

# PUBLIC SERVICE- REDOVISNING 2018



Ljudet i fokus

sveriges **R**adio

<b>1</b>	<b>Inledning.....</b>	<b>1</b>
1.1	Sveriges Radios vd och styrelseordförande har ordet .....	1
1.2	Sveriges Radio i ett föränderligt mediolandskap.....	5
1.3	Årets redovisning .....	7
<b>2</b>	<b>Det här vill Sveriges Radio .....</b>	<b>8</b>
<b>3</b>	<b>Detta har Sveriges Radio bidragit med .....</b>	<b>10</b>
3.1	Värde för samhället .....	10
3.2	Förtroende .....	11
3.3	Värde för individen .....	13
3.4	Sveriges Radios bidrag till samhället .....	14
3.5	Publikmål .....	16
3.6	Allmänhetens värdering av programkategorier .....	18
3.7	Effekten av ökad produktivitet .....	19
<b>4</b>	<b>Kvalitet och utveckling.....</b>	<b>22</b>
4.1	Säkerställa uppdrag och kvalitet.....	22
4.1.1	Styrning och utbudsprocess .....	22
4.1.2	Decentraliserad organisation .....	24
4.1.3	Agendasättande .....	25
4.1.4	Kvalitetsarbete inom intern och extern programproduktion.....	26
4.1.5	Kompetensutveckling .....	27
4.1.6	Språkvård.....	29
4.1.7	Granskningar av Sveriges Radios program .....	29
4.1.8	Publicistiska priser .....	30
4.2	Utvecklingsarbete .....	31
4.2.1	Publicistisk utveckling .....	31
4.2.2	Teknisk utveckling .....	33
4.2.3	Innovationsteam .....	34
4.2.4	Sociala medier .....	35
4.2.5	Digitalradio i vänteläge .....	36
4.2.6	Nya tjänster.....	37
<b>5</b>	<b>Här finns Sveriges Radio .....</b>	<b>38</b>
5.1	Marksänd radio.....	38
5.2	Andra plattformar .....	40
5.3	Kärnverksamhet och kompletterande verksamhet.....	42
<b>6</b>	<b>Bredden i utbudet.....</b>	<b>45</b>
6.1	Marksänd radio (FM och DAB) fördelad på programkategorier .....	45
6.2	Sveriges Radios utbud på internet .....	48
6.3	Sveriges Radio och sociala medier.....	53
<b>7</b>	<b>Särskilda uppdrag och målgrupper .....</b>	<b>54</b>

7.1	Jämställdhet, mångfald och spegling.....	55
7.1.1	Om definitioner, policy och mätbara mål .....	55
7.1.2	Närvaro i och spegling av hela landet .....	56
7.1.3	Jämställdhet och #metoo .....	57
7.1.4	Publiknätverk och publika möten för ökad mångfald och spegling .....	57
7.1.5	Rekrytering av mångfald .....	58
7.1.6	Uppföljning .....	59
7.1.7	55 procent-målet.....	61
7.2	Nyheter och samhällsbevakning.....	62
7.2.1	Nyheter .....	62
7.2.2	Utrikesverksamheten .....	65
7.2.3	Granskning .....	66
7.2.4	Samhällsbevakning – fördjupning och berättande.....	67
7.2.5	Dokumentärer.....	69
7.2.6	Valbevakning.....	71
7.3	Kulturredraget.....	76
7.3.1	Fördjupat, vidgat och utvecklat utbud .....	76
7.3.2	Bevakning, spegling och granskning.....	77
7.3.3	Kulturproduktion .....	78
7.3.4	Tillgängliggöra kultur.....	79
7.3.5	Samarbete med kulturinstitutioner .....	79
7.3.6	Musik.....	80
7.3.7	Berwaldhallen.....	84
7.3.8	Nordisk kulturgemenskap.....	86
7.4	Barn och unga.....	87
7.4.1	Barnutbudet .....	87
7.4.2	Tonårsutbudet.....	92
7.5	Tillgänglighet .....	95
7.5.1	Program om, för och med personer med funktionsnedsättning.....	96
7.5.2	Barn och unga med funktionsnedsättning .....	97
7.5.3	Hörbarhet.....	99
7.5.4	Ökad tillgänglighet med publika digitala tjänster.....	99
7.5.5	Dialog med berörda grupper.....	100
7.6	Minoritetsspråk.....	101
7.6.1	Minoritetsspråk i Sveriges Radio – relevant innehåll på relevanta platfformar .....	101
7.6.2	Betydande ökning.....	103
7.6.3	Samiska .....	104
7.6.4	Finska .....	106
7.6.5	Meänkieli .....	107

7.6.6	Romani chib .....	109
7.6.7	Jiddisch.....	110
7.6.8	Utbud på andra minoritetsspråk.....	111
7.6.9	Dialog med berörda grupper.....	112
7.7	Variation i produktionsformer.....	113
7.8	Det breda anslaget .....	117
7.8.1	Sport .....	117
7.8.2	Livsstil.....	117
7.8.3	Underhållning.....	118
7.9	Lokalt uppdrag .....	119
7.9.1	Sveriges Radio P4 – 25 lokala kanaler och riksutbud .....	119
7.9.2	Fortsatt utvecklingsuppdrag för lokala kanaler .....	119
7.9.3	Stockholmskanalerna.....	121
7.10	Beredskap och viktig information till allmänheten .....	123
7.10.1	Risk- och sårbarhetsanalyser .....	123
7.10.2	Service – viktig information till allmänheten .....	123
7.10.3	Utsändningskvalitet .....	125
7.11	Publikmöten .....	126
<b>8</b>	<b>Sveriges Radios publik .....</b>	<b>129</b>
8.1	Lyssning .....	129
8.2	Publiken om Sveriges Radio .....	137
<b>9</b>	<b>Resursanvändning .....</b>	<b>142</b>
9.1	Intäkter .....	142
9.2	Kostnader .....	144
9.3	Produktivitet respektive effektivitet .....	147
9.4	Sidoverksamhet .....	151
<b>10</b>	<b>Planer för framtiden.....</b>	<b>154</b>
<b>Bilaga 1 – Villkor i sändningstillstånd och anslagsvillkor .....</b>		<b>156</b>
<b>Bilaga 2 – Sveriges Radios kanaler och distributionsplattformar .....</b>		<b>158</b>
<b>Bilaga 3 – Bolagsgemensamt index för minoritetsspråk.....</b>		<b>160</b>
<b>Bilaga 4 – Priser till Sveriges Radios produktioner och medarbetare .....</b>		<b>162</b>
<b>Bilaga 5 – Antal anställda per ort december 2018.....</b>		<b>163</b>

# 1 Inledning

## 1.1 Sveriges Radios vd och styrelseordförande har ordet

2018 var ett år som kännetecknades av stor politisk osäkerhet i Sverige och i omvärlden. För Sveriges Radios del blev det ett år då vårt demokratiska uppdrag var viktigare än kanske någonsin tidigare. Att snabbt förmedla nyheter när de händer och samtidigt erbjuda sammanhang, fördjupning och granskning av makten är avgörande för vår roll i en väl fungerande demokrati. Samtidigt är uppgiften att vara en oberoende arena där röster möts och åsikter bryts lika viktig, inte minst under ett valår som 2018.

Valbevakningen genomsyrade vårt utbud under året med utfrågningar, intervjuer och analyser i bland annat *P1-morgen*, *Morgonpasset i P3*, de lokala kanalerna, podden *Det politiska spelet*, *P4 Extra* och Barnradions valprogram. P1 arrangerade slutdebatt med riksdagens partiledare och dessutom arrangerades valdebatter på flera språk: arabiska, finska, farsi/dari, kurdiska, somaliska och engelska. Sammanlagt lyssnade ungefär 1,5 miljoner på Sveriges Radios valvakor, störst var P4:s som lockade 840 000 i de 25 lokala kanalerna, tätt följd av P1:s valvaka som lockade 750 000.

Lokalt genomförde vi dessutom hundratals välbesökta utesändningar inför valet och *P3 Nyheter*, med det största nyhetskontot på Instagram, undersökte och byggde rapportering kring lyssnarnas viktigaste frågor.

Större tematiska satsningar genomfördes också där två exempel är Ekots, de lokala kanalernas och minoritetsspråkens *#tiomiljoner*, som utgick ifrån lyssnarnas frågor från hela landet och som sedan tog dessa frågeställningar vidare till makten, samt *Ett nytt Sverige* i P4, där nio lokala kanaler samarbetade och skildrade ett Sverige i förändring med utgångspunkt i möten med några av de mänskliga som under de senaste åren flytt sina hemländer.

### En trovärdig guide

Under höstens osäkra politiska läge efter valet ökade lyssningssiffrorna för aktualitetsprogrammen *P1-morgen* och *Studio Ett* med 21 respektive 25 procent, ett kvitto på att Sveriges Radio är en trovärdig guide i politiskt osäkra tider. En undersökning från Kantar Sifo visade att 64 procent av befolkningen tog del av någon valbevakning från Sveriges Radio, en klart högre andel än 2014 då motsvarande siffra var 52 procent. Två tredjedelar av de tillfrågade tyckte att Sveriges Radio stod för den bästa bevakningen, lika många svarade också 10 på en skala från 1 till 10 om hur viktig Sveriges Radios valbevakning var för samhället och demokratin.

Att vi har en stor och viktig uppgift som trovärdig och snabb nyhetsförmedlare blev tydligt under sommarens bränder där en uppföljande undersökning av analysföretaget Novus visade att svenska folket hade högst förtroende för public service bevakning: P4:s lokala kanaler gav tillsammans med SVT den bästa informationen om bränderna och dess utveckling.

2018 var ett år då vi satsade extra på att förstärka den lokala närvaren. De lokala kanalerna tillfördes resurser för att öka bemanningen kvällstid, ett nytt morgenprogram startades i Helsingborg och under hösten togs beslut om en stor satsning på P4 Stockholm, med fler reportrar och nya lokala redaktioner. Sveriges Radio finns på 50 platser runt om i Sverige och vi har därmed rollen som landets enda riksmedium: granskningarna, rösterna och perspektiven hörs inte bara lokalt – utan även bredd nationellt i riksprogrammen.

### Lokalt, nationellt och internationellt

Parallelt med det lokala och nationella har Sveriges Radio under 2018 fortsatt att satsa stort på utrikesjournalistiken via det mest omfattande korrespondentnätet bland medierna i Norden, ett nätverk som ser och förmedlar världen genom svenska ögon. Särskilda satsningar omfattade bland annat en utökad bevakning i Ryssland inför och efter det ryska presidentvalet i mars samt vid mellanårsvalen i USA i november. Den europeiska bevakningen färgades av Storbritanniens beslut att lämna EU, brexit, och i reportageserierna *#kinaspengar* och *#kinasmakt* har Sveriges Radios utrikeskorrespondenter granskat hur

Kina ökar sitt inflytande över världen genom utlåningar och investeringar. Sveriges Radios medarbetare har också granskat och skildrat konflikter i världen från länder som är svårbevakade, till exempel har vi varit på plats i Jemen, Syrien och Kongo-Kinshasa.

Att vara nära publiken nationellt, lokalt och internationellt, är avgörande för att kunna föra samtal med och möta lyssnarna. Under våren flyttade Sveriges Radio därför in på Kulturhuset Stadsteatern i Stockholm. Ett stort antal program i flera genrer mötte publiken live mellan april och september, och valbevakningen var en ständigt röd tråd under perioden som avslutades vid valet. Under året lade flera av de lokala kanalerna extra resurser på att ordna publika möten, såväl i våra radiohus som utanför.

Vi inledde traditionenligt året med *P3 Guld* i januari, musikgalan som arrangerades för 16:e gången och direktsändes från Partille Arena. Under våren och sommaren genomförde P4-kanalerna lokala finaler av den rikstäckande musiktävlingen *P4 Nästa*, P2 åkte på konsertturnén *P2 i Parken* och utrikeskorrespondenterna åkte på turné till 13 svenska städer. *Musikhjälpen* avslutade sedan året i Lund i december med temat ”Alla har rätt att funka olika”, som satte fokus på den miljard människor i världen som lever med funktionsnedsättning. Publikens bidrog genom att önska låtar, starta och buda på auktioner, starta och bidra med pengar i digitala bössor, lägga pengar i fysiska bössor, skänka pengar från företag och genomföra egna insamlingar. Sammantaget slog årets Musikhjälpen rekord med hela 606 337 engagemang.

## En samlande kraft

Sveriges Radio fortsatte också att på än fler sätt vara en samlande kraft i Sverige och vi lockade stora lyssnarskaror till gemensamt engagerande program över en bred rad ämnen och gener, vilket är en viktig uppgift i tider med risk för ökad polarisering och fragmentisering över hela samhället.

Lyssnarsuccén *Ring så spelar vi* fyllde 50 år och är fortfarande ett av Sveriges Radios populäraste program med runt 1,6 miljoner lyssnare varje lördag i P4.

Under sommaren kraftsamlade Radiosporten från VM i fotboll i Ryssland med 18 personer på plats och rapporteringen blev en stor publikframgång både i FM och digitalt. Som mest lyssnade omkring 1,9 miljoner, eller 24 procent av landets befolkning 12–79 år, på enskilda matcher när Sverige spelade.

*Sommar i P1* fortsatte att locka storpublik och poddlyssningen slog redan efter första sändningsveckan tidigare rekord med över en miljon i total veckoräckvidd. Samtidigt ökade direktlyssningen jämfört med tidigare år, 2018 lyssnade 40 procent av svenska folket på programmet i P1.

P2 hyllade nationalikonen Birgit Nilsson 100 år i maj med hyllningskonserter, unika inspelningar och en nyproducerad dokumentär. Under året uppmärksammade vi också Ingmar Bergmans 100-årsdag med, bland annat, radioföljetonger och *Bergmanpodden*.

Årets stora kulturnyhet, att Svenska Akademien inte skulle dela ut något Nobelpris i litteratur 2018, följdes upp med bevakning som citerades i världspress, fördjupade intervjuer och P1 Kulturs nyhetsdokumentär *När De Aderton blev De Tio* som släpptes knappt två veckor efter beskedet.

Sveriges Radios Symfoniorkester vann under hösten stora kritik- och publikframgångar under en omfattande turné till tolv europeiska städer, under ledning av chefsdirigenten Daniel Harding. Hans kontrakt förlängdes till säsongen 2022/23, och Daniel Harding fick samtidigt en ny roll som konstnärlig ledare.

Sveriges Radio Drama fortsatte att framgångsrikt locka publik med dramaserieformatet och originalverk för både unga och vuxna i flera kanaler. Under året fick bland annat P3:s dramapodd *Tunnlarna* av Jerker Virdborg premiär och i november Malin Axelssons nyskrivna *Kraschen: om it-bubblan på 90-talet* med medverkande profiler som Johan Staël von Holstein och Linda Skugge i rollerna.

## **Prisade medarbetare**

Våra medarbetares arbete lyftes fram och prisades vid flera tillfällen. I november belönades Daniel Velasco och Robert Barkman med Stora Journalistpriset för *P1 Dokumentär-serien Hästgården*, som tidigare under hösten också belönats med radio- och poddpriset Guldörat.

Mats Nileskär fick ta emot prestigefulla Lukas Bonniers Stora Journalistpris för sin gärning att ”folkbilda generationer av lyssnare” i *P3 Soul*, som under året firade 40 år.

Barnradion fick hela fem medaljer på New York Festivals, och *P1 Dokumentärs Bombattentaten, säkerhetspolisen och nazisterna* tilldelades det prestigefyllda radio- och tv-priset Prix Europa i Berlin.

Sveriges Radio är dess medarbetare och glädjande visade årets medarbetarundersökning på en tydlig ökning både när det gäller medarbetarindex och ledarskapsindex. Utmaningarna framöver blir att locka rätt kompetens på en arbetsmarknad där Sveriges Radio konkurrerar även med andra branscher om nyckelkompetens och där företaget, som en del av public service, vare sig kan vara löneledande eller erbjuda andra incitamentsprogram.

## **Förändrade lyssningsvanor**

Samtidigt som den linjära lyssningen står stark, med 7,1 miljoner lyssnare i veckan, fortsatte on demand-lyssningen att öka stort. En rad nya poddar fick premiär, bland dem *Sameradiopodden*, som tar upp ämnen som hbtq, samtyckesfrågor och självmordsproblematik i Sápmi, och *P3 Musikdokumentär*, som är en del av P3:s nya musiksatsning för att möta förändrade lyssningsvanor hos den unga publiken.

P3 domineras också stort i det branschgemensamma mätinstrumentet Poddindex som numera finns i Sverige. Indexet toppas löpande av *P3 Dokumentär* som är Sveriges största podd. Utvecklingen är glädjande och absolut nödvändig för att vi ska kunna möta tappet när det gäller linjär lyssning hos P3:s huvudmålgrupp unga vuxna mellan 20 och 34. En grupp som kommit långt i det digitala skiftet och som har en förväntan på Sveriges Radio att företagets utbud ska finnas tillgängligt för dem varhelst och närlhelst de väljer att ta del av det.

Sveriges Radio har ljudet och lyssnaren i fokus oavsett om det handlar om att erbjuda ett utbud linjärt via FM, digitalt eller socialt. Under 2018 har arbetet fortsatt med att utveckla appen *Sveriges Radio Play* till att bli företagets primära digitala plattform och med ett mer personaliserat innehåll. Under året har också arbetet med självständiga ljud och spellistor, för att möta behovet hos en publik som vill lyssna på nyheter vid en tid som passar dem snarare än vid ett visst klockslag, tagit ett antal viktiga utvecklingssteg framåt. Ett arbete som kommer att intensifieras ännu mer under 2019 då Sveriges Radio satsar extra på att ta en ledande position i en värld som blir allt mer röststyrd.

Lyssningen på de självständiga nyhetsklippen har under 2018 ökat explosionsartat. Varje vecka spelas runt en halv miljon i *SR Play*, och i december lanserades spellistor med lokala nyhetsklipp med toppnyheter från P4-kanalerna. Att teknikutveckling och innehållstankar går hand i hand blir allt viktigare. På Sveriges Radio arbetar vi därför allt mer över enhets-, kanal- redaktions- och avdelningsgränserna.

Att tidigt samla all viktig kompetens kring de stora utvecklingsuppdragen säkerställer dels ett bättre utbud till publiken, dels att företagets resurser används på ett effektivt sätt.

Röststyrning, röstassisterter och smarta högtalare blir allt populärare och förändrar stegvis publikens medievanor. Flera utvecklingsprojekt pågår för att säkerställa att Sveriges Radios innehåll finns enkelt tillgängligt för alla, även på de nya plattformarna. Först ut under året var röstassistenten Google Assistant för smarta mobiler där Sveriges Radios material blev tillgängligt i augusti. Till jul släpptes också den första interaktiva tjänsten där det gick att prata med julkalendern.

## **Public service-debatt och nya mål**

Public service har under 2018 varit mer omdiskuterat än på länge, både i Sverige och runt om i Europa. Under året har ett antal möten ägt rum med kommersiella medieföretag i syfte att öka insikten om de utmaningar som finns och med ambitionen att från Sveriges Radios sida hjälpa och inte stjälpa. För en väl fungerande demokrati krävs både ett starkt public service och välmående kommersiella medieföretag, sida vid sida.

Inom vårt eget företag är det också viktigt att hela tiden arbeta med att förändra arbetsmetoder och effektivisera verksamheten. Närare 75 procent av företagets budget är lönerelaterad och att ha en ekonomi i balans är en självklar målsättning, liksom att kontinuerligt och systematiskt lyssna igenom innehållet för att säkerställa att vi följer företagets uppsatta mål.

Sveriges Radios verksamhet effektiviseras hela tiden, dels för att klara löneutvecklingen då tilldelningen under i princip hela 2000-talet legat under löneökningarna och dels för att frigöra medel för innovation och utveckling.

I vår dagliga verksamhet handlar det om att förändra arbetsmetoder och att föra över resurser från stödverksamhet till kärnverksamhet, det vill säga till programverksamheten. Hela den digitala utvecklingen sker inom ramen för samma tilldelning som företaget har fått för att producera analog radio.

Under hösten har ett arbete påbörjats för att revidera och förnya företagets mål samt se över Sveriges Radios vision. Ett arbete som slutförs under 2019 då nya mål och ny vision ska finnas på plats inför nästa tillståndsperiod. I arbetet ingår också att stärka såväl företagets varumärke som arbetsgivarvarumärket.

## **2019**

2019 kommer vi ännu tydligare befästa rollen att vara hela Sveriges Radio. Fler röster, ämnesval och perspektiv utanför Stockholm kommer att höras i riksprogrammen, och Stockholm med omnejd kommer att få en förstärkt lokal bevakning med fyra redaktioner utanför radiohuset vid Gärdet. Söder-täljebona kommer dessutom att få ett eget morgonprogram.

2019 kommer ytterligare förändringar att ske både när det gäller det linjära utbudet och vårt on demand-utbud för att bättre nå den unga publiken. *SR Play* får en tydligare roll som vår primära digitala plattform via ett utökat utvecklingsarbete som även inkluderar att vi fortsätter att ta fram nya format för en värld som blir alltmer röststyrd. Genom bland annat det digitala nyhetsuttrycket fortsätter förändringen mot ett Sveriges Radio som tydligt har ljudet och lyssnaren i fokus.

2019 är också det år då både musik- och sportutbudet utvärderas och förändras.

## **En demokratisk kollektiv nytthet**

Public service står i många länder under hård press både ekonomiskt och politiskt. I Danmark beslutade regeringen om en minskad budget för Danmarks Radio (DR) med 20 procent – det tillsammans med ett avsmalnat uppdrag samt en långtgående styrning av fundamenten för innehållet i utbudet.

I Sverige lämnade ungefär samtidigt en parlamentarisk utredning sitt förslag till ett framtida sändnings-tillstånd för de tre public service-bolagen där en överväldigande majoritet av ledamöterna glädjande konstaterade att Sveriges Radio är ”en demokratisk kollektiv nytthet som gynnar alla medborgare”, samt att det breda uppdraget och oberoendet därmed måste värnas.

I november tog sedan den svenska riksdagen beslut om att Sveriges Radio tillsammans med SVT och Utbildningsradion från och med den 1 januari 2019 kommer att finansieras via en öronmärkt skatt, en så kallad public service-avgift.

Regeringen har dessutom tillsatt en välbehövlig utredning som ska ta ställning till om det går att grundlagsskydda public service, vilket skulle göra att Sveriges Radio i en framtid blir ännu mindre sårbart för snabb politisk påverkan. I skrivande stund väntar utarbetande av en proposition på Kulturdepartementet som lägger grunden till ett nytt sändningstillstånd från och med 2020.

Det kommande året, 2019, blir det sista för det nuvarande sändningstillståndet, och för Sveriges Radios del är det oerhört viktigt att vi även i fortsättningen få rätt förutsättningar att långsiktigt kunna utföra det så viktiga uppdrag företaget har i en väl fungerande demokrati. Utmaningarna är många, men så är också möjligheterna om dessa utmaningar hanteras rätt. Vi ser en global och digital mediemarknad framför oss där konkurrensen om publikens tid från stora internationella aktörer blir allt mer påtaglig för varje vecka som går. På denna marknad har Sveriges Radio en viktigare roll än någonsin.

Lennart Käll, styrelseordförande

Cilla Benkö, vd

## 1.2 Sveriges Radio i ett föränderligt medielandskap

Det globala medielandskapet förändras snabbare än någonsin tidigare. Kraften i den tekniska utvecklingen i kombination med snabbt förändrade konsumtionsmönster hos en stor och mångskiftande publik innebär oavbrutna utmaningar. Innovationer som i dag är självklara och som förändrat konsumtionsmönster och medievänor i grunden visste vi i många fall ingenting om för bara några år sedan.

Nationell lagstiftning rår alltmer sällan på globala krafter, traditionella kvalitetsmedier utmanas i allt högre utsträckning av globala digitala medieföretag med oerhörd resurser och möjligheter att fortlöpande utveckla nya produkter för olika kunders särskilda önskemål.

Parallelt med den snabba tekniska utvecklingen har trycket mot europeiska public service-medier eskalerat de senaste åren. Public service har allt oftare blivit ett mål för attacker från olika politiska grupperingar, inte sällan av populistisk art. Misstron från vissa grupper i samhället har ökat och satt ytterligare press samtidigt som förtroendet legat fortsatt stabilt och på en mycket hög nivå i andra stora grupper.

Sveriges Radio har under många år haft en stor och trogen publik, och så är det fortfarande. Miljoner människor lyssnar på SR varje dag. Även om andelen som lyssnar på Sveriges Radio sjunker något är antalet som lyssnar relativt konstant. Tillsammans med ett par andra radiobolag ligger Sveriges Radio i topp i Europa när det gäller räckvidd. Samtidigt är det viktigt att konstatera att de kommande åren kommer konkurrensen om publikens tid att öka, inte minst eftersom mediedagens längd förefaller vara i det närmaste oförändrad.

### Ökade möjligheter att spegla hela landet

I en tid när den lokala journalistiken utarmats på många håll har Sveriges Radio satsat för att kunna leverera en högkvalitativ journalistik till hela Sverige. Sveriges Radio finns på 50 platser och är landets enda riksmedium.

Den tekniska utvecklingen de senaste åren, inte minst driven av flera egna projekt, har inneburit ökade möjligheter att spegla hela landet eftersom mobiliteten har ökat. Sveriges Radio ligger långt framme när det gäller nya tekniska lösningar tack vare den effektivisering av verksamheten som gjorts för att frigöra medel till innovation och utveckling.

Sveriges Radio ser ett fortsatt behov av att arbeta vidare med att utveckla den nya tekniken, inte minst implementeringen av Next Generation vilket underlättar ett mobilt arbetsätt.<sup>1</sup> Det ökar i sin tur möjligheterna att möta människor där de befinner sig, vilket gör att Sveriges Radio bättre kommer att kunna spegla många människors vardag. Den lokala journalistiken i Sveriges Radio hörs i P4 varje dag. Det är också den kanal som är i särklass störst i Sverige och som når 65,5 procent av befolkningen en vanlig vecka.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Se avsnitt 4.2.2 Teknisk utveckling.

<sup>2</sup> Kantar Sifos mätningar 2018 på uppdrag av radiobranschen, PPM, 12–79 år.

## Alltmer mobil journalistik

De orter i Sverige där det saknas fast placerade journalister blir fler. Ett antal av landets kommuner saknar en redaktion på plats. Sveriges Radio har genom sina 25 lokala P4-kanaler och cirka 500 lokala journalister och arbetsledare en unik lokal kännedom, förankring, trovärdighet och landets största publik. SR:s journalister arbetar idag mer utanför radiohusen, var dessa finns blir då mindre viktigt. Via mobil teknik tar reportrarna sig till publiken. Alla landets kommuner bevakas av journalister från Sveriges Radio. Genom ett internationellt korrespondentnätverk med 23 korrespondenter blir det också möjligt att begripliggöra globala frågor på nationell och lokal nivå. Sveriges Radio har också intensifierat arbetet med att låta lokala nyheter ta ännu större plats i riksprogrammen, så att fler ämnesval, röster och perspektiv når en nationell publik och befäster Sveriges Radios roll som hela Sveriges Sveriges Radio.

Arbetet med att öka mobiliteten har fortsatt under 2018. Grundtanke är att i ännu högre utsträckning möta lyssnare och medverkande på plats. Från år 2016 till 2018 har det totala antalet timmar för uppkopplade förbindelser med extern kontribution (OB-väska, minilänk, EWAN<sup>3</sup>, Luci Live och satellitbil) ökat från cirka 27 800 till cirka 34 900 timmar.

Den lokala journalistik som bedrivs på lokala P4-kanaler gör stora avtryck i det omkringliggande medielandskapet. Under 2018 citerades Sveriges Radios lokala P4-kanaler 49 637 gånger. Detta i sin tur stärker de kommersiella medierna eftersom nyheter från SR som citeras ger både ökad räckvidd och ett bättre och mer mångfasetterat innehåll.

## Ljudet i fokus

Även vid framtagandet av egna nyheter lokalt följer Sveriges Radio företagets strategi att ha ljudet i fokus. Sveriges Radio har ett mål att 67 procent av publiceringarna på de olika sajterna ska åtföljas av ett ljudklipp. Mätningar under 2018 visade att drygt 90 procent av artiklarna på Sveriges Radios lokala sajter hade ett ljudklipp. Även SR:s förstasida, som innehåller en blandning av hela företagets produkter, hade mer än 90 procent ljudklipp.

Jesper Strömbäck, professor i journalistik och politisk kommunikation vid Göteborg universitet, konstaterar, med utgångspunkt i den omfattande forskningen om public service och dess betydelse, att starka public service-kanaler inte enbart har en betydelse i sig själva. De påverkar också den omkringliggande mediestrukturen, bland annat ”genom att påverka kommersiella kanaler i riktning mot mer investeringar i programutbud i riktning mot mer nyheter och samhällsjournalistik”.<sup>4</sup>

## Att bli vald i ett nytt medielandskap

Många aktörer, både nationella och internationella, slåss numera om publikens tid. Att bli vald i ett nytt medielandskap är den stora utmaningen för mediebolag över hela världen. Netflix, YouTube och Spotify är lika stora konkurrenter om publikens tid som kommersiella radio- och tv-kanaler. Många mediekonsumenter är i dag vana att själva bestämma hur, när och var de konsumrar medier.

Vecko- och daglyssnandet på on demand/poddar/nedladdade radioprogram ökar över tid men från en relativt låg startpunkt. I dag lyssnar drygt en fjärdedel av Sveriges befolkning i åldern 16–80 år på detta sätt minst någon gång per vecka. Det är en ökning med cirka 60 procent från 2015 till 2018. I gruppen 20–34 år lyssnar mer än 40 procent åtminstone någon gång i veckan.<sup>5</sup>

I Sverige startade dessa lyssningsvanor relativt tidigt, men numera finns flera länder där det ser liknande ut gällande räckvidd, utvecklingstakt och förhållande till linjär konsumtion. I exempelvis USA ligger nu veckolyssningen på poddar kring 17 procent.<sup>6</sup>

<sup>3</sup> Ethernet Wide Area Network, ett datornätverk som täcker ett större område.

<sup>4</sup> [https://www.riksdagen.se/sv/webb-tv/video/oppenn-utfragning/oppenn-utfragning-om-framtidens-public-service\\_H4C220170323ou1](https://www.riksdagen.se/sv/webb-tv/video/oppenn-utfragning/oppenn-utfragning-om-framtidens-public-service_H4C220170323ou1).

<sup>5</sup> Orvesto Konsument 2018:2.

<sup>6</sup> The Infinite Dial, Edison Research, 12+ år 2018.

Den bärande idén för att förverkliga Sveriges Radios strategi om ljudet i fokus och det digitala nyhetsuttrycket är att alla ljud som produceras för digital konsumtion ska fungera självständigt utan text och bild. Dock kan text och bild öka tillgängligheten, till exempel för personer med hörselnedsättning, och behövs till viss del som komplement för att göra ljudet tillräckligt attraktivt så att publiken väljer Sveriges Radios utbud i den allt hårdare konkurrensen.

Mediekonsumtionen har förändrats de senaste åren. På kort tid har den tid vi spenderar på ljud ökat väsentligt och ljud är numera det medieslag som står för störst andel av mediekonsumtionen.<sup>7</sup> För Sveriges Radio som har ljudet i fokus är det en väsentlig förändring. Samtidigt är det viktigt att komma ihåg att konkurrensen inom ljudområdet har exploderat och att digitaliseringen har inneburit helt nya möjligheter att ta del av ljudmaterial från olika aktörer i hela världen.

I yngre åldersgrupper står strömmad musik för merparten av ljudkonsumtionen. Det har också skett en snabb tillväxt i konsumtionen av ljudböcker men från låga nivåer. Många traditionella medieföretag satsar numera också på ljud vid sidan av papperstidningar och publicering av text på internet, inte sällan i form av poddar med varierande innehåll. Givet utvecklingen i andra länder är det rimligt att anta att smarta högtalare kommer att spela en allt större roll de kommande åren – vilken påverkan det kommer att få på traditionellt radiolyssnande återstår att se.

### Sveriges Radios poddar

På on demand-området går utvecklingen snabbt. Nästan hälften av de tjugo största poddarna i Sverige kommer från Sveriges Radio, varav många från P3. Sveriges Radios poddutbud har många starka titlar som *Sommar i P1*, *P1 Dokumentär*, *Söndagsintervjun*, *Ekot*, *P3 Dokumentär*, *Creepypodden*, *P3 Historia*, *Det politiska spelet*, *P3 Dystopia*, *P3 Musikdokumentär*, *USApodden*, *Snedtänkt med Kalle Lind*, *Ligga med P3* och *P4 Dokumentär*.

Grundtanken bakom on demand-strategin är att resurser satsas på starka format och att det ska finnas tydliga målgruppsanpassade kriterier. Strategin innebär också att nya format kontinuerligt ska utvecklas och att det ska finnas en tydlig koppling till FM. Flertalet poddar sänds även i FM.

## 1.3 Årets redovisning

För att underlätta Granskningsnämndens (GRN) bedömning finns i bilaga 1 en läsanvisning avseende villkoren i sändningstillstånd och anslagsvillkor. För respektive villkor hänvisas till relevanta kapitel och avsnitt i public service-redovisningen eller så ges svaret direkt i bilagan.

2018 års redovisning har i stort sett samma struktur som tidigare år. Ett särskilt avsnitt om årets valbevakning finns med. I övrigt har en del förtysliganden gjorts.

När det gäller företagets övergripande utvecklingsarbete avseende styrning och redovisning av uppdraget är siktet inställt på nästa tillståndsperiod som börjar 2020. Några nya indikatorer för att mäta exempelvis produktivitet kommer inte att implementeras under innevarande tillståndsperiod.

Utveckling av verksamheten pågår kontinuerligt vilket beskrivs på olika ställen i redovisningen.

Sveriges Radio effektiviseras hela tiden verksamheten genom att flytta resurser från stödverksamheter till programverksamheten för att kunna utveckla befintliga och nya format.

---

<sup>7</sup> Mediebarometern 2017.

## 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 maktfäror i samhället. Det är särskilt viktigt att SR slår vakt om programområden som är betydelsefulla för allmänintresset.

(Sveriges Radios sändningstillstånd, s. 1)

Sveriges Radio nuvarande sändningstillstånd löper under tiden 2014–2019. Den 1 januari 2020 inleds en ny tillståndspersonalitet som sträcker sig fram till och med den 31 december 2025. Sedan 2014 arbetar företaget med utgångspunkt i uppdrag, vision och strategiska mål som formulerades inför den innevarande tillståndspersonaliteten.

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	<b>Engagerad publik</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Vi ska sätta agendan</li><li>• Förtroendet för Sveriges Radio ska vara högt</li><li>• Vi ska möta publiken där den är</li></ul>	<b>Attraktiv arbetsplats</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Vi ska ge medarbetarna möjlighet att utvecklas</li><li>• Vi ska öka vårt samarbete för att ständigt förbättra företaget</li><li>• Vi ska öka mångfalden på alla områden</li></ul>	<b>Ekonomi i balans</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Vi ska ha handlingsfrihet att utveckla och förnya verksamheten</li><li>• Vi ska använda resurserna effektivt och ge mest möjliga public service för pengarna</li></ul>
Värdegrund	Oberoende, trovärdiga, öppna, nyskapande		

**Värdegrund.** Målet med Sveriges Radios värdegrund är att stärka och långsiktigt garantera publikens förtroende genom att vara ett oberoende, trovärdigt, öppet, och nyskapande radiobilag. Inom samtliga enheter diskuteras hur värdegrundens kan omsättas i praktiken och också fortlöpande implementeras i verksamhetsplanering och uppföljning.

**Strategiska mål.** Sveriges Radio har strategiska mål inom kategorierna publik, personal och ekonomi. Fortlöpande uppföljningar av planer och mål sker genom indikatorer. Sveriges Radio mäter regelbundet publiken på många olika sätt. De främsta indikatorerna är de årliga publikmålen, samhällsnytta och trovärdighet.

**Attraktiv arbetsplats.** Sveriges Radio genomför återkommande en medarbetarundersökning som en del i personalarbetet. Resultatet blottlägger styrkor och svagheter i det psykosociala arbetsmiljöarbetet, ledarskapet och medarbetarskapet. Med det som utgångspunkt kan både ett långsiktigt arbetsmiljöarbete och en utveckling av den egna arbetsgruppen äga rum. Samtliga delar inom företaget tar med utgångspunkt från resultatet av medarbetarundersökningen fram handlingsplaner. Dessa blir ett verktyg dels för att förbättra svaga områden, dels för att bibehålla styrkeområden.

Nyckeltal som sjukfrånvaro, personalomsättning och könsfördelning följs kontinuerligt upp. Sveriges Radio har ett nära samarbete med företagshälsovården och skyddsombud samt fackliga företrädare och arbetar aktivt för att förebygga ohälsa genom exempelvis särskilda hälsokartläggningar, samtalsstöd och stresshanteringsprogram för arbetsgrupper.

**Ekonomi i balans.** En ekonomi i balans är avgörande för att Sveriges Radio ska kunna utföra sitt uppdrag. I kapitel 9 redovisas Sveriges Radios ekonomi och resursanvändning under 2018.

**Publicistisk utveckling.** Under hela den innevarande tillståndsperioden har Sveriges Radio arbetat med projektet Sveriges Radios Publicistiska Utveckling (SRPU). Grundtanken bakom projektet är att stärka bolagets publicistiska utveckling och fortlöpande förbättra relationen till publiken samt anpassa distributionserbjudandet till publikens behov och krav. Tolv områden har varit i fokus för utveckling och förändring, se avsnitt 4.2.1.

Sveriges Radio vill uppnå sina mål genom att

- med ljudet i fokus sätta agendan och ge såväl kunskap som förströelse
- vara ett tydligt opartiskt och oberoende alternativ i FM, på webben och i sociala medier
- möta publiken där den är och spegla mångfalden i hela landet
- sända när det händer för att ge publiken de stora händelserna lokalt, nationellt och internationellt
- knyta samman de snabba nyheterna med långsiktiga skeenden, förändringar i samhället och kulturella grunder som demokratin bygger på
- granska och producera mer originalinnehåll
- utveckla tekniska förutsättningar att kunna sända varifrån som helst
- stärka det lokala utbudet i hela landet och vara närvanande och tillgänglig vardag som helg
- vara en öppen arena som bidrar till att öka förståelsen för och kunskapen om andras åsikter genom samtal, debatt och dialog
- utveckla, vidga och fördjupa kulturutbudet
- utveckla rollen som landets största musik- och kulturscen, bland annat genom Sveriges Radios Symfoniorkester, Radiokören och Berwaldhallen
- engagera barn och unga med ett utvecklat innehåll och mobila tjänster
- ha rösterna och upplevelserna i centrum med ett speciellt ansvar för att utveckla radioberättandet
- värna att radion fortsatt har en självklar plats även i den uppkopplade bilen
- säkra handlingsfrihet och utvecklingsmöjligheter genom effektiv resursanvändning.

### 3 Detta har Sveriges Radio bidragit med

Sveriges Radio följer upp hur företagets verksamhet bidragit i termer av samhällsvärde och personligt värde. Ett högt förtroende för Sveriges Radio bidrar till båda dessa värden. Sedan många år genomför Novus Group en årlig attitydundersökning åt Sveriges Radio.<sup>8</sup> Attitydundersökningen har genomförts på jämförbart sätt sedan 2009 av Novus Group på uppdrag av Sveriges Radio. Den bygger på 5 000 intervjuer och görs på ett representativt urval ur Novus Sverigepanel. Panelen är riksrepresentativ avseende ålder, kön och region i åldern 16–79 år. I undersökningen tillfrågas både personer som lyssnar på Sveriges Radio och personer som uppges att de inte lyssnar.

I detta kapitel redovisas övergripande indikatorer för Sveriges Radio som helhet. I kapitel 7 redovisas indikatorer kopplade till olika delar av verksamheten. Även i kapitel 8 redovisas resultat från Attitydundersökningen.

#### 3.1 Värde för samhället

Public service bidrag till samhället är omfattande. Den parlamentariska public service-kommittén, som i juni 2018 överlämnade sitt slutbetänkande till regeringen, konstaterade att

”Genom att bidra till att medborgarna är välinformerade och kan föra konstruktiva samtal utifrån gemensamma verklighebsbilder är public service en demokratisk kollektiv nyttighet som gynnar alla medborgare”.<sup>9</sup>

Sveriges Radio delar denna syn. Även forskningen är tydlig på den punkten. I en genomgång som Reuters Institute i Oxford gjorde av aktuell forskning (en genomlysning av 27 olika studier) där public services påverkan undersöktes var svaret tydligt: public service påverkar nyhetsutbudet i en positiv riktning, public service ökar kunskapen om politik hos medborgarna.<sup>10</sup>

Attitydundersökningen för 2018 visar att 78 procent av allmänheten 16–79 år anser att Sveriges Radio har ett mycket eller ganska stort värde för samhället i stort. Det är väsentligt att notera att det är exakt samma siffra som året innan trots att diskussionen om public service eskalerat det senaste året, inte minst i samband med övergången till skattefinansiering.

Om frågan i stället ställs till regelbundna lyssnare svarar 91 procent att Sveriges Radios värde för samhället är stort.

**Tabell 1. Sveriges Radios värde för samhället**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
SR har mycket eller ganska stort värde för samhället i stort	86 %	84 %	79 %	78 %	78 %	

<sup>8</sup> Novus Group, Attitydundersökningen december 2018.

<sup>9</sup> SOU 2018:50, s. 13.

<sup>10</sup> <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/analysis-relation-between-and-impact-public-service-media-and-private-media>.

## 3.2 Förtroende

Från och med 2018 övergick Sveriges Radio till att redovisa förtroendesiffrorna från den årliga SOM-undersökningen i stället för att redovisa förtroendesiffrorna från Mediebarometern. Anledningen var att Mediebarometerns insamlingsperiod är kort (under 2018 enbart åtta dagar) och bygger på en webbenkät till cirka 1 200 personer. Det gör undersökningen känslig för enskilda nyhetshändelser.

Den risken är mindre med en längre insamlingsperiod med fler respondenter. Den nationella SOM-undersökningen, som görs av Göteborgs universitet, har en längre insamlingstid och fler svarande vilket minskar risken för tillfälliga fluktuationer.<sup>11</sup> SOM-undersökningen har mätt förtroendet för myndigheter, organisationer, företag och institutioner sedan 1986 vilket gör att det går att göra jämförelser åtskilliga år tillbaka i tiden.

Över tid är förtroendet för Sveriges Radio stabilt – för år 2017 uppger 71 procent av svenskarna att de har högt förtroende för innehållet i Sveriges Radio.<sup>12</sup> Jämfört med år 2011 har förtroendet sjunkit med två procentenheter, jämfört med år 2013 har det ökat med en procentenhets. Tillsammans med Sveriges Television är Sveriges Radio det medieföretag som har i särklass högst förtroende i Sverige.

Skillnaden mellan dem som har stort och dem som har litet förtroende för Sveriges Radio är omfattande. Enbart 7 procent av svenskarna har mycket eller ganska litet förtroende för innehållet i Sveriges Radio. Andelen som uppger att de har mycket eller ganska mycket förtroende för innehållet i Sveriges Radio är alltså drygt tio gånger högre. Jämfört med hur det såg ut exempelvis år 2000 är förändringen marginell, då var förtroendet för Sveriges Radio 73 procent.

Det har alltså inte hänt nästan någonting under hela 2000-talet när det gäller förtroendet för Sveriges Radio trots att medielandskapet förändrats i grunden och trots att samhället polariseras och stora kvalitetsmedier ofta blivit måltavla för en kritik som drabbat etablerade institutioner.

**Tabell 2. Förtroendet för innehållet i Sveriges Radio**

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Sveriges Radio	73 %	73 %	70 %	-	72 %	74 %	71 %

Källa: SOM-undersökningen 2017

2014 ändrades frågorna till att gälla förtroende för rikskanalerna respektive de lokala P4-kanalerna i stället för innehållet i Sveriges Radio som helhet. Detta gjorde att resultatet inte gick att jämföra med tidigare år på ett relevant sätt. 2015 ställde SOM-institutet åter frågorna om Sveriges Radio på samma sätt som 2013 och tidigare år.

Eftersom förtroendefrågorna fått ökad belysning de senaste åren finns det skäl att både fördjupa och vidga diskussionen. I det oberoende amerikanska institutet Pew Research Centers (PRC) forskningsrapport om attityder till nyhetsmedier i Västeuropa, vilken släpptes i maj 2018, slås fast att skillnader i synen på medier hänger mycket tätare samman med populistiska åsikter än med vänster- eller högeråsikter.<sup>13</sup> I Pew Research Centers rapport definieras en persons åsikter som populistiska om hen svarade att ”De flesta

<sup>11</sup> SOM-undersökningen består av riksrepresentativa delundersökningar. Fältarbetet inleds vanligtvis i mitten av september varje år och avslutas efter årsskiftet. När det gäller förtroendet för innehållet i Sveriges Radio och andra nyhetsmedier svarade 1 685 personer på undersökningen 2017.

<sup>12</sup> Frågan som SOM ställer lyder: Vilket förtroende har du för innehållet i följande medier? Sammanlagt finns sex svarsalternativ: Mycket stort förtroende, Ganska stort förtroende, Varken stort eller litet förtroende, Ganska litet förtroende, Mycket litet förtroende samt Ingen uppfattning. Siffran i tabellen bygger på dem som svarat att de har Mycket stort förtroende eller Ganska stort förtroende.

<sup>13</sup> <http://www.journalism.org/2018/05/14/in-western-europe-public-attitudes-toward-news-media-more-divided-by-populist-views-than-left-right-ideology/>.

framröstade politiker bryr sig inte om vad personer som jag tycker” och ”Vanligt folk skulle vara bättre på att lösa landets problem än framröstade politiker”.

Förtroende för nyhetsmedier är ett tydligt exempel, i undersökningen ingår både public service och kommersiella nyhetsmedier. Enligt resultatet i rapporten är förtroendet för nyhetsmedier i Sverige stort både hos dem med högeråsikter och hos dem med vänsteråsikter (61 respektive 72 procent). Bland populister i Sverige svarar 49 procent att de har visst förtroende för nyhetsmedier medan samma siffra hos dem med icke-populistiska åsikter är 74 procent – ett gap på 25 procentenheter. PRC konstaterar att ”storleken på skillnaden [på höger-vänsterskalen] bleknar i jämförelse med skillnaderna mellan de med och utan populistiska lutningar”.

När det gäller förtroende är en parameter hur stor andel av befolkningen som upplever Sveriges Radio som oberoende och opartiskt. Sveriges Radio undersöker via Novus Group sedan några år tillbaka hur stor andel av befolkningen som anser att Sveriges Radios innehåll är oberoende och opartiskt. Nivåerna har legat i stort sett still de senaste åren.

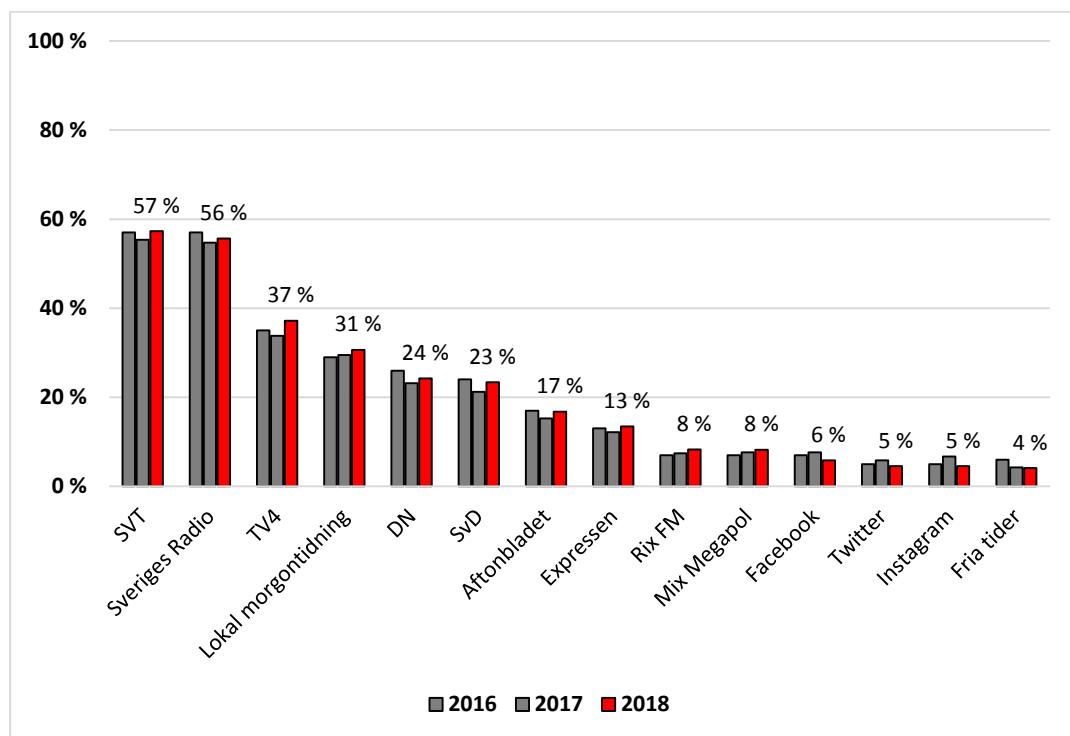
**Tabell 3. Sveriges Radios oberoende och opartiskhet**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Jag upplever Sveriges Radio som oberoende			51 %	49 %	50 %	
Andel som upplever Sveriges Radios innehåll som opartiskt			57 %	55 %	56 %	

Källa: Novus Group, Attitydundersökningen december 2018.

Jämfört med övriga medier ligger Sveriges Radio och SVT väsentligt högre.

**Diagram 1. Opartiskt innehåll i olika mediekällor, andel som svarar opartiskt**



Källa: Novus Group, Attitydundersökningen december 2018.

När det gäller synen på vilka medieföretag som har ett innehåll som är opartiskt är det stor skillnad mellan public service och övriga mediebolag. 56 procent av befolkningen tycker att innehållet i Sveriges Radio är opartiskt och låter olika åsikter och fakta komma fram.<sup>14</sup>

### 3.3 Värde för individen

Tabellen visar hur stor andel som uppger att ”För mig personligen har Sveriges Radio stort eller mycket stort värde”.<sup>15</sup>

**Tabell 4. Sveriges Radios värde för individen**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
För mig personligen har SR stort eller mycket stort värde	72 %	69 %	65 %	61 %	63 %	

Attitydundersökningen för 2018 visar att 63 procent av allmänheten i åldrarna 16–79 år anser att Sveriges Radio har ett mycket eller ganska stort värde för dem personligen. Efter flera år med fallande tendens sker det under 2018 en stabilisering när det gäller det personliga värdet. Som Sveriges Radio tidigare konstaterat finns det en logik i att färre lyssnare också innehåller att andelen personer som uppfattar att det personliga värdet av Sveriges Radio är stort eller mycket stort är lägre, jämfört med ett antal år tillbaka i tiden. Samtidigt är det noterbart att det personliga värdet av Sveriges Radio ökar 2018 trots att lyssningen i vissa yngre åldersgrupper sjunkit.

Det är värt att komma ihåg att i undersökningen ingår även personer som inte lyssnar, och därmed är det naturligt att de inte anger att de får ut ett personligt värde.

Om frågan i stället ställs till regelbundna lyssnare svarar 86 procent att Sveriges Radios värde för dem personligen är stort.

### Sveriges Radio och finansieringen

Under 2018 har finansieringen av public service diskuterats mer än på många år. Anledningen är förstås den övergång till skattefinansiering som sker vid årsskiftet 2018/19. I november 2018 fattade riksdagen beslut i frågan. Beslutet föregicks av en omfattande remissrunda och en bred politisk diskussion. Det finns alltså skäl att anta att många medborgare har haft större skäl att fundera och förhålla sig till finansieringen av public service nu jämfört med tidigare. Sveriges Radio noterar att det skett en liten ökning (en procentenhets) av dem som anser att Sveriges Radio är värt pengarna jämfört med 2017.<sup>15</sup>

**Tabell 5. Sveriges Radio är värt pengarna**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Sveriges Radio är värt pengarna (SR:s andel av radio- och tv-avgiften)	73 %	70 %	67 %	65 %	66 %	

<sup>14</sup> Frågeställningen var ”Hur opartiskt eller partiskt innehåll upplever du att du får via följande mediekällor?” Med att vara opartisk avsågs innehåll som inte tar ställning utan låter olika åsikter och fakta komma fram.

<sup>15</sup> Novus Group, Attitydundersökningen december 2018.

Från den 1 januari 2019 finansieras public service via en individuell specialdestinerad skatt. Taket för den nya skatten går vid 1 347 kr kronor/person och år. För Sveriges Radios del innebär det att ingen betalar mer än 1,33 kr/dag<sup>16</sup> för tillgång till de drygt 170 000 timmar radio som sänds varje år och ett växande on demand-utbud.

Som Sveriges Radio konstaterat finns det en logik i att andelen som uppger att SR är värt pengarna sjunkit jämfört med hur det såg ut för ett antal år sedan eftersom den traditionella FM-lyssningen har backat och respondenterna utgörs av både lyssnare och icke-lyssnare. Bland den stora grupp som lyssnar på SR är andelen som uppger att Sveriges Radio är värt pengarna väsentligt högre (82 procent).

### 3.4 Sveriges Radios bidrag till samhället

Medier spelar en viktig roll i välfungerande demokratier som granskare av makten och som arena för offentlig debatt och diskussion men också för att binda ihop samhället och skapa sammanhållning.

I public service-utredningens slutbetänkande konstaterades att den fragmentiserade mediekonsumtionen

”kan hota den sociala sammanhållningen, dvs. att människor känner mindre tillit till varandra, att toleransen för olikheter minskar liksom utrymmet för konstruktiva politiska diskussioner”.<sup>17</sup>

För Sveriges Radio är det väsentligt att finnas i hela landet, att erbjuda den stora och mångskiftande publiken ett innehåll som informerar, upplyser och underhåller.

#### Så bidrar Sveriges Radio till demokratin

Under valåret 2018 satsade Sveriges Radio mycket på att låta många olika röster höras i olika program och kanaler. Debatter arrangerades, politiker frågades ut och många vanliga människor fick hjälp att antingen ställa sina frågor direkt till ansvariga politiker eller också belystes deras frågeställningar i olika reportage lokalt eller nationellt.

**Tio miljoner.** Ett exempel var Ekots satsning *Tio miljoner* där konkreta frågor viktiga för de 10 miljoner som bor i Sverige sattes i fokus. Projektet har varit ett sätt att spegla ännu fler röster i hela Sverige och har inneburit många möten med människor där reportagen har utgått från de intervjuades egna berättelser och frågor. Projektet, som startade 2017, utvidgades inför valet i ett samarbete mellan Ekot och redaktioner runt om i hela Sverige, inklusive vissa minoritetspråksredaktioner.

**Faktiskt.se.** I samarbete med Dagens Nyheter, Svenska Dagbladet och Sveriges Television genomförde Sveriges Radio under valåret en stor satsning på att faktagranska påståenden. De olika medierna gjorde självständiga granskningar med utgångspunkt i samma metodik för att följa upp enskilda påståenden. Bland annat faktagranskades påståenden, som spreds under valnatten i sociala medier, att antalet falska valsedlar hade ökat med 1 100 procent och att det antydde ett omfattande valfusk. Efter granskning visade det sig att det inte hade skett någon lavinartad ökning – valet 2018 innehöll drygt 1 100 fler ogiltiga valsedlar jämfört med valet 2014. Projektet Faktiskt.se avslutades vid årsskiftet 2018/19.

**Fler utesändningar.** För att motverka polarisering krävs att fortlöpande ställa om verksamheten och finna nya sätt att berätta, komma ut och möta människor och spegla deras vardag. För Sveriges Radios del innebär detta exempelvis att de lokala redaktionerna i högre grad än tidigare sänder från olika platser i sina respektive bevakningsområden. Ny sändningsteknik gör det lättare att möta olika människor i deras vardag för att både skildra och granska den.

<sup>16</sup> Beräknat på Sveriges Radios andel av public service-avgiften, som är 36 procent.

<sup>17</sup> SOU 2018: 50, sid 27.

I en tid när risken för polarisering ökar spelar public service en viktig roll för att öka förståelsen mellan grupper och därmed minska avståndet mellan männskor i samhället. Sveriges Radio ska ännu mer än tidigare tillhandahålla den öppna arenan för debatt och dialog där tusentals röster hörs och åsikter bryts, såväl lokalt som nationellt.

**Den granskande journalistiken.** Journalistikens roll som granskare av makten är fundamental. Sveriges Radio lägger varje år ner stora resurser på undersökande journalistik på lokal och nationell nivå.

Granskningarna får ofta stort genomslag. Exempelvis granskade *Kaliber* hur Luftfartsverkets personal i Förenade Arabemiraten, vilken enbart ska jobba civilt, dagligen har flyglett militärflygplan som också deltagit i krig. *Kaliber* granskade även hur Migrationsverkets kontroller av personer som ska arbeta som biträden åt asylsökande egentligen fungerade. Under hösten har *Kaliber* bland annat granskat hur Sverigebilden ser ut i utländska medier samt hur ett läkemedel som använts länge inom vården och som kan häva en överdos nu finns i en ny form som får delas ut till missbrukare själva men som enbart delas ut i tre av 25 svenska landsting. *Kaliber* granskade under 2018 också en arbetsplatsolycka där en 21-årig kvinna dog i ett pelletverk i Svappavaara. Granskningen visade bland annat hur LKAB haft ett stort antal rapporter om rost och arbetsmiljöfaror i verket under den senaste tioårsperioden.

Ekots grävgrupp och den persiska redaktionen genomförde granskningen *Stockholmterroristen* som nominerades 2018 till grävpriset Guldspaden i klassen för Etermedia riks.

**Lokala granskningar.** Även i P4 har många granskningar ägt rum som fått stort genomslag under 2018. P4 Skaraborg avslöjade att en läkare blev av med jobbet på ett sjukhus i Skaraborg på grund av att han misstänktes för ofredande av barn. P4 Stockholm granskade hur många barn som är bostadslösa och hur de lever. Redaktionen tog fram statistik över hur många barn i varje kommun i länet som inte har något hem och intervjuade också familjer som flyttade runt bland vänner. P4 Jämtland berättade i en serie inslag om vilka konsekvenser Försäkringskassans hårdare bedömningar kan få. Det fick ett mycket stort genomslag, och många lyssnare hörde av sig med sina egna erfarenheter. P4 Sjuhärad avslöjade hur krogvakter i Borås satt i system att arrangera efterfester med unga tjejer.

**Fria ordets dag.** För att öka kunskapen hos barn och unga om demokrati och tryck- och yttrandefrihet arrangerar Sveriges Radio tillsammans med Sveriges Television, Smålandsposten och Växjö kommun Fria ordets dag i Växjö där kommunens sjätteklassare undervisas i demokrati, yttrandefrihet och kållkritik under en heldag. Fria ordets dag fick under 2018 uppföljare i bland annat Luleå och Karlstad.

**Publiknätverken bidrar med idéer.** Ett sätt att bidra till demokratin är att ha en kontinuerlig dialog med publiken för att få ökad kunskap och insikt om dess mångskiftande behov, exempelvis genom publiknätverk. På varje lokal kanal finns ett publiknätverk, ofta med många hundra lyssnare, som är med och på olika sätt bidrar till innehåll genom idéer, tankar och feedback. Genom att vara med i publiknätverken bidrar många i publiken till att bredda perspektiven i journalistiken. Publiknätverken är öppna för alla lyssnare, och många reportage och uppslag kommer till efter dialog med nätverken. Sveriges Radio har också en omfattande dialog med publiken via sociala medier.

**Publika möten.** P4 Stockholm och P5 STHLM har genomfört flera evenemang under rubriken *Publika möten* som ett sätt att möta publiken kring angelägna frågor, bland annat i Nacka Forum med politiker och lokala nätverk med rubriken *Fler bostäder? Ja! – men var ska de byggas?*

## Samarbeten med kultursektorn

För Sveriges Radio är samarbetet med kultursektorn väsentligt. Under 2018 resulterade samarbetet med kulturinstitutioner i hela landet i 2 740 utsändningar eller sammanlagt 3 603 timmar radio. 2018 beställde P2 och Berwaldhallen totalt 16 verk av svenska tonsättare. Sveriges Radio är landets ekonomiskt största beställare av nyskrivna verk.

Även under 2018 genomfördes en stor seminariturné där många av Sveriges Radios utrikeskorrespondenter mötte publiken runt om i landet i ett samarrangemang med Riksteatern. Arrangemangen är populära och turnén drar oftast fulla hus.

Av de anslag SR förfogar över går åtskilligt vidare till andra aktörer och branscher på marknaden i form av ersättning till kulturutövare och andra medverkande, se tabell 27 i avsnitt 7.7.

Sveriges Radios bidrag till den svenska musikbranschen sker dels genom betalning för musikrättigheter – under 2018 betalade Sveriges Radio 144 miljoner kronor för musikrättigheter – dels genom det faktum att så många olika svenska artister och låtskrivare spelas i Sveriges Radio, artister som därmed når en bred publik via en plattform med hög trovärdighet och stor räckvidd.

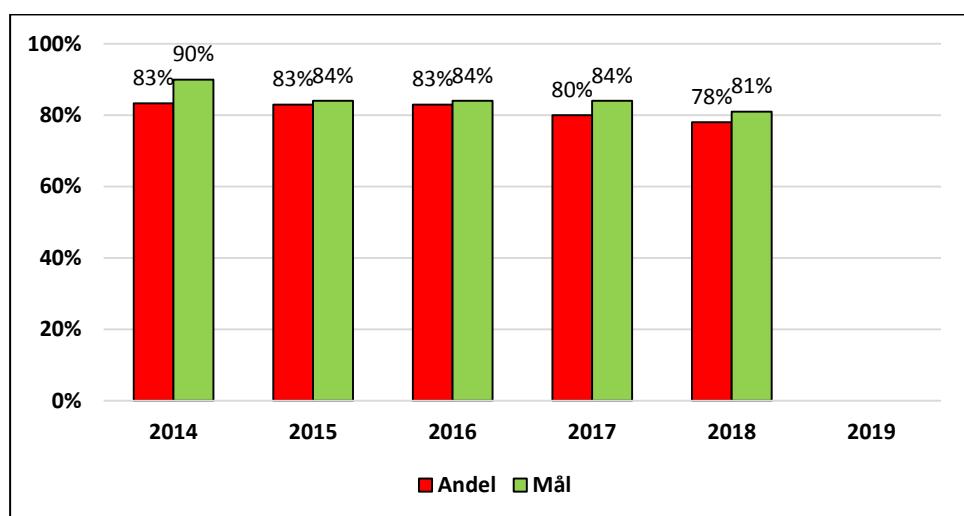
Bland annat genom anlitandet av musiker, krönikörer, frilansjournalister, sångare och produktionsbolag bidrar Sveriges Radio till den svenska kultursektorn. Under 2018 betalade Sveriges Radio sammanlagt ut 466 miljoner kronor till olika former av utomståendes medverkan (inklusive musikrättigheter).

### 3.5 Publikmål

Konkurrensen i medielandskapet har ökat kraftigt de senaste åren. Faktorer som globalisering och digitalisering är väsentliga för att förstå de förändringar som skett. Sveriges Radio konkurrerar i dag om publikens tid på en arena där multinationella mediebolag erbjuder underhållning och fördjupning parallellt med en mångfald av inhemska aktörer. Ett större utbud innebär att kraven på de olika medieaktörerna skärps för att verkligen bli valda. Att göra radio i allmänhetens tjänst innebär att erbjuda ett oberoende innehåll med hög kvalitet till en mångfasetterad publik på rätt plattformar vid rätt tidpunkt.

För Sveriges Radio är den linjära lyssningen fortfarande dominerande, men det sker successivt överflyttning av publiken till digitala plattformar. I vissa åldersgrupper, framför allt bland de yngre lyssnarna, sker mer och mer konsumtion av ljud on demand.

