



Konsesjonssøknad

P4 Radio Hele Norge ASA

Offentlig versjon



Innhold

1.	Innledning	3
2.	Programløfter – sammendrag	5
3.	Programvirksomheten i Nye P4	11
4.	Forpliktende programleveranser og styringsmål	14
5.	Den øvrige programsatsingen	24
6.	Redaksjonelle ressurser	29
7.	Kringkastingskompetanse	33
8.	Radioskole til utdanningsformål	39
9.	Nye P4s forretningsvirksomhet	40
10.	Distribusjon	49
	Opplysninger om søkeren	52

1. Innledning

Nye P4 - noe å strekke seg etter

P4 Radio Hele Norge ASA søker med dette konsesjon for en ny reklamefinansiert radiokanal i det femte riksnettet på FM-båndet.

I vilkårene for konsesjonen går det klart frem at radiokanalen i det femte riksnettet, ved siden av å være en allmennkringkaster, skal ha en tydelig kulturprofil som reflekterer uttrykksmangfoldet i norsk og internasjonalt kulturliv. Kanalen skal ha tematisk og sjangermessig bredde, analytiske, kritiske og fordypende perspektiver samt programmer og musikk for både brede og smale lyttergrupper.

For best mulig å tilfredsstille disse vilkårene vil P4 Radio Hele Norge i fremtiden fremstå som en fornyet kanal. Det vil være en kanal med synlig kulturprofil, mangfold, variasjon, substans og innhold – med høy norskandel i musikkprofilen.

I denne søknaden har vi valgt å kalle kanalen for *Nye P4*.

Visjon

P4 har en sterk plattform for å gjennomføre slike endringer og fornyelser. Vi har organisasjonen, kunnskapen, medarbeiderne, samarbeidspartnerne og mange lyttere. Vi har også en visjon om å tilby lytterne *noe å strekke seg etter*. Nye P4 skal tilby en radiostasjon med ytringsfrihet, kultur, nyheter og tematisk mangfold for alle.

Vi ser frem til muligheten for å lansere en ny radiokanal med en innholdsrik redaksjonell profil. Vi tror ikke det er noen motsetning mellom å lage spennende og engasjerende radio med tydelig kulturprofil og å nå en lyttergruppe som er stor nok til å finansiere lisensavgifter og ambisiøse redaksjonelle mål. P4 har spesielt gode muligheter til å få dette til gjennom å trekke med oss vårt allerede store og engasjerte publikum over i et endret, men fortsatt inkluderende produkt.

Skapende

Nye P4 har ambisjoner om å fornye og revitalisere norsk kulturjournalistikk på radio. I Nye P4 skal vi være entusiastiske, inkluderende, nærværende, mobiliserende, skapende og mangfoldige. Deler av dagens kulturjournalistikk kan virke utilgjengelig og elitistisk. Slik skal det ikke være i Nye P4. Litt uhøytidelig sier vi at det ikke finnes kjedelig stoff – kun kjedelige måter å presentere stoffet på.

Å kombinere disse løftene med nye rammebetingelser er en

spennende utfordring, så vel journalistisk som organisatorisk.

Kulturelt mangfold

Redaksjonelt vil Nye P4 fremstå med tyngde, substans og stor variasjon i dekning av nyhets- aktualitets- og kulturstoffet. Målet er todelt: Å bringe kultur til lytterne på lytternes premisser. Å mobilisere lytterne til å bruke og være aktive i kulturlivet.

Et umiddelbart hørbart redaksjonelt grep er at kulturstoff skal integreres som en regelmessig og naturlig del av daglige nyhetssendinger. I tillegg skal det lages mange kulturprogrammer med stort mangfold og det vil være stor sjangerbredde i musikkutvalget.

Som en del av kultursatsingen har Nye P4 inngått samarbeidsavtaler med paraply- og nettverksorganisasjonen "Norske Festivaler", som ivaretar interessene for et svært bredt utvalg av kulturarrangører her i landet.

Vi har også innledet et samarbeid med prosjekt "Norge 2005". Nye P4 legger opp til omfattende fokus på prosjektets arrangementer.

Alle aldersgrupper

Nye P4 vil også ha ansvar for andre lyttergrupper. Det innebærer blant annet stor satsing på barn og unge så vel som på godt voksne og eldre lyttergrupper. Sistnevnte en stadig større, viktigere gruppe av befolkningen.

Kanalen skal også være en arena for fordypning innenfor viktige stoffområder som livssyn, natur og vitenskap, bredde- og toppidrett og stoff om og for det flerkulturelle Norge.

Rapportering

Som første norske kringkaster introduserer vi EBU's rapporterings- og klassifikasjonssystem "EBU Classification of RTV Programmes", Escort 2,4. Med dette systemet måler vi våre daglige leveranser og ønsker at det blir brukt av myndighetene til å måle hvordan vi oppfyller de kvantitative allmennkringkastingskravene til den nye radiostasjonen.

Spesialredaksjoner

Organisatorisk vil kanalen ha flere journalister med norsk og internasjonalt kulturstoff som spesialfelt. Vi vil etablere flere spennende spesialredaksjoner, ansette en egen kulturelledet og dessuten vil vi inngå avtaler med kulturkorrespondenter i Norge og i aktuelle kulturmetropoler i utlandet. Vi har også



etablert allianser med ulike kulturinstitusjoner som vil styrke vår allmennkringkasterprofil ytterligere.

Tromsø – regionalt senter

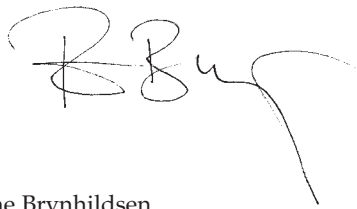
Tromsø blir Nye P4s regionale senter i Nord-Norge. Dette blir kanalens regionale tyngdepunkt med vekt på nyheter, kultur, regionalt stoff og samiske tema. Vi har også inngått for-

pliktende samarbeid med sentrale deler av Radio Nord-Norge-samkjøringen, noe som gir oss en sterk tilstedeværelse i den nordlige delen av landet.

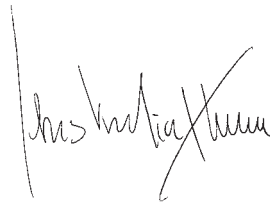
Videre er vi glade for å ha en rekke store og mindre kulturinstitusjoner med på laget som skal skape Norges nye, riksdekkende radiokanal.

P4 har en populær, entusiastisk og høyst kompetent redaksjonell stab, en velutviklet infrastruktur, høyteknologisk utvikling og et solid økonomisk fundament. Etter ti år har P4 i tillegg Norges mest erfarne organisasjon innen kommersiell radiodrift. Med dette som de viktigste konkurransefortrinnene, vil Nye P4 oppfylle samtlige konsesjonsvilkår fra første dag i den nye konsesjonsperioden.

Oslo 30.april 2003



Rune Brynhildsen
Ansvarlig redaktør / administrerende direktør



Jens Kristian Thune
Styreleder

Informasjon unntatt offentlighet

P4 Radio Hele Norge er et børsnotert selskap med de begrensninger dette i henhold til Børsforskriftene gir for offentliggjøring av informasjon om finansiering og forretningsplaner. Dette, sammenholdt med den skjerpede konkurransesituasjon vi vil oppleve dersom vi får konsesjonen, gjør at vi har valgt å begjære flere kapitler i vår søknad unntatt offentlighet. Dette gjelder mesteparten av kapittel 9, s. 40-48.

2. Nye P4s programløfter – sammendrag

Tabellen er en oppsummering av hvordan Nye P4 skal oppfylle kravene i utlysningen. Detaljert beskrivelse av planene finnes i de respektive kapitlene utover i søknaden.

Utlysningen	Nye P4
Distribusjon: Minimum 50% dekning innen ett år	• Forpliktende utbygging til 75 prosent i 2004. Videre utbygging til 80 prosent • Forpliktende DAB-utbygging
Hovedkontor og sentral nyhetsredaksjon utenfor Oslo • Analytiske, kritiske og fordypende nyhets- og aktualitetssendinger • Norske og internasjonale nyheter	• Hovedkontor og nyhetsredaksjon på Lillehammer • 25 daglige nyhetssendinger • To daglige utvidede sendinger med fordypning og kommentarer • Daglig fordypende kommentar- og debattmagasin • Ukentlig kommenterende og fordypende utenriksmagasin • Debatt- og samfunnsredaksjon med politisk kommentator • Ukentlig innenriksmagasin • To daglige nyhetssendinger på samisk • Minst hver fjerde sak i Nye P4s nyhetssendinger skal være utenriks • Omfattende korrespondentbruk • Egne ekspertkommentatorer ved større begivenheter • Egen dekning av alle store sportsmesterskap
• Klar kulturprofil • Bredde og variasjon i kulturdekningen • Analytisk, kritisk og fordypende perspektiv i kulturdekningen	• Fire daglige sendinger med kulturnyheter • Daglig analytisk kulturmagasin • Daglige fordypende og analyserende, smalere kulturprogrammer • To ukentlige, kommenterende kulturprogrammer • Stor og spesifisert musikkbredde i både smale og brede programmer • Omfattende tilstedeværelse på festivaler • Daglige sportssendinger • Kulturredaktør og egen norsk musikk-ansvarlig • Nøyaktig innholdsforpliktelse med angitt tematisk og sjangermessig bredde
Nasjonalt og internasjonalt perspektiv i kulturdekningen	• Egne kulturmedarbeidere ved de viktige norske kulturbyene • Kulturkorrespondenter i viktige kulturhovedsteder i verden • Hvert fjerde innslag i kulturnyheterne skal være av internasjonal karakter • Vårt Tromsø-kontor styrkes og blir regionalt senter • Samarbeid med Radio Tromsø og sentrale deler av Radio Nord-Norge-samkjøringen
Tematisk og sjangermessig bredde i programmer og innslag	• Nøyaktig spesifiserte programmer og innslag, både sjangermessig og tematisk
Andel norsk musikk, samt norskprodusert og -språklig musikk i ulike sjangre	• Minimum 35 prosent av all musikk skal være norsk • Minimum 50% skal være "norsk på norsk" • Detaljerte leveranser spesifisert på musikk sjangre

Utlysningen

Nye P4

Nyheter på samisk

- To nyhetssendinger på samisk daglig, i samarbeid med Kautokeino nærradio
- Mer innhold om og med etniske minoriteter i brede sendeflater

Tilbud til ulike aldersgrupper

- Daglige barneprogrammer med opplesning, norsk barnemusikk og aktuelle temaer
- Ukentlig sportssending for barn
- Flere typiske familieprogrammer
- Ukentlige barneprogrammer med dramatiserte temaer
- Daglige programmer for ungdom, med temaer spesielt for unge
- Egne programmer for godt voksne og eldre lyttere

Variert målform og dialektbruk

- Styringsmål: Minimum 30 prosent ikke-bokmål
- Rekruttering basert på variert og bred bruk av dialekt og målform

Styrke norsk språk, identitet og kultur

- Høy andel norsk musikk (35%)
- Høy andel "norsk-på-norsk" – minimum en låt i timen i prime-time
- Egen daglig nyhetssending med viktige regionale distriktsnyheter
- Utstrakt bruk av medarbeidere lokalt og regionalt i Norge
- Utstrakt bruk av P4s mobile studio
- Bred bruk av dialekter og målformer
- Bredt nasjonalt kulturmangfold
- Inkluderende flerkulturelle

Forpliktende og sammenlignbar oversikt over innhold og styringsmål

- Forpliktelser for første gang i Norge, nøyaktig spesifisert ved full bruk av EBU's kategorisering
- Regelmessig innsyn. Årlig rapportering og evaluering av løfter og innfrielse av disse
- Nøyaktig innholdsforpliktelse med angitt tematisk og sjangermessig bredde

Publistisk Visjon

Vår visjon er drivkraften i Nye P4s daglige virke. Den gir våre medarbeidere noe å strekke seg etter, og skal være til inspirasjon i arbeidet hver dag.

Nye P4 skal gi noe av verdi til flest mulig, og skal gi lytterne noe å strekke seg etter.

Vi ønsker å bidra til å gjøre hverdagen og livet rikere og mer meningsfylt for våre lyttere.

Sendingene skal bidra til å styrke norsk språk, identitet og kultur.

Redaksjonelle kjerneverdier

Et sett av verdier skal være rettesnoren for alt stoff vi formidler til våre lyttere.

Verdiene angir vår redaksjonelle personlighet, og skal benyttes som "lakmustesten" på alt redaksjonelt håndverk i Nye P4. Våre redaksjonelle kjerneverdier er:

- Inkluderende (...og dermed vennlige)
- Allsidige (...og dermed mangfoldige)
- Kritiske (...og dermed nysgjerrige)
- Ærlige (...og dermed uavhengige)
- Entusiastiske (...og dermed gledesspredende)

Forpliktende programløfter

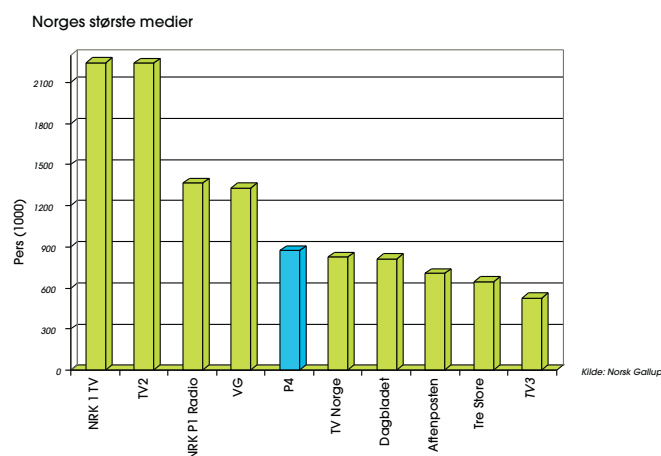
I denne tabellen oppsummerer vi våre konkrete og forpliktende programleveranser. Tabellen gir ikke et fullstendig bilde av kanalens sjangermessige variasjon, men angir våre kvantitative løfter. I de neste kapitlene viser vi i tillegg også styrings- og leveransemål for de enkelte programkategorier/redaksjoner, nøyaktig angitt med både tematisk og sjangermessig bredde.

Forpliktende Programleveranser	Antall programmer/innslag	Forpliktende sende- timer
Nyhetssendinger	8200	400
Nyheter på samisk	400	20
Distriksnyheter	260	13
Sportsnyheter	1040	52
Programmer for nyhetsperspektiv, debatt og analyse, innenriks	200	100
Programmer for nyhetsperspektiv, debatt og analyse, utenriks	50	25
Daglige kultur-nyhetssendinger	2640	44
Daglig bredt kulturmagasinet *	250	500
Kulturinnslag (ekskl. kulturnyheter), i brede sendeflater.	1300	100
Programmer med smalt kulturfokus *	280	200
Programmer for smale musikkjangre *	320	200
Barneprogrammer (EBU-målgruppe: 4.2.2 Barn) *	360	235
Ungdomsprogrammer (EBU-målgruppe: 4.2.3 Ungdom) *	250	750
Programmer for religion og livsfilosofi *	310	510
Flerkulturelle (EBU-målgruppe: 4.4.2 Flerkulturelle)*	80	70
Programmer med sport og idrett *	400	325
Programmer rettet mot trafikanter *	300	640
Natur, vitenskap, medisin, helse *	40	20
Forbrukerstoff/innslag i brede programmer	700	45
Medier, mediekritikk og -satire *	40	40
Programmer tilpasset "eldre" radiolyttere *	52	52
* Programmer inkludert musikk		

Allmennkringkasting – vårt fundament

Nye P4s sendinger skal være basert på prinsippene for allmennkringkasting, med egenproduserte nyhets- og aktualitetssendinger og med en tydelig kulturprofil som reflekterer uttrykksmangfoldet i norsk og internasjonalt kulturliv.

Vi mener vi har et godt utgangspunkt for å nå disse målsettingene. P4 er i dag Norges mest populære radiokanal blant personer under 60 år. Vi er dessuten Norges femte største medium målt i lytter-, leser- og seeroppslutning (NRK TV, NRK Radio, TV2 og VG er større). Vi har bygget opp en redaksjonell kunnskapsbase som på flere områder konkurrerer med NRK. Denne posisjonen er oppnådd ved å tilby troverdige nyheter, mangfoldig informasjon balansert med musikk og underholdning. Vi mener det skal være mulig å flytte med oss deler av vår store og lojale lyttermasse over i Nye P4 ved å presentere de nye innholdselementene på lytternes premisser.



Nye P4s programfilosofi

Nye P4 gjør omfattende grep i kanalens programsammensetning.

Det faktum at radiolyttere er betydelig mer kanallojale enn TV-seere har resultert i at dagens radiokanaler – så vel P4 som NRK – tilbyr lange programflater med en variert meny, fremfor ulike enkeltstående temaprogrammer. På den måten vil en P4-lytter i dag få nyheter, debatt, kulturinnslag, sport, musikk, underholdning og aktualitetsinnslag i løpet av den tiden han eller hun lytter på kanalen.

De forskjellige sendeflatene skal ha ulik fokus og profil, slik at det i noen flater for eksempel er mer fokus på kultur, og i

andre mer fokus på aktualitetsstoff. Innslag av mer spesiell karakter blir presentert med utgangspunkt i dette konseptet, og når dermed frem til lytterne på en ikke-ekskluderende måte.

Med en klar kulturprofil vil Nye P4 i tillegg til de lengre programflatene tilby spennende tittelprogrammer – ut fra tankegangen om å fordype seg mer i visse tema og gjøre det enklere for lyttere å finne frem og velge slike programmer.

