



sverigesradio

PUBLIC SERVICE-REDOVISNING 2020

Innehåll

1	INLEDNING	4
1.1	Vd och styrelseordförande har ordet	8
1.2	Sveriges Radio i ett föränderligt medielandskap	10
1.3	Sveriges Radio under pandemin	12
1.4	Årets redovisning	20
2	DET HÄR VILL SVERIGES RADIO	22
3	DETTA HAR SVERIGES RADIO BIDRAGIT MED	26
3.1	Värde för samhället	30
3.2	Förtroende	32
3.3	Värde för individen	35
4	KVALITET OCH UTVECKLING	36
4.1	Uppdrag och kvalitet	40
4.2	Externa produktionsbolag	42
4.3	Variation i produktionsformer	45
4.4	En livskraftig mediemarknad	48
4.5	Nya tjänster och förhandsprövning	51
4.6	Granskningar av Sveriges Radios utbud	52
4.7	Språkvård	56
4.8	Decentraliserad organisation	58
4.9	Utveckling av innehåll, teknik och kompetens	60
4.10	Beredskap och viktig information till allmänheten	66
4.11	Sändningskvalitet	68
5	HÄR FINNS SVERIGES RADIO	70
5.1	Marksänt och annat linjärt utbud	75
5.2	Digitala plattformar	78
5.3	Kärnverksamhet och kompletterande verksamhet	82

Omslag: Katherine Zimmerman, programledare för *Morgonpasset* i P3, i en paus under P3-festivalen i augusti 2020. I bakgrundens syns kollegan Oscar Zia. I en tid när festivaler och konserter ställdes in anordnade P3 en egen festival i Radiohusparken med livemusik och gäster. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

6	ETT UTBUD FÖR ALLA	84
6.1	Det samlande uppdraget	88
6.2	Folkbildning	94
6.3	Programkategorier	96
6.4	Perspektiven i utbud och verksamhet	100
6.5	55-procentsmålet	104
7	SÄRSKILDA UPPDRAG & MÅLGRUPPER	108
7.1	Nyheter	113
7.2	Kultur	122
7.3	Barn och unga	136
7.4	Tillgänglighet	146
7.5	Minoritetsspråk	150
7.6	Dialog med berörda grupper	168
7.7	Lokalt uppdrag	169
8	SVERIGES RADIOS PUBLIK	174
8.1	Lyssningsmönstrens utveckling	178
8.2	Allmänhetens uppfattningar om Sveriges Radios utbud	188
9	RESURSANVÄNDNING	194
9.1	Intäkter	198
9.2	Kostnader	202
9.3	Produktivitet och effektivitet	205
9.4	Sidoverksamhet	213
9.5	Koncernsamarbeten	216
10	PLANER FÖR FRAMTIDEN	218
11	BILAGOR	222
11.1	Snabbguider: på sändningstillstånd och medelsvillkor	224
11.2	Priser till Sveriges Radios produktioner och medarbetare	227
11.3	Antal anställda per ort	228
11.4	Revisorsutlåtande	230

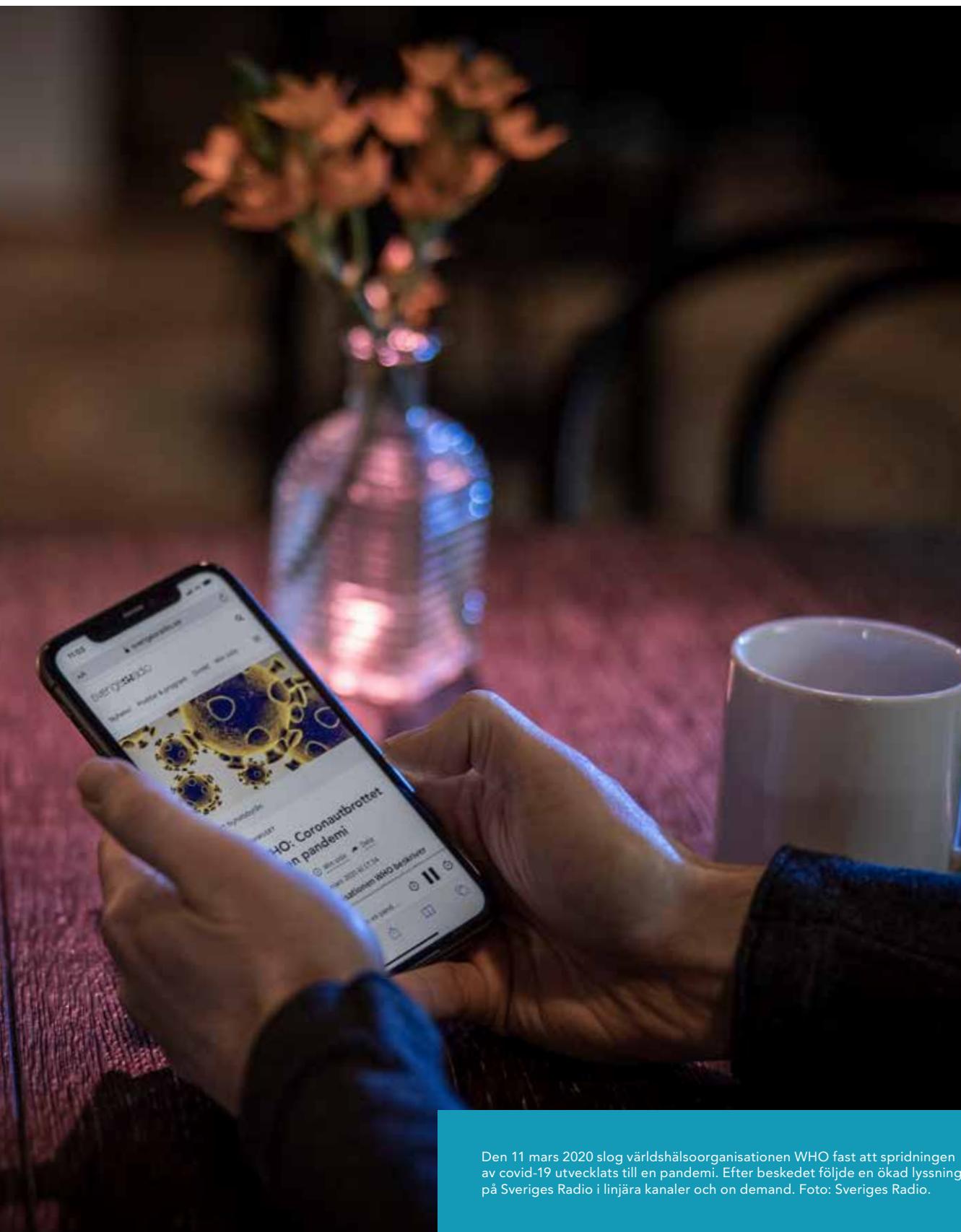
1.

Inledning

Ett historiskt dramatiskt år för Sverige och världen – och ett år då lyssnare över hela landet vände sig till Sveriges Radio under pandemin.

- 1.1 Vd och styrelseordförande har ordet**
- 1.2 Sveriges Radio i ett föränderligt medilandskap**
- 1.3 Sveriges Radio under pandemin**
- 1.4 Årets redovisning**





Den 11 mars 2020 slog världshälsoorganisationen WHO fast att spridningen av covid-19 utvecklats till en pandemi. Efter beskedet följde en ökad lyssning på Sveriges Radio i linjära kanaler och on demand. Foto: Sveriges Radio.

En ny tillståndsperiod som inleddes med ett omvälvande år.

• 19 / MEDELSVILLKOR

» SR ska årligen följa upp och redovisa hur uppdraget i allmänhetens tjänst har fullgjorts enligt villkor i sändningstillstånd, medelsvillkor och andra beslut av regeringen som meddelats med stöd av radio- och tv-lagen. «

» SR ska redovisa samtliga verksamhets- och programområden och hur det säkerställts att all verksamhet uppfyller de krav som ställs på företaget i sändningstillstånd och medelsvillkor. «

Denna public service-redovisning beskriver Sveriges Radios verksamhet under det gångna, oerhört dramatiska året. 1 januari 2020 trädde ett nytt sändningstillstånd och nya medelsvillkor i kraft för Sveriges Radio med ett i flera avseenden utvidgat uppdrag. Ett par månader senare förändrades världen när spridningen av covid-19 utvecklats till en pandemi.

Pandemins påverkan på Sveriges Radios innehåll och arbete märks naturligtvis genom hela redovisningen, och i detta inledande kapitel finns också en särskild del som översiktligt beskriver de viktigaste dragen i företagets prioriteringar under krisen. Vid sidan av allt som pandemin fört med sig redogör redovisningen också för hur företaget arbetar med bland annat de delar av uppdraget som byggs ut till den nu inledda tillståndsperioden, exempelvis stärkt bevakning av svagt bevakade områden.

Public service-redovisningen har också förnyats innehållsligt och visuellt med ett förtydligat fokus på att beskriva hur företaget lever upp till de krav som ställs i sändningstillstånd och medelsvillkor. Förhoppningen är att alla som är intresserade av Sveriges Radios verksamhet ska kunna ta del av denna skrift.





P1-morgons webbredaktör Gabriela Moussa Espinola, ljudtekniker Ove Smedberg och dåvarande programledare Magnus Thorén förbereder partiledarutfrågning som utlokaliseras till Radiohusparken för att minska smittorisken. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

1.1 Vd och styrelseordförande har ordet

Framtidens historieböcker lärt beskriva 2020 som ett oerhört dramatiskt och omvälvande år, från global nivå till den enskilda människans vardag. Covid-19 och effekterna av pandemin ställde på kort tid det mesta i tillvaron på ända, och de långsiktiga konsekvenserna går ännu bara delvis att förutse.

För Sveriges Radio har rollen som public service-företag ställts på sin spets under pandemins första år, det vill säga förmågan att fortsätta leverera nyheter, granskningar, information, kulturupplevelser och allt det andra som ett brett public service-företag ska kunna erbjuda.

Sveriges Radios uppdrag är att stå för beständighet och trygghet även när ovissheten har sitt grepp om världen. Publikens tydliga visat att vi har ett värde och vänt sig till oss under det turbulent års som gått – när nyhetsflödet och informationsbehovet varit som mest omfattande har Sveriges Radios räckvidder varit som störst. Inte minst sticker utvecklingen för P1 ut där lyssnarsiffrorna ligger på en nivå som inte överträffats på mycket lång tid. Trots allt hårdare konkurrens från andra medier har Sveriges Radio i dag en total räckvidd på cirka 7,3 miljoner lyssnare varje vecka – den linjära radiolyssningen är stabil och konsumtionen av on demand ökar för varje år. Under ett år som detta spelar alla våra kanaler samlat en viktig roll genom de olikheter de erbjuder, och att vi lyckats stoppa en nedåtgående trend för den linjära kanalen P3 visar att det fortsatt går att sätta ett nytt format på en medie marknad med allt större global och digital konkurrens.

I SOM-undersökningen i april uppgav 72 procent av de svarande att de har mycket eller ganska stort förtroende för innehållet i Sveriges Radio, en förtroendesiffra som dessutom ökat under pandemin – det innebär att förtroendesiffrorna varit stabila på en mycket hög nivå under hela 2000-talet.

Sveriges Radio har med andra ord en utomordentligt stark och viktig position på den svenska mediemarknaden. Samtidigt vet vi som arbetar i företaget att vi måste vara ödmjuka inför att vi varje dag måste jobba hårt för att förtjäna publikens intresse. En tillvaro där pandemin fortsätter att präglia lyssnarens vardag ställer hela

tiden också nya krav på innehållet.

Vid sidan av all bevakning och fördjupning av pandemin har Sveriges Radio fortsatt att utveckla utbudet under 2020. Här märks sådant som nya P3, en storsatsning på den lokala bevakningen i hela landet, en unik fördjupande utrikesbevakning, ett prisbelönat radioberättande och omgörningen av Sisuradio till Sveriges Radio Finska samt en lång rad nya titlar som lanserats under året. Att kunna testa nya tankar och att förnya utbudet är nödvändigt. De utmaningar som pandemin medfört när det gäller att både kunna producera och sända program av hög kvalitet har drivit upp den redan höga takten för att utveckla egenbyggda verktyg och arbetsmetoder. Nya strategier för Sveriges Radio Play samt för musikutbudet kommer att märkas fullt ut under 2021 då också en rad nya intressanta poddar kommer att lanseras.

Sedan den 1 januari 2020 har Sveriges Radio ett nytt sändningstillstånd och nya medelsvillkor som sträcker sig fram till den 31 december 2025. Företaget har också en ny vision och fyra nya strategiska mål sedan den 1 januari 2020. Visionen och målen vägleder hela företagets arbete de kommande åren. Via återkommande tertialmätningar kan vi följa utvecklingen av de strategiska målen genom de aggregerade indikatorer företaget fattat beslut om.

Visionen och målen återkommer löpande genom denna public service-redovisning som i samband med den nya tillståndsperioden förnyats innehållsligt och visuellt.

På Sveriges Radio ser vi med tillförsikt fram mot ett utmanande 2021 då vi ska finnas där för hela publiken. Vi ska ännu oftare befina oss utanför radiohusen och vara närvarande i människors vardag för att kunna ge publiken ett utbud med fler röster och starkare berättelser.

Cilla Benkö,
vd

Lennart Käll,
styrelseordförande



"Sveriges Radios uppdrag är att stå för beständighet och trygghet även när ovissheten har sitt grepp om världen" skriver Cilla Benkö och Lennart Käll. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

1.2 Sveriges Radio i ett förändert medielandskap

I avsnitt 4.1 *Uppdrag och kvalitet* och kapitel 10, *Planer för framtiden* beskrivs hur samtidens stora frågor är prioriterade att skildra, granska och fördjupa i Sveriges Radios journalistik. Där konstateras också att snart sagt alla ämnen och bevakningsområden påverkas av faktorer som digitalisering, globalisering och en tilltagande polarisering. Dessa tre faktorer formar i allra högsta grad förutsättningarna även för aktörer på mediemarknaden.

Digitaliseringen har snarast ökat i tempo under pandemin. Under mars–april 2020 steg exempelvis den digitala nyhetskonsumtionen mycket snabbt, och när människor tillbringade mer tid hemma tecknade många hushåll abonnemang på streamingtjänster för film och tv.

Globaliseringen av mediemarknaden är särskilt påtaglig i Sverige där en mycket stor andel av befolkningen under lång tid konsumerat medier via digitala plattformar. Amerikanska teknikjättar har länge tagit en dominerande och allt större del av intäkterna på den svenska annonsmarknaden. För många kommersiella

journalistiska medier i Sverige har konsumenternas vilja att teckna digitala abonnemang växt snabbt under pandemin – samtidigt har minskningen i annonsintäkter eskalerat.

Polariseringen tar sig många uttryck, och ökade spänningar och åsiktsklyftor tycks vara ett globalt fenomen. I allt fler länder driver politiker också på attacker mot medier, journalister och det fria ordet.

I detta medielandskap finns flera stora utmaningar för svenska medieföretag vars förutsättningar att skapa journalistik radikalt förändrats. En utmaning är att kunna konkurrera med internationella aktörer genom att göra investeringar för att kunna utveckla ett attraktivt innehåll paketerat i avancerade och samtidigt lättanvända tjänster. En annan utmaning är att värda och stärka sin position som oberoende och opartisk nyhetsförmidlare.

För public service-företagen är det en stor utmaning att nå ut brett till en allt mer heterogen publik där sätten att använda medier blir allt fler. Och naturligtvis – att vara relevant för alla och

Fortsatt utveckling av *Sveriges Radio Play* var en av företagets mest prioriterade satsningar under 2020 och är det även framöver. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

kunna erbjuda innehåll där en mångfald av perspektiv hörs och sätts i kontext.

Sveriges Radio befinner sig på en av de mest dynamiska marknaderna, den för ljud. Företag som Spotify och Apple, som tidigare erbjudit stora distributionsplattformar, satsar numera i allt högre utsträckning på eget, exklusivt ljudinnehåll vilket ökar konkurrensen. Utbudet av poddar från en enorm flora av aktörer växer hela tiden, samtidigt som ljudbokskonsumtionen ökar för varje år.

Sveriges Radios val av strategi i detta medie-landskap är att ha ljudet i fokus, att koncentrera resurserna till att utveckla ljudinnehållet och de egna plattformarna för att nå den allt mer heterogena publiken. Lyssningen via FM eller strömmad radio är alltjämt stabil samtidigt som allt fler lyssnare konsumerar program och poddar på tider de själva väljer. Sveriges Radio har en stark position inom både linjär radio och på den svenska poddmarknaden samt ett högt förtroende hos allmänheten. Ambitionen är att Sveriges Radio Play ska vara det självklara valet för den som vill få de senaste nyheterna, för lyssning on

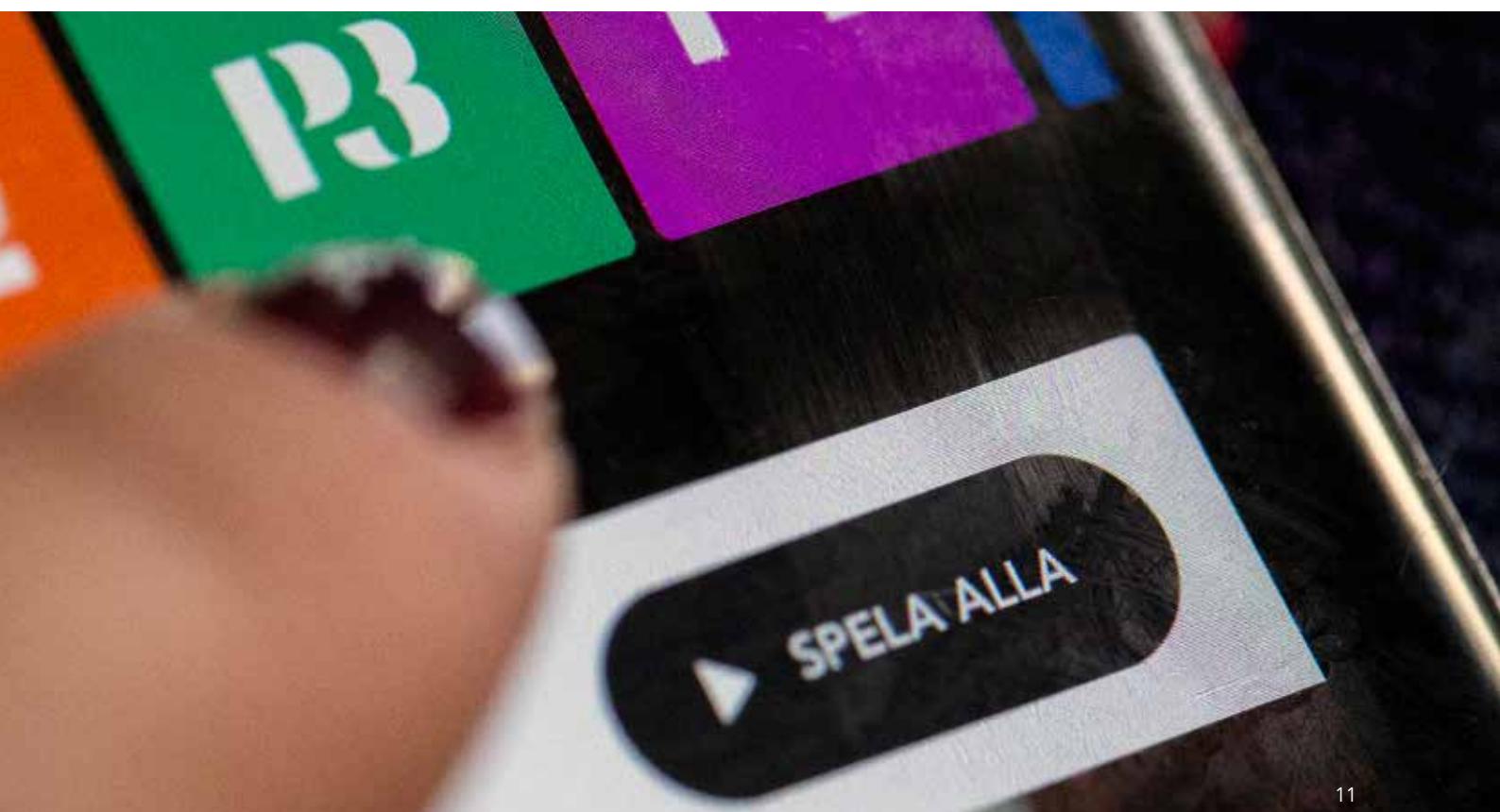
demand och för alla kanaler för direktlyssning.

De egna plattformarna är viktiga för att säkerställa att innehållet finns fritt tillgängligt för alla. Samtidigt finns Sveriges Radios utbud tillgängligt via externa aktörer som hämtar ljudinnehåll via företagets öppna API (Application Program Interface). Förutsättningarna på ljudmarknaden skiljer sig markant från exempelvis marknaden för film och tv – där domineras strömningstjänster som tar betalt av användaren och erbjuder exklusivt innehåll som bara finns hos just den tjänsten. Ljudmarknaden fungerar i dag på så sätt att användare förväntar sig att fritt kunna ta del av poddar via de plattformar de själva föredrar. För att kunna nå alla lyssnare behöver Sveriges Radios utbud därför finnas tillgängligt på externa plattformar.

LÄS MER:

5.1 Marksänt utbud, s. 75

5.2 Digitala plattformar, s. 78



1.3 Sveriges Radio under pandemin

Efter att WHO den 11 mars deklarerade att spridningen av covid-19 var en pandemi ökade efterfrågan på nyhetsuppdatering och information snabbt. Den fortsatt dramatiska utvecklingen under 2020 förändrade såväl publikens behov av nyheter och information som förutsättningarna för att producera journalistik och kulturupplevelser.

Hela denna public service-redovisning präglas naturligtvis återkommande av de effekter pandemin haft på Sveriges Radios verksamhet, bland annat i beskrivningarna av hur utbudet påverkats och vilka utmaningar organisationen behövt lösa.

Övergripande prioriteringar

Här följer en översiktlig sammanfattning av det som företaget prioriterade när det gäller utbud och organisation för att upprätthålla sändningar och utbud av hög kvalitet under 2020.

Inom utbudet gjorde Sveriges Radio åtta huvudsakliga prioriteringar:

- **Mer direktsänt.** När efterfrågan på nyhetsuppdatering och information ökade snabbt under våren förändrades tablåer till att exempelvis innehålla fler extrasändningar från presskonferenser eller annan nyhetsförmelding och snabb fördjupning.
- **Daglig podd.** Vetenskapsradion och *Ekot* fördjupade samarbetet, vilket beskrivs i 7.1 Nyheter, och lanserade tidigt en särskild nyhetsfördjupande podd om viruset och pandemin där medarbetare från Sveriges största vetenskapsredaktion servade lyssnare med kunskaper och analyser.
- **Nyheter på minoritetsspråk** fick mycket stor betydelse när flera språkgrupper fick bristfällig information eller ingen alls från ansvariga myndigheter i början av pandemin. Här kan särskilt nämnas bland annat somaliska och romani där lyssningen och användningen av utbudet ökade snabbt under våren. Sveriges Radio startade också sändningar på tigrinja under våren. Läs mer

om satsningarna och betydelsen av bevakningen i 7.5 Minoritetsspråk.

- **Förstärkt ekonomijournalistik.**

Konsekvenserna för arbetsmarknad och näringsliv blev snabbt ett fokusområde för *Ekots* bevakning. Läs mer i 7.1 Nyheter.

- **Daglig livemusik.** För att stötta ett musikliv som helt stannade av under våren och erbjuda publiken livemusik satsade P3 Session på dagliga förmiddagskonserter med många framträdande svenska artister.

- **Berwaldhallen.** Sveriges Radios Symfoniorkester erbjöd konserter och unika inspelningar. Läs mer i 7.2 Kultur.

- **#klaracorona** skapades för att berätta om de många kreativa initiativ och lösningar som såg dagens ljus under en tid när rapporteringen samtidigt domineras av dystra nyheter. Den särskilda webbsidan inom sverigesradio.se och hashtaggen #klaracorona utvecklades också till ett programformat som sändes i både P1 och P4.

- **Radion som mötesplats.** När många människor runt om i landet fick isolera sig och inte kunde träffa nära och kära har radion en viktig funktion att fylla som sällskap och mötesplats. Den klassiska programformen "ring in" dök upp i nya varianter som exempelvis *Barnkväll med Jonas* på söndagar i P4 dit barn kunde ringa in och hälsa till någon de inte kunde träffa, önska en låt eller småprata med programledaren.



Fysisk distansering, men mitt i nyhetsflödet:
Morgonmöte för *Ekot* i april 2020 flyttat till Studio 5
i Radiohuset. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

Andra prioriteringar

I många program och via sociala medier har lyssnare kunnat ställa pandemirelaterade frågor till både externa experter och SR-medarbetare med specialistkunskaper. Företaget har också fortsatt att prioritera att sända utanför radiohusen med närväro på plats i landets samtliga 290 kommuner – naturligtvis med vidtagna säkerhetsåtgärder för både medverkande och medarbetare.

Sveriges Radios roll i det svenska kulturlivet och som uppdragsgivare för kulturskapare runt om i landet har ställdts på sin spets under pandemin. En rad extrasatsningar har genomförts både i riksutbudet och lokalt – ett urval av konserter, uppsättningar och andra kulturrelaterade projekt som sänts beskrivs i faktarutan på sidorna 18–19. Många samlades bland annat kring *Klassisk morgon* i P2 som bjöd in lyssnarna att vara med och sjunga i digitala körer vid tre tillfällen under året. Tusentals lyssnare tog chansen att delta i Valborgskören, Sommarkören och Julkören.

Stora omställningar av arbetsätt

Traditionellt har radioproduktion i hög grad varit knuten till studior alternativt mycket omfattande mobil teknik och logistik för att kunna sända utanför radiohusen. De senaste åren har Sveriges Radio lagt mycket kraft på att utveckla verktyg och arbetsätt för att reportrar enkelt kunna sända var som helst ifrån, inte minst med hjälp av den så kallade OB-väskan som beskrivs närmare i 4.9 *Utveckling av innehåll, kompetens och teknik*. Ett snabbt växande behov för reportrar och programledare att göra intervjuer via telefon eller dator i stället för att möta personer fysiskt drev till exempel fram en snabbt ökad användning av det egenutvecklade verktyget *Medi*. Det är en enkel applikation för att säkerställa bra ljudkvalitet när till exempel en gäst i ett morgonprogram ska intervjuas via mobiltelefon.

Vid sidan av detta har företaget naturligtvis

vidtagit omfattande åtgärder för att garantera säkerheten för medarbetare och medverkande i programproduktioner. Flera redaktioner, inte minst Radiosporten och de redaktioner som sysslar med kulturbekvakaning, har periodvis fått göra mycket stora förändringar av innehåll och sändningar när deras respektive bevakningsområden påverkats starkt av nedstängningar.

Men kanske har restriktioner och säkerhetsåtgärder fått störst konsekvenser för den annars så omfattande verksamheten med publikmötet och evenemang, vilket beskrivs i 6.1 *Det samlande uppdraget*. Exempelvis tvingades Sveriges Radio ställa in den årliga Östersjöfestivalen. Målsättningen har dock varit att så långt det varit möjligt att ”ställa om, inte ställa in”, och exempelvis genomfördes *Musikhjälpen* i december utan publik men med nytt rekord i antalet engagemang från lyssnare i hela Sverige.

Tydlig plan och information

Sveriges Radio påbörjade arbetet med en pandemiplan redan i februari och kunde med den som vägledning arbeta systematiskt under de mest kritiska månaderna våren 2020. En särskild corona-grupp ledd av vd formades också tidigt med dagliga möten för lägesbedömningar och beslut. Snabb och tydlig kommunikation till hela företaget har varit central för att kunna undvika informationsvakuum. En enkät som gjordes i oktober 2020 visade också att medarbetarna uppskattat vikten av en snabb och tydlig information vilket har gjort det enklare att orientera sig i en osäker tid.

Förtroendet för nyhetsbevakningen

Tillsammans med SVT, SOM-institutet och Göteborgs universitet arrangerade SR seminariet ”Hur har medier och myndigheter klarat corona?” i oktober 2020. En särskild studie inom ramen för SOM-undersökningarna belyste bland annat hur allmänheten såg på Sveriges Radios nyhetsbevakning under pandemin.

Här är ett urval av resultaten:

- 74 procent av de tillfrågade sade sig ha mycket eller ganska stort förtroende för innehållet i Sveriges Radio, att jämföra med 72 procent i den ordinarie SOM-undersöningen för 2019.
- Bland dem som tar del av Sveriges Radios nyheter minst 3 dagar/vecka låg förtroendet nu på rekordhöga 87 procent.
- Nedbrutet i väljargrupper steg förtroendet för Sveriges Radio mest i antal procentenheter bland SD- och V-väljare jämfört med 2019.
- Hur mycket en person använder sig av innehållet är avgörande för förtroendet. Av dem som lyssnar på Sveriges Radios nyheter 3–7 dagar per vecka hade 87 procent stort förtroende för innehållet vilket är något *högre* än 2019. Bland dem som lyssnar sällan eller aldrig låg förtroendet på 51 procent, något *lägre* än 2019.
- En ökad andel, 64 procent jämfört med 56 procent 2019, svarade att de har mycket eller ganska stort förtroende för hur kategorin "radio och tv" sköter sitt arbete.

Undersökningsföretaget Kantar Sifo undersökte också frågor kring förtroendet för olika medie slag och titlar under sensommaren. De tillfrågade fick bland annat svara på frågan om de litar på coronabevakningen i medierna, och även här fick public service-företagen högt förtroende. 74 procent av de svarande uppgav att de litade på Sveriges Radios nyhetsrapportering om covid-19.

LÄS MER:

3.2 Förtroende, s. 32

3.3 Värde för samhället, s. 35

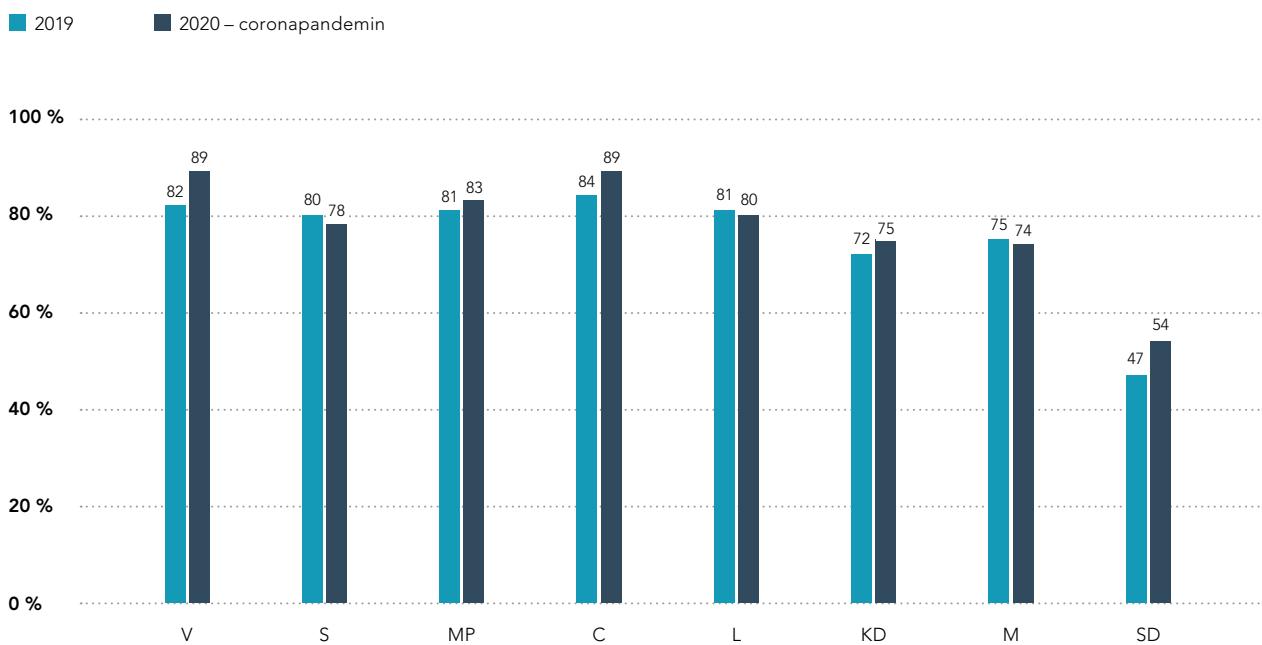


Över 700 personer bildade en digital Valborgskör när P2 bjöd in lyssnarna att sjunga Otto Lindblads "Längtan till landet" ("Vintern rasat ut"). Foto: Sveriges Radio P2.



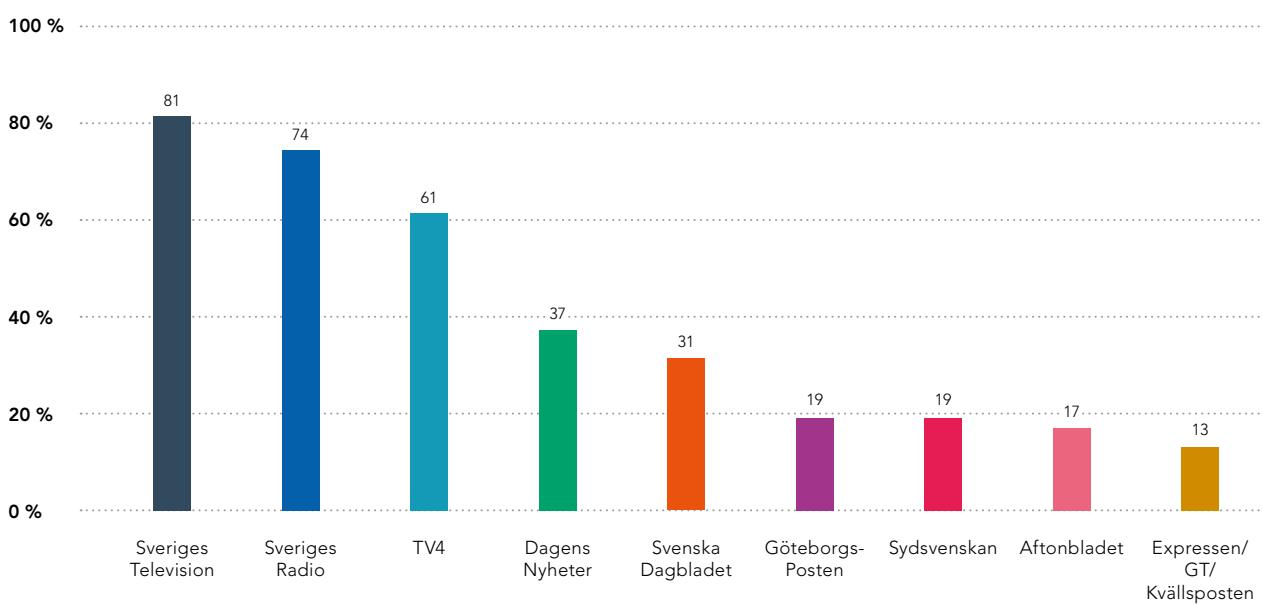
Hemmajobb i etern: Martin Ekeholm sände *Klassisk Morgon* i P2 från klädkammaren i sin bostad – en av många kreativa lösningar på radiosändningar från medarbetares bostäder under 2020. Bild: privat.

1.3.1 Förtroende för Sveriges Radio efter partisympati 2019 samt under coronapandemin 2020 (SOM-undersökningen).



Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2019 samt SOM-undersökningen om corona.

1.3.2 Litar på nyhetsrapportering kring Covid-19



Källa: Kantar Sifo september 2020.

Några exempel på satsningar under pandemin



För att stötta svenskt musikliv satsade P3 Session på livesända förmiddagskonserter under våren och under P3 Festivalen i augusti 2020. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

Vid sidan av utökad nyhetsrapportering gjordes en rad satsningar under pandemin 2020 inom Sveriges Radios olika kanaler och plattformar. Här är ett urval:

P1: Radioföljetongan återpublicerade följetonger och radionoveller och SR Drama utökade dramaarkivet för att erbjuda mer lyssning. *Naturmorgon* gav lyssnarna en hel natt med fågelsång 3 maj. *Ekonomiekot* extra släppte extraavsnitt. Många program erbjöd lyssnarna att fråga experter i sändning eller sociala medier, bland annat *Ring P1* och *Studio Ett*. *Vetenskapsradions Coronaspecial* sändes inom ramen för *Studio Etts kvällssändningar*.

P2: Berwaldhallens konserter direktsändes utan publik. Kanalen erbjöd en konsertserie med frilansande musiker som en satsning på musikliv. *Valborgskören*, *Sommarkören* och *Julkören* bjöd in lyssnarna att sjunga tillsammans.

P3: Sveriges största påskfirande leddes av programledarna Farah Abadi och Kodjo Akolor under parollen *Stanna hemma med P3*. Under våren hördes *P3 Nyheters* särskilda coronareportrar i eftermiddagsprogrammen ta upp dagens stora pandemifrågor och svara på lyssnarfrågor. *P3 Session* gjorde direktsända livespelningar som publicerades på SR Play och sr.se. *P3 Festivalen* i Radiohusparken anordnades för lyssnare i hela landet.

P4: Juniornyheterna skapade en samlingspagina för coronainformation och programmet fick också utökad sändningstid. I *Barnkväll med Jonas* på söndagar i P4 fick barn hälsa till någon de inte hade möjlighet träffa, önska en låt eller bara småprata med programledaren. *Helgpasset i P4* startades i slutet av mars och erbjöd sällskap och förströelse. *P4 Dalarnas* livescen med minikonserter är ett exempel på satsningar på, och samarbete med, lokalt kulturliv.

Utbud i de lokala P4-kanalerna:

Nyhetsbevakning via linjära sändningar och lokala spellistor i Sveriges Radio Play, vid sidan av kanalernas roll som sällskap och samlingspunkt i en orolig tid. Granskningar, frågestunder med experter, publikdialog och ring-in-inslag om pandemin. Tekniska lösningar möjliggjorde sändningar utanför radiohusen inom ramen för restriktioner och säkerhetsåtgärder.

Nyheter på de nationella minoritetsspråken:

Utöver nyheter och information erbjöds innehållssatsningar utifrån de respektive målgruppernas särskilda behov och frågor. Läs mer i 7.5 Minoritetsspråk.

Radio Sweden: Nyhetsrapportering och omfattande information på samtliga språk (arabiska, farsi/dari, sorani/kurmanji, somaliska, kurdiska, engelska och lätt svenska). Redaktionen inleddes också projektet Radio Sweden Tigrinya. Läs mer i 7.5 Minoritetsspråk.

Digitala plattformar: Särskilt innehåll om corona i anslutning till funktionen *Toppnyheter* i Sveriges Radio Play. **#klaracorona** och webbsidan **sverigesradio.se / klaracorona** skapades för att berätta om de många initiativ som togs över hela landet. Satsningen resulterade också i programmet *#klaracorona* i P1 och P4. Välkomstfrasen i SR Röst (för röstassister och smarta högtalare) ändrades så att användaren lätt skulle kunna be om de senaste nyheterna om corona.

1.4 Årets redovisning

• 21 / MEDELSVILLKOR

» SR, SVT och UR ska i samverkan fortsatt utveckla sin redovisning med inriktning på att så långt som möjligt åstadkomma en gemensam redovisningsform som kan tillämpas i den årliga redovisningen. «

• 21 / MEDELSVILLKOR

» I arbetet ska ingå att definiera och operationalisera centrala begrepp i tillstånds- och medelsvillkoren, ta fram konkreta uppföljningsbara resultatmått baserade på dessa och att utveckla arbetet med att mäta och redovisa olika indikatorer på kvaliteten och särarten i programutbudet. Resultatmåtten bör utformas så att de ger väsentlig information om uppdraget och förmedlar viktiga erfarenheter av verksamheten. Programföretagen ska på olika sätt stimulera en fortlöpande offentlig diskussion om verksamheten. «

Redovisningen av verksamhetsåret 2020 är den första under tillståndsperioden 2020–2025. Sveriges Radio har tillsammans med SVT och UR genomfört ett antal förändringar i sina respektive redovisningar:

- **Renodling.** Fokus har legat på att utforma redovisningarna så att de tydligt svarar på de krav som ställs i sändningstillstånd och medelsvillkor. I denna redovisning citeras respektive krav i anslutning till den text där kravet besvaras.
- **Likartad struktur.** Redovisningarna för de olika bolagen har från och med det här året fler kapitelrubriker och underrubriker som överensstämmer.
- **Lättillgänglighet.** Ambitionen är att göra redovisningarna mer attraktiva och lättlästa för att göra det enklare att ta till sig innehållet för dem som vill ha information om public service-bolagens verksamheter.



P3-profilen Ayan Jamal som gäst i *Musikhjälvens* pandemisäkrade studio, december 2020.
Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

Syftet med redovisningarna är dels att besvara medelsvillkorens krav på en så gemensam redovisningsform som möjligt, dels att göra public service-redovisningarna till en del av arbetet med att stimulera en fortlöpande offentlig diskussion om verksamheten.

Sveriges Radios public service-redovisning i korthet

Här följer en översikt av innehållet i de olika kapitlen i denna redovisning.

Kap 1. Inledning

- verksamheten under det gångna året
- hur den pågående pandemin respektive de snabba förändringarna på medie-marknaden påverkat förutsättningarna för företaget.

Kap 2. Det här vill Sveriges Radio

- företagets vision, strategiska mål och värdegrund
- hur dessa ledord används i verksamheten.

Kap 3. Detta har Sveriges Radio bidragit med

- allmänhetens förtroende för företaget
- uppfattningar om Sveriges Radios värde för såväl samhället som den enskilde medborgaren.

Kap 4. Kvalitet och utveckling

- hur Sveriges Radio som företag i allmänhetens tjänst och som arbetsgivare är organiserat för att säkra att verksamheten lever upp till de kvalitetskrav som ställs i tillstånd och villkor, och i detta ingår beredskapsuppdrag och viktigt meddelande till allmänheten.

Kap 5. Här finns Sveriges Radio

- hur företaget genomför sändningar i marknätet
- vilka plattformar som erbjuder utbudet
- hur företaget definierar kärnverksamhet respektive kompletterande verksamhet.

Kap 6. Ett utbud för alla

- utbudet med tyngdpunkt på bredden av innehåll som gör Sveriges Radio till en angelägenhet för miljontals mänskcor i vårt land.

Kap 7. Särskilda uppdrag och målgrupper

- utbudet med tyngdpunkt på de särskilda uppdagen nyheter, kultur, innehåll för barn och unga, sändningar på minoritets-språk, tillgänglighet och lokalt uppdrag.

Kap 8. Sveriges Radios publik

- mått
- analyser av lyssnarnas konsumtion av och uppfattningar om innehållet.

Kap 9. Resursanvändning

- hur Sveriges Radio använder de medel som ställs till företagets förfogande
- nyckeltal för hur företaget arbetar för att svara på kraven på produktivitet och kostnadseffektivitet.

Kap 10. Planer för framtiden

- riktningen framåt.



Under namnet #srfrukost anordnar Sveriges Radio återkommande morgonseminarier om aktuella mediefrågor. I september 2020 sändes exempelvis seminariet "Min lilla stad – om hur den lokala storstaden bevakas av medierna" från Studio 4 i Radiohuset. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.



2.

Det här vill Sveriges Radio

En ny vision och nya strategiska mål
från 2020 pekar ut vägen framåt.

2 Det här vill Sveriges Radio

UR SÄNDNINGSTILLSTÅNDET

» Sveriges Radio AB (SR) har till uppgift att bedriva ljudradioverksamhet i allmänhetens tjänst. Verksamheten ska präglas av oberoende och stark integritet och bedrivas självständigt i förhållande till såväl staten som olika ekonomiska, politiska och andra intressen och maktfärer i samhället. Det är särskilt viktigt att SR slår vakt om programområden som är betydelsefulla för allmänintresset. «

Ny vision och nya mål

Inför den tillståndsperiod som inleddes den 1 januari 2020 och som gäller fram till den 31 december 2025 har Sveriges Radio tagit fram en ny vision.

Fler röster och starkare berättelser för en större förståelse.

Visionen tar avstamp i företagets uppdrag, roll och position i 2020-talets samhälle och medielandskap.

Inför tillståndsperioden har Sveriges Radio också tagit fram fyra nya strategiska mål som styrelsen och företagsledningen har slagit fast efter ett omfattande internt arbete där flera hundra medarbetare från hela landet deltog. Målen är skrivna ur en tänkt lyssnarens perspektiv.

De är tänkta som en sammanhållande vägledning för ett företag med en mängd verksamheter av skiftande karaktär med stor bredd i kunskaper och erfarenheter och där beslutsfattandet är decentraliserat över landet. Samtliga delar av företaget formulerar också sina respektive utvecklingsplaner utifrån de fyra strategiska målen.

För att mäta hur målen uppnås har Sveriges Radio satt upp så kallade indikatorer. Det är ett antal mått, eller nyckeltal, som företaget samlat ska uppnå över tid.

På motstående sida finns mål, riktningar och indikatorer för 2020 redovisade i sin helhet i tabellform. Från och med 2020 utgör några av indikatorerna bland annat företagets nyckeltal för produktivitet och effektivitet. En fördjupad redovisning av dessa nyckeltal finns i kapitel 9.3 Produktivitet och kostnadseffektivitet.

Så här läses tabellen här intill:

- I kolumnen längst till vänster finns det strategiska målet.
- I andra kolumnen från vänster finns så kallade indikatorer till respektive strategiskt mål. Indikatorerna fungerar som måttstockar för hur företaget når upp till de strategiska målen.
- I den tredje kolumnen finns de målsättningar företaget har för respektive indikator under tillståndsperioden 2020–2025.
- I fjärde kolumnen längst ut till höger finns resultatet 2020 för respektive indikator.

Värdegrund och fokus på ljud

Sveriges Radios värdegrund är att företaget ska vara oberoende, trovärdigt, öppet och nyskapande för att över tid förtjäna publikens förtroende.

Företaget har *ljudet* i fokus och koncentrerar sina resurser till att i första hand skapa ljudinnehåll, linjärt och on demand.

I avsnittet 4.1 *Uppdrag och kvalitet* presenteras de innehållsområden Sveriges Radio prioriterat att utveckla under tillståndsperioden. Där beskrivs den arbetsmodell som företaget använder för att driva utvecklingen framåt. Resultaten inom de publicistiska utvecklingsområdena kommer att redovisas återkommande under tillståndsperioden. ■

2.1 Sveriges Radios strategiska mål och resultat för 2020

Strategiska mål	Indikator	Målsättning	Resultat 2020
1) Jag väljer Sveriges Radio	a) Total räckvidd i antal personer under en vecka	a) Ska vara stabilt under tillståndsperioden	7,3 miljoner*
	b) Andel av veckolyssnare som anser att SR ger dem ett personligt värde	b) Ska öka under tillståndsperioden	78 %**
2) Jag litar på Sveriges Radio	a) Andel av allmänheten som har förtroende för innehållet i Sveriges Radio	a) Ska vara stabilt under tillståndsperioden	72 %***
	b) Andel av allmänheten som anser att SR har ett värde för samhället	b) Ska vara stabilt under tillståndsperioden	77 %**
3) Jag hör min och din vardag i Sveriges Radio	a) Andel av Sveriges 290 kommuner som SR gjort inslag ifrån under ett tertial. Följs upp månadsvis.	a) Ska vara 100 %	100 % 290 kommuner
	b) Andel av veckolyssnare som svarar ja på påståendet "Jag hör innehåll om min och andras vardag i SR"	b) Ska öka under tillståndsperioden	56 %**
4) Jag möter ett Sveriges Radio som är nyskapande	a) Andel av veckolyssnare som svarar ja på påståendet "Jag upplever att SR är nyskapande"	a) Ska öka under tillståndsperioden	36 %**
	b) Andel svarande i medarbetarundersökning som svarar ja på påståendet "Jag upplever att SR är nyskapande"	b) Ska öka under tillståndsperioden	Redovisas från och med 2021
	c) Digital räckvidd	c) Ska öka under tillståndsperioden	3,2 miljoner*
	d) Lista på de största förändringarna det senaste året inom alla delar av företaget	Listan över de största förändringarna under året finns att läsa i 9.3 Produktivitet och effektivitet.	

Källor:

* PPM, Rate on Air samt Cati.

** Attitydundersökningen 2020, Novus Group.

*** SOM-undersökningen 2019, redovisad april 2020.

3.

Detta har Sveriges Radio bidragit med

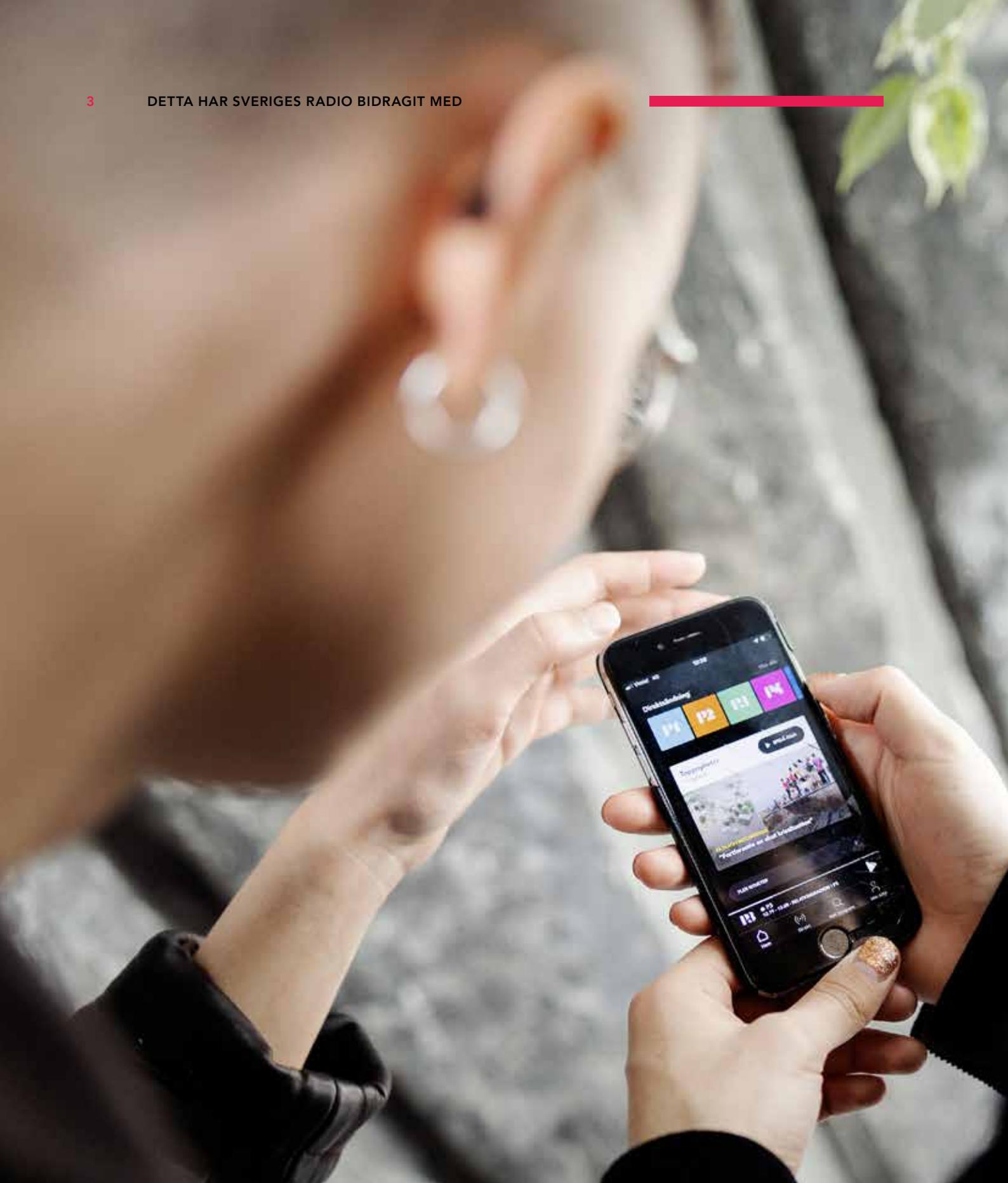
Allmänhetens förtroende för innehållet i Sveriges Radio har varit stabilt under det gångna decenniet. Tre av fyra svenskar anser också att företaget har ett stort värde för samhället.

- 3.1 Värde för samhället**
- 3.2 Förtroende**
- 3.3 Värde för individen**





Felix Sandman, Farah Abadi och Brita Zackari ledde årets upplaga av *Musikhjälpen* där privatpersoner, organisationer och företag skapade nära 800 000 engagemang. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.



Förtroendet för Sveriges Radios innehåll är starkt knutet till i vilken grad en person lyssnar på utbudet. 89 procent av dem som regelbundet tar del av Ekots nyheter har stort förtroende för Sveriges Radio – motsvarande siffra bland dem som sällan eller aldrig lyssnar på Ekot är 62 procent, enligt SOM-undersökningen. Foto: Micke Grönberg/Sveriges Radio.



Ökad lyssning och ett stärkt förtroende under ett dramatiskt nyhetsår.

Under 2020 erbjöd Sveriges Radio lyssnarna 143 000 timmar linjär radio på över tio språk, ett omfattande digitalt utbud samt sändningar från konserthuset Berwaldhallen med kör och orkester.

Vid sidan av oberoende och opartisk nyhetsförmelding och granskande journalistik står företaget också för omfattande samarbeten med kultursektorn och har en stor betydelse för marknaden för ljudinnehåll och arbetstillfällen inom mediebranschen. År 2020 har Sveriges Radio stärkt närvaren runt om i landet.

Företaget har två indikatorer för hur det strategiska målet "Jag litar på Sveriges Radio" uppfylls: nivåerna för allmänhetens förtroende för innehållet respektive synen på företagets värde för samhället. Båda dessa kan också sägas vara mått på hur Sveriges Radio bidrar till samhället.

De två indikatorerna utgör från och med 2020 också nyckeltal för mått på Sveriges Radios effektivitet, vilket redovisas närmare i 9.3 Produktivitet och effektivitet.

Uppföljning görs utifrån två undersökningar:

- **den årliga nationella SOM-undersökningen**
som genomförs av SOM-institutet vid Göteborgs universitet
- **den årliga attitydundersökning**
som Novus Group gör på uppdrag av Sveriges Radio.

Från och med 2020 mäter och analyserar Sveriges Radio också attityder kontinuerligt under året. Resultaten ingår i måluppföljningen, och utöver det används de också i återkoppling och diskussioner på redaktioner och kanaler.

3.1 Värde för samhället

I den årliga attitydundersökning som Novus Group gör på uppdrag av Sveriges Radio uppgav 77 procent av de svarande 2020 att de anser att Sveriges Radio har ett mycket eller ganska stort värde för samhället i stort. Nivån har varit stabil de senaste åren, och detsamma gäller för andelen som ansåg att Sveriges Radio har ett litet värde, cirka 10 procent.

Uppskattningen varierar till viss del mellan olika grupper. En högre andel kvinnor anser att Sveriges Radio har ett stort värde för samhället, 84 procent av kvinnorna jämfört med 70 procent av männen. Skillnaderna mellan könen i attityder ökar ju längre ner i åldrarna man kommer.

Attitydundersökningen har genomförts på ett jämförbart sätt sedan 2009. Den bygger på sammanlagt 5 000 intervjuer och görs på ett representativt urval av Novus Sverigepanel där 2 500 personer svarar på frågor om Sveriges Radio ur ett mer generellt perspektiv och 2 500 svarar på mer kanalspecifika frågor. Panelen är representativ för landet som helhet avseende ålder, kön och region i åldern 16–79 år. I undersökningen tillfrågas både personer som lyssnar på Sveriges Radio och personer som uppger att de inte lyssnar. I kapitel 8, *Sveriges Radios publik* redovisas också en rad resultat i frågor som berör publikens syn på innehållet i utbudet.

77 %

av allmänheten anser att Sveriges Radio har ett mycket stort eller ganska stort värde för samhället i stort.

Källa: Attitydundersökningen 2020, Novus Group.

3.1.1 Sveriges Radios värde för samhället

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
SR har mycket eller ganska stort värde för samhället i stort	78 %	76 %	77 %					

Källa: Attitydundersökningen 2020, Novus Group.



Lotten Collin avslutade sin tid som Latinamerika-korrespondent med programserien *Drömmarnas Amazonas* som sändes i P1 i december 2020. Serien handlade om hur människan både drabbas av och bidrar till de komplexa samband som gör att världens största regnskog långsamt börjar försvinna. Foto: Camilo Lozano T/Sveriges Radio.

3.2 Förtroende

I kapitlet *Hur står sig svenska mediers förtroende-kapital?* i SOM-institutets antologi "Regntunga skyar" (utgiven i juni 2020) konstateras att "varje fungerande samhällsbildning bygger på förtroende. Det handlar inte bara om förtroendet för politiska, ekonomiska och sociala institutioner utan i lika hög grad om värderingen av medierna."

Här slås också fast att "public service kan närmast sägas befina sig i ett slags egen division i förtroendebedömningarna" och att det trots "omfattande förändringar i det svenska medie-landskapet och trots att det parallellt med denna strukturomvandling också har debatterats alltmer om de etablerade mediernas saklighet och opartiskhet" ... "så har det starka förtroendet för innehållet i de båda public service-medierna hållit i sig".

För att följa hur allmänhetens förtroende för Sveriges Radio utvecklas, och som en av indikatorerna för målet "Jag litar på Sveriges Radio", använder företaget resultat från den årliga nationella SOM-undersökningen. Valet är baserat på att SOM-undersökningen har en lång insamlingstid och ett stort antal svarande vilket minskar risken för tillfälliga fluktuationer. SOM-undersökningen har också mätt förtroendet för myndigheter, organisationer, företag och institutioner sedan 1986. Det gör det möjligt att jämföra resultat åtskilliga år tillbaka i tiden och att göra mer djupgående analyser av hur synen på medier och public service utvecklats.

Förtroendet för Sveriges Radio har legat stabilt under lång tid. År 2019 uppgav 72 procent av svenskarna att de har högt förtroende för

innehållet i Sveriges Radio, en ökning med två procentenheter jämfört med året innan.

I oktober 2020 redovisade SOM-institutet en särskild undersökning av utvecklingen för medieförtroendet som också beskrivs i 1.3 *Sveriges Radio under pandemin*. Här uppgav ännu fler, 74 procent, att de hade förtroende för innehållet i Sveriges Radio. Nedbrutet på partisympatier sågs en ökning i förtroende för Sveriges Radio bland personer som röstar på SD, V och C.

Ett brett utbud där så många som möjligt oavsett bakgrund, ålder eller bostadsort kan hitta innehåll som intresserar dem är avgörande för public service-systemets förankring hos medborgarna.

I ovan nämnda kapitel från SOM-institutets antologi "Regntunga skyar" beskrivs kopplingen mellan användning och förtroende: "Det finns inte helt oväntat ett klart samband mellan hur stort förtroende ett visst medium åtnjuter och hur frekvent det används" ... "Som exempel kan nämnas att 89 procent av dem som regelbundet tar del av Sveriges Radios Ekonyheter har stort förtroende för Sveriges Radio medan motsvarande andel bland dem som sällan eller aldrig lyssnar på Ekonyheterna är 62 procent."

Samtidigt konstateras att "även de som sällan tar del av innehållet i public servicemedierna har ett jämförelsevis stort förtroende för dem. Public service kan snarast beskrivas som ett slags samhällsinstitution som är starkt förankrad hos svenska folket oavsett hur ofta deras nyhetsplattformar används." Trots de stabila siffrorna kommer det naturligtvis krävas ett hårt arbete för att

72%

av de svarande i SOM-undersökningen 2019 hade mycket eller ganska stort förtroende för innehållet i Sveriges Radio.

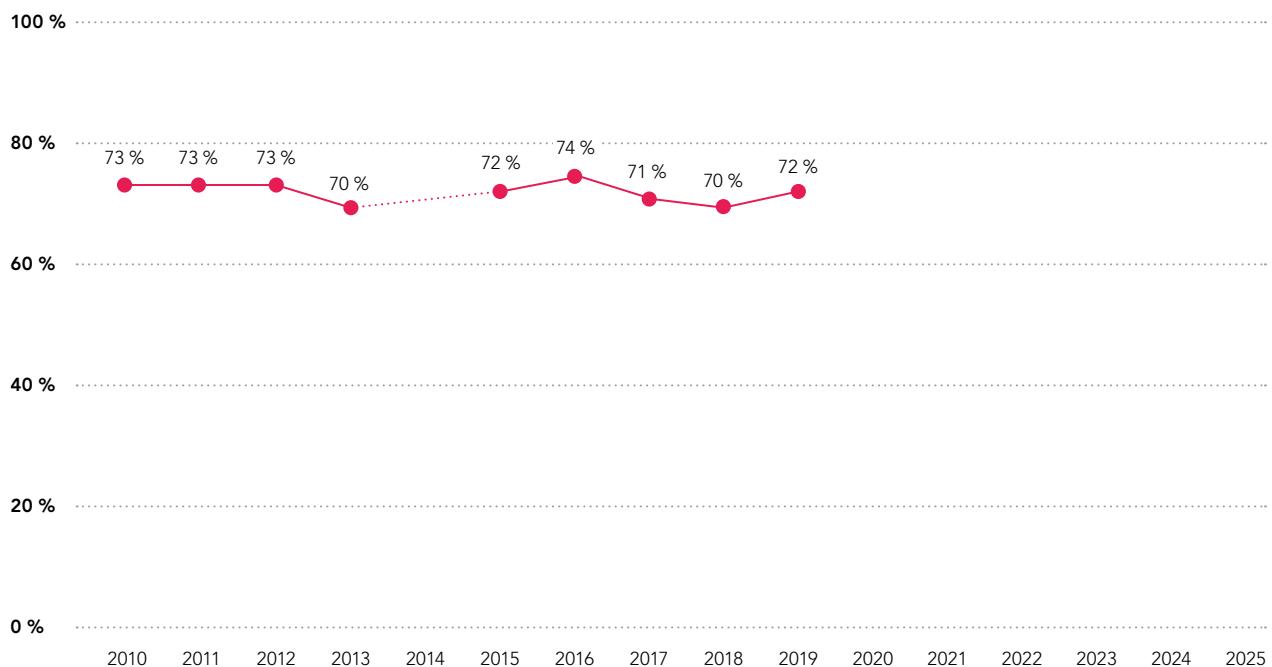
bibehålla förtroendet, såväl för Sveriges Radio som för andra svenska medieföretag. Som konstaterats i debatter finns det skillnader mellan grupper med olika politisk hemvist, där det bland dem som definierar sig som ”klart till höger” finns ett lägre förtroende för medier än i andra grupper.