**Diagram 2. Andel av befolkningen 12–79 år som lyssnar på SR en genomsnittlig vecka**

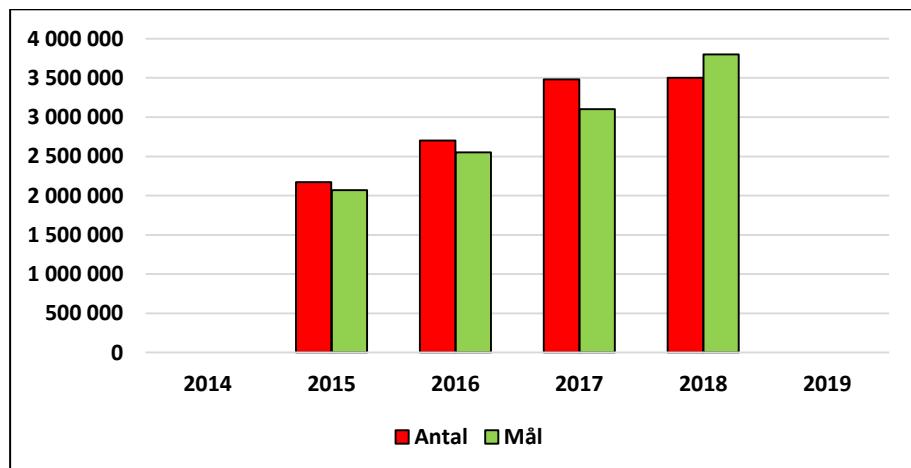


Under 2018 lyssnade 78 procent av befolkningen 12–79 år på Sveriges Radio en genomsnittlig vecka. Denna räckvidd gäller endast det linjära lyssnandet och inte det som sker on demand. Målet för 2018 var 81 procent. Om man räknar hela befolkningen från 9 år och uppåt lyssnade i genomsnitt 7,1 miljoner linjärt per vecka.<sup>18</sup>

<sup>18</sup> På grund av skillnader i undersökningsmetoder kan inte procentvärdena för åldersspannen 9–11 år, 12–79 år samt 80 år och äldre summeras i ett värde, utan enbart anges som antal lyssnare.

Även om det linjära lyssnandet sjunkit ett par procentenheter ligger det i grunden relativt stabilt trots en allt hårdare konkurrens om publikens tid. En bidragande orsak till en något lägre andel linjär lyssning är snabba förändringar när det gäller lyssnarbeteenden bland den yngre publiken. På bara fyra år har andelen 20–34 år som väljer att lyssna on demand varje vecka ökat från 23 till 42 procent.<sup>19</sup> Det finns skäl att anta att den utvecklingen kommer att hålla i sig.

**Diagram 3. Antal följare på Sveriges Radios konton i sociala medier**



Ökningen av antalet följare och gillare på Sveriges Radios konton i sociala medier bromsade upp under 2018. Vid slutet av 2018 var antalet följare och gillare för Facebook, Twitter och Instagram 3,5 miljoner, målet för 2018 var 3,8 miljoner.

Det har varit ett dramatiskt år för i synnerhet Facebook som inleddes 2018 med att hårt skruva ner räckvidden för mediadrivna sidor på plattformen, något som påverkat nyrekryteringen av följare negativt. Skandalerna med bland annat Cambridge Analytica gjorde förändringen än mer dramatisk när Facebook därefter drastiskt ökade tempot på förändringarna i den algoritmiska spridningen.<sup>20</sup>

Sveriges Radio byter från och med 2019 publikt mål för sociala medier från Följare till Interaktioner. Anledningen är att interaktioner – publikens faktiska engagemang – bättre speglar vad SR som företag vill med sociala medier-närvaron. En av SR:s tre strategiska prioriteringar i utbudstrategin är Aktiv publikrelation.

Mer information och analys kring lyssning finns i kapitel 8.

<sup>19</sup> Källa: Mediebarometern.

<sup>20</sup> <https://www.wired.com/story/facebook-tweaks-newsfeed-to-favor-content-from-friends-family/>

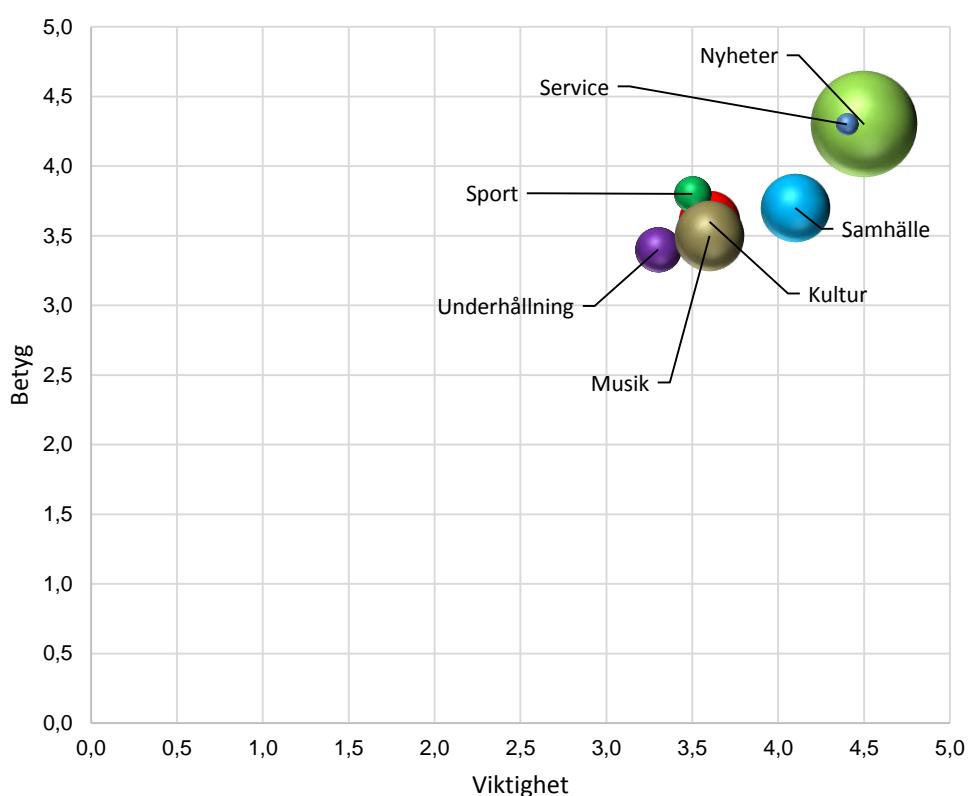
### 3.6 Allmänhetens värdering av programkategorier

Bollarnas placering i diagrammet nedan visar allmänhetens värdering av olika programkategorier i Sveriges Radios utbud avseende viktighet respektive betyg. Bollarnas storlek speglar kostnad per programkategori.

För flertalet av de programkategorier Sveriges Radio sedan många år använt för redovisning av sändningstid och kostnader finns en motsvarighet i Attitydundersökningen, dock inte för Livsstil varför denna kategori saknas i diagrammet.<sup>21</sup>

Observera att den röda bollen för Kultur delvis ligger dold bakom bollen för Musik och att kostnaden för programkategorin Kultur är något mindre än kostnaden för Musik.

**Diagram 4. Programkategoriers viktighet och betyg**



Källa: Novus Group, Attitydundersökningen december 2018 samt Sveriges Radios fördelning av kostnader på programkategorier (se tabell 40).

Bollarnas storlek anger de olika programkategoriernas kostnader och visar att Sveriges Radios prioritering av resurser väl matchar allmänhetens värdering. I princip alla kategorier som har relativt höga kostnader bedöms också vara viktiga och får ett högt betyg. Service bryter detta mönster vilket beror på att trafikrapporteringen och VMA som utförs av en liten redaktion med låga kostnader har en mycket stor uppskattning hos publiken.

<sup>21</sup> I kategorin Service ingår väder- och trafikinformation.

Det finns en stor samstämmighet mellan hur viktiga allmänheten anser att Sveriges Radios olika programkategorier i utbudet är och vilket betyg allmänheten ger dessa områden. Genomgående får de områden som allmänheten anses är viktiga även höga betyg. Nyheter och Service ligger i topp avseende såväl viktighet som betyg. Det kan konstateras att samtliga programkategorier har ett värde på minst 3,3 för både viktighet och betyg.

Samstämmigheten mellan allmänhetens värdering och bollarnas storlek är en indikation på att Sveriges Radio vid allokering av resurser prioriterar på ett effektivt sätt.

Musikkostnaderna avser framför allt de musikrättighetskostnader Sveriges Radio erlägger i upphovsrätt till organisationer som representerar musiker och skivbolag. Även kostnaderna för verksamheten i Berwaldhallen med Sveriges Radios Symfoniorkester och Radiokören ingår i Musik. Sport och Underhållning är två kategorier där SR prioriterat att lägga relativt sett mindre resurser.

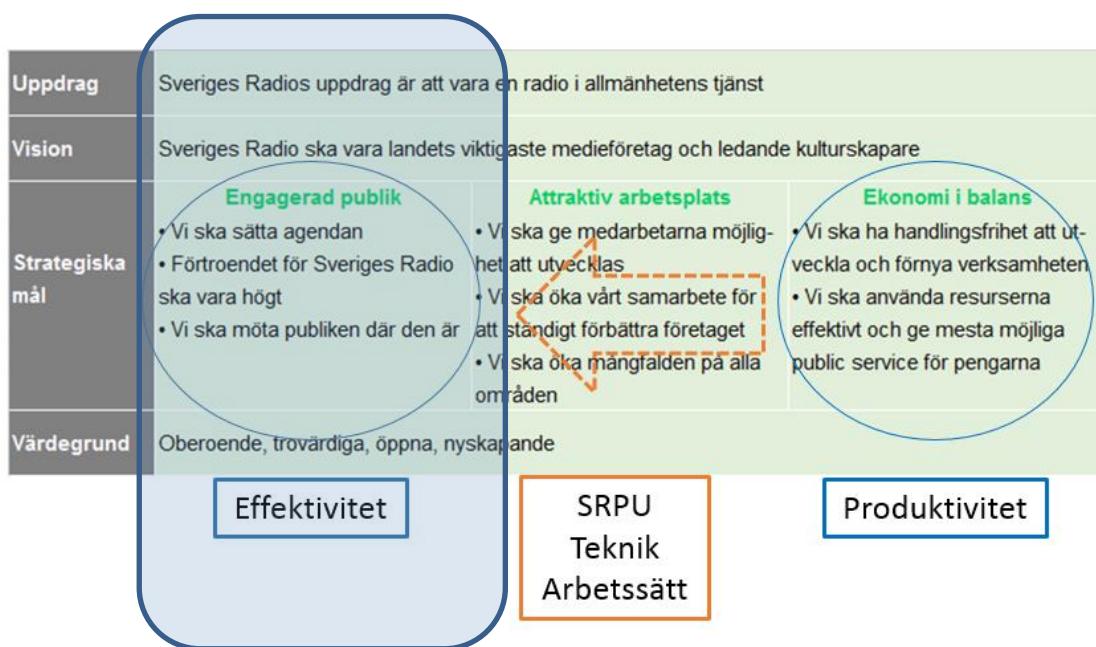
### 3.7 Effekten av ökad produktivitet

**Effektivitet** är för Sveriges Radio relaterat till public service-uppdraget och publikens behov. Den följs upp i form av samhällsvärde och individvärde, genom mått för användandet av SR:s utbud och allmänhetens uppfattning om företaget och det utbud som tillhandahålls. Effektiviteten omfattar även hur större satsningar, utvecklingsarbete och olika former av samarbeten med externa aktörer bidrar till samhället och publiken. Detta redovisas här i kapitel 3.

**Produktivitet** handlar för Sveriges Radio om att frigöra resurser dels till kvalitetshöjningar och ökad relevans i utbudet, dels till att nå publiken bättre. Därför bedrivs ett kontinuerligt utvecklingsarbete i hela företaget. Produktivitetsarbetet redovisas i avsnitt 9.3.

Bilden åskådliggör relationen mellan effektivitet och produktivitet. Genom ständig utveckling av publicistik/journalistik, teknik och medarbetare kan de frigjorda resurserna omvandlas till ett mervärde för publiken.

**Diagram 5. Sambandet mellan effektivitet och produktivitet**



Det finns inga enkla orsakssamband som till exempel att en viss produktivitetsförbättring ger utrymme för en viss ny satsning. Det är ett löpande arbete, och utvecklingsprojekt sträcker sig ofta över många år innan resultatet märks för publiken. Därför är det inte möjligt att formulera en indikator på detta mervärde som kan målsättas och följas över tid.

Många satsningar handlar också om att bibehålla Sveriges Radios position med bibehållen kvalitet i en föränderlig medievärld. Hela den digitala förflyttningen, som i sig innehåller många olika satsningar, är nödvändig för att Sveriges Radio ska fortsätta vara relevant för publiken. Public service-uppdraget inkluderar att tillgängliggöra kärnverksamheten på olika plattformar.

Sveriges Radio anser det varken möjligt eller meningsfullt att försöka sätta siffror på det mervärde som skapats eftersom detta till största delen handlar om kontinuerlig kvalitativ utveckling av innehållet samt nya tekniska lösningar för tillgängliggörande. Men helt klart är att publiken idag får väsentligt mer utbud av ett företag vars budget krävt effektiviseringar varje år för att dels klara löneökningar över den årliga tilldelningen, dels för att utveckla företaget.

Här följer några av de satsningar som under tillståndsperioden kunnat genomföras tack vare produktivitetsförbättringar och effektiviseringar och som bidragit till ökat mervärde för publiken. Flera av satsningarna beskrivs mer utförligt på andra ställen i denna redovisning.

Genom omfördelning av resurser till den omfattande tekniska och digitala utvecklingen med moderna radiohus, OB-väskan och appen Luci Live har det blivit möjligt att sända direkt från alla delar av Sverige och världen.

För att nå hela publiken och möta nya medievanor hos stora delar av särskilt den yngre publiken är en omfattande digital förflyttning nödvändig. Hela denna omställning finansieras inom befintlig medelsram samtidigt som det marksända utbudet är lika omfattande som tidigare, och även det utvecklas på flera sätt.

### Digitala satsningar:

- Nyhetsutbudet i appen *SR Play* har arbetats om. Nu är det tydligare och med bättre närväro för fler nyhetsgenrer liksom för det lokala materialet. Speglingen av nyhetshändelser i hela landet är mer lättillgängligt samlat i det digitala utbudet.
- P4-kanalerna och Ekot har skapat en helt ny typ av självständiga ljud som kan erbjudas som digitalt innehåll i nyheterna i appen *SR Play* liksom i smarta högtalare.
- Ekoredaktionen och *P3 Nyheter* har utvecklat de nya formaten *Ekot på en minut* och *P3 på en minut* som även kan placeras i sociala medier.
- Den klassiska julkalendern har modernisrats och digitalisrats genom att SR utvecklat den första interaktiva röststyrda julkalendern för smarta högtalare där publiken kan styra skeendet genom röstkommandon.
- Nya P3-format med innehåll för en ung publik har prövats med framgång. Exempel på detta är *Tunnlarna* och *Smittan* inom formatet *P3 Serie*. *P3 Musikdokumentär* är ett annat format som utvecklats under året och nått en stor publik.

### Övrigt innehållsligt mervärde för publiken:

- Förstärkning med 13 tjänster för bevakning kvällar och helger i alla lokala P4-kanaler infördes 2018.
- De lokala P4-kanalerna har genom omprioriteringar och effektivare utnyttjande av sina resurser kunnat genomföra fler granskningar och mer undersökande journalistik.
- P4-kanalerna har haft betydligt fler utesändningar vilket gett direkta möten med publiken.
- De lokala P4-kanalerna har också efter ett omställningsarbete kunnat frigöra resurser för att till-sammans med Ekot öka den lokala närvaren i framför allt *P1-morgon*.

- Ekot och Radiosporten har tillsammans med de lokala P4-kanalerna gjort om och ökat antalet sändningar morgon och eftermiddag.
- Under valrörelsen 2018 var Sveriges Radio ute och livesände på plats i nästan samtliga Sveriges kommuner, något som tidigare inte varit möjligt i den omfattningen.
- Sveriges Radio har i dag 23 utrikeskorrespondenter, inklusive en traineetjänst, jämfört med 17 stycken 2013.
- I ett samarbete mellan lokala kanaler och kulturredaktionen har de svenska kommunernas satsningar på kultur skildrats och granskats för att sätta fokus på kulturlivet i hela Sverige, särskilt utanför de stora städerna.

Generellt kan konstateras att Sveriges Radio producerar och tillgängliggör mer utbud för realt sett mindre pengar dels genom ett kontinuerligt arbete för att utveckla innehållet, dels genom att tillgängliggöra utbudet på fler sätt. Resurser har flyttats från stödverksamhet till programverksamhet, som kunnat öka antalet anställda. Genom den aktiva dialogen på sociala medier, bland annat i form av #-projekt, bidrar också publiken till att viktiga frågor kan lyftas i Sveriges Radio.

## 4 Kvalitet och utveckling

### 4.1 Säkerställa uppdrag och kvalitet

#### 4.1.1 Styrning och utbudsprocess

Sveriges Radios verksamhet styrs av regler och villkor som fastställs av riksdag och regering. Med stöd av radio- och tv-lagen formulerar regeringen ett sändningstillstånd som bestämmer ramarna för verksamheten under tillståndsperioden. Regeringen utfärdar därefter årligen anslagsvillkor med beslut om medels tilldelning samt andra förutsättningar av teknisk och administrativ karaktär.

Sveriges Radio AB ägs av Förvalningsstiftelsen för Sveriges Radio AB, Sveriges Television AB och Sveriges Utbildningsradio AB. Ledningen av SR utövas av styrelsen och verkställande direktören i enlighet med aktiebolagslagen, bolagsordningen och svensk kod för bolagsstyrning. Verksamheten finansieras med medel som riksdagen anvisar från rundradiokontot.

Sveriges Radios verksamhet är organiserad i fem enheter: vd-enheten med ekonomi och strategi, Programenheten, Teknikenheten, Kommunikationsenheten och Personalenheten.

Direktionen utgörs av verkställande direktören, sex direktörer och tre biträdande programdirektörer med ansvar för utbud, innovation respektive innehållsproduktion.

Programmenheten är organiserad i tre genreområden, sex geografiska områden samt Sisuradio/Radio Romano och Play. Dessa områden svarar för programproduktion. Play är ett nytt område med uppdraget att driva och stötta digital utveckling, bedriva viss digital publicering i appen *Sveriges Radio Play* samt säkra SR:s utgivning på alla egna plattformar. Dessutom finns en Utbudsgrupp med ansvar för interna och externa programuppdrag samt en Innovationsavdelning. Programuppdragen utgör grunden för redaktioners, områdens och avdelningars planering och budget för kommande år samt för externa bolags produktioner.

#### Det utbudsstrategiska arbetet

Grunden för det utbudsstrategiska arbetet utgörs av utbudsstrategin som preciseras ytterligare i kanalstrategier för P1, P2, P3, P4 och Play.

I strategin slås fast att programmen är till för publiken, som bland annat vill bli uppdaterad, informerad och känna gemenskap. Varje program ska ha ett tydligt uppdrag. Eftersom omvärlden är i konstant förändring med en ökad digitalisering, globalisering och polarisering krävs ett ständigt pågående utvecklingsarbete.

Utbudsgruppen ansvarar för interna och externa programuppdrag och deras publika fokus och perspektiv är ledande i analyserna av utbudet. De kanalansvariga hämtar in idéer samt diskuterar uppdrag både internt och med externa bolag. Utföraren av ett programuppdrag ska därefter i ett programkontrakt sätta mål och beskriva hur man avser utföra uppdraget, som tar hänsyn till samtliga publiceringsformer, analogt och digitalt.

De årliga uppdragen sammanfattas i en utbudsplan som konsolideras i Sveriges Radios verksamhetsplan där det framgår hur SR arbetar för att nå målen. Den årliga planeringen avslutas när styrelsen i december godkänner utbudsplan och budget.

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

- Den publicistiska grunden – sätta agendan, skapa sammanhang och vara närvärande.
- 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 arbetssätt för att underlätta samarbete över redaktionsgränserna.

Företagsledningen fastställer därutöver specifika satsningar och årliga prioriteringar under tillståndsperioden.

## Uppföljning

Företagsledningen får varje månad ett estimat över det ekonomiska läget. Per tertial, det vill säga i april, augusti och december görs mer omfattande uppföljningsrapporter. Dessa innehåller en beskrivning av läget för verksamhet, ekonomi och personal samt uppföljning av strategiska mål, publik, sändningstid, upphandlings- och investeringsverksamhet. Varje tertial utvärderas verksamheten vid dialogsamtal mellan enhetschefer, ekonomichef och vd. Tertiogenomgångar görs även i ledningen och i styrelsen.

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

Programuppdrag och lyssning mäts och följs upp på olika sätt i dialog mellan kanalansvariga och redaktioner. Detta görs dels löpande i CATI- och PPM-mätningar<sup>22</sup> och dels med interna publikmål för varje kanal, både i FM och digitalt, som kanalansvariga gör varje år

Kanalerna följs även upp med kvalitativa publika mål i Novus attitydundersökning. Resultatet presenteras i ett positioneringsdiagram där utfallet av undersökningen sätts samman med graden av upplevd ”viktighet”. Eftersom denna attitydundersökning har funnits sedan år 2009 ger utfallet beställarna en god kunskap över tid om hur publiken uppfattar att kanalen har utvecklats. Dessa insikter finns sedan med i framtida programuppdrag.

## Modell för ständig utveckling

Chefer på alla nivåer arbetar efter den så kallade Pilmodellen. Det är en modell som syftar till ständig utveckling på alla organizatoriska nivåer och som fokuserar på ett begränsat antal frågor. Den är hierarkisk såtillvida att cheferna ska förhålla sig till sin närmast överordnade chefs pilar när de gör sina egna. Även vd har pilar. Under fyra rubriker anger cheferna vad de ska fokusera på i tidsperspektivet 3–36 månader. Under varje rubrik är tanken att man ska ha 3–5 punkter. Innehållet i pilarna revideras och uppdateras i samtal med närmast överordnade chef tre gånger per år.

Rubrikerna i modellen är:

VAD – de viktigaste förändrings- och utvecklingsprocesserna.

HUR – hur produktion, metoder, redskap, system och flöden ska utvecklas.

KOMPETENS OCH REKRYTERING – personalplaneringen för den långsiktiga utvecklingen, kompetensutveckling, rekrytering, omställningsåtgärder med mera.

LEDARSKAP – hur ledarskap, kultur och organisation ska utvecklas.

Vägledande för prioriteringarna i pilarna är Sveriges Radios strategiska mål och pilmodellen ligger även till grund för företagets verksamhetsplanering.

---

<sup>22</sup> PPM (Portable People Meter) utgör från och med januari 2013 metoden som ger de offentliga lyssnarsiffrorna för nationella radiokanaler i Sverige. Nationell radio mäts tekniskt med hjälp av en liten mobil mätare som fångar upp en för örat hörbar kod som är inbäddad i radiosändningarna. Mätaren bärts av drygt 1 700 individer i åldern 12–79 år från morgon till kväll. Lyssnarsiffror levereras dagligen till radiomarknadens aktörer.

Lokal radio kartläggs med hjälp av 30 000 telefonintervjuer årligen. CATI-intervjun (Computer Aided Telephone Interview) bygger på hjälpt erinran där de intervjuade 9–79 år ledsagas genom gårdagens potentiella radiolyssnarsituationer. Radiolyssnande mäts vid intervjun ned till 5-minutersnivå och kartläggningen omfattar utöver vad man lyssnar på för radiostation även om man lyssnar via FM eller webb, med eller utan hörlurar samt på vilken plats lyssnandet sker. Sammanfattande rapporter publiceras fyra gånger per år.

På uppdrag av Sveriges Radio genomförs även årligen en mätning för att kartlägga lyssnandet i gruppen över 79 år. Denna mätning görs genom telefonintervjuer och bygger på ett slumpvist urval av 1 050 personer.

#### **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 2018, p. 12)

Sveriges Radios programproducerande enhet är indelad i de sex geografiska områdena Syd, Öst, Väst, Mälardalen, Mitt och Norr, genreområdena Ekot, Musik och Kultur/Samhälle samt Sisuradio/Radio Romano och Play. Den lokala organisationen utgörs av 25 lokala P4-kanaler samt Sameradion i Kiruna, Meänraatio i Pajala, Luleå och Övertorneå, medarbetare från Sisuradio på tretton orter, P3 Din Gata i Malmö samt P5 STHLM<sup>23</sup> och P6 i Stockholm.

De geografiska områdena har det långsiktiga utvecklingsansväret för de lokala kanalerna, och kanalerna har ansvaret för den lokala journalistikens konkreta utformning. Chefen för den lokala kanalen är självständigt ansvarig utgivare för sin kanal. Kanalerna samarbetar kring satsningar och på andra sätt för att använda resurserna effektivt och uppnå samordningsvinster.

Den tidigare gemensamma resursen Produktionsteknik har fördelats till de geografiska områdena och genreområdena samt till Sisuradio/Radio Romano, vilket gör att hela det samlade ansvaret för produktionen nu är tydligt decentraliserat.

En lokal P4-kanals resurser för programproduktion består av cirka tjugo redaktionella medarbetare. Kanalen sänder lokala program med länet som utgångspunkt kl. 06.00–13.00 och 15.00–17.35 vardagar. Lördagar och söndagar sänds lokala nyheter på halvslag från kl. 08.30 till 13.33. Under 2018 har de lokala kanalernas bemanning förstärkts med 13 tjänster i samband med att bevakningsuppdraget förlängts fram till kl. 23.00 alla veckans dagar på samtliga P4-kanaler.

Utöver de redaktionella resurserna finns administrativa resurser och produktionstekniker samt infrastruktur såsom lokaler, studior och utsändningsteknik med lokal sändningstäckning för att producera och sända lokalt över hela landet.

Ett antal lokala redaktioner utanför Stockholm producerar tillsammans med produktionsbolag utanför Stockholm drygt 55 procent av allmänproduktionen i riks kanalerna.

Hela organisationen utgör en produktionsmatris med syfte att skapa mångfald, bred spegling och produktionssynergier.

Av Sveriges Radios programproducerande personal är ungefär hälften stationerad utanför Stockholm, fördelad på sammanlagt 50 orter över hela Sverige. I Bilaga 5 redovisas antal anställda per ort.

Denna organisation med tilldelade resurser uppfyller uppdraget att spegla respektive områdes särprägel och egenart. Den lokala närvaron och förankringen visar sig i det faktum att männskor hörs vid cirka 200 000 tillfällen i de lokala kanalerna under ett år. Under året lämnas det också runt 100 000 kommentarer, synpunkter och förslag via e-post, telefon eller sociala medier.

De lokala rösterna, perspektiven och infallsvinklarna kanaleras sedan vidare ut till en rikspublik i Sveriges Radios riksprogram i P1, P3 och P4. Under 2018 har ett särskilt fokus legat på att öka detta flöde till riksprogrammen så att fler ämnesval, röster och perspektiv finns med i Sveriges Radios nationella utbud. Därmed är Sveriges Radio på riktigt hela Sveriges radio.

<sup>23</sup> P5 STHLM upphörde med sändningen i slutet av november 2018. Frekvensen ska användas till en lokal morgonsändning över Södertälje samt till andra program- och evenemangssändningar.

### **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, och handlar inte om att driva opinion eller kampanjjournalistik. Publikens ska få ny kunskap och nya upplevelser. Tankarna ska utmanas och resultera i att människor kan ta ställning i olika frågor. Sveriges Radio driver alltså inte opinion, har inte något opinionsprogram eller någon sajt.

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 inom nyhetsförmelding, samhälls- och kulturjournalistik och utrikesrapportering samt inom musik och underhållning.

Publikens har via Sveriges Radios utbud möjlighet att ta del av det goda samtalet i vardagen, få kulturupplevelser och vara delaktig i olika samhällsdebatter. Publikens kan följa utvecklingen av stora nyhethändelser och granskningar samt få dessa insatta i ett sammanhang genom kvalificerad analys och guidning. Publikens erbjuds hjälp med att förstå inte bara att något har hänt utan också vad det får för konsekvenser.

Publiceringen görs i FM, på digitala plattformar och i sociala medier. Att säkra trovärdigheten och oberoendet är lika viktigt oavsett plattform.

Ett mått på hur Sveriges Radio uppfyller det strategiska målet att vara agendasättande är det genomslag företagets agendasättande journalistik har fått under året.

Mediebevaknings- och analysföretaget Retriever följer varje år hur andra medier citerar Sveriges Radios nyhets-, kultur- och samhällsredaktioner. 2018 citerades lokala kanaler 49 637 gånger, Ekot 24 876 gånger och Kulturnytt 3 406 gånger. Totalt citerades Sveriges Radio 104 204 gånger under 2018, vilket motsvarar 285 gånger per dag. Se mer om genomslaget i tabell 36 i kapitel 8.

### **Undersökande journalistik**

Ett av Sveriges Radios viktigaste uppdrag är den granskande journalistiken. Att makten granskas såväl lokalt som nationellt är en förutsättning för en fungerande demokrati.

Undersökande journalistik är tidskrävande och behöver utföras av reportrar med särskild kunskap och kompetens. Därför har SR en grävgrupp inom Ekoredaktionen där reportrar arbetar enbart med granskande journalistik. Detsamma gäller för det granskande programmet *Kalibers* redaktion i Göteborg.

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

De lokala P4-kanalerna har ett krav att bedriva undersökande journalistik inom sina geografiska områden och dessutom att genom samarbeten åstadkomma spegling och granskning även ur ett riksperspektiv. Kanalerna har reportrar, som genomgått en SR-eigen utbildning i grävande journalistik, med särskilt uppdrag att arbeta med granskning. I ett nätverk knyts de lokala grävreportrarna samman med varandra, Eko-redaktionen och *Kaliber* i P1.

*P3 Nyheter* i Göteborg har under 2018 stärkt utbudet av granskande originaljournalistik för att ytterligare befästa programmet som den unga lyssnarens självklara nyhetsleverantör. Målet har varit att göra djuplodande och gestaltande journalistik inom områden som är viktiga för målgruppen. Det ska enbart handla om ämnen som ligger i målgruppens intresse och aldrig vara ur ett vuxenperspektiv, det vill säga inte vara en granskning där vuxna upprörs över unga vanor – här är det unga som engageras av unga frågor.

Ekot har under 2018 spelat en ledande roll i etableringen av ett europeiskt samarbete inom undersökande journalistik. EBU Investigative Projects & Network (EIPN) innehåller två delar. Den första delen är en projektgrupp där grävreportrar från tio EBU-bolag (bland annat brittiska BBC, finländska YLE, belgiska VRT och tyska ZDF) samarbetar med konkret research kring ämnen av gränsöverskridande karaktär. Den andra delen är ett större nätverk där alla EBU-medlemmar inbjuds skicka in kontaktuppgifter till undersökande reportrar och redaktörer. Den databasen kan sedan användas för att initiera samarbeten, utbyta idéer och metodstöd. Ekots Daniel Öhman är under 2018 och 2019 projektledare för EIPN.

#### **4.1.4 Kvalitetsarbete inom intern och extern programproduktion**

##### **Interna produktioner**

Arbetet med att utveckla programmens kvalitet bedrivs framför allt på redaktionerna. Lyssning och återkoppling med hjälp av särskilda lyssningsteam är i stor utsträckning den metod som används.

Under 2018 har tyngdpunkten i utvecklingen av utbudet varit att hitta nya arbetsmetoder för självständiga ljud. Det handlar om att klipp ska gå att lyssna på i efterhand utan att introduceras av en programledare. I och med utvecklingen av röststyrda assistenter som Google Home och Amazon blir detta en viktig del av framtidens ljud från Sveriges Radio. Ekots alla reportrar har deltagit i workshoppar för att utveckla berättartekniken så att ljuden fungerar på alla plattformar. Ljudet finns också i *Sveriges Radio Play* via *Toppnyheter*, som innebär att lyssnaren inte måste höra hela nyhetssändningar.

Ytterligare ett fokus för år 2018 har varit att stötta P3 med utvecklingen av nya format för on demand:

- *P3 Musikdokumentär* om de största artisterna från Sverige och världen. Med ett gediget musik-journalistiskt arbete och tydligt driv skapas berättelser om musiken, fansen och samhället runt dem. *P3 Musikdokumentär* testades i flera steg innan succén var ett faktum.
- *P3 Dystopia* berättar med lätt hand om katastroferna som kanske lurar runt hörnet. P3 har valt att med kunskap och engagemang göra en valbevakning om de bråddjupa sakfrågorna som är avgörande för den unga publiken.

Inom P4 har lokala förmiddagsprogramledare på tre P4-stationer träffats och utvecklat metoder för att ytterligare stärka det profilerade personliga programledarskapet. Fokus har varit att i ännu högre grad integrera lokala nyheter i sändningarna när de händer samtidigt som programledaren fortsätter vara lyssnarens guide. Utvecklingsarbetet för de lokala P4-kanalerna beskrivs i avsnitt 7.9.2.

Inför valet samverkade Ekot i workshoppar med samtliga lokala kanaler och några riksredaktioner kring den stora tematiska programsatsningen *Tio miljoner*. Utgångspunkten var lyssnarnas frågor från hela landet och dessa frågeställningar användes därefter bland annat i partiledarutfrågningarna och i slutdebatten i P1.

##### **Externa produktioner**

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

(Sveriges Radios anslagsvillkor 2018, p. 14)

Kanalansvariga och utbudsutvecklare arbetar med externa produktioner på liknande sätt som med interna produktioner. Det handlar om utvärderingar och utveckling av befintliga program, men även om att bearbeta, förfina och förbättra förslag redan på idéstadiet.

Under 2018 har bland annat det nya barnprogrammet *Historierummet i Barnradion* (Produktionsbolaget Munck AB) utvecklats och pilotprogram utvärderades av fokusgrupper. Serien *Barnen möter parti-ledarna* (Produktionsbolaget Munck AB) programutvecklades tillsammans med barnansvarig inom Sveriges Radio och Ekot. Även humor- och satirprogrammet *Tankesmedjan* (Tredje Statsmakten Media AB) har förfinats och vidareutvecklats under 2018 tillsammans med personal från Sveriges Radio.

Arbetet med att förbättra, förenkla och effektivisera samarbetet med och för de externa bolagen och Sveriges Radio pågår kontinuerligt. Exempel på detta är rutiner, beställningar, avtalskontrakt, kvalitetskontroller och leveranser. Utlägg av programserier har ökat under 2000-talet och rutinförbättringar görs i dialog med flera av bolagen.

All information läggs ut på Sveriges Radios webb, exempelvis om hur och när SR efterlyser program, vilka bolag som har gjort produktioner samt hur man skriver programförslag och levererar program.

Arbetet med programinköp är tydligt och transparent – alla kan se hur processen ser ut, vilka bolag som producerar och vad som efterfrågas.

Inom Utbudsgruppen finns en ansvarig för inköp av externa produktioner. Detta säkrar att rutiner, kontrakt, leveranser, rättighetshantering med mera sker på likartat sätt oavsett vilken produktion, vilket bolag eller vilken kanal det gäller. Detta skapar tydlighet. Sveriges Radio har även en koordinator för externa produktioner. Här ingår att se över och förbättra rutinerna för leverans av produktioner och att säkra att viktig information om till exempel musikrapportering eller tablåer sprids.

I Sveriges Radios avtal med externa produktionsbolag finns skrivningar som utesluter andra finansiärer i produktioner för SR. Därmed säkerställs att direkt eller indirekt sponsring inte förekommer.

Processerna beskrivs i *Leveranshandbok – ett programs väg genom Sveriges Radios infrastruktur*. Handboken, som numera endast existerar digitalt, finns tillgänglig på webben för programproducerande bolag. Den uppdateras löpande med förbättringar och förändringar.

Medieportalen för leveranser av program har utvecklats i dialog med bolagen. Tjänster som leveranskvittens och leveranshistorik samt förenkling av leveransen av metadata har införts under senare år. Under 2018 har ytterligare förbättringar gjorts för att förenkla hämtningar av musikfiler. Programrapporteringen har utvecklats vidare genom automatisk komplettering av ljudfiler via leveranspunkten samt med säkrare rutiner kring webbpost.

Sedan tidigare kan de externa bolagens medarbetare leverera program i Medieportalen, lyssna på musik från grammonarkivet, lyssna på inslag och program från arkiv och programbank samt beställa program och musik. Detta är ett led i att göra det jämställt och lika enkelt och effektivt för externa bolag som för interna producenter att producera program.

Sveriges Radio har under 2018 haft många sammankomster med externa produktionsbolag. Ett axplock:

- en dag med föreläsningar och diskussioner med cirka 40 deltagare från produktionsbolag om bland annat riktslinjer gällande riksdagsvalet 2018, nya musikavtal med upphovsrättsorganisationer, funktionsvariationer samt ljudkvalitet och hörbarhet
- ett lunchmöte med de större bolagens ägare och SR:s ledning för att dela erfarenheter och ytterligare förbättra relationerna samt gå igenom bland annat Sveriges Radios utbuds- och kanalstrategi
- besök på externa bolag för utvärderingar samt för att komplettera och kontrollera att utrustningar för direktsändning fungerar och kvalitetsmässigt låter bra.

Utöver dessa möten har Sveriges Radios bolagsansvarige och de kanalansvariga sedvanliga startmöten, förhandlingsmöten och utvärderingsmöten av de externa produktionerna. Detta sker med varje större produktionsbolag enligt plan minst en gång på våren och en gång på hösten.

Sveriges Radios säkerhetsavdelning stöttar även produktionsbolag och deras personal vid incidenter.

#### 4.1.5 Kompetensutveckling

Att medarbetarna har rätt kompetens och får möjlighet att utvecklas är nödvändigt dels för att Sveriges Radio ska uppfylla sitt public service-uppdrag och dels för att kunna rekrytera och behålla personal.

I introduktionsutbildningen får alla nyanställda en gemensam grundkunskap och förståelse för uppdraget att verka i allmänhetens tjänst. De nya medarbetare som ska höras i radio erbjuds också röstcoachning.

Varje år genomförs aktiviteter med bärning på kvalitet och nyskapande i den journalistiska produktionen. Då 2018 var ett valår betonades särskilt att höja medarbetares, arbetsledares och chefers kompetens inför valbevakningen. Några exemplen:

- programledarutbildning där deltagarna fick öva direktsända intervjuer utifrån programreglerna till-sammans med en skådespelare och en av Sveriges Radios jurister. Dessutom hölls fördjupande kurser med inriktning på politikerintervjuer

- fakta- och researchkunskap, med inriktning på internet och sociala medier samt granskning av offentlig ekonomi
- fortsatt utbildning i konstruktiv journalistik<sup>24</sup>
- utbildning för chefer om valpåverkan.

Insatserna för att höja kompetensen inom P4 har fortsatt och under 2018 har främst reportrarna varit i fokus. De har fått utbildning för att vässa berättartekniken och det agendasättande materialet samtidigt som arbetsledarna har fått vidareutbildning i coachande förhållningssätt och återkopplingsmetodik.

Utbildningar i dokumentärt berättande har fortsatt. Medarbetarna har sökt till utbildningen med en egen programidé som de har utvecklat med stöd av handledare fram till sändning i SR:s dokumentärprogram.

Ett hundratal medarbetare genomgår varje år Sveriges Radios chefs- och ledarskapsutbildningar, och alla redaktionella chefer har fått utbildning för att leda sin redaktions arbete i sociala medier.

Under hösten genomfördes en ansöknings- och urvalsprocess för 2019 års chefsaspirantutbildning vars syfte är att säkra rekryteringsbasen för framtida chefstillsättningsar. Utbildningen under år 2017 ledde till att 11 av 15 deltagare nu har en chefsroll. Ett strategiskt chefsutvecklingsprogram riktat till fjorton chefer som visat förmåga att driva förändring har genomförts. Utvärdering visar att programmet föll väl ut och en uppföljning planeras. Tio av deltagarna har fått nytt jobb internt eller externt.

Sveriges Radio arbetar systematiskt med arbetsmiljön. Exempel på kompetensutveckling inom detta område är utbildningar och stöd för arbetsledare, utbildningar kring kränkande särbehandling samt arbetet med att stödja cheferna i införandet av Sveriges Radio värdegrund.

En satsning på förändringskunskap och förändringsledning har genomförts där deltagarna fått verktyg för att kunna leda ett projekt från start, via genomförande fram till överlämning och avslut. För att öka den tekniska innovations- och utvecklingsförmågan har utbildningar som stödjer agila arbetsätt hållits.

Utvecklingen av metoder för distansutbildning har fortsatt för att via datorn ge kortare utbildningar, antingen med handledare eller som självstudier. Ett exempel är lektioner för att höja samtliga medarbetares kunskap om EU:s nya dataskyddslagstiftning (GDPR).

Säkerhetsfrågor är ständigt aktuella, särskilt inför ett valår med de säkerhetsutmaningar som det innebär. Sveriges Radios säkerhetsavdelning har tagit fram ett utbildningskoncept i tre delar. Grunden läggs med teori som sedan byggs på med praktiska övningar och scenariobaserad träning. Exempel på ämnesområden är hur medarbetarna skall förhålla sig till den egna exponeringen i sociala medier, exempel på hur hat och hot drabbat medarbetare, en beskrivning av situationer med pågående dödligt våld och konfliktpsikologi. Kursen vänder sig till den som har operativa arbetsuppgifter och som exponeras för hot och risker kopplat till personsäkerhet.

Sveriges Radio arbetar löpande med att skapa förutsättningar för ett hållbart arbetsliv och möjligheter till återhämtning för att göra ett bra arbete och ha goda arbetsförhållanden. Ny teknik gör alla nåbara även utanför arbetstid. Företaget har därför tagit fram en policy genom vilken SR vill tydliggöra de förväntningar som företaget har på chefer och medarbetare så att alla medarbetares möjligheter till återhämtning och fritid respekteras.

---

<sup>24</sup> Konstruktiv journalistik beskrivs i kapitel 7.

#### **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 språkpolicyn vara begripligt, levande, språkriktigt och inkluderande. Riktlinjerna gäller för alla de språk SR sänder på.

Språkvården vid Sveriges Radio bedrivs på flera olika sätt och av många medarbetare. Två språkvårdare ger råd och rekommendationer i språkfrågor till alla tre public service-bolagen. Hjälpen, som kan gälla uttal, ordval, formuleringar, skrivregler och annat, ges direkt via telefon, chatt eller e-post och mera långsiktigt vid utbildningar. Språkvårdarna medverkar på SR:s och SVT:s introduktions-, vikarie- och praktikantkurser, liksom i Sveriges Radios praktikantkurs i radiopresentation. Under 2018 har språkvårdare föreläst på en konferens i Bryssel om språkliga varieteter i svensk public service.

Den interna språkdatabasen Dixi med nära 18 000 ordrekommendationer, varav de flesta med ljudfiler, har central betydelse för språkrådgivningen och uppdateras kontinuerligt. Språkvårdarna ger ut *Språkbrevet* fyra gånger om året, publicerar språktips och krönikor i Sveriges Radios intertidning och besöker redaktioner för att diskutera aktuella språkfrågor. De tar även emot lyssnarsynpunkter och besvarar allmänhetens frågor om det språk som används i SR och SVT.

Sveriges Radio delar varje år ut språkpris till tre medarbetare som har främjat det talade språkets utveckling. Priserna delas ut i kategorierna lokala program på svenska, riksprogram på svenska och program på andra språk än svenska. 2018 tilldelades priset Tova Nilsson, morgonprogramledare P4 Norrbotten, Eric Schüldt, *Text och musik* i P2 och Merja Laitinen, reporter på Sisuradio.

#### **4.1.7 Granskningar av Sveriges Radios program**

Enligt sändningstillståndet ska sändningsrätten utövas opartiskt och sakligt. Den enskilda 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. Sveriges Radio har också ett ansvar för den genomslagskraft mediet har, vilket ska vägas in när det gäller programmens ämnen och utformning samt tiden för sändning.

Dessa bestämmelser – tillsammans med bland annat sponsringsregler och den så kallade demokratibestämmelsen i radio- och tv-lagen – är centrala för Sveriges Radios programverksamhet.

När lyssnare anser att ett program bryter mot någon av dessa regler har de möjlighet att göra en anmälan till Granskningsnämnden för radio och tv. Nämnden gör en bedömning av alla inkomna anmälningar, i vissa fall begär de in ett yttrande från Sveriges Radio och i några fall blir programmet fällt.

Det totala antalet anmälningar 2018 var 599 (jämfört med 518 år 2017). Totalt antal ärenden 2018 var 432 (375 år 2017). Ofta anmäls ett och samma program av flera personer ungefär samtidigt efter till exempel ett uppdrag i sociala medier.

De radioprogram som fick flest anmälningar 2018 var *Fråga vad du vill i P3* som anmältes 98 gånger för en intervju på dagtid med en porrskådespelare (utan åtgärd), ett inslag i *Morgonpasset i P3* som anmältes 24 gånger för ett satirinslag om Sverigedemokraternas partiledare (pågående) och *Ring P1* som anmältes 12 gånger efter ett uttalande från programledaren om en utvisad person (utan åtgärd).

Sveriges Radio fick under 2018 yttra sig i 35 ärenden, tre färre än under 2017. Programbolaget fälldes vid sex tillfällen, samma antal fällningar som året innan. Fällningarna 2018 gällde opartiskhet och mediets genomslagskraft (1), saklighet (2) och respekt för enskilda privatliv (3). Grunderna för fällningar varierar

från år till år. Det går inte att utläsa någon trend eller något mönster, men partiskhet och osaklighet brukar generellt vara ett par av de grunder Sveriges Radio fälls för någon gång per år.

Sveriges Radio har lyckats hålla dessa siffror låga genom att ta det demokratiska uppdraget på allvar, vara noga med faktakontroller och sträva efter att i alla lägen vara opartiska.

En fällning ska, när Granskningsnämnden i sitt beslut förelägger Sveriges Radio detta, meddelas i radion genom en så kallad pliktsändning. När det gäller otillbörligt gynnande kan nämnden dessutom ansöka hos Förvaltningsrätten i Stockholm om särskild avgift. Eftersom Sveriges Radio inte fälldes för otillbörligt gynnande under 2018 finns inget ärende om särskild avgift i förvaltningsdomstol.

Medarbetarna får kunskap om bestämmelserna som reglerar programverksamheten på många olika sätt. Bestämmelserna ingår i Sveriges Radios Programregler, tillsammans med en tolkning av Granskningsnämndens praxis, och i Public service-handboken. Programreglerna och handboken delas ut till alla anställda och till externa bolag som en del av produktionsutläggningsavtalet. Nya medarbetare får introduktionskurser med ett avsnitt om regelverket där tyngdpunkten ligger på sändningstillståndet. SR:s jurister medverkar också med utbildning om programregler i kurser för chefer och programmedarbetare samt besöker redaktioner och kanaler.

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 intertidningen, på intranätet och på kurser och seminarier.

Granskningsnämndens beslut diskuteras också på konferenser, i publicistiska samtal och på möten med medarbetare och chefer. Besluten är en återkommande punkt på Programmenhetens chefsforum. 2018 har seminarierna till stor del fokuserat på sändningstillståndsfrågor relaterade till valbevakning och på demokratibestämmelsen i radio- och tv-lagen. För Sveriges Radio är det självklart att tillämpa de publicistiska reglerna även på plattformar som inte omfattas av sändningstillståndet.

När det gäller begäran om beriktigande eller genmäle kommer de flesta in till Sveriges Radio med e-post. När någon hör av sig gör ansvarig utgivare tillsammans med redaktionen en bedömning av om ett beriktigande eller genmäle ska göras. Beriktigande görs även på eget initiativ när redaktionen upptäcker att något har blivit fel i en sändning. Begäran om beriktigande kan även komma genom en anmälan till Granskningsnämnden om bristande saklighet. Anmälningar från nämnden skickas till kanalen eller redaktionen som omedelbart kan ta ställning till ett eventuellt beriktigande.

Bestämmelsen om beriktigande och genmäle ingår i Sveriges Radios Programregler. Där framgår att vid ett avslag av en skriftlig begäran om genmäle har Sveriges Radio skyldighet att informera om skälen. Sveriges Radio hänvisar, i enlighet med bestämmelsen i sändningstillståndet, till Granskningsnämnden i de fall redaktionen beslutar att inte bereda någon ett genmäle.

#### **4.1.8 Publicistiska priser**

Publikens uppskattning och engagemang är de främsta tecknen på framgångsrik publicistisk verksamhet. Men medarbetarna sporrar också av de positiva exempel på god journalistik som belönas med svenska och internationella priser. De av Sveriges Radios program och medarbetare som belönats under 2018 redovisas i bilaga 4.

## **4.2 Utvecklingsarbete**

### **4.2.1 Publicistisk utveckling**

Sveriges Radios publicistiska utvecklingsarbete har som utgångspunkt de strategiska målen för tillståndsperioden 2014–2019, bland annat sätta agendan, ha högt förtroende från publiken och möta publiken där den är. Utvecklingsarbetet bedrivs i särskilda satsningar som beslutas av företagsledningen samt genom uppföljning och diskussioner i det dagliga arbetet. 2014 beslutades att de särskilda satsningarna ska pågå under hela tillståndsperioden.

Arbetet utgår från journalistiken, förhållandet till publiken och de distributionsplattformar som används. På så sätt får Sveriges Radio en tydlig riktning för utvecklingen. Under projektpersonalen läggs särskilt fokus på tolv områden, som sammanfattat beskrivs nedan. För flera av satsningarna gäller att de hanteras inom ramen för löpande verksamhet och därför hänvisas här till andra avsnitt. Genomförandet har hunnit olika långt för satsningarna.

#### **1. Gör journalistik och program ihop med publiken**

Sveriges Radio ska möta publiken där den är: med utesändningar och evenemang, i arbetet med publiknätverk, genom att göra innehållet tillgängligt på olika plattformar och genom en stark närvaro i sociala medier. Varje redaktion och kanal arbetar utifrån kontinuerligt uppdaterade handlingsplaner för sociala medier som ett sätt att skapa större samhörighet med publiken och göra den mer delaktig och medskapande i innehållet.

#### **2. Nå minoritetspubliken bättre**

Sveriges Radio har ett särskilt uppdrag att erbjuda ett utbud för minoritetspubliken. Men för få lyssnar på FM-sändningar. Därför ska SR säkerställa att utbudet verkligen når minoritetspubliken på den plattform där de lyssnar, se avsnitt 7.6.

#### **3. Hur vi får publiken att välja oss**

Konkurrensen om människors tid och uppmärksamhet ökar, och Sveriges Radio måste se till att nå människor där de är. SR behöver arbeta för att göra det lättare att ta del av utbudet. Därför ska Sveriges Radio utveckla innehållet på samtliga tre ben: FM, Sveriges Radios digitala plattformar och sociala medier/ tredjepartsplattformar. Det är också viktigt att Sveriges Radio fortsatt uppfattas som den trovärdiga guiden och i det ligger bland annat att ytterligare utveckla form, tilltal, ämnesval, perspektiv, profilering och paketering.

#### **4. Ett nytt P4**

P4 är Sveriges Radios största kanal och påverkas tydligt av en ökande konkurrens om publikens tid och uppmärksamhet. Det är därför avgörande att uppdrag, organisation, arbetsmetoder, format, förhållande till publiken och kompetensnivån ständigt utvecklas och uppdateras på de 25 lokala kanalerna. P4 ska vila på tre lika viktiga delar: agendasättande journalistik, snabb nyhetsuppdatering samt profilerade programledare, se avsnitt 7.9.

## **5. Spegla Sverige**

Två miljoner svenskar har en annan bakgrund än majoriteten, men det märks inte tillräckligt i Sveriges Radios program. Sverige har både geografiska områden och socioekonomiska grupper som bevakas otillräckligt. Bevakningen får inte bli ensidig med ett utifrån- eller problemperspektiv. Därför ska SR genomföra ett antal åtgärder som gäller personalpolitik, journalistiska metoder och utbudet i stort för att öka den samlade mångfalden i SR:s arbete, se avsnitt 7.1.

## **6. Utveckla radioberättandet**

Konkurrensen om publiken ökar i medierna. Berättandet är ett av Sveriges Radios viktigaste konkurrensmedel, och en del av den konstruktiva journalistiken. Om berättandet inte utvecklas så riskerar SR sin unika position. Därför ska ton, tilltal och dramaturgi utvecklas för att få publiken att välja SR och vilja fortsätta lyssna, se avsnitt 7.2.

## **7. Utveckla Sveriges Radios roll för publikens musikupplevelse**

Eftersom musiken utgör cirka 60 procent av Sveriges Radios utbud är det av avgörande betydelse hur SR förhåller sig till musiken och dess roll för publiken. Se avsnitt 7.3.6 o 7.3.7.

En av de avgörande frågorna är att avtala med rättighetshavarna om optimerade rättigheter på analoga och digitala plattformar för att kunna nå publiken där den är.

## **8. Bättre möta den mobila publikens behov**

De smarta mobiltelefonerna är ett nav för en stor del av mediekonsumtionen. Hur väl Sveriges Radio lyckas ta en stark position när det gäller mobilt användande är avgörande för möjligheten att behålla ett högt dagligt användande och ett fortsatt starkt engagemang. Därför ska användandet av Sveriges Radios innehåll på mobila plattformar öka. Genom innovationsarbete utforskas och testas nya sätt att nå publiken effektivare på mobila plattformar, se avsnitt 4.2.3 och 5.2.

## **9. Plan för kanaler och utbud**

När det stod klart att den marksända digitalradion skjuts på framtiden blev det mycket tydligt att Sveriges Radio måste optimera FM-kanalerna och se över hur det linjära utbudet och erbjudanden on demand samspelear.

## **10. Sända när det händer**

Att sända snabbt vid viktiga och intressanta händelser kan vara avgörande för Sveriges Radios förmåga att hävda sig i framtiden. Den ökade konkurrensen gör det viktigt att bevara företagets position. Därför behöver SR ha tekniska och redaktionella förutsättningar att sända snabbt när stora och viktiga saker händer och förmågan att sätta in det som sker i ett sammanhang via kvalificerade frågor och analys.

## **11. Nå den unga publiken**

Sveriges Radio har svårt att nå tonårspubliken som endast i liten utsträckning lyssnar på linjär radio och då oftare på kommersiella kanaler. Därför ska SR göra det enklare för målgruppen att nå det befintliga unga utbudet på dess egna villkor, se avsnitt 6.2 och 7.4.2.

## **12. Bättre spegla Stockholm**

De senaste årens stora förändringar i Stockholm med en stark allmän utveckling, befolkningstillväxt och en alltmer komplex sammansättning av befolkningen innehåller nya utmaningar för Sveriges Radio. Därför ska P4 Stockholm och P5 STHLM gemensamt utveckla den lokala journalistiken i huvudstaden, se avsnitt 7.9.3.

### **4.2.2 Teknisk utveckling**

SR ska delta i den tekniska utvecklingen av produktions- och distributionsteknik för radio.

(Sveriges Radios anslagsvillkor 2018, p. 7)

#### **Sveriges Radios tekniska utvecklingsarbete – ny teknikorganisation**

Det tekniska utvecklingsarbetet på Sveriges Radio ska stötta programproduktionen med innovation och utveckling av verktyg och flöden.

Ett fokusområde för den tekniska utvecklingen är att Sveriges Radio ska kunna vara mer redaktionellt närvarande där publiken är – sända där det händer när det händer. Medarbetarna ska kunna arbeta mobilt, rapportera direkt och genomföra hela sändningar utanför radiohusen utan stora resurskrävande insatser.

Digitaliseringen påverkar publikens beteende och Sveriges Radios tekniska struktur och möjligheter. Under 2018 har SR:s teknikorganisation fortsatt strukturerats om för att ytterligare stärka förmågan att möta digitaliseringen.

Den nya organisationen syftar till att

- öka närheten till och samarbetet med tekniken och dess utveckling i det dagliga redaktionella arbetet
- samla och öka den tekniska innovations-, utvecklings- och förvaltningsförmågan för hela produktionsprocessen till och med publicering
- modernisera den tekniska arkitekturen
- tydliggöra och effektivisera den tekniska driften och supporten.

Teknikenheten består av avdelningar för drift, service och support, arkitektur och strategi samt en avdelning för fastighet, säkerhet och distribution.

Område Innovation inom Programmenheten har fått utökat uppdrag för att vara den del i Sveriges Radio där innovation och utveckling för redaktionella och publika produkter ska ske. Här har alla resurser inom system-, ljud- och apputveckling samlats. Nya Område Play inom Programmenheten ska arbeta med fortsatt utveckling av det digitala erbjudandet till publiken med fokus på *SR Play*.

Ett antal produktteam är nu etablerade inom programverksamheten, och dessa team levererar nya och förbättrade funktioner till de redaktionella medarbetarna.

#### **Next Generation**

Sveriges Radio driver ett långsiktigt projekt att modernisera sändningstekniken med en helt ny generation radiohus. Genom att kombinera teknik för kontribution, OB-väska och mobiltelefonapplikation med möjligheter till avancerad fjärrstyrning av teknisk utrustning kan hela sändningar flyttas ut nära publiken och nära där det händer. Det behövs ingen studio med fasta kontrollbord, i stället räcker det med en mobiltelefon eller surfplatta för att genomföra en hel sändning. Detta kommer minska behovet av såväl

fast utrustning som studiobemanning. Strävan är att centralisera utrustning för att skapa flexibilitet och möjlighet till effektiv support, drift och förvaltning.

2018 levererades utrustning till ytterligare en lokal kanal – SR Sjuhärad. Den nya tekniken är nu införd på två lokala kanaler inom Sveriges Radio, och den används i produktionen. Tekniken behöver nu vidareutvecklas för att kunna implementeras i SR:s övriga radiohus. Målsättningen är, om företaget har de ekonomiska förutsättningar som krävs, att över tid införa den nya tekniken på alla lokala kanaler och i Radiohuset i Stockholm.

Projektet har fått stor internationell uppmärksamhet. Det har tilldelats EBU Award for Technology & Innovation (2017), presenterats vid Radiodays Europe, i diverse forum inom EBU samt för flera radiobolag i världen.

Att ställa om Sveriges Radios alla radiohus till denna nya mobila teknik är en omfattande investering som är nödvändig för att möjliggöra sändning från varje del av landet.

### **Objektbaserat ljud**

Objektbaserat ljud – även kallat atomiserad radio – innebär att man betraktar ljudkällor eller ljudavsnitt som objekt, i stället för att det ses som en helhet, och att ljudet åtföljs av en beskrivning. Därmed öppnar sig oändliga möjligheter att förhöja lyssnarupplevelsen ytterligare genom personalisering där lyssnaren kan skapa en personlig radiokanal baserad på delar av program i stället för hela program.

Exempelvis skulle man kunna skicka ut presentation, musik och bakgrundsljud i separata ljudströmmar och låta lyssnaren välja hur stark presentatörens röst ska vara i förhållande till musiken. Detta skulle kunna höja kvaliteten på lyssnandet, framför allt för lyssnare med hörselnedsättning. Lyssnaren skulle också kunna hitta en viss intervju eller ett särskilt referat i en sportsändning.

Sveriges Radio har deltagit i det EU-finansierade utvecklingsprojektet ORPHEUS för att ta fram metodik, teknik och standarder för att producera och distribuera objektbaserat ljud. Arbetet avslutades under 2018 och en lösning för hur objektbaserat ljud ska kunna produceras och distribueras finns nu framtagen.

Som en del i detta arbete har Innovationsteamets utforskande arbete med atomiserade nyheter kommit publiken till del i form av dynamiska spellistor med självständiga ljud (exempelvis *Toppnyheter* och *Valkollen* i *SR Play*). Det dynamiska ligger i att listan ändras beroende på såväl nyhetstyp som lyssnarens intresse. Atomisering är en form av objektbaserat ljud där kortare ljudklipp kombineras i sekvens och användaren kan navigera bland klippen.

### **Digital redundans**

Sveriges Radios system för att sända i FM har en hög grad av redundans. Det finns däremot ett behov av att utveckla SR:s digitala redundans. Den mer komplexa infrastrukturen för det digitala utbudet innebär att de som tar del av Sveriges Radios utbud via internet, exempelvis i mobilen, inte med självklarhet nås i tider av kris i samhället. Publikens behov är att få tillgång till Sveriges Radios innehåll även digitalt inklusive varningsmeddelanden, samhällsinformation och strömmande ljud. Med utökad övergång till digitalt lyssnande är det nödvändigt att även utveckla och säkra den digitala redundansen, inte minst utifrån ett beredskapsperspektiv.

### **4.2.3 Innovationsteam**

Sveriges Radio arbetar i olika innovationsteam med att underlätta för publiken att ta del av innehållet på digitala plattformar. Teamen byggs med intern och extern kompetens och med en hög grad av samarbete med andra företag och institutioner. Teamens huvuduppdrag är kunskapsinhämtning och en ökad förståelse för publikkens behov och beteenden. Resultatet kan bli att beslut fattas om att utveckla och lansera tjänster, funktioner eller format, men man kan även fatta beslut om att inte gå vidare.

Under 2018 inledde Innovationsteamet ett projekt i samarbete med Sveriges Radios Trafikredaktion för att utforska olika digitala erbjudanden för trafikrapporteringen när ljudet är i fokus. Teamet sökte svar på frågan på vilket sätt och på vilka plattformar publiken är intresserad av att ta del av den stora mängd relevant och uppdaterad information Sveriges Radio producerar. Projektet har mynnat ut i en rad olika koncept som kommer att bearbetas och testas vidare på publiken.

I januari 2018 startade Innovationsteamet projektet Sandbox. Syftet var att främja innovation inom ljudområdet i Sverige, att samla kunskap inom ljudutveckling och att vara en öppen arena för kunskapsöverföring mellan ljudintressenter. Arbetet gick ut på att bjuda in mindre företag, så kallade startups, och låta dem testa sina prototyper och tjänster på relevanta redaktioner hos Sveriges Radio. Som den auktoritet Sveriges Radio är på ljudområdet fanns det ett stort intresse från startups. Men likaledes fanns det ett intresse från redaktionellt håll att förstå var utvecklingen befinner sig.

Alla slutsatser och insikter som framkom i dessa tester delade teamet externt till intresserade. Sveriges Radio ser detta som ett sätt för public service att bidra till innovationen i Sverige.

Eniktig grundpelare för innovationsteamens är samarbeten med unga. Då unga i många fall är de som tidigast anammar ny teknik är det viktigt att innovera tillsammans med dem. Två större projekt har genomförts under 2018:

- Ett åtta veckors utforskningsprojekt genomfördes med studenter från Hyper Island, en skola som utbildar i digital utveckling. Projektets utformning var att låta fem studenter arbeta fokuserat på ett område. Sveriges Radio försåg dem med all typ av hjälp, stöd och de kontakter de behövde. Studenterna arbetade med att fundera kring hur musikströmmar, och personligt kurerade musiklistor kan fungera för publiken.
- I augusti genomfördes projektet Kreativt Labb, där Innovationsteamet bjöd in ett 20-tal unga innovatörer och entreprenörer i vardande för att under fem dagar genomföra en design-sprint, ett sätt att kontrollerat lösa specifika behov hos användaren. Sveriges Radio bidrog med att lära ut metodik och innovationsprocess genom en design thinking-metodik. Innovatörerna och entreprenörerna bidrog med värdefulla tankar om public service i framtiden.

Under hösten genomförde Innovationsteamet tillsammans med teamet för röststyrning ett projekt för att lära mer om röststyrda assistenter som Google Home och Amazon Echo. Under tre dagar hölls en workshop där gruppen försökte förstå hur Sveriges Radio skulle kunna skapa ett adderat värde till julkalendern om distributionssättet är via en smart högtalare. Resultatet blev en rad extrahistorier där barn upp till 6 år kan utforska ljud och miljöer från julkalendern enbart genom att navigera med hjälp av sin röst.

#### 4.2.4 Sociala medier

Den dagliga användningen av sociala medier i Sverige ökar fortfarande, från 28 procent 2010, till 63 procent 2018.<sup>25</sup> Det betyder att en majoritet av svenskarna varje dag är interaktiva i någon form på de många plattformar som finns. För Sveriges Radio är sociala medier därför ett effektivt journalistiskt verktyg. I den utbudssstrategi som Sveriges Radio antog 2017 slås det fast att

”På sociala plattformar skapar vi publikrelationer och innehåll, vi för en dialog med publiken samt profilerar oss.”.

