

# PUBLIC SERVICE- REDOVISNING 2016

”Gör mig på ett enkelt och intressant sätt till en insatt och utbildad medborgare. Ger mig också underhållning och musik som har stort värde i min vardag. Sveriges Radio är en stor del av mitt liv.”

LYSSNARCITAT

sverigesSRradio

<b>1</b>	<b>Inledning.....</b>	<b>4</b>
1.1	Sveriges Radios vd och styrelseordförande har ordet .....	4
1.2	Sveriges Radio i ett föränderligt medielandskap.....	7
1.3	Årets redovisning .....	16
<b>2</b>	<b>Det här vill Sveriges Radio .....</b>	<b>17</b>
<b>3</b>	<b>Detta har Sveriges Radio bidragit med .....</b>	<b>19</b>
3.1	Värde för samhället .....	19
3.2	Värde för individen .....	21
3.3	Sveriges Radios bidrag till samhället – exempel.....	23
3.4	Publikmål.....	27
3.5	Allmänhetens värdering av programkategorier .....	29
<b>4</b>	<b>Kvalitet och utveckling.....</b>	<b>30</b>
4.1	Säkerställa uppdrag och kvalitet.....	30
4.1.1	Styrning och beställningsprocess .....	30
4.1.2	Decentraliserad organisation .....	31
4.1.3	Agendasättande.....	32
4.1.4	Utvärdering av intern och extern programproduktion .....	33
4.1.5	Kompetensutveckling .....	35
4.1.6	Språkvård.....	36
4.1.7	Granskningar av Sveriges Radios program .....	37
4.1.8	Publicistiska priser.....	38
4.2	Utvecklingsarbete .....	38
4.2.1	Publicistisk utveckling.....	38
4.2.2	Innovationsteam .....	41
4.2.3	Sociala medier .....	41
4.2.4	Teknisk utveckling .....	43
4.2.5	Digitalradio i vänteläge .....	45
4.2.6	Nya tjänster.....	46
<b>5</b>	<b>Här finns Sveriges Radio .....</b>	<b>47</b>
5.1	Marksänd radio.....	47
5.2	Andra plattformar .....	49
5.3	Kärnverksamhet och kompletterande verksamhet.....	50
<b>6</b>	<b>Bredden i utbudet.....</b>	<b>53</b>
6.1	Marksänd radio (FM och DAB) fördelad på programkategorier.....	53
6.2	Sveriges Radios utbud på internet .....	55
6.3	Sveriges Radio och sociala medier .....	60
<b>7</b>	<b>Särskilda uppdrag och målgrupper .....</b>	<b>62</b>
7.1	Jämställdhet, mångfald och spegling.....	63
7.1.1	Övergripande om begrepp och metoder .....	63

7.1.2	Verktyg i mångfaldsarbetet .....	64
7.1.3	Spegling av hela landet och variationer i befolkningen.....	65
7.1.4	Uppföljning .....	67
7.1.5	55 procent-målet.....	69
7.2	Nyheter och samhällsbevakning.....	70
7.2.1	Nyheter .....	70
7.2.2	Utrikesverksamheten .....	73
7.2.3	Granskning .....	74
7.2.4	Samhällsbevakning – fördjupning och berättande.....	75
7.2.5	Dokumentärer .....	78
7.3	Kulturuppdraget.....	80
7.3.1	Fördjupat, vidgat och utvecklat utbud .....	80
7.3.2	Bevakning, spegling och granskning.....	82
7.3.3	Kulturproduktion .....	83
7.3.4	Tillgängliggöra kultur – samarbeten med kulturinstitutioner .....	84
7.3.5	Musik.....	85
7.3.6	Berwaldhallen.....	89
7.3.7	Nordisk kulturgemenskap.....	90
7.4	Barn och unga.....	92
7.4.1	Barnutbudet .....	92
7.4.2	Tonårsutbudet.....	96
7.5	Tillgänglighet .....	99
7.5.1	Program om, för och med personer med funktionsnedsättning.....	100
7.5.2	Barn och unga med funktionsnedsättning .....	101
7.5.3	Hörbarhet.....	102
7.5.4	Ökad tillgänglighet med publika digitala tjänster.....	103
7.5.5	Dialog .....	104
7.6	Minoritetsspråk.....	105
7.6.1	Minoritetsspråk i Sveriges Radio – relevant innehåll på relevanta plattformar .....	105
7.6.2	Betydande ökning.....	107
7.6.3	Samiska .....	108
7.6.4	Finska .....	109
7.6.5	Meänkieli.....	111
7.6.6	Romani chib .....	112
7.6.7	Jiddisch.....	114
7.6.8	Utbud på andra minoritetsspråk.....	114
7.7	Variation i produktionsformer .....	117
7.8	Det breda anslaget .....	121
7.8.1	Sport .....	121

7.8.2	Livsstil.....	122
7.8.3	Underhållning.....	123
7.9	Lokalt uppdrag .....	124
7.9.1	Sveriges Radio P4 – 25 lokala kanaler och riksutbud .....	124
7.9.2	Fortsatt utvecklingsuppdrag för lokala kanaler .....	124
7.9.3	Stockholmskanalerna.....	126
7.10	Beredskap och viktig information till allmänheten .....	127
7.10.1	Risk- och sårbarhetsanalyser .....	127
7.10.2	Service – viktig information till allmänheten .....	127
7.10.3	Utsändningskvalitet .....	129
<b>8</b>	<b>Publiken – användarna .....</b>	<b>130</b>
8.1	Sveriges Radios publik.....	130
8.2	Publiken om Sveriges Radio .....	136
8.3	Dialog med publiken .....	143
<b>9</b>	<b>Resursanvändning .....</b>	<b>145</b>
9.1	Intäkter.....	145
9.2	Kostnader.....	147
9.3	Produktivitet respektive effektivitet .....	149
9.3.1	Produktivitet .....	150
9.4	Sidoverksamhet .....	156
<b>10</b>	<b>Planer för framtiden.....</b>	<b>159</b>
10.1	Sveriges Radio mot nytt sändningstillstånd .....	159
10.2	Engagerad publik.....	159
10.2.1	Utbudet .....	159
10.2.2	Digitalt.....	163
10.2.3	Evenemang .....	164
10.3	Sveriges Radios externa kommunikation .....	164
10.4	Attraktiv arbetsplats .....	164
10.4.1	Ökad mångfald .....	165
10.5	Ekonomi i balans .....	165
10.5.1	Investeringsplan.....	165
	<b>Bilaga 1 – Villkor i sändningstillstånd och anslagsvillkor .....</b>	<b>166</b>
	<b>Bilaga 2 – Sveriges Radios kanaler och distributionsplattformar .....</b>	<b>168</b>
	<b>Bilaga 3 – Bolagsgemensamt index för minoritetsspråk.....</b>	<b>170</b>
	<b>Bilaga 4 – Priser till Sveriges Radios produktioner och medarbetare .....</b>	<b>171</b>

# 1 Inledning

## 1.1 Sveriges Radios vd och styrelseordförande har ordet

2016 var det år då världen, Europa men också Sverige blev alltmer tudelat, fragmentiserat och polariserat. Utbudet av nyheter, samhällsinformation och kultur är enormt. Det har aldrig tidigare varit så lätt att både ta del av och att själv delge andra sina tankar, åsikter och funderingar.

Men det har heller aldrig varit så lätt att bara följa, diskutera och debattera med personer som enbart har exakt samma åsikt som jag själv har.

I den här verkligheten 2016 blev Sveriges Radio, som oberoende, opartisk och reklamfri medieaktör, viktigare än någonsin.

2016 var det nyhetsintensivaste året på väldigt, väldigt länge. Ett år med bland annat terroristattacker i Bryssel, Nice och Berlin. Turkiet stod i centrum efter ett misslyckat kuppforsök. Det genomfördes ett presidentval i USA där fejkade nyheter blev ett begrepp och där bristen på ett starkt public service i USA blev extra tydlig. 2016 var också det år då briterna röstade för Brexit och kampen om Aleppo i Syrien intensifierades liksom striderna kring Mosul i Irak.

Vid samtliga dessa tillfällen har Sveriges Radio varit närvarande, på plats, sänt direkt och gett den svenska publiken de unika rösterna. Via den nya liveorganisationen på Ekot har vi snabbt erbjudit publiken cirka 300 extra direktsändningar. Extra nyhetssändningar och aktualitetsprogram har producerats för samtliga kanaler och nyhetsdokumentärer, framför allt för den yngre publiken, och har inom ett dygn släppts som podd.

Ett strategiskt beslut detta år var också sammanslagningen av Ekot och Radio Sweden, vilket gett publiken andra perspektiv på årets stora nyhetshändelser samtidigt som nyheter om Sverige fortsatt producerats på engelska, arabiska, persiska, kurdiska och somaliska.

Publiken har via Sveriges Radio inte bara fått veta vad som hänt. Vi har också varit snabbast på att förklara varför och vad händelserna får för konsekvenser.

Pushnotiser i mobilen och ett aktivt kommunikativt arbete via sociala medier har guidat publiken till alla dessa extra sändningar.

Sveriges Radios roll som den trovärdiga guiden har befasts ytterligare under det år som gått, såväl i den analoga FM-radion som digitalt och via sociala medier.

2016 var också det år då stora delar av Sveriges Radio började utveckla innehållet i alla dessa tre distributionsformer parallellt, med olika målgrupper tydligt i fokus. Ett arbete som kommer att intensifieras och utvecklas ytterligare under 2017.

Vi har inte längre en digital strategi utan vidareutvecklar en strategi för en digital och social värld. I företagsledningen inrättades en ny befattning, en innovationsdirektör, med ansvar för den samlade utvecklingen och förnyelsen.

För oss är det centralt att rätt innehåll når rätt målgrupp, rätt tid på dygnet och via rätt plattform. Alltid med ljudet i centrum.

Sveriges Radio har under det år som gått ännu tydligare utkristalliserats som landets enda riktiga riksmEDIUM med stark lokal förankring och Nordens största korrespondentnät. Vi har under året som gått gett publiken en global bevakning där den lokala vardagen vävts samman med nationella beslut och internationella perspektiv.

De 25 lokala kanalerna finns närvarande på cirka 50 platser i landet rent fysiskt, men via egen-utvecklad ny och modern teknik kan reportrar och programledare i dag enkelt förflytta sig och i princip sända var som helst ifrån. Luci Live, en app för direktmedverkan i en smart telefon, och den nya OB-väskan som möjliggör sändningar utanför radiohusen är i dag självklara arbetsredskap på redaktionerna och har lett till en helt ny typ av rapportering, mer flexibel, mer direkt och mer närvarande i folks vardag. Allt i en ambition att komma närmare publiken.

I Stockholm finns nu också en ny Radio truck, en rullande studio, med vilken den lokala P4-kanalen och P5 STHLM verkligen har möjlighet att vara ute och sända där det händer.

Dessa nya tekniska lösningar kopieras nu av andra radiobolag, och Sveriges Radio anses ligga i framkant i Europa.

2016 var det år då samtliga lokala kanaler också förändrades organisatoriskt. Förmågan att granska och publicera originalinnehåll stärktes, och programledarna profilerades för att kunna ta en tydligare guidande roll. De lokala kanalerna producerar inte bara nyheter utan är också en öppen arena för debatt, diskussion och kulturskapande. Dessa lokala röster och talanger har vi sedan lyft fram för en rikspublik via P1, P2, P3 och P4 samt i det utbud vi erbjuder digitalt och socialt.

Att Sverige är ett land med stor mångfald har under 2016 blivit extra tydligt. För Sveriges Radios del är detta en högt prioriterad fråga, vilket har märkts dels i vårt utbud, det vill säga vilka som får komma till tals, dels bland dem som arbetar för företaget. Den mångfaldsstrategi på cirka 30 åtgärds punkter som slogs fast för ett par år sedan är nu i princip genomförd. Under 2017 kommer den därför att utvecklas vidare.

Sveriges Radio lanserade 2016 bolagets första talkshow på arabiska samt dagliga nyhetspoddar på lätt svenska riktade till nyanlända. På webben har publiken erbjudits de stora nyhets-händelserna på tio olika språk. Under hösten sändes dessutom för första gången en dokumentär på två språk, svenska och kurdiska. I P4-dokumentären *Hemligheten* berättar en ung kvinna om de övergrepp hon utsattes för som barn.

Vårt finska utbud har en naturlig plats i alla våra kanaler, och tvåspråkiga nyhetssändningar före-kommer nu dagligen i den stora familjekanalerna P4. Vår sydsamiska talkshow, den enda av sitt slag, fick 2016 års samiska språkpris.

2016 har också vår kultur- och samhällsbevakning vidgats. SR Drama producerar nu ett innehåll för samtliga kanaler, och den första P3-serien *De dödas röster* släpptes som podd. P2 fick ett nytt operaguidande program, och vår egen kör och orkester varvade strålande insatser på turnéer i bland annat Italien och Oman med fullsatta konserter i vår egen Berwaldhall. Sveriges Radio är landets största kulturscen.

*Musikguiden i P3* gjorde det unika och sände tio timmar live från Way Out West, och året avslutades med *Musikhjälpen* som satte rekord i antalet engagemang där allmänheten via egna insatser bidrog till att samla in pengar till årets tema *Barn i krig har också rätt att gå i skolan*. Ett exempel på hur Sveriges Radio bidrar till nytta för samhället, liksom den dag som P4 Kronoberg ordnade för alla sjätteklassare i länet om medias roll för en väl fungerande demokrati. SR har vid ett antal tillfällen under 2016 uppmärksammat vikten av det fria ordet och det faktum att den svenska Tryckfrihetsförordningen firade 250 år. Att värna och propagera för journalisters säkerhet och möjlighet att vara som helst i världen utföra sitt arbete är för oss en prioriterad fråga.

2016 var också ett stort sportår med fotbolls-EM i Frankrike samt Paralympics och OS i Rio, där Sveriges Radio var det enda svenska public service-företaget på plats. Radiosporten sände 220 timmar från OS och gav publiken alla de stora ögonblicken i direktsändning då de faktiskt inträffade.

Barnpubliken fick detta år ett helt nytt morgonprogram i P4 vilket enbart bygger på barns delaktighet, och *Morgonpasset* i P3 gästades varje morgon i en timme av en person med koppling till en aktuell samhällsfråga.

Sveriges Radio har en ekonomi i balans och finansieras direkt av svenska folket via radio- och tv-avgiften. För 800 kr om året kan alla i ett hushåll ta del av det vi erbjuder, inte bara de drygt 135 000 timmar förstasändning radio per år som SR sänder direkt i marknätet, utan även det omfattande digitala utbudet, när du vill, var du vill och vad du vill. Sveriges Radio får inget statligt stöd varken till vår basverksamhet, vår utveckling eller till vår digitala förflyttning. Vi effektiviserar hela tiden vår verksamhet för att inom ramen för de tilldelade medlen klara såväl dagens publika behov som morgondagens.

2016 innebar det att cirka 8 procent av Sveriges Radios kostnader lades på innovation, förnyelse och den så viktiga digitala förflyttningen. Pengar som effektiviserats fram i andra delar av verksamheten. Parallellt sker en ständig utveckling av medarbetarna genom kompetensutveckling, det dagliga arbetet på redaktionerna utvecklas och förändras inom oförändrade ekonomiska ramar. Allt är konkreta förändringar av en publicistisk samhällsinstitution, men som inte mäts i kommersiella nyckeltal.

Det går bra för Sveriges Radio. Våra publiksiffror är stabila, och P4 är alltså landets i särklass största radiokanal med 3,2 miljoner dagliga lyssnare. Trots en ökad global och digital konkurrens på en mediemarknad som är långtifrån enbart svensk längre, väljer fortfarande cirka fem miljoner dagligen, eller sju miljoner personer i veckan, något av vårt utbud.

Sveriges Radio toppar också återigen MedieAkademiens undersökning över de företag och institutioner som svenska folket anser har högst trovärdighet. Och i den årliga attitydundersökningen svarar 79 procent att de anser att vi bidrar med stor eller mycket stor samhällsnytta.

Siffror som är hedrande men också innebär att stort ansvar. Vi har därför under 2016 initierat ett antal utvecklingsprojekt vars syfte är att även framöver kunna ge publiken ett starkt, innovativt, informativt och underhållande Sveriges Radio.

John Brattmyhr, styrelseordförande

Cilla Benkö, vd

## 1.2 Sveriges Radio i ett föränderligt medielandskap

Sveriges Radio är en viktig del av människors liv. Från tidig morgon till sen kväll.

Nu tas riktningen ut mot framtiden för att fortsatt vara *hela* Sveriges radio, för både dagens publik och kommande generationer.

Under 2017 fortsätter utvecklingsarbetet för att möta lyssnarnas och användarnas behov och förväntningar på en modern, nytänkande och innovativ public service-radio med ljudet i fokus.

Det är nu halvtid i tillståndspanen. Sveriges Radio gick in i tillståndspanen med en hög ambitionsnivå och konstaterar att en rad av de mål som sattes upp inför panen för att skapa berörande och angelägna program för hela landet nu kan bockas av.

I en tid när samhället och mediemarknaden genomgår omvälvande förändringar blir uppdraget att vara i allmänhetens tjänst viktigare än någonsin.

Under 2017 påbörjar Public service-utredningen sitt arbete. De närmaste åren kommer en rad mediepolitiska beslut att fattas för både dagspress och public service. Sveriges Radio ser fram emot att bidra till en öppen diskussion om hur framtidens public service-radio fortsatt ska kunna vara en öppen arena och bidra till det demokratiska samtalet.

Den traditionella radion står sig fortfarande stark, sju miljoner lyssnar på Sveriges Radio varje vecka. I dag förväntar sig allmänheten ett oberoende och opartiskt utbud inte bara i radion. När 93 procent<sup>1</sup> av svenskarna har internet i hemmet, 81 procent har en smart telefon och användningen av sociala medier bara fortsätter öka är det avgörande att mediepolitiken gör det möjligt för SR att fortsatt vara ett viktigt medieföretag i allmänhetens tjänst på alla plattformar.

### Nästa generations radiolyssnare

Sveriges Radios målsättning är att nå publiken där publiken är. Ett prioriterat område är att nå – och bli vald av – den unga publiken. Enligt rapporten ”Svenskarna och internet 2016” använder nästan alla skolbarn internet från sex års ålder (90 procent). Hundra procent av tonåringarna har i dag en mobil och de vistas gärna på plattformar som Snapchat och Instagram.

P3 är den unga kanalen och arbetar strategiskt digitalt/socialt för att erbjuda tonåringar nyheter och samhällsfördjupning på de plattformar den unga publiken väljer. De erbjuder P3 Nyheter, dokumentärer, humor, underhållning och guidning till ny musik. Denna mix med en hög andel talat innehåll och ett brett urval av musik särskiljer Sveriges Radios P3 från andra radioaktörer.

Ett trovärdigt utbud för en yngre publik spelar en central roll på plattformar där det kan vara svårt att skilja sant från falskt och rykten från källkritiskt granskad fakta. När publiken inte enbart tar del av de traditionella mediebolagens egna plattformar är det viktigt att Sveriges Radio kan vara ett trovärdigt alternativ även i sociala medier, vid sidan av de egna plattformarna.

### Sveriges Radio – hela Sveriges radio

Rent generellt spelar journalistiken en viktig roll för att informera om – och göra allmänheten delaktig i – ganska snåriga och komplexa skeenden, händelser och beslutsprocesser. Sveriges Radio får en allt viktigare roll för just denna viktiga demokratiska funktion. Där andra nyhetsmedier av kommersiella skäl ibland undviker en bevakning av mer komplicerade samhällsfrågor, kan SR ta ett större ansvar att förklara, fördjupa och öka förståelsen.

---

<sup>1</sup> Svenskarna och internet 2016. En årlig studie av svenska folkets medievanor. <http://www.soi2016.se/>.



En rad svenska mediestudier beskriver hur mediemarknaden förändras. Enligt medieforskaren Gunnar Nygren har antalet anställda journalister minskat med 25 procent på tio år, och en tredjedel av dagstidningarnas lokalredaktioner har lagts ned. Över en femtedel av Sveriges kommuner saknar en lokaltidning<sup>2</sup>. Den lokala bevakningen är svagare i framför allt glesbygd och storstädernas förorter<sup>3</sup>.

Samtidigt har många medier centraliserat sin produktion. TV4 har lagt ned sina lokala kanaler och TT har lagt ned redaktioner, vilket bland annat har berört norra Sverige.

I praktiken är det bara Sveriges Radio och SVT som har ett dagligt nyhetsarbete över hela Sverige.<sup>4</sup>

Sveriges Radio särskiljer sig genom att vara ett riksmedium med stark lokal närvaro med nyheter, samhällsdebatt, kultur och musik för hela landet. SR har 28 lokala kanaler, varav tre i Stockholm och två i Malmö och medarbetare på över 50 platser, fler än något annat mediebolag i landet.

P4-kanalerna har ett regionalt uppdrag. Nuvarande finansiering medger ett begränsat antal journalister som ska klara det regionala bevakningsuppdraget, granska, spegla och skapa kultur samt sända en bred variation av musik.

De lokala kanalerna är också öppna arenor och viktiga ytor för debatt och dialog. I lokala P4 kommer människor till tals vid cirka 200 000 tillfällen under ett år.

Samtidigt är det väl känt att P4 spelar en mycket viktig roll när det gäller att sprida särskilt viktiga nyheter kring lokalsamhället.<sup>5</sup>

Sveriges Radios uppdrag att spegla, och därmed också sprida lokala tidningars innehåll för ett större genomslag, har stor betydelse för att öka kunskapen hos fler om lokalsamhället.

Sveriges Radio är det mediaföretag som varje år citeras mest av de lokala tidningarna.

---

<sup>2</sup> Bergvall K., Så bevakas kommunerna. Mediestudiers årsbok – Tillståndet för journalistiken 2014/2015, Stockholm: Institutet för Mediestudier.

<sup>3</sup> Nygren G., Appelgren E. (2015), utvecklas i forskningsantologin Människorna, medierna & marknaden 2016.

<sup>4</sup> Nygren G., Medieekologi – ett helhetsperspektiv på medieutveckling, SOU 2016:30.

<sup>5</sup> Se bland annat Nygren G., Medieekologi – ett helhetsperspektiv på medieutveckling, publicerad i forskningsantologin Människorna, medierna & marknaden 2016.

Tabellen nedan visar hur dagstidningar citerar Sveriges Radios nyheter. Under 2016 citerades SR totalt 88 000 gånger av andra medier, varav över hälften av lokala tidningar. SR bidrar därmed till att försörja tidningarna med relevant samhälls- och kulturjournalistik.

Tabell 1. **Utveckling över tid för hur några av Sveriges Radios nyhetsprogram citeras av andra medier**

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Sveriges Radio lokalt	19 319	23 746	18 860	25 291	29 338	41 658	44 687	47 392
<i>Ekot</i>	11 348	14 902	20 390	22 654	17 557	19 702	21 355	26 861
Radiosporten	1 486	2 007	3 046	3 460	3 935	3 646	3 576	4 345
<i>Kulturytt</i>	1 301	1 182	1 491	1 679	3 780	4 886	3 942	3 006
Vetenskapsradion	527	956	1 212	997	1 082	2 407	1 609	3 422
<i>P1-morgon</i>	444	530	318	588	569	647	1 044	917
<i>Studio Ett</i>	151	168	226	492	333	307	555	423
Sameradion	170	166	134	91	54	105	292	654
<i>sverigesradio.se</i>					6	242	239	103
Radio Sweden	12	44	10	57	13	18	141	9
Sisuradio	4	7	4	4	52	1	13	14
Ekonomiekot	36	12	26	17	8	80	36	80
<i>Ekots lördagsintervju</i>	130	245	295	405	279	419	513	683
<i>God morgon, världen!</i>	8	17	16	6	4	6	10	9
<i>Konflikt</i>	22	22	15	22	40	25	25	10
<b>Totalt</b>	<b>34 958</b>	<b>44 004</b>	<b>46 043</b>	<b>55 763</b>	<b>57 050</b>	<b>74 131</b>	<b>77 896</b>	<b>87 928</b>

Källa: Retriever, Medierapport Sveriges Radio 2009–2016.

## Sveriges Radios roll för mångfald

Medieforskning visar på starka tendenser till centralisering och likriktning i medielandskapet. Exempelvis beskriver Södertörns högskola hur medieägandet av kommersiella tidningar

”samlas på allt färre händer, särskilt regionalt och lokalt. Mångfalden i det mediala ekosystemet blir allt viktigare. Detta innebär att en samhällsfinansierad public service fortfarande är mycket viktig för att säkra en mångfald i journalistiken. Ofta är lokalradion och SVT:s regionala nyheter det enda alternativet till de regionala mediemonopol som växt fram”.<sup>6</sup>

## Samarbeten och dialog

Sveriges Radio för sedan många år en dialog med svenska mediehus och lokala tidningar. SR har under 2016 tagit initiativ till och genomfört en rad publicistiska samarbeten med lokala medier, där samarbetet bidragit till en bättre granskning.

<sup>6</sup> Nygren G. Medieekologi – Ett helhetsperspektiv på medieutveckling, publicerad i forskningsantologin Människorna, medierna & marknaden 2016.

Exempelvis gjorde P4 Skaraborg gemensamt med Nya Lidköpings-Tidningen, Skaraborgs Allehanda och Mariestads-Tidningen en granskning av vad 200 lokala politiker tycker i olika frågor om öppenhet och yttrandefrihet i samband med att den svenska Tryckfrihetsförordningen fyllde 250 år. Ett tryckfrihetsseminarium anordnades också på Kulturhuset i Skövde.

Ett publicistiskt motiverat samarbete med tidningar kan exempelvis utgå från en gemensam research men där mediebolagen sedan gör självständiga, separata originalpubliceringar. På så sätt bidrar SR till att stärka demokratin utan att skada mångfalden på mediemarknaden.

Sedan länge underlättar Sveriges Radio för både lokaltidningar och kommersiella aktörer på flera sätt:

- Sveriges Radio driver trafik till tidningarnas nyhetssajter genom att länka tillbaka till dem när deras nyheter citeras.
- Sveriges Radio delar redan allt eget innehåll fritt för alla, även till kommersiella tidningar.
- Alla kan fritt använda SR:s inbäddade spelare på sina webbplatser.
- Sveriges Radio betalar en betydande summa årligen till TT Nyhetsbyrån. TT ägs av de ledande svenska kommersiella mediehusen och har bland annat i uppgift att bevaka lokaljournalistiken.
- Sveriges Radio har ett fritt och öppet API<sup>7</sup> och den som vill kan bygga egna tjänster med SR:s innehåll. Ett konkret exempel är den lokala nyhetssajten i Jönköping jmini.se som använder API:et och bygger sin trafiktjänst med uppgifter som SR delar med sig av.

### **Radions roll som trovärdig medieaktör**

Människor har högt förtroende för radio rent generellt, både i Sverige och i övriga Europa. Här särskiljer sig radion från andra medier.

Sveriges Radio har högst förtroende av företag och institutioner i Sverige (tillsammans med Systembolaget) enligt MedieAkademiens förtroendebarmeter 2016<sup>8</sup>.

Dessutom har radion som sådan högst förtroende i Europa<sup>9</sup> och är det medium som människor litar på mest. I EU-kommissionens rapport Eurobarometern<sup>10</sup> tillfrågas européer om deras förtroende för olika medier och institutioner. Där framgår att radio anses vara det mest trovärdiga mediet i 24 av 33 (73 procent) av de undersökta länderna i Europa.<sup>11</sup> Samtidigt tenderar färre att lita på tidningar, internet och sociala medier.

De nordiska radiobolagen utmärker sig. Sverige följt av Finland och Danmark har högst förtroende för radio i Europa.<sup>12</sup>

Eftersom Sveriges Radio har så stor lyssnarandel av radiomarknaden i Sverige går det också att dra slutsatsen att svensk public service-radio anses ha högst trovärdighet.

Även Eurobarometern om Mediapluralism och Demokrati 2016<sup>13</sup> visar tydligt att radio är det medieslag människor upplever som mest pålitligt. Av 28 000 invånare i 28 länder inom EU ansåg 66 procent att radio är det mest pålitliga nationella mediet, följt av tv och tidningar (55 procent). Betydligt färre ansåg att sociala medier var pålitliga.

---

<sup>7</sup> Application Programming Interface.

<sup>8</sup> Se tabell 38 i avsnitt 8.2.

<sup>9</sup> EBU based on Eurobarometer 84 Media Intelligence Service – Trust in Media 2016.

<sup>10</sup> 84<sup>th</sup> Eurobarometer survey, EU-kommissionen.

<sup>11</sup> EBU based on Eurobarometer 84 Media Intelligence Service – Trust in Media 2016.

<sup>12</sup> EBU based on Eurobarometer 84 Media Intelligence Service – Trust in Media 2016.

<sup>13</sup> Eurobarometer on Mediapluralism and Democracy 2016.

Även den yngre generationen litar mest på radio. De yngre har ett proportionellt högre förtroende för sociala medier än resten av befolkningen men har ett ännu högre förtroende för radio.

### **Trovärdig aktör på alla plattformar**

Sveriges Radio bidrar med att vara en trovärdig aktör på mediemarknaden på alla plattformar, inte enbart i FM-radio. Oberoendet, att verksamheten ska bedrivas självständigt från statliga, politiska, ekonomiska och andra intressen, bidrar till allmänhetens höga förtroende.

Det är också tydligt att människor vänder sig till Sveriges Radio i tider av kris eller större nyhets-händelser. P4:s roll som trygg och pålitlig beredskapskanal vid långvariga strömbrott, snökaos, storm eller andra svåra samhällspåfrestningar är känt. Men nu förväntar sig publiken snabb och pålitlig information även i P1, och lyssningen ökar tydligt vid större nyhetshändelser, enligt SR:s mätningar.<sup>14</sup>

Det finns i dag en tydlig förväntan på Sveriges Radio att snabbt ge relevant och kvalitetssäkrad information på alla plattformar, via pushnotiser i mobilen såväl som i radion. Att människor litar på att SR levererar pålitlig information både i FM och på digitala/sociala plattformar är en viktig förklaring till att människor söker sig till Sveriges Radio vid större nyhetshändelser.

### **Ansvarsfull utveckling av användarvänliga tjänster**

Sveriges Radios digitala utveckling har publiken och ljudet i fokus. Ny teknik förbättrar möjligheten att nå ut med ett public service-innehåll till hela allmänheten. Det ökar även förutsättningarna för SR att möta publikens behov på ett mer allsidigt sätt än tidigare och därmed bättre uppfylla uppdraget. Personalisering stärker dessutom förutsättningarna att nå en publik som har en svagare relation till public service. Berättelserna där Sveriges Radio speglar samhället har därmed större möjlighet att nå ut till fler.

För Sveriges Radio är det viktigt att befintliga tjänster med värdefullt innehåll utvecklas på ett ansvarsfullt sätt och med hög standard. Ett innovationsteam arbetar med att utveckla funktioner tillsammans med publiken. Ett prioriterat område har varit att göra det lättare att hitta utbudet i mobilen och bättre anpassa appen *SR Play* till användarnas intressen och behov. Under 2016 blev det exempelvis möjligt att pausa och spola fram och tillbaka i direktsända program i *SR Play*.

Publikens efterfrågan på ett personligt anpassat innehåll ökar. Många digitala aktörer försöker i dag individanpassa utbudet genom så kallade algoritmer.

Sveriges Radio har under 2016 startat ett personaliseringsteam med uppgift att under 2017 lansera utökad funktionalitet i *SR Play*. Anpassning till användarnas behov är viktigt då ett ofiltrerat, icke anpassat utbud blir oöverskådligt och svårt att hitta i. Följden blir att användarna lätt går miste om viktigt public service-innehåll. Den egna vanans makt att enbart söka på innehåll som man redan känner till riskerar att skapa en "filterbubbla". Personalisering är ett sätt att upptäcka innehåll man inte kände till att det fanns, särskilt för den som saknar förkunskap om radions utbud.

---

<sup>14</sup> Bland annat i Sveriges Radios PPM-undersökningar. PPM, Portable People Meter, är ett mätsystem som mäter det faktiska lyssnarbeteendet på minutnivå. Systemet bygger på att en panel bär unika mätare som registrerar de radio-kanaler de lyssnar på.

Utmaningen för Sveriges Radio är att göra innehållet mer tillgängligt för en digital publik som är van vid personalisering utan att för den skull skapa nya ”åsikts- och filterbubblor”. Personaliseringsteamet arbetar med att ge en mobil användare som inte är så bekant med programmen en tydligare vägledning. Ett av målen är att kunna erbjuda rekommenderade avsnitt med hjälp av en mix av mänskligt redaktörskap och algoritmer i samverkan med publiken.

Att som public service-bolag kunna erbjuda publiken ett ”oväntat” innehåll även på digitala plattformar är därmed viktigt för Sveriges Radio.

Samtidigt som appen inom kort utvecklas för att erbjuda användarna en så bra upplevelse som möjligt anonymiseras insamlingen av lyssningshistorik och användarbeteende. Användarna får en fråga om att godkänna. Det går att tydligt få information om hur inställningarna kan ändras samt om Sveriges Radio inte längre ska kunna lagra informationen. Denna information kan inte kopplas direkt till den enskilda användaren och innehåller inte heller några personliga uppgifter som namn eller ip-nummer.

Kopplingen mellan public service och demokrati är ett centralt tema i europeisk medieforskning.<sup>15</sup> Betydelsen av att allmänheten får del av nyheter och samhällsinformation även när den inte riktigt förväntar sig det brukar kallas för ”oavsiktligt lärande”. En radiolyssnare kan enkelt bli ”överrumplad” med ny information hemma i köket eller i bilen, även av innehåll som lyssnaren inte aktivt valt.

Till skillnad från kommersiella medier förutsätts public service erbjuda ett fördjupat, informativt, sakligt och opartiskt innehåll. Public service-bolagen ökar människors kunskaper, och det bidrar till att minska kunskapsklyftor mellan olika grupper i samhället.<sup>16</sup>

### **Betydelsen av originaljournalistik**

Sveriges Radio prioriterar agendasättande originaljournalistik. Denna journalistik produceras i redaktionernas dagliga arbete, dels genom undersökande journalistik av dokumentärredaktioner samt *Ekots* och *Kalibers* undersökande redaktioner, dels genom lokala grävsamarbeten i reporternätverk över kanalgränserna.

Det senaste året har de lokala kanalerna höjt ambitionsnivån ytterligare och gjort en rad avslöjanden. Genom omprioriterade och riktade medel, kompetensutveckling och förändrad organisation utvecklar Sveriges Radio den lokala bevakningen med undersökande originaljournalistik.

När redaktioner skär ned och nyhetsmedier som TV4 och TT upphör med bevakningen bidrar Sveriges Radios grävnav till att spegla och granska förhållanden som berör publiken i norra Sverige.

Exempelvis har område Norr under 2016 inlett riktade satsningar för att främja undersökande och agendasättande journalistik i norra Sverige och sätta fokus på ett geografiskt under-representat område. Ett exempel som fått stort genomslag och stor uppmärksamhet är granskningen av Fjällsjö Nyheter, en nyhetstjänst på nätet. Granskningen visade att Fjällsjö Nyheter hade högerextrema kopplingar och hade spridit falska anklagelser mot asylsökande. Fjällsjö Nyheter webbplats är dessutom ett tydligt exempel på hur det har blivit allt vanligare att falska uppgifter sprids okommenterat på nätet och via sociala medier.

---

<sup>15</sup> Denna koppling beskrivs bland annat i forskningsantologin *Människorna, medierna och marknaden* SOU 2016:30, där det även hänvisas till internationell forskning på temat.

<sup>16</sup> Nord L., Strömbäck J. m.fl. Beskrivs även i forskningsantologin SOU 2016:30.

Sveriges Radio bidrar till en källkritisk granskning av oseriösa nyheter och fungerar därmed som en betydande motvikt till falska nyheter, desinformation, rykten och ren propaganda på internet.

### **Sveriges Radios originaljournalistik en motvikt mot pr**

Sveriges Radios utbud och originaljournalistik blir en allt tydligare motvikt till den ökande spridningen av information från informatörer, pr-byråer och andra särintressen som florerar i dag.

Undersökande journalistik är dyr att producera eftersom den kräver omfattande research och faktagranskning. Sveriges Radio har i nästan ett helt århundrande varit en garant för samhällsviktig och kunskapshöjande journalistik.

*P3 Dokumentär* är ett exempel på hur Sveriges Radio bidrar till att höja kunskapen genom berörande och grundlig samhällsjournalistik. Dokumentären om det svenska telekombolaget Ericsson avslöjade hur företaget misstänks ha betalat miljontals kronor i mutor till högt uppsatta makthavare runtom i världen. Den fick ett stort genomslag.

Rapporteringen om Ericsson och mutskandalen är ett exempel på hur Sveriges Radios granskningar bidrar med journalistik inom komplexa och svårbevakade områden. Originaljournalistik av hög kvalitet har ett särskilt värde både för samhället i stort och för den enskilda individen.<sup>17</sup> Samtidigt har kvalitetsjournalistik aldrig varit lönsam, den kräver en långsiktig och stabil finansiering.

### **Sveriges Radio motverkar kulturens vita fläckar**

Sveriges Radios vision<sup>18</sup> är att vara landets viktigaste mediebolag och ledande kulturskapare.

Den nyligen avslutade Medieutredningen, som lagt fram förslag för ett nytt presstödssystem, fokuserar främst på nyheter. Uppdraget för public service är betydligt bredare än så. Nyhetsuppdraget är endast en del av det breda uppdraget. En stor del av licensmedlen fördelas till andra delar i uppdraget, som exempelvis minoritetsspråksutbudet, program för barn och unga, en robust distribution och det breda kulturuppdraget.

Hela 68 procent av utbudet består av musik och kultur. Radiomediet särskiljer sig här från andra medier genom ett rikt svenskt musik- och kulturutbud för hela landet.

Sveriges Radio har under 2016 utvecklat det kulturgranskande och kulturskapande uppdraget. Eftersom publikens förväntningar förändras behöver även kulturbevakningen stärkas, främst i P4. Det stora kulturintresse som finns bland P4-lyssnare behöver mötas på nya sätt. Stora delar av den kompetens som finns inom företaget kan också komma fler lyssnare till del än i dag. Därför har SR under 2016 inlett ett arbete där bevakningen av lokalt och regionalt kulturliv utvecklas. Dessutom görs kulturutbudet mer lättillgängligt på de digitala plattformar där användarna förväntar sig att kunna ta del av kultur.

Sveriges Radio är en garant för kultur i hela Sverige och en viktig aktör för att motverka vita fläckar i landets kulturjournalistik. I dag produceras cirka 25 000 inslag och 9 000 timmar förstasändning kultur per år. SR tar därmed ett stort ansvar för att kultur bevakas och skapas i hela landet.

---

<sup>17</sup> Allern S., Wiik J., Nygren G. m.fl.

<sup>18</sup> Sveriges Radios Vision & Mål 2014-2019.

SR Drama har under 2016 utvecklat utbudet och konstnärliga former för radiodrama. Den tekniska utvecklingen erbjuder nya verktyg för radiodrama, och Sveriges Radio skapar nu drama för en publik i alla kanaler och på alla plattformar i form av poddar, i sociala medier och i det fysiska teaterrummet genom exempelvis direktsänt drama.

SR Dramas poddsatsning för en yngre publik utgör också ett alternativ för en generation som gärna spenderar tid på Youtube, Netflix och sociala plattformar. Exempelvis fick thrillerpodden *De dödas röster* stor uppmärksamhet 2016 och låg högt på poddradiolistorna.

### **Landets största konsertscen och Berwaldhallen som kulturinstitution**

P2 erbjuder publiken ett unikt musikutbud som inte kan höras hos någon annan svensk radioaktör. Oavsett var man bor i Sverige ger kanalen tillgång till en bred och fördjupande blandning av klassisk musik, jazz och folkmusik.

Musikutbudet i P2 bygger till största del på Sveriges Radios egna ensembler som tillgängliggör ett nyskapande konsertutbud av högsta kvalitet för lyssnare i hela landet.

Berwaldhallen är i praktiken hela landets konserthus och i den bemärkelsen Sveriges största konsertscen med omkring 100 000 lyssnare per radiosänd produktion. Sveriges Radios Symfoniorkester och Radiokören tillhör landets främsta och är internationellt erkända, vilket möjliggör samarbete med den klassiska musikens främsta artister.

Sveriges Radio har ambitionen att utveckla rollen som hela landets största musik- och kulturscen. Kulturinstitutionen Berwaldhallen med sina ensembler har en central roll i detta. Programläggningen påverkas inte av utomstående finansiärer och därmed garanterar Sveriges Radios Symfoniorkester och Radiokören en oberoende tillgång till ett kvalitativt musikutbud för alla i landet.

För att ha frihet i programsättningen och ge utrymme för experimentell verksamhet är det betydelsefullt att oberoendet skyddas inom ramen för public service-uppdraget. Detta skiljer Berwaldhallen från andra orkestrar som är mer beroende av politiska beslut, kommersiellt stöd eller en optimering av biljettintäkterna.

Därtill är ensemblerna en drivkraft i svenskt musikliv, både för svenska upphovsmän och exekutörer. SR är landets största beställare av ny musik. Ensemblerna bidrar därmed både till den kulturella sektorn och till en sund konkurrens inom svenskt konsertliv.

Berwaldhallens ensembler bedriver även folkbildning i samtliga kanaler med bland annat *Radioapans* konserter i P4 och samverkan med flera av P1:s redaktioner.

### **Sveriges Radios särskilda beredskapsuppdrag**

Sveriges Radio har en viktig roll i svensk krisberedskap och totalförsvar. SR:s hela kritiska infrastruktur är uppbyggd och bemannad för att klara både störningar i samhället och störningar i den egna tekniska miljön. Under 2017 kommer även den digitala plattformen att inkluderas i beredskapsarbetet för att ha en digital beredskap på samma sätt som beredskapen i FM. P4 har sedan en lång tid tillbaka en särställning som beredskapskanal för att säkerställa att myndigheter och organisationer alltid ska kunna komma ut med Viktigt Meddelande till Allmänheten (VMA).

## En ökande demokratisk betydelse

I en digitaliserad, globaliserad, fragmentiserad, individualiserad och polariserad värld blir Sveriges Radios bidrag till samhället viktigare än kanske någonsin tidigare. 2017 väntas på många sätt bli ett ödesår i europeisk politik i svallvågorna efter britternas beslut att lämna EU. Flera länder går till val, som Nederländerna, Tyskland och Frankrike. I Sverige väntas valrörelsen starta tidigt. Samtidigt går höger- och vänsterpopulistiska partier framåt<sup>19</sup> och polariseringen ökar i Europa och stora delar av världen.

En studie från EBU<sup>20</sup>, den europeiska radio- och tv-unionen, visar flera samband mellan ett starkt public service och en hälsosam demokrati. Exempelvis att där det finns en väl utbyggd public service råder också högt valdeltagande och pressfrihet.

Sammanfattningsvis visar rapporten att länder med högre public service-finansiering per capita har högre grad av pressfrihet. Bland annat finns ett starkt samband mellan hög pressfrihet och högt förtroende för medier. I Europa tenderar högre nivåer av pressfrihet rent allmänt hänga ihop med en högre tilltro till medierna. Och public service-medierna verkar spela en viktig roll i detta.

I Demokratiutredningens delrapport 2015 Demokratin och det förändrade medielandskapet<sup>21</sup> beskrivs att även medieutvecklingen i sig medför ökade klyftor och polarisering. En av slutsatserna<sup>22</sup> är att betydelsen av public service ökar i ett polariserat samhälle samtidigt som andra aktörers möjlighet att satsa redaktionellt försvagas.

## En plattformsoberoende finansiering för framtiden

Kvalitetsjournalistik, undersökande och annan fördjupande samhällsjournalistik liksom musik- och dramaproduktion är beroende av långsiktigt hållbar finansiering.

Digitaliseringen har inte minskat rollen för public service. Tvärtom, i ett medielandskap med ett överflöd av information, algoritmer och filterbubblor blir Sveriges Radio viktigare än någonsin som en trovärdig, oberoende, stor och opartisk arena. Det är därför avgörande att public service finns där publiken finns både i traditionella radiosändningar och digitalt/socialt via internet.

Det finns flera olika modeller för att finansiera public service och det finns för- och nackdelar med samtliga modeller. Vid en jämförelse av utvecklingen internationellt av olika finansieringsmodeller har den svenska radio- och tv-avgiften fler fördelar än nackdelar. Eftersom publiken i dag förväntar sig Sveriges Radios utbud på alla plattformar behöver radio- och tv-avgiften göras plattformsoberoende och teknikneutral.

## Tillgodoräkna webben

I dag beaktar Granskningsnämnden endast det marksända utbudet i bedömningen av hur public service-bolagen uppfyllt uppdraget enligt sändningstillståndet. Eftersom Sveriges Radio har uppdraget att nå ut till allmänheten och tillgängliggöra utbudet på alla de plattformar som publiken använder behöver även utbudet på internet beaktas.

---

<sup>19</sup> Timbros Authoritarian populism index.

<sup>20</sup> EBU Media Intelligence rapport PSM correlations between public service media and societal well-being.

<sup>21</sup> Demokratiutredningens delrapport Demokratin och det förändrade medielandskapet. Mot ökade kunskapsklyftor och deltagandeklyftor?.

<sup>22</sup> DN Debatt. "Kunskapsklyftan riskerar bli en av de stora klassfrågorna", <http://www.dn.se/debatt/kunskapsklyftan-riskerar-bli-en-av-de-stora-klassfragorna/>.



Programbolagen bör därför i praktiken kunna tillgodoräkna sig det utbud som görs tillgängligt på internet. Detta skulle kunna göras genom att Granskningsnämnden, och i förlängningen regering och riksdag, beaktar den verksamhet programbolagen låtit publiken ta del av på andra plattformar.

### **Public service-begreppet**

Public service ska inte betraktas som enbart ett kvalitetsbegrepp utan står för något mer.

Begreppet bygger på några viktiga grundfundament:

- ägarmodellen med en förvaltningsstiftelse vars främsta uppdrag är att säkra oberoendet mot staten
- sändningstillstånd med långsiktiga och tydliga villkor och krav
- finansieringsmodellen där radio- och tv-avgiften står för en oberoende finansiering utanför statsbudgeten
- opartiskhet och saklighet, krav i sändningstillståndet som endast public service-bolagen omfattas av.

Oberoende, ägarstiftelsen, tydliga sändningstillstånd och en oberoende finansieringsmodell bidrar sammantaget till ett oberoende public service och därmed ett högt förtroende hos allmänheten.

Den svenska public service-modellen med tre separata bolag, SR, SVT och UR bidrar i sig till samhällsnyttan. Tre bolag med olika uppdrag, fokus, inriktning och möjligheter att nå ut till målgrupperna tillför mångfald och hög variation i medieutbudet. Lyssnare och tittare får som helhet ett mer diversifierat och mångfasetterat utbud med olika perspektiv och utgångspunkter. Fler röster kan få en möjlighet att delta och det finns utrymme för fler perspektiv. Vilket är extra viktigt nu när andra mediebolag tyvärr kämpar med att hitta nya affärsmodeller och polariseringen ökar.

Dessutom bidrar bolagen med innovation och utveckling som hela mediebranschen har nytta av.

## **1.3 Årets redovisning**

För att underlätta Granskningsnämndens 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 ges svaret direkt i bilagan.

I nämndens yttrande över public service-redovisningen 2015 fanns synpunkter på hur framtida redovisningar borde se ut. Sveriges Radios strävan har varit att tillgodose dessa i den mån SR bedömt att stöd finns i sändningstillstånd eller anslagsvillkor samt att förslagen är relevanta och inte kräver en orimlig arbetsinsats. I vissa fall där nämnden föreslagit resultatmått är det SR:s uppfattning att en beskrivning av vad som har gjorts bättre svarar mot villkoret. Detta gäller till exempel programutveckling för äldre barn och unga.

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

## 2 Det här vill Sveriges Radio

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

(Sveriges Radios sändningstillstånd, s. 1)

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

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 mesta möjliga public service för pengarna</li></ul>
Värdegrund	Oberoende, trovärdiga, öppna, nyskapande		

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

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

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

Mål 2016:

- 84 procent av befolkningen 12–79 år lyssnar på Sveriges Radio en genomsnittlig vecka.
- *sverigesradio.se* har i genomsnitt 1 485 000 unika webbläsare per vecka.
- *Sveriges Radio Play* har i genomsnitt 490 000 unika webbläsare per vecka.
- SR har vid årets slut 2 550 000 följare/gillare på sociala medier.

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

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

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

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

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

För att nå målen inledde Sveriges Radio under 2013 SRPU – *Sveriges Radios Publicistiska Utveckling*. Det är ett långsiktigt utvecklingsarbete som ska pågå under hela tillståndsperioden. SRPU utgår från journalistiken, förhållandet till publiken samt kanal- och distributionsidén. Dessa tre grunder ger en tydlig riktning för SR:s utveckling i alla delar. Företagsledningen har pekat ut tolv områden som är i fokus för utveckling och förändring, se avsnitt 4.2.1. Projekten är avgränsade i tid och i omfattning och ska genomföras stegvis under perioden.

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

Sveriges Radio vill uppnå sina mål genom att

- 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 vårt samhälle 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 närvarande och tillgänglig vardagar 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 delar upp sitt bidrag utifrån två perspektiv, värde för samhället och värde för individen. Ett sätt att kunna mäta och följa upp Sveriges Radios bidrag är att använda indikatorer på hur allmänheten uppfattar SR. De flesta indikatorer som redovisas här hämtas från en årlig attitydundersökning som Sveriges Radio uppdrar åt Novus Group att genomföra.<sup>23</sup> I undersökningen tillfrågas ett urval ur hela befolkningen, både lyssnare och icke-lyssnare. Detta är en undersökning som SR har använt i ett antal år och vars syfte är att kunna följa hur olika grupper i samhället uppfattar Sveriges Radios varumärke och utbud. Sedan 2014 har vissa frågor från denna undersökning använts som indikatorer på SR:s bidrag till samhället och individen.

Flera undersökningar av liknande karaktär, såväl inom som utanför Sverige, där medborgare tillfrågas om hur de förhåller sig till befintliga institutioner eller samhällsfunktioner visar en nedåtgående trend. Detta kan bland annat bero på utvecklingen på makronivå som handlar om frågor kring globalisering, teknikutveckling, digitalisering, fragmentisering, individualisering, ökad konkurrens om publikens tid och ökad mediekonkurrens samt konsekvenserna av ett polariserat samhälle och ökande kunskapsklyftor.

Sveriges Radio analyserar utfallet och vidtar åtgärder för att så långt möjligt möta utvecklingen. SR anser det dock inte meningsfullt att sätta mål för en utveckling som i allt högre grad beror på faktorer utanför SR:s påverkan. Arbetet fortsätter därför med att kunna identifiera alternativa indikatorer framtagna just med syfte att mäta SR:s bidrag till samhället. De måste vara fler och tydligare för att kunna målsättas med trovärdighet.

I detta kapitel redovisas övergripande indikatorer för Sveriges Radio som helhet. I kapitel 7 redovisas indikatorer kopplade till olika delar av verksamheten. Dessa används främst för intern uppföljning och återkoppling.

#### 3.1 Värde för samhället

Sveriges Radios uppdrag är att vara en radio i allmänhetens tjänst. Det betyder att grunden för verksamheten är att bidra med värde till samhället i stort. I tabellen redovisas en indikator som visar hur stor andel som uppger att *SR har mycket eller ganska stort värde för samhället i stort*.

Tabell 2. 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 %			

Attitydundersökningen för 2016 visar att 79 procent av allmänheten 16–79 år anser att Sveriges Radio har ett mycket eller ganska stort värde för samhället i stort.

Endast 8 procent uppger att Sveriges Radio har ett mycket eller ganska litet värde för samhället.

<sup>23</sup> Novus Group, Attitydundersökningen december 2016.

Sveriges Radios position i det svenska medielandskapet, räckvidden, ett brett högkvalitativt utbud relevant för många och samhällsberedskapsrollen är sannolika delförklaringar till nivån. Det höga allmänna förtroendet för SR är troligen en annan viktig faktor. Nivån speglar också att det finns en hög förväntan hos allmänheten om att Sveriges Radio ska bidra till samhället i stort.

Detta är tredje året som allmänhetens bild av Sveriges Radios värde för samhället i stort kartläggs. Nivån är fortsatt mycket hög och klart positiv i alla demografiska undergrupper. Äldre personer uppger att SR har ett särskilt stort värde för samhället, medan yngre personer har en lägre (om än positiv) värdering. Skillnaderna återspeglar även dessa gruppers olika användningsmönster.

Under mätperioden syns dock en vikande trend när det gäller andelen som uppger att Sveriges Radio har ett stort värde för samhället – även om nivån fortsatt är hög.

Sveriges Radio bedömer att flera samverkande faktorer redan nu påverkar, och längre fram i än högre grad kan komma att påverka, allmänhetens bild av SR:s samhällsvärde. Sveriges Radios ambition är fortsatt att bidra till samhället. Utvecklingen i samhället gör dock att det inte är en självklarhet att SR kan öka, eller behålla, denna andel. Det är inte heller uteslutet att utvecklingen kan gå i motsatt riktning.

Det kan bland annat bero på utvecklingen på makronivå som handlar om globalisering, teknikutveckling, digitalisering, fragmentisering, individualisering, ökad konkurrens om publikens tid och ökad mediekonkurrens samt konsekvenserna av ett polariserat samhälle och ökande kunskapsklyftor.