Till det kan läggas ett mer fragmenterat medie-landskap och en allt hårdare konkurrens om mänskors tid och intresse. Det finns också andra skillnader och rörelser under ytan: I SOM-institutets antologi från 2019, ”Storm och stiltje” konstaterades bland annat att lågutbildade har lägre förtroende för medier än högutbildade. Samma mönster syns i skillnader mellan yngre och äldre mediekonsumenter.

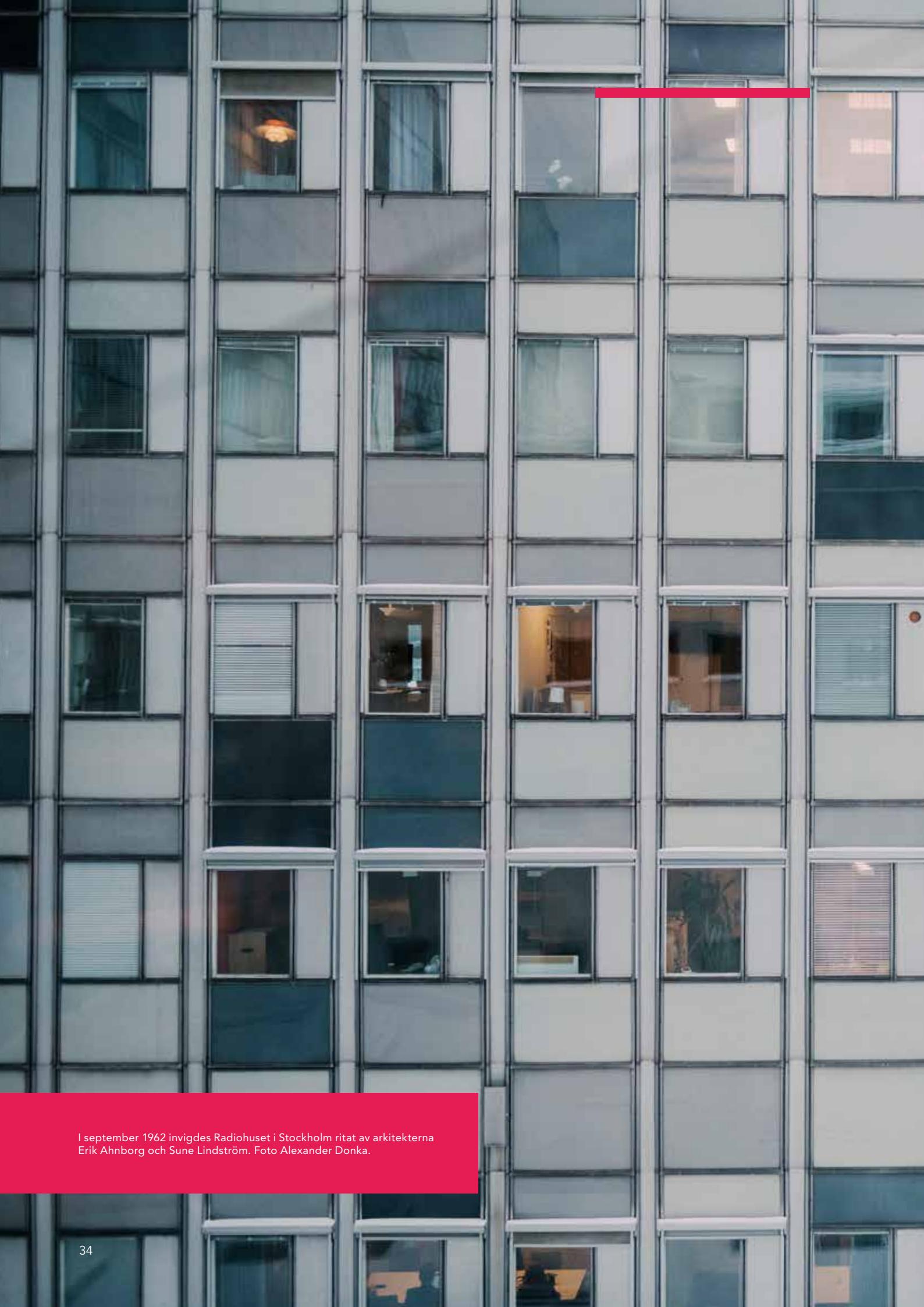
Det bör nämnas att svenska och nordiska medier – i synnerhet public service-bolagen – ganska ofta ligger i topp i internationella jämförelser av förtroende för medier.

Ett exempel är Eurobarometer vars mätning i november 2019 visade att av 33 undersökta länder är Sverige det land där högst andel av befolkningen – 80 procent – litar på radiomediet (snittet för EU-länderna var 57 procent). Siffran var också den högst uppmätta inom samtliga medieformer i Europa (källa: Standard Eurobarometer 92). I 24 av de 33 länderna var också radiomediet den medieform flest svarande uppgav att de litar på.

3.2.1 Förtroendet för innehållet i Sveriges Radio



Källa: SOM-undersökningen 2019, publicerad april 2020. 2014 ändrades frågeformuleringen för Sveriges Radio, men ändrades tillbaka till den ursprungliga formuleringen 2015. Därför är 2014 års siffra inte jämförbar och ingår inte i tidsserien. I kapitel 1.3 Sveriges Radio under pandemin redogörs för resultatet för den särskilda förtroendemätning SOM-undersökningen gjort under delar av 2020.



I september 1962 invigdes Radiohuset i Stockholm ritat av arkitekterna Erik Ahnborg och Sune Lindström. Foto Alexander Donka.

3.3 Värde för individen

Enligt Attitydundersökningen för 2020 ansåg 60 procent av allmänheten i åldrarna 16–79 år att Sveriges Radio har ett mycket eller ganska stort värde för dem personligen. I kategorin dagliga lyssnare var andelen väsentligt högre, 82 procent. I båda fallen var det en ökning med en procentenhets jämfört med föregående år.

Skillnaderna i resultatet förklaras av att även personer som inte tar del av Sveriges Radios utbud ingår i undersökningen. Det är naturligt att de som sällan eller aldrig lyssnar inte anger att de får ut ett personligt värde.

Hur resultaten för det upplevda värdet för individen kommer att utvecklas på längre sikt återstår att se. Ett rimligt antagande är att den genomsnittliga siffran kan komma att minska under tillståndsperioden 2020–2025, till följd av förändrade konsumtionsmönster och ett allt mer heterogent och fragmentiserat medieutbud.

Två av tre anser att SR är värt pengarna

Den 1 januari 2019 byttes finansieringsmodell för public service i Sverige. Efter decennier av licensfinansiering övergick Sverige till skattefinansiering i form av den så kallade public service-avgiften. För Sveriges Radios del innebär det att varje svensk som mest betalade 1,37 kr/dag för utbudet i fyra parallellsända ljudradiokanaler, ett omfattande digitalt utbud samt Berwaldhallen med kör och orkester. Totalt erbjöd Sveriges Radio 143 000 timmar linjär radio under 2020.

Andelen av befolkningen som anser att Sveriges Radio är värt pengarna låg 2020 på 66 procent av de svarande i attitydundersökningen. Det är samma nivå som innan finansieringsmodellen förändrades och en nivå som varit stabil under de senaste fem åren. ■

3.3.1 Sveriges Radios värde för individen

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
För mig personligen har SR stort eller mycket stort värde	63 %	59 %	60 %					

Källa: Attitydundersökningen 2020, Novus Group.

3.3.2 Sveriges Radio är värt pengarna

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Sveriges Radio är värt pengarna (SR:s andel av radio- och tv-avgiften)	66 %	64 %	66 %					

Källa: Attitydundersökningen 2020, Novus Group.



Produktionstekniker Simon Vikokel gör förberedelser inför en konsert med Nils Landgren och Lisa Nilsson med ett handplockat storband i Berwaldhallen i augusti 2020. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.



4.

Kvalitet och utveckling

En organisation som säkrar förnyelsen, den publicistiska kvaliteten och samhälls-uppdraget. Det krävs för att Sveriges Radio ska fortsätta vara lyssnarnas val.

- 4.1 Uppdrag och kvalitet**
- 4.2 Externa produktionsbolag**
- 4.3 Variation i produktionsformer**
- 4.4 En livskraftig mediemarknad**
- 4.5 Granskningar av Sveriges Radios utbud**
- 4.6 Nya tjänster och förhandsprövning**
- 4.7 Språkvård**
- 4.8 Decentraliserad organisation**
- 4.9 Utveckling av innehåll, teknik och kompetens**
- 4.10 Beredskap och viktig information till allmänheten**
- 4.11 Sändningskvalitet**

Här läggs grunden för förtroendet

I Sveriges Radios uppdrag ligger att vara en del av samhällsbygget och samtidigt en aktör på mediemarknaden. Det finns också en rad bestämmelser i sändningstillstånd och medelsvillkor kring hur företaget ska uppfylla dessa roller. Det här kapitlet beskriver hur Sveriges Radio har format organisationen för att leva upp till kraven.

4.1 visar hur Sveriges Radio är uppbyggt och hur metoderna att utveckla verksamheten hör ihop med företagets strategiska mål.

4.2–4.5 redogör för Sveriges Radios roll på mediemarknaden och beskriver

- samarbeten med produktionsbolag och externa medverkande i program och poddar
- bidrag till den svenska mediemarknadens livskraft och debatten om public service
- bestämmelserna kring förhandsprövning.

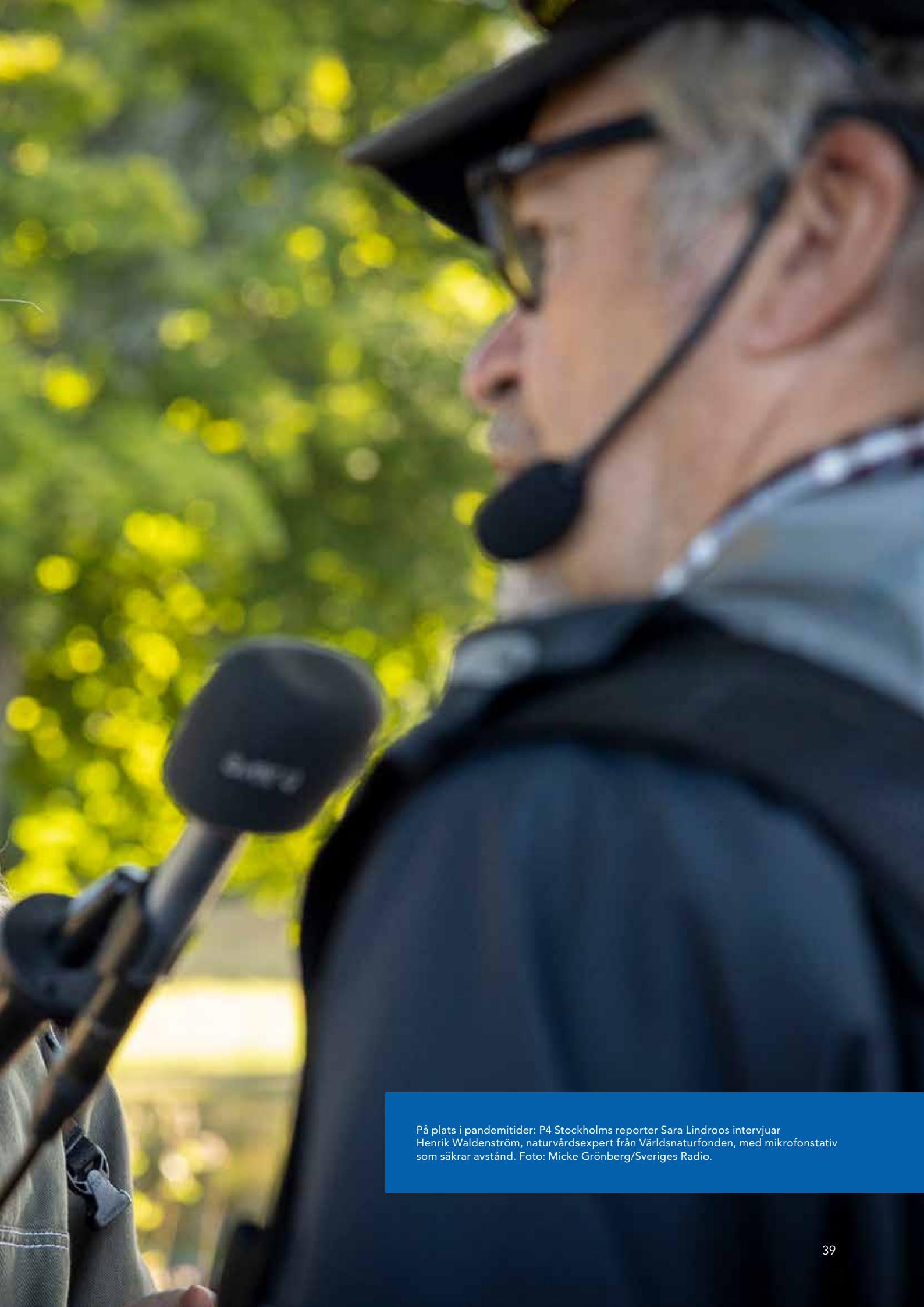
4.6–4.9 berör områden som är centrala för lyssnarnas förtroende för Sveriges Radio och beskriver

- publicistisk etik
- språkvård
- företagets decentraliserade organisation
- utveckling av innehåll, kompetens och teknik.

4.10–4.11 handlar om

- beredskapsuppdrag, viktiga meddelanden till allmänheten och säkerhet
- arbetet för att sändningar ska kunna säkras utan avbrott och störningar.





På plats i pandemitider: P4 Stockholms reporter Sara Lindroos intervjuar Henrik Waldenström, naturvårdsexpert från Världsnaturfonden, med mikrofonstativ som säkrar avstånd. Foto: Micke Grönberg/Sveriges Radio.

4.1 Uppdrag och kvalitet

Sveriges Radios verksamhet styrs av regler och villkor som fastställs av riksdag och regering. Med stöd av radio- och tv-lagen formulerar regeringen ett sändningstillstånd som sätter ramarna för verksamheten under den period tillståndet ska gälla. Därefter utfärdas medelsvillkor med beslut om vilka ekonomiska resurser företaget tilldelas och vilka andra förutsättningar av teknisk och administrativ art som ska gälla. I det tillstånd som trädde i kraft 2020 är medelsvillkor beslutade för samtliga sex år under tillståndsperioden.

Sveriges Radio AB ägs av *Förvaltningsstiftelsen för Sveriges Radio AB, Sveriges Television AB och Sveriges Utbildningsradio AB*. Styrelsen och verkställande direktören leder SR:s arbete i enlighet med aktiebolagslagen, bolagsordningen och svensk kod för bolagsstyrning.

Sveriges Radios verksamhet är organiserad i fem enheter: Vd-, Program-, Teknik-, Kommunikations- samt Personal- och Ekonomienheten. Hur företaget är uppbyggt som helhet visas i diagram 4.1.1.

Så planeras utbudet

Programenheten är organiserad i områden som ansvarar för innehållsproduktion och utveckling av plattformar och tjänster. En övergripande strategi för utbudet ligger till grund för hur strategierna för respektive kanal och Sveriges Radio Play ska utformas.

De mest prioriterade strategiska områdena för utveckling samlas i en publicistisk utvecklingsplan benämnd SRPU. Planen bygger på analyser gjorda av särskilda analysgrupper som består av medarbetare från olika delar av företaget.

En Utbudsgrupp ansvarar för interna och externa programuppdrag. Redaktioner, områden och avdelningar använder programuppdragen som grund när de ska planera och göra budget för nästkommande år.

Satsningarna sammanfattas i en utbudsplan som ingår i Sveriges Radios verksamhetsplan vilken beskriver hur företaget ska arbeta för att nå sina strategiska mål. Verksamhetsplanen och budgeten inför kommande år godkänns av styrelsen i slutet av året.

Så går uppföljningen till

Företagsledningen får varje månad en rapport med information om det ekonomiska läget. Varje tertial får ledningen ta del av mer omfattande rapporter där strategiska mål, publikutveckling och upphandlings- och utvecklingsplaner följs upp. Företagsledningen och styrelsen går igenom underlagen varje tertial, och verksamheten utvärderas av enhetschefer, ekonomichef och vd.

Programuppdrag och lyssning mäts och följs upp både löpande och i årliga uppföljningar av mål som satts upp för respektive kanal. Utbudet och kanalerna följs även upp med kvalitativa publika mål i Novus attitydundersökningar som görs i större format en gång per år och i mindre format löpande under året. Resultaten från attitydundersökningarna ingår också i framtida beslutsunderlag för de kanalansvariga.

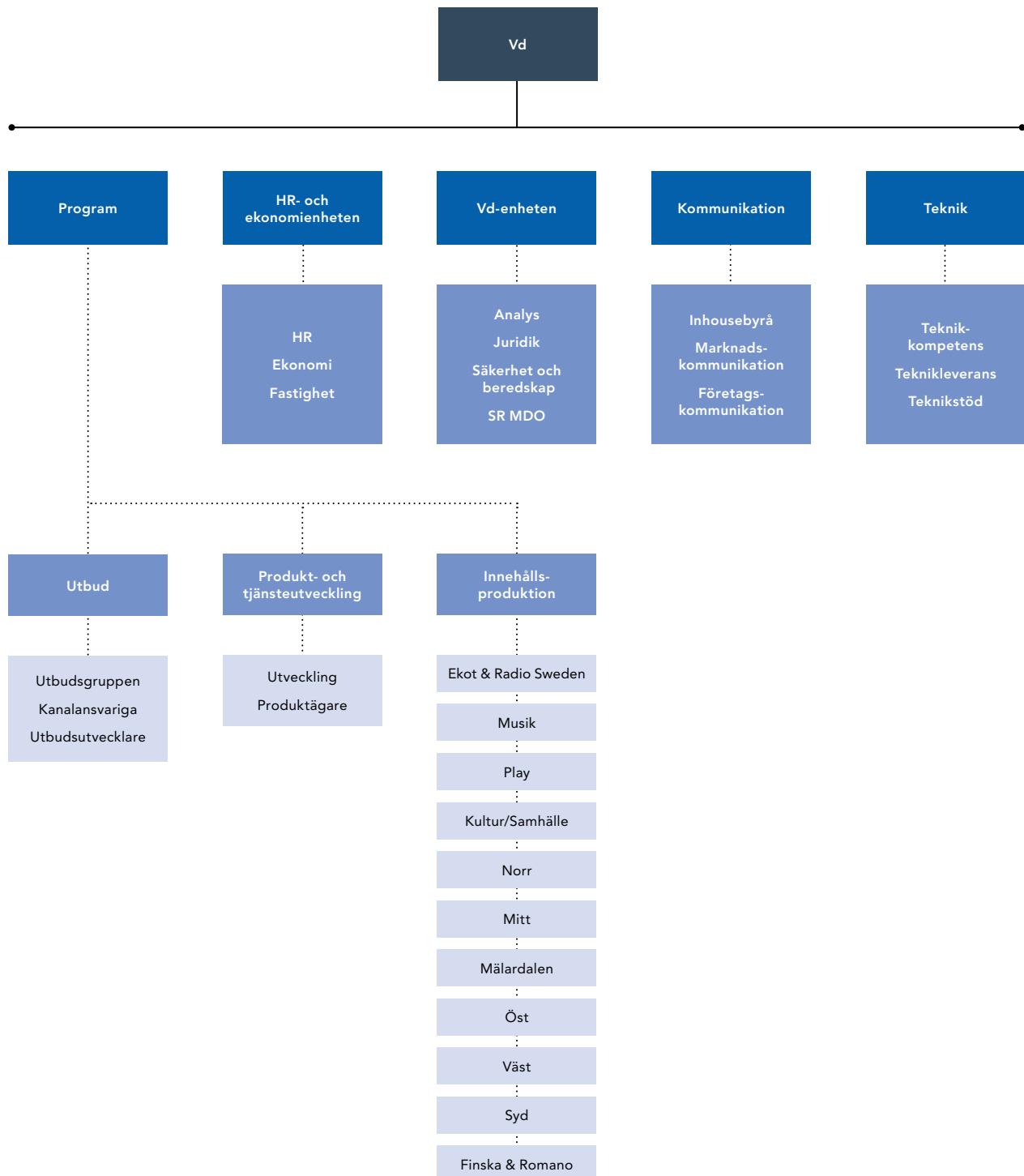
Så drivs utvecklingsarbetet framåt

Alla chefer inom Sveriges Radio arbetar efter en utvecklingsplan i form av en pilmodell som gäller för hela företaget. Under ett antal rubriker i pilmodellen beskriver en ansvarig chef planerade aktiviteter, hur de hör ihop med företagets strategiska mål och hur de ska genomföras. Tre gånger per år följer varje chef tillsammans med närmast överordnade chef upp innehållet i pilarna och reviderar det. Detta ingår som en del i de tertialvisa uppföljningarna. Varje tertial redovisar enhetscheferna resultatet inom pilarna för vd.

LÄS MER:

4.9 Utveckling av teknik, innehåll och kompetens, s.60

4.1.1 Sveriges Radios organisation



4.2 Externa produktionsbolag

• 16 / MEDELSVILLKOR

» SR ska bidra till att stärka en livskraftig produktionsmarknad i hela landet. SR ska i dialog med externa produktionsbolag säkerställa att företagets organisation för inköp och beställning av extern produktion präglas av tydighet. «

Program och poddar som skapas av externa produktionsbolag runt om i landet är centrala för att utbudet i Sveriges Radio ska kunna hålla den kvalitet som krävs i sändningstillstånd och medelsvillkor. Under 2000-talet har antalet inköpta programserier ökat successivt.

Samarbetet med externa produktionsbolag kring rutiner, beställningar, avtalskontrakt, kvalitetskontroller och leveranser utvecklas löpande. När avtal skrivs med externa produktionsbolag ingår exempelvis formuleringar som utesluter andra finansiärer i produktionerna. Syftet är att kunna garantera att direkt eller indirekt sponsring inte förekommer.

Information och transparens

På sverigesradio.se/omsverigesradio finns information om vilka typer av innehåll som efterfrågas och köps in för att att detta ska vara så tydligt och transparent som möjligt för marknadsaktörer och allmänhet. Här redovisas också samtliga program och poddar som företagets utbudsansvariga köper. Dessutom finns det uppgifter om vilket bolag som står för en viss produktion, vilken kanal bolaget gör produktionen för samt antalet avsnitt.

Webbplatsen medieportalen.sr.se är öppen för programproducerande bolag och har också utvecklats i dialog med bolagen. Här levereras produktionsbolagens medarbetare de beställda programmen. De kan också söka musik i grammofonarkivet, ta del av inslag och program från arkiv och programbank samt beställa program och musik. Syftet är att göra det lika enkelt och effektivt för externa bolag som för interna producenter att producera program. På medieportalen.sr.se finns

också guiden *Leveranshandbok* – ett programs väg genom Sveriges Radios infrastruktur tillgänglig, och skriften uppdateras löpande.

Med jämna mellanrum bjuder Sveriges Radio in externa produktionsbolag från hela landet till möten med information och föreläsningar. Två gånger per år träffar Sveriges Radios vd och delar av företagsledningen också företrädare för produktionsbolag för att diskutera gemensamma utmaningar och möjligheter.

För att stimulera produktionsmarknaden runt om i Sverige är återkommande besök på medieutbildningar planerade. En del av dessa har dock fått skjutas på framtiden till följd av pandemin.

Sedan pandemiet bröt ut har det varit osäkert om det går att genomföra evenemang vilket har påverkat förutsättningarna för många produktioner. Som en följd av det mycket ovissa läget har SR under 2020 bland annat tagit fram en särskild modell för hur externa produktionsbolag ska ersättas ekonomiskt om ett arrangemang måste ställas in till följd av restriktioner och säkerhetsbestämmelser.

För att kunna ge regelbunden information i en tid av begränsade möjligheter till fysiska möten har Sveriges Radio också skickat ett veckobrev till de externa produktionsbolagen med aktuell information kring exempelvis säkerhet under produktioner, innehållslanseringar och tekniska förändringar.



I augusti 2020 lanserades *Historiska väder* i P1 producerat av Munck Studios. Programmet leds av Cecilia Düringer som också är programledare för *P3 Historia*. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

NYA PRODUKTIONER 2020

Exempel på program och poddar som levererats från externa produktionsbolag och som lanserats 2020:

AI och jobben för P1
(**SMT MEDIEPRODUKTION AB**)

Historiska väder för P1
(**MUNCK STUDIOS AB**)

Ett eget litet hem för P1
(**UMAMI PRODUKTION AB**)

Samtal med Mühlrad för P2
(**PERFECT DAY MEDIA AB**)

P3 ID
(**STUDIO OLGA AB**)

P3 Klubben
(**FILT AB**)

Rymdprogrammet i P4
(**RUNDFUNK MEDIA AB**)

Hemma hos Mark och Jonas
enbart podd
(**JONAS GARDELL PRODUKTION AB**)



På juldagen 2020 lanserades serien *Rymdprogrammet* i P4 lett av rymdentusiasterna Susanna Lewenhaupt och Marcus Pettersson och producerat av produktionsbolaget Rundfunk för Sveriges Radio. Foto: Anneli Nygårds

4.3 Variation i produktionsformer

§ 6 / SÄNDNINGSTILLSTÅND

» SR ska verka för mångfald i programverksamheten genom en variation i produktionsformer. Vid sidan om en betydande egen programproduktion ska utläggningar, samarbetsprojekt och inköp av program bidra till denna variation liksom utomståndes medverkan i den egna programproduktionen. «

Frilansare och produktionsbolag medverkar i en rad olika former och inom de flesta kategorier av program i Sveriges Radio. Runt 1 500 externa produktionsbolag anlitades under 2020, och strax under en halv miljard kronor lades på extern medverkan i någon form. De enda produktionsformer som Sveriges Radio inte beställer av externa bolag är nyhetssändningar och nyhetsprogram vilka uteslutande produceras inom de egna redaktionerna. Musikläggningen görs också internt.

Sveriges Radio redovisar utomståndes medverkan i programutbudet på två sätt:

- **samlade kostnader för utomståndes medverkan**, inklusive ersättningar för musikrättigheter (som återfinns i tabell 4.3.2).
- **antal medverkande och bolag** (tabell 4.3.1).

Att mäta andelen sändningstid som gäller utomståndes medverkan är dock inte praktiskt genomförbart. Om exempelvis en programledare är anlitad via sin egen firma medan producent, reporter och tekniker är anställda av Sveriges Radio är det inte möjligt att dela upp produktionen i hur många sändningsminuter som är gjorda av den externa programledaren respektive av den interna personalen.

De utomstående som SR anlitar har olika kompetens och skiftande bakgrund. Här är några exempel:

- **Kulturskapare** som kompositörer, skådespelare, regissörer, dramatiker och författare medverkar exempelvis i Sveriges Radio Dramas utbud i olika kanaler, *Radioföljetongen*, *Dagens Dikt* och i satsningar i lokala kanaler. Kulturessäer i OBS görs av skribenter, författare och kritiker.
- **Programledare** anlitas exempelvis i *Ring P1* och i P4-programmen *Ring så spelar vi*, *P4 Extra*, *Karlavagnen* och *Kvällspasset*. Externa programledare medverkar bland annat också i en rad P3-produktioner.
- **Experter** inom vitt spridda fält hörs i alla kanaler. Bland annat medverkar personer från den akademiska världen i fördjupande P1-program eller i aktualitetsblock i P4:s lokala kanaler.
- **Andra kategorier av ämnesexperter** inom olika områden anlitas regelbundet i en hel del produktioner, alltifrån *Odla med P1* till *P3 Psykologen*. I de lokala kanalerna hörs experter inom ämnen som mat, resor, politik, juridik, populärkultur och samlevnad.
- **Kommentatorer och krönikörer** medverkar i exempelvis P1:s nyhets- och aktualitetsprogram *Studio Ett* och *God morgon, världen!* I en rad musik- och kulturprogram i alla kanaler hörs musiker och musikjournalister, bland annat genom att de recenserar och analyserar eller deltar i diskussioner.

I andra produktioner är en blandning av professioner och bakgrund hos de medverkande bärande i själva programidén. Det gäller exempelvis *Sommar & Vinter i P1*, som också anlitar ett stort antal externa producenter.

4.3.1 Antal anlitade bolag för programproduktion

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Stockholm	891	815	806					
Berwaldhallen	217	216	183					
SR Blekinge	5	6	5					
SR Dalarna	15	15	13					
SR Gotland	14	13	3					
SR Gävleborg	8	9	16					
SR Göteborg	95	89	72					
SR Halland	12	14	5					
SR Jämtland	9	8	13					
SR Jönköping	11	10	10					
SR Kalmar	6	7	5					
SR Kristianstad	24	21	14					
SR Kronoberg	34	45	69					
SR Malmöhus	127	134	137					
SR Norrbotten	77	80	74					
SR Sjuhärad	2	5	6					
SR Skaraborg	22	19	13					
SR Stockholm	33	24	19					
SR Sörmeland	15	13	15					
SR Uppland	50	50	40					
SR Värmland	21	23	11					
SR Väst	7	10	10					
SR Västerbotten	50	54	27					
SR Västernorrland	35	27	25					
SR Västmanland	13	13	3					
SR Örebro	9	4	3					
SR Östergötland	6	13	4					
SR Programteknik	5	4	2					
Totalt	1813	1741	1 603					
Antal unika	1612	1542	1 404					

Kommentar till tabell 4.3.1: Tabellen visar antalet anlitade bolag per redaktion. Några bolag har anlitats av flera redaktioner vilket innebär att dessa bolag redovisas på flera orter – därav skillnaden mellan raden ”total” och raden ”antal unika” där respektive bolag endast räknas en gång oavsett hur många redaktioner bolaget levererat till.

Antalet anlitade produktionsbolag har minskat, men Sveriges Radios resurser till bolag har samtidigt ökat över en längre period: från 150 miljoner kronor 2014 till 161 miljoner kronor 2020.

Antalet produktioner skiljer sig väsentligt mellan bolagen. Några bolag levererade många program eller serier, medan andra fick enstaka beställningar i Sveriges Radios egna produktioner. Merparten av de anlitade bolagen är emansbolag. De största leverantörerna är A-One Produktion AB, Filt AB, Massa Media i Piteå AB, Munck Studios AB, SMT Expertis AB och Tredje Statsmakten Media AB.

4.3.2 Utomståendes medverkan i Sveriges Radios programutbud, miljoner kronor

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Medverkande och programanställda								
Medverkande	41,5	38,3	26,9					
Programanställda	111,5	116,9	115,7					
Delsumma	153,0	155,2	142,6					
Andra slags produktionssamarbeten								
Anlitade bolag	168,0	167,3	161,2					
Samproduktioner	0,8	1,3	0,3					
Förvärv av sändningsrätter	0,1	0,8	0,3					
Delsumma	168,9	169,3	161,8					
Musikrättigheter	143,7	145,1	143,5					
Totalt utomståendes medverkan	465,6	469,7	447,9					

Kommentar: Sveriges Radios kostnader för utomståendes medverkan uppgick under 2020 till närmare 450 miljoner kronor, varav musikrättigheter utgjorde 143 miljoner kronor.

Inköp från medverkande/av anlitade bolag minskade jämfört med 2019 med 11 mnkr respektive 6 mnkr.

Även antalet medverkande och antalet bolag som redovisas i 4.2.2 respektive 4.2.3 minskade i omfattning jämfört med 2019.

4.3.3 Antal arvoderade medverkande

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Antal arvoderade medverkande								
Antal arvoderade medverkande	1 371	1 457	1 080					

Kommentar: Antal medverkande minskade under 2020 med 377 jämfört med 2019, det vill säga en minskning med 26. procent.

4.4 En livskraftig mediemarknad

• 15 / MEDELSVILLKOR

» SR ska i sin nyhetsverksamhet ta hänsyn till kvalitativa nyhetsmediers konkurrensförutsättningar, i syfte att värna en mångfald av perspektiv på en livskraftig mediemarknad. «

• 21 / MEDELSVILLKOR

» Programföretagen ska på olika sätt stimulera en fortlöpande offentlig diskussion om verksamheten. «

Mångfald av perspektiv

I ett litet språkområde, där publikunderlaget är begränsat och aktörerna relativt få, är balansen på mediemarknaden extra känslig. Sveriges Radio har ett stort ansvar för att bidra till att mångfalden upprätthålls och samtidigt uppmuntra till en livaktig diskussion om public service-företagets roll, utbud och strategier. Företrädare för företaget medverkar också återkommande i externa debatter på internationell, nationell och lokal nivå.

I programmet *Medierna* i P1, som produceras av ett fristående produktionsbolag, granskas medierna varje vecka – däribland självklart också Sveriges Radio.

Sveriges Radio har ljudet i fokus. Texter och bilder på digitala plattformar är kompletterande verksamhet som görs för att ljudinnehållet ska vara så tillgängligt och attraktivt som möjligt. Ljudklipp paketeras i huvudsak med korta textsamman-



fattningar i punktformat, sällan i längre artiklar.

En annan medieaktör kan också lätt bättre in i ljudklipp, extrasändningar, program eller kanaler från Sveriges Radio på sin egen webbplats – funktioner och regler för användning finns på sverigesradio.se. Medieaktören kan alltså bättre in i Sveriges Radios innehåll så att besökare kan vara kvar på den egna sidan samtidigt som de lyssnar på radiosändningen.

Samarbete och debatt

Sedan flera år tillbaka har Sveriges Radio ett flertal samarbeten med tidningsutgivare runt om i landet. Bland annat har företagen skrivit avtal om så kallad ”kreddning”, det vill säga att nyhetsaktörer tydligt ska hänvisa till varandra när nyheter citeras och lägga in en länk till den ursprungliga publiceringen.

Sveriges Radio ger också medarbetare på andra medieföretag möjlighet att delta i SR:s interna utbildningar om säkerhet.

Sveriges Radio arrangerar regelbundet seminarier och debatter, till exempel #srfrukost, som lyssnare kan ta del av via sverigesradio.se. Här diskuterar företrädare för såväl kommersiella medier som public service tillsammans med forskare och andra samhällsaktörer mediernas innehåll, metoder och roller. Under 2020 har exempelvis pandemibevakning, näringslivsjournalistik och lokal nyhetsbevakning i storstäder debatterats. Tillsammans med SVT, SOM-institutet och Göteborgs universitet arrangerade Sveriges Radio i oktober 2020 seminariet ”Hur har medier och myndigheter klarat corona?”.

För att bidra till ökad kunskap om demokrati och tryck- och yttrandefrihet bland barn och unga arrangerar Sveriges Radio tillsammans med SVT, UR och lokala kommersiella mediehus sedan ett



I oktober 2020 arrangerades seminariet ”Hur har medier och myndigheter klarat corona?” i samarbete med SVT, Göteborgs universitet och SOM-institutet. På bilden leder SVT:s Anders Holmberg en debatt med Eskilstuna-Kurirens chefredaktör Eva Burman, journalisten Emanuel Karlsten och Ekots chef Klas Wolf-Watz. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

antal år tillbaka Fria ordets dag på flera platser i Sverige. Under dessa dagar får sjätteklassare lära sig mer om demokrati, yttrandefrihet och källkritik under en heldag.

På grund av restriktionerna till följd av pandemin och riskerna för smittspridning har de planerade arrangemangen under 2020 tyvärr inte varit möjliga att genomföra.

Ett mått på hur Sveriges Radio bidrar till samhällsdebatt och nyhetsförmedling är hur ofta andra medier citerar SR, något som företaget Retriever bevakar. Från 2018 och framåt minskar

antalet citeringar något vilket följer en nedgång i den totala mängden artiklar i Retrievers databaser. Även strategiska förändringar vad gäller mängden publiceringar som mediehusen har valt att göra kan också ha påverkat den totala volymen.

LÄS MER:

- [1.3 Sveriges Radio under pandemin, s. 12](#)
- [1.4 Digitala plattformar, s. 78](#)
- [4.10 Beredskap och viktig information till allmänheten, s. 66](#)
- [5.3 Kärnverksamhet och kompletterande verksamhet, s. 82](#)

4.4.1 Citeringar av Sveriges Radio i andra medier

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Sveriges Radio lokalt	49 637	48 009	38 255					
Ekot	24 876	24 236	29 085					
Enbart Sveriges Radio	16 171	13 828	14 824					
Radiosporten	4 589	3 565	4 267					
Kulturnytt	3 406	3 910	2 452					
Vetenskapsradion	2 473	2 403	1 548					
P1-morgon	1 064	918	1 053					
Ekots lördagsintervju	621	462	641					
Studio Ett	600	245	484					
Sameradion	586	351	337					
Sverigesradio.se	1	54	36					
Radio Sweden	83	2	17					
Ekonomiekot	78	163	140					
Sisuradio/SR Finska	19	16	4					
TOTALT	104 204	98 162	93 143					

Källa: Retriever januari 2021. I tabellen betyder "Enbart Sveriges Radio" de gånger när Sveriges Radio citeras utan koppling till en speciell redaktion eller ett program.

4.5 Nya tjänster och förhandsprövning

• 12 / MEDELSVILLKOR

» Nya tjänster av större betydelse och väsentliga ändringar i befintliga tjänster inom ramen för den kompletterande verksamheten som SR vill lansera ska anmälas till regeringen för godkännande. «

» Om en tjänst inte godkänns ska företaget upphöra att erbjuda tjänsten. «

• 19 / MEDELSVILLKOR

» SR ska redogöra för vilka nya programtjänster eller andra tjänster av större betydelse inom ramen för kärnverksamheten och den kompletterande verksamheten som har lanserats under året. «

Under 2020 har Sveriges Radio inte lanserat några nya permanenta programtjänster eller andra tjänster av större betydelse inom ramen för kärnverksamheten eller den kompletterande verksamheten.

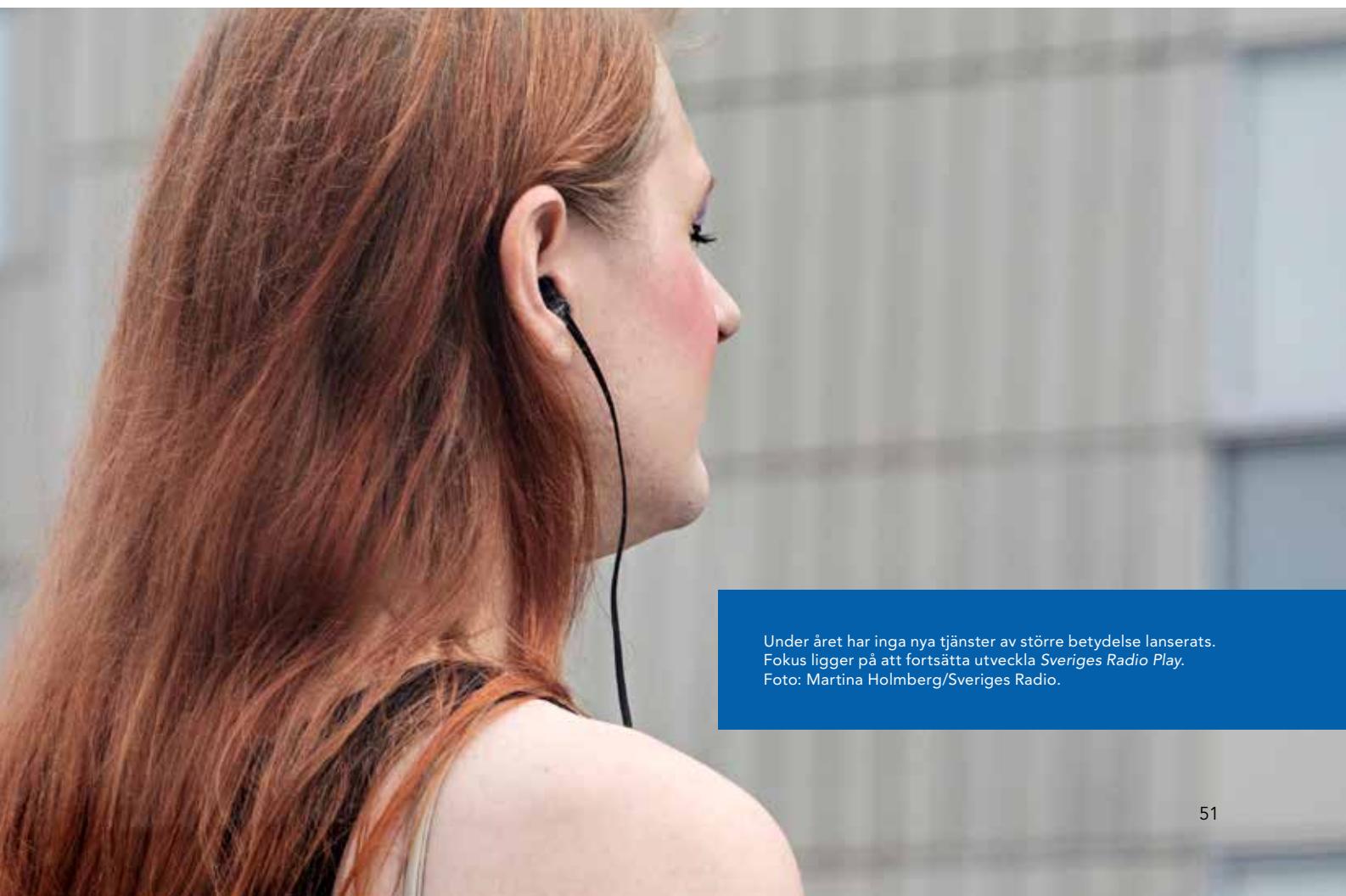
Kontinuerlig utveckling av befintliga tjänster, till exempel *Sveriges Radio Play*, beskrivs på flera ställen i redovisningen.

LÄS MER:

4.1 Uppdrag och kvalitet, s. 40

5.2 Digitala plattformar, s. 78

5.3 Kärnverksamhet och kompletterande verksamhet, s. 82



Under året har inga nya tjänster av större betydelse lanserats. Fokus ligger på att fortsätta utveckla *Sveriges Radio Play*. Foto: Martina Holmberg/Sveriges Radio.

4.6 Granskningar av Sveriges Radios utbud

§ 12 / SÄNDNINGSTILLSTÅND

» Sändningsrätten ska utövas opartiskt och sakligt. SR ska beakta att en vidsträckt yttrandefrihet och informationsfrihet ska råda i ljudradion. SR ska före sändning av program så noggrant som omständigheterna medger kontrollera sakuppgifter i programmet. Ämnesval och framställning ska ta sikte på vad som är relevant och väsentligt. «

§ 13 / SÄNDNINGSTILLSTÅND

» Uppgifter som förekommit i ett ljudradioprogram ska beriktigas när det är befogat. «
 » En begäran om beriktigande ska behandlas skyndsamt. «

§ 14 / SÄNDNINGSTILLSTÅND

» Den som har befogat anspråk på att bemöta ett påstående ska ges tillfälle till genmäle. «
 » En begäran om genmäle ska behandlas skyndsamt. «

§ 15 / SÄNDNINGSTILLSTÅND

» Den enskildes privatliv ska respekteras i programverksamheten om inte ett oavvisligt allmänt intresse kräver annat. «

§ 16 / SÄNDNINGSTILLSTÅND

» SR ska ta hänsyn till ljudradions särskilda genomslagskraft när det gäller programmens ämnen och utformning samt tiden för sändning av programmen. «

Den publicistiska etiken är en grundpelare i Sveriges Radios programverksamhet. Ett omfattande arbete görs inom företaget i form av bland annat diskussioner och överväganden inför publiceringar, utbildningar och seminarier om medieetik samt hantering av ärenden hos de granskande instanserna. I den redaktionella vardagen är bestämmelserna i sändningstillståndet centrala, vilket också gäller bland annat sponsringsregler och den så kallade demokratibestämmelsen i radio- och tv-lagen som slår fast att Sveriges Radio ”ska se till att programverksamheten som helhet präglas av det demokratiska statsskickets grundidéer och principen om alla människors lika värde och den enskilda människans frihet och värdighet”.

Sedan 1 januari 2020 granskas innehållet i två medieetiska system. Vid sidan av prövningar i Granskningsnämnden för radio och tv (GRN) är Sveriges Radio nu också anslutet till det branschgemensamma system som kallas Medieombudsmannen (MO) där Mediernas Etiknämnd (MEN) kan besluta om en publicering ska klandras för att ha brutit mot god publicistisk sed.

Prövningar av Granskningsnämnden

När lyssnare anser att ett program bryter mot regler i radio- och tv-lagen eller sändningstillståndet har de möjlighet att göra en anmälan till Granskningsnämnden för radio och tv, en självständig nämnd inom Myndigheten för press, radio och tv.

Under 2020 fälldes sex inslag av Granskningsnämnden:

- Vetenskapsradions *Coronaspecial* fälldes för bristande saklighet gällande en debattartikel av 22 forskare.
- En vinstdemonstration i *P4 Extra* fälldes för att ha brutit mot bestämmelsen om otillbörligt kommersiellt gynnande.
- Ett samtal om eldsjälar i *Morgonpasset* i *P3*

samt ett avsnitt av *Söndagsintervjun* i P1 med Isabella Löwengrip fälldes för att ha brutit mot bestämmelsen om respekt för enskilda privatliv.

- *Ring P1* fälldes för att ha brutit mot bestämmelsen om mediets genomslagskraft i två inslag: i ett samtal om konflikthantering i skolan och ett samtal om bostadsområdet Biskopsgården i Göteborg.

Under året fälldes inget inslag för att ha brutit mot reglerna om opartiskhet. Antalet fällningar bör också ses i relation till att Sveriges Radio sände mer än 122 000 timmar radio i marknät under 2020.

Som framgår i tabell 4.6.1 har det totala antalet ärenden och fällningar legat på relativt jämma nivåer under de senaste åren.

Anmälningar av program

Ibland anmäls ett och samma program av flera personer ungefär samtidigt efter till exempel ett upprop i sociala medier.

Under 2020 fick de här tre programmen flest anmälningar:

- *P3 Guld* fick 20 anmälningar för ett uttalande om Sverigedemokraternas partiledare (GRN lämnade ärendet utan åtgärd).
- *P4 Stockholms morgonprogram* fick 14 anmälningar som gällde ett inslag om svenska nyord. (GRN friade programmet).
- *Ekots lördagsintervju* med Sverigedemokraternas partiledare fick 8 anmälningar (GRN lämnade ärendet utan åtgärd).

Sveriges Radio får ta del av alla anmälningar som kommer in till Granskningsnämnden. När ett program anmäls görs en bedömning av anmälan av kansliet på Myndigheten för press, radio och tv som sedan begär in en kopia av programmet från Sveriges Radio. Nämnden begär därefter i vissa fall att företaget ska yttra sig i ett ärende. I de fall Sveriges Radio yttrar sig är det vd som företräder programföretaget.

4.6.1 Utveckling ärenden i Granskningsnämnden

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Anmälningar	599	652	498					
Ärenden	432	425	410					
Yttranden	35	39	29					
Fällningar	7	4	6					
Frianden m. kritik	3	1	0					
Ej avgjorda yttrandeärenden	–	–	2					

Kommentar: Siffrorna innefattar det antal anmälningar som inkommit, de ärenden som påbörjats, de yttranden som lämnats in samt de ärenden som avgjorts med fällningar eller frianden med kritik mellan 1 januari och 31 december 2020. I respektive siffra för ärenden, yttranden, fällningar eller frianden med kritik kan det finnas inslag som sänts eller anmälts under 2019. Detta beror på att det går att anmäla ett inslag upp till tre månader efter att det har sänts samt att handläggningstider för ett ärende kan sträcka sig över årsskiften. Inslag från 2020 som anmäls och/eller behandlas under 2021 kommer att ingå i redovisningen för 2021.

Detta sker vid en fällning

Ett program kan frias, fällas eller frias med kritik. En fällning ska, när Granskningsnämnden i sitt beslut förelägger Sveriges Radio detta, meddelas i radion genom en så kallad pliktsändning. Pliktsändningen skickas sedan in till nämnden.

En av grunderna för fällning är otillbörligt kommersiellt gynnande som utgår från radio- och tv-lagens paragraf om att program inte får "uppmuntra till inköp eller hyra av varor eller tjänster eller innehålla andra säljfrämjande inslag" eller "framhäva en vara eller en tjänst på ett otillbörligt sätt". Om Sveriges Radio fälls för otillbörligt gynnande kan GRN också ansöka hos Förvaltningsrätten i Stockholm om att Sveriges Radio ska betala en särskild avgift. När nämnden avser att göra detta ska det meddelas i samband med beslutet om fällningen.

Sveriges Radio tillämpar de publicistiska reglerna också på plattformar som inte omfattas av sändningstillståndet. Det innebär bland annat att företaget publicerar information om fällningar digitalt där det fällda programmet eller inslaget finns för lyssning. Om Sveriges Radio fällts för intrång i enskilda privatliv ska inslaget/programmet tas bort alternativt avpubliceras.

En fällning följs alltid upp vid ett internt möte där vd, programdirektör, berörd ansvarig chef och programmedarbetare går igenom beslutet. På mötet diskuteras vilka slutsatser som ska dras samt om några rutiner i redaktionens arbete behöver förändras till följd av fällningen. Principiellt intressanta ärenden hos Granskningsnämnden används också i Sveriges Radios interna utbildningsverksamhet och på seminarier.

Prövningar av MO/MEN

Från och med den 1 januari 2020 är Sveriges Radio anslutet till det medieetiska systemet som kallas Medieombudsmannen (MO). MO kan granska om en publicering har orsakat en utpekad person en oförsvarlig publicitetsskada. Alla publiceringar oavsett plattform kan prövas i det nya medieetiska systemet som alltså innefattar publiceringar i sociala medier, på sverigesradio.se, SR Play och i FM.

Under 2020 har Sveriges Radio inte fällts vid något tillfälle inom detta system men har fått yttra sig vid två tillfällen till MO. Båda ärendena är pågående och avgörs under 2021.

Medieombudsmannen prövar anmälningar om det gäller oförsvarlig publicitetsskada för en enskild person. Det kan bland annat handla om

- uppgifter som kränker den enskildes integritet
- oriktiga uppgifter om en enskild som leder till skada
- att en enskild person inte har fått bemöta en uppgift som leder till skada
- genrebilder som blir missvisande eller där någon förekommer i ett sammanhang som denne inte valt
- bilder från olyckor, brottsoffer med mera som kan leda till publicitetsskada.

Under 2020 fortsatte Granskningsnämnden att pröva det Sveriges Radio sände i FM utifrån sändningstillståndets regler och radio- och tv-lagen. Från och med januari 2021 finns inte längre kravet på att Sveriges Radio ska respektera den enskildes privatliv kvar i sändningstillståndet. Detta för att undvika dubbelpövning av både MO och GRN.

Inom Sveriges Radio är handläggningen av ärenden från MO desamma som för ärenden från Granskningsnämnden.

En skillnad är dock att Sveriges Radio enbart får ta del av de anmälningar som MO begärt att programbolaget ska yttra sig över. När Sveriges Radio har yttrat sig beslutar MO om ett ärende ska hänskjutas till Mediernas Etiknämnd (MEN). MEN kan klandra programbolaget för att ha brutit mot god publicistisk sed.

Vid klander i MEN utgår en på förhand fastställd avgift som ska betalas av det medieföretag som fällts. MEN:s beslut ska även publiceras där det finns en likartad publik. Ansvarig publicistisk

chef utformar tillsammans med juridikavdelningen det som ska läsas upp och/eller publiceras digitalt och tar ställning till om publiceringen ska tas bort eller anonymiseras för att publicitetsskadan inte ska bestå. Om artikeln eller inlägget ligger kvar ska det anges att publiceringen har klandrats. Beslutet ska publiceras med en länk eller hänvisning till MO:s webbplats.

Rättelser och genmälen

Begäran om beriktigande (i vardagligt tal ofta kallat rättelse eller förtysligande) eller genmäle (svar) kommer i de flesta fall in till Sveriges Radio via e-post. När någon hör av sig gör ansvarig utgivare tillsammans med redaktionen en bedömning av om ett beriktigande eller genmäle ska göras. Beriktigande görs även på eget initiativ när redaktionen upptäcker att något har blivit fel i en sändning. Begäran om beriktigande kan även komma genom en anmälan till Granskningsnämnden om bristande saklighet. Nämnden skickar anmälningar till kanalen eller redaktionen som omedelbart kan ta ställning till ett eventuellt beriktigande. Bestämmelsen om beriktigande och genmäle ingår i Sveriges Radios Programregler. Där framgår att vid ett avslag av en skriftlig begäran om genmäle har Sveriges Radio skyldighet att informera om skälen. I de fall redaktionen beslutar att inte lämna ett genmäle hänvisar Sveriges Radio vidare till Granskningsnämnden, i enlighet med bestämmelsen i sändningstillståndet.

Utbildning och erfarenhetsutbyte

Sveriges Radios medarbetare får kunskap om bestämmelserna som reglerar programverksamheten genom

- grundutbildningar för olika redaktioner och yrkesgrupper

- introduktionskurser för nya medarbetare och praktikanter där tyngdpunkten ligger på sändningstillståndet och aktuella medieetiska frågor
- löpande utbildningar om programregler i kurser för chefer och programmedarbetare
- boken *Sveriges Radios programregler*, som bland annat innehåller en tolkning av Granskningsnämndens praxis, och *Public service-handboken* delas ut till alla anställda samt till externa bolag som en del av avtal som gäller produktionsutläggning.

Granskningsnämndens beslut diskuteras också återkommande på konferenser, i publicistiska samtal och på möten med medarbetare och chefer (däribland Programmenhetens chefsforum). Information om fällningarna lämnas även på företagets intranät.

Som en följd av pandemin har möjligheterna att hålla utbildningar och seminarier begränsats under 2020, men Sveriges Radio har genomfört digitala utbildningsinsatser främst för nya medarbetare och praktikanter på introduktionskurser. Under året har juridikavdelningen också hållit ett flertal skräddarsydda utbildningar för redaktörerna vilka till stor del fokuserat på frågor om sändningstillstånd relaterade till det nya medieetiska systemet MO/MEN, pandemibevakningen samt demokratibestämmelsen.

Sveriges Radio håller också externa utbildningar för att ge externa produktionsbolag förutsättningar att skapa program efter de regler som gäller. I början av 2020 hölls seminarier på produktionsbolagen med fokus på det nya medieetiska systemet, opartiskhet och saklighet samt reglerna kring otillbörligt kommersiellt gynnande främst med fokus på digitala publiceringar.

4.7 Språkvård

§ 5 / SÄNDNINGSTILLSTÅND

» SR har ett särskilt ansvar för det svenska språket och dess ställning i samhället. Språkvårdsfrågor ska beaktas i verksamheten. «

Hur språket används och utvecklas i sändningar och poddar är naturligtvis avgörande för hur lyssnaren upplever kvaliteten i innehållet. Språket i Sveriges Radio ska enligt företagets språkpolicy vara

- begripligt
- levande
- språkriktigt
- inkluderande.

Riktlinjerna gäller också för alla de språk SR sänder på.

Språkrådgivning och språkdatasbas

Språkvård vid Sveriges Radio bedrivs på flera olika sätt. Två språkvårdare ger råd och rekommendationer i språkfrågor till alla tre public service-bolagen via telefon, chatt eller e-post när det gäller uttal, ordval, formuleringar, skrivregler och andra frågor.

Språkvårdarna medverkar också på SR:s och SVT:s introduktionsutbildningar för nyanställda och kurser för nya vikarier och praktikanter.

Den egna språkdatasbasen Digi innehåller drygt 18 000 ordrekommendationer. Till de allra

flesta rekommendationerna finns ljudfiler med det korrekta uttalet av ett namn eller ett ord vilket hjälper programmedarbetare att kunna uttala orden på rätt sätt i sändningar.

Digi har en central betydelse för språkrådgivningen och uppdateras kontinuerligt. Under 2020 påbörjades ett större arbete för att utveckla en ny version av verktyget som förväntas vara klar före sommaren 2021.

Språkbrev och språkpris

Språkvårdarna ger också ut Språkbrevet fyra gånger om året och besöker redaktioner för att diskutera aktuella språkfrågor. De tar även emot lyssnarsynpunkter och besvarar allmänhetens frågor om det språk som används i SR och SVT.

Sveriges Radio delar vanligtvis ut språkpris till tre medarbetare som har främjat det talade språkets utveckling i kategorierna lokala program på svenska, riksprogram på svenska och program på andra språk än svenska. Men det dramatiska året 2020 gjordes en tillfällig förändring mot bakgrund av pandemin. Språkpriiset gavs gemensamt till hela redaktionen på Vetenskapsradion för arbetet med begriplighet i coronarapporteringen.

"En superspridare av kunskap i en omtumlande tid, som minskar avståndet mellan expert och lyssnare via förenklat fackspråk och meningsfulla metaforer – ett lugnande vaccin mot infodemin!"

Motiveringen till 2020 års språkpriis som tilldelades Vetenskapsradion.



Samtal om pandemin mellan reporter Emelie Rosén och Vetenskapsradions chef Ulrika Björkstén vid arrangemanget "SR-klubben: Möt Vetenskapspodden i P1 och P3 Dystopia" i september 2020. Foto Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

4.8 Decentraliserad organisation

• 13 / MEDELSVILLKOR

» SR ska ha en decentraliserad organisation som skapar goda förutsättningar för självständigt beslutsfattande på regional och lokal nivå. «

Nära sex av tio medarbetare som producerar program i Sveriges Radio är stationerade på andra orter än Stockholm. Totalt finns företaget på cirka 50 orter, och därutöver pågår ett större projekt med tillfälliga så kallade popup-redaktioner runt om i landet. Detta led i arbetet med att stärka bevakningen i hela landet beskrivs bland annat i 7.7 *Lokalt uppdrag*.

Områdesindelning och resurser

Programproduktionen är indelad i sex geografiska områden som inom sig rymmer lokala kanaler, men där också rikssändningar produceras på många orter. De geografiska områdena har det långsiktiga utvecklingsansvaret för de lokala kanalerna som i sin tur ansvarar för innehållet. Den lokala organisationen utgörs av 25 P4-kanaler samt *Sameradion*, *Meänraatio*, *Sveriges Radio Finska* (som finns på 13 orter), *P3 Din Gata* i

Malmö samt P4 Södertälje och P6 i Stockholm.

En lokal P4-kanals resurser består av minst cirka tjugo redaktionella medarbetare inklusive produktionstekniker, och därutöver finns administrativ personal.

Vid sidan av de geografiska områdena finns fem genreområden som rymmer genreredaktörer. Samtliga områden samt lokala kanaler är utmärkta på kartan 4.8.1 *Sveriges Radios områdesindelning*.

Lokaler, studior och utsändningsteknik finns över hela landet. De produktionstekniska resurserna är fördelade till de olika områdena för att hela ansvaret för den samlade produktionen ska vara tydligt decentralisering.

Decentraliserat utgivarskap

Utgivarskapet för rikssända program ligger på den ort där produktionen görs. På en lokal kanal eller en genreredaktion är chefen också ansvarig utgivare för det utbud som produceras. Totalt finns drygt 40 fasta ansvariga utgivare inom företaget.