Tydliga exempel på detta är *P3 Nyheter*, ett av Sveriges största nyhetskonton på Instagram, och Ekots prisbelönta projekt *Tio miljoner*. Ett annat exempel är P2 som dagligen diskuterar opera, klassisk musik och musikupplevelser via sina sidor och grupper. Publikens interagerande med Sveriges Radio i sociala medier ökar för varje år.

<sup>25</sup> Svenskarna och internet 2018. En årlig studie av svenska folkets medievanor.

Sveriges Radio började tidigt använda sociala medier för att sprida kännedom om utbudet och för att göra publiken medskapande. Den interaktiva boken *Medieormen* samt *Handbok för sociala medier*, vilken har kommit ut i tre versioner, 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.

Målet är att göra radiojournalistiken så relevant som möjligt för lyssnarna genom att hitta nya infalls-vinklar, idéer och röster och genom att göra publiken medskapande. Sveriges Radio finns på många plattformar för sociala medier. Förutom Facebook, Instagram och Twitter används också Snapchat, Twitch, Discord och olika nätforum – fast inte av alla och inte hela tiden. Var SR:s olika redaktioner väljer att vara styrs utifrån publikens beteende och journalistiska behov.

2018 fortsatte arbetet med att optimera Sveriges Radios verksamhet i sociala medier med utgångspunkt i beställningar av utbud på sociala medier. I beställningarna har riktlinjer för arbetet satts upp: fokus på publikens engagemang, ”interaktioner”, tydligare syften, former för närväro, publikmedskapande, organisation och arbetsmetoder. Där finns strategiska mål för arbetet vilka följs upp och utvärderas.

I Sveriges Radios obligatoriska chefsutbildning *Att leda i sociala medier* för chefer med personalansvar ingår avsnitt som hur man arbetsleder och skapar en bra arbetsmiljö, hur man stöttar medarbetare utsatta för hot och hat, hur man organiserar bemanning och krishantering och hur man sätter och följer upp mål i sociala medier.

Den tredje versionen av Sveriges Radios *Handbok för sociala medier* publicerades 2018. Handboken är nu digital, och ett mål är att den ska uppdateras löpande. Den finns fritt tillgänglig på svenska och engelska på [www.srsocialamedier.se](http://www.srsocialamedier.se).

Sveriges Radio arbetar kontinuerligt med att utveckla arbetsformer och effektivare sätt att utnyttja den kompetens som finns inom företaget. Digitala insatsstyrkans utvecklingsarbete fortsatte under 2018. Gruppen arbetar mot hela SR och kan ta in kompletterande kompetens som grafiker, faktaredaktörer och UX-utvecklare.<sup>26</sup> Målet är att sammanföra kompetens från olika delar av Sveriges Radio för att utforska och utveckla nya sätt att involvera och nå publiken på webben och i sociala medier.

#### 4.2.5 Digitalradio i vänteläge

Flera länder i Europa satsar på digital marksänd radio. Det gäller bland andra Norge, Storbritannien, Tyskland, Schweiz samt Danmark. Norge har helt lämnat FM-bandet. Övriga länder sänder både i FM och digitalt.

Kommersiell radio i Sverige har fått tillstånd att starta sändningar i 25 kanaler – 21 nationella samt 4 lokala och regionala. Det innebär att frågan också är aktuell i Sverige. Kommersiell radio har dock i flera år begärt och fått uppskov med att starta sändningar. Av de två största aktörerna – Nent Group och Bauer Media – har nu Nent Group för avsikt att inleda sändningar 2019, men Bauer Media har fått uppskov ytterligare ett år.

Ett skäl bakom tveksamheten till kommersiella digitalradiosändningar är att ett antal koncessioner har delats ut till ytterligare FM-kanaler i nationella nät. Den kommersiella radiobranschen står sig därmed starkare än på många år både publikt och inte minst ekonomiskt med kraftig ökade reklamintäkter.

Det är olyckligt att beslut inte fattats om Sveriges Radio ska ingå i en digitalradioutbyggnad eller ej. De fördelar som ett utbyggt digitalradionät skulle ge, med utökat och mer diversifierat utbud, möts nu av internet. Det utbud som Sveriges Radio tillgängliggör via internet får dock inte tillgodoräknas för uppfyllelsen av uppdraget.

---

<sup>26</sup> User Experience, användarupplevelsen i en specifik process.

Sveriges Radio har omfattande sändningar på finska och meänkieli i delar av landet samt utbud för barn och ungdomar i den första versionen av digitalradiotekniken DAB. Det utbudet finns också tillgängligt på internet men får inte tillgodoräknas där. Därför måste Sveriges Radio lägga betydande belopp på att distribuera i en digital teknik utan framtid vilken ännu inte fått något genomslag och därmed få kan ta del av. Det är i längden inte ekonomiskt försvarbart. Det gamla DAB-nätet kommer aldrig att byggas ut i Sverige och borde därmed avvecklas. Då krävs att Sveriges Radio även får räkna med internet-utbudet för att uppfylla kraven i sändningstillståndet.

#### **4.2.6 Nya tjänster**

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

Enligt anslagsvillkoren behöver anmälan till förhandsprövning inte göras

- om verksamheten pågår i högst 12 månader
- om tjänsten är begränsad geografiskt eller i fråga om publik eller
- om avsikten med tjänsten är att få erfarenheter av och kunskap om en ny teknik eller innovativ tjänst.

Sveriges Radio har under 2018 inte 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 2018, p. 7)

Möjligheterna att ta del av Sveriges Radios kanaler och program fortsätter att öka. Publikens kan använda en rad plattformar för att nå innehållet och föra en dialog med andra lyssnare och programmakarna. 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 söka, hitta, dela och lyssna på.

Sveriges Radio ser utbudet som en integrerad helhet som står på tre ben. Marksänd radio, digitala plattformar och sociala medier skapar sammantaget bra innehåll som finns tillgängligt för publiken där den är och som samtidigt gör publiken mer delaktig. Se bilaga 2 Sveriges Radios kanaler och distributionsplattformar.

SR lägger stor vikt vid att göra det lättare att lyssna på innehållet via digitala plattformar, såväl egna som andras, och på att nå ut och få ökad publikmedverkan via sociala medier.

**Tabell 6. Total sändningstid fördelad på plattformar, timmar linjär lyssning**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
FM	115 506	118 346	116 168	116 452	113 929	
DAB	37 162	37 153	37 257	37 152	37 154	
Internetexklusiva sändningar	14 780	14 780	18 804	22 700	22 700	
<b>Totalt</b>	<b>167 448</b>	<b>170 279</b>	<b>172 229</b>	<b>176 304</b>	<b>173 783</b>	

Allt marksänt (FM och DAB) kan även lyssnas på via internet, direkt eller i efterhand.

Nettominskningen i antalet marksända timmar mellan 2017 och 2018 beror i huvudsak på två faktorer:

- under 2018 ersattes lokala sändningar i 25 lokala P4-kanaler av rikssändningar från Radiosporten i samband med större sportevenemang (total minskning för 2018 cirka 1 850 timmar)
- P5 STHLM upphörde med sändningen i slutet av november (total minskning för 2018 cirka 750 timmar). Se avsnitt 7.9.3.

Dessa förändringar syns även i tabellerna nedan samt i tabeller för enskilda programkategorier i kapitel 7.

### 5.1 Marksänd radio

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

Sveriges Radios bedömning är att den marksända radion kommer att spela stor roll under lång tid framåt. Detta visar också den kommersiella radions satsningar på tre nya nationella FM-kanaler och ett ökat antal lokala kanaler runt om i landet.

Regeringen har också gett kommersiell radio koncessioner att sända i 21 nationella samt 4 lokala och regionala kanaler i ett digitalt marknät med tekniken DAB+, se avsnitt 4.2.5.

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 delar av vardagsdygnen samt lokala nyheter på helgen. Övrig tid sänds ett riksutbud i P4. Kanalerna har lokal bevakning alla kvällar fram till kl. 23.00.

Dessutom har Sveriges Radio tillstånd för tre lokala ljudradioprogram i FM och har 2018 sänt P5 STHLM och P6 i Stockholm samt P3 Din Gata i Malmö. Sveriges Radio sänder även i DAB över vissa områden, se bilaga 2.

Genom avtal med Landskapsregeringen på Åland vidaresänds utbudet i P1, P2, P3 och P4 Stockholm sedan många år.

**Tabell 7. Marksänd tid fördelad på plattform och sändningstyp, timmar<sup>27</sup>**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Förstasändning</b>						
FM	105 199	106 845	104 813	105 097	102 540	
DAB	30 288	30 142	30 104	30 014	30 051	
<b>Summa förstasändning</b>	<b>135 487</b>	<b>136 987</b>	<b>134 917</b>	<b>135 111</b>	<b>132 591</b>	
<b>Parallellsändning</b>						
FM	5 690	5 751	6 074	6 072	6 153	
DAB	5 832	5 742	5 176	5 159	5 131	
<b>Summa parallellsändning</b>	<b>11 522</b>	<b>11 494</b>	<b>11 251</b>	<b>11 231</b>	<b>11 284</b>	
<b>Repris</b>						
FM	4 618	5 750	5 280	5 283	5 236	
DAB	1 042	1 269	1 977	1 978	1 972	
<b>Summa repris</b>	<b>5 660</b>	<b>7 019</b>	<b>7 257</b>	<b>7 262</b>	<b>7 208</b>	
<b>Summa FM</b>	<b>115 506</b>	<b>118 346</b>	<b>116 168</b>	<b>116 453</b>	<b>113 929</b>	
<b>Summa DAB</b>	<b>37 162</b>	<b>37 153</b>	<b>37 257</b>	<b>37 152</b>	<b>37 154</b>	
<b>Totalt</b>	<b>152 668</b>	<b>155 499</b>	<b>153 425</b>	<b>153 604</b>	<b>151 083</b>	

<sup>27</sup> Tre olika sändningstyper summerar sammantaget upp till total marksänd tid:

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

**Parallellsändning** – samma innehåll vid samma tidpunkt även i annat ljudradioprogram.

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

Parallellsändningar och repriser ger ökad tillgänglighet och bidrar till att utbudet når fler.

**Tabell 8. Marksänd tid fördelad lokalt, regionalt och riks, timmar**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Lokalt</b>						
Förstasändning	109 962	111 834	110 418	110 569	108 021	
Parallellsändning	7 814	7 724	7 416	7 410	7 420	
Repris	2 587	2 514	2 720	2 871	2 836	
<b>Summa lokalt</b>	<b>120 362</b>	<b>122 072</b>	<b>120 554</b>	<b>120 850</b>	<b>118 277</b>	
<b>Regionalt</b>						
Förstasändning	1 273	1 103	305	303	305	
Parallellsändning	167	140	0	0	0	
Repris	0	0	0	0	0	
<b>Summa regionalt</b>	<b>1 440</b>	<b>1 243</b>	<b>305</b>	<b>303</b>	<b>305</b>	
<b>Riks</b>						
Förstasändning	24 253	24 050	24 195	24 239	24 265	
Parallellsändning	3 540	3 629	3 835	3 821	3 864	
Repris	3 073	4 505	4 537	4 391	4 373	
<b>Summa riks</b>	<b>30 866</b>	<b>32 184</b>	<b>32 566</b>	<b>32 451</b>	<b>32 502</b>	
<b>Totalt</b>	<b>152 668</b>	<b>155 499</b>	<b>153 425</b>	<b>153 604</b>	<b>151 083</b>	

## 5.2 Andra plattformar

### Nytt digitalt nyhetsuttryck

Omställningen av hur Sveriges Radios nyhetsberättande möter publiken digitalt har fortsatt och konkretiseras under 2018. Målet är en ”Play-logik” med fokus på lyssning på alla plattformar. Med ljudet i centrum utforskar, utvecklar och implementerar projektet Nytt digitalt nyhetsuttryck nya format och redaktionell praxis. Arbetet är spetsen i SR:s digitala förflyttning och påverkar på olika sätt all nyhetsverksamhet.

Nyhetsinslag görs som självständiga ljud för att användaren direkt ska kunna lyssna på inslaget och kunna förstå vad det handlar om utan att vara beroende av text eller bild. Målbilden är att nyhetsinslag från hela Sveriges Radio ska kunna presenteras och lyssnas på i en spellista på alla digitala plattformar, inklusive smarta högtalare. I appen *SR Play* syns det som nyhetsspellistan *Toppnyheter*. På *sverigesradio.se* märks det genom ett tydligare fokus på ljud och lyssning med mindre andel text i publiceringarna.

I stort sett all digital utvecklingskraft under 2018 har lagts på denna förflyttning som har involverat alla lokala kanaler och nyhetsredaktioner i hela Sveriges Radio.

### Sverigesradio.se

På Sveriges Radios webbplats *sverigesradio.se* finns hela utbudet av kanaler och program tillgängligt för lyssning on demand. 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.

Sveriges Radios strategi för publiceringar på digitala plattformar är att sätta ljudet i fokus och att så många publiceringar som möjligt innehåller ljud. Sveriges Radios mål är att minst två tredjedelar av

publiceringar på förstasidan *sverigesradio.se* och på de lokala kanalernas förstasidor ska innehålla ljudklipp. Genomsnittet för andelen ljudklipp i publiceringarna har pendlat mellan 60 och drygt 80 procent sedan 2015. Under 2018 har andelen legat över 90 procent.

Sveriges Radios redaktionsnära utvecklingsteam Digitala insatsstyrkan är ett nav som tillsammans med redaktioner presenterar och visualisera journalistiskt innehåll på webben och i sociala medier. Sedan starten 2015 har drygt 150 samarbetsprojekt med över trettio redaktioner och kanaler genomförts.

Exempel på vad Digitala insatsstyrkan har gjort under 2018:

- förstärkt Ekots nyhetsarbete med kartläggningar och ljudande faktabakgrunder till bevakningen av riksdagsvalet, brexit och #metoo
- utvecklat verktyg som ger fler sätt för Sveriges Radios redaktörer att呈现出 ljud i form av tidslinjer, playknappar och före-/efterljud
- föreläst på nordiska datajournalistikkonferensen Noda om sitt researcharbete under sametingsvalet
- nominerats till Prix Europa i kategorin Online (med P4 Stockholm) för *sverigesradio.se/terroråtalet* och i kategorin Digital Audio (med P4 Skaraborg) för *sverigesradio.se/fallethelena*.

### **Sveriges Radio Play och övriga appar**

Sveriges Radio erbjuder publiken flera appar för smarta telefoner, för de röststyrda assistenterna Google Home och Amazon Echo samt enklare play-appar för Apple TV, Sonos högtalare och Universal Windows Plattform som stöds av bland annat Windows 10 och Xbox One.

Den mest populära appen är *Sveriges Radio Play* där publiken når alla kanaler för direktlyssning och lyssning on demand. Apparna *Radioapan – banankalas!* och *Radioapans kojträd* vänder sig till mindre barn med sagor, sånger och spel.

Utvecklingen av extrasändningar och pushnotiser har fortsatt. Upplevelsen för användare har förbättrats. Klickar man på notisen en tid efter det att sändningen har startat får man hjälp med att ta sig till början av inslaget. Om sändningen är slut får användaren hjälp att hitta rätt för att lyssna i efterhand. Tillfälliga nyhetssändningar har fått en mer framträdande exponering i startvyn på *sverigesradio.se* och i appen. Olika former av redaktionella spellistor har testats i *SR Play*.

Utvecklingsteamet har experimenterat med ”on boarding”, vilket är ett sätt att guida nya användare så att de kan komma igång och börja använda appen och få förslag på något att börja lyssna på. Teamet har även testat olika varianter på rekommendationsalgoritmer för att ge användaren relevanta tips.

Sveriges Radio vidareutvecklade appen för Google Home i samband med den svenska lanseringen under hösten 2018.

### **Tredjepartsplattformar**

Viktiga tredjepartsplattformar, som ej ska förväxlas med sociala medier, är de plattformar som med öppna RSS-flöden tillhandahåller poddar till publiken utan kostnad, och där både Sveriges Radios poddar och kommersiella poddar finns fritt tillgängliga.

Poddar från Sveriges Radio finns tillgängliga på Spotify, Stitcher, Acast och iTunes/Podcaster. Detta har lett till att en yngre målgrupp 18–34 år hittar SR:s utbud, till exempel *USApodden*, olika vetenskapsprogram och nyheter från Ekot.

Sveriges Radio har ett öppet API<sup>28</sup> 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 ambitionen att möta publiken där den är och se till att innehåll sprids och lyssnas på även utanför SR:s egna plattformar.

---

<sup>28</sup> Application Programming Interface, strukturerat sätt att komma åt data i ett system.

Den inbäddningsbara spelaren finns tillgänglig för alla, och innebär att till exempel kommersiella tidningar kan publicera Sveriges Radios ljud på sina webbsidor.

## Sociala medier

Sveriges Radios huvudfokus som public service-bolag är att använda sociala medier som ett verktyg för att nära och tillsammans med publiken skapa originaljournalistik. Genom att bjuda in till dialog säkerställs att SR:s journalistik alltid är relevant samt ger andra perspektiv, nya röster och infallsvinklar. Detta bidrar också till att öka lyssningen. Därför är Sveriges Radio på de plattformar publiken väljer att vara, samt testar och utforskar nya. Några exempel är Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Snapchat, Discord och Twitch.

## 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 2018, 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 2018, p. 8)

Det är viktigt att betona att Sveriges Radio för att leva upp till sitt uppdrag ska utöva såväl kärnverksamhet, det vill säga 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<sup>29</sup> framgår följande:

”Enligt programföretagens anslagsvillkor ska radio- och tv-avgiftsmedlen användas för företagens 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, bland annat 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: Sveriges Radios kärnverksamhet är journalistisk produktion av innehåll med ljudet i fokus (radioprogram) som på olika sätt distribueras till allmänheten, bland annat genom sändning men också på andra sätt.

<sup>29</sup> Bildning och tillgänglighet – radio och tv i allmänhetens tjänst 2014–2019, prop. 2012/13:164.

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.

Sveriges Radio konstaterar därför att bland annat följande verksamheter är att anse som kärnverksamheter:

- 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.

Utöver kärnverksamheten bedriver Sveriges Radio också kompletterande verksamhet i syfte att utveckla och stödja kärnverksamheten och förbättra möjligheterna för allmänheten att tillgodogöra sig denna.

**Text, bild och rörlig bild på webben** kompletterar och stödjer radioprogrammen. Sveriges Radio arbetar med att ha ljudet i fokus. Text och bild är en integrerad del av det journalistiska arbetet och produktionen av radioprogram i syfte att till exempel öka möjligheterna att hitta det innehåll man vill ta del av eller ge personer med svårigheter att ta till sig ett talat innehåll möjlighet att ta del av det på annat sätt. Exempelvis är en utskrift av ett sätt nyhetsinslag en metod att tillgängliggöra utbudet liksom att se en bild på personen i den sända intervjun. En anpassning till den digitala miljön är en förutsättning för att utbudet ska hittas, vara relevant och väljas av publiken på alla plattformar. Rent ljud som ingen vill ta del av för att det inte är attraktivt i kontexten fyller inget syfte.

**Sociala medier** används för dialog och medskapande med publiken och för att förbättra allmänhetens möjligheter att ta del av produktionen.

**Konsertverksamhet i Berwaldhallen** skapar en närhet och en kontakt med publiken, vilket ökar intresset för att ta del av det inspelade eller direktsända musikaliska utbudet och stärker kvaliteten i verksamheten. Samtliga konserter spelas in och sänds i P2. Sveriges Radio deltar även i ett utbyte inom EBU. Sammantaget ger detta den svenska radiopubliken tillgång till ett omfattande och varierat samt även internationellt utbud av konserter. Berwaldhallen med kör och orkester är Sveriges i särklass största kulturscen.

I genomsnitt lyssnade cirka 70 000 på en konsert i P2, inklusive repris.

Den tryckta **julkalendern** har en direkt koppling till julkalenderns program och ökar publikens intresse för att följa de enskilda avsnitten.

De **barnspel** som finns på webben och i appar har koppling till barnradions program och ökar barnens intresse för programmen samt gör att barnen hittar till ett innehåll de inte visste fanns.

Med den beskrivningen bedömer Sveriges Radio sig ha lämnat en så fullständig redogörelse som möjligt för vilken kompletterande verksamhet som bedrivs och dess koppling till kärnverksamheten.

Den kompletterande verksamheten är alltså ofta i praktiken så sammanvävd med radioproduktion att det enligt Sveriges Radio inte är görligt att särredovisa den i absoluta tal.

Sveriges Radio arbetar i dag integrerat för att nå ut till publiken vid rätt tidpunkt, till rätt målgrupp, på rätt plattform och med rätt innehåll – genom radio via marknätet, digitalt via webb och mobil samt genom dialog och medskapande i sociala medier. Det innebär att en redaktion på SR arbetar sömlöst med alla tre benen och med ljudet i fokus före, under och efter en 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 i princip omöjligt att ange hur resurserna för webb, mobil och sociala medier fördelar sig på kärnverksamhet respektive kompletterande verksamhet. Många medarbetare jobbar dagligen olika mycket med samtliga distributionsformer FM, webb och sociala medier.

I vilken omfattning produktionen och sändningarna av radio behöver stödjas genom till exempel spridning och dialog i sociala medier varierar för olika typer av innehåll. Hur ett program ska arbeta med webb och sociala medier finns angivet i programkontraktet. Den kompletterande verksamheten ska bedrivas i en sådan omfattning att innehållet når ut till publiken. Alla program har inte samma krav eftersom olika målgrupper har olika behov.

Att det ska råda god balans mellan kärnverksamhet och kompletterande verksamhet tolkar Sveriges Radio som att kärnverksamheten inte ska försämras på grund av den kompletterande verksamheten.

Obalans kan uppstå om kärnverksamhetens kvalitet upplevs sjunkande som en direkt följd av att för mycket resurser läggs på den kompletterande verksamheten. Sveriges Radio kan inte se några tecken på att så skulle vara fallet. Tvärtom upplevs kvaliteten i kärnverksamheten öka genom den kompletterande verksamheten.

I sändningar från Berwaldhallen uppstår ett mervärde i form av närväro, nerv och applåder genom publikens närväro. Publikens närväro. Publiken i Stockholm får också som bonus ytterligare en kulturscen.

För julkalendern upplevs radioberättandet mera konkret då barnen dessutom kan se och ta på en kalender och göra lucköppningar i samband med sändningar.

Genom text och bild som kompletterar ljudet på webben blir det lättare, inte minst för personer med ned-satt hörsel eller kognitiv funktionsnedsättning, att ta till sig innehållet. Programmen, det vill säga ljudet, blir också mer attraktivt för den yngre publiken som nu har digitala och sociala platfformar som första-handskälla. Ett oberoende och reklamfritt Sveriges Radio på dessa platfformar är viktigare än någonsin. Alla har rätt till ett Sveriges Radio-utbud som ger dem ett personligt värde.

Sveriges Radio strävar alltid efter att ha ljudet i fokus. Text, bild och rörlig bild publiceras inte som ett egenvärde utan som ett uppskattat komplement till ljudet.

Obalans anser Sveriges Radio råder först om publiken tydligt anser att den kompletterande verksamheten bör begränsas eller att mindre resurser bör läggas på denna verksamhet och att förtroendet för Sveriges Radio därmed löper risk att skadas. Så som medier konsumeras i dag finns snarare en risk för att publiken skulle uppleva det som en allvarlig brist om SR inte skulle tillhandahålla text, bild och rörlig bild på webben utan bara ljud. Det skulle kunna skada förtroendet. Publikundersökningar visar att publiken uppskattar utbudet på webben och i *SR Play* samt på andra platfformar. På samma sätt förväntar sig publiken att Sveriges Radio finns med på sociala medier.

En god balans råder när rätt målgrupp, vid rätt tidpunkt, på rätt platfform nås av ett för sammanhanget anpassat innehåll. Det innebär att det utbud som produceras ska distribueras så att det når sin publik på de platfformar den använder och presenteras på det sätt som förväntas på respektive platfform.

## 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 2018, 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 de åtta programkategorier Sveriges Radio använder för att redovisa sändningstid. En mer utförlig redogörelse för utbudet i marksänd radio finns i kapitel 7.

I avsnitt 6.2 beskrivs det utbud Sveriges Radio erbjuder via internet. I avsnitt 6.3 ges exempel på hur SR arbetar med sociala medier för att göra publiken mer delaktig.

Endast det marksända utbudet beaktas när Granskningssämnden 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 funktionsnedsättning.

För Sveriges Radio är det viktiga att erbjuda ett unikt och oberoende innehåll som också 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.

#### 1 Nyheter

Nyheter omfattar alla nyhetssändningar i Sveriges Radio. Hit hör nyhetssändningar i Ekot och lokala kanaler, *Klartext* i P1, *P3 Nyheter* och *Nyheter i Barnradion* 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.

#### 2 Samhälle

I programkategorin Samhälle ingår program och inslag som ger bakgrund, fördjupning, granskning och debatt. Här finns program med blandat innehåll av aktualitetskaraktär som till exempel *P1-morgon*, *Studio Ett* och *P4 Extra*, dokumentärer, program om vetenskap och forskning samt om religion och livsåskådning. I kategorin ingår också andakter och gudstjänster. Verksamheten beskrivs i avsnitt 7.2.

### **3 Livsstil**

Kategorin Livsstil innehåller program och inslag om ämnen av vardaglig karaktär, såsom program om relationer, familj, hem, hälsa, konsumentfrågor och fritidsintressen, se avsnitt 7.8.2.

### **4 Kultur**

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

### **5 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. Verksamheten beskrivs i avsnitt 7.8.1.

### **6 Underhållning**

Programkategorin Underhållning innehåller 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 avsnitt 7.8.3.

### **7 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. Verksamheten beskrivs i avsnitt 7.3.6 och 7.3.7.

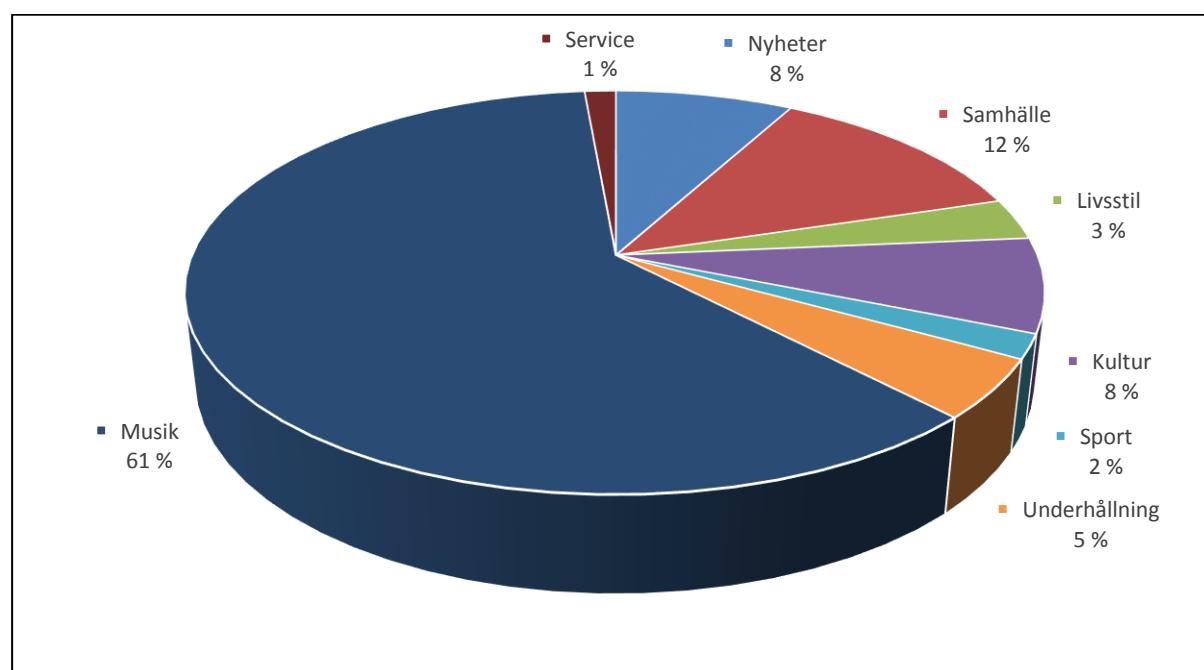
### **8 Service**

Programkategorin Service omfattar trafikinformation, evenemangstips, servicemeddelanden, Viktigt Meddelande till Allmänheten (VMA), väder- och sjörapporter som sänds fristående från nyheterna samt programinformation, se avsnitt 7.10.2.

**Tabell 9. Marksänd tid fördelad på programkategori och sändningstyp 2018, timmar**

	Nyheter	Samhälle	Livsstil	Kultur	Sport	Underhållning	Musik	Service	Totalt
Förstasändning	10 244	14 319	4 321	9 052	2 657	5 811	84 071	2 115	132 591
Parallellsändning	1 600	1 434	104	903	161	1 015	6 066	0	11 284
Repris	177	2 843	597	1 459	113	363	1 654	3	7 208
<b>Totalt</b>	<b>12 021</b>	<b>18 597</b>	<b>5 022</b>	<b>11 413</b>	<b>2 931</b>	<b>7 189</b>	<b>91 792</b>	<b>2 117</b>	<b>151 083</b>

**Diagram 6. Total marksänd tid fördelad på programkategorier 2018**



## 6.2 Sveriges Radios utbud på internet

För Sveriges Radio sker lyssningen på *sverigesradio.se* och i apparna *SR Play*, *Radioapans kojträd*, *Radioapan – banankalas!* samt *Melodikrysset*. Lyssning sker även på tredjepartsplattformar<sup>30</sup>, såsom TuneIn, Apple podcast, Acast och Spotify. Fler lyssnar på poddar via *SR Play* än via *sverigesradio.se*. Den största tredjepartsplattformen är Apple podcast.

SR tillgängliggör utbudet för lyssning som poddar via de digitala plattformarna (såväl strömmad lyssning som nedladdning). Sveriges Radio är även aktiv och närvarande på flera av de stora sociala medieplattformarna och strömningstjänsterna.

Nyheter och lyssningstips samlas på Sveriges Radios förstasida och på P-kanalernas förstasidor. De allra flesta programmen har en egen hemsida med information om programmet, sändningstider, redaktion och kontaktinformation. Spellistor bestående av nyhetsklipp publiceras i appen *Sveriges Radio Play*.

### Poddar

Sedan 2005 har Sveriges Radio gjort innehållet tillgängligt on demand som poddar. Genomslaget för poddlyssning och ett snabbt ökande utbud har gjort att lyssning på poddar nu är en stark trend.

Sveriges Radio har under 2018 arbetat med att konsolidera podderbjudandet. Ambitionen har fortsatt vara att testa och utveckla nya format, släppa fram fler personligheter och variera tilltalet, men också att satsa lite mer resurser på de format som når ut till en yngre målgrupp. De poddunika programmen har bidragit till att bredda och fördjupa kanalernas erbjudanden till publiken samt öka kännedom om och lyssnandet på SR. Programmen ger en möjlighet att fånga målgrupper som inte lyssnar på en vanlig radioapparat.

I stort sett alla program som utvecklats till poddar har fått sändningstider i FM. På så sätt har satsningen på poddar bidragit till förnyelse i form av nya programformat som också når publiken i FM. Några exempel är *Bergmanpodden*, *P3 Musikdokumentär* och *P3 Dystopia*. I det sista fallet har formatet använts för att arbeta med en ny form av berättande och dramatisering. Musikdokumentärformatet är ett sätt att bredda det fördjupande programutbudet om musik och är särskilt riktat till de yngre lyssnarna.

Behovet av oberoende poddar från Sveriges Radio har aldrig varit större på en marknad där kommersiella alternativ exploderat. Sverige är det land där poddlyssning per capita är störst, större än i exempelvis USA och Storbritannien.

### Redaktionella samlingar

Sveriges Radio arbetar med att ta fram samlingar av utvalda avsnitt på aktuella teman. Innehåll samlas och presenteras sammanhållet kring ett gemensamt ämne oavsett i vilken kanal eller på vilken plattform det har sänts. Samlingarna visas i appen *SR Play* och på *sverigesradio.se*.

Exempel på samlingar kan vara *Dokumentärer om kärlek*, *Mystiska försvinnanden* eller *Politikerliv*. Det är ett sätt för användarna att hitta program de är intresserade av utan att behöva känna till Sveriges Radios kanal- och programstruktur.

Dokumentärsysslingen i *SR Play* påverkas positivt av samlingarna. Efter införandet 2017 undersöktes räckvidden. Den hade ökat med 18 procent och smalare program ökade mest. Antalet genomlyssnade dokumentärer ökade med 23 procent och det syntes även en generell ökning i bredd (antal olika programserier per person) och lojalitet (antal dokumentärer per vecka och person).<sup>31</sup>

<sup>30</sup> Internetplattformar som inte är Sveriges Radios.

<sup>31</sup> Alla värden i jämförelse med motsvarande period 2016.

## Nyheter

Ekot har under 2018 fortsatt arbetet med den spellista för nyhetsklipp som lanserades i december 2017. Spellistan syns i appen *SR Play* under rubriken *Toppnyheter* och är ett urval av de mest relevanta nyheterna från Sveriges Radios alla nyhetsredaktioner. Under hösten lanserades också spellistor med de senaste nyhetsklippen från de 25 lokala kanalerna samt sport, vetenskap och kultur. Klipplyssningen i appen har ökat från ett par tusen startade klipp per vecka vid årets början till i snitt 500 000 startade klipp per vecka under senhösten 2018.

Det är uppenbart att större nyheter driver lyssning. 2018 års mest tydliga exempel var sommarens bränder samt valet som gav toppnoteringar på över 400 000 startade klipp per vecka.

Inför valrörelsen inleddes Sveriges Radio projektet Valstyrkan. Ett tvärfunktionellt team med journalister och utvecklare placerades på Ekot med uppgift att vässa SR:s digitala nyhetspubliceringar inför valet. Ett mål för projektet var att inkludera alla Sveriges Radios nyhetsredaktioner i arbetet. Valstyrkan skapade gemensamma kontaktytor och en enhetlig grafisk profil för alla valrelaterade publiceringar. Projektet spred också innehåll i sociala medier. Ett exempel är visualiseringen av Ekots utfrågning av Jimmie Åkesson som i slutet av september hade nått nära 500 000 visningar på Facebook.

Valstyrkan utvecklade flera nya produkter som uppskattades av den digitala publiken. Den dagliga nyhetspodden *Valet 2018* nådde som bäst placering nummer sex på Poddindex, och spellistan *Valkollen* nådde sammanlagt drygt 900 000 startade klipp under valrörelsen.

Gruppen utformade presentationen av Sveriges Radios *Valkompass*. Med hjälp av Radio Sweden och SR:s övriga språkredaktioner översattes och anpassades kompassen på tio olika språk.<sup>32</sup> Över 100 000 lyssnare gjorde testet under valrörelsens sista veckor.

Valstyrkan tog fram grafik i realtid som visade valresultatet på kommunivå och som nådde mer än en miljon visningar under valnatten.

Hösten 2018 lanserades den första smarta högtalaren på svenska. Ekots nyhetserbjudande i dessa högtalare är ett urval av Ekots linjära sändningar. Den lyssnare som ber sin högtalare om nyheter får uppdateringar från Ekot varje timme.

På samma sätt finns *P3 Nyheter på en minut*, *Ekonomiekot*, *Radiosporten*, *Vetenskapsradion*, *Kulturnytt* och *Radio Sweden på lätt svenska* samt alla lokala P4-kanalers halvslagsnyheter också som valbart innehåll till nyhetsflödet i smarta högtalare.

Ekots liveteam genomförde cirka 400 extrasändningar vid större nyhetshändelser under 2018. Drygt tio procent av dessa sändningar hördes i sin helhet eller delvis i P1. Liveteamet gör även fönster (så kallade omstarter) i P4 på samtliga sändningar. En stor och ökande andel av dessa sänds i P4-kanalerna. Antalet P4-kanaler som sänder varierar beroende på ämne och tidpunkt, men några kanaler har som rutin att ta alla omstarter.

När det gäller *Nyheter i Barnradion* publiceras en *Nyhetspodd* på fredag eftermiddag som kompletterar till FM-sändningen på lördag. På Instagram finns dialogen med barnen kring nyheter. Avsnittsbeskrivningarna ger innehållet i varje avsnitt. Genom att text, ljud och bild/film tydligt hänger ihop är avsikten att öka begripligheten och inkluderar alla barn.

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. Med sina 96 000 (december 2018) unga följare på Instagram är P3 den största svenska nyhetsleverantören för unga på denna plattform. Det är också den enda nyhetsredaktionen i Sverige med nyheter speciellt inriktade på unga vuxna, vad gäller innehåll och form men även hur nyheterna presenteras.

<sup>32</sup> Engelska, romani, finska, meänkieli, arabiska, persiska/dari, sydkurdiska/sorani, nordkurdiska/kurmanci, somaliska och på lätt svenska.

## Barnradions digitala plattformar

Barnradions digitala utbud på webb och i appar riktas till ålderskategorierna yngre barn 3–8 år och äldre barn 9–12 år samt deras föräldrar. Utbudet för yngre barn innehåller sagor, sånger, musikprogram och *Radioapans godnattkvart*. För äldre barn samlas program från hela utbudet, nyheter, sport, spel, fakta, humor, musik, drama för unga och lovserier. Barnradions FM-program har stödjande digitalt material på webben i form av exempelvis bilder, poddar, filmer på YouTube, digitala spel, tävlingar eller extra-material. Detta material ska vara tillgängligt digitalt en lång tid.

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

Appen *Radioapans kojträd* är en plattform med innehåll anpassat till de allra yngsta lyssnarna. Här finns sagor och sånger för små barn där barnen kan lyssna i sin egen takt tillsammans med *Radioapan*.

Poddpaket som innehåller sagor och dramatik för yngre och äldre barn utkommer varje månad. Paketen fungerar som introduktion till Barnradions program och ska locka till vidare lyssning.

Under 2018 har Barnradion fortsatt att arbeta tillsammans med redaktionerna för de nationella minoritets-språken kring innehållet på de olika språkens barnsidor.

Kopplat till serien *Magiska skogen räddar världen* för yngre barn finns digitalt extramaterial i form av pysseltips om hur man kan bygga en skräprobott, ett insektshotell eller göra fröbomber. Det finns också diskussionsfrågor till pedagoger med teman som vatten, skräp, klimat, insekter och djur, som passar att jobba med i en barngrupp på till exempel förskolor.

Under 2018 har Barnradion lanserat en sida med tips till bibliotek där bibliotekarier, skolbibliotekarier och lärare erbjuds affischer från Barnradion som de kan skriva ut och sätta upp.

Barnradion har samarbetat med Sveriges Radios Innovationsteam kring 2018 års julkalender *Tonje i Glimmerdalen*. Projektet gick ut på att ta fram en applikation för röststyrning av ett interaktivt äventyr med innehåll kopplat till julkalendern. Målet har varit att utforska röststyrning av ett särskilt anpassat innehåll för barn. Sådant innehåll passar även bra för barn med synnedsättning samt barn med läs- och skrivsvårigheter.

I serien *Historierummet* har viktiga och betydelsefulla kvinnor och män genom historien gestaltats, med ambitionen att presentera historia på ett roligt och underhållande sätt och för att påminna om att vi alla är en del av vår historia. Under 2018 finns serien endast som podd men kommer 2019 även sändas i FM.

## Tonårspubliken

Den unga publiken nås i dag via internet. Därför behöver Sveriges Radio i högre utsträckning använda plattformar som Instagram, Snapchat, YouTube och Facebook. Det är viktigt att alla P3:s program-redaktioner har tydliga planer för hur man ska jobba på digitala sociala plattformar.

Vissa satsningar gör P3 enbart för publiken digitalt. När det gäller tonåringar och specifika satsningar för dem är musikanalen P3 Star ett exempel. Kanalen sänds i DAB och har en pågående dialog med publiken på Instagram och Snapchat med musiktips, relationsråd med mera. På YouTube finns serien *P3 Star hänger*.

Flera av P3:s poddar riktade till tonåringar har bara publicerats som poddar och har alltså inte hörts i FM. Några exemplen:

- I *P3 Serie Tunnlarna* får man följa tonårstjejer Klara som tillsammans med sin pappa försöker nysta upp ett mysterium i tunnlarna under Stockholm.
- *Ufopodden i P3* är dramatiserade berättelser som baseras på historier i UFO-Sveriges arkiv. Podden har även sänts i P1.
- *Punani\_99* är en podd om 17-åriga Nanna som går på gymnasieskolan Södra Latin på Södermalm i Stockholm och som testar gränser. Den finns enbart som podd men har också ett Instagramkonto.

- *22 Kvadrat i P3* är ett humordrivet sketchprogram om tre personer som försöker dela lägenhet. Med en blandning av garv och fritter diskuteras ungas relationer på olika sätt. Programmet har en stor tonårspublik som känner igen sig i de tre huvudpersonerna.

## **Samiska**

Webbkanalen SR Sápmi sänder på webben dygnet runt alla dagar. Sändningarna samsänds några timmar per dygn med NRK:s samiska DAB-kanal och YLE:s FM-sändningar. Kanalen innehåller delvis repriserat eget material från Sameradion i FM. I tablån ingår också längre musikflöden med samisk musik.

2018 sände Sameradion tillsammans med SVT Sápmi direkt på webben under cirka 70 timmar från Sametingets tre plenarmöten. En del av bevakningen inför och efter valet till riksdagen, kommunerna och landstingen sändes exklusivt via webbkanalen, men större delen samsändes mellan FM och webbkanalen. Vidare sändes cirka 20 timmar från det samiska nationaldagsfirandet och 100-årsjubileet av starten på samernas organisering i Sverige.

## **Utbud riktat till nyanlända**

Sveriges Radio erbjuder ett nyhets- och aktualitetsutbud på arabiska, persiska (farsi/dari), kurdiska (sorani/kurmanju), somaliska och engelska till en nyanländ publik. Även en podd på lätt svenska för målgruppen publiceras varje vardag. Genom att tillhandahålla detta utbud via internet nås betydligt fler i dessa språkgrupper än vad som är möjligt med FM-sändningar. Detta beskrivs mer utförligt i avsnitt 7.6.8 Utbud på andra minoritetsspråk.

P4 Kronoberg har under första halvåret 2018 fortsatt publicera lokala nyheter på arabiska. Sedan oktober sker publiceringar på Facebook för att locka en arabisktalande publik till de svenska nyheterna på P4 Kronobergs webb. Även P4 Skaraborg publicerade inslag och texter på arabiska på sin hemsida för att bredda publiken.

## **Trafik- och serviceinformation**

Trafik- och serviceinformation från Trafikredaktionen finns tillgänglig på [sverigesradio.se](http://sverigesradio.se). Redaktionens information går också ut på Twitter och en del information publiceras på Facebook. Sedan december 2017 sänder Trafikredaktionen måndag–fredag pushnotiser via P4 Stockholm om trafikstörningar i Stockholms län. Utvärdering visar att trafikpusharna är de mest klickade av P4 Stockholms pushar. Från 2018 skickas pushnotiser även i Göteborg och Malmö.

## **Musikkanalen P4 Plus**

Testkanalen P4 Plus startades 1 juni 2016 och riktar sig till målgruppen 60 år och äldre.

P4 Plus har sedan starten utvecklats till en populär och kompletterande kanal till P4. Musikbasen har utökats och innehåller nu musik från 20-talet fram till 80-talet. Ungefär 80 procent av den musik som spelas i P4 Plus hörs inte i någon annan av Sveriges Radios kanaler. Ibland hörs P4 Plus även i P4 FM, till exempel när Radiosporten slutar lite tidigare än tablån.

Redaktionen märker att allt fler äldre använder sig av de digitala möjligheterna att lyssna. Kommunikationen med publiken ökar hela tiden, och P4 Plus är en av de allra mest sociala kanalerna inom Sveriges Radio. Det kommer fortfarande många glada brev från lyssnare som just upptäckt kanalen.

## Övriga musikkanaler

För att ytterligare öka mångsidigheten i kulturutbudet sänder Sveriges Radio, som komplement till det marksända utbudet, några renodlade musikkanaler via internet. Det musikutbud som enbart går att lyssna på via internet är utöver *P4 Plus* säsongskanalerna *P4 Bjällerklang*, *P2 Klassisk jul* och *P2 Klassisk sommar*.

Sveriges Radio har fortsatt att göra fördjupande musikprogram som podd. Dessa program bygger i huvudsak på talat innehåll, har musik som ämne och riktar sig till de mycket musikintresserade. Exempel är poddversionen av *Operaguiden*, *Den svenska musikhistorien*, *Klassiska podden* i P2 och *Musikguiden i P3*.

## Drama-arkivet

I Sveriges Radios stora *Drama-arkiv* finns klassiker och favoriter från förr och nu. Här tillgängliggörs föreställningar av etablerade författare och dramatiker, och här hittar lyssnarna också de nya rösterna i samtiden.

Radioteaterns gonggong hördes redan i mitten av 50-talet. Sedan dess har oräkneliga föreställningar sändts ut till en publik i flera generationer. Författare, dramatiker, skådespelare och regissörer – de mest erfarna såväl som debutanterna, har utvecklat och fört radioteater som konstart vidare till lyssnarna. I Drama-arkivet är såväl Karin Boyes *Kallocain* som Moa Gammels bearbetning av Hjalmar Söderbergs roman *Gertrud* bara ett knapptryck bort. Ett sent upphittat manus av Ingemar Bergman får liv i *Sextiofyra minuter med Rebecka* i regi av Suzanne Osten. Monika Fagerholm gör radiodramadebut med *Free Life*, en berättelse baserad på en verklig händelse, i regi av Sanna Lenken.

## Sport

2018 har Radiosporten utvecklat tillgängligheten för lyssning i mobilen. Genom tematiska satsningar under rubrikerna *OS-kollen*, *VM-kollen* och *EM-kollen* har publiken genom ett enda klick fått de senaste och mest relevanta nyhetsklippen automatiskt uppspelade efter varandra. Denna tjänst välkomnades av publiken, lyssningen på nyhetsklipp upptäckte en kraftig ökning, och flera lyssningsrekord kunde noteras under både OS och VM. Exempelvis fick Richard Henrikssons kommentar efter gruppsspelet nästan 10 000 unika startar i appen.

Alla sportartiklar på webben ska innehålla ljud. Dessa ljudklipp ska vara självständiga och anpassade till nya krav från bland annat smarta högtalare.

Under 2018 producerades två nya säsonger av podden *Radiosporten Dokumentär*, totalt ett tjugotal avsnitt där stora svenska idrottshändelser i historien speglas ur olika vinklar. Podden har på kort tid nått en trogen publik med ökande lyssningssiffror. Under hösten handlade det om tidigare vinnare av Radiosportens Jerringpris – priset firade 40 år 2018.

Radiosportens podd *Fotbollsarena Radiosporten* har återkommit varje vecka med en bred bevakning av världens största sport, fotboll.

Dessutom sändes alla matcher i herr- och damallsvenskan samt i SHL på webben och i appen *SR Play*. Lokala P4-kanaler sände matcher från Superettan i fotboll, elitserien i speedway och slutspelen i flera andra sporter.

## 6.3 Sveriges Radio och sociala medier

Sveriges Radio arbetar kontinuerligt för att publiken i sociala medier inte enbart ska vara mottagare, utan framför allt medskapare av nyheter, reportage och annat innehåll. Målet är att använda sociala medier som ett verktyg för att i interaktion med besökare och lyssnare skapa mera relevant journalistik och stärka relationen med publiken och inte huvudsakligen använda sociala medier för spridning eller marknadsföring.

Under 2018 handlade mycket om valet. Till exempel arbetade P4 Kristianstads med *#minhållplats*, en journalistisk resa från miljonprogram i Kristianstad till strandnära tomter i Åhus och en vecka med många artiklar, direktsändningar och politikerdebatt på Facebook, Instagram och *sverigesradio.se*. P4 Uppland gjorde *#jagvillveta* för att inte bara politiker och journalister skulle styra vilka frågor som får ta plats i en valspurt och för att upplänningsarna samtidigt skulle få en bredare representation. För att involvera publiken fanns hashtaggen *#jagvillveta*, diskussioner startades på Facebook och Instagram och redaktionen puffade för att publiken skulle höra av sig via flera kanaler.

I *Tio miljoner* deltog Ekot, alla lokala P4-kanaler, Sisuradio och Radio Romano i en satsning på konstruktiv journalistik. Tankar och frågor samlades in från människor runt om i hela Sverige. Satsningen ledde till en stor mängd publiceringar och uppföljningar med utgångspunkt från de enskilda berättelserna. Dialog under och efter publiceringarna skedde via sociala medier.

### Faktagranskningar

Under valåret 2018 arbetade Vetenskapsradion och Ekot med faktagranskningar av påståenden av politiker och rykten som rörde valbevakningen. Urvalet gjordes genom att se vilka påståenden som fick mest spridning i sociala medier. Det som utmärkte dessa granskningar var att allt skedde transparent för publiken genom ”long reads” där varje telefonsamtal och e-post redovisades, så att publiken steg för steg fick lära sig att vara källkritisk och granska källorna. Allt publicerades på webbplatsen *Faktiskt.se* som drevs tillsammans med SVT, Dagens Nyheter, Svenska Dagbladet och KIT.

### P3

*Fråga vad du vill* i P3 tar ett känt format i sociala medier, ”AMA” – ask me anything – och låter personer med en berättelse, experter och andra specialkunniga, svara på lyssnarnas frågor. Det kan vara till synes alldagliga människor med alldagliga jobb – en bagare, en klädförsäljare, en datorspelsutvecklare. Det kan också vara någon med mer ovanliga erfarenheter – en privatdetektiv, en världsmästare i datorspelet Counter-Strike, en försökskanin, någon som vunnit miljoner på lotto eller ett internettroll. Lyssnarna ställer frågorna i kommentarsfälten i programmets sociala medierkonton och frågorna besvaras i podden.

Från P3 kom också podden *P3 Dystopia* som rör sig i gränslandet mellan vetenskap och filosofi och som utreder vår tids stora ödesfrågor. Genom att driva de stora problemen till sin spets, försöker redaktionen visa hur handlingar i dag kan påverka framtiden. Podden är uppbyggd som ett gemensamt utforskande där ljudlighet, engagerande berättelser och filosofiska dilemmor vävs samman. Podden använder sig bland annat av en egen Facebookgrupp för att samla publiken.

## 7 Särskilda uppdrag och målgrupper

I det här kapitlet beskrivs Sveriges Radios utbud som huvudsakligen är marksänt. Men eftersom allt fler, särskilt i den unga delen av publiken samt nyanlända, tar del av utbudet via digitala plattformar och olika sociala medier, så redovisas också en del av detta utbud här. Kapitlet utgör public service-redovisningens huvuddel och många avsnitt svarar direkt mot villkor i sändningstillståndet.

Sveriges Radios programutbud genomsyras av folkbildningstanken. I ambitionen att nå publiken ska SR göra angelägen journalistik, skapa kultur och möta publiken där den är.

Sverige och omvärlden förändras i riktning mot en ökad digitalisering, världen är allt mer globaliserad och de senaste åren har dessutom polariseringen ökat. För att Sveriges Radio ska behålla sitt höga förtroende hos allmänheten strävar hela programverksamheten efter en mångfald av berättelser och frågeställningar från det lokala, nationella och globala samhället. Den snabba tekniska utvecklingen, och inte minst SR:s egen sändningsteknik, gör att reportrar och hela program lätt och snabbt kan rapportera och sända direkt från platser utanför radiohusen. Detta leder till att utbudet bättre speglar hela Sverige. Var de fysiska radiohusen finns blir därmed mindre viktigt.

Lika viktigt för förtroendet hos lyssnarna och uppfyllandet av sändningstillståndet är att Sveriges Radio är en öppen arena där det rymts en mångfald av meningsyttringar och perspektiv.

Kontinuerlig utveckling är en ryggrad i Sveriges Radios verksamhet, det handlar både om innehållet i sig och om att nå lyssnarna. Stor vikt läggs vid att föra dialog med publiken, att lyssna och lära för att göra ett bättre utbud. Detta sker förstas i direktsändningar, telefonväxter eller vid möten med publiken vid till exempel utesändningar, men också via sociala medier och i publiknätverken.

Konstruktiv journalistik är ett publicistiskt förhållningsätt som kompletterar den traditionella problemorienterade nyhetsdramaturgin med flera perspektiv. Verkligheten ska skildras i all dess mångfald och komplexitet så att människor känner igen sig. Historiernas olika dimensioner ska belysas, inte bara de negativa vilket klassisk nyhetsdramaturgi har handlat om. Andra byggstenar i konstruktiv journalistik är att titta framåt och beskriva lösningar på problem samt att inte se människor som offer utan som kapabla att ta ansvar för sina liv. Sveriges Radios producenter, reportrar och programledare har fått lära sig metoder att inkludera publiken och ställa framåtsyftande, lösningsinriktade frågor.

Under de senaste åren har både Sveriges Radios egna analyser och olika analysinstituts undersökningar visat att utvecklingen hos framför allt den yngre delen av publiken är tydlig: färre väljer att ta del av FM-sändningar, fler väljer Sveriges Radios och andras utbud on demand samt lyssnar på strömmande musik. För i första hand P3 har detta legat till grund för en förändrad utbudstrategi som i korthet går ut på att skapa ett utbud som bättre når de digitala lyssnarna.

I detta kapitel i rutor som den nedan redovisas ett antal indikatorer från Attitydundersökningen 2018 om hur allmänheten uppfattar Sveriges Radios utbud,. Indikatorerna används främst för intern uppföljning och återkoppling för att utveckla utbudet.<sup>33</sup>

55 (56) procent instämmer i påståendet *SR ger plats åt olika åsikter*.

64 (63) procent instämmer i påståendet *Jag får ny kunskap genom att lyssna på SR*.

<sup>33</sup> Novus Group, Attitydundersökningen december 2018. Siffrorna inom parentes avser 2017.

## 7.1 Jämställdhet, 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 tillgodosser 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)

Sveriges Radio arbetar metodiskt på olika nivåer för att säkra uppdraget att spegla hela landet. Programutbudet i sin helhet ska ge en allsidig bild av Sverige – geografiskt och i dess mångfald av olikheter i levnadsvillkor, åsikter, kulturer och andra samhälleliga förutsättningar.

Att systematiskt arbeta med mångfald och jämställdhet hänger samman med speglingen. Det handlar om relevans och identifikation. Alla mäniskor i Sverige ska kunna känna att Sveriges Radio vänder sig till dem, att deras liv och frågor tas på allvar och att de erbjuds möjligheter till delaktighet och medskapande. I grunden är det ett demokratiskt uppdrag, dessutom med särskild tyngd under ett valår.

Alla redaktioner och kanaler arbetar kontinuerligt och målinriktat med jämställdhet och mångfald både vad gäller utbud och rekrytering. Hur Sveriges Radio mer konkret arbetar med detta redovisas under olika rubriker här i avsnitt 7.1.

Det finns en kedja av olika insatser, såsom arbete med arbetsgivarvarumärke, kompetensutveckling, chefs- och arbetsledarutbildningar samt teknik- och programutveckling, för att ge förutsättningar och stöd för redaktioner och enskilda medarbetare att lyckas nå de uppsatta målen.

Frågor om mångfald och jämställdhet ingår i årliga medarbetarundersökningar och medarbetarsamtal.

### 7.1.1 Om definitioner, policy och mätbara mål

Samhällsklimatet, befolkningens sammansättning och levnadsvillkor i Sverige förändras. Utvecklingen går i olika takt i olika delar av landet och märks på olika sätt. Därmed är Sveriges Radios speglingsuppdrag och mångfaldsarbete också delvis föränderligt och behöver fyllas med nya betydelser och angripas med nya metoder över tid.

Det innebär att Sveriges Radios uppdrag att spegla hela Sverige inte låter sig definieras med några få ord och meningar. Den mångfasetterade och nyanserade bild som Sveriges Radio strävar efter att förmedla blir summan av flera olika beståndsdelar som är förutsättningar för varandra. Varje kanal, redaktion och program ska fylla sin del av uppdraget.

Som bas för arbetet finns Sveriges Radios mångfaldspolicy med riktlinjer för likabehandling, rekrytering och utbud. Det ska märkas i SR:s produktioner att Sveriges befolkning har skilda förutsättningar, erfarenheter, levnadsvillkor och bakgrund. En mångfald av röster, åsikter och perspektiv ska höras i programmen. De medverkande ska överlag ha en jämn könsfördelning.

Mångfaldplicyn för utbudet blir ett levande dokument i samband med programbeställningar. Här sätter redaktioner mål och beskriver hur de arbetar för att spegla kön, ålder, sexuell identitet, utländsk bakgrund, funktionsvariationer, trosuppfattningar och socioekonomiska skillnader i olika program.

Vilka mätbara mål som sätts för de olika aspekterna och för geografisk närväro skiljer sig åt beroende på redaktionens eller programmets uppdrag eller geografiska bevakningsområde. Målen för exempelvis P4 Gotland ser annorlunda ut än de som Vetenskapsredaktionen har.

Chefer och arbetsledare har ansvar för att målen följs upp i den redaktionella återkopplingen, och utvärdering finns också med i den dagliga innehållsplaneringen och diskussionen på redaktionerna.

### 7.1.2 Närvaro i och spegling av hela landet

Sveriges Radios geografiskt decentraliserade organisation med redaktionell närvaro på många olika orter och utökade sändningstekniska möjligheter att komma nära människor i deras vardag är två goda förutsättningar för att lyckas med speglingsuppdraget.

Sveriges Radio finns på 50 platser i hela Sverige, från P4 Malmöhus i Skåne till minoritetsspråksredaktionerna Meänraatio i Pajala samt Sameradion och P4 Norrbotten i Kiruna. Dessutom har nyhetsredaktioner och riksprogram med särskild inriktning, såsom *Kulturnytt*, *P1 Kultur*, *Ring P1*, *P3 Nyheter* och *Karlavagnen* i P4, medarbetare på flera orter.

Radio Sweden gör nyheter på lätt svenska samt nyheter på engelska, persiska (farsi/dari), kurdiska (sorani/kurmanju), somaliska och arabiska. Radio Sweden är en del av Ekoredaktionen och bidrar där till Ekots kompetens och möjligheter att få tillgång till nyheter och intervjuer som redaktionen annars hade haft svårt att hitta. Utbudet ger även den svenska talande publiken fler perspektiv, möten och ämnesval.

Ekot och Radio Sweden har ett antal rikskorrespondenttjänster placerade på lokala kanaler runt om i landet. Minoritetspråksredaktionen Radio Romano har under 2018 haft reportrar i Malmö och Göteborg. Sisuradio har medarbetare på elva orter utanför Stockholm samt en korrespondent i Helsingfors.

Sveriges Radio arbetar hela tiden för att utveckla och öka den lokala närvaren lokalt såväl som i riksproduktionen. Några exempel:

- Under 2018 har drygt 70 procent av *Tendens – kortdokumentärer* i P1 utspelat sig och spelats in utanför Mälardalsområdet. Hälften av reportrarna är stationerade i radiohus runt om i Sverige och hämtar underlag och röster utifrån sina perspektiv på plats. Redaktionen följer upp dokumentärernas huvudpersoner utifrån parametrar som kön, ålder, utländsk bakgrund med mera.

Serien om vård på landsbygden fokuserade på konsekvenserna av att ha långt till adekvat vård, främst i norra Sverige. I dokumentären *Man ska bo i stan* skildrades bland annat en familj som flyttade från Södermalm i Stockholm till hembyn Vittangi.

I valsatsningen *Tendens – kortdokumentärer Det kriminella systemet* fick lyssnarna ett inifrån-perspektiv från en av Göteborgs förorter där de intervjuade gav unika vittnesmål ur en kriminell verklighet – röster som är svåra att nå och som sällan hörs.

- Under hösten startade *P4 Morgon i Helsingborg* för den nordvästskånska publiken. Programmet sänds vardagar kl. 6–10. Övrig tid sänds P4 Malmöhus program.
- En medarbetare på P4 Örebro har under ett halvår i serien *På lika villkor* skildrat de olika villkoren för invånare i områden som klassas som särskilt utsatta i Örebro. I serien *Från A till Örebro* har personer som nu bor i Örebro län men som kommer från världens alla hörn intervjuats.
- P4 Jönköping har tillsammans med P4 Östergötland och P4 Kalmar haft en reporter som verkar i periferin, i gränslandet mellan de tre bevakningsområdena.
- I P4-satsningen *Ett nytt Sverige* följe reportrar från nio kanaler ett tjugotal personer som på ett eller annat sätt berörs av migrationen. Satningen har pågått under åren 2016–2018 och lyssnaren har kunnat ta del av berättelserna i sin P4-kanal och på en webbplats. Syftet har varit att ge mer kunskap och en djupare förståelse för människor på flykt men också förståelse för myndigheters, kommuners och frivilligorganisationers utmaningar. Perspektivet har varit den enskilda människans.

De flesta lokala P4-kanalerna har ökat antalet sändningar utanför radiohusen tack vare nya enkla tekniska verktyg. Arbetet har organiserats så att fler reportrar rör sig ute i samhället och besöker fler kommuner, små orter och människor än tidigare. Under valåret 2018 har lokala P4-kanaler sändt publika valsändningar

live från nästan alla kommuner i Sverige. Exempelvis hade P4 Värmland och P4 Väst under valrörelsen dagligen två mobila reportrar i hela länet. Röster från små kommuner och små orter prioriterades.

Inför valet 2018 deltog alla Sveriges Radios lokala P4-kanaler, Sisuradio och Radio Romano i Ekots satsning på konstruktiv journalistik *Tio miljoner*. Reportrar sökte upp personer runt om i Sverige och bad dem formulera de valfrågor som engagerade dem mest. Rösterna hördes lokalt och i rikssändningar, där de bland annat användes i partiledarutfrågningarna och slutdebatten i P1. Projektet har lett till att Sveriges Radio har fått in en större bredd av ämnen, större geografisk spridning och mångfald bland intervju-personer samt ökat publikdialogen.

### 7.1.3 Jämställdhet och #metoo

Efter att #metoo avslöjade strukturell ojämlikhet och sexuella trakasserier på en rad arbetsplatser fick jämställdhetsfrågor ökat fokus under 2018. Sveriges Radio har informerat och utbildat medarbetare, arbetsledare och chefer för att motverka kränkande särbehandling och trakasserier på arbetsplatsen, det har också blivit en del i medarbetarundersökningen. Ämnet har även följts upp journalistiskt under året i många nyhetssändningar.

*Karlavagnen* i P4 har diskuterat vad #metoo har betytt och om förändringarna blir permanenta. P4 Norrbotten har intervjuat människor som berättat om sexuella kränkningar inom sjöfarten. Barnradion förklarade för en ung publik i *1000 modiga frågor* vad hashtaggen innehåller och hade ett samtal med ungdomspanelen om orättvisa normer och egna erfarenheter.

Även i musikutbudet arbetar Sveriges Radio med jämställdhet som en del av speglingsuppdraget. En jämn fördelning mellan manliga och kvinnliga artister eftersträvas i musikläggningen för alla Sveriges Radios kanaler. Musikjournalistiska program i P3 och P4 når jämställdhetsmålet på 50/50 gällande musikskapare och musikutövare i FM-programmen. Alla musikredaktioner arbetar med jämställdhet vad gäller gäster och liveinspelningar och för statistik över medverkande.

### 7.1.4 Publiknätverk och publika möten för ökad mångfald och spegling

Flera lokala P4-kanaler och riksredaktioner fortsätter att utveckla sina publikkontakter genom publiknätverk. Under 2018 har mångfald och föryngring varit i fokus för många aktiviteter. Exempelvis försöker P4 Väst hitta personer med utländsk bakgrund. P4 Värmland använder publiknätverket för att få in tips och annorlunda nyhetsuppslag från olika delar av länet. P4 Jönköpings publiknätverk med över 1 000 medlemmar spelar en viktig roll som kontaktyta mellan redaktionen och medborgarna i sändningsområdet.

