

PUBLIC SERVICE- REDOVISNING 2015



| | | |
|----------|---|-----------|
| 1 | Inledning..... | 4 |
| 1.1 | Sveriges Radios vd och styrelseordförande har ordet | 4 |
| 1.2 | Sveriges Radio i ett föränderligt medielandskap..... | 6 |
| 1.3 | Årets redovisning | 9 |
| 2 | Det här vill Sveriges Radio | 10 |
| 3 | Detta har Sveriges Radio bidragit med | 12 |
| 3.1 | Värde för samhället | 12 |
| 3.2 | Värde för individen | 15 |
| 4 | Kvalitet och utveckling..... | 18 |
| 4.1 | Säkerställa uppdrag och kvalitet..... | 18 |
| 4.1.1 | Styrning och beställningsprocess | 18 |
| 4.1.2 | Decentraliserad organisation | 19 |
| 4.1.3 | Agendasättande | 20 |
| 4.1.4 | Utvärdering av intern och extern programproduktion | 21 |
| 4.1.5 | Kompetensutveckling..... | 23 |
| 4.1.6 | Språkvård..... | 24 |
| 4.1.7 | Granskning av Sveriges Radios program | 25 |
| 4.1.8 | Publicistiska priser | 26 |
| 4.2 | Utvecklingsarbete | 26 |
| 4.2.1 | Samarbeten, arbetsmetoder och produktionsutveckling..... | 26 |
| 4.2.2 | Publicistisk utveckling | 27 |
| 4.2.3 | Sociala medier | 30 |
| 4.2.4 | Teknisk utveckling | 31 |
| 4.2.5 | Digitalradio i vänteläge | 32 |
| 4.2.6 | Nya tjänster..... | 33 |
| 5 | Här finns Sveriges Radio | 34 |
| 5.1 | Marksändning..... | 34 |
| 5.2 | Andra plattformar | 36 |
| 5.3 | Kärnverksamhet och kompletterande verksamhet..... | 38 |
| 6 | Bredden i utbudet..... | 40 |
| 6.1 | Marksänd radio (FM och DAB) fördelad på programkategorier | 40 |
| 6.2 | Sveriges Radios utbud på internet | 43 |
| 6.3 | Sveriges Radio och sociala medier..... | 46 |
| 7 | Särskilda uppdrag och målgrupper | 48 |
| 7.1 | Mångfald och spegling | 48 |
| 7.1.1 | Om mångfaldsbegreppet..... | 49 |
| 7.1.2 | Övergripande metoder och ambitioner | 49 |
| 7.1.3 | Verktyg i mångfaldsarbetet | 50 |
| 7.1.4 | Spegling av hela landet..... | 51 |

| | | |
|-------|--|----|
| 7.1.5 | Mångfald genom spegling i utbudet..... | 52 |
| 7.1.6 | 55-procentmålet..... | 54 |
| 7.2 | Nyheter och samhällsbevakning..... | 55 |
| 7.2.1 | Nyheter | 55 |
| 7.2.2 | Utrikesverksamheten | 58 |
| 7.2.3 | Granskning | 59 |
| 7.2.4 | Fördjupning och samhällsprogram | 60 |
| 7.2.5 | Dokumentärer | 62 |
| 7.3 | Kulturuppdraget..... | 63 |
| 7.3.1 | Fördjupat, vidgat och utvecklat utbud | 63 |
| 7.3.2 | Bevakning, spegling och granskning..... | 64 |
| 7.3.3 | Kulturproduktion | 65 |
| 7.3.4 | Tillgängliggöra kultur..... | 65 |
| 7.3.5 | Samarbete med kulturinstitutioner | 66 |
| 7.3.6 | Musik..... | 67 |
| 7.3.7 | Berwaldhallen..... | 70 |
| 7.3.8 | Nordisk kulturgemenskap..... | 72 |
| 7.4 | Barn och unga..... | 73 |
| 7.4.1 | Barnutbudet | 73 |
| 7.4.2 | Tonårsutbudet..... | 76 |
| 7.5 | Tillgänglighet | 78 |
| 7.5.1 | Program om, för och med personer med funktionsnedsättning..... | 78 |
| 7.5.2 | Barn och unga med funktionsnedsättning | 79 |
| 7.5.3 | Hörbarhet..... | 79 |
| 7.5.4 | Ökad tillgänglighet med publika digitala tjänster..... | 80 |
| 7.5.5 | Dialog | 81 |
| 7.6 | Minoritetsspråk..... | 82 |
| 7.6.1 | Sveriges Radios ambitioner för minoritetsspråkutbudet under tillståndsperioden | 82 |
| 7.6.2 | Minoritetsspråkutbud 2015 – mer relevant och på relevanta plattformar..... | 84 |
| 7.6.3 | Samiska | 85 |
| 7.6.4 | Sisuradio..... | 86 |
| 7.6.5 | Meänkieli..... | 88 |
| 7.6.6 | Romani chib | 89 |
| 7.6.7 | Jiddisch..... | 90 |
| 7.6.8 | Nyheter och aktualiteter på andra minoritetsspråk | 90 |
| 7.7 | Variation i produktionsformer | 92 |
| 7.8 | Det breda anslaget | 96 |
| 7.8.1 | Sport | 96 |
| 7.8.2 | Livsstil..... | 96 |

| | | |
|-----------|--|------------|
| 7.8.3 | Underhållning | 97 |
| 7.9 | Lokalt uppdrag | 97 |
| 7.10 | Beredskap och viktig information till allmänheten | 99 |
| 7.10.1 | Risk- och sårbarhetsanalyser | 99 |
| 7.10.2 | Service – viktig information till allmänheten | 99 |
| 7.10.3 | Utsändningskvalitet | 100 |
| 7.11 | Sveriges Radio 90 år – avgörande ögonblick | 101 |
| 8 | Publiken – användarna | 102 |
| 8.1 | Sveriges Radios publik | 102 |
| 8.2 | Publiken om Sveriges Radio | 107 |
| 8.3 | Dialog med publiken | 113 |
| 9 | Resursanvändning | 116 |
| 9.1 | Intäkter | 116 |
| 9.2 | Kostnader | 117 |
| 9.3 | Produktivitet respektive effektivitet | 119 |
| 9.3.1 | Produktivitet | 119 |
| 9.3.2 | Effektivitet | 124 |
| 9.4 | Sidoverksamhet | 125 |
| 10 | Planer för framtiden | 127 |
| 10.1 | Engagerad publik | 127 |
| 10.1.1 | Utbudet | 127 |
| 10.1.2 | Webb och mobil | 129 |
| 10.1.3 | Evenemang | 129 |
| 10.1.4 | Innovationsteam | 129 |
| 10.2 | Sveriges Radios externa kommunikation | 130 |
| 10.3 | Attraktiv arbetsplats | 130 |
| 10.4 | Ekonomi i balans | 130 |
| 10.4.1 | Investeringsplan | 131 |
| | Bilaga 1 – Villkor i sändningstillstånd och anslagsvillkor | 132 |
| | Bilaga 2 – Sveriges Radios Publicistiska Utveckling | 134 |
| | Bilaga 3 – Sveriges Radios kanaler och distributionsplattformar | 135 |
| | Bilaga 4 – Bolagsgemensamt index för minoritetsspråk | 137 |
| | Bilaga 5 – Priser till Sveriges Radios medarbetare och produktioner | 138 |

1 Inledning

1.1 Sveriges Radios vd och styrelseordförande har ordet

Sveriges Radios roll som den oberoende och pålitliga guiden har befästs ytterligare under 2015. Världshändelser och händelser internationellt, nationellt och regionalt har även detta år utspelats i direktsändning. Ekoredaktionen har vid ett stort antal tillfällen sänt extra utanför ordinarie tablå. Nyheterna har rapporterats men även granskats, analyserats och satts in i ett sammanhang. De lokala kanalerna har på motsvarande sätt täckt ett antal stora regionala och lokala händelser och Sveriges Radios korrespondenter har rapporterat och analyserat stora internationella händelser till exempel ifrån terrorattentatet i Paris men också vid riskfyllda resor till Syrien och Irak.

Musikguiden i P3 har ytterligare utvecklat den guidande rollen när det gäller ny musik och en stor del av den musik som spelas i Sveriges Radios kanaler är framförd av svenska musiker och upphovsmakare. Berwaldhallen har som kulturinstitution utvecklat konceptet *Interplay* där klassisk musik kopplas ihop med vetenskap inom olika områden, en satsning som också kommit publiken i P2 till del.

2015 har också återigen varit ett intensivt politiskt bevakningsår där störst fokus har legat på migrations- och flyktingfrågan. Sveriges Radios reportrar har följt ett antal människoröden genom Europa samt granskat effekterna av det omfattande flyktingmottagandet i det svenska samhället. Sveriges Radio har via kompetensen inom bland annat Radio Sweden kunnat ge publiken de stora nyheterna på cirka tio olika språk.

Ett speciellt arbete har skett när det gäller att förnya utbudet inom ramen för Sisuradio. Nya tvåspråkiga program har utvecklats för att ännu bättre svara mot behovet hos den del av befolkningen som har sina rötter i Finland men som inte fullt ut behärskar det finska språket.

Sveriges Radio har också under 2015 fortsatt att utveckla innehållet med alla tre distributionsformerna i fokus: analogt i FM, digitalt via webben och tillsammans med publiken på sociala medier. Under året har den andra upplagan av Sveriges Radios handbok för sociala medier blivit klar och ett stort antal medarbetare har utbildats i hur vi ska använda sociala medier.

Ett extra stort arbete har skett för att utveckla det lokala utbudet samt förändra såväl arbetsmetoder som organisation när det gäller de lokala kanalerna. I Stockholm har dessutom extra resurser lagts på att utveckla utbudet mot en ännu mer mångfasetterad publik. P5 STHLM, som har ersatt SR Metropol, har målsättningen att bli Europas mest sociala storstadsradio.

2015 har varit Sveriges Radios jubileumsår då 90-årsdagen uppmärksammats på en rad olika sätt. Samhällsnyttan har stått i fokus och publiken har involverats bland annat via *Utvalda ögonblick*, där den har kunnat rösta fram de tio mest avgörande ögonblick Sveriges Radio har rapporterat om. Dessa ögonblick blev sedan en ljudlig utställning som allmänheten har kunnat ta del av på olika platser runt om i landet.

Den svenska mediemarknaden är inte svensk längre utan Sveriges Radio måste i dag på ett helt annat sätt än tidigare bli vald av en publik som aldrig tidigare haft så mycket att välja på. Konkurrensen om publiken kommer dessutom inte enbart från andra inhemska medieaktörer utan i allt större utsträckning från penningstarka internationella och globala digitala aktörer.

Trots detta står Sveriges Radio starkt. Publikmässigt ser vi ett visst tapp i den stora familjekanalerna P4 som dock fortfarande är landets största kanal med cirka 3,2 miljoner dagliga lyssnare. Totalt sett är Sveriges Radios publik stabil och kanske till och med ökande. Digitalt och i sociala medier har publiken under året vuxit kraftigt och allt fler lyssnar i efterhand och på poddar via *SR Play* och tredjepartsplattformar.

Sveriges Radio har en ekonomi i balans och medel har kunnat frigöras till innovationsarbete. Innovationsteam där interna kunskaper blandas med extern kompetens har startats och tillsammans med cirka 500 tonåringar har ett befintligt utbud ompaketerats för att i *P3 Radio* bättre möta deras behov.

Medel har kunnat läggas på att fortsatt utveckla tekniken. Nya förutsättningar underlättar för företagets medarbetare att sända mer direkt och ute närmare den publik vi vill samspela med. Nya tekniska verktyg leder också till förändrade arbetsmetoder och en möjlighet att utveckla innehållet.

Under 2015 har det omfattande förändringsarbetet av dotterbolaget SRF slutförts gemensamt med övriga programbolag. Samtliga löne- och ekonomiprocesser sköts nu inom ramen för Sveriges Radios egen verksamhet, fastighetsuppdraget har gjorts om i grunden och dessutom hanterar nu Sveriges Radio även SRF:s it-verksamhet.

Sveriges Radio går in i 2016 med en stor publik och återigen med det högsta förtroendet från svenska folket av alla företag och institutioner enligt MedieAkademins undersökning. I den globala och digitala konkurrensen om publiken blir ett oberoende och opartiskt Sveriges Radio viktigare än någonsin.

Fokus 2016 kommer att ligga på att ännu bättre spegla och granska Sverige, att mångfalden av röster i vårt utbud ska öka och att ytterligare utveckla familjekanalerna P4. Sveriges Radio ska fortsatt sätta agendan, granska det som andra helst ser att vi inte ska berätta om samt fortsatt vara den trovärdiga guiden för hela publiken oavsett genre eller plattform.

John Brattmyhr, styrelseordförande

Cilla Benkö, vd

1.2 Sveriges Radio i ett föränderligt medielandskap

Digitaliseringen pågår med full kraft i de flesta branscher och har verkan i hela samhället. Det innebär att teknikutvecklingen naturligtvis även påverkar mediebranschen som är inne i en omfattande strukturell omvandling.

EU-kommissionen gör bedömningen att inom en snar framtid kommer 90 procent av arbets-tillfällena inom EU kräva någon form av digitala kunskaper och färdigheter. Samtidigt pågår andra stora samhällsförändringar. Flyktingströmmarna genom Europa betyder nya utmaningar och möjligheter för Sverige som sedan länge är ett mångkulturellt land.

Dessa genomgripande förändringar betyder i sin tur att Sveriges Radios särskilda folkbildande uppdrag är av fortsatt stor demokratisk betydelse. Sveriges Radios lokala kanaler har en unik möjlighet att knyta ihop det lokala med det nationella och det globala, att förklara och ge bakgrund till det som händer i människors närhet kopplat till händelser ute i världen.

Att mobilen tar en allt större plats i människors liv beskrivs i flera rapporter.

I Medieutredningens delrapport¹ beskrivs mobilens framträdande roll i vardagens mikropaus. Smartmobilen finns med från att vi vaknar tills vi somnar och används hundratals gånger om dagen. Flera internationella studier visar att mobilen är den viktigaste digitala ”medietekniken” och att detta påverkar nyhetsanvändningen, något som också påverkar nyhetsmediers affärsmodeller.

Den förändrade mediekonsumtionen medför att alla medieföretag försöker förbättra sitt mobila erbjudande.

I Sverige har 77 procent av befolkningen en smartmobil, enligt studien *Svenskarna och internet 2015*². Svenskarna tillbringar 19 procent av den vakna tiden på internet, det vill säga runt tre timmar om dagen. Av denna tid spenderas 54 minuter med mobilen och 36 minuter på sociala medier.

Enligt studien fortsätter sociala medier att växa. Besökarna på sociala nätverk har ökat från 53 procent av internetanvändarna år 2010 till 77 procent år 2015. 70 procent av internetanvändarna använder Facebook och nästan hälften gör det dagligen.

Sveriges Radios strategi är att nå ut till publiken via alla plattformar – radiosändningar i marknätet, webb/mobil och genom de sociala medierna. Även om radiosändningarna fortsatt är grunden för verksamheten blir de digitala plattformarna allt viktigare för att nå medborgarna samt öka deras deltagande och engagemang. Detta är en central del i public service-radions demokratiska uppdrag. Det ska vara enkelt att hitta och använda tjänsterna, enkelt att lyssna och enkelt att dela. Det innebär att det viktigaste uppdraget inte är att förmå publiken att komma till Sveriges Radio utan istället att på olika sätt ta det unika och oberoende innehåll som Sveriges Radio erbjuder till publiken.

Sveriges Radio har mycket tydligt ljudet i fokus på den egna sajten och i mobilen. Ljudet är fortsatt radions huvuduppdrag, även på internet. SR ska vara bäst på ljud. Nyheter som citeras från tidningarna länkas tillbaka till originalpubliceringen. Sveriges Radios nyhetssajt driver därmed tillbaka trafiken till de kommersiella tidningarnas sajter, vilket stärker deras position både publikt och gentemot annonsörer.

¹ Medieutredningen: Medborgarna & medierna. En digital värld av rättigheter, skyldigheter – möjligheter och ansvar, 2015.

² Svenskarna och internet 2015, Internetstiftelsen i Sverige, IIS.

Den digitala direktlyssningen på Sveriges Radio ökar kraftigt, såväl på *sverigesradio.se* som i appen *SR Play*. Också poddradiolyssnandet ökar, det vill säga all efterhandslyssning på program och poddspecialer. Lyssningen på Sveriges Radios innehåll ökar även på andra aktörers plattformar/streamingtjänster, exempelvis på iTunes.

Sveriges Radios push-notiser fyller en allt viktigare funktion för att uppmärksamma allmänheten på extrasändningar vid större nyhetshändelser. Sveriges Radio hade exempelvis 1,7 miljoner lyssningar på extrasändningar via push-länkar under hösten 2015.

Den 22 oktober 2015 noterades 88 000 klick via denna push-service i samband med skolattacken i Trollhättan och Migrationsverkets presskonferens om den dramatiska ökningen av antalet asylsökande. Sveriges Radio förmedlade tidigt nyheten om skolattacken på tio olika språk via internet.

Nya globala digitala aktörer har förändrat mediemarknaden i grunden. För dagspressen har det betytt svårigheter att ta betalt för originaljournalistik. Annonsmarknaden är i dag en helt annan än före digitaliseringen, och miljardintäkter har flyttat från traditionella kommersiella medieaktörer till globala aktörer som Google och Facebook.

Även för public service-bolagen betyder den förändrade mediemarknaden, där radio, tv och tidningar konvergerar på internet, en ökad konkurrens. Framför allt handlar det om hård konkurrens om publikens tid när erbjudandet av tjänster mångdubblas. I dag konkurrerar såväl kvällstidningarnas poddtjänster och musikstreamingtjänster som Spotify och Apple Music om lyssnarnas tid, liksom den tid publiken lägger på till exempel Netflix och Facebook. Detta gäller alla åldrar. Användningen av sociala medier även i befolkningen över 65 fortsätter att öka. Sociala medier blir ett sällskap likt P4.

Samtidigt som medietiden på internet ökar konkurrensen är traditionella medier fortsatt starka. Det läggs fortfarande mer tid på traditionella medier än på internet, vanlig radio dominerar alltjämt. Radiolyssnandet upptar fortfarande mycket av människors tid, inte bara via radioapparater hemma utan även i bilen, i hörlurarna och nu även på internet.³

Det är samtidigt viktigt att förstå att när mediemarknaden konvergerar så finns det också stora skillnader mellan de olika medieslagen. Sveriges Radios traditionella radiosändningar i marknätet spelar fortsatt en mycket stor roll. Fortfarande lyssnar nästan sex av tio i Sverige på vanlig radio via marknätet varje dag. Enligt Medieutredningen⁴ sker den digitala förskjutningen i olika takt för de olika medieaktörerna. De digitala förskjutningarna är väsentligt större för dagspressen än för radio och tv.

Endast tre procent tar regelbundet del av radionyheter enbart digitalt via dator och mobil. Radiolyssnande sker också genom en kombination av traditionellt radiolyssnande och digital lyssning.

I denna omvälvande tid blir Sveriges Radio och public service-uppdraget än viktigare. När det florerar rykten på internet vid stora nyhetshändelser tar sig Sveriges Radio tid att förklara och ge sammanhang och blir den oberoende, trovärdiga guiden. Ett exempel på detta var terrorattentatet i Paris i november 2015. I tider av samhällspåfrestning söker sig många människor till en trovärdig aktör som Sveriges Radio för att få tillförlitliga fakta och bakgrund. Dagen efter attentatet ökade lyssningen i SR:s kanaler. Totalt 4,8 miljoner lyssnande på Sveriges Radio, vilket är 350 000 fler än en vanlig lördag.

³ Svenskarna och internet 2015, Internetstiftelsen i Sverige, IIS.

⁴ Medieutredningen: Medborgarna & medierna. En digital värld av rättigheter, skyldigheter – möjligheter och ansvar, 2015.

Utbudet av information ökar, och det offentliga samtalet förs på många olika digitala och sociala plattformar. Det sker en polarisering och samhället glider isär. Det finns krafter som ger en vinklad, ensidig bild och sätter en etikett på Sveriges Radio som en del av det etablissemang man ifrågasätter. Det innebär att Sveriges Radios centrala roll som trovärdig och opartisk nyhetsförmedlare är särskilt viktig. Sveriges Radio var det företag som hade högst förtroende av alla företag och institutioner år 2015.

I en tid när mediebranschen genomgår en strukturomvandling är det naturligt att public service-bolagens roll och uppdrag diskuteras. Som ett led i detta genomförde Myndigheten för radio och tv en marknadsanalys över public services påverkan på mediemarknaden.⁵ Myndighetens samlade bild av public service-bolagens verksamheter var att de i grunden har en positiv påverkan på mediemarknaden genom att erbjuda ett såväl brett som smalt utbud till de svenska mediekonsumenterna på både traditionella och nya plattformar. Public service-bolagens verksamheter har enligt myndighetens mening en såväl positiv som negativ påverkan på mediemarknaden. Trots den negativa påverkan är det myndighetens sammantagna bedömning

”att public service-bolagen, utifrån sina givna uppdrag, inte kan anses agera på ett sätt som uppenbart hindrar konkurrerande aktörer från att etablera, driva och utveckla sina medieverksamheter.”⁶

I rapporten redovisas även medieforskningen som påtalar att public service generellt är viktigare än någonsin. Public service-bolagen bidrar i högre grad till att stärka demokratin genom sina möjligheter att nå ut brett med information, och på så sätt ökar medborgarnas förståelse för samhällsfrågor i vid mening.

Public service-företagen underlättar också för de kommersiella medieföretagen genom att bidra till skapandet av ett digitalt beteende hos publiken.

Public service är mer

Public service har ett särskilt samhällsansvar och därmed en särställning på mediemarknaden. Public service är inte ett kvalitetsbegrepp. Visserligen ansvarar Sveriges Radio för ett utbud och en distribution av hög kvalitet. Men public service-uppdraget är inte enbart kvalitet, begreppet består av ett antal lika viktiga komponenter:

- En unik ägandeform – de tre bolagen ägs av en stiftelse. Styrelserna för public service-bolagen har inte några ledamöter med politisk koppling. Bolagen är oberoende.
- Finansieringsformen med en radio- och tv-avgift som innebär att bolagen har en direktkoppling till allmänheten och därmed till publiken, inte till staten eller marknaden. Finansieringsmodellen är långsiktigt hållbar och säkrar ett ekonomiskt oberoende.
- Ett sändningstillstånd som reglerar bolagens uppdrag. Det är ett ramavtal, inte en reglering i detalj. Sändningstillståndet gäller till och med 2019. Granskningsnämnden efterhandsgranskar varje år om public service-bolagen uppfyllt uppdraget i allmänhetens tjänst.
- Principerna i form av opartiskhet, saklighet, omsorg om demokratiska värden och frihet från kommersiell finansiering gäller de bolag som omfattas av ett public service-uppdrag.

Dessa komponenter bidrar till att public service-bolagen i Sverige ses som en förebild i Europa.

Medieföretag i Sverige som inte har samma förutsättningar kan, precis som Sveriges Radio, stå för ett utbud med hög kvalitet men kan inte därmed kalla sig för public service.

⁵ Utveckling och påverkan i allmänhetens tjänst, Myndigheten för radio och tv 2015.

⁶ Utveckling och påverkan i allmänhetens tjänst, Myndigheten för radio och tv 2015, sid 2.

En modern mediepolitik

När världen blir digital behöver även Sveriges Radio erbjuda ett utbud på de plattformar där människor vill ta del av det. Det omfattande utbud som SR erbjuder minoritetsspråkgrupper på alla plattformar, i radion och på webben, saknar motsvarighet i Sverige. Ingen annan medieaktör tar ett sådant ansvar som nyhetsförmedlare på andra minoritetsspråk som Sveriges Radio.

Framtidens mediepolitik behöver förhålla sig till mediekonsumenternas förändrade medievanor.

Därför måste Sveriges Radios utbud på webben och i mobilen beaktas när det i efterhand utvärderas hur bolaget har levt upp till uppdraget att nå alla, hela allmänheten.

Radio- och tv-avgiften bör förtydligas så att den blir den teknikneutrala avgift för public service som riksdagen avsåg när lagen sågs över år 2007, och som ytterligare bekräftades i november 2013 när regering och riksdag valde att behålla radio- och tv-avgiften som finansieringsmodell.

1.3 Årets redovisning

För att underlätta Granskningsnämndens bedömning finns i bilaga 1 en läsanvisning avseende villkoren i sändningstillstånd och anslagsvillkor. I bilagan finns för respektive villkor hänvisningar till relevanta kapitel och avsnitt i public service-redovisningen. För en del av villkoren ges svaret direkt i bilagan.

I nämndens yttrande över public service-redovisning 2014 fanns synpunkter på hur framtida redovisningar borde se ut. Sveriges Radios strävan har varit att tillgodose dessa i den mån SR bedömt att stöd finns i sändningstillstånd eller anslagsvillkor samt att förslagen är relevanta och inte kräver en orimlig arbetsinsats. I vissa fall där nämnden föreslagit resultatmått är Sveriges Radios uppfattning att en beskrivning av vad som har gjorts bättre svarar mot villkoret.

Arbetet med att utveckla redovisningen i samarbete med övriga programbolag har fortsatt under året. Det kommer dock fortsätta vara tre olika redovisningar eftersom det finns skillnader i bolagens verksamheter.

2 Det här vill Sveriges Radio

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

(Sveriges Radios sändningstillstånd, s. 1)

Sveriges Radios verksamhet utgår från uppdraget samt företagets vision, värdegrund och strategiska mål.

| | | | |
|-----------------|---|--|---|
| Uppdrag | Sveriges Radios uppdrag är att vara en radio i allmänhetens tjänst | | |
| Vision | Sveriges Radio ska vara landets viktigaste medieföretag och ledande kulturskapare | | |
| Strategiska mål | Engagerad publik <ul style="list-style-type: none">• Vi ska sätta agendan• Förtroendet för Sveriges Radio ska vara högt• Vi ska möta publiken där den är | Attraktiv arbetsplats <ul style="list-style-type: none">• Vi ska ge medarbetarna möjlighet att utvecklas• Vi ska öka vårt samarbete för att ständigt förbättra företaget• Vi ska öka mångfalden på alla områden | Ekonomi i balans <ul style="list-style-type: none">• Vi ska ha handlingsfrihet att utveckla och förnya verksamheten• Vi ska använda resurserna effektivt och ge mesta möjliga public service för pengarna |
| Värdegrund | Oberoende, trovärdiga, öppna, nyskapande | | |

Sveriges Radios värdegrund implementeras i hela organisationen genom gruppdialoger på olika nivåer och i medarbetarsamtal. Värdegrundsdialoger utgör också en del i arbetet med verksamhetsplanering och uppföljning.

De strategiska målen, som är definierade i tre dimensioner, publik, personal och ekonomi, utgör företagets balanserade styrkortsmodell för verksamhetsstyrning. För varje dimension görs uppföljning av planer och måluppfyllelse genom ett antal indikatorer, varav ett urval ingår i denna redovisning.

I **publikdimensionen** är årliga publikmål och publikmätningar de främsta indikatorerna. Sveriges Radios utbud är en integrerad helhet som vilar på tre ben: marksänd radio, de internetbaserade plattformarna och sociala medier. De övergripande publikmålen för SR totalt, är formulerade utifrån dessa tre ben.

Mål 2015:

- 84 procent av befolkningen 12–79 år lyssnar på Sveriges Radio en genomsnittlig vecka.
- *Sverigesradio.se* har i genomsnitt 1 280 000 unika webbläsare per vecka.
- *Sveriges Radio Play* har i genomsnitt 430 000 unika webbläsare per vecka.
- Antalet följare/gillare på Sveriges Radios konton i sociala medier ökar med 20 procent.

Uppföljningen av mål och indikatorer kopplade till publiken redovisas i kapitel 3.

Utöver dessa övergripande publikmål för Sveriges Radio totalt finns även publikmål för kanaler. Dessa mål är verktyg i det interna arbetet med att utveckla såväl programutbud som publik-kontakter. Publikmålen följs upp kontinuerligt och är en viktig del i redaktionernas utvecklingsarbete.

I **personaldimensionen** genomförs en årlig medarbetarundersökning där ett antal indikatorer följs och sammanställs i ett index. Medarbetarundersökningen följs upp på alla nivåer i företaget. Andra indikatorer är sjukfrånvaro med flera personalrelaterade nyckeltal. Uppföljningen av personaldimensionen är helt intern.

Det strategiska målet att öka personalens mångfald, som en metod att öka mångfalden i utbudet, är en del av det omfattande arbete som beskrivs i avsnitt 7.1.

I den **ekonomiska dimensionen** är målet att ha en ekonomi i balans och skapa en handlingsfrihet som gör det möjligt att överföra resurser till utveckling av innehåll och teknik. Sveriges Radios resursanvändning redovisas i kapitel 9.

För att nå målen inledde Sveriges Radio under 2013 SRPU – *Sveriges Radios Publicistiska Utveckling*. Det är ett långsiktigt utvecklingsarbete som ska pågå under hela tillståndsperioden. SRPU utgår från journalistiken, förhållandet till publiken samt kanal- och distributionsidén. Dessa tre grunder ger en tydlig riktning för Sveriges Radios utveckling i alla delar. Företagsledningen har pekat ut tolv områden som är i fokus för utveckling och förändring, se bilaga 2. Dessa projekt är avgränsade i tid och i omfattning och ska genomföras stegvis under perioden.

Utöver dessa särskilda projekt har Sveriges Radio också ambitionen att ytterligare stärka basverksamheten.

Sveriges Radio vill uppnå sina mål genom att

- sätta agendan och ge publiken såväl kunskap som förströelse
- möta publiken där den är
- knyta samman det som händer i vår närhet med det som händer ute i världen. Det lokala, nationella och globala hänger ihop och SR länkar ihop perspektiven
- ytterligare förstärka bevakningen av världens olika delar
- vara den närvarande lokala rösten och komma närmre människor genom teknisk utveckling och innovation samt publiknätverk
- nå språkliga minoriteter bättre
- förnya den lokala bevakningen i Stockholm. I en växande huvudstad med en befolkning som har sina rötter i allt fler kulturer och där fler pendlar allt längre ökar behovet av nyheter, trafik- och serviceinformation
- engagera unga med ett utvecklat innehåll och mobila tjänster som möter dem där de är
- fortsätta utveckla, vidga och fördjupa kulturutbudet
- spegla mångfalden i Sverige och vara landets ledande kulturskapare
- värna den lokala svenska musiken samt stärka unga och kvinnliga utövare
- stärka radioberättandet
- radion ska ha en fortsatt självklar plats i bilen
- skapa innovationsteam för inhämtning av kunskap och en ökad förståelse för publikens behov och beteende
- på bästa möjliga sätt tillgängliggöra utbudet så att så många som möjligt kan ta del av det. Sveriges Radio vill också ha ett inkluderande tilltal och synliggöra personer med funktionsnedsättningar på samma villkor som andra
- säkra handlingsfrihet och utvecklingsmöjligheter genom effektiv resursanvändning.

3 Detta har Sveriges Radio bidragit med

Sveriges Radio definierar effektivitet i förhållande till public service-uppdraget och följer upp detta i termer av hur SR bidrar med värde för såväl samhälle som individer.⁷ Ett sätt att följa upp är med hjälp av indikatorer på hur allmänheten uppfattar Sveriges Radio.

De allra flesta indikatorerna hämtas från en årlig attitydundersökning som Sveriges Radio uppdrar åt Novus Group att genomföra.⁸ I undersökningen tillfrågas både lyssnare och icke-lyssnare, alltså ett urval ur hela befolkningen.

En indikator som sammanfattar hur publiken uppfattar Sveriges Radios effektivitet är frågan om Sverige Radio är värd pengarna (SR:s andel av radio- och tv-avgiften). 70 procent svarar ja på den frågan.

3.1 Värde för samhället

Sveriges Radios uppdrag är att vara en radio i allmänhetens tjänst. Det betyder att grunden för verksamheten är att bidra med värde till samhället i stort.

På frågan om vilket värde Sveriges Radio har för samhället i stort svarar 84 procent mycket eller ganska stort värde. I åldersgruppen 65–79 år anger hela 91 procent att Sveriges Radios värde för samhället är mycket eller ganska stort.

Tabell 1. Värde för samhället, procent

| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|---|------|------|------|------|------|------|
| SR har mycket eller ganska stort värde för samhället i stort | 86 | 84 | | | | |
| SR har mycket eller ganska stort värde för samhället i stort i åldersgruppen 65–79 år | 92 | 91 | | | | |
| SR är viktigt för nyhetsförmedling generellt | 91 | 90 | | | | |
| SR är viktigt för lokala nyheter | 82 | 81 | | | | |
| SR har trovärdiga nyhetssändningar | 82 | 81 | | | | |
| SR är viktigt för trafikinformation | 87 | 88 | | | | |
| SR sänder pålitlig information vid olyckor, elavbrott och oväder | 81 | 83 | | | | |
| SR sänder snabb information vid olyckor, elavbrott och oväder | 81 | 82 | | | | |
| <i>Sverigesradio.se</i> är en viktig nyhetskälla | 56 | 55 | | | | |
| SR ger plats åt olika åsikter | 65 | 59 | | | | |
| SR erbjuder mångfald i sitt programutbud | 62 | 59 | | | | |
| SR:s programinnehåll speglar mångfalden i det svenska samhället. | 48 | 45 | | | | |
| SR har jämn fördelning mellan kvinnor och män i sitt programinnehåll | 40 | 38 | | | | |

⁷ Se avsnitt 9.3 om produktivitet respektive effektivitet.

⁸ Novus Group, Attitydundersökningen december 2015.

Många av indikatorerna ovan gällande allmänhetens omdöme om Sveriges Radios värde för samhället i stort uppvisar höga nivåer. Allmänheten har höga förväntningar på Sveriges Radio, och Sveriges Radio motsvarar generellt förväntningarna väl. För vissa av indikatorerna syns sannolikt effekterna av en polarisering – i den breda samhällsdebatten såväl som i omvärlden. En effekt är att det finns krafter som ifrågasätter Sveriges Radio genom att ge en vinklad och ensidig bild, vilket innebär att företagets centrala roll som trovärdig och opartisk nyhetsförmedlare blir än viktigare.

Företagsledningen har formulerat ett antal strategiska utvecklingsområden för tillståndsperioden vilka Sveriges Radio förväntar kommer att ha en positiv påverkan på några av indikatorerna i kommande års mätningar:

- spegla Sverige som det ser ut – förväntas påverka indikatorerna kopplade till mångfald
- spela en avgörande roll i det demokratiska samhället – förväntas bibehålla den höga nivån för indikatorn om Sveriges Radios värde för samhället i stort.

Verksamhetens bidrag till samhällsvärdet

Att underlätta för människor att ta ställning i angelägna samhällsfrågor är en viktig del av det demokratiska uppdraget.

För att kunna hantera stora nyhetshändelser, oavsett när de inträffar, har Ekoredaktionen förstärkt bemanningen under helger och kvällar. *Ekot* har 2015 sänt extra betydligt oftare än tidigare, såväl i FM i P1 och P4 som på webben. Exempelen är många, men mest omfattande har extrasändningarna kring terrorattentat mot tidskriften *Charlie Hebdo* och terrordåden i Paris varit. *Ekot* har inte enbart rapporterat själva nyheten utan också varit den trovärdiga guiden genom att stå för opartisk granskning, fördjupning och kunnig analys vilket har satt in händelsen i sitt sammanhang.

Det är sannolikt att medieföretagens trovärdighet har stor betydelse, vid sidan av distribution och tillgänglighet, för vilka källor man väljer i samhällskritiska situationer. Ett tydligt exempel på detta var knivskärningen i en skola i Trollhättan. P4 Väst gav publiken uppdaterad information i FM, på webben och i sociala medier. Den lokala kanalen sände extra, liksom *Studio Ett*. Sveriges Radio rapporterade även på finska och flera andra minoritetsspråk.

Sveriges Radio prioriterar undersökande journalistik. Det är ett medvetet val, men denna form av journalistik är mycket kostnadskrävande. Undersökande reportrar lägger ned ett omfattande arbete under lång tid, ibland utan att veta om materialet i slutänden kan publiceras. Undersökande journalistik är en viktig del av det samhällsgranskande uppdraget. Sveriges Radio har 2015 för första gången internt utbildat tio nya undersökande reportrar, flertalet från lokala kanaler.

Sveriges Radio har traditionellt hört till de viktigaste källorna för kunskap om vår omvärld. Under senare år har SR utvecklat och utökat utrikesbevakningen med fler korrespondenter. För att möta folks behov att förstå händelser och samband relaterade till flykting- och migrationsfrågor tillsattes hösten 2015 en migrationskorrespondent. Sveriges Radio har nu 22 utrikes- och ämneskorrespondenter.

Genom Berwaldhallens verksamheter, ett svenskt musikutbud, nyproduktion av svensk dramatik och reprisering ur radioarkivet bidrar företaget till en mängd andra branscher. Ett stort antal upphovsmän i kultur- och musikbranschen sysselsätts via Sveriges Radio.

Sveriges Radios roll och betydelse för musikindustrin är stor. Många hittar till ny musik genom radion. SR erbjuder en väsentlig mångfald i musikutbudet. I P3 spelas cirka 13 000 unika titlar under ett år, vilket är mer än fem gånger så många olika titlar som under samma tid erbjuds i en genomsnittlig kommersiell radiokanal.

För att möta publikens förväntningar på snabb information där det händer bedriver Sveriges Radio teknisk utveckling som syftar till att reportrarna ska kunna sända med bra ljud från hela landet och från andra kontinenter samt att publiken ska kunna lyssna utifrån sina förutsättningar.

Sveriges Radios ljud finns fritt tillgängligt för alla via ett öppet API⁹ och den inbäddade spelaren.

Sveriges Radio har också en positiv effekt på mediemarknaden. Det visar en utredning som Myndigheten för press, radio och tv gjort på regeringens uppdrag.¹⁰ Myndighetens samlade bild av public service-bolagens verksamheter – givet det uppdrag bolagen har och genom att de erbjuder ett såväl brett som smalt utbud till de svenska mediekonsumenterna på både traditionella och nya plattformar – är att public service-bolagen har en övervägande positiv påverkan på marknaden.

Dessutom redovisas i rapporten även medieforskning som visar att public service generellt är viktigare än någonsin. Public service-bolagen bidrar i hög grad till att stärka demokratin genom sina möjligheter att nå ut brett med information, och på så sätt ökar medborgarnas förståelse för samhällsfrågor i vid mening. Public service-bolagen underlättar även för de kommersiella medie-företagen genom att bidra till skapandet av ett digitalt beteende hos publiken.

⁹ Application Programming Interface, strukturerat sätt att komma åt data i ett system.

¹⁰ Utveckling och påverkan i allmänhetens tjänst, Myndigheten för radio och tv 2015.

3.2 Värde för individen

Sveriges Radios utbud ska tillgodose skiftande förutsättningar och intressen hos befolkning i hela landet.

På frågan om vilket värde Sveriges Radio har för dig personligen svarar 69 procent att värdet är stort eller mycket stort. Även här ligger värdet högre för den äldre befolkningen där 83 procent i åldersgruppen 65–79 år svarar att värdet är stort eller mycket stort.

Tabell 2. Värde för individen, procent

| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|---|------|------|------|------|------|------|
| För mig personligen har SR stort eller mycket stort värde | 72 | 69 | | | | |
| För mig personligen har SR stort eller mycket stort värde, åldersgruppen 65–79 år | 83 | 83 | | | | |
| Jag får ny kunskap genom att lyssna på SR | 67 | 65 | | | | |
| SR är viktigt för kulturupplevelser | 74 | 71 | | | | |
| SR har ett brett utbud av kultur | 47 | 46 | | | | |
| Jag hittar kultur som jag tycker om | 35 | 34 | | | | |
| SR sänder program "från min del av landet" | 61 | 62 | | | | |
| SR "ger mig kunskap om Europa" | 51 | 52 | | | | |
| SR "ger mig kunskap om världen utanför Europa" | 51 | 52 | | | | |
| Jag hör ofta diskussioner om aktuella ämnen första gången i SR | 47 | 43 | | | | |
| Jag upplever SR som nära min verklighet | 60 | 57 | | | | |
| SR ger mig kunskap om olika människors liv | 52 | 49 | | | | |
| Jag är nöjd eller mycket nöjd med lyssningsappen <i>Sveriges Radio Play</i> | 66 | 66 | | | | |
| <i>Sveriges Radio Play</i> ger mig möjlighet att lyssna/ta del av SR:s innehåll när, hur och var det passar mig | 82 | 81 | | | | |

Flera av indikatorerna gällande allmänhetens omdöme om Sveriges Radios värde för individen, uppvisar höga nivåer. Två av tre upplever till exempel att de får ny kunskap genom att lyssna på Sveriges Radio, och cirka hälften upplever att Sveriges Radio ger dem kunskap om Europa, världen utanför Europa respektive kunskap om olika människors liv. Även på ett individuellt plan finns alltså en förväntan på, och upplevelse av, att Sveriges Radio tillför värde och kunskap.

Även nöjdheten med lyssningsappen *Sveriges Radio Play* mäts av Novus. 66 procent är nöjda eller mycket nöjda med appen, och av användarna svarar 81 procent att den ger dem möjlighet att lyssna/ta del av Sveriges Radios innehåll när, hur och var det passar dem.

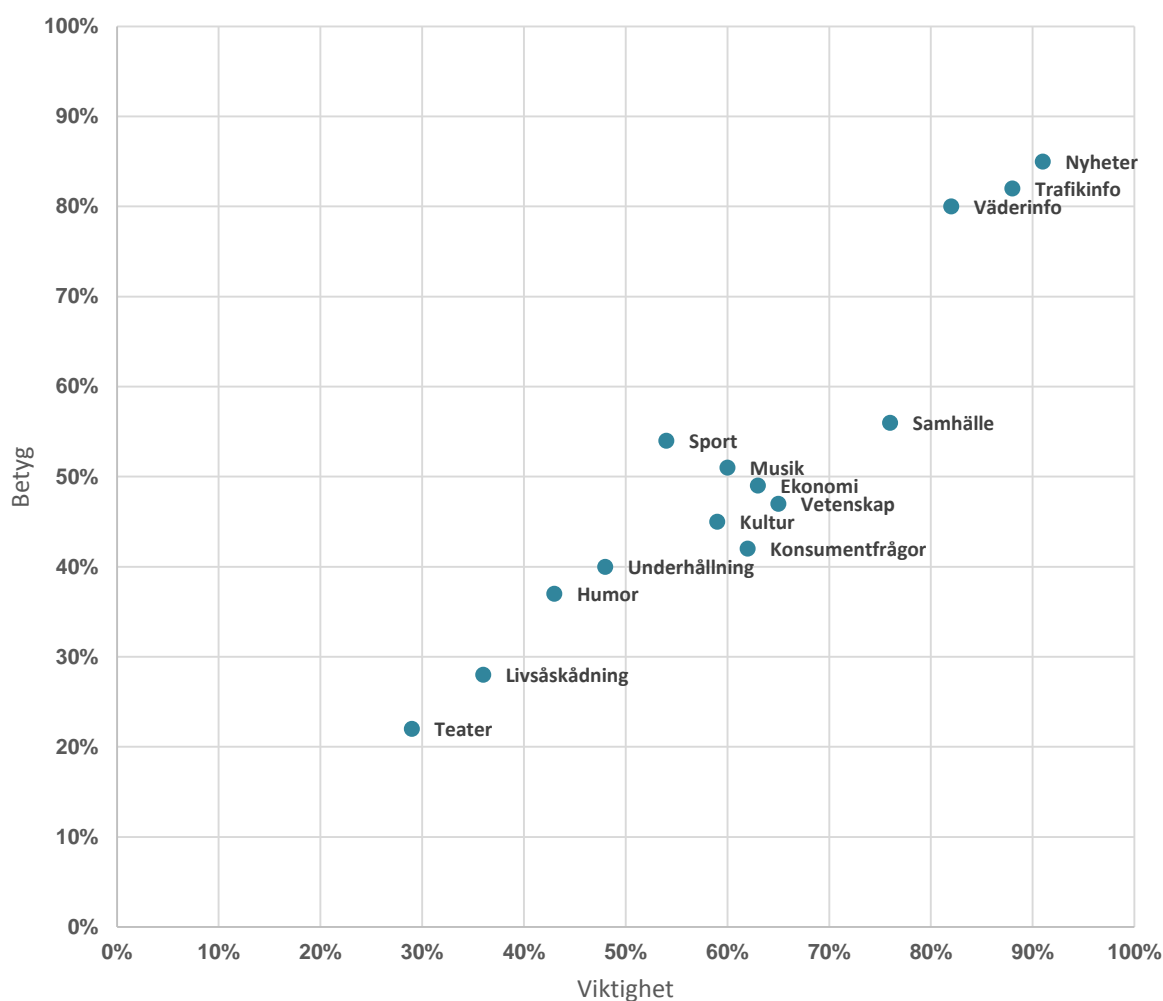
Övergripande uppger en hög andel av allmänheten att Sveriges Radio har ett högt värde för samhället i stort, respektive ett högt värde för dem som individer, även om det är fler som betonar samhällsvärdet.

Företagsledningen har formulerat tre utvecklingsområden som syftar till att öka tillgängligheten till och användandet av Sveriges Radios innehåll och som SR förväntar kommer att ha en positiv påverkan på några av indikatorerna i kommande mätningar:

- särskilt möta behoven hos den allt mer mobila och uppkopplade publiken
- öka möjligheterna för publiken att ta del av Sveriges Radios utbud marksänt, digitalt och socialt
- arbeta strategiskt för att även fortsättningsvis ge publiken de avgörande ögonblicken.

De tillfrågade i Novus attitydundersökning fick också betygsätta olika programområden. Diagram 1 visar den sammanvägda bedömningen och hur viktighet och betyg följs åt.

Diagram 1. Programområdets viktighet och betyg



Det finns en stor samstämmighet mellan hur viktiga Sveriges Radios olika programområden är respektive vilket betyg allmänheten ger Sveriges Radios program inom dessa områden. Genomgående får de områden som av allmänheten anses som viktigast även högst betyg/ omdöme.

Andra indikatorer på Sveriges Radios värde för individer är den faktiska lyssningen och användningen av SR:s utbud.

I huvudsak når, eller överträffar, Sveriges Radio de övergripande publikmålen för 2015:

- 83 procent av befolkningen 12–79 år lyssnade på Sveriges Radio en genomsnittlig vecka, vilket motsvarar 6,5 miljoner personer¹¹ (mål: 84 procent).
- *Sverigesradio.se* hade i genomsnitt 1 360 000 unika webbläsare per vecka¹², vilket är 80 000 fler än målet.
- *Sveriges Radio Play* hade i genomsnitt 430 000 unika webbläsare per vecka¹², vilket är lika med målet.
- Antalet följare/gillare på Sveriges Radios konton i sociala medier ökade med 26 procent, till totalt 2 170 000 följare/gillare¹³ (mål: att öka med 20 procent).

¹¹ TNS Sifos radioundersökningar, PPM-mätningar 2015 i åldern 12–79 år. 4 700 000 dagliga lyssnare, kompletterad med telefonundersökning av lyssnare äldre än 79 år.

¹² Trafiken på de internetbaserade plattformarna mäts tekniskt med Google Analytics och registrerar webbläsare för webbplatsen samt enheter för *Sveriges Radio Play*.

¹³ Det sammanlagda antalet följare för Facebook, Twitter och Instagram.

4 Kvalitet och utveckling

4.1 Säkerställa uppdrag och kvalitet

4.1.1 Styrning och beställningsprocess

Sveriges Radios verksamhet styrs av regler som slås fast av riksdag och regering. Med stöd av radio- och tv-lagen formulerar regeringen ett sändningstillstånd som bestämmer ramarna för verksamheten under tillståndperioden. Årligen utfärdar därefter regeringen anslagsvillkor med förutsättningar av framför allt teknisk och administrativ karaktär.

Sveriges Radio AB ägs av Förvaltningsstiftelsen för Sveriges Radio AB, Sveriges Television AB och Sveriges Utbildningsradio AB. Ledningen av Sveriges Radio utövas av styrelsen och verkställande direktören i enlighet med aktiebolagslagen, bolagsordningen och svensk kod för bolagsstyrning. Verksamheten finansieras med medel som riksdagen anvisar från rundradio-kontot, vars intäkter till övervägande delen utgörs av radio- och tv-avgifter.

Sveriges Radios verksamhet är organiserad i fyra enheter: Program, Ekonomi och teknik, Analys och kommunikation samt Personal. Direktionen utgörs av vd, de fyra enhetsdirektörerna, två biträdande programdirektörer och kommunikationschefen.

Programenheten är organiserad i tre genreområden och sex geografiska områden som svarar för programproduktion samt en utbuds- och utvecklingsgrupp med ansvar för interna och externa programbeställningar. Beställningarna utgör grunden för redaktioners, områdens och avdelningars planering och budget för kommande år.

Det utbudsstrategiska arbetet

Sveriges Radios plan för att utveckla den journalistiska verksamheten under kommande tillståndperiod är formulerad i *Sveriges Radios Publicistiska Utveckling (SRPU)*:

- Den publicistiska grunden – sätta agendan, skapa sammanhang och vara närvarande.
- Den publika ambitionen – vara till för alla, bjuda in publiken och få publiken att stanna kvar.
- Kanal- och distributionsidén – tydligare utveckla vägarna till publiken och enhetliga arbetsätt för att underlätta samarbete över redaktionsgränserna.

Företagsledningen fastställer därutöver specifika satsningar och årliga prioriteringar under tillståndperioden.