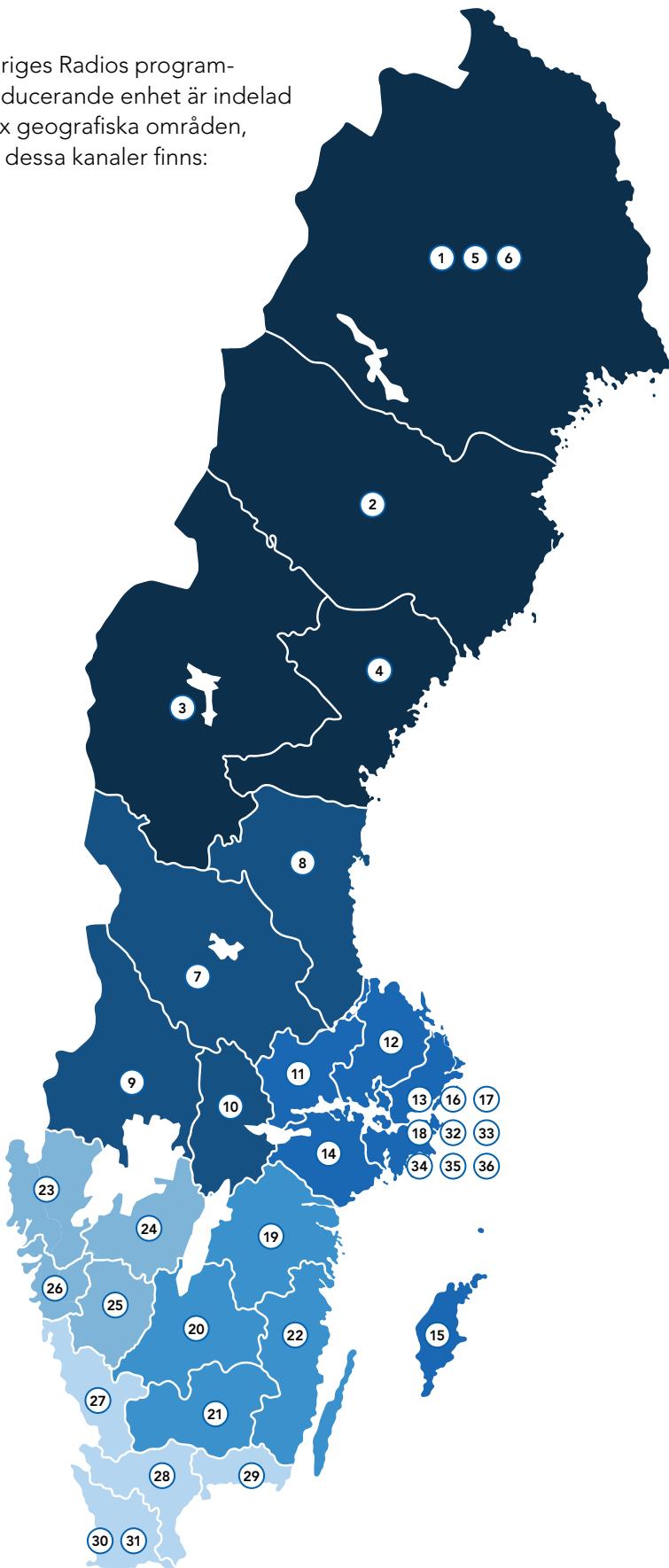
LÄS MER:

6.5 55-procentsmålet, s. 104

7.7 Lokalt uppdrag, s. 169

"Totalt finns företaget på cirka 50 orter, och därutöver pågår ett större projekt med tillfälliga så kallade popup-redaktioner runt om i landet."

Sveriges Radios programproducerande enhet är indelad i sex geografiska områden, där dessa kanaler finns:



OMRÅDE NORR

1. SR Norrbotten
2. SR Västerbotten
3. SR Jämtland
4. SR Västernorrland
5. Sameradion
6. Meänraatio

OMRÅDE MITT

7. SR Dalarna
8. SR Gävleborg
9. SR Värmland
10. SR Örebro

OMRÅDE MÄLARDALEN

11. SR Västmanland
12. SR Uppland
13. SR Stockholm
14. SR Södermanland
15. SR Gotland
16. Radiosporten
17. P4 Södertälje
18. P6 Stockholm

OMRÅDE ÖST

19. SR Östergötland
20. SR Jönköping
21. SR Kronoberg
22. SR Kalmar

OMRÅDE VÄST

23. SR Väst
24. SR Skaraborg
25. SR Sjuhärad
26. SR Göteborg

OMRÅDE SYD

27. SR Halland
28. SR Kristianstad
29. SR Blekinge
30. SR Malmö
31. P3 Din Gata

GENREOMRÅDEN PLACERADE I STOCKHOLM:

32. Play
33. Ekot
34. SR Musik
35. SR Kultur & Samhälle
36. Sveriges Radio Finska/Radio Romano

4.9 Utveckling av innehåll, teknik och kompetens

Gränserna mellan utveckling av innehåll, kompetens och teknik upplöses allt mer – de olika delarna påverkar varandra i allt högre grad.

Tekniska landvinnningar kan möjliggöra nya typer av utbud och kräver ofta också utvecklade kompetenser. Nya format och ökad efterfrågan på ett visst innehåll kan driva fram nya tekniska lösningar och förändra kunskapsbehovet.

En tydlig konsekvens av pandemin är att tempot i utvecklingen av arbetssätt och digitala verktyg ökat än mer på Sveriges Radio under 2020. Restriktionerna fick inte bara till följd att många medarbetare behövde arbeta på distans – i princip hela programproduktionen fick också ändra sina sätt att jobba utanför radiohusen med exempelvis intervjuer, närväro på plats och andra metoder som annars är vanliga i det journalistiska arbetet.

Utveckling av innehållsutbudet

Under ett år på Sveriges Radio genomförs en mängd projekt och förändringar som syftar till att utveckla utbudet och sätten att få innehållet att nå fram till lyssnarna. Inte minst inom de delar som ingår i kapitel 7. *Särskilda uppdrag och målgrupper* – nyheter, kultur, barn och unga, minoritetsspråk, tillgänglighet och lokalt uppdrag – har en mängd utvecklingsprojekt genomförts eller inletts under det gångna året.

"En tydlig konsekvens av pandemin är att tempot i utvecklingen av arbetssätt och digitala verktyg ökat än mer på Sveriges Radio under 2020."

Under 2020 och med fortsättning in i 2021 är ett antal publicistiska områden särskilt prioriterade:

- **Nyhetsutveckling.** Ett omfattande arbete görs för att utveckla nyhetsformat för digital konsumtion. 2021 påbörjas också ett arbete med en långsiktig strategi för nyhetsarbetet inom Sveriges Radios olika delar.
- **De stora frågorna.** En satsning på samtidens stora ämnen och konflikter i spåren av digitalisering, globalisering och en växande polarisering, som beskrivs i kapitel 10. *Planer för framtiden*.
- **Renare P1-tablå.** Kanalen ska ges ökade möjligheter till fler direktsända program och formas till en mer sammanhållen kanal.
- **Ny Play-strategi.** Sveriges Radios digitala ljudutbud ska vara bäst på de egna plattformarna och Sveriges Radio Play det självklara valet för lyssnaren som vill bli uppdaterad, få fördjupning eller koppla av.
- **Musikanalys.** En omfattande studie kring det nutida musiklandskapet och Sveriges Radios position och roll har resulterat i en ny strategi för musiken vilken sjösätts under 2021. Arbetet beskrivs i 7.2 Kultur.
- **Radiosporten** har en mycket stor publik i linjär radio, och ett större arbete med nya uttrycksformer för digital konsumtion beskrivs i 6.1 *Det samlande uppdraget*.
- **Framtidens lokala utbud** beskrivs i 7.7 *Lokalt uppdrag*.
- **Nya P3.** I januari 2020 lanserades ett förnyat P3, som bland annat beskrivs i 7.2 *Kultur* och 7.3 *Barn och unga*, och som är i fortsatt utveckling under 2021.



I januari 2020 lanserades nya P3. Heaven Small är en av profilerna som guider lyssnaren till den bästa musiken.
Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio



Den så kallade OB-väskan gör det möjligt att enkelt kunna sända var som helst utanför radiohusen. Tekniken har tagits fram inom Sveriges Radios eget utvecklingsarbete och varit avgörande för att företaget kunnat bygga ut den lokala bevakningen. Foto: Martina Holmberg/Sveriges Radio.

Publiken har ett ständigt växande utbud av ljudinnehåll och tjänster att välja ur. För Sveriges Radio är dessa områden prioriterade:

- **Poddar.** Sveriges Radio har en stark position på poddmarknaden, vilket också beskrivs i *8.1 Lyssningsmönstrens utveckling*. På längre sikt handlar arbetet bland annat om den position och roll som Sveriges Radio ska ha och vilket utbud företaget ska erbjuda on demand.
- **Rösttjänster.** Användningen av så kallade röstassistenter och smarta högtalare är ännu inte lika utbredd i vårt land som i exempelvis flera engelskspråkiga länder. Men för Sveriges Radio är det självklart att delta i utvecklingen på det här området och ge de lyssnare som använder röststyrda tjänster bästa möjliga service och hela utbudet.
- **Framtidens bilar.** Redan nu är många nya bilar uppkopplade och erbjuder sina användare mängder av möjligheter till konsumtion av medier, musik och nöjen. Företaget har en rad samarbeten med olika aktörer, såväl med EBU som med bilindustrin, för att kunna vara med i utvecklingen och säkra att alla som färdas med bil på svenska vägar ska ha Sveriges Radios utbud lätt tillgängligt.

Som stöd för arbetet med att utveckla utbudet finns bland annat programutvecklare som bistår redaktioner, kanaler eller andra grupper att utveckla nya eller befintliga format för program och poddar. Särskilda lyssningsteam hjälper till med återkoppling och utvärdering av innehållet på redaktioner och kanaler.

Utveckling av teknik och arbetsätt

Den publicistiska utvecklingen stöds och drivs framåt av en rad projekt där teknisk utveckling och nya arbetsmetoder smälter samman.

Utvecklingsarbetet med Toppnyheter i Sveriges Radio Play, där lyssnaren erbjuds nyhetsuppdatering via korta ljudklipp i listform, fortsätter. Nu finns till exempel listor med nyheter på alla språk Sveriges Radio sänder på. Ett annat projekt som utvecklar nyhetsupplevelsen via Sveriges Radio Play är skapandet av en så kallad public service-algoritm. Algoritmen är byggd med basen i Sveriges Radios publicistiska värden och styrs av redaktörer som viktat nyhetsklipp utifrån olika kriterier innan de publiceras. Dessa värden och kriterier i kombination med vad en användare tidigare visat intresse för ger ett anpassat urval av nyheter som är anpassade för just den användarens behov och efterfrågan. Samtidigt finns det viktiga nyheter som användare inte ska kunna välja bort – det är centralt att Sveriges Radio som public service inte bidrar till att skapa ”bubblor” där viktig information inte når. Public service-algoritmen är en del i arbetet med att kunna möta förväntningar och förändrade användarbeende hos en allt mer heterogen nyhetspublik.

Andra projekt stöttar bland annat service och utbud via röststyrda högtalare och nya uppkopplade bilmodeller.

Ett försöksprojekt för att utveckla automatisk transkribering från ljud till text pågår också. Ambitionen är att utforska om det på sikt kan vara ett sätt att erbjuda en sådan service för lyssnare med exempelvis hörselnedsättning – projektet beskrivs ytterligare i 7.5 *Tillgänglighet*.

Konsekvenserna av pandemin har drivit på framtagande och användning av nya enkla verktyg för sändning och inspelning i hemmamiljö eller andra platser utanför radiohusen. Ett snabbt växande behov av att göra intervjuer via telefon eller dator drev fram en snabbt ökad användning av det egenutvecklade verktyget Medi, som är en enkel applikation för att säkerställa bra ljudkvalitet när till exempel en gäst i ett morgonprogram ska intervjuas via mobiltelefon.

En ny generation av de så kallade OB-väskor som Sveriges Radio utvecklat har börjat användas under 2020. OB betyder Outside Broadcasting, och med hjälp av tekniska hjälpmmedel i en liten ryggsäck kan en reporter enkelt sända direkt i princip när som helst från vilken plats som helst. Motsvarande arbete skulle för bara några år sedan ha krävt mycket mer av utrustning, logistik

och bemanning. OB-väskan har varit avgörande för att Sveriges Radio i stor skala kunnat bygga ut den lokala bevakningen med nya, tillfälliga så kallade pop up-redaktioner som beskrivs i 7.7 *Lokalt uppdrag*. Den nya varianten av OB-väska är också bättre tekniskt och lättare för användaren att bärta jämfört med tidigare samt billigare i drift.

Utveckling av kunskaper och kompetens

2021 startar SR-akademien. Det är en nysatsning på och en större förändring av kompetensutveckling och fortbildning för medarbetarna. Utbudet av kurser och workshoppar ska vara så nära verksamheten som möjligt och i huvudsak utgå från digitala plattformar.

SR-akademins uppgift är att bidra till att företaget ska uppfylla sina strategiska mål – i synnerhet målet ”Jag möter ett Sveriges Radio som är nyskapande”. Utbildningarna framöver ska också stödja Sveriges Radios långsiktiga publicistiska utveckling. Företaget kommer under 2021 särskilt satsa på utbildning som handlar om

- ekonomi, vetenskap, miljö och klimat
- konstruktiv journalistik
- opartiskhet
- fler perspektiv
- journalistik utformad för digital konsumtion.

Till detta läggs extra kraft på vidareutbildningar inom journalistiska metoder med inriktning på

- berättarteknik, intervjuteknik och perspektiv
- effektiva arbetssätt med digitala verktyg
- effektiva former för samarbeten mellan redaktioner.

Under 2020 lade Sveriges Radio ett särskilt fokus på att öka alla medarbetares kunskap och ansvar för it-säkerhet. Detta arbete kommer att fortsätta under 2021. Som framgår i *4.10 Beredskap, säkerhet och VMA* har en markant ökning av antalet it-relaterade angrepp mot Sveriges Radio skett under 2020.

Rekrytering och fler perspektiv

Rekrytering av nya medarbetare till Sveriges Radio är avgörande för att bibehålla och utveckla kvaliteten i utbudet. Det gäller i synnerhet förmågan att leva upp till det strategiska målet "Jag hör din och min vardag i Sveriges Radio" och att bidra till arbetet med att få fler perspektiv att höras i program och poddar. Företaget har valt att använda perspektiv som sammanfattande begrepp för bland annat arbetet med jämställdhets- och mångfaldsperspektiv och stärkt bevakning av svagt bevakade områden. Detta beskrivs närmare i *6.4 Perspektiven i utbud och verksamhet*.

För att lyckas spegla hela landet och säkerställa att olika perspektiv hörs i Sveriges Radio är det nödvändigt att personalstyrkan som helhet har en stor bredd av kompetenser och erfarenheter av olika kulturella och socioekonomiska verkligheter. Specialkunskaper, perspektiv, kontaktnätverk och språkkunskaper som annars saknas på redaktionerna efterfrågas i alla rekryteringar.

Sveriges Radio använder sig av en modell för kompetensbaserad rekrytering som ska säkerställa att alla kandidater i en ansökningsprocess bedöms enligt samma mall och kriterier, och enbart utifrån kompetens.

Ett omfattande arbete har gjorts och görs för att stärka Sveriges Radios varumärke som arbetsgivare. På grund av pandemin fick många planera de aktiviteter för att nå ut på rekryteringsmässor och utbildningar ställas in eller flyttas över till digitala plattformar under 2020.

Frågan om Sveriges Radios (och andra medieföretags) förmåga att spegla hela samhället var också föremål för en offentlig debatt under hösten 2020 efter att en grupp SR-medarbetare gått ut i ett offentligt uppdrag kring frågor om rasism, perspektiv i nyhetsförmedling och "principer för rekrytering".

Företaget har tagit frågorna på stort allvar och arbetat för att nå ut med information kring de aktiviteter som Sveriges Radio tidigare genomfört samt kompletterat med ytterligare åtgärder som tar i avstamp i arbetet med att bredda perspektiven i utbud och verksamhet. Till dessa åtgärder hör till exempel anställning av en rekryteringsansvarig, utbildningar i kränkande särbehandling, utveckling av "tre steg mot rätt kompetens" med flera aktiviteter.

Under tillståndsperioden 2014–2019 arbetade Sveriges Radio med ett 40-punktsprogram för att utveckla perspektiven i utbud och verksamhet.

Sveriges Radio har arbetat vidare med flera punkter i detta program. Under hösten 2020 tillsattes en grupp med representanter från HR och Programenheten för att tillsammans utforma ytterligare aktiviteter och målsättningar att arbeta vidare med under gällande tillståndsperiod.

Arbetet framöver handlar bland annat om att öka kunskapen om fler perspektiv i företagets kompetensförsörjningsprocesser, öka medvetenheten om hur alla kan bidra till en mer inkluderande kultur, tydliggöra kopplingen mellan perspektivarbetet och Sveriges Radios vision och strategiska mål.

Arbetet har hittills bland annat resulterat i att Sveriges Radio tillsatt en perspektivansvarig som kommer att arbeta med flera olika delar av verksamheten för att på bästa sätt omhänderta och utveckla perspektiven inom företaget. En grupp bestående av företrädare för de fackliga organisationerna samt huvudskyddsombud har skapats där perspektivfrågan diskuteras, en grupp till vilken också medarbetare kan mejla in frågor och tips via en gemensam mejladress.



I intervjuserien *Katarina Hahr* möter programledaren på djupet med människorna bakom rubrikerna i samtal om livet, relationer och tillvaron i offentligheten. Här tillsammans med sångerskan och skådespelaren la Långhammer. Foto: Alexander Donka.

4.10 Beredskap och viktig information till allmänheten

§ 22 / SÄNDNINGSTILLSTÅND

» SR ska kostnadsfritt sända meddelanden som är av vikt för allmänheten om en myndighet begär det. «

§ 23 / SÄNDNINGSTILLSTÅND

» SR ska bedriva beredskapsarbete utifrån en helhetssyn som omfattar både fredstida krissituationer och höjd beredskap. SR ska utifrån en risk- och sårbarhetsanalys analysera och värdera sändningsverksamheten så att avbrott så långt som möjligt kan undvikas. «

» SR ska ansvara för att personalen får den utbildning och övning som behövs för att kunna lösa sina uppgifter i samband med fredstida krissituationer och vid höjd beredskap. «

§ 24 / SÄNDNINGSTILLSTÅND

» SR utgör en del av totalförsvaret enligt lag (1992:1403) om totalförvar och höjd beredskap. Företaget är därmed skyldigt att fortsätta sin verksamhet i krig. «

» Om högsta beredskap råder i landet ska SR utgöra en självständig organisation med totalförvarsuppgifter och lyda direkt under regeringen. «

» SR ska så långt som möjligt kunna behålla de fredstida strukturerna vid höjd beredskap. «

I sändningstillståndet som började gälla den 1 januari 2020 har Sveriges Radios roll som del av totalförsvaret förtydligats.

Företagets säkerhets- och beredskapsarbete har i hög grad påverkats av restriktioner till följd av pandemin. Pandemin har också lett till mer samverkan, dialog och utbyte av information och erfarenheter med myndigheter och andra samhällsviktiga verksamheter.

Beredskapsuppdraget

Pandemin har också försvårat arbetet med de risk- och sårbarhetsanalyser beredskapsuppdraget kräver. Under 2020 har ändå ett arbete inletts med att utveckla risk- och sårbarhetsanalyserna efter ny vägledning från Myndigheten för samhällsskydd och beredskap, MSB. Under året deltog Sveriges Radio också i Totalförsvarsövning 2020 som arrangerades av Försvarsmakten och MSB och samlade flera hundra aktörer inom totalförsvaret. Under 2020 var Sveriges Radio också remmissinstans i utredningen "En ny myndighet för att stärka det psykologiska försväret" (SOU 2020:29).

I linje med sändningstillståndet och på regeringens uppdrag vidmakthålls reservfunktioner för etermedia för att sändningar av Viktigt meddelande till allmänheten (VMA), krisinformation och nyheter ska vara säkerställda. För att kunna garantera sändningar under svåra påfrestningar finns också ett beredskapsavtal med Teracom och MSB.

Meddelanden till allmänheten

Kopplat till sändningstillståndet finns två typer av meddelanden:

- **viktigt meddelande till allmänheten, VMA**, som regleras i särskilt avtal med Myndigheten för samhällsskydd och beredskap, MSB
- det som i vardagligt tal kallas **myndighets-meddelanden**.

VMA är kärnan i Sveriges Radios beredskapsuppdrag. Sändningsledningen vid Trafikredaktionen utgör navet i VMA-hanteringen och är bemannat dygnet runt alla dagar på året för att kunna ta emot, sända och vidarebefordra viktiga meddelanden till allmänheten.

42

så kallade VMA, viktigt meddelande till allmänheten, sändes ut under 2020.

VMA används i akuta situationer för att göra människor uppmärksamma på omedelbara risker och hot. Här meddelas också åtgärder man som berörd omedelbart ska vidta för att skydda liv, hälsa, egendom och miljö.

2020 trädde ett nytt avtal i kraft mellan Sveriges Radio och Myndigheten för samhällsskydd och beredskap, MSB, som reglerar vad SR är skyldigt att leverera. Det finns nu två kategorier av viktiga meddelanden, med respektive utan tyfon. I det förstnämnda fallet sänds VMA genast i radion, i det senare sänds meddelandet skyndsamt vilket i praktiken innebär inom fem–tio minuter. VMA publiceras också på Sveriges Radios digitala plattformar.

I avtalet med MSB står också att Sveriges Radio har ett ansvar att se till att VMA även sänds i kommersiella radiokanaler och förmedlas till andra mediebolag som SVT och TV4. Meddelandet förmedlas också till SOS Alarm, krisinformation.se och andra aktörer med hjälp av Sveriges Radios så kallade öppna API, vilket beskrivs i 5.2 *Digitala plattformar*.

Antalet VMA har under 2020 varit något färre jämfört med de senaste åren, men skillnaderna är så små att det sannolikt handlar om variationer över tid. Nedgången går inte att koppla till pandemin.

Myndighetsmeddelanden

I § 22 i sändningstillståndet ingår också myndighetsmeddelanden, vilket är meddelanden som inte måste sändas ut omedelbart. Avsändarna

kan till exempel vara kommuner som behöver informera sina invånare om att man behöver koka dricksvatten eller att det råder eldningsförbud. Under 2020 har antalet meddelanden av den här typen varit på samma nivå som de senaste åren. Vid några enstaka tillfällen har aktörer som exempelvis regioner använt möjligheten till myndighetsmeddelanden för att sprida information om covid-19.

Trafikredaktionen sänder trafik- och service-uppdateringar i samtliga P4-kanaler. Framför allt handlar det om störningar inom väg- och kollektivtrafik men också information om samhällsstörningar som uppstått till följd av oväder, el- och teleavbrott eller trasiga vatten- och avloppsledningar.

Säkerhetsarbete

Kunskap och frågor om säkerhet ska vara integrerade i det dagliga arbetet och delas av alla medarbetare på Sveriges Radio. Pandemin har under 2020 gjort det svårt att genomföra utbildningar eftersom de oftast kräver att deltagarna är fysiskt närvarande. Vissa utbildningstillfällen har stälts in medan andra genomförts digitalt eller med ett begränsat innehåll.

Antalet incidenter där hot och hat riktas mot det journalistiska arbetet blir fler för varje år, vilket också för med sig kraftigt ökande säkerhetskostnader. Under 2020 har en markant ökning synts i antalet it-relaterade angrepp mot Sveriges Radio. Sveriges Radio hanterar i genomsnitt ett 60-tal säkerhetsrelaterade incidenter per dag.

4.11 Sändningskvalitet

§ 3 / SÄNDNINGSTILLSTÅND

» SR ska utforma sändningarna på sådant sätt att de inte bara kan tas emot av en begränsad del av allmänheten i sändningsområdet. «

§ 4 / SÄNDNINGSTILLSTÅND

» SR ska använda analog utsändningsteknik för sändningarna. Den tekniska kvaliteten ska vara hög. «

§ 21 / SÄNDNINGSTILLSTÅND

» SR ska upprätthålla en hög säkerhet för produktion och distribution. Sändningarna ska ske med så god säkerhet att eventuella sändningsavbrott blir så korta som möjligt. SR ska ställa höga krav på de leverantörer som anlitas för programinsamling och distribution av egensändningar. «

Sveriges Radio sände drygt 122 000 timmar i marknätet under 2020, det vill säga i snitt 334,5 timmar radio per dygn. Med så stora mängder sändningstid är det ofrånkomligt att det ibland uppstår fel som kan leda till störningar och avbrott. Även om felet inte är många är det viktigt att analysera och förstå varför de uppstår så att liknande händelser ska kunna undvikas i framtiden. Under 2020 har rutinerna för felsökning gjorts tydligare för att uppföljningar ska kunna göras snabbare såväl internt som med företagets olika leverantörer.

Under 2020 har Sveriges Radio tillsammans med Teracom slutfört en uppgradering av distributionskedjan för FM-nätet i syfte att stärka den så kallade redundansen (alternativa kopplingsvägar om något går fel).

Sveriges Radio har särskilda kontinuitetsplaner för att säkerställa att sändningar håller den kvalitet och stabilitet som krävs. Kontinuitetsplanerna för lokala kanaler är nyligen uppdaterade, men motsvarande arbete för rikskanalerna har fått skjutas till 2021 till följd av pandemin. Detta gäller kontinuitetsövningar vars syfte är att öka förmågan att hantera oväntade situationer och kunna utveckla nya rutiner och utbildningsformer.

Som beskrivits tidigare i detta kapitel har effekterna av pandemin och restriktionerna till följd av den drivit upp tempot i Sveriges Radios interna utveckling av nya metoder och tekniska verktyg. Det har bidragit till att den tekniska kvaliteten i sändningarna i flera fall kunnat förbättras ■

LÄS MER:

4.9 Utveckling av innehåll, teknik och kompetens, s. 60

7.4 Tillgänglighet (avsnitt om hörbarhet), s. 146



Det "döddämpade rummet" i Radiohuset. Här är tystnaden så fullständig den kan vara och inga ekon hörs. Rummet används för tester av mikrofoner och högtalare. Foto: Micke Grönberg/Sveriges Radio.

5. Här finns Sveriges Radio

Marksänd radio eller digitala plattformar?
För lyssnaren ska det vara så enkelt som möjligt
att hitta i Sveriges Radios utbud. Oavsett när,
var eller hur man vill lyssna.

- 5.1 Marksänt och annat linjärt utbud**
- 5.2 Digitala plattformar**
- 5.3 Kärnverksamhet och
kompletterande verksamhet**





Ljudinnehåll är lätt att bära med sig, oavsett om man lyssnar på linjära kanaler eller on demand. Foto Martina Holmberg/Sveriges Radio.

Vår tid är en guldålder för talat ljud.

Nya format för poddar och ljudböcker dyker ständigt upp, röststyrda tjänster utvecklas löpande samtidigt som den traditionella mark-sända radion alltjämt är stark. Variationen av aktörer är enorm. I ena änden av ljudmarknaden återfinns de största tech-bolagen med innehåll och tjänster, i en annan ände den enskilde entusiasten som producerar sin egen podd.

Utvecklingen drivs av publikens förväntningar på kvalitet, valfrihet och tillgänglighet. De kraven ställs naturligtvis också på ett public service-företag. För lyssnaren måste det vara så enkelt som möjligt att hitta det man söker i Sveriges Radios utbud. Oavsett när, var eller hur man väljer att lyssna.

Det här kapitlet handlar om var och hur Sveriges Radios innehåll finns tillgängligt, och hur företaget arbetar för att leva upp till kraven för

- **sändningar i marknätet**
- **egna digitala plattformar** samt principer för hur utbudet görs tillgängligt via externa tjänster
- **kärnverksamhet** som innehåller allt ljud på egna plattformar, respektive kompletterande verksamhet vars syfte är att stötta kärnverksamheten.

Kapitlet redogör bland annat för vilka egna digitala plattformar företaget erbjuder i form av webbplats och appar och hur många timmar Sveriges Radio sände i FM och DAB under 2020. De olika kompletterande verksamheterna beskrivs också i slutet av kapitlet.





Under 2020 sände Sveriges Radio 108 518 timmar FM-radio. Lyssningen på linjär radio fortsatte vara stor: en genomsnittlig dag lyssnade varannan person mellan 16 och 80 år på Sveriges Radios marksända kanaler. Foto: Micke Grönberg/Sveriges Radio.

• 5 / MEDELSVILLKOR

» SR:s sändningar ska kunna tas emot av allmänheten utan villkor om särskild betalning. «

• 7 / MEDELSVILLKOR

» Utbudet ska utformas på ett sådant sätt att så många som möjligt kan tillgodogöra sig tjänsterna och programmen. «

Jämfört med tidigare år är de medelsvillkor och det sändningstillstånd som trädde i kraft 1 januari 2020 anpassade till att människors mediekonsumtion går allt mer via digitala platfformar.

Sveriges Radio får enligt sändningstillståndet nu tillgördräkna sig *programverksamhet som bedrivas på företagets egna platfformar på fritt tillgängliga och öppna delar av internet*. Varje enskilt innehållsvillkor ska huvudsakligen uppfyllas i marknätet. Samma program ska inte kunna tillgördräknas mer än en gång under ett år.

Under 2019 sände Sveriges Radio cirka 143 000 timmar linjär radio, varav drygt 122 000 timmar via marknätet.

Vid sidan av detta produceras och publiceras innehåll direkt för on demand-lyssning via Sveriges Radio Play. En stor del av det innehållet sänds dock senare via FM-kanalerna, som till exempel

dokumentärer, visst innehåll på minoritetsspråk och poddar riktade till yngre målgrupper.

Sätten att publicera innehåll blir också allt fler över tid. Gränserna mellan olika publiceringsformer löses i viss mån upp. Vad som är en första-sändning, originalpublicering eller en omarbetad version av ett innehåll är inte lika tydligt som förr. Till exempel kan delar av en podd sändas integrerade i ett flöde i linjär radio, och omvänt kan en intervju från en direktsändning klippas om till en podd. Nyhetsinnehåll för *Ekot* eller en lokal kanal redigeras och utformas ofta i flera varianter för att fungera i nyhetssändningar i linjära kanaler eller som fristående klipp via *Sveriges Radio Play*.

Den här utvecklingen är nödvändig för att fler lyssnare ska få fler möjligheter att ta del av innehåll som är relevant för dem. Men en bieffekt av utvecklingen är att det gradvis blir mer komplicerat att redovisa rättsvisande siffror för den sammanlagda mängden sändningstid.

I detta kapitel redovisas sändningstid enbart för linjära sändningar med tyngdpunkt på mark-sända kanaler under 2020. Detta kompletteras i andra kapitel med beskrivningar av utbud som görs on demand för att nå målgrupper som i huvudsak konsumrar medier digitalt.

LÄS MER:

6.3 Programkategorier, s. 96

7.5 Minoritetsspråk, s. 150

Sedan ett antal år tillbaka kan lyssnare ta del av Sveriges Radio linjärt och on demand via smarta högtalare. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio

5.1 Marksänt och annat linjärt utbud

§ 1 / SÄNDNINGSTILLSTÅND

» SR ska samtidigt sända fyra ljudradioprogram till hela landet, varav ett även ska ha regionalt uppdelat innehåll. Att sända till hela landet innebär att minst 99,8 procent av den fast bosatta befolkningen ska kunna ta emot marknätssändningar. «

§ 2 / SÄNDNINGSTILLSTÅND

» SR ska upplåta sändningstid för sändningar av program från Sveriges Utbildningsradio AB (UR). «

§ 3 / SÄNDNINGSTILLSTÅND

» SR ska utforma sändningarna på sådant sätt att de inte bara kan tas emot av en begränsad del av allmänheten i sändningsområdet. «

Svenskarnas medievanor har förändrats starkt de senaste decennierna. Men fortfarande lyssnar varannan person mellan 16 och 80 år på Sveriges Radios marksända kanaler under en genomsnittlig dag, och över sju av tio under en vecka.

Sett över en längre tid har konsumtionen av radio också legat på relativt stabila nivåer i jämförelse med andra traditionella medieformer som marksänd tv och tryckta medier där användningen minskat markant i stora publikgrupper.

Sveriges Radio gör också bedömningen att marksänd radio kommer att fortsätta spela en betydande roll under en lång tid framöver samtidigt som andra typer av ljutjänster når allt fler användare.

I FM sänder Sveriges Radio fyra rikstäckande ljudradioprogram i form av kanalerna P1, P2, P3 och P4. Inom det rikstäckande kanalutbudet sänds också program från UR utifrån överenskomelser mellan bolagen. P4 innehåller 25 lokala kanaler som sänder nyheter och program under delar av vardagsdygnet samt lokala nyheter på

helgen. Övrig tid sänds ett riksutbud i P4. Sveriges Radio har även tillstånd för ytterligare tre lokala ljudradioprogram i FM: lokala P4-sändningar i Södertälje samt P6 i Stockholm och P3 Din Gata i Malmö.

Sveriges Radio sänder även i DAB och DAB+ över delar av landet. Ur DAB-utbudet kan lyssnare ta del av bland annat Knattekanalen och Sveriges Radio Finska.

Vid sidan av det marksända utbudet i FM, DAB och DAB+ erbjuder Sveriges Radio också ett antal linjära kanaler exklusivt på internet. SR Sápmi (Sameradion) och P4 Plus sänder dygnet runt i sina respektive kanaler, och vid sidan av dessa finns särskilda "evenemangskanaler" som framför allt används för extrasändningar från främst Ekot och Radiosporten.

Den totala mängden sända timmar i marknätet har minskat i två steg sedan 2018. Det beror nästan uteslutande på att tre kanaler i DAB, P3 Star, P2 Klassiskt och P2 Världen, lades ned vid halvårsskiftet 2019 vilket fick fullt genomslag under 2020. Förändringen gjordes för att Sveriges Radio valde att fokusera på att utveckla den linjära kanalen P3 och poddar riktade mot samma målgrupp. Genom beslutet att lägga ned den hitlistebaserade kanalen P3 Star vidgades marknaden ytterligare för kommersiella radiostationer som är inriktade på att erbjuda musikbaserade kanaler.

Effekter av pandemin bidrog också till en marginell nedgång i det totala antalet sända timmar. Till följd av det extraordinära nyhetsläget prioriterades rikssända extra nyhetssändningar vid ett antal tillfällen, och sändningar i de 25 lokala P4-kanalerna fick då utgå.

Att ett stort antal idrottsevenemang ställdes in gjorde också att antalet sportsändningar minskade i de kanaler som enbart sänds via internet

LÄS MER:

7.7 Lokalt uppdrag, s. 169

8.1 Lyssningsmönstrens utveckling, s. 178

5.1.1 Total sändningstid fördelad på plattformar, timmar linjär lyssning

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
FM	113 929	108 622	108 518					
DAB	37 154	25 543	13 908					
Internetexklusiva sändningar	22 700	21 020	20 568					
TOTALT	173 783	155 185	142 994					

Kommentar: Den totala sändningstiden för linjära sändningar via samtliga plattformar minskade under 2020 med 12 191 timmar jämfört med 2019. Det berodde främst på nedläggning av DAB-kanalerna P3 Star, P2 Världen och P2 Klassiskt vid halvårsskiftet 2019 som medförde en minskning på 11 672 timmar under 2020. Kategorin FM-sändningar visar en mindre nettominskning beroende på att färre lokala sändningstimmar minskade något i P4 på grund av fler rikssändningar i P4 under året. Dessa utgjordes i hög grad av fler nyhetssändningar till följd av pandemin. P4 Södertälje som startade i november 2019 innebar en ökning av sända timmar under 2020 medan nedläggningen av P4 Helsingborg 2019 medförde ett minskat antal sändnings-timmar 2020. Internetexklusiva sändningar minskade med 452 timmar beroende på minskat antal evenemangstimer, främst sportevenemang.

5.1.2 Tabell med total sändningstid i linjärt utbud marksänt FM/DAB och sändningstyp

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
FÖRSTASÄNDNING								
FM	102 540	97 306	97 883					
DAB	30 051	19 553	9 535					
Summa förstasändning	132 591	116 859	107 417					
PARALLELSÄNDNING								
FM	6 153	6 143	6 082					
DAB	5 131	3 791	2 842					
Summa parallelsändning	11 284	9 934	8 924					
REPRIS								
FM	5 236	5 173	4 553					
DAB	1 972	2 199	1 532					
SUMMA REPRIS	7 208	7 372	6 085					
SUMMA FM	113 929	108 622	108 518					
SUMMA DAB	37 154	25 543	13 908					
TOTALT	151 083	134 165	122 426					

Kommentar: Den marksända tiden minskade framför allt till följd av nedläggningen av DAB-kanalerna P3 Star, P2 Världen och P2 Klassiskt vid halvårsskiftet 2019.

5.1.3 Tabell med marksänd tid riks, regionalt och lokalt

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
LOKALT								
Förstasändning	108 021	92 311	82 689					
Parallellsändning	7 420	6 080	5 138					
Repris	2 836	3 047	1 767					
SUMMA LOKALT	118 277	101 438	89 594					
REGIONALT								
Förstasändning	305	305	306					
Parallellsändning	0	0	0					
Repris	0	0	0					
SUMMA REGIONALT	305	305	306					
RIKS								
Förstasändning	24 265	24 243	24 423					
Parallellsändning	3 864	3 854	3 786					
Repris	4 373	4 325	4 318					
SUMMA RIKS	32 502	32 422	32 527					
TOTALT	151 083	134 165	122 426					

Kommentar: Den marksända tiden minskade framför allt till följd av nedläggningen av DAB-kanalerna P3 Star, P2 Världen och P2 Klassiskt vid halvårsskiftet 2019.

5.2 Digitala plattformar

• 6 / MEDELSVILLKOR

» SR ska delta i den tekniska utvecklingen av produktions- och distributionsteknik för radio. För att nå lyssnarna är det nödvändigt att kärnverksamheten distribueras på olika plattformar. Vid distribution på internet bör de egna plattformarna vara prioriterade. «

• 8 / MEDELSVILLKOR

» SR ska ha öppna och tydliga riktlinjer om hur företaget förhåller sig till distribution på plattformar som inte är SR:s egna. «

• 19 / MEDELSVILLKOR

» SR ska redovisa hur företaget arbetar för att tillämpa riktlinjerna om distribution på plattformar som inte är företagets egna. Riktlinjerna ska bifogas till redovisningen. «

Sveriges Radios egna plattformar

Med ljudet i fokus erbjuder Sveriges Radio sitt utbud digitalt via egenbyggda plattformar. Som ett led i arbetet har tyngdpunkten i den digitala utvecklingen förflyttats från *sverigesradio.se* till att nu ligga på appen *Sveriges Radio Play*. Här kan lyssnaren ta del av

- **alla kanaler för direktlyssning**
- **de senaste nyheterna**
- **lyssning on demand.**

Förnyelsen av *Sveriges Radio Play* är en del av företagets prioriterade publicistiska utvecklingsområden. Ambitionen är att *Sveriges Radio Play*

ska vara det självklara valet för de lyssnare som vill ta del av SR:s utbud digitalt. Vid sidan av *Sveriges Radio Play* erbjuds lyssnare och användare också dessa egenbyggda plattformar:

- **Webbplatsen *sverigesradio.se*.** Här finns hela utbudet av kanaler och program tillgängligt för lyssning on demand. Första-sidan samt sidorna för P1, P2 och P3 rymler nyheter, aktualiteter, röster och reportage från olika ämnesområden. I de lokala P4-flödena presenteras ett urval av lokala nyheter och program.
- **Appar för barn.** *Radioapan – banankalas!* och *Radioapans kojträd* vänder sig till mindre barn med sagor, sånger och spel.
- **Appar för smarta telefoner, röststyrda assistenter och enklare play-appar.** De röststyrda assistenterna är Google Home och Amazon Echo Apple TV, och de enklare play-apparna finns för Samsung TV, Sonos högtalare och Universal Windows Plattform som stöds av bland annat Windows 10 och Xbox One.

I stort sett alla publiceringar som görs på plattformarna innehåller ljud. Ett undantag är till exempel VMA – Viktigt meddelande till allmänheten – och akuta nyhetslägen där ljudinnehåll ännu inte hunnit produceras.

Utbud på andra aktörers plattformar

Lyssnare kan också ta del av Sveriges Radios utbud digitalt via externa aktörer, exempelvis poddgränssnitt som Apples Podcaster, Spotify och Acast. De här aktörerna länkar till Sveriges Radios innehåll direkt från företagets så kallade öppna API, Application Program Interface. Sveriges Radio har fortfarande den redaktionella kontrollen över det ljud som tillhandahålls, och allt programinnehåll som kan göras tillgängligt via

API finns också på företagets egna plattformar och playtjänster.

Detta "ekosystem" är unikt för ljudinnehåll och skiljer sig markant från exempelvis marknaden för strömningstjänster för film och tv. I grunden handlar det om de publikvanor som hittills varit rådande på ljudområdet – i regel förväntar sig användare att de ska hitta poddar via plattformar som de själva föredrar.

Externa aktörer som vill erbjuda Sveriges Radios innehåll till sina användare måste göra det på ett sätt som är förenligt med SR:s uppdrag. Sveriges Radio säkerställer detta utifrån tre grundläggande principer:

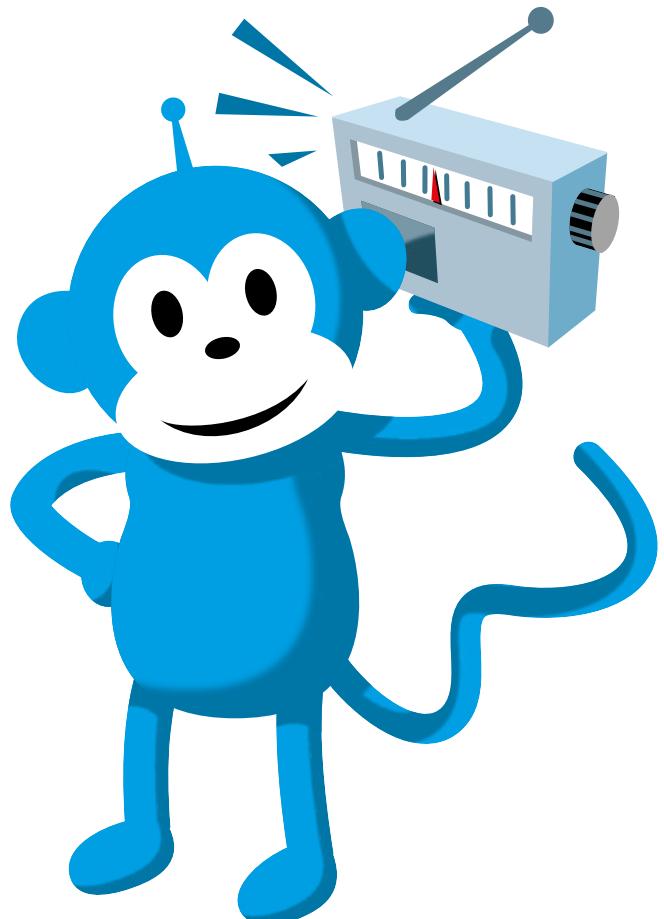
- **Oberoende och trovärdighet.** Andra aktörer som använder SR:s innehåll får inte skada Sveriges Radio trovärdighet eller oberoende.
- **Redaktionell kontroll.** Sveriges Radios material får inte förvanskas eller modifieras på ett sätt som skadar Sveriges Radio trovärdighet eller oberoende.
- **Tydlighet kring SR som avsändare.** Det måste tydligt framgå vilket innehåll på en plattform som kommer från Sveriges Radio.

Kraven på de externa aktörer som vill erbjuda Sveriges Radios innehåll via länkning är formulerade i tio villkor som finns sammanfattade i en faktaruta här intill. Villkoren tar bland annat upp följande principer:

- **regler för användning:** hur innehållet ska användas i enlighet med upphovsrättslagen
- **avsändaren:** det tydligt ska framgå att innehållet kommer från Sveriges Radio
- **ingen reklam:** annonsering får aldrig kopplas direkt till innehållet

- **fri tillgång:** lyssnaren ska kunna ta del av SR:s innehåll utan att behöva betala.

Villkoren har uppdaterats under 2020, och de är bland annat publicerade på sverigesradio.se i anslutning till information om hur det öppna API:t fungerar tekniskt. Sveriges Radio kontrollerar löpande att externa aktörer som erbjuder företagets innehåll följer de uppsatta villkoren.



För alla barn har Radioapan två egna appar med sagor, sånger och spel: *Radioapan – banankalas!* och *Radioapans kojträd*. Illustration: Patrik Lindvall



I Sveriges Radio Play kan användaren ta del av alla kanaler, de senaste nyheterna och utbudet on demand. Foto: Martina Holmberg/Sveriges Radio.

Skillnader mellan plattformstyper

I resonemang kring Sveriges Radios relation till externa plattformar är det viktigt att understryka skillnaden mellan å ena sidan distributionsplattformar för poddar och annat ljud, å andra sidan plattformar i sociala medier.

På externa ljudplattformar strömmas Sveriges Radios material från företagets egna plattformar via det öppna API:t, och SR har full kontroll över materialet.

På sociala medieplattformar fungerar det annorlunda. Sveriges Radio har visserligen full redaktionell kontroll över det egna innehållet där, men eftersom publiceringarna sker direkt på externa plattformar betraktas de som kompletterande verksamhet. Detta beskrivs utförligt i 5.3 Kärnverksamhet och Kompletterande verksamhet.

Sveriges Radio på sociala medier

För Sveriges Radio är sociala medier ett journalistiskt verktyg snarare än en plats där företaget sänder radio. Där interagerar medarbetare på kanaler och redaktioner med lyssnarna i syfte att hitta fler röster och infallsvinklar. Sveriges Radio använder också sociala medier för att förse publiken med information om innehåll från företaget.

De interna riktlinjerna för hur sociala medier ska användas utgår från företagets utbudsstrategi och ingår också i det löpande utvecklingsarbetet.

I vissa fall används också sociala medier för att få kontakt med målgrupper som annars är svåra att nå. På det sättet ökar Sveriges Radio tillgängligheten för publiken.

Sveriges Radio har tagit fram en guide för journalister och andra intresserade om hur sociala medier kan användas som ett journalistiskt verktyg. *Sociala medier-handboken*, som alla kan ta del av via srsocialamedier.se, innehåller även ett kapitel om Sveriges Radios programregler i sociala medier vilka följer samma regelverk som för ljudinnehåll vad gäller exempelvis opartiskhet och saklighet.

Så får Sveriges Radios innehåll användas

Ett API gör det möjligt för en annan aktör att hämta exempelvis poddar från Sveriges Radio. Förutsättningen är att aktören följer tio villkor som finns sammanfattade här:

1. Innehållet från Sveriges Radio får bara användas genom länkning och/eller strömning. Det får alltså inte lagras, laddas ner, kopieras eller bevaras av den tjänst som använder Sveriges Radios öppna API (detta hänger samman med upphovsrättslagen).
2. Det ska tydligt framgå att innehållet kommer från Sveriges Radio, och därför får man använda företagets varumärken som finns i API:t. Grafiska riktlinjer som finns på sverigesradio.se måste följas.
3. Publiken ska enkelt kunna hitta innehållet från SR, som inte får missgynnas i förhållande till andra innehållsleverantörers material eller plattforms-företagens eget material.
4. Innehållet (inklusive Sveriges Radios varumärken) får inte användas i marknadsföring utan Sveriges Radios föregående godkännande.
5. Reklam får aldrig kopplas direkt till innehåll från Sveriges Radio.
6. Innehållet får användas bakom betalvägg men måste också finnas tillgängligt gratis hos tjänsten.
7. Innehållet får inte användas av för maskininlärning utan att Sveriges Radio har godkänt det.
8. Den som använder API:t accepterar också att lämna ut anonymiserað användardata som är kopplat till Sveriges Radios innehåll, om SR begär det.
9. Innehållet får inte användas på ett sätt som riskerar att skada Sveriges Radios oberoende eller trovärdighet.
10. Villkoren för det öppna API:t kan vid behov ändras av Sveriges Radio.

Listan med villkor finns i sin helhet på sverigesradio.se.

5.3 Kärnverksamhet och kompletterande verksamhet

• 2 / MEDELSVILLKOR

» Medlen ska användas för företagets kärnverksamhet. Kärnverksamheten är att producera och sända radioprogram till allmänheten, och att producera och tillhandahålla radioprogram till allmänheten på företagets egna plattformar som finns på fritt tillgängliga och öppna delar av internet. «

• 9 / MEDELSVILLKOR

» SR ska särskilja vad som är att betrakta som kärnverksamhet och kompletterande verksamhet och upprätthålla en god balans i omfattningen mellan dessa. Den kompletterande verksamheten ska utgå från och ha en tydlig koppling till kärnverksamheten. «

Kärnverksamhet

Den snabba digitaliseringen av mediemarknaden och ändrade användarbeteenden gör det nödvändigt att Sveriges Radios kärnverksamhet görs tillgänglig på olika plattformar för att public service ska nå lyssnarna. I de medelsvillkor som trädde i kraft 1 januari 2020 har den formella definitionen av Sveriges Radios kärnverksamhet utökats till att gälla allt ljud på egna plattformar på fritt tillgängliga och öppna delar av internet. Där ingår Sveriges Radio Play och andra egenbyggda plattformar som gör företagets ljudinnehåll tillgängligt för allmänheten.

I Sveriges Radios tolkning av begreppet kärnverksamhet i medelsvillkoren ingår bland annat följande:

- **allt marksänt innehåll**
- **alla plattformar och tjänster** som Sveriges Radio skapar på fritt tillgängliga och öppna delar av internet för att tillhandahålla företagets ljud till allmänheten

- **allt ljud som tillhandahålls** genom aktörer som länkar till innehållet direkt från Sveriges Radios öppna API.

Att lyssnare kan ta del av Sveriges Radios innehåll genom aktörer som länkar direkt till ljudet från företagets öppna API är en praxis som är unik för ljudmarknaden. Detta särskilda ”ekosystem” som beskrivs i 5.2 *Digitala plattformar* handlar i grunden om anpassningar till användarbeteenden. Hänsyn måste därför tas till dessa särskilda förutsättningar i definitionen av Sveriges Radios kärnverksamhet.

Kompletterande verksamhet

Vid sidan av kärnverksamheten bedriver Sveriges Radio också kompletterande verksamhet. Den syftar till att utveckla och stödja kärnverksamheten och öka möjligheterna för allmänheten att tillgodogöra sig innehållet. Den kompletterande verksamheten består av följande:

- **Text, bild och rörlig bild på digitala plattformar** som kompletterar och stödjer program och poddar. Syftet är att till exempel underlätta för lyssnare att hitta det innehåll de vill ta del av eller ge personer med svårigheter att ta till sig ett talat innehåll möjlighet att ta del av det på annat sätt. En anpassning till den digitala miljön är en förutsättning för att utbudet ska hittas, vara relevant och kunna väljas av publiken på alla plattformar.
- **Sociala medier** som används för dialog och medskapande med publiken och för att förbättra allmänhetens möjligheter att ta del av produktionen.
- **Konsertverksamhet i Berwaldhallen.** Den musik som sänds i P2 från Berwaldhallen tillhör SR:s kärnverksamhet. Konsertverksamheten inför publik och Berwaldhallen är dock kompletterande verksamhet. Sveriges Radio



Berwaldhallen invigdes 1979 och är hem för Sveriges Radios Symfoniorkester och Radiokören.
Foto: Mikael Grönberg

deltar även i ett utbyte inom EBU av inspelade konserter och evenemang vilket ger den svenska radiopubliken tillgång till ett omfattande internationellt utbud av konserter. Berwaldhallens verksamhet beskrivs i 7.2 *Kulturuppdraget*.

- **Julkalendern** som finns i såväl tryckt som interaktiv form. De är direkt kopplade till julkalenderns program och ska bidra till ett ökat intresse för att följa de enskilda avsnitten.
- **Spel för barn** som finns på digitala platTFormar och som har koppling till Barnradions program. Syftet är att stimulera barns intresse för programmen samt hjälpa barn och föräldrar att hitta till innehållet.

Balans mellan verksamheterna

Principen för kompletterande verksamhet är att den ska bedrivas i en sådan omfattning att den bidrar till att innehållet når ut till publiken. Bestämmelsen om att det ska råda god balans mellan kärnverksamhet och kompletterande verksamhet tolkar Sveriges Radio som att kärnverksamheten inte ska försämras på grund av den kompletterande verksamheten. Obalans uppstår om allmänheten bedömer att kärnverksamhetens kvalitet sjunker till följd av att Sveriges Radio ägnar för mycket

resurser åt den kompletterande verksamheten. I det nutida medielandskapet går dock önskemålen oftast i motsatt riktning. Publikn förväntar sig att Sveriges Radio erbjuder förklarande, begripliga och intresseväckande texter och bilder i anslutning till program, poddar och klipp. En mycket stor andel av lyssnarna förväntar sig att via sociala medier kunna kontakta och föra dialog med ett företag i allmänhetens tjänst. Till detta kan läggas att användare vars hela nyhetskonsumtion går via sociala medier har rätt att kunna nå innehåll från ett oberoende och opartiskt Sveriges Radio.

I det dagliga arbetet på redaktioner och kanaler är den kompletterande verksamheten i det närmaste helt integrerad med kärnverksamheten. Det medför att det i praktiken är omöjligt att särredovisa kompletterande verksamhet som en enskild helhet i siffror.

Redaktioner på SR arbetar med ljudet i fokus oavsett plattform före, under och efter en produktion. Publiceringar av stödjande texter och bilder via företagets digitala plattformar är journalistiska verktyg i det dagliga arbetet. Detsamma gäller dialog med lyssnare eller inhämtande av tips via sociala medier.

Hur en redaktion arbetar med sociala medier utgår från målgruppens behov, vanor och förväntningar. Detta finns också angivet i programkontrakt mellan utbudsansvariga och redaktioner. Den som vill ta del av hur Sveriges Radio arbetar med dessa frågor kan göra det via srsocialamedier.se. ■



Underhållande folkbildning – eller folkbildande underhållning? Annika Lantz, en av Sveriges Radios mest populära profiler, leder *Lantzkampen* i P1 – en frågesport baserad på veckans nyheter i ljudform.
Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

6.

Ett utbud för alla

En bredd i innehåll och många olika perspektiv är en förutsättning för att Sveriges Radio ska kunna vara en angelägenhet för alla i vårt land.

- 6.1 Det samlande uppdraget**
- 6.2 Folkbildning**
- 6.3 Programkategorier**
- 6.4 Perspektiven i utbud
och verksamhet**
- 6.5 55-procentsmålet**

En plats för möten av många olika slag.

§ 5 / SÄNDNINGSTILLSTÅND

» SR ska erbjuda ett mångsidigt programutbud som omfattar allt från det breda anslaget till mer särpräglade programtyper. I detta ligger att tillhandahålla ett varierat utbud på det svenska språket.

Programverksamheten ska som helhet bedrivas utifrån ett jämställdhets- och mångfaldsperspektiv samt utmärkas av hög kvalitet och nyskapande form och innehåll. «

Sveriges Radio kan betraktas som en av landets största mötesplatser. Här kan publiken ta del av innehåll och föra dialog med programmakare och andra lyssnare. Här kan också många olika röster höras och mängder av perspektiv, åsikter och berättelser mötas.

Detta kapitel beskriver hur Sveriges Radio på olika sätt arbetar med att leva upp till kraven på bredd i det utbud som erbjuds och de perspektiv som hörs i linjära kanaler och utbudet on demand. Här redovisas översiktligt hur företaget

- erbjuder program med breda anslag som samlar stora lyssnargrupper
- förmedlar kunskap och folkbildning genom exempelvis publikmöten och interaktivitet
- fördelar mängden innehåll per kategori
- arbetar med att säkra bredden i perspektiv så att många olika röster kommer till tals
- säkrar allmänproduktion i hela landet.





Guldläge? Välkända P3-profilerna Hanna Hellquist och Kodjo Akolor på scen vid P3 Guld-galan i Partille Arena januari 2020. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

6.1 Det samlande uppdraget

§ 5 / SÄNDNINGSTILLSTÅND

» Programmen ska utformas så att de genom tillgänglighet och mångsidighet tillgodosar skiftande förutsättningar och intressen hos befolkningen i hela landet. «

Att så många som möjligt i vårt land hittar innehåll i utbudet som intresserar dem är centralt i flera avseenden. Den som lyssnar på Sveriges Radio tenderar att ha högre förtroende för företaget och upplever ett värde för samhället i högre grad jämfört med den som inte lyssnar. Bredden har betydelse på fler sätt. En förutsättning för att kunna motsvara kraven i beredskapsuppdraget och nå ut brett med VMA, viktigt meddelande till allmänheten, är att en stor del av allmänheten tar del av innehållet i vardagen. Att publiken har en relation till och en vana av att lyssna på Sveriges Radio är en nödvändighet för att företaget ska kunna nå så många som möjligt med samhällsinformation och nyheter den dag en kris inträffar. ”Det breda anslaget” och program som lockar en stor publik ökar också Sveriges Radios möjligheter att nå dessa lyssnare även med det mer specialiserade och smala utbudet.

De samlande programmen

I ett allt mer fragmentiserat medielandskap har den enskilda konsumenten ett närmast oöverblickbart utbud att välja ur. Men uppenbarligen finns alltjämt ett stort behov för människor att samlas kring det som ibland kallas lägereldar – program som människor i olika åldrar från hela landet och med vitt skilda bakgrunder och förutsättningar fortsätter att samlas kring. Som beskrivs i 8.1 *Lyssningsmönstrens utveckling* var 2020 ett rekordår för några av Sveriges Radios lägereldar:

- *Sommar i P1* slog återigen nya rekord i antal lyssnare. Linjärt ökade lyssnandet med 30 procent jämfört med föregående år när

säsongen 2020 inleddes. Under de veckor när programmet sänds är *Sommar i P1* den ojämförligt största titeln för on demand i Sverige, och säsongen 2020 nåddes en ny toppnotering på över 1,7 miljoner unika spelare i räckvidd under vecka 26.

- *Musikhjälpen i P3* ställdes om till ett pandemianpassat evenemang, men de fysiska begränsningarna hindrade inte att 2020 års upplaga slog nytt rekord när privatpersoner, organisationer och företag skapade nära 800 000 engagemang i insamlingen under temat ”Ingen mänskiska ska lämnas utan vård”.
- Flera av de stora helgprogrammen lockade fler lyssnare i en tid då många stannade hemma under pandemin. *Klassikern Ring så spelar vi i P4* som har sänts sedan våren 1968 lockade 52 år senare i snitt 1,7 miljoner lyssnare på lördagsmorgnarna.

Som framgår av tabellen 6.3.1 Programkategorier domineras Sveriges Radios utbud av områden som redovisas i kapitel 7. *Särskilda uppdrag och målgrupper*: nyheter, samhällsprogram, kultur och musik.

Programkategorier som sport, livsstil och underhållning utgjorde elva procent av det totala marksända utbudet. Service, med bland annat trafik- och samhällsinformation, stod för två procent.

Trots att dessa kategorier knappast dominerar i det totala utbudet har de helt centrala roller – inte bara i många lyssnarens vardag utan också för att Sveriges Radio ska kunna vara angeläget för en bred publik.

En stor del av den sändningsvolym som redovisas inom genrerna underhållning och livsstil kommer från innehållsligt breda aktualitetsblock i de olika kanalerna. I många av Sveriges Radios program avsätts en mindre del av sändningstiden till underhållande inslag eller livsstilsfrågor. Innehållet inom dessa genrer görs också för att nå alla och samla människor, inte för att tillfredsställa specialintressen.

Underhållning: En genre med olika uttryck

För Sveriges Radios del handlar ”att vara underhållande” om olika saker i olika program och olika kanaler. Även kultur- eller samhällsjournalistik kan ha element av underhållning i betydelsen ”engagerande att lyssna på”. Aktualitetsprogram kan ha en viss andel underhållning i sitt programuppdrag från kanalansvariga, till exempel humorinslaget *Public Service* i P1:s helgprogram *Godmorgon världen*.

I de mer renodlade underhållningsprogrammen skiljer sig tonfall och karaktär åt beroende på målgrupp och kanal. Några exempel:

- *På minuten* i P1, *Ring så spelar vi och Melodikrysset* i P4 är klassiker som funnits i decennier i Sveriges Radio och alltjämt når en stor publik
- *Tankesmedjan* i P3 är en helt annan typ av underhållningsprogram med humor och satir om nyheter och aktualiteter. Fokus ligger på inrikespolitik och att ha en vass utsikt mot samtiden.

Service: Information i lyssnarens tjänst

I 4.10 Beredskap, säkerhet och viktigt meddelande till allmänheten beskrivs det mesta som ryms inom Service som programkategori. Trafikredaktionen sänder trafik- och serviceuppdateringar i samtliga P4-kanaler. Framför allt handlar det om störningar inom väg- och kollektivtrafik, men lyssnarna får också information om samhällsstörningar som uppstått till följd av oväder, el- och teleavbrott eller trasiga vatten- och avloppsledningar.

Livsstil: Lyssnaren är i centrum

Sveriges Radio definierar program i livsstilsgenre som program om exempelvis fritid, hälsa, känslor och relationer. I dessa program får lyssnare ställa frågor direkt till experter inom vitt skilda fält. Programform, ton och innehåll varierar starkt beroende på kanal, målgrupp och vilket ämne som står i fokus. Kunskap inom många olika specialområden når en stor lyssnarkrets, till exempel programmet *Plånboken* i P1 där experter svarar på frågor om allt från aktier och räntor till hur pensionssystemet eller arvsrätten fungerar. Publikens medverkan är betydelsefull för programmens innehåll och ofta lever diskussionen om de frågor som tas upp vidare på sociala medier.

Ett exempel en på annan typ av livsstilsprogram är *Kvällspasset* i P4 som har blivit ett av kanalens mest uppskattade program sedan det startade hösten 2015. Programformatet bygger helt och hållet på att lyssnare ringer in och delar med sig av erfarenheter och berättelser kring det som är kvällens tema.



Morgonmöte på Radiosporten lett av producenten Jenny Pettersson i slutet av mars 2020. Under våren förändrades förutsättningarna helt för bevakningen när idrottsevenemang över hela världen sköts upp eller ställdes in. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.



Sport: Stora konsekvenser av pandemin

Radiosporten når en mycket bred publik. Som exempel kan nämnas att Sportextra på söndagar i P4 är ett av Sveriges Radios största program när det gäller antalet lyssnare. Under 2020 lyssnade i genomsnitt nära 1,5 miljoner lyssnare mellan 12 och 79 år per sändning.