Radio har også fantasiske muligheter til å fange øyeblikket, det som skjer akkurat nå, og gjennom moderne kommunikasjonsteknikk fange inn det som skjer i de fjerneste kroker og himmelstrøk. Nettopp dette – å være tilstede der det skjer, når det skjer – er en av de fremste målsettingene til nye P4. Derfor vil våre lyttere oppleve en merkbar nærhet til små og store begivenheter – lokalt som nasjonalt og internasjonalt.

Nye P4 er der det skjer

Radio er et ypperlig medium for å rapportere direkte der hendelser og arrangementer faktisk finner sted.

Men den tekniske utviklingen også innenfor radiomediet har satt nye krav til radio som mobilt medium. Tidligere var f. eks rapportering på telefon bredt akseptert av så vel kringkasterne som det radiolyttende publikum. I dag har best mulig lyd, uavhengig av sendesituasjonen, blitt et viktig konkurransefortrinn.

Nye P4s ambisjoner om å følge både nyhets- og kulturbildet tett, innebærer også en høy grad av fysisk tilstedeværelse. Nye P4 vil ha egne journalister tilstede på nyhetssaker, både i inn- og utland, for å sikre en mest mulig troverdig nyhetstjeneste.

Vår ambisjon om å følge de forskjellige kulturfestivalene tett, krever også fysisk tilstedeværelse for å skape kvalitativt best mulige sendinger. Alt dette krever betydelige investeringer i mobilt sendeutstyr av høy kvalitet. P4 startet opptrappingen av dette allerede høsten 2002. Vi vil fortsatt bruke betydelige ressurser på å investere i best mulig mobilt produksjons- og sendeutstyr.

Nye P4s mobile studio, en stor trailer med fullt innredet radiostudio, vil være mye på veiene Norge rundt for å levere stoff til radiosendingene. Flere av programmene i Nye P4 vil regelmessig bli avviklet fra dette studioet "et sted i Norge" – for å komme nærmere begivenhetene.

Nye P4 vil ha som målsetting å ligge helt i front når det gjelder å ta i bruk øvrig mobilt sendeutstyr. Reportere i inn- og utland vil ta i bruk utstyr av høyeste kvalitet og dermed bli i stand til å rapportere direkte med svært god radiolyd uansett hvor de måtte befinne seg.

Radio hele døgnet

Radio har en meget sterk stilling som medium i Norge.

Hver dag lytter 71 prosent av befolkningen til radio. Den gjennomsnittlige lyttetiden er hele 208 minutter per lytter. Radio er det desidert største mediet på dagtid. 93 prosent av alle radiolyttere har lyttet før kl. 18.00.

Det er et mål for Nye P4 å øke lyttingen etter klokka 18:00 gjennom å skape et programtilbud som kan trekke lyttere i ulike grupper også på denne tiden av døgnet.

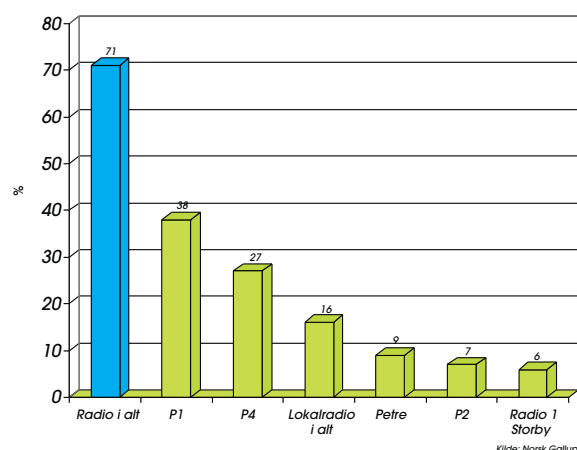
Lyttermarkedet domineres av kanalene NRK P1 og P4, som har en samlet markedsandel (ift. total lyttetid) på 76 prosent.

NRK P1 er Norges største radiokanal. Daglig lytter 38 prosent

av befolkningen til NRK P1. Kanalen har en markedsandel på 47 prosent. P4 er Norges nest største radiokanal med en daglig oppslutning på 27 prosent (1,1 millioner personer). P4 har 29 prosent av all radiolytting.

Det øvrige markedet fordeler seg mellom NRK-kanalene P2 (7 prosent) og Petre (9 prosent), samt lokalradioene (16 prosent). I forhold til total lyttetid i befolkningen utgjør kanalenes markedsandeler hhv. 4 prosent for NRK P2, 6 prosent for NRK Petre og 13 prosent for lokalradioene.

Daglig lytteroppslutning - 2002



3. Programvirksomheten i Nye P4

Forpliktelser overfor myndighetene – og publikum

Troverdighet og integritet er viktige nøkkelord for programvirksomheten i Nye P4.

Disse verdiene er ekstra viktige for en kommersiell radio-kanal. Fordi kanalen av økonomiske årsaker er avhengig av reklame, er en ubestikkelig integritet i journalistikken livs-viktig for "kontrakten" mellom lytterne og kanalen. I tråd med dette, er det avgjørende at sendingene inkluderer den kritiske og analyserende journalistikken og også gir rom for fordypning i viktige temaer

Som tidligere nevnt er dette mål som Nye P4 er rede til å innfri allerede fra 1. januar 2004. Dersom P4 får konsesjonen, vil vi starte innfrielse av målene allerede fra høsten 2003.

For best mulig å dokumentere de kvalitative og kvantitative forhold som kreves vil vi i henhold til anmodningen fra Kultur- og kirkedepartementet om å benytte ensartet statistikk i henhold til EBU, benytte EBU's klassifiserings-system "EBU Classification of RTV Programmes", Escort 2.4. (vedlegg 1).

Escort 2.4 er et multidimensjonalt kategoriseringssystem, der hvert enkelt redaksjonelle element kan kategoriseres like

Styringsmål totalt, antall verbalinnslag per år	Sjangermessig bredde						
	2.1.1 Bulletin (Nyheter, kultur sport, samisk trafikk)	2.1.3 Kommentar (Analyse, anmeldelse, fordypning)	2.1.4 Innslag (Reportasje montasje, intervju)	2.1.5 Debatt (Diskusjon, debatt, menings- brytning)	2.1.6 Presentasjon (Gen. program- leder, lettere stoff)	2.2.0 Dramatisert (Skuespill, opplesing, sketsj)	2.3.0 Underh. (Humor, show, konkurranser)
3.1.1 Nyheter og aktuelt	9 555	300	570	390	40		
3.1.2 Religion, livsfilosofi		170	270	70	370		
3.1.3 Samfunnsspørsmål		350	1 770	320	170		
3.1.4 Sport, topp- og bredde	680	960	1 440	40	140		
3.1.5 Forbrukersaker		95	393	40	115		
3.1.6 Hjem og fritid		50	640	10	80		
3.1.7 Kunst og kultur, tot.	880	560	3 030	120	1 570	40	
(3.1.7.1 Musikk)	273	200	1 100	20	1 260		
(3.1.7.2 Bildekunst)	70	20	170	10	30		
(3.1.7.3 Teater og film)	194	120	660	20	100		
(3.1.7.5 Media og -kritikk)	194	140	620	60	100	40	
(3.1.8.1 Litteratur)	88	60	340	10	60		
(3.1.8.3 Historie)	62	20	140		20		
3.1.9 Natur/vitens., medisin, helse		100	410	20	280		
3.2.0 Drama						430	
3.3.0 Underholdning							1 670

Innslag/programmer for spesifiserte målgrupper som barn, unge og flerkulturelle ligger inne i tabellen under innslagenes faktiske tema. I EBU's kategoriseringssystem vises dette redaksjonelle innholdet i dimensjonen målgruppe (se "Forpliktende programleveranser").

Denne tabellen viser kanalens minimumsproduksjon iht. de forpliktende programleveransene som er presentert på side 8. Tabellen er lagt sammen av styrings- og leveransemålene til de enkelte redaksjoner og programkategorier, beskrevet enkeltvis senere i søknaden. Det er lagt vekt på å tydeliggjøre tematisk og sjangermessig bredde ved å vise disse to dimensjonene kryssset i samme tabell.

mange ganger som det er dimensjoner i systemet. Vi har valgt å fokusere på dimensjonene *tema (content)* og *sjanger (format)*, som vi mener best beskriver myndighetenes krav til styrings- og leveringsmål. Dimensjonen *målgruppe (target)* beskriver i tillegg programmer rettet mot spesifikke målgrupper som barn, unge og flerkulturelle, og dekkes gjennom tabellen "Forpliktende programleveranser". Med denne kategoriseringsmetoden gir vi i tabellform et godt, etterprøvbart og sammenlignbart bilde av våre styrings- og leveringsmål.

En leveranse av innhold i henhold til de tematiske og sjangermessige kvanta som er beskrevet, vil danne et nødvendig grunnlag for å levere høy kvalitet.

Den norske kulturkapitalen

Definering av kulturbegrepet og kartlegging av hvordan kultur er befestet blant det norske folk er både komplisert og utfordrende. P4 har utviklet "P4s Kulturbarometer" som er basert på Sosiorasteret.

Sosiorasteret er en segmenteringsmodell utviklet av TNS Gallup i samarbeid med Bates og Lennart Rosenlund (se vedlegg 2).

Arbeidet baserer seg på den franske kultursosiologen Pierre Bourdieus studier og boka "La Distinction". Bourdieu ser på livsstil, forbruk, og smak fra et klasse/ lagdelingsperspektiv. Bourdieus studie er etterprøvd i Norge av Lennart Rosenlund (Høgskolen i Stavanger), som har gjennomført en studie av befolkningen i Stavanger i 1994. Sosiorasteret som presenteres her, er basert på et stort volum innsamlede data fra et representativt utvalg av den norske befolkningen. Felt- og analysearbeidet er utført av TNS Gallup.

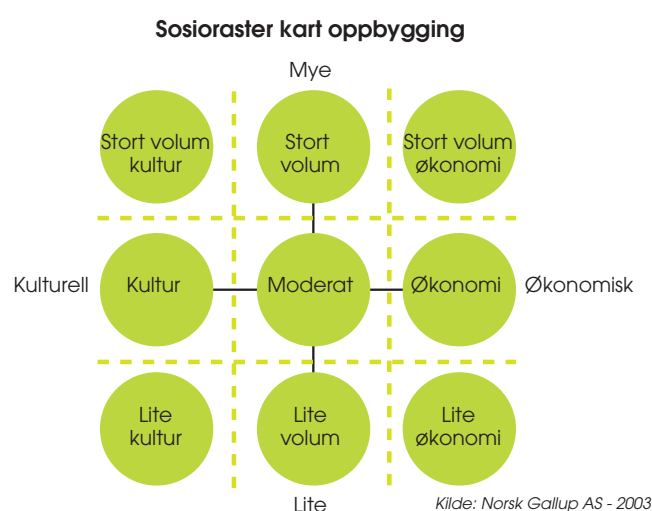
Bordieus teori tar utgangspunkt i at smak og behag er påvirket av hvilket samfunnslag man tilhører, og at enhver meningsforskjell ikke er en smakssak, men at forskjellene er grunnet forskjellige levekår.

Man betrakter kultur som både "høykultur" og "lavkultur". Smak er i følge Bourdieu en ervervet disposisjon for å kunne "differensiere" og "verdsette". I modellen kategoriseres folk ut i fra smaken de uttrykker, for eksempel ved preferanser for musikk, film, kunst, etc.

Nye P4s Kulturbarometer

Segmenteringsmodellen har to hovedakser og er deretter delt inn i ni ulike segmenter. Slik deles den norske befolkningen inn i sosiale felt med homogene grupper basert på økonomisk og kulturell kapital.

I modellen finnes to hoveddimensjoner langs en akse som viser grad av kulturell kapital og grad av økonomisk kapital. Modellen er tilpasset norske forhold og tar høyde for de forskjeller det er mellom det franske og norske samfunn og hva det betyr i forhold til folks preferanser.



P4 har anvendt modellen for å kartlegge kulturkapitalen i Norge og hvilke kulturelle aspekter som knyttes spesielt til de gruppene som kjennetegnes ved middels eller stort volum av kultur ("stort volum kultur", "stort volum" og "kultur"). Ved å identifisere de kulturelle preferansene disse gruppene har, er det mulig å øke kulturforståelsen og interessen for denne type kultur, også hos andre grupper som ikke innehar dette per i dag.

Kultur som de tre ovennevnte gruppene kjennetegnes ved er: klassisk musikk, pop, visesang, blues og jazz. De er opptatt av foto, friluftsliv, film og de fleste samfunnsrelaterte temaer. De er flittige brukere av kulturtilbud som teater, konserter, gallerier og utstillinger. De er også fysisk aktive og driver både tradisjonelle samt mer moderne former for aktiviteter. Av nyheter og aktualitet er de opptatt av lengre nyhets-sendinger, debatter, kulturprogrammer og økonomistoff (se mer detaljert beskrivelse av alle segmentene i vedlegg 2).

Spredte smakspreferanser

Preferanser for hva man vil høre på radio spenner bredt i denne sammensatte gruppen.

Jo nærmere man ligger yterkantene, jo mindre interessant vil det være for segmentet i midten, som tallmessig også er det største. Det samme gjelder motsatt vei. Musikalsk er både begrepene "jazz" og "klassisk" svært generelle. Artister som for eksempel Louis Armstrong og Jan Garbarek må begge oppfattes som utøvere innen jazzsjangeren, men de har lite til felles. Den ene er en utpreget "mainstream"-utøver med appell mot midten i Sosiorasteret, den andre er langt "smalere" og har med stor sannsynlighet liten appell i samme segment, men stor appell i segmentene mot venstre. Innenfor klassisk musikk gjelder det samme forholdet mellom for eksempel W. A. Mozart og Arne Nordheim. Det oppstår dermed en betydelig utfordring å finne musikk som store deler av de fire gruppene kan enes om representerer "god kvalitet" eller "god radio". Et annet eksempel er "norsk folkemusikk", der gruppen "stort volum kultur" er overrepresentert med hensyn til å like slik musikk, gruppen "moderat" er overrepresentert med hensyn til ikke å like slik musikk.

Nye P4 vil spre kulturmangfoldet

Nye P4 vil med sitt programtilbud tilby kultur som prefereres av de tre gruppene; "stort volum kultur", "stort volum" og "kultur", ut til bredere grupper som er mer moderate og ikke befinner seg like langt ut på den kulturelle aksen.

Vi vil benytte signalene fra segmenteringsverktøyet aktivt i vår programsammensetning, spesielt i støping av kulturprogrammene. Vi vil presentere denne type stoff, temaer, musikk og nyheter på en slik måte at de som i utgangspunktet ikke prefererer dette, vil like det de hører likevel. På den måten vil Nye P4 spre et større mangfold av kultur til flere grupper av Norges befolkning.

Nye P4 vil gjøre sitt ytterste for å tilfredsstille ulike forståelser av kulturbegrepet. Basert på analysefunn i "Nye P4s Kulturbarometer" vil vårt programtilbud inneholde flere utvidede nyhetssendinger og debatter, stoff om politikk og livssyn, utenriksstoff og økonomistoff, samt samfunnsrelaterte temaer. Videre vil vi på en balansert måte forsøke å integrere musikksgangere som klassisk, visesang, blues, jazz, folke-musikk, opera, pop og rock, og vie oppmerksomhet til litteratur, teater, konserter, gallerier og utstillinger - og emner som friluftsliv, trening, reiser og restaurantliv. Alt dette vil rommes av Nye P4s kulturdefinisjon og bli presentert på en måte som gjør at flest mulig skal kunne dra nytte av og interessere seg for det.

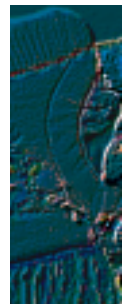
Det er naturlig å tenke: Hva kan mediene bli bedre på i dag? Hva kan radio bli bedre på i dag? Hvilke behov kan vi dekke på en bedre og mer meningsfull måte? Vi tror at radio med sin store lytterlojalitet i særlig stor grad kan skape fellesarenaer, møteplasser mellom ulike grupper, luften argumenter, skape forståelse, by på felles opplevelser – kort sagt styrke fellesskapet.

Radio er kort og godt et velegnet medium for å dempe fragmentering av fellesskapet.

En kjønnsbalansert radiostasjon

Nye P4 legger stor vekt på å være kjønnsbalansert, dvs. at kanalen skal reflektere begge kjønn på en god og naturlig måte.

En gammel journalistisk devise sier imidlertid at menn lytter, leser og ser gjerne det som er rettet spesielt mot kvinner. Men kvinner er ikke alltid interessert i det som er rettet spesielt mot menn. Vi vil derfor ofte finne at programmer i beste sendetid er rettet mot kvinner, med temaer som livskvalitet, helse, verdier, samliv, familie og barn.



Ein dynamisk nyheitsformidlar

Når det skjer noko viktig vil Nye P4 vil bryte inn i dei ordinære sendingane med nyheitsbrot.

Dette for å sikre at lyttarane får tilgang til siste nytt så tidleg som mogeleg. Ved viktige hendingar vil vi også på kort varsel avbryte det ordinære sendeskjemaet med ekstra- eller utvida sendingar.

Ved større planlagde hendingar vil Nye P4s sendeskjema bli lagt om og kanalen blir "teken over" av nyheits- og aktualitetsavdelinga. Eksempel på slike tilfelle er stortings- og kommuneval, presentasjon av statsbudsjettet, utdeling av Nobels fredspris, viktige kulturmarkeringar, kongelege bryllaup og liknande.

Nyheitssendingane

Nye P4 vil ha faste nyheitssendingar gjennom heile dagen, alle dagar i veka.

I tillegg vil kanalen tilby to lengre nyheitssendingar - ein om morgonen og ein midt på dagen, som blir spesielt øyremerkt lengre reportasjar, kommentarar og analysar.

Om ettermiddagen vil aktualitetsmagasinet Sytten Tretti, som er godt innarbeida blant lyttarane, vere sendinga som konsentrerer seg om dette stoffet.