Redaktioner och kanaler ordnar publika möten och event för att öka kännedomen om Sveriges Radio. Dessa möten ger även kunskap om publiken och nya programuppslag.

P3 Din Gata mötte under sommaren en ung publik i Malmös förorter Hyllie och Lindängen. Deltagare rekryterades genom sociala medier för att tävla i freestyle och dans. Publiken fick information om Sveriges Radio och P3 och de tävlande deltagarna var med i kanalens sändningar.

Radio Romano ordnade möten med publiken i samband med dels Internationella Romadagen och dels sin valturné runtom i Sverige. Deltagarna bjöds på fika, kunde ställa frågor samt lämna nyhetstips och programidéer. Flera av tipsen följdes upp av redaktionen under året.

P4 Kristianstad sände sitt eftermiddagsprogram fem måndagar i rad från köpcentret mitt i Gamlegården som är ett av Sveriges mest segregerade områden. Förbipasserande fick information om Sveriges Radios utbud. Satsningen gav flera ingångar till olika slags bevakning och gäster, bland annat en rappare som bjöd på livemusik i studion. Satsningen avslutades med ett stormöte som föreningar i trakten bjöds in till.

SR Sjuhärad har under 2018 haft redaktioner på medborgarkontoren i stadsdelarna Hässleholmen och Norrby i Borås. Det är områden där många med rötter i andra länder bor. Genom att vara på plats och även sända regelbundet från de här stadsdelarna har människor som tidigare inte haft någon relation till Sveriges Radio fått upp ögonen för utbudet. Satsningen har också gjort att det kommit in fler tips i ämnen redaktionen inte naturligt bevakar.

P4 Dalarna har under 2018 genomfört ett projekt där en medarbetare jobbat med uppsökande verksamhet för att skapa kontakter med mångfaldsperspektiv runt om i länet. SR Stockholm ordnar regelbundet publika möten i länets olika kommuner.

### 7.1.5 Rekrytering av mångfald

Mångfald på Sveriges Radio innebär även att hur Sverige ser ut ska avspeglas bland medarbetarna. Mångfaldskompetens i form av perspektiv, nätverk och språk som saknas på redaktionerna efterfrågas i alla rekryteringar. Utan mångfald på redaktionerna är det svårare att lyckas med uppdraget att spegla hela landet.

Under våren 2018 genomförde Sveriges Radio en kompetenskartläggning för att få en överblick över var, när och hur SR ska nå ut och locka presumtiva medarbetare. En viktig del är att rekrytera och attrahera mångfald, till exempel genom att synas i otraditionella rekryteringskanaler och vid behov kunna erbjuda mera omfattande introduktioner för medarbetare som behöver längre ”startsträcka”, men som har mer ovanliga kompetenser och erfarenheter.

Anställningsannonser har utformats så att mångfaldskompetens viktas mot annan kompetens och anpassas till den eftersökta målgruppen. Ett arbete med minoritetsspråkredaktionerna och Radio Sweden har genomförts, för att hitta gemensamma åtgärder och utforma förslag på hur Sveriges Radio ska kunna öka rekryteringsunderlaget och ge redaktionerna stöd i att attrahera, rekrytera och introducera medarbetare med minoritetsspråkskompetens.

Några exempel på hur Sveriges Radios redaktioner arbetar med att bredda rekryteringen:

- P4 Värmland, P4 Sjuhärad och P4 Skaraborg har haft långtidspraktikanter och programanställda från Syrien för att få del av andra perspektiv både i programmen och på redaktionen. Erfarenheter som en syrisk reporter har, dels av flykt, dels av att försöka etablera sig i ett nytt land, har tillfört kunskap som redaktionen saknade.
- P4 Jönköping har under 2018 gjort en rekrytering med utomnordisk bakgrund som är representativ för en av de stora invandrargrupperna i Jönköpings län. Kanalen har också gjort en rekrytering för att förstärka kompetensen i jämställdhets- och genusfrågor.
- Alla programledare på P3 Din Gata har mångfaldskompetens. Kanalens innehåll tilltalar unga som annars inte lyssnar på Sveriges Radio.
- Radiosporten arbetar aktivt för att jämma ut den sneda fördelningen mellan manligt och kvinnligt i sportrapporteringen. Detta gäller både vilka som arbetar på redaktionen och vilka sporter som bevakas. Radiosporten har som mål att två av tre långsiktiga rekryteringar ska vara kvinnor. Under 2018 har tre kvinnor tillsvidareanställda vid återbesättning.

Sveriges Radio har under 2018 säkerställt att annonser utformas inkluderande och att mångfaldskompetens viktas mot övrig kompetens. Annonsering har genomförts för att inkludera ungdomar som SR vanligtvis inte når, till exempel via Spelhobbyförbundet Sverok, Kulturama och Fryshuset. Här nådde Sveriges Radio deltagare med varierande bakgrund, kultur och perspektiv.

För att lättare nå mångfaldskompetens har Sveriges Radio vidmakthållit befintliga kontaktytor såsom Korta vägen, Mitt liv och Rätviseförmedlingen samt inlett samarbete med Jobbsprånget.<sup>34</sup>

### 7.1.6 Uppföljning

Sveriges Radios arbete för ökad mångfald följs upp på olika sätt. Dessa uppföljningar används internt för redaktionell återkoppling och vidareutveckling av verksamheten.

#### Attitydundersökning

Ett sätt att följa upp mångfaldsarbetet är att fråga allmänheten hur den uppfattar mångfalden i Sveriges Radios utbud.<sup>35</sup> Tabellen visar hur stor andel som instämmer i respektive påstående.

**Tabell 10. Allmänhetens uppfattning om mångfald, jämställdhet och spegling i Sveriges Radios utbud**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
SR:s programinnehåll speglar mångfalden i det svenska samhället	48 %	45 %	46 %	45 %	45 %	
SR har jämn fördelning mellan kvinnor och män i sitt programinnehåll	40 %	38 %	35 %	34 %	36 %	
SR sänder program "från min del av landet"	61 %	62 %	68 %	68 %	68 %	
SR ger mig kunskap om olika människors liv och villkor i Sverige	52 %	49 %	51 %	48 %	49 %	

Sveriges Radio har de senaste åren konsekvent satsat på att sända när det händer och där det händer, alltså inte från radiohusen utan andra platser. Denna satsning förstärker den lokala journalistiken i P4. Samtidigt har rikskanalerna arbetat med att röster och perspektiv från hela landet ska höras i större utsträckning. Det är framför allt dessa båda publicistiska satsningar som ligger bakom det faktum att det nu för tredje året i rad är en högre andel än tidigare år som instämmer i påståendet att "SR sänder program 'från min del av landet'".

Detta bekräftas även av att 73 procent håller med om att "Sveriges Radio sänder nyheter från min del av landet". Andelen har ökat de senaste åren.

Övriga påståenden om mångfald, jämställdhet och spegling ligger i stort sett på samma nivå som de senaste åren. Ungefär hälften av befolkningen håller med om att Sveriges Radio ger kunskap om människors liv och villkor i Sverige och lika många att programinnehållet speglar mångfalden i det svenska samhället. Flera av SR:s satsningar syftar till att ännu bättre bevaka hela landet, och att fler ska känna igen sig i utbudet.

Färre, drygt en tredjedel, håller med om att fördelningen mellan män och kvinnor i programinnehållet är jämn. Detta är svårt att som lyssnare ha en uppfattning om, vilket den höga andel, 46 procent, som svarar "Vet ej" indikerar. Det gör också resultatet svårt att tolka, i synnerhet som Sveriges Radios egna interna uppföljningar av utbudet visar snarare att könsbalansen över tid blivit jämnare.

<sup>34</sup> Korta vägen är arbetsmarknadsutbildning för utlandsfödda akademiker. Mitt liv är ett socialt företag som arbetar för en arbetsmarknad som värdesätter mångfald. Jobbsprånget är ett praktikprogram riktat till nyanlända akademiker som drivs av Kungl. Ingenjörsvetenskapsakademien.

<sup>35</sup> Novus Group, Attitydundersökningen december 2018.

I vilken utsträckning publikens vardag och verklighet känns igen i utbudet följs upp genom påståendet ”Jag upplever Sveriges Radio som nära min verklighet”. 55 procent av allmänheten håller med om det. Andelen har varit svagt ökande de senaste två åren, men något lägre jämfört med längre tillbaka än så. Andelen kan sannolikt både tolkas som relativt hög och som en indikation på att samhället är polariserat och att det är av största vikt att fortsätta utveckla utbudet avseende ämnesval, perspektiv, röster och geografi.

## Lyssningar

Sveriges Radio granskar återkommande innehållet i kanalerna genom att systematiskt och under en begränsad period lyssna igenom allt som sänds. Lyssningarna fokuserar på ämnen, tilltal och mångfald och bidrar till nya prioriteringar i programbeställningsprocessen.

Under valåret 2018 har de ordinarie lyssningarna ersatts av en särskild vallyssning. I FM-utbudets samtliga kanaler lyssnades efter exempel på konstruktiv journalistik, ämnen, perspektiv och medskapande från publiken. Dessutom undersöktes könsfördelning, mångfald och bevakning av hela Sverige med utgångspunkt från geografi, socioekonomi och ålder. I den digitala granskningen följdes bland annat engagemang i dialogen och representation i de bilder som publicerades. Resultatet av vallyssningen har använts i redaktionell återkoppling.

I början av 2018 genomfördes en lyssning för att analysera om hela Sverige hörs i Ekot och i P1:s olika program. Detta ledde till nya samarbeten mellan riksredaktioner och lokala kanaler för att ännu fler röster, nyheter och ämnen från hela landet och olika minoritetsgrupper skulle höras i sändningarna. Detta nya arbetssätt har lett till ökad andel nyheter från hela landet i spellistan *Toppnyheter* i *SR Play* och på webbens startsida samt även i Ekots linjära nyhetssändningar och aktualitetsprogram som *P1-morgon* och *Studio Ett*.

## Uppföljning av medverkande i program

Redaktioner inom P3 och P4 följer regelbundet upp vilka som medverkar i programmen kopplat till uppdrag och mål i beställning och programkontrakt. Utöver kriterier som ålder, kön och utländsk bakgrund följer många program fördelningen av medverkande från storstad och landsbygd, hur fördelningen ser ut mellan kategorierna berörda, yrkespersoner och makthavare eller hur många barn och unga som medverkar. I kategorin ålder följer P3-program främst andelen medverkande som tillhör P3:s unga målgrupp. Även Ekot följer upp vilka som medverkar utifrån kriterier som ålder, kön och utländsk bakgrund samt fördelningen av medverkande från storstad och landsbygd.

Redaktionerna har olika sätt att mäta sina mål. Mätverktyg och manusstatistik finns även i planerings- och textredigeringsystemet ENPS. Några exemplen:

- *Kvällspasset* i P4 har som mål att varje vecka i sina fyra program speglar hela Sverige med ämnen och medverkande från olika geografiska områden, i olika ålder och med olika erfarenheter, till exempel från glesbygd och storstad, personer som är gamla och unga, män och kvinnor med bakgrund och berättelser från andra länder, kvinnor och män samt ämnen som berör funktionsvariationer och hbtq-frågor. På programmets hemsida finns *Kvällspassets samtalskarta*, där alla som ringer in presenteras.
- P4 Uppland räknar bland annat antal män och kvinnor, politikers medverkan, personer med utländsk bakgrund, hur många medverkande som kommer från universitet eller som har funktionsvariationer.
- P4 Västernorrland mäter kontinuerligt utbudet och kontrollerar att kanalen speglar länet sju kommuner i förhållande till befolningsstorlek. På nyhetsmöten finns frågan om kanalen är representativ i förhållande till samhället vad gäller exempelvis kön, bostadsområden, nya medborgare eller yrken.

## Jämställdhet bland personalen

Sveriges Radio har under lång tid arbetat strukturerat och målmedvetet för att nå balans mellan kvinnor och män på alla nivåer. 2018 var fördelningen bland samtliga chefer 51 procent kvinnor och 49 procent män. Av arbetsledarna som jobbar närmast medarbetarna och programmen var 57 procent kvinnor och 43 procent män. För samtliga anställda var fördelningen 51 procent kvinnor och 49 procent män. Dessa värden är i stort sett oförändrade jämfört med 2017.

### 7.1.7 55 procent-målet

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

(Sveriges Radios anslagsvillkor 2018, p. 13)

2018 har 55,2 procent av allmänproduktionen i Sveriges Radios rikssändningar producerats utanför Stockholm. I detta ingår dels sådant som redaktioner utanför Stockholm producerat för sändning i riks-kanaler, dels sådant som bolag utanför Stockholm bidragit med.

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

- P1 – samtliga programkategorier<sup>36</sup> exklusive Nyheter och Sport.
- P2 – alla sändningar på dags tid med undantag för levande musik producerad i Stockholm, inklusive sändningar på nationella minoritetsspråk men exklusive sändningar på andra minoritetsspråk.
- P3 – samtliga programkategorier<sup>36</sup> exklusive Nyheter och Sport.
- P4 – riksutbudet<sup>37</sup> exklusive Nyheter och Sport.

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

- Programmet beställs från och produceras av en redaktion utanför Stockholm. Exempel: *Kluvet land* i P1 (Umeå), *Feeden i P3* (Göteborg) och *Karlavagnen* i P4 (Göteborg och Malmö).
- Programmet beställs från och produceras av ett produktionsbolag utanför Stockholm. Exempel: *Pyramiden* i P1 beställs från och produceras av Lokatt Media i Malmö, *SöndagsMorgan* i P4 beställs från och produceras av Produktionsbolaget Munck AB i Göteborg.
- Programmet beställs från en redaktion eller externt bolag i Stockholm, men i beställningen anges att det helt eller delvis ska produceras utanför Stockholm. Programmen har reportage eller medverkande från andra delar av landet än Stockholm. Exempel: *Tankar för dagen* i P1 samt vissa avsnitt av *P3*- och *P4-dokumentärer*.

<sup>36</sup> De programkategorier som ingår i begreppet allmänproduktion är Samhälle, Kultur, Musik, Service, Livsstil och Underhållning. Nyheter och Sport ingår inte.

<sup>37</sup> 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)

Nyheter händer hela tiden och följer inte logiken i en redan förutbestämd radiotabla. Människor förväntar sig att nyheter presenteras löpande och inte bara på fasta klockslag. Sveriges Radio arbetar därför sedan några år tillbaka med att utveckla nyhetsberättandet. Den strikta gränsen mellan nyheter och övriga program har luckrats upp även om nyheterna fortfarande sammanfattas vid vissa tider.

Samtidigt finns en strävan mot ett mer samhällsinriktat innehåll i många program i rikssändningar och i lokala kanaler. Det uppstår därmed en naturlig integration av nyheter och mer fördjupande samhällsjournalistik.

Nyhetsformat utvecklas också på tredjepartsplattformar<sup>38</sup>, till exempel kombinationen av korta ljudklipp, kort text och en bild på Instagram eller Snapchat.

Sammantaget innebär det att redovisningen i traditionella programkategorier ger en allt mindre rättsvisande bild av vad som verkligen produceras.

### 7.2.1 Nyheter

Målet för Sveriges Radios nyhetsverksamhet är att dygnet runt ge publiken snabb nyhetsuppdatering och originalnyheter som fördjupas och utvecklas i olika aktualitetsprogram i FM, på digitala plattformar och i sociala medier. Nyhetsutbudet ska ge publiken en allsidig nyhetsförmedling som gör det möjligt att ta ställning i olika samhällsfrågor. Sveriges Radio ska inte enbart berätta vad som hänt – vilket många aktörer gör i dag – utan också hjälpa publiken att förstå varför något hänt och vad konsekvenserna av detta kan bli.

Redaktionernas och kanalernas olika uppdrag innebär att nyhetsinnehållet har olika perspektiv: lokalt, riks och globalt och för unga, barn, personer med funktionsvariationer samt nyanlända.

Vid större nyhetshändelser är skillnaden mellan kanalerna påtaglig. P1 utgår från att publikens behov av att följa ett skeende är stort och ger utrymme för händelsen i sig samt för analys och fördjupning. P3 levererar snabba och relevanta uppdateringar med ett yngre tilltal och tar in publikens reaktioner och röster i FM-kanalen och på andra plattformar. P3:s uppdrag handlar även om att få den unga publiken att förstå komplexa och utdragna skeenden. P4 uppdaterar snabbt och relevant och i nära dialog med publiken.

<sup>38</sup> Internetplattformar som inte är Sveriges Radios.

Det är viktigt att publiken är med och påverkar innehållet. Sveriges Radio utvecklar nya arbetssätt som gör att redaktionerna lättare kan kommunicera med och möta de mänskor som ska ta del av utbudet. Målet är att nyhetsbevakningen i stor utsträckning ska göras på plats och tydligt skildra hur mänskor berörs.

### Olika perspektiv och mångfald

Genom nyhetsmedarbetare över hela landet och utrikeskorrespondenter över hela världen garanteras och skapas närvär, mångfald och olika perspektiv i nyhetsurvalet. Ekot, *P3 Nyheter*, lokala P4-kanaler, Kulturredaktionen, Vetenskapsredaktionen och Radiosporten samt Sameradion och Sisuradio sänder dagliga nyheter utifrån sina olika uppdrag. Sammanslagningen av Ekoredaktionen och Radio Sweden fortsätter att bidra med ökad mångfald och ytterligare perspektiv i sändningarna.

Genom nyhetsprogram som *Klartext*, som berättar nyheter på ett enklare sätt, och *Nyheter i Barnradion* för barn 9–12 år erbjuds anpassade nyheter för specifika målgrupper. Kanalerna P3 och P3 Din Gata ger en ung publik nyheter som berör och är begripliga och som även möter publiken på de digitala plattformarna och i sociala medier.

Inom ramen för de lokala sändningarna i P4 sänds nyheter från Sisuradio på svenska och finska. Dessutom sänds i P2 och P6 nyheter på flera nationella minoritetsspråk. Radio Sweden publicerar på internet nyheter på fem språk. *Radio Sweden på lätt svenska* är en podd med nyheter på lätt svenska för den som är ny i Sverige. I podden förklaras mer om bakgrund till det som händer.

Sveriges Radio har resurser att sända extra på webben på tio språk vid större nyhetshändelser. Så skedde exempelvis sommaren 2018 när skogsbränder härjade på många håll i Sverige.

### Snabb nyhetsrapportering

Det är numera en självklarhet att snabbt publicera nyheter i FM-sändningar, digitalt och i sociala medier. Sveriges Radios uppdrag att snabbt och källkritiskt publicera nyheter blir allt viktigare, eftersom det på andra plattformar finns uppgifter som inte är kontrollerade och ibland är felaktiga eller manipulerade. Detta gör det svårare för publiken att avgöra vad som är sant och falskt.

För att ännu bättre kunna hantera stora nyhetshändelser, oavsett när de inträffar, har Ekoredaktionen ett liveteam med ett tiotal medarbetare kl. 09–02 sju dagar i veckan. Teamet är ständigt redo att sända med kort varsel i FM och på webben och gör dessutom nyhetsuppdateringar i *Vaken med P3 & P4*.

Stora nationella och internationella händelser skildras i realtid i extrasändningar, både i FM och via internet. Ekot har tack vare liveteamet sändt cirka 400 extrasändningar under 2018 vid större nyhetshändelser. Dessa sändes via *sverigesradio.se* och *SR Play*, och drygt 10 procent sändes i P1. En stor del av sändningarna hördes även i P4 då de lokala kanalerna erbjuds ett treminutersfönster i samband med varje livesändning.

P4-kanalerna har numera lokal bemanning på redaktionerna även kvällstid. Genom samarbete mellan kanalerna kan publiken snabbt få lokal nyhetsuppdatering och extrasändningar vid stora nyhetsslagen kl. 06–23 alla dagar i veckan.

Extrasändningar kompletteras i de olika FM-kanalerna med fördjupningar och sammanhang. Även extra-insatta aktualitetsprogram är numera vanligt. Några exempel från 2018:

- flera extrasändningar från talmannens och partiledarnas presskonferenser samt statsministeromröstningar i riksdagen i samband med regeringsbildningen
- extrasändningar kring åtalet och domstolsförhandlingarna mot Rakhmat Akilov och en sändning från minnesmanifestationen på årsdagen av terrordådet på Drottninggatan
- flera extrasändningar om nyhetssläget kring skogsbränderna i somras
- Ingvar Kamprads och Barbro ”Lill-Babs” Svenssons bortgångar
- utländska val, såsom presidentvalet i Ryssland.

När Ekoredaktionen, Radiosporten, lokala P4-kanaler och Sameradion sänder extra om en nyhetshändelse skickas en pushnotis ut via appen *SR Play*. *P3 Nyheters* nyhetsflashar bryter musikflödet i *P3 Star* när något relevant för målgruppen 15–19 år har inträffat.

Att Sveriges Radio finns över hela landet är en förutsättning för att kunna rapportera snabbt från olika platser. De lokala kanalernas uppdrag är att publicera nyheter så snart som möjligt utan att invänta nästa tablålagda nyhetssändning, dock alltid med trovärdigheten i behåll. Viktiga händelser, såväl lokala som världshändelser, når därför P4-publiken snabbt. Några exempel:

- 14 juli slog blixten ner i ett skogsområde i Ljusdals kommun. Det kom att bli starten på en av de största bränderna i Sverige i modern tid. Först fyra veckor senare avslutade räddningstjänsten släckningsarbetet. Enbart i brandområdet i Hälsingland fanns fem aktiva VMA (Viktigt Meddelande till Allmänheten) samtidigt. P4 Gävleborg, liksom de andra lokala kanaler där skogsbränder också bröt ut, sände ett stort antal extrasändningar, i form av nyhetsuppdateringar på mellan en och 20 minuter eller hela programsändningar under helgerna. På fältet arbetade reportrarna från tidig morgon till sen kväll för att ge nödvändig information och senaste nytt.
- P4 Gotland bevakade återkommande de långa strömbrott som orsakades av en omläggning av elkabeln från fastlandet.

### Betydelsen av Sveriges Radios nyhetsrapportering

En central uppgift för Sveriges Radio är att sätta in saker i sammanhang och ge kunskap som bidrar till förståelse av hur olika händelser hänger ihop och förhåller sig till varandra. Några exempel från 2018:

- Ekot och P4 Jönköping avslöjade att det misstänkta mordet på en rumänsk man i Huskvarna föregicks av en lång tids trakasserier. I två års tid ska några tonårspojar ha trakasserat mannen, hånat honom, och filmat honom mot hans vilja.
- *P1 Kultur* har vid flera tillfällen under 2018 granskat och förklarat händelserna inom Svenska Akademien.
- *P3 Nyheter granskar* lät forskare analysera utsläppen vid en flygresa och kunde visa att en så kallad klimatsmart resa till semestermålet Mallorca inte är hållbar om målen i Parisavtalet ska nås.
- P4 Värmland granskade tidigt den nya gymnasielagen för vissa ensamkommande och avslöjade att många av dem som berörs saknar bostad och har bott i tält.

83 (83) procent anser att *SR äriktig för nyhetsförmedling generellt*.

Drygt 83 (83) procent anser att *SR äriktig för lokala nyheter*.

76 (76) procent anser att *SR har trovärdiga nyhetssändningar*.<sup>39</sup>

**Tabell 11. Nyheter – marksänd tid fördelad på sändningstyp, timmar**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Förstasändning	10 341	10 468	10 318	10 281	10 244	
Parallellsändning	1 789	1 771	1 596	1 622	1 600	
Repris	234	226	156	177	177	
<b>Totalt</b>	<b>12 365</b>	<b>12 466</b>	<b>12 069</b>	<b>12 080</b>	<b>12 021</b>	

<sup>39</sup> Novus Group, Attitydundersökningen december 2018. Siffrorna inom parentes avser 2017.

## 7.2.2 Utrikesverksamheten

Publiken ska kunna lita på att Sveriges Radios utrikesrapporter och korrespondenter levererar nyhetsrapportering när det händer, där det händer. Rapporteringen ska också ge bakgrund, sammanhang och fördjupning. Genom radions utrikesbevakning ska man inte bara få reda på vad som hänt utan också varför.

Sveriges Radio satsar stort på utrikesrapporteringen och har den mest omfattande korrespondentorganisationen bland alla medier i Norden. Utrikesrapporteringen präglas av snabbhet, trovärdighet och fördjupning och har som målsättning att ge publiken den bästa utrikesbevakningen med ljuset i fokus på flera plattformar.

Sveriges Radios utrikesnät består av 23 korrespondenter, varav tio utgår från Sverige och tretton är stationerade i utlandet samt nio utrikesrapporter och redaktörer stationerade i Stockholm. Sjutton av korrespondenterna bevakar olika geografiska regioner i världen. Övriga är gränsöverskridande ämneskorrespondenter med fokus på var sitt område: Global ekonomi, Migration, Global hälsa samt Kultur. En särskild korrespondent med Ungt perspektiv ska rapportera för i första hand P3:s målgrupp om utrikesfrågor som engagerar unga.

Under 2018 har Sveriges Radio fortsatt med en korrespondent-trainee, en utbildningstjänst som tillkom efter mordet på korrespondenten Nils Horner i Kabul 2014. Syftet med traineetjänsten är att under ett år utbilda och kompetensutveckla en ung utrikesjournalist som har ambitionen att arbeta i Nils Horners anda. 2018 års trainee har varit Lubna El-Shanti.

Genom satsningen på ett utbyggt korrespondentnätverk kan Sveriges Radio knyta samman ämnen och händelser på ett sätt som få andra medier förmår. Sammantaget kan den breda utrikesbevakningen ge en mångfasetterad och nyansrik rapportering. Mångfalden av perspektiv är en förutsättning för att Sveriges Radio ska kunna vara den mest trovärdiga och pålitliga guiden i utrikesjournalistikten.

Under 2018 har det märkts exempelvis genom den journalistiska satsningen *#Kinaspengar* där Kinas ökade ekonomiska makt har speglats i reportage och nyhetsvinklar från alla världsdelen. Den nya ekonomiska världskartan har skildrats i rapportering om exempelvis kinesiska investeringar i Afrika, utlåning till latinamerikanska länder och kinesiska köp av vingårdar i Frankrike.

Under nyhetsåret 2018 har utrikeskorrespondenter varit på plats och bevakat val och folkomröstningar i bland annat Ryssland, Zimbabwe, Turkiet, Brasilien och USA – val som i många fall präglats av politisk dramatik och förändring.

Inför valet i Kongo-Kinshasa i december rapporterade flera av Ekots korrespondenter under ett antal veckor i en serie reportage och sändningar.

Utrikesredaktionen har ständig beredskap att vara på väg till platser där nyhetsbevakningen kräver närvaro. 2018 har det handlat om snabba utryckningar för nyhetsrapportering om terrordåd, broras i Italien, jordbävning i Indonesien, akutlägen för flyktingar i Bangladesh och plötslig politisk förändring i Etiopien med mera.

Under 2018 har korrespondenterna haft sammanlagt drygt 1 628 resdagar.

Sveriges Radio vill också ge publiken ökad kunskap och förståelse genom att skildra pågående skeenden som annars riskerar att hamna i medial skugga. Under 2018 har Sveriges Radio bland annat rapporterat på plats inifrån Jemen om det som av människorättsorganisationer beskrivs som världens värsta pågående katastrof.

2018 har varit ännu ett mörkt år för pressfriheten i världen. Det märks tydligt även för Sveriges Radios korrespondenter och utrikesrapporter. Åtstramningarna påverkar möjligheten att få journalistvisum och att resa och rapportera fritt i en rad länder. Ett exempel är Kina där Sveriges Radios korrespondent under övervakning rapporterat från Xinjiang-provinsen.

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

Under 2018 har Sveriges Radio fortsatt att utveckla och prova nya format för utrikesjournalistiken. Publiceringar på webben och sociala medier är en självklar del. Ämnespoddar ger fördjupning för specialintresserade och har också medfört en mycket aktiv publikkontakt. Frågor och synpunkter från en engagerad och ofta ung publik har blivit en naturlig del. *Europapodden* fokuserar på europeisk politik, som turerna kring brexit och politiska förändringar i europeiska länder. *USApodden* följer amerikansk politik samt dess konsekvenser i USA och i världen. Dessa båda poddar kan delvis höras även i FM.

Även utrikesprogrammen i FM, såsom *Radiokorrespondenterna* i P1 och *P4 Världen*, kan förstås även lyssnas på som poddar. I *Radiokorrespondenterna* tar någon av Sveriges Radios utrikeskorrespondenter med lyssnarna till sitt bevakningsområde utifrån ett tema. I *P4 Världen* hörs både inslag om veckans stora världshändelser och små vardagsbetraktelser från andra länder.

Utrikesgruppen och korrespondenterna har under 2018 arbetat för att ytterligare öka kommunikationen med publiken genom publikmöten på flera orter i Sverige. I augusti samlades alla korrespondenter för evenemanget *Förstå världen!* i Kulturhuset Stadsteatern i Stockholm med ett tjugotal programpunkter om aktuella världshändelser, mingel och publikfrågor. Evenemanget följdes upp med en turné där utrikesrapporter och korrespondenter mötte publiken på tolv orter runt om i Sverige.

46 (45) procent av allmänheten instämmer i påståendet *SR ger mig kunskap om Europa*.

48 (47) procent instämmer i påståendet *SR ger mig kunskap om världen utanför Europa*.<sup>40</sup>

### 7.2.3 Granskning

Den granskande journalistiken är viktig för att Sveriges Radio ska kunna leva upp till sitt uppdrag. SR har målet att vara agendasättande. En förutsättning är att granskningen ingår som en viktig beståndsdel på de redaktioner som arbetar med nyheter och aktualiteter. Förutom att Ekots grävgrupp och *Kaliber* i P1 har renodlade granskningssuppldrag, har även övriga nyhetsredaktioner ett ansvar att granska och avslöja missförhållanden. Grävrapporter från de lokala P4-kanalerna, Ekot, Sisuradio, Sameradion och *Kaliber* samarbetar också i ett nätverk.

Några exempel på granskningar under 2018:

- *Kaliber* i P1 visade i *Jeanskungen* på en rad frågecken, brister och tveksamheter i samband med rekonstruktionen av butikskedjan JC, bland annat tidigare okända kopplingar mellan den största borgenären och JC:s ägare.
- Ekot granskade hur kunskapskraven i skolan är utformade, hur de fungerar och vad de får för konsekvenser. Elever och föräldrar berättade att de inte förstår kraven, lärare beskrev dem som ”förödande” och Skolverkets generaldirektör kallade vittnesmålen för en ”me too-våg” och lovade att se över kraven.
- I *När vården inte räddar liv* granskade Ekot hanteringen av beslut om behandlingsbegränsningar, det vill säga beslut om att inte ge vård som hade kunnat hålla en patient vid liv.
- *P3 Nyheter* berättade i *Viagramannen* hur psykiska ohälsa och en upplevelse av press att kunna prestera, gör att 10 procent av unga män i Sverige någon gång använt potensmedel.

<sup>40</sup> Novus Group, Attitydundersökningen december 2018. Siffrorna inom parentes avser 2017.

- I *Plastresan* granskade P4 Halland plasten som kommer med i en matkasse: påverkan på miljön, vad återvinnas med mera.
- P4 Uppland och P4 Sörmland samarbetade i en granskning som visade hur höftoperationer som saknat vetenskapligt stöd och som egentligen inte behövt göras har skapat onödig lidande och gjort att flera patienter har fått men för livet.

I *P3 Nyheter Granskar* behandlas ämnen som är viktiga för den unga målgruppen. Redaktionen har bland annat testat om influerare skulle gå med på att mot betalning föra ut politiska budskap och granskat studentmössebolag som med tvivelaktiga metoder försökt skriva miljonavtal med elevrådsrepresentanter.

Sveriges Radio har genom samarbetet i EBU:s grävprojekt fått internationell hjälp till flera uppmärksammade granskningar, bland annat den Prix Europa-belönade *P1 Dokumentären Bombattentaten, säkerhetspolisen och nazisterna* och avslöjandet om ett hemligt polisingripande för att förhindra en mordkomplott på en turisk oppositionsanhängare i Danmark.

#### **7.2.4 Samhällsbevakning – fördjupning och berättande**

Det ingår i Sveriges Radios uppdrag att skildra verkligheten även bortom det dagliga nyhetsflödet, något som under ett valår blir extra viktigt. SR ska stå i nära dialog med publiken för att förstå vilka frågor som är viktiga bortom det politiska spelet. Samhällsbevakningen ska ge lyssnarna sammanhang, fördjupning, granskning och ge olika perspektiv på händelser från hela landet. Syftet är att ge lyssnarna kunskap så att de kan göra egna val och bilda sig en egen uppfattning. När åsikter och värderingar polariseras och missstro mot etablerade medier ökar är detta en extra viktig uppgift.

Fördjupningen finns dels i den snabba, kommenterande analysen med berörda och experter i de dagliga aktualitetsprogrammen *P1-morgon* och *Studio Ett*, miljöprogrammet *Klotet* eller i den lokala P4-kanalens eftermiddagsprogram, dels i de mer fördjupande berättelserna om ett Sverige i förändring, som i *Tendens – kortdokumentärer* eller satsningen *Tio miljoner* där lyssnarnas frågor lyftes fram under valåret och besvarades direkt av ansvariga politiker.

Den snabba analysen kombinerat med egensinniga berättare, granskande och gestaltande dokumentärer och programserier ger lyssnarna möjlighet till identifikation och en känsla av att vara del av en större helhet. Berättelserna ger insikter som sträcker sig långt in i vardagen oavsett om det är effekterna av ett kommunalt beslut eller frustration över en svår livssituation.

Arbetssättet med konstruktiv journalistik har under 2018 varit extra viktigt och har genomsyrat stora delar av redaktionerna. Arbetssättet betonar vikten av att vara nära lyssnarna, att skildra hela verkligheten, att ge flera perspektiv av samma berättelse och att problematisera den negativa nyhetsdramaturgin som främst speglar verkligheten utifrån elände och katastrofer.

#### **Fördjupning**

Efter den snabba nyhetsuppdateringen tar fördjupning och analys vid i Sveriges Radios kanaler. SR berättar om världen och binder ihop den med det lokala. Det är där, i skärningspunkten mellan det globala och det lokala, som Sveriges Radio ska ge lyssnarna hela bilden, leta efter fler perspektiv och försöka berätta hela historien.

Frågor om invandring, brott och straff har dominerat under valåret. Under sommaren rasade allvarliga bränder i Sverige, Europa, USA och Australien. Klimatfrågorna fick förnyad aktualitet. Klyftan mellan stad och land har debatterats. Skjutningar och bilbränder i Göteborg och Malmö skapade starka känslor. #metoo fortsatte påverka det svenska samtidssamtalat. Förtroendet för Facebook skakades efter skandalen med Cambridge Analytica. Världspolitiken har präglats av oväntade, snabba förändringar som när USA sa upp nedrustningsavtalet. Under året inträffade flera naturkatastrofer.

Exempel på program som bidrar med fördjupning och analys:

- Aktualitetsprogrammen *P1-morgen* och *Studio Ett* analyserar dagens frågor och sänder även extra på helger vid stora nyhetshändelser.
- I *Godmorgon, världen!* och *Konflikt* i P1 får lyssnarna tillbakablickar på veckan som gått i och utanför Sverige och analyser av vad som ligger i tiden. Tillsammans med Ekots reportrar och gäster diskuteras i *Ekonomiekot Extra* i P1 veckans mest spännande händelser inom samhällsekonomi och näringsliv.
- *Nordegren & Epstein i P1* kommenterar samtiden fyra vardagar i veckan med ett lättare och mer egensinnigt tilltal. 2018 har *Nordegren & Epstein* även hörts i *Ring P1* och där fångat upp lyssnarfrågor som sedan besvarats i eftermiddagsprogrammet.
- *Morgonpasset i P3* har nästan varje morgon en gäst som förklarar och fördjupar ett aktuellt samhällsämne. Inslaget publiceras också som podden *Morgonpasset i P3 – Gästen*. Rymdanalytikern Kristoffer Hallgren, författaren och debattören Lena Andersson samt Kinaexpertin Johan Lagerkvist var exempel på gäster under 2018.
- Alla lokala P4-kanaler publicerar, ofta dagligen, en lokal granskning eller nyhet som sedan fördjupas och diskuteras i eftermiddagsprogrammet. De lite längre, djupa intervjuerna sänds framför allt på förmiddagstid.
- *P4 Extra* sänds hela veckan från Stockholm, Göteborg eller Malmö.
- I *P4 Världen* förmedlar Sveriges Radios utrikeskorrespondenter veckans stora världshändelser och små vardagsbetraktelser.

## Berättande

Sveriges Radio lägger stor vikt vid att skildra människors varierande levnadsvillkor i hela landet. I de lokala P4-kanalernas vardagsbevakning görs dagligen inträngande intervjuer om samhällsfrågor som på djupet berör människors vardag. Det handlar om att sätta saker i ett sammanhang, förklara och folkbilda.

Programserien *Kluvet land* i P1 undersöker och berättar om skeenden och förändrade livsvillkor och livsmönster i ett Sverige där människor lever under olika förutsättningar. Går det att bli gammal och bo kvar i sin barndoms by eller kan företagare på landsbygden överleva när de högutbildade flyttar, är exempel på teman under 2018.

*Verkligheten i P3* berättar om unga människors livsvillkor och utsatthet, ofta i form av nära porträtt av unga människor i Sverige och världen.

Berättelser kan också ge perspektiv på samtiden och binda ihop tiden, som i programmet *Radiofynd* som med stöd av Sveriges Radios arkiv uppmärksammar händelser och röster från dåtiden och ger ledtrådar till samtidens debatt och svårösta frågor.

I *Sommar i P1* får lyssnarna ta del av berättelser från hela landet med vitt skilda personer och perspektiv. Programmen speglar samtiden och har så gjort i snart 60 år och blir på så sätt också en spegling av vår tids viktiga frågor.

De starka berättarna har en viktig plats i Sveriges Radios utbud. Mia Blomgren blottlade i *Tendens Min spegel* vuxenmobbingens drivkrafter i en serie som enbart byggde på lyssnarnas egna berättelser och erfarenheter. I *Svenska berättelser* i P1 framförde lyssnarna sina egna livsöden, både i radio och på scen i ett samarbete med Dramaten i Stockholm. *P3 Historia* beskriver ett historiskt skeende med en historisk person i fokus – både kända och mindre omskrivna. Lyssnarna leds genom världshistoriens vindlande berättelser. I varje avsnitt förhöjs dramatiken med spelscener. Avsnitten har handlat om bland andra Erik XIV och änglamakerskan Hilda Nilsson. Flera lokala P4-kanaler har skildrat flyktingfamiljers väg in i det svenska samhället som exempelvis SR Sörmland som under ett år följt en syrisk flicka genom funderingar kring kompisar, kulturskillnader och likheter.

## Vetenskap

Vetenskapsradion följer och bevakar frågor som vilar på vetenskaplig grund och är ofta agendasättande i dessa frågor. Under 2018 har redaktionen satsat på ämnen där politik och forskning möts och som har hög angelägenhetsgrad för lyssnarna som skolan, stress och psykisk hälsa i arbetslivet, det åldrande samhället och frågan om ett fossilfritt samhälle. Temana har fördjupats i Vetenskapsradions olika program.

Miljöprogrammet *Klotet i P1* har särskilt fokus på klimatet både när det gäller problembeskrivning och möjliga lösningar. Varje vardagsmorgon sänds *Nyheter från Vetenskapsradion* inom ramen för *P1-morgen*. I *Vetandets värld* i P1 ges alla vardagar fördjupning om vetenskapliga frågor och i *Vetenskapsradions veckomagasin* i P1 samlas och förklaras veckans vetenskapliga händelser.

*P3 Historia* har gjort program om historiska personer även inom vetenskap, såsom kemisten och fysikern Marie Curie.

Vetenskapsradion gör det populärvetenskapliga programmet *Kossornas planet* i P4 med fokus på miljöfrågor samt trädgårdspogrammet *Odla med P1* som sänds under hela odlingssäsongen.

Flera lokala P4-kanaler bevakar frågor av vetenskaplig karaktär som en naturlig del av aktualitetsprogrammen.

## Livsåskådning

*Människor och tro* i P1 har fördjupat och analyserat samtidsaktuella ämnen, såsom medborgarrättsrörelsen i USA på 60-talet och dess efterverkningar eller konsekvenserna av #metoo inom de svenska trossamfunden. Lyssnardialogen har stärkts genom telefonväxterier kring frågor som ”Kan man skämta om religion?” eller ”Har du tappat din tro?”.

I *Filosofiska rummet* och *Teologiska rummet* i P1 handlar det om vår tids mest bränande etiska, existentiella och politiska dilemmor.

Existentiella, tidlösa betraktelser hörs varje morgon i *Tankar för dagen* i P1. En morgon i veckan direktsänds programmet, och de medverkande reflekterar då över något aktuellt ur nyhetsflödet.

I *Allvarligt talat* i P1 svarade poeten och författaren Bob Hansson samt dramatikern och författaren Martina Montelius på lyssnarnas frågor om livet: ”Vad är motsatsen till evigheten?” eller ”Kan man ha en meningsfull relation utan att ställa frågor?”.

I *Radiopsykologen* i P1 har psykoterapeuten Allan Linnér samtalat med lyssnare som delat med sig av svåra livserfarenheter. Programmet rymmer starka känslor, trevande ord och ibland outhärdlig tystnad.

*Gudstjänsten* i P1, som produceras i Göteborg, Malmö, Växjö, Örebro och Umeå, speglar olika kristna samfund och olika typer av gudstjänster. Det kan vara en gudstjänst som innehåller samtal med två hbtq-personer om vad kyrkan och tron betyder för dem. En gudstjänst har utformats utifrån hur det har gått för de flyktingar som kom till Sverige hösten 2015 och vilken roll kyrkan och den kristna tron spelat för dem. Inom ramen för *Gudstjänsten* sändes fem religionsmöten då någon från de andra stora världsreligionerna bjöds in till dialog i den kristna gudstjänsten.

## 7.2.5 Dokumentärer

Dokumentärerna i Sveriges Radio fyller behovet av djup, sammanhang och komplexitet. Programmens format och längd låter människor och platser framträda i all sin mångfald och skapar förståelse för olika levnadsvillkor. Här finns möjligheterna att stanna upp och gå på djupet. Berättelser ur verkligheten är populära hos publiken.

Sveriges Radio har utvecklat flera nya dokumentära format för berättelser, som nyhetsdokumentärerna i *P3 Nyheter*, *P3 Musikdokumentär* och *Sportdokumentärer i P3*.

*P1 Dokumentär* har under året gjort flera stora granskningar, varav många i samarbete med Sveriges Radios olika ämnesredaktioner, exempelvis Ekots grävgrupp. Ämnen har bland varit *Barnen i Nordiska motståndsrörelsen*, *Kulturprofilen*, *kvinnorna och Akademien*, *Arvet efter Kent Ekeroth*, *Mordet på Marzieh* och *Systrarna i garaget* som ger en unik inblick i hur en syrisk familj påverkas i grunden av det pågående kriget.

Årets mest omtalade *P1 Dokumentär* var serien *Hästgården* i fem delar om hur tystnadskulturer och förnekelser uppstår och hur maktstrukturer och svek från vuxenvärlden kan leda till att en person kunnat fortsätta vara verksam i ridskolebranschen i decennier trots en dom om sexuella övergrepp på barn. *Hästgården* vann 2018 Radioakademins pris som Årets radioupplevelse samt Stora Journalistpriset i klassen Årets Berättare.

Berättelser som inte får plats i nyhets- och aktualitetsflödet och fördjupningar från den grävande journalistiken i P3, P4 och från Ekoredaktionen publiceras ofta i *Tendens – kortdokumentärer* i P1. Redaktionen har reportrar i Malmö, Stockholm, Umeå och Luleå. Några exempel från 2018:

- I *Doktorandens flykt från IS* skildrades hemtagningen av den svenska kemidoktoranden Firas Jumaah med familj från norra Irak mitt under terrorgruppen IS:s blixtoffensiv. Berättelsen väckte stor uppmärksamhet över hela världen och medier från USA till Kina har rapporterat om händelsen.
- *Cancerhotellet*, en serie om hur det är att vara allvarligt sjuk och bo utanför storstäderna. Att få cancer och bo i norra Sverige kan innebära att man måste åka 50–60 mil och bo på hotell i drygt två månader för att få den vård man behöver.
- *När Maud kom ut som kvinna efter 70*. Maud Jacobson rensade ut killkläderna ur garderoben och slutade att använda sitt gamla namn. Sedan tog hon det sista steget i sin könskorrigering.
- *Det kriminella systemet* skilde den organiserade brottsligheten ur ett inifrånperspektiv: droger, gatuviåld, upplevda kränkningar, anhöriga som drabbas, medlare som agerar domstol i ett parallellt rättssystem och familjer som ofrivilligt dras in i den kriminella världen och hamnar i klorna på lokala gangstrar.

I *P3 Dokumentär* skildras stora händelser i Sverige och världen med sikte främst på den unga publiken. Programmen blickar bakåt och gräver i arkiven efter händelser i nutidshistorien som skapat avtryck och förändrat vårt sätt att leva och tänka. Programmet är en publiksuccé och en introduktion till Sveriges Radios stora utbud. 2018 låg *P3 Dokumentär* högst på Poddindex utom under sommaren då *Sommar i P1* toppade.

*P3 Dokumentärs* serie *Familjen* handlade om en tonårsliga i Borlänge – staden som på 90-talet betraktades som Sveriges farligaste stad. I *Slaget om kvarteret Mullvaden* skildrades ockupationen av några hyreshus på Södermalm i Stockholm under slutet av 70-talet.

Det lokala perspektivet står i fokus i *P4 Dokumentär* genom berättelserna men också genom programmakarna som är lokala reportrar. Några exempel från 2018:

- *När Laxå IF skulle möta Manchester United* skilde den lilla klubben i division 4 och frågade om Laxå kunde tänka sig att möta ett av världens bästa fotbollslag på hemmaplan i Laxå. Fortsättningen blev det mest händelserika året någonsin för den lilla fotbolls-klubben.
- *Oskyldigt misstänkt* – en natt i augusti 2015 brinner anrika Elsa Anderssons konditori i Norberg ner till grunden. Branden är anlagd och stämningen upprörd. När Josefine kallas till förhör anar hon inte vad som väntar.
- *Den vita älgen som försvann* handlade om hur en film på en vit älg i Värmland sprids över hela världen. Älgen blev aggressiv av alla turister och bybornas vilja att avliva djuret ställdes mot kommunalrådets önskan om att använda älgen som turistmagnet.

**Tabell 12. Samhälle – marksänd tid fördelad på sändningstyp, timmar**

	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
Förstasändning	14 252	14 727	14 475	14 595	14 319	
Parallellsändning	2 027	1 893	1 457	1 422	1 434	
Repris	2 212	3 039	2 791	2 843	2 844	
<b>Totalt</b>	<b>18 491</b>	<b>19 659</b>	<b>18 722</b>	<b>18 860</b>	<b>18 597</b>	

## 7.2.6 Valbevakning

Sveriges Radios valbevakning förklarade, fördjupade och satte politiken i sitt sammanhang. Det övergripande målet med Sveriges Radios valbevakning var att identifiera de viktiga samhällsfrågorna och ge publiken underlag och fakta kring de politiska partiernas hållning i dessa frågor. Bevakningen fanns i alla kanaler och i alla typer av program. Veckorna före valet domineras sändningarna av olika perspektiv på valrörelsen.

Den politiska bevakningen efter valet fortsatte hela hösten på grund av den svåra processen med regeringsbildning.

### Ekot

Under året fick valrelaterade frågor ett stort utrymme i nyheter och aktualitetsprogram. Vid sidan av det gjordes även särskilda program med anknytning till valet.

Programserien *Mitt Sverige* var Ekots första satsning under 2018 års valrörelse. Alla partiledarna fick själva välja en plats för att beskriva sin vision om Sverige, från Jonas Sjöstedt i Umeå till Jimmie Åkesson i danska Hvidovre. Intervjuerna sändes i *Studio Ett* under fyra veckor på våren.

Ekot prioriterade att komma bort från Radiohuset i Stockholm under valbevakningen och gjorde därför inom ramen för *Studio Ett* elva sändningar från andra delar av Sverige. Ett exempel var sändningen från Österbymo i Östergötland om den ojämna fördelningen av poliser i landet, vilken gjordes i samarbete med tre lokala P4-stationer.

De tre sista programmen i *Ekots lördagsintervju* inför valet gjordes om till magasinsprogram i form av *Ekots Lördagsintervju Valspecial*. Ett av programmen sändes direkt med publik från Kulturhuset Stadsteatern i Stockholm. Teman för *Valspecial* var vallöften, valsprut och partiledardebatter.

Slutdebatten i *Studio Ett* sändes inför publik från Kulturhuset Stadsteatern i Stockholm.

### Tio miljoner

I satsningen *Tio miljoner* har tankar och frågor samlats in från människor runt om i hela Sverige. Ekot och de lokala P4-kanalerna har samarbetat kring att fånga individers viktigaste frågor och autentiska berättelser och göra journalistik utifrån detta. Satsningen ledde till en stor mängd publiceringar och uppföljningar med utgångspunkt från de enskilda berättelserna. Dialog under och efter publiceringarna skedde via sociala medier.

I samband med valbevakningen gjordes cirka 200 lokala uppföljningar av röster från *Tio miljoner*. Ekot gjorde minst 55 uppföljningar. Eftersom projektet aktivt sökte upp människor, hittades en annan kategori personer än de som själva hör av sig till medier. Inga-Karin Jacobsson på Gotland var ett tydligt exempel på detta när köksbordsintervjun med henne ledde till ett telefonsamtal med statsministern.

## P1

P1 frågade ut partiledarna samt arrangerade debatter med de tongivande politikerna. Kanalen gjorde även granskningar kring viktiga valfrågor. Målet var att skildra angelägna samhällsfrågor i hela landet och att väljarna skulle komma till tals genom intervjuer, telefonväxter och program som *Ring P1*. I de dagliga nyhets- och aktualitetsprogrammen bevakades valrörelsen på olika sätt.

Exempel på valbevakning i P1:

- Martin Wicklins långintervjuer med partiledarna i *Söndagsintervjun* med målet att ge en djupare bild av personen.
- Partiledarutfrågningarna som sändes 13–22 augusti i *P1-morgon*. Utfrågningarna följdes upp i *Ring P1* där lyssnarna tog över diskussionen med partiledarna.
- *Människor och tro* sände sex valprogram på temat *När religionsfriheten skaver*. I dessa program för-djupades frågor kring exempelvis böneutrop, religiösa friskolor, slöja på barn och hur våldsbejakande extremism kan motverkas.
- *Beslutet som format Sverige* var en fördjupande satsning i form av åtta politikberättelser som publicerades som reportage i *God morgen, världen!* och som poddar. Exempel på ämnen var Lagen om anställningsskydd, Öresundsbron och flyktingamnestin.

Under den politiskt intensiva perioden före och efter valet ökade antalet P1-lyssnare med 20 procent jämfört med motsvarande period år 2017. Allra mest ökade de två stora nyhetsprogrammen *Studio Ett* och *P1-morgon*, där *Studio Ett* hade fått 25 procent fler lyssnare och *P1-morgon* 21 procent fler. *P1-morgon* blev därmed Sveriges största rikssända nyhetsprogram. Detta visar att publiken vänder sig till Sveriges Radio som den trovärdiga guiden.

## P2

I P2 ska minoritetsspråken utifrån sina förutsättningar, sitt särskilda uppdrag och sina respektive målgrupper bevara, granska och skildra valet.

Sisuradio kartlade hur de nationella minoriteterna är representerade bland riksdagskandidater. Inför riksdagsvalet 2014 tillfrågades alla riksdagspartiers partiledare om hur de ville förbättra ställningen för det finska språket i Sverige, framför allt på utbildningsområdet, och Sisuradio granskade nu om de löftena hade infriats.

Radio Romano turnerade till Malmö, Norrköping, Örebro, Göteborg, Borås och Sundsvall där det finns en relativt stor romsk befolkning. Redaktionen direktsände från Kulturhuset Stadsteatern i Stockholm och hade efter sändningen lyssnarträff med publiken. Direktsändningen pågick i en timme i FM och sändes också via sociala medier och på *sverigesradio.se*. Medverkande i programmet var romska experter, lokala romska politiker, valambassadören på romani och sympatisörer till olika partier.

## P3

P3:s uppdrag är att vara en engagerande och tydlig samt underhållande och förklarande kanal. Målet är att nå ut och slå igenom i den yngre målgruppen.

*P3 Nyheter* hade en valreporter och partiledarna intervjuades i *Morgonpasset*. Intervjufrågorna baserades på en undersökning som programmet gjort om vilka ämnen som var viktiga för unga. Genom att wallraffa som pr-byrå, kunde *P3 Nyheter Granskas* avslöja att influerares politiska åsikter kan köpas för pengar.

Podden *P3 Dystopia* om vad som händer när det värsta inträffar skapades som ett led i P3:s valsatsning. Konfliktytor inom politiken spetsades till och skärptes i programmen, och politisk diskussion och teori konkretiseras och levandegjordes. *P3 Dystopia* har en mycket aktiv Facebookgrupp där avsnittens ämnen diskuteras med redaktionen och med andra i gruppen.

*P3 Din Gata* sände direkt under nio dagar i augusti från Malmedalen i Rosengård. Under namnet *Palla politik* bjöds politiker från partiernas ungdomsförbund in för att diskutera relevanta frågor inför valet.

## P4

P4:s starka koppling till vardagslivet präglade även valbevakningen. I kanalen sätts de personliga berättelserna och erfarenheterna i centrum. I P4 finns också granskningen och analysen men i en P4-form och med kanalens programledare som förgrundsgestalter. Inför kommun- och landstingsval ligger fokus på den lokala bevakningen. P4 är också barn- och familjekanalen, vilket innebär att det även ingår i uppdraget att belysa valfrågor ur barnens perspektiv.

Partiledarna fick själva välja från vilken plats i Sverige partiledarutfrågningarna i *P4 Extra* skulle sändas. Utfrågningarna sändes från åtta olika orter runt om i landet.

I *Karlavagnen* fick lyssnarna ställa frågor till partiledarna. Många pekade på problem i vardagen som konsekvenser av politiska beslut. I Barnradions *Barnen möter partiledarna* ställdes frågor med utgångspunkt från barnens eget universum vilket gjorde att partiledarna fick sätta barnen i centrum.

Alla lokala P4-kanaler sände utfrågningar och debatter med lokala politiker och landstingspolitiker i sina sändningsområden. Många av inslagen gjordes utanför radiohusen, i kommunerna. Sveriges Radio var på plats i 279 av Sveriges 290 kommuner, vilket motsvarar 96 procent av samtliga kommuner. I de allra flesta av kommunerna sändes hela eller delar av programmen om lokala frågor i den egen kommunen.

Flera lokala P4-kanaler gjorde valundersökningar, ibland i samarbete med lokala tidningar, för att ta reda på vilka frågor som invånarna tyckte var viktigast i valrörelsen. Mycket researcharbete gjordes genom dialog med invånarna på olika orter, och många av de frågor som lyftes användes i reportage och som underlag för utfrågningar av politiker. Dessutom granskades bland annat vallöften och vad de styrande politikerna åstadkommit under mandatperioden.

Exempel ur de lokala P4-kanalernas valbevakning:

- P4 Dalarna intervjuade barn som fick ställa frågor men också ge svar på aktuella politiska frågor.
- P4 Gävleborg startade valbevakningen under våren med samtal med företrädare för alla nio partier i regionfullmäktige om den grundläggande ideologin bakom politiken och varför partierna fattar olika beslut.
- P4 Göteborg besökte alla kommuner i sändningsområdet. Under de sista fyra veckorna fram till valet valdes sex teman såsom Bygga stad, Trygghet, Unga och Delad stad.
- I serien *#jagvillveta* samlade P4 Uppland röster från upplänningar där de ställde sina viktigaste frågor till lokala politiker.
- P4 Västernorrland publicerade en interaktiv valkarta på webben där alla partier i fullmäktige i samtliga kommuner fick redogöra för sina ståndpunkter i en rad frågor.
- P4 Östergötland skapade ett nytt format som kallas *Valskjutsen*. Det började med en nyhet under morgonen, fortsatte med en fördjupning i förmiddagsprogrammet som innebar att två politiker intervjuades under färden till en plats där de fick möta personer som hade ett problem som de vill ha löst. I eftermiddagsprogrammet fördjupades frågorna ytterligare.

Under valbevakningen förekom samarbeten mellan Sveriges Radios lokala kanaler och lokala tidningar. Här är några exempel:

- P4 Sjuhärad, Borås Tidning och SVT Väst arrangerade en vecka före valet en gemensam slutdebatt inför publik om de hetaste valfrågorna i Borås. Dessutom gjordes en gemensam opinionsundersökning som redaktionerna därefter gjorde egen journalistik kring.
- P4 Norrbotten beställde i samarbete med Norrländska Socialdemokraten, Norrbottens-Kuriren, Piteå-Tidningen och SVT en regional opinionsundersökning om viktiga valfrågor i Norrbotten.

- P4 Gotland och nättidningen Hela Gotland hade en gemensam sändningsplats för valvakan. Redaktionerna sände och rapporterade var för sig, men samarbetet underlättade för alla att snabbt få kommentarer från politiker och experter under valnatten.
- P4 Uppland arrangerade två valdebatter tillsammans med Upsala Nya Tidning i stadsdelen Gränby i Uppsala. Debatterna handlade om bostadsbyggandet, trygghetsfrågor, sjukvård och skola.

## **Sameradion**

Sameradions valbevakning var 2018 lite mer traditionell jämfört med bevakningen av Sametingsvalet 2017 som innehöll unika digitala satsningar.

Tillsammans med SVT Sápmi genomfördes tre lokala valsändningar och partiledarna intervjuades om samiska frågor. Alla samiska kandidater från riksdagspartier och lokala samiska partier porträtterades. Sameradion skickade gemensamt med SVT Sápmi ut enkäter till riksdagspartier och lokala partier. Vidare granskades hur 19 samiska förvaltningskommuner hade använt statliga anslag under mandatperioden. Sameradion kunde dessutom under valrörelsens sista dagar avslöja misstänkt jäv hos kommunalrådet i Storuman samt en lokal politiker i Arjeplog som hetsade mot samer på sociala medier.

## **Vetenskap**

Vetenskapsredaktionen presenterade ett nytt format där politik och forskning möttes i olika sakfrågor. Under ett antal vårveckor sändes tre program i veckan från *Vetandets värld* vilka lyfte fram forskning inom en viss samhällsfråga. Varje vecka avslutades med ett samtal i *Vetenskapsradions veckomagasin* där politiker mötte forskare och diskuterade hur deras politiska förslag stämmer med forskningsläget. Ämnena var skolan, betygen, it-satsningen och lärarledd eller elevdriven undervisning, stress och psykisk hälsa i arbetsliv och skola, det åldrande samhället och det fossilfria samhället.

## **Kultur**

Kulturredaktionen har haft en omfattande bevakning av de kulturpolitiska frågorna inför valet 2018. Redaktionen har besökt orter från Hässleholm till Överkalix och utifrån lokala exempel lyft upp frågor på regional nivå och riksnivå. *Kulturnytt* granskade kommunernas kulturbudgetar och presenterade materialet i en ljudande interaktiv karta. Redaktionen skickade en enkät till partierna med frågor om deras syn på kulturpolitiska frågor och arrangerade en debatt på Kulturhuset Stadsteatern i Stockholm, där talespersoner från riksdagspartiernas fick duellera kring fyra kulturpolitiska frågor.

## **Radiosporten**

Radiosporten granskade tillgången på idrottsarenor i Sverige samt sände en idrottspolitisk debatt mellan idrottsministern och moderaternas idrottspolitiska talesperson.

## **Valdagen**

På valdagen sände Ekot hela dagen *Sverige går till val* i SR Play. I P4 Extra kunde lyssnarna höra om ämnen från olika delar av landet, såsom BB-frågan i Sollefteå och politisk oreda i Hässleholm.

P1 och P4 sände en gemensam valvaka under valkvällen. I P4 hade de lokala P4-kanalerna fönster tidigt under kvällen, och den lokala sändningstiden ökade allt eftersom kvällen fortskred. P3 hade egen valvaka och samarbetade med Ekot. Även Sisuradio hade egen valvaka.

## Kulturhuset Stadsteatern i Stockholm

Målet för satsningen på Kulturhuset Stadsteatern i Stockholm var att skapa relationer med publiken, både fysiskt och socialt. Två scener byggdes upp från vilka olika redaktioner sände inför valet. Sveriges Radios partiledardebatt samt en valdebatt på arabiska sändes därifrån, och många av SR:s ordinarie program flyttade dit för att möta publiken. Sammanlagt kom 8 668 personer för att lyssna.

## Almedalsveckan

Sveriges Radios satsning under Almedalsveckan bestod av tre delar:

- Den politiska bevakningen genom utsända reportrar från Ekot, P3, P4 och genreredaktioner.
- Scenen, där totalt 70 programpunkter drog stor publik. Bland annat direktsändes *P4 Extra, USA-podden, Tankesmedjan* och *Det politiska spelet* från scenen.
- Seminarier om kultur och politik, Sveriges Radios sändningstillstånd samt SR:s traditionella stora seminarium som 2018 handlade om Cambridge Analyticaskandalen med reportern Carole Cadwalladr från brittiska dagstidningen The Guardian.

## Vallyssning

För att öka kunskaperna om hur Sveriges Radios redaktioner och kanaler i FM och digitalt bevakade valen till riksdag, landsting och kommun genomfördes ett lyssningsprojekt under fyra veckor i augusti och september 2018. Syftet var att inhämta kunskap om hur kanalerna utifrån sina olika uppdrag genomför valbevakningen samt att lära för framtida valbevakningar. Resultatet var avsett för internt bruk.

17 personer lyssnade på drygt 1 000 timmar radio och sju medarbetare från *SR Play* granskade publiceringar på webben och i sociala medier. I FM lyssnade man efter exempel på bland annat konstruktiv journalistik, ämnen, perspektiv, medskapande från publiken och balans bland medverkande partier. I den digitala granskningen tittade man efter engagemang i dialogen, frekvensen av ljudklipp och vilka bilder som publicerades.

## 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 kulturmärken och innehålla program från olika delar av världen. Program om och från de nordiska grannländerna ska sändas i syfte att stärka den nordiska kulturgemenskapen.

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

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

(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

Kultur- och värderingsfrågornas plats i samhälletsdebatten växer kontinuerligt vilket också har märkts i Sveriges Radios utbud, framför allt valåret 2018. Av de riksspridda massmedierna har SR under året erbjudit den mest omfattande bevakningen av de kulturpolitiska valfrågorna i program som *Kulturnytt* och *P1 Kultur* i form av reportage där lokala frågor knutits ihop med rikspolitiken, debatter, utfrågningar och granskningar.

Även flera lokala kanaler har under 2018 drivit särskilda kulturjournalistiska satsningar. P4 Skaraborg har anlitat en frilansande kulturredaktör för att bevakta det lokala kulturlivet och kommentera kulturhändelser på riksplan. I Område Syd, som omfattar P4-kanalerna Malmöhus, Kristianstad, Halland och Blekinge, har en gemensam kulturreporter bevakat regionens institutioner och kulturliv.

*Litteraturveckan* i P1 utökades 2018. Under en vecka i april ägnades kulturprogrammen i P1 helt åt litteratur och läsning, och en lång rad aktiviteter, lyssnarinteraktioner och inslag gjordes från hela landet. Veckan avslutades med sändningar från Stadsbiblioteket Göteborg med utdelningar av *Sveriges Radios Romanpris*, *Sveriges Radios Lyrikpris* och *Sveriges Radios Novellpris*. I samband med *Litteraturveckan* utlystes också Sveriges Radios nya skrivartävling för unga, *Berätta en bild*.

100-årsjubileet av Ingmar Bergmans födelse uppmärksammades under 2018 i poddserien *Bergmann-podden* där en film per avsnitt avhandlats av inbjudna kritiker och kritiker anställda vid Sveriges Radios kulturredaktion. Serien har sänts i P1 i en strävan att bredda och fördjupa kritikerverksamheten kombinerat med det folkbildande uppdraget. Kulturredaktionen har också inom ramen för *P1 Kultur* sänd en serie med unika tidigare opublicerade Bergmanintervjuer från sent 60-tal under titeln *Bergman om Bergman*. Intervjuerna handlar om relationer och rädsor, intuition och förödmjukelse, vargtimmar och tillverkandet av drömmar.