Den rådande bedömningen av dessa faktorer är att de består med oförminskad relevans och på olika sätt påverkar även Sveriges Radio framöver. Konsekvenserna är svåra att bedöma eller beräkna. SR följer utvecklingen genom publik- och omvärldsanalys samt i dialog med publiken och olika samhällsaktörer.

Denna utveckling gör det än viktigare att Sveriges Radio kan behålla allmänhetens höga förtroende och nå så många som möjligt med ett oberoende, trovärdigt och mångsidigt utbud.

Sveriges Radio möter utvecklingen med en rad åtgärder och aktiviteter. Det handlar bland annat om stärkt lokal närvaro och kulturbevakning samt arbete för att bättre nå den yngre publiken och olika minoritetsspråkgrupper. Dessutom möjliggör ny teknik ett förändrat arbetssätt för de lokala P4-redaktionerna, som nu kan vara ännu mera ute i människors vardag och låta en mångfald av röster höras.

Projekt pågår för att internt mäta och följa upp så att olika perspektiv förs fram och åsikter bryts. Sveriges Radio ser det som ytterst viktigt att adressera det sjunkande förtroendet för etablissemanget, en trend som i dag syns både utanför och inom Sverige.

## **Förtroende**

Allmänhetens förtroende är en annan viktig indikator på Sveriges Radios värde för samhället. En del av det upplevda samhällsvärdet bygger på det höga förtroende allmänheten har för SR. Därför är det viktigt för Sveriges Radio att fortsatt ha en tätposition jämfört med andra företag och organisationer när det gäller förtroendet.

MedieAkademin rankar företag och institutioner efter hur stort förtroende allmänheten har för dem.<sup>24</sup> Tabellen nedan visar andelen mycket och ganska stort förtroende bland personer som har en åsikt.

**Tabell 3. MedieAkademin förtroendebarmeter 2016**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Sveriges Radio	73 %	71 %	70 %			

I MedieAkademiens förtroendebarmeter för 2016 ligger Sveriges Radio i topp för sjätte året i rad (2016 delas förstaplatsen med Systembolaget). 70 procent av allmänheten 15 år och äldre uppger att de har mycket eller ganska stort förtroende för SR.

Förtroendet för Sveriges Radio har varit relativt stabilt under mätperioden.

Flera andra samhällsinstitutioner och organisationer har i stället haft en nedåtgående trend, bland annat regering, riksdag och fackförbund. Stor inrikes- och utrikespolitisk dramatik (valet 2014, Decemberöverenskommelsen, migrationskris, terrordåd) som satt ett extra ljus på viktiga samhällsinstitutioners förmåga att hantera och lösa stora samhällsutmaningar är sannolikt bakomliggande faktorer till utvecklingen för en del av dessa organisationer.

Sveriges Radio arbetar kontinuerligt med kvalitetssäkring för att bevara allmänhetens höga förtroende. Exempel på detta är regelbundna redaktionella diskussioner, utveckling av redaktionella handböcker samt seminarier och utbildningar i källkritik, juridik och etik. Det handlar också om att kvalitetssäkra övrig verksamhet som bidrar till ett högt förtroende, exempelvis genom att ställa höga kvalitetskrav på en robust distribution, krav vid offentliga upphandlingar, god redovisningssed samt interna rutiner för representation och resor.

### 3.2 Värde för individen

Tabellen visar hur stor andel som uppger att Sveriges Radio har *mycket eller ganska stort värde för mig personligen*.

**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 %			

Attitydundersökningen för 2016 visar att 65 procent av allmänheten 16–79 år anser att Sveriges Radio har ett mycket eller ganska stort värde för dem personligen.

En relativt låg andel, 16 procent, uppger att SR har ett mycket eller ganska litet värde för dem personligen.

<sup>24</sup> MedieAkademin/TNS Sifo. 1 200 webbintervjuer perioden 2–13 mars 2016. Andelen mycket och ganska stort förtroende bland personer som har en åsikt.

Sveriges Radios upplevda samhällsvärde ligger alltså på en högre nivå än det upplevda personliga värdet – vilket är helt naturligt. Detta kan tolkas som att SR betraktas som en institution jämförbar med exempelvis skola eller sjukvård; så viktig i samhället att även om man personligen inte behöver använda den så kan man se värdet ur ett vidare perspektiv.

Precis som för samhällsvärdet är det tredje året som allmänhetens bild av Sveriges Radios värde för dem personligen kartläggs. Nivån är fortsatt hög och klart positiv i alla demografiska undergrupper. Äldre personer uppger att SR har ett särskilt stort värde för dem personligen och yngre personer har en lägre (om än positiv) värdering. Skillnaderna återspeglar dessa gruppers olika användningsmönster. Frekventa lyssnare uppger ett betydligt högre personligt värde än de som lyssnar mindre frekvent. Igen kan det vara värt att påpeka att populationen i undersökningen består av såväl lyssnare som icke lyssnare och att det genomsnittliga värdet måste tolkas i ljuset av detta. Dygnsräckvidden (andelen som lyssnar dagligen) för Sveriges Radio är nära 60 procent.

Under mätperioden syns dock en vikande trend när det gäller andelen som uppger att Sveriges Radio har ett stort värde för dem personligen – även om nivån fortsatt är hög.

Sveriges Radio tar denna nedåtgående trend på allvar. Det är en bärande del i SR:s uppdrag och ansvar att förmedla oberoende information som ger flera perspektiv. Att allmänheten uppskattar och tar del av utbudet är en förutsättning för Sveriges Radios demokratiska uppdrag.

Sveriges Radios ambition är att öka andelen som uppger att SR har ett stort värde för dem personligen. De faktorer som Sveriges Radio bedömer redan i dag påverkar, eller kan komma att påverka, SR:s samhällsvärde är sannolikt giltiga även för det personliga värdet.

## Ger Sveriges Radio valuta för pengarna

Sveriges Radios utbud ska tillgodose skiftande förutsättningar och intressen hos befolkningen i hela landet. Public service har ett uppdrag i allmänhetens tjänst och finansieras av allmänheten.

En relevant indikator när det gäller Sveriges Radios värde är i vilken grad allmänheten bedömer att SR ger valuta för pengarna. Ungefär en tredjedel av radio- och tv-avgiften går till Sveriges Radios verksamhet. Om många människor upplever att Sveriges Radio är värt pengarna är det ett kvitto på att SR genom sina program skapar nytta och någon form av mervärde. Om däremot betydligt färre skulle anse att SR är värt pengarna kan Sveriges Radio få legitimitetsproblem. Därför är det viktigt att fortsätta följa i vilken utsträckning allmänheten anser att SR ger valuta för pengarna.

Tabellen visar hur stor andel som tycker att *Sveriges Radio är värt pengarna* (SR:s andel av radio- och tv-avgiften).

**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 %			

I Attitydundersökning 2016 tycker 67 procent av allmänheten att Sveriges Radio är värt pengarna. Endast 16 procent uppger att de inte tycker att SR är värt pengarna.

Det finns sannolikt en hög korrelation mellan Sveriges Radios värde för pengarna respektive värde för mig personligen – de har närmast identiska utfall. Genomgående är nivån även här fortsatt hög och klart positiv i alla demografiska undergrupper.

Under mätperioden syns dock en vikande trend när det gäller andelen som tycker att Sveriges Radio är värt pengarna – även om nivån fortsatt är hög. De faktorer som SR bedömer redan nu påverkar eller kan komma att påverka Sveriges Radios samhällsvärde är sannolikt giltiga även här.

### 3.3 Sveriges Radios bidrag till samhället – exempel

Sveriges Radio bidrar till samhället. Att verksamheten och utbudet är meningsfullt, berör och gör skillnad i publikens liv och för samhället i stort visar sig på olika sätt.

Att ansvarstagande medier och kvalitetsjournalistik är att betrakta som en kollektiv nytta för demokratin och samhället i stort är konstaterat i olika studier.<sup>25</sup> Journalistiken – information och granskning – är viktig för att allmänheten ska kunna hålla sig välinformerad och delta i demokratiska processer. Skulle journalistiken utarmas skulle det sannolikt få en negativ effekt för både enskilda personer och för samhället som sådant.

Sveriges Radio är därmed, med sitt särskilda uppdrag, en viktig samhällsnyttig verksamhet.

Sveriges Radio har ambitionen att i dialog med publiken och olika samhälls- och marknadsaktörer lära och utvecklas för att fortsatt bidra till samhällsnyttan. SR ställer ett antal frågor i den årliga attitydundersökningen för att få en bild av hur allmänheten uppfattar Sveriges Radio, utbudet och den samhällsnytta bolaget bidrar med. Undersökningens svar ger sammantaget en god bild av hur väl SR bidrar till samhällsnyttan.

För att få en ännu tydligare bild av bolagets samhällsnytta har några nya frågor ställts i 2016 års attitydundersökning. Denna gång gavs bland annat möjlighet att svara på frågan *Hur skulle du beskriva det värde som Sveriges Radio skapar för dig?* Här gavs en rik variation av svar.

*"Ger mig lättillgänglig och neutral info om allt från stora omvärldshändelser till smådetaljer i konsumentköplagen utan att jag behöver leta efter info eller logga in någonstans. Jag slår bara på radion i bilen eller hemma och får allt gratis."*

*"Jag är föräldraledig o lyssnar mkt under promenader eller när jag fixar o grejar hemma vilket ger sällskap o (beroende på vad jag väljer att lyssna på) kunskap eller underhållning. Jag har nyligen oxå börjat lyssna på barnradions sagostund vid barnens läggdags, vilket är mkt uppskattat av oss alla."*

*"Oberoende. En källa man kan lita på till 100 %."*

*Lyssnar nästan uteslutande på P4, och det är lättsamt och bra, får både lokala och riksnyheter förmedlade."*

*"Gör mig (på ett enkelt och intressant sätt) till en insatt och utbildad medborgare. Ger mig också underhållning och musik som har stort värde i min vardag. Sveriges Radio är en stor del av mitt liv."*

*"Jättebra att somna till ... och vakna till. Jag blir snabbt uppdaterad."*

*"Lyssnar mycket på deras podcast och det gör allt från pendling till städning roligare."*

*"Mitt livs universitet. Ett omistligt sällskap."*

*"En trovärdig källa till nyheter, underhållning och att jag lär mig nya saker."*

---

<sup>25</sup> Se bland annat kapitlet Journalistik som kollektiv nytta av Allern S., gästprofessor, Stockholms universitet och Pollack E., docent, Stockholms universitet i forskningsantologin Människorna, medierna och marknaden, SOU 2016:30.



*"En kompis i bilen som jag skratta o gråta o diskutera med."*

*"Jag kan inte tänka mig att vara utan nyhetsgranskning som är av hög kvalitet och objektiv!"*

*"Ger aktuell information för det dagliga livet, nyheter, trafik och musik."*

*"Radiosporten är som en bra vän när man åker bil, bra variation och sportdrama när det är som bäst."*

Sveriges Radios verksamhet ska enligt sändningstillståndet präglas av oberoende och stark integritet och bedrivs självständigt i förhållande till såväl staten som ekonomiska, politiska och andra intressen och maktsfärer i samhället. Detta särskilda uppdrag är i sig ett bidrag till demokratin och samhället.

I attitydundersökningen för 2016 ställdes en ny fråga om oberoendet. 51 procent instämmer i att de upplever Sveriges Radio som oberoende och fristående från politiska, ekonomiska, kommersiella och andra särintressen.

Sveriges Radio har också ett särskilt uppdrag att vara opartisk och saklig. I 2016 års attitydundersökning ställdes en ny fråga om hur opartiskt eller partiskt innehåll allmänheten får via olika mediekällor, som exempelvis SR, SVT, Aftonbladet, DN, lokal morgontidning, Rix FM, Facebook, Instagram, Twitter och TV4.

57 procent svarade att de upplevde Sveriges Radios innehåll som mycket eller ganska opartiskt. SR och SVT anses som mest opartiska av de jämförda mediekällorna, klart före källor som TV4, lokala morgontidningar, DN respektive SvD.

### **Sveriges Radio bidrar till det demokratiska samtalet**

Sveriges Radio bidrar till det demokratiska samtalet och den fria åsiktsbildningen genom att publiken deltar i program och diskuterar innehållet i sociala medier. Därutöver arrangeras evenemang där själva syftet är att diskutera demokrati, yttrandefrihet, åsiktsfrihet, offentlighetsprincip, källkritik, medieinformationskunskap med mera.

Ett exempel är P4 Kronobergs temadag om yttrandefrihet och demokrati i Växjö konserthus i samarbete med SVT Nyheter Småland och Smålandsposten. Alla sjätteklassare i kommunen bjöds in, och 900 elever diskuterade bland annat sociala medier och oberoende journalistik. De fick testa yttrandefrihet i praktiken genom egna åsiktsplakat och prova virtuell teknik för att se hur enkelt man kan manipulera bilder. Syftet var att på ett lättsamt och informativt sätt beskriva de etablerade mediernas roll och betydelse för det demokratiska samhället.

### **Samhällsnytta lokalt**

Några exempel på samhällsnytta är hur viktig Sveriges Radio upplevs vara som mediekälla för att bli informerad om vad som händer i det lokala samhället.

78 procent instämmer helt eller delvis i att *P4 rapporterar snabbt om viktiga händelser*.

66 procent upplever att Sveriges Radio är mycket eller ganska viktig för att *bli informerad om vad som händer i ditt lokala samhälle*. SR och SVT ligger i topp när man jämför olika mediekällors vikt för det som händer i lokalsamhället. Men även lokala morgontidningar har en hög vikt, nästan i paritet med Sveriges Radio. TV4 kommer närmast efter SVT och SR, närmare hälften av allmänheten uppger att de är viktiga.

Det finns många konkreta exempel på att Sveriges Radios lokala bevakning, trafikinformation och särskilda beredskapsfunktion sammantaget bidrar till samhällsnyttan.

Ett exempel är branden på Gotland 6–7 juni 2016 som började som en gräsbrand, utvecklades till skogsbrand och sedan snabbt spred sig till ett större område. Över 20 000 gotlänningar nåddes av nyheten via P4 Gotlands och *Ekot*. Här spelade uppdraget att förmedla VMA (Viktigt Meddelande till Allmänheten) en central roll. Gotlänningarna uppmanades att stänga dörrar, fönster och ventilation och fick även information om avstängda vägsträckor med mera.

Sveriges Radios uppdrag att sända VMA fyller en viktig samhällsfunktion i människors vardag. Vid sidan av uppdraget att bevaka och sprida information vid svåra samhällspåfrestningar, som exempelvis bränder, fyller trafikinformation en viktig roll.

### **Brett uppdrag – hela Sveriges radio**

P4:s breda uppdrag med agendasättande nyheter, fakta, musik och underhållning gör det möjligt att nå ut till en stor och varierad publik och därmed bidra till samhällsnyttan.

På Sveriges Radios Facebooksida ger publiken sina egna exempel på detta och berättar om vilken roll lokalradion spelar i deras liv. Ett exempel är Elisabet Johanssons kommentar den 7 oktober 2016.

*”Ligger & lyssnar & blundar på olika program, finns något för alla. Har även på radio P4 när jag lagar mat osv. Väldigt avkopplande lyssna när radiorösterna ofta är så behagliga att lyssna på allt ifrån fakta, program, nyheter & dansbandsmusik. Barnprogrammet är så bra också.”*

Det finns naturligtvis väldigt många liknande publikkommentarer och exempel från övriga kanaler och enskilda program.

Under 2016 har Sveriges Radio testat en digital kanal P4 Plus för en publik över 60 år. P4 Plus sänds i *SR Play* och på webben. Kanalen är ett exempel på hur SR bidrar till samhällsnyttan inte bara genom sina program, utan också genom att ge äldre en möjlighet att bekanta sig med digitala plattformar när de utforskar appen och webbplatsen. På så sätt bidrar Sveriges Radio till att minska den digitala kunskapsklyftan i samhället.

Under 2016 har över 6 500 lyssnare hört av sig till redaktionen för att berätta om vilken skillnad P4 Plus gör i vardagen. Ett exempel:

*”Jag och mina kollegor vill bara uppmärksamma er eftersom att ni bjuder på en fantastisk variation av musik på P4 plus. Vi lyssnar på kanalen dagligen på S:t Görans Sjukhus Operation och är mycket glada över att ni fortsätter till Maj.*

*Hoppas givetvis att ni får bli en permanent kanal. Tack och fortsatt med det goda arbetet.*

*Vänliga hälsningar*

*Gänget på Centraloperation, Capio S:t Görans Sjukhus.”*

### **Bidrar till demokrati, mångfald och integration på alla plattformar**

I ett modernt medielandskap är det nödvändigt att Sveriges Radio når publiken genom att tillgängliggöra utbudet på alla plattformar. Att publik service har en stor betydelse i ett digitaliserat samhälle slås fast i Digitaliseringskommissionens slutbetänkande 2016<sup>26</sup>:

*”Public Service roll i att säkerställa oberoende informationsspridning med hög kvalitet har ökat. Detta för att säkerställa att den svenska befolkningen får ta del av så tillförlitlig och opåverkad information som möjligt om samhället.”*

---

<sup>26</sup> För digitalisering i tiden – Slutbetänkande av Digitaliseringskommissionen, SOU 2016:89.

Sveriges Radios utbud på alla plattformar bidrar till både demokrati och mångfald. Radio Swedens nyheter på lätt svenska som publiceras på webben och som poddradio är exempel på hur SR bidrar med ett utbud för nyanlända och därmed också till integration i det svenska samhället.

Ett konkret exempel är barnläkaren Ahmad Alaboud som flydde från Aleppo i Syrien. Han fick både kunskaper om det svenska samhället och lärde sig språket på kort tid, bland annat med hjälp av Radio Swedens nyheter på lätt svenska.

*”Först lärde jag mig själv, men när jag hittade programmet Radio Sweden på lätt svenska så använde jag det, och det hjälper mig mycket. Språket i programmet är väldigt tydligt. Man får nyheterna och språket samtidigt, så det är intressant.”*

Sveriges Radios program på minoritetsspråk bidrar till integration och till att fler, liksom Ahmad Alaboud, kan delta i det demokratiska samtalet.

### **SR bidrar till den kulturella marknaden och den kreativa industrin**

Public service inte bara *har* ett värde, Sveriges Radio *skapar* också ett värde för samhället. Det sker på flera olika sätt, exempelvis genom att en del av licensmedlen går vidare till andra aktörer och branscher på marknaden i form av ersättning till kulturutövare och andra medverkande.

Sveriges Radio bidrar till den svenska musikbranschens utveckling genom att spela en bred variation av svenska artister eller musik skriven av svenska tonsättare vilka får ett stort genomslag. Under 2016 gick drygt 150 miljoner kronor av licensmedlen till musikbranschen i form av betalning för musikerättigheter.

Sveriges Radio är den enskilt största beställaren av ny svensk konstmusik. 2016 beställde P2 och Berwaldhallen totalt 18 verk av svenska tonsättare.

Dessutom spelar Sveriges Radio en viktig roll för alla de lokala artister, musiker, krönikörer, frilansjournalister och produktionsbolag som får betalt för sin medverkan i program. Totalt betalade SR ut över 200 miljoner kronor till olika former av utomstående medverkan. En stor del av dessa medel går till lokala medverkande och produktionsbolag utanför storstadsområdena.

På så sätt bidrar Sveriges Radio till både den kulturella marknaden och den kreativa industrin.

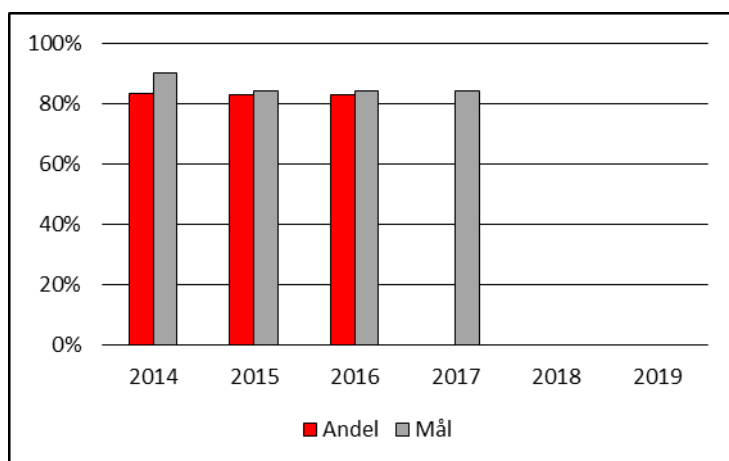
### 3.4 Publikmål

Andra indikatorer på Sveriges Radios värde för individer är den faktiska lyssningen och användningen av utbudet.

För att kunna uppfylla kravet i anslagsvillkoren att nå publiken genom att tillgängliggöra kärnverksamheten på olika plattformar har Sveriges Radio utvecklat strategin med de tre benen – marksänd radio, digitalt och socialt. Ett av SR:s strategiska mål är att möta publiken där den är.

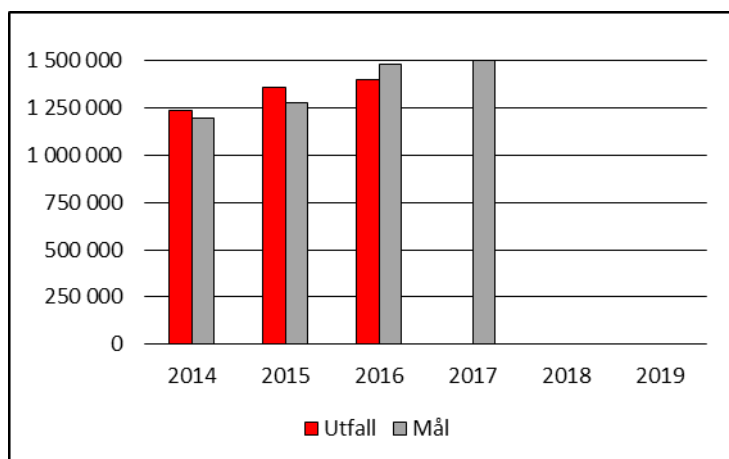
Sveriges Radio arbetar med årliga mål för lyssning och användning av utbudet på olika plattformar.

**Diagram 1. Andel av befolkningen 12–79 år som lyssnar på SR en genomsnittlig vecka**



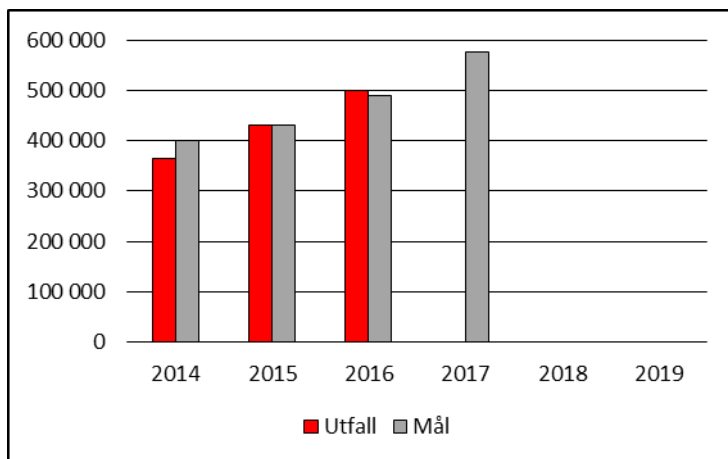
Under 2016 lyssnade 83 procent av befolkningen 12–79 år på Sveriges Radio en genomsnittlig vecka. Målet för 2016 var 84 procent.

**Diagram 2. Unika webbläsare för *www.sverigesradio.se* en genomsnittlig vecka**



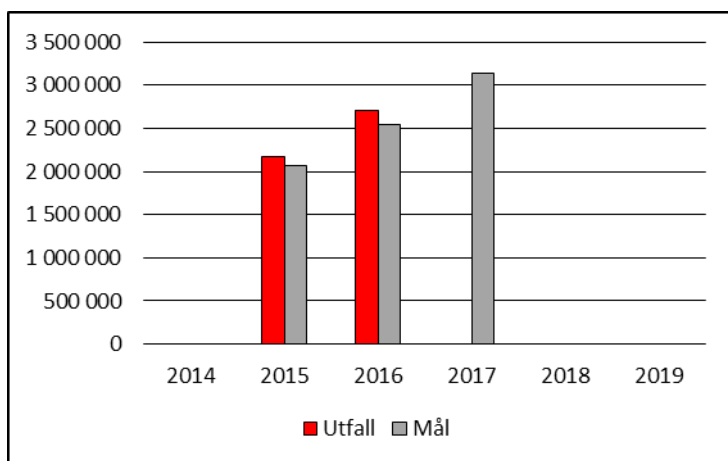
Under en genomsnittlig vecka 2016 hade *sverigesradio.se* drygt 1 400 000 unika webbläsare, vilket är strax under målet för 2016 på 1 485 000 unika webbläsare per vecka.

**Diagram 3. Unika användare för Sveriges Radio Play en genomsnittlig vecka**



Under en genomsnittlig vecka 2016 hade *SR Play* drygt 500 000 unika användare, vilket är strax över målet för 2016 på 490 000 unika användare per vecka.

**Diagram 4. Antal följare på Sveriges Radios konton i sociala medier**



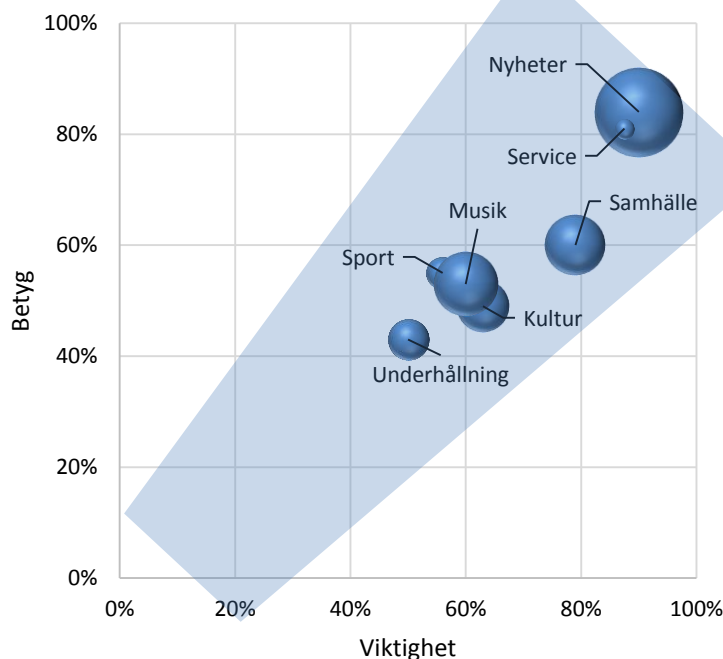
Antalet följare och gillare på Sveriges Radios konton i sociala medier hade en fortsatt mycket stark utveckling under 2016. Bruttoantalet följare för Facebook, Twitter och Instagram uppskattades vid slutet av 2016 till drygt 2 700 000, vilket är över målet för 2016 på 2 550 000 följare.

Mer information och analys kring utfallet för publikmålen finns i kapitel 8.

### 3.5 Allmänhetens värdering av programkategorier

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

**Diagram 5. Programkategoriers viktighet och betyg**



Det finns en stor samstämmighet mellan hur viktiga Sveriges Radios olika programkategorier i utbudet är respektive vilket betyg allmänheten ger program inom dessa områden. Genomgående får de områden som av allmänheten anses som viktiga även höga betyg/omdömen.

Samstämmigheten är också stor för Sveriges Radios kostnader för dessa programkategorier. I princip alla kategorier där SR har relativt stora kostnader bedöms av allmänheten också vara viktiga och får ett högt betyg. Detta är en indikation på att Sveriges Radio vid allokering av resurser prioriterar på ett effektivt sätt. Att kategorin Service bryter detta mönster beror på att trafikrapporteringen, som utförs av en liten redaktion med låga kostnader, har en mycket stor uppskattning hos publiken.

Nyheter, Kultur och Samhälle är programkategorier som kräver relativt stora redaktioner. Eko-redaktionen med sitt omfattande korrespondentnätverk är den största redaktionen på Sveriges Radio. Redaktionen producerar både nyheter och samhällsprogram. Lokala nyheter från tjugo-fem lokalredaktioner ingår i kategorin Nyheter.

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 lägger relativt sett mindre resurser.

## 4 Kvalitet och utveckling

### 4.1 Säkerställa uppdrag och kvalitet

#### 4.1.1 Styrning och beställningsprocess

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

Sveriges Radio AB ägs av Förvaltningsstiftelsen för Sveriges Radio AB, Sveriges Television AB och Sveriges Utbildningsradio AB. Ledningen av 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, vars intäkter till övervägande del utgörs av radio- och tv-avgifter.

Sveriges Radios verksamhet är organiserad i fem enheter: Programenheten, Enheten för Ekonomi och teknik, Strategienheten, Kommunikationsenheten och Personalenheten.

Direktionen utgörs av vd, de fem enhetsdirektörerna och två biträdande programdirektörer.

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

#### Det utbudsstrategiska arbetet

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

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

Företagsledningen fastställer därutöver specifika satsningar och årliga prioriteringar under tillståndsperioden.

#### Beställnings- och verksamhetsplaneringen

Utbuds- och utvecklingsgruppen ansvarar för interna och externa programbeställningar. Det finns tydliga rutiner för arbetet med täta kontakter och avstämningar mellan beställare och mottagande redaktion eller externt bolag.

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

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

## Uppföljning

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

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

### 4.1.2 Decentraliserad organisation

SR ska ha en decentraliserad organisation som skapar goda förutsättningar för självständigt beslutsfattande på regional och lokal nivå. Den lokala och regionala organisationen ska ges tillräckliga resurser för att effektivt kunna spegla respektive områdes särprägel och egenart. Organisationen ska utformas med syfte att möjliggöra hög närvaro av personer ute i landet med kunskap om och förankring i de olika regionerna. (Sveriges Radios anslagsvillkor 2016, p. 12)

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

De geografiska områdena har det långsiktiga utvecklingsansvaret för de lokala kanalerna. De lokala kanalerna har ansvaret för den lokala journalistikens konkreta utformning. Respektive chef 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.

Företagsledningen fokuserar inte på de operativa, vardagliga besluten utan ses två gånger per månad och sysslar då primärt med omvärldsanalys och långsiktigt strategiskt arbete.

En lokal P4-kanals resurser för programproduktionen 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 08.30 till 13.33.

Utöver de redaktionella resurserna finns 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 minst 55 procent av allmänproduktionen i rikskanalerna.

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 46 orter över hela landet.

Denna organisation med tilldelade resurser uppfyller väl uppdraget att spegla respektive områdes särprägel och egenart. Den lokala närvaron och förankringen visar sig i det faktum att människor 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 kanaliseras sedan vidare ut till en rikspublik i Sveriges Radios riksprogram i såväl P1 som P4. Därmed är Sveriges Radio på riktigt hela Sveriges radio.

### **4.1.3 Agendasättande**

Ett av Sveriges Radios strategiska mål är att vara agendasättande.

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

Att ge sammanhang som bidrar till förståelse för hur det lilla samhället och den stora världen fungerar och hänger ihop är ett annat avgörande skäl till att Sveriges Radios innehåll ska vara agendasättande såväl inom nyhetsförmedling, samhälls- och kulturjournalistik och utrikesrapportering som inom musik och underhållning.

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

Publiceringen görs i FM, på digitala plattformar och i sociala medier – där publiken är. 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. 2016 citerades lokala kanaler 47 392 gånger, *Ekot* 26 861 gånger och *Kulturnytt* 3 006 gånger. Se mer om genomslaget i tabell 37 i kapitel 8.

### **Undersökande journalistik**

En av hörnstenarna för att kunna vara agendasättande och 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. Därför har Sveriges Radio en grävgrupp inom Ekoredaktionen där ett antal reportrar arbetar enbart med granskande journalistik. Detsamma gäller för det granskande programmet *Kalibers* redaktion i Göteborg.

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

De lokala P4-kanalerna har fått ett utökat krav att bedriva undersökande journalistik inom sina geografiska områden och dessutom att genom samarbeten åstadkomma såväl spegling som granskning även ur ett riksperspektiv. De lokala kanalerna har numera reportrar med särskilt uppdrag att arbeta med granskning. I ett nätverk knyts de lokala grävreportrarna samman med varandra, *Ekot* och *Kaliber*.

Under 2016 har Sveriges Radio fortsatt med den egna kvalificerade utbildningen för granskande reportrar som startades 2015. Det har medfört att granskningarna blivit fler och bättre, inte minst hos lokala P4-kanaler.

#### **4.1.4 Utvärdering av intern och extern programproduktion**

##### **Interna produktioner – återkoppling och programutveckling**

Arbetet med att utveckla programmets kvalitet bedrivs framför allt på kanaler och redaktioner. Återkoppling och lyssning via speciella lyssningsteam är i stor utsträckning den metod som används.

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

Utbuds- och utvecklingsgruppen har 2016 förstärkts med en digital utbudsutvecklare, med uppdrag att utveckla programmets publiceringar på Sveriges Radios digitala plattformar och i sociala medier, både för nya satsningar och existerande program. I arbetet ingår analyser av redaktionernas digitala och sociala genomslag, breda insatser för att höja kunskapsnivån på olika redaktioner liksom utvecklings- och idéarbete riktat mot digitala och sociala publiceringar.

2016 har arbetet med att lyssna på och analysera utbudet i de olika kanalerna fortsatt efter den egenutvecklade modell som inleddes för P4 år 2012. Lyssningsanalyser är numera en återkommande kvalitetsåterkoppling av utbudet, och syftar till att identifiera utvecklingsområden. En uppföljande P1-lyssning har genomförts och analyserats tillsammans med redaktionerna.

Några exempel på programutveckling:

- *Studio Ett* sänder direkt mellan klockan 22 och midnatt. Formatet har utvecklats för att hitta rätt balans av repriserade och nygjorda inslag.
- Redaktionen för *P3 Nyheter* har utvecklat ett snabbt kortdokumentärformat för stora nyhets-händelser. Exempelvis arbetade ett team fram en 20-minutersdokumentär under terrordåden i Bryssel och Paris för att reda ut händelseförloppet.
- Under det nya samlingsnamnet *P3 Serie* finns spännande fiktion för ungdomar.
- För målgruppen nyanlända svenskar har podden *Radio Sweden på lätt svenska* startat. På webben finns texten så att lyssnaren lätt kan följa med. Innehållet har utvecklats utifrån de önskemål som kommit fram i samtal med personer ur målgruppen.

- *Klartext* är ett nyhetsprogram för personer med kognitiv funktionsnedsättning. Redaktionen genomförde hösten 2015 ett utvecklingsarbete för att bättre möta målgruppens behov. Nya *Klartext* startade i januari 2016.
- Sammanslagningen av Radio Sweden och Ekoredaktionen har utvecklat det dagliga nyhetsutbudet på flera språk.

### Externa produktioner – kvalitetskontroll, utvärdering och återkoppling

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

(Sveriges Radios anslagsvillkor 2016, p. 14)

På motsvarande sätt som med interna produktioner arbetar utbudsbeställare och utbudsutvecklare med externa produktioner. Det handlar om utvärderingar och utveckling av befintliga program men också om att bearbeta, förfina och förbättra förslag som är på idéstadiet. Sådant utvecklingsarbete har under 2016 gjorts med bland annat *Barnmorgon med Farzad* i P4 från Produktionsbolaget Munck AB och *Vetenskapsradion Historia* som produceras av Prata AB.

Arbetet med att förbättra, förenkla och effektivisera hanteringen 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.

Rutiner och information framgår på Sveriges Radios webbsida för externa bolag. Här publiceras information om hur och när SR efterlyser program, vad och av vilka bolag som produktioner köpts in, hur man skriver programförslag och levererar program. Arbetet med programinköp är transparent, och alla kan se hur processen ser ut, vilka som producerar och vad som efterfrågas.

För att förtydliga rollerna har Sveriges Radio en ansvarig för inköp av externa produktioner. Endast en ansvarig säkrar att rutiner, kontrakt, leveranser, rättighetshantering med mera sker på liknande vis oavsett vilken produktion, vilket bolag eller vilken kanal det gäller.

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

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

Processerna beskrivs i *Leveranshandbok – ett programs väg genom SR:s infrastruktur*. Handboken uppdateras med förbättringar, förenklingar och förändringar och publiceras nu endast på webben. För att förenkla ytterligare har mediemottagningen och leveransportalen förbättrats. Via portalen kan externa bolag leverera program, lyssna på musik från grammfonarkivet, lyssna på inslag och program från arkiv och programbank samt beställa program och musik. 2016 har musikrapportering av tablålagda signaturer och vinjetter införts.

Sveriges Radio har 2016 arrangerat utbildnings- och informationsdagar för bolagen:

- I februari en dag med föreläsningar och diskussioner om praktiska frågor, såsom nya tekniska hjälpmedel, utvärdering av föregående år samt digitala utvecklingsområden.
- Under sensommaren lunchmöte med de större bolagens ägare och SR:s ledning för att dela erfarenheter och ytterligare förbättra relationerna.

- Under september en radiodag, där externa bolagsmedarbetare bjöds in till delar av dagen, med workshoppar, föreläsningar och samtal om radio, media och journalistik.
- I november en dag med föreläsningar och workshoppar om Sveriges Radios programregler och vikten av att bibehålla det höga förtroendet hos publiken.

#### 4.1.5 Kompetensutveckling

För att Sveriges Radio ska uppfylla sitt public service-ansvar krävs att medarbetarna har rätt kompetens och får möjlighet att utveckla sina färdigheter.

Introduktionsutbildning ger alla nyanställda en gemensam grund att stå på och förståelse för uppdraget att verka i allmänhetens tjänst.

Alla nya chefer får en genomgång av beredskapsrutiner, VMA-överenskommelsen och Sveriges Radios roll vid krissituationer i samhället.

Under året fortsatte satsningen för att öka kunskaperna inom mångfaldsområdet, dels genom utbildningar redaktionellt där syftet förutom att höja kunskaperna även var att utifrån statistik kring publiken i området ta fram handlingsplaner, dels genom insatser mot stödfunktioner som kommunikation och HR.

Insatser för att stödja införandet av Sveriges Radios värdegrund fortsatte under året, dels genom stöd till chefer att hålla värdegrundsdialoger med sina medarbetare, dels genom att tillsammans med ledningsgrupper hålla workshoppar med medarbetarna.

Behovet av rätt kompetens gäller även ledare på olika nivåer. Ett hundratal medarbetare genomgår varje år Sveriges Radios chefs- och ledarskapsutbildningar. Flera deltar i det mentorprogram som SR driver tillsammans med SVT, UR och SRF. Två kompetensprogram har startat som syftar till att säkra rekryteringsbasen för framtida chefstillsättningar:

- Chefsaspirantutbildningen riktar sig till sexton medarbetare med arbetsledarerfarenhet vilka under ett år får kompetensutveckling för att kunna söka chefstjänster.
- Strategiska chefsutvecklingsprogrammet riktar sig till fjorton chefer som visat förmåga att driva förändring och som med sin kompetens breddar basen för den strategiska diskussionen och utvecklingen.

Årligen genomförs olika aktiviteter med bäring på kvalitet och nyskapande i den journalistiska produktionen.

Under året inleddes en utbildningsturné till P4-kanalerna. Utbildningen har sin grund i programreglerna som tagits fram till sändningstillståndet 2014–2019 och som alla medarbetare måste vara väl förtrogna med. Seminarier har kombinerats med föreläsningar i programjuridik där olika exempel presenterats gällande förtal, gynnande, intrång i privatliv med mera.

I samband med utvecklingen av det nya lokala P4-uppdraget har omfattande insatser gjorts för att höja kompetensen. Exempel på detta är utbildningar för arbetsledare i nya roller, utbildningar som tagit sikte på det personliga programledarskapet samt utbildningar om att arbeta med ansvarsutkrävande intervjuer i direktsändning.

När det gäller undersökande journalistik har det funnits nyhetsutbildning med fokus på metoder och research på internet och i sociala medier.

2016 startades en handledarutbildning för konstruktiv journalistik.

*Dokumentärt berättande* är en utbildning dit medarbetarna sökt med en egen programidé som deltagarna sedan har utvecklat under kursen med stöd av handledare. Resultatet blev tio dokumentärer som sändes i *P4 Dokumentär*.

Metoderna för distansutbildningar har fortsatt att utvecklas för att via datorn ge kortare utbildningar, antingen med handledare eller i form av självstudier.

Utbildandet av superanvändare fortsatte, och i september deltog drygt hundra personer. Superanvändarna är redaktionella medarbetare som på sina respektive arbetsplatser coachar, håller utbildningar och hjälper redaktionen i arbetet med sociala medier.

Webbutbildningen *Öka lyssningen digitalt – maximera din publicering* fokuserade på hur medarbetare kan nå ut till en större publik genom den digitala lyssningen.

Trettio nya chefer deltog i den obligatoriska utbildningen *Att leda sociala medier*. Utbildningen innehåller delar som hur man arbetsleder och skapar en bra arbetsmiljö, hur man stöttar medarbetare utsatta för hot och hat, hur man organiserar bemanning, krishantering, hur man rekryterar och identifierar sociala medier-kompetenta medarbetare och hur man sätter och följer upp mål i sociala medier.

Utbildningar har genomförts i samband med införandet av ny handburen mobil teknik för produktion och medverkan (OB-väskan, appen Luci Live), ny sändningsteknik och ny sändningsutrustning för Next Generation. Se avsnitt 4.2.4.

#### 4.1.6 Språkvård

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

(Sveriges Radios sändningstillstånd, § 6)

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

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

Den interna språkdaten *Dixi* med mer än 17 000 rekommendationer, de flesta med ljudfiler, har central betydelse för språkrådgivningen. Språkvårdarna ger ut *Språkbrevet* fyra gånger om året, publicerar språktips i Sveriges Radios interntidning och besöker redaktioner för att diskutera aktuella språkfrågor. De tar även emot lyssnarsynpunkter och besvarar allmänhetens frågor om det språk som används i radion.

Sveriges 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. 2016 tilldelades priset Lars Svan, SR P4 Dalarna, Annika Lantz, SR Underhållning samt Karen Eira, SR Sápmi.

#### 4.1.7 Granskningar av Sveriges Radios program

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

Det totala antalet anmälningar 2016 var 507 (jämfört med 592 år 2015). Totalt antal ärenden 2016 var 397 (444 år 2015). Ofta anmäls ett och samma program av flera personer efter till exempel upprop i sociala medier.

De radioprogram som fick flest anmälningar 2016 var *Tankesmedjans* satir om fejkuniversitet i Kina (15 anmälningar, ej avgjort) och rapporteringen i *Ekot* om Brexit (25, ej avgjort). Därutöver anmäldes *Tankesmedjans* poddavsnitt *Veckans boss* (15, avskrivet) och *Kulturnytts* twitterkonto efter uttalande om Nobelpriset i litteratur (24, ej prövat). De två sista kan dock inte prövas av Granskningsnämnden då de är unika webbpubliceringar.

Sveriges Radio fick under 2016 yttra sig i 38 ärenden, vilket var sju färre än 2015, och fälldes vid sex tillfällen. Fällningarna 2016 gällde opartiskhet (2), saklighet (1), otillbörligt kommersiellt gynnande (2) och radions särskilda genomslagskraft (1). 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 SR fälls för någon gång per år.

Sveriges Radio har lyckats hålla dessa siffror låga genom att ta det demokratiska uppdraget på allvar 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 om särskild avgift. Under 2016 ansökte Granskningsnämnden om särskild avgift på 50 000 kr i de två fall där SR fälldes för otillbörligt kommersiellt gynnande.

Medarbetarna får kunskap om bestämmelserna på många olika sätt. De ingår i Sveriges Radios programregler, tillsammans med en tolkning av Granskningsnämndens praxis, och i Public service-handboken. Reglerna och handboken delas ut till alla anställda och till externa bolag som en del av produktionsutläggningsavtalen. Nya medarbetare erbjuds introduktionskurser med ett avsnitt om regelverket, där tyngdpunkten ligger på sändningstillståndet. Företagets jurister medverkar också med utbildning om programregler i kurser för chefer och programmedarbetare.

Efter en fällning i Granskningsnämnden har vd och programdirektören ett möte med berörda där beslutet och dess konsekvenser analyseras. De slutsatser som dras och som berör andra delar av Sveriges Radio presenteras i interntidningen, på intranätet och på kurser och seminarier.

Granskningsnämndens beslut diskuteras också på seminarier, i publicistiska samtal och på möten med medarbetare och chefer. Besluten är en återkommande punkt på Programnhetens chefsforum. 2016 har seminarierna fokuserat på hur regelverket kan tillämpas på publiceringar på digitala plattformar och i direktsändning. 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 och ibland via telefon. 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 myndigheten 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 SR skyldighet att informera om skälen. SR hänvisar till Granskningsnämnden i de fall redaktionen beslutar att inte bereda någon ett genmäle i enlighet med bestämmelsen i sändningstillståndet.

#### **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 2016 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 att sätta agendan, ha högt förtroende från publiken och möta publiken där den är. Utvecklingsarbetet bedrivs i särskilda satsningar som beslutas av ledningen samt genom uppföljning och diskussioner i det dagliga arbetet.

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

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

Arbetet utgår från journalistiken, förhållandet till publiken och de distributionsplattformar som används. På så sätt får Sveriges Radio en tydlig riktning för utvecklingen. Under projektperioden läggs särskilt fokus på tolv områden. Några av uppdragen beskrivs även i andra avsnitt.

## **1. Göra 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 årliga 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. Nå ut med innehållet**

Konkurrensen om människors tid och uppmärksamhet ökar och Sveriges Radio måste se till att nå människor där de är. Lyssnandet på FM-radio är stabilt. SR behöver arbeta för att göra det lättare att ta del av utbudet. Därför ska Sveriges Radio utveckla innehållet på samtliga tre ben: FM, SR:s digitala plattformar och sociala medier/externa plattformar. 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 problem-perspektiv. 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 Sveriges Radios viktigaste konkurrensmedel. 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.

## **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.

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. Under 2016 har ett omfattande förhandlingsarbete med sikte på den digitala förflyttningen genomförts.



## **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 SR:s innovationsarbete utforskas och testas nya sätt att nå publiken effektivare på mobila plattformar. Se avsnitt 5.2.

## **9. Plan för kanaler och utbud**

Som en förberedelse för en marksänd digitalradio och för att fortsatt kunna nå publiken i det nya medielandskap som växer fram genomfördes 2014 en stor segmenteringsundersökning där publiken, i stället för de traditionella kriterierna som ålder, kön, utbildning och demografi, indelades i tio nya grupper. Dessa utgår ifrån varför man lyssnar, vilka upplevelser man söker i lyssnandet samt i vilken situation man lyssnar. När det 2015 stod klart att den marksända digitalradion skjuts på framtiden blev det än tydligare att Sveriges Radio måste optimera FM-kanalerna och se över hur det linjära utbudet och on demand-erbjudandena samspelar.

Segmenteringsundersökningen är ett verktyg för den processen. Arbetet ska utmynna i en plan för kanaler och utbud med ambitionen att leverera rätt innehåll vid rätt tidpunkt, för rätt publik, via rätt distributionsform.

2016 har följande gjorts:

- Under våren valde Sveriges Radio fyra av de tio segmenten med störst potential för att nå fler lyssnare. De fyra segmenten ägnades extra uppmärksamhet.
- Fyra grupper med medarbetare från Sveriges Radio och externa experter har under hösten koncentrerat sig på att identifiera de utvalda segmentens behov av radio. De har tagit fram trettio förslag på hur Sveriges Radio ska nå en publik som SR inte riktigt tillfredsställer i dag.
- De trettio förslagen är en blandning av konkreta åtgärder på kort sikt och långsiktiga förändringar som kräver större grepp. Därför har arbetet inletts med att ta fram tre nya strategier. En ny strategi för att nå de unga, en förnyad strategi för en värld som också är digital och social samt en ny strategi för innovation och lärande på företaget. Strategin för hur Sveriges Radio når den unga publiken kommer att, tillsammans med nya principer för vilket innehåll som ska sändas linjärt och on demand, styra hur SR ser på kanalerna och målgrupperna i framtiden.

## **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. Se avsnitt 7.2.1.

## **11. Nå den unga publiken**

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

Sveriges Radio arbetar via olika innovationsteam med att hjälpa publiken att enklare ta del av innehållet via 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 publikens behov och beteenden. Resultatet kan bli att beslut tas om att utveckla och lansera tjänster, funktioner eller format, men man kan även fatta beslut om att inte gå vidare.

Under våren har teamen utforskat hur den äldre publiken kan nås via digitala plattformar. Projektet, som i hög grad byggde på insikter från samtal, möten och enkätsvar från äldre, resulterade i den digitala testkanalen P4 Plus som erbjuder målgruppsanpassad musik.

Vidare har teamen tagit fram en prototyp på en modern och digital tablåtjänst där publiken dels enkelt kan få överblick över Sveriges Radios kanaler, dels erbjudas möjligheten att fritt sätta samman en egen kanal med hjälp av enskilda program eller kategorier.

Innovationsteamet har genomfört ett projekt där kompetens inom och utanför företaget samlats för att utforska möjligheter kring hybridradio, som kombinerar fördelarna med direktsändning och on demand-lyssning. En rad prototyper togs fram för användartest.

Under hösten arbetade innovationsteamet i ett projekt för att se hur Sveriges Radio kan informera och underlätta för publiken att upptäcka nya titlar på de digitala plattformarna.

Teamet har varit värd när utvecklare och innovationskompetens från många europeiska public service-bolag samlades för att gemensamt utveckla digitala lösningar i ett så kallat hackathon. Fokus låg på EM i fotboll och ett av resultaten blev ett verktyg för snabbare publicering på sociala medier.

### 4.2.3 Sociala medier

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

Sveriges Radio finns på många sociala medier. Var SR väljer att vara styrs utifrån publikens beteende och journalistiska behov.

Under 2016 fortsatte arbetet med att optimera Sveriges Radios verksamhet i sociala medier med utgångspunkt i digitala beställningar och de handlingsplaner alla redaktioner tar fram. I handlingsplanerna har riktlinjer för det redaktionella arbetet i sociala medier satts upp: syfte, former för närvaro, publikmedskapande, organisation och arbetsmetoder. Där finns också tydliga mål för arbetet, för att det ska kunna utvärderas så att det kan förbättras år för år.

2016 fick Sveriges Radio i uppdrag av Europeiska radio- och TV-unionen EBU, att ta fram och leda en Master Class riktad till chefer om att arbetsleda i sociala medier. Den bygger på den obligatoriska chefsutbildningen *Att leda sociala medier* där chefer med personalansvar får utbildning i frågor som är specifika för hur det är att vara chef och leda medarbetare i sociala medier. *Social media strategy and leadership* genomfördes i september i Stockholm med deltagare från hela Europa. I november vidareutbildades nya SR-chefer i den svenska versionen.

Utbildandet av superanvändare fortsatte och i september deltog drygt hundra personer i utbildningen. Superanvändarna är redaktionella medarbetare som på sina arbetsplatser coachar, håller utbildningar och hjälper redaktionen i arbetet med sociala medier. Nytt för årets omgång var att kursen anlade ett tvärvetenskapligt perspektiv för att fördjupa och öka kvaliteten. Ämnen som togs upp var källkritik, hur publiken kan involveras i Sveriges Radios journalistik, hur man arbetar konstruktivt med dialog och kommentarsfält samt hur sociala medier påverkar oss som människor och journalister.

De digitala utvecklingsredaktörerna höll i augusti en utbildning med fokus på ljud på digitala plattformar och digital paketering. Deltagarna var digitala redaktörer och programmedarbetare. Syftet med utbildningen var att öka förståelsen för användare/lyssnare och användarbeteenden samt att få deltagarna att tänka specifikt kring ljud på webb och i sociala medier.

Sveriges Radio arbetar kontinuerligt med att utveckla arbetsformer och effektivare sätt att utnyttja den kompetens som finns i företaget. Under året skapades Digitala insatsstyrkan med en projektledare och två utvecklare. Gruppen arbetar mot hela SR och kan ta in kompletterande kompetens, som grafiker, faktaredaktörer och UX-utvecklare<sup>27</sup>. Målet är att utforska och utveckla nya sätt att involvera och nå publiken på webben och i sociala medier. Under året har det bland annat handlat om nära samarbete med Ekoredaktionen, P3, P4, Radiosporten och Sisuradio för att skapa innehåll och tjänster för OS i Rio, konflikten i Syrien och klimatmötet i Paris.

Debatten i media om sociala medier och delningskulturen har till stor del handlat om klickfiske, det vill säga om webbplatser vars enda syfte är att nå viral spridning av innehåll.

Engagemanget i sociala medier på Sveriges Radios redaktioner går betydligt djupare än så. Då 77 procent av befolkningen är närvarande på sociala medier i någon form blir det allt viktigare att finnas där. För SR gäller det att använda plattformarna för att stärka relationen med publiken och i ännu högre grad göra den medskapande samt att öka lyssningen.

Den andel av trafiken till *sverigesradio.se* som kommer från sociala medier ökade från 13 till 15 procent.

Antalet besök från sociala medier har på ett år ökat med knappt 30 procent.

---

<sup>27</sup> "UX" står för User Experience och handlar om användarupplevelsen i en specifik process.

#### 4.2.4 Teknisk utveckling

SR ska delta i den tekniska utvecklingen av produktions- och distributionsteknik för radio.  
(Sveriges Radios anslagsvillkor 2016, p. 7)

Syftet med det tekniska utvecklingsarbetet på Sveriges Radio är att medarbetarna ska kunna arbeta mobilt – rapportera direkt från olika händelser och genomföra hela sändningar utanför radiohusen utan stora resurskrävande insatser. Ett mål har varit att använda standardiserade nätverk och nätverksprotokoll. Så länge medarbetarna har tillgång till ett stationärt eller mobilt nätverk kan reporterna nu både medverka i sändning och själva sända.