Radiosporten är också den sportredaktion i Sverige som har flest sändningsrättigheter vilka i stor utsträckning används för bevakning på plats. Radiosporten är i många fall det enda public service-alternativet för direktsändningar från stora mästerskap, till exempel OS. Det innebär att Radiosporten ofta är det enda alternativet för dem som vill följa vissa sportevenemang utan extra kostnad – allt mer av direktsänd sport finns i dag annars inom strömningstjänster och tv-utbud som publiken behöver betala extra för. Ett tiotal av redaktionens sportmedarbetare är stationerade runt om i landet. Även de lokala P4-kanalerna erbjuder lokal sportbevakning som också i hög grad är integrerad i Radiosportens utbud.

Pandemins konsekvenser för idrotten i form av inställda mästerskap, förändrade säsonger och publiklösa evenemang fick naturligtvis omfattande effekter för sportbevakningen. Antalet sända timmar i FM och extrasändningar i digitala kanaler minskade märkbart under året.

Det mesta i idrottsväg ställdes in under våren. Sportextra på kvällstid kortades, och ett antal medarbetare lånades ut till andra redaktioner. En större omställning och förnyelse gjordes samtidigt av innehållet – nyhetsrapporteringen om pandemins effekter på idrotten varvades med dokumentärer, nostalgi, granskningar, mer fokus på breddidrott samt publikdialog i sändningar.

För Radiosporten ligger ett stort fokus under de kommande åren på att utveckla innehåll och format för on demand-lyssning, vilket beskrivs i 4.9 Utveckling av innehåll, tjänster och kompetens samt 10. Planer för framtiden. Bland annat når Radiosporten Dokumentär en växande publik on demand med berättelser om människorna bakom dramatiken och spelet bakom kulisserna vid de stora idrottshändelserna.

6.1.1 Sport – marksänd tid fördelad på sändningstyp, timmar

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Förstasändning	2 657	2 515	2 333					
Parallelssändning	161	154	130					
Repris	113	116	33					
TOTALT	2 931	2 785	2 496					

Kommentar: Antalet sporttimmar minskade till följd av färre och inställda sportevenemang under pandemin.

6.1.2 Livsstil – marksänd tid fördelad på sändningstyp, timmar

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Förstasändning	4 321	4 176	3 906					
Parallelssändning	104	104	129					
Repris	597	557	407					
TOTALT	5 022	4 836	4 441					

Kommentar: Antalet minskade sändningstimmar inom livsstil härrör från omgörningen av Sisuradio till Sveriges Radio Finska.

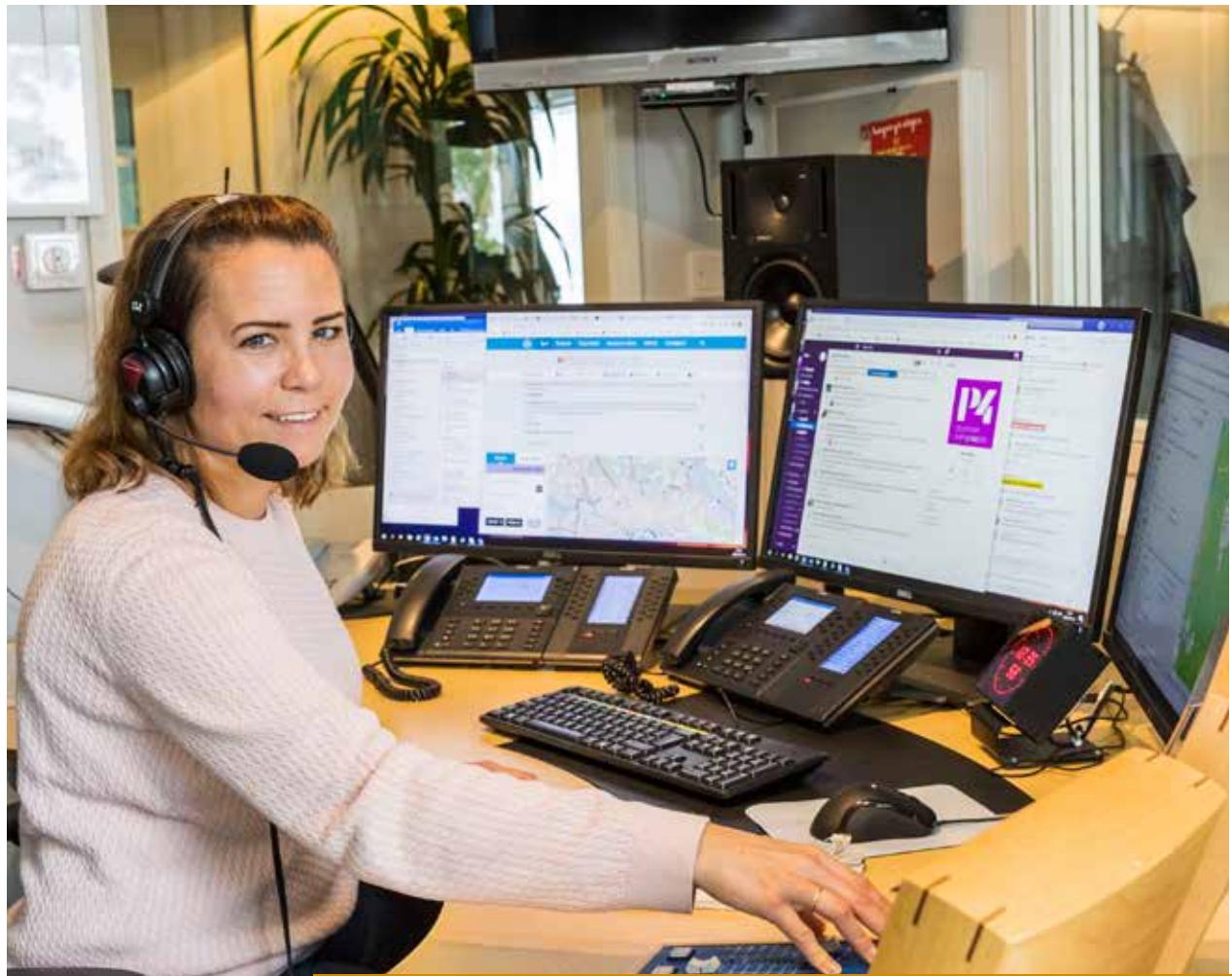
6.1.3 Underhållning – marksänd tid fördelad på sändningstyp, timmar

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Förstasändning	5 811	4 987	4 915					
Parallelssändning	1 015	1 015	978					
Repris	363	394	290					
TOTALT	7 189	6 397	6 183					

Kommentar: Antalet timmar för underhållning minskade främst till följd av nedläggningen av P3 Star. Sveriges Radio Finska ökade antalet underhållningstimmar jämfört med Sisuradio.

6.1.4 Service – marksänd tid fördelad på sändningstyp, timmar

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Förstasändning	2 115	2 212	2 218					
Parallelssändning	0	0	0					
Repris	2	3	3					
TOTALT	2 117	2 215	2 221					



Tina Jarpe och hennes kollegor på trafikredaktionen ger service till lyssnare över hela landet i form av trafikinformation, VMA och andra typer av meddelanden. I 4.10 Beredskap och viktig information till allmänheten beskrivs trafikredaktionens verksamhet. Foto: Micke Grönberg/Sveriges Radio.

6.2 Folkbildning

§ 5 / SÄNDNINGSTILLSTÅND

» Programutbudet ska [...] som helhet präglas av folkbildningsambitioner. «

Sveriges Radios ambition är att hela utbudet ska präglas av folkbildningsambitioner. Som framgår i 6.3 *Programkategorier* ägnas det mesta av sändningstiden för talat innehåll åt nyheter, samhälle och kultur. Men även musikutbudet och de andra genrerna har som uppgift att sprida kunskap och erbjuda fördjupning med hjälp av Sveriges Radios egna eller inbjudna experter. Det kan också ske med hjälp av lyssnares medverkan i sändningar eller i redaktionernas dialog med publiken via sociala medier.

Berwaldhallen med Sveriges Radios symfoniorkester och Radiokören har en central position i det svenska kulturlivet och gör musik och andra konstformer tillgängliga för alla oavsett var i landet lyssnarna bor.

Evenemang och publikmöten

En särskilt viktig del i arbetet med att sprida kunskap och bidra till folkbildning är publikmötens och evenemang. I den dagliga bevakningen och sändningsverksamheten sker dagligen mängder av möten med lyssnare, inte minst genom den satsning på tillfälliga så kallade popup-redaktioner som beskrivs i 7.7 *Lokalt uppdrag*.

Vid sidan av dessa möten med publiken arrangerar Sveriges Radio en lång rad evenemang kopplade till programverksamheten och public service-uppdraget i stort. Under pandemiåret 2020 fick en mycket stor del av detta arbete naturligtvis förändras och anpassas i grunden. Ambitionen har varit att så långt som möjligt ställa om, inte behöva ställa in. Ett par exempel på omställningar under året var

- *Musikhjälpen* som inte kunde sändas på plats i Norrköping som planerat utan i stället genomfördes i en större inomhushall och lockade rekordmånga lyssnare att skapa engagemang.
- *P3 Älskar* som i pandemianpassad form kunde genomföra sitt koncept att "inta" städer runt om i Sverige med musik och mindre publikmöten.

Nästan alla Sveriges Radios evenemang genomförs i samarbete med fria kulturproducenter och syftar till att föra ut kunskap och konstnärliga uttryck i hela landet. 2019 utökades exempelvis *P2 i Parken*, *P2:s konsertföreställningsturné* i samarbete med lokala symfoniorkestrar, till tre olika städer. Turnén fick, i likhet med bland annat *Östersjöfestivalen*, ställas in 2020 på grund av pandemin.

Ett exempel på en kombination av evenemang, programsatsningar och närväro med kulturprofil i hela landet är *Litteraturveckan i P1* där program som *P1 Kultur*, *Kulturnytt*, *Dagens Dikt* och *Radionovellen* ingår. 2020 fick den planerade finalsändningen genomföras i Radiohuset i Stockholm. Upplägget för veckan är annars att finnas runt om i landet och med särskild närväro med sändningar och inslag från regionen kring den ort där finalen hålls. *Litteraturveckan* beskrivs mer i 7.2 *Kultur*.

Sveriges Radios evenemang vänder sig till olika målgrupper. De kan vara koncentrerade till en föreställning på 90 minuter som *P3 Guld* och *P2 Jazzkatten* eller sträcka sig över en vecka som *Östersjöfestivalen*. Evenemangen bygger på publikmedverkan och medskapande. I den rikstäckande musiktävlingen *P4 Nästa* består innehållet av lyssnarnas egna låtar. Publiken är också med och samskapar innehållet i *Musikhjälpen* i *P3* och *Världens Barn* i *P4* för att nämna några exemplen.

Evenemangsverksamheten är också en möjlighet för Sveriges Radio att spegla mediers utveckling och roll i samhället och skapa sammanhang där allmänhet och mediebransch kan mötas för diskussioner. Några exempel:

- Förstå världen – möt radiokorrespondenterna fick publiken följa digitalt från Radiohuset 2020, men under ”vanliga” år turnerar de medverkande utanför storstäder under augusti.
- Poddfest är en festival där Sveriges Radio har velat skapa en arena för det växande intresset för poddlyssning. Evenemanget fick ställas in 2020.
- #srfrukost och Sveriges Radio-klubben är evenemang där mediernas bevakning, ansvar och roller diskuteras av branschföreträdare och allmänhet. 2020 genomfördes dessa via digitala kanaler.
- Fria Ordets dag samlar sjätteklassare till en särskild dag om yttrandefrihet. Evenemanget kunde inte genomföras 2020.

Några av de nämnda evenemangen redovisas också i 4.4 *En livskraftig mediemarknad*.



En pandemianpassad galaväll ledd av Marie Lundström och Robert Fux i en studio i Radiohuset fick avsluta *Litteraturveckan i P1*. Foto: Micke Grönberg/Sveriges Radio.

6.3 Programkategorier

• 20 / MEDELSVILLKOR

» Programstatistiken ska utformas så att jämförelser blir möjliga över tid. Redovisningen ska uttrycka olika programkategoriers andel av den totala sändningstiden, när olika programtyper sänds samt resursförbrukningen för respektive kategori. «

• 19 / MEDELSVILLKOR

» Den programverksamhet på internet som SR vill ska tillgodosärkas vid uppfyllandet av uppdraget ska redovisas tydligt och utförligt. «

I diagrammet 6.3.1 framgår hur sändningstiden fördelar sig mellan olika programkategorier i det marksända utbudet. Nyheter (10 procent), samhälle (15 procent) samt livsstil (4 procent) har ökat med en procent vardera jämfört med 2019. Det är viktigt att notera att detta framför allt är en effekt av att antalet timmar spelad musik minskat de senaste åren vilket tydligt påverkat den totala sändningsvolymen och förändrat andelarnas storlekar.

Andelen musik har gradvis sjunkit de senaste åren, och 2020 utgjorde andelen sändningstimmar 54 procent vilket framför allt är en följd av att de musikbaserade kanalerna P3 Star, P2 Klassiskt och P2 Världen lades ned vid halvårsskiftet 2019 och att detta fick fullt genomslag under 2020.

Ämnesområdet livsstil har i själva verket minskat något i antalet sända timmar, men ökar ändå något i andel på grund av att den totala sändningsvolymen minskat väsentligt mer – här finns också en avrundningseffekt.

Antalet sända nyhetstimmer var dock fler under 2020 än under 2019.

Modeller för beräkning av sändningstid

I dag distribueras i princip allt innehåll som främst produceras för lyssning on demand också i marknät eller via linjära kanaler som uteslutande sänds via internet. Men beroende på hur efterfrågan från publiken förändras kan detta komma att se annorlunda ut i framtiden.

Det är viktigt att inte tolka mängden producerade volymer som mått på mediers relevans och giltighet. Volymer av producerad tid säger inget om vare sig vilken kvalitet innehållet häller eller i vilken grad det används av publiken.

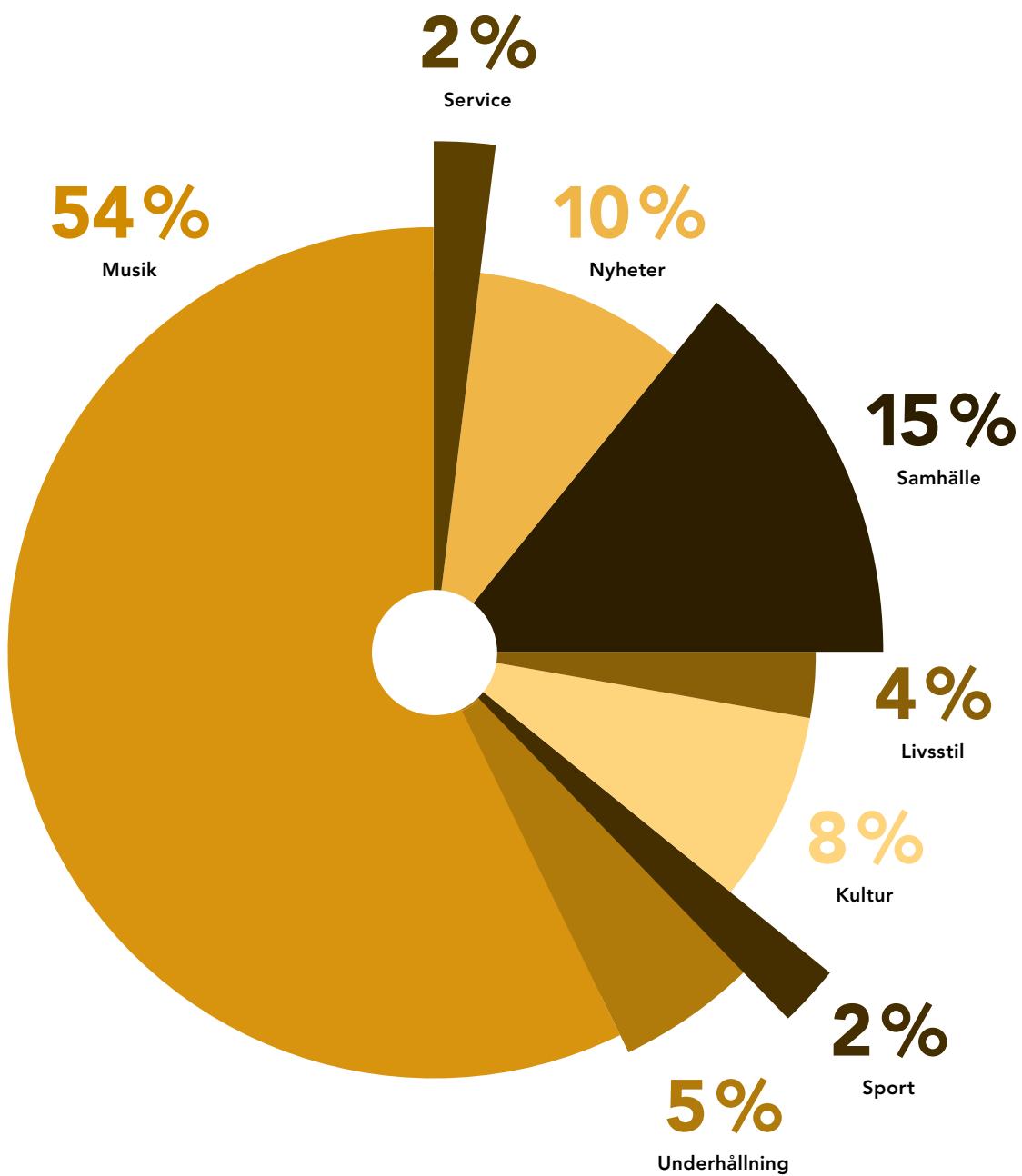
Utanmaningen för stora medieföretag är också främst att vara relevanta, effektiva och engagerande när det gäller både innehåll och tjänster – inte att producera så stora volymer som möjligt.

Svårigheterna med att avgrensa innehåll i kategorier blir gradvis allt större. Vad gäller nyheter, samhälls- och kulturfrågor pekar utvecklingen över tid mot att gränserna mellan genrer löses upp.

Utvecklingen drivs också av ett höjt tempo och ökad konkurrens i nyhetsförmedlingen som i sin tur leder till efterfrågan på att allt tidigare få fördjupning, förklaringar och kommentarer om det som sker i samband med en stor nyhethändelse. Samtidigt som nya frågor och ämnesområden blir föremål för nyhetsbevakning i högt tempo ökar behovet av reflektion och djupare kunskaper.

Samtidigt som tempot i nyhetsproduktionen höjs kan livslängden för andra typer av innehåll sätgas öka i takt med att lyssnandet allt mer sker on demand via Sveriges Radios digitala plattformar. Dokumentärer, drama och olika typer av fördjupning som har några år på nacken kan vara minst lika relevanta för lyssnaren som de inslag som sändes linjärt för en stund sedan.

6.3.1 Total marksänd tid fördelad på programkategorier



Kommentar: Antalet marksända timmar i programkategorin Musik minskade till följd av att de musikbaserade DAB-kanalerna P3 Star, P2 Världen och P2 Klassiskt lades ned vid halvårsskiftet 2019. Andelarna för kategorierna nyheter, samhälle och livsstil växte något jämfört med 2019, främst som en följd av den minskade mängden musik samt avrundningseffekter av procentsiffrorna.



Rollfiguren och raggardrottningen Kicki Tapper i *Mammas nya kille* i P4 spelas av Sofia Wretling. Den populära humorserien sändes första gången i Sveriges Radio 2005. Foto: *Mammas nya kille*, MNK.

6.3.2 Marksänd tid fördelad på programkategori och sändningstyp

	Nyheter	Samhälle	Livsstil	Kultur	Sport	Underhållning	Musik	Service	Totalt
Förstasändning	10 138	14 098	3 906	8 254	2 333	4 915	61 556	2 218	107 417
Parallelssändning	1 620	1 370	129	751	130	978	3 947	0	8 924
Repris	285	2 791	407	1 193	33	290	1 083	3	6 085
Totalt 2020	12 043	18 259	4 441	10 198	2 496	6 183	66 586	2 221	122 426
Totalt 2019	11 652	18 458	4 836	10 606	2 785	6 397	77 216	2 215	134 165
Förändring	391	-199	-395	-408	-289	-214	-10 630	6	-11 738

Kommentar: Antalet nyhetstimmar ökade i P1, P3 och Sveriges Radio Finska. Tillkomsten av P4 Södertälje bidrog också till ökningen.

Samhälle visar en nettominskning av sändningstiden. Medan P1 och P4 Riks ökade antalet timmar i dessa kategorier skedde en minskning i P3, P2 Riks samt Sveriges Radio Finska.

Antalet minskade sändningstimmar inom livsstil härrör från omgörningen av Sisuradio till Sveriges Radio Finska.
P3 ökade antalet timmar för kultur samtidigt som nedläggningen av P3 Star och P2 Världen bidrog med en sänkning.

Antalet sporttimmar minskade till följd av färre och inställda sportevenemang under pandemin.

Antalet timmar för underhållning minskade främst till följd av nedläggningen av P3 Star. Sveriges Radio Finska ökade antalet underhållningstimmar jämfört med dåvarande Sisuradio 2019.

Nedläggningen av DAB-kanalerna P3 Star, P2 Världen och P2 Klassiskt förklarar minskningen av antalet musiktimmar.

6.4 Perspektiven i utbud och verksamhet

§ 5 / SÄNDNINGSTILLSTÅND

» Programverksamheten ska som helhet bedrivas utifrån ett jämställdhets- och mångfaldsperspektiv samt utmärkas av hög kvalitet och nyskapande form och innehåll. Programmen ska utformas så att de genom tillgänglighet och mångsidighet tillgodosser skiftande förutsättningar och intressen hos befolkningen i hela landet. Programutbudet ska spegla förhållanden i hela landet och den variation som finns i befolkningen. «

» SR ska beakta programverksamhetens betydelse för den fria åsiktsbildningen och utrymme ska ges åt en mångfald av åsikter och meningsyttringar. «

§ 7 / SÄNDNINGSTILLSTÅND

» Nyhetsförmedling och samhällsbevakning ska utgå från olika perspektiv, så att händelser speglas utifrån olika geografiska, sociala och andra utgångspunkter. «

» Den journalistiska bevakningen av svagt bevakade områden ska stärkas under tillståndsperioden. «

Sändningstillståndet för 2020–2025 innehåller en rad formuleringar som på olika sätt ställer krav på att Sveriges Radios utbud präglas av största möjliga bredd i perspektiv.

När det gäller bestämmelserna om jämställdhet, mångfald och spegling skrev Granskningsnämnden för radio och tv i beslutet för 2019 års public service-redovisning att det i Sveriges Radios redovisning inte framgick ”vilka mål SR har i alla delar, vilket gör det svårare att fullt ut bedöma SR:s uppfyllelse av kraven. Där det saknas konkreta mål finns inte heller någon analys av utfallet i relation till målen. Som nämnden tidigare påpekat bör SR i kommande redovisningar presentera mål för sina indikatorer.”

GRN ansåg också att det är nödvändigt att Sveriges Radio ”definierar och operationalisera centrala begrepp för att det ska vara möjligt att redovisa och mäta indikatorer”. Nämnden ansåg också att redovisningarna kan utvecklas ytterligare

vad gäller att ”definiera och konkretisera vad exempelvis begreppen jämställdhet, mångfald och spegling innebär” i verksamheten.

Sveriges Radios uppfattning är att begrepp och arbetsätt måste formas utifrån de vitt skilda förutsättningar som råder för de olika journalistiska och konstnärliga verksamheterna som är spridda över 143 000 timmar, 25 lokala kanaler och ett stort antal språk.

Centrala begrepp och målsättningar behöver därför ligga på en mycket generell och övergripande nivå för att fungera. De måste också formuleras på ett sätt som värnar respektive redaktions frihet att utföra sina uppdrag och att arbeta självständigt med sina interna målsättningar och metoder.

Sveriges Radio har valt att använda *perspektiv* som sammanfattande begrepp för att på ett strukturerat sätt arbeta utifrån sändningstillståndets formuleringar om att programverksamheten ska

- bedrivas utifrån ett jämställdhets- och mångfaldsperspektiv
- spegla förhållanden i hela landet och den variation som finns i befolkningen
- stärka bevakning av svagt bevakade områden.

I detta kapitel redogörs för

- mål för arbetet med att ge plats för fler perspektiv i utbudet
- exempel på arbetsätt för att många olika röster och fler perspektiv ska höras i utbudet
- uppföljning och analys av allmänhetens uppfattningar om Sveriges Radios förmåga att erbjuda en bredd i perspektiv
- rekrytering och kompetensutveckling för fler perspektiv.



Den journalistiska bevakningen av svagt bevakade områden ska stärkas under tillståndsperioden. Foto: Sveriges Radio.

Mål för arbetet med fler perspektiv

Att skapa ett utbud präglat av största möjliga bredd i perspektiv är grunden i det strategiska målet "Jag hör din och min vardag i Sveriges Radio", vilket bland annat beskrivs i 2. *Det här vill Sveriges Radio*. Två indikatorer är formulerade för det strategiska målet:

- Andel av Sveriges kommuner som SR gjort inslag från under ett tertial. Målsättningen är att andelen ska vara 100 procent, eller 290 kommuner. Indikatorn används också i Sveriges Radios arbete med produktivitet och effektivitet som beskrivs i 9.3 Produktivitet och effektivitet. På så sätt är alltså arbetet med fler perspektiv i utbudet direkt kopplat till företagets styrmodell och föremål för återkommande utvärdering – varje tertial. Målet uppnåddes under

andra och tredje tertialet 2020 (under första tertialet gjordes inslag på plats i 288 av de 290 kommunerna).

- Andel av veckolyssnare som instämmer i påståendet "Jag hör innehåll om min och andras vardag" i Sveriges Radios utbud i en löpande attitydundersökning som Novus gör på Sveriges Radios uppdrag. Målsättningen är att andelen ska öka under tillståndsperioden.

Samtliga avdelningar inom Sveriges Radio utformar planer för sina delar av verksamheten utifrån de strategiska målen. Målen och de tillhörande indikatorerna följs upp varje tertial för att företagsledningen ska kunna ta ställning till om någon typ av åtgärd behöver sättas in ifall ett mål inte uppfylls. Processen kring styrmodell och uppföljningsmetoder beskrivs i 4.1 Uppdrag och kvalitet.

Arbetssätt för fler perspektiv

Chefer och arbetsledare har ansvar för att deras arbetsgrupper formulerar egna mål och utformar relevanta arbetsmetoder. Här är ett antal exempel på arbetssätt och åtgärder för att få fler perspektiv i utbudet:

- Under 2021 stärks arbetet med fler perspektiv inom hela Sveriges Radio genom att en särskild perspektivansvarig tillsätts med ansvar för samordning, dokumentation och erfarenhetsutbyten.
- Den så kallade popup-satsningen med tillfälliga redaktioner över hela landet beskrivs i 7.7 *Lokalt uppdrag*. Satsningen rymmer flera olika sätt att arbeta, i grunden en följd av att förutsättningarna på de platser som bevakas kan variera. Popup-satsningen innehåller också delmoment som bristanalys och metodutveckling.
- Under 2019 och 2020 genomfördes ett annat projekt där ett antal lokala kanaler genomförde djupanalyser av kanalernas uppdrag och av demografen i befolkningssrådet, därefter satte redaktionella och individuella mål samt skapade aktiviteter för att öka bredden i perspektiv i utbudet. Erfarenheter och arbetsmodeller från projektet används nu vidare i utbildnings- och utvecklingsinsatser inom företaget.
- Under 2020 infördes en modell som syftar till att lokala kanalers innehåll på ett bättre sätt ska tas tillvara i rikssända program. På så sätt kan intressanta frågor från olika delar av landet vidga perspektiven i utbudet som når en nationell publik. Ett exempel är att lokala kanaler regelbundet medverkar med innehåll i *P1-morgon*.
- SR-akademien, tidigare Kompetensavdelningen, erbjuder återkommande utbildningar i metoder för att fånga upp fler röster och synsätt i journalistiken.

- Utöver ovan nämnda exempel arbetar Sveriges Radio med en lång rad projekt och åtgärder för att bredda perspektiven i utbud och verksamhet. Delar av dessa aktiviteter beskrivs i 4.9 *Utveckling av innehåll, teknik och kompetens*.

Intern uppföljning och analys av innehållet

Sveriges Radios arbete för att öka bredden av perspektiv följs upp på olika sätt. Chefer och arbetsledare inom programverksamheten ansvarar för att både företagsövergripande och avdelningens egna resultat av arbetet följs upp i redaktionella utvärderingar. Inom den dagliga planeringen och produktionen av innehåll ska diskussionen om fler perspektiv ständigt hållas levande.

Redaktionerna har olika sätt att mäta sina mål, bland annat med hjälp av mätverktyg och manustatistik, och följer regelbundet upp vilka som medverkar i programmen kopplat till uppdrag och mål i programbeställningen. Utöver kriterier som ålder, kön och utländsk bakgrund följer många program fördelningen av medverkande från storstad och landsbygd, hur fördelningen ser ut mellan personer som är berörda av ämnet som tas upp, yrkespersoner och makthavare eller hur många barn och unga som medverkar.

Särskilda så kallade lyssningsteam granskar återkommande innehållet i Sveriges Radios utbud genom att under en begränsad period systematiskt lyssna igenom allt som sänds i en kanal. Lyssningsteamen fokuserar på ämnesval, tilltal, vilka röster som hörs samt andra faktorer som påverkar bredden i perspektiv. Resultaten från granskningarna används i utvärderingar och bidrar till nya prioriteringar i processen för programbeställningar.

Minst två gånger per år redovisas och utvärderas också arbetet med fler perspektiv för företagsledningen.

Uppföljning och analys: Allmänheten om perspektiven i Sveriges Radio

En viktig metod för uppföljning är att undersöka hur allmänheten uppfattar Sveriges Radios förmåga att skildra en bredd i perspektiv. Analysen kompletterar resultatet i den ovan beskrivna indikatorn för andelen som instämmer i påståendet ”Jag hör innehåll om min och andras vardag”.

Tabellen 6.4.1 visar hur stor andel av allmänheten som helhet (även de som inte lyssnar på Sveriges Radio) som instämmer i ett antal påståenden om mångfald, jämställdhet och spegling. Resultaten kommer ur den större årliga attitydundersökningen som Novus Group årligen gör på uppdrag av Sveriges Radio. Andelen av de svarande som instämmer i påståenden har sjunkit något under de senaste åren:

- 45 procent av befolkningen håller med om att Sveriges Radio ger kunskap om mänskors liv och villkor i Sverige.
- 40 procent håller med om att programinnehållet speglar mångfalden i det svenska samhället.
- En tredjedel av de svarande håller med om att fördelningen mellan män och

kvinnor i programinnehållet är jämn. Det är svårt att som lyssnare ha en uppfattning om detta vilket den höga andelen, 48 procent, som svarar ”Vet ej” indikerar. Det gör också resultatet svårt att tolka, i synnerhet som Sveriges Radios egna interna uppföljningar av utbudet snarare visar att könsbalansen över tid blivit jämnare.

Fenomenet att en förhållandevis hög andel av de svarande inte har någon uppfattning i den här typen av frågor återkommer i flera av frågeställningarna. Resultaten från attitydundersökningarna analyseras löpande och kompletterar arbetet med de strategiska målen.

Rekrytering och kompetensutveckling för fler perspektiv

För att lyckas spegla hela landet och säkerställa att olika perspektiv hörs i Sveriges Radio är det nödvändigt att det är en stor bredd i personalens kompetens och erfarenheter av olika socioekonomiska och kulturella verkligheter. I 4.9 Utveckling av innehåll, teknik och kompetens beskrivs hur Sveriges Radio arbetar för att lägga grunden för ett utbud med största möjliga bredd i perspektiv.

6.4.1 Allmänhetens uppfattning om mångfald, jämställdhet och spegling i SR:s utbud

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
SR:s programinnehåll speglar mångfalden i det svenska samhället	45 %	42 %	40 %					
SR har jämn fördelning mellan kvinnor och män i sitt programinnehåll	36 %	36 %	33 %					
SR sänder nyheter ”från min del av landet”	73 %	74 %	72 %					
SR ger mig kunskap om olika mänskors liv och villkor i Sverige	49 %	47 %	45 %					

Källa: Attitydundersökningen, Novus Group 2020.

6.5 55-procentsmålet

• 14 / MEDELSVILLKOR

» Den andel av allmänproduktionen i SR:s rikssändningar som produceras utanför Stockholm ska uppgå till minst 55 procent. «

55,1 %

av allmänproduktionen i Sveriges Radios rikssändningar producerades utanför Stockholm under 2020.

Under 2020 har 55,1 procent av allmänproduktionen i Sveriges Radios rikssändningar producerats utanför Stockholm. Det är en minskning sedan 2019 då siffran var 55,8. Detta beror framför allt på pandemins effekter. För att ge lyssnarna information och uppdateringar under krisen har extra nyheter och direktsändningar från Stockholm ofta behövts prioriteras på bekostnad av annat innehåll. Det veckolånga evenemanget *Musikhjälpen* i P3 som skulle ha sänts från Norrköping fick av säkerhets- och restriktionsskäl flyttas till Stockholm och genomföras utan publik, och en rad andra planerade sändningar från evenemang runt om i landet ställdes in.

I siffran som utgör Sveriges Radios svar på 55-procentsmålet ingår dels sådant som redaktioner utanför Stockholm producerat för sändning i riks kanaler, dels sådant som bolag utanför Stockholm bidragit med.

I begreppet allmänproduktion ingår FM-sändningar dag- och kvällstid i Sveriges Radios riks kanaler:

Bokbussen i P3 produceras av Sveriges Radio Västerbotten i Umeå.
På bilden syns Sven Björklund, William Spetz och Helena Lindgren.
Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio. Grafik: Käthrine Yan/Sveriges Radio.

- **P1** – samtliga programkategorier¹ exklusive Nyheter och Sport.
- **P2** – alla sändningar på dagtid med undantag för levande musik producerad i Stockholm inklusive sändningar på nationella minoritetsspråk men exklusive sändningar på andra minoritetsspråk.
- **P3** – samtliga programkategorier exklusive Nyheter och Sport.
- **P4** – riksutbudet² exklusive Nyheter och Sport.

¹ De programkategorier som ingår i begreppet allmänproduktion är Samhälle, Kultur, Musik, Service, Livsstil och Underhållning. Nyheter och Sport ingår inte.

² Riksutbudet är det som sänds i P4 över hela riket, alltså inte lokala kanalers sändningar vardagar.

Om en produktion ska räknas som en del av 55-procentsmålet avgörs utifrån något av följande kriterier:

- Programmet eller podden beställs från och produceras av en redaktion utanför Stockholm, till exempel *Radioföljetongan* i P1 (Luleå), *P2 på hemväg* eller *Kvällspasset* i P4 (Göteborg). Andra program sänds ett antal dagar i veckan från sändningsorter utanför Stockholm, till exempel *P1 Kultur* (Malmö).
- Programmet eller podden beställs från och produceras av ett produktionsbolag utanför Stockholm. Här kan nämnas exempelvis *Meny* i P1 (Tengby Produktion, Göteborg), *Kalejdoskop* i P2 och *P4 Dans* (Massa Media, Luleå).
- Programmet eller podden beställs från en redaktion eller externt bolag i Stockholm, men i beställningen anges att det helt eller delvis ska produceras utanför Stockholm. Programmen har reportage eller medverkande från andra delar av landet än Stockholm. Exempel på sådana produktioner är *Tankar för dagen* i P1 samt vissa avsnitt av *P3- och P4-dokumentärer*. ■



Detta är Sveriges Radios utbud

Kanaler i FM-radio

- **P1** består av talat innehåll om samhälle, kultur och vetenskap. Kanalen erbjuder nyheter och aktualiteter, granskning och fördjupning men också livsåskådnings- och livsstilsprogram samt underhållning och kulturupplevelser i form av drama och uppläsningar av skönlitteratur och lyrik.
- **P2** erbjuder konstmusik, improvisationsmusik och traditionsmusik, till exempel jazz eller världsmusik. P2 sänder också program på minoritetsspråk.
- **P3** erbjuder nyheter, samhällsjournalistik och musikjournalistik med en underhållande ton och lyfter fram nya svenska artister.
- **P4** är den lokala nyhets- och aktualitetskanalen för hela Sverige samt kanalen för sport och barnradio. I P4 presenteras nyheter, aktualiteter, kultur och livsstilsfrågor samt bred radiounderhållning i form av klassiker och nysatsningar. P4 är även kris- och beredskapskanalen som förser allmänheten med viktig information. På kvällar, nächter och helger sänds ett riksutbud.
- **P6** är Sveriges Radios flerspråkiga kanal, med musik och program på flera språk.
- **P4 Södertälje** är en underredaktion till Radio Stockholm med egna morgonsändningar över Södertäljeområdet.
- **P3 Din Gata** var fram till och med 2020 en Malmöbaserad lokal kanal för den unga publiken. 2021 gjordes den om till en kanal för hiphop som även fortsatt sänds i FM över Malmö och är tillgänglig i hela landet via digitala plattformar.

DAB-kanaler

Sveriges Radio erbjuder ett antal kanaler via utsändningstekniken DAB+ som når områdena Stockholm, Södertälje, Uppsala, Göteborg, Malmö och Luleå vilka omfattar cirka 42 procent av Sveriges befolkning. Den enda kanal som fortfarande sänds med den äldre ljudkodningen DAB är P7 Sveriges Radio Finska. SR:s utbud i digitalradion är i nuläget:

- **SR P1**
- **SR P2**
- **SR P3 Din Gata**
- **SR P4 Stockholm**
- **SR Knattekanalen**
- **SR P7 Sveriges Radio Finska.**

Webbkanaler

Samtliga kanaler som finns i FM (riks och lokala) samt i DAB sänds också via sverigesradio.se och *Sveriges Radio Play*. Där är P2 uppdelat på kanalerna P2 (Musik) respektive P2 Språk och musik. Sveriges Radio erbjuder också ett internet-exklusivt utbud:

- **SR Sápmi** (Sameradion)
- **P4 Plus** – musik för målgruppen 60 år och äldre
- 17 evenemangskanaler där de flesta används av **Ekot** och **Radiosporten** för extrasändningar.

Sverigesradio.se

- **sverigesradio.se**
(för dator, surfplatta och smart telefon)

Appar

Sveriges Radios appar är gjorda för operativsystemen iOS och Android. SR Play finns även för Xbox, Windows 10, Hololens och Windows-mobil (uwp):

- **Sveriges Radio Play.** Play för iOS finns även för Apple Watch, Apple TV och Apple CarPlay
- **Melodikrysset**
- **Radioapans banankalas**
- **Radioapans kojträd.**

Röststyrda assistenter och andra plattformar

Sveriges Radio finns på röststyrda assistenter som Google Home, och Amazon Alexa, och på andra plattformar som Sonos.

API

Via öppet API (Application Programming Interface) kan man bygga egna tjänster med Sveriges Radios innehåll.

Chefsdirigent Daniel Harding leder Sveriges Radios Symfoniorkester som har Berwaldhallen som hemvist.
Foto: Micke Grönberg/Sveriges Radio.

7. Särskilda uppdrag och målgrupper

Sveriges Radios utbud är till för sina lyssnare oavsett vilken bakgrund eller bostadsort de har. Det finns utmaningar i de olika uppdragen att skildra ett allt mer mångfasetterat samhälle – men möjligheterna är också stora.

- 7.1 Nyheter**
- 7.2 Kultur**
- 7.3 Barn och unga**
- 7.4 Tillgänglighet**
- 7.5 Minoritetsspråk**
- 7.6 Dialog med berörda grupper**
- 7.7 Lokalt uppdrag**





Sagor i Barnradion riktar sig till publiken mellan 3 och 8 år. Sagorna är en del i utbudet av kulturella och konstnärliga upplevelser som beskrivs i 7.3 Barn och unga. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.



Ett dramatiskt nyhetsår – en bild från *Ekots* redaktion i Radiohuset i slutet av mars 2020. Marina Nilsson Malmström och Dieter Weiand syns längst fram på bilden. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.



Sveriges Radio ska förmedla kunskap om samhället till alla som är en del av det.

Detta kapitel handlar om några av de viktigaste beståndsdelarna i public service-uppdraget:

- att förmedla nyheter, berättelser och kulturupplevelser, granska makten och finnas lokalt i hela Sverige
- att skapa innehåll för alla grupper och individer i vårt land genom att producera utbud för särskilda målgrupper.

Kapitlet omfattar också det innehåll som utgör nära nio av tio timmar i Sveriges Radios utbud: nyheter och samhällsbevakning samt kultur och musik. Här beskrivs också

- innehållet för barn och unga
- arbetet med tillgänglighet och innehåll för och om personer med funktionsnedsättning
- sändningar på minoritetsspråk
- det lokala uppdraget.

De olika områdena och riktningarna till trots handlar allt i grunden om att kunna skildra olika perspektiv och ge många olika röster möjligheter att höras. Att fortsätta utveckla den förmågan kommer att vara i fokus för Sveriges Radio under hela tillståndsperioden.



Urikeschef Ginna Lindberg och programledare Sara Stenholm hörs i USA-podden där amerikansk politik diskuteras och analyseras. Under den dramatiska hösten 2020 blev USA-podden en av Sveriges mest avlyssnade poddar. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

7.1 Nyheter

§ 7 / SÄNDNINGSTILLSTÅND

- » Nyhetsverksamheten inom SR ska bedrivas så att en mångfald i nyhetsurval, analyser och kommentarer kommer till uttryck i olika program. SR ska meddela nyheter, stimulera till debatt, kommentera och belysa händelser och skeenden och därvid ge den allsidiga information som medborgarna behöver för att vara orienterade och ta ställning i samhälls- och kulturfrågor. «
- » SR ska granska myndigheter, organisationer och företag som har inflytande på beslut som rör medborgarna samt spegla verksamheten inom sådana organ och inom andra maktsfärer. «
- » SR ska erbjuda ett utbud av nyheter på olika språk för människor i Sverige och i Sveriges närområden som inte kan ta del av nyheter på svenska. «

Programkategorierna Nyheter och Samhälle står tillsammans för mer än hälften av det talade utbudet i Sveriges Radios marksända kanaler och för 25 procent av allt utbud. Som beskrivs i kapitel 8, *Sveriges Radios publik* vände sig publiken i mycket hög grad till Sveriges Radio under 2020 för att få opartisk och oberoende nyhetsförmedling och information. Nyhetsutbudet var avgörande för att Sveriges Radios totala räckvidd en genomsnittlig dag under 2020 var den hittills högst uppmätta.

Ett omfattande arbete görs för att fortsatt utveckla nyhetsförmedlingen, bland annat digitalt via funktionen *Toppnyheter* i *Sveriges Radio Play*. I 10. *Planer för framtiden* står utvecklingen av nyhetsarbetet som ett av de mest prioriterade områdena för Sveriges Radio under de kommande åren.

Inom kategorierna Nyheter och Samhälle ryms utöver nyhetsförmedling också aktualitetsprogram och fördjupande ämnespoddar, vetenskap, dokumentärer och andra format för berättande samt livsåskådning.

7.1.1 Nyheter – marksänd tid fördelad på sändningstyp, timmar

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Förstasändning	10 244	9 883	10 138					
Parallelsändning	1 600	1 595	1 620					
Repris	177	174	285					
TOTALT	12 021	11 652	12 043					

Kommentar: Antalet nyhetstimmar ökade i P1, P3 och Sveriges Radio Finska. Tillkomsten av P4 Södertälje bidrog också till ökningen.

7.1.2 Samhälle – marksänd tid fördelad på sändningstyp, timmar

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Förstasändning	14 319	14 174	14 098					
Parallelsändning	1 434	1 433	1 370					
Repris	2 844	2 850	2 791					
TOTALT	18 597	18 458	18 259					

Kommentar: Samhälle visar en nettominskning av sändningstiden. Medan P1 och P4 Riks ökade antalet timmar i dessa kategorier skedde en minskning i P3, P2 Riks samt Sveriges Radio Finska.

De olika nyhetsverksamheterna inom Sveriges Radio

Målet för Sveriges Radios nyhetsverksamhet är att dygnet runt ge lyssnare snabb nyhetsuppdatering och originalnyheter via sändningar i linjära kanaler, i Sveriges Radio Play och på sverigesradio.se. Frågorna fördjupas och utvecklas också i olika aktualitetsprogram.

Nyhetsutbudet ska ge publiken en allsidig nyhetsförmedling som gör det möjligt att förstå konsekvenser och ta ställning i olika samhällsfrågor. Sveriges Radio ska inte enbart berätta vad som hänt utan också hjälpa lyssnaren att bilda sig en egen uppfattning. Redaktionernas och kanalernas uppdrag innebär att nyhetsinnehållet ska präglas av olika perspektiv genom att bland annat ta upp sådant som

- belyser det som händer lokalt, på riksnivå och globalt
- belyser det som händer lokalt, i Sverige och i världen
- berör barn, unga, personer med funktionsnedsättning, nationella minoriteter samt nyanlända.

Ekot, Radiosporten, lokala P4-kanaler, Sveriges Radio Finska och Sameradion sänder dagliga nyheter. P3 Nyheter, Vetenskapsredaktionen och Kulturreddaktionen sänder varje vardag nyheter utifrån sina olika uppdrag. Nyhetsprogrammet Klartext berättar nyheter på ett enklare sätt och beskrivs i 7.4 Tillgänglighet, Juniornyheterna för barn 9–13 år och i 7.3 Barn och unga. P2 och P6 sänder nyheter på flera nationella minoritets-språk, och redaktionerna publicerar också nyheter på digitala plattformar. Detta beskrivs i 7.5 Minoritetsspråk och där redovisas bland annat att Radio Sweden publicerar nyheter på fem språk via internet. Radio Sweden på lätt svenska är en podd med nyheter på lätt svenska för den som är ny i Sverige. Sveriges Radio har avsatta resurser för att sända extra på webben på tio språk vid större nyhetshändelser.

Snabb nyhetsrapportering

För att kunna hantera stora nyhetshändelser, oavsett när de inträffar, har Ekoredaktionen ett liveteam med ett tiotal medarbetare kl. 09–02 sju dagar i veckan. Teamet sänder med kort varsel i FM och på webben och gör dessutom nyhetsuppdateringar i Vaken med P3 & P4. Stora nyhetshändelser bevakas i realtid i extrasändningar, både i FM och via sverigesradio.se och SR Play.

Samtliga P4-kanaler har sedan 2018 lokal bevakning även kvällstid och möjlighet att ge lokal nyhetsuppdatering samt extrasändningar vid större nyhetshändelser kl. 06.00–23.00 alla dagar i veckan.

Extrasändningar kompletteras i de olika FM-kanalerna med fördjupningar och sammanhang. Även extrainsatta aktualitetsprogram är numera vanligt.

Nyheter på olika språk i Sveriges närområden

Ekot Radio Swedens utbud på engelska riktar sig till en bred publik i Sverige och i våra grannländer som behärskar engelska och inte kan ta del av Sveriges Radios nyhetsutbud på svenska eller andra språk. Utbudet riktar sig till en målgrupp som vill ha fördjupad kunskap och förståelse för Sverige och det svenska samhället. Nyheterna ska spegla det svenska nyhetsläget, erbjuda nyhetsbevakning samt lyfta fram *Ekots* egna nyheter. *Radio Sweden*s engelskspråkiga redaktion har under 2020 fått ett utökat uppdrag givet det faktum att engelska är ett språk som många i olika länder och inom olika språkgrupper i Sveriges närområde förstår och därmed kan tillgodogöra sig utbudet på. Redaktionen producerar klipp, poddar och en veckosammanfattning som sänds i FM. Övriga språk som Sveriges Radio sänder på vid sidan av engelska och de nationella minoritets-språken beskrivs i 7.5 Minoritetsspråk.

Ett nyhetsår dominerat av pandemin – och USA-valet

Pandemins påverkan på nyhetsutbudet under 2020 kan nog inte överdrivas – efterfrågan på nyheter och information från lyssnare steg snabbt under våren, och samtliga nyhetsverksamheter inom Sveriges Radio fick ställa om. I 1.4 *Sveriges Radio under pandemin* finns en översikt över vilka publicistiska prioriteringar företaget gjorde under året. Nyhetsredaktionernas pandemibevakning beskrivs längre fram i detta kapitel, bland annat i

7.3 Barn och unga, 7.4 Tillgänglighet, 7.5 Minoritetsspråk samt 7.7 Lokalt uppdrag.

Ekot upprättade två huvudsakliga spår i sin bevakning:

- Själva pandemin i sig med dess konsekvenser i form av stigande antal dödsfall, global smittspridning och restriktioner som utöver massiv rapportering också ledde till granskningar och fördjupningar. Samarbetet mellan *Ekot* och Vetenskapsredaktionen gav lyssnarna daglig information och fördjupning om smittan i en oviss tid. Vetenskapsradion startade också en särskild coronapodd.
- De samhällsekonomin och mänskliga konsekvenserna när samhället över hela världen stängde ner och vilka effekter detta fick för företag och arbetstagare i Sverige och andra länder. Resurserna för ekonomin-bevakningen stärktes och *Ekonomiekot Extra* gjorde fler sändningar.

Konsekvenserna blev inte bara innehållsliga utan också praktiska. Restriktioner över hela världen ledde till att det blev väsentligt svårare att genomföra resor och kunna bevakna skeenden i andra länder under pandemins första månader. Även i Sverige påverkades bevakningen då ett stort antal medarbetare fick arbeta hemifrån för att verksamhetskritiska funktioner i radiohusen så långt som möjligt skulle skyddas från smittspridningsrisker.

Årets andra stora nyhetshändelse, i hög grad också påverkad av pandemin, var USA-valet som rönt ett mycket stort lyssnarintresse. Sveriges Radios bevakning stod huvudsakligen på två ben:

- **Direktrapportering.** Många reportrar var på plats under valspurten och själva valprocessen med syftet att ge många perspektiv och fördjupning kring de frågor som dominerade under kampanjerna och själva valprocessen.

- **USA-podden.** Den kommenterande och analyserande podden som följer amerikansk politik och dess konsekvenser i USA och i världen fokuserade under 2020 på USA-valet, och under valveckan publicerades inslag flera dagar i följd, även direktsändningar från USA. Intresset har växt stadigt, och USA-podden låg under hösten stadigt bland Poddindex tio högst placerade titlar vad gäller räckvidd.

Under året har mycket fokus också legat på att bevaka Black Lives Matter-demonstrationerna, såväl i USA som i Europa och i Sverige. Ett stort fokus har också legat på Storbritanniens utträde ur EU samt Kinas allt mer dominerande roll i världen.

Utrikesverksamheten

Utrikesrapporteringen i Sveriges Radio ska utöver nyheter också ge bakgrund, sammanhang och förståelse samt hjälpa till att knyta ihop globala, nationella och lokala perspektiv i utbudet.

Sveriges Radios korrespondentorganisation och bevakningsområden framgår av kartan 7.1.3 på sidorna 118–119. Utrikesredaktionen är organiserad för ständig beredskap att snabbt ta sig till platser där nyhetsbevakningen kräver omedelbar närvaro.

Säkerheten för Sveriges Radios utrikesmedarbetare fortsätter att vara en fråga av högsta prioritet. Korrespondenter och utrikesreportrar genomgår obligatorisk och kontinuerlig säkerhetsutbildning. SR använder sig av European Broadcasting Unions, EBU:s, utbildning för utrikesrapporter och kompletterar med regelbunden vidareutbildning.

Ämnespoddar som USA-podden, Europa-podden och Det perfekta Kina, som delvis också sänds i FM, är avsedda att ge förståelse för specialintresserade. I Radiokorrespondenterna tar Sveriges Radios utrikeskorrespondenter med lyssnarna till sina respektive bevakningsområden och belyser ett särskilt tema på djupet. I P4 Världen hörs inslag om veckans stora internatio-

nella nyhetshändelser såväl som vardagsbetraktelser från olika delar av världen.

Granskningar

Den granskande journalistiken är viktig för att Sveriges Radio ska kunna leva upp till sitt uppdrag. Vid sidan av *Ekots grävgrupp* och *Kaliber* i P1, vilka har renodlade granskningssupplag, har samtliga nyhetsredaktioner ett ansvar att granska och avslöja missförhållanden.

2020 utsågs *Ekots serie "Prylarnas pris"* från 2019 till bästa radiogranskning vid Prix Europa.

De lokala P4-kanalerna, *Ekot*, *Naturmorgon*, *Sveriges Radio Finska* och *Radio Romano* samarbetar inom nätverket SR Granskar. Lokala kanaler genomför regelbundet också egna granskningar. *P3 Nyheter Granskar* undersöker ämnen som är viktiga för den unga målgruppen och tar även fram egna nyheter.

Vetenskap

Som beskrivits tidigare har Vetenskapsradions kompetens varit central i Sveriges Radios bevakning under pandemin.

Vetenskapsradions uppdrag med ett 20-tal anställda medarbetare och bas i Uppsala följer och bevakar frågor som vilar på vetenskaplig grund. Sveriges Radio har också en särskild korrespondent för klimatfrågor. *Nyheter från Vetenskapsradion* ger lyssnarna korta nyhetssändningar inom ramen för *P1-morgon* på vardagar.

Under 2020 har utbudet i P1:s tablå utvecklats och förtydligats, och lyssnarna erbjuds nu dagligen program med olika inriktning vilket framgår genom ett tillägg till programnamnet *Vetenskapsradion* i form av benämningarna *Nyheter*, *På djupet*, *Historia*, *Språket*, *Klotet*, *Hälsa* samt *Forskarliv*.

I de lokala P4-kanalernas uppdrag ingår också att de ska bevakar frågor av vetenskaplig karaktär som en naturlig del av aktualitetsprogrammen.

Dokumentärer

Under 2020 belönades *P1 Dokumentärs* och *Ekots* serie "Gamer" med Stora Journalistpriset i klassen Årets berättare. *P1-dokumentären "Estonia – natten jag inte dog"* tilldelades priset för bästa radiodokumentär vid Prix Europa.

Dokumentärerna hör inte bara till de program som oftast belönas med priser – de hör också till de av Sveriges Radios titlar som når störst publik på digitala plattformar. *P3 Dokumentär* är Sveriges mest avlyssnade podd i genomsnitt per vecka under ett år vilket beskrivs i 8.1 *Lyssningsmönstrens utveckling*. I *P3 Dokumentär* skildras stora händelser i Sverige och världen med sikte främst på att nå den unga publiken. Programmen blickar bakåt och gräver i arkiven efter händelser som påverkat historien.

En rad andra dokumentärformat för olika målgrupper och med uppdraget att fördjupa komplexa skeenden och ge kunskap finns också inom Sveriges Radios utbud:

- Det lokala perspektivet står i fokus i *P4 Dokumentär*.
- I *Radiosporten Dokumentär* handlar det om klassiska sportögonblick och om händelser bakom kulisserna i sportens värld.
- I *P2 Dokumentär* berättas om människor bakom musiken och musikens roll i vår värld.
- Inom olika genrer och för yngre målgrupper ryms särskilt utformade dokumentärformat som *P3 Nyheter Dokumentär* och *P3 Musikdokumentär*. Dessa beskrivs i 7.3 *Barn och unga* respektive 7.2 *Kultur*.

Vid sidan av dokumentärerna finns en rad berättande och sinsemellan mycket olika format i Sveriges Radios utbud, bland annat

- **Verkligheten i P3**
- **Svenska berättelser**
- **Sommar i P1.**

Alla dessa program levandegör på vitt skilda sätt människors berättelser och tankar. Flera lokala P4-kanaler och redaktioner för minoritetsspråk gör sammanfattande kortberättelser för att samla ihop och förklara nyhetsflödet kring komplexa frågor.

Livsåskådning

Livsåskådning, filosofisk och andlig reflektion samt religiösa frågeställningar finns i flera av Sveriges Radios program. Flera av de journalistiska programmen har en livaktig dialog via sociala medier eller telefonväxter i sändningar. Några exempel:

- *Människor och tro* i P1 är veckomagasinet som tar upp frågor kring religion, identitet och politik.
- *Filosofiska rummet* i P1 tar upp vår tids mest brännande etiska, existentiella och politiska dilemman.
- Existentiella, tidlösa betraktelser hörs på morgnarna i *Tankar för dagen* i P1.
- *Gudstjänsten* i P1 produceras från Göteborg, Malmö, Växjö, Örebro och Umeå och speglar olika kristna samfund och olika typer av gudstjänster.
- I *Morgonandakten* i P1 hörs många olika röster, främst företrädare för olika religiösa samfund men även exempelvis författare.

7.1.3 Sveriges Radios korrespondentnät 2020

Sveriges Radio har Nordens största korrespondentnät. 17 korresponderter bevakar geografiskt indelade områden. Tre korresponderter bevakar särskilda ämnesområden ur globala perspektiv. På utrikesredaktionen i Stockholm finns också kommentatorer, redaktörer och reportrar.

Korresponderter med geografiskt indelade bevakningsområden:

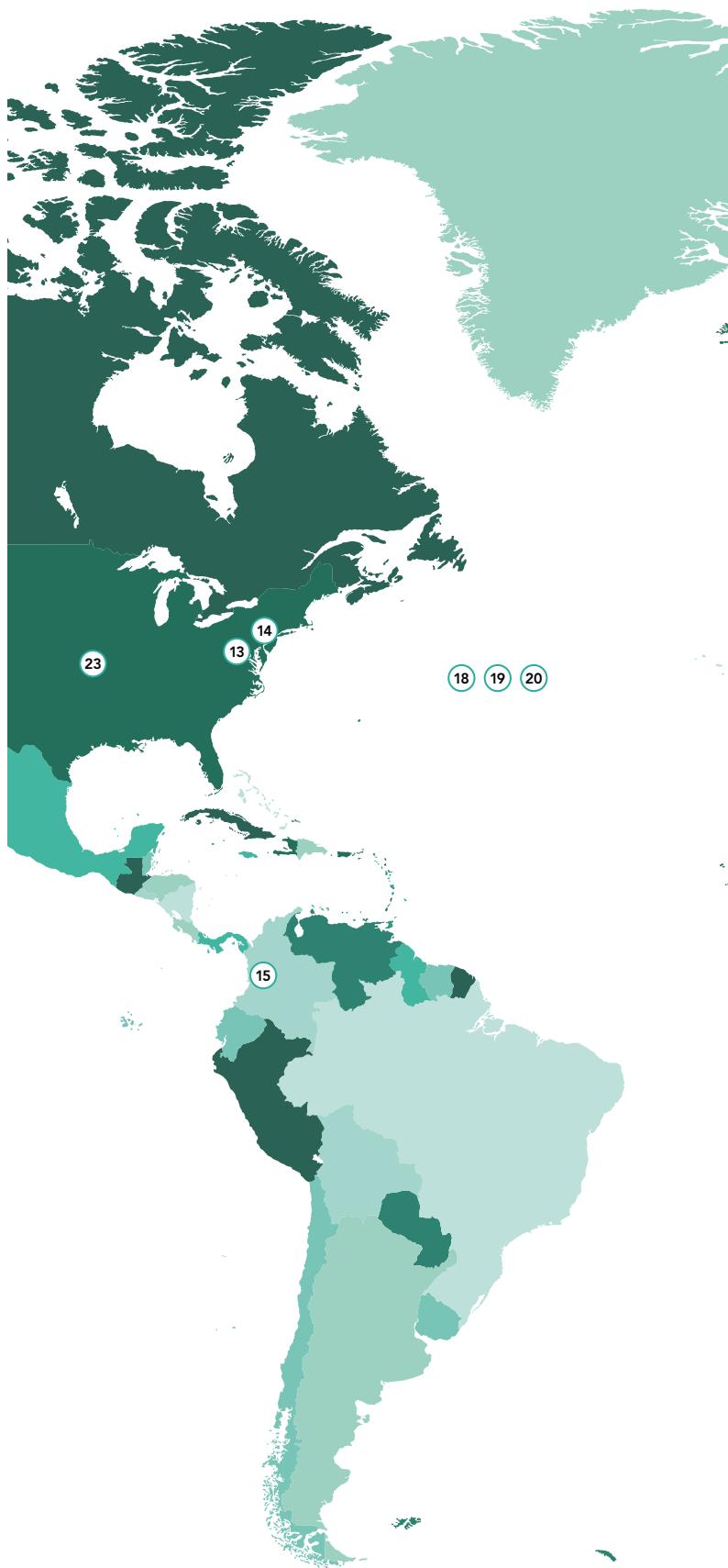
- 1. London** Korresponenten bevakar Storbritannien och Irland.
- 2. Berlin** Korresponenten bevakar Tyskland, Schweiz, Österrike, Tjeckien och Slovakien.
- 3. Bryssel** EU-frågor samt bevakning av Belgien, Nederländerna och Luxemburg.
- 4. Paris** Sydeuropakorresponent som bevakar Frankrike, Italien, Spanien och Portugal.
- 5. Helsingfors** Östersjökorresponent som bevakar Finland, Baltikum och Polen.
- 6. Östeuropa** Östeuropakorresponent som bevakar ett drygt tiootal länder från Ungern i norr till Grekland i söder.
- 7. Danmark** Bevakning av Danmark, Färöarna och Grönland.
- 8. Norge** Bevakning av Norge och Island.
- 9. Moskva** Korresponenten bevakar Ryssland och 13 ex-sovjetiska länder.
- 10. Istanbul** Korresponent för länderna i Mellanöstern.
- 11. Kairo** Korresponent för länderna i Mellanöstern.
- 12. Pretoria** Afrikakorresponent som bevakar ett 50-tal länder söder om Sahara.
- 13. Washington DC** Korresponent för USA och Kanada.
- 14. New York** Korresponent för USA och Kanada.
- 15. Bogotá** Latinamerikakorresponent.
- 16. Bangkok** Asienkorresponent som också bevakar Australien och Nya Zeeland.
- 17. Peking** Kinakorresponent som också bevakar Taiwan, Mongoliet, Japan och Koreahalvön.