Sveriges Radio Drama arbetar med att förnya ljuddramat, bland annat i form av förändrade former för manusutveckling som öppnar nya sätt för framstående svenska prosaförfattare att skriva drama för radio- och poddpublikens. Exempel från detta arbete är bland annat originalserierna *Tunnlarna* av Jerker Virdborg och *Smittan* av Jessica Schiefauer som har skapats för P3:s unga publik. Dessa program kommer att sändas i FM under 2019.

Kulturutbudet utvecklas också på lokala P4-kanaler. Som exempel kan nämnas P4 Gävleborgs samarbete med en lokal teaterscen där man sände tre nyskrivna dramer om och med människor som befinner sig i arbetslöshet.

2018 hade *Sisuradio* premiär för en sverigefinsk julkalender där verk av 24 sverigefinska konstnärer från hela landet tillgängliggjordes.

### 7.3.2 Bevakning, spegling och granskning

Det granskande uppdraget är delat i två för *Kulturnytt* – dels nyhetsjournalistik inom kulturlivet, dels recensionsverksamhet som bevakar och diskuterar aktuell utgivning och premiärer inom alla konstområden.

*Kulturnytt* produceras och sänds i olika upplagor anpassade för P1, P2 och P4. *Kulturnytt* och *P1 Kultur* har gemensam desk i sändningsorterna Stockholm, Göteborg och Malmö och fasta medarbetare i Umeå och Luleå. Under de senaste åren har ett samarbetsnät byggts upp mellan riksredaktionen och de lokala kanalerna vilket resulterar i gemensamma publiceringar av olika slag.

*Kulturnytt* i P4 sänds från SR Göteborg som också står för 40 procent av sändningarna från *Kulturnytt* i P1 och P2. Det direktsända fördjupande kulturmagasinet *P1 Kultur* med debatter och reportage sänds alla vardagar från Malmö respektive Stockholm. I programmen ingår essäprogrammet *OBS* fyra dagar i veckan samt *Klassikern* en dag i veckan.

I maj 2018 avslöjade *Kulturnytt* vad som kom att utvecklas till en av årets största globala nyheter inom kulturlivet. Programmet var först med att berätta att det fanns diskussioner inom Svenska Akademien om att inte dela ut Nobelpriset i litteratur 2018 till följd av den kris som uppstått i kölvattnet av affären kring den så kallade Kulturprofilen.

Några exempel på granskningar inom kulturlivet:

- *Kaliber* i P1 om sexuella övergrepp inom Cirkus Cirkör och Cirkushögskolan.
- *Kulturnytt* i P1 har uppmärksammat hur det trots politiska satsningar och ökade krav fortfarande är många kulturaktörer som släpar efter när det gäller att säkra tillgänglighet oavsett funktionsvariation.
- P4 Väst granskade representation inom Film i Väst.
- P4 Örebro genomlyste gatukonstfestivalen Open Art och kunde visa på bristfällig organisation och ekonomisk rapportering inom Örebro kommun.
- I alla lokala P4-kanaler hörs återkommande rapportering om det lokala kulturlivet och bevakning av exempelvis politiska beslut som påverkar förutsättningarna för lokalt och regionalt kulturskapande.

Sveriges Radio har som enda medieföretag i Sverige en särskild kulturkorrespondent som bevakar det globala kulturlivet. Under 2018 har hon rapporterat från flera världsdelar och bland annat skildrat hur kulturlivet i olika länder påverkas av större politiska skeenden – från #metoo till hotande handelskonflikter. Under en vecka i juli ledde kulturkorrespondenten *Radiokorrespondenterna* i P1.

Ett annat sätt att spegla det nutida kulturlivet var SR Dramas uppsättning av *Gertrud*. Hjalmar Söderbergs pjäs flyttades till samtidsmiljö, och tematik och uppsättning präglades starkt av #metoo-frågor. I serien *Lärarna* skildrade SR Drama en stor yrkesgrupp i dess dagliga arbete. Serien byggde på research och djupintervjuer med personal och elever från skolor runt om i landet.

I *Lundströms Bokradio* möter lyssnaren svenska och utländska författare i samtal kring litteratur och skrivande. I programmet ingår också *Bokcirkeln*.

*P3 Nyheter* integrerar populärkulturen i sin nyhetsrapportering riktad till en ung publik. Populärkulturen har en central plats också i den dagliga talkshowen *PP3*.

*P1 Kultur* sände direkt från Stockholm Pride, bland annat om historieskrivning ur ett hbtq-perspektiv.

Totalt sänder Sveriges Radio cirka 25 000 kulturinslag per år spritt över hela kanalutbudet.

### 7.3.3 Kulturproduktion

Sveriges Radio Dramas uppdrag är att producera och introducera drama för radiolyssnarna, i olika kanaler och till skiftande målgrupper.

I *Balkongkriget* i P1 gick skådespelare som Christina Schollin, Jonas Gardell och William Spetz in i bostadsrättsföreningarnas Sverige. It-bubblans uppgång och krasch gestaltades i den tragikomiska *Kraschen*, en serie skapad med improvisation som metod utifrån en skriven storyline. För *God morgen, världen!* i P1 producerade SR Drama *Utkantssverige*, en satir om fenomen utanför storstäderna. Sex-minuters avsnitt av *Mammas Nya Kille* produceras i Umeå och sänds i P4.

Poddformatet passar ofta särskilt väl för längre lyssnande och berättelser, och Sveriges Radio Drama har under året fortsatt utveckla innehåll för poddlyssning. Mycket av dramatiken för den yngre publiken i *P3 Serie* möter sina lyssnare först på digitala platfformar innan den sänds i FM. Det gäller även den populära *Ufopodden* i *P3* som under 2018 sändes i en andra och tredje säsong.

I *Radionovellen* hörs verk av svenska författare specialskrivna för Sveriges Radio. 2018 nominerades fem av novellerna från 2017 av jurygrupper från Västerbotten och Norrbotten. Vid finalen för *Litteraturveckan* i *P1* delades *Sveriges Radios Novellpris* ut till Nicolas Kolovos som röstats fram av lyssnarna för sin novell *Underverket*.

I Sveriges Radios skrivartävling för unga *Berätta en bild* utsågs 20-åriga Moa Backe Åstot från Jokkmokk till vinnare med *En liten röd droppe* som utspelas i renskötarmiljö. Berättelsen kommer att sändas under *Litteraturveckan i P1* 2019.

Sisuradio återupptog 2018 *Musalista*, en tävling för nyskriven sverigefinsk musik där en jury utsåg vinnaren och lyssnarna fick rösta fram sin favorit. Sameradion har sändt en barnradionovell av författaren Ann-Helén Laestadius samt en musiktävling där publiken valde årets låt.

Lokala kanaler ger plats för lokala musiker och kulturskapare på en rad olika sätt. Några exempel:

- P4 Jönköping har tillsammans med kulturskolorna i länet producerat program där eleverna har uppträtt.
- I samarbete med Sommartorsdagarna i Borås producerade P4 Sjuhärad spelningar med lokala artister.
- P4 Sörmland har producerat en låt för Världens barn. Stycket skrevs av lokala musiker och framfördes av en skolklass.
- P4 Uppland har anordnat Författarfredagar tillsammans med Stadsbiblioteket i Uppsala.

För Berwaldhallens kulturproduktion och P2, se avsnitt 7.3.6 och 7.3.7.

69 (69) procent anser att *SR äriktig för kulturupplevelser*

41 (42) procent anser att *SR har ett brett utbud av kultur*

30 (31) procent anser att *jag hittar kultur som jag tycker om*.<sup>41</sup>

**Tabell 13. Kultur – marksänd tid fördelad på sändningstyp, timmar**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Förstasändning	9 728	9 523	9 025	8 995	9 052	
Parallelsändning	724	776	928	902	903	
Repris	1 114	1 474	1 505	1 414	1 459	
<b>Totalt</b>	<b>11 567</b>	<b>11 773</b>	<b>11 458</b>	<b>11 311</b>	<b>11 413</b>	

<sup>41</sup> Novus Group, Attitydundersökningen december 2018. Siffrorna inom parentes avser 2017.

### **7.3.4 Tillgängliggöra kultur**

P4:s lokala kanaler är Sveriges största scen för lokal kultur. Över 20 000 lokala kulturinslag sänds varje år i FM. Sveriges Radios P4-kanaler tillgängliggör regelbundet bland annat musik från det lokala kulturlivet med livespelningar i studio, men också från festivaler och evenemang lokalt och regionalt.

*Sveriges Radios Romanpris* i P1 uppdrog till en lyssnarjury att utse årets vinnare efter läsning av de nominerade böckerna. Juryns överläggningar sänds i radio. 2018 tilldelades Alexander Motturi priset för *Broder*. Myndigheten för tillgängliga medier (MTM) säkrar att de böcker som är nominerade finns tillgängliga som talböcker.

I *Dagens dikt* i P1 blandas nyskriven svensk lyrik med introduktion av klassiska diktverk och författarskap från hela världen. Under *Litteraturveckan i P1* lyftes *Dagens dikt* fram med direktsändningar från arbetsplatser, och verken som lästes hade valts ut av lyssnare under rubriken *Folkets dikt i P1*. Under finalkvällen tilldelades Gunnar D Hansson *Sveriges Radios Lyrikpris* för diktsamlingen *Tapeshavet*.

I *Barnradions bokpris* utses vinnaren av en jury med barn mellan 9 och 12 år. Jurysamtalen och tillkännagivandet av vinnaren sändes i P1 och P4 under läslovet på hösten. Priset gick till *Comedy Queen* av Jenny Jägerfeld.

Under läslovet sände Barnradion följetongen *Pippi i Rinkeby*, författad av Gunilla Lundgren och tolvåriga Felicia Di Francesco med hjälp av barn från skrivarverkstaden på Askebyskolan i Rinkeby. *Pippi i Rinkeby* sändes även översatt till de fem nationella minoritetsspråken romska, finska, meänkieli, samiska och jiddisch.

I *Magiska skrinet* tillgängliggörs sagor för barn på minoritetsspråk.

### **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 operainstitutioner och statligt finansierade symfoniorkestrar, musikanordnare som Länsmusiken och musikhögskolorna samt fria kulturgrupper. Till kulturinstitutioner räknas även bibliotek, museer och kulturföreningar samt sändningar från eller inspelningar vid festivaler.

Några exempel på samarbeten från 2018:

- *Litteraturveckan i P1* avslutades med direktsändningar i P1 från Stadsbiblioteket Göteborg där *Sveriges Radios Romanpris*, *Lyrikpris* och *Novellpris* delades ut.
- *Bergmanpodden* har sändt från och i samarbete med Dramaten i Stockholm, Kulturhuset Stadsteatern i Stockholm och Scenkonstmuseet i Stockholm samt från Bergmanveckan på Fårö.
- SR Drama har gjort en rad samarbeten med kulturinstitutioner. Den nya satsningen på *Mammas Nya Kille* i P4 lanserades med scenframträdande på Umeå Humorfestival på Kulturhuset Väven.
- För tolfte året i rad arrangerade Sveriges Radio 2018 seminarier med utrikeskorrespondenterna på Kulturhuset Stadsteatern i Stockholm, och därefter åkte korrespondenter på turné i samarbete med Riksteatern till tolvt platser i landet.
- I det nya evenemanget *P2 i Parken* ges familjekonserter utomhus med välkänd klassisk musik för en bred publik. Evenemanget är ett samarbete mellan P2 och Wermland Operas orkester, Norrlandsoperans Symfoniorkester och Musica Vitae i Växjö samt berörda kommuner och lokala P4-kanaler.
- *P3 Soul* fyllde 40 år och bjöd in till en hyllningsfest i samarbete med Malmö Live Konserthus.

Sveriges Radios lokala kanaler genomför under ett år ett mycket stort antal samarbeten med regionala och lokala kulturinstitutioner, festivaler med mera. Samarbetena kan se ut på många olika sätt, som till exempel när P4 Blekinge sände direkt från Sveriges största rockfestival Sweden Rock i Söderköping, vilket också gick ut i flera grannkanaler, eller P4 Uppland samarbetar med Stadsbiblioteket i Uppsala om *Författarfredagar*. P4 Gävleborg producerade i samarbete med ABF Foajé X tre nyskrivna radiopjäser om människor i arbetslöstet. P4 Gotland var medarrangör för Gotland Art Week och samarbetade med länsmuseet kring tävlingen Världssarvskampen.

**Tabell 14. Samarbeten med kulturinstitutioner, antal utsändningar**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Rikskanaler	752	700	755	764	723	
Lokala kanaler	1 649	1 483	1 940	2 250	2 017	
<b>Totalt</b>	<b>2 401</b>	<b>2 183</b>	<b>2 695</b>	<b>3 014</b>	<b>2 740</b>	

**Tabell 15. Samarbeten med kulturinstitutioner, antal timmar**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Rikskanaler	1 014	842	820	871	818	
Lokala kanaler	778	1 040	2 143	2 783	2 785	
<b>Totalt</b>	<b>1 792</b>	<b>1 882</b>	<b>2 963</b>	<b>3 654</b>	<b>3 603</b>	

### 7.3.6 Musik

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

Musik finns som flöde i program, i specialprogram om genrer, epoker och artister och som konserter. Sveriges Radio främjar musiklivets utveckling och introducerar ny musik och nya talanger. Utbudet speglar också musicaliska 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, inklusive P1, har en tydlig musikpolicy att förhålla sig till, med uppsatta mål kring framför allt svensk musik, svenska upphovsmän och sång på svenska. Varje kanal erbjuder ett eget musicaliskt uttryck i relation till publiken.

En utgångspunkt för musikurvalet är en jämn fördelning mellan manliga och kvinnliga utövare. Avsikten är att uppnå ett mer jämtställt musikliv.

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 upphovsmännen 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.

## **Populärmusik**

I begreppet populärmusik ingår många smala och breda genrer och musik från olika epoker. P3 och P4 spelar huvudsakligen populärmusik, och ungefär hälften av utbudet är svenskproducerat. Kanalerna riktar sig till olika målgrupper och musikutbudet anpassas därefter.

P3:s och P4:s musikjournalistiska program uppnår genusolet på 50/50 gällande artister som spelas i FM-programmen.

Redaktionerna arbetar ständigt med att upprätthålla jämställdhet, mångfald och spegling vad gäller gäster och liveinspelningar. Mångfald och spegling hörs inte minst i urvalet av musik och gäster med musik från stora delar av världen i olika genrer. Det är en självklarhet att artister med olika slags bakgrund hörs i programmen.

Sveriges Radio har producerat fördjupande musikprogram i poddformat. Programmen bygger på talat innehåll men har musik som ämne och riktar sig till de mycket musikintresserade.

### P3

P3 bevakar den nya musiken och gör musikjournalistik som speglar och granskas musikvärlden. Flödet 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. Egeninspelad livemusik är en del av musikutbudet, och här möter lyssnaren de välkända namnen såväl som de unga, oetablerade och i första hand svenska artisterna.

*Musikguiden i P3*, en av landets största musikjournalistiska redaktioner, bevakar och guidar till den nya musiken och dagens musiktrender. I dess musikjournalistiska program och sociala flöden speglas och granskas musikvärlden genom musiknyheter, reportage, gäster, livekonserter med mera. Redaktionen rapporterar också om musiknyheter i andra program i P3. Vid stora nyhetshändelser om musik ersätts ordinarie program med *Musikguiden i P3*, exempelvis vid Aviciis död.

Direktsända livekonserter från festivaler och konsertlokaler runt om i Sverige ingår i uppdraget för *P3 Session* som även publiceras med rörlig bild på YouTube och andra sociala medier. Programmet samarbetar kontinuerligt med externa aktörer. Sommartid bevakas festivaler från olika delar av landet.

P3 spelade 12 982 unika titlar under 2018, varav 43 procent svensk musik. Bland de tio mest spelade artisterna var fyra svenska.

### P4

I Sveriges Radios lokala P4-kanaler spelas populärmusik. P4 vänder sig till hela den vuxna befolkningen, och därför 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*, *Svensktoppen* och *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. I P4-programmet *Backstage med Marit Bergman* berättar artister anekdoter och spelar sina låtar tillsammans med programledaren.

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 *P4 Nästa*.

Av de tjugo mest spelade artisterna i P4 var tolv svenska.

## **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 ensembleerna sänds i Sveriges Radio, vilket ger publiken från Kiruna i norr till Malmö i söder tillgång till högklassig klassisk musik. Berwaldhallens konserter når även dem som har väldigt långt till en kulturscen.

I genomsnitt lyssnade cirka 70 000 på en konsert i P2, inklusive repris.

P2 samarbetar regelbundet med konserthus, operahus och andra kulturinstitutioner runt om i Sverige, exempelvis i det nya evenemanget *P2 i Parken* – familjekonserter utomhus med välkänd klassisk musik för en bred publik.

Sveriges Radio beställer varje år ny musik av framför allt svenska tonsättare dels åt Berwaldhallen, dels åt P2. Förutom att genom beställningarna bidra till ett levande svenskt musikliv och vara med och skapa framtidens musikskatt är en av utgångspunkterna ett jämställt musikutbud. SR beställer musik av kvinnliga och manliga tonsättare. Under 2018 har musik beställts av Jacob Mühlrad, Karin Rehnqvist, Sven-David Sandström, Ylva Skog och Lisa Streich.

Operasångerskan Birgit Nilsson föddes den 17 maj 1918. P2 satsade stort på att fira 100-årsminnet med direktsändning från Göteborgsoperans jubileumskväll och sändning av Kungliga Operans jubileumsföreställning samt med *Närkontakt med Birgit Nilsson i P2 Dokumentären*. Dessutom sändes fem historiska inspelningar från 1960-talet av operaföreställningar på Kungliga Operan med Birgit Nilsson.

I P2:s satsning på kvinnors musik lyftes tonsättaren Clara Schumann fram. Publik och lyssnare bjöds på en konsert i Berwaldhallen med hennes musik – en förebild från 1800-talet som tonsättare, pianist, yrkeskvinna och familjeförsörjare och gift med den betydligt mer namnkunnige Robert Schumann.

## **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* i samarbete med jazzklubben Fasching i Stockholm. Evenemanget engagerar publiken att vara med och nominera såväl nykomlingar som de mest populära jazzartisterna i Sverige. P2 spelar in och direktsänder jazzmusik från olika delar av landet, exempelvis från Ystad Sweden Jazz Festival och Umeå Jazzfestival.

Efter flera års medvetet arbete har kvinnliga utövare en framträdande plats. Hälften av utbudet har kvinnlig medverkan, det vill säga med kvinnor som bandleader eller i annan framskjuten roll.

## **Folk- och världsmusik**

Inom genren folkmusik ryms visa, folk- och världsmusik samt konstmusik från andra kulturer än den västerländska. Utbudet finns främst i P2 och domineras helt i *Klingen* och i webbkanalen P2 Världen. Samarbeten med svenska arrangörer och en stor andel musik med svenska utövare och upphovsmän formar utbudet som även ger internationella utblickar

P2 direktsände från folk- och världsmusikfestivalen Urkult i Näsåker med musik från hela världen och med många publika röster på plats. 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 andel 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.

EBU-evenemanget *P2 Art's Birthday Party* anordnades på Södra Teatern i Stockholm och sändes ut över Europa. Evenemanget med elektronisk och elektroakustisk musik vänder sig till en yngre publik.

Redaktionen för *Musikguiden i P3* samarbetar med EBU, har en representant i EBU Eurosonic Group och medverkade under musikfestivalen Eurosonic Noorderslag i Groningen.

**Tabell 16. Musik – marksänd tid fördelad på sändningstyp, timmar**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Fonogrammusik</b>						
Förstasändning	80 764	80 247	78 904	79 105	77 238	
Parallelsändning	5 670	5 765	5 972	5 993	6 066	
Repris	1 362	1 399	1 568	1 636	1 546	
<b>Totalt fonogrammusik</b>	<b>87 796</b>	<b>87 410</b>	<b>86 444</b>	<b>86 734</b>	<b>84 850</b>	
<b>Levande musik</b>						
Förstasändning	5 370	6 970	6 935	6 887	6 833	
Parallelsändning	30	25	0	0	0	
Repris	127	129	125	111	108	
<b>Totalt levande musik</b>	<b>5 526</b>	<b>7 124</b>	<b>7 060</b>	<b>6 998</b>	<b>6 941</b>	
<b>Totalt musik</b>	<b>93 321</b>	<b>94 534</b>	<b>93 504</b>	<b>93 732</b>	<b>91 792</b>	

**Tabell 17. Musik – marksänd tid med undergrupper, timmar**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Fonogrammusik</b>						
Populärmusik, olika genrer	74 003	75 150	74 142	74 579	72 761	
Konstmusik	8 274	6 658	6 739	6 707	6 664	
Jazzmusik	189	278	349	273	260	
Folkmusik	5 330	5 325	5 213	5 175	5 165	
<b>Totalt fonogrammusik</b>	<b>87 796</b>	<b>87 410</b>	<b>86 444</b>	<b>86 734</b>	<b>84 850</b>	
<b>Levande musik</b>						
Populärmusik, olika genrer	1 718	1 758	1 652	1 646	1 571	
Konstmusik	3 468	5 127	5 168	5 113	5 100	
Jazzmusik	245	159	160	159	180	
Folkmusik	95	80	80	80	90	
<b>Totalt levande musik</b>	<b>5 526</b>	<b>7 124</b>	<b>7 060</b>	<b>6 998</b>	<b>6 941</b>	
<b>Totalt musik</b>	<b>93 321</b>	<b>94 534</b>	<b>93 504</b>	<b>93 732</b>	<b>91 792</b>	

### 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 2018, p. 11)

Sveriges Radios eget konserthus, Berwaldhallen, med Sveriges Radios Symfoniorkester och Radiokören bidrar till målsättningen att SR ska 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 ett särskilt ansvar för musik av svenska upphovsmän och med svenska artister och utövare.

Exempelvis gav Berwaldhallen under 2018 konserten *Från Mendelssohn till Saariaho – systrar, fruar, suffragetter* med enbart kvinnliga tonsättare och under ledning av den norska dirigenten Cathrine Winnes. Konserten var inledningen på ett samarbete med SVT kring ”den andra musikhistorien” med fokus på kvinnors musik. Under 2018 uruppförde Radiokören bland annat musik av Ylva Skog.

Andra exempel på vad Radiokören gjort under 2018 är ett uruppförande av Johannes Janssons *Peace Symphony* tillsammans med Sveriges Radios Symfoniorkester och avslutningskonserten med Peter Dijkstra som chefsdirigent. Kören uruppförde också Jacob Mühlrads verk *Time*.

Radiokören samarbetar kontinuerligt med andra kulturinstitutioner: *Förklädd Gud* tillsammans med Blåsarsymfonikerna, en hyllningskonsert för Föreningen svenska tonsättare på Konserthuset i Stockholm, ett samarbete med HAGI-kören från Japan som avslutade firandet Japan–Sverige 150 år och en inspelning för SVT från Reaktorhallen vid Kungliga Tekniska högskolan i Stockholm.

Radiokören gästspelar återkommande på orter utanför Stockholm. Ett exempel var en hyllningskonsert för körestorn Eric Ericson 100 år på Västerås Konserthus tillsammans med Eric Ericsons Kammarkör.

Körens internationella rykte gör att även orkestrar utanför Sverige gärna samarbetar. 2018 var Radiokören i Berlin och sjöng Mozart med en av världens främsta orkestrar, Berliner Philharmoniker.

Konsertverksamheten med Sveriges Radios Symfoniorkester och Radiokören utvecklas genom möten mellan internationella artister, Sveriges Radios egna musiker och sångare och den publik som besöker ensemblernas konserter. Utbytet görs genom gästande dirigenter, solister och artister som kommer till Berwaldhallen och genom turnéverksamheten. Turnéerna är en grundförutsättning för att kör och orkester ska kunna fortsätta att prestera på internationell toppnivå. Här får man tillfälle att exponera ensemblerna och att skapa nya kontakter för fortsatt samarbete.

Sveriges Radios Symfoniorkester har under 2018 avslutat Edinburghfestivalen, medverkat i Anima Mundifestivalen i Pisa och varit på turné med tåg till elva europeiska städer. Vid turnén gavs konserter i bland annat Amsterdam, Hamburg, Zürich, Wien, Nürnberg, Baden Baden och Dortmund.

### Beställningsverksamheten

Sveriges Radio beställer varje år ny musik av framför allt svenska tonsättare åt Sveriges Radios Symfoniorkester, Radiokören och P2. Utgångspunkten är ett jämställt musikutbud. Under 2018 har verket *72 Angels* av Lera Auerbach beställts. Verket kommer att uppföras i januari 2019 tillsammans med Raschèrkvartetten under ledning av tidigare chefsdirigent Peter Dijkstra.

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. Därför anordnade Berwaldhallen 2018 det tredje *Rikstinget för västerländsk konstmusik* tillsammans med Kungliga Musikaliska Akademien och Svensk

Scenkonst. Representanter från svenska kultur- och musikliv träffades i Radiohuset i Stockholm med målet att stärka konstformens roll i samhället.

Berwaldhallen ska vara en plats för intellektuell stimulans med utgångspunkt i musiken, och därför fortsatte den folkbildande serien *Interplay* med föreläsningar i anslutning till konserter. Före konserten *Honeck i eftertankens tid* samtalade *Vetenskapsradions* Camilla Widebeck med en musikprofessor och en etolog om *Att bli mänska*.

Både Sveriges Radios Symfoniorkester och Radiokören bidrar till det internationella musikutbytet genom att erbjuda merparten av konserterna till EBU.

### **Östersjöfestivalen**

2018 gästade inbjudna orkestrar, solister och dirigenter från Östersjöregionen Berwaldhallen under elva dagar. Musik, miljö och ledarskap har varit Östersjöfestivalens grundpelare under festivalens hittills sexton år.

Mahlers åtonde symfoni med Sveriges Radios Symfoniorkester, Radiokören och flera andra körer ledda av chefsdirigent Daniel Harding inledde årets festival, och firandet av Esa-Pekka Salonen, en av festivalens grundare som fyllt 60 år, avslutade den. Ensembler som Marinskyteaterns orkester och Finlands nationalopera gästade och ny svensk musik fanns på programmet. Dessutom anordnades konsertintroduktioner och miniseminarier kring miljö- och ledarskapsfrågor i samarbete med Sveriges Radios Kulturredaktion.

Konserterna sändes i P2, och flera av dem erbjuds även EBU.

### **Kammarmusik i Berwaldhallen**

Även musik för mindre sättning än stor orkester finns representerad i Berwaldhallen, till exempel i serierna *Chamber Unplugged* och *Berwaldbonus*, där svensk musik dominaterat utbudet. Kammarmusiken ger nya konsertupplevelser till publiken och fler arbetstillfällen för musiker, både anställda i Sveriges Radios egna ensembler och i det fria musiklivet.

### **Verksamhet för barn och unga**

Berwaldhallen arbetar med nya koncept för barnverksamheten. Radioapan gör konserter för barn. De yngsta har också kunnat gå på konsert i Mumindalen med Muminensemblen och varit med och sjungit barnsånger i en Sing-along med delar av Radiokören.

För ungdomar 13–23 år erbjuds *Moment 23* med fri entré till konserter.

### **Sveriges Radios ensembler hörs i SR:s kanaler**

Samtliga konserter hörs i P2, vilket bidrar till att alla i hela landet har samma förutsättningar att tillgodogöra sig ett högklassigt konstmusik-utbud. Oavsett bostadsort i landet kan var och en ta del av samma konserter som publiken i Berwaldhallen i Stockholm.

I konsertserien *Svenska stjärnor* möter Sveriges Radios Symfoniorkester välkända svenska artister som lockar en ny publik. Konserterna sänds i efterhand i P4.

Ensemblerna har också samarbetat med andra delar av Sveriges Radio. I *Nordegren & Epstein* i P1 har medlemmar ur orkestern berättat om sitt instrument i korta inslag som en del av Sveriges Radios folkbildande uppdrag för en bredare publik.

### **7.3.8 Nordisk kulturgemenskap**

Samarbetet och banden mellan Sveriges Radio och public service-bolagen i de andra nordiska länderna, danska DR, norska NRK, isländska RÚV och finska YLE, är sedan länge väletablerade och starka. Det handlar om kunskaps- och erfarenhetsutbyte inom omvärldsanalys, programutveckling, HR-frågor, kompetensutveckling samt teknik- och distributionsstrategier vid årliga möten och konferenser. Bolagen har också haft möten på vd-nivå för strategiskt kunskapsutbyte.

Minoritetspråksredaktionerna Sameradion och Sisuradio samt lokala P4-kanaler som gränsar till ett nordiskt grannland står för en stor del av programsamarbetet. Sameradion samsänder och återutsänder nyheter, aktualiteter och kulturprogram med NRK och YLE Sápmi. Sveriges Radios utrikeskorrespondenter hörs ofta i NRK och i Svenska YLE.

YLE och NRK har sändt P1 Kulturs nyhetsdokumentär *Svenska Akademien: När De Aderton blev De Tio*.

Sisuradio genomför årligen samsändningar med YLE där lyssnarna skickar hälsningar över Bottenviken. YLE sänder också flera avsnitt av Sisuradios djupintervjuprogram *Soilin seurassa*.

En programledare från P4 Skaraborg föreläste när YLE:s finlandssvenska kanal Vega hade konferens om kanalutveckling.

Som en del i omvärldsbevakningen och samarbetet mellan de nordiska public service-bolagen finns flera olika konstellationer för att dela kunskap och idéer kring teknik och teknisk utveckling. Exempel på detta är det nordiska teknikchefsmötet och Nordvisions möte för digitala redaktions- och teknikchefer där utbyte och samarbete sker kring aktuella projekt, upphandlingar och innovationer.

Samarbeten och utbyten kring utveckling och teknik finns även på projektnivå där innovativa och intressanta projekt delar med sig av kunskap och lösningar till de andra bolagen. Exempel på detta är Sveriges Radios kontributionslösningar och arbetet kring Radiohus Next Generation, NRK:s metadataprojekt Origo, DR:s kontrollsysteem för broadcastmiljöer och YLE:s arbete med agila arbetsmetoder.

## 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)

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

Inga program köps in från andra länder. Detta skiljer Sveriges Radio från tv-bolag som genom textning kan sända på andra språk och därmed kan köpa in eller byta format mellan länder och kan dela produktionskostnader.

Det mesta av Sveriges Radios utbud för barn och ungdomar är nyproduktion.

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

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

**Tabell 18. Marksänd tid för svenska-språkiga barn och unga, timmar**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Barn upp till 12 år	5 372	5 374	5 325	5 311	5 311	
Ungdomar 13–19 år	20 067	14 907	14 924	15 044	15 015	

### 7.4.1 Barnutbudet

Sveriges Radios svenska-språkiga barnutbud riktar sig till två målgrupper: yngre barn upp till åtta år och barn 9–12 år. Merparten av FM-utbudet sänds i familjekanalen P4. Under sommaren sänds delar av utbudet också i P1. Det produceras även poddar för digital lyssning. Barnprogram på de nationella minoritetsspråken sänds i P2, och detta utbud redovisas i avsnitt 7.6. För mindre barn finns *Radioapans knattekanal* i DAB kl. 06–20 alla dagar året om. Kanalen innehåller välkända visor och musik, och *Radioapan* bidrar med finurliga texter mellan låtarna.

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

#### Barnradion på Sveriges Radio

Barnradion arbetar kontinuerlig med innehåll och programutveckling samt ser över vilka nya plattformar utbudet bör finnas på. Detta arbete måste ske tillsammans med barnen för att kunna ge resultat. Därför förs kontinuerliga samtal med målgruppen och deras föräldrar.

2018 vann Barnradion återigen priser vid New York Radio Festival, när *Bebispodden*, *Historierummet* och *Mördarens apa* från Drama för unga prisades. Vid Prix Italia framröstades appen *Radioapans kojträd* till finalplats. Vid Prix Europa fick *Mördarens apa* en bronsplats och *1000 modiga frågor* en femteplats.

## Barnradions mål och metoder

Barnradion är till för barnen. Programmen ska förmedla nyheter och fakta till barn utifrån barns egna villkor och erbjuda dem konstnärliga upplevelser från olika delar av Sverige och världen. Det medvetna och noga planerade innehållet utgår från ledorden närlhet och angelägenhet. Detta gäller såväl nyheter, kultur- och samhällsprogram som musik. Barnradion ska vara en trovärdig röst som erbjuder barnen en ökad förståelse för tiden vi lever i.

Barnradion ska även erbjuda konstnärliga produktioner. Utbudet ska representera hela landet och speglar mångfalden vad gäller normer, klass, bakgrund och funktionsvariation. Det ska vara tillgängligt för alla barn.

Utbudet återkopplas kontinuerligt. Återkopplingen sker av exekutiv producent eller kanalansvarig och programmen utvecklas tillsammans med en av Sveriges Radis programutvecklare.

Barnradion måste ha god kunskap om målgruppen och ständigt arbeta med programutveckling. Kunskapen inhämtas genom lyssnings- och fokusgrupper samt besök på skolor och förskolor. Barnradion arbetar aktivt med föräldradialog för att fånga upp frågor, teman eller önskemål.

## Mötens och dialog med barnen

Alla medarbetare på Barnradion förväntas möta barn i målgruppen regelbundet och besöka en förskola, ta emot ett studiebesök eller åka till en skola eller fritidsgård. Vid besöken spelas delar av utbudet upp, deltagarna får kommentera innehållet eller önska nya teman och program. Vid mötet samtalas det också om förståelsen kring lyssningssituationen, hur den kan utvecklas och hur Barnradion kan möta barnen bättre.

Samarbeten med skolor, som i *Barnradions bokpris* och *Nyheter i Barnradion*, eller med förskolor, som i *Bebispodden*, är en förutsättning för att veta vad som behöver utvecklas och vad som fungerar hos målgruppen. I samtalens har Barnradion lärt sig mer om hur äldre barn lyssnar och tar till sig nyheter, hur de närmar sig litteratur och det berättande ordet och vilka konstnärliga upplevelser de är intresserade av. Denna kunskap påverkar direkt både programinnehåll och utformning. Några exempel från 2018:

- *Jag gråter bara med ena ögat* från Drama för unga är ett resultat av direkta önskningar om program om flykt och integration.
- *1000 modiga frågor* har fått fler och fler frågor kring könstillhörighet och psykisk ohälsa, och då har det beretts plats för de frågorna i programmet.
- *Nyheter i Barnradion* bjuter in skolklasser och besöker skolor. Alla dessa besök och utbyten bidrar till att redaktionen kan anpassa kunskapsnivån till målgruppen och deras nyhetsintresse. Flera av de största nyheterna som programmet har berättat om kommer från skolklasser och elever redaktionen har träffat.
- *Historierummet* har bjudit in barnen att önska vilka historiska personer man vill höra mer om. Programmet har även handlat om Andra världskriget, något som efterfrågades redan vid lanseringen.

Barnradion samarbetar med Berwaldhallen, Kulturkalaset i Göteborg och Melodifestivalen. Tillsammans med Berwaldhallen har *Radioapan* bjudit in till flera konserter. I Göteborg hade *Radioapan* allsång med musiker, och under Melodifestivalen turnerade *Radioapan* med musiker.

Det ska vara lätt för publiken att hitta program för barn, och det ska vara lätt för Barnradion att nå publiken. Det innebär att Barnradions program finns på YouTube, skolbibliotek, festivaler och förskolor. Ofta nås barnen på webben och i sociala medier, och därfor måste Barnradion finnas med på olika digitala plattformar och samtala med publiken där den är.

## **Programutveckling i FM**

För att bibehålla en hög kvalitet på utbudet och ha god kunskap om målgruppen arbetar Barnradion kontinuerligt med programutveckling.

För äldre barn 9–12 år är målet att varje år se över och utveckla minst två av produktionerna. 2018 gällde detta sommarsatsningen under sommarlovet samt *1000 modiga frågor*:

Då Barnradion märkte en ökad efterfrågan på så kallade klassiker bestämdes att reprisera och paketera om populära följetonger ur Sveriges Radios dramaarkiv. Sommaren 2018 sändes 50 avsnitt av klassiker som *Tintin*, *Alice i Underlandet* och *En ö i havet*. För att anpassa något äldre och långa program, så redigerades dessa om och testades mot målgruppen i det kortare formatet. Satsningen blev en lyssningsuccé som även ökade lyssningen på övrigt utbud.

*1000 modiga frågor* är det program för äldre barn som har tätast dialog på veckobasis med sin målgrupp, och det innebär att programmet kontinuerligt får återkoppling från publiken. Under 2018 har det givits stort utrymme åt psykisk ohälsa då många frågor kommit in kring detta ämne. Programmet utgår direkt från barnens egna frågor, och i samtal med barnen har redaktionen anpassat teman, frågeställningar, inkludering och svar beroende på behov och känslighet för ämnet.

Programutbudet utvecklas även för de mindre barnen. *Bebispodden* säsong två utvecklas i ett mycket nära samarbete med förskola, logoped och de allra minsta barnen. Hur och i vilket format kan bebisar lyssna på radio och ljud, och hur kan man få dem att känna sig delaktiga?

## **Nyheter och fakta**

### De yngre barnen

*Barnmorgen med Farzad och Jonas* sänds varje vardagsmorgon kl. 06.50 i P4 och utgår från ämnen som barn från hela Sverige ringer in om. Programmet är barnens egen hörna och bygger uteslutande på samtal med de mindre barnen. Exempel på ämnen har varit: ”Hur sörjer man ett husdjur” eller ”Att börja i en ny skola”. Bruno, 7 år, har berättat om sin hörselskada och hur han använder teckenspråk.

*Barnmorgen med ...* har blivit ett viktigt program för att lyfta fram barn med olika förutsättningar från olika platser i landet och på olika platser i livet.

I serien *Djuren i skogen* kan de yngre barnen lära sig fakta om vilda djur som bor i skogen. De får även reda på hur det är i naturen under olika årstider och vad djuren gör på våren, sommaren, hösten och vintern.

### De äldre barnen

Varje lördag sänds *Nyheter i Barnradion*. Programmet förklrar och rapporterar om nationella och internationella nyheter. Barn från hela landet, barn som lever under olika ekonomiska villkor samt barn med funktionsvariationer medverkar i programmet. Deltagarna i den återkommande nyhetspanelen kommer från bland annat Sverige, Indien och Somalia.

*Nyheter i Barnradion* har under 2018 tagit upp ämnen som barnfattigdom, ökningen av antalet skolbränder och hur de ska stoppas, vad politikerna (i samband med valbevakningen) vill göra för att förhindra mobbning, komma till rätta med den ökade stressen i skolan och minska användningen av plast. Programmet har även träffat 7-årige Alfred som föddes som kille men som lever som tjejer, med anledning av programmets nyhet om att antalet barn som söker hjälp för könsdysfori ökar. Flera av nyheterna har sänts i bland annat Ekot och lokala P4-kanaler.

Varje vecka sänds ett sportreportage i *Juniorsporten* där barn medverkar och hörs. I reportagen läggs vikt vid de socioekonomiska aspekterna av olika sporter, som att ridning och hockey är dyrt, samt vid neuro-pskiatriska funktionsnedsättningar. *Juniorsporten* har bland annat frågat Riksidsrotsförbundet varför idrotten så ofta är indelad efter kön, skildrat rullstolsbasket och intervjuat 14-åriga skånskan Yasamin

Mohamadi som spelat med Afghanistans fotbollslandslag. Reportagen har också handlat om nervositet inför tävling och skrock och om att älska träning men ogilla att tävla.

*1000 modiga frågor* har vunnit en större publik sedan det började sändas i FM 2017. Dialog med och mellan barn domineras innehållet. Utöver FM-sändningarna har programmet en kanal på YouTube och en podd som publiceras varje vecka. Under 2018 har frågor kring psykisk ohälsa och könsöverskridande ökat i inflödet från barnen.

*Barnradions bokpris* är ett litteraturprogram i P1 och P4 som bygger på analys, läsglädje och diskussion tillsammans med en barncast. Barnen läser de nominerade böckerna och avgör vilken bok som är den bästa. Programmen når barn, föräldrar samt pedagoger och lockar till läslust och djupare förståelse för texter, men även glädjen och modet att samlas kring en text. För att få en geografisk spridning kommer panelen från olika skolor. 2018 hämtades den från Rosengårdsskolan i Malmö.

*Vi i femman*, som är Sveriges största kunskapstävling för barn, sändes 2018 med cirka 70 000 barn från hela landet. Samarbetet med klasser och lärare har fördjupats ytterligare för att ta fram för målgruppen relevanta frågor. Uppskattningsvis hade drygt 20 procent av de tävlande barnen annan bakgrund än svensk. Vissa av frågorna var specifikt inriktade på mångfald och mänskliga rättigheter. Arbetet med att coacha barn som är i behov av extra stöd har fortsatt under 2018. Alla medarbetare fick under 2018 möjlighet att delta i en utbildningsdag som bland annat handlade om att möta barn som krisar i samband med tävlingarna.

## Kulturella och konstnärliga upplevelser från olika delar av Sverige och världen

### De yngre barnen

För barn upp till åtta år sänds kvällsprogram varje vardag i P4 på en tid delad med Utbildningsradion. Utbudet innehåller både klassiska och nyskrivna sagor med musik, dramatik, ljud, röster, språk och dialekter. Sagorna visar hur villkoren i Sverige ser olika ut, socioekonomiskt och geografiskt:

- *Pippi i Rinkeby* är ett samarbete mellan Barnradion och redaktionerna för de fem nationella minoritetsspråken. Serien, som skrevs tillsammans med elever från en skrivarverkstad i Rinkeby, är inspirerad av Pippi Långstrump men utspelar sig i en helt annan kontext. Redan före sändning hade serien nått uppmärksamhet långt utanför Sveriges gränser.
- Samarbetet med en förskola i en Stockholmsförort fortsatte och säsong två av *Magiska skogen*, en normkreativ och lekfull musikal, sändes 2018. Barnen är själva med och bestämmer vad musikalen ska handla om. 2018 hade *Magiska skogen* inriktning på det inkluderande perspektivet med motto ”Du är så bra på att vara du och jag är så bra på att vara jag”. Huvudkaraktärerna i serien har olika egenskaper som barn kan känna igen sig i. Hilma Humla är bara intresserad av teknik, och Pontus Panda behöver ta en paus ibland när det blir lite för stökgilt runt omkring honom. Ett expertråd av barn medverkar och hjälper djuren i skogen att lösa olika problem. I rådet ingår exempelvis Lana som har Downs syndrom.
- *Haj-Jenny* är en serie i elva delar om Jenny som känner sig annorlunda men som vill bli accepterad för den hon är, nämligen en haj. Till slut efter mycket kamp får hon förståelse från sin omgivning och känner sig accepterad. Serien är baserad på en bok som inkluderar det tysta, tänkande och introverta barnet.
- I produktionen *Den underbara familjen Kanin* har Barnradion testat att göra rysare, en ny genre för de yngre barnen. Serien handlar om familjen Kanin som bor i en skog full av monster och andra otäckningar.

Under 2018 har Barnradion sänd sagor som utspelar sig i bland annat Rumänien och Tyskland (*Pippi i Rinkeby*), Senegal (*Sagor från Senegal*) och Ryssland (*Laika rymdhunden*).

### De äldre barnen

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

Berättelserna ska engagera, utmana och bjuda in till konstnärligt underhållande fantasivärldar såväl som skapa diskussion och eftertanke kring frågor i ett pluralistiskt samhälle. Berättelserna ska fånga upp barns olika liv och upplevelser i Sverige och i resten av världen:

- *Jag gråter bara med ena ögat* är en dramaserie som bygger på intervjuer med barn som har flytt till Sverige från olika länder i världen – om hur deras värld såg ut i hemlandet, själva flykten och det nya livet i Sverige. Deras minnen har sedan dramatiserats varsamt och spelats in av barnskådespelare, de flesta även de med utländsk bakgrund. På detta sätt visas en verklighet som många barn i Sverige lever med i dag, och genom dramatiken får alla andra också vara med på deras resa.
- Humorserien *Cringe* av och med William Spetz fick en andra säsong 2018. Den utgår fortfarande helt och hållet från barnens perspektiv och handlar om den omtumlande tiden på mellanstadet. Med den drastiska humorns hjälp skapas stöd och igenkänning för de villkor barnen lever under framför allt i skolan och på sociala medier.
- Dramaserien *Turid – en vikingasaga* bygger på en boktriologi av Elisabeth Östnäs om vikingaflickan Turid som levde i södra Sverige för 1000 år sedan. Det är en historia om den ibland svåra vardagen i en liten by, om svält och våld, men också om en stark ung kvinna som väljer att gå sin egen väg. Författaren gjorde omfattande research inför böckerna, och dramaserien är också en folkbildande berättelse om livet under vikingatiden där även den samiska kulturen spelar en stor roll.
- Julkalendern 2018 *Tonje i Glimmerdalen* byggde på prisbelönta *Tonje och det hemliga brevet* av den norska författaren Maria Parr. Berättelsen utspelar sig i glesbygden i norra Sverige i fjällbyn Glimmerdalen. I byn bor bara ett barn. Det är hennes dal, och hon vet allt som händer i den – trodde hon. När hennes bästa vän, gubben Gunnvald, visar sig ha en mörk hemlighet förändras allt och Tonje måste kämpa för dalen och dem hon älskar. Kalendern spelades in i Luleå med lokala skådespelare vilket påverkade produktionen.

Drama för unga arbetar aktivt med att ta in barnskådespelare som inte vanligtvis kommer i kontakt med teater eller Sveriges Radio, har annan socioekonomisk bakgrund eller vars föräldrar kommer från ett annat land. Att tillgängliggöra programmen för alla oavsett funktionsvariationer är ett arbete som genomsyrar alla produktioner.

### **Musik**

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

**Tabell 19. Marksänd tid för barnutbud på svenska fördelad på programkategorier 2018, timmar**

	Nyheter	Samhälle	Livsstil	Kultur	Sport	Underhållning	Musik	Service	Totalt
Förstasändning	14	49	0	1 077	6	53	4 107	0	5 308
Parallelssändning	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Repris	0	0	0	2	0	1	0	0	3
<b>Summa</b>	<b>14</b>	<b>49</b>	<b>0</b>	<b>1 079</b>	<b>6</b>	<b>54</b>	<b>4 107</b>	<b>0</b>	<b>5 311</b>

## 7.4.2 Tonårsutbudet

Sveriges Radios erbjudande till tonåringar finns i P3, P3 Star och P3 Din Gata och via många poddar, evenemang och aktiviteter på sociala medier. Det utbud som endast kan nås via internet redovisas i avsnitt 6.2. Här redovisas program och aktiviteter som sänds i FM och DAB.

P3:s målgrupp är 15–35 år, men flera av programmen har ett speciellt fokus på att nå publik under 20 år. DAB-kanalen P3 Star riktas endast till tonåringar (13–19 år) och i P3 Din Gata är målgruppen 15–25 år med särskild tyngdpunkt på den yngre halvan.

Program i P3 som riktar sig till tonåringar och som under 2018 har sänts i FM är *Fråga vad du vill i P3*, *Verkligheten i P3*, *DigiListan*, *P3 Historia*, *Relationsradion i P3*, *Helgen i P3*, *P3 Osignat*, *Ligga med P3*, *Zia och Nessvold i P3*, *Creepypodden i P3*, *P3 Musikdokumentär*, *P3 Nyheter* och *P3 Dokumentär*.

Flera av programmen som sänds i FM har först producerats för den digitala publiken och har starka kopplingar till socialdigitala aktiviteter på andra plattformar. I dag är nästan alla tonåringar i Sverige på Instagram, Snapchat och YouTube, och det är viktigt för Sveriges Radio att också vara där för att möta den unga publiken och berätta om att SR finns. Det är viktigt att medvetandegöra målgruppen om P3 som varumärke samt Sveriges Radio som bolag och hela det utbud SR erbjuder. Även detta utbud har funnits tillgängligt för publik i FM.

### Nyheter

Varje vardag sänder *P3 Nyheter* nyhetsuppdateringar på helslag. När en stor nyhetshändelse med relevans för målgruppen inträffar tar programmet antingen över tablån och går in med extrasändningar eller går in i befintlig tablå och uppdaterar, förklrarar och analyserar.

Under 2018 har *P3 Nyheter* utökat sin verksamhet till att ha jour på kvällar och helger. Detta har inneburit att nyhetsbevakningen för unga blivit snabbare och mer heltäckande, både i FM och på socialdigitala plattformar. Ett tillfälle när detta märktes tydligt var vid musikproducenten Aviciis plötsliga bortgång en fredagskväll i april då en specialsändning var igång inom 20 minuter. Under lördagen hördes lyssnare prata om sina känslor inför Aviciis verk, liv och död, och i slutet av helgen publicerades *Avicii – P3 Nyheter Dokumentär* om hans liv och artistskap.

*P3 Nyheter Dokumentär* är P3:s nyhetserbjudande för publiken on demand. Vissa av dessa program sänds även i FM. Här används berättarformat som känns igen från *P3 Dokumentär* för att berätta och fördjupa en nyhet. Några exempel på dokumentärer från 2018: *Putin och makten*, *Skjutningarna i Sverige: De anhöriga* samt *Bill Cosby och övergreppen*.

I *P3 Nyheter Granskars* ämnen som är viktiga för den unga målgruppen. Programmet tar även fram egna nyheter. Under 2018 har *P3 Nyheter Granskars* nått stort internationellt genomslag med granskningen av det beroendeframkallande tv-spelet FIFA Packs. Inför valet 2018 wallraffade redaktionen som pr-byrå och avslöjade att influerares politiska åsikter kan köpas för pengar.

### Faktaprogram

I *P3 Historia* följer lyssnaren en historisk person. På ett spännande sätt varvas fakta med dramatiserade scener ur personens liv. Exempel på personer som stått i strålkastarljuset under 2018 är Gustav Vasa, Sophie Scholl (Vita rosen) och Pocahontas.

*P3 Dokumentär* är fortsatt en av P3:s största publiksuccéer. Framför allt är det en produktion som den unga publiken tar del av digitalt, men programmet sänds även i FM. Under 2018 har flera dokumentärer gjorts med särskilt fokus på tonåringar, såsom *Örebromannen*, *Skejtcoachens och förnedringsövningarna* samt *Familjen – Tonårligan från Borlänge*.

*Musikhjälpen* 2018 från Lund belyste ämnet funktionsvariation hos unga i världen under rubriken ”Alla har rätt att funka olika”. *Musikhjälpen* bidrar till en kunskaps höjning om mänskliga rättigheter och den situation många personer med funktionsnedsättning lever i.

## Kultur

*P3 Musikdokumentär* är dokumentärer om vägen till toppen och livet bakom hitsen för vår tids största artister. Här får lyssnaren möta de artister som är viktigast för unga nu, såsom Zara Larsson, Rihanna, Petter och Justin Bieber.

I *Creepypodden i P3* varvas nätets spökhistorier med lyssnarnas egna berättelser. Podden riktar sig främst till tonåringar och den yngre delen av P3:s målgrupp. Historierna är en reflektion av den tid vi lever i och blir en slags samling av samtida folklivsberättelser.

*Zia och Nessvold i P3* var en talkshow om populärvärlden som sändes tre timmar varje vardag under tio sommarveckor. I programmet lyftes populärvärlden med särskild inriktning på unga och tonåringar på ett lätsamt sätt.

I *P3 Osignat* får etablerade musiker och band en chans att tävla om en topplisteplats och spelar i P3.

## Relationer och personliga berättelser

*Relationsradion i P3* om relationer sänds fyra vardagar i veckan från Malmö. 2018 utökades sändnings-tiden till tre timmar. Programmet innehåller dejtingtips, allvarligare paneldiskussioner om mansbilden och kulturskillnader som påverkar relationer med mera.

*Ligga med P3* har fokus på dem som just påbörjat sitt sexliv, och således är det ett innehåll som är riktat till många tonåringar. I programmet svarar sexologer på lyssnarnas frågor. Där finns också reportage och granskningar om ung sexualitet samt berättelser och samtal med lyssnare och experter.

I *Verkligheten i P3* får lyssnaren möta en ung person bakom ett aktuellt fenomen. Exempel på avsnitt som under 2018 har varit speciellt riktade mot målgruppen tonåringar var berättelsen om 17-åriga Jasmine, som blev bortgift på semestern i Turkiet, och om Anna som från det hon var 14 år utsattes för gromning och under flera år blev utnyttjad och misshandlad av en äldre man men som till slut lyckades ta sig ur det.

## Bevakning från hela världen

Sveriges Radio har en särskild korrespondent med ungt perspektiv som bevakar unga frågor i världen. Korrespondenten har under 2018 bland annat rapporterat om folkomröstningen om abort på Irland, unga gängmedlemmar i El Salvador och om ungas pressade situation i Grekland efter den ekonomiska krisen.

Varje vecka erbjuder *Musikguiden i P3* den unga publiken kulturella och konstnärliga upplevelser via dj-set och mixar från hela världens klubbscener.

*Verkligheten i P3* sände tre avsnitt från Sihanoukville i Kambodja om svenska ungdomar som ryggsäcksturister efter gymnasiet och som då fastnar i drogmiss bruk.

Hälften av *P3 Musikdokumentärerna* skildrar utländska stjärnor som Rihanna och Frank Ocean. I avsnittet om Rihanna ingick scener som skildrade hennes uppväxt på ön Barbados. I dokumentären om Frank Ocean handlade mycket om efterverkningarna av orkanen Katrina i New Orleans.

*Musikhjälpen* har fokus på människors situation i världen. 2018 var temat unga funktionsvarierades situation på olika platser i världen. Sveriges Radios utrikeskorrespondent med ungt perspektiv berättade om sin resa till Demokratiska Republiken Kongo där hon träffade läkare som behandlar unga med funktionsnedsättning som utsatts för sexuellt våld. Musikhjälpen resande reporter rapporterade från Guatemala om situationen för barn och unga med funktionsnedsättning, bland annat träffade hon föräldrar som berättade om det enorma stigmat och utanförskapet i att ha ett barn med cp-skada.

## Programutveckling

Under 2018 har fokus kring programutveckling för unga i FM legat på följande:

- *P3 Dystopia*, en podd om hur det blir när det värsta händer. Här har formatet använts för att skapa en ny form av berättande och dramatisering. Podden är uppbyggd som ett gemensamt utforskande där ljudlighet, engagerande berättelser och filosofiska dilemmen vävs samman. Podden har en egen Facebookgrupp där avsnittens ämnen diskuteras med redaktionen och med andra i gruppen.
- *P3 Musikdokumentär* där två nyutexaminerade radiostudenter i tre månader tog fram det nya formatet. Texter, musik, ljudläggning, medverkande och tempo testades på målgruppen. I programmet skildras stora svenska och internationella artisternas liv och karriärer. Den unga publiken får ta del av berättelser om hur de största hitsen kom till och hur samhället format superstjärnorna.
- *P3 Historia* har även gjorts i versioner anpassade för personer med kognitiv funktionsnedsättning. Programmen har handlat om en historisk person men med ett enklare språk och en ljusbild med bättre hörbarhet.

Under 2018 har P3 initierat ett programutvecklingsarbete med syfte att lansera ett nytt format för tonåringar under 2019. Detta kommer att ersätta P3 Star som samma år kommer avvecklas.

**Tabell 20. Marksänd tid för ungdomsutbud på svenska fördelad på programkategorier 2018, timmar**

	Nyheter	Samhälle	Livsstil	Kultur	Sport	Underhållning	Musik	Service	Totalt
Förstasändning	309	403	83	559	103	1 071	12 137	37	14 701
Parallelssändning	73	21	1	8	2	19	109	0	233
Repris	0	4	1	34	0	0	42	0	81
<b>Summa</b>	<b>382</b>	<b>428</b>	<b>85</b>	<b>600</b>	<b>105</b>	<b>1 090</b>	<b>12 288</b>	<b>37</b>	<b>15 015</b>

## 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)

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

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

Personer med funktionsnedsättningar ska finnas med i den vanliga bevakningen på samma villkor som andra personer. Att var och en får representera sig själv, delta och yttra sig i alla möjliga frågor och ämnen och inte specifikt vara representant för en viss funktionsnedsättning är ett viktigt mål för Sveriges Radios bevakning. I grunden handlar det om yttrandefrihet och det demokratiska uppdraget.

För att uppnå detta är medarbetarnas kunskap och perspektiv en förutsättning. Därför arrangeras varje år seminarier och utbildningar.

Under 2018 genomfördes dels den årligen återkommande PSFunk-dagen i samarbete med funktionsrättsorganisationer samt SVT och UR, dels en workshop där deltagare delade kunskaper och fördjupade insikter. Workshopen ledde till att kontakter knöts mellan ledande personer från funktionsrättsrörelsen och valansvariga på public service-bolagen. Nyhetsredaktionerna fick konkreta tips och idéer. Workshopen ledde även till mer förståelse för hur public service arbetar och vad företagen måste ta hänsyn till i verksamheten.

Alla redaktioner har ett ansvar att diskutera hur mångfalden kan breddas så att även personer med funktionsnedsättning är inkluderade i vardagsbevakningen. Att Sveriges Radio har medarbetare och praktikanter med olika funktionsvariationer bidrar också till att förändra perspektiv och tilltal.

Redaktionernas arbete med att bredda mångfalden, bland annat vad gäller personer med funktionsnedsättning, är ständigt pågående. Ett sätt att få in fler perspektiv och erfarenheter är genom publiknätverk hos redaktioner och lokala P4-kanaler.

I Sveriges Radios mångfaldspolicy betonas att innehållet ska speglar variationer i befolkningen när det gäller bland annat funktionsmöjlighet och att inbjudan till det demokratiska samtalet ska ske på ett medvetet, oberoende och öppet sätt.

När var och en representerar sig själv blir funktionsnedsättningen inte relevant i sammanhanget, vilket gör att det inte framgår för publiken om en person är exempelvis blind eller rullstolsburen. I radio blir även synliga funktionsnedsättningar irrelevanta, till skillnad från i tv. I tävlingen *Vi i femman* deltar många barn med olika funktionsvariationer. Det är inget som programledarna berättar om, men det är likväldigt. Sveriges Radio har kända profiler med olika funktionsnedsättningar vilka därmed också fungerar som förebilder.

### 7.5.1 Program om, för och med personer med funktionsnedsättning

*Klartext*, som berättar nyheter på ett lite lugnare sätt och med enkla ord, sänds alla vardagar i P1 och P4. Programmet har kontinuerlig dialog med sin publik, ställer målgruppens frågor och utformar allt innehåll så att målgruppen kan förstå och följa med i vad som händer. Programmet innehåller alltid nyheter som särskilt berör målgruppen.

Några exempel från 2018:

- Reportage om att funktionsnedsatta kan hindras från att rösta i valet i USA.
- Flera reportage och uppföljningar kring polisens dödsskjutning av en ung man med Downs syndrom.
- Hur gör man när man röstar? På ett enkelt sätt steg för steg och med hjälp av en person som har en kognitiv funktionsnedsättning redovisades hur det går till att rösta i en röstlokal.

Även när det gäller allmänna nyheter har *Klartext* gjort målgruppsanpassade inslag, exempelvis om förhandlingarna om regeringsbildning i Sverige efter valet och rapporten från FN:s klimat experter om att utsläppen av koldioxid måste minska.

Inför valet gjorde *Klartext* tre specialprogram om vilken politik partierna har för personer med kognitiv funktionsnedsättning. Programmen hade olika teman: daglig verksamhet, gode män och LSS-boenden. I programmen berättade målgruppen om sin situation och ställde frågor till politikerna. Frågorna behandlade exempelvis hur man ska få betalt om man jobbar på daglig verksamhet, skillnaden mellan kommunerna i habiliteringsersättning och hur gode män ska kontrolleras och betalas.

Inför valet uppmärksammade Ekot personer med funktionsnedsättning i satsningen *Tio miljoner* och öppnade därmed för dialog. Några exempel:

- Synskadade Yngve tyckte att det är viktigt med ordentliga övergångsställen för att synskadade ska kunna ta sig fram på egen hand i stadsmiljön.
- Fiskeentusiasten Marie kan sällan fiska eftersom hon sitter i rullstol och det inte finns anpassade bryggor.
- Ann-Charlottes fråga om framtidens assistans för personer med funktionsnedsättning fördes vidare i samtal med statsminister Stefan Löfven.

Ekot har också producerat undersökande journalistik om funktionshinder, exempelvis Daniel Velascos återkommande granskning av hur barn och unga isoleras på SiS-hem, vilket har lett till att regeringen föreslagit begränsningar i regelverket för avskildhet.

Frågor kring funktionsvariationer har uppmärksammats i nyheter och fördjupande program som *P1-morgen*, *Studio Ett* och *P4 Extra* samt i flera av de lokala P4-kanalerna. Ytterligare exempel från 2018:

- *Kulturnytt* uppmärksammade i en särskild granskning hur landets kulturaktörer uppfyller kravet i den nationella funktionshinderspolitiken att alla ska känna sig delaktiga i samhället oavsett funktionsvariation. Programmet har även rapporterat om hur nya undantag i upphovsrätten ska ge fler talböcker på andra språk än svenska.
- *Lyssnarnas Sommarvärd* 2018 var Jonas Waltelius. Han blev som ung förlamad och talade om hur detta påverkat hans liv.
- I kölvattnet av #metoo lyfte *Tendens* problematiken med sexuella trakasserier bland kvinnor med fysiska eller psykiska funktionsnedsättningar i programmen *Ingen ger sig väl på en handikappad?* och *Du ska vara glad att jag vill ha sex med dig*. *Tendens* har också i en rad program uppmärksammat LSS och den ifrågasatta personliga assistansen.
- Inför valet skilde *Tendens* unga mäniskor med psykiska problem. I serien *Ung ångest* berättade unga från hela landet om sina problem och svårigheter att få hjälp. Serien följdes upp med debatter med ansvariga politiker och berörda vid två tillfällen.

- I *Katharina Hahr möter* i P1 intervjuades Sven Bertil Taube bland annat om att vara synskadad, ett samtal där intervjuare och intervjuad delade den unika erfarenheten av att inte se.
- P4 Gotland hade inför valet debatt med politiker och intresseorganisationer angående funktionsfrågor samt reportage om bland annat köerna till BUP.
- P4 Värmland genomförde granskningen *Diagnosen stänger dörrar* som fått spridning även utanför länet. Inslagen handlade bland annat om hur man påverkas av att få en diagnos, som att man inte kan söka alla tjänster eller att det är svårare att få körkort samt att allt fler vänder sig till vården för att bli av med sin diagnos. Sammanlagt publicerades granskningen i fler än tjugo inslag.
- Många lokala P4-kanaler har återkommande kontakter med lyssnare med funktionsnedsättningar och även kontakt med intresseorganisationer och arrangerar studiebesök.

Eftersom medicin, psykologi och medicinsk teknik hör till *Vetenskapsradions* bevakningsområden kommer forskning som berör mänskor med funktionsnedsättning in som en naturlig del av bevakningen. Några exempel på vad redaktionen berört i program, reportage och nyheter under 2018:

- En ny forskningsstudie om hur personer med medfödd utvecklingsstörning åldras i Sverige.
- Ny teknik med artificiell intelligens som analyserar ögonrörelser leder till upptäckt i tid av elever med lässvårigheter.
- Smarta textilier som kan göra kläder till ett extra sinnesorgan för känsel vilket gagnar dövblinda skildrades i ett reportage från ett projekt i Borås.

Radiosporten har en lång tradition av att berätta om, bevara och rapportera från paraspot. Mest uppmärksamhet fick elitidrottarna men även andra nedslag gjordes under 2018. Redaktionen jobbar kontinuerligt med hörbarhet och service för personer med nedsatt syn. 2018 har Radiosporten bevakat Paralympics i Sydkorea och VM i parakanot i Portugal samt arbetat med nomineringarna för redaktionens pris *Årets stjärnskott* på Parasportgalan.