Viktiga tekniska utvecklingsaktiviteter beskrivs här.

##### **Ljud i datanätverk**

Arbetet med att skicka ljud i vanliga dataförbindelser och att ersätta analog teknik med digital har slutförts under 2016. Ny teknik i Sveriges Radios lokaler gör att reporterna kan medverka i sändning på ett enklare sätt.

Den av Sveriges Radio egenutvecklade OB-väskan har implementerats i verksamheten och fått ett mycket stort genomslag. Den tekniska lösningen bygger på att använda mobilnäten för att transportera hem ljudet till radiohusen på ett säkert och enkelt sätt. Väskan är konstruerad tillsammans med ett tyskt bolag, utvecklare från Sveriges Radio samt representanter från produktionen. Resultatet är en ryggsäck vars enkelhet och möjlighet att använda den på ställen där man tidigare inte kunnat sända ifrån uppskattas mycket av produktionen.

Det sänds nu cirka 1 500 timmar per månad med hjälp av väskan, såväl inom landets gränser som utanför. Exempelvis användes väskan i samband med bevakningen av USA-valet, där det blev tydligt att nya möjligheter finns för att bedriva en journalistik nära människor. Väskan var också ett avgörande verktyg i rapporteringen från de terrorattentat som skett i Bryssel, Nice och München. I nuläget finns cirka 120 enheter i produktionen, men behoven är större än så och fler enheter kommer att rullas in under början av 2017.

Väskan röner nu, tillsammans med andra teknikinnovationer från Sveriges Radio, stor uppmärksamhet från andra broadcastbolag både i Europa och i resten av världen. Intresset är stort för att få ta del av den tekniska lösningen, och en del av den kommer att tillgängliggöras via så kallad Open Source och därmed blir det möjligt för andra att nyttja tekniken.

Som komplement till väskan har över 1 000 medarbetare fått tillgång till mobilapplikationen Luci Live som gör det möjligt att medverka i sändning med hjälp av en mobiltelefon. Nu har all analog utrustning för medverkan bytts ut och journalisterna har fått enkla verktyg som bygger på tekniken med ljud i datanätverk.

##### **Nästa generation radiohus för lokala kanaler**

Under det tidiga 2000-talet och fram till för några år sedan har Sveriges Radio drivit projektet Digitalt Radiohus. Framför allt de lokala kanalerna har utrustats med digital teknik anpassad till en omfattande produktion med begränsade resurser och liten bemanning.

2014 tog detta arbete en ny vändning när Sveriges Radio arbetade fram en vision om att göra denna teknik mer mobil och användbar även utanför radiohusen. Sedan dess har SR haft ett gemensamt utvecklingsarbete med en ledande leverantör inom broadcast-industrin för att ta fram en helt ny lösning för de lokala kanalerna.

Denna lösning är flexibel, användarvänlig och, framför allt, bärbar. Genom att kombinera tekniker för kontribution, OB-väska och mobiltelefonapplikation, med möjligheter till avancerad fjärrstyrning av teknisk utrustning, kan hela sändningar flyttas ut nära publiken. Den utrustning som behövs liksom behovet av personella resurser är begränsad till ett minimum. En mobiltelefon eller surfplatta räcker för att genomföra en hel sändning. Det behövs ingen studio med fasta kontrollbord.

Utvecklingsarbetet har rönt stort intresse hos leverantörer och public service-bolag i Europa och många följer projektet. Den första sändningen genomfördes i Uddevalla före sommaren 2016 och hela redaktionen fick tillgång till tekniken under hösten. En andra pilot planeras för driftsättning i Borås under 2017. Resultatet kommer även att ligga som grund i den förändring som behöver genomföras i Radiohuset i Stockholm.

Sveriges Radios leverantör och samarbetspartner vid framtagande av OB-väskan har på en internationell konferens utsett SR:s utvecklingsingenjör Jim Eld till Årets tekniker. En annan av SR:s partner i teknisk utveckling har utsett projektet Digitalt Radiohus Next Generation i Uddevalla till ”mest innovativa projekt för radio”.

## **Datahallar**

En del av utvecklingsarbetet med nästa generations radiohus syftar till att minska andelen teknisk utrustning i varje hus och i stället centralisera så mycket utrustning som möjligt. Med ny teknik kan infrastrukturen byggas på andra sätt, både lokalt och för Radiohuset i Stockholm. Ett arbete pågår för att ta fram morgondagens lösning utifrån nya behov, flexibilitet och möjligheten till effektiv support och drift.

## **Ny webbplatsform och CDN**

En ny driftplattform för Sveriges Radios webb driftsattes 2016. Syftet har varit att uppgradera och skapa en stabilare och effektivare plattform. Arbetet har utgått från fem kriterier: stabilitet, snabbhet, flexibilitet, effektivitet och enkelhet. Till den nya plattformen kopplas även ett CDN<sup>28</sup> för att ytterligare öka stabiliteten och kapaciteten.

Den nya plattformen erbjuder helt nya möjligheter, till exempel tjänsten Catch up, som gör att lyssnaren kan pausa och backa i direktsändningar. En annan förbättring är att ljudkvaliteten automatiskt anpassas till datakapaciteten i uppkopplingen.

## **Lagringslösningar**

För att Sveriges Radio snabbare och enklare ska kunna möta verksamhetens behov av ständig utveckling byter SR nu strategi och inriktning vad gäller datalagring.

---

<sup>28</sup> Content delivery network, servrar som tillhandahåller internettjänster.

Tidigare lagringslösningar har utgått från mycket högt ställda kvalitetskrav. Detta har gett system som fungerat utmärkt, men kostnaden för utökning av volym eller funktionalitet har varit hög vilket lett till en tröghet i anpassningen till nya behov.

Nästa generations lagringslösningar utgår ifrån förenkling, flexibilitet, tillräcklig prestanda och kostnadseffektivitet. De nya lösningarna delas upp i minst tre områden som vardera har sina specifika krav, till exempel prestanda, volym och skalbarhet. Sveriges Radio bedömer att stora besparingar är möjliga inom vissa områden. Arbetet har inletts under 2016 och kommer att fortsätta under 2017.

#### 4.2.5 Digitalradio i vänteläge

Redan december 2014 presenterades *Från analog till digital marksänd radio – en plan från Digitalradiosamordningen* (SOU 2014:77) av utredaren Nina Wormbs.

Planen innebär en övergång från analog FM-radio till radiosändningar i ett digitalt marknät med tekniken DAB+, under perioden 2022–2024, vilket den förra regeringen efterfrågade. Lanseringen skulle inledas vid årsskiftet 2016/ 2017.

Utredarens uppdrag var inte att svara på frågan om en övergång till digitalradio skulle ske utan hur det skulle gå till. Nina Wormbs ansåg att det är nödvändigt med en samordning i hela radio-branschen för att framgångsrikt genomföra en övergång.

En stor del av remissinstanserna, som yttrade sig över utredningen i mars 2015, var positiva och tillstyrkte förslaget. De delade också bedömningen att den svenska radiobranschen behöver utrymme för fler kanaler än vad som är möjligt att erbjuda i FM och att detta gynnar lyssnarna. Ett antal remissinstanser var negativa och ifrågasatte bland annat valet av teknik och behovet av fler radiokanaler.

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

Med hänvisning till remissinstanserna beslöt kulturministern Alice Bah Kuhnke i juni 2015 att inte gå vidare med förslaget utan avvakta utveckling särskilt i Norge. Den norska regeringen har beslutat att successivt släcka det analoga marknätet under 2017. Vid årets slut kommer kommersiell radio och NRK enbart sända i det digitala marknätet kompletterat med företagens service via internet.

Med tanke på den internationella utvecklingen, där åtskilliga länder i Europa satsar på digital marksänd radio, samt det faktum att den kommersiella radion i Sverige redan har tillstånd att senast den 1 januari 2017 starta sändningar i 25 kanaler, nationella och lokala, kommer av allt att döma frågan att aktualiseras på nytt.

Under 2016 beslöt regeringen att ge Post- och telestyrelsen (PTS) i uppdrag att se över frekvensplaneringen för kommersiell radio i FM-nätet. Arbetet ska vara klart den 30 juni 2017. Syftet med översynen är att se på möjligheterna till större sändningsområden. I praktiken skulle det kunna innebära två eller tre nationella reklamradiokanaler, till viss del på bekostnad av utrymmet för dagens lokala sändningar. Det är fortfarande oklart om översynen kommer att resultera i fler kanaler, ökat utbud och fler kommersiella aktörer. Översynen får enligt regeringen inte påverka Sveriges Radios FM-frekvenser och tillgänglighet.

Det är olyckligt att beslut ännu inte fattats om Sveriges Radio ska ingå i digitalradioutbyggnaden eller ej. Ett av skälen till kraven i sändningstillståndet på ökat utbud på minoritetsspråk var möjligheten att sända i ett nationellt digitalt marknät. Med nuvarande reglering kan utbudet på internet inte tillgodoses för att uppfylla sändningstillståndet.

Sveriges Radio sänder under innevarande tillståndperiod finska och meänkieli, samt ett utbud för svenska barn och ungdomar, i delar av landet i den första versionen av digitalradiotekniken DAB (den nyare versionen som installerats i bland annat Norge heter DAB+). Det är sändningar som inte kan flyttas till FM eftersom det inte finns tillgängliga frekvenser och frekvensöversynen av FM-bandet inte innefattar Sveriges Radio. Sammantaget innebär detta att förutsättningarna för verksamheten har försämrats och att planeringen påtagligt har försvårats. Detta är inte kostnadseffektivt då SR måste lägga betydande belopp på att distribuera ett DAB-utbud som väldigt få i Sverige har möjlighet att ta del av. Målgrupperna för de program SR sänder i DAB tar del av utbudet främst genom internet, där hela det marksända utbudet finns tillgängligt.

#### **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.

Sveriges Radio har under 2016 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 2016, p. 7)

Möjligheterna att ta del av Sveriges Radios kanaler och program fortsätter att öka. Publiken har flera 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 där marksänd radio, digitala plattformar och sociala medier sammantaget skapar bra innehåll, som finns tillgängligt för publiken där den är och som samtidigt gör publiken mer delaktig. Se bilaga 2 Sveriges Radios kanaler och distributionsplattformar.

SR lade 2016 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**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
FM	115 506	118 346	116 168			
DAB	37 162	37 153	37 257			
Internetexklusiva sändningar	14 780	14 780	18 804			
<b>Totalt</b>	<b>167 448</b>	<b>170 279</b>	<b>172 229</b>			

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

### 5.1 Marksänd radio

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

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

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

Därutöver sänder Sveriges Radio i DAB över vissa områden, se bilaga 2.



**Tabell 7. Marksänd tid fördelad på plattform och sändningstyp, timmar<sup>29</sup>**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Förstasändning</b>						
FM	105 199	106 845	104 813			
DAB	30 288	30 142	30 104			
<b>Summa förstasändning</b>	<b>135 487</b>	<b>136 987</b>	<b>134 917</b>			
<b>Parallelsändning</b>						
FM	5 690	5 751	6 074			
DAB	5 832	5 742	5 176			
<b>Summa parallelsändning</b>	<b>11 522</b>	<b>11 494</b>	<b>11 251</b>			
<b>Repris</b>						
FM	4 618	5 750	5 280			
DAB	1 042	1 269	1 977			
<b>Summa repris</b>	<b>5 660</b>	<b>7 019</b>	<b>7 257</b>			
<b>Summa FM</b>	<b>115 506</b>	<b>118 346</b>	<b>116 168</b>			
<b>Summa DAB</b>	<b>37 162</b>	<b>37 153</b>	<b>37 257</b>			
<b>Totalt</b>	<b>152 668</b>	<b>155 499</b>	<b>153 425</b>			

Det lägre antalet marksända timmar 2016 jämfört med 2015 beror huvudsakligen på att lokala sändningar i 25 kanaler ersatts av Radiosporten i P4 riks vid större sportevenemang. En del av minskningen avser de minoritetsspråk som flyttat till internet för att lättare nå publiken.

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

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Lokalt</b>						
Förstasändning	109 962	111 834	110 418			
Parallelsändning	7 814	7 724	7 416			
Repris	2 587	2 514	2 720			
<b>Summa lokalt</b>	<b>120 362</b>	<b>122 072</b>	<b>120 554</b>			
<b>Regionalt</b>						
Förstasändning	1 273	1 103	305			
Parallelsändning	167	140	0			
Repris	0	0	0			
<b>Summa regionalt</b>	<b>1 440</b>	<b>1 243</b>	<b>305</b>			
<b>Riks</b>						
Förstasändning	24 253	24 050	24 195			
Parallelsändning	3 540	3 629	3 835			
Repris	3 073	4 505	4 537			
<b>Summa riks</b>	<b>30 866</b>	<b>32 184</b>	<b>32 566</b>			
<b>Totalt</b>	<b>152 668</b>	<b>155 499</b>	<b>153 425</b>			

Minskningen av regional sändningstid är en konsekvens av Sisuradions nedläggning av finska sändningar i P4 regionalt. Dessa har ersatts av sändningar i P6, P7 och DAB.

<sup>29</sup> Tre olika sändningstyper summerar sammantaget upp till total marksänd tid:

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

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

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

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

## 5.2 Andra plattformar

### *sverigesradio.se*

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

På *sverigesradio.se/poddradio* presenteras Sveriges Radios samlade utbud av poddradio: dels program som sänts i tablån, dels poddradio som enbart finns digitalt med lyssningstips och sortering i olika kategorier.

Under 2016 har fokus legat på utveckling och att stimulera till mer lyssning. Exempel på detta är att förbättrad funktionalitet för att kunna pausa och spola i direktsändning lanserades på moderna webbläsare. SR har sett över navigering och sajts sidhuvud, gjort det enklare för besökarna att hitta och välja i avsnittslistan samt infört nya publiceringsmöjligheter som ökat fokus på ljudet i alla artiklar.

Sveriges Radios redaktionsnära utvecklingsteam Digitala insatsstyrkan, som startades under hösten 2015, har utvecklats till ett nav som tillsammans med redaktioner presenterar och visualiserar journalistiskt innehåll på webbplatsen och på sociala medier. Det av publiken uppskattade *Medan du sov* under OS i Rio är ett sådant exempel.

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

Sveriges Radio erbjuder publiken flera appar för smarta telefoner. Den mest populära är *SR Play* där publiken når alla kanaler för direktlyssning och lyssning i efterhand. Målet för 2016 var att bibehålla det starka engagemanget och öka den totala mobillyssningen. *SR Play* hade i snitt över 500 000 unika användare per vecka under 2016, vilket var en ökning med 17 procent jämfört med 2015.

Utvecklingen av extrasändningar och pushnotiser har fortsatt, särskilt för Viktigt Meddelande till Allmänheten (VMA) och lokala pushnotiser. Dessa testades i några lokala P4-kanaler inför en större utrullning under 2017. Kopplingen av pushnotiser till Ekoredaktionens liveteam och deras extrasändningar har varit viktiga för att ge publiken flexibla och fördjupade analyser under ett år som var präglad av stora nyhetshändelser. Förbättrad funktionalitet för att kunna pausa och spola i direktsändning har också lanserats i appen.

*Radioapans banankalas* och appen *Radioapans kojträd* vänder sig till de mindre barnen med sagor, sånger och spel. Appen *P3 Radio* är riktad till den yngre delen av P3:s målgrupp med direktlyssning av kanalerna P3, P3 Star och P3 Din Gata. Under 2016 fick appen en uppdatering som gjorde även P3:s poddar tillgängliga.

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

## Tredjepartsplattformar

- Sedan 2010 har Sveriges Radio ett öppet API<sup>30</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.
- 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 hålls relevant. Detta bidrar också till att öka lyssningen. Därför är Sveriges Radio på de plattformar publiken väljer att vara samt testat och utforskat regelbundet nya. Några exempel är Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Snapchat, WhatsApp, Periscope, Reddit och Pinterest.
- Poddradio från Sveriges Radio finns tillgängligt på Spotify, Stitcher, Acast och iTunes/ Podcaster och i den egna appen *Sveriges Radio Play* för iOS och Android.

## 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 2016, 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 2016, 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>31</sup> framgår följande:

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

<sup>30</sup> Application Programming Interface, strukturerat sätt att komma åt data i ett system.

<sup>31</sup> Bildning och tillgänglighet – radio och tv i allmänhetens tjänst 2014–2019, prop. 2012/13:164.

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

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

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

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

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 tillgoda göra sig denna.

**Text och bild på webben** kompletterar och stödjer radioprogrammen. Sveriges Radio arbetar tydligt 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 i text av ett sänt nyhetsinslag en metod att tillgängliggöra utbudet, liksom en bild på personen i den sända intervjun. En anpassning till den digitala miljön är en förutsättning för att utbudet ska hittas på alla relevanta plattformar.

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

**Konsertverksamhet i Berwaldhallen** skapar en kontakt med publiken vilket ökar intresset för att ta del av det inspelade eller direktsända musikaliska utbudet. Samtliga konserter spelas in och sänds i P2. SR 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.

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

De **barnspel** som finns på webb och i app 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 görlikt att särredovisa den i absoluta tal.

Sveriges Radio arbetar i dag integrerat för att nå ut till publiken i rätt tid, till rätt målgrupp, på rätt plattform med rätt innehåll – genom radio via marknätet, digitalt via webb och mobil samt via dialog och medskapande i sociala medier. Det innebär att en redaktion på SR arbetar integrerat med alla tre benen 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 mycket svårt att ange hur resurserna för webb, mobil och sociala medier fördelar sig på kärnverksamhet respektive kompletterande verksamhet.

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 varje enskilt program ska jobba 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, olika målgrupper har olika behov.

Att det ska råda god balans mellan kärnverksamhet och kompletterande verksamhet tolkar SR som att kärnverksamheten inte ska försämrats 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. SR 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 närvaro, nerv och applåder genom publikens närvaro. För julkalendern upplevs radioberättandet mer 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 nedsatt hörsel eller kognitiv funktionsnedsättning, att ta till sig innehållet i programmen. Programmen, det vill säga ljudet, blir också mer attraktivt för den yngre publiken som i dag har de digitala och sociala plattformarna som förstahandskälla. Ett oberoende och reklamfritt Sveriges Radio på dessa plattformar är viktigare än någonsin.

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

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

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

## 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 2016, p. 7)

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

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

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

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

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

### 6.1 Marksänd radio (FM och DAB) fördelad på programkategorier

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

#### 1. Nyheter

Nyheter omfattar alla nyhetssändningar i Sveriges Radio. Hit hör *nyhetssändningar* i *Ekot* och *lokala kanaler*, *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 ingår program med blandat innehåll av aktualitetskaraktär, dokumentärer, program om vetenskap och forskning samt om religion och livsåskådning. I kategorin ingår också andakter och gudstjänster. Verksamheten beskrivs i avsnitt 7.2.

### **3. 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.

### **4. 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 7.3.5 och 7.3.6.

### **5. 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.

### **6. Sport**

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

### **7. Livsstil**

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

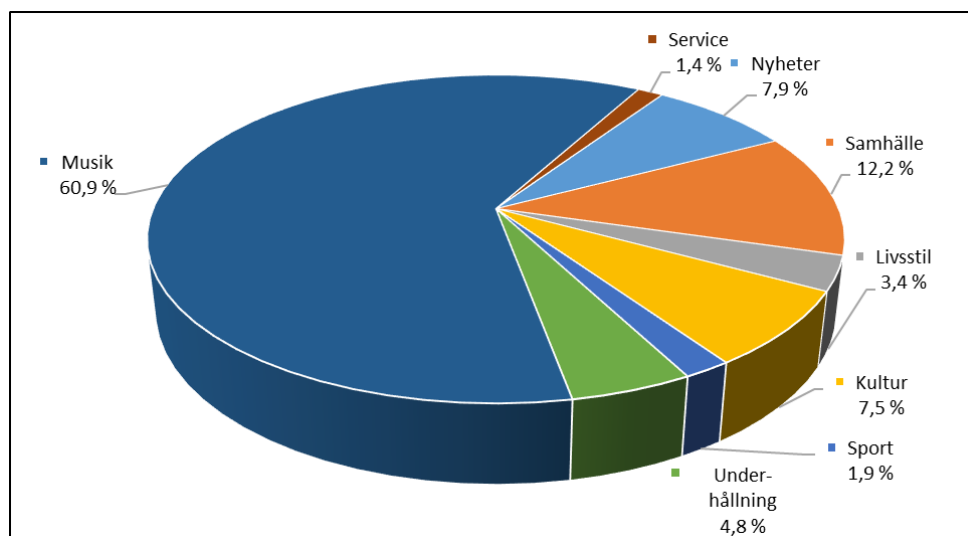
### **8. Underhållning**

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

**Tabell 9. Marksänd tid fördelad på programkategori och sändningstyp 2016, timmar**

	Nyheter	Samhälle	Livsstil	Kultur	Sport	Underhållning	Musik	Service	Totalt
Förstasändning	10 318	14 475	4 495	9 025	2 610	5 983	85 840	2 172	134 917
Parallellsändning	1 596	1 457	107	928	182	1 008	5 972	0	11 251
Repris	156	2 791	597	1 505	114	399	1 693	3	7 257
<b>Totalt</b>	<b>12 069</b>	<b>18 722</b>	<b>5 200</b>	<b>11 458</b>	<b>2 907</b>	<b>7 390</b>	<b>93 504</b>	<b>2 174</b>	<b>153 425</b>

**Diagram 6. Total marksänd tid fördelad på programkategorier 2016**



## 6.2 Sveriges Radios utbud på internet

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

Nyheter och lyssningstips samlas på förstasidan, på kanalförstasidorna och på de lokala P4-kanalernas förstasidor. I attitydundersökningen från Novus Group framgår att 62 procent tycker att *sverigesradio.se* är en viktig nyhetskälla.<sup>32</sup>

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

<sup>32</sup> Novus Group, Attitydundersökningen december 2016.



För Sveriges Radio sker lyssningen på portaler, på *sverigesradio.se* och på *SR Play*. Podd-lyssningen är fortfarande den snabbast växande formen av digital lyssning med nära 4 miljoner lyssningar och nedladdningar per vecka från SR:s plattformar och externa plattformar som iTunes.

## Nyheter

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 drygt 33 000 unga följare på Instagram är P3 den största svenska nyhetsleverantören för målgruppen unga på denna plattform.

Flera nyhetsredaktioner har använt korta filmer för att förklara nyhetsskeenden och också sänt live via sociala medier.

## Drama-arkivet

I *Drama-arkivet* i P1 tillgängliggörs föreställningar från Sveriges Radio Dramas (tidigare Radio-teatern) omfattande och unika arkiv.

Lyssnarna ges möjlighet att möta de stora skådespelarna och regissörerna från den svenska teaterhistorien. Genom diskussioner i *Dramaklubben* introduceras och placeras äldre föreställningar i en samtidskontext. Här granskas och problematiseras vad en tolkning gör med ett verk och hur upplevelsen av en klassiker kan förändras.

## Musik

För att ytterligare öka mångsidigheten i kulturutbudet sänder Sveriges Radio, som komplement till det marksända utbudet, några renodlade musikkanaler via internet. Det utbud som enbart går att lyssna på via internet är *P2 Världen* och *P2 Klassiskt*. 2016 erbjöds också säsongskanalerna *P4 Melodifest* och *P4 Bjällerklang* samt *P2 Klassisk jul* och *P2 Klassisk sommar*.

2016 har Sveriges Radio 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 på denna typ av podd är *Operaguiden*, *Den svenska musikhistorien*, *Klassiska podden* i P2 och *Kentpodden* i P3.

Genom det testavtal som togs fram tillsammans med rättighetsorganisationerna har det under 2016 funnits möjlighet att publicera ett begränsat antal musikpoddar med hög musikandel, såsom dokumentärerna om Bowie och Prince, repriseringen av serien *Livet är en fest* och nyproducerade *Gessles Nio i topp*.

## **P4 Plus – en digital testkanal för 60 plus-publiken**

I Sverige finns 2,5 miljoner människor i åldersgruppen 60+. P4 Plus är en testkanal riktad till denna grupp. Kanalen sänder dygnet runt och enbart på internet. Profilen utgörs av musik från 30-talet och framåt, och försöket pågår till juni 2017 då en utvärdering ska göras.

Kanalen startade inom ramen för ett innovationsprojekt med uppdrag att dels ta reda på hur den digitala tekniken fångats upp av radions äldre och mest trogna lyssnargrupp, dels förstå vad denna målgrupp önskar av Sveriges Radio: vad man uppskattar i utbudet och vad man saknar.

– *Vi hör aldrig den musik vi växte upp till*, blev det samstämmiga svaret.

I testkanalen hörs svenska och internationella artister som sällan eller aldrig annars spelas.

50 procent av musiken är svensk.

Musiken presenteras av för målgruppen kända och populära programledare som Ulf Elfving, Lisa Syren och Marika Rennerfelt.

I snitt hade P4 Plus 300 000 starter per månad i november och december och har därmed blivit den största av SR:s webbkanaler. Kanalen har inte marknadsförts i någon större omfattning, utan det är publiken som sprider kunskapen om kanalen och dess musikutbud.

## **Barnwebben**

2016 har Barnradion blivit ett guidevarumärke under Sveriges Radio. Därmed är Barnradion även det samlande namnet för hela barnutbudet på *sverigesradio.se*. Barnradion har fått en ny logotyp och en lila färg som används i alla digitala sammanhang.

Barnradions webb riktas mot ålderskategorierna yngre barn 3–8 år och äldre barn 9–12 år samt deras föräldrar. Utbudet för yngre barn innehåller sagor, sånger, musikprogram, *Radioapans knattekanal* och *Radioapans godnattkvart*. För äldre barn samlas program inom hela utbudet, såsom nyheter, sport, faktaprogram, humor, musikprogram, drama för unga och lovserier.

Barnradion har 2016 fortsatt arbetet med att tydligare lyfta upp ljud och bild på *sverigesradio.se* och i *Sveriges Radio Play* så att det blir lätt att hitta det man vill lyssna på. Många serier har fått egna programsidor och sidorna har förenklats så det går snabbare att hitta lyssningen. Stort fokus har lagts på bilder eftersom bra bilder är ett viktigt stöd vid lyssningen och för minnet. Bilderna ska tydligt spegla innehåll och målgrupp. Barnradion strävar efter att spegla mångkultur och barn med funktionsvariationer.

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*. Även appen *Radioapans banankalas* finns kvar och erbjuder lyssning.

Barnradion har fortsatt producera poddpaket som innehåller sagor och dramatik för yngre och äldre barn. Paketerna fungerar som introduktion till Barnradions program och ska locka till vidare lyssning.

Alla Barnradions FM-program och satsningar har stödjande material på webben i form av poddar, filmer på Youtube, digitala spel, tävlingar eller extramaterial. Ambitionen är att detta material ska vara tillgängligt digitalt en lång tid.

## **Tonårspubliken**

Alla redaktioner kopplade till P3 måste göra en plan för hur man ska nå ut till publiken även på internet. En förutsättning för många av programmen är att föra dialog med den unga publiken där den är och genom detta bygga innehåll.

För att nå ut till tonårspubliken gjorde Sveriges Radio omfattande digitala satsningar 2016. De flesta satsningarna är kopplade till kanalerna P3 Star och P3 Din Gata i Malmö som har i sitt huvuduppdrag att nå ut till en tonårspublik.

*I mina lurar* porträtterade 100 unga Malmöbor som gav personliga berättelser om historien bakom sina musik- och låtval. Porträtten i form av ljud och bild samlades på en hemsida och har även lyfts fram i FM.

*P3 Star hänger med ...* var ett nytt koncept som P3 Star tog fram 2016. Varje vecka träffade redaktionen en ung person i målgruppen och gjorde intervjuer som publicerades på Youtube.

*Creepypodden* och *P3 Serie* var två satsningar riktade till en tonårspublik. *Creepypodden* är spökhistorier från internet och *P3 Serie* är spännande radiodrama för en ung publik. Målet är att ta fram fyra nya säsonger per år till *P3 Serie* och att minst en av dem även ska sändas i FM.

*Nagelsalongen i P3* om nagelkonstnären Celina Rydén och hennes kunder lanserades som Sveriges Radios första reality-podd. I varje avsnitt får man träffa en ny kund som berättar om exempelvis hur det är att förlora sin bror eller att leva med en ätstörning. Samtalen pendlar mellan skratt och djupaste allvar. Podden har funnits på *sverigesradio.se* samt i appen *Sveriges Radio Play*.

P3:s Youtubenärvaro har utvecklats under året och blivit tre olika kanaler: humorn, musiken och *Creepypodden* för att nischas och förtydliga innehållet. *Relationsradion i P3* har lanserat ett nytt Youtubekoncept där relationsfrågor debatteras på ett komiskt vis. Hampus Nessvold från *22 kvadrat* gjorde en egen serie där han tillsammans med kompisar testade olika sommaraktiviteter, Lilla Al-Fadji ställde upp i amerikanska presidentvalet i sin Youtubeserie och *Ligga med P3* gav en fördjupning i olika sexrelaterade ämnen.

Programutveckling för unga i FM finns i avsnitt 7.4.2 där det marksända utbudet för målgruppen beskrivs.

## **Samiska**

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

Under 2016 sände Sameradion tillsammans med SVT Sápmi direkt på webben under totalt cirka 100 timmar från Sametingets tre plenarmöten, det samiska nationaldagsfirandet, ett samiskt kulturevenemang i Funäsdalen och när dom förkunnades i tvisten mellan staten och en sameby om rätt att förvalta jakt och fiske inom samebyns renbetesmarker.

## **Utbud riktat till nyanlända**

Sveriges Radio erbjuder ett nyhets- och aktualitetsutbud på arabiska, kurdiska (sorani/kurmanju), persiska (farsi/dari), somaliska och engelska till en nyanländ publik. Även en podd på lätt svenska för målgruppen har publicerats.

Genom att tillhandahålla detta utbud via internet nås betydligt fler i dessa språkgruppen än vad som är möjligt med FM-sändningar. Se avsnitt 7.6.8.

## **Trafik och service**

Trafik- och serviceinformation från Sveriges Radio finns tillgängligt på *sverigesradio.se*. Publiken kan med dator, platta eller smart telefon ta del av informationen på en karta där användaren automatiskt blir positionerad till rätt punkt i kartan. Trafikredaktionens meddelanden går också att få via Twitter, och redaktionen publicerar även information på Facebook.

2016 har försök gjorts med en minutkort podd om trafikläget i Stockholms län vid tre tidpunkter på vardagsmorgnarna. Avsikten har varit att försöka nå den del av publiken som mest söker ljud i form av poddar och som inte lyssnar på radio.

## **Sport**

2016 gjordes en digital satsning på *Parapodden*, en podd från Radiosporten i tjugo avsnitt där publiken fick följa de svenska paralympierna inför Paralympics i Rio de Janeiro.

Under OS i Rio nådde Radiosportens rapportering på webben och i mobilen en rekordstor publik, bland annat genom *Medan du sov* med det viktigaste från nattens OS varje morgon under hela spelen.

Vid sidan av de särskilda satsningarna har alla fotbollsmatcher i herr- och damallsvenskan sänts i sin helhet på webben, liksom alla matcher i Swedish Hockey League. Även matcher i bland annat handboll, innebandy och basket har sänts på webben av de lokala kanalerna.

Antalet extrasändningar på webben om sport med nyhetskaraktär har ökat under 2016. Detta gäller både akuta nyhetshändelser och planerade presskonferenser.

## **Poddradio**

2016 har Sveriges Radio arbetat med att vidareutveckla det digitala poddradioerbjudandet. Ambitionen har varit att testa nya format, släppa fram fler personligheter och variera tilltalet. Utbudet av program att lyssna på on demand har utökats. De poddunika programmen har bidragit till att bredda kanalernas erbjudanden till publiken samt öka kännedomen om och användandet av SR. Programmen utgör en möjlighet att fånga den målgrupp som inte lyssnar på vanlig radio.

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

Genom det testavtal som togs fram tillsammans med rättighetsorganisationerna har musikdokumentärer ur Sveriges Radios arkiv publicerats och lyfts fram.

*Sveriges Radio Play* är fortfarande den största plattformen för poddlyssning av SR:s material jämfört med både webbplatsen och den största externa plattformen iTunes/Podcaster. Genom att fortsatt lyfta fram och synliggöra innehållet på iTunes/Podcaster ökade lyssningsaktiviteten där med omkring 40 procent under 2016. Särskilt unga lyssnare hittar innehållet via iTunes.

Motsvarande utvecklingstakt för de interna plattformarna är omkring 20 procent.

Några exempel på poddunika program från Sveriges Radio är:

- *Radio Sweden på lätt svenska* – nyheter för nyanlända
- *USA-valpodden* – Sara Stenholm med gäster följde den amerikanska valrörelsen
- *EU-podden* – EU-frågorna på djupet
- *Gradvall* – reportage och intervjuer på djupet om musik i åtta avsnitt med Jan Gradvall
- *De dödas röster* – dramaserie för unga
- *Barnradions poddstuga med Farzad* – för barn 3–8 år
- *Talkshow bl arabi* – talkshow på arabiska
- *Terni Generacia* – talkshow för unga på romani chib.

Några exempel på ompaketerade poddar:

- *Ekots pendlarpodd* – det bästa och mesta från Sveriges Radio det senaste dygnet
- *Stockholmstrafiken på en minut* – trafikläget sammanfattat på en minut
- *P3 Nyheter på en minut* – sammanfattar de viktigaste nyheterna på en minut.

### 6.3 Sveriges Radio och sociala medier

Sveriges Radio arbetar kontinuerligt för att publiken inte bara ska vara mottagare utan även medskapare av nyheter och reportage. Målet är att inte bara använda sociala medier för spridning utan även som ett verktyg för att i interaktion med besökare och lyssnare skapa relevant journalistik och stärka relationen med publiken.

Några exempel:

- P4 Kalmars granskning av ungas användande av cannabis. I Facebookgrupper hittades personer som använde, odlade eller sålde cannabis. Dessa intervjuades i FM tillsammans med andra aktörer som polisen och socialtjänsten. Genom sökord i texterna, korta filmer och ett uppbyggt nätverk i sociala medier spreds granskningen bortom FM, inte bara till grupper med ämnet som centralt tema utan också brett bland till exempel föräldragrupper.
- P4 Halland rapporterade i FM om en busschaufför som avbröt bussturen och körde till akuten med ett sjukt barn. Bland kommentarerna på nätet fanns en kvinna vars dotter räddats av en okänd busschaufför. Dottern som var fyra år och hade en funktionsnedsättning, hade rymt ut på stora vägen. Mamman hade gjort flera försök att hitta busschauffören. P4 Halland hittade henne i Facebookflödet, intervjuade i FM, skickade ut frågan igen och fick hjälp av ett stort antal engagerade. Nästa dag kunde de återföra busschauffören och mamman. Mötet sändes direkt i FM och live på Facebook.
- När P4 Blekinge gjorde en temavecka om cancer efterlystes lyssnarnas egna bilder, som publicerades på *sverigesradio.se*. Personer som bidragit intervjuades i FM, och när en av intervjupersonerna gick bort kort efter sändning användes P4 Blekinges Facebook som en minnesplats.

Digitala insatsstyrkan har arbetat med tre projekt som gav Sveriges Radios publik på internet möjlighet att se hur enskilda individer påverkar och kan bidra till klimatförändringar på olika sätt. Alla tre nominerades 2016 till Prix Europa i kategorin online. Ett exempel var *Timglas*, en interaktiv tjänst där användaren kunde se hur nära i tiden jorden kommer att överskrida målet om två graders global uppvärmning om vi väljer att exempelvis flyga mer, köpa ny elektronik eller i stället väljer att köpa begagnade kläder och byta till fossilfri el.

Sisuradio genomförde tillsammans med flera andra redaktioner och Digitala insatsstyrkan projektet *#MinSpråk* en kartläggning av undervisningen i minoritetsspråk i Sverige. Målet var att ge publiken möjlighet att se och jämföra sin kommun med andra kommuner. Användaren kunde på en interaktiv karta välja en kommun och få en automatiskt genererad artikel där undervisningstid, folkmängd, politiskt styre med mera visades.

P3 startade 2016 ett projekt med syfte att stärka varumärket mot framtidens P3-lyssnare. De unga väljer i stor utsträckning Youtube för social mediekonsumtion. En Youtubekanal öppnades med ambitionen att skapa en mötesplats på publikens villkor. Resultatet har kunnat ses i att P3:s Youtubecommunity har gått från 244 till cirka 19 000 prenumeranter.

## 7 Särskilda uppdrag och målgrupper

I det här kapitlet beskrivs Sveriges Radios utbud vilket huvudsakligen sänds i FM. Eftersom särskilt den unga publiken i allt högre utsträckning tar del av utbudet via digitala och sociala medier redovisas också en del av detta utbud.

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. Ny teknik har gjort det lättare för reportrar att rapportera och sända direkt från nya och fler platser utanför radiohusen. Det är också ett sätt att bättre spegla Sverige.

Sverige och omvärlden förändras i riktning mot en ökad polarisering. En strävan i hela programverksamheten är därför att vara en öppen arena och ge utrymme åt en mångfald av meningsyttringar. I Sveriges Radios programutbud ska åsikter kunna brytas för att ge många olika perspektiv. Bara så kan förtroendet för SR upprätthållas.

Dagens mediemarknad genomgår genomgripande förändringar, och därför är utveckling en integrerad del av Sveriges Radios verksamhet. Det gäller både innehåll och nya sätt att nå publiken. SR lägger en större tyngd vid att lyssna på och föra en dialog med publiken. Det sker i direkta möten, i direktsändningar, via publiknätverken och i digitala och sociala medier. Därmed ger publiken viktiga bidrag till Sveriges Radios utbud.

Året har på olika sätt präglats av att många människor var på flykt. 160 000 människor sökte sig till Sverige hösten 2015, vilket också 2016 satte avtryck i Sveriges Radios utbud.

I detta kapitel redovisas ett antal indikatorer från Attitydundersökning 2016 om hur allmänheten uppfattar Sveriges Radios utbud. Indikatorerna används främst för intern uppföljning och återkoppling för att utveckla utbudet. Siffrorna inom parentes avser 2015.

58 (59) procent av allmänheten instämmer i påståendet *SR ger plats åt olika åsikter*.

66 (65) procent instämmer i påståendet *Jag får ny kunskap genom att lyssna på SR*.<sup>33</sup>

---

<sup>33</sup> Novus Group, Attitydundersökningen december 2016.

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

(Sveriges Radios sändningstillstånd, § 6)

Att öka mångfalden på alla områden är ett av Sveriges Radios strategiska mål för tillståndperioden. Genom att ta vara på mångfalden i det svenska samhället och prioritera detta arbete förnyas utbudet och får en högre kvalitet. Målet är att spegla hela befolkningen genom en variation av röster och perspektiv så att alla som tar del av utbudet har möjlighet att identifiera sig i det.

Som en grund för arbetet har Sveriges Radio en mångfaldspolicy med tre utgångspunkter – diskrimineringsgrunderna enligt lagen, rekrytering och programutbud. Genom att arbeta mål-inriktat inom dessa tre områden förstärks det totala arbetet med mångfald.

Arbetet bedrivs inom hela företaget, och Sveriges Radio följer upp det centralt och genom att ledningsgrupper på alla nivåer har i uppdrag att prioritera mångfaldsarbetet och löpande följa hur det utvecklas.

Efter en kartläggning och analys av tidigare mångfaldsprojekt och framtida behov antog Sveriges Radio 2014 ett 30-punktsprogram för att stärka mångfaldsarbetet inom hela företaget. Punkterna berörde utveckling och uppföljning avseende såväl utbud som personal och lade grunden för det arbete som beskrivs här. Under 2016 är samtliga punkter i mångfaldsprogrammet genomförda, och SR kommer under 2017 att ta fram nya konkreta planer för det fortsatta arbetet.

### 7.1.1 Övergripande om begrepp och metoder

Mångfald är ett föränderligt och öppet begrepp, och Sveriges Radio inkluderar över tid nya betydelser. Begreppet förändras med samhällets utveckling och mellan olika platser eller utsiktspunkter. Viktiga och återkommande aspekter är kön, ålder, utländsk bakgrund, socioekonomi, sexuell identitet, funktionsvariation och geografiska parametrar som stad och landsbygd.

Eftersom mångfaldsarbetet ska finnas med i vardagen är den enskilda redaktionens eller det enskilda programmets perspektiv ofta vägledande – det innebär att betydelser och fokus för mångfalden skiftar med exempelvis programmets uppdrag och bevakningsområde i form av region eller ämne.



Sveriges Radio arbetar med mångfald som en kompetens med tre delar: perspektiv, nätverk och språk. Mångfaldskompetens har den som har tillgång till andra perspektiv, andra nätverk och andra språk än de som är vanliga på redaktionen. Av det här följer att innebörden av mångfaldskompetensen skiftar beroende på redaktionens sammansättning, uppdrag, publik med mera. Arbetssättet är användbart även i programmen för att söka medverkande med andra perspektiv än de vanliga och används därför även för att bredda journalistiken. För att rekrytera personal och medverkande tillämpas en bristanalys – vad saknas? – snarare än en behovsanalys – vad behövs? Bristanalysen breddar verksamheten genom att tillföra kompetenser som fattas.

Sveriges Radios arbetssätt att utnyttja den decentraliserade organisationen och korrespondentnätet för att länka samman det som händer i människors närhet med det som händer nationellt och globalt är en metod för att tillföra perspektiv och öka begriplighet och mångfald.

### **7.1.2 Verktyg i mångfaldsarbetet**

På Sveriges Radios redaktioner är medvetenheten hög om balans och vilka som medverkar och bokas till programmen. Det finns en daglig diskussion om varför redaktionen gör sitt program och för vem, om att ha låga trösklar för medverkan och om vikten av att alla känner igen sig. Många program letar efter det som förenar i stället för skiljer människor. Grupper som hörs mindre söks aktivt upp. Utöver det här vardagliga mångfaldsarbetet finns en del generella hjälpmedel för att långsiktigt öka mångfalden.

#### **Publiknätverk och nätverksbyggande**

Flera riksredaktioner och alla P4-kanaler har tät kontakt med publiken i publiknätverk. Cirka tio till femton tusen lyssnare deltar i denna samverkan som siktar till att bredda perspektiven i journalistiken. Mångfalden i nätverken är en prioriterad fråga. Självklart är nätverket viktigt även för den enskilde journalisten, och många redaktioner jobbar långsiktigt med att bredda reportrarnas nätverk.

#### **Publiksamtal**

En traditionell metod, som fortfarande ger information och bidrag till utvecklingen av mångfalden i programmen, är publiksamtalet där lyssnare bjuds in för att ge synpunkter på det som hörs i radion. Ett fokus här är om publiken känner igen sig och sin verklighet i utbudet.

#### **Sociala medier**

Att följa grupper på sociala medier, bland annat för bevakning och för att få kontakt med nya personer med olika bakgrund, är en vanlig metod för att öka dynamiken i programmen.

#### **Programbeställningar och programkontrakt**

Varje program i Sveriges Radio beställs av kanalansvarig utbudsbeställare och får ett programuppdrag. Alla uppdrag har en mångfalds- och en jämställdhetsdel. Uppdraget kvitteras av redaktionen med ett programkontrakt med lokala mål kring mångfald, publik, innehåll med mera. Målen utvärderas årligen. SR arbetar på samma sätt med externa bolag.

## **Programutveckling**

De genomgripande kanallyssningarna (se 7.1.4), där allt i en hel kanal granskas under en period, utgör en grund för kommande års prioriteringar och programutveckling. Resultaten av lyssningarna följs regelbundet upp mellan beställare och redaktioner och utgör, tillsammans med löpande analyser av publik och utbud, en kontinuerlig programutveckling. I det här arbetet är mångfalds- och jämställdhetsperspektiv centrala.

## **Rekrytering och kompetens**

Mångfaldskompetens i form av perspektiv, nätverk och språk efterfrågas i alla rekryteringar. Sveriges Radio sammanför också grupper av medarbetare och kompetenser för att vidga perspektiven, såväl i tillfälliga projekt som i mer långsiktiga samarbeten.

I den stora grupp med flyende människor som kommit till Sverige finns även journalister, och flera kanaler och redaktioner har inlett samarbeten eller anställt nya medarbetare med stora möjligheter att bredda speglingen av tidens viktigaste samhällsfrågor liksom att öka antalet röster som hörs i programmen.

Under flera år har Sveriges Radios redaktioner arbetat med att rekrytera fler reportrar med andra erfarenheter än den traditionella journalistens. Många duktiga personer, som utan den här ansträngningen troligen inte skulle ha kommit in i verksamheten, har utvecklats till värdefulla medarbetare.

### **7.1.3 Spegling av hela landet och variationer i befolkningen**

Sveriges Radio finns över hela Sverige på sammanlagt mer än 50 platser. Cirka 40 nyhetsredaktioner sänder från olika delar av landet och på flera språk. Totalt hörs under ett år drygt 300 000 medverkande, varav knappt 70 procent i P4:s lokala kanaler. Inslag från olika kanaler och redaktioner kopplas dagligen samman i *Ekots* nyhetssändningar och program. De regionala områdena ökar även möjligheterna till en bred och nära bevakning.

Dessutom finns nyhetsprogram med särskild inriktning på ett ämne, som *Kulturnytt*, eller en målgrupp, som *P3 Nyheter*, vilka har redaktioner på mer än en ort och medarbetare på ännu fler.

Radio Sweden och Ekoredaktionens samgående ger fler perspektiv i nyheter och aktualitetsprogram.

I detta avsnitt beskrivs hur Sveriges mångfald speglas i utbudet.

## **Mångfald i hela utbudet**

Mångfaldsarbetet syftar primärt till att rösterna som hörs ska spegla befolkningen så att programutbudet blir rikt och kvalitativt. Här är det centralt att var och en får representera sig själv, sin kompetens och sina åsikter och att människor med andra bakgrunder än de vanliga finns med som en naturlig del. Samtidigt har Sveriges Radio ett uppdrag att belysa att befolkningen har skilda förutsättningar och villkor. Nedan följer exempel på journalistik som skildrar detta.

## Särskilda projekt

*Spegla hela Sverige* är samlingsnamnet för de satsningar Sveriges Radio gör under tillståndsperioden för att utveckla speglingen. Här ingår program som *Kluvet land* och projekt för att öka kulturbevakningen i P4 och öka antalet dokumentärer som utspelar sig utanför de stora städerna.

En stor P4-satsning är *Ett nytt Sverige* där reportrar från nio kanaler följer ett tjugotal personer som på ett eller annat sätt är berörda av migrationen. Satsningen ska pågå till och med 2018, och lyssnaren kan ta del av berättelserna i sin P4-kanal och på en särskild webbplats. Syftet är att ge mer kunskap och en djupare förståelse för människor på flykt men också förståelse för myndigheters, kommuners och frivilligorganisationers utmaningar. Perspektivet är den enskilda människans. Några av de berättelser som växer fram kommer att bearbetas till radiodokumentärer.

Sveriges Radio genomför också större lokala projekt. Ett sådant är P4 Västmanlands *Delad stad*, där kanalen har granskat hur det ser ut i Västerås utsatta områden och hur staden lyckas med integrationen. Ett annat är P4 Kronobergs *Elva länder – ett mål*. Under våren 2016 satte man samman fotbollslaget Eleven United med unga spelare från elva olika nationer och med syfte att spegla hur integration kan fungera i praktiken. Lagets utveckling, deras glädjeämnen och motgångar speglades löpande under drygt två månader i P4 Kronoberg. Flera av spelarna medverkade också i andra nyhets- och aktualitetssammanhang.

## Skilda villkor

Program som *Kaliber* arbetar aktivt med att lyfta ämnen som berör grupper som inte vanligtvis hörs och syns i media. Redaktionen har gjort program om gömda hbtq-flyktingar och om Kistamannen som gång på gång kunde begå våldshandlingar mot EU-migranter utan rättegång.

Migration och integration är ämnen som ofta återkom under 2016. P4 Sörmland lät två bröder från Syrien berätta om sina nya liv, och *Ekot* har beskrivit hur flest nyanlända elever hamnar i glesbygdsskolor.

*Ligga med P3* lägger vikt vid att lyfta fram hbtq-personer. I panelerna möts personer med olika sexualitet, som kommer från olika kulturella bakgrunder och som har olika konststillhörigheter. Redaktionen försöker även hitta ämnen där personer som är normbrytande får berätta om sina erfarenheter av exempelvis pansexualitet eller transaktivism.

## Jämställdhet

Jämställdhet är ett uppdrag för Sveriges Radios program och redaktioner, vilket följs upp och utvärderas. Jämställdhet är inte enbart en fråga om jämn könsfördelning. Lika viktigt är att olika perspektiv och erfarenheter speglas samt att gamla könsrollsmönster utmanas. Till exempel har flera lokala kanaler rapporterat om skilda villkor för kvinnor och män inom idrott och kultur. P3 har i nyheter och i *Morgonpasset i P3* granskat olika kroppsnormer och situationen för unga män och kvinnor i glesbygden.

Sveriges Radios musikurval har en jämn fördelning mellan manliga och kvinnliga utövare. Avsikten är att uppnå ett mer jämställt musikliv. SR har därför de senaste åren lyft fram fler kvinnliga musikkapare och musikutövare oavsett genre. Andelen musik skriven och framförd av kvinnor har ökat väsentligt i samtliga kanaler.

## Sverige i världen

Sveriges Radios arbete med att koppla samman lokala och globala perspektiv ökar speglingen av samtidens stora frågor samtidigt som världen kommer närmare. Vid större händelser i världen har många kanaler haft en omfattande rapportering med hjälp av egna reportrar, experter och lyssnare från regionen som berörts av händelsen. Andra exempel på hur perspektiven vidgas är när arbetstillfällen ”flyttar” mellan länder och rapporteringen kan knyta samman ”här” och ”där”.

## En mångfald av röster

En viktig aspekt av mångfald är åsikterna, ståndpunkterna, debatterna och den personliga berättelsen. Sveriges Radios aktualitetsprogram *Studio Ett*, *Godmorgon, världen!* och *P4 Extra* vinnlägger sig om åsiktsbrytning och stor politisk spridning i debatter och paneler.

I program som *Söndagsintervjun* och *Sommar i P1* får människor från olika delar av samhället stiga fram i helbild. *Vardag i P3* spelar vardagsbingo: lyssnare hör av sig utifrån olika teman för att programmet ska få ihop fem personer och fem berättelser. I *Fråga vad du vill i P3* samt *Pira & Bråding i P3* kommer många olika människor till tals, liksom i P4:s *Karlavagnen* och *Kvällspasset*.

### 7.1.4 Uppföljning

Sveriges Radios satsningar på 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. Tabellen visar hur många som instämmer i respektive påstående.

**Tabell 10. Allmänhetens uppfattning om mångfald, jämställdhet och spegling i Sveriges Radios utbud (ur Novus Attityd)**

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

Ungefär hälften av allmänheten i åldern 16–79 år, instämmer i att SR:s programinnehåll speglar mångfalden i det svenska samhället samt ger dem kunskap om olika människors liv och villkor i Sverige. Nivån har varit relativt stabil under perioden.

Närmare sju av tio instämmer i att SR sänder program från ”min del av landet”, vilket är en signifikant ökning jämfört med 2015. SR:s lokala närvaro verkar alltså ha gjort ett större avtryck detta år.

Drygt en av tre instämmer i att SR har en jämn fördelning mellan kvinnor och män i sitt programinnehåll, vilket är en lägre nivå jämfört med tidigare år. Utvecklingen är dock svårtolkad, mot bakgrund av att närmare hälften av de tillfrågade svarat ”vet ej”. Dessutom visar Sveriges Radios egna interna uppföljningar att könsbalansen i utbudet tvärtom blivit jämnare över tid.

Sammantaget kan konstateras att Sveriges Radios satsningar på ökad mångfald är ett långsiktigt arbete och att några säkra slutsatser inte kan dras. SR följer utvecklingen, särskilt i de delar där resultatet inte är tillfredsställande.

### **Lyssningar – kanalvis**

Sveriges Radio granskar återkommande innehållet i de olika 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 programprocessen. 2016 har lyssningar genomförts för P1 och P4.

P1-lyssningen visade att tilltalet breddats och att könsbalansen bland de medverkande förbättrats och nu ligger nära jämvikt. P1 behöver bättre spegla befolkningen exempelvis när det gäller ålder och inkludera människor med utländsk bakgrund. Det senare gäller också för P4, även om många enskilda kanaler, som P4 Malmöhus och P4 Göteborg, väl speglar befolkningen i sitt område. I P4 är könsbalansen i stort sett jämn.

### **Programnivå – uppföljning av de medverkande**

Redaktioner följer dagligen eller på veckobasis 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 respektive landsbygd, eller hur fördelningen ser ut mellan kategorierna berörda, yrkespersoner och makt-havare, eller hur många barn och unga som medverkar.

### **Personal**

Sveriges Radio har under lång tid arbetat strukturerat och målmedvetet för att nå balans mellan kvinnor och män på alla nivåer. 2016 har det resulterat i att fördelningen bland samtliga chefer är 50/50. Av arbetsledarna, som jobbar närmast medarbetarna och programmen, är 51 procent kvinnor och 49 procent män. Vd Cilla Benkö fick 2016 års pris från Pontus Schultz stiftelse för ett mänskligare näringsliv för att hon lyckats skapa en jämställd chefsorganisation på alla nivåer.