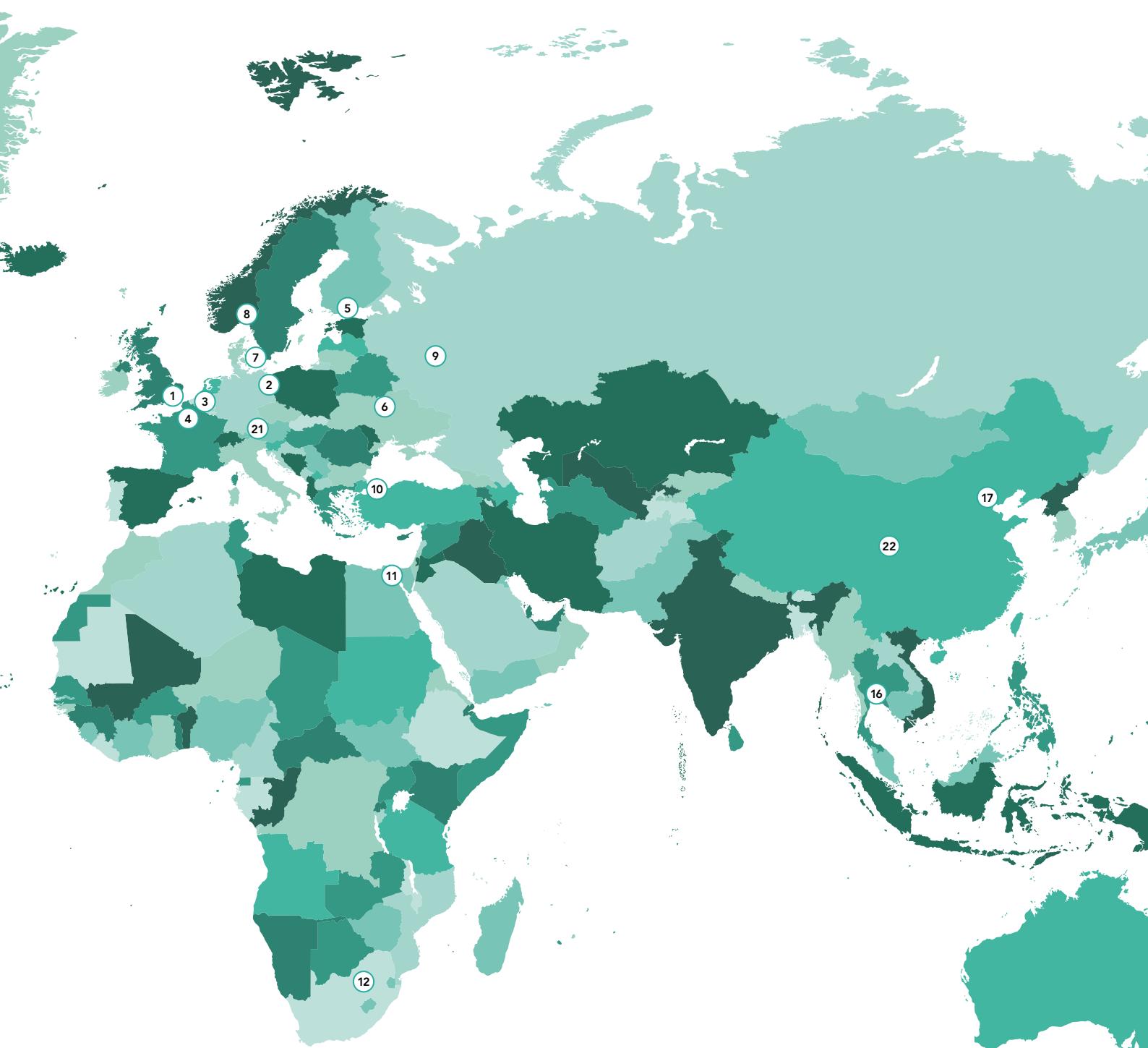
Tema-korresponderter:

- 18. Klimat**
- 19. Migration**
- 20. Ungt Perspektiv**

Kommentatorer:

- 21. EU-kommentator**
- 22. Kina-kommentator**
- 23. USA-kommentator**







Konflikt är Sveriges Radios fördjupande utrikesmagasin som hörs i P1 och on demand.
På bilden ses medarbetarna Anja Sahlberg, Ivar Ekman, Robin Olin och Katja Magnusson.
Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.



Samhälle

Samhällsbevakningen ska ge lyssnarna sammanhang och fördjupning samt ge olika perspektiv på händelser från hela Sverige. Exempel på program som bidrar med fördjupning och analys:

- Dagliga aktualitetsprogram som *P1-morgon* och *Studio Ett* som analyserar dagens frågor och sänder extra vid stora nyhets-händelser.
- Veckomagasinen *Godmorgen, världen!* och *Konflikt i P1* ger lyssnarna tillbakablickar på veckan som gått i och utanför Sverige och analyser av vad som ligger i tiden. *Ekonomi-ekot Extra* i P1 diskuterar veckans viktigaste händelser inom samhällsekonomi och näringsliv. Program som *Lördagsintervjun* och *Det politiska spelet* fördjuper på olika sätt nyheter och aktuell samhällsdebatt på veckobasis.
- Andra program, som *Nordegren & Epstein* i P1, kommenterar aktuella ämnen med lättare tilltal, och *Morgonpasset* i P3 fördjuper aktuella samhällsämnen med ett underhållande tilltal.
- Alla lokala P4-kanaler publicerar, ofta dagligen, en lokal granskning eller nyhet som sedan fördjupas och diskuteras i eftermiddagsprogrammet. Längre och mer djupgående intervjuer sänds framför allt på förmiddagstid.
- Det dagliga aktualitetsprogrammet *P4 Extra* når en mycket stor publik med kommentarer och fördjupningar kring nyheter och kultur samt ämnen av annan, ibland lättare, karaktär. Programmet hörs hela veckan från någon av sändningsorterna Stockholm, Göteborg eller Malmö.

7.2 Kultur

§ 8 / SÄNDNINGSTILLSTÅND

» SR ska erbjuda ett mångsidigt kulturutbud som ska fördjupas, utvecklas och vidgas under tillståndsperioden.

SR ska bevaka, spegla och kritiskt granska händelser på kulturlivets olika områden i Sverige och i andra länder. Det utländska programutbudet ska spegla olika kultukretsar och innehålla program från olika delar av världen. Program om och från de nordiska grannländerna ska sändas i syfte att stärka den nordiska kulturgemenskapen.

SR ska, på egen hand och i samarbete med utomstående producenter och utövare i det svenska kulturlivet, svara för en omfattande produktion av kulturprogram i vid mening. Särskild vikt ska läggas vid dramaproduktion. SR ska spegla de många olika kulturer och kulturytringar som finns i Sverige.

SR ska göra föreställningar, konserter och andra kulturhändelser tillgängliga för hela publiken genom samarbeten med kulturinstitutioner samt fria kulturproducenter på skilda kulturområden i hela Sverige. «



I juni 2020 sattes Mozarts "Don Giovanni" upp i Berwaldhallen med en stjärnkavalkad av svenska operasångare på scen – bland andra Peter Mattei, Malin Byström och Johanna Wallroth under ledning av chefsdirigent Daniel Harding. Foto: Micke Grönberg/Sveriges Radio.

Sveriges Radios kulturutbud ska knyta samman de lokala, nationella och globala perspektiven samt fördjupa kulturens viktigaste frågor och väcka nya.

Fördjupat, vidgat och utvecklat utbud under pandemin

Kulturlivet hör till de sektorer där konsekvenserna av pandemin och restriktioner slagit hårdast mot verksamheter både i Sverige och utomlands. Detta har självklart präglat bevakningen i *Kulturnytt* i P1, P2 och P4 och *P1 Kultur* under 2020. När mängder av föreställningar, konserter och filmpremiärer som normalt bevakas av kulturprogrammen ställdes in eller sköts upp fick också innehållet förändras – bland annat med mer

lyssnarmedverkan, guidning och andra typer av kulturrelaterade samtal och reportage.

Litteraturveckan i P1 fick ställa om men genomfördes under 2020 trots att den lokala närvaro som präglar satsningen under andra år inte var möjlig under 2020. I *Litteraturveckan* ingår också utdelningar av Sveriges Radios Romanpris, Sveriges Radios Lyrikpris och Sveriges Radios Novellpris.

Under 2020 har Sveriges Radio Drama fortsatt utveckla utbudet av dramaserier för att möta förändrade lyssnarbeteenden och efterfrågan. Lyssnaren kan välja mellan längre spänningsdrivna serier, relationskomedier och samtidssatirer.

Flera lokala kanaler som exempelvis P4 Halland och P4 Örebro stöttade det lokala kulturlivet genom samarbeten och genom att anlita lokala kulturtövare.





P3 Serie: *Exorcismen i Eksjö* är ett exempel på hur drama i serieformat utvecklas i takt med att publikintresset växer för att ta del av berättelser och drama on demand.
Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio, grafik Pontus Bergman/Sveriges Radio.

Bevakning, spegling och granskning

Det granskande uppdraget för *Kulturnytt* består av två delar – dels nyhetsjournalistik inom kulturlivet, dels recensionsverksamhet och kritik som bevakar och diskuterar aktuell utgivning och premiärer inom alla konstområden. *Kulturnytt* produceras och sänds i olika upplagor anpassade för kanalerna P1, P2 och P4. *Kulturnytt* och P1 *Kultur* har gemensamma redaktionella planeringsfunktioner placerade på sändningsorterna Stockholm, Göteborg och Malmö och har också fasta medarbetare i Umeå och Luleå. Programmen erbjuder löpande reportage från kultursörer runt om i världen.

Kultur i vid bemärkelse bevakas också av en rad andra redaktioner och program inom Sveriges Radio:

- I samtliga lokala P4-kanaler hörs återkommande bevakning och granskning av det lokala kulturlivet, vilket i många fall naturligtvis också drabbats hårt under pandemin.
- P3 Nyheter rapporterar löpande om populärvärldsheter och granskar området i frågor som är relevanta för målgruppen.
- I Lundströms Bokradio möter lyssnaren svenska och utländska författare i samtal kring litteratur och skrivande. I programmet ingår också *Bokcirkeln* där flera olika deltagare pratar om en boks innehåll och sin egen läsning av den.
- Nya P3 Klubben om kultur och populärvärld lanserades som en del i det förändrade P3, vilket beskrivs i 7.3 *Barn och unga*.
- Redaktionerna för flera av minoritetsspråken har en betydande bevakning av kultur och nöjen i sina program, vilket beskrivs i 7.5 *Minoritetsspråken*.
- I aktualitetsprogram som P1 *Morgon*, Studio Ett och P4 Extra bevakas också kulturlivet.

Kulturproduktion

Under 2020 har tre riktningar varit särskilt markanta i utvecklingen för Sveriges Radios dramaproduktion:

- **Serieformatens utveckling.** Intresset för spännande drama och berättelser i ljudform växer i takt med att lyssnandet via digitala plattformar ökar. Ett exempel är P3 Serie som under 2020 lanserat *Exorcismen i Eksjö*, en skräckserie i rättegångsmiljö, samt *Fallet Alma Diaz*, om en 14-årig försvunnen flicka och hur de sanningar som rullas upp skakar ett litet norrbottenskt samhälle.
- **Decentralisering av dramaproduktion för olika målgrupper.** En allt större andel av Sveriges Radios dramaproduktion görs utanför Stockholm, till exempel P4-titlarna *Mammas nya kille* som görs i Umeå eller *Skärvor* av ett äktenskap som producerades i Malmö under 2020.
- **Klassiker.** När pandemin förändrade många lyssnarens vardag ökade intresset för att även lyssna på radiodrama från förr, och en lång rad av Radioteaterns klassiker tillgängliggjordes igen via *Sverige Radio Play*.

Inom utvecklingsarbetet för radiodrama finns bland annat ambitionen att dramabudgetet i P1 ska ha en aktualitet och spegla svensk nutid. Till de ovan nämnda P3 Serie-satsningarna erbjuds lärarhandledningar i anslutning till respektive drama via sverigesradio.se, för att göra det möjligt för pedagoger att enkelt kunna använda dramaserierna i sin undervisning.

Tillgängliggöra kultur

Kulturutbud och kulturupplevelser tillgängliggörs på en rad sätt i Sveriges Radios olika kanaler:

- P4-kanalerna tillgängliggör det lokala kulturlivet, lyfter fram och speglar lokala musiker och artister genom exempelvis evenemanget *P4 Nästa*.
- *Dagens dikt* i P1 introducerar klassisk lyrik men också nyskriven dikt och författarskap från hela världen.
- *Radioföljetongan* och *Radionovellen* tillgängliggör uppläsningar av litteratur anpassad för lyssnande via radio eller on demand.
- Sveriges Radios *Romanpris* i P1 ger varje år i uppdrag till en lyssnarjury att utse årets vinnare efter läsning av de nominerade böckerna. Juryn rekryteras i en ny del av landet varje år efter att bokcirklar i regionen fått anmäla sitt intresse för att delta. Juryns överläggningar sänds i radio.
- *Barnradions bokpris* har ett liknande upplägg där en grupp barn i ålderskategorin 9–12 år utgör juryn och väljer ut den bok som de tycker är årets bästa för den målgrupp de tillhör.
- Kultur tillgängliggörs också i utbudet för minoritetsspråk.
- Inom Sveriges Radios musikutbud och genom Berwaldhallens verksamhet tillgängliggörs en mängd kulturupplevelser, vilket beskrivs i detta kapitel samt i 1.3 *Sveriges Radio under pandemin*.





Lokala musiker och artister lyfts fram i P4 Nästa, vars riksfinal 2020 leddes av Josefina Johansson och Titti Schultz. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

7.2.1 Kultur – marksänd tid fördelad på sändningstyp, timmar

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Förstasändning	9 052	8 219	8 254					
Parallellsändning	903	836	751					
Repris	1 459	1 551	1 193					
TOTALT	11 413	10 606	10 198					

Kommentar: P3 ökade antalet timmar för kultur samtidigt som nedläggningen av P3 Star och P2 Världen bidrog med en sänkning.

7.2.2 Samarbeten med kulturinstitutioner, antal utsändningar

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Rikskanaler	723	457	283					
Lokala kanaler	2 017	1 723	834					
TOTALT	2 740	2 180	1117					

Kommentar: P3 ökade antalet timmar för kultur samtidigt som nedläggningen av P3 Star och P2 Världen bidrog med en sänkning.

7.2.3 Samarbeten med kulturinstitutioner, antal timmar

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Rikskanaler	818	679	322					
Lokala kanaler	2 785	842	727					
TOTALT	3603	1 521	1049					

Kommentar: Huvuddelen av minskningen mellan 2018 och 2019 var en konsekvens av P5 Sthlms nedläggning. En stor del av kanalens sändningstid var från en studio i Kulturhuset Stadsteatern i Stockholm. Minskningen från 2019 till 2020 härrör från effekter av pandemin som begränsade möjligheter till samarbeten.



"Stolthet och fördom" i halländsk tappning när den lokala P4-kanalen och Teater Halland samarbetade. Fr.v. Mikael Dahl, Acaymo Luis Valdes, Petter Heldt, Morten Vang och Jesper Gester. Foto: Fredrika Karlsson/Sveriges Radio.

Nordisk kulturgemenskap

Samarbeten inom nordisk public service samt bevakning av kulturfrågor i Norden kan se ut på bland annat dessa olika sätt:

- Programmet *Norsken, svensken och dansken* i P1 är ett skandinaviskt samarbetsprojekt producerat av NRK som ska stärka kunskapen om likheter och skillnader mellan våra respektive länder.
- *Kulturnytt* rapporterar regelbundet från de andra nordiska länderna.
- Sameradion producerar direktsända morgonprogram tillsammans med de samiska redaktionerna vid YLE och NRK, vilket beskrivs i 7.5 *Minoritetsspråk*.

Samarbeten med kulturinstitutioner

Till kulturinstitutioner räknar Sveriges Radio kulturproducerande institutioner och aktiviteter

som får offentligt stöd från stat, landsting eller kommun, till exempel teater- och operainstitutioner och statligt finansierade symfoniorkestrar, musikanordnare som Länsmusiken och musikhögskolorna samt fria kulturgrupper. Till kulturinstitutioner räknas även bibliotek, museer och kulturföreningar samt sändningar från eller inspelningar vid festivaler.

Av förklarliga skäl har antalet samarbeten med kulturinstitutioner minskat under pandemin till följd av restriktioner, stängningar och säkerhetsbestämmelser. Många planerade samarbeten fick ställas in eller genomföras på andra sätt, men samtidigt togs andra typer av initiativ till samarbeten. Till exempel stöttade flera lokala kanaler kulturlivet lokalt och regionalt genom en rad olika samarbeten i en svår tid. Som exempel kan nämnas bland annat

- P4 Öreborgs samarbete med Örebro Teater där en skådespelare fick leda förmiddagsprogrammen under en lång tid
- P4 Hallands samarbete med Teater Halland om att sätta upp en specialskriven version av Jane Austens "Stolthet och fördom".

Musikutbudet i Sveriges Radio

54 procent av den sammanlagda sändningstiden i marknätet utgjordes av musik. Under 2020 spelades över 100 000 musiktitlar i hela Sveriges Radio. Som beskrivs i *1.4 Sveriges Radio under pandemin* har flera särskilda konsertserier genomförts i både P2 och P3 för att lyfta fram svenska musiker och svensk musik för publiken i en svår tid då det i stort sett inte har varit möjligt att arrangera konserter och musikframträdanden i liveformat.

Musik är en stor del av Sveriges Radios kulturuppdrag och ska präglas av kulturell och språklig bredd och spänna över många genrer inom konst- och populärmusik. Musik från hela världen och landet spelas. Varje kanal har en musikpolicy med uppsatta mål kring framför allt svensk musik, svenska upphovsmän och sång på svenska. Ambitionen är att urvalet av musik ska vara jämnt fördelat mellan manliga och kvinnliga utövare.

Sveriges Radio arbetar för att främja

- musiklivets utveckling och introducera ny musik och nya talanger
- musik av svenska upphovsmän och med svenska artister och utövare
- musik på svenska språket.

Företaget har en omfattande egen produktion och utsändning av levande musik till hela landet. Musiker och artister medverkar också i lokala kanaler.

Den största andelen sändningstid utgörs av populärmusik som är ett ytterst brett begrepp och rymmer många både smala och breda genrer samt musik från olika epoker.

Musiken i P2

Konstmusik utgör den största delen av musiken i P2. Tyngdpunkten ligger på den centrala klassiska repertoaren och sträcker sig från medeltid till nutid och riktar sig till en publik med stort musikintresse. Musiken presenteras som långa, varierande musikflöden, hela konsertkvällar och operasändningar samt journalistiska specialprogram, reportage, serier och dokumentärer. Andelen svensk musik i P2 är cirka 40 procent.

Antalet konserter som produceras utanför Stockholm står för mer än hälften av utbudet.

Berwaldhallen med Sveriges Radios Symfoniorkester och Radiokören har en särställning. Alla konserter med ensembleerna sänds i Sveriges Radio.

P2 samarbetar regelbundet med konserthus, operahus och andra kulturinstitutioner runt om i landet.

Sveriges Radio beställer varje år ny musik av framför allt svenska tonsättare åt Sveriges Radios Symfoniorkester, Radiokören och P2. Beställningsverksamheten ska bidra till ett levande svenskt musikliv och ett jämställt musikutbud.

De andra stora genrerna i P2 är följande:

- **Jazz** som rör sig mellan traditionella och mer moderna uttryck. Livekonserter från landets jazzscener, ny svensk jazz på skiva och Jazzradion finns i utbudet. SR upp-märksammar ny svensk jazz, inte minst genom priset *P2 Jazzkatten*.
- **Folkmusik** som rymmer visor, folk- och världsmusik samt konstmusik från andra kulturer än den västerländska. Genren hörs i bland annat *Folkmusiken i P2*, och utbudet präglas av samarbeten med svenska arrangörer och av en stor andel musik med svenska utövare och upphovsmän.

Ny musikstrategi under 2021

Under 2020 har ett omfattande arbete gjorts med att utreda musikens roll och betydelse i P3 och P4 i det nutida musik- och medielandskapet där strömningstjänster står för en allt större del av publikens musiklyssning. Under 2021 sjösätts en

ny musikstrategi för Sveriges Radio med syftet att tydliggöra företagets roll och position i det svenska musiklivet och för musikpubliken och att på ett tydligt sätt förankra musikutbudet i public service-uppdraget.

7.2.4 Musik – marksänd tid fördelad på sändningstyp, timmar

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Fonogrammusik								
Förstasändning								
	77 238	64 583	56 399					
Parallelsändning	6 066	4 797	3 947					
Repris	1 546	1 620	1 081					
TOTALT FONOGRAMMUSIK	84 850	71 000	61 427					
Levande musik								
Förstasändning								
	6 833	6 109	5 157					
Parallelsändning	0	0	0					
Repris	108	107	2					
TOTALT LEVANDE MUSIK	6 941	6 216	5 159					
TOTALT MUSIK	91 792	77 216	66 586					

Kommentar: Antalet musiktimmer minskar jämfört med 2019 främst beroende på nedläggningen av DAB-kanalerna P3 Star, P2 Världen och P2 Klassiskt. Tabellen visar hur musiktimmerna fördelar sig mellan fonogrammusik och levande musik per sändningstyp.

7.2.5 Musik – marksänd tid med undergrupper, timmar

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Fonogrammusik								
Populärmusik, olika generer	72 761	63 179	57 467					
Konstmusik	6 664	4 845	3 421					
Jazzmusik	260	240	286					
Folkmusik	5 165	2 736	253					
TOTALT FONOGRAMMUSIK	84 850	71 000	61 427					
Levande musik								
Populärmusik, olika generer	1 571	1 615	1 563					
Konstmusik	5 100	4 393	3 341					
Jazzmusik	180	139	169					
Folkmusik	90	69	86					
TOTALT LEVANDE MUSIK	6 941	6 216	5 159					
TOTALT MUSIK	91 792	77 216	66 586					

Kommentar: Fonogrammusik minskar med 9 573 timmar. Minskningen bestod främst av populärmusik och var en följd av nedläggningen av P3 Star och P2 Världen. Folkmusik via fonogram minskade till följd av P2 Världens nedläggning. Konstmusiken minskade som en följd av att P2 Klassiskt också lades ned 2019. Levande musik minskade med 1 057 timmar, främst beroende på nedläggningen av P2 Klassiskt.

EBU och musiken

Under pandemin har vikten av samarbetet inom Europeiska radio- och TV-unionen EBU (European Broadcasting Union) ställts på sin spets inom musikområdet när många orkestrar tvingats stänga ner, vilket lett till en minskning av nyinspelad musik. Utbytet som sker inom samarbetet står för en betydande del av Sveriges Radios musikutbud för konstmusik, jazz och folkmusik samt populärmusik i olika generer. Genom EBU speglas det internationella musiklivet samtidigt som det

är en väg att sprida svensk musik i Europa. Merparten av konsertutbudet från Sveriges Radios egna ensembler i Berwaldhallen erbjuds EBU:s medlemmar. Ensemblernas existens är en förutsättning för detta utbyte och i förlängningen även en förutsättning för kanalen P2:s existens och utbud.

P3 samarbetar också med EBU och har en invald representant i EBU Eurosonic Group.

Musiken i nya P3

Med lanseringen av det förändrade P3 i januari 2020 följde en större satsning på musikjournalistik och specialprogram för olika genrer inom populärmusiken. Utbudet av musik i P3 är stort och brett och spänner över många olika typer av populärmusik. Under 2020 spelades 13 606 unika titlar i P3 varav 41,3 procent utgjordes av svensk musik (siffran är framtagen med hjälp av tjänsten Radioanalyser). Det är betydligt fler titlar jämfört med många liknande public service-kanaler i Europa och väsentligt fler titlar jämfört med vad

kommersiella radiokanaler erbjuder.

P3 har ambitionen att vara den självklara guiden för den som vill hitta ny musik och erbjuder också fördjupning, till exempel i form av *P3 Låten* där en artist "plockar isär" någon av sina låtar och berättar hur den kom till.

2021 förändras den tidigare lokalt Malmö-baserade kanalen *P3 Din Gata* till att bli en renodlad hiphop-kanal som utgår från lyssnarönskemål och möter det stora intresse för genren som finns i de yngre målgrupperna.



Petter Hallén, Daniel "Kaleevi" Kaleebi, Erika Nielsen och Assia Dahir hörs i den förnyade *P3 Din Gata* som blir en renodlad hiphop-kanal under 2021. Foto: Lina Arvidsson.



Berwaldhallen

• 11 / MEDELSVILLKOR

» SR ska bedriva konserthusverksamhet i Berwaldhallen genom Sveriges Radios symfoniorkester och Radiökören. «

Berwaldhallen med Sveriges Radios Symfoniorkester och Radiökören är en betydelsefull musikinstitution och bidrar till kulturuppdraget genom att sprida levande musik över hela landet. Samtliga konserter från Berwaldhallen sänds i P2. Konserthuset kan därmed sägas vara Sveriges största i åhörarantal då utbudet når en stor publik som annars har långt till en institution av detta slag.

Ett unikt konserthus under pandemin

Under delar av 2020 var konsertverksamheter nedstängda i stora delar av Europa på grund av pandemin. Så inte i Sverige där Berwaldhallen hela tiden har kunnat erbjuda direktsända konserter som nått ut till publik i hela landet via P2 och även digitalt via *Berwaldhallen Play*. Självklart fick stora delar av konsertverksamheten ställa om under 2020, och exempelvis fick Östersjöfestivalen ställas in. Under "vanliga" år ingår Sveriges Radios Symfoniorkester och Radiökören en mängd internationella samarbeten och turnerar runt om i världen, men pandemin satte självklart stopp för det liksom för gästande dirigenter, solister och artister som annars brukar komma till Berwaldhallen. Utbyten är en grundförutsättning för att kör och orkester fortsätter att prestera på internationell toppnivå.

Efter en snabb omställning av organisation och arbetssätt anpassade till restriktioner och säkerhetsföreskrifter kunde Berwaldhallen fortsätta att ge livekonserter under året. Förvisso utan publik på plats, men med en stor lyssnarskara



Radiokören med chefsdirigent Kaspars Putniņš längst till höger. Radiokören grundades 1925, samma år som Sveriges Radio inleddes sina sändningar. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

som tog del av musiken via P2 eller strömning via *Berwaldhallen Play*.

Vårsäsongen avslutades i juni på internationell toppnivå. Chefsdirigenten Daniel Harding, Sveriges Radios Symfoniorkester och Radiokören mötte en stjärnkavalkad av svenska operasångare, bland andra Peter Mattei, Malin Byström och Johanna Wallroth, för en unik, halvscenisk uppsättning av Mozarts opera *Don Giovanni* i Berwaldhallen i regi av solisten och regissören Andrew Staples.

Bland andra konserter som genomfördes under året kan nämnas höstsäsongens start med lyssnarnas önskekonsert med P2-programmet *Klassisk Morgon* samt storbandsjazz med Lisa Nilsson och Nils Landgren. Under julhelgen kunde P2-lyssnarna ta del av framförandet av musiken från tv-serien "Vår tid är nu".

Beställningsverksamhet och ansvar för svenskt musikliv

Berwaldhallens beställningsverksamhet riktar sig främst mot svenska tonsättare, men även interna-

tionella tonsättare får beställningar. Sveriges Radio beställer varje år ny musik direkt för de egna ensembleerna, symfoniorkestern och Radiokören. Utgångspunkten för beställningsverksamheten är ett jämtställt musikutbud.

För att uppnå ett jämtställt musikliv eftersträvas också en jämn fördelning mellan manliga och kvinnliga upphovsmän och utövare i Berwaldhallens verksamhet, där ett särskilt ansvar också tas för musik av svenska upphovsmän och med svenska artister och utövare.

Berwaldhallen har under de senaste åren strävat efter att öppna verksamheten för fler genom att ständigt testa nytt både vad gäller konsertformer och programsättning. Berwaldhallen har också utvecklats till en mötesplats för samtal om konstens och musikens roll i ett demokratiskt samhälle. Evenemangen riktar sig i public services anda till många olika grupper med olika tilltal och teman för konserterna. Berwaldhallen riktar sig särskilt till barn och unga och har ett samarbete med El Sistema för att utveckla intresset för konstmusik bland unga i storstädernas förorter.

7.3 Barn och unga

§ 9 / SÄNDNINGSTILLSTÅND

» SR ska erbjuda ett varierat utbud av program för och med barn och unga. Programmen ska på barns och ungas egna villkor förmedla nyheter och fakta samt kulturella och konstnärliga upplevelser från olika delar av Sverige och världen. SR ska ha en omfattande nyproduktion och egen produktion av program i olika gener för barn och unga. «

» SR ska särskilt utveckla programverksamheten för äldre barn och unga. «

Alla program för barn och unga bygger på idéer och projekt initierade av Sveriges Radio. Stora delar av utbudet produceras internt, men till många projekt och program anlitas externa aktörer för att få bredd och mångfald i utbudet.

Det mesta av Sveriges Radios utbud för barn och ungdomar är nyproduktion. Innehållet är uteslutande producerat i Sverige och på svenska eller något av de nationella minoritetsspråken.

För barn var uppskattningsvis 80 procent av utbudet, 100 procent av nyheterna, sport samt 80 procent av övriga programkategorier egen produktion.

För unga var uppskattningsvis 85 procent av utbudet, 100 procent av nyheterna, 70 procent av underhållningen samt 85 procent av övriga programkategorier egen produktion.

Som framgår av tabellerna 7.3.1–7.3.3 har antalet sändningstimmar för barn upp till 12 år varit stabilt jämfört med 2019 medan det skett en minskning av den sammanlagda sändningstiden för gruppen 13–19 år.

Definitioner av målgrupper

2019 fanns cirka 2,4 miljoner personer i Sverige i åldrarna 0–19 år, enligt statistik från Statistiska Centralbyrån. Variationen av behov och förutsättningar inom hela denna grupp är naturligtvis enorm. Vid sidan av ålder finns det mängder av faktorer, bland annat variationer i uppväxtförhållanden, som kan påverka de unga lyssnarnas möjligheter att nås av och ta till sig utbudet.

Granskningsnämnden har i beslut under förra tillståndsperioden uppmadan public servicebolagen att att ta fram en gemensam definition av vilka åldersgrupper som utgör barn respektive unga. I beslutet för 2019 års public service-redovisning (Dnr: 20/00760) skrev Granskningsnämnden att om ”bolagen anser att detta inte är möjligt eller lämpligt bör bolagen utveckla sina resonemang i den delen”.

Sveriges Radios syn på detta är att

- Bolagen har delvis olika uppdrag – UR har ett pedagogiskt uppdrag och en uppdelning utifrån skolans stadier faller sig naturlig, medan det för Sveriges Radio och SVT kan finnas skäl att organisera arbetet på andra sätt.
- Bolagen verkar på olika marknader – ljud respektive rörlig bild vilket gör att förutsättningarna skiljer sig åt när det gäller att ta fram utbud som är attraktivt för olika lyssnargrupper.
- Nuvarande definitioner av grupper rymmer olika kategorier av lyssnare inom varje grupp. Ett program eller en podd kan i vissa fall vara direkt riktade mot lyssnare i en viss ålder, till exempel *Trotspodden*. I andra fall kan program nå över målgruppsgränser till väsentligt bredare grupper, som till exempel *Juniornyheter*.



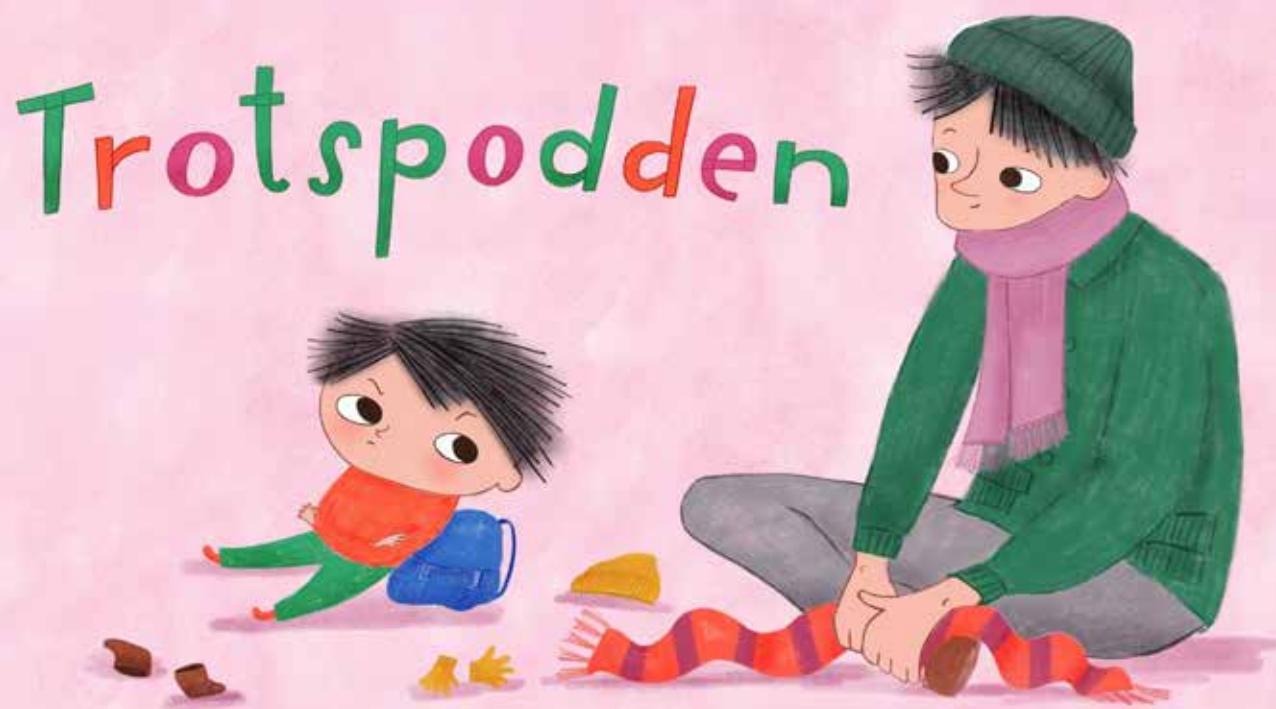
Nasim Rahsepar och Niklas Jonsson vid SR Göteborg som är basen för Juniornyheternas redaktion och samordningen av Sveriges Radios barnutbud. Foto: Henrik Brunnsgård

Grovhuggna åldersindelningar säger i praktiken ytterst lite om vad som faktiskt görs, än mindre om utbudet tillgodoser de många olika behoven i målgrupperna. Som beskrivs i 6.3 Programkategorier blir genreindelningar och sändningsvolymer allt trubbigare mått för att utvärdera publicistisk relevans och måluppfyllelse.

Sveriges Radios uppfattning är också att

nuvarande arbetsätt inom företaget fungerar väl och att det vore olyckligt att riskera att behöva ändra organisationen av redovisningsmässiga skäl.

"Ett program eller en podd kan i vissa fall vara ytterst inriktat på en specifik ålder som till exempel *Trotspodden*."



I juni 2020 lanserades *Trotspodden*, en särskild satsning för en målgrupp med lyssnare som ofta är mycket bestämda.
Illustration: Anna Lindsten.

7.3.1 Marksänd tid för svenska barn och unga, timmar

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Barn upp till 12 år	5 311	5 307	5 329					
Ungdomar 13–19 år	15 015	10 661	6 249					

Kommentar: Minskningen i målgruppen ungdomar 13–19 år är en följd av nedläggningen av P3 Star halvårsskiftet 2019.

7.3.2 Marksänd tid för barnutbud på svenska fördelad på programkategorier 2020, timmar

	Nyheter	Samhälle	Livsstil	Kultur	Sport	Underhållning	Musik	Service	Totalt
Förstasändning	444	410	106	1 708	88	308	8 186	39	11 288
Parallelssändning	73	21	1	7	1	19	101	0	224
Repris	0	1	1	26	0	1	37	0	66
SUMMA	517	433	108	1 741	89	328	8 324	39	11 578

7.3.3 Marksänd tid för tonårsutbud på svenska fördelad på programkategorier 2020, timmar

	Nyheter	Samhälle	Livsstil	Kultur	Sport	Underhållning	Musik	Service	Totalt
Ungdomar 13–19 år									
Förstasändning	428	357	106	629	82	255	4 067	39	5 962
Parallelssändning	73	21	1	7	1	19	101	0	224
Repris	0	1	1	24	0	0	37	0	63
Summa 2020	501	379	108	660	83	273	4 205	39	6 249
Summa 2019	403	416	124	509	91	658	8 420	39	10 661
Förändring	98	-36	-16	151	-8	-384	-4215	0	-4 412

Kommentar: Tabellen visar hur sändningstid riktad till målgruppen 13–19 år fördelar på programkategorier och hur den har förändrats jämfört med 2019. Nyheter och kultur ökade i P3 under 2020. Minskningen av tonårsutbud är en följd av nedläggningen av P3 Star.



Barnutbudet

Sveriges Radios svenska barnutbud riktar sig till två målgrupper: yngre barn upp till åtta år och barn 9–12 år. Merparten av FM-utbudet sänds i familjekanalen P4. Under sommaren och novemberlovet sänds delar av utbudet också i P1. Barnradion producerar även specialbeställda poddar för digital lyssning. Barnprogram på de nationella minoritetsspråken sänds i P2 vilket redovisas i avsnittet *7.5 Minoritetsspråk*.

För mindre barn finns Radioapans knattekanal i DAB kl. 06–20 alla dagar året om. Kanalen innehåller välkända visor och musik, och Radioapan bidrar med igenkänning, prat och finurliga texter mellan låtarna. Radioapan har också två appar som beskrivs i *5.2 Digitala plattformar*.

Det utbud som beskrivs i detta avsnitt är i huvudsak marksänt. Målgruppen kan även lyssna på hela utbudet via internet, direkt eller i efterhand.

Barnradions mål och metoder

Barnradion är till för barnen. Programmen ska förmedla nyheter och fakta till barn utifrån barns egna villkor och erbjuda dem konstnärliga upplevelser från olika delar av Sverige och världen. Barnradion ska vara trovärdig och spegla bredden

av perspektiv som finns i hela den unga befolkningen samt vara tillgänglig för alla barn.

Barnradion arbetar ständigt med innehåll och programutveckling samt ser över vilka nya plattformar utbudet bör finnas på. Detta arbete sker nära målgruppen. Samtal med barn, deras föräldrar och pedagoger är såväl en självklar del i arbetet som en metodik Barnradion använder sig av.

Inom barnutbudet har tre programområden varit föremål för särskilt utvecklingsarbete under 2020:

- **Radioapan.** De små barnens första möten med Barnradion sker i många fall via Radioapan på någon av de digitala plattformarna. Ett arbete har pågått och fortsätter under 2021 med att underlätta för intresserade barn och föräldrar att kunna navigera i det innehåll som är knutet till Radioapan.
- **Juniornyheterna.** Ett större arbete med att utveckla sättet att nå ut till lyssnarna via digitala plattformar och genom dialog i sociala medier har genomförts.
- **Poddar.** För att nå unga lyssnargrupper som från tidig ålder är vana vid att ta del av innehåll via digitala plattformar utvecklas nya poddformat löpande.



Det ska vara lätt att hänga med Radioapan! Därför pågår ett arbete med att underlätta för barn och föräldrar att ta del av innehållet som är knutet till den populära figuren. Illustration: Patrik Lindvall.



Utbud på barns egna villkor

Program som exempelvis *Barnradions bokpris*, *Vi i femman* och *Juniornyheterna* är exempel där redaktionen arbetar i nära samarbete med skolor. *Trotspodden* är ett exempel där samarbete genomförts med förskolor. Det finns fler exempel på hur barn och pedagoger bidragit till programmens utformning under 2020:

- *Sommarskräck* från Drama för unga är ett resultat av direkta önskningar om program med spökhistorier och existentiella funderingar.
- *Helt sant* är ett vetenskapsprogram om jorden och miljön som utvecklades utifrån efterfrågan i målgruppen.
- *Juniornyheterna* hade under 2020 utbyte med en grupp ”mini-korral” som varje vecka hade i uppdrag att skicka in tips på aktuella nyheter och ämnen för målgruppen.
- *Historierummet* har anpassat valet av historiska personer efter önskemål från såväl skolklasser som pedagoger.
- *Radioapans knattekanal* anpassas för att följa de små barnens dygnsrytm, till exempel att vakna på morgonen, klä på sig kläder, borsta tänderna och andra rutiner.

Nyheter och fakta för yngre barn

Under 2020 har *Barnmorgon med Jonas* sändts varje vardagsmorgon i P4 och utgått från ämnen som barn från hela Sverige ringt in om. 2021 fortsätter programformatet sändas med nya programledare. Programmet är barnens egen hörna och bygger uteslutande på samtal med de mindre barnen. Redaktionen arbetar konsekvent med att lyfta fram barn med olika förutsättningar från olika platser i landet och på olika platser i livet och har fokus på att alla barn som lyssnar ska

känna sig delaktiga och identifiera sig med innehållet i programmet.

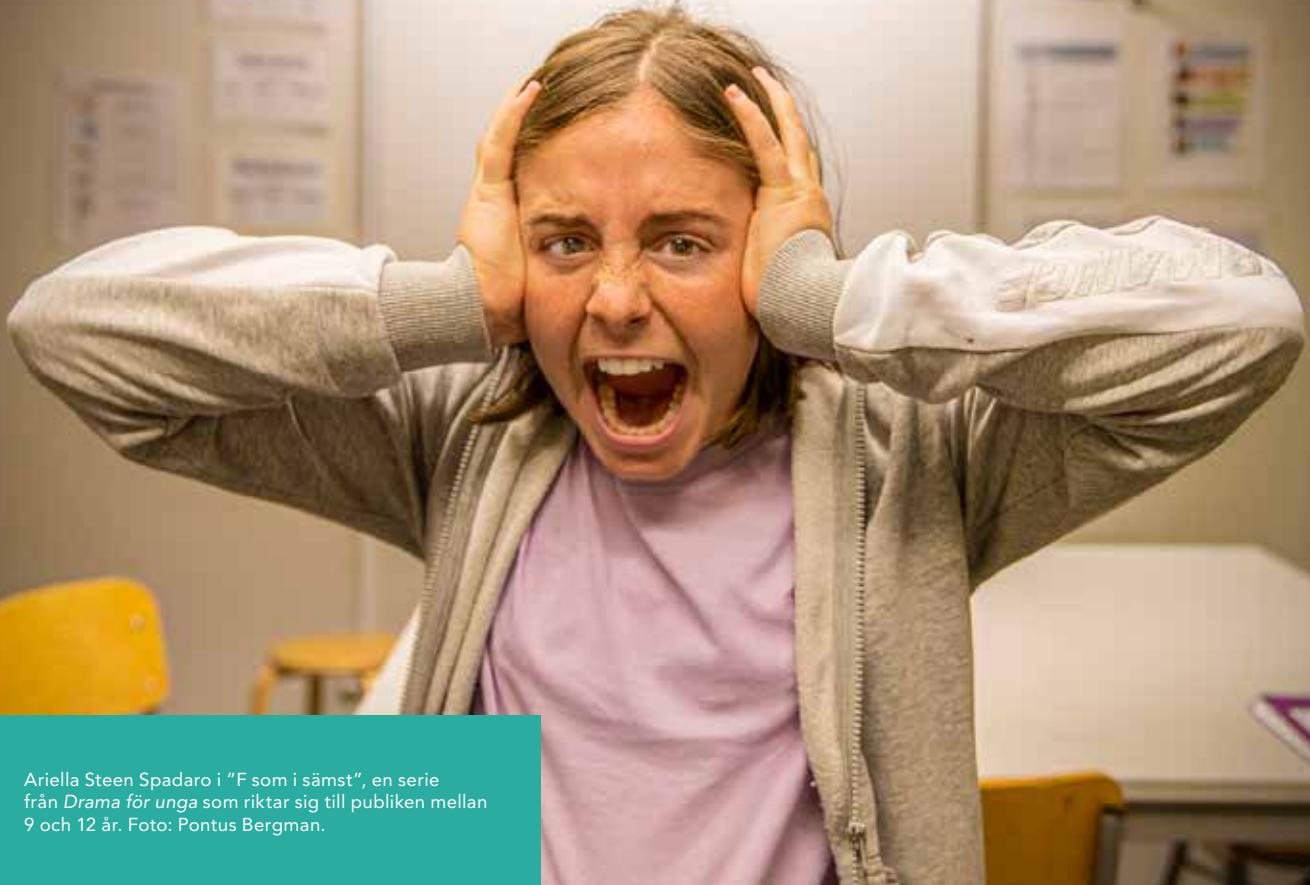
Som beskrivs i 1.4 *Sveriges Radio under pandemin* skapades också programmet *Barnkväll med Jonas* dit barn kunde ringa in och hälsa till någon de inte kunde träffa, önska en låt eller småprata med programledaren. Programmet sändes på söndagar i P4.

Nyheter och fakta för äldre barn

Juniornyheterna sänder en nyhetsuppdatering med barnen i fokus måndag till fredag samt ett specialavsnitt på lördagar. Programmet tar upp såväl inrikes- och utrikesnyheter som underhållning och sport. Barn från hela landet som lever under olika ekonomiska villkor samt barn med funktionsnedsättningar medverkar och pratar om sina intressen och specialkunskaper. *Juniornyheterna* har också ett nära samarbete med lokala P4-stationer.

Juniornyheterna Special är en podd som fördjupar ett större ämne varje lördag. Under 2020 har det naturligtvis i hög grad handlat om pandemin, men även om ämnen som exempelvis att barnkonventionen blivit svensk lag, Black Lives Matter-demonstrationerna samt valet i USA. Specialpodden har även tagit upp svåra historiska nyhetshändelser som Palmemordet och Estonia-katastrofen. *Juniornyheternas* prisbelönades vid New York Festival Radio Awards 2020.

Vi i femman är Sveriges största kunskapsstävling för barn. 2020 deltog cirka 52 000 barn från hela landet i tävlingen. Uppskattningsvis hade drygt 20 procent av de tävlade barnen annan bakgrund än svensk. Den gångna säsongen lades ännu större vikt vid hela klassens medverkan. För att komma vidare till Riksfinalen krävs att hela klassen gör bra ifrån sig i ett moment där de svarar individuellt på 13 kryssfrågor i de lokala finalerna.



Ariella Steen Spadaro i "F som i sämst", en serie från *Drama för unga* som riktar sig till publikens mellan 9 och 12 år. Foto: Pontus Bergman.

Kulturella och konstnärliga upplevelser från olika delar av Sverige och världen

För barn upp till åtta år sänds kvällsprogram varje vardag i P4 på en tid som delas med UR. Utbudet är samlat under rubriken Sagor i Barnradion och innehåller både klassiska och nyskrivna sagor med musik, dramatik, ljud, röster, språk och dialekter. Sagorna speglar olika socioekonomiska, geografiska och kulturella verkligheter i Sverige. Ett axplock:

Under 2020 har Sagor i Barnradion bland annat sänt

- den specialskrivna sagan om *Kville*, en groda som hoppar upp i en människas jackficka och plötsligt hamnar i ett främmande land där han inte känner någon eller känner till något
- sagor som utspelar sig i bland annat Marocko, Jordanien, Ghana, Libanon och Zimbabwe.

Bebispodden fick en uppföljare i form av *Trots-podden*, en specialskriven podd för barn som befinner sig mitt i den omvälvande treårsåldern.

Barnradion gör också radiodrama byggda på kända barnböcker, som till exempel *Jakten på Jack* och *Handbok för Superhjältar*.

För barn i gruppen 9–12 år producerar Drama för unga gestaltande, angelägna och fantasifulla historier med karaktärer det går att identifiera sig med. Programmen sänds i P4 samt säsongsvis i P1.

Några exempel under 2020 är humorserien *Flykten från norra Smultronstigen*, serien *F som i sämst* samt årets julkalender *Knäckarbanketten*.

Musik

Musik spelas i många program i Barnradion, och det finns även ett särskilt utbud med musikinriktning. I Radioapans knattekanal finns *Viskvarten*, *Schlagerkvarnen*, *Apiga önskningar* och *Radioapans godnattkvart* för 3–8 år samt *Fredagsdisco* för 9–12 år. Till många produktioner beställs specialskriven och nyskriven musik.

Digitala satsningar för barn

Barnradion utvecklar löpande utbudet av poddar för stora och små barn. Dels finns alla program som sänds i FM tillgängliga digitalt i minst ett år, dels satsar Barnradion på utbud som beställs direkt som podd. Ett exempel är *Barnradions Poddpaket* som innehåller sagor och dramatik för yngre och äldre barn. Paketen fungerar som introduktion till Barnradions program och ska locka till vidare lyssning.

Radioapans appar beskrivs i 5.2 *Digitala plattformar*.

Utbud riktat till tonåringar

I januari 2020 nylanserades P3 som linjär kanal – kanalen är alltid till för den unga publiken, men den ska också vara tillgänglig för alla lyssnare som vill ha nyheter och annan journalistik om samhällsfrågor, kultur och musik med ett direkt och underhållande tilltal. Satsningen på förnyad och fördjupad musikjournalistik beskrivs i 7.2 *Kultur*.

Samtidigt fortsatte utvecklingen av utbud on demand för den unga publiken, bland annat nya humorpoddar och andra typer av format, i den riktning som gjort P3 till ett mycket framträdande varumärke på den svenska poddmarknaden. Det allra mesta som görs för lyssnande on demand sänds också i FM.

Sveriges Radios marksända erbjudande till tonåringar fanns under 2020 i radiokanalerna P3 och *P3 Din Gata* – den senare kanalen görs under 2021 om till en kanal för hiphop, vilket också beskrivs i 7.2 *Kultur*.

Under de senaste åren har antalet sändningstimmar riktade till målgruppen 13–19 år minskat väsentligt. Det är en effekt av nedläggningen av DAB-kanalen *P3 Star* vid halvårsskiftet under 2019. Det innebär att det som försuntit till allra största delen är populärmusik samt underhållning. Samtidigt har antalet sändningstimmar för nyheter och kultur riktat till gruppen 13–19 år ökat betydligt under 2020 jämfört med året innan. Detta är i linje med den utveckling av innehållet Sveriges Radio strävar efter för den unga publiken. Det gör också att företagets utbud ytterligare

särskiljer sig från det som innehåll som erbjuds av kommersiella radiobolag.

P3:s närvaro i sociala medier är särskilt viktig i arbetet med att nå tonårspubliken. Plattformar som Instagram, Snapchat och YouTube är självklara i de flesta svenska tonåringars liv. Därför är det nödvändigt för Sveriges Radio att också vara där för att möta den unga publiken med opartiskt och oberoende innehåll samt att skapa kännesom hos den unga publiken om hela det utbud som finns i olika kanaler och plattformar. Det handlar också om att bjuda in till medskapande och dialog med tydlig moderering av kommentarer och med P3 Nyheters arbete på Instagram som ett tydligt exempel. P3 Nyheter är Sveriges klart största nyhetsaktör på Instagram – tillväxten för företagets konton beskrivs i 8.1 *Lyssningsmönstrens utveckling*.

Utveckling av innehåll för tonårspubliken under 2021

Sändningstillståndet slår fast att Sveriges Radio ska utveckla programverksamheten för bland annat tonårsgruppen.

En allt större andel av de unga lyssnarna lägger sin huvudsakliga tid för lyssnande på innehåll on demand. Valmöjligheterna är enorma i det utbud som erbjuds av alla olika aktörer som finns på poddmarknaden. Linjär radio är fortfarande förhållandevis stark inom alla åldrar inklusive tonårspubliken, men vanorna och sätten att lyssnas förändras även där.

Under 2020 inleddes ett större strategiskt arbete inom Sveriges Radio för att inom en snar framtid utforma ett förnyat utbud för lyssnarna mellan 13 och 19 år, med tyngdpunkt på innehåll på digitala plattformar. Arbetet sker inom ramarna för P3:s utveckling.

En arbetsgrupp ska ta fram analyser av de olika behov som finns inom målgruppen samt föreslå konkreta satsningar och utvecklingsprojekt. Avsikten är att ett förnyat utbud ska kunna börja lanseras under senare delen av 2021. Som framgår av 10. *Planer för framtiden* är satsningen på att utveckla innehåll för tonåringar ett av Sveriges Radios viktigaste projekt de kommande åren.

Nyheter, samhälle och kultur för tonårspubliken

Varje vardag är *P3 Nyheter* en del av P3:s linjära utbud och går in med med återkommande nyhetssändningar samt med uppdateringar, sammanfattningar och kommentarer inom ramen för de längre programblocken. När en stor nyhetshändelse inträffar tar programmet antingen över tablån och går in med extrasändningar eller går in i befintlig tablå och uppdaterar, förklrar och analyserar.

Till *P3 Nyheter* hör också *P3 Nyheter Granskar* som undersöker ämnen som är viktiga för den unga målgruppen och som även tar fram egna nyheter. *P3 Nyheter Dokumentär* fördjupar nyheter för tonårspubliken. Under 2020 har flera av dokumentärerna tagit upp ett antal frågor i kölvattnet av pandemin.

Sveriges Radio har en särskild korrespondent med ungt perspektiv som bevakar unga frågor i världen. Under 2020 har korrespondenten rapporterat utifrån ett ungt perspektiv på pandemin, USA-valet och de större nyhetshändelserna runt om i världen.

Nyheter, fakta, samhällsfrågor och olika typer av fördjupning erbjuds tonårspubliken i en rad titlar:

- I *P3 Historia* följer lyssnaren en historisk person och får kunskaper inte bara om huvudpersonen utan också om tiden hen verkade i.
- *P3 Dokumentär* är fortsatt en av P3:s och Sveriges Radios största publiksuccéer, vilket beskrivs i 8.1 *Lyssningsmönstrens utveckling*. Framför allt är det en produktion som den unga publiken tar del av digitalt, men programmet sänds även i FM.
- I *Verkligheten i P3* får lyssnaren möta en ung person bakom ett aktuellt fenomen.

Kultur och populärkultur i bred bemärkelse tas lopande upp i P3:s olika program som en del i

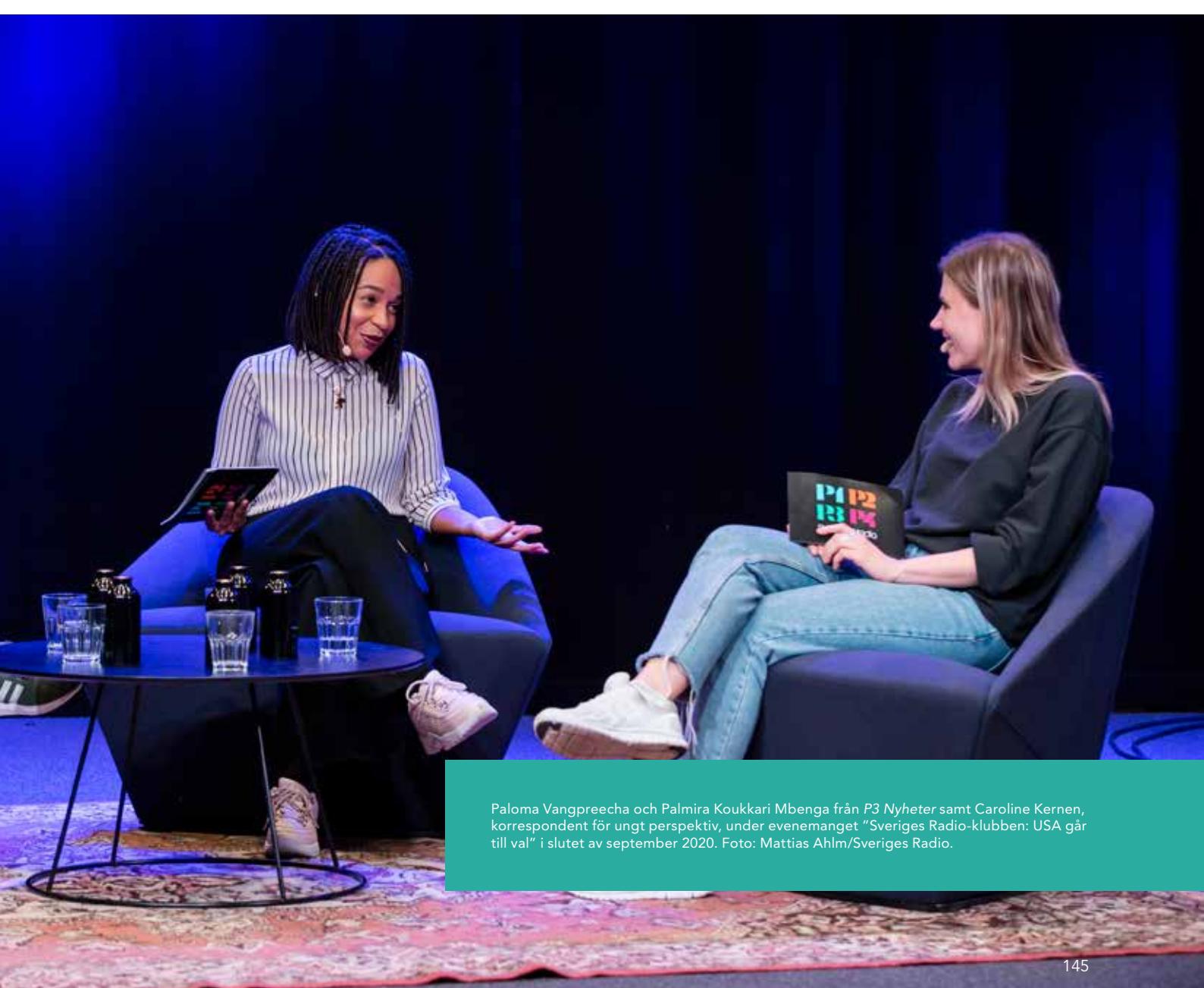
kanalens utveckling mot att erbjuda fler uppdateringar och aktualiteter i de längre programblocken. Detta beskrivs med en rad exempel i 7.2 *Kultur* där också förnyelsen och breddningen av musikjournalistiken tas upp.

Under 2020 lanserades bland annat podden *P3 Klubben* som också sänds i FM. P3:s kulturreporter och en kulturkronikör bjuter på spaningar och samtal om kultur och populärkultur.

En rad andra format inom kategorierna Kultur och Musik är utformade utifrån den unga publikens intressen:



- P3 Musikdokumentär är programmet med dokumentärer om vägen till toppen och livet bakom hitsen för vår tids största artister.
- I Creepypodden i P3 varvas spökhistorier på nätet med lyssnarnas egna berättelser. Podden riktar sig främst till tonåringar och den yngre delen av P3:s målgrupp.
- Podden P3 Låten sänds också i FM. Här berättas om hur en svensk artist "plockar isär" sin låt och i detalj berättar om hur låten blivit till.
- Under vinjetten P3 Serie erbjuds nyskriven dramatik med tyngd på spänning, skräck och mystisk krim.



Paloma Vangpreecha och Palmira Koukari Mbenga från P3 Nyheter samt Caroline Kernen, korrespondent för ungt perspektiv, under evenemanget "Sveriges Radio-klubben: USA går till val" i slutet av september 2020. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

7.4 Tillgänglighet

§ 10 / SÄNDNINGSTILLSTÅND

» SR ska beakta behoven hos personer med funktionsnedsättning. Ambitionsnivån när det gäller möjligheterna för personer med funktionsnedsättning att tillgodogöra sig SR:s utbud ska höjas och tillgängligheten förbättras. Det långsiktiga målet är att hela utbudet görs tillgängligt för alla medborgare.

Tillgängligheten till program för barn och unga ska prioriteras.

SR ska fortsatt prioritera god hörbarhet, bland annat genom att vid utformningen av sändningarna beakta att bakgrundsljud kraftigt kan försämra möjligheten för personer med hörselnedsättning att ta del av utbudet.

Program ska produceras för särskilda målgrupper. I fråga om program om och för personer med funktionsnedsättning får SR, Sveriges Television AB (SVT) och UR sinsemellan fördela ansvaret för olika slags insatser. «

Sveriges Radio har ett särskilt uppdrag vad gäller publiken med funktionsnedsättning. Detta uppdrag kan delas upp i tre huvuddelar:

- Att ha ett inkluderande tilltal och synliggöra personer med funktionsnedsättning på samma sätt som andra personer. Denna del skrivs in i programkontrakt och utvärderas i kanallyssningar.
- Att göra ett anpassat utbud för den del av målgruppen som har kognitiva funktionsnedsättningar.
- Att tillgängliggöra och utveckla utbudet så att så många som möjligt kan ta del av det. Detta innefattar hörbarhet, begriplighet och stödjande funktioner.

Personer med funktionsnedsättning ska finnas med i den vanliga bevakningen på samma villkor som andra personer. Att var och en får representera sig själv, delta och yttra sig i alla möjliga frågor och ämnen och inte specifikt vara representant för en viss funktionsnedsättning är ett

viktigt mål för Sveriges Radios bevakning.

För att uppnå detta är medarbetarnas kunskap och perspektiv en förutsättning, och seminarier och utbildningar kring frågor om funktionsrätt och tillgänglighet hålls regelbundet. Arbetet hänger på ett naturligt sätt samman med det löpande utvecklingsarbete Sveriges Radio genomför under det samlande begreppet perspektiv, vilket beskrivs i *6.4 Perspektiv i utbud och verksamhet*.

Samtliga Sveriges Radios redaktioner och kanaler har ett ansvar att diskutera hur mångfalden kan breddas så att även personer med funktionsnedsättning är inkluderade i vardagsbevakningen.