Beställnings- och verksamhetsplaneringen

Utbuds- och utvecklingsgruppen ansvarar för interna och externa programbeställningar. Det finns tydliga rutiner för arbetet, med täta kontakter och avstämningar mellan beställare och mottagande redaktion eller externt bolag. Beställningarna görs som en helhet med de tre benen marksänd radio, digitala plattformar och sociala medier.

Utbudsgruppen ansvarar för analyser av utbudet, hämtar in idéer och diskuterar uppdrag internt och med externa bolag. Mottagaren av en beställning ska därefter beskriva hur man avser att utföra uppdraget samt sätta mål och upprätta programkontrakt.

Planerna konsolideras till Sveriges Radios verksamhetsplan där man kan läsa hur SR arbetar för att nå målen. Den årliga planeringen avslutas formellt när styrelsen i december godkänner utbudsplan och budget.

Uppföljning

Företagsledningen får varje månad uppföljningsrapporter. Alla rapporter innehåller en beskrivning av läget för verksamhet, ekonomi och personal. Rapporterna per april, augusti och december innehåller dessutom uppföljning av strategiska mål, publik, sändningstid, inköps- och investeringsverksamhet. Varje tertiäl utvärderas verksamheten vid dialogsamtal mellan enhetschefer, ekonomichef och vd. Tertiälgenomgångar görs även i styrelsen.

Vid återkommande strategiska diskussioner i företagsledningen används en analysmodell med ett antal variabla parametrar för att kunna simulera flerårseffekter vid olika kostnadsscenarier. Modellen är ett viktigt hjälpmedel för att säkerställa att företagets planer kan genomföras med tillgängliga medel och med en ekonomi i fortsatt balans.

4.1.2 Decentraliserad organisation

SR ska ha en decentraliserad organisation som skapar goda förutsättningar för självständigt beslutsfattande på regional och lokal nivå. Den lokala och regionala organisationen ska ges tillräckliga resurser för att effektivt kunna spegla respektive områdes 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.

(Sveriges Radios anslagsvillkor 2015, p. 12)

Sveriges Radios programproducerande enhet är indelad i de sex geografiska områdena Syd, Öst, Väst, Mälardalen, Mitt och Norr samt de tre genreområdena Ekot, Musik och Kultur/Samhälle. Därutöver finns de gemensamma resurserna Produktionsteknik och Digital utveckling. Den lokala organisationen utgörs av de 25 lokala P4-kanalerna samt Sameradion i Kiruna, Meänkieli i Pajala/Luleå, medarbetare från Sisuradio på 13 olika orter, P3 Din Gata i Malmö samt P5 STHLM och P6 i Stockholm.

De sex geografiska områdena har det långsiktiga utvecklingsansvaret för de lokala kanalerna och de lokala kanalerna har ansvaret för den lokala journalistikens konkreta utformning. De lokala kanalcheferna är självständigt ansvarig utgivare för sin respektive kanal. Kanalerna samarbetar inom områdena kring särskilda satsningar och på andra sätt för att använda resurserna effektivt och vinna synergier. Exempel på detta är områdesgemensamma sommarprogram.

En lokal P4-kanals resurser för programproduktionen består i genomsnitt av 20 redaktionella medarbetare. Kanalen sänder lokala program med länet som utgångspunkt kl. 06–13 och 15–17.35 alla vardagar. Lördagar och söndagar sänds nyheter på halvslagen från 08.30 till 13.33.

Utöver de redaktionella resurserna, finns infrastruktur – lokaler, studior och utsändningsteknik med lokal sändningstäckning – för att kunna producera och sända lokalt över hela landet.

Ett antal lokala redaktioner utanför Stockholm producerar, tillsammans med produktionsbolag, minst 55 procent av riksproduktionen. Hela organisationen utgör en produktionsmatris med syfte att skapa mångfald, bred spegling och produktionssynergier.

Av Sveriges Radios programproducerande personal är cirka hälften stationerad utanför Stockholm, fördelad på sammanlagt 47 orter över hela landet.

Denna organisation med tilldelade resurser är skapad för och uppfyller väl uppdraget att spegla respektive områdes särprägel och egenart. Den lokala närvaron och förankringen visar sig också i det faktum att 209 000 personer medverkar i de lokala kanalerna (blir intervjuade i program eller nyheter) under ett år. 110 500 personer är medskapande genom att höra av sig via e-post, telefon eller sociala medier.

4.1.3 Agendasättande

Ett av Sveriges Radios strategiska mål är att vara agendasättande.

Agendasättande är angelägen journalistik som berör och som betyder något för människor. Publiken ska få ny kunskap och nya upplevelser som sätter spår. Tankarna ska utmanas och resultera i att människor kan ta ställning i olika frågor.

Att ge sammanhang som bidrar till förståelse för hur det lilla samhället och den stora världen fungerar och hänger ihop, är ett annat avgörande skäl till att Sveriges Radios innehåll ska vara agendasättande.

Det handlar om att vara agendasättande inom områden som samhälls- och kulturjournalistik, nyhetsförmedling, utrikesrapportering likväl som inom musik och underhållning.

Allmänheten har via Sveriges Radios utbud möjlighet att ta del av det goda samtalet i vardagen, få kulturupplevelser och vara delaktig i olika samhällsdebatter. Via Sveriges Radios utbud kan allmänheten också följa utvecklingen av stora nyhetshändelser och granskningar, samt få dessa insatta i ett sammanhang genom kvalificerad analys och guidning.

Publiceringen görs i FM, på digitala plattformar och i sociala medier. Det är en förutsättning för att nå fram till människor och för att kunna bidra till förankring av demokratiska värden.

Ett mått på hur Sveriges Radio uppfyller det strategiska målet att vara agendasättande, är det genomslag företagets agendasättande journalistik fått under året. Mediebevakningsföretaget Retriever följer varje år hur andra medier citerar Sveriges Radios nyhets-, kultur- och samhälls-redaktioner. År 2015 citerades lokala kanaler 44 687 gånger, *Ekot* 21 355 gånger och *Kulturnytt* 3 942 gånger. Se mer om Sveriges Radios genomslag i avsnitt 8.2, tabell 32.

Undersökande journalistik

En av hörnstenarna för att kunna vara agendasättande och ett av Sveriges Radios viktigaste uppdrag är den granskande journalistiken. Att makten granskas, är en förutsättning för en fungerande demokrati.

Undersökande journalistik är tidskrävande och måste utföras av reportrar med stor kunskap. Därför har Sveriges Radio en särskild grävgrupp inom Ekoredaktionen där ett antal reportrar enbart arbetar med granskande journalistik. Detsamma gäller för det granskande programmet *Kalibers* redaktion i Göteborg.

Under det senaste året har Sveriges Radios resurser till den granskande journalistiken ökat märkbart. De lokala P4-kanalerna har nu reportrar som är öronmärkta för granskning. När resurserna har ökat, har omfattningen av granskningarna ökat. De lokala kanalerna har fått ett utökat krav att bedriva undersökande journalistik inom sina geografiska områden och dessutom att genom samarbeten åstadkomma såväl spegling som granskningar även ur ett riksperspektiv.

Att som Sveriges Radio finnas över hela landet och ute i världen är en stor tillgång då undersökande journalistik många gånger bygger på samarbete mellan redaktioner, kanaler och genrer.

För att ytterligare vässa den undersökande journalistiken genomfördes under året en särskild utbildning för elva utvalda reportrar, varav flertalet från lokala P4-kanaler. Publiken har kunnat märka satsningen i form av flera egna nyheter och avslöjanden.

4.1.4 Utvärdering av intern och extern programproduktion

Interna produktioner – återkoppling och programutveckling

Arbetet med att utveckla programmets kvalitet bedrivs framför allt på kanaler och redaktioner. Återkoppling är i stor utsträckning den metod som används. Utbuds- och utvecklingsgruppen som beställer programmen ansvarar för utvärderingar.

Utbudsutvecklare bistår redaktionerna inför start av program, vid förändringar i uppdrag och rekrytering av programledarprofiler samt ger stöd vid programpiloter och tester av programledare.

Utbuds- och utvecklingsgruppen har kompletterats med en digital programutvecklare, vars uppdrag är att utveckla programmets publiceringar på Sveriges Radios digitala plattformar och i sociala medier, både vad gäller nya satsningar och existerande program. I arbetet ingår analyser av redaktionernas digitala och sociala genomslag, breda insatser för att höja kunskapsnivån på olika redaktioner liksom konkret utvecklings- och idéarbete riktat mot digitala och sociala publiceringar.

2015 har arbetet med att lyssna på och analysera utbudet i de olika kanalerna fortsatt efter den modell som inleddes för P4 år 2012. Lyssning är numera en årligen återkommande kvalitetsåterkoppling av utbudet. Lyssningsprojekten syftar till att skapa underlag inför kanalplanering och identifiera utvecklingsområden. En uppföljande P3-lyssning har genomförts, där redaktionerna fördjupar analysen tillsammans med målgruppen.

Några exempel på utvecklingsprojekt under året:

- Omorganisation av Ekot, med syfte att höja nyhetstempot och skapa tid för fördjupande nyhetsarbete samt stärka digitaliseringen och sättet att publicera på digitala plattformar.
- Nya programformat för ett modernt Sisuradio som ska finnas i flera av Sveriges Radios kanaler. Med P3-podden *Sverige – så funkade det*, talkshowen *Iltapäivä* på finska i P2 och tvåspråkiga *Karlavagnen* i P4 måndag, har Sveriges Radio skapat nya former av journalistik där sverigefinska berättelser lyfts fram för hela publiken.
- Utveckling av innehållet tillsammans med publiken. Innehållet i Sisuradios nyheter i P4 och innehållet på lätt svenska i *Klartext* har utvecklats med referensgrupper.
- Lokala kanalers arbete med att förändra och utveckla P4 utifrån den nya P4-beställningen.
- För att utveckla det långa berättandet och höja kompetensen har redaktioner lånat ut kvalificerade medarbetare för att stötta mindre erfarna redaktioner. Detta har lett till nya samarbeten och märkbart bättre program. Ett exempel är *Sverige är finskt* i P1 som gjordes av två reportrar på Sisuradio med hjälp av en producent från Ekoredaktionen.

Externa produktioner – återkoppling och kvalitetskontroll

SR ska i dialog med externa produktionsbolag säkerställa att företagets organisation för inköp och beställning av extern produktion präglas av tydlighet.

(Sveriges Radios anslagsvillkor, p. 14)

Arbetet med att förbättra, förenkla och effektivisera hanteringen för de externa bolagen och Sveriges Radio pågår kontinuerligt. Det gäller rutiner, beställningar, avtalskontrakt, kvalitetskontroller och leveranser. Utlägg av programserier har ökat under 2000-talet och rutinförbättringar görs till viss del i dialog med flera av de producerande bolagen.

Sveriges Radio har arrangerat bland annat följande utbildnings- och informationsdagar för de externa bolagen:

- I februari anordnades en dag med föreläsningar och diskussioner om i huvudsak praktiska frågor, såsom sociala medier, juridik och Sveriges Radios leveransportal.
- Under sensommaren hölls ett lunchmöte med de större bolagens ägare och Sveriges Radios ledning för att dela erfarenheter och ytterligare förbättra relationerna.
- Under hösten har medarbetare på externa bolag deltagit i utbildningsdagar och workshoppar för att förbättra kunskapen inom webbverksamhet och sociala medier. Utbildningarna för externa bolagsmedarbetare har hållits i Stockholm, Göteborg, Malmö, Piteå och Borås. Två av utbildningstillfällena i Stockholm har varit skräddarsydda för enbart externa producenter.

För att förtydliga rollerna, har Sveriges Radio en ansvarig för inköp av externa produktioner. På detta sätt är det lättare för bolagen att veta vem inom SR som ansvarar för inköpen. Endast en ansvarig säkrar dessutom att rutiner, kontrakt, leveranser, rättighetshantering med mera görs på liknande vis oavsett vilken produktion eller vilken kanal det gäller.

Rutiner och information förtydligades under 2014, då Sveriges Radios webbplats för externa bolag introducerades. Webbplatsen har under 2015 utvecklats och blivit än mer informativ. Här framgår hur och när SR efterlyser program, vad som har köpts in och från vilka bolag, hur man skriver programförslag och hur man levererar program. Arbetet med programinköp blir transparent och alla kan se hur processen ser ut, vilka som producerar och vad som efterfrågas.

Sveriges Radio har även en koordinator för externa produktioner. I detta uppdrag ingår att se över och förbättra rutinerna för leverans av produktioner från bolagen och se till att viktig information om till exempel musikrapportering eller tablåer sprids.

Processerna beskrivs i *Leveranshandbok – ett programs väg genom SR:s infrastruktur*. Handboken uppdateras med förbättringar, förenklingar och förändringar och publiceras på webben.

För att förenkla ytterligare, infördes en förbättrad mediemottagning och leveransportal. Portalen har sjösatts fullt ut under året och nu kan externa bolag leverera via portalen, lyssna på musik från Sveriges Radios grammofonarkiv, lyssna på inslag och program från arkiv och programbank samt beställa program, musik med mera. På portalen finns också information som är av vikt för de producerande bolagen. Det kan röra sig om öppettider för Helpdesk, tekniska problem, nyheter gällande tablåer eller informationsfilmer om hur man på ett effektivt sätt söker i Sveriges Radios arkiv.

En grupp från Sveriges Radio med chefer, ansvariga och bolagsjurister har haft regelbundna möten med Journalistförbundets frilansorganisation. Bland annat har villkor och arvoderingar för frilansare diskuterats. Flera åtgärder har genomförts och informationsutbytet har varit fruktsamt för båda parter. Sveriges Radio har till exempel informerat om förflyttningen till att produktioner och inslag numera även skall finnas på såväl SR:s webb som i sociala medier.

Med inspel från de större bolagen, åtog sig Sveriges Radio 2014 att besöka public service-bolagen i Danmark, Norge och Finland och där diskutera med ansvariga om gemensamma inköp av program. Det skulle kunna ge ännu bättre utbud för publiken men också erbjuda en möjlighet för externa bolag att utöka sina marknadsandelar i Norden.

Sveriges Radio, Danmarks Radio (DR), finska Yleisradio (YLE) och Norsk rikskringkasting (NRK) har nu för första gången köpt in en gemensam serie. Serien handlar om romsk musik i Europa och Norden och versioneras på olika språk för sändning i alla fyra länderna. Sveriges Radios samarbete med övriga nordiska public service-bolag har banat väg för svenska produktionsbolag att producera även för NRK och DR.

4.1.5 Kompetensutveckling

2015 påbörjades en utbildningsturné till samtliga kanal- och redaktionschefer i programenhetens områdesledningar. Utbildningen har sin grund i de nya programregler som tagits fram till sändningstillståndet 2014–2019, vilka ansvariga utgivare måste vara väl förtrodda med.

I dagens medievärld med digitala webbplattformar där visst innehåll har producerats av ett externt bolag för presentation i ett kommersiellt sammanhang och där samma bolag producerat ett snarlikt eller liknande i en public service-kontext, uppstår nya situationer. Utbildningens mål är att ge chefer och ansvariga ett redskap för hur man ska agera när ett externt bolag vill diskutera vilka andra uppdrag som bolaget har, och om dessa är förenliga med Sveriges Radios oberoende och trovärdighet.

Utbildningen har genomförts ett tiotal gånger och ungefär 50 chefer och ansvariga har deltagit. Workshoppar har kombinerats med föreläsningar i programjuridik där olika exempel presenterats gällande förtal, gynnande, intrång i privatliv med mera. Utbildningsturnén avslutas våren 2016, men frågeställningarna kommer att vara ständigt aktuella, vilket gör att liknande utbildningsinsatser kommer genomföras kontinuerligt i framtiden.

För att Sveriges Radio ska uppfylla sitt public service-ansvar, krävs att medarbetarna har rätt kompetens och får möjlighet att utveckla sina färdigheter. Vid sidan av återkommande utbildningar för chefer, arbetsledare och projektledare samt utbildning i återkopplingsmetodik har en mängd aktiviteter genomförts med bäring på kvalitet och nyskapande i den journalistiska produktionen. Ett urval:

- Under hösten genomfördes en serie mångfaldsseminarier där personal i hela landet kunde delta via webbsändning. Föreläsningarna behandlade olika mångfaldsperspektiv såsom etnicitet, ålder, kön samt funktionsvariation och hölls av externa föreläsare med relevant kompetens och erfarenhet.
- Det nya lokala P4-uppdraget har stötts med omfattande insatser för att höja kompetensen, såsom utbildningar för arbetsledare i nya roller, utbildningar som tagit sikte på det personliga programledarskapet samt utbildningar om att arbeta med ansvarsutkrävande intervjuer i direktsändning. Dessutom har det anordnats kurser för grävande reportrar som ska granska med relativt små resurser.

- Undersökande journalistik – elva utvalda reportrar från hela landet har deltagit i en årslång satsning där praktik varvats med teori, researchmetoder, källkritik, källskydd, intervjuteknik och radioberättade. Alla deltagare har även fått skräddarsydd handledning.
- Sociala medier – utbildandet av superanvändare utvecklades och hundra personer deltog i den årliga utbildningen med ämnen som källkritik, verifiering, upphovsrätt, kreativt berättande, statistik och näthat. 2015 genomfördes en nationell grundläggande utbildning i sociala medier för att skapa en gemensam grund i hela företaget. Totalt har nära 700 SR-medarbetare samt externa produktionsbolag fått minst en heldagsutbildning i arbete med sociala medier.
- Berättande – flera utbildningar har handlat om att utveckla berättandet i radio. Prisbelönta dokumentärmakare har delat med sig av metoder för att skapa en mer lockande och underhållande journalistik i både korta och långa format.
- Dokumentärt berättande – en utbildning dit medarbetarna sökte med en egen programidé som sedan utvecklades under kursen med stöd av handledare. Resultatet blev tio dokumentärer som sändes i *P4 Dokumentär*.
- Barn och ungdomar – föreläsningar och seminarier om intervjuteknik och barnperspektiv i journalistiken.
- Nyhetsutbildning med fokus på agendasättande, research på internet och i sociala medier samt kurser i att rapportera i direktsändning för en snabbare och begripligare radio.
- Beredskapsutbildning för nya chefer – nya chefer har utifrån aktuella händelser fått en genomgång av beredskapsrutiner, VMA-överenskommelsen och Sveriges Radios roll vid krissituationer i samhället.
- Distansutbildningar – metoderna har utvecklats för att via datorn ge kortare utbildningar, med handledare eller som självstudier.
- Ny teknik – utbildning i samband med införandet av ny handburen mobil teknik för produktion och medverkan. Dessutom förberedande utbildning inför ett nytt publicistiskt textsystem samt den nya mer flexibla och moderna sändningsteknik som kommer att användas i nästa generations radiohus.

4.1.6 Språkvård

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

(Sveriges Radios sändningstillstånd, § 6)

Språket i Sveriges Radio ska enligt språkpolycyn vara begripligt, levande och språkriktigt. Riktlinjerna gäller för alla de språk som Sveriges Radio sänder på.

Språkvården vid Sveriges Radio bedrivs på flera olika sätt och av många medarbetare. Dessutom finns två språkexperter som ger råd och rekommendationer i språkfrågor till alla public service-bolagen. Språkhjälpen, som kan gälla till exempel uttal, ordval, formuleringar och skrivregler, ges direkt via telefon och e-post och mera långsiktigt vid utbildningar.

Central betydelse för språkrådgivningen har den interna språkdaten Dixi med mer än 16 000 rekommendationer, de flesta med ljudfiler. Språkvårdarna ger fyra gånger om året ut *Språkbrevet*, publicerar språktips i Sveriges Radios interntidning och besöker redaktioner för att diskutera aktuella språkfrågor. De tar även emot lyssnarsynpunkter och besvarar allmänhetens frågor om det språk som används i radion.

Sveriges Radios språkpris instiftades 1987 för att stimulera intresset för språkbehandling i radio. Målet om ökad mångfald har lett till att priset från och med 2014 delas ut i en ny kategori: medarbetare som sänder på andra språk än svenska. 2015 gick detta pris till en medarbetare som sänder på det nationella minoritetsspråket romani chib.

4.1.7 Granskning av Sveriges Radios program

Enligt sändningstillståndet ska sändningsrätten utövas opartiskt och sakligt. Den enskildes privatliv ska respekteras i programmen om inte ett oavvisligt allmänt intresse kräver annat. Vidare föreskrivs i radio- och tv-lagen att ett program som inte är reklam inte på ett otillbörligt sätt får gynna kommersiella intressen. Ett gynnande kan dock enligt praxis uppvägas av ett informations- eller underhållningsintresse och därigenom inte vara otillbörligt.

Dessa bestämmelser samt bland annat sponsringsregler och den så kallade demokrati-bestämmelsen i radio- och tv-lagen är centrala för Sveriges Radios programverksamhet.

När lyssnare anser att ett program bryter mot någon av dessa regler kan de göra en anmälan till Granskningsnämnden för radio och tv. Nämnden gör en bedömning av alla anmälningar. I vissa fall begär de in ett yttrande från Sveriges Radio och i några fall blir det en fällning.

Det totala antalet anmälningar under 2015 var 592 (jämfört med 678 år 2014). Totalt antal ärenden 2015, det vill säga unika anmälningar, var 444 (425). Allt oftare anmäls ett och samma program av flera personer efter till exempel upprop på en webbsida eller i ett webbforum.

De program som fick flest anmälningar 2015 var *Musikguiden i P3* med låten Baba (40 anmälningar, friat), *Studio Ett* för en intervju med Israels ambassadör (37 anmälningar, fällt), *Tankesmedjan* med inslaget *Veckans boss* (13 anmälningar, friat) och *Musikhjälpen* (10 anmälningar, ej prövat).

Sveriges Radio fick under året yttra sig i 45 ärenden och fälldes vid 10 tillfällen. Fällningarna gällde opartiskhet och saklighet (1 fällning), opartiskhet (3), saklighet (2), respekt för enskilds privatliv (1), otillbörligt kommersiellt gynnande (1), opartiskhet och radions särskilda genomslagskraft (1) och felaktigt offentliggörande av nämndens beslut (1). Grunderna för fällningar varierar från år till år. Det går inte att utläsa någon trend eller något mönster för i vilka kategorier Sveriges Radio fälls, men partiskhet och osaklighet brukar generellt vara ett par av de grunder SR fälls för några gånger per år.

En fällning ska, när Granskningsnämnden i sitt beslut förelägger Sveriges Radio detta, meddelas i radion genom en så kallad pliktsändning. Efter en fällning i Granskningsnämnden har vd och programdirektören ett möte med berörda där beslutet och dess konsekvenser analyseras. De slutsatser som dras och som berör andra delar av Sveriges Radio, presenteras i interntidningen, på intranätet samt på kurser och seminarier.

Granskningsnämndens beslut diskuteras på seminarier, i publicistiska samtal och på möten med medarbetare och chefer. Besluten är en återkommande punkt på Programmenhetens chefsforum. Redaktioner och lokala kanaler får regelbundet besök av Programsekretariatet som ansvarar för handläggning och informationsspridning. 2015 har seminarierna fokuserat på hur regelverket kan tillämpas på publiceringar på digitala plattformar.

När det gäller begäran om beriktigande eller genmäle kommer de flesta per telefon eller e-post. Ansvarig utgivare gör i samråd 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 komma till Myndigheten för radio och tv genom en anmälan om att ett program är osakligt. Myndigheten skickar sedan anmälan 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 avslag av en skriftlig begäran om genmäle har SR skyldighet att informera om skälen. Sveriges Radio hänvisar till Granskningsnämnden i de fall redaktionen beslutar att inte bereda någon ett genmäle i enlighet med bestämmelsen i sändningstillståndet.

Medarbetarna får kunskap om bestämmelserna på många olika sätt. De finns i programreglerna, kompletterade med en tolkning av Granskningsnämndens praxis och i SR-handboken. Programregler och handbok delas ut till alla anställda och till externa bolag som en del av produktionsutläggningsavtalen.

Nya medarbetare erbjuds introduktionskurser där en kursdel handlar om regelverket med tyngdpunkt på sändningstillståndet. Sveriges Radios jurister medverkar med utbildning om programregler i kurser för chefer och programmedarbetare.

4.1.8 Publicistiska priser

Publikens uppskattning och engagemang är de främsta tecknen på framgångsrik publicistisk verksamhet. Men medarbetarna sporras också av de positiva exempel på god journalistik som belönas med svenska och internationella priser. Ett eftertraktat publicistiskt pris blir ett kvitto på hög kvalitet. Under 2015 har många medarbetare belönats inom vitt skilda genrer. Hela listan finns i bilaga 5.

4.2 Utvecklingsarbete

SR ska delta i den tekniska utvecklingen av produktions- och distributionsteknik för radion.
(Sveriges Radios anslagsvillkor 2015, p. 7)

4.2.1 Samarbeten, arbetsmetoder och produktionsutveckling

Programkvaliten har utvecklats inte minst genom en mängd olika former av redaktionella samarbeten. Detta har skett planerat i långsiktiga projekt, utifrån medarbetarnas idéer i vardagen och plötsligt i heta nyhetslägen.

Gemensam nämnare för dessa samarbeten är att redaktionernas samlade kunskaper används och att redaktionerna i ökande utsträckning använder hela den potential som finns på olika plattformar för publicering. Samarbeten sker över gränser för yrkesroller, journalistik på riksnivå och lokal nivå, i FM, på webb och mobil och i sociala medier. Dessa samarbeten görs i hög grad med publikens medverkan. Genom utvärderingar blir de gemensamma insatserna lärande för framtiden.

De lokala kanalerna har inlett en omläggning för att skapa sömlöshet mellan program och nyheter. Programmen ska i högre grad vara samhällsaktuella, vilket leder till ökad växelverkan och ett snabbare flöde på digitala plattformar och i sociala medier.

Sveriges Radio bedriver ett ständigt förändringsarbete när det gäller utbudet och den teknik som stödjer produktionen. *Redaktion 3.0* startade 2012 med uppdrag att se över och effektivisera produktionsprocessen. Tekniken ska utnyttjas fullt ut och skapa bättre förutsättningar för produktionen, en innehållsproduktion som ska generera utbud till alla plattformar och som därför måste vara så effektiv och ändamålsenlig som möjligt.

I *Redaktion 3.0* påbörjades arbetet med att de redaktionella medarbetarna och produktions-teknikerna ska kunna påverka vilken ny teknik som behövs för att uppnå effektivitet och kvalitet utifrån produktionens behov.

Ett annat utvecklingsområde är musikanteringen. Med syftet att förbättra och effektivisera arbetet kring musiken och med hänsyn till publikens krav i FM, webb, mobil och sociala medier, påbörjades under året ett stort arbete med produktionsutveckling inom musikområdet. Detta beräknas pågå under flera år framöver.

Sveriges Radio är mitt uppe i stora tekniksiften, med målet att journalisten ska komma närmare publiken, men också kunna hitta människor och berättelser som inte finns i närheten. Teknik och arbetssätt ska skapa förutsättningar för en effektiv och enkel produktion för att ge publiken journalistik med god kvalitet inom alla genrer.

4.2.2 Publicistisk utveckling

Sveriges Radios utvecklingsarbete har som utgångspunkt de strategiska målen för tillstånds-perioden 2014–2019, bland annat att sätta agendan, ha högt förtroende från publiken och möta publiken där den är. Utvecklingsarbetet bedrivs i särskilda satsningar som beslutas av ledningen samt genom uppföljning och diskussioner i det dagliga arbetet.

Under 2014 beslutades att de särskilda satsningarna ska pågå under hela tillståndsperioden och ha sin utgångspunkt i fem strategiska frågor:

- Hur skapa förutsättningar för ett starkt Sveriges Radio?
- Vilken sorts radio ska göras?
- Hur ska radio göras?
- Hur nås publiken?
- Hur ska resurserna användas?

Sveriges Radios Publicistiska Utveckling (SRPU), som inleddes 2013, är ett långsiktigt utvecklingsarbete som kommer att pågå till slutet av 2019. Arbetet utgår från journalistiken, förhållandet till publiken och de distributionsplattformar som används. På så sätt får Sveriges Radio en tydlig riktning för utvecklingen. Under projektperioden läggs särskilt fokus på tolv områden, varav nedanstående betonas extra under 2015. Några av uppdragen beskrivs även i andra avsnitt. Se bilaga 2 för en komplett förteckning

Spegla Sverige

Att bättre ta vara på mångfalden i det svenska samhället är en prioriterad fråga för Sveriges Radio. Företagets trovärdighet, relevans och legitimitet är beroende av detta – det handlar om Sveriges Radios förmåga att uppfylla uppdraget och att värna demokratin.

Ett av Sveriges Radios strategiska mål är att öka mångfalden bland personal och medverkande och därmed också bättre spegla den variation som finns i befolkningen.

2014 redovisade gruppen som arbetat med SRPU-uppdraget om mångfald sina förslag och genomförandet påbörjades genast. Det handlar om interna strukturer: Hur mångfaldsperspektiv tydliggörs i beställningar och programkontrakt, hur publiknätverk byggs upp och används, hur rekrytering och kompetensutveckling hanteras med mera. Vid utgången av 2015 hade den övervägande delen av gruppens drygt 40 förslag och därmed omställningen mångfaldsarbete förts ut i organisationen. Se vidare avsnitt 7.1.

Nå den unga publiken

Sveriges Radio har svårt att nå tonårspubliken som endast i liten utsträckning lyssnar på direktsänd radio – och då oftare på kommersiella kanaler.

2014 inleddes ett arbete med målet att nå ut till fler tonåringar i Sverige på deras villkor. 2015 sjösattes projektet som har tre delar: innehållet, mobilen och mötet. När det gäller innehållet, har kanalerna P3 Star och P3 Din Gata genomgått stora förändringar. Sommaren 2015 släpptes appen *P3 Radio*, som består av de redan existerande kanalerna P3, P3 Star och P3 Din Gata. Appen ska ge tonårspubliken en väg in till det unga innehållet på deras villkor. Under året startade *P3 Star Klacken* med syftet att komma ut och regelbundet träffa tonårspubliken. Se även avsnitt 7.4.2.

Nå minoritetspubliken bättre

Enligt sändningstillståndet har Sveriges Radio ett särskilt uppdrag att erbjuda ett utbud för minoritetspubliken, men för få lyssnar på FM-sändningarna. Därför ska Sveriges Radio säkerställa att verkligen nå minoritetspubliken oavsett plattform. Resurser ska omfördelas från FM till digitala plattformar och sociala medier på samtliga minoritetsredaktioner.

Alla Sveriges Radios språkredaktioner har på olika sätt genomfört satsningar för att bättre nå sina målgrupper, vilket beskrivs i avsnitt 7.6. Störst förändringar har skett i Sisuradio, som främst satsat på utveckling och breddning av innehållet samt närvaro i fler av SR:s kanaler. Även Radio Sweden har nått fler lyssnare genom att flytta stora delar av utbudet till internetbaserade plattformar. Samtliga språkredaktioner har stärkt publikdialogen genom sociala medier, publiknätverk och direkta publikmöten.

Ett nytt P4

Under året har de lokala kanalerna arbetat med att förändra och utveckla P4 utifrån det nya uppdrag som togs fram 2014. Uppdraget handlar om att vässa journalistiken och att nå ut till en publik som också ska vara med och skapa innehållet.

Det kanalerna har haft i fokus under året är att:

- åstadkomma journalistik som berör och gör avtryck och där granskningar är en viktig del
- vara snabbt på plats vid nyhetshändelser och rapportera snabbt i FM, på webb och i sociala medier
- personliga, kunniga och underhållande programledare leder lyssnarna genom en radiodag där allvar och skatt, stort och smått blandas.

Utvecklingsarbetet har pågått under 2015 och fortsätter 2016. Se även avsnitt 7.9.

Bättre spegla Stockholm

Sveriges Radios lokala utbud i Stockholm ska utvecklas under tillståndsperioden. Bakgrunden är de senaste årens stora förändringar i Stockholm med en stark allmän utveckling, befolknings-tillväxt och en allt mer blandad sammansättning av befolkningen och därmed publiken. Målet är att nå och skapa starka relationer med en mångfasetterad och bred lokal publik över 20 år.

Sveriges Radio har sedan maj 2015 ändrat uppdraget för de två lokala kanalerna i Stockholm, P4 Stockholm och P5 STHLM, för att de bättre ska spegla och möta publikens behov. Se vidare avsnitt 7.9.

Bättre möta den mobila publikens behov

Mobilen har på många sätt blivit navet för svenskarnas internetanvändning och konsumtion av såväl traditionella som sociala medier. 77 procent har tillgång till en smartmobil. Man lägger i genomsnitt 8,1 timmar i veckan på internetanvändande i mobilen och 60 procent använder mobilen dagligen för att komma åt internet.

Under 2015 var det lika stor andel av besöken till *sverigesradio.se* som kom via mobila plattformar (mobiltelefon, surfplatta) som via desktopdator. Under sommaren var andelen mobila besök så hög som 60 procent. Detta är i linje med Sveriges Radios strategi att mobilen är den viktigaste internetbaserade plattformen. Samtidigt ökade lyssningen kraftigt via såväl *sverigesradio.se* och *SR Play* som via externa lyssningsplattformar som iTunes/Podcaster.

SRPU-projektet *Mobilen*, som inleddes i september 2014, har målet att användandet av Sveriges Radios innehåll på mobila plattformar ska öka. Mobila lyssningsvanor hos publiken ska uppmuntras och stödjas genom att innehållet utvecklas och görs så lättillgängligt som möjligt. Fokus ska ligga på att möta behov hos den alltmer uppkopplade och mobila mediekonsumenten oavsett plattform eller lyssningssituation.

Uppdraget omfattar åtta fokusområden:

- mobila publiken – att bättre förstå och mäta publikens mobila beteende på Sveriges Radios och andras plattformar
- mobila lyssningen – att utveckla tjänster med en funktionalitet och stabilitet som gör publiken mer nöjd och förstärker den dagliga mobila lyssningsvanan
- utveckling och test av tjänster, funktioner och format i innovationsteam
- utveckling och förvaltning av befintliga appar och sajter
- utveckling och lansering av innehåll exklusivt för digitala plattformar, exempelvis podd-specialer
- utveckling av den digitala journalistiken med bättre presentation och visualisering av exempelvis datajournalistik
- översyn av rättigheter för digitala plattformar för att optimera utbudet efter publikens behov
- marknadsföring/kommunikation av Sveriges Radios mobila tjänster och innehåll. Under året har fokus legat på att informera om Sveriges Radios poddspecialer, appen *P3 Radio* samt *Radioapans kojträd* för barn från 2 år och uppåt.

Innovationsteam

Inom ramen för utvecklingsprojektet *Mobilen* påbörjades våren 2015 arbetet med innovationsteam med det övergripande målet att utforska vägarna till publiken på digitala plattformar och testa publikens intresse. Innovationsteamet byggs med intern och extern kompetens och med en hög grad av samarbeten med andra företag och institutioner. Övergripande för alla projekten är att hjälpa publiken att enklare ta del av Sveriges Radios innehåll via digitala plattformar.

Kunskapsinhämtningen och en ökad förståelse av publikens behov och beteenden är huvuduppgiften för innovationsteamet. Resultatet kan bli att beslut tas om att utveckla och lansera tjänster, funktioner eller format, men man kan även fatta beslut om att inte gå vidare.

Under våren arbetade innovationsteamet tillsammans med OpenLab¹⁴ kring innovationstävlingen Commutathon. Alla deltog öppet och kollaborativt och alla idéer som skapades var fria för alla att använda. Tävlingen genomfördes under tre intensiva dagar med 20 studenter från flera länder. Uppdraget var att skapa en tjänst som underlättar för pendlaren i Storstockholm. Under hösten gick projektet in i en ny fas där vinnarna fick i uppdrag att färdigställa en prototyp.

Ett fokusområde har varit att hitta sätt att kategorisera och samla in demand-innehåll, primärt poddradio. Under september påbörjades ett projekt med att utforska olika typer av personalisering och rekommendation av innehållet. Ytterligare ett projekt är att utforska hur en bilvy för *SR Play* kan se ut för att hjälpa publiken att lyssna på radio via mobilen i bilen.

4.2.3 Sociala medier

Sveriges Radio började tidigt använda sociala medier för att sprida kännedom om utbudet och för att göra publiken medskapande. Den interaktiva boken *Medieormen* och *Handbok för sociala medier* har bidragit till att bygga kunskap och sprida medvetenhet om vikten av att arbeta med alla tre benen – marksänd radio, digitala plattformar och sociala medier – för att skapa bästa möjliga innehåll och få största möjliga genomslag.

Sveriges Radio finns på många sociala medier: Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Periscope, Snapchat, WhatsApp, Reddit, Spotify, Jodel, Vine med flera.

2015 var det första året då alla redaktioner och kanaler arbetade utifrån fastställda handlingsplaner för sociala medier. I handlingsplanerna har riktlinjer för hela det redaktionella arbetet i sociala medier satts upp: syfte, former för närvaro, publikmedskapande, organisation och arbetsmetoder. Där har även satts upp tydliga mål för arbetet, för att kunna utvärderas så att det kan förbättras år för år.

Under året genomfördes den obligatoriska chefsutbildningen *Att leda i sociala medier*. Alla fick utbildning i frågor som är specifika för hur det är att vara chef och leda medarbetare i sociala medier. Exempel på innehåll var hur man arbetsleder och skapar en bra arbetsmiljö, hur man organiserar bemanning, krishantering, hur man rekryterar och identifierar sociala medier-kompetenta medarbetare och hur man sätter upp och följer upp mål i sociala medier.

Utbildningen uppmärksammades av EBU och kommer under våren 2016 hållas som en Master Class för chefer inom EBU.

¹⁴ OpenLab är en samverkan mellan universitet och högskolor i Stockholmsområdet.

Utbildandet av superanvändare utvecklades och i oktober deltog hundra personer i den årliga utbildningen. Nytt var att kursen delats upp i en grundläggande och en avancerad del – mycket på grund av att nivån successivt har höjts under åren, vilket har lett till större behov av riktigt avancerad utbildning. Ämnen som togs upp var allt från källkritik, verifiering, upphovsrätt, foto och kreativt berättande i sociala medier till statistik och näthat.

2015 genomfördes en Road show, en nationell grundläggande utbildning i sociala medier, för att skapa en gemensam grund i hela företaget kring arbetet på sociala medier där samtliga redaktioner, kanaler och produktionsbolag deltar. Totalt har nära 700 SR-medarbetare (inklusive externa produktionsbolag) fått minst en heldagsutbildning i arbetet med sociala medier. Utbildningarna har till största delen genomförts med egen personal som utbildare.

2015 lanserade Sveriges Radio en ny version av *Sociala medier för journalister*, en handbok om hur journalister kan arbeta på plattformar för sociala medier. Den nya handboken innehåller fördjupad kunskap om framför allt krishantering, research och källkritik. Den nya versionen är mer omfattande och innehåller till skillnad från första versionen nästan uteslutande exempel från Sveriges Radios egen verksamhet. 2013 var SR:s erfarenhet av sociala medier begränsad, två år senare är den omfattande.

Debatten om sociala medier och delningskulturen har till stor del handlat om klickfiske, det vill säga om webbplatser vars enda syfte är att nå viral spridning av innehåll. Engagemanget i sociala medier på Sveriges Radios redaktioner går betydligt djupare än så. Även om spridningen av innehåll via sociala medier blir allt viktigare, då 73 procent av befolkningen är närvarande på sociala medier i någon form, handlar det för Sveriges Radios del framför allt om att använda plattformarna för att stärka relationen med publiken och i ännu högre grad göra den medskapande samt att öka lyssningen. Den andel av trafiken till *sverigesradio.se* som kommer från sociala medier, ökade från 10 till 13 procent. Antalet besök från sociala medier har på ett år ökat med mer än 30 procent.

4.2.4 Teknisk utveckling

Sveriges Radios tekniska utveckling syftar till att reportrarna enkelt ska kunna sända när det händer, där det händer från hela landet och från andra kontinenter.

Detta möjliggörs genom det generationsskifte inom teknikområdet som till stora delar bedrivs av Sveriges Radio där alla produktions- och kommunikationssystem kan standardiseras mot kommunikation med hjälp av gemensamt dataspråk, Internet Protocol (IP). Olika verktyg kan kopplas ihop i datanätverk för att överföra ljud i realtid för produktion och sändning.

Viktiga tekniska utvecklingsaktiviteter under 2015 beskrivs här.

Ljud i datanätverk

Arbetet med att skicka ljud i vanliga dataförbindelser och att ersätta analog teknik med digital, har fortsatt under året.

Exempel på detta är att utrustning för att transportera ljud med hjälp av satellitteknik har installerats på 31 bilar. En effektiv och billigare lösning har ersatt de gamla, mer kostsamma, förbindelserna på drygt 240 externa produktionsplatser såsom sportarenor.

Ny teknik har införts i alla radiohus så att reportrarna kan medverka i sändning på ett enklare sätt. En mobilapplikation har upphandlats som gör det möjligt att medverka med en uppkopplad mobiltelefon. Bärbar och mer robust utrustning som använder flera parallella mobilnät och som kan användas nästan överallt, även under svåra förhållanden, har upphandlats.

Nästa generations lokala kanaler

Sveriges Radio har under flera år drivit projektet Digitalt Radiohus där framför allt lokala kanaler utrustats med teknik anpassad till en omfattande produktion med begränsade resurser och liten bemanning.

Sveriges Radio samverkar med en ledande leverantör inom broadcast-industrin med att innovera och utveckla en för marknaden helt ny teknisk lösning. Lösningen är flexibel, portabel och användarvänlig och hela sändningar kan enkelt flyttas dit där publiken finns. Utrustningen är begränsad till ett minimum liksom behovet av personella resurser. Med mobiltelefon, surfplatta eller bärbar dator kan sändningen genomföras, styrs och direkt nå lyssnarna. Utvecklingsarbetet har rönt stort intresse hos leverantörer och andra public service-bolag i Europa och många följer projektet. Målet är att driftsätta en första prototyp i Uddevalla våren 2016.

Ljudprocessen

Sveriges Radios innehåll ska nå publiken med den kvalitet som förväntas. Aspekter att beakta är ljudnivå, balans mellan olika inslag, hörbarhet, ljudkvalitet och ljudbild. De olika stegen i ljudtransporten behöver ske på ett säkert och kontrollerat sätt. Under 2015 har SR ersatt en föråldrad lösning med en ny och Sveriges Radio har nu betydligt bättre möjligheter att skapa bra publikupplevelser på alla plattformar.

Digitala erbjudandet

Sveriges Radio har under året arbetat med att förbättra publikerbjudandet på webben och i mobilen. Funktioner som att pausa och spola tillbaka i direktsändning samt att automatiskt använda bästa möjliga kvalitet utifrån tillgänglig uppkoppling har införts. Sveriges Radio har även förbättrat upplevelsen för publiken när man använder mobilen.

Arbetet har utgått från fem kriterier: stabilitet, snabbhet, flexibilitet, effektivitet och enkelhet. Lösningarna omfattar en ny teknisk webbplattform med högre kapacitet, högre tillgänglighet och bättre stabilitet än tidigare. Även en uppdaterad mobilapp har lanserats, som ger meddelande i telefonen om extra nyhetssändningar och Viktigt Meddelande till Allmänheten (VMA).

4.2.5 Digitalradio i vänteläge

I december 2014 presenterades *Från analog till digital marksänd radio – en plan från Digital-radiosamordningen* (SOU 2014:77) av utredaren Nina Wormbs. Planen togs fram i dialog med radiobranschen och berörda myndigheter.

Planen innebär en övergång från analog FM-radio till radiosändningar i ett digitalt marknät med tekniken DAB+, under perioden 2022–2024, vilket den förra regeringen efterfrågade. Lanseringen skulle inledas vid årsskiftet 2016/ 2017. Utredarens uppdrag var inte att svara på frågan om en övergång till digitalradio skulle ske, utan hur det skulle gå till. Nina Wormbs anser att det krävs ett stort mått av samordning för att framgångsrikt genomföra en övergång. Frågan berör därmed hela radiobranschen och inte enbart Sveriges Radio.

Sveriges Radio och de privata radiobolagen (MTG Radio och SBS Discovery, numera Bauer Media Group) ställer sig bakom det huvudsakliga innehållet i utredningen.

När remisstiden gick ut i mars 2015 hade en rad myndigheter, organisationer och företag yttrat sig över utredningen. En stor del av remissinstanserna var positiva och tillstyrkte förslaget. De delade också bedömningen att den svenska radiobranschen behövde utrymme för fler kanaler än vad som är möjligt att erbjuda i FM och att detta gynnar lyssnarna. Ett antal remissinstanser var negativa och ifrågasatte bland annat valet av teknik och behovet av fler radiokanaler.

En månad senare presenterade Riksrevisionen en granskning av beslut och utredningar om digitalradion *Digitalradio – varför och för vem?* (RiR 2015:5). Riksrevisionen anser att det finns brister. Det gäller bland annat den tekniska prestandan, att efterfrågan på ett större radioutbud i form av fler kanaler inte kan påvisas tydligt och att den snabba utbyggnaden av internettjänster, tillsammans med FM, skulle kunna vara tillräckligt för radions framtida distribution

I juni 2015 meddelade kulturminister Alice Bah Kuhnke att regeringen, med hänvisning till remissinstanserna, inte går vidare med förslaget om en övergång till digital radio. Kulturministern påpekar att regeringen ska återkomma till frågan om ett digitalt marknät i Sverige och att departementet kommer att fortsätta att följa utvecklingen, särskilt i Norge.

Den norska regeringen beslöt under första halvåret 2015 om en övergångsplan från FM till digitalradio, sedan en rad uppsatta kriterier har uppnåtts. Det innebär att NRK och de kommersiella radiobolagen regionvis kommer att lämna FM under 2017, för att enbart sända i det digitala marknätet kompletterat med företagets service via internet.

Med tanke på den internationella utvecklingen, där åtskilliga länder i Europa satsar på digital radio, samt det faktum att privatradiation i Sverige redan har tillstånd att starta sändningar i 25 lokala kanaler senast sommaren 2016, kommer av allt att döma frågan att aktualiseras på nytt.

Det är olyckligt att det fortfarande är oklart om Sveriges Radio ska ingå i digitalradioutbyggnaden eller ej. Ett av skälen till kraven på ökat utbud på minoritetsspråk var möjligheten att sända i ett nationellt digitalt marknät. Med nuvarande reglering kan utbudet på internet inte tillgodoräknas för uppfyllelsen av sändningstillståndet. Sveriges Radio sänder under innevarande tillståndsperiod finska och meänkieli, samt ett utbud för svenska barn och ungdomar, i delar av landet i den äldre tekniken DAB. Det är sändningar som inte kan flyttas till FM eftersom det inte finns tillgängliga frekvenser. Sammantaget innebär detta att förutsättningarna för verksamheten förändrats och planeringen försvårats påtagligt.

4.2.6 Nya tjänster

När förhandsprövningen infördes ställde Sveriges Radio specifikt frågan om det är en tjänst eller utbudet som ska förhandsgranskas. Beskedet från Kulturdepartementet var att det inte är utbudet utan tjänsten som ska förhandsprövas.

Sveriges Radio har inte under 2015 inlett någon försöksverksamhet och inte lanserat några nya permanenta programtjänster eller andra tjänster av större betydelse inom ramen för kärnverksamheten eller den kompletterande verksamheten.

5 Här finns Sveriges Radio

SR ska samtidigt sända fyra ljudradioprogram till hela landet, varav ett även ska ha regionalt uppdelat innehåll.

(Sveriges Radios sändningstillstånd, § 1)

För att nå lyssnarna är det nödvändigt att kärnverksamheten tillgängliggörs på olika plattformar.

(Sveriges Radios anslagsvillkor, p. 7)

Möjligheterna att ta del av Sveriges Radios kanaler och program fortsätter att öka. Publiken har flera plattformar där den kan nå innehållet och föra en dialog med andra och redaktionerna. Ambitionen är att göra det så enkelt som möjligt att lyssna när, hur, var och på vad man vill och att innehållet digitalt ska vara lätt att hitta, söka, dela och lyssna på.

Sveriges Radio ser utbudet som en integrerad helhet som står på tre ben där marksänd radio, digitala plattformar och sociala medier sammantaget skapar bra innehåll, som finns tillgängligt för publiken där den är och som samtidigt gör publiken mer delaktig. Se bilaga 3 Sveriges Radios kanaler och distributionsplattformar.

Under året lade Sveriges Radio stor vikt vid att göra det lättare att lyssna på innehållet via digitala plattformar, såväl företagets egna som andras och på att nå ut och få ökad publikmedverkan via sociala medier.

Tabell 3. Total sändningstid fördelad på plattformar, timmar

| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|------------------------------|----------------|----------------|------|------|------|------|
| FM | 115 506 | 118 346 | | | | |
| DAB | 37 162 | 37 153 | | | | |
| Internetexklusiva sändningar | 14 780 | 14 780 | | | | |
| Totalt | 167 448 | 170 279 | | | | |

Allt som sänds i FM och DAB kan även lyssnas på via internet, direkt eller i efterhand.

5.1 Marksändning

Det traditionella radiolyssnandet via FM står för huvuddelen av publikens lyssnartid. Radio har en stark ställning i Sverige och Sveriges Radio har en stark ställning i radiolyssningen.

Sveriges Radios inställning är att den marksända radion kommer att spela stor roll under en lång tid framöver. Regeringen meddelade före sommaren att man just nu inte kommer att gå vidare med frågan om radions digitala marknät och en plan för övergång från FM till DAB+.

I FM har Sveriges Radio tillstånd för och sänder fyra rikstäckande ljudradioprogram: P1, P2, P3 och P4. P4 innehåller 25 lokala kanaler som sänder nyheter och program under del av vardagsdygnet samt lokala nyheter på helgen. Övrig tid sänds ett i riksutbud i P4. Dessutom har SR tillstånd för och sänder tre lokala ljudradioprogram i FM: P5 och P6 i Stockholm samt P3 Din Gata i Malmö.