## 7.5.2 Barn och unga med funktionsnedsättning

Ett särskilt anpassat innehåll är en förutsättning för att många ska kunna tillgodogöra sig programmen. Ofta är också möjligheten till igenkänning och känslan av inkludering viktiga förutsättningar för att ta till sig innehållet.

Alla program som redovisas i detta avsnitt har sänts i marknätet.

Barnradion har under 2018 fortsatt arbetet med tillgänglighet för barn med funktionsnedsättning. Program anpassas exempelvis för barn med kognitiv funktionsnedsättning utifrån tematik och produktion samt hur de presenteras och kompletteras med tydligt bildstöd.

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

För de äldre barnen har Barnradion lyft in frågorna i program som *Juniorsporten*, *Nyheter i Barnradion* och *1000 modiga frågor*.

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

Sveriges Radio fortsätter att utveckla innehållet på digitala plattformar eftersom det där går att lägga till stödjande funktioner såsom bilder med förklarande text, möjlighet att pauza och repetera lyssningen med mera. Detta är ett stöd både för barn med kognitiv funktionsnedsättning och för barn med nedsatt hörsel.

## **De yngre barnen**

I *Barnmorgen med Farzad eller Jonas* berättade bland annat Aron från Göteborg om sina favoritdjur och om sin Aspergerdiagnos, och 11-åriga Alma från Malmö var med i programmet trots den panikångest som hon försöker hanterar varje dag.

*Hästfesten* är en saga på rim för enklare förståelse, som arbetar repetitivt och tydligt med berättelsen och som möter barn med kognitiv funktionsvariation på ett bra sätt.

## **De äldre barnen**

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

*1000 modiga frågor* utgår från barnens egna frågor där redaktionen har fördjupat vissa ämnen. Exempelvis har frågor kring adhd och dyslexi lyfts fram under 2018.

*Juniorsporten* har sändt reportage om exempelvis rullstolsbasket.

*Vi i femman* har fortsatt arbetet med att coacha och stötta tävlande blyga barn och barn med neuro-psykiatiska funktionsstörningar. Utbildningsinsatsen för programmets medarbetare har fokuserat på hur man kan lyfta barn och göra dem trygga utifrån sina egna förutsättningar i en ovan miljö.

## **Unga**

Exempel på program för unga med funktionsvariation från 2018:

- *P3 Historia* har även gjorts i versioner anpassade för personer med kognitiv funktionsnedsättning. Programmen har handlat om en historisk person men med ett enklare språk och en ljusbild med bättre hörbarhet
- *Ligga med P3* arbetar aktivt med att ha med personer med funktionsvariation i programmet.
- *Relationsradion i P3* har även behandlat fysisk och psykisk ohälsa i relationer. Redaktionen har kontaktat föreningar för att informera om programmet och bjudit in personer med särskilda behov att delta.
- *Verkligheten i P3* har i flera program behandlat psykisk ohälsa, bland annat i berättelsen om Carl som hamnade i en psykos, om Stephanie som hade anorexia som gick så långt att hjärtat stannade och om Daniel som under fem år felaktigt diagnostiseras med adhd och Aspergers syndrom.

## **Musikhjälpen**

*Musikhjälpen* hade 2018 temat ”Alla har rätt att funka olika” – med fokus på unga med funktionsvariation i världens, en av världens mest diskriminerade grupper. *Musikhjälpen* sändes från Lund dygnet runt i P3 under en vecka i december.

Sändningen handlade främst om personer med funktionsnedsättning i låg- och medelinkomstländer. Bland annat berättade Riksförbundet för Rörelsehindrade Barn och Ungdomar om projektet Barnhjälpen i Tanzania för barn med ryggmärgsbråck. Biståndsorganisationen Individuell Människohjälp talade om stigmat kring att leva med funktionsnedsättning i Malawi. Funktionsrättsaktivisten Chavia Ali berättade om arbetet med att starta Syriens första funktionsrättsorganisation och om att leva med rörelsehinder i krig, och Barnfonden berättade om projekt i Etiopien för barn med autism.

Var femte gäst i *Musikhjälpen* (mer än 120 personer) hade en funktionsnedsättning. Gästerna som deltog var temaexperter, hade engagemang (både privatpersoner och företag), var artister eller representanter från organisationer. Särskilt deltog personer med funktionsnedsättning bland dem som engagerade sig och

samlade in pengar. Flera gäster som komмуunicerade via taldator, teckenspråkstolkning eller dövblindtolkning deltog i sändningen.

Sändningen tillgängliggjordes bland annat med direkttextning på SVT Play klockan 7–23 vilket var en nyhet för 2018. Även valda delar från innehållet teckentolkades, totalt 10 stycken. Alla klipp på sociala medier textades och anpassades för personer med synnedsättning med tydliga alt-texter<sup>42</sup>. Jinglar och trailrar anpassades för personer med hörselnedsättning. På sändningsplatsen i Lund fanns hörslinga och plattform för rullstolar. Efter klagomål på att grafiken i bild var svårläst för personer med synnedsättning ändrades denna efter ett dygn så att den blev mer kontrasterad och tydligare.

Genom brett deltagande av personer som funkar olika har *Musikhjälpen* bidragit till en bättre representation i Mediesverige, både nu och på sikt. Även om de insamlade pengarna går till internationella projekt leder *Musikhjälpen* till en kunskapshöjning också i Sverige om mänskliga rättigheter och den situation många personer i Sverige med funktionsnedsättning lever i.

### 7.5.3 Hörbarhet

Sveriges Radio har som målsättning att utbudet ska vara tillgängligt för hela publiken och att 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 kring ljud utifrån såväl estetiska som tekniska aspekter. De estetiska aspekterna inbefattar hur olika ljud blandas eller balanseras mot varandra, diction, betonningar och pauseringar i talet. De tekniska aspekterna rör hur teknisk utrustning och system används för att åstadkomma högsta möjliga tekniska kvalitet så att ljudet är tydligt och hörbart.

Programproduktionen baseras på de riktlinjer för ljud som är en del av programbeställningarna. Dessa riktlinjer används när hörbarhetsambassadörer och ljudtekniker återkopplar program.

Under 2017 tog Sveriges Radio fram en ny modell för återkoppling av ljudet i programmen. Modellen utgick från en bedömning av sex olika parametrar: talljudets tydlighet, ljudets karaktär, bakgrundsljudets funktion, jämnhet i ljudnivåer, tempo samt ljudmässiga övergångar mellan olika delar i programmen. Med modellen som verktyg deltog ljudtekniker för första gången i den årliga P4-lyssningen och återkopplade till alla P4-kanaler om hur sändningarna lät.

Ljudteknikernas slutrapport efter genomlyssningen visade på behovet av individuell ljudåterkoppling. Därför utvecklades under 2018 tillsammans med redaktionell personal en metod för individuell återkoppling med fokus på lyssnarupplevelsen. Medarbetarna inspireras till bättre samspel mellan ljud och innehåll, vilket ger en större förståelse för ljudbildens betydelse.

### 7.5.4 Ökad tillgänglighet med publika digitala tjänster

Sveriges Radios egna plattformar är *sverigesradio.se* och *Sveriges Radio Play*. SR har team som löpande utvecklar och förvaltar produkterna, och Sveriges Radio ställer höga krav på tillgänglighet, sökbarhet och säkerhet. Redaktionerna använder SR:s egenutvecklade verktyg Isidor för att publicera och tillgängliggöra innehållet för publiken. Samarbetet med Funka är viktigt för att tillgängligheten ska vara så bra som möjligt för användarna. Funka arbetar med tillgänglighet vad gäller innehåll, design och teknik i digitala

<sup>42</sup> Alt-text är en dold bildtext som ger en kort beskrivning av bilden så att den som inte kan se bilden får den väsentliga informationen.

gränssnitt etc. Rekommendationerna bygger på internationella riktlinjer, praktisk erfarenhet och vetenskaplig grund.

I arbetet med att kontinuerligt utveckla Sveriges Radios tjänster ingår att se till att lösningar är tillgängliga och har god användbarhet. Här är användartester en viktig del. Testresultaten ger underlag för att prioritera förbättringar av tillgängligheten. Sveriges Radio har certifiering från Funka när det gäller tillgänglighet avseende teknik och pedagogik.

I och med den strategiska inriktningen att tydligare fokusera på ljudet digitalt har Sveriges Radio under 2018 påbörjat ett arbete kring hur nyheter presenteras visuellt. Lyssnarna ska kunna ta del av nyheter enbart via ljud, men också genom en enkel och överskådlig visuell presentation.

## Barnwebben

Barnwebben arbetar med bildstöd till programmen. Ofta beställs specialritade bilder. Barn som har svårt att koncentrera sig 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.

Barnutbudet presenteras i apparna *Radioapan – banankalas!* och *Radioapans kojträd*. Apparna är gjorda för den yngsta målgruppen och ska vara lätt och roliga att använda även för den som tycker att webben är svår att förstå och navigera i.

### 7.5.5 Dialog med berörda grupper

Det finns olika sätt för Sveriges Radio att möta och samtala med publiken med särskilda behov. Ett syfte med mötena är att öka kunskapen hos redaktioner och medarbetare om hur program ska utformas så att en större del av publiken kan ta till sig innehållet. Ett annat syfte är att Sveriges Radio ska vara än mer relevant för exempelvis grupper med funktionsvariationer.

Kontakterna med organisationer för personer med funktionsnedsättningar pågår sedan länge på olika nivåer inom Sveriges Radio. Dels finns det direktkontakt på redaktionell nivå – exempelvis har P4 Värmland haft möte med DHR/Handikapprådet, och P4 Gotland har bjudit in funktionsnedsatta grupper till studiebesök på stationen – dels har kanalansvariga kontakter med företrädare för till exempel Synskadades Riksförbund eller paraplyorganisationerna Funktionsrätt Sverige och Lika Unika.

*Klartext* i P1 och P4 riktar sig till personer med olika funktionsvariationer. Programmet har en aktiv dialog med sin publik i sociala medier och dialogen leder till mer relevant journalistik genom att publikens frågor lyfts upp. *Fogelbergs ljubbokspodd*, som publicerades som podd under våren 2018 och senare även sändes i P1, lyfter fram möjligheten att lyssna på ljudböcker. Podden kom till efter önskemål från synskadade.

Den årliga PSFunk-dagen, som är ett samarbete mellan de tre public service-bolagen, Funktionsrätt Sverige och Lika Unika, genomfördes i november 2018. Målet med dagen var öppenhet, tydlighet och konstruktivt delande av kunskap. Under dagen presenterades en specialbeställd valutvärdering från Retriever, som bland annat jämförde hur mediebevakningen såg ut under valen 2014 och 2018 när det gäller funktionshinderfrågor. För Sveriges Radios del hade antalet publicerade inslag ökat med cirka 25 procent mellan valen. Sveriges Radio får godkänt, men det finns fortfarande mycket kvar att göra.

En mängd exempel visades upp, bland annat presenterade P4 Västerbotten *Radioverkstan* om en grupp mäniskor med funktionsvariationer som gör radio som berör. Programmet kommer att sändas för en rikspublik i P4 under våren 2019.

Sveriges Radios dialog med hela publiken beskrivs i avsnitt 7.11.

## 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 Minoritetsspråk i Sveriges Radio – relevant innehåll på relevanta plattformar

Sveriges Radio sänder på alla fem nationella minoritetsspråk, och har ett unikt utbud på de fyra språk som i sändningstillståndet har en särställning: samiska (flera olika dialekter), finska, meänkieli (tornedalsfinska) och romani chib.

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.

Att erbjuda ett relevant utbud för de prioriterade nationella minoriteterna är ett av Sveriges Radios viktiga 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 att nå minoritetspubliken bättre. Fortsatt prioriteras insatser för att antalet sändningstimmar, som är relativt högt också ska nå lyssnarna.

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 i dialog med publiken utveckla utbudet.

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 på delvis olika saker för de prioriterade nationella minoritetsspråken. Gemensamt under 2018 för samtliga minoritetsspråk var dock en stärkt bevakning och granskning i samband med valet.

- Samiska – det samiska utbudet sänds dygnet runt när SR Sápmis webbkanal räknas in. Sameradions frågeställningar i valrörelsen utgick från det samiska samhällets perspektiv. Även lyssnarna hade möjlighet att lyfta sina frågor.
- Finska – här finns redan ett mycket stort utbud räknat i antal timmar per år. Utöver den löpande nyhetsbevakningen av valet satsade Sisuradio på att granska politikens betydelse i vardagen. Sisuradio sände i samarbete med SVT *Uutiset* en sverigefinsk valdebatt från Kulturhuset Stadsteatern i Stockholm.
- Meänkieli – redaktionen för Meänraatio fokuserade på vardagsnära radio i en levande dialog med lyssnarna. Valrörelsen speglades i sju debatter kring för lyssnarna angelägna ämnen. Under hösten gjordes också en särskild satsning med utblickar mot grannländerna i Barentsregionen. Meänraatio har satsat mer än tidigare på utesändningar med publik i Tornedalen men även i andra delar av landet.
- Romani chib – Radio Romano har haft fokus på valet 2018 och mött publiken i fem städer med direktsändningar på plats. Den 9 september sändes en valvaka i FM och via sociala medier. Ungdomsprogrammet och podden *Terni Generatcia* har nu en fast plats i tablån.

Utöver de nationella minoritetsspråken erbjuder Sveriges Radio via internet ett nyhets- och aktualitetsutbud på arabiska, kurdiska (sorani/kurmanju), persiska (farsi/dari), somaliska och engelska till en ny anländ publik. Nyanlända i dessa språkgrupper har vanligtvis ingen relation till svensk FM-radio. De använder ofta mobiltelefonen för att söka information och får genom sociala medier tips och ingångar till exempelvis Sveriges Radio. För att nå dessa grupper med ett för dem relevant utbud är internet och dialogen på sociala medier en förutsättning.

Alla redaktioner för nationella och andra minoritetsspråk har ökat samarbetet med övriga redaktioner inom Sveriges Radio. 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.

### **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 utbud särskilt riktat till barn respektive unga på vart och ett av de fyra prioriterade nationella minoritetsspråken. Här några exempel:

- Barnutbudet utgår från varje språklig och kulturell sfär och uppmuntrar att barnen ska känna igen sig i berättelserna. Under 2018 har arbetet med att göra programmen mer synliga på hemsidor och via sociala medier prioriterats. Dessutom har *Magiska skrinet* 2018 sänd en specialbeställd saga, *Pippi i Rinkeby*, på de nationella minoritetsspråken.
- Med det romska ungdomsprogrammet *Terni Generacia*, som har haft utesändningar och breddat sitt publika nätverk, har utbudet för unga på romani ökat till ett halvtimmesprogram varje vecka
- Sameradion har sändt ungdomsprogrammet *Duohta Ivnnit* där känsliga ungdomsfrågor lyfts. En av sändningarna gjordes inför publik.
- *Gränslost*, som är ungdomsprogrammet på meänkieli, lyfter bland annat språkfrågor som stöd för unga som vill återerövra sitt modersmål.

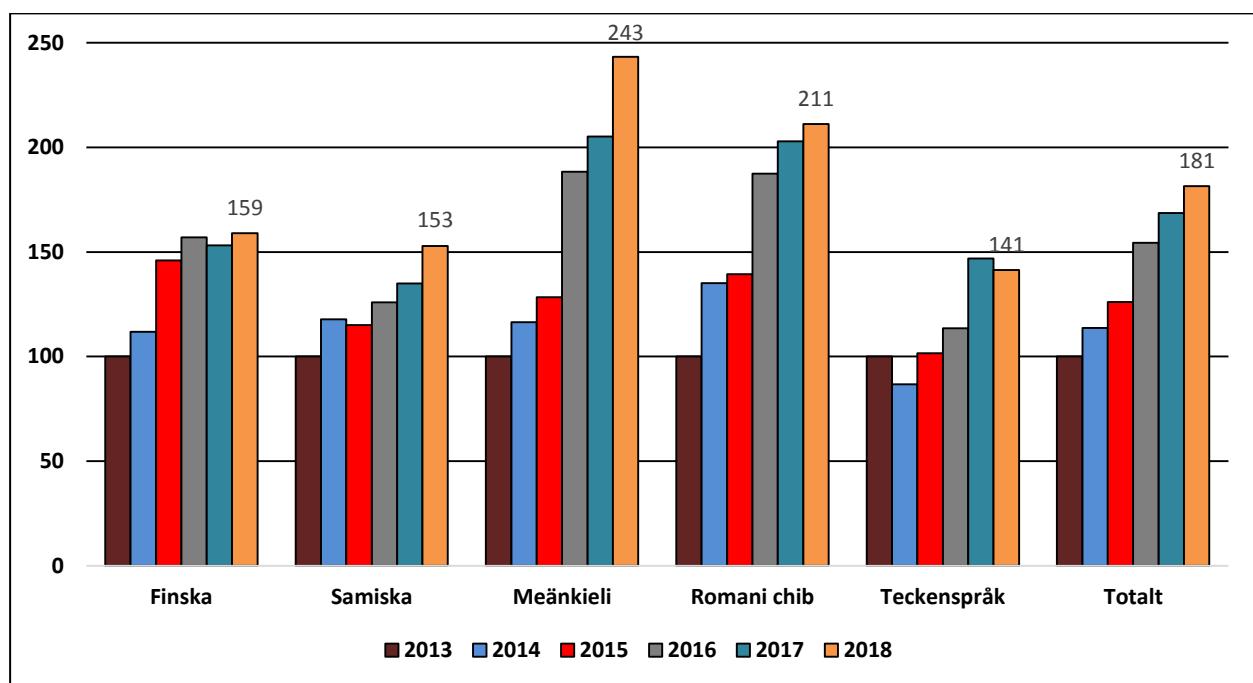
## 7.6.2 Betydande ökning

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.

För att kunna göra en samlad bedömning av det sammantagna utbudet på dessa språk har programbolagen utvecklat en gemensam indexmodell. Varje bolags utbud per språk 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. I bilaga 3 redovisas underlaget för diagrammet nedan.

**Diagram 7. Utveckling av index för minoritetsspråk sammantaget för public service-bolagen**



År 2018 var index för språken totalt 181 jämfört med 2013 då motsvarande indexvärde var 100.

Programbolagen har definierat betydande ökning som att indexvärdet för språken totalt och bolagen sammantaget vid tillståndsperiodens slut ska uppgå till minst 155.

Målet avser helheten och i relation till ingångsvärdet 100. Index kan växla mellan olika år och för enskilda språk i de tre bolagen. Om till exempel ett av bolagen gör en särskild satsning på något språk ett år, kan det nästa år bli en minskning för just det språket.

**Tabell 21. Totalt marksänd tid på samiska, finska, meänkieli och romani chib, timmar**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Samiska</b>						
Vuxna	1 324	1 321	1 322	1 346	1 348	
Barn upp till 12 år	17	17	17	17	18	
Ungdomar 13–19 år	52	52	52	53	52	
<b>Summa samiska</b>	<b>1 393</b>	<b>1 390</b>	<b>1 391</b>	<b>1 416</b>	<b>1 418</b>	
<b>Finska</b>						
Vuxna	6 692	6 761	6 858	6 825	6 870	
Barn upp till 12 år	148	147	139	139	139	
Ungdomar 13–19 år	479	481	482	481	480	
<b>Summa finska</b>	<b>7 319</b>	<b>7 390</b>	<b>7 479</b>	<b>7 445</b>	<b>7 490</b>	
<b>Meänkieli</b>						
Vuxna	569	545	716	756	776	
Barn upp till 12 år	52	53	61	61	61	
Ungdomar 13–19 år	182	233	270	272	270	
<b>Summa meänkieli</b>	<b>803</b>	<b>830</b>	<b>1 047</b>	<b>1 089</b>	<b>1 107</b>	
<b>Romani chib</b>						
Vuxna	345	345	344	340	339	
Barn upp till 12 år	8	11	11	11	14	
Ungdomar 13–19 år	39	39	45	82	91	
<b>Summa romani chib</b>	<b>391</b>	<b>395</b>	<b>400</b>	<b>433</b>	<b>444</b>	
<b>Totalt</b>	<b>9 907</b>	<b>10 005</b>	<b>10 318</b>	<b>10 383</b>	<b>10 458</b>	

Sveriges Radio står för drygt 90 procent av det totala public service-utbudet på dessa språk.

### 7.6.3 Samiska

Sameradion sänder inom alla programkategorier och för alla åldersgrupper. Redaktionen granskas och bevakar det samiska samhället och följer utvecklingen för andra urfolkssamhällen i världen. Huvudredaktionen ligger i Kiruna, och medarbetare finns i Stockholm, Örebro, Umeå, Arvidsjaur, Östersund och Luleå.

2018 sände Sameradion i FM och en webbkanal. För att öka mångfalden i utbudet sänder de samiska redaktionerna i Norge, Finland och Sverige varje vardag *Buorre Idit Sápmi* som är ett gemensamt två timmar långt direktsänt morgonprogram. Alla redaktionerna producerar innehåll och medverkar i programmet. I Sverige sänds första timmen i P2 över norra Sverige, i P6 över Stockholm samt i webbkanalen. Andra timmen sänds enbart i webbkanalen. Sameradion sände i samarbete med SVT Sápmi direkt på webben från Sametingets tre plenarmöten.

Under valåret genomförde Sameradion partiledarintervjuer med riksdagspartiernas ledare, höll partiutfrågningar i kommuner i Sápmi och lyfte upp publikens egna frågor till politiker. Redaktionen granskade också hur 20-talet samiska förvaltningskommuner i Sverige använde pengarna. Granskningen redovisades i kanalens sändningar, på webben och på sociala medieplattformar. Sameradion sände på valdagen och redovisade de preliminära valresultaten under valkvällen

All bevakning utgick från det samiska samhällets perspektiv.

2018 var ett jubileumsår för det samiska organisationslivet i Sverige. Man uppmärksammade att det gått hundra år sedan samerna samlades för att lyfta dåtidens utmaningar så att samerna tillsammans skulle kunna arbeta med dessa. SVT Sápmi och Sameradion var på plats vid jubileumsmötena och sände i FM, webb-radio och webb-tv.

Inom ramen för ungdomsprogrammet *Duohta Ivnnit* sände Sameradion och SVT Sápmi en serie för att belysa tabufrågor i det samiska samhället i. Frågorna handlade bland annat om könsroller, hbtq-frågor, sexualitet och ätstörningar och vände sig i första hand till en yngre målgrupp. Programserien avslutades på Kulturhuset Stadsteatern i Stockholm med sändning inför publik.

Sameradion sänder barnradio varje vecka, till exempel i *Magiska skrinet om Pippi i Rinkeby*. Utbudet på samiska för barn finns nu på ett tydligt sätt tillgängligt för lyssning i efterhand med en egen sida för *Mánáidrádio*.

**Tabell 22. Samiska – marksänd tid fördelad på målgrupp och sändningstyp, timmar**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Vuxna</b>						
Förstasändning	676	673	674	699	700	
Parallelssändning	518	548	648	647	648	
Repris	131	101	0	0	0	
<b>Summa vuxna</b>	<b>1 324</b>	<b>1 321</b>	<b>1 322</b>	<b>1 346</b>	<b>1 348</b>	
<b>Barn upp till 12 år</b>						
Förstasändning	9	9	9	9	9	
Parallelssändning	9	9	9	8	9	
Repris	0	0	0	0	0	
<b>Summa barn upp till 12 år</b>	<b>17</b>	<b>17</b>	<b>17</b>	<b>17</b>	<b>18</b>	
<b>Ungdomar 13–19 år</b>						
Förstasändning	26	26	26	27	26	
Parallelssändning	26	26	26	26	26	
Repris	0	0	0	0	0	
<b>Summa ungdomar 13–19 år</b>	<b>52</b>	<b>52</b>	<b>52</b>	<b>53</b>	<b>53</b>	
<b>Totalt samiska</b>	<b>1 393</b>	<b>1 390</b>	<b>1 392</b>	<b>1 416</b>	<b>1 418</b>	

## 7.6.4 Finska

Sisuradio har strävat efter att erbjuda publiken intressant och engagerande innehåll på finska utifrån ett sverigefinskt perspektiv i de egena FM-sändningarna i P2 och P6. Dessutom sänder Sisuradio i DAB- och webbkanalen P7. Sisuradio 18 timmar om dagen kl. 06–24. Kanalen hittas numera också enkelt i *SR Play* i översta raden bland de direktsända kanalerna.

Sisuradio producerar tvåspråkiga program för P4 Riks för att synliggöra minoritetsfrågorna för den stora allmänheten och för att nå de sverigefinnar som inte längre behärskar det finska språket flytande.

Exempel på Sisuradios agendasättande nyhets- och aktualitetsprogram under 2018:

- Dokumentärer om flyttvågen från Pudasjärvi och Salla i östra Finland till fabriksjobben i Sverige samt om verklighetens Antti Rokka som blev romankaraktär i Väinö Linnas klassiker *Okänd soldat*.
- Inför valet sände Sisuradio och *SVT Uutiset* en gemensam sverigefinsk valdebatt direkt från Kulturhuset Stadsteatern i Stockholm. Frågor som ”Hur kan kännedomen om den sverigefinska minoriteten öka” och ”Hur kan man förbättra skolornas undervisning i de nationella minoritetsspråken” diskuterades med representanter från alla riksdagspartier och den ansvariga ministern Alice Bah Kuhnke.

Sisuradio granskade under valrörelsen politikens betydelse i vardagen genom besök i fem kommuner, från Trelleborg till Luleå. Talkshowen *Iltapäivä* sändes direkt från dessa orter för att belysa hur det är att växa upp, bo och arbeta på orten och vilka valfrågor som är viktiga där.

Några exempel från Sisuradios programverksamhet under 2018:

- I kulturprogrammet *Koukku* har sverigefinska kulturarbetare hörts som samtalsledare. Programmet har satsat på litteratur där korta stycken ur klassiska finska och svenska verk fått illustrera synen på en fråga, exempelvis kvinnans ställning, vilket sedan lett till reflektioner om frågan då och nu.
- I *Popula* i P4 för den unga vuxna publiken deltar kända och okända yngre sverigefinnar, som talar finska, svenska eller mixat på ett avslappnat och identitetsstyrkande sätt.
- Under 2018 har Sisuradio sändt *Karlavagnen* i P4 en kväll i veckan. Under våren sändes programmet från Luleå där programledaren talade med lyssnarna på svenska, finska och meänkieli. Under hösten kom programmet från Uppsala med Pekka Heino som programledare på svenska och finska. Att finska hörs i ett av Sveriges mest kända radioprogram har stor symbolisk betydelse för minoritetsspråksanvändarna.
- *Nyheter från Sisuradio* i P4 riktas till finsktalande och majoritetspubliken. De tvåspråkiga nyheterna är också en bro mellan P4-publiken och P2 då *Nyheter från Sisuradio* sänds innan *Iltapäivä* i P2.
- Årets sverigefinnar 2018 utnämndes i november utifrån ett stort antal inkomna förslag, och Årets vardagshjälte valdes av publiken i en webbomröstning. Prisutdelningen från Finlandsinstitutet i Stockholm direktsändes i P4. Arrangörer för galan var Sisuradio, SVT, den finskspråkiga vecko-tidningen Ruotsin Suomalainen och Finlandsinstitutet.
- Andra säsongen av *Finnjävlarpodden* sändes sommaren 2018 i FM i åtta avsnitt. Programledarna gästades av bland andra regissören Nanna Huolman, Systembolagets pressansvariga Elina Yli-Torvi och Janne Raninen, mer känd som Solvallamördaren.

Sisuradios närväro på sociala medier gav bland annat upphov till nyheten om vad sverigefinnar som besöker Finland tar med sig hem mest av till Sverige. I topp kom rågbrott, korv och godis. Inslag som fick stor spridning på sociala medier var exempelvis aprilskämtet om att den traditionella finska desserten memma nu ska bli storsäljare inom kosmetikaindustrin samt videon om hur man kan rösta i det svenska valet även om man inte är svensk medborgare.

*Roketti*, Sisuradios finskspråkiga program för barn, innehåller sagor, tävlingar och musik. Reportrarna besöker finskspråkiga förskolor, och de sverigefinska barnens röster ska påminna om att det finns andra barn som delar erfarenheten av att ha två språk.

Sverigefinska ungdomars tankar om livet och aktuella händelser, från valet till miljöfrågan, hörs i tonårsprogrammet *Tähti*.

**Tabell 23. Finska – marksänd tid fördelad på målgrupp och sändningstyp, timmar**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Vuxna</b>						
Förstasändning	4 697	4 371	3 581	3 576	3 613	
Parallelsändning	1 371	1 475	1 826	1 801	1 812	
Repris	624	915	1 451	1 448	1 446	
<b>Summa vuxna</b>	<b>6 692</b>	<b>6 761</b>	<b>6 858</b>	<b>6 825</b>	<b>6 870</b>	
<b>Barn upp till 12 år</b>						
Förstasändning	35	69	35	35	35	
Parallelsändning	70	69	70	69	70	
Repris	44	9	35	35	35	
<b>Summa barn upp till 12 år</b>	<b>148</b>	<b>147</b>	<b>139</b>	<b>139</b>	<b>139</b>	
<b>Ungdomar 13–19 år</b>						
Förstasändning	233	234	228	225	225	
Parallelsändning	18	15	0	0	0	
Repris	229	232	254	256	255	
<b>Summa ungdomar 13–19 år</b>	<b>479</b>	<b>481</b>	<b>482</b>	<b>481</b>	<b>480</b>	
<b>Totalt finska</b>	<b>7 319</b>	<b>7 390</b>	<b>7 479</b>	<b>7 445</b>	<b>7 490</b>	

## 7.6.5 Meänkieli

Meänraatio som är Sveriges Radios redaktion för meänkieli har under 2018 genomgått en kraftfull utveckling. Målet är att Meänraatio ska vara en nationell kanal som når minoritetspublikens med angelägna program.

Redaktionen består nu av 6,7 tjänster vilket är en ökning med drygt 50 procent jämfört med 2016. Nyrekryteringar har gett redaktionen en ökad mångfald, och ålders- och könsfördelningen är god. Meänraatio har en egen programchef och ingår från 2018 i redaktionen för Sveriges Radio P4 Norrbotten.

Meänraatios huvudredaktion ligger i Pajala i väl fungerande nyrenoverade lokaler. Redaktionen har också medarbetare i Kiruna och Övertorneå. Programmen sänds i FM-kanalerna P4 Norrbotten, P2 och P6 samt i DAB-kanalen P7 Sisuradio.

Meänraatio ska vara tillgänglig och relevant för meänkielitalande oavsett var de bor genom ett stort digitalt utbud. Redaktionen ska också bidra till att majoritetspublikens får djupare kunskap om Sveriges minoriteter genom att redaktionens specialistkompetens kommer andra redaktioner inom Sveriges Radio till godo. Möjligheterna till detta har förbättrats avsevärt efter förstärkning av redaktionen och rekryteringen av en programchef.

Meänraatio är vardagsnära radio som har levande dialog med lyssnarna. Uppdraget är att spegla språk, kultur och identitet för publikens i Tornedalen, Norrbotten och Stockholm. Under hösten 2018 inleddes en särskild satsning på bevakning av Barentsregionen. Meänraatio har under 2018, tack vare välfungerande och enkla tekniska lösningar, kunnat genomföra många och varierande sändningar från olika delar av länet och landet.

Inför valet sändes sju debatter kring olika teman, såsom lärarbristen i skolan, äldre i samhället, integration, minoritetspolitik och ungas psykiska ohälsa. Inför debatterna gjordes reportage som anknöt till ämnet. Valfrågor speglades även i övrigt i Meänraatio och i ungdomsprogrammet *Gränslost*.

Varje månad direktsänds ett språkfrågeprogram där lyssnarna kan diskutera meänkieli med programledare och språkexperter.

Ansvaret för *Finnmix* har under 2018 övergått helt till Meänraatio. Det är ett gratulations- och hälsningsprogram som bygger på lyssnarmedverkan och som 2018 firade sitt 30-årsjubileum. I programmet blandas meänkieli, svenska och finska, och det har en stor och trogen lyssnarskara som tycks växa. Allt fler yngre hör av sig till och hörs i programmet.

För barn sänds varje vecka ett tiominutersprogram med sagor, berättelser och *Magiska skrinet*. Programmen samlas på webben under rubriken *Meän Kläpit*. En satsning på ett utökat och mer åldersspecifikt innehåll i barnprogrammen har startat.

*Gränslost*, som sänds en gång i veckan, riktar sig med ämnesval och tilltal mot en yngre publik. Programmet har som mål att unga som förstår språket ska lära sig mer och våga använda det. Meänkieli är huvudspråk men inslag på både finska och svenska förekommer.

Satsningen på webb och närväro i sociala medier under 2018 har gett resultat genom ett ökat intresse och en tätare publikkontakt. För att göra utbudet mer tillgängligt för dem som inte behärskar meänkieli fullt ut publiceras Meänraatios texter på webben på både meänkieli och svenska.

**Tabell 24. Meänkieli – marksänd tid fördelad på målgrupp och sändningstyp, timmar**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Vuxna</b>						
Förstasändning	268	259	245	270	270	
Parallelsändning	274	248	396	409	431	
Repris	27	37	75	77	75	
<b>Summa vuxna</b>	<b>569</b>	<b>545</b>	<b>716</b>	<b>756</b>	<b>776</b>	
<b>Barn upp till 12 år</b>						
Förstasändning	8	26	17	17	17	
Parallelsändning	26	26	35	35	35	
Repris	17	0	9	9	9	
<b>Summa barn upp till 12 år</b>	<b>52</b>	<b>53</b>	<b>61</b>	<b>61</b>	<b>61</b>	
<b>Ungdomar 13–19 år</b>						
Förstasändning	64	89	89	90	89	
Parallelsändning	66	92	132	133	132	
Repris	52	52	49	49	49	
<b>Summa ungdomar 13–19 år</b>	<b>182</b>	<b>233</b>	<b>270</b>	<b>272</b>	<b>270</b>	
<b>Totalt meänkieli</b>	<b>803</b>	<b>830</b>	<b>1 047</b>	<b>1 089</b>	<b>1 107</b>	

Ökningen för meänkieli avser huvudsakligen utökad sändningstid för programmet *Finnmix*.

## 7.6.6 Romani chib

Radio Romano är Sveriges Radios program på det nationella minoritetsspråket romani. Uppdraget är att främja och stärka det romska språket, kulturen och den romska identiteten med ett utbud på romani för romanitalande i Sverige. Under 2018 har Radio Romano bedrivit ett förändringsarbete för att bättre kunna svara mot den romska publikens behov och önskemål.

Radio Romano och Sisuradio ingår i samma produktionsområde, vilket förbättrar möjligheterna att göra angelägen journalistiskt om nationella minoritetsfrågor.

2018 har den romska redaktionen bevakat samhällsfrågor, politiska beslut och händelser relaterade till den romska minoritetens livsvillkor i Sverige men även bevakat nationella minoritetsfrågor med relevans för målgruppen. Rapporteringen präglades av uppföljning av tidigare projekt och fördjupningar kring bland annat romsk inkludering i samhället samt utbildnings- och omsorgsfrågor.

Några exempel:

- Romernas internationella dag den 8 april uppmärksammades genom direktrapportering i FM från fyra orter samt från många fler platser på sociala medier.
- Under valkvällen direktsändes en timme i FM, på sociala medier och på webben. Romska experter, lokala romska politiker, valambassadören på romani och sympatisörer från olika partier medverkade.
- Radio Romano direktsände inför valet från Malmö, Norrköping, Göteborg, Borås, och Stockholm där det finns en relativt stor andel romer och. Före och efter programmen var medarbetare tillgängliga för att synliggöra den redaktionella verksamheten och diskutera med publiken.
- I kulturbekvikening ingår bevakning av romsk musik och kultur, bland annat i form av direktrapporter från kulturfestivaler i Malmö, Göteborg, Stockholm och Prag i Tjeckien.

Radio Romano bevakar och speglar även frågor som rör identitet, kultur och musik och frågor som rör barn och unga. På fredagar är utbudet musikbaserat med hög musikandel och kortfattad presentation.

Barnprogrammen har en egen beställning. I samarbete med Barnradion och inom ramen för *Magiska skrinet* producerades en specialskriven saga i fem avsnitt för den yngsta publiken *Pippi i Rinkeby*. En gång i månaden sändes barnprogram på mellan 6 och 10 minuter riktade till den yngsta publiken producerad av den romske producenten Adam Szoppe.

Ungdomsprogrammet *Terni Generatcia* har nu en fast plats på 30 minuter i tablån varje vecka.

Radio Romano sänder i P2 och P6, men programutbudet finns också på webben och uppdateras löpande under dagen. Spridningen på sociala medier är viktig för att nå publiken. Redaktionen publicerar där en kort sammanfattning om vad inslaget handlar om på romani och svenska.

**Tabell 25. Romani chib – marksänd tid fördelad på målgrupp och sändningstyp, timmar**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Vuxna</b>						
Förstasändning	115	115	115	114	113	
Parallelssändning	115	115	115	111	113	
Repris	115	115	115	115	113	
<b>Summa vuxna</b>	<b>345</b>	<b>345</b>	<b>345</b>	<b>340</b>	<b>339</b>	
<b>Barn upp till 12 år</b>						
Förstasändning	2,6	6,1	6,2	6,1	4,7	
Parallelssändning	2,6	2,6	2,7	2,6	4,6	
Repris	2,6	2,6	2,7	2,6	4,6	
<b>Summa barn upp till 12 år</b>	<b>7,8</b>	<b>11,3</b>	<b>11,5</b>	<b>11,3</b>	<b>13,9</b>	
<b>Ungdomar 13–19 år</b>						
Förstasändning	13	13	18	35	39	
Parallelssändning	13	13	13	34	39	
Repris	13	13	13	13	13	
<b>Summa ungdomar 13–19 år</b>	<b>39</b>	<b>39</b>	<b>45</b>	<b>82</b>	<b>91</b>	
<b>Totalt romani chib</b>	<b>392</b>	<b>395</b>	<b>400</b>	<b>433</b>	<b>444</b>	

Ökningen av antalet timmar på romani chib avser främst utökad sändningstid för ungdomsprogrammet *Terni Generatcia*.

### 7.6.7 Jiddisch

Sveriges Radio har i många år på olika sätt uppmärksammat det nationella minoritetsspråket jiddisch i programverksamheten. Sagor på jiddisch ingår i *Magiska skrinet* som finns på webben och som kan laddas ned. Nya sagor sänds även i FM-kanalen P6.

P1 sände 2018 en ny omgång av serien *Jiddisch far alle* – korta program på jiddisch om hur språket lever i Sverige och världen i dag. Serien finns även för nedladdning.

I P2 Live sändes under 2018 flera konserter med grupper som inspirerats av klezmermusiken såsom Louisa Lyne di Yiddiske Kapelye, Kroke och Gulaza (judisk-jemenitiska kvinnosånger).

I DAB-kanalen P2 Världen spelar sånger på jiddisch och klezmermusik regelbundet.

**Tabell 26. Jiddisch – marksänd tid fördelad på målgrupp och sändningstyp, timmar**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Förstasändning	1,2	1,2	1,5	1,5	3,3	
Parallelssändning	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
Repris	0,0	1,0	0,7	0,3	4,0	
<b>Totalt jiddisch</b>	<b>1,2</b>	<b>2,2</b>	<b>2,2</b>	<b>1,8</b>	<b>7,3</b>	

Ökningen jämfört med 2017 avser främst utökad sändningstid för *Jiddisch far alle*.

## 7.6.8 Utbud på andra minoritetsspråk

Utöver de nationella minoritetsspråken erbjuder Sveriges Radio via internet ett nyhets- och aktualitetsutbud på arabiska, kurdiska (sorani/kurmanji), persiska (farsi/dari), somaliska, engelska och på lätt svenska till en nyanländ publik.

Engelska redaktionen sammanfattar veckans viktigaste svenska nyheter i podden *Radio Sweden Weekly* som även sänds i P2 och P6. På arabiska sänds varje vecka en talkshow i FM. Under våren 2018 utökades lyssningsmöjligheterna för publiken på andra språk när Ekot Radio Sweden varje dag började producera två minuter långa nyhetspoddar på alla fem språken. Poddarna erbjuder en nyhetsöversikt över dagens viktigaste inrikeshändelser.

År 2018 sände Sveriges Radio 104 timmar på arabiska och 105 timmar på engelska i marknätet.

De positiva konsekvenserna av sammanslagningen med Ekot har fortsatt märkas under året, och Radio Sweden har bidragit med uppmärksammad och viktig journalistik. Ett exempel var *Stockholmterroristen*, ett samarbete mellan Ekots grävgrupp och den persiska redaktionen. Programmet nominerades 2018 till grävpriset Guldspaden i klassen för Etermedia riks.

Ekot Radio Sweden har på de fem språken erbjudit ett tillförlitligt och varierat public service-utbud som förklarat och gett sammanhang åt de politiska händelserna. *Valkompassen* från Ekot gjordes även på de fem språken samt på lätt svenska. Kompassen riktades mot en nyanländ publik som i många fall har rösträtt, åtminstone på kommun- och landstingsnivå, men som på grund av språket inte har lärt sig navigera i det svenska politiska landskapet.

Redaktionerna bjöd in lyssnarna till debatter, utfrågningar och workshoppar i Kulturhuset Stadsteatern i Stockholm. Programmen sändes direkt via Facebook, vilket gav den publik som inte fanns på plats chansen att via nätet kommentera och ställa frågor. Möjligheten att som vanlig medborgare kunna ställa frågor direkt till politiker i en valrörelse är någonting som är okänt i många av de länder som Radio Swedens publik kommer från.

Debatten på arabiska två veckor före valet hölls i en närmast fullsatt lokal med cirka 60 personer och hade över 8 000 visningar på Facebook. Även debatten på engelska med företrädare från alla riksdagspartier var välbesökt. Förortens utmaningar, bostadsbrist och hur man skulle kunna öka valdeltagandet i utsatta områden var några av de ämnen som lyftes vid workshoppar och politikerutfrågningar.

Under valnatten kunde publiken följa rösträkningen samt ta del av reportage, reaktioner och expertanalyser på fem språk. För den engelsk- och arabisktalande publiken sändes valvakor i FM och på webben.

Ekot Radio Sweden har under 2018 gjort särskilda satsningar på att fånga röster från olika delar av landet. Till exempel gav sig kurdiska redaktionen ut på en Sverigeresa till Hudiksvall, Kramfors, Västerås, Örebro, Göteborg och Kalmar för att träffa publiken och göra reportage inför valet. Den arabiska redaktionen flyttade ut från Radiohuset under några veckor för att komma närmare publiken i Skärholmen och Södertälje.

Ekot Radio Swedens utbud är särskilt efterfrågat under pågående stora nyhetshändelser då publiken kan hållas uppdaterad om nyhetsläget på alla fem språken. När skogsbränder härjade på många håll i Sverige länkades Ekot Radio Swedens nyheter om bränderna bland annat av Krisinformation.se, och UD skickade ut länkar till alla ambassader. Redaktionernas översättningar av meddelandet om eldningsförbud var mycket efterfrågat av lyssnarna i de lokala P4-kanalerna.

Radio Sweden har fortsatt ambitionen att vara den redaktion som ger nyanlända de viktigaste och mest relevanta nyheterna om Sverige. Redaktionen har ett ständigt pågående utvecklingsarbete för att hänga med i den snabba utvecklingen för digitala och sociala medier.

## **Radio Sweden på internet och sociala medier**

Lyssningen på ljudklipp har varit relativt stabil de senaste två åren på de flesta språken. Den har ökat på lätt svenska och minskat något på persiska. Podden *Radio Sweden på lätt svenska* hade cirka 100 000 lyssningar per månad. Lyssning på de engelska poddarna uppgick under hösten till cirka 60 000 starter per månad. Lyssningen på de övriga språken, där poddarna lanserades under senvåren, har ännu inte nått dessa nivåer och kommer att behöva ytterligare marknadsföring för att nå publiken.

Sommarens skogsbränder och valrörelsen innebar en ökning av trafiken till alla Radio Swedens sidor. Särskilt trafiken till den engelskspråkiga sidan ökade kraftigt i juli. Även valet gav ett tydligt utslag i besöksstatistiken. Antalet sidvisningar ökade kraftigt, särskilt på somaliska som ökade med nästan 250 procent jämfört med månaden innan.

Publiken har länge hittat till Radio Swedens innehåll via sociala medier. Ändringar i Facebooks algoritmer och publikens vanor när det gäller nyheter i sociala medier påverkar även Radio Sweden. Flera språkgrupper har noterat att det som läggs upp på exempelvis Facebook nu inte når lika många som tidigare. Trots detta är sociala medier sannolikt fortsatt den viktigaste vägen för nyanlända till såväl social interaktion som till information och nyheter. Där spelar Radio Sweden en viktig roll.

Behovet av digitala mötesplatser bland exempelvis persisktalande personer är stort. Radio Swedens persiska Facebooksida är fortsatt en av Sveriges Radios största när det gäller interaktion med publiken. I december hade sidan över 58 000 följare, varav en stor del var under 24 år. Redaktionen har flera gånger deltagit i utbildningsinsatser inom SR för att sprida kunskap om sitt arbetssätt.

I den arabiska målgruppen är bilden mer splittrad och konkurrensen större. Kurdiska redaktionen har lägre siffror på lyssningsklipp men ett större engagemang på sociala medier.

Sammanlagt har Radio Swedens olika språksidor på Facebook cirka 190 000 följare.

### **7.6.9 Dialog med berörda grupper**

Sveriges Radio har en pågående dialog med publiken genom redaktionerna för minoritetsspråk. Dialogen sker på olika sätt, under utesändningar, via e-post/telefon och på sociala medier där det är lätt att komma med synpunkter och nå berörda. SR har under valåret lagt stor vikt vid att ha en dialog med publiken i deras hjärtefrågor och att föra frågorna vidare till berörda politiker samt att utkräva tydliga svar, till exempel i den sverigefinska valdebatten på Kulturhuset i Stockholm.

Sveriges Radio har arbetat målmedvetet via andra redaktioner än minoritetsspråksredaktionerna och i samarbeten mellan redaktioner med att spegla minoriteternas levnadsvillkor för att öka kunskapen i majoritetssamhället. Detta görs bland annat genom samarbeten mellan Ekot och Sameradion eller mellan Meänraatio och lokala kanaler i norr.

Sveriges Radio har också regelbundet kontakt med representanter för minoritetsorganisationerna vid större sammankomster.

Det är dock väsentligt att understyra vikten av att den journalistiska integriteten bibehålls och att organisationer som regelbundet bevakas måste befina sig ”på armlängds avstånd” för att oberoendet för public service aldrig ska kunna ifrågasättas. Därför har Sveriges Radio under 2017 och 2018 ökat antalet kontakter för en dialog mellan representanter för olika minoritetsorganisationer och SR på strategisk nivå och ledningsnivå, medan redaktionerna fortsatt främst har dialog med publiken. Således har utbuds- och kanalansvariga för de nationella minoritetsspråken och SR:s strateger haft fördjupade möten med bland andra Svenska Tornedalingars Riksförbund, Sverigefinska Riksförbundet och Sverigefinska Ungdomsförbundet, Sametinget och nyöppnade Romano Center i Väst i Göteborg.

Dialogen, som fortsätter 2019, bidrar till att skapa en större förståelse för Sveriges Radios inriktning gällande utbudet på nationella minoritetsspråk, men även ökad kunskap hos SR om de nationella minoriteternas behov och särskilda önskemål. Sveriges Radios dialog med hela publiken beskrivs i avsnitt 7.11.

## 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 utomståendes medverkan i den egna programproduktionen.

(Sveriges Radios sändningstillstånd, § 7)

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

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

SR har årliga möten med externa produktionsbolag, se avsnitt 4.1.4.

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 sändningstid. Ett exempel är när en programledare har egen firma medan producent, reporter och tekniker är anställda av Sveriges Radio. I ett program som sänds en timme i veckan är det då omöjligt att dela upp programmet på hur många sändningsminuter som är gjorda av den externa programledaren och respektive av den interna personalen.

I andra delar av utbudet finns en mer traditionell tablålagd programradio där det är tydligare hur utomstående medverkande och bolag berikar i kvantitativ och kvalitativ bemärkelse.

Det här sättet att producera leder till att Sveriges Radio redovisar utomståendes medverkan i programutbudet mätt i resurser samt antal medverkande och bolag.

**Tabell 27. Utomståendes medverkan i Sveriges Radios programutbud, miljoner kronor**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Medverkande och programanställda</b>						
Medverkande	46,9	44,2	42,1	39,0	41,5	
Programanställda	92,5	102,0	110,2	108,4	111,5	
<b>Delsumma</b>	<b>139,4</b>	<b>146,1</b>	<b>152,4</b>	<b>147,4</b>	<b>153,0</b>	
<b>Andra slags produktionssamarbeten</b>						
Anlitade bolag	150,0	157,2	164,1	160,7	168,0	
Samproduktioner	2,9	2,7	2,5	2,7	0,8	
Förvärv av sändningsrätter	0,5	0,6	0,7	0,8	0,1	
<b>Delsumma</b>	<b>153,4</b>	<b>160,5</b>	<b>167,4</b>	<b>164,1</b>	<b>168,9</b>	
<b>Musikrättigheter</b>	<b>131,1</b>	<b>153,5</b>	<b>153,2</b>	<b>145,0</b>	<b>143,7</b>	
<b>Totalt utomståendes medverkan</b>	<b>423,9</b>	<b>460,2</b>	<b>472,9</b>	<b>456,5</b>	<b>465,6</b>	

Sveriges Radios kostnader för utomståendes medverkan uppgick 2018 till 465,6 miljoner kronor, varav musikrättigheter 143,7 miljoner kronor.

## Utomståendes medverkan i egen produktion

I alla kanaler är utomstående viktiga medverkande som programledare, frilansare och experter, till exempel:

- Sommar i P1 har ett 60-tal externa medverkande, Vinter i P1 har åtta, och ett trettiotal externa producenter arbetar med produktionen. I P1:s nyhets- och aktualitetsprogram *Studio Ett* och *Godmorgon, världen!* medverkar kommentatorer och krönikörer. Experter anlitas regelbundet i program som *Naturmorgen*, *Filosofiska rummet*, *Kropp & Själ*, *Odla med P1* och *Plånboken*. Flertalet av programledarna i Ring P1 är utomstående. I *Tankar för dagen* medverkar utomstående varje dag. Extern medverkan är också viktig i *Public Service*, *Spanarna* och *På minuten*. Skribenter, författare och kritiker medverkar varje vecka i *OBS* i P1.
- Under valrörelsen anlitades statsvetare som experter i P1, P3 och P4 och även i många lokala P4-kanaler kommenterade statsvetare lokal politik.
- Sveriges Radio Dramas utbud i P1, P3 och P4 bär till stor del upp av författare och skådespelare.
- *Musikrevyn* i P2 gästas av recensenter och experter. *Lördagsmorgon* i P2 leds av frilansande presentatör.
- Utomstående experter medverkar i *Musiken i P3*. I *P3 med...* guidar dj:s till ny musik. Forskare och sakkunniga hörs varje vecka i *Musikguiden i P3*. I *P3 Din Gata* bjude *Dj-showen* varje vecka in dj:s och musiker till att spela sina musikmixar. Artister medverkar i *P3 Session* och *P4 Live*.
- Riksprogrammen i P4 såsom *Ring så spelar vi*, *Kvällspasset i P4* och *P4 Extra* har ofta välkända externa programledare.
- Sisuradios talkshow *Iltapäivä* och tävlingen *Musalista* leds av utomstående värdar. I *Karlavagnen* i P4 hörs programledaren Pekka Heino och artisten Mika Olavi ledde *Årets Sverigefinnar* i en samproduktion med SVT.
- De lokala kanalerna anlitar ofta utomstående experter i ämnen som sport, resor, teknik, husdjur, matlagning, sex och samlevnad, natur och mode. Fyra författare medverkar i P4 Västmanland och P4 Jämtland har en extern expert på populärkultur, P4 Östergötland har en kulturpanel och P4 Dalarna en satiriker i *Veckans vita man rycker ut*. P4 Skaraborg bjöd in sexton lokala sommarpratare och i P4 Örebro medverkar varje vecka en gäst om mångfald. I flera kanaler svarar exempelvis psykologer och experter på trafik och trädgård på lyssnarnas frågor. En språkexpert hörs i P4 Norrbotten och experter på rally i P4 Värmland. Bosse Bildoktorn medverkar i P4 Jönköping. P4 Stockholm anlitade juridiska experter under rättegången om terrordådet på Drottninggatan.
- Även utomstående programledare och sidekickar är vanligt. I P4 Sörmland deltar den tidigare Kent-medlemmen Martin Sköld varje vecka.

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

**Tabell 28. Antal arvoderade medverkande**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Antal arvoderade medverkande	2 220	1 967	1 780	1 490	1 371	

Antalet arvoderade medverkande har minskat successivt under tillståndsperioden. För att säkra kompetensen inom områdena ungt, digitalt och lokalt har Sveriges Radio tillsvidareanställt fler medarbetare. En annan orsak är en dom i Arbetsdomstolen 2012 som har lett till ett minskat antal frilansare totalt sett på marknaden. Domen satte nya gränser för tillämpningen i vad som anses vara anställningsliknande former och har resulterat i fler anställningar inom Sveriges Radio.

De resurser Sveriges Radio lagt på utomståendes medverkan, i olika former, har legat på ungefär samma nivå under perioden.

### **Utläggningar till och samarbeten med externa produktionsbolag**

Sveriges Radio har 2018 samarbetat med produktionsbolag från olika delar av Sverige. Bolag anlitas för korta och långa serier och inom olika ämnesområden. Syftet är att få en bredd i utbudet. Vissa produktioner består av enstaka eller några få program, och andra produktioner sänds regelbundet över en längre tid.

*Helgen i P3* (Produktionsbolaget Munck AB) och *Kalejdoskop* i P2 (Massa Media i Piteå AB) är exempel på serier som sändes varje vecka under hela året, medan exempelvis *Pyramiden* i P1 (producerat av Lokatt Media HB) sändes i sex delar våren 2018.

Även serier om speciella ämnen eller genrer görs av externa produktionsbolag. Några exempel:

- Göteborgsföretaget Tomas Tengby Produktion AB har producerat matprogrammet *Meny* i P1.
- Humorprogrammet *Så funkar det* i P1 har producerats av Gäddan AB.
- Tredje Statsmakten Media AB har varje vecka producerat det mediegranskande *Medierna* i P1.
- Tintenfisch Media AB har producerat programserien *Elektroniskt i P2* om elektronisk musik i olika former.
- A-One Produktion AB har producerat programserien *Operahuset* i P2 med Rickard Söderberg.
- SMT Radio AB har producerat musikprogrammen *Jukeboxen i P4*.
- Produktionsbolaget Prata AB har producerat *Båtlivet i P4* för lyssnare med intresse för båtar och sjöliv.
- Malmöföretaget Umami produktion AB har producerat programserien *Terni Generatcia* för unga romsktalande.
- Filt AB har producerat satirprogrammet *Punani\_99* vilket är en ej marksänd podd.

Inköp av sändningsrätter från externa bolag är en produktionsform som inte är så utbredd i radio-branschen. Under 2018 har Sveriges Radio köpt sändningsrättigheterna till programmet *Guldklavengalan* som sändes direkt från Dansbandsveckan i Malung. Produktionen gjordes av Massa Media i Piteå AB.

**Tabell 29. Antal anlitade bolag för programproduktion**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Stockholm	977	1 038	924	884	891	
Berwaldhallen	209	177	196	190	217	
P4 Blekinge	5	9	4	7	5	
P4 Dalarna	18	7	12	15	15	
P4 Gotland	16	29	19	22	14	
P4 Gävleborg	19	13	5	14	8	
P4 Göteborg	236	184	154	125	95	
P4 Halland	21	13	18	18	12	
P4 Jämtland	35	16	13	7	9	
P4 Jönköping	18	24	20	19	11	
P4 Kalmar	16	14	10	5	6	
P4 Kristianstad	30	25	27	21	24	
P4 Kronoberg	38	34	32	35	34	
P4 Malmöhus	154	168	171	155	127	
P4 Norrbotten	67	112	87	64	77	
P4 Sjuhärad	10	10	7	4	2	
P4 Skaraborg	45	38	38	21	22	
P4 Stockholm	140	103	28	37	33	
P4 Sörmland	34	20	19	31	15	
P4 Uppland	81	83	70	62	50	
P4 Värmland	32	33	20	26	21	
P4 Väst	12	16	11	11	7	
P4 Västerbotten	56	57	49	50	50	
P4 Västernorrland	34	24	44	37	35	
P4 Västmanland	13	12	8	11	13	
P4 Örebro	22	10	10	7	9	
P4 Östergötland	16	30	17	2	6	
SR Programteknik	6	8	8	3	5	
<b>Total</b>	<b>2 360</b>	<b>2 307</b>	<b>2 021</b>	<b>1 883</b>	<b>1 813</b>	
<b>Antal unika</b>	<b>1 917</b>	<b>1 898</b>	<b>1 778</b>	<b>1 674</b>	<b>1 612</b>	

Tabellen visar antalet anlitade bolag per redaktion. Några bolag har anlitats av flera redaktioner vilket innebär att dessa bolag redovisas på flera orter. Det är skillnaden mellan raden Total och raden Antal unika, där varje bolag endast räknas en gång oavsett hur många redaktioner det levererat till.

Ett fel har upptäckts i den modell som sedan 2016 har använts för att ta fram antal bolag per ort. Den har i vissa fall räknat samma bolag flera gånger för samma ort. Siffrorna för 2016 och 2017 är nu korrigrade.

Antalet anlitade produktionsbolag har minskat under tillståndsperioden, men Sveriges Radios resurser till bolag har ökat under samma period från 150 miljoner kronor 2014 till 168 miljoner kronor 2018.

Mängden produktioner skiljer mellan bolagen. Några har levererat många program eller serier, medan andra fått enstaka beställningar eller medverkat i Sveriges Radios egna produktioner. Merparten av de anlitade bolagen är enmansbolag.

De största leverantörerna är Produktionsbolaget Munck AB, Filt AB, Tredje Statsmakten Media AB, A-One Produktion AB, SMT Radio AB, Massa Media i Piteå AB, Produktionsbolaget Prata AB, Blixtexter AB, Ljudbang AB och Lokatt Media HB.

## 7.8 Det breda anslaget

Sveriges Radio ska erbjuda ett mångsidigt programutbud som omfattar både det breda anslaget och mer särpräglade programtyper. Stora delar av publiken lyssnar regelbundet på utbudet inom de programkategorier som redovisas i detta avsnitt.

### 7.8.1 Sport

Sportextra söndag är ett av Sveriges Radios största program med i genomsnitt 1,7 miljoner lyssnare 12–79 år.

Vinter-OS blev gulmedaljmässigt det mest framgångsrika svenska olympiska spelet någonsin. Sveriges Radios 27-mannatrupp gjorde många medaljintervjuer och redan klassiska referat. Radiosporten sände närmare 200 timmar från OS. P4 hade 3,3 miljoner lyssnare per dag under OS, vilket var 200 000 fler än en vanlig dag.

Även fotbolls-VM blev en svensk framgång med en överraskande kvartsfinal. Ungefär 15 personer var på plats i Ryssland, och nära hälften av de 64 matcherna refererades på plats av Radiosportens team. Resterande matcher refererades antingen från mediecentret i Moskva eller från redaktionen i Sverige. Fotbolls-VM var en säkerhetsmässig utmaning då extra åtgärder behövde vidtas av informations-säkerhetsskäl. Under fotbolls-VM lyssnade som mest nästan var fjärde person när Sverige spelade och P4 hade en dygnsräckvidd på över 50 procent.

Som en uppladdning inför VM arrangerades ett publikmöte på Kulturhuset Stadsteatern i Stockholm, där VM ur ett sportsligt och ett politiskt perspektiv belystes tillsammans med aktuella gäster.

Även mästerskap som Paralympics i Pyeongchang, ridsports-VM i North Carolina, USA, ishockey-VM i Danmark, sim-EM i Glasgow och friidrotts-EM i Berlin fick mycket bevakning under 2018.

**Tabell 30. Sport – marksänd tid fördelad på sändningstyp, timmar**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Förstasändning	2 864	2 500	2 610	2 501	2 657	
Parallelsändning	147	155	182	179	161	
Repris	1	23	114	113	113	
<b>Totalt</b>	<b>3 012</b>	<b>2 678</b>	<b>2 907</b>	<b>2 793</b>	<b>2 931</b>	

Ökningen av antalet timmar 2018 avser Radiosportens sändningar från OS och VM.

### 7.8.2 Livsstil

Program om relationer, fritidsintressen, hälsa och om livets olika problem och glädjeämnen hör till livsstilsprogrammen. I dessa program möts ofta lyssnare och experter för att tala om sådant som de flesta människor stöter på i sin vardag. Här förmedlas ny kunskap inom många olika specialområden men också tips om hur man kan hantera alltför nätdejten till tomatodlingen på balkongen.

Publikens medverkan är ofta betydelsefull. Lyssnarna bidrar med egna erfarenheter och berättelser eller med relevanta frågor utifrån sin egen verklighet. Ibland är också programmens innehåll en inspirationskälla till vidare diskussion på sociala medier.

Livsstilsprogrammen vill ge sina lyssnare både nytta och glädje. Programform, ton och innehåll varierar starkt beroende på kanal, målgrupp och vilket ämne som står i fokus. Några exempel:

- *Kropp & Själ* är ett hälsojournalistiskt program i P1 om livet, hälsan och vetenskapen, ofta med ett kritiskt öga på de för tillfället rådande hälsotrenderna.
- *App och etikett* i P1 handlar om hur sociala medier påverkat livet för en stor del av svenskarna.
- *Ligga med P3* vänder och vrider på allt som har med sex att göra.
- *Karlavagnen* i P4 är ett av kanalens mest långlivade och älskade program och kallas även Sveriges största samtalsrum. Programledarna möter lyssnare från hela Sverige i samtal som kan handla om exempelvis städningens betydelse i vardagen eller hur man lever på existensminimum.

**Tabell 31. Livsstil – marksänd tid fördelad på sändningstyp, timmar**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Förstasändning	3 726	4 149	4 495	4 505	4 321	
Parallelsändning	248	184	107	104	104	
Repris	349	422	597	606	597	
<b>Totalt</b>	<b>4 322</b>	<b>4 755</b>	<b>5 200</b>	<b>5 215</b>	<b>5 022</b>	

### 7.8.3 Underhållning

Sveriges Radios breda förankring hos lyssnarna beror bland annat på att innehållet anses vara underhållande. Undersökningar visar att detta är en viktig aspekt för radiolyssnande och nöjdhet.

Sveriges Radio sänder program av underhållningskaraktär i de flesta kanaler, men inriktning, tonfall och målgrupp skiljer sig åt beroende på kanalernas inriktning. Några exempel:

- I *Så funkar det* i P1 besvarar programledarduon med en blandning av fakta och humor lyssnarnas frågor om precis vad som helst.
- I *Fråga musikprofessorn* i P2 besvaras lyssnarnas frågor om exempelvis blockflöjtslängder och orkestersammansättningar.
- *Helgen i P3* följer i nära samarbete med publiken lyssnarnas liv och tankar under fredag, lördag och söndag. Programmet handlar om relationer, mat, nya trender, jobbet eller vad du ägnar fritiden åt
- *Mammas Nya Kille* gjorde sommaren 2018 bejublad comeback i P4 med ett nytt kortformat där deras skruvade karaktärer mötte en ny publik.

**Tabell 32. Underhållning – marksänd tid fördelad på sändningstyp, timmar**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Förstasändning	6 172	6 129	5 983	6 018	5 811	
Parallelsändning	884	925	1 008	1 009	1 015	
Repris	258	302	399	359	363	
<b>Totalt</b>	<b>7 314</b>	<b>7 356</b>	<b>7 390</b>	<b>7 386</b>	<b>7 189</b>	

## 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)

### 7.9.1 Sveriges Radio P4 – 25 lokala kanaler och riksutbud

P4 är Sveriges största radiokanal med 3,2 miljoner dagliga lyssnare 12–79 år. Inklusive publiken 9–11 år och över 79 år lyssnade 3,5 miljoner dagligen, vilket är något fler än 2017. Det är en aktuell, snabb och direktsänd radio som utgår från publikens behov av nära information. P4 genomsyras av att befolkningen har skilda förutsättningar, levnadsvillkor och bakgrund. 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.