När var och en representerar sig själv är funktionsnedsättningen inte intressant i sammanhanget. Om en person exempelvis har en synnedsättning eller är rullstolsburen framgår det inte för publiken i radio, och det är heller inte relevant att poängtera personens funktionsnedsättning om den inte har betydelse för det som tas upp i programmet.

Sveriges Radio har kända profiler med olika funktionsnedsättningar vilka därmed också fungerar som förebilder. Det är inget som programledarna berättar om, men det är likväld viktigt.

Program om, för och med personer med funktionsnedsättning

Funk i P1 handlar om hur livet funkar och inte funkar i ett samhälle som ska funka för alla. Säsongens inledande program under våren 2020 kom av naturliga skäl att handla mycket om pandemins konsekvenser för personer med funktionsnedsättning. Programmen tog bland annat upp hur elever med neuropsykiatrisk funktionsnedsättning påverkades av distansundervisning och effekterna av isolering, och dessutom diskuterades frågor om skydd för personer med funktionsnedsättning som också är i riskgrupp.

Pandemin har självklart även stått i fokus för *Klartext* som sänds alla vardagar i P1 och P4. *Klartext* presenterar nyheter i ett längsammare



Anna Bergholtz och Catrine Lundell leder *Funk i P1*, som handlar om hur livet funkar och inte funkar i ett samhälle som ska funka för alla. Foto: Micke Grönberg/Sveriges Radio.

tempo och med enkla ord inom områden som politik, ekonomi och kultur. Programmet innehåller alltid nyheter som särskilt berör målgruppen. Klartext har kontinuerlig dialog med sin publik, ställer målgruppens frågor och utformar allt innehåll så att målgruppen kan förstå och följa med i vad som händer.

Pandemins effekter för personer med funktionsnedsättning har också skildrats och granskats i många av de lokala P4-kanalerna under året.

Ekot och lokala P4-kanaler uppmärksammar och granskar löpande frågor som rör funktionsrätt, politiska diskussioner och förändrad lagstiftning i nyhetssändningarna samt i fördjupande program.

Under hösten 2020 sände *P1 Dokumentär* i samarbete med *Ekot* serien "Vipeholmsanstalten" i fem delar. Vipeholms sjukhus i Lund var Sveriges största så kallade "sinnesslöanstalt", och serien belyste den mörka delen av historien som synen på männskor med funktionsnedsättning utgör.

Kulturnytt granskar allas möjlighet att ta del av kultur och rapporterar om kultur där personer med funktionsnedsättningar är målgrupp och/eller kulturutövare. Det kan också röra sig om diskussioner om hur representation inom kulturen även omfattar personer med funktionsvariationer. Radiosporten har en lång tradition av att berätta om, bevaka och rapportera från parasport.

Utbud och anpassningar för barn med funktionsnedsättning

Ett särskilt anpassat innehåll är en förutsättning för att många ska kunna tillgodogöra sig programmen och stanna kvar och lyssna. Igenkänning och inkludering är viktiga förutsättningar för att ta till sig innehållet.

Programmen som redovisas i detta avsnitt har sänts i marknätet. För att öka tillgängligheten kompletteras många program med bildstöd på webben.

Barnradion arbetar löpande med tillgänglighet för barn med funktionsnedsättning. Program anpassas exempelvis för barn med kognitiv funktionsnedsättning utifrån tematik och produk-

tion samt utifrån hur de presenteras, och de kompletteras med tydligt bildstöd.

När det gäller sagor för mindre barn har fortsatt fokus lagts på bilder kopplade till avsnitt. Detta är särskilt viktigt för yngre barn men också för barn med kognitiv funktionsnedsättning. Bilderna ska tydligt spegla innehåll och målgrupp samt fungera som stöd vid lyssnande och förminnet.

För att få mångfald bland de medverkande arbetar redaktionen med att låta barn med funktionsnedsättning medverka eller genom att låta en rollfigur ha en funktionsnedsättning.

När det gäller att anpassa och tillgängliggöra innehållet för barn med kognitiv funktionsnedsättning genomsyras alla föreställningar från *Drama för unga* av målsättningen att alla barn, oavsett hur bra man är på att koncentrera sig eller hur van man är vid att lyssna på teater, ska kunna höra och förstå handlingen. Det handlar då exempelvis om igenkänning, tydligare ordförståelse, enklare dramaturgi, färre antal karaktärer och bättre hörbarhet i ljudläggningen.

Ett av de viktigaste målen för *Juniornyheterna* är att inkludera och anpassa innehållet för barn med funktionsnedsättning. Detta görs genom reportage men också genom att programledaren tar upp nyheter och anpassar innehållet. I programmet används ett enkelt och beskrivande språk. För att öka begriplighet och förståelse förklaras mer komplexa skeenden i kronologisk ordning och med illustrerande ljudklipp.

Vi i femman har fortsatt arbetet med att coacha och stötta tävlaende blyga barn och barn med neuropsykiatrisk funktionsnedsättning. Utbildningsinsatsen för programmets medarbetare har fokuserat på hur man kan lyfta fram barn och göra dem trygga utifrån sina egna förutsättningar i en ovan miljö.

Utbud och anpassningar för unga med funktionsnedsättning

Nyhets- och aktualitetsprogram för tonårspubliken skildrar och tar upp frågor relaterade till funktionsnedsättningar i sändningar.

För unga och vuxna med kognitiv funktionsnedsättning erbjuder *Klartext* varje dag nyheter som förklaras på ett lite lugnare sätt och med enkla ord. Programmet har också nyheter som särskilt berör målgruppen.

På Sveriges Radio Play finns sedan tidigare år ett antal avsnitt av *P3 Historia* som gjorts i versioner anpassade för personer med kognitiv funktionsnedsättning. Programmen har handlat om en historisk person men med ett enklare språk och en ljudbild med bättre hörbarhet.

Delar av *Musikhjälpen*s sändningar tillgängliggjordes med direkttextning på SVT Play.

Utveckling av tillgänglighet

Sveriges Radio driver ett större försöksprojekt för att utveckla automatisk transkribering från ljud till text. Ambitionen är att utforska om det på sikt kan vara ett sätt att erbjuda en sådan service för lyssnare med exempelvis hörselnedsättning.

Hörbarhet

Sveriges Radios utbud ska vara tillgängligt för hela publiken och även personer med hörselnedsättning ska kunna ta del av programmen. Ljudet ska vara av hög teknisk kvalitet, och vid mixning av olika ljudkällor ska dessa avvägas mot varandra för bästa möjliga hörbarhet. När talet är bärande i sändningarna ska detta prioriteras i ljudbilden. Ljudeffekter och bakgrundsljud ska förstärka information och känsla men inte göra det svårare att uppfatta det som sägs i innehållet.

Sveriges Radio arbetar kontinuerligt med frågor kring tillgänglighet utifrån såväl estetiska som tekniska aspekter på ljudet. De estetiska aspekterna omfattar hur olika ljud blandas eller balanseras mot varandra, diction, betonningar och

pauseringar i talet. De tekniska aspekterna omfattar hur teknisk utrustning och tekniska system används för att åstadkomma högsta möjliga tekniska kvalitet så att ljudet är tydligt och hörbart.

Programproduktionen baseras på de riktlinjer för ljud som är en del av programbeställningarna. Riktlinjerna används när produktionstekniker återkopplar program med programmakarna, ofta tillsammans med utvärderingen av innehållet i programmen.

Modellen utgår från en bedömning av sex olika parametrar:

- talljudets tydlighet
- ljudets karaktär
- bakgrundsljudets funktion
- jämnhet i ljudnivåer
- tempo
- ljudmässiga övergångar mellan olika delar i programmen.

Modellen genomförs i olika omgångar genom hela produktionen. Produktionstekniker deltar även i de lyssningar av kanalerna som genomförs med de sex parametrarna som utgångspunkt.

7.5 Minoritetsspråk

§ 11 / SÄNDNINGSTILLSTÅND

» Förstasändningar på vart och ett av de nationella minoritetsspråken samiska, finska, meänkieli, romani chib och jiddisch ska öka under tillståndsperioden jämfört med 2019 års nivåer. SR:s samlade programutbud på samiska, finska, meänkieli och romani chib ska, sammantaget med SVT:s och UR:s utbud, uppgå till minst 2019 års nivå. Det samlade programutbudet på jiddisch ska, sammantaget med SVT:s och UR:s utbud, öka under tillståndsperioden jämfört med 2019 års nivå. «

» SR, SVT och UR får sinsemellan fördela ansvaret för olika slags insatser avseende den programverksamhet som omfattas av denna bestämmelse. «

§ 9 / SÄNDNINGSTILLSTÅND

» SR ska ta hänsyn till de språkliga behoven hos barn och unga som tillhör språkliga eller etniska minoritetsgrupper. «

Sveriges Radio sänder radio och publicerar innehåll on demand på de fem nationella minoritetsspråken samiska, finska, meänkieli, romani chib och jiddisch. Ambitionen är att stärka de nationella minoriteternas språk, kultur och identitet.

Tillsammans med SVT och UR arbetar Sveriges Radio med att öka det totala antalet förstasändningar på minoritetsspråk under den nu inledda tillståndsperioden. Samtidigt görs ett arbete för att bättre nå ut på digitala platfformar genom att

- utveckla ett mer relevant innehåll
- genomföra ett målmedvetet arbete för att nå publiken på digitala platfformar och via dialog i sociala medier.

Av alla timmar som public service-bolagen totalt erbjuder på de nationella minoritetsspråken kommer drygt 90 procent från Sveriges Radio. Vid sidan av detta sänder Sveriges Radio på en rad språk för stora grupper i vårt land som av olika skäl har behov av nyheter på andra språk än svenska.

Språkredaktionernas publikmässiga förutsättningar och journalistiska utmaningar skiljer sig åt. Skillnaderna i målgruppernas storlek – hur många i Sverige som faktiskt helt eller delvis pratar ett visst språk – är naturligtvis mycket stora. Men även andra faktorer som historik, variationer inom språk och dialekt samma var i landet lyssnarna lever påverkar i mycket hög grad vad program, poddar och nyheter innehåller och hur de låter.

Pandemin har satt blixtbelysning på betydelsen av sändningar på minoritetsspråk. För flera av målgrupperna fanns till en början mycket begränsad information från myndigheter på det egna språket, och Sveriges Radios utbud har haft avgörande betydelse för många lyssnare.

Lyssnandet ökade kraftigt för många av redaktionerna för minoritetsspråk under 2020 och pandemin. En tydlig ökning märktes också i aktiviteten på redaktionernas konton i sociala medier där medarbetare svarat på lyssnarfrågor och förmedlat information.

Språkliga behov hos barn och unga

Barnradion, Sveriges Radios redaktioner för minoritetsspråk och förskolepedagoger har samarbetat med att ta fram satsningen *Randiga sagor* som publicerats och sänds på alla nationella minoritetsspråk under 2020. Med "randiga" menas att sagorna är tvåspråkiga och blandar de nationella minoritetsspråken med svenska. Sagorna är med andra ord anpassade för en mycket ung målgrupp som är tvåspråkig, och även om språkkunskaperna i en familj kan variera kan alla i familjen vara med och lyssna.

Randiga sagor ingår i sagosamlingen Magiska skrinet som sedan 2008 samlat sagor på de fem nationella minoritetsspråken och som finns on demand via Sveriges Radios digitala platfformar.

Som beskrivs i 7.3 Barn och unga kommer

Sveriges Radios fokus för gruppen 13–19 år i högre grad liggia på att utveckla poddar och andra digitala format än på att utveckla linjär radio. Detta för att möta behoven hos en generation som växt upp med att ta del av ljudinnehåll via digitala plattformar. Den unga minoritets-språkpubliken är naturligtvis inget undantag.

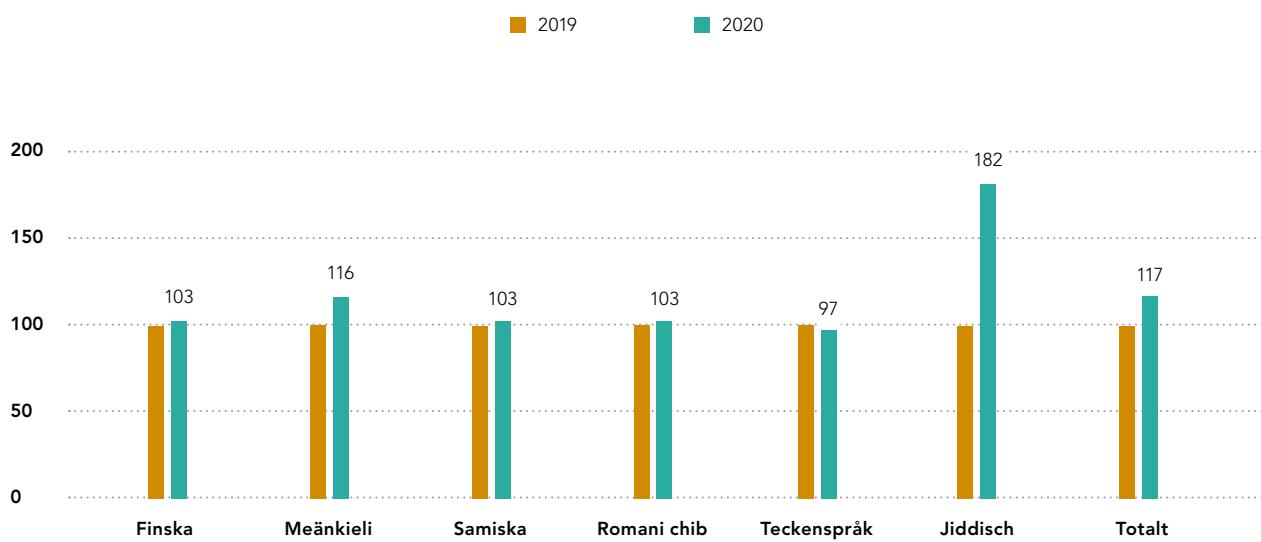
Samarbete mellan bolagen

Sveriges Radio har en tät dialog med SVT och UR om det samlade utbudet för de nationella

minoritetsspråken, och ett avtal om hur samarbetet ska genomföras skrivs varje år mellan bolagens vd:ar. I gemensamma index för samiska, finska, meänkieli, romani chib och jiddisch redovisas hur mängden samlat programutbud utvecklats under tillståndsperioden.

Som framgår av diagrammet 7.5.1 ökade mängden innehåll inom samtliga nationella minoritetsspråk. Utbudet på teckenspråk, som tillhandahålls av SVT och UR, minskade något.

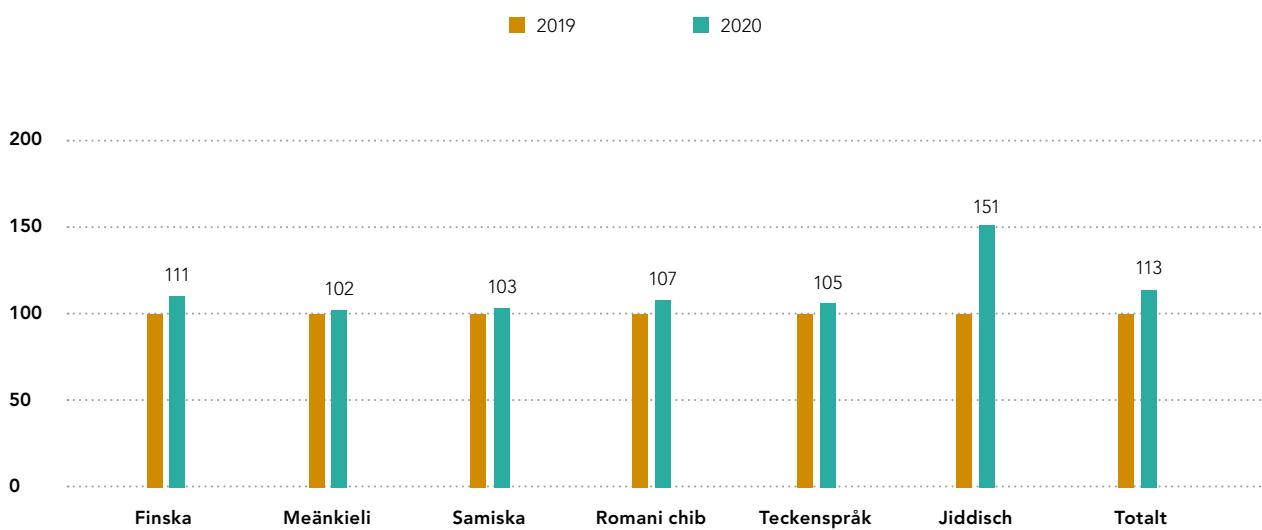
7.5.1 Index för förstasändningar på minoritetsspråk sammantaget för public service-bolagen



Kommentar: Diagrammet visar en gemensam indexmodell som de tre public service-bolagen använder gemensamt. Varje bolags utbud per språk 2019 sätts till 100, och sedan räknas index per bolag och språk om årligen utifrån förändringen av antalet timmar för förstasändningar. Därefter tas ett medelvärde av de tre bolagens enskilda index. År 2020 var indexet 117 jämfört med 2019 då motsvarande indexvärde var 100.



7.5.2 Index för samtliga sändningstimmar på minoritetsspråk sammantaget för public service-bolagen



Kommentar: Diagrammet visar en gemensam indexmodell som de tre public service-bolagen använder gemensamt. Varje bolags utbud per språk 2019 sätts till 100, och sedan räknas index per bolag och språk om årligen utifrån förändringen av antalet timmar. Därefter tas ett medelvärde av de tre bolagens enskilda index. År 2020 var indexet 113 jämfört med 2019 då motsvarande indexvärde var 100.

10 505

timmar sände Sveriges Radio totalt på de fem nationella minoritetsspråken i marknät under 2020.

7.5.3 Total marksänd tid på nationella minoritetsspråk, Sveriges Radio

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
SAMISKA								
Vuxna	1 348	1 353	1 358					
Barn upp till 12 år	18	17	17					
Ungdomar 13–19 år	52	57	57					
Summa samiska	1 418	1 428	1432					
FINSKA								
Vuxna	6 870	6 882	7 006					
Barn upp till 12 år	139	139	148					
Ungdomar 13–19 år	480	481	341					
Summa finska	7 490	7 502	7 495					
MEÄNKIELI								
Vuxna	776	774	789					
Barn upp till 12 år	61	61	61					
Ungdomar 13–19 år	270	272	273					
Summa meänkieli	1 107	1 107	1 123					
ROMANI CHIB								
Vuxna	339	339	340					
Barn upp till 12 år	14	14	14					
Ungdomar 13–19 år	91	91	92					
Summa romani chib	444	444	446					
JIDDISCH								
Vuxna	6	6	7					
Barn upp till 12 år	1	1	1					
Ungdomar 13–19 år	0	0	0					
Summa jiddisch	7	7	9					
TOTALT	10 466	10 488	10 505					

Kommentar: Antalet sändningstimmar sammantaget har ökat med 17 timmar jämfört med 2019. Antalet timmar för jiddisch är avrundade till jämna tal, därav den mindre avvikelsen jämfört med tabellen 7.5.8

Samiska

Sameradion sänder på nord-, syd- och lulesamiska inom alla programkategorier och för alla åldersgrupper. Redaktionen granskas och bevakar det samiska samhället och följer utvecklingen för andra urfolkssamhällen i världen.

Huvudredaktionen ligger i Kiruna och medarbetare finns i Stockholm, Uppsala, Örebro, Umeå, Jokkmokk, Östersund och Karesuando. Sameradion sänder program i FM och via webbkanalen SR Sápmi (Sameradion) och publicerar poddar och klipp i *Sveriges Radio Play*.

Sveriges Radios och SVT:s samiska redaktioner har sedan många år ett publicistiskt samarbete kring nyheter och annat innehåll. Man sänder också gemensamt Sametingets plenarmöten via internet.

I Sameradions nyhets- och aktualitetsprogram är den språkliga basen ofta nordsamiska, men syd- och lulesamiska samt svenska integreras i innehållet, till exempel anlitar redaktionen svenska talande som medverkande i frågor där samisktalande expertis inte alltid finns att tillgå.

När gränserna stängdes mellan de nordiska länderna till följd av pandemin fick det stor påverkan på det samiska samhället. De stängda gränserna fick också konkret påverkan på Sameradions arbete då redaktionen har ett tätt samarbete med YLE:s och NRK:s motsvarigheter. Bland annat direktsänder bolagen gemensamt det två timmar långa morgonprogrammet *Buorre Idit Sápmi* alla vardagar året runt.

En tyngdpunkt under året var också bevakningen av den mångåriga tvisten i det så kallade Girjas-målet. I januari tillämpade Högsta domstolen (HD) samebyn Girjas ensamrätten att bestämma om jakt och fiske i samebyns område ovanför odlingsgränsen.

När nyhetsflödet domineras av mycket tunga och allvarliga nyheter uppstår också efterfrågan på en stunds avkoppling och andra samtalsämnen. I april startade Sameradion därför fredagsprogrammet *Biellu* (*Bjällra* på svenska) som i hög grad utgår från lyssnarnas interaktion via sociala medier.

Under vinjetten Sameradiopodden erbjuds lyssnaren en rad olika poddar som på olika sätt

fördjupar viktiga frågor och fenomen i det samiska samhället i form av dokumentärer, reportage eller samtalsprogram. Två satsningar under 2020 kan nämnas:

- *Dulvi*, ett program för ungdomar – och det beskrivs närmare nedan under rubriken ”Utbud på samiska för barn och unga”.
- *Politik Sápmi – Partiledarna bakom rubrikerna*, en serie djupintervjuer med åtta partiledare inför det stundande Sametingvalet.

Under 2021 satsar Sameradion stort på bevakningen av valet till Sametinget som hålls den 16 maj.

Utbud på samiska för barn och unga

Utbudet på samiska för barn är samlat under namnet Mánáidrádio som både sänds som program och finns på egen sida på sverigesradio.se. Under 2020 lanserades

- de klassiska sagorna om Plupp i samarbete med Meänraatio
- ”Randiga sagor” i samarbete med Barnradion och de övriga minoritets-redaktionerna.

Som nämnts ovan startade podden *Dulvi* som riktar sig till tonårspubliken 2020. Podden tar bland annat upp ämnen som sex, relationer och andra livsfrågor och berör frågor om de förväntningar och normer unga samer växer upp med.

Antalet sändningstimmar för innehåll på samiska för barn i gruppen upp till 12 år samt gruppen 13–19 år ligger på samma nivå som under 2019.



Under 2020 startades podden *Dulvi* som riktar sig till tonårspubliken med livsfrågor, förväntningar och normer som unga samer växer upp med. Programledare Ida Persson Labba (längst fram) leder diskussionen med paneldeltagarna Nils-Joel Partapouli och Pia Labba. Foto: Stefan Karlsson/Sameradion & SVT Sápmi.

7.5.4 Samiska – marksänd tid fördelad på målgrupp och sändningstyp, timmar

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
VUXNA								
Förstasändning	700	705	708					
Parallelsändning	648	648	651					
Repris	0	0	0					
Summa vuxna	1 348	1 353	1 358					
BARN UPP TILL 12 ÅR								
Förstasändning	9	9	9					
Parallelsändning	9	9	9					
Repris	0	0	0					
Summa barn upp till 12 år	18	17	17					
UNGDOMAR 13–19 ÅR								
Förstasändning	26	27	27					
Parallelsändning	26	26	26					
Repris	0	4	4					
Summa ungdomar 13–19 år	53	57	57					
TOTALT SAMISKA	1 418	1 428	1 432					

Kommentar: Tabellen visar hur tiden för sändningar på samiska fördelar efter målgrupp och sändningstyper. Antalet sändningstimmar är i princip i nivå med föregående år.

Finska

Under påskveckan i april 2020 omformades Sisuradio till att bli *Sveriges Radio Finska*. Syftet med namnbytet var att föryna innehållet och skapa ett tydligt samlingsnamn för utbudet för den sverigefinska publiken på alla plattformar. Utbudet utgörs av DAB-kanalen P7 *Sveriges Radio Finska*, poddar och nyhetsklipp i *Sveriges Radio Play*. Kanalen har medarbetare på 13 orter runt om i Sverige.

Nystarten var ett led i ett större utvecklingsarbete som inleddes under 2019. I botten låg bland annat en analys av kanalens varumärke, identitet och profil. Förändringarna gjordes också för att bättre möta de många olika behov som finns i en mycket heterogen målgrupp som består av första, andra och tredje generationerna med finsk bakgrund i Sverige. Totalt beräknas denna grupp bestå av cirka 720 000 personer runt om i Sverige. Att ta fram poddar och utbud on demand av hög kvalitet för denna målgrupp är centralt i *Sveriges Radio Finsk*s utveckling.

Ett motto för den förnyade kanalen är "Aina suomeksi – ibland på svenska" ("Alltid på finska – ibland på svenska"). *Sveriges Radio Finska* erbjuder inte bara utbud talat på finska utan också innehåll med ett finskt perspektiv fast talat på svenska. Tanken är att blanda språken på ett sätt som inte minst många av *SR Finsk*s yngre lyssnare gör i sin vardag. Ett exempel är den svenskspråkiga podden *Vår flerspråkiga vardag* som handlar om vilka utmaningar föräldrar i en flerspråkig familj kan möta.

Att nystarten kom att ske under pandemins inledning märktes naturligtvis i innehållet. De olika nationella strategierna i Sverige och Finland blev föremål för mycket bevakning och debatt, och den historiska stängningen av gränsen mellan länderna fick direkt påverkan för många lyssnare. Ett stort intresse märktes för nyhetsbevakning, ring in-program om pandemin och dialog i sociala medier.

I samband med premiären under påskveckan publicerades också en granskande dokumentärserie om Östersjöns tillstånd, ett förnyat helgprogram under namnet *Lauantaifiikka* (*Lördagsfika*) samt en ny humorserie i kortformat

om språkliga grodor som man kan råka ut för som nyinflyttad i Sverige.

Sveriges Radio Finska delar ut utmärkelserna Årets Sverigefinnar och uppmärksammar på så sätt personer som under det gångna året gjort betydelsefulla insatser för att lyfta fram sverigefinskhet och sverigefinska frågor.

Sveriges Radio Finska samarbetar också med andra redaktioner inom *Sveriges Radio* om nyheter och andra typer av innehåll. I det populära kvällsprogrammet *Karlavagnen i P4* på måndagar växlas språken mellan svenska och finska.



Karlavagnen sänds vardagskvällar och söndagskvällar i P4 – på måndagar leder Soili Huokuna från *Sveriges Radio Finska* programmet och växlar då mellan svenska och finska i samtalten. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

Utbud på finska för barn och unga

Barnprogrammet Roketti hörs varje dag i DAB-kanalen P7 Sveriges Radio Finska och finns på Sveriges Radios digitala plattformar. Under 2020 fördubblades antalet sändningstimmar i

marknätet för den yngsta gruppen upp till 12 år medan det minskade för gruppen 13–19 år. I tonårsgruppen ligger Sveriges Radios fokus som helhet på att nå publiken med satsningar på poddar av hög kvalitet, vilket beskrivs i 7.3 Barn och unga.

7.5.5 Finska – marksänd tid fördelad på målgrupp och sändningstyp, timmar

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
VUXNA								
Förstasändning	3 613	3 427	4 136					
Parallelsändning	1 812	1 812	1 797					
Repris	1 446	1 644	1 073					
Summa vuxna	6 870	6 882	7 006					
BARN UPP TILL 12 ÅR								
Förstasändning	35	35	35					
Parallelsändning	70	70	78					
Repris	35	35	35					
Summa barn upp till 12 år	139	139	148					
UNGDOMAR 13–19 ÅR								
Förstasändning	225	197	159					
Parallelsändning	0	0	0					
Repris	255	284	182					
Summa ungdomar 13–19 år	480	481	341					
TOTALT FINNSKA	7 490	7 502	7 495					

Kommentar: Tabellen visar hur tiden för sändningar på finska fördelar efter målgrupp och sändningstyper. Det totala antalet sändningstimmar är i princip i nivå med föregående år. I samband med förändringen av Sisuradio till Sveriges Radio Finska skedde en omfördelning i sändningstid från målgruppen ungdomar 13–19 år till målgruppen vuxna.



I april förvandlades Sisuradio till Sveriges Radio Finska som en del i arbetet med att utveckla utbudet för en mycket heterogen målgrupp som består av första, andra och tredje generationerna med finsk bakgrund i Sverige. Lanseringen av Sveriges Radio Finska byggde på ett omfattande analysarbete och innebar utveckling av innehåll och tilltal samt ny grafisk profil.

Meänkieli

Meänraatio är Sveriges Radios redaktion för meänkieli med målet att vara en nationell kanal som når minoritetspubliken med angelägna program. Huvudredaktionen finns i Pajala, och redaktionen har också medarbetare i Uppsala och Övertorneå. Programmen sänds i FM-kanalerna P4 Norrbotten, P2 och P6 samt i DAB-kanalen P7 Sveriges Radio Finska. *Meänraatios* uppdrag är att spegla språk, kultur och identitet för publiken i Norrbotten och Stockholm via marksänd radio samt via webb och sociala medier för meänkielitalande i andra delar av Sverige och världen.

Under 2020 har *Meänraatio* haft ett stort fokus på att stärka arbetet med nyheter och aktualiteter i sändningarna. Pandemin har naturligtvis dominerat i bevakningen, inte minst de effekter stängningen av gränsen mellan Finland och Sverige fick för många av lyssnarna som bor i gränstrakterna.

Den gränsöverskridande bevakningen är ett signum för *Meänraatio* som bland annat sänder veckovisa rapporter från grannländerna i Barentsregionen. Under året lade redaktionen bland annat mycket kraft på att skildra besöksnäringen på båda sidor gränsen mellan Sverige och Finland.

Det gränsöverskridande omfattar i *Meänraatios* fall väsentligt fler dimensioner än de fysiska gränserna, inte minst språkets roll. Det tar sig uttryck i olika programformer:

- Veckomagasinet *Gränslöst* riktar sig till unga vuxna med målet att de lyssnare som förstår språket ska lära sig mer och våga använda det. Meänkieli är huvudspråk, men inslag på både finska och svenska förekommer. Under 2020 utvecklades formatet till att vara mer anpassat för poddlyssnande och på så vis attrahera den yngre publiken.
- Varje månad direktsänds ett språkprogram där lyssnarna kan diskutera meänkieli med programledare och språk experter.

- Gratulations- och hälsningsprogrammet *Finnmix* bygger på direkt lyssnarmedverkan och meänkieli, svenska, och finska talas blandat.

Meänraatio gav i en serie inslag också fördjupning kring konsekvenserna av Högsta domstolens dom i det uppmärksammade målet kring samebyn Girjas. Serien berörde tvister och motsättningar mellan samebyar och andra byar i Torne-dalen och blev starten för en dialog mellan företrädare för de olika sidorna.

För att göra utbudet mer tillgängligt för dem som inte behärskar meänkieli fullt ut skrivs *Meänraatios* texter på webben på både meänkieli och svenska. Genom att öka det digitala utbudet är målet att *Meänraatios* innehåll ska vara tillgängligt och relevant för meänkielitalande oavsett var de bor. Redaktionen ska också bidra till att majoritetspubliken får djupare kunskap om Sveriges minoriteter genom att redaktionens specialistkompetens kommer andra redaktioner inom Sveriges Radio till del.

Utbud på meänkieli för barn och unga

För barn sänds varje vecka ett tiominutersprogram med sagor och berättelser på meänkieli som samlas på webben under rubriken *Meän Kläpit*. Under 2020 lanserades

- de klassiska sagorna om Plupp i samarbete med Sameradion
- ”Randiga sagor” i samarbete med Barnradion och de övriga minoritetsredaktionerna.

Satsningarna beskrivs också i 7.3 *Barn och unga*. Under 2020 ökade det marksända utbudet för barn upp till 12 år, medan det minskade för gruppen 13–19 år. I tonårsgruppen ligger Sveriges Radios fokus som helhet på att nå publiken med satsningar på poddar av hög kvalitet, vilket beskrivs i 7.3 *Barn och unga*.

7.5.6 Meänkieli – marksänd tid fördelad på målgrupp och sändningstyp, timmar

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
VUXNA								
Förstasändning	270	269	274					
Parallelsändning	431	430	437					
Repris	75	75	78					
Summa vuxna	776	774	789					
BARN UPP TILL 12 ÅR								
Förstasändning	17	17	18					
Parallelsändning	35	35	35					
Repris	9	9	9					
Summa barn upp till 12 år	61	61	61					
UNGDOMAR 13–19 ÅR								
Förstasändning	89	90	90					
Parallelsändning	132	134	132					
Repris	49	49	50					
Summa ungdomar 13–19 år	270	272	273					
TOTALT MEÄNKIELI	1 107	1 107	1 123					

Kommentar: Tabellen visar hur tiden för sändningar på meänkieli fördelar efter målgrupp och sändningstyper. Antalet sändningstimmar är i princip i nivå med föregående år.



Reporter Annika Lantto hörs bland annat i veckomagasinet *Gränslöst* i Meänraatio. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.



Marek Glindrönn och Gloria Ralfort leder ungdomsprogrammet *Terni Generacia* som produceras i Malmö. Foto: Nils Bergendal.

Romani chib

Radio Romano producerar och sänder program på romani chib i P2 och i P6 Stockholm samt på Sveriges Radios digitala plattformar. Utbudet ska främja och stärka det romska språket, den romska kulturen och den romska identiteten för romanitalande i Sverige. Redaktionen bevakar samhällsfrågor, politiska beslut och händelser relaterade till den romska minoritetens livsvillkor i Sverige med fördjupningar kring bland annat romsk inkludering i samhället och utbildnings- och omsorgsfrågor. Även andra nationella minoritetsfrågor som är relevanta för målgruppen bevakas. Radio Romano publicerar korta sammanfattningar av nyheter och inslag på svenska på sverigesradio.se för att de romer som inte behärskar romani ska kunna ta del av innehållet.

Under våren fick Radio Romano se en stor uppgång i publikens lyssning och användning av innehållet på digitala plattformar, och en kraftigt ökad dialog och aktivitet på redaktionens konton på sociala medier. När information om pandemin på det egna språket i hög grad saknades från myndigheter vände sig många i målgruppen till

den enda romanispråkiga nyhetsredaktionen i Sverige dels för nyhetsförmedling och kunskapsinhämtning, dels för att ta del av information och kunna ställa frågor direkt till redaktionens medarbetare. Redaktionens utbud nådde via digitala plattformar också en mängd lyssnare utanför Sveriges gränser som sökte nyheter och information om pandemin på romani chib.

Vikten av att förmedla korrekt och begriplig information har en särskild betydelse för Radio Romano som har en extra utmaning i att göra journalistiken tillgänglig och begriplig för alla inom målgruppen. Antalet dialekar inom romani chib är många, och skillnaderna i ord och uttryck kan vara relativt stora. Det gör att Radio Romanos reportrar lägger mycket kraft på att tolka, förklara och förtydliga begrepp och sammanhang för att kunna vara begripliga för hela målgruppen, oavsett vilken dialekt lyssnaren talar.

Radio Romano samarbetar också med *Ekot* och lokala kanaler och bidrar med specialkompetens i det svenskapråkiga nyhetsutbudet. Redaktionen har även en omfattande bevakning av romsk kultur.

Utbud på romani chib för barn och unga

Ungdomsprogrammet *Terni Generatcia*, som sänds från Malmö, har ett brett innehållsligt spektrum från samhällsfrågor till livsstilsämnen. Här bevakas frågor som rör romsk vardag, kultur

och underhållning ur unga romers perspektiv.

Radio Romanos egenproducerade barnprogram innehåller bland annat nya sagor för barn på olika romska dialekter som lovari, kaldersah, arli, kale och resande romani. Satsningen "Randiga sagor" gjordes även på romani chib.

7.5.7 Romani chib – marksänd tid fördelad på målgrupp och sändningstyp, timmar

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
VUXNA								
Förstasändning								
	113	113	113					
Parallelsändning	113	113	113					
Repris	113	113	113					
Summa vuxna	339	339	340					
BARN UPP TILL 12 ÅR								
Förstasändning								
	5	5	5					
Parallelsändning	5	5	5					
Repris	5	5	5					
Summa barn upp till 12 år	14	14	14					
UNGDOMAR 13–19 ÅR								
Förstasändning								
	39	39	40					
Parallelsändning	39	39	40					
Repris	13	13	13					
Summa ungdomar 13–19 år	91	91	92					
TOTALT ROMANI CHIB	444	444	446					

Kommentar: Tabellen visar hur tiden för sändningar på romani chib fördelar efter målgrupp och sändningstyper. Antalet sändningstimmar är i princip i nivå med föregående år.

Jiddisch

Program på och om jiddisch har funnits i många år i Sveriges Radio. I P1 sänds regelbundet *Jiddisch far alle* som är korta program på jiddisch och svenska om hur språket utvecklas i Sverige och världen i dag. Under 2020 sände *Folkmusiken* i P2 konserter med klezmermusik och sånger på jiddisch inom de särskilda konsertserier kanalen tog initiativ till för att stötta svenskt musikliv under pandemin när möjligheten till livemusik var ytterst begränsad. P1-programmet *Nordegren & Epstein* uppmärksammade jiddisch i samband med Förintelsens minnesdag. Programledarna diskuterade tillsammans med inbjudna gäster språkets ställning i dag, och ett klezmerband framförde en låt på jiddisch.

Utbud på jiddisch för barn och unga

Den tvåspråkiga satsningen *Randiga sagor* för den yngsta målgruppen omfattade inläsningar på jiddisch och svenska blandat. I utbudet som samlas under vinjetten *Magiska skrinet (Di farkishefte pishke på jiddisch)* finns ett stort antal barnsagor på jiddisch också on demand.

"I P1 sänds regelbundet *Jiddisch far alle* som är korta program på jiddisch och svenska om hur språket lever i Sverige och världen idag."

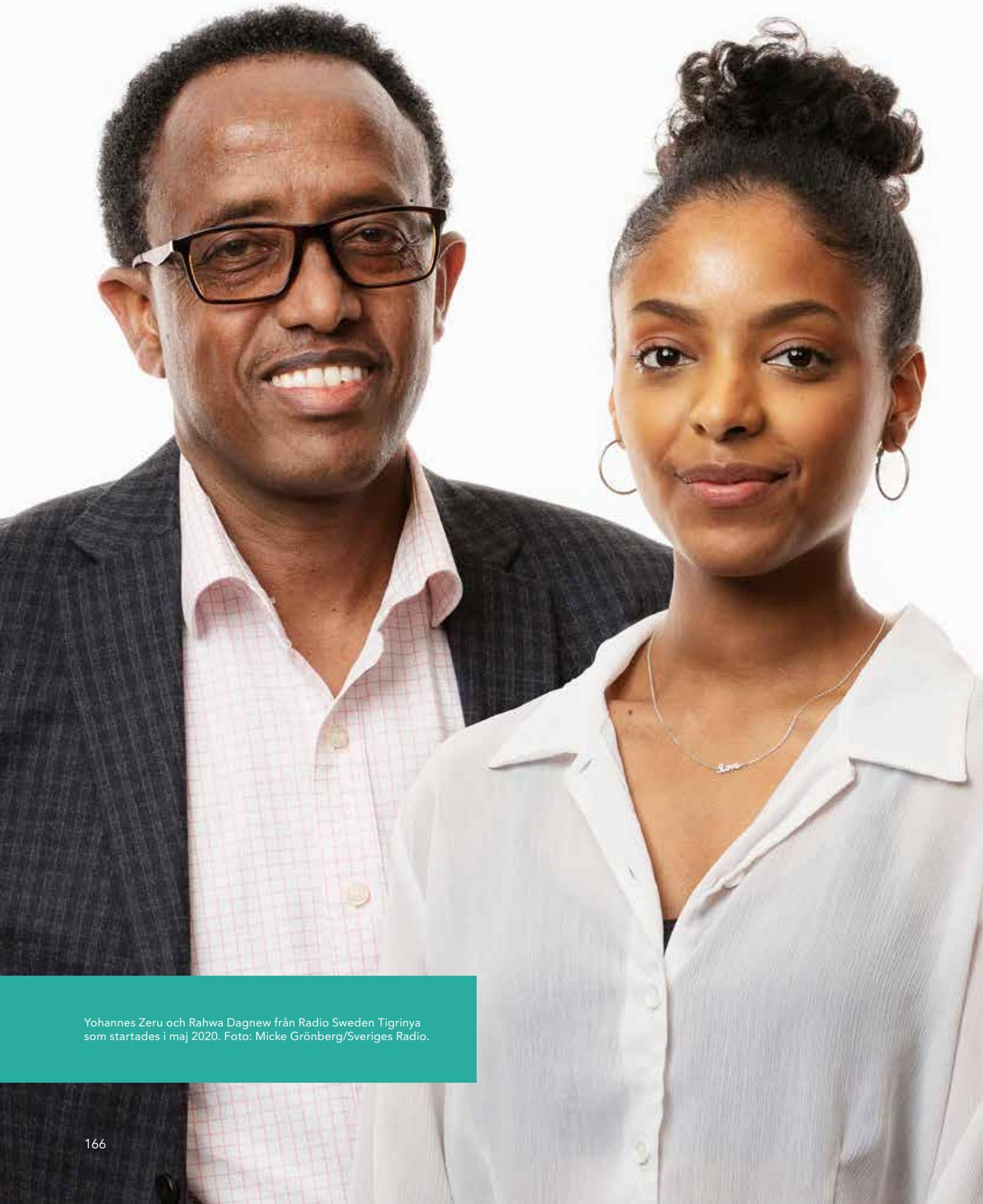
7.5.8 Jiddisch – marksänd tid fördelad på sändningstyp, timmar

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Förstasändning	3,3	3,3	3,8					
Parallelsändning	0,0	0,0	0,0					
Repris	4,0	4,0	4,8					
Totalt Jiddisch	7,3	7,3	8,7					

Kommentar: Antalet sändningstimmar på jiddisch ökade med 1,4 timmar jämfört med 2019.



Randiga sagor lanserades i november 2020 och består av lekfulla, tvåspråkiga berättelser för barn från tre år och uppåt. Satsningen riktar sig till barn som har en koppling till något av de fem nationella minoritetsspråken, men det går lika bra att lyssna om man bara talar svenska. Illustration: Lotta Geffenblad.



Yohannes Zeru och Rahwa Dagnew från Radio Sweden Tigrinya som startades i maj 2020. Foto: Micke Grönberg/Sveriges Radio.

Andra minoritetsspråk

§ 11 / SÄNDNINGSTILLSTÅND

» SR ska även erbjuda ett utbud på andra minoritets-språk. «

Ekot Radio Sweden sände på dessa språk under 2020

- arabiska
- kurdiska
- somaliska
- persiska
- engelska
- på lätt svenska
- tigrinja (från maj 2020)

Radio Sweden är en del av Ekot och en egen självständig redaktion som publicerar innehåll på flera olika språk. Redaktionens uppdrag är att erbjuda innehåll till lyssnare som har annan bakgrund än svensk och som bor, lever och arbetar i Sverige, som behärskar svenska mer eller mindre bra och som efterfrågar nyhetsutbud som utgår från deras perspektiv och behov.

Pandemins utbrott ledde till en kraftig ökning av lyssningen på Radio Swedens innehåll. Trafiken till digitala publiceringar och dialogen på redaktionernas konton i sociala medier växte också snabbt. För vissa av språkredaktionerna flerdubblades antalet lyssnare under 2020. De dagliga sändningarna och uppdateringarna förstärktes också under den mest nyhetsintensiva perioden med utökad bemanning även på helgdagar.

Efterfrågan kan ses i ljuset av den debatt som uppstod kring bristen på information från myndigheter på andra språk än svenska. Myndigheten för samhälle och beredskap (MSB), Krisinformation.se och ett flertal andra myndigheter inklusive ett antal regioner började efter hand också länka till Radio Swedens webbsidor på olika språk.

Nyhetsbevakningen utformades efter de behov som redaktionerna för respektive språk bedömde som viktigast för sina målgrupper. Som exempel kan nämnas att den somaliska redaktionen tidigt uppmärksammade den omfattande smittspridningen i bostadsområdena på Järvafältet i Stockholm.

I maj 2020 utökades Radio Sweden också med rapportering på tigrinja, en satsning som fortsätter in i 2021. Vid sidan av egna publiceringar bidrog tigrinja-redaktionen också med att ge fler perspektiv i Ekots svenskaspråkiga rapportering kring konflikten i Tigray-regionen i norra Etiopien.

Under 2020 genomförde Radio Sweden också en särskild satsning med anledning av att fem år gått sedan flyktingkrisen 2015.

Radio Swedens innehåll på engelska riktar sig till en bred publik i Sverige och våra grannländer som behärskar engelska. Utbudet riktar sig till en målgrupp som vill ha fördjupad kunskap om Sverige och det svenska samhället men som inte kan ta del av nyhetsutbudet på svenska.

7.6 Dialog med berörda grupper

§ 10 / SÄNDNINGSTILLSTÅND

» SR ska ha en kontinuerlig dialog med de berörda grupperna. «

§ 11 / SÄNDNINGSTILLSTÅND

» SR ska ha en kontinuerlig dialog med de berörda grupperna. «

Sveriges Radio ska regelbundet ha en dialog med berörda grupper inom områdena minoritetsspråk respektive tillgänglighet. Det sker på två sätt:

- Redaktionerna har löpande kontakt med sina lyssnare.
- Företrädare för Sveriges Radio har regelbundna möten med intresseorganisationer inom respektive område.

Skillnaden mellan dialogformerna är viktig. Oberoendet för public service ska aldrig kunna ifrågasättas. Redaktionerna måste vära den journalistiska integriteten och hålla ”en arm längds avstånd” till de organisationer som regelbundet bevakas. Därför har Sveriges Radio under de senaste åren ökat antalet kontakter för en dialog mellan representanter för olika organisationer och Sveriges Radio på ledningsnivå.

Dialog om tillgänglighet

Redaktioner som på olika sätt tar upp frågor som berör tillgänglighet har löpande lyssnarkontakt.

Under 2020 hade Sveriges Radio en dialog med Funktionsrätt Sverige, en paraplyorganisation för 46 olika organisationer, kring frågor om tillgänglighet och funktionsrätt.

PS Funk-dagen är en årlig konferens där

företrädare för olika organisationer med fokus på frågor om tillgänglighet och funktionsrätt och företrädare för Sveriges Radio, SVT och UR möts. Syftet är att inspirera till bättre inkludering av personer med funktionsnedsättning i public service. En digital workshop hölls våren 2020, men till följd av pandemin kunde dock PS Funk-dagen inte genomföras under 2020.

Dialog om minoritetsspråk

Redaktionerna för minoritetsspråk för löpande dialog med lyssnare på olika sätt, till exempel under utesändningar, via e-post, telefon och sociala medier.

Pandemin medförde å ena sidan en kraftig ökning av redaktionernas dialoger med sina lyssnare via sociala medier och ring in-program. Å andra sidan blev det omöjligt att genomföra en stor del av det arbete som redaktionerna annars gör i form av evenemang och publikmöten.

Representanter för Sveriges Radio träffar regelbundet organisationer som företräder nationella minoriteter. Utbuds- och kanalansvariga för de nationella minoritetsspråken och SR-representanter från ledningsnivå har under 2020 hållit följande möten för respektive språk:

- **Samiska:** dialogmöte med Sametinget
- **Meänkieli:** dialogmöte med STR-T
- **Romani chib:** dialogmöte med representanter för romska och resande kvinnor genom organisationen Rom och resande kvinnojour
- **Finska:** Sverigefinska riksförbundet, Unga Sverigefinnar och Sverigefinländarnas delegation
- **Jiddisch:** Sveriges Jiddischförbund

Samtliga möten genomfördes via digitala plattformar till följd av pandemin.

7.7 Lokalt uppdrag

§ 1 / SÄNDNINGSTILLSTÅND

» SR ska samtidigt sända fyra ljudradioprogram till hela landet, varav ett även ska ha regionalt uppdelat innehåll. «

• 13 / MEDELSVILLKOR

» Den lokala och regionala organisationen ska ges tillräckliga resurser för att effektivt kunna spegla respektive områdets särprägel och egenart. Organisationen ska utformas med syfte att möjliggöra hög närvaro av personer ute i landet med kunskap om och förankring i de olika regionerna. «

§ 7 / SÄNDNINGSTILLSTÅND

» Den journalistiska bevakningen av svagt bevakade områden ska stärkas under tillståndsperioden. «

I mångt och mycket är lokalt synonymt med centralt i svensk radio. Nära hälften av all den samlade tid Sveriges befolkning ägnar åt radiolyssnande en genomsnittlig tid läggs hos P4-kanalerna där det lokala innehållet har sin hemvist i Sveriges Radio. Nära sex av tio svenskar lyssnar på P4 under en vecka. Över 90 procent av antalet lokala sändningstimmar i public service kommer från Sveriges Radio.

P4 utgörs av 25 lokala kanaler och lika många lokalredaktioner. Under 2020 har Sveriges Radios satsning på tillfälliga popup-redaktioner nått 46 platser – i 7.7.1 på sidan 173 är alla fasta och tillfälliga orter där Sveriges Radio haft bemanning under 2020 utmärkta.

I 4.8 Decentraliserad organisation beskrivs de regionala områdena P4-kanalerna ingår i och hur organisationen bland annat säkrar decentraliserat utgivarskap och lokala resurser.

P4:s uppdrag

P4 ska ge lyssnarna aktuell, flexibel och direkt-sänd radio som utgår från publikens behov av nära information. Beredskap finns för att vara på plats och sända själv eller bistå vid rikssändning dygnet runt alla dagar. Kanalen har stor bredd och bygger på olika sätt påpublikens medverkar bland annat genom att delta i diskussioner om aktuella ämnen, bidra med nyhetstips eller vara med i lokala publiknätverk. Drygt 12 000 personer deltar i dessa nätverk som syftar till att bredda perspektiven genom att kanalerna får närmare kontakt med en blandad grupp lyssnare.

Det rikssända utbudet inom P4 består av program inom samtliga genrer som beskrivs i 6.3 Programkategorier: Nyheter, Samhälle, Kultur, Sport, Livsstil, Underhållning och Service. Innehållet i dessa program beskrivs inom respektive område i denna public service-redovisning. Barnradion har också sin hemvist i P4.

Utveckling av lokala kanalers roll

En rad företagsövergripande satsningar och utvecklingsprojekt utgår från de lokala P4-kanalernas arbete, bland annat nätverket SR Granskar. Detta syftar till ökade synergieffekter och stärkt bevakning såväl nationellt som lokalt. Kanalerna har under 2020 arbetat med att fortsätta med lokalt innehåll i funktionen *Toppnyheter på appen Sveriges Radio Play*.

Att vara nära lyssnarens vardag är viktigt, men det är lika viktigt att göra större skeenden och globala sammanhang som påverkar det svenska samhället nationellt och lokalt begripliga. Och tvärtom är det av stor vikt att lyfta fram lokala och regionala frågor för en större nationell publik. Därför förstärks samarbeten mellan alla Sveriges Radios nyhetsredaktioner för att säkra de olika perspektiven i kanalerna – riksmedarbetare medverkar med specialistkunskaper i lokala kanaler, och medarbetare från lokala kanaler eller redaktioner för minoritetsspråk medverkar med sina kompetenser i riksutbudet.

Ökad bemanning och stationering

Under 2020 har de lokala kanalerna förstärkts med ett 20-tal tjänster spridda över landet, och under åren 2018–2019 stärktes bevakningen under kvällar och helger.

I Stockholmsregionen har den fasta stationeringen av lokala redaktioner successivt byggts ut, med syftet att stärka bevakningen av en region med 26 kommuner och över två miljoner invånare.

I mars 2020 invigde P4 Stockholm en fast redaktion i Husby. Dessförinnan öppnade kanalen också en lokalredaktion i Flemingsberg hösten 2019 och har även en lokalredaktion i Norrtälje. I november 2019 startade också P4 Södertälje, som sänder lokala morgonprogram med närvaro i kommunerna Södertälje, Nykvarn, Botkyrka och Salem.

Stärkt bevakning av svagt bevakade områden

Med sändningstillståndet som trädde i kraft 2020 utökades det lokala uppdraget med formuleringen "Den journalistiska bevakningen av svagt bevakade områden ska stärkas under tillståndsperioden".

Arbetet med att leva upp till detta mål ingår i den övergripande strategin att öka bredden i perspektiv och mångfalden av röster. Detta beskrivs bland annat i 6.4 Perspektiv i utbud och verksamhet samt 10. Planer för framtiden.

Som beskrivs i 2. Det här vill Sveriges Radio är ett av företagets strategiska mål "Jag hör min och din vardag i Sveriges Radio". En av indikatorerna för att nå målet är att inslag ska göras på plats i samtliga Sveriges Radios 290 kommuner inom loppet av ett tertial. Detta uppnåddes med marginal andra och tredje tertialen under 2020 trots att många praktiska hinder uppstått under pandemin. Indikatorn används också som nyckeltal för effektivitet och redovisas i 9.3 Produktivitet och effektivitet.





Reportrarna Peter Johansson, Christy Chamy och Dejan Cokorilo i mars 2020 vid invigningen av P4 Stockholms nya, fasta redaktion i Husby. Foto: Maud Johansson/Sveriges Radio.

Popup-satsning i hela landet

Att granska, bevaka och spegla ett allt mer heterogent samhälle där geografiska, socioekonomiska och kulturella verkligheter skiljer sig åt kräver en variation i arbetsätt och utgångspunkter. Sveriges Radio satsar därför bland annat på tillfälliga så kallade popup-redaktioner runt om i landet. Dessa är möjliga att förverkliga inte minst tack vare företagets egen utveckling av nya tekniska och metodmässiga verktyg som gör den redaktionella verksamheten allt mer mobil. Detta beskrivs bland annat i *4.9 Utveckling av innehåll, teknik och kompetens*.

Arbetet inför en popup-satsning inleds med att medarbetare på en kanal eller redaktion gör en bristanalys av det egna innehållet kring en viss ort eller ett visst bostadsområde. Redaktionen gör en bedömning av var man behöver visa journalistisk närvärko och uppmärksamma frågor som är viktiga för dem som bor på orten. Utgångspunkten för valet av plats kan variera, men i många fall handlar det om orter med geografiskt långa avstånd till Sveriges Radios redaktioner eller andra mediehus eller om socioekonomiskt utsatta områden i större orter eller städer.

Faktorer som hur lång tid en popup-redaktion är på plats eller geografiska avstånd till de ordinarie stationeringsorterna påverkar hur respektive satsning genomförs. Förenklat uttryckt kan arbetssätten se ut på fyra olika vis:

- **Rullande redaktioner** – bilar som är specialutrustade med teknik för redaktionellt arbete och sändning.
- **Publika platser** – bibliotek eller andra typer av samlingsplatser på en ort eller i ett bostadsområde där redaktionen ges möjlighet att sända radio.
- **Boende och kontor** – en reporter flyttar till platsen under en tid och har sitt arbete där.
- **Inhyrda redaktioner** – kanalens medarbetare hyser in sig i en lokal på orten som ska bevakas.

En projektledare samordnar arbetet med alla kanaler och stöttar med metodhjälp och praktiska tips. Ekonomiska medel har tillförts projektet från Sveriges Radios ledning. Vid sidan av alla de lokala kanaler som arbetat med modellen för popup-redaktioner under 2020 har också *Ekot* och *Kulturnytt* genomfört popup-projekt.

Satsningen har tillfört bredd och kraft i den lokala bevakningen, inte minst tack vare en mängd uppslag och tips från allmänheten som fångats upp på de platser där de tillfälliga redaktionerna funnits. Men syftet är inte bara att närvara under en kortare tid för att få fram nyheter och reportage för stunden utan att långsiktigt kunna bygga upp nätverk och kontakter på plats för att stärka även den framtida bevakningen av orten eller bostadsområdet.

Samtliga delprojekt utvärderas för att redaktionen bland annat ska kunna vidareutveckla arbetssätten. Under 2021 fortsätter satsningen med målsättningen att popup-satsningen ska finnas på minst lika många platser som under det gångna året. ■

”Satsningen har tillfört bredd och kraft i den lokala bevakningen, inte minst tack vare en mängd uppslag och tips från allmänheten.”

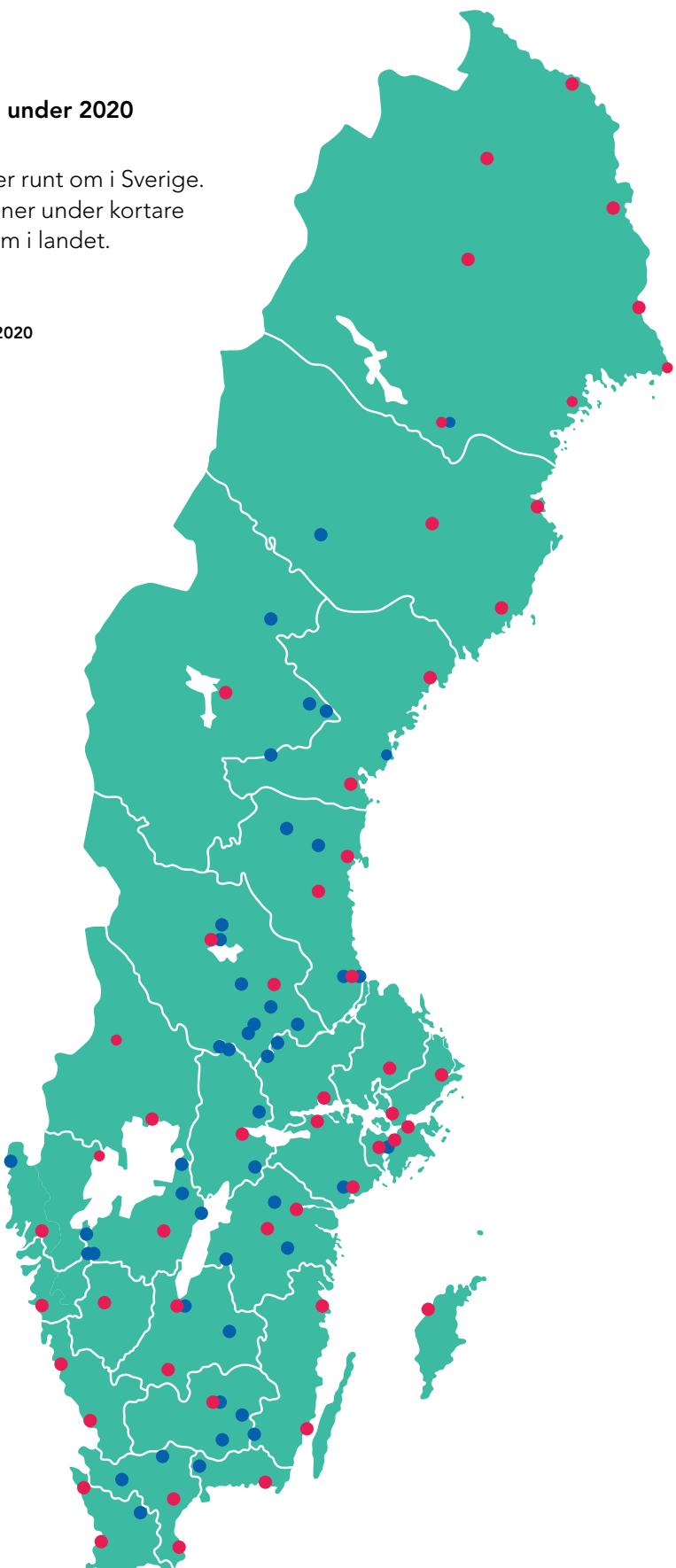
7.7.1 Sveriges Radios redaktioner i Sverige under 2020

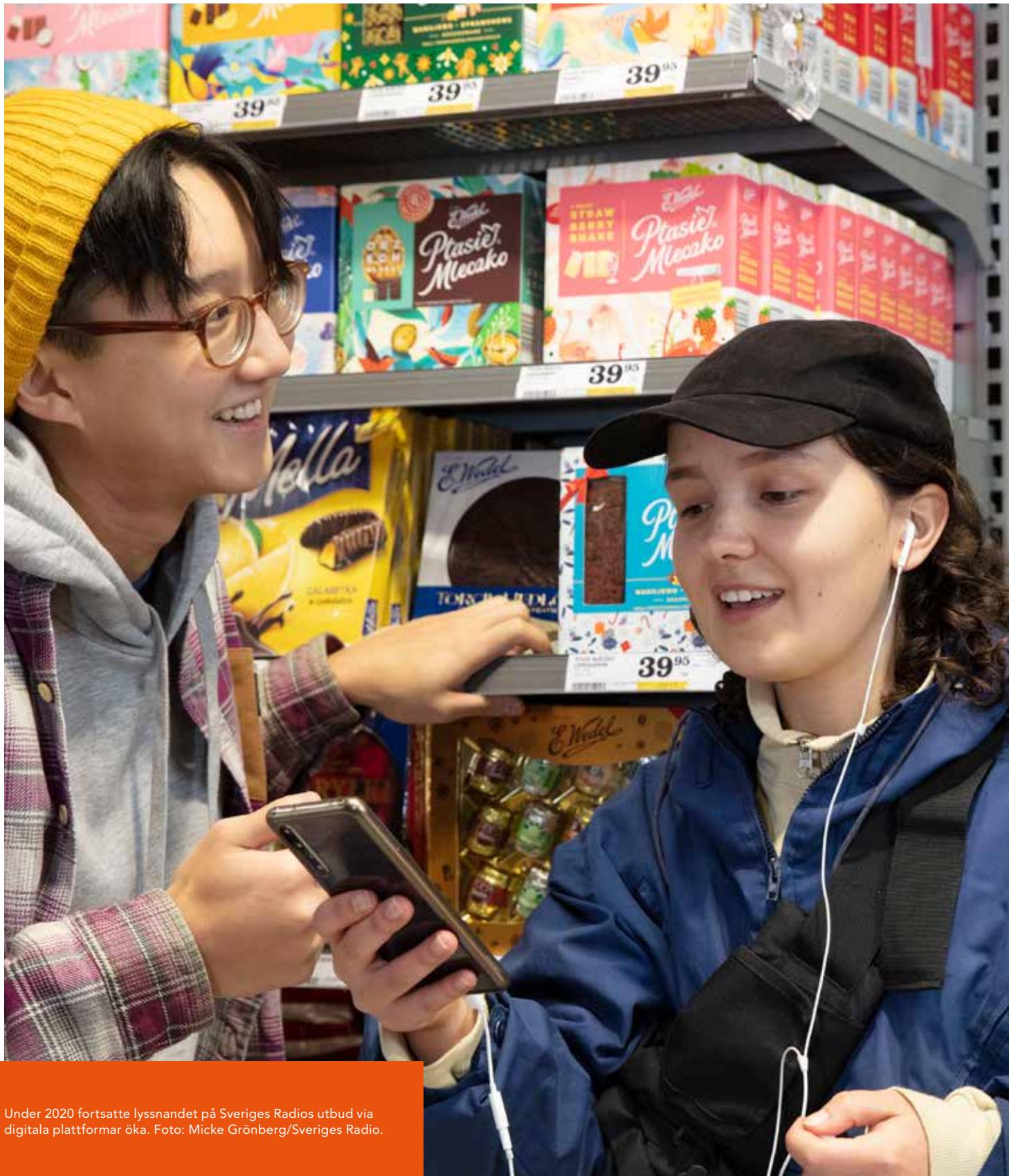
Sveriges Radio har ett 50-tal fasta redaktioner runt om i Sverige. Under 2020 fanns så kallade popup-redaktioner under kortare perioder på nästan lika många platser runt om i landet.