Därutöver sänder Sveriges Radio i DAB över vissa områden, se bilaga 3.

Tabell 4. Marksänd tid fördelad på plattform och sändningstyp¹⁵, timmar

| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|-------------------------------|----------------|----------------|------|------|------|------|
| Förstasändning | | | | | | |
| FM | 105 199 | 106 845 | | | | |
| DAB | 30 288 | 30 142 | | | | |
| Summa förstasändning | 135 487 | 136 987 | | | | |
| Parallelsändning | | | | | | |
| FM | 5 690 | 5 751 | | | | |
| DAB | 5 832 | 5 742 | | | | |
| Summa parallelsändning | 11 522 | 11 494 | | | | |
| Repris | | | | | | |
| FM | 4 618 | 5 750 | | | | |
| DAB | 1 042 | 1 269 | | | | |
| Summa repris | 5 660 | 7 019 | | | | |
| Summa FM | 115 506 | 118 346 | | | | |
| Summa DAB | 37 162 | 37 153 | | | | |
| Totalt | 152 668 | 155 499 | | | | |

Ökningen av det totala antalet marksända timmar mellan 2014 och 2015 har två huvudsakliga förklaringar. För det första började P1 i januari 2015 att även sända på nätterna, främst repris. Detta blev möjligt då P1:s frekvenser, som tidigare har använts för distribution av taltidningar nattetid, i och med en ny teknisk lösning nu blev tillgängliga för Sveriges Radio.

För det andra är antalet timmar i de lokala kanalerna högre 2015 eftersom det inte var olympiska spel detta år. OS-år ersätts stor del av de lokala sändningarna under ett par veckor av riks-sändningar från Radiosporten.

Tabell 5. Marksänd tid fördelad på lokalt, regionalt och riks, timmar

| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|------------------------|----------------|----------------|------|------|------|------|
| Lokalt | | | | | | |
| Förstasändning | 109 962 | 111 834 | | | | |
| Parallelsändning | 7 814 | 7 724 | | | | |
| Repris | 2 587 | 2 514 | | | | |
| Summa lokalt | 120 362 | 122 072 | | | | |
| Regionalt | | | | | | |
| Förstasändning | 1 273 | 1 103 | | | | |
| Parallelsändning | 167 | 140 | | | | |
| Repris | 0 | 0 | | | | |
| Summa regionalt | 1 440 | 1 243 | | | | |
| Riks | | | | | | |
| Förstasändning | 24 253 | 24 050 | | | | |
| Parallelsändning | 3 540 | 3 629 | | | | |
| Repris | 3 073 | 4 505 | | | | |
| Summa riks | 30 866 | 32 184 | | | | |
| Totalt | 152 668 | 155 499 | | | | |

¹⁵ Tre olika sändningstyper summerar sammantaget upp till total marksänd tid:

Förstasändning – unikt innehåll; ett program eller inslag kan bara vara förstasändning en gång.

Parallelsändning – samma innehåll vid samma tidpunkt även i annat ljudradioprogram.

Repris – samma innehåll vid senare tidpunkt i samma eller annat ljudradioprogram.

Parallelsändningar och repris ger ökad tillgänglighet och bidrar till att utbudet når fler.

5.2 Andra plattformar

Sverigesradio.se

På Sveriges Radios webbplats finns hela utbudet av kanaler, program och poddradio tillgängligt. Förstasidan samt sidorna för P1, P2 och P3 rymmer en mångfald av nyheter, aktualiteter, röster och reportage från olika ämnesområden. I de lokala P4-flödena presenteras det mest aktuella, berörande och relevanta från lokala nyheter och program.

På *sverigesradio.se/poddradio* presenteras Sveriges Radios samlade utbud av poddradio: dels program som sänts i tablån, dels poddspecialer som enbart finns digitalt, med lyssningstips och sortering i olika kategorier. Satsningen på poddradio, med en egen redaktion, var huvudskälet till att tidningen Internetworld listade *sverigesradio.se* som en av 120 bästa underhållningssajter.

Under 2015 har fokus legat på att utveckla förstasidorna och enskilda inslagssidor, för att stimulera till mer lyssning. Exempel på förbättringar var tydligare presentation av innehållet, ny design på artikel- och inslagnivå, rekommendationer och listor över mest populära program och de klipp och avsnitt som delats, gillats och kommenterats mest i sociala medier. Kanalmodulen på förstasidan har gjorts om för att presentera fler kanaler. Sisuradio och P5 STHLM syns nu där, vilket har fått stor effekt för den digitala direktlyssningen för dessa kanaler. Barnradions sida fick nytt utseende, renodling mot lyssning och tydligare uppdelning för olika åldersgrupper. Redaktionen har skapat poddlyssningspaketet vilket tagits emot positivt av publiken.

Genom möjligheten att i appen *Sveriges Radio Play* öppna program och avsnitt från sajten blev det lättare för publiken att spara program som favoriter.

Fokus för *Ekot* har handlat om att vara snabbare – att sända när det händer. En sida för extrasändningar togs därför fram för att göra det lättare för publiken att hitta. Då extrasändningar och direktsända kanaler kan delas i den inbäddningsbara spelaren uppstod nya spridningsmöjligheter av innehållet till andra medier, organisationer, kulturinstitutioner och privatpersoners sidor.

Den digitala säsongskanalen *P2 Klassisk sommar* lanserades under året.

Ett nytt publiceringssystem för webbplatsen har tagits fram under året, vilket har gjort att redaktionerna kan arbeta mycket mera tidseffektivt. Ett redaktionsnära utvecklingsteam, Digitala insatsstyrkan, startades under hösten för att tillsammans med redaktioner presentera och visualisera det journalistiska innehållet på sajten och göra det mer begripligt för besökarna.

Sveriges Radio Play och övriga appar

Sveriges Radio erbjuder publiken flera appar för smarttelefoner. Den mest populära är *Sveriges Radio Play* där publiken når alla kanaler för direktlyssning och efterhandslyssning (poddradio). *Radioapans banankalas* och appen *Radioapans kojträd* vänder sig till de mindre barnen, med spel, sagor och sånger.

2015 lanserades appen *P3 Radio*, riktad till den yngre delen av P3:s målgrupp. Spelaren ska bidra till ökad lyssning på kanalerna P3, P3 Star och P3 Din Gata. Fokus ligger på P3:s roll som guide till ny musik. I appen kan man dela och spara låtar eller öppna dem i Spotify. Via appen får denna målgrupp även specialanpassade nyheter.

För användare med enklare mobil eller med sämre möjlighet att surfa på grund av dålig täckning eller begränsning i abonnemanget erbjuds *mini.sverigesradio.se* med de senaste nyheterna och länkar till direktlyssning på Sveriges Radios kanaler.

Sveriges Radio Play har utvecklats med fokus på extrasändningar, med en särskild flik i menyn och pushnotiser med lyssningslänk när en extrasändning påbörjas.

Appens sökfunktion förbättrades under året så att det även går att få träffar på ämnen och namn. En efterfrågad funktion är att appen nu stöder Chromecast för lyssning i smarta tv-apparater och hemmabioanläggningar. En större del av utbudet görs tillgängligt för lyssning offline.

Förbättringarna av *SR Play* bidrog till att användandet ökade kraftigt och att varje användare lyssnar på allt mer innehåll i form av direktlyssning och efterhandslyssning/poddradio.

Ett utvecklingsarbete påbörjades under året för att i början av 2016 kunna erbjuda förbättrad funktionalitet för att kunna pausa och spola i direktsändningar. Även en större designförändring av spelaren görs för att göra det lättare och mer lockande att hitta nytt utbud.

Öppet API

Sedan 2010 har Sveriges Radio ett öppet API¹⁶ som gör det enklare att använda utbudet i en egen app. Detta i kombination med den inbäddningsbara spelaren och aktiviteter i sociala medier är en viktig del i Sveriges Radios ambition att möta publiken där den är och se till att innehåll sprids och lyssnas på.

Sociala medier

Sveriges Radio har fyra mål för verksamheten på sociala medier: använda dem som arbetsverktyg, öka kännedomen om utbudet, öka lyssningen och göra publiken mer delaktig och medskapande.

Sveriges Radio har närvaro på en lång rad sociala medier och strömningstjänster, såsom Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Google+, Snapchat, WhatsApp, Periscope, Jodel, Reddit, Spotify, Deezer, Tidal och Pinterest. Poddradio från Sveriges Radio finns tillgängligt på Spotify, Deezer, Acast och iTunes/Podcaster.

¹⁶ Application Programming Interface, strukturerat sätt att komma åt data i ett system.

5.3 Kärnverksamhet och kompletterande verksamhet

Medlen ska användas för företagets kärnverksamhet, dvs. att producera och sända radioprogram till allmänheten. Medlen ska också i förekommande fall användas till kompletterande verksamhet, dvs. verksamhet som syftar till att utveckla och stödja kärnverksamheten och förbättra möjligheterna för allmänheten att tillgodogöra sig denna.

(Sveriges Radios anslagsvillkor, p. 2)

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.

(Sveriges Radios anslagsvillkor, p. 8)

Det är viktigt att betona att Sveriges Radio för att leva upp till sitt uppdrag ska utöva såväl kärnverksamhet, det vill säga att producera och sända radioprogram till allmänheten, som kompletterande verksamhet, alltså verksamhet som syftar till att utveckla och stödja kärnverksamheten och förbättra möjligheterna för allmänheten att tillgodogöra sig denna.

Av regeringens proposition *Bildning och tillgänglighet*¹⁷ framgår följande:

”Enligt programföretagens anslagsvillkor ska radio- och tv-avgiftsmedlen användas för företagets kärnverksamhet, vilken definieras som att producera och sända radio- och tv-program till allmänheten. Det framgår också att det för att nå lyssnarna och tittarna är nödvändigt att kärnverksamheten tillgängliggörs på olika plattformar och att utbudet ska utformas på ett sådant sätt att så många som möjligt kan tillgodogöra sig tjänsterna och programmen. /.../ Verksamhet på andra plattformar, bl.a. internet, kan vara antingen kärnverksamhet, kompletterande verksamhet eller sidoverksamhet. (s. 28).

I avsnitt 5.4 gör regeringen bedömningen att programföretagens kärnverksamhet även i fortsättningen ska vara att producera och sända radio- och tv-program till allmänheten. Denna bedömning gäller oavsett på vilka distributionsplattformar programmen görs tillgängliga. I denna mening är uppdraget teknikneutralt och inriktat på att sändningarna ska göras tillgängliga på de plattformar som publiken använder.” (s. 50).

Enligt de förarbeten som ligger till grund för sändningstillstånd och anslagsvillkor är alltså uppdraget teknikneutralt i denna del. Utifrån dessa skrivningar och den nu gällande regleringen tolkar Sveriges Radio begreppen enligt följande:

Programbolagens kärnverksamhet är journalistisk produktion av innehåll (radioprogram) som på olika sätt distribueras till allmänheten, bland annat genom sändning men också på andra sätt.

Den digitala förskjutningen på mediemarknaden och ändrade användarbeteenden gör det nödvändigt att kärnverksamheten tillgängliggörs på olika plattformar för att public service ska nå lyssnarna. Det innebär att proportionerna mellan de två delarna av kärnverksamheten, producera respektive sända till allmänheten, till viss del har förskjutits eftersom allt som produceras inte längre sänds utan i viss utsträckning tillgängliggörs på andra plattformar. Produktionen av radioprogram utgör alltså en större del än sändningarna.

¹⁷ Bildning och tillgänglighet – radio och tv i allmänhetens tjänst 2014–2019, prop. 2012/13:164.

Sveriges Radio konstaterar därför att bland annat följande verksamheter är att anse som en del av kärnverksamheten:

- användning av hela kanaler i marksändningar samt på webben, antingen simultant med sändning i marknät eller i webbexklusiva kanaler
- olika playtjänster eller liknande där tidigare sända program finns för lyssning on-demand
- exklusiva program som ligger tillgängliga för lyssning on-demand
- direktsändning över internet av enstaka event, exempelvis sportevenemang.

Berwaldhallens konsertverksamhet inför publik är exempel på en kompletterande verksamhet. Ett annat exempel är *Julkalendern* där papperskalendern gör att barnen kan öppna egna luckor samtidigt som de lyssnar.

Den kompletterande verksamheten i övrigt är emellertid i praktiken så sammanvävd med radioproduktion att det enligt Sveriges Radio inte är görligt att särredovisa den i absoluta tal. Exempelvis är en utskrift i text av ett sänt nyhetsinslag en metod att tillgängliggöra utbudet, liksom en bild på personen i den sända intervjun. En anpassning till den digitala miljön är en förutsättning för att utbudet ska hittas på alla relevanta plattformar. Text och bild förtydligar också innehållet och förenklar för personer med funktionsnedsättning att tillgodogöra sig det.

Sveriges Radio arbetar i dag integrerat för att nå ut till publiken i rätt tid, till rätt målgrupp, på rätt plattform med rätt innehåll – genom radio via marknätet, digitalt via webb och mobil samt via dialog och medskapande i sociala medier. Det innebär att en redaktion på Sveriges Radio arbetar sömlöst med alla tre benen före, under och efter en särskild produktion.

Webb och sociala medier blir journalistiska verktyg i det dagliga arbetet i kontakten med medverkande och publik och utgör en del av dialogen och skapandet tillsammans med publiken. Därför är det mycket svårt att ange hur resurserna för webb, mobil och sociala medier fördelar sig på kärnverksamhet respektive kompletterande verksamhet. Den stora delen av kostnaderna är dock förknippad med att producera och ta fram innehållet. Kärnverksamheten är alltså i dessa delar klart störst. Sveriges Radio bedömer att det råder god balans i omfattningen mellan kärnverksamhet och kompletterande verksamhet. Vad som är god balans kan komma att variera över tid beroende på publikens behov och förutsättningar.

6 Bredden i utbudet

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.

(Sveriges Radios sändningstillstånd, § 6)

För att nå lyssnarna är det nödvändigt att kärnverksamheten tillgängliggörs på olika plattformar.

(Sveriges Radios anslagsvillkor, p. 7)

Bredden i Sveriges Radios utbud har två dimensioner – ett brett programinnehåll och en bredd i plattformar för att nå och involvera publiken.

I avsnitt 6.1 beskrivs kortfattat de åtta programkategorier Sveriges Radio använder för att redovisa sändningstid. En mer utförlig redogörelse för utbudet i marksänd radio återfinns i kapitel 7. I avsnitt 6.2 beskrivs det utbud Sveriges Radio erbjuder via digitala (internetbaserade) plattformar. I avsnitt 6.3 ges exempel på hur Sveriges Radio arbetar med sociala medier för att göra publiken mer delaktig.

Endast det marksända utbudet beaktas när Granskningsnämnden bedömer om Sveriges Radio har uppfyllt villkoren enligt sändningstillståndet. Samtidigt är det ett krav i anslagsvillkoren att kärnverksamheten tillgängliggörs på olika plattformar. Detta är enligt uppdragsgivaren nödvändigt för att nå lyssnarna.

Sveriges Radio delar denna uppfattning och har därför under många år arbetat målmedvetet med olika internetbaserade plattformar för att tillgängliggöra utbud och kommunicera med publiken. Detta är inte minst viktigt för att nå prioriterade målgrupper som barn och unga, språkliga minoriteter samt personer med olika funktionsvariationer.

För Sveriges Radio är det viktiga både att erbjuda ett unikt och oberoende innehåll, och att detta utbud når publiken.

6.1 Marksänd radio (FM och DAB) fördelad på programkategorier

Sveriges Radio redovisar den marksända tiden i åtta programkategorier, varav Musik även redovisas i undergrupper.

Nyheter

Nyheter omfattar alla nyhetssändningar i Sveriges Radio. Hit hör nyhetssändningar i *Ekot* och lokala kanaler, *P3 Nyheter* och *Junior i P4* samt nyheter på olika minoritetsspråk. Undantagna är nyhetssändningar som i sin helhet är specialiserade kring ett ämne som ingår i andra kategorier som sport, kultur, musik och vetenskap. Verksamheten beskrivs i avsnitt 7.2.

Samhälle

I programkategorin Samhälle ingår program och inslag som ger bakgrund, fördjupning, granskning och debatt. Här ingår program med blandat innehåll av aktualitetskaraktär, dokumentärer, program om vetenskap och forskning samt om religion och livsåskådning. I kategorin ingår också andakter och gudstjänster. Verksamheten beskrivs i avsnitt 7.2.

Kultur

I kategorin Kultur ingår bevakande, recenserande och granskande program och inslag om kultur och musik, inklusive nyheter inom kulturområdet. Den omfattar även kulturskapande och gestaltande program, uppläsningar, dramatik och lyrik samt dokumentärer. Hit hör även den kultur som tillgängliggörs genom samarbeten med kulturinstitutioner. Verksamheten beskrivs i avsnitt 7.3.

Musik

Musiken delas in i musik på fonogram som inte är egenproducerad samt levande musik, egenproducerad eller av annat ursprung.

Inom respektive grupp finns fyra undergrupper:

- populärmusik i flera genrer och från alla tider: pop och rock, soul och blues, hiphop och R&B, underhållningsmusik med mera
- konstmusik (ofta benämnd klassisk musik)
- jazz och annan improviserad musik
- folkmusik från svenska och utländska kulturer från alla epoker.

Musik i program i kategorierna Samhälle, Kultur, Sport, Livsstil och Underhållning räknas inte in i dessa kategorier. All spelad musik samt musiknyheter redovisas under Musik. Se vidare avsnitt 7.3.6 och 7.3.7.

Service

Programkategorin Service omfattar trafikinformation, evenemangstips, servicemeddelanden, Viktigt meddelande till allmänheten (VMA), väder- och sjörapporter som sänds fristående från nyheterna samt programinformation. Se vidare avsnitt 7.10.2.

Sport

Sport omfattar sportnyhetssändningar med inslag och resultat, sändningar från sportevenemang samt program som i sin helhet behandlar idrott och till exempel sociala, ekonomiska eller medicinska frågor i samband med idrott. P4 är den stora sportkanalen i FM. Radiosporten sänder dessutom unika sändningar på internet. Se vidare avsnitt 7.8.1.

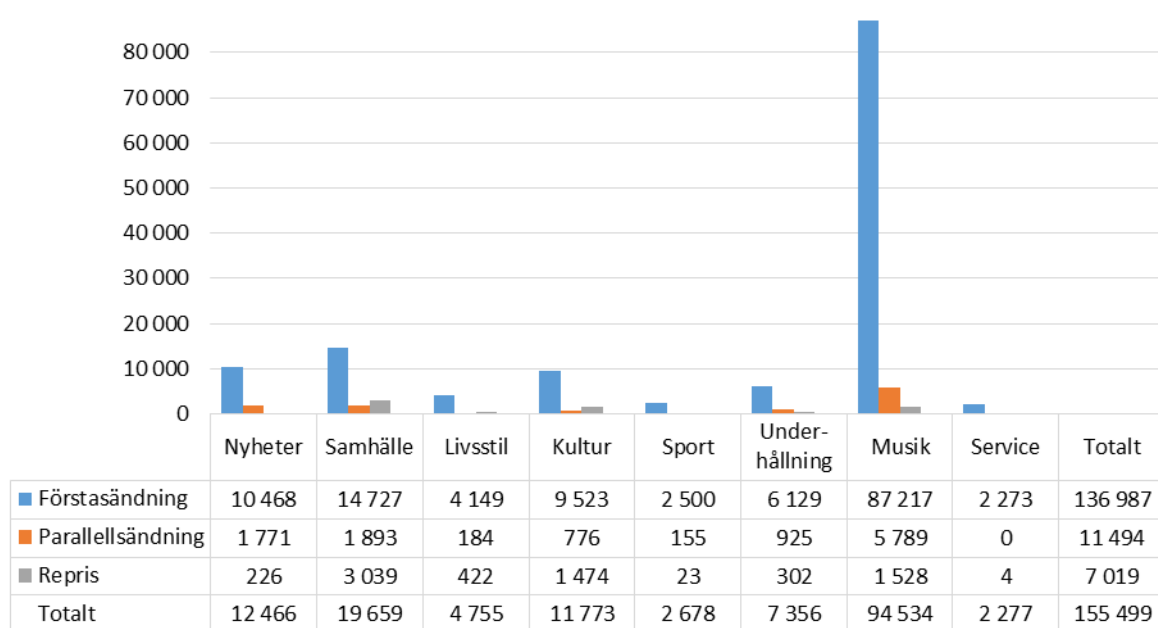
Livsstil

Kategorin Livsstil innefattar program och inslag om ämnen av vardaglig karaktär. Den består bland annat av program om relationer, familj, hem, hälsa, konsumentfrågor och fritidsintressen. Se vidare avsnitt 7.8.2.

Underhållning

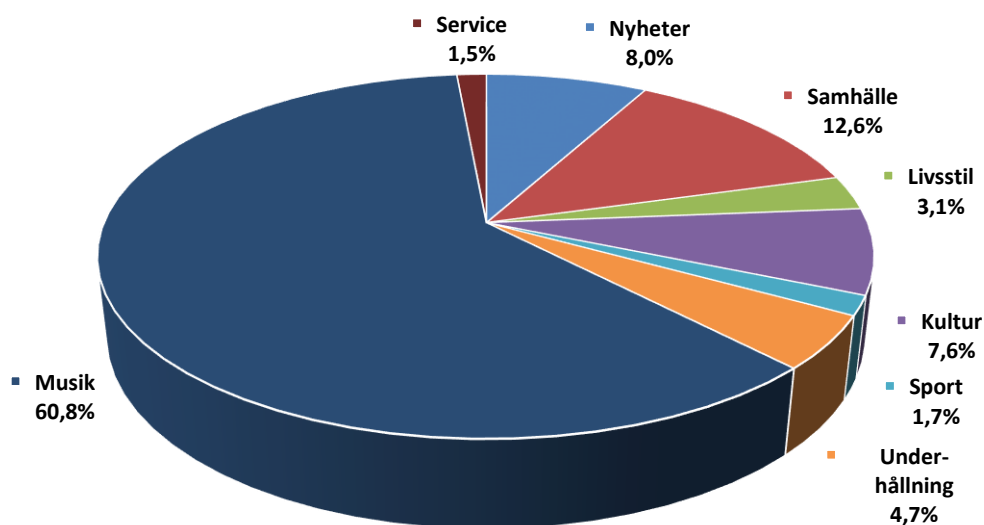
Programkategorin Underhållning innefattar hela program eller inslag som har till syfte att förströ och underhålla. Det kan handla om satir, humor, tävlingar och firarprogram. I kategorin ingår också den talade delen i vissa musikprogram. Se vidare avsnitt 7.8.3.

Diagram 2. Marksänd tid fördelad på programkategori och sändningstyp, timmar



Ökningen av sändningstid jämfört med 2014 är fördelad på samtliga programkategorier utom sport som minskat och service som ligger på oförändrad nivå.

Diagram 3. Total marksänd tid fördelad på programkategorier



6.2 Sveriges Radios utbud på internet

De allra flesta av Sveriges Radios program har en egen hemsida med information om programmet, sändningstider, redaktion och kontaktinformation. SR tillgängliggör utbudet för lyssning i efterhand via de digitala plattformarna som poddradio (såväl strömmad lyssning som nedladdning). Sveriges Radio är även aktivt och närvarande på flera av de stora sociala medieplattformarna och strömningstjänsterna.

Nyheter och lyssningstips samlas på förstasidan, på kanalförstasidorna och på de lokala P4-kanalernas förstasidor. I attitydundersökningen från Novus Group framgår att 55 procent tycker att *sverigesradio.se* är en viktig nyhetskälla.¹⁸

Sedan 2005 har Sveriges Radio gjort innehållet tillgängligt som poddradio och varit den ledande aktören i att bygga upp den svenska marknaden för poddradio. De senaste åren, med genomslaget för smarttelefoner och ett snabbt ökande utbud, har poddradio vuxit som en stark trend. Lyssningen görs med hjälp av poddtjänster men också direkt på medieföretagens webbplatser.

För Sveriges Radio sker lyssningen på portaler, på *sverigesradio.se* och på *SR Play*. Poddlyssningen är i dag den snabbast växande formen av digital lyssning med nära 3 miljoner lyssningar och nedladdningar per vecka från Sveriges Radios plattformar och externa plattformar som iTunes. Den strömmade lyssningen på iTunes har fördubblats andra halvåret 2015.

Barnwebben

Utvecklingsmålet för Barnwebben under 2015 har varit att ännu tydligare lyfta upp ljud och bild. Det ska vara lätt att hitta det man vill lyssna på, starta ett ljud och börja lyssna.

Barnwebben riktar mot två ålderskategorier: yngre barn 3–8 år och äldre barn 9–12 år. Barnwebben för yngre barn innehåller sagor, sånger, *Knattekanalen*, *Godnattkvarten* och *Viskvarten*. På Barnwebben för äldre barn samlas program inom hela utbudet, såsom nyheter, aktualiteter, sport, faktaprogram, *Unga Radioteatern* och lovföljetonger.

Mobilappen *Radioapans kojträd* är en plattform med innehåll anpassat till de allra yngsta lyssarna. Här finns sagor som passar för små barn där barnen kan lyssna i sin egen takt tillsammans med *Radioapan*. Till varje saga visas en bild som man kan flytta runt och zooma i. Barnen kan samla ihop en egen sagohylla genom att ladda ner sagor direkt i appen.

Inför loven har Barnwebben lanserat poddar med sagor och dramatik för yngre och äldre barn. Dessa poddpaket fungerar som introduktion till Barnradions program och går bra att ladda ner.

Julkalendern *Månsaråttan* hade hög lyssning och en välbesökt sida med extramaterial och tävlingar där barnskådespelarna och de vuxna skådespelarna presenterades. *Sommarlov i P4* hade en egen sida för lyssning i efterhand och poddning.

1000 modiga frågor tar ungas frågor om känsliga ämnen på allvar – modiga frågor får modiga svar av experter på sex och samlevnad. Dessutom finns en panel med ungdomar. Panelsamtalen filmas och publiceras på YouTube för att finnas där målgruppen finns. Antalet frågor har ökat och variationen har blivit större.

¹⁸ Novus Group, Attitydundersökningen december 2015.

Tonårspubliken

Sveriges Radio satsade 2015 extra på att nå ut till tonåringar via P3 Star och P3 Din Gata, som båda har flera nätexklusiva satsningar för att nå målgruppen på internet. P3 Din Gata producerar varje vecka podden *Relationsdomstolen* där lyssnarna kan höra av sig om relationsproblem. P3 Star arbetar för att nå ut till en tonårspublik via Instagram. Andra webbunika poddar är *Psyket*, om psykisk ohälsa bland unga, *P3 Spels* specialpoddar och *Känd från internet*, ett intervju-magasin med unga personer som slagit igenom på internet.

Samiska

Webbkanalen SR Sápmi sänder digitalt på samiska dygnet runt veckans alla dagar på webben och i mobilen över hela landet. Sändningarna samsänds delvis med norska NRK:s samiska DAB-kanal och innehåller delvis repriserat eget material från Sameradion i FM. I tablån ingår också längre musikflöden med samisk musik.

Sameradion sände tillsammans med SVT Sápmi direkt på webben under totalt 110 timmar, dels från Sametingets tre plenarmöten, dels från rättegången mellan staten och en sameby om rätten att förvalta småviltsjakt inom ett rennäringsområde.

Utbud riktat till en utländsk publik

Sveriges Radio erbjuder på internet ett nyhets- och aktualitetsutbud på engelska, ryska och tyska. Materialet på engelska uppdateras alla dagar i veckan, det ryska och tyska utbudet på vardagar. Utbudet riktar sig till den som söker information om Sverige och det svenska samhället.

Den tyska redaktionen, satsade under 2015 på att bredda sätten att nå publiken. Förutom nyhetspodden varje vardag experimenterade redaktionen med fördjupande temapoddar kring aktuella händelser såsom 70-årsjubileet av andra världskrigets slut och den svenska bostadsmarknaden. Dessutom fördjupades arbetet med sociala medier, exempelvis genom en serie korta filmer som på ett skämtsamt sätt förklarar svenska ordspråk för en tysktalande publik.

Den ryska redaktionen bevakade ett brett spektrum av ämnen, bland annat den växande flyktingströmmen, bostadsbristen och skoldebatten. Störst antal besök på webben hade en publicering om tvisten kring den ryskägda fastigheten på Lidingö. Redaktionen har också rapporterat om Sveriges hållning till Ryssland samt om begreppen ”public service” och ”fri journalistik” i Sverige.

På den engelska redaktionens webbsida slog inrikes- och utrikesnyheter besöksrekord 2015. Nyheten om väktarvåldet mot ett barn på Malmö Central väckte stort intresse internationellt och ett telegram om hur svenska valobservatörer hotades i Turkiet delades och diskuterades på Reddit. Över 135 000 personer läste nyheten på Radio Swedens hemsida.

Övriga språkredaktioner inom Radio Sweden publicerar på torsdagar en veckopodd kring ett aktuellt ämne.

Avgörande ögonblick

SR Minnen är från 2015 omdöpt till *Avgörande ögonblick* och speglar aktuella händelser via program och klipp ur Sveriges Radios arkiv. Här hittar man exempelvis inslag om när Sven Jerring 1939 besökte vaktstugan i ett luftvärnsbatteri någonstans i Sverige eller hur Moa Martinsson 1946 försvarade dragspel. På sidan finns både korta inslag från *Radiofynd* och poddsatsningen *Avgörande ögonblick* med olika teman.

Radioteaterbiblioteket

Radioteaterbiblioteket är ett arkiv med flera av världsdramatikens klassiska pjäser och svenska klassiker. Stora skådespelare som för länge sedan tystnat och inte längre finns på teaterscenen, finns kvar med sina röster i Sveriges Radios föreställningar från Radioteatern. Föreställningarna kan nås direkt från hemsidan och laddas ner som podd.

Musik

För att ytterligare öka mångsidigheten i kulturutbudet sänder Sveriges Radio, som komplement till det marksända utbudet, några renodlade musikkanaler via internet. 2015 erbjöds säsongskanalerna *P4 Melodifest* och *P4 Bjällerklang* samt *P2 Klassisk jul*.

Sveriges Radio har också gjort speciellt producerade fördjupande musikprogram i poddformat. Programmen bygger på talat innehåll, har musik som ämne och riktar sig till de mycket musikintresserade.

Trafik och service

Utöver Trafikredaktionens rapportering i FM har publiken tillgång till information om störningar i trafik och servicefunktioner via *sverigesradio.se*. Kartan känner av var mobiltelefonen eller datorn befinner sig och ger en kartbild med information om störningar i närheten. Det går att på kartan förflytta sig runt i landet. Man kan också prenumerera på twittermeddelanden med information för varje län.

Trafikredaktionen finns på Facebook med information om sitt arbete och trafikfrågor. För att skapa kontakt med en yngre publik publiceras bilder av udda trafikskyltar på Instagram.

Sport

Som ett komplement till de evenemang som ryms i FM i P4, samarbetar Radiosporten och de lokala kanalerna om att sända cirka 2 000 matcher och evenemang via internet. Alla SHL-matcher i ishockey och samtliga fotbollsmatcher i Damallsvenskan och Allsvenskan direktsändes, men även mycket handboll, basket, bandy och innebandy.

Nya lyssnarrekord slogs på webben och i mobilen och det är också där som den största delen av publikdialogen funnits. Denna dialog har intensifierats under året på alla plattformar, inte minst i sociala medier där Radiosportens experter involverats på ett nytt sätt.

Poddradio

Under 2015 har Sveriges Radio arbetat med att utveckla det digitala poddradioerbjudandet. Ambitionen har varit att stärka Sveriges Radios profil som ett företag som testar format, släpper fram fler personligheter och varierar tilltalet.

Utbudet av program att lyssna på on demand har utökats och förtydligats. Poddradioredaktionen har i uppdrag att lyfta fram befintligt utbud men också att vara med och skapa unika poddspecialer för enbart digital lyssning.

Poddspecialerna har bidragit till att bredda kanalernas erbjudanden till publiken och öka kännedomen om och användandet av Sveriges Radio. De utgör en möjlighet att fånga den målgrupp som nu inte lyssnar på vanlig radio. Mottagandet hos lyssnarna har varit mycket gott, användandet av *Sveriges Radio Play* har ökat markant och efterhandslyssningen har slagit rekord.

Poddradioformatet har även använts för att göra specialsatsningar riktade mot publiken som lyssnar på *P3 Dokumentär*, med serier i flera avsnitt och kortare nyhetsdokumentärer.

Ett testavtal togs fram tillsammans med rättighetsorganisationer för att kunna lyfta fram dokumentärer och musikjournalistiska serier ur Sveriges Radios arkiv, exempelvis jättesatsningen *Livet är en fest* från 2001.

SR Play är fortfarande den största plattformen för poddlyssning, men under året ökade lyssningen på externa plattformar som iTunes/Podcaster mycket kraftigt. Genom att presentera och synliggöra Sveriges Radios innehåll bättre där och lansera fler titlar, ökade den externa poddlyssningen under året med 53 procent. iTunes/Podcaster var i slutet av året en större plattform för lyssning på program och poddspecialer än *sverigesradio.se*.

Några exempel på nya poddspecialer från Sveriges Radio är:

- *Det politiska spelet* – om svensk inrikespolitik
- *Hypoteket* – pengarna och livet
- *Snedtänkt* – humor
- *Gradvall* – djupintervjuer med musikkare
- *Psyket* – om psykisk ohälsa
- *Sverige, så funkade det* – en hjälp för nyanlända unga till Sverige.

Några exempel på ompaketerade poddar:

- Barnradions poddpaket
- *Morgonpasset i P3: Gästen*
- *Musikguiden: Kronologen*
- *Veckans Film* – samlade filmrecensioner.

6.3 Sveriges Radio och sociala medier

Sveriges Radio arbetar kontinuerligt för att publiken inte bara ska vara mottagare, utan även medskapare av nyheter och reportage.

Allt fler av Sveriges Radios publiknätverk har tagit steget ut i sociala medier. Till exempel har P4 Sörmland och Sisuradion startat egna grupper på Facebook för att kunna interagera effektivt med sina nätverk. Ett exempel på resultat, är P4 Kristianstads berättelser om förlossningsskador, med personliga vittnesmål om svåra upplevelser av förlossningar.

Under 2015 ersattes kanalen SR Metropoli med P5 STHLM som har siktet inställt på att bli Europas mest sociala radiokanal. Ambitionen är att stor del av innehållet i kanalen ska bygga på publikens engagemang och medverkan. Kanalen fångar de mest aktuella ämnena för dagen likväl som mindre snackisar och bjuder in publiken att delta. Kanalens styrka är att vara snabb med att hitta debatter och nya trender på sociala medier. Kanalen har egna reportrar som är specialiserade på att arbeta journalistiskt med sociala medier för att hitta de rätta forumen för att nå och locka en ny publik, men också för att kritiskt granska och göra ett relevant urval i det gigantiska material som finns digitalt.

Under jubileumsåret Sveriges Radio 90 år lanserades *utvaldaogonblick.se*, en interaktiv webbplats med historiska klipp från Sveriges Radios historia där lyssnarna kunde välja, dela, gilla, sprida och rösta på sina egna favoritklipp. De vinnande klippen sparas för framtiden i en tidskapsel framtagen av Konstfacksstudenter.

På jubileumskonserterna i Berwaldhallen iscensattes crowdsourcingprojektet *#minflykt*.

I Ekots och SR Internationals gemensamma publiksatsning *#100röster* delade publiken med sig av upplevelser av hinder och lösningar på vägen mot ett nytt liv i Sverige. Vittnesmålen samlades in via enkäter på olika språk och aktivitet på sociala medier.

SR Malmöhus gjorde i *#annatliv* en satsning om bosnier som kom till Skåne efter kriget i Bosnien-Hercegovina. Här samlades berättelser från svenska bosnier och personer som återvänt.

2015 var det 70 år sedan andra världskrigets slut. Under taggen *#krigsvittne* samlades berättelser in från människor som upplevt krig, för att spegla krigets mekanismer och för att skapa förståelse för hur det är att leva i krig.

Den flerspråkiga redaktionen Radio Sweden har under året satsat extra resurser på sociala medier för att öka närvaron, öka antalet nyhetstips från publiken och för att lyfta kompetensen på redaktionerna. Den arabiska redaktionen har till exempel ökat antalet Facebookföljare med över en tredjedel och har använt sig av Facebook och Instagram som en del av sin bevakning av *#flyktvägen*. Ett särskilt fokus har lagts på kommunikation och interaktion med följarna. Sociala medier används i allt större utsträckning som källa för journalistiken.

Medarbetare inom Radio Romano har arbetat med att skapa ett flöde av diskussion på Facebook och Instagram kring inslag och program och att hitta former för event med publik. Utöver de egna inslagen arbetade redaktionen med korta filmer. Syftet var framför allt att locka unga romer till Radio Romano och öppna upp för en dialog.

På Facebook kommunicerar Barnradion med föräldrar, lärare och vuxna – det är dessa som guidar de mindre barnen till Barnradions utbud. Nyheter, drama, fakta, sex och samlevnad sprids på sociala medier som Instagram och YouTube där den äldre målgruppen finns. Alla panelsamtal för sex- och samlevnadsprogrammet *1000 modiga frågor* filmas och läggs ut på YouTube.

För kanaler riktade mot den unga publiken är det helt avgörande att vara relevanta på sociala medier. En stor majoritet i målgruppen spenderar flera timmar varje dag på sociala plattformar.

Exempelvis gjorde *P3 Nyheter*, i samband med en temadag om Syrien, en film för spridning på sociala digitala plattformar. Filmen nådde över 650 000 personer. Andra exempel är hur man i korta animationer förklarade klimatmötet i Paris, Bosnienkriget och IS. Ytterligare ett exempel är *P3 Dokumentären* om mordet på 17-åriga Therese Johansson Rojo, vilken spreds via en animation på Facebook, visades mer än 280 000 gånger och framför allt nådde tonåringar.

7 Särskilda uppdrag och målgrupper

I detta kapitel beskrivs Sveriges Radios utbud, som huvudsakligen sänds i FM. Kapitlet utgör public service-redovisningens huvuddel, och flertalet avsnitt här svarar direkt mot villkor i sändningstillståndet.

Sveriges Radios programutbud genomsyras av folkbildningsambitioner. En självklar strävan i hela programverksamheten är att ge utrymme åt en mångfald av åsikter och meningsyttringar.

Med dagens föränderliga omvärld är också utveckling en integrerad del av Sveriges Radios verksamhet. Utöver de publicistiska satsningar som beslutats av företagsledningen, arbetar SR:s kanaler och redaktioner kontinuerligt med att utveckla innehållet.

Under 2015 har produktionen av nyheter, program och publicistiska satsningar i allt högre grad gjorts i samverkan med publiken. Lokala kanaler och redaktioner har etablerade publiknätverk. Över 15 000 personer deltar i dessa nätverk, som bland annat syftar till att bredda perspektiven genom närmare kontakt med en blandad grupp lyssnare.

Kommunikation kring vad som produceras ger tips, infallsvinklar, perspektiv och kunskap. Med hjälp av sociala medier berikas program och publicistiska satsningar av människors erfarenheter, åsikter och kunnande. Publiken ger på så sätt viktiga bidrag till Sveriges Radios utbud av fakta-journalistik som orienterar lyssnare och användare om samhällsfrågor i Sverige och omvärlden.

7.1 Mångfald och spegling

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 tillgodoser skiftande förutsättningar och intressen hos befolkningen i hela landet. Programutbudet ska spegla förhållanden i hela landet och den variation som finns i befolkningen samt som helhet präglas av folkbildningsambitioner. SR ska beakta programverksamhetens betydelse för den fria åsiktsbildningen och utrymme ska ges åt en mångfald av åsikter och meningsyttringar.

(Sveriges Radios sändningstillstånd, § 6)

Mångfaldsarbetet ger hög kvalitet i hela utbudet. Det är det främsta skälet till att Sveriges Radio prioriterar mångfald. Fler perspektiv och fler röster ger en rikare radio och de oväntade och komplexa sammanhang som mångfald ger, bidrar till att förnya innehållet. Autenticitet och allsidighet skapar närhet, möjlighet till identifikation och att närma sig verkligheten som den är. Detta är en strävan att vara en radio i allmänhetens och allas tjänst. Målet är att spegla hela befolkningen genom en mångfald av röster och perspektiv så att alla som tar del av utbudet har möjlighet att identifiera sig med det.

Sveriges Radios strategiska mål och arbete med att öka mångfalden inom alla områden har under senare år förstärkts och förskjutits. Mångfaldsarbetet har prioriterats när det gäller utveckling och förnyelse av program, i mål och i uppföljningar. En ny mångfaldspolicy har antagits, rekryteringsprocessen har förändrats och programbeställningarna har tydliga mångfaldsuppdrag. Förskjutningen av mångfaldsarbetet består i att det nu huvudsakligen bedrivs på alla nivåer i verksamheten och sällan i särskilda satsningar. Detta är både ett metodval och ett vägval.

Sveriges Radio mäter mångfald på flera sätt och mätningarna visar att mångfalden ökar.

7.1.1 Om mångfaldsbegreppet

Mångfaldsarbetet är inte och bör inte bli klart. Begreppet är levande och dess innehåll förändras över tid. Vissa betydelser avtar medan andra accentueras. Sveriges Radio arbetar därför med öppna och skiftande definitioner av begreppet – vad mångfald är skiljer sig åt mellan Same-radion i Kiruna och underhållningsredaktionen i Stockholm. Det enskilda programmens perspektiv är viktigt och uppdrag och publik är ofta vägledande i mångfaldsarbetet. Några aspekter av mångfalden återkommer dock, såsom frågor om utländsk bakgrund, kön och jämställdhet, sexuell identitet, geografi, socioekonomi och funktionsvariationer.

Sveriges Radio behöver fortsätta att förbättra metoderna för att inkludera och spegla personer med annan bakgrund i fler roller än den där minoritetstillhörigheten är det viktiga. Analyser av mångfald behöver fördjupas med parametrar om makt och inflytande. Rekryteringen behöver breddas ytterligare.

7.1.2 Övergripande metoder och ambitioner

Mångfaldskompetens

Sveriges Radio arbetar med mångfald som en kompetens. Mångfaldskompetens definieras som att en person har tillgång till andra perspektiv, nätverk och språk än de som är vanliga på redaktionen eller avdelningen. Det kan handla om att ha nätverk i miljöer som inte är de vanliga i programmen, att själv ha erfarenhet av att bli definierad utifrån den minoritet man tillhör eller att kunna tala ett särskilt språk. Mångfaldskompetensens innehåll skiftar, exempelvis utifrån vilka kompetenser som finns på redaktionen och var i landet man befinner sig men även utifrån programmets uppdrag, karaktär och publika behov.

Allt detta går att använda som konkreta verktyg för att bredda perspektiven i journalistiken och i flera fall för att göra journalistiken möjlig över huvud taget. Mångfaldskompetens och tillgången till andra perspektiv, nätverk och språk är också vad som ofta söks när redaktionen letar efter och väljer medverkande. Därmed fungerar mångfaldskompetens som en metod även för att bredda perspektiven och mångfalden i programmen.

Bristanalys

En viktig del i Sveriges Radios arbete med att öka mångfalden i programmen är att förskjuta fokus från behov till brist. Vid rekrytering av personal, medlemmar i publiknätverk och paneler, medverkande eller experter ska frågan om vad som saknas, snarare än vad som behövs, besvaras.

Behovsanalyser tenderar att ge svar som innehåller kompetenser man redan har. Bristanalyser tenderar att ge svar som innehåller kompetenser som saknas. Detta ger då redaktionen eller avdelningen anledning att analysera vilka perspektiv och nätverk som skulle bidra till att klara uppdraget bättre.

Att förena lokala och globala perspektiv

Sveriges Radio har den uttalade ambitionen att utveckla både de lokala och globala perspektiven genom att fläta samman dem. Mycket av den samhälleliga, politiska och ekonomiska utvecklingen är beroende av de lokala och globala planerna. Människors behov av att se och förstå dessa sammanhang växer.

7.1.3 Verktyg i mångfaldsarbetet

Programbeställningar

Sveriges Radios programbeställningar innehåller alltid ett mångfaldsuppdrag. Beställningen kvitteras i ett programkontrakt där redaktionen redovisar aktiviteter och mål kring mångfald, publik, innehåll med mera. Målen utvärderas årligen. I Sveriges Radios samarbete med externa bolag utförs samma arbete med mångfaldsfrågan.

Programutveckling

De årliga utvärderingarna är en utgångspunkt för programutveckling av befintliga och nya titlar. I det arbetet är mångfalds- och jämställdhetsperspektiv vägledande.

Publiknätverk

Alla P4-kanaler och flera riksredaktioner har dialog med publiken i publiknätverk. Drygt 15 000 personer deltar i dessa nätverk, som bland annat syftar till att bredda perspektiven genom närmare kontakt med en blandad grupp lyssnare. Flera kanaler har dessutom arbetat med att förnya nätverken så att de bättre speglar hela befolkningen.

P4 Kristianstad har startat ett projekt tillsammans med SFI i Kristianstad där grupper bjuds in på studiebesök och därefter får i uppgift att komma med tips och idéer till kanalen. Publikredaktören besöker senare gruppen för att samla in förslagen, som kan leda till inslag.

Nätverksbyggande

Även på den individuella nivån är nätverket viktigt. Flera av Sveriges Radios redaktioner arbetar strukturerat med att utifrån en bristanalys utöka och förändra reportrars nätverk för att bättre spegla befolkningen.

Mätningar

Sveriges Radio lyssnar systematiskt och återkommande igenom innehållet i kanalerna. Under lyssningen analyseras innehåll, form, tilltal och mångfald. Lyssningarna ligger till grund för framtida prioriteringar. Lyssningar har under året gjorts för P3 och P4.

Lyssningarna visar att under de år Sveriges Radio har förstärkt mångfaldsarbetet har mångfalden bland de medverkande fördubblats i P4 sett som helhet. Könsfördelningen i kanalen är relativt jämn. En trend i den lyssning som gjordes av P4-kanalerna under slutet av 2015 var att antalet experter med annan bakgrund än svensk ökar, om än från en relativt låg nivå. Flera kanaler, såsom P4 Malmöhus och P4 Kalmar, ligger mycket nära att spegla variationerna i områdets befolkning.

I P3 är könsfördelningen mycket jämn. Antalet medverkande med utomnordisk bakgrund avspeglar väl befolkningen.

Dominansen av medverkande från storstäderna har minskat.

Personer med funktionsvariationer behöver ur speglingssynpunkt bli fler i alla kanaler.

Flera program och redaktioner mäter dagligen eller varje vecka mångfalden utifrån prioriteringar kopplade till programkontraktet. Kriterierna varierar, exempelvis mäter *Talkshow i P1*, utöver de återkommande kriterier som nämnts ovan, även publikinteraktion, andel utanför Stockholm, andel under 30 år, andel över 70 år och andel hbtq.

Personal

Som ett led i mångfaldsarbetet har Sveriges Radio undersökt personalens etniska bakgrund. Syftet med detta är att följa förändringar över en längre tid. Knappt var sjätte medarbetare var utrikesfödd eller hade två utrikesfödda föräldrar och en av fyra medarbetare hade minst en utrikesfödd förälder. I jämförelse med flera andra stora organisationer och företag i Sverige, är detta en hög andel.

Sveriges Radio har under lång tid arbetat strukturerat och målmedvetet för att nå bättre balans mellan kvinnor och män på alla nivåer i företaget. Företagsledningen har nu lika många kvinnor och män. Av samtliga chefer i företaget utgörs 46 procent av kvinnor och 54 procent av män. Bland arbetsledare, som jobbar närmast verksamheten, är 61 procent kvinnor och 39 procent män. För samtliga anställda är fördelningen 51 procent kvinnor och 49 procent män.

Rekrytering

2014–2015 utarbetade Sveriges Radio en ny mångfaldspolicy med tydliga riktlinjer för lika-behandling, rekrytering och programbeställning. Även rekryteringspolicyn uppdaterades så att hela rekryteringsprocessen har mångfaldsfokus. De tre mångfaldskompetenserna perspektiv, nätverk och språk är utgångspunkt i alla rekryteringar.

7.1.4 Spegling av hela landet

Sveriges Radio har en decentraliserad organisation, med medarbetare på 47 orter och drygt 20 lokala publiknätverk. Cirka 40 nyhetsredaktioner sänder från olika delar av Sverige och på olika språk. Över 300 000 människor medverkar årligen i Sveriges Radio, varav drygt två tredjedelar i P4. När de olika delarna kopplas samman ökar mångsidigheten och publikens möjligheter till nära jämförelser och spegling, exempelvis genom samarbeten inom Sveriges Radios regionala områden. En viktig del av det utvecklade P4-uppdraget (se avsnitt 7.9) är också att ge en bild av länen och regionerna.

Ekoredaktionen har daglig kontakt med de lokala kanalerna och sänder dagligen flera lokala inslag. *Svepet* i *Ekots* lunchsändning innehåller cirka 950 lokala nyheter på ett år. Varje vecka genomförs flera samarbeten mellan riks- och lokalreportrar och de lokala perspektiven kopplas även samman med riksperspektivet i gemensamma granskningar. Ekoredaktionen har egna reportrar över hela landet, och de medverkar i samhällsprogram som *Konflikt* och *Studio Ett* i P1.

Sveriges Radios kulturutbud skildrar hela Sverige genom medarbetare på sex orter. *Kulturnytt*, med åtta dagliga sändningar i P1, P2 och P4, bevakar kulturlivet även utanför Stockholm.

P3 Nyheter har nyhetsredaktioner i Stockholm och Göteborg samt reportrar i Malmö, Växjö och Luleå.