Eigne nyheiter

Nye P4 skal produsere ei omfattande mengde eigne nyheiter.

Som eit riksdekkjande nyheitsmedium har vi eit ansvar for å spore opp og ta opp saker vi meiner er viktige for det samfunnet vi alle er ein del av. Eigen nyheitsproduksjon er også viktig for eit breiast mogleg nyheits- og meningsmangfald, og for å sikre tiltrua til oss som uavhengig nyheitsformidlar.

Nye P4 vil øyremerke journalistar til denne delen av nyheitsdekninga. I tillegg vil debatt- og samfunnsredaksjonen vår vere ein viktig bidragsytar i produksjonen av eigne nyheiter. Kanalen vil utfordre det generelle, tradisjonelle nyheitsbildet som i svært stor grad er definert av menn. Vi ønskjer for eksempel å inkludere nyheiter om kosthald og helse, livskvalitet, skole, etikk og samliv i større grad enn det tradisjonell nyheitsformidling har vore oppteken av. Nye P4

vil også vere oppteken av å formidle nyheiter og bakgrunnsinformasjon som gir lyttarane kunnskap til å forstå det som skjer i samfunnet.

Produksjon av nyttesaker, saker som lyttarane opplever som konkret relevante, vil også få ein naturleg plass i Nye P4.

I tillegg vil nyheitsavdelinga i Nye P4 ha eit sterkt kontaktnett i universitets- og høgskolemiljøa, for å bringe stoff om naturvitskap og teknologi. Dette er eit viktig ledd i korleis Nye P4 vil praktisere det utvida nyheitsbegrepet - med bl.a. "nyheiter du kan bruke".

Kultur i nyheitene

Nye P4 vil sikre kulturdekninga fast plass i nyheitsbildet.

Dagens nyheitstenking - spesielt på radio og TV - er prega av tradisjonelle synspunkt om kva som er nyheiter. Vi ønskjer å utfordre dette synet og utvide horisonten for kva som er viktig stoff for lyttarane våre.

Kulturnyheiter skal derfor bli viktige delar av nyheits-sendingane, og det skal lagast minst fire faste sendingar med kulturnyheiter i løpet av dagen. I dekninga vår vil vi også prioritere direkte overføringar frå opning av utstillingar, teaterpremierar, festivalar, konsertar, prisutdelingar etc.

Distriktsnyheiter

Dei viktigaste nyheitene frå distrikts-Noreg vil få den daglege arenaen sin på Nye P4.

Dette både i dei vanlege nyheitssendingane og i eigne sendingar øyremerkte distriktsstoff. Nyheitene vil bli produserte av nettverket vårt av nyheitsjournalistar landet rundt.

Målsetjinga med distriktsnyheitane vil også være å lyfte nyheiter frå distrikta opp på riksplan, nyheiter som tradisjonelt ikkje har nått opp i det nasjonale nyheitsbildet. I tillegg er det viktig for Nye P4 å spegle det som faktisk hender og opptek folk i dei ulike delane av landet vårt.

Utanriksdekninga

For å sikre ein høg del utanriksstoff i nyheitssendingane, vil vi ha som styringsmål at dette minst skal utgjere ein fjerdedel av innhaldet i nyheitssendingane i Nye P4.

Vi lever i eit samfunn der internasjonale forhold blir stadig viktigare, og avgjerder som fattast langt utanfor Noregs grenser får direkte verdi for samfunnsutviklinga her heime. I tillegg er Noreg ein stadig viktigare aktør på den internasjonale arenaen. Utanriksdekninga vil ha som mål å formidle sentrale trekk ved samfunnsutviklinga internasjonalt, gi kunnskap om den kulturelle utviklinga og skape forståing for dei kulturelle forskjellane.

Dei faste utanriksmedarbeidarane vil vere viktige bidragsytarar til nyheits- og aktualitetssendingane i Nye P4 og til vårt utanriksmagasin, både gjennom rapportering, kommentarar og analysar.



P4 dekka Irak-krigen med blant anna eigen reporter i Kuwait

P4s samarbeidspartnar NOREA Mediemisjon byggjer ut eit eige radionett i Sør-Amerika, Afrika og Asia. Det dreier seg om eigne reporterar med nødvendig reportasjeutstyr. Etter avtale med NOREA kan Nye P4 bruke dette nettet.

Nokre av dei landa der NOREA har etablert radiodrift er Peru, Bolivia, Elfenbenskysten, Hong Kong og Japan. Også i Mali, Kenya, Etiopia og Mongolia er radiostasjonar under etablering.

Ein annan av våre samarbeidspartnarar, stiftinga Worldview Rights, har gitt P4 adgang til sine ekspertar frå landa der stiftinga har dreve og driv eigne radiosendingar. Nokre av desse landa er Nigeria, Øst-Timor, Burma og Tibet.

Nye P4 ønskjer å bruke nettverket som eit alternativt utanriksnett. Både for å kunne rapportere om hendingar i land der det ellers ikkje er naturleg å plassere ut egne journalistar. Men også som ein del av Nye P4s kultur- og samfunnsdekning frå land som tradisjonelt ikkje når opp i det vanlege nyheits- og aktualitetsbildet.

Samiske nyheiter

Nye P4 vil ha to daglege nyheitssendingar på samisk, retta mot den samiske befolkninga.

Sendingane skal i tillegg til å spegle det generelle nyheitsbildet, også presentere nyheiter som er av spesiell interesse for den samiske befolkninga.

Dagens P4 har fått ros frå Allmennkringkastingsrådet for prioriteringa av sendetidspunktet for dei samiske nyheitene. Også Nye P4 vil plassere samiske nyheiter i radioens "prime-time", i tilknytning til aktualitetsmagasinet Sytten Tretti. Sjølv om radiosendingar på samisk i ein riksdekkjande kanal er ei stor redaksjonell utfordring overfor dei ikkje-samisktalande, så ønskjer likevel Nye P4 å sende samiske nyheiter på eit tidspunkt då svært mange lyttar. Både for å nå flest mogleg i målgruppa, men også som ein viktig del av profileringa av kanalen som ein brei nyheits- og kulturkanal.

For å møte utfordringa overfor dei ikkje-samisktalande, har dagens P4 utvikla nyheitssendingar på samisk med eit annleis uttrykk enn det som har vore vanleg tidlegare.

Kanalen vil vidareføre det redaksjonelle samarbeidet med Kautokeino Nærradio, og vil dessutan trekkje veksler på våre samarbeidande nordlege lokalradiostasjonar i program og innslag retta mot denne delen av befolkninga.

Analytisk, kritisk og fordypande dekning

Nye P4 vil vere folket sin arena for debatt og fordjuping.

Den nye debatt- og samfunnsredaksjonen får ansvaret for at Nye P4 skal bli ein attraktiv arena for analytisk, kritisk og fordjupande dekning. Redaksjonen får ansvaret for alle aktualitetsprogram i Nye P4, og for kanalen si politiske dekning. Vår politiske kommentator blir ein sentral bidragsytar både til nyheitssendingane og dei andre programma.

P4s aktualitetsmagasin Sytten Tretti har i snart ti år vore flagg-

skipet til nyheitsavdelinga. Magasinet tek opp saker frå eit breitt aktualitetsbilete, og både maktpersonar og mannen i gata har Sytten Tretti som arenaen sin for å komme til orde.

Sytten Tretti søker også å vere eit alternativ til andre aktualitetsprogram, både gjennom spennvidd i val av saker og i variasjon av presentasjonsform. Debatten, intervjuet, reportasjen og historia - alle har dei sin naturlege plass i Sytten Tretti.

Sytten Tretti har i dag tre gonger så mange lyttarar som hovudkonkurrenten Dagsnytt 18 på NRK, ein posisjon som vil bli prøvd styrka.

Nye P4 skal også dagleg tilby eit debattprogram, der lyttarane sjølv kan delta. Kanalen vil også presentere utanriksmagasinet Agenda, for analytisk, kritisk og fordjupande dekning av dei internasjonale hendingane.

I tillegg vil vi også tilby innanriksmagasinet Uka, for analyse, oppsummering og ettertanke.

Utvida og ekstra nyheitssendingar i samband med spesielle hendingar vil også vere ein naturleg arena for bakgrunnsstoff, kommentarar og analyse.

		Sjangermessig bredde						
Nyheter og aktuelt, antall verbalinnslag per år (lht. EBU's Escort 2.4)		2.1.1 Bulletin (Nyheter, kultur, sport, samisk, trafikk)	2.1.3 Kommentar (Analyse, anmeldelse, fordypning)	2.1.4 Innslag (Reportasje montasje, intervju)	2.1.5 Debatt (Diskusjon, debatt, menings- brytning)	2.1.6 Presentasjon (Gen. program- leder, lettere stoff)	2.2.0 Dramatisert (Skuespill, opplesing, sketsj)	2.3.0 Underh. (Humor, show, konkurranser)
Tematisk bredde	3.1.1 Nyheter og aktuelt	8 075	260	510	390	30		
	3.1.2 Religion, livsfilosofi		50		70			
	3.1.3 Samfunnsspørsmål		190	20	300			
	3.1.4 Sport, topp- og bredde		20		40			
	3.1.5 Forbrukersaker		20		40			
	3.1.7 Kunst og kultur, tot.		50		90			
	(3.1.7.1 Musikk)		10		10			
	(3.1.7.2 Bildekunst)				10			
	(3.1.7.3 Teater og film)		10		10			
	(3.1.7.5 Media og -kritikk)		30		50			
	(3.1.8.1 Litteratur)				10			
	3.1.9 Natur/vitens., medisin, helse		20		20			

Kulturprogrammene i Nye P4

Nye P4 ønsker å sette en ny standard for kulturfokus i norsk radio.

I tillegg til vårt kulturelle fokus i nyhetene vil vi drive en aktiv, utadvendt journalistikk med samme strenge kvalitetskrav som til den øvrige journalistikken i kanalen.

Som styringsverktøy har vi valgt oss disse målsettingene: *Kulturjournalistikken i Nye P4 skal bæres frem av entusiasme, nysgjerrighet, mangfold og kreativitet*, og være inkluderende for et bredt lag av befolkningen. Gjennom å benytte P4s Kulturbarometer/Sosioraster har vi et verktøy for å forstå

befolkningens kulturbehov og kulturbruk, og har dermed et viktig virkemiddel for å få kulturen frem til flere.

Vårt hovedmål er å mobilisere lytterne til å ta i bruk kulturen. Nye P4 vil innta en posisjon som lytternes ombud i Kultur-Norge, både gjennom journalistikk, opplevelse, debatt og gjennom en konstruktivt kritisk holdning til de ulike kulturuttrykkene. Slik tar vi sikte på å bli en uhøytidelig møteplass for utøvere, brukere og meningsbrytere i det norske kulturlandskapet.

Nye P4 vil tilby levende dekning av nasjonalt og internasjonalt kulturliv og forsøke å fange dynamikken – kulturen er jo alltid i bevegelse. Så vel våre nye landsmenn som

globaliseringens sterke internasjonale impulser påvirker oss og bidrar til et mer mangfoldig kulturbilde. I prinsippet skal alle kultursjangere finne sin plass i kanalen. Drama, litteratur, musikk og historie er selvsagt særlig godt egnet for radio-mediet, men også visuelle uttrykk som arkitektur, billedkunst, design, og film skal finne sin plass i kanalen. Vi vil også gjøre plass til nyere kunstneriske uttrykkformer. Ved å presentere dette på en folkelig og inkluderende måte, vil Nye P4 bidra til å gjøre denne typen kulturstoff tilgjengelig for et bredere lag av befolkningen og bidra til å vekke interesse hos mange som ellers ikke ville hatt noe særlig befatning med det.

Kulturdekningen i Nye P4 vil favne ytterpunkter som tradisjonell og moderne, internasjonal og nasjonal, regional og lokal. Det flerkulturelle Norge skal også ha sin selvfølgerlige plass. Kanalen vil fremstå som et mangfoldig kulturverksted – en viktig temperaturmåler på små og store hendelser og uttrykksformer innenfor norsk og internasjonalt kulturliv. Dette vil både merkes gjennom våre daglige kulturmagasiner og økt fokus på kulturstoff i øvrige programflater.

For å være med på å styrke norsk språk, identitet og kultur, vil kanalen bruke ressurser på å stimulere og hjelpe frem nye norske talenter innen for eksempel musikk og litteratur. Radiokanalen vil også bidra med programmer om norske musikk talenter som ikke når opp hos de store, internasjonale selskapene som dominerer musikkmarkedet.

Opplevelsesprogrammer inngår også i kultursjangeren, først

Klikk:

Portrettprogrammet "Klikk" skal gi et ukentlig møte med personer fra de forskjellige sider av norsk samfunnsliv.

Programmets gjesteliste omfatter folk fra politikk, næringsliv, kulturliv, den offentlige forvaltning, kirken, rettssystemet og idrettsliv.

Tanken bak serien er å gjøre lytterne enda bedre kjent med mennesket bak tittelen.

Utgangspunktet er vanligvis en aktualitet, og programmet gjennomføres i en avslappet samtaleatmosfære.

Den tematiske oppbyggingen av programmet er som følger:

- Den aktuelle problemstillingen
- Bakgrunn. Barndom, oppvekst.
- Utdannelse. Studietid, praksis.
- Interesser, hobbyer.
- Det voksne livet. Familie, fritid.
- Oppturer og nedturer.
- Kontroversielle sider ved gjesten og jobben vedkommende utfører.
- Fremtidsutsikter, drømmer.

og fremst representert med norske og internasjonale reise-skildringer, naturstoff og kulturhistoriske vandring.

		Sjangermessig bredde						
Tematisk bredde	Kunst og kultur, antall verbalinnslag per år (lht. EBU's Escort 2.4)	2.1.1 Bulletin (Nyheter, kultur, sport, samisk, trafikk)	2.1.3 Kommentar (Analyse, anmeldelse, fordypning)	2.1.4 Innslag (Reportasje montasje, intervju)	2.1.5 Debatt (Diskusjon, debatt, menings- brytning)	2.1.6 Presentasjon (Gen. program- leder, lettere stoff)	2.2.0 Dramatisert (Skuespill, opplesing, sketsj)	2.3.0 Underh. (Humor, show, konkurranser)
	3.1.7 Kunst og kultur, tot.	880	380	2 140	90	210	40	
	(3.1.7.1 Musikk)	273	130	740	10	80		
	(3.1.7.2 Bildekunst)	70	20	120	10	10		
	(3.1.7.3 Teater og film)	194	80	460	10	40		
	(3.1.7.5 Media og -kritikk)	194	80	450	50	40	40	
	(3.1.8.1 Litteratur)	88	50	250	10	30		
	(3.1.8.3 Historie)	62	20	120		10		
	3.2.0 Drama						80	
	3.3.0 Underholdning							200

Variert kulturmeny

-Mens en del av kulturdekningen legges i bredere kulturprogrammer, vil Nye P4 også gi rikelig rom for tradisjonelt "smalere" kultursjangere*:

-Kulturverkstedet, mandag til torsdag, blir programmet for kulturelle nyskapninger. Hovedvekten legges på nye billedkunstnere og forfattere.

-Gratishaugen, lørdag/søndag formiddag blir programmet hvor det offisielle Kultur-Norge speiles. Vi sender direkte fra utstillingsåpninger, festivaler og andre formiddagsbegivenheter.

-Hvis Mozart var DJ, hverdagssettermiddager, gir rom for smalere musiksjangere, som klassisk, opera, world music og folkemusikk.

-Swingit, jazzprogram lørdag og søndag i samarbeid med Jazzradio'n i Oslo.

-Kaleidoskopet, etnisk musikkmagasin, en ettermiddag i uka, med musikk av ulike etnisiteter.

-Panorama, en ettermiddag i uka; utenriksmagasin

-Leonardo, en ettermiddag i uka; vitenskapsmagasin

-Kulturombudet, en ettermiddag i uka; kulturdebatt

**Vi gjør oppmerksom på at de programtitler vi opererer med i søknaden er de navn vi i dag har planer om å benytte, men de vil kunne endres i løpet av perioden.*

Colosseum:

Formiddagsprogrammet "Colosseum" vil bli Nye P4s daglige hovedarena for kulturlivet.

Programmet skal både utforske nye tendenser og invitere til fordypning. Her skal lytterne møte og bli kjent med aktørene i kulturlivet, og de skal oppleve at kulturuttrykkene settes under debatt. Programmet vil ha en tilgjengelig magasininform der de ulike innslagene, kommentarene og intervjuene balanseres med variert og aktuell musikk.

Første time:

- Studio: Presentasjon av hovedsaken, åpningen av f.eks. festspillene i Bergen
- Reportasje: Bergenskorrespondenten har dekket åpningen
- Studio i Bergen/Oslo: Møte med festspillutstilleren
- Collage: Et utvalg av festspillmusikken presentert av vår musikkmedarbeider.

Annen time:

- Studio: Musikkfestivaler i et historisk perspektiv. Intervju med musikkhistorier
 - Reportasje: Folk i Nord-Norge besøker festivalene sine. Reportasje fra kulturmedarbeider i Tromsø
 - Teateranmeldelse av vår kritiker
 - Oppslagstavlen: Arrangementer i kveld
- Variert, aktuell musikk mellom innslagene

Festivalradioen

Å formidle inntrykk fra Norges imponerende flora av lokale og nasjonale festivaler vil være et av Nye P4s store satsingsområder i kulturdekningen.

Med virkning fra første sendedag vil Nye P4 vil være til stede på festivaler som for eksempel Festspillene i Bergen, Festspillene i Nord-Norge, Ultimafestivalen, jazzfestivalene i Voss, Molde og Kongsberg, DølaJazz, filmfestivalene i Haugesund og Tromsø, musikkfestivalene Quarten, Øyafestivalen og Norwegian Wood.