● Fasta redaktioner

Arvidsjaur	Arvidsjaur
Bollnäs	Avesta
Borås	Bispbyn
Eskilstuna	Boxholm
Falun	Delsbo
Flemingsberg	Essunga
Gävle	Fagersta
Göteborg	Fellingsbro
Halmstad	Finspång
Härnösand	Fittja
Helsingborg	Gagnef
Hudiksvall	Grästorp
Husby	Gullspång
Jokkmokk	Gävle, Andersberg
Jönköping	Gävle, Sätra
Kalmar	Hammarstrand
Karesuando (vakant)	Hjortkvarn
Karlskrona	Härnösand
Karlstad	Hörken
Kiruna	Höör
Kristianstad	Jönköping, Råslätt
Linköping	Karlsborg
Luleå	Lessebo
Lycksele	Ljusdal
Malmö	Ludvika
Mora	Långasjö
Norrköping	Mora
Norrköping	Norberg
Nyköping	Nossebro
Pajala	Nyköping, Brandkärr
Simrishamn	Nässjö, Runneryd
Skellefteå	Olofström
Skövde	Orsa
Stockholm	Osby
Sundsvall	Perstorp
Söderköping	Smedjebacken
Torsby	Strömstad
Uddevalla	Strömsund
Umeå	Säter
Uppsala	Tingsryd
Varberg	Töreboda
Visby	Vilhelmina
Värnamo	Växjö, Araby
Västervik	Yxsjöberg
Västerås	Ånge
Växjö	Älvkarleby
Åmål	
Örebro	
Örnsköldsvik	
Östersund	
Övertorneå	

● Popup-redaktioner under 2020





Under 2020 fortsatte lyssnandet på Sveriges Radios utbud via digitala plattformar öka. Foto: Micke Grönberg/Sveriges Radio.



8. **Sveriges Radios publik**

När pandemin blev ett faktum växte efterfrågan på nyheter och information. Sammantaget blev 2020 ett år då fler vände sig till Sveriges Radio för lyssning både linjärt och on demand.

- 8.1 Lyssningsmönstrens utveckling**
- 8.2 Allmänhetens uppfattningar om Sveriges Radios utbud**

Ett år då pandemin förändrade världen – och lyssnandet.

• 20 / MEDELSVILLKOR

» Redovisningen ska även avse omfattningen av lyssnande och publikens reaktioner. «

"Jag väljer Sveriges Radio" är ett av företagets fyra strategiska mål. Som framgår i 2. *Det här vill Sveriges Radio* är ambitionen att den samlade räckvidden för linjär radio och lyssnandet on demand ska vara stabil under tillståndsperioden.

Under 2020 nådde Sveriges Radio 5,1 miljoner lyssnare från 9 år och uppåt under ett genomsnittligt dygn. På veckobasis var den genomsnittliga siffran 7,3 miljoner lyssnare i hela landet.

Under året syntes också samma mönster som brukar uppstå vid större nyhetshändelser. Fler än vanligt vänder sig till Sveriges Radio när behovet av nyheter och information ökar. När människors vardag förändrades av hemarbete, minskat resande och ändrade vanor påverkades också sätten lyssnarna valde att ta del av innehållet.

I detta kapitel beskrivs hur

- lyssningsmönstren påverkades under pandemins olika faser
- användningen av Sveriges Radios utbud har förändrats i ett längre perspektiv
- allmänhetens syn på Sveriges Radios innehåll, kanaler och tjänster har utvecklats under året.





Cirka en tredjedel av allt radiolyssnande i Sverige sker i bilar. Under ett år när många arbetade hemifrån och resmönstren förändrades påverkades också många människors vanor att lyssna på radio. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

8.1 Lyssningsmönstrens utveckling

Pandemin var sannolikt en starkt bidragande faktor till att lyssnandet på Sveriges Radio ökade under 2020, såväl linjärt som on demand.

Onsdagen den 11 mars deklarerade världshälsoorganisationen WHO att spridningen av covid-19 utvecklats till en pandemi. Förändringar av lyssnandet på Sveriges Radio kan därefter delas in i fyra perioder:

1. den akuta nyhetsfasen
2. stabiliseringsfasen
3. hemesterfasen
4. mot det nya normala?

Den akuta nyhetsfasen

(början av mars–första veckan i april)

Under inledningen av mars och en knapp månad framåt lyssnade fler linjärt på Sveriges Radio än under motsvarande veckor 2019. Det var ett trendbrott. Lyssnandet linjärt hade fram till dess legat stilla en tid och i ett längre perspektiv haft en generellt nedåtgående trend. Med pandemin följde uppenbart en efterfrågan på nyheter och information. I ett första skede innebar det att cirka 200 000 fler personer lyssnade på SR:s linjära kanaler under ett genomsnittligt dgn jämfört med motsvarande period året innan.

Nyhetsläget och de ändrade pendlingsvanorna och arbetsförhållandena påverkade även on demand-lyssnandet. Det totala lyssnandet on demand sjönk något, men samtidigt ökade lyssnandet på nyhetsorienterade program och poddar. Under den akuta nyhetsfasen steg *Ekots* veckoräckvidd on demand från cirka 120 000 enheter till som mest drygt 190 000. Veckoräckvidden för funktionen *Toppnyheter i Sveriges Radio Play* mer än fördubblades till drygt 180 000 under samma period, samtidigt som startet för lyssnande på ljudklipp ökade från 1,7 till 3,8 miljoner.

Stabiliseringsfasen

(andra veckan i april–början av juni)

Den nyhetsintensiva perioden övergick från och med vecka 15 i stabiliseringsfasen, och den pågick fram till vecka 23. Under denna fas tycktes allmänheten ha börjat vänja sig vid den förändrade vardagen och lyssnandet återgick till mer normala nivåer. Som helhet låg Sveriges Radio på samma räckvidd som föregående år, undantaget P1 som fortsatt låg kvar på högre nivåer än vanligt.

Nyhetstutbudet on demand återgick till samma nivåer som före pandemiutbrottet medan on demand-lyssnandet på andra typer av innehåll steg till mer normala nivåer.

Hemesterfasen

(mittan av juni–mittan av augusti)

Under sommaren höll sig många hemma och fler än vanligt semestrade i Sverige. "Hemestrandet" påverkade sannolikt Sveriges Radios räckvidd positivt. Under denna period genomfördes ett byte av den branschgemensamma teknik som används för att mäta lyssnande, från PPM till Rate on Air vilket medförförde en positiv mäteffekt för Sveriges Radio. Det är dock inte möjligt att säkert slå fast hur stor denna effekt är.

Sommaren är också den tid på året då Sveriges Radio når allra flest lyssnare on demand. När säsongspremiären för årets *Sommar i P1* sändes ökade P1:s räckvidd kraftigt även i linjär radio och blev 30 procent högre jämfört med motsvarande vecka 2019. Siffran kan jämföras med ökningen på drygt 10 procent när pandemin slog till.

Även lyssnandet på P3 ökade under sommaren, och då framför allt linjärt.

Mot det nya normala?

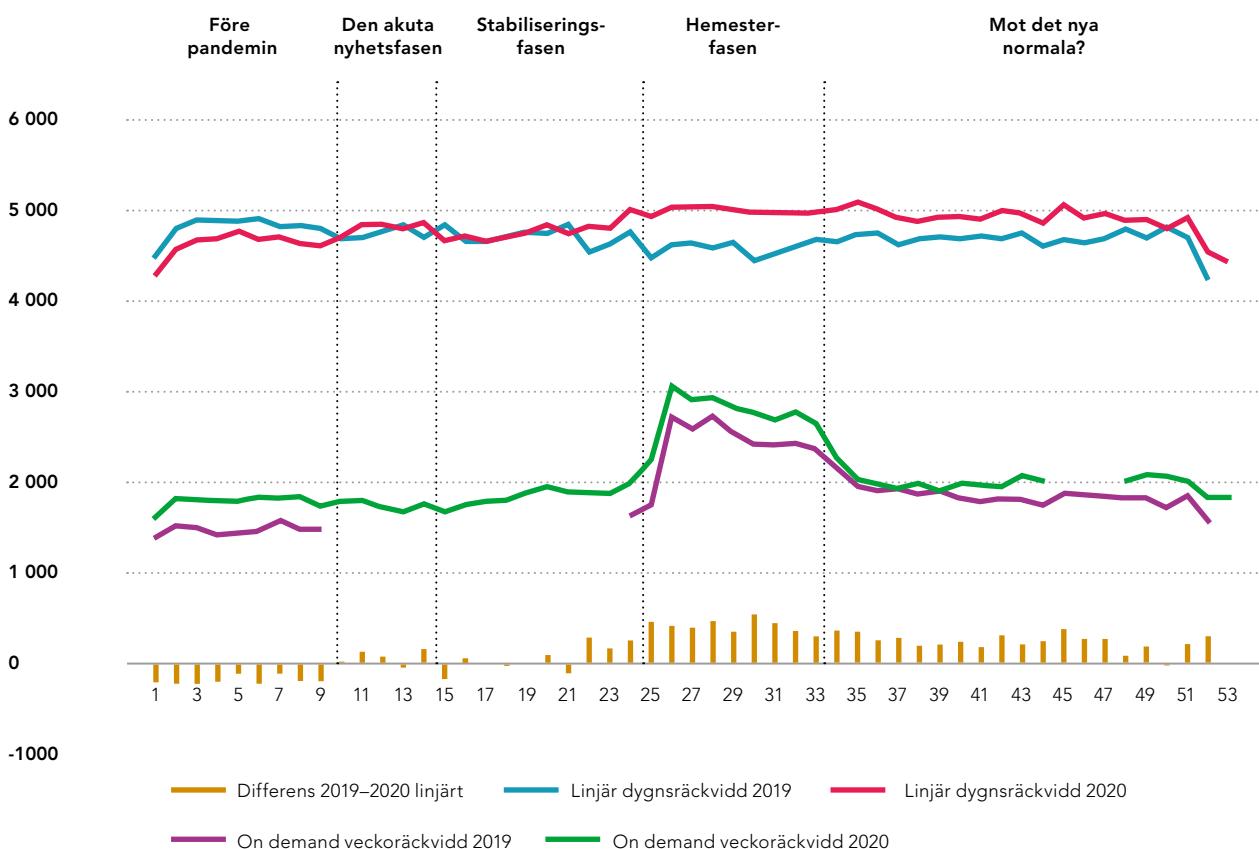
(slutet av augusti–slutet av december)

Perioden från vecka 34 i slutet av augusti till slutet av året kännetecknas av en långsam nedgång av lyssnandet utan dramatiska förändringar vare sig linjärt eller on demand. Trots nedgången låg lyssnandet på stadigt högre nivåer jämfört med motsvarande period 2019.

När smittspridningen åter tog fart på allvar under vecka 44 och pandemins andra våg var ett

faktum ökade lyssnandet igen. Men effekten blev inte lika stor som under vårens pandemiutbrott – under hösten ökade lyssnandet bara under ett par veckor innan det återgick till mer normala nivåer. Förklaringen stavaras sannolikt det väl belagda fenomenet news fatigue, nyhetströtthet, där allmänheten med tiden tröttar på nyheter om en händelse som det rapporteras om under en längre tid.

8.1.1 Genomsnittlig linjär dygnsräckvidd 2019 och 2020 i ungefärligt antal tusen, 9 år och äldre, veckoräckvidd on demand 2019 och 2020.



Kommentar: Ovanstående diagram visar lyssningen under året och de fyra faserna under pandemin. De båda översta linjerna visar den genomsnittliga linjära dygnsräckvidden bland lyssnare över nio år, de båda nedre veckoräckvidden för on demand-lyssning. De gula staplarna visar differensen mellan den linjära lyssningen 2019 och 2020. För on demand-lyssningen saknas data för delar av våren 2019 och delar av hösten 2020 på grund av tekniska fel i mätningarna.

Större tendenser i förändringarna av lyssnandet

År 2020 var Sveriges Radios totala räckvidd, alltså lyssnande både linjärt och on demand, 5,1 miljoner lyssnare eller 55,6 procent av befolkningen under ett genomsnittligt dygn. En genomsnittlig vecka var den totala räckvidden 79,6 procent eller 7,3 miljoner. Det är det högsta antalet lyssnare som uppmätts sedan total räckvidd för lyssnande började mätas i slutet av 2018.

On demand-lyssnandet har ökat starkt de senaste åren och fortsatt att göra så under 2020, både för Sveriges Radio och andra aktörer. Företag som till exempel Spotify och Amazon har stärkt sina positioner på den globala ljudmarknaden under 2020 genom uppköp och konsolideringar. Marknaden blir allt mer fragmentiserad – antalet poddtitlar ökar och nya aktörer kommer till.

Trots att allt fler valt att lyssna on demand har antalet lyssnare för linjär radio varit oförändrat de senaste åren. Under 2020 minskade dock lyssningen på linjär radio som helhet, alltså inkluderat både kommersiella kanaler och public service. Minskningen från 6,4 miljoner lyssnare per dygn 2019 till 6,3 miljoner året efter hänger tydligt samman med pandemin och de ändrade vanorna som den medfört. 2018 skedde en omfördelning och fragmentisering av det linjära lyssnandet. Kommerciell radio nådde då sin högsta räckvidd någonsin medan lyssningen sjönk för Sveriges Radio. Det var en effekt av den förändrade konkurrenssituation som uppstod 1 augusti 2018 då den kommersiella radion fick börja sända via fler frekvenser.

2020 svängde pendeln delvis tillbaka då kommerciell radio minskade och lyssnandet på Sveriges Radio ökade som en följd av människors ändrade vanor och behov under pandemin.

Traditionellt har en stor del av lyssnandet på kommersiell radio ägt rum i bilar, men med det minskade bilåkandet under pandemin sjönk också radiolyssnandet. Omfördelningen ingår också i ett historiskt mönster som visar att fler människor vänder sig till Sveriges Radio för information under dramatiska nyhetshändelser och förlopp.

Förändringarna av lyssnandet under de senaste åren har också påverkat marknadsandlarnas storlekar. Sveriges Radios marknadsandel, alltså andelen av det totala lyssnandet på radio i landet under året, minskade markant mellan 2018 och 2019, från 75 procent till drygt 70 procent. År 2020 växte Sveriges Radio andel igen, till nära 73 procent.

Andra mönster för lyssnandet 2020

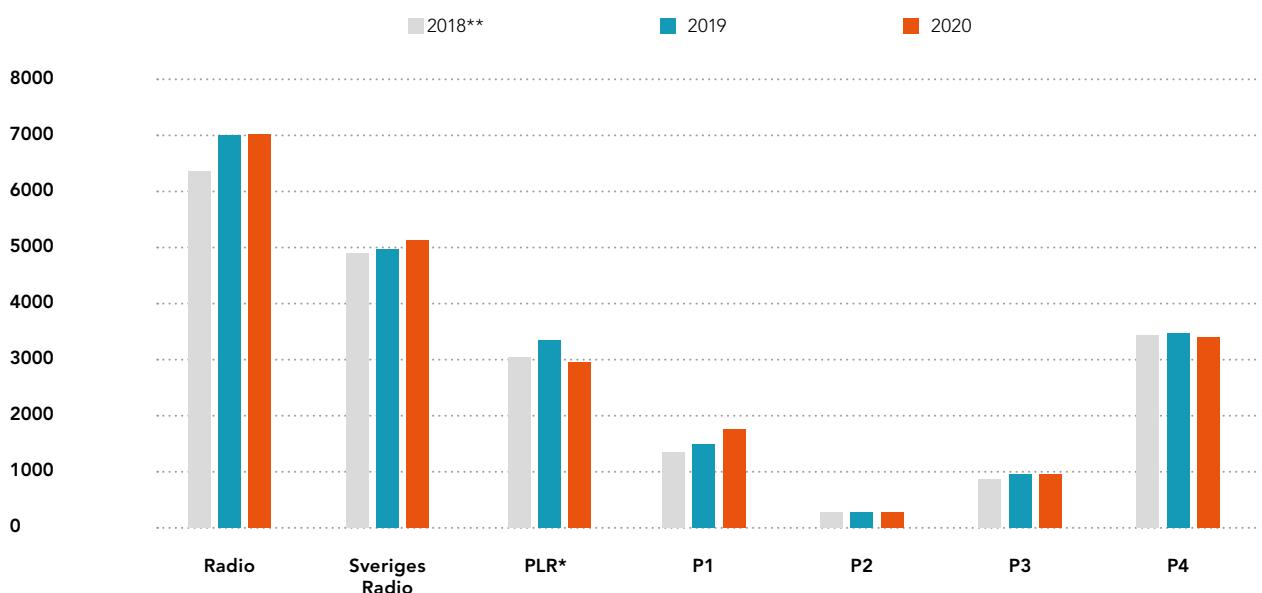
En annan konsekvens av de ändrade vanorna under pandemin är att lyssnandet på vardagar inte har ökat i samma takt som helglyssnandet. Lyssnandet på Sveriges Radio ökade i och för sig på vardagar, men mer på helger. Lyssnandet på kommersiell radio minskade såväl vardagar som helger men minskningen var större under vardagar.

Omfördelningen av lyssnandet över veckan gör att några av Sveriges Radios största program, som sänds under helgförmidagar, har fått ännu fler lyssnare. De stora lägereldarna fortsätter alltså att samla många lyssnare. Det gäller exempelvis *Ring så spelar vi i P4* som under 2020 i genomsnitt hade 1,7 miljoner lyssnare per program.

Även on demand-lyssnandet har till viss del ändrats – på olika sätt i olika grupper. I vissa grupper har efterfrågan på underhållning och sällskap växt medan andra grupper har visat ett ökat intresse för nyheter och vetenskap.

"On demand-lyssnandet har ökat starkt de senaste åren och fortsatt att göra så under 2020."

8.2.1 Total räckvidd i 1000-tal, genomsnittligt dygn



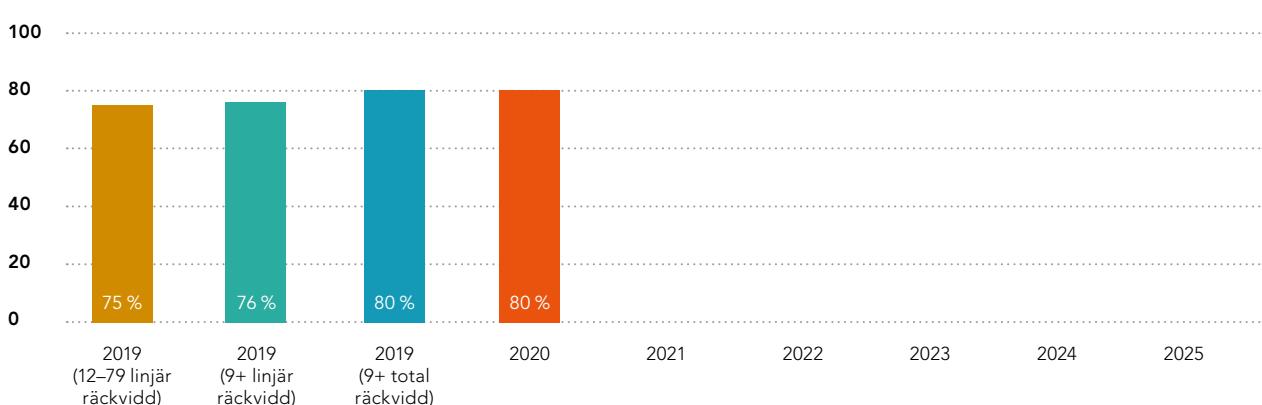
Kommentar: Räckvidd definieras som antalet som lyssnat linjärt och/eller on demand.

*För PLR, den kommersiella radion, saknas officiell data för total räckvidd. Siffrorna avser därför linjär räckvidd i befolkningen över 9 år.

**Total räckvidd började mätas i slutet av 2018. Data för 2018 avser därför enbart linjär räckvidd, 9+. Lyssnandet i befolkningen 80 år och äldre bygger på undersökning från 2017, utförd av Kantar Sifo på uppdrag av Sveriges Radio.

Källa: radiomätningen, Kantar Sifo, PPM/Rate on Air och CatI.

8.1.3 Andel av befolkningen 12–79 år som lyssnar på SR en genomsnittlig vecka



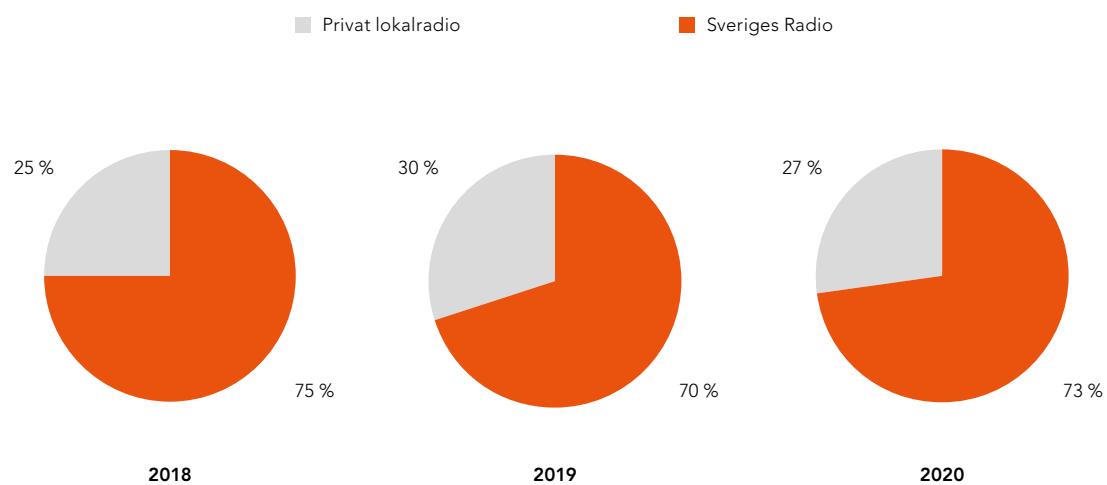
Källa: Kantar Sifos radiomätningar, PPM och CATI.



8.1.4 Genomsnittlig linjär dygnsräckvidd samt genomsnittlig veckoräckvidd on demand, 2019 och 2020.

	2019	2020	Differens 2019–2020
Genomsnittlig linjär dygnsräckvidd 9+	4 689 000	4 809 000	+120 000 (+3 %)
Genomsnittlig veckoräckvidd on demand	1 780 000	2 040 000	+260 000 (+15 %)

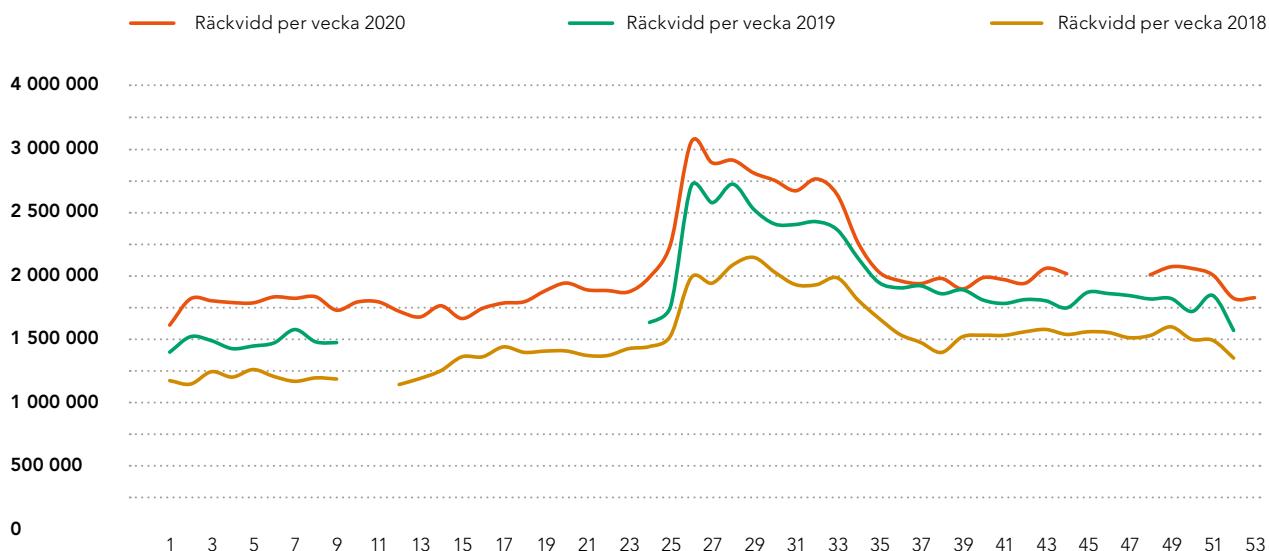
8.1.5 Marknadsandelar, procent



Kommentar: Marknadsandelen anger andelen av den samlade tid som den svenska befolkningen mellan 12 och 79 år ägnade åt radio under ett år.

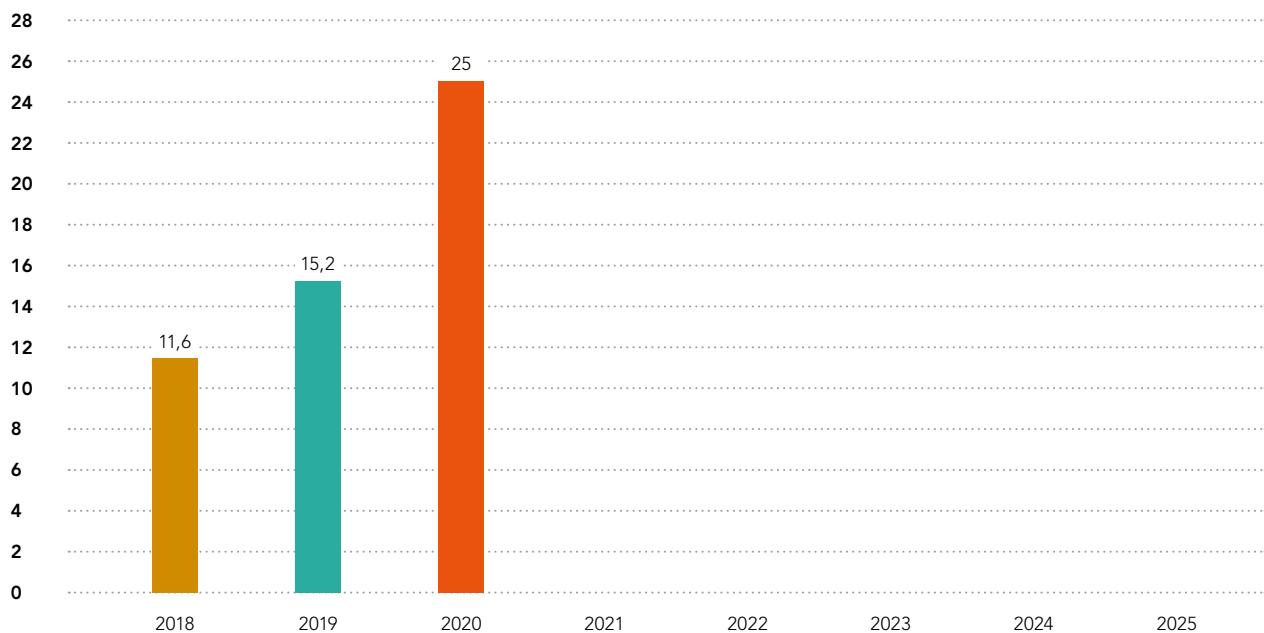
Källa: Radiometringen, Kantar Sifo, PPM/Rate on Air.

8.1.6 On demand-lyssning på Sveriges Radios program (egna och externa plattformar) exklusive ljudklipp, antal unika enheter per vecka 2018 och 2019



Källa: Poddindex-mätningar – internt mätverktyg för officiell publicering på www.poddindex.se.

8.1.7 Antal interaktioner (i miljoner) per år på Sveriges Radios konton i sociala medier



Källa: Instagram är den överlägset största plattformen för Sveriges Radio, med ungefär 62 procent av alla interaktioner. Facebook står för cirka 35 procent och Twitter för resterande del.



När *Julkalendern* sänds i december är den en av Sveriges Radios mest populära poddar sett till antalet lyssnare. Här syns skådespelarna Frida Mankert och Mio Ollinen från 2020 års kalender *Knäckarbanketten*. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

Så förändrades lyssnandet på kanalerna under 2020

- **P1** har ett exceptionellt år bakom sig. Det linjära lyssnandet ökade med 17 procent, och on demand-lyssnandet med cirka 15 procent. I båda fallen är det de högsta uppmätta siffrorna i modern tid för P1. On demand-lyssnandet på P1 ökade i ungefär samma utsträckning som poddlyssnandet i stort, medan efterfrågan på nyheter och information under pandemin sannolikt förklarar det mesta av ökningen linjärt.
- **P2** låg kvar på samma nivåer som de senaste åren i linjär radio. Lyssnandet on demand blev den hittills högsta efter en ökning på cirka 10 procent. Pandemin påverkade även P2 – när många tillbringade mer tid i hemmet lyssnade människor på kanalen under längre tid. Samtidigt medförde nyhetssläget att många av P2:s lyssnare tog klivet över till P1.

- **P3** har under flera år brottats med sjunkande lyssnarsiffror i linjär radio, i likhet med motsvarande kanaler i andra länder. Men den negativa kurvan planade ut under 2020 då dygnsräckvidden var relativt stabil under merparten av året. Året avslutades dock med svagare siffror. Liknande tendenser syntes också för andra radiokanaler vilket kan tyda på större förändringar i efterfrågan på linjär radio.
- **P4** är med bred marginal landets största radiokanal. Antalet lyssnare var i stort sett detsamma som 2019 medan andelen av den totala publiken var något lägre. Sett i ett längre perspektiv lyssnar färre i dag på P4 jämfört med tidigare. Trenden inleddes hösten 2018 när den kommersiella radion fick fler frekvenser och konkurrensen ökade påtagligt i de flesta områden i landet.

Under 2020 ökade antalet P4-lyssnare under helger men minskade under vardagar, vilket är en effekt av att pandemin medförde att många började arbeta

Snitträckvidd per vecka för Sveriges Radios största titlar på Poddindex.se, helår 2020

Programtitel	Veckoräckvidd
P3 Dokumentär	460 000
Sommar & Vinter i P1	360 000
P1 Dokumentär	125 000
Julkalendern (december)	160 000
P3 Historia	120 000
Creepypodden i P3	120 000
Ekot (nyheter)	110 000
USApodden	75 000
P3 Dystopia	55 000
Söndagsintervjun	50 000

hemma och färre pendlade. Lyssnandet minskade på morgnar och eftermiddagar men ökade mitt på dagen bland mäniskor i yrkesaktiv ålder, framför allt bland dem under 50 år.

On demand-lyssnandet är låg för P4:s titlar trots en ökning under 2020.

Så utvecklades lyssnandet on demand

Podd- och on demand-lyssnandet ökade under 2020 i ungefär samma takt som året innan.

Enligt Orvesto Konsument lyssnade nästan 33 procent, eller 2,6 miljoner, av Sveriges befolkning i åldrarna 12 till 79 år på detta sätt minst någon gång i veckan (källa: Orvesto Konsument 2020: 1 och 2).

Sveriges Radio följde den utvecklingstakten – räckvidden för det samlade utbudet ökade till i genomsnitt 2 miljoner unika spelare per vecka i Poddindex, vilket var en ökning med 15 procent jämfört med 2019. Lyssnandet ökade mer via externa tjänster än på de egna plattformarna.

Ökningen syntes i stora delar av utbudet med ökat lyssnande för flera olika typer av innehåll. En tydlig uppgång syntes för nyhets- och vetenskapspoddar under året i spåren av både pandemin och USA-valet.

I det branschgemensamma Poddindex var Sveriges Radio fortfarande den aktör som hade störst samlad räckvidd under 2020. Användningen av Sveriges Radios poddutbud har tydliga tyngdpunkter inom områden som nyheter, kultur, dokumentärer och musik – det är också i linje med den strategi företaget har i sitt on demand-inriktade utbud. Andra aktörer är starkare när det gäller bland annat poddar med kända profiler, populärkultur i vid mening samt sport.

Såväl antalet titlar på listan som räckvidderna för samtliga aktörer ökade under året. Med andra ord ökar både användningen av utbuden och konkurrensen på marknaden.



Sommar i P1 är ett av kanalens mest avlyssnade program linjärt under sändningsperioden från slutet av juni till mitten av augusti. Under 2020 slog Sommar i P1 också nya podd-rekord: under vecka 26 blev räckvidden on demand över 1,7 miljoner, enligt Poddindex. På bilden intervjuas Sommarvärdens och den pensionerade imamen Awad Olwan av programchef Bibi Rödöö och produktionstekniker Lisa Abrahamsson inför presentationen av årets värdar. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

Programmen med störst publik

Här är de mest avlyssnade programmen i de fyra FM-kanalerna.
Siffrorna anger genomsnittligt antal lyssnare per program.

P1

- *P1-morgon*: 870 000
- *God morgen, världen*: 610 000
- *Studio Ett*: 530 000
- Under sändningssäsongen är *Sommar i P1* det mest avlyssnade programmet i P1:s tablå. Sommaren 2020 lyssnade i genomsnitt 710 000 på programmen.

P2

- *Lördagsmorgon*: 70 000
- *Klassisk morgon*: 60 000
- *Klassisk förmiddag*: 60 000
- *Text & musik med Erik Schüldt*: 60 000

P3

- *Morgonpasset i P3*: 380 000
- *P3 med ...* mån–fre kl 10–15: 370 000
- *P3 Eftermiddag** mån–fre kl 15–17.45: 310 000

P4

- *Ring så spelar vi*: 1 690 000
- *P4 Extra, vardagar*: 1 480 000
- *Sportextra söndagar*: 1 460 000

P4:s lokala program har sammanlagt fler lyssnare än de ovan angivna. Exempelvis lyssnade 2 miljoner på P4:s morgonprogram en genomsnittlig vardagsmorgon under 2020.

*Programmet hette under stora delar av 2020 *P3 med Hanna, taxen Ines, Jörgen, Kodjo och Marcus*.

8.2 Allmänhetens uppfattningar om Sveriges Radios utbud

Novus Group genomför på uppdrag av Sveriges Radio varje år en attitydundersökning med syftet att ta reda på hur allmänheten uppfattar företaget och dess utbud – både bland dem som lyssnar och bland dem som inte gör det. I undersökningen får de svarande svara på frågor om hur viktiga Sveriges Radios program inom olika områden är samt vilket betyg de ger SR inom olika programområden.

De övergripande resultaten för hur allmänheten uppfattar Sveriges Radio redovisas i kapitel 3. *Detta har Sveriges Radio bidragit med.* I detta kapitel redovisas andra delar av undersökningens resultat, såsom jämförelser med andra medier och mellan olika programområden i Sveriges Radios utbud. Här redovisas också publikens uppfattning om Sveriges Radios kanaler samt närvaro på digitala plattformar och i sociala medier.

Nöjdheten är stabil och nyhetsförmedlingen är viktig

Under den senaste treårsperioden har nöjdheten med SR varit stabil. Förändringarna ligger inom den statistiska felmarginalen med undantag för att de som är missnöjda blir färre. Att andelen som uppger att de är missnöjda med såväl Sveriges Radio totalt som med programutbudet minskat från 13 procent 2019 till 10 procent 2020 är en statistiskt säkerställd minskning.

Public service-medierna anses vara de överlägsen viktigaste medierna för nyhetsförmedlingen i landet, och förändringarna för såväl Sveriges Radio som SVT ligger inom den statistiska felmarginalen. Bland dagliga lyssnare svarade 94 procent att Sveriges Radio är mycket eller ganska viktigt för nyhetsförmedlingen i Sverige.

Skillnader i bedömningen av innehållet i programmen

Trafikinformationen är fortsatt det programinnehåll allmänheten tycker är viktigast. Andelen som

tycker att detta område är mycket eller ganska viktigt har minskat med två procentenheter till 88 procent sedan 2019. En tänkbar förklaring kan vara att resandet med såväl bil som kollektivtrafik minskat markant under året till följd av pandemin.

I övrigt är förändringarna små eller obefintliga jämfört med de senaste åren – nyheter, dokumentärt innehåll och faktaorienterade program anses vara viktigast och får högst betyg, medan olika typer av kulturprogram, underhållning och relationer hamnar längre ner på skalorna. Noterbart är dock att ingen programtyp får ett snittbetyg lägre än 3,1 av 5 och endast fyra programtyper har ett medelvärde för viktighet lägre än 3.

Uppfattningen om innehållet i programmen ligger mycket stabilt med förskjutningar på enstaka procentenheter de senaste tre åren.

I vissa fall är skillnaderna dock större och statistiskt signifika:

- Fler jämfört med tidigare uppfattar nyhetsändningarna som trovärdiga, vilket sannolikt kan förklaras med den ökade nyhetskonsumtionen under pandemin.
- Andelen svarande som tycker att de kan ta del av innehållet när, var och hur som helst ökar. Det hänger förmodligen samman med att allt fler också lyssnar on demand.
- Färre uppfattar att Sveriges Radios kulturutbud är brett. En möjlig bidragande orsak kan vara att stora delar av kulturlivet varit nedstängt under 2020 och att utbudet av kultur som programmen granskar och skildrar blivit mindre.
- En krympande andel anser att programmen har en jämn könsfördelning, och förändringen märks särskilt i synen på P1. Denna förändring är mer svårtolkad då den inte motsvaras av förändringar i utbud eller någon debatt om jämställdheten i Sveriges Radios program.

Nöjdheten med kanalerna

Andelen lyssnare som är nöjda med den kanal de lyssnar på har ökat för samtliga kanaler sedan 2019. Ökningarna är inte stora men samtliga är statistiskt signifikanta. Även nöjdheten med Radiosporten och Barnradion ökar, medan Ekot ligger stabilt på 87 procent nöjda lyssnare vilket också är den högsta siffran för samtliga kanaler och områden. Den statistiska grunden för detta, liksom i den separata kanalredovisningen nedan, utgörs av personer som lyssnat minst fem minuter på respektive kanals utbud under den senaste månaden.

- **P1** ligger på i princip samma nivåer som 2019. Liksom tidigare instämmer flest, cirka 85 procent, i påståendena att kanalen har bra program om samhällsfrågor, har trovärdiga nyhetssändningar och att kanalen är aktuell. Påståendet "P1 ger fördjupning inom olika områden" ökar med fem procentenheter till 83 procent och "P1 speglar världen" med fyra procentenheter till 66 procent. Däremot minskar andelen som anser att "P1 har bra kulturprogram" till 61 procent (-3) liksom åsikten att kanalen är inspirerande till 55 procent (-3).
- **P2** ser en kraftig ökning i positiva omdömen jämfört med 2019. Då hade kanalen visserligen bottennoteringar för de flesta omdömen – men 2020 är omdömena i de flesta fall de allra högsta sedan attitydundersökningarna startades 2009. 73 procent, vilket är en ökning med hela 10 procentenheter, instämmer i att "P2 erbjuder unika musikupplevelser". 70 procent av P2-lyssnarna instämmer i omdömet "P2 känns som en kunnig kanal". Det bör dock påpekas att eftersom P2-lyssnarna är betydligt färre än lyssnarna på andra kanaler ger detta utrymme för större svängningar i resultaten.

- **P3** har vänt en negativ trend vad gäller attityder till kanalen. Medan 2019 var ett år med många bottennoteringar har samtliga påståenden om kanalen fått mer positiva omdömen. Ökningen ligger för de flesta omdömen i storleksordningen 4–6 procentenheter. Liksom tidigare instämmer flest i påståendena att "P3 guidar till den nya musiken" (65 procent, +6), "P3 tar upp samhällsfrågor för en ung publik" (64 procent, +5), "P3 erbjuder humor och underhållning" (63 procent, +2) samt "P3 speglar populärkulturen ur ett ungt perspektiv" (63 procent, +4). Samma utveckling kan ses i målgruppen 16–34 där siffrorna dessutom är något högre.

Ett omdöme som avviker är uppfattningen att P3:s poddar håller hög kvalitet vilket ligger kvar på samma siffra som 2019, 39 procent. Det kan möjligen förklaras av en allt tuffare konkurrens på poddmarknaden där utbudet av såväl svensk- som engelskspråkiga poddar ökat markant.

- **P4** är den kanal där omdömena generellt har varit mest stabila över tid. I årets undersökning syns samma positiva utveckling avseende omdömen om Sveriges Radios kanaler även för P4. De flesta påståendena om kanalen har ökat med 1–2 procentenheter sedan 2019. De påståenden som flest instämmer med är "P4 har ett lokalt innehåll" (91 procent, +3) "P4 rapporterar snabbt om viktiga händelser (83 procent, +2) samt "P4 känns som en folklig kanal (77 procent, +2). Endast "När jag lyssnar på P4 är jag alltid uppdaterad om vad som händer" minskar, med en procentenhets, vilket är inom den statistiska felsmarginen, till 63 procent. De största ökningarna är "P4 spelar bra musik" (58 procent, +4), "P4:s innehåll är angeläget för mig" (54 procent, +6), samt "Jag blir ofta på gott humör när jag lyssnar på P4 (52 procent, +5).

Sverigesradio.se

Användarnas nöjdhet med webbplatsen sverigesradio.se kulminerade 2018 och har sedan dess minskat. Nöjdheten har också minskat i svaren på mer detaljerade frågor om webbplatsen, till exempel om sverigesradio.se är en viktig nyhetskälla, om den är enkel att använda eller om den har snabb och pålitlig information vid olyckor, elavbrott och oväder. Samtidigt har även det uttalade missnöjet minskat såväl vad gäller webbplatsen i stort som detaljfrågorna. Endast 4 procent av användarna uttrycker direkt missnöje med webbplatsen. Det kan noteras att minskningen i nöjdhet med sverigesradio.se har synts sedan Sveriges Radio under förra tillståndsperioden valde att ha ljudet i fokus som strategi, vilket har inneburit att företaget har prioriterat ljudinnehållet på webbplatsen och dragit ner på antalet nyhetstexter i artikelform. Denna strategi beskrivs också i 5.3 Kärnverksamhet och kompletterande verksamhet.

Sveriges Radio Play

Nöjdheten med appen SR Play sjönk under 2020. Till viss del kan detta bero på att huvudfrågan om användningen av Play formulerades om till

undersökningen 2020, vilket beskrivs i tabell 8.2.

Den övergripande nöjdheten med Play har sjunkit från 71 procent under en tvåårsperiod från 2018 till 52 procent 2020. Delvis kan det förklaras med att appen i dag har fler användare som använder den relativt sällan och som sannolikt har mindre kunskaper om appens funktioner. Men även de mer frekventa användarna är mindre nöjda än tidigare: bland dagliga användare har andelen nöjda minskat med 15 procentenheter mellan 2019 och 2020. Samtidigt har andelen missnöjda minskat från 5 procent till 4 procent.

Antalet användare som instämmer i de omdömen som har positiva påståenden om appen är färre än tidigare. Störst är nedgången för omdömet "Sveriges Radios app ("Sveriges Radio Play") är enkel att använda" som från 2018 tappat 15 procentenheter till 50 procent.

Sett i ljuset av att andelen som instämmer i påståendet "Jag kan höra/ta del av innehåll i Sveriges Radio när, var och hur det passar mig" har ökat kraftigt (+7 procentenheter sedan 2018) kan det tyckas paradoxalt att nöjdheten minskar med de tjänster som gör detta möjligt (sverigesradio.se och Sveriges Radio Play). Det går också att spekulera i om Sveriges Radios ambition att tillhandahålla klipp, poddar, program, kanaler och livestreamat material samt dessutom ett omfattande arkiv leder till att fler uppfattar appen som svåröverskådlig. Ett arbete med analys och utvecklingsarbete kring Sveriges Radio Play inleddes under 2020 och förbättringar kommer att göras under 2021.

Sveriges Radios största konton i sociala medier 2020

Facebook: Radiosporten
456 000 interaktioner

Instagram: P3 Nyheter
5,4 miljoner interaktioner

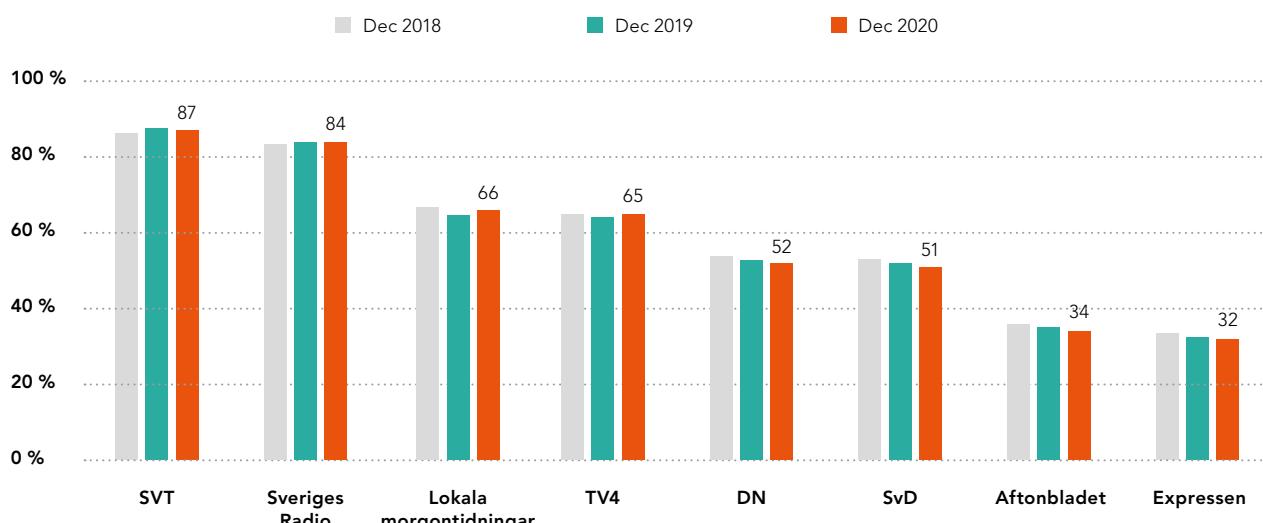
Mest interagerade enskilda post:
Valborgsmässokören 30 april
44 369 interaktioner

Sociala medier

Antalet interaktioner på sociala medier har ökat stadigt sedan systematiska mätningar av sådana inleddes 2015. 2020 slog ökningen dock alla tidigare rekord.

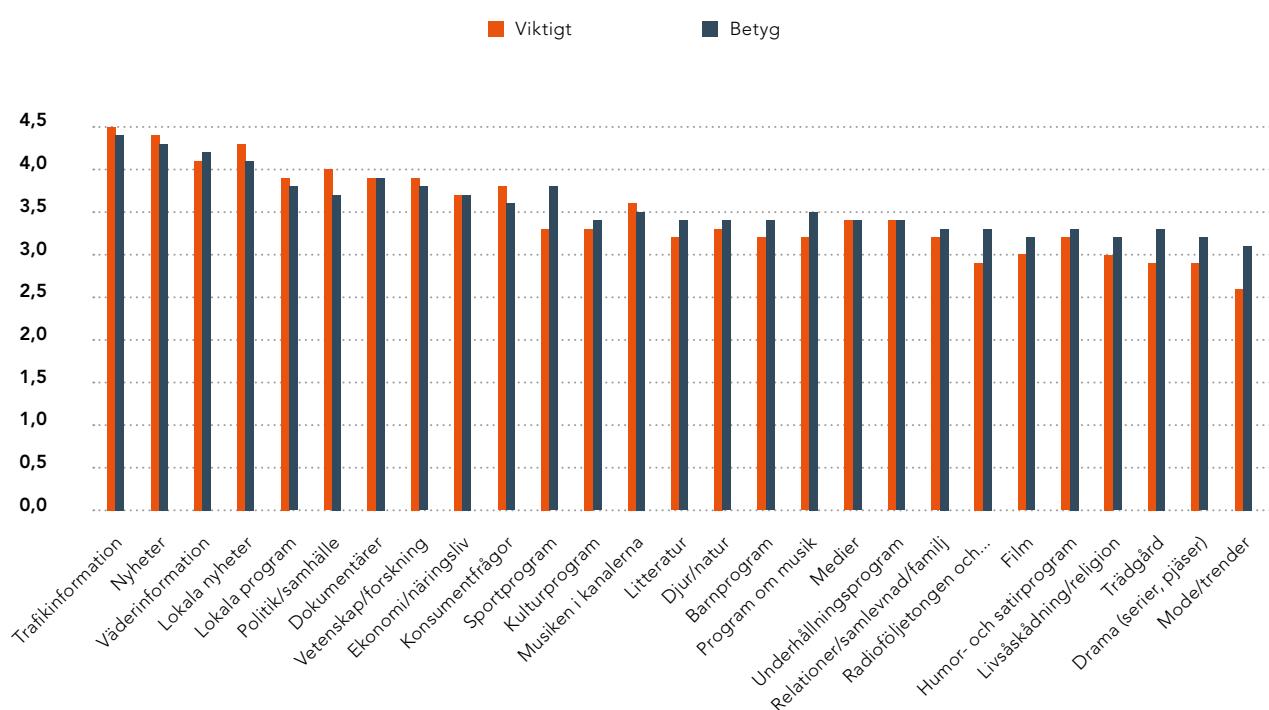
Andelen användare som ansåg sig nöjda med Sveriges Radios närväro i sociala medier sjönk sakta men säkert fram till 2018 då företaget ändrade strategi och renodlade sina aktiviteter i sociala medier till att bestå av publikdialog och lyssnarengagemang. Nöjdheten med SR i sociala medier har ökat kraftigt sedan dess. ■

8.2.1 Viktiga medier för nyhetsförmedlingen enligt allmänheten



Kommentar: Frågan löd "Hur viktiga eller oviktiga tycker du att följande medier är för nyhetsförmedlingen i Sverige?" Andel som svarat mycket viktiga eller ganska viktiga. Bas: samtliga (n=2485). Källa: Attitydundersökningen, Novus 2020.

8.2.2 Hur viktiga eller oviktiga tycker du att Sveriges Radios program inom följande områden är? Vilket betyg skulle du ge Sveriges Radios program inom följande områden?



Kommentar: Frågan löd "Hur viktiga eller oviktiga tycker du att Sveriges Radios program inom följande områden är? Vilket betyg skulle du ge Sveriges Radios program inom följande områden? Medelvärden på en skala 1-5. Bas: samtliga (n=2485). Källa: Attitydundersökningen, Novus 2020.

8.2.3 Allmänhetens uppfattningar om innehåll i Sveriges Radio

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Sveriges Radio har trovärdiga nyhetssändningar	76 %	74 %	76 %					
Jag kan höra/ta del av innehåll i Sveriges Radio när, var och hur det passar mig	71 %	72 %	78 %					
I Sveriges Radio hör jag innehåll om min och andras vardag	*	42 %	48 %					
Sveriges Radio har ett brett utbud av kultur	41 %	41 %	37 %					
Sveriges Radio har en jämn fördelning mellan kvinnor och män i sitt programinnehåll	36 %	36 %	33 %					
Jag får oväntade bilder av det svenska samhället i Sveriges Radio	30 %	31 %	27 %					

Kommentar: *Frågan ställdes inte 2018. Frågan löd "Hur väl stämmer följande påståenden om Sveriges Radio med din uppfattning? Procentsiffran anger andelen som svarade "Instämmer". Bas: samtliga (n=2485) Källa: Attitydundersökningen, Novus 2020.

8.2.4 Nöjdhet med Sveriges Radios kanaler

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
P1	81 %	80 %	82 %					
P2	64 %	61 %	65 %					
P3	61 %	61 %	64 %					
P4	76 %	78 %	80 %					
Ekot	87 %	87 %	87 %					
Radiosporten	77 %	74 %	75 %					
Barnradion	43 %	43 %	46 %					

Kommentar: Frågan löd "Hur nöjd eller missnöjd är du totalt sett med..." Bas: svarande som lyssnat på kanalen/avsändaren minst 5 minuter under den senaste månaden. N-tal per kanal är P1: 2485, P2: 904P3: 2055, P4: 3491, Ekot: 3510, Radiosporten: 2464 samt Barnradion: 664.

8.2.5 Övergripande nöjdhet med Sveriges Radio

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Andel mycket/ganska nöjda med totalt sett Sveriges Radio	68 %	67 %	68 %					
Andel mycket/ganska nöjda med Sveriges Radios program	69 %	68 %	68 %					

Kommentar: Frågan lön "Hur nöjd eller missnöjd är du totalt sett med..." Bas: Samtliga (n=5098).

8.2.6 Nöjdhet med sverigesradio.se

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Andel mycket/ganska nöjda	50 %	45 %	43 %					

Kommentar: Frågan lön "Hur nöjd eller missnöjd är du totalt sett med sverigesradio.se?" Procentsiffran anger andelen som svarat mycket/ganska nöjd. Bas: Besökt sverigesradio.se (n=1676).

Källa: Attitydunderökningen, Novus 2020.

8.2.7 Nöjdhet med Sveriges Radio Play

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Andel mycket/ganska nöjda	71 %	68 %	52 %					

Kommentar: Frågan lön "Hur nöjd eller missnöjd är du totalt sett med Sveriges Radios app ("Sveriges Radio play")?" Procentsiffran anger andelen som svarat mycket/ganska nöjd. Bas: Använt Sveriges Radio Play (n=1420) Källa: Attitydunderökningen, Novus 2020.

Tidigare lön frågan "Har du använt Sveriges Radios app, Sveriges Radio Play?", nu lyder den "Hur ofta lyssnar du på innehåll från Sveriges Radio (t.ex. radiokanal direktsänt, i efterhand, nyhetsklipp eller podd) via Sveriges Radio Play?". Detta har lett till att färre i dag svarar "aldrig" och fler "mera sällan". Eftersom sällan användare ofta ger lägre omdömen än mer frekventa, är detta en av förklaringarna till den negativa utvecklingen avseende attityderna till Play.

8.2.8 Nöjdhet med Sveriges Radio i sociala medier

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Andel mycket/ganska nöjda	58 %	63 %	71 %					

Kommentar: Frågan lön "Hur nöjd eller missnöjd är du totalt sett med Sveriges Radio i sociala medier". Procentsiffran anger andelen som svarat mycket/ganska nöjd. Bas: Följer något socialt medium (n=443).

Källa: Attitydunderökningen, Novus 2020.

9.

Resursanvändning

Ständig utveckling kräver ett ständigt arbete med att styra resurser till förnyelse. Från och med 2020 redovisar Sveriges Radio också nya nyckeltal för företagets produktivitet och effektivitet.

- 9.1 **Intäkter**
- 9.2 **Kostnader**
- 9.3 **Produktivitet och effektivitet**
- 9.4 **Sidoverksamheter**
- 9.5 **Koncernsamarbeten**



Genom att effektivisera arbetsflöden och processer och ta fram bättre arbetsverktyg sparades cirka 11 miljoner kronor i utgifter för Sveriges Radios under 2020. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.



Under 2020 genomfördes en mycket omfattande omställning av Sveriges Radios journalistiska produktion till följd av pandemin. Detta redovisas under rubriken "Förändringar under året" i anslutning till 9.3 Produktivitet och effektivitet. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.



Resurserna ska läggas
på det som är viktigast
för lyssnarna.

• 1 / MEDELSVILLKOR

» SR ska inom tillgängliga ekonomiska ramar göra de prioriteringar som krävs för att uppfylla uppdraget. Verksamheten ska inom ramen för uppdraget bedrivas rationellt. «

• 19 / MEDELSVILLKOR

» SR ska redovisa och kommentera hur uppdraget fullgjorts med avseende på bl.a. volym, kostnader och intäkter samt nyckeltal som visar effektivitet och produktivitet. «

År 2020 tilldelades Sveriges Radio drygt tre miljarder kronor för att leverera linjära kanaler som sände sammanlagt 143 000 timmar, ett omfattande utbud on demand samt konserthuset Berwaldhallen med orkester och kör. De pengar som företaget har till sitt förfogande läggs huvudsakligen på att producera innehåll inom kategorierna nyheter, samhälle och kultur. I detta kapitel redovisas

- intäkter och kostnader
- hur Sveriges Radio kontinuerligt arbetar med att öka produktivitet och effektivitet
- sidoverksamheter och koncernsamarbeten med SVT, UR och SRF. Arbetet med produktivitet och effektivitet ingår i företagets styrmodell och är knutet till de strategiska mål som började gälla 2020.

9.1 Intäkter

§ 17 / SÄNDNINGSTILLSTÅND

» SR får inte sända reklam. «

§ 18 / SÄNDNINGSTILLSTÅND

» SR får inte sända sponsrade program där sponsorbidraget har tillfallit SR direkt. «

Sveriges Radios verksamhet finansieras av en public service-avgift som tas ut via skattsedeln och som ska betalas av alla över 18 år med en beskattningsbar förvärvsinkomst. Avgiften är en procent av inkomsten upp till ett tak som under 2020 var maximalt 1 397 kronor per person och år. Det innebar som högst en kostnad på 1,37 kronor per dag och person för Sveriges Radio och hela dess utbud. Avgiften ersatte från och med den 1 januari 2019 det tidigare systemet med en radio- och tv-avgift som skulle betalas av alla hushåll med en tv-mottagare.

Sveriges Radio tilldelades 3 077 miljoner kronor för att bedriva verksamheten under 2020. Medelstilldelningen och intäkter vid sidan av avgiftsmedel visas i tabell 9.1.1.

Intäkter vid sidan av avgiftsmedel

Vid sidan av avgiftsmedel har Sveriges Radio övriga intäkter på 45,3 miljoner kronor inklusive sidoverksamhet.

Under 2020 påverkades konsertverksamheten starkt av restriktioner till följd av pandemin. Konserter i Berwaldhallen och turnéer kunde inte genomföras inför betalande publik vilket innebar en 80-procentig minskning av biljettintäkter.

Den årliga Östersjöfestivalen ställdes in. Festivalen arrangeras av Sveriges Radio i syfte att stärka samhörigheten mellan Östersjöländerna med en kombination av klassisk musik och ett

fokus på den känsliga miljön i och runt Östersjön. Sveriges Radios förhoppning är att kunna genomföra festivalen 2021 förutsatt att detta är möjligt i det läge som då råder kring pandemi, smittspridningsrisker och restriktioner.

En annan konsekvens av pandemin är att Sveriges Radio under året erhållit cirka 8 miljoner kronor i sjuklöneersättning från staten.

Kommersiella samarbeten

Sveriges Radio definierar kommersiellt samarbete på följande sätt: "Samarbete med kommersiell aktör som genererat intäkter till SR."

Under 2020 har Sveriges Radio inte haft några kommersiella samarbeten.

Sponsring

Varken direkt eller indirekt sponsring förekommer i Sveriges Radios program. Som beskrivs i 4.2 *Externa produktionsbolag* säkerställer Sveriges Radio i produktionsutläggningsavtal med bolagen att det inte förekommer någon direkt eller indirekt sponsring. I avtalet anges att "ersättning enligt denna punkt utgör Produktionsbolagets enda ersättning" samt att produktionsbolaget inte har "rätt att ta emot ekonomiska bidrag eller bidrag av ekonomiskt värde från tredje man för Programmen."

Fotnot: Medelsvilkorens punkt 18 reglerar att staten i den händelse SR:s sändningstillstånd upphör får inlösa byggnader, utrustning m m som tillhör SR. Bestämmelsen Medelsvilkorens punkt 22 om att företagets revisorer ska ges möjlighet att granska företagets redovisning tillgodoses i dokument i *Bilagor. Revisorsintyg*.