Kanalen har stor bredd och bygger på olika sätt på publikens medverkan, bland annat i form av inspel i aktuella ämnen, nyhetstips och genom lokala publiknätverk. Cirka tiotusen personer deltar i dessa nätverk som syftar till att bredda perspektiven genom att kanalerna får närmare kontakt med en blandad grupp lyssnare. Dessutom arbetar många av P4:s redaktioner utanför radiohusen för att möta publiken både i och utanför sändning och fånga upp tankar och idéer hos lyssnarna.

P4 bjuter på nyskriven dramatik för barn, nyheter, sport och program av mer underhållande karaktär som musiktävlingen *P4 Nåsta*. Även kultur- och musikprogram och lokala evenemang erbjuds. Varje vardagsmorgon sänds riksproducerat innehåll för barn som en del av flödet i alla lokala kanaler.

Tablån utgår från hur publikens behov växlar under dagen. Under morgon och eftermiddag är uppdateringen av lokala nyheter och nyheter från Ekot, aktualiteter, trafik- och serviceinformation 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 riksprogrammet *P4 Extra*.

På kvällarna sänds aktualitets- och underhållningsprogrammet *Kvällspasset i P4*, *Klartext*, *Sportextra* och *Karlavagnen*. På helgerna sänds *Ring så spelar vi*, *Melodikrysset* och *Svensktoppen*, lokala nyheter, nyheter från Ekot, *P4 Extra*, sport samt genreprogram om exempelvis musik.

De lokala kanalerna är också en betydande öppen scen för dialog och debatt i Mediesverige. För Sveriges Radio är det viktigt att tusentals röster ska höras och åsikter brytas. Detta har bara blivit mera betydelsefullt i en allt mer fragmentiserad och polariserad värld där åsiktsbubblor breder ut sig. Vid cirka 200 000 tillfällen under ett år kommer människor till tals genom de lokala kanalerna, i FM och på digitala och sociala plattformar.

### 7.9.2 Fortsatt utvecklingsuppdrag för lokala kanaler

P4 har målet att bli ännu snabbare, gå mer på djupet och sätta skeenden i sammanhang. De lokala kanalerna har också fortsatt utveckla sin egen granskande journalistik, som även hörs i rikskanaler.

Förändringsarbetet inleddes med mornarna. Före förändringen lyssnade 1,4 miljoner på Ekot under vardagsmorgnar. Efter förändringen lyssnar 1,7 miljoner. Radiosporten har ökat till 1,4 miljoner lyssnare mot tidigare 1,3 miljoner. Publiken är alltså större och lyssnarna hör också fler nyhetssändningar från Ekot.

Viktigt är att stärka rollen som förmedlare av lokala händelser. Nyheter, även nationella nyheter och världsnyheter, publiceras så snart som möjligt i FM, på webben och i sociala medier. Att vara snabbt ute på plats och sända direkt är ett kärnuppdrag vilket tack vare ny teknik är betydligt enklare än tidigare. Likasamt snabbhet är faktakoll och att det som sänds är sant. För att snabbare och med bibehållen hög trovärdighet kunna berätta vad som händer sena kvällar har P4-kanalerna under 2018 fått ett utökat

uppdrag att bevaka även helger och kvällar genom samarbeten inom de geografiska områdena. Alla P4-kanalers publik får därmed lokal nyhetsbevakning fram till kl. 23.00.

Ett exempel på den stärkta rollen som förmedlare av lokala händelser var hur de lokala kanaler som berördes av de omfattande skogsbränderna intensivt arbetade med bevakningen. Bränderna dominerade utbudet under lång tid, och P4:s viktiga roll vid situationer där samhället utsätts för stora påfrestningar blev väldigt tydlig. Kanalerna i mellersta och norra Sverige berördes i olika omfattning, och alla hade många extrasändningar för att hålla publiken uppdaterad om läget. Brandbevakningen visade också att Sveriges Radios redaktioner genom att omfordela resurser mellan kanalerna klarade av att bevaka ett stort nyhetssläge under en så här lång tid.

Alla lokala kanaler använder nu pushnotiser som skickas ut till smarta telefoner vilket innebär att publiken direkt får veta när större nyhetshändelse inträffat som det rapporteras om i FM eller i en digital extrasändning. Pushnotiserna leder alltid mot ett direktsänt ljud.

Sveriges Radios lokala kanaler förmedlar också kunskap genom att sätta nyheterna i sammanhang och fördjupa och analysera det som händer. Den egna originaljournalistiken prioriteras. Att granska makten och fördjupa nyheter och aktualiteter är ett grundfundament i public service-uppdraget. De lokala P4-kanalernas utveckling mot fler och bättre granskningar än tidigare fortsätter. 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 samt att förklara sammanhang och vad händelserna får för betydelse är en del av uppdraget.

De angelägna, egna nyheterna har blivit fler och bättre. Ett exempel är P4 Jönköpings granskning av mordet på hemlöse Gicâ i Huskvarna. P4 Väst reste från Sverige till Norge och avslöjade hur kött smugglas över gränsen. P4 Dalarna och P4 Västmanland har genomfört en omfattande granskning av kommunernas upphandlingar av fiberutbyggnad.

I P4:s uppdrag ingår att bredda nyhetsbevakningen så att publiken får en vidare kunskap om det som händer runt omkring dem. P4 Stockholm har fokuserat mycket på bevakningen av rättegången efter terrordådet på Drottninggatan. En av metoderna som användes var att skeenden sammanfattades och förklarades ur ett juridiskt perspektiv av två jurister. P4 Västmanland har i flera reportage visat på att vården och omhändertagandet av gamla på äldreboenden är undermålig.

## **Valbevakningen**

Under 2018 har valbevakningen präglat de lokala P4-kanalerna. Fokus har legat på att ta reda på de viktigaste lokala valfrågorna och sedan göra journalistik kring dem. Många kanaler har gjort opinionsundersökningar och alla har på olika sätt mött människor för att prata om hur deras verklighet ser ut och sedan lyft dessa synpunkter i politikerutfrågningar och debatter. Alla lokala kanaler har under valrörelsen sät från alla eller de flesta av kommunerna i sina sändningsområden. Detta är ett arbetsätt som har gjort bevakningen mer relevant för publiken och som har skapat ett ökat engagemang. Se mer i avsnitt 7.2.6.

## **Konstruktiv journalistik**

Satsningen på konstruktiv journalistik har fördjupats och genomsyrar nu utvecklingsuppdraget för P4. Skälet är att människor ska känna igen sig, journalistiken ska bli mer relevant och även sikta framåt mot lösningar av problem. I *Tio miljoner* har den konstruktiva journalistiken hittat en form genom att Ekot och de lokala kanalerna har samarbetat kring att samla in frågor och tankar från människor i hela landet. Ämnen har varit vitt skilda, såsom bostadsbrist, barns villkor i skolan och vägunderhåll i glesbygden. Frågorna har sedan lett till reportage och diskussioner i både radio och sociala medier.

## **Storstadsrapportar**

För att kunna fortsätta bevaka storstädernas särskilda situation och problematik vad gäller segrering, bostadsbrist, arbetsmarknad och socioekonomiska faktorer pågår sedan 2014 en satsning med storstadsrapportar. Satsningen har fortsatt under 2018 och reportrarna har bland annat rapporterat om det ökande antalet bilbränder och skjutningar i bland annat Stockholm, Göteborg och Malmö.

Genom storstadsrapporterna har händelser kunnat fördjupas och sättas i sammanhang. I *P1-dokumentär Gänghotet* skildrades den våldsspiral som kan starta efter händelser som från början framstår som bagateller. *Studio Ett* har gjort en rad reportage om hur samhället försöker undvika gängkonflikter, exempelvis hur fritidsledare i Hammarkullen i Göteborg jobbar med yngre barn för att lära dem att inte ryckas med i konflikter. *P3 Nyheter* har sänt en nyhetsdokumentär som beskriver tiden efter några av dödsskjutningarna ur offrens anhörigas perspektiv.

## **Ljudet i fokus**

Under 2018 har ett stort utvecklingsarbete gjorts kring hur P4-kanalerna utformar nyheter digitalt. Ljudet ska stå i fokus även på webben och i appen *SR Play*. Ljud på de digitala plattformarna behöver en paketering och dramaturgi samt ett format som gör att de blir lättillgängliga och begripliga. Tanken är att publiken ska förstå nyheterna de lyssnar på utan att behöva mer än en rubrik. På så vis ska lyssnarna när som helst kunna ta del av nyheter i en digital spellista. Utvecklingen kommer fortsätta under 2019 och kan göra att nyheterna blir mer begripliga och lättlyssnade även i flödesradion i FM.

### **7.9.3 Stockholmskanalerna**

Befolkningen i Stockholmsområdet ökar kraftigt och för att bättre nå denna stora publik har det i Stockholm fram till november 2018 funnits två kanaler: P4 Stockholm med det tydliga lokala bevakningsuppdraget och P5 STHLM som riktat sig till en urban storstadspublik.

P5 STHLM startade i maj 2015. Trots att P5 STHLM under 2018 fortsatt arbeta för att öka kännedomen om kanalen har den tyvärr bara nått en mycket liten del av publiken.

För att bättre leva upp till uppdraget att bevakta Stockholmsområdet samlas resurserna i P4. Kanalen förstärks med ett ökat antal reportrar som arbetar med att bevakta alla olika delar av Stockholm. Färre sitter i radiohuset och sänder, fler är ute närmare publiken. En helt ny morgonsändning etableras i Södertälje, och dessutom kommer lokala redaktioner öppna på ytterligare tre nya platser i länet: Söderort, Järva och Norrtorp.

Förändringen kommer ge ökad redaktionell närväro med fler reportrar, snabbare rapportering och utbyggd kvälls- och helgbevakning. Sammanlagt kommer 12 reportrar bevakta Stockholms ytterområden i fortsättningen. P4 Stockholm kommer också utveckla ett nytt eftermiddagsformat och utöka de lokala sändningarna med drygt en timme på vardagar.

Strategin är att använda varumärket P4, som redan har ett starkt fäste i publiken, för att nå ännu fler lyssnare. En följd av detta är att P5 STHLM slutar sända på egen frekvens. Den används i stället till en lokal morgonsändning över Södertälje, till andra program- och evenemangssändningar som lokala event eller när det lokala innehållet krockar med till exempel stora sportevenemang som OS och VM som sänds i P4.

P4 Stockholm och P5 STHLM har under 2018 delat på fyra länsrapporter och en rullande radiostudio för att bättre täcka in det stora sändningsområdet med alla förorter och kranskommuner. Tanken har varit att på detta sätt tydligare knyta ihop storstadens olika områden.

Några exempel på verksamheten från 2018:

- Kanalerna har genomfört flera evenemang under rubriken *Publika möten* som ett sätt att möta publiken kring angelägna frågor. Under oktober arrangerades ett möte i Nacka Forums galleria med politiker och lokala nätverk med rubriken *Fler bostäder? Ja! – men var ska de byggas?* Kanalerna var på plats i Folkets Husby och diskuterade hur samhället kan skapa livsvillkor för unga killar så att de inte hamnar i dödligt våld. Andra ämnen har handlat om trygghetsfrågor och om Norrtäljes framtid.
- En viktig del i arbetet med att försöka synliggöra P5 STHLM var sändningarna från en studio i Kulturhuset Stadsteatern på Drottninggatan. Till studion kom gäster, och programledarna var snabba med att plocka upp röster från passerande stockholmare. Varje fredag medverkade artister i direktsändning
- Under valrörelsen arrangerade P4 Stockholm och P5 STHLM en politisk debatt med representanter från alla partier i Södertälje kommun. Kanalerna har även haft nio specialsändningar från Kulturhuset Stadsteatern och där frågat ut partierna i Stockholms kommunfullmäktige samt ordnat en debatt med alla partier i Stockholms läns landsting.
- Kanalerna närvarade med den rullande radiostudion på Järvaveckan och Stockholm Pride där flera medverkande i evenemangen blev en del av radiosändningarna.
- Förutom den omfattande bevakningen av rättegången om terrordådet på Drottninggatan så sände P4 Stockholm och P5 STHLM extra på årsdagen av terrordådet. Många berörda medverkade och berättade om sina erfarenheter av det gångna året, men det blickades också framåt.

## **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 av 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 över även regelbundet internt. Kontinuitetsplaner uppdateras löpande för att säkra distribution och alternativa produktionsplatser med tillgång till försörjningssystem, information och kommunikation.

I syfte att minska risker kring personalen har ett omfattande utbildningspaket i flera steg genomförts under 2018. Utbildningarna kommer nu att permanentas och ingå i Sveriges Radios framtida utbildningsprogram.

Sveriges Radio kan konstatera attökande hot- och hatincidenter riktat mot det journalistiska arbetet nationellt och internationellt medför kraftigt ökande säkerhetskostnader.

### **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)

Trafikredaktionen vid Sveriges Radio nyhetsuppdaterar inom områdena trafik, service, samhällsstörning och kris, exempelvis vid oväder, skogsbränder eller elavbrott. Trafikredaktionen sänder myndighetsmeddelande när behöriga aktörer så begär och ansvarar för hantering och sändning av VMA (Viktigt Meddelande till Allmänheten).

Sveriges Radios uppdrag att sända VMA regleras i en överenskommelse med Myndigheten för samhällsskydd och beredskap (MSB), och där framgår hur SR ska sända VMA i sina FM-kanaler och med hjälp av särskild utrustning i den privata lokalradion. Sveriges Radio vidarebefordrar också meddelandet till SVT, TV4 med flera tv-kanaler.

Via ett öppet API är VMA tillgängligt för alla krisaktörer för bland annat snabb publicering digitalt. Det går att prenumerera på pushmeddelanden så snart det finns ett VMA.

Under 2018 ökade antalet VMA jämfört med tidigare rekordåret 2017 då 46 VMA utfärdades. Redan i september hade det antalet passerats. En bidragande orsak till det höga antalet VMA var den torra sommaren och de dramatiska skogs- och markbränderna.

Förutom att det utfärdades många VMA uppstod också situationen att det var en koncentration av VMA under kort tid på ett sätt som inte skett tidigare, och de tog sig uttryck på olika sätt. Under två veckor i juli utfärdades totalt 19 VMA, och under förmiddagen den 17 juli utfärdades fyra VMA inom loppet av några timmar.

Trots det stora antalet VMA och trots anhopningen visade det sig att de regler och rutiner som omgärdar VMA över lag fungerade bra.

Erfarenheten har visat hur viktigt det är att de olika aktörer som är inblandade i att hantera VMA har bra kunskap och en tydlig bild av regler och rutiner och hur viktigt det är att dessa regler och rutiner efterlevs även i ett intensivt skede. Att VMA-kedjans aktörer håller sig till det som är överenskommet bidrar till en tidig och tydlig kontakt mellan den som begär VMA och Sändningsledningen vid Sveriges Radio (SÄL). Möjligheten till korrekta, tydliga och välformulerade meddelanden ökar.

Den mest omfattande delen i Trafikredaktionens verksamhet är cirka 100 000 trafik- och serviceuppdateringar per år. Till största delen består dessa sändningar av information och uppdateringar om väg- och kollektivtrafik, men de rör också olika former av samhällsstörningar till följd av oväder, el- och teleavbrott, trasiga VA-ledningar med mera.

Ett exempel är när delar av Höganäs, Helsingborgs, Bjuvs och Åstorphs kommuner blev strömlöst efter en lastbilsolycka sent på kvällen på nationaldagen. Avbrottet drog ut på tiden och strömmen var inte tillbaka på många timmar, vilket bland annat ledde till att mobiltelefonerna slutade fungera. SÄL sände löpande under natten. På morgonen tog Trafikredaktionen i Malmö över och sände bland annat myndighetsmeddelande från Region Skåne då det var svårt att komma i kontakt med vårdinrättningar. Redaktionen sände löpande tills strömmen var tillbaka hos alla kunder. Sveriges Radio fick ingen begäran om VMA i samband med denna händelse.

92 (90) procent anser att *SR är viktig för trafikinformation*.

83 (81) procent att *SR sänder pålitlig information vid olyckor, elavbrott och oväder*.

81 (81) procent att *SR sänder snabb information vid olyckor, elavbrott och oväder*.<sup>43</sup>

**Tabell 33. Service – marksänd tid fördelad på sändningstyp, timmar**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Förstasändning	2 271	2 273	2 172	2 224	2 115	
Parallelssändning	3	0	0	0	0	
Repris	3	4	3	3	2	
<b>Totalt</b>	<b>2 276</b>	<b>2 277</b>	<b>2 174</b>	<b>2 227</b>	<b>2 117</b>	

<sup>43</sup> Novus Group, Attitydundersökningen december 2018. Siffrorna inom parentes avser 2017.

### 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 drygt 150 000 timmar i marknätet 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 felet är samtidigt viktiga att förstå för att utsändningskvaliteten fortsatt ska kunna vara hög. Störningarna dokumenteras så att felet ska kunna identifieras och följas upp för att liknande händelser ska kunna undvikas i framtiden.

Under 2018 har rutinerna för uppföljning av avbrott förfinats för att ge snabbare uppföljning i närmare anslutning till händelsen och direkt med berörda.

Teracom har under 2018 jobbat med att utveckla och förbättra övervakning av FM-nätet. Företaget har gjort stora återinvesteringar som kommer att minska avbrotten och öka hörbarheten. Sveriges Radio kommer få snabbare information om avbrott och kan informera berörda lyssnare om problem.

Kontinuitetsplanerna för de lokala kanalerna uppdaterades enligt en gemensam mall under 2017. Arbetet med att uppdatera kontinuitetsplanerna för riks kanalerna har inletts under 2018. Dessa planer anpassas då till den tekniska utvecklingen och Sveriges Radios nya digitala lösningar.

Ett antal kontinuitetsövningar har genomförts under året. Målet med övningarna är att uppöva förmågan att hantera oväntade situationer och ge kunskap om vad som kan behöva förbättras när det gäller rutiner, utbildning och samverkan.

Sveriges Radio har under 2018 stärkt sin förmåga i kommunikationssystemet Rakel.<sup>44</sup> Planläggning av en ökad övningsverksamhet i kontinuitetshantering för 2019 pågår. Detta kommer även att inbegripa användandet av Rakelsystemet i än högre grad.

<sup>44</sup> RAdioKommunikation för Effektiv Ledning är ett system för radiokommunikation för säkerhetsorganisationer och Räddningstjänsten i Sverige.

## 7.11 Publikmötens

Ett av Sveriges Radios strategiska mål är att möta publiken där den är. Publikens engagemang och delaktighet är en förutsättning för att Sveriges Radio ska vara en öppen arena där tusentals unika röster hörs och åsikter bryts. Sveriges Radio bjuter in publiken till dialog och medskapande i många former och på alla plattformar både i och utanför sändning.

Många lyssnare medverkar direkt i program, exempelvis i *Ring P1* och *Ring så spelar vi*. Flera program sänds inför publik regelbundet eller vid enstaka tillfällen, såsom *Lantzkapen i P1* och *På minuten*.

Redaktionerna har en växande kommunikation med publiken via sociala medier. Flera redaktioner arbetar med nätverk av lyssnare som aktivt är med och bidrar till innehållet. Sveriges Radio har även en omfattande och väl etablerad kontakt med publiken genom utesändningar, studiebesök, Lyssnarservice och publika möten.

I de lokala P4-kanalerna sker dagligen direkta publikmöten, i program som sänds från platser utanför radiohusen genom att mobila reportrar rör sig ute bland mäniskor och med tillfälliga redaktioner utanför radiohusen. Dessutom medverkar publik i exempelvis ring in-program, debatter och journalistik.

Under månaderna före valet gjordes 117 sändningar från Kulturhuset Stadsteatern i Stockholm, exempelvis Sveriges Radios partiledardebatt, valdebatt på arabiska, *USApodden*, *Det politiska spelet*, program från Prideveckan, *Radiokorrespondenterna*, *Fotbollskväll med Radiosporten* inför VM och säkra publikdragare som *Lantzkapen* och *Spanarna*.

P4 Stockholm och P5 STHLM har genomfört flera evenemang under rubriken *Publika möten* som ett sätt att möta publiken kring angelägna frågor. Exempelvis var kanalerna på plats i Folkets Husby och diskuterade hur samhället kan skapa livsvillkor för unga killar så att de inte hamnar i dödligt våld.

### Evenemang

Sveriges Radio producerar evenemang för att lyfta fram delar av utbudet i mer publik form. De större evenemangen ger publiken unika upplevelser och gestaltar utbudet på många olika sätt. Det övergripande målet är att engagera publiken i SR:s utbud i stort och ge känslan av att utbudet finns till för dem. Publikens engagemang och delaktighet är en förutsättning för att Sveriges Radio ska vara till för alla.

Man kan beskriva syftet med evenemangsverksamheten i tre punkter:

- att nå publiken
- att stärka relationen till publiken
- att skapa värde för publiken.

För att nå målet att engagera publiken bygger de flesta evenemangen på publik medverkan och medskapande. Det kan ske i form av omröstning inför ett evenemang som påverkar innehållet eller frågor som kan ställas och besvaras på plats. I den rikstäckande musiktävlingen *P4 Nästa* består innehållet av lyssnarnas egna låtar. 2018 fick Sveriges Radio in nästan 800 bidrag till tävlingen. Publik medverkan kan även vara digitalt medskapande i form av att kunna skildra sin närvaro och att få direkt tillgång till radions profiler och ansvariga.

Sveriges Radios egna evenemang vänder sig till olika målgrupper och tar sig olika uttryck. De kan pågå i två timmar, som *P3 Guld* och *P2 Jazzkatten*, till upp till en vecka, som *Musikhjälpen* i P3 och *Östersjöfestivalen*. Flera av evenemangen, som *P3 Älskar* och *Förstå världen! – Möt radiokorrespondenterna*, turnerar i landet för att motverka medialt fokus på storstäder. 2018 startades den turnerande konsertföreställningen *P2 i Parken*.

Nästan alla Sveriges Radios evenemang genomförs i samarbete med fria kulturproducenter och syftar till att föra ut kultur- eller samhällsinnehåll till hela landet.

Evenemangsverksamheten är också ett sätt att spegla medieutveckling i stort. Med *Poddfest*<sup>45</sup> har Sveriges Radio skapat en arena för det växande publika intresset för poddlyssning. *Poddfest 2018* bjöd på 13 olika poddar live från tre scener på Fotografiska i Stockholm. Poddarna kom från flera olika producenter utöver Sveriges Radios egna, vilket uppskattades av publik och andra mediebolag.

P3:s evenemang *Musikhjälpen* genomfördes i november i Lund. Resultatet för Radiohjälpen insamling blev mer än 50 miljoner kronor och 606 337 engagemang.

### Lokala möten med publiken

- Valturnéer. Alla lokala P4-kanaler har mött publiken i sina kommuner för att fånga viktiga valfrågor och arrangerar utfrågningar av lokala politiker.
- Några lokala kanaler har etablerat redaktioner utanför radiohusen under några månader för att få en djupare dialog med publiken. Exempelvis har P4 Västernorrland haft en redaktion i Sollefteå och P4 Sjuhärad i stadsdelen Hässleholmen i Borås.
- Många lokala kanaler sänder från olika arrangemang och på olika teman, till exempel P4 och P5 Stockholm som sändt från Järvaveckan, Stockholm Pride och festivalerna Popaganda och Vi som älskar 90-talet. Stockholmskanalerna har även anordnat publika möten och sändningar i förorter och på mötesplatser, bland annat om dödskjutningar.
- Flera lokala kanaler har haft egna arrangemang för att på olika sätt möta publiken. Exempelvis arrangerade P4 Jönköping Morgonloppet i samband med kampanjen Världens barn. Några lokala kanaler har engagerat publiken genom tävlingen SM i fickparkering. P4 Kalmar, P4 Kronoberg och SVT samsände Springhjälpen i samarbete med Radiohjälpen.

### Publikmöten i rikskanaler

- I april 2018 genomfördes för andra året *Litteraturveckan i P1* för att visa på P1:s kulturytor som en arena där svensk litteratur och läsare möts. Sändningen av *Dagens dikt* flyttade ut till arbetsplatser och filmades, vilket ledde till spridning via sociala medier. *Romanpriset*, *Lyrikpriset* och *Novellpriset* delades ut i direktsändning från Stadsbiblioteket Göteborg. Publiken mötte alla de nominerade författarna på plats och kunde ta del av direktsändningar och samtal om läsupplevelser och skrivande.
- Vid fyra tillfällen spelades *P1 Kultur* in med publik på Kulturhuset Stadsteatern i Stockholm.
- I *Svenska berättelser* i P1 har lyssnarna fått framföra sina egna berättelser på Dramaten tillsammans med en musiker och en spoken word-artist.
- *P2 i Parken* är ett nytt evenemang där P2 bjuter publiken på konsert med lättillgänglig klassisk musik i det gröna. Evenemanget görs i samarbete med orkestrar utanför storstäderna och den lokala P4-kanalen. Sommaren 2018 besökte *P2 i Parken* Karlstad och Umeå. Evenemanget sänds i P2.
- P3 Din Gata har mött elever på gymnasieskolor i Malmö.
- *Fråga vad du vill* i P3 och *Ligga med P3* har under året spelat in poddar inför publik i samarbete med Umeå universitet, Örebro studentkår och Malmö högskola.
- *Kvällspasset i P4* bjöd in till en poddfolkfest, för och med sina mest hängivna lyssnare, på en båttur genom Göteborgs hamn.
- Sisuradio arrangerade i samarbete med *SVT Utiset* i augusti en valdebatt om minoritetspolitik i P2 och P6 inför publik på Kulturhuset Stadsteatern i Stockholm.

---

<sup>45</sup> Tidigare *DokuPodd*.

- Radiosporten arrangerade Sveriges Radio klubb med fokus på VM i fotboll inför 200 personer på Kulturhuset Stadsteatern i Stockholm.

För tolfte året i rad arrangerade Sveriges Radio seminarier med utrikeskorrespondenterna. Alla programpunkter om aktuella världshändelser och korrespondenternas villkor direktsändes inför publik och blev dessutom poddar. Korrespondenter turnerade i samarbete med Riksteatern till Växjö, Kalmar, Falun, Gävle, Lund, Göteborg, Vara, Umeå, Kiruna, Linköping, Skillingaryd och Skövde, där publiken fick möta korrarna på plats och ta del av deras erfarenheter och upplevelser.

*P3 Älskar* är ett koncentrat av hela P3 under en klubbkväll, en kväll fyld av P3-profiler, humor och live-musik. Under 2018 besöktes Örebro, Göteborg, Växjö och Borlänge.

Sveriges Radio arrangerade 2018 långt över hundra publika möten runt om i Sverige inom ramen för projektet Contribution to society, det vill säga samhällsnytta. Mötena är ett sätt att berätta om Sveriges Radios verksamhet, att förklara vad public service är och hur verksamheten fungerar, men det kan också handla om att diskutera journalistik, källkritik, mediefrihet, demokrati- och yttrandefrihetsfrågor. Det gjordes till exempel ett stort antal besök på lokala kanaler från SFI-klasser och skolklasser, lokala debatter och diskussioner, Fria ordets dag som genomförts på flera orter och utbildning av högstadieselever i radiojournalistik.

Sveriges Radio har etablerat och utvecklat två nya former av publika möten: Sveriges Radio-klubben och frukostseminarier.

Sveriges Radio-klubben är en serie temakvällar där lyssnare möter SR:s radiopersonligheter under en kväll laddad med både kunskap och underhållning. På klubbkvällarna visas företagets breda utbud, med en tydlig koppling till garantén Sveriges Radio. Kvällarna präglades av aktualitet, bredd, fördjupning och lite guldkant. Temat var till exempel politik, vetenskap, litteratur, grävande journalistik eller sport. Åtta klubbkvällar hölls under 2018, i samarbete med *Det politiska spelet*, *Lundströms Bokradio*, *USApodden*, Radiosporten, Vetenskapsradion, *Kaliber* och Ekots grävgrupp. De flesta klubbkvällarna har varit fullbokade. Under 2019 kommer fler Sveriges Radio-klubbar genomföras utanför Stockholm.

Under 2018 har Sveriges Radio genom frukostseminarier, etablerat en arena för samtal kring aktuella samhällsämnena med medieperspektiv. Seminarierna är en del av Sveriges Radios uttalade målsättning att vara en öppen arena, där olika röster får höras och åsikter brytas mot varandra. Opinionsbildare, forskare, politiker och branschföreträdare diskuterar och debatterar aktuella frågor kring yttrandefrihet, publicistik och medieutveckling. Målgruppen är beslutsfattare, opinionsbildare, medieföreträdare, studenter och en medieintresserad allmänhet. Under 2018 arrangerades sju fullsatta seminarier. 90 procent tyckte att seminarierna och valet av ämnena var mycket bra eller bra. 93 procent svarade att de kommer att komma igen.

## 8 Sveriges Radios publik

Sveriges Radios relation till publiken är mycket stark. Det gäller både i vardagen och vid särskilda tillfällen när tablån ändras. Det gäller relationen till P-kanalerna och till det utbud som konsumeras on demand.

Den övergripande stabiliteten till trots så är det linjära lyssnandet på P3 lägre nu än tidigare, vilket gör att Sveriges Radio totala linjära räckvidd är något lägre. Däremot ökade on demand-lyssningen mycket under 2018, och flera av P3:s titlar tillhör största.

I detta kapitel beskrivs hur lyssnandet var under 2018 och jämfört med föregående år. Här redovisas även vad publiken tycker om utbudet.

### 8.1 Lyssning

Ett genomsnittligt dygn 2018 lyssnade 54,1 procent – 4,4 miljoner av befolkningen 12–79 år<sup>46</sup> – på Sveriges Radios linjära kanaler. Om lyssnare 9–11 år och över 79 år inkluderas lyssnade drygt 4,9 miljoner personer per dygn.

Under en vecka lyssnade 78,3 procent på någon av Sveriges Radios linjära kanaler, vilket motsvarar 6,3 miljoner lyssnare 12–79 år. Om man räknar hela befolkningen från 9 år lyssnade 7,1 miljoner linjärt per vecka.

1,5 miljoner digitala enheter, i de flesta fall mobiltelefoner, användes under en vecka för att lyssna på program on demand.

Vid stora nyhetslägen blir publiken ännu större. Några exempel från 2018:

- Under fotbolls-VM lyssnade som mest nästan var fjärde person när Sverige spelade och P4 hade en dygnsräckvidd på över 50 procent. I undersökningen tillfrågas både personer som lyssnar på Sveriges Radio och personer som uppger att de inte lyssnar.
- I samband med sommarens bränder svarade boende i de mest drabbade områdena att de lyssnade mycket mer och oftare än annars på P4. De svarade också att Sveriges Radio tillsammans med SVT var de medieföretag som gav den bästa och mest trovärdiga informationen. Två tredjedelar av boende i dessa områden var nöjda eller mycket nöjda med P4:s bevakning. Endast 2 procent var missnöjda.
- P1-lyssnandet ökade mycket under hela den nyhetsintensiva perioden före och efter valet. På valdagen lyssnade 25 procent fler på P1 än motsvarande tid 2017. I en uppföljande undersökning svarade 64 procent att de på något sätt tog del av Sveriges Radios valbevakning, vilket var avsevärt högre än för fyra år sedan (52 procent).

Även vid återkommande, planerade tablåändringar ökar ofta lyssnandet:

- On demand-lyssningen på *Sommar i P1* slog tidigare rekord med bred marginal – som bäst hade programmet 2018 en veckoräckvidd på 1,2 miljoner digitala enheter samtidigt som i genomsnitt över 600 000 lyssnade på programmen när de sändes linjärt.
- När Musikhjälpen sändes i P3 ökade lyssnandet markant. I snitt lyssnade 1 miljon per dag, vilket var drygt 30 procent fler än övriga höstveckor.

---

<sup>46</sup> Om inte annat anges i detta kapitel avses med befolkning gruppen 12–79 år.

2,2 miljoner männskor började vardagsmorgonen med P4:s lokala morgenprogram som sällskap, 750 000 valde *P1-morgen*, drygt 500 000 *Morgonpasset i P3* och 80 000 *Klassisk morgen* i P2. Landets största radioprogram finns i P4. *Sportextra* hade en genomsnittlig söndag 1,7 miljoner lyssnare.

## Förändrad konkurrenssituation

1 augusti 2018 fick de kommersiella radiobilagen nya frekvenser och möjlighet att sända i nationella nätverk. Radiomarknaden blev mer fragmentiserad samtidigt som konkurrenssituationen hårdnade i nästan hela Sverige då publiken fick fler kanaler att välja mellan.

Fler kanaler kan öka intresset för radion som medium och göra det starkare eller leda till att befintliga lyssnare sprider sitt lyssnande på fler kanaler. De nya kanalerna har ännu sätt för kort tid för att det ska gå att dra säkra slutsatser av förändringarna, men under hösten lyssnade något fler totalt sett på radio än under samma period 2017. Något färre lyssnade på Sveriges Radio och fler på kommersiell radio.<sup>47</sup>

Även den genomsnittliga lyssnartiden på radio ökade. Den var konstant för Sveriges Radio och klart högre för kommersiell radio. Den lilla nedgången för Sveriges Radio hänger samman med det minskade lyssnandet på P3. Nedgången kan dock inte kopplas till den förändrade konkurrenssituationen, utan den började tidigare.

Ljud är numera det medieslag som står för störst andel av mediekonsumtionen.<sup>48</sup> Digitaliseringen har inneburit helt nya möjligheter att ta del av ljudmaterial från olika aktörer i hela världen och i yngre åldersgrupper står strömmad musik för merparten av ljudkonsumtionen. Det har också skett en snabb tillväxt i konsumtionen av ljudböcker men från låga nivåer. Många traditionella medieföretag satsar numera också på ljud vid sidan av papperstidningar och publicering av text på internet, inte sällan i form av poddar med varierande innehåll.

## Lyssnandet på linjär radio

Radiobranschens officiella sätt att mäta linjär radio innehåller allt kanallyssnande oavsett om det sker på marksänd radio eller via internet. På uppdrag av branschen mäter Kantar Sifo varje dag lyssnandet i en panel som är representativ för landets befolkning.<sup>49</sup> På uppdrag av Sveriges Radio genomför Kantar Sifo årligen även en mätning för att kartlägga lyssnandet i gruppen 9–11 år samt över 79 år.<sup>50</sup>

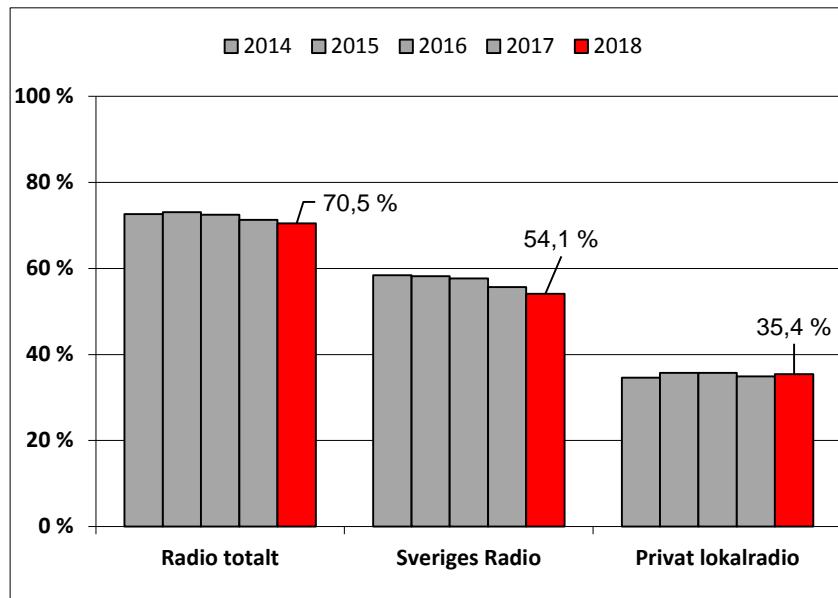
<sup>47</sup> Förändringarna i lyssnandet och genomsnittlig lyssnartid kan inte enbart kopplas till den förändrade konkurrenssituationen, för samtidigt skedde en utveckling av mätmetoden, så att hörlurslyssnandet nu mäts på ett mer korrekt sätt.

<sup>48</sup> Mediebarometern 2017.

<sup>49</sup> Metoden för mätningarna är PPM (Portable People Meter) och kriteriet för att räknas som en lyssnare är att man ska ha hört minst tre sammanhangande minuter.

<sup>50</sup> Denna mätning görs genom telefonintervjuer och bygger på ett slumpvist urval av 1 050 personer.

**Diagram 8. Andel 12–79 år som hört något ett genomsnittligt dygn måndag–söndag, procent**



Källa: Kantar Sifos radiomätningar 2018, PPM, 12–79 år.

Samtidigt som lyssnandet on demand ökar mycket står den linjära radion stark. Det gäller både Sveriges Radio och den kommersiella radion.

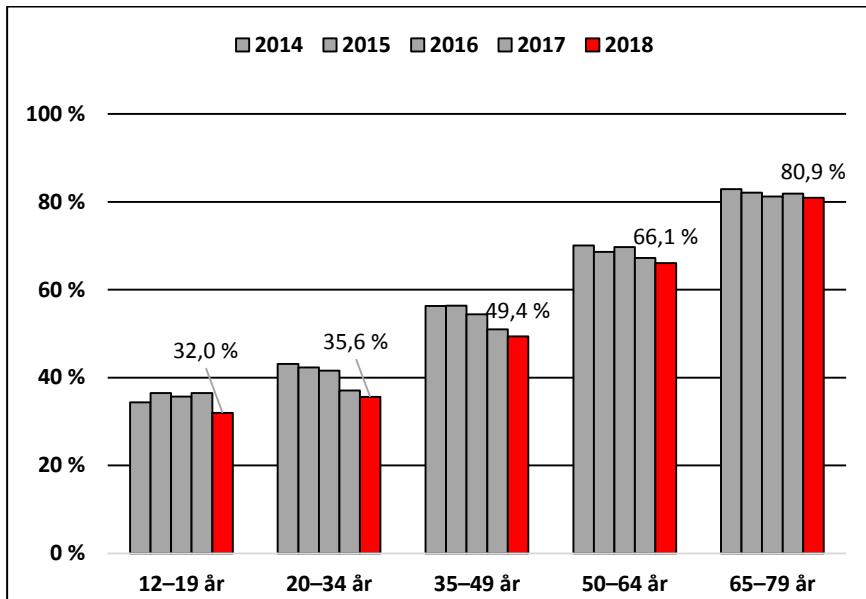
I stort sett lika många lyssnade på linjär radio 2018 som 2017. 70,5 procent av befolkningen – drygt 5,7 miljoner personer – lyssnade en genomsnittlig dag (71,3 procent 2017). Inklusive publiken 9–11 år och över 79 år lyssnade 6,4 miljoner på minst en kanal från Sveriges Radio eller något av de kommersiella bolagen.

Under en genomsnittlig vecka lyssnade 91,1 procent – nästan 7,4 miljoner, inklusive personer 9–11 år och över 79 år drygt 7,7 miljoner – vilket var lika många som 2017.

Något färre lyssnade på Sveriges Radio 2018 än 2017, något fler på kommersiell radio. Den dagliga räckvidden för SR var 54,1 procent av befolkningen (55,7 procent 2017). Om lyssnare 9–11 år och över 79 år inkluderas, lyssnade drygt 4,9 miljoner personer på Sveriges Radio. Under en vecka lyssnade 78,3 procent – nästan 7,1 miljoner – på åtminstone någon av SR:s linjära kanaler.

Samtidigt som en något lägre andel av befolkningen lyssnade på Sveriges Radios linjära utbud, så har tre av fyra kanaler lika många eller något fler lyssnare än året innan. Den lägre räckvidden beror på att färre lyssnar på P3. En förklaring är att on demand-lyssnandet över tid har ökat, och flera av P3:s program är bland dem med störst publik on demand.

**Diagram 9. Andel i olika åldersgrupper som lyssnade på Sveriges Radio ett genomsnittligt dygn måndag–söndag, procent**



Källa: Kantar Sifos radiomätningar 2018, PPM, 12–79 år.

Andelen lyssnare på Sveriges Radio är högre bland äldre än yngre. Kanalerna P1, P2 och P4 har fler lyssnare över 30 än under 30 år medan P3 vänder sig till ungdomar och unga vuxna. Sett till antalet lyssnare utgör gruppen 50–64 år den största delen av publiken medan andelen SR-lyssnare är högst från 65 år.

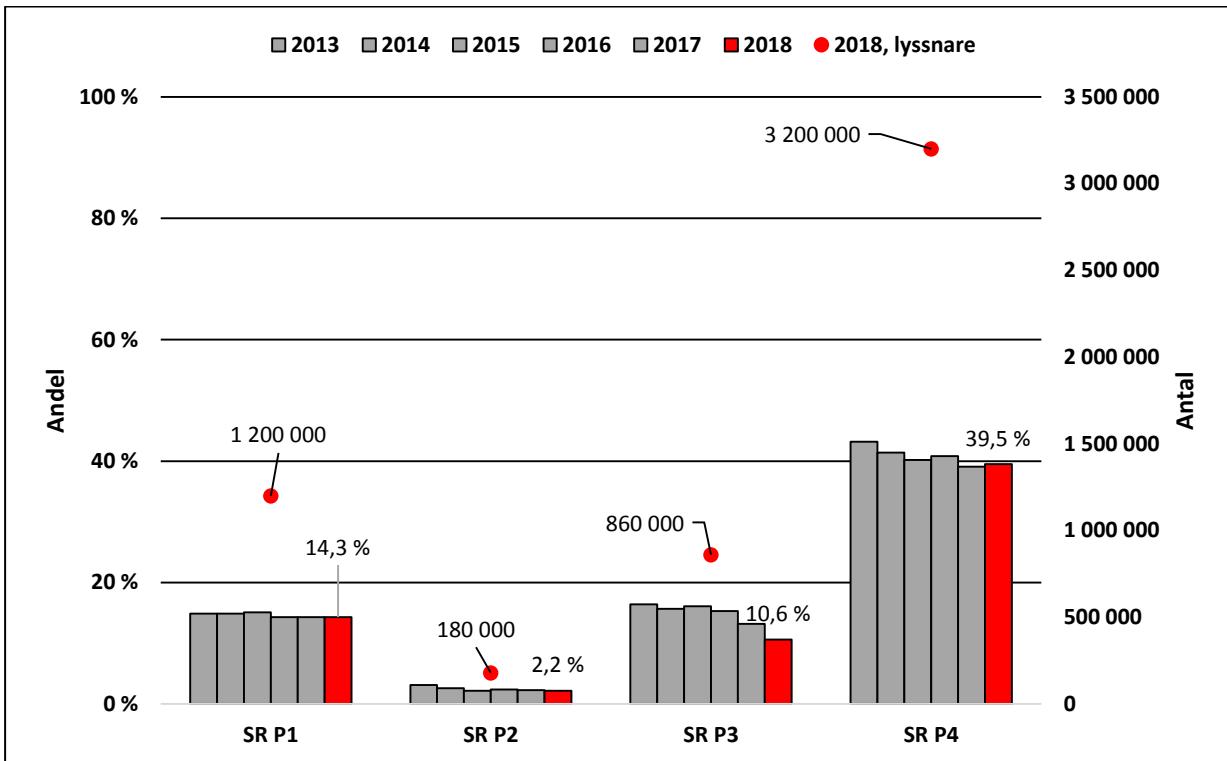
Andelen män som lyssnade på Sveriges Radio en genomsnittlig dag var 56 procent, andelen kvinnor 52 procent.

#### **Lyssning på Sveriges Radios olika kanaler**

Det vanligaste sättet att ta del av Sveriges Radios utbud är fortfarande att lyssna på de linjära kanalerna, men lyssningen on demand ökar över tid.<sup>51</sup>

<sup>51</sup> Kantar Sifos mätningar 2018 på uppdrag av radiobranschen, PPM, 12–79 år.

**Diagram 10. Andel och antal 9–79 år som lyssnade på Sveriges Radios kanaler direkt (FM och internet) ett genomsnittligt dygn måndag–söndag, procent**



Källa: Kantar Sifos radiomätningar 2018, PPM, 12–79 år.

### P1

14,3 procent av befolkningen lyssnade på P1 ett genomsnittligt dygn 2018, vilket motsvarar nästan 1,2 miljoner lyssnare – 1,4 miljoner inklusive lyssnare som är 9–11 år eller äldre än 79 år. Andelen som lyssnar på P1 har varit oförändrad de senaste åren men antalet lyssnare har ökat något, vilket beror på att folkmängden har ökat.

I P1:s huvudmålgrupp 20–79 år var räckvidden 15,1 procent (samma som 2017) och i gruppen 30–49 år nådde P1 i snitt 11 procent en vanlig dag (något fler än 2017).

Räckvidden var i stort sett lika stor bland kvinnor som bland män.

### P2

Även P2 med 2,2 procent lyssnare har haft oförändrad räckvidd de senaste åren, vilket motsvarar 180 000 personer. Inklusive lyssnarna 9–11 år och över 79 år motsvarar det 220 000 lyssnare.

I huvudmålgruppen 20–79 år nådde kanalen 2,4 procent dagligen.

Räckvidden var i stort sett lika stor bland kvinnor som bland män.

### P3

P3 är den kanal där ändrade medievanor syns på räckvidden. Räckvidden 2018 var lägre än 2017, som i sin tur var lägre än 2016. 2018 lyssnade 10,6 procent eller 860 000 personer på kanalen ett genomsnittligt dygn.

I målgruppen 13–34 år var räckvidden 11,3 procent och i huvudmålgruppen 20–34 år 13,8 procent.

Räckvidden bland kvinnor var 9,3 procent och bland män 11,8 procent.

Å ena sidan minskar alltså lyssnandet på den linjära kanalen. Å andra sidan har kanalen flera av landets största titlar on demand. I vissa grupper finns en minskning linjärt och en ökning on demand, vilket innebär att det inte är säkert att det totala lyssnandet på en kanal minskar om den linjära lyssningen minskar. Bakom P3:s utveckling med minskad lyssning på den linjära kanalen finns en grupp som enbart lyssnar på P3:s utbud on demand. Många som lyssnar on demand gör det dock som ett komplement till den linjära lyssningen.

#### P4

P4 fortsätter att vara landets klart största radiokanal. Den genomsnittliga dygnsräckvidden var 39,5 procent eller 3,2 miljoner. Inklusive publiken 9–11 år och över 79 år lyssnade 3,5 miljoner dagligen, vilket är något fler än 2017.

Räckvidden bland kvinnor var 37 procent och bland män 42 procent.

#### **Lyssningstid och marknadsandel**

Den genomsnittliga lyssnartiden (lyssnare och icke-lyssnare) var 105 minuter per dygn.<sup>52</sup> Det är i nivå med de tre föregående åren. 79 minuter ägnas åt Sveriges Radios kanaler, vilket är tre minuter kortare än 2017. Den främsta förklaringen till det är att något färre lyssnar på SR:s kanaler än tidigare, vilket innebär att den genomsnittliga lyssnartiden minskar.

Lyssnartiden bland dem som lyssnar på Sveriges Radio är fortfarande 146 minuter per dygn.

**Tabell 34. Marknadsandelar, procent**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Sveriges Radio	79 %	76 %	77 %	77 %	75 %	
Privat lokalradio	21 %	24 %	23 %	23 %	25 %	
<b>Summa</b>	<b>100 %</b>					

Sveriges Radios marknadsandel (andelen av den totala lyssnartiden) var 75 procent. Längst lyssnar publiken på P4 två timmar och 20 minuter i genomsnitt per dygn och lyssnare. I genomsnitt lyssnar publiken på P1 en timme och 43 minuter, 57 minuter på P2 och 65 minuter på P3.

Under hösten minskade SR:s marknadsandel. Anledningen var inte minskad lyssnartid på Sveriges Radio utan ökad lyssnartid på kommersiell radio efter att de kommersiella bolagen började sända på nya frekvenser i nationella nätverk. Fler kanaler har lett till ett större utbud.

<sup>52</sup> Kantar Sifos mätningar 2018 på uppdrag av radiobranschen, PPM, 12–79 år.

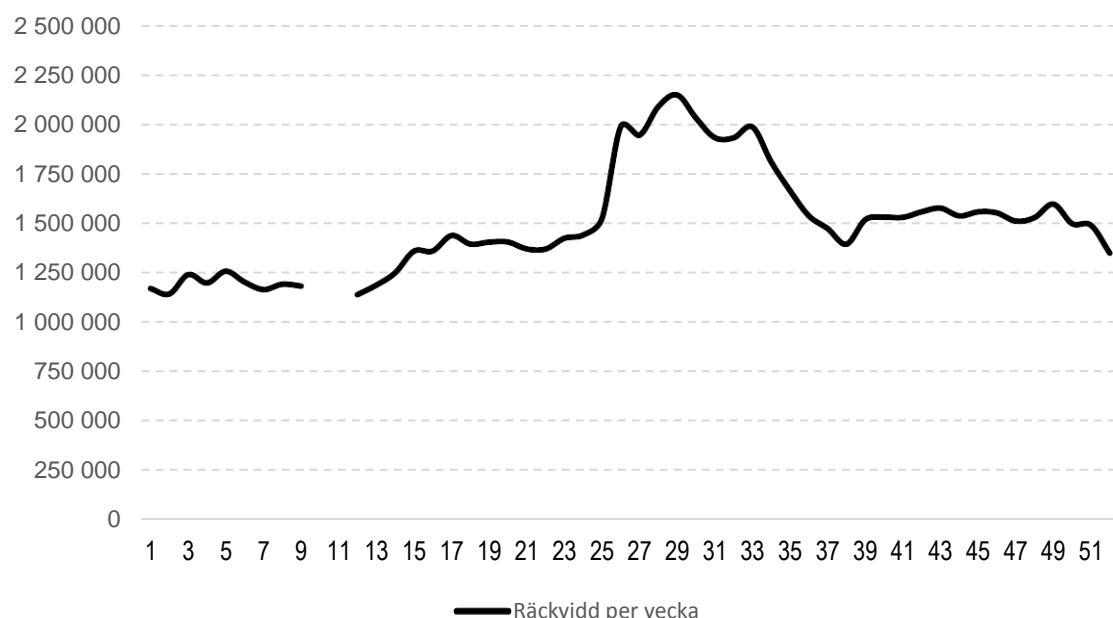
## Digital lyssning

Digital lyssning kan ske via Sveriges Radios egna plattformar, tredjepartsplattformar och appar. Detta gäller både linjärt och lyssning on demand.

### Räckvidd

Lyssningen via digitala plattformar kan till viss del mätas med hjälp av samma metod som PPM bygger på. Ett annat sätt att mäta lyssning on demand är den typ av metod som utgör grunden för Poddindex.<sup>53</sup> Denna typ underlättar jämförelse med andra aktörer och inkluderar lyssning på egna och externa lyssningstjänster. Mätdata finns för hela 2018, och metoden utvecklas för att eventuellt inkludera lyssning linjärt som ett komplement till PPM.

**Diagram 11. On demand-lyssning på Sveriges Radios program (egna och tredjepartsplattformar) exklusive ljudklipp, antal unika enheter per vecka 2018**



Källa: Poddindex-mätningar – internt mätverktyg för officiell publicering på [www.poddindex.se](http://www.poddindex.se).

Den genomsnittliga veckoräckvidden för lyssning på program on demand under 2018 var 1,5 miljoner digitala enheter. Det finns även mätvärden för lyssning on demand för delar av 2017. Lyssningen låg på en tydligt högre nivå hösten 2018 än motsvarande period 2017, en ökning på cirka 25 procent i veckoräckvidd.

Även för on demand-lyssningen finns det säsongsmässiga variationer. Exempelvis minskar den linjära lyssningen under sommaren och runt nyår samtidigt som lyssningen on demand då ökar mycket, bland annat på programmen *Sommar i P1* och *Vinter i P1*. De ändrade lyssningsvanorna hänger samman med både det specifika innehållet och med att inrutad vardag byts mot ledighet.

<sup>53</sup> Topplistan Poddindex lanserades i slutet av 2017 av Sveriges Annonsörer i samarbete med Sveriges Radio, Acast, Bauer Media och Nent Group.

## Poddindex

**Tabell 35. Räckviddssnitt per vecka för Sveriges Radios största titlar på Poddindex.se, 2018**

Program	Räckvidd
P3 Dokumentär	365 000
Sommar & Vinter i P1	235 000
P1 Dokumentär	125 000
Julkalendern: Tonje i Glimmerdalens (december)	110 000
Creepypodden i P3	95 000
Ekot (nyheter)	90 000
P3 Historia	75 000
Verkligheten i P3	45 000
Morgonpasset i P3	45 000
Spanarna	40 000

Sveriges Radio har fortfarande den högsta räckvidden av de aktörer som deltar i Poddindex.<sup>54</sup> Varje vecka finns titlar från Sveriges Radio på ungefär hälften av topp 20-listans platser. *P3 Dokumentär* har legat stadigt på förstaplatsen, förutom under sommaren då det i stället var *Sommar i P1* som dominerade.

Flera av Sveriges Radios topptitlar lyssnas på i stor utsträckning på hela året medan andra är mer säsongsbetonade. *Sommar i P1* och *Vinter i P1* har exempelvis väldigt höga nivåer under sina sändningsperioder. 2018 nådde *Sommar i P1* en räckvidd på omkring en miljon under fem veckor i följd. Julkalendern nådde räckviddsnivåer på 110 000 i genomsnitt per vecka under december. Värdena i tabellen visar ett snitt per vecka för hela 2018, med undantag av Julkalendern som enbart avser december 2018.

## Sveriges Radios egna digitala plattformar

Sveriges Radios största egna digitala plattformar är [www.sverigesradio.se](http://www.sverigesradio.se) och *Sveriges Radio Play*. Sajten besöktes under 2018 av i genomsnitt drygt 1,4 miljoner unika webbläsare i veckan, och *SR Play* hade ett genomsnitt på 640 000 unika användare per vecka. Sajten hade ingen tillväxt medan appen fortsatte att öka, omkring 10 procent mot föregående år.

De två typerna av lyssning – linjär och on demand-lyssning – i *Sveriges Radio Play* ökar båda i samma takt som antalet användare av appen. Utöver dessa typer av lyssning finns även lyssning på kortare ljudklipp, främst nyhetsinslag och nyhetsartiklar.

Med ljudet i fokus har klipplyssning, utöver att som tidigare finns på sajten också introducerats i *Sveriges Radio Play*. Klippen presenteras där i form av nyhetssnurror där de spelas upp ett och ett eller löpande från en eller flera nyhetsredaktioner. I genomsnitt under hösten lyssnade cirka 170 000 unika användare per vecka på klipp.

Sveriges Radio arbetar även med att nå ut och skapa relationer via sociala medier. Det totala antalet följare eller gillare ökade något längsammare under 2018 än under 2017 och uppskattades vid slutet av året till drygt 3,5 miljoner för Facebook, Twitter och Instagram sammantaget.<sup>55</sup> Detta är cirka 7 procent fler än vid årets början.<sup>56</sup>

<sup>54</sup> Räckvidd baseras på antalet unika enheter och är en veckoräckvidd för poddar/programtitlar som är med på Poddindex. En unik enhet är till exempel en webbläsare, en app eller annan enhet för uppspelning av ljud. Poddkonsumtion sker på en mängd plattformar, och metoden för att identifiera unikhet anpassas beroende på plattform. Värdena är angivna som räckviddssnitt per vecka för hela 2018, med undantag av Julkalendern som enbart avser december 2018.

<sup>55</sup> Samma person kan följa ett eller flera konton.

<sup>56</sup> Ingångsvärde är inte helt jämförbart med det värde som angavs i Public service-redovisningen 2017, eftersom antal följda konton justeras vid varje årsskifte.

2019 kommer Sveriges Radio mera betona interaktioner med publiken och följa upp detta, i stället för antal följare. När ökningstakten för antalet följare och gillare eventuellt mattas av finns potentialen till starka relationer i ett ökat engagemang.

## 8.2 Publikens om Sveriges Radio

På uppdrag av Sveriges Radio genomför Novus Group en årlig attitydundersökning.<sup>57</sup> Både personer som lyssnar på Sveriges Radio och personer som uppger att de inte lyssnar tillfrågas. Vissa frågor besvarar endast av lyssnare, vilket då anges i texten.

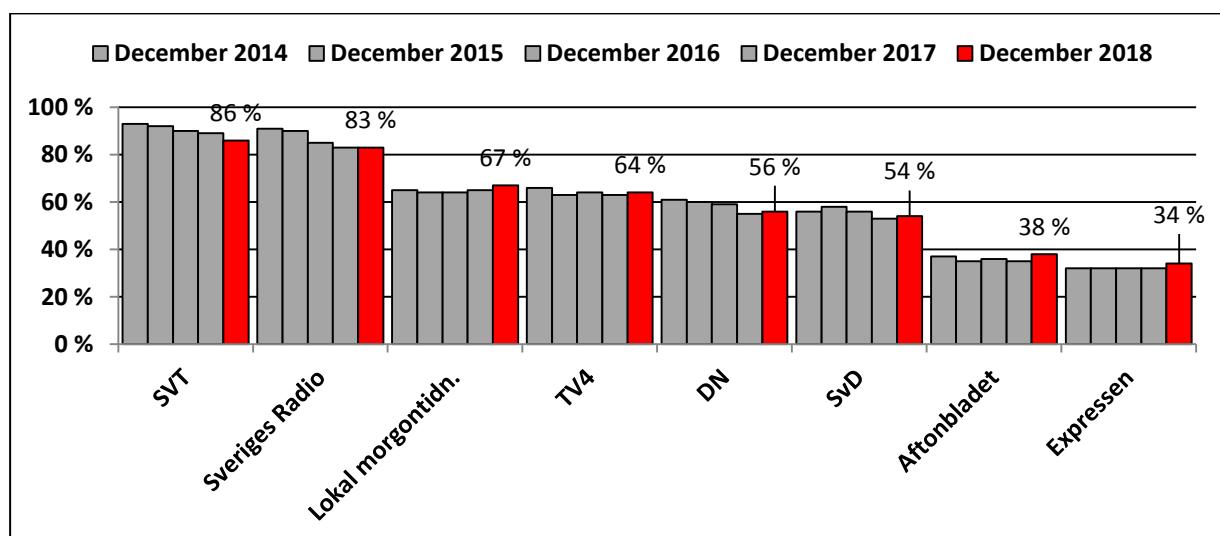
Undersökningen innehåller dels övergripande frågor om Sveriges Radio, dels frågor om hur de delar av utbudet man lyssnar på uppfattas. Frågorna handlar även om kanalerna, webben, appen *SR Play* och Sveriges Radio i sociala medier. I undersökningen ställs också frågor om hur viktiga Sveriges Radios program inom olika områden är samt vilket betyg de svarande ger SR inom olika programområden.

De övergripande indikatorerna om hur allmänheten uppfattar Sveriges Radio redovisas i kapitel 3, där Sveriges Radios bidrag till samhället även beskrivs mer utförligt med exempel från verksamheten.

Flera indikatorer som är direkt relaterade till särskilda krav i uppdraget visas i kapitel 7, där Sveriges Radios utbud redovisas utifrån sändningstillståndets krav.

I detta kapitel redovisas andra delar av undersökningens resultat, såsom jämförelse med andra medier och mellan olika programområden i Sveriges Radios utbud. Här redovisas också publikens uppfattning om SR:s kanaler samt närvaro på digitala plattformar och i sociala medier.

**Diagram 12. Hur viktiga eller oviktiga tycker du att följande medier är för nyhetsförmedlingen i Sverige?**



Källa: Novus Group, Attitydundersökningen december 2018.

83 procent svarar att Sveriges Radio är mycket eller ganska viktigt för nyhetsförmedlingen i Sverige. Andelen är densamma som de senaste två åren men lägre jämfört med längre tillbaka än så. Även för en

<sup>57</sup> Novus Group, Attitydundersökningen december 2018. Attitydundersökningen har genomförts på jämförbart sätt sedan 2009 av Novus Group på uppdrag av Sveriges Radio. Den bygger på 5 000 intervjuer och görs på ett representativt urval ur Novus Sverigepanel. Panelen är riksrepresentativ avseende ålder, kön och region i åldern 16–79 år.

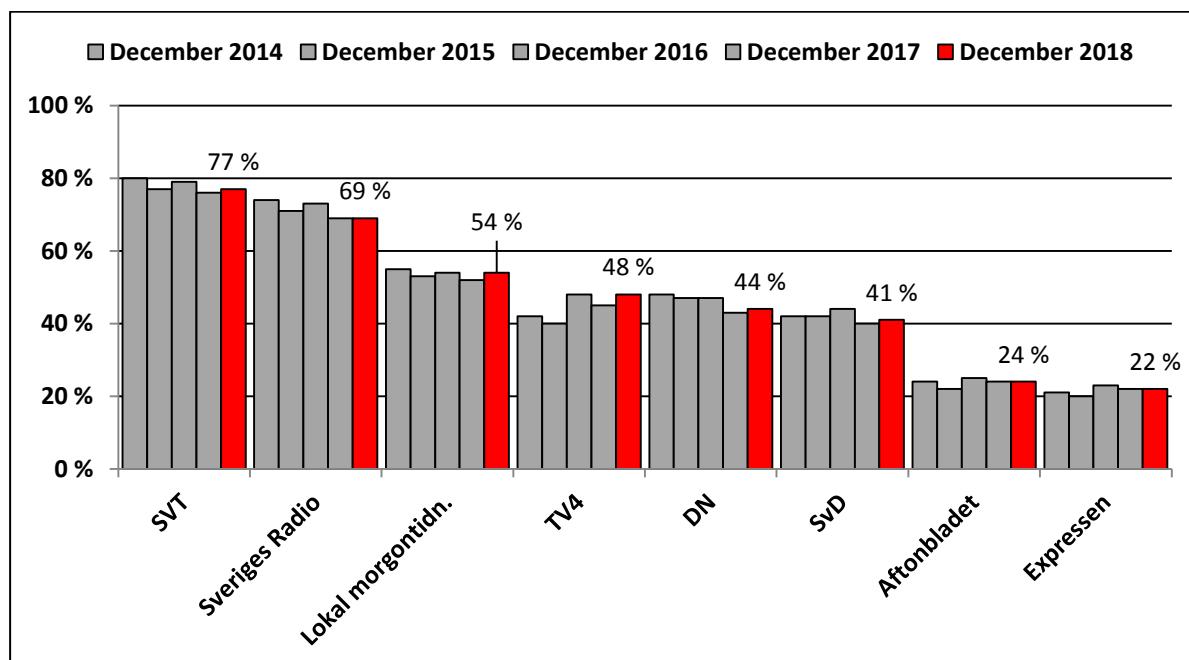
del andra medieföretag är andelen marginellt lägre än tidigare år, vilket sannolikt hänger samman med att vid en mer fragmentiserad mediekonsumtion kan varje enskild aktör minska något i räckvidd och därmed även viktighet. Utvecklingen kan också hänga samman med en ökad polarisering. Precis som tidigare år är det enbart SVT som anses vara något viktigare än SR.

Drygt hälften av befolkningen, 52 procent, svarar att den ofta hör viktiga nyheter först i Sveriges Radio. Andelen är något lägre än för fem, sex år sedan, men marginellt högre än 2017. Andelen måste anses vara mycket hög, mot bakgrund av att det nu är svårare att vara först med nyheter och att nyhetsskonsumtionen kan bestå av fler källor än tidigare och att konkurrensen också är global.

41 procent håller med om att diskussioner om aktuella ämnen ofta hörs för första gången i Sveriges Radio. Det är något högre än 2017, men marginellt lägre jämfört med för fem, sex år sedan.

Efter höstens val genomförde Kantar Sifo på uppdrag av Sveriges Radio en undersökning. På frågan om hur viktigt det är för samhället och demokratin att Sveriges Radio bevakade valet svarade nästan två tredjedelar av befolkningen 10 på en skala 1–10. Sammanlagt svarade 85 procent att det var viktigt, medan 7 procent svarade att det inte var viktigt.