Nye P4 har som en del av sin satsing på kulturfestivaler inngått forpliktende samarbeid med paraply- og interesse-

organisasjonen "Norske Festivaler", som ivaretar interessene til en rekke kulturfestivaler her i landet, både små og store. Samarbeidet har som mål å styrke kulturfestivalenes posisjon og er en viktig del av vår målsetting om å mobilisere radiolytterne til å bruke kulturlivet aktivt. Organisasjonen har bred innsikt og kunnskap om det øvrige kulturlivet, noe som også vil være av stor verdi i vårt arbeid med å utvikle og forbedre kultursendingene i Nye P4.

Vi ønsker i sterk grad å være en kreativ samarbeidspartner for ulike festivaler, og vil bygge videre på de erfaringene som dagens P4 har gjort i samarbeid med festivaler som f.eks. Barnas Kulturfestival, DølaJazz, Oslofjorden revyfestival i Horten, Norsk Litteraturfestival, Amandusfestivalen mfl.

Bredde- og toppidrett

Fordi sport er folkeforlystelse, helse, trivsel og kultur-uttrykk vil det bli satt av mye sendetid til idretten i Nye P4.

Få andre bevegelse er bedre egnet til å knytte folk sammen – nasjonalt og internasjonalt, enn idrettsbevegelsen. Med sine 1.8 millioner medlemmer er Norges Idrettsforbund Norges største medlemsorganisasjon. Det er også den desidert største interesseorganisasjonen underlagt Kultur- og kirkedepartementet. P4 vil være sportskanalen som fremfor noen speiler helheten i norsk idrett: topp og bredde, med lokal, nasjonal og internasjonal forankring.

Sporten i Nye P4 skal ha daglige sportsbulletiner, i tillegg til faste ettermiddagssendinger. Lørdag og søndag er dager da aktivitetsnivået for både topp- og breddeidretten er som høyest, hvilket vil reflekteres i lengre sendeflater. Våre journalister vil aktivt lete etter sjelen blant mosjonister, breddeidrettsutøvere og de egentlige heltene – de lokale ildsjelene. I vårt arbeid om og for norsk idrett vil vi søke samarbeid med idrettens egne organisasjoner, og sammen utvikle spesialprogrammer, fordypende reportasjer og montasjer, samt felles konseptutvikling som kan gi økte inntekter til idretten.

Gjennom ulike programaktiviteter vil P4 støtte lokale klubber og lag, både økonomisk og moralsk.

Nye P4 skal dekke alle de norske høydepunktene, året igjennom. Vi skal sikre våre lyttere overføring av norske og internasjonale sportsarrangementer.

Vi vil sende direkte fra store mesterskap der Norge deltar, samt alle eliteseriekamper i fotball, landskamper og eventuelle Champions League-kamper til norske lag. Andre store idretter som håndball, langrenn, skiskyting, hopp, alpint og ishockey og friidrett skal få god dekning i Nye P4. Også ”-smalere” idretter som sykling, motorsport, golf, seiling, roing, padling, skal dekkes i våre sportssendinger. Nye P4 vil også dekke handikapidretten.

Daglig fra Paralympics

I 2002 var P4 eneste norske riksdekkende medium med daglige sendinger fra handikapidrettens største idrettsfest, Paralympics i Salt Lake City, noe vi også planlegger for framtiden.

Sport (topp og bredde), antall verbalinnslag per år (Iht. EBU's Escort 2.4)	Sjangermessig bredde						
	2.1.1 Bulletin (Nyheter, kultur, sport, samisk, trafikk)	2.1.3 Kommentar (Analyse, anmeldelse, fordypning)	2.1.4 Innslag (Reportasje montasje, intervju)	2.1.5 Debatt (Diskusjon, debatt, menings- brytning)	2.1.6 Presentasjon (Gen. program- leder, lettere stoff)	2.2.0 Dramatisert (Skuespill, opplesing, sketsj)	2.3.0 Underh. (Humor, show, konkurranser)
3.1.1 Nyheter og aktuelt		30	40				
3.1.4 Sport, topp- og bredde	680	930	1 320	40	110		
3.3.0 Underholdning							80

Musikkprofilen i Nye P4

Nye P4 kan garantere at kanalens musikkutvalg vil ha en norskandel på minst 35 prosent, hvilket er meget høyt i internasjonal sammenheng.

En bred musikkprofil er ikke til hinder for at musikken som spilles på kanalen i løpet av en dag kan spenne over og vise mangfoldet i musikkformer og musikksgangere. Ei heller er det til hinder for å spille en høy andel norsk musikk.

Allmennkringkastingskravene stiller også klare betingelser til presentasjonen av "smalere" musikksgangere. Nye P4 ønsker å spille musikk som man tradisjonelt ikke forbinder med kommersielle radiokanaler. Slik vil vi introdusere lytterne for nye og spennende musikkimpulser de kanskje ellers ikke ville fått.

For å sikre at også smalere musikksgangere er til stede i musikkbildet vil Nye P4 introdusere rene sjangerprogrammer for musikk. Både klassisk musikk og jazz vil få sine henholdsvis daglige og ukentlige magasiner. Utvalget av klassisk musikk vil skje i et samarbeid mellom kanalens musikk- og kulturredaksjon. Jazzsendingene lages i samarbeid med Jazzradio'n i Oslo. Folkemusikk og roots skal også få sine daglige vinduer i Nye P4. Disse enkeltprogrammene, som er med på å sikre tilstedeværelsen av ulike typer musikk, skal ikke hindre at disse musikksgangere er til stede i de øvrige sendingene.

Også populærmusikken fortjener å tas på alvor. P4 er i dag kanskje det viktigste utstillingsvinduet for norsk populærmusikk. Dette særlige ansvaret vil også Nye P4 være bevisst. For å gi norsk populærmusikk et ekstra fokus, vil Nye P4 fem dager i uken tilby musikkmagasinet "NorskPop", som vil være en ren norsk liste, der lytternes til enhver tid mest populære norske ønskelåter presenteres.

P4 har lang tradisjon for å presentere norske og utenlandske artister på en grundig måte. Programmer som Norsk Musikk Spesial, Nesten Bare Norsk og Musikalsk Krønike inviterer, hver på sin måte, til møter med artister, deres karriere og fremfor alt den musikken de har laget. Denne systematiske tilnærmingsmåten er blitt et begrep blant alle dem som tar populærmusikk på alvor, og Nye P4 vil føre tradisjonen videre.

"Her er ditt artist-liv"

Musikalsk Krønike har vært en langvarig programserie på P4, hvor lytterne har kunnet møte populære artister i en mer seriøs form enn i vanlige artistintervjuer. Krønikene har latt artistene gå systematisk gjennom sine karrierer, fortelle om gode og vanskelige øyeblikk samt fortelle om musikalsk utvikling og inspirasjon. P4 har foreløpig portrettert disse artistene:

- Bjørn Eidsvåg (8 programmer)
- Anne Grete Preus (8 programmer)
- Øystein Sunde (8 programmer)
- Lillebjørn Nilsen (5 programmer)
- Jan Eggum (5 programmer)
- Åge Aleksandersen (5 programmer)
- Jonas Fjeld (7 programmer)
- Ole Paus (8 programmer)

Internasjonale krøniker

Også internasjonale artisters karrierer er blitt behørig presentert på P4. Blant disse er The Beatles, The Rolling Stones, Paul Simon, Elvis Presley, Patsy Cline, Roy Orbison, Pink Floyd, The Bee Gees, Phil Spector's Wall Of Sound, Leiber & Stoller (komponistpar), Elton John, Abba, Eric Clapton, David Bowie, The Eagles, Fleetwood Mac, Kim Larsen, John Lennon og Bob Dylan.

Samarbeid med norske musikkaktører

Nye P4 har inngått et nært samarbeid med FONO, som er organisasjonen for norske plateselskaper, om bruk av den norske musikkdatabasen Phonofile.

Dette er bransjens egen database for norsk musikk. Her kan vi velge blant mer enn 40.000 norske musikkstykker, både på norsk og andre språk.

Fono har uttrykt sin tilfredshet med de erfaringene P4s musikk ekspertise kan bidra med og for den innsatsen vi gjør for norsk musikk generelt. Nye P4 vil i større grad ta i bruk det mangfoldet av musikk som finnes i Phonofile, og også tilby ukentlige programmer om og med norsk musikk, i nært samarbeid med Fono.

Norsk musikk har funnet et økende publikum i utlandet. Dette skyldes nok både den klare kvalitetshevingen som har funnet sted i norsk musikkliv, og den innsatsen bransjen selv legger ned for å gjøre norsk populær- og seriøs musikk kjent i utlandet. For å fremme den norske musikkeksporten har P4 inngått en avtale med bransjens eget eksportorgan, Music Export Norway (MEN). Partene har til hensikt å følge norske artister på vei ut i verden og dekke deres møte med utlandet. MEN og Nye P4 søker også å samarbeide om konserter med

sentrale norske artister, i Norge og i utlandet. Hensikten er å sette flere norske artister i stand til å ta det lange skrittet ut av landet.

Nye P4s viktigste utstillingsvindu er sendingene. For å gjøre det lettere for norske artister, kjente og ukjente, å vise hva de kan, vil vi bygge om et radiostudio. Med bedre studioforhold for "live"-opptredner kan artistene vise seg i større bredde enn i de fleste andre radiosammenhenger.

Nye P4s 10 norske musikkbud

Våre 10 musikkbud er grunnlaget for våre forpliktende leveranser innenfor musikkjangeren.

1. Vi SKAL spille minst 35 prosent norsk musikk. (Vårt interne styringsmål er 40)
2. Vi SKAL gi lytterne norsk på norsk (norskspråklig låt) hver time
3. Vi SKAL ha daglige innslag og formidling av såkalt smale musikkformer som jazz, klassisk, folkemusikk, etnisk etc.
4. Vi SKAL ha et daglig musikktilbud til barn
5. Vi SKAL aktivt søke etter og stimulere nye norske artister og band
6. Vi SKAL formidle fordypende innslag om norske artister og kultur.
7. VI SKAL fungere som et viktig talerør for norsk musikk og kultur
8. VI SKAL ha et musikktilbud til alle lyttere.
9. VI SKAL være Norges viktigste kanal for formidling av norsk musikk
10. VI SKAL dokumentere at vi følger budene

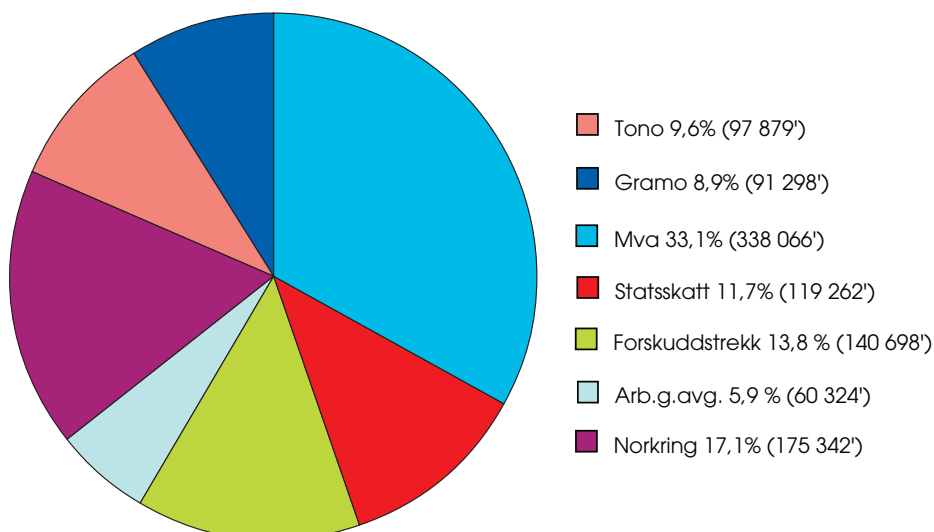
Norsk musikk, forpliktende sjanger	Timer pr. år
Norsk musikk på norsk	600
Norsk barnemusikk og viser	150
Norsk folkemusikk, country, roots, danseband	125
Norsk jazz	125
Norsk pop og rock	1100
Norsk R&B, rap, world music, etnisk (samisk)	100
Norsk musikk totalt	1600
Musikk totalt, forpliktende sjangere	
"Middle of the road", pop, rock, dance	1200
Eldre pop, classic	500
Barnemusikk, viser	300
Folk- og samtidsmusikk, jazz, country, roots danseband	500
R&B, rap, reaggæ, world music, etnisk	800
Seriøs klassisk	25
Seriøs, lett klassisk	100
Musikk for ulike lyttergrupper, forpliktende	
Musikk for barn (4-12)	150
Musikk for ungdom (13-19)	900
Musikk for voksne (20-50)	1600
Musikk for nye eldre (50+)	500
Musikk for etniske minoriteter	20
Musikk for flerkulturelle	20
Religiøs musikk	100

Musikk for millioner

P4s bruk av musikk i perioden 1994 – 2002 har resultert i at vi har betalt NOK 190 millioner tilbake til rettighets-havere og deres organisasjoner Tono, Gramo og Fondet

for Utøvende Kunstnere. Bare i 2002 ga P4s rettighets-avtaler med musikkbransjen en vederlagsutbetaling på nesten NOK 33 millioner.

SAMFUNNSREGNSKAP 1994-2002



5. Den øvrige programsatsingen

Det flerkulturelle Norge

Det flerkulturelle Norge skal føle seg hjemme hos Nye P4.

Som medium med stor dekning i befolkningen påhviler det allmennkringkasterne en særlig forpliktelse å speile de ulike etniske miljøene i det moderne Norge. Dette gjelder både etniske grupper med lang tradisjon i Norge, og nyere innvandrergupper. Stofftilfanget er rikt, ettersom det omfatter hele spennet mellom kulturuttrykk og samfunnsproblematikk. Nye P4 ser det som sin oppgave å lage programmer både for og om det flerkulturelle Norge. For å lykkes med dette er det viktig å søke ut i minoritets- og innvandrerguppene når vi skal rekruttere medarbeidere.

Siden 1970 er det kommet i underkant av 300.000 nye landsmenn til Norge (kilde: SSB). Mye av mediedekningen rundt innvandrerne er preget av såkalt elendighetsjournalistikk,

med fokus på problemer og kriminalitet. Noen medier har forsøkt å speile noe av det kulturelle mangfoldet våre nye landsmenn innebærer.

Enkelte har hevdet at noe av dette kanskje ikke alltid har vært like vellykket, fordi mye av fremmedkulturen blir "ghettofisert" i egne programmer av typen "nå skal vi se og høre om hvor flinke og spennende innvandrerne er". Nye P4 tror først og fremst på å se denne kulturen som en ressurs, ikke en plikt. Vi vil integrere denne kulturen på lik linje med annen kultur i de daglige programmene, og ikke registrere slike programinnslag spesifikt i våre rapporter.

I tillegg vil vi fortsette vårt flerkulturelle magasin Zebra og lansere et nytt program med arbeidstittelen Schpaa. Disse temaene vil også bli integrert i aktualitetsprogrammer, ungdomsprogrammer etc.

Det flerkulturelle Norge, antall verbalinnslag per år (Iht. EBU's Escort 2.4)		Sjangermessig bredde						
		2.1.1 Bulletin (Nyheter, kultur, sport, samisk, trafikk)	2.1.3 Kommentar (Analyse, anmeldelse, fordypning)	2.1.4 Innslag (Reportasje, montasje, intervju)	2.1.5 Debatt (Diskusjon, debatt, menings- brytning)	2.1.6 Presentasjon (Gen. program- leder, leffere stoff)	2.2.0 Dramatisert (Skuespill, opplesing, sketsj)	2.3.0 Underh. (Humor, show, konkurranser)
Tematisk bredde	3.1.1 Nyheter og aktuelt		10	20		10		
	3.1.3 Samfunnsspørsmål		20	30	30	20		
	3.1.6 Hjem og fritid			10				
	3.1.7 Kunst og kultur, totalt			20				
	(3.1.7.1 Musikk)			10				
	(3.1.7.3 Teater og film)			10				
	3.1.9 Natur/vitens., medisin, helse			10				

Vårt særlige ansvar for barn og unge

Nye P4 vil tilby god, tradisjonell barneradio.

Dette gjør vi blant annet fordi vi mener alle medier har et særlig ansvar for å ivareta, stimulere og beskytte barn og unge.

Når radioen står på, er det som regel for sent å reservere seg dersom det innholdet som kommer er støtende, sjokkerende eller på annen måte uønsket.

Barn lytter ofte til det voksne velger. Barna blir lyttere til de kanaler de voksne har et forhold til. Derfor er det viktig å ha redaksjonell oppmerksomhet for at mange barn kan lytte på kanalen mens det går programmer rettet mot voksne. Det er viktig å sørge for at stoffet ikke presenteres på en måte som uforvarende skremmer, truer eller utfordrer normene for oppførsel og samfunnsetikk.

Vi vil også inkludere barna i programtilbudet gjennom barnelitteratur, gamle folkeeventyr, ny og gammel norsk barne-musikk, og samtaler om det som opptar barn.

Nye P4 akter også å opprettholde posisjonen som Norges mest populære ungdomsradio, med egne sendinger hver kveld. Ungdomssendingene blir et speil av ungdoms virkelighet, med innslag om utdanning, ungdomskultur, ungdomspolitik, livssyn, etikk, jus, mobbing, ungdomskriminalitet, rusmiddelproblematikk, andre samfunnsspørsmål samt stoff om underholdning, helse, seksualitet og samliv, mat, konkurranser og noe "yngre" musikk enn i det øvrige Nye P4. Nye P4 ønsker å inneha en sterk posisjon som en felles arena for de unge. For Nye P4 er det viktig å ta ungdommen på alvor.