Mångfald bland personalen liksom i medarbetarnas perspektiv är en förutsättning för mångfald i utbudet. Därför arbetar Sveriges Radio långsiktigt och målmedvetet mot detta i rekrytering, kompetensutveckling med mera. Personalen har också blivit mer varierad utifrån olika mångfaldsaspekter, men det är inte något som registreras och mäts utan individen och kompetensen är i fokus.

### 7.1.5 55 procent-målet

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

(Sveriges Radios anslagsvillkor 2016, p. 13)

2016 har 55,9 procent av allmänproduktionen i Sveriges Radios rikssändningar producerats utanför Stockholm. I detta ingår dels sådant som redaktioner utanför Stockholm producerat för sändning i rikskanaler, dels sådant som bolag utanför Stockholm bidragit med.

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

- P1 – samtliga programkategorier<sup>34</sup> exklusive Nyheter och Sport.
- P2 – alla sändningar på dagtid med undantag för levande musik producerad i Stockholm, inklusive sändningar på nationella minoritetsspråk men exklusive sändningar på andra minoritetsspråk.
- P3 – samtliga programkategorier<sup>34</sup> exklusive Nyheter och Sport.
- P4 – riksutbudet<sup>35</sup> exklusive Nyheter och Sport.

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

- Programmet beställs från en redaktion utanför Stockholm. Exempel: *Kvällspasset* i P4 beställs från och produceras av områdena Väst och Syd. *Kluvet land* i P1 samt *22 kvadrat* i P3 beställs och produceras av område Norr.
- Programmet beställs från ett produktionsbolag utanför Stockholm. Exempel: *SöndagsMorgan* i P4 beställs från och produceras av Munck AB i Göteborg.
- Programmet beställs från en redaktion i Stockholm, men i beställningen anges att det helt eller delvis ska produceras av medarbetare utanför Stockholm eller ha ett innehåll som helt eller delvis speglar Sverige utanför Stockholm. Exempel: *Gudstjänsten* i P1 beställs av Samhällsredaktionen som vidareutlägger till bland annat Jönköping (område Öst) och Umeå (område Norr).
- Beställaren bedömer att programmet innehåller material som speglar Sverige utanför Stockholm. Exempel: *P2 Live* och *P3 Älskar* med en stor andel konserter från scener och festivaler utanför Stockholm.

<sup>34</sup> De programkategorier som ingår i begreppet allmänproduktion är Samhälle, Kultur, Musik, Service, Livsstil och Underhållning. Nyheter och Sport ingår inte.

<sup>35</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)

I dag förväntar sig människor att nyheter presenteras när de händer och inte på ett specifikt klockslag. Därför pågår sedan några år tillbaka en uppluckring av den traditionella nyhets-sändningen. Den strikta gränsen mellan nyheter och program, som bygger vidare på och fördjupar aktuella ämnen, minskar.

Samtidigt finns en riktning mot ett mer samhällsinriktat innehåll i många program, både i riks-sändningar och i lokala kanaler. Det uppstår därmed en naturlig integration av nyheter och samhällsjournalistik baserad på ämnen snarare än presentationsform.

Nyhetsformer utvecklas också på tredjepartsplattformar, till exempel kombinationen av kort ljudklipp, kort text och en bild på Instagram eller Snapchat.

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

### 7.2.1 Nyheter

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

Vid framför allt större nyhetshändelser har kanalerna olika uppdrag. P1 utgår från att publikens behov av att följa ett skede 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 kanalen samt på övriga plattformar. P3:s uppdrag handlar även om att få den unga publiken att förstå komplexa och utdragna skeenden. P4 uppdaterar snabbt och relevant och följer skeendet med ett P4-tilltal.

## Olika perspektiv och mångfald

Genom nyhetsmedarbetare över hela landet och utrikeskorrespondenter garanteras och skapas närvaro, mångfald och olika perspektiv i nyhetsurvalet. De lokala kanalerna, Radiosporten, Kulturredaktionen, Vetenskapsredaktionen och Ekot sänder dagliga nyheter utifrån sina olika uppdrag. Sammanslagningen av Ekoredaktionen och Radio Sweden har ökat mångfald och perspektiv i *Ekots* sändningar.

Genom nyhetsprogram som *Klartext* på lätt svenska och *Nyheter i Barnradion* för barn 9–12 år erbjuds anpassade nyheter för specifika målgrupper. P3 och P3 Din Gata ger en ung publik nyheter som berör och är begripliga med särskild tonvikt på de digitala plattformarna och de sociala medierna.

Inom ramen för de lokala sändningarna i P4 sänds nyheter från Sisuradio på svenska och finska. Dessutom sänds i andra kanaler nyheter på flera minoritetsspråk. Radio Sweden publicerar på internet nyheter på sex språk och nyheter om Sverige på lätt svenska för nyanlända. SR har resurser att sända extra på webben på 10 olika språk vid större nyhetshändelser.

## Snabb nyhetsrapportering

Att snabbt publicera nyheter i FM-sändningarna, digitalt och i sociala medier är numera självklart. Sveriges Radios uppdrag att både snabbt och källkritiskt publicera nyheter blir allt viktigare eftersom de digitala och sociala plattformarna fylls med uppgifter som inte är kontrollerade och ibland är falska, och det blir svårare för publiken att avgöra vad som är sant och falskt.

För att kunna hantera stora nyhetshändelser, oavsett när de inträffar, har Ekoredaktionen skapat ett permanent liveteam. Teamet är bemannat 09–02 sju dagar i veckan med ett tiotal medarbetare. De är ständigt beredda att gå live, jobbar socialt och digitalt och gör flera nyhetsuppdateringar i *Vaken med P3 och P4*.

Stora nationella och internationella händelser skildras som nyheter och som skeenden i realtid i extrasändningar. *Ekot* har 2016 tack vare liveteamet sänt extra betydligt oftare än tidigare, såväl i FM i P1 och P4 som på webben. Mest markant ökning gäller extrasändningarna på webben som handlat om händelser som attentaten i Nice och Orlando, Macchariniskandalen och den thailändske kungens död.

Under 2016 hade *Ekot* mer än 300 digitala extrasändningar och närmare 20 extra i FM utanför ordinarie nyhetstid i tablån.

Ambitionen är att inte bara vara snabba med nyheter utan att också snabbt förklara varför en händelse inträffat och vilka konsekvenser det kan få framöver.

Ny enkel teknik underlättar det snabba nyhetsrapporterandet. P4 Stockholm och P5 STHLM har sedan i september en rullande Radio truck (sändningsstudio) som ger möjlighet att snabbt vara på plats och sända när det händer.

De lokala kanalernas uppdrag är att publicera nyheter så snart som möjligt utan att invänta nästa nyhetssändning, dock alltid med trovärdigheten i behåll. Viktiga händelser, såväl lokala som världshändelser, når därför P4-publiken snabbt. Ett exempel är attentatet i Bryssel där P4-publiken snabbt fick veta vad som hänt och därefter kunde följa förloppet i den lokala kanalen.

När Ekoredaktionen, Radiosporten eller ett antal lokala kanaler, sänder extra om en nyhetshändelse skickas en pushnotis ut via appen *Sveriges Radio Play*. 2016 har sex lokala kanaler börjat, och under 2017 kommer samtliga lokala kanaler använda pushnotiser.



De lokala kanalerna har vid flera tillfällen sänt utanför ordinarie tablåtids, exempelvis vid stora bränder på Gotland, i Dalsland och på Konsthögskolan i Stockholm. Även andra typer av nyhets-händelser har resulterat i lokala extrasändningar där två exempel är Frölundas SM-guld i ishockey för herrar och en presskonferens kring stängning av en mögelskadad skola i Halmstad.

Att Sveriges Radio finns över hela landet är en förutsättning för att kunna rapportera snabbt från olika platser. När ett postflygplan kraschade i Lapplandsfjällen var Sameradion på plats i olycks-området snabbast av alla medier.

### 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 i världen hänger ihop och förhåller sig till varandra. Några exempel från 2016:

- När Storbritannien röstat för att lämna EU kunde *Ekots* EU-reporter förklara vad Brexit kan tänkas innebära. Brexit har analyserats och diskuterats i nyhetssändningar och program.
- P3 har gjort korta nyhetsdokumentärer i anslutning till aktuella händelser. Dokumentärerna ger möjlighet att få hela händelseförloppen förklarade utan att behöva följa varje nyhets-sändning. Massakern i Orlando och nazistattacken på Möllan i Malmö är exempel på nyheter som blivit nyhetsdokumentärer.
- Ett tiotal P4-kanaler arbetar tillsammans med *Ett nytt Sverige*. Genom möten med människor får publiken höra tankar om livet i det nya landet samtidigt som det blir en skildring av ett Sverige i förändring.
- En nyhet som skapade debatt och fick idrottsministern att reagera var den granskning av villkoren för unga fotbollsdomare som P4 gjorde och som visade att över hälften av de 370 unga domare som tillfrågats hade upplevt kränkande behandling.
- I *#MinSpråk* om modersmålsundervisning i svenska kommuner, samarbetade Sisuradio med Ekoredaktionen, Digitala insatsstyrkan, Radio Romano, Sameradion och flera P4-kanaler.

85 (90) procent av allmänheten anser att *SR är viktig för nyhetsförmedling generellt*, drygt 83 (80) procent anser *SR är viktig för lokala nyheter* och 78 (80) procent anser att *SR har trovärdiga nyhetssändningar*.<sup>36</sup>

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

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Förstasändning	10 341	10 468	10 318			
Parallelsändning	1 789	1 771	1 596			
Repris	234	226	156			
<b>Totalt</b>	<b>12 365</b>	<b>12 466</b>	<b>12 069</b>			

Minskningen av antalet marksända nyhetstimmar beror huvudsakligen på att utbudet på andra minoritetsspråk flyttat till internet där publiken lättare hittar utbudet. Se avsnitt 7.6.8.

<sup>36</sup> Novus Group, Attitydundersökningen december 2016. Siffrorna inom parentes avser 2015.

### 7.2.2 Utrikesverksamheten

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

Utrikesbevakningen ska präglas av kunskap för att ge publiken bästa möjliga sammanhang, analys och bakgrund. Samtidigt bygger trovärdigheten på att Sveriges Radio förmår vara snabb och leverera nyhetsrapportering när det händer, där det händer.

2016 har snabbheten ökat genom att *Ekot* i allt högre grad sänder direkt i FM eller på webben. Redaktionens liveteam samarbetar tätt ihop med utrikesdesken och levererar blixtnabb direktmedverkan av korrespondenter och utrikesreportrar vid dramatiska nyhetsskeenden, till exempel terrordåden i Berlin och Istanbul, militärkuppen i Turkiet och fredsförhandlingarna i Colombia.

Möjligheten att sända snabbt från händelsernas centrum har också förbättrats ytterligare genom teknikutveckling. Med hjälp av ny direktsändningsutrustning har korrespondenter och utrikesreportrar fått tillgång till en moderniserad mobil teknik med stabil uppkoppling, vilket underlättat arbetet ute på fältet och gynnat publiken.

Utrikesåret 2016 har präglats av eskalerande flyktingkris, polarisering i politiken i stora delar av västvärlden och en rad blodiga terrordåd. USA har valt ny president efter en spektakulär valrörelse. Storbritanniens väljare har röstat för utträde ur EU. Colombias folk har sagt nej till ett fredsavtal. Sveriges Radios korrespondenter och utrikesreportrar har funnits på plats för att rapportera, ge röster, kommentarer och analyser på alla plattformar. SR sätter nyheterna i ett sammanhang.

Sveriges Radio har särskilt utvecklat rapporteringen i sociala medier och på webben, bland annat genom satsningar om Brexit och USA-valet: *#brEkot* och *#USAvallSR*, som fått genomslag hos publiken.

2016 inleddes också en särskild satsning på utrikespoddar. *USA-valpodden* har bjudit specialintresserad publik på närbevakning i lättsam ton av den amerikanska valrörelsen. Podden har väckt stor uppmärksamhet, inte minst på sociala medier, och fått en trogen och entusiastisk publik. Podden hade cirka 1,2 miljoner starter på SR:s egna och externa plattformar fram till december.

*EU-podden* har erbjudit detaljerad rapportering och analys av det omvälvande EU-året. Genom poddarna har publikkontakten ökat påtagligt. Frågor, synpunkter och kommentarer från lyssnarna har blivit en naturlig del av programmen.

2016 har varit ett mörkt år för pressfriheten i världen. Sveriges Radios korrespondenter har märkt av åtstramningarna för den fria journalistiken, bland annat i Thailand och Turkiet.

Säkerheten för journalister fortsätter att vara en högt prioriterad fråga för Sveriges Radio. I mars utsattes Moskvakorrespondenten Maria Persson Löfgren för ett brutalt överfall under en reportageresa i Ingusjien. Hon misshandlades och hotades av en grupp maskerade män, med uppenbart syfte att hindra journalister från att utföra sitt arbete. Ingen misstänkt har gripits för dådet och ingen rättegång har hållits. SR ser oerhört allvarligt på det inträffade och på den snabbt förvärrade säkerhetssituationen för journalister runtom i världen.

Sveriges Radio fortsätter att vara ledande bland nordiska medier när det gäller utrikesbevakning. Reportrar är i tjänst dygnet runt, året om. Utrikesnätet består av tjugotvå korrespondenter samt nio utrikesreportrar och redaktörer stationerade i Stockholm. SR fortsätter även att satsa på gränsöverskridande globala ämneskorrespondenter, som korrespondenterna för migration, global hälsa, ungt perspektiv och kultur.

Korrespondenterna hade sammanlagt mer än 1 800 resdagar under 2016.

Utrikesgruppen och korrespondenterna har under 2016 satsat på att ytterligare öka kommunikationen med publiken genom publikmöten på ett tiotal orter i Sverige. För tionde året i rad ordnades en *Utrikesdag* på Södra Teatern i Stockholm med scenframträdanden, föreläsningar, mingel och publikfrågor. Även i FM-kanaler ökade korrespondenternas närvaro under dagen. Totalt medverkade korrespondenterna cirka elva timmar, bland annat genom att varje lokal kanal hade med en korrespondent i morgonprogrammet.

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

50 (52) procent instämmer i påståendet *SR ger mig kunskap om världen utanför Europa*.<sup>37</sup>

### 7.2.3 Granskning

En viktig del för att kunna uppfylla public service-uppdraget och en förutsättning för att Sveriges Radio ska vara agendasättande är den granskande journalistiken. Förutom att Ekots grävgrupp och *Kaliber* har renodlade granskningsuppdrag har även övriga nyhetsredaktioner ett ansvar att granska och avslöja missförhållanden. Grävreportrar från de lokala kanalerna, *Ekot* och *Kaliber* samarbetar i ett nätverk.

Några exempel på granskningar som har genomförts:

- *Kaliber* och *Ekot* berättade att personer med mörk hudfärg diskrimeras när de vill hyra boende genom uthyrningstjänsten Airbnb.
- *Ekot* rapporterade att en av Sverigedemokraternas tjänstemän på riksdagskansliet bedömdes som en potentiell säkerhetsrisk efter en miljonaffär med en rysk affärsman. Tjänstemannen sa senare upp sig.
- *Ekot* och P4 Stockholm avslöjade att Svenska kyrkans personal har rest utomlands för miljoner och bjudits på nöjen som fotboll och dyra krogbesök.
- *P1 Dokumentär* följde hur felbeslut och felbehandlingar inom vården ledde till att en 30-årig person avled.
- *P3 Nyheter* granskning av skönhetsbranschen visade hur läppar spruckit och tandkött frätts sönder efter olika skönhetsingrepp.

*Medierna* i P1 skildrar och granskar det som sker i medier i vid bemärkelse, allt från tv-trender till hotad yttrandefrihet och nya medier på nätet. Exempelvis ägnades ett helt program åt det ökade hotet mot yttrandefriheten i Europa med reportage om oroande medieutveckling i Polen, Ungern och Kroatien. Ytterligare ett exempel är skildringen av den finska statsministern Juha Sipilä och hans relation till oberoende journalistik och de eftergifter som public service-bolaget YLE sägs ha gjort efter statsministerns påtryckningar. *Medierna* har även granskat SR-programmet *Kalibers* undersökning av hjälporganisationen Hjärta till hjärta.

---

<sup>37</sup> Novus Group, Attitydundersökningen december 2016. Siffrorna inom parentes avser 2015.

De lokala kanalerna har förändrat organisationen för att bland annat kunna göra fler och bättre granskningar vilket har gett resultat. Några exempel:

- P4 Gotland kunde visa att felaktigt murbruk gör att Visby innerstad riskerar att rasa.
- P4 Dalarna har fortsatt sin bevakning av nazismen i länet och avslöjade att ett gruvbolag med kopplingar till det tyska nynazistiska partiet vill starta en gruva i Leksand.
- P4 Kalmars granskning av landshövdingens representation och användande av tjänstetelefon för sexsamtal ledde till att denne senare avsattes av regeringen.
- I november avslöjade P4 Väst den så kallade Tandvårdsskandalen. Upp emot 200 tidigare patienter hade anmält att de drabbats av felbehandlingar och skador efter att ha gått hos en privattandläkare i Västsverige. Tandläkaren utreddes för missbruk i tjänsten men kunde jobba kvar medan skadorna på patienterna, som även drabbades hårt ekonomiskt, blev fler och fler.
- P4 Norrbottens granskning av Landstinget Norrbottens bolag visade att ett av bolagen hade interna fester med stora mängder alkohol. Landstingsstyrelsen beslutade efter granskningen att skärpa reglerna för representation i landstingets alla bolag.
- Kryssningsfartyget Ocean Gala skulle bli ett av Sveriges största asylboenden med plats för runt 2 000 asylsökande. P4 Västernorrland sökte svar på frågan vem som tjänat pengar på båten och kunde visa att det handlade om plundrade bolag, dömda ekobrottslingar och organiserad brottslighet, bland annat av mc-gäng.

#### 7.2.4 Samhällsbevakning – fördjupning och berättande

Sveriges Radio förklarar och analyserar för att ge publiken den kunskap den behöver för att bilda sig en egen uppfattning. I en tid då opinionsjournalistik breder ut sig är detta en extra viktig uppgift.

Samhällsbevakningen i Sveriges Radio ska erbjuda lyssnarna en journalistik som skapar sammanhang, fördjupar, granskar och ger olika perspektiv på samma händelse. Uppdraget är även att ge perspektiv från hela landet. Fördjupning och berättande är två av SR:s viktigaste uppdrag.

Sveriges Radios uppdrag är att skildra hela verkligheten också bortom det dagliga nyhetsflödet. SR ska stå i nära dialog med publiken för att förstå vilka frågor som är viktiga.

Fördjupningen finns i den snabba, kommenterande analysen med berörda och experter i den lokala kanalens eftermiddagsprogram och i berättelserna om ett Sverige i förändring som i P4-satsningen *Ett nytt Sverige*. Men det ska också finnas plats för de egensinniga berättarna, de granskande och gestaltande dokumentärerna och de enskilda programserierna.

Alla autentiska berättelser i de olika reportage som hörs i Sveriges Radio ger insikter om Sverige som sträcker sig långt in i vardagen oavsett om det är effekterna av ett kommunalt politiskt beslut eller frustration över en svår livssituation.

Sveriges Radios journalistik är ständigt i utveckling. I en tid som präglas av ett polariserat debattklimat och ökat misstroende från många mot etablerad media är det extra viktigt att journalistiken utmanas, ifrågasätts och diskuteras.

Därför har SR under året inlett ett företagsövergripande arbete för att förstärka radioberättandet med inspiration av konstruktiv journalistik, ett journalistiskt arbetssätt som pekar på vikten av att skildra hela verkligheten och ge flera perspektiv av samma berättelse. Lika viktigt som det är att skildra apatin på en flyktingförläggning är det att samtidigt våga gå närmare och ge röst åt de människor som inte bara är offer utan också starka individer som arbetar för förändring. Konstruktiv journalistik skapar möjligheter att nå och möta nya lyssnare, att utveckla det publicistiska arbetet och att stärka det demokratiska uppdraget.

Arbetet som inleddes under året fortsätter under 2017 med möjligheter för alla kanaler och redaktioner att med stöd av speciella utbildare utmana och utveckla det dagliga journalistiska arbetet. Vem definierar problemen, vem erbjuder lösningarna och hur talar man med utsatta personer är exempel på konkreta frågeställningar. Målet är att under valrörelsen 2018 bjuda in publiken till dialog digitalt och i FM och fånga lyssnarnas viktigaste frågor.

## Fördjupning

2016 har präglats av terrorattentat i omvärlden, det amerikanska presidentvalet som förändrat den politiska retoriken, den lokal-globala flyktingkrisen, Syrienkriget, Brexit och ännu en mänsklig katastrof på Haiti i spåren av orkanen Matthew. I Sverige har flyktingsituationen fortsatt att sätta stora avtryck i debatten.

Samtidigt pågår livet för de flesta som vanligt. Det är där, i skärningspunkten mellan det globala och lokala, Sveriges Radio ska ge lyssnarna hela verkligheten, alltid leta efter fler perspektiv och försöka berätta hela historien.

Det är efter den snabba nyhetsuppdateringen som fördjupning och analys i alla Sveriges Radios kanaler tar vid. Aktualitetsprogrammen *P1-morgon* och *Studio Ett* i P1 analyserar dagens frågor, från tidig morgon till den nystartade kvällsupplagan av *Studio Ett*. På samma sätt fångar de lokala morgon- och eftermiddagsprogrammen i P4 upp händelser och skeenden som påverkar den lokala lyssnaren. *Studio Ett* har sänt extra på helger då det skett stora nyhetshändelser.

I *Godmorgon, världen!* och *Konflikt* får lyssnarna tillbakablickar på veckan som gått, inom och utanför Sverige, och avancerade analyser av det som ligger i tiden. *Konflikt* sänder också hela program som utgår från ett ämne.

I *Morgonpasset i P3* har man nästan varje morgon en gäst som förklarar och fördjupar ett aktuellt samhällsämne. Inslaget publiceras också som specialpodden *Morgonpasset i P3 Gästen*.

*Nordegren och Epstein i P1* kommenterar samtiden fyra vardagar i veckan.

*P4 Extra* är ett aktualitetsprogram som sänds alla dagar i veckan från Stockholm eller Göteborg. I *P4 Världen* blandas veckans stora världshändelser och små vardagsbetraktelser från andra länder förmedlade av Sveriges Radios utrikeskorrespondenter.

## Berättande

Sveriges Radio lägger stor vikt vid att skildra hela Sverige och människors varierande levnadsvillkor. Programserien *Kluvet land* i P1 undersöker och berättar om skeenden och förändrade livsvillkor och livsmönster i ett Sverige där människor lever under olika förutsättningar. I serien skildras exempelvis kollektivtrafikens betydelse för ett fungerande vardagsliv och kampen om storregionerna.

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

I satsningen *Ett nytt Sverige* följer reportrar från flera P4-kanaler människor som under de närmaste åren kommer att skapa sig nya liv runtom i Sverige. Ambitionen är att skapa konstruktiv och begriplig journalistik kring komplicerade samhällsfrågor genom att återkommande följa ett antal personer och att skildra ett Sverige i förändring med utgångspunkt i nyanländas möte med landet och möten mellan människor.

De starka berättarna har en viktig plats i Sveriges Radios utbud:

- Mia Blomgrens karakteristiska och personliga serier om ämnen som *Livet är inte rättvist* och *Min spegel* vänder och vrider på vedertagna uppfattningar.
- Katarina Gunnarssons återkommande nedslag i den svenska verkligheten fångar ett Sverige i förändring. Hur stor är oron för globaliseringens effekter i bruksorten Avesta och påminner den om stämningarna bland de amerikanska industriarbetarna? Vad händer i Rinkeby när två unga människor skjuts ihjäl på torget mitt i vardagen? Varför vågar ingen vittna?
- Randi Mossige-Norheims serie om de ensamkommande marockanska flyktingbarnen är ytterligare exempel på skildringar som komplicerar bilden bortom nyhetsdramaturgin.

I P1 lyfts också lyssnarnas egna livsöden fram i *Svenska berättelser* där personer delar med sig av en bit ur sina liv genom egna texter. Under året har det handlat om ämnen som den unga mjölkbonden Malins oro över ett liv på landet som inte går ihop och 82-åriga Britt som gör succé när hon ställer sig på scenen i Globen med operan Carmina Burana. *Svenska berättelser* är ett program som bygger helt på lyssnarkontakt.

## Vetenskap

Vetenskapsredaktionen sänder nyheter och program alla vardagar såsom *Vetandets värld* som varje dag ger fördjupningar om vetenskapliga frågor, det förstärkta *Veckomagasinet* som samlar ihop och förklarar veckans vetenskapliga händelser, miljöprogrammet *Klotet* i P1 och det populärvetenskapliga programmet *Kossornas planet* i P4.

En viktig fråga under 2016 har varit att följa utvecklingen av klimatöverenskommelsen som slöts i Paris. Vetenskapsradion har löpande rapporterat om det politiska arbetet och den vetenskapliga utvecklingen. Redaktionen har följt det uppmärksammade Macchiarini-fallet med fokus på vad det betyder för det akademiska systemet och vilka brister det avslöjar i hela det akademiska kvalitetssäkringssystemet. Diskussionen om HPV-vaccinets fördelar och eventuella biverkningar har varit en annan viktig fråga som följts och granskats.

Vetenskapsredaktionen har gjort flera större egna granskningar, exempelvis om psykoabblarna och ögonexperimenten. Granskningen av användning av kommunikologi och dess kvasivetenskapliga psykologiska metoder i skolor, kommuner och fackförbund fick stort genomslag. Granskningen av försök med konstgjorda hornhinnor i Linköping och Ukraina visade brister i den etiska bedömningen av svenska forskares kliniska försök utomlands.

Redaktionen arbetar aktivt med sitt publiknätverk som har stor geografisk och yrkesmässig spridning. Lyssnarna är till stor hjälp för att hitta intervjupersoner, få in tips och göra enkäter.

Flera lokala P4-kanaler bevakar frågor av vetenskaplig karaktär som en naturlig del av aktualitetsprogrammen. En del lokala kanaler sänder också material från *Vetenskapsnyheterna*.

## Livsåskådning

*Människor och tro* i P1 gör aktualitetsjournalistik kring religion och politik. Programmets form varierar mellan snabba kommentarer som efter terrorattentatet i Bryssel och existentiella frågeställningar som i telefonväkteriet *Är människor och djur lika mycket värda?*. Programmet har under året speciellt granskat frågan om kön och makt i den religiösa sfären. Påven Franciskus besök i Sverige bevakades med en skildring av livet bakom kulisserna.

*Gudstjänsten* i P1 speglar olika kristna traditioner och sänder från hela Sverige. I samband med påvebesöket hölls i Lunds domkyrka en gemensam gudstjänst för lutheraner och katoliker, vilket var historiskt. Sverige Radio direktsände gudstjänsten i FM och på webben med kommentarer, översättningar och förklaringar.

2016 har firandet av muslimska och judiska högtider från en moské respektive en synagoga för första gången sänts i P1, för att öka angelägenheten och identifikationen hos alla Sveriges Radios lyssnare. Den muslimska Eid al-Adha, pilgrimsfärden, och den judiska Chanukka, ljushögtiden, blev de första att sändas i sin helhet.

*I Tankar för dagen* i P1 hörs varje dag existentiella reflektioner. En gång i veckan är *Tankar för dagen* direktsänt och innehåller då en aktuell kommentar till nyhetsläget.

I *Allvarligt talat* i P1 ställer lyssnarna existentiella frågor om livet till författarna Lena Andersson och Horace Engdahl. I *Radiopsykologen* i P1 samtalar Allan Linnér med lyssnare som delar med sig av svåra livserfarenheter. Samtalen rör sig mellan livets alla skeenden, som i mötet med Gustaf om svårigheterna att komma över sorgen efter en älskad livskamrat eller Theresa som i hela sitt liv kämpat med sviktande självförtroende.

I P3-programmet *Psyket* berättar unga välkända profiler bland annat om panikångest, adhd-diagnos och mindervärdeskomplex.

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

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Förstasändning	14 252	14 727	14 475			
Parallelsändning	2 027	1 893	1 457			
Repris	2 212	3 039	2 791			
<b>Totalt</b>	<b>18 491</b>	<b>19 659</b>	<b>18 722</b>			

Minskningen av marksänd tid för Samhälle beror främst på flyttningen av andra minoritetsspråk till internet och att lokal tid ersatts av Radiosporten i P4 riks vid stora sportevenemang.

### 7.2.5 Dokumentärer

Dokumentärerna i Sveriges Radio fyller behovet av djup, sammanhang och komplexitet. Dokumentärernas format och längd låter människor och platser framträda i all sin mångfald och skapar förståelse för olika levnadsvillkor.

*P1 Dokumentär* har ett undersökande uppdrag. En uppmärksam satsning var programmen om de svenska jihadisterna i *Hennes resa till IS* och *IS-krigarna från Vivalla*, som ingick i en nordisk public service-satsning och uppmärksammades i flera andra länder. I *P1 Dokumentär* hörs även program om sport, kulturporträtt och näringsliv. Exempelvis skildrades i *Casino-miljarderna* en lukrativ bransch med mycket pengar och grumliga affärsmetoder.

Berättelser som inte får plats i nyhets- och aktualitetsflödet och fördjupningar från den grävande journalistiken i P3, P4 och inom Ekoredaktionen publiceras ofta i *Tendens* i P1. *Tendens kortdokumentär* har reportrar i Malmö, Stockholm, Umeå och Luleå. Det har resulterat i bland annat program från Haparanda där flyktingdemonstrationerna väckte minnen om hur gränsen till Finland passerats av tusentals under de stora världskrigen. I *En telefonförsäljares drömmar* presenteras Sammy Sereke som kallar sig Robert Karlsson när han jobbar som telefonförsäljare.

I *P2 Dokumentär* skildras och speglas musik i flera genrer och musikens betydelse i såväl historia som nutid. Några exempel:

- Serien *Vision, folkbildning och ledarskap – Karl-Birger Blomdahl 100 år*
- *Kai Gullmar – Hon hade många små melodier* om den kända schlagerkompositören
- *Tack så mycket för musiken!* – en dokumentär om Georg Riedel.

*P3 Dokumentär* skildrar på djupet stora händelser i Sverige och världen. Programmen blickar bakåt och gräver i arkiven om händelser i nutidshistorien som skapat avtryck och förändrat vårt sätt att leva. *P3 Dokumentär* är en publiksuccé, den mest nedladdade podden i Sverige, och en inkörsport till Sveriges Radios stora dokumentärutbud.

2016 har *P3 Dokumentär* handlat om bland annat statskuppen i Chile – ett program som delades flitigt bland chilensare i Sverige – och *Fallet Sofie* om en ung tjej som tar sitt liv samma morgon hon ska vittna mot en man som misstänkts ha våldtagit henne. *Fallet Sofie* fick stor spridning bland unga. Andra uppmärksammade *P3 Dokumentärer* var programmen om Utöya som publicerades inför femårsdagen och Lewinskyaffären som publicerades inför presidentvalet i USA.

I *P4 Dokumentär* står det lokala perspektivet i fokus, genom historierna och genom programmakarna som till största delen är lokalreportrar. Några av årets mest uppmärksammade program var *Ett liv är kort* om artisten Kjell Höglund och *De nakna syrierna i snön* om asylsökandes bussockupation i jämtländska Grytan.

*P4 Dokumentär* har inlett ett samarbete med Sveriges Radios minspråksredaktioner. I *Hemligheten* berättade reportern Nishtman Irandoust om de övergrepp hon utsattes för som barn och som hon aldrig vågat tala om. Dokumentären spreds bland unga kurder i Sverige och väckte starka reaktioner, men den nådde inte fram till de äldre. Många lyssnare efterfrågade en översättning och kort därpå gjordes en kurdisk version. Reaktionerna blev starka och annorlunda, och dokumentären laddas kontinuerligt ner via *Sveriges Radio Play*. Detta är ett exempel på viktig lyssnardialog med grupper som SR annars har svårt att nå.



## 7.3 Kulturuppdraget

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

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

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

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

(Sveriges Radios sändningstillstånd, § 9)

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

### 7.3.1 Fördjupat, vidgat och utvecklat utbud

Två större förändringar har genomförts 2016 för att utveckla Sveriges Radios kulturutbud. Den ena förändringen är gjord i syfte att fördjupa journalistiken om kultur, den andra i syfte att vidga och utveckla dramaproduktionen:

- I januari lanserades nya magasinet *P1 Kultur* som sänds i P1 alla vardagar. Ett tims långt direktsänt kulturmagasin är en ny form i svensk public service. Inom ramen för programmet finns tidigare titlar som *Kulturnytt* (luncheditionen) fem dagar i veckan, *OBS* fyra dagar i veckan och *Klassikern* en dag i veckan. Programmet sänds från Malmö två och från Stockholm tre dagar i veckan.

Förändringen ökar möjligheten att fånga upp dagsaktuella kultur- och värderingsdebatter, i takt med att dessa tar allt större plats i offentligheten och behöver förklaras och fördjupas. Exempel på detta har varit debatterna kring normkritik och museipolitik. Programformatet ger också möjlighet att varva bevakning av bredare fenomen med smalare konstyttringar samt att koppla samman tendenser och kulturyttringar och förklara sammanhang.

- I maj presenterades *Sveriges Radio Drama* som är *Radioteatern* i ny och utvecklad tappning. Med nytt uppdrag och ny inriktning är detta den mest genomgripande förändringen som har gjorts för att utveckla radiodrama som konstform och utbudsmässigt. Produktionen breddas för att nå en publik i alla kanaler. Förändringen görs också för att nå lyssnare på alla plattformar, i form av direktsänt drama, poddar och sociala medier. En digital dramaturg har anställts för att utveckla dramaproduktionens identitet och uttryck genom trailrar, filmer, extramaterial och dialog med lyssnarna på sociala medier.

*Unga Radioteatern* har bytt namn till *Drama för unga*. Uppdraget att göra produktioner i P1 och P4 samt på podd och webb för barn i åldersgruppen 9–12 år och barnfamiljer kvarstår. *Drama för unga* använder sociala medier och webb som självständiga konstnärliga plattformar för att nå målgruppen och möjliggöra ökad tillgänglighet, aktivt lyssnande, dialog och delaktighet.

Mångfalden inom *Drama för unga* har fördjupats genom ett kontinuerligt arbete med och utvärdering av representationen i produktionerna och genom samarbeten med en ny generation upphovspersoner från olika konstnärliga genrer.

En utredning om hur Sveriges Radios framtida kulturjournalistik kan stärkas har slutförts under 2016. Tyngdpunkten har legat på att trygga förmågan att bevaka, spegla och kritiskt granska kulturlivet i hela Sverige.

Utredningen visade exempelvis på framtida behov av att i lokala kanaler granska hur skattemedel används till kultur och kunna fördjupa värderingsdebatter och politiska frågor kring institutioner och kulturutövare. I november 2016 tillsattes därför en särskild riksredaktör på tidsbegränsat uppdrag som ska arbeta för att stärka kulturbevakningen i lokala kanaler genom samarbeten och utbildningsinsatser.

Ytterligare ett exempel på hur kulturutbudet kan utvecklas och vidgas är *Kulturnytt i P4* som har haft fokus på publikens kulturskapande med projektet *#sverigeritar*. Här rymdes reportage och olika perspektiv på människors tecknande och nyhetsinslag om exempelvis bristen på utbildade bildlärare. Aktiviteter i sociala medier resulterade i många hundra lyssnarbilder. Även lokala kanaler och *Kvällspasset i P4* deltog i satsningen.

Även förändrade konsumtionsmönster i den digitala revolutionens spår skapar nya utmaningar för journalistiken. För att möta dessa kommer ytterligare projekt genomföras i syfte att stärka kompetenser och utveckla nya former för såväl det journalistiska arbetet som innehållet.

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

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Förstasändning	9 728	9 523	9 025			
Parallelsändning	724	776	928			
Repris	1 114	1 474	1 505			
<b>Totalt</b>	<b>11 567</b>	<b>11 773</b>	<b>11 458</b>			

Årets stora sportevenemang som Radiosporten rapporterat från i P4 riks har medfört en minskning av den lokala sändningstiden för Kultur.

### 7.3.2 Bevakning, spegling och granskning

Kulturen bevakas löpande i *Kulturnytt* i P1, P2 och P4 och kompletterar landets mest omfattande kulturbevakning med 25 lokala kanaler med totalt cirka 25 000 kulturinslag per år.

Sveriges Radios kulturjournalistiska bevakning är även geografiskt den mest spridda av landets medier. *Kulturnytt* och *P1 Kultur* har medarbetare över hela Sverige. Cirka 60 procent av *Kulturnytts* sändningar i P1/P2 och P4 görs i Göteborg, resterande från Stockholm. Ungefär 40 procent av *P1 Kultur* sänds från Malmö, övrigt från Stockholm. Hälften av *Filosofiska rummets* sändningar produceras i Malmö, hälften i Stockholm. Flera lokala kanaler har reportrar som särskilt bevakar kulturområdet och många recenserar även böcker och film.

*Kulturnytts* uppdrag har två delar. Den ena är nyhetsjournalistik, som granskar och bevakar händelser och företeelser inom kulturlivet nationellt och internationellt, samt lokala och regionala kulturfrågor när dessa är av intresse även utanför det egna geografiska området. Den andra delen utgörs av kritik, analys och kommentarer som utgår från särskild kunskap inom ett ämne eller ett konstnärligt fält. Detta är också centralt för att ge medborgarna den allsidiga information de behöver för att vara orienterade och ta ställning i kulturfrågor.

Under 2016 har *Kulturnytt* i P1/P2 granskat Facebooks ökande inflytande över offentligheten. Programmet har presenterat nyheter och kommentarer i debatten om museernas framtida roll och uppdrag. Frågor kring tillgänglighet och möjligheter att ta del av kultur om man har någon form av funktionsvariation har bevakats och skildrats. Programmet har även speglat samtidspoesin med exempel som den starka danska lyrikvågen och gatupoesi.

*Kulturnytt* i P4 har i en serie inslag lagt särskilt fokus på kulturskolornas utveckling med inriktning på tillgänglighet, avgiftsfrågor, tillgång till utbildade lärare med mera.

Ett återkommande tema 2016 har varit yttrandefrihet, dels för att den svenska Tryckfrihetsförordningen fyllt 250 år men också för att yttrandefrihetens ställning är hotad på en rad olika håll i världen. I såväl *P1 Kultur* som i lokala kanaler som P4 Göteborg, P4 Sörmland och P4 Kronoberg har särskilda satsningar gjorts kring detta ämne.

I *P3 Nyheter* är populärkultur en självklar del i nyhetsrapporteringen. Under året var redaktionen bland annat först med att uppmärksamma att antalet anmälningar om sexuella ofredanden ökat på sommarens festivaler vilket ledde till en debatt om hur musik- och kulturfestivaler jobbar kring just säkerhet och jämställdhet. *P3 Nyheter* har även lyft flera nyheter kopplade till den unga onlinekulturen på bland annat Youtube.

Det dagsaktuella kulturmagasinet *PP3* bevakar, beskriver och fördjupar nya yttringar, trender och nyheter inom populärkulturen med ämnen som dokumentärfilmer om transsexuella kvinnor i Uganda och nya internettrender. *PP3* var den första nyhetskällan i Sverige som lyckades intervjua mannen som hånade komikern Amy Schumer under hennes uppträdande i Globen och därefter blev utslängd från showen. Citaten plockades upp av flera andra svenska och internationella medier. *PP3* samlar intervjuer från programmet i *Gästpodden* för de lyssnare som enbart vill höra intervjun och inte hela programmet.

Den lokala kulturjournalistiken är ett viktigt uppdrag för de 25 lokala kanalerna. Varje år hörs drygt 20 000 inslag om kultur i P4. I lokala kanaler finns flera exempel på granskningar inom kulturlivet i bred bemärkelse. Några exempel:

- P4 Skaraborg granskade och skildrade arkitekturen och det offentliga rummets betydelse i alla de kommuner som kanalen bevakar.
- P4 Västmanland har återkommande granskat utbudet på länets största festival, Cityfestivalen i Västerås och visat att nästan enbart manliga artister och musiker anlits.

- P4 Kristianstad har granskat kostnader för deltagande i kulturskolor i olika kommuner.
- Flera kanaler har också regelbunden medverkan av lokala och regionala kulturprofiler i paneler och nyhetsrelaterade samtal om kulturfrågor.

Sveriges Radio har en särskild kulturkorrespondent med uppdrag att bevaka, skildra och fördjupa hur kulturliv, konstens förutsättningar och värderingsdebatter utvecklas i olika delar av världen. Reportage har hörts från exempelvis Sydafrika, Hongkong, Ryssland och Libanon.

Mycket kultur från olika delar av världen bevakas i *Kulturnytt*, *P1 Kultur* och *Lundströms bokradio*. Exempel på detta är poddserien *Stängslet och gränsen* om hur flyktingkris och politisk turbulens i Europa märks inom olika kulturformer. *Kulturnytt* har löpande rapporterat kring pressfrihet och demokratifrågor från Turkiet, Polen och Ungern.

### 7.3.3 Kulturproduktion

I P1 delas dramaproduktionen in i Drama i P1, Dramaserier i P1 och Drama-arkivet i P1.

Drama i P1 har sänt en rad debutverk för radio av svenska författare såsom *Salongen*, *Mural* och *Härlig är min avgrund*. Drama i P1 har producerat och sänt *Sextiofyra minuter med Rebecka* – en internationellt uppmärksammas världspremiär för ett tidigare ospelat manus av Ingmar Bergman, i regi av Suzanne Osten, med en döv skådespelare i en av huvudrollerna.

Dramaserier i P1 har sänt en rad serier i olika genrer, bland annat thrillerserien *Svensk synd* och dramakomediserien *Cheferna*.

Det breddade dramauppdraget har synts och hörts i flera andra delar av Sveriges Radios utbud. Från och med 2016 erbjöds P3-publiken påkostade dramasatsningar under namnet *P3 Serie*. Först sändes thrillerserien *De dödas röster* och därefter *Kommando Karim*. Båda serierna sändes på *sverigesradio.se*, i appen *Sveriges Radio Play* samt som poddar. *De dödas röster* sändes även i P3 och P1.

I den nya dramasatsningen *P4 Serie* sändes under sommaren humorserien *Till häst genom Västerbotten* av och med medlemmar ur humorgruppen Klungan.

Drama för unga (målgrupp barn 9–12 år) sände föreställningen *Som trolleri*, serien *Spöken i maskinen* samt julkalendern *Lyckoborgen*.

I *Vardag i P3* ingår programpunkten *Lappakuten* med nyskriven poesi som läses upp av programmets huspoet. Lyssnare hör av sig med en arg lapp som poeten sedan förvandlar till en rolig och fin dikt att sätta upp i stället för den arga lappen. *Vardag i P3* har också tillsammans med improvisationsteatern *Improverket* skapat musikalnummer utifrån lyssnares berättelser.

Även lokala kanaler står för olika typer av kulturproduktion som exempelvis P4 Kalmars samarbete med Virserums Konsthall om *Framtidens ljud*. P4 Värmland sände *Lilla bäcken*, en serie om sorg med en humoristisk twist av och med dramatikern och skådespelaren Olof Wretling.

*Sveriges Radios Lyrikpris* delades ut vid en samsändning i P1/P2 från Scalateatern i Stockholm i samarbete med Stockholms internationella poesifestival. Nytt för året var att föregående års vinnande bidrag *Vita kommun* tonsatts av kompositören Thomas Jennefelt och uruppfördes vid utdelningen.

Syftet med de satsningar som genomförts, och de som planeras framöver, är att fler ska nås av och uppskatta Sveriges Radios kulturutbud.

I 2016 års attitydundersökning svarade 73 (70) procent av allmänheten att *SR är viktig för kulturupplevelser*, 43 (45) procent att *SR har ett brett utbud av kultur* och 33 (34) procent att *jag hittar kultur som jag tycker om*.<sup>38</sup>

### 7.3.4 Tillgängliggöra kultur – samarbeten med kulturinstitutioner

I *Sveriges Radios Romanpris* utser en lyssnarjury årets vinnare efter läsning och överläggningar i sändning. Myndigheten för tillgängliga medier (MTM) säkrar att de böcker som är nominerade finns att låna som talböcker.

*Sveriges Radios Lyrikpris* lyfter fram poeter och deras aktuella utgivning.

*Dagens dikt* i P1 har successivt förnyats. Ett exempel på hur man tillgängliggör kultur är 30-årsjubileet för Malmöligan, där en rad poeters verk sänts, och som fördjupades ytterligare med reportage i *P1 Kultur*. *Dagens dikt* har också lyft fram poeter i den uppmärksammade vågen av ny dansk lyrik samt tillgängliggjort dikter av poeter från Norge och Finland.

I program som *Klassikern*, *Lundströms bokradio* och *Bokcirkeln* i P1 samt *PP3* och *Musikguiden i P3* ges lyssnaren vägledning och kunskap om olika kulturyttringar, nutida såväl som historiska.

*Barnradions Bokpris* (tidigare Barnens Romanpris) produceras i samarbete med Utbildningsradion och har en jury med barn i åldrarna 9–12 år.

*Drama-arkivet* (tidigare Radioteaterbiblioteket) ger publiken tillgång till gamla klassiker och äldre material i marksändningar och via internet.

Sveriges Radio tillgängliggör också stora mängder kultur genom samarbeten med kulturinstitutioner av olika slag.

Till kulturinstitutioner räknar Sveriges Radio kulturproducerande institutioner och aktiviteter som får offentligt stöd från stat, landsting eller kommun, till exempel teater- och opera-institutioner och statligt finansierade symfoniorkestrar, musikanordnare som länsmusiken och musikhögskolorna samt fria kulturgrupper. Till kulturinstitutioner räknas även bibliotek, museer och kulturföreningar samt sändningar från eller inspelningar vid festivaler.

Rikskanalerna har sänt från, och i samarbete med, kulturinstitutioner. Några exempel:

- *P1 Kultur* har genomfört sändningar från en rad festivaler: Göteborgs filmfestival, Bergmanfestivalen på Fårö, deckarfestivalen Crimetime i Visby, Göteborgs Kulturkalas och Malmöfestivalen. Programmet sände även från Nobelmuseet i Stockholm med diskussioner och perspektiv inför tillkännagivandet av Nobelpriset i litteratur.
- *P1 Debatt* har direktsänt från Kulturhuset i Stockholm vid fem tillfällen under 2016.
- Drama i P1 har arrangerat livelyssningar på bland annat Filmhuset, Stadsteaterns debattscen, Taverna Brillo och klubben Celezte i Stockholm, Moriska Paviljongen och Transistorfestivalen i Malmö samt vid Kvinnohistoriskt museum på Kulturhuset Väven i Umeå.
- *P2 Live* har samarbetat med Stockholm Folk Festival, Fasching, Arméns musikorkester, Drottningholmsteatern med flera kulturinstitutioner i direktsändningar eller återutsändningar.
- *Tankesmedjan i P3* har sänt från Lund Comedy Festival, Kulturens hus Luleå och Allaktivitetshuset Älvkullen i Höör.

---

<sup>38</sup> Novus Group, Attitydundersökningen december 2016. Siffrorna inom parentes avser 2015.

- *Musikguiden i P3* har bland annat sänt allsång från Brännbollsyran i Umeå, spelningar från Bråvallafestivalen i Norrköping och en tiotimmarssändning från Way Out West-festivalen i Göteborg.

De lokala kanalerna gör ett stort antal produktioner i samarbete med kulturinstitutioner. Några exempel:

- P4 Göteborg sände en heldag från Stadsbiblioteket i Göteborg med rubriken ”Ordets kraft – en dag om yttrandefrihet” med medverkan av en journalist från Syrien, forskare, publicister och författare.
- P4 Kalmar har samarbetat med den regionala musikstiftelsen Länsmusiken.
- P3 Din Gata har genomfört två evenemang tillsammans med Sommarscen Malmö där kanalen stod för innehållet i form av livemusik och dj:ar.

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

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Rikskanaler	752	700	755			
Lokala kanaler	1 649	1 483	1 940			
<b>Totalt</b>	<b>2 401</b>	<b>2 183</b>	<b>2 695</b>			

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

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Rikskanaler	1 014	842	820			
Lokala kanaler	778	1 040	2 143			
<b>Totalt</b>	<b>1 792</b>	<b>1 882</b>	<b>2 963</b>			

Ökningen för lokala kanaler avser i huvudsak P5 STHLM. Kanalen har utvecklat samarbetet med Kulturhuset i Stockholm och under året haft ett stort antal sändningar därifrån.

### 7.3.5 Musik

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

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

Sveriges Radio fastställer årliga riktlinjer och sätter mål för musikutbudet på kanalnivå, till exempel hur stor andel som ska vara svenskproducerad. Varje kanal erbjuder ett eget musikaliskt uttryck i relation till publiken. Samtliga kanaler har en tydlig musikpolicy att förhålla sig till, med uppsatta mål kring framför allt svensk musik, svenska upphovsmän och sång på svenska.

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

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

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

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

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Fonogrammusik</b>						
Förstasändning	80 764	80 247	78 904			
Parallelsändning	5 670	5 765	5 972			
Repris	1 362	1 399	1 568			
<b>Totalt fonogrammusik</b>	<b>87 796</b>	<b>87 410</b>	<b>86 444</b>			
<b>Levande musik</b>						
Förstasändning	5 370	6 970	6 935			
Parallelsändning	30	25	0			
Repris	127	129	125			
<b>Totalt levande musik</b>	<b>5 526</b>	<b>7 124</b>	<b>7 060</b>			
<b>Totalt musik</b>	<b>93 321</b>	<b>94 534</b>	<b>93 504</b>			

## Populärmusik

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

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

Egeninspelad livemusik är en naturlig del av musikutbudet. I *Musikguiden i P3: Session & Live* möter publiken såväl de välkända namnen som de unga, oetablerade och i första hand svenska artisterna. Det intima formatet i artisternas hemmiljö får publiken i *Dyker upp*, och även stor-slagna arenakonserter förekommer som Veronica Maggios konsert på Stadion eller Laleh i Globen i Stockholm.

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

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

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

Sveriges Radio har också gjort speciellt producerade fördjupande musikprogram i poddformat för lyssning via internet, en del har även sänts i FM. Programmen bygger på talat innehåll, har musik som ämne och riktar sig till de mycket musikintresserade.

## **Konstmusik**

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

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

Sveriges Radio beställer varje år ny musik av framför allt svenska tonsättare åt Sveriges Radios Symfoniorkester, Radiokören och P2. Under året har SR bland annat beställt stycket *Signs* av Kim Hedås direkt för P2:s artist fagottisten Sebastian Svensson. Lisa Streich har skrivit ett beställningsverk för Arméns musikkår. Klas Torstensson, Thomas Jennefelt, Lei Feng Johansson, Lisa Nordström och Nadine Byrne har också fått beställningar från Sveriges Radio, som tillhör landets största beställare av ny svensk musik. Utgångspunkt för beställningarna är ett jämställt musikutbud.

Sveriges Radio är den enskilt största beställaren av ny svensk konstmusik. 2016 beställde P2 och Berwaldhallen totalt 18 verk av svenska tonsättare.

## **Jazz**

Jazz i Sveriges Radio rör sig mellan traditionella och mer moderna uttryck. Livekonserter från landets jazzscener, ny svensk jazz på skiva och *Jazzradion* finns i utbudet. SR uppmärksammar ny svensk jazz, inte minst genom priset *P2 Jazzkatten*.

Som ett resultat av flera års medvetet arbete hade kvinnliga utövare en framträdande plats 2016. Hälften av utbudet har kvinnlig medverkan, det vill säga med kvinnor som bandleadare eller i annan framskjuten roll, till exempel Svensk hyllning till Carla Bley, Lindha Kallerdahl Gold Quintet och Cecilia Persson Kvintett.

## **Folkmusik**

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

Utbudet finns främst i P2 och dominerar helt i *Klingan* och webbkanalen *P2 Världen*.



Samarbeten med svenska arrangörer och en stor andel musik med svenska utövare och upphovsmän formar utbudet. Här ingår även internationella utblickar som intervjuer med egyptiska kvinnliga musiker efter den arabiska våren eller sändningen med arabvärldens största nu levande artist Kadem El Sahir.

Temaveckan *Flyktens musik* i P2 innehöll specialprogram om människor på flykt och framför allt musiker med erfarenhet av flykt och migration och deras musik. Satsningen avslutades med konserten *Ett nytt Sverige*. Den årliga Folk & Världsmusikgalan sändes från Konserthuset i Västerås. 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. Dessutom hörs minoriteternas musik årligen i *P2 Live*.

## EBU och musiken

Samarbetet inom den europeiska radiounionen EBU står för en betydande del av musikutbudet för konstmusik, jazz och folkmusik samt populärmusik i olika genrer. Genom EBU speglas det internationella musiklivet samtidigt som det är en väg att sprida svensk musik i Europa. Merparten av konsertutbudet från Sveriges Radios egna ensembler Symfoniorkestern och Radiokören erbjuds EBU:s medlemmar.

För Sverige Radios bidrag till EBU prioriteras ett jämställt utbud. 2016 vann exempelvis Sveriges Radios bidrag *Sisters Of Invention* tävlingen Euroradio Jazz Competition.