Metoden att koppla samman de lokala och globala perspektiven är en del i arbetet att öka speglingen av samtidens viktigaste frågor samtidigt som världen görs tillgänglig. Ett av de tydligaste exemplen är reportageserien *Flyktvägen* där Sveriges Radios utrikeskorrespondenter och reportrar under en vecka i september gjorde nedslag längs vägen bland dem som försökte ta sig till Europa, samt följde dem hela vägen till ankomstorten i Sverige. Många redaktioner samarbetade och den globala flyktingkatastrofen kopplades ihop med lokala samhällen i Sverige.

7.1.5 Mångfald genom spegling i utbudet

En viktig del i mångfaldsarbetet är att i programmen öka andelen människor med andra bakgrunder än de dominerande så att utbudet i stort speglar befolkningen. I det sammanhanget är det centralt att personer med andra erfarenheter än majoritetens förekommer i andra roller än som minoritetsrepresentanter – att var och en får representera sig själv, sin kompetens och sina åsikter. Det ligger i sakens natur att Sveriges Radio inte exemplifierar detta i detalj, arbetet blir i stället synligt på ett övergripande vis i de lyssningar och mätningar som redogjorts för ovan.

Skilda villkor

Under paraplybegreppet *Spegla hela Sverige* genomför Sveriges Radio under tillståndsperioden flera satsningar som syftar till att förbättra och förfina speglingen av att befolkningen i Sverige har olika förutsättningar, bakgrund och levnadsvillkor. Serien *Kluvet land* om den svenska bostadspolitiken är en del av detta, liksom en satsning för att bygga upp P3 i norra delen av landet, en ökning av antalet dokumentärer som skildrar miljöer utanför storstäderna och den nya talkshowen *Kvällspasset* i P4 som sänds från Göteborg och Malmö.

Andra exempel på skildringen av skilda villkor är P4 Örebro som i sitt förmiddagsprogram återkommer till villkoren för minoriteter i glesbygden. *Tendens* i P1 berättade i en serie om svårigheter och fördelar med att åldras, om villkoren för aktiva hundraåringar och lyckliga pensionärer. P4 Stockholm har beskrivit hur ständiga förändringar i stadsmiljön gör det svårt och otryggt för synskadade att röra sig i staden, inte minst när det gäller att åka kollektivt. P4 Skaraborg har skildrat hur arbetslösheten för personer med synnedsättning ligger konstant högt.

Klartext har utvecklats och förändrats för att bättre möta målgruppens behov. Bland annat kommer målgruppens frågor och perspektiv på stora nyhetshändelser att höras regelbundet, liksom bevakningen av funktionsnedsattas villkor i samhället. Förändringarna kommer att slå igenom fullt ut i det förnyade *Klartext* under 2016.

Radio Sweden publicerar nyheter om Sverige för nyanlända på fem minoritetsspråk.

Jämställdhet

Jämställdhet är, liksom mångfald, ett uppdrag i alla programkontrakt. Programmen ska ha en rimligt jämn fördelning mellan könen bland dem som medverkar. Detta följs upp och utvärderas, mellan beställare och producerande redaktion och genom lyssningsprojekt som även ligger till grund för redaktionell återkoppling. Sveriges Radios personalpolitik utgår från ett jämställdhetsperspektiv i sammansättningen av redaktioner och arbetsgrupper, liksom vid rekrytering.

Jämställdhet är inte enbart en fråga om jämn könsfördelning, lika viktigt är att olika perspektiv och erfarenheter speglas samt att gamla könsrollsmönster utmanas.

P1-serien *Kvinnorna och pengarna* granskade de skilda förutsättningarna för kvinnor och män, när det gäller chefs- och styrelseposter, föräldraroll, lön och pension. 2015 var damfotbollen mer i fokus än någonsin tidigare. Alla matcher från VM i Kanada för damer sändes i extrainsatta *Sportextra*. Som ett led i ambitionen för en mera jämställd sportbevakning har publiken kunnat följa varje match i damallsvenskan på webben och i mobilen.

Musiken är ett annat område där Sveriges Radio jobbar mycket aktivt för att få en jämnare könsfördelning genom att lyfta fram kvinnliga musikutövare inom alla genrer. Andelen verk beställda av kvinnliga respektive manliga tonsättare ska vara lika stor.

De lyssningsprojekt som har genomförts visar att könsfördelningen är relativt jämn i samtliga kanaler.

Sverige i världen

Sveriges Radio har en viktig funktion i att skildra händelser i världen och hur dessa hänger samman med närmiljön i Sverige. Under 2015 har detta blivit särskilt tydligt när många människor flytt från andra delar av världen.

Sveriges Radios redaktioner har samverkat i satsningar flera gånger under året. Några exempel:

- I *#100 röster* samarbetade *Ekot*, Radio Sweden och *Klartext* om att skildra flyktingars och flyktinganhörigas tillvaro i Sverige. Vittnesmål, erfarenheter, tips och röster om med- och motgångar på vägen till att bli integrerad i ett nytt land hämtades in med hjälp av enkäter på flera språk och aktiviteter på sociala medier.
- P4 Malmöhus följde i en reportageserie flyktingar från Bosnien-Hercegovina på 90-talet och vidgade därmed perspektiven i flyktingdebatten. Hur var det då, vilka lärdomar kan man dra av det i dag?
- *Kaliber* har i flera reportage skildrat människors skilda villkor och på olika sätt kopplat samman dagens Sverige med ett globalt och historiskt perspektiv. Det har bland annat handlat om tiggande romers väg från byn i nordöstra Rumänien till svenska gator och torg och om salmbärskvinnorna – kvinnor med rötter i Thailand – som med drömmar om ett bättre liv kommer till Gotland för att plocka salmbär, men som kan få betala ett högt pris.
- I *Konflikt* i P1 berättade fem syriska reportrar som flytt till Sverige om tillståndet i landet de flytt från.

En mångfald av röster

Stockholm är en av de städer i Europa som växer snabbast. År 2022 beräknas var fjärde person i länet vara född i ett annat land. Sveriges Radio inledde 2015 en satsning kring hur de två lokala kanalerna P4 och P5 STHLM ska kunna möta detta och nå en bredare och mer mångfasetterad publik.

En mångfald av externa medverkande med olika bakgrunder, perspektiv och åsikter är grunden för Sveriges Radios kultur- och aktualitetsprogram. Det handlar om vilka som är experter i *Ekot* eller *P1-morgon*, om medlemmar i nyhets- och nöjespaneler i lokala P4-kanaler, om en viktig del av profilerna i P3 samt om medverkande i olika kulturprogram.

I *Sommar i P1* är utgångspunkten variation. I årets upplaga fanns många delar av samhälls- och kulturlivet närvarande. *Sommar i P1* vinnlägger sig om och har en jämn könsfördelning bland de medverkande som har skilda bakgrunder och kommer från olika delar av landet. I år deltog sommarpratarna från varje decennium från 1920-talet till 1990-talet.

7.1.6 55-procentmålet

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

(Sveriges Radios anslagsvillkor, p. 13)

År 2015 har 55,3 procent av allmänproduktionen i Sveriges Radios rikssändningar producerats utanför Stockholm. I detta ingår dels sådant som SR:s egna redaktioner utanför Stockholm producerat för sändning i rikskanaler, dels sådant som bolag utanför Stockholm bidragit med.

I allmänproduktion ingår FM-sändningar dag- och kvällstid i Sveriges Radios rikskanaler:

- P1 – Samtliga programkategorier¹⁹ 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 – Riksutbudet²⁰ exklusive Nyheter och Sport.

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

- Programmet beställs från en redaktion utanför Stockholm. Exempel: *Karlavagnen* beställs från och produceras av områdena Väst, Öst och Sisuradio.
- Programmet beställs från ett produktionsbolag utanför Stockholm. Exempel: *Pyramiden* beställs från och produceras av Lokatt Media i Malmö.
- Programmet beställs från en redaktion i Stockholm, men i beställningen anges att det helt eller delvis ska produceras av medarbetare utanför Stockholm eller ha ett innehåll som helt eller delvis speglar Sverige utanför Stockholm. Exempel: *Jazzradion* beställs av Musikredaktionen, som vidareutlägger till bland annat Umeå och Göteborg.
- Beställaren bedömer att programmet innehåller material som speglar Sverige utanför Stockholm. Exempel: *P4 Live* med en stor andel konserter från scener och festivaler utanför Stockholm.

¹⁹ De programkategorier som ingår i begreppet allmänproduktion är Samhälle, Kultur, Musik, Service, Livsstil och Underhållning. Nyheter och Sport ingår inte.

²⁰ Riksutbudet är det som sänds i P4 över hela riket, alltså inte lokala kanalers sändningar vardagar.

7.2 Nyheter och samhällsbevakning

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 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.

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

(Sveriges Radios sändningstillstånd, § 8)

Utvecklingen av radiomediet innebär att vissa traditionella former löses upp och ersätts av nya med grund i en ökande kunskap om både journalistik och publikens förändrade vanor och förväntningar.

Inom nyhetsområdet pågår just nu en uppluckring av den traditionella nyhetssändningen som i viss utsträckning integreras med programmen. Motivet för en strikt gräns mellan nyheter och löpande program som bygger vidare på och fördjupar aktuella ämnen minskar. En del av de avig-sidor som uppstår genom upprepade traditionella nyhetssändningar minskar i den friare form som skapas i ett mindre strikt sekundformaterat program.

Förändringen får stöd av mätningar som visar att publiken lämnar sändningar vid nyhetsdags i P3 och P4 och att så kallade nyhetsdippar uppstår.

Samtidigt finns en riktning mot ett mer samhällsinriktat innehåll i många program, både i riks-sändningar och i lokala kanaler. Det uppstår därmed en naturlig integration baserad på ämnen snarare än presentationsform. Konkret innebär det att en hel del nyheter och nyhetsinnehåll sänds inom ramen för programmen samtidigt som en del nyhetssändningar blir kortare eller helt integrerade i programmen.

Nu utvecklas också nyhetsformer på andra digitala plattformar, till exempel kombinationen av kort text, kort ljudklipp och en bild på Instagram eller Snapchat. Ett exempel är P3:s film på YouTube, som på 98 sekunder pedagogiskt och enkelt förklarar kriget i Syrien

Allt detta sammantaget, innebär att redovisningen i traditionella programkategorier ger en allt mindre rättvisande bild av vad som verkligen produceras.

7.2.1 Nyheter

Målet för Sveriges Radios nyhetsverksamhet är att dygnet runt ge publiken snabb nyhets-uppdatering och originalnyheter som fördjupas och utvecklas i olika aktualitetsprogram i FM, på digitala plattformar och i sociala medier. Nyhetsutbudet lokalt, riks och globalt ska ge publiken en allsidig nyhetsförmedling som gör det möjligt att ta ställning i olika samhällsfrågor. Publiken ska vara med och påverka innehållet. Bevakningen ska i huvudsak göras på plats och tydligt skildra hur människor berörs.

Olika perspektiv och mångfald

Genom nyhetsmedarbetare över hela landet och utrikeskorrespondenter garanteras och skapas närvaro, mångfald i nyhetsurvalet och olika perspektiv. De lokala kanalerna, Radiosporten, Kulturredaktionen, Vetenskapsredaktionen och *Ekot* sänder dagliga nyheter utifrån sina olika uppdrag.

Genom nyhetsprogram som *Klartext* på lätt svenska och *Junior i P4* för barn erbjuds anpassade nyheter för specifika målgrupper.

P3 och P3 Din Gata ger en ung publik nyheter som berör och är begripliga med särskild tonvikt på de digitala plattformarna och de sociala medierna. P3:s uppdrag handlar även om att få den unga publiken att förstå komplexa och utdragna skeenden.

Inom ramen för de lokala sändningarna i P4, sänds från i höst tvåspråkiga nyheter från Sisuradio på svenska och finska.

Dessutom sänds nyheter på en rad minoritetsspråk. Radio Sweden tillhandahåller nyheter om Sverige för nyanlända på fem språk.

Snabb nyhetsrapportering

Tempot i Sveriges Radios nyhetsförmedling har skruvats upp ytterligare. Att allt snabbare publicera nyheter i FM-sändningarna, digitalt och i sociala medier är numera självklart. Sveriges Radios uppdrag att källkritiskt och snabbt publicera nyheter blir allt viktigare då de digitala och sociala plattformarna fylls med uppgifter som inte är kontrollerade och ibland falska.

För att kunna hantera stora nyhetshändelser, oavsett när de inträffar, har Ekoredaktionen förstärkt bemanningen under helger och kvällar. Redan tidigare har en omorganisation gjorts, med syfte att vid behov omedelbart kunna sända extra i FM och på webben.

Instagram har blivit en viktig plattform för publicering av nyheter, inte minst för P3 som även använder Snapchat för att nå den unga publiken som i hög grad finns på sociala medier.

Nyheter publiceras allt närmare det ögonblick de nått redaktionerna. De lokala kanalernas uppdrag är att publicera nyheter så snart som möjligt utan att invänta nästa nyhetssändning, dock alltid med trovärdigheten i behåll. Viktiga händelser når därför P4-publiken snabbt, oavsett var i världen de inträffar och oavsett om de har någon lokal koppling eller inte.

Stora nationella och internationella händelser skildras både som nyheter och som skeenden i realtid i extrasändningar. *Ekot* har under 2015 sänt extra betydligt oftare än tidigare, såväl i FM i P1 och P4 som på webben. Exempelen är många, men mest omfattande har extrasändningarna kring terrorattentat mot tidskriften *Charlie Hebdo* och terrordåden i Paris varit.

När *Ekot* eller någon annan redaktion sänder utanför ordinarie tablå skickas en push-notis om extrasändning ut till publiken via Sveriges Radios app. Även de lokala kanalerna har vid flera tillfällen sänt extra, bland annat när stormarna Gorm och Helga drog fram. Ett annat exempel är branden i Eksjö då P4 Jönköping informerade publiken om utvecklingen i förlängda nyhetssändningar.

Under hösten noterades 1,7 miljoner lyssningar via push-notiserna om Sveriges Radios extra nyhetssändningar i appen *Sveriges Radio Play*.²¹ Detta bidrog till en kraftig ökning av den digitala direktlyssningen via appen.

²¹ Google Analytics.

Betydelsen av Sveriges Radios nyhetsrapportering

En central uppgift för Sveriges Radio är att sätta in i saker i sammanhang och ge kunskap som bidrar till förståelse av hur olika händelser i världen hänger ihop och förhåller sig till varandra.

Vissa nyhetshändelser är mer traumatiska och sätter större avtryck än andra. Det gäller i högsta grad terrordåden i Paris. Förutom att berätta vad som hände analyserade och beskrev *Ekot* och andra redaktioner i nyhetssändningar och olika program konsekvenser av händelsen.

Knivskärningen i Trollhättan då en maskerad man gick till attack på Kronans skola, hör till årets mer exceptionella nyhetshändelser. P4 Väst gav publiken uppdaterad information i FM, på webben och i sociala medier. Kanalen sände extra, liksom *Studio Ett*. Sveriges Radio rapporterade även om knivskärningen på finska, arabiska och engelska. Inte endast själva händelsen utan även chocken, stämningarna på orten och konsekvenserna av dådet beskrevs, framför allt av P4 Väst. P4, som är en kanal nära människor, finns kvar på orten när det akuta nyhetsläget är över och kan därmed ge en fördjupad bild.

Morden på Ikea i Västerås och chocken efteråt belystes i P4 Västmanland. Att det spreds falska rykten om hur morden gått till visar hur väsentligt det är med medier som för fram korrekta och kontrollerade fakta.

En av höstens stora nyhetshändelser har varit flyktingfrågan där Sveriges Radio har haft en omfattande bevakning. Reportrar var snabbt på plats på Sicilien och rapporterade i nyhetssändningar och program i P1, P3, P4 och Radio Sweden om det stora antalet människor som inte överlevde färden över Medelhavet.

Genom en stor satsning i FM under rubriken *Flyktvägen*, följdes flykten i samtliga kanaler. Många redaktioner samarbetade och den globala flyktingkatastrofen kopplades ihop med lokala samhällen i Sverige. Projektet avslutades med lanseringen av e-boken *#100röster* där nyanlända till Sverige själva berättar om sin syn på förhållandena i det nya landet.

Kriget i Syrien har pågått i flera år. Fyra år efter krigsstart ägnade P3 en heldag åt Syrienfrågan med särskild inriktning mot kanalens yngre publik. P3:s film på YouTube, som på 98 sekunder pedagogiskt och enkelt förklarade kriget i Syrien, fick stor spridning.

Den som genom *Ekot* följde utvecklingen av krisen i Grekland fick bevakning av det akuta nyhetsläget, samtidigt som krisen analyserades och gjordes begriplig i bland annat extra-sändningar av *Studio Ett* i P1.

Tabell 6. Marksänd tid för Nyheter fördelad på sändningstyp, timmar

| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|------------------|---------------|---------------|------|------|------|------|
| Förstasändning | 10 341 | 10 468 | | | | |
| Parallelsändning | 1 789 | 1 771 | | | | |
| Repris | 234 | 226 | | | | |
| Totalt | 12 365 | 12 466 | | | | |

7.2.2 Utrikesverksamheten

Att Sveriges Radio har ett nät av korrespondenter och utrikesreportrar som snabbt kan nå fram är en förutsättning för trovärdighet i nyhetsrapporteringen. Utrikeskorrespondenterna har ständig beredskap att vara på väg till platser där nyhetsbevakningen kräver närvaro.

Sveriges Radio inrättade under hösten en Migrationskorrespondent med uppdrag att bevaka migration och flykt ur ett brett och gränsöverskridande perspektiv och skildra samband mellan globala skeenden och situationen i Sverige.

Sedan januari 2015 finns också en tjänst som ämneskorrespondent för Global hälsa, i samarbete mellan Ekoredaktionen och Vetenskapsredaktionen. Bevakningsområdet är hälsa och medicin ur ett internationellt perspektiv. Korrespondenten har rapporterat om ebolaepidemin, om skillnader i cancervård runtom i världen och om den upptrappade kampen mot malaria.

Den extra korrespondenttjänsten för Global ekonomi avslutades i juni 2015. Ansvaret för global ekonomibevakning ligger nu under korrespondenttjänsten i London.

Efter mordet på Nils Horner inrättades en ny tjänst som korrespondenttrainee. Syftet är att ge möjlighet för en ung reporter att få utbildning, handledning och handfast träning i rollen som utrikeskorrespondent. Uppdraget är ettårigt och intresset för traineetjänsten är mycket stort.

Traineen har under året fått säkerhets- och radioutbildning och kontinuerlig handledning av en erfaren reporter i utrikesgruppen. Hon har gjort reportageresor och då samarbetat på plats med Sveriges Radios mest erfarna korrespondenter. Resorna har gått till Rwanda, Kenya, Egypten, Israel, Irak, Turkiet, USA, Thailand och Nepal. Första traineetjänsten gick till en reporter på Aftonbladet, som efter årets slut återvänt dit med ny kunskap från sitt år på SR.

Genom de nya satsningarna har Sveriges Radios utrikesverksamhet utökats till 22 korrespondenter inklusive traineetjänsten.

Fjorton av Sveriges Radios korrespondenter är baserade utomlands i Moskva, Helsingfors, Berlin, Bryssel, Paris, London, Kairo, Istanbul, Bangkok, Beijing, Kigali, Rio de Janeiro, Washington och New York.

De övriga korrespondenterna är baserade i Sverige: korrespondenterna för Östeuropa, Kultur, Ungt perspektiv, Global hälsa och Migration, korrespondenten för Danmark och Grönland, som delvis även bevakar frågor i Skåne och södra Sverige, samt Norge- och Islands-korrespondenten som även bevakar frågor i Västsverige.

Korrespondenterna hade sammanlagt mer än 1 600 resdagar under 2015.

Utöver korrespondenterna, finns åtta medarbetare i utrikesgruppen på Ekoredaktionen: arbetsledare samt reportrar och utrikeskommentator med uppdrag att komplettera korrespondenternas bevakning. Gruppen har under året gjort flera resor i akuta nyhetslägen. Gruppens andel av direktrapporteringen, inte minst på webben och i sociala medier, har ökat.

Korrespondenterna arbetar för alla Sveriges Radios redaktioner. De medverkar i nyhets-sändningar, fördjupande samhälls- och aktualitetsprogram och kultur-, vetenskaps- och underhållningsprogram, framför allt i rikskanaler och på digitala plattformar men även i de lokala kanalerna. De medverkar ofta i direktrapportering med rörlig teknik direkt från fältet.

Ekoredaktionen har lagt om arbetssätt och markant ökat antalet extrasändningar vid stora nyhets-händelser. Korrespondenterna och utrikesreportrarna har stått för en stor del av innehållet i den snabba direktrapporteringen. Detsamma gäller direktrapportering för webben och i sociala medier som ökat kraftfullt under det senaste året.

Kriget i Syrien fortsätter att vara en av de dominerande frågorna i utrikesrapporteringen. Sveriges Radios korrespondent har gjort en reportageresa till regimkontrollerade områden. Att resa in i norra och östra Syrien bedöms som så riskfyllt att SR inte anser sig kunna ha reportrar på plats på ett säkerhetsmässigt rimligt sätt.

Säkerheten för utrikesmedarbetarna har högsta prioritet. Alla korrespondenter och utrikes-reportrar genomgår obligatorisk och kontinuerlig säkerhetsutbildning. SR använder sig av EBU:s internationellt ansedda utbildning för utrikesreportrar, kompletterad med regelbunden vidareutbildning. Individuell bedömning av säkerheten görs också på varje korrespondentort.

Utrikesgruppen och korrespondenterna har under 2015 satsat på utökad kommunikation med publiken, bland annat genom publikmöten på fler orter runt om i Sverige. För nionde året i rad ordnades en utrikesdag med scenframträdanden, föreläsningar, mingel och publikfrågor på Södra Teatern i Stockholm. Evenemanget följdes upp med en turné där korrespondenter och utrikes-reportrar mötte publiken i ett tiotal städer.

7.2.3 Granskning

En viktig del av public service-uppdraget och en förutsättning för att Sveriges Radio ska vara agendasättande, är den granskande journalistiken. Förutom att *Ekots* grävgrupp och *Kaliber* har renodlade granskningsuppdrag, har numera även samtliga nyhetsredaktioner ett ansvar att granska.

Några exempel på granskningar som har genomförts under året:

- Ekoredaktionen berättade vad som hänt med personer som funnits i kriminella gäng i stadsdelen Backa i Göteborg.
- *Kaliber* kunde visa att det är stora brister i arbetsförhållandena i Indien där bland annat billiga hästsportprodukter åt svenska företag tillverkas.
- *Ekots* avslöjade Skanskas inblandning i en tjeckisk mutaffär kring ett motorvägsbygge.
- *P1 Dokumentär* granskade omständigheterna i samband med att Sinthu Selvarajah dog vid ett polisingripande. Poliserna friades, men vittnen och experter talade om ett dödligt grepp.
- *Musikguiden i P3* har i serien *Följer pengarna* granskat popmusikens ekonomi och ställt frågan: var finns pengarna?
- *Verkligheten i P3* har granskat ungas villkor i restaurangbranschen i Malmö. Reportern följde Daria som tvingades jobba svart utan personnummer.
- *P3 Nyheter* har granskat villkoren för unga som jobbar i hästbranschen, EU-migranternas möjligheter till vård och antalet anmälda narkotikabrott på svenska festivaler.

Att de lokala kanalerna förändrat organisationen för att bland annat frigöra resurser för undersökande journalistik har gett resultat i form av fler och mer kvalificerade granskningar:

- P4 Uppland visade att det finns en nära relation mellan Svensk Kärnbränslehantering AB och Östhammars kommun.
- P4 Gävleborg visade med hjälp av bilder på sociala medier att en ombudsman själv använt pengar från fackförbundet SEKO i en härva där det saknats 14 miljoner kronor.
- När P4 Värmland undersökte hur äldreomsorgen fungerade, tog man publiken till hjälp och fick den vägen in flera tips.

7.2.4 Fördjupning och samhällsprogram

Samhällsbevakningen i Sveriges Radio ska erbjuda lyssnarna en samhällsjournalistik som skapar sammanhang, fördjupar, granskar och ger olika perspektiv på samma händelse. Uppdraget är även att ge perspektiv från hela landet.

En av de mest brännande frågorna under året har varit de många människor som är på flykt. Det har satt avtryck i det offentliga samtalet, fått politiska konsekvenser och blottlagt motsättningar i Sverige och i övriga världen.

Med stöd av publiknätverken och större och mindre berättarprojekt inom Sveriges Radio, samlas samtidens viktigaste röster och lyssnares erfarenheter på ett helt nytt sätt.

Samhällsbevakning

En av Sveriges Radios viktigaste uppgifter är att skildra den svenska samtiden och förmedla verklighetsbilder från hela Sverige. Samhälls- och aktualitetsbevakningen i Sveriges Radios alla kanaler tar vid där nyheterna slutar och skapar sammanhang och analys i det stora flödet av lokala, nationella och internationella händelser.

Antalet extrasändningar av nyheter och fördjupande samhällsprogram har varit högt under 2015. Exempelen är många, men mest omfattande har extrasändningarna kring händelserna i Paris varit.

Aktualitetsprogram som *Studio Ett* och *P1-morgon* ger en första fördjupning av nyhetsflödet och spelar en särskilt viktig roll vid stora nyhetshändelser. Talkshowen *Nordegren & Epstein i P1* kommenterar samtiden måndag–torsdag.

I *Tendens*, som skildrar och granskar det som sker i samtiden utifrån individens perspektiv, har det nya Sverige stått i fokus. Några exempel är verkligheten för ensamkommande flyktingbarn och ögonblicksskildringar från Malmö central mitt i strömmen av flyktingar.

I samarbete med *P1 Dokumentär* och *P1 Debatt* uppmärksammades gängskjutningarna i Göteborg. Det personliga tilltalet i Mia Blomgrens specialserier i P1, som *Män om patriarkatet* eller *Meningen med livet*, ger andra perspektiv på värderingar och samtid. Randi Mossige-Norheim följde i en serie reportage John, som efter ett liv i kriminalitet och missbruk kom ut från fängelset och var drogfri. Katarina Gunnarsson rapporterade om vad som händer med en liten ort som Norberg, när det på kort tid öppnar flera stora flyktingboenden.

2015 startade det nya programmet *Söndagsintervjun* där lyssnarna varje vecka möter en aktuell person i en fördjupad intervju.

Verkligheten i P3 ger bilder från samtiden, berättelser om unga människors livsvillkor i Sverige och världen, som när 27-åriga Sudeshna Chowdhury åkte tillbaka till sin indiska födelsestad Kolkata.

P4 Extra är ett två timmar långt aktualitetsprogram som sänds måndag–torsdag från Stockholm och lördag–söndag från Göteborg. I utrikesmagasinet *P4 Världen* blandas reportage och samtal med Sveriges Radios utrikeskorrespondenter. Här hörs både stora världshändelser och små vardagsbetraktelser från andra länder. *Kvällspasset i P4* är ett nyfikt och underhållande aktualitetsprogram, som kopplar ihop dagen med kvällen, reflekterar med personlig ton kring aktuella företeelser och nyheter, men också blickar framåt.

Sveriges Radios lokala kanaler har dagliga program som debatterar, speglar och granskar aktuella frågor där redaktionen följer upp de egna nyheterna och fördjupar. Några exempel:

- P4 Malmöhus har bevakat bostadsmarknaden i Malmö där brist på lägenheter har lett till utökad svarthandel med hyreskontrakt.
- P4 Västernorrland bevakade tillsammans med länets tidningsredaktioner yttrandefriheten för offentliganställda.
- P4 Värmland har haft en temavecka kring självmord – starka berättelser och stort gensvar från lyssnare, vårdpersonal och landsting.
- P4 Örebro har uppmärksammat de unga pojkar och flickor i Örebro som värvats till IS. Kanalen hittade även personen som misstänkts för att ha rekryterat ungdomarna.

Ett viktigt berättande kan uppstå när alla kanaler samarbetar och för dialog i sociala medier. Två exempel från årets satsningar:

- *#krigsvittne* uppmanade lyssnarna att i sociala medier och i FM dela med sig av minnen av andra världskriget fredsslut för 70 år sedan, berättelser om krigets spår i människor, längtan efter fred och flykt från konflikter som rasar än i dag. Varje dag fylldes den interaktiva kartan med nya berättelser.
- *20 år av fred. 20 år av smärta* om hur kriget på Balkan fortfarande lever kvar i Sverige med berättelser från dem som flydde till Sverige på 90-talet. Vad innebar freden och Dayton-avtalet, hur lever kriget vidare, hur blev ditt liv? Det var tidigare ohörda berättelser med stor relevans för förståelsen av de flyktingar som kommer i dag.

Vetenskap

Vetenskapsredaktionen sänder vetenskapsnyheter alla vardagar samt program i P1. Redaktionen använder återkommande sitt publiknätverk i journalistiken på ett sätt som ökar publikens närvaro och medverkan.

Några exempel på granskningar som har lämnat avtryck i samhällsbevakningen:

- Vad styr PISA-provens utformning och tolkningen av dem? Serien påverkade skoldebatten, flera tidningar citerade på ledarplats och Skolverkets generaldirektör refererade till granskningen.
- I serien *Adhd och pillerboomen* granskades läkemedelsbehandlingen samt de stora internationella skillnaderna i diagnostisering. Särskild vikt lades vid publikdialog i sociala medier och lyssnarreaktioner i *Veckomagasinet*. Serien ledde till många reaktioner från lyssnare och intensiv diskussion på olika sociala medier.

Vetenskapsredaktionen har mött publiken vid tvärvetenskapliga seminarier om åldrandet. Teman har varit vilka utmaningar en allt äldre befolkning medför och hur digitaliseringen förändrar människans sätt att interagera. Seminarierna sändes i *Vetandets värld* och på webben.

Institutet i P3 blandar vetenskap och humor. Programledarna leker med formen och förklarar svåra frågor om exempelvis märkliga ljusfenomen på himlen i Norge och om att vara allergisk mot rött kött.

De flesta lokala P4-kanalerna bevakar frågor av vetenskaplig karaktär som en naturlig del av aktualitetsprogrammen.

Livsåskådning

Människor och tro i P1 bevakar och granskar frågor i skärningspunkten mellan religion och politik. Några exempel på ämnen är radikaliserings bland unga muslimer och riksdagsmotioner om religionens roll i det offentliga rummet.

Gudstjänsten speglar olika kristna traditioner och religionsmöten. Efter terrorattacken mot tidsskriften Charlie Hebdo direktsändes gudstjänsten från Paris. Även *Tankar för dagen* har vid flera tillfällen direktsänt och sänt aktuella reflektioner som relief till nyhetsläget.

Ramadan, yom kippur och andra religiösa högtider uppmärksammas regelbundet i P1. Programmen görs med ett inifrånperspektiv, inte om den religiösa högtiden utan vad högtiden betyder för den enskilde.

I *Radiopsykologen* i P1 samtal psykologen med lyssnare som delar med sig av sina livserfarenheter och problem.

I P3-poddarna *Psyket* och *Men Herre Gud!* förs samtal med kända personer om psykisk hälsa respektive tro.

Lyssnarnas åsikter och berättelser är i centrum för *Karlavagnen* i P4. Exempel på existentiella frågor som har behandlats under året är hur man håller kärleken vid liv i ett distansförhållande och om lyssnarna har tänkt på sin egen begravning.

Tabell 7. Marksänd tid för Samhälle fördelad på sändningstyp, timmar

| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|------------------|---------------|---------------|------|------|------|------|
| Förstasändning | 14 252 | 14 727 | | | | |
| Parallelsändning | 2 027 | 1 893 | | | | |
| Repris | 2 212 | 3 039 | | | | |
| Totalt | 18 491 | 19 659 | | | | |

7.2.5 Dokumentärer

Det dokumentära autentiska berättandet når den stora publiken. Under 2015 har dokumentärerna i P1 och P3 tillhört de mest nedladdade programmen. *P1 Dokumentär* och *P3 Dokumentär* har under året ökat närvaron på sociala medier och gensvaret har varit mycket stort.

Några exempel på uppmärksammade *P1 Dokumentär*:

- *Taxikungen – om vinnare och förlorare på en avreglerad marknad* i samarbete med Ekot.
- *Att ta ett barn*, om brister i socialtjänstlagen.
- *Riksdagen i P1 – Alla tar ansvar*, del av *Dokumentärprojektet* som under fyra år följt några riksdagsledamöter.

P2 Dokumentär berättar om musik, musiker och musikliv främst inom P2:s genrer konstmusik, folk- och världsmusik samt jazz. Dokumentärerna granskar, fördjupar och gör ljudliga resor i världen och fantasin. Under året har man till exempel kunnat följa situationen för kvinnliga dirigenter i Sverige och hur jazzmusikern Cecilia Persson skapar ett beställningsverk till Sveriges Radio.

Under året firade *P3 Dokumentär* 10-årsjubileum. Lyssnarna visade ett stort engagemang och korade Lyssnarnas favoriter. Några exempel från 2015:

- *Mordet på Kevin*, om en fyrfårig pojke som hittas död i Arvika i slutet av 90-talet.
- *Striden om de apatiska barnen* uppmärksammade flyktningbarn som drabbades av oförklarade symtom och slutade att äta, gå och prata.

Några exempel från *P4 Dokumentär*:

- *I Soha Arifi och livet efter resan på dödens hav* berättade kvinnan som nu bor i Umeå och som förlorade sina tre döttrar under båtflykten från Syrien.
- *Jag känner mig som en tjej men är ju en kille* är en dokumentär om åttaåriga Linnea som föddes i en pojkropp.

7.3 Kulturuppdraget

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 kulturkretsar 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 kulturyttringar 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.

(Sveriges Radios sändningstillstånd, § 9)

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

7.3.1 Fördjupat, vidgat och utvecklat utbud

Sveriges Radio har vidgat kulturutbudet under året genom fortsatt utbyggnad av *Kulturnytt*, med förmiddags- och kvällssändningar vardagar i P4. Tillsammans med lördagssändningen i P1 innebär detta att *Kulturnytt* i sina olika editioner når 1,5 miljoner lyssnare per dag och 2,9 miljoner per vecka. Cirka 40 procent av Sveriges vuxna befolkning nås av *Kulturnytt*.

Innehållsligt har utbudet fördjupats med serien *Barnens Kultur*, om vad nutidens barn tar del av i form av datorspel, böcker, filmer och virala fenomen. Inom ramen för *Kulturnytt* har en extra satsning gjorts på bevakning av barnkultur.

I september startade Sisuradio *Kulttuurikeskustelu Koukku* som sänds i P2 och P6. Här samtalar fyra sverigefinska kulturpersonligheter om kultur med inbjudna gäster. Platserna är där kultursamtal ofta uppstår: på gator, kaféer, järnvägsstationer och scener.

Lokala satsningar görs också. Ett exempel är P4 Skaraborg där förmiddagsprogrammet en gång i veckan har kulturtema med fokus på allt från nya kriminalromaner till spaningar om vad som händer i regionen och i det nationella och internationella kulturlivet.

Radioteatern bedriver ett förändringsarbete där nya sändningsplattformar och format är under utveckling. Framför allt har en intensifierad satsning på nya röster inletts. Avsikten är att öka mångfald och representation vad gäller vilkas röster som hörs och vems berättelser som berättas.

Radioteatern presenterade den första teateruppsättningen av Athena Farrokhzads bok *Vitsvit*. Föreställningen hade en mycket välbesökt offentlig premiärlyssning på Moriska paviljongen i Malmö. Ett nytt kortteaterformat introducerades när Lars Norén varje dag under sommaren i minutkorta avsnitt läste ur sin bok *Fragment*.

Radioteatern har utsett en husdramatiker som under ett år kommer att delta i att utveckla Radioteatern konstnärligt och skapa en rad dramatiska ljudverk.

Tabell 8. Marksänd tid för Kultur fördelad på sändningstyp, timmar

| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|------------------|---------------|---------------|------|------|------|------|
| Förstasändning | 9 728 | 9 523 | | | | |
| Parallelsändning | 724 | 776 | | | | |
| Repris | 1 114 | 1 474 | | | | |
| Totalt | 11 567 | 11 773 | | | | |

7.3.2 Bevakning, spegling och granskning

Kulturen bevakas löpande i *Kulturnytt* i P1, P2 och P4. Utbyggnaden av ett nationellt sänt kulturutbud i *Kulturnytt i P4*, kompletterar landets mest omfattande kulturbevakning med 25 lokala kanaler med cirka 25 000 kulturinslag per år.

Kulturnytt granskar i huvudsak kulturlivet från två utgångspunkter: nyhetsjournalistisk samt kritik, analys och kommentarer som utgår från särskild kunskap inom ett ämne eller ett konstnärligt fält. Under året har redaktionen till exempel granskat stök och oroligheter på svenska bibliotek och visat på en komplex verklighet och på hur samhällsförändringar påverkar vardagens kulturliv. Man har också lyft fram ödesfrågor kring hur det svenska kulturarvet ska förvaltas. Båda dessa exempel har innehållit inslag från hela landet.

Kulturnytt och kulturprogrammen i P1 har fasta medarbetare över hela Sverige – av *Kulturnytts* sändningar i olika kanaler under en vecka görs mer än hälften utanför Stockholm. Idédebattprogrammen *OBS* och *OBS Magasin* sänds från Malmö där även hälften av *Filosofiska Rummets* sändningar produceras. Flera lokala kanaler har reportrar som särskilt bevakar kulturområdet och många recenserar även böcker och film.

I *P3 Nyheter* har populärkultur en självklar plats och nyheter kring film, nöje och musik finns dagligen med i nyhetsrapporteringen. Redaktionen publicerar nyheter både i FM och i sociala medier för att finnas där unga finns.

I *PP3* diskuteras populärkultur. Trender och roliga detaljer blandas med personliga reflektioner. Redaktionen har under året i samarbete med lyssnarna med hjälp av crowdsourcing samlat ihop en musikal om just fenomenet crowdsourcing, startat en tv-seriepodd samt delat ut pris till det bästa som hände under galasösongen i den egna galan *Award Awards*.

Sveriges Radios kulturkorrespondent har i uppdrag att bevaka, lyfta fram och förklara kulturyttringar och värderingsdiskussioner internationellt. Syftet är dels att svara mot sändningstillståndets krav på global kulturbevakning, dels att bidra till kunskap om en lång rad kultursfärer som i dag finns representerade i det moderna, mångkulturella Sverige.

Kulturkorrespondenten har på flera sätt skildrat vår tids mest brännande frågor i skärningspunkten kultur och samhälle, som den pågående flyktkatastrofen och dess kulturella uttryck i Ungern och Turkiet. Kopplingen miljö- och kulturfrågor har lyfts fram i reportage från Mexiko. I reportage från Kenya och Sydafrika har denna i kulturjournalistiska sammanhang annars ofta förbisedda kontinent belysts.

Dådet mot tidskriften Charlie Hebdo i Paris bevakades på flera sätt. Kulturkorrespondenten var på plats dagarna efter dådet med fördjupning i nyhetsinslag och reportage. I juli sändes *Kulturradion Special* i P1 med rubriken *Efter Charlie Hebdo; Vad tänker du på?*, med författare och tänkare i Paris vars liv och perspektiv förändrades efter dåden.

I *Var slutar friheten?* samlade kulturredaktionen flera samtidsfrågor i en sammanhållen serie där yttrandefrihet, konstnärlig frihet och mänskliga rättigheter belystes i reportage och intervjuer i länder i det Europa där demokratin är i gungning på flera håll.

Den lokala kulturgranskningen är viktig i Sveriges Radio:

- P4 Kalmar speglade och granskade turerna kring Kalmar konstmuseum, ledningens avhopp och konsthallarnas överlevnad. Här knöts lokal kunskap ihop med riksperspektivet då reportern även gjorde *Drömmen om konsthallen* i P1.
- P4 Sörmland granskade vad som skett med kulturens status och möjligheter i Vingåker där kulturchefen byttes ut mot en upplevelsechef och i Nyköping där man valt att helt ta bort kulturchefen.

7.3.3 Kulturproduktion

Under våren och sommaren presenterade Radioteatern dramatiseringar av Hans Falladas romaner *Hur ska det gå för Pinnebergs?* och *Ensam i Berlin*. I *När skruven dras åt* möttes två författarskap, när Carina Rydberg dramatiserade Henry James klassiska spökröman. De debuterande regissörerna Signe Barfoed och Josefine von Zeipel presenterade sin version av Harry Martinsons *Aniara*. *Kriget har inget kvinnligt ansikte*, baserad på Nobelpristagaren Svetlana Aleksijevitjs reportagebok, gav röst åt kvinnliga soldater i Röda armén.

I *Radionovellen* där författare deltar med specialskrivna noveller och lyssnarna röstar fram sin favorit, tilldelades Johanna Nilsson *Sveriges Radios Novellpris*.

Unga Radioteatern har producerat flera föreställningar för äldre barn som sänts i P4, se avsnitt 7.4.1.

Delar av kulturutbudet produceras i samarbete med kulturinstitutioner, se avsnitt 7.3.5.

7.3.4 Tillgängliggöra kultur

I program som *Klassikern*, *Lundströms bokradio* och *Bokcirkeln* i P1 samt *PP3* och *Musikguiden i P3* introduceras publiken till såväl ny som gammal kultur.

Sveriges Radios Romanpris engagerar publiken genom den lyssnarjury som, efter läsning av de nominerade böckerna och överläggningar i sändning, utser årets vinnare. Myndigheten för tillgängliga medier (MTM) säkrar att de böcker som är nominerade finns att låna som talböcker.

Barnens Romanpris produceras i samarbete med Utbildningsradion och har en juryn med barn i åldrarna 9–12 år.

Produktionssätt, form och tilltal förnyas i syfte att göra kulturen tillgänglig för fler. Detta gäller podden *Barnens Kultur* som vrider och vänder på barnperspektivet. Ett annat exempel är *Dagens Dikt*, som genomgått en varsam förnyelse.

Äldre material görs tillgängligt i sändningar och på digitala plattformar där publiken har åtkomst till gamla klassiker i *Radioteaterbiblioteket*.

Musikguiden i P3 har bevakat och sänt ifrån flera festivaler under året, såsom Where's the Music i Norrköping, Umeå Open Festival, Malmöfestivalen, Sweden Rock Festival i Norge och Storsjöyran i Östersund.

P3 har mött sin publik när *P3 Älskar* anordnat direktsända festivaler med livemusik, humorakter, P3-profiler och DJ:s i Umeå, Stockholm, Karlstad och Jönköping.

Även lokala kanaler arbetar i stor utsträckning med att livesända från musik- och kulturfestivaler. Ett exempel på en kanal som aktivt tillgängliggör det lokala kulturlivet är P4 Halland, som under *Musikdagen* spelar enbart halländsk musik i kanalen.

Det lokala musiklivet speglas även genom *Svensktoppen nästa*, Sveriges Radios rikstäckande musiktävling för låtskrivare, artister och ny musik. Tävlingen vänder sig till nya och etablerade låtskrivare och artister från hela Sverige. Den låt som vinner spelas i P4 och får en utmanarchans till *Svensktoppen*.

7.3.5 Samarbete med kulturinstitutioner

Till kulturinstitutioner räknar Sveriges Radio kulturproducerande institutioner och aktiviteter som får offentligt stöd från stat, landsting eller kommun, till exempel teater- och opera-institutioner 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.

Tabell 9. Samarbeten med kulturinstitutioner, antal utsändningar

| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|----------------|--------------|--------------|------|------|------|------|
| Rikskanaler | 752 | 700 | | | | |
| Lokala kanaler | 1 649 | 1 483 | | | | |
| Totalt | 2 401 | 2 183 | | | | |

Tabell 10. Samarbeten med kulturinstitutioner, antal timmar

| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|----------------|--------------|--------------|------|------|------|------|
| Rikskanaler | 1 014 | 842 | | | | |
| Lokala kanaler | 778 | 1 040 | | | | |
| Totalt | 1 792 | 1 882 | | | | |

P2 samarbetar regelbundet med operahusen i Stockholm, Göteborg och Malmö och har löpande avtal med de flesta av landets symfoniorkestrar som Kungliga Filharmonikerna i Stockholm, Göteborgs Symfoniker, Malmö Symfoniorkester, Svenska Kammarorkestern i Örebro och Norrlandsoperans orkester i Umeå.

P2 Live sände bland annat musik komponerad på Gustav III:s tid, spelad i Guldfoajén på Kungliga Operan. SR Västerbotten har under året producerat *P2 Live* i samarbete med bland andra Norrlandsoperan, Norrbottensmusiken och Umeå Folkmusikförening.

I samarbete mellan Riksteatern, Radioteatern och med utgångspunkt i utrikeskorrespondentens uppdrag tillkom Christina Ouzounidis *Budbärare*. Pjäsen framfördes vid en uppläsning under evenemanget *Förstå världen – möt Radiokorrespondenterna* på Södra Teatern. Radioteatern sände *Vår klass* i en radiobearbetning baserad på Teater Galeasens uppmärksammade uppsättning om massakern på judiska invånare i byn Jedwabne 1941. Radioteaterns nyinspelade uppsättning av *Tiden second hand*, av Nobelpristagaren Svetlana Aleksijevitj, spelades upp den 12 december på Dramaten i Stockholm och sändes i P1 dagen efter.

P3 Nyheter har varje vecka sänt från kulturhuset Blå Stället i Angered. *Musikguiden i P3* har samarbetat med Emmabodafestivalen och den elektroniska musikfestivalen Into the Valley i Dalhalla. *Hanna och Rasmus rapporterar* har sänt från bland annat dragspelsstämman i Ransäter, Åmåls Bluesfest, OpenART i Örebro, Ystad Sweden Jazzfestival och Way Out West i Göteborg.

En stor del av kulturen i de lokala kanalerna produceras i samarbete med kulturinstitutioner:

- *Musikscen Norrbotten* är ett samarbete mellan P4 Norrbotten, BD Pop, Acusticum i Piteå och Kulturens Hus i Luleå
- P4 Jämtland samarbetar med Storsjöteatern för att sända livemusik och *Svensktoppen nästa*
- P4 Gotland har varit delarrangör i kulturveckan Gotland Art Week
- P4 Västmanland sänder *Bokfokus* varannan vecka i samarbete med Länsbiblioteket i Västerås.

7.3.6 Musik

Musik är en stor del av Sveriges Radios kulturuppdrag, 60 procent av det totala utbudet utgörs av musik. Det präglas av stor bredd och allsidighet, av kulturell och språklig mångfald och spänner över många genrer inom konst- och populärmusik. Musik från hela världen och landet spelas.

Musik finns som flöde i programmen, i specialprogram om genrer, epoker och artister och som konserter. Sveriges Radio främjar musiklivets utveckling och introducerar ny musik och nya talanger, men utbudet speglar också musikaliska traditioner och erbjuder välbekant musik som väcker känslor och minnen.

Sveriges Radio fastställer årliga riktlinjer och sätter mål för musikutbudet på kanalnivå, till exempel hur stor andel som ska vara svenskproducerad. Varje kanal erbjuder ett eget musikaliskt uttryck i relation till publiken.

En utgångspunkt för musikurvalet är en jämn fördelning mellan manliga och kvinnliga utövare. Avsikten är att uppnå ett mer jämställt musikliv. Det har resulterat i att Sveriges Radio de senaste åren har lyft fram fler kvinnliga musikskapare och musikutövare oavsett genre och att andelen musik skriven och framförd av kvinnor ökat väsentligt i samtliga kanaler.

Sveriges Radio tar ett särskilt ansvar för musik av svenska upphovsmän och med svenska artister och utövare och för musik på svenska språket. De svenska upphovsmännens och utövarnas fria val av sångspråk respekteras dock.

Sveriges Radio är Sveriges största konsertscen. I kulturuppdraget ingår att sprida levande musik till hela landet. SR har därför en omfattande egen produktion och utsändning av livemusik i form av konserter och andra evenemang. Musiker och artister bjuds in till lokala kanaler för att medverka i direktsändning.

Tabell 11. Marksänd tid för Musik fördelad på sändningstyp, timmar

| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|-----------------------------|---------------|---------------|------|------|------|------|
| Fonogrammusik | | | | | | |
| Förstasändning | 80 764 | 80 247 | | | | |
| Parallelsändning | 5 670 | 5 765 | | | | |
| Repris | 1 362 | 1 399 | | | | |
| Totalt fonogrammusik | 87 796 | 87 410 | | | | |
| Levande musik | | | | | | |
| Förstasändning | 5 370 | 6 970 | | | | |
| Parallelsändning | 30 | 25 | | | | |
| Repris | 127 | 129 | | | | |
| Totalt levande musik | 5 526 | 7 124 | | | | |
| Totalt musik | 93 321 | 94 534 | | | | |

Populärmusik

I begreppet populärmusik ingår många smala och breda genrer och musik från olika epoker. Populärmusiken vänder sig till många publikgrupper och utgör därför den breda musikfåran. P3 och P4 spelar huvudsakligen populärmusik, och ungefär hälften av utbudet är svenskproducerad. Kanalerna riktar sig till olika målgrupper och musikutbudet anpassas därefter.

P3 bevakar den nya musiken och gör musikjournalistiska program som speglar och granskar musikvärlden. Musikflödet präglas av nyfikenhet och ger lyssnarna bra koll på trender. P3 är en del av det unga musiklivet och ger plats åt oetablerade musiker och låtskrivare. Kanalen bevakar och spelar in levande musik på många platser där utövare och publik är unga. Det dagliga magasinet *Musikguiden i P3* rymmer dagsfärsk musik, intervjuer, reportage och konserter.

Sveriges Radio lanserade under året appen *P3 Radio* där de unga kanalerna P3, P3 Din Gata och P3 Star samlats. Ett utvecklingsarbete med kanalernas musikprofiler har gjorts så att de tydligt ska skilja sig åt.

Den unga lokala kanalen SR Metropoli övergick 2015 till att bli P5 STHLM. Musikutbudet i kanalen förändrades till ett mer diversifierat pop- och rockutbud, för att bättre motsvara P5 STHLM:s målgrupp, som är urbana storstadsbor.