**Diagram 13. Hur viktiga eller oviktiga tycker du att följande medier är för kulturupplevelser i Sverige**



Källa: Novus Group, Attitydundersökningen december 2018.

Också när det gäller kulturupplevelser är Sveriges Radio näst viktigast i landet efter SVT. För Sveriges Radio och andra medieföretag är nivåerna lägre än när det gäller nyhetsförmedlingen.

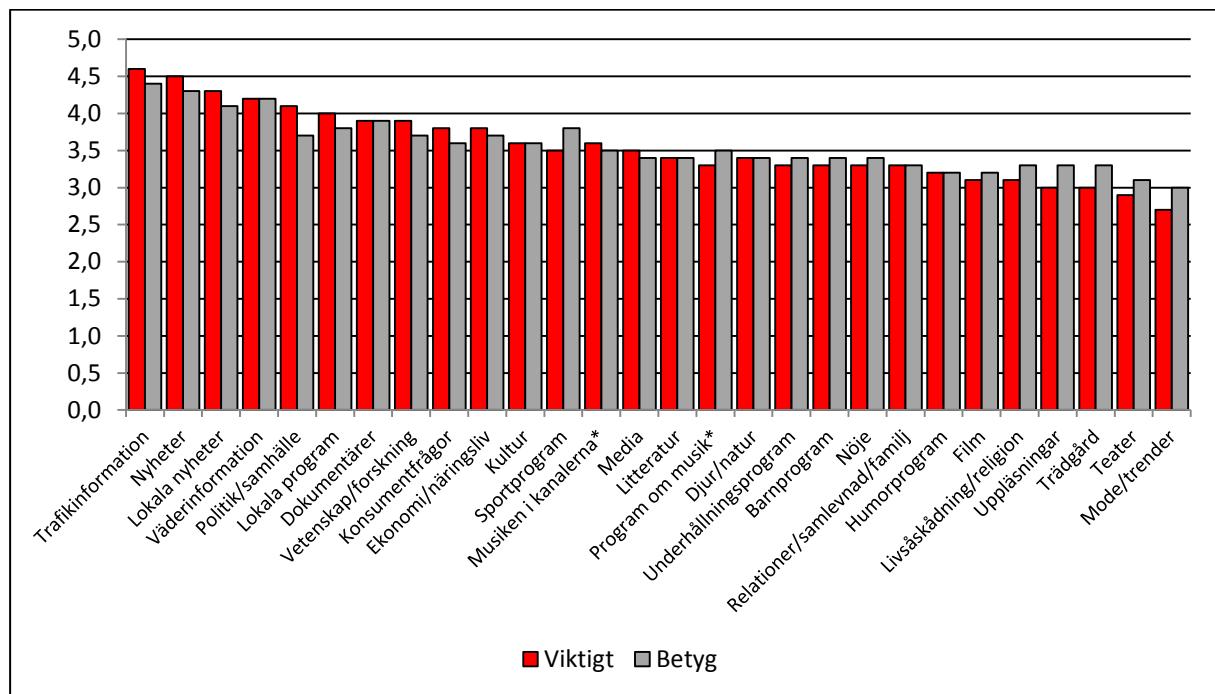
69 procent tycker att Sveriges Radio är viktigt för kulturupplevelserna i Sverige. Det är exakt lika hög andel som 2017, men lägre än några år tidigare.

32 procent instämmer i påståendet att de ofta hör ny musik för första gången i Sveriges Radio. Andelen är densamma som 2017, men lägre än tidigare. En förklaring är sannolikt det kraftigt ökade användandet av strömmande musiktjänster. En annan förklaring kan vara det minskade lyssnandet på P3, då P3 är den SR-kanal som har det tydligaste uppdraget att spela ny musik.

## Publikens värdering av olika programområden i utbudet

I Attitydundersökningen finns frågor om hur viktiga en lång rad ämnesområden är och resultatet är densamma år efter år. Trafikinformation samt nationella, internationella och lokala nyheter är de allra viktigaste områdena. Därefter kommer väderinformation, program inom området politik/samhälle, lokala program, dokumentärer och program om vetenskap/forskning.

**Diagram 14. 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 2018.

92 procent anser att trafikinformation är viktig, vilket är en uppgång jämfört med 2017. Nästan lika många anser att nyheter är viktiga och över tid har andelen som anser att lokala program är viktiga ökat. 2018 finns en uppgång kopplad till flera ämnesområden, över tid är förändringarna dock små.

Störst är uppgången för program om politik och samhälle, vilket sannolikt hänger samman med höstens val. 79 procent anser att den typen av program är viktiga, vilket är en uppgång med fyra procentenheter på ett år.

Stabiliteten avseende viktigheten för inte minst trafik- och väderinformation samt nyheter är anmärkningsvärd, med tanke på att så många fler aktörer konkurrerar med snabba uppdateringar och tjänster inom dessa områden.

Betygen är genomgående höga för utbudet och bäst är betygen inom de programområden som allmänheten anser viktigast. Snittbetyget för trafikinformation respektive nyheter är högst.

Några programområden med mer nischat innehåll sticker ut genom att betygen är något högre än viktigheten, exempelvis mode/trender och trädgård. Detta gäller även sport.

Politik/samhälle utmärker sig på motsatt sätt. Viktigheten anses alltså något högre än betyget. Detta kan möjligen förklaras med att polariseringen i samhället är högre i dag än för några år sedan.

## **Publikens nöjdhet med P-kanalerna**

Alla som i Attitydundersökningen svarar att de använder Sveriges Radio får också frågor om hur nöjda de är med kanalerna. Liksom tidigare år är P1- och P4-lyssnarna nöjdast – 81 respektive 76 procent av dessa kanalers månadslyssnare är nöjda eller mycket nöjda. 64 procent av P2-lyssnarna och 61 procent av P3-lyssnarna är nöjda eller mycket nöjda med sina kanaler.

Att P2-lyssnarna är något mindre nöjda beror sannolikt på att kanalen har ett mer delat uppdrag än exempelvis P1. P2-utbudet över nästan hela landet innehåller bred, flödande klassisk musik, program med smalare musikalisk profil och program på olika minoritetsspråk.

Att P3-lyssnarna är något mindre nöjda beror sannolikt på att en ganska stor del av kanalens publik är äldre än målgruppen. Detta kan innebära att såväl musik som val av ämnen kan upplevas mindre bra än när denna del av publiken tillhörde den faktiska målgruppen. 74 procent av P3-lyssnarna mellan 15 och 34 år var nöjda med sin kanal.

I några fall är andelen nöjda något lägre än 2017, men det förekommer variationer på ett par procentenheter upp och ned över tid. Ingen kanal har en nedåtgående andel nöjda lyssnare.

## **Publikens nöjdhet med valbevakningen**

I en undersökning som Kantar Sifo gjorde på uppdrag av Sveriges Radio efter valet svarade 59 procent av befolkningen att den var nöjd med Sveriges Radios valbevakning. I samma undersökning fick de som tagit del av undersökningen frågan hur ofta Sveriges Radio upplevdes som bäst av alla att rapportera om viktiga nyheter inför valet. Två tredjedelar av de som tog del av SR:s valbevakning tyckte att den ofta var bäst, 2 procent att den aldrig var det. På en skala 1–10 svarade nästan två tredjedelar 10 på frågan om hur viktigt det är för samhället och demokratin att Sveriges Radio bevakade valet.

## **Möta publiken där den är**

Sveriges Radio ska finnas på de plattformar där publiken är.

I dag kan alla som vill på ett enkelt sätt lyssna på Sveriges Radios utbud när och var man vill. 71 procent av allmänheten håller med om att de kan höra/ta del av SR:s utbud när och var det passar dem. Nivån är densamma som de två senaste åren och klart högre än för några år sedan.

Ställs frågan enbart till användare av *SR Play* håller 84 procent med. 58 procent av dem som följer/gillar Sveriges Radio i sociala medier svarar att SR på så sätt blir mer tillgängligt för dem. Andelen är klart högre än 2017.

De som använder *SR Play* är mer nöjda än de som använder *sverigesradio.se*.

Det beror sannolikt på att sajten innehåller så mycket och vänder sig till så många olika typer av besökare, vilket gör det svårare att tillfredsställa alla behov. Skälen att besöka *SR Play* är färre då appen i stor utsträckning är inriktad på lyssning.

71 procent var nöjda med *SR Play* och 50 procent med *sverigesradio.se*, vilket är något högre än 2017.

Andelen av följarna/gillarna i sociala medier som är nöjda är oförändrad.

## Citeringar av Sveriges Radio i andra medier

En viktig del av Sveriges Radios uppdrag är den granskande journalistiken. En indikator på om SR lyckats med att sätta ljuset på viktiga frågor är hur ofta andra medieföretag citerar Sveriges Radio. Företaget Retriever bevakar detta för Sveriges Radios räkning.<sup>58</sup>

**Tabell 36. Utveckling över tid av hur några av Sveriges Radios nyhetsprogram citeras av andra medier, antal citat**

	2014	2015	2016	2017	2018
Sveriges Radio lokalt	41 658	44 687	47 392	55 287	49 637
Ekot	19 702	21 355	26 861	28 303	24 876
Enbart Sveriges Radio	14 577	15 290	18 429	17 978	16 171
Radiosporten	3 646	3 576	4 345	6 551	4 589
Kulturnytt	4 886	3 942	3 006	5 343	3 406
Vetenskapsradion	2 407	1 609	3 422	3 215	2 473
P1-morgon	647	1 044	917	655	1 064
Ekots lördagsintervju	419	513	683	939	621
Studio Ett	307	555	423	838	600
Sameradion	105	292	654	386	586
Sverigesradio.se	242	239	103	82	1
Radio Sweden	18	141	9	6	83
Ekonomiekot	80	36	80	66	78
Sisuradio	1	13	14	29	19
<b>Totalt</b>	<b>88 695</b>	<b>93 292</b>	<b>106 338</b>	<b>119 678</b>	<b>104 204</b>

Källa: Retriever december 2018.

”Enbart Sveriges Radio” i tabellen syftar på när Sveriges Radio citeras men utan koppling till en speciell redaktion eller ett program.

Under större delen av tillståndsperioden har Sveriges Radio citerats i allt högre utsträckning. 2018 följer inte riktigt den utvecklingen, utan antalet citeringar är för flera redaktioner tillbaka på 2016 års nivåer, men högre än vid en jämförelse längre tillbaka än så. Retriever relaterar nedgången till en generell minskning av volymen i hela mediebranschen med 4 procent mellan 2017 och 2018.

<sup>58</sup> Tabellen är inte i alla delar jämförbar med motsvarande tabell i tidigare Public service-redovisningar på grund av att sökprofilen har justerats hos Retriever.

## 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 2018, 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 2018, p. 18)

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 2018, p. 18)

### 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 2018 tilldelades Sveriges Radio 2 958 miljoner kronor. Nedan visas medelstilldelning och intäkter vid sidan av avgiftsmedel.

**Tabell 37. Sveriges Radios medelstilldelning och intäkter vid sidan av avgiftsmedel, miljoner kronor**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Erhållna avgiftsmedel rundradiokontot	2 732	2 787	2 843	2 900	2 958	
Justering mellan programbolagen	3	2	6	5	4	
<b>Totalt erhållna avgiftsmedel</b>	<b>2 736</b>	<b>2 789</b>	<b>2 849</b>	<b>2 905</b>	<b>2 962</b>	
Avgiftsmedel överförda till RIKAB	-53	-60	-59	-49	-45	
Avgiftsmedel överförda till SRF	-91	-74	-67	-77	-86	
<b>Delsumma överförda avgiftsmedel</b>	<b>-144</b>	<b>-134</b>	<b>-126</b>	<b>-126</b>	<b>-131</b>	
<b>Förändring skuldförda avgiftsmedel</b>	<b>-66</b>	<b>-7</b>	<b>58</b>	<b>72</b>	<b>11</b>	
<b>Summa intäktsförda avgiftsmedel</b>	<b>2 526</b>	<b>2 649</b>	<b>2 781</b>	<b>2 851</b>	<b>2 842</b>	
Intäkter konsertverksamheten	24	22	26	24	27	
Övriga intäkter	21	24	20	25	43	
<b>Summa övriga intäkter</b>	<b>45</b>	<b>46</b>	<b>46</b>	<b>49</b>	<b>70</b>	
<b>Summa avgiftsmedel och övriga intäkter</b>	<b>2 570</b>	<b>2 695</b>	<b>2 827</b>	<b>2 900</b>	<b>2 912</b>	
Sidoverksamhet	12	12	8	10	16	
<b>Summa intäkter</b>	<b>2 583</b>	<b>2 707</b>	<b>2 835</b>	<b>2 910</b>	<b>2 928</b>	

## **Intäkter vid sidan av avgiftsmedel**

Vid sidan av avgiftsmedel har Sveriges Radio övriga intäkter på 86 miljoner kronor, inklusive sidoverksamhet. Drygt 40 procent utgörs av biljettintäkter från Sveriges Radios Symfoniorkesters och Radiökörens verksamhet i Berwaldhallen.

Östersjöfestivalen är en årlig festival som arrangeras av Sveriges Radio. Syftet är att öka samhörigheten mellan Östersjöländerna 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 och Stockholms stad har bidragit med sammanlagt 1,7 miljoner kronor. Beloppet ingår i Övriga intäkter i tabell 37.

**Tabell 38. Intäkter vid sidan av avgiftsmedel, miljoner kronor**

	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
Intäkter konsertverksamheten	22,8	21,6	25,6	24,4	27,2	
Turnéverksamhet Radiosymfonikerna och Radiökören	8,3	5,6	4,5	4,6	7,8	
Hyresintäkter	0,4	0,7	0,9	0,7	0,6	
Lönebidrag	1,8	1,3	1,2	1,2	2,1	
Kompensation sociala avgifter musiker och korister <sup>59</sup>					3,9	3,5
Julkalendern	1,8	1,3	1,4	1,3	1,3	
Övrigt	9,6	15,7	12,4	13,3	27,8	
Sidoverksamhet	12,4	11,8	7,6	9,7	15,7	
<b>Summa</b>	<b>57,1</b>	<b>58,0</b>	<b>53,6</b>	<b>59,1</b>	<b>86,0</b>	

## **Kommersiella samarbeten**

Sveriges Radio definierar kommersiellt samarbete enligt följande:

*Samarbete med kommersiell aktör som genererat intäkter till SR.*

En kommersiell aktör driver verksamhet med syfte att generera vinst.

Sveriges Radio har under 2018 inte haft några kommersiella samarbeten.

## **Sponsring**

Varken direkt eller indirekt sponsring förekommer.

Sveriges Radio har i produktionsutläggningssavtal med externa produktionsbolag säkerställt att det inte förekommer någon direkt eller indirekt sponsring.<sup>60</sup>

<sup>59</sup> Från och med den första januari 2017 slopades det kostnadsavdrag som Berwaldhallen tidigare har gjort vid beräkning av sociala avgifter för musiker och korister. För detta har Berwaldhallen fått kompensation från Kulturrådet.

<sup>60</sup> I § 6 i produktionsutläggningssavtalet anges att ”ersättning enligt denna punkt utgör Produktionsbolagets enda ersättning.” Vidare anges i § 7 att ”Produktionsbolaget har inte rätt att ta emot ekonomiska bidrag eller bidrag av ekonomiskt värde från tredje man för Programmen.”

## 9.2 Kostnader

Sveriges Radios kostnader redovisas totalt per kostnadsslag samt fördelade per programkategori.

**Tabell 39. Sveriges Radios kostnader per kostnadsslag, miljoner kronor**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Programproduktion	1 618	1 728	1 810	1 874	1 842	
Distribution	217	219	204	218	232	
Övriga kostnader	743	752	816	808	837	
<b>Delsumma</b>	<b>2 578</b>	<b>2 699</b>	<b>2 830</b>	<b>2 900</b>	<b>2 911</b>	
Sidoverksamhet	12	12	11	9	14	
<b>Summa kostnader</b>	<b>2 590</b>	<b>2 711</b>	<b>2 841</b>	<b>2 909</b>	<b>2 925</b>	

Resurser för kostnadsslagen programproduktion, distribution samt övriga kostnader för åren 2014–2018 redovisas i tabell 43.

Som Programproduktion räknas programproducerande kostnadsställen, programbeställande funktion, programavtal, Internetverksamhet, *SR Play* och kostnad för kontribution.

Till Distribution räknas kostnaden för distribution av marksändningar och internedistribution.

Återstoden räknas som *Övriga kostnader*. Utöver traditionella overheadkostnader ingår verksamhet som till stor del kan härföras till och hänger ihop med programproduktion, till exempel kommunikation, investeringar, utveckling och teknik/it. Kostnaden för rena stödfunktioner (ekonomihantering, administration, HR, juridik och fastighetskostnader), som finns där för att möjliggöra kärnverksamheten programproduktion, uppgick 2018 till 227 mnkr (7,8 procent av totala kostnadsmassan).

### Kostnader per programkategori

**Tabell 40. Sveriges Radios kostnader per programkategori, miljoner kronor**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Nyheter	960	958	1 002	1 095	1 106	
Samhälle	419	464	460	464	459	
Kultur	318	334	338	360	362	
Sport	108	129	131	122	130	
Underhållning	185	200	209	229	203	
Musik	430	430	515	443	469	
Service	52	51	46	48	45	
Livsstil	106	133	129	139	135	
<b>Summa</b>	<b>2 578</b>	<b>2 699</b>	<b>2 830</b>	<b>2 900</b>	<b>2 911</b>	

**Tabell 41. Kostnadsandelar per programkategori**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Nyheter	37 %	35 %	35 %	38 %	38 %	
Samhälle	16 %	17 %	16 %	16 %	16 %	
Kultur	12 %	12 %	12 %	12 %	12 %	
Sport	4 %	5 %	5 %	4 %	4 %	
Underhållning	7 %	7 %	7 %	8 %	7 %	
Musik	17 %	16 %	18 %	15 %	16 %	
Service	2 %	2 %	2 %	2 %	2 %	
Livsstil	4 %	5 %	5 %	5 %	5 %	
<b>Summa</b>	<b>100 %</b>					

Sveriges Radios resursfördelning är en konsekvens av de prioriteringar företaget gör för att leva upp till såväl public service-uppdraget som publikens förväntningar snarare än konkreta mål relaterade till andel resurser per programkategori.

Detta är i linje med Sveriges Radios strategiska mål. Inom respektive programkategori görs förändringar på kort och lång sikt vilket är en förutsättning för att kunna bedriva en flexibel publicistisk verksamhet. Såsom utbudet utvecklas blir dessutom gränserna mellan de olika programkategorierna alltmer flytande.

Fördelningen per programkategori är stabil över åren. Kategorierna Nyheter, Samhälle och Kultur utgör tillsammans cirka 65 procent av kostnaderna under hela perioden.

I avsnitt 3.6, om allmänhetens värdering av olika programkategorier i Sveriges Radios utbud i relation till kostnader, framgår att för i princip alla programkategorier där SR har hög andel kostnader bedömer allmänheten att de är viktiga. Dessa kategorier får även höga betyg. Sammantaget är detta en indikation på att Sveriges Radios allokering av resurser mellan programkategorier har prioriterats på ett effektivt sätt.

## Investeringar

Den strukturerade 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.

Investeringsplanen är indelad i sex kategorier som följs upp under hela tillståndsperioden:

- redaktionell teknik – tekniska system och verktyg som används för redaktionellt arbete
- administrativ teknik – system för administrativt arbete
- kommunikation – system som är bärare av information som överförs
- servrar och lagring – de medier och system i form av disk- och lagringssystem som lagrar, säkrar och skyddar arbets- och produktionsmaterial (ljud, text, bild, databaser)
- arbetsdatorer – användarnas bärbara datorer och de fasta funktionsdatorerna på redaktionerna
- fordon – avser de bilar och lastbilar/bussar som används i produktionen.

**Tabell 42. Sveriges Radios investeringar och särskilda satsningar fördelade på investeringsområden, miljoner kronor**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Redaktionell teknik	21,8	67,3	43,7	40,5	42,5	
Administrativ teknik	19,7	13,5	21,8	35,5	5,7	
Kommunikation	47,9	37,0	27,3	40,8	36,5	
Servrar och lagring	9,6	8,0	35,1	12,6	4,3	
Arbetsdatorer	15,8	10,7	12,2	8,6	24,0	
Fordon	2,8	0,0	0,0	0,1	0,0	
<b>Totalt</b>	<b>117,7</b>	<b>136,5</b>	<b>140,2</b>	<b>138,0</b>	<b>112,9</b>	

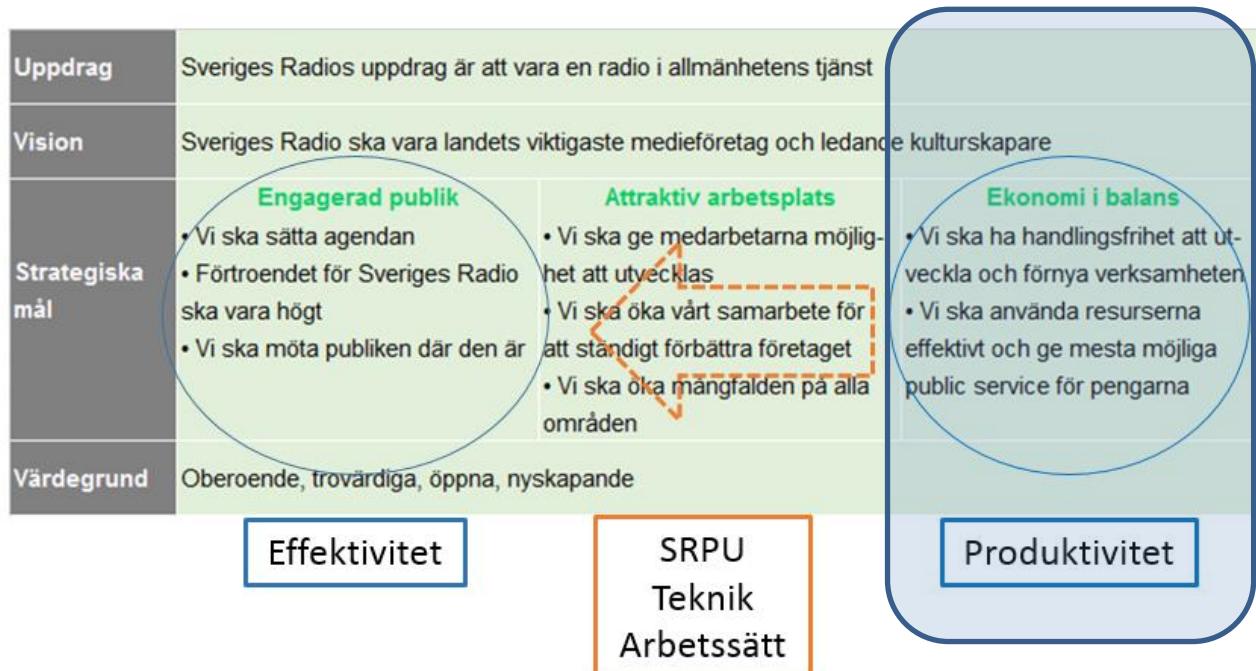
Beroende på återanskaffningscykelns olika längd för respektive område kan totalt kostnadsutfall för investeringar variera mellan åren. Till exempel är cykeln för arbetsdatorer fyra år, varför utfallet för 2014 och 2018 är högre. Administrativ teknik hade höga engångskostnader 2017 då flera administrativa system byttes ut.

Inför 2018 reviderades företagets prioriterade satsningar där redaktionell teknik prioriterades upp medan administrativ teknik, som låg högt 2017, fick stå tillbaka.

### 9.3 Produktivitet respektive effektivitet

Genom att arbeta med produktiviteten och omfördela resurser kan Sveriges Radios personal och inköpt kompetens medverka i utvecklingsinsatser som har till mål att öka effektiviteten. Genom strävan mot de strategiska målen i Sveriges Radios styrmodell kan både ökad produktivitet och ökad effektivitet uppnås.

**Diagram 15. Sambandet mellan effektivitet och produktivitet**



Villkoren i sändningstillståndet är huvudsakligen kvalitativt formulerade, och för att svara mot dem är det främst kvalitativ utveckling som krävs. I enlighet med uppdraget kan därför kostnaden för enskilda programkategorier öka vissa år om det är i linje med Sveriges Radios prioriteringar för att öka kvaliteten. SR har därför sedan 2014 valt att inte använda kostnad per timme som mått på företagets produktivitet. Däremot redovisas såväl antal timmar som summa kostnader per programkategori i tabell 9 avsnitt 6.1 respektive tabell 40 i avsnitt 9.2.

**Effektivitet** är för Sveriges Radio relaterat till public service-uppdraget och publikens behov.

Sveriges Radio följer upp effektiviteten i form av samhällsvärde och individvärde genom mått för användandet av SR:s utbud och för allmänhetens uppfattning om företaget och det utbud som tillhandahålls. Det omfattar även hur större satsningar, utvecklingsarbete och olika former av samarbeten med externa aktörer bidrar till samhället och publiken. Se kapitel 3.

**Produktivitet** handlar för Sveriges Radio om att använda resurserna på bästa sätt genom att höja kvaliteten på och tillgängligheten till det som produceras och möta publikens behov, inte att producera större mängder ljud eller att minska resurserna.

Sveriges Radio har formulerat produktivitetsmått som mäter företagets förmåga att fördela resurser till programproduktion, programutveckling, kompetensutveckling och teknisk utveckling för att ge organisationen förutsättningar och förmåga till kvalitetshöjning och ständig utveckling. Det är nödvändigt för att möta publikens ändrade lyssningsvanor i en alltmer digital medievärld.

Sveriges Radio bedömer produktiviteten genom

- resurser för programproduktion
- resurser för utveckling
- upphandlingsgrad
- övriga produktivitetsförbättringar och rationaliseringar
- koncernsamarbeten.

### **Resurser för programproduktion**

Andelen resurser för programproduktion är relativt konstant över åren. Under 2018 genomfördes aktiviteter med syfte att öka kvaliteten på utbudet genom satsningar på att öka nyttjandet av sociala medier och på att underlätta förflyttningen till digitala distributionsplattformar. En annan konsekvens av satsningarna var att verksamheten effektiviseras med kostnadsminskningar som följd.

Satsningarnas inriktning var företagets strategiska mål att möta publiken där den är.

**Tabell 43. Resurser för programproduktion, procent**

	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
Programproduktion	62,8 %	64,0 %	64,0 %	64,6 %	63,3 %	
Distribution	8,4 %	8,1 %	7,2 %	7,5 %	7,9 %	
Övriga kostnader	28,8 %	27,8 %	28,8 %	27,9 %	28,8 %	
<b>Totalt</b>	<b>100 %</b>					

### **Resurser för utveckling**

Det ekonomiska handlingsutrymmet som frigjorts genom effektiviseringar av verksamheten de senaste åren har möjliggjort flera stora satsningar under tillståndsperioden, exempelvis för att främja möjligheterna att arbeta mobilt. Med oförändrade resurser kan företaget genomföra en långsiktig kvalitetsökning av utbudet genom aktiviteter strävande mot företagets strategiska mål att möta publiken där den är.

Inom teknikområdet fortgår generationsskiftet där alla produktions- och kommunikationssystem standardiseras mot kommunikation över ip. Genom ständig produktionsutveckling samverkar publicistik och teknik i syfte att utveckla arbetssätt och arbetsverktyg. Så kan Sveriges Radio tillhandahålla bättre innehåll och utvecklade tjänster till publiken.

Utöver detta görs omprioriteringar i vardagen av alla chefer på redaktioner och kanaler. Se även avsnitt 4.2 Utvecklingsarbete.

## Upphandlingsgrad

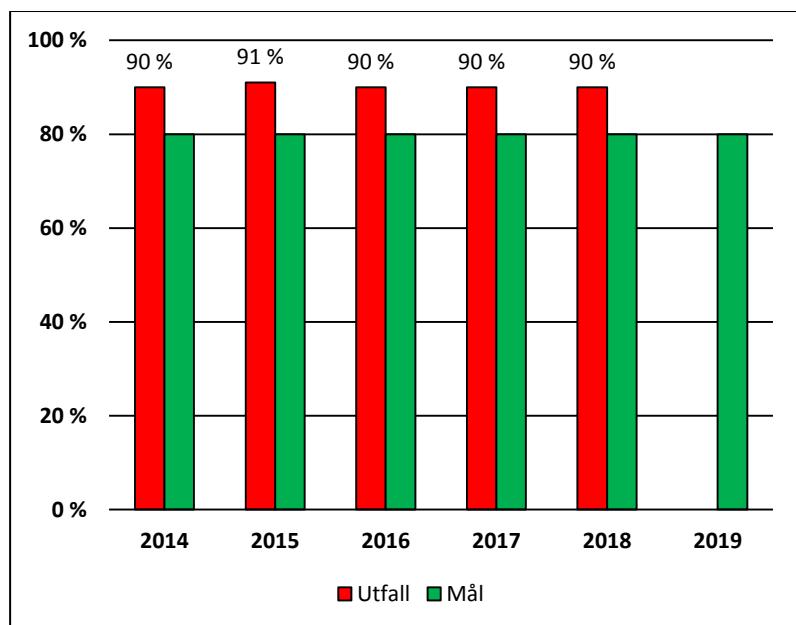
Sveriges Radios upphandlingsgrad är ett mått på den andel av totala inköp som görs med avtal upphandlade enligt Lagen om offentlig upphandling (LOU). I enlighet med branschpraxis räknar SR med en genomsnittlig kostnadsreduktion på cirka tio procent vid bibehållan eller starkt kvalitet då inköp görs med konkurrensutsatta upphandlade avtal.

Den systematiska upphandlingsprocessen bidrar till ständig produktionsförbättring. Processen leder också till ökad standardisering av varor och tjänster, vilket i sin tur leder till kostnadssminskningar. Tidsåtgången från konstaterat inköpsbehov till färdigt avtal och kostnaden för upphandlingskonsulter har minskat

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, 86 procent för kategorin Facilitet och 92 procent för Tekniska tjänster.

Upphandlingsgraden ligger fortsatt på en hög nivå. För planerade inköp, där inköpsvolymen per tillfälle är över direktupphandlingsgränsen, låg upphandlingsgraden på 98,0 procent. Totalt låg upphandlingsgraden på 90 procent för 2018.

**Diagram 16. Upphandlingsgrad, procent**



## Övriga produktivitetsförbättringar och rationaliseringar

För att möta nya behov i en publik konkurrenssituation måste Sveriges Radio kontinuerligt pröva om resurser kan flyttas. Under 2018 har SR inom teknikområdet arbetat vidare med att implementera strategier för produktion, studiolokaler, fordon och utrustning för att öka produktiviteten och sänka kostnadsnivån för olika tekniska resurser. Strategierna är långsiktiga och kommer att ge effekter fullt ut först 2027 även om vissa effekter är mer omedelbara.

Nedan listas exempel där resurser frigjorts eller kommer frigöras framöver inom vissa områden för att omfördelas till att leverera högre kvalitet eller mer innehåll inom ramen för de medel Sveriges Radio disponerar.

- Utvecklingen av Sveriges Radios kontributionslösningar har fortsatt under 2018. Förutom att förenkla för reportrarna används de olika utrustningarna (OB-väskan, minilänken, Luci Live-appen, EWAN-sajterna, satellitbilarna) även vid större och mer komplexa sändningar med flera ljudförbindelser mellan sändningsplatsen, SR:s radiohus och medverkande från andra delar av Sverige eller världen. Detta har lett till mer flexibla och mobila arbetssätt för reportrar och öppnat för fler och enklare sändningar där det händer när det händer.
- Förändringar i programbeställningar och ny lättare teknik möjliggör stora förändringar när det gäller produktionsfordonen. Drygt hälften av nuvarande stora OB-bussar och mellanstora sändarbilar ska avvecklas fram till år 2027 och ersättas med mindre fordon och lättare teknik.
- Generellt inom IT har det över en 10-årsperiod skett en standardisering av distribution och ny teknik. Dessa rationaliseringar har årligen frigjort betydande belopp årligen som har finansierat utökade behov inom teknikområdet, till exempel har nya kontributionslösningar medfört betydligt lägre teknikkostnader i jämförelse med tidigare kontributionslösningar.
- Med mer lättörlig produktionsteknik minskar behovet av fasta studiolokaler. När kvarvarande studior görs mer multifunktionella kan antalet minskas ytterligare.
- Fastighetshanteringen har centraliseras och lokalytor har minskats. Renoverade och funktionsbaserade kontorslokaler innebär att antalet kvadratmeter kontorsyta per anställd kan minskas vilket ger lägre lokalkostnader.

Sveriges Radio har påbörjat en rationalisering av schemaläggningen. Personalenheten samordnar schemahantering och bemanning samt utvecklar och förbättrar systemstöd för dessa funktioner. Detta kommer över tid kunna frigöra resurser i övriga delar av verksamheten.

Hela företaget arbetar ständigt med prioriteringar inom befintlig ram för att kunna genomföra nya satsningar.

I avsnitt 3.7 redovisas en del av vad som kunnat genomföras tack vare företagets produktivitetsarbete.

## Koncernsamarbeten

### Koncerngemensamma upphandlingar

Under 2018 avslutade de tre programbolagen i samarbete med SRF tretton större gemensamma upphandlingar. Under året påbörjades ett antal upphandlingar som kommer att avslutas våren 2019.

Avslutade upphandlingar avsåg banktjänster, datortillbehör, resebyrå, lös- och showteknik, korttidshyra av bilar, magasinering, besöksbokningssystem, marknadsundersökningar, flytpersonal, företags-hälsovård, synundersökningar, byggentreprenader i landet (utom Stockholm) samt växter och växtservice.

Påbörjade upphandlingar var tekniska konsulter, säkerhetsprodukter IT, taxitjänster i Göteborg, tjänsteseförsäkring, restauratör, elentrepreneur och rekryterings- och bemannings-tjänster.

## Sveriges Radio Förvaltnings AB (SRF)

SRF är ett kunskaps- och serviceföretag som ansvarar för gemensamma service- och stödfunktioner åt de tre programbolagen SVT, SR och UR. Företaget arbetar på uppdrag av de tre programbolagen och sköter verksamheter som bibliotek, arkiv, telefonväxel, distribution, friskvård och fastighetsförvaltning. SRF är även fastighetsägare i Stockholm, Göteborg och Umeå.

SRF ägs av SVT (61 %), SR (34,4 %) och UR (4,6 %) och finansieras genom att programbolagen avstår avgiftsmedel enligt en kostnadsfördelningsmodell. Antalet anställda är 70.

### Lokaler

Programbolagen samlokalisera och samutnyttjar lokaler där så är möjligt och rationellt.

Alla tre bolagen är samlokaliserade i Göteborg och Stockholm.

SR och SVT är samlokaliserade i Borås, Halmstad, Kalmar, Karlskrona, Kiruna, Linköping, Skellefteå, Uddevalla, Visby, Örnsköldsvik och Övertorneå.

SR och UR är samlokaliserade i Malmö.

Bolagen har gemensamt med SRF ett fastighetsråd som samordnar lokal- och fastighetsfrågor.

### Programsamarbeten

Sveriges Radio och UR samarbetar kring *Barnmorgen med Farzad* och *Barnradions bokpris*.

SR och SVT samarbetar kring *Vi i femman*, *Världens barn*, *Springhjälpen*, *P3 Guld*, *Melodifestivalen* och *Idrottsgalan*. En del av Berwaldhallens konserter sänds även i SVT.

Alla tre bolagen och Radiohjälpen samarbetar kring *Musikhjälpen*.

## **9.4 Sidoverksamhet**

Sidoverksamheter till SR:s sändningsverksamhet ska bära sina egna kostnader och i övrigt bedrivs på ett konkurrensneutralt sätt i förhållande till andra företag som tillhandahåller motsvarande tjänster.

(Sveriges Radios anslagsvillkor 2018, 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 2018, 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, se avsnitt 5.3.

Utöver detta bedriver Sveriges Radio viss sidoverksamhet. Denna mycket begränsade sidoverksamhet utgår från sändningstillståndet, finansieras inte med mottagaravgifter och bedrivs på ett konkurrensneutralt sätt.

## Omfattning

Sveriges Radios sidoverksamhet består av följande delar:

- SR Media Development Office (SR MDO) är en fristående avdelning inom Sveriges Radio som arbetar med medieprojekt i utvecklingsländer. Verksamheten bygger på SR:s 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).
- Uthyrning av konserthuset Berwaldhallen för konserter, konferenser och andra typer av evenemang.
- Uthyrning av musikstudior i Radiohuset, framför allt för repetitioner.
- Programförsäljning. Privatpersoner kan köpa 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 och inslag i tv-program eller som del i teateruppsättningar.

**Tabell 44. Intäkter och kostnader för sidoverksamheten 2009–2018, miljoner kronor**

		Ack. t o m 2008	Ack. 2009 – 2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Ack. – 2018
SR Media	Intäkter		0,0	7,4	5,4	2,7	4,5	10,1		30,1
Development	Kostnader		0,0	-6,0	-5,4	-3,3	-4,5	-10,1		-29,3
Office	<b>Resultat</b>		<b>0,0</b>	<b>1,4</b>	<b>0,0</b>	<b>-0,6</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>		<b>0,8</b>
Uthyrning	Intäkter		12,0	2,7	2,8	3,2	3,0	3,6		27,3
Berwaldhallen	Kostnader		-10,6	-2,7	-2,4	-3,0	-3,0	-2,6		-24,3
	<b>Resultat</b>		<b>1,4</b>	<b>0,0</b>	<b>0,4</b>	<b>0,2</b>	<b>0,0</b>	<b>1,0</b>		<b>3,0</b>
Uthyrning	Intäkter		4,3	0,7	0,9	0,8	0,6	0,4		7,7
lokaler,	Kostnader		-2,3	-0,7	-0,5	-0,6	-0,5	-0,3		-4,9
teknik	<b>Resultat</b>		<b>2,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,4</b>	<b>0,2</b>	<b>0,1</b>	<b>0,1</b>		<b>2,8</b>
Försäljning	Intäkter		17,0	1,5	2,6	0,9	1,6	1,7		25,3
av varor	Kostnader		-18,4	-1,8	-2,3	-4,2	-1,4	-1,1		-29,0
	<b>Resultat</b>		<b>-1,4</b>	<b>-0,2</b>	<b>0,4</b>	<b>-3,3</b>	<b>0,2</b>	<b>0,6</b>		<b>-3,7</b>
Del av	Intäkter		0,0	0,0						0,0
gemensam	Kostnader		-1,3	-1,3						-2,6
overhead	<b>Resultat</b>		<b>-1,3</b>	<b>-1,3</b>						<b>-2,6</b>
	<b>Intäkter</b>		<b>33,3</b>	<b>12,4</b>	<b>11,8</b>	<b>7,6</b>	<b>9,7</b>	<b>15,8</b>		<b>90,6</b>
<b>Summa</b>	<b>Kostnader</b>		<b>-31,3</b>	<b>-12,5</b>	<b>-11,9</b>	<b>-11,1</b>	<b>-9,4</b>	<b>-14,1</b>		<b>-90,3</b>
	<b>Resultat</b>		<b>2,0</b>	<b>-0,1</b>	<b>-0,1</b>	<b>-3,5</b>	<b>0,3</b>	<b>1,7</b>		<b>0,3</b>
<b>Balanserat nettoresultat</b>		<b>1,3</b>								<b>1,3</b>
<b>Resultat inkl balanserat</b>										<b>1,6</b>
<b>nettoresultat</b>										

År 2018 utgjorde kostnader för sidoverksamheten 0,4 procent av Sveriges Radios totala kostnader.

Del av gemensam overhead ingår från och med 2016 i respektive sidoverksamhet.<sup>61</sup> Utifrån att kostnads-påslaget för overhead ska vara relevant och kunna justeras kontinuerligt för att spegla förändringar i verksamheten har kostnadsslaget Övriga kostnader valts som mått. I detta kostnadsslag ingår kostnader som är gemensamma för hela företaget. Utöver traditionella overheadkostnader (ekonomihantering, administration, HR, juridik och fastighetskostnader), som finns för att möjliggöra kärnverksamheten programproduktion, ingår verksamhet som kommunikation, investeringar, utveckling och teknik/it.<sup>62</sup>

Resultat för respektive sidoverksamhet balanseras mot tidigare års ackumulerade resultat.

Det ackumulerade resultatet för perioden 2009–2018 är positivt för SR MDO, Berwaldhallens lokaluthyrning samt uthyrning av studiolokaler. Däremot uppvisar försäljningen av varor ett negativt balanserat resultat. Den huvudsakliga anledningen till detta är att verksamheten i samband med en omstrukturering 2016 belastades med engångskostnader i form av kundförluster för historiska obetalda kundfordringar samt nedskrivning av varulagret. Efter denna omstrukturering har försäljningen av varor genererat överskott.

Sveriges Radio bedömer att ingen del av sidoverksamheten riskerar att inkräkta på kärnverksamheten eller skada förtroendet för radio och tv i allmänhetens tjänst.

## Prissättning

Sidoverksamheten bedrivs inom konkurrensutsatta och väl fungerande områden. Prisbilderna inom dessa områden är väl kända för kunder och andra leverantörer.

För uthyrning av Berwaldhallen och musikstudior gäller att den egna verksamheten prioriteras före externa kunder.

Sveriges Radio gav 2014 en konsultfirma i uppdrag att analysera de prisnivåer som används vid uthyrning av Berwaldhallen. Prisnivåerna upplevs ligga i nivå med andra konserthallar i Sverige. Vad gäller musik- och publikstudiorna i Radiohuset i Stockholm ligger priserna lägre än lite större repetitionslokaler men högre än mindre repetitions- och musikinspelningslokaler. Sveriges Radio gör bedömningen att prisnivåerna för denna typ av lokaler inte har förändrats.

Prissättning vid försäljning av programkopior (licensieringar av inspelningar och program) görs efter omvärldsbevakning. Avstämning mot andra bolags prisnivåer och produktionskostnader görs regelbundet. Sveriges Radios pris baseras på det beräknade PPD-priset<sup>63</sup> och rekommendationer från upphovsrättsorganisationer. Privatkopior säljs till självkostnadspris.

SR MDO bedriver konsult- och utbildningsarbete inom medieområdet i första hand i låg- och medelinkomstländer utanför EU. Verksamheten finansieras huvudsakligen genom kontrakt med olika biståndsgivare, till exempel biståndsmyndigheten Sida. Vanligen genomförs upphandling vilket innebär att prisnivån sätts i konkurrens med andra företag eller institutioner som är aktiva på samma marknad.

<sup>61</sup> SR MDO är undantaget från påslag då denna verksamhet bedrivs i andra länder och till mycket liten del är beroende av Sveriges Radios infrastruktur.

<sup>62</sup> Definitionen har förtydligats i jämförelse med Public serviceredovisningen 2017, men beräkningen av måttet är oförändrad.

<sup>63</sup> Published Price to Dealer – pris innan produkten når handeln.

## 10 Planer för framtiden

### Sveriges Radio mot nytt sändningstillstånd

Sveriges Radio går mot ett nytt sändningstillstånd 2020. Satsningarna och vägen framåt utgår från publicistiken. Under 2019 kommer stor kraft läggas på att fortsätta utveckla och fördjupa verksamheten, uppdatera strategiarbetet, formulera en ny vision och utveckla mål med sikte på den nya tillståndsperioden 2020–2026.

SR kommer också arbeta med att än mer förstärka Sveriges Radio som varumärke och som arbetsgivarvarumärke: vi måste bli valda, både av en större publik och av kompetenta och attraktiva medarbetare, och då är det viktigt att tydliggöra vad Sveriges Radio står för.

Under 2019 kommer två saker att bli helt avgörande för framtiden:

- Riksdagen väntas ta beslut om Sveriges Radios uppdrag, det vill säga det sändningstillstånd som kommer att gälla från 2020. Det är viktigt att det fortsatt skyddar oberoendet, är brett och slår fast att Sveriges Radio ska finnas till för hela publiken oavsett var och hur de väljer att ta del av utbudet.
- De ekonomiska förutsättningarna: 75 procent av Sveriges Radios budget är lönerelaterad. Merparten är programproducerande personal. Det mesta av utbudet gör SR själv, eftersom format inte kan köpas eller säljas, inte heller visningsrätter som för tv. Därför är SR helt beroende av relationen lönerörelse och tilldelning. Verksamheten effektiviseras årligen för att klara lönerna och samtidigt utveckla företaget.

Om Sveriges politiker väljer att fortsatt långsiktigt satsa på Sveriges Radio och ge public service trygga ekonomiska förutsättningar, är det också en investering i demokratin.

### Utbudet

Sveriges Radio ska under 2019 besluta om nya långsiktiga kanalstrategier för P1, P2, P3, P4 och nya-*Play* (den digitala presentationen av hela innehållet).

Nyhetsredaktionerna lokalt och nationellt inom allmänna nyheter, kultur, sport samt nyheter för barn ska öka samarbetet för att bättre spegla hela Sverige i det linjära riksutbudet och i *SR Play*. Nyheterna i P4 fortsätter utvecklas genom att Ekots och Radiosportens sändningar anpassas ytterligare till den lokala tablån. Nyhetsutbudet i Stockholm förstärks genom att flera lokala redaktioner inrättas.

P1 ska öka ansträngningarna att spegla hela Sverige genom fler beställningar av programserier till redaktioner och externa producenter utanför Stockholm. Under första halvåret av 2019 kommer Europa-frågor ges särskilt utrymme med anledning av EU-valet.

Ton och tilltal i P2 ska utvecklas, särskilt när det gäller de breda lyssnartiderna. Med utgångspunkt i den musikundersökning P2 har gjort ska publikens musikpreferenser genomsyra utbudet än mer. Program och tablå ska utvecklas så att Sveriges Radios egna ensembler får en tydligare plats i kanalen.

Radio Sweden ska se över vilka språk som är viktigast att prioritera på 1, 3 och 5 års sikt. EU-valet bevakas av Radio Sweden och redaktionerna för de nationella minoritetsspråken.

P3:s ambition att positionera sig inom musikjournalistiken fortsätter. Nytt 2019 blir en podd där de populäraste låtarna plockas i sär och artisten berättar historien om hur låten blev till. En ny eftermiddagsshow från Malmö startas. Nya format för den yngre delen av P3:s målgrupp utvecklas under 2019.

*Karlavagnen* i P4 utökar sändningarna till sex dagar i veckan. Under våren bevakas EU-valet inom ramen för *P4 Extra*, *Karlavagnen*, *P4 Världen* samt i det lokala utbudet. Lokala P4-kanaler ska i ökande utsträckning publicera självständiga ljud för att publiken lättare ska kunna lyssna på nyheterna när de själva vill. Ljudklippen ska kvällstid kompletteras med extra nyhetssändningar i FM.

Ett mera personligt tilltal ska utvecklas i appen *SR Play*. Redaktionella samlingar med både programtips från hela utbudet och aktuella nyheter ska vidareutvecklas och lyftas fram ännu tydligare.

Under 2019 kommer endast mindre förändringar i evenemangsutbudet att genomföras.

### **Sveriges Radios externa kommunikation**

Sveriges Radios kulturuppdrag ska lyftas fram då Berwaldhallen firar 40 årsjubileum med bland annat ett antal jubileumskonserter. P4 ska arbeta med etableringen av lokalbevakningen inom Stockholm med omnejd.

Under 2019 kommer Sveriges Radio som helhet att prioriteras i kommunikationen, och en ny vision och varumärkesplattform för Sveriges Radio ska tas fram.

### **Attraktiv arbetsplats**

Kompetensutvecklingsplanen på Sveriges Radio är indelad i fem områden: chef och arbetsledare, kompetensväxling, journalistik, tekniska satsningar/projekt och övrigt. Insatser och utbildningar inom alla dessa områden kommer att genomföras.

### **Ekonomi i balans**

Under tidigare år har Sveriges Radio byggt upp en reserv för att kunna genomföra strategiska satsningar. I 2019 års budget tas närmare 200 miljoner kronor av företagets balanserade reserv i anspråk till sådana satsningar. Därmed visar budgeten ett planerat underskott på 84 miljoner kronor.

Några satsningsområden:

- omfattande publicistiska satsningar som syftar till att öka användandet av Sveriges Radios innehåll på mobila plattformar och att bättre spegla Sveriges befolknings skilda förutsättningar, levnadsvillkor och bakgrunder
- större fastighetsunderhåll av Radiohuset i Stockholm inklusive fasadrenovering
- teknikskifte till att distribuera ljud över ip
- kompetensutveckling samt utveckling av chefs och medarbetarskap
- kompetensväxling
- marknadsföring och kommunikation.

## Bilaga 1 – Villkor i sändningstillstånd och anslagsvillkor

### Sändningstillstånd

Villkor – nyckelord	Kapitel, avsnitt
§ 1 – fyra ljudradioprogram – regionalt innehåll – 99,8 procents täckning	5.1 7.9 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 – särskilt ansvar för svenska språket – jämförbarhet och mångfald, speglar hela landet och variationer i befolkningen – hög kvalitet, nyskapande form och innehåll – folkbildningsambitioner – mångfald av åsikter	6.1 och 7 4.1.6 7.1 4 och 7 7 7
§ 7 – variation i produktionsformer	7.7
§ 8 – nyhetsverksamhet	7.2
§ 9 – kulturutbud	7.3
§ 10 – barn och unga – minoritetsspråk för barn och unga	7.4 7.6
§ 11 – tillgänglighet funktionsnedsättning	7.5
§ 12 – minoritetsspråk	7.6
§ 13 – sändningar till utlandet	SR har inte haft utlandssändningar sedan kort- och mellanväg upphörde 2010
§ 14 – opartiskt, sakligt etc.	4.1.7
§ 15 – beriktigande, genmäle etc.	4.1.7
§ 16 – respektera enskilda privatliv	4.1.7
§ 17 – ljudradions genomslagskraft	4.1.7
§ 18 – ej sända reklam	SR sänder inte reklam förutom för egen, SVT:s eller UR:s programverksamhet
§ 19 – sponsring, indirekt sponsring	9.1
§ 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 styrelserespresentation i RIKAB
p. 6 – ingen kostnad för allmänheten	SR tar inte ut några avgifter
p. 7 – delta i utveckling av produktions- och distributionsteknik – nå lyssnarna på olika plattformar	4.2.2 och 4.2.3 5 och 6
p. 8 – kärnverksamhet och kompletterande verksamhet – sidoverksamhet	5.3 9.4
p. 9 – nya tjänster	4.2.6
p. 10 – överenskommelser med SVT och UR angående minoritetsspråk respektive funktionsnedsättning	överenskommelserna lämnades in före 2019-01-01
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 upprättat ett avtal
p. 17 – budgetunderlag 2019	SR har uppfyllt kravet
p. 18 – intäkter – indirekt sponsring – kommersiella samarbeten  – kostnader – resurser per programkategori  – effektivitet  – produktivitet – produktivitetsförbättringar/rationaliseringar – koncernsamarbeten  – sidoverksamhet  – programstatistik  – publikens lyssnande och omdömen  – planer för kommande år	9.1 9.1 9.1  9.2 9.2  3 och 9.3  9.3 9.3 9.3  9.4  5.1, 6.1 och 7  8  10
p. 19 – revisorsintyg	sist i redovisningen

## Bilaga 2 – 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 också livsåskådnings- och livsstilsprogram samt underhållning och upplevelser, till exempel i form av teater.
- **P2** erbjuder klassisk och nutida konstmusik, improvisationsmusik och traditionsmusik, till exempel jazz eller världsmusik. P2 är även en av kanalerna för minoritetsspråk.
- **P3** är ung public service. Samhällsjournalistik, populärkultur, humor och relationer är bärande delar. P3 guidar till den nya musiken och lyfter fram nya svenska artister.
- **P4** är den lokala nyhets- och aktualitetskanalen för hela Sverige samt kanalen för sport och barnradio. I P4 presenteras nyheter, aktualiteter, kultur och livsstilsfrågor samt bred radiounderhållning i form av klassiker och nysatsningar. P4 är även kris- och beredskapskanalen som förser allmänheten med viktig information. På kvällar, nättet och helger sänds huvudsakligen ett riksutbud.
- **P6** är Sveriges Radios flerspråkiga kanal med musik och program på flera språk lokalt över Stockholmsområdet.
- **P5 STHLM** är en lokal radiokanal i Stockholm med låtar från 90-talet och framåt. Kanalen upphörde i november 2018 och frekvensen används därefter för P4 Stockholm.
- **P3 Din Gata** är en Malmöbaserad lokal kanal för den unga publiken.

### Sveriges Radios DAB-kanaler över Stockholm, Göteborg, Malmö och Luleå

- P1
- P2 Klassiskt
- P2 Världen
- P3 Star
- P4 Riks (nattetid)
- P7 Sisuradio
- Radioapans knattekanal
- DAB Event – en möjlighet att vid speciella tillfällen utöka utbudet

### Sveriges Radio medverkar i Teracoms försökssändningar med markbaserad digitalradio (DAB+) över Stockholm, Uppsala och Gävle med följande kanaler:

- P2 Musik
- P3
- P4 Stockholm

## Sveriges Radio sänder via webben

Samtliga kanaler som finns i FM (riks och lokala) samt i DAB sänds också på [sverigesradio.se](http://sverigesradio.se). Där är P2 uppdelat på kanalerna P2 (Musik) respektive P2 Språk och musik. Dessutom finns det ett internet-exklusivt utbud:

- SR Sápmi (Sameradion)
- Radio Sweden – on demand
- P2 säsongskanaler: P2 Klassisk jul och P2 Klassisk sommar
- P4 säsongskanal: P4 Bjällerklang
- P4 Plus – testkanal med musik för målgruppen 60 år och äldre
- 17 evenemangskanaler där de flesta används av Ekot och Radiosporten för extrasändningar

## Sverigesradio.se

- [sverigesradio.se](http://sverigesradio.se) (för dator, surfplatta och smart telefon)
- [mini.sverigesradio.se](http://mini.sverigesradio.se) (för enkel telefon)

## Appar

Sveriges Radios appar är gjorda för operativsystemen iOS och Android:

- *Sveriges Radio Play.* Play finns även för Universal Windows Platform. *Play* för iOS finns även för Apple Watch och Apple CarPlay.
- Melodikrysset
- Radioapan – banankalas!
- Radioapans kojträd
- P3 Radio. (Appen läggs ner under slutet av 2018).

## Röststyrda assistenter och andra plattformar

Sveriges Radio finns även på röststyrda assistenter, som Google Home och Alexa i Amazon Echo, och på andra plattformar, som Sonos och Apple TV.

## API

Via ett öppet API kan man bygga egna tjänster med Sveriges Radios innehåll.

## Bilaga 3 – Bolagsgemensamt index för minoritetsspråk

För att kunna göra en samlad bedömning av programbolagens utbud på de prioriterade minoritetsspråken har bolagen utvecklat en gemensam indexmodell.

Varje bolags utbud per språk 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 2013–2018

	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Finska	100	112	146	157	153	159
Samiska	100	118	115	126	135	153
Meänkieli	100	116	128	188	205	243
Romani chib	100	135	139	187	203	211
Teckenspråk	100	87	102	113	147	141
<b>Medelvärde</b>	<b>100</b>	<b>114</b>	<b>126</b>	<b>154</b>	<b>169</b>	<b>181</b>

<b>År 2018</b>	<b>SR</b>	<b>SVT</b>	<b>UR</b>	<b>Medelvärde</b>
Finska	102	114	260	159
Samiska	102	195	162	153
Meänkieli	138	412	180	243
Romani chib	113	283	238	211
Teckenspråk	-	162	121	141
<b>Medelvärde</b>	<b>114</b>	<b>233</b>	<b>192</b>	<b>181</b>

<b>År 2017</b>	<b>SR</b>	<b>SVT</b>	<b>UR</b>	<b>Medelvärde</b>
Finska	102	111	247	153
Samiska	102	173	131	135
Meänkieli	136	300	180	205
Romani chib	110	261	238	203
Teckenspråk	-	166	128	147
<b>Medelvärde</b>	<b>112</b>	<b>202</b>	<b>185</b>	<b>169</b>

<b>År 2016</b>	<b>SR</b>	<b>SVT</b>	<b>UR</b>	<b>Medelvärde</b>
Finska	102	109	260	157
Samiska	100	139	138	126
Meänkieli	130	265	170	188
Romani chib	102	248	213	187
Teckenspråk	-	155	72	113
<b>Medelvärde</b>	<b>109</b>	<b>183</b>	<b>170</b>	<b>154</b>

<b>År 2015</b>	<b>SR</b>	<b>SVT</b>	<b>UR</b>	<b>Medelvärde</b>
Finska	101	104	233	146
Samiska	100	130	115	115
Meänkieli	103	112	170	128
Romani chib	101	117	200	139
Teckenspråk	-	145	59	102
<b>Medelvärde</b>	<b>101</b>	<b>121</b>	<b>155</b>	<b>126</b>

<b>År 2014</b>	<b>SR</b>	<b>SVT</b>	<b>UR</b>	<b>Medelvärde</b>
Finska	100	109	127	112
Samiska	100	123	131	118
Meänkieli	100	129	120	116
Romani chib	100	130	175	135
Teckenspråk	-	115	59	87
<b>Medelvärde</b>	<b>100</b>	<b>121</b>	<b>122</b>	<b>114</b>

<b>År 2013</b>	<b>SR</b>	<b>SVT</b>	<b>UR</b>	<b>Medelvärde</b>
Finska	100	100	100	100
Samiska	100	100	100	100
Meänkieli	100	100	100	100
Romani chib	100	100	100	100
Teckenspråk	-	100	100	100
<b>Medelvärde</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

## Bilaga 4 – Priser till Sveriges Radios produktioner och medarbetare

För att han med soul och hjärta folkbildat generationer av lyssnare med musikerintervjuer av yppersta världsklass lög motivering när Mats Nileskär tilldelades **Lukas Bonniers Stora Journalistpris** för sina 40 års arbete med kvalificerad musikjournalistik.

Robert Barkman och Daniel Velasco fick **Stora Journalistpriset** som årets berättare för dokumentärsenien *Hästgården*.

*Hästgården* vann också radio- och poddpriset Guldörat som Årets radioupplevelse. **Radioakademins Hederspris** gick till legendariska P3-programmet *Hassan* och Erik Blix röstades fram av lyssnarna till Årets Programledare.

Vid **Prix Europa** vann Ekots *och P1 Dokumentärs Bombattentaten, säkerhetspolisen och nazisterna* i kategorin ”Radio Current Affairs”.

P1 Dramas *Spring, Uje, spring* kom på andraplats i kategorin ”Radio Fiction”.

Barnradions *Mördarens apa* fick tredjeplats i ”Radio Fiction Series”.

I kategorin ”Digital Audio” kom Barnradions *Tusen modiga frågor* (Produktionsbolaget Munck AB) femma.

Vid **Prix Italia** var appen *Radioapans kojträd* framröstad till finalplats i kategorin ”Web Entertainment” och *P1 Dokumentären Kidnappad av al-Quaida* i kategorin ”Radio Documentary”.

Vid **New York Festivals**, tävlingen som uppmärksammar världens bästa radio, fick Barnradion ta emot fem medaljer:

- *Bebispodden*, en unik podd som riktar sig till barn 0–2 år, fick guld i kategorierna ”Best Children/ Young Adult” och ”Entertainment”.
- Dramat *Mördarens apa* fick guld i kategorin ”Best Children/Young Adult” och brons i kategorin ”Best Drama Special”.
- Podden *Historierummet* fick silver i kategorin ”Best Children/Young Adult”.

Vid **Prix Ex Aequo** fick ljuddesignen i *Mördarens apa* pris ”for the exceptional execution of radio play for youth”.

*Ekonomiekot* vann **Ekonomijournalistpriset** i kategorin ”Årets TV och radio” och i kategorin Årets Podcast vann *Ekonomiekot Extra*.

*Ekonomiekots* Anders Billing och Sören Granath fick delad femteplatsen i kategorin Årets ekonomijournalist.

**Katarina Gunnarsson**, som under årens lopp mottagit många priser, tilldelades 2018 ytterligare två priser. För sin integritet och självständighet fick hon Kungliga Ingenjörsvetenskapsakademiens pris för vetenskaplighet inom journalistiken. *Hon borrar djupt, envist och med stor personlig integritet*.

Per Wendel-priset fick hon med motiveringen att hon är en journalist som vandrar sin egen väg. *Lyfter på stenar som ingen ser [...] och att hon är sinnebilden av en riktig reporter, en uttröttlig murvel*.

## Bilaga 5 – Antal anställda per ort december 2018

Antal personer, inte heltidstjänster, samtliga yrkeskategorier och samtliga anställningsformer.

Ort	Antal	Ort	Antal
Malmö	91	Örebro	35
Karlskrona	29	Gävle	31
Kristianstad	29	Falun	37
Helsingborg	6	Karlstad	30
Simrishamn	2	Bollnäs	2
Karlshamn	0	Hudiksvall (vakant)	0
		Torsby	1
Växjö	48	Åmål	1
Jönköping	34	Mora (vakant)	0
Norrköping	35		
Kalmar	32	Umeå	49
Linköping	2	Luleå	45
Värnamo	1	Östersund	34
Västervik	3	Sundsvall	26
		Kiruna	14
Göteborg	108	Pajala	8
Uddevalla	33	Örnsköldsvik	2
Borås	32	Skellefteå	2
Skövde	32	Arvidsjaur	2
Halmstad	33	Haparanda	1
Varberg	3	Lycksele	1
		Övertorneå	1
Stockholm	1 050	Jokkmokk	1
Kista	1	Karesuando	1
Sollentuna	1		
Södertälje	1		
Berwaldhallen	160		
Uppsala	51		
Visby	32		
Eskilstuna	31		
Västerås	29		
Nyköping	2		
			<b>2 235</b>



## RAPPORT ÖVER FAKTISKA IAKTTAGELSER

Till Kulturdepartementet

Vi har genomfört de granskningsåtgärder som vi kommit överens om och som anges nedan rörande Sveriges Radio AB:s Public Service-redovisning för 2018. Vårt uppdrag har utförts enligt SNT 4400 *Uppdrag att utföra granskning enligt särskild överenskommelse rörande finansiell information.* Granskningsåtgärderna har vidtagits enbart för att hjälpa Er att bedöma vissa tabeller i Public Service-redovisningen.

I Sveriges Radio AB:s anslagsvillkor för år 2018 anges att bolaget årligen skall följa upp och rapportera hur public service-uppdraget uppfyllts (punkt 18 i *Anslagsvillkor för 2018 avseende Sveriges Radio*). Uppföljningsrapporten, av bolaget benämnd public service-redovisning, för 2018 skall senast den 1 mars 2019 ges in till Kulturdepartementet. Bolaget skall säkerställa att företagets revisorer ges möjlighet att granska uppfoljningsrapporten. Utlatande över denna granskning skall ske i ett revisorsintyg som tillställs Kulturdepartementet.

1: Vår granskning har omfattat att genom stickprov granska att tabeller i Public Service-redovisningen överensstämmer med statistik ur SR:s system.

Vi har gjort följande iakttagelser:

a) När det gäller punkt 1 fann vi att samtliga tabeller som ingått i vårt stickprov överensstämde med statistik ur SR:s system.

Eftersom de granskningsåtgärder som vidtagits enligt ovan varken är en revision enligt International Standards on Auditing eller en översiktig granskning enligt ISRE bestyrker vi inget om innehållet i Public Service-redovisningen för 2018.

Om vi hade genomfört ytterligare granskningsåtgärder eller om vi hade utfört en revision enligt International Standards on Auditing eller en översiktig granskning enligt ISRE skulle andra förhållanden kanske ha kunnat komma till vår kännedom och ha rapporterats till Er.





Vår rapport är enbart avsedd för det syfte som angivits i det första stycket i denna rapport och för Er information, och den ska inte användas för något annat syfte. Rapporten gäller endast det som angivits ovan och omfattar inte Public Service-redovisningen som helhet.

Öhrlings PricewaterhouseCoopers AB

2018-02-19

A blue ink signature of the name "Camilla Samuelsson".

Camilla Samuelsson  
Auktoriserad revisor, huvudansvarig

A blue ink signature of the name "Carina Åkesson".

Carina Åkesson  
Auktoriserad revisor  
Utsedd av regeringen