Nye P4 vil være et engasjerende alternativ spesielt rettet mot ungdom hver dag – på kveldstid, uken igjennom.

Større enn NRK

P4s eksisterende daglige barneprogrammer har to ganger så høy lytteroppslutning som NRK 2s barnetime. Nye P4 vil ha et daglig barneprogram på kveldstid mandag til fredag med arbeidstittel "Kinkelikoff", samt barnetime hver lørdag og søndag. Fra starten vil dette være "Kaptein Rødsjegg - Piratradioen" – med temaer som drama, litteratur, musikk og aktivisering av barn. Barneprogrammene skal utfordre barnas kreativitet gjennom å presentere dem for historier, myter, undring og læring. Den gode, norske barnemusikken kommer til å spille en viktig rolle.

		Sjangermessig bredde						
Barn og unge, antall verbalinnslag per år (lht. EBU's Escort 2.4)		2.1.1 Bulletin (Nyheter, kultur, sport, samisk, trafikk)	2.1.3 Kommentar (Analyse, anmeldelse, fordypning)	2.1.4 Innslag (Reportasje montasje, intervju)	2.1.5 Debatt (Diskusjon, debatt, menings- brytning)	2.1.6 Presentasjon (Gen. program- leder, lettere stoff)	2.2.0 Dramatisert (Skuespill, opplesing, sketsj)	2.3.0 Underh. (Humor, show, konkurranser)
Tematisk bredde	3.1.2 Religion, livsfilosofi		10	50		20		
	3.1.3 Samfunnsspørsmål		50	260	10	110		
	3.1.4 Sport, topp- og bredde		10	30		10		
	3.1.5 Forbrukersaker		20	80		30		
	3.1.6 Hjem og fritid		30	120	10	50		
	3.1.7 Kunst og kultur, totalt		150	670	30	280		
	(3.1.7.1 Musikk)		60	260	10	110		
	(3.1.7.2 Bildekunst)			20		10		
	(3.1.7.3 Teater og film)		30	120	10	50		
	(3.1.7.5 Media og -kritikk)		30	120	10	50		
	(3.1.8.1 Litteratur)		10	50		20		
	(3.1.8.3 Historie)			20				
	3.1.9 Natur/vitens., medisin, helse		20	80		30		
	3.2.0 Drama						350	
	3.3.0 Underholdning							750

Eldre radiolyttere

"Moderne" eldre holder seg friske og aktive og fortsetter å være sultne på livet, musikk, kultur og opplevelser.

Antall nordmenn over 50 år utgjør nå mer enn 1,7 millioner mennesker. De disponerer en betydelig kjøpekraft og hele 70 prosent av den private formue her til lands. Likevel har denne målgruppen tradisjonelt sett ikke vært attraktive i annonsørers øyne.

Nye P4 tror og håper imidlertid at annonsørene etter hvert vil oppfatte at de nye seniorene har en ny og spenstig adferd, at de er livsglade og stadig aktive – og at de derfor også kan være en spennende målgruppe. Nye P4 vil utfordre annonsørene gjennom å tilby egne programmer med redaksjonelle temaer, musikk og annen kultur for disse godt voksne. Nye P4 vil også inkludere denne målgruppens preferanser i de brede magasinflatene.

Natur, vitenskap og teknologi

Naturvitenskapene danner en viktig del av bakteppet for samfunnsdebatten.

De naturgitte forutsetningene er viktige for utviklingen av samfunnet og kulturen. Likevel har matematikken og naturvitenskapene i en årrekke vært tapere i det norske skolesystemet. Norsk ungdom mister dermed en vesentlig del av grunnlaget for å forstå det samfunnet de er en del av. Nye P4 ønsker å slå et slag for naturvitenskapene. Vi ønsker å øke interessen for disse temaene ved å ikle dem en populær form, og inkludere stoffet i flere sendeflater. Både nyhetssendingene, formiddagssendingen "Kurbadet" og ettermiddagssendingen

"Midt i Trafikken" vil finne plass til populærvitenskap.

For å hente nødvendig kompetanse har P4 inngått redaksjonelt samarbeid med nettstedet Forskning.no som eies av universitetene og høyskolene i Norge. Gjennom sin brede kontaktflate besitter Forskning.no en unik kompetanse på norsk forskning. Gjennom dette samarbeidet kan Nye P4 lettere sette oppdagelser og andre forskningsnyheter i sin rette sammenheng.

Det er også en målsetning for Nye P4 å få gode kontakter i forsknings- og studentmiljøene. P4 har allerede knyttet til seg forskere som kombinerer faglig kunnskap med evnen til formidling på radio.

Mangfoldig ekspertpanel

P4 har utviklet en bred kontaktflate med en stor gruppe forskere innen mange fagdisipliner. Vi vil opprettholde denne kontakten, både som rådgivere og bidragsyttere i sendingene.

Tor Guttu, lingvist, Universitetet i Oslo
Ørnulf Hodne, folklorist, UiO
Knut Jørgen Røed Ødegaard, astrofysiker, UiO
Gry Jæger, veterinær
Gro Nylander, overlege, kvinnesykdommer
Jørn Harald Hurum, dinosaurekspert, De Naturhistoriske Museer, UiO
Morten Günther, ekspert på arktisk natur og miljø, Svanhøvd miljøsenter
Ketil Hylland, økotoksikologi, NIVA og UiO
Petter Bøckman, biolog og ekspert på humanhistorie
Birger Svihus, husdyrekspert, Norges Landbrukshøgskole,

Sverre Aukland, tannlege
Johan Arnt Steier, hormonekspert
Morten Ree, ornitolog
Solveig Vennesland, samlivskonsulent
Harald Thuen, ekspert i pedagogisk historie ved HiL
Reidar Tyholdt, mobbeekspert, Olweusprogrammet
Tor Øistein Endsjø, lege allmennmedisin, barnelege og idrettslege
Per Egil Hesla, søvneksper, Colosseumklinikken
Geir Grimsmo, øre- nese- halsspesialist, Allé-klinikken i Bærum.
Andreas Tjernshaugen, klimaforsker, Cicero
Even Heir, forsker, Statens Institutt for Folkehelse
Knut Oftung, rådgiver ved Ligestillingscenteret
Bo Terning Hansen, doctor scient. adferd- og lærings- ekspert
Andreas Føllesdal, professor i filosofi, UiO
Ketil Skogen, Norsk Institutt for Naturforvaltning

Natur og vitenskap,
antall verbalinnslag per år
(Iht. EBU's Escort 2.4)

Sjangermessig bredde

	2.1.1 Bulletin (Nyheter, kultur, sport, samisk, trafikk)	2.1.3 Kommentar (Analyse, anmeldelse, fordypning)	2.1.4 Innslag (Reportasje montasje, intervju)	2.1.5 Debatt (Diskusjon, debatt, menings- brytning)	2.1.6 Presentasjon (Gen. program- leder, letterer stoff)	2.2.0 Dramatisert (Skuespill, opplesing, sketsj)	2.3.0 Underh. (Humor, show, konkurranser)
3.1.9 Natur/vitens., medisin, helse		60	310	20	250		

Forbrukerstoff og servicejournalistikk

Nye P4 vil tilby servicejournalistikk og forbrukerstoff i flere daglige magasiner. I tillegg vil forbrukerperspektivet fortsatt være det sentrale i nyhetsdekningen.

For en kommersiell radiokanal er det særlig viktig å ha et vannrett skille mellom reklame og redaksjonelt stoff.

Produkter presenteres både redaksjonelt og i reklame. Derfor må lytteren kunne være trygg på at det som presenteres redaksjonelt er helt uavhengig av kommersielle hensyn.

Lytterne må stole på at vi er kritiske, allsidige og grundige når vi gjør vurderinger og presenterer ulike alternativer som kan danne grunnlaget for valg. Dette gjelder enten vi omtaler reisemål, bilmodeller, telefoner, datautstyr eller for den saks skyld – musikk, film, litteratur teater eller andre kunstuttrykk

Nye P4 ønsker å være en viktig og troverdig referanse for sine lyttere. Derfor er forbrukerstoff og en ubestikkelig service-

På parti med lytterne

Forbrukerperspektivet skal ligge til grunn for det meste av Nye P4s virksomhet. Vårt utgangspunkt er å være "på parti" med lytterne. Det betyr at Nye P4 konsekvent skal rapportere ut fra et "froskeperspektiv" - nedenfra og opp - både i nyheter og annen journalistikk. Som ren forbrukerorientert service skal Nye P4 jevnlig bringe:

- Teateranmeldelser
- Filmanmeldelser
- Litteraturanmeldelser
- Musikkanmeldelser
- Stoff om helse, trening og velvære
- Stoff om mat og drikke
- Reisestoff
- Stoff om samliv og helse
- Stoff om personlig økonomi

journalistikk viktig for kanalen.

Forbrukerstoff, antall verbalinnslag per år (lht. EBU's Escort 2.4)	Sjangermessig bredde						
	2.1.1 Bulletin (Nyheter, kultur, sport, samisk, trafikk)	2.1.3 Kommentar (Analyse, anmeldelse, fordypning)	2.1.4 Innslag (Reportasje montasje, intervju)	2.1.5 Debatt (Diskusjon, debatt, menings- brytning)	2.1.6 Presentasjon (Gen. program- leder, letterer stoff)	2.2.0 Dramatisert (Skuespill, opplesing, sketsj)	2.3.0 Underh. (Humor, show, konkurranser)
3.1.5 Forbrukersaker		110	310	40	90		

Livssyn

Livssynsspørsmål skal speiles i mange av sendingene på Nye P4.

Både livsstil- og kulturprogrammene kommer til å gi livssynsspørsmål grundig og regelmessig behandling. Det samme gjelder nyhetsdekningen og debattprogrammet "Sytten Tretti". I tillegg kommer kanalen til å sende "Tidlig på en lørdag" og

"Tidlig på en søndag" som to timer ukentlig behandler spørsmål om moral, etikk, og ulike religioner. Livssyn blir også en viktig del av mange av portrettene i serien "Klikk", samt i flere andre av våre daglige magasiner.

Som det sentrale livssynet i vår kulturkrets får kristen tro en sentral plass. Vi har etablert et samarbeid med Norea Mediemisjon, og vil søke allianser med andre kristne og livssynorienterte aktører om dette.

Religion/livsfilosofi, antall verbalinnslag per år (lht. EBU's Escort 2.4)	Sjangermessig bredde						
	2.1.1 Bulletin (Nyheter, kultur, sport, samisk, trafikk)	2.1.3 Kommentar (Analyse, anmeldelse, fordypning)	2.1.4 Innslag (Reportasje montasje, intervju)	2.1.5 Debatt (Diskusjon, debatt, menings- brytning)	2.1.6 Presentasjon (Gen. program- leder, letterer stoff)	2.2.0 Dramatisert (Skuespill, opplesing, sketsj)	2.3.0 Underh. (Humor, show, konkurranser)
3.1.2 Religion, livsfilosofi		110	220	70	350		

Trafikkinformasjon

Radio er i dag den viktigste kanalen for å bringe trafikkinformasjon til bilister.

P4 har inntatt en rolle i trafiksikkerhetsarbeidet som ingen andre norske medier kan konkurrere mot. Seks av ti bilister som hører på radio i dag, hører på P4. Dette har trolig sammenheng med hyppig informasjon om trafikk, og at informasjonen som gis er lett å oppfatte mens man kjører. God informasjonsflyt i våre sendinger bidrar til en mer effektiv trafikkavvikling og til forebygging av ulykker. Nye P4 ønsker å opprettholde denne posisjonen.

Både veitrafikken og kollektivtrafikken er i dag kompliserte nettverk, med de fleste nordmenn som deltakere. Alle former for trafikk angår oss, fordi forsinkelser og andre uregelmessigheter får direkte innvirkning på dagliglivet vårt. Det å være trafikkant medfører også en fare, og veimyndighetene og politiet legger ned et stort arbeid i å informere trafikantene om uregelmessigheter i trafikkbildet. En trafikkant som er godt informert om føreforhold, trafikk tetthet, omkjøringsmuligheter og særlige farer ved og i veibanen, representerer mindre fare for seg selv og andre trafikanter.

Innsamling, tilpasning og kringkasting av trafikkmeldinger i Nye P4s regi vil fortsatt bli gjort fra vår trafikksentral på Lillehammer. P4 har i samarbeid med blant andre Telenor Mobil, SINTEF og Statens Vegvesen utviklet et eget IKT-system for håndtering av meldinger. Vi har dessuten etablert rutiner for kvalitetssikring og videreutviklet språk og kommunikasjonsform innen dette fagfeltet. Dette gir Nye P4 et glimrende utgangspunkt for en profesjonell satsing på dette området. Nye P4 vil fortsette det gode samarbeidet med trafikkmyndigheter og Trygg Trafikk og være en myndig venn med vennlig pekefinger i trafikken. Nyten av dette vises særlig tydelig ved påske-, pinse- og annen ferieutfart. Et konkret og populært tiltak de senere år har vært "Aksjon Skoleveg" ved skolestart, P4s reflekskampanjer osv.

P4 har etablert et unikt nettverk av informanter som løpende oppdaterer om endringer i trafikkbildet, og lytterne selv er ivrige til å rapportere om hendelser. Dette nettverket er likevel ikke tilstrekkelig hvis radiokanalen ikke samtidig har et apparat for å kvalitetssikre meldingene. Trafikkmeldinger er "ferskvare". De må formidles hurtig, men det er like viktig at de er korrekte. P4 har lagt ned et stort arbeid i rutiner som sørger for at trafikkmeldingene holder det nødvendige kvalitetsnivået.

Nye P4 vil fortsette med sitt innarbeidede program "Midt i Trafikken". Trafikkinformasjon vil være en selvfølgelig del i morgensendinger og øvrige programflater der det er behov for å varsle trafikantene.

Norges største bilradio

Seks av ti bilister som hører radio i bil, har kanalvelgeren stilt inn på P4. Kanalen har et eget trafikkhelikopter som overvåker trafikkbildet på ulike steder i landet.

Nye P4 og det norske språket

Nye P4 har som eitt av sine redaksjonelle styringsmål at 30 prosent av verbalinnslaga ikkje skal vere på bokmål.

Språket er det aller viktigaste verktøyet for kommunikasjon med lyttarane. Som riksdekkjande, kommersiell radiokanal har vi eit særleg ansvar for å røkte nyansane i det norske språket. Det faktum at P4 har ein svært stor del av radiolyttinga i Noreg, gir oss ein viktig plass i språkopplæringa - både for barn og unge og for dei som ikkje har norsk som morsmål.

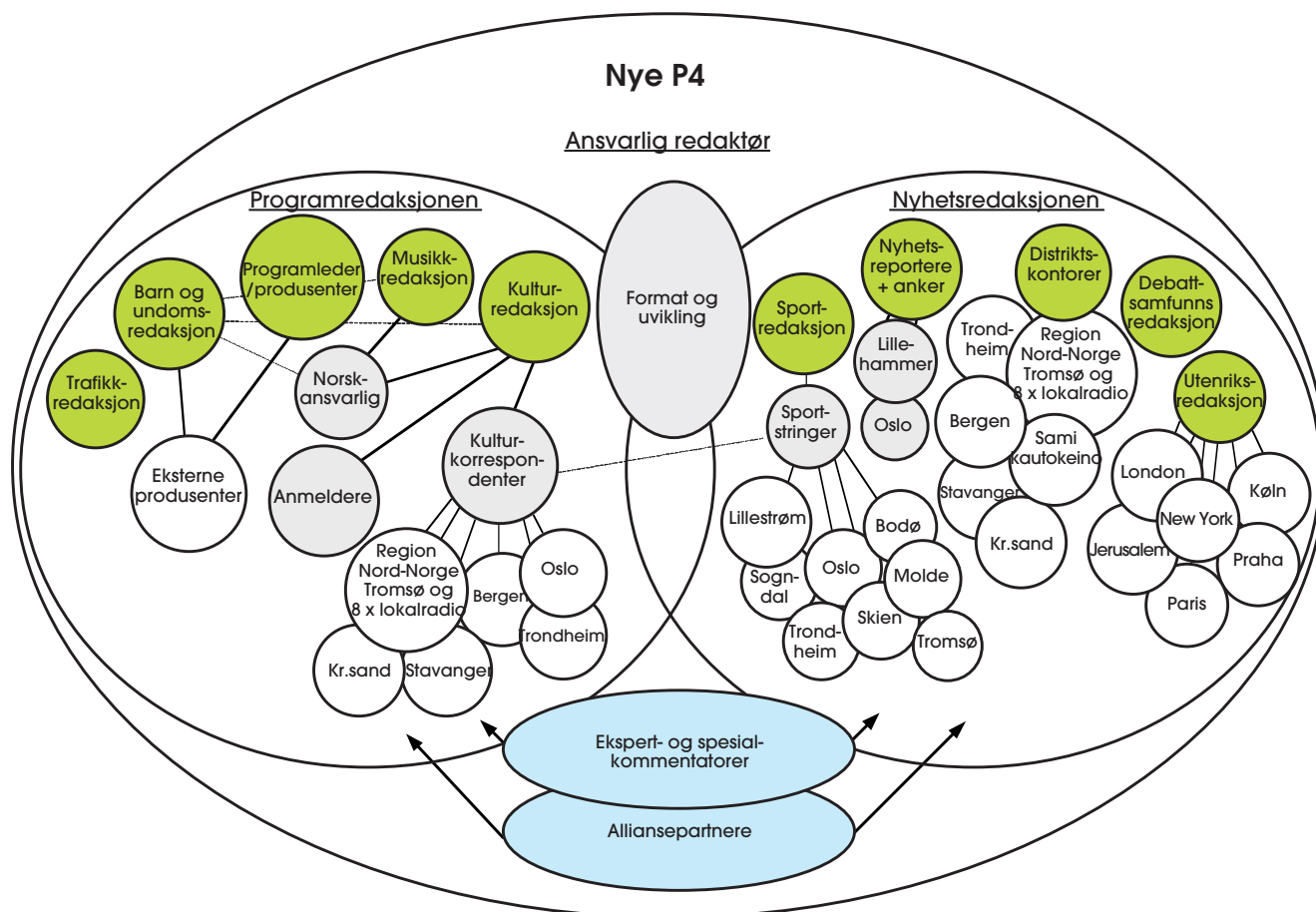
Gjennom sendingane våre vil Nye P4 være med å styrke bokmål, nynorsk og dialektane. Blant anna har vi som første norske riksdekkjande etermedium opna for å bruke dialektar i vår nyheitspresentasjon. Vi vil ha eigne sendingar på samisk.

