**

Det finns fyra nationella FM-kanaler. Får vi inte digitalradio så kan vi få problem med att försvara FM-kanalen med en så liten publik som P2 har idag. FM-utrymmet är en bristvara och andra intressenter vill åt en nationell FM-frekvens.

- **Genomför en tonårssatsning och utifrån det förändra övriga unga kanaler**

Vi har problem med att nå tonårspubliken. Därför ska vi göra en satsning på tonåringar och därmed påverkas de befintliga kanalerna till den unga publiken.

# sverigesradio