Även Sveriges Radios lokala kanaler spelar populärmusik. Eftersom P4 vänder sig till hela den vuxna befolkningen, ska musikutbudet vara bekant för den breda lyssnarskaran och erbjuda igenkänning och variation i utbudet. För att veta hur publiken upplever detta och för att hitta balansen mellan genrerna, görs återkommande musikundersökningar.

I P4 sänds musikprogram som *P4 Dans* och *Svensktoppen*. 2015 startade *P4 Musik*, som är ett journalistiskt musikmagasin med fokus på svensk musik, och *Jukeboxen i P4*, ett underhållande musikprogram som blandar berättelser och musikaliska återblickar.

P4 bevakar de stora musikhändelserna i Sverige inom populärmusikens område, både festivaler och andra musikevenemang. Sweden Rock Festival, Dansbandsveckan med Guldklavengalan och Melodifestivalen är några exempel. Det lokala musiklivet speglas bland annat genom musiktävlingen *Svensktoppen nästa*.

Under 2015 har Sveriges Radio också gjort fördjupande musikprogram för poddar. Dessa bygger i huvudsak på talat innehåll, har musik som ämne och riktar sig till de mycket musikintresserade. I serien *Gradvall* har musikjournalisten Jan Gradvall djupintervjuat musikmakare. I den prisbelönta serien *Den svenska musikhistorien* med musikkonservatorn Mattias Lundberg, togs i 32 avsnitt ett helhetsgrepp på musikhistorien. Serien har även sänts i FM.

Konstmusik

Konstmusik är den största delen av musiken i P2. Tyngdpunkten ligger på den centrala klassiska repertoaren, men 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 konstmusik är cirka 40 procent.

Andelen konserter som produceras utanför Stockholm är ungefär hälften av utbudet. Berwaldhallen med Sveriges Radios Symfoniorkester och Radiokören har en särställning. Alla konserter med ensemblerna sänds i Sveriges Radio.

Sveriges Radio beställer varje år ny musik av framför allt svenska tonsättare. Britta Byström, Sven-David Sandström, Victoria Borisova-Ollas och Andrea Tarrodi är några av de tonsättare som skrev beställningsverk åt Sveriges Radios Symfoniorkester, Radiokören och P2 under året.

Jazz

Jazz i Sveriges Radio rör sig mellan traditionella och mer moderna uttryck. Livekonserter från landets jazzscener, ny svensk jazz på skiva och *Jazzradion* finns i utbudet. SR uppmärksammar ny svensk jazz, inte minst genom priset *P2 Jazzkatten*. Som ett resultat av flera års medvetet arbete hade kvinnliga utövare en framträdande plats år 2015.

Folkmusik

Inom genren folkmusik ryms visa, folk- och världsmusik samt konstmusik från andra kulturer än den västerländska.

Samarbeten med svenska arrangörer och en stor andel musik med svenska utövare och upphovsmän formar utbudet, som främst finns i P2 och helt dominerar utbudet i webbkanalen P2 Världen. Den årliga Folk- & Världsmusikgalan sändes 2015 från Berwaldhallen, med bland annat specialbeställd musik av musikern och tonsättaren Samuel Andersson. Som en hyllning till 125-årsdagen av Evert Taubes födelse gjordes i Berwaldhallen nytolkningar av Evert Taubes visor i form av beställningsverk och en direktsänd konsert.

Under 2015 inleddes *Fyra möten* i P2, en serie där hyllade musiker med olika musikalisk och kulturell bakgrund sammanfördes och skapade helt ny musik tillsammans. Serien görs i samarbete med nystartade Malmö Live Konserthus.

I *Musikguiden i P3* ingår återkommande världsmusik i modern form och global dansmusik.

Minoritetsspråkens musik ingår också i Sveriges Radios musikutbud och produceras i samarbete med bland annat Sameradion Sápmi och Sisuradio.

EBU och musiken

Samarbetet inom den europeiska radiounionen EBU står för en betydande del av musikutbudet för konstmusik, jazz och folkmusik samt populärmusik i olika genrer. 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 erbjuds EBU:s medlemmar.

Tabell 12. Marksänd tid för Musik med undergrupper, timmar

| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|-----------------------------|---------------|---------------|------|------|------|------|
| Fonogrammusik | | | | | | |
| Populärmusik olika genrer | 74 003 | 75 150 | | | | |
| Konstmusik | 8 274 | 6 658 | | | | |
| Jazzmusik | 189 | 278 | | | | |
| Folkmusik | 5 330 | 5 325 | | | | |
| Totalt fonogrammusik | 87 796 | 87 410 | | | | |
| Levande musik | | | | | | |
| Populärmusik olika genrer | 1 718 | 1 758 | | | | |
| Konstmusik | 3 468 | 5 127 | | | | |
| Jazzmusik | 245 | 159 | | | | |
| Folkmusik | 95 | 80 | | | | |
| Totalt levande musik | 5 526 | 7 124 | | | | |
| Totalt musik | 93 321 | 94 534 | | | | |

7.3.7 Berwaldhallen

SR ska bedriva konserthusverksamhet i Berwaldhallen genom Sveriges Radios symfoniorkester och Radiokören. Kvaliteten i dessa verksamheter ska stärkas.
(Sveriges Radios anslagsvillkor, p.11)

Sveriges Radios eget konserthus, Berwaldhallen, med Sveriges Radios Symfoniorkester och Radiokören bidrar till målsättningen att vara en viktig del av det skapande kulturlivet. Berwaldhallen är en betydelsefull musikinstitution och bidrar till den del av kulturuppdraget som innebär att Sveriges Radio ska sprida levande musik över hela landet.

För att uppnå ett mer jämställt musikliv eftersträvas en jämn fördelning mellan manliga och kvinnliga upphovsmän och utövare. Berwaldhallen tar även ett särskilt ansvar för musik av svenska upphovsmän och med svenska artister och utövare.

Berwaldhallen strävar efter att öppna verksamheten för fler genom att ständigt testa nytt både vad gäller konsertformer och programsättning. Berwaldhallen utvecklas också till en mötesplats för samtal om konstens och musikens roll i ett demokratiskt samhälle.

Samtidigt är grundförutsättningen att kör och orkester fortsätter att prestera på internationell toppnivå. Turnéer är därför en viktig del av verksamheten. Sveriges Radios Symfoniorkester har under året turnerat i Tyskland, Italien och Danmark. Orkestern tillsammans med Daniel Harding mottogs mycket väl i ansedda Philharmonie Berlin. Radiokören gjorde succé på sina turnéer till Italien och Japan.

2015 har präglats av Sveriges Radios 90-årsfirande som sammanföll med Radiokörens 90-årsjubileum. Flera av körens konserter har varit jubileumsföreställningar. Året inleddes med en konsert i Engelbrektskyrkan i Stockholm med chefsdirigent Peter Dijkstra. Därefter följde bland annat en spektakulär konsert under jord i reaktorhallen på Tekniska Högskolan där kören i halvdunkel stod placerad runt det som en gång var Sveriges första kärnreaktor. Slutligen gav kören två jubileumskonserter med nyskrivna beställningsverk av svenska tonsättare. Radiokören har också hyllat tonsättaren Arvo Pärt, en av vår tids främsta tonsättare.

Sveriges Radios Symfoniorkester har fortsatt sitt täta samarbete med chefsdirigent Daniel Harding. Daniel Harding har lett orkestern vid ovanligt många konserter, vilket har påverkat kvaliteten mycket positivt och ytterligare utvecklat samspel och nivå i orkestern.

Den folkbildande serien *Interplay*, med föreläsningar i anslutning till konserter, har fortsatt. Berwaldhallen ska vara en plats för intellektuell stimulans med utgångspunkt i musiken. Årets *Interplay* inleddes med en föreställning i ord och musik om brott mot mänskliga rättigheter med föreläsning av människorättsadvokaten Philippe Sands. Föreställningen *Good and Evil* tillägnades satirtidskriften Charlie Hebdo.

Med anledning av flyktingsituationen i Europa gavs på initiativ från orkestern konserten *Playing för Life*. Konserten direktsändes i P2 och Sveriges Television.

I den trettonde upplagan av *Östersjöfestivalen* hyllades jubilarerna Arvo Pärt, Carl Nielsen, Jean Sibelius och Pjotr Tjajkovskij. Under en vecka bjöds publiken på musik med gästande ensembler. Festivalen innehöll även föreläsningar om konst och demokrati i samarbete med Utrikespolitiska institutet och Nordiska rådet.

Sveriges Radio och Berwaldhallens beställningsverksamhet riktar sig främst mot svenska tonsättare men även internationella tonsättare får beställningar. Några exempel på verk som har uruppförts i Berwaldhallen och även sänts i P2, är *Violakonsert* av Jörg Widmann och *Afrodite fragment ur Sapfo* av Marie Samuelsson.

Berwaldhallen arbetar med nya koncept för barnverksamheten. Radioapan finns med i barnkonserterna, kören har samarbetat med barn i musikklasser från Sollentuna, skolbesök anordnas och årligen är det Öppet hus för de yngsta. En helt ny ung publik kom när orkestern gjorde konserten *Score* med dataspelmusik.

Arbetet tillsammans med El Sistema har fortsatt. Detta är ett samarbete med Kulturskolan Stockholm där skolbarn i utsatta områden får möjlighet att lära sig spela och sjunga. Det har resulterat i en konsert med orkestermusiker och barn och framträdanden i anslutning till konserten *Niklas och Radioapan – Ett rymdäventyr*.

I serien *Svenska stjärnor* möter Sveriges Radios Symfoniorkester välkända svenska artister som Jill Johnson eller som i årets sista konsert där Edda Magnason, Jenny Wilson och Moto Boy hyllade Björk. Konserterna sänds i efterhand i P4.

7.3.8 Nordisk kulturgemenskap

Sveriges Radio och public service-bolagen i de andra nordiska länderna, danska DR, norska NRK, isländska RÚV och finska YLE, har 2015 fördjupat sina kontakter på olika nivåer och områden. Bolagen har regelbundna vd-möten kring gemensamma strategiska frågor och nyckelpersoner inom teknik, administration och Human Resources träffas årligen för att utbyta erfarenheter.

Även reportrar träffas på nordiska konferenser för kompetensutveckling och idéarbete. Exempel på teman är dokumentärer, samhällsbevakning och livsåskådningsprogram. Bolagen har också stor nytta av varandras publik- och omvärldsanalys, vad gäller resultat och metoder.

På initiativ från Sveriges Radio har för första gången ett gemensamt inköp av en serie gjorts. Serien handlar om romsk musik i Europa och Norden och ett danskt produktionsbolag har producerat serien som versionerats på olika språk. Den sändes i P2 och i YLE i december 2015, medan NRK och DR sänder den under första kvartalet 2016.

Att nå ut till den unga publiken är prioriterat för alla nordiska public service-bolag. Bolagen följer varandras barn- och ungdomssatsningar för att lära sig vad som fungerar bäst i FM, webb och sociala medier. Sveriges Radios unga kanal P3 med *Humorhimlen Lab* har tagit fram en pilot på ett nytt humorprogram tillsammans med profiler från NRK och DR.

Fler exempel på programsamarbeten under året:

- Sveriges Radio P1 levererar program till Finland. *Odling, Stil, Språket, Meny*, vissa dokumentärer och *Sommar i P1* sänds av YLE:s finlandssvenska kanal.
- I samband med vinter-OS sände NRK P1-dokumentären *Hoppbacken i Falun*.
- *Språket* i P1 har ett samarbete med sina nordiska motsvarigheter i Norge och Danmark.
- Varje fredag samarbetar P4 Jämtland och NRK:s redaktion i Trondheim. Den norske redaktören intervjuas i direktsändning av P4 Jämtland under förmiddagen. Under eftermiddagen intervjuas P4 Jämtlands redaktör av sin norske kollega.
- P4 Malmöhus morgonprogram gästas varje vecka av en reporter från DR Köpenhamn som berättar om de tre viktigaste samtalsämnena i grannlandet.
- P4 Väst har ett samarbete med NRK i Östfold där redaktionerna bollar händelser och fenomen i Norge och Sverige med varandra cirka fyra gånger årligen.
- Sisuradio och YLE har sedan början av 2000-talet samsänt ett önskeprogram med miljonpublik två gånger om året. Under våren gjorde Sisuradio även en serie med sverigefinska krigsveteraner, *Suomalaisia sotaveteraaneja Ruotsissa*, som även YLE har sänt.
- Sameradion Sápmis omfattande samarbete med NRK och YLE Sápmi har fortsatt under året. Kanalerna sam- och återutsänder varandras program och nyheter.
- Kulturredaktionen har sedan några år ett upparbetat samarbete med motsvarande redaktion på NRK. Samarbeten sker ofta vid tillkännagivandet av Nobelpriset i litteratur samt när länderna sänder *Romanpriset*.
- Sveriges Radios utrikeskorrespondenter deltar ofta i NRK och YLE.
- Vissa av *Ekots* sändningar ingår i NRK:s nyhetskanal.

7.4 Barn och unga

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 genrer för barn och unga.

SR ska särskilt utveckla programverksamheten för äldre barn och unga.

(Sveriges Radios sändningstillstånd, § 10)

Hela utbudet för barn och unga bygger på idéer och projekt initierade av Sveriges Radio. Inga format köps in från andra länder. Stora delar av utbudet produceras internt, men till många projekt och program anlitas externa aktörer för att få bredd och mångfald i utbudet. Utomstående kan medverka i interna produktioner och vissa program eller inslag kan göras av ett produktionsbolag. Vid helt externa produktioner finns alltid en exekutiv producent från Sveriges Radio med, som har i uppgift att svara för public service-perspektivet.

Uppskattningsvis 80 procent av utbudet för barn och 85 procent av utbudet för unga var under 2015 egen produktion. Det mesta av Sveriges Radios utbud för barn och ungdomar är nyproduktion.

Tabell 13. Marksänd tid för svenskspråkiga barn och unga, timmar

| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|---------------------|--------|--------|------|------|------|------|
| Barn upp till 12 år | 5 372 | 5 374 | | | | |
| Ungdomar 13–19 år | 20 067 | 14 907 | | | | |

Jämfört med 2014, har utbudet för tonårspubliken minskat med cirka 25 procent. Detta beror på att SR Metropols huvudsakliga målgrupp var tonåringar, medan P5 STHLM har en äldre målgrupp, främst unga vuxna 20–35 år.

7.4.1 Barnutbudet

Under året har barnutbudet utgått från två övergripande teman: mångfald och delaktighet. Utbudet ska representera hela landet och spegla mångfalden vad gäller normer, klass, bakgrund och funktionsvariationer. Utbudet ska även spegla levnadsvillkoren för barn och vara tillgängligt för alla barn. Alla ska kunna lyssna med behållning, oavsett vem man är, var man bor och hur man lever.

Dessa två teman plus den växande utmaningen att finnas där barnen är, har lett till att arbetet med sociala medier och andra plattformar har tagit ett stort steg framåt. Nu finns SR-program för äldre barn på YouTube. För att nå femteklassare, har samarbete med skolbibliotek inletts. Samarbete pågår med högstadieskolor och Riksteatern. Program och programledare kommunicerar mer aktivt med lyssnare och föräldrar via Facebook och Instagram. För de minsta barnen har en ny app med *Radioapan* lanserats. Poddpaket med utvalda program har ställts samman, för att barn själva ska kunna bestämma när och var de vill lyssna.

Målgrupperna för Sveriges Radios svenskspråkiga barnutbud är yngre barn upp till åtta år och äldre barn 9–12 år. Merparten av FM-utbudet sänds i familjekanalerna P4 samt sommar och jul även i P1. Barnprogram på de nationella minoritetsspråken sänds i P2, detta utbud redovisas i avsnitt 7.6.

Utbudet för yngre barn

För barn upp till åtta år sänds kvällsprogram varje vardag i P4. Tiden delas med Utbildningsradion. Utbudet innehåller klassiska och nyskrivna sagor med musik, dramatik, ljud, röster, språk och dialekter. Programmen speglar den rika mångfalden i barnlitteraturen:

- Katarina Taikons första bok om Katitzi sändes som följetong i 15 avsnitt. De romska musikerna Nuri Selim och Stefan Krstevski komponerade, och Philomène Grandin stod för uppläsningen.
- I samarbete med Sisuradio sändes fem finska nyskrivna sagor översatta till svenska.

De mindre barnen medverkar som presentatörer och som skådespelare. Radioapans och vännernas röster görs av barn med olika språkbakgrund. I *Radioapans knattekanal* hörs barn som blir intervjuade och önskar favoritlåtar.

Berättelser och dramatik för äldre barn

Unga Radioteatern producerar gestaltande föreställningar för barn 9–12 år och för barnfamiljer. Lyssnarna bjuds på dramatiska, angelägna och fantasifulla historier med igenkännbara karaktärer. Berättelserna ska engagera och bjuda in till såväl konstnärligt underhållande fantasi-världar, som till att skapa diskussion och eftertanke i ett pluralistiskt och föränderligt samhälle.

Unga Radioteatern lägger stor vikt vid nya sändningsplattformar och på att utveckla programmen för att komma närmare lyssnarna och öka tillgängligheten. Ett exempel var *Om du blundar ser du mer*, som var en interaktiv drömvandring för FM-sändning och podd.

Barnens Romanpris produceras i samarbete med Utbildningsradion. Programmet sänds i P1 och P4 i syfte att dels nå föräldrar med guidning om böcker till barn, dels nå barn som behöver inspiration till att närma sig böckernas värld. Redaktionen har under 2015 arbetat med att utveckla tilltalet, som nu är mycket mer riktat till målgruppen äldre barn genom ny programledare och snabbare redigering och genom att det går att interagera med författarna.

Julkalendern är en lyssningsupplevelse att samlas kring. Målgruppen är barn 8–12 år samt deras familjer. Årets kalender *Månsaråttan* handlade om 11-åriga Tea som längtar efter äventyr. Det var en folklig, fartfylld, solidarisk, spännande och lärorik berättelse som kompletterades med aktiviteter, pyssel och kunskap. Stor omsorg lades på rollbesättningen av barn- och vuxensådespelarna, för att få en bredd i exempelvis dialekter och bakgrund.

Nyheter för äldre barn

Nyhetsmagasinet *Junior i P4* sänds varje lördag. Magasinet förklarar och rapporterar om dramatiska nationella händelser och händelser i världen med ett tilltal anpassat för de äldre barnen. Juniorkorrrar medverkar med något aktuellt som hänt i närmiljön. Barn från hela landet, barn som lever under olika ekonomiska villkor samt barn med funktionsnedsättningar hörs i programmet. Förutom juniorkorrrarna deltar fem–sex barn i det dagliga redaktionella arbetet, med nyhetsvärdering, urval, frågemanus och reportage samt som programledare.

Skolor efterfrågar nyhetsberättande utan bilder. Avsikten är att barnen ska träna sitt lyssnande och att förstå utan bilder. *Junior i P4* levererar varje vecka en version för Utbildningsradion med huvudnyhet, nyhetssvep och ett reportage. Materialet ämnestaggas och UR gör ett arbetsblad som läggs ut på *ur.se*.

För att hjälpa barn att förstå varför så många människor är tvingade att fly från sina hem var flykt temat hösten 2015. I programmet hördes det ensamkommande flyktingbarnet Moaz Shab. *Junior i P4* har även skildrat ämnen som bullriga luncher i skolan, grooming och terrordåd.

Fakta för äldre barn

Vi i femman sände 2015 sin femtioandra säsong med 72 000 deltagare. Sveriges Radio och Sveriges Television samarbetade mer, och säsongen blev därför mer enhetlig vad gällde frågeinnehåll och svårighetsgrad. För att alla barn ska känna delaktighet och våga vara med lades fokus på att coacha och stötta tävlande blyga barn. Ett frågemoment ändrades för att ge alla tävlande chans att höras. Utagningsfrågorna anpassades så att fler barn med annan bakgrund än svensk kan klara dessa. En uppskattning är att knappt 30 procent av de tävlande hade annan bakgrund än svensk.

De äldre barnens vetenskapliga hörna i P4 är *Helt sant!*, där häpnadsväckande fakta illustreras i sketcher framförda av humorister och vetenskapsjournalister.

1000 modiga frågor tar ungas frågor om känsliga ämnen på allvar – modiga frågor får modiga svar av experter på sex och samlevnad.

Musik

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

Programutveckling

För att känna sig delaktig måste man känna sig inkluderad. Barnens medievänor i dag förändras i en rasande takt. För att hålla jämna steg med målgruppen, arbetar Sveriges Radio med fokus- och lyssningsgrupper samt studiebesök på förskolor och skolor. Vilka frågor är viktiga just nu? Vilka teman bör undersökas? Hur lockar radion på bästa sätt till lyssning? Projekten med skolbibliotek, Riksteatern och högstadieskolor samt reportrarna i *Junior i P4* är exempel på program som har sökt sig ut till barnens platser, för att sedan återvända med material utifrån barnens egna röster och berättelser.

För att nå och kommunicera med de äldre barnen, påbörjades under hösten ett samarbete med skolbibliotek i Västra Götaland. Biblioteken får låna sittsäckar, lyssningsplattor och hörlurar för att inspirera till att lyssna på sagor och dramatik. Eleverna ska sedan berätta vad kärlek är. Det insamlade materialet förväntas resultera i en temavecka under 2016 om att vara ung och kär.

Tabell 14. Marksänd tid för barnutbud på svenska fördelad på programkategorier 2015, timmar

| | Nyheter | Samhälle | Livsstil | Kultur | Sport | Underhållning | Musik | Service | Totalt |
|------------------|-----------|-----------|----------|--------------|----------|---------------|--------------|----------|--------------|
| Första sändning | 48 | 39 | 0 | 1 066 | 6 | 94 | 4 109 | 0 | 5 363 |
| Parallelsändning | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Repris | 0 | 0 | 0 | 11 | 0 | 0 | 0 | 0 | 11 |
| Summa | 48 | 39 | 0 | 1 078 | 6 | 94 | 4 109 | 0 | 5 374 |

7.4.2 Tonårsutbudet

Målgruppen för P3 är lyssnare i åldern 15–34 år. Program som *Musikguiden i P3: Osignat*, *P3 Spel*, *P3 Om*, *Känd från internet*, *Humorhimlen Lab*, *Ligga med P3*, *P3 Dokumentär* och *Relationsradion i P3* riktar sig dock mot äldre tonåringar, vilka är det yngre segmentet i kanalens målgrupp.

Nyheter

Dagtid alla vardagar sänder *P3 Nyheter* på helslag samt en nyhetstimme efter lunch. I nyhetstimmerna har ämnen som betaltjänsten YouTube Red och låga löner för unga i hästbranschen tagits upp.

P3 Nyheter har varit avsändare vid temadagar i P3 om exempelvis kriget i Syrien, judehat bland unga och Balkankriget. I samband med temadagen om Syrien gjordes även en film som spreds på socialdigitala plattformar och där nådde mer än 650 000 personer.

P3 Nyheter Dokumentär är ett nytt format där nyhetshändelser snabbt sammanfattas och publiceras som poddar. Exempel på ämnen var terrordådet i Paris och joggningmordet i Upplands-Väsby.

Faktaprogram

I *Verkligheten i P3* och *P3 Dokumentär* skildras med ett ungt perspektiv dokumentära händelser från nu och då. Lyssnarna har mött Solange Olame Bayibsa från Kongo-Kinshasa, som 28 år gammal är den första afrosvenska ordföranden i kommunfullmäktige och 24-åriga Malin Gustavsson som går mot strömmen och väljer att bli lantbrukare.

I *Musikhjälpen 2015* från Linköping fokuserade P3 under 144 timmar på klimatrelaterade katastrofer utifrån devisen *Ingen ska behöva fly undan klimatet*. Intervjupersoner gav ögonvittnesskildringar, och experter förklarade orsakerna och varför de fattigaste länderna drabbas allra hårdast. Publiken lärde sig också att det redan nu går att agera förebyggande. Totalt samlades 31 miljoner kronor in.

Institutet är P3:s vetenskapsprogram där man varje vecka lär den unga publiken om vetenskap, forskning och experiment. I podden *Hypoteket* synades de siffror och kalkyler som styr våra liv. I serien *Följer Pengarna* har ekonomin i den svenska musikindustrin satts under lupp.

I *P3 Om* förklaras varje vecka på ett enkelt sätt fenomen som ofta förekommer i nyheterna. Programledarna ger den bakgrund som behövs för att kunna ta till sig nyheten. Under året har *P3 Om* tagit upp bland annat IS, klimatmötet, endometrios och krisen i Grekland.

Kultur

Exempel på P3-program inom kulturområdet är *T.H.O.R. Radio*, som ”sätter tummen mot Sveriges pulsåder och vägrar släppa taget innan du fått veta hur nationen egentligen mår” och *PP3* som guidar lyssnaren i populärkulturen – musik, film, TV, spel, teater, trolleri med mera.

Bevakning från hela världen

Sveriges Radio har en utrikeskorrespondent med särskilt fokus på bevakning av frågor som rör unga i världen. Korrespondenten har rest till Dubai för att prata med en ung kvinna som fängslats för att hon blev gravid, till Thailand för att rapportera om synen på luk krueng (halva thai-ländare) och till London för att träffa graffiti- och street artturisterna på Brick Lane.

I *Musikguiden i P3* görs varje vecka utblickar i världen. I programmet spelas exempelvis afro-beats och afrohouse, musik från Angola, Nigeria och Uganda, reggae och dancehallscenen på Jamaica bevakas och den senaste dansmusiken från Europa spelas.

Programutveckling

Sveriges Radio har under 2015 gjort flera olika insatser för att bättre nå tonårspubliken.

Sveriges Radio har arbetat tätt med publiken för att ta fram *P3 Radio* som är en app riktad till tonåringar, där kanalerna P3, P3 Star och P3 Din Gata samlas. Projektet bedrevs i intervall med två veckors utveckling och en tredje vecka med tester för en liten grupp. Testresultaten ledde sedan vidare till nya beslut. När appen var klar släpptes den först till 500 17-åringar, rekryterade via sociala medier, innan appen sommaren 2015 släpptes till hela publiken. I appen kan man på ett enkelt sätt lyssna på det unga utbudet som presenteras visuellt och som är fokuserat på att ge mer information om musiken som spelas. Användaren kan dela med sig av låttips till kompisar.

P3 Star, som sänds i DAB och via internet samt i *P3 Radio*, riktar sig särskilt till en publik mellan 13 och 19 år. Kanalen sänder nu dygnet runt med programledare (DJ:s). Det sänds inga traditionella tablålagda program, utan lyssnarna uppdateras när relevanta händelser äger rum. I samarbete med *P3 Nyheter* sänds korta nyhetsflashar när något händer. Redaktionen för en dialog med lyssnarna, framför allt på sociala plattformar såsom Snapchat och Instagram.

Våren 2015 startade *P3 Star Klacken*. Syftet är att skapa relationer med målgruppen och att informera om Sveriges Radios utbud riktat till landets tonåringar. Föreningsidrottande ungdomslag kan via sociala medier vinna att klacken kommer till en match och hejar på laget. *P3 Star Klacken* tar med sig en hemlig gäst som efter matchen håller en föreläsning. Klacken har besökt bland annat Fagerås och Löddeköpinge.

För att bli en tydligare del av P3-familjen har den lokala kanalen Din Gata i Malmö gjorts om till P3 Din Gata. Kanalen som riktar sig till lyssnare 15–25 år, sänds i FM lokalt över Malmö och Lund samt via internet. Kanalen har fått en helt ny ljudbild och lyssnaren får sällskap av en programledare under fler av dygnets timmar. Delar av innehållet är förinspelat, för att frigöra tid att åka ut, möta publiken, fånga röster som annars inte nås, skapa exklusivt innehåll för sociala medier och utveckla relationer med gamla och nya lyssnare.

Varje vecka tar P3 Din Gata sig an ett fall i *Relationsdomstolen*. Programmet har inte bara spelats in i studio, utan även exempelvis på Nya Latinskolan i Malmö. *Relationsdomstolen* är i första hand en podd, men delar sänds även i FM.

Tabell 15. Marksänd tid för tonårsutbud på svenska fördelat på programkategorier 2015, timmar

| | Nyheter | Samhälle | Livsstil | Kultur | Sport | Underhållning | Musik | Service | Totalt |
|------------------|------------|------------|------------|------------|-----------|---------------|---------------|-----------|---------------|
| Förstasändning | 295 | 384 | 100 | 501 | 89 | 1 084 | 12 072 | 40 | 14 564 |
| Parallelsändning | 77 | 24 | 5 | 7 | 4 | 19 | 86 | 0 | 220 |
| Repris | 0 | 15 | 2 | 20 | 0 | 12 | 74 | 0 | 123 |
| Summa | 372 | 423 | 107 | 527 | 93 | 1 114 | 12 231 | 40 | 14 907 |

7.5 Tillgänglighet

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, bl.a. genom att vid utformningen av sändningarna beakta att bakgrundsljud kraftigt kan försämra möjligheten för personer med hörselnedsättning att ta del av utbudet.

Program ska även produceras för särskilda målgrupper.

SR ska ha en dialog med de berörda grupperna.

I fråga om program om och för personer med funktionsnedsättning får SR, Sveriges Television AB (SVT) och Sveriges Utbildningsradio AB (UR) sinsemellan fördela ansvaret för olika slags insatser.

(Sveriges Radios sändningstillstånd, § 11)

7.5.1 Program om, för och med personer med funktionsnedsättning

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

- Att på bästa möjliga sätt tillgängliggöra utbudet så att så många som möjligt kan ta del av det. Sveriges Radio samarbetar med Funka Nu AB för att säkra att SR:s digitala tjänster är så tillgängliga som möjligt, inklusive projekt kring hörbarhet.
- Den andra delen handlar om att ha ett inkluderande tilltal och synliggöra personer med funktionsnedsättning, på samma sätt som andra personer. Detta utvärderas i kanallyssningar.
- Den tredje delen handlar om att göra ett anpassat utbud för den del av målgruppen som har kognitiva funktionsnedsättningar. Sveriges Radio producerar det dagliga nyhetsprogrammet *Klartext* i P4 för denna grupp.

Under 2015 har Klartextredaktionen låtit referensgrupper ur målgruppen utvärdera programmet. Därefter har innehållet utvecklats och förändrats för att bättre möta målgruppens behov. Förändringarna kommer att slå igenom fullt ut i det förnyade *Klartext* under 2016. Bland annat kommer målgruppens frågor och perspektiv på stora nyhetshändelser att höras regelbundet, liksom bevakningen av funktionsnedsattas villkor i samhället. För att öka tillgängligheten ytterligare kommer *Klartext* från 2016 höras i både P1 och P4.

I rikskanalerna har flera program om funktionshinder sänts. *Ekot* har granskat arbetsmarknaden för personer med funktionsnedsättning och fusk med assistansbidrag. Redaktionen har beskrivit hur orienteringstävlingen O-Ringen för första gången anpassat en gren för deltagare med olika typer av kognitiva funktionsnedsättningar. I utrikesbevakningen har det rapporterats om attityden mot funktionsnedsatta i Ryssland. *Kaliber* i P1 granskade den stora jämlikhetsreform som skulle ge personer med funktionsnedsättning makt över det egna livet.

I P4 sändes *Radio Totalnormal* gjord av människor som själva lider av psykisk ohälsa. Programmet vill medverka till att förändra attityden gentemot psykisk ohälsa, genom att rösterna blir hörda på sitt eget sätt. *P4 Dokumentär* har porträtterat personer med någon form av psykisk ohälsa. I *Kvinnan med kistan i bilen* var temat självmord, och *Tanten med väskan* var en berättelse om en kvinna med psykiska problem som råkade bli symbol för antirasismen.

Radiosporten delar ut *Årets Stjärnskott* till en idrottare med funktionsnedsättning. 2015 gick priset till pistolskytten, Joackim Norberg.

I de lokala P4-kanalernas finns återkommande inslag om funktionshinder i vardagen. Några exempel:

- P4 Malmöhus har bevakat Föreningen Idrott För Handikappade som i somras var under hård ekonomisk press efter att utbetalning av bidrag från kommunen drog ut på tiden.
- P4 Halland har gjort reportage om Funkis Mello i Halmstad.
- P4 Kristianstad och P4 Västmanland har granskat möjligheten för personer med funktionsnedsättning att åka kollektivt.
- P4 Skaraborg har granskat synskadades möjligheter att ta sig in på arbetsmarknaden.

7.5.2 Barn och unga med funktionsnedsättning

I Sveriges Radios arbete för att förbättra möjligheterna för personer med funktionsnedsättning är barn och unga särskilt prioriterade. För att få mångfald bland dem som medverkar, arbetar redaktionerna med att låta barn och unga med funktionsnedsättning medverka eller genom att låta en rollfigur ha en funktionsnedsättning. Detta leder till igenkänning i målgrupperna.

Kina och Keve lever livet var *Radio litens* andra satsning för de allra yngsta barnen och för barn med kognitiv funktionsnedsättning. Här lärde barnen känna Kina och Keve när de gör vardagliga saker som att laga mat och tvätta kläder. *Radio liten* arbetar med få karaktärer, enklare språk, färre ljud och en tydligare dramaturgisk linje än i andra barnprogram.

Vilkas röster som hörs och vems berättelse som berättas är viktigt. Unga Radioteatern anlitar professionella rollsättare för att ta fram ett underlag för rollbesättning med inriktning på mångfald. I serien *Jonna Jaguar* har huvudpersonen en neuropsykiatrisk funktionsnedsättning som påverkar och berikar hennes liv och omgivning.

Podden *Psyket* riktar sig till unga som har mött psykisk ohälsa. Programmet är särskilt relevant nu då antalet tonårsflickor med psykisk ohälsa ökat dramatiskt de senaste åren.

I *Musikguiden i P3: Din Playlist* har Natalie Ahlgren, som har en fysisk cp-skada, gjort ett program.

P3 Nyheter har bland annat rapporterat om förutsättningar för unga synskadade som vill göra högskoleprovet och *Ligga med P3* har pratat om pornografisk litteratur för personer med funktionsvariationer.

7.5.3 Hörbarhet

Sveriges Radio har som målsättning att utbudet ska vara tillgängligt för hela publiken. 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 störa uppfattbarheten hos det talade innehållet.

Sveriges Radio arbetar kontinuerligt med tillgänglighetsfrågor relaterade till ljud utifrån såväl estetiska som tekniska aspekter. De estetiska aspekterna omfattar hur olika ljud blandas eller balanseras mot varandra, diktion, betoningar och pauseringar i talet. De tekniska aspekterna omfattar hur teknisk utrustning och system används för att åstadkomma högsta möjliga tekniska kvalitet och därmed tydlighet och hörbarhet hos ljudet.

Programproduktionen baseras på de riktlinjer för ljudet som tagits fram i det tidigare hörbarhetsarbetet. Riktlinjerna är nu en del av beställningarna, och används när hörbarhetsambassadörer och ljudtekniker återkopplar programmen. Effekten av återkopplingsarbetet är att fokus på hörbarhetsfrågorna har behållits samt att hörbarhet blivit en naturlig del av det dagliga produktionsarbetet.

Strax före årsskiftet 2014/2015 byttes utrustningen för ljudprocessen på alla FM-kanalerna ut. 2015 har Sveriges Radio därmed kunnat erbjuda lyssnarna ett renare ljud med jämnare nivåer och bättre hörbarhet.

Under året har äldre ISDN-överföringar från drygt 200 sportarenor och andra externa produktionsplatser ersatts med högkvalitativ ljudöverföring via dataförbindelser, så kallat ip-ljud, vilket har lett till en signifikant förbättring av ljudkvalitet och uppfattbarhet.

Sveriges Radio har under året i samarbete med Teracom genomfört åtgärder i sändarnäten över Stockholm för att förbättra räckvidd och hörbarhet för Stockholmskanalerna P5 och P6.

7.5.4 Ökad tillgänglighet med publika digitala tjänster

Sverigesradio.se

Sveriges Radio har fortsatt samarbetet med bolaget Funka Nu AB kring ett certifieringsprogram för tillgänglighet på webben. Certifieringen är en kvalitetsstämpel på att webbplatsen uppfyller viktiga tillgänglighetskrav och att Sveriges Radio arbetar löpande med tillgänglighet. SR och Funka Nu AB har gemensamt gått igenom teknik, pedagogik och innehåll. De tekniska och pedagogiska delarna är certifierade, och där uppfyller *sverigesradio.se* kraven på tillgänglighet. Arbetet fortsätter nu med fokus på tillgängligt innehåll.

Även om tyngdpunkten för webben är ljudklipp så har exempelvis flera nyheter publicerats även som text på *sverigesradio.se* i samband med sändningen. Text och bild förtydligar då innehållet och förenklar för personer med funktionsnedsättning att tillgodogöra sig det.

Sveriges Radio Play

Certifieringsarbetet för *Sveriges Radio Play* samt appar för IOS och Android har inletts i och med att Funka Nu AB har gjort en revision och upprättat protokoll över vad som är bra och vad som kan åtgärdas.

Barnwebben

Barnwebben arbetar, oavsett målgrupp, med bildstöd till de olika programmen. Ofta beställs specialritade bilder. Den som har svårt att fokusera på lyssningen får stöd med hjälp av en bild, den ger något att fästa blicken på medan man lyssnar. Bilder stöder även i förståelsen av handlingen och underlättar i tolkningen av ljudet. När det gäller tillgänglighet så använder barnwebben samma teknik som övriga Sveriges Radio.

7.5.5 Dialog

Sveriges Radio möter återkommande publik med särskilda behov. Detta görs på olika sätt och i skilda sammanhang. Ett mål med mötena är att förstå hur program kan utformas och produceras för att en så stor del av publiken som möjligt ska kunna tillgodogöra sig innehållet. En sådan dialog har förts kring utvecklingen av *Klartext*, se 7.5.1 ovan.

Sveriges Radio har, på alla nivåer, också löpande kontakter med handikapporganisationer vilket syns på olika sätt i verksamheten. Podden *Psyket med Emmy Rasper* tar upp frågan om mental ohälsa. Idén föddes efter ett besök hos RSMH (Riksförbundet för Social och Mental Hälsa). Publikredaktören i P4 Sörmland har regelbunden kontakt med handikappföreningarna i Sörmland och är med på deras årsmöten för att få grepp om angelägna frågor. P4 Kristianstad har bland annat tagit emot studiebesök från grupper med personer med funktionsnedsättning. I P4 Väst har diskussionen handlat om att tillgängliggöra material på webben.

Inom ramen för Sveriges Radios publiknätverk kan olika perspektiv och frågeställningar tas tillvara. Publiknätverk finns hos i stort sett alla lokala kanaler samt även på riksnivå, bland annat på Kulturredaktionen och för P2. Mer än 15 000 personer deltar i dessa nätverk, som bland annat syftar till att bredda perspektiven genom närmare kontakt med en blandad grupp lyssnare.

Radiohuset i Stockholm var i år plats för den årliga *Tillgänglighetsdagen*, numera kallad *PS Funk*. Dagen är ett samarbete mellan public service-bolagen och handikappförbunden och i år var Handikappförbunden värd för dagen. Flera programidéer presenterades, och en vinnare korades som kommer att få se sin idé bli verklighet i P4. Inkludering och tillgänglighet diskuterades och inbjudna gäster föreläste. I anslutning till mötet arrangerades träffar där bolagen och förbunden utbytte tankar och idéer.

Veckan innan *PS Funk* anordnade Sveriges Radio lunchföreläsningar kring mångfald, inkludering och kompetens. Flera redaktioner har därefter lyft dessa frågor i sändning och på arbetsplatsen.

7.6 Minoritetsspråk

SR:s samlade programutbud på de nationella minoritetsspråken samiska, finska, meänkieli och romani chib ska, sammantaget med SVT:s och UR:s utbud, öka årligen jämfört med 2013 års nivå. Ökningen ska vara betydande. SR ska även erbjuda ett utbud på det nationella minoritetsspråket jiddisch och andra minoritetsspråk. SR ska ha en dialog med de berörda grupperna.

I fråga om den programverksamhet som avses i föregående stycke får SR, SVT och UR sinsemellan fördela ansvaret för olika slags insatser.

(Sveriges Radios sändningstillstånd, § 12)

SR ska ta hänsyn till de språkliga behoven hos barn och unga som tillhör språkliga eller etniska minoritetsgrupper.

(Sveriges Radios sändningstillstånd, § 10)

7.6.1 Sveriges Radios ambitioner för minoritetsspråkutbudet under tillståndsperioden

Att erbjuda ett relevant utbud för de prioriterade nationella minoriteterna är ett av Sveriges Radios viktigaste uppdrag, men det blir meningsfullt endast om utbudet når målgrupperna. Därför har SR inom ramen för den publicistiska utvecklingen under tillståndsperioden formulerat ett särskilt uppdrag: *Nå minoritetspubliken bättre.*

Med det relativt höga antal timmar Sveriges Radio sänder prioriteras nu insatser för att detta utbud också ska nå lyssnarna.

Dessa målgrupper finns, liksom publiken i övrigt, i allt högre grad på digitala och sociala plattformar. Sveriges Radios två strategier för att nå minoritetspubliken bättre är därför ett mer relevant innehåll och ett målmedvetet arbete gentemot publiken på digitala och sociala plattformar. Beroende på respektive språkgrupps situation och behov samt befintligt utbud ligger fokus under perioden på delvis olika saker för de prioriterade nationella minoritetsspråken:

- Finska. Här finns redan ett mycket stort utbud räknat i antal timmar per år. Strävan är därför i första hand att lyssning och användning ska öka genom att utbudet når fram till publiken där den finns. Ambitionen är även att stärka relationen till det finska språket hos sverigefinnar med svaga kunskaper i finska.
- Meänkieli. Hittills har större delen av detta utbud sänts regionalt över Norrbotten där den största delen av målgruppen finns. För meänkieli prioriteras tillgänglighet till FM-utbudet för fler genom att det från 2016 startas sändningar även över Stockholm, där det näst efter Norrbotten bor flest meänkielitalande. Det ska också bli lättare att hitta barnutbudet på webben.
- Samiska. Det samiska utbudet sänds dygnet runt om SR Sápmis webbkanal räknas in. Ett arbete har inletts för att identifiera målgruppens behov, så att innehållet kan göras mer relevant och Sameradion kan nå fler lyssnare på samtliga plattformar.
- Romani. Under tillståndsperioden kommer utbudet främst för unga romer att profileras och utökas. Med tanke på yngres medievana ska innehållet först testas som poddradio under 2016 för att senare även sändas i FM.

Betydande ökning

Enligt sändningstillståndet ska Sveriges Radios samlade utbud på samiska, finska, meänkieli och romani chib, sammantaget med SVT:s och UR:s utbud, öka årligen jämfört med 2013. Programbolagens utgångspunkt är att uppdragsgivarens avsikt med denna formulering var att underlätta för bolagen att tillsammans erbjuda dessa målgrupper mer.

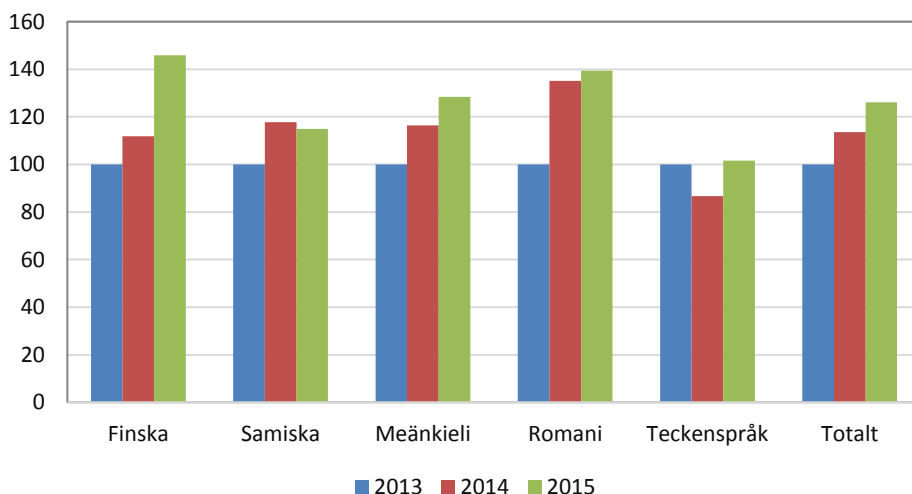
2014 ökade både SVT och UR tv-utbudet på dessa fyra språk relativt mycket. Detta var en ändamålsenlig prioritering eftersom radioutbudet under flera år har varit väsentligt större. Om alla timmar för de tre bolagen läggs samman, blir den totala ökningen 2014 dock mindre än en procent jämfört med 2013, trots den stora ökningen hos SVT och UR.

Eftersom de tre bolagens utbud på de prioriterade språken är mycket olika stort – Sveriges Radio sänder mer än hundra gånger fler timmar än UR och mer än tio gånger så många timmar som SVT – är det inte möjligt att göra en rimlig och rättvis bedömning av utvecklingen genom att summera antalet timmar.

Med det sättet att bedöma bolagens sammantagna insatser, kommer det inte vara möjligt att uppfylla kravet på betydande ökning, eftersom det stora antalet timmar Sveriges Radio sänder på finska gör att varje ökning på något annat språk eller i något annat bolag blir försumbar i relation till det sammantagna utbudet. SR:s omfattande marksända utbud på finska har möjliggjorts genom sändningar i DAB.

För att kunna göra en samlad bedömning av det sammantagna utbudet har programbolagen därför utvecklat en gemensam indexmodell. Varje bolags utbud per språk år 2013 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. På detta sätt blir siffrorna jämförbara och det är möjligt att göra en bedömning av bolagens sammantagna ökning per språk och totalt. Se diagram 4, i bilaga 4 visas underlag för diagrammet.

Diagram 4. Utveckling av minoritetsspråk sammantaget för public service-bolagen



År 2015 var index för språken totalt 126 jämfört med år 2013 då motsvarande indexvärde var 100. Programbolagen anser detta vara en betydande ökning.

Hänsyn till de språkliga behoven hos barn och unga

Sveriges Radio tar hänsyn till de språkliga behoven hos barn och unga som tillhör språkliga minoriteter genom att erbjuda ett särskilt utbud riktat till barn respektive unga på vart och ett av de fyra prioriterade nationella minoritetsspråken.

7.6.2 Minoritetsspråkutbud 2015 – mer relevant och på relevanta plattformar

Sveriges Radio har ett unikt utbud på fyra av de fem nationella minoritetsspråken: finska, meänkieli (tornedalsfinska), samiska (flera olika dialekter) och romani chib. Dessa språk har en särställning i förhållande till andra minoritetsspråk.

Syftet är att stärka de nationella minoriteternas språk men även att stärka kultur och identitet som viktiga och självklara delar av den svenska mångfalden. Detta tar sig också uttryck i en ökad medvetenhet om modersmålets betydelse som vardagsspråk.

Utöver de nationella minoritetsspråken erbjuder Sveriges Radio ett utbud på arabiska, kurdiska, persiska och somaliska och på engelska som crossoverspråk, samt tyska och ryska via internet för att nå fram till publiken.

För att bättre nå fler i dessa språkgrupper flyttades i oktober resurser från FM till webb och sociala medier för utbudet på kurdiska, persiska och somaliska. Arabiska och engelska sänds fortfarande i FM men i mindre omfattning än tidigare. I stället erbjuds publiken dagliga uppdateringar på respektive språks hemsidor och sammanfattande poddar varje vecka.

Sveriges Radio tar sitt uppdrag om dialog med de berörda grupperna på stort allvar. Det handlar om att vara lyhörd för publikens önskemål och behov, och att tillsammans med publiken utveckla utbudet. Redaktionerna har bjudit in lyssnarna att bli medlemmar av publiknätverk, har publikkontakt genom utesändningar på olika orter och i program där publiken ges möjlighet att komma till tals samt närvaro i sociala medier.

Alla redaktioner för nationella och andra minoritetsspråk har under året ökat samarbetet med andra redaktioner. Ambitionen är att även majoritetsbefolkningen ska få bättre kunskap och insikt om minoriteternas levnadsvillkor och perspektiv. Inom ramen för P2:s livesändningar med folk- och världsmusik har musik från de nationella minoriteterna sänts vid flera tillfällen.

Tabell 16. Totalt marksänd tid för samiska, finska, meänkieli och romani chib, timmar

| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|--------------------------|--------------|---------------|------|------|------|------|
| Samiska | | | | | | |
| Vuxna | 1 324 | 1 321 | | | | |
| Barn upp till 12 år | 17 | 17 | | | | |
| Ungdomar 13–19 år | 52 | 52 | | | | |
| Summa samiska | 1 393 | 1 390 | | | | |
| Finska | | | | | | |
| Vuxna | 6 692 | 6 761 | | | | |
| Barn upp till 12 år | 148 | 147 | | | | |
| Ungdomar 13–19 år | 479 | 481 | | | | |
| Summa finska | 7 319 | 7 390 | | | | |
| Meänkieli | | | | | | |
| Vuxna | 569 | 545 | | | | |
| Barn upp till 12 år | 52 | 53 | | | | |
| Ungdomar 13–19 år | 182 | 233 | | | | |
| Summa meänkieli | 803 | 830 | | | | |
| Romani chib | | | | | | |
| Vuxna | 345 | 345 | | | | |
| Barn upp till 12 år | 8 | 11 | | | | |
| Ungdomar 13–19 år | 39 | 39 | | | | |
| Summa romani chib | 391 | 395 | | | | |
| Totalt | 9 907 | 10 005 | | | | |

7.6.3 Samiska

Sameradion sänder inom alla programkategorier och för alla åldersgrupper. Redaktionen granskar och bevakar det samiska samhället och följer utvecklingen inom andra urfolks-samhällen i världen. Huvudredaktionen ligger i Kiruna och medarbetare finns i Stockholm, Umeå, Arvidsjaur och Luleå.