P4 har sidan starten nytta begge dei offisielle norske målformene. Nye P4 ønskjer også å ha ei god spreining når det gjeld bruk av norske dialektar. Dei siste åra har austnorske dialektar blitt mindre dominerande på P4, og vi har fått større representasjon av dialektar frå nord, sør og vest. Nye P4 vil sørge for at mangfaldet av norske dialektar er stort og levande.

Ved nyttilsetjingar i framtida vil vi også aktivt arbeide for at redaksjonen skal ha ein rik flora av norske dialektar og målformer.

6. Redaksjonelle ressurser

Nye P4 vil ha et bredt mangfold av ulike spesialredaksjoner. Våre ambisiøse redaksjonelle planer fordrer en dynamisk, vital og sterk organisasjon – med stor geografisk spredning og bred aldersmessig forankring.



Figuren viser en oversikt over de redaksjonelle funksjonene i Nye P4.

Redaksjonelle prinsipper

P4 er det eneste norske riksdekkende medium som eiermessig er uavhengig de store nasjonale mediehusene.

Vi tilfredsstiller også departementets krav til fullstendig uavhengighet til interessegrupper av politisk, økonomisk eller annen karakter. Denne redaksjonelle uavhengigheten er grunnleggende viktig av hensyn til ytringsfriheten og kritikkfunksjonene som P4 og andre norske medier har i den offentlige samtalen - i tråd med grunnleggende demokratiske, journalistiske og medieetiske idealer.

P4 har et eget etisk regelverk for å sikre at kanalen driver etter sunne journalistiske prinsipper og for å sikre kanalens redaksjonelle uavhengighet. Regelverket tar utgangspunkt i pressens egne retningslinjer og den gjeldende medielovgivningen og er videre tilpasset radiomediet generelt og P4 spesielt. (Regelverket følger som vedlegg 4).

Ansvarlig redaktør er ansvarlig for alt innhold som sendes på P4. Som viktigste rettesnor har ansvarlig redaktør de presseetiske prinsipper som er nedfelt i Redaktørplakaten, Vær Varsom-plakaten og Tekstreklameplakaten. Ansvarlig redaktør står etisk og rettslig ansvarlig overfor medienes selvjustis (Pressens Faglige Utvalg) og overfor lov og domstol.

Programlederne

Det er programlederne som gir radiostasjonen ansikter og identitet. De forvalter integriteten og skaper bånd mellom lytterne og kanalen.

Derfor stiller vi krav til dem, ikke bare til kompetanse og talent – men til holdninger og etikk.

Nye P4 vil tilstrebe at våre programledere skal ha respekt for norsk egenart, norske tradisjoner og normer.

Med utgangspunkt i lytternes verdier og ståsted er våre

programledere alltid godt forberedt, folkelige, friske og underholdende. Deres allsidighet gir også muligheten til å ha en effektiv, fleksibel organisasjon der flere kan løse ulike programlederoppgaver innenfor ulike felt.

Program- og musikkredaksjonen

Vi har samlet alle programskapende krefter i en avdeling – med spennende underbruk for nisjefordypning.

Virksomheten i vår programavdeling er selve bærebjelken for en vellykket drift. Ressurspersonene i denne avdelingen, som ledes av kanalens *programredaktør*, vil konstruere, produsere og formidle de fleste av de brede sendeflatene og smale spesialprogrammene i Nye P4s programskjema.

Musikkavdelingen, ledet av kanalens *musikkseksjon*, sørger for at det musikalske mangfold og forpliktende musikkleveranser blir overholdt.

Kulturredaksjonen

Nye P4 skal ha en egen kulturredaksjon som skal ledes av en kulturredaktør.

Kanalens egen *norskansvarlige*, som skal sørge for at det særnorske musikk- og kultur mangfoldet setter sitt preg på sendeflatene, får også en sentral rolle i denne redaksjonen.

Våre *anmeldere* av musikk, film, teater, revy, litteratur, kunst og andre tilknyttede spesialanmeldere vil være faste bidragsytere til denne redaksjonen

Kulturkorrespondenter

For å sikre rikt tilfang av kulturstoff og kulturnyheter vil Nye P4 knytte til seg egne kulturkorrespondenter.

Kanalen vil blant annet ha medarbeidere i alle norske "kulturhovedsteder", som for eksempel Tromsø, Trondheim, Bergen, Stavanger, Kristiansand og Oslo. Kanalen vil også samarbeide med kulturjournalister på andre steder.

I tillegg til de faste utenriksmedarbeiderne, vil Nye P4 søke å knytte til seg egne kulturkorrespondenter for å dekke flest mulig av de viktige internasjonale kulturmetropolene.

Distriktsnettverk

Ethvert riksdekkende medium har behov for et nyhetshungrig og oppegående stringernettverk, som daglig overvåker hverdagslivet i sine respektive lokalmiljøer.

P4 har allerede avtale med et slikt nettverk bestående av all-

sidige journalister. Disse stringerne kommer i tillegg til våre avdelingskontorer, og dekker alle fylker i Norge fra sine hovedseter i nøkkelregioner som Midt-Norge, Vestlandet, Sørvestlandet og Østlandet.

Regionalt senter i nord

De tre nordligste fylkene dekkes av vårt regionale senter i Tromsø, med hjelp fra Radio Tromsø og deler av Nord-Norge-samkjøringen. Tromsø er en kulturby, med et fredsuniversitet, kompetanse og nærhet til minoriteter generelt og særlig den samiske kultur. Byen ligger i Barentsregionen og hverdagen ligger i spennet mellom det tradisjonelle naturbaserte Norge - og et moderne kunnskapssamfunn.

Nye P4 ønsker å samarbeide tett med redaksjonelle miljøer i andre *lokalradioer* over hele landet, og vil forsøke å etablere nye samarbeidsmodeller som gir lokalradioene nye inntektsmuligheter. Gjennom å tilby skreddersydde seminarer vil vi kunne tilby verdifull kunnskap om drift og innhold til interesserte lokalradioer, og ønsker dermed å bidra til økt profesjonalisering hos en meget viktig gruppe lokale kringkastere.

Spesialmedarbeidere/ekspert-kommentatorer

En bredt sammensatt ressursbase av spesialmedarbeidere og ekspertkommentatorer, vil utgjøre viktige elementer i Nye P4s daglige programmer.

Dette er profilerte medarbeidere med høy kunnskap om strømninger og bredden i norsk og internasjonal kultur, samt i hverdags- og samfunnslivet forøvrig.

Spesialister på lufta

Eksempler på slike spesialmedarbeidere i dagens P4 er:

- Nyhetsanalytikere
- Ekspertkommentatorer (sport, politikk, krigføring)
- Nisjeeksperter (Trim, helse, privatøkonomi, finans, forbrukerrettigheter, nytelse, sex & samliv, naturvitenskap, livssyn, mat, vin m.m.)
- Anmeldere (film, litteratur, musikk, teater, revy)

Nye P4 vil i takt med programutviklingen knytte til seg nye spesialister.

Disse har til felles en unik evne til å formidle spesialkunnskap på et folkelig, forståelig vis.

Uavhengige produksjonsmiljøer

Programproduksjoner fra eksterne, uavhengige produksjonsmiljøer bidrar til å holde en høy kvalitet på innholdet i Nye P4.

Per i dag bidrar P4 til å holde liv i et tyvetalls mindre eller større produksjonsmiljøer, som leverer spesialprogrammer, innslag, reklameproduksjoner og vignetter til vår kanal. Dette er miljøer både i og utenfor Lillehammer og Oslo.

Stimulerer norsk produksjon

I Nye P4 skal minimum 95 prosent av alle programproduksjoner være produsert av norske produksjonsselskaper.

Nyheits- og aktualitetsredaksjonen

Nyheitsredaksjonen blir leidd av ein nyhetsredaktør, og er sjølve hjartet i P4s redaksjonelle produkt.

Sentralredaksjonen skal ligge på P4s hovudkontor på Lillehammer. Alle nyheitssendingane blir avvikla herifrå. Vi vil som tidlegare nemnt øymerke fleire av våre *nyhetsjournalistar* til å jakte spesielt på nyheiter i kulturlivet, og vi vil også opprette ein eigen samfunnsredaksjon med hovudblikk på det politiske landskapet.

Avdelingskontor

Eit nettverk av journalistar styrkjer Nye P4s regionale nærvær.

P4s noverande redaksjon i Tromsø vil bli forsterka og få ressursar til å oppfylle Nye P4s mål om å dekkje kultur og kulturnyheiter også frå denne landsdelen.

Nye P4 vil ha ein redaksjon i Trondheim til å ta seg av den generelle nyheitsdekninga og til å produsere nyheiter og fordjupande reportasjar frå kultur- og forskingsmiljøet. I tillegg kjem allereie nemnde kontor som Nye P4 vil ha i Kristiansand og Bergen.

Utanrikskorrespondentar

I tillegg til den faste staben av utanrikskorrespondentar, vil Nye P4 også engasjere ei rekkje internasjonale kulturkorrespondentar.

Fleire av våre noverande utanlandskorrespondentar har også høg kompetanse innanfor kulturformidling, og har dekte dette fagområdet for P4 og andre medium tidlegare.

Debatt- og samfunnsredaksjonen

Nye P4 skal ha ein eigen debatt- og samfunnsredaksjon.

Vi vil styrkje posisjonen vår som attraktiv arena for debatt, analysar med eit kritisk perspektiv på samfunnet. Som arena for analyse og debatt innan stoffområde som politikk, kultur og samfunn er P4 avhengig av solid journalistisk handverk utført av erfarne journalistar med brei samfunnsforståing. Vår debatt- og samfunnsredaksjon vil ha ansvaret for den politiske dekninga på Nye P4, og den dekninga er allereie styrkt med ein eigen *politisk kommentator*.

Barne- og ungdomsredaksjonen

Medarbeidarar som har særleg fokus på journalistikk for barn og unge vil utgjøre Nye P4s barne- og ungdomsredaksjon.

Daglege sendingar for barn vil bestå både av stoff produsert av redaksjonen sjølv, og av innkjøpt stoff.

Sportsredaksjonen

Sportsredaksjonen blir leidd av kanalen sin sportssjef, som rår over ein stab som skal ha overblikk over alle fylke i landet.

Journalistar tilknytte lokalradioane skal vere berebjelken i P4s dekning av Tippeligaen i fotball og andre sportssendingar. Vi har faste bidragsytarar frå

- Bodø
- Lillestrøm
- Sogndal
- Molde
- Ålesund
- Trondheim
- Tromsø
- Skien
- Stavanger
- Bergen

Vårt nettverk vil også levere innslag frå andre breiddidrettsarrangement og andre hendingar i lokalmiljøet.

Trafikkredaksjonen

Nye P4 vil ha en egen trafikkredaksjon med faste redaksjonelle medarbeidere.

Fra P4 startet sine sendinger i 1993, har trafikkmeldinger vært en viktig del av servicetilbudet til kanalens lyttere. Dette er en service og en redaksjonell satsing som vil bli utviklet videre i Nye P4. Vi har i dag et stort tilfang av meldinger fra lytterne om trafikksituasjonen. I tillegg får vi oppdaterte meldinger fra P4-helikopteret, P4s eget trafikkteam (yrkessjåfører), Statens Vegvesen, Politiet, Viking Redningstjeneste og flere andre samarbeidspartnere. Dette arbeidet vil bli videreført i Nye P4.

Alliansepartnere

Nye P4 har bygget opp et sterkt nettverk av *alliansepartnere*, som vil være støttespillere - til gjensidig glede og nytte.

P4 har kultur for å delta i en rekke innsamlingsaksjoner til inntekt for konkrete prosjekter eller akutte nødkampanjer og vil fortsette med dette i Nye P4s regi. Blant annet vil vi videreføre vår store årlige radioaksjon etter mønster av TV-aksjonen.

Av viktige partnere som Nye P4 vil ha et samarbeide med, er Norges Idrettsforbund, Norges Fotballforbund, Den norske Kreftforening, SOS Barnebyer, Norge 2005, Barnas Kulturfestival, Norske Festivaler, Fono, Music Export of Norway, NOREA Mediemisjon, Forskning.no, Jazzradio'n, Riksteateret, Radio Tromsø og deler av Nord-Norge-samkjøringen,

(Vedlegg 5: Beskrivelse av Nye P4s strategiske allianser og samarbeidspartnere)

Vellykket innsamlingsaksjon

I april 2002 samlet P4 inn 7,5 millioner kroner til SOS Barnebyer, i samarbeid med butikkjeden Rimi. For disse pengene bygges det en barnelandsby i Colombia. P4 satte av en og en halv radiodag til aksjonen. I november 2003 blir det arrangert ny aksjon til SOS Barnebyer. Innsamlingsaksjonen arrangeres i samarbeid med Odd Fellow, og målet er å samle inn 15 millioner kroner ved hjelp av rundt ti tusen bøssebærere.

(Vedlegg 6: Oversikt over Innsamlingsaksjoner, stipender, kultur-samarbeid og P4s sponsordeltakelse i perioden 1993 – 2003)

Samarbeid med medieinstitusjoner

P4 har et godt forhold til utdanningsinstitusjonene innen medieområdet i Norge.

Våre medarbeidere er jevnlig etterspurt som foredragsholdere på de ulike medieutdanningsinstitusjonene, og vi ser det som viktig å bidra med vår radiokompetanse i slike sammenhenger. Nye P4 vil videreføre denne kunnskapsoverføringen.

Vi vil fortsatt jevnlig stille praksisplasser til rådighet i vår redaksjon for ulike utdanningsinstitusjoner.

P4 er en attraktiv arbeidsplass, og har kontinuerlig pågang fra nyutdannede journalister og medarbeidere i andre mediebedrifter. Som betydelig kunde av Norsk Telegrambyrå bidrar P4 til å styrke institusjonens uavhengighet og viktige medie- og kulturpolitiske posisjon.

Ansvarlig redaktør i P4 er p.t. styremedlem i Norsk Presseforbund, og P4 har syv medlemmer i Norsk Redaktørforening. Tilnærmet alle redaksjonelle medarbeidere er organisert i Norsk Journalistlag (NJ).

7. Kringkastingskompetanse

Unikt kunnskapsmiljø

P4 har gjennom ti år med fremgangsrik drift av riksdekkende radio bygget opp et sjeldent og svært verdifullt kunnskapsmiljø innen kommersiell radiodrift.

I dag er det bare i NRK man er i nærheten av å besitte den samme kunnskapen om programvirksomhet og radiodrift. På en rekke programområder – som for eksempel nyheter, aktualitet, trafikkinformasjon, servicejournalistikk, sport, barne- og ungdomsprogrammer og musikk – holder P4s eksisterende programmer et høyt nivå som vil bli videreutviklet i Nye P4.

Våre medarbeidere, vår gjennomarbeidede infrastruktur, vår sterke merkevare, vår sunne økonomi samt vår kunnskap om teknikk, distribusjon, annonsemarked og programskapning representerer den største verdien i Nye P4. Dessuten gir våre 1.1 millioner daglige lyttere oss et godt utgangspunkt for å lykkes i å bygge en helt ny radiostasjon på nye, ukjente frekvenser.

10 års investering i menneskelig kapital, infrastruktur, alliansepartnere og lytterlojalitet gir oss et sterkt fundament for å lykkes i den skjerpede konkurransen om lyttere og annonseinntekter.

Nye P4

Vi presenterer på de neste sidene stammen i Nye P4 - over 100 medarbeidere - faste og tilknyttede, ute og hjemme. Sammen gleder vi oss til å ta fatt på det spennende arbeidet med å bygge opp en ny radiostasjon på det femte riksdekkende FM-nettet.