**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			
Konstmusik	8 274	6 658	6 739			
Jazzmusik	189	278	349			
Folkmusik	5 330	5 325	5 213			
<b>Totalt fonogrammusik</b>	<b>87 796</b>	<b>87 410</b>	<b>86 444</b>			
<b>Levande musik</b>						
Populärmusik olika genrer	1 718	1 758	1 652			
Konstmusik	3 468	5 127	5 168			
Jazzmusik	245	159	160			
Folkmusik	95	80	80			
<b>Totalt levande musik</b>	<b>5 526</b>	<b>7 124</b>	<b>7 060</b>			
<b>Totalt musik</b>	<b>93 321</b>	<b>94 534</b>	<b>93 504</b>			

### 7.3.6 Berwaldhallen

SR ska bedriva konserthusverksamhet i Berwaldhallen genom Sveriges Radios symfoniorkester och Radiokören. Kvaliteten i dessa verksamheter ska stärkas.

(Sveriges Radios anslagsvillkor 2016, p. 11)

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

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

Berwaldhallen strävar efter att öppna verksamheten för fler genom att ständigt testa nytt vad gäller konsertformer och programsättning. Berwaldhallen utvecklas också till en mötesplats för samtal om konstens och musikens roll i ett demokratiskt samhälle. Därför anordnade 2016 Berwaldhallen tillsammans med Kungliga Musikaliska Akademien och Svensk Scenkonst ett Riksting. Representanter från svenskt kultur- och musikliv träffades i Radiohuset i Stockholm och diskuterade musikens roll i svensk undervisning.

Konsertverksamheten med Sveriges Radios Symfoniorkester och Radiokören förutsätter ett möte mellan internationella artister, egna musiker och sångare och den publik som besöker konserterna. Utbytet görs i form av gästande dirigenter, solister och artister som kommer till Berwaldhallen och av turnéverksamheten, en grundförutsättning för att kör och orkester fortsätter att prestera på internationell toppnivå. Under turnéerna får man tillfälle att exponera ensemblerna och att skapa nya kontakter för fortsatt samarbete.

Sveriges Radios Symfoniorkester har 2016 besökt Spanien, Italien och Slovenien. Som första nordiska orkester spelade SRSO på La Fenice-teatern i Venedig. Orkestern inledde hösten med gästspel på Edinburgh International Festival tillsammans med chefsdirigent Daniel Harding.

Berwaldhallen ska vara en plats för intellektuell stimulans med utgångspunkt i musiken. Därför fortsätter den folkbildande serien *Interplay* med föreläsningar i anslutning till konserter. Publiken har mött arkitekt Peter Erséus och arkitekturhistoriker Martin Rörby kring arkitekten som kompositör och arkitekturen som musik. Anita Goldman och Svante Bäck har talat om godhet och ondska, professor Martin Ingvar och vetenskapsjournalisten Ann Louise Martin om kopplingen mellan musiken och hjärnan. *Interplay* har också speglats i kortprogram i P1 och P2.

Radiokören har 2016 gästade flera svenska scener som konserthusen i Västerås och Örebro. Under hösten genomfördes en turné till Oman och Italien i samarbete med italienska RAI. Radiokören tar ett speciellt ansvar för unga körsångare och ordnade under våren en sing-a-long workshop ledd av chefsdirigent Peter Dijkstra. Svensk körmusik premieras och Radiokörens samarbete med dirigenter från Kungliga Musikhögskolan i Stockholm är ett viktigt sätt att säkra återväxten inom svensk körsång.

Sveriges Radios Symfoniorkester och Radiokören bidrar till det internationella musikutbytet genom att erbjuda flertalet konserter till EBU.

Östersjöfestivalen fortsätter att samla musiklivet runt Östersjön till Berwaldhallen och Sveriges Radio. 2016 sändes festivalen i fler av SR:s kanaler, P2 sände samtliga konserter och Östersjöfestivalen blev på det sättet en angelägenhet för en musikintresserad publik i hela landet. De flesta konserterna erbjöds också EBU.

Det gemensamma temat Yttrandefrihet gav festivalen genomslag i P1. Miljötemat genererade samarbete med P4 Stockholm om hur vi alla kan bli Östersjösmarta. Boken *50 sätt att rädda Östersjön* delades ut och det hölls miniseminarier kring miljön.

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

Berwaldhallen arbetar med nya koncept för barnverksamheten. *Radioapan* finns med i barnkonserterna, kören har samarbetat med barn i musikklasser från Sollentuna och skolbesök anordnas. För den yngsta publiken finns konserterna *Niklas och Radioapan*, sing-a-long och Öppet hus. Samarbetet med Stockholms Kulturskola och El Sistema fortsätter. Kör och orkester deltog under året i en sida vid sida-konsert med barn från Bredäng och Husby. För äldre barn och unga finns *Moment 23* med fri entré till ordinarie konserter för alla under 23 år.

I serien *Svenska stjärnor* möter Sveriges Radios Symfoniorkester välkända svenska artister som lockar en ny publik. Konserterna sänds i efterhand i P4.

Sveriges Radio och Berwaldhallens beställningsverksamhet riktar sig främst mot svenska tonsättare men även internationella tonsättare får beställningar.

Sveriges Radio beställer varje år ny musik av framför allt svenska tonsättare åt Sveriges Radios Symfoniorkester, Radiokören och P2. Utgångspunkt för verksamheten är ett jämställt musikutbud. Sveriges Radios Symfoniorkester har bland annat beställt verk av de svenska tonsättarna Victoria Borisova Ollas, Tobias Broström, Katarina Leyman och Britta Byström. För Radiokören har Bo Hansson, Daniel Nelson, Carl Unander Scharin och Lena Auerbach skrivit ny musik.

### 7.3.7 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 erfarenhetsbyte inom omvärldsanalys, programutveckling, HR-frågor, kompetensutveckling och teknik- och distributionsstrategier vid årliga möten och konferenser. Under året har bolagen också haft ett par möten på vd-nivå för strategiskt kunskapsutbyte.

P4 Plus, Sveriges Radios testkanal på webben som vänder sig till äldre lyssnare med musik som tilltalar dem är ett exempel på vad ett erfarenhets- och programutvecklingsutbyte kan resultera i. Kanalen har utvecklats efter en modell från NRK.

Värdegrund och det demokratiska uppdraget för public service är starka gemensamma nämnare för de nordiska bolagen och grunden för samarbete. Under 2016 har bolagen med gemensam oro följt hur public service-mediernas villkor har försämrats även i Europa i länder som är medlemmar i EBU och EU. Tryckfriheten, som i Sverige och Finland firar 250 år, hotas och journalisters arbetsvillkor och rörelsefrihet begränsas runtom i världen.

Därför har de nordiska public service-bolagens ansvar att stå för yttrandefriheten och för att visa public service-mediers vikt för demokratisk samhällsutveckling varit ett av diskussionsämnena på olika möten under året. Detta talade vd Cilla Benkö också om som huvudtalare vid YLE:s 90-årsfirande i Helsingfors.

I Nordvisions regi har radiochefer från samtliga nordiska public service-företag träffats i Köpenhamn för att utbyta erfarenheter. Sådana möten kommer att hållas årligen.

Av naturliga skäl står minoritetspråksredaktionerna Sameradion och Sisuradio samt lokala P4-kanaler som gränsar till ett nordiskt grannland för det mest intensiva och regelbundna programsamarbetet. Sameradion samsänder och återutsänder nyheter, aktualiteter och kulturprogram med NRK och YLE Sápmi. Sisuradio samsänder årligen ett önskeprogram med YLE, och i år har YLE återutsänt avsnitt av Sisuradions talkshow *Soilin seurassa* med aktuella gäster. Sveriges Radios utrikeskorrespondenter hörs ofta i NRK och i svenska YLE.

SR Drama deltog i ett Nordiskt Radioteatermöte i Oslo för kunskapsöverföring och idéutveckling mellan de nordiska länderna.

Sveriges Radio P1 har startat ett samarbete med övriga nordiska public service-bolag för att utveckla ett gemensamt underhållningsformat.

Några exempel på programsamarbeten 2016:

- P1 samarbetar med den svenskspråkiga kanalen hos finska YLE genom att SR levererar program som *Odla, Stil, Språket, Meny* och vissa *Sommar i P1* till kanalen.
- YLE:s program *Kvanthopp* använder material från Vetenskapsredaktionen och återutsänder ibland *Vetandets värld*.
- *Variation* från SR Drama, som 2015 fick silver i Prix Europa, hade premiär på finska i YLE 2016.
- *Klassisk morgon* i P2 öppnade för lyssnarnas frågor om Finland när Bertil Blom från svenskspråkiga YLE gästade programmet och blev guide till det finländska musiklivet.
- *Tankesmedjan* i P3 har medverkat i flera av de andra nordiska ländernas ungdomskanaler. *Tankesmedjan* och X3M (motsvarande P3 i YLE) samverkade inför prins Carl Philip och Sofias bröllop. Inslag utbyttes och producenten för programmet intervjuades om satirens möjligheter att verka i dagens samhälle med särskilt fokus på hur satir som rör kungahuset behandlas. Programmet har även haft kontakter med norska och danska P3 för att byta erfarenheter.
- I *Nyheter i P3* hörs programledaren från YLE:s ungdomsprogram X3M när finska händelser är på agendan.
- Flera lokala kanaler i gränslandet mot Norge har ett regelbundet samarbete med NRK.
- P4 Norrbottens medarbetare på tornedalsfinska Meänraatio medverkar i YLE:s sändningar.

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

Det mesta av Sveriges Radios utbud för barn och ungdomar är nyproduktion.

För barn var 80 procent av utbudet, 100 procent av nyheter och sport samt 80 procent för övriga programkategorier egen produktion.

För unga var uppskattningsvis 85 procent av utbudet, 100 procent av nyheterna, 75 procent av underhållningen samt 85 procent av övriga programkategorier egen produktion.

Detta skiljer Sveriges Radio från tv-bolag som kan köpa in eller byta format mellan länder och sedan texta.

**Tabell 18. Marksänd tid för svenskspråkiga barn och unga, timmar**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Barn upp till 12 år	5 372	5 374	5 325			
Ungdomar 13–19 år	20 067	14 907	14 924			

### 7.4.1 Barnutbudet

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

#### Barnradions mål och metoder

Utbudet för barn utgår från ledorden kvalitet, angelägenhet och närhet. Barnradion ska producera program med hög kvalitet och med en hög grad av angelägenhet. Det gäller nyheter, samhällsprogram, kultur och musik. För att lyckas måste Barnradion ha god kunskap om målgruppen och ständigt arbeta med programutveckling. Kunskapen inhämtas kontinuerligt genom lyssnings- och fokusgrupper samt besök på skolor och förskolor.

Barnradion ska även bjuda på storslagna produktioner och visa kraften och styrkan i radio för den unga publiken. Barnradions utbud ska representera hela landet och spegla mångfalden vad gäller normer, klass, bakgrund och funktionsvariation. Utbudet ska även spegla levnadsvillkoren för barn och vara tillgängligt för alla barn.

Barnradion utvecklar kontinuerligt vilka plattformar utbudet ska finnas på och hur dialogen med målgruppen ska se ut. En satsning under 2016 var att låna ut ”lyssningskit” med drama till mellanstadieelever och skolbibliotek. Programmen kan ingå i undervisningen eller finnas som ett alternativ till läsning i biblioteket.

För att nå större publik och fler lyssnare har Barnradion samarbetat med Berwaldhallen och Kulturkalaset i Göteborg. Tillsammans med Berwaldhallen har *Radioapan* bjudit in till flera konserter. I Göteborg hade *Radioapan* allsång med musiker. Det var mycket välbesökta evenemang där Barnradion fick tillfälle att möta sin publik på nya sätt.

Det ska vara lätt för publiken att hitta program för barn, och det ska vara lätt för Barnradion att nå publiken på Youtube, skolbibliotek, festivaler, förskolor eller skolor. För att öka tillgängligheten har Barnradion 2016 arbetat med att tydligare samla allt utbud för barn med en tydlig avsändare. Barnradion har nu blivit ett eget så kallat guidevarumärke jämförbart med P-kanalerna, *Ekot* och Radiosporten.

Ofta nås barnen på webben och i sociala medier, och därför finns Barnradion på olika digitala plattformar.

### **Programutveckling**

För att bibehålla en hög kvalitet på utbudet och ha god kunskap om målgruppen arbetar Barnradion kontinuerligt med programutveckling, såväl med att förnya befintliga program som att tillföra nya titlar.

För äldre barn 9–12 år är målet att varje år programutveckla minst två av produktionerna för målgruppen. 2016 har nyhetsprogrammet *Junior i P4* utvecklats och även fått ny titel: *Nyheter i Barnradion*. Redaktionen arbetade med fokusgrupper för att fördjupa sig i barnens mediekonsumtion. Den största förändringen var att koncentrera programmet ännu mer på nyheter och skala bort övrigt material. Längden på nyhetsinslagen och antalet inslag har justerats.

Även *1000 modiga frågor*, som sänds i FM, som podd och på Youtube, har programutvecklats. Ton och tilltal har finslipats och ämnen som ska vara med i programmet granskas mera noggrant. Ändrade rutiner har införts för komplexa frågor som kräver en vuxens medverkan eller svar så att redaktionen når dem som verkligen behöver snabb hjälp. Ungdomspanelen genomgår en kurs i public service och vad det innebär.

Även utbudet för de yngre barnen har utvecklats och förnyats under 2016 med de nya programmen *Min Flykt* och *Barnmorgon med Farzad*.

*Drama för unga* har utvecklat utbudet genom att arbeta med sociala medier och webb som självständiga konstnärliga plattformar. Närheten till målgruppen möjliggör då ökad tillgänglighet, aktivt lyssnande, dialog och delaktighet.

Ett exempel på detta är *Superpodden* som tagits fram under 2016 och börjar sändas i januari 2017. Där blandas drama med dokumentär när mikrofonen lämnas över till tolvåriga Dahlia och Chloe. Inspelningarna har gjorts på plats i en skola i Vällingby och lyssnarna får via Instagram och andra sociala medier vara med och fördjupa seriens karaktärer.

## Utbudet för yngre barn

För barn upp till åtta år sänds kvällsprogram varje vardag i P4 på en tid delad med Utbildningsradion. Utbudet innehåller klassiska och nyskrivna sagor med musik, dramatik, ljud, röster, språk och dialekter. På samma tid sänds även dokumentärer anpassade för barnen i målgruppen. Sagorna speglar den rika mångfalden i barnlitteraturen.

Den norska succéboken *Våffelhjärtat* sändes som sommarföljetong inläst av Ulla Skoog och med specialskriven musik av den norska musikern Rebekka Karijord. Barnradion har även spelat in böckerna om Billy av Birgitta Stenberg.

För att dokumentera och berätta om de många barn som kom till Sverige som flyktingar 2016 inleddes dokumentärserien *Min flykt* med fem barndokumentärer om nyanlända barn. Barnen berättar om flykten från ett land i krig, om resan till ett nytt land och om hur det är att starta om. Det är unika och varsamt producerade berättelser direkt från ett barn till ett annat barn.

Utöver kvällstiden med sagor och dokumentärer finns från januari 2016 *Barnmorgon med Farzad*, måndag till fredag i P4. Det är ett helt nytt format som bygger på samtal och dialog med små barn och som är utvecklat i nära kontakt med fokusgrupper. Programmet är barnens egen hörna i P4 där ett nytt barn varje dag står i fokus och pratar med Farzad om allt som finns i ett barns värld – roliga, svåra, kluriga frågor. Ämnena spänner över drömmen om en egen hund, döden eller att ha ett sjukt syskon.

## Nyheter för äldre barn

*Nyheter i Barnradion* sänds varje lördag. Programmet förklarar och rapporterar om dramatiska nationella och internationella händelser. Barn från hela landet, barn som lever under olika ekonomiska villkor samt barn med funktionsvariationer medverkar i programmet. Sex barn deltar i det dagliga redaktionella arbetet med nyhetsvärdering och urval.

Det är en demokratifråga att barns åsikter och erfarenheter ska höras, och barn som lyssnar identifierar sig med barnen de hör på radio. Redaktionen har alltid barn med olika bakgrund knutna till sig och har under året jobbat med barn från Kosovo, Somalia, Tunisien och Indien.

*Nyheter i Barnradion* tar upp angelägna frågor som mobbning och olika diagnoser barn kan leva med. Emilia 12 år berättade om sin adhd och hur viktig hennes kurator var för henne. I ett annat reportage medverkade en mobbad pojke och en flicka som tidigare hade mobbat.

## Fakta för äldre barn

*Vi i femman* sände 2016 sin femtiotredje säsong med 75 000 deltagare.

2016 har Sveriges Radio och SVT knutits ännu närmare samman i detta projekt, exempelvis genom att medarbetare från SR har varit programledare, frågemakare och domare i SVT. Säsongen blev därför mer enhetlig än tidigare vad gäller frågeinnehåll och svårighetsgrad.

På *Vi i femmans* webbsida fortsatte arbetet med att coacha och stötta blyga barn som tävlar. Redaktionen deltog i en heldagsutbildning för att öka kunskapen kring barn med neuropsykologiska funktionsnedsättningar.

Ytterligare ansträngning lades på att anpassa utagningsfrågorna så att fler barn med annan bakgrund än svensk skulle ha en rimlig chans att klara frågorna. Drygt 20 procent av de tävlande barnen hade en annan bakgrund än svensk.

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

Programmet *1000 modiga frågor* tar barns frågor om känsliga ämnen på allvar – modiga frågor får modiga svar av experter på sex och samlevnad, kroppen, kompisrelationer, familj med mera. Vid sidan av FM-sändningarna har *1000 modiga frågor* också en egen kanal på Youtube.

## Berättelser och dramatik för äldre barn

Våren 2016 bytte *Unga Radioteatern* namn till *Drama för unga*. Redaktionen producerar gestaltande föreställningar för barn 9–12 år och för familjer. Uppdraget är att producera angelägna och fantasifulla historier, som sänds i P1 och P4 samt tillgängliggörs via internet.

Drama för ungas föreställning *Som trolleri*, baserad på Mårten Melins bok, handlar om 13-åriga Mona som träffar en märklig pojke. Det är en historia om den första stora förälskelsen, frigörandet från föräldrarna och barndomen och att göra egna val. *Som trolleri* har vunnit flera internationella priser.

I julkalendern *Lyckoborgen* öppnar Sasha en julklapp som inte är till henne. I paketet ligger en snöglob som suger in henne till den magiska borgen där all lycka i hela världen tillverkas. En julkalender som frågar sig vad lycka egentligen är.

Drama för unga har tagit ytterligare steg i användningen av sociala medier och webb. Ett exempel är fantasyeposet *Den oändliga historien* där regissören tillsammans med sitt team skapade en suggestiv inre bildvärld med en ljudläggning som inspirerad av en Hollywoodfilm – en berättelse om utanförskap, tolerans och mod.

*Barnradions Bokpris* produceras i samarbete med Utbildningsradion. Programserien sänds i P1 och P4 för att låta de äldre barnen höras på ett nytt sätt och på sina egna villkor. Det är barnen som avgör vilken bok som är den bästa. Programmen når barn, föräldrar samt pedagoger och erbjuder guidning om böcker till barn. Redaktionen har 2016 arbetat med att fördjupa samtalet om litteratur och läsupplevelse utifrån barnen själva.

## Musik

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

**Tabell 19. Marksänd tid för barnutbud på svenska fördelad på programkategorier, 2016, timmar**

	Nyheter	Samhälle	Livsstil	Kultur	Sport	Underhållning	Musik	Service	Totalt
Förstasändning	14	47	0	1 080	6	53	4 121	0	5 321
Parallelsändning	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Repris	0	0	0	2	0	1	0	0	4
<b>Summa</b>	<b>14</b>	<b>47</b>	<b>0</b>	<b>1 082</b>	<b>6</b>	<b>55</b>	<b>4 121</b>	<b>0</b>	<b>5 325</b>



Under 2016 började Sveriges Radio sända barnprogram varje vardagsmorgon i P4 riks, en kraftig ökning jämfört med tidigare då lokala kanaler endast sände ett inslag i veckan. Ur barnens perspektiv har utbudet alltså ökat från endast en morgon till fem morgnar per vecka. Eftersom det nya programmet sänds i P4 riks och de 25 lokala kanalerna tidigare hade olika program blir den totalt redovisade tiden dock lägre.

I samband med omläggningen har programinnehållet setts över. Det nya programmet har mer aktualiteter och fakta samt kultur medan andelen nyheter minskar. Sveriges Radios bedömning är att det är mer relevant med aktualiteter och kultur i det nya programmet eftersom målgruppen är de yngre barnen. Det finns sedan tidigare ett nyhetsmagasin som vänder sig till barn i P4.

Att minskningen i antalet nyhetstimmar blir så pass stor beror till viss del på förändrat innehåll men främst på omläggningen till riksprogram. En förändring som alltså för varje barn ger mer tid barnprogram.

## 7.4.2 Tonårsutbudet

Sveriges Radios ambition är att bli bättre på att nå ut till tonåringar i Sverige. Det handlar dels om att via evenemang skapa en kännedom om public service och vilket utbud som erbjuds, dels om att kommunicera hur tonåringar kan hitta till SR.

Målgruppen för P3 är 15–35 år. Flera program i kanalen har fokus på att nå den yngre delen i målgruppen. DAB-kanalen P3 Star riktar sig till 13–19-åringar och den lokala Malmökanalen P3 Din Gata riktar sig till 15–25-åringar med fokus på den yngre delen under 20 år. Program som *22 kvadrat*, *Pira & Bråding i P3*, *Psyket*, *Musikguiden i P3: Osignat*, *Ligga med P3*, *Humorhimlen Lab* och *Relationsradion i P3* riktar sig speciellt till tonåringar och har sänts i FM.

För att Sveriges Radio ska kunna nå tonårspubliken med sitt utbud är det nödvändigt att det finns på de plattformar där ungdomarna finns. Ungdomsbarometern för 2016 (ungdomar 15–24 år) visade att ungdomars närvaro på sociala medier ökar, särskilt Instagram och Snapchat. 9 av 10 av ungdomarna säger sig använda Facebook.

Mycket av utbudet för denna målgrupp publiceras därför både i marksänt (FM/DAB) och på andra plattformar. Det utbud som endast kan nås via internet redovisas i avsnitt 6.2.

## Nyheter

*P3 Nyheter* är Sveriges enda nyhetsleverantör som särskilt riktar sig till denna målgrupp.

*P3 Nyheter* sänder varje dag korta nyheter på helslag och extrasändningar oavsett tidpunkt vid större nyhetshändelser som berör den unga målgruppen. Vardagar sänder *P3 Nyheter* även ett timslångt fördjupande magasin. Att ungas självskadebeteende triggas av sociala medier, flytande studentbostäder och unga tjejers rädsla för att åka taxi, är några exempel på nyheter för tonåringar som *P3 Nyheter* har rapporterat om.

I *P3 Nyheter dokumentär* sammanfattas större nyhetsskeenden i kortare format. Nyhetsdokumentärerna beskriver alltid händelsen utifrån en tydlig kronologisk tidslinje. Vid akuta nyhetsslagen publiceras dokumentären i nära anslutning till händelsen. Färjevåldtäkterna och nazistattacken på Möllan i Malmö är exempel på nyheter som blivit nyhetsdokumentärer. Extra dokumentärer tas fram vid stora nyhetshändelser, som terrorattacken i Nice.

Det nya formatet *P3 Nyheter granskar* har bland annat gjort program om tandblekning inom skönhetsbranschen och SOS Barnbyars sätt att rekrytera.

## Faktaprogram

*P3 Dokumentär* i FM är även P3:s största digitala succé med fler än en miljon lyssnare varje månad. De flesta lyssnarna kommer från iTunes vilket vittnar om en ung publik. Flera dokumentärer har riktats speciellt till den yngre målgruppen som programmen om mordet på rapparen 2Pac och om Utöya.

*Morgonpasset* i P3 har varje morgon en gäst i en tims lång intervju med fokus på en aktuell samhällsfråga.

*Fråga vad du vill* i P3 är ett nytt program inspirerat av internetfenomenet *Ask me Anything*. En person med speciell erfarenhet svarar under en timme på publikens frågor. Exempel på ämnen är ”jag är bipolär” eller ”jag har varit med i en lavin”.

*Verkligheten* i P3 skildrar unga personer bakom aktuella fenomen. 2016 har berättelser om bland annat Nicole som blev blind efter en rutinoperation och om Daniel som bestämt sig för att gå i kloster hörts i programmet.

I *Musikhjälpen* 2016 som sändes från Örebro fokuserade P3 på frågor kopplade till skolgång i konfliktområden i världen. Den unga publiken lärde sig under 144 timmar om vad man kan göra för att hjälpa de barn som inte får gå i skolan på grund av krig och konflikter och vad problemen beror på. Som ett sätt att nå den unga publiken ännu bättre lanserade *Musikhjälpen* en app där man kunde önska låtar till sändningarna. Inför *Musikhjälpen* publicerades poddar med en fördjupning av årets tema. *Musikhjälpen* fokuserar på publikens engagemang, och 2016 slogs rekord med 312 000 engagemang.

## Kultur

*22 kvadrat* är ett helt nytt humorformat i P3 som riktar sig till kanalens yngre målgrupp. William Spetz, Hampus Nessvold och Linda Ulfhielm gör varje vecka sketcher kopplade till vardagen då de flyttat ihop på 22 kvadrat.

*P3 Serie* är spännande fiktion i serieform för en ung publik. Den första säsongen sändes *De dödas röster*, följt av *Kommando Karim*. I thrillern *De dödas röster*, som sändes i FM och publicerades som podd, följer lyssnarna en journalist som försöker nysta i ett tjugo år gammalt ouppklarat mord. *Kommando Karim* är en framtidsdystopi som utspelar sig i ett fiktivt framtida Malmö där Leila går från att vara övertygad pacifist till att utföra terrorhandlingar. *Kommando Karim* sändes på *sverigesradio.se*, i appen *Sveriges Radio Play* och som podd.

*Morgonpasset* som sänds i P3 varje morgon är ett program med såväl kultur som samhällsbevakning.

## Relationer och personliga berättelser

*Relationsradion* i P3 är ett lättsamt program som riktar sig till kanalens yngre målgrupp. Lyssnarna skickar in sina relationsfrågor och får sedan på ett lättsamt sätt svar på dem. Programmet har en stark närvaro på sociala medier där programledarna bygger nära relationer med sin publik genom en regelbunden dialog.

*Ligga med P3* är ett sex- och relationsprogram som varje vecka med hjälp av en sexolog svarar på publikens frågor. Publiken bjuds in att medverka i panelsamtal om exempelvis hur man gör slut eller att inte kunna få orgasm.

*Pira & Bråding i P3* är ett intervjuprogram där gästen och berättelsen står i fokus och som går på djupet i människors livsöden och avgörande ögonblick. Några av historierna som lyfts fram är hur det är att leva som hemlös tonåring och hur man kan återhämta sig från en svår ridolycka.

### Bevakning från hela världen

Sveriges Radios utrikeskorrespondent med ungt perspektiv har som uppdrag att med ett ungt fokus rapportera från världen. Ungkorren har bland annat rest till Orlando i USA för att rapportera efter massakern på gayklubben Pulse och även rapporterat från Ghanas modevecka samt från Brexit och det amerikanska presidentvalet.

Det nya formatet *Musiken i P3: Europahits* bevakade under sommaren Europas klubbmusik-scener med fokus på en stad per program. Lyssnarna fick följa med till klubbar i Barcelona, London och Berlin.

I *Musikguiden i P3: DJ-set och mixar* ges utblickar i världen. Specialprogram har gjorts med kenyansk house, reggeaton från Karibien och estländsk rymdinspirerad futurehouse.

### Programutveckling

Ambitionen är att utveckla nya innehålls- och evenemangsformat för tonårspubliken under tillståndsperioden. 2015 relanserades DAB-kanalen P3 Star och appen *P3 Radio* släpptes för att tonåringar enklare skulle kunna lyssna på innehållet. Under 2016 vidareutvecklades dessa satsningar. Genom evenemanget *P3 Star-klacken* åkte P3 Star ut och träffade ungdomslag varje månad. P3 Star startade även intervjuerien *P3 Star hänger* på Youtube.

Flera talade format för en ung publik har utvecklats under året, såsom *Psyket* och *Creepypodden* för internetlyssning. Mest uppmärksamhet fick *P3 Serie* som är spännande radiodrama för en ung publik. Formatet utvecklades under våren 2016 och för 2017 är målet att producera fyra nya säsonger till webben, varav minst en ska sändas i FM.

Sommarsatsningen *Fråga vad du vill* fick utökad tid och sändes hela hösten på lördagar.

Clara Henry, som har en stor tonårspublik via sin Youtubekanal, hade en egen talkshow i P3 under sommaren där hon bjöd in många unga kändisar och lyfte nätfenomen.

Ett grävteam jobbar regelbundet med ung granskande journalistik och testar nya plattformar för sina publiceringar via projektet *P3 Nyheter granskar*. Under 2016 har bland annat skönhetsbranschen granskats, och berättelser om hur unga fått skador av behandlingar har publicerats.

Flera P3-program har utvecklats för närvaro på Youtube, se avsnitt 6.2 och 6.3.

**Tabell 20. Marksänd tid för ungdomsutbud på svenska fördelad på programkategorier, 2016, timmar**

	Nyheter	Samhälle	Livsstil	Kultur	Sport	Underhållning	Musik	Service	Totalt
Förstasändning	306	368	107	508	95	1 092	12 077	38	14 592
Parallelsändning	74	20	1	6	3	19	83	0	206
Repris	0	10	3	17	0	20	77	0	126
<b>Summa</b>	<b>379</b>	<b>398</b>	<b>112</b>	<b>531</b>	<b>98</b>	<b>1 131</b>	<b>12 237</b>	<b>38</b>	<b>14 924</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. Uppdraget kan delas upp i tre huvuddelar:

- Att på bästa möjliga sätt tillgängliggöra utbudet så att så många som möjligt kan ta del av det. Det 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 kanal-lyssningar.
- 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 alla andra. Att var och en får representera sig själv och inte specifikt vara representant för en viss funktionsnedsättning utan delta och yttra sig i alla möjliga frågor och ämnen 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 med rubriker som "Funktionsmaksordningen – hur, var och varför?" Varje redaktion har ett ansvar att diskutera hur mångfalden breddas så att även personer med funktionsnedsättningar 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 de publiknätverk som redaktioner och lokala P4-kanaler har.

I Sveriges Radios mångfaldspolicy betonas att innehållet ska spegla variationer i befolkningen när det gäller bland annat funktionsmöjlighet, och inbjudan till det demokratiska samtalet ska ske på ett medvetet, oberoende och öppet sätt. När var och en representerar sig själv blir funktionsnedsättningen irrelevant i sammanhanget, vilket gör att det för radiopubliken inte framgår om en person är blind eller rullstolsburen. I tävlingen *Vi i femman* deltar många barn med olika funktionsvariationer. Det är inget som programledarna berättar om, men det är likväl viktigt. 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 enklare sätt för denna målgrupp sänds dagligen i P1 och P4. Hösten 2015 genomfördes ett utvecklingsarbete på redaktionen för *Klartext* i Falun. Nya *Klartext* startade i januari 2016.

*Klartext* har kontinuerlig dialog med sin publik och ställer i varje program målgruppens frågor och utformar allt innehåll så att målgruppen förstår och kan följa med i vad som händer.

Varje dag finns nyheter som särskilt berör målgruppen. Några exempel på granskningar:

- Villkoren på arbetsmarknaden för personer med funktionsnedsättning.
- Rätten till assistans.
- Habiliteringsersättningen som betalas ut till deltagare på daglig verksamhet. Bidraget är olika från kommun till kommun, och i vissa kommuner saknas det helt och deltagarna jobbar alltså utan att få något betalt. Materialet publiceras med interaktiv karta och med uppgifter för varje kommun.
- Bristande försäkringsskydd för daglig verksamhet.
- Vad forskningen säger om chansen till arbete för dem som gått särskolegymnasium och om Uppsala kommun där allt fler har kunnat gå från daglig verksamhet till ett vanligt jobb.

Även när det gäller allmänna nyheter har *Klartext* gjort målgruppsanpassade inslag. Bland annat produceras en miniserie om att amerikaner med intellektuell funktionsnedsättning ibland förlorar sin rösträtt. I programmen kartlades det juridiska läget delstat för delstat, och amerikaner och svenskar intervjuades om rösträtten. I samband med valet i USA gjorde *Klartext* en serie om var presidentkandidaterna stod i frågor som rör funktionshinder.

Under hashtagarna *#jobbgratis* och *#riktigtjobb* har *Klartext* samlat underlag om arbetsmarknaden för personer med kognitiva funktionsnedsättningar.

Filt AB har producerat programserien *Funk i P1* om och med människor med funktionsvariationer. Ämnen som tillgängligheten i den lokala matbutiken och vägarna in på arbetsmarknaden har undersökts. Serien har i sin helhet transkriberats till text som finns på webben tillsammans med ljudfiler.

Sveriges Radio har 2016 genomfört flera granskningar som berört personer med funktionsnedsättningar. *Kaliber* i P1 sände *Mirakelmetoden* i två FM-program och fyra poddelar om faciliterad kommunikation – en kommunikationsmetod för personer med funktionsvarianter. *Kaliber* kunde visa hur denna ovetenskapliga metod öppet används på gruppboenden och även i hemlighet inom skolan trots att det är förbjudet.

Podden *Ekot granskar* handlade om Oscar som får kraftiga ångestattacker i skolan och då hålls fast av skolpersonalen. I podden beskrevs att många av de fall av fasthållningar i skolan som granskats rör barn med behov av särskilt stöd.

Paralympics 2016 uppmärksammades på olika sätt inom Sveriges Radio. Ett exempel var *Parapodden* som publicerades i FM och som podd. I drygt tjugo avsnitt följdes svenska paralympier fram mot OS. Inslagen sändes i Radiosporten och i flera lokala kanaler där det fanns lokal anknytning. I Rio följde Radiosporten tävlingarna från invigning till avslutning.

Radiosportens pris *Årets Stjärnskott* tilldelas den idrottare eller lag som under året tagit ett stort steg framåt i sitt idrottande och visat en positiv attityd och vilja att förbättra sig. Priset gick till cyklisten Anders Bäckman.

I *Ligga med P3* berättade Linus om hur det är att ha sex när man har en synnedsättning.

I en *P4 Dokumentär* medverkade Marita vars sjukdom gradvis försämrar hennes syn, hörsel och rörlighet, men som tack vare sin starka vilja och möjlighet att genom ridning låna hästens ben kan uppleva en frihetskänsla och göra det hon vill.

*P4 Extra* har återkommande uppmärksammat frågor kring funktionsvariation, till exempel mode för rullstolsburna eller hur det är att rida och hänga i stallet när man är rullstolsburen. *Kulturnytt* i *P4* bevakade tävlingen Funkismellon och utställningen Ikoner på Fotografiska i Stockholm där modeller med Downs syndrom gestaltar olika ikoner och arketyper de annars sällan får ta. *Karlavagen* i *P4* har vid flera tillfällen haft psykisk ohälsa som tema.

Programkonceptet för *Kvällspasset* i *P4* är ett nyfiket och underhållande aktualitetsprogram med lyssnaren i fokus. På temat *Jag lyckades ...* ringde blinda Anita in och berättade att hon nyss hade skruvat ihop ett Ikeabord.

De lokala *P4*-kanalerna har sänt lokala nyheter och programinslag om, för och med personer med funktionsnedsättning. Här är några exempel:

- *P4 Skaraborg* om synskadade som känner sig otrygga i trafikmiljöer
- *P5 STHLM* om framkomligheten på kaféer och restauranger
- *P4 Sörmland* om arbetets betydelse och vägen in på arbetsmarknaden för personer med funktionsvariation
- *P4 Kristianstad* om hur kommuner glömmer bort att planera sportlovsaktiviteter för barn med funktionsnedsättningar.

### 7.5.2 Barn och unga med funktionsnedsättning

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

Vilkas röster som hörs och vems berättelse som berättas är viktigt. Drama för unga, med målgruppen 9–12 år, anlitar professionella rollsättare för att ta fram ett underlag för rollbesättning med inriktning på mångfald.

2016 har Barnradion sänt en specialskrivna serie om *Flugan Flipperton* särskilt anpassad för barn med kognitiva funktionsvariationer. Dessa musikaliska äventyr om en fluga passar även de allra yngsta barnen.

*Nyheter i Barnradion* i *P4* lyfter regelbundet upp situationen för barn med olika behov, till exempel i porträttet av Emilia som är 12 år gammal och har adhd och autism.

*Psyket* i *P3* fokuserar på psykisk ohälsa bland unga. Programledaren möter unga personer som själva har erfarenheter av psykisk ohälsa. Ämnen som självmord, spelberoende och tvångstankar har fått plats i programmet.

*P3 Nyheter förklarar* har utvecklats och under 2016 även gjort särskilda program för en ung målgrupp med kognitiva funktionsnedsättningar. Här förklaras ett aktuellt nyhetsskeende på ett lättförståeligt sätt från början till slut och med stödjande grafik på webben. Formatet ramas in av en person ur målgruppen. Programmen har sänts i FM samt publicerats på digitala och sociala plattformar. Tillsammans med målgruppen kommer formatet att utvecklas vidare under 2017.

För att verkligen nå målgruppen unga, 13–19 år, måste utbudet distribueras på andra plattformar än marksänd radio. Det är på internet denna målgrupp finns. Det passar också särskilt unga med kognitiva funktionsnedsättningar eftersom det för denna grupp är lättare att ta till sig ett innehåll om det stöds grafiskt.

Även för barn med kognitiva funktionsnedsättningar kan det extramaterial och de tilläggstjänster som finns på webben öka möjligheten att tillgodogöra sig innehållet.

### 7.5.3 Hörbarhet

Sveriges Radio har som målsättning att utbudet ska vara tillgängligt för hela publiken. Även personer med hörselnedsättning ska kunna ta del av programmen. Ljudet ska vara av hög teknisk kvalitet och vid mixning av olika ljudkällor ska dessa avvägas mot varandra för bästa möjliga hörbarhet. När talet är bärande i sändningarna ska detta prioriteras i ljudbilden. Ljudeffekter och bakgrundsljud ska förstärka information och känsla men inte störa uppfattbarheten hos det talade innehållet.

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

Programproduktionen baseras på de riktlinjer för ljudet som är en del av programbeställningarna. Dessa riktlinjer används när hörbarhetsambassadörer och ljudtekniker återkopplar de enskilda programmen. Effekten av återkopplingsarbetet är att fokus på hörbarhetsfrågorna bibehålls samt att hörbarhet blir en naturlig del av det dagliga produktionsarbetet.

Programläggningen har 2016 haft ökat fokus på återkoppling av ljudkvaliteten på de förinspelade program som lagts in för automatisk utsändning. Programläggarna har också säkerställt att de förinspelade produktionerna lagts in med en jämn ljudnivå mellan de olika programmen.

2016 har HF-tekniken för sändning och rapportering från platser och händelser avvecklats och ersatts av OB-väskor, minilänkar och ljudappar. Dessa tekniska lösningar har gjort det möjligt att sända med en högre ljudkvalitet än tidigare, vilket inneburit att hörbarheten förbättrats.

Sveriges Radio har tagit fram nya inställningar för ljudprocessen i P4. Detta har resulterat i ett ljudmässigt jämnare utbud med högre teknisk kvalitet och ökad hörbarhet.

Under 2016 har SR också arbetat vidare med kvaliteten i de digitala sändningarna. Spelaren på *sverigesradio.se* och i *SR Play* har utvecklats så att det nu är möjligt att pausa och backa i direktsändningar, vilket gett publiken ökade möjligheter att ta del av utbudet.

## 7.5.4 Ökad tillgänglighet med publika digitala tjänster

### *sverigesradio.se*

Sveriges Radio har 2016 fokuserat på att testa de förändringar som gjorts i spelarna på *sverigesradio.se* och *Sveriges Radio Play*. Då förändringar på ett ställe kan ha stor påverkan på hela tjänsten säkras på detta sätt att hela erbjudandet motsvarar SR:s krav på tillgänglighet.

I arbetet med att kontinuerligt utveckla Sveriges Radios tjänster ingår att se till att lösningar är tillgängliga och har god användbarhet. Utifrån synpunkter från dialog med användare och Funka Nu AB arbetar SR löpande med att förbättra *sverigesradio.se*.

Vid en utbildning för cirka 120 medarbetare i ämnet *Öka lyssningen digitalt – maximera din publicering* talade en representant från Funka Nu på temat fem sanningar om dina användare. Kontentan var att det inte finns några normala användare, alla är olika.

Sveriges Radio har under flera år arbetat tillsammans med Funka Nu för certifiering, vilket innebär en kvalitetsstämpel för tillgänglighet avseende teknik, pedagogik och innehåll. SR har certifierats för delarna teknik och pedagogik. Vad avser innehållet är kraven på oberoende mycket viktigt för SR. Efter att ha utvärderat vad en certifiering av innehåll innebär har SR därför beslutat att inte arbeta för en total certifiering. Sveriges Radio kan inte lova ett innehåll utifrån riktlinjer från en extern part.

Under slutet av 2016 påbörjades ett arbete med att utforska vad möjligheten att styra och söka innehåll med rösten kan innebära för innehållet.

### *Sveriges Radio Play*

Utvecklingsarbete och test av tidigare beslutade förändringar har fortsatt under 2016. Här ingår rekommendationer från Funka Nu AB. Det pågår också ett innovationsarbete kring sökbarhet och ökad funktionalitet genom personalisering efter enskilda användares behov.

## Sociala medier

Konsekvensanalyser av nya sätt att kommunicera på sociala medier ger kunskap om hur Sveriges Radio kan arbeta med bättre tillgänglighet på externa plattformar. På Twitter gör användare bilder av text för att få in mer text i sina postningar. Med en ny metod kan de textinlägg som görs fungera i skärmuppläsare även om texten är i bild. För att nå ut med förändringarna utbildas och informeras medarbetare om hur de ska göra så att texten kan läsas av alla.

## Barnwebben

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

Barnutbudet presenteras i två appar: *Radioapans banankalas* och *Radioapans kojträd*. Båda finns för Android och iOS. Apparna är gjorda för den yngsta målgruppen och ska vara lätta och roliga att använda, även för den som tycker att webben är svår att förstå och navigera i.



Vid framtagandet av ny färg och grafik till Barnradions guidevarumärke har stor vikt lagts vid rekommenderade användbarhetskriterier för webben från Funka Nu. Färgen har bland annat valts utifrån att den möter dessa kriterier gällande kontrast, läsbarhet mot olika bakgrundsfärger etc.

### 7.5.5 Dialog

Sveriges Radio arbetar på olika sätt med att möta och samtala med publiken med särskilda behov. Mötena ökar kunskapen om hur program ska utformas så att en större del av publiken kan ta till sig innehållet. Syftet är att relevansen ska öka för exempelvis grupper med funktionsvariationer.

SR har sedan lång tid och på olika nivåer i företaget kontakter med handikapporganisationer. Frågor som berör lyssnare med funktionsvariationer tas upp och blir belysta i olika delar av utbudet, och diskussion förs kring hur olika tillgänglighetsbehov kan tillgodoses på olika plattformar. Redaktioner har exempelvis mött företrädare för Synskadades Riksförbund (*P3 Nyheter*), Radio Syn (*Kvällspasset i P4*) och Svenska Parasportförbundet (Radiosporten). Dessa möten har lett till att redaktionerna lärt sig mer samt säkerställt att rapporteringen blir korrekt.

Kanaler och redaktioner använder de publiknätverk som finns i olika delar av landet för att föra dialog med personer från många olika lyssnargrupper. P4 Kristianstad har genom nätverket lärt sig mer om tillgänglighet och trafiksäkerhet ur ett annat perspektiv, vilket resulterade i rapportering och inslag. P3 Din Gata i Malmö har haft projektet *#iminalurar* där kontakter har knutits med personer med funktionsvariationer. Radiosporten har haft täta kontakter med Svenska Parasportförbundet och Sveriges Paralympiska Kommitté, vilket inte bara resulterade i ökad bevakning av paraidrott utan också gav inspel kring hur sportbevakningen kan breddas.

Den årliga PS Funkdagen (tidigare Tillgänglighetsdagen) är ett samarbete mellan public service-bolagen och handikappförbunden och kommer att genomföras i början av januari 2017. De tre public service-bolagen hade en gemensam workshopdag tillsammans med handikappförbunden och Lika Unika<sup>39</sup> i november 2016 då man bjöd in unga personer i målgruppen. Resultatet av workshopen ligger till grund för delar av programmet vid den kommande PS Funkdagen.

---

<sup>39</sup> Lika Unika är en samarbetsorganisation för organisationer som företräder personer i Sverige med funktionsnedsättningar.

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

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

Att erbjuda ett relevant utbud för de prioriterade nationella minoriteterna är ett av Sveriges Radios viktigaste uppdrag, men det blir meningsfullt endast om utbudet når målgrupperna. Därför har SR inom ramen för den publicistiska utvecklingen under tillståndsperioden formulerat ett särskilt uppdrag: Nå minoritetspubliken bättre. Fortsatt prioriteras insatser för att det relativt höga antal timmar som sänds 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 under perioden på delvis olika saker för de prioriterade nationella minoritetsspråken:

- Samiska. Det samiska utbudet sänds dygnet runt om SR Sápmis webbkanal räknas in. Ett arbete har inletts för att identifiera målgruppens behov så att innehållet kan göras mer relevant och Sameradion kan nå fler lyssnare på samtliga plattformar.
- Finska. Här finns redan ett mycket stort utbud räknat i antal timmar per år. Viktigast under 2016 har varit att publiken ska hitta delvis nya program på nya sändningstider oberoende av lyssningsplattform. Ambitionen är även att stärka relationen till det finska språket hos sverigefinnar med svaga kunskaper i finska.
- Meänkieli. Sedan början av 2016 hörs Meänraatio i FM även lokalt över Stockholm där det näst efter Norrbotten bor flest meänkielitalande. Barnprogrammet *Meän Kläpit* har också fått en egen plats på webben där det är lättare att hitta.

- Romani chib. Under tillståndspanoroden kommer utbudet främst för unga romer att profileras och utökas. Med tanke på yngres medievanor testades innehållet först som poddradio under 2016 men mot slutet av året även i FM. Tanken är att den romska podden för unga ska höras oftare i FM från och med 2017.

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 nyanländ publik.

Nyanlända lyssnare i dessa språkgrupper har vanligen inte en relation till svensk FM-radio. De använder ofta mobiltelefonen för att söka olika typer av 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 under 2016 ökat samarbetet med andra SR-redaktioner. Ambitionen är att även majoritetsbefolkningen ska få bättre kunskap och insikt om minoriteternas levnadsvillkor och perspektiv. Inom ramen för P2:s livesändningar med folk- och världsmusik har musik från de nationella minoriteterna sänts vid flera tillfällen.

### **Hänsyn till de språkliga behoven hos barn och unga**

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

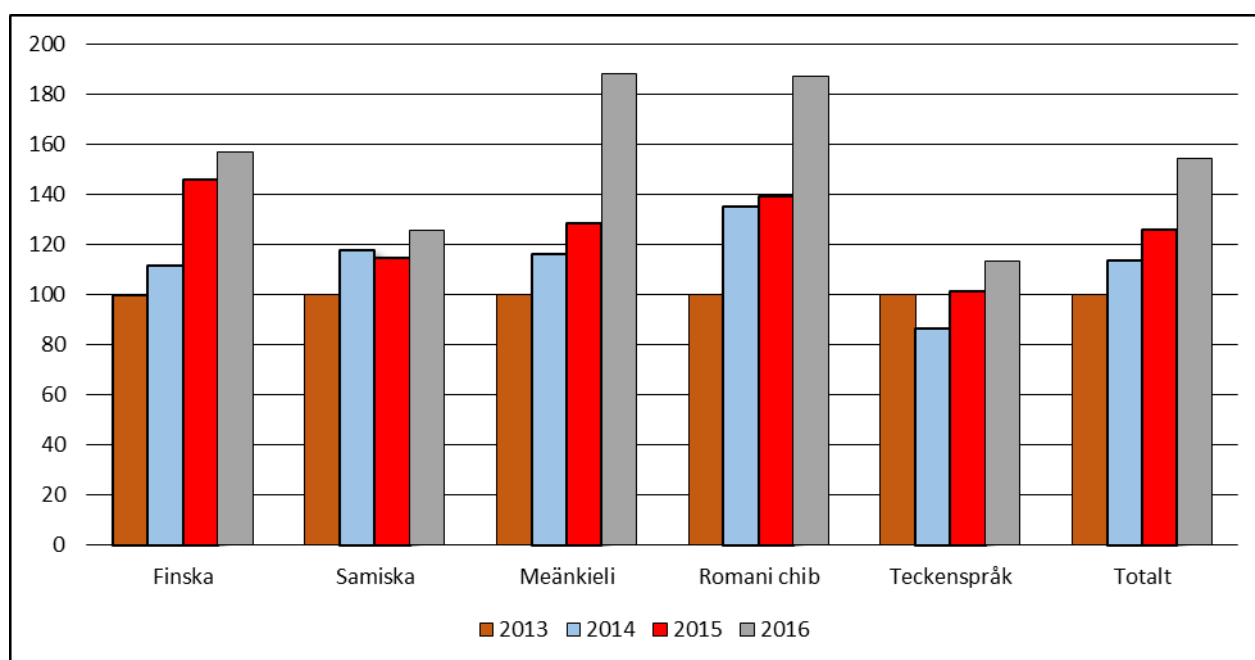
## 7.6.2 Betydande ökning

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 visas underlag för diagrammet nedan.

**Diagram 7. Utveckling av minoritetsspråk sammantaget för public service-bolagen**



År 2016 var index för språken totalt 154 jämfört med 2013 då motsvarande indexvärde var 100.

Programbolagen har definierat *betydande ökning* som att indexvärdet för språken totalt och bolagen sammantaget vid tillståndperiodens 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			
Barn upp till 12 år	17	17	17			
Ungdomar 13–19 år	52	52	52			
<b>Summa samiska</b>	<b>1 393</b>	<b>1 390</b>	<b>1 391</b>			
<b>Finska</b>						
Vuxna	6 692	6 761	6 858			
Barn upp till 12 år	148	147	139			
Ungdomar 13–19 år	479	481	482			
<b>Summa finska</b>	<b>7 319</b>	<b>7 390</b>	<b>7 479</b>			
<b>Meänkieli</b>						
Vuxna	569	545	716			
Barn upp till 12 år	52	53	61			
Ungdomar 13–19 år	182	233	270			
<b>Summa meänkieli</b>	<b>803</b>	<b>830</b>	<b>1 047</b>			
<b>Romani chib</b>						
Vuxna	345	345	344			
Barn upp till 12 år	8	11	11			
Ungdomar 13–19 år	39	39	45			
<b>Summa romani chib</b>	<b>391</b>	<b>395</b>	<b>400</b>			
<b>Totalt</b>	<b>9 907</b>	<b>10 005</b>	<b>10 318</b>			

### 7.6.3 Samiska

Sameradion sänder inom alla programkategorier och för alla åldersgrupper. Redaktionen granskar och bevakar det samiska samhället och följer utvecklingen inom andra urfolkssamhällen i världen. Huvudredaktionen ligger i Kiruna och medarbetare finns i Stockholm, Umeå, Arvidsjaur, Östersund, Luleå och sedan slutet av 2016 även i Örebro.

2016 sände Sameradion i FM och i en webbkanal som också finns i mobilen. För att öka mångfalden i utbudet har de samiska radioredaktionerna i Norge, Finland och Sverige startat ett gemensamt direktsänt morgonprogram. I Sverige sänds programmets första timme i P2 över norra Sverige, i P6 över Stockholm och i webbkanal. Andra timmen sänds i webbkanal.

Under 2016 sände Sameradion en sydsamisk talkshow en timme per vecka. Programledarna utsågs till vinnare av samiska språkens största pris, som instiftats av ministrarna för samefrågor samt sametingspresidenterna i Norge, Sverige och Finland. Priset, som är på 15 000 €, delas ut vartannat år. Syftet med språkpriset är att främja, utveckla och bevara de samiska språken i Norge, Sverige, Finland och Ryssland.

Sveriges Radios eget språkpris delas ut till medarbetare för att stimulera intresset för språkbehandling i radio. 2016 vann Karen Eira från Sameradion i kategorin annat språk än svenska.

2016 har Sveriges Radios och Sveriges Televisions samiska redaktioner fortsatt att utveckla sitt samarbete. Redaktionerna har nu gemensam chef och gemensam planeringsledare för innehållsproduktion för alla plattformar. Sameradion och SVT Sápmi deltar även i nyhetssamarbete med YLE:s och NRK:s samiska verksamheter.

Sameradion sände i samarbete med SVT Sápmi direkt på webben från Sametingets tre plenarmöten och från firandet av den samiska nationaldagen.

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

Sameradion sänder barnradio varje vecka, till exempel en ny säsong av den populära serien om Råven Robert. Utbudet på samiska för barn finns nu på ett tydligare sätt tillgängligt för lyssning i efterhand med en egen programsida för *Manaidradio* (barnradio).