9.1.1 Sveriges Radios medelstilldelning och intäkter vid sidan av avgiftsmedel, miljoner kronor

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Erhållna avgiftsmedel	2 958	3 017	3 077					
Justering mellan programbolagen	4	4	9					
Totalt erhållna avgiftsmedel	2 962	3 021	3 086					
Avgiftsmedel överförda till RIKAB	-45	-37	-					
Avgiftsmedel överförda till SRF	-86	-73	-74					
Delsumma överförda avgiftsmedel	-131	-110	-74					
Förändring skuldförda avgiftsmedel	11	-93	-153					
Summa intäktsförda avgiftsmedel	2 842	2 818	2 859					
Intäkter konsertverksamheten	27	25	5					
Övriga intäkter	43	37	29					
Summa övriga intäkter	70	62	34					
Summa avgiftsmedel och övriga intäkter	2 912	2 880	2 893					
Intäkter sidoverksamhet	18	18	11					
SUMMA INTÄKTER	2 928	2 898	2 903					

9.1.2 Intäkter vid sidan av avgiftsmedel, miljoner kronor

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Intäkter konsertverksamheten	27,2	25,4	4,9					
Turnéverksamhet Radiosymfonikerna och Radiökören	7,8	3,0	0,6					
Hyresintäkter	0,6	0,4	0,8					
Lönebidrag	2,1	1,8	1,6					
Kompensation sociala avgifter musiker och korister	3,5	3,5	3,5					
Julkalendern	1,3	1,1	1,2					
Sjuklöneersättning	–	–	8,1					
Övrigt	27,8	27,0	14,0					
Sidoverksamhet	15,7	17,8	10,7					
SUMMA	86,0	80,0	45,3					



Publiklöst i Berwaldhallen: Under större delen av 2020 kunde konserter bara genomföras utan publik, och intäkterna från konsertverksamheten sjönk med 80 procent jämfört med 2019. Foto: Arne Hyckenberg.

9.2 Kostnader

Sveriges Radios kostnader redovisas

- totalt per kostnadsslag
- fördelade per programkategori.

Resurser per kostnadsslag

Det finns ingen vedertagen praxis för hur ett public service-bolag bör beräkna hur stor andel av företagets resurser som används till programproduktion. I det dataunderlag som ligger till grund för EBU:s (European Broadcasting Union, Europeiska radio- och TV-unionen) rapport "Public Service Media News" från 2020 redovisas hur stor del av budgeten europeiska public service-bolag lägger på programproduktion. Bolagen använder helt olika beräkningsmönster och definitioner av programrelaterade kostnader. Det gör att skillnaderna i redovisade andelar till programmedel är stora och fördelar sig längs ett brett spektra. I ena änden finns bolag som säger sig lägga 30 procent på programproduktion, i andra änden de som uppger att de lägger 100 procent.

Sveriges Radio har inför sändningstillståndsperioden 2020–2025 sett över företagets beräkningsmodell och gått ned på detaljnivå i högre grad än tidigare. Detta har medfört att programrelaterade kostnader som tidigare inte räknats med nu fångas upp. Inför den nya tillståndsperioden har Sveriges Radio också fört dialog med SVT om sätten att utforma en beräkningsmodell.

Tabellen 9.2.1 visar Sveriges Radios resursfördelning uppdelat på tre olika kostnadsslag:

- **programproduktion** – kostnader för den programproducerande verksamheten
- **distribution** – kostnader för distribution av marksändningar och internetdistribution
- **övriga kostnader** – resten av kostnaderna: vissa delar av verksamheterna teknik,

säkerhet, ekonomihantering, administration, fastighet och kommunikation.

Kostnader per programkategori

Sveriges Radio fördelar resurser till företagets olika delar utifrån prioriteringar som utgår från såväl public service-uppdraget som publikens förväntningar. Sättet att fördela resurser följer då i praktiken automatiskt också företagets strategiska mål vilka beskrivs i sin helhet i 2. *Det här vill Sveriges Radio*.

Fördelningen per programkategori är i princip densamma från år till år. Som framgår av tabellen 9.2.2 stod områdena Nyheter, Samhälle och Kultur för sammanlagt cirka två tredjedelar av kostnaden under 2020. Andelen var i princip densamma under hela tillståndsperioden 2014–2019.

Däremot görs ofta förändringar av resursfördelningen inom respektive programkategori. Den flexibiliteten är nödvändig för ett publicistiskt företag som är till för sina lyssnare. Utbudet förändras och utvecklas kontinuerligt och resurser kan behöva omfördelas inom en programkategori när nya frågor behöver prioriteras publicistiskt.

I 6.3 Programkategorier beskrivs hur gränserna mellan olika innehållsgenrer löses upp i takt med att världen förändras. I många program kan flera olika ämneskategorier rymmas inom ett och samma format och innehållsuppdrag. Det gäller i synnerhet aktualitetsblocken i de olika kanalerna.

Nyhets- och specialistredaktionerna samarbetar allt mer för att Sveriges Radio samlat ska kunna erbjuda lyssnarna mer fördjupning, sätta de stora frågorna i sammanhang och kunna knyta ihop globala och lokala perspektiv.

I diagrammet 9.3.4 beskrivs allmänhetens värderingar av olika programkategorier i Sveriges Radios utbud ställda i relation till de resurser företaget lägger inom respektive programkategori. I princip alla programkategorier där Sveriges Radio har en hög andel kostnader betraktas också som viktiga av allmänheten. De programkategorier som företaget ägnar mest resurser får även höga betyg av lyssnarna. Sveriges Radios uppfattning är att det visar att företaget i fördelningen av resurser prioriterar på ett effektivt sätt.

9.2.1 Sveriges Radios kostnader per kostnadsslag, miljoner kronor

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Programproduktion	2 176					
Distribution	249					
Övriga kostnader	468					
Delsumma	2 893					
Sidoverksamhet	10					
SUMMA KOSTNADER	2 903					

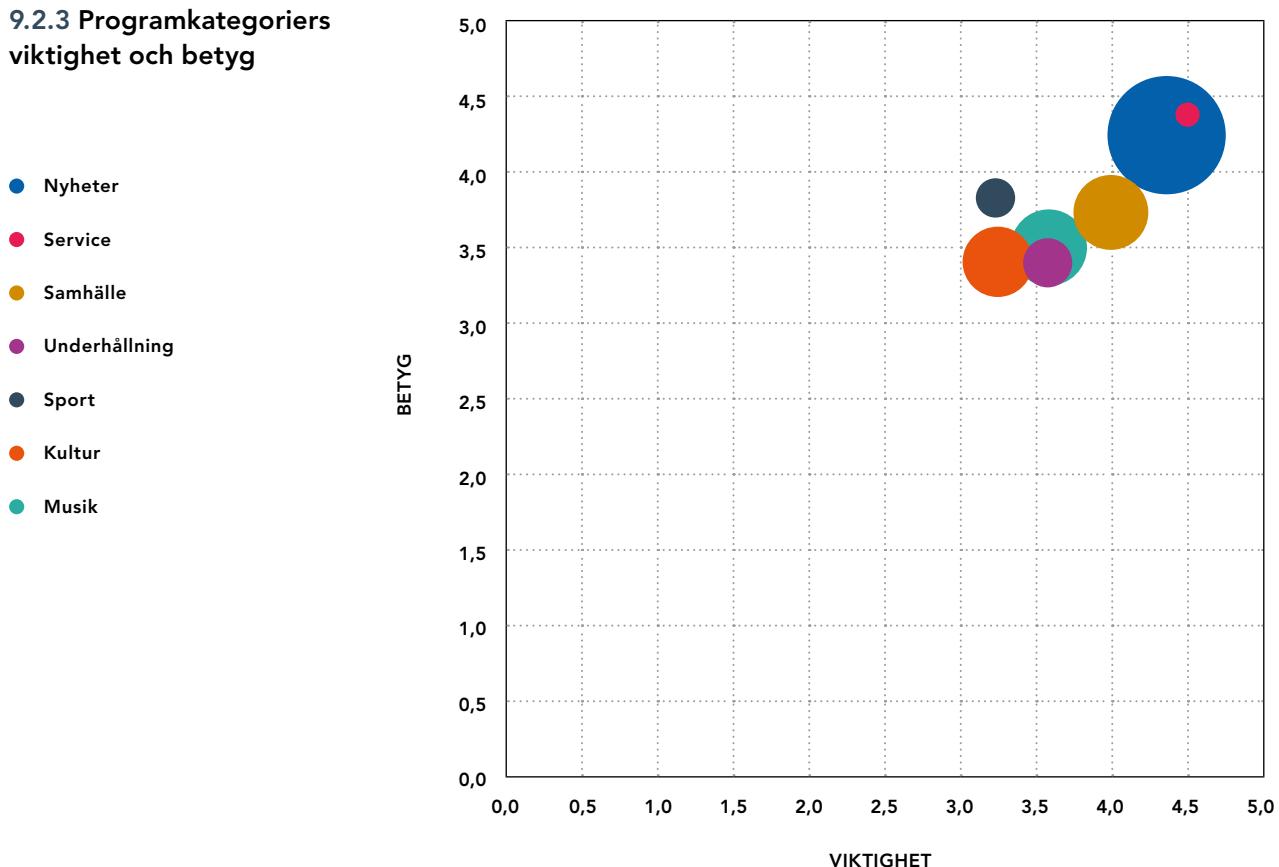
9.2.2 Sveriges Radios kostnader per programkategori, miljoner kronor

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Nyheter	1 106	1 113	1 118					
Samhälle	459	429	431					
Kultur	362	388	390					
Sport	130	118	119					
Underhållning	203	188	189					
Musik	469	460	462					
Service	45	46	46					
Livsstil	135	138	138					
SUMMA	2 911	2 880	2 893					

9.2.3 Kostnadsandelar per programkategori i procentandeler

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Nyheter	38 %	39 %	39 %					
Samhälle	16 %	15 %	15 %					
Kultur	12 %	13 %	13 %					
Sport	4 %	4 %	4 %					
Underhållning	7 %	7 %	7 %					
Musik	16 %	16 %	16 %					
Service	2 %	2 %	2 %					
Livsstil	5 %	5 %	5 %					
SUMMA	100 %	100 %	100 %					

9.2.3 Programkategorier viktighet och betyg



9.3 Produktivitet och effektivitet

• 1 / MEDELSVILLKOR

» SR ska kontinuerligt vidta åtgärder som syftar till ökad effektivitet och produktivitet. «

• 19 / MEDELSVILLKOR

» Samarbets- och effektiviseringsåtgärder ska rapporteras i redovisningen. «

I beslutet för 2019 års public service-redovisning ansåg Granskningsnämnden för radio och tv att Sveriges Radio ”endast delvis uppfyllt villkoret att redovisa nyckeltal som visar produktivitet” (diarienummer 20/00760, 811 och 813).

Inför tillståndsperioden 2020–2025 formulerade Sveriges Radio en ny vision och nya strategiska mål.

För att följa hur de strategiska målen uppfylls har företaget också tagit fram indikatorer till respektive mål, vilket beskrivs i kapitel 2. *Det här vill Sveriges Radio.*

Från och med denna redovisning utgör utfallen för ett antal av dessa indikatorer nyckeltal för ökad effektivitet och produktivitet. Nyckeltalen kompletterar mått som Sveriges Radio använder under perioden 2014–2019 och som företaget fortsätter använda under den nu inledda tillståndsperioden, se avsnittet ”Övriga mått för produktiviteten” i detta kapitel.

Sveriges Radios definition av produktivitet

Sveriges Radio har för tillståndsperioden 2020–2025 formulerat mått för produktivitet som följer upp företagets förmåga att fördela resurser till programproduktion, programutveckling, kompetensutveckling och teknisk utveckling för att ge organisationen förutsättningar och förmåga till kvalitetshöjning, nyskapande och ständig utveckling.

Kraven i sändningstillståndet är huvudsakligen formulerade i termer av kvalitet. Av det följer att det framför allt är kvalitativ utveckling som är nödvändig för att Sveriges Radio ska kunna leva upp till kraven.

Företaget väljer att inte använda kostnad per producerad sändningstimme som ett mått på företagets produktivitet (detta användes tidigare, men togs bort 2014). Det finns flera skäl till detta. Kostnaden för vissa programkategorier kan behöva öka vissa år om det är nödvändigt för att höja kvaliteten eller på andra sätt stärka innehållet.

Att använda kostnad per timme som mått är en tveksam metod också på andra sätt, eftersom den skulle uppmuntra till att sprida ut resurserna genom att producera fler timmar i etern och då riskera att tunna ut kvaliteten i utbudet. En sådan spridning av resurser skulle också riskera att hindra prioriteringar av resurser till viktiga publicistiska satsningar.

Att exempelvis producera fler timmar musikbaserad flödesradio skulle vara ett billigt sätt att sänka snittkostnaden per sändningstimme. Men en sådan metod skulle knappast gagna kvaliteten i Sveriges Radios innehåll, och heller inte vara effektivt när det gäller att nå publiken. Detta åskådliggörs i kapitel 8. *Sveriges Radios publik.* Under 2020 jämfört med 2019 har den totala räckvidden ökat. Samtidigt har antalet sända timmar faktiskt minskat de senaste åren till följd av nedläggning av tre musikbaserade DAB-kanaler, och detta beskrivs bland annat i 5.1 *Marksänt och annat linjärt utbud* och 6.3 *Programkategorier*.

Sveriges Radios definition av effektivitet

Arbetet med att öka effektiviteten ska vara utformat så att det stödjer Sveriges Radios förmåga att uppfylla public service-uppdraget och att möta publikens behov.

Listan nedan samt tabellen 9.3.1 redogör för indikatorer som är mått för effektivitet och som är knutna till företagets strategiska mål.

Indikatorerna för effektivitet utgår ifrån hur publiken använder Sveriges Radios utbud och hur allmänheten uppfattar företaget och det innehåll som erbjuds. Arbetet med ökad effektivitet innefattar även större satsningar, utvecklingsarbeten och olika former av samarbeten med externa aktörer vilket bidrar till arbetstillfällen och ger publiken mervärden.

Fem nya mått för produktivitet och effektivitet

Sveriges Radio använder från och med 2020 fem indikatorer kopplade till företaget där utfallet fungerar som nyckeltal för att mäta företagets produktivitet och effektivitet. I tabellen 9.3.1 presenteras respektive indikator i anslutning till de strategiska målen, vilka målsättningar företaget har för respektive indikator och vad resultaten blev under 2020.

Här beskrivs innehördens i respektive indikator:

- **Mått för effektivitet**

– index för personligt värde.

För att Sveriges Radios utbud ska bli valt i en ständigt växande konkurrens är det en förutsättning att lyssnare och användare upplever att de får ut ett personligt värde av innehållet. Sveriges Radio mäter därför regelbundet hur stor andel av publiken som uppger att de får ut ett sådant personligt värde, och företaget har som mål att siffran ska öka inom den grupp som lyssnar minst en gång per vecka.

- **Mått för effektivitet**

– andel av samtliga Sveriges kommuner där SR gjort inslag under ett tertial. Sveriges Radio ska spegla hela landet och har målsättningen att minst en gång per tertial finnas på plats i alla landets 290 kommuner och producera innehåll därifrån. Detta mål för närvaro följs upp under hela tillståndsperioden.

- **Mått för produktivitet**

– frågan "Jag möter ett Sveriges Radio som är nyskapande" i Attitydundersönning. All utveckling, inte minst digitalt, måste ske inom befintlig ram samtidigt som det breda uppdraget inom linjär radio upprätthålls. Om Sveriges Radio lyckas med att förnya företaget och får allmänheten att uppleva företaget som nyskapande är det ett mått på graden av produktivitet.

- **Mått för effektivitet och produktivitet**

– digital räckvidd.

Att bli vald i en växande digital och global konkurrens är en allt större utmaning för medieföretag över hela världen. Parallelt med den linjära utvecklingen och med befintliga medel utvecklar Sveriges Radio sitt digitala utbud och sin digitala tillgänglighet kontinuerligt. Genom att mäta den digitala räckvidden ges mått på både effektivitet och produktivitet.

- **Mått för effektivitet och produktivitet**

– de största förändringarna det senaste året inom alla delar av företaget.

Sveriges Radio gör varje år en mängd förändringar i verksamheten genom att skapa och använda tekniska innovationer eller införa nya produktionssätt. Den samlade listan på dessa typer av effektivitets- och produktivitetsförbättringar utgör indikatorn.

Övriga mått för produktivitet

Utöver de fem ovanstående nya måtten kommer Sveriges Radio under den nu inledda tillståndsperioden även använda följande tre mått för produktivitet från tillståndsperioden 2014–2019:

- **Mått för produktivitet**

– resurser för programproduktion.
Sveriges Radio strävar efter att så stor andel av medlen som möjligt ska användas till den journalistiska och konstnärliga verksamheten. Under 2020 genomfördes en omfattande utveckling av innehåll och befintliga tjänster, exempelvis för appen *SR Play* och nya format för digital konsumtion. Innehållsligt har tyngdpunkter bland annat legat på utveckling av nya P3 samt speglingen av hela Sverige.

- **Mått för effektivitet**

– upphandlingsgrad.
Detta är ett mått för den andel av totala inköp (exklusive inköp av redaktionellt innehåll) som görs med avtal upphandlade enligt *Lagen om offentlig upphandling* (LOU). Målet är att den ska vara minst 80 procent, och under 2020 låg upphandlingsgraden på 92 procent. Sveriges Radio räknar enligt branschpraxis med en genomsnittlig sänkning av kostnader med cirka tio procent när inköp görs med konkurrensutsatta upphandlade avtal. Upphandlingsprocessen bidrar också till kontinuerlig produktionsförbättring samt ökad standardisering av varor och tjänster vilket i sin tur leder till kostnadsminskningar. Tidsåtgången från konstaterat inköpsbehov till färdigt avtal har kortats och kostnaden för upphandlingskonsulter har minskat.

- **Mått för produktivitet**

– koncernsamarbeten.
Dessa beskrivs i sin helhet i
9.5 Koncernsamarbeten på sid 216.



Ökad digital räckvidd är ett av de mått för effektivitet och produktivitet som Sveriges Radio kommer att använda under tillståndsperioden. Foto Martina Holmberg/Sveriges Radio.



Utveckling av tekniska lösningar är avgörande för att kunna producera radio enkelt och effektivt. Ett exempel är hur en medarbetares mobiltelefon kan tack vare särskild programvara i telefonen användas som mikrofon med hög ljudkvalitet för intervjuer och medverkan i sändningar. På bilden ses Farzad Nouri från P4 Stockholm använda tekniken vid en intervju i augusti 2020. Foto: Micke Grönberg/Sveriges Radio.

9.3.1 Nyckeltal och indikatorer för produktivitet och effektivitet

Strategiska mål	Indikator	Målsättning	Resultat 2020	Typ av mått
Jag väljer Sveriges Radio	1 b) Andel av veckolyssnare som upplever ett personligt värde av Sveriges Radio*	b) Ska öka under tillståndsperioden	78 %*	Effektivitet
Jag hör min och din vardag i Sveriges Radio	3 a) Andel av Sveriges 290 kommuner som SR gjort inslag från under ett tertial. Följs upp månadsvis.	a) Ska vara 100 procent	100 %	Effektivitet
Jag möter ett Sveriges Radio som är nyskapande	4 a) Andel av veckolyssnare som svarar ja på påståendet "Jag upplever att SR är nyskapande"	a) Ska öka under tillståndsperioden	36 %*	Produktivitet
	4 c) Digital räckvidd	c) Ska öka under tillståndsperioden	3,2 miljoner**	Effektivitet pch produktivitet
	4 d) Lista på de största förändringarna det senaste året inom alla delar av företaget	Lista finns på nästa uppslag, sidorna 210–211.		Effektivitet pch produktivitet

*Källa: Attitydundersökningen, Novus Group 2020.

**Källa: PPM, Rate on Air samt Cat.

Förändringar under året

Sveriges Radio arbetar kontinuerligt med att effektivisera, rationalisera och förbättra verksamheten. Nedan presenteras ett urval av de större förändringarna under 2020:

- **Nya arbetssätt och frigörande av ekonomiska medel:** Genom att effektivisera arbetsflöden och processer och ta fram bättre arbetsverktyg inom hela företaget sparades 11 miljoner kronor.
- **Pandemianpassning:** En total omställning av journalistisk produktion genomfördes till följd av pandemin. Microsoft Teams tillgängliggjordes för samtliga medarbetare. Teknik för hemarbete levererades till medarbetarna. En säkrare så kallad VPN-tjänst med större kapacitet lanserades. Stödet från supportteam till medarbetare stärktes.
- **Granskande journalistik:** Samarbetsprojektet SR Granskar där samtliga nyhetsredaktioner gör satsningar på sex ämnesområden.
- **App-utveckling:** Nya spellistor i Sveriges Radio Play för lokala nyheter, kultur, sport och minoritetsspråk utvecklades.
- **Effektiviserat arbete med rekryteringar:** En rekryteringsansvarig som delvis ersätter rekryteringskonsulter anställdes. Detta effektivisrar rekryteringsprocesserna och är mer kostnadseffektivt än tidigare.
- **Veckorapporter till medarbetare:** Utveckling av automatiskt framställda veckovisa rapporter om statistik för linjär lyssning. Rapporterna är anpassade för publicering på intranätet.
- **Fler perspektiv och ökad förståelse:** Ett femtiotal popup-redaktioner skapades under 2020 för att täcka vita fläckar.
- **Förbättrad ljudkvalitet vid intervjuer via digitala verktyg:** Den tekniska lösningen *Medi* utvecklades internt. Lösningen möjliggör högre ljudkvalitet när medverkande i sändningar deltar via en dator, en mobiltelefon eller någon annan typ av uppkopplad enhet.
- **Registrering av spelad musik:** Ett internt utvecklat och mer effektivt system för inrapportering av musik, som ligger till grund för bland annat betalning för rättigheter till upphovsmakare, infördes under året.
- **Nya P3:** P3 lanserades med förynjad profil, med tyngdpunkter på musikjournalistik, poddar av hög kvalitet och mer direktsänt innehåll. Samtidigt breddades kanalens målgrupp.

- **Radiosporten:** Satsningar inom fyra områden: vassare nyheter, fler dokumentärer, ett nytt uttryck i sociala medier samt en ny podd av hög kvalitet.
- **Ny strategi för SR Play:** En ny strategi togs fram med tyngdpunkt på (och satsningar inom) tre områden: Ett nyhetsuttryck med ljudet i fokus, den bästa podd-upplevelsen och de största radiokanalerna.
- **Billigare och bättre tekniska lösningar:** Lösningar för att sända utanför radiohus har förbättrats, gjorts mer användarvänliga och billigare. Detta tack vare bättre avtal för komponenter till OB-väskor samt bättre avtal för satellituppkopplingar och medverkande-appen *Luci live*.
- **Förnyad beställning för det lokala innehållet i P4:** Det linjära formatet förtysligades och en större del av innehållet produceras nu av livereportrar utanför radiohusen. Nya arbetsätt utvecklades för att lyssningen på de digitala nyhetspubliceringarna.

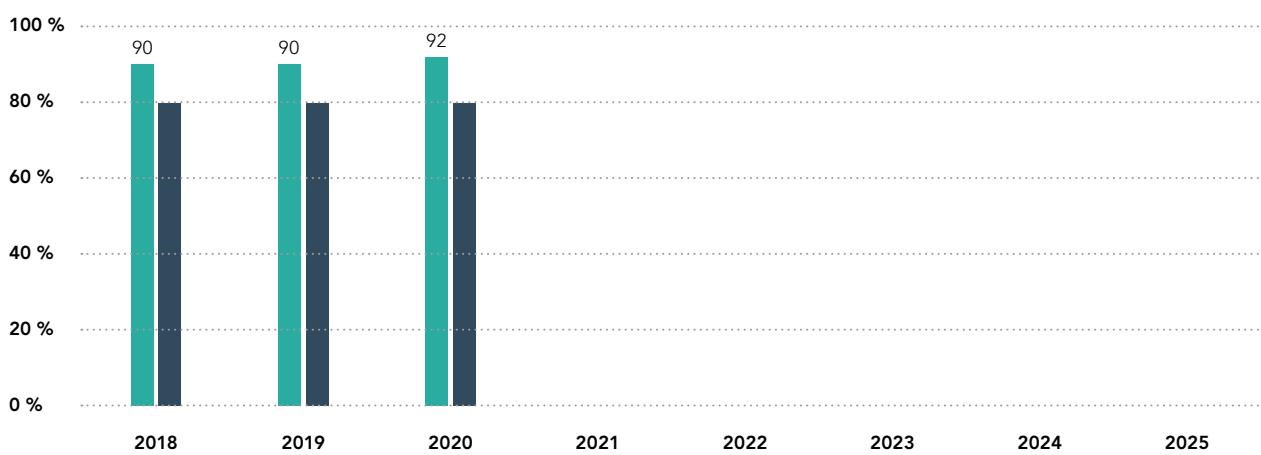
Richard Henriksson från Radiosporten leder podden "Matchen" som utvecklades under 2020 för lansering 1 februari 2021. Podden är en del av Radiosportens satsningar som i sin tur återfinns på listan över Sveriges Radios större förändringar under det gångna året. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

9.3.2 Resurser för programproduktion, procent

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Programproduktion	75,2 %					
Distribution	8,6 %					
Övriga kostnader	16,2 %					
TOTALT	100 %					

9.3.3 Upphandlingsgrad, procent

■ Utfall ■ Mål



Kommentar: Målet är att upphandlingsgraden ska vara minst 80 procent. Under 2020 låg upphandlingsgraden på 92 procent. För enstaka inköpskategorier är målet betydligt högre. Till exempel är upphandlingsgraden 100 procent för inköpskategorin Distribution och kontribution, 86 procent för kategorin Kontor och fastighet och 91 procent för IT Infrastruktur.

9.4 Sidoverksamhet

• 3 / MEDELSVILLKOR

» Sidoverksamheter till SR:s sändningsverksamhet ska bärä sina egna kostnader och i övrigt bedrivas på ett konkurrensneutralt sätt i förhållande till andra företag som tillhandahåller motsvarande tjänster. «

» Sidoverksamheter ska redovisas som egna resultatområden. «

• 9 / MEDELSVILLKOR

» Sidoverksamheter ska inte ges en sådan omfattning eller vara av sådan karaktär att de kan riskera att inkräkta på kärnverksamheten eller skada förtroendet för radio och tv i allmänhetens tjänst. «

• 19 / MEDELSVILLKOR

» SR ska särskilt redogöra för företagets intäkter vid sidan av avgiftsmedel. «

Sveriges Radios medelstilldelning ska användas till företagets kärnverksamhet som är allt mark-sänt innehåll, alla plattformar och tjänster företaget tillhandahåller samt allt ljud som tillhandahålls genom aktörer som länkar till Sveriges Radios innehåll. Detta beskrivs i 5.3 Kärnverksamhet och kompletterande verksamhet. Den kompletterande verksamheten syftar till att stödja kärnverksamheten och förbättra tillgängligheten för användarna.

Utöver detta bedriver Sveriges Radio en mycket begränsad sidoverksamhet som ligger inom sändningstillståndets ramar. Den bedrivs på ett konkurrensneutralt sätt och finansieras inte med public service-avgifter.

Omfattning av sidoverksamheten

Sveriges Radios sidoverksamhet består av följande delar:

- **SR Media Development Office (SR MDO)** är en fristående avdelning inom Sveriges Radio som arbetar med medieprojekt i utvecklingsländer. Verksamheten utgår från Sveriges Radios erfarenheter som public service-bolag samt att värna yttrandefrihet och demokratisk utveckling. SR MDO arbetar på uppdrag av internationella biståndsorganisationer, bland annat Sida, organisationer och institutioner inom FN och EU samt icke-statliga organisationer (NGO).
- **Uthyrning av konserthuset Berwaldhallen** för konserter, konferenser och andra typer av evenemang.
- **Uthyrning av musikstudior i Radiohuset**, framförallt för repetitioner.
- **Licensiering**. Sveriges Radio licensierar inspelningar till externa aktörer för användning i kommersiellt syfte. Det gäller exempelvis musikinspelningar för utgivning på cd, radioföljetonger för utgivning som ljudböcker, klipp för filmproduktioner och inslag i tv-program eller som del i teateruppsättningar.

0,3 procent av Sveriges Radios totala kostnader utgjordes av sidoverksamhet under 2020.

Utifrån att kostnadspåslaget för overhead (ekonomihantering, administration, HR, juridik och fastighetskostnader) ska vara relevant och kunna justeras kontinuerligt för att speglar förändringar i verksamheten har Sveriges Radio använt kostnadsslag som är gemensamma för hela företaget. Utöver traditionella overheadkostnader, som behövs för att kunna bedriva kärnverksamheten programproduktion, ingår även verksamheter som kommunikation, investeringar, utveckling och teknik/it.

Resultat för respektive sidoverksamhet balanseras mot tidigare års ackumulerade resultat. Det ackumulerade resultatet för perioden 2018–2020 är positivt för samtliga verksamheter.

Pandemin har fått tydliga effekter för sidoverksamheterna under 2020:

- SR MDO:s verksamhet har kunnat bedrivas likt tidigare år. Arbetet har dock bedrivits på distans under större delen av året på grund av internationella reserestriktioner.
- Intäkterna för uthyrning av studior har genererat ett mindre överskott trots en minskning av intäkterna jämfört med tidigare år.
- Antalet licensieringar har minskat under året och verksamhetsgrenen redovisar en förlust, men underskottet beräknas vända till ett ackumulerat överskott under innevarande tillståndsperiod.

Sveriges Radio bedömer att det inte är någon del av sidoverksamheten som riskerar att inkräkta på kärnverksamheten eller skada förtroendet för radio och tv i allmänhetens tjänst.

Prissättning inom sidoverksamheten

Sidoverksamheten bedrivs inom konkurrensutsatta och väl fungerande områden. Prisbilderna inom dessa områden är väl kända för kunder och andra leverantörer.

För uthyrning av Berwaldhallen och musikstudior gäller att den egna verksamheten prioriteras före externa kunder.

Sveriges Radio gav 2014 en konsultfirma i uppdrag att analysera de prisnivåer som används vid uthyrning av Berwaldhallen. Nivåerna bedömdes ligga i nivå med andra koncertlokaler i Sverige. Vad gäller musik- och publikstudiorna i Radiohuset i Stockholm ligger priserna för uthyrning lägre än lite större repetitionslokaler men samtidigt högre än mindre repetitions- och musikinspelningslokaler. Sveriges Radio gör bedömningen att prisnivåerna för dessa typ av lokaler inte har förändrats.

Prissättning vid försäljning av licensieringar av inspelningar och program görs efter omvärldsbevakning, och avstämning mot andra bolags prisnivåer och produktionskostnader görs regelbundet. Sveriges Radios pris baseras på rekommendationer från upphovsrättsorganisationer samt det beräknade PPD-priset (Published Price to Dealer), det vill säga det pris en produkt har innan produkten når handeln.

SR MDO bedriver konsult- och utbildningsarbete inom medieområdet, framför allt i låg- och medelinkomstländer utanför EU. Verksamheten finansieras huvudsakligen genom kontrakt med olika biståndsgivare, bland annat biståndsmynigheten Sida.



Uthyrning av musikstudior i Radiohuset är en av Sveriges Radios sidoverksamheter. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

9.4.1 Intäkter och kostnader för sidoverksamheten 2018–2025, miljoner kronor

		2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
SR Media Development Office	Intäkter	10,1	12,8	9,6					
	Kostnader	-10,1	-10,8	-8,4					
	Resultat	0,0	2,0	1,2					
Uthyrning Berwaldhallen	Intäkter	3,6	3,0	0,4					
	Kostnader	-2,6	-2,1	-0,3					
	Resultat	1,0	0,9	0,1					
Uthyrning Lokaler, Teknik	Intäkter	0,4	0,4	0,1					
	Kostnader	-0,3	-0,3	-0,1					
	Resultat	0,1	0,1	0,0					
Licensiering	Intäkter	1,7	1,6	0,6					
	Kostnader	-1,1	-1,2	-1,1					
	Resultat	0,6	0,4	-0,5					
Summa	Intäkter	15,8	17,8	10,7					
	Kostnader	-14,1	-14,4	-9,9					
	Resultat	1,7	3,4	0,8					

9.5 Koncernsamarbeten

• 4 / MEDELSVILLKOR

» SR ska tillsammans med SVT och UR avstå medel för Sveriges Radio Förvaltnings AB:s kostnader enligt avtal mellan programföretagen. «

• 10 / MEDELSVILLKOR

» Överenskommelser mellan SR, SVT och UR rörande insatser på minoritetsspråk och teckenspråk samt för personer med funktionsnedsättning ska sändas till regeringen (Kulturdepartementet) och Myndigheten för press, radio och tv innan verksamhetsåret börjar. «

• 17 / MEDELSVILLKOR

» SR ska fördjupa sitt samarbete med UR när det gäller fördelning och placering av sändningstid för UR:s program så att de får ett brett genomslag. «

Koncerngemensamma upphandlingar

Under 2020 avslutade de tre programbolagen Sveriges Radio, SVT och UR i samarbete med Sveriges Radio Förvaltnings AB (SRF) tolv större gemensamma upphandlingar. Avslutade koncerngemensamma upphandlingar omfattade samtliga programbolag och avsåg återförsäljare av Pro-tools, återförsäljare av intercom-system, drift av personalmatsal, passerkortsämnena och förbrukningsmaterial, licensspecialist och återförsäljare av mjukvara, profilprodukter, kaffemaskiner samt tillhörande varor och tjänster, brandskyddsprodukter och sjukvårdsutrustning, byggservice och mindre byggentreprenader i Stockholm samt rörservicetjänster och mindre rörentreprenader i Stockholm.

SVT, SRF och UR har genomfört en gemensam upphandling av mobiltelefoni. SVT, SR och UR har genomfört en gemensam upphandling av evenemangssäkerhet.

Under 2020 påbörjades vidare koncerngemensamma upphandlingar av konstruktörstjänster, arkitekttjänster, posttjänster, utrikes transporttjänster, företagspaket och gods inrikes samt bud i Stockholms län, försäkringsförmedlingstjänster, tryckeritjänster, köp/leasing av personbilar, nätverksprodukter, OB-väskor, AV-teknik inklusive installationer, LTO-band, säkerhetsprodukter inom it samt miljökonsulter.

Sveriges Radio Förvaltnings AB (SRF)

SRF är ett kunskaps- och serviceföretag som ansvarar för gemensamma service- och stödfunktioner åt de tre programbolagen SVT, SR och UR. Företaget arbetar på uppdrag av de tre programbolagen och sköter verksamheter som research, arkiv, telefonväxel, distribution, friskvård och fastighetsförvaltning. SRF är även fastighetsägare i Stockholm, Göteborg och Umeå.

SRF ägs av SVT (61 procent), SR (34,4 procent) och UR (4,6 procent) och finansieras genom att programbolagen avstår avgiftsmedel enligt en kostnadsfördelningsmodell. Antalet anställda är 70.

Lokaler

Bolagen har gemensamt med SRF ett fastighetsråd som samordnar lokal- och fastighetsfrågor, och programbolagen samlokalisera och samutnyttjar lokaler där det är möjligt och rationellt. Alla tre bolagen är samlokaliserade i Göteborg och Stockholm.

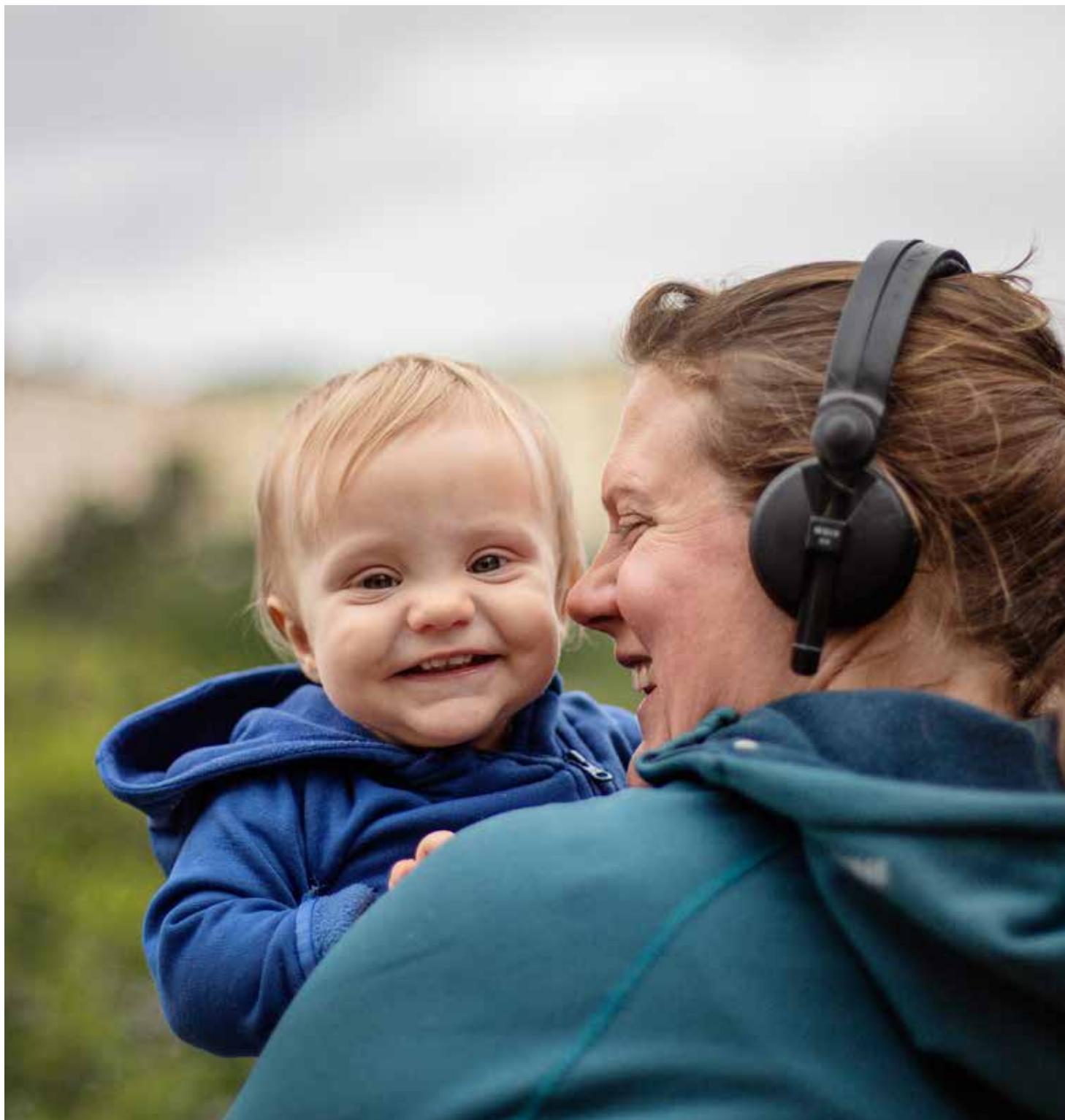
Sveriges Radio och SVT är samlokaliserade i

- **Borås**
- **Halmstad**
- **Kalmar**
- **Karlskrona**
- **Kiruna**
- **Linköping**
- **Norrköping**
- **Skellefteå**
- **Uddevalla**
- **Visby**
- **Örnsköldsvik**

Sveriges Radio och UR är samlokaliserade i Göteborg och Malmö.

Programsamarbeten

- Sveriges Radio och UR samarbetar kring *Barnradions bokpris*.
- Sveriges Radio och SVT samarbetar kring *Vi i femman*, *Världens barn*, *P3 Guld*, *Melodifestivalen* och *Idrottsgalan*. En del av Berwaldhallens konserter sänds även i SVT.
- SVT och UR samarbetar med *Lilla Aktuellt skola*.
- Sveriges Radio, SVT och Radiohjälpen samarbetar kring *Musikhjälpen*.
- Sveriges Radio och SVT samarbetar redaktionellt med Sameradion och SVT Sápmi.
- Sveriges Radio och SVT samarbetar kring *Vi i femman*, *Världens barn*, *Springhjälpen*, *P3 Guld*, *Melodifestivalen* och *Idrottsgalan*. En del av Berwaldhallens konserter sänds även i SVT. ■



Ljudet är i fokus, och ambitionen är att så många som möjligt i vårt land ska hitta något i Sveriges Radios utbud som ger dem ett personligt värde. Foto: Martina Holmberg/Sveriges Radio.



10. **Planer för framtiden**

En fördjupad bevakning av de stora samtidsfrågorna, ett utvecklat nyhetsarbete och en ny strategi för musik hör till de områden som Sveriges Radio prioriterar under de kommande åren.

10 Planer för framtiden

• 20 / MEDELSVILLKOR

» Redovisningen ska även avse ... företagets planer för kommande år. «

Pandemin och dess effekter kommer att påverka Sveriges Radios arbete under 2021 i mycket hög grad när det gäller att anpassa det innehåll som företaget erbjuder lyssnarna och att anpassa arbetssättet. De åtgärder som vidtagits under 2020 kommer att kompletteras under 2021 utifrån hur behoven ser ut.

Under 2021 läggs ytterligare fokus på att vara den trovärdiga guiden för publiken oavsett genre. Sveriges Radio ska bidra med insikter, kunskap och en ökad förståelse för att publiken ska kunna orientera sig och ta ställning.

Det är av yttersta vikt att Sveriges Radio fortsätter utveckla sitt utbud och de tjänster där innehållet görs tillgängligt. I de tidigare kapitlen har mycket av det pågående och framtida utvecklingsarbetet inom Sveriges Radio beskrivits. Ljudet ska fortsatt vara i fokus och likaså ambitionen att så många som möjligt ska hitta något i utbudet som ger dem ett personligt värde. Även under 2021 är ambitionen att regelbundet vara på plats och leverera innehåll från Sveriges samtliga 290 kommuner samt att utveckla det lokala innehållet med dess samlande roll regionalt och lokalt.

Här följer en kort översikt av exempel på ytterligare större satsningar under 2021:

Satsningar inom utbudet ...

Arbetet med Sveriges Radios långsiktiga publicistiska utveckling i linje med visionen *Fler röster och starkare berättelser för en större förståelse* fortsätter. Under 2021 kommer företaget bland annat att satsa på:

- **De stora frågorna.** Digitalisering, globalisering och en växande polarisering påverkar samhället både i Sverige och utanför landets gränser. Ett antal större frågor kommer att vara avgörande som en följd av den pågående pandemin även efter det att den är under kontroll. Under 2021 tas därför ett större grepp inom områdena vetenskap, humaniora/samhälle, ekonomi, säkerhetspolitik och miljö/klimat för att göra de stora samhällsförändringarna mer begripliga och därmed bidra till större förståelse. Utbudet kommer att ha ett digitalt fokus men ska även bidra till en högre kvalitet i FM-utbudet, och medarbetare från olika delar av företaget kommer att arbeta tillsammans med utvecklingsprojekten. Satsningarna kommer att lanseras löpande under 2021.
- **Ny strategi för Sveriges Radio Play.** Sveriges Radio kommer fortsätta att utveckla den egna spelaren både när det gäller innehåll och funktionalitet. Det digitala ljudutbudet ska vara optimerat på de egna plattformarna, och Sveriges Radio Play ska vara det givna valet för den som vill bli uppdaterad, få fördjupning eller koppla av.

- **Fler perspektiv.** Sveriges Radio finns till för publiken. Ambitionen är att alla ska kunna känna igen sig i Sveriges Radios utbud. Under 2021 intensifieras arbetet med att säkerställa att de som arbetar på företaget tillför olika kompetenser och olika expertis i olika diskussioner samt att det återspeglas i utbudet.
- **Utvecklat nyhetsarbete.** Under 2021 påbörjas ett arbete med att formulera en långsiktig strategi för att utveckla nyhetsarbetet inom Sveriges Radios olika delar.
- **Ny strategi för musiken.** Närmare 60 procent av Sveriges Radios innehåll är musik, och under 2021 kommer en ny musikstrategi att börja införas. Den beskrivs närmare i 7.2 *Kulturuppdraget*.
- **Utvecklat innehåll för publiken 13–19 år.** Under 2021 fortsätter det arbete som påbörjades under 2020 med att förändra P3-utbudet, främst den linjära kanalens innehåll som inte längre är åldersindelat men också genom att ta fram nya poddar. Under 2021 kommer även innehållet för tonåringarna att utvecklas. Detta beskrivs närmare i 7.3 *Barn och unga*.

... och på Sveriges Radio som arbetsplats

Utöver satsningarna på de publicistiska utvecklingsprojekten trär en ny hållbarhetsstrategi i kraft under 2021 vilken påverkar inriktningen på verksamheten. Strategin har tagits fram under hösten 2020 och innehåller bland annat hållbarhetsmål, ansvarsfördelning och riktlinjer för hur arbetet ska rapporteras och redovisas. När det gäller Sveriges Radio som arbetsplats kommer företaget bland annat att satsa på följande:

- **Förbättra säkerheten.** Frågor och ärenden kring säkerheten för medarbetare och redaktioner är ett område som blir allt viktigare i takt med att utmaningarna ökar. Under 2021 kommer Sveriges Radio att stärka informations- och it-säkerhetsarbetet på flera punkter.
- **Effektivisera organisationen.** Arbetet med att effektivisera organisationen med syfte att frigöra resurser till publicistiken fortsätter. Kompetensarbetet utvecklas inom ramen för den nybildade SR-Akademien som ersätter nuvarande kompetensavdelning.
- **Stärka varumärket.** Arbetet med att stärka varumärket Sveriges Radio och att förtydliga arbetsgivarvarumärket för att säkra den viktiga och rätta kompetensen fortsätter.
- **Stärkt hållbarhetsarbete.** Under 2021 rekryteras en hållbarhetsansvarig på Sveriges Radio som ska arbeta med att implementera företagets nya hållbarhetsstrategi. ■

11. Bilagor

- 11.1 **Snabbguider:** Här besvaras kraven i sändningstillståndet och medelsvillkoren
- 11.2 Priser till Sveriges Radios produktioner och medarbetare
- 11.3 Antal anställda per ort
- 11.4 Revisorsutlåtande



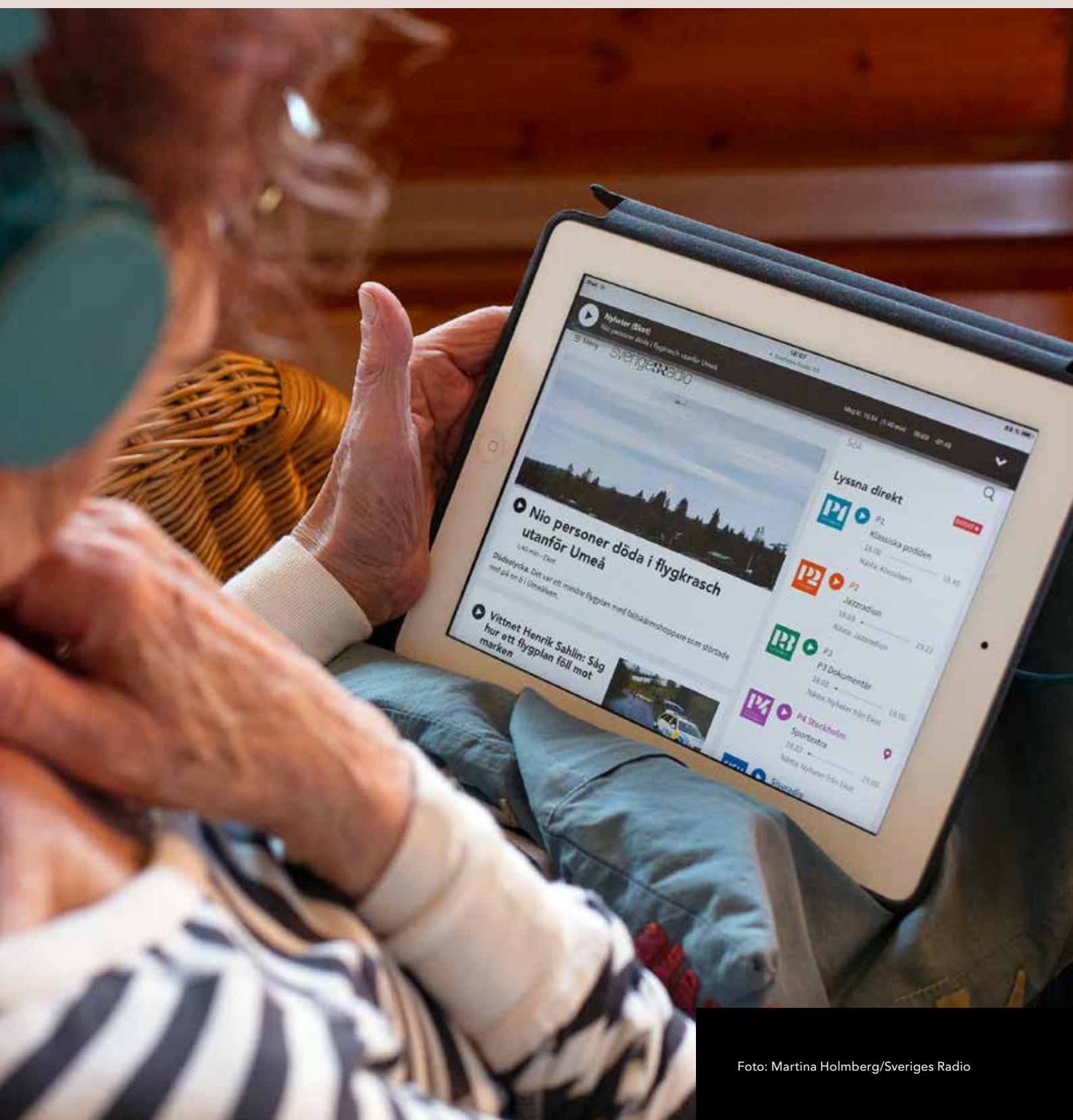


Foto: Martina Holmberg/Sveriges Radio

11.1 Bilaga Snabbguide: Här besvaras kraven i sändningstillståndet

Nyckelord i paragraferna		Kapitel, avsnitt eller förklaring
	fyra ljudradioprogram	5.1 och 7.7
§ 1	regionalt innehåll	5.1 och 7.7
	99,8 procents täckning	5.1
§ 2	upplåta sändningstid till Utbildningsradion	5.1
§ 3	mottagning av sändningar	5
§ 4	analog utsändningsteknik av hög kvalitet	4.11
	mångsidigt programutbud	6 och 7
	särskilt ansvar för svenska språket	4.7
§ 5	jämstäldhet och mångfald, spegla hela landet och variation i befolkningen	6.4
	hög kvalitet, nyskapande form och innehåll	6.4
	folkbildningsambitioner	6.2
	mångfald av åsikter	6.4
§ 6	variation i produktionsformer	4.3
	nyhetsverksamhet	7.1
§ 7	perspektiv utifrån olika utgångspunkter	6.4
	stärkt bevakning av svagt bevakade områden	7.7 och 6.4
§ 8	kulturutbud	7.2
	barn och unga	7.3
§ 9	minoritetsspråk för barn och unga	7.5
	tillgänglighet, funktionsnedsättning	7.4
§ 10	dialog med berörda grupper	7.6
	minoritetsspråk	7.5
§ 11	dialog med berörda grupper	7.6
§ 12	opartiskt, sakligt, vidsträckt yttrandefrihet	4.6
§ 13	beriktigande	4.6
§ 14	genmäle	4.6
§ 15	respektera enskilda privatliv	4.6
§ 16	ljudradions särskilda genomslagskraft	4.6
§ 17	ej sända reklam	SR sänder inte reklam, endast information om den egna, SVT:s och UR:s programverksamhet

§ 18	sponsring, indirekt sponsring	9.1
§ 19	sponsringsmeddelande	Sponsring förekommer inte i SR:s utbud
§ 20	reklaminslag	Se förklaring § 17
§ 21	säkerhet för produktion och distribution	4.11
§ 22	VMA	4.10
	hög säkerhet	4.10
§ 23	beredskapsarbete	4.10
	risk- och sårbarhetsanalys	4.10
§ 24	del av totalförsvaret	4.10

Snabbguide: Här besvaras kraven i medelsvillkoren

Nyckelord i paragraferna	Kapitel, avsnitt eller förklaring
ekonomiska ramar, prioriteringar	9
• 1 produktivitet	9.3
samarbetsområden med SVT och UR	9.5
• 2 kärnverksamhet och kompletterande verksamhet	5.3
• 3 sidoverksamhet	9.4
• 4 Sveriges Radio Förvaltnings AB	9.5
• 5 ta emot sändningar utan särskild betalning	5 (SR tar inte ut några avgifter)
delta i teknisk utveckling	4.9 och 5.2
• 6 kärnverksamhet på olika plattformar	5
prioritering av egna plattformar	5
• 7 utbud utformat för så många som möjligt	5
• 8 riktlinjer för plattformar som inte är SR:s egna	5.2
kärnverksamhet och kompletterande verksamhet	5.3
• 9 sidoverksamhet	9.4

Nyckelord i paragraferna	Kapitel, avsnitt eller förklaring
• 10 överenskommelser med SVT och UR angående minoritetsspråk respektive funktionsnedsättning	överenskommelserna lämnades in före 2021-01-01
• 11 Berwaldhallen	7.2
• 12 nya tjänster	4.5
• 13 decentraliserad organisation	4.8
• 14 55 procent av allmänproduktion utanför Stockholm	6.5
..... kvalitativa nyhetsmediers konkurrensförutsättningar	4.4
• 15 livskraftig mediemarknad	4.4
• 16 livskraftig produktionsmarknad i hela landet	4.2
• 17 samarbete Utbildningsradion sändningstid	bolagen har upprättat ett avtal
• 18 om SR:s sändningstillstånd upphör	Fotnot i kapitel 9
..... årlig redovisning enl sändningstillstånd och medelsvillkor	1
..... intäkter	9.1
..... programverksamhet på internet	6.3
..... kommersiella samarbeten	9.1
..... kostnader	9.2
• 19 resurser per programkategori	9.2 och 6.3
..... produktivitet, effektivitet och effektiviseringsåtgärder	9.3
..... koncernsamarbeten	9.5
..... sidoverksamhet	9.4
..... riktlinjer distribution på plattformar som inte företagets egna	5.2
..... programstatistik	5, 6 och 7
• 20 omfattning av lyssnande, publikens reaktioner	8
..... planer för kommande år	10
..... samverkan utveckling av redovisningen	1.4
• 21 definiera och operationalisera centrala begrepp	1.4
..... stimulera diskussion om verksamheten	1.4 och 4.4
• 22 revisorsintyg	sist i redovisningen

11.2 Bilaga Priser till Sveriges Radios produktioner och medarbetare under 2020

Ylva Lindgren och Emelie Rosén tilldelades Stora Journalistpriset i kategorin Årets berättare för P1 Dokumentärs och Ekots dokumentärserie "Gamer".

Föreningen Grävande journalisters pris Guldspladen i kategorin "Etermedia lokal" gick till Rebecka Montelius, P4 Jönköping, för granskningen "Golfbanan och fakturorna".

Vid Prix Europa vann P1 Dokumentär: Estonia – natten jag inte dog av Annika Olsson priset för bästa radiodokumentär. Ekots serie "Prylarnas Pris" av Daniel Öhman utsågs till årets radio-granskning. Ovan nämnda dokumentärserien "Gamer" fick ett särskilt juryomnämnde.

Radioakademins pris Guldörat tilldelades 2020 Sveriges Radio i tre kategorier

- Årets Avsljöande – *Kaliber i P1: De dolda sexövergreppen*. Producent Annika H Eriksson, reportrar Stina Näslund och Clara Lowden (produktionsbolaget Filt för P1).
- Årets poddproduktion – *P3 Dokumentär: Fallet Kapten Klänning*.
- Årets radioprogramledare – Titti Schultz, P4 Extra.

Vid New York Festivals, tävlingen som uppmärksammar världens bästa radio, fick Barnradion ta emot tre medaljer:

- Juniornyheterna tilldelades guldmedalj för sina nyhetssändningar i kategorin "Entertainment – Best Children/Young Adult Program".
- Juniornyheterna tilldelades också en silvermedalj i kategorin "Podcasts – Best News Podcasts" för sina specialpoddar där varje avsnitt fördjupar ett ämne i nyhetsflödet.
- *Bröderna Lejonhjärta*, Astrid Lindgrens klassiska berättelse i en nyinspelning av Drama för unga, belönades med guld-

medalj i kategorin Entertainment – Best Drama Special.

Regissören Eva Staaf tilldelades regipris 2020 vid Prix Ex Aequo för *Drama för unga*-produktionen *Bröderna Lejonhjärta*. Prix Ex Aequo är en festival för radiodrama som riktar sig till barn och unga och arrangeras av slovakiska RTV i samarbete med EBU.

Ekots politiske kommentator Tomas Ramberg tilldelades Åke Ortmarks journalistpris som instiftats till minne av journalisten, författaren och programledaren som gick bort 2018.

Toppnyheter i Sveriges Radio Play tilldelades andrapriset i multimedialklassen i Prix Bohemia Radio.

P4 Kalmar reporter Lennart Palm tilldelades Guldsleven av Publicistklubbens östra krets för avsljöanden om en landshövding som bland annat betalat ut svarta löner.

Värmlands journalistförening belönade fyra medarbetare vid P4 Värmland vid sin årliga prisutdelning:

- Hedvig Nilsson och Amanda Molin fick årets journalistpris för en granskning av Överförmyndarnämnden i Arvika och Eda. Priset delades med en reporter på Arvika Nyheter.
- Sara Johansson och Mari Stenström fick det kreativa priset för idén och genomförandet av en 24-timmarssändning på Stora torget i Karlstad i samband med insamlingen till Världens barn.

Linda Belanner, samordnare för Barnradion tilldelades Smålands Akademis Emilpris för sitt arbete med att utveckla radio för barn i Sverige på nya plattformar.

Publicistklubben Södras stipendium 2020 tilldelades reportern Anna Bubenko, reporter vid P4 Malmöhus.

11.3 Bilaga Antal anställda per ort december 2020¹

Ort	Antal
Malmö	98
Karlskrona	29
Kristianstad	25
Helsingborg	4
Simrishamn	1
Växjö	48
Jönköping	38
Norrköping	30
Kalmar	29
Linköping	2
Värnamo	1
Västervik	2
Göteborg	112
Uddevalla	34
Borås	30
Skövde	35
Halmstad	25
Varberg	4
Stockholm	1 050
Husby	2
Norrtälje	1
Söderälje	7
Flemingsberg	1
Berwaldhallen	134
Uppsala	54
Visby	31

Ort	Antal
Eskilstuna	27
Västerås	30
Nyköping	3
Örebro	35
Gävle	31
Falun	35
Karlstad	33
Bollnäs	2
Hudiksvall	1
Torsby	1
Åmål	1
Mora	2
Umeå	42
Luleå	39
Östersund	25
Sundsvall	23
Kiruna	14
Pajala	3
Örnsköldsvik	1
Skellefteå	2
Arvidsjaur	1
Haparanda	1
Lycksele	1
Övertorneå	2
Jokkmokk	1
Karesuando (vakant)	0

2 177

¹ Antal personer, ej heltidstjänster, samtliga anställningsformer och yrkeskategorier.





11.4 Bilaga Revisorsutlåtande



RAPPORT ÖVER FAKTISKA IAKTTAGELSER

Till Kulturdepartementet

Vi har genomfört de granskningsåtgärder som vi kommit överens om och som anges nedan rörande Sveriges Radio ABs Public Service-redovisning för 2020. Vårt uppdrag har utförts enligt SNT 4400 *Uppdrag att utföra granskning enligt särskild överenskommelse rörande finansiell information.* Granskningsåtgärderna har vidtagits enbart för att hjälpa Er att bedöma vissa tabeller i Public Service-redovisningen.

I Sveriges Radio ABs anslagsvillkor för år 2020 anges att bolaget årligen skall följa upp och rapportera hur public service-uppdraget uppfyllts (punkt 19 i *Medelsvillkor för 2020 avseende Sveriges Radio*). Uppföljningsrapporten, av bolaget benämnd public service-redovisning, för 2020 skall senast den 1 mars 2021 ges in till Kulturdepartementet. Bolaget skall säkerställa att företagets revisorer ges möjlighet att granska uppföljningsrapporten. Utlatande över denna granskning skall ske i ett revisorsintyg som tillställs Kulturdepartementet.

1: Vår granskning har omfattat att genom stickprov granska att tabeller i Public Service-redovisningen överensstämmer med statistik ur SRs system.

Vi har gjort följande iakttagelser:

a) När det gäller punkt 1 fann vi att samtliga tabeller som ingått i vårt stickprov överensstämde med statistik ur SRs system.

Eftersom de granskningsåtgärder som vidtagits enligt ovan varken är en revision enligt International Standards on Auditing eller en översiktlig granskning enligt ISRE bestyrker vi inget om innehållet i Public Service-redovisningen för 2020.

Om vi hade genomfört ytterligare granskningsåtgärder eller om vi hade utfört en revision enligt International Standards on Auditing eller en översiktlig granskning enligt ISRE skulle andra förhållanden kanske ha kunnat komma till vår kännedom och ha rapporterats till Er.

Vår rapport är enbart avsedd för det syfte som angivits i det första stycket i denna rapport och för Er information, och den ska inte användas för något annat syfte. Rapporten gäller endast det som angivits ovan och omfattar inte Public Service-redovisningen som helhet.

Öhrlings PricewaterhouseCoopers AB

2021-02-22

Camilla Samuelsson
Auktoriserad revisor

Victor Brusewitz
Auktoriserad revisor, utsedd av regeringen

Sveriges Radios vision
under tillståndsperioden 2020–2025

Fler röster och starkare berättelser för en större förståelse

sverigesradio

Public service-redovisningen 2020 är framtagen vid Sveriges Radios analysavdelning.

Grafisk form: Roi Division Tryck: Tryckservice, Ängelholm
© Sveriges Radio AB 2021