2015 sände Sameradion i FM och i en webbkanal som även finns i mobilen. För att öka tillgängligheten för samisktalande över hela Sverige har magasinet *Radio Sápmi*, som tidigare i sin helhet endast sänts över norra Sverige, börjat sändas i P2 över hela landet.

2015 har Sveriges Radios och Sveriges Televisions samiska redaktioner fortsatt utvecklingen av sitt samarbete. Redaktionerna samordnas nu med gemensam chef och gemensam planeringsledare för innehållsproduktion för alla plattformar. Sameradion och SVT Sápmi deltar även i nyhetssamarbete med YLE:s och NRK:s samiska verksamheter.

Sameradion sände i samarbete med SVT Sápmi direkt på webben från Sametingets tre plenarmöten och från rättegången mellan staten och en sameby om rätten att förvalta småviltsjakt inom ett rennärsområde. Totalt sändes 110 timmar på webben.

Musiken består i huvudsak av samisk musik och jojk samt världsmusik och annan urfolksmusik. Samisk musik ingick i direktsändningen från samernas nationaldag den 6 februari i Jokkmokk.

Sameradion sände barnradio varje vecka, till exempel serien om Råven Robert. Även tre nyinspelningar har sänts: sju delar av *Tjejen som hade rimfrost i håret* och tolv delar om gruvstålet samt fem delar med barn som berättar. Utbudet på samiska för barn finns nu på ett tydligare sätt tillgängligt för lyssning i efterhand med en egen sida för *Manaidradio*.

I ungdomsprogrammen fortsatte Sameradion att bevaka den samiska musiken, nya artister lyftes fram och publiken mötte aktuella låtskrivare, jojkare, musiker och vokalister.

Sameradion har under 2015 lanserat ett publiknätverk och påbörjat arbetet med egna poddar.

Tabell 17. Marksänd tid för samiska fördelad på målgrupp och sändningstyp, timmar

| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|----------------------------------|--------------|--------------|------|------|------|------|
| Vuxna | | | | | | |
| Förstasändning | 676 | 673 | | | | |
| Parallelsändning | 518 | 548 | | | | |
| Repris | 131 | 101 | | | | |
| Summa vuxna | 1 324 | 1 321 | | | | |
| Barn upp till 12 år | | | | | | |
| Förstasändning | 9 | 9 | | | | |
| Parallelsändning | 9 | 9 | | | | |
| Repris | 0 | 0 | | | | |
| Summa barn upp till 12 år | 17 | 17 | | | | |
| Ungdomar 13–19 år | | | | | | |
| Förstasändning | 26 | 26 | | | | |
| Parallelsändning | 26 | 26 | | | | |
| Repris | 0 | 0 | | | | |
| Summa ungdomar 13–19 år | 52 | 52 | | | | |
| Totalt samiska | 1 393 | 1 390 | | | | |

7.6.4 Sisuradio

En publikundersökning har visat att Sisuradio når framför allt de äldre sverigefinska lyssnarna i den första generationen, men lyckas sämre med de något yngre, andra och tredje generationens sverigefinnar. Av undersökningen framgår även att publiken är mer intresserad av program och nyheter som berör sverigefinnar i hela Sverige än enbart från det egna området.

Under 2015 har Sisuradio därför inom ramen för SRPU bedrivit ett omfattande förändringsarbete för att bättre kunna svara mot den sverigefinska publikens behov och önskemål. Förändringen av Sisuradios innehåll är en del av Sveriges Radios övergripande utvecklingsarbete där FM-kanalernas profiler har förtydligats.

Samarbete med andra redaktioner inom SR har intensifierats, och Sisuradios program i FM följer nu respektive kanals profil.

Alla helt finskspråkiga program har samlats i P2 och P6 i FM-nätet. I P4 sänds tvåspråkiga program och nyheter för att nå den stora gruppen sverigefinnar som är intresserade av det finska språket och Sisuradios utbud, men som inte har tillräckliga språkkunskaper för att kunna ta del av nyheter på finska.

När en ny sändningstid i P2 nu har ersatt den tidigare tiden i P4 sänder Sisuradio inte längre sex regionala program parallellt. I stället sänds talkshowen *Iltapäivä* med röster och aktuella ämnen från hela landet. I P4 sänds på vardagarna tvåspråkiga *Nyheter från Sisuradio*. Ämnesvalen ligger inom Sisuradios specialbevakningsområden: minoritetspolitik på riksnivå, kommuner, landsting, skola och äldreomsorg, integrationsfrågor, kultur, språk och identitet.

En gränsöverskridande satsning är det tvåspråkiga programmet *Karlavagnen* i P4 på måndagar, vilket har fått en extra tonvikt på ämnen som rör ursprung, rötter och identitet. Lyssnarna kan medverka på finska och cirka vartannat samtal förs på finska.

Serien *Sverige är finskt* om sverigefinnarnas historia har sänts i P1. Över 700 000 boende i Sverige har finsk bakgrund och ännu många fler har någon typ av koppling till Finland eller till språket. Serien gjordes på svenska, men i programmen talades det på finska med ministrar, komiker och hiphoppare.

För P3 har Sisuradio producerat podden *Sverige – så funkar det*. Här vill Sisuradio sträcka ut handen till de många unga första generationens sverigefinska, men även till alla andra som är nya i landet: Hur hittar man en bostad, ett jobb, vänner eller kärlek i Sverige, hur fungerar de oskrivna sociala reglerna och koderna?

I barnprogrammet *Roketti* fortsätter arbetet med att skapa program för och med sverigefinska barn, ofta i samarbete med sverigefinska skolor. Projektet *Magiska skrinet* med barnsagor på de fem nationella minoritetsspråken återupptogs under 2015, och Sisuradio har bidragit med fem nyskrivna berättelser på finska. Sagorna översätts även till de övriga nationella minoritetsspråken och till svenska.

Tabell 18. Marksänd tid för finska fördelad på målgrupp och sändningstyp, timmar

| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|----------------------------------|--------------|--------------|------|------|------|------|
| Vuxna | | | | | | |
| Förstasändning | 4 697 | 4 371 | | | | |
| Parallelsändning | 1 371 | 1 475 | | | | |
| Repris | 624 | 915 | | | | |
| Summa vuxna | 6 692 | 6 761 | | | | |
| Barn upp till 12 år | | | | | | |
| Förstasändning | 35 | 69 | | | | |
| Parallelsändning | 70 | 69 | | | | |
| Repris | 44 | 9 | | | | |
| Summa barn upp till 12 år | 148 | 147 | | | | |
| Ungdomar 13–19 år | | | | | | |
| Förstasändning | 233 | 234 | | | | |
| Parallelsändning | 18 | 15 | | | | |
| Repris | 229 | 232 | | | | |
| Summa ungdomar 13–19 år | 479 | 481 | | | | |
| Totalt finska | 7 319 | 7 390 | | | | |

Ökningen av det finska utbudet är en konsekvens av de stora förändringar som gjorts och som resulterat i en helt ny tablå.

7.6.5 Meänkieli

Sveriges Radios redaktion för meänkieli finns i Pajala och Luleå. Fokus är att spegla språk och identitet. *Meänraatio* är en vardagsnära radio med en levande dialog med publiken i vardagen, på Konsum, i det publiknätverk som byggts upp och i ökande utsträckning i sociala medier.

Samarbetet över kanal- och landsgränser har under 2015 ökat och inspirerat. Utöver det samarbete som under många år utvecklats med YLE och NRK om livet i Barentsregionen har även samarbeten med redaktioner inom Sveriges Radio etablerats. Detta är en del av SRPU-uppdraget att bättra nå minoritetspublikerna men också att ge majoritetspublikerna bättre kunskap om Sveriges minoriteter. I P4 Norrbotten har meänkieli och *Meänraatios* medarbetare hörts mer än tidigare, och i P1 har sommarserien *Motströms i Tornedalen* sänts.

Gränslöst har nu blivit en etablerad del av utbudet. Programmet når med ämnesval och tilltal en yngre publik och har som mål att få unga som förstår språket att lära sig mer och våga använda det. Meänkieli är huvudspråk, men det förekommer inslag av svenska. Interaktiviteten och samverkan med publiken ökar genom aktivt arbete i sociala medier. Varje månad direktsänds ett språkfrågeprogram där lyssnarna kan ställa frågor om och diskutera språket.

För att göra utbudet mer tillgängligt för dem som inte helt behärskar meänkieli översätts alla texter på webben till svenska.

För barn sänds varje vecka ett tiominutersprogram i *Meänraatio* med sagor, berättelser, frågeprogram och historiska återblickar. *Meänraatios* barnprogram har på ett tydligare sätt samlats på webben under en gemensam rubrik för att underlätta möjligheten till lyssning i efterhand.

Arbete har lagts på att få bättre planering, bemanning och ekonomi, med målet att *Meänraatio* ska kunna fylla uppdraget att vara en nationell kanal som är tillgänglig och relevant för tornedalingar, oavsett var de bor. För att nå dit måste *Meänraatio* vara agendasettande och kulturskapande, ha ett kvalitativt och tillgängligt barnutbud och kunna agera professionellt på alla plattformar med ett utökat utbud i sociala medier och på webben.

Tabell 19. Marksänd tid för meänkieli fördelad på målgrupp och sändningstyp, timmar

| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|----------------------------------|------------|------------|------|------|------|------|
| Vuxna | | | | | | |
| Förstasändning | 268 | 259 | | | | |
| Parallelsändning | 274 | 248 | | | | |
| Repris | 27 | 37 | | | | |
| Summa vuxna | 569 | 545 | | | | |
| Barn upp till 12 år | | | | | | |
| Förstasändning | 8 | 26 | | | | |
| Parallelsändning | 26 | 26 | | | | |
| Repris | 17 | 0 | | | | |
| Summa barn upp till 12 år | 52 | 53 | | | | |
| Ungdomar 13–19 år | | | | | | |
| Förstasändning | 64 | 89 | | | | |
| Parallelsändning | 66 | 92 | | | | |
| Repris | 52 | 52 | | | | |
| Summa ungdomar 13–19 år | 182 | 233 | | | | |
| Totalt meänkieli | 803 | 830 | | | | |

7.6.6 Romani chib

Under 2015 konsoliderades FM-sändningens aktualitetsformat och samtidigt utvecklades formerna för publikkontakt via sociala medier. Många av uppslagen var tips från sociala medier.

Rapporteringen under året präglades av uppföljning av tidigare projekt och fördjupningar i exempelvis utbildnings- och omsorgsfrågor. Redaktionen bevakade kulturevenemang, bland annat genom direktrapporter från kulturfestivaler i Malmö och Stockholm. Den 8 april direktrapporterade reportrar från fyra platser i Sverige om firandet av romernas internationella dag.

I syfte att göra utbudet mer tillgängligt för målgruppen och höja kvaliteten flyttades i oktober Radio Romanos sändningstider i P2 och P6 till senare på eftermiddagen.

För att informera om tablåförändringen, genomförde Radio Romano en turné till fem platser med relativt stor romsk befolkning – Malmö, Göteborg, Trollhättan, Linköping och Haninge-Brandbergen. Redaktionen direktsände delar av programmet från dessa platser och publiken inbjöds att komma med önskemål och förslag. Före och efter programmet var medarbetare tillgängliga för att synliggöra den redaktionella verksamheten och diskutera med publiken. Turnén kompletterades med Facebookevent.

I samarbete med *Barnradion* och inom ramen för *Magiska skrinet* producerades fem nya specialskrivna sagor för den yngsta publiken. Berättelsen *Katitzi* återutsändes på romani. Denna serie har fått förnyad aktualitet utifrån EU-migranternas utsatta situation och den uppmärksammade dokumentärfilmen om Katarina Taikon.

För att öka förståelsen för och kunskapen om den romska minoriteten och Sveriges Radios minoritetsspråksuppdrag genomfördes i samarbete med Sveriges Television ett utbildningsseminarium med representanter för romska organisationer, inbjudna gästföreläsare och personal från redaktioner inom Sveriges Radio.

Tabell 20. Marksänd tid för romani chib fördelad på målgrupp och sändningstyp, timmar

| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|----------------------------------|------------|-------------|------|------|------|------|
| Vuxna | | | | | | |
| Förstasändning | 115 | 115 | | | | |
| Parallelsändning | 115 | 115 | | | | |
| Repris | 115 | 115 | | | | |
| Summa vuxna | 345 | 345 | | | | |
| Barn upp till 12 år | | | | | | |
| Förstasändning | 2,6 | 6,1 | | | | |
| Parallelsändning | 2,6 | 2,6 | | | | |
| Repris | 2,6 | 2,6 | | | | |
| Summa barn upp till 12 år | 7,8 | 11,3 | | | | |
| Ungdomar 13–19 år | | | | | | |
| Förstasändning | 13 | 13 | | | | |
| Parallelsändning | 13 | 13 | | | | |
| Repris | 13 | 13 | | | | |
| Summa ungdomar 13–19 år | 39 | 39 | | | | |
| Totalt romani chib | 392 | 395 | | | | |

Utbudet på romani chib för barn har ökat några timmar, genom att fler sagor sänts än tidigare år.

7.6.7 Jiddisch

Sveriges Radio har i många år på olika sätt uppmärksammat det nationella minoritetsspråket jiddisch i programverksamheten. Bland annat har sagor på jiddisch varit en del av satsningen *Magiska skrinet* som finns tillgänglig på webben och som kan laddas ned. Från och med 2014 sändes de nya sagorna även i FM-kanalen P6.

Under julhelgen sände P1 korta program på jiddisch som uppmärksammade hur språket lever i Sverige i dag. Även denna serie kommer att finnas för nedladdning.

Tabell 21. Marksänd tid för jiddisch fördelad på sändningstyp, timmar

| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|-----------------------|----------|----------|------|------|------|------|
| Förstasändning | 1 | 1 | | | | |
| Parallelsändning | 0 | 0 | | | | |
| Repris | 0 | 1 | | | | |
| Summa jiddisch | 1 | 2 | | | | |

7.6.8 Nyheter och aktualiteter på andra minoritetsspråk

Under 2015 fokuserade Radio Swedens redaktioner på att ta fram och publicera egna nyheter om Sverige och svenska förhållanden. Arbetet har varit framgångsrikt både i termer av antal nyheter och spridning. Flera av de egna nyheterna fick bra spridning inom och utanför Sveriges Radio.

I mars kartlade alla språkredaktioner i samarbete med Sisuradio tillgången till äldreomsorg på andra språk än svenska. En stor majoritet av kommunerna saknar sådan omsorg och planer på att bygga ut den. Materialet publicerades på tio språk. Dessutom sände *Ekot* och nio lokala kanaler undersökningens resultat med egna uppföljningar.

Radio Swedens redaktioner har även bidragit till ett antal nyhetssamarbeten. De arabiska, kurdiska, persiska och somaliska redaktionerna deltog i *Ekots* projekt *#100 röster*. Radio Swedens medarbetare publicerade enkäterna på sina egna språk och efterlyste berättelser i sociala medier.

I samband med den flyktingvåg som startade i september skickades tre reportrar ut för att rapportera om det som hände. Arabiska och kurdiska prioriterades då många av flyktingarna kan dessa språk. Reportrarna lämnade berättelser om människoöden, svårigheter flyktingarna mötte, frivilliga insatser för att stödja flyktingar, svenska myndigheters attityder och om åtgärder för att möta flyktingarna.

Flyktingströmmen och allt som förknippas med den dominerade Radio Swedens bevakning under hösten: vad de skiftande politiska överenskommelserna innebär, hur Sveriges inställning som mottagarland förändrats, hur mottagningen ser ut, vilka regler som gäller för olika grupper av asylsökande, vilka särskilda rättigheter man har med mera. Ett exempel är arabiska redaktionens poddsändning om stöd vid funktionsnedsättning – vilka hjälpmedel man kan söka och vart man vänder sig för att få hjälp när det gäller synskadade och rullstolsburna.

FM-sändningarna har mycket begränsad räckvidd. Satsningen på digitala plattformar, som webb och mobil samt sociala medier, har betydligt större möjligheter att nå målgrupperna med nyheter och aktualiteter.

Radio Sweden gjorde därför en stor omläggning i början av oktober då kurdiska, persiska och somaliska lämnade FM som distributionsplattform för att prioritera publiceringar på webben och sociala medier. Engelska och arabiska sänds fortsatt i FM men i mindre omfattning. Förändringen är resultatet av ett långt målmedvetet arbete för att nå språkgrupperna där de finns.

Tabell 22. Marksänd tid fördelad på andra minoritetsspråk och sändningstyp, timmar

| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|------------------------|--------------|--------------|------|------|------|------|
| Arabiska | | | | | | |
| Förstasändning | 131 | 107 | | | | |
| Parallelsändning | 131 | 113 | | | | |
| Repris | 131 | 107 | | | | |
| Summa arabiska | 392 | 325 | | | | |
| Kurdiska | | | | | | |
| Förstasändning | 131 | 101 | | | | |
| Parallelsändning | 131 | 101 | | | | |
| Repris | 131 | 101 | | | | |
| Summa kurdiska | 392 | 302 | | | | |
| Persiska | | | | | | |
| Förstasändning | 79 | 60 | | | | |
| Parallelsändning | 79 | 60 | | | | |
| Repris | 79 | 60 | | | | |
| Summa persiska | 236 | 180 | | | | |
| Somaliska | | | | | | |
| Förstasändning | 52 | 41 | | | | |
| Parallelsändning | 52 | 41 | | | | |
| Repris | 52 | 41 | | | | |
| Summa somaliska | 156 | 122 | | | | |
| Engelska | | | | | | |
| Förstasändning | 131 | 107 | | | | |
| Parallelsändning | 131 | 113 | | | | |
| Repris | 131 | 107 | | | | |
| Summa engelska | 392 | 325 | | | | |
| Totalt | 1 566 | 1 254 | | | | |

Minskningen av marksänd tid är en konsekvens av de förändringar som beskrivits ovan.

I tabell 23 redovisas antalet startade ljudklipp för lyssning via internet i november 2015 jämfört med november 2014.

Tabell 23. Startade ljudklipp

| | 2014 | 2015 |
|---------------|---------------|----------------|
| Arabiska | 2 174 | 15 407 |
| Kurdiska | 663 | 2 810 |
| Persiska | 2 844 | 35 869 |
| Somaliska | 6 629 | 65 117 |
| Engelska | 1 866 | 4 812 |
| Totalt | 14 176 | 124 015 |

Den kraftiga ökningen kom i november 2015 efter att flera av dessa minoritetsspråk hade flyttats från FM till webben och sociala medier. Den ökade lyssningen på ljudklipp har i huvudsak tre orsaker:

- förflyttningen till digitala plattformar
- nyhetsläget för målgruppen har ökat i takt med flyktingströmmarna i Europa
- ett kraftigt ökat intresse för att ta del av och dela Radio Swedens publiceringar på sociala plattformar.

Utvecklingen av lyssningen via internet bekräftar att det är där dessa målgrupper nås.

7.7 Variation i produktionsformer

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 utomstående medverkan i den egna programproduktionen.
(Sveriges Radios sändningstillstånd, § 7)

Externa medverkande och produktionsbolag behövs för att Sveriges Radio ska uppfylla företagets uttalade mål om kvalitet och mångfald i utbudet. De breddar, fördjupar och höjer kvaliteten och hjälper till att spegla hela landet inte enbart geografiskt utan också i fråga om befolkningens sammansättning. Sveriges Radio slår vakt om och är beroende av denna mångfald för en fortsatt positiv utveckling.

Frilansare och bolag medverkar i en rad olika former och inom de flesta programkategorier. De enda programformer som Sveriges Radio inte beställer av externa producenter är nyhetssändningar och nyhetsprogram vilka uteslutande produceras inom de egna redaktionerna.

En övervägande del av det samlade utbudet är moderna nyhets- och aktualitetsflöden som produceras av redaktioner i hela landet. Här bidrar utomstående för att skapa ökad kvalitet, men – på grund av produktionens integrerade särart – inte mätbar kvantitet. I andra delar av utbudet finns en mer traditionell tablålagd programradio där det är tydligare hur utomstående medverkande och bolag berikar i både kvantitativ och kvalitativ bemärkelse.

Det här sättet att producera leder till att Sveriges Radio redovisar utomståendes medverkan i programutbudet mätt i resurser.

Tabell 24. Utomstående medverkan i Sveriges Radios programutbud, mnkr

| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|--|--------------|--------------|------|------|------|------|
| Medverkande och programanställda | | | | | | |
| Medverkande | 46,9 | 44,2 | | | | |
| Programanställda | 92,5 | 102,0 | | | | |
| Delsumma | 139,4 | 146,1 | | | | |
| Andra slags produktionssamarbeten | | | | | | |
| Anlitade bolag | 150,0 | 157,2 | | | | |
| Samproduktioner | 2,9 | 2,7 | | | | |
| Förvärv av sändningsrätter | 0,5 | 0,6 | | | | |
| Delsumma | 153,4 | 160,5 | | | | |
| Musikrättigheter | 131,1 | 153,5 | | | | |
| Totalt utomstående medverkan | 423,9 | 460,2 | | | | |

Sveriges Radios kostnader för utomstående medverkan uppgick år 2015 till 460,2 mnkr, varav musikrättigheter 153,5 mnkr.

Utomstående medverkan i egen produktion

Skådespelare, dramatiker, regissörer, musiker, litteratur- och filmvetare med flera engageras i kulturprogrammen och bidrar till att Sveriges Radios vision att vara landets ledande kulturskapare förverkligas. Frilansmedarbetare anlitas av kulturredaktionen för produktion av kulturdokumentärer. I program som *Kulturnytt*, *Bokcirkeln* och *OBS* medverkar författare, forskare, debattörer och recensenter. Radioteaterns produktion är till största delen skapad av regissörer och dramatiker utanför företaget. Alla skådespelarna är utomstående.

Musikkompetensen i *Kulturnytt* är hög och bibehålls genom att externa medarbetare i P2 är knutna till programmet i Stockholm och Göteborg.

Populärkultur och nöje presenteras varje vardag i *PP3* och i *Humorhimlen* i P3 medverkar komiker med nyskriven humor.

I alla lokala kanaler bidrar musiker, frilansande journalister, experter och lokala kulturpersonligheter med kunskap och perspektiv.

Flertalet dokumentärmakare är utomstående.

På musikens område breddar Sveriges Radio den interna produktionen genom att hämta utomstående kompetens till en rad olika musikprogram i P2, P3 och P4.

Klingan i P2 har gästprogramledare en gång i månaden och extern medverkan i varje program. *Kalejdoskop* i P2 görs med extern medverkan 42 veckor om året. *Jazzradion* i P2 innehåller varje vecka minst ett inslag som producerats av extern medverkande, oftast i form av en personlig krönika om fenomen i jazz-Sverige. Lokalt över Stockholm sänds *P2 Klassiskt* som två veckor av fyra innehåller två timmars externt producerad presentation.

En stor del av produktionen av livemusik i P4 görs av utomstående.

Experter bidrar med sakkunskap i paneler, som kommentatorer och genom att besvara lyssnarfrågor i exempelvis *Språket*, *Naturmorgon* och *Odla med P1*. *Filosofiska rummet* och *P1 Debatt* bygger på externa medverkande. Likaså används frilansare och externa bolag av Sveriges Radios vetenskapsredaktion för att berika och fördjupa bland annat *Vetandets värld*.

Välkända och personliga programledare som engageras på frilansbasis eller i bolagsform är med och skapar flera av Sveriges Radios mest populära program. Sådana profiler är till exempel Erik Blix i *P4 Extra*, Alexandra Pascalidou i *Ring P1* samt Christer Lundberg och Måns Nilsson i den nya radioshowen *Kvällspasset i P4*. P3 bygger till stor del kanalen på externa programledare och programanställda medarbetare som själva tillhör målgruppen och som bidrar med ett ungt tilltal. *Morgonpasset i P3* har med sina många olika personligheter en stark förankring i publiken.

Utläggningar till och samarbeten med externa produktionsbolag

Sveriges Radio har under 2015 samarbetat med många produktionsbolag från olika delar av landet. Syftet är att få en bredd i utbudet genom att människor från olika miljöer och i olika åldrar kommer till tals.

Produktionsbolag anlitas för såväl korta produktioner som serier vilka sänds regelbundet över längre tid. I P1 är bland annat *Plånboken*, *Stil* och *Kropp & Själ* serier som sänds under hela året, medan *I lagens namn* sändes under åtta sommarveckor i P1.

Även för *Musikguiden i P3* läggs en stor del av produktionen ut externt. Ett exempel är serien *Följer pengarna* som producerats av bolaget Rundfunk Media.

Även längre och kortare serier om speciella ämnen görs som externa bolagsproduktioner. Några exempel:

- Tengby Produktion AB producerar för P1 *Meny* om mat, livsmedel och kost.
- Tintenfisch har producerat *Elektroniskt i P2*.
- För ungdomar har A-One Produktion AB producerat bland annat *P3 Spel*, evenemanget *P3 Älskar* och podden *Starcraft 2*.
- Massa Media i Piteå AB producerar dansbandsmusikprogrammen *P4 Dans*.
- För barn har Produktionsbolaget Munck AB producerat bland annat podden *1000 modiga frågor*, inslag till *Junior i P4* och samproduktionen *Sommarlov i P4* som har starka kopplingar till SVT-produktionen *Sommarlov*.

En produktionsform, som ännu inte är så stor inom radiovärlden är inköp av sändningsrätter från externa bolag. *Guldklavengalan i P4* är ett sådant exempel där Sveriges Radio endast köpt sändningsrätt och det producerande bolaget har rätt att sälja programmet vidare.

På initiativ från Sveriges Radio genomfördes det första gemensamma nordiska inköpet av en programserie, då Sveriges Radio, Danmarks Radio, finska YLE och norska NRK köpte in *Romer och musik* producerad av det danska bolaget Birgitta Tollan Media.

Tabell 25. Antal arvoderade medverkande

| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|-------|-------|-------|------|------|------|------|
| Antal | 2 220 | 1 967 | | | | |

Tabell 25 visar antalet arvoderade medverkande, exklusive programanställda. Medverkande som deltar i flera program redovisas endast en gång. Utöver arvoderade medverkande medverkar en mängd experter, företrädare för organisationer och företag, politiker med mera i Sveriges Radios kanaler utan att de arvoderas.

Tabell 26. Antal anlitade bolag för programproduktion

| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|-------------------|--------------|--------------|------|------|------|------|
| Stockholm | 977 | 1 038 | | | | |
| Berwaldhallen | 209 | 177 | | | | |
| SR Blekinge | 5 | 9 | | | | |
| SR Dalarna | 18 | 7 | | | | |
| SR Gotland | 16 | 29 | | | | |
| SR Gävleborg | 19 | 13 | | | | |
| SR Göteborg | 236 | 184 | | | | |
| SR Halland | 21 | 13 | | | | |
| SR Jämtland | 35 | 16 | | | | |
| SR Jönköping | 18 | 24 | | | | |
| SR Kalmar | 16 | 14 | | | | |
| SR Kristianstad | 30 | 25 | | | | |
| SR Kronoberg | 38 | 34 | | | | |
| SR Malmöhus | 154 | 168 | | | | |
| SR Norrbotten | 67 | 112 | | | | |
| SR Sjuhärad | 10 | 10 | | | | |
| SR Skaraborg | 45 | 38 | | | | |
| SR Stockholm | 140 | 103 | | | | |
| SR Sörmland | 34 | 20 | | | | |
| SR Uppland | 81 | 83 | | | | |
| SR Värmland | 32 | 33 | | | | |
| SR Väst | 12 | 16 | | | | |
| SR Västerbotten | 56 | 57 | | | | |
| SR Västernorrland | 34 | 24 | | | | |
| SR Västmanland | 13 | 12 | | | | |
| SR Örebro | 22 | 10 | | | | |
| SR Östergötland | 16 | 30 | | | | |
| SR Programteknik | 6 | 8 | | | | |
| Totalt | 2 360 | 2 307 | | | | |

Tabell 26 visar antalet anlitade bolag per redaktion. Några bolag har anlitats av flera redaktioner vilket innebär att dessa bolag redovisas på flera ställen. Om beställningarna från flera redaktioner enbart räknas en gång blir summan anlitade bolag 1 898.

Mängden produktioner skiljer mellan bolagen, några har levererat många program eller serier, medan andra endast haft enstaka uppdrag eller medverkat i Sveriges Radios egna produktioner. Merparten av de anlitade bolagen är enmansbolag.

Till de största leverantörerna hör Produktionsbolaget Munck AB, Filt AB, Svenska Medietjänster AB, Massa Media i Piteå AB, A-One Produktion AB, Tredje Statsmakten Media AB, Produktionsbolaget Prata, Blixtexter AB och Lokatt Media HB.

För de olika formerna av utomstående medverkan använde Sveriges Radio 460,2 mnkr, varav musikrättigheter 153,5 mnkr.

7.8 Det breda anslaget

Sveriges Radio ska erbjuda ett mångsidigt programutbud, som omfattar allt från det breda anslaget till mer särpräglade programtyper. Stora delar av publiken lyssnar regelbundet på utbudet inom dessa breda programkategorier.

7.8.1 Sport

2015 var damfotbollen mer i fokus än någonsin tidigare. Den största publika framgången var också den enskilt största satsningen, skid-VM i Falun. Radiosporten sände samtliga lopp och gjorde extrainsatta VM-program inför start.

Träningslandskampen mellan Sverige och Iran direktsändes på både svenska och persiska i ett samarbete mellan Radiosporten och Radio Sveriges persiska redaktion.

Under 2015 systematiserades arbetet med *Radiosporten Dokument* som sänds i FM och kan laddas ner som podd. I programmen sammanfattas eller fördjupas tidigare idrottshändelser eller fenomen med nya infallsvinklar.

Tabell 27. Marksänd tid för Sport fördelad på sändningstyp, timmar

| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|------------------|--------------|--------------|------|------|------|------|
| Förstasändning | 2 864 | 2 500 | | | | |
| Parallelsändning | 147 | 155 | | | | |
| Repris | 1 | 23 | | | | |
| Totalt | 3 012 | 2 678 | | | | |

7.8.2 Livsstil

I programkategorin Livsstil finns program och inslag som rör människors vardag, fritid och relationer. Programmen vill ge både nytta och glädje. Ämnen och inriktning varierar beroende på kanal och målgrupp. Publiken erbjuds tips och råd, men också berättelser om människors olika livsval och intressen. Många av programmen innehåller publikmedverkan, lyssnarna kan ställa frågor eller bidra med lösningar.

Bland livsstilsprogrammen finns till exempel:

- *Känsligt läge*, en serie i P1 om spelregler och känsliga frågor på jobbet.
- *Relationsradion* i P3 som tar upp frågor kring kärleksrelationer men även frågor om hur man umgås med familj, kompisar och på jobbet.
- *Ligga med P3* där lyssnarna får guidning kring sex och relationer.
- *Fråga Bildoktorn* där Bosse Bildoktorn ger råd om bilar i P4.
- I de lokala P4-kanalernas förmiddagsprogram har livsstilsinslagen en given plats. En hälsopedagog medverkar i P4 Gotlands förmiddag och i P4 Västmanland fångar kocken Amir Kheirmand (Sveriges mästerkock 2014) upp trender inom kost och matlagning.

Tabell 28. Marksänd tid för Livsstil fördelad på sändningstyp, timmar

| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|------------------|--------------|--------------|------|------|------|------|
| Förstasändning | 3 726 | 4 149 | | | | |
| Parallelsändning | 248 | 184 | | | | |
| Repris | 349 | 422 | | | | |
| Totalt | 4 322 | 4 755 | | | | |

7.8.3 Underhållning

Underhållning spelar en viktig roll för den breda förankringen bland lyssnarna. I de flesta av Sveriges Radios kanaler sänds program av underhållningskaraktär. Programmen skiljer sig dock mycket åt, beroende på kanalens inriktning.

Några exempel:

- *Lantzkampen* i P1 där kampen varje vecka står mellan två lag och frågorna baserar sig på nyheter från veckan som gått.
- *Bit för bit med Pia*, som är en av P2:s största lyssnarsuccéer, är nu inne på sin fjärde säsong.
- *Tankesmedjan* i P3, ett humor- och satirprogram om nyheter, aktuella ämnen och samhällsdebatter som har som mål att göra politik mer tillgänglig för en yngre publik
- Radioklassikern *Melodikrysset* i P4 firade 50-årsjubileum med en specialsändning från Dansbandsveckan i Malung. Varje vecka kommer det in mellan 35 000 och 50 000 lösningar.

Tabell 29. Marksänd tid för Underhållning fördelad på sändningstyp, timmar

| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|------------------|--------------|--------------|------|------|------|------|
| Förstasändning | 6 172 | 6 129 | | | | |
| Parallelsändning | 884 | 925 | | | | |
| Repris | 258 | 302 | | | | |
| Totalt | 7 314 | 7 356 | | | | |

7.9 Lokalt uppdrag

SR ska samtidigt sända fyra ljudradioprogram till hela landet, varav ett även ska ha regionalt uppdelat innehåll.

(Sveriges Radios sändningstillstånd, § 1)

Sveriges Radio P4 – 25 lokala kanaler och riksutbud

P4 är Sveriges största radiokanal. P4 är en aktuell, snabb och direktsänd radio som utgår från publikens behov av nära information. Kanalen är flexibel och ständigt redo att anpassas efter nyhetshändelser. Beredskap finns för att vara på plats och sända själv eller bistå vid rikssändning dygnet runt alla dagar. P4 genomsyras av att befolkningen har skilda förutsättningar, levnadsvillkor och bakgrund.

Kanalen har en stor bredd och bygger på publikens medverkan, bland annat genom lokala publiknätverk. Över 15 000 personer deltar i dessa nätverk, som bland annat syftar till att bredda perspektiven genom närmare kontakt med en blandad grupp lyssnare.

I P4 hörs barn i lokala paneler där de kan prata om aktuella händelser och sådant som berör dem.

P4 bjuder på nyskriven dramatik för barn, nyheter, sport och program av mer underhållande karaktär som musiktävlingen *Svensktoppen nästa*. Även kultur, dansbandsprogram och lokala evenemang erbjuds.

Tablåen utgår från tre block: morgon, förmiddag och eftermiddag. Under morgon och eftermiddag är uppdateringen av lokala nyheter och nyheter från *Ekot*, aktualiteter, trafik- och service-information extra intensiv. Förmiddagen innehåller mer av kultur, nöje, livsstil och underhållande samtal, men även här finns nyheter, trafik och väder med som en röd tråd. På eftermiddagarna sänds *P4 Extra*.

På kvällarna sänds det nya aktualitets- och underhållningsprogrammet *Kvällspasset* i P4, *Klar-text* och *Sportextra* följt av *Karlavagnen*. På helgerna sänds *Ring så spelar vi*, *Melodikrysset* och *Svensktoppen* samt lokala nyheter, nyheter från *Ekot*, *P4 Extra*, sport och genreprogram om till exempel musik.

Fortsatt utvecklingsuppdrag för lokala kanaler

P4 har målet att bli snabbare, gå mer på djupet och sätta skeenden i sammanhang.

Förändringsarbetet har fördjupats under år 2015. En viktig del är att stärka rollen som förmedlare av lokala händelser. Nyheter publiceras nu så snart som möjligt i FM, på webben och i sociala medier.

Den egna originaljournalistiken prioriteras. Att granska makten och fördjupa är ett grundfundament i public service-uppdraget. De lokala P4-kanalerna har under året genomfört fler granskningar än tidigare. All journalistik som ger avtryck och är betydelsefull för publiken betonas, liksom att publiken ska vara med och skapa innehållet. Att knyta ihop den lokala världen med den globala är en del av uppdraget.

Programledaren har en ansvarsfull roll att leda lyssnarna genom dagen, hantera stora nyhets-händelser och diskutera vardagliga saker med gäster på ett professionellt och personligt vis.

För att kunna fortsätta bevaka storstädernas specifika situation och problematik vad gäller segregering, bostadsbrist, arbetsmarknad och socioekonomiska faktorer, har satsningen med storstadsreportrar, som påbörjades 2014, fortsatt 2015.

Stockholmskanalerna

Stockholm är en av Europas mest expansiva storstäder. Var fjärde invånare i Sverige kommer år 2022 bo i Stockholmsområdet och av dessa kommer var fjärde vara född i ett annat land.²² Sveriges Radio måste då på ett bättre sätt än nu kunna möta de nya lyssnarnas behov. Under året har utbudet förstärkts genom profilering av de lokala kanalerna i Stockholm – P4 Stockholm och P5 STHLM.

Störst förändring har det blivit för den kanal som tidigare var SR Metropol och som nu är P5 STHLM. Visionen är att bli den mest sociala radiokanalen i Europa där publiken på ett aktivt sätt är med, skapar innehåll och formar hur kanalen låter. P5 tar sig an dagens mest aktuella ämnen, oavsett om det handlar om politiska utspel, aktuella artister eller intervjuer med stockholmare. P5 STHLM har ett globalt/lokalt fokus, här hörs de lokala frågorna som är lika viktiga som de stora globala händelserna i världen. P5 sänder alltid lokalt och målgruppen är något yngre än för P4.

Systerkanalen P4 Stockholm är en underhållande aktualitets- och familjekanal. Kanalen strävar efter att bli den ledande storstadsradien i Europa. Den har ett lokalt perspektiv och fokuserar på nyheter, aktualiteter och trafik, men innehåller också P4:s riksprogram.

Båda kanalerna ska i större utsträckning än tidigare finnas närmare sin publik och med ett annat arbetssätt än tidigare. Länsreportrar som jobbar mobilt har etablerats i Vårby gård, Södertälje, Kista och Sollentuna. Detta ska kompletteras med en helt mobil länsredaktion. SR Stockholm har öppnat en studio i Kulturhusets lokaler, varifrån P5 STHLM sänder inför publik som passerar på Drottninggatan. Sveriges Radio kommer närmare lyssnarna och lyssnarna kan lättare delta i sändningar och påverka innehållet.

²² Befolkningsprognos 2013-2022/45, Tillväxt- och regionplaneförvaltningen, Stockholms läns landsting.

Kanalerna har även inlett en satsning på publika möten runt om i länet. Målet med mötena är att genom debatt och diskussion lyfta en lokal fråga som engagerar. Genom detta når man förhoppningsvis en ny publik som berikar utbudet med nya perspektiv och historier.

7.10 Beredskap och viktig information till allmänheten

7.10.1 Risk- och sårbarhetsanalyser

SR ska utifrån en risk- och sårbarhetsanalys analysera och värdera sändningsverksamheten så att avbrott så långt som möjligt kan undvikas. Detta arbete ska ske efter samråd med Myndigheten för samhällsskydd och beredskap (MSB). Analysen ska resultera i beredskapsplaner vilka årligen före den 1 mars ska lämnas till Regeringskansliet (Kulturdepartementet) och till MSB för kännedom. Om högsta beredskap råder i landet ska SR utgöra en självständig organisation med totalförsvarsuppgifter och lyda direkt under regeringen.

(Sveriges Radios sändningstillstånd, § 24)

Som en del av en regelbunden beredskapsplanering genomförs risk- och sårbarhetsanalyser på kritiska funktioner för produktion och distribution.

På regeringens uppdrag vidmakthålls reservfunktioner för etermedia för att säkerställa distribution och utsändning av Viktigt Meddelande till Allmänheten (VMA), krisinformation och nyheter. För att kunna upprätthålla sändningar under svåra påfrestningar, har Sveriges Radio ett beredskapsavtal med Teracom och Myndigheten för Samhällsskydd och Beredskap (MSB).

Sveriges Radio har deltagit i övningar med myndigheter och organisationer och övar även regelbundet internt. Kontinuitetsplaner utvecklas löpande för att säkra distribution och alternativa produktionsplatser med tillgång till försörjningssystem, information och kommunikation.

7.10.2 Service – viktig information till allmänheten

SR ska kostnadsfritt sända meddelanden som är av vikt för allmänheten om en myndighet begär det. (Sveriges Radios sändningstillstånd, § 22)

Ett av Sveriges Radios viktigaste uppdrag är att alltid kunna varna allmänheten vid fara. 2015 bröts FM-sändningarna vid ett dussin tillfällen för att varna befolkningen. I uppdraget ingår att vidareförmedla dessa varningar till Sveriges Television, TV4 med flera tv-kanaler. Sveriges Radio sänder även meddelandet i den privata lokalradion, om dessa har utrustning installerad.

Sveriges Radio har i ett samarbete med MSB och SMHI och via ett öppet API²³ gjort Viktigt Meddelande till Allmänheten (VMA) tillgängligt för alla krisaktörer att publicera på sina webbplatser. I likhet med andra API från Sveriges Radio, är det gratis att använda. När det finns ett intressant VMA publiceras detta automatiskt och när faran är över skickar Sveriges Radio ett meddelande varvid texten försvinner. Intresset från exempelvis kommuner är mycket stort eftersom det underlättar att snabbt komma ut med information. De första användarna är norrorts-kommuner i Stockholms län.

Nästa steg är att publicera meddelanden på andra språk än svenska.

²³ Application Programming Interface, strukturerat sätt att komma åt data i ett system.

Utöver VMA sänder Sveriges Radio trafik- och serviceinformation. Trafikredaktionen är bemannad dygnet runt och sänder även trafik- och servicerapporter i de lokala kanalerna under lokalradiotid och vid andra tidpunkter. På ett år sänds cirka 100 000 trafik- och servicerapporter. Publikkontakten är intensiv – runt 100 000 samtal kommer årligen in på tipstelefonnumret från personer som vill tipsa om händelser i trafiken. Vid oväder som stormen Egon i januari sände Trafikredaktionen mycket i samarbete med de lokala kanalerna.

Tabell 30. Marksänd tid för Service fördelad på sändningstyp, timmar

| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|------------------|--------------|--------------|------|------|------|------|
| Förstasändning | 2 271 | 2 273 | | | | |
| Parallelsändning | 3 | 0 | | | | |
| Repris | 3 | 4 | | | | |
| Totalt | 2 276 | 2 277 | | | | |

7.10.3 Utsändningskvalitet

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

(Sveriges Radios sändningstillstånd, § 4)

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

(Sveriges Radios sändningstillstånd, § 5)

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.

(Sveriges Radios sändningstillstånd, § 23)

Sveriges Radio sänder i marknätet cirka 155 000 timmar under ett år. Fel som kan leda till störningar och avbrott uppstår ibland. I förhållande till antalet sända timmar är det inte många fel, men felen är samtidigt viktiga att förstå, för att utsändningskvaliteten fortsatt ska kunna vara hög. Störningarna dokumenteras för att felen ska kunna identifieras och åtgärdas så att liknande händelser kan undvikas i framtiden.

Under 2015 har arbetet med uppdatering av kontinuitetsplanerna för de lokala kanalerna påbörjats. Syftet har främst varit att anpassa planerna till den tekniska utvecklingen där den analoga HF-tekniken ersätts av nya digitala lösningar.

Sju kontinuitetsövningar har genomförts. Målet är att ge god kännedom om förmågan att hantera oväntade situationer och om vad som kan behöva förbättras när det gäller rutiner, utbildning och samverkan.

Sveriges Radio har under året anpassat sändningsvägar till det nya distributionsnät som Teracom bygger upp. Den nya lösningen har ökad redundans och ger därmed en ökad tillgänglighet till sändningarna.

Sveriges Radio har även arbetat med stabiliteten i de digitala sändningarna via SR-appen och resultatet är att publiken får en stabilare lyssning med betydligt färre avbrott än tidigare.

7.11 Sveriges Radio 90 år – avgörande ögonblick

Sveriges Radio har under 90 år gett lyssnare många avgörande ögonblick. Det har varit skildringar från stora världshändelser, avgörande ögonblick i svensk historia, men kanske allra viktigast: genom radion har på olika sätt skapats många personliga avgörande ögonblick för lyssnare – ett inslag, ett program, ett musikstycke som spelat en avgörande roll i en människas liv.

Syftet med jubileumsåret har varit att visa Sveriges Radios bidrag till samhället och att SR är en viktig faktor i det demokratiska samhällets utveckling.

Jubileumsåret inleddes den 1 januari med ett minnesprogram i P4, på samma tid och datum som Sven Jerring för 90 år sedan påannonserade den första sändningen. Alla kanaler har på olika sätt uppmärksammat jubileet. Många program har också utifrån dagsaktuella händelser använt ljudklipp från arkivet för att bredda perspektivet.

Under året producerades tolv jubileumspoddar med teman som sport i radio, nyheter i radio och radion som folkbildare. Det har varit ett sätt att tematiskt ta fram klipp från arkivet och sätta in dem i en modern kontext. Lyssningen på dessa poddar har varit hög. Lyssningsstugor placerades runt om i landet där förbipasserande kunde lyssna på inslag och klipp från olika decennier.

På en kampanjsajt sammanställdes omkring 500 korta arkivklipp i tio kategorier. Lyssnarna röstade på det klipp i varje kategori som de ansåg borde sparas till eftervärlden. Nästan 200 000 besökte webbplatsen och röstade, varav många yngre. Den har också använts i skolundervisning i historia och samhällskunskap.

De vinnande bidragen förpackades i konstverk som tagits fram i samarbete med elever från Konstfack. I slutet av året invigdes det vinnande förslaget, som nu fått sin placering i entrén till Radiohusets i Stockholm.

De bästa klippen blev också en bild- och ljudutställning, som under hösten visats på publika platser. I samband med utställningen har de lokala kanalerna bjudit in publiken till specialsändningar kring Sveriges Radios första 90 år och spanat mot framtiden. Flera framåtsyftande publika seminarier har också arrangerats där man diskuterat mediemarknadens framtid med utgångspunkt från jubileet.

I augusti firades en jubileumsföreställning i Berwaldhallen där Sveriges Radio inför 1 200 inbjudna gäster visade sin bredd i tal och musik. Föreställningen sändes i P2, P4 och Sveriges Television.

8 Publiken – användarna

8.1 Sveriges Radios publik

Sveriges Radio har fortsatt en stark relation till en stor publik. Allmänhetens förtroende är högt. Sveriges Radio bedöms av de allra flesta svenskar som viktig för nyhetsförmedlingen, viktig för kulturupplevelser i Sverige och värd licenspengarna.²⁴

Radion har blivit ännu mer tillgänglig tack vare möjligheten att lyssna på program i efterhand när man själv vill. Sveriges Radios närvaro i sociala medier gör dessutom att den egna radio-upplevelsen kan delas med andra och få ytterligare spridning. Varje dag lyssnar 4,9 miljoner på någon av Sveriges Radios direktsända kanaler, de allra flesta via marksänd radio.²⁵

Men medielandskapet förändras snabbt. Digitalisering och globalisering ökar konkurrensen. Man konsumerar medier på egna villkor oberoende av tid, plats och de etablerade medieföretagens egna distributionskanaler, vilket innebär att fragmentiseringen ökar.

Sveriges Radios publika ambition för perioden 2014–2019 är att behålla en stark relation till publiken oavsett denna förändring i medielandskapet. Visionen är att vara landets viktigaste medieföretag och ledande kulturskapare, trots att den svenska mediemarknaden i dag är global och digital.

Det ska ske genom att Sveriges Radio sätter agendan, behåller det höga förtroendet och möter publiken där den är; både genom att finnas på de distributionsplattformar där publiken finns och genom att möta publiken ansikte mot ansikte och i dialog.

Hur Sveriges Radio lyckas följs kontinuerligt upp med egna publikundersökningar och radio-branschens gemensamma lyssnarundersökningar.

Radio på tre ben

Sveriges Radios kontakt med publiken vilar på tre ben: marksänd radio, de internetbaserade plattformarna och sociala medier.

- Marksänd radio, huvudsakligen analoga FM-sändningar, är publikens vanligaste sätt att lyssna.²⁶ Via marksänd radio kan man enbart lyssna direktsänt på Sveriges Radios kanaler.
- De internetbaserade plattformarna, sajt och appar, blir allt viktigare i kontakten med publiken. Den vägen kan man lyssna på direktsända kanaler och program och klipp i efterhand eller enbart läsa till exempel nyheter och programinformation.
- Sociala medier är en tredje viktig kontaktväg till publiken och används för dialog och för att skapa relationer, men de utgör även en inkörsport till utbudet via exponering, länkning och delningar.

²⁴ Novus Group, Attitydundersökningen december 2015.

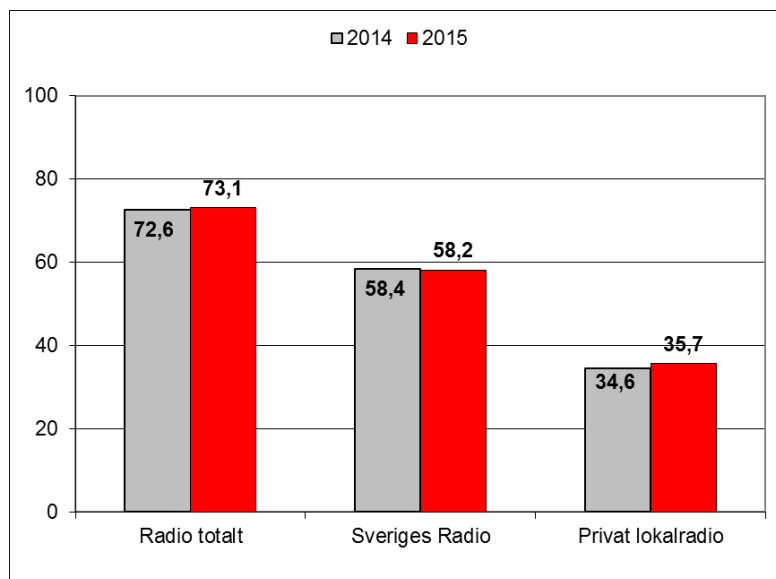
²⁵ TNS Sifos radioundersökningar, PPM-mätningar 2015 i åldern 12–79 år. 4 700 000 dagliga lyssnare, kompletterad med telefonundersökning av lyssnare äldre än 79 år.