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

**Tabell 22. Samiska – marksänd tid fördelad på målgrupp och sändningstyp, timmar**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Vuxna</b>						
Förstasändning	676	673	674			
Parallelsändning	518	548	648			
Repris	131	101	0			
<b>Summa vuxna</b>	<b>1 324</b>	<b>1 321</b>	<b>1 322</b>			
<b>Barn upp till 12 år</b>						
Förstasändning	9	9	9			
Parallelsändning	9	9	9			
Repris	0	0	0			
<b>Summa barn upp till 12 år</b>	<b>17</b>	<b>17</b>	<b>17</b>			
<b>Ungdomar 13–19 år</b>						
Förstasändning	26	26	26			
Parallelsändning	26	26	26			
Repris	0	0	0			
<b>Summa ungdomar 13–19 år</b>	<b>52</b>	<b>52</b>	<b>52</b>			
<b>Totalt samiska</b>	<b>1 393</b>	<b>1 390</b>	<b>1 392</b>			

#### 7.6.4 Finska

2016 var första året med den förnyade tablån efter att Sisuradio inom ramen för SRPU bedrivit ett omfattande förändringsarbete under 2015. Responsen från publiken har varit positiv.

*Iltapäiväs* underhållande och aktuella innehåll har tagits väl emot av publiken. Så är också fallet med *Levyseppä* som har lockat äldre och yngre lyssnare med den egna mixen av bortglömda gamla musikpärlor och nyare material. Trots det traditionella programformatet har *Levyseppä* även blivit en digital succé och ett av Sisuradios absolut mest lyssnade på i efterhand.

Språkprogrammet *Kielipuoli* som startade i oktober 2015 har blivit populärt bland den språkintresserade publiken. I programmet svaras på lyssnares språkfrågor i samarbete med sverigefinska språkrådet. Inom ramen för programmet har sjätteklassare i Eskilstunas sverigefinska skola börjat skicka språkbrev till *Kielipuoli*.

Att lyfta fram mångfalden bland sverigefinnarna har varit en viktig målsättning för Sisuradio 2016. I kulturprogrammet *Koukku* har två finskromska kulturpersonligheter för första gången i SR:s historia agerat samtals- och programledare. Under sommaren sändes serien *Mamut* (blattarna) där två sverigefinska unga vuxna mötte människor med invandrabakgrund i Finland.

För den unga vuxna publiken har *Popula* på en ny, längre analog sändningstid i P4 fortsatt att bjuda på ”galen radio på finska och svenska”. Tonårsprogrammet *Tähti* har varit en plattform för sverigefinska ungdomars tankar om livet och aktuella händelser. De ungas röster från *Tähti* hörs även regelbundet i morgonprogrammet *Huomenta Ruotsi*.

*Roketti*, Sisuradios program för barn, erbjuder sagor, tävlingar och musik på finska. Reportrarna besöker regelbundet finskspråkiga förskolor och hämtar material till programmen. Tanken är att de sverigefinska barnens röster i programmet ska påminna barnen om att det finns andra barn som delar erfarenheten av att ha två språk – att man inte är ensam.

I P4 har den av Sisuradio producerade tvåspråkiga *Karlavagnen* bidragit till att bredda kanalens perspektiv på måndagarna. Måndagens lyssning skiljer sig inte från övriga kvällars lyssarsiffror. Att det nationella minoritetsspråket finska hörs i *Karlavagnen* är på ett symboliskt plan viktigt och kan på sikt bidra till större acceptans och ha en normaliserande effekt på språket.

Detsamma kan sägas om tvåspråkiga *Nyheter från Sisuradio* i P4. Med sina cirka 400 000 lyssnare når nyhetssändningen lika många svenskar som de tidigare regionala sändningarna gjorde. *Nyheter från Sisuradio* intresserar både finstalande och majoritetspubliken.

Satsningen *#MinSpråk* resulterade i nyheter, bland annat om antalet erbjudna minuter för modersmålsundervisning i svenska kommuner. *#MinSpråk* fick bra medialt genomslag inom Sveriges Radio, men även externt där flera lokala tidningar skrev ledare om ämnet. Inom ramen för *#MinSpråk* samarbetade Sisuradio med Ekoredaktionen, Digitala insatsstyrkan, Radio Romano, Sameradion och ett dussin lokala P4-kanaler.

Sisuradio strävar efter att förutom nyheter även erbjuda den sverigefinska publiken underhållning och kulturförstärkande innehåll. Den 23 april var det final i *Musalista*, en tävling för nyskriven sverigefinsk musik. *Musalista* skapar en plattform för sverigefinska låtskrivare och gav sex sverigefinska artister möjligheten att framträda inför publik.

Höstens höjdpunkt var samarbetssatsningen *Sverigefinnar 2016* som Sisuradio producerade i samarbete med SVT:s finska redaktion, Finlandsinstitutet och tidningen Ruotsin Suomalainen. Det var sjätte gången *Årets Sverigefinnar* utnämndes i direktsändning (P4 och Sisuradio) och inför publik. Anna Järvinen blev *Årets Sverigefinne*, Miriam Bryant utnämndes till *Årets unga Sverigefinne* och Ritva Karlsson röstades fram av publiken till *Årets vardagshjälte*. I publiken fanns sverigefinnar i flera generationer från hela landet.

**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			
Parallelsändning	1 371	1 475	1 826			
Repris	624	915	1 451			
<b>Summa vuxna</b>	<b>6 692</b>	<b>6 761</b>	<b>6 858</b>			
<b>Barn upp till 12 år</b>						
Förstasändning	35	69	35			
Parallelsändning	70	69	70			
Repris	44	9	35			
<b>Summa barn upp till 12 år</b>	<b>148</b>	<b>147</b>	<b>139</b>			
<b>Ungdomar 13–19 år</b>						
Förstasändning	233	234	228			
Parallelsändning	18	15	0			
Repris	229	232	254			
<b>Summa ungdomar 13–19 år</b>	<b>479</b>	<b>481</b>	<b>482</b>			
<b>Totalt finska</b>	<b>7 319</b>	<b>7 390</b>	<b>7 479</b>			

### 7.6.5 Meänkieli

Sveriges Radios redaktion för meänkieli finns i Pajala och Luleå. Fokus är att spegla språk, kultur och identitet för publiken i Tornedalen och Norrbotten och via internet för tornedalingar i andra delar av Sverige och världen. Meänraatio sänds i FM-kanalerna P4 Norrbotten, P2 och P6 samt i DAB-kanalen P7 Sisuradio.

Meänraatio är en vardagsnära radio som har en levande dialog med lyssnarna. 2016 har arbetet med interaktivitet och samverkan med publiken i sociala medier förstärkts. Det samarbete som under många år utvecklats med YLE och NRK om och från livet i Barentsregionen fortsätter.

Den nya tekniken för direktsändning utanför studion, som redaktionen fick tillgång till våren 2016, har lett till en avsevärd ökning av antalet utesändningar – från några få per år till flera gånger i veckan för delar av eller hela program.

*Gränslöst* en gång i veckan riktar sig med ämnesval och tilltal mot en yngre publik och har som mål att unga som förstår språket ska lära sig mer och våga använda det. Meänkieli är huvudspråk, men det förekommer inslag av svenska.

Varje månad direktsänds ett språkfrågeprogram där lyssnarna kan diskutera meänkieli med programledaren och språkexperter.

För att göra utbudet mer tillgängligt för dem som inte behärskar meänkieli, översätts texterna på webben till svenska.

För barn sänds varje vecka ett tiominutersprogram med sagor, berättelser, frågeprogram och historiska återblickar. Programmen samlas nu på webben under rubriken *Meän Kläpit* (barnradio) för lyssning i efterhand. Inom ramen för satsningen *Magiska skrinet* har 2016 en serie nyskrivna sagor på meänkieli beställts. Sagorna sänds även på övriga nationella minoritetsspråk.



Det kontinuerliga arbetet med programutveckling har målet att Meänraatio ska vara en nationell kanal som är tillgänglig och relevant för tornedalingar oavsett var de bor. Redaktionens specialistkompetens på språk och kultur ska också komma andra redaktioner inom Sveriges Radio till godo.

Syftet med det pågående SRPU-uppdraget är främst att undersöka hur utbudet kan nå minoritetspubliken bättre, hur redaktionen kan vara agendasättande och agera professionellt på alla plattformar med ett större digitalt utbud men också hur redaktionen kan bidra till att majoritetspubliken får djupare kunskap om Sveriges minoriteter.

**Tabell 24. Meänkieli – marksänd tid fördelad på målgrupp och sändningstyp, timmar**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Vuxna</b>						
Förstasändning	268	259	245			
Parallelsändning	274	248	396			
Repris	27	37	75			
<b>Summa vuxna</b>	<b>569</b>	<b>545</b>	<b>716</b>			
<b>Barn upp till 12 år</b>						
Förstasändning	8	26	17			
Parallelsändning	26	26	35			
Repris	17	0	9			
<b>Summa barn upp till 12 år</b>	<b>52</b>	<b>53</b>	<b>61</b>			
<b>Ungdomar 13–19 år</b>						
Förstasändning	64	89	89			
Parallelsändning	66	92	132			
Repris	52	52	49			
<b>Summa ungdomar 13–19 år</b>	<b>182</b>	<b>233</b>	<b>270</b>			
<b>Totalt meänkieli</b>	<b>803</b>	<b>830</b>	<b>1 047</b>			

Ökningen för meänkieli avser parallelsändningar över Stockholm av utbud som tidigare enbart har sänkts över Norrbotten.

### 7.6.6 Romani chib

Radio Romano har under 2016 gjort ett förändringsarbete för att stärka sin ställning som det viktigaste mediet för den romska publiken i Sverige. Det handlar om att lyfta det romska språket, identiteten och kulturen men också om en angelägen journalistik och bevakning av de nyheter och andra frågor som publiken efterfrågar.

Radio Romano och Sisuradio ingår numera i samma område, vilket förbättrar möjligheterna att göra angelägen journalistisk om nationella minoritetsfrågor.

Radio Romano sänder i P2 och P6, men programutbudet finns också på webben och uppdateras löpande under dagen. Viktigt för att nå publiken är även spridningen på sociala medier.

Den romska redaktionen har 2016 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, utbildnings- och omsorgsfrågor. Utöver detta finns även en kulturbevakning inklusive bevakning av romsk musik, exempelvis genom direktrapporter från kulturfestivaler i Malmö, Göteborg, Stockholm och Prag i Tjeckien.

Romernas internationella dag den 8 april uppmärksammades genom direktrapportering från fyra orter i Sverige samt från många fler platser via sociala medier.

För att informera om nya Radio Romano genomförde redaktionen en turné till Helsingborg och Malmö, där det finns en relativt stor romsk befolkning. Redaktionen direktsände och publiken inbjöds att komma med önskemål och förslag. Före och efter programmet var medarbetare tillgängliga för att synliggöra den redaktionella verksamheten och diskutera med publiken. Turnén kompletterades med event på Facebook.

I samarbete med Barnradion och inom ramen för *Magiska skrinet* producerades fyra nya special-skrivna sagor för den yngsta publiken. I år har Radio Romano också särskilda satsningar i jul- och nyårstablån i form av sagor för den yngsta publiken, tio avsnitt av *Askungen från Rinkeby* och fyra avsnitt av *Ponny Pytte*.

Podden *Terni Generatcia*, riktad till en ung romsk publik startade hösten 2016 och hördes från slutet av året även i FM. *Terni Generatcia* är en talkshow där fokus ligger på att på ett lättamt och underhållande sätt prata om ämnen som en ung romsk publik kan roas av. Programmet produceras av ett produktionsbolag i Malmö.

En av Radio Romano-redaktionens medarbetare är också placerad i Malmö eftersom den största gruppen romer bor i Malmö med omnejd.

**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			
Parallelsändning	115	115	115			
Repris	115	115	115			
<b>Summa vuxna</b>	<b>345</b>	<b>345</b>	<b>345</b>			
<b>Barn upp till 12 år</b>						
Förstasändning	2,6	6,1	6,2			
Parallelsändning	2,6	2,6	2,7			
Repris	2,6	2,6	2,7			
<b>Summa barn upp till 12 år</b>	<b>7,8</b>	<b>11,3</b>	<b>11,5</b>			
<b>Ungdomar 13–19 år</b>						
Förstasändning	13	13	18			
Parallelsändning	13	13	13			
Repris	13	13	13			
<b>Summa ungdomar 13–19 år</b>	<b>39</b>	<b>39</b>	<b>45</b>			
<b>Totalt romani chib</b>	<b>392</b>	<b>395</b>	<b>400</b>			

Ökningen av antalet timmar på romani chib avser ett nytt program för unga romer. Det har under 2016 funnits som podd, men från december sänds det även i FM. Det kommer att fortsätta sändas i FM under 2017, och då öka sändningstiden ytterligare för denna målgrupp.

### 7.6.7 Jiddisch

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

P1 sände 2016 korta program på jiddisch som uppmärksammade hur språket lever i Sverige i dag. Även denna serie kommer att finnas för nedladdning.

**Tabell 26. Jiddisch – marksänd tid fördelad på målgrupp och sändningstyp, timmar**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Förstasändning	1	1	1			
Parallelsändning	0	0	0			
Repris	0	1	1			
<b>Summa jiddisch</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>2</b>			

### 7.6.8 Utbud på andra minoritetsspråk

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 nyanländ publik. Engelska redaktionen sammanfattar veckans viktigaste svenska nyheter i en podd som även sänds i FM. På arabiska sänds varje vecka en talkshow i FM.

Hösten 2015 flyttades fokus från FM till internet och sociala medier för att på ett bättre sätt nå publiken. Det målet har uppnåtts genom ett mycket medvetet arbete med stark redaktionell närvaro och levande daglig dialog med publiken samt nya sätt att jobba med paketering av nyheterna, till exempel som filmer. Lyssnarna är mycket engagerade och ger daglig feedback. Genom språkredaktionernas arbete i sociala medier har lyssnargrupperna växt fort. Förutom att journalistiken hittar sin publik så får redaktionerna tips från publiken om viktiga ämnen.

Radio Sweden har under 2016 tagit flera steg för att nå en bredare publik samt förstärka journalistiken på minoritetsspråken.

I februari startades den dagliga podden *Radio Sweden på lätt svenska*. Det är en kort nyhets-sammanfattning som vänder sig till nyanlända och de som läser SFI (svenska för invandrare). Programmet visade sig vara efterlängtad hos målgruppen och hittade mycket snabbt sin publik. Det är tydligt att programmet fyller en viktig roll – förutom att lyssnarna lär sig om Sverige ger det dem också en möjlighet att via sociala medier få kommunicera på svenska. Den dagliga publikkontakten är en mycket viktig del i redaktionens arbete.

1 april blev Radio Sweden en del av Ekoredaktionen. En stor förändring som redan gett mycket goda resultat. De båda redaktionernas perspektiv, kunskaper och erfarenheter berikar varandra till gagn för publiken. *Ekots* publik får nya perspektiv och nya vinklar genom att Radio Swedens reportrar på olika sätt bidrar med inslag och medverkan. Ett av många exempel på hur *Ekots* sändningar berikats var under kuppförsöket i Turkiet. Då deltog en turkisktalande medarbetare från Radio Sweden med kompetens i det aktuella ämnet i extrasändningen under natten.

Samtidigt får Radio Swedens publik en snabbare, vassare och bättre journalistik. Samman-  
slagningen med Ekoredaktionen har inneburit att Radio Sweden i mycket högre grad än tidigare  
fått fram egna nyheter och att dessa fått större spridning. Ett exempel är granskningen av  
Turkiska Riksförbundet som citerades av femtio andra medier morgonen den publicerades och  
som senare ledde till att förbundet uteslöts ur ABF. En annan nyhet som fick stor spridning, var  
att många briter boende i Sverige efter Brexit ansökte om svenskt medborgarskap. Nyheten  
citerades i flera svenska tidningar men också i medier i övriga Norden, Polen och Spanien.

Under hösten har Radio Sweden rekryterat en arabisk reporter i Malmö och en i Göteborg för att  
vara mer relevant för publiken och få ett bättre riksperspektiv.

Många reportrar på Radio Sweden har samarbetat med andra inom Sveriges Radio. Några  
exempel:

- Avslöjande om en svartmäklare i Blekinge som säljer lägenheter till nyanlända.
- Situationen i Sverige och Marocko för de marockanska gatubarnen. Detta resulterade även i  
att *Konflikt* i P1 sände ett avsnitt om de marockanska gatubarnens historia.
- Drunkningstragedin på Medelhavet skildrades på somaliska i unika intervjuer med anhöriga  
och överlevande.
- Efter terrorattentatet i Bryssel gjorde en arabisk reporter och rikskorrespondenten i Malmö en  
reportageserie om radikaliserings i Rosengård.

Under hösten gjorde Radio Sweden en reportageserie om ensamkommandes vardag i Sverige.  
Reportrar från alla språkgrupper träffade ensamkommande i hela Sverige för att låta dem själva  
berätta om sin verklighet.

Den arabiska *Talkshow bl arabi* sänds en gång i veckan i P2 och P6. Programmet riktar sig till en  
yngre arabisktalande publik som ett komplement till nyhetsutbudet på arabiska och ska på ett  
lättamt och underhållande sätt belysa nyanländas funderingar och möten med en svensk  
verklighet. Youtubestjärnan och humoristen Mahmoud Bitar ser tillsammans med program-  
ledaren Sverige ur nya vinklar och samtalar med inbjudna gäster.

**Tabell 27. Andra minoritetsspråk – marksänd tid fördelad på språk och sändningstyp, timmar**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Arabiska</b>						
Förstasändning	131	107	27			
Parallelsändning	131	113	53			
Repris	131	107	26			
<b>Summa arabiska</b>	<b>392</b>	<b>325</b>	<b>105</b>			
<b>Kurdiska</b>						
Förstasändning	131	101	0			
Parallelsändning	131	101	0			
Repris	131	101	0			
<b>Summa kurdiska</b>	<b>392</b>	<b>302</b>	<b>0</b>			
<b>Persiska</b>						
Förstasändning	79	60	0			
Parallelsändning	79	60	0			
Repris	79	60	0			
<b>Summa persiska</b>	<b>236</b>	<b>180</b>	<b>0</b>			
<b>Somaliska</b>						
Förstasändning	52	41	0			
Parallelsändning	52	41	0			
Repris	52	41	0			
<b>Summa somaliska</b>	<b>156</b>	<b>122</b>	<b>0</b>			
<b>Engelska</b>						
Förstasändning	131	107	26			
Parallelsändning	131	113	52			
Repris	131	107	26			
<b>Summa engelska</b>	<b>392</b>	<b>325</b>	<b>104</b>			
<b>Totalt</b>	<b>1 566</b>	<b>1 254</b>	<b>209</b>			

Minskningen av marksänd tid är en konsekvens av att stora delar av utbudet flyttats till internet där betydligt fler ur dessa målgrupper hittar utbudet.

I tabell 28 redovisas antal startade ljudklipp för lyssning via internet i november för varje år.

**Tabell 28. Startade ljudklipp**

	2014	2015	2016
Arabiska	2 174	15 407	7 600
Kurdiska	663	2 810	3 990
Persiska	2 844	35 869	37 873
Somaliska	6 629	65 117	48 975
Engelska	1 866	4 812	4 434
<b>Totalt</b>	<b>14 176</b>	<b>124 015</b>	<b>102 872</b>

Den kraftiga ökningen kom i november 2015 efter att flera av dessa minoritetsspråk hade flyttats från FM till webben och sociala medier. Eftersom den ökningen i stort sett bibehållits under 2016 bekräftas att det är där dessa målgrupper nås. Att den starka ökningen inte fortsatt beror sannolikt på att flyktingströmmen och rapporteringen kring den inte har varit lika intensiv som under 2015. Färre har haft samma akuta behov av information.

Utöver en stabiliserad lyssning på ljudklipp har det även skett en ökad tillströmning till Radio Sveriges konton på sociala medier och uppdateringarna där har en stor räckvidd i respektive språkgrupp.

## 7.7 Variation i produktionsformer

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

(Sveriges Radios sändningstillstånd, § 7)

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

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

Representanter från Sveriges Radio har under året träffat representanter för Frilans Riks. Bland annat har villkor vid uppdrag för SR diskuterats. Sveriges Radio arrangerade också en informationsträff för frilansare där bolagets digitala strategi presenterades och de kanalansvariga berättade om kommande innehåll i sina kanaler. SR har årliga möten med externa produktionsbolag.

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

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

**Tabell 29. Utomståendes medverkan i Sveriges Radios programutbud, mnkr**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Medverkande och programanställda</b>						
Medverkande	46,9	44,2	42,1			
Programanställda	92,5	102,0	110,2			
<b>Delsumma</b>	<b>139,4</b>	<b>146,1</b>	<b>152,4</b>			
<b>Andra slags produktionssamarbeten</b>						
Anlitade bolag	150,0	157,2	164,1			
Samproduktioner	2,9	2,7	2,5			
Förvärv av sändningsrätter	0,5	0,6	0,7			
<b>Delsumma</b>	<b>153,4</b>	<b>160,5</b>	<b>167,4</b>			
<b>Musikrättigheter</b>	<b>131,1</b>	<b>153,5</b>	<b>153,2</b>			
<b>Totalt utomståendes medverkan</b>	<b>423,9</b>	<b>460,2</b>	<b>472,9</b>			

Sveriges Radios kostnader för utomståendes medverkan uppgick 2016 till 472,9 mnkr, varav musikrättigheter 153,2 mnkr.

### Utomståendes medverkan i egen produktion

I programmen hörs många olika utomstående medverkande, till exempel experter, programledare och frilansare.

För att nå visionen att vara landets ledande kulturskapare behövs utomstående medverkan från kulturens område. Sveriges Radio Dramas produktioner bygger till stor del på utomstående dramatiker, regissörer och skådespelare.

Inom musiken baseras *Gästlistan i P2* på att inbjudna musiker, sångare och tonsättare spelar sin favoritmusik. Även *Bit för bit med Pia* i P2 vilar på extern medverkan av musiker och musikpersonligheter. Sommarens *Klassisk förmiddag* i P2 programleddes av sångerskan Boel Adler.

Kända jämtländska musiker kommenterar den nya musiken i P4 Jämtland. I P4 Sjuhärad spelar en musiker varje vecka en nykomponerad låt baserad på nyhetsflödet. I P4 Dalarna recenseras Dalateaterns och amatörteatergruppernas uppsättningar av utomstående kulturkännare.

Sisuradios kulturmagasin *Kulttuurikeskustelu Koukku* leds av tre utomstående som deltar i diskussionen med sverigefinska kulturarbetare, musiker, lärare, artister och grafiker.

I P3 finns utomstående programledare i exempelvis *Musikguiden i P3* och *P3 med Rikard Weijmer*. Nästan alla produktioner i P3 görs av externmedverkande, exempelvis *Relationsradion i P3* och *Ligga med P3*.

Experter och frilansjournalister är viktiga för stora delar av P1:s verksamhet. *Kaliber* och *Vetandets värld* anlitar frilansare med specialkunskaper, och de flesta *P1 Dokumentärerna* görs av externa programmakare. Författare och skådespelare medverkar i *Dagens dikt* och *Allvarligt talat*. De flesta programledarna för *Ring P1* är utomstående.

Välkända externa programledare i P4:s rikssända program är Anders Eldeman i *Melodikrysset* och Özz Nûjen i *Ring så spelar vi*.

Experter och kommentatorer förekommer flitigt i P1-program som *Naturmorgon*, *Språket* och *Odlas med P1*, men också i nyhets- och aktualitetsprogrammen *Studio Ett* och *Godmorgon, världen!* Samma sak gäller P3 och exempelvis experterna i *PP3*. I språkmagasinet *Kielipuoli* i Sisuradio medverkar språkvårdare.

### Utläggningar till och samarbeten med externa produktionsbolag

Sveriges Radio har 2016 samarbetat med produktionsbolag från olika delar av landet. Produktionsbolag anlitas för korta och långa serier men också inom olika ämnesområden. Syftet är att få en bredd i utbudet genom att människor från olika miljöer, olika delar av landet och i olika åldrar kommer till tals.

Vissa produktioner utgörs av enstaka eller några få program, men andra produktioner sänds regelbundet över längre tid. I P1 är exempelvis *Stil* och *Meny* programserier som sändes under hela året, medan *Bästa minnet* endast sändes under tolv sommarveckor.

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

- Tredje Statsmakten Media AB har producerat det mediegranskande *Medierna* i P1.
- Filt AB har producerat programserien *Funk i P1* om, med och för människor med funktionsvariationer.
- Malmöbaserade Lokatt Media HB har för tredje året producerat *Pyramiden* i P1, riktad till pensionärer och blivande pensionärer.
- Massa Media i Piteå AB har producerat musikprogrammen *Kalejdoskop* i P2.
- A-One Produktion AB har producerat det publika evenemangsprogrammet *P3 Älskar* från fyra olika orter: Luleå, Malmö, Skövde och Norrköping.
- *Svensktoppen nästa* är en P4-produktion som produceras av såväl Sveriges Radio som externa aktörer. Finalen av programmet ägde rum inför publik i Linköping och producerades av SMT Radio AB tillsammans med SR.
- För barn har Produktionsbolaget Munck AB producerat *1000 modiga frågor* och samproduktionen *Sommarlov i P4* som har kopplingar till SVT-produktionen *Sommarlov*.

Inköp av sändningsrätter från externa bolag är en produktionsform som inte är så utbredd i radiobranschen. *Allsång i Gränna hamn*, som producerades för P4, är ett sådant exempel där Sveriges Radio endast köpt ett par sändningsrätter av det producerande bolaget Teknik Kompaniet i Vetlanda AB. Bolaget har därmed rätt att sälja programmet vidare till andra köpare.



**Tabell 31. Antal arvoderade medverkande**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Antal	2 220	1 967	1 780			

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

**Tabell 32. Antal anlitade bolag för programproduktion**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Stockholm	977	1 038	1 071			
Berwaldhallen	209	177	282			
SR Blekinge	5	9	7			
SR Dalarna	18	7	33			
SR Gotland	16	29	14			
SR Gävleborg	19	13	9			
SR Göteborg	236	184	198			
SR Halland	21	13	26			
SR Jämtland	35	16	18			
SR Jönköping	18	24	43			
SR Kalmar	16	14	17			
SR Kristianstad	30	25	54			
SR Kronoberg	38	34	108			
SR Malmöhus	154	168	162			
SR Norrbotten	67	112	99			
SR Sjuhärad	10	10	16			
SR Skaraborg	45	38	41			
SR Radio Stockholm	140	103	12			
SR Sörmland	34	20	40			
SR Uppland	81	83	124			
SR Värmland	32	33	30			
SR Väst	12	16	17			
SR Västerbotten	56	57	59			
SR Västernorrland	34	24	59			
SR Västmanland	13	12	15			
SR Örebro	22	10	10			
SR Östergötland	16	30	14			
SR Programteknik	6	8	12			
<b>Totalt</b>	<b>2 360</b>	<b>2 307</b>	<b>2 590</b>			

Tabellen ovan visar antalet anlitade bolag per redaktion. Några bolag har anlitats av flera redaktioner vilket innebär att dessa bolag redovisas på flera ställen. Om beställningarna från flera redaktioner enbart räknas en gång blir summan anlitade bolag 1 778.

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

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

För de olika formerna av utomståendes medverkan användes 472,9 mnkr, varav musikrättigheter 153,2 mnkr.

## 7.8 Det breda anslaget

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

### 7.8.1 Sport

Sportåret 2016 dominerades på flera sätt av de två stora evenemangen fotbolls-EM i Frankrike och OS i Rio de Janeiro. Sveriges Radio sände nästan samtliga matcher i EM. När Radiosportens Susanna Andrén refererade finalmatchen var det första gången någonsin som en kvinna kommenterade en EM-final på herrsidan. Som enda svenska public service-bolag på plats i Rio, sände Radiosporten cirka 200 timmar från OS. Vid sidan av det rent sportsliga speglades ämnen från vitt skilda områden som den ekonomiska och politiska situationen i Brasilien till brottsligheten och miljöproblemen.

Under Paralympics hade Radiosporten en särskild programpunkt och ett magasin som sammanfattade dagens tävlingar. Under hela året kunde publiken följa förberedelserna inför Paralympics genom *Parapodden*.

Sportåret avslutades med en särskild publiksatsning på handbolls-EM för damer.

**Tabell 33. Sport – marksänd tid fördelad på sändningstyp, timmar**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Förstasändning	2 864	2 500	2 610			
Parallelsändning	147	155	182			
Repris	1	23	114			
<b>Totalt</b>	<b>3 012</b>	<b>2 678</b>	<b>2 907</b>			

Radiosporten har haft fler sändningar 2016 än 2015 på grund av stora sportevenemang.

### 7.8.2 Livsstil

Livsstil är programkategorin med program och inslag som handlar om människors vardag, fritid och relationer. Innehåll och ämnesval varierar beroende på målgrupp och kanal och tanken är att programmen ska ge lyssnarna nytta och glädje. Livsstilsprogrammen ger tips och råd men innehåller också berättelser om människors livsval och intressen. Publikens medverkan är ofta viktig. Lyssnarna bidrar med frågor, erfarenheter eller förslag till lösningar på de problem som tas upp.

Bland livsstilsprogrammen finns till exempel

- *Ute med P1* om friluftsliv, för dem som dras till äventyret, ansträngningen, njutningen och avkopplingen utomhus.
- *Loppmarknadsarkeologerna*. En P1-serie som genom att analysera de vanligaste loppmarknadsfynden berättar om konsumtionsmönster och folklivshistoria från de senaste decennierna.
- *Relationsradion i P3* tar upp frågor kring kärleksrelationer men även hur man umgås med familj, kompisar och på jobbet.
- *P3 Spel* är ett program om tv- och datorspel.
- *Kärlek i P4* om relationer och dejting, där lyssnarna medverkar med egna berättelser om hur man kan hitta en partner.
- I *SöndagsMorgan i P4* väcker Morgan Larsson och hans gäster lyssnarna med vardagstips och historier från verkliga livet.

I de lokala P4-kanalernas förmiddagsprogram är livsstilsinslagen populära. Ämnen som hälsa, mat, djur och natur, böcker samt tävlingar blandas med möten med människor och medverkan av experter.

**Tabell 34. Livsstil – marksänd tid fördelad på sändningstyp, timmar**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Förstasändning	3 726	4 149	4 495			
Parallelsändning	248	184	107			
Repris	349	422	597			
<b>Totalt</b>	<b>4 322</b>	<b>4 755</b>	<b>5 200</b>			

### 7.8.3 Underhållning

Underhållning har en viktig roll för den breda förankringen bland lyssnarna. I de flesta av Sveriges Radios kanaler sänds program med underhållningskaraktär. Programmen skiljer sig dock mycket åt med olika mål och funktion beroende på kanalens inriktning och målgrupp.

Några exempel:

- I *Spanarna* i P1 tas temperaturen på samhällsklimatet, och snuddas ibland vid existentiella frågor. Programmet har visat att god underhållning och humor inte är det seriösa engagemangets motsats.
- Under sommaren sändes i P1 och P2 *Bit för bit*, en underhållande och musikalisk frågesport. De tävlande lagen bestod av några av Sveriges främsta musikexperter.
- *Tankesmedjan* i P3 är ett humor- och satirprogram om nyheter, aktuella ämnen och samhällsdebatter med ett särskilt fokus på inrikespolitik.
- *Kvällspasset* i P4 har snabbt hittat sin publik. Med en högst personlig blick på tillvarons och nyhetsflödets små och stora händelser och med stor publikkontakt lotsar programledarna lyssnarna när dag blir till kväll.

**Tabell 35. Underhållning – marksänd tid fördelad på sändningstyp, timmar**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Förstasändning	6 172	6 129	5 983			
Parallelsändning	884	925	1 008			
Repris	258	302	399			
<b>Totalt</b>	<b>7 314</b>	<b>7 356</b>	<b>7 390</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. P4 är en aktuell, snabb och direktsänd radio som utgår från publikens behov av nära information. Kanalen är flexibel och ständigt redo att anpassas efter nyhetshändelser. Beredskap finns för att vara på plats och sända själv eller bistå vid rikssändning dygnet runt alla dagar. P4 genomsyras av att befolkningen har skilda förutsättningar, levnadsvillkor och bakgrund.

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

Varje vardagsmorgon sänds riksproducerade barnprogram i alla lokala kanaler.

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

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

På kvällarna sänds aktualitets- och underhållningsprogrammet *Kvällspasset i P4*, *Klartext* och *Sportextra* och *Karlavagnen*. På helgerna sänds *Ring så spelar vi*, *Melodikryss* och *Svensktoppen* samt lokala nyheter, nyheter från *Ekot*, *P4 Extra*, sport och genreprogram om exempelvis musik.

De lokala kanalerna är också medie-Sveriges enda riktigt öppna scen för dialog och debatt. Målet är att tusentals röster ska höras och åsikter brytas. Något som bara blivit viktigare 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 i de lokala kanalerna.

### 7.9.2 Fortsatt utvecklingsuppdrag för lokala kanaler

P4 har målet att bli snabbare, gå mer på djupet och sätta skeenden i sammanhang. De lokala kanalerna har också mer egen granskande journalistik.

Förändringsarbetet har fördjupats ytterligare under 2016. En viktig del är att stärka rollen som förmedlare av lokala händelser. Nyheter publiceras så snart som möjligt i FM, på webben och i sociala medier. Det gäller även nationella nyheter och världsnyheter. Att vara snabbt ute på plats och sända direkt är ett kärnuppdrag, vilket tack vare ny teknik är betydligt enklare än tidigare.

Snabbhet räcker dock inte. Sveriges Radio förmedlar också kunskap genom att sätta nyheterna i sammanhang, fördjupa och analysera det som händer.

Genom pushnotiser, som 2016 testats av sex kanaler och där övriga kanaler följer efter 2017, får publiken veta att det pågår en sändning om en större händelse i FM eller på webben.

För att snabbare kunna berätta vad som händer sena kvällar och helger genomför några P4-kanaler försök med bevakning på helger och kvällar i form av samarbeten inom de geografiska områdena.

Den egna originaljournalistiken prioriteras. Att granska makten och fördjupa är ett grundfundament i public service-uppdraget. De lokala P4-kanalerna har genomfört fler och bättre granskningar än tidigare. En del av förklaringen är den egna kvalificerade utbildning som ett antal lokala reportrar genomgått. All journalistik som ger avtryck och är betydelsefull för publiken betonas, liksom att publiken ska vara med och skapa innehållet. Att knyta ihop den lokala världen med den globala samt att förklara sammanhang och vad händelserna får för betydelse är en del av uppdraget.

Programledaren har en ansvarsfull roll att leda lyssnarna genom dagen, hantera stora nyhets-händelser och diskutera vardagliga saker med gäster på ett professionellt och personligt vis. Därför görs riktade utbildningsinsatser för programledare med olika erfarenheter och kunskaper.

För att kunna fortsätta bevaka storstädernas särskilda situation och problematik vad gäller segregering, bostadsbrist, arbetsmarknad och socioekonomiska faktorer pågår sedan 2014 en satsning med storstadsreportrar.

Under 2016 har de lokala kanalerna arbetat med att förändra och utveckla P4 utifrån det nya uppdraget från 2014. Det handlar om att sätta avtryck, bli snabbare och mer underhållande.

Under 2016 har de lokala kanalerna utvecklats inom framför allt tre områden:

- De agendasättande, angelägna nyheterna har blivit fler och bättre. P4 Västs granskning av en tandläkare som felbehandlat över 200 patienter är ett lokalt avslöjande av missförhållanden som fått stort genomslag. Ett annat exempel är P4 Stockholms granskning av landstingets konsultkostnader.

Även starka intervjuer är angelägen journalistik. Där kan nämnas P4 Gotlands intervju med den avlidna sångerskan Josefin Nilssons syster och de möten med människor som gjorts i satsningen *Ett nytt Sverige*.

- P4-kanalerna har blivit snabbare och rapporterar nu direkt vid stora nyhetshändelser, oavsett om dessa inträffar internationellt, nationellt eller lokalt. Exempel är terrorattentatet i Bryssel och knivdådet på ett flyktingboende i Mölndal där P4:s lyssnare snabbt fick reda på vad som hänt genom sin lokala kanal.
- De insatser i form av utbildning och återkoppling som gjorts för att stärka programledarna har gett resultat. Ämnena som väljs i programmen är närmare människor än tidigare och tilltalet har blivit mer inkluderande. Det visar den genomlysning av samtliga P4-kanaler som gjordes under hösten 2016.

Utvecklingsarbetet har pågått under 2016 och fortsätter även 2017.

### 7.9.3 Stockholmskanalerna

De senaste årens stora förändringar i Stockholm med en stark allmän utveckling, befolknings-tillväxt och en mer blandad sammansättning av befolkningen innebär nya utmaningar för Sveriges Radio. I ett pågående utvecklingsarbete fortsätter P4 Stockholm och P5 STHLM att gemensamt utveckla den lokala journalistiken i huvudstaden.

De två kanalerna samarbetar och många röster hörs i bägge kanalerna. P4 Stockholm och P5 STHLM delar på fyra länsreportrar/förortsreportrar som är stationerade i Södertälje, Söderort, Norrort och Järvafältet. En sändningsstudio i form av en rullande Radio truck befinner sig hela tiden i olika delar av Stockholm. Avsikten är att på detta sätt tydligare knyta ihop storstadens olika områden genom att reportrar snabbt kan vara på plats och sända när det händer.

Genom uppsökande evenemang, där lokala frågor uppmärksammas, stimuleras den demokratiska dialogen i bägge kanalerna. P4 Stockholm har under året arbetat med att nå en större och mer mångfasetterad publik, bland annat genom publika möten och debatter på platser som exempelvis Rinkeby Folkets hus, för att komma så nära lyssnarnas vardag som möjligt. Debattämnen har varit bostadsfrågan, halvvägs till valet, situationen i skolan, ungdomsarbetslöshet och trygghet.

P5 STHLM riktar sig bland annat till lyssnare som lämnat P3 och ännu är för unga för P4, vilket innebär att målgruppen är 20–44 år, men kanalen försöker också nå en mer mångskiftande publik i Stockholm.

P5 STHLM är inne på sitt andra år som en ung urban storstadskanal. Målet för kanalen är att bli Europas mest sociala radiokanal. Kanalen arbetar medvetet med att locka en ung publik att interagera med redaktionen i FM och på sociala medier. Journalistiken i kanalen börjar antingen i FM eller på de digitala plattformarna för att sedan byggas samman och vidare. Närmare hälften av innehållet i P5 STHLM bygger på publikens engagemang och medverkan.

För att vara ute mitt i storstaden sänder P5 STHLM från Klaraburen, en glasad studio med direktkontakt med Stockholms intensivaste gångstråk, Drottninggatan.

Musiken har en egen profil och är en viktig beståndsdel i P5 STHLM.

Under 2016 har programutvecklingsarbetet pågått för att göra formatet än tydligare i P5 STHLM och för att ämnesvalen ska ha en tydlig anknytning till Stockholm men också länka ihop Stockholm med världen.

## 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 övar även regelbundet internt. Kontinuitetsplaner uppdateras löpande för att säkra distribution och alternativa produktionsplatser med tillgång till försörjningssystem, information och kommunikation.

### 7.10.2 Service – viktig information till allmänheten

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

(Sveriges Radios sändningstillstånd, § 22)

Sveriges Radio har ett avtal med MSB angående utsändning av VMA om en behörig myndighet/organisation begär det. VMA sänds i Sveriges Radios FM-kanaler och i den privata lokalradion. De vidarebefordras även till SVT, TV4 med flera tv-kanaler. Den som vill kan beställa att få ett pushmeddelande så snart det finns ett VMA. Via ett öppet API<sup>40</sup> är VMA tillgängligt för alla krisaktörer för snabb publicering på webben.

Sveriges Radio har tagit initiativet till att revidera listan över vilka myndigheter som är berättigade till att begära utsändning av VMA och vilka som ska inkluderas i förmedlingsuppdraget. SR och SVT har även träffat avtal om ömsesidig information om sändningsavbrott i den andres sändningar. För att säkerställa att begäran alltid kommer in till Sveriges Radio, är Rakel<sup>41</sup> införd för sändningsledning, trafikredaktioner och lokala P4-redaktioner. Lokala kanalchefer har även en viktig roll i den regionala samverkan som leds av länsstyrelserna.

<sup>40</sup> Application Programming Interface, strukturerat sätt att komma åt data i ett system.

<sup>41</sup> RAKEL (RAdioKommunikation för Effektiv Ledning), system för radiokommunikation för säkerhetsorganisationer och Räddningstjänsten i Sverige, främst polis, militärpolis, räddningstjänst, SOS Alarmering och kommunal/statlig krisberedskap.



Under 2016 sändes nitton VMA, varav två var varnings- och sjutton informationsmeddelanden. Dessutom har ett antal myndighetsmeddelanden förmedlats. Trafikredaktion sänder även många myndighetsmeddelanden i de lokala kanalerna med information om sådant som är av vikt för allmänheten. Dessa meddelanden kan sändas dygnet runt och når därmed snabbt publiken.

Förmågan att kunna sända VMA från ordinarie system och reservsystem övas minst varje kvartal och alltid i samband med MSB:s test av systemet för utomhusvarning (Hesa Fredrik).

MSB, SMHI och SR samarbetar i framtagandet av en svensk version av Common Alerting Protocol (CAP) vilket kommer göra det möjligt för Sveriges Radio att på ett enkelt sätt komplettera radiosändningarna med VMA på flera språk för mobil och webbplattformar. Sedan hösten 2016 publiceras VMA i *SR Play*. Publicering av meddelandet via CAP gör det möjligt för länsstyrelser, landsting, kommuner, tidningar och andra att prenumerera på VMA inom deras geografiska intresseområde.

Den största delen av sändningarna från Trafikredaktion utgörs av de cirka 100 000 sändningarna per år med trafik- och serviceinformation i de lokala kanalerna. Merparten sänds under lokal-radiotid, men trafikreportrarna kan dygnet runt informera om störningar i trafiken och samhällets infrastruktur. Detta blir särskilt viktigt vid oväder och stora elavbrott. Rapporteringen sker då i nära samarbete med berörda lokala kanaler. Exempel på detta är när bron i Södertälje efter en olycka stängdes av i södergående riktning på midsommarafton. Då var informationen i radio mycket viktig för bilister som satt många timmar i kö.

91 (88) procent av allmänheten anser att *SR är viktig för trafikinformation*, 82 (83) procent att *SR sänder pålitlig information vid olyckor, elavbrott och oväder* och 80 (82) procent att *SR sänder snabb information*.<sup>42</sup>

**Tabell 36. Service – marksänd tid fördelad på sändningstyp, timmar**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Förstasändning	2 271	2 273	2 172			
Parallelsändning	3	0	0			
Repris	3	4	3			
<b>Totalt</b>	<b>2 276</b>	<b>2 277</b>	<b>2 174</b>			

<sup>42</sup> Novus Group, Attitydundersökningen december 2016. Siffrorna inom parentes avser 2015.

### 7.10.3 Utsändningskvalitet

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

(Sveriges Radios sändningstillstånd, § 4)

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

(Sveriges Radios sändningstillstånd, § 5)

SR ska upprätthålla en hög säkerhet för produktion och distribution. Sändningarna ska ske med så god säkerhet att eventuella sändningsavbrott blir så korta som möjligt.

(Sveriges Radios sändningstillstånd, § 23)

Sveriges Radio sänder i marknätet cirka 153 000 timmar under ett år. Fel som kan leda till störningar och avbrott uppstår ibland. I förhållande till antalet sända timmar är det inte många fel, men felen är samtidigt viktiga att förstå för att utsändningskvaliteten fortsatt ska kunna vara hög. Störningarna dokumenteras för att felen ska kunna identifieras och åtgärdas så att liknande händelser kan undvikas i framtiden.

Kontinuitetsplanerna för de lokala kanalerna har uppdaterats. Fokus har varit att anpassa planerna till den tekniska utvecklingen där den analoga HF-tekniken för kontribution ersatts av nya digitala lösningar.

Ett tiotal kontinuitetsövningar har genomförts 2016. Målet med övningarna är att ge god kännedom om förmågan att hantera oväntade situationer och om vad som kan behöva förbättras när det gäller rutiner, utbildning och samverkan.

Under 2016 har övergången till Teracoms nya distributionsnät för FM-sändningarna avslutats. Den nya lösningen har ökad redundans och ger därmed publiken en ökad tillgänglighet till Sveriges Radios sändningar.

## 8 Publiken – användarna

### 8.1 Sveriges Radios publik

Sveriges Radio har fortsatt en stark relation till en stor publik. Allmänhetens förtroende är högt. SR bedöms av de allra flesta som viktig för nyhetsförmedlingen, viktig för kulturupplevelser i Sverige och värd licenspengarna.<sup>43</sup>

Radion har blivit ännu mer tillgänglig tack vare möjligheten att lyssna på program i efterhand när man själv vill. Sveriges Radios närvaro i sociala medier gör dessutom att den egna radioupplevelsen kan delas med andra och få ytterligare spridning. Varje dag lyssnar 4,9 miljoner på någon av de direktsända kanalerna, de allra flesta via marksänd radio.<sup>44</sup>

Men medielandskapet förändras snabbt. Digitalisering och globalisering ökar konkurrensen. Man konsumerar medier på egna villkor oberoende av tid, plats och de etablerade medieföretagens egna distributionskanaler, vilket innebär att fragmentiseringen ökar. En ökad polarisering i samhället påverkar såväl samhällsdebatten som synen på olika medieaktörer.

Sveriges Radios publika ambition för perioden 2014–2019 är att behålla en stark relation till publiken oavsett denna förändring i medielandskapet. Visionen är att vara landets viktigaste medieföretag och ledande kulturskapare, trots att den svenska mediemarknaden i dag är global och digital.

Det ska ske genom att Sveriges Radio sätter agendan, behåller det höga förtroendet och möter publiken där den är; både genom att finnas på de distributionsplattformar där publiken finns och genom att möta publiken ansikte mot ansikte och i dialog.

Hur Sveriges Radio lyckas följs kontinuerligt upp med egna publikundersökningar och radio-branschens gemensamma lyssnarundersökningar.

#### Radio på tre ben

Sveriges Radios kontakt med publiken vilar på tre ben: marksänd radio, internetbaserade plattformar och sociala medier.

- Marksänd radio, huvudsakligen analoga FM-sändningar, är publikens vanligaste sätt att lyssna.<sup>45</sup> Via marksänd radio kan man enbart lyssna direktsänt på SR:s kanaler.
- Internetbaserade plattformar, sajt och appar, blir allt viktigare i kontakten med publiken. Den vägen kan man lyssna på direktsända kanaler och program och klipp i efterhand eller enbart läsa till exempel nyheter och programinformation.
- Sociala medier är en tredje viktig kontaktväg till publiken och används för dialog och för att skapa relationer, men de utgör även en inkörsport till utbudet via exponering, länkning och delningar.

---

<sup>43</sup> Novus Group, Attitydundersökningen december 2016.

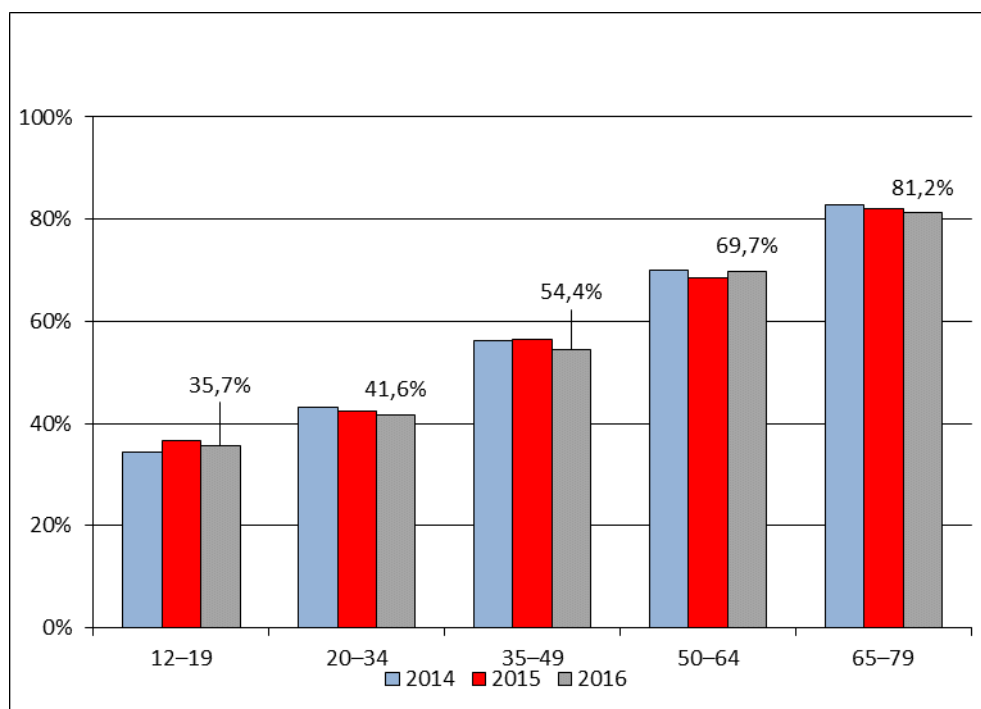
<sup>44</sup> Kantar Sifos radioundersökningar, PPM-mätningar 2016 i åldern 12–79 år. 4 600 000 dagliga lyssnare, kompletterad med telefonundersökning av lyssnare äldre än 79 år.

<sup>45</sup> DAB/Digitalradio är också marksänd radio, som sänds över delar av Sverige.

## Räckvidd för radiokanaler

Den officiella branschvalutan för direktsänd radio innehåller allt kanallyssnande oavsett om lyssningen sker som marksänd radio eller via internet. På uppdrag av radiobranschen i Sverige mäter Kantar Sifo löpande lyssnandet i en panel som representerar landets befolkning i åldersspannet 12 till 79 år. Metoden för mätningarna är PPM (Portable People Meter) och kriteriet för att räknas som en lyssnare är att man ska ha hört minst tre sammanhängande minuter. Kantar Sifo har under 2016 även genomfört en mätning (telefonintervjuer, urval 1 150 personer) för att kartlägga lyssnandet i gruppen över 79 år.

**Diagram 8. Andel 12–79 år som hört något ett genomsnittligt dygn måndag–söndag, procent**



*Källa: Kantar Sifo radiomätningar 2016.*

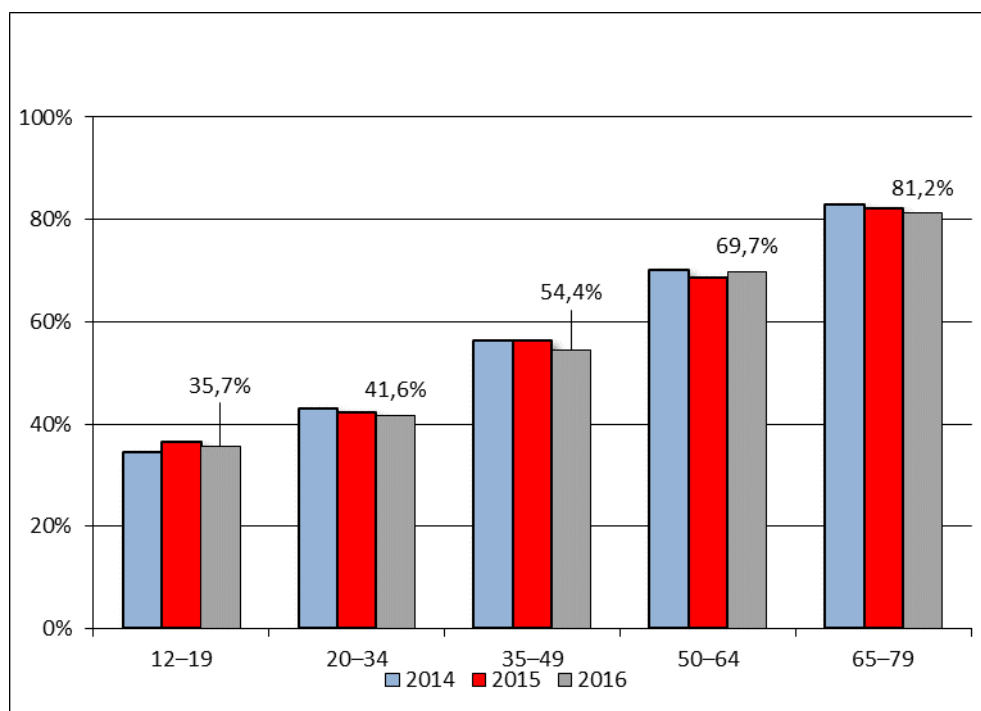
En genomsnittlig dag 2016 lyssnade 72,5 procent av allmänheten mellan 12 och 79 år, eller 5,7 miljoner personer, på minst en radiokanal. Det var något mindre andel än 2015 men lika många personer eftersom befolkningen var något större 2016. Publiken inklusive åldersgruppen över 79 år var 6,1 miljoner. Under en vecka lyssnade 93 procent eller 7,3 miljoner (inklusive personer över 79 år 7,8 miljoner).

Dygnsräckvidden för Sveriges Radios kanaler 2016 var marginellt lägre än 2015. I genomsnitt lyssnade 57,7 procent av befolkningen mellan 12 och 79 år, vilket motsvarar 4,6 miljoner personer. Inklusive lyssnarna över 79 år var publiken i genomsnitt 4,9 miljoner. Veckoräckvidden var i genomsnitt 83 procent eller 6,5 miljoner personer mellan 12 och 79 år (inklusive publiken över 79 år 7 miljoner).

Den sammantagna räckvidden för Sveriges Radios kanaler är högre i äldre åldersgrupper än i yngre. Ett genomsnittligt dygn under 2016 lyssnade 35,7 procent i gruppen 12–19 år, 41,6 procent i gruppen 20–34 år, 54,4 procent i gruppen 35–49 år, 69,7 procent i gruppen 50–64 år och 81,2 procent i gruppen 65–79 år.

Det är något större andel av männen än av kvinnorna som lyssnar på Sveriges Radio en vanlig dag, 59,1 procent respektive 56,2 procent.