Åsmund Johannes Sletten



Anders Trondbøl



Anders Høglund



André Folkestad



André Winje Arntzen



Anne Røkenes



Anne Stang



Anne Sturød



Anne Helseth



Ann Hege Skogly



Ann-Kristin Vethe



Arne Bru



Birgitte Malling



Birgitte E. Løvaas



Bjørn-Tore Sviggum



Bjørn Faarlund



Baard Sundin



Cecille Ulseth Wergeland



Dag Engebretsen



Dora Torhallsdottir



Eigil Andersen



Einar Smedsvig



Eirik Torbjørnsen



Eline Feiring



Elin Gran



Elisabeth Berger



Ellen Rake Bergerseng



Erik Engen



Erik Ingve Langbakk



Espen Johansen



Espen Tåsåsen



Eva Ernestus



Even Rognlien



Frøydis Angard Ulateig



Geir Jangås



Geirr Aakhus



Gerd Johansen



Glenn Due
Sørensen



Gro Heitmann



Gunnar Moberg



Håkon Lund



Halvor Løkken



Hans Olav Thyvold



Hans Petter
Danielsen



Hege Tepstad



Heidi Olsen



Helen Dessingthor



Hilde Gresslien



Asta Busingye
Lydersen



Jan Normann



Jeanette Milkola



John-Arne
Sviggum



Jonas Bording



Jon Berge



Jonna Bohdén



Jørgen Stenseth



Karianne Sviggum



Kenneth Andresen



Kirsten Vågsether



Kjell Gjølstein Resi



Kjersti Morset



Kjetil Hugin



Kårstein E. Løvaas



Kristin Haug



Leif-Erik Forberg



Linda Charlotte
Ingier



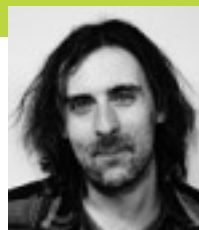
Line Andersen



Line Fuglehaug



Madeleine
Cederström



Marius Torgersen



Merete Vikre



Michael
Andreassen



Mona Plassen



Monica
Ragnvaldsen



Morten Scott
Janssen



Nils Fredrik Sejersted



Nina Aasen



Njål Bele



Oddgeir Tørresdal



Ørjan Bringsli



Olav Fostås



Olav Rønneberg



Ole Christian
Hvattum



Ole Petter
Westereng



Ole Tom
Nomeland



Otto Haug



Arne Sandvik



Pia Belle



Pål Falck-Pedersen



Pål Jakobsen



Rachel Andreassen



Reidar Buskenes



Øyvind Knutsen



Roger Stjernberg



Rolf Helge Tveit



Rolf Otto Eriksen



Roy Furuhaug



Rune Brynhildsen



Rune Hafskjær



Silje Stang



Simen Kulseng
Ytterstad



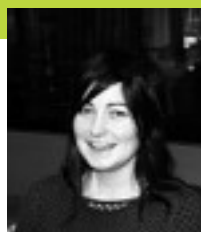
Ole Jacob
Lindberg



Siv Stubbsveen



Solveig Nordvik
Baukhol



Åste Dahle



Stig Arnesen



Stig Jarle Helseth



Stig Johansen



Stig Larsen



Stine Haugen



Ståle Fossberg



Ståle Roestad



Svein Henning
Skaga



Svein Tore
Tynning-Bergestuen



Terje Flaten



Terje Harald
Larsen



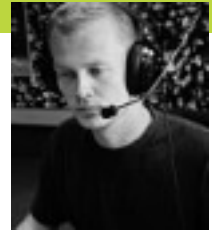
Thomas
Sommerseth



Thomas Mølstad



Thomas Alsaker



Tomm-Espen
Kroken



Tom Sandheim



Tor Andersen



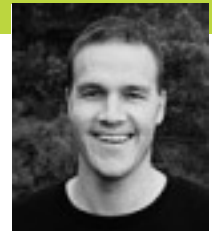
Torbjørn Sarre
Jensen



Tor Sandnes



Trine Follstad



Trond Botnen



Trond Killingstad



Trygve Sørvaag



Vidar Levinsen



Dialogen med lytterne

P4 er en radiostasjon med stadig flere og mer fornøyde lyttere.

Dette vises med stor tydelighet i undersøkelsen P4Puls, som i 2002 ble gjennomført av analyseinstituttet Feedback Research. Noen av konklusjonene fra undersøkelsen var som følger:

- Hele 82 prosent av lytterne er tilfreds med kanalen.
- P4s lyttere hører også svært lenge på kanalen hver dag; nærmere 3 timer i gjennomsnitt.
- *Midt i Trafikken* er P4s mest populære program. Hele 93 prosent av lytterne synes programmet er bra. Ved siden av den viktige ettermiddagssendingen, er også morgen-sendingen *Radiofrokosten* svært populær. 89 prosent av lytterne synes at *Radiofrokosten* er et godt radioprogram.
- Nyheter er viktig for nordmenn, og P4s nyhetssendinger ser ut til å tilfredsstille de behovene alle våre lyttergrupper har for korte og seriøse nyhetsoppdateringer på radio. 80 prosent av lytterne er fornøyd med P4-nyhetene og 76 prosent mener vi har seriøse nyhetssendinger, samt at P4 er dyktige på nyhetsbrudd når det skjer noe viktig.

En lytteroppslutning på 27 prosent og en markedsandel på 29 prosent blir lagt merke til i alle internasjonale radiomiljøer.

I fremtidens Nye P4 er vi avhengige av at lytterne fortsatt er godt fornøyd med produktet de tilbys. Vår funksjon som all-mennkringkaster vil ikke nås dersom våre sendinger ikke bifalles av et stort antall lyttere, og kommersielt sett vil man samtidig miste nødvendige ressurser til å skape radio av god kvalitet.

En moderne radiostasjon må derfor være i løpende dialog med sine lyttere og sørge for at de er komfortable med stoffet de tilbys. Vi er sikre på at P4 er en god plattform for en ny radiostasjon som kan få flere til å sette pris på en større andel kulturstoff.

8. Radioskole til utdanningsformål

Vi ønsker å drive en mer direkte og proaktiv opplæringsvirksomhet rettet mot skoleverket, fortrinnsvis ungdomsskoler som vil lage "Storefri-radio".

Dagens oppvoksende generasjon utsettes for et medietrykk ingen annen generasjon før dem har opplevd. Ny teknologi, globalisering og økt kommersialisering er hovedtrender som påvirker alle medier - lisensfinansierte, abonnementsbaserte og reklamefinansierte.

Mediene påvirker utviklingen av vårt selvbilde, og oppfatning av verden rundt oss. Media spiller en spesielt viktig rolle for unge mennesker som ikke har utviklet sin identitet fullt ut. Det er da viktig at sentrale medier legger forholdene til rette for at barn og unge blir bevisste mediebrukere.

P4 har de senere årene merket en økt pågang fra barn og unge som ønsker å lære mer om radio. Naturlig nok er pågangen størst fra skoleradioredaksjoner, som i stadig

større grad ser ut til å avløse de tradisjonelle skoleavisene.

P4s tilnærming til denne typen henvendelser er praktisk orientert. Gjennom praktiske eksempler, miniforedrag fra våre programledere og studiobesøk, viser vi hvilke egenskaper radio har som medium, og hvordan radioproduksjon foregår.

En økt satsing her gir oss bedre kontakt med og forståelse for en viktig lyttergruppe, øker oppmerksomheten om radiovirksomhet generelt og bidrar til økt bevissthet om medier og mediebruk hos unge mennesker.

Vi vil utarbeide et hefte med gode råd om hvordan å lage god radio: "Dette er utstyret du trenger", "Her er det oppgaver til alle", "En kjøreplan er god å ha", "Intervjuteknikk", "Slik finner du gode ideer", "P4-programledernes beste tips" og så videre. Videre vil vi tilby jinglepakker, og gi økonomisk støtte gjennom årlige Storefri-stipend.

9. Nye P4s forretningsvirksomhet

Eierform

P4 Radio Hele Norge er et allmennaksjeselskap notert på hovedlisten ved Oslo Børs.

Selskapet ble i 1993 stiftet etter initiativ fra blant annet det svenske industriselskapet Kinnevik, etter at samtlige aktuelle norske medie- og investormiljøer i tur og orden hadde takket nei til å være med å investere i riksdekkende, kommersiell radiodrift i Norge. Satsingen ble spådd til å bli dyr og kortvarig og ble klassifisert som et høyrisikoprojekt få var villige til å delta i.

P4 ble børsnotert i 1996, blant annet for å gjøre eierskapet i Norges eneste riksdekkende kommersielle radiokanal tilgjengelig for alle. Enhver som er villig til å investere i selskapet har mulighet både til demokratisk medbestemmelse gjennom aksjonærfellesskapet, og til å nyte godt av verdiskapningen i P4. Eiermassen er bredt sammensatt, med både langsiktige, kortsiktige, internasjonale og norske eiere. Blant selskapets omlag 1.700 aksjonærer finnes både industrielle og institusjonelle eiere - i tillegg til vel 1.600 private og hovedsakelig norske småsparere (april 2003). Antallet norske småsparere som investerer i P4 har steget gjennom årene. Bare det siste halve året har antallet private norske småsparere med eierinteresser i selskapet økt med over 900.

Eierformen legger til rette for at styret og ledelsen i selskapet kan dra nytte av et bredt spekter av styringssignaler fra eierne. Industrielle eiere tilfører verdifull bransjekompetanse, langsiktige eiere sikrer at det gis styringssignaler som vektlegger langsiktig verdiutvikling, og kortsiktige eierskap bidrar til at selskapet hele tiden får direkte tilbakemeldinger fra markedet. Internasjonale eiere bidrar i tillegg til at P4 får viktige impulser fra et profesjonelt og kompetent internasjonalt kapitalmarked som også kjenner den internasjonale mediebransjen.

Hovedkontor på Lillehammer

Styret i P4 Radio Hele Norge ASA har bestemt at Lillehammer vil være kanalens hovedkontor også i neste periode.

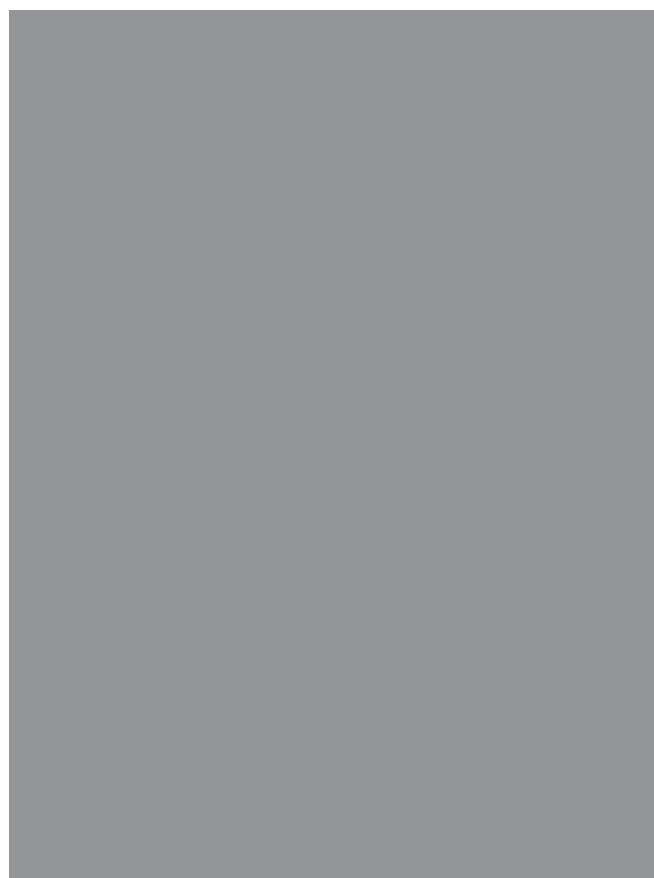
Denne beslutningen er ikke utelukkende tatt med hensyn til konsesjonsvilkår om hovedkontor utenfor Oslo, men også på bakgrunn av de betydelige investeringer som er gjort i infra-

struktur og menneskelig kapital ved hovedkontoret. Dessuten tas det hensyn til alle ansatte som har investert i bolig og bygget opp sin sosiale infrastruktur i området og det gode arbeidsmiljøet som er bygget opp på Lillehammer.*

I tillegg gir Kanal4s hovedkontor i Lillehammer en unik kulturpolitisk mulighet til å bygge et bærekraftig mediemiljø i Innlands-Norge. Sunn konkurranse, samarbeid og kunnskapsdeling mellom to sterke aktører, pluss NRKs distriktskontor, vil for alvor kunne bidra til å realisere planene om å gjøre Lillehammer til Norges radioby. Et journalistisk miljø i sunn motvekt til Oslo og Akersgata. Dessuten vil to riksdekkende radiostasjoner i samme by gjøre det mer attraktivt for kjernemedarbeidere å ta med seg sine familier og flytte "mot strømmen" – fra storbyene til innlandet.

Nye P4 vil fortsette samarbeidet med det øvrige mediemiljøet i Lillehammer Kunnskapspark. Vi er allerede representert i styringsgruppen for medieutdanningen ved Høyskolen i Lillehammer. Her drøftes nå planer for en egen utdanning innen radiofaget. P4 vil se det som naturlig å være en aktiv medspiller i utvikling av studieretningen, og som bidragsyter/foredragsholder i utdanningen.*