²⁶ DAB/Digitalradio är också marksänd radio, men i Sveriges bedrivs endast begränsade försökssändningar över DAB-nätet.

Lyssning på radiokanaler

Den officiella branschvalutan för direktsänd radio innehåller allt direktlyssnande oavsett om lyssningen sker som marksänd radio eller via internet. TNS Sifo mäter lyssnandet i en panel som representerar Sveriges befolkning i åldersspannet 12 till 79 år. Metoden för mätningarna är PPM (Portable People Meter). TNS Sifo har under 2015 även genomfört en mätning (telefonintervjuer/Cati, urval 1 140 personer) för att kartlägga lyssnandet i gruppen över 79 år.

Diagram 5. Andel 12–79 år som hört något ett genomsnittligt dygn måndag–söndag, procent



Källa: TNS Sifo radiomätningar, PPM.

En genomsnittlig dag 2015 lyssnade 73 procent av svenskarna mellan 12 och 79 år, eller 5,7 miljoner personer, på radio. Det var något fler än 2014. Publiken inklusive åldersgruppen över 79 år var 6,1 miljoner. Under en vecka lyssnade 93 procent eller 7,3 miljoner (inklusive personer över 79 år 7,7 miljoner).

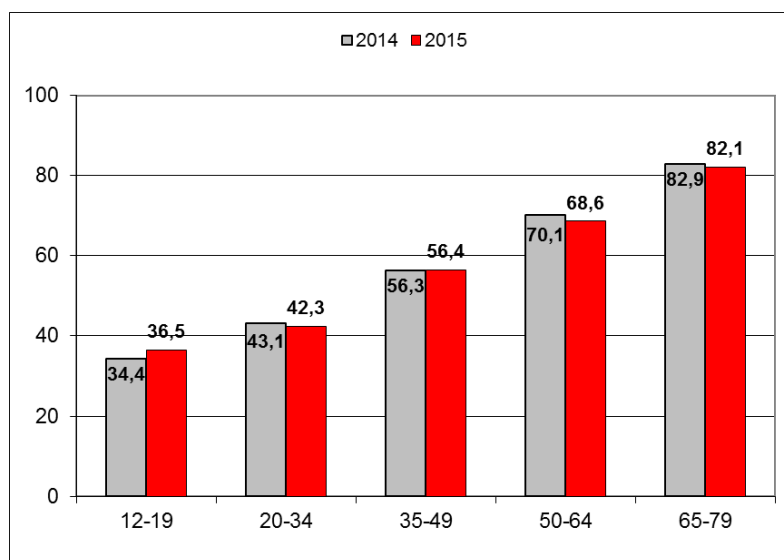
Sveriges Radios dygnsräckvidd 2015 var på samma nivå som 2014. I genomsnitt 58,2 procent av befolkningen mellan 12 och 79 år lyssnade, vilket motsvarar 4,6 miljoner personer. Inklusive lyssnarna över 79 år var publiken 4,9 miljoner. Veckoräckvidden var i genomsnitt 83 procent eller 6,5 miljoner personer mellan 12 och 79 år (inklusive publiken över 79 år 6,9 miljoner personer).

Lyssning i olika åldersgrupper

Sveriges Radios totala räckvidd i direktsända kanaler oavsett plattform är högre i äldre åldersgrupper än i yngre. Ett genomsnittligt dygn under 2015 lyssnade 36,5 procent i gruppen 12–19 år, 42,3 procent i gruppen 20–34 år, 56,4 procent i gruppen 35–49 år, 68,6 procent i gruppen 50–64 år och 82,1 procent i gruppen 65–79 år.

Det är något större andel av männen än av kvinnorna som lyssnar på Sveriges Radio en vanlig dag, 59,9 procent respektive 56,4 procent.

Diagram 6. Andel i olika åldersgrupper som lyssnat på Sveriges Radio ett genomsnittligt dygn måndag–söndag, procent



Källa: TNS Sifos radiomätningar PPM.

Lyssning på Sveriges Radios olika kanaler²⁷

P1 hade under 2015 i snitt 15,1 procent i daglig räckvidd, det vill säga 1 190 000 lyssnare mellan 12 och 79 år. Detta var samma nivå som 2014. I P1:s huvudmålgrupp, 20–79 år, var räckvidden 16,2 procent, och i gruppen 30–49 år nådde P1 i snitt 12,6 procent en vanlig dag. Räckvidden bland kvinnor var 14,8 procent och bland män 15,5 procent.

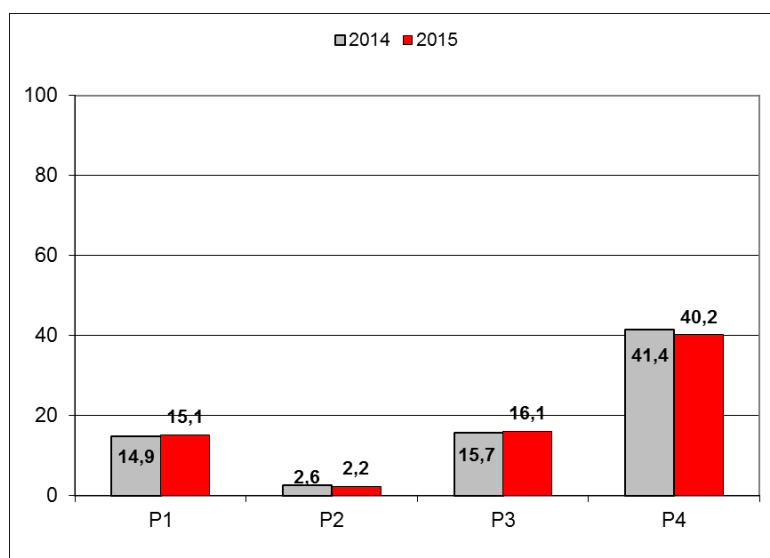
P2 hade under året en daglig räckvidd på 2,2 procent, vilket motsvarar 170 000 lyssnare. I huvudmålgruppen 20–79 år nådde kanalen 2,4 procent dagligen. Räckvidden bland kvinnor var 2 procent och bland män 2,3 procent.

P3 hade en daglig räckvidd i hela befolkningen på 16,1 procent eller 1 270 000 personer. Det är något högre än 2014. I gruppen 13–34 år var räckvidden 21,2 procent. I P3:s huvudmålgrupp 20–34 år hade kanalen en dygnsräckvidd på 25,8 procent. Räckvidden bland kvinnor var 14,2 procent och bland män 18,1 procent.

²⁷ Samtliga uppgifter från TNS Sifos radioundersökningar, PPM.

P4 är med en daglig räckvidd på 40,2 procent, eller 3 150 000 personer mellan 12 och 79 år, landets största radiokanal. P4:s lokala kanaler fortsätter ha en stark position på radiomarknaden även om lyssnandet 2015 var något lägre än 2014. Räckvidden bland kvinnor var 38,5 procent och bland män 41,8 procent.

Diagram 7. Andel 9–79 år som lyssnat något på Sveriges Radios kanaler direkt (FM och internet) ett genomsnittligt dygn måndag–söndag, procent



Källa: TNS Sifo radiomätningar PPM.

Lyssningstid och marknadsandel²⁸

I hela befolkningen läggs i genomsnitt 107 minuter per dygn på direktsänd radio, vilket är samma tid som 2014. Merparten, 82 minuter, spenderas på Sveriges Radios kanaler. Bland dem som lyssnar på radio är den genomsnittliga lyssningstiden 140 minuter per dygn.

Sveriges Radio har en marknadsandel (vilket beskrivs som andel av lyssnad tid) på 76 procent av den svenska radiomarknaden. Längst lyssnar man på P4, nästan två och en halv timme i snitt per dygn och lyssnare. På P1 lyssnar man i genomsnitt en timme och 45 minuter, på P2 och P3 lyssnar man strax över en timme.

Tabell 31. Marknadsandelar, procent

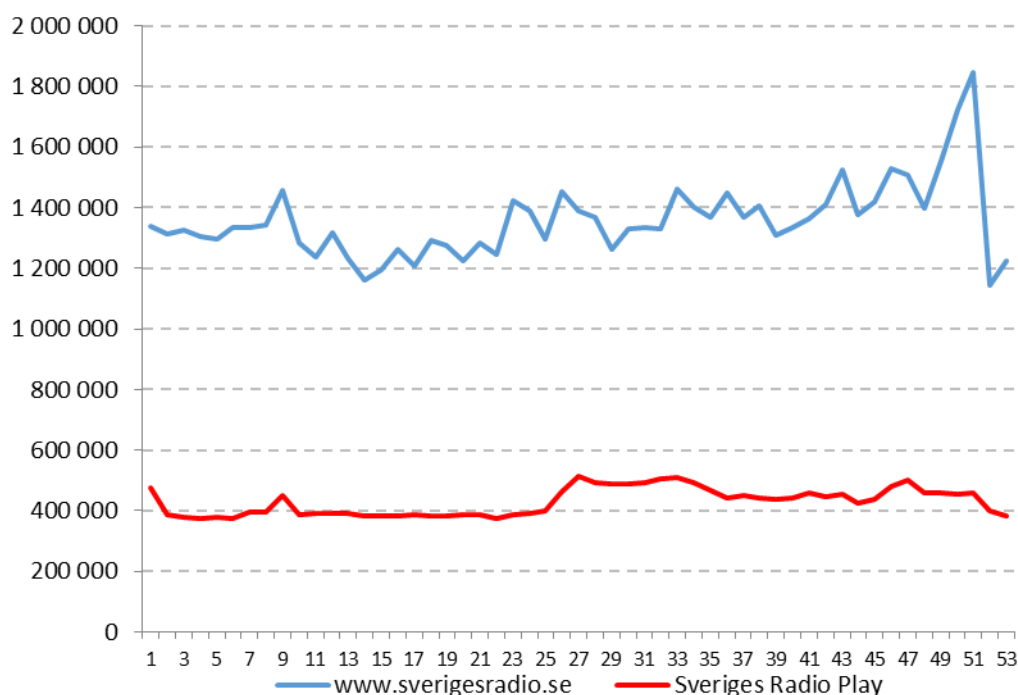
| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|-------------------|-------|-------|------|------|------|------|
| Sveriges Radio | 79 % | 76 % | | | | |
| Privat lokalradio | 21 % | 24 % | | | | |
| Summa | 100 % | 100 % | | | | |

²⁸ Samtliga uppgifter från TNS Sifos radioundersökningar, PPM.

Trafik på Sveriges Radios internetbaserade plattformar

Trafiken på de internetbaserade plattformarna mäts tekniskt med Google Analytics och registrerar webbläsare (för sajten) och enheter (*Sveriges Radio Play*). I diagram 8 redovisas veckosiffrorna 2015.

Diagram 8. Unika webbläsare vecka för vecka, 2015



Källa: Google Analytics.

Under en genomsnittlig vecka 2015 hade *sverigesradio.se* 1 360 000 unika webbläsare. Det är 9 procent högre än år 2014 och något högre tillväxttakt än år 2013. Som vanligt finns toppnoteringar som exempelvis skid-VM i februari och *Musikhjälpen* i december, men även sommarveckorna med *Sommar i P1* är en av de främsta orsakerna till toppnoteringarna. Nivån har varit mycket stadig och tydligt över 2014 års nivå, framför allt under sommarperioden och sen höst.

Den andel besök till sajten som görs via dator är inte längre störst, då ökningstakten för mobila besök fortsatt även 2015. Under året har 50 procent av besöken varje vecka gjorts via mobil eller surfplatta och 50 procent via dator. Under vissa perioder, framför allt semesterveckor och jul/nyår, men även under exempelvis veckan då attacken i Trollhättan skedde, är andelen mobila besök ännu högre än genomsnittet.

Användningen av appen *Sveriges Radio Play* fortsätter att öka mer än sajten. Det genomsnittliga antalet användare per vecka ökade med 19 procent till 430 000 under 2015. För appen är det även i år en tydlig ökning under sommarveckorna (*Sommar i P1*) och den högre nivån håller i sig mycket bra under hela resten av året, särskilt starkt under senhösten med nyhetsintensiva veckor och extrasändningar. Även skid-VM i februari gav utslag i användningen av appen.

Lyssningar på digitala plattformar

Lyssningsaktiviteten på Sveriges Radios digitala plattformar följs genom att redovisa antal lyckade starter på en liveström eller ett program/podd i efterhand. På samma sätt följs antalet starter för ljudklipp som finns på webbplatsen. Det ökade antalet användare av sajten och appen genererar i sin tur mer aktivitet kring lyssningen digitalt.

Om antalet starter för alla typer av ljud på Sveriges Radios egna plattformar (sajten och appen) summeras var det i genomsnitt 3,9 miljoner lyckade starter per vecka under 2015. Det är en ökning med 25 procent jämfört med 2014. Här kan man också jämföra med antalet konsumerade timmar per vecka, som under året totalt var nästan 2,7 miljoner timmar per vecka, en ökning på 16 procent.

Om detta delas upp på de olika ljudtyperna så ökar antalet lyckade starter för så kallad direkt-lyssning på kanaler med 17 procent (1 560 000 starter vecka 2015), lyckade starter för efterhands-/poddlyssning med 36 procent (2 030 000 starter vecka 2015) och antalet lyckade starter för klipplyssning med 5 procent (255 000 starter/vecka 2015).

Det sker även lyssning utanför Sveriges Radios plattformar. En av de största är iTunes/Podcaster där det i första hand sker lyssning on demand (program/poddar). Antalet starter och nedladdningar på denna plattform har ökat med 49 procent jämfört med 2014. Totalt gjordes 840 000 starter/nedladdningar av material från Sveriges Radio per vecka på denna plattform under 2015.

Följare och gillare på sociala medier

Sveriges Radios redaktioner arbetar aktivt och kontinuerligt med sociala medier för publik-medverkan, samtal och för att nå ut med innehållet.

Antalet följare eller gillare för Sveriges Radios konton på sociala medier har en mycket stark utveckling under 2015. Bruttoantalet följare när man summerar dessa för Facebook, Twitter och Instagram uppskattas vid slutet av året till totalt 2 170 000 personer.

Jämfört med ett år tillbaka i tiden är det en ökning med 26 procent. Instagram har haft högst ökningstakt, men Facebook är fortfarande den största kanalen, dock ganska tätt följd av Twitter.

8.2 Publiken om Sveriges Radio

Sveriges Radio undersöker regelbundet hur publiken uppfattar Sveriges Radios utbud, om allmänheten upplever SR som agendasättande och en viktig röst i nyhetsförmedling och kulturliv samt om man har förtroende för företaget.

Undersökningen genomförs vid ungefär samma tidpunkt varje år, i månadsskiftet november/december, och följer utvecklingen från 2009 och framåt. Den görs av Novus Group på ett representativt urval ur Novus Sverigepanel och omfattar drygt 2 500 intervjuer.²⁹ Panelerna är riksrepresentativa avseende ålder, kön och region i åldersspannet 16–79 år.

²⁹ Novus Group, Attitydundersökningen december 2015.

Sveriges Radios programområden – viktighet respektive betyg

I undersökningen frågas hur viktiga Sveriges Radios program inom olika områden är och därefter vilket betyg de svarande ger Sveriges Radio på en femgradig skala inom varje programområde. Syftet är att se om allmänheten anser att Sveriges Radio prioriterar rätt i sitt utbud.

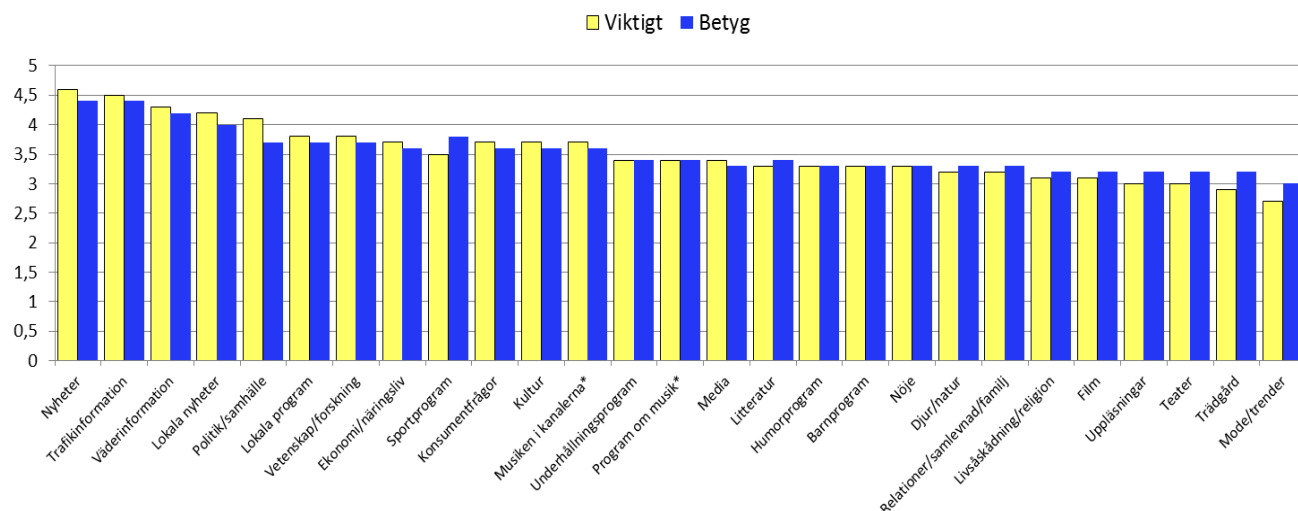
De som svarar anser att nyheter är det allra viktigaste programområdet följt av trafik- och väderinformation, lokala nyheter och politik/samhälle. Nyheter värderas högt av såväl yngre som äldre men värderas allra högst i de äldre åldersgrupperna.

Förväntningarna på Sveriges Radio är stabila och tycks inte särskilt påverkade av att så många fler kan leverera snabba nyheter samt trafik- och väderinformation, jämfört med för bara några år sedan.

91 procent av de tillfrågade svarade i december 2015 att nyheter är viktiga i Sveriges Radios utbud (lika stor andel som första mätåret 2009). 2015 svarade 88 procent att trafikinformation var viktigt (jämfört med 85 procent 2009). För lokala nyheter var andelen 80 procent 2009 och 81 procent 2015.

Under valåret 2014 nådde områdena politik/samhälle respektive ekonomi/näringsliv sina högsta nivåer hittills i mätserien (avseende viktighet respektive betyg). Båda dessa områden får 2015 något lägre betyg, men högre nivåer än 2013.

Diagram 9. 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?



Källa: Novus Group, Attitydundersökningen december 2015.

Generellt verkar Sveriges Radios prioriteringar stämma väl med allmänhetens preferenser. SR får genomgående höga betyg för utbudet och bäst är betygen inom de programområden som allmänheten anser är viktigast. Snittbetyget för nyheter respektive trafikinformation är högst; 4,4 på en femgradig skala.

Det råder överlag god balans mellan hur viktiga programmen anses vara och det betyg lyssnarna sätter på dem. Några områden sticker dock ut genom att få högre betyg än de är rankade när det gäller viktighet. Det gäller framför allt sport, trädgård och mode/trender. Ett område sticker ut när det gäller att få högre viktighet än betyg, nämligen politik/samhälle.

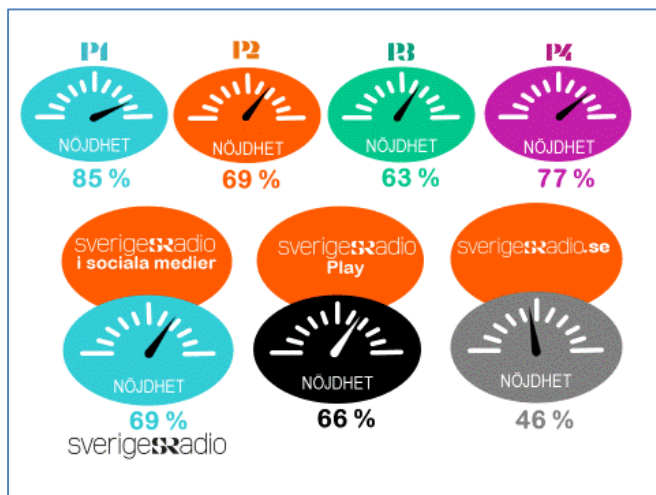
Nöjdhet med kanaler och internetbaserade plattformar

De som använder Sveriges Radio på olika plattformar får också frågan hur nöjda de är med det de får. För att få svara på frågor om kanalerna krävs att man lyssnat minst fem minuter de senaste månaderna och för sajten och *Sveriges Radio Play*-appen att man använt dem. De som får lämna omdöme om Sveriges Radio i sociala medier är de som följer/gillar Sveriges Radio där.

Allra nöjdast är P1-lyssnarna, följda av P4-lyssnarna. För P2 kan man anta att nöjdheten är något lägre eftersom kanalen har två uppdrag och två publikers, nämligen musik- och språkpublikerna.

För P3 är det viktigt att redovisa att bland den unga kanalens huvudmålgrupp, lyssnare i åldern 20–34 år, är 75 procent nöjda. Nöjdheten med Sveriges Radios webbplats är lägst, men ändå nära 50 procent. Den lägre nivån kan ha en liknande förklaring som för P2, att sajten innehåller så mycket och vänder sig till så många olika målgrupper att den inte kan optimera funktionerna för alla önskemål samtidigt.

Diagram 10. Nöjdhet med kanaler och internetbaserade plattformar



Att möta publiken där den är

Sveriges Radios strategiska mål att möta publiken där den är gäller såväl tekniskt på olika distributionsplattformar som att Sveriges Radio ska befinna sig i och rapportera om, allmänhetens verklighet och ha en dialog med publiken.

De internetbaserade plattformarna bidrar tydligt till att göra Sveriges Radio tillgängligt. 71 procent av allmänheten svarar att Sveriges Radio överlag finns tillgängligt på många olika sätt beroende på hur de vill lyssna.³⁰ 76 procent av sajtanvändarna svarar att webbplatsen gör att de kan lyssna/ta del av Sveriges Radio när, var och hur det passar dem, och 81 procent av användarna av appen svarar samma sak om *Sveriges Radio Play*.

Av dem som följer/gillar Sveriges Radio via sociala medier svarar 53 procent att det gör Sveriges Radio mer tillgängligt för dem. Hälften av dem svarar också att kontakten med Sveriges Radio i sociala medier gör att de upptäcker nya saker att lyssna på, att sociala medier ger dem en närmare relation till Sveriges Radio och möjlighet att delta i diskussioner.

³⁰ Novus Group, Attitydundersökningen december 2015, 16–79 år.

Att spegla hela landet och olika verkligheter i utbudet är också en viktig aspekt av att finnas där publiken är. 71 procent svarar att Sveriges Radio sänder nyheter från deras del av landet, 62 procent att det även sänds program från deras del av landet och 57 procent upplever att Sveriges Radio är ”nära deras verklighet”. 60 procent motsvarar ungefär Sveriges Radios dygnsräckvidd, så siffran kan tolkas som ett kvitto på att de som tar del av Sveriges Radios utbud också känner igen sig i det.

Samtidigt ska noteras att ungefär hälften även instämmer i att Sveriges Radio ger dem kunskap om olika människors liv och villkor i Sverige, om Europa och om världen utanför Europa, så Sveriges Radio ger inte enbart en spegling av den egna verkligheten.

Att drygt 40 procent inte upplever att Sveriges Radio är nära deras verklighet är dock en viktig påminnelse och skälet till att Sveriges Radio försöker bli ännu bättre inom detta område.

Agendasättande

Sveriges Radios mål att vara agendasättande stäms i första hand av mot allmänhetens uppfattning. Men mediebevaknings- och analysföretaget Retriever följer även, på uppdrag av Sveriges Radio, hur nyhetsredaktioner citeras av andra traditionella medieföretag. Statistiken visar tydligt att Sveriges Radios redaktioner gör ett stort avtryck i andra medier. Det gäller framför allt lokala kanaler och *Ekot*, men även Radio Sweden, Sameradion, *Studio Ett* och *P1-morgon* fick ett större genomslag 2015 jämfört med 2014.

Tabell 32. Utveckling över tid av hur några av Sveriges Radios nyhetsprogram citeras av andra medier, antal citat

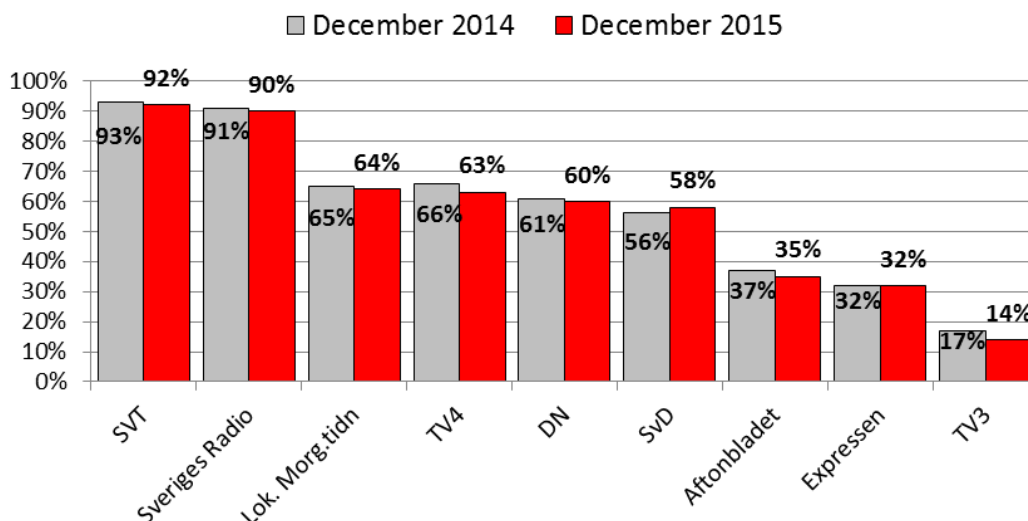
| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|-----------------------|---------------|---------------|------|------|------|------|
| Sveriges Radio lokalt | 41 658 | 44 687 | | | | |
| Ekot | 19 702 | 21 355 | | | | |
| Radiosporten | 3 646 | 3 576 | | | | |
| Kulturnytt | 4 886 | 3 942 | | | | |
| Vetenskapsradion | 2 407 | 1 609 | | | | |
| P1-morgon | 647 | 1 044 | | | | |
| Studio Ett | 307 | 555 | | | | |
| Sameradion | 105 | 292 | | | | |
| Sverigesradio.se | 242 | 239 | | | | |
| Radio Sweden | 18 | 141 | | | | |
| Sisuradio | 1 | 13 | | | | |
| Ekonomiekot | 80 | 36 | | | | |
| Ekots lördagsintervju | 419 | 513 | | | | |
| God morgon, världen! | 6 | 10 | | | | |
| Konflikt | 25 | 25 | | | | |
| Totalt | 74 131 | 77 896 | | | | |

Källa: Retriever december 2015.

Sedan 2009, då mätserien startade, har det totala antalet citat per år ökat från 35 000 till närmare 78 000.

Viktigast är ändå allmänhetens uppfattning. Sveriges Radio ställer därför frågan om allmänheten anser att SR är en viktig röst i nyhets- och kulturutbudet.

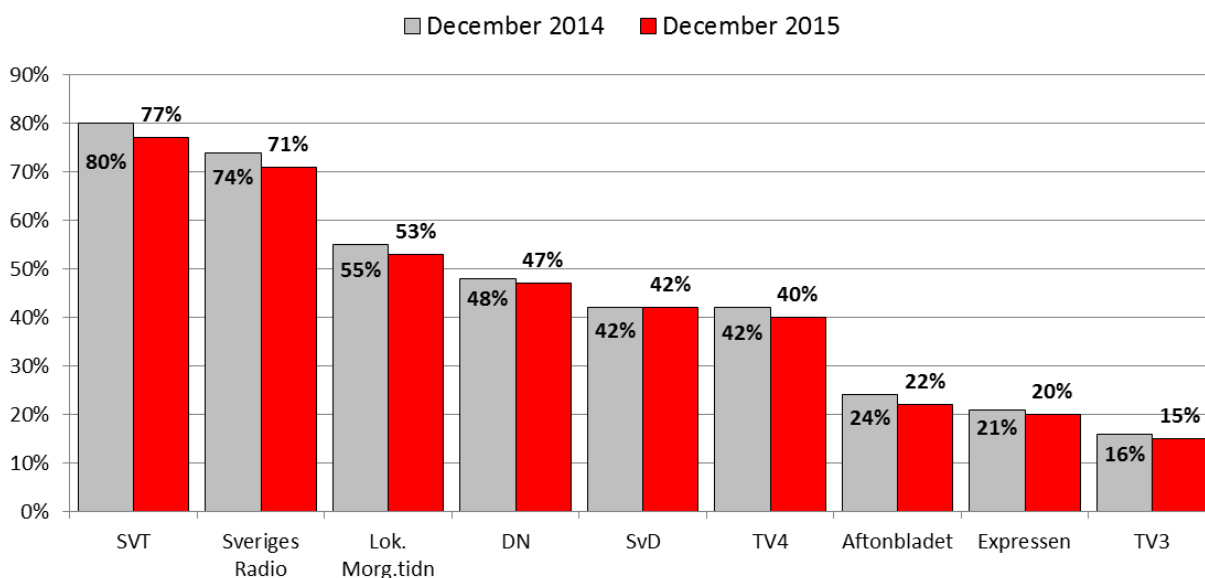
Diagram 11. Hur viktiga eller oviktiga tycker du att följande medier är för nyhetsförmedlingen i Sverige?



Källa: Novus Group, Attitydundersökningen december 2015.

Hela 90 procent svarar att Sveriges Radio är mycket eller ganska viktigt för nyhetsförmedlingen i Sverige. Viktigheten har inte minskat under senare år trots att så många fler, både traditionella medieföretag och andra, levererar nyheter kontinuerligt under dygnets alla timmar. 71 procent svarar också att Sveriges Radio är mycket eller ganska viktigt för kulturupplevelser i Sverige.

Diagram 12. Hur viktiga eller oviktiga tycker du att följande medier är för kulturupplevelser i Sverige



Källa: Novus Group, Attitydundersökningen december 2015.

Det ligger nära till hands att koppla Sveriges Radios viktighet, särskilt när det gäller nyhetsförmedling, till trovärdighet och allmänt förtroende för företaget. Förmodligen finns det ett sådant samband. Över 80 procent instämmer i påståendet att Sveriges Radio har trovärdiga nyhetssändningar. Men mer än hälften av dem som svarat, 59 procent, anser också att de hör viktiga nyheter först i SR. 43 procent instämmer i att de ofta hör diskussioner om aktuella ämnen för första gången i Sveriges Radio och 38 procent säger att de ofta hör ny musik för första gången i SR.

Att Sveriges Radio uppfattas som en viktig röst som bidrar till agendan i Sverige tycks därför inte enbart bero på företagets höga förtroende och karaktär av institution. En stor del av de svarande uppfattar att själva leveransen är snabb och bidrar med något som andra ännu inte gör.

Förtroende för Sveriges Radio

Public service i allmänhet och Sveriges Radio i synnerhet åtnjuter ett stort förtroende hos allmänheten och framför allt hos den egna publiken. Förtroendet har inte minskat utan snarare ökat under senare år.

När Sveriges Radio hamnade högst på MedieAkademiens förtroendebarmeter 2015 så var det för femte året i rad. MedieAkademin rankar företag och institutioner, alla kategorier, efter hur stort förtroende allmänheten har för dem.

Tabell 33. MedieAkademiens förtroendebarmeter 2015

| | 2015 |
|-----------------------|------|
| Sveriges Radio | 71 |
| Universitet/högskolor | 68 |
| Sveriges Television | 67 |
| Systembolaget | 65 |
| Sjukvården | 60 |
| IKEA | 59 |
| Skatteverket | 58 |
| ICA | 54 |
| Riksbanken | 53 |
| Röda Korset | 52 |
| Amnesty | 52 |
| Radio/TV | 51 |
| Frälsningsarmén | 50 |
| Lokal morgontidning | 49 |
| Google | 48 |
| Dagens Nyheter | 47 |
| Volvo | 47 |
| Posten | 46 |
| Svenska kyrkan | 42 |
| Wikipedia | 40 |
| Riksdagen | 40 |
| Kungahuset | 40 |

Källa: MedieAkademin/TNS Sifo. 1 200 webbintervjuer perioden 10–16 februari 2015. Andel mycket och ganska stort förtroende bland personer som har en åsikt.

Sveriges Radios egna undersökningar bekräftar MedieAkademiens resultat. I dessa svarar 69 procent att de har mycket eller ganska stort förtroende för det sätt Sveriges Radio sköter sitt jobb.

På frågan vilket värde man anser att Sveriges Radio har för samhället så svarar ännu fler, 84 procent, att Sveriges Radio har mycket eller ganska stort värde för samhället. På frågan hur stort personliga värde Sveriges Radio har för dem svarar 69 procent mycket eller ganska stort.

Samhällsvärdet hamnar alltså högre än den personliga nyttan. Detta kan tolkas som att public service och Sveriges Radio betraktas som en institution jämförbar med skola eller sjukvård; så viktig i samhället att även om man inte personligen behöver använda den, så kan man se värdet ur ett vidare perspektiv.

8.3 Dialog med publiken

Sveriges Radio utvecklar hela tiden sin publika ambition att Sveriges Radio är till för alla genom att på olika sätt bjuda in och göra publiken delaktig. SR ska

- uppsöka och aktivt bjuda in publiken
- tillgodose publikens föränderliga medievanor
- formulera sig med både hjärta och hjärna
- utveckla *Journalistik 3.0* och den levande dialogen med publiken.

Sociala medier är en naturlig del i programproduktionen, ett arbetsverktyg för reportrar och programledare och en allt viktigare del i dialogen med publiken. *Journalistik 3.0* innebär att utan att ge avkall på de journalistiska kvalitetskraven, använda publikens kunskaper och reaktioner i produktionen av program. Många av Sveriges Radios redaktioner arbetar med publiknätverk för att öka publikens medverkan och ta publiken till hjälp att förbättra utbudet.

Sveriges Radios redaktioner möter också sin publik direkt genom evenemang och sändningar på allmänna platser.

För nionde året arrangerade Sveriges Radio seminarier med utrikeskorrespondenterna på Södra Teatern i Stockholm. Samtalen kring aktuella världshändelser och korrespondenternas villkor direktsändes på webben och lades ut som poddar. Därefter åkte korrespondenter på turné i samarbete med Riksteatern, vilket gav möjlighet för publik på orter som Säffle, Karlstad, Mölnlycke och Botkyrka att möta korrespondenter och ta del av deras erfarenheter och upplevelser.

Dokumentären *#minflykt*, som sändes 2014, har fortsatt att engagera även under år 2015. Silan Diljen har besökt svenska skolor och läst ur flyktingberättelser.

P1 har en gång i månaden direktsänt *P1 Debatt* inför publik från Kulturhuset i Stockholm. Under året har flera svåra frågor diskuterats, såsom mobbning, våldtäkter och gängskjutningar.

Ring P1, som helt bygger på lyssnarmedverkan, har för första gången sänt utanför studion. Premiären skedde på rockfestivalen Sweden Rock med deltagande från publiken.

Sveriges Radios Romanpris engagerar publiken genom den lyssnarjury som, efter läsning av de nominerade böckerna och överläggningar i sändning, utser årets vinnare. I *Naturmorgon* ställer lyssnare frågor till en kunskapspanel.

Ekot gjorde i april en temavecka om integration. Redaktionen fick under veckan in berättelser om människors vägar till ett nytt liv i Sverige. Många av dem som skrivit intervjuades i *Ekot*, *P1-morgon* och *Studio Ett* och hundra av berättelserna valdes ut till e-boken *#100 röster*.

Vid invigningen av Stockholm Pride arrangerade P2 en sändning från stora scenen i Pridepark där operasångaren Rickard Söderberg ledde en opera-sing-a-long med Anne Sofie von Otter som gästartist. Programmet direktsändes i P2.

Ett tackbrev till webbkanalen *P2 Världen* ledde till ett något oväntat möte med barnen på förskoleavdelningen Älgen på Lidingö. Barnen beskrev att de varje dag lyssnade och dansade till musiken från kanalen. Brevet fick stor spridning i sociala medier, och producenten åkte till förskolan och träffade barnen.

En satsning särskilt riktad till tonårspubliken är *P3 Star Klacken*, där ungdomslag kan ansöka om att bli stöttade av en hejarklack med kända programledare och dj:ar från P3.

En annan populär P3-satsning för att möta publik i hela landet är *P3 älskar*. Under året har P3 anordnat festivaler med livemusik och sänt direkt i Umeå, Stockholm, Karlstad och Jönköping. Tanken är att koka ner det som P3 är och står för till en enda kväll.

P3:s största musikevenemang, *P3 Guld* genomfördes för trettonde året i rad på Scandinavium i Göteborg. Förutom direktsändningen i P3 sändes galan i Sveriges Television och via *sveriges-radio.se*. *P3 Guld* är en viktig plattform för ny ung svensk musik.

Insamlingseventet *Musikhjälpen* har funnits i Sverige sedan 2008. I samverkan med Radiohjälpen uppmärksammar *Musikhjälpen* och samlar in pengar till en glömd humanitär katastrof. 2015 års upplaga av *Musikhjälpen* sändes dygnet runt i P3 och på SVT Play samt stora delar av dygnet även i SVT2 direkt från Stora Torget i Linköping 13–19 december. Årets tema var *Ingen ska behöva fly undan klimatet*. Totalt startades 268 000 engagemang/insamlingar och drygt 31 mnkr samlades in.

I samband med Radiohjälpens insamling för *Världens Barn* har P4-kanalerna genomfört publika arrangemang. Ett exempel är P4 Jämtland som ordnade ett motionslopp på travbanan i Östersund med över 1 000 deltagare. Många P4-kanaler har skapat publika evenemang kring utställningen *Avgörande ögonblick*. Exempelvis gjorde P4 Kronoberg en heldag med direktsändning av *Ring så spelar vi* och *Melodikrysset* från ett torg i Växjö.

P4 anordnar musiktävlingen *Svensktoppen nästa* med lokala deltävlingar där många nya artister och låtskrivare får en chans att framföra sin musik inför en större publik. P4 Kristianstad valde att göra sin delfinal till en familjekväll med brett innehåll vilken samlade 10 000 deltagare. Under somrarna gör flera P4-kanaler turnéer till olika platser i sina län. Ett exempel är P4 Värmland som i mer än 20 år har sänt *Sommarluffen* som bygger på möten med publiken på intressanta och aktuella platser.

Många av de lokalt producerade barnprogrammen i P4 bygger på kontakter med barn. I *Junior i P4* deltar barn i redaktionen och programmet har kontakt med sin publik. Flera andra barnprogram, såsom *Barnens Romanpris* och *Unga Radioteatern*, har många kontakter med publiken. För att söka upp den unga publiken deltar maskoten *Radioapan* i evenemang landet runt.

I de lokala kanalerna förekommer dagligen olika typer av publikmedverkan – alltifrån ring-in i olika ämnen och tävlingar till debatter och gräv i realtid. Publikmedverkan har ökat markant i takt med att redaktionernas aktivitet på sociala medier ökat och publiknätverken byggts ut. Till exempel sände P4 Blekinge en heldag där personer ur publiken fick delta som bisittare till de ordinarie programledarna i alla program.

Redaktioner och kanaler bjuder in till publiksamtal med olika grupper för att diskutera programmets innehåll och kvalitet. Sveriges Radio har även en omfattande och väletablerad kontakt med publiken genom studiebesök, Öppna Hus och dagliga kontakter via Lyssnarservice.

Publiknätverk

Produktionen av nyheter, program och publicistiska satsningar har under 2015 i allt högre grad gjorts i samverkan med publiken via sociala medier och genom publiknätverken. Nätverkens medlemmar bidrar med tips och idéer liksom med kunskap och åsikter.

Samtliga P4-kanaler och flera riksredaktioner arbetar med publiknätverk som en plats för dialog med publiken vid sidan av de sociala medierna. Nu är mer än 15 000 personer med i nätverken och bidrar där till att fördjupa och bredda journalistiken. Kunskapsnivån höjs på redaktionerna och nätverken ger ett inflöde av tips på nyheter och ämnen utifrån människors vardags-erfarenheter.

Tips från publiknätverket leder ofta till temasatsningar kring viktiga ämnen. P4 Kristianstad gjorde en temavecka om förlossningsskador med många starka berättelser om upplevelser i samband med förlossningar. När P4 Örebro gjorde en temasatsning om sexuella trakasserier på jobbet fick de över 120 svar med tips som ledde till flera nyheter och programinslag. Ett lika stort gensvar blev det när kanalen gjorde en temavecka om alkoholmissbruk.

P4 Kalmar har låtit deltagarna i publiknätverket rösta om vad kanalen ska granska, vilket ledde till inslag om de kommunala bolagen. Kanalen har också byggt upp ett nätverk av deltagare från publiknätverket som regelbundet kommer att medverka som korrespondenter i sändningar.

9 Resursanvändning

SR ska kontinuerligt vidta åtgärder som syftar till ökad effektivitet och produktivitet. Ett led i detta är att söka nya samarbetsområden med Sveriges Television AB (SVT) och Sveriges Utbildningsradio AB (UR).

(Sveriges Radios anslagsvillkor, p. 1)

SR ska redovisa och kommentera hur uppdraget fullgjorts med avseende på bl.a. volym, kostnader och intäkter samt nyckeltal som visar effektivitet och produktivitet. Samarbets- och effektiviseringsåtgärder ska rapporteras i redovisningen.

(Sveriges Radios anslagsvillkor, p. 18, s. 5)

SR ska särskilt redogöra för:

- företagets intäkter vid sidan av avgiftsmedel,
- hur företaget har säkerställt sitt oberoende vid indirekt sponsring,
- i övrigt vilka kommersiella samarbeten som företaget har deltagit i och vilka intäkter de har genererat, samt
- eventuella sidoverksamheter som företaget har bedrivit.

(Sveriges Radios anslagsvillkor, p. 18, s. 5)

9.1 Intäkter

Ekonomiska ramar

Sveriges Radios verksamhet finansieras i allt väsentligt genom den särskilda avgift som tas ut för innehav av tv-mottagare. Storleken på radio- och tv-avgiften beslutas av riksdagen.

För verksamheten 2015 tilldelades Sveriges Radio 2 787 mnkr.

Nedan visas Sveriges Radios medelstilldelning och intäkter vid sidan av avgiftsmedel.

Tabell 34. Sveriges Radios medelstilldelning och övriga intäkter, mnkr

| Intäkter | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|--|--------------|--------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Erhållna avgiftsmedel rundradiokontot | 2 732 | 2 787 | | | | |
| Justering mellan programbolagen | 3 | 2 | | | | |
| Totalt erhållna avgiftsmedel | 2 736 | 2 789 | | | | |
| Avgiftsmedel överförda till RIKAB | -53 | -60 | | | | |
| Avgiftsmedel överförda till SRF | -91 | -74 | | | | |
| Delsumma | -144 | -134 | | | | |
| Förändring skuldförda avgiftsmedel | -66 | -7 | | | | |
| Summa intäktsförda avgiftsmedel | 2 526 | 2 649 | | | | |
| Intäkter konsertverksamheten | 24 | 22 | | | | |
| Övriga intäkter | 21 | 24 | | | | |
| Summa övriga intäkter | 45 | 46 | | | | |
| Summa | 2 570 | 2 695 | | | | |
| Sidoverksamhet | 12 | 12 | | | | |
| Summa intäkter | 2 583 | 2 707 | | | | |

Intäkter vid sidan av avgiftsmedel

Vid sidan av avgiftsmedel har Sveriges Radio övriga intäkter på 58 mnkr, inklusive sidoverksamheter. Knappt av hälften utgörs av biljettintäkter från Sveriges Radios Symfoniorkesters och Radiokörens verksamhet i Berwaldhallen.

Östersjöfestivalen är en årlig festival som arrangeras av Sveriges Radio. Syftet är att öka samhörigheten mellan Östersjölänerna med fokus på den känsliga Östersjömiljön i kombination med klassisk musik. Utöver biljettintäkter till konserterna har festivalen samarbeten som bidrar med finansiering till festivalens budget. Kulturrådet, Stockholms stad och Polska institutet i Stockholm bidrog 2015 med totalt 1,65 mnkr. Beloppet ingår i raden Övrigt i tabell 35.

Tabell 35. Intäkter vid sidan av avgiftsmedel, mnkr

| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|--|-------------|-------------|------|------|------|------|
| Intäkter konsertverksamheten | 22,9 | 21,6 | | | | |
| Turnéverksamhet Radiosymfonikerna o Radiokören | 8,3 | 5,6 | | | | |
| Hysesintäkter | 0,4 | 0,7 | | | | |
| Lönebidrag | 1,9 | 1,3 | | | | |
| Julkalendern | 1,8 | 1,3 | | | | |
| Övrigt | 9,4 | 15,7 | | | | |
| Sidoverksamhet | 12,4 | 11,8 | | | | |
| Summa | 57,1 | 58,0 | | | | |

Östersjöfestivalen hade kommersiella samarbeten med Tallink, BMW och Svenska Dagbladet där rabatter för tjänster erbjöds till ett uppskattat värde av totalt 0,42 mnkr. Tallink erbjöd rabatterade biljetter till konsertdeltagare och publik, BMW tillhandahöll bilar för transport av artister och Svenska Dagbladet hade en särskild bilaga om Östersjöfestivalen i tidningen. Samarbetena omnämndes i festivalens programtidning.

9.2 Kostnader

Sveriges Radios medelsanvändning redovisas totalt per kostnadsslag samt fördelad per programkategori.

Tabell 36. Sveriges Radios medelsanvändning per kostnadsslag, mnkr

| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|------------------------|--------------|--------------|------|------|------|------|
| Programproduktion | 1 619 | 1 728 | | | | |
| Distribution | 217 | 219 | | | | |
| Övriga kostnader | 743 | 752 | | | | |
| Summa | 2 579 | 2 699 | | | | |
| Sidoverksamhet | 11 | 12 | | | | |
| Summa kostnader | 2 590 | 2 711 | | | | |

Som programproduktion räknas programproducerande kostnadsställen, programbeställande funktion, programavtal, webbverksamhet och kostnad för kontribution. Som distribution räknas kostnaden för distribution av marksändningar och kostnaden för internetdistribution. Resten räknas som övriga kostnader.

Värt att notera är att övriga kostnader inte är synonymt med overheadkostnader. Utöver traditionella overheadkostnader såsom administrativa funktioner, stabsfunktioner och servicefunktioner innehåller övriga kostnader även funktioner som till stor del – men inte helt och hållet – kan hänföras till programverksamheten, såsom marknadsföring, kommunikation, investeringar och teknik/it. Till exempel är cirka en tredjedel av ”övriga kostnader” direkt hänförlig till infrastruktur och verktyg för produktion och utsändning av radio. Se även diagram 13.

Tabell 37. Kostnadsandelar per programkategori

| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|---------------|--------------|--------------|------|------|------|------|
| Nyheter | 37 % | 36 % | | | | |
| Samhälle | 16 % | 17 % | | | | |
| Kultur | 12 % | 12 % | | | | |
| Sport | 4 % | 4 % | | | | |
| Underhållning | 7 % | 7 % | | | | |
| Musik | 18 % | 17 % | | | | |
| Service | 2 % | 2 % | | | | |
| Livsstil | 4 % | 5 % | | | | |
| Summa | 100 % | 100 % | | | | |

Fördelningen per programkategori är stabil mellan åren. Nyheter, samhälle och kultur utgör totalt 65 procent av kostnaderna såväl 2014 som 2015.

9.3 Produktivitet respektive effektivitet

Sveriges Radios uppdrag är formulerat i lagstiftning, sändningstillstånd och anslagsvillkor. Utifrån Sveriges Radios tolkning av uppdraget har strategiska mål formulerats för innevarande tillståndperiod. Målen ligger i sin tur till grund för planerade aktiviteter i årliga verksamhetsplaner. För att mäta måluppfyllelsen används kvantitativa indikatorer.

Effektivitet definieras traditionellt som graden av måluppfyllelse i förhållande till resursanvändning. Inre effektivitet (produktivitet) behandlas i avsnitt 9.3.1 och yttre effektivitet (effektivitet) behandlas i avsnitt 9.3.2.

9.3.1 Produktivitet

Ett traditionellt produktivitetsmått (förhållandet mellan tillförda resurser och producerad mängd) är inte relevant för Sveriges Radio då det produktivitetsarbete som bedrivs fokuserar på att höja utbudets kvalitet och tillgänglighet, inte på att öka mängden sändningstimmar. Istället för att ha ett produktivitetsmått som förbättras vid försämrade måluppfyllelse³¹ har SR valt att formulera produktivitetsmått som mäter företagets förmåga att överföra/avsätta resurser till programutveckling och teknisk utveckling för att fortsätta kunna sända ett relevant innehåll med god ljudkvalitet från hela Sverige och världen.

Sveriges Radio mäter produktivitet genom

- resurser för programproduktion
- resurser för utveckling
- upphandlingsgrad
- investeringar.

Resurser för programproduktion

Över tid har Sveriges Radio genom olika produktivitetshöjande åtgärder kunnat omfördela resurser till programproduktionen genom att byta ut gammal teknik men även genom att utnyttja tekniken på rätt sätt. Till exempel har kostnaden för elförbrukning minskat för femte året i rad. Satsning på ny mer strömsnål teknisk utrustning, mer effektivt nyttjande av datahallar samt införande av LED-teknik som ljuskälla har inneburit en minskning av elförbrukningen motsvarande cirka 15 procent mellan 2010 och 2015.

Det är ett kontinuerligt arbete där det gäller att ständigt ompröva och utveckla de interna processerna. Genom att över tid redovisa programproduktions andel av totala kostnader visas ett mått för hur framgångsrikt Sveriges Radio är i att öka produktiviteten.