**Diagram 9. Andel i olika åldersgrupper som lyssnat på Sveriges Radio ett genomsnittligt dygn måndag–söndag, procent**



Källa: Kantar Sifo radiomätningar 2016.

### Lyssning på Sveriges Radios olika kanaler<sup>46</sup>

P1 hade under 2016 i genomsnitt 14,3 procents dygnsräckvidd, vilket motsvarar 1 130 000 lyssnare 12–79 år. Detta var något lägre än 2015. I P1:s huvudmålgrupp, 20–79 år, var räckvidden 15,3 procent, och i gruppen 30–49 år nådde P1 i snitt 11,2 procent en vanlig dag. Räckvidden bland kvinnor var 13,9 procent och bland män 14,7 procent.

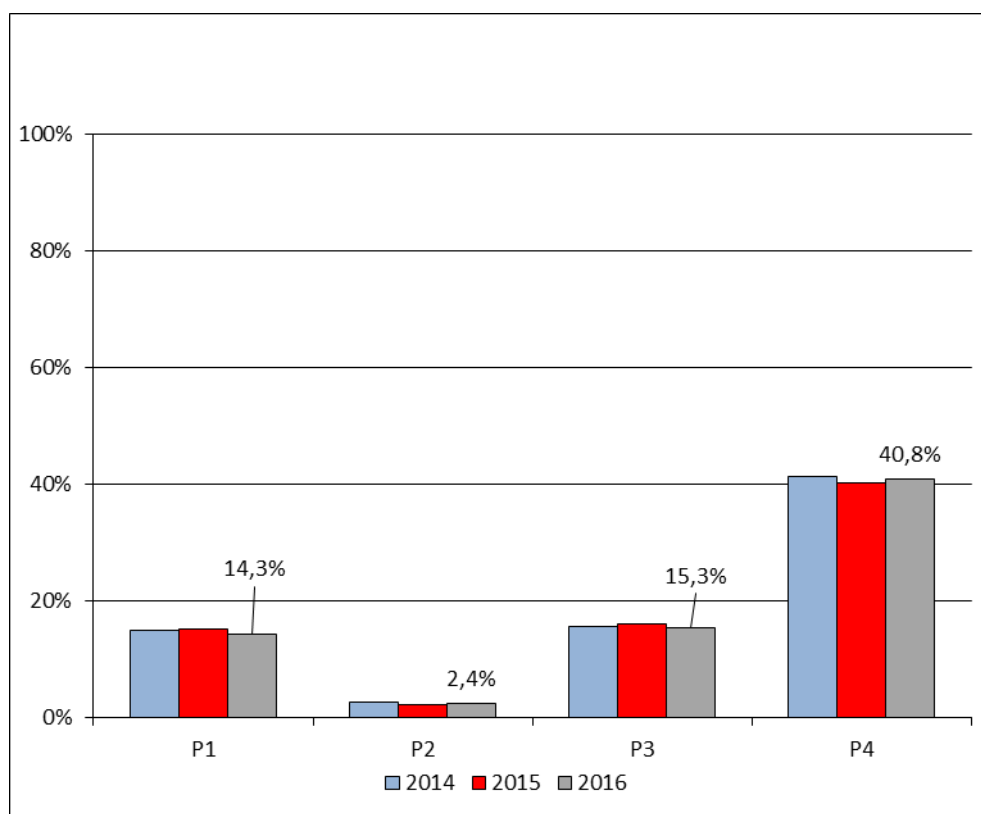
P2 hade under året en genomsnittlig dygnsräckvidd på 2,4 procent vilket motsvarar 190 000 lyssnare. I huvudmålgruppen 20–79 år nådde kanalen 2,6 procent dagligen. Räckvidden bland kvinnor var 2,2 procent och bland män 2,5 procent.

P3 hade under 2016 en genomsnittlig dygnsräckvidd på 15,3 procent eller 1 210 000 personer i åldern 12–79 år. Det är något lägre än 2015. I gruppen 13–34 år var räckvidden 20,0 procent. I P3:s huvudmålgrupp 20–34 år hade kanalen en dygnsräckvidd på i genomsnitt 24,1 procent. Räckvidden bland kvinnor var 14,1 procent och bland män 16,6 procent.

P4 är med en genomsnittlig dygnsräckvidd på 40,8 procent, eller 3 230 000 personer mellan 12 och 79 år, landets största radiokanal. Lyssnandet var något större 2016 än 2015. Räckvidden bland kvinnor var 39,3 procent och bland män 42,3 procent.

<sup>46</sup> Samtliga uppgifter från Kantar Sifo radiomätningar 2016.

**Diagram 10. Andel 9–79 år som lyssnat något på Sveriges Radios kanaler direkt (FM och internet) ett genomsnittligt dygn måndag–söndag, procent**



Källa: Kantar Sifo radiomätningar 2016.

### Lyssningstid och marknadsandel<sup>47</sup>

I hela befolkningen lades i genomsnitt 107 minuter per dygn på kanallyssnande 2016 vilket är lika lång tid som 2015. Merparten, 83 minuter, spenderas på Sveriges Radios kanaler. Bland dem som lyssnar på radio är den genomsnittliga lyssningstiden 148 minuter per dygn.

Sveriges Radio har en marknadsandel (andel av lyssnad tid) på 77 procent av den svenska radio-marknaden. Längst lyssnar publiken på P4, två timmar och tjugo minuter i genomsnitt per dygn och lyssnare. På P1 lyssnar publiken i genomsnitt en timme och 40 minuter, på P2 och P3 lyssnar de strax över en timme i genomsnitt.

**Tabell 37. Marknadsandelar, procent**

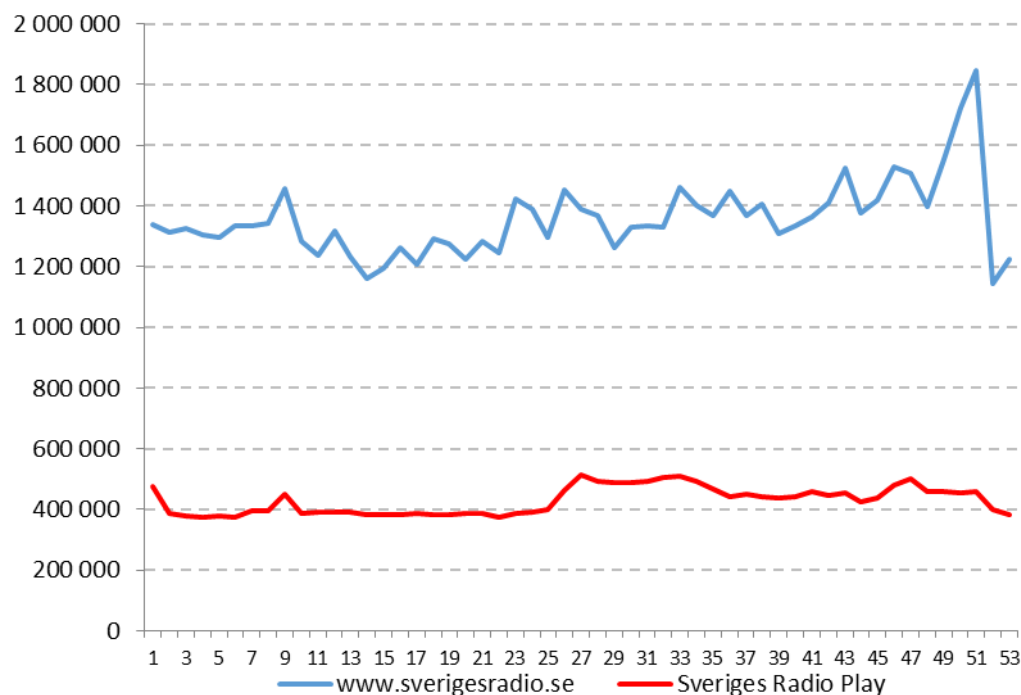
	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Sveriges Radio	79 %	76 %	77 %			
Privat lokalradio	21 %	24 %	23 %			
Summa	100 %	100 %	100 %			

<sup>47</sup> Samtliga uppgifter från Kantar Sifo radiomätningar 2016.

## Trafik på Sveriges Radios internetbaserade plattformar

Trafiken på de internetbaserade plattformarna mäts tekniskt med Google Analytics och registrerar webbläsare (*sverigesradio.se*) och enheter (*Sveriges Radio Play*). I diagrammet redovisas veckosiffrorna 2016.

Diagram 11. Unika webbläsare vecka för vecka, 2016



Källa: Google Analytics

Under en genomsnittlig vecka 2016 hade *sverigesradio.se* drygt 1 400 000 unika webbläsare. Det är 3 procent högre än 2015 och lägre tillväxttakt än 2014 och 2015. Nivån är numera relativt jämn över året men med toppar kring nyhetsintensiva veckor och tillfällen, som exempelvis *Musikhjälpen* i december. Nivån under första halvan av 2016 ligger högre än 2015 än den andra halvan och i genomsnitt är nivån ganska lik den för 2015.

Den andel av alla besök till webbplatsen som görs via dator är inte längre störst då ökningen av mobila besök fortsatt även 2016, dock långsammare än under föregående år. Under året har andelen mobila besök varit stadigt över 50 procent varje vecka, ännu mer i slutet än i början av året. Genomsnittet för mobila besök 2016 är 55 procent. Under vissa perioder, framför allt semesterveckor samt jul och nyår, är andelen mobila besök ännu högre än genomsnittet.

Användningen av appen *Sveriges Radio Play* fortsätter att öka mer än sajten. Det genomsnittliga antalet användare per vecka ökade med 17 procent till drygt 500 000 under 2016. Det är ungefär samma utvecklingstakt som mellan 2014 och 2015.

För appen är det som vanligt en extra tydlig ökning under sommarveckorna (*Sommar i P1*) och den högre nivån håller i sig relativt bra under hela resten av året. Användningen av appen är något mer jämn vecka för vecka än besöken på *sverigesradio.se*.

## Lyssningar på digitala plattformar

Lyssningsaktiviteten på Sveriges Radios digitala plattformar följs genom att antal lyckade starter på en liveström eller ett program/en podd redovisas i efterhand. På samma sätt följs antalet starter för ljudklipp som finns på webbplatsen. Det ökade antalet användare av sajten och appen syftar till att i sin tur generera mer lyssningsaktivitet.

Det pågår ett arbete med att hitta verktyg som kan mäta antal unika användare som gör dessa starter och som kan täcka in både den lyssning som görs på SR:s egna plattformar och på de många tredjepartsplattformar där man kan lyssna på material från Sveriges Radio. Detta då starter och nedladdningar berättar om något slags lyssningsaktivitet, men det är svårt att jämföra dem med till exempel räckvidden för kanallyssning från PPM-mätningarna.

Om antalet starter för alla typer av ljud på egna plattformar summeras, genomfördes det i genomsnitt nästan 4,2 miljoner lyckade starter per vecka under 2016. En justering av de tekniska mätningarna gjordes under februari–mars, vilket innebär att siffror för starter är svåra att jämföra med 2015. En uppskattning är dock att totalt antal starter ökat med 20–25 procent, vilket är ungefär samma utvecklingstakt som för 2015. Något fler användare gör fler starter och även den sammanlagda lyssnade tiden ökar, om än inte lika mycket.<sup>48</sup>

Om antalet starter delas upp på olika ljudtyper så ökar antalet starter för direktlyssning på kanaler med cirka 25 procent och starter för on demand med 15–20 procent. Utvecklingstakten för dessa två ljudtyper verkar vara mer lika varandra 2016 än under 2015. Tidigare har antalet starter ökat snabbare för on demand-lyssning. Troligtvis handlar det om att användare under en vecka faktiskt lyssnar på fler sätt, exempelvis då de blir påminda av pushnotiser och extra-sändningar i appen.

Av de 4,2 miljoner starterna per vecka avser cirka hälften on demand-lyssning, drygt 40 procent direktlyssning och återstoden lyssning på klipp på sajten. Appen står för ungefär 70 procent av starterna och *sverigesradio.se* för 30 procent.

Både direktlyssning och on demand-lyssning på poddar och program görs även på digitala tredjepartsplattformar då i princip hela Sveriges Radios innehåll är tillgängligt för andra tjänster via ett öppet API.

En av de största externa plattformarna för on demand-lyssning är iTunes/Podcaster. Antalet starter och nedladdningar har där ökat med 40 procent jämfört med 2015, vilket är en nästan lika hög ökningstakt som året innan. Totalt gjordes på iTunes/Podcaster 1 170 000 starter/nedladdningar per vecka av material från Sveriges Radio under 2016.

## Följare och gillare på sociala medier

Sveriges Radios redaktioner arbetar aktivt och kontinuerligt med sociala medier för publik-medverkan och samtal samt för att nå ut med innehållet. Både att nå ut och att interagera är viktigt. På övergripande nivå kan man i dag dels följa antalet följare och gillare och dels se om länkar i sociala medier leder besökare till *sverigesradio.se*.

---

<sup>48</sup> Bedömningen av utvecklingstakten för lyssning på de digitala plattformarna baseras på utvecklingen under tidsperioden innan de tekniska mätningarna justerades.



Antalet följare och gillare för Sveriges Radios konton på sociala medier hade en fortsatt mycket stark utveckling under 2016. Bruttoantalet följare, när dessa summeras för Facebook, Twitter och Instagram, uppskattades vid slutet av året till totalt drygt 2 700 000 personer.<sup>49</sup>

Jämfört med ett år tillbaka i tiden är det en ökning med omkring 25 procent, samma takt som mellan 2014 och 2015. Instagram har haft högst ökningstakt med Facebook inte långt efter. Twitter stannar av något. Facebook är fortfarande störst, tätt följd av Twitter – båda har över en miljon följare vardera.

Den andel av besöken på *sverigesradio.se* under en vecka som kom via länkar i sociala medier, var 2016 i genomsnitt 15 procent. Andelen ökade i ungefär samma takt under 2016 som under 2015. Genomsnittet under 2015 var 13 procent.

## 8.2 Publiken om Sveriges Radio

Sveriges Radio undersöker årligen hur publiken uppfattar utbudet, om allmänheten upplever Sveriges Radio som agendasättande och en viktig röst i nyhetsförmedling och kulturliv samt om man har förtroende för företaget.

Undersökningen genomförs vid ungefär samma tidpunkt varje år, i månadsskiftet november/december och följer utvecklingen från 2009 och framåt. Den görs av Novus Group på ett representativt urval ur Novus Sverigepanel och omfattar drygt 2 500 intervjuer.<sup>50</sup> Panelerna är riksrepresentativa avseende ålder, kön och region i åldersspannet 16–79 år.

### Sveriges Radios programkategorier – viktighet respektive betyg

I undersökningen frågas hur viktiga Sveriges Radios program inom olika områden är och där-efter vilket betyg de svarande ger på en femgradig skala inom varje programområde. Syftet är att se om allmänheten anser att Sveriges Radio prioriterar rätt i sitt utbud.

De som svarar anser att trafikinformation och nyheter är de allra viktigaste programområdena, följt av väderinformation, lokala nyheter och politik/samhälle. Nyheter, lokala nyheter respektive väderinformation ligger i princip oförändrat gällande viktighet jämfört med 2015. Områdena politik/samhälle respektive trafikinformation har blivit viktigare (från en redan hög nivå). Nyheter värderas högt av såväl yngre som äldre men värderas allra högst i de äldre ålders-grupperna.

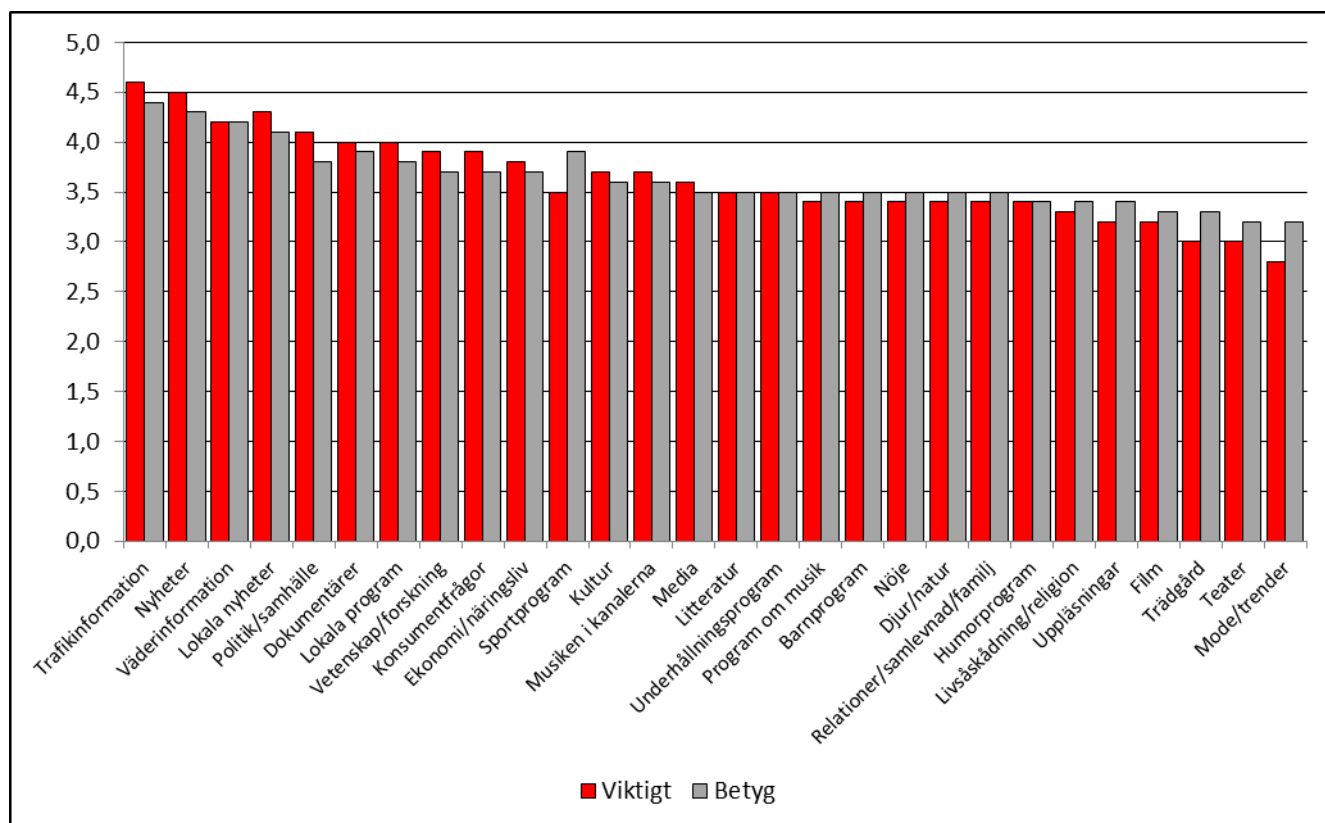
Historiskt har förväntningarna på Sveriges Radio varit relativt stabila och tycks inte ha påverkats särskilt mycket av att så många fler, jämfört med för bara några år sedan, kan leverera snabba nyheter samt trafik- och väderinformation.

---

<sup>49</sup> Bedömningen av utvecklingstakten för följare/gillare på sociala medier baseras på motsvarande utveckling som under första delen av 2016.

<sup>50</sup> Novus Group, Attitydundersökningen december 2016.

**Diagram 12. 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 2016.

Generellt verkar Sveriges Radios prioriteringar stämma väl med allmänhetens preferenser. SR får genomgående höga betyg för utbudet, och bäst är betygen inom de programområden som allmänheten anser är viktigast. Snittbetyget för trafikinformation respektive nyheter är högst: 4,4 respektive 4,3 på en femgradig skala.

Det råder överlag god balans mellan hur viktiga programmen anses vara och det betyg allmänheten sätter på dem. Några områden sticker dock ut genom att få högre betyg än de är rankade när det gäller viktighet. Det gäller framför allt sport och mode/trender. Ett område sticker ut när det gäller att få högre viktighet än betyg, nämligen politik/samhälle.

### Nöjdhet med kanaler och internetbaserade plattformar

De som använder Sveriges Radio på olika plattformar får också frågan om hur nöjda de är med det de får. För att få svara på frågor om kanalerna krävs att man har lyssnat minst fem minuter de senaste månaderna och för *sverigesradio.se* och *Sveriges Radio Play*-appen att man har använt dem. De som får lämna omdöme om SR i sociala medier är de som där följer/gillar Sveriges Radio.

Allra nöjdast är P1-lyssnarna, följda av P4-lyssnarna (83 respektive 78 procent nöjda). För P3 är det viktigt att redovisa nöjdheten bland den unga kanalens huvudmålgrupp, lyssnare i åldern 20–34 år, där 75 procent är nöjda. För P2 kan man anta att nöjdheten är något lägre eftersom kanalen har två uppdrag och två publiker, nämligen musik- och språkpublikerna (65 procent nöjda). Jämfört med mätningen 2015 ligger nöjdheten för alla fyra kanalerna relativt stabilt.

När det gäller de internetbaserade plattformarna är nöjdheten med Sveriges Radios webbplats *sverigesradio.se* lägst, men nära hälften är ändå nöjda (46 procent). Den lägre nivån kan ha en liknande förklaring som för P2, att webbplatsen innehåller så mycket och vänder sig till så många olika målgrupper att den inte kan optimera funktionerna för alla önskemål samtidigt.

*Sveriges Radio Play* har den högsta nöjdheten av plattformarna med 68 procent nöjda.

Andelen nöjda med Sveriges Radio i sociala medier är 64 procent.

Även för de internetbaserade plattformarna ligger nöjdheten relativt stabilt jämfört med mätningen 2015.

### **Att möta publiken där den är**

Sveriges Radios strategiska mål att möta publiken där den är gäller såväl tekniskt på olika distributionsplattformar som att SR ska befinna sig i och rapportera om allmänhetens verklighet och ha en dialog med publiken.

De internetbaserade plattformarna bidrar tydligt till att göra Sveriges Radio tillgängligt.

71 procent av allmänheten svarar att SR överlag finns tillgängligt på många olika sätt beroende på hur de vill lyssna.<sup>51</sup> 80 procent av användarna svarar att webbplatsen gör att de kan lyssna/ta del av Sveriges Radio när, var och hur det passar dem, och 84 procent av användarna av appen svarar samma sak om *Sveriges Radio Play*.

Av dem som följer/gillar Sveriges Radio via sociala medier svarar 59 procent att det gör SR mer tillgänglig för dem. Ungefär hälften svarar också att kontakten med Sveriges Radio i sociala medier gör att de upptäcker nya saker att lyssna på, att sociala medier ger dem en närmare relation till Sveriges Radio och möjlighet att delta i diskussioner.

Att spegla hela landet och olika verkligheter i utbudet är också en viktig aspekt av att finnas där publiken är. 71 procent svarar att Sveriges Radio sänder nyheter från deras del av landet, 68 procent att det även sänds program från deras del av landet och 53 procent upplever att Sveriges Radio är "nära deras verklighet". Dygnsräckvidden är knappt 60 procent, så siffran kan tolkas som ett kvitto på att de som tar del av utbudet också känner igen sig i det.

Samtidigt ska noteras att ungefär hälften även instämmer i att Sveriges Radio ger dem kunskap om olika människors liv och villkor i Sverige, Europa och världen utanför Europa, så SR ger inte enbart en spegling av den egna verkligheten.

Att inte fler än drygt hälften upplever att Sveriges Radio är nära deras verklighet är dock en viktig påminnelse och skälet till att SR försöker bli ännu bättre inom detta område.

### **Agendasättande**

Sveriges Radios mål att vara agendasättande stäms i första hand av mot allmänhetens uppfattning. Men mediebevaknings- och analysföretaget Retriever följer även, på uppdrag av SR, hur nyhetsredaktioner citeras av andra traditionella medieföretag. Statistiken visar tydligt att Sveriges Radios redaktioner gör ett stort avtryck i andra medier. Det gäller framför allt lokala kanaler och *Ekot*, men även Sameradion, Vetenskapsradion, *Ekots lördagsintervju* och Radiosporten fick ett större genomslag 2016 jämfört med 2015.

---

<sup>51</sup> Novus Group, Attitydundersökningen december 2016.

**Tabell 38. Utveckling över tid av hur några av Sveriges Radios nyhetsprogram citeras av andra medier, antal citat**

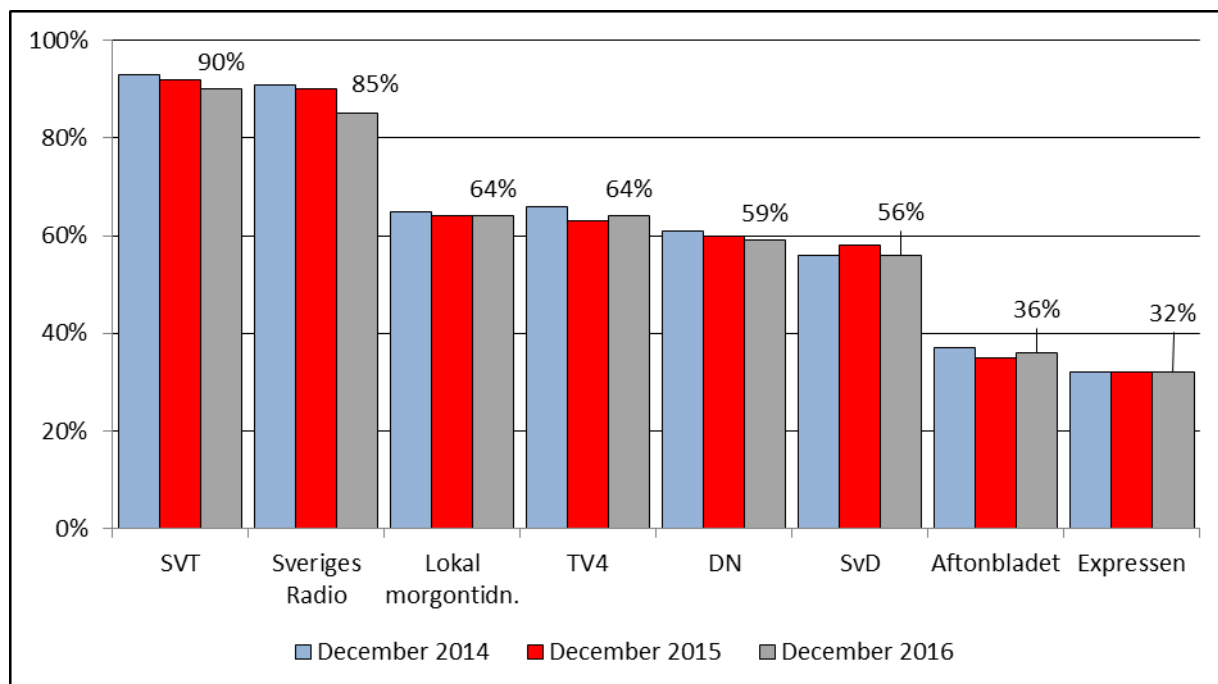
	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Sveriges Radio lokalt	41 658	44 687	47 392			
<i>Ekot</i>	19 702	21 355	26 861			
Radiosporten	3 646	3 576	4 345			
<i>Kulturnytt</i>	4 886	3 942	3 006			
Vetenskapsradion	2 407	1 609	3 422			
<i>P1-morgon</i>	647	1 044	917			
<i>Studio Ett</i>	307	555	423			
Sameradion	105	292	654			
<i>sverigesradio.se</i>	242	239	103			
Radio Sweden	18	141	9			
Sisuradio	1	13	14			
<i>Ekonomiekot</i>	80	36	80			
<i>Ekots lördagsintervju</i>	419	513	683			
<i>God morgon, världen!</i>	6	10	9			
<i>Konflikt</i>	25	25	10			
<b>Totalt</b>	<b>74 131</b>	<b>77 896</b>	<b>87 928</b>			

*Källa: Retriever, Medierapport Sveriges Radio 2009–2016.*

Sedan 2009 då mätserien startade, har det totala antalet citat per år ökat från 35 000 till närmare 88 000.

Viktigast är ändå allmänhetens uppfattning. SR ställer därför frågan om allmänheten anser att Sveriges Radio är en viktig röst i nyhets- och kulturutbudet.

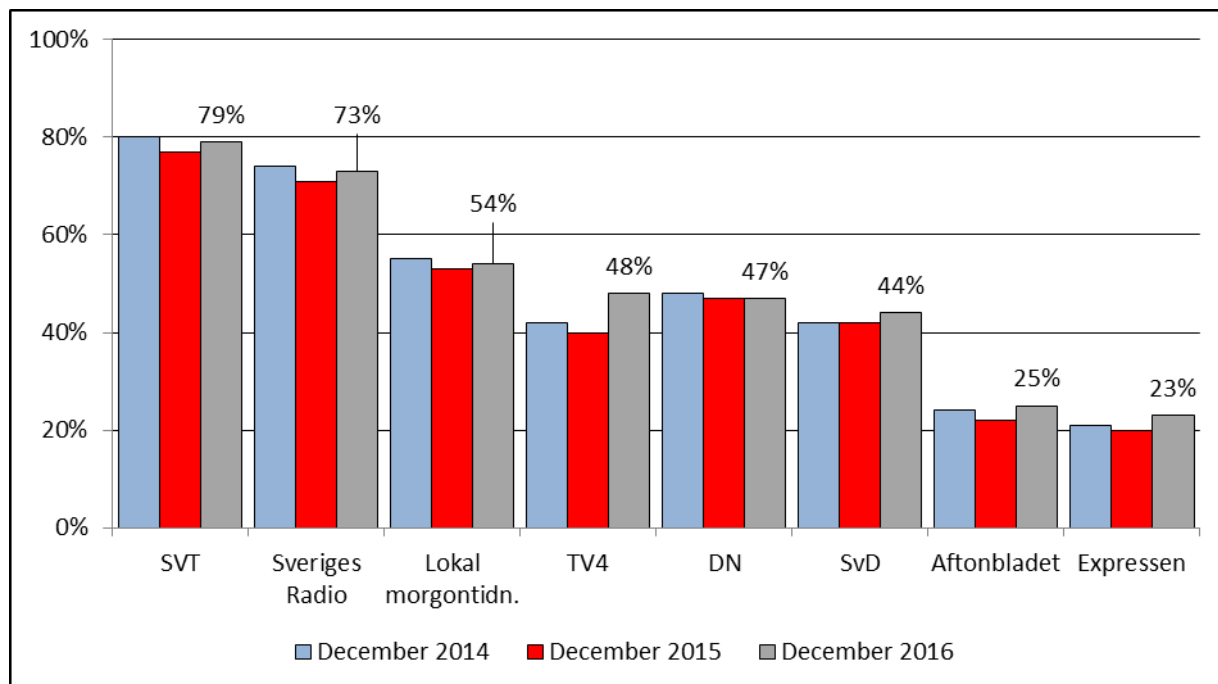
**Diagram 13. Hur viktiga eller oviktiga tycker du att följande medier är för nyhetsförmedlingen i Sverige?**



*Källa: Novus Group, Attitydundersökningen december 2016.*

Hela 85 procent svarar att Sveriges Radio är mycket eller ganska viktig för nyhetsförmedlingen i Sverige. Historiskt har inte viktigheten minskat särskilt mycket trots att så många fler, traditionella medieföretag och andra, levererar nyheter kontinuerligt dygnet runt. SVT och SR har fortsatt en särställning när det gäller nyhetsförmedlingen i Sverige. I årets mätning ses dock en nedgång för Sveriges Radio jämfört med 2015 – men nivån är fortfarande hög.

**Diagram 14. Hur viktiga eller oviktiga tycker du att följande medier är för kulturupplevelser i Sverige?**



Källa: Novus Group, Attitydundersökningen december 2016.

73 procent svarar att Sveriges Radio är mycket eller ganska viktig för kulturupplevelser i Sverige.

Det ligger nära till hands att koppla Sveriges Radios viktighet, särskilt när det gäller nyhetsförmedling, till trovärdighet och allmänt förtroende för företaget. Förmodligen finns det ett sådant samband. 78 procent instämmer i påståendet att SR har trovärdiga nyhetssändningar. Men mer än hälften av de som svarat, 53 procent, anser också att de hör viktiga nyheter först i Sveriges Radio. 41 procent instämmer i att de ofta hör diskussioner om aktuella ämnen för första gången i SR, och 38 procent säger att de ofta hör ny musik för första gången i SR.

Att Sveriges Radio uppfattas som en viktig röst som bidrar till agendan i Sverige tycks därför inte enbart bero på företagets höga förtroende och karaktär av institution. En relativt stor del av de svarande uppfattar att själva leveransen är snabb och bidrar med något som andra inte gör.

## Förtroende för Sveriges Radio

Public service i allmänhet, och Sveriges Radio i synnerhet, åtnjuter ett stort förtroende hos allmänheten och framför allt hos den egna publiken.

Sveriges Radio ligger i topp för sjätte året i rad i MedieAkademiens förtroendebarmeter för 2016 (och delar förstaplatsen med Systembolaget). I förtroendebarmetern uppger 70 procent av allmänheten 15 år och äldre att de har mycket eller ganska stort förtroende för SR.

**Tabell 39. MedieAkademiens förtroendebarmeter 2016**

	2016
Sveriges Radio	70
Systembolaget	70
Sveriges Television	66
Universitet/högskolor	65
Sjukvården	61
IKEA	61
Polisen	61
Skatteverket	61
ICA	55
Röda Korset	53
Riksbanken	52
Amnesty	52
Volvo	49
Radio/tv	47
Lokal morgontidning	46
Dagens Nyheter	46
Frälsningsarmén	44
Kungahuset	42
Svenska kyrkan	41

*Källa: MedieAkademin/TNS Sifo. 1 200 webbintervjuer perioden 2–13 mars 2016. Andelen mycket och ganska stort förtroende bland personer som har en åsikt.*

Sveriges Radios egna undersökningar har tidigare år bekräftat MedieAkademiens resultat. I år ses dock en skillnad. I attitydundersökningen för 2016 svarar 64 procent av allmänheten 16–79 år att de har mycket eller ganska stort förtroende för det sätt som Sveriges Radio sköter sitt jobb – en nedgång jämfört med motsvarande undersökning 2015.

På frågan vilket värde man anser att Sveriges Radio har för samhället svarar 79 procent att SR har mycket eller ganska stort värde för samhället i stort. På frågan hur stort personligt värde Sveriges Radio har för dem svarar 65 procent mycket eller ganska stort. För både samhällsvärdet respektive det personliga värdet ses nedgångar jämfört med mätningen 2015.

I attitydundersökningen för 2016 ses alltså nedgångar gällande flera övergripande omdömen om Sveriges Radio.

Sveriges Radios bedömning är att flera samverkande faktorer ligger bakom denna utveckling. Det handlar om globalisering, teknikutveckling, digitalisering, fragmentisering, individualisering, mediekonkurrens och konsekvenserna av ett polariserat samhälle och ökande kunskapsklyftor. SR kommer att följa utvecklingen genom kontinuerlig publik- och omvärldsanalys för att ännu bättre förstå hur man bör möta allmänhetens behov.

Sveriges Radio har genomfört en segmenteringsanalys och identifierat fyra grupper av lyssnare där Sveriges Radio har potential att nå en större publik. Segmenteringsanalysen utgår från varför människor lyssnar, vilka behov det uppfyller och i vilka situationer man lyssnar.

- Kanalväxlare – vill gärna att andra väljer innehållet, vill kunna byta musik och lyssnar mest på morgonen och i bilen.
- Nyhetslyssnare – behöver hjälp att orientera sig i utbudet, kondenserade nyheter vid rätt tidpunkter och fler nyheter på fler plattformar.
- Sociala överalltlyssnare – behöver enkla rekommendationer, är aktiva kvällstid, vill ha koll genom sociala medier och behöver ett bättre paketerat innehåll än vad SR erbjuder i dag.
- Kräsna lyssnare – vill ha starka programledarprofiler, vill ha koll både på det lokala och globala samt söker efter humor och att lära sig något.

Under 2016 har SR:s medarbetare haft workshoppar kring de här fyra grupperna och tagit fram ett antal åtgärder som företagsledningen beslutat att börja implementera 2017.

Vidare har ett antal initiativ tagits för att åtgärda den nedåtgående trenden avseende förtroende, se kapitel 3.

### 8.3 Dialog med publiken

Publikens engagemang och delaktighet är en förutsättning för att Sveriges Radio ska vara till för alla, och den publika ambitionen utvecklas därför hela tiden. SR ska

- uppsöka och aktivt bjuda in publiken
- tillgodose publikens föränderliga medievanor
- formulera sig med både hjärta och hjärna
- utveckla den levande dialogen med publiken.

Redaktionerna använder aktivt publiknätverk och sociala medier för att kommunicera med publiken och ge den möjlighet att medverka och påverka innehållet. Sveriges Radio har även en omfattande och väletablerad kontakt med publiken genom utesändningar, studiebesök, Öppna hus och Lyssnarservice.

För tionde året arrangerade Sveriges Radio seminarier med utrikeskorrespondenterna på Södra Teatern i Stockholm. Samtalen kring aktuella världshändelser och korrespondenternas villkor direktsändes på webben och lades ut som poddar. Under *Utrikesdagen* med temat *Förstå världen* lyftes utrikesbevakningen i alla kanaler fram.

Evenemanget följdes upp med en turné där korrespondenter och utrikesreportrar, i samarbete med Riksteatern, mötte publiken i ett tiotal städer, vilket gav publiken på orter som Sundsvall, Kalmar, Västerås och Södertälje en chans att ta del av erfarenheter och upplevelser. Det var oftast fullsatt med en andäktig publik.



Flera av de lokala kanalerna fördjupade upplevelsen för publiken vid korrespondenternas besök. Till exempel arrangerade P4 Kronoberg i samarbete med SVT och Smålandsposten temadagen *Stå för din åsikt* om medier, källkritik och demokrati för 900 elever i åk 6. P4 Västerbotten genomförde utesändningar under tre dagar med fokus på berättelser från olika delar av världen och Sverige.

P3:s största årliga musikevenemang *P3 Guld* genomfördes för fjortonde året i rad i Göteborg och sändes i P3, SVT samt med bild på [sverigesradio.se](http://sverigesradio.se).

*P3 Älskar* med livemusik, P3-profiler och humor besökte Luleå, Malmö, Skövde och Norrköping.

Lyssnare och Berwaldhallens publik röstade fram en önskekonsert med Radiokören. Konserten sändes a cappella i *Klassisk morgon* i P2. Berwaldhallen bjöd in barn med föräldrar till Öppet hus där barnen fick prova instrument, sång och dirigerings.

P2 har ett aktivt samarbete med sin publik genom Musiknätverket i P2 där deltagarna bjuds in att påverka vilken musik som spelas och på olika sätt medverka i programmen.

Det publika evenemanget *DokuPodd* genomfördes i samarbete med Fotografiska i Stockholm. Under en helkväll lyftes format och plattformar för ljudande berättande. Med *DokuPodd* har Sveriges Radio skapat en arena för all sorts ljudande berättande, i synnerhet radiodokumentärer.

Redaktioner och kanaler bjuder in till publiksamtal för att diskutera innehåll och kvalitet. En gymnasieklass med nyanlända afghanska pojkar bjöds in till Radiohuset i Stockholm för att beskriva hur de uppfattade podden *Radio Sweden* på lätt svenska.

I november 2016 bjöds ett hundratal åttaåringar till Radiohuset i Stockholm för förhandslyssning på årets julkalender *Lyckoborgen*.

I de lokala P4-kanalerna sker dagliga direkta publikmöten, dels genom att programmen allt oftare sänder utanför radiohusen, dels genom mobila reportrar som rör sig ute bland människor. Dessutom medverkar publik i ring in-program, tävlingar, debatter och undersökande journalistik i realtid.

Några exempel på lokala evenemang:

- Under Radiohjälpens insamling för *Världens barn* anordnade P4-kanalerna många publika arrangemang såsom motionsaktiviteter. P4 Västerbotten cyklade genom länet och samlade in pengar, och P4 Kristianstad bjöd in publiken till en vandring genom Skåne.
- Varje fredag bjuder P4 Stockholm in publiken till *Musikplats Stockholm*, två timmar direkt-sänd livemusik och intervjuer med aktuella artister.
- Inför *Eurovision Song Contest* sände P4 Stockholm och P5 STHLM direkt från festivalområdet i Kungsträdgården.
- P4 Stockholm har under året arbetat med att nå en större och mer mångfasetterad publik, bland annat genom publika möten på olika platser för att komma så nära lyssnarnas vardag som möjligt. Ämnen har varit bostadsfrågan, halvvägs till valet, situationen i skolan, ungdomsarbetslöshet och trygghet.
- *P3 Din Gata* i Malmö bjöd publiken till en stor fest med livemusik och dj:ar när kanalen firade 10 år sommaren 2016.

## 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 2016, 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 2016, 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 2016, 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 2016 tilldelades Sveriges Radio 2 843 mnkr.

Nedan visas medelstilldelning och intäkter vid sidan av avgiftsmedel.

**Tabell 40. Sveriges Radios medelstilldelning och intäkter vid sidan av avgiftsmedel, mnkr**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Erhållna avgiftsmedel rundradiokontot	2 732	2 787	2 843			
Justering mellan programbolagen	3	2	6			
<b>Totalt erhållna avgiftsmedel</b>	<b>2 736</b>	<b>2 789</b>	<b>2 849</b>			
Avgiftsmedel överförda till RIKAB	-53	-60	-59			
Avgiftsmedel överförda till SRF	-91	-74	-67			
<b>Delsumma överförda avgiftsmedel</b>	<b>-144</b>	<b>-134</b>	<b>-126</b>			
Förändring skuldförda avgiftsmedel	-66	-7	58			
<b>Summa intäktsförda avgiftsmedel</b>	<b>2 526</b>	<b>2 649</b>	<b>2 781</b>			
Intäkter konsertverksamheten	24	22	26			
Övriga intäkter	21	24	20			
<b>Summa övriga intäkter</b>	<b>45</b>	<b>46</b>	<b>46</b>			
<b>Summa</b>	<b>2 570</b>	<b>2 695</b>	<b>2 827</b>			
Sidoverksamhet	12	12	8			
<b>Summa intäkter</b>	<b>2 583</b>	<b>2 707</b>	<b>2 835</b>			

## Intäkter vid sidan av avgiftsmedel

Vid sidan av avgiftsmedel har Sveriges Radio övriga intäkter på 54 mnkr, inklusive sidoverksamhet. Cirka hälften utgörs av biljettintäkter från Sveriges Radios Symfoniorkesters och Radiokörens verksamhet i Berwaldhallen.

Östersjöfestivalen är en årlig festival som arrangeras av Sveriges Radio. Syftet är att öka samhörigheten mellan 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, Stockholms stad och Polska institutet i Stockholm bidrog 2016 med totalt 1,74 mnkr. Beloppet ingår i Övrigt i tabellen.

**Tabell 41. Intäkter vid sidan av avgiftsmedel, mnkr**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Intäkter konsertverksamheten	22,8	21,6	25,6			
Turnéverksamhet Radiosymfonikerna o Radiokören	8,3	5,6	4,5			
Hysesintäkter	0,4	0,7	0,9			
Lönebidrag	1,8	1,3	1,2			
Julkalendern	1,8	1,3	1,4			
Övrigt	9,6	15,7	12,4			
Sidoverksamhet	12,4	11,8	7,6			
<b>Summa</b>	<b>57,1</b>	<b>58,0</b>	<b>53,6</b>			

## Kommersiella samarbeten

I samband med Östersjöfestivalen hade Svenska Dagbladet en bilaga i tidningen om festivalen till ett uppskattat sammanlagt värde av 275 tkr. Detta har ej genererat några intäkter. Samarbetet omnämndes i festivalens programtidning.

Utöver detta har inga kommersiella samarbeten förekommit under året.

## Sponsring

Varken direkt eller indirekt sponsring förekommer.

Sveriges Radio har i produktionsutläggningsavtal med externa produktionsbolag säkerställt att det inte förekommer någon direkt eller indirekt sponsring. I § 6 i avtalen 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 42. Sveriges Radios kostnader per kostnadsslag, mnkr**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Programproduktion	1 619	1 728	1 812			
Distribution	217	219	204			
Övriga kostnader	743	752	817			
<b>Delsumma</b>	<b>2 579</b>	<b>2 699</b>	<b>2 833</b>			
Sidoverksamhet	11	12	8			
<b>Summa kostnader</b>	<b>2 590</b>	<b>2 711</b>	<b>2 841</b>			

Som Programproduktion räknas programproducerande kostnadsställen, programbeställande funktion, programavtal, webbverksamhet och kostnad för kontribution.

Till Distribution räknas kostnaden för distribution av marksändningar och internetdistribution.

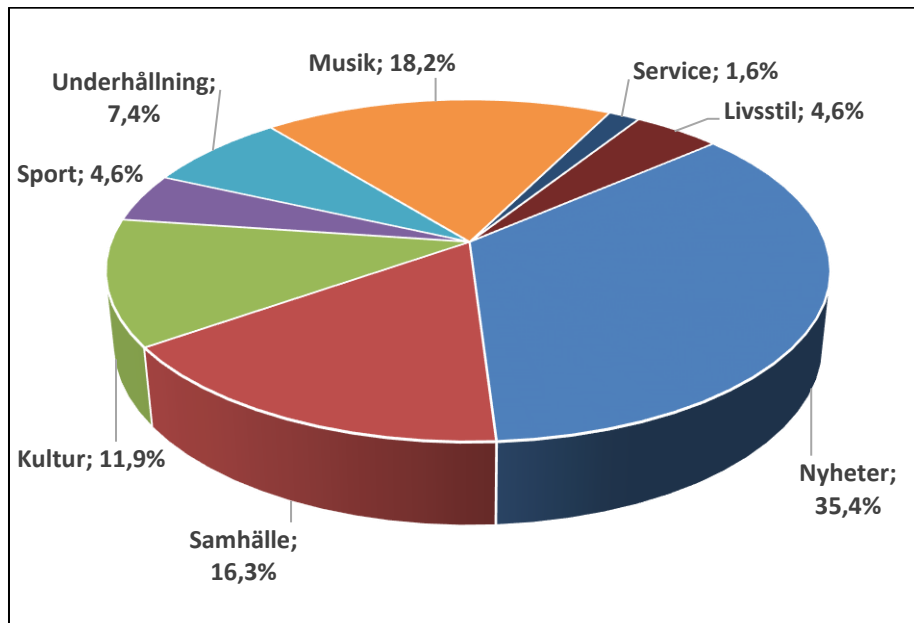
Återstoden räknas som Övriga kostnader. Utöver traditionella overheadkostnader, som administrativa funktioner samt stabs- och servicefunktioner, ingår även verksamhet som till stor del kan hänföras till programproduktion, som marknadsföring, kommunikation, investeringar och teknik/ it. Till exempel avser cirka en tredjedel av Övriga kostnader infrastruktur och verktyg för produktion och utsändning av radio.

**Tabell 43. Kostnad per programkategori, mnkr**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Nyheter	961	958	1 003			
Samhälle	419	464	460			
Kultur	318	334	338			
Sport	108	129	131			
Underhållning	185	200	210			
Musik	431	430	515			
Service	52	51	47			
Livsstil	106	133	129			
<b>Summa</b>	<b>2 579</b>	<b>2 699</b>	<b>2 833</b>			

Den relativt stora ökningen för programkategorin Musik är av engångskaraktär då en justering skett 2016 avseende kostnader för musikrättigheter.

**Diagram 15. Kostnadsandelar per programkategori, 2016**



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 och ger en rimlig balans mellan de olika delar som ingår i uppdraget. 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 2014, 2015 och 2016.

I avsnitt 3.5 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 högre betyg.

Detta är en indikation på att Sveriges Radio prioriterar allokering av resurser mellan programkategorier på ett effektivt sätt.

### 9.3 Produktivitet respektive effektivitet

Effektivitet definieras traditionellt som graden av måluppfyllelse i förhållande till resursanvändning.

Begreppen effektivitet och produktivitet har Sveriges Radio definierat som:

**Yttre effektivitet** – producera sådant som uppfyller publikens behov och samtidigt uppfyller public service-uppdraget – att sända radio i allmänhetens tjänst. Behovsmåttet är uppdelat i två delar: samhällsvärde och individvärde.

**Inre effektivitet eller produktivitet** – använda företagets resurser på rätt sätt. Framför allt handlar det om att allokera resurser så att verksamheten ständigt utvecklas för att bättre uppfylla uppdraget och möta publikens behov. Detta sker genom att utveckla personalens kompetens, förnya interna system, distribuera innehållet på nya plattformar och utveckla interna processer i syfte att nå företagets mål samt genom att prioritera om och flytta resurser.

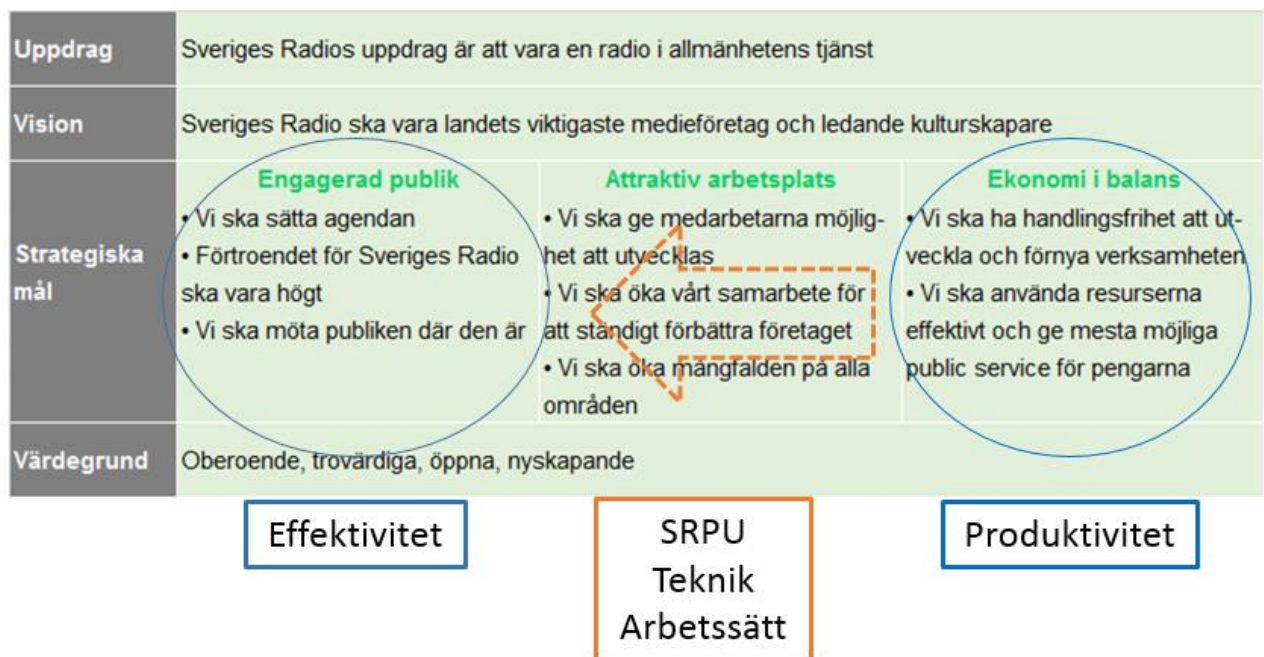
De indikatorer Sveriges Radio använder för att mäta och följa upp den yttre effektiviteten handlar om kvantitativa och kvalitativa mått för på vilket sätt och hur mycket SR används och hur publiken upplever företaget och det utbud som tillhandahålls. Se kapitel 3.

Det är svårt för Sveriges Radio att definiera indikatorer som mäter den inre effektiviteten då traditionella nyckeltal för produktivitet i regel utgår från förhållanden för kommersiella och vinstdrivande företag där målet är att producera en viss kvantitet till lägsta möjliga kostnad i syfte att maximera en vinst.

Sveriges Radio har som mål att ge publiken ett så kvalitativt utbud som möjligt – som uppfyller kraven i sändningstillstånd – inom den kostnadsram som de årliga licensmedlen medger. Därför vill SR snarare beskriva på vilket sätt företaget rationaliserar, kompetensutvecklar och ständigt omfördelar tid och pengar i syfte att utveckla kvaliteten i verksamheten. Det kan handla om fler utrikesreportrar, att utveckla ny mobil teknik som möjliggör för reportrar att bevaka och sända från glesbygd eller tunnelbana, journalistiska fortbildningar och att minska antalet anställda inom stödfunktioner för att öka antalet anställda inom programverksamheten. Se även avsnitt 9.3.1 om produktivitetsförbättringar och rationaliseringar.

Genom att ständigt arbeta med produktiviteten (inre effektiviteten) strävar Sveriges Radio efter att öka (den yttre) effektiviteten.

**Diagram 16. Sambandet mellan effektivitet och produktivitet**



Genom att arbeta med produktiviteten, rationalisera och omfördela resurser kan personalen medverka i utvecklingsinsatser som har till mål att öka effektiviteten.

Sveriges Radio finansieras via radio- och tv-avgiften. Inget statligt stöd ges för att utveckla verksamheten eller för att klara av den digitala förflyttningen. Dessa medel måste hela tiden rationaliseras fram i basverksamheten.

### 9.3.1 Produktivitet

Ett traditionellt produktivetsmått (förhållandet mellan tillförda resurser och producerad mängd) är inte relevant för Sveriges Radio.

Det produktivetsarbete som bedrivs inom Sveriges Radio fokuserar i stället på att direkt eller indirekt höja utbudets kvalitet och tillgänglighet, inte på att öka mängden sändningstimmar eller det totala utbudet.