Annonsemarkedet





Radiomarkedet med to kommersielle
riksaktører



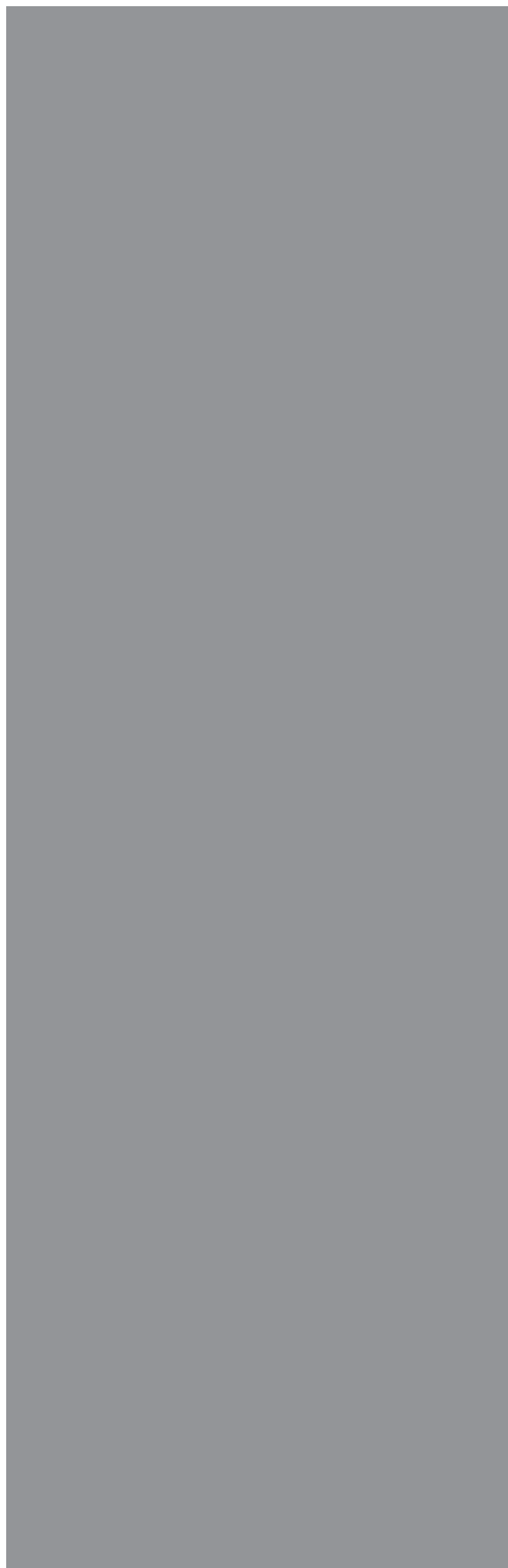
Positive markedsutsikter



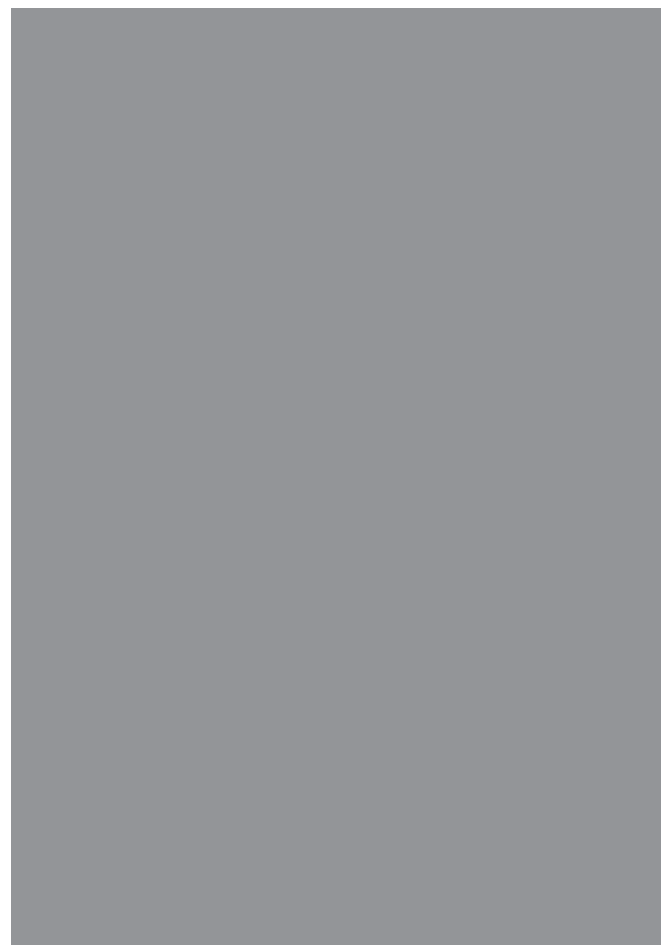
Flere lyttere – økt omsetning



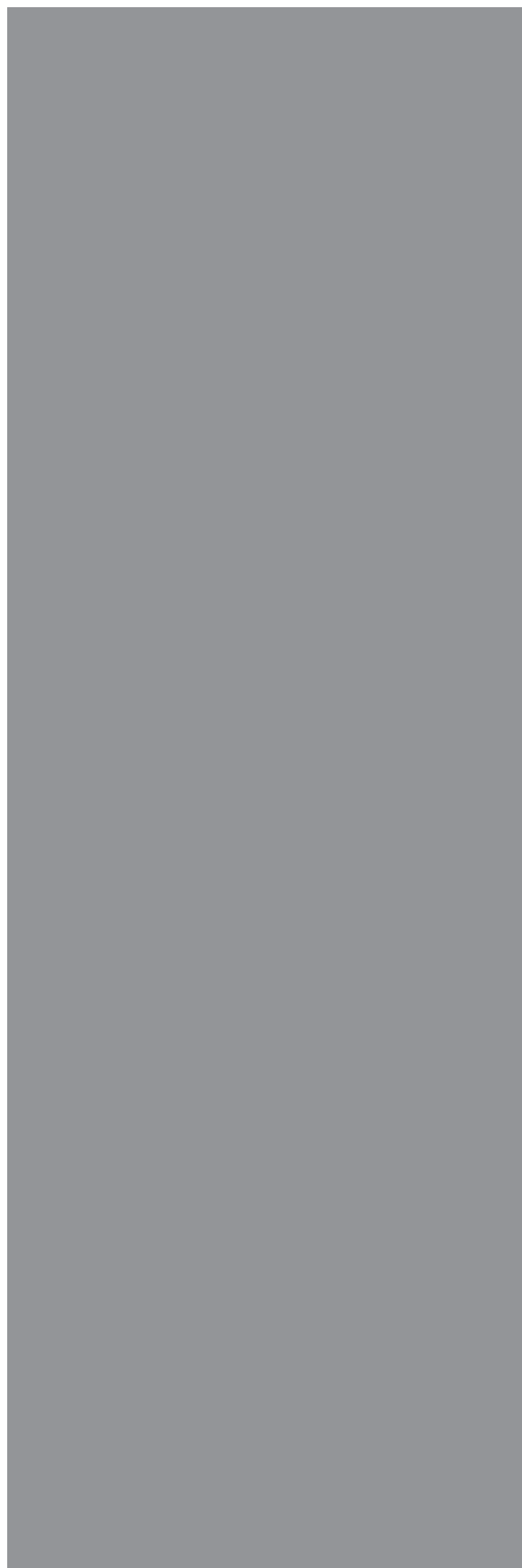
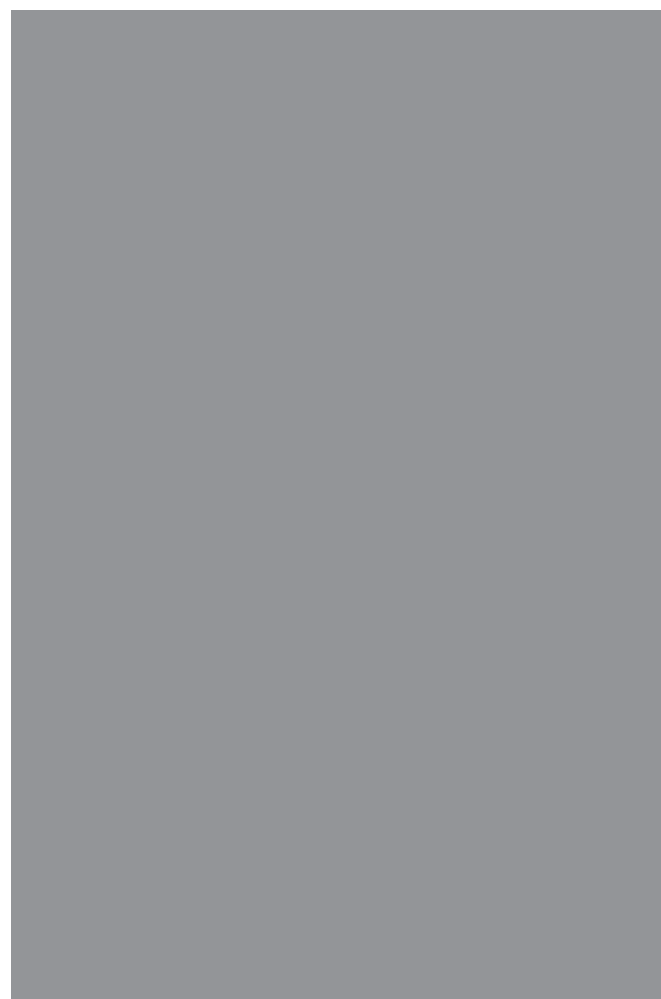
Innledning



Inntektsbildet for Nye P4



P4s posisjon styrket





Utvikling i riksmarkedet for radioreklame, samt all radioreklame i prosent av totalmarkedet



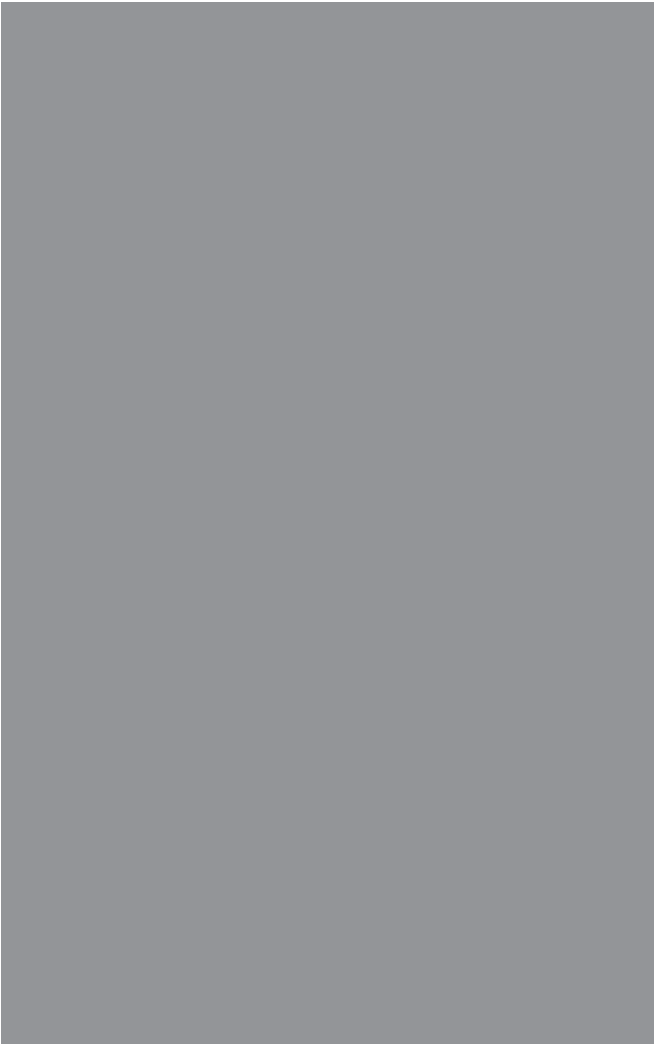
Utvikling i markedsandeler innenfor riksmarkedet for radioreklame i Norge



Prognose for løpende inntektsutvikling for Nye P4 og Kanal4/andre på riksmarkedet



Kostnadsbildet for Nye P4





Finansiering



Resultat- og likviditetsutvikling



10. Distribusjon

Innledning

Å etablere en kanal på et nytt riksdekkende nett i konkurranse med fire eksisterende nett er en svært krevende og omfattende oppgave.

Rammene for distribusjonen i utlysningen medfører en rekke begrensinger i forhold til de eksisterende nettene, som igjen medfører en rekke utfordringer.

Et av de viktigste kriteriene i Allmennkringkastingsrådets tolkning av begrepet allmennkringkasting er at "sendingene skal kunne mottas av hele befolkningen". I kringkastings-sammenheng innebærer dette tradisjonelt en dekning på minimum 90 prosent.

Med en minimumsdekning på 60 prosent for P5, og et svakere nett enn de eksisterende riksnettene, vil den nye kanalen allerede før oppstart kunne få problemer med å innfri dette kulturpolitisk svært viktige målet.

En svak distribusjon gir et dårligere inntektsgrunnlag, som igjen tar bort grunnlaget for det kostnadsbildet som er lagt til grunn for å innfri kravene til allmennkringkasting.

Forpliktende utbyggingsplaner

Nye P4 vil gi flest mulig nordmenn muligheten til å ta inn den nye kanalen, allerede fra 1. januar 2004.

Vi ønsker, dersom vi får konsesjonen, å forplikte kanalen til å bidra økonomisk til at P5-nettet bygges ut til minimum å dekke 75 prosent av befolkningen. Vårt endelige mål er 80 prosent distribusjon. Dette er i tråd med et tydelig kulturpolitisk ønske om to levedyktige kommersielle radiokanaler på to sterke nett. Vi har utarbeidet planer som viser at nettet tidlig i 2004 kan være å betrakte som riksdekkende.

I tillegg vil vi investere i sendere langs viktige veistrekninger, hytteområder osv. Vi vil sørge for dekning i alle fylker og i Longyearbyen på Svalbard.

Befolkningsdekning måles i forhold til folks bosted. Radio benyttes imidlertid i økende grad via portable og mobile mottakere, det vil si overalt der folk ferdes. Siden en svært begrenset del av radiolyttingen skjer via stasjonære antenner, må den mobile dekningen med i vurderingen av nettet.

Dekningsprosenten er m.a.o. ikke eneste kriterium for et godt nett for radio.

Det er helt avgjørende at aktøren med P5-konsesjon har stor dekning og oppfattes som en riksradio allerede fra 01.01.2004. Dette er en forutsetning for at kanalen skal kunne konkurrere om P4s eksisterende lyttere, som i prinsippet er "på vandring" når eksisterende konsesjon går ut 31.12.2003. Dermed er det også en forutsetning for at kanalen skal kunne konkurrere om reklameomsetningen både i 2004 og i årene fremover.

Norkring har meldt at det vil være mulig å oppnå en befolkningsdekning på opp mot 40 prosent og en lite tilstedeværende mobildekning fra 01.01.2004, dersom utbyggingen startes etter at P5-konsesjonen er tildelt. Følgene av dette vil være at P5-konsesjonæren vil ha små om noen sjanser for å lykkes i konkurransen.

P4 har derfor i samarbeid med en annen konsesjonssøker, Kanal5, inngått en avtale med Norkring der søkerne garanterer for at et P5-nett med 70 prosent dekning og god mobildekning fra 01.01.2004 vil bli utleid til P5-konsesjonæren til gitte minimumsbetingelser. P4 påtar seg på denne måten en ikke ubetydelig finansiell risiko for at andre P5-søkere vil akseptere Norkrings betingelser dersom de tildeles konsesjonen. P4 ser ingen annen utvei for å sikre P5-konsesjonæren levedyktige forutsetninger, så lenge Norkring selv ikke er villig til å påta seg noen risiko for å tilrettelegge forholdene for en p.t. ukjent kunde.

Det er lagt til rette for at den planlagte utbyggingen gjøres uten at den skader lokalradioenes distribusjon og andre eksisterende nett. Dette, og en videre utbygging basert på samme premisser, er oppnåelig ifølge både Post & Teletilsynet og Norkring. Det nye nettet vil på grunn av en stor andel laveffektsendere bli relativt kostbart sammenlignet med det eksisterende P4-nettet, og dermed fremstå som en kostnads-messig konkurranseulempe for P5-konsesjonæren. Nye P4 mener det er uheldig at leieprisen for de to nettene baseres på de tekniske utbyggingene det enkelte nettet fordrer, og ikke ut fra kvaliteten og omfanget på dekningen de gir til leietakeren. Nye P4 er imidlertid villig til å påta seg denne kostnads-ulempen dersom dette er nødvendig for å få tilgang på distribusjon i P5-nettet.

Det innebærer at Nye P4 er villig til å påta seg ansvaret med å investere godt over 100 millioner NOK mer i utbyggingen

av P5-nettet enn det nettet ville kostet ved 60 prosent distribusjon. I tillegg kommer de økonomiske forpliktelser som allerede ligger i vår DAB-konsesjon for å sikre digitaliseringen av radio og at flest mulig nordmenn får tilbud om DAB for fremtiden.

Bilister og trafikanter vil være en viktig lyttergruppe for Nye P4 (se tidligere avsnitt om trafiksikkerhet). I forrige konsesjonsperiode investerte vi, i samarbeid med Statens Vegvesen, i dekning av viktige veitunneler. Denne satsingen vil vi fortsette med i regi av Nye P4.

FM-nettet vil i flere år være den viktigste distribusjonskanalen for radio. Nye P4 vil imidlertid delta i å videreutvikle alternative, digitale distribusjonskanaler. Vi vil fra dag en også sende via satellitt, kabelnett, internett og DAB digital radio.

DAB, Internett og konvergens

I tillegg til vanlig FM-distribusjon vil Nye P4 være helt i front på nye distribusjonsplattformer.

Dette vil bidra ytterligere til å styrke vår oppfyllelse av allmennkringkastingsforpliktelsene.

P4 er i dag blant annet Norges største radiokanal på Internett. Av rundt 250.000 ukentlige Internett-lyttere finner rundt 90.000 veien til P4.no. Her kan lytterne velge mellom fem ulike P4-kanaler. Denne satsingen vil bli videreført i Nye P4. Vi vil også søke samarbeid med nystartede NTV om en plass på deres digitale bakkenett. Nye P4 vil dessuten gjenoppta samtalene med det norske distribusjonsnettverket Nordic Web Radio, som både ønsker P4 som eier og innholdsleverandør på sine nettportaler.



På P4s lyttersenter på internett kan du høre hele fem P4-kanaler med ulik musikk.

Basert på forpliktelsene i konsesjonen for riksdekkende DAB har P4 inngått langsiktige avtaler og investert betydelige beløp i utbygging av sendernett for digital radio. P4 har deltatt i DAB-prosjekter siden 1994 og har hatt prøvesendinger siden 1995. DAB-nettet har etter det vært i regulær drift siden 2000, og har nå en befolkningsdekning på 50 prosent, samt god mobildekning. I dag sender vi døgnet rundt på denne DAB-kanalen.

Prosessen med innføring av digital radio er nå inne i en kritisk fase. Innføringen har tatt lenger tid, og vil koste mer, enn forventet. Men mange signaler tyder på at vi er på vei inn i en periode med raskere utviklingstakt.

DAB betyr mange nye muligheter for radio. P4 deltar i utviklingen av mulighetene og realiseringen av dem i egne kanaler. Vi har blant annet inntatt en ledende rolle både i den norske organisasjonen Digitalradioutvalget, og i det skandinaviske samarbeidsorganet Nordini. Dette arbeidet vil bli videreført i regi av Nye P4. P4 har forberedt sine ansatte og produksjonssystemene på en digital mediehverdag. Nye P4 er således godt forberedt på å levere nye, spennende radiotjenester i det digitale nettet for å øke interessen og tempoet i overgangen fra analog til digital radiodistribusjon. Vi vil blant annet satse på nye tjenester i forbindelse med trafikkmeldinger og informasjon.

Ny kanal på DAB og Internett

Nye P4 vil etablere en sidekanal på DAB og Internett, P4 Alltid Aktuell.

Denne kanalen vil kunne fungere som avlastningskanal for direktesending av viktige pressekonferanser, foredrag, politiske debatter etc., og vie enda mer tid til fordypning enn hovedkanalen. Den vil kunne være arena for repriser og gjenbruk av attraktive programmer. Dette vil være en nyhetskanal i stor grad basert på synergier fra vår øvrige nyhets og aktualitetsproduksjon.

Vi vil snart lansere nye tjenester som gjør det mulig å laste ned flere av våre spesialprogrammer "on demand", d.v.s. når det passer for lytteren – uavhengig av vårt sendeskjema.

Minimumsmål, P4 Alltid Aktuell	Antall pr. år
Nyhetsbulletiner	4800
Kultur og Underholdningsnyheter	800
Sportsinnslag	800
Direktesendte pressekonferanser/begivenheter	12
Debatter	800
Syften Tretti	200
Innslag, montasjer, reportasjer	200
Forbrukertips, nytt & nyttig	300

Redaksjonelle produksjonsverktøy

Nye P4 vil sende døgnet rundt 365 dager i året, men er en liten organisasjon sammenlignet med for eksempel NRKs radiokanaler.

Vi blir derfor helt avhengige av å utnytte våre redaksjonelle ressursene meget effektivt. Vi vil bruke store ressurser på å videreutvikle vårt eget redaksjonelle produksjonsverktøy slik at vi får god styring og oversikt over innholdsproduksjonen.

Systemet integrerer planlegging, produksjon, oversikt og statistikk på en svært effektiv og pedagogisk måte, og gjør at vi til enhver tid har oversikt over om innholdet som produseres er i henhold til spesifikasjonene i denne søknaden og dermed i henhold til de strategiske og redaksjonelle beslutninger som ligger til grunn. Systemer fra eksterne leverandører er ikke

funnet å tilfredsstille kravene som er gitt av denne kanalens spesielle redaksjonelle profil. Med stor andel verbalt innhold kombinert med musikk og reklame, viser de fleste produksjonssystemer på markedet seg uegnet for vår bruk.

Vi har dessuten som krav at systemet må kunne håndtere produksjon av nye tjenester til DAB, internett, telekom og andre digitale kanaler på en mer avansert måte enn andre systemer kan gjøre. Utviklingen gjøres i samarbeid med Sound Manager International i Ålesund.

Når vi nå implementerer EBU's klassifikasjonssystem i vårt programsystem, vil vi også kunne tilrettelegge for en internett-tjeneste der for eksempel departementet og Allmenkringkastingsrådet kan logge seg inn og sjekke status for våre programleveranser hvis ønskelig.

Opplysninger om søkeren

P4 Radio Hele Norge ASA
2626 Lillehammer

Kontaktperson: Ansvarlig redaktør/administrerende direktør Rune Brynhildsen

Telefon: 61 24 84 44
Mobil: 90 55 77 93
Telefax: 61 24 84 45
e-post: rune.brynhildsen@p4.no

P4 er etablert med hovedkontor og sentral nyhetsredaksjon på Lillehammer. Selskapet er registrert i Foretaksregisteret i Brønnøysund med foretaksnummer 963 789 505.

Eierstrukturen i P4 Radio Hele Norge ASA pr. 25. april 2003 fremgår av vedlegg 10.

Opplysninger om kapitalforhold og vedtekter for P4 Radio Hele Norge ASA fremgår av vedlegg 11, 12 og 13.