³¹ Att minska resurserna eller producera fler sändningstimmar skulle inte automatiskt höja kvaliteten på programmen, snarare motsatsen.

Tabell 38. Resurser för programproduktion, procent

| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|------------------------|----------------|----------------|------|------|------|------|
| Programproduktion | 62,8 % | 64,0 % | | | | |
| Distribution | 8,4 % | 8,1 % | | | | |
| Övriga kostnader | 28,8 % | 27,8 % | | | | |
| Summa kostnader | 100,0 % | 100,0 % | | | | |

I enlighet med den långsiktiga målsättningen har programproduktionens andel ökat 2015 i jämförelse med 2014. Det innebär att Sveriges Radio har lyckats omfördela ytterligare medel till att öka kvaliteten i utbudet.

Resurser för utveckling

Det ekonomiska handlingsutrymmet som frigjorts de senaste åren möjliggör flera stora satsningar under resterande del av tillståndspanenoden. Sveriges Radio använde år 2015 ytterligare cirka 100 mnkr för utvecklingsinsatser jämfört med år 2005.

Publicistiska satsningar syftar till att utveckla innehållet, förbättra tillgängligheten och öka användandet av Sveriges Radios innehåll på mobila plattformar.

Inom teknikområdet pågår ett generationsskifte där alla produktions- och kommunikationssystem standardiseras mot kommunikation över ip. Vidare är medel avsatta för underhåll och utveckling av den fysiska arbetsmiljön, framför allt i Radiohuset i Stockholm, så att den uppfyller dagens krav på en funktionell och modern arbetsplats.

Genom ständig produktionsutveckling samverkar publicistik och teknik i syfte att utveckla arbetssätt och arbetsverktyg. På så sätt kan Sveriges Radio arbeta effektivt och ändamålsenligt i produktionen och ha tillgång till rätt information vid rätt tillfälle. I och med det kan SR tillhandahålla bättre innehåll och utvecklade tjänster till publiken.

Upphandlingsgrad

Sveriges Radios upphandlingsgrad är ett mått på den andel av totala inköp som görs med avtal upphandlade enligt Lagen om offentlig upphandling (LOU). SR räknar med en kostnadsreduktion på cirka tio procent vid bibehållen eller stärkt kvalitet, då inköp görs med konkurrensutsatta upphandlade avtal. Målet är att upphandlingsgraden ska vara minst 80 procent. För enstaka inköpskategorier är målet betydligt högre. Till exempel är upphandlingsgraden 100 procent för inköpskategorin Distribution och kontribution och 90 procent för kategorin Fastighet och it.

Under 2014 höjde Riksdagen direktupphandlingsgränsen från 270 tkr till 505 tkr. Trots höjningen ligger Sveriges Radio upphandlingsgrad fortsatt på en hög nivå. För planerade inköp där inköpsvolymen per tillfälle är över direktupphandlingsgränsen ligger upphandlingsgraden på 98 procent.

Inkösuppföljning är en del av Sveriges Radios verksamhetsuppföljning. Uppföljning görs tertialvis och årsuppföljning i samband med årsbokslutet. Enheter, avdelningar och redaktioner lämnar kommentarer på inkösuppföljningen. Avvikelse följs upp och nya upphandlingar initieras vid behov.

Tabell 39. Upphandlingsgrad

| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|--------|------|------|------|------|------|------|
| Totalt | 90 % | 91 % | | | | |

Investeringar

Investeringsprocessen på Sveriges Radio syftar till att säkerställa att de investeringar som väljs ut är de som ger mest värde och att investeringar genomförs på effektivast möjliga sätt i förhållande till avsatta resurser. Dessutom kontrolleras att det levererade värdet omhändertas som planerat i verksamheten.

Diagram 13. Investeringsverksamheten 2015, mnkr

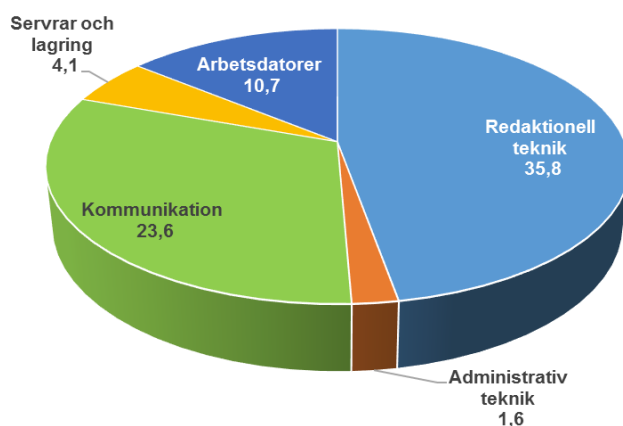
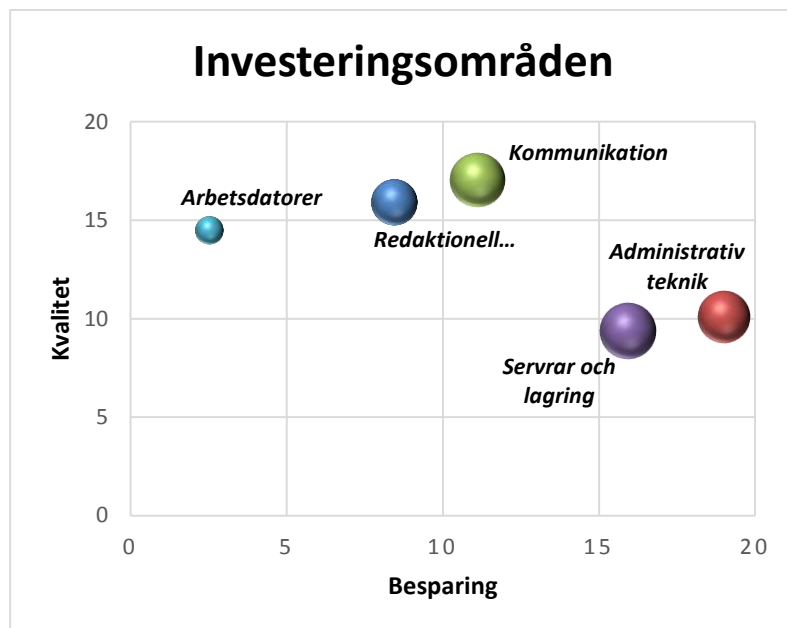


Diagram 14. Investeringars påverkan på verksamheten, 2015



Y-axeln i diagrammet visar investeringars förväntade positiva påverkan på verksamheten. Ett högre värde betyder en förväntad större positiv påverkan av kvaliteten. X-axeln visar den finansiella aspekten av investeringar. Ett högre värde betyder en förväntad större positiv påverkan avseende resursutnyttjandet.

Inför alla investeringsbeslut görs en värdering för båda dimensionerna på en skala från 1 till 5 i fyra underområden (process, medarbetare, utveckling, publik). Storleken på bubblorna visar risk för verksamheten i händelse av att investeringar inte genomförs.

En förändring mot tidigare år är att investeringar görs till rätt kvalitetsnivå, snarare än bästa kvalitet, vilket ger en besparingseffekt.

Övriga produktivitetsförbättringar

Tidigare år har SR haft en årlig kostnad om 15–17 mnkr för att kunna använda HF som teknik för överföring av ljud mellan reportrar på fältet och något av radiohusen.

2015 och 2016 genomförs en förflyttning från HF-teknik till ip-teknik. För motsvarande årliga kontributionskostnad om 15 till 17 mnkr får Sveriges Radio helt nya möjligheter att sända när det händer där det händer lokalt, regionalt och globalt med ip-baserad utrustning. Några av nyheter-na är en ljudapp som gör att en vanlig mobiltelefon kan användas som sändningsutrustning, en så kallad OB-väska som garanterar ip-uppkoppling med hjälp av parallella SIM-kort samt bilar med satellitutrustning.

Behovet av återanskaffning av kostsam HF-utrustning uteblir. Ip-tekniken gör dessutom att det går att mäta hur mycket och av vem utrustningen används, vilket gör att resursbehovet kan optimeras på ett helt annat sätt än vad som var möjligt i HF-miljön.

Möjligheten för en reporter att kunna sända var och när som helst har också blivit mycket större. HF-tekniken har en täckning på cirka 45 procent medan motsvarande täckning med ip-teknik är cirka 90 procent. Dessutom kan en reporter vara mobil på ett helt annat sätt – åka buss, tunnelbana, båt eller cykla – och samtidigt sända vilket inte har varit möjligt tidigare.

För att möta nya behov i en publik konkurrenssituation måste Sveriges Radio kontinuerligt pröva om resurser kan flyttas. 2015 påbörjades en genomlysning för att kartlägga och analysera på vilket sätt företagets beslutsprocesser bidrar till att resurserna allokeras och används så effektivt som möjligt.

Koncernsamarbeten

Koncerngemensamma upphandlingar

Under året genomförde de tre programbolagen i samarbete med SRF ett 20-tal större gemensamma upphandlingar. Några av dessa var upphandling av möbler och inredning, upphandlingskonsulter, taxitjänster, kurs- och konferenstjänster, it-konsulter för informationssäkerhet och drift, elkraft, FM-distribution, datalagring, servrar och övervakningskameror.

Sveriges Radio Förvaltnings AB (SRF)

I juni 2013 tog SRF:s styrelse beslut om en omfattande förändring av SRF:s uppdrag och verksamhet. Under 2014 och 2015 har förändringsarbete genomförts. Bland annat har samtliga löne- och ekonomiprocesser tagits hem till bolagen, fastighetsuppdraget har ändrats, internservice har tagits hem och musik- och researchuppdragen har gjorts om i grunden. Dessutom har SRF:s it-verksamhet tagits över av Sveriges Radios teknik-/it-avdelning. Förändringsarbetet har bidragit till mer verksamhetsanpassade tjänster samt en betydande årlig ekonomisk besparing.

Tabell 40. Kostnader för SRF, mnkr

| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|------------|-------|-------|------|------|------|------|
| SRF totalt | 227,9 | 171,6 | | | | |

Programbolagens samlade kostnader för SRF har genom detta minskat med 56,3 mnkr eller cirka 25 procent mellan 2014 och 2015. Jämfört med 2013 är minskningen hela 82,8 mnkr. Ny teknik, digitalisering samt effektivare processer har bidragit till rationaliseringen. Då programbolagen tagit över en del av processerna från SRF är den samlade nettobesparingen något lägre.

Lokaler

Programbolagen samlokaliserar och samutnyttjar lokaler där så är möjligt och rationellt.

Alla tre bolagen är samlokaliserade i Göteborg. Sveriges Radio och Sveriges Television är samlokaliserade i Uppsala, Visby, Eskilstuna, Örnsköldsvik, Karlskrona, Kalmar, Uddevalla och Norrköping. Samlokalisering pågår i Halmstad. I Malmö och Sundsvall är Sveriges Radio och Utbildningsradion samlokaliserade. Bolagen har tillsammans med SRF ett gemensamt fastighetsråd som samordnar lokal- och fastighetsfrågor.

Kostnaden för SRF:s fastighetstjänster har genom programbolagens gemensamma översyn sänkts med 14 mnkr totalt. För Sveriges Radio betyder det en minskning med cirka 4 mnkr.

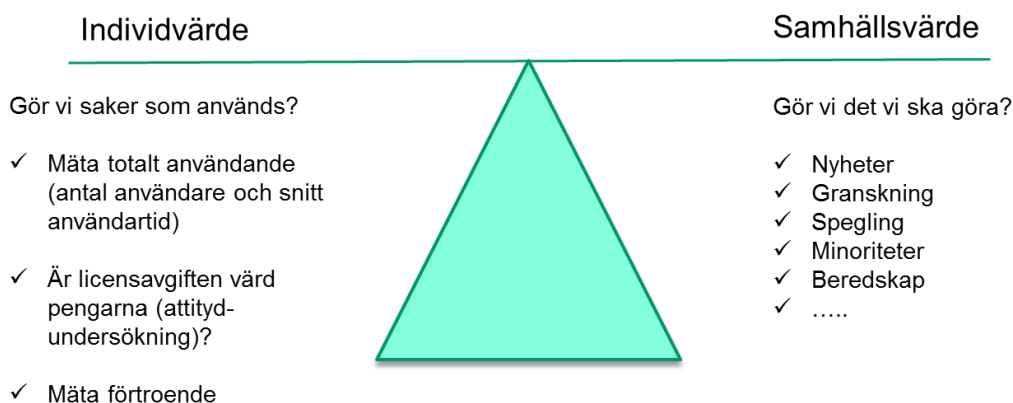
9.3.2 Effektivitet

Måluppfyllelsen, den yttre effektiviteten, handlar om att producera sådant som fyller mottagarnas behov och samtidigt uppfyller public service-uppdraget – att sända radio i allmänhetens tjänst.

Behovsmåttet är uppdelat i två delar: samhällsvärde och individvärde. Med samhällsvärde menas i det här sammanhanget hur väl något stämmer in på public service-uppdraget och Sveriges Radios egna strategiska mål. Åtgärder som kan förväntas göra att SR till exempel speglar befolkningen bättre gör att samhällsvärdet ökar och att Sveriges Radio därmed höjt kvaliteten och använt resurserna mer effektivt.

Indikatorer på individvärdet är hur publiken tar emot det Sveriges Radio erbjuder. Om något förväntas öka individers lyssning/förtroende/betalningsvilja så har kvaliteten höjts och resurserna använts mer effektivt.

Diagram 15. Individ- och samhällsvärde



Indikatorer för hur Sveriges Radio bidrar med värde för såväl samhälle som individer redovisas i kapitel 3.

9.4 Sidoverksamhet

Sidoverksamheter till SR:s sändningsverksamhet ska bära sina egna kostnader och i övrigt bedrivas på ett konkurrensneutralt sätt i förhållande till andra företag som tillhandahåller motsvarande tjänster.

(Sveriges Radios anslagsvillkor, p. 3)

Sidoverksamheten 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.

(Sveriges Radios anslagsvillkor, p. 8)

Sveriges Radios medelstilldelning ska användas till företagets kärnverksamhet, det vill säga radioverksamhet i allmänhetens tjänst. Medlen kan också användas till kompletterande verksamhet, definierat som verksamhet som syftar till att utveckla kärnverksamheten och förbättra tillgängligheten.

Utöver detta bedriver Sveriges Radio viss sidoverksamhet. Syftet med sidoverksamheten är att stärka varumärket och ge service till lyssnare som vill ha kopior på program eller programinslag. Den mycket begränsade sidoverksamheten utgår från sändningstillståndet, finansieras inte med mottagaravgifter och bedrivs på ett konkurrensneutralt sätt.

Sveriges Radios sidoverksamhet består av följande delar:

- Uthyrning av musikstudior i Radiohuset, framför allt för repetitioner.
- Uthyrning av konserthuset Berwaldhallen för konserter, konferenser och andra typer av evenemang.
- Programförsäljning. Privatpersoner kan köpa så kallade unika kopior av radioprogram. Dessa levereras på cd och innehåller inget upphovsrättsskyddat material. Sveriges Radio licensierar även inspelningar till externa aktörer för användning i kommersiellt syfte, exempelvis musikinspelningar för utgivning på cd, radioföljetonger för utgivning som ljudböcker, klipp för filmproduktioner, inslag i tv-program eller som del i teateruppsättningar.
- SR Media Development Office (SR MDO) är en fristående avdelning inom Sveriges Radio som arbetar med medieprojekt i utvecklingsländer. Verksamheten bygger på Sveriges Radios erfarenhet av public service och värnar yttrandefrihet och demokratisk utveckling. SR MDO arbetar på uppdrag av internationella biståndsorganisationer såsom Sida, organisationer och institutioner inom FN-systemet och EU samt NGO (non-governmental organization).

Tabell 41. Intäkter och kostnader för sidoverksamheten 2015, mnkr

| | | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|-----------------------------|------------------|--------------|--------------|------|------|------|------|
| SR Media Development Office | Intäkter | 7,4 | 5,4 | | | | |
| | Kostnader | -6,0 | -5,4 | | | | |
| | Resultat | 1,4 | 0,0 | | | | |
| Uthyrning Berwaldhallen | Intäkter | 2,7 | 2,8 | | | | |
| | Kostnader | -2,7 | -3,0 | | | | |
| | Resultat | 0,0 | -0,2 | | | | |
| Uthyrning lokaler, teknik | Intäkter | 0,7 | 0,9 | | | | |
| | Kostnader | -0,7 | -0,7 | | | | |
| | Resultat | 0,0 | 0,2 | | | | |
| Försäljning av varor | Intäkter | 1,5 | 2,6 | | | | |
| | Kostnader | -1,8 | -2,8 | | | | |
| | Resultat | -0,2 | -0,2 | | | | |
| Del av gemensam OH | Intäkter | 0,0 | 0,0 | | | | |
| | Kostnader | -1,3 | -1,6 | | | | |
| | Resultat | -1,3 | -1,6 | | | | |
| Summa | Intäkter | 12,4 | 11,8 | | | | |
| | Kostnader | -12,5 | -13,5 | | | | |
| | Resultat | -0,1 | -1,8 | | | | |

Negativt resultat balanseras mot tidigare överskott i sidoverksamheten.

Prissättning

Sidoverksamheten bedrivs inom konkurrensutsatta och väl fungerande områden. Prisbilderna inom dessa områden är väl kända för kunder och andra leverantörer.

För uthyrning av konserthuset Berwaldhallen och Sveriges Radios musikstudior gäller att den egna verksamheten prioriteras före externa kunder.

Under 2014 uppdrog Sveriges Radio åt en konsultfirma att analysera de prisnivåer som används vid uthyrning av Berwaldhallen. Prisnivåerna upplevs ligga i nivå med andra konsertlokaler i Sverige men betydligt lägre än till exempel det nybyggda Danmarks Radios Konserthus i Köpenhamn.

Vad gäller musik- och publikstudiorna i Radiohuset i Stockholm ligger Sveriges Radios priser lägre än lite större repetitionslokaler, men högre än mindre repetitions- och musikinspelningslokaler.

Prissättning vid försäljning av programkopior (licensieringar av inspelningar/program) görs efter omvärldsbevakning. Några gånger per år görs avstämning mot andra bolags prisnivåer och produktionskostnader. Sveriges Radios pris baseras på det beräknade ppd-priset (pris innan produkten når handeln) och rekommendationer från upphovsrättsorganisationer. Privatkopior säljs till självkostnadspris.

SR MDO bedriver konsult- och utbildningsarbete inom medieområdet i första hand i länder i Asien och Afrika. Verksamheten är självbärande och finansieras oftast genom kontrakt med olika biståndsgivare, till exempel Sida. Vanligen genomför biståndsgivaren upphandling vilket innebär att prisnivån sätts i konkurrens med andra företag eller institutioner som är aktiva på samma marknad.

10 Planer för framtiden

10.1 Engagerad publik

De snabba och omvälvande förändringarna på mediemarknaden och när det gäller publikens medievanor ligger som grund för hur Sveriges Radios utbud ska utvecklas under 2016. Den avgörande utbudsfrågan är inte längre bara vilka program som sänds, utan hur SR arbetar med de tre benen – FM, digitala plattformar och sociala medier – för att göra innehållet bättre, stärka relationen med publiken och för att nå publiken där den är.

Under 2016 kommer en rad av Sveriges Radios publicistiska satsningar, inom ramen för SRPU, att påverka utbudet. Arbetet kommer bland annat inriktas på att

- fortsätta spegla hela Sverige och befolkningens olika förutsättningar
- förnya utbudet för att nå dem med kognitiva funktionsnedsättningar
- genomföra det nya lokala P4 med särskilda storstads- och förortsreportrar
- ta fram ett nytt digitalt barnutbud och nya barnprogram
- presentera kulturen utanför Stockholm
- öka fokus på att nå minoritetspubliken
- fortsätta förbättra de mobila tjänsterna, för att underlätta lyssningen, både direkt och på podd.

10.1.1 Utbudet

Under de närmaste åren kommer många människor att skapa sig nya liv runt om i Sverige. Kombinationen av Nordens största korrespondentnät och de 25 lokala kanalerna ger goda förutsättningar att knyta ihop det globala skeendet med det lokala. Ett av Sveriges Radios fokus under de närmaste åren är att skildra ett Sverige i förändring med utgångspunkt i migrations- och flyktingfrågor och i nyanländas möte med landet.

Agendasättande, mångfald och att koppla ihop det globala skeendet med den lokala tillvaron är det som ska karaktärisera de nyheter och program Sveriges Radios publik hör under 2016.

Ekoredaktionen

Ekoredaktionen arbetar 2016 med att ta hem effekterna av den stora organisatoriska omställning som skett det senaste året, med syftet att öka nyhetstempot och skapa tid för fördjupande nyhetsarbete, stärka digitaliseringen och sättet att publicera på digitala plattformar. Nya nyhetsformat tas fram, som exempelvis *Ekot på en minut*, en podd om vad som hänt sedan igår, vad som händer just nu och vad som är på gång idag.

Utrikesjournalistikens sociala och digitala delar ska stärkas samtidigt som den ska fortsätta att koppla samman lokala och globala skeenden.

USA-valet i november kommer att sätta sin prägel på utbudet under 2016 i P1, P3 och P4. Som ett komplement till utbudet i FM knyts en USA-valpodd som släpps en gång i veckan.

Radio Sweden med redaktionerna för arabiska, engelska, kurdiska, persiska och somaliska slås ihop med Ekoredaktionen. Medarbetarna inom dessa fem språkområden kommer fortsätta att göra nyhetsjournalistik på sina språk för respektive målgrupp. Dessutom kommer de att arbeta med att berika och utveckla den svenskspråkiga nyhets- och aktualitetsverksamheten.

Efter en språköversyn av hela Radio Swedens utbud, beslutades att Radio Swedens nyhetsverksamhet på tyska och ryska kommer att avvecklas.

Det redaktionella arbetet på arabiska, kurdiska, persiska, somaliska med flera språk ska även under 2016 ha fokus på publiceringar av text och ljud digitalt och på spridning i sociala medier.

Ekoredaktionen har ett uppdrag att under 2016 utveckla den grävande journalistiken i ett samarbete med *Kaliber* och reporternätverket. Samtidigt ska redaktionen genomföra ett utvecklingsarbete för den politiska journalistiken och vidareutveckla ekonomijournalistiken.

P1

För att bibehålla ett högt förtroende för Sveriges Radios program och nyheter och för att möta publikens intresse byggs *Lördagsintervjun* ut till ett timslångt direktsänt lördagsmagasin om de viktigaste politiska frågorna. Serien *Kluvet Land* får en mera fast plats i tablån. Från och med 2016 sänds *P1 Kultur* som är en aktuell och varierad kulturtimme måndag till fredag. Denna timme gör det möjligt att vidga antalet genrer. Samtidigt värnas det längre reportaget.

P2

Utvecklingsarbetet för Sisuradio fortsätter 2016 med ambition att bättre möta den sverigefinska publiken där den är. P2 satsar även extra på en ung romanipublik i podd, FM och digitalt. För att nå de meänkielilyssnare som lämnat Tornedalen kommer Meänraatios sändning i P4 Norrbotten vardagar kl. 17.10–18.00 även sändas i P6 över Storstockholm.

Klassisk Morgon ska under 2016 fortsätta att vitalisera programmet och aktivt söka upp publiken. På söndagsförmiddagar sänds nya *Text och musik med Eric Schöldt*. Ett nytt program för operaintresserade skapas.

En översyn av det dokumentära materialet i *Musikmagasinet* och *P2 Dokumentär* ska göras, med målet att erbjuda publiken ett bättre samlat format som gör det lättare att hitta.

P3

Under 2016 satsar P3 ännu mer på egna, målgruppsrelevanta nyheter. För att stärka mångfalden och närvaron utanför Stockholm, utökar P3 Nyheter sin bevakning i norra Sverige genom en ny reportertjänst i Umeå. Två profilerade grävreportrar med tydligt digitalt uppdrag ska göra granskningar och hitta egna nyheter. Tablån ska kunna rensas för att livesända *P3 Nyheter*. Ungkorrespondenten får ett nytt uppdrag med tydligare inriktning mot social-digitala plattformar.

Musikguiden i P3 får ett nytt uppdrag utifrån parametrarna digital förflyttning, förnygring, förstärkt festivalbevakning och egenproducerat livematerial. Under 2016 ska *Musikguiden* även experimentera med musikedokumentärer och serier.

För att vara relevanta för nästa generations radiolyssnare ska P3 lyfta fram profiler som är tunga i målgruppen.

Tre *P3 Dokumentärserier* med fokus på historier där unga kan känna igen sig kommer under 2016. *P3 Dokumentär* ska ut på turné för att hitta nästa generations berättare och historier och därmed öka mångfalden bland de journalister som producerar dokumentärerna.

P4

Under 2016 fortsätter förändringen och utvecklingen av det lokala P4. Kanalerna ska bli bättre på att öka publikens medverkan genom att använda alla plattformar och låta publiken bli en naturlig del av programutbudet.

Barnutbudet förnyas 2016 med en talkshow för barn varje morgon i P4. Den ska erbjuda en dialog med barnen om stora frågor i deras vardag men också tipsa om det omfattande barnutbudet på webben. Från och med 2016 sänds barnprogram i P4 varje vardag kl. 6.50 och 18.50.

Under 2016 kommer sportbevakningen att vara central med fotbolls-EM i Frankrike och sommar-OS i Brasilien.

10.1.2 Webb och mobil

Fokus i utvecklingen av *sverigesradio.se* under 2016 kommer att ligga på att få besökaren att upptäcka mer innehåll att lyssna på och att få relevanta tips. Ytterligare ett fokusområde är att lyfta fram musiken i utbudet. Innehållsområden som kommer att utvecklas särskilt är Radiosporten och riksmaterialet i P4.

Under 2016 kommer appen *SR Play* att förbättras på olika sätt med ett användarvänligare gränssnitt, möjlighet att pausa och spola i direktsändning med mera. Appen *Radioapans kojträd* kommer att byggas ut och fyllas på med fler spel och nya sagor och sånger. *P3 Radio* fortsätter att förbättras utifrån feedback från publiken och kommer att byggas ut med poddradio riktad till målgruppen.

Satsningen på poddspecialer fortsätter under 2016.

Digitala rättigheter är ett område som i hög grad påverkar vad Sveriges Radio kan erbjuda publiken i form av mobilt utbud. Under 2016 genomförs avtalsförhandlingar med olika rättighetsinnehavare vilket kan leda till förändringar av utbudet på olika plattformar.

10.1.3 Evenemang

Förutom stora evenemang som *Musikhjälpen*, *P3 Guld*, *Svensktoppen nästa* och *Världens Barn*, satsar Sveriges Radio på flera nischade evenemang 2016. Radiodokumentärerna görs om till en *Dokumentärfestival* med fokus på alla former av ljudande dokumentärt berättande och ska ta tillvara publikens ökade intresse för poddradio. Det smala elektroakustiska musikevenemanget *Art's Birthday Party* utökas troligen till två dagar.

10.1.4 Innovationsteam

En fråga som kommer att utforskas närmare under 2016 är ett riktat digitalt utbud mot publiken över 60 år. Ett annat område är att anpassa Sveriges Radios digitala ljudtjänster för bilisten, där säkerhet och enkel navigation är ett krav.

10.2 Sveriges Radios externa kommunikation

Under året prioriteras följande fokusområden:

- Sveriges Radios lokala utbud
- mobilen som viktig plattform för innehållet
- varumärket (grafiskt och värderingar) genom övergripande stärkande insatser
- att kommunicera Sveriges Radios verksamhet och bidraget till samhället.

10.3 Attraktiv arbetsplats

Under året kommer arbetet med Sveriges Radios arbetsgivarvarumärke att vara i fokus. Arbetet med att tydliggöra chef- och medarbetarskapet fortsätter under 2016. En strategi och process för hur Sveriges Radio arbetar med karriär- och utvecklingsmöjligheter samt chefssuccession kommer att tas fram.

Även arbetet med implementering av värdegrunden fortsätter under 2016. Alla medarbetare ska via sina chefer föra samtal om värdegrunden och vad den står för.

Sveriges Radios strategiska mål och arbetet med att öka mångfalden inom alla områden har under senare år förstärkts och förskjutits genom att mångfaldsarbetet prioriteras. En ny mångfaldspolicy har antagits, rekryteringsprocessen har förändrats, programbeställningar har fått tydliga mångfaldsuppdrag och utbildning erbjuds inom området. Detta arbete kommer att fortsätta under 2016.

10.4 Ekonomi i balans

Budgetarbetet 2016 har utgått från Sveriges Radios medelstilldelning 2015 uppräknad med 2 procent.

Det ekonomiska handlingsutrymmet som frigjorts de senaste åren möjliggör flera stora satsningar under resterande del av tillståndspanoden. Några av satsningsområdena är

- omfattande publicistiska satsningar för att öka användandet av Sveriges Radios innehåll på mobila plattformar
- innovationsteam
- större fastighetsunderhåll av Radiohuset i Stockholm inklusive fasadrenovering
- tekniskifte till att distribuera ljud över ip
- kompetensutveckling samt utveckling av chefs- och medarbetarskap.

För att säkra kompetens, återväxt och utveckling kommer antalet tillsvidareanställda att öka något inom följande områden:

- nivåförstärkning inom Digitala medier
- strategin att växla utomstående medverkan mot tillsvidareanställda på lokala kanaler
- nivåförstärkning inom P5 STHLM och P3
- växling från konsulter till tillsvidareanställda inom teknik/it
- förstärkt budget för kompetensväxling.

10.4.1 Investeringsplan

Under 2016 fokuseras investeringsverksamheten i huvudsak på följande satsningsområden:

- Digitala Radiohus – det första Digitala Radiohuset Next Generation, som baseras på en teknik där ljudet transporteras via ip installeras i Uddevalla 2016. Arbetet fortsätter därefter med nästa hus.
- Mobilitet – den framtida mobila kontributionen kommer till stor del att vara baserad på satellitteknologi och mobilnäten. Ett omfattande arbete initierades 2013 med syfte att bland annat byta ut en del av kontributionsinfrastrukturen till en satellitbaserad sådan. Arbetet, som är strukturerat i ett antal projekt, fortsätter under 2016.
- Redaktion 3.0 – nytt textsystem har upphandlats och skapat förutsättningar för införande-projektet som kommer att pågå under stora delar av 2016.
- Ljudinfrastruktur – en övergripande analys av hur den framtida arkitekturen för ljud-infrastrukturen ska se ut, ska göras, så att en roadmap för övergången därefter kan tas fram. En realisering planeras att påbörjas under 2016.

Bilaga 1 – Villkor i sändningstillstånd och anslagsvillkor

Sändningstillstånd

| Villkor – nyckelord | Kapitel, avsnitt |
|--|--|
| § 1 – fyra ljudradioprogram | 5.1 |
| – regionalt innehåll | 7.9 |
| – 99,8 procent täckning | ja, det uppnås |
| § 2 – bereda utrymme för sändningar av radiotidningar | behovet upphörde januari 2015 |
| § 3 – upplåta sändningstid till Utbildningsradion | bolagen har ett avtal |
| § 4 – mottagning av sändningar | 7.10.3 |
| § 5 – analog utsändningsteknik av hög kvalitet | 7.10.3 |
| § 6 – mångsidigt programutbud | 6.1 och 7 |
| – särskilt ansvar svenska språket | 4.1.6 |
| – jämställdhet och mångfald, spegla hela landet och variationer i befolkningen | 7.1 |
| – hög kvalitet nyskapande form | 4 och 7 |
| – folkbildningsambitioner | 7 |
| – mångfald av åsikter | 7 |
| § 7 – variation i produktionsformer | 7.7 |
| § 8 – nyhetsverksamhet | 7.2 |
| § 9 – kulturutbud | 7.3 |
| § 10 – barn och unga | 7.4 |
| – minoritetsspråk för barn och unga | 7.6 |
| § 11 – tillgänglighet funktionsnedsättning | 7.5 |
| § 12 – minoritetsspråk | 7.6 |
| § 13 – sändningar till utlandet | SR har inte haft utlandssändningar sen kort- och mellanvåg upphörde 2010 |
| § 14 – opartiskt, sakligt etc. | 4.1.7 |
| § 15 – beriktigande, genmäle etc. | 4.1.7 |
| § 16 – respektera enskilds privatliv | 4.1.7 |
| § 17 – ljudradions genomslagskraft | 4.1.7 |
| § 18 – ej sända reklam | SR sänder inte reklam |
| § 19 – sponsring, indirekt sponsring | SR har ingen sponsring |
| § 22 – VMA | 7.10.2 |
| § 23 – hög säkerhet, undvika sändningsavbrott | 7.10.3 |
| § 24 – beredskap i samarbete med MSB | 7.10.1 |

Anslagsvillkor

| Villkor – nyckelord | Kapitel, avsnitt |
|--|--|
| p. 1 – ekonomisk redovisning | 9 |
| p. 2 – kärnverksamhet och kompletterande verksamhet | 5.3 |
| p. 3 – sidoverksamhet | 9.4 |
| p. 4 – medel till RIKAB | 9.1 |
| p. 5 – RIKAB avgiftskontroll | säkerställs genom delägarskap och styrelserepresentation i RIKAB |
| p. 6 – ingen kostnad för allmänheten | SR tar inte ut några avgifter |
| p. 7 – delta i utveckling av produktions- och distributionsteknik | 4.2 |
| – nå lyssnarna på olika plattformar | 5 och 6 |
| p. 8 – kärnverksamhet och kompletterande verksamhet | 5.3 |
| – sidoverksamhet | 9.4 |
| p. 9 – nya tjänster | 4.2.6 |
| p. 10 – överenskommelser med SVT och UR angående minoritetsspråk respektive funktionsnedsättning | överenskommelserna lämnades in före 2016-01-01 |
| p. 11 – Berwaldhallen | 7.3.7 |
| p. 12 – decentraliserad organisation | 4.1.2 |
| p. 13 – 55 procent av allmänproduktion utanför Stockholm | 7.1.6 |
| p. 14 – dialog externa bolag | 4.1.4 |
| p. 15 – samarbete Utbildningsradion sändningstid | bolagen har ett avtal |
| p. 17 – budgetunderlag 2016 | SR har uppfyllt kravet |
| p. 18 – intäkter | 9.1 |
| – kostnader | 9.2 |
| – produktivitet | 9.3 |
| – effektivitet | 3 och 9.3 |
| – sidoverksamhet | 9.4 |
| – programstatistik | 5.1, 6.1 och 7 |
| – publikens lyssnande och omdömen | 8 |
| – planer för kommande år | 10 |
| p. 19 – revisorsintyg | sist i redovisningen |

Bilaga 2 – Sveriges Radios Publicistiska Utveckling

| | | | | | |
|---|--|--|--|--|---|
| <div>1</div> <div>Utveckla relationen med publiken</div> <div>Sociala medier Evenemang Publik-nätverk</div> | <div>2</div> <div>Nå minoritetspubliken bättre</div> <div>Förflyttning till sociala medier: Sisu Sameradion Radio Sweden</div> | <div>3</div> <div>Nå ut med innehållet</div> <div>Paketering tre ben: Beställningar Inbäddade spelaren Fakta om lyssnandet</div> | <div>4</div> <div>Ett nytt P4</div> <div>Agenda-sättande Snabba Profilerade Genomförande-projektet</div> | <div>5</div> <div>Spegla Sverige</div> <div>Mångfald i utbud och personal Publicistiska satsningar</div> | <div>6</div> <div>Utveckla radioberättandet</div> <div>Programledarutveckling Producentutveckling Fokusgrupper</div> |
| <div>7</div> <div>Utveckla vår roll för publikens musikupplevelse</div> <div>Musikundersökningar Digitala rättigheter Musikpolicies</div> | <div>8</div> <div>Bättre möta den mobila publikens behov</div> <div>Kunskap mobilvanor Bättre lyssning Utveckling bef utbud Nytt mobilt utbud Ökat mobilunikt innehåll Redaktionsnära utveckling Digitala rättigheter Marknadsföring</div> | <div>9</div> <div>Plan för kanaler och utbud</div> <div>Segmentering Långsiktig plan för alla kanaler</div> | <div>10</div> <div>Sända när det händer</div> <div>P1 och P4 direktsänder nyhetshändelser Ny teknik – mer mobila Förenkla sändningar vid stora händelser</div> | <div>11</div> <div>Nå den unga publiken</div> <div>P3 Radio P3 Star Klacken P3 Star</div> | <div>12</div> <div>Bättre spegla Stockholm</div> <div>P4 Stockholm, Europas vassaste P5 STHLM, Europas mest sociala</div> |

Bilaga 3 – Sveriges Radios kanaler och distributionsplattformar

Sveriges Radios FM-kanaler:

- **P1** är talat innehåll om samhälle, kultur och vetenskap. Kanalen erbjuder nyheter och aktualiteter, granskning och fördjupning men även livsåskådnings- och livsstilsprogram samt underhållning och upplevelser, till exempel i form av teater.
- **P2 Riks** erbjuder klassisk och nutida konstmusik, improvisationsmusik och folkmusik, till exempel jazz eller världsmusik. P2 sänder även program på nationella och andra minoritetsspråk.
- **P2 Musik** är en lokal kanal över Stockholmsområdet med musik dygnet runt. Musikutbudet är detsamma som i P2 Riks. I stället för sändningar på minoritetsspråk sänds repris av musikprogram från veckan som gick.
- **P3** är ung public service. Här diskuterar unga lyssnare samtiden och unga medarbetare beskriver och granskar samhällsutvecklingen. Samhällsjournalistik, populärkultur, humor och relationer är bärande delar. P3 guidar till den nya musiken och lyfter särskilt 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 radio-underhållning i form av klassiker och nysatsningar. P4 är även kris- och beredskapskanalen som ständigt kan förse allmänheten med viktig information.
- **Radio Sweden P6** är en lokal kanal över Stockholmsområdet med sändningar på nationella och andra minoritetsspråk samt program från BBC World Service.
- **P5 STHLM** är en urban, lokal och social kanal med ett eget nyhetsutbud som även sänder kvällar och helger till den växande publiken i Stor-Stockholmsområdet.
- **P3 Din Gata** är en Malmöbaserad lokal kanal för den unga publiken. Lokala profiler diskuterar samhällsfrågor och relationer. Musiken har hiphop som bas med ett stort inslag av skånska artister.

Sveriges Radios DAB-kanaler över Stockholm, Göteborg, Malmö och Luleå:

- SR P1
- P2 Klassiskt
- SR Sisuradio
- P3 Star
- Radioapans knattekanal
- P2 Världen
- DAB Event – en möjlighet att vid speciella tillfällen utöka utbudet.

Sveriges Radio sänder via ip:

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

- SR Sápmi (Sameradion)
- Radio Sweden P6
- P2 säsongskanaler: P2 Klassisk jul och P2 Klassisk sommar
- P4 säsongskanal: P4 Bjällerklang
- 17 evenemangskanaler där de flesta används av *Ekot* och Radiosporten för extrasändningar.

Sveriges Radio genomför försökssändningar med markbaserad digitalradio (DAB+) över Stockholm, Uppsala och Gävle:

- P3
- P2 Musik
- P4 Stockholm.

Satellit

Sveriges Radio sänder två programtjänster via SVT World. Det är dels SR P4 (lokala kanaler alternerar), dels en kombination av P1 och delar av utbudet på nationella och andra minoritets-språk. Sändningarna når bland annat Asien, Afrika och Nordamerika.

Sveriges Radio erbjuder kanaler i kabel-tv:

- P1
- P2
- P3
- SR Sisuradio.

Via appen *Sveriges Radio Play*, som stöder Chromecast, går det att ta del av radioinnehållet i alla smarta tv-apparater.

IP: Sverigesradio.se

- *sverigesradio.se* (för datorer, surfplattor och smarttelefoner)
- *mini.sverigesradio.se* (för enkla telefoner).

Appar

Sveriges Radios appar är gjorda för operativsystemen IOS och Android:

- *Sveriges Radio Play*
- *Melodikryset*
- *Radioapans banankalas.*
- *Radioapans kojträd* (ny 2015)
- *P3 Radio* (ny 2015)

Appen *Radiosporten Play* avvecklades 2015 och finns inte längre tillgänglig för nedladdning, men kan finnas kvar hos enstaka användare.

Dessutom finns *Sveriges Radio Play* för Windows Phone.

API

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

Bilaga 4 – Bolagsgemensamt index för minoritetsspråk

För att kunna göra en samlad bedömning av programbolagens utbud på de prioriterade minoritetsspråken, har bolagen utvecklat en gemensam index-modell.

Varje bolags utbud per språk år 2013 har satts till 100. Index per bolag och språk beräknas därefter årligen utifrån antalet timmar som sänts. Slutligen beräknas ett gemensamt medelvärde utifrån de tre bolagens enskilda index. Därmed blir värdena jämförbara och det är möjligt att göra en bedömning av bolagens sammantagna ökning per språk och totalt.

Sammantaget index 2013–2015

| | 2013 | 2014 | 2015 |
|-------------------|------------|------------|------------|
| Finska | 100 | 112 | 146 |
| Samiska | 100 | 118 | 115 |
| Meänkieli | 100 | 116 | 128 |
| Romani | 100 | 135 | 139 |
| Teckenspråk | 100 | 87 | 102 |
| Medelvärde | 100 | 114 | 126 |

| År 2015 | SR | SVT | UR | Medelvärde |
|-------------------|------------|------------|------------|------------|
| Finska | 101 | 104 | 233 | 146 |
| Samiska | 100 | 130 | 115 | 115 |
| Meänkieli | 103 | 112 | 170 | 128 |
| Romani | 101 | 117 | 200 | 139 |
| Teckenspråk | | 145 | 59 | 102 |
| Medelvärde | 101 | 121 | 155 | 126 |

| År 2014 | SR | SVT | UR | Medelvärde |
|-------------------|------------|------------|------------|------------|
| Finska | 100 | 109 | 127 | 112 |
| Samiska | 100 | 123 | 131 | 118 |
| Meänkieli | 100 | 129 | 120 | 116 |
| Romani | 100 | 130 | 175 | 135 |
| Teckenspråk | | 115 | 59 | 87 |
| Medelvärde | 100 | 121 | 122 | 114 |

| År 2013 | SR | SVT | UR | Medelvärde |
|-------------------|------------|------------|------------|------------|
| Finska | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Samiska | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Meänkieli | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Romani | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Teckenspråk | | 100 | 100 | 100 |
| Medelvärde | 100 | 100 | 100 | 100 |

Bilaga 5 – Priser till Sveriges Radios medarbetare och produktioner

Rolf Stengård, Ekots tidigare chef för undersökande journalistik, hedrades med Lifetime Achievement Award of Prix Europa.

P1-Dokumentären Svart Lucia av Måns Mosesson blev utsedd till Europas bästa dokumentär vid Prix Italia.

Vid New York Festival som sedan 1957 uppmärksammat världens bästa radio, belönades flera Sveriges Radio-produktioner:

- Daniel Velasco och Victoria Gaunitz fick guld i kategorin Current Affairs med *Den legitimerade brottslingen* – en dokumentär om patientsäkerhet.
- I kategorin bästa undersökande reportage vann Bo-Göran Bodin och Daniel Öhman brons för reportaget *The Insider* där de avslöjade Ericssons mutor i Grekland i samband med en stor krigsmaterielaffär.
- Bo-Göran Bodin och Alexander Gagliano tilldelades brons i kategorin bästa undersökande serie för *Kvinnoregistret* som avslöjade Stockholmspolisens hemliga register över misshandlade kvinnor.
- Tankesmedjans app *Debatt* som syftade till att nå fler unga med P3:s valbevakning 2014, fick silver och guld i klassen för Worlds best advertising.

Debatt har även vunnit ett Guldägg och brons i Cannes Lion.

90-årsfilmen *Avgörande ögonblick* belönades med ett silver och två brons i Eurobest kategori Film Craft.

Nordiska Radioteaterpriset gick till Kristian Hallbergs samtidsaktuella föreställning *Variation*, en pjäs som ställer frågor och får lyssnaren att tänka efter.

Radiokören och chefsdirigent Peter Dijkstra fick i kategorin kör utmärkelsen Edison Klassiek 2015 för den klassiska cd-produktionen Brahms – Mass & Motets.

Sveriges Radios Symfoniorkester och Daniel Harding vann en Gramophone Classical Music Award för inspelningen av Beethovens Pianokonsert nr 3 och 4 med Maria João Pires som solist.

Den ideella organisationen Suicide Zero som arbetar för att minska självmorden i Sverige, belönade P4 Blekinge för kanalens rapportering om självmord under en temavecka kring ämnet.

Guldspadar för grävande journalistik har delats ut till P4 Upplands Tomas Magnusson och Kina Pohjanen samt Sofia Boo och Markus Alfredsson på *Kaliber* i P1.

Föreningen Vetenskap och Folkbildning utsåg *Institutet* i P3 till Årets folkbildare, för att programmet visat hur man med humor som verktyg kan nå ut med vetenskap till en bredare publik.

Vetenskapsredaktionens Gustaf Klarin belönades av Kungl. Skogs- och Lantbruksakademien för föredömliga insatser inom forskningskommunikation.

Lennart Wretling fick Sveriges Författarförbunds Radiopris.

Karin Malmsten från P4 Jönköping fick Wallquistpriset från Smålands Akademi för att med personligt engagemang och journalistisk integritet ha förnyat gudstjänsten i P1.

Kulturredaktionens medarbetare Kerstin Berggren i Umeå har belönats av Svenska Akademien, Umeås kulturnämnd och Norrlandsoperans vänner.

Per Feltzin fick hedersutmärkelsen Årets Mungiga av Föreningen för Tidig Musik, för att han i *Söndagsmorgon i P2* månar om den tidiga svenska musiken och gärna spelar inhemska musiker och ensembler.

Katja Magnusson fick det första Nils Horner-priset, instiftat av Borås Tidning, ”för att hon med personlig röst och gedigen kunskap ger oss de stora bilderna genom de vardagsnära berättelserna”.

Vid årets Ria-gala som belönar tv-producenter, vann *P3 Gulds* tv-producenter Anna & Paul pris i kategorin Årets visuella uttryck i tv-produktionen av *P3 Guld 2015*.

Flera SR-medarbetare uppmärksammades på den svenska Radiogalan:

- Randi Mossige Norheim vann klassen Årets Reportage för *Ett tillfälligt parti chili con carne* där hon med respekt och ödmjukhet kommer nära människor som lever på marginalen i samhället.
- *Kaliber* i P1 utsågs till Årets Folkbildare för sin granskning av krisen i socialtjänsten som gjordes i samarbete med Produktionsbolaget Munck AB.
- P4 Västmanland utsågs till Årets Lokalradio för sitt arbete under skogsbranden i fjol.
- *P3 Soul* med Mats Nileskär vann priset Årets Musik.
- Musikforskaren Mattias Lundberg med P2-podden *Den svenska musikhistorien* blev Årets Rookie.
- *Klassisk morgon* i P2 utsågs till Årets Morgonprogram.
- Vetenskapsprogrammet *Institutet* i P3, som produceras av Produktionsbolaget Munck AB, vann Årets Underhållning.
- Lotta Bromé fick åter igen utnämningen Bästa kvinnliga programledare i radio.
- Ylva Mårtens blev Årets Specialpristagare för sitt mångåriga arbete med radio för och med barn.

Utöver det priset, har Ylva Mårtens fått Svenska Barnboksakademins Eldsjälspris och Gulliverpriset från International Board on Books for Young People för sina insatser.

14. Revisorsintyg

Till Kulturdepartementet

Revisorsintyg avseende Sveriges Radio ABs public service-redovisning för år 2016.

Uppdrag och ansvarsfördelning

I Sveriges Radio ABs anslagsvillkor för år 2015 anges att bolaget årligen skall följa upp och rapportera hur public service-uppdraget uppfyllts. Uppföljningsrapporten, av bolaget benämnd public service-redovisning, för 2015 skall senast den 1 mars 2016 ges in till Kulturdepartementet. Bolaget skall säkerställa att företagets revisorer ges möjlighet att granska uppföljningsrapporten. Utlåtande över denna granskning skall ske i ett revisorsintyg som tillställs Kulturdepartementet.

Vi har översiktligt granskat Sveriges Radio ABs public service-redovisning för år 2015. Det är företagsledningen som har ansvaret för public service-redovisningen. Vårt ansvar är att uttala oss om public service-redovisningen på grundval av vår översiktliga granskning.

Granskningens inriktning och omfattning

Den översiktliga granskningen har utförts i enlighet med standard för översiktlig granskning ISRE 2410 "Uppdrag att göra översiktlig granskning av finansiella rapporter". Detta innebär att vi har planerat och genomfört den översiktliga granskningen för att med en begränsad säkerhet försäkra oss om att public service-redovisningen inte innehåller väsentliga felaktigheter. En översiktlig granskning är i huvudsak begränsad till förfrågningar hos bolagets personal och analytisk granskning av finansiella uppgifter, och vårt bestyrkande grundar sig därmed på en begränsad säkerhet jämfört med en revision. Vår granskning har omfattat ett urval av ekonomiska uppgifter för bedömning om de i public service-redovisningen angivna historiska uppgifterna blivit korrekt redovisade i public service-redovisningen. Granskningen omfattar inte framtida bedömningar. Granskningen omfattar inte någon bedömning huruvida public service-redovisningen uppfyller de krav som ställs i anslagsvillkoren och inte heller om Sveriges Radio AB uppnått målen med verksamheten. Vi har inte utfört en revision och vårt uttalande är därmed inte baserat på en revision.

Slutsats

Det har inte kommit fram några omständigheter under vår översiktliga granskning som tyder på att de i public service-redovisningen intagna historiska uppgifterna inte är korrekt redovisade.

Stockholm 17 februari 2016



Öhrlings PricewaterhouseCoopers AB
Nicklas Kullberg
Auktoriserad revisor



Carina Åkesson
Auktoriserad revisor
Utsedd av regeringen