I stället för att sträva efter att sänka den totala kostnadsmassan, har Sveriges Radio valt att formulera produktivetsmått, som mäter företagets förmåga att fördela resurser till programproduktion, programutveckling, kompetensutveckling och teknisk utveckling. Det handlar om att ge organisationen förutsättningar och förmåga till ständig utveckling, så att SR fortsatt kan erbjuda ett högkvalitativt utbud från hela Sverige och världen med god ljudkvalitet och på rätt plattformar.

Sveriges Radio bedömer produktiviteten genom

- resurser för programproduktion
- resurser för utveckling
- upphandlingsgrad
- investeringar
- övriga produktivetsförbättringar och rationaliseringar
- koncernsamarbeten.

## Resurser för programproduktion

Över tid har Sveriges Radio genom olika produktivitetshöjande åtgärder kunnat omfördela resurser till programproduktionen – genom att byta ut gammal teknik, genom att utnyttja tekniken på rätt sätt, och genom organisatoriska förändringar, samt via omprioriteringar.

Programproduktionen har effektiviserats genom att fokusera på teknisk utveckling så att medarbetarna ska kunna arbeta mobilt, rapportera direkt från olika händelser och genomföra hela sändningar utanför radiohusen utan stora resurskrävande insatser. Så länge det finns tillgång till ett stationärt eller mobilt nätverk kan reportrarna nu medverka i sändning och sända själva.

I enlighet med det strategiska målet att nå publiken där den är, har förflyttningen över tid av resurser till programproduktion bland annat inneburit att Sveriges Radio har kunnat genomföra satsningar för att öka nyttjandet av sociala medier och underlätta förflyttningen till digitala medier.

Även om det huvudsakliga motivet för en sammanslagning av Radio Sweden och Eko-redaktionen var publicistiskt, ledde den förändrade organisationen också till en årlig kostnadsminskning på cirka 7 mnkr. Dessa frigjorda resurser har använts för att skapa ett permanent liveteam inom redaktionen, som är bemannat från 09.00 på morgonen till 02.00 på natten sju dagar i veckan med ett tiotal medarbetare, samt för att ytterligare förstärka utrikesbevakningen.

Detta är ett exempel på hur Sveriges Radio i vardagen prioriterar om resurser för att förnya och förbättra utbudet till publiken.

Det är ett kontinuerligt arbete där det gäller att ständigt ompröva och utveckla de interna processerna. Genom att över tid redovisa programproduktionens andel av totala kostnader visas en indikator för hur framgångsrikt Sveriges Radio är i att öka produktiviteten.

**Tabell 44. Resurser för programproduktion, procent**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Programproduktion	62,8 %	64,0 %	64,0 %			
Distribution	8,4 %	8,1 %	7,2 %			
Övriga kostnader	28,8 %	27,8 %	28,8 %			
<b>Totalt</b>	<b>100,0 %</b>	<b>100,0 %</b>	<b>100,0 %</b>			

Programproduktionens andel är oförändrad 2016 i jämförelse med 2015. De faktiska kostnaderna för Programproduktion har ökat men Övriga kostnader har ökat mera. Den främsta orsaken är ett antal större utvecklingsprojekt med betydande investeringar i hårdvara, vilket bidrar till en större ökning av Övriga kostnader. Att andelen för Distribution blir mindre hänger ihop med övergång till ny teknik. Lägre distributionskostnader har samtidigt lett till en ökning för Övriga kostnader då kostnader för ny teknik tillkommit i denna kategori.

För samma resurser för Programproduktion produceras dock mera utbud. Exempel på detta är den omfattande produktionen av poddar som USA-valpodden. Detta gäller också FM-utbudet, såsom *Studio Etts* nya sändning på vardagskvällar, ytterligare en utrikeskorrespondent med fokus på migration, P1-programmet *Kluvet land*, fler P3-dokumentärer samt en förlängning och fördjupning av *Ekots lördagsintervju*.



## Resurser för utveckling

Det ekonomiska handlingsutrymmet som frigjorts de senaste åren möjliggör flera stora satsningar under resterande del av tillståndspanen. 2016 innebar det att cirka 8 procent av Sveriges Radios totala kostnader lades på innovation, kompetensutveckling, förnyelse och den så viktiga digitala förflyttningen. Detta är alltså utveckling vid sidan av de omprioriteringar som görs i vardagen av varje chef på redaktioner och kanaler. Se även avsnitt 4.2 Utvecklingsarbete.

Publicistiska satsningar syftar till att utveckla innehållet, förbättra tillgängligheten och öka användandet av Sveriges Radios innehåll på alla plattformar. Satsningarna ska bidra till att förflytta företaget inför nästa sändningstillståndspanen.

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. På så sätt kan Sveriges Radio arbeta effektivt och ändamålsenligt i produktionen och ha tillgång till rätt information vid rätt tillfälle. I och med det kan SR tillhandahålla bättre innehåll och utvecklade tjänster till publiken.

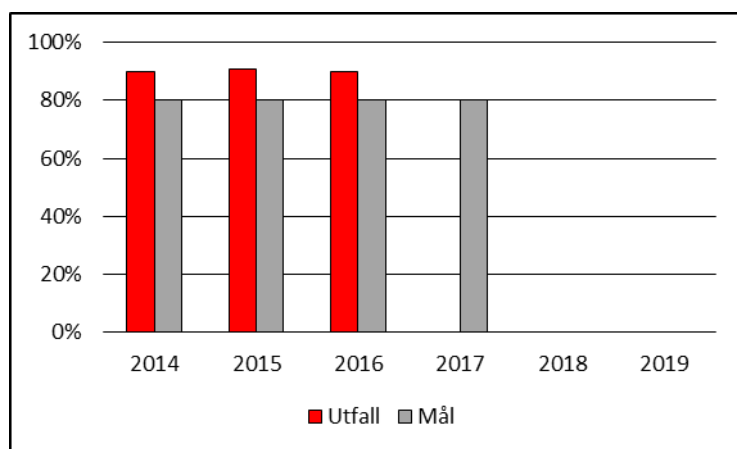
## Upphandlingsgrad

Sveriges Radios upphandlingsgrad är ett mått på den andel av totala inköp som görs med avtal upphandlade enligt Lagen om offentlig upphandling (LOU). SR räknar med en kostnadsreduktion på cirka tio procent vid bibehållen eller stärkt kvalitet då inköp görs med konkurrensutsatta upphandlade avtal.

Målet är att upphandlingsgraden ska vara minst 80 procent. För enstaka inköpskategorier är målet betydligt högre. Till exempel är upphandlingsgraden 99 procent för inköpskategorin Distribution och kontribution, 88 procent för kategorin Facilitet och 90 procent för Tekniska produkter och system.

Upphandlingsgraden ligger fortsatt på en hög nivå. För planerade inköp, där inköpsvolymen per tillfälle är över direktupphandlingsgränsen, ligger upphandlingsgraden på 99,7 procent. Totalt ligger upphandlingsgraden på 90 procent för 2016.

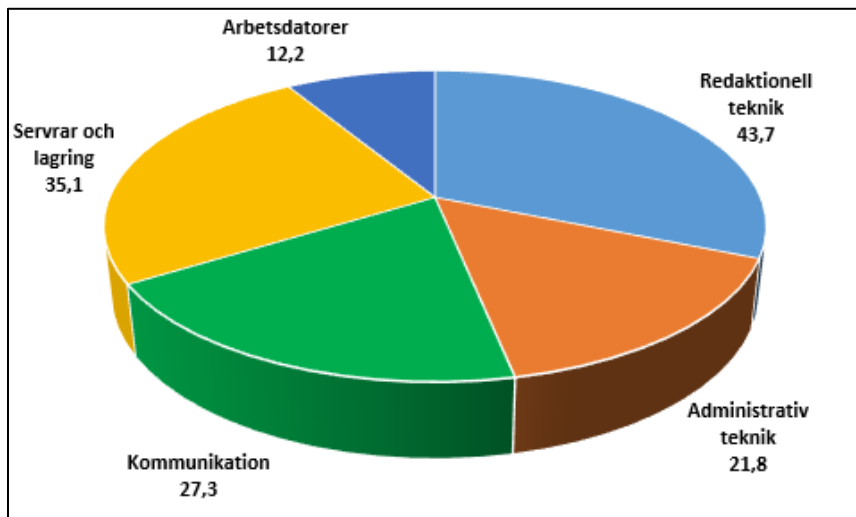
Diagram 17. Upphandlingsgrad, procent



## 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.

**Diagram 18. Investeringsverksamheten 2016, mnkr**



Investeringsplanen är indelad i sex kategorier som följs upp under hela tillståndspanen:

- 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, de fasta funktionsdatorerna på redaktionerna samt servrar i de tekniska systemen.

## Övriga produktivitetsförbättringar och rationaliseringar

För att möta nya behov i en publik konkurrenssituation måste Sveriges Radio kontinuerligt pröva om resurser kan flyttas. Nedan listas exempel där resurser frigjorts inom vissa områden för att omfördelas till andra för att leverera högre kvalitet eller mer innehåll inom ramen för de medel SR disponerar.

- 2016 har förflyttningen från HF-teknik till ip-teknik slutförts. Medarbetarna kan nu arbeta mobilt, rapportera direkt från olika händelser och genomföra hela sändningar utanför radiohusen utan stora resurskrävande insatser. Genom att på detta sätt flytta medel från gammal till ny teknik har till exempel följande sändningar kunnat genomföras:

*Ekots* sjutton timmar långa direktsändning från Washington på valnatten med reportern Ginna Lindberg stationerad utanför Vita Huset.

P4 Västs förmiddagsprogram sändes direkt från Klaffbron i Trollhättan för att samla in pengar till Musikhjälpen. Programledaren kunde lägga ut sig i sändning, spela musik, ringa upp gäster och koppla in *Ekot* direkt från den hytt där man förr skötte broöppningar över Göta älv.

- En del av utvecklingsarbetet med nästa generations radiohus syftar till att minska andelen teknisk utrustning i varje hus och i stället centralisera så mycket utrustning som möjligt. Arbetet pågår för att ta fram morgondagens lösning utifrån nya behov, flexibilitet och möjligheten till effektiv support och drift. Ny teknik möjliggör detta teknikskifte som innebär nya möjligheter att flytta redaktionerna ut från radiohusen ut i det omgivande samhället.
- Kostnaden för utökning av datalagringsvolymen har historiskt varit hög. Nästa generations lagringslösningar utgår ifrån förenkling, flexibilitet, tillräcklig prestanda och resulterar i högre kostnadseffektivitet. Arbetet har inletts under 2016 och kommer att fortsätta under 2017.
- Rationaliseringar inom Ekonomiavdelningen genom centralisering, standardiserade arbetssätt och ändamålsenligt systemstöd har frigjort resurser som bland annat har nyttjats för att förstärka säkerhetsarbetet inom Sveriges Radio. Resurser har även kunnat föras över till programverksamheten.
- Den systematiska upphandlingsprocessen bidrar till ständig produktionsförbättring. Tidsåtgången från konstaterat inköpsbehov till färdigt avtal och kostnaden för upphandlingskonsulter har minskat.
- Fastighetshanteringen har centraliserats och lokalytor har minskats. Ny teknik medför ett minskat behov av studior. Renoverade och funktionsbaserade kontorslokaler innebär att antalet kvadratmeter kontorsyta per anställd kan minskas vilket ger lägre lokalkostnader.
- Generellt inom it har det över en 10-årsperiod skett en standardisering av distribution och ny teknik. Dessa rationaliseringar har frigjort betydande belopp årligen som i stället kan användas till ytterligare utvecklingsresurser, förstärkning av Sveriges Radios nät av korrespondenter och utrikesreportrar samt förstärkt budget för kommunikation och marknadsföring.

- Inom programverksamheten har det skett en kontinuerlig kvalitetsökning och utökning av det journalistiska arbetet utan motsvarande resurstillskott. Exempel på detta är poddutbudet, webbarbetet lokalt och på nationell nivå och inte minst arbetet med sociala medier. Ytterligare ett exempel är det försök som pågår inom P4 med områdesgemensam bevakning även på sena kvällar och helger. Digital och social förflyttning inom programverksamheten sker via omprioriteringar och rationaliseringar av den analoga verksamheten. Inga extra medel, motsvarande det statliga utvecklingsstöd som sedan 2016 finns för dagspressen, har tilldelats företaget för detta ändamål.

## **Koncernsamarbeten**

### **Koncerngemensamma upphandlingar**

Under 2016 genomförde de tre programbolagen i samarbete med SRF ett femtontal större gemensamma upphandlingar. Dessa var upphandling av bevakningstjänster fastighet, skalskydd och evenemang, städtjänster, programvaror, licenser och relaterade tjänster, byggtjänster, rör- och ventilationsservice, telefoni, försäkringsförmedlingstjänster, kaffemaskiner, tryckeritjänster, produktionsfordon, arkitekttjänster, brandskyddsprodukter samt profilprodukter.

### **Sveriges Radio Förvaltnings AB (SRF)**

I juni 2013 tog SRF:s styrelse beslut om en omfattande förändring av SRF:s uppdrag och verksamhet. Därefter har bland annat samtliga löne- och ekonomiprocesser tagits hem till bolagen, fastighetsuppdraget har ändrats, internservice har tagits hem och musik- och researchuppdragen har gjorts om i grunden. Dessutom har SRF:s it-verksamhet tagits över av Sveriges Radios teknik- och it-avdelning.

Förändringsarbetet har lett till mer verksamhetsanpassade tjänster samt en betydande årlig besparing.

Programbolagens samlade kostnader för SRF har minskat med 64,4 mnkr eller cirka 28 procent mellan 2014 och 2016. Jämfört med 2013 är minskningen 90,9 mnkr. Ny teknik, digitalisering samt effektivare processer har bidragit till rationaliseringen. Då programbolagen tagit över en del av processerna från SRF är den samlade nettobesparingen lägre. De frigjorda pengarna används för programutveckling.

## **Lokaler**

Programbolagen samlokaliserar och samutnyttjar lokaler där så är möjligt och rationellt.

Alla tre bolagen är samlokaliserade i Göteborg. SR och SVT är samlokaliserade i Eskilstuna, Halmstad, Kalmar, Karlskrona, Norrköping, Uddevalla, Uppsala, Visby och Örnsköldsvik. I Malmö och Sundsvall delar Sveriges Radio och Utbildningsradion lokaler.

Bolagen har gemensamt med SRF ett fastighetsråd som samordnar lokal- och fastighetsfrågor.

Kostnaden för SRF:s fastighetstjänster har genom programbolagens gemensamma översyn kunnat sänkas.

## Programsamarbeten

Sveriges Radio och Utbildningsradion samarbetar kring *Barnradions bokpris* och *Barnmorgon med Farzad*.

SR och SVT samarbetar kring *P3 Guld* och *Vi i femman*. 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 bedrivas på ett konkurrensneutralt sätt i förhållande till andra företag som tillhandahåller motsvarande tjänster.

(Sveriges Radios anslagsvillkor 2016, 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 2016, p. 8)

Sveriges Radios medelstildelning 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. Den mycket begränsade sidoverksamheten 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 45. Intäkter och kostnader för sidoverksamheten, mnkr**

		2014	2015	2016	2017	2018	2019
SR Media Development Office	Intäkter	7,4	5,4	2,7			
	Kostnader	-6,0	-5,4	-3,3			
	<b>Resultat</b>	<b>1,4</b>	<b>0,0</b>	<b>-0,6</b>			
Uthyrning Berwaldhallen	Intäkter	2,7	2,8	3,2			
	Kostnader	-2,7	-2,4	-3,0			
	<b>Resultat</b>	<b>0,0</b>	<b>0,4</b>	<b>0,2</b>			
Uthyrning lokaler, teknik	Intäkter	0,7	0,9	0,8			
	Kostnader	-0,7	-0,5	-0,6			
	<b>Resultat</b>	<b>0,0</b>	<b>0,4</b>	<b>0,2</b>			
Försäljning av varor	Intäkter	1,5	2,6	0,9			
	Kostnader	-1,8	-2,3	-4,2			
	<b>Resultat</b>	<b>-0,2</b>	<b>0,4</b>	<b>-3,3</b>			
Del av gemensam overhead	Intäkter	0,0	0,0				
	Kostnader	-1,3	-1,3				
	<b>Resultat</b>	<b>-1,3</b>	<b>-1,3</b>				
<b>Summa</b>	<b>Intäkter</b>	<b>12,4</b>	<b>11,8</b>	<b>7,6</b>			
	<b>Kostnader</b>	<b>-12,5</b>	<b>-11,9</b>	<b>-11,1</b>			
	<b>Resultat</b>	<b>-0,1</b>	<b>-0,1</b>	<b>-3,5</b>			

Del av gemensam overhead ingår från och med 2016 i respektive sidoverksamhet.<sup>52</sup> Utifrån kraven att kostnadspåslaget för overhead ska vara relevant och kunna justeras kontinuerligt för att spegla förändringar i verksamheten har kostnadsslaget Övriga kostnader valts som mått för overhead. I detta kostnadsslag ingår kostnader som är gemensamma för hela företaget, såsom ekonomihantering, administration, HR, juridik, kommunikation, marknadsföring, it, fastighets- och lokalkostnader.

Underskottet för försäljning av varor 2016 beror på att verksamheten i samband med en omstrukturering har belastats med engångskostnader i form av befarade kundförluster för historiska obetalda kundfordringar samt nedskrivning av varulagret. Arbete pågår med att hämta hem dessa kostnader. Verksamheten i övrigt är i balans.

Underskott i sidoverksamheten balanseras mot tidigare års överskott i sidoverksamheten.

Kostnader för sidoverksamheten utgör 0,3 procent av Sveriges Radios totala kostnader. SR MDO och tillhandahållande av material utgör två tredjedelar av dessa kostnader. Resterande andel utgörs av uthyrning av framför allt studiolokaler till kulturutövare.

Sveriges Radio bedömer att inget av detta riskerar att inkräkta på kärnverksamheten eller skada förtroendet för radio och tv i allmänhetens tjänst.

<sup>52</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.

## **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 konsertlokaler 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.

Prissättning vid försäljning av programkopior (licensieringar av inspelningar/program) görs efter omvärldsbevakning. Avstämning mot andra bolags prisnivåer och produktionskostnader görs regelbundet. Sveriges Radios pris baseras på det beräknade PPD-priset<sup>53</sup> och rekommendationer från upphovsrättsorganisationer. Privatkopior säljs till självkostnadspris.

SR MDO bedriver konsult- och utbildningsarbete inom medieområdet i första hand i länder i Asien och Afrika. Verksamheten är självbärande och finansieras oftast genom kontrakt med olika biståndsgivare, till exempel biståndsmyndigheten Sida. Vanligen genomförs upphandling vilket innebär att prisnivån sätts i konkurrens med andra företag eller institutioner som är aktiva på samma marknad.

---

<sup>53</sup> Published Price to Dealer – pris innan produkten når handeln.

## **10 Planer för framtiden**

### **10.1 Sveriges Radio mot nytt sändningstillstånd**

Under 2017 inleds arbetet inför nytt sändningstillstånd. Den nuvarande sexåriga tillståndsperioden ska den 1 januari 2020 ersättas av en ny. Det första steget är att Kulturdepartementet genomför en halvtidsöversyn. Här får Sveriges Radio möjlighet att ge sin omvärldsbild, analysera mediernas utveckling samt bidra med underlag och fakta. Utöver att säkra ett långsiktigt och oberoende finansieringssystem är de viktigaste frågorna att värna det breda uppdraget, att finnas på alla plattformar, att få tillgodoräkna utbudet på webben för uppfyllelsen av uppdraget och att Sverige Radio fortsätter att vara ett eget bolag.

### **10.2 Engagerad publik**

#### **10.2.1 Utbudet**

Publikens förändrade beteende på mediemarknaden påverkar såväl Sveriges Radios utbud som hur SR når publiken. Än så länge är lyssnandet på FM starkt, men parallellt med FM-lyssnandet ökar lyssningen via digitala och sociala plattformar. Därför måste utbudet vara attraktivt och angeläget på alla tre benen – marksänd radio, digitalt och socialt – samtidigt.

Avgörande är också att publiken faktiskt hittar innehållet på de plattformar där de är. Det betyder att mer kraft måste läggas på att nå ut med innehållet. Det är självklart för en ung kanal som P3 att vara aktiv och ha ett utbud på till exempel Snapchat och Youtube eftersom det är där den unga publiken är – varje dag. Där skapar SR en medvetenhet hos den unga publiken om att det finns ett oberoende och reklamfritt alternativ till alla stora, globala och digitala sajter – ett alternativ som heter Sveriges Radio. I dag är det inte en självklarhet att en ung publik får lära sig det hemma eller i skolan.

I dagens stora medieutbud spelar profiler en allt viktigare roll för att nå fram. 2017 kommer därför olika program och kanaler att lyfta fram starka profiler som publiken lättare kan känna igen och ha en relation till. De ska också fungera som trovärdiga guider.

Inte bara mediemarknaden utan också samhället förändras. I Sverige och i resten av världen märks hur samhället fragmentiseras och polariseras. De sociala medierna ger stora möjligheter till kommunikation och relation, men samtidigt uppstår det risker när publiken förvandlas till många små publikgrupper som enbart rör sig i sina egna åsiktsbubblor. Det förstärker ett polariserat samhälle där människor inte möts och där tankar och åsikter inte bryts mot varandra.

Sveriges Radios uppdrag är att bidra till en väl fungerande demokrati och att vara en öppen arena där just röster, tankar och åsikter får mötas. Detta är särskilt viktigt för den lokala radion P4 som varje dag når mer än tre miljoner lyssnare. Därför lägger SR än mer tyngd vid att lyssna på och föra en dialog med publiken. Det görs i direktsändningar, via publiknätverken och i de digitala och sociala medierna. Sveriges Radio är i dag det enda riktiga riksmidiet som har stark lokal förankring och som erbjuder öppna programtyper för debatt och dialog.



I uppdraget ingår att spegla Sverige som det ser ut. Röster från hela Sverige ska höras i hela Sveriges Radio, inte bara lokalt utan även i rikskanalerna. Det medför också att SR aktivt måste ut ur radiohusen för att komma närmare människorna. Ny teknik gör det enklare för reportrar att rapportera och sända från nya och betydligt fler platser. Det kommer särskilt att höras i de lokala kanalerna under 2017. Prioriterat är också att synas mer utanför radiohusen i direktsändningar och vid större evenemang. Sveriges Radio ska ytterligare befästa sin roll som hela Sveriges radio.

Nyheter, lokalt och riks, är en bärande del i utbudet. Samtidigt märks ökade tendenser till en nyhetströtthet hos delar av publiken som tycker att skildringen av det som sker är alltför ensidigt negativt. Under 2017 kommer därför många redaktioner att vidga det traditionella nyhetsgreppet i P1, P3, P4 och digitalt genom att arbeta mer aktivt och medvetet med så kallad konstruktiv journalistik. Det innebär en journalistik som ser fler perspektiv och som också vågar lyfta fram tänkbara lösningar. SR kommer också prioritera att fler olika röster kommer till tals. Mångfald är mycket viktigt.

Musiken är en av de viktigaste anledningarna för publiken att välja Sveriges Radio. Det gäller särskilt den unga publiken. P3 kommer under 2017 att på olika sätt lyfta fram musikens innehåll i kanalen. Den varsamma förnyelsen av P2 fortsätter.

Gemensamt för samtliga kanaler är att de under 2017 ytterligare ska vidga perspektiven och att fler ämnen, röster och infallsvinklar från hela landet ska höras i Sveriges Radios riksprogram. Detta gäller såväl nyheter som samhällsprogram och kultur.

### **Nyhetsverksamheten**

*Ekot* ska vara snabbast med nationella och internationella nyheter. Centralt i strategin är den nya livedesken som är kärnan i den snabba nyhetsverksamheten och som jobbar på de tre benen – marksant, digitalt och socialt. Efter att ha prövat olika arbetssätt under 2016 kommer en ny struktur att permanentas under 2017. *Ekot* ska inte bara vara snabbast med själva nyheten utan prioritera att också vara snabba med den välgrundade analysen och fördjupningen, förklara varför något hänt och vad det får för betydelse. *Ekot* fortsätter också att testa nya format för att förbättra den digitala nyhetsupplevelsen och förfina samspelet mellan de olika plattformarna.

Sedan april 2016 är den flerspråkiga nyhetsverksamheten Radio Sweden en del av Eko-redaktionen. Under 2017 kommer fler medarbetare från Radio Sweden in i Ekots övriga verksamhet för att ännu mera berika den svenskspråkiga nyhetsverksamheten.

Sveriges Radio har Nordens största nät av korrespondenter och ska under 2017 knyta ihop den globala utvecklingen med det som händer i Sverige för att ge publikens en djupare förståelse av sambanden. Speciellt fokus kommer att ges Europabevakningen med flera stora val, bland annat i Tyskland och Frankrike, vilket får direkt effekt på politiken här i Sverige.

Lokala P4 är direktsänd radio med tre programblock med den viktiga uppgiften att publicera händelsenyheter flödande i FM, på digitala plattformar och i sociala medier. Nyheterna integreras alltmer i programmen samtidigt som de lokala nyheterna på halvslag i FM är kvar. Vid större nyhetshändelser ska den lokala kanalen snabbt ta sig ut – oavsett tidpunkt på dygnet – för att själv sända eller bistå vid rikssändningar. Just nu pågår ett projekt som syftar till att öka den lokala nyhetsnärvaron när de lokala kanalerna inte sänder på kvällar och helger. Precis som för övriga kanaler blir det allt viktigare att på ett kvalificerat vis rapportera i realtid på samtliga plattformar.

## P1

Under 2017 ska kanalen visa bredden i grävjournalistiken och arbeta för större genomslag, antingen genom samordning mellan redaktioner eller med ett nytt grävprogram. Det krävs också ökade insatser för att nå ut med viktig journalistik på de plattformar där publiken finns.

Under 2017 kommer Europa, där många frågor är brännande, att specialbevakas i FM och i poddar.

Fokus kommer att läggas på utveckling inom vetenskapsområdet under 2017. Klimat- och miljöfrågor intresserar P1:s lyssnare, och behovet av kunskap och guidning inom området är stort. Därför förändras P1:s miljöprogram *Klotet*. Redaktionen utökas, programmet får längre sändningstid och ges möjlighet att ta upp alltifrån stora tekniska miljöframsteg till vardagsfrågor. Även *Vetenskapsradion Historia* får utökad sändningstid och blir ett bredare historiskt magasin för forskning, debatt, tillbakablickar och jämförelser mellan då och nu.

2017 erbjuder P1 olika programserier inom ämnesområden som är angelägna, inspirerande eller bara ger lite livsnjutning. Bland nyheterna finns ett program om stadsbyggnad och arkitektur som gör nedslag i svenska städer samt en serie om tekniken och framtiden.

P1:s *Litteraturvecka* är ett nytt evenemang där P1:s tre litteraturpriser för roman, novell och lyrik samlas för att skapa ökad uppmärksamhet och genomslag. Marie Lundström blir programledare och samlande namn för de olika aktiviteterna.

## P2

P2:s uppdrag att sända på andra språk än svenska är en central del av Sveriges Radios uppdrag att spegla Sverige så som det ser ut. Inför 2017 är SR bättre rustat att möta såväl svensktalande som övriga publik, bland annat genom förbättrad synergi i nyhetsbevakningen inom Ekot, där Radio Swedens redaktioner på fem språk numera ingår.

Sameradion kommer särskilt att uppmärksamma att det är 100 år sedan Elsa Laula samlade samiska representanter från tre länder till ett första riksmöte.

På Sisuradio fortsätter arbetet med att nå publiken, främst digitalt, med ett angeläget utbud av god kvalitet på finska.

På romani chib ska den talkshow för unga romer, som startade som podd hösten 2016, få sändningstid i FM. Radio Romano gör också en satsning på att läsa in romska berättelser för små och större barn.

*Magiska skrinet*, den särskilda satsningen på sagor på de fem nationella minoritetsspråken, utökas till att utöver nordsamiska även erbjuda sagor på syd- och lulesamiska.

I den del av kanalens utbud där P2 sänder klassisk musik, folk- och världsmusik, visa och jazz samt ett fåtal kunskapsprogram om musik ska en musikundersökning ge bättre underlag för det musikurval som publiken föredrar. P2:s granskande och bevakande uppdrag ska förbättras bland annat genom ökat fokus på musiknyheter i *Kulturnytt*.

Ett nyutvecklat format för P2 *Dokumentär* ska ge kunskap och djup om musik. Den prisade podden *Den svenska musikhistorien* kommer med sin tredje säsong under 2017, varefter det kommer att finnas 106 avsnitt som skildrar svenskt musikliv från stenåldern till nu.

I *Lördagsmorgon* i P2 ska en ny programledare, vid sidan av Eva Sjöstrand, introduceras. Publiken får också vara med i den sing-a-long som Rickard Söderberg från programmet *Operahuset* leder och som för första gången även ska sändas i radio.

### P3

2017 ligger fokus för P3 på att stärka musikens roll i kanalen, satsa mer på de stora digitala formaten och arbeta för ett tydligare erbjudande i FM där titlarna blir färre och längre. Att fortsätta komplettera FM-produktion med digitala och sociala plattformar och satsningar är en förutsättning för att P3 ska kunna vara där publiken är i framtiden.

Sveriges största podd, *P3 Dokumentär*, ökar produktionen nästa år. Fler dokumentärer än någonsin tidigare ska produceras och ett nytt avsnitt ska släppas varannan vecka.

*P3 Serie* är en annan podd som P3 satsar stort på 2017. Det är nyproducerad spännande radio-drama för en ung publik som gillar tv-serier. Målet är att släppa fyra säsonger. Andra nischade poddar som *Creepypodden*, *Ridpodden* och *Psyket* får också utökat uppdrag under 2017.

*P3 Nyheter*s fokus under 2017 är att ta fram fler egna nyheter med hjälp av publiken socialt. Ett granskande team i Göteborg utgör navet i satsningen, och året inleds med att redaktionen rekryterar en reporter via Snapchat. Redaktionen fokuserar just nu också på att hitta en form för att nå ut med ett nyhetserbjudande till den unga publiken on demand. Målet är att släppa en nyhetsdokumentär i månaden under 2017.

*Musikguiden i P3: Session* genomgår 2017 stora förändringar. Formatet kortas och integreras i blocket för *Musikguiden* samt fokuserar på att publiken ska kunna ta del av de unika live-inspelningarna i efterhand via sociala medier. Innehållet bygger på att en för målgruppen stor och relevant artist kommer till studion och framför 3–4 låtar i direktsändning. En av dessa låtar delas sedan med rörlig bild på Youtube, Instagram och Facebook med förhoppningen att nå en publik som sedan väljer att komma till Sveriges Radio och ta del av de resterande låtarna.

För P3 är det prioriterat att möta den unga publiken där den är. Majoriteten av P3:s målgrupp är på Youtube varje vecka. Därför genomför kanalen just nu ett projekt som jobbar utforskande för att ta reda på hur och vad P3 kan göra på Youtube i framtiden. Detta kommer, beroende på rapportens slutsatser, bli en del av kanalens satsningar 2017.

### P4

Under 2017 fortsätter förändringen och utvecklingen av det lokala P4. Sveriges Radio ska bli bättre på att öka publikens medverkan genom att använda alla tillgängliga plattformar och låta publiken bli en naturlig del av programutbudet. SR ska också bli ännu bättre på att spegla människors vardag oavsett bakgrund.

Under de närmaste åren kommer många människor att skapa sig nya liv runtom i Sverige. Sveriges Radio vill vara med och skildra ett Sverige i förändring med utgångspunkt i nyanländas möte med landet och möten mellan människor. Genom att följa människor långsiktigt kan komplexiteten i migrationsfrågan belysas och ge oss alla en fördjupad förståelse för det Sverige som nu växer fram. Projektet *Ett nytt Sverige* går även att följa digitalt.

Då efterfrågan på aktuell samhällsbevakning och behovet av att förklara händelser och sätta saker i ett sammanhang ökat under senare år är det en självklarhet att erbjuda publiken aktualitetsprogrammet *P4 Extra* alla veckans dagar mellan kl. 13 och 15. Nytt för 2017 är att programmet varje vecka sänds från de tre största städerna Stockholm, Göteborg och Malmö. Underhållningsprogrammet, som tidigare sändes på denna tid, sänds i stället senare på fredagseftermiddagen.

Just nu testas en digital kanal som riktar sig till lite äldre lyssnare, P4 Plus. Grunden är musik som inte spelas i någon annan av Sveriges Radios kanaler, åtminstone inte i någon större omfattning. Kanalen har hittills tagits emot väldigt väl, årsskiftet 2016–2017 lanseras nya program med publika profiler i målgruppen. Testet ska pågå till och med första delen av 2017, då det ska utvärderas.

### 10.2.2 Digitalt

#### *Sverigesradio.se*

Andelen trafik till *sverigesradio.se* via sökfunktion, sociala medier och andra länkningstjänster fortsätter att öka även om ökningstakten är lägre än tidigare. Att få besökarna att upptäcka mer innehåll att lyssna på och att ge fler relevanta tips är fokus för 2017.

Ljudet ska stå ännu mer i fokus. Ett prioriterat utvecklingsområde är att så många artiklar som möjligt ska innehålla ljud. Musikutbudet ska lyftas fram ännu mer, och förbättrade låtlistor är ett steg mot det.

#### **Appar**

Under 2017 kommer utvecklingen av *Sveriges Radio Play* att prioriteras. I början av 2017 lanseras en ny hemskärm, och därefter kommer lokala pushnotiser från P4-kanalerna att lanseras. Syftet är att fortsätta förbättra funktionalitet och användarupplevelse.

Dessutom kommer röststyrning samt ett enklare och säkrare sätt att använda *Play* när man kör bil att utforskas.

#### **Digital lyssning på externa plattformar**

Efterfrågan på Sveriges Radios utbud linjärt och on demand på externa plattformar har ökat 2016. Under 2017 är en utökning av tillgängligheten till SR:s ljudutbud på externa plattformar prioriterad.

#### **Poddradio**

Satsningar på poddunika program kommer att fortsätta under 2017. Fokus ligger på att utveckla nya format, nya ämnen och starka personligheter. Målet med det poddunika utbudet är bland annat att vidga radions traditionella ramar.

Några konkreta mål för programutvecklingen av nya poddunika program 2017:

- Minst en större och publikt bred lyssnarsuccé ska skapas.
- Val i Tyskland och Frankrike samt Brexit gör Europafrågorna än mer aktuella – ett nytt poddformat med fokus på Europa bör därför prioriteras.
- Dramaserier och berättande ska vidareutvecklas i olika former.

### 10.2.3 Evenemang

Målsättningen under 2017 är att konsolidera och bygga vidare på de mest framgångsrika evenemangen, till exempel med utökade koncept som inbegriper fler plattformar.

Som exempel kan nämnas P2:s *Opera sing-a-long* där det långsiktiga målet är att skapa ett format som kan turnera till konserthus runtom i Sverige. Ett annat exempel på utveckling är ett ännu större fokus på det publika intresset för poddar, Sveriges Radios och andra, i samband med *DokuPodd*.

Möten med publiken kommer att prioriteras, inte bara de som sänds i radio. Till exempel ska en serie debatter om samtalstonen digitalt/socialt genomföras utifrån att hot och hat ökat märkbart det senaste året.

## 10.3 Sveriges Radios externa kommunikation

Under 2017 prioriteras följande fokusområden:

- P4 och det lokala utbudet
- P5 STHLM och det fortsatta arbetet med att nå ut med en ny lokal kanal i Stockholm
- varumärket genom övergripande stärkande insatser, särskilt inom det digitala
- förberedande arbete inför valåret 2018 med fokus på ungdomar
- att kommunicera Sveriges Radios verksamhet och samhällsnytta.

## 10.4 Attraktiv arbetsplats

Sveriges Radios förmåga att attrahera, rekrytera, utveckla och behålla medarbetare är avgörande för att nå vision, strategiska mål och vd:s riktlinjer samt för att leva upp till värdegrunden.

Arbetet med arbetsgivarvarumärket fortsätter därför under 2017 med fokus på den digitala introduktionen, deltagande vid arbetsmarknadsdagar och samarbete med högskolor och universitet. Även arbetet med att tydliggöra chef- och medarbetarskapet fortsätter under 2017. Ett steg i detta arbete är medarbetarundersökningen.

Sveriges Radios värdegrund vägleder verksamheten och medarbetarna såväl inom företaget som i möten med publiken, samarbetspartners och övriga externa kontakter. Under 2017 kommer SR att fortsätta vidareutveckla arbetet med värdegrunden.

Inom kompetensutveckling kommer fokus att ligga på att ta fram strategi och process för att identifiera fler utvecklingsmöjligheter för medarbetarna, inom framför allt fem områden:

- journalistik – grundutbildningar och särskilda publicistiska satsningar
- chef- och arbetsledarutbildningar
- teknik – här ligger alla utbildningar som blir ett resultat av alla tekniska investeringar
- kompetensomställningar och kompetensväxlingar
- övrigt – introduktionsutbildning, särskilda satsningar som SR Strategidag samt utbildningar riktade mot specialistroller.

Sveriges Radio har inlett ett närmare samarbete med högskolor och universitet inom teknik, it och data. SR kommer att delta i arbetsmarknadsdagar och lunchseminarier samt erbjuda praktikplatser och möjlighet till examensarbeten.

### 10.4.1 Ökad mångfald

Sveriges Radios strategiska mål och arbetet med att öka mångfalden inom alla områden har under senare år förstärkts genom att mångfaldsarbetet prioriteras i förnyelse av program, i mål och i uppföljning samt vid rekrytering av kompetens. Arbetet har gett resultat, men det kommer fortsatt att prioriteras även under kommande år.

Som en grund för arbetet har Sveriges Radio en mångfaldspolicy med tre utgångspunkter – diskrimineringsgrunderna enligt lagen, rekrytering och programutbud. Genom att arbeta målinriktat inom dessa tre områden förstärks det totala arbetet med mångfald.

Sveriges Radios tidigare mångfaldsplan med 30 punkter är nu genomförd. Ytterligare åtgärder för att öka mångfalden ska arbetas fram under 2017.

## 10.5 Ekonomi i balans

Budgetarbetet 2017 har utgått från Sveriges Radios medelstilldelning 2016 uppräknad med 2 procent.

Det ekonomiska handlingsutrymme som frigjorts de senaste åren möjliggör flera stora satsningar under resterande del av tillståndspanen. Några av satsningsområdena är:

- omfattande publicistiska satsningar som syftar till att stärka företagets kärnverksamhet och journalistiska innehåll samt bättre spegla Sveriges befolknings skilda förutsättningar, levnadsvillkor och bakgrunder
- öka användandet av innehållet på mobila plattformar
- större fastighetsunderhåll av Radiohuset i Stockholm inklusive fasadrenovering
- tekniskifte till att distribuera ljud över ip
- kompetensutveckling samt utveckling av chef- och medarbetarskap
- kompetensväxling
- marknadsföring och kommunikation.

### 10.5.1 Investeringsplan

Under 2017 fokuseras investeringsverksamheten i huvudsak på följande områden:

- Digitala Radiohus Next Generation – arbetet fortsätter i Borås där den andra piloten i satsningen slutförs under senare delen av 2017. Därefter ska konceptet utvärderas.
- Redaktion 3.0 – arbetet med att definiera hur SR vill och kan arbeta vidare med konceptet Redaktion 3.0 kommer att pågå under 2017.
- Ljudinfrastruktur – 2017 startas ett projekt för att formulera en framtida målbild baserad på modern och flexibel infrastruktur som möter produktionens behov. Denna infrastruktur ska sedan implementeras.
- Teknisk infrastruktur – här ligger tyngdpunkten på lagring och nätverk i radiohuset i Stockholm. Nya tekniska lösningar ger möjlighet att uppnå mer för mindre.

# Bilaga 1 – Villkor i sändningstillstånd och anslagsvillkor

## Sändningstillstånd

Villkor – nyckelord		Kapitel, avsnitt
§ 1	– fyra ljudradioprogram	5.1
	– regionalt innehåll	7.9
	– 99,8 procents täckning	ja, det uppnås
§ 2	– bereda utrymme för sändningar av radiotidningar	behovet upphörde januari 2015
§ 3	– upplåta sändningstid till Utbildningsradion	bolagen har ett avtal
§ 4	– mottagning av sändningar	7.10.3
§ 5	– analog utsändningsteknik av hög kvalitet	7.10.3
§ 6	– mångsidigt programutbud	6.1 och 7
	– särskilt ansvar svenska språket	4.1.6
	– jämställdhet och mångfald, spegla hela landet och variationer i befolkningen	7.1
	– hög kvalitet, nyskapande form och innehåll	4 och 7
	– folkbildningsambitioner	7
	– mångfald av åsikter	7
§ 7	– variation i produktionsformer	7.7
§ 8	– nyhetsverksamhet	7.2
§ 9	– kulturutbud	7.3
§ 10	– barn och unga	7.4
	– minoritetsspråk för barn och unga	7.6
§ 11	– tillgänglighet funktionsnedsättning	7.5
§ 12	– minoritetsspråk	7.6
§ 13	– sändningar till utlandet	SR har inte haft utlandssändningar sedan kort- och mellanvåg upphörde 2010
§ 14	– opartiskt, sakligt etc.	4.1.7
§ 15	– beriktigande, genmäle etc.	4.1.7
§ 16	– respektera enskilds privatliv	4.1.7
§ 17	– ljudradions genomslagskraft	4.1.7
§ 18	– ej sända reklam	SR sänder inte reklam
§ 19	– sponsring, indirekt sponsring	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 styrelserepresentation i RIKAB
p. 6 – ingen kostnad för allmänheten	SR tar inte ut några avgifter
p. 7 – delta i utveckling av produktions- och distributionsteknik	4.2.4
– nå lyssnarna på olika plattformar	5 och 6
p. 8 – kärnverksamhet och kompletterande verksamhet	5.3
– sidoverksamhet	9.4
p. 9 – nya tjänster	4.2.6
p. 10 – överenskommelser med SVT och UR angående minoritetsspråk respektive funktionsnedsättning	överenskommelserna lämnades in före 2017-01-01
p. 11 – Berwaldhallen	7.3.6
p. 12 – decentraliserad organisation	4.1.2
p. 13 – 55 procent av allmänproduktion utanför Stockholm	7.1.5
p. 14 – dialog externa bolag	4.1.4
p. 15 – samarbete Utbildningsradion sändningstid	bolagen har ett avtal
p. 17 – budgetunderlag 2016	SR har uppfyllt kravet
p. 18 – intäkter	9.1
– indirekt sponsring	9.1
– kommersiella samarbeten	9.1
– kostnader	9.2
– resurser per programkategori	9.2
– effektivitet	9.3
– produktivitet	9.3
– produktivitetsförbättringar/rationaliseringar	9.3
– koncernsamarbeten	9.3
– sidoverksamhet	9.4
– programstatistik	5.1, 6.1 och 7
– publikens lyssnande och omdömen	8
– planer för kommande år	10
p. 19 – revisorsintyg	sist i redovisningen



## Bilaga 2 – Sveriges Radios kanaler och distributionsplattformar

### Sveriges Radios FM-kanaler

- **P1** är talat innehåll om samhälle, kultur och vetenskap. Kanalen erbjuder nyheter och aktualiteter, granskning och fördjupning men även livsåskådnings- och livsstilsprogram samt underhållning och upplevelser, till exempel i form av teater.
- **P2** erbjuder klassisk och nutida konstmusik, improvisationsmusik och folkmusik, till exempel jazz eller världsmusik. P2 sänder även program på nationella och andra minoritetsspråk.
- **P3** är ung public service. Här diskuterar unga lyssnare samtiden, och unga medarbetare beskriver och granskar samhällsutvecklingen. Samhällsjournalistik, populärkultur, humor och relationer är bärande delar. P3 guidar till den nya musiken och lyfter särskilt fram nya svenska artister.
- **P4** är den lokala nyhets- och aktualitetskanalen för hela Sverige samt kanalen för sport och barnradio. I P4 presenteras nyheter, aktualiteter, kultur och livsstilsfrågor samt bred radio-underhållning i form av klassiker och nysatsningar. P4 är även kris- och beredskapskanalen som ständigt kan förse allmänheten med viktig information. På kvällar, nätter och helger sänds ett riksutbud.
- **P6** är en lokal kanal över Stockholmsområdet med sändningar på nationella och andra minoritetsspråk samt program från BBC World Service.
- **P5 STHLM** är en urban, lokal och social kanal med ett eget nyhetsutbud som även sänder kvällar och helger till den växande befolkningen i Storstockholmsområdet.
- **P3 Din Gata** är en Malmöbaserad lokal kanal för den unga publiken. Lokala profiler diskuterar samhällsfrågor och relationer. Musiken har hiphop som bas med ett stort inslag av skånska artister.

### Sveriges Radios DAB-kanaler över Stockholm, Göteborg, Malmö och Luleå

- SR P1
- P2 Klassiskt
- SR Sisuradio
- P4 riks (under natten)
- P3 Star
- Radioapans knattekanal
- P2 Världen
- DAB Event – en möjlighet att vid speciella tillfällen utöka utbudet.

### 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 där ett internetexklusivt utbud:

- SR Sápmi (Sameradion)
- Radio Sweden
- P2 säsongskanaler: P2 Klassisk jul och P2 Klassisk sommar
- P4 säsongskanal: P4 Bjällerklang
- P4 Plus – testkanal
- 17 evenemangskanaler där de flesta används av *Ekot* och Radiosporten för extrasändningar.

**Sveriges Radio medverkar i Teracoms försökssändningar med markbaserad digitalradio (DAB+) över Stockholm, Uppsala och Gävle med följande kanaler:**

- P3
- P2 Musik
- P4 Stockholm.

### **Satellit och ip-tv**

Sveriges Radio sänder två programtjänster via SVT World. Det är dels SR P4 (lokala kanaler alternerar), dels en kombination av P1 och delar av utbudet på nationella och andra minoritets-språk. Sändningarna når bland annat Asien, Afrika och Nordamerika.

### ***Sverigesradio.se***

- *sverigesradio.se* (för datorer, surfplattor och smarta telefoner)
- *mini.sverigesradio.se* (för enkla telefoner).

### **Appar**

Sveriges Radios appar är gjorda för operativsystemen iOS och Android:

- *Sveriges Radio Play*
- *Melodikrysset*
- *Radioapans banankalas*
- *Radioapans kojträd*
- *P3 Radio*

Dessutom finns *Sveriges Radio Play* för Windows Phone.

### **API**

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

## Bilaga 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 2013–2016

	2013	2014	2015	2016
Finska	100	112	146	157
Samiska	100	118	115	126
Meänkieli	100	116	128	188
Romani chib	100	135	139	187
Teckenspråk	100	87	102	113
<b>Medelvärde</b>	<b>100</b>	<b>114</b>	<b>126</b>	<b>154</b>

År 2016	SR	SVT	UR	Medelvärde
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>

År 2015	SR	SVT	UR	Medelvärde
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>

År 2014	SR	SVT	UR	Medelvärde
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>

År 2013	SR	SVT	UR	Medelvärde
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

P1 Dokumentären *Död i slutet rum* av Daniel Velasco och Bo-Göran Bodin har vunnit

- guld i kategorin Best Investigative Report på New York Festivals
- andraplats i kategorin Current Affair vid Prix Europa
- Röda Korsets journalistpris
- det spanska radiopriset Premios Ondas internationella radiopris.

SR Drama för unga har med föreställningen *Som trolleri* i Barnradion vunnit

- guld i kategorin Best Children/Young Adult program och brons för Best Drama Special på New York Festivals
- pris för bästa radiodrama för unga i Prix Ex Aequo i Slovakien
- Nordiska Radioteaterpriset i Oslo.

*Som trolleri* var nominerat som ett av tre program till finalomgång i Prix Italia.

Sveriges Radios jubileumsfilm *Avgörande ögonblick* vann två silverägg på Guldäggsgalan i kategorierna Hantverk och Onlinefilm. Den utsågs även till årets bästa reklamfilm på Roygalan. På New York Festivals vann *Avgörande ögonblick* förstapris i kategorin Film Craft: Best use of music och tredjepris i kategorin Branded content/Branded entertainment: Cinematography Craft.

Årets guldspade i lokalradioklassen fick Matilda Eriksson Rehnberg och Erik Jerdén, P4 Dalarna för *Spelet bakom skid-VM*.

Katia Wagner och Milan Djelevic fick Guldspaden i riksradioklassen för P1 Dokumentär *Att ta ett barn*.

P1-dokumentären *Taxikungen – om vinnare och förlorare på en avreglerad marknad* av journalisterna Maria Ridderstedt och Karin Wettre vann två silver i kategorierna Best Investigative Report och Current Affairs på New York Festivals.

Sveriges Radios bidrag, gruppen *Sisters of Invention*, vann första pris i Euroradio Jazz Competition 2016. EBU anordnar tävlingen för jazzgrupper med en medelålder under 30 år. Systrarna Malin Almgren och Karolina Almgren utgör *Sisters of Invention*.

Programmet *1000 modiga frågor* vann brons i kategorin Educational på New York Festivals.

P3 har fått pris från Sveriges förenade studentkårer för att de så bra speglar studenternas perspektiv.

*P3 Dokumentär* har röstats fram till Årets podcast – Svenska podcastpriset 2016.

*Kvällspasset* i P4 blev nominerat som ett av tre program till slutfinalen i Rose d'Or. Nomineringen innebär att tävlingens jury har värderat programmet som ett av de tre bästa.

Under 2016 sände Sameradion och SVT Sápmi en sydsamisk talkshow en timme per vecka. Programledarna systrarna Máret och Inga Márjá Steinfjell utsågs till vinnare av samiska språkens största pris, Gollegiella 2016.

Flera av Sveriges Radios reportrar har fått olika priser:

- Bo-Göran Bodin har tilldelats Advokatsamfundets journalistpris 2016 för granskning av allvarliga brister i rättsväsendet.
- Kulturradios Gunnar Bolin fick årets kulturpris av Stiftelsen Renässans för Humaniora.
- Mona Hambræus, Ekot, fick Barncancerfondens pris för sina reportage om bristande hemsjukvård för cancersjuka barn i livets slutskede.

- Evelina Crabb, P4 Sörmland, har tilldelats Sörmlands journalistpris för sin serie om vardagshjältar i Sörmland.
- Pia Fridén, programledare för *Plånboken* i P1, har tilldelats Stiftelsen Staten och Rättens journalistpris.
- Magnus Hermansson, SR Värmland, fick årets journalistpris från Värmlands journalistförening för sin granskning av den värmländska polisen. Avslöjandet fick medialt genomslag över hela landet.

Utöver publicistiska priser har Sveriges Radio även uppmärksammats av tekniska samarbetspartner. Utvecklingsingenjör Jim Eld utsågs till Årets tekniker, och projektet Digitalt Radiohus Next Generation i Uddevalla utsågs till ”mest innovativa projekt för radio”.

Vd Cilla Benkö fick 2016 års pris från Pontus Schultz stiftelse för ett mänskligare näringsliv för att hon lyckats skapa en jämställd chefsorganisation på alla nivåer.

## RAPPORT ÖVER FAKTISKA IAKTTAGELSER

Till Kulturdepartementet

Vi har genomfört de granskningsåtgärder som vi kommit överens om och som anges nedan rörande Public Service-redovisningen för 2016. Vårt uppdrag har utförts enligt SNT 4400 *Uppdrag att utföra granskning enligt särskild överenskommelse rörande finansiell information*. Granskningsåtgärderna har vidtagits enbart för att hjälpa Er att bedöma vissa tabeller i Public Service-redovisningen.

I Sveriges Radio ABs anslagsvillkor för år 2016 anges att bolaget årligen skall följa upp och rapportera hur public service-uppdraget uppfyllts (punkt 21 i *Anslagsvillkor för 2016 avseende Sveriges television*). Uppföljningsrapporten, av bolaget benämnd public service-redovisning, för 2016 skall senast den 1 mars 2017 ges in till Kulturdepartementet. Bolaget skall säkerställa att företagets revisorer ges möjlighet att granska uppföljningsrapporten. Utlåtande över denna granskning skall ske i ett revisorsintyg som tillställs Kulturdepartementet.

1: Vår granskning har omfattat att genom stickprov granska att tabeller i Public Service-redovisningen överensstämmer med statistik ur SRs system.

Vi har gjort följande iakttagelser:

a) När det gäller punkt 1 fann vi att samtliga tabeller som ingått i vårt stickprov överensstämde med statistik ur SRs system.

Eftersom de granskningsåtgärder som vidtagits enligt ovan varken är en revision enligt International Standards on Auditing eller en översiktlig granskning enligt ISRE bestyrker vi inget om innehållet i Public Service-redovisningen för 2016.

Om vi hade genomfört ytterligare granskningsåtgärder eller om vi hade utfört en revision enligt International Standards on Auditing eller en översiktlig granskning enligt ISRE skulle andra förhållanden kanske ha kunnat komma till vår kännedom och ha rapporterats till Er.



Vår rapport är enbart avsedd för det syfte som angivits i det första stycket i denna rapport och för Er information, och den ska inte användas för något annat syfte eller spridas till andra parter. Rapporten gäller endast det som angivits ovan och omfattar inte Public Service-redovisningen som helhet.

Öhrlings PricewaterhouseCoopers AB

2017-02-15

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Camilla Samuelsson'.

Camilla Samuelsson  
Auktoriserad revisor, huvudansvarig

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Carina Åkesson'.

Carina Åkesson  
Auktoriserad revisor  
utsedd av